Q1-2. 対象者への声かけのタイミング・案内文言

■ 全体のまとめ

対象者への声かけは「健診終了前後」に集中しており、案内文言は「対象となった理由を伝えた上で、短時間・無料・生活習慣改善の支援であることを説明し、参加を促す」パターンが多かった。

■ 声かけのタイミング

- 健診終了時・全検査終了後・会計前（最多）
- 医師の結果説明前後・診察後
- 採血結果判明時
- 検査待ち時間（採血・レントゲン・診察待ちなど）
- 問診・身体計測・腹囲・血圧測定時
- 前年対象者には健診開始時から予告

■ 案内文言の共通点

要素	代表的な声かけ
①対象理由	「今回の健診結果で特定保健指導の対象となりました」 「血圧・腹囲が基準に該当しています」
②リスク	生活習慣病や将来の脳卒中・心筋梗塞予防を説明
③支援内容	「食事や運動を一緒に考えましょう」「生活習慣を振り返ってみませんか」
④受けやすさ	15～30 分、無料、当日・後日・Zoom 対応、強制ではない
⑤参加促進	「この後お時間よろしいでしょうか」「ぜひ受けてみませんか」

■ 全体の傾向

- 健診終了後から会計前が最も多い。
- 医師・看護師・保健師・管理栄養士・事務職員など多職種で案内。
- 対象理由を説明し、生活習慣改善のメリットを伝えたうえで本人の意思を確認する対話型の声かけが主流。
- 「短時間」「無料」「当日・後日対応」など受けやすさを伝える工夫が多い。

Q3. 講師への質問・特定保健指導で困っていること（73 件）

■ **主な質問・困りごと（件数順）**

テーマ	件数	主な内容・まとめ
① 無関心期へのアプローチ	19	やる気がない・断られる・減量意欲がない対象者への動機づけ、目標設定が最大の課題。
② リピーター対応	9	毎年対象となる方へのマンネリ化防止、新たな目標設定、面談拒否への対応。
③ 継続支援・中断防止	8	返信がない、途中離脱、分割実施が進まないなど継続率向上の工夫。
④ 多忙な対象者	5	『忙しい』『時間がない』対象者への短時間で効果的な声かけ。
⑤ 受診率・実施率向上	3	当日実施率・後日利用率を高める受診勧奨の工夫。
⑥ メール・非対面支援	3	メール・手紙の返信率向上、文章作成、継続支援。
⑦ その他	16	健診業務との両立、2kg・2cm、禁煙・飲酒、高齢者、運動、FH、精神疾患、面談時間など。

■ **全体のまとめ**

- 参加者の関心は①行動変容が難しい対象者へのコミュニケーション、②受診率・継続率向上の工夫、③現場で直面する具体的な支援方法の 3 点に集約された。
- 特に「無関心期へのアプローチ（19 件）」「リピーター対応（9 件）」「継続支援・中断防止（8 件）」の 3 テーマだけで全体の約半数を占めた。
- 特定保健指導では、知識提供よりも『行動変容を促すコミュニケーション技法』へのニーズが極めて高いことが示された。