

従業員のニーズに基づく食に関する職域ヘルスプロモーション

たざわみかよ
田澤美香代 (ライオン株式会社 平井事業所 健康サポート室)

【はじめに】当事業所では1998年から3回にわたり健康づくりに関するニーズアセスメントを実施し、これに基づく健康戦略を基本とした健康づくり活動を展開してきた(福田ら、産業衛生学雑誌、1999)。今回これらの活動のうち食に関するヘルスプロモーション活動についてその概要と予備的評価に関する報告をしたい。

【事業所概要および活動の経過】日用品および工業用化学品の研究開発および生産技術部門、支援部門に所属する従業員450名(男性310名、女性140名 2012年4月現在)で構成され平均年齢は41.7歳(男性43歳、女性38歳)である。

当該地区全体の健康づくり施策として位置づけられた『平井地区健康戦略21』の具体的な活動は、事業者および各職場の労使から構成される安全衛生委員会を基盤に年次計画のもと組織的に推進されてきた。

1998年の調査で最も高かったニーズは食事に関する支援であった(田澤ら、産業衛生学雑誌、1999)。地区内の全従業員が利用する社員食堂の昼食にヘルシーメニューを導入することから着手し、安全衛生委員会の代表メンバー、給食会社、管理職代表、産業保健スタッフでチームを組み、実行可能な施策として週1回の提供を実現した。従業員からネーミングを募集し『バランスランチ』と命名されたヘルシーメニューは、事業所の全体朝礼にて産業医講話によっても紹介され、ニーズ調査からの一連の活動が様々な場で各人の意識や行動に結びつくことを目指して浸透を図った。2003年の施策評価では70%の従業員が自己の健康管理に役立つとし約半数の従業員は提供回数の増加を望んでいた。2004年からは週2回の提供につながり、更に快適な職場環境づくりの一環として食堂の改修やテーブル・椅子の更新

などがトップダウンで進んだ。また、同時期には国の健康づくり運動である『健康日本21』が発表され従業員からは食に対するより具体的で前向きな要望が寄せられるようになり、以降、食に関する健康づくり施策は重点的に推進された。

2008年からは高齢者医療確保法に基づく特定健診・特定保健指導が定められ、これらとの整合性を図りながらメタボリックシンドローム予防のためのポピュレーションアプローチとしてヘルシーメニューのインパクトを強化することを目指した。20~30代の若年層に対しても関心を高めてもらう工夫や、毎日の食品の選択を各人が主体的におこなえるよう特定保健指導ではメニューの選択へのアドバイスなど個別的で具体的な情報提供を心がけている。

【結果および考察】施策の全体を通じた評価として「食事のバランスを考慮して食べる」と答えた人の割合は41.0%(1998)→50.9%(2003)→73.0%(2007)と上昇がみられ対象集団全体としての行動変容に寄与したと思われる。また、社内における別の事業所の社員食堂についても経営層がその改善を指示するなど組織全体としての動きにもつながった。これらの継続的な取り組みは従業員の主体的な自己健康管理を支援する環境として機能したものと考える。



E-mail ; m-tazawa@lion.co.jp