

自治体名	高知県
------	-----

女性の健康支援対策の概要

健康増進については、“よさこい健康プラン21”に基づき、市町村や保健所が取り組んできている。若年層には、思春期相談センターで、性に関する相談等を受けている他、啓発資材を配布し健康意識を高めている。

中高年期については、啓発資材を活用して特定健診の受診勧奨を行うとともに、中高年期特有の健康上の悩みや問題に関する健康教育を実施し、健康づくりに関する知識や情報提供を行った。

女性のがん対策としては、ピンクリボン運動を積極的に展開し、乳がん検診の意義や有効性に関する広報により、がん検診の受診勧奨を行うとともに、未受診者に対して、啓発資材の配布や無料がん検診（県事業）を実施した。

自治体の特徴

高知県は、北は四国山脈、南は太平洋に囲まれ、森林面積が県土の84%を占めるという日本一の森林県です。また、1990年には、全国に先行して人口自然減となり、加えて高齢化率も25%を超え、老夫婦や独居老人が点にする等、高齢化への対応が急務となっている。

人口構成・(H22.2.28現在)

	総数	男	女
人	774,935	364,528	410,407
割合(%)		47.0	53.0

15歳未満	94,867	48,749	46,118
15～64歳	462,184	228,870	233,314
65歳以上	99,004	44,816	54,188
75歳以上	83,652	32,853	50,799
85歳以上	35,228	9,240	25,988

女性に関する健康課題

高知県の女性は、男性と対照的に健康指標は全国でも中位以上に位置しており、特に目立った特徴は見られないが、近年、急性心筋梗塞や脳血管疾患の標準化死亡比（SMR）が上昇傾向にある。また、60歳を超えると、がんによる死亡数が少ないことから、過剰死亡はマイナスとなっており、長寿となる要因となっている。

従って、60歳までの働き盛りへの対策、特に、女性の健康への意識の向上を図るとともに、生活習慣の見直しや病状の早期発見のきっかけとなる、特定健診やがん検診の受診率を上げることが重要となる。併せて、この“土佐のはちきん”と呼ばれる女性へのアプローチは、“土佐のいごっそう”と呼ばれる大酒飲みの頑固おやじを、生活習慣の見直し等への行動変容に向かわせる大きな力となると期待できる。

22年度は、21年度に策定した“日本一の健康長寿県構想”の実行の年として、40歳代、50歳代の働き盛りの世代をターゲットにした特定健診、がん検診受診率向上に向けた取組を市町村の協力のもとに強化することとしている。

事業費（千円）

(1) 思春期から30歳代における健康支援事業	543
(2) 中高年期における健康支援事業	638
(3) 女性のがん支援事業	8,196
計	9,377

(1) 思春期から 30 歳代における健康支援事業

事業名	思春期からの女性の健康支援
分野	<input type="checkbox"/> 健康教育 <input type="checkbox"/> 健康手帳の交付 <input type="checkbox"/> 健康相談
事業費（千円）	544

事業目的

高知県では人工妊娠中絶実施率が高く、中でも 10 代は常に全国を上回る高率で推移し平成 20 年度は 10.8 で全国 2 位となっている。また、20 代の実施件数は全数の 41.3% をしめ、30 代も 41.5% となっており、10 代～30 代で 92.6% を占めている。また、性感染症罹患の蔓延等、思春期からの女性の性に関する健康問題が重要視されていることから、若い女性に対して啓発資材の配布、健康相談や性教育等を行い、健康づくりに関する意識啓発を行う。

事業対象

高知県内に居住する思春期から 30 歳代までの女性。

事業実施体制・展開

- ① 思春期からの女性を対象とする健康相談窓口情報を印刷した啓発資材を作成し、思春期相談センター等の来所者や、大学祭、エイズ予防キャンペーン、成人式等の若者が多く集まるイベント時に配布し啓発した。
- ② 期相談センターで人工妊娠中絶や性感染症等に関する健康相談を実施した。（平成 21 年 9 月 3 日～平成 22 年 3 月 21 日）
- ③ 校 1 年生および大学 1 年生へ性に関する講座を実施した。（平成 21 年 10 月 9 日、12 月 20 日）
- ④ イベント時や性に関する講座の受講者を対象に、アンケートを実施し、性の健康に関する意識について調査した。

事業目標・評価項目 及び その結果

- ① 多様な機会を利用し多くの対象者に性の健康に関する意識啓発を実施する。性の講座（高校生、大学生）2 回 211 人、イベント 7 回 1,917 人、成人式の啓発資材 34 市町村 7,676 人分、思春期相談センター利用者 887 人、その他 100 人等。
- ② 啓発資材を 10,000 部作成し、配布数は 9,131 部
- ③ イベントや性の講座実施時にアンケートを実施（新成人はアンケートがきを同封）。回答数は 277 件。（新成人の回答は 17 件。）
- ④ 高校生の回答（136 人）から中学生のセックスについて肯定的意見は 74.3%、高校生のセックスについては 80.9%。
- ⑤ イベント等の回答（141 人）から高校生のセックスについて、「正しい知識を持って行動するなら」等の条件付きで肯定する意見が 73.4% と、年齢に関係なく若者の性行動に対する意識が寛容であることが確認された。

事業の工夫点

- 1) 啓発資材は、日常的に身近で使用されるクリアホルダーへ情報を掲載した。
- 2) 啓発イベント開催時、できるだけ多くの人の関心を集めるよう、高知市中心街のアーケード内に会場を設置し、同様の目的を持った団体等（県臨床検査技師会、高知大学サークルスキップ、高知ファイティングドックス等）と協力して開催した。
- 3) 新成人となる若者への啓発資材として、全市町村の成人式で配布した。

事業の効果についての評価・考察

- 1) いろいろな場面を利用して多くの若者へ啓発を行った。その結果は人工妊娠中絶実施率の推移で見守っていく。
- 2) 若者が手に取る啓発資材の工夫や、若者の興味関心のあることをきっかけにした取り組みにより意識啓発ができたと考察する。
- 3) イベントの他業種との協力開催は、関心を持ってくれる層が多様で、集客数に相乗効果があった。また、それぞれの組織や業務を知り以降の協力関係を作ることができた。しかし、スタッフが増えることで、より綿密な打ち合わせが必要であることを確認した。
- 4) また、新しく参加した人権啓発フェア等から、他機関の開催するイベント等を利用することで、対象者層が広がるとともに、関係スタッフへの意識付けができ、以降の連携等にも効果が期待できる。
- 5) アンケート結果から若者の性行動に関する意識は、高校生も大学生を含む一般も、寛容であったことから、正しい知識や情報の不足により真剣に考えられない状況が年齢に関係なくあると判断する。広い年齢層を対象に啓発していくことで意識と行動の変容を期待する。

今後の課題

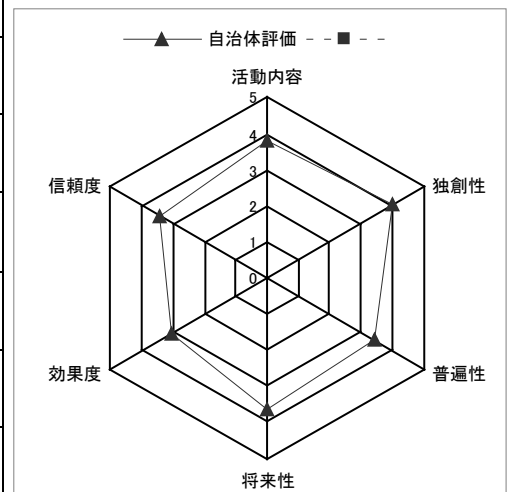
若者の性行動に対する意識が寛容であることから、若者対し機会を捉えた普及啓発を実施し「正しい知識の理解のもとでの行動としてその結果には必ず責任が求められる」ことを啓発していく必要がある。

若者の性に関する情報源は、インターネットやマスコミ、友達等であり、情報の真偽を疑うことなく信じ、間違いを修正する機会が少ない。このため、相談窓口の開設やホームページによる情報発信やイベント等を利用した啓発活動を広く継続し、正しい知識を多くの若者に伝えていくことが重要である。

学校や医療機関等関係機関及び他業種との協力連携が必要である。

ホームページ	http://www.pref.kochi.kochi.jp/~kenkou/prink/
照会先	高知県 健康政策部 健康対策課 母子・難病対策担当 088-823-9678

事業評価	(企画評価委員会で評価)	
①活動内容	3.8	多種団体及び多彩なイベントで啓発ができた
②独創性	4.0	クリアファイルは安価で効果的
③普遍性	3.4	郡部での活動が課題
④将来性	3.6	アンケート調査の回収率を上げるための工夫が必要だが、継続が必要
⑤効果度	3.1	アンケート調査結果から即効性は望めない
⑥信頼度	3.4	アンケート調査の個数が少ない。



(2) 中高年期における健康支援事業

事業名	特定健診受診対象前の女性に対する健康づくりと特定健診の啓発
分野	<input checked="" type="checkbox"/> 知識の提供 <input type="checkbox"/> 健康相談 <input checked="" type="checkbox"/> 情報提供
事業費（千円）	638

事業目的

平成 20 度から医療保険者に特定健康診査の実施が義務付けられているが、高知県の市町村国保加入者の受診率は低く、特に 40 歳代は男女とも他の年代層に比べて受診率が低い。また、市町村が実施するがん検診の受診率も総じて低い状況が続いている。

健診(検診)の受診を契機に、女性自身が主体的に健康づくりに取り組むよう促すため、翌年度から特定健診の対象者となる満 39 歳の女性に個別に啓発資材を送付して、特定健診及びがん検診の意義・重要性を啓発し、受診への動機づけを行う。

事業対象

市町村国民健康保険に加入している満 39 歳の女性

事業実施体制・展開

- ① 女性の健康支援のため特定健診、がん検診の受診を啓発する効果的な資材の検討を行う。
啓発資材は、健康標語を印刷したエコバッグとし、特定健診やがん検診について正しい知識・情報を提供するチラシ、日ごろの生活習慣や健診に関する意識、動機づけの効果を調査するためのアンケートはがきを同封して対象者へ個別に送付する計画とする。
 - ② 事業対象者を決定する。
啓発の対象者を、健診等の受診率の低い市町村国保加入者とし、その中でも次年度から各健診・検診の対象者となる満 39 歳の女性とする。
 - ③ 市町村に事業の趣旨を説明し、対象者の把握や啓発資材の配布に関する協力を得られるよう体制を整える。
 - ④ 啓発資材一式の制作及び発送を委託する業者を決定する。
 - ⑤ 啓発資材を発送し、アンケートはがきを回収し集計・分析を行う。
- ※ 個人情報については、高知県個人情報保護条例に基づき取り扱う。

事業目標・評価項目 及び その結果

対象者へのアンケート調査結果：対象者 961 人、回収 232 人（回収率 24.1%）

- ① 運動の習慣がある 18.5%（県健康増進計画における平成 24 年度目標値 35%以上）
- ② 不規則な食生活（週 3 回以上朝食を抜くことがある）17.7%
- ③ 多量飲酒の習慣がある 13.4%（県計画における平成 24 年度目標値 0.2%以下）
- ④ たばこを習慣的に吸っている 17.7%（県計画における平成 24 年度目標値 5%以下）
- ⑤ 睡眠で十分休養が取れていない 34.9%（県健康増進計画における平成 24 年度目標値 15.4%以下）
- ⑥ 特定健診制度の認知度 対象者になることを知っている 54.7%
- ⑦ 定期的な健診・がん検診受診への動機づけ 今後定期的に受けるつもりである 81.0%

事業の工夫点

- ① 啓発資材の選定にあたっては、女性が日常的に使用する機会の多い物品とし、使用時に健康づくりを意識してもらうため健康標語を印刷した携帯に便利なエコバッグとした。
- ② 健診への動機づけ等、啓発効果が薄くならないように、市町村が特定健診の受診券や検診日程等のお知らせを行う時期(年度末から年度初めが多い。)を考慮した時期(1月中旬)に配付を行った。
- ③ 市町村の特定健診受診率向上対策に、アンケート結果を活用できる。

事業の効果についての評価・考察

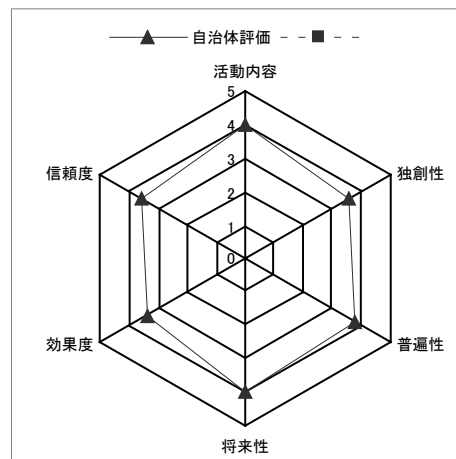
- ① アンケート調査により、今後、定期的に健診やがん検診を受診するとした回答が81%に達したことは、自らの健康に関心を持ち、自身が主体的に健康に取り組むことを目的とした本事業は一定評価できると考える。未受診者調査においても、健診に関する情報がしっかり伝わっていないことにより、受診の機会を失っているケースがあることが明らかとなっており、対象者に健診の意義や重要性、付帯的な実施に関する情報を確実に伝えることが重要である。
- ② アンケート調査により、比較的、生活習慣の見直しが必要と思われる女性の割合が多いことがわかった。このことは、本県の特徴でもあるが、年齢階層別に過剰死亡数をみた場合、50歳代までは全国より高く、特に、40歳代、50歳代の過剰死亡数が多くなっており、その死因は、がん、心疾患、脳血管疾患で半数以上を占めている。一方、60歳以降の過剰死亡数は、大幅に全国平均を大幅に下回っており、60歳を超えるとご長寿であるといったことが明らかとなっている。これは、40歳代、50歳代で生活習慣の見直しをせず、生活習慣病が重症化する例が多いことが挙げられ、従って、この働き盛りの世代に対する取組の強化が必要である。

今後の課題

- ① 健(検)診は、異常が無い場合など一過性となる場合が多く、引き続き、生活習慣の見直しや、病状の早期発見につながる健(検)診受診を習慣化させる取組が必要である。本県では、本年度作成した「日本一の健康長寿県構想」により、受診率の低い市町村国保の40歳代、50歳代を対象に、市町村が実施する個別の受診勧奨や受診機会を増やす取組を支援することとしている。
- ② 40歳代、50歳代の過剰死亡が多く、その死因も、がんや心疾患、脳血管疾患など、生活習慣に起因するものが半数以上を占めることから、健診受診を促進する事業とともに、健診の対象とならない若い世代に対する健康への意識の向上につながる施策の展開も並行して実施することが必要である。

ホームページ	http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/131601/
照会先	高知県健康政策部健康長寿政策課 健康長寿県づくり担当 088-823-9683

事業評価	(企画評価委員会で評価)	
① 活動内容	4.0	市町村と連携した点が評価できる
② 独創性	3.6	県が主体となった事業で、課題を明確にしたことが評価できる
③ 普遍性	3.8	啓発グッズにより、対象者一人に700円程度かかっている。この手法の継続は無理だが情報を確実に届けることは可能
④ 将来性	4.0	健診情報を確実に伝える手法について、各市町村が工夫して取り組む必要がある
⑤ 効果度	3.4	継続的な働きかけが無いと、一過性に終わる可能性がある
⑥ 信頼度	3.6	啓発グッズに対するご祝儀的なアンケートの回答の可能性



(3) 女性のがん検診支援事業

事業名	女性のがん検診支援事業		
分野	■啓発活動	□健康教育	□健康相談
事業費(千円)	8, 196		

事業目的

高知県の女性がん検診の受診率は低く、特に40歳代50歳代の働き盛りの年代は他の年代層に比べて受診率が低い。検診の受診を契機に、女性自身が主体的に健康づくりに取り組むよう促すため、乳がん月間に合わせて、乳がん検診の意義や有効性に関する広報を集中して実施することにより、乳がん検診の重要性について意識啓発を行う。また、乳がん検診や子宮がん検診の未受診者に対して、啓発資材を活用してがん検診の受診率の向上を図る。

事業対象

路面電車沿線3市町（高知市、南国市、いの町）の住民及び、路面電車利用者及び並行する国道を利用する住民。

事業実施体制・展開

- 1) 路面電車の車両広告や車内へのポスター掲示等により、乳がん検診に関する啓発を行う。
- 2) 路面電車の車両広告、乳がん検診に関する啓発用ポスターの作成、電車走行期間に併せた普及啓発イベントの開催をプロポーザル方式により決定した事業者へ再委託し実施する。

実施内容：

- ・路面電車のラッピング広告（3両）
- ・運転士の乳がん検診啓発用ワッペンの着用
- ・路面で車内への啓発資材配置（ポスター、吊革広告、パンフレット配置）
- ・四国銀行本店電光掲示板での乳がん検診啓発文書の掲出（46本）
- ・帯屋町アーケードへの乳がん検診啓発用フラフの掲出
- ・テレビCMの放送（毎金曜日1回、計4回）
- ・ラッピング電車の走行期間初日での高知駅周辺啓発イベント開催
- ・ホテル日航高知ライトアップ（平成21年10月13日～14日）

実施期間：平成21年10月14日～平成21年11月13日

- 3) がん検診会場へ来場した女性に対し、生活習慣等に関する現状と受診の動機付けを把握するため、アンケートを実施。

事業目標・評価項目 及び その結果

無料がん検診（県事業）会場へ来場した女性に対するアンケート調査結果：回答者600人（検診受診者全員）

- ① 生活習慣の状況
 - 運動の習慣がある 29.7%（県健康増進計画における平成24年度目標値 35%以上）
 - 不規則な食生活（週3回以上朝食を抜くことがある）13.7%
 - 多量飲酒の習慣がある 12.2%（県計画における平成24年度目標値 0.2%以下）
 - たばこを習慣的に吸っている 12.2%（県計画における平成24年度目標値 5%以下）
- ② 検診の受診状況 定期的ながん検診を受けているもの 51.5%（乳がん検診22.5%、子宮がん検診29.7%）
- ③ ラッピング電車の広告効果 電車の広告を知っていた者 38.2%（内、受診したいと思った者86.6%）
沿線3市町の受診数 H21：6,848名（H22.1末時点）、H19：5,349名（1,499名増）
- ④ 検診受診の情報提供の効果 メディアやポスター、広報をみて検診を受診した 53.8%
家族や知人の勧め 24.3%
- ⑤ 定期的な健診・がん検診受診への動機づけ 今後定期的に受けるつもりである 82.7%

事業の工夫点

がん検診は、市町村が実施主体として行っており、がん検診の周知は、個別通知や広報など市町村ごとに異なった方法が取られ、対象も当該市町村住民に限られているが、今回、乳がん月間に合わせて人目に触れやすい公共交通機関（路面電車）のラッピング広告という手法で、市町村や年齢の垣根を越えた啓発を行なった。

事業の効果についての評価・考察

① 路面電車沿線3市町での乳がん検診受診者は、マンモグラフィを導入した平成17年度より受診者数は増加傾向にあったが、平成20年度は減少に転じ、頭打ちの傾向にあった。しかし、3市町の平成22年1月末時点の乳がん検診受診者数は、平成19年度の受診者数を上回っており、本事業の効果があったと考えられる。

路面電車での広告（ラッピング）は、沿線住民や並走する道路を利用する住民への啓発としては有効な手段と考えられた。

② また、イオンモール高知で行なった、がん検診の受診勧奨事業参加者へのアンケートでは、行動範囲の広い若い方では約43%が広告を見ており（内、検診を受けたいと思った方約90%）広告効果が伺えた。ただし、60歳代以降では広告を見た方が約20%（内、検診を受けたいと思った方約63%）と広告効果は低かった。

自動車を日々使用し行動範囲が広い若い方には、路面電車の沿線だけでなく広告を見る機会があり、記憶にも残っていることから、啓発方法として有効な手段であると考えられた。

今後の課題

県が市町村の行なうがん検診とは別に、啓発目的に行なった、がん検診の受診勧奨事業で検診を受けた方でも、ラッピング広告を見て受診したいとは思っても、市町村の実施するがん検診は受診できていない。そのため、検診意義の啓発以外に、受診環境の整備や受診方法の周知も必要と考えられる。

また、今回の路面電車のラッピング広告では、路面電車線路沿いの住民や、電車通りの道路を利用する行動範囲の広い若い方への広告効果は得られたが、行動範囲の狭い高齢者等には、別の方法での啓発も必要である。

ホームページ	http://www.pref.kochi.lg.jp/soshiki/130401/
照会先	高知県 健康政策部 健康対策課 088-823-9674

事業評価	(企画評価委員会で評価)	
①活動内容	4.3	実施期間を伸ばした方が良かった。バスや公用車へマグネットシートを貼ったらどうか。
②独創性	4.6	お城やホテルのライトアップと合わせたので、目立っていた。
③普遍性	3.8	中心街だけで、郡部でのインパクトが弱かった。
④将来性	3.4	経費が高かったのではないかと。もっと他の団体へも呼び掛けたら活動が広がるのではないかと。
⑤効果度	4.0	目立った取組であったが、アンケート結果では見た人が50%で少ない印象がある。
⑥信頼度	3.5	ピンクリボンを知らない人は、ワンポイントの飾りとみているかもしれない。

