

ときがわ町

～スモールチェンジ・キャンペーンの推進～

(1) ときがわ町の概要

(ア) 町の基本情報

ときがわ町は、埼玉県のほぼ中央に位置し、首都圏から北西約 60km の距離にある。中央を町名の由来である都幾川が西から東に貫流する。面積のおよそ 7 割をスギやヒノキの山林が占めるなど、水と緑に囲まれた、豊かな自然環境に恵まれている。町域には町の天然記念物に指定されている道元平のウラジロ群落（熱帯夜亜熱帯に広く分布するシダ植物の一種）やヒカリゴケをはじめ、花菖蒲、ツツジ、シャガ、アジサイやラベンダー等、四季折々の花々が町を彩る。

また、県内でも名品と名高い「ときがわ建具」は、番匠の木工の技術を伝承した職人が丹精込めて作り上げる数々の建具や木工品が人気を呼んでいる。

平成 18 年 2 月 1 日に旧都幾川村と旧玉川村が合併し、新しい「ときがわ町」は誕生した。年少人口の減少・少子化が強まる傾向が見られる一方、50 歳代から 60 歳代前半の人口増の比率はやや大きく、高齢化率の上昇が見込まれる。

① 面積	55.77km ²
② 人口	12,726 人
③ ②のうち 65 歳以上人口（再掲） ※【 】内は高齢化率	3,357 人 【26.4%】

（平成 24 年 1 月 1 日現在）

(イ) 人口分布概要と見込み

ときがわ町では、平成 24 年 1 月 1 日現在で高齢者人口は 3,357 人、高齢化率は 26.4% と全国平均の 23.4% や埼玉県平均の 20.6% よりも高くなっている。今後はさらに高齢化が進むことが想定され、平成 47 年では 44.0% に達する見込みとなっている。

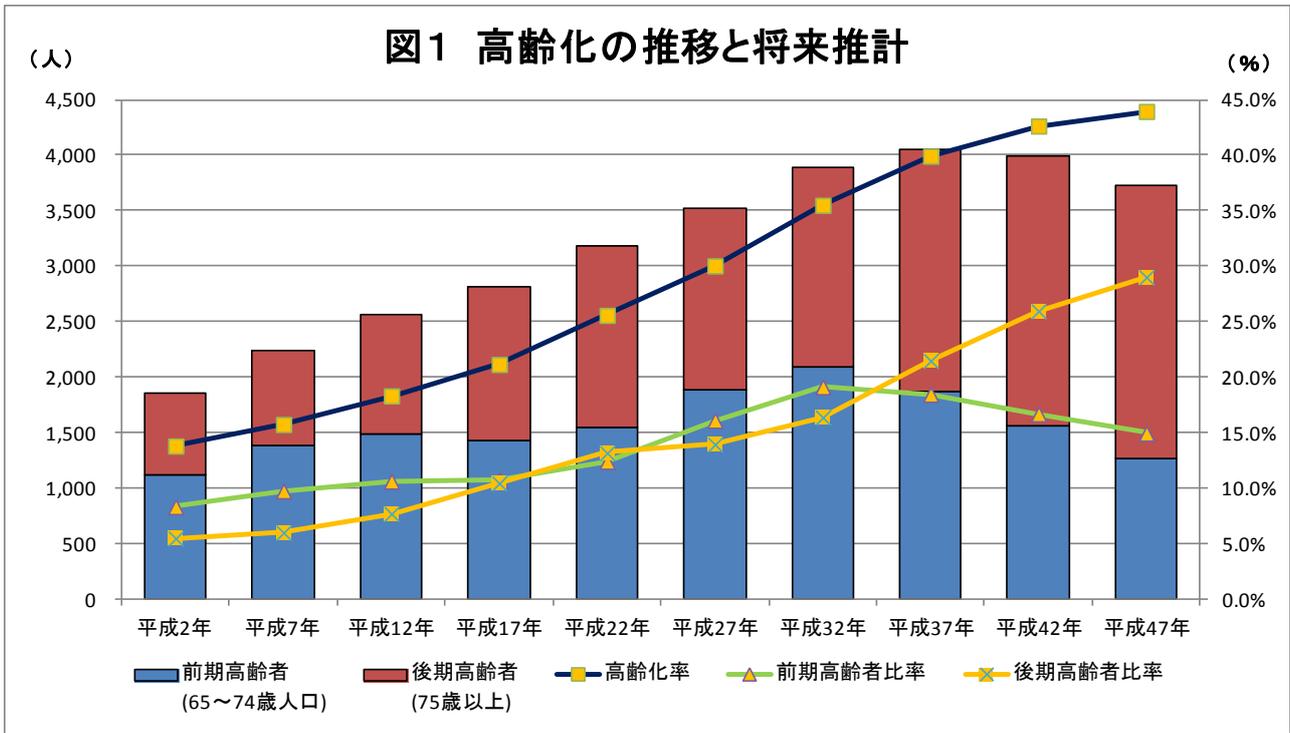
表1 高齢化の推移と将来推計人口

年	国勢調査人口					将来推計人口				
	平成2年	平成7年	平成12年	平成17年	平成22年	平成27年	平成32年	平成37年	平成42年	平成47年
総人口	13,451	14,251	13,966	13,271	12,418	11,736	10,953	10,162	9,349	8,484
前期高齢者 (65～74歳人口)	1,120	1,390	1,484	1,422	1,541	1,890	2,095	1,875	1,560	1,268
後期高齢者 (75歳以上)	736	853	1,074	1,385	1,635	1,635	1,793	2,182	2,426	2,461
高齢化率	13.8%	15.7%	18.3%	21.2%	25.6%	30.0%	35.5%	39.9%	42.6%	44.0%
前期高齢者比率	8.3%	9.8%	10.6%	10.7%	12.4%	16.1%	19.1%	18.5%	16.7%	14.9%
後期高齢者比率	5.5%	6.0%	7.7%	10.4%	13.2%	13.9%	16.4%	21.5%	25.9%	29.0%

平成22年までは、国勢調査人口

平成27年以降は、『日本の市区町村別将来推計人口』（平成20年12月推計）(H17国勢調査から推計)

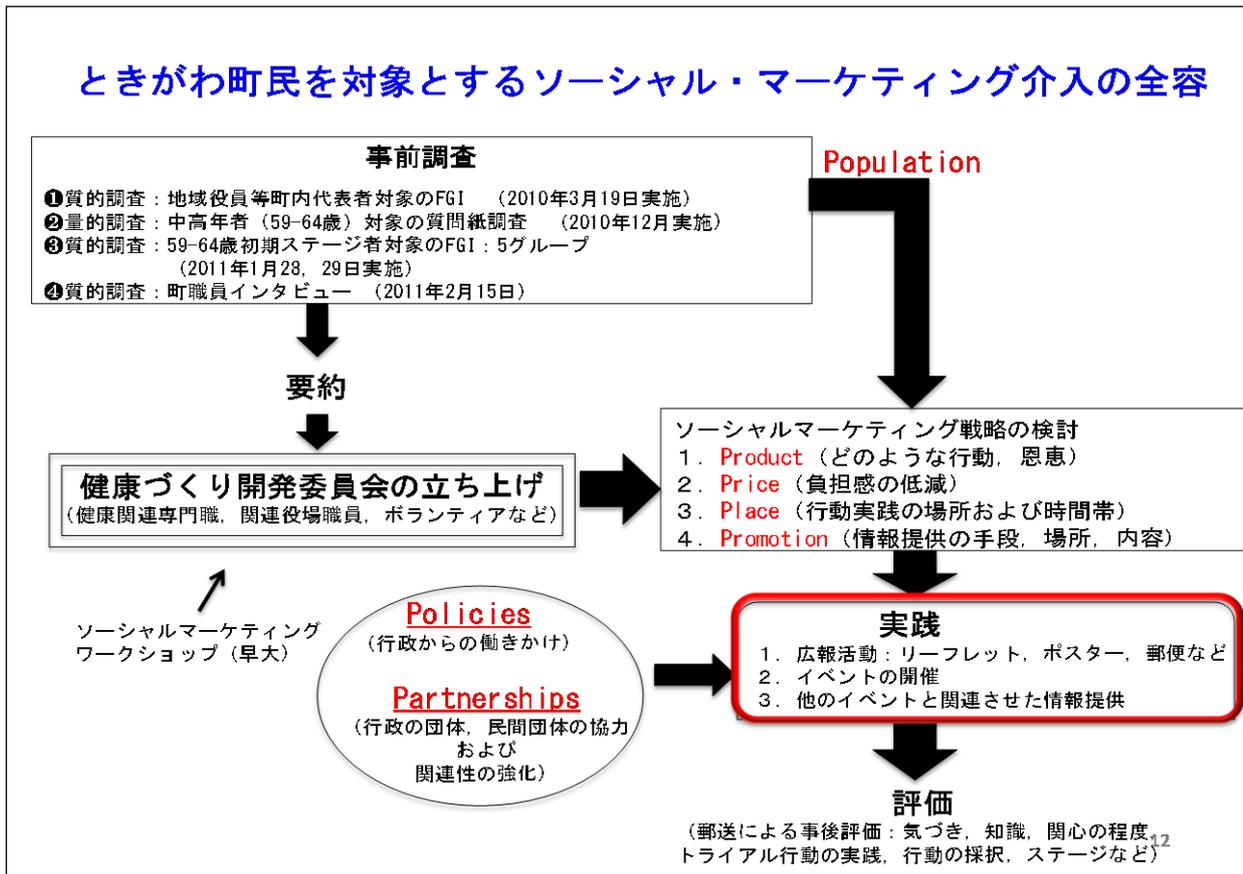
図1 高齢化の推移と将来推計



(2) ときがわ町における取組み

(ア) 取組みの概要

町では、人生を元気で豊かに過ごすためには日々の健康づくりが重要と考え、住民に健康的な生活習慣の大切さを理解してもらい、自発的に健康行動を選択・継続してもらえるよう、住民の健康行動への変容支援に向けた取組みを開始した。ときがわ町の健康づくり開発に向けて、早稲田大学応用健康科学研究室（代表：竹中晃二教授）と連携をはかりソーシャルマーケティングを基に町全体のヘルスプロモーションを展開している。



(イ) 取組みの契機

○フォーマティブ・リサーチ（事前調査）より

① H21年度：健康長寿懇話会におけるときがわ町の健康問題検討の結果

- ・駅が遠く、山間部のため車がないと移動できない
- ・地域が広いので役場周辺施設でのプログラムには参加しにくい
- ・定年後にやることがない男性が多いので、定年前から準備が必要ではないか
- ・中高年男性のメタボリックシンドロームの増加：車依存、歩かない、意欲低下、運動不足、疲れやすい、運動しないという悪循環が生じている。

住民は健康を十分意識しているが、敷居が高いため行動を起こせずにいる

② H22年度：中高年（59-64歳）対象の質問紙調査結果

- ・約90%の人が、ときがわ町の健康施設を利用していない
- ・約70%の人が、定期的な運動習慣を有していない
- ・50%を超える人が、ときがわ町の健康づくりの行事について知らない
- ・ほとんどの人が、何らかの運動を行おうと考えているが、実際には出来ていない

教室や指導内容が住民にマッチしていない？
住民に知ってもらえる効果的な情報提供の方法を考え、利用してみたい、参加したいと思う魅力的な事業にむけて検討していく必要がある

③ H22年度：59-64歳の中高年で熟考段階（健康づくりには関心があるが、行動を起こしていない）の住民に対するFGIの結果

- ・将来に健康不安を抱き、何かをやらなないといけないと考えているが、何をやれば良いのかと悩み、大きなことを始めたとしてもはたして続くだろうかと考えている。
- ・身体活動・運動は体を酷使するものという思い込みを持っている
- ・ほとんど運動やスポーツをやったことがないからできないと考えている
- ・グループ型教室において途中から参加することに躊躇する

この世代の人々の健康づくりに対する意識や実態が浮き彫りとなった
まずはできることからやってもらう「スモールチェンジ（日常生活でわずかに実行でき、しかも続けられる健康行動の実践）」のすすめを提案！

＜事前調査から得られた取組みのポイント＞

- 同一の健康情報を広く一般に提供するのではなく、対象者がある特徴によって分割し、それぞれの集団ごとに適合した介入を行う。（セグメント化）
- 健康づくりへの高い敷居をできるだけ低くし、相手に合わせた内容を推奨。
- ポスターやリーフレット等の表現を工夫して親しみやすさをアピールする。
- 住民の健康づくりへの取組を紹介して、他の住民のやる気を引き出していく。

(ウ) 取組みの内容

事業名	健康づくり開発事業:スモールチェンジ・キャンペーンの推進
事業開始	平成21年度

【予 算】

平成23年度:1,691 千円(うち埼玉県健康長寿実証事業補助金 1,350 千円)

平成24年度:1,146 千円

①スモールチェンジ活動の啓発（H22 年度～）

「わずかなことから始めよう！スモールチェンジ」というわかりやすいキャッチフレーズで、住民の生活を大きく変えることなく、敷居の低い健康行動から始めることを提案。かわいらしいイラストやロゴ等で親しみやすさをアピールするとともに、ポスター（左下写真）やスモールチェンジ活用リーフレット（右下写真）等を作成し様々な啓発活動を行った。



②健康づくり開発委員会の設立（H23年度～）

住民の行動変容を促す具体的な戦略を検討するため、「健康づくり開発委員会」を設立。委員会のメンバーは、愛育班、民生委員、JA、商工会、消防団や関係各課の職員で構成した。第1回委員会をH23年5月16日に開催し、ソーシャルマーケティングの考え方をういた、「わずかなことから始めよう！スモールチェンジ」活動を展開していくことを決定した。年2回委員会を開催し、スモールチェンジ活動に関する情報や中高年の健康づくりに向けた健康行動支援への取り組みを検討していく場となっている。

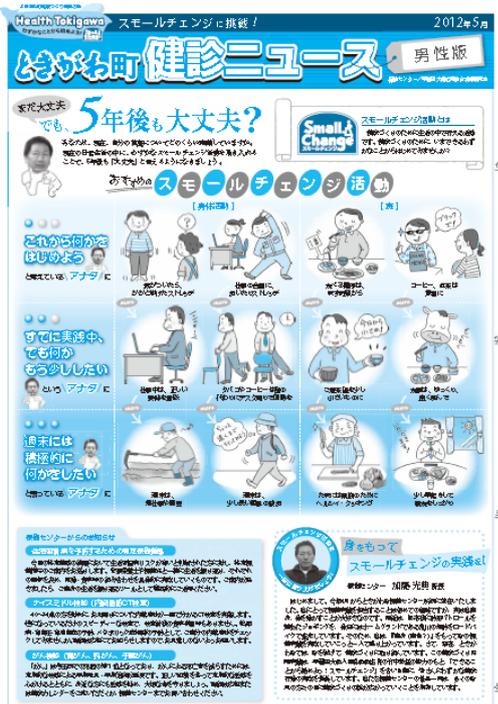


健康づくり開発委員会委員の役割 ご意見番だけではつまらない

- 自分は健康関連専門職ではないが、自分の仕事や町民との関わりの中で、町民の健康づくりに貢献したり、実践できることはないか？
- 直接健康づくりと関係していないが、自分たちが行っている事業の中で健康づくりと関わる内容はないか？
- 他の部局や職種とコラボすればできることはないか？
- 自分たちの職場で働く人の健康づくりに貢献できることはないか？
- 自分たちの職場や部局から町民に発信できる健康情報はないか？
- 健康情報を町民にとどげるために自分たちの情報経路はないか？

③健康情報新聞（健診ニュース）を配布（H23年度～）

将来の受診者数を増加させるため、健診の魅力づくりの一つとして健診当日に健診ニュースを配布。H23年度は、ステージにマッチした身体活動、食行動の内容、口腔ケアについての記事等を掲載。対象者のステージに応じた5種類の運動・食事に関する「ときがわ町健診ニュース」と5種類の「口腔ケア」からマッチしたものを配布。健診ニュース配布後の調査結果で、男女の健康行動に差異が見られたため、H24年度は男女別に健診ニュースを作成し、スモールチェンジ活動について広く啓発を行った。



(エ) 取組みの効果

① スモールチェンジ活用リーフレット配布キャンペーン

簡単にできる、ちょっとした運動や食事の改善をイラストを交えて紹介した「スモールチェンジ活用リーフレット」を作成し、40歳以上の国保加入者3,000人に平成24年度特定健診の案内と合わせて送付し、健康づくりの意識づけを行うことが出来た。また、スモールチェンジ活動を広く知ってもらおうと町内の販売所、観光施設、農協、医療機関、公共施設等にも約3,000部配布をお願いした。多くの施設で快く協力してくれたため、配布率は91.3%と高率であった。調査結果から「手渡しで渡された方が、健康行動に対する態度の変容が促進される」「ときがわ町外の人にも健康づくりの取り組みがアピールできた」ことが分かった。さらに、住民が自発的にリーフレットを工夫して、カードやオリジナルグッズを作って持参してくれるなどうれしい反響があった。

② 集団健康診査受診者数の増加

平成23年度よりの集団検診の時に、健診の魅力づくりとして従来の健診実施に加えて、健診ニュースの配布、体力測定の実施、口腔ケア情報の提供を行った。平成24年度は健診ニュースの配布と認知症予防事業を行い受診者数が増加した。

年 度	平成 23 年度	平成 24 年度
特定健診	744 人	798 人
いきいき（後期高齢者）健診	106 人	198 人
若もの（39歳以下）健診	88 人	134 人

③ 保健センター事業への影響

健康づくり事業として継続実施してきた運動・栄養・休養に関する教室や個別指導にもスモールチェンジの考えを積極的に取り入れた。平成22年度に開始したウォーキング事業を一步進めて、平成23年度より、身近で手軽なウォーキングコースの情報収集や初心者のためのウォーキングマップ作りを目標としたウォーキンググループ活動が開始した。

(オ) 課題、今後の取組み

町では、スモールチェンジ活用リーフレットや健診ニュースの配布により、徐々にスモールチェンジが浸透してきていることを実感している。しかしながら、実践行動の広がりには今後も継続した取組みと新たな工夫が必要である。今まで身体活動と食事についてスモールチェンジ・キャンペーンを行ってきたが、今後は「メンタルヘルス・プロモーション」についても啓発活動を広げていく。また、スモールチェンジのブランド化としてポスター、グッズの作成を行い、スモールチェンジ活動スコアカードの導入により地域の振興と連動した健康づくり事業の検討を行っている。スモールチェンジに関する情報をニューズレターやリーフレットで配信し、ホームページで最新の情報を提供し、住民のスモールチェンジを応援していく。

今後も、「健康づくり開発委員会」と連携を深めながら、住民の中に圧倒的に多い

と言われている熟考ステージの人達に、まずは一步を踏み出してもらおうキャンペーンを展開し、更なるスモールチェンジ活動の裾野を拡大していきたい。

ときがわ町ホームページ <http://www.town.tokigawa.lg.jp/forms/top/top.aspx>

早稲田大学大学院人間科学研究所 竹中研究室 WEB サイト <http://takenaka-waseda.jp/>

<参考文献>

竹中晃二 著 2008 :行動変容 健康行動の開始・継続を促すしかけづくり