

千葉産業保健総合支援センターの活動基盤強化のための適切な施策の立案

研究代表者	千葉産業保健総合支援センター	所	長	能川 浩二
研究分担者	千葉産業保健総合支援センター	産業保健相談員		諏訪園 靖
共同研究者	公益社団法人千葉県医師会	理事（産業保健担当）		深沢 規夫
	公益社団法人千葉県医師会	理事（産業保健副担当）		佐藤 孝彦
	千葉大学大学院環境労働衛生学	講	師	能川 和浩

1. はじめに

千葉産業保健総合支援センターの近年の活動実績は低下傾向にあり、特に平成28年度はその傾向が顕著である。

セミナー出席者数は、ほぼ半減し、相談件数の減少も著しい。活動低迷の最大の要因として考えられるのは、千葉産業保健総合支援センターを支える基盤の弱体化にあると思われる。平成6年に設立された千葉産業保健推進センターから始まった活動は平成26年に発足した千葉産業保健総合支援センターへと受け継がれているが、この間には6年前の千葉産業保健連絡事務所への組織の変更などもあり、その変化に我々の組織はほとんど対応ができなかったと考えている。この間に活動基盤を拡大、強化するための対策は全く実施できていない。そのために、活動が形式的、マンネリとなった結果、活動実績の低迷を招いたと考えている。今、活動基盤の拡大、強化のための対策を立案し実施しなければ、今後の活動の展望は開かれない状況である。

今回の調査で明らかにすることは

- ① 千葉産業保健総合支援センターの活動基盤として重要な集団である、平成6年より現在までに登録した1400事業所の実態である。登録事業所に対しては、「産業保健21」などの冊子の送付を行っているが、実際に届いているか、読まれているかは全く不明である。おそらく、届いていても、該当する人物には読まれていないと推察される。実態が不明である。
- ② 個人でメールアドレスを登録している1500人の実態である。メールアドレスの登録は個人なので、確実に届いており、読まれていると推察される。

今回は、この2つの集団に質問紙を送り、活動基盤として評価できる事業所数、メールアドレス登録者数を明らかにすることを目的とした。さらに、千葉産業保健総合支援センターへの要望を聞き、利用を促進する方策を立案することを目的とした。

2. 対象及び方法

調査対象者及び対象事業所

本部から提供のあった事業所960事業所、産保21を送付している登録事業所（登録産業医636人・事業所担当者463人）、セミナー一覧表の送付登録の事業所959事業所、メールマガジン登録1446人。

調査内容

質問紙の内容は、事業所、産業医に対しては、千葉産業保健総合支援センター、地域産業保健センターの認知の有無、登録の認知の有無、冊子等の資料の送付状況、センターに対する要望、メールマガジン送付の希望についてである。メールマガジン登録者に対しては、身分、センターに対する要望、希望するセミナーの内容についてである。

質問紙の配布

事業所、産業医に対しては、郵送により質問紙を配布、回収した。メールマガジン登録者に対してはメールにより質問を行い、メールにて回答を求めた。

3. 結果

表1に平成29年度調査研究アンケートに係る送付数及び回答状況を示す。返却は、事業所で10件、メールアド

レス登録者で11件であった。

表1 平成29年度調査研究アンケートに係る送付数及び回答状

発送日	平成29年6月19日	平成29年7月11日		平成29年9月8日		平成29年10月16日	合計
発送先	本部から提供のあった事業所	産保21の登録事業所へ送付 (登録産業医・事業所担当者宛)		セミナー一覧表登録の事業所		メールマガジン登録者	
発送数	960	1,099	<ul style="list-style-type: none"> 産業医 636 事業所 463 	959		1,446	4,464
回答数	101	262	<ul style="list-style-type: none"> 産業医 126 事業所 136 	228		163	754
回答率	10.5%	23.8%	<ul style="list-style-type: none"> 産業医 19.8% 事業所 29.4% 	23.8%		11.3%	16.9%

アンケート調査実施による業務指標に対する影響

1) セミナー実施回数と参加人数

平成29年度(4月—12月)の1回当たり参加人数は20人であり、これは平成27年度とほぼ同じであるが、平成28年度の15人との比較では1回当たり5人の増となっている。

2) ホームページへのアクセス件数

平成27年度(4月—12月)のアクセス件数40,347件に比較すると平成29年度は5,104件の増加、平成28年との比較では6,236件の増加となっている。

3) メールマガジン送信人数

平成29年6月19日、1回目のアンケートに添えて事業案内及びメールマガジン申込書等を送付した以降、12月まで156件の申込があった。

考察

今回の調査研究で明らかになったことは「情報を常に届ける」ことの重要性である。継続的に情報を伝えている事業所、産業医の回答率は一般的な事業所、産業医より2—3倍高く、その要因は継続的な情報の提供によると判断される。さらに、アンケート調査実施による業務指標に対する影響が確認できた。業務指標として、セミナーへの参加人数、ホームページへのアクセス件数、メールマガジンの送信人数の3指標について検討した。そ

の結果、これら3指標全てに業績向上の結果が明らかとなった。このことは「常に情報を伝える」ことの重要性を、改めて示している。

まとめ

調査研究の結果とそれを踏まえた来年度以降の活動方針

1. 千葉産業保健総合支援センターの基盤は、情報を提供可能な事業所は2372事業所、産業医は636人、メールマガジンの送信者は1,435人であることが判明した。
 2. これらの基盤を拡充し、維持するためには「常に情報を発信すること」が極めて重要であることが明らかとなった。基盤拡大のためには産業保健に係る組織、個人との関係の構築が重要であると考えられる。
 3. 発信する情報には、本部からの情報とともに千葉産業保健総合支援センターの活動がわかる情報、今の産業保健分野の課題とそれに対する解説、相談員や専門家のコラムなど、相手が興味を持てる内容になるような工夫が必要である。
 4. 業績指標を常時チェックして、適切な対応策を随時実施することが重要であること。
- 本調査に関する利益相反はない。