

「ポピュレーションアプローチ」事例

山口県岩国市 〈地域づくりとしての健康づくり～糖尿病になっても安心して暮らせる岩国市～〉

目的

糖尿病があってもなくてもすべての市民が健康でいきいき生活できる活力ある社会を実現させるために、市民一人ひとりが実践する健康づくりを基盤に、家庭・地域・学校・職域が一体となった新たな健康づくり運動を推進することを目的とする。

目標（平成 19 年度）

- 1) 市民・関係団体・行政が向かう目標を共通認識できる体制をつくる
- 2) 市民一人ひとりが実践する健康づくり活動が地域全体の健康づくり運動につながる仕組みをつくる

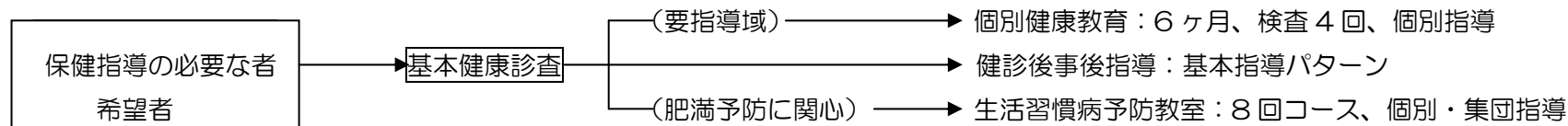
背景

平成 9 年から糖尿病対策を医師会等と連携して提供側主導で実態把握、患者登録管理システムの構築、重症化防止の基本健康診査要指導者対策、人間ドック事後指導等のハイリスクアプローチを実施。指導者数は増加したが知識の伝達に終わりがちで、指導期間中の生活習慣の変容はあっても指導後の継続はみられず、加齢に伴う重症化も進み効果は薄い。その後、平成 15 年度から健康づくり計画を市民参加で策定する過程で、市民にとっての健康は「からだづくり、仲間づくり、生きがい」を認識した。健康づくり計画を市民と協働して推進する中で市民がどうありたいのかを捉え、市民とともに取り組むポピュレーションアプローチを展開している。

特徴

住民との健康づくり計画の策定の経験を踏まえ、生活習慣病予防のハイリスクアプローチにおいても、「対象者がどのように検診結果や自らの生活習慣、体調を受け止めているのか」、「対象者はどのような生活を行いたいと思っているのか」を尊重する保健指導を重要視している。また、地域の健康状態を市民に随時フィードバックし、市民がそれぞれの立場で考え、語り合い、互いにできることを表明し行動する地域のネットワークを基盤としたポピュレーションアプローチを展開し、年 1 回の健診・保健指導とともに、地域で日常的に健康状態をチェックすることができる環境づくり（簡易血糖検査、BMI、腹囲測定等）を市民と協働し、できるだけ若い年代層の健康づくりを行おうとしている。

保健指導の流れ（ハイリスクアプローチ） 平成 17 年度



基本指導パターン ※1～3回までの期間は約1ヶ月間

1回目	健康チェック・運動指導	・アンケート、健康度チェック票の記入 ・計測(体重、体脂肪)と「1年後にこうなりたい」目標を健康(ヘルシーライフ)手帳に記入 ・運動指導：運動の効果、ストレッチ/ウォーキングの実践 ・次回までにすること：歩数とウォーキング実施、食事の記録
2回目	生活習慣の振り返り 食事指導 目標設定 (1回目より約1週間の間隔を設けて)	・運動の実践方法の復習 ・食事指導：バランス、1日の摂取量、摂りたい食品・減らしたい食品 ・個人面接：目標の設定、健康(ヘルシーライフ)手帳の記入、 ・次回までにすること：健康(ヘルシーライフ)手帳へ記録
3回目	運動・食事指導 (2回目後約2週間の間隔を設けて)	・計測(体重、体脂肪)と健康(ヘルシーライフ)手帳に記入 ・個人面接：目標の実践度の確認、必要時目標の修正、最終目標の決定、励まし ・前回のおさらい：ストレッチ/ウォーキングの実践(姿勢・強度)
↓		
4回目	運動・食事指導 (最終目標の設定後3ヶ月)	・健康度チェック票の記入 ・個人目標の達成度(食習慣・運動習慣の変化)の確認

地域づくりとしての健康づくり(ポピュレーションアプローチ)

1. 市民部会と行政部会の構成員

〈市民部会及び協力団体の構成員〉

高校生・専門学校生・母親クラブ・老人クラブ連合会・長寿大学OB会
健康体操グループ・自治会連合会・連合婦人会・体育指導委員協議会
民生委員・母子保健推進協議会・社会福祉協議会・介護支援専門員協議会
在介支援センター・商工会・工業クラブ・医師会・歯科医師会・薬剤師会
栄養士会・在宅栄養士会・保育園・幼稚園・養護教諭部会等

〈推進部会の構成員〉

※事務局

健康管理課※・高齢障害課・社会課・保険年金課・学校教育課
生涯教育課・児童家庭課・都市計画課・スポーツ振興課・職員課
市民課・商工課・流通課・農林課・男女共同参画室・公民館

2. 市民部会と行政部会の協働

市民部会と行政部会との話し合いから、生活習慣の変容を継続させ、かつ市民同士の「仲間づくり」や地域に自らの役割を見出し「生きがい」づくりとなる活動として、次のような取り組みがなされてきている。

1) 生活習慣の改善の目標達成のための多様な選択肢づくり

個別健康教育や健診後事後指導により生活習慣の改善の達成目標を立てた者には身近にある多様なメニューを活用し、目標達成にむけて、生活習慣の改善を図り、効果を挙げている。

- ①指導の期間や内容、時間帯が限られた従来の事業から、自分のライフスタイルにあった時間帯や運動メニューを選べる事業内容に変更し、事業が終了した後も継続して生活習慣の改善ができるよう、民間のスポーツ施設を活用
- ②体育指導委員協議会は、年代層に合わせた各種スポーツの集いやウォーキング指導者の養成
- ③地域活動栄養士協議会の出前栄養指導、連合婦人会による各地区での料理教室や歩こう会、自治会連合会の地域の祭りやスポーツ大会等、各団体の自主的な取り組み

2) 早期発見を促す機会の拡大

若い年代層が様々な場所で自分の健康状態について知り、さらには糖尿病予備軍を発見するために以下のような取り組みを行っている。

- ①市が実施する生活習慣病予防教室に市民部会員が加わり対象者を支援することで、市民部会員が市内各地で実施する取り組みに、自分の健康状態をチェックできる内容（食習慣・運動習慣、BMI・腹囲測定など）を組み込んで実施。
- ②各種健康イベントで簡易血糖検査等を実施。今後さらに商工会等の協力を得て拡大する方針。
- ③薬剤師会のまちかど相談薬局

3) 地域住民の関心と健康課題の把握と共有

主に行政部会が中心となり合併した地区へも出向き、自治会のみならず各市民団体や学校、職域において「地域懇談会」を開催し、地域の健康状態（健診結果、介護認定や保険料、医療費）等の健康課題をフィードバックし、市民の意識をとらえてきている。また、より市民と協働するために、各市民団体や学校、職域におけるファシリテーター等の人材を発掘している。

地域での取り組む生活習慣病予防の効果評価

これらの健康づくりの取り組みの予防効果については、医師会や保健所、保健センター等が構成員である「岩国市糖尿病対策協議会」で評価し、今後は地域職域連携推進協議会においても評価していく。

活動風景写真



市民部会や行政部会で
取り組みを検討中



簡易血糖測定器で血糖値をチェックしてみよう！

血糖値で何がわかるの？



これが健康四角巾です！

男性は黒色、女性は赤色が
重なると要注意！
みんなで健康四角巾を使って体
操しましょう！



体育指導委員や母子保健推
進員などみんなで健康に
気をつけています！

ワールド健康保険組合＜組織全体での健康応援企画－健康づくりインセンティブ制度－＞

＜背景＞

1. 事業場の特徴

数多くのブランドをもつ国内大手アパレルメーカーで、社員数 13500 人。男女比 3 : 7、平均年齢 29.8 歳である。被扶養者は 3500 人。国内に 6 つの工場を有する。有害業務はない。国内に約 2200 のブランド店舗をもつ。

2. 企業風土

アパレル業界であることから、女性社員が多く、平均年齢も低い。企業内には自由で活気ある雰囲気が漂っている。

現在の社長が就任した際、健康に関する基本方針を発表。積極的に健康づくり活動をしていなかったが、現専務理事が常務理事に就任した際、経営戦略としてビジネスモデルにのっとった健康づくり政策を提案し、事業所は健康管理

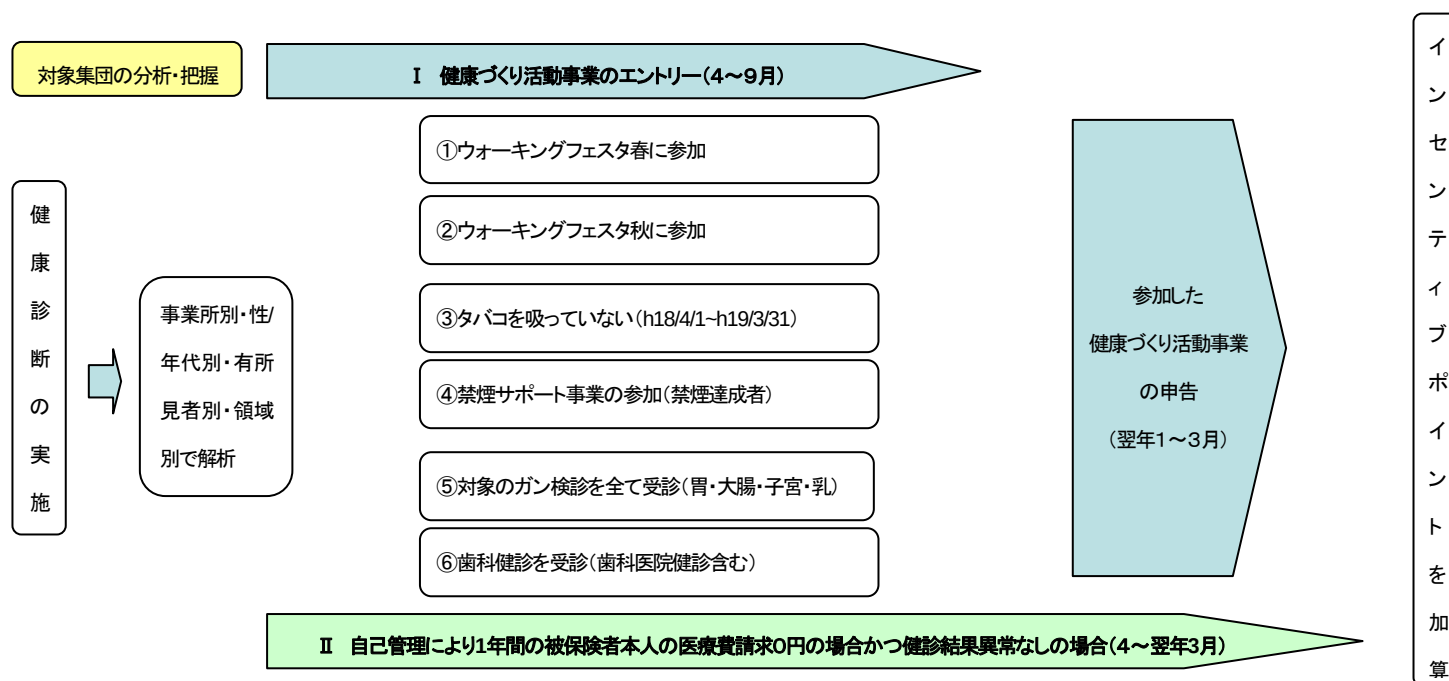
を健康保険組合に一任し、「ヘルシーカンパニー」を目標とした健康づくりにポジティブな取り組みが可能になった。

一般社員については、健康情報を絶えず流していき、企業として健康づくりに取り組んでいる姿勢をアピールすることで、健康風土がしっかりと形成されている。

＜目的＞

社員の平均年齢も低いことから、健康づくりに対して、楽しくおもしろく実践してもらいながら、健康意識を向上し成果につなげるポピュレーションアプローチを展開している。

社員が全国に散在していることから、どこにいても取り組める健康づくり活動を推進する。



＜内容＞

平成18年1月から、インセンティブ制度をスタート。

対象者Ⅰ、Ⅱのいずれかの場合には、家庭用常備薬申し込みで利用できるインセンティブポイントを進呈する。

○対象者Ⅰ：保健事業に参加してインセンティブポイントGET

健保組合が準備している健康づくり（ウォーキングフェスタ、禁煙サポートなど）6つのうち、3つに参加した場合。

4月から9月までに参加したい健康づくり活動事業のエントリーし、翌年1月から3月まで参加した健康づくり活動事業の申告をする。申告方法は、①健保ホームページ(パソコン)、②携帯電話、③ファックス用紙、のいずれかとする。

【健康づくり事業の一覧】

- 1) ウォーキングフェスタ春（記録用紙提出）
- 2) ウォーキングフェスタ秋（記録用紙提出）
- 3) タバコを吸っていない
- 4) 禁煙サポート事業の参加（禁煙達成者）
- 5) 対象のガン検診を全て受診(胃・大腸・子宮・乳ガン)
- 6) 歯科検診を受診

○対象者Ⅱ：自己管理でインセンティブポイントGET

1年間健康保険を使わずかつ、健診結果で異常なしの場合。

健康保険組合から、ポイントが進呈される。申請は不要である。

＜評価＞

この事業の初年度であることからアウトプット評価のみであるが、現在2000名をこえる社員が参加している。

平成19年4月からは、内蔵脂肪型症候群（メタボリックシンドローム）に関する啓発や配偶者健診の受診率向上のために、新たな2項目を加える事にした。

- ・ BMI 25未満の方（平成20年3月時点）（BMI＝体重kg÷身長m÷身長m）
- ・ 扶養している配偶者が、配偶者健診及び対象のガン検診を全て受診（配偶者健診・胃・大腸・子宮・乳）



健康づくり

インセンティブ制度！

※「インセンティブ制度」とは…積極的に健康づくりする人を応援する制度です。

平成18年度から、「インセンティブ制度※」でワールドグループの皆様の健康づくりを応援いたします！

インセンティブ制度は、2種類。家庭用常備薬申込みでご利用いただけるインセンティブポイントを進呈いたします。

- ① 保健事業に参加してインセンティブポイントGET！ー健康づくりをする方
- ② 自己管理でインセンティブポイントGET！ー健康を自己管理し、維持している方

ワールド健保は、どちらの方も応援します！

さあ、「健康づくり」を生活の中に取り入れ、「あなたの健康」と「インセンティブポイント」をGETしませんか？

是非、この機会に「健康の自己管理」を進めましょう。

家庭用常備薬
共通ポイント



インセンティブ
ポイント



300ポイント分の
家庭用常備薬が
申し込めます！



【インセンティブ制度参加対象者】： ワールド健康保険組合 被保険者

【ポイントGET対象者】： ① 保健事業に参加してポイントGET！ 下のA～Cの全てに当てはまる方

A: エントリー済み B: 対象保健事業3項目に参加 C: 平成19年度家庭用常備薬配布時、在籍

② 自己管理でポイントGET！ 下のA～Cの全てに当てはまる方

A: 平成18年4月1日～平成19年3月31日の1年間、被保険者本人の医療費請求0円

B: 平成18年度定期健診結果A判定 C: 平成19年度家庭用常備薬配布時、在籍

【インセンティブポイントの算出】： ①または②のどちらかに当てはまった方には 100ポイント進呈

※①②の両方に当てはまった方も 100ポイントのみとなります

【ポイントの利 用】： 平成19年9月、家庭用常備薬申込用紙の所定欄に ☒ チェックの上、100ポイントのインセンティブポイントをプラスしてお申込みください。

【 問合せ先 】 ワールド健康保険組合 神戸事務局 内線)711-4636 外線)078-302-8185

※制度の詳細は、健保ホームページでご覧いただけます。



ワールド健保は
積極的に健康づくりする人を応援します！

①保健事業参加でGET

対象保健事業(6項目)のうち3項目に参加!

エントリーする! (エントリーがない場合は、3項目に参加いただいても、無効になります。)

対象者: ワールド健康保険組合の被保険者(平成18年9月30日までに被保険者となった方)

エントリー期間: 平成18年1月1日~9月30日

エントリー方法: パソコン / 携帯電話からエントリーしてください。(URLは下欄参照)



保健事業に参加する! (参加申込み: 各保健事業の案内をご覧の上、お申込みください。)

対象期間: 平成18年4月1日~平成19年3月31日

対象保健事業: 6項目のうち3項目に参加ください。

	項目	申込み・実施時期(予定)
①	ウォーキングフェスタ春に参加(記録用紙提出者)	(5月頃)
②	ウォーキングフェスタ秋に参加(記録用紙提出者)	(10月頃)
③	タバコを吸っていない(h18/4/1~h19/3/31)	対象期間中
④	禁煙サポート事業の参加(禁煙達成者)	(6月~12月)
⑤	対象のガン検診を全て受診(胃・大腸・子宮・乳)	平成18年度ガン検診受診期間
⑥	歯科健診を受診(歯科医院健診含む)	(6月(集団)・インダ11月(集団)) (阪社翌年2月頃(歯科医院))

参加実績を申告する!

期間: 平成19年1月1日~3月31日 (対象期間内に参加できた項目を申告してください)

申告方法: パソコン / 携帯電話から申告してください。(URLは下欄参照)



ポイントGET!



パソコンをご利用される方へ

エントリー: <http://www.world-kenpo.com/entry-pc.html>

実績申告: <http://www.world-kenpo.com/shinkoku-pc.html>

※健保ホームページからアクセスできます。

NEWS/インセンティブ制度~エントリー

NEWS/インセンティブ制度~実績申告



携帯電話をご利用される方へ

iMode / ケータイフォンライフ! / AU(C-HTML 対応機種)の方

エントリー: <http://www.world-kenpo.com/entry1.html>

実績申告: <http://www.world-kenpo.com/shinkoku1.html>

Ezweb / その他機種の方へ

SSL暗号化通信の対応不可により、ご利用いただけません。

パソコンまたは紙面をご利用ください。

(注)◎ 必ずエントリーしましょう。(エントリーがない場合は、3項目に参加いただいても、無効になります。)

◎ エントリー期間(平成19年9月30日まで)以降に被保険者となった方は、対象外です。次年度からご参加ください。

◎ パソコン・携帯でアクセスいただく際は、SSL暗号通信の為、「サイトに接続しますか?」の問いには「はい」を選び、次画面へお進みください。

◎ 紙面でのエントリー・実績申告をご希望の方は、神戸事務局まで電話でご連絡ください。(健保HPからダウンロード可)

②自己管理でGET

1年間、医療費請求が0円で、定期健診結果がA判定!

対象者: ワールド健康保険組合の被保険者(平成18年3月31日までに被保険者となった方)

対象期間: 平成18年4月1日~平成19年3月31日

対象条件: 下のAとBの両方に当てはまる方

A: 対象期間、被保険者本人の医療費請求が0円 B: 平成18年度の定期健康診断結果がA判

※エントリー・実績申告は不要。健康保険組合で確認いたします。

ポイントGET!

中部地方A社〈カフェテリア方式の社員食堂における適切な食事選択のための取り組み〉

＜背景＞

カフェテリア方式の社員食堂では、喫食者の意志によって様々な献立の選択が可能である。このため、個々の献立内容を改善するだけではなく、喫食者に対して望ましい献立の選択方法についての働きかけも行わなければならない。特に肥満、高血圧、高脂血症など多くの生活習慣病は、望ましい食事内容が維持できていたり、問題点を改めることによって、その予防や改善が十分に期待できるものであり、ハイリスク者を含むポピュレーション全体への取り組みとして重要視しなければならない。このことから、例えば何の躊躇もなく米飯とめん類を習慣的に組み合わせるような選択を行う喫食者には留意しなければならない。しかし、栄養素の名称や栄養素等の含有量をただ詳細に示すことは、かえって混乱を招くこともある。そこで、実効性が高く出来るだけ簡単に適切な献立が選択できるよう献立の表示方法を改善する。

＜目的＞

社員食堂を活用したポピュレーションアプローチとしての栄養・食生活改善を目的とした情報提供と望ましい食事選択の習慣化を促進する。

＜対象＞

社員食堂を利用するすべての従業員

＜内容＞

- 1) 健診結果、疾病の状況、アンケート調査成績、社員食堂における食事の選択状況等から、喫食者の健康課題や食に関わる問題点を明確化し、それに応じた取り組みの方向性を決定する。
- 2) ハイリスク者の状況を視野に入れながら、ポピュレーション全体への取り組み内容を考慮する。
- 3) 社員食堂のレイアウトや喫食者における具体的な利用方法等、取り組みに必要な情報を把握する。

4) 各献立に含まれている栄養素等量により、すべての献立を主食（主として炭水化物の給源）主菜（主としてたんぱく質の給源）、副菜（主としてビタミン・ミネラルの給源）の何れかに分類する。ただし、カツ丼や握り寿司のように1つの献立で2つの要素を含むものは、主となる分類に別の要素が加わっていると判断する。

5) 出食窓口（提供カウンター）等に設置されている献立表示の基調色（表示用紙色）を主食は黄色、主菜は赤色、副菜は緑色として、一目で区別出来るようにする。

6) 献立表示には必要に応じて関連する情報を付け加える。

7) 喫食者に対しては、バランスの整った食事を実践するため、黄色（1品）、赤色（1品）、緑色（1～2品）の選択が望ましいことを継続的に情報提供する。

8) 1つの献立で2つの要素を含むものは主となる分類の用紙に他方の素のシールを貼付するなどに対応する。

＜ハイリスクアプローチとの連携・特徴＞

- 1) ハイリスクアプローチとの連携を視野に入れることで、事業場全体としての取り組みの方向性を一致させることができる。
- 2) 社員食堂を栄養・保健指導の場として活用することで、正規の就業時間を割くことなく、実践を伴う継続的な取り組みを実施できる。

＜留意点＞

- 1) 望ましい選択方法を示したポスターの作成と掲示
- 2) 出食窓口（提供カウンター）のレイアウトや表示の改善
- 3) テーブルポップ等における継続的な情報提供

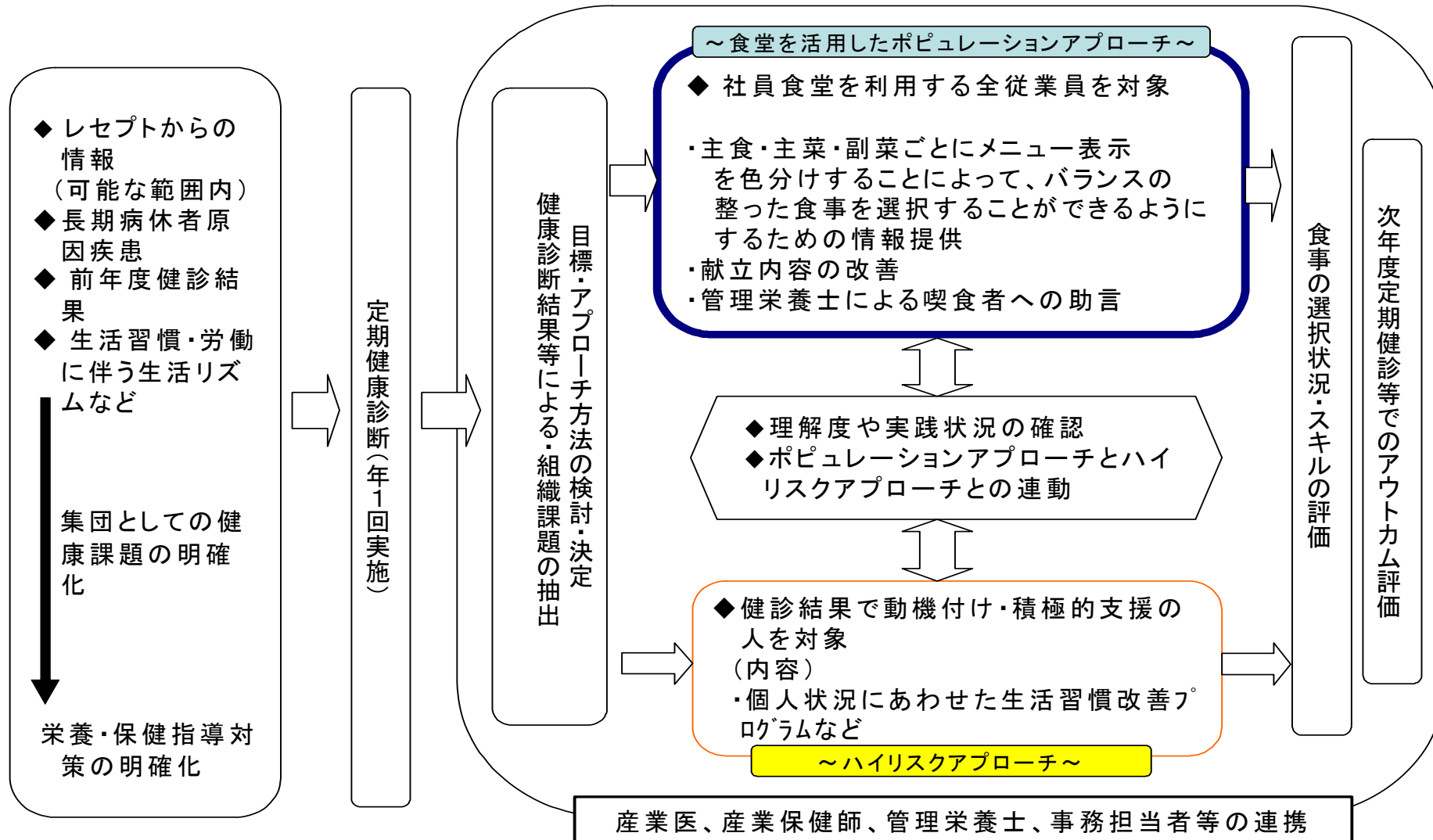
対象集団の分析・把握

定期健診
の実施

課題抽出
・従事者連携

基本的な知識の提供・個別支援

評価の実施



<評価>

レジでの支払いが終了した直後等のタイミングに複数の管理栄養士が個々の喫食者ごとに、食事の選択状況を確認し評価する。適切に選択されていた場合は「Good Balance Card」を進呈し、望ましく選択されていた旨を評価する。また、何らかの問題があった場合は「Yellow Card」を配布し、選択内容のどこに問題があったのかを助言し、次回からの改善を促す（簡単な個別栄養教育を兼ねた評価イベントの開催）。

2種類のカードの配布数を集計し、取り組みの評価指標とする。また、食堂利用者1人当たりの主食、主菜、副菜の出食数を検討する。

本事例では、主食、主菜、副菜を3つ揃えて選択する従業員の割合がベースラインのおよそ60%から取り組み開始後1年で約80%に改善した。また、この効果は取り組み開始2年後でも維持されていた。

<参考文献>

厚生労働科学研究費補助金 効果的医療技術の確立推進臨床研究事業
青・壮年者を対象とした生活習慣病予防のための長期介入研究 平成
13年度～15年度 総合研究報告書（主任研究者 滋賀医科大学福祉
保健医学講座 教授 上島弘嗣）129-134(2004)

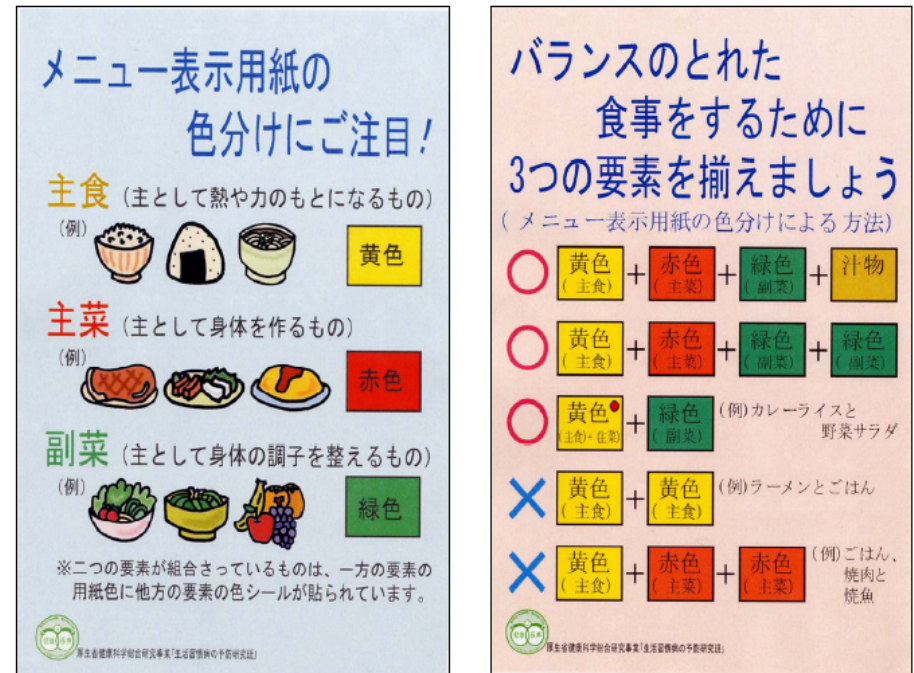


図1 メニュー表示の変更とその活用方法に関するポスター



図2 メニュー表示の実例



図3 イエローカードとグッドバランスカードの例示

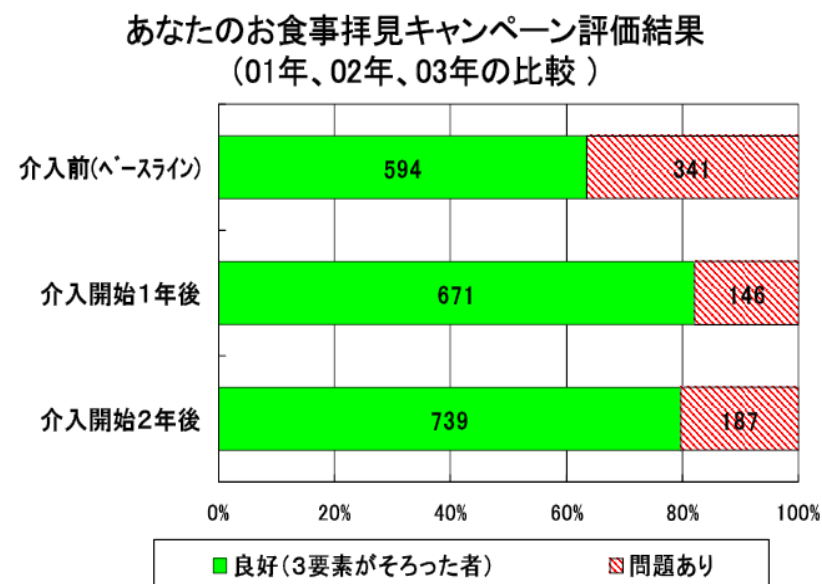


図4 評価イベントによる取り組みの評価結果

国内6事業所で実施・検証した社員食堂におけるポピュレーションアプローチとしての健康・栄養情報の提供

<背景>

従業員全体に対する健康の保持・増進を目指した保健指導プログラムを効果的に展開するには、取り組みの目的に応じたポピュレーションアプローチとハイリスクアプローチの連携が必要である。一方、実際に従業員全体に対して継続的な情報提供を比較的少ない労力で行うためには工夫が必要である。そこで、多くの従業員が利用する社員食堂を活用した取り組みについても考慮すべきである。

<目的>

社員食堂を活用したポピュレーションアプローチとしての栄養・食生活改善を主たる目的とした情報提供

<対象>

社員食堂を利用するすべての従業員

<内容>

社員食堂に設置されているすべてのテーブルにメニュースタンドを用いてテーブルポップ（健康・栄養一口メモ）を作成し同一の内容を設置する。

<内容の設定とハイリスクアプローチへの配慮>

健康・栄養一口メモで取り扱う内容は、従業員の定期健診成績、疾病の状況、食習慣、栄養素等摂取状況を客観的に評価したうえで、望ましい情報を出来るだけわかりやすく継続的に提示する。

この際、ハイリスク者の状況やそれらへの取り組みについて考慮し、連携するように配慮する。

<特徴・留意点>

- 1) 紙面の構成は、以下に示した例示のように、ひとつの紙面にあまり多くの情報を盛り込まないように配慮する。キャッチコピー、本文、カットを概ね1：2：2の割合で配置し、カラーで印刷すると視野に入りやすい。
- 2) 食堂の利用率が高い場合は1週間に1回の割合で内容を変更すると利用者の理解が得られやすく、かつ、飽きがなく効果的である。
- 3) 4から12週間を1つのサイクルとして、同一のテーマの内容を取り上げておくと、利用者に対して情報を提供する側の意図が伝わりやすい。
- 4) 一連の掲載内容はハイリスクアプローチや組織として優先順位の高い内容あるいは、食堂におけるイベントや行事献立と連動させておくことよい。
- 5) 具体的な内容については、産業医や産業保健師と連携しながら、社員食堂や健康管理部門に勤務する管理栄養士が中心となり作成すると、既述のように実際に従業員が利用する食事との連動が図りやすく従業員の理解も深まりやすい。
- 6) 定期的にアンケート調査を実施し、健康・栄養一口メモに示した内容の理解状況やニーズを把握すると、適切な情報提供が継続できる。

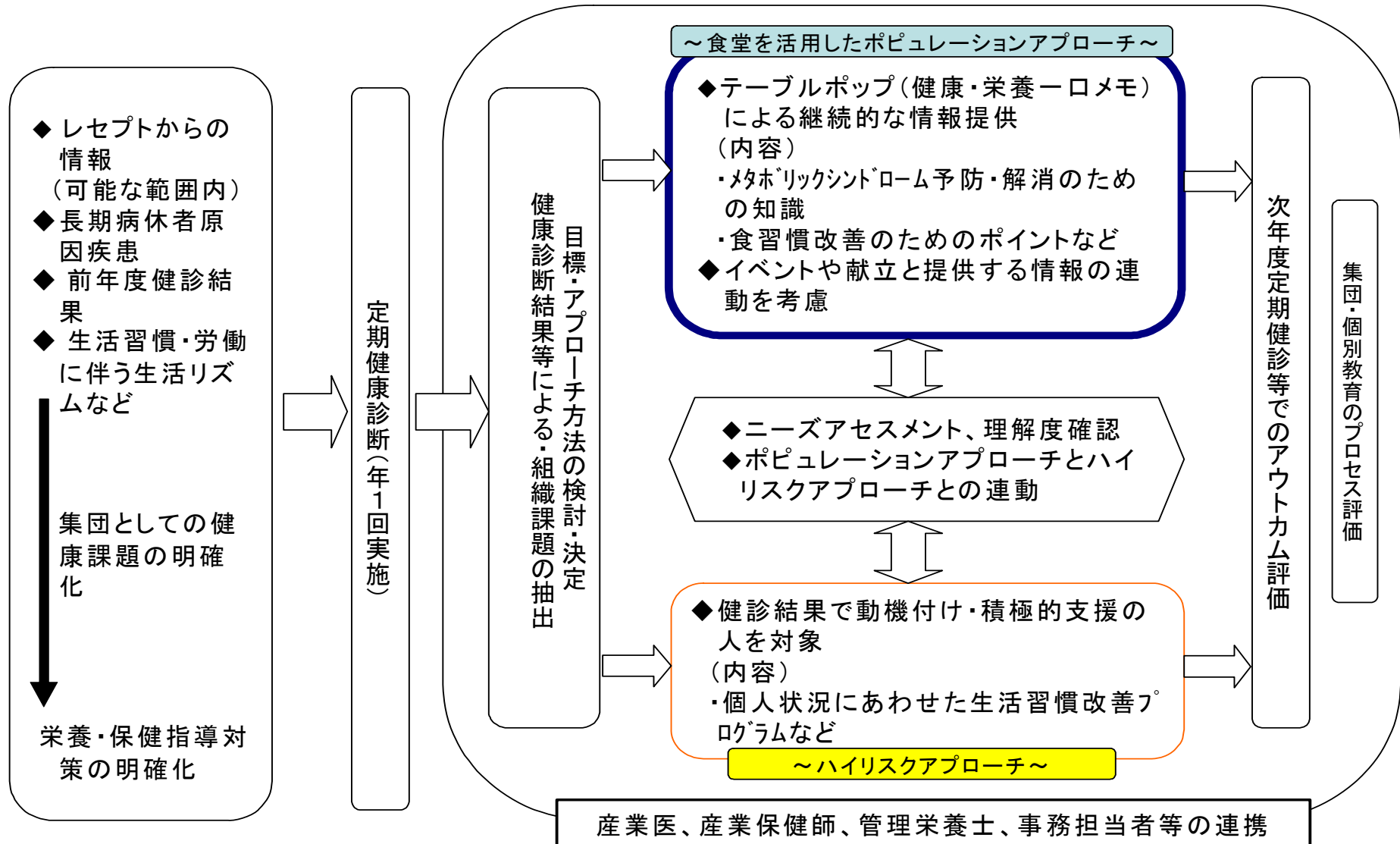
対象集団の分析・把握

定期健診
の実施

課題抽出
・従事者連携

基本的な知識の提供・個別支援

評価の実施



<評価>

全国6事業所に勤務する2,516名（男性1,863名、女性653名）を対象とした調査結果によると、「内容が変更されると毎回必ず読む」もしくは「だいたい読む」と回答した者の割合は、男性で41.1%、女性で52.6%であった。また、この割合はポスターやリーフレット（表には示さず）よりも高く、有効な情報提供手段であることが確認されている。

さらに全般的には年齢層や食堂の利用頻度が上るにつれて、健康・栄養一口メモの注目度は高まり、年齢層の違いとこれらの理解度については、何れの年齢層であっても例示内容のレベルであれば95%以上が「理解できる」もしくは「おおむね理解できる」と回答した。

表1 社員食堂の各テーブル上に設置した「健康・栄養一口メモ」の注目度

性別	事業所	1. 内容が変更されると毎回必ず読む	2. だいたい読む	3. たまに読む	4. ほとんどまたは全く読まない	5. 存在を知らない
男	A	22 (9.2)	69 (28.9)	85 (35.6)	27 (11.3)	36 (15.1)
	B	41 (9.0)	103 (22.6)	216 (47.5)	70 (15.4)	25 (5.5)
	C	51 (15.9)	99 (30.8)	125 (38.9)	26 (8.1)	20 (6.2)
	D	55 (18.0)	99 (32.5)	108 (35.4)	28 (9.2)	15 (4.9)
	E	17 (9.0)	26 (13.8)	34 (18.1)	26 (13.8)	85 (45.2)
	F	55 (21.8)	87 (34.5)	81 (32.1)	25 (9.9)	4 (1.6)
	Total	241 (13.7)	483 (27.4)	649 (36.9)	202 (11.5)	185 (10.5)
女	A	7 (15.6)	5 (11.1)	12 (26.7)	9 (20.0)	12 (26.7)
	B	45 (18.8)	92 (38.3)	88 (36.7)	12 (5.0)	3 (1.3)
	C	16 (42.1)	15 (39.5)	5 (13.2)	2 (5.3)	0 (0.0)
	D	14 (36.8)	11 (28.6)	2 (5.3)	4 (10.5)	7 (18.4)
	E	6 (5.1)	13 (11.0)	8 (6.8)	13 (11.0)	78 (66.1)
	F	52 (42.6)	40 (32.8)	25 (20.5)	5 (4.1)	0 (0.0)
	Total	140 (23.3)	176 (29.3)	140 (23.3)	45 (7.5)	100 (16.6)

実数 (%)

表2 「健康・栄養一口メモ」と「ポスター」間における注目度の差異

性別	情報提供媒体	(1)「内容が変更されると毎回必ず読む」もしくは、「だいたい読む」	(2)「たまに読む」	(3)「ほとんどまたは全く読まない」	Total (%)	p 値
男	POPメニュー	706 (46.6)	625 (41.2)	185 (12.2)	1516 (100.0)	p <0.001
	ポスター	517 (34.1)	759 (50.1)	240 (15.8)	1516 (100.0)	
女	POPメニュー	306 (63.6)	136 (28.3)	39 (8.1)	481 (100.0)	p <0.001
	ポスター	186 (38.7)	221 (45.6)	74 (15.4)	481 (100.0)	

実数 (%)

表3 年齢区分とPOPメニューの注目度との関連

性別	年齢区分	(1)「内容が変更されると毎回必ず読む」もしくは、「だいたい読む」	(2)「たまに読む」	(3)「ほとんどまたは全く読まない」	Total (%)	p 値
男	29歳以下	151 (42.3)	156 (43.7)	50 (14.0)	357 (100.0)	<0.001
	30～39歳	247 (39.6)	288 (46.2)	88 (14.1)	623 (100.0)	
	40歳以上	326 (54.8)	205 (34.5)	64 (10.8)	595 (100.0)	
女	29歳以下	85 (57.0)	45 (30.2)	19 (12.8)	149 (100.0)	<0.01
	30～39歳	103 (58.2)	59 (33.3)	15 (8.5)	177 (100.0)	
	40歳以上	128 (73.1)	36 (20.6)	11 (6.3)	175 (100.0)	

実数 (%)

表4 社員食堂の利用頻度POPメニューの関連

性別	食堂利用頻度	(1)「内容が変更されると毎回必ず読む」もしくは、「だいたい読む」	(2)「たまに読む」	(3)「ほとんどまたは全く読まない」	Total (%)	p 値
男	ほぼ毎日	578 (52.5)	438 (39.8)	84 (7.6)	1100 (100.0)	<0.001
	週3～4回	96 (45.5)	99 (46.9)	16 (7.6)	211 (100.0)	
	週2回以下	48 (18.5)	111 (42.7)	101 (38.8)	260 (100.0)	
女	ほぼ毎日	270 (74.4)	88 (24.2)	5 (1.4)	363 (100.0)	<0.001
	週3～4回	29 (55.8)	21 (40.4)	2 (3.8)	52 (100.0)	
	週2回以下	16 (19.0)	30 (35.7)	38 (45.2)	84 (100.0)	

実数 (%)

<参考文献>

Yoshita K、Tanaka T et al. The Evaluation of Materials to Provide Health-Related Information as a Population Strategy in the Worksite: The High-Risk and Population Strategy for Occupational Health Promotion (HIPOP-OHP) Study. Environmental Health and Preventive Medicine: 9(4) 144-151 (2004)

由田克士 他：職域における基礎的な栄養教育媒体の有効性に関する予備的検討，北陸公衆衛生学会誌，29(2)52-57(2003)



図1 健康・栄養一口メモの設置例(用紙サイズ A5版横)

ちゃんと食べてやせましょう！

- 減量目的で、めん類やご飯ものだけ食べる人が目立ちます。確かに見かけのエネルギー(カロリー)は下がりますが、健康の維持に必要なビタミンやミネラルなどは不足します。
- 減量しているときこそ、3つのお皿(主食、主菜、副菜)を揃えましょう！
- 主食を少し減らし、副菜(野菜料理)を多くにとると低エネルギーでも満腹感が得られます。

図3 健康・栄養一口メモの例示(2)

エネルギー(カロリー)を下げる工夫

- 肉類は赤身を使用しましょう。
- ドレッシングをノンオイルタイプに切り換えましょう。
- 野菜や海藻類を積極的に食べ、主食を少しだけ減らしましょう。
- unnecessary 間食は控えましょう。もしも、食べるならば洋菓子よりも和菓子にしましょう。
- 主菜は揚げ物よりも煮炊きした料理を選びましょう。

図2 健康・栄養一口メモの例示(1)

塩分減らして、酸味をプラス

- 和え物や焼き物の塩分を減らした代わりに、酢や梅干しを利用すると美味しく食べられます。
- 季節のフレッシュなかんきつ類は、お酢の苦手な人も取り入れやすいものです。

図4 健康・栄養一口メモの例示(3)