

自治体名	神奈川県 相模原市
------	-----------

女性の健康づくり対策の概要

これまでも、保健センター等を中心に女性の健康づくりに関する健康相談や健康教育を行ってきた。近年はメタボリックシンドローム予防教室の内容を工夫して、「〇〇編」としてターゲットを絞って実施したり、地域の祭り等に積極的に出向く活動を行っている。また、女性特有のがん予防について情報提供として市のホームページや地域の回覧板等の媒体の活用や、特に「女性の健康習慣」「乳がん月間」等の強化月間には乗降客の多い駅デッキに横断幕を設置したり、保健所建物内の展示など普及啓発にも力を入れている。

これら対策の推進にあたっては、女性相談室を運営するNPO法人やがん対策を推進しているNPO法人などの各種団体や健康づくり普及員などの市民団体・医療機関等と連携を図っている。

自治体の特徴

相模原市は神奈川県北部に位置し、人口急増や基地問題など多くの課題に取り組みながら、1市4町の合併により、人口約70万人面積約329平方kmとなり、平成22年度には都市としての機能と水源地の豊かな自然環境を併せ持った政令指定都市移行となる市である。

人口構成 (H22.1.1 現在)

	総数	男	女
人	712923	360504	352419
割合(%)	100	50.6	49.4

15歳未満	95525	49070	46455
15～64歳	482736	249189	233547
65歳以上	133912	61795	72117
75歳以上	51299	20719	30580
85歳以上	13168	3683	9485

女性に関する健康課題

平成19年度に実施した市民生活実態調査によると、20歳代女性やせの人の割合は減少傾向にあるが、学生の意識では、「自分の体型を太っていると認識している」「喫煙経験者」「飲酒経験者」が女子に多く見られた。30歳代女性では「喫煙者」が増加し、肥満・高脂血症・糖尿病の女性が増加した。

また、女性特有のがん検診の平成19年度の受診率は、乳がん検診が12.34%、子宮がん検診が10.84%と年々増加傾向にあるものの全国平均と比較すると低く、受診機会の拡大に関するハード面の対策と合わせて、受診意欲の向上に向けたソフト面の対策も課題である。

事業費 (円)

(1) 女性の健康づくりに関する事業 (総額)	240,000円
(2) 報告事業 (再掲)	160,000円

事業名	子宮頸がん普及啓発事業
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 <input checked="" type="checkbox"/> 知識の普及 <input checked="" type="checkbox"/> 啓発普及
事業費（千円）	

事業目的

近年 20～30 歳代の若い女性に急増している「子宮頸がん」については、予防できる病気にも関わらずその認知度が低く、この年代のがん検診受診率も低迷しており特に 20 歳代については 5%にも満たない状況である。そこで、健康への関心が薄いこの世代に効果的に働きかけ、まずは「子宮頸がん」についての認知度を上げるため市内大学と協力して普及啓発を図ることを目的とする。

事業対象

市内大学に通う大学生

事業実施体制・展開

- ① これまでの市民向けの健康教育では、今回ターゲットとした無関心期の若年層の集客が望めないため、ターゲットが多く集まる場に出向いての活動を展開する必要性から、市内大学の学園祭の場を活用することとする。
- ② 地域大学コンソーシアム(地域と大学の相互メリットとなる協働事業を推進する窓口)に事業の趣旨を説明し、事務局を設置している女子大学での活動につなげてもらう。
- ③ 他に、女子生徒の多い大学の養護教諭や保健所の活動に日ごろから携わっている大学教授などに働きかけ、各大学での活動窓口を依頼する。
- ④ 大学祭では、「建物内での講演会」という手法でなく、多数の学生に関われるように「テント模擬店」として出展する。
- ⑤ 学生がテントに立ち寄ってもらえる工夫として、学生向けの看板類を掲示し学園祭という雰囲気に馴染み楽しみながら行える肌水分量測定やクイズなどを行い、啓発資料と一緒にノベルティの配布を行う。
- ⑥ 医療系大学では、ピアカウンセリングの要素も取り入れ、看護学生に啓発活動の協力を依頼する。

事業目標・評価項目 及び その結果

平成 21 年度は試行実施のため、市内大学の学園祭やオリエンテーションなどの機会を活用して啓発事業を年度内に 1 回実施することを目標とした。

結果、市内大学学園祭 3 校に出展し、1 校あたり 300～400 人延べ約 1100 人の参加があった。

事業の工夫点

これまでの健康教育の手法では、ターゲット層への働きかけが十分できないため、「ターゲットが集まる場に出向く」「関心を持ってもらえる体験（肌水分量測定など）を組み込む」「ノベルティの配布で集客力を上げる」などの工夫を行った。また、事業費がなかったことから事業目的に賛同するNPO法人や市医師会にも協力を要請し、パネルの提供やノベルティの提供を受けたり、学生ボランティアを活用することで低予算で実施することができた。

事業の効果についての評価・考察

ライフステージに応じた女性の健康づくりの中でも、特に青年期に対する取組については課題に挙がっていた中で、健康に関心の薄いこの年代層へ今回「大学祭」という場を活用したことは、普及啓発に非常に適していたと考察する。大学祭には、在校生の他に進学を考えている高校生やその保護者などの参加もあり、家族や地域への啓発も兼ねることができた。

また、大学というフィールドを開拓することができたので今後養護教諭等との連携で、学生への別のアプローチも可能であり、青年期に対する取組に広がりをもてると期待できる。

今後の課題

平成21年度は試行実施であったが、今後は評価項目を明確にし学生の意識がどのように変わったか、「子宮頸がん」についての認知度に変化があったかなど、経年的に取組の評価をしていく必要がある。

ホームページ	
照会先	相模原市 健康福祉局 保健所 健康企画課 成人保健担当 042-769-8322

事業評価	(自己評価)	
①活動内容	5	市内大学での活動で、住民にも開放されている「大学祭」で集客力があつた
②独創性	4	健康教育等でなく、大学祭でテント模擬店として啓発活動を行ったことは、独自性がある。
③普遍性	4	規模の違いはあるが、高校でも手法を利用できると考えられ、どの自治体でも実施可能である。
④将来性	4	大学というフィールドで活動の展開方法についても、今後に期待できる。
⑤効果度	2	評価根拠となる数値が明確でないため、今後の課題である。
⑥信頼度	3	評価が不十分なため、活動を裏付けるものが必要

