

他機関の保健師等との協働による50人未満事業場の保健指導支援体制構築

研究代表者 奥田 昌之 山口産業保健総合支援センター産業保健相談員

研究分担者 吉武 朋子 保健師（山口産業保健総合支援センター両立支援促進員）

1 はじめに

山口産業保健総合支援センター（当センター）は、平成29年度産業保健調査研究で、地域産業保健センター（地域窓口）の活用促進を目的に、9か所の地域窓口のうち2か所の管轄地域にある小規模事業場へ支援活動の内容紹介と保健師による保健指導サービス提供を行った。保健指導の依頼は11件あった。調査研究で、次のような課題があった。1）保健指導の需要はあったが、利用したい事業場は少なかった。2）実施した2地域以外の事業場のニーズは分からなかった。3）意見聴取との違いが理解されていなかった。4）保険組合の行う保健指導との違いが理解されていなかった。

サービス提供の量・地域を拡大するには、人的資源の不足がある。当センター外機関の保健師等の協力が望まれた。平成29年度調査で市町はそれぞれの国民健康保険の加入者が対象でないと協力は難しいということ、平成29年度の保健指導サービス利用事業場の多くは協会けんぽ山口支部（協会けんぽ）加入事業者の事業場であったことから、本調査研究では協会けんぽのみをターゲットとして協力を依頼することとした。以上から本調査研究では、1）どのような形で当センターの活動と協会けんぽとが協働した保健事業を展開できるかを検討した。保健指導を受ける事業場の対象地域拡大のために、2）地域窓口全体にチラシを配布し、保健指導サービス利用に結び付ける効果を検討し、平成29年度調査と比較した。同時に、多くの事業場に向けて発送費用を抑えたチラシ作成方法・郵送方法を検討した。最後に、保健師活動を拡大させるために、3）産業保健総合支援センターの保健指導についての課題を明らかにした。本調査研究の計画は、労働者健康安

全機構産業保健調査研究倫理委員会承認を受けた。研究者は、センターの相談員等であること以外に、報告すべき利益相反はない。

2 1) 協会けんぽとの協働活動に向けて

方法 当センター（平成30年7月から）、およびモデル事業として徳山窓口（平成31年1月から）に保健師が配置されてから、協会けんぽと協働作業について話し合いを始めた。協会けんぽと当センターの保健師とが参加した会議を開催し、方向性、実施事業について話をした。最初に協会けんぽと当センターの互いの活動を理解することから進めた。

結果 平成30年12月18日から平成31年3月11日までに4回の会議を行った。まず、当センターと協会けんぽの業務の内容を互いに理解できた。事業場が協会けんぽの特定健康診査と労働安全衛生法の健康診断の違いを理解していないことから、健康診断制度の実施方法について、事業場にわかりやすく説明するための資料をそれぞれの活動の機会に配布し、健康診断（健康診査）の実施や保健指導の利用促進を図ることとした。A3サイズを二つ折りにしたチラシに、健康診断の流れ、チェックリストを説明する図表を入れて印刷することとなった。

考察 当センターに保健師を配置することで協会けんぽと同等の立場となり、話し合いの機会を得ることができた。今後今回の協議を進展させ、協働した健康増進活動を支援していけるだろう。作成した資料は年度内に500部しか配布できなかったが、1件の反応があった。今後効果を見極め、必要な改善を図る必要がある。

3 2) 県内全地域へのチラシ配布

方法 県内全域の事業場にチラシを届けるために費用を低く抑える必要があった。平成 29 年度に作成したチラシを、広告郵便物用にデザインを変えた。前年度と同じ A4 サイズチラシ 1 枚と案内文を添えて山口県内の労働者数 10-49 人の事業場に郵送した。チラシ有効発行数に対する訪問実施数の割合を訪問実施率とし、平成 29 年度の結果と比較した。保健指導を受けた事業場で、健康診断実施時期を集計した。

結果 広告郵便物用にデザインを変えたが、郵便局の設定している目的に該当しないという回答であった。

3,593 事業場に配布し、問い合わせのあった 11 事業場のうち、5 事業場に保健師が訪問した (0.14%)。平成 29 年度 2 回チラシ配布のときの訪問率 (0.45%) よりも少なかった (平成 30 年を 2 倍にして $p=0.039$)。これらの事業場の健康診断は 9 月以降の実施されていた。

考察 広告郵便は利用できなかった。訪問数はこれまでの利用経験の少ない地域で多いことや、健康診断の実施時期と関係ありそうであることが示唆された。

4 3) 保健師活動の課題

方法 本調査研究では 5 事業場の労働者に保健指導を行った。事業場の業種、労働者数、保健指導者数を集計した。保健指導の効果について、平成 29 年度調査研究で保健指導を利用した 11 事業場に平成 31 年 4 月に電話調査を行い、今後の利用意向、利用上の課題、平成 30 年度のチラシの受け取りを尋ねた。

結果 本調査研究で保健指導を実施した 5 事業場は、当該事業場労働者の健康問題が気になっていたことや、健康増進に取り組みたいという理由があった。平成 29 年度調査研究で保健指導を行った 11 事業場に電話インタビューし、10 事業場の担当者に連絡できた。平成 29 年度の指導内容もよかったし労働者の健康管理に必要と保健指導を再度利用したいという事業場は 2 か所あり、健康診断結果から判断して今後利用を考える事業

場は 2 か所であった。平成 30 年度のチラシを受け取ったのは 2 事業場で、健康診断実施結果通知の時期とずれていた事業場と、労働基準監督署の指導があり、利用したいという事業場であった。すでに平成 30 年 12 月に協会けんぽの特定保健指導を受けた事業者事業場が 1 か所あり、対象となる被保険者に特定保健指導をするとき、対象外の労働者の健康診断結果の説明を協会けんぽの保健師に依頼して労働者は結果説明を受けていた。

保健指導を利用しないという事業場は、効果がなかった、医師から保健指導を受けた、業務を中断した時間をとれないという理由だった。

考察 保健指導について、改善すべき課題が見つかった。個々の事業場の業務に合わせた保健指導の実施方法を考慮すべきである。協会けんぽの保健師が特定保健指導の対象者以外にも保健指導を行ったのには、平成 29 年度の保健指導の影響があったかもしれない。

5 結果と考察

保健師による健康診断後の保健指導の実施は、事業場のニーズがある。利用は少なくともこれからも広報活動が必要である。そのためには健康診断に合わせた案内時期、事業場の目にとまるデザインを工夫していく必要がある。

保健指導に当たっては、それぞれの事業場の業務内容や要望に合わせた調整が必要になる。事業場にとっては、保険組合の実施する特定保健指導やその他の保健指導と労働衛生として事業者が行う保健指導の違いが分かりにくく、今回作成したチラシを活用し、広報活動を行う。

6 研究成果の活用予定

協会けんぽと一緒に作成したチラシを配布し、協働した保健指導実施のために改善を重ねていく。今回の調査研究で協会けんぽと連携した活動が開始でき、今後協力して事業場の労働者の健康管理を支援していく。