

第3回 WHOヘルスプロモーションに関する オタワ憲章（1986年）

順天堂大学名誉教授・広島国際大学客員教授
日本ヘルスプロモーション学会会長
日本HPHネットワークCEO

島内 憲夫

はじめに

1986年にWHOは、カナダのオタワで開催された第1回ヘルスプロモーションに関する国際会議で、先進国向けのヘルス・フォー・オール具体的な健康戦略として「ヘルスプロモーションに関するオタワ憲章」を採択した。

2. 定義

ヘルスプロモーションとは、人々が自らの健康をコントロールし、改善することができるようにするプロセスである。身体的、精神的、社会的に完全に良好な状態に到達するためには、個人や集団が望み確認・実現し、ニーズを満たし、環境を改善し、環境に対処（cope）できなければならない。それゆえ健康は、生きる目的ではなく、毎日の生活資源である。健康は、身体的な能力であると同時に、社会的・個人的資源であることを強調する積極的な概念なのである。保健部門だけの責任にとどまらず、健康的なライフスタイルをこえて、well-beingにもかかわるのである。

3. 健康のための前提条件

健康のための基本的な条件と資源は、平和、住居、食物、収入、安定した生態系、生存のための諸資源、社会的正義と公正である。健康の改善には、これらの基本的な前提条件の安定した基盤が必要である。

4. ヘルスプロモーションの3つのプロセス

ヘルスプロモーションの推進のために、3つのプロセスを提案している。

（1）唱道（advocate）

健康は、社会、経済、および個人の発展のための重要な資源であり、生活の質の重要な要素である政治的、経済的、社会的、文化的な諸要因は、すべて健康を促進させる、また阻害しうる。ヘルスプロモーション活動は、唱道によってこれらの条件を健康にとって望ましいものへとつくり替えていくことをめざしている。

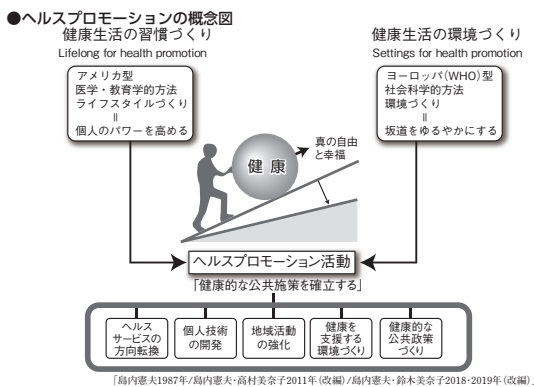
（2）能力の付与（enable）

ヘルスプロモーションは、健康における公正に焦点を当てている。ヘルスプロモーション活動は、現在の健康状態の差異を減少させること、すべての人々が自らの健康の潜在能力を十分に発揮することを目的としている。これは、支援的な環境、情報への接近、健康な選択をするための生活技術と機会の基盤を包含している。もし自らの健康を決定するこれらの要因をコントロールできなければ、自らの健康の潜在能力を十分に発揮することができないだろう。この原則は、女性にも男性にもあてはめられなければならない。

（3）調停（mediate）

健康のための前提条件と展望は保健部門だけで確保されるものではない。重要なことは、ヘルスプロモーションでは、すべての関係部門、すなわち政府、保健および社会的・経済的部門、行政以外の組織など、地方自治体、産業、そしてメディア活動を調整することが要求され、どのような人であれ、個人、家族や地域社会の一員として含まれている。専門家、社会的グループ、保健従事者には、健康を追求するために、社会における種々の関心を調整する（mediate）主たる責任がある。

ヘルスプロモーションの戦略と計画は、社会的、文化的、そして経済システムの相違を考慮し、地域的ニーズや、それぞれの国と地方の可能性に適



応させなければならない。

5. ヘルスプロモーションの5つの活動

ヘルスプロモーションには、個人のレベルから政策のレベルまでの幅広い活動(①健康的な公共政策づくり、②健康を支援する環境づくり、③地域活動の強化、④個人技術の開発、⑤ヘルスサービスの方向転換)とその有機的連携が不可欠であるとしている。

上の図は、一人の人間が坂道を健康という玉を押し上げている図である。玉を押し上げていくためには、その人間(個人)に力が必要である。これが、「健康的なライフスタイルづくり」、健康に関する知識や技術を身につけて実践することである。この方法は、アメリカの医学者、とりわけ疫学者が病気になるリスクファクター(危険因子)を明らかにするために開発されたものだ。基本的には個人の責任において病気の原因となるものをコントロールし、一生涯にわたって健康をつくらうとする方法だ。つまり、個人の生活習慣づくりである。

しかし、すべての人が同じ力をもっているわけではない。坂道を緩やかにすることによって、力のない人でも坂道で玉を押し上げていくことができるようにする必要がある。これが、「健康的な環境づくり」であり、具体的には障害者に優しい道路づくり、きれいな水の確保、ストレスのない学校・職場・地域づくり、障害者や高齢者に対する偏見をなくすなど社会的な環境のことだ。これはヨーロッパの社会学者や政治学者や経営学者、教育学者などが集まってつくる集团的・社会的な要因、特にソーシャル・ネットワークに注目した

もので、ハピネス・ファクター(幸福因子)を明らかにすることによって開発された。基本的には社会の公的な責任において社会のあらゆる生活の場(settings)で健康をつくっていく方法である。これらの方法をうまく統合した「健康的な公共政策づくり」がヘルスプロモーションの目的である。以下に、5つの活動について説明する。

(1) 健康的な公共政策づくり：ヘルスプロモーションは、ヘルス・ケアの範囲をこえている。ヘルスプロモーションの政策は、保健部門以外の部門において、健康的な公共政策を採用する際に生じる障害と、それらを取り除く方法をはっきりさせなければならない。それは、政策決定者にとって、「健康的な選択が容易なものである」ようにするためでもある。

(2) 健康を支援する環境づくり：人と環境との間の複雑な関係は、健康への社会生態学的アプローチの基盤をなしている。生活、労働、余暇のパターンの変化は、健康に重大な影響を与える。

(3) 地域活動強化：ヘルスプロモーションは、優先順位を決め、意思決定をし、戦略を計画し実行するという、よりよい健康を達成させるための具体的で効果的なコミュニティ活動を通じて、効果を発揮する。このプロセスの核心は、コミュニティへの権限の付与、すなわちコミュニティ自身の努力と運命を、コミュニティの手中とコントロールのもとにおくことである。

(4) 個人技術の開発：ヘルスプロモーションは、健康のための情報や教育を提供し、生活技術を高めることを通じて、個人、ならびに社会の発展を支援する。ひとびとが生活を通じて学び、ライフサイクルのすべてのステージのために自らの備えをなし、慢性疾患や傷病に対処(cope)していけることが本質的に重要である。

(5) ヘルスサービスの方向転換：個人、コミュニティ・グループ、保健の専門家、保健・医療機関と政府がヘルスサービスのなかでのヘルスプロモーションの責任を分担するとともに、ヘルスプロモーションの方向へ移行すべきである。

〈参考文献〉

1) 島内憲夫・鈴木美奈子著：ヘルスプロモーション～WHO：オタワ憲章～、垣内出版、2013。