

テキスト食物と栄養科学シリーズ 8
栄養教育論 第2版

第3刷 正誤表

2020年3月

朝倉書店

コラム 認知療法・認知行動療法

認知（ものの考え方や受け取り方）に働きかけ、考え方のバランスを取ることで行動をコントロールできるようにする心理療法である。主にうつ病や不安障害の治療など精神科・心療内科領域で用いられている。禁煙、アルコール依存症対策などの保健行動においても応用することができる。

（参考文献）

一般社団法人日本健康教育学会編集：健康行動理論による研究と実践，医学書院，2019

コラム 動機づけ面接法

動機づけ面接法（motivational interviewing）は、ミラー（Miller, W.R.）とロールニック（Rollnick, S.）によって開発された対人援助理論である。当初はアルコール依存症に対するアプローチ法として報告され、少しずつ理論が体系化されていった。面接の中で、クライアントの行動変容に対する両価性（アンビバレンス、「変わりたい」けど「変わりたくない」、相反する感情や態度のこと）を明らかにし、本人が変わりたい方向を見出し、その方向に変わろうとするやる気を引き出していく面接法である。

①面談の3つのスピリット：基本的に人を無理矢理変えることはできない。変化を起こすための動機づけはクライアントに内在し、面接でカウンセラーはそれを引き出すことに注力する。カウンセラーの心構えとして、面接はクライアントとの協働作業であること、喚起、自律の精神を理解しておくことが必要である（表1）。

表1 動機づけ面接法の3つのスピリット

協働	クライアントと話し合いながら共に問題について考えていく。
喚起	教える、伝える、指導するのではなく、クライアントの変わりたい気持ちを引き出す。
自律	クライアントの自主性、主体性を尊重する。

②面接の4つの原則：動機づけ面接には共感を表現する、矛盾を広げる、抵抗を手玉にする、自己効力感をサポートするという4つの原則がある（表2）。

表2 動機づけ面接法の4つの原則

共感を表現する	カウンセラーはクライアントの気持ち・感情・思考・価値観を正確に言葉にして聞き返し、その内容をクライアントと共有する。
矛盾を広げる	クライアントが変化したい方向とは矛盾して、まずいことをやっているということを知りやすいように示して、矛盾しているという認識を強めていくことである。具体的にはクライアントの言葉に基本的に同意し、その矛盾に気づかないふりをしながら、相手の言葉をそのまま使って聞き返していく。
抵抗を手玉にする	クライアントの変わりたいという気持ちやためらい、本音と建前を否定せず、それを自然なことであると肯定しながら、クライアントが変化する方向に向かうように聞き返していく。
自己効力感をサポートする	クライアントの自己決定を尊重することによって、クライアントが自信を持って、うまく変わっていけるように援助する。

③面接の4つの戦略 OARS：クライアントから変化を起こすための動機づけを引き出すための具体的な面接の話し方としてOARSがある。OARSは開かれた質問(Open-ended question), 肯定(Affirm), 聞き返し(Reflective listening), 要約する(Summarize)の頭文字である(表3)。

表3 動機づけ面接法の4つの戦略

開かれた質問	いろいろな答え方ができる質問のことである。情報が多く得られ、考えを引き出すのに役立つ。 例) 「続かなかった理由はどんなことでしょうか」、「どんなことがしたいですか」
肯定	クライアントの建設的な価値観や性質, 努力, 行動を認め、フィードバックする。 例) 「何とか状況を変えようと努力されているのですね」
聞き返し	クライアントが発言した言葉をクライアントに返すことであり、単純な聞き返しと複雑な聞き返しがある。 例) ㊦「朝食を欠食しない方がよいのはわかっているけど、つい面倒で」 →「朝食の欠食がいけないのはわかっているんですね」(単純) →「朝食を食べるのは面倒だ。一方、できれば食べたいのですね」(複雑)
要約	クライアントの発言をまとめて返すことである。クライアントが変化したい方向とは矛盾をしている行動や考え方をしていることに気づいていけるようにまとめることがポイントである。チェンジトークを要約の後半にもってくるなどして、動機づけをガイドしていく。

④チェンジトーク(自己動機づけ発言): カウンセラーは面接の3つのスピリットを理解したうえで、4つの原則を基に、4つの戦略 OARS をタイミングよく使いながら面接を進めることにより「チェンジトーク(自己動機づけ発言)」を引き出していく。これは行動の変化の意思、意欲を言語化したクライアントの言葉であり、行動変容を導くものである。面接の場が「宣言による自己動機づけ」に結びつくことを動機づけ面接の目標としている。チェンジトークの種類は、願望、能力、理由、必要性、コミットメントがある(表4)。

表4 チェンジトーク(自己動機づけ発言)の種類

願望	変化することを望む発言 例) 「…したい」「できたら…したい」
能力	自らの能力や自信についての発言 例) 「…できる」「以前は…していた」「…ならできるかも」
理由	なぜ変化したいのかについての発言 例) 「…だとしたら、きっと楽しいだろう」
必要性	変わる必要性を感じている発言 例) 「…すべきだと思う」、「…する必要がある」
コミットメント	変化への具体的な行動についての発言 例) 「週〇回…します」、「…しようと思います」

p.72 左欄外の最上段に下記の用語説明を追加

ナッジ理論

ナッジ (nudge) とは「ヒジで軽く突くような小さいアプローチ」で、強制することなく、選択の自由を認めつつ、より良い意思決定（行動）へと導く、ちょっとした工夫のことをいう。

この行動経済学に基づく理論を発表したシカゴ大学のリチャード・セイラー教授がノーベル経済賞を受賞したことで一躍注目を浴び、健康教育、栄養教育の分野でも活用され、取り組み事例も報告されるようになってきている。

「あるピッフェで入口に近い方から野菜を並べることで、お客さんが従来よりも多くの野菜を摂取することを促す」は、健康を意識させないで、強制されることなく、自ら健康的な行動を選択するように仕向ける代表的な手法の例である。

p.73「参考文献」に下記を追加

リチャード・セイラー、キャス・サンスティーン著、遠藤真美訳：実践行動経済学－健康，富，幸福への聡明な選択，日経BP，2009
真壁昭夫：知識ゼロでも今すぐ使える！行動経済学見るだけノート，宝島社，2018

p.99「3.6.1 企画評価」の前に新項（下記）を追加

● 3.6.0 評価指標と評価基準の設定 ●

栄養教育の評価の目的は、実施したプログラムの有効性を評価することであり、対象となる事柄と比較することにより行われる。評価のための測定・比較項目を評価の指標と呼ぶ。評価の指標として、知識、態度、行動、栄養素摂取状況、身体状況、QOLなどの主観的指標などがよく用いられる。また、対象が個人の場合と集団の場合（1つのプログラムとしての効果）の効果の評価する。

評価の基準は、目標値を設定する到達基準と設定しない相対基準に分けられる。

①到達基準：到達すべき具体的数値目標であり、過去の実績、専門家の意見、理論値などから目標値が決定され、その目標値と教育プログラムの実施によって得られた成果との比較を行う。

②相対基準：到達すべき目標値の設定はせず、他のプログラムの成果との比較を行う。

また、これらの評価がどの程度の信頼性を持つかは、評価のデザイン（3.6.9 項参照）によって大きく左右される。

以上

※本冊子の pdf データを下記 URL よりダウンロードできます。ご活用下さい。
<http://www.asakura.co.jp/books/isbn/978-4-254-61660-6/>

