

～ポピュレーション・アプローチ方式での、新しい健康啓発事業 その2～  
ソーシャルキャピタルを活かした『ヘルスアップ体験』

大平利久・大澤裕美・森 隆二・櫃本真聿・浜田靖彦

Vol.60 No.10

ISSN 1347-9640 Nihon Kōshūei Gakkaishi: Soukai Shourinshū

October 2013



第60巻・第10号 特別附録 平成25年10月

第72回日本公衆衛生学会総会抄録集

三 重

日本公衆衛生雑誌  
Jpn J Public Health

日本公衆衛生学会  
Japanese Society of Public Health

10  
特別附録

『日本公衆衛生雑誌』第60巻・第10号 特別付録 抜粋

平成25年10月23日発行  
—NPO法人みんなのクラブネット三重—

## 第72回日本公衆衛生学会 演題

「変革期我が国の公衆衛生学の現状と課題」～隣接諸科学との対話～



～ ポピュレーション・アプローチ方式での、新しい健康啓発事業 その2 ～

# ソーシャルキャピタルを活かした 『ヘルスアップ体験』

平成25年 10月23日

大平利久、大澤裕美 (NPO法人みんなのクラブネット三重)  
森 隆二 (一般財団法人三重県産業衛生協会)  
榎本真幸 (愛媛大学医学部付属病院総合診療サポートセンター)  
浜田靖彦 (一般社団法人元気なまち協創日本)

## 目的

ソーシャルキャピタルを醸成することで、三重県全域を対象として取り組んでいる、ポピュレーション・アプローチ方式の『ヘルスアップ体験』の協働化を推進する。そして健康づくり活動として、**県下市民への具体的実践方法の普及拡大**を図る。

## 方法

これまで培ってきた、県域での事業『ヘルスアップ体験』のノウハウ、及び実績から、これまでの地域間交流の現状を調査分析する。

具体的には、**地域間交流により引き出された市民参加の状況、及びその背景を調査分析する。**

## 《ヘルスアップ体験のプログラム特徴》

- 充実した元気チェック(健診)体験
- 県民の誰もが参加し楽しめる
- 県内6ヶ所の民間休養施設で動食湯元  
(動いて食べて温泉に浸り元気に!!)体験
- 介護予防・健康増進・スポーツ活動

～メンタルヘルスまでのプログラムを体験～

(本件の関連として、第67回、第71回の本学会において、～ポピュレーション・アプローチ方式の健康啓発事業～として報告している他、三重県いなべ市における「元気づくりシステム」の運用～効果として 本学会に7回シリーズとして継続発表中)

## 《具体的な体験の様子》

### ●充実した元気チェック(健診)体験



### ●県民の誰もが参加し楽しめる



### ●県内6ヶ所の民間休養施設で動食湯元



### ●介護予防・健康増進・スポーツ活動 ~メンタルヘルスまでのプログラムを体験~

## 結果



### ●平成24年度 ポピュレーション・アプローチ方式での『ヘルスアップ体験』参加者状況

開催	開催	対象クラブ	参加者	特記プロセス
6地域	15回	10クラブ	435人	H23本学会関連報告



### ●同上参加状況の背景

【1】参加者区分		【2】参加クラブ区分		【3】提供施設区分	
自地域内	自地域外	自地域内活動	自地域外活動	民間施設	第三セクター等〃
98人	337人	2クラブ	8クラブ	4カ所	2カ所



## 考察Ⅰ

- 地域に根付いた活動組織が連携することで、地域資源(温浴施設等)が活かされるとともに、地域外との交流を促す。
- 運動、食事、源泉とおもてなしの全てが揃い満足すると、楽しみ方の一つとして地域外交流のリピーターを呼び込み、自然な形で健康啓発が定着する。
- これからの、高齢者の地域を超えた交流活動には、安価な交通手段として 迎え付き民間施設の活用が、地域資源として非常に有効である。

## 考察Ⅱ

ソーシャルキャピタルとして、社会資源は間近なところも含めて無限に存在しよう。

ただし、現実的に健康啓発として活用するためには、資源を発掘し磨き上げること、さらには、その組み合わせを考えるなど、さらなる品質(高いステータス)を確保するための創意工夫が求められる。

### 考察Ⅲ

具体的な活動実績から判断すれば、サステナブルにソーシャルキャピタルを活かすためには、各地域資源を管理する温浴施設オーナーや啓発そのものに係わる我々、つまり“人資源”そのものが最も重要であることを知り、何よりも先に“人を繋ぐ”ことが必須と考える。

《平成24年度 第4回元気づくりシステム協議》: 第二部

“地域ブランド”を人と人で繋ぎ、新たなブランド交流事業を創造する

# 『ヘルスアップ事業』の県域ブランド化(提案)

H25. 2. 4  
NPOみんなのクラブネット三重  
(財)三重県産業衛生協会  
(社)元気クラブいなべ

～新たな三重県ブランドの協創ソーシャルキャピタル～

