

新型コロナウイルス感染症 —ヘルスプロモーションの役割—

東京大学大学院医学系研究科・国際地域保健学教室 神馬 征峰

1. 疾病アウトブレイク時のヘルスプロモーション

危機の時はコトの本質を問いやすい時である。中国・武漢市の感染症として始まった新型コロナウイルス感染症 (COVID-19) について、「予防」という言葉は、日常用語としても理解しやすいせいか、よく使われている。とりわけマスクの着用や手洗いについてである。いっぽう、「ヘルスプロモーション」という言葉はほとんどでてこない。学術論文においても同様である。PubMed 上、2020 年 3 月 26 日の時点でタイトルに「COVID-19」と「prevention」が含まれる論文は 11 件、一方「COVID-19」と「health promotion」が含まれる論文はゼロ件である。ヘルスプロモーションはなぜこんなにも無視されているのか、疾病アウトブレイク (以下アウトブレイク) の際、ヘルスプロモーションは出る幕がないのか、それがヘルスプロモーションの本質なのか。

決してそうではない。アウトブレイク時のヘルスプロモーションについて論じた学術書がすでに発行されている。2014 年から 2016 年にかけて、西アフリカで国連エボラ緊急対応ミッション (UN Mission for Ebola Emergency Response) のコミュニティ・エンゲージメント・コーディネーター (地域社会づくりの調整役) として活躍された Glenn Laverack 氏による著書、「アウトブレイクと健康危機の際のヘルスプロモーション」である¹⁾。2018 年に発行された同書で取り上げられている疾患はエボラ出血熱だけではない。鳥インフルエンザ、コレラ、ポリオ、MERS、ジカ熱など、多岐にわたっている。そして、いずれにおいてもヘルスプロモーションには大きな役割があるという。アウトブレイク時におけるヘルスプロモーションとは、「人々を巻き込み、皆がより健康的に、かつ安心して暮らせるような管理力 (コントロールできる力) をより強く獲得できるようにすることである (...to involve and enable people to gain more control to have healthier and safer lives)」(p. 2)¹⁾。

2. 予防とヘルスプロモーション

予防には一般に 3 つの段階がある。1 次予防 (健康者対象の病気発生予防)、2 次予防 (病気発生者の早期発見、早期治療)、3 次予防 (病気進行後のリハビリテーション等) の 3 つである。ヘルスプロモーションはどの段階においても影響力を持ちうる (p. 4)¹⁾。しかし、ヘルスプロモーションが目指しているのは病気の発生を防いだり、進行を遅らせたりすることだけではない。たとえ何らかの疾病を持っていたとしても、生き生きとした暮らしを送れるように人々を支援することである。

人々の生活の質を高めるために、ヘルスプロモーションは人々の行動変容やエンパワメントを支援する。ただし行動変容は倫理的問題をもたらすことがある。第 1 がパターンリズムである。例えばダイエット行動を強制することによって、対象者がより重要と認識している優先事項 (職場の人間関係等) を無視することができる。第 2 に被害者避難 (victim blaming) やスティグマである。例えば、行動変容できずに肥満で苦しむ人へのスティグマはすでに生じている。第 3 に問題のすり替えである。本来は「原因の原因」

ともいえる貧困や教育の欠如等に取り組むべきなのに、特定の行動に固執するという事は、表層的な問題の解決にしかならないことがある²⁾。一方エンパワメントは、これらの倫理的問題を回避できる。人々を巻き込み、自律性 (autonomy) を高め、健康になるための個人技術を向上させてくれる。さまざまな健康の決定要因をコントロールできるようにもしてくれる²⁾。アウトブレイク時、エンパワメントによって、私たちは感染症に打ち勝つ力をつけ、さらには新たな健康危機に対応できる潜在力を獲得することができる。しかしながら、エンパワメントには時間がかかる。緊急時にはある程度の強制力をもった行動変容対策も必要となる。

3. アウトブレイク時の行動変容

行動変容は日本における COVID-19 対策において重視されている。2020年3月9日、新型コロナウイルス感染症対策専門家会議は「新型コロナウイルス感染症対策」として、以下の3つの柱を紹介した³⁾。

- ①クラスター（患者集団）の早期発見・早期対応
- ②患者の早期発見・重症者への集中治療の充実と医療提供体制の確保
- ③市民の行動変容

①は2次予防である。②は2次予防と一部3次予防も含まれるかもしれない。そして③は、1次予防とあってよい。このうち2020年3月末の時点で最も困難と思われるのが、市民の行動変容である。

市民の行動変容対策として、3月下旬、不要不急の外出制限が推奨され、首都封鎖の可能性もでてきている。具体的な市民レベルでの行動としては、密集、密着、密閉を避けること、咳エチケットとしてのマスク服用と手洗い等が推奨されている。

そのうち、効果的な感染症予防手段として、強いエビデンスが確立している手洗い行動についてみてみたい。手洗いに関しては、指針だけだせばそれでよいというものではない。手洗いをしましょと声高に言っても、そのための行動変容は容易には生じない。喫煙者に対して、肺がんのリスクが高くなるから吸うのを控えましょと言っただけでは不十分なのと同様である。税金を上げ、喫煙場所を制限するといったヘルスプロモーション対策をとることによって、行動変容はしやすくなる。行動変容しやすい環境づくりが肝心である。

その一つの試みとして、多くのレストランや銀行等は、アルコールスプレーを入り口においてある。ところが、多くの場合、そこで手を消毒するかどうかは来客者の自由意思にゆだねられている。強制力はない。一方、COVID-19のリスクが高まりつつあるネパールでは、銀行に入る前にアルコール消毒をしない客は中に入れられないように監視されているという（ネパール NGO, Green Tara Nepal 代表 Mr. Ram Chandra Silwal による）。このような強制や監視は有効であろう。ただし、Laverack 氏によれば、「私たちは変わるのが嫌なのではない。変わるようにと強られるが嫌なのである (People don't resist change. They resist being changed)」(p. 137)¹⁾。監視的な要素を取り入れつつも、自分の意思で手洗いをしたいと思えるような工夫が必要である。

そのような工夫として、筆者も行ったことのある都内の某病院の受付係による工夫は注目に値する。透析患者が多く通う病院である。そこでは、患者が診察券や予約票を出す際に、受付係が両手にアルコールをスプレーし、消毒を促す。COVID-19が大きな社会問題になったことを受けて、病院の入り口においたアルコールスプレーの使用状況を1週間観察した結果、必ずしもすべての患者が消毒してないことに気づき、そうするようにしたという。しかも、患者がいやがらないように、にっこりと笑って、消毒を促す。強制感は感じられない。エビデンスに基づいた重要な手洗い行動。それをちょっとした工夫によって、実

践してもらおう。これが多くの病院に広がれば、実践に基づくエビデンス (practice-based evidence) が創り出されるはずである。

危機の時はアイデアが生まれる時である。あたかもタケノコがあちこちから顔をだすように生まれ出てくる時である。こうしたアイデアを広げていくのもまたヘルスプロモーションの大きな役割ではあるまいか。

4. ヘルスプロモーションの今後の課題

ヘルスプロモーションにできることはいくらでもある。しかし、ヘルスプロモーションがその力を発揮できるのは、アウトブレイクの最中だけではない。アウトブレイク後にもやってくる。Laverack氏によればスティグマ対策、疾病による孤立状態へのケア、生存者へのケアが必要な時である。被害者の家族や被害を受けたコミュニティに対し、セルフヘルプグループや患者ネットワークの構築といったソーシャル・サポートも必要となる (pp. 149–162)¹⁾。

COVID-19 に対するヘルスプロモーションの実践活動を記録に残し、その成果を残すことによって、今後また起こるであろう健康危機に際し、私たちは多くの教訓を得ることができる。将来、多くの人たちが学びたくなるような歴史をヘルスプロモーションというキーワードのもとに刻みこむ。その使命を私たちは果たしていくべきである。

文 献

- 1) Laverack G. Health promotion in disease outbreaks and health emergencies. Boca Raton: CRC Press; 2018.
- 2) Tengland P. Behavior change or empowerment: on the ethics of health promotion goals. Health Care Anal. 2016; 24: 24–46.
- 3) 新型コロナウイルス感染症対策専門家会議「新型コロナウイルス感染症対策の見解」2020年3月9日。 <https://www.mhlw.go.jp/content/10900000/000606000.pdf> (2020年3月30日にアクセス)。