



HEALTH SOCIOLOGY

健康社会学研究会

ニューズレター No.77

発行：健康社会学研究会

事務局：〒164-8530 東京都中野区中野 4-21-2 帝京平成大学 現代ライフ学部 人間文化学科（担当 森川洋）

TEL 03-5860-4586 FAX 03-5860-4945 E-mail : h.morikawa@thu.ac.jp

ニューズレター NO.77 / 2015年9月 編集担当：白子純子

第115回 健康社会学研究会月例会のご案内

プログラム評価の概論及び方法論

—精神科デイケア&アウトリーサーチプログラムを題材に—

講師：下園美保子 帝京大学医療技術学部看護学科 保健師

日時：10月24日（土）15時～17時（受付：14時30分）

会場：ハロー貸会議室八重洲フィナンシャルビル 5階C会議室

（東京都中央区日本橋3-4-13 八重洲フィナンシャルビル）

参加費：会員 無料 非会員 1,000円

さまざまな事業を展開する上で、現在とても重要視されている『評価』。みなさんは「評価」をどのように実施されていますか？

評価と聞いて、みなさまは何を思い浮かべるでしょうか？「企画評価・実施評価・結果評価」でしょうか？プリシード・プロセスモデルでしょうか？事前に評価項目と評価基準を定め、事業実施の前後で比較したり、コントロール群を置いて事業展開した群と比較するといった、疫学的な視点から評価を捉える方もいらっしゃると思います。

このように様々な評価手法のある中で、今回は『プログラム評価』という方法についてご紹介したいと思います。

この「プログラム評価」、実は米国の予算配分を決定する根拠資料として用いられる程、信頼性の高い評価方法だといわれており、日本でも徐々に注目を集めています。ぜひ本月例会で『プログラム評価』の概要に触れて頂ければと思います。



第54回 健康社会学セミナーのご案内

地域力を高める：防災から始めるまちづくり

～HUG・DIG（災害机上訓練）で育む、ご近所との関係づくり

日時：11月21日（土）14時～17時（受付：13時30分）

会場：帝京平成大学中野キャンパス618教室（予定）

（JR中央線・東京メトロ中野駅より徒歩8分）



参加費：会員 無料 非会員 2,000円 学生* 500円（*大学院生を除く）

プログラム：

【第1部】レクチャー 防災から考えるまちづくり

キーノートレクチャー 「地域力を高める防災の基本」

石田 千絵 氏（東京医療保健大学東が丘・立川看護学部 准教授）

話題提供「まちづくりにおける災害机上訓練の可能性

～地域を知って防災力を高める：DIGの実践事例を通して～」

臺 有桂（健康社会学研究会／鎌倉女子大学短期大学部）

【第2部】演習 HUG（避難所運営ゲーム）を体験してみよう

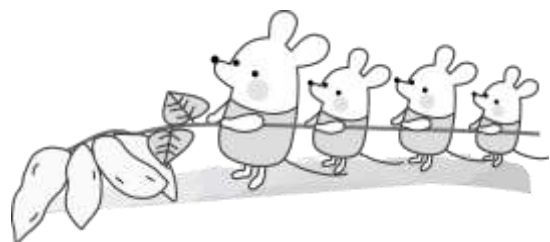
ファシリテーター： 助友 裕子（健康社会学研究会／日本女子体育大学）

*セミナー終了後、中野駅周辺にて懇親会を予定しています。

出版企画進捗報告

8月下旬に出版社と出版企画委員が集まって編集会議を開催し、全体を通しての原稿のチェックと出版のための具体的な事項について打ち合わせをしました。

今秋の発刊を目指しておりますので、どうか今少しお待ちください。



第 53 回健康社会学セミナー報告

テーマ：ワンコイン健診という社会資源開発の源流・成果と今後の可能性
ー施策化としてのビジネスモデルの活用ー

講師：川添 高志氏（看護師・保健師）ケアプロ株式会社 代表取締役

コーディネーター：下園美保子 帝京大学医療技術学部看護学科，保健師）

日時：平成 27 年 8 月 29 日（土）15:00～17:00

会場：帝京平成大学中野キャンパス 618 教室

参加者：17 名（会員 12 名、非会員 5 名）

小雨ぱらつく涼しい晩夏、帝京平成大学中野キャンパスにおいて第 53 回健康社会学セミナーが開催されました。当初は月例会で開催する予定でしたが、大変興味深い内容で多くの方に聴講して頂きたいという思いから、セミナーとして開催する運びとなりました。

ヘルスプロモーションでは、個人の技術と環境整備を自らコントロールすることで、自身や地域の QOL を高めることを理念としています。生活習慣病予防活動においても、健康行動を遂行する技術と、健康を支援する予防活動・治療環境及び地域とのつながり等の環境整備が重要視されています。また近年では、所得や地域による健康格差が指摘されはじめ、健康行動を規定する社会的決定要因の一つとしてソーシャル・キャピタル（社会関係資本）が着目されています。しかし実際には、そうした格差を踏まえた健康支援は、具体的には十分に展開されていないのが現状です。そうしたなか、川添氏は健診を受けられない方を「健診弱者」と定義し、その方々でも健診が受けやすい環境を整備しました。そしてそれは、従来の行政事業ではなくビジネスモデルを用いており、見事成果を出されています。なお、「健診弱者」の多くは主婦や低所得者でした。



では、川添氏はなぜ成功をおさめることができたのでしょうか？なぜ「健診弱者」を対象としたのでしょうか。どのようにしてセルフ健康チェック（旧ワンコイン健診）への発想に至ったのでしょうか。地域の現状から事業展開に至るまでのプロセスとその成果に関するご講演を頂き、健診弱者を対象にヘルスプロモーションを実現するための新しい事業のあり方を模索したい、そうした思いから本セミナーを企画しました。

セミナーは 2 部構成で、第 1 部に「ヘルスプロモーションとソーシャル・キャピタル」と題し下園が発表し、本日のセミナーのキーワードとなる“ソーシャル・キャピタル”の概念やヘルスプロモーションとの関係を整理しました。その上で、第 2 部として本日のメインテーマについて川添氏からご講演を頂きました。

第 1 部ではヘルスプロモーションは「個人の健康行動」と「環境整備」の両面から検討することと、関係機関と連携して市民と共に実行するなどの考え方が柱になることを示しました。また、ソーシャル・キャピタルは「社会関係資本」と訳されることが多く、定義のひとつとして「協調的な諸活動を活発にすることによって社会の効率化を改善できる、信頼・規範・ネットワークといった社会組織の特徴（Putnam,1993）」を紹介しました。さらに近年では信頼等の解釈として、連帯感・帰属意識・助け合い・互助意識・ネットワークへの積極的参加なども重要視されていることを示しました。これらを踏まえて 2 つの概念の関係性を考えた時、ヘルスプロモーションの「環境整備」の一環としてソーシャル・キャピタルがあるのではないかと示唆しました。

第2部では、医療ベンチャーの起業に至るまでの川添氏の経験、セルフ健康チェック（旧ワンコイン健診）の開発までの険しい道のりとそれを乗り越えるために必要なこと、最後にケアプロの社会的使命についてお話頂きました。

起業に至る経緯は、川添氏の幼少期の経験から始まりました。病弱だった幼少期、だからこそ両親に元気な姿を見せたい一心で、レスリングで表彰台に上るほど心身を鍛えた児童期、健康への強い関心とあふれんばかりの探求心、お父様の会社の倒産などから、自分で仕事を創るという発想が生まれ「医療ビジネス」を志した高校時代。そして、看護師実習で出会った糖尿病患者さんの壮絶な治療の現実と、座学で学んだ高額な治療費と健診未受診者数の多さ、そしてそれらが20年間改善されていない状況から、「健診」にフォーカスをあてたビジネスを検討することとなります。

当初「ワンコイン健診」、現在は「セルフ健康チェック」と名称変更した本サービス、これを実現させるまでには様々な困難がありました。例えば「採血」です。本来採血は医師の指示の元で実施する医療行為です。しかし安価にサービスを展開するためには厳しい条件です。そこで利用者が「自己採血」することで事業を展開できるよう、厚生労働省をはじめ関係機関と粘り強い交渉がなされました。また、「健診業務」そのものも、地区の医師会に理解を得られるまで様々な強い圧力がありましたが、それをも乗り越え実現されました。一見すると無謀とも思える非常に高い壁を、川添氏はなぜ乗り越えることが出来たのでしょうか。川添氏は、それは「ゆるぎない志」と「仲間の存在」があったから言います。このサービスが地域の健康向上に寄与するという自身の確信と、それに共感してくれた様々な業種の仲間、そしてなにより、この事業を心待ちにしてくれる利用者さんがいる、それらが原動力となり困難を乗り越えられたとのことでした。

この志は同時にケアプロの社会的使命にもつながります。最後に川添氏は「儲かるか、制度に触れないかではなく、本当に社会に必要か？」という言葉で聴講者に投げかけました。川添氏はこの問いを常に自身に投げかけ、緻密な情報収集を根拠に仲間を募り、仲間と共に医療界の課題に正面から向き合い、事業を展開されていました。

ご講演を聴講し改めて自らの活動を振り返った時、この最後の言葉は胸に刺さりました。本当に目の前にある事業が社会に必要とされていることか？それを様々な情報収集によるデータに裏付けられた確信と信念を持って活動しているのか？今の制度に適合しないから実施しないと安易に決めつけ、課題に正面から向き合うことを避けてはいないだろうか？と。ヘルスプロモーションを推進する専門家としての、課題に向き合う時の哲学ともいえる姿勢を見直すきっかけになりました。また、どのような事業を行う上でも「仲間」の重要性は不変であると確信しました。「仲間」こそ「ソーシャル・キャピタル」の本質であり、個人家族の生活や地域全体を豊かにするためには、ビジネス展開に限らず様々な形で「仲間」とつながることが必須であり、だからこそ健康日本21 第二次においても重要視されているのだと思います。

そして、地域においてヘルスプロモーションを実現する際、医療ビジネスを展開する事業所もまた、「志を共感し協働できる仲間」の一人であることを実感したセミナーでした。

（文責 下園美保子）

