

はぴすイッチプラン「なし梨キャンペーン」の取組について

白岡市健康増進課

赤星彩子 小堀倫子 岡田隆佑 武井朋美 藤原香 松澤桃子 窪山由紀子

1 はじめに

白岡市では、令和2年度から令和6年度までを計画期間とした「第2次はぴすイッチ（※）プラン」を策定した。これは、第1次はぴすイッチプラン（健康増進計画）と第1次食育推進計画の成果や課題を踏まえ、新たに作成した自殺対策計画の3つの計画をまとめたものである。「第2次はぴすイッチプラン」を推進していくための施策の一環として、「はぴすシティプロモーション事業」があり、市民の健康づくりのきっかけづくりや動機付け、市民の主体的な健康づくり活動を支援することを目的にしている。今回は、その中で「なし梨キャンペーン事業」の取組み及び今後の課題について報告する。

※はぴすイッチ：ハッピー＝幸せ、ヘルス＝健康を組み合わせた「はぴす」になろうとするスイッチを意味する白岡市オリジナルの造語

2 実施内容

なし梨キャンペーン事業とは、毎月健康づくりに関するテーマを決めて、白岡市の特産品である梨をモチーフにした標語【「○○○するの」は、なしよ。】を用いて、健康の保持・増進に向け、ポピュレーションアプローチをするものである。

周知方法

標語は毎月、広報や行政モニター、市のホームページ、SNSなどで発信し、ポスターは多くの方に見てもらえるように市役所や保健センター、駅、公民館、児童館などの公共施設、市内の各医療機関やスーパー、ドラッグストアにも掲示。

取組の変化

- ・成人式や集団がん検診、乳幼児健診、母子手帳交付時等イベントや事業の際に配布する啓発品にもチラシを貼付して配布。
- ・平成26年度から令和元年度までは健康増進課職員が標語（図1）を考案していたが、令和2年度からは市民から標語（図2）の募集を開始。応募してくれた方には健康グッズをプレゼントした。さらに、スタンプカードを用いて応募回数に応じ、プレゼントもグレードアップするなど、楽しく取り組んでもらえるよう工夫した。
- ・令和4年度は市内6校の小学4,5年生に応募用紙を配布し、標語を募集した。
- ・コロナ禍によって中止していた、健康まつりも令和4年度には開催し、健康まつりにおいても標語を募集した。
- ・令和5年度は管轄の警察署とコラボし、防犯に関する標語を周知した（図3）。



図1 <職員考案の標語>



図3 <警察署とのコラボ>

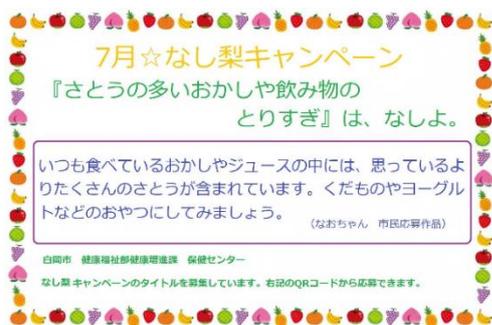


図2 <実際に応募があった標語の例>

3 実施結果

市民からの応募件数、担当課内で事業についての意見交換を行った結果は表1の通りであった。

令和2年度 39件

令和3年度 62件

令和4年度 221件（うち小学4,5年生92件 健康まつり83件）

表1 <担当課にて行った事業についての意見交換のまとめ>

| メリット | デメリット |
|--|--|
| <ul style="list-style-type: none"> 健康づくりについて考えるきっかけになっている 幅広い年代のかたが参加している 市民や職員から反応が直接得られる 他団体、他機関、他課等とコラボしやすい | <ul style="list-style-type: none"> 成果が評価しにくい 応募者が固定化している 通年キャンペーンであり、目新しさに欠ける 事業がパターン化し、本来の目的が市民へ伝わりにくくなっている |

4 考察と課題

なし梨キャンペーンの実施により、幅広い世代の市民へ健康づくり向上のPR活動を行うことができ、様々な周知方法で職員が市民へ直接働きかけることが可能な事業である。他課や他団体からキャンペーンを利用して市民に周知したいと連携する流れも生まれている。

一方で、キャンペーン開始当初は当課職員の考案から始まった標語は市民からの応募が増え、認知度も上昇しているが、キャンペーンへ応募する市民が固定化したり、事業がパターン化することで市民への印象が薄くなったり、事業の本来の目的が伝わりにくくなることも考えられる。また、キャンペーンの認知度は市民アンケートにて数値化可能であるが、市民の健康に対する意識の変化が現在の実施方法では効果が測れない現状がある。

今後キャンペーンを継続するにあたり、既存の周知方法に捉われず、市民から手軽に応募できる方法の検討や窓口、イベント、事業の待ち時間を活用するなど、市民がキャンペーンに触れる機会を増やしていく。

また、専門職だけでなく事務職を含めて事業の見直しを行うことで、周知方法や目的の再確認、新しいアイデア等、今までにない視点を大切にしながら、事業を継続していく。

5 おわりに

キャンペーンの目的である健康意識の向上は計画の重点施策であり、計画全体の施策の強化につながっていく。今後、健康意識の向上の効果を測ることができるよう、キャンペーンの認知度のみに捉われず、キャンペーンを他事業に取り入れながら、成果を数値化できる評価手段を次期計画と共に検討していきたい。

小学校での減塩教育の継続的な取り組みについて

寄居町健康づくり課

○福田亜耶 山口亮子

1 目的

埼玉県を基準集団とした当町の標準化死亡比のうち脳血管疾患について当町では、男性139.2、女性110.1（2016年～2020年）と県内でも高値である。合わせて、高血圧症で通院したり内服したりする町民も増加傾向にある。高血圧は塩分摂取量、喫煙、肥満、ストレス、遺伝性など多数の原因があるが、生活習慣に起因するものが多い事が知られている。そのため事業の対象を幼少期から高齢者まで食事を共にする家族単位とし、減塩など生活習慣病を意識した食生活・運動習慣が必要と考え、小学校の児童を対象にした減塩教育を令和4年度より開始した。保護者への健康教育の必要性、食行動の把握、実施した小学校の拡大などの課題もあり、それらを踏まえ今年度も事業を実施し、その検証を行った。

2 実施内容

(1) 対象者

町内小学校2校の5、6年生の児童とその保護者

(2) 実施方法

①学校公開日に女子栄養大学生涯学習講師による「生活習慣病予防の食生活」の授業

②食事調査票と塩分チェックシート※の記入

※塩分チェックシート：土橋卓也（製鉄記念八幡病院）らによる簡易質問紙。食塩を多く含む食品の摂取頻度や外食の頻度など食習慣・食意識に関する項目、計13問からなる。項目毎に最大3点、合計35点満点を点数に応じて4段階評価となる。

③調理実習で作った味噌汁の塩分濃度測定



あなたの塩分チェックシート

| 項目 | 回答 | 点数 | 評価 |
|------------------------|---------|----|-------|
| 塩辛い、しょっぱい食品をよく食べますか？ | よく食べる | 3点 | 多い |
| 塩辛い、しょっぱい食品をたまに食べますか？ | たまに食べる | 2点 | やや多い |
| 塩辛い、しょっぱい食品をあまり食べませんか？ | あまり食べない | 1点 | やや少ない |
| 塩辛い、しょっぱい食品を食べませんか？ | 食べない | 0点 | 少ない |
| 外食をよく食べますか？ | よく食べる | 3点 | 多い |
| 外食をたまに食べますか？ | たまに食べる | 2点 | やや多い |
| 外食をあまり食べませんか？ | あまり食べない | 1点 | やや少ない |
| 外食を食べませんか？ | 食べない | 0点 | 少ない |
| 加工食品をよく食べますか？ | よく食べる | 3点 | 多い |
| 加工食品をたまに食べますか？ | たまに食べる | 2点 | やや多い |
| 加工食品をあまり食べませんか？ | あまり食べない | 1点 | やや少ない |
| 加工食品を食べませんか？ | 食べない | 0点 | 少ない |
| 総計 | | | |

3 成果、効果又は実施結果

(1) 塩分チェックシートの結果（児童221名、保護者88名）

「家庭の味付けは外食と比べてどうですか」という質問に対して、児童は82%が外食と『濃い』又は『同じ』という結果の一方で、保護者は『薄い』と回答したのは50%で半数を占めた。

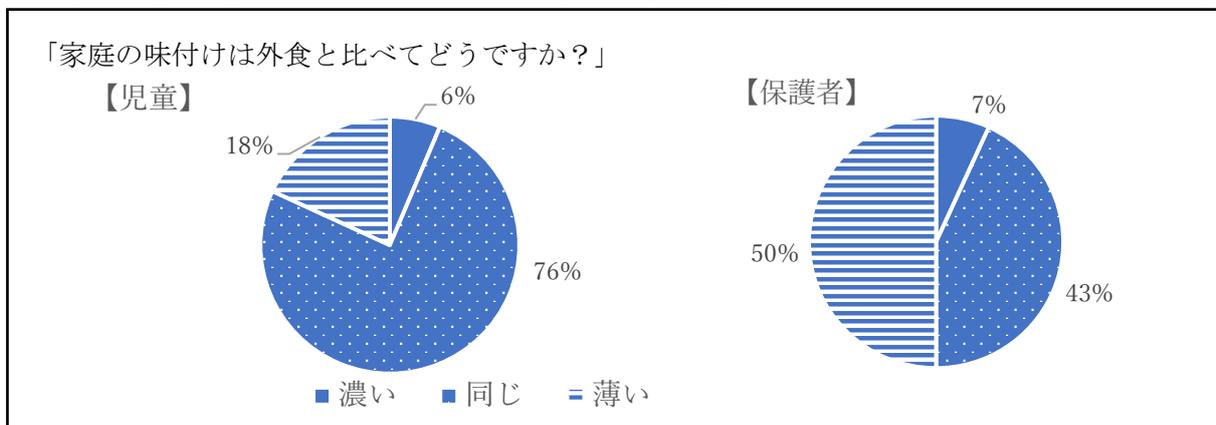


図1 児童と保護者の塩分チェックシートの結果

また、児童の合計点数は14点以上の食塩摂取量は『多め』又は『かなり多い』が58%。保護者の合計点数は『多め』以上が39%と、塩分を多くとっているという結果となった。

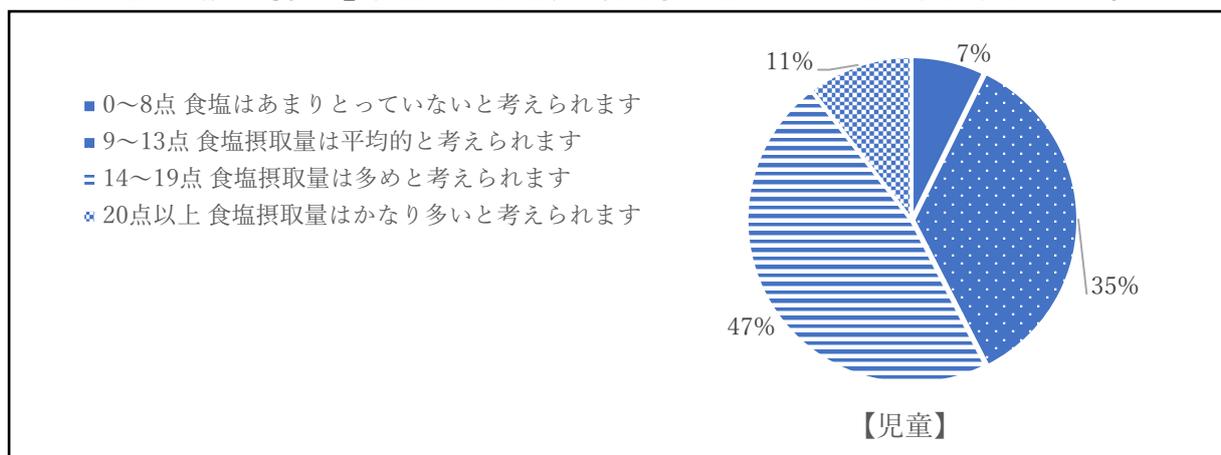


図2 児童の塩分チェックシート合計点

(2) 保護者への健康教育

家事育児、仕事などに忙しい保護者が回答しやすいように利便性を考え、塩分チェックシートをQRコード化し保護者へ配布。期限を決めてのWEB回答にした。しかしチェックシート用紙を配布した令和4年度は、ほぼ全員の保護者からの回答があったが、今年度は半数と大幅に減少した。また、学校公開日に実施した授業への参加者数者は9名と少なく、話を聞く保護者の反応も薄い印象を受けた。

4 効果的な事業展開に向けて

塩分チェックシートの結果から、家庭の味付けを『濃い』または『同じ』と回答した児童が約8割いた一方で、保護者は半数が薄味と回答しており、親子間で結果が異なる。さらに合計点数でいうと児童は半数以上が食塩を『多め』に摂取している結果が出ており、食事をしょっぱく感じているうえに、塩分を多くとっている児童が多い。味覚を感じる味蕾の数は出生から20歳くらいまでが最も多いが加齢により減少し、70歳以上では出生時の半数以下に低下するといわれている¹⁾ことから、幼児期からの介入をすることで効果としては上がるのではないかと考えられ、早くから減塩に慣れるよう対象を児童から幼児に拡大するなど、既存の母子保健事業や支援センターでも減塩教育を実施したい。

児童の食事作りは保護者が主であるが、高学年になると家庭科の授業が始まるだけでなく、友人と出かけておやつなどを自分で選ぶ機会も増える。したがって、主食・主菜・副菜のバランスを考えた食品選び、汁物は残す、つけるよりかけるなど子ども自身でも気を付けられるよう減塩行動を伝えていく。保護者への健康教育に関しては、塩分チェックシートの回答率の低さ、学校公開日の参加者数の少なさから、今後は保護者の興味関心のある内容を行う必要がある。

また、調査に用いている塩分チェックシートは本人の主観的なものであり、客観的な方法として、ナトカリ比の測定や食行動の実態調査などの分析をするとより関連性もわかり、効果としても現れるのではないかと考えられる。今後も継続した取り組みを行っていく。

参考文献

1)池田稔、生井明浩:味覚の基礎と臨床についての概説.耳鼻咽喉科展望 38:6:762～768, 1995

生活習慣病・重症化予防「ヘルスアップ教室」の取組みについて

草加市保健センター

○石崎香織 岡澤佳代子 野口麻子 柴崎千裕 古屋裕美
濱本優莉渚 山村友美 春日千翔 山本はるか 阿部珠美

1 目的

草加市国民健康保険の医療費分析（細小分類分析）において、糖尿病が1位、慢性腎臓病（透析あり）が2位、高血圧が6位と生活習慣病が上位を占めており生活習慣病の予防及び重症化予防は本市の重要課題である。そのため、平成22年度から草加市国民健康保険特定健診の結果、特定保健指導の対象にはならないが、生活習慣病の予防及び重症化予防が必要な人に対し事業を実施している。

2 実施内容

国保特定健診の結果、下記の対象者抽出条件に当てはまる人に対し通信支援と教室支援を行った。

【通信支援】過去5年分の健診結果と共に生活習慣改善の情報提供をまとめた「ヘルスアップ通信」と教室支援の案内を送付した。

【教室支援】通信支援対象者のうち希望者に対し、体組成計測、健康講話と運動実習を行う「ヘルスアップ教室」を開催した。保健センターが独自で作成したヘルスアップガイドブックやカレンダーを活用し目標設定と取組みが継続できるよう支援した。

[対象者抽出条件] A・B・Cいずれかの条件に該当する人

A：生活習慣病重症化予防

血圧が160/100mmHg以上または、脂質が中性脂肪500mg/dl以上またはHDL35mg/dl未満またはLDL180mg/dl以上または、血糖がA1c6.5%以上であり、かつ未治療の人。

B：CKD重症化予防

CKDの重症化分類（CKD診療ガイド2012より）において以下のとおり判定され未治療の人。

①赤ゾーンまたは、②黄・オレンジゾーンで、かつ次のうちいずれかに当てはまる人：血圧160/100mmHg以上、中性脂肪500mg/dl以上、HDL35mg/dl未満、LDL180mg/dl以上、A1c6.5%以上、尿潜血++以上。または③40代で黄・オレンジゾーン

C：生活習慣病予防

BMI25以上または腹囲が男性85cm、女性90cm以上で血圧、脂質、血糖が基準値内の人



図1 対象者の送付する「ヘルスアップ通信」と「ヘルスアップ教室」のご案内

3 成果、効果又は実施結果

令和4年度においては、上記対象者2,051人に「ヘルスアップ通信」を送付した。そのうち、「ヘルスアップ教室」は75人の参加があった。「ヘルスアップ教室」参加者に対し3か月後にアンケート調査を実施したところ、生活習慣を改善していると答えた人が運動面では91%、食事面では94%であった。参加者からは「教室に参加してから食事や運動の改善を続けている」「健康のためには運動も食事も重要であるという意識が高まった」等の声が聞かれた。

また、令和4年度「ヘルスアップ通信」送付者のうち、令和5年度特定健診を受診し令和5年12月末時点で健診結果が確認可能な方は429人であり、その中で血圧が受診勧奨判定値以上の人が令和4年度健診では44人だったものが、令和5年度健診では20人となり血圧の改善率は5.6%であった。BMIが25以上の人は176人であり、令和5年度健診でBMIの改善が見られた人は107人となった。

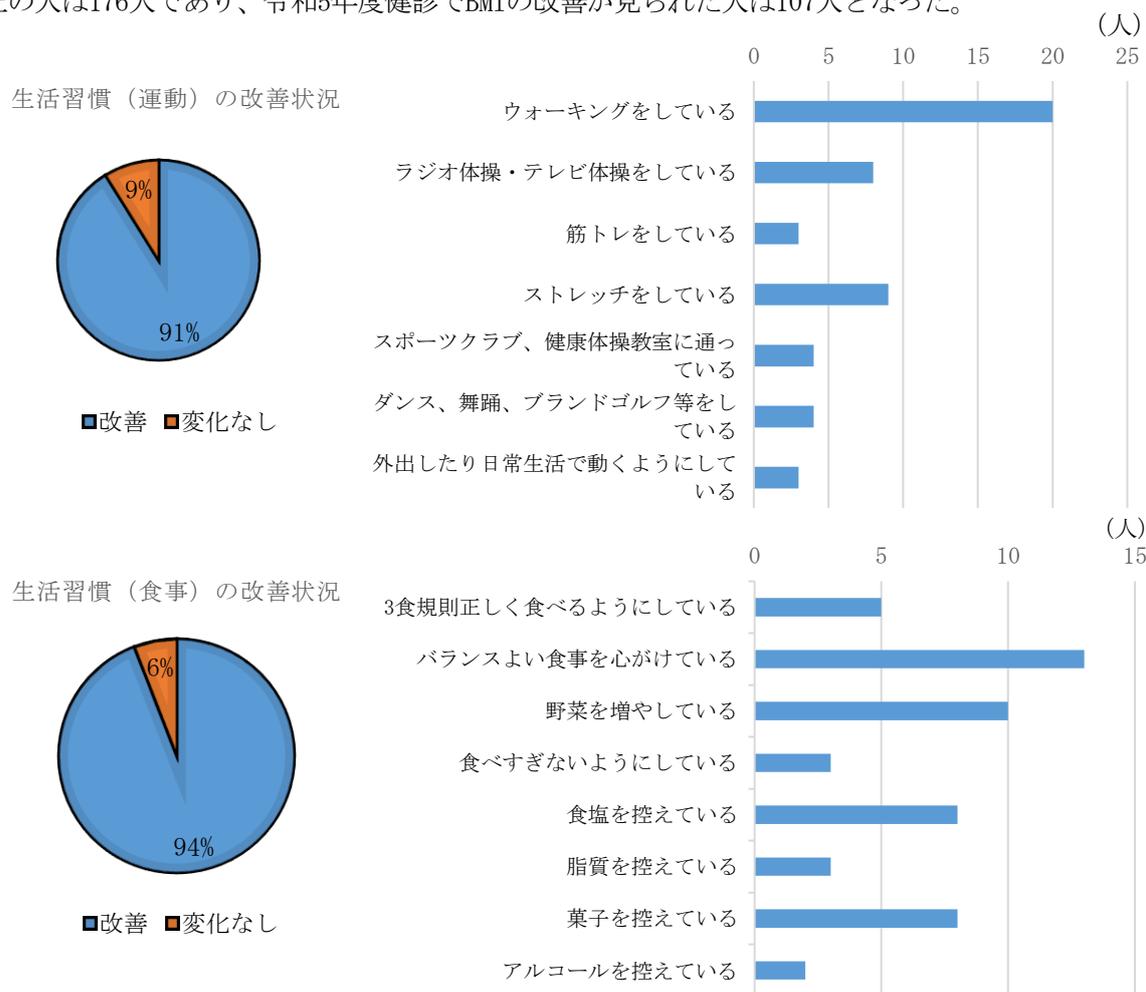


図2 ヘルスアップ教室参加者の3か月後アンケートの結果

4 評価・効果的な事業展開に向けて

個人の健診結果5年分をレーダーチャートにし見える化し、理解しやすいようにすることで、生活習慣改善につなげていくことができる。

また、市ホームページに「生活習慣を見直そう」のページを作成し、ヘルスアップガイドブックの内容である健診結果の振り返り、運動、栄養、ストレス、禁煙、歯の項目ごとに健康づくりに役立つ情報を掲載し、生活習慣改善の目標例を掲載している。さらにセルフモニタリングツールであるヘルスアップカレンダーを同ページからダウンロード可能とし、事業参加後も生活習慣改善が継続できるよう、誰もが利用できるよう工夫している。

食環境づくり推進事業における企業との連携について

所属名 川越市保健所健康づくり支援課

○有馬理恵 高橋舞子 小川紀子 清水克彦 後藤知美

1 目的

本市は、国民健康保険特定健康診査の結果から全国や埼玉県と比較すると拡張期血圧の有所見者の割合が高い状況にある。そのため、「健康かわごえ推進プラン(第二次)」において、市民の高血圧対策に重点を置き事業展開している。生活習慣病予防は、若年層からの取組が重要であることから、自分自身の健康を顧みることが難しい「働き世代」や「子育て世代」に対する健康情報などの提供の方法について、市民を対象に健康と食生活に関するアンケート調査を実施し、結果をもとに無理なく健康的な食行動がとれるような仕掛けづくりとして食環境づくり推進事業を推進している。

今回は、企業と連携を図り取組んだ食環境づくり推進事業に注目し、実施内容、成果をまとめ、今後の課題を明確にすることを目的とする。

2 実施内容

(1) 対象企業の選定

食環境づくりを推進するにあたって、どのような企業とどのような方法で取組むべきなのか検討するにあたり、「健康と食生活に関するアンケート調査」を実施した。アンケート結果からは、①「健康について気を付けている(59.0%)」と回答する割合が高い反面、「忙しく、時間がない(33.3%)」「どのように行ったら良いかわからない(21.0%)」の回答も多い。②高血圧予防として「減塩」「適度な運動」「適正体重の維持」は認知度が高いが、「野菜・果物・牛乳、乳製品の摂取」の認知度は低い。③弁当や惣菜の購入先としてスーパーマーケット、コンビニエンスストアが多いという結果が得られた。

これらのことから、職場において健康情報の提供や健康づくりを取組んでもらえそうな企業に1事業所ずつ事業概要を説明したり、スーパー等の食品販売事業者に協力を依頼をしたりした。

(2) 企業と連携した食環境づくり推進事業の実施内容

① 従業員の健康づくりを推進する企業との取組

- ・従業員食堂のメニュー改善を行い、自然と減塩食を摂れるよう従業員に提供する。
- ・企業と連携し、従業員へ健康情報を提供する。
- ・尿中ナトリウム・カリウム測定と栄養指導の実施。

② 健康づくり協力店等の店舗の拡充

- ・市内飲食店、スーパーマーケット等に対し、個別に川越市健康づくり協力店の周知及び説明を行い、協力店登録につなげる。
- ・協力店に登録はしないが、店頭健康情報の



【写真1】従業員の健診に合わせて尿中ナトリウム・カリウム測定を行いその結果と併せて栄養相談を行った

POPを掲示するなど健康づくりに協力。(スーパーマーケット、小売店など)。

② 包括連携協定を締結している企業との取組

- ・コンビニエンスストア (セブンイレブン) の店舗において、野菜の摂取を促すPOPを掲示

③ 企業版ふるさと納税を通して事業を支援する企業へのPR

- ・保健医療イベントに参加し、民間企業向けに事業PR。

3 成果

(1) 職場における周知

- ・職場の掲示板や社内広報メールなどに健康情報を掲示し啓発した。
- ・川越商工会議所、川越東部工業会協同組合等が発行する会報誌などに健康情報を掲載した。

(2) 生活の中で自然な形で健康づくりを取り入れることができる

- ・令和5年4月から令和6年2月までに、スーパーマーケット (9か所)、コンビニエンスストア (50か所)、小売店 (1か所) などの店舗に、野菜の摂取を促すPOPを掲示し、買い物客に啓発ができた。

- ・本市保健事業参加者へのアンケート結果によると、22.6%が、POPを見たことがあると回答している。
- ・スーパーマーケットとの共催でイベントを開催し、チラシ配布、ポスター掲示などにより買い物客に健康情報を周知できた。
- ・事業者のホームページ上に、健康情報を掲載し広く市民へも周知した。

(3) 高血圧対策の推進

- ・職場健診において、尿中ナトリウム・カリウム測定の検査を実施し、結果返却と同時に食事指導を実施し、「野菜・果物・牛乳、乳製品の摂取」を促した。
- ・尿中ナトリウム・カリウム測定の検査の実施により食生活の振り返りができた。

4 今後の課題について

(1) 従業員に対する健康づくりの取組についての課題

企業において健康づくりに対する理解を得ることが、取組状況に大きく影響する。企業毎に状況が異なることから担当者と丁寧に検討を重ね、成功事例を大切にして、参加企業数を増やしていきたい。

(2) 啓発に対する協力店の拡大

健康づくり協力店への登録を拡大するとともに、様々な方法で協力していただく企業が増えるよう周知に努めたい。



イベントで啓発活動を実施



【写真3】

商品陳列棚にPOPを掲示

外国人向け特定健診受診率向上事業について

川口市国民健康保険課
坂本博文 安田晃 本間彩夏

1 背景及び目的

川口市における外国人数は 40,116 人 (6.8%) ※であり、県内市町村では最も多く、割合は蕨市 (10.7%) ※に次いで高い割合となっている。令和 4 年度の特定健診受診率は 34.7% で、外国人に限定すると 25.7% であり 9.0 ポイント低い数値となっている。それに伴い、特定健診結果を用いて対象者の抽出を行う特定保健指導や重症化予防事業における外国人の割合は低くなっており、潜在的に健康リスクを抱える方が多く存在しているのではないかと推察された。これまでの受診勧奨通知や診療情報提供、SMS、オートコールなどの受診率向上対策は、外国人に特定した施策ではないため、その効果は限定的である。そのため、外国人における特定健診受診率向上を目的とした多面的な事業を実施した。※外国人数 = 在留外国人統計 (2022 年 12 月)、人口 = 埼玉県推計人口 (令和 4 年 12 月 1 日現在)

2 実施内容

本業務は、外国人における特定健診受診率向上を目的としており、特定健診受診勧奨や動画配信、ウェブサイト等の多方面から外国人をターゲットとした適切な情報提供を行うことで、特定健康診査受診率向上に寄与することが狙いである。

業務内容は 3 つあり、当該年度特定健診未受診外国人に向けた受診勧奨通知、川口市で特定健診を受診可能な医療機関を明示したウェブサイトの構築、外国人向けの特定健診に関する PR 動画の制作である。

(1) 当該年度特定健診未受診外国人に向けた受診勧奨通知

外国人の受診率向上を図るために、当該年度未受診の外国人を対象に受診勧奨通知を発送した。通知は令和 5 年 9 月と 12 月に発送し、ウェブサイトへのリンクを二次元コード 4 つ (日本語、英語、繁体字、簡体字) 印字し、二次元コードには後程集計が可能なように個人識別要素を付与した。

(2) 川口市で特定健診を受診可能な医療機関を明示したウェブサイトの構築

川口市において特定健診が受診可能な医療機関一覧のウェブサイト「川口市特定健診医療機関検索サイト」を構築した。市の公式ウェブサイトでは実装が難しかった現在地から医療機関を探す機能など検索性に特化した機能を設けた。また、閲覧者が目的の情報に快適にたどり着けるよう、スマートフォンでの使いやすさやにも考慮し、ユーザーの満足度の向上も目指した。言語については日本語、英語、中国語 (繁体字、簡体字) の 4 言語を切り替え可能とした。

(3) 外国人向けの特定健診に関する PR 動画制作

特定健診に関して外国人向けに認知度を高めることを目的とした PR 動画を作成し、YouTube において公開した。内容としては、特定健康診査の概要、特定健康診査の受診方法・受診場所などとし、説明的にならないこと、シンプル、短時間であることを心掛けた。こちらも 4 言語分を作成した。



図1 通知勸奨
1回目裏面



図2 ウェブサイト
TOP ページ



図3 特定健診に関する
PR 動画

3 成果・効果

勸奨通知に印字された二次元コードには、個人識別要素が付与されているため、ウェブサイトへのアクセス状況を把握することが可能である。ウェブサイトアクセス情報と特定健診の受診情報を組み合わせて、ウェブサイトへアクセスした者の特定健診受診状況を確認することができる。送付数は、令和5年9月4,753件、12月4,505件。12月22日までのウェブサイトへの流入数は316件であり、流入率は6.6%であった。また、途中経過ではあるが、12月22日時点の勸奨通知送付者における特定健診受診率は、ウェブサイト閲覧なし9.4%に対して、閲覧あり19.9%であった。

以下の2点が本事業の主な効果として考えられる。

(1) 特定健診及び医療機関の認知拡大

これまでの日本語を主とした情報提供とは異なり、自身の馴染みのある言語で特定健診について理解することが可能であり、これまで特定健診を認知できていなかった対象者の掘り起こしにつながった可能性が考えられる。また、健診受診が可能な医療機関についても把握ができていなかった可能性もあり、ウェブサイトから医療機関を検索することにより、今まで把握していなかった医療機関を新たに認知できるようになると考えられる。

(2) 多様なメディアからの情報拡散

現代において検索エンジンやSNSを通してウェブサイト、動画配信サイト等を用いて情報を得ることは自然な行動であるため、情報発信を行うメディアを広げることでこれまで情報が届いていなかった対象者においても情報を得ることができるようになると考えられる。

4 評価・効果的な事業展開に向けて

より多くの対象者に情報を届けられるように、今後は韓国語やベトナム語、タガログ語、トルコ語の言語追加の準備を行っている。また、本事業は外国人を対象として実施した事業ではあるものの、ウェブサイト自体は日本語にも対応しており、外国人だけでなく日本人も対象とした情報提供のプラットフォームとしての拡張が可能であるため、今後は特定保健指導や生活習慣病重症化予防事業等と合わせて事業の展開を考えたい。

特定健康診査データを活用した健康課題の提起について ～CKD（慢性腎臓病）に関して～

北本市健康推進部保険年金課
○佐藤 健市 野上 敦子 降田 美来

1 はじめに

本市では、国民健康保険においては、平成28年度から県と共同事業により、また、後期高齢者医療では、令和3年度から保健事業と介護予防の一体的実施事業のうちハイリスクアプローチとして、被保険者を対象に糖尿病性腎症重症化予防事業を実施し、新規透析導入患者数の減少を目指している。この事業は、利用に結び付けられれば、参加者の満足度は高く、その効果に対するかかりつけ医からの評価も高いが、一方で事業の枠組みが定まっていることから対象者が限定的であり、また参加者の減少という課題もある。

そこで、市、医師会、市民それぞれが課題を共有し、解決に向けた取組につなげることを目的に、慢性腎臓病（以下「CKD」という。）に着目し、健康診査受診者全体の腎機能の状況把握を行った。

2 実施内容

CKDは、蛋白尿などの異常あるいは、eGFRが60未満の状態のいずれか、または両方が3か月以上続いている状態を指すが、今回は、令和4年度（尿蛋白に関しては、令和3年度を含む）特定健康診査の結果を使用し、簡易的にCKDの該当（疑い）状況を確認した。

3 調査結果

表1<特定健康診査結果からCKDの該当（疑い）状況>

| 年齢 | 男性 | | | | 女性 | | | | | | | | | | |
|-------|-------|---------|-------|--------|------|-------|-------|-------|---------|-------|--------|-------|------|-------|-------|
| | 受診者数 | CKD基準該当 | | 再掲（人数） | | | | 受診者数 | CKD基準該当 | | 再掲（人数） | | | | |
| | | 人数 | 割合 | eGFR値 | | 尿蛋白 | | | 人数 | 割合 | eGFR値 | | 尿蛋白 | | |
| | | | | 45～59 | 44未満 | (+)以上 | 連続(±) | | | | | 45～59 | 44未満 | (+)以上 | 連続(±) |
| 40-44 | 46 | 4 | 8.70 | 1 | | 3 | | 54 | 4 | 7.41 | 1 | | 3 | | |
| 45-49 | 59 | 7 | 11.86 | 3 | | 3 | 1 | 61 | 8 | 13.11 | 2 | | 5 | 1 | |
| 50-54 | 90 | 21 | 23.33 | 6 | 1 | 14 | 1 | 100 | 13 | 13.00 | 8 | | 4 | 1 | |
| 55-59 | 91 | 15 | 16.48 | 8 | 1 | 8 | | 122 | 25 | 20.49 | 13 | 1 | 11 | 1 | |
| 60-64 | 147 | 35 | 23.81 | 21 | 2 | 17 | 1 | 256 | 44 | 17.19 | 34 | 3 | 8 | 2 | |
| 65-69 | 404 | 127 | 31.44 | 75 | 16 | 49 | 4 | 626 | 137 | 21.88 | 92 | 10 | 32 | 9 | |
| 70-74 | 903 | 300 | 33.22 | 176 | 37 | 108 | 19 | 1,213 | 331 | 27.29 | 250 | 26 | 70 | 9 | |
| 75 | 98 | 35 | 35.71 | 22 | 9 | 8 | 1 | 149 | 50 | 33.56 | 40 | 4 | 8 | 2 | |
| 総計 | 1,838 | 544 | 29.60 | 312 | 66 | 210 | 27 | 2,581 | 612 | 23.71 | 440 | 44 | 141 | 25 | |

※尿蛋白(±)は、令和3年度、4年度の健康診査結果による

本市の特定健康診査受診者のうち、CKDの該当が疑われる者が、男性は3人に1人、女性は4人に1人にのぼることが判明した。特に、50～54歳の男性、55～59歳の女性でCKDの該当が疑われる者が20%を超えていることは、驚きをもって受け止めている。成人の8人に1人がCKDであると言われる中、あくまでも時点で捉えた簡易的な調査ではあるものの、受診者が75歳までの年齢であることを考慮すると、CKD該当者が、全国平均を大きく上回る可能性がある。

4 効果的な事業展開に向けて

今回の分析を通じて、本市では、CKD に関し、想定以上に若い世代、広範囲への働きかけが必要であることが示唆された。そこで、今後の効果的な事業展開のために取り組むべき内容について、以下のとおり列挙する。

(1) 課題の共有

今後、今回の結果が、単年度の傾向であるのか、継続して観察していくこと、また、本市特有の状況であるのかを見極めるため、埼玉県国民健康保険団体連合会などの協力を得て、他の自治体と比較するなど、様々な側面から実態の把握に努める必要がある。

そして、データを集積し、明らかとなった課題に対して、市内の国保、保健、介護といった関係部署や医師会等との間で共有していくことが重要である。

(2) CKD に関する周知

特定健康診査は、メタボリックシンドロームにアプローチするための健診ではあるが、更に、生命や生活の質に大きく影響する CKD についても、早期発見や経過観察の一助となり得ることを、被保険者のみならず、市民全体に積極的に周知していく必要がある。

世代に応じた周知を行うことが、より効果的であると考えられることから、比較的若い世代には市の公式 SNS を活用し、高齢者は、保健事業と介護予防の一体的実施事業のポピュレーションアプローチの場などを活用し、地域と連携して周知していくことが考えられる。

(3) 健康診査の受診勧奨等

市で行う健康診査については、生活習慣病の早期発見や早期治療を図るため、より多くの被保険者に受診していただけるよう、現在も勧奨の工夫を行っているところであるが、今後は、健康診査を受けることで、CKD を含め、何がわかるのか、よりイメージしやすいよう具体的に知らせるほか、本市における受診者の健診結果の特徴を、他の自治体等と比較しながら示すことも有効であると考えられる。

さらに、健康診査受診後の受診勧奨や、保健事業案内などについては状況に応じて、受診者個人の健診結果を経年変化として見せていくことは、現在だけでなく、将来を含めた健康管理への意識付けとなるであろう。

(4) 既存事業の活用、拡大の検討

現在、健康診査実施後に、高血圧又は脂質異常の該当者を対象として、医療機関への未受診者受診勧奨事業を行っているが、このスキームを活用して、CKD の指標となる尿蛋白や eGFR の数値異常へ拡大して医療機関への受診勧奨を行うことが可能である。

さらに、糖尿病性腎症重症化予防事業と同様に、かかりつけ医との連携による保健指導を行うことについても、検討に値する。

5 今後の展望

CKD 対策について、データ収集、課題の抽出から、市内関係部署及び医師会と連携して取り組むことができれば、今後さらに他の事業についても、その関係性を活かすことが可能となる。

ひいては、地域包括ケアシステムの深化に資することを期待する。

市町村国民健康保険における特定健康診査の受診率向上のための 県が実施した支援事業について～人工知能及びナッジ理論の活用を中心に～

国保医療課

○森田路子 原嶋信 北田昭一 河野貴久 黒澤努

1 はじめに

本県の市町村国保の特定健康診査（以下、特定健診）の受診率は、平成20年度の制度開始以降伸び続け、令和元年度は40.7%（全国19位）であったが、新型コロナウイルス感染症の影響により令和2年度の受診率は34.9%（全国24位）に低下した。その後、令和3年度は38.2%（全国21位）、令和4年度は39.4%（速報値のため順位不明）と少しずつ回復はしているが、コロナ前の水準には戻っておらず、令和5年度までに受診率を60%以上とする国の目標値とは乖離している。（図1）

このような現状から、市町村が実施する特定健診の受診率の向上を目的に、令和3年度及び令和4年度に県が実施した特定健診未受診者勧奨事業について報告する。

2 実施内容

（1）特定健診未受診者勧奨

参加市町村：県内18市町村（63市町村の中で参加を希望した市町村）

対象者の抽出：上記市町村の特定健診対象者から勧奨通知対象者を抽出する方法として、過去数年間の受診の有無・問診票・結果等から、人工知能を活用した分析を行い、受診確率や勧奨通知への反応確率を算出した。算出結果から、勧奨通知による効果（受診する可能性の高さ）を推計することにより、対象者の優先順位付けを行い、抽出した。

通知デザイン：通知対象者を行動タイプ等に分類し、勧奨通知のデザインはナッジ理論*を活用して考案した。具体的には、健康意識に合わせた個別具体的なメッセージを入れるとともに、過去3年間に一度でも受診した対象者には、行動特性に応じた4種類（①病気に対して心配性、②健康意識が高い、③不健康の自覚はあるが消極的、④生活改善の意欲が低い）に分け、その他、⑤通院中で未受診の者、⑥通院なしで未受診の者などを加え、6種類以上のデザインを作成した。形態は6面圧着ハガキを基本とした。

通知の時期：市町村の特定健診の開始、終了時期を考慮し、過去の受診状況から伸びにくい時期や駆け込み受診を促すような最適な時期とした。なお、繰り返し勧奨をすることで興味をもつ心理的効果も確認されているため、通知は年2回以上送付した。

上記の業者委託に加え、随時、県から対象市町村への事業の進捗確認や効果的な取組内容の

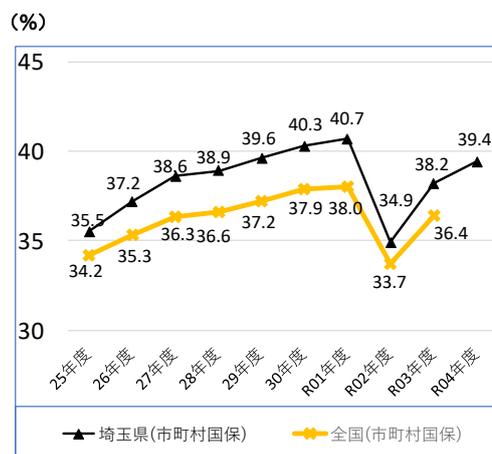


図1 特定健診の受診率の推移

情報共有を図るなど、受診率向上対策の助言等を行った。

*ナッジとは“ひじで軽く突く”と訳され、対象者に選択の余地を残しながらも、より良い方向に誘導する手法

(2) 国民健康保険事業に対する特別指導助言

対象市町村：令和2年度 7市町村、令和3年度 6市町村、令和4年度 6市町村

事業内容：特に受診率等が低い市町村を対象に、各市町村の特定健診体制等のヒアリングを実施するとともに、受診率向上に効果的な取組の共有や改善策を提示し、受診率に寄与できるような助言等を行った。

3 実施結果

(1) 特定健診未受診者勧奨

表1 介入群と非介入群の平均受診率及び年度間の差

| | 令和2年度 (R2) | 令和3年度 (R3) | 令和4年度 (R4) | R3-R2 の差 | R4-R3 の差 | R4-R2 の差 |
|-------------|---------------|---------------|---------------|-------------|-------------|-------------|
| 介入群の受診率の平均 | 34.6% | 40.0% | 41.0% | 5.4pt | 1.0pt | 6.4pt |
| 非介入群の受診率の平均 | 36.1% | 40.0% | 41.0% | 3.9pt | 1.0pt | 4.9pt |

18市町村（以下、介入群）の受診率の平均（割合）は、令和2年度で34.6%、令和3年度で40.0%、令和4

年度で41.0%であった。（表1）コロナ前の令和元年度と比較し、令和3年度の受診率が上回った市町村は、介入群のうち3市町村であり、令和4年度の受診率が上回った市町村は、介入群のうち6市町村だった。6市町村のうち4市町村は制度開始以降、過去最高の受診率となった。

また、令和3年度と令和2年度の平均受診率の差は、介入群で5.4pt、非介入群で3.9ptであり、令和4年度と令和2年度の差は、介入群で6.4pt、非介入群で4.9ptであった。（表1）

さらに、介入群の各市町村の令和3年度の受診率は、令和2年度と比較し、A町で10.8pt増、B町で5.9pt増、C市では5.4pt増であった。

令和4年度の介入群の受診勧奨後の受診率は、18市町村平均では22.0%（12～31%）、一方、非介入群の一部の市町村は、20.9%（15～27%）であった。対象者の抽出方法が介入群と非介入群で異なる場合もあり一概に比較することは困難であるが、介入群の方が高い傾向であった。

(2) 国民健康保険事業に対する特別指導助言

令和2年度に特別指導助言を実施した7市町村のうち、令和4年度に3市町村が過去最高の受診率となった。

4 評価・効果的な事業展開に向けて

2(1)の事業の介入群と非介入群の受診率の平均を比較したところ、介入群では、早期に新型コロナウイルス感染症の影響から回復したことが確認でき、2(2)の事業の結果、県が関与することで県からの助言等もあり、市町村の意識改革にも繋がったことが示唆された。しかしながら、63市町村の平均ではコロナ前の受診率には回復しておらず、国目標値の60%以上とも乖離している。

2(1)の事業については、2年間の実施結果を踏まえ、令和5年度からはより受診率が低迷している市町村を対象に同事業を実施している。これまでの取組内容に加え、参加市町村の受診率の低迷の原因を調査した上で、対策の提案を行うコンサルテーションも実施し、さらに、ショートメッセージの送信による勧奨や、特定健診用特設Webサイトを新たに作成し、分かりやすい案内により受診に繋げている。今後は、これらの取組が受診に繋がっているか確認・検証するとともに、県として得た取組内容は研修会や指導助言など、様々な機会を通じて全保険者に共有し、県全体の受診率の向上に寄与できるよう取り組んでいきたい。

若年層における HPV ワクチン接種と子宮頸がん検診の普及啓発活動について

川口市保健所 健康増進課

○前島ひかり 渡辺恭子 渡辺小百合
作田勝憲 岡本浩二

1 はじめに

令和3年11月厚生労働省は、HPV ワクチンの積極的勧奨を再開したが、接種率低迷が全国的に課題となっている。また、本市で実施している子宮頸がん検診においても、20歳代の子宮頸がん検診受診率の低い状況が見受けられる。そこで、市民のワクチン接種とがん検診の受診促進を目的に、令和4年度からがん検診担当と予防接種担当が、協働で子宮頸がん予防のため取り組んだ普及啓発活動について報告する。

2 活動内容

(1) 対象者への周知（令和4年度、令和5年度）

HPV ワクチン接種対象者が在学している川口市内中学校と高校へポスター掲示を依頼した。また、ワクチンのキャッチアップ接種と子宮頸がん検診受診対象者が在学している大学・専門学校へポスター掲示を依頼した。

① 市内中学校（28校）用ポスター（図1）

生徒が自宅で HPV ワクチンやがん検診の情報を確認できるよう、二次元コード付きカード（図2）をポスターに添付し、自由に手に取れるよう工夫した。

② 高校（7校）、大学・専門学校（4校）用ポスター（図3）

高校以上は校内でスマートフォンの保持が可能なことから、ポスターに二次元コードを掲載した。また、市外在学者もいることから各自治体のホームページを確認するよう記載した。



図1 中学生向けポスター
（各校1枚）

表



裏



図2 二次元コード付きカード
（各校30部）



図3 高校・大学向けポスター
（各校1枚）

(2) 所内連携による周知（令和5年度）

子宮頸がん予防に関するホームページの見直しをがん検診担当と予防接種担当が協議し、子宮頸がん検診のページから HPV ワクチンの予防接種のサイトへ移動できるように改良し、効率的で効果的な情報発信を目指した。また、21歳の女性が対象である子宮頸がん検診無料クーポンの同封書類に HPV ワクチンのキャッチアップ接種について記載し、受診促進を図った。

さらに、成人の日に開催される「はたちの集い」にて、記念品を渡すブースに子宮頸がん予防のパンフレットを配置する予定としている。子宮頸がん予防について、男性にも関心をもってもらえるように絵や漫画を取り入れ、わかりやすい表現で情報を提供するものとなっている。(図4)



図4 子宮頸がん予防パンフレット (500部配布予定)

(3) 地区担当保健師への周知 (令和5年度)

毎年、各地区担当の保健師と市立小中学校養護教諭が開催する「地域保健と学校保健の連絡会」にて、子宮頸がん予防のポスター配布に合わせて養護教諭へ説明を行うため、事前に地域保健センターの各地区担当保健師へ「HPV ワクチンと検診で防ぐ子宮頸がんについて」と題し、勉強会を実施した。

(4) 学校との連携による周知 (令和5年度)

HPV ワクチン接種対象年齢の生徒と保護者に近い存在である養護教諭との連携を図るため、「地域保健と学校保健の連絡会」にて、保健師が HPV ワクチン接種と子宮頸がん検診について養護教諭へ説明を行い、ポスター掲示とともに学校からの周知をお願いした。

3 結果及び考察

地区担当保健師へ勉強会を行ったことで、各地区担当保健師の知識を深めるとともに、日頃の地区活動に活用し、地域での普及啓発に活用されている。また、今年度行った養護教諭との連携・周知については、ワクチンの接種勧奨に理解が得られ、前向きな意見があった反面、一部から「接種に不安を感じる」「生徒や親御さんから質問されれば接種を勧めることはできるが、養護教諭自身から積極的に周知は難しい」という後ろ向きな意見もあった。養護教諭の反応を通して、子宮頸がん予防の普及啓発の課題を認識する機会となった。市民へ HPV ワクチンの安全性に対する正しい理解を普及させるためには、対象者により身近な学校関係者の理解を得ることが、今後の普及啓発活動をより円滑に進めていくうえで必要不可欠であると考えます。

4 今後の課題

令和4年度からの取り組みの結果として、がん検診受診率・ワクチン接種率を数字として評価するには時間が必要な取り組みである。がん検診と予防接種の両担当が子宮頸がん予防を継続的に取り組む必要がある。今後も担当間で協働し、他部署とも連携を深め、一人でも多くの市民が HPV ワクチンの有効性を理解しワクチン接種を行い、20代から子宮頸がん検診の定期受診へつながる取り組みを、担当間で創意工夫していきたい。

町内中学校の全生徒を対象とした HPV ワクチン普及啓発事業を実施して

寄居町健康づくり課

○山口亮子 大西順子 塚田 望

1 目的

近年、20～30歳代の若年層の子宮頸がん罹患率が増加傾向にある。子宮頸がんの予防として、予防効果が高いとされる子宮頸がん予防ワクチン（以下「HPV ワクチン」という。）の接種や子宮頸がん検診の受診が勧められているが、全国的に見ても、HPV ワクチンの接種率は令和3年度時点で26.2%¹⁾と低く、かつ子宮頸がん検診の受診率も43.6%²⁾と目標値(60%)に達していない現状がある。当町も同様で、接種率の低迷や検診受診率が低い状況となっている。

このことから、接種率の向上を目的に、生徒本人の HPV ワクチンに対する正しい知識の習得を図り、保護者と相談した上で接種を検討できるように情報提供を行ったので報告する。

2 実施内容

(1) 実施日時・場所

令和5年9月14日から11月15日（全5回） 町内中学校3校

うち1校では熊谷保健所保健予防推進担当の保健師が「性感染症の予防について」の講話を合同で行った。

(2) 対象者

中学1年生から3年生の全生徒（611名）

(3) 実施内容・実施方法

講話の内容は、①趣旨説明、②ヒトパピローマウイルスとその感染経路、③子宮の役割と子宮頸がんについて、④HPV ワクチンの有効性とリスク、⑤子宮頸がん検診について、10～15分程度の講話を行った。HPV ワクチン対象者である女子生徒だけでなく、男子生徒にも「自分に関係する問題」であることを理解が得られるように構成した。

講話終了後にアンケートを実施し、講話前後の HPV ワクチンのイメージの変化や理解度等を調査した。また、中学校毎にアンケート集計結果の資料を作成し、生徒及び保護者へ資料配布をし、フィードバックを行った。

3 実施結果



図1 保健師による講話

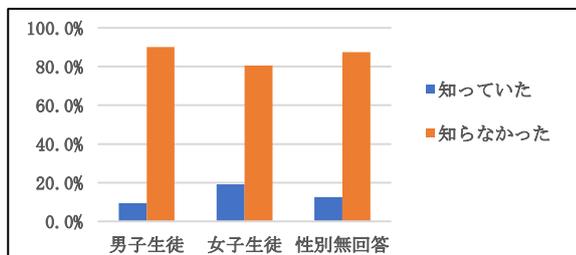


図2 HPV ワクチンの認知度

・保健師による講話では、クラス毎に実施した学校や全校集会で実施した学校など、講話方法は様々だった。クラス毎に実施した際、生徒の反応を見ながら実施することができた(図1)。

・HPV ワクチンの認知度について、男子生徒は約90%、女子生徒は約80%が、HPV ワクチンのこ

とを知らなかったと回答している(図2)。

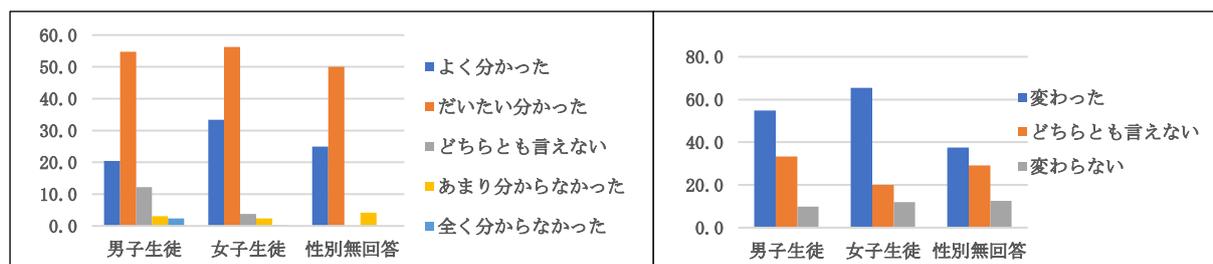


図3 講話を聞いての理解度

図4 講話前後のHPV ワクチンのイメージの変化

・講話を聞いての理解度については、「よく分かった」「だいたい分かった」と回答した生徒が、男女ともに70%以上見られた(図3)。

・講話前後のイメージの変化について、「変わった」と回答した生徒は半数以上だった。自由記載内容を見ると、「どちらとも言えない」「変わらない」と回答した生徒の中には、「大切なことには変わらない」との意見も見られた(図4)。

【アンケート自由記載内容】

(1) 講話前のイメージ

「必要だと思う」「打った方がいいと思う」との回答がある一方、「どんなワクチンか、よく分からない」「怖い、痛そう」といった回答が多数見られた。

(2) 講話後のイメージの変化

① 「変わった」と回答

「必要なワクチンで、打った方が良かった」「打とうと思った。家族に相談してみようと思う」「自分には関係ないと思ったが、男性もなるがんがあると知り、HPV ワクチンに対しての気持ちが変わった」等の肯定的な意見が多数見られた。

② 「どちらとも言えない」「変わらない」と回答

「HPV ワクチンのことがまだよく分からない」「自分を守るためにする事は、大切なことに変わりはない」等の回答が見られた。

4 効果的な事業展開に向けて

各学校で HPV ワクチンの重要性を感じていたが、事前打ち合わせで副反応に伴うリスクを心配する学校もあり、講話を実施するにあたっての考え方も様々であった。このため、学校側に HPV ワクチンの効果や副反応等について、理解を深められる働きかけが必要である。また、今回の講話は限られた時間での実施だったため、今後も生徒に繰り返し伝えていくことが、正しい知識の習得に繋がると考える。学校側に十分理解していただいた上で、連携を強化し、継続的な事業実施をしていきたい。

今回、普及啓発事業を実施し、16歳未満では接種において保護者自署による同意が必要であり、接種率から見て保護者の HPV ワクチンに対する認知度が低いことが考えられる。このため、保護者にも HPV ワクチンについて十分理解してもらうことが重要であることから、理解が深められるような取り組みを実施していく必要がある。

引用文献

- 1) 厚生労働省「定期の予防接種実施者数」最新データ(令和3年度)
- 2) 令和4年度国民生活基礎調査「がん検診受診率」