

平成 22 年度 産業保健調査研究事業

労働者への健康行動知識普及に効果ある健康情報媒体の評価調査研究

## 労働衛生における広報媒体に利用方法

山口産業保健推進センター

平成 23 年 3 月



## 目次

目的.....	1
方法.....	2
結果.....	7
考察.....	17
キー・メッセージ.....	18
参考資料.....	19
費用効果分析.....	20
チラシの印刷面.....	21
ポスター・チラシ製作のデザイン・使用マニュアル.....	22
資料.....	23
A. 質問票 啓発前	
B. 質問票 啓発後	
C. 啓発前の質問調査回答	
D. 啓発後の質問調査回答	
E. 事業所別のシンボルマークの記憶	



---

# 目的

---

就労人口が高齢化し、産業の生産性を維持するために労働者の生活習慣病対策が重要である。労働安全衛生法の定期健康診断、高齢者医療確保法の特定健康診査等、さらにトータルヘルスプロモーションプランによる健康管理が実施されている。トータルヘルスプロモーションに関する指針やマニュアルでは集団指導にも言及しているが、個人指導の手法が中心になっている。個人指導では本人の関心がないと初回の面接することが困難であり、指導の効果を享受できる人が限られる。職場での対象集団は、その事業所に勤める労働者であり、地域住民のような接触場面が少ない集団と異なり、方法を選べば効果もより大きなものなるはずである。

山口県は三大死亡原因となる生活習慣病の死亡率が高い(全国 40 位前後)。山口県はよりよい生活習慣の実践を目指して、平成 20 年度から 20、30 歳代若年成人へのヘルスプロモーションに取り組み始め、健康行動に関する知識、技術の獲得を促すようにマニュアル(「20歳代、30歳代の健康支援ガイドブック」)を作成した。報告書の事前調査では、20、30歳代労働者 3849 人で次のことがわかった。1)講演、掲示物、リーフレットの健康情報の印象が残っているのは 8%程度で、インターネットは 13%であった。テレビ・ラジオ、新聞は 20-50%であったことと比較すれば非常に低い影響力であった。2)現在推奨されている健康行動に関する知識が低いのは、野菜摂取量(40%)と身体活動量(60%)であった。これをもとに、報告書では若年者により健康的な生活を送れるような支援方法を提案しているが、実践はそれぞれの機関(事業所、地方公共団体)に委ねられている。

健康問題の少ない成人に、将来の疾病予防のための健康的な行動の実践を促すには、集団を対象としたアプローチが必要である。これまでいくつかの報告では、メディアの効果が検討されている。情報の認知、身体活動の増進(階段の利用など)に効果のある報告がある。今回労働者に、野菜摂取量、身体活動量に関する知識普及できる媒体の効果(ソーシャルマーケティングあるいはヘルスコミュニケーション)を職場で検証し、効果的な方法を提案することを目的とした。

上記の目的を達成するために、集団にはたらきかける媒体(ポスター、フライヤー、社内イントラネット教育講演)を製作し、半年間の暴露の前後で労働者の媒体の認知、および知識の獲得を比較し、媒体の効果を検証する。今回、調査で用いる知識は野菜摂取量(健康日本 21、厚生労働省)、および身体活動量(エクササイズガイド 2006、厚生労働省)とした。

厚生労働省. 事業場における労働者の健康保持増進のための指針. 平成 19 年.

<http://www.mhlw.go.jp/bunya/roudoukijun/anzeneisei12/pdf/10.pdf>

山口県. 20 歳代、30 歳代の健康支援ガイドブックについて. 平成 20 年.

<http://www.pref.yamaguchi.lg.jp/cms/a15200/kenkou/kenkoushien.html>

# 方法

## 事業対象地域

山口県岩国二次医療圏(岩国健康福祉センターの管轄内)にある事業所に参加を呼びかけた。圏域は山口県東部にあり、ほぼ岩国市に一致し岩国市の人口は15万人弱である。商業・金融業2事業所、製造業2事業所を今回の調査対象とした(表1)。

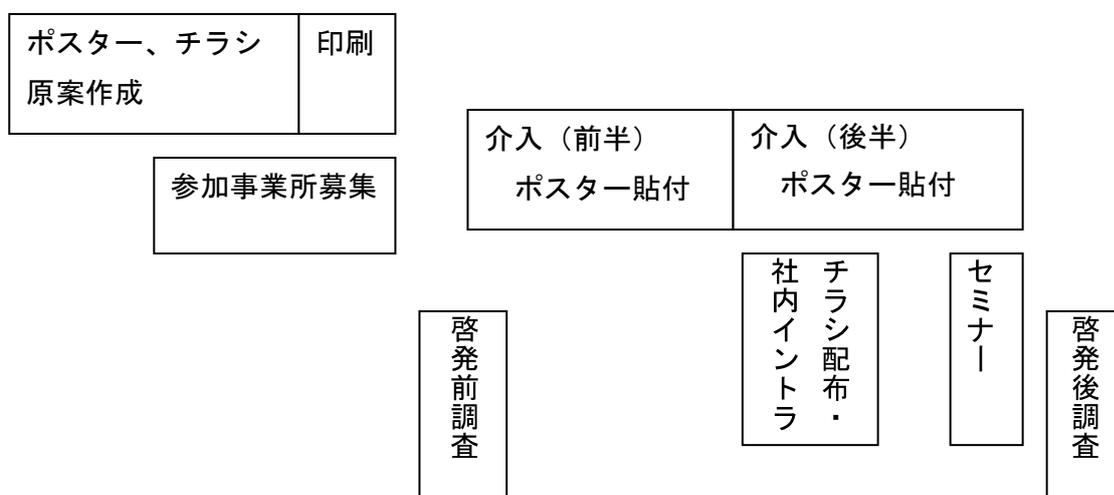
表1 対象事業所

A 事業所	商業・金融
B 事業所	商業・金融
C 事業所	製造業
D 事業所	製造業

研究計画は、産業保健調査研究倫理審査委員会で承認された。

## スケジュール 平成22年度

6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月
----	----	----	----	-----	-----	-----	----



## 方法

### ポスター、チラシの製作

内容は、山口県健康増進課および山口県岩国健康福祉センターと話し合っ

て決めた。製作には、山口大学大学院理工学研究科 情報・デザイン工学専攻 木下研究室(木下武志准教授)と話し合った。内容は対象者の注意を引き、メッセージを伝えることができ、必要な知識を獲得できるものとした。その目的のために、野菜 vegetable の”V”、身体活動量の単位エクササイズ Ex の”E”を模ったシンボルマークを用いた。メッセージは、それぞれ「食から始める健康づくり 野菜を1日 **350g** 以上を目標に」、  
「めざそう! “1週間に **23 エクササイズ**” 1日に1万歩をめざして、今より1000歩プラス」とした。それぞれ2種類のポスター(100部ずつ)とチラシを印刷した(2000部ずつ)。ポスターは、A2サイズでシンボルマークとキャッチコピーを配置した。チラシはA4サイズで表面にシンボルマークを配置し、裏面に健康的な生活習慣の解説、目標、目標達成ための注意点について、文章とイラストをつけて配置した。

### 介入方法

#### ポスター貼付

貼付期間を説明日(8月末以降)から12月末までとした。貼付はおおよそ対象者の目の高さになるようにし、印刷面が隠れることの多いマグネットよりも、できるだけ画鋲を使った。2枚並べて貼付ができる場合には、人間の視線が左から右に移動しやすいので、右側に色彩を多く用いた、注意を引きやすい野菜のポスター、左側に身体活動のポスターを貼付した。紫外線があたる場所では、退色するので定期的に張り替えるように事業所の担当者に説明した。

#### チラシの配布

チラシを社員個人に配布した。C事業所のみ社内イントラネットを用いてPDFファイルを配信した。C事業所では、ほとんどの労働者が社内イントラネットを利用できる環境であった。

#### 教育講演・セミナー

4つの事業所に保健所スタッフによるセミナー開催のお願いをした。そのうちD事業所のみ協力が得られ、12月下旬に1回実施した。24人が参加した。保健所管理栄養士と健康運動指導士が実施し、手法は山口県「20歳代、30歳代の健康支援ガイドブック」を基にして行った。

事業所ごとの対応状況

A 事業所(商業・金融)の1 サテライト

- ・ポスター貼付 2枚並べて食堂に貼付した。
- ・チラシ配布 2枚一緒に職員に手渡した。

B 事業所(商業・金融)の2 サテライト(B-1、B-2)

- ・ポスター貼付 1枚ずつ貼付して、期間の途中でもう一つのポスターに変えた。

B-1・社員ロッカー室の出入口

B-2・事業所出入口

- ・チラシの配布 2種類のチラシ時期をずらして1枚ずつ、ミーティングの際に手渡した。

C 事業所(製造業)(8月27日貼付の説明)

事業所 協力会社を含めて、約1600人(質問調査対象は1100人)。男性が多かった。

敷地内に大きな河川があり、事業所は大きく2箇所(C-1、C-2)に分かれていた。

貼付機関は、8月27日から12月28日までとした。

- ・ポスター貼付場所 原則的に2枚並べて貼付した。
  - ① C-1 診療所入り口玄関
  - ② C-1 本部事務所
  - ③ C-1 労働組合事務所
  - ④ C-1 更衣室(体育館の1階で、掲示板がある)
  - ⑤ C-1 研究所(1号館;100人弱の子会社)1階掲示板
  - ⑥ C-2 事務所内
  - ⑦ C-2 総合事務所 ふれあいホール、食堂前

## 方法

⑧ C-2 更衣室（1枚貼付で、交換する）。

・チラシの配布はなく、社内イントラでチラシの内容を通知した。

### D 事業所(製造業) (8月27日貼付の説明)

事業所 入り口5箇所 約1000人の労働者で、現在分社化している。

部署ごとの共通の掲示板、休憩所に貼付した。

9月初旬に貼付して、11月初旬にポスターを張り替え、12月末まで貼付した。

・ポスター貼付場所

D-1 部署ごと(20箇所)

D-2 事務所、工場(交替勤務あり)

①入り口の掲示板

②休憩所の壁

③食堂の壁

D-3 研究所（約160名）

④3階休憩室の掲示板

⑤1階食堂の壁面（研究所、医薬品製造関係の社員）

⑥ 総合事務所

・チラシは、社内便で個人に配布した。

### 評価方法

介入(啓発)前の調査は8月末に実施した。個人に配布し、それぞれ事業所内で留め置きとした。介入(啓発)後の調査は1月初旬に実施した。質問調査は、前後比較が可能で、かつ研究者が個人特定できないように事業所ごとの個人番号を書き込み、A4サイズ1枚の調査票を作成した(資料A、B)。健康行動に関する知識として、山口県の「20歳代、30歳代の健康支援ガイドブック」を基に、野菜の摂取量の目標値、身体活動量の目標値の問題(クイズ)を作成した。

啓発前調査票では現在の健康状態、健康的な生活習慣の取り組み、人口統計情報について質問した。啓発後調査票では人口統計情報は回答の対応を確認するためだけに性別、年齢だけにした。啓発後調査では、シンボルマークに気づき、記憶に残っているかどうかについて質問した。

### 統計解析

調査票を集計し、割合(%)を求めた。介入前後の両方に回答した人で、問題の正解率、健康的な行動に変えようとした人の割合を求めた。また、事後調査の問題の回答、健康的行動について、交絡因子を調整してオッズ比を求めた。

---

## 結果

---

### 対象者の特徴

4事業所の労働者数は2322人で、回答率は啓発前63%、啓発後76%、前後で照合可能であった対象者数は38%であった。照合可能者は、若年者に多く、男性が多かった(表2-8)。

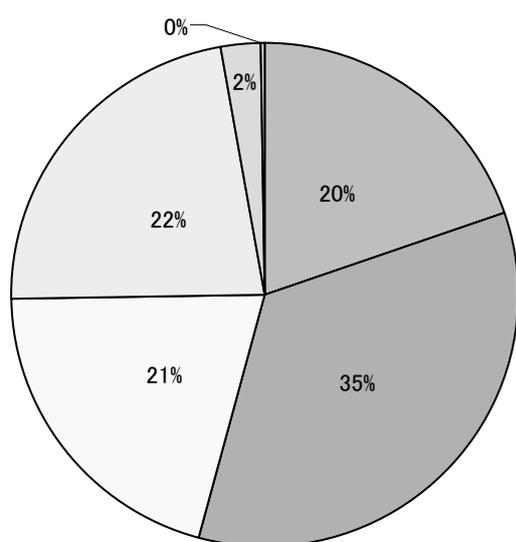
表2 回答者数

	労働者数	回答者数					
		啓発前	回答率%	啓発後	回答率%	両方回答	回答率%
A事業所	61人	61人	100%	53人	87%	50人	82%
B事業所	44人	39人	89%	44人	100%	31人	70%
C事業所	1193人	516人	43%	785人	66%	315人	26%
D事業所	1024人	852人	83%	891人	87%	491人	48%
合計	2322人	1468人	63%	1773人	76%	887人	38%

表 3 年齢構成

	啓発前		啓発後		両方回答	
	人	構成%	人	構成%	人	構成%
20歳代以下	235人	16%	288人	16%	174人	20%
30歳代	455人	31%	531人	30%	306人	34%
40歳代	318人	22%	369人	21%	184人	21%
50歳代	364人	25%	472人	27%	198人	22%
60歳代以上	88人	6%	108人	6%	22人	2%
未回答	8人	1%	5人	0%	3人	0%

前後回答者



# 結果

表 4 性別

	啓発前		啓発後		前後両方回答者のみ	
	人	構成%	人	構成%	人	構成%
男性	967 人	66%	1213 人	68%	689 人	78%
女性	496 人	34%	559 人	32%	195 人	22%
未回答	5 人	0%	1 人	0%	3 人	0%

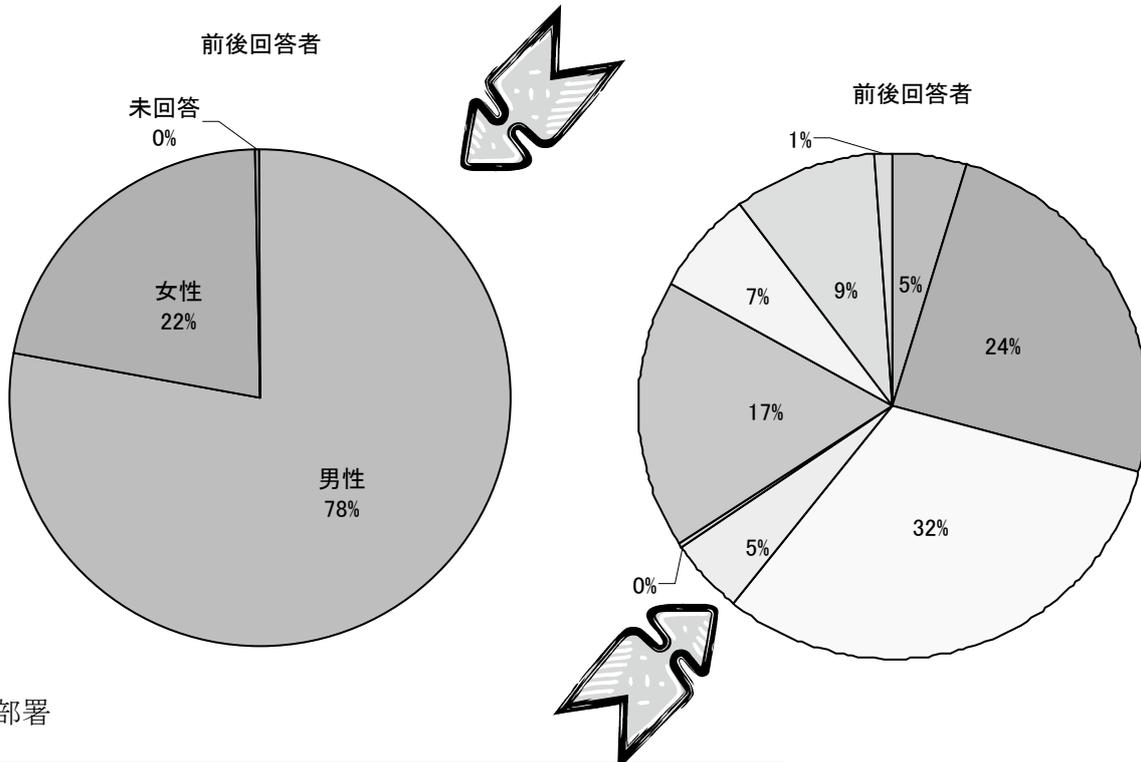


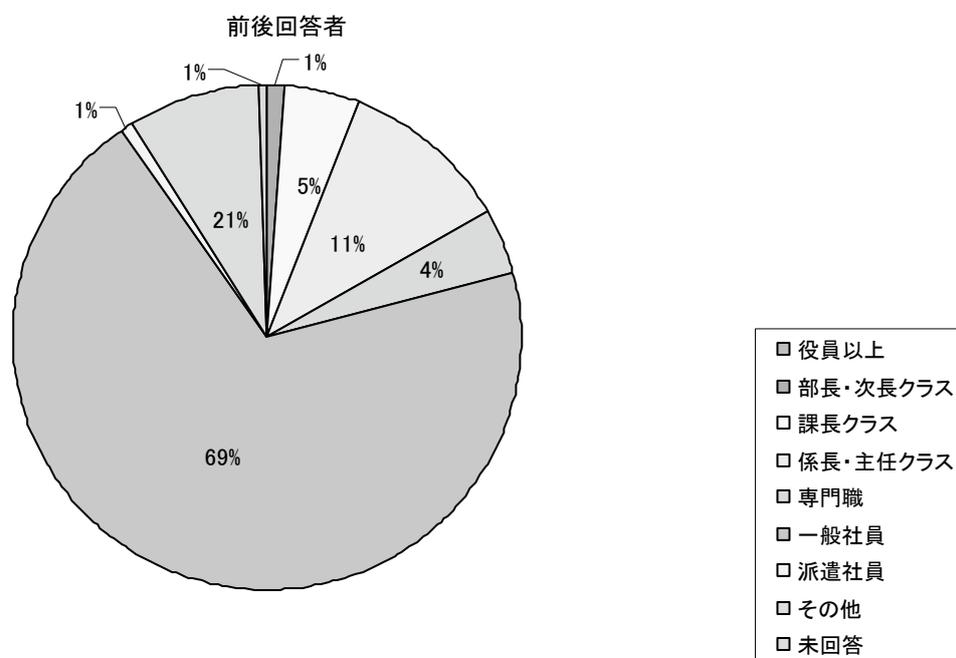
表 5 部署

	啓発前		前後両方回答者のみ	
	人	構成%	人	構成%
労務職	90 人	6%	43 人	5%
技能職	306 人	21%	215 人	24%
技術・専門職	404 人	28%	281 人	32%
営業・販売職	52 人	4%	42 人	5%
サービス・保安職	8 人	1%	3 人	0%
事務職	217 人	15%	152 人	17%
経営・管理職	87 人	6%	61 人	7%
農林漁業職	2 人	0%	0 人	0%
その他	285 人	19%	80 人	9%
未回答	17 人	1%	10 人	1%

- 労務職
- 技能職
- 技術・専門職
- 営業・販売職
- サービス・保安職
- 事務職
- 経営・管理職
- 農林漁業職
- その他
- 未回答

表 6 職位

	啓発前		前後回答者のみ	
	人	構成%	人	構成%
役員以上	1 人	0%	0 人	0%
部長・次長クラス	18 人	1%	10 人	1%
課長クラス	62 人	4%	41 人	5%
係長・主任クラス	134 人	9%	98 人	11%
専門職	48 人	3%	36 人	4%
一般社員	825 人	56%	615 人	69%
派遣社員	22 人	1%	7 人	1%
その他	345 人	24%	74 人	8%
未回答	13 人	1%	6 人	1%



結果

表 7 就業形態

	啓発前		前後回答者のみ	
	人	構成%	人	構成%
日勤	1045 人	71%	672 人	76%
交代勤務・夜勤	230 人	16%	169 人	19%
未回答	193 人	13%	46 人	5%

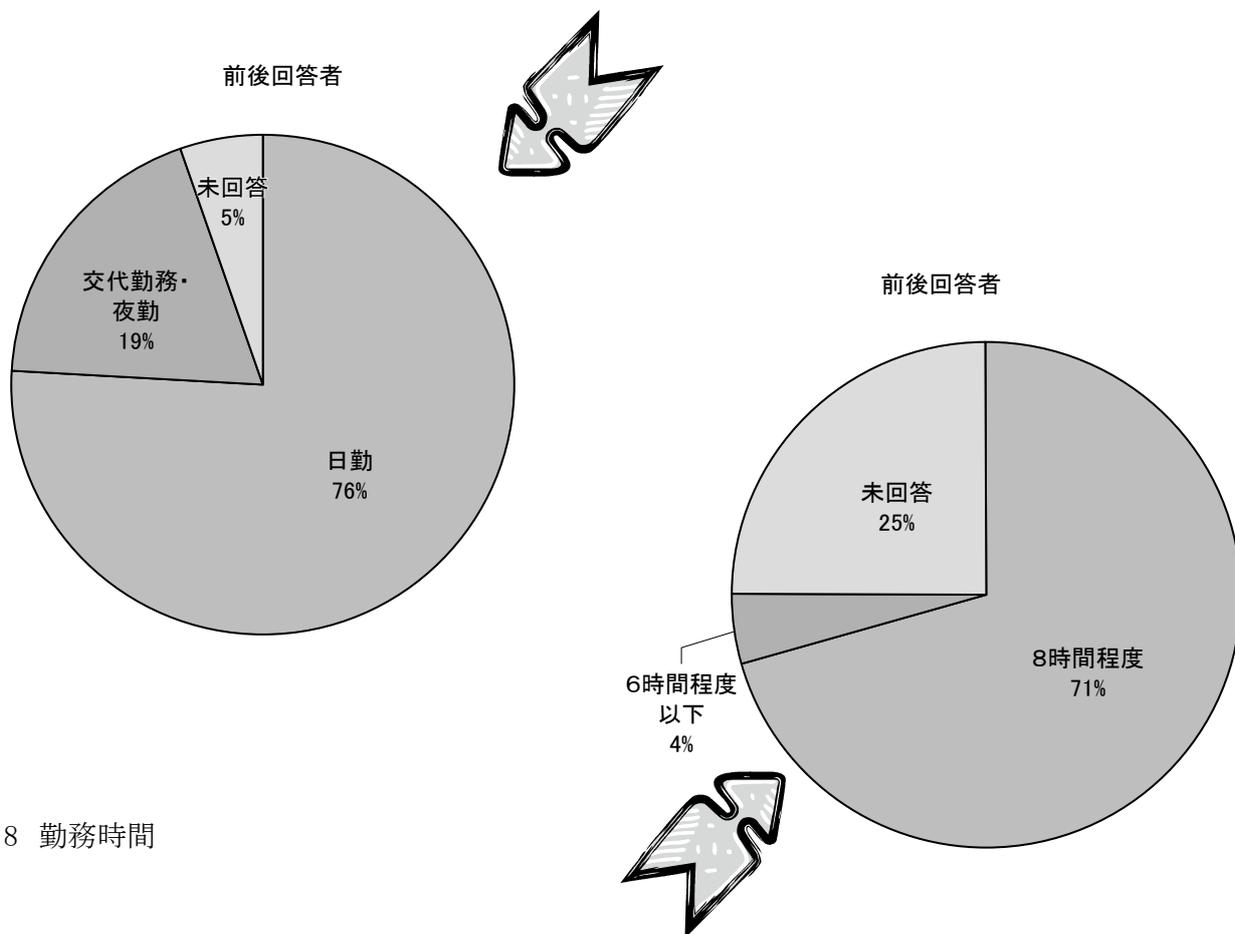


表 8 勤務時間

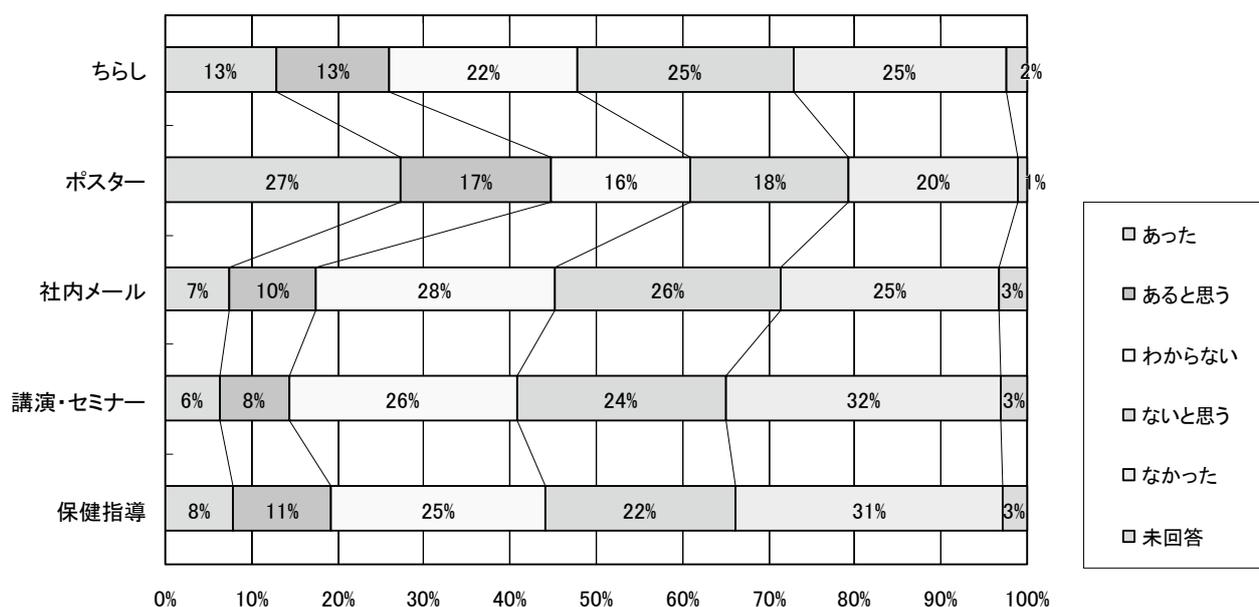
	啓発前		前後回答者のみ	
	人	構成%	人	構成%
8時間程度	971 人	66%	626 人	71%
6時間程度以下	192 人	13%	39 人	4%
未回答	305 人	21%	222 人	25%

## シンボルマークの認知

前後比較可能な対象者(887人)で、ポスターでシンボルマークを見たという人は44%で、次がチラシであった(26%;表9)。保健指導でシンボルマークの活用を勧めたわけではないが、保健指導での認知があったと答えた人がいた。質問票で保健指導の定義が曖昧であった。

表9 シンボルマークの認知(887人)

	あった		あると思う		わからない		ないと思う		なかった		未回答	
	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%	人	%
チラシ	114人	13%	116人	13%	195人	22%	222人	25%	218人	25%	22人	2%
ポスター	242人	27%	155人	17%	143人	16%	163人	18%	174人	20%	10人	1%
社内メール	65人	7%	89人	10%	246人	28%	234人	26%	224人	25%	29人	3%
講演・セミナー	56人	6%	72人	8%	234人	26%	216人	24%	282人	32%	27人	3%
保健指導	69人	8%	101人	11%	221人	25%	195人	22%	275人	31%	26人	3%



結果

## クイズの正解率

3つの質問の正解率は、いずれも改善していた。「誤答から正答へ」の変化も「正答から誤答へ」の変化よりも高かった。

次のクイズにお答えください。

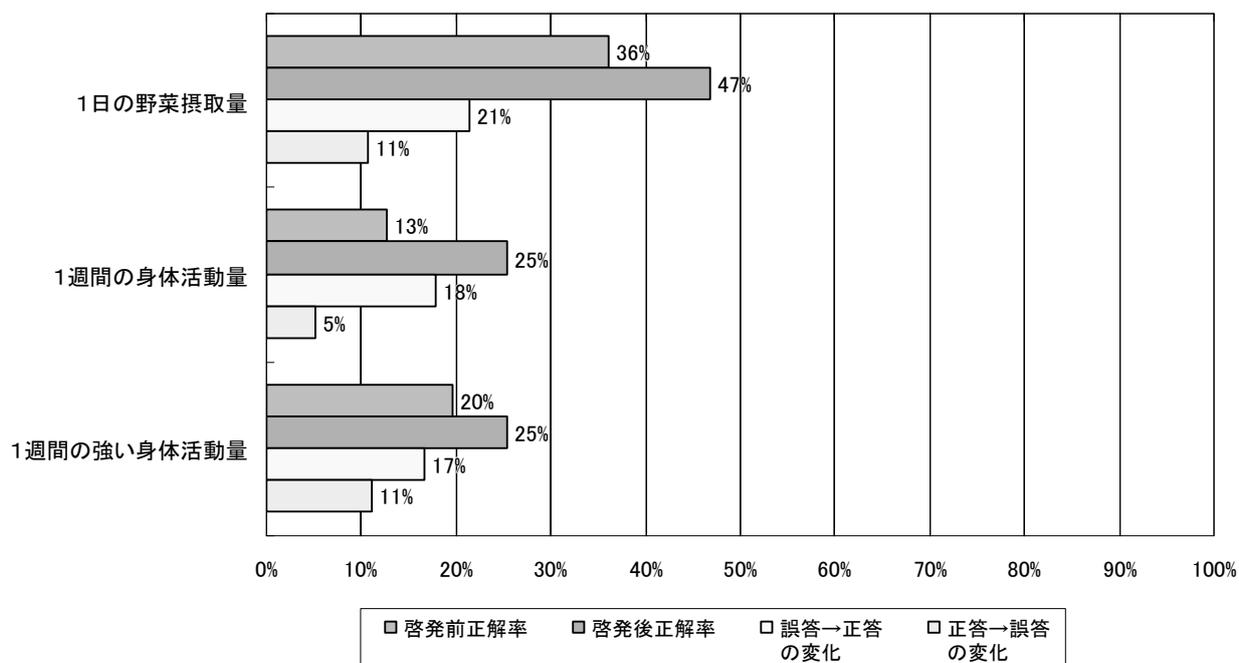
(ア) 成人が、1日に摂りたい野菜摂取量は、どれでしょうか。  
 350g以上       250g以上       150g以上       わからない

(イ) 「エクササイズ(Ex)」とは身体活動・運動量を表す単位です。健康づくりのためには、どのくらいの身体活動・運動量が目標でしょうか。  
 1週間に  
 3 Ex       13 Ex       23 Ex       わからない

そのうち、活発な運動は、  
 1 Ex       4 Ex       8 Ex       わからない

表 10 クイズの正解率の変化

	正解率		誤答→正答 の変化	正答→誤答 の変化
	啓発前	啓発後		
1日の野菜摂取量	320人 36%	415人 47%	190人 21%	95人 11%
1週間の身体活動量	113人 13%	226人 25%	158人 18%	45人 5%
1週間の強い身体活動量	175人 20%	225人 25%	148人 17%	98人 11%



## クイズの正解と媒体の記憶 多変量解析

野菜摂取量の目標値とは関係はなかったが、身体活動の正解とチラシ、ポスターでのシンボルマークを見た記憶は関連があった(表 11)。またメディアの組み合わせでも効果があった。

表 11 性・年齢・事業所・初期値を調整したロジステック回帰分析

	オッズ比	95%信頼区間	P 値
<b>野菜摂取目標</b>			
チラシ(フライヤー)	1.15	(0.97 , 1.37)	0.101
ポスター	1.13	(0.97 , 1.31)	0.115
社内イントラネット	1.10	(0.91 , 1.33)	0.335
セミナー・教育講演	1.17	(0.95 , 1.45)	0.135
保健指導	1.05	(0.87 , 1.27)	0.577
メディア・ミックス	1.02	(1.00 , 1.05)	0.093
<b>身体活動目標</b>			
チラシ(フライヤー)	<b>1.29</b>	<b>(1.07 , 1.55)</b>	<b>0.007</b>
ポスター	<b>1.44</b>	<b>(1.22 , 1.71)</b>	<b>&lt;.0001</b>
社内イントラネット	1.22	(0.99 , 1.50)	0.066
セミナー・教育講演	1.22	(0.97 , 1.53)	0.084
保健指導	1.09	(0.88 , 1.34)	0.435
メディア・ミックス	<b>1.06</b>	<b>(1.03 , 1.09)</b>	<b>0.001</b>
<b>身体活動目標(高強度)</b>			
チラシ(フライヤー)	1.06	(0.88 , 1.27)	0.534
ポスター	<b>1.22</b>	<b>(1.04 , 1.44)</b>	<b>0.016</b>
社内イントラネット	1.14	(0.93 , 1.39)	0.205
セミナー・教育講演	1.12	(0.90 , 1.39)	0.299
保健指導	1.19	(0.98 , 1.45)	0.072
メディア・ミックス	1.02	(0.99 , 1.05)	0.125

媒体の記憶は「あった」「あったと思う」を合わせた。メディア・ミックスは、5つの媒体を合計した。他の変数を調整しても結果は変わらなかった。

## 健康的行動

野菜・果物を積極的にとるようにしているという態度は増えていた(表 12)。しかし、身体活動や全般的な生活習慣を変えようという人の割合は高くなっていなかった。

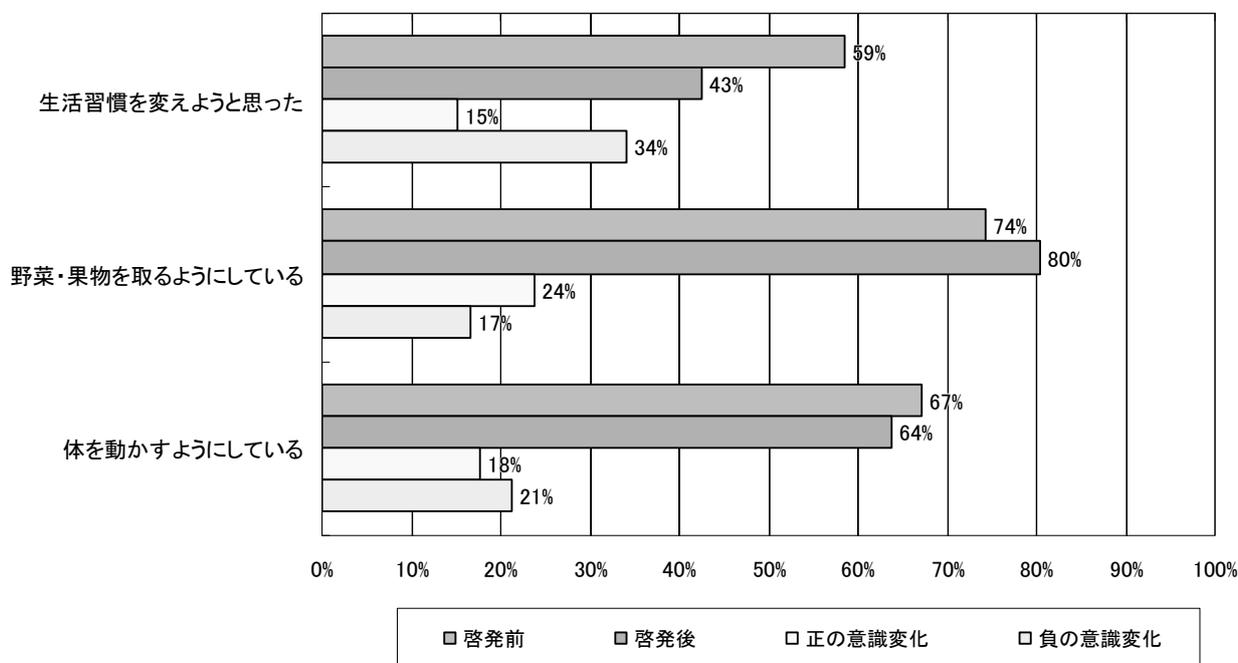
1. 上記の媒体を見て、ご自分の生活習慣を変えてみようと思いませんか。  
 そう思う  やそう思う  どちらでもない  あまり思わない  まったく思わない

2. 野菜や果物を積極的に食べようとしていますか。  
 している  ややしている  どちらでもない  あまりしていない  していない

3. 積極的に身体を動かすようにしていますか(通勤、ウォーキング、スポーツ参加、子どもと遊ぶ)。  
 している  ややしている  どちらでもない  あまりしていない  していない

表 12 健康的行動の態度の変化

	啓発前		啓発後		正の意識変化		負の意識変化	
生活習慣を変えようと思った	519 人	59%	377 人	43%	134 人	15%	303 人	34%
野菜・果物を取るようになっている	659 人	74%	714 人	80%	211 人	24%	147 人	17%
体を動かすようになっている	595 人	67%	565 人	64%	157 人	18%	189 人	21%



啓発後の「生活習慣を変えようと思った」は「ロゴ(シンボルマーク)を見て変えようと思った」であり、前後の質問は同じではなかった。

## 健康的行動と媒体の記憶 多変量解析

生活習慣改善の意識は、関連があった。野菜・果物摂取量増加の意識は、チラシ、ポスター、社内イントラネットでシンボルマークを見た記憶と関連があった。

表 13 性・年齢・事業所・初期値を調整したロジステック回帰分析

	オッズ比	95%信頼区間	P 値
生活習慣改善意識			
チラシ(フライヤー)	<b>2.09</b>	<b>(1.76 , 2.49)</b>	<b>&lt;.0001</b>
ポスター	<b>1.94</b>	<b>(1.66 , 2.26)</b>	<b>&lt;.0001</b>
社内イントラネット	<b>1.90</b>	<b>(1.56 , 2.31)</b>	<b>&lt;.0001</b>
セミナー・教育講演	<b>2.04</b>	<b>(1.64 , 2.53)</b>	<b>&lt;.0001</b>
保健指導	<b>2.21</b>	<b>(1.82 , 2.69)</b>	<b>&lt;.0001</b>
メディア・ミックス	<b>1.15</b>	<b>(1.12 , 1.19)</b>	<b>&lt;.0001</b>
野菜・果物摂取量増加意識			
チラシ(フライヤー)	<b>1.42</b>	<b>(1.11 , 1.82)</b>	<b>0.006</b>
ポスター	<b>1.30</b>	<b>(1.06 , 1.59)</b>	<b>0.012</b>
社内イントラネット	<b>1.40</b>	<b>(1.04 , 1.88)</b>	<b>0.025</b>
セミナー・教育講演	1.33	(0.98 , 1.80)	0.065
保健指導	1.30	(1.00 , 1.69)	0.051
メディア・ミックス	<b>1.06</b>	<b>(1.02 , 1.10)</b>	<b>0.002</b>
身体活動量増加意識			
チラシ(フライヤー)	1.12	(0.93 , 1.36)	0.219
ポスター	1.05	(0.89 , 1.23)	0.597
社内イントラネット	1.15	(0.92 , 1.42)	0.213
セミナー・教育講演	1.11	(0.88 , 1.40)	0.391
保健指導	1.09	(0.89 , 1.35)	0.407
メディア・ミックス	1.03	(0.99 , 1.06)	0.104

媒体の記憶は「あった」「あったと思う」を合わせた。メディア・ミックスは、5つの媒体を合計した。他の変数を調整しても結果は変わらなかった。

---

## 考察

---

今回チラシ、ポスターの視覚的なシンボルマークの記憶は、それぞれ26%、44%であった。山口県「20歳代、30歳代の健康支援ガイドブック」にある、掲示物などの印象が残っている人8%よりも高い数値であった。対象者やメッセージを限定していることで、明確な効果を測定できた。

チラシ、ポスターには、知識向上や健康的な生活態度に効果があった。啓発後の調査で、視覚的なシンボルマークの記憶を尋ねた。そのため、健康的な態度に変化した人に、視覚的なシンボルマークが記憶に残ったことを意味するかもしれない。しかし、啓発前後で比較して、クイズの正解率、野菜・果物摂取量増加の態度のある人が増加していることは、視覚情報デザインの伝達効果を示すものである。

教育講演には、はっきりした効果がなかった。協力事業所が1か所で、参加者数が非常に少なく、効果を検出できなかったかもしれない。もっと積極的に協力参加を促すべきである。しかし、職域での保健活動として、安全教育や業務そのものに関する教育が優先され、集団健康教育には限界がある。教育講演のコストは高く(20ページ参照)、大きな集団の場合は他の媒体も活用した複合的な効果を期待すべきである。

メッセージの内容は、対象集団が健康行動変容のどの段階であるかを把握して決めるべきである。シンボルマークの認知は、野菜・果物を積極的に摂取しようという態度とは関連があり、身体活動のクイズの正解率と関連があった。身体活動のメッセージは、厚生労働省「エクササイズガイド 2006」に基づくものであるが、具体的な行動方法を示しているわけではない。既報では行動を促し、客観的な行動測定を行い、階段の利用を訴えるポスターが職場で効果があることを示している。シンボルマーク製作のコンセプトは知識の向上であった。野菜のシンボルマークも1日350gという情報を提供する目的であったが、食生活行動に関連するものであり、態度に変化があったと考えた。

疾病予防のためには健康的な行動を継続することが必要である。労働者に働きかける内容は知識獲得であり、行動変容を促すことではなかった。知識や関心、それに態度は行動変容ステージの初期段階であり、重要なステップである。既報ではポスターなどの媒体は、階段の利用など閲覧できる場所に貼付され、その場でできる行動を促すものが多い。そのほかには、野菜摂取、コンドーム利用などがあるが、知識向上だけを目的とするものは少ない。しかし、今回野菜については、クイズの正解率よりも、野菜・果物を取るという態度と関連していた。対象者がどのような準備段階にあるかによって影響する段階が異なると考える。

チラシの配布方法は、A、B事業所のように小さな事業所では手渡しであった。A事業所では記憶に残った人の割合が多く、B事業所は他の事業所と同じであった。face-to-faceのほうが、印象が残るという報告がある。今回の調査ではチラシの渡し方を決めているわけではなく、今後詳細に検討すべきである。

ポスターの貼付位置は事業所の都合に合わせて、限定せざるを得なかった。多くの人が利用する更衣室、事務室が多かったので効果が現れたかもしれない。一方貼付場所、枚数をどれだけの対象者が見るかを

考えて決めたわけではなく、今後検討すべきである。ポスターの大きさは A2 で、これまで A1、A2 は A3 よりも効果があるという報告と矛盾しない。

本研究にはいくつかの限界がある。行動変容ステージの移行には、社会的サポートも影響する。職場内で同僚との交流を評価していない。曝露要因は、記憶だけで客観的な指標ではない。保健指導で活用していないのに、わずかの人が記憶に残ったと答えていた。ただし、保健指導を定義していないので、他の媒体の場合や、保健指導を受けるときにみたポスターやチラシの影響もある。対象地域と職場が限られているのも結果を一般化するときの限界のひとつである。

本研究では、多くの対象者に参加いただいた。また、保健所と協力した調査研究を行い、お互いの利点を活かし、欠点を補うことができた。結果はポスター、チラシのシンボルマークで健康メッセージを伝えることができた。今後地域の拡大、メカニズムの解明し洗練され、一般化できる手法を開発していく必要がある。

---

## キー・メッセージ

---

職場で健康関連シンボルマークを使ったチラシ・ポスターを用い、労働者の知識・態度は変化する。

ポスターとチラシは、多くの人にメッセージを伝える。

メッセージの内容によって、労働者の変化(行動変容ステージの移行)は異なる。

ポスター・チラシの製作にはデザイン理論に則ったデザインが必要である。

## 參考資料

- Anderson LM, Quinn TA, Glanz K, et al. The effectiveness of worksite nutrition and Physical activity interventions for controlling employee overweight and obesity: a systemic review. *Am. J. Prev. Med.* 2009;37:340-57.
- Bandula A. Self-efficacy in changing societies. Cambridge University Press, Cambridge, 1995
- Cheng H, Kotler P, Lee NR, editors. Social marketing for public health: global trends and success stories. Sudbury: Jones and Bartlett Publishers 2009
- Eakin EG, Brown WJ, Marshall AL, Mummery K, Larsen E. Physical activity promotion in primary care: Bridging the gap between research and practice. *Am. J. Prev. Med.* 2004;27:297-303.
- Engbers LH, van Poppel MNM, Chin A Paw MJM, Van Mechelen W. Worksite health promotion programs with environmental changes: a systemic review. *American Journal of Preventive Medicine* 2005;29:61-70.
- Eves FF, Webb OJ, Mutirie N. A workplace intervention to promote stair climbing: greater effects in the overweight. *Obesity* 2006;14:2210-16.
- French J, Blair-Stevens C, McVey D, Merritt R, editors. Social marketing and public health: theory and practice. New York: Oxford University Press 2010
- Kerr J, Eves FF, Carroll D. The influence of poster prompts on stair use: The effects of setting, poster size and content. *British Journal of Health Psychology* 2001;6:397-405.
- Kotler P, Lee NR, editors. Social Marketing: Influencing behaviors for good, 3rd ed. California: Saga Publications 2008
- Kwak L, Kremers SPJ, van Baak MA, Brug J. A poster-based intervention to promote stair use in blue- and white-collar worksites. *Prev. Med.* 2007;45:177-81.
- Lorentzen C, Ommundsen Y, Jenum AK, Holme I. The "Romsås in Motion" community intervention: program exposure and psychosocial mediated relationship to change in stages of change in physical activity. *Int. J. Behav. Nutr. Phys. Act.* 2007;4:15.
- Olander EK, Eves FF, Puig-Ribera A. Promoting stair climbing: Stair-riser banners are better than posters...sometimes. *Prev. Med.* 2008;46:308-10.
- Prochaska JO, Norcross JC, Diclemente CC. Changing for good. Harper, New York, 1994
- Spittaels H, De Bourdeaudhuij I. Implementation of an online tailored physical activity intervention for adults in Belgium. *Health Promotion International* 2006;21:311-19.
- Way RJ, Jupka K, Ludwig-Bell C. A community-wide media campaign to promote walking in a Missouri town. *Preventing Chronic Disease* 2005;2:Available from: URL: [http://www.cdc.gov/pcd/issues/2005/oct/05\\_0010.htm](http://www.cdc.gov/pcd/issues/2005/oct/05_0010.htm).
- Werch C, Moore MJ, Diclemente CC. Brief image-based health behavior messages for adolescent and their parents. *Journal of Child and Adolescent Substance Abuse* 2008;17:19-40.

## 費用効果分析

個々の費用は、適宜現実的な数値に入れ替えて再計算してください。

ポスターとチラシの製作	合計	317,065 円
デザイン (2種類)		181,925 円
印刷 (2種類)		
チラシ 2種類×2,000部		77,000 円
ポスター 2種類×100部		35,700 円
打ち合わせ		
デザイン 1時間×4回(市内キャンパス間移動)		0 円
貼付 1時間×2回×4箇所 日当 2,600円×2人×2日		
+旅費 1,890×2×2 =		17,960 円
運搬(山口駅-岩国駅:約 120km) 1,890円*往復(JR 利用仮定) =		3,780 円
貼付(場所、画鋏、磁石)		0 円
労働者がポスター・チラシを読む時間による労働損失		0 円

啓発前後調査ができた887人のうち、95人が野菜クイズの正解者が増えた。労働者全員に前後調査対象者と同じ効果があったと仮定した。

$$317 \text{ 千円} \div (95 \text{ 人} \times 2,322 \text{ 人}/887 \text{ 人}) = 1.3 \text{ 千円/人}$$

## 教育セミナー 1回実施

合計 42,886

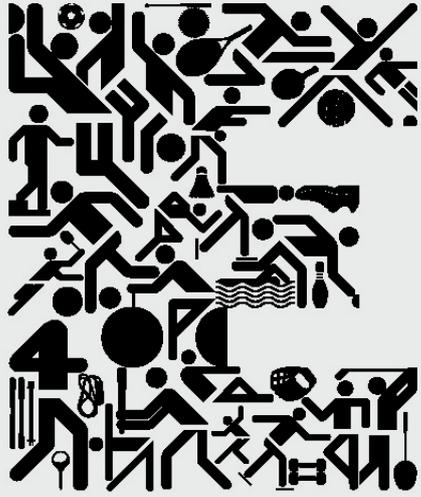
2次医療圏内の保健所職員が実施した。

講演 演者執務費 1時間 (山口県 35歳と仮定 専門職)		
2,498円/時間×2人		4,996 円
演者旅費 山口駅-岩国駅 1890円×1名		1,890 円
聴講者参加による労働損失 1,500円×24人 =		36,000 円
打ち合わせ 1時間×2回(市内)		0 円
資料作成		0 円
案内文書作成		0 円
会場設営		0 円

今回の調査では参加者から非参加者への波及効果は考慮しなかった。平成21年度山口県若年成人メタボリックシンドローム予防対策事業では、教育セミナーで野菜クイズの正解率は、55.3%から70.2%に増加した(16.9ポイント上昇)。今回の参加人数は24人だったが、山口県の事業では32回実施して、平均参加人数は40人程度であった。

$$43 \text{ 千円} \div (24 \text{ 人} \times 0.169) = 11 \text{ 千円/人}$$

身体活動・野菜シンボルマークのはいった「チラシ」のそれぞれ表(左)と裏(右)



健康生活実践キャンペーン

**めざそう! "1週間に23エクササイズ"**

1日に1万歩をめざして、今より**1000歩**プラス

山口産業保健推進センター 083-933-0105  
http://www.yamaguchi-sampo.jp/  
山口県健康増進課 083-933-2950

いろいろな機会を見つけて、歩く、階段を使うように心がけましょう。  
まずは、できることから始めましょう。  
～今より**1000歩**プラスを目標に!～

さらに、継続できる楽しみとして、週に1時間程度の汗をかくような運動をはじめませんか?

1エクササイズに相当する活発な身体活動

運動	強度	身体活動
自転車(通勤) 10分	3メッツ	歩行 20分
自転車(レジャー) 20分	4メッツ	自転車(通勤) 15分
徒歩 15分	5メッツ	自転車(レジャー) 10分
軽いジョギング 10分	6メッツ	階段昇降 10分
ランニング 8分	8メッツ	重い荷物(重量) 8分

身体活動量の多いほど、虚血性心疾患、脳血管疾患、糖尿病、結核などにかかる可能性や死亡率の低いことが知られています。またメンタルヘルスや社会的なよりよい生活と関係があることも知られています。

身体活動には運動(スポーツ)だけでなく、日常生活動作(通勤、家事など)も含まれます。日常生活だけで、1日1.5エクササイズぐらいの活動をしています。普通の速さで60分歩く、3エクササイズぐらいになります。

1週間の合計で23エクササイズが必要です。

体重とエネルギーの関係を感じて把握しましょう。

- エネルギー(パランス)と体重の関係
  - 私たちが生きて活動するためにエネルギーが必要です。
  - そのためのエネルギーを毎日、食事によって供給しなければなりません。
  - 食事によって体に入ってくるエネルギー量と、運動などによって体から出ていくエネルギー量は、パランスが保たれていることが大切です。
  - パランスが保たれると、「やせる」あるいは「太る」ことになりません。
- 体脂肪1kgに蓄積されるエネルギー量
  - 1kgの脂肪組織に含まれるエネルギーは、7000kcalです。
  - 1日のエネルギーパランス23kcal(7000kcal=30日)の差が、1か月で体脂肪1kgの増減につながります。
- ウォーキングとエネルギー消費
  - 体重60kgの人が70cmの歩幅で10分歩くと30kcalのエネルギーを消費します。
  - 個人差はありますが、ウォーキングする時間、歩数、距離、消費エネルギーの関係はおおよそ以下の表に示すことができます。
  - おにぎり一つは、150-200kcalです。それをウォーキングで消費するためには60分、6000歩、4200m歩かなければならないことを感覚的に把握しておきましょう。

時間	歩数	距離	消費エネルギー
10分間	1000歩	700m	30kcal
30分間	3000歩	2100m	90kcal
60分間	6000歩	4200m	180kcal

※ 体重60kgの人が、70cmの歩幅でウォーキングした場合

山口県健康増進課 20年度、30年度の健康増進ガイドブック(2009、2009)、日本人の食事摂取基準(2010年版、2009)、国民健康・栄養の現状(平成19年度厚生労働省国民健康・栄養調査報告、2010)、健康づくりのための運動指針2006(生活習慣予防のための「エクササイズガイド2006」、2006)



健康生活実践キャンペーン

**食から始める健康づくり**

野菜を1日**350g**以上を目標に

山口産業保健推進センター 083-933-0105  
http://www.yamaguchi-sampo.jp/  
山口県健康増進課 083-933-2950

1日**350g**以上を摂取するために、  
1日に野菜料理**5皿分**以上を食べましょう。

1皿分の野菜料理の例

新鮮サラダ、きのこのソテー、ほうろく菜のお浸し、きゅうりとわかめの酢の物、冷やしトマト、真だくさん味噌汁

2皿分の野菜料理の例

野菜炒め、野菜の煮しめ、芋の煮ころがし

ビタミンC、食物繊維、カリウムなどの摂取は、糖尿病や高血圧、動脈硬化などの生活習慣病の予防に効果的に働きます。これらの栄養素は野菜に多く含まれているため、野菜をたくさん食べてほしいです。しかし、全国調査によると成人の野菜摂取量はおおよそ290gで、厚生労働省が示している食事摂取基準で推奨している栄養素摂取量には足りない人が多くいることになりました。

まずは、1日3食とって、毎食野菜を少しずつでも摂取するように心がけましょう!

- ビタミンCは、免疫力を高める働きを予防し、また、抗酸化作用があり細胞の老化やがんを予防します。
- 食物繊維は、食後の血糖値を緩やかに抑え、コレステロールの吸収を抑制します。また、腸内環境を整えます。食後血糖値を多くとっている人は心筋梗塞の発症率から見て、腸内環境が悪いという研究報告がいくつもあります。さらに血糖、脂質、コレステロールが低いという報告があります。腸内環境を整える働きを期待されています。
- カリウムは、余分なナトリウムの排泄を促し、高血圧を予防します。また、骨密度を高める可能性があります。

- 野菜を食べない習慣がないかチェックしましょう。
  - 昔から野菜、きのこ、海藻、いも、大豆などを食べる習慣がない。
  - 野菜、きのこ、海藻、いも、大豆などが苦手。
  - 意識して食べようとすることがない。
  - 調理が苦手、または調理ができない。
  - 調理するのが面倒。
  - 副菜を作る時間がない。
  - 献立のレパートリーが少ない。
  - 家族が食べられないので作らない。
  - 家族は食べているが、自分は食べない。
  - 食材があまるのであまり買わない。
  - 野菜は値段が高いので買わない。
- 野菜をたくさん食べるポイント
  - 自分自身の努力でできること
    - 新鮮な野菜を手に入れる
    - 簡単に調理できること
    - 情報収集のできること
    - 簡単レシピや調理方法の記事を読んだり、探す
    - 買い物でいろいろな野菜をよく見て選ぶ
  - 周りのサポートでできること
    - 家族が野菜を食べやすくなるように協力する
    - 「おいしく」、「ありがとう」を言う

山口県健康増進課 20年度、30年度の健康増進ガイドブック(2009、2009)、日本人の食事摂取基準(2010年版、2009)、国民健康・栄養の現状(平成19年度厚生労働省国民健康・栄養調査報告、2010)、健康づくりのための運動指針2006(生活習慣予防のための「エクササイズガイド2006」、2006)

## ポスター・チラシ製作デザイン・使用マニュアル

### 1. 伝えたいメッセージを明確にする。

情報を盛り込みすぎない。ポスターのデザインはシンプルにし、複雑にならないようにする。

### 2. デザインを専門家に依頼する。

印刷会社でも簡単なデザインをしてもらえるが、専門家(デザイナー)に依頼し、デザイン理論にあわせて制作するほうがよい。

デザイナーに、コンセプト、使用方法を明確に伝える。

### 3. 貼付場所には、目線、動線を考える。

ポスターを配るだけはいけない。自ら貼付を確認する。

対象者の目の高さにポスターの中心がくる。視線は、左から右、上から下に動くことに注意する。

### 4. 貼付期間を決める。

古いポスターははずし、色褪せる前に新しいポスターに張り替える。効果的な貼付期間を設定し、期間以外は貼らない。

資料

- A. 質問票 啓発前
- B. 質問票 啓発後
- C. 啓発前の質問調査回答
- D. 啓発後の質問調査回答
- E. 事業所別のシンボルマークの記憶

A. 質問票 啓発前

健康づくりキャンペーン事前調査質問票

平成 22 年 8 月 日

各 位

山口産業保健推進センター  
山口県岩国健康福祉センター

健康づくりキャンペーンに関する調査のお願い

日本人の死因のうち生活習慣病といわれる「がん、脳卒中、心臓疾患」の死亡率は高く、定期健康診断でも半数ぐらいの方が有所見（要医療、要精密検査など）となっています。

これまで生活習慣予防のために、生活習慣の見直しや改善を資するような広報活動がさまざま実施されています。今回健康的な行動を取り組むことについて、労働者に効果のある広報の方法を検討しています。

調査はキャンペーンの内容をご理解いただけるかどうかを調べることを目的としております。調査票の集計、解析は山口産業保健推進センターが実施します。山口産業保健推進センターでは、ご回答いただいた調査票を、事業所・個人が特定されることのないように集計・公表し、今後の産業保健活動に活用していく予定としております。

何とぞ、趣旨をご理解いただき、ご協力いただきますようお願いいたします。

質問紙調査は、

1. キャンペーン実施前
2. キャンペーン実施およそ 6 カ月後の 2 回実施いたします。

実施方法や、内容について、お尋ねになりたいことは、下記連絡先にお尋ねください。

連絡先

〒753-0051 山口県山口市旭通り 2 丁目 9-19 山口建設ビル 4 階  
労働者健康福祉機構 山口産業保健推進センター  
TEL 083-933-0105 FAX 083-933-0106

〒740-0016 岩国市三笠町1丁目1-1  
山口県岩国健康福祉センター  
TEL 0827-29-1523 FAX 0827-29-1594

A. 啓発前

■番号

--	--	--	--	--	--	--	--	--	--

※右詰めでご記入下さい。

■ **健康づくりキャンペーンに関するアンケート調査**

「健康づくりキャンペーン」に対する知識や意識の変化を調査するため、半年後に再度アンケートを実施致します。もっともあてはまるものに 印☑をつけてください。

1. ご自分の生活習慣と関連した健康状態で気になることがありますか。

- ある    ややある    どちらでもない    あまりない    まったくない

2. 定期健康診断で、所見（異常値）を指摘されましたか。

- はい    いいえ

3. 最近1年間に保健指導（医師、保健師、栄養士など）を受けましたか。

- はい    いいえ

4. ご自分の生活習慣を、変えてみようと思っっていますか。

- そう思う    ややそう思う    どちらでもない    あまり思わない    まったく思わない

5. 野菜や果物を積極的に食べるようにしていますか。

- そう思う    ややそう思う    どちらでもない    あまり思わない    まったく思わない

6. 積極的に身体を動かすようにしていますか（通勤、ウォーキング、スポーツ参加、子どもと遊ぶ）。

- そう思う    ややそう思う    どちらでもない    あまり思わない    まったく思わない

7. 次のクイズにお答えください。

(ア) 成人が、1日に摂りたい野菜摂取量は、どれでしょうか。

- 350g以上    250g以上    150g以上    わからない

(イ) 「エクササイズ (Ex)」とは身体活動・運動量を表す単位です。健康づくりのためには、どのくらいの身体活動・運動量が目標でしょうか。

1週間に

- 3 Ex    13 Ex    23 Ex    わからない

そのうち、活発な運動は、

- 1 Ex    4 Ex    8 Ex    わからない

8. 年齢

(   ) 歳 数字を書いてください。

9. 性別

- 男性    女性

10. 部署

- 労務職    技能職（運転手、工員、大工など）  
技術・専門職（エンジニア・看護師・教師など）    営業・販売職  
サービス・保安職（店員・保育士・警官など）    事務職  
経営・管理職    農林漁業    その他

11. 階級

- 役員以上    部長・次長クラス    課長クラス    係長・主任クラス  
専門職    一般社員    人材派遣会社からの派遣社員    その他

12. 勤務状況

(ア) 就業形態

- 日勤    交代勤務・夜勤

(イ) 1日勤務時間

- 8時間程度    6時間程度以下

B. 質問票 啓発後

平成 22 年 12 月 日

各 位

山口産業保健推進センター  
山口県岩国健康福祉センター

健康づくりキャンペーンに関する調査のお願い（2回目）

日本人の死因のうち生活習慣病といわれる「がん、脳卒中、心臓疾患」の死亡率は高く、定期健康診断でも半数ぐらいの方が有所見（要医療、要精密検査など）となっています。

これまで生活習慣予防のために、生活習慣の見直しや改善を資するような広報活動がさまざま実施されています。今回健康的な行動を取り組むことについて、労働者に効果のある広報の方法を検討しています。

調査はキャンペーンの内容をご理解いただけるかどうかを調べることを目的としております。調査票の集計、解析は山口産業保健推進センターが実施します。山口産業保健推進センターでは、ご回答いただいた調査票を、事業所・個人が特定されることのないように集計・公表し、今後の産業保健活動に活用していく予定としております。

何とぞ、趣旨をご理解いただき、ご協力いただきますようお願いいたします。

今回の質問調査は、**2回目の実施です。**

実施方法や、内容について、お尋ねになりたいことは、下記連絡先にお尋ねください。

連絡先

〒753-0051 山口県山口市旭通り 2 丁目 9-19 山口建設ビル 4 階  
労働者健康福祉機構 山口産業保健推進センター  
TEL 083-933-0105 FAX 083-933-0106

〒740-0016 岩国市三笠町1丁目1-1  
山口県岩国健康福祉センター  
TEL 0827-29-1523 FAX 0827-29-1594

B. 啓発後

健康づくりキャンペーン事後調査質問票

■番号 

--	--	--

--	--	--	--	--

■ **健康づくりキャンペーンに関するアンケート調査**

「健康づくりキャンペーン」に対する知識や意識の変化を調査するため、最近6ヶ月間にごらんになったポスターやちらしなどにあるロゴについてお尋ねします。もっともあてはまるものに 印をつけてください。

1. 野菜摂取や身体活動に関するロゴ（裏）を次の媒体で見ただことがありますか。

- |                 |                              |                                |                                |                                |                               |
|-----------------|------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|
| ちらし（フライヤー）      | <input type="checkbox"/> あった | <input type="checkbox"/> あると思う | <input type="checkbox"/> わからない | <input type="checkbox"/> ないと思う | <input type="checkbox"/> なかった |
| ポスター            | <input type="checkbox"/> あった | <input type="checkbox"/> あると思う | <input type="checkbox"/> わからない | <input type="checkbox"/> ないと思う | <input type="checkbox"/> なかった |
| 社内メール・ウェブページ    | <input type="checkbox"/> あった | <input type="checkbox"/> あると思う | <input type="checkbox"/> わからない | <input type="checkbox"/> ないと思う | <input type="checkbox"/> なかった |
| 衛生・健康の教育講演・セミナー | <input type="checkbox"/> あった | <input type="checkbox"/> あると思う | <input type="checkbox"/> わからない | <input type="checkbox"/> ないと思う | <input type="checkbox"/> なかった |
| 産業医や産業看護職の保健指導  | <input type="checkbox"/> あった | <input type="checkbox"/> あると思う | <input type="checkbox"/> わからない | <input type="checkbox"/> ないと思う | <input type="checkbox"/> なかった |

2. 上記の媒体を見て、ご自分の生活習慣を変えてみようと思いましたか。

- そう思う  ややそう思う  どちらでもない  あまり思わない  まったく思わない

3. 最近6か月間に定期健康診断で、所見（異常値）を指摘されましたか。  はい  いいえ

4. 最近6か月に保健指導（医師、保健師、栄養士など）を受けましたか。  はい  いいえ

5. 野菜や果物を積極的に食べようとしていますか。

- している  ややしている  どちらでもない  あまりしていない  していない

6. 積極的に身体を動かすようにしていますか（通勤、ウォーキング、スポーツ参加、子どもと遊ぶ）。

- している  ややしている  どちらでもない  あまりしていない  していない

7. ご自分の野菜摂取量や身体活動量がどのくらいかわかりますか。

野菜摂取量

- わかる  だいたいわかる  どちらでもない  あまりわからない  まったくわからない

身体活動量

- わかる  だいたいわかる  どちらでもない  あまりわからない  まったくわからない

8. 次のクイズにお答えください。

(ア) 成人が、1日に摂りたい野菜摂取量は、どれでしょうか。

- 350g以上  250g以上  150g以上  わからない

(イ) 「エクササイズ (Ex)」とは身体活動・運動量を表す単位です。健康づくりのためには、どのくらいの身体活動・運動量が目標でしょうか。

1週間に

- 3 Ex  13 Ex  23 Ex  わからない

そのうち、活発な運動は、

- 1 Ex  4 Ex  8 Ex  わからない

9. 年齢 

--	--

 歳 数字を書いてください。

10. 性別  男性  女性



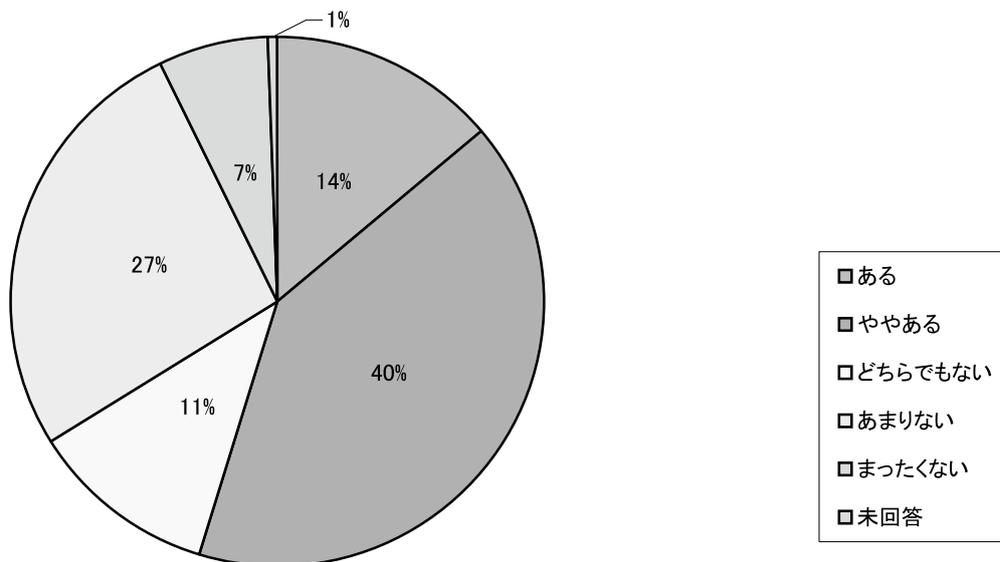
## C. 啓発前

### C. 啓発前の質問調査回答集計

#### 健康づくりに関するアンケート調査(全体・啓発前)

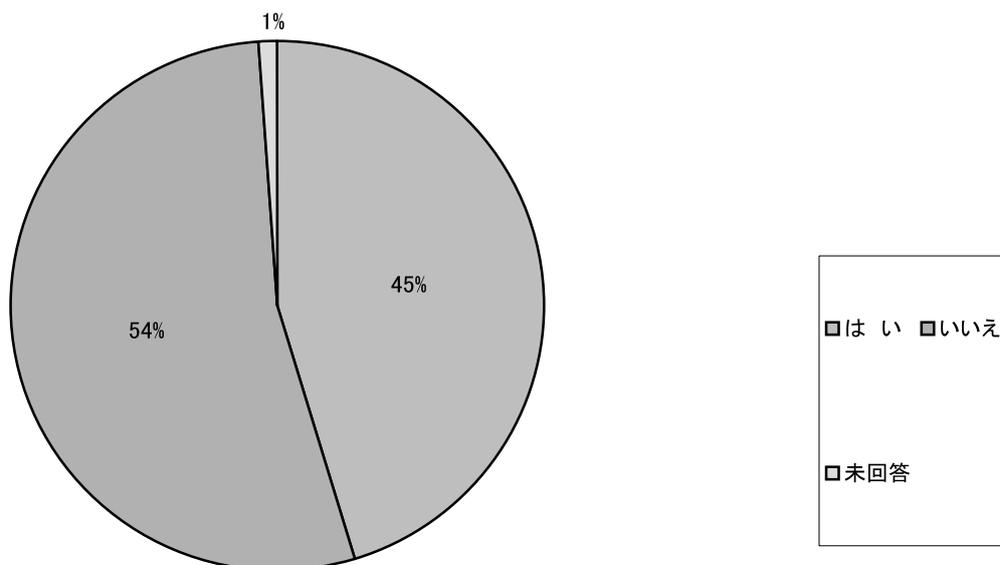
1. ご自分の生活習慣と関連した健康状態で気になることはありますか。

	ある	ややある	どちらでもない	あまりない	まったくない	未回答
啓 発 前	205	598	166	394	97	8



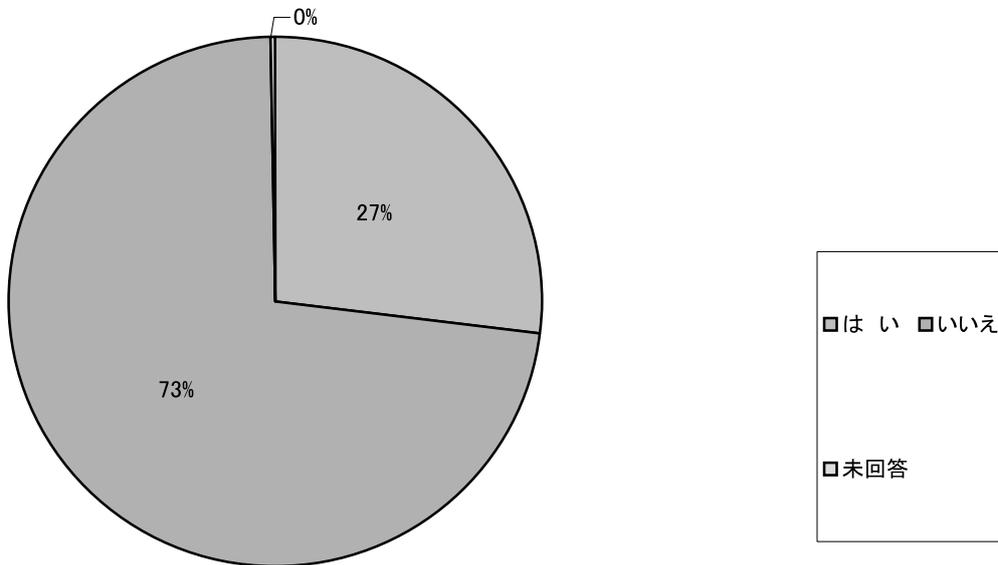
2. 定期健康診断で、所見(異常値)を指摘されましたか。

	はい	いいえ	未回答
啓 発 前	663	790	15



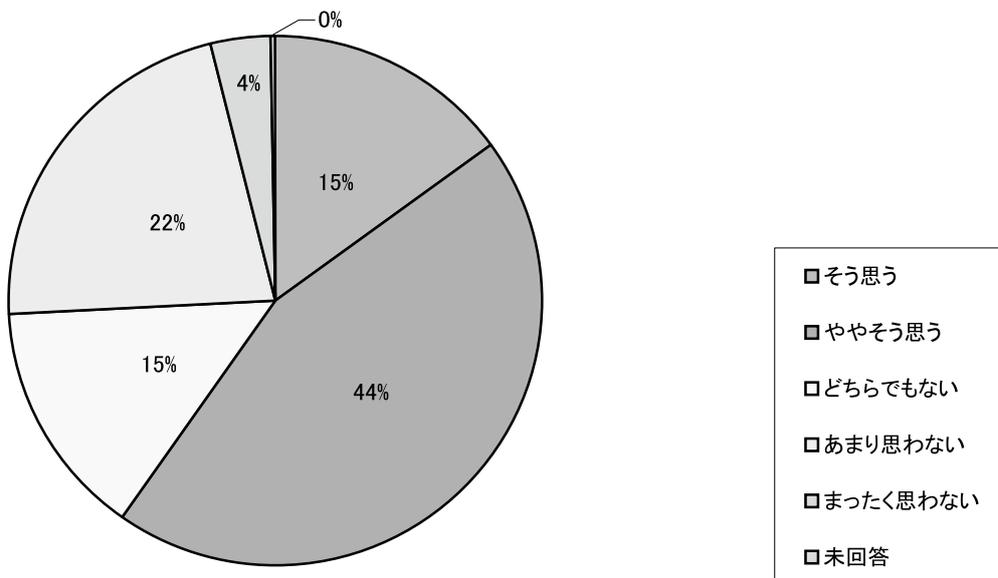
3. 最近1年間に保健指導(医師、保健師、栄養士など)を受けましたか。

	はい	いいえ	未回答
啓発前	397	1066	5



4. ご自分の生活習慣を、変えてみようと思っていますか。

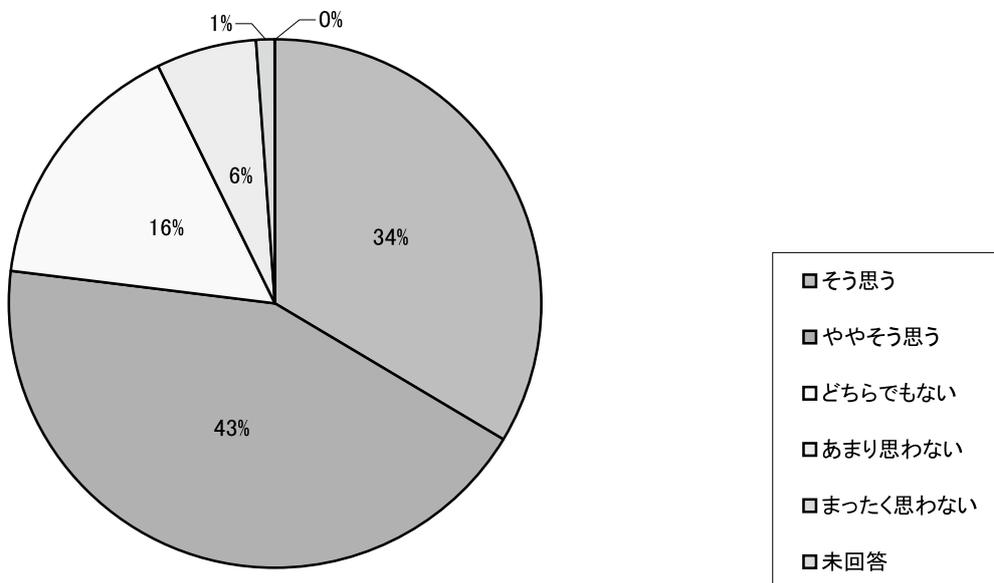
	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまり思わない	まったく思わない	未回答
啓発前	222	654	213	323	53	3



### C. 啓発前

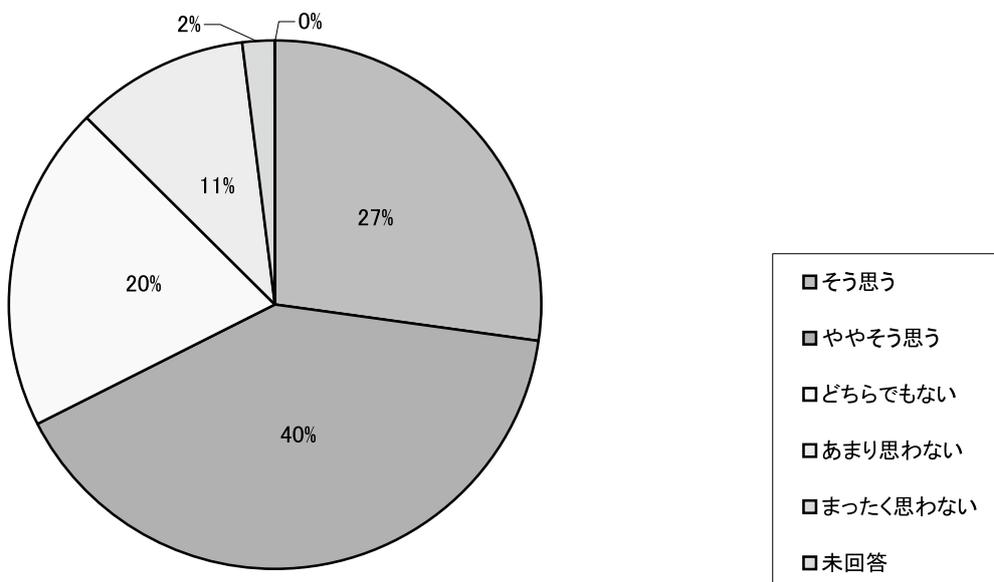
5. 野菜や果物を積極的に食べるようにしていますか。

	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまり思わない	まったく思わない	未回答
啓発前	494	634	234	89	17	0



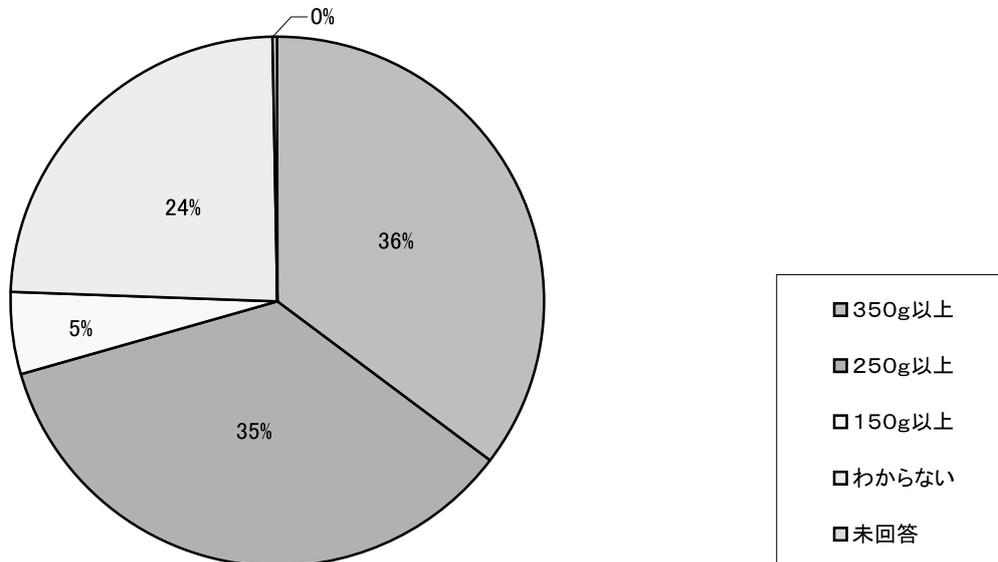
6. 積極的に身体を動かすようにしていますか。

	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまり思わない	まったく思わない	未回答
啓発前	399	590	295	156	27	1



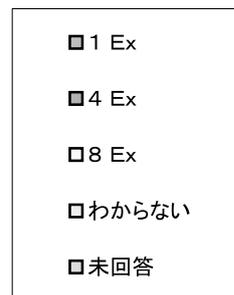
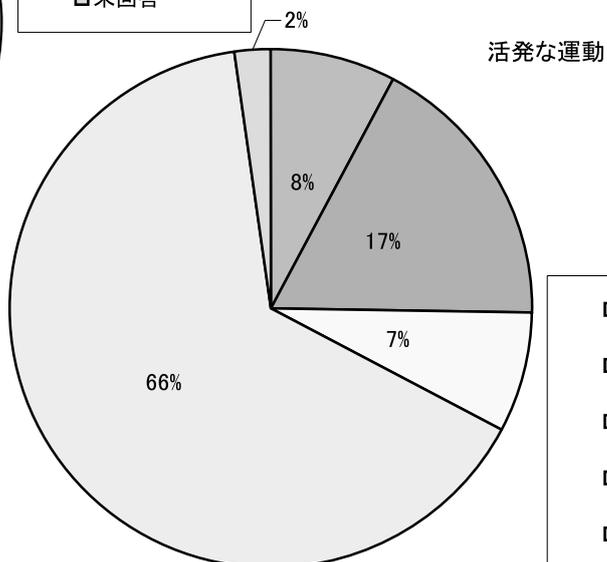
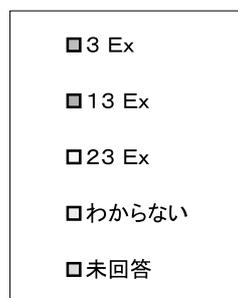
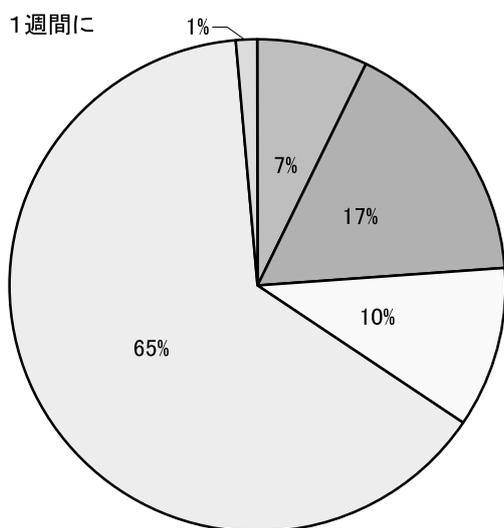
7-(ア) 成人が、1日に摂りたい野菜摂取量は、どれでしょうか。

	350g以上	250g以上	150g以上	わからない	未回答
啓発前	516	518	76	352	6



(イ) 健康づくりのためには、どのくらいの身体活動・運動量が目標でしょうか。

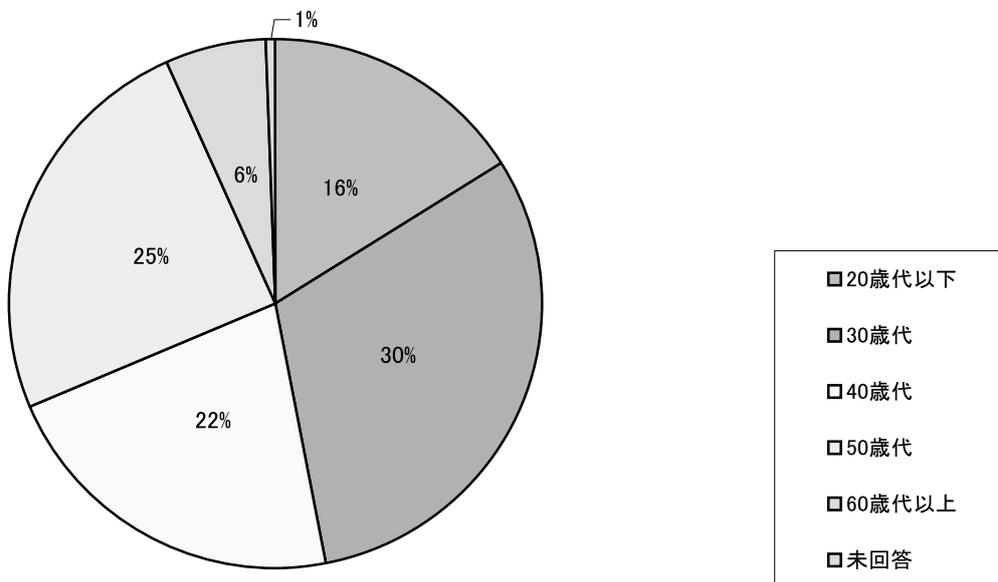
	3 Ex	13 Ex	23 Ex	わからない	未回答
1週間に	105	246	153	943	21
	1 Ex	4 Ex	8 Ex	わからない	未回答
活発な運動	115	255	110	955	33



C. 啓発前

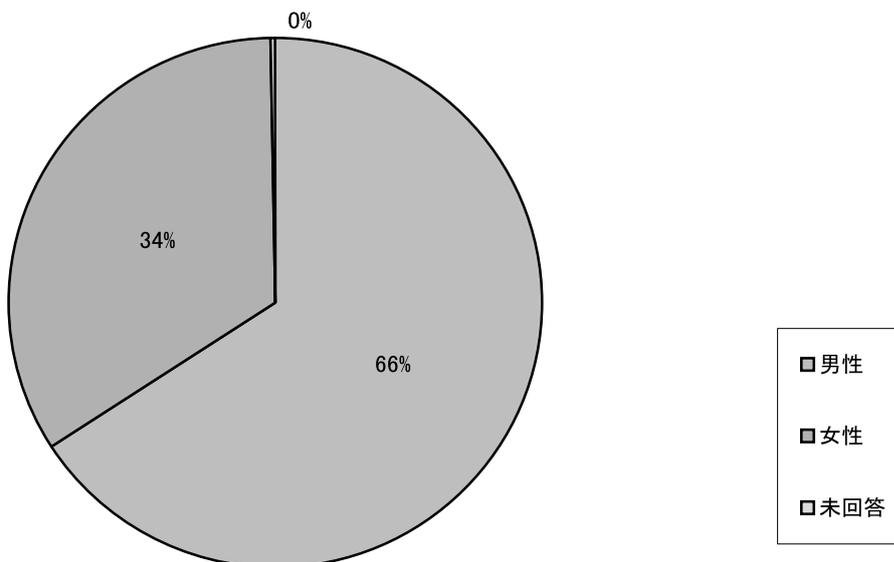
8. 年齢

	20歳代以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代以上	未回答
啓発前	235	455	318	364	88	8



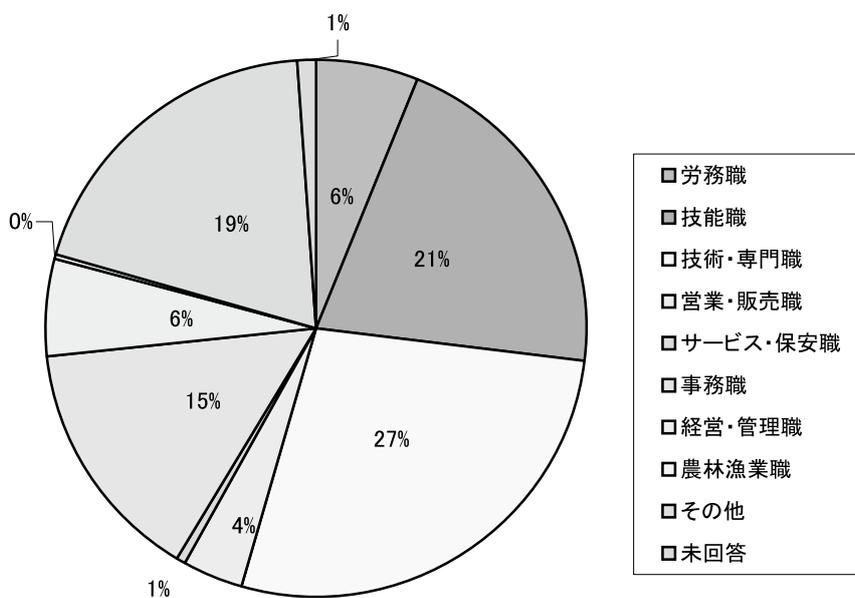
9. 性別

	男性	女性	未回答
啓発前	967	496	5



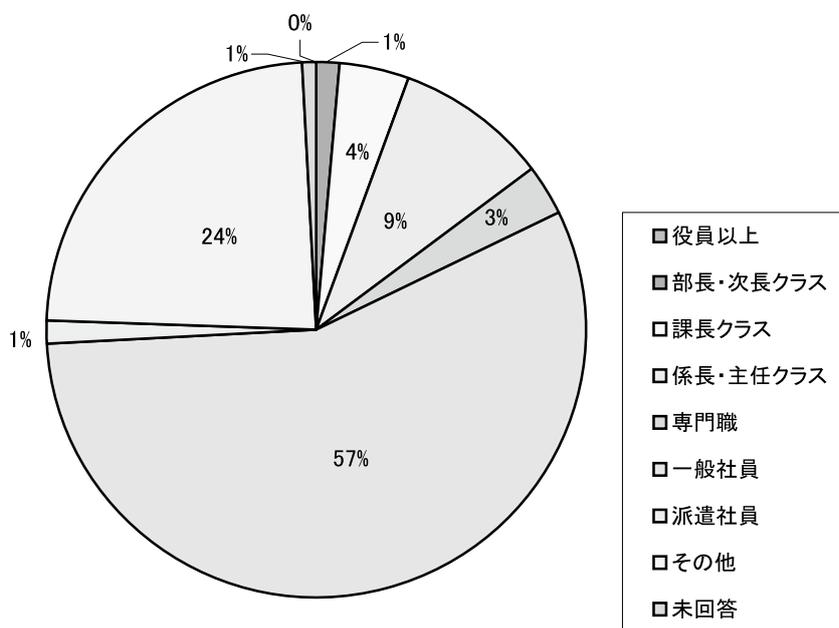
10. 部署

	啓発前
労務職	90
技能職	306
技術・専門職	404
営業・販売職	52
サービス・保安職	8
事務職	217
経営・管理職	87
農林漁業職	2
その他	285
未回答	17



11. 階級

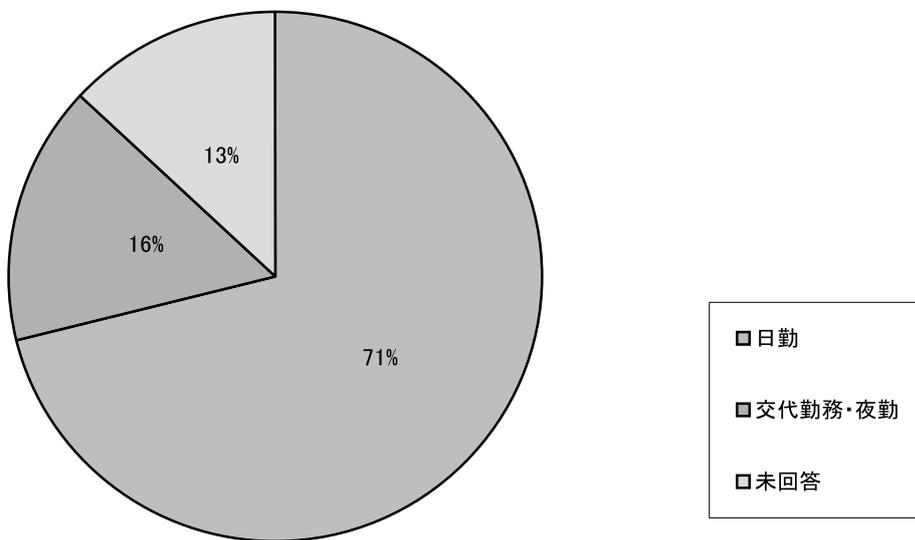
	啓発前
役員以上	1
部長・次長クラス	18
課長クラス	62
係長・主任クラス	134
専門職	48
一般社員	825
派遣社員	22
その他	345
未回答	13



C. 啓発前

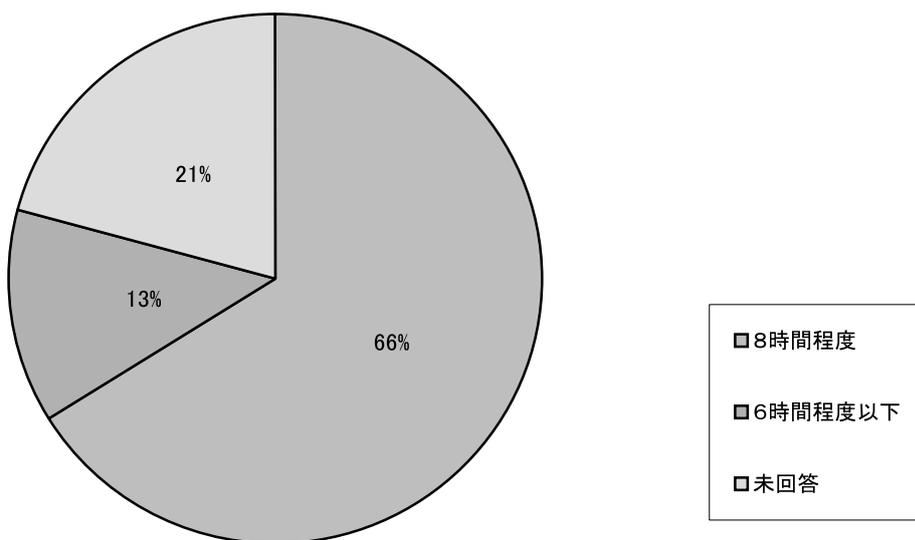
12. (ア) 就業形態

	日 勤	交代勤務・夜勤	未回答
啓発前	1045	230	193



(イ) 勤務時間

	8時間程度	6時間程度以下	未回答
啓発前	971	192	305

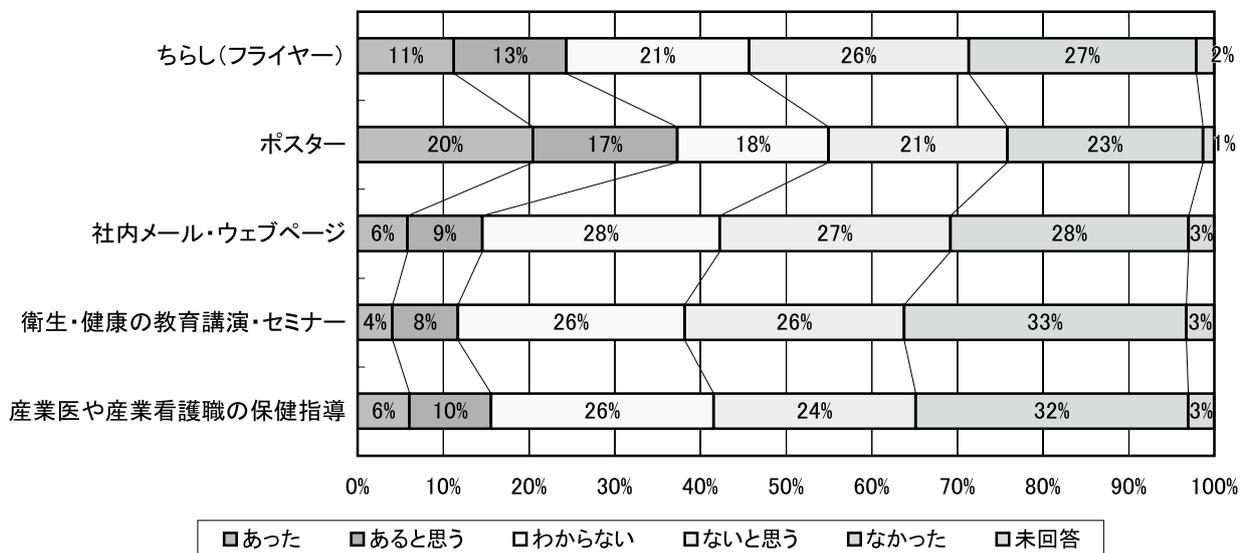


D. 啓発後の質問調査回答集計

健康づくりに関するアンケート調査(全体・啓発後)

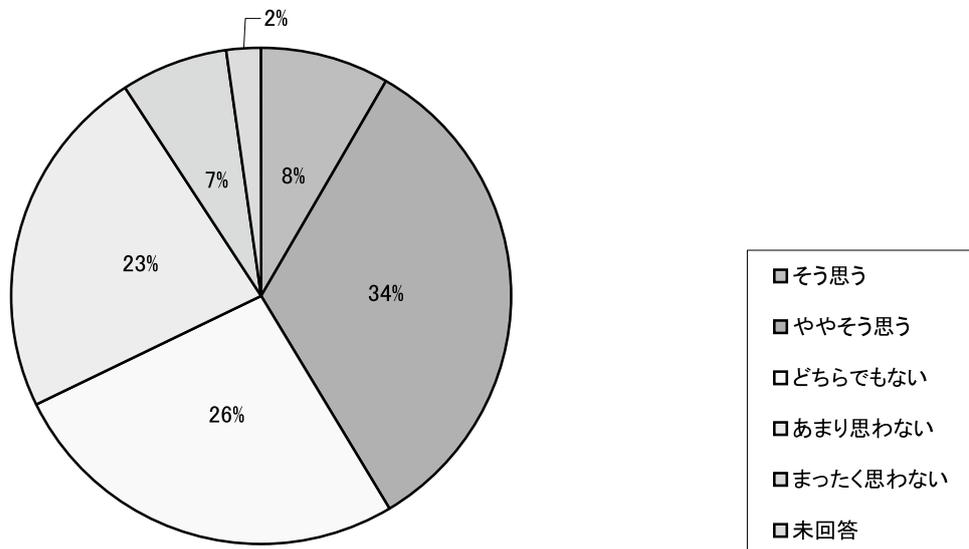
1. 野菜摂取や身体活動に関するロゴ(裏)を次の媒体で見ましたことがありますか。

	あった	あると思う	わからない	ないと思う	なかった	未回答
ちらし(フライヤー)	199	233	378	455	471	37
ポスター	363	299	313	370	405	23
社内メール・ウェブページ	103	155	492	477	493	53
衛生・健康の教育講演・セミナー	72	136	469	454	584	58
産業医や産業看護職の保健指導	107	169	461	418	564	54



2. 上記の媒体を見て、ご自分の生活習慣を変えてみようと思いましたか。

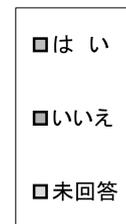
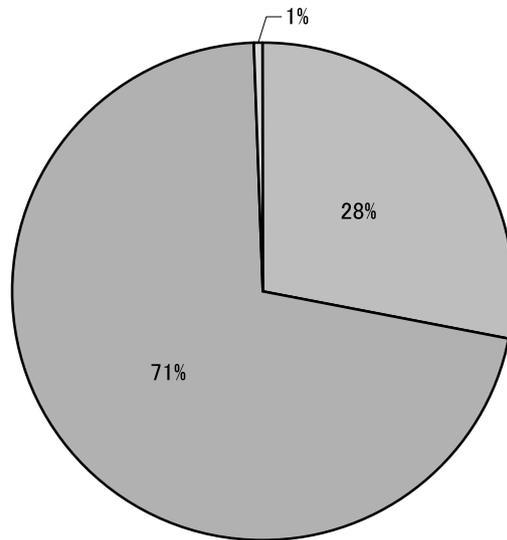
	そう思う	ややそう思う	どちらでもない	あまり思わない	まったく思わない	未回答
啓発後	150	586	464	410	125	38



D. 啓発後

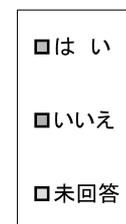
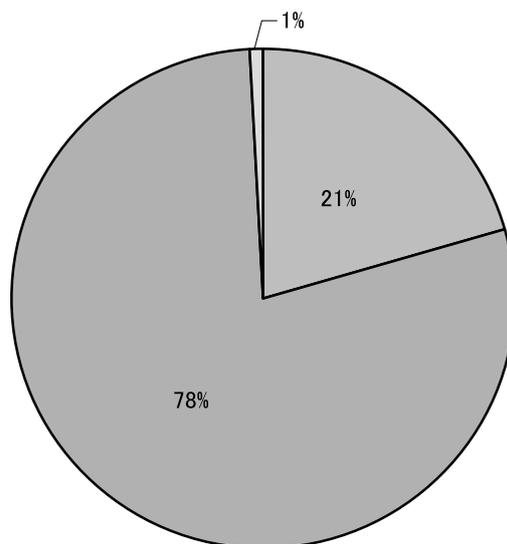
3. 最近6か月間に定期健康診断で、所見(異常値)を指摘されましたか。

	はい	いいえ	未回答
啓発後	495	1266	12



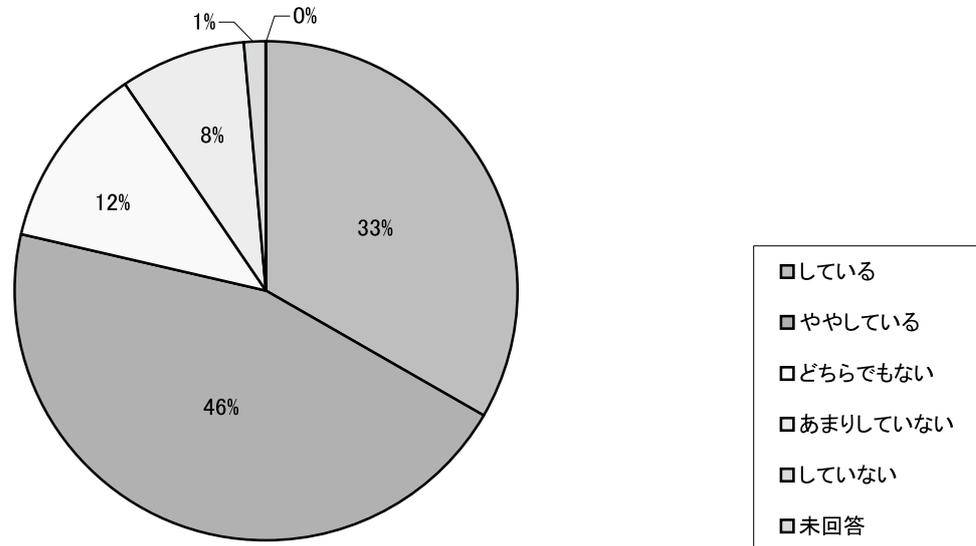
4. 最近6ヶ月に保健指導(医師、保健師、栄養士など)を受けましたか。

	はい	いいえ	未回答
啓発後	366	1391	16



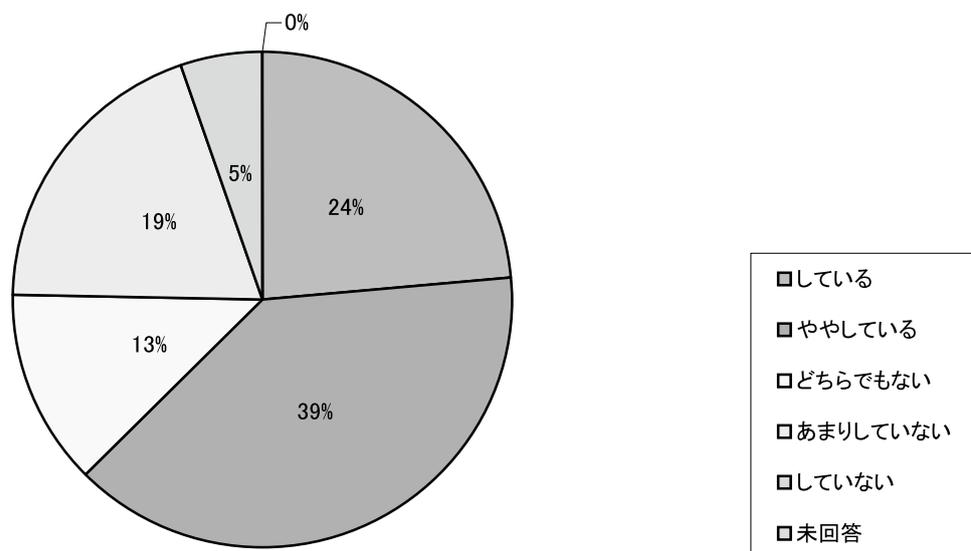
5. 野菜や果物を積極的に食べようとしていますか。

	している	ややしている	どちらでもない	あまりしていない	していない	未回答
啓発後	589	806	212	140	26	0



6. 積極的に身体を動かすようにしていますか(通勤、ウォーキング、スポーツ参加、子どもと遊ぶ)。

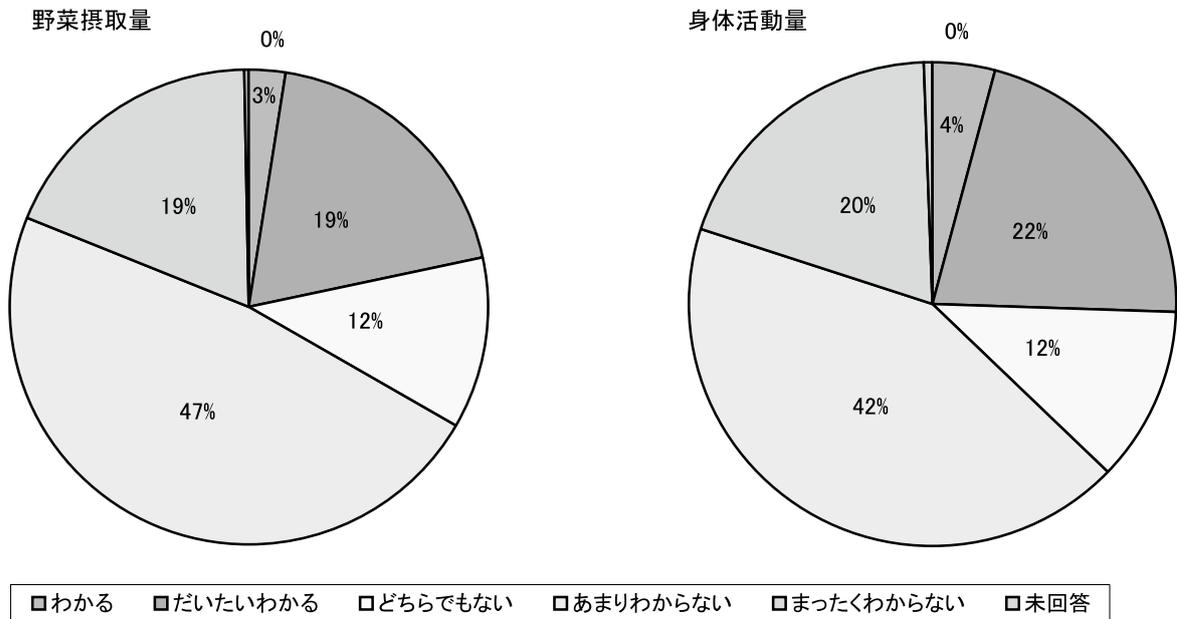
	している	ややしている	どちらでもない	あまりしていない	していない	未回答
啓発後	419	687	230	344	91	2



D. 啓発後

7. ご自分の野菜摂取量や身体活動量がどのくらいわかりますか。

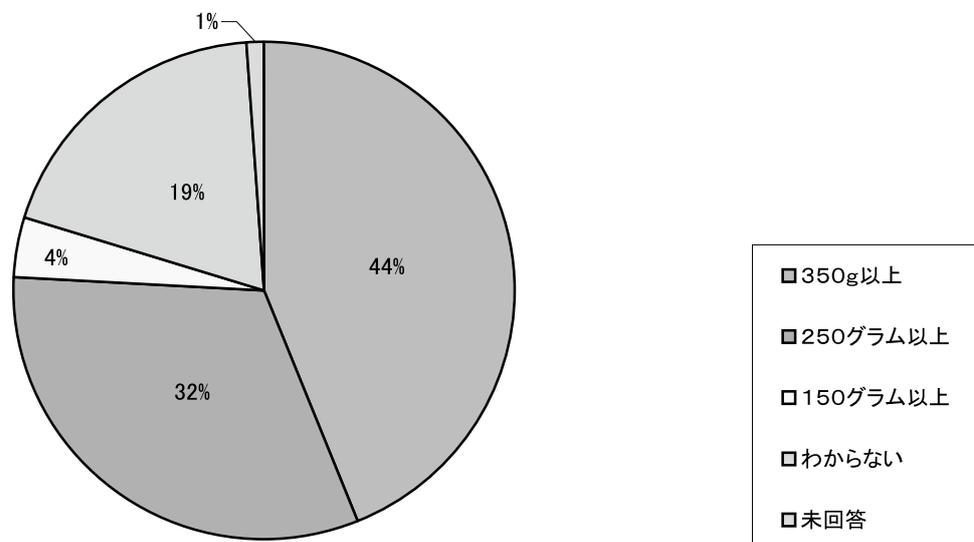
	わかる	だいたいわかる	どちらでもない	あまりわからない	まったくわからない	未回答
野菜摂取量	46	339	207	844	334	3
身体活動量	73	382	205	759	346	8



8. 次のクイズにお答えください。

(ア)成人が、1日に摂りたい野菜摂取量は、どれでしょうか。

	350g以上	250グラム以上	150グラム以上	わからない	未回答
啓発後	776	568	71	340	18

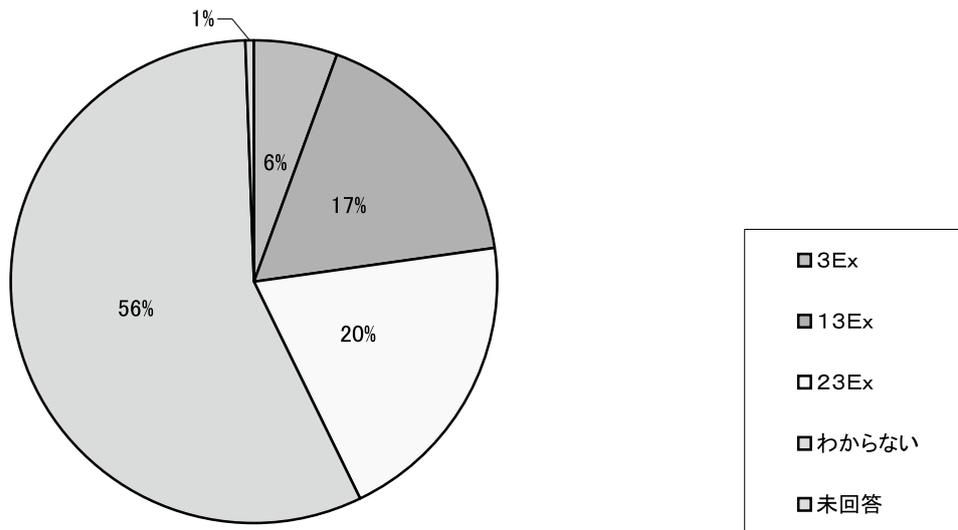


D. 啓発後

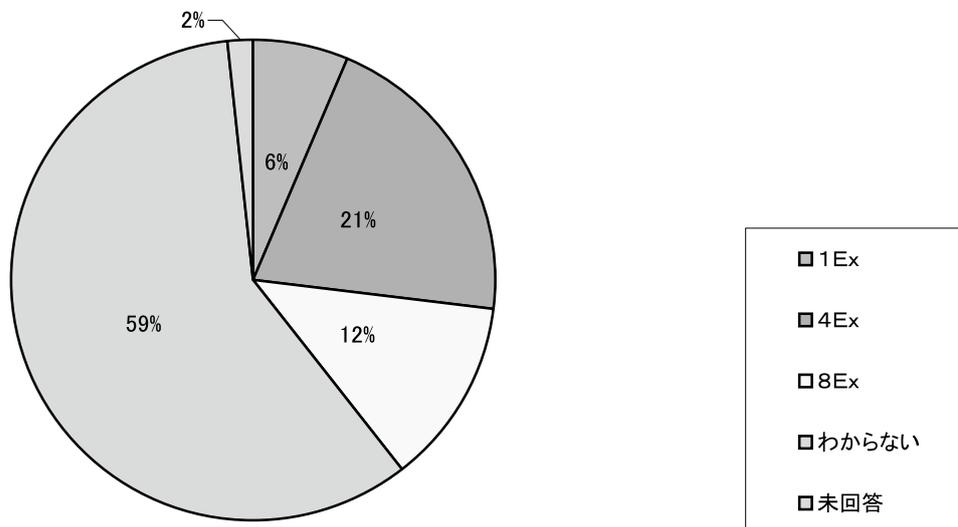
(イ)「エクササイズ(Ex)」とは身体活動・運動量を表す単位です。健康づくりのためには、どのくらいの身体活動・運動量が目標でしょうか。

	3Ex	13Ex	23Ex	わからない	未回答
1週間に	98	304	357	1004	10
	1Ex	4Ex	8Ex	わからない	未回答
活発な活動量	114	366	217	1045	31

1週間に



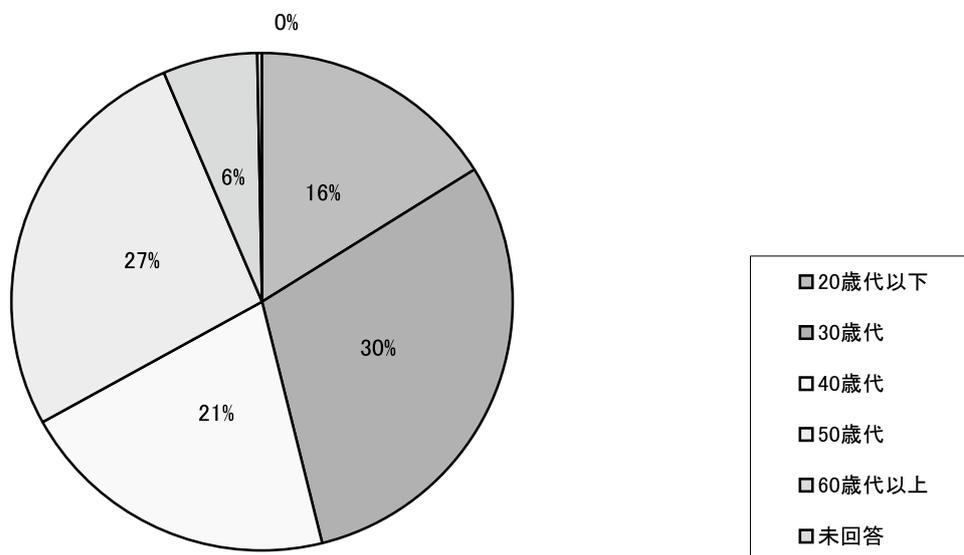
活発な運動量



D. 啓発後

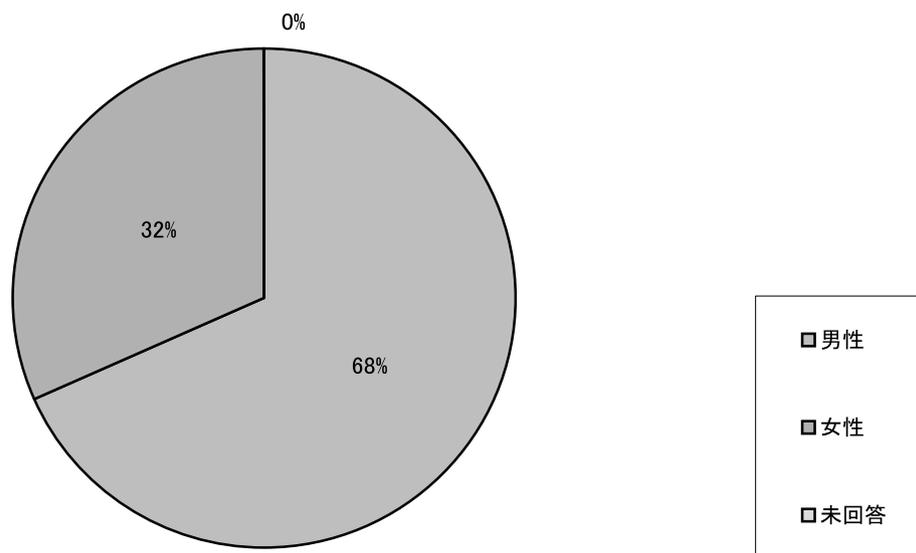
9. 年齢

	20歳代以下	30歳代	40歳代	50歳代	60歳代以上	未回答
啓発後	288	531	369	472	108	5



10. 性別

	男性	女性	未回答
啓発前	1213	559	1

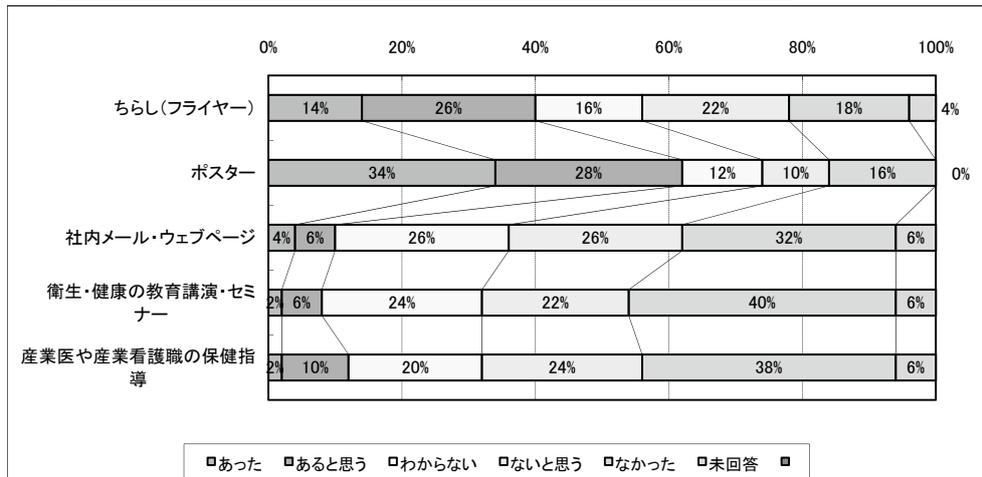


E. 事業所別のシンボルマークの記憶

A事業所

1. 野菜摂取や身体活動に関するロゴ(裏)を次の媒体で見ましたことがありますか。

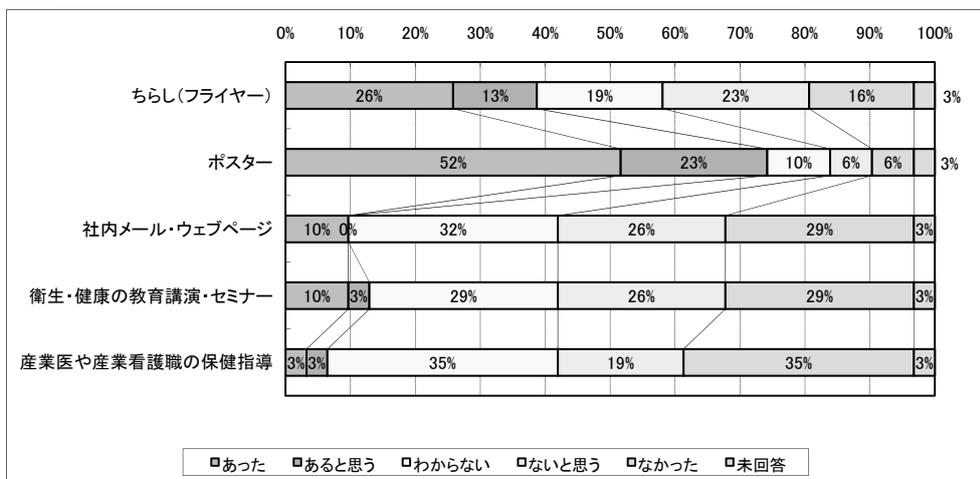
	あった	あると思う	わからない	ないと思う	なかった	未回答
ちらし(フライヤー)	7	13	8	11	9	2
ポスター	17	14	6	5	8	
社内メール・ウェブページ	2	3	13	13	16	3
衛生・健康の教育講演・セミナー	1	3	12	11	20	3
産業医や産業看護職の保健指導	1	5	10	12	19	3



B事業所

1. 野菜摂取や身体活動に関するロゴ(裏)を次の媒体で見ましたことがありますか。

	あった	あると思う	わからない	ないと思う	なかった	未回答
ちらし(フライヤー)	8	4	6	7	5	1
ポスター	16	7	3	2	2	1
社内メール・ウェブページ	3		10	8	9	1
衛生・健康の教育講演・セミナー	3	1	9	8	9	1
産業医や産業看護職の保健指導	1	1	11	6	11	1

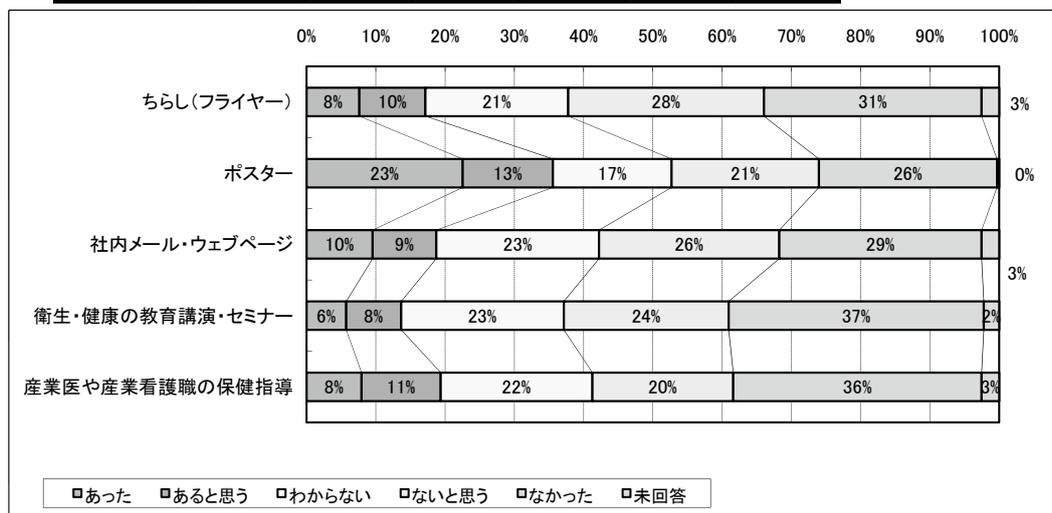


## E. シンボルマークの記憶

### C事業所

1. 野菜摂取や身体活動に関するロゴ(裏)を次の媒体で見ただけですか。

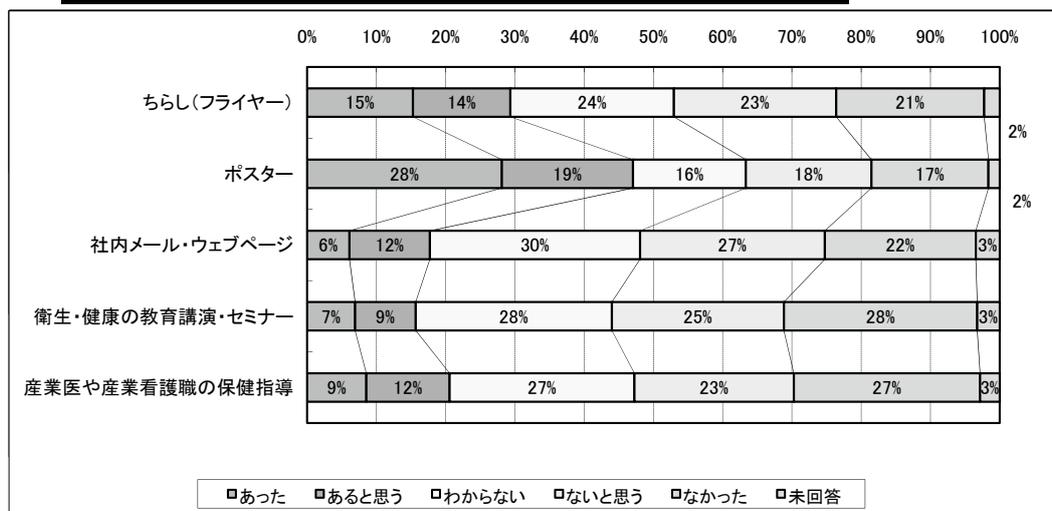
	あった	あると思う	わからない	ないと思う	なかった	未回答
ちらし(フライヤー)	24	30	65	89	99	8
ポスター	71	41	54	67	81	1
社内メール・ウェブページ	30	29	74	82	92	8
衛生・健康の教育講演・セミナー	18	25	74	75	116	7
産業医や産業看護職の保健指導	25	36	69	64	113	8



### D事業所

1. 野菜摂取や身体活動に関するロゴ(裏)を次の媒体で見ただけですか。

	あった	あると思う	わからない	ないと思う	なかった	未回答
ちらし(フライヤー)	75	69	116	115	105	11
ポスター	138	93	80	89	83	8
社内メール・ウェブページ	30	57	149	131	107	17
衛生・健康の教育講演・セミナー	34	43	139	122	137	16
産業医や産業看護職の保健指導	42	59	131	113	132	14



企画 山口産業保健推進センター

研究者 奥田昌之

木下武志

稲田杏子

芳原達也

研究協力 山口県健康福祉部健康増進課

山口県岩国健康福祉センター

発行 平成 23 年 3 月 9 日

山口産業保健推進センター 山口市