

# 被災地の子どもにおける精神的健康問題の予防を目的とした 運動・スポーツ活動の普及啓発活動

—ソーシャルマーケティングを適用した『こころの ABC 活動』—

竹中晃二\*

青山修司\*\* 島崎崇史\*\*\*

抄録

本研究の目的は、東日本大震災被災地の子どもを対象に、彼らの精神的健康(メンタルヘルス)問題を予防する目的で、運動・スポーツに関連する「こころの ABC 活動」(A[act:身体的, 精神的, 社会的に活動的になること], B[belong:グループや活動の会に所属すること], および C [challenge:新しいスキルに挑戦すること])の普及啓発活動を行うことであった。被災地においては、メンタルヘルス問題を抱えている人々に向けて対症療法が行われている一方で、長期に渡ってメンタルヘルスを良好な状態に保つことを目的とした予防措置が取られていない。特に、子どもは、物理的、社会的環境による影響をすでに受けており、彼ら自身がメンタルヘルス問題を予防したり、メンタルヘルスを良好に保つ活動を行う必要がある。本研究では、被災地における子どもの回復力を強化するポピュレーション・アプローチとして、「精神的に健康な西オーストラリア, Act-Belong-Commit キャンペーン」(Donovan, 2010)に倣い、「こころの ABC 活動」キャンペーンを開始した。キャンペーンに先立ち、まずは被災地の児童 236 名を対象にして、A-B-C それぞれの活動頻度と状態・特性不安を測定した。その結果、被災地児童の状態不安得点は、被災地外の統制校の児童の得点と比べて、有意に高く、また A-B-C それぞれの活動のうちいくつかの項目で実施のレベルが低かった。しかし、特性不安得点には差がみられなかった。その後、クラスルーム内にポスターを貼付する、資料を用いて教師から子どもに A-B-C それぞれの活動を推奨する、シールやステッカーを配布する、保護者に対して目的を説明するリーフレットを配布する、プロモーションビデオを開発するなど、多要素から成る方略によってキャンペーンを開始した。本キャンペーンは、未だ継続中であるが、被災地の子どもにおける A-B-C それぞれの活動得点が改善し、それらの改善によって不安得点が低下するなど、彼らのストレス緩和に導くことを期待している。

キーワード：子ども，精神的健康問題 [メンタルヘルス]，予防措置，  
ソーシャルマーケティング，こころの ABC 活動

---

\* 早稲田大学人間科学学術院 〒359-1192 埼玉県所沢市三ヶ島 2-579-15

\*\* 女川学びの町作り実行委員会事務局 〒986-2261 宮城県牡鹿郡女川町女川浜字大原 310

\*\*\* 早稲田大学大学院人間科学研究科博士課程 〒359-1192 埼玉県所沢市三ヶ島 2-579-15

# Dissemination and enlightenment of exercise- and sport-related activities to prevent mental health problems for children living in the disaster areas

—”Kokoro no ABC activities” applied in social marketing—

Koji Takenaka \*  
Shuji Aoyama\*\* Takashi Shimazaki\*\*\*

## Abstract

The purpose of this study was to disseminate and enlighten “Kokoro no ABC activities” (Act: physically, mentally and socially active; Belong: belong in activity group or club; C: challenge new skills), exercise- and sport-related activities, to prevent mental health problems for children living in the disaster areas. While supportive cares have been directed towards the survivors suffering mental health problems, different types of interventions have been expected to aim at building positive mental health over time. Specially, ideas are necessary for children in keeping their good mental health as well as preventing for mental health problems although they were already influenced from physical and social environments. We have replicated success of the Mentally Healthy WA, Act-Belong-Commit campaign (Donovan, 2010) as population approach to enhance resilience for children in the area stricken by disaster although we slightly changed the concepts as if Act-Belong-Challenge in Japanese. First, we examined the degrees of each Act-Belong-Challenge and also scores of state-trait anxiety by the questionnaires for 236 elementary school children of the area prior the campaign. They showed significantly smaller percentages for some items of each Act-Belong-Challenge activity and higher state-anxiety score, but not trait anxiety score, compared to the control children of the school out of disaster. After that, we begun the campaign by the multiple strategies such as posting the poster in each class room, encouraging the activities from teachers in accordance with instructional manuals, providing with some goods such as seal and sticker, delivering the recommendation explaining the purpose to caregivers, showing promotion video and so on. Although this campaign is in progress, we are expecting to improve their scores of Act-Belong-Challenge and then to lead to their stress relief shown in lowering anxiety score.

**Key Words :** children, mental health problem, preventive measures, social marketing, Kokoro no ABC activities

\* Faculty of Human Sciences, Waseda University 〒359-1192 2-579-15 Mikajima, Tokorozawa

\*\* Onagawa Town Planning Committee Office for Learning  
〒986-2261 310 Onagawa-Hama, Onagawa-Town, Oshika-Gun, Miyagi

\*\*\* Graduate School of Human Sciences, Waseda University 〒359-1192 2-579-15 Mikajima, Tokorozawa

## 1. はじめに

東日本大震災の発生から約2年が経過した。現在、被災地では、被災時に必要であった急性期の緊急支援から、将来にわたって被災者の精神的、身体的健康を維持させる支援へとニーズが変化している。しかも、この支援は、今後も長期に続く復旧・復興の過程を通して行われなければならない。

被災者への心理的アプローチを考える際に、従来我が国で行われてきたメンタルヘルス対策について整理しておく必要がある。メンタルヘルスに関わる対策は、わが国に限らず先進諸国において、専門家による治療・心理療法 (treatment)、復職・復学支援などの回復支援 (rehabilitation)、また質問紙調査などを用いてスクリーニングを行った上での初期介入 (early intervention) が中心であった (Donovan et al., 2007)。たとえ「備える」という観点が存在していたとしても、地域、職域、学校において管理者となる立場の者が監視しながら、人々に兆候が現れた段階で専門家にオファーするという形が一般的であった。このように、従来のメンタルヘルス対策では、予防 (prevention) に関する具体的方策やそのプロモーション (promotion) が十分に行われているとは言えない。

現在、被災地では、特別に配慮が必要な子どもの数は限られているものの、すべての子どもが家族や友人の喪失など心的トラウマを体験し、その後の頻繁な引っ越しや慣れない生活、友人との別れなど、環境の変化を経験している。加えて、被災地の子どもは、被災して以来、内外からの「がんばれ」声援を受けて相当の我慢を強いられ、一方で心的トラウマから回避させるようにスポーツや各種行事に没頭してきた経緯がある。そのため、今後の成長過程の中において、何かを契機にしてメンタルヘルス問題として表出する可能性が高い。実際、新たな問題が起り始めている。例えば、学校において欠席する子どもの数が増えてきたり、ソーシャルワーカーやスクールカウンセラーが介入支援するケースが増加していることなどである。

子どものメンタルヘルス問題については、対症療法とは別に、予防措置を効果的に行う必要がある。しかし、どのような方法がメンタルヘルス問題の予防に役立つかは広く示されていない。著者らは、被災地の子どもを対象に、メンタルヘルス問題の予防を目的として、学校で行えるストレスマネジメント教育を推奨し、「日常生活・災害ストレスマネジメント教育-教師とカウンセラーのためのガイドブック (竹中・冨永, 2011)」を刊行し、被災地3県の教育機関に無償配布を行ってきた。その内容としては、特別に時間を割いて行うストレスマネジメント

教育に加えて、学級活動や授業の中で、また運動・スポーツなど子どもたち自らが日常生活の中で能動的に行える行動を推奨している。

本研究では、メンタルヘルス問題における一次予防の観点をさらに強め、「こころのABC活動」と名付けたメンタルヘルス・プロモーションを実施し、被災地の子どもにおけるメンタルヘルス問題の予防に貢献しようとしている。その内容は、メンタルヘルスをよい状態に保つために、必要とされる行動を実施することである。Donovan et al. (2006, 2007) は、1,500名の成人を対象にして、精神的に健康で居続けるために自身で行う、また行った方がよい活動を調査し、それらの内容を基にメンタルヘルス・プロモーションを行っている。本研究では、Donovan et al. の研究の知見を参考にして、被災地の子どものメンタルヘルス問題の予防を目的に、運動・スポーツの実践に関わる行動に注目したソーシャル・マーケティングによる普及活動を展開する。ソーシャル・マーケティングとは、従来型の製品・接客マーケティングを主に人々の健康行動の実践に応用した戦略である。ソーシャル・マーケティングには、行動変容、消費者調査、セグメンテーション・ターゲティング、マーケティング・ミックス、交換 (価値を高めて負担を軽減)、および競合という6原則が存在する。本研究では、特に運動・スポーツ活動の継続化を推奨し、その負担感を下げ、一方で、行動を妨げている要因を解決して、対象となる子どもを特徴に合わせた普及啓発活動を行う。

## 2. 目的

本研究の目的は、被災地における子どものメンタルヘルス問題を予防するために、運動・スポーツの実践に関わる行動を積極的に推奨し、ソーシャル・マーケティングの手法を用いた普及啓発を行うことである。従来、フィジカルヘルス (からだの健康) 問題の予防行動について、例えば運動を行う、食事のバランスを整えるなど、人々はその実践内容や必要性を理解している。しかし、人々にとって、メンタルヘルス問題の予防のために、どのような行動を行えばよいのかについての認識は乏しい。本研究では、被災地における子どもとその保護者を対象として、運動・スポーツ活動の実践に関わる行動を強調し、「こころのABC活動」として推奨している。

「こころのABC活動」は、被災地の子どもを対象にしたメンタルヘルス問題の予防行動キャンペーンである。ABC活動とは、A (act: 身体的、精神的、社会的に活動的になること)、B (belong: グループや活動の会に所属すること)、およびC (challenge: 新しいスキルに挑戦すること) の3点を強調してい

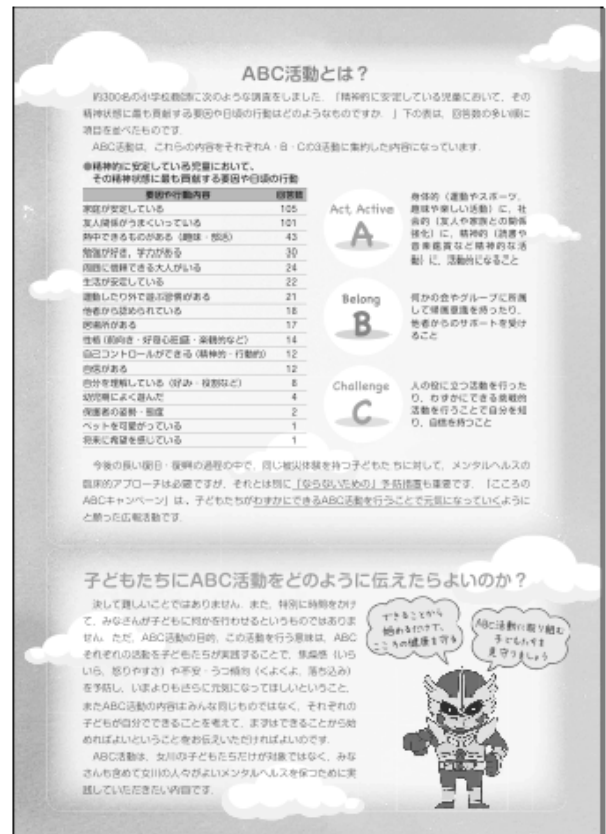
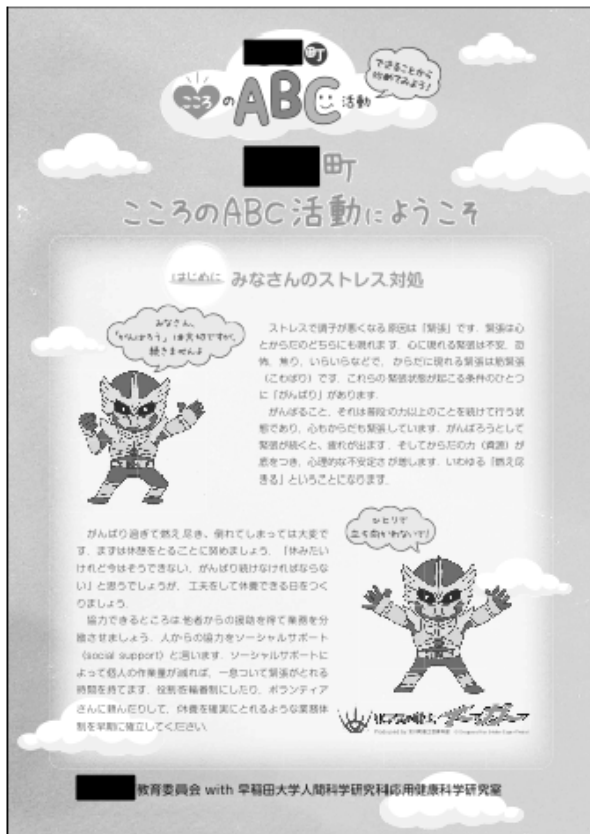


図1「ココロのABC活動」に関する教師用リーフレット(イラストは、地元キャラクター「リアスの戦士、イガール」)

る。

「ココロのABC活動」では、以下のような内容を意図してプロモーションを行っている。

- 子どもには、現在、また将来に向けてメンタルヘルスの状態を監視しつつ、ストレスの自己管理能力を増強する必要がある。
- 現在、または将来に向けて行うべきメンタルヘルス対策は、緊急時に行っていた対症療法的支援ではなく予防措置である。
- 被災地における教師は自らの問題も抱え、しかも多重業務のために心身ともに疲弊しており、教師に負担をかけずにいける活動の実践が求められる。
- 子どもを対象にするが、子どもだけでなく大人も、また教師も理解でき、しかも元気づけられる内容が求められ、子どもの活動によって大人にも影響を与える(図1:教師用説明文)。
- 行動の習慣化、すなわち行動変容の立場では、敷居を低くし、無理なく行える内容に絞る。
- 誰もメンタルヘルスの予防行動を具体的にイメージできていないために、その具体的な行動内容を示す必要がある。
- 普及啓発に特化したソーシャル・マーケティングの手法を用い、ポピュレーションアプローチとして効果的な情報提供を行う。

本研究では、以上のことを意図して、「ココロの

ABC活動」の普及啓発を目指す。

### 3. 方法

本研究においては、次の手順で、メンタルヘルス・プロモーションのキャンペーンを実施した。それらは、1) ABC 活動内容の決定、2) 被災地における不安得点および ABC 活動得点の把握、3) 被災地における子どもへの ABC 活動内容のマッチング、4) ポスター、リーフレット、DVD の開発、および 5) ソーシャル・マーケティングを用いた普及啓発活動である。以下、それぞれの説明を行う。

#### 1) ABC 活動の内容の決定

メンタルヘルス・プロモーションにおける研究の数はきわめて限られている。本研究では、「Act-Belong-Commit: Mentally Healthy 西オーストラリアキャンペーン」(Donovan et al., 2006a; 2007; Laws et al., 2008) の内容を参考にした。本研究では、上記キャンペーン開発の方法に倣い、まず、全国 289 名の小学校教師を対象に、以下のような調査を行った。調査内容としては、「精神的に安定している児童において、その精神状態に最も貢献する要因や日頃の行動はどのようなものですか」という質問であり、複数回答を求めた。この調査は、関西、および関東の養護教諭ネットワークを通じて依頼し、それぞれの地域の小学校教師から得た回答

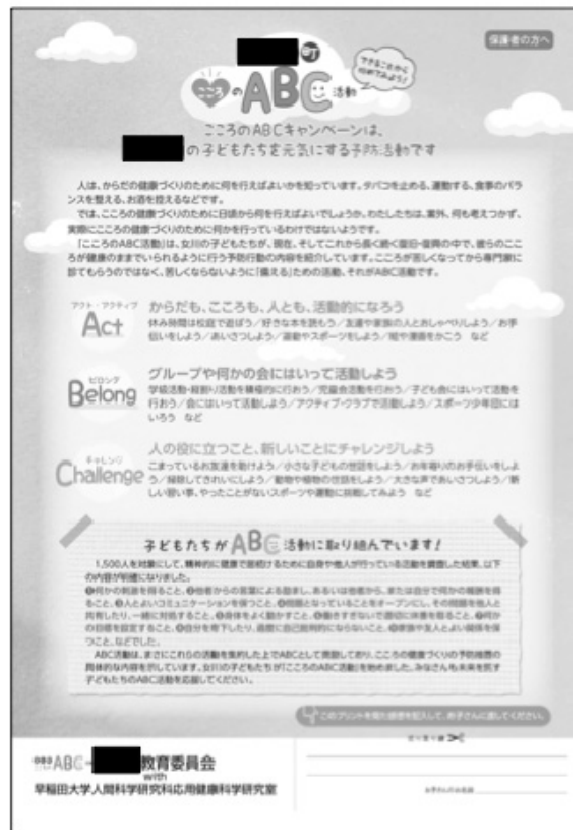
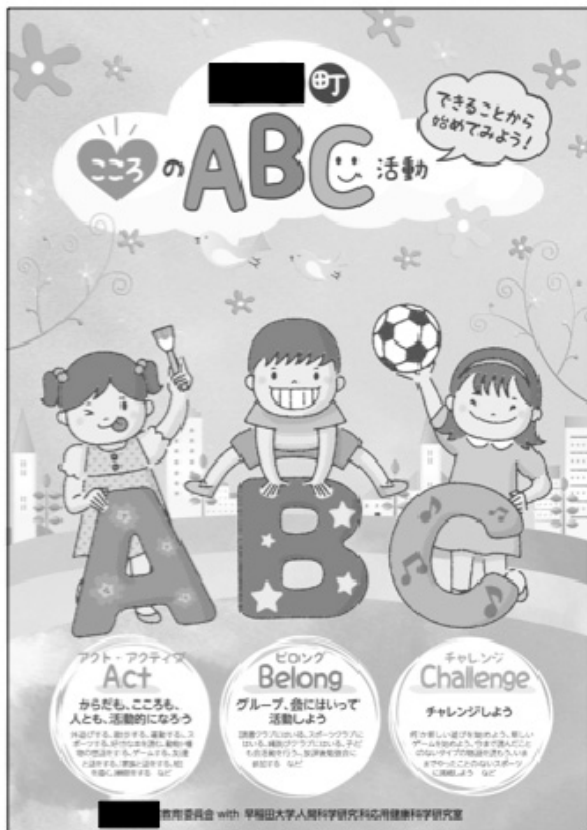


図2.「こころのABC活動」子ども(左)・保護者(右)用リーフレット

を全体の度数として集計した。自由回答で得られた回答については、健康心理学を専攻する大学教員2名および大学院生3名の計5名によって、あらかじめ分類コードを設定し、それらのコードに応じて累積度数として示した。また、分類が困難な回答に関しては、5名の合議によって検討した。

## 2) 被災地における子どもの不安得点およびABC活動得点の把握

本研究では、「こころのABC活動」を開始するに先立って、被災地における子どもの不安得点およびABC活動得点を調べた。本研究においては、曾我(1980, 1983)の状態・特性不安テスト(STAIC)を使用した。状態不安、特性不安それぞれのテストはそれぞれ20項目からなっている。

一方、ABC行動の調査としては、「Act-Belong-Commit: Mentally Healthy 西オーストラリアキャンペーン」におけるABC尺度(<http://www.actbelongcommit.org.au/Take-the-Test.html>)を子ども版に邦訳して使用した。それらは、(1)活動(からだ、こころ、他の人との関わり)の程度、(2)家やグループにおける活動、(3)ボランティアや挑戦に関する活動、の3群から構成され、それぞれの群は5-6項目の質問を含んでいる。調査は、被災後1年が経過した時期に測定を実施し、対象者は、被災地では宮城県0郡0町立小学校3校の小学生249名と、被災地外の統制校として

埼玉県T市立K小学校の305名であった。

## 3) 被災地におけるABC活動内容のマッチング

津波被害が特に甚大であった0町の教職員有志数名を対象に、0町の環境に適合するABC活動の具体的内容を調査した。また、小学生男女数名を対象に、推奨するABCそれぞれの活動内容についての実践可能性についても調査を行い、0町の環境や子どもの状態に適合したABC活動の具体例を収集した。

## 4) ポスター、リーフレット、DVDの開発

「こころのABC活動」の普及啓発のために、先に調査したABC活動の具体例、およびイラストを付したポスター、リーフレット、およびDVDを制作した。ポスターにおいては、ABC活動のそれぞれについて、子どもが理解でき、しかも親しみが持てる内容を盛り込み、学校内、教室内を中心に貼付した。リーフレットにおいては、表面を子ども用とし、裏面には保護者および大人用に作成し、大人用にはABC活動の意味やメンタルヘルス問題の予防についての根拠を示した(図2)。学校では、子どもたちに対して、教員からリーフレット(表面)についてABC活動に関する具体例が説明され、その後、子どもにはリーフレット(裏面)を保護者に見せるべく自宅に持ち帰らせた。その後、自宅においてリーフレットの内容を親子、家庭で議論させ、保護者には1行程度の感想とサインをもらえるように記述欄を設けた。

最後に、大人と子どもが見るだけで内容が理解で

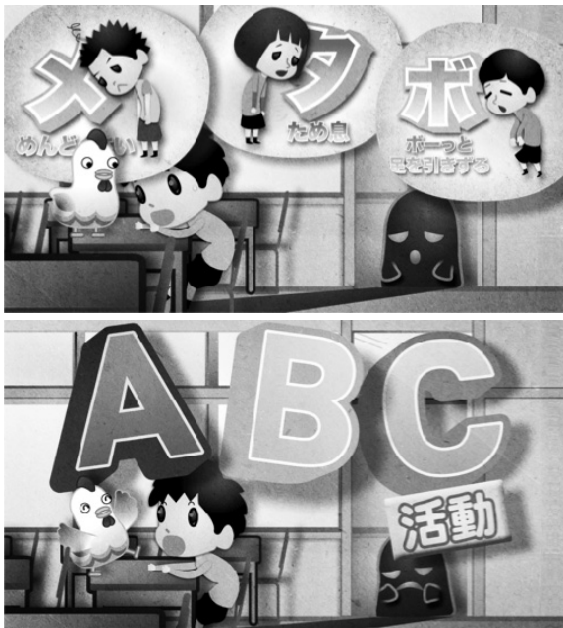


図3.「こころのABC活動」プロモーションビデオにおけるコマ

きるアニメーションによるプロモーションビデオを制作した(図3:早稲田大学応用健康科学研究室, 2012)。このプロモーションビデオは、学級活動で子どもに見せるだけに限らず、学校行事として保護者が集まる機会や町内の行事において人々が視聴できようにした。

5) ソーシャル・マーケティングを用いた普及啓発活動

キャンペーンに先立ち、マーケティング・ミックス (product, price, place, promotion) に基づくABC活動の内容を決定した。次に、学校の他、効果を最大限に高めるために、ポスターの貼付場所およびリーフレットの配布場所を厳選した。また、町内における子どもの健康づくりを応援するパートナー団体を決め、共同してポスター貼付およびリーフレット配布の方法を検討した。これらの内容を推奨するために、ソーシャル・マーケティングの手法 (Luca & Suggs, 2010; 竹中, 2006) を用いてキャンペーンを実施した。

子どもに関わるすべての大人には、(1) 特別に時間をかけて、何かを子どもに行わせるというのではなく、ABC活動を行う意味、すなわちこころの安定をねらい、メンタルヘルス問題の予防行動の推奨であることを理解させること、(2) ABC活動の内容は子どもにとってすべて同じものではなく、それぞれの子どもが自分でできることを考えさせ、まずはできることから始めさせればよいこと、および(3) ABC活動は、被災地の子どもだけが対象ではなく、なによりも被災地の教師のメンタルヘルスを守る道具であり、子どもと一緒に楽しむこと、ということを伝えた。

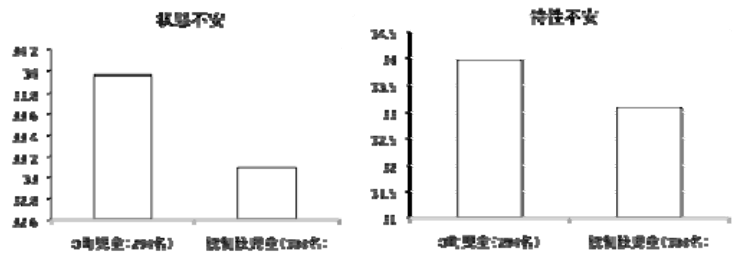


図4. 0町児童と統制校児童における不安得点の比較

6) 評価方法

本研究では、被災者の感情に配慮し、量的評価を最低限に絞った。主に経過についてのプロセス評価として、子どもにはポスター、リーフレット、DVDの認知度や態度変容、またABC活動実践の程度、また保護者・教職員からの子どもへの観察評価を中心にして実施し、1年後における対象者別(子ども、保護者、および教職員)のフォーカスグループインタビューなど質的評価法も多用するつもりであった。

4. 結果及び考察

1) ABC活動の内容の決定

全国289名の小学校教師を対象に、自由記述によって「精神的に安定している児童において、その精神状態に最も貢献する要因や日頃の行動はどのようなものですか」という質問を行い、それらの分類を行った結果、図1上の右表に示すように、共通する事柄が示された。その後、「こころのABC活動」では、表の項目の中から児童が統制できない内容を削除し、全体の内容を、A (Act, Active: 身体的 [運動やスポーツ, 趣味や楽しい活動] に、社会的 [友人や家族との関係強化] に、精神的 [読書や音楽鑑賞など精神的な活動] に活動的になること)、B (Belong: 何かの会やグループに所属して帰属意識を持ったり、他者からのサポートを受けること)、およびC (Challenge: 人の役に立つ活動を行ったり、わずかにできる挑戦的活動を行うことで自分を知り、自信を持つこと) の3活動に集約した。

2) 被災地における子どもの不安得点およびABC活動得点の把握

図4は、STAICの平均得点について、被災と0町の小学生と統制校の小学生を比較している。特性不安得点においては、両群に差は認められなかったものの、状態不安得点においては、0町の小学生の不安得点が統制群の得点と比べて有意に高かった。また、ABC活動の評価に関しては、Actの「友人と頻りに話す」において、Belongの「何かの会に入っているか」において、さらにChallengeの「新しいことに挑戦する」において、「はい」と答えた0町児

テーマ3  
一般  
奨励  
子ども・青少年スポーツの振興に関する研究

童の割合が、統制校児童の割合と比べて、有意に低かった。

3) 被災地における子どもの ABC 活動内容のマッチングおよびポスター、リーフレット、DVD の開発

本研究では、「こころの ABC 活動」の普及啓発のために、様々な情報ツールを作成した。図 2 (リーフレット)、図 3 (プロモーションビデオ) は、それらの例であり、0 町における子どもの状況とマッチングさせて作成したものである。これらの情報ツールを使用しながら、現在もソーシャル・マーケティングによる普及啓発活動を継続して行っている。

以上、本研究は、未だ継続中であり、今後も続く復旧・復興の過程において他の支援と共に行われるべき活動である。本研究における「こころの ABC 活動」は、被災地における子どもがメンタルヘルス問題を予防するために自身で実施すべき行動を示している。しかし、一方で、教師や保護者、さらに子どもに関わる多くの大人が、子どもに対してどのように関わればよいかという観点も重要である。

Donovan et al. (2006b) は、西オーストラリアにおいて、都会に住む 1,000 名および地域に住む 500 名の男女に対して電話による調査を行った。調査対象者は、人々の世話をしている 4 種類の人々 (保護者、教師、コーチ、および管理者) に分類され、彼らが世話をしている人々が、たとえどのようなことがあったとしても精神的に健康状態を保てるために、彼らが働きかけることができると考えている事柄を調査した。そこで共通してみられた内容は、1) 刺激を与えること、2) 肯定的な強化を行うこと、3) 良好なコミュニケーションを保つこと、4) 隠し立てせずに、共感して問題を認識し、対処すること、5) 身体活動を確保させること、6) 働かせすぎないで適切な休憩を与えること、7) 目標を設定すること、8) 過小評価や過度に批判的にならないこと、および 9) 家族や他者との関係を深めるように勧めること、であった。このように、今後は、子ども自身で行うべき行動と、子どもに接する大人側の関わり方、双方から子どものメンタルヘルス問題の予防を考えていく必要がある。

##### 5. まとめ

本研究では、被災地における子どものメンタルヘルス問題を予防するために、運動・スポーツの実践に関わる行動を積極的に推奨し、ソーシャル・マーケティングの手法を用いた普及啓発を行っている。本研究において推奨する「こころの ABC 活動」とは、A (act : 身体的、精神的、社会的に活動的になること)、B (belong : グループや活動の会に所属すること)、および C (challenge : 新しいスキルに挑戦すること) の 3 点を強調した内容であり、ポスター、

リーフレット、プロモーションビデオなど様々な情報ツールを制作し、普及啓発を試みた。

現在、被災地における人々のメンタルヘルス問題については危惧されており、しかし何かを行うように指示されたり、推奨されることには人々は抵抗感を強く示す傾向がある。そのために、現在の状況の中でわずかな努力で行えるメンタルヘルス問題の予防行動を紹介したり、それらの予防行動を勧めるキャンペーンは、提供側の大人の抵抗感を下げることにつながる。また、なによりも、子どもの元気な姿を見て大人が癒されることを願っている。なお、キャンペーン実施に伴う効果の評価については、被災地の人々の心情に配慮し、研究として十分行えていない。今後は、被災地に寄り添いながら、メンタルヘルス問題の予防について具体的方策として成果を示したい。

##### 参考文献

- Donovan, R. J., James, R., Jalleh, G. & Sidebottom, C. 2006 Implementing mental health promotion: The Act-Belong-Commit mentally healthy WA campaign in Western Australia. *International Journal of Mental Health Promotion* 8, 33-42.
- Donovan, R. J., James, R. & Jalleh, G. 2007 Community-based social marketing to promote positive mental health: the Act-Belong-Commit campaign in rural Western Australia. In: Hastings, G. *Social Marketing*, Oxford: Elsevier, pp. 336-343.
- Lawson A., James, R., & Donovan, R. J. (2008) Implementing the Act-Belong-Commit Pilot Campaign: Lessons from the participating towns. *Mentally Healthy WA*, Curtin University of Technology, pp. 1-13.
- Luca, N. R., & Suggs, L. S. (2010) Strategies for the Social Marketing Mix: A Systematic Review. *SMQ*, XVI-4, 122-149.
- 曾我祥子 1980 児童用・場面-特性不安テスト STAIC の紹介-. *心理測定ジャーナル* 16-12, 13-18.
- 曾我祥子 1983 日本版 STAIC 標準化の研究. *心理学研究* 54, 215-221.
- 竹中晃二 1996 子どものためのストレスマネジメント教育-対症療法から予防措置への転換-. 北大路書房.
- 竹中晃二 2006 ストレスマネジメントにおけるパラダイムシフト-行動変容を意図したポピュレーションアプローチの重要性-. *新しいストレスマネジメントの実際: e-Health から筆記療法まで*, 現代のエスプリ: 至文堂, pp. 34-46.

竹中晃二 2010 アクティブチャイルド 60 min.-子どもの身体活動ガイドライン-. サンライフ企画：東京.

竹中晃二 2011 子どもにおける運動指針：普及啓発のために必要な考え方. 日本学術会議健康・生活科学委員会健康・スポーツ科学分科会『子どもを元気にする運動・スポーツの適正実施のための基本指針』 <http://www.scj.go.jp/index.html>

竹中晃二・富永良喜 2011 日常生活・災害ストレスマネジメント教育-教師とカウンセラーのためのガイドブック-. サンライフ企画：東京.

早稲田大学応用健康科学研究室（代表：竹中晃二）  
2012 こころのABC 活動プロモーションビデオ. :  
You tube より : [ 本 編 ]  
<http://www.youtube.com/watch?v=fjknz6MhgGY&feature=plcp> ; [ 解 説 編 ]  
<http://www.youtube.com/watch?v=E7QCdjeVLnI&feature=plcp>

謝辞：本研究で用いた情報ツールの制作に関わっては、サンライフ企画編集部、飯野岳氏から多大な協力をいただいた。

この研究は笹川スポーツ研究助成を受けて実施したものです。

