

産業保健マーケティング研究報告 1
- 包括的健康資源ソリューション (CHRIS) の紹介

JAHNG Doosub¹、金子 宗司¹、栗島 一博¹、徳田 洋祐¹、藤末 浩司¹、西原 亜紀子¹、本田 純久²

1. 国立大学法人 九州工業大学大学院 生命体工学研究科 脳情報専攻 チームマネジメント分野
2. 国立大学法人 長崎大学大学院 医歯薬学総合研究科 保健学専攻 看護学講座

CHRIS : Comprehensive Health Resources Integrated Solutions

はじめに

2002 年に提唱された「産業保健マーケティング」は、働く人の健康を内・外部資源（個性や資格など）と根幹資源（健康）に分類した上で、根幹資源の確保の有効性を考え方として示したものである。進め方としては、意思決定者とサービス利用者からなる顧客のために、顧客に必要である企画と顧客が必要とする企画モデル、MIOCAS などの評価項目を提案した。

本研究の目的は、既存の産業保健マーケティングの進め方を補完するための、人的資源管理関連の主要部門間で共有・活用できる情報分析手法と教育介入を支援するツールを開発・整合した、実践モデル CHRIS を構築することである。

考察

産業保健マーケティングで最も重要な考え方は、組織の人的資源管理におけるビジョンとミッション群の設定にある。また最も重要な進め方は、顧客志向の象徴でもあるニーズ調査に他ならない。近年の産業保健スタッフは、組織内の企業文化や職務環境を熟知し、組織内ニーズに対応するとともに、組織外の情勢や要求といった時代の流れにも対応する必要がある。

CHRIS は組織の人的資源管理のビジョンとミッションに基づいて、多種多様な情報の分析から教育介入などのサービス評価までを支援する、より実践的なモデルとして位置づけられる。

産業保健関連の、組織外からの対象者選択の動向

2000	事業場における労働者の心の健康作りのための指針
2006	長時間労働者への医師による面接指導（50 人以上の事業所）
2008	長時間労働者への医師による面接指導（50 人未満の事業所） 特定健康診査および特定保健指導の実施
2012	メンタルヘルス対策の充実・強化、 労働者の精神的健康状況の把握のための検査義務

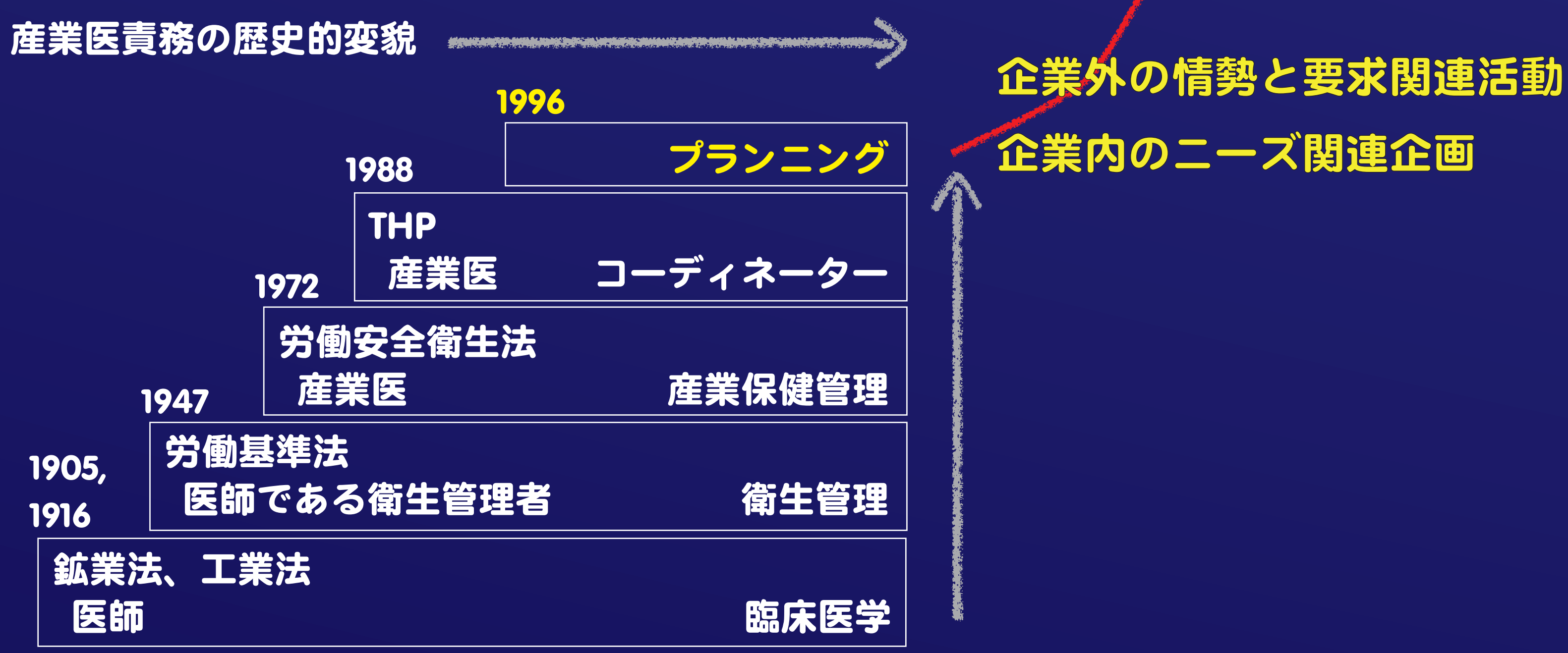
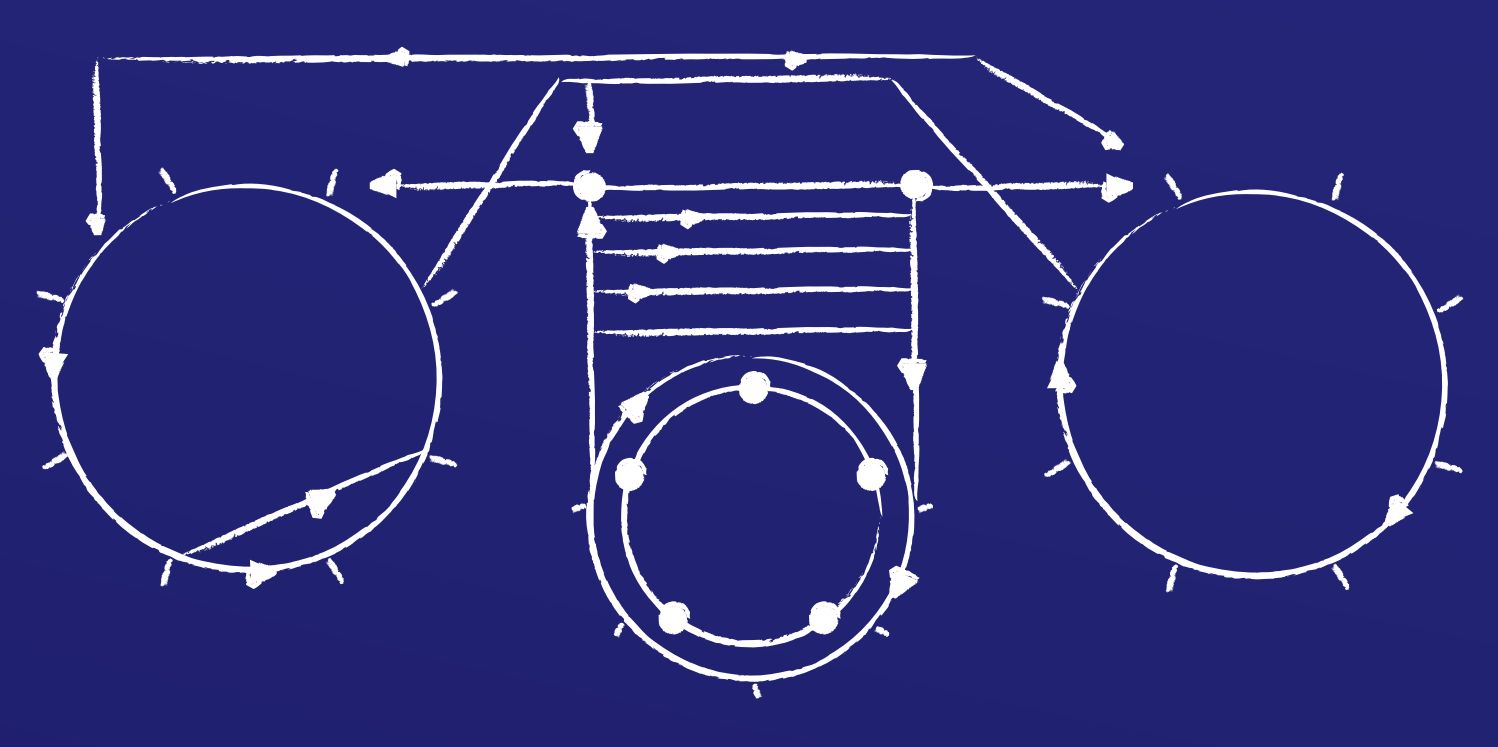


図1 産業医の責務と歴史 (JAHNG, DJ, 古木勝也、橋本英樹、1996)



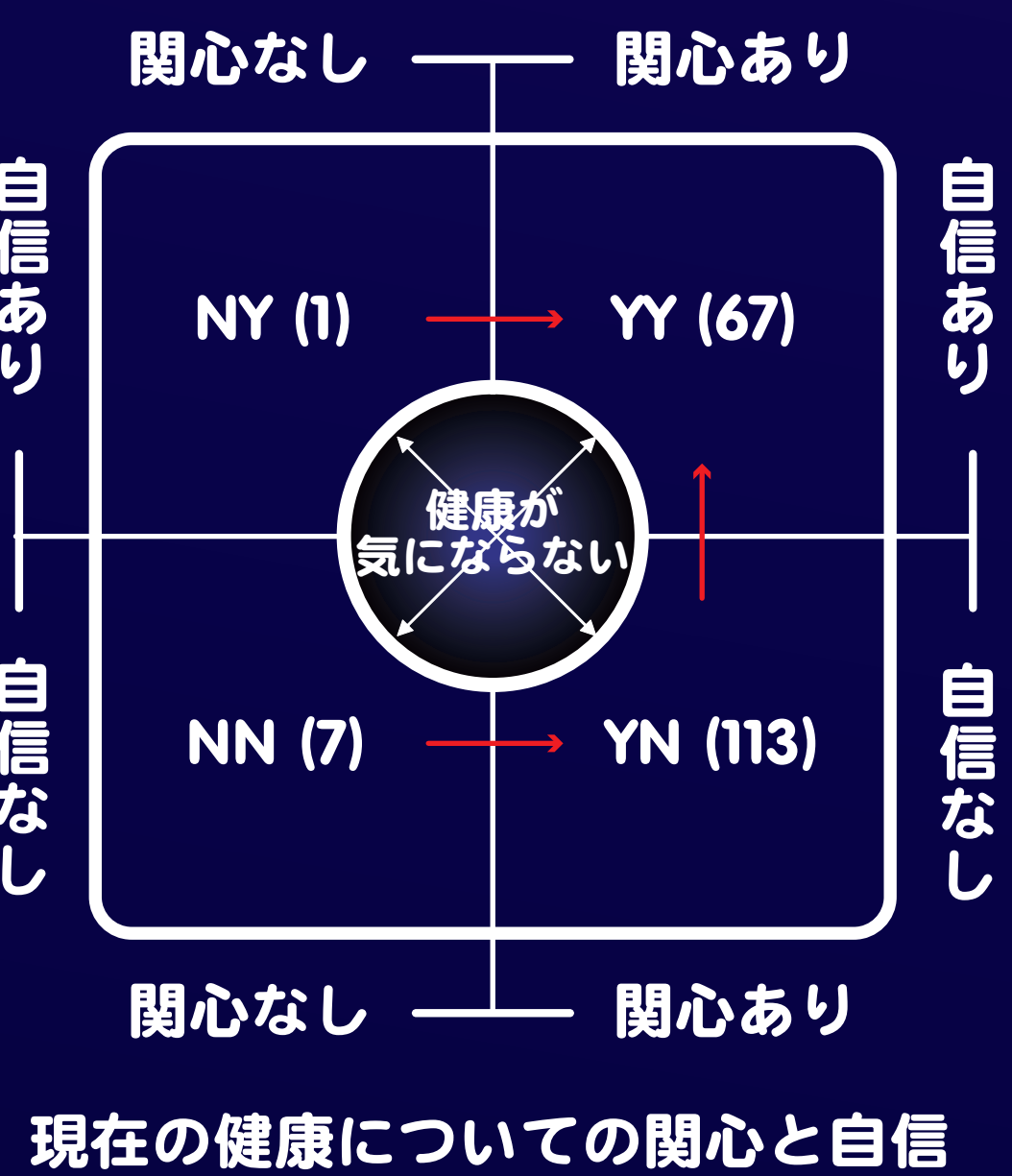
組織の
人的資源管理における
Vision & Mission

ニーズ調査

HAQ を用いた
健康認識と潜在ニーズ

Health Awareness Questionnaire Ver.2b

- Q1~7 主観的健康認識（関心、自信、健診記憶、専門家相談）
Q8 自覚症状と相談有無一無相談理由
Q9x 関心有無一行動有無一無行動理由（今後行動意図）／有行動時希望
（Q9-1 運動、2 栄養、3 飲酒、4 喫煙、5 ストレス、6 睡眠、7 歯）



現在の健康についての関心と自信

	はい	いいえ	
Q9-1	53.7	46.3	
Q9-2	71.3		28.7
Q9-3	38.8	26.1	35.1
Q9-4	13.8	14.9	71.3
Q9-5	61.7		38.3
Q9-6	68.1		31.9
Q9-7	64.4		35.6

飲まない
吸わない

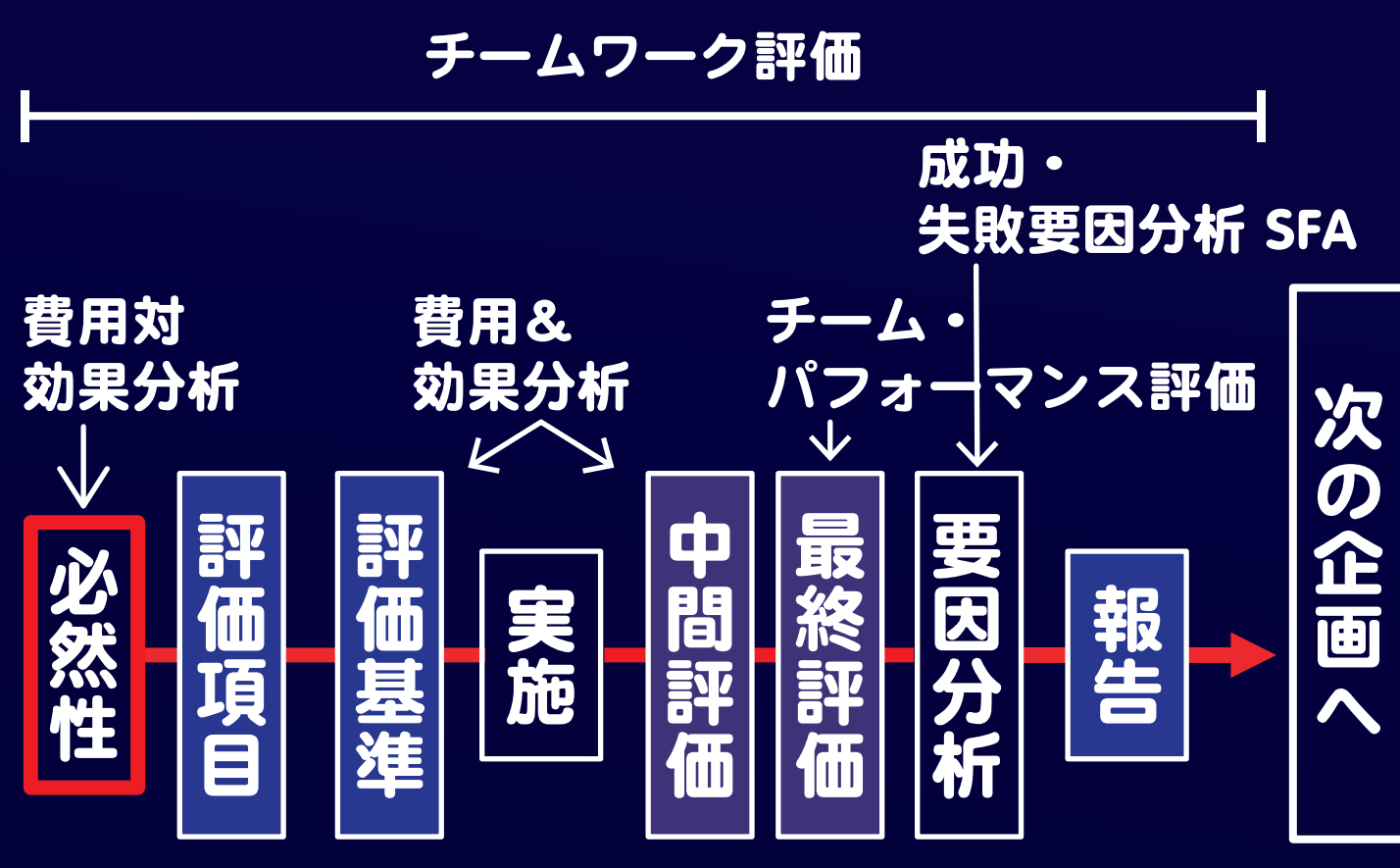
HAQ Q9-1~7 の回答結果

HAQ Q9-1-7 の回答結果

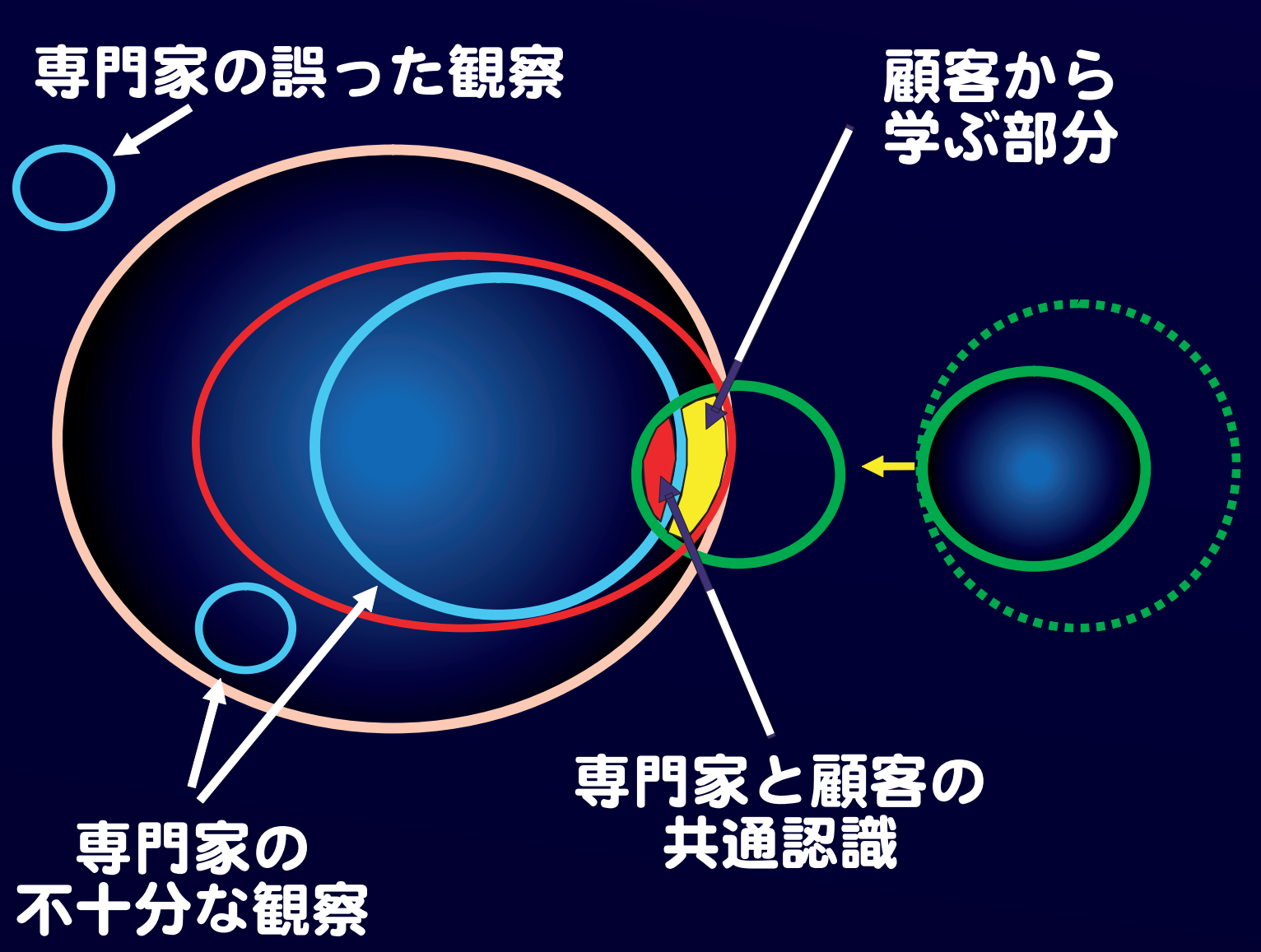
- 事前調査 (BITOP)
対象集団選択
ニーズ調査 (OHQ)
優先順位決定 (TCP)
企画 (8W3H1S)
許可 (WESKT)
実施（中間評価）
手段選択
教育介入
評価 (MIOCAS)
報告 (SFA)

いつまで どれを 誰に	3Ws Within Which Whom	1S Standard	基準
いつ どこで なにを だれが なぜ	5Ws When Where What Who Why	3Hs How Long Many Much	時間 量 質

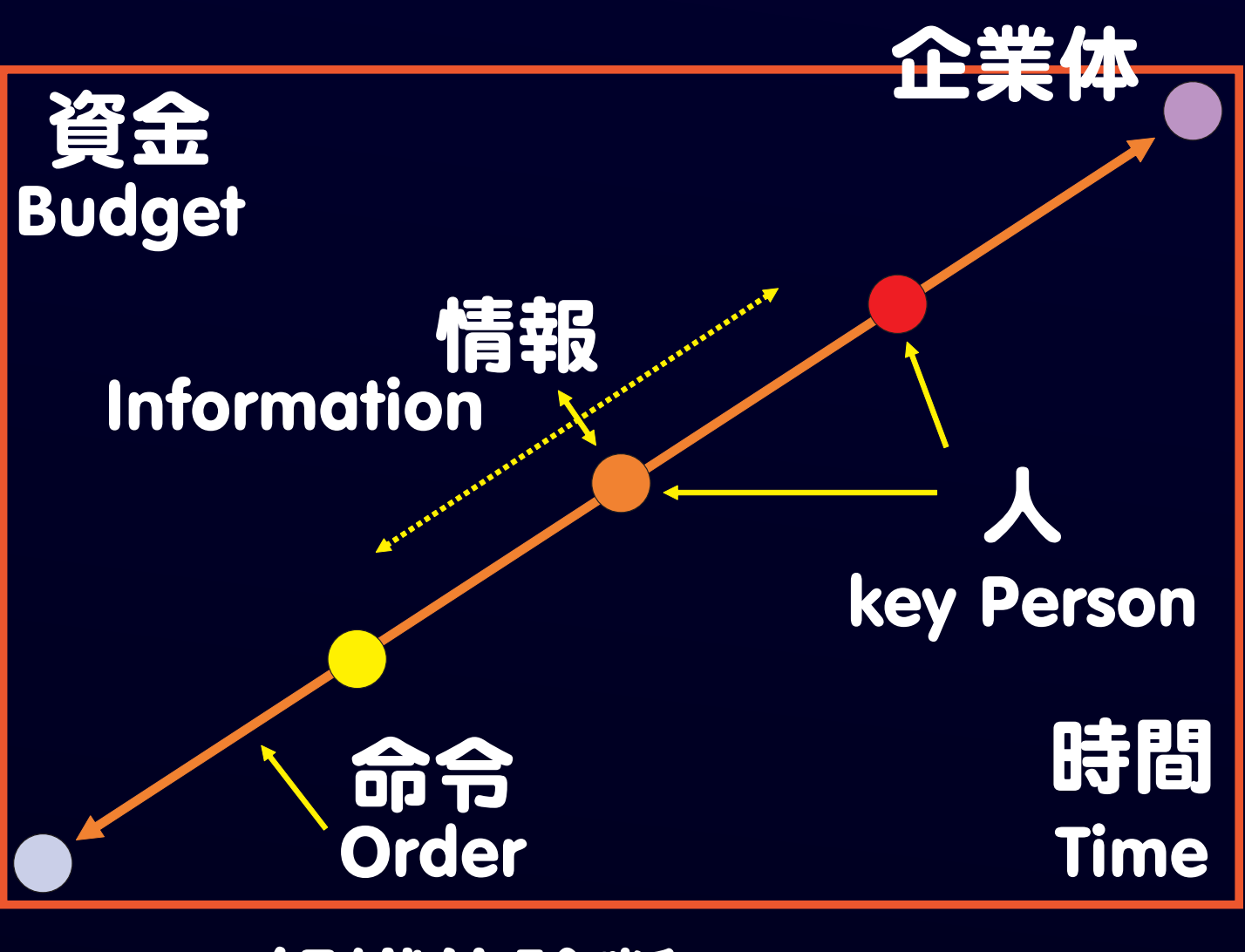
8W3H1S



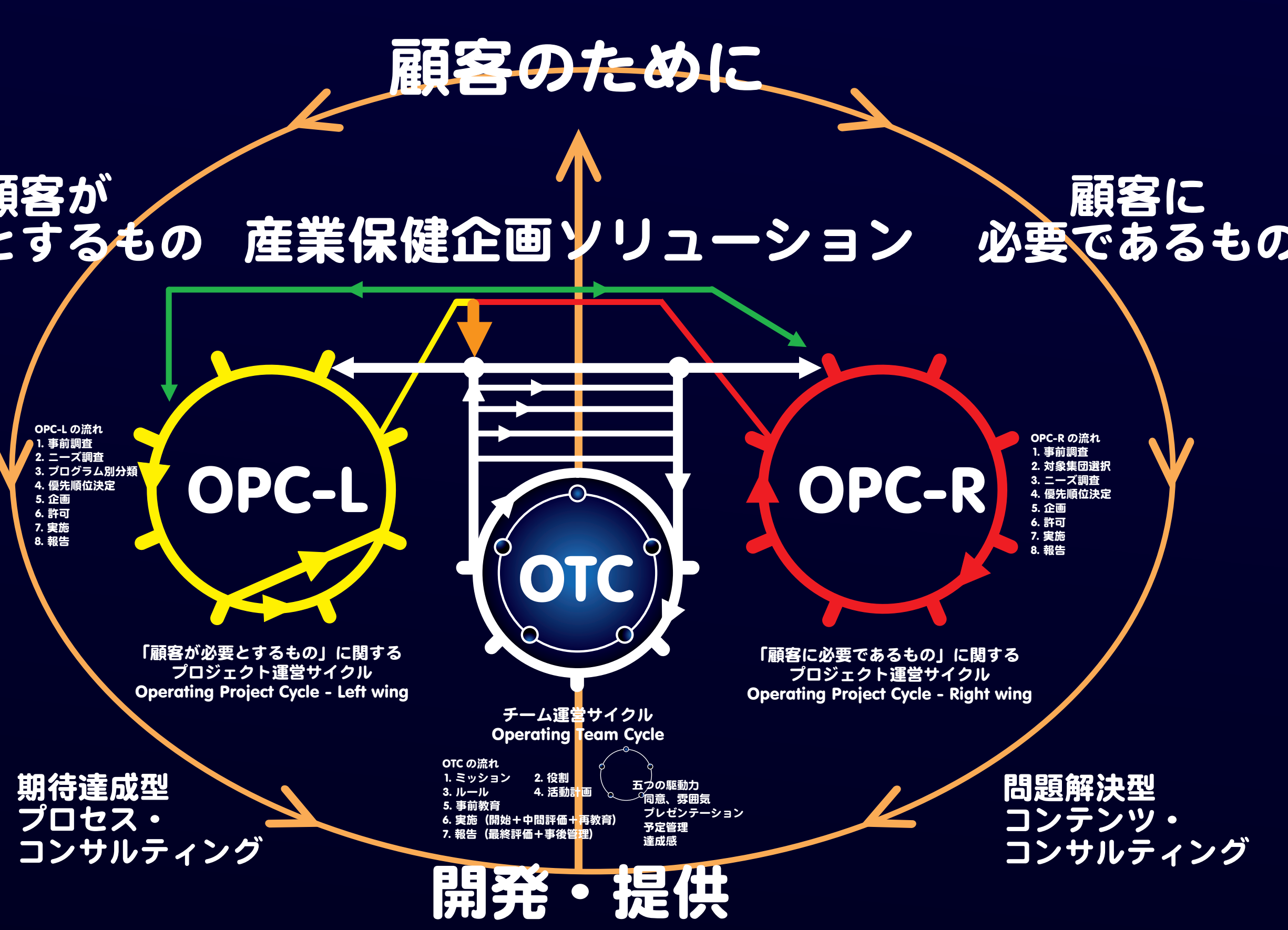
企画の流れ



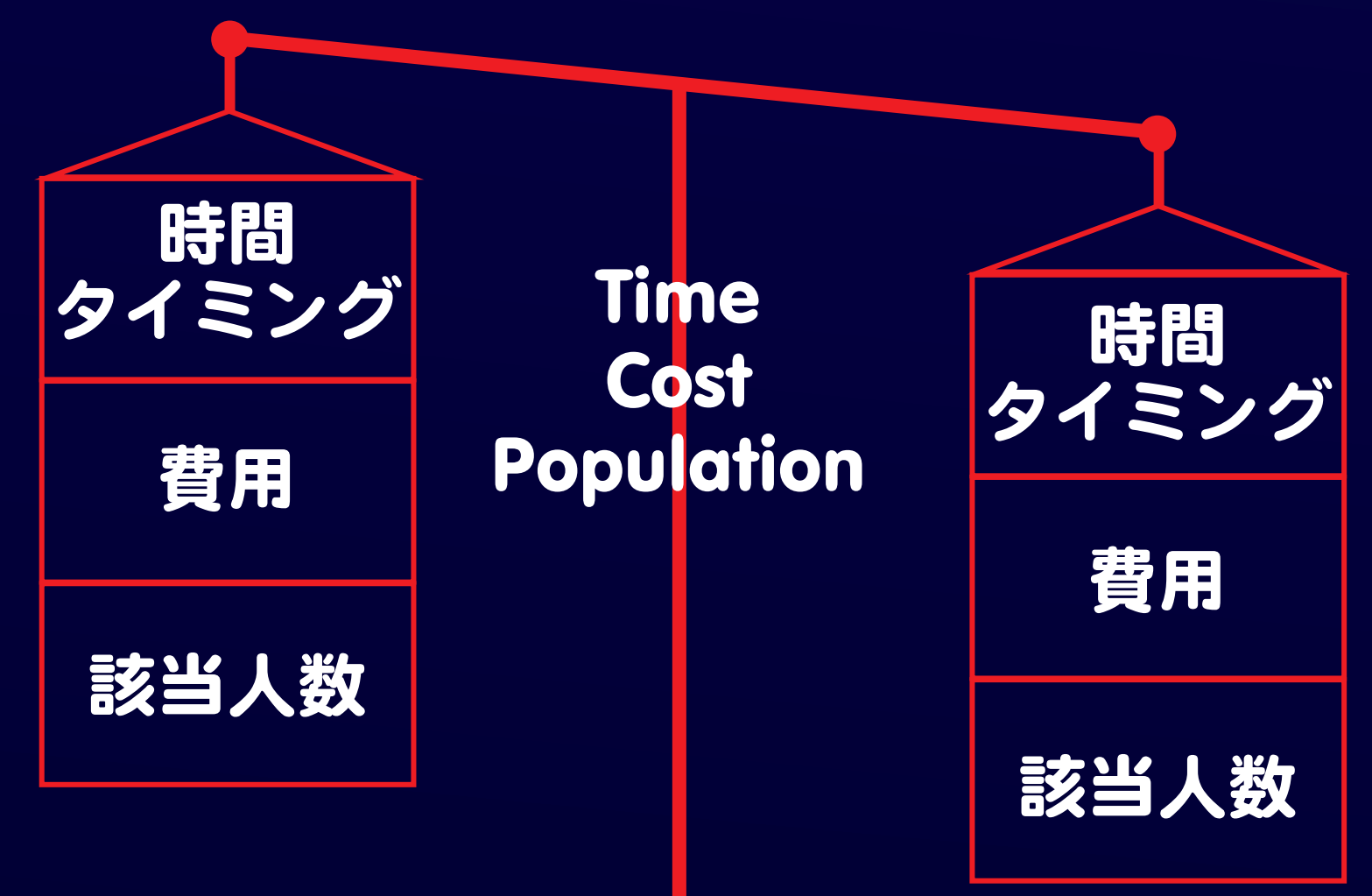
現状把握手順 OHQ
Observation, Hearing, and Quantification



組織体診断 BITOP



開発・提供



優先順位決定項目 TCP

メリット Merit 経営上効果	認知度 Awareness & Comprehension 知名・理解状況
インパクト Impact 行動変容	目標 定性的表現 評価基準 定量的表現
アウトカム Outcome 医学的変容	満足度 Satisfaction 顧客の主観的評価

企画の評価項目 MIOCAS

多重責務を持つ産業保健の企画を
いかに効率よく実践するか