

ソーシャル・マーケティングを活用した介護予防の普及活動の実践とその評価

介護予防マネジメントコース

5007A324-9 西方佳子

研究指導教員： 岡浩一朗准教授

1. はじめに

2006(平成 18)年 4 月改正された介護保険法は、介護予防重視型に改正されたが、介護予防のサービス利用は低く、地域高齢者の介護予防に関する情報や知識が不十分であることが要因の 1 つと考えられる。介護予防に関する普及啓発は、地域の高齢者が介護予防に対する関心を高め、自ら取り組むことができるように支援することが重要である。本研究は、ソーシャル・マーケティングの手法を用い、効率的で効果的な介護予防の普及活動のあり方について検討することを目的として、東京都練馬区で開催した介護予防の普及活動プログラムの参加者を対象に、2 つの研究を実施した。

研究Ⅰ：介護予防の普及活動における効果的な広報媒体の検討

1) 研究目的

介護予防の普及活動に関する効率的なプログラム実施のために有効な広報媒体を明らかにし、効果的な広報活動のあり方を検討するため、プログラムの情報を入手した経路としての広報媒体について調査した。

2) 研究方法

本研究は、全区民を対象としたプログラムと、徒歩圏内のプログラムを実施した。徒歩圏内のプログラムは、広域広報と重点広報地域を設定し、広報活動を行なった。

調査は、プログラム参加者に自記式質問票を配布し、属性(年齢、性別)と、プログラムの情報を入手した 8 つの広報媒体について選択形式で回答を得た。分析方法は、3 つのプログラム形態、年齢区分、性別、広域広報と重点広報地域における参加者数の比較を行い、一元配置分析および χ^2 検定により分析を行なった。

3) 研究結果

プログラム参加者が利用した広報媒体は「区報」が最も多く、次いで「老人クラブ」、「町会・自治会回覧板」、「知人の紹介(クチコミ)」であり、「ポスター」が最も低かった。

プログラムの形態別、年齢区分、性別、広報活動別でみると、全ての項目において「区報」の割合が高かった。しかし、他の項目では有意に差が認められた。

4) 考察

本研究で用いた広報媒体は、印刷物による情報の提供と、人的コミュニケーションにおける情報であつ

た。印刷物については、「区報」が広報媒体として、本プログラムへの参加を促す効果が高いことがわかった。人的コミュニケーションである「老人クラブの紹介」、「町会・自治会回覧板」、「知人の紹介(クチコミ)」も、広報媒体として効果があるとことがわかった。プログラムの形態別にみると、大規模講演会は「老人クラブの紹介」と「知人の紹介」、小規模講演会は「町会・自治会回覧板」、自由参加型は「会場のチラシ」が、プログラムへの参加を促進する広報媒体として有効であることがわかった。性別でみると、男性は印刷物、女性は人的コミュニケーションによる広報媒体が有効であることが示唆された。

重点広報地域と広域広報の比較については、「区報」が広報活動の違いに関わらず、有効な広報媒体であることがわかった。重点広報地域は、地域組織、広域広報では印刷物が有効な広報媒体であることが示唆された。また、人的コミュニケーションを介して、重点広報地域外にも波及していることが示された。プログラムの形態で比較すると、小規模講演会の重点広報地域では申し込み制のプログラムの影響が認められた。自由参加型の重点広報地域では、地域組織による広報媒体が効果的であることがわかったが、年齢や性別による影響はなかった。本研究の結果から、普及活動は対象者(市場)の細分化と、プロモーションは市場に適した広報媒体を分析する必要があると思われた。

研究Ⅱ：介護予防の普及活動が行動変容関連指標に及ぼす影響

1) 研究目的

介護予防の普及活動の効果として行動変容関連指標への影響について検討するため、形態の異なる 3 つのプログラムが、取り組むべき介護予防に関する知識や動機付け、セルフ・エフィカシーへ及ぼす影響の差異について調べた。また、プログラムの効率性を評価するため、各プログラムにおける費用対効果についても検討した。

2) 研究方法

調査は、プログラム参加者に自記式質問票を配布し、出口にて回収した。調査内容は、4 つの行動変容関連指標について、プログラム参加後に比べ、参加前よりもどの程度変化があったかを 4 件法で尋ねた。分析方法は、行動関連指標の各得点を従属変数、3 つのプログラムを独立変数とした一元分散分析を行い、有意差が認められた場合に、Scheffe 法による下位検定を行なった。

費用対効果は、行動関連指標の全てにおいて満点であったもの(以下、目標到達者とする)を効果とし、各プログラムにかかった費用から、参加者一人当たりの費用と、目標到達者一人にかかった費用を算出、検討した。

3) 研究結果

プログラム形態の差異が行動変容関連指標に及ぼす影響については、全ての項目において有意な差が認められた。

各プログラムにかかった直接的経費は大規模講演会が高く、小規模講演会が低かった。参加者一人当たりにかかった費用は、小規模講演会が高く、自由参加型が低かった。行動関連指標の目標到達者を一人生み出すためににかかった費用は、自由参加型が高く、小規模講演会が低かった。

4) 考察

本研究では、4つの行動変容関連指標を用いて介護予防の遂行可能性への影響を評価した。自由参加型は小規模講演会と大規模講演会に比べ、行動関連指標への影響が有意に低かった。講演会形態のプログラムは、関心の低い情報に対しても、注意を引きつけ、行動変容を促す可能性のある情報を有効に伝達し、参加者に影響を与えられたと考えられる。一方、自由参加型は本人の意思で情報が選択される形態であるため、効果的に情報を提供することができない可能性が示唆された。

費用対効果について、行動変容関連指標の目標到達者を一人生み出すためににかかった費用を効果と

して算出した。小規模講演会は、目標到達者を生み出す割合も費用も効率的ではあるが、多くの目標到達者を生み出すことが難しい。自由参加型では、参加者一人あたりに対する費用は最も少ないが、有効なインパクトを与えることができず、目標到達者を生み出す割合は低い。大規模講演会では、1回で多くの目標到達者生み出すことはできるが、参加者の制限がある。普及啓発活動を効率的、効果的に実施するには、地域の特性やそれぞれのプログラムの特徴を活かし、複数の形態を併せて計画、実施する必要のあることが示唆された。

2. 結語

1) 介護予防の普及啓発に関する効率的なプログラム実施のために有効な広報媒体は、区報と地域組織とを合わせて活用することが効果的である。また、プログラム形態や年齢、性別において、差異が認められ、それぞれの有効な広報媒体が示唆された。広報活動による影響は、対象地域の地域組織の効果が高く、人的コミュニケーションにより周辺地域への波及が示唆された。プロモーションは、市場に適した広報媒体を、分析、活用することが必要である。

2) プログラムの効果は、形態によって、影響の大きさや費用対効果に差異が認められた。今後は、各プログラムの特徴を活かすため、地域の特性に合わせ、複数の形態を併せながら開催地域や実施回数を検討し、影響を強化するためのプログラム開発を行うべきである。