

第5回日本ヘルスサポート学会学術集会
シンポジウム(平成22年7月2日 三田)

エビデンスに基づく肥満対策

産業医科大学
公衆衛生学教室
松田晋哉

学術論文のエビデンス？

- 「HS運動」を1か月行った群では、行わなかった群と比較して体重が有意に多く減少した ($p < 0.01$)。(アメリカH大学の研究成果)
- 我々の開発したダイエット食「HS-Super」を1か月続けた群では、それを使用しない栄養指導群と比較して、体重が有意に多く減少した ($p < 0.01$)。(イギリスC大学の研究成果)
- HS-X服用群は、食事指導のみを行った対象群と比較して、体重が有意に多く減少した ($p < 0.01$)。(ドイツB大学の研究成果)

上記いずれの論文もRCTで海外の一流雑誌に載っていたとします。
そのまま使えるでしょうか？

消費カロリー > 摂取カロリー ならやせるのは当たり前

問題はなぜ対象者が
そのダイエットを続けられたのか？



生理学的なものではなく
行動科学的なエビデンスが求められている



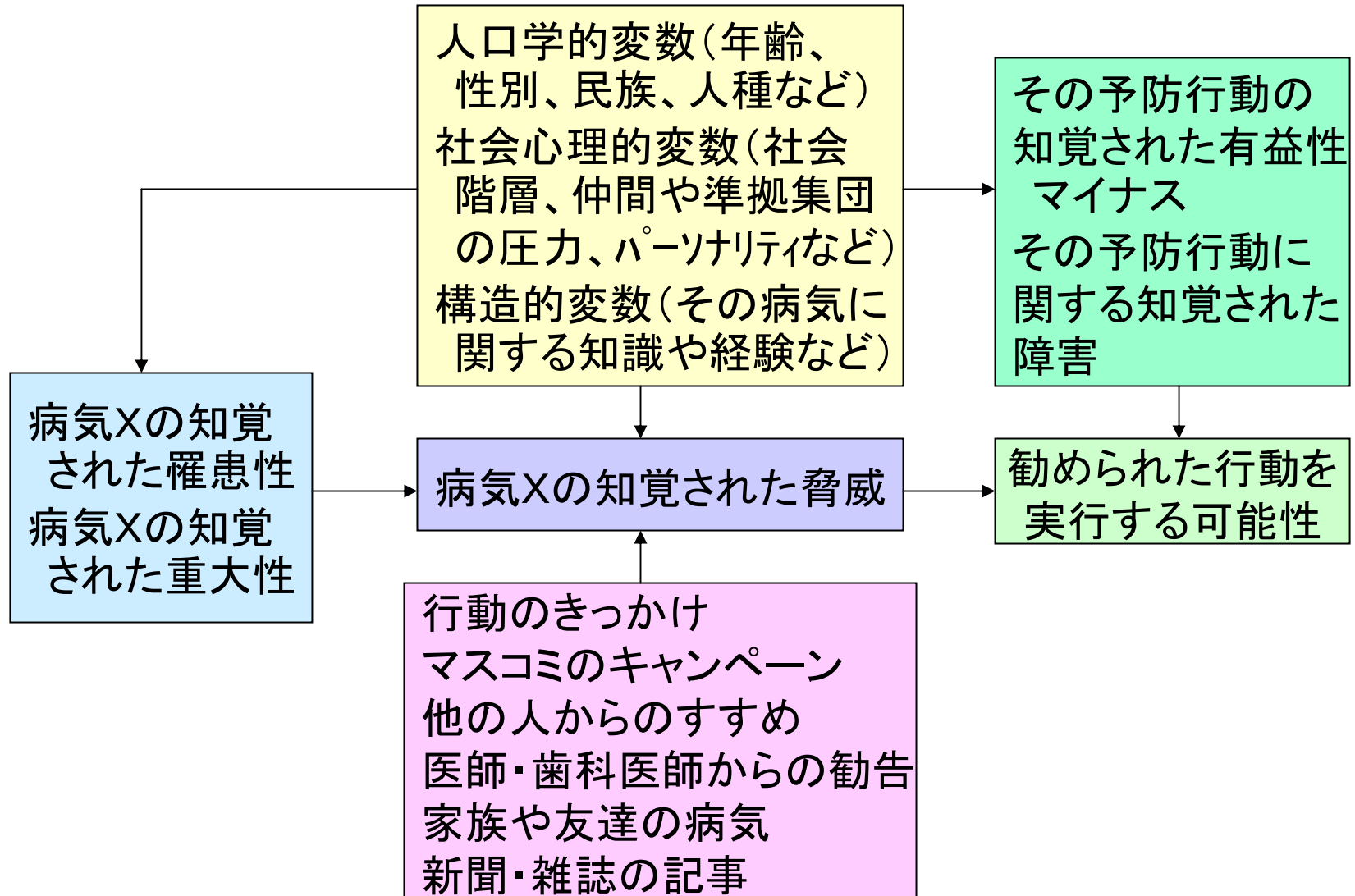
適切な答えは「医学」の守備範囲を
超えたところにあるのかもしれない

暗黙知



形式知

Health Belief Model (Becker, *et al*)



ソーシャルマーケティングとは

ソーシャルマーケティングとは

- ・ ターゲットとなる対象者と社会福祉の向上を目的として
- ・ その自発的な行動を促すために作られたプログラムの
- ・ 分析、計画、実施にマーケティング技術を応用すること

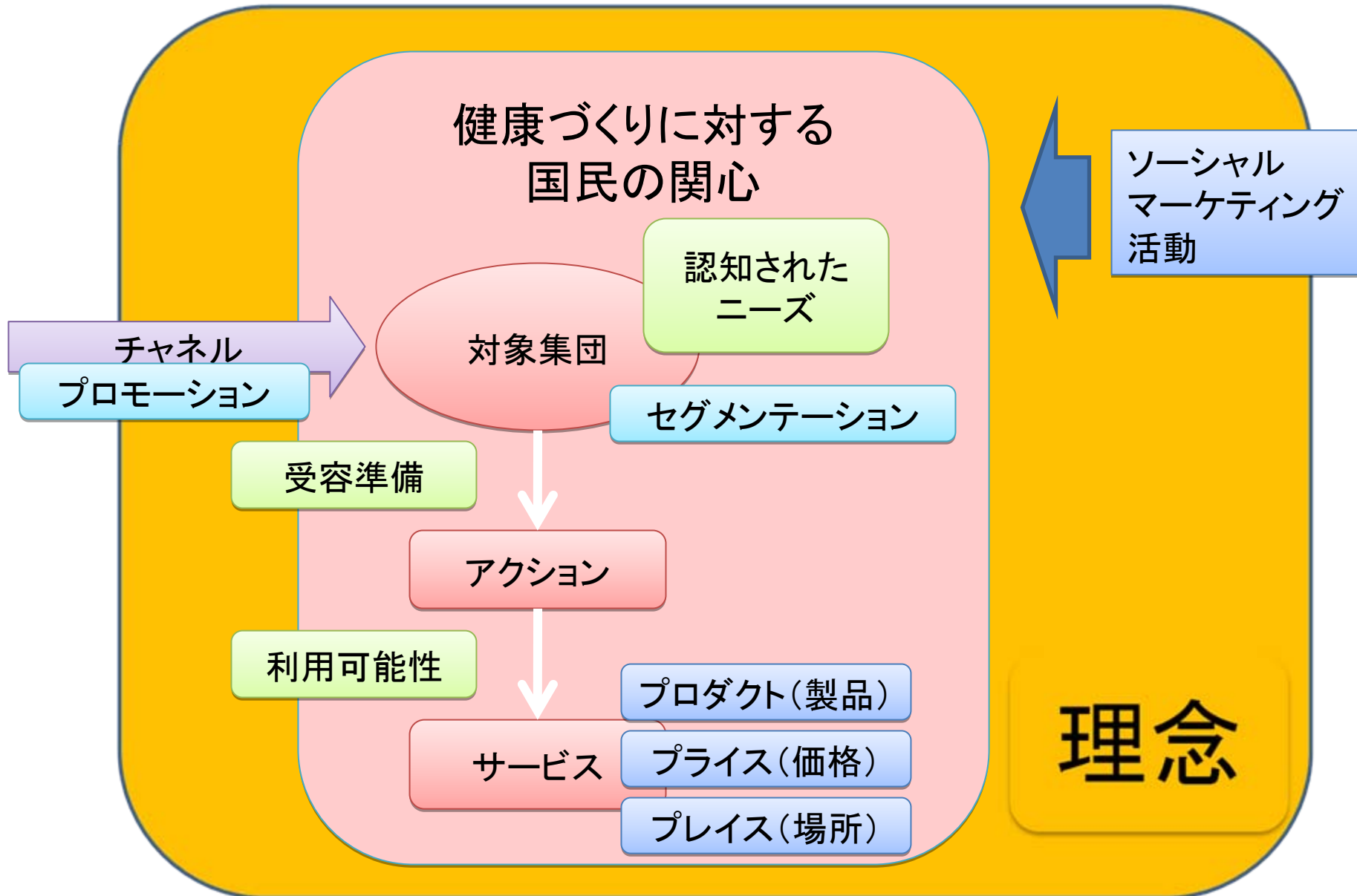
(Andreasen, AR; 1995)

マーケティングとは

- ・ 個人と組織の目標を満足させる交換を創造するために、
- ・ アイデア、財、サービスの概念形成、価格、プロモーション、流通を
- ・ 計画・実行する過程

(嶋口充輝; 2000)

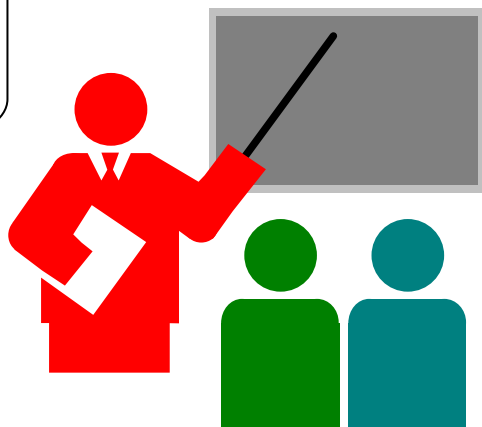
特定健診・特定保健指導事業のソーシャルマーケティングモデル



典型的な健康教育

私の言う通りに
すれば間違い
ありません

〇〇大学
××教授
権威・専門家



科学的裏付けを絶対と
考える専門家による一
方的講義

典型的やり取り

××教授:「...というように、私の研究成果によると1日に酢大豆を100g
食べる人は、まったく食べない人より糖尿病になりにくいといえます。」

住民△△:「先生、私の家では毎日酢の物を食べるようにしていますし、大
豆も煮物でたくさん食べます。酢大豆の代わりにそれではいけませんか」

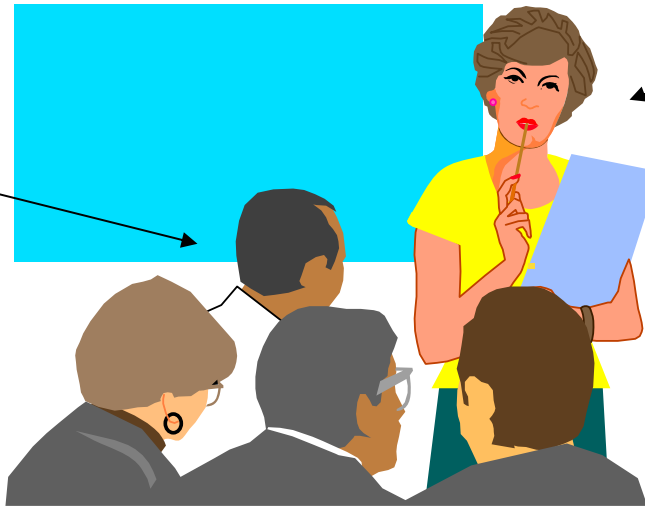
××教授:(少しむっとして)「科学的に証明されていませんので、私の言う
通りにして下さい」

住民▲▲:「私の父は酢大豆を毎日食べていましたけど糖尿病になってし
まいました。どうしてでしょうか？」

××教授:(むっとして)「何事にも絶対ということはありません」

健康支援モデルによる新しい健康教育

助言者としての
の専門家



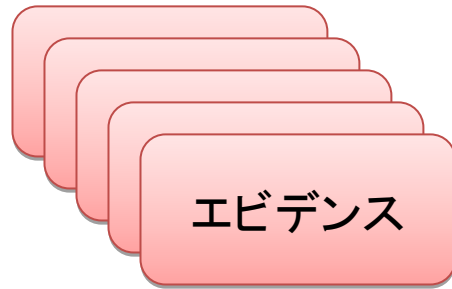
対象者の積極的な関与

- ・経験の発表と共有
- ・FGDやKJ法による討議
- ・疑問の提示
- ・利用可能な地域資源を用いた対策の立案
- ・対象者の言葉による表現
- ・行動計画・活動計画の明示と評価指標の策定

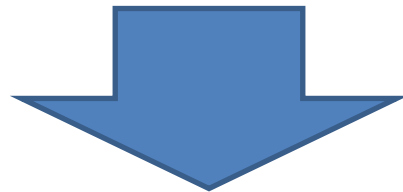
キーワード:

参加型、ローカルな経験による学習、目的志向型、
専門家による支援、話し上手から聞き上手へ

専門家の知恵が重要



各専門家が持っている
エビデンス集



各顧客に適応する際の知恵
(専門家の洞察力)



顧客

知恵を共有する
仕組みの重要性

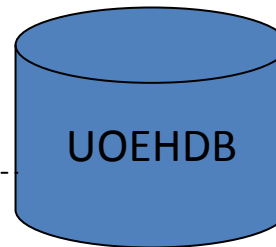
産業医大版特定保健指導システムから 産業医大版疾病管理システムへ

ASPによる運用
(Userによるシェア)

ユーザー会での研修

モニタリング情報

- ・ 利用者の状況
- ・ プロセスコンプライアンス等



医療機関

疾病管理組織
(保険薬局、訪問看護
ステーション、など)



処方箋

報告

データ入力

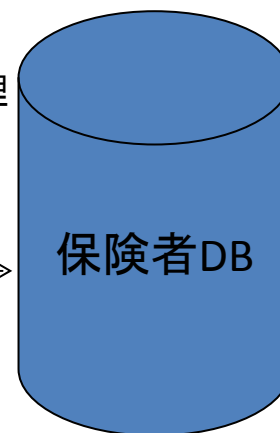
VPNによる
情報の授受

データ出力
決済情報



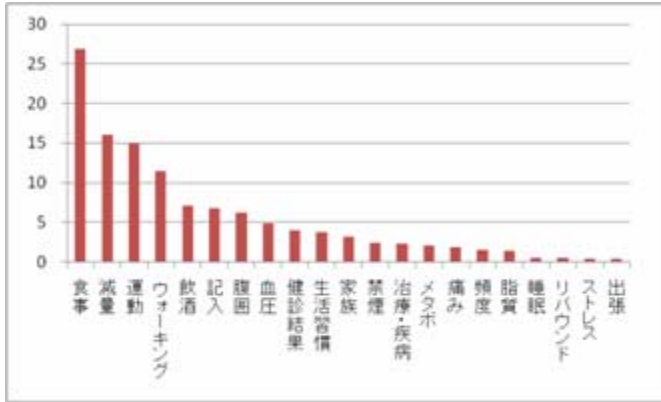
対象者管理
データ自動処理

電子データ送付
(決済情報)



支払

経験から知恵を深める



本人の選択による行動目標

継続性

有効性

対象者の
特性

専門職の
暗黙知

分析

暗黙知の形式知化