

## 〈報告〉

「ヘルスプロモーションに関するオタワ憲章」をめぐる  
今日の日本的展開  
—オタワ憲章の枠組みに基づいた一考察—  
(1)基本的概念枠組み

助友 裕子\*・島内 憲夫\*

Current Japanese Development on “Ottawa Charter for Health Promotion”:  
A Study Based on Framework of The Ottawa Charter

Hiroko SUKETOMO\* and Norio SHIMANOUCHI\*

## 1. はじめに

1993年9月、本学医学部公衆衛生学教室に順天堂大学ヘルスプロモーション・リサーチ・センター（WHO協力機関）が開設されて以来、「健康行動研究とヘルスプロモーション」をテーマに研究活動がすすめられてきた。これは、WHOが1986年に採択した「ヘルスプロモーションに関するオタワ憲章」を基盤としており、厚生労働省がすすめてきた国民健康づくり運動（現在の健康日本21など）の基本的な柱とされている理念である。このような背景のもとで2002年4月、センターはさくらキャンパスに移転し、青木純一郎スポーツ健康科学部長を所長とした新体制で活動を開始した。

本研究では、その基本理念であるWHOのヘルスプロモーションに基づいた一連の報告により、現在の我が国におけるヘルスプロモーションの概念枠組を明らかにしようとするものである。Dawnie, R. S.ら (Downie, Tannahill & Tannahill, 1996)<sup>1)</sup>による「問題なのは、用語の示す率直な意味合いが無視されがちであるために、基礎的

説明の欠如が発生することである」との指摘は、センターにおける今後の研究課題のひとつであると言える。

以上のような背景のもと、本研究は、2001年8月から2002年7月に渡り、米国Yale大学医学部疫学・公衆衛生学科国際保健部門において客員研究員、あるいは講師としてヘルスプロモーション研究に携わった筆者らが、その成果を報告するものでもあるということを付言しておく。同大学研究室では、長年に渡りWHOヘルスプロモーションムーブメントの中心的人物であったイローナ・キックブッシュ博士のご指導を受けながら研究活動をすすめてきたからである。

## 2. 研究目的

本研究の目的は、順天堂大学ヘルスプロモーション・リサーチ・センターの研究活動及び現代の我が国におけるヘルスプロモーション展開のための基礎資料作成を試みることにある。そのためには、本論で述べる一連の報告を通じて、1986年、カナダのオタワにおいてWHOが提唱した「ヘルスプロモーションに関するオタワ憲章」並びに以降4回に渡って開催されたヘルスプロモーション国際会議文書から、WHOヘルスプロモーション

\* 健康社会学研究室

ン戦略の体系を明らかにし、それに基づいた諸概念の位置付けを整理・検討することが必須となる。

以上のような目的を達成するための本研究の一連のプロセスは、次の(1)~(6)である。

(1) ヘルスプロモーションの基本的概念枠組の整理

(2) ヘルスプロモーション国際会議の意義

(3) ヘルスプロモーション展開の背景 (Basic terms の分析)

(4) ヘルスプロモーションの実践的展開のオリジナリティ (Strategies の分析)

(5) ヘルスプロモーションの実践的展開への可能性を測る (Approaches の分析)

(6) ヘルスプロモーションの理解への可能性を測る (Key concepts の分析)

本稿では、そのプロセスの第1段階として、(1)に主眼をおき関連用語の解説を中心に論じる。なぜなら、本研究の基礎は、WHO ヘルスプロモーションへの理解にあると同時に分析・考察の対象となる事柄 (いわゆるヘルスプロモーションキーワード) を理解することにあるからである。これが、今後一連の考察によって、今日のヘルスプロモーション展開に対する理解をより深めることになる。

### 3. 研究方法

#### (1) 分析の基礎

本研究の基盤である「ヘルスプロモーションに関するオタワ憲章」並びにそのフォローアップとしての5回にわたるヘルスプロモーション国際会議の内容を加えたWHO ヘルスプロモーションの構成を表1に現した。

#### (2) 分析の枠組み

WHO ヘルスプロモーションを基礎とし、その理解を促すためのキーワードが多く見られる。本研究では、127のキーワードを一覧するとともに、それらを表2のように4つのカテゴリに分類した。このカテゴリについて、WHO の Health Promotion Glossary<sup>2</sup>ではすでに Basic terms と Key concepts が提示されていたが、日本での現状を考慮すると厚生労働省をはじめとする各自自治体

表1 WHO ヘルスプロモーションの構成

<b>【オタワ憲章】</b>	
序	
1. 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。」
2. 健康のための前提条件	
1) 唱道	
2) 能力の付与	
3) 調停	
3. ヘルスプロモーション活動の方法	
1) 健康的な公共政策づくり	
2) 支援的な環境づくり	
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	
4. 未来への胎動	
1) ヘルスプロモーションへのコミットメント	
2) 国際活動の要求	
<b>【ヘルスプロモーション国際会議】</b>	
第2回	アデレード勧告
第3回	サンスポー宣言
第4回	ジャカルタ宣言
第5回	メキシコ宣言

表2 ヘルスプロモーションキーワードの種類

Basic terms	HP が生まれた背景となるべき用語。この用語無しには HP に言及することはできない。
Practices	WHO・国レベルで展開されている HP の実践。
Approaches	HP の展開を助ける理論・手法・モデル。
Key concepts	HP の部分的な理解を助ける用語。

の政策化ニーズが高まっていることから Practices のカテゴリが注目されるものと思われる。また、近年に渡り、ヘルスプロモーションを実践するためのモデルが様々な研究者によって開発されていることから、それらの Approaches のあり方が整理されなければならない。

なお、これらのキーワードは、Nutbeam らによってまとめられた WHO の Health Promotion Glossary 並びに Yale 大学において筆者らが行っ

た調査結果<sup>注1)</sup>に基づくものである。

### (3) 分析の視点

本研究がめざすべきところは、先に論じた表1と表2のクロス分析にある。

## 4. 結 果

### 今日のヘルスプロモーション展開の現状

3.(2)分析枠組みにおいて示されたカテゴリ(表2)に基づき整理した結果得られたヘルスプロモーション・キーワードは表3に示すとおり127であった。これは、現在ヘルスプロモーションが展開

表3 ヘルスプロモーションキーワード一覧

(1) 基礎用語 Basic terms	27. 介入戦略 Intervention strategies
1. 疾病予防 Disease prevention	28. 医療モデル Medical model
2. 健康 Health	29. 健康のモデル Model of health
3. 健康教育 Health education	30. ナレイティブ・ベースド・ヘルスプロモーション (NBHP: 物語に基づいたヘルスプロモーション) Narrative-based health promotion
4. すべての人びとに健康を Health for All	31. 組織モデル Organizational model
5. ヘルスプロモーション Health promotion	32. 参加型アプローチ Participatory approaches
6. プライマリ・ヘルス・ケア Primary health care	33. ピープル・センタード・ヘルスプロモーション People-centred health promotion
7. 公衆衛生 Public health	34. プリシード・プロシード・モデル Precede-proceed model
(2) 実践の展開 Practices	35. セッティングズ・アプローチ Settings approaches
8. 健康な病院づくり(ネットワーク) Health promoting hospitals (networks)	36. 社会的学習理論 Social learning theory
9. 健康な学校づくり(ネットワーク) Health promoting schools (networks)	37. ソーシャル・マーケティング Social-marketing
10. ヘルシーシティーズプロジェクト(WHO), 健康なまち Healthy cities project (WHO); Healthy cities	38. トピック・ベースド・アプローチ Topic-based approach
11. 健康な島 Healthy islands	39. 「健康とは何か」 What is health?
12. 健康日本21(日本) Healthy Japan 21 (Japan)	40. 「健康はどこでつくられているか」 Where is health created?
13. 健康な市場(ネットワーク) Healthy marketplaces (networks)	(4) キーコンセプト Key concepts
14. ヘルシーミュニシパリティーズプロジェクト(WHO) Healthy municipalities project (WHO)	41. 健康のための唱道 Advocacy for health
15. ヘルシーピープル2010(アメリカ) Healthy people 2010 (US)	42. 強調 Alliance
16. 健康な刑務所づくり Healthy prisons	43. コミュニティ Community
17. 健康な村づくり Healthy villages	44. 健康のためのコミュニティ活動 Community action for health
18. 健康な職場づくり(ネットワーク) Healthy workplaces (networks)	45. コミュニティ・ディベロップメント Community development
19. マーク・ラロンド・レポート(カナダ1974) Marc Lalonde Report (Canada 1974)	46. コミュニティ・エンパワメント Community empowerment
20. ポピュレーション・ヘルス(カナダ) Population health (Canada)	47. コミュニティ・インボルブメント Community involvement
21. 予防と健康(イギリス1976) Prevention and health (Britain 1976)	48. コミュニティ・パーティシパーション Community participation
(3) アプローチ Approaches	49. 健康の決定要因(社会的決定要因) Determinants of health (Social determinants)
22. オルタナティブ(二者択一)・アプローチ Alternative approaches	50. 生態学 Ecology
23. アリーナベースド(舞台に基づく)・アプローチ Arena-based approach	51. 経済的評価 Economic evaluation
24. 生態学的アプローチ Ecological approach	52. 経済学 Economy
25. エビデンス・ベースド・ヘルスプロモーション(EBHP: 根拠に基づいたヘルスプロモーション) Evidence-based health promotion	53. 健康のためのエンパワメント Empowerment for health
26. 保健信念モデル Health belief model	54. 能力の付与 Enabling
	55. 疫学 Epidemiology
	56. 健康における公正 Equity in health
	57. ヘルスプロモーションにおける評価 Evaluation in health promotion
	58. ジェンダー Gender
	59. グローバリゼーション Globalization
	60. ハッピーファクター Happiness factor
	61. ハッピープロモーション Happiness promotion
	62. 健康行動 Health behavior
	63. ヘルスコミュニケーション Health communication
	64. ヘルスディベロップメント Health development
	65. 健康寿命 Health expectancy
	66. 健康利益 Health gain
	67. ヘルスゴール Health goal
	68. 健康尺度 Health indicator
	69. 健康の識字(ヘルスリテラシー) Health literacy
	70. 健康評価(ヘルス・アウトカム) Health outcomes
	71. 健康政策 Health policy
	72. ヘルスプロモーション・キャンペーン(ヘルスプロモーション運動) Health promotion campaign
	73. ヘルスプロモーション評価 Health promotion evaluation
	74. ヘルスプロモーション・アウトカム Health promotion outcomes
	75. ヘルスプロモーション研究 Health promotion research
	76. ヘルスプロモーター Health promoter

- 77. 健康維持 Health protection
- 78. 健康部門 Health sector
- 79. 健康状態 Health status
- 80. 健康のターゲット Health target
- 81. より健康的な選択は、より簡単な選択であるということ  
Healthier choice, easier choice
- 82. 健康的な公共政策 Health public policy
- 83. イアトロジェネシス Iatrogenesis
- 84. イル・ヘルス (ネガティブ・ヘルス) III-health (negative health)
- 85. ヘルスプロモーションのための基盤 Infrastructure for health promotion
- 86. 中間的健康評価 (インターメディアエイト・ヘルス・アウトカム) Intermediate health outcomes
- 87. 分野間協力 Intersectoral collaboration
- 88. 健康のための投資 Investment for health
- 89. ライフスキル Life skills
- 90. ライフスタイル (健康のためのライフスタイル) Life style (life styles conducive to health)
- 91. リンク Links
- 92. 生活状態 Living conditions
- 93. マッピング Mapping
- 94. メディア・キャンペーン (メディア運動) Media campaigns
- 95. 調停 Mediation
- 96. ネットワーク Network
- 97. ネットワーキング Networking
- 98. 新しい公衆衛生 New public health
- 99. 栄養 Nutrition
- 100. アウトカム評価 Outcome evaluation
- 101. ヘルスプロモーションのためのパートナーシップ Partnership for health promotion
- 102. パーソナルスキル (個人技術) Personal skills
- 103. 政治学 Politics
- 104. ポジティブ・ヘルス Positive health
- 105. QOL (生活の質) Quality of life
- 106. ヘルスサービスの方向転換 Re-orienting health services
- 107. 危険行動 Risk behaviour
- 108. リスク・ファクター (危険因子) Risk factor
- 109. サリュートジェネシス (健康生成論) Salutogenesis
- 110. セルフ・ヘルプ (自助) Self help
- 111. セルフ・エフィカシー (自己効力感) Self-efficacy
- 112. セルフ・エスティーム (自尊心) Self-esteem
- 113. セッティングス・フォー・ヘルス Settings for health
- 114. 社会資本 Social capital
- 115. 社会的因子 Social factor
- 116. 社会的ネットワーク Social networks
- 117. 社会資源 Social resources
- 118. 健康のための社会的責任 Social responsibility for health
- 119. ソーシャル・サポート (社会的支援) Social support
- 120. 社会経済的立場 Socioeconomic position
- 121. 健康を支援する環境 Supportive environments for health
- 122. 持続的開発 Sustainable development
- 123. 第3の公衆衛生革命 Third public health revolution
- 124. アンハッピー・ファクター (不幸因子) Unhappiness factor
- 125. アンハッピー・セラピー (不幸療法) Unhappiness therapy
- 126. ウェル・ビーイング Well-being
- 127. 女性学 Women's study

される領域で用いられている中心概念・周辺概念等である。なお、その定義や関連必須事項については、紙幅の都合で割愛する<sup>注2)</sup>。本研究では、欧文アルファベット順の記載を原則とし、各語間の関連性や細かい分類等については言及しない(今後の展望を参照)。また、所々文献の注がない定義に関しては、Health Promotion Glossary (WHO, 1998) から引用(筆者により翻訳)するとともに、一部の日本語訳はヘルスプロモーション・キーワード(島内, 1990)<sup>注3)</sup>を参考にしたことも付言しておく。<sup>注4)</sup>

## 5. 今後の展望

以上のような本研究の基礎を踏まえ、2.において述べた目的を達成することが今後の課題である。その際、念頭においておくべき事柄を図1によって表すことができる。健康科学の方向性は、従来の病気をつくるリスクファクター探しから健康をつくるサリュタリーファクター探しへとシフト転換している。現在のヘルスプロモーションは、この二者混在型で展開されることが多いが、まだまだ前者に重点を置いているのが現状である。しかし、これはあくまで専門家主導型であり、生活者を視野に入れたヘルスプロモーションは様々な要因が内在する日常生活の中で展開されなければならない。それを筆者らはハッピーファクター探しと呼んでいるのである。

以上のような視点から、2.で述べた(1)~(6)の項目について、(2)~(6)が本研究の今後の課題となるため、それぞれについて言及し今後の展望としたい。

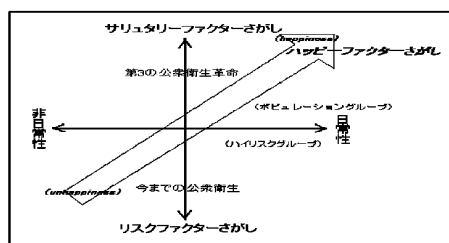


図1 ハッピーファクター探しの意義

### (1) ヘルスプロモーションの基本的概念枠組の整理

本報告によって達成された。

### (2) ヘルスプロモーション国際会議の意義

ヘルスプロモーションの基礎的理解はオタワ憲章から得られるが、今日の理解をより強固なものとするためには、そのフォローアップ会議である第2～5回の国際会議の内容把握は必須のものである。さらには各会議ごとの部分的理解のみならず、それぞれが持つオタワ憲章との関連性を考証する必要がある。これにより、ヘルスプロモーションの基礎的理解が克服される。

### (3) ヘルスプロモーション展開の背景 (Basic terms の分析)

本研究の主体であるヘルスプロモーションは、1986年にWHOが提唱したオタワ憲章を大前提としているが、その背景には様々な公衆衛生上の諸問題があった。その結果生まれたヘルスプロモーションに関するオタワ憲章は、今や第三の公衆衛生革命とまで言われている。ゆえにBasic termsを理解することで、ヘルスプロモーションの価値がより深められると共に、さらには既存の学問体系(理論・モデル等)との整合性を図ることも期待できよう。

### (4) ヘルスプロモーションの実践的展開のオリジナリティ (Strategies の分析)

ヘルスプロモーションの実践的展開は、WHOレベル・地域レベル・国レベル・自治体レベル・各種団体レベルごとにそのフレームワークが敷かれており、理念と実践の整合性とその評価が問われている。とりわけ代表的なヘルスプロモーションの実践的展開は、各レベルにとどまることなく良い実践事例として波及効果をもたらす。オタワ憲章におけるこれらの戦略の位置付けを検討することにより、それぞれの特長が得られ、各レベルを超えた統合的な実践展開への資料となるであろう。

### (5) ヘルスプロモーションの実践的展開への可能性を測る (Approaches の分析)

今やヘルスプロモーションは、オタワ憲章を越えたあらゆる領域で実践家や理論家のターゲット

となっている。しかし、これらの理論はいったい何を特徴とし、オタワ憲章とどのような関係性があるのかが定かではないことが、今日のヘルスプロモーション展開に混乱を招いていることは否定できない。ここではそういった理論・手法・モデルをヘルスプロモーションの実践的展開を助けるためのツールとして理解するために、オタワ憲章との比較検討を行う。

### (6) ヘルスプロモーションの理解への可能性を測る (Key concepts の分析)

最後に、ヘルスプロモーションは社会学的・政治学的戦略であるということを強調しておきたい。ヘルスプロモーションの部分的理解を促進するには様々な学際的見解が必要不可欠である。

本研究では、そのような現代的ニーズに応えるべく、様々な領域で取り上げられることの多い必須タームをトピック的に取り上げ、オタワ憲章との関連性を探る。

## 注

注1) この調査は、2002年1月～4月にかけてYale大学医学部疫学公衆衛生学科で開講された「Global Health Promotion and Social Resources (Ilona Kickbusch 教授担当)」のReading用教材、並びに同学科Global Health部門の書籍の中から、筆者らが抽出したものである。

注2) 関心のある向きは、筆者あて照会されたい。

注3) 「島内憲夫訳 (1990) 21世紀の健康戦略2 ヘルスプロモーション—WHO: オタワ憲章—。垣内出版」WHO (1986) Ottawa Charter for Health Promotionの翻訳書ならびに訳者による解説が含まれている。

注4) キーワード抽出のための調査では、WHOヘルスプロモーションの特性を忠実に反映したいと考えたため、文献もそれに限られている引用であることをご了承いただきたい。

## 謝 辞

筆者の米国における研究生活並びに本稿の執筆にあたり、丁寧なご指導をくださったYale大学のIlona Kickbusch教授(元WHO)に心から感謝申し上げます。

## 文 献

1 Downie, R. S., Tannahill, C. & Tannahill, A.: Health Promotion: Models and Values, Second Edition. Oxford University Press, New York, (1996).

2 WHO: Health Promotion Glossary. (1998)

(平成15年2月10日 受付)  
(平成15年3月14日 受理)