

皆野町

～み～なスマート事業－オレンジシールで、健康づくり～

(1) 皆野町の概要

(ア) 皆野町の基本情報

皆野町は、埼玉県の西北、秩父郡の東北に位置し、東は長瀨町と東秩父村に、北は本庄市と神川町に、南と西は秩父市にそれぞれ隣接している。町の面積は、63.61 平方km、その大部分は林野で占められている。中央の部分にある約 25%の平坦地が町の中心を形成し、簗山、大霧山、皇鈴山、登谷山、宝登山、城峰山、破風山の 500～1000m余の山々に囲まれている。町の中央には国道 140 号と秩父鉄道が走り、また国道 140 号皆野寄居バイパスや県道 10 路線とともに秩父地域の交通の要所となっている。都心からは 80 kmの圏域にあり、鉄道利用でさいたま市へ約 1 時間 40 分、東京へ約 2 時間で連絡している。

①	面積	63.61 km ²
②	人口	11,033 人
③	②のうち 65 歳以上人口 (再掲) ※【 】内は高齢化率	3,137 人 【 28.4% 】

(平成 24 年 1 月 1 日現在。町(丁)字別人口調査)

(イ) 人口分布概要と見込み

皆野町は、平成 22 年 4 月 1 日現在人口は 10,888 人で年々減少傾向にあるが、高齢者人口は増加傾向にあり、高齢化率は 29.2%と今後も急速に高齢化が進展すると予想される。

表 1 高齢化の推移と将来推計人口

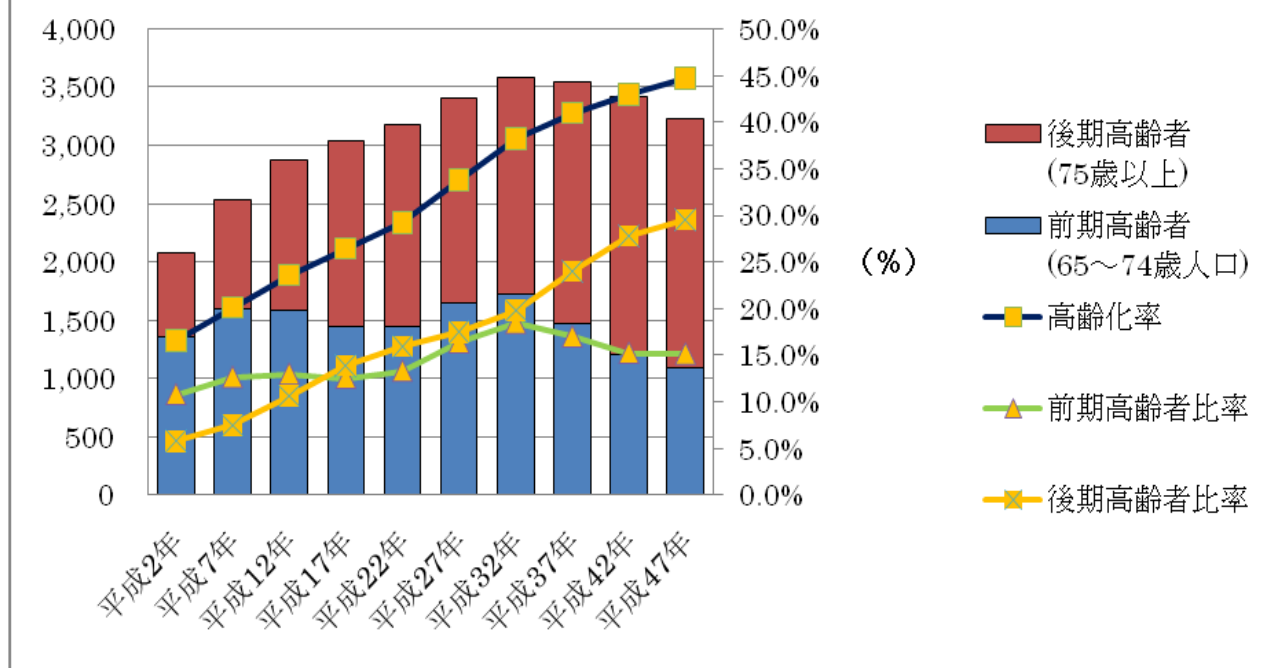
(人)

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	12,559	12,602	12,199	11,518	10,888	10,071	9,356	8,648	7,947	7,233
前期高齢者 (65～74 歳人口)	1,353	1,592	1,580	1,444	1,445	1,647	1,726	1,468	1,209	1,094
後期高齢者 (75 歳以上)	726	943	1,296	1,600	1,734	1,760	1,851	2,074	2,208	2,136
高齢化率	16.6%	20.1%	23.6%	26.4%	29.2%	33.8%	38.2%	41.0%	43.0%	44.7%
前期高齢者 比率	10.8%	12.6%	13.0%	12.5%	13.3%	16.4%	18.4%	17.0%	15.2%	15.1%
後期高齢者 比率	5.8%	7.5%	10.6%	13.9%	15.9%	17.5%	19.8%	24.0%	27.8%	29.5%

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) 皆野町の取組

(ア) 取組の概要

体重管理に着目した健康づくり事業

目的：「朝の体重測定習慣の定着」で健康的な好ましい生活習慣が得られる環境づくりをする。

誰でも、簡単に、すぐできる、わかりやすい「朝の体重測定」を、測定できたら「ごほうび」として「オレンジシール」で行動を強化し、自己確認する過程から、習慣の定着を意図したものである。体重測定の定着が、保健行動を誘発させ、生活習慣が改善する。そしてそれが検査値にも現れ、「生活習慣病予防」につながると思われる。

(イ) 取組の契機

健康づくりに「運動」や「食事指導」は欠かせないが、この方法だけでは、生活習慣の改善や行動変容が不十分、かつ長期維持が困難な現状がある。そこで今回応用行動分析学に基づいて開発された減量プログラム (Be-Sumart) に取り組んだ。

このプログラムは、好ましい生活習慣が起きる人、起きない人の違いを、「体重測定習慣の獲得」に着目したものである。体重測定は誰でも、毎日、直ぐ、簡単にでき、自らの健康を「考える機会」として有効である。かつ日々の体重測定の値を見ることで、「太った」「減量できた」を想起することができ、特に「朝の体重測定」は、その日の活動前の大きな「きっかけ」となり、本人の保健行動の惹起に有用と考えた。

(ウ) 取組の内容

8月6日より3ヶ月間(84日:21週)非対面でFaxと郵送、携帯メールにより双方性保ちながら①朝の体重を計る習慣づくりに、オレンジシール技法(毎朝、昨日の朝より100g以上減量できたら、オレンジシールを教材に貼れるというルール)を用い、あわせて②食育トレーニング、“ひとくちを大切に食べる習慣”を健康教育する。

事業名	み～なスマート事業
事業開始	平成23年度～

	平成24年度	平成23年度
予算	16万円(み～なスマート事業のみ) ・健康教育ツール 15万円 ・データ分析業務委託料 1万円	57万円(み～なスマート+特定保健指導) ・導入サポートコンサルティン料 27万円 ・保健師研修費用 8万円 ・オレンジシール 2万円 ・支援パッケージ 20万円
参加人数	12人	23人
期間	平成24年8月～平成25年10月	平成23年8月～平成24年10月

①初回説明会・一口トレーニング(食育トレーニング)を実施(平成24年8月6日)

②参加者12名を保健師3名で、3ヶ月間プログラム進行する。

テーマ: 「あさの体重を計って、昨日より100g以上の減量をめざそう」

み～なスマート説明会后にプログラムで決められた方法で、5回の体重報告をFAX等でしてもらい、体重の変化をグラフにして返送する。また保健師の応援携帯メール(携帯電話のない方は応援はがき)により、3ヶ月にわたって支援する。

※応援メールは、プロンプトフェーディング法(=行動療法的には初期にプロンプト(ヒント)を多く出して、だんだん引いていく技法)を取り入れている。

体重の報告

以下のスケジュールで体重を報告

- * 1週間後に報告
 - * 2週間後に報告
 - * 4週間後に報告
 - * 8週間後に報告
 - * 12週間後に報告
- } 体重の変化をグラフにして保健師の応援メッセージ付きで返送する。

③プログラムは、体重を計る習慣づくりの応援と同時に「ゆっくり噛みしめて食べる方法(一口トレーニング)を日常の食事で練習する食育トレーニング法を組み合わせている。

【スケジュール】

説明会后、1ヶ月間の習慣獲得のための強化期間(レッスン期間=SS0+SS1+SS2)と、支援の強度を減らし一人でもできるように支援する2ヶ月の期間(トライ期)で構成され、合計3ヶ月間実施する。 ※SSはセッションの略

- SS0 SS1 毎日3回体重測定(起床直後 夕食直前 就寝直前)
- SS2 毎日2回体重測定(起床直後 就寝直前)
- SS3 SS4 毎日1回体重測定(起床直後)

(エ) 取組の効果 (平成23年度効果)

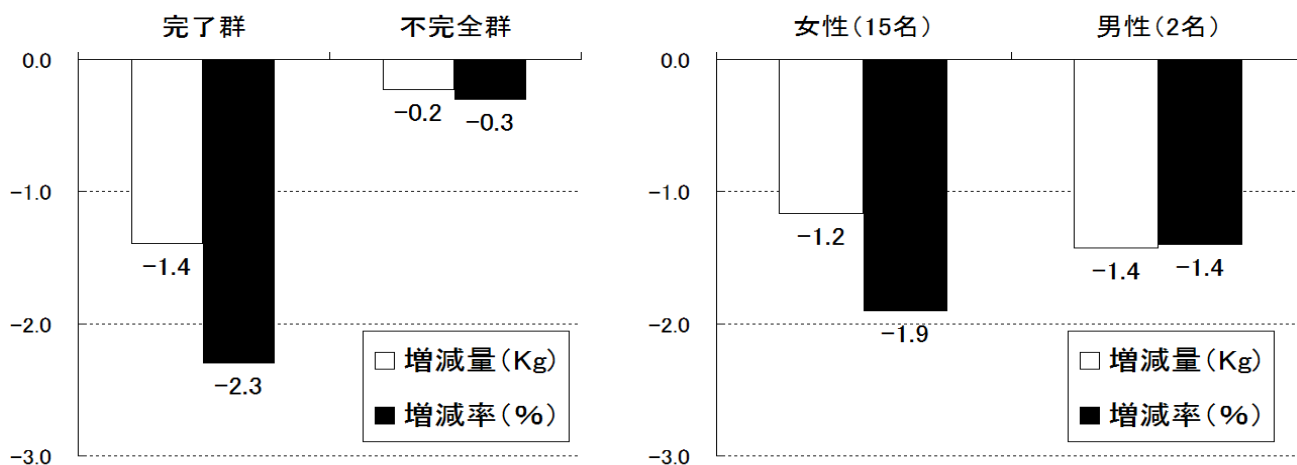
評価項目

① 主要評価：参加者の体重減少率 (%) “目標 3%”

② 副次評価：参加者数・参加者継続率

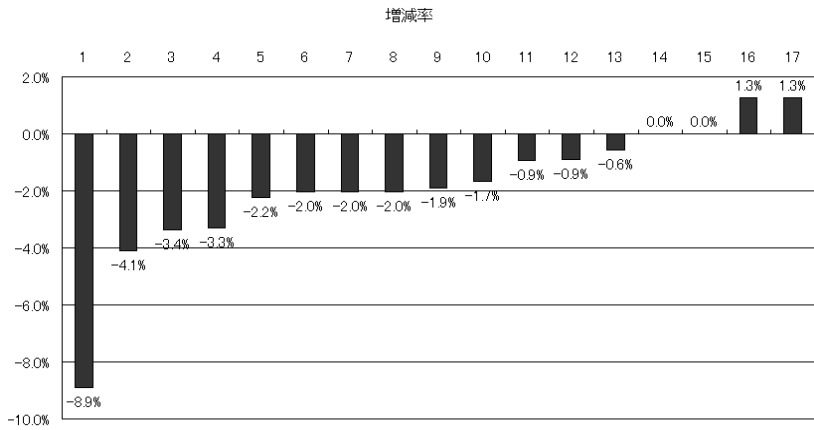
平成23年度 み～なスマート参加者は、23名 (女性21名：男性2名) で、レッスン期終了時点19名 (女性19名：男性2名) であり、最終SS4では17名と、継続率 (女性15名：男性2名) は73.9%であった。

参加者全体の減少率は-1.9% (-1.2kg) であった。しかし、スケジュール通りデータの報告があった群11名 (完了群) では-2.3% (-1.4kg) で、データの欠損がある不完全群4名では-0.3% (-0.2kg) で減量効果に違いがみられた。性別にみると女性は-1.9% (-1.2kg) で、男性は-1.4% (-1.4kg) であった。



減量できた割合は、75.6%で、4人中3名が減量できたことになる (添付1)。一方、食行動は女性が55%から52%と好ましい方向性に変化し (添付2)、男性は63%から54%と好ましい方向性に変化した (添付3)。生活 (健康行動) の変化は、16質問の合計点数から、5.7点から6.8点 (19%) に、好ましい方向性に変化した (添付4)。

添付1



参加者	人数	割合 (%)
減量できた人の数	13	76.5%
-1%以上減量できた人	10	58.8%
-2%以上減量できた人	8	47.1%
-3%以上減量できた人	4	23.5%
-4%以上減量できた人	2	11.8%
-5%以上減量できた人	1	5.9%

食行動チェック（終了時の前後比較です！）

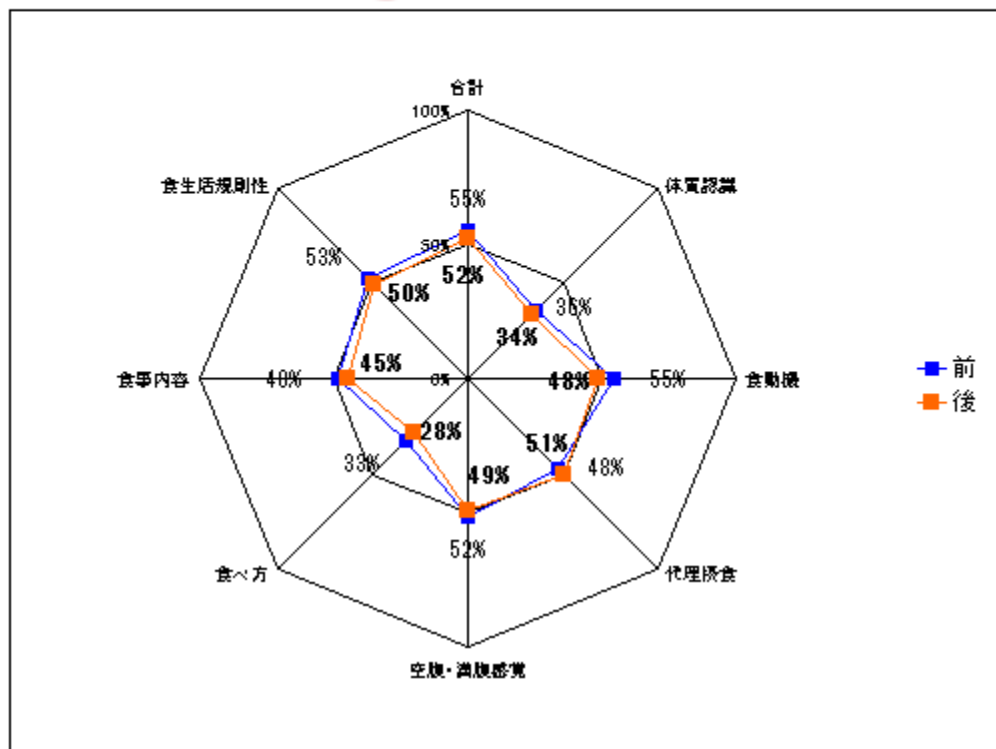
み～なスマート さんへ

（女性用）

み～なスマート



各項目で50%以上なら、その項目の改善のめどがあることを示しています。
人によって多少の差が違ってきますが、50%以内は5V以内、
両方のスコアが低いです。



終了時の食行動についての、自己評価です！

合計	52%	質問の合計点数
体質認識	34%	太るのは甘い物が好きだからだと思う。食べやすく感じるのが太る原因だと思う。早寝をひいてもよく食べる。水を飲んで太る方が、太るのは運動不足のせいだ。他人よりも太りやすい体質だと思う。
食動機	48%	料理があまるともったいないので食べてしまう。食欲でも好きなものなら入る。夕食の量が少なく不満足である。他人が食べているとつられて食べてしまう。外食や出勤を休むときは多めに注文してしまう。食品を買うときには、分量よりも多めに買っておかないと気が済まない。料理を作る時には、多めに作るのと気が済まない。スーパー・コンビニなどでおいしそうなお菓子や定外でもつい買ってしまう。空腹や満腹感がわからない。
代理摂取	51%	冷蔵庫に食べ物が少ないと落ち着かない。イライラしたり恥事があるとつい食べてしまう。身の回りにいつも食べ物を置いている。何もなしに口をついてものを食べてしまう。
空腹・満腹感	49%	空腹になるとイライラする。お腹一杯食べないと満腹感を感じない。たくさん食べてしまった後で後悔する。空腹を感じると眠れない。空腹や満腹感がわからない。食欲にはお腹が空いていないことが多い。
食べ方	28%	早食いである。人が「よく食べるね」と言われる。よく噛まない。ローカロリーな飲み物に頼る。食事の時は食べ物を次から次へと口に入れて食べてしまう。
食事内容	45%	コンビニをよく利用する。種類が好きである。外食や出勤が多い。ハンバーガーなどのファストフードをよく利用する。菓子パンをよく食べる。甘い物が好きである。食欲にはお腹が空いていないことが多い。
食生活規則性	50%	夜食をとることが多い。朝が弱い夜型人間である。湯杯や盆、正月はいつも太ってしまう傾向が多い。食事の時間が不規則である。一日の食事量、夕食が豪華で量も多い。夕食をとるのが遅い。朝食をとらない。

食行動チェック（終了時の前後比較です！）

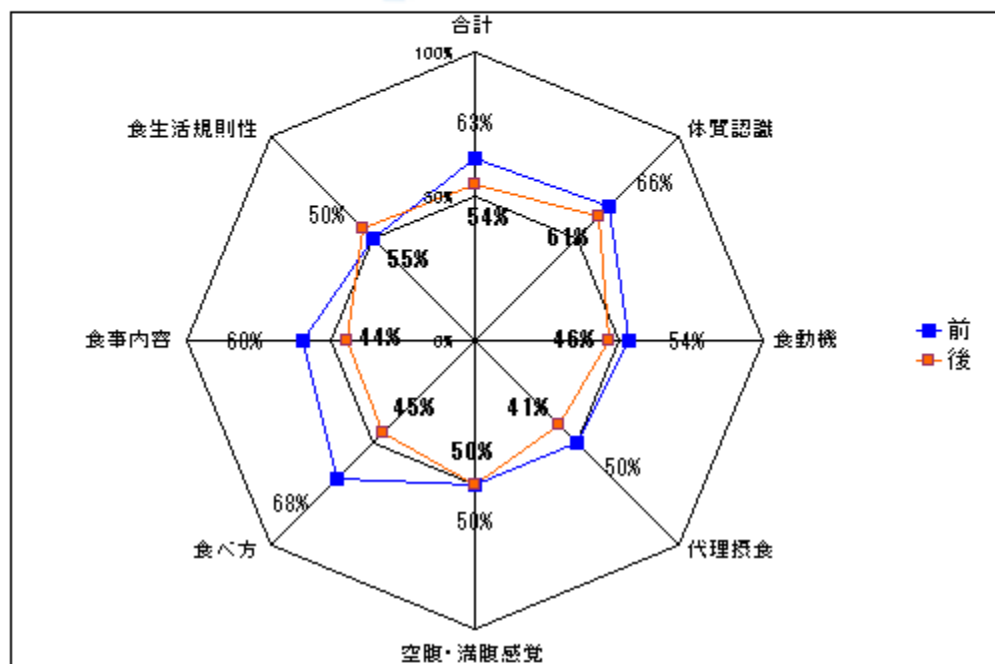
み～なスマートさんへ

（男性用）

み～なスマート



各項目で70%以上なら、その項目の改善点があることを示しています。
人によって多少の差が生じていますが、50%以内はよい、
両者の差が大きいほど、



終了時の食行動についての、自己評価です！

合計	54%	高得点の合計点数
体質認識	61%	太るのは甘い物が好きだからだと思う。食べてすぐ横になるのが太る原因だと思う。果物をひいてもよ。食べる：米を炊んでも太る方だ。太るのは運動不足のせいだ。他人よりも太りやすい体質だと思う。
食動機	46%	料理があまるともったいないので食べてしまう。食欲でも好きなものなら入る。夕飯の品数が少ないと不満である。他人が食べているとつられて食べてしまう。外食や出前を取るときは多めに注文してしまう。食料品を買うときには、必要量よりも多めに買っておかないと気が済まない。料理を作る時には、多めに作らないと気が済まない。スーパー・コンビニなどでおもしろなものがあると予定外でもつい買ってしまう。空腹や満腹感がわからない。
代理摂食	41%	冷蔵庫に食べ物が少ないと気が着かない。イライラしたり心配事があるとつい食べてしまう。身の回りにいつも食べ物を置いている。何もなしにいつものものを食べてしまう。
空腹・満腹感覚	50%	空腹になるとイライラする。お腹一杯食べないと満腹感を感じない。たくさん食べてしまった後で後悔する。空腹を感じると眠れない。空腹や満腹感がわからない。食前にはお腹が空いていないことが多い。
食べ方	45%	早食いである。人から「食べるね」と言われる。よ。器まない。ローテーブル込むように食べる。食事の時は食べ物を次から次へと口に入れて食べてしまう。
食事内容	44%	コンビニをよく利用する。種類が好きである。外食や出前が多い。ハンバーガーなどのファストフードをよく利用する。菓子パンをよく食べる。甘い物が好きである。食前にはお腹が空いていないことが多い。
食生活規則性	55%	夜食をとることが多い。朝が弱い夜型人間である。通夜や昼、正月はいつも太ってしまう。間食が多い。食事の時間が不規則である。一日の食事量、夕飯が豪華で量も多い。夕飯をとるのが遅い。朝食をとらない。



「メンタル」「動く」「食べる」ことについて、自分自身でどれだけ変えることが、出来たかを示しています。
(終了時-開始前の点数の差)

み～なスマート

0-Jan

→好ましくない

0=変化なし

好ましいと思う



■ プラスになると、好ましく改善されたということになります。

(オ) 成功の要因、創意工夫した点

- ① 今回のプログラムでは、保健師が体重報告の分析結果を赤ペン添削法による適切な褒め言葉（促し、励ましに）により行動強化した。またグループ参加のメリットを生かし、参加者その者を互いの刺激因子として活用した。
- ② 食行動の変化については、食行動質問票（出典 大分医科大学第一内科坂田利家教授グループ 肥満症治療ガイドライン2006）を介入前後に実施し、食生活習慣や食行動の何が変化しているかを分析し、自分の食行動の“ズレ”や“クセ”がどのように変化したかを認識してもらうようにした。
- ③ ゆっくり食べるための一口行動訓練が、満腹感覚に影響を与え、減量に大いに寄与した。

(カ) 課題、今後の取組

- ① 23年度は、継続率、減量率、減少者率から、良好な結果が得られた。食行動および健康行動も良好なトレンドに変化したと考える。一番減量した方では、-8.9% (5.5kg) 減量していた。終了後の生活感調査からも、概ね好評を得ている。
ただ、携帯メールの違和感がネックとなり、参加者が限られたため、24年度からは、後押し刺激の方法をメールとはがきの2者から選択できるように改良した。

②参加者数の伸び悩み

参加者数が限られているため、今後は地域の企業等に声かけをしたり、体重の計り方イベントを開催し住民間のコミュニケーションの活性化をはかるなど、さらに参加者が増えるよう取り組んでいきたい。