

参考 2

エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名： 北海道ユニットセンター

評価時点	令和 7 年 10 月 31 日
------	------------------

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画 (D) 実施	【R7 年度全体目標：13 歳以降調査の継続同意率 65%を目指す！】 北海道ユニットセンターでは、R6 年度までの 13 歳以降調査継続同意率が 59% で全国を 10% 上回っている。R7 年度も引き続き高い同意率を維持するため、勸奨の主対象である 2013 年生まれに加え、2011、2012 年度生まれの参加者からも同意を取得するべく、2 グループに分けて取組を行った。 Plan(P)1: グループ A～2013 年度生まれ 「学童期検査参加者の同意率を 95%、未参加者の同意率を 40%」 A-1) ポータルサイトログイン・同意に係る手続きのガイドブック作成 学童期検査参加者の約 20% はアプリダウンロードのみ完了したステータスで来所する（後述 A-2）。過去 2 年間の分析から、「アプリダウンロードはできたが、先に進めない」と調査継続意欲はあるが、アプリ操作の手続き中に「壁」があることがわかった。そのため、R7 年度はそれぞれの「壁」に対して以下の対策を計画・実施した。 1 位: 操作方法がわからない 親子のアカウントが別だと知らなかった、等の「壁」を考慮しながら、ポータルサイトの使用方法だけではなく、iPhone や Android スマートフォンの使用方法も含めたガイドブック(図 1)を作成。検査当日の手続きサポート、および継続同意リマインド郵送時に用いた。 2 位: ログイン ID とパスワードがわからない アカウント情報を「エゾチルカード (図 2)」に控えてもらい、なくさないよう財布等にいれることを推奨した。 A-2) 学童期検査当日にすべての手続きを完了するためのサポート 学童期検査に来る参加者は、調査継続に好意的な集団と考えられることから、参加者が当日中に 13 歳以降調査継続同意に関する一連の手続き (子のログイン・プレ質問票まで) を終えることを目指した。検査当日は参加者をログインステータスによって 3 グループに分け、「自分でできない」参加者へ必要なサポートをするため、R6 年度同様、以下の対応を行った。 【検査 2 週間前】尿キット発送時に、同意手続きの手順を書いたパン

	フレット（図3）を同封して検査当日までの手続き完了を促す。 【当日】 ログインステータスごとの対応を行う ◆ 代諾者未ログイン・未同意者(20%)：検査開始スタッフがマンツーマンで手続きサポートを行う ◆ 代諾者同意完了、子ども未ログイン(40%)：検査終了後に時間を確保して子どもの13歳以降調査勧奨をエコチル調査の意義説明とともに言い、子どもの手続き完了までをサポート ◆ 全ての手続き完了者(40%)：調査の意義を改めて説明し、継続意欲を引き続き持ってもらおう A-3)対面調査の参加率 up:学童期キャラバンと土日電話 13歳以降調査継続の同意取得には対面で会うことが最重要であることから対面調査の参加率を上げるため、学童期検査、詳細調査それぞれで以下の計画を実施した。 【学童期検査】 札幌サブユニットセンター小6学童期検査参加率を住所別で見たところ、札幌市内特定地域の参加率が有意に低かった。交通の便が良く、自家用車での来所も可能な北海道大学（北大）で過去全ての対面調査を実施してきたが、市内では近年バス路線の減少・廃止が進み公共交通が不便になり北大へ来にくい地域ができたことが理由として考えられた。そのため、学童期参加率1.5%up（20人）を目指して、参加率の低い地域にある2病院（J病院、H大学病院）を検査会場とした「学童期キャラバン」を計画・実施した。 【詳細調査】 2年毎の検査に必ず参加する熱心な参加者がいる一方で、数年間連絡が取れていない参加者が全体の12%いた。12歳詳細調査が13歳以降調査の同意に直結するため、スタッフが土日に出勤して電話をかけ、一人でも多くのコンタクトを試みた。 P2:グループB～2011、2012年度生まれの同意率を2%上昇 B-1)カーリング体験イベント カーリングは北海道で盛んであるが、未体験の子どもは多い。すでに中学生になった参加者へも対面する機会として、北見と札幌で「夏休みカーリングイベント」を合計3回開催した。カーリング会場がない旭川の参加者も参加できるよう、旭川～札幌間の往復バスを手配した。子どもが講師付きのカーリング体験をする間、観覧中の保護者に13歳以降調査継続に関する勧奨・手続きサポートを行った。同時に「エコチル調査に関するクイズ」や研究者による「Dr. Iのミニ講座～エコチル論文を読んでみよう」も行い、調査への理解を深め、参加意義を改めて認識してもらえよう働きかけた。企画の目玉として、オリジナルパッケージの北海道米2合プレゼント（図4）を用意した。 B-2)弟妹の対面調査参加に合わせた再勧奨 兄弟姉妹での参加者を対象として、R7年度の対面調査参加者（2013年度生まれ）の兄姉（2012年度生まれ以前）について13歳以降調査のログイン・同意状況を事前に調べ、手続き未完了の場合は対面調査
--	---

	時に兄弟分の勧奨を行った。 B-3)エコチル調査参加者限定～進路受験相談会 13 歳以降の調査継続に関する勧奨やサポート実施のために参加者と対面することを目的として、札幌にて現役の北大生から進路選択・受験に関わる経験談を聞くイベントを計画した。高校・大学受験を意識し始める中学生参加者親子がユニットセンターに来所し、気楽に情報収集ができる会をイメージした。
(C) 評価	P1:グループ A～2013 年度生まれ ⇒ 一部達成 学童期検査参加者の同意率を 95%、未参加者の同意率を 40% A-1) ポータルサイトログイン・同意に係る手続きのガイドブック作成 A-2) 学童期検査当日にすべての手続きを完了するためのサポート 事前案内パンフレット、エコチルカード、ガイドブックの3段階構えを用いたことで、サポートが必要な参加者をあぶり出し、検査当日の「子どもプレ質問票完了」までスムーズに進んだ。昨年までは当日勧奨を諦めていた「時間がない」参加者へもガイドブックを渡すことで家での同意手続きを促すことが容易となった。R7 年 10 月時点での学童期検査参加者の同意率は 97%である。参加者からの声を取り入れ、ガイドブックの改変を随時行った。一方、学童期検査未参加者の同意率は R7 年 9 月末現在で 29%と、目標の 40%を達成できていない。 A-3)対面調査の参加率 up:学童期キャラバンと土日電話 学童期キャラバンを実施した 2 日間の参加者数は予定枠を超える合計 23 名だった。特に H 病院会場では 13 名全員が徒歩圏内に在住しており、「行きにくい」ことが検査参加の障壁となっていることがわかった。これまで質問票提出 0 回の参加者が 3 名、3 歳以降質問票未提出の参加者も 5 名参加し、それらの参加者が全て 13 歳以降の継続同意へ繋がった。J 病院、H 大学病院とは学童期検査だけではなく、今後の調査全体での連携協力が得られた。H 病院は数年後日本ハムファイターズ本拠地横へ移転するため、北海道ユニットセンターと日ハムとの連携も期待できる。詳細調査では 10 歳詳細調査時から連絡が取れない参加者のうち 10 名が 12 歳詳細調査に参加した結果、10 歳詳細調査の参加率を 6%上回り、13 歳以降調査にも全員が同意した。 P2:グループ B～2011、2012 年度生まれの同意率を 2%上昇 ⇒ 未達成 R7 年 9 月末現在 0.9% (23 人) の 13 歳以降継続調査同意がみられた。 B-1)カーリング体験イベント 3 回で計 90 名が参加し、うち 2011 年度生まれの 2 名が 13 歳以降調査継続に同意した。普段は一緒にイベントへ出席することのない旭川と札幌の参加者が交流したり、論文と一緒に読むミニ講座では、参加者の子どもから「この結果を今後どう生かしたらよいのか」など鋭い質問が相次いだりと、調査継続意欲の向上に寄与した。オリジナルパッケージのお米 2 合は参加者に加え、当日急遽欠席となった参加者に

	も後日送付したところ大変喜ばれ、13 歳調査継続同意に繋がった。 B-2) 弟妹の対面調査参加に合わせた再勧奨 兄姉の 13 歳以降調査の継続について「手続きするのを忘れていた」事例が多く、勧奨後のログイン・同意手続き完了に繋がった。 B-3) エコチル調査参加者限定～進路受験相談会 最年長の参加者が中 2 であり、まだ受験が先のため、夏休みの開催は見送った。
(A) 改善	P1: グループ A～2013 年度生まれ 手続きガイドブックは参加者にわかりやすいと好評であることから、今後の未ログイン・未同意参加者へのリマインドに同封する。対面でのサポートを行わなくてもログイン・同意をする参加者数の増加による「未参加者の同意率 40%」を期待できる。 参加者の移動が大変になる積雪が深い冬期は、これまで対面調査を避けてきたが、積雪の時期にこそ学童期キャラバンの意味がある可能性が考えられたため、冬休み期間中の開催を検討中である。 P2: グループ B～2011、2012 年度生まれ カーリングイベントは予想を超える応募数があり、抽選で落選した参加者も多かったため、R8 年 2 月に「冬のカーリングイベント」を追加開催する。対面調査での兄姉への再勧奨は引き続き実施する。進路受験相談会は、最年長参加者が受験を意識し始めた冬以降に実施を予定している。P1 の手続きガイドブックは、R7 年度中にグループ B (2011、2012 年度生まれ) への 13 歳以降調査継続リマインド発送時にも同封することで、2% (約 40 人) の同意率上昇を目指す。

イ. 質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画 (D) 実施	P3: 紙質問票返送率維持に向けた取組:「ゆるエコ北海道」 北海道ユニットセンターでは質問票送付時期の工夫や、電話やショートメール等様々な方法で返送依頼を実施してきたが、返送率は全国平均を下回る。分析の結果、最終返送率の約 90% が全ての質問票を提出してきた参加者であり、未提出集団への返送依頼効果は薄いと考えられた。一方で、質問票提出状況が良くない参加者も学童期検査の参加や 13 歳以降調査の継続同意が頻繁にみられることから、協力取りやめがない限り、いつかどこかで参加してもらえることを期待する「ゆるエコ北海道」: ゆるやかな調査継続スタイルを尊重し、過度な返送依頼はせず、質問票発送 4 週間後のハガキによる返送依頼のみを行った。 P4: web 質問票回答率 up に向けた取組: ログインチェック 北海道ユニットセンターでは 13 歳調査継続同意率が高いにも関わらず、web 質問票回答率が全国平均より低い。その理由として、小 6 での最初のログイン・同意から、実際の中学入学後 web 質問票配信まで時間があることから、その間にアカウント情報やサイトの使用方法

	を忘れてしまい、web 質問票に回答していないことが考えられた。特に調査に意欲的な層はログイン・同意の時期が早く、web 質問票開始まで 1 年以上空くこともある。そこで、すでに 13 歳以降調査の手続きを完了している参加者へも対面調査の場でログインしてもらい、ID を忘れていた等の事例へ対応を計画・実施した。
(C) 評価	P3:紙質問票返送率維持に向けた取組:「ゆるエコ北海道」 ⇒ 13 歳以降調査継続同意に繋がったことから達成と考える 紙質問票の返送率に極端な低下はなく、現状を維持できている。学童期キャラバンで過去全て未提出の参加者 3 名が 13 歳以降調査に同意した。北海道では質問票の提出率が良くない参加者も継続同意率が高い。特に学童期非参加かつ質問票提出回数 7 回以下の集団でも 13 歳以降調査の同意が 17%(全国は 9%)である。参加者ごとの参加スタイルを尊重した「ゆるエコ北海道」の効果だと考えている。 P4:web 質問票回答率 up に向けた取組:ログインチェック ⇒未達成 本取組は現小学 6 年生が web 質問票に回答し始める来年度以降に結果が明らかになる。
(A) 改善	質問票提出状況が悪くても、13 歳以降調査継続への意欲が必ずしもないわけではないことから、過度な返送依頼は今後も控える一方、学童期・詳細調査の検査会場では積極的な勧奨を続ける。

ウ. 成果の社会還元取組	
(P) 計画 (D) 実施	P5:地域全体を巻き込んだ成果の還元:みんなエコチルサポーター 参加者への調査成果の還元として、過年度に引き続き論文内容を説明する動画「オンライン市民講座9:妊娠中の自宅の床材が小児喘息に及ぼす影響」(図 5)を 1 本公開した。子どもにもわかりやすい内容を目指し、研究者自身のナレーションを吹き込むことで調査を身近に感じられるよう制作した。ID、パスワードが必要な参加者用 web サイト(エゾチルランド)に先行公開した後は、通常の You tube でも公開し、参加者のみならず、幅広い一般市民にもエコチル調査と成果を知ってもらうことを目的とした。 従来、ユニットセンター単独で実施するイベントは企画・運営等に多大な労力を要する上、運営委託費用も高額なため、開催数が頭打ちだった。R7 年度は大学、行政、地域との連携をより強化し、それらのイベント・講演会等に積極的に関与する形で、低予算・多数の活動を目指した。大学との連携では、科学系イベント実施、博物館への出展や医療従事者研究者向けの市民セミナー講演等を実施、行政・地域との連携では、高校への出張講義や中学生のユニットセンター訪問職業体験を計画・実施した。 P6: ユニットセンター成果発表体制の強化と、次世代の研究者育成

	以前より、ユニットセンター教員と事務員の成果発表支援チームを作り、成果発表予定課題リストを作成・管理して各課題の執筆責任者へ定期的な進捗確認や会議を随時行って、早期かつ質の高い論文の作成を図っている。R7年度も(1) 北海道ユニットセンターからの成果発表論文数増加(R6年度は5本)、(2) 大学院生の教育の充実を目標に引き続き実施した。課題の執筆責任者とユニットセンター教員が指導しながら、大学院生や若い研究者が課題執筆に中心的な役割を担うことで次世代の研究者育成を目指した。
(C) 評価	P5:地域全体を巻き込んだ成果の還元 ⇒ 概ね達成 期間内のイベント等活動回数は13回で過去最多であった。「オンライン市民講座」全体の視聴数は前年同期比2倍超となり、新作動画作成とともにID等入力不要のWeb上で公開したことで視聴数が増加した。大学との連携により大学全体に調査活動が周知された。その結果、北大博物館から5年毎に入れ替える常設展示への誘いがあり、より多くの市民の目に触れることが可能となった。参加者と同年代である中学生の職業体験では、調査意義・成果を伝えるなど、大学・行政と連携した新しいタイプの活動は未開拓の幅広い市民層へのアプローチとなり、緩やかではあるが市民との協力関係を醸成している。 P6: 成果発表体制の強化と、次世代の研究者育成 ⇒ 達成 期間内に8本の論文受理があった(昨年度は5本)。うち中心仮説に関わる課題1本は、インパクトファクターが10.3の雑誌に受理され、発表本数増加と質の高い論文の目標を十分に達成できた。エコチル調査論文を大学院生の学位審査に使うなど、次世代研究者の育成増加も達成できている。対面調査では、北大・日本赤十字北海道看護大学の学部生・大学院生を検査実施スタッフに雇用して調査の推進に協力を得るとともに、様々な学問分野に携わる学生が研究者と触れ合い、疫学調査を学ぶ機会となった。
(A) 改善	P5:地域全体を巻き込んだ成果の還元 大学・行政のように大きな組織との連携は、低予算で幅広い成果還元が可能である。今後もさらに一般市民を巻き込んだ調査推進、成果還元を行うことで、参加者がエコチル調査への参加意義を再確認でき、前向きに継続する環境を作り出していく。調査参加者への「特別待遇」を維持するため、「オンライン市民講座」の最新作は参加者限定公開を一定期間続け、ログインID、パスワードを目に触れやすくして視聴のハードルを下げる。 P6: ユニットセンター成果発表体制の強化と、次世代の研究者育成 成果発表は参加者に加え、大学や行政、一般市民にとっても大きなモチベーションとなる。今後のユニットセンター体制を維持する上でも、成果発表を継続的に支援するとともに、優れた研究成果を持つ若い研究者を育て、安定したユニットセンター運営を目指す。

北海道ユニットセンター 別添資料

図1:ポータルサイトへのログイン手続きをわかりやすく記載したガイドブック(一部抜粋)

親・子 それぞれに ログインが 必要です

参加者ポータル IDとパスワード

保護者さま用・お子さま用 2 それぞれ保存してください

[Point]

- 親・子、それぞれのアカウント情報を保存する
- どちらでもログインできるようにする
- 1台のスマホで出入りする場合(B)は親アカウントに戻しておこう！

お好みの方法で！

A:別々のスマホでそれぞれにログイン状態を保持する方法

私のスマホは親アカウントでログイン
ほくのスマホは子のアカウントでログイン

B:1台のスマホでログアウト⇒ログインを繰り返して出入りし順番に使う方法

いっちゃん親がアカウントからログアウトするからちやんと待ってね
次はほくの番。子のアカウントでログインするよ

C:1台のスマホでアプリとブラウザを併用し、それぞれにログイン状態を保持する方法

※iPhoneで行う例

【ブラウザ版URL】
https://www.jecs.nies.go.jp

アプリ ブラウザ (ホーム画面に追加)

お母さんはアプリで、ほくはブラウザでログインするよ

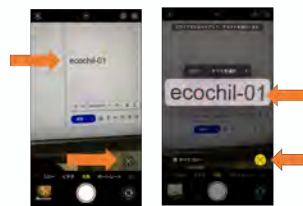
↑このマークを押下

名前をつける

「ログイン状態を保持」にチェックしてログイン

その他のサポート・ヒント (iPhone)

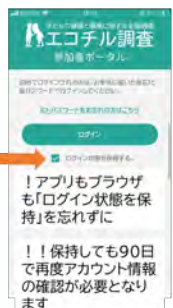
- ①印刷されたアカウント情報を、手で打ち込むのが面倒！：撮影⇒テキスト取得
- テキストをカメラで撮影すると「黄色いカギ括弧が出て来ます」
 - 欲しいテキストの近くにカギ括弧が出たら、右下の「四角+線」の箇所をタップ
 - 「コピー」を選択するとコピーできます。⇒メモ帳や、アプリのID欄へペースト可能！



- ②iphoneで、ブラウザ版を開こうとしても「アプリ」に誘導されてしまうとき
- URLを撮影⇒QRコードではなく、URLをカメラで撮影すると「黄色いカギ括弧が出る⇒URLの近くにカギ括弧が出たら、右下の「四角+線」の箇所をタップ
 - 左下に「リンク」が出るので、長押しする⇒「Safariで開く(ブラウザのことです)」とか「エコチル調査」で開く(アプリのことです)」とか選択肢が出る⇒Safariを選択すると、ブラウザで開けます



※補足



コアセンターの説明書だけでは自分で手続きが進められない参加者が多く、ポータルサイトの手順以前にスマホの使い方に慣れていないため、途中で諦めてしまう場合が多いことがわかった。

このガイドブックでは、親・子両方の手続きを、家庭のスマホ使用状況によって場合分けし、iPhoneやAndroidの機種ごとに実際の画面のスクリーンショットを図示しながら手順を解説した。

C:1台のスマホでアプリとブラウザを併用し、ホーム画面に追加それぞれにログイン状態を保持する方法 ※Androidで行う例

- ・「説明書」の手順に沿ってアプリ版をダウンロード
 - ・「Webサイトのショートカット」を使って、ブラウザ版ポータルをホーム画面に追加する
- https://widget-club.com/ja/article/add-homescreen-android



【ブラウザ版URL】



1. ブラウザ版のエコチル調査ポータルサイトを表示

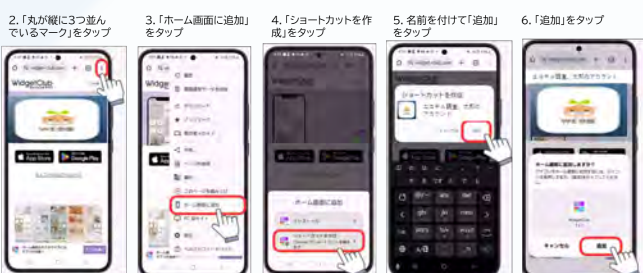


図2:ポータルサイトのアカウントを記載するエゾチルカード

13歳以降調査
保護者さま用

参加者ポータルアカウント情報

変更後のID

変更後のパスワード

ID・パスワードをご記入の上、必要ときに見られるように保管してください。

13歳以降調査
お子さま用

参加者ポータルアカウント情報

変更後のID

変更後のパスワード

ID・パスワードをご記入の上、必要ときに見られるように保管してください。

13歳以降の調査に必要な情報です。お子さまとご覧ください

参加者ポータルIDとパスワード

保護者さま用・お子さま用 2 紙それぞれ保存してください

- 以下をご用意ください●
- アカウント情報のA4用紙 (保護者さま用)
- ピンクのカード (保護者さま用)
- 緑のカード (お子さま用)
- 筆記用具

1 保護者さま (ピンクのカード)

仮ID・仮パスワードから変更したものを同封のカードにメモしてくださいね！

スマートフォンの写真やパスワード管理アプリのご利用もおすすめです

謝礼 500 ポイント

さらに **500 ポイント**

スターバックス モンペル auPay PayPay RABBITO などに交換可能

それぞれにプレゼント

1 保護者さまの同意書限定アンケートへの回答が条件です
2 保護者さまの期間限定プレ賞券へのご回答が条件です
3 お子さまの期間限定プレ賞券へのご回答が条件です

2 お子さま (緑のカード)

お子さまのアカウント情報は配信されます

保護者さまの手続きの翌日以降に、保護者さまのアプリをチェックしてください！

仮ID・仮パスワードから変更したらカードにメモしてくださいね！

500 ポイント

6歳未満のお子さまは？
ギフト

お買い合わせフォーム
不明な点は
おたずねください

エコチル調査北海道ユニットセンター

親子それぞれのアカウント情報を記入して保存してもらう

図3:尿キット発送時に同封する 同意手続きの手順を書いたパンフレット

13歳以降調査に関する手続きのお願い

検査の前日までに
アプリの**インストール** → **継続手続き**
を済ませてからご来場ください。

iPhone android

エコチル調査の研究計画で変更された事項

データの収集期間が、「お子さんが13歳に達するまで」から、「40歳程度まで」に変更されること。

収集を行うこと。

今回は、お子さんが13歳から成人（18歳）になるまでの調査参加について、継続いただけるかお答えください。

研究計画で変更された事項について内容をよく理解しました。子どもが13歳から成人になるまでについて、エコチル調査への参加を継続します。

「次へ」ボタン
タップで継続
手続き完了！

すでに手続き済みの方も
検査会場にてログイン画面
を確認させて頂くことが
ございます。
ログインID/PWが不明の方は
検査前日までにユニットセン
ターへお問合せください。

最後までスクロール

ここをタップ

おねがい！

※詳しくは簡易書留にてお送りしている資料をご覧ください。
操作が分からない場合は、検査会場にてスタッフがお手伝いします。

これによって
対面調査参加者の
約80%が
検査前日までに
代諾者同意の手続
きを済ませて来る

カーリングイベント

図4:オリジナルパッケージの
ゆめぴりか



★ひとつだけ、さかさまに転がったおにぎりから選んでみてね★

Thank You

2025.08 夏のカーリングイベント

エコチル調査 北海道ユニットセンター



いいね！1,000件
今日は、ありがとう
楽しかったね！

エコチル調査 #子どもの健康
「北海道ユニットセンター」まで
さがすなくみらいのバト



エコチルとやまくんも
来てくれました！

Dr.Iのミニ講座
～エコチル論文を読んでもみよう

図5:オンライン市民講座9（一部抜粋）



オンライン市民講座9「エコチル調査からわかった...」
リンクをコ...

エコチル調査からわかったこと：
妊娠中の自宅の床材が
小児喘息に及ぼす影響

北海道大学環境健康科学研究教育センター

その他の動画

0:20 / 5:35

YouTube



結果①-1 この研究の対象者

エコチル調査に参加
104,059人

喘息のデータが揃っている
77,887人

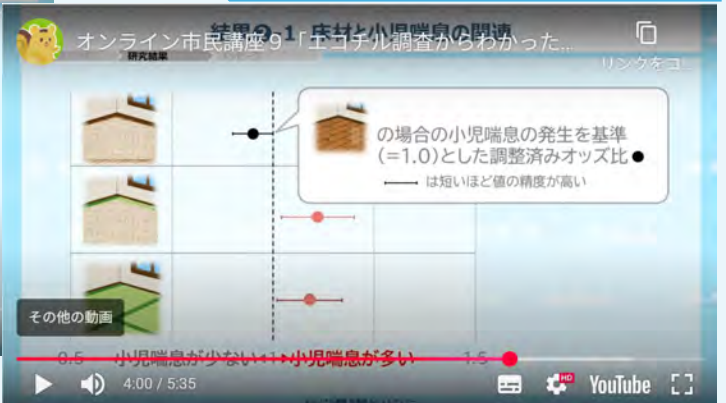
床材のデータが揃っている
75,629人

多胎の場合は第一子
74,950人

その他の動画

2:57 / 5:35

YouTube



結果②-1 床材と小児喘息の関係

オンライン市民講座9「エコチル調査からわかった...」
リンクをコ...

の場合の小児喘息の発生を基準
(=1.0)とした調整済みオッズ比

— は短いほど値の精度が高い

その他の動画

0:5 / 4:00 / 5:35

YouTube

エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名： 宮城ユニットセンター

評価時点	令和 7 年 10 月 27 日
------	------------------

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画	P1 参加者との双方向コミュニケーション P2 参加者への定期的な成果のお知らせ P3 学童期検査参加および調査継続へのモチベーション維持の工夫
(D) 実施	D1: 参加者との双方向コミュニケーション D1-1 学童期のお子さん・保護者向けのオンラインの参加型セミナーを行い(図 1), アンケートを取り, 結果を共有し, 次回以降に生かしている. 今年度はミナーでは, 睡眠, 咳および呼吸器問題, メンタルヘルス, ワクチン, 成長痛, 腹痛(消化器疾患)などの身近な話題について, それぞれの専門家に概説してもらった. さらに講義動画を YouTube にアップし, 視聴可能とした. D1-2 地域の行事や対面調査時の参加者との対話を, 知りたいことの希望やエコチル調査への思いを伺う機会として大切にしている. D1-3 当 UC の情報誌「MUC だより」に写真や手紙をお送りいただき, 次号に掲載することで, 送った人, 読んだ人双方がエコチル調査へのモチベーションを保つように工夫している(図 2). D2 : 参加者への定期的な成果のお知らせ D2-1 上記オンラインセミナー開始時に毎回 5 分程度, 宮城 UC を始めとするエコチル成果を教員がお話ししている. D2-2 MUC だより, SNS などでの新規の成果を参加者にわかりやすく解説する工夫をしている. HP では, 成果の項目を参加者にわかりやすく伝える工夫をしている(図 3). D2-3 今年度は MUC だよりと一緒に近年の成果をまとめた手のひらサイズの成果集をお送りした(図 4). また, 詳細調査参加者に対し, 詳細調査の成果をまとめた「しょうさいだより」を送付した(図 5). D2-4 地元 FM ラジオ局と連携し, CM の放送や教員による成果の報告など, 広く一般にもエコチル調査を宣伝し, 参加者が調査に参加していることを誇らしく思えるような働きかけを行っている(図 6). D3 : 学童期検査参加および調査継続へのモチベーション維持の工夫 D3-1 学童期検査は主に集団形式で実施している. 週末や長期休暇に

	調査日を設定し、宮城県内 8 会場で、各地域の集団サイズに合わせて調査を行っている。集団調査に参加できない参加者は、個別に調査を行っている。今年度は、参加者の居住地域の分布を考慮して会場を 1 件追加し、参加者の利便性を図った。集団、個別を合わせさまざまな日程、場所を選択できるようにすることで、参加モチベーションを上げる工夫をしている。 D3-2 参加者により、採血を伴う調査のため、明るく空間的にゆとりのある会場設営を心がけ、圧迫感のない雰囲気作りを行った (図 7)。 D3-3 調査参加への感謝と成果の社会還元の意義を参加者本人・保護者に直接伝えている。集団検査時には「参加してくれたことで社会の色々なところで役に立ってるよ」などの積極的な声掛けの他、会場への成果ポスターやパネルの貼付およびスタッフによる成果の解説を行った (図 7)。 D3-4 学童期集団検査参加時に調査会場限定のプレゼントを準備した。集団検査会場にプレゼントを配置し、さまざまな種類の小さな文房具の中から 3 つを選択できるようにした (図 8)。
(C) 評価	C1-1 オンラインセミナーは毎回 10-20 人の参加があり、満足 87%、やや満足 13%と好評だった。また、セミナーは HP や X、市民向けイベントでもお知らせしていたため、エコチル調査を始めて知ったという方もアンケートに答えて下さっていた。 C1-2 対面調査時に成果やセミナーについてお話することで 13 歳調査継続のモチベーションになったケースもある。 C1-3 MUC だよりにへの返送は 15 件、今年目標などのお手紙もいただき、双方向コミュニケーションが出来た。 C2 様々な場所や機会での成果報告の効果について、短期的な評価は難しいが、参加者や一般市民の方から、「ラジオを聞きました」、「エコチルを初めて知りました」というような声をいただく機会が徐々に増えている。 C3-1 対面調査は週末・休日を中心としたことで、希望する多くの参加者を受け入れることができた。また今年度は、参加者の居住地域の分布を考慮して会場を 1 件追加し、参加者の利便性を図った。医学生による補助も含め調査スタッフを多く配置することでスムーズな検査の実施と、13 歳以降調査の勧奨などの声掛けを積極的に行うことが出来た。この結果、対面調査時に参加した 591 名の対象者のうち、13 歳以降調査継続率 86.1%を達成した。その内訳として集団参加者 591 名の内「継続」は 509 名(86.1%)、調査日前に「継続」335 名、声掛け後「継続」173 名(声掛け人数 231 名,74.9%)、

	声掛けなし「継続」1名であった。 C3-2 今年度は、調査会場を追加するなど更なる充実を図り、昨年度のノウハウを生かしてよりスムーズな検査実施体制を築けたものと考えていが、9月末時点では、昨年ほどの参加率を達成できていない。
(A) 改善	A1 保護者や参加者の知りたい情報を届けられるようなセミナーを継続する。オンラインのみならずオンサイトでの企画も計画中である。 A2 成果集や成果報告、ラジオでの発信などを継続する。 A3 本年度は、調査未参加者に継続的に勧奨を行い、個別で対応するとともに、まとまった人数の参加が見込める地域では追加の集団調査を行う予定である。また、来年度はより多くの参加者が集団調査に参加できるよう、勧奨の方法や日程について十分に検討を行う。

イ. 質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画	参加者に対する継続的なコミュニケーションや、これまで消極的だった参加者の調査継続・調査への積極的な参加を促すリマインド法を考慮した。また、調査が Web 中心になり、参加者が成長し考え方や生活スタイルが変化していく中で、参加者やその家族とのコミュニケーションをどのようにとるべきか、対面調査をどう利用していくか、などユニット内での体制構築も含め検討を重ね、下記のように計画した。 P1 謝礼の工夫 P2 リマインド方法の工夫 P3 対面調査会場での参加者とのコミュニケーション
(D) 実施	D1 謝礼の工夫 D1-1 S6 参加者に対しては、ポイントカード (図 9)を作成し調査参加率および質問票回収率向上を図った。具体的には、質問票の提出と、定期的に発送するお知らせハガキ (図 10) や情報誌と連携したクイズへの回答でポイントがつくシステムを作成した。 D1-2 S5 参加者に対し、昨年好評だった替え芯を選べるボールペンのプレゼントによる質問率回収率向上を図った。 D2 リマインド方法の工夫 D2-1 参加者の年齢に合わせた情報の発信 (MUC だより、ラジオ広報、中学生向け新聞への記事掲載)やイベント (セミナー、子育てイベントへの積極的参加)を実施し、過度にならない程度に、積極的にコミュニケーション (繋がりの維持)を図った (詳細は PDCA ウ: 社会還元)。 D2-2 継続手続き未完了の代諾者や Web 質問票未回答の代諾者など、対象を細かく分けて A4 サイズハガキを送付した (図 11)。 D2-3 ユニットセンター広報誌発行時に継続手続きについての案内を

	掲載した。 D2-4 継続手続き未完了の代諾者にアカウント情報を再送し、後日電話と SMS でもリマインドを実施した。 D2-5 質問票の送付は都度 X でお知らせし返送をお願いするとともに郵送でのリマインド実施にも合わせて発信した。 D3 対面調査会場での参加者とのコミュニケーション D3-1 集団調査会場となる関係機関とのコミュニケーションや事前の情報収集により、調査時に柔軟な対応ができる体制を整えた。 D3-2 対面調査・集団調査参加者に対しては、face to face でのコミュニケーションにより、調査への参加の労いと、継続的な協力を促した。 D3-3 学童期検査対象児のきょうだいがいる場合、年長児の手続き状況を確認して声がけをおこない、その場で同意書の回答を促した。 D3-4 対面調査時に継続手続き未完了の代諾者に声がけ、継続手続き済みの代諾者にはアメニティ (図 12)を配布した。 D3-5 会場で専任の RC や医学生を配置し、調査継続手続きやアプリの設定の補助を行った。
(C) 評価	C1-1 S6 質問票の返送数はポイントカードおよびお知らせはがき発送後に増加した。 C1-2 S5 質問票の返送数はポイントカード送付後に増加した。ボールペンの替え芯プロジェクトにより、一昨年の同時期よりも増加した。 C2-1 C2-2 ハガキの送付が 10 月末のため、どのくらい反響があるかは現時点では未定である。 C2-3 広報誌発送翌日から 10 日間で、2013 年度生まれ継続同意数 24 件子ログイン数 19 件、2012 年度生まれ継続同意数 4 件子ログイン数 10 件、2011 年度生まれ子ログイン数 3 件が増加となった。(期間中実施された、対面調査会場での同意も含む) C2-4 アカウント再送翌日から継続同意数が 75 件増加した C3 対面調査(特に集団調査)後に 13 歳以降調査の登録・ログインが増加した (図 13)。
(A) 改善	A1 ポイントカードやボールペンなどの謝礼の工夫によって増加することが分かったが、さらにリマインドを工夫し回収率を上げたい。 A2 継続手続きのリマインドと並行し、Web 質問票の回答率を上げるために中学生を対象としたリマインドの工夫が必要 A3 対面調査との組み合わせが 13 歳勧奨や継続モチベーションの維持に重要であるため、来年度以降もさらに工夫し継続していきたい。
ウ. 成果の社会還元取組	

(P) 計画	P-1 HP や YouTube, X を利用し, 一般の方へも広く周知する. P-2 大学オープンキャンパスで成果を全国の高校生に周知する. P-3 地元ラジオ局と連携し, 一般の方へも広く周知する. P-4 地域の情報誌に広告を掲載し, 対象者を含む中学生に周知する. P-5 地域のイベントに出展し一般の方に成果を周知する.
(D) 実施	D-1 HP 上で成果報告をポスター形式で公開し, また貼付したリンクから YouTube 上のエコチルセミナー動画を視聴できるようにして, 参加者および一般の方への社会還元に取り組んだ. これらの情報については SNS (X)でも案内した. D-2 東北大学オープンキャンパスにてエコチルブースを設置し, 宮城ユニットセンターの研究成果をポスターとして展示した. _ D-3 地元 FM 局と連携しエコチルキャンペーンと題して, ①エコチル調査の CM, ②教員による 5 分程度の成果発表コーナー, ③レギュラー番組内で各 DJ からエコチル調査に関するコメント, を放送した. 一般市民に対するエコチル調査の認知度向上を図るとともに, 参加者の協力によって社会にとって大切な調査が支えられている, というメッセージを伝えることで参加者の意識向上を図った. D-4 地元新聞社が年 4 回発行する中学生とその保護者向けの季刊誌に①エコチル調査の概要, ②宮城県でも調査を行っていること, ③受動喫煙による健康への悪影響や, デジタル機器による睡眠への影響など, これまでの研究成果について掲載した (図 14). D-5 地域イベント出展 1 大崎市健康と福祉のつどい 研究成果の周知を図った. イベントの参加者は健康に関する意識が高い層であると考えられ, 受動喫煙が妊婦や子どもに与える悪影響を周知することで, その周囲にも禁煙への意識波及を図った. 地域イベント出展 2 みんなで子育てフェスタ&健康フォーラム 「あなたのその声がけ, ポジティブ? ネガティブ?」と題して出展した. 子育て世代が多く参加するイベントであり, 声がけする際の言葉の選び方によってお子さんへの影響が異なることを伝え, さらにエコチル調査によって得られた研究成果の周知を図った. 地域イベント出展 3 世界緑内障週間 健康ワンダーランド～疾患の早期発見につなげる検査・体験～ イベントの参加者は健康に関する意識が高い層であると考えられ, エコチル調査によって得られた研究成果の周知を図った. 地域イベント出展 4 エコファミワークショップ バスボム作成ワークショップを行った. 参加者は子育て世代であり, エコチル調査の認知度向上と研究成果の周知を図った(図 15).

(C) 評価	C-1 長期的な効果についてはまだ不明であるが、イベントなどの際に「HP を見て来ました」と言っていただけることが増えた。X のフォロワー数が少しずつ増加している。 C-2 来場者 4,150 人のうち、エコチルブースに合計 734 人の高校生や保護者が来場し、多くの質問が出て、科学コミュニケーション活動に寄与した（図 16）。 C-3 ラジオリスナーからは初めて知った、成果を知って勉強になった、今からでも参加できるのかといった多くのメッセージをいただいた（図 17）。また、複数の対象者から、ラジオ宛てにエコチルを続けて来てよかったとのメッセージが送られてきた。ラジオ放送後もイベントなどで「ラジオで知りました」の声が聞かれるようになった。ラジオのパーソナリティーのシンガーソングライターがエコチルの取り組みに感銘を受け、ボランティアでエコチルの CM ソングを作詞作曲してくれた。 C-4 宮城県内の中学生のうち 90%以上に配布される季刊誌であり、配布される 60,000 人のうち 4,000 人以上が参加者である。参加者の周囲への認知度上昇により、参加者自身がエコチル調査に参加していることを誇らしく感じ、今後の調査に自発的に参加してくれることを期待している。 C-5 イベント出展の際は、エコチルの成果報告のみならず、成果と関連するワークショップやゲームなどの要素を取り入れ、成果を伝えやすくする工夫を行った。子育て世代の多いイベントでは、食品や受動喫煙に関する成果に対する反響が特に大きかった。
(A) 改善	A1 紙媒体への HP の QR コード貼付による閲覧の誘導、YouTube 動画、ショート動画の工夫による登録者数の増加、X のフォロワー増員への取り組みをさらに行っていく。 A2 来年度もオープンキャンパスで多くの高校生に周知する。 A3 ラジオ局訪問企画など、継続的にラジオとのつながりを持ちながら、ラジオによる社会還元効果をより高めていく。 A4 中学生の学年の対象者がいる間、この企画を継続する。内容についてはさらに吟味を重ね、より中学生の学習や理解を深められる内容を工夫する。 A5 まだまだエコチルを知っていただいている方が少ないので、小さなイベントも見逃さず、さまざまな場所で周知を続けていきたい。教育委員会や学校現場への参入についても企画している。

図1 エコチルセミナー案内（上半期）

2025 オンライン（Zoom）開催

エコチルセミナー 開催のお知らせ

4/12（土）13:00～14:00
パフォーマンスUP！
思春期の睡眠講座
金森 啓太 先生（岩手県立磐井病院小児科）

6/21（土）13:00～14:00
咳が止まらない、そんなときどうする？
～子どもの呼吸を考える～
大田 千晴 先生（東北大学病院小児科）

8/23（土）13:00～14:00
子どものメンタルヘルス
大塚 達以 先生（国立成育医療研究センター）

エコチル調査宮城ユニットセンター
TEL：022-717-8082（平日9:00～17:00）

★参加にはお申込みが必要です★

左記の二次元コードか、下記のアドレスからお申込みください。
<https://forms.gle/7GhwNdJMd1oV3fCJ8>

・あらかじめZoomアプリケーションのインストールをお願いします。
→ <https://zoom.us/download>
・詳しくインストールの仕方についてはこちら
→ https://www.ec-muc.med.tohoku.ac.jp/2024seminar_annai/

★当日参加できないけどセミナーを視聴したい方へ★
各セミナー終了後、YouTubeにてアーカイブを限定公開いたします。視聴をご希望の方は上の2次元コードかURLからお申込みください。メールにて詳細をご連絡いたします。

・セミナーに関するご質問等ございましたら、下記へご連絡ください。
【お問い合わせ】 ecochil_seminar@grp.tohoku.ac.jp

ホームページやSNSで、宮城ユニットセンターの最新情報やイベントのお知らせなどをお届けしています！
X (旧Twitter) ホームページ

図2 MUCだよりへのお便り集



母親の産後うつは
歯磨き習慣と関連する？

【はじめに】
毎日の歯磨き習慣は子どもの虫歯発生の予防にとても有効ですが、そのほとんどは親の管理に依存しています。産後うつは母親の子育てへの積極性が低下する因子となっており、子どもの健康と行動発達に影響を及ぼすため、子どもの歯磨き行動にも影響を及ぼすのではないかと考えられます。そこで本研究では、母親の産後うつと子どもの歯磨き習慣に関連があるかを調べました。

【調査項目】
84,533組の母親とその子どもを対象とし、以下の項目を調査しました。
母親：産後1か月と6か月後にエンパワラ産後うつ病自己評価票（EPDS）を用いて産後うつの有無を調べました。
子ども：2歳時点での子どもの歯磨き頻度を調べました。歯磨き頻度は1日1回以上、1日1回未満に分類しました。

※エンパワラ産後うつ病自己評価票（EPDS）：産後うつかどうかを市レベル自己記入式の評価票です。日本では30点満点中9点以上であれば産後うつ病の疑いが高いといえます。

【結果】
産後うつ病の有無と子どもの歯磨き頻度低下リスク

産後うつ病の有無	子どもの歯磨き頻度低下リスク
同時点でなし	1
産後1か月のみあり	1.06
産後6か月のみあり	1.06
同時点であり	1.08

数字が1より大きいほど、リスクが高いことを意味します。

母親の産後うつと子どもの歯磨き頻度の低下は関連していることが分かりました。また、産後1・6か月の同時点で母親が産後うつであることと子どもの歯磨き頻度の低下には、より強い関連が見られました。この結果は、産後うつ病の発症により子どもの歯磨き頻度が低下することを示しています。

【この調査でわかったこと】
母親の産後うつは、2歳時点での子どもの歯磨き頻度を低下させるリスクになっていることが分かりました。産後うつ病の有無を調べることで子どもの歯磨き頻度の低下を予測し、幼児期の虫歯発生を予防する手がかりが得られる可能性があります。

図3 サイエンスライター
による分かりやすい
成果の記載

図4 研究成果集の送付

みなさんのご協力に感謝、調査の成果が少しずつ形に

「研究成果集」完成！

宮城ユニットセンター

いつもエコチル調査へのご協力ありがとうございます。この度、宮城ユニットセンターから発表された論文の中から、本を選び、成果集としてまとめました。みなさん

「研究成果集」完成！

いつもエコチル調査へのご協力ありがとうございます。この度、宮城ユニットセンターから発表された論文の中から、本を選び、成果集としてまとめました。みなさん

掲載論文
「妊婦さん自身の出生体重と妊娠糖尿病の関連」
「愛動喫煙は妊娠高血圧の発症に関連する」
「早期の保育園利用は3歳時点での発達を促す」
「子どもの歯磨き習慣と便秘の関係」
「魚摂取と月経痛の関係」
「震災後3年間の妊娠女性の精神的苦痛について」

図5 しょうさいだよりの発送

幼児期の血圧に影響する環境とは？

【はじめに】
高血圧は、心臓や脳血管疾患などの原因となります。幼児期の高血圧は成人期の高血圧につながりますが、その原因はこれまで明らかではありませんでした。

【調べたこと】
幼児期の高血圧の原因を調べるため、エコチル調査の調査に参加しているお母さんやうち4,500人について、以下の2点を調査しました。
①2・4歳の血圧の正常範囲
②幼児期の高血圧に繋がるリスク要因

【結果】
①2歳時と4歳時点の血圧

血圧（収縮期）の平均値	高血圧の基準（収縮期血圧）
2歳：91mmHg	2歳：104mmHg
4歳：93mmHg	4歳：106mmHg

②幼児期の高血圧に繋がる要因は？
高血圧のお母さんや子どもの特徴
・肥満度が高い、体質が強い
・親が喫煙している

③他のグラフのように、両親とも喫煙、どちらかの喫煙が、両親とも喫煙、母親に喫煙傾向が高いことになりました。

【この調査でわかったこと】
・子どもの頃から肥満など生活習慣には気を付けよう。
・また、喫煙している保護者の方は禁煙をしましょう！

しょうさいだより

エコチル調査の調査員に協力いただきありがとうございます。今回のようすは、今後の調査についての案内と、これまでに皆さまにご協力いただいた、調査の結果から得られた成果をご紹介します。

【12歳詳細調査について】
4月から、12歳になるお子さんを対象とした「12歳詳細調査」を開始いたします。12歳詳細調査では、医学的検査と精神神経発達検査を予定しております。

【検査内容】

医学的検査
・採血
・血圧測定
・心電図
・身体計測（身長・体重・体組成の測定）

精神神経発達検査
・パソコンやタブレットを使った検査を実施いたします。（8歳時と同様の内容とさせていただきます）

【13歳以降の調査について】
エコチル調査は、当初お子さんが13歳になるまでの予定でしたが、調査の重要性が高くなり、13歳以降も継続することになりました。つきましては、調査継続についての重要なお知らせを、3月頃に調査員様にお送りします。必ず受け取りください。内容をご確認ください。今後ともエコチル調査へのご協力、どうぞよろしくお願い申し上げます。

東北大学医学部附属病院 産婦人科 産後ケアセンター
エコチル調査宮城ユニットセンター
〒980-8555 宮城県仙台市青葉区中央2-1-3
TEL:022-717-8082（平日9:00～17:00）
ec-muc@grp.tohoku.ac.jp

図6 地元ラジオ局とのタイアップ企画

Morning Brush
2025.3.19 wed
10:45～10:50
ON AIR!

Dr.: CHI HARU OTA
DJ: MEGUMI CHIBA

Date fm Link!
“エコチル”キャンペーン

図7 ゆったりと快適な会場設営



図8 「3つ選べる」 集体会場プレゼント企画



図9 ポイントカードによる質問票回収率向上作戦

小学6年生のみなさんへ
2つのキャンペーンに参加してプレゼントをGETしよう！

★小学6年生の学年質問票を返送しよう！
(郵便で送るか、学置期検査・詳細調査会場に持ってきてね。)

★謝礼のワオカードと一緒にポイントシールを送ります。
届いたら貼ってプレゼントをGETしよう！

エコチル調査に
参加してくれて
ありがとう！

小学6年生質問票
ポイント
シール

プレゼント
GET!!

★クイズにチャレンジしよう！
1 エコチル調査からのお知らせ vol.2 4 のクイズに答えてね。3 つ
のクイズの答えがキーワードになるので、メモしておこう。
vol.2(6月発表)の答え vol.3(9月発表)の答え vol.4 (12月発表)の答え

※小学6年生のみなさんに送ります。お知らせが手元にないときは、こ
をチェック！⇒ <https://www.ec-muc.med.tohoku.ac.jp/s6-osirase/>

★最後のクイズは12月発行の「MUCだより24号」と一緒に送ります。
上のキーワードをヒントにして、答えを出そう！

最後のクイズの答え

プレゼントGET!!

プレゼントはどうやってもらう？ウラ面をチェック！

プレゼントの
応募方法

プレゼントは1、2それぞれ1つづ
つもらえるので、質問票だけ、クイズだけでも
応募できます。12月に「MUCだより24号」
と一緒に届ける返信用封筒に、このカードを
入れて送ってください。
(ぜひエコチルへのメッセージを書いて送ってください！)
プレゼントのお届けは3月になります。楽しみにお待ちください！

★「返信用封筒」に
このカードを入
れ、送ってくだ
さい。
「MUCだより」に
いっしょに届くよ

★3月にプレゼントを
送ります。楽しみに
まってください！

返送しめきり：2026年2月20日(金)

エコチル調査の思い出や感想を教えてください。ホームページやMUCだよりでしようかいします！
(記入は自由です)

GID

ニック
ネーム

図10 イベントカレンダー付ハガキ

2025 ecochil calendar

4 APRIL

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
		1	2	3	4	5
6	7	8	9	10	11	12 エコチル だより
13	14	15	16	17	18	19
20	21	22	23	24	25	26
27	28	29 木曜日の日	30			

5 MAY

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
		1	2		3 木曜日の日 学置期検査 実施日	
4 みどりの日 学置期検査 実施日	5 こどもの日 学置期検査 実施日	6 祝日 学置期検査 実施日	7	8	9	10
11 母の日 学置期検査 実施日	12	13	14	15	16	17
18	19	20	21	22	23	24
25	26	27	28	29	30	31 学置期検査 実施日

6 JUNE

SUN	MON	TUE	WED	THU	FRI	SAT
1 学置期検査 実施日	2	3	4	5	6	7 学置期検査 実施日
8 学置期検査 実施日	9	10	11	12	13	14
15 土曜日の日	16	17	18	19	20	21
22	23	24	25	26	27	28
29 学置期検査 実施日	30					

東北大学医学部医学系研究科 連携医療研究センター内
エコチル調査宮城ユニットセンター
〒980-8575 宮城県仙台市青葉区星降町2-1
TEL 022-717-8082

図11 対象者状況別ハガキ

エコチル調査よりお知らせ
13歳以降の調査にご参加しませんか？

保護者

お子さん

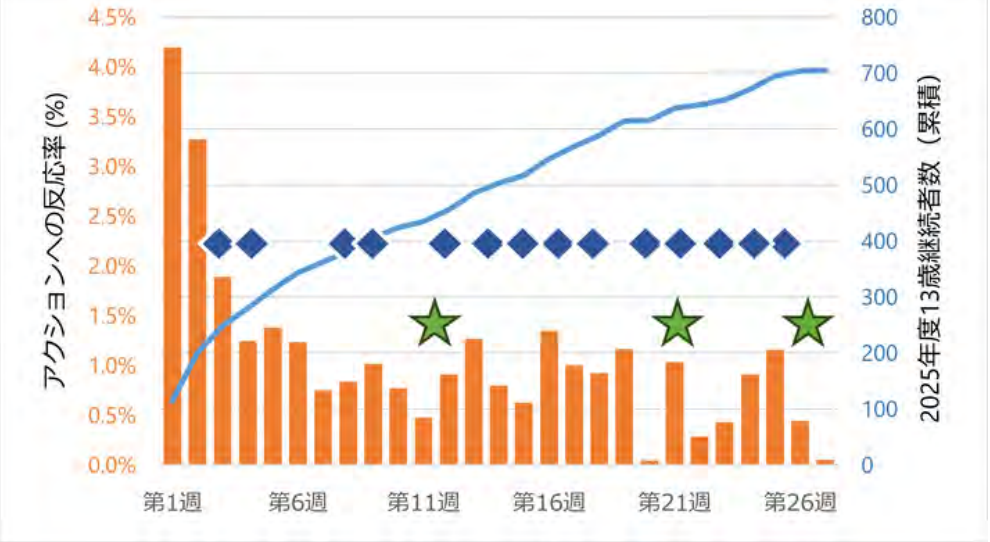
保護者さまのログインに必要なID・パスワードは
ユニットセンターまでお問い合わせください。

エコチル調査宮城ユニットセンター
TEL: 022-717-8082 (平日9時～17時)
Mail: ec-muc@grg.tohoku.ac.jp



←図12 13歳調査代諾者への
地元産「和紅茶」のアメニティ

図13 調査，発送物送付後の13歳以降調査登録数の推移



～13歳以降調査の実施方法～

1. 質問票調査

紙からWeb質問票に変更になります。ご回答状況に応じてポイントが付与されます

中学1年生の場合

保護者 400P

お子さん 400P

4月 200P

6月 200P

9月 200P

12月 100P

3月 100P

合計1000P

合計2000P

お誕生日にも
お祝いします

獲得したポイントは
いろいろなギフトに交換
して使えます。

【選べるe-Gift】
交換商品一覧

中学2年生の場合

保護者：合計1600P、お子さん：合計2300P

保護者には追加報酬のがありますので、お喜びにご確認ください

2. 対面調査

3歳で実施します。
身体計測、採血、採尿などを予定しています。

3. その他

・ゲノム遺伝子解析研究
・受診記録に関する情報収集
・健康医療機関間の活用
・公的データの閲覧

継続を希望しない場合・・・特別な手続きは不要です。

当初の同意期間である2023年までは、13歳以降調査は保留となります。
ニュースレターなどのお知らせや調査継続についてのご案内は引き続きお届けいたします。

1 質問票調査

2 対面調査

3 ゲノム・遺伝子解析 (原則過去に同意いただいている方)

4 受診記録に関する情報収集

5 医療機関や行政情報等の健康医療情報の活用

6 公的データの閲覧

○実施します
×実施しません

◆ 学童期集団調査
★ 成果集・MUCだよりなど郵送物

図14 中学生向け新聞でのエコチル広告

河北ウィークリー
せんだいジュニア
をご覧の皆さん！

エコチル調査

Ecology + Children
「エコロジー」と「チルドレン」
を組み合わせた名称です

環境と子どもの健康との関係調べています

環境の変化、どうなっちゃう？

皆さんの周りの環境、どんどん変化していますよね。温暖化で夏が今までよりずっと暑くなったり、熊が出てきたり、豪雨災害や地震が発生したりするなど、気になることがたくさん報道されています。スマホはどれくらい使っていると健康に影響が出るのかな？ そんなことも気になりますよね。そんな色々な環境の変化が、皆さんのような子どもたちの成長や健康にどんな影響をあたえるのかを調べているのが、このエコチル調査なんです。

エコチル調査のあゆみ

2010年度	2023	2025	2026～
10万組の参加者を募集	質問調査を実施	現在、対象者の半数が現在中学生	成果が認められ13歳以降も継続決定！

全国10万人の調査！

2010-2013年にかけて全国の産婦人科に通っている妊婦さんに、調査への参加を呼びかけました。そのとき登録してくれた妊婦さんはなんと10万人！！ 全国15か所の大学などで調査をしています。

どんな調査をしているの？

どんなものを食べているか、どのくらい寝ているか、ペットを飼っているか、たばこを吸う人はいるか、スマホやメディアをどのくらい使っているか、などなど、ありとあらゆる生活に関する質問に答えていただいています。ご家庭に伺って家の中の化学物質や水質の調査をしたり、実際に来てもらって、健康状態を確認したりしています。血液や尿などを採らせてもらったり、発達の検査をしたり、色々な解析をしています。

宮城にエコチル調査は？

あります！ 東北大学が調査を行っています。宮城県では、美に県内約9,000人の子もたちとその保護者の方に参加してもらっていて、その半数が現在中学生です。これは全国のエコチルの中で、もトップクラスです！

詳しく知りたい方はコチラ
↓ ↓ ↓
エコチル宮城

オンラインセミナーを行っています！
HP・PX (LINE)・Twitter
などにも載っています！

エコチル調査
東北大学大学院医学系研究科 産婦人科 産婦人科研究センター内
エコチル調査宮城ユニットセンター

図15 地域イベントでのバスボムワークショップ



図16 東北大学オープンキャンパスで高校生たちとディスカッション



図17 ラジオ番組への反響

●女性40代/仙台市（Morning Brush宛）
おはようございます。エコチルのことがラジオから流れてきたので、初めてメールを送ってみました。私は家族でエコチルに参加しています。少しサボったりもありましたが笑、ラジオでたくさん流れているので、世のためになっているんだなあと思うと少し誇らしいです。息子が将来家族を持った時に、少しでも環境がよりよくなって、もっとこどもが育てやすい未来になっていたらいいなと思います。

●女性40代（RAD宛）
エコチル調査、参加していますよ。参加し始めてからもう13年。調査の積み重ねと広がり、色々なことがわかってきましたね。少しでも世の中の力になれることは、とても嬉しいことです(^ ^)

●男性40代（Morning Brush宛）
エコチル調査を調べ自分達には何が出来るのか日々考えております。妊婦さんや子供達はもちろん全ての人達に害を及ぼさない様に環境に配慮した生活を少しずつですが始めております。皆んなが快適に過ごせるようになればと思っております。

●男性10代/石巻（Sendaian Hot Music宛）
エコチル初めて知りました！
うちには小学生の弟がいるので子どもの健康と環境に関することを考えていきたいものですね。

●男性40代（SOUNDGENIC宛）
ラジオで言ってるエコチルとはなんぞやって思っており調べました。参加者のお子さんが40歳程度になるまで調査を継続することを見据えて、まずはお子さんが18歳に達するまでの計画を立てて調査を進めていますって書いてもありました。我が家は2人とも18歳以上ですが参加出来ればしていきたいと思っておりますが、出来なければ何かしらサポートしていきたいと思っております。

●女性40代（RAD宛）
先日、友人から家族が増えたよーと、出産報告があり、幸せのお裾分けをもらいました！「エコチル調査」というワード、気になってHP拝見しました。親になった友人。自分の体に加えて、これから我が子の健康も考えなくてははいけませんよね…とてもタイムリーだったので、友人にも共有しようと思っております。

●女性40代（SOUNDGENIC宛）
エコチル調査、初めて知りました。
この調査によって子供たちが健康に暮らしていける環境が整っていく事願っています。

エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和7年4月～令和7年9月末時点)

調査実施機関名：福島ユニットセンター

評価時点	令和7年10月31日
------	------------

※計画実施欄の番号右側()内記号定義 K:Kaizen(計画拡充・改善) N:New(新規計画)

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組

(P) 計画 (D) 実施	○計画 1 モチベーション維持に関する取組		
	<table><tr><td>指標</td><td>13 歳までの調査:参加者減少率を 1%以内とする。</td></tr></table>	指標	13 歳までの調査:参加者減少率を 1%以内とする。
	指標	13 歳までの調査:参加者減少率を 1%以内とする。	
	取組 1-1(K) 環境セミナー(参加者対象イベント)の開催(別紙 1)		
	参加者親子を対象に環境に関する現状・課題を学び会う機会として、顔の見える双方向の交流を図りながら、県内公共施設等において実施している。		
	県環境創造センターの「コミュタン福島」において、「自然と科学のふしぎ、環境問題について学びましょう!」をテーマとして、令和7年7月に開催した。		
	第1部では、センター長による13歳以降の調査継続勧奨を含む「エコチル調査でわかってきたことの紹介」と題して講話の時間を設け、第2部では「体験プログラム」として、ファラデーモーターの製作等を体験するとともに、コミュタン福島の見学ツアーにより再生可能エネルギー等について学んだ。		
	取組 1-2(K) ニュースレターのコンテンツの見直し(別紙 2)		
	参加者との双方向のコミュニケーションツールとして発行しているニュースレター「エコチル★ふくしま こぼちる通信」夏号(令和7年6月発行)においては、参加者に中学生が増えてきたことから、中学生も興味を持つ試みとして、「今年挑戦すること」をテーマに川柳を募集した。		
	また、地元のサッカーチーム「福島ユナイテッド FC」の選手インタビューを掲載するとともに、「おしえて先生!」コーナーでは、運動部活動が盛んになる時期の情報として、整形外科医師による「スポーツによるけが」をテーマとするなど、中学生が興味を持つコンテンツへの見直しを実施した。		
○計画 2 13 歳以降調査継続のための取組			
<table><tr><td>指標</td><td>13 歳以降調査継続:新たな取組により、13 歳以降調査の継続率向上につなげる。</td></tr></table>	指標	13 歳以降調査継続:新たな取組により、13 歳以降調査の継続率向上につなげる。	
指標	13 歳以降調査継続:新たな取組により、13 歳以降調査の継続率向上につなげる。		
取組 2-1(N) 相談体制の強化(別紙 3)			
13 歳以降調査継続勧奨および手続サポートのため、引き続き①参加者からの電話による問い合わせや相談対応を行うとともに、②学童期検査会場においては、専任の相談対応スタッフによる対面の相談対応を行った。			
さらに、今年度からは、各ユニットセンターに配分された予算を活用して、「13 歳以降調査継続に関する相談会」を令和 7 年 6 月県内2か所で実施した。			
【会場】			
・福島市会場:スタッフ5名、郡山市会場:スタッフ6名			
【告知方法】			
・ユニットセンターのホームページ及びインスタグラム、X(旧 Twitter)			
・相談会開催地に配布される地域情報紙			
・協力意向未回答者へのハガキ発送(対象地域のみ)			

	取組 2-2(N) 協力医療機関ホームページ(以下 HP)へのバナー設置 学童期検査予約の利便性の向上及び 13 歳以降継続参加につなげるため、協力医療機関に対し、<u>医療機関の HP から検査予約ページに遷移するバナーの設置を依頼した。</u>  取組 2-3(K) 地域運営協議会の体制連携強化(K) 13 歳以降調査を円滑に進めるため、昨年度から小学校長会に加え、中学校長会の会長及び各地域役員の計 8 名に加わっていただいているが、今年度は、<u>年度初めに新任役員を訪問し、中学校における Web 利用の課題等について意見交換し、13 歳以降の Web 調査の参考とした。</u>
(C) 評価	○計画 1 モチベーション維持に関する取組 上半期実施分達成 取組 1-1:環境セミナーのアンケート結果 ・イベントの満足度: <u>目標 80%⇒結果 96%</u> ・環境問題への理解度が深まった人の割合: <u>目標 75%⇒結果 100%</u> <u>イベント参加者へのアンケートより、上記の 2 項目ともに目標達成との結果となった。アンケートでは、「理科で学んだ以外のことも環境セミナーに参加して知ることができた」など、環境セミナーの目的を評価する感想を得た。</u> 取組 1-2:ニューズレターのコンテンツの見直し <u>小学生だけでなく、中学生からの投稿もあったことから、引き続き、参加者とのコミュニケーション強化のため、保護者だけではなく、参加者の興味にフォーカスしたコンテンツにシフトするなど、見直しを継続していく必要がある。</u> 【取組結果】<u>9 月末時点の子ども現参加者数は 11,794 人(昨年 9 月末時点 11,845 人)、現参加率は、93.4%(前年度同月末から 51 人、0.4%減少)であり、目標を達成できたことから、参加者の調査参加へのモチベーション維持につながっているものと考えられる。</u> ○計画 2 13 歳以降調査継続のための取組 上半期実施分ほぼ達成 取組 2-1:相談会の実施結果 <u>「13 歳以降調査継続に関する相談会」には 41 名の参加があり、13 歳以降調査の継続に繋げることができた。参加者へ説明する中で、<u>学童期検査への参加予約をいただくなど副次的な効果もあった。</u>なお、年度後半にも、同様の相談会を計画している。</u> 取組 2-2:協力医療機関 HP へのバナー設置 <u>9 月末時点で、21 施設の HP にバナーが設置され、学童期検査への誘導、さらには検査会場での 13 歳以降調査継続にも繋がっていると考えられる。</u> 【取組結果】<u>新たに実施した取り組みにより、13 歳以降調査継続参加者の確保及びモチベーション維持につながっているものと考えられる。</u>
(A) 改善	○計画 1:モチベーション維持に関する取組では、引き続き、<u>顔の見える双方向の交流を継続するとともに、ニューズレターの紙面においては、中学生にも興味を持てる記事を増やす等の取り組みを強化する。</u> ○計画 2:13 歳以降調査継続のための取組では、引き続き、学童期検査や相談会など、<u>対面での勧奨・サポートができる場面につながる機会を増やす取組を進める。</u>

イ. 質問票回収率の維持・向上の取組

	<table border="1"> <tr> <th data-bbox="443 374 555 441">指標</th><td data-bbox="563 374 1343 441">返送方法の工夫により、下降傾向の質問票回収率の維持・向上を図る。</td></tr> </table> ○ 計画1 紙質問票の回収率向上のための取組 取組 1-1(K) ハガキやショートメール、質問票再送での返送依頼 紙質問票回収率向上に向け、返送依頼を工夫した。学年質問票発送完了後、1 か月目にポストカード、2 か月目に質問票を再送。年明けに更に返送数が増えるよう、3回目のハガキや質問票の再々送を特例で行った。 年齢質問票は返送依頼時期を見直し、ショートメールを質問票発送後 3 週目→2 週目、7週目→5 週目にし、質問票再送を 10 週目→9 週目に早めた。 取組 1-2(K) 質問票へのプレゼント同梱 学年質問票には、参加児同士で同じグッズを持っている事によりコミュニケーションが生まれ、参加意欲向上につながることを期待し、全参加児に実用的で使いやすいノック式消しゴム(図 1)を学年質問票に同封して送った。 12 歳年齢質問票(食事調査票が含まれ分量が多い)返送率向上を目的として、「カスタマイズボールペンキャンペーン」を実施した。発送時にボールペン本体と赤黒 2 本のリフィル芯を同封し、質問票を返送いただくと残り 3 本の希望するリフィル芯を進呈することとした(図 2)。参加者自身が質問票を返送することでボールペンを完成させる喜びを感じられるようにした。 図 2 カスタマイズボールペンキャンペーン(12 歳質問票) 図 1 「ノック式消しゴム」 (学年質問票郵送封筒に封入して進呈) 図 3 ニュースレター掲載記事 ○ 計画 2 Web 質問票の回収率向上のための取組 取組 1-1(N) 参加者ポータルシステム「お知らせ」機能の活用 Web 質問票回答率向上に向け Web 質問票配信時には、ユニットセンターからもアプリの「お知らせ」機能を活用しメールを送信した。また、Web 質問票未回答者には同様の機能を使い回答依頼を行った。 取組 1-2(N) ハガキによる回答依頼とプレゼント送付 Web 質問票の回答依頼をハガキでも行った。保護者へは、13 歳以降継続のお礼やポイント交換方法等を記載したハガキを送付した。参加児へは、全員に学習に役立つプレゼント「はがせる暗記マーカー」を送付した。 取組 1-3(N) 参加者からの声をニュースレターへ掲載 ニュースレターの記事に Web 質問票へ回答している保護者と参加児からの感想を掲載し、Web 質問票への回答を促した(図3)。	指標	返送方法の工夫により、下降傾向の質問票回収率の維持・向上を図る。
指標	返送方法の工夫により、下降傾向の質問票回収率の維持・向上を図る。		

(P) 計画
(D) 実施

(C) 評価	○ 計画1 紙質問票の回収率向上のための取組 図 4 ※実務担当者 WEB 会議質問票調査進捗状況資料より ノック式消しゴムについて、参加者からは「カッコイイ消しゴムありがとう」「使いやすいです」等のお手紙や感想が寄せられた。 カスタマイズボールペンについては、参加者からの電話等で、「いつ替え芯届けて貰えますか」「子どもが毎日ポストを見に行って、替え芯届くのを楽しみに待っています」等の連絡をいただき、関心を寄せる取組となったことが伺えた。 <u>11 歳と12歳質問票返送率から、大幅な返送率の低下はなく回収率を維持していることがわかる(図4)。現時点ではキャンペーンの効果が現れている。</u> ○ 計画2 Web 質問票の回収率向上のための取組 4 月 1 日から保護者と子どもそれぞれに Web 質問票の配信が開始され、2 週間毎に回答数を確認し、質問票回答率の推移をグラフにして記録した。 プレゼントを送付した時点と1か月後で、6 月配信の保護者質問票回答率を比較すると、6.5 ポイント(53.9%→60.4%)、子ども質問票の回答率を比較すると 3.3 ポイント(56.2%→59.5%) 上昇した(図 5)。 ニューズレターを発送した時点と、1カ月後の 9 月配信の保護者質問票回答率を比較すると、4.4 ポイント(43.9%→48.3%)、子ども質問票の回答率を比較すると 7.2 ポイント(44.6%→51.8%) 上昇した(図 6)。 <u>上昇率は他の週よりも高く、参加者とのコミュニケーション活動が回答率を上げる為には不可欠であると言える。</u>
(A) 改善	○ 計画1 紙質問票の回収率向上のための取組 紙質問票での定期的な返送依頼を継続する。一方で高提出率の参加者から協力取りやめの申し出が散見されている。状況等について詳しく話を聞き、無理なく負担にならないように継続参加できる働きかけを行っていく。 ○ 計画2 Web 質問票の回収率向上のための取組 余裕をもって回答していただくため、長期休みや連休等に合わせてポータルシステムからの「お知らせ」配信を検討していく。また、ニューズレターによるコミュニケーション活動は効果があるので、より多くの回答が得られるように今後も工夫していく。

ウ. 成果の社会還元取組							
(P)計画 (D)実施	参加者をはじめ福島県民へエコチル調査継続の周知及び成果を広く社会へ還元することを目指す。特に中心仮説課題の社会還元に取り組む。 ○ 計画 1(K) 学術分野における成果還元 <table border="1"> <tr> <td>指標</td><td>中心仮説を含む積極的な論文発表ができる</td></tr> </table> 取組 1-1(K) 全学の研究活性化を通じた学術論文発表促進 全学での学術成果発表促進のため、学術ワーキンググループ(以下、WG)を運営し、定例勉強会(毎月)・学内査読・研究相談等を実施した。 <u>解析用データセット作成支援員を配置し、新規データ利用者へのデータ取扱オリエンテーションの実施、希望者への相談対応を行った。</u> <u>中心仮説課題の論文執筆の加速化に加え、プレスリリース時の対応について学内で調整し、フローの作成を含めた実施体制を構築した。</u> 取組 1-2(K) 学術の発展・教育活動を通じた人材育成への貢献 エコチル調査の成果等(成果発表届出対象)を含む、学会発表、学会シンポジウム・セミナー・研修会等の講演を令和7年4月～10月までに計13件行った。 ○ 計画 2(K) 参加者・県民の環境・健康への関心が高まる成果共有 <table border="1"> <tr> <td>指標</td><td>1)参加者・県民へ成果を周知する機会を持つ 2)環境・健康への関心が高まる取組を実施し、高い満足度(80%以上)を得る</td></tr> </table> 取組 2-1(K) 参加児含む県民の調査認知度を高めるイベント開催 参加児を含む親子を対象に県内地域資源を活用した体験型学習の機会を提供した。2025年度は10月に郡山カルチャーパーク(郡山市観光交流振興公社)にて地域スポーツスクールの協力により「<u>エコチル★ふくしま おやこでダンス教室</u>」を開催した。<u>センター長によるエコチル調査から分かってきたことの紹介や13歳以降調査に関する説明・協力依頼を行った。</u> 取組 2-2(K) 研究成果還元資料の作成・配付 「<u>エコチル調査からわかってきたことエコチル★ふくしま版</u>」(A4サイズ1枚両面(小学校のお知らせ仕様)を年1回発行し、ニューズレターに同封し配付した(別紙4)。また、一般向けにホームページへ掲載して周知を図った。第4号は令和7年3月に発行し、第5号は子ども向け紙面を含めた研究成果の発信を予定している。 取組 2-3(K) 県民(一般)との成果共有、調査に対する理解の醸成 自治体等主催イベント2イベント(郡山市こどもまつり、大学主催地域健康イベント)へブース出展し、調査や成果の周知を図った。 取組 2-4(N) 「調査からわかったプレコンセプションケア」講演 福島ユニットセンター副センター長(産婦人科医)によるエコチル調査から得られたプレコンセプションケアに関する知見について、<u>県内保健医療従事者および高校生を対象にした講演を実施した。</u>その知見が今後大切となる高校生に広く聞いてもらえるよう、計画を発展させ、福島県教育庁健康教育課との連携を進めた。<u>今後健康教育課より、福島県内高等学校へ出前授業の案内を配布してもらい、希望校を募る予定である。</u> ○ 計画 3(K) 県内学校保健・教育分野との連携強化 <table border="1"> <tr> <td>指標</td><td>学校保健・教育分野の地域運営協議会委員と調査の円滑な実施や成果還元において連携が強化できる</td></tr> </table>	指標	中心仮説を含む積極的な論文発表ができる	指標	1)参加者・県民へ成果を周知する機会を持つ 2)環境・健康への関心が高まる取組を実施し、高い満足度(80%以上)を得る	指標	学校保健・教育分野の地域運営協議会委員と調査の円滑な実施や成果還元において連携が強化できる
指標	中心仮説を含む積極的な論文発表ができる						
指標	1)参加者・県民へ成果を周知する機会を持つ 2)環境・健康への関心が高まる取組を実施し、高い満足度(80%以上)を得る						
指標	学校保健・教育分野の地域運営協議会委員と調査の円滑な実施や成果還元において連携が強化できる						

	取組 3-1(K) 中心仮説課題を含めた成果報告 地域運営協議会において、福島ユニットセンターで論文執筆された課題の成果報告を行った。特に<u>プレスリリースされた中心仮説課題についても執筆者が委員に分かりやすい形で説明した。</u> 取組 3-2(K) 質問票回答集計結果資料掲載データ活用 教育機関及び行政機関において関心のある事項をまとめた「<u>エコチル調査からかわってきたこと vol.3</u>」(9 歳までの質問票単純集計結果のリーフレット)を発行し、参加者、教育・行政機関等へ配布した(別紙5)。教育現場等で利用できるようデータ提供用に各図表の画像(jpeg/png 形式)ファイルを準備し、広い利活用を目指し対応した。
(C)評価	○ 計画 1 学術分野における成果の還元 上半期達成 中心仮説課題 3 編がアクセプトされ、2 編のプレスリリースを終え、1 編が準備中である(2025 年 10 月 28 日現在)。新聞社からの取材申し込みを受け、2 編それぞれが 2025 年 4 月 23 日、2025 年 10 月 1 日に新聞掲載された。学内でプレスリリース時の対応について体制構築していたことで滞りなく進めることができ、新聞等により広く情報発信がなされた。 < 大学 HP 掲載内容 >  さい帯血中カドミウム濃度と 子どもの性比との関連  重金属と子どものぜん鳴 ○ 計画 2 参加者及び県民の環境・健康への関心が高まる成果共有 上半期達成 2-1 の「おやこでダンス教室」は、88 名が来場し、アンケートの結果、イベント参加について保護者の 100%、子どもの 98%が満足と回答した。また、「エコチル調査でわかってきたこと」の講演について 100%が調査への理解が深まったと回答した。2-3 の「郡山市こどもまつり」は終了し、ブースの来場者が 700 人を超え盛況であり、広くエコチル調査に対する理解醸成の機会となった。 ○ 計画 3 県内学校保健・教育分野との連携強化 上半期達成 教育関連機関委員との連携強化に向け各種項目に取組んだ。地域運営協議会委員へのアンケート回答より「<u>エコチル調査で得られたデータを論文等によって、社会に貢献していくこと、子どもと保護者に還元していることが、素晴らしい取り組みだと感じた</u>」との回答があった。エコチル調査への関心を高め、調査の円滑な実施に向け連携が強化されたと考えられた。
(A)改善	○ 計画 1 学術分野における成果の還元 公表された 6 歳時固定データを利用し、昨年度より多くの関係者が論文執筆活動に従事できるよう取組む。 ○ 計画2 参加者及び県民の環境・健康への関心が高まる成果共有 今年度実施予定の項目を含む 2-2 から 2-4 に引き続き取組む。取組を評価し、次年度の活動計画に反映させていく。 ○ 計画 3 県内学校保健・教育分野との連携強化 エコチル調査の成果を含めた出前授業の拡大を含め、引き続き県内学校保健・教育分野との連携を強化していく。

別紙

(別紙1) 環境セミナー

第8回エコチル★ふくしま環境セミナー 参加者を募集します！

親子で挑戦！自然と科学のふしぎ in コミュタン福島



エコチル調査
でわかってきたことの紹介



星砂ストラップ
をつくろう



ファラデーモーター
をつくろう



コミュタン福島見学ツアー

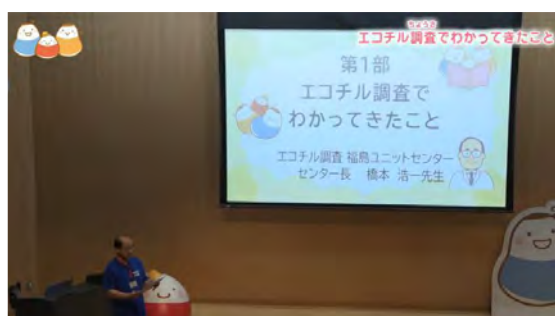
開催日 2025年7月13日(日) 10:00～12:30(予定)

参加費 無料!

イベントの詳細・応募はこちらから

場 所: コミュタン福島(環境創造センター交流棟)
参加対象: エコチル調査に参加しているお子さまとご家族さま
募集定員: 30組(一家族4名まで) ※お申込者多数の場合は抽選となります。
申込方法: エコチル★ふくしまホームページからご応募ください。
申込期間: 2025年3月14日(金)～6月12日(木)
 ※体験プログラムの作品はお持ち帰りいただけます。

第1部 エコチル調査でわかってきたこと



第2部 体験プログラム



(別紙4)

エコチル調査でわかってきたこと

いつもエコチル調査へのご協力をありがとうございます。2024年末までに全国のデータを用いて発表された論文は497篇となりました(環境省エコチル調査ホームページ掲載論文一覧掲載)。本号ではこれまでにエコチル調査でわかってきた妊娠前、妊娠中の生活と健康についてまとめました。

「プレコンセプションケア」とは?

ふくしま子ども・女性医療支援センター／産婦人科医師の西郷秀和先生に聞いてみよう！
西郷先生、「プレコンセプションケア」ってなんですか？

英語で、プレは「～の前」、コンセプションは「妊娠」のことです。プレコンセプションケアは、若い世代のみなさんが、将来のライフプランを考慮して、自分たちの生活や体の健康を大切にすることを意味します。

これまでの研究で、赤ちゃんがおなかの中にいるときの環境が、大人になってからの健康にも影響することが分かっています。

すべての若い世代の人たちがより健康な生活を送ることが大切なだね。

プレコンセプションケアは、未来の子どもたちの健康にもつながる取組です。エコチル調査と似ていますね。

西郷秀和
産婦人科医師
ふくしま子ども・女性医療支援センター
産婦人科部長 西郷 秀和
エコチル調査福島ユニットセンター
副センター長

エコチル調査でわかってきた「プレコンセプションケア」の大切さ ～食事～

これらは、体によい食品ですね。バランスの取れた食事が大切なね。

エコチル調査の質問票で、お母さんが妊娠する前や妊娠中の食事について回答してもらいました。その結果、妊娠中のお母さんの健康、赤ちゃんが生まれるときによい状態になりやすい食品や食事内容がわかってきました。

魚介類

Mitchell S. et al. Br. J. Nutr. 2019
Inoue M. et al. Front. Public Health. 2024

発芽食品 みそ汁、納豆、ヨーグルトなど

Tanaka T. et al. Asia Pac. J. Clin. Nutr. 2024
Ito M. et al. Environ. Health Prev. Med. 2019

食物繊維の多い食品

Ohnishi T. et al. Nutrients. 2024
Creswell T. et al. Pregnancy Hypertens. 2024
Miyake K. et al. Front. Nutr. 2023

抗酸化食品(うなぎ、ほうとう、納豆など)

増進の老化につながる活性酸素の発生を抑制・減らす成分が多く含まれる魚・緑黄色野菜・ベリー類、ナッツ類などの食品

Ohnishi M. et al. Matern Child Nutr. 2020
Kiyosaki H. et al. Nutrients. 2020
Kiyosaki H. et al. Pregnancy Hypertens. 2022

エコチル調査の
協力は、
とても大切です。
エコチル調査の
協力は、
とても大切です。

環境省エコチル調査
ホームページ
環境省ホームページ

環境省エコチル調査ホームページ
子どもたちや子育て世代のための
「エコチル調査」
(産婦人科)「ハイパース」(2024年4月)

(別紙5)

エコチル調査

子どもの健康と環境に関する全国調査

エコチル調査でわかってきたこと

Vol.3

福島ユニットセンターにおける
質問票調査の回答結果より

公立大学法人福島県立医科大学
エコチル調査福島ユニットセンター

環境省
Ministry of the Environment

国立環境研究所
National Institute for Environmental Studies

国立環境研究所
National Institute for Environmental Studies

福島県立医科大学
Fukushima University

エコチル調査でわかってきた 妊娠中の飲酒(お酒を飲むこと)・喫煙(たばこを吸うこと)・受動喫煙(たばこの煙にさらされること)の影響

飲酒

妊娠中に飲酒を飲むこと、たばこの煙にさらされることは、赤ちゃんの健康が悪くなりやすくなる可能性があります。たばこは妊娠している女性がかかることだけでなく、まわりの人たちの吸った煙も赤ちゃんの健康に悪い影響を与えます。

妊娠に気づいたときには、すでに赤ちゃんは影響を受けています。プレコンセプションケアとして、妊娠前から、生活を整えることがとても大切です。

喫煙・受動喫煙

早産、先天形態異常になりやすい
子どもの体重が小さくなりやすい
感傷性になりやすい

Kurayama T. et al. Environ. Res. 2022
Tsuchida A. et al. Congenit. Anom. (Kyoto). 2021
Tatsuta H. et al. Obstet. Gynecol. 2023
Hakimfar F. et al. J. Epidemiol. 2022

4歳から6歳までのデータが加わった研究が始まります!

いつも、エコチル調査に協力していただきありがとうございます。これまで4歳までのデータを利用して、妊娠、出産、乳児の健康・発達についての研究が多く報告されました。そのうちいくつかは、医師の診療ガイドラインに取り入れられ立派な研究になります。もうすぐ、お子さんが4歳から6歳までのデータが加わった研究が始まります。また、新しいことがたくさんわかってきます。今行っている調査に多くの方が協力してくれれば、将来にわたってたくさんの方が助かる、それらを後立っていただくことができます。ぜひご協力をお願いします。

小児3歳までの
質問票の回答を基にした
小児3歳エコチル調査で
わかってきたこと、Vol.3を
6月ごろお届け予定です。
お楽しみに!

今利用している研究データ
0歳 1歳 2歳 3歳 4歳 5歳 6歳 7歳 8歳 9歳 10歳 11歳 12歳 13歳

追加される研究データ
7歳 8歳 9歳 10歳 11歳 12歳 13歳

今行っている調査
13歳以上の調査(Web質問票など)のご協力のおかげ
お子さんが中学生になった後からでも13歳以上の調査にご参加いただけます。詳しくは、ユニットセンターにお問い合わせください。

「13歳以上の調査について」
詳しくはこちらをご覧ください
[エコチル★ふくしまホームページ]

アンケートご協力をお願いします

子どもの肥満

Q. 小中学校で測定したお子さんの身体測定の記録

小学1年質問票(回答数9,477件)、小学2年質問票(回答数8,888件)、小学3年質問票(回答数8,587件)の身体測定の記録から学年ごとに測定したデータを分析して集計しました。

性別	学年	やせ傾向	ふつう	肥満傾向	集計数
男児	小学1年生	0.8%	89.4%	9.8%	3,143
	小学2年生	0.9%	87.4%	11.6%	3,353
	小学3年生	1.2%	83.5%	15.3%	3,036
女児	小学1年生	0.5%	91.7%	7.8%	2,904
	小学2年生	1.0%	88.6%	10.5%	3,146
	小学3年生	1.2%	87.7%	11.1%	2,871

2025年2月1日時点の福島県エコチルセンターのデータに基づく暫定的結果です

性別・年齢別・身長別標準体重から肥満度[=(実測体重kg-標準体重kg)÷標準体重kg×100%]を算出し、20%以上を肥満傾向、-20%以下をやせ傾向としています。

参考：公益財団法人日本学校保健会「児童生徒の健康診断マニュアル(平成27年度改訂版)」

おしえて先生! あんなこと、こんなこと

子どもの肥満について

福島県立医科大学 小児科講師 助教 小野 敦史 先生

Q. 肥満とは?

A. 一般的に、正常と比べて体重や体脂肪が過剰に多いことを肥満といいます。肥満を判定する際、成人ではBMIが用いられますが、小児では年齢によってBMIの正常値が異なるため、肥満度[=(実測体重-標準体重)÷標準体重×100%]が用いられています。小児では、この肥満度が20%以上を肥満とします。肥満は、基礎疾患のない原発性肥満と基礎疾患をもつ二次性肥満があり、小児では多くが原発性肥満です。

Q. 子どもの肥満の問題点は?

A. 小児の原発性肥満は、①肥満に伴う健康障害のない「肥満」、②内臓脂肪が過剰に蓄積する「肥満」、③内臓脂肪が過剰に蓄積し、高脂血症や高血圧、空腹時血糖の心血管病リスクを高める「メタボリックシンドローム(MetS)」に分類されます。この②肥満と③MetSが心臓病や糖尿病や脳卒中などの生活習慣病のリスクファクターとなるため、医療介入が必要となります。

Q. 治療法は?

A. 上記の②や③を予防するため、①のうちに食事療法や運動療法を開始します。肥満は、不適切な食事内容や無意識の過食による過剰な摂取カロリーが原因であることが多く、食事療法では「日本人の食事摂取基準」を参考に、年齢や身体活動レベルから算出したカロリーを目安として管理を行います。しかし、小児での食事制限は好ましくなく、成長に必要なカロリーや栄養素(糖質、蛋白質、脂質)をしっかりと摂取した上で運動療法により消費カロリーを増やすことが重要です。例えば、栄養士と医師の具体的な食事内容について相談してはいかがでしょうか。散歩や外遊びを増やすなど無理せずできる運動から始めてはいかがでしょうか。また、自己管理として毎日の体重や食事内容を記録し、肥満を治しているという意識を持つことも大切です。いずれにしても短期間で治療効果は出ませんので、中・長期的に継続して生活習慣病の発症予防を図ることが重要です。

(こけつ通達2023年春号 No.36より掲載)

エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名： 千葉ユニットセンター

評価時点	令和 7 年 9 月 30 日
------	-----------------

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画	次の 3 つを目標として計画を立てた。 ①参加者や子どもたちの、環境・健康に関する課題、調査の意義、調査の成果への理解を促進し、主体的な参加につなげる。 Plan1. ニュースレターの発行・配付 (年 2 回発行) Plan2. 「なるほど!ぴよ BOOK」(旧キッズマガジン) の発行・配付 (年 2 回発行) Plan3. 「エコチル調査なるほど! セミナー」 動画作成・配信(年 1 回) Plan4. 周知活動 (公共イベントへの参加、調査概要の紹介) Plan5. 学童期検査参加者配付グッズとして「DNA origami」を配付 Plan6. 「11、12 歳子どもアンケートお礼カード」 作成・配付 ②子どもたちにエコチル調査に親しみをもってもらう。 Plan7. イベント「エコチル川柳コンテスト」 Plan8. 「ぴよ Tube!!」での動画配信 ③13 歳以降調査の継続率向上に取り組む。 Plan9. ニュースレターでの 13 歳以降調査の案内 Plan10. 代諾者向け 13 歳以降調査リマインド Plan11. 子どもの未ログインへのリマインド Plan12. 学童期検査会場でのログイン勧奨 (子向けマンガ配付等)
(D) 実施	①参加者の、環境・健康課題、調査への理解、主体的参加の促進 P1. ニュースレターでは、調査への理解を促すために毎回、健康や環境に関するテーマを一つとりあげたマンガや記事を掲載している。(図 1) 特に、保護者やお子さんの年齢層などから、どんな情報を求めているか・提供できるかを意識した紙面づくりを行っている。同時にエコチル調査への理解促進の工夫として、日常生活にもつながるような環境課題を取り上げ、わかりやすく・楽しく理解できるよう心掛けています。 P2. なるほど!ぴよ BOOK では、健康や環境について子どもが興味をも

	てるようわかりやすく解説した記事を掲載している。昨年度までは「キッズマガジン」として発行していたが、参加児の年齢層を考慮し、冊子名を「なるほど！ぴよ BOOK」に変更した。12 号は「抗酸化ビタミン」を取り上げた。楽しんで読めるようクイズ等を取り入れている。(図 2) P3. 「エコチル調査なるほど！セミナー」Web 配信 第 8 弾「身近にある化学物質とのつき合い方」では、身近な化学物質に対する考え方、つき合い方についてのセミナーを 9 月 30 日公開した(図 3)。毎回質問を募集し、動画およびニュースレターで答える、双方向イベントとして実施している。 P4. 公共のイベントに積極的に参加し、エコチル調査の紹介、ポスター掲示し、エコチル調査の周知を図っている。(図 4) P5. 小学 6 年学童期検査参加した子どもに、ゲノム・遺伝子解析の理解の一助となるように「DNA origami」(DNA の形を作れる折り紙、DNA の説明付き)を配付している。(図 5) P6. 子どもアンケートに回答してくれた子どもたちにお礼カードを送り、調査の意義を一言で伝えている。(図 6) ②子どもたちにエコチル調査に親しみをもってもらう取り組み P7. 「エコチル川柳コンテスト」イベントでは、参加者及び家族限定の投稿型イベントとして川柳を募集し、作品を SNS 等に紹介した。応募した参加者(子)にはノベルティを贈呈した。(図 7) P8. ぴよ Tube!!では、なるほどセミナーや成果の紹介動画の他、英語を楽しむ動画やクッキング動画を配信している。(図 8) ③13 歳以降調査の継続率向上に取り組む P9. 13 歳以降調査への理解・参加率向上に向け、ニュースレターにて、13 歳以降調査やポータルの使用方法等についてわかりやすく説明する記事を掲載した。 P10. 代諾者の同意率向上にむけた代諾者への勧奨を、今年度は、ノベルティーキャンペーンと抱き合わせで実施した。未同意の対象者で 2025 年度中 1・中 2 の学年には、代諾者のログイン情報を再送した。また、ログイン方法をわかりやすく説明したパンフレットを作成し、ログイン情報と一緒に送付した。2025 年度小 6 の学年には、A4 サイズの大判ハガキを発送した。 P11. 13 歳以降調査の子どもの未ログインを減らすため、子どもの宛名
--	---

	でのリマインドハガキを送付した。 P12. 学童期検査会場で積極的にログイン勸奨を行った。子へのアプローチとして、子への声かけ、マンガを使った案内を行った（図 9）。
(C) 評価	①参加者の、環境・健康課題、調査への理解、主体的参加の促進 P1. ニュースレター27号（9月発行）のアンケートでは、「とても良かった」「良かった」との回答が、「行け！ぴよきち探検隊！『空気が危ないって、どういこと？』大気汚染物質」では 80.3%、「思春期の体と心の変化」では 85.8%、「豊かな心をはぐむ子育て 多様な自己評価の大切さ」では 83.1%であった。自由回答では、「<u>毎回勉強になる</u>」「<u>環境については日ごろ情報がなくとても勉強になる</u>」「<u>継続して読みたい</u>」等の回答も多く、ニュースレターによる情報発信は、参加者の理解・主体的参加につながっていると考え。 P2. なるほど！ぴよBOOK12号（9月発行）のアンケートでは「とても良かった」「良かった」の回答が、「体の『酸化』を防ぐ『抗酸化ビタミン』」では 85.2%、各種クイズからなる「ぴよきちからの挑戦状！」では 75.9%であった。アンケートの自由回答でも、「<u>毎回楽しみにしている</u>」という回答も多く、子ども自身の理解やモチベーション維持につながっていると考え。 P3. 「エコチル調査なるほど！セミナー」の第7弾「子どもの成長と思春期～子どもから大人へ」の動画は、198回の再生回数であった。以前配信したセミナーの視聴者も増えている。 P4. 環境イベント「エコメッセちば 2025」に参加し、エコチル調査の周知を行った。会場来場者数は例年 5000 人を超えており、本ブースでは 265 組 681 名が来場し、来場者ほか 360 組に配付物を配り、盛況であった。<u>ブース来場者の 9 割以上がエコチル調査を知らない方であり、周知活動としての効果は大きい</u>と考える。 P5. 「DNA origami」は多くの親子に関心を持っていただいている。 P6. 今年度はお礼カードのアンケートは実施していない。 ②子どもたちにエコチル調査に親しみをもってもらう取り組み P7. 川柳イベント では、61 作品の応募があり、YouTube 再生回数は選出した 10 作品でトータル 5446 回(9月末時点)と好評を博した。 P8. ぴよ Tube!!での動画閲覧数は、最も多いもので 2.9 万回を超えた。<u>エコチル調査参加者はもちろん、子どもたちに広く楽しんでもらう動画コンテンツも併せて提供することで、一般の方へのエコチル調査周知にもつ</u>

	なかる可能性があると考えている。 ③13 歳以降調査の継続率向上に取り組み P9. アンケートでは 9 割以上が「理解できた」との回答であったが、「理解できなかった」との回答も少数あったため、今後、よりわかりやすく、伝わりやすい記事に工夫する必要があると考えている。 P10. 13 歳以降調査の代諾者の同意率は、リマインド送付後 1 ヶ月で 6%上昇した（2025 年度小 6 の学年）。また、既に 13 歳以降調査が始まっている 2025 年度中 1 や中 2 の学年においても、リマインド発送後に同意率が増加したことから、<u>キャンペーンやログイン ID の発送による一定の効果があったと考えている。</u> P11. 13 歳以降調査の子どものログイン率は、リマインド送付後 1 ヶ月で、19%上昇した。<u>子ども宛に勸奨ハガキ送付したことで、子ども自身の気づき・やる気につながったと考えている。</u> P12. <u>学童期検査会場での代諾者のログイン勸奨では、声かけ対象者のうち、同意率は 86%であり、効果が高かった。</u>
(A) 改善	①Plan1 から 3 については好評を得ているため、今後も継続して実施する。子どもの成長に合わせ、わかりやすい説明になるよう工夫する。特に、ニュースレターでは、アンケートで要望の多かった企画を次号の内容に積極的に取り入れる等、参加者のニーズに添った情報発信を行う。 ②イベント・動画は、調査への関心を高めるような内容と、より多くの人に見てもらえるように広く周知する方法を検討し実施する。 ③学童期検査参加前のログイン勸奨や、学童期検査での声かけが効果的であったことから、次年度もより力を入れて継続する。

イ．質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画	リマインド方法や対象を工夫して回収率向上の取り組みを進める Plan1. WEB 質問票未回答に対するリマインド Plan2. 紙質問票の返送依頼
(D) 実施	P1. WEB 質問票未回答に対するリマインドのハガキを送付した。保護者宛てのハガキに加え、<u>子ども宛てのハガキも作成し送付した。</u> P2. 質問票返送依頼は、<u>質問票再送</u>が効果的であることから、ハガキ、電話に続いて、質問票を再送している。
(C) 評価	P1. WEB 質問票未回答に対するリマインド送付後 1 ヶ月で、2025

	年配信分に関して、<u>保護者は 14%増加、子は 9%増加した。</u> P2. 年齢質問票回収率は、<u>コピー送付での質問票の返送依頼開始以降、一定の回収率を維持しており、効果があると考えている。</u>
(A) 改善	リマインドの送付やコピー送付で一定程度の効果は得られていると考えられるが、引き続き効果の高い方法を検討していく。

ウ. 成果の社会還元の実施	
(P) 計画	エコチル調査の成果を参加者、地域の方々に積極的に紹介する Plan1. 学術集会、論文、地域運営協議会、講演等における成果（公表論文）の紹介 Plan2. 子ども向け論文紹介作成（年 2 回配布） Plan3. ニュースレターの発行・配布（年 2 回配布） Plan4. 成果の紹介動画 Plan5. 環境イベントでの論文紹介（10 月）
(D) 実施	P1. 地域運営協議会（4 回）において、エコチル調査の概要と公表論文紹介を毎年実施している。また、国内・国際学会（日本毒性学会、EUROTOX 2025）での発表を行った。 P2. 子ども向け論文紹介「びよきちパパのエコチル講座」として第 6 回「食事のバランスと血液中の金属」、第 7 回「お母さんの体格と赤ちゃんの体重」を参加者に配付した。（図 10） P3. ニュースレター（9 月配付）ではエコチル調査で発表されたパラベン類に関連する論文の内容を掲載した（図 1）。 P4. 寄附研究部門の市民公開講座「メディア視聴と小児の心身の発達との関係について」と題し、論文の内容を紹介する動画を公開した。 P5. 一般向け環境イベント「エコメッセちば 2025」において、昨年度発行した論文紹介「びよきちパパのエコチル講座」の第 5 回「子どもがメディアを見る時間と発達」と第 6 回「食事のバランスと血液中の金属」を 360 組のブース来場者に配付した。
(C) 評価	P1. 海外でのエコチル調査紹介にも力を入れ、国内・国際学会での発表 2 件を実施した。 P2. 「びよきちパパのエコチル講座」のアンケートでは、第 6 回「食事のバランスと血液中の金属」に対しては 91%が「とてもわかりやすかった」「まあ、わかりやすかった」と回答、第 7 回「お母さんの体格と赤ちゃんの体重」

	に対して 75%が「とてもわかりやすかった」「わかりやすかった」と回答した。親子で環境や健康について考える機会になっているとのコメントもあり、<u>子どもたちに調査意義を伝える機会にもなっていると考えている。</u> P3. 記事「パラベン類」のアンケートでは 83.1%が「とても良かった」「良かった」と回答した。アンケートの自由回答でも「勉強になる」等の回答が多く、好評であった。 P4. 市民公開講座は限定公開であり、40 回の視聴があった。これまでの成果紹介動画は他の掲載動画とともに視聴回数が伸びており、一般の方へのエコチル調査の周知にもつながっていると考えられた。 P5. 9 割以上がエコチルを知らない方がであったが、<u>一般の方にエコチル調査の成果を広く紹介することができた。</u>また、アンケートより環境への関心が高いことがわかり、エコチル調査に関心を持って頂く事ができた。
(A) 改善	今後も、社会的インパクトの高い内容の論文の報道発表や、シンポジウム・学会等で積極的に成果を紹介する。イベントでの成果の還元について引き続き検討する。文書として配付する「エコチル講座」やニュースレターでは、多くの参加者に成果を紹介できるため、今後もわかりやすく成果を伝えるよう工夫しながら、取組を継続する。

図 1. ニュースレター「ちばエコチル調査つうしん」(年 2 回 3 月・9 月発行)



図 2. 「なるほど! ぴよ BOOK」(年 2 回 3 月・9 月発行)



図 3. 「エコチル調査なるほど! セミナー」

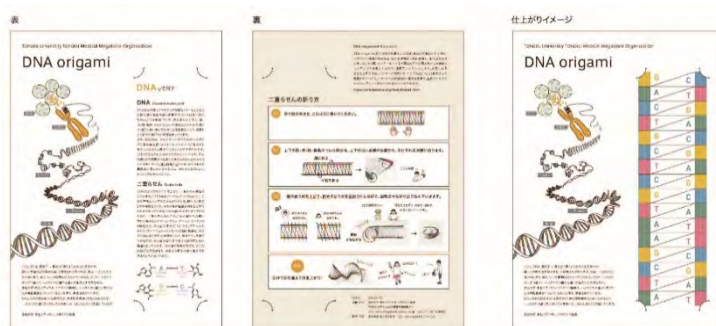


図4. エコチル調査 周知活動（イベント参加の様子、ポスター）



イベント参加の様子

図5. 「DNA origami」 小学6年生学童期検査で配付



DNA の形を作る折り紙、
DNAの説明付き
（東北大学 東北メディカル・メガバンク機構作成）

図6. 子どもアンケート お礼カード
（10、11、12歳）

謝礼とともに郵送

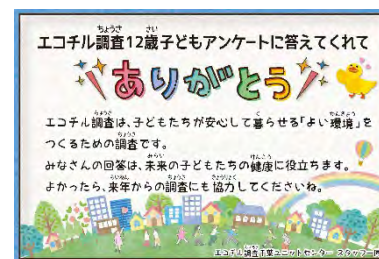


図7. 夏休みイベント「エコチル川柳コンテスト」



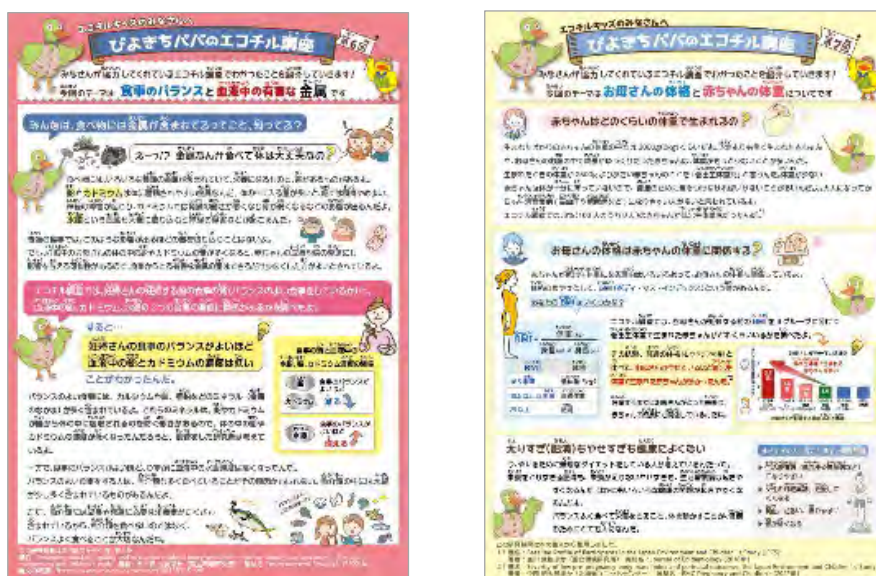
図 8. 「成果動画の紹介」 YouTube にて 9 月配信



図 9. 学童期検査会場でのログイン勧奨（子向けマンガ配付等）



図 10. ひよきちパパのエコチル講座（年 2 回発行）



エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和7年4月～令和7年9月末時点)

調査実施機関名： 神奈川ユニットセンター

評価時点	令和 7 年 10 月 31 日
------	------------------

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組

	①13 歳以降アカウント情報送付時期の検討 ・できるだけ対面での勧誘をしていきたい。 ・過去２年間の参加者の動向として、アカウント発送後すぐに登録していただけなかった場合には、１月以降に検討してからという方が多かった。また、お子様の登録は２-３月になる方が多かった。早くお渡ししても無くされることも多いため、2025 年度のアカウ​​ント情報のお渡し方法は下記のようにする。 ・12 月までは学童期検査・詳細調査時に参加していただける参加者に、検査資料送付時、13 歳以降の資料も同封する。 アカウント情報は、検査当日に手渡し勧誘を行う。当日同意が確認取れた参加者には子どものアカウント情報も手渡す。 ・1 月以降の予約の方と、それ以外の方は 12 月に一斉に発送する。 (P) 計画 ・1 月以降の学童期検査・詳細調査に参加する方は、前日に同意状況を確認し、追加の説明をする。 ②中学 1・2 年の回答率向上の検討 ・母親が同意しているが、子どものアカウントが作成されていない参加者に対して、子のアカウント情報を発送する。 特に母親は回答している方への個別の対応も検討する。 ③中学 1・2 年の参加率向上の検討 ・不参加などの連絡がない参加者については、参加の呼びかけをしてみる。 ・中学 3 年 1 学期ぐらいに、ボランティア活動証明書をお渡しすることを検討する。
--	---

(D) 実施	①13 歳以降アカウント情報送付時期の検討
--------	-----------------------

	・12月までに対面調査に参加する対象者には、アカウントをその場でお渡しし勧誘する。 ・それ以外の方は、12月にアカウントを発送する。 ②中学1・2年の回答率向上の検討 ・子アカウントを再発送する。 ③中学1・2年の参加率向上の検討 ・11月にエコチル通信を発送し、その中に、ボランティア活動証明書を発行することを記載し、参加を呼び掛ける。
(C) 評価	①13歳以降アカウント情報送付時期の検討 10/12までの参加者について、当日同意 275/387 (71%)・持ち帰って検討する 78/387 (20%)・不同意 34/387 (9%) となった。現在同意している方が、343名いるので、持ち帰って検討するとした78名のうち68名が同意しており、343/387 (89%) が継続参加となっている。対面での勧誘効果があったと評価できる。 ②中学1・2年の回答率向上の検討 親が同意していて子が未ログインのお子様が中学2年生 81/376 (22%)・中学1年生 123/792 (16%) となっている。また、登録をしてもらえていない子どもがいる。 ③中学1・2年の参加率向上の検討 11月以降に、配布予定のため現在は評価できない。
(A) 改善	①13歳以降アカウント情報送付時期の検討 学童期検査・詳細調査などの対面調査に協力してくださる参加者の13歳以降の継続率は高くなるが、対面調査の参加率が30%程度のため、対面調査への参加率を上げていく工夫も必要となる。 ②再度IDを送付してみる。また③の参加率向上の対策と合わせて再度検討したい。 ③ユニットセンターからの情報発信での評価を見て、再度検討する。

(P) 計画	①紙質問票 質問票ごとに3回のリマインドを継続的に実施する。 ②13歳以降の質問票 コアセンターからの3回のリマインドでの効果がない参加者については、ユニットセンターから発送している情報誌で回答を依頼する。
(D) 実施	①紙質問票 質問票発送後、6週・10週・19週後にそれぞれ、ショートメール・はがき・ショートメールを発送する。 ②13歳以降の質問票 11月発行の情報誌で回答依頼もする。
(C) 評価	①紙質問票 回答率の低下を食い止めることができていない。 ②13歳以降の質問票 11月発行予定のため、今後の評価となる。
(A) 改善	①紙質問票 はがきに内容を変更してみるなどしてみる。 ②13歳以降の質問票 改めて検討する。

ウ．成果の社会還元の取組	
(P) 計画	神奈川ユニットセンターでの論文発表も掲載した新聞広告を実施する。 大人向け・中高校生向け・小学生向けに分けて対応
(D) 実施	8-9月に広告を出した（別添）。
(C) 評価	小学生向け・中高校生向けなど現参加者と同年代の見る新聞に広告することで、エコチル調査の知名度向上に寄与していると考ええる。
(A) 改善	評価方法が難しいため、今後の対応は更なる検討が必要だと思う。

別添

こども新聞（小学生向け）

中高生新聞

横浜国立大学 | エコチル調査神奈川ユニットセンター

Eco&Child Study K&C Kanagawa Unit Center 子どもの未来のために—— 16年目のエコチル調査

全国で約10万組、神奈川でも約6,500組の親子が参加！

後藤 進 先生

2010年から、環境省が「エコチル調査」という大きな調べものを行っています。全国で約10万組の親子が参加して、世界でもとても珍しい調査です。

神奈川では、横浜国立大学の先生たちがチームで、この調査を行っています。約6,500組の親子が協力しています。

子どもの健康をさまざまな方法で調べ、未来に活かしています

エコチル調査では、こんなことを調べています！

- お母さんやお父さんの体の化学物質が、おなかの赤ちゃんにどう影響しているのか？**
- 生まれた後の生活環境が、子どもの成長にどんなふうに関わっているのか？**
- 13歳以降** アブサやタバコ、アルコールや大麻の摂取、アンダーウェアの着用など、子どもの成長に関する調査を行っています。
- 学童期検査を実施** 生後6か月・13歳まで お子さんの成長発達に関する最新調査を行っています。（生後6か月・13歳時検査）
- 妊娠中** へその緒の血流、胎動、赤ちゃんの心拍、胎動の回数など、赤ちゃんの健康状態を調べる検査を行います。
- 出産後生後1ヶ月** 赤ちゃんの健康状態、母乳の量、赤ちゃんの成長など、赤ちゃんの健康状態を調べる検査を行います。
- 学童期検査** 赤ちゃんの成長発達に関する最新調査を行っています。（生後6か月・13歳時検査）

エコチル調査からわかったこと（神奈川ユニットセンター）

01 赤ちゃんの心臓病 妊娠中のビタミンAサプリや薬、高血圧薬などリスクが高くなることがわかりました。

02 川崎病のリスク低減 妊娠中に服用して薬膳サプリをとる人が増えれば、子どもが川崎病になるリスクが下がるかもしれません。

長期間のエコチル調査へのご協力ありがとうございます

横浜市立大学は、J-PEAKSという国の研究支援事業に選ばれました。研究を通じて、新しい発見を生み出し、病気の治療や健康づくり等に役立てています。そしてこれからも、地域の人々の健康を守るだけでなく、子どもたちの未来のために「エコチル調査」に取り組むなど、社会をよりよくする大学として活躍していきます。

エコチル調査全国フォーラム開催！

10月11日（土）10月12日（日） 横浜国立大学横浜キャンパス 横浜市民会館（横浜）

横浜市民会館（横浜）

横浜国立大学 | エコチル調査神奈川ユニットセンター

Eco&Child Study K&C Kanagawa Unit Center 子どもの未来の健康のために—— 16年目のエコチル調査

全国で約10万組、神奈川でも約6,500組の親子が参加！

伊藤 秀一 先生

2010年に始まった環境省の「エコチル調査」は、全国で約10万組の親子が参加する大規模な疫学調査です。神奈川では、横浜国立大学の小児科と公衆衛生学チームが連携し、横浜市民会館（横浜）と大和市の約6,500組の親子について、健康と環境の関係を詳しく調べる調査を行っています。

エコチル調査ってなに？

赤ちゃんが生まれる前から、お母さんやお父さんの体の中にある化学物質が、おなかの赤ちゃんにどう影響しているのかを調べる調査です。お母さんやお父さんの生活や健康のようすをくまなく調べていく方法を「疫学調査」といいます。

Q1 エコチル調査ってなに？

赤ちゃんが生まれる前から、お母さんやお父さんの体の中にある化学物質が、おなかの赤ちゃんにどう影響しているのかを調べる調査です。お母さんやお父さんの生活や健康のようすをくまなく調べていく方法を「疫学調査」といいます。

Q2 誰が参加しているの？

2010～2013年に対象地域で生まれた妊婦さん、その子どもに、神奈川1府で、横浜市民会館（横浜）と大和市の約6,500組の親子が参加しています。

Q3 疫学調査ってなに？

たくさん人のデータを集めて、「いかにして病気を防ぐのか」を調べる調査のこと。病気の発生を調べる、予防に役立てられます。

エコチル調査では、こんなことを調べています！

- お母さん、お父さんの体の中にある化学物質が、おなかの赤ちゃんにどう影響しているのか？**
- 生まれた後の生活環境が、子どもの成長にどう影響しているのか？**
- 学童期検査を実施** 生後6か月・13歳まで お子さんの成長発達に関する最新調査を行っています。（生後6か月・13歳時検査）
- 妊娠中** へその緒の血流、胎動、赤ちゃんの心拍、胎動の回数など、赤ちゃんの健康状態を調べる検査を行います。
- 出産後生後1ヶ月** 赤ちゃんの健康状態、母乳の量、赤ちゃんの成長など、赤ちゃんの健康状態を調べる検査を行います。
- 学童期検査** 赤ちゃんの成長発達に関する最新調査を行っています。（生後6か月・13歳時検査）

エコチル調査からわかったこと（神奈川ユニットセンター）

01 赤ちゃんの心臓病 妊娠中のビタミンAサプリや薬、高血圧薬などリスクが高くなることがわかりました。

02 妊娠中の薬膳サプリで川崎病リスク低減 妊娠中に服用して薬膳サプリをとる人が増えれば、子どもが川崎病になるリスクが下がるかもしれません。

長期間のエコチル調査へのご協力ありがとうございます

横浜市立大学は、J-PEAKSという国の研究支援事業に選ばれました。研究を通じて、新しい発見を生み出し、病気の治療や健康づくり等に役立てています。そしてこれからも、地域の人々の健康を守るだけでなく、子どもたちの未来のために「エコチル調査」に取り組むなど、社会をよりよくする大学として活躍していきます。

エコチル調査全国フォーラム開催！

10月11日（土）10月12日（日） 横浜国立大学横浜キャンパス 横浜市民会館（横浜）

横浜市民会館（横浜）

エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名：甲信ユニットセンター（山梨大学）

評価時点	令和 7 年 10 月 20 日
------	------------------

ア．参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画	小学 6 年生の参加児に焦点を当てたコミュニケーション活動の充実 エコチル調査は 13 歳以降、紙の質問票から Web 質問票に変わるため、参加児が小学 6 年生になった時点で保護者のスマートフォン等に参加者ポータルシステムの専用アプリをダウンロードしてもらい、調査継続の意向を確認するとともに、子ども本人にもアカウントを発行し、Web 質問票への準備を依頼している。 本年度は 13 歳以降の調査継続に向けて、キープポイントとなる小学 6 年生の子どもたちをターゲットに、調査参加・継続へのモチベーション向上を目指した新規企画や取組を工夫することとした。
(D) 実施	1. 「テレビ山梨情報番組『スゴろく』親子観覧ツアー」の開催 今年 3 月、山梨県のローカルテレビ局「テレビ山梨 (UTY)」が設立 55 周年を記念して、自社制作の情報番組「スゴろく」を親子で観覧できるイベントを開催するという情報を得た。UTY 系列の広告代理店とはエコチル調査が始まった時から広報活動やイベントなどを通じて支援・協力関係を構築してきたため、エコチル調査に参加している親子を限定とした観覧ツアーの開催について相談したところ、夏休み中の 8 月 4 日 (月)～8 日 (金) の 5 日間、エコチル調査の親子限定で、1 日 5 組、計 25 組を受け入れてもらえることになった。 この観覧ツアーを小学 6 年生の親子に限定したイベントとし、2013 年度生まれの参加児 1,269 名とその保護者に宛てて、5 月 28 日に A4 版の案内ハガキを発送し、メールで参加者を募集した。その結果、6 月 30 日の締切日までに定員を大幅に上回る 94 組の応募があった。このため募集枠を 1 日 5 組から 6 組に増やして抽選を行い、計 30 組の親子を選定した。 「観覧ツアー」当日は UTY のアナウンサーがガイド役となり、参加親子は実際に番組を撮影しているスタジオセットを見学し、テレビカメラや大型モニターの操作を体験。コントロールルームでは技術スタッフから照明や音響を使った演出方法の説明を受けた。その後、16:50 から 1 時間にわたり生放送している情報番組「スゴろく」に親子ゲストとして出演し、インタビューに答えたり、出演者と一緒にダンスをしたりして番組を盛り上げた。 番組終了後には、ユニットセンターのスタッフが 13 歳以降の調査や手続きの流れについて説明し、改めて協力を依頼した。 (「別添 1」参照) 2. 保護者のアプリに子どものログインを促すお知らせを毎日配信 13 歳以降調査の準備として、保護者が専用アプリ等で調査継続の意思表示をすると、翌日には保護者のアプリに子どものアカウント情報が配信される。それを使って子どももアプリにログインし、練習用の質問に回答するとポイントがもらえるという仕組みになっている。しかし、過去 2 年間の取組では、保護者のログイン数に対して子どものログイン数が伸び悩んでいることが課題となっていた。

	本年度は保護者のログイン数に子どものログイン数になるべく近づくよう、保護者がアプリにログインして継続の意思表示を行った日から 1 週間後の時点で、子どものログイン状況を確認し（土日分は月曜確認分に含める）、未ログインの場合はアプリのお知らせ配信機能を活用して、保護者宛てに子どものログインを促す依頼文を送信する取組を始めた。 アプリへのお知らせ配信は参加者ポータルシステムの操作が必要となるため、ユニットセンター独自にマニュアルを作成してリサーチコーディネーター 5 人が日替りで担当することとした。毎日実施後には件数を集計するとともに、参加者ごとに作っている個人カルテにも子どものログインを促すお知らせを配信したことを記載して記録に残している。																					
(C) 評価	1. 「観覧ツアー」の開催について 「観覧ツアー」の開催から一か月後の 9 月 9 日に、参加した 28 組（2 組は体調不良等で当日キャンセル）を対象にメールで事後アンケートを実施した。9 月 30 日までに 17 組の親子から回答が寄せられた。 今回のイベントの内容について、「満足」「まあ満足」「やや不満」「不満」の 4 段階で満足度をたずねたところ、『『スゴろく』への生出演』については全員が「満足」と回答。「メールでの申し込み方法」と「スタジオや調整室の見学」はそれぞれ 16 組が「満足」、1 組が「まあ満足」という回答だった。スタジオ見学を「まあ満足」とした理由として、「もう少し見学に時間をかけられたらよかった」との意見があった。 「お子さんの満足度」については、全員が「楽しかったようだ」と回答。自由記載欄には「普段見られない番組の裏側を見たり、さまざまな方が番組を作っていることが知れたり、キャリア学習としてもとても良かった」「私も娘もお友達から『見たよー!』と温かい声をいただき、番組放送後も嬉しい時間が過ごせた」「素敵な機会をいただけた事で『エコチル調査に参加してよかったね』と家族で話した」などの感想が寄せられ、記憶に残るイベントとして楽しんでもらえた様子がうかがえた。 また、10 月 20 日現在、イベント参加者 28 組中、24 組がエコチル調査アプリにログインし、13 歳以降の調査継続の意思を示しており、モチベーションアップにも効果があったことが示唆された。 2. エコチル調査アプリにお知らせを配信する取組について 保護者のアカウント情報を発送してから 1 ヶ月ごとに、保護者のログイン数とそれに対する子どものログイン率を集計し、2024 年度と 2025 年度で比較したところ下記グラフのような結果となった。 保護者ログイン数に対する子どものログイン率 <table><tr><th>期間</th><th>2024年度 (%)</th><th>2025年度 (%)</th></tr><tr><td>1か月後</td><td>22.8</td><td>38.3</td></tr><tr><td>2か月後</td><td>23.9</td><td>43.5</td></tr><tr><td>3か月後</td><td>24.8</td><td>48.2</td></tr><tr><td>4か月後</td><td>27.2</td><td>49.1</td></tr><tr><td>5か月後</td><td>30.3</td><td>51.5</td></tr><tr><td>6か月後</td><td>39.7</td><td>53.7</td></tr></table> 子どものログインを促すお知らせを配信していなかった 2024 年度に比べ	期間	2024年度 (%)	2025年度 (%)	1か月後	22.8	38.3	2か月後	23.9	43.5	3か月後	24.8	48.2	4か月後	27.2	49.1	5か月後	30.3	51.5	6か月後	39.7	53.7
期間	2024年度 (%)	2025年度 (%)																				
1か月後	22.8	38.3																				
2か月後	23.9	43.5																				
3か月後	24.8	48.2																				
4か月後	27.2	49.1																				
5か月後	30.3	51.5																				
6か月後	39.7	53.7																				

	て、2025 年度の子どものログイン率は保護者アカウントを発送した 1 か月後から、約 15 ポイント高く、その後も 20 ポイント前後の差をつけて推移していることから、お知らせ配信の効果が認められた。
(A) 改善	2024 年度から、エコチル調査の対象地域にある小学校に出向き、5、6 年生を対象に森林保全をテーマにしたカードゲームの体験授業を実施しているが、本年度のテレビ局観覧ツアーと合わせて、子ども本人と直接コミュニケーションを図る機会を増やすことで、エコチル調査に対する子どもの認知度が高まり、それが 13 歳以降調査の継続率向上にもつながるものと期待している。思春期に差し掛かり、複雑化する子どもの好みや要望になるべく応えられるような企画や取組を引き続き考えていきたい。 また子ども本人のログインは、保護者へのお知らせ配信に加えて、多くの子どもが専用のスマートフォンを持つようになる 6 年生の年末～年度末に改めて子ども本人に宛てたメッセージなどを送付し、協力を呼び掛ける予定である。

イ. 質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画	13 歳以降調査が「休眠状態」になっている参加者の掘り起こし 13 歳以降のエコチル調査の継続率は、2025 年 3 月 31 日時点で、中学 2 年の保護者が 51.6%、中学 1 年の保護者は 48.4%で、約半数にとどまっていた。 13 歳以降の Web 質問票の回答率を上げるためにはまず、調査継続者を増やす必要があり、本年度は継続の意思が確認できないまま子どもが中学生になっている「休眠状態」の参加親子を掘り起こす取組を検討することとした。
(D) 実施	1. 大判ハガキによるニュースレターを送付 小学 6 年生の時点で行っているアプリの準備や調査継続の意思表示は、中学生になってからでもできるが、中学に進学した 4 月以降、アプリで継続の意思表示をする保護者は激減しており、中学生以降は手続きができないと誤解している人が少なからずいることがうかがえた。 このため、本年度中学 1 年生と、2 年生になった子どもの保護者のうち、調査継続の意思確認ができていない「休眠状態」の人を対象に、13 歳以降の Web 質問票調査は中学生になってからでも始められることを伝えるニュースレターを作成し、8 月 25、26 日に発送発行した。 対象となった保護者は中学 2 年が 283 人、中学 1 年は 571 人だった。ニュースレターは、参加者に内容がダイレクトに伝わるよう、A4 版の大型ハガキを使用し、表面に「今からでも間に合います！」とのタイトルを付けて、13 歳以降の調査は中学生になってからでも始められることやアプリのダウンロード方法をまとめた記事を掲載した。 また、初回ログインに必要な ID・パスワードが分からなくなっているケースを想定し、メールによる問合せフォームを作成してニュースレターに掲載した。問合せは 24 時間受付可能とし、希望する返信方法や時間帯なども選択できるようにして、参加者の要望に対応できる環境を整えた。（「別添 2」参照） 2. 対面でのファミリーイベントを 5 年ぶりに開催 2011 年度のエコチル調査スタート時から、参加家族を対象に年に 1 回程度開催してきた対面のイベントについては、コロナ禍を契機に 2020 年度から中止していたが、本年度は「休眠状態」になっている中学生の家族を含めた全参加者を対象に 5 年ぶりに開催し、対面で直接コミュニケーションを図る機会を作ることとした。 内容については、参加者が気軽に来られるよう、芸能人ゲストを招いたトー

	クショーを開催することとし、トーク部分を録音して後日ラジオでオンエアーすることでエコチル調査の広報活動にもつなげる、という計画を立てた。 会場についても参加者の来場しやすさを第一に考え、大学近くにある「イオンモール甲府昭和店」のイベント広場を初めて選定した。小学6年生までの紙の質問票調査の謝礼として活用している「WAON ポイント」のダウンロードなどが会場内でできるというメリットも考慮した。 実際のイベントは11月15日（土）13：30～14：30、元サッカー女子日本代表選手で現在はママさんタレントとして活躍している丸山桂里奈さんをゲストに迎え、「子育てトークライブ」を行う予定である。その内容は11月30日（日）13：00～13：53まで、山梨県内のラジオ局「FM FUJI」で放送されることも決定している。 また、会場にはエコチル調査のブースを設営し、来場した調査参加家族には記念品を配付して、日ごろの感謝の気持ちを直接伝えるとともに、13歳以降の調査に関する相談コーナーも開設して協力を呼び掛ける予定である。
(C) 評価	1. 大判ハガキによるニューズレターについて ニューズレター発送後、約1か月が経過した9月30日現在、中学2年の保護者で2人、中学1年の保護者では10人が、新たにシステムにログインし、13歳以降の調査継続に同意の意思を示した。劇的な効果とまではいえないかもしれないが、「休眠状態」の保護者の掘り起こしにつながった。 またID・パスワードに関する問い合わせメールも9月30日現在で47件寄せられており、そのうち中学2年の保護者からが4件（8.5%）、中学1年の保護者からは19件（40.4%）を占めている。これは新規のログイン件数を上回っており、これからまだ中学生以降の同意者が増える可能性があることを示している。 2. ファミリーイベントについて イベントについてはまだ開催していないため評価はできないが、当日の来場者数とともに、エコチル調査ブースに立ち寄った参加者数や子どもの年代別の内訳、相談コーナーにおける参加者からの相談内容などを集計し、効果を検証する予定である。
(A) 改善	中学生以降、「休眠状態」になっている参加者の掘り起こしについては、中学2年の保護者より1年の保護者の反応がよかったため、これから中学生になる2013年度、2014年度生まれの参加親子に対しては、中学校入学後に「休眠状態」になった場合でも、その期間が短いうちに調査継続を働きかけることが重要だと思われる。来年度の中学生向けの取組については、時期も考慮して早めに対応していきたい。 また、調査継続の意思表示をした参加親子に対して、確実にWeb質問票の回答行動にまでつながるような新たな取組も考えたい。

ウ．成果の社会還元取組	
(P) 計画	研究成果を子どもたちや一般市民に分かりやすく伝える工夫 2025年9月30日現在、エコチル調査のデータを活用した研究論文は、山梨大学から56編が公表されている（追加調査を含む）。これらの研究成果はこれまで、ユニットセンターの公式ホームページや、参加者・関係者に配付しているニューズレターなどで紹介してきたが、さらに広い範囲で社会に還元できるよう、新たな取組や情報発信の方法について工夫することとした。

(D) 実施

1. マスコミを対象とした「研究論文説明会」の開催

2024 年 11 月から 12 月にかけて、追加調査として実施している「8 歳学童期総合健診」のデータを活用した研究論文 2 編（和文タイトル：「小児のスギ花粉感作とヤケヒョウヒダニ感作および母親の感作との関連」「学童期におけるアレルギー性免疫グロブリン E 感作、アレルギー性鼻炎症状および QOL の関連性」）が医学雑誌に掲載された。これまで研究論文が公表された際には、可能な限りプレスリリースを発信してきたが、「エコチル調査のデータを使用している」という共通点がある論文の情報発信が続くと、マスコミに取り上げてもらいにくくなるというジレンマを感じていた。

公表された論文は 2 編とも子どものアレルギー性鼻炎に関する内容で、県民の関心度も高く、マスコミに取り上げられることでより多くの人々にエコチル調査の研究成果が還元できると考え、新たな試みとして記者を対象とした「説明会」を開催することとした。

準備としてまず、論文を執筆した研究者にマスコミ向けの資料作りから当日の発表、記者との質疑応答まで一貫して対応してもらえるよう協力を要請し、快諾を得た。また、大学内の広報担当部署の職員にも趣旨を説明し、相談したところ、プレスリリースや説明会の開催案内の発信、マスコミからの申込・問合せなどを引き受けてもらえることになった。

説明会は 2025 年 2 月 7 日に大学内の講堂で開催することとし、マスコミ各社には 1 週間前の 1 月 31 日に、情報解禁日を付けてプレスリリースを配信した。その際、研究タイトルについても一般市民に伝わりやすくなるよう柔らかい表現を工夫し、「子どものスギ花粉感作とヤケヒョウヒダニ感作および母親のスギ花粉感作との関連」「山梨県の子どものアレルギー性鼻炎の現状と日常生活への影響について」とした。さらに、研究の詳細については「記者説明会」を開催して、研究者本人から発表するとともに、取材対応なども行うことを告知した。

説明会には山梨県内のテレビ局 3 社と新聞社 2 社から申し込みがあり、当日は記者やディレクター、カメラマンら 8 名が出席した。論文を執筆した研究者がそれぞれの内容についてスライドを使って説明し、記者からの質問に回答。終了後にはテレビ局の独自インタビューなどにも対応した。

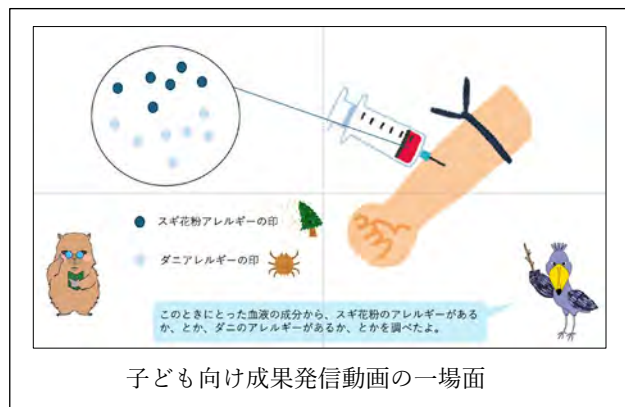
（「別添 1」参照）

2. 研究成果を子どもにも分かりやすく紹介する動画の作成

子どもたちが小学校高学年になるに従って、保護者から、「エコチル調査の成果について、子どもにも分かるような資料があると話がしやすい」といった声を聞く機会が増えた。

昨年末に上記の記者説明会で取り上げたアレルギー性鼻炎に関する論文 2 編がアクセプトされた際、花粉症の研究であれば子どもたちにとっても身近な話題であり、成果を分かりやすく伝える題材になると考え、子ども向けの資料作りに取り組むことになった。

資料の素材を検討するにあたり、冊子やニューズレターなどで取り上げることも考えたが、日ごろから You Tube やゲームに慣れ親しんでいる子どもたち



	には、動画の方が分かりやすいのではないかと、という意見が持ち上がり、アニメーション動画を作成することになった。その際、教材のような堅苦しいイメージではなく、子どもたちに人気のある You Tube チャンネルのような雰囲気にするのを心掛けた。 イラストが得意なスタッフの家族に協力してもらい、カピバラとハシビロコウを擬人化したキャラクターを作成。2 人が掛け合いをしながら、スギ花粉症と診断された子どもの割合や花粉症が日常生活に与えている影響、ダニアレルギーとの関連などについて紹介する 4 分程度の動画を 2 本、無料の音声読み上げソフトを使って作成した。 動画は学童期検査・詳細調査の待合室で 1 日に数回上映し、参加者に気軽に楽しんでもらっている。
(C) 評価	1. 「研究論文説明会」の開催について 説明会に出席した記者からは、「研究者がポイントをまとめて説明してくれたので分かりやすかった」「説明会の映像が撮影できたので、テレビニュースとして使いやすい」などの感想が寄せられ、概ね好評だった。 また、参加したテレビ局 3 社はいずれも平日 18 時台にニュース番組を放送しているが、説明会を開催したことにより、研究成果が生のニュースとして取り上げられ、早速、当日の夕方に放送された。 新聞については山梨日日新聞が翌日の朝刊の第 2 社会面にトップ記事として掲載したほか、毎日新聞も 2 月 13 日の山梨県版で 4 段見出し付きの記事を掲載し、これまで発信したプレスリリースの中で最も大きな反響があった。 2. 研究成果の動画作成について ELSI・PPI 調査研究分科会と連携して実施した中学生へのグループインタビュー（2025 年 3 月 15 日）において、参加した 14 名の生徒たちに作成した動画を見てもらい、改善案についての意見を聴取した。 中学生からは、「動画の時間が長いので短くした方が見てもらいやすいのでは」「セリフのスピードをもう少し早くしたほうがよい」などの指摘があった。 また、動画のほかにも、好ましい成果発信方法として何人かの参加者から漫画を勧める意見が寄せられた。
(A) 改善	研究成果の動画については、中学生へのグループインタビューで得られた意見を踏まえて内容を修正し、新しいバージョンを学童期検査の待合室で流している。今後はイベント会場など、さらに子どもたちの目に留まる機会をとらえて活用していきたい。 エコチル調査は今後、16 歳になった時点で、子ども本人に調査継続の意思確認を行うことになっており、エコチル調査で得られた研究成果を社会に還元することによって子どもたちが調査の重要性を認識し、それが調査を主体的に継続してもらうためのモチベーションにもつながるものと考えている。さらに子どもが理解しやすい成果の還元方法について検討を進めたい。

テレビ山梨「スゴろく」夏休み親子観覧ツアー



「スゴろく」のスタジオセット



テレビカメラの操作を体験する参加者



副調整室で照明や音響の仕組みを学ぶ



番組終了後には出演者と記念撮影も

研究成果記者説明会



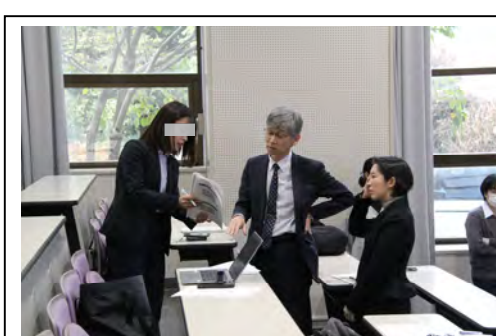
「研究成果説明会」の様子



研究内容を説明する島村助教



インタビューを受ける三宅准教授（左）



終了後には追加取材にも対応



料金後納郵便
ゆうメール

エコチル  やまなし

こびっと通信

号外

2025 SEP

中学1年生と保護者のみなさんへ

今からでも間に合います！

中学生からのエコチル調査はスマホで回答できる WEB 質問票になりました。今からでも間に合いますので、ぜひこの機会に親子でエコチル調査のアプリをダウンロードしてください！保護者の方がアプリにログインして、エコチル調査を継続するためのお手続きをすると、好きなギフトと交換できる 500 円分のポイントをその場でプレゼント！翌日にはお子さん用の ID・パスワードが保護者のアプリに配信されますので、お子さんもアプリにログインすると、エコチルやまなしから記念品をお送りします！エコチル調査のアプリはこちらからインストールできます。ログイン方法は、はがき裏面をご覧ください。



iPhoneの方はこちらから



Androidの方はこちらから



このマークのアプリが自印!

アプリにログインする ID・パスワードがわからない方は、下記二次元コードからお問い合わせください。後日、担当者からご案内いたします。お電話でのお問い合わせも承っています。

エコチル調査申請ユニットセンター（エコチルやまなし）
〒409-3898 山梨県中央市下河東 1110
電話：055-273-1258（土日祝日を除く 9：00～17：00）



IDとパスワードのお問い合わせはこちら

スマホでできるエコチル調査について

中学生からはアプリで質問票をやり取りし、謝礼も約 20 種類のギフトからお好きなものを選んで交換できる「ポイント制」に変わります。まだアプリにログインしていない方は、今からでも大丈夫です。ぜひエコチル調査を続けていってくださいね！

いつでもスタートできます！

WEB 質問票は、今からでも始められます！

すでに中学生と保護者を対象とした WEB 質問票が開始されていますが、参加はいつからでも大歓迎です！

回答はいつでも！どこでも！

1 つの質問票の回答は 2～3 分！スキマ時間に、スマホで気軽に、「いつでも」「どこでも」OK！

WEB 質問票は、4 月、6 月、9 月、12 月、3 月のいずれも 1 日と、お子さんのお誕生日に配信されます。

ポイントがたまる！

WEB 質問票に回答すると、お子さんは年間最大 2,000 円分、保護者の方も最大 1,000 円分のポイントがもらえます！

ポイントは、アプリで好きなギフトに交換できます。ギフトの種類はこちらからご確認ください。



社会貢献として！

エコチル調査のデータを活用した研究は世界中から注目されています！

エコチル調査の研究成果は、すでに 500 篇を超える論文として発表されています。思春期から青年期、成人期の健康情報が蓄積されることで、もともと皆さんの研究成果が発信できるようになります。みなさん一人ひとりのご協力が、エコチル調査の「財産」なのです。

中学生からのエコチル調査のお手続き方法

まずは保護者のスマホにアプリをダウンロードし、下記の手順で WEB 質問票に答える準備をしてください。ご不明な点は気軽にお尋ねください！

1

エコチル調査のアプリをスマホにダウンロードし、保護者の ID・パスワードでアプリにログインしてください。

2

保護者の方のメールアドレスを登録し、ホーム画面を開いたら、「継続します」をタップし、簡単な質問にご回答ください。

3

翌日、お子さんのアカウント情報（ID・パスワード）が保護者のアプリに届きます。

4

お子さんのスマホにエコチル調査のアプリをダウンロードしてください。保護者の方と同じスマホでもご利用できます。

5

お子さんが ID・パスワードでアプリにログインすると、準備完了！WEB 質問票スタートです！

500 ポイントがもらえます！

同じスマホをご使用の場合、保護者の方が「ログアウト」してから、お子さんの ID・パスワードで「ログイン」してください。

エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名： 甲信サブユニットセンター（信州大学）

評価時点	令和 7 年 10 月 24 日
------	------------------

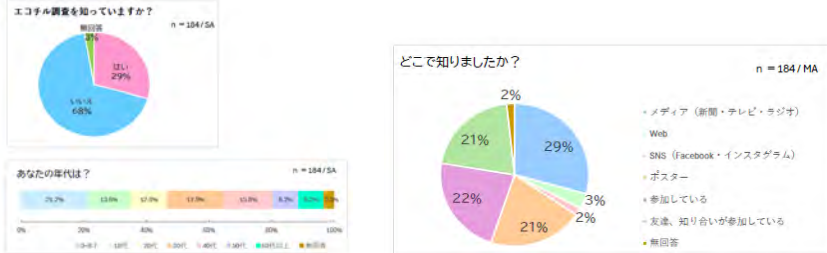
ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画	学童期検査において直接研究及び成果発表に携わる教員を派遣することにより、参加者とのコミュニケーションを深めるとともに積極的継続への方向付けを行う。
(D) 実施	月 4 回ペースの検査実施に参加し、積極的継続の参加者にはアプリ使用面でのアドバイスや継続未確認の参加者には同意勧奨を実行した。
(C) 評価	過去における対面検査において参加者に直接研究者が接することは無かったため、双方にとって有意義であったと言える。
(A) 改善	対面検査の進行速度により、やむを得ない時間調整が発生することがあるため平準化できるよう検討していく。

イ. 質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画	13 歳以降調査の質問票回答率向上に向けてのアプローチを検討。信州大学では長年にわたりハガキでの勧奨を続けてきたこともあり、ハガキでのアプローチは有効なコミュニケーションの 1 つである。 そのため今回もハガキでの勧奨を行うこととした。
(D) 実施	まず、一斉配信されるリマインドと重なることがないよう年間の配信予定を確認し、ハガキの発送を 8 月上旬と決めた。 デザインについては、おもて面は青い空のグラデーションとかき氷を背景に、白抜きの「質問票のご回答はお済みですか？」という手書き風の一文と、中心に置いた当 UC のシンボルキャラクター、エコぴよの「暑中お見舞い申し上げます」と吹き出しのセリフで季節のご挨拶状のような雰囲気に仕上げた。 裏面には未回答の質問票の確認方法を実際のアプリ画面を模して視覚的に分かるように載せ、質問票には回答期限があることや今後の配信スケジュールなど、要点だけを簡潔に記載した。

	
(C) 評価	ハガキ発送前、発送後の3週間での質問票回答率を比較した。 (保護者、子どもそれぞれの4月6月配信分の合計で算出) ハガキ発送前は質問票の回答率が停滞しており、3週間でわずか0.6%ほどしか増えていなかった。 しかしハガキ発送後は全体で約7%、特に6月配信分に関しては2011年生まれの保護者は12.8%、子どもで13.7%、2012年生まれの保護者は7.9%、子どもは8.2%と大幅な回答率アップに繋がった。 ハガキ1枚での効果としては高く評価できると言える。
(A) 改善	質問票の回答率を向上させるためにはアプローチが必須だが、過度な勧奨は参加者にとって負担や不快感を与え、ひいては調査への協力取りやめにも繋がりがかねない。 そのバランスが大変難しく苦戦するところではあるが、重たすぎないアプローチのために細かい工夫を重ねていく必要がある。勧奨の回数やハガキの内容などについては今後もしっかりと検討をしていく。

ウ. 成果の社会還元への取組

(P) 計画	<調査地域でのイベント出展による還元> 信州大学農学部的一般向けイベントにてブース出展し、市民に向けてエコチル調査のアピールとともに成果を還元した。
--------	--

(D) 実施	信大マルシェ（農学部キャンパスにて9/20 実施）にて来場者に対してヨーヨー釣りやアンケートに答えるとポップコーンのプレゼントを行い集客を図った。    
(C) 評価	天候に恵まれず総来場者は1000名程度であった。うち約180名が来展されアプローチできた。アンケートによると一般市民の認知度は約3割で、うちメディア3割、掲示ポスター2割であった。メディアは以前FM放送でPRしていたこととポスターは学校、保育園や病院等での掲示が効果を発揮している。来展された市民へ楽しく親しみやすい活動となった。 
(A) 改善	更に集客につながる企画を練るとともに身近でわかりやすい話題を提供し調査の認知度の向上とともに調査参加者の意識維持につなげていく。

エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名：富山ユニットセンター

評価時点	令和 7 年 10 月 16 日
------	------------------

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画	「エコチルとやま新聞」表紙写真募集 13 歳以降調査のアプリを利用する参加者と保護者のモチベーション維持のため、調査開始から年 2 回発行し郵送配布する「エコチルとやま新聞」の表紙を飾る写真を募集する企画を立てた。 公共広告：バスラッピング・街頭モニター・車マグネット 参加者の周囲の多くの方が「エコチル調査」を知っていることで、参加者のモチベーションが維持されることを期待して、エコチル調査の認知度向上を目的に A. 富山市内路線バスへのフルラッピング広告、B. 街頭液晶モニターへの動画広告放映、C. 車外貼付マグネット広告を企画した(別添ア①)。 「13 歳以降調査 Web 質問票配信案内の郵送」 参加者ポータルアプリからの Web 質問票の回答を促すことと、子どものログイン率向上を目的に、Web 質問票の配信月と誕生日に郵送の通知を送ることとした。
(D) 実施	「エコチルとやま新聞」表紙写真募集 写真募集の案内はポータルサイトのお知らせ機能にて参加者と保護者全員に 5 月 30 日に配信した。写真のテーマは「みんなに見てもらいたい、とやまの風景」とし、メール添付で画像送付を依頼した。また、応募者全員に記念グッズを進呈することを通知した。 公共広告：バスラッピング・街頭モニター・車マグネット 「エコチル調査」の名前、調査の概要などを周知するため、視覚的に訴えるデザインになるよう工夫した。A. 富山市内路線バスへのフルラッピング広告、B. 街頭液晶モニターへの動画広告は、行政機関によるデザイン画の許可申請の受理を受け、A は令和 7 年 10 月 1 日～令和 8 年 2 月 28 日に運行、B は令和 7 年 9 月 1 日～令和 8 年 2 月 28 日に放映となった。C は 2 種作成し、学外での対面検査に使用するレン

	タカーの側面に貼付した。 また、9月に発送したエコチルとやま新聞の表紙写真は「乗り物がある富山の風景」という企画で募集し、「ラッピングバスを写してね」と呼びかけ、参加者とのコミュニケーションを図ることとした。 「13歳以降調査 Web 質問票配信案内の郵送」 質問票配信月の1週目に、子どもがログイン済みの方にはハガキで、未ログインの方には配達記録郵便にてログインIDとPWを同封した封書でWeb質問票が配信されたことを案内した。案内にはどのような質問票で何ポイントもらえるか、期限があるかなどの情報を加えた(別添ア-②)。 また、誕生日を迎えた方を1週間ごとに抽出し、誕生日配信の質問票が送られたことを、誕生日祝のメッセージと定形郵便で郵送できるサイズの文具をプレゼントとして同封して知らせることとした(別添ア-③)。
(C) 評価	「エコチルとやま新聞」表紙写真を募集 配信者数は3,078名中(保護者と子ども)、29名から41点の写真応募があった。内1点をvol.32の表紙に採用し、撮影者に撮影時のエピソード文を寄稿してもらい掲載した。普段Web質問票の回答以外に利用しないアプリのお知らせ配信でも、一定数の反響があることがわかった。質問票の回答率が伸びたかは、今後、昨年度との比較で評価する予定である。 公共広告：バスラッピング・街頭モニター・車マグネット バスの運行や動画広告の放映後間もないため、現時点で参加者からのリアクションはまだない。また、一般市民への周知がどの程度浸透したかも現時点では評価できていない。公共の場でエコチル調査をアピールする戦略が13歳以降調査の継続や質問票調査の回答率等に反映されるかも今後評価していく予定である。 「13歳以降調査 Web 質問票配信案内の郵送」 今年中1となった参加者のうち、同意した保護者に対する子どものログイン率は、83.2%となり、全国平均の76.4%より高い値となった(2025年10月Web会議資料より)。Web質問票配信後から配信案内ハガキ到着前と、ハガキ到着後の同じ経過日数(4月は4日間、6月は5日間)の回答率を見たところ、4月；前263件(総配信数に対する回答率9.9%)、後392件(14.7%)、6月；前267件(10.0%)、

	後 354 件（13.3%）だった。このことから、アプリのお知らせ&メール配信で回答するよりハガキ到着後に回答する人が多いことが明らかになった。
(A) 改善	<u>「エコチルとやま新聞」表紙写真を募集</u> アプリのお知らせ配信を見られない小 6、小 5 の参加者に対しても働きかけるため、次号の表紙写真募集をエコチルとやま新聞 vol.32 でも案内し、今後も継続する企画とした。また次号は「乗り物がある富山の風景」というテーマにしたため、街で見かけたラッピングバスやマグネットを貼付したレンタカーの写真応募も期待したい。 <u>公共広告：バスラッピング・街頭モニター・車マグネット</u> 参加者モチベーション維持につながる事が明確になれば、効果的な媒体が何かを吟味して一般市民への周知を今後も継続する。 <u>「13 歳以降調査 Web 質問票配信案内の郵送」</u> 郵送による案内は一定の効果があると考えているが、今後もより多くの回答が得られるよう、ハガキを用いた配信直後の案内のほかに、配信から 2～3 か月経過しても未回答の人への回答要請についても検討したい。メールによる回答要請はポータルシステムで自動で配信が行われているため、メール以外で参加者の関心が得られる手法について引き続き検討していく。

イ. 質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画	<u>とやま元気っこチャレンジの周知</u> 「とやま元気っこチャレンジ」とは、富山県教育委員会が制作したアプリで、県内の小・中学生が身長、体重、スポーツテストの記録を自ら入力・閲覧できるツールである。 学校で計測する項目を転記する設問では回答の欠測が多く、転記の対応の煩雑さが質問票の回収率低下につながっている可能性も考えられた。 そこで、質問票の回収率向上および空欄のまま返送することを防ぐことを目的として、「とやま元気っこチャレンジ」の使用方法を紹介するリーフレットを質問票に同封することを企画した（別添イー①）。
(D) 実施	<u>とやま元気っこチャレンジの周知</u> 2024 年フォローアップと広報資材を作成するスタッフが富山県教

	育委員会を訪ね、この企画の趣旨を伝え、作成するリーフレットにアプリの画像使用の許諾を得た。以下のリーフレットを小学 5 年質問票の発送時に同封して参加者に本アプリの機能を周知した。																																														
(C) 評価	とやま元気っこチャレンジの周知 リーフレット同封の有無で質問票回収率に差はなかった(表 1)。 表 1. 質問票回収率 <table><tr><th>対象</th><th>リーフレット同封</th><th>あり</th><th>合計</th><th>回収率</th></tr><tr><td rowspan="2">小学5年生</td><td>なし</td><td>1,983</td><td>2,469</td><td>80.3%</td></tr><tr><td>あり</td><td>1,298</td><td>1,632</td><td>79.5%</td></tr></table> 一方、リーフレットを同封した群では回答が空欄であった質問票の割合が有意に減少していた(表 2)。 表 2. 回答が空欄だった質問票の割合の比較 <table><tr><th rowspan="3">小学5年生質問票 質問項目</th><th colspan="4">リーフレット同封</th><th rowspan="3">p</th></tr><tr><th colspan="2">なし (1,974)</th><th colspan="2">あり (1,294)</th></tr><tr><th>n</th><th>%</th><th>n</th><th>%</th></tr><tr><td>5 年生_1学期 (前期) _身長</td><td>726</td><td>36.8%</td><td>423</td><td>32.7%</td><td>0.016</td></tr><tr><td>5 年生_2学期 (後期) _身長</td><td>935</td><td>47.4%</td><td>576</td><td>44.5%</td><td>0.110</td></tr><tr><td>握力 (右)</td><td>1,543</td><td>78.2%</td><td>808</td><td>62.4%</td><td><.0001</td></tr></table> また、数名の参加者より、「このアプリを教えてもらったことで子どもの情報が家で閲覧できて嬉しい」というコメントも届いた。	対象	リーフレット同封	あり	合計	回収率	小学5年生	なし	1,983	2,469	80.3%	あり	1,298	1,632	79.5%	小学5年生質問票 質問項目	リーフレット同封				p	なし (1,974)		あり (1,294)		n	%	n	%	5 年生_1学期 (前期) _身長	726	36.8%	423	32.7%	0.016	5 年生_2学期 (後期) _身長	935	47.4%	576	44.5%	0.110	握力 (右)	1,543	78.2%	808	62.4%	<.0001
対象	リーフレット同封	あり	合計	回収率																																											
小学5年生	なし	1,983	2,469	80.3%																																											
	あり	1,298	1,632	79.5%																																											
小学5年生質問票 質問項目	リーフレット同封				p																																										
	なし (1,974)		あり (1,294)																																												
	n	%	n	%																																											
5 年生_1学期 (前期) _身長	726	36.8%	423	32.7%	0.016																																										
5 年生_2学期 (後期) _身長	935	47.4%	576	44.5%	0.110																																										
握力 (右)	1,543	78.2%	808	62.4%	<.0001																																										
(A) 改善	とやま元気っこチャレンジの周知 「とやま元気っこチャレンジ」の紹介リーフレットを同封することで、質問票の空欄が有意に減少し、アプリの活用を通じて学校での測定記録を家庭でも確認できることに肯定的な反応が得られた。一方で、質問票回収率自体の改善には至らなかった。今後は、リーフレット同封に加え、学校や教育委員会からも本アプリ利用の意義を周知してもらうような協力体制が作れないかを模索する。																																														

ウ. 成果の社会還元への取組

(P) 計画	<u>子育て世代が集まる地域イベントへのブース出展とフリーペーパーへの広告掲載</u> 「エコチル調査」で明らかになった成果を乳幼児の子育て世代に還
--------	--

	元することを目的に、子育て世代が集まるイベントへのブース出展を企画した。また、同世代に配布されるフリーペーパーへの広告掲載を企画した。選定したイベントは、①魚津市こども模擬選挙（魚津市主催の期日前投票を促すためのイベント）、②リトル・ママフェスタ in 富山（一般企業が主催する子育て世代向けの展示会）である。これらのイベントではコアセンター発行のリーフレット「エコチル調査って何？」と、富山ユニットセンターが発表した研究成果をまとめた小冊子「エコチル調査でわかったこと」Vol.1～3を配布することとした。また、調査名だけでも周知しようと、ロゴ入りボールペン、ユニットセンターのキャラクターをモチーフとしたペーパークラフトと折り紙も配布した（別添ウー①）。 広告掲載を企画したフリーペーパーは、イベント①を主催した魚津市が発行する魚津市子育て応援ガイドブックと富山県内全域の保育施設等に配布される KidsDo10・11月号とやま版とした。 論文発表のプレスリリース 論文発表時にできる限りプレスリリースする計画を立て、メディアに取り上げられるよう内容を吟味した。
(D) 実施	子育て世代が集まる地域イベントへのブース出展とフリーペーパーへの広告掲載 ブース前を通る方に、「エコチル調査をご存じですか？」と声をかけ、「以前から知っている/今日初めて知った」のいずれかを1人ずつボードにシールを貼付してもらい回答を得た。回答者にはグッズ1点と、家族単位でリーフレットと小冊子を手渡し、エコチル調査を知らないという方にエコチル調査について説明した（別添ウー②）。 広告は富山ユニットセンターが発表した研究成果のホームページにアクセスしやすいように、QRコードを記載した（別添ウー③）。 論文発表のプレスリリース 令和7年4月～令和7年9月末までに論文発表のプレスリリースを4件行った。
(C) 評価	子育て世代が集まる地域イベントへのブース出展とフリーペーパーへの広告掲載 出展ブースへの来場者数は、①483人、②799人であり、エコチル調査認知度は、①以前から知っている 120 (24.8%)/今日初めて知った 363 (75.2%)、②以前から知っている 83 (10.4%)/今日初めて知った

	716 (89.6%)であり、大多数が初めて知った方であった(別添ウー④)。 来場者には小冊子「エコチル調査でわかったこと」を配布した。①は小～中学生の子育て世代の家族、②は妊娠期～乳幼児の子育て世代の家族をターゲットとし、世代層によってエコチル調査の認知度の差異を知ることができた。特に②は小冊子「エコチル調査でわかったこと」の内容が合致する世代であったため、「リアルタイムな情報源」、「このような調査があることに感激した」という好意的な声が多く寄せられた。 フリーペーパーへの広告掲載によるホームページの研究成果ページへのアクセス数変化はまだないため、今後評価していく予定である。 論文発表のプレスリリース プレスリリース後、7 件の新聞掲載につながった。また、参加者からは「掲載された新聞記事を見て、自分たちが調査に協力していることの成果を知ることができ、調査参加への意義を感じた」という意見を直接伺った。
(A) 改善	子育て世代が集まる地域イベントへのブース出展とフリーペーパーへの広告掲載 エコチル調査成果に関心がある子育て世代に向けて、対面やフリーペーパーを活用して調査を周知できることは成果の社会還元の有効な手段であると考えられる。これからも地域で行われるイベントを吟味し、より多くの方に周知する道筋を模索していきたい。 論文発表のプレスリリース プレスリリースにより新聞に掲載されたことで、参加者や地域の人がエコチル調査への関心を高めるきっかけになったと考えられる。今後も可能な限りプレスリリースを行い、本調査に対する理解を促進するとともに、研究成果を発信していきたい。

〔別添〕

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組

アー①

A. バスラッピング



B. 動画広告の静止画（一部抜粋）



C. 車用マグネット



アー②

Web 質問票配信のお知らせ



アー③

誕生日のメッセージとプレゼント



イ. 質問票回収率の維持・向上の取組

イー①



ウ. 成果の社会還元取組

ウー①

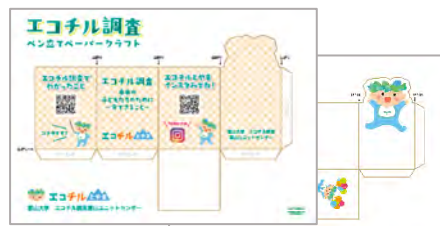
ペーパークラフト

(オモテ面)

(ウラ面)

完成!

折り紙 (5色)



ウー②

①魚津市こども模擬選挙

②リトル・ママフェスタ in 富山



ウー③

①魚津市子育て応援ガイドブック



②KidsDo10・11月号とやま版



ウー④

エコチル調査認知度アンケートの様子



エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名： 愛知ユニットセンター

評価時点	令和 7 年 10 月 24 日
------	------------------

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画	背景と課題認識 これまでの運用を通じて、13 歳以降の継続同意手続きにおいて、①初回ログイン、②親子の端末共有によるアカウント切替でトラブルが生じやすいことが明らかとなった。加えて、親子で端末を共有している場合、通知は片方にしか届かないため、質問票の配信が伝わらないリスクがある。これらを踏まえ、アプリ通知以外の手段で配布情報を伝達する必要がある。 また、13 歳以降の調査継続同意の向上には、小学 6 年生の検査会場での対面支援（ログイン・同意手続きフォロー）は有効であることが確認された。そのため、対面調査への参加を一人でも多く確保し、会場での体験の満足度を高めることが重要である。 実施方針 そこで我々は、以下の計画を立てた。 1. Web 質問票配布の周知: 大判ハガキによるリマインドを実施。 2. 学童期検査の参加確保・満足度の最大化: 勧奨の工夫により、参加者を集める。さらに子どもが意欲的に参加できる仕組みを作る。 3. 会場での同意取得: 対面調査会場で 13 歳以降調査の継続同意を勧奨。 4. エコチル調査についての理解促進: エコチル調査へ参加する意義を説明するアニメーションやマンガを作成・提示。 5. インセンティブ: 継続同意者に国立環境研究所見学ツアーの応募資格を付与。 6. ボランティア証明書: 中学生に愛知ユニットセンター独自の証明書を発行。 7. みらい推進委員会: 地域別に開催し、同意率・回答率向上策を児と共に検討。兄弟・友人の参加も可として周知を拡大。
	1) 13 歳以降 Web 質問票の回答率向上 コアセンターの一括リマインドに加え、愛知ユニットセンタ
(D) 実施	

	一独自の大判ハガキを用いて回答の勧奨を行った。魅力のアピールのため、人気ギフトを紙面に掲載した（別添ア-1）。さらに、保護者の同意があるものの Web 調査への回答が一度もない中学 2 年生に対して、大学生と協働して回答促進資料を 4 パターン作成・送付した。最も効果が高かったのは、子ども宛レターパックで ID・PW を再送した方法で、33 人中 5 人が反応した（他パターンも含めると 6 人）。 2) 学童期検査への来場促進（架電） 架電スキルが高いリサーチコーディネーターが、昼休みおよび 19 時頃までの帰宅後時間帯を狙って学童期対面調査の予約支援を行った。架電リストには、小 2 学童期検査の参加状況、質問票提出状況、兄弟参加の有無、母親の職業・勤務形式・勤務時間を反映し、これらに合わせて説明内容を最適化した。この架電戦略は、エコチル調査の掲示板（情報共有）で公開している。 また、会場では会場での満足度を高めるため、検査・検体提出・13 歳以降同意・プレ質問票の各工程でスタンプを押すビンゴ（別添ア-2）を導入し、とくに採血ブースでは参加者が 9 個から番号を選べる仕掛けを設け、満足度を高めた。 3) 会場での同意取得とアプリ相談会 来場前に 13 歳以降同意がない参加者には、会場で同意取得を実施した。プレ質問票が未実施の親子には当日実施を試み、エコネコ反射板キーホルダーを配布（別添ア-3）。さらに、最終受付後の 2 時間を「アプリ相談会」として、中学生も含め予約不要で案内した（別添ア-4）。来訪者は 4 名（1 名は 2 度来訪しのべ 5 名）であり、そのうち未同意だった 3 名を同意までサポートした（同意済 1 名は当該年度の学童期検査時にサポート）。 4) 理解促進コンテンツと参加動機調査 エコチル調査に参加する意義や成果を分かりやすく説明するため、オリジナルのアニメーションやマンガ（別添ア-5）を作成し、主に対面調査会場で提示した。あわせて、将来的な運営に反映させるため、参加動機調査を実施した。 5) 国立環境研究所見学ツアー 継続同意を完了した親子を対象に、国立環境研究所見学ツアーを実施。子どもアカウントに応募フォームを配信し、130 名の応募中の 9 組を招待した（実施日：2025 年 7 月 25 日・26 日）。 6) ボランティア証明書の発行 中学生参加者に対するインセンティブを強めるため、Web 質問
--	--

	票の回答に対して愛知ユニットセンター独自のボランティア証明書の発行を計画している。 7) みらい推進委員会の開催（児の参画） 2025 年 10 月 4 日・5 日に、調査参加児中心とした対面イベント（みらい推進委員会）を実施した。参加 79 人（参加児 67 人〈小 6～中 2〉，兄弟・友人 12 人〈小 5～中 3〉）が参加した。同意率・回答率向上策について子どもたち自身の目線から検討してもらい，現状の問題点や改善案を議論した（別添ア-6）。
(C) 評価	1) Web 質問票の回答率 令和 7 年 9 月末時点で，13 歳以降調査の Web 質問票は 4 月配布分で 50%以上に達した（親：5590/7489 (75%)，子：3652/5572 (66%)）。昨年度から，Web 質問票に関して愛知ユニットセンターは全国でもトップクラスの回答率を維持している（2024 年度配信の質問票のうち，回答率がユニットセンター間で 1 位であった質問票が，親では 10/11，子では 8/16）。 2) 学童期対面調査への参加獲得（架電） <u>2025 年度は参加申込がない 835 名に架電し，架電した中で 235 名（学童期検査参加児の中で 28.5%）が学童期対面調査への参加に至った。</u>対面調査参加時に 13 歳以降調査の同意が未完了であった者の多くが会場で同意に至っており，その結果，令和 7 年 9 月末の時点で，令和 7 年度の 13 歳以降調査の積極的参加率は 58%となった。あわせて，令和 7 年 9 月時点の学童期対面調査の参加率は 48%である。 4) アニメーション・マンガによる理解促進 視聴した参加者（親子）から，「はじめてエコチル調査の全体像を理解できた」「非常に重要な研究だと分かった」といった感想が複数寄せられた。 6) 国立環境研究所見学ツアーの効果 ツアー参加者募集後から 10 日で，継続同意件数が 58 件増加した（周知前の 10 日間（31 件）と比較して 87%増）。Web 質問票の回答数には増加効果が見られなかった（周知後回答数 1327 件，周知前 10 日間 2154 件）。参加者の満足度は概ね高水準であった。ツアー参加を通じて，エコチル調査への参加意欲と理解度が向上した。 7) ボランティア証明書 中学生へのボランティア証明書の発行は，年末から年度末にかけて実装予定である。

	8) みらい推進委員会の効果 告知後, 担当した教員による回答依頼も併せて実施し, 未回答の質問票への回答が増加し当該期間の未回答率は一時的にゼロとなった (別添ア-7)。母親の未回答率も低下した。イベント応募者の母親は回答率が高い傾向がある一方, 子どもは必ずしも同様ではないため, 対面で接点を持つことが回答促進に有効であると考えられる。また, 母親の関心度が低い層からの意見収集は難しいが, 関心の低い子どもたちの意見を聴取できた点は重要である。今回, 多くの参加児がエコチル調査の意義を十分に理解していなかったことが明らかになり, 今後のコンテンツ改善に向けた具体的示唆が得られた。
(A) 改善	エコチル調査の意義を理解していない参加者, 特に子どもに いかに理解してもらうか, また, どのようにその情報を伝えるかを工夫する必要がある。また, 学童期検査会場でプレ質問票を未実施の参加者に, どのようにそれを完了してもらうかも課題である。さらに, 受験やクラブ活動で夏に学童期検査へ来場できなかった層に再アプローチし, 対象者の参加率 50%以上の達成を目指す方針である。

イ. 質問票回収率の維持・向上の取組

	背景と課題認識 昨年度の聞き取り (未提出者の対面調査参加時の会話や電話でのやり取り) から, 郵送された質問票を未開封のままにしている参加者が相当数いることが分かった。そこで, 今年度は受取時にすぐ開封してもらう工夫を中心に, 返送率の向上を図る。
(P) 計画	実施方針 1. 封筒の即時開封促進: 質問票を受け取った時点で開封してもらえるよう, 封筒の表示や仕様を見直す。 2. 12 歳質問票ノベルティの導入: 封筒におみくじ表記を追加し, 開封性と回答動機を高める。 3. ショートメールリマインドの継続: 昨年度と同様に, 未提出者へショートメールでリマインドを配信する。 4. 会場での回答・回収の完了: 対面調査の前に回答状況を確認し, 会場でその場で回答と回収を完了させる。 5. 謝礼送付の迅速化: 行動と報酬が短時間で結びつくことが行動の強化につながるため, 昨年度より質問票受取後翌月には必ず謝礼を送付するようにしている。

(D) 実施	1.2 封筒やそのデザインのリニューアル 年齢質問票・学年質問票の封筒を、簡単に開封できる仕様に変更した（別添イ-1）。また、12歳質問票では封筒表面に「おみくじ入り」と明記し、受取後の即時開封を促す工夫を施した。 3. ショートメールによるリマインドの実施 年齢質問票の未提出者に対し、送付から4週間経過時点でショートメールによるリマインドを実施した。 4. 対面調査会場での直接のリマインド 対面調査前に回答状況を確認し、未回答者には会場で記入してもらい、可能な限りその場で回収した。 5. 翌月の謝礼送付 月末に受取数を集計、すぐクオカードを発注する流れを作ることで、受取の翌月2週目には謝礼発送を完了させた。
(C) 評価	1.2 封筒やそのデザインのリニューアル 対面調査の聞き取りでは「開封しやすくなった」という声が増えている。前年度同時期（6月配布開始～9月末）における返送率の比較では、11歳質問票・5年生質問票はほぼ同水準であった（11歳：2025年度52%、2024年度52%；5年生：2025年度49%、2024年度49%）。小学6年生は前年の返送率が高かった（2025年度51%、2024年度54%）。一方、おみくじを封筒に明記した12歳質問票は本年度がわずかに高かった（2025年度51%、2024年度50%）。 3. ショートメールによるリマインド 本年度は未提出者に対してショートメールを831通送付し、その後328通（送付総数における39%）の返送があった。 4. 検査会場での回答勧奨 検査時点で未回収であった138件の質問票を会場で回収することができた。
(A) 改善	開封にハサミが不要の封筒は継続し、配達されたらすぐに開封したくなるようさらなる工夫をすることで、回収率の向上を図る。ショートメールでのリマインドに加え、公式LINE等SNSもさらに活用し、回答を促すきっかけ作りを行っていく必要がある。

ウ．成果の社会還元への取組

(P) 計画	エコチル調査の意義や成果を参加者の親子および関係者にわかりやすく伝えることを目的とし、行政との連携を生かして、短
--------	---

	い動画を中心とした発信を行い、 地域イベント・学校経由の広報・Web 掲載 を組み合わせることで到達と理解を高める方針である。
(D) 実施	昨年度より、エコチル調査の仕組みや意義を解説する短尺動画を複数作成し、対面調査会場で放映した。併せて協力地域の教育委員会に視聴と助言を依頼し、子どもに身近なテーマの選定、さらなる短尺化(1~2分)、表現の平易化等のフィードバックを得た。これを踏まえ、愛知ユニットセンターが報告した「出生順と身長」に関する研究を約1分の動画に再構成し、各地域の参加児比率等の情報を盛り込んだ地域版を用意した(別添ウ-1)。 一宮市では教育委員会の学校連絡アプリを通じて保護者に配信し(配信数:約29,000件)、市民健康部のホームページにも掲載して広く周知した。さらに、地域の主要イベントである七夕まつりの休憩スペースに研究紹介ポスターを掲示した。 名古屋市北区では教育委員会の協力のもと、地域の小・中学校の校長会でエコチル調査の説明を行い、区内29校に動画URLを掲載したポスターの掲示を依頼した(別添ウ-2)。加えて、北区の区民祭り「きた・きたフェスタ」では新たに作成した研究紹介動画(例:タバコの影響)を放映し、動画や環境テーマに関するアンケートを実施した。イベントは事前にニュースレターで告知し、参加児にはオリジナルのポーチやシールを配布しつつ、現地で継続同意やID確認等の個別サポートも行った。
(C) 評価	保護者からは「調査の仕組みと意義が理解できた」「論文成果の動画で自分の体験が腑に落ちた」といった肯定的反応が得られた。子どもからも理解は概ね良好であったが、学童期調査の会場では滞在時間が限られ全動画を視聴できないという声もあった。きた・きたフェスタのブース来訪者は約100名であり、うちエコチル参加者は22名であった。その場で未回答の継続同意1名を回答まで支援し、ID忘れ等の支援を2件行った。 行政連携については、学校経由アプリ配信(約29,000件)と市ホームページ掲載により広域到達が実現しており、エコチル非参加者を含む一般市民への効果については今後の追跡で明らかにしていく必要がある。
(A) 改善	今後は動画の冒頭で要点を先出しするなど構成を工夫し、さらに短時間でより理解しやすい内容へ改善する。地域との連携はこれまでの関係構築の成果であり、引き続き連携を密にして継続・強化する。

いつもエコチル調査にご協力いただきありがとうございます

中学生のみんなに **「ウェブ質問票」** のご案内です

夏休みのお出かけで
使うのもいいね!

みんなに人気のギフトランキング

1回の質問票は2-5分で回答できるよ!*

8月までしか答えられないものもあるから、
早めにチェックしてね!

ウェブブラウザ版参加者ポータル

自分のスマホが無い時、
ウェブブラウザ版
もあるよ!

他にもステキなギフトがたくさん!
チェックしてみてね!→

【URL】 <https://www.jecs.nies.go.jp/>

次回は**9月1日** 配信予定です。引き続きのご協力をよろしくお願いします。

※にほんブログ村に掲載されている方にもお送りしております。ご質問やアカウント再発行のご依頼は、ユニットセンターまでお気軽にお問い合わせください。

別添ア-1. 中学生の子ども宛に送付した大判ハガキ



別添ア-2. 対面調査会場で導入したビンゴ

13歳以降調査
アプリ操作の
相談会

来年からも
続けたいけど、
アプリは苦手...

教えてくれたら
できるかも...

スタッフが直接
サポートします!

- ご予約不要、お母さまだけのご来場OKです!
- 場所や日時は裏面をご覧ください

別添ア-3. エコネコ★反射板

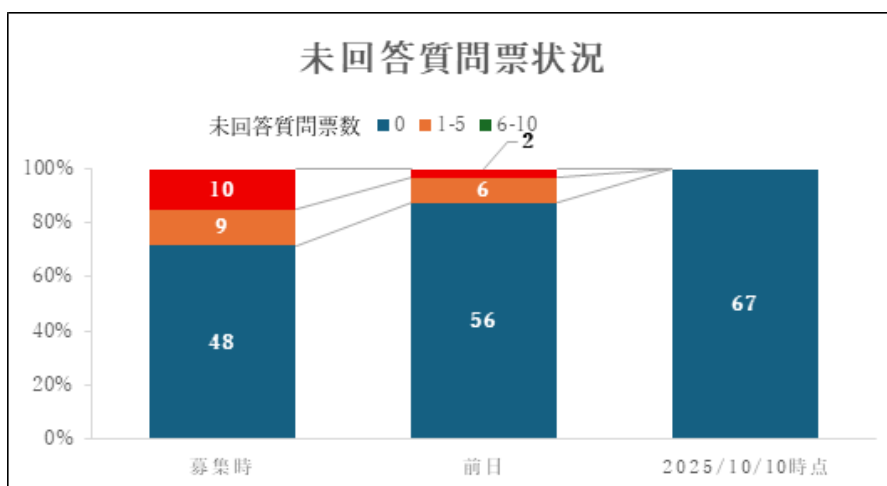


別添ア-4. アプリ操作の相談会の告知ハガキ

別添ア-5. オリジナルマンガ(1ページ目)



別添ア-6. 『みらい推進委員会』でのグループワークの様子



別添ア-7. 『みらい推進委員会』告知後に、担当教員による回答勧奨もあり、参加者の未回答質問票が一時0まで減少



別添イ-1. 開けやすい仕様の新デザインの封筒。12歳時の封筒にはおみくじ入りであることを明記。



別添ウ-1. 保護者向けアプリ・市のHP・小中学校掲載のポスター経由で配信したエコチル調査紹介動画。画像は名古屋市北区バージョンの動画の一部。



子どもの健康と環境に関する全国調査
エコチル調査

エコチル調査ってどんな調査？

- 生まれる前から今まで、**10年以上**の成長を見まもってきました
- 子どもの病気や健康の原因を、たくさん見つけることを目指しています
- 全国で約**10万組**の子どもと保護者が参加してくれています



身の回りの環境
生活の仕方



10万組も参加しているの!?

エコチル調査が始まった
2011年~2014年に
全国で生まれた子どもは
約400万人



愛知県では、一宮市と
名古屋市北区が代表で
協力してくれているよ!!

つまり... エコチル調査参加者は
40人の子どもの代表だね



たくさんの子が参加してくれて、
はじめてわかることがあります。
エコチル調査への応援をよろしくおねがいします!

【発行】
名古屋市立大学大学院医学研究科
エコチル調査 愛知ユニットセンター
〒467-8601 名古屋市瑞穂区瑞穂町川澄1

エコチル調査 動画 公開中!!



エコチル調査では
どんなことが
わかったのかな？
見てみてね!!



別添ウ-2. 名古屋市北区の小中学校に掲載を依頼したポスター

エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名：京都ユニットセンター

評価時点	令和 7 年 10 月 31 日
------	------------------

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組

(P) 計画	調査が 13 歳以降も続くことを念頭に、参加児本人が調査の意義を理解し、前向きな気持ちで参加を続けてもらえるようにする
(D) 実施	1：様々な媒体でエコチル調査の意義と成果を発信 ニュースレター「かわら版」(右)を年に 2 回発刊し、参加者と研究者との交流やエコチル調査の意義や成果を発信する場としている。この他、ポスター、ホームページ、イベント「研究体験してみよう」(後述)等にて、エコチル調査の意義を参加者と共有できるよう努めた。 2：参加児に疫学研究を体験してもらうイベントを開催 参加児を対象としたイベントをシリーズで開催し、エコチル調査の意義や研究成果について楽しく学べる機会を提供している。今年は京都/長浜/木津川各地区において対面イベント「研究体験してみよう」を開催した。エコチル調査を例に、仮説作りや検証方法について紹介し、参加児に自由に仮説を作ってもらったり、実際にデータを収集し検証してもらったりした。またイベントの様子をニュースレター(前述)等で紹介することにより、イベントに参加していない児も体験を共有できるよう努めた。 3：代わりの歯プレゼント(乳歯調査) 脱落乳歯を提供くださった方で希望する方に、代わりにコレクションケースに収めてもらえる記念の歯をお送りする取り組みを継続している。脱落乳歯の提供は、多くの参加児にとって初めての「皆んなのために自分の大切なモノを提供する」機会である。善意への感謝と共に、どのように役立つのかもはっきり伝えて、エコチル調査を通じて自分が社会の役に立てることを理解してもらえるように努めている。



大切な歯をエコチルに提供してくれて、本当にありがとう。
 記念に、お返しの「永久歯の模型」をプレゼントするよ。
 あなたの歯を使って、あなたがお母さんのお腹の中に
 いたころの、化学物質の情報を調べることができるよ。
 これは、未来の子どものための健康のために、とても役に
 立つ情報なんだよ。
 あなたが、大人になって子どもを育てるころには、
 きっと重要な研究結果が出ていると思います。
 その時には、あなたが歯を提供してくれたこと、
 思い出してくれたいな。



	4：エコチル参加への認識と13歳以降継続について調査 追加調査として、エコチル調査に参加した経験につきどのように感じているか参加者に問い、13歳以降継続の動機になっている要因を明らかにし、今後のフォローアップ活動に繋げる調査を進めている。
(C) 評価	イベント「研究体験してみよう」には30名以上が参加し22名から事後アンケートへの回答を得た。「イベントを通して、研究の話題に興味を持っていただけましたか?」に対して22名全員が「とても興味を持った」もしくは「少し興味を持った」と回答し、自由記載では「仮説をたててデータをとって結果を得る、という流れを子どもに体験させることができて大満足でした。これまでいまいち乗り気でなかった夏休みの自由研究のヒントになったのでは?」「研究所内を歩きながら、ここに座っている研究者は、どんな研究をしているのかなと想像しながら、見学しました」などの感想を得た。参加者に科学や研究に興味を持って頂く良い機会となったことが伺える。 「代わりの歯プレゼント企画」には、1～2割の参加者が応募しており、乳歯の回収率も全国平均を10%程度上回っている。さらに、歯のやり取りに関連したコミュニケーションから、参加児にエコチル調査に参加している自覚が芽生え、また社会貢献について考える機会となることもある様子がうかがえた。そして保護者が、そのような児の様子から児の成長を感じ、その喜びをスタッフと共有できることもあった。信頼関係につながるものであると考えている。
(A) 改善	科学や研究への興味や疫学研究への期待を持って積極的に継続いただけるよう、地道に活動を続けていきたい。イベントについては、ニュースレター等で内容を紹介することにより、イベントに参加していない児も体験を共有できるよう努める。

イ．質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画	Web：アプリにアクセスすることに慣れてもらう 紙：参加者が、出来るだけストレス少なく質問票に回答できるような工夫を継続する
(D) 実施	Web：学童期検査来場時に「一緒に」アクセス 京都 UC では個別に検査を実施しており、検査の隙間時間にスタッフが参加者ひとりひとりと会話しながら、アクセスをサポートすることが可能である。各参加者の状況に応じて、アプリのダウンロードからポイント交換まで参加者と「一緒に」作業することにより、慣れない操作への負担感の軽減をはかった。 Web:効果の高い集団とタイミングを割り出し、電話やハガキ等でリマ

	インド リマインド効果が高い集団を割り出し（親が回答している場合の未回答児等）、夏休み前など参加者に時間ができそうな時を狙って、目隠しした ID/PW 付きのハガキや電話等でリマインドを行った。 Web：アプリ上で「ボーナスクイズ大会」を実施する計画 謎解きリーフレット（作成）と連動し、アプリ上でクイズを配信するイベント「アプリを起動せよ！秘密のボーナス・ステージへGO！」を実施、さらに抽選プレゼントキャンペーンも行い、アプリへの誘導をはかる計画を進めている。 紙：質問票送付封筒に「見込み労力」表示 質問票を開封せずに置いている場合が多いことが判明している。記載に必要な労力があらかじめ分かっている、時間が取れた際に記載を始めて頂きやすいのではないかと考え、回答にかかる概ねの時間（労力）が分かるようなメッセージを質問票の送付用封筒にラベル貼付している。 紙：質問票返送依頼は、温かくユーモラスに 質問票回答依頼の際には、手紙に温かくユーモラスなイラストを添える等して、参加者の負担感の軽減をはかっている。																																																															
(C) 評価	Web：学童期検査が佳境に入る夏休みを中心に、児のログイン率が伸びている（表 1）。 表 1. 子ログイン率（令和 7 年 9 月 29 日集計分） <table><tr><th>%</th><th>3/1</th><th>4/1</th><th>4/29</th><th>5/26</th><th>6/23</th><th>7/21</th><th>8/25</th><th>9/1</th></tr><tr><td>京都・長浜地区</td><td>0</td><td>20.4</td><td>29.8</td><td>29.8</td><td>37.3</td><td>41.0</td><td>51.6</td><td>52.7</td></tr><tr><td>木津川地区</td><td>0</td><td>31.8</td><td>47.1</td><td>47.1</td><td>65.7</td><td>67.1</td><td>78.7</td><td>79.8</td></tr></table> 紙：質問票返送率は昨年度からさらに改善しており、また全年齢において全国平均を上回っている（表 2）。 表 2. 質問紙返送状況（令和 7 年 9 月 29 日集計分） <table><tr><th>%</th><th>10 歳</th><th>10 歳子</th><th>11 歳</th><th>11 歳子</th><th>12 歳</th><th>12 歳子</th><th>2 年</th><th>3 年</th><th>4 年</th><th>5 年</th><th>6 年</th></tr><tr><td>京都</td><td>81.3</td><td>79.2</td><td>75.6</td><td>74.2</td><td>68.2</td><td>67.3</td><td>84.8</td><td>84.6</td><td>82.7</td><td>76.2</td><td>67.4</td></tr><tr><td>全国</td><td>72.9</td><td>71.7</td><td>68.3</td><td>67.4</td><td>59.9</td><td>59.2</td><td>77.6</td><td>76.6</td><td>74.4</td><td>63.1</td><td>56.2</td></tr></table>	%	3/1	4/1	4/29	5/26	6/23	7/21	8/25	9/1	京都・長浜地区	0	20.4	29.8	29.8	37.3	41.0	51.6	52.7	木津川地区	0	31.8	47.1	47.1	65.7	67.1	78.7	79.8	%	10 歳	10 歳子	11 歳	11 歳子	12 歳	12 歳子	2 年	3 年	4 年	5 年	6 年	京都	81.3	79.2	75.6	74.2	68.2	67.3	84.8	84.6	82.7	76.2	67.4	全国	72.9	71.7	68.3	67.4	59.9	59.2	77.6	76.6	74.4	63.1	56.2
%	3/1	4/1	4/29	5/26	6/23	7/21	8/25	9/1																																																								
京都・長浜地区	0	20.4	29.8	29.8	37.3	41.0	51.6	52.7																																																								
木津川地区	0	31.8	47.1	47.1	65.7	67.1	78.7	79.8																																																								
%	10 歳	10 歳子	11 歳	11 歳子	12 歳	12 歳子	2 年	3 年	4 年	5 年	6 年																																																					
京都	81.3	79.2	75.6	74.2	68.2	67.3	84.8	84.6	82.7	76.2	67.4																																																					
全国	72.9	71.7	68.3	67.4	59.9	59.2	77.6	76.6	74.4	63.1	56.2																																																					
(A) 改善	アプリ上のイベント「アプリを起動せよ！秘密のボーナス・ステージへGO！」の効果が出てくるのはこれからである。効果を見極め、今後の取組に活かしていきたい。																																																															



ウ．成果の社会還元の実施

(P) 計画	参加者に加えこれから実際に活用いただくことになる一般の方やインフルエンサーにも、エコチル調査という大規模調査が進んでいること、研究結果が出てきていることを知っていただく。また、調査の結果が正しく理解され、上手に利用される一助となる工夫を考える。
(D) 実施	<u>1：地域エコチル運営委員への成果報告と連携のお願い</u> 各市の保健医療関係者や教育関係者等、地域エコチル運営委員には今後、エコチル調査の成果を社会に還元していく際のキーパーソンが多く含まれている。これらの方々に、本年も引き続き成果を報告したほか、成果の社会還元においても連携をお願いしていきたい旨、協力を要請した。 <u>2：対面イベント「研究体験してみよう」</u> 参加児を対象に、対象3地域各地区において、対面イベント「研究体験してみよう」を開催、誌面報告した（前述）。疫学研究を体験してもらうことは、参加継続への動機になるだけでなく、将来、疫学調査の結果を理解し利用する際の一助になるものと考えている。
(C) 評価	対面イベント「研究体験してみよう」では、事後アンケート回答者全員が、研究の話題に「とても興味を持った」もしくは「少し興味を持った」と回答し、また「最初はどんなのかわからなかったけど、やっていくうちに楽しくなってきた」「仮説をたててデータをとって結果を得る、という流れを子どもに体験させることができ大満足でした」等の感想が得られている。エコチル調査の結果を正しく理解し、上手く利用していく素地につながるものと考えている。
(A) 改善	現在の対面イベントは少人数を対象としているが、研究者やスタッフの経験値を上げて、より多くの方が参加できるものにしていきたい。

エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名：大阪ユニットセンター

評価時点	令和 7 年 10 月 31 日
------	------------------

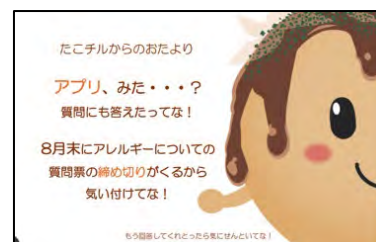
ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画	1. 参加者のモチベーションアップにつなげる取組: 継続の動機づけのために参加者向けのコミュニケーションを充実させ、帰属意識や参加意識を高める取組として、従来維持している UC 独自の Web サイトに、新規コンテンツを継続的に掲載する。 2. 調査に積極的な参加者・調査に積極的ではない参加者双方に興味を喚起できる取組: 参加者コミュニケーションの一環として、また今後の継続的な調査参加、またはホリデー中の参加者の掘り起こしを考慮した対面・参加型イベントを実施する。
(D) 実施	1. 参加者のモチベーションアップにつなげる取組: 参加者とのコミュニケーションツールとして UC 独自の Web サイトを設置している。参加児の参加意識や帰属意識を高め、調査を身近に感じて楽しんで調査に協力いただくことを期待して 2022 年度に開設した、子ども向けコーナー「たこチルとあそぼう」を継続した(下図)。「たこチルからの挑戦状」は、エコチル調査についてクイズ形式で楽しみながら知ってもらうことを目的としている。「たこチルミュージアム」では、ニュースレターで募集したお子さんたちからのイラストやメッセージの掲載、「ピカッとたこチルひらめいた」では、まちがいさがしやパズルなど毎月更新した。また、研究成果の普及のため発表済み論文の一般市民向け解説を更にわかりやすく記載し掲載する「たこチルの論文探検隊!」を新設し 2 つのコンテンツを掲載した。 2. 調査に積極的な参加者・調査に積極的ではない参加者双方に興味を喚起できる取組: 大阪母子医療センターを会場に「おおさかユニットセンター講演会 2025」を開催した。また、学童期検査参加への動機づけとなるよう、学童期検査会場で医師による

	ミニ講座開催を実施した。大阪大学では、小中学生とその親向けに病院見学・研究者との交流のイベントを企画し、特に研究の裏側、体や健康に興味を持ち理解を深め、より綿密なコミュニケーションをとる予定である（12月と3月に計3回開催）。また、教育系タレント・ユーチューバーなどを起用した対面でのイベントを計画していたが、産業医科大学 SUC を中心に全国規模で今後展開されることとなったためそれに合流することとした。
(C) 評価	1. 参加者のモチベーションアップにつなげる取組：ホームページのアクセス数による評価を行ったところ、「たこチルからの挑戦状：57件」、「たこチルミュージアム：285件」、「ピカッとたこチルひらめいた：259件」であった。「たこチルミュージアム」へのアクセス数が増えている一方、「たこチルからの挑戦状」や「ピカッとたこチルひらめいた」は減少しており、参加者の年齢層に応じた興味のあるテーマの変化が示唆された。新規ページ「たこチルの論文探検隊！」は117件であり今後のアクセス増が期待された。 2. 調査に積極的な参加者・調査に積極的ではない参加者双方に興味を喚起できる取組：10月開催予定の「おおさかユニットセンター講演会 2025」は定員に近い申し込みがあった。学童期検査会場における医師によるミニ講座についても、アンケート結果から好評であったことを確認できた。12月開催予定の大学見学会への応募が予想を超える反響であったため、急遽、実施日・回数を増やして(午前午後の2回+翌年3月)対応することとした。病院見学会についての期待は高く、学童期検査会場などで複数の参加者より楽しみにしているといった好意的なコメントを多くいただいた。
(A) 改善	1. 参加者のモチベーションアップへの取組の改善：参加者の年齢やニーズに応じたコンテンツを定期的に追加する。学童期検査会場、詳細調査会場、各種対面イベント時での広報等を活用し、Webサイトのアクセス数を更に上昇させることを検討する。また、アンケート結果などから明らかになった、参加者のニーズに応えられるようなイベントを計画する。 2. 調査に積極的な参加者・調査に積極的ではない参加者双方に興味を喚起できる取組：今年度の企画が好評であるため、次年度も同様の企画の実施について検討する。今年度の企画実施時にアンケート調査を行い、次年度はより参加者のニーズに合ったテーマ設定や企画調整を行う。また、現在企画されている全国規

	模での有名教育系タレント・ユーチューバーの起用によるイベントと相乗効果を考慮したイベント・アプローチ等を今後検討し実践する。
--	--

イ．質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画	大阪ユニットセンターは現参加者数（子どもの数）が 3 番目に多いユニットセンターでありながら、令和 6 年企画評価委員会資料によれば現参加者率は全国 2 位、質問票回収率の低減率は全国 4 位、令和 6 年度回収率も全国平均を上回っている。<u>今年度も引き続き、13 歳以降の調査継続の参加率の向上、質問票回収率の向上、及び、参加者のモチベーション維持に取り組んだ。</u> 1. 質問票の回収率向上に関する取組：従来の取組に加え、新規の取組について検討・実施する。 2. 13 歳以降の調査継続に関する取組 2-1 同意取得：調査継続率向上のため、学童期検査や詳細調査での個別の声掛けと確認を行い、調査への参加継続を促す。同意手続き後のプレ質問票の回答が終わっていない参加者に対して、対面での声掛け、サポートを実施する。 2-2 同意後の Web 回答：Web 質問票に未回答の参加者に対してハガキでリマインドを行い、ログインできない等のトラブルに対しては電話でサポートを行う。
(D) 実施	1. 質問票の回収率向上に関する取組：送付物の開封を促すため、質問票の送付用封筒に誕生日プレゼントを同封した。また、質問票回収率維持のため、年齢質問票と学年質問票の返送依頼を徹底した。質問票送付後、4 週・7 週にメールでリマインド、12 週に電話（過去返送歴あり対象、不通者へ再送）、21 週に 2 回目電話（前回不通者対象）で段階的に回収を促進した。 10 歳質問票から改善した点として、電話での督促の際に留守電だった場合にメッセージに加え、質問票を再送することとした。再送の際には鉛筆やたこチル付箋などのノベルティを同封した。年齢質問票の回収状況も見ながら、年齢質問票と学年質問票の返送依頼時期が重複しないように調整し、参加者が負担を感じないよう配慮した。 学年質問票では、質問票送付後、5 週にはがき、3 か月にメール、4-5 か月に再送（全未回収者対象）を実施し、その後提出状況良好者のみメール 2 回目、必要に応じて再再送付を判断（年

	年齢質問票との重複に配慮) して実施している。 2. 13 歳以降の調査継続に関する取組： 2-1 同意取得：学童期検査については採血日と採血以外の検査日の 2 日に分けて実施しているため、それぞれで声がけの機会を作った。特に 1 回目で登録作業を会場で支援しながら促したのちに、2 回目は検査日までにポータルサイトへログインしていない方、ログイン済だがプレ質問票への回答が済んでいない方を抽出してステータスに応じた対応をすることで、会場内でスムーズに登録完了または未回答者への操作方法の説明などをできる環境を整えた。詳細調査会場においても、参加者全員に声かけの機会を作り、会場でできる支援をすべて実施した。また、両検査会場において、不同意であっても、エコチル調査からの案内を受けていただくこと、13 歳までの調査は完遂していただくよう働きかけた。 質問票調査を活用した取組として、小学 6 年質問票の返送依頼のハガキに 13 歳以降調査の同意勧奨及び困りごとのある方には問い合わせの連絡を促す旨を記載する等、メッセージの発信を行った。 2-2 同意後の Web 回答：2025 年 7 月 7 日に、2011 年生まれと 2012 年生まれの代諾者・子どもらに質問回答状況「未開始」があった方約 1400 世帯に対して、「たこチルからのおたより」として送付した。内容は、情報を減らしてキャラクターたこチルのアップで目を引くデザインにして、説明を少なめにした勧奨ハガキを送付した。
(C) 評価	1. 質問票の回収率に関する評価：昨年度に比べ、各年齢とも回収率は維持できている。 2-1. 13 歳以降の調査継続に関する評価：6 月以降開始している学童期検査会場や詳細調査にて、対面で同意確認を勧奨し同意率の向上に努めることができている。6 月 23 日時点の代諾者ログイン率 24.2%、積極的継続化の割合 215 から、9 月 29 日時点では、それぞれ 39.4%、36.9%で、子どものログイン率も 27.4%→57.1%と上昇した。不同意であったとしても 2 日目の声掛けによって 13 歳までの調査の協力取りやめにつながる事例はなかった。対面で丁寧に説明することで、参加者の疑問点に細やかに対応し、同意率の向上とモチベーション維持にもつながった。



	2-2 同意後の Web 回答：たこチル勸奨ハガキ送付後 2 週間以内で約 200 件の回答のピークがあるなど回答の増加がみられた。
(A) 改善	1. 質問票の回収率への取組に関する改善：紙ベースの質問票は、来年度も同様に細やかな対応を継続する。 2-1. 13 歳以降の調査継続勸奨に関する改善：13 歳以降調査継続の同意については、学童期検査で対面での積極的な勸奨を継続し、2 日目の学童期検査前には、引き続きプレ質問票の回答状況を確認し、未回答者にはその状況に合わせて操作方法の説明を丁寧に行う。 2-1. Web 回答勸奨に関する改善：Web 質問票については、未回答者にハガキリマインドを行い、アプリや Web ログイン方法について丁寧に説明を行う。回答方法が変更となったことでの不安や疑問を解消するための対応を行う。

ウ．成果の社会還元取組	
(P) 計画	1. 研究成果の発信：中心的な研究仮説を学術論文として積極的に発表する。発表済み論文を一般市民向けに分かりやすく解説したサマリーを Web サイトで公開する。 2. 市民への情報提供活動：子育て支援に関する知見を Web コラムとして定期的に配信する。調査活動の進捗や成果について広報誌を通じて継続的に発信する。
(D) 実施	1-1. 定期的な研究発表会の開催：月 1 回の頻度で新規研究課題の発表会を実施した。センター長・センター長補佐出席のもと、専門的な指導を提供した。研究手法や分析方法について参加者から建設的な意見を収集した。改善された研究課題をアブストラクトとして申請した。 1-2. 論文執筆の進捗管理：事務局での研究進捗管理担当の役割を明確にし、著者への定期的な進捗確認した。必要に応じセンター長・センター長補佐との個別面談を設定した。中心仮説に関する研究の論文化を重点的に推進した。 1-3. 論文の品質管理体制：第 1 著者・第 2 著者による研究手法の精査を徹底した。センター長・センター長補佐による全体的な指導と確認を行った。ユニットセンター内での段階的な査読プロセスで精査した。 1-4. 人材育成の推進：学位取得に関わる研究 3 件を推進するとともに他大学研究者との積極的な共同研究体制を強化した。

	2-1. アウトリーチ活動：大阪ユニットセンターから公表された論文の日本語概要版を合計 36 編アップした。また、お子さんに読んでいただけるよう「たこチルの論文探検隊！」としてわかりやすい論文解説ページを独自 Web サイト上に新設した。 2-2. 子育てコラム（年 4 回）の更新 2-3. 母子医療センター年報への活動報告掲載 冊子体以外に Web サイト上でも公開されている年報へ活動報告を掲載することにより、一般市民の方に広く活動内容を知っていただく機会を提供した。 2-4. 講義等での成果報告：エコチル調査から発表された論文について大阪大学の大学院講義、学部生実習で紹介した。また、医薬基盤・健康・栄養研究所ワクチンマテリアルプロジェクトでも報告を行った。 2-5. 地域への成果還元：講演会によるエコチル調査参加者および地域住民の方に対するエコチル調査の紹介と啓発、および、成果還元の取り組みとして「おおさかユニットセンター講演会 2025」を開催した。 
(C) 評価	1-1/2/3. 研究成果の発信：国際誌(インパクトファクター2.5～8.0)6 編掲載、内 1 編は中心仮説論文を報告し国環研との共同プレスリリースを行った。中心仮説課題 1 編の論文化を継続、新規研究課題 22 件を申請した。 1-4. 人材育成として博士課程学生 2 名が学位論文作成を継続中である。波及効果として、1 件の追加調査にかかわる他大学との新たな共同研究（外部研究費）、他大学及び研究施設所属の研究者 6 名、2 名の他部局の研究者が参加した。 2-1/2. 情報発信・社会還元：Web コンテンツ閲覧実績（2025 年 4 月～2025 年 9 月）論文概要版：319 件、子育て応援コラム：26,939 件、たこチルの論文探検隊！：117 件であった。
(A) 改善	1-1/2/3. 研究推進・論文化の強化：中心仮説課題 1 編の論文化を継続的、組織的に支援する、新たな研究課題提案を促進する。 1-4. 人材育成の拡充：研究指導体制の更なる充実、若手研究者の育成プログラムの強化を行う。 2-1/2/3/4/5. 研究成果の社会発信強化：論文概要版の閲覧数増加に向けた施策、大学院講義、学内、病院内での周知活動の実施、その他効果的な広報手段の検討を行う。

エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名： 兵庫ユニットセンター

評価時点	令和 7 年 9 月 30 日
------	-----------------

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画	①エコチル調査を身近に感じられるような取組 ホームページの充実を図り、親しみやすい情報を発信する ②エコチル調査の進捗状況を参加者にお知らせする取組 広報誌により調査進捗状況などを発信する ③参加者と直接お会いする機会を得る取組 対面式のイベントを開催する ④詳細調査、学童期検査の参加率の維持・向上を図る取組 参加者の利便性を考えた調査日程を設定する ⑤13 歳以降の調査継続への協力を依頼する取組 案内を送付した上で、対面調査において協力を依頼する
(D) 実施	①エコチル調査を身近に感じられるような取組 ホームページのコンテンツを充実させるために、『楽しい脳トレ&クイズコーナー、エコチルひょう G0 でチャレンジ G0!!』を定期更新している。また、参加者によるブログリレーの執筆者を広報誌等で募集し、多くの参加者に積極的にブログを執筆してもらうことで、エコチル調査への主体的な参加意識が高まるように努めた。より多くの参加者にホームページの閲覧を促すために、ホームページの QR コードを質問票発送時に同封する送付状等に掲載している。 ②エコチル調査の進捗状況を参加者にお知らせする取組 定期的に発行している広報誌により、エコチル調査の進捗状況や得られた成果について報告している。参加者に興味を持って広報誌を読んでいただくために、専門家（医師や公認心理師・臨床心理士など）からの情報提供を行っているが、2024 年 12 月に発行した広報誌「エコチルひょうご」では医師から「PFAS の健康影響」に関して、2025 年 3 月に発行した「エコチルひょうごたより」では公認心理師・臨床心理士から「子どもたちが抱える悩み」に関する情報提供を行った。

	③参加者と直接お会いする機会を得る取組 対面式イベントとして、7月12日（土）に「電気」と「空気」に関する科学実験教室を開催した。このイベントでは、教育的な要素の含まれる内容となるように工夫した。 ④詳細調査、学童期検査の参加率の維持・向上を図る取組 学童期検査及び詳細調査の会場選定は対象者の居住地を地図上にプロットして、徒歩または自転車で来場できる範囲にある市内7ヶ所の公共施設を会場とした。小学生が参加しやすいように、夏休み期間を中心に週末及び平日に合わせて19日間実施した。中学受験する参加者が多いため、昨年度より受験後の1月末～2月中に対面調査を追加実施しており、2025年度においても2026年1月末～2月中に4回の調査を実施する予定である。 ⑤13歳以降の調査継続への協力を依頼する取組 2012年度生まれの参加者に対しては、夏休み期間を中心に行っていた小学6年生の学童期検査を中学受験が終わった2月にも行い、来場された全員を対象に調査継続の依頼を行った。3月には、小学校卒業及び中学校入学のお祝いと12年間調査を継続していただいたお礼と合わせて、13歳以降の調査の継続の同意をお願いする文書を発送した。2012年度生まれの参加者が中学1年生になってからは、2011年度生まれの中学2年生の参加者と合わせて、A4サイズの大判ハガキにて13歳以降の調査の継続の手続きをフローチャート形式で示して参加者にお知らせした。また、保護者が同意済みであるにも関わらず、ログインが済んでいない子どもを対象として、お子さんのログインの手順を記載したA4サイズの大判ハガキを発送した。 2013年度生まれの参加者については、夏休み期間を中心に小学6年生の学童期検査の場で調査継続の依頼を行った。今年度は学童期検査開始前にアカウントを発送することができ、更に新たな取組として、代諾者に対して学童期検査の来場前にログインしていただくようお願いする書類を送付した。検査会場では、お子さんのログインもお願いした。 2011～2013年度生まれの参加者を対象として、13歳以降の調査に関する問い合わせの中で特に多い質問を広報誌に掲載することで、同意手続きを分かりやすくお伝えすることを心掛けた。
--	---

(C) 評価	①エコチル調査を身近に感じられるような取組 『楽しい脳トレ&クイズコーナー、エコチルひょう G0 でチャレンジ G0!!』は隔週で追加し、本年 9 月末現在 149 のコンテンツを掲載している(4～9 月の間に 16 コンテンツ追加)。また、参加者によるブログリレーの執筆者は 4～9 月に 7 名、合わせて 37 編の投稿があった。2025 年 4～9 月におけるホームページの月平均ページビュー数は 3,546 (前年比 84%)、月平均訪問者数は 1,121 人 (前年比 77%) であり、昨年よりも減少していた。また、今年度はテレビ局より、ホームページに掲載中のクイズを番組で使いたいとの依頼があったことから、参加者だけでなく、より多くの方にも興味を持っていただけるコンテンツが掲載できていると評価できた。 ②エコチル調査の進捗状況を参加者にお知らせする取組 広報誌 (2025 年 5 月発行、参加者全員に送付) の記憶に残る記事としては、「13 歳以降調査継続について」が 43%となっており、多くの方がエコチル調査の継続に関心を抱いていることが分かった。 ③参加者と直接お会いする機会を得る取組 7 月 12 日 (土) に開催した「科学実験教室」では、61 名の参加が得られた。アンケート調査の結果では、「とてもよかった」「まあよかった」を合わせて 100%と好評であった。 ④詳細調査、学童期検査の参加率の維持・向上を図る取組 本年度の学童期検査の対象者は 1413 名であり、9 月末現在の参加者は 512 名 (36.2%) である。本年度中にさらに調査を予定しており、参加率は 40%を超える見込みである。詳細調査の対象者は 168 名であり、9 月末現在の参加者は 109 名 (65%) であった。10 月以降の調査への参加予定者を合わせると、75%程度の参加率を見込んでいる。 ⑤13 歳以降の調査継続への協力を依頼する取組 2011 年度及び 2013 年度の参加者については、代諾者の同意率及び子どもログイン率は全国平均を上回っている。2012 年度の参加者についてはアカウント発送が遅れたことが影響して同意率は全国平均を下回っているものの、さまざまな取組を行った
--------	---

	結果、全国平均に近づきつつある。
(A) 改善	ホームページの閲覧数が減少していることから、参加者や一般市民のニーズに応えることができるようにコンテンツの充実を図り、より魅力的なホームページを構築する。また、ニュースレター等も活用して、エコチル調査に関する情報発信を進める。対面式イベントは好評であるため、参加者の成長に見合った内容を考慮して引き続き開催する。イベントへのアンケートからは、研究成果の発信を期待する声が多数寄せられているため、成果発表にも力を入れていきたい。 学童期検査、詳細調査は本年度までの実施状況を踏まえて、次年度も円滑に進むように準備を進める。 13歳以降の調査継続への願いは、引き続き学童期検査において対面で依頼するとともに、学童期検査に来場していない参加者及び中学生に対してはハガキなどをお願いしていきたい。

イ．質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画	①質問票の返送率の定期的確認と未返送者に対する返送依頼 ②子どもアンケートの返送率向上
(D) 実施	①質問票の返送率の定期的確認と未返送者に対する返送依頼 毎月開催するユニットセンター定例会議で発送月ごとの質問票の返送率及び返送依頼状況を検討しているが、返送率は65%以上を維持している。質問票が未返送の参加者に対して電話やショートメールによる返送依頼を行い、更なる返送率の向上を目指している。 また、質問票の未返送者に対して返送を依頼するためにハガキを送付しているが、文字だけでなくイラストも掲載し、参加者に親しみを持ってもらえるような工夫をしている。文字数を減らしてシンプルなデザインにすることで、視覚的な負担を減らす工夫もしている。 現在行っている返送依頼の方法は、以下の通りである。 1) 質問票発送3週間後にハガキによる返送依頼を実施。 2) ハガキ送付4週間後にショートメールによる返送依頼を実施。 3) ショートメール送付4週間後に電話による返送依頼を実施。 4) 3) で不通であった方（留守電にメッセージを残せなかった方を含む）を対象に、4週間後に電話による返送依頼を実施。 ②子どもアンケートの返送率向上

	昨年度は子どもアンケートの返送率が全国平均より低い状態であったが、今年度は返送率が向上して全国平均をやや上回るようになった。アンケート回答への謝礼の品として、小学校などで使用できるようなランチョンマットや巾着袋を作成し、広報誌及びホームページで周知を図り、子どもアンケートへの協力を呼びかけた。なお、質問票と同様に子どもアンケートについても、2024年12月及び2025年3月に発送した広報誌においても返送のお願いを掲載している。
(C) 評価	①質問票の返送率の定期的確認と未返送者に対する返送依頼 ハガキや電話による質問票返送依頼を積極的に行っている結果として、質問票回収率は全国平均を上回る水準が維持できた。 ②子どもアンケートの返送率向上 子どもアンケートの返送率もほぼ全国平均を維持できた。
(A) 改善	質問票の返送率を向上させるためには電話による返送依頼が効果的であるため今後も継続するとともに、更なる返送率の向上を目指して、返送依頼の時期も含めて効果的な返送依頼方法を検討する。子どもアンケートの返送率の向上に向けた取組についても、効果的な返送依頼の方法を引き続き検討する。

ウ．成果の社会還元取組	
(P) 計画	①エコチル調査の成果を一般の方にも発信する取組 市民公開講座を行う。 ②エコチル調査で得られた成果を教育に活かす取組 エコチル調査で得られた成果を、関連学会、大学ホームページ、大学の講義などで紹介する。 ③エコチル調査の重要性を次世代の若者に発信する取組 兵庫県が主催している若者世代による環境活動の活性化を通して将来社会の担い手を育成することを目的とした「ひょうごユース eco フォーラム（兵庫県主催）」に参加する。
(D) 実施	①エコチル調査の成果を一般の方にも発信する取組 2025年3月23日に開催した市民公開講座では、センター長よりエコチル調査の概要及び成果を説明した。また近年の課題であるマイクロプラスチックについて、同志社大学経済学部 准教授 原田禎夫氏に「未来のために知っておきたい海とプラスチックの話」と題してご講演いただくとともに、映画『マイクロプラスチック・ストーリー～ぼくらが作る2050年～』を上映した。また、

	一般市民対象の阪神シニアカレッジにおける講義等でもエコチル調査の概要とこれまでに得られた成果について紹介している。 ②エコチル調査で得られた成果を教育に活かす取組 2024年に発行した広報誌「エコチルひょうご」では、PFASについてエコチル調査で得られた結果を掲載した。2025年3月に発行した広報誌「エコチルひょうごたより」には、微小粒子状物質（PM2.5）と子どものぜん息・アレルギーとの関連を掲載した。 医学部、看護学部の講義等においては、エコチル調査の概要とこれまでに得られた研究成果について解説した。 ③エコチル調査の重要性を次世代の若者に発信する取組 2024年12月に開催された「第6回ひょうごユースecoフォーラム（兵庫県主催）」に参加し、環境問題に関心を持っている高校生、大学生や企業を対象としてエコチル調査の概要及び成果についてポスター発表を行った。
（C）評価	①エコチル調査の成果を一般の方にも発信する取組 市民公開講座への参加者は25名であったが、参加者からは「調査に参加できていることを嬉しく思った」「日常生活の中でできることがたくさんあることに気づけた」など日常生活への応用やエコチル調査への参加意欲向上が期待できる感想が寄せられた。 ②エコチル調査で得られた成果を教育に活かす取組 大学の講義等を通じて、エコチル調査で得られた成果を多くの研究者、学生に発信して、エコチル調査の重要性を伝えた。 ③エコチル調査の重要性を次世代の若者に発信する取組 大学等での講義やひょうごユースecoフォーラムでは、次世代を担う若者にエコチル調査について説明することができた。
（A）改善	今後も参加者や地域住民にエコチル調査の成果をわかりやすく伝えるため、市民公開講座等を行い、その動画をオンラインで配信するなど、多くの人が視聴しやすい方法を検討する。 成果を広報誌やホームページに掲載する際には、論文の内容を分かり易くまとめることを、引き続き、心掛けていく。 引き続き、ひょうごユースecoフォーラムにも参加し、次世代を担う若者にエコチル調査の重要性を伝えていきたい。

エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和7年4月～令和7年9月末時点)

調査実施機関名： 鳥取ユニットセンター

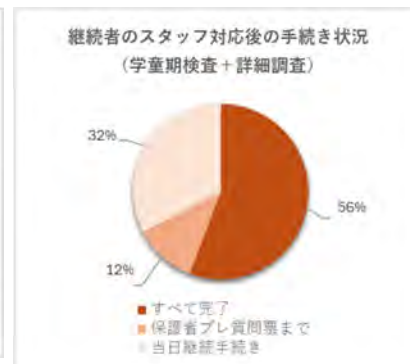
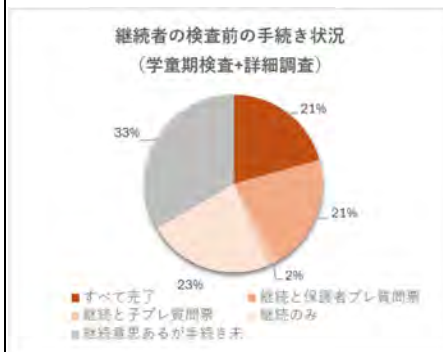
評価時点	令和 7 年 9 月 30 日
回答者	氏名 (永島 英樹) 役職 (鳥取ユニットセンター長)

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組

(P) 計画 (D) 実施	1 3歳以降調査継続に対する勧奨の取組 学童期検査・詳細調査での取組 ① 予約者に継続の意向を事前に検討してもらうため、検査1週間前のキット等を送付する際に独自で作成した「<u>13歳以降の調査協力に関する確認書</u>」(図1)を同封し、記入して持参してもらった。 ② 予約者の継続状況を事前に確認し、会場で手続きが行えるよう<u>保護者と子どものアカウント情報を紙で用意し、必要な方に手渡した</u>。また、会場のインターネット環境(Wi-Fi)を整備した。 ③ 参加者一人ひとりに応じた説明や手続き状況の確認、操作補助を円滑に行うため専属の<u>担当スタッフを配置した</u>。 ④ 「<u>13歳以降調査について</u>」(コアセンター作成)の動画を保護者と子どもに視聴してもらい、理解を促進した。 ⑤ 独自に作成したチラシ「<u>質問票の変更点</u>」(図2)「<u>WEB 質問票配信スケジュール</u>」(図3)「<u>ポイント交換リスト</u>」(図4)「<u>同じデバイスを使用する場合 ID・パスワードの変更手順</u>」(図5)を使用しながら説明した。必要時、アプリのデモ画面を見てもらいながら視覚的に説明した。 ⑥ 継続する方には「<u>継続手続き</u>」、「<u>保護者プレ質問票の回答</u>」、子どもの「<u>ログイン</u>」「<u>プレ質問票の回答</u>」をアプリ上で確認した。未回答項目があれば<u>その場で手続きを促し、操作補助も行った</u>。会場で回答ができない方には「<u>13歳以降調査開始までの流れ</u>」(図6)に未回答項目を記入し、手続き漏れがないよう持ち帰ってもらった。 ⑦ 一つのスマホでアプリを使用する場合は複数の方法があることを説明し、<u>参加者のそれぞれの状況に応じた方法を共に考え、操作補助も行った</u>。多胎や兄弟姉妹がいる参加者に対しても、アプリの使用方法についてアドバイスをを行った。 ⑧ <u>検査前日までに継続手続きした方にプレゼントするキャンペーンを行った</u> (事前案内送付時に案内チラシを同封し、検査前キット
------------------	--

	等送付時に確認書（図 1）で事前周知した） その他の取組 ① アカウント情報送付前に <u>A4 大判ハガキ</u>（図 7）で「13 歳以降の調査継続について」を送付し、<u>先行通知</u>した。 ② ID・パスワードを変更した方に利用してもらう「<u>ID・パスワード保管カード</u>」（図 8）を作成し送付した。（2013 年度生はアカウント情報に同封、2011 年度生、2012 年度生は継続した方に送付） ③ それぞれのポイント交換先の交換手順を記載したスタッフ用「<u>ポイント交換マニュアル</u>」（図 9）を作成し、対面調査や問い合わせ時に活用した。 ④ <u>ニューズレター</u>（がいなだより）に特集を組んで掲載した。 ⑤ 鳥取ユニットセンターの<u>ホームページ</u>に専用ページを追加した。 ⑥ 問い合わせが 24 時間可能な <u>QR コード</u>を作成し広報誌等に取り入れた。 ⑦ 2013 年度生で継続していない方、プレ質問票が未回答の方に<u>圧着ハガキ</u>（図 10）を送付予定。（10 月上旬） ⑧ 県内で集客人数が一番多い商業施設でブースを作り、13 歳以降継続勧奨や専用アプリの使用方法的説明、ポイント交換方法等の<u>相談会を実施予定</u>。併せて、地域住民の認知度向上を目的としてチラシ配布やアンケートの協力を依頼し、エコチル調査への理解度を確保する予定。（11 月末） 2012 年度生プレ質問票のポイント未交換（交換期限 7/4）に対する取組 プレ質問票のポイント未交換者 335 人（保護者 169 人、子ども 166 人）（6 月 13 日時点）に対し、<u>交換期限が近づいていることを知らせる圧着ハガキを送付</u>した。さらに、期限前日に未交換の親子 33 組（66 人）に<u>電話またはショートメールを行った</u>。
(C) 評価	・13 歳以降調査継続勧奨は対面調査での勧奨が有効的であるため、今年度も学童期検査、詳細調査での勧奨を重点的に行った。9 月 21 日時点で学童期検査、詳細調査参加者 470 人中 396 人（84%）が継続すると回答した。特に詳細調査参加者の継続率は 94%であり、エコチル調査の理解度が高いため継続する方が多いことが改めてわかった。 ・独自に作成した確認書（図 1）を事前に送付した結果、参加者の多くが継続の可否を事前に検討しており、当日の説明を<u>効率的に進めることができた</u>。

・「検査前日までに継続手続きキャンペーン」は、前日までに継続手続きを済ませることで、検査当日に会場で「保護者プレ質問票」「子どものログイン」「子どものプレ質問票」の手続きが可能となり、その場でスムーズに手続きを促すことを目的としている。9月21日時点での継続者のうち検査前日までに継続手続きを行った方は264人（67%）であるが、そのうち検査前日までに手続きが完了していた方は21%であった。しかし、担当スタッフによる説明やアプリ上での手続き状況の確認、未回答項目の回答依頼や操作補助を行った結果、会場での手続き完了者は56%に達した。また、継続を希望しながらも、未手続きのまま来場した方132人（33%）に対して継続手続きを促したところ、全員がその場で手続きを行った。このことから、継続を希望していても手続きの機会を確保しにくい方にとって、学童期検査への参加は、手続きできる有効な機会になったと考えられる。



また、確認書で「検討中」または「継続しない」と回答していた58人のうち、7人の継続手続きが確認できた。スタッフによる個別説明や動画視聴を通じたコミュニケーションにより、参加者の意識に変化が生じ、継続意向につながったと推察される。

この取組により継続率、子どものログイン率、プレ質問票の回答率の向上につなげることができた。

2012年度生プレ質問票のポイント未交換（交換期限 7/4）に対する取組

交換期限が近づいている中、約4割の方がポイント交換を行っていなかったため、交換を促す圧着ハガキを送付し、さらに期限前日にも電話やショートメールを行った結果、未交換者335人中251人（保護者120人、子ども131人）、全体の75%が期限日までに交換を完了した。

また、ハガキ送付後、ユニットセンターにはアカウントに関する問

	い合わせが 25 件寄せられた。これらに対して個別に丁寧な説明を行ったことで、参加者の理解が深まり、不慣れなアプリの使用による負担を軽減する効果もあったと考えられる。
(A) 改善	参加者と直接コミュニケーションを図ることで、 <u>参加者の立場に寄り添った対応が可能となり、調査の継続に対するモチベーションの維持にも寄与すると考えられる。</u> 今後も、継続意向やプレ質問票の回答への対応に加え、アプリの操作方法やポイント交換手続きに関する説明にも重点を置き、丁寧に円滑かつ的確な対応を継続していくこととする。

イ. 質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画 (D) 実施	学年質問票、年齢質問票の返送率向上のための取組 質問票発送後 1 ヶ月から 1 ヶ月半が経過しても返送がない方には、<u>ショートメールにて返送依頼</u>を行っている。(携帯番号が不明な場合には固定電話への連絡またはハガキを郵送している) さらに、ショートメール送信後も返送がない場合には<u>質問票の再送付</u>を実施している。 WEB 質問票の回答率向上のための取組 2025 年 4 月、6 月、9 月に配信された WEB 質問票に対し、10 月 20 日までに 5 件以上回答した保護者およびお子さんそれぞれを対象に、プレゼントするキャンペーンを企画した。本キャンペーンは、プレゼントの条件を緩和することで、ログインが困難な方や継続していない方に継続を促す機会を提供することを目的としている。これにより、調査への参加意欲や回答率の向上を期待している。(プレゼントの発送は来年 2 月の予定)
	学年質問票、年齢質問票の返送率向上のための取組 小学 4 年～6 年および 2025 年 1 月～6 月発送分の返送依頼前の平均返送率は 48.4%であったが、返送依頼から 3 週間後には平均 59.8%と高くなった。(図 1) その後、質問票の再送付を行った結果、再送 4 ヶ月後の平均返送率は 31.1%となり、どちらの取組も一定の効果が認められた。(図 2) さらに全ての学年質問票および年齢質問票の返送率は全国平均を上回っており、これは以前から継続して実施している効果的な取組の成果と考えられる。
(C) 評価	

	図1 返送依頼前と返送依頼後の返送率の変化			図2 各質問票の再送付の返送状況			
	発送月	返送依頼前	返送依頼後		再送数	再送4か月後の返送数	返送率
	小学4年	62.6	69.1	小学4年	48	14	29.2%
	小学5年	50.1	63.5	小学5年	104	46	44.2%
	小学6年	48.8	58.9	小学6年	132	24	18.2%
	2025.1月発送	44.5	57.7	11歳	76	25	32.9%
	2月発送	42.6	57.4	12歳	81	25	30.9%
	3月発送	37.4	53.2			平均	31.1%
	4月発送	53.2	61.0				
	5月発送	46.9	55.1				
	6月発送	49.1	62.1				
	平均	48.4	59.8				
		(%)					
WEB 質問票の回答率向上のための取組							
キャンペーン期間中につき現時点での評価は難しいものの、告知後には複数のアカウントに関する問い合わせがあり、一定の反響が見られることから、今後の効果が期待される。							
(A) 改善	現在の取組により質問票の返送率の維持・向上が図られていることから、今後も同様の取組を継続するとともに、さらなる効果的な取組の検討を進めていく。						

ウ. 成果の社会還元取組	
(P) 計画	- サイエンスコミュニケーション活動 論文作成をした後、大学を通じてプレスリリースを行い、広く市民に研究結果を知ってもらう。 鳥取ユニットセンターの広報誌に研究結果の紹介を行い、参加者にエコチル調査で得られた結果について知っていただく。 - 学会発表/論文発表 論文作成の内容の学会発表を行い、広く研究者にも研究結果を知ってもらう。 - 疫学者の育成 エコチル調査を通じて、学部学生や大学院生等に対して疫学に関する講義を行い、一人でも疫学者が増えるよう活動する。 大学院生に対し、研究指導を行う。
(D) 実施	- サイエンスコミュニケーション活動 鳥取ユニットセンターの広報誌において、暫定データの紹介等を行った。さらに、エコケミストリー研究会からの依頼原稿の作成を行った。 - 学会発表/論文発表

	論文を作成した。 ・疫学者の育成 医学部に対してエコチル調査の実施方法や実施内容に関する講義を行った。 大学院生に対し、研究指導を行った。
(C) 評価	・サイエンスコミュニケーション活動 まだ、評価は得られていない。 ・学会発表/論文発表 論文が受理された。 ・疫学者の育成 大学院生の学位論文が現在査読中である。 医学部生の講義でエコチル調査や出生コホート研究の紹介を行い、試験を行ったところほぼ全員に理解してもらうことができた。
(A) 改善	・サイエンスコミュニケーション活動 今後も継続してサイエンスコミュニケーション活動を行っていく。 イベント等で市民向けの研究紹介を行う。 ・学会発表/論文発表 論文数の向上を目指す。 ・疫学者の育成 大学院生の学位論文受理を目指す。

(図1) 13歳以降の調査協力に関する確認書

13歳以降調査 継続に関する協力の確認書

エコチル調査は皆様のご協力のおかげで、13歳以降も調査が継続することになりました。詳しくは後葉面裏でお送りした資料をご確認ください。

小学6年生のお子さんと保護者の方へ、13歳以降も引き続き調査にご協力いただけるかどうかについて、ご意向を確認させていただきます。

※本表内容をご記入ください

お子さんのお名前	
保護者のお名前	

※該当する項目に○をつけてください

13歳以降調査への参加を **継続します・継続しません・検討中**です

継続しない方は **調査の前日** までに

① アプリのインストール + ログイン ② 継続します + アンケート(2回) していただく

いずれか1つ プレゼント!!

IKEA ふきん
お申し込み1人につき1枚
お申し込み10人につき10枚

ニットバッグ
お申し込み1人につき1枚
お申し込み10人につき10枚

キッチンポスジ
お申し込み1人につき1枚
お申し込み10人につき10枚

※システムの都合上、調査の前日までに「継続」の手続きをされた方のみです。

※プレゼントは学習用紙の枚数に応じてお送りいたします。

※先着順となりますので、なくなり次第終了とさせていただきます。

※13歳以降の調査に関するご質問等ございましたらお電話にスタッフにお声掛けください。

(図2) 質問票の変更点

『13歳以降も調査が続きます!』

調査の継続にはアプリにてお子様が必要ですが、保護者様も継続しない方はお手続きが必要です

13歳以降の調査協力について

小学生	中学生
紙	WEB
ポスト投函	いつでもどこでも
主に保護者	保護者とお子さん
年2回	保護者・お子さん各10回程度
30分~40分/1回	2~15分程度/1回
保護者	保護者とお子さん
JCBギフトカード	保護者 最大1000円相当ポイント お子さん 最大2000円相当ポイント

期間内に調査継続のお手続きをすべて完了されると
1500円相当ポイントを進呈いたします!

※ポイントはおアプリから実際にアプリで交換できます

※ポイントの交換は1人1回限りです(継続しない場合は1回限りです)

ポイント交換リスト

(図3) WEB 質問票配信スケジュール

2012年度生まれのお子さんと保護者の方へ

Web 質問票の配信が始まります

Web 質問票は保護者の方、お子さん、それぞれ異なる内容の質問が配信されます。参加者ポータルにご自身のアカウントでログインしてください。

Web 質問票配信スケジュール (中学1年生用)

保護者	お子さん
Web 質問票 1 回あたりのお返答時間は 2~15 分程度です 最大 1000 ポイント付与	Web 質問票 1 回あたりのお返答時間は 2~15 分程度です 最大 2000 ポイント付与

※学校行事や休み、休校などによって配信が滞ります。学校の通知欄やお電話にてお返答の進捗をご確認ください。

※ポイント交換リスト

※毎日にも Web 質問票を配信します

13歳以降調査継続手続きがまだお済みでない方は裏面にをご覧ください

(図4) ポイント交換リスト

ポイント交換リスト

※内容は変更になる場合があります 2025年3月現在

ANA SKYコイン	Amazonギフトカード	EdyギフトID	nanacoポイント	Apple Gift Card	Google Playギフトカード	Vプリカギフト
WebMoney	しつチャク	BookLive!	楽天カード	楽天カード	楽天カード	楽天カード
タリーズデジタルギフト	スターバックスデジタルギフト	KFC	PIZZA'LLA	MOS CARD	STARBUCKS	寄付 (現金等)
PayPay	PayPayマネーライト	au PAY ギフトカード				

(図5) 同じデバイスを使用する場合 ID・パスワードの変更手順

保護者のスマホをお子さんと共有される方へ

【Webサイト利用】お子さんへ「エコチル調査」のWebサイトを利用する場合は、保護者様のアカウントでログインする必要があります。

ID・パスワード 変更手順

1. ログイン
ID・パスワードを変更したいアカウント情報(保護者もしくはお子さん)でログインする

2. ID・パスワードの変更
右側の「ID・パスワード」から「パスワード」を選択
【アカウント管理】を選択し「ID・パスワード変更」を選択する

3. その他「ID・パスワード変更」の項目
【パスワードの変更】を選択し「パスワード」を選択する
【パスワードの変更】を選択し「パスワード」を選択する

(図6) 13歳以降調査開始までの流れ

13歳以降調査 開始までの流れ

保護者用アカウント

1. ロシアのインストール + ログイン
2. ロシアのインストール + ログイン

3. ロシアのインストール + ログイン

4. ロシアのインストール + ログイン

2025年4月より13歳以降調査スタート!

ご不明な点がございましたらお問い合わせください

お問い合わせ先
エコチル調査センター
0120-415-177
※受付時間: 9:00~17:00 (土日祝日を除く)

表

裏

(図8) ID・パスワード保管カード

表

裏

(図9) ポイント交換マニュアル(スタッフ用)の一部

nanacoポイントへの交換方法

nanacoポイントとは

nanacoポイントは、電子マネー「nanaco」の利用でたまるポイントです。
たまったnanacoポイントは、電子マネーnanacoに交換して、全国のnanaco
加盟店でご利用いただけます。

交換方法

【登録手順】(nanacoカード・nanacoモバイルに登録して使用する場合)
交換完了画面に表示されている、nanaco番号を入力(画面のnanaco番号)して登録いただくことで、お受け取りが
可能です。
登録完了後、セブンイレブンなど加盟店の明所で「既読画面」または「チャージ」をして、交換完了となります。

【注意事項】
お申込みから約2~4日程度でお受け取りいただけます。

※nanacoポイントをご利用いただくには、nanacoカードもしくはnanacoモバイルが必要です。
お持ちでない方は、こちら【<https://nanaco-net.jp/introduction/>】をご覧ください。
※「nanaco」のサービス内容やご利用方法は、nanacoのホームページ【<https://www.nanaco-net.jp/>】をご覧ください。



①

②

画面にチェック

nanacoポイント

登録方法がわかりません。nanacoカード・nanacoモバイルをお持ちでない方は、こちら【<https://nanaco-net.jp/introduction/>】をご覧ください。

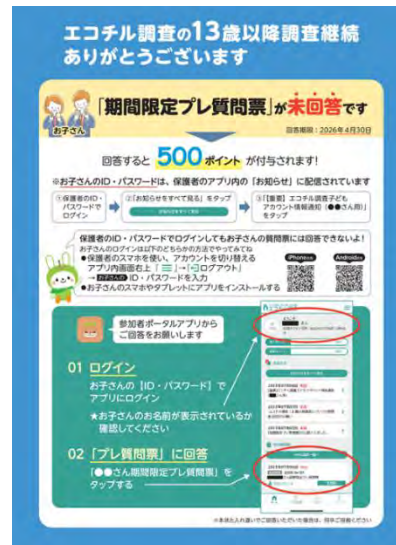
(図 10) プレ質問票未回答の方（保護者・子ども）と継続していない方に送付の圧着ハガキ

プレ質問票未回答の方

保護者



子ども



継続していない方



圧着部



エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名： 高知ユニットセンター

評価時点	令和 7 年 10 月 31 日
------	------------------

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画 (D) 実施	1. 同意率 50%を達成 (2013 年度生まれ) ① 学童期検査・詳細調査会場での同意率 90%以上 ・同意促進のためのプレゼントキャンペーンと検査前電話勧奨。前日迄に同意手続きを完了して検査に来た方にスポンジプレゼント。検査の初回案内でキャンペーンを周知し予約者には検査前に電話で勧奨を実施。参考① ・チェックリストと対面サポートによるログイン手続きの円滑化 独自プログラムを活用し、個々に応じた手続きの進捗状況、裏面には親子アカウント情報を自動反映させたチェックリストを作成。検査当日の対面勧奨時には、チェックリストをもとに、継続手順と進捗を説明しながら、子ログイン・親子プレ質問票回答までの手続きをサポートし円滑化を図った。また兄弟児分も同様に準備、勧奨し、兄弟で継続に繋げている。参考② ② 子どもの参加率 (2013 年度生まれ代諾者に対し 80%以上を目指す) 現時点、代諾者に対する割合約 69%、配信対象者に対する割合約 34%。参加意欲を高められるようなアプローチで、ログイン率 80%を目指す。 ・対面による子どもへのアプローチ 今年度から、学童期検査説明コーナーを「13 歳以降調査の説明コーナー」とし、イラストや地元の風景を交えた制作動画を用いて子どもに勧奨し、ログインとプレ質問票回答迄導く導線を構築。動画とリサーチコーディネーターによる丁寧な説明で子ども本人の継続意欲向上に取組んだ。参考③ また、参加児にエコチル調査へ興味関心を持ってもらい調査継続に繋げることを目的として開催した体験型イベント「研究者に会いに行こう」では、子ども達が飽きないよう動きあるスライドを用いて調査概要と研究手順について説明し、科学にも興味関心を持ってもらう工夫を凝らした参考④ ・感謝が生む社会貢献の実感 詳細調査検査会場での感謝状手渡し、学童期検査結果返却時の成長曲線・ボランティア証明書の同封、質問票発送時の ID・パスワード記録欄付き感謝状の同封など、調査を通じて成長を振り返る機会を提供するとともに、社会貢献を実感してもらい継続意欲を高められるような工夫を施した。参考⑤ 2. プレ質問票リマインド (2012 年度生まれ)

	4月のWeb質問票配信に向け、事前ログインとプレ質問票回答未の方に抵抗なく取り組めるようリマインドを実施。1回目(3/18)手続きの進捗がわかるチェックリストを一括出力し発送(507通) 参考⑥、2回目(4/9)ショートメール送信(384件)、3回目(4/18)独自プログラムより対象者を抽出、プレ質問票と4月配信の質問票回答後に得られるポイント数を反映させたハガキを一括出力し発送した(365通) 参考⑦ <u>3. アプリ操作が苦手でも継続できる仕組み作り(保護者向け)</u> 学童期検査会場では子どもの検査待ちの全保護者に声掛けし、アプリ操作の説明やポイント交換のサポートを実施。7月から月1回「コンシェルジュデスク」を開設。チラシ、SNSで周知。計7名の参加者が利用した。 参考⑧ <u>4. 会報誌(ちよるるん News)の活用</u> 例年のWebアンケートの結果を踏まえ、「調査の結果」や「思春期の子育ての困りごと」など、参加者のニーズの高いテーマを中心に構成し、13歳以降調査に関する情報発信にも活用。夏号では、問い合わせの多い内容を、図やイラストを活用し視覚的に理解しやすい内容(ワンポイントアドバイス、Q&A形式等)で掲載。苦手な人でも取組やすくなるように工夫。また意思不明者には別途カバーレターを活用して継続勧奨も行っている。 参考⑨
(C) 評価	<u>1-①. 学童期検査・詳細調査会場での同意率 90%以上達成</u> 配信対象者に対する同意率は36.6%(807/2202)を推移(9月29日時点)9月時点で、学童期検査参加者の同意率92.8%(452/487)。詳細調査参加者の同意率97.9%(94/96)と、目標90%を上回っており対面検査時での勧奨は全体の向上を牽引している。下期の検査参加者確保が叶えば、50%到達。 <u>1-②. 代諾者に対する子どものログイン率 80%達成見込み 76.8%(9月末)</u> ・対面による子どもへの勧奨で子どもログイン率90%超え。動画を用いた勧奨とサポート体制の効果により、学童期検査参加者の子どもログイン率96.5%(436/452)。詳細調査参加者は91.5%(86/94)と全体のログイン率向上を牽引している。9月時点で、昨年度2012年度生まれの67%(代諾者数に対する割合)を上回り、父親の来場等による事後手続きを考慮すると実質同意率はさらに上回ると推測。また、検査後に届く、成長曲線送付効果や2月に実施するプレ質問票リマインドで目標80%達成の見込み。 ・夏休み体験型イベントでの子どもアンケート結果では、回答者全員が「今回のような企画にまた参加したい」と回答。調査へのメッセージには「すごい結果を出していてこれからも続けていきたい」「協力していきたいです。これからも頑張ってください」等のメッセージが多数寄せられたことから参加者エンゲージメント向上に有効である。(17組中16組継続同意) <u>2. プレ質問票回答リマインドで子どもログイン 201人増(2012年度生まれ)</u> プレ質問票リマインド(3回実施)により、開始時3/18から回答期日4/30

	までに子どものログイン数が 183 人増加した。回答期日後も増加し、6/30 時点でリマインド開始から累計 201 人の子どもログイン増を確認した。 3. 不同意から継続同意への転換 コンシェルジュデスクを利用した参加者のうち 1 組が、兄弟ともに不同意から同意へ転換。学童期検査会場で説明を受け、サポート体制を知り、「兄とともに同意に切替る」との意思を示し、兄弟児ともに継続同意に至った。 4. 会報誌(ちよるるん News)の活用 Web アンケートの回答では「13 歳以降調査についての説明が分かりやすかった」との評価が得られ、参加者の需要に合っていると評価できる。
(A) 改善	○学童期検査の参加率向上に向けた層別リマインドの実施(10・11月) 学童期検査での対面勧奨が継続同意に効果的なため検査の参加を呼び掛けるリマインドハガキを送付(10月)。加えて過去の質問票回答件数に応じ層別化を図り電話とショートメールを使い分けたアプローチを実施(11月)。下期の学童期検査の参加者を増やす事で同意率 50%を目指す。 ○小学6年生の意思不明者にハガキによるリマインド勧奨を実施(10月) 1 回目ハガキ(10月) 参考⑩、2 回目コーヒーセミナーイベント開催案内ハガキ(11月) 参考⑪ イベント参加条件は「継続してくれた方」とし継続を促す。3 回目ハガキ(2月)。引き続き継続同意率 50%を目指す。 ○エンゲージメント向上に効果的な小6対象の体験型イベントは継続実施 ○ホリデー層掘り起こしイベント開催(12月) 青年期検査を見据えても、保護者の積極的参加は今後も不可欠である。スタッフのサポートでモチベーションが保たれた事例もあることから、幡多地域での開催など拡充していく。また、「大人のためのコーヒーセミナー(12/6)」を開催し、サポートが不十分だった 2011 年度生まれを含む小 6～中 2 の全世帯を対象にイベント案内を送る(11月)。イベント参加の条件を継続同意者に限定し、会場にはコンシェルジュデスクを併設しアプリ操作のサポート体制も整える。イベント案内を通じて新規継続者を募る。 ○リマインドの検証により効果的なアプローチを実施(2月) プレ質問票リマインド直後の反応結果(レター116人、ショートメール 24人、ハガキ 43人)から、反応が低いショートメールは短文通知(ポイント有効期日)に限定し、ログイン勧奨等詳細な情報発信には郵送を活用する。

イ. 質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画 (D) 実施	1. 質問票回収率向上(2013・2014年度生まれ) ・各年代に応じ人気の文具を厳選し、適切な時期の質問票に同梱し開封を促す。オリジナルクリアファイル(感謝状)・クルトガシャープペンシル・ノート(小6) 資料⑫ オリジナル紙ファイル(11歳) 資料⑬

	2. Web 質問票リマインドにより中学生の新たな子どもログイン数増加 中学 2 年生計 68 人（3 月・7 月実施、9/1 時点）、中学 1 年生計 30 人（7 月実施、8/25 時点）合計 98 人の増加が確認できた。中学生世帯への Web 質問票リマインドレターによる一定の効果が得られた。得られるポイント数を記載したレター送付時に、回答の初手であるログインを促す工夫を凝らし Web 質問票の回答率向上に繋げる。
(A) 改善	下期の学童期検査参加のリマインド実施時には、質問票回収状況も把握しながら電話及びショートメールでの返送依頼を平行実施する。さらに検査当日、直接返送依頼ができるよう、事前に返送状況を把握し、検査当日は職員で情報共有し回収率維持向上に取り組む。 中学生には、全学年の対象世帯に年 2 回（7 月・2 月）リマインドレター送付を継続する。一方で、「案内が多い」との声も寄せられているため、今後とも状況を見極めながら、内容やタイミングに工夫を凝らし、効果的なリマインド方法を検討し実施する。4 月から質問票の配信が始まることに気づいてもらえるよう、「4 月 1 日から質問票配信が始まります！」という案内ハガキを 3 月に発送し、4 月早々の回答につなげることを目指す。

ウ．成果の社会還元への取組	
(P) 計画 (D) 実施	1. 参加者及び一般市民へ親しみやすい形で成果を還元 ・会報誌夏号では、高知ユニットセンター発表の論文を紹介し、調査の成果を共有した。さらに、教育学部教授の協力のもと、思春期の子どもに関するコラムを掲載。会報誌発送時には Web アンケートも同封し、今後期待する広報活動についての設問を通じて得られた回答を、今後の広報活動の参考・ヒントとして活用していく。 ・参加者向けイベントで、成果ポスター展示及び広報資材配布を行った。 ・地域メディア誌（高知新聞全 20 回）連載の子育てコラム「ずっと、ぎゅっと！」第 3 弾と、エコチル調査の研究成果を冊子に纏め、参加者および一般市民に配布した。参考⑮ ・SNS を活用し、参加者や保護者との接点を広げるとともに、地域全体への情報発信を行った。 2. 地域とともに広報活動を実施 地域と連携しながら広報活動を実施 ・幡多地域の協力医療機関主催の夏祭りにブース出展し成果紹介ポスター展示と広報資材の配布を行い、来場の 150 人全員には認知度調査を行った。広報資材には QR コードを掲載し HP・SNS へのアクセスを促した。 ・協力医療機関（総合病院）の外来デジタルサイネージ装置を活用し、「大規模国家プロジェクト子どもの健康と環境に関する全国調査(エコチル調

	査)」の動画配信を開始した（6月）。 ・地域イベント「赤ちゃん会」会場（高知・幡多）で子育て世代向けに、広報資材を配布（4月）。 3. 夏休みの広告を通じた Instagram 投稿企画で次世代への関心喚起 夏休みに大型商業施設で広告を掲出し Instagram プレゼント企画「ちよるるんを探せ！」を実施。子どもの関心を引く工夫を凝らした。参考⑯														
(C) 評価	1. 参加者コミュニケーション 会報誌夏号 Web アンケート集計結果 <table border="1"> <caption>調査結果をもっと知らせる (53.69%)</caption> <thead> <tr> <th>項目</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>調査結果をもっと知らせる</td> <td>53.69%</td> </tr> <tr> <td>思春期の子育ての困りごとを相談</td> <td>47.32%</td> </tr> <tr> <td>グッズなど景品のプレゼント</td> <td>16.78%</td> </tr> <tr> <td>イベント開催</td> <td>11%</td> </tr> <tr> <td>参加していない方への周知</td> <td>9%</td> </tr> <tr> <td>SNSの充実</td> <td>6%</td> </tr> </tbody> </table> 参加者 298 名からアンケートの回答が得られた。広報活動へ期待する声は、「調査結果をもっと知らせる」が最多（53.69%）。次に成果の還元が強く求められている。「思春期の子育ての困りごとを相談」（47.32%）も高く、会報誌などでの対応が期待されている。「参加していない方への周知」（16.78%）の声も増加しており、一般市民への成果還元も重要である。集計結果は参加者の声をもとに運営に活かしている事を、会報誌やホームページでフィードバックする事で双方向コミュニケーションを図る。 2. 地域とともに広報活動を実施 幡多地域の協力医療機関開催の夏祭りで行った認知度調査では、回答 150 件中、知っている 85 件(56%)知らない 65 件（43%）であった。11 月出店予定の「科学の祭典」でも一般への周知活動と認知度調査を実施予定。 3. Instagram 投稿企画を通じフォロワー数が 63 人増加（9 月 365 人） 「ちよるるんを探せ！」Instagram 投稿企画では、投稿条件のハードルが高かったのか、投稿 1 件・閲覧数 114 件と参加が伸び悩んだが、広告効果は「見たよ」の声が多く寄せられ、一定の認知度向上の効果は得られたと考える。Instagram フォロワー数が増えれば、情報がより多くの人に届きやすくなるメリットがある事から今後はフォロワー数獲得に向けた取組も模索していく。質問票回収率改善(図 1)、子どもログイン率向上の背景には、これらの広報活動の積み重ねが大きく寄与していると考えられる。	項目	割合	調査結果をもっと知らせる	53.69%	思春期の子育ての困りごとを相談	47.32%	グッズなど景品のプレゼント	16.78%	イベント開催	11%	参加していない方への周知	9%	SNSの充実	6%
項目	割合														
調査結果をもっと知らせる	53.69%														
思春期の子育ての困りごとを相談	47.32%														
グッズなど景品のプレゼント	16.78%														
イベント開催	11%														
参加していない方への周知	9%														
SNSの充実	6%														
(A) 改善	今後は子どもたちの生活の中心となる、中学校・高等学校への認知度向上が必要となってくる事から、引き続き学校関係者との連携を図り、教育現場への広報活動を行っていく。引き続き、地域との連携を図りながら、身近な生活に役立つ情報も含め、親しみやすい形での情報発信に努める。														

エコチル調査にご協力いただき ありがとうございます

お子さんが調査の中にいるときから小学6年生になるまで、
毎年にわたってご協力ください。スワッチーと一緒に調査を受け付けています。

エコチル調査は自分たちのご協力により多くの研究機関が協力し、
素晴らしい高い水準として社会にも貢献をされています。
そのことから33歳以降も調査を継続できるようになりました。

研究がすすんでいきますが、
まだまだ分からない事がたくさんあります。
一人でも多くの方に協力いただければ
いろいろな事が分かってきます。

未来の子たちのために
13歳以降も引き続きエコチル調査へのご協力をお願いします。

アカウント管理 ID・パスワード変更

ID

パス
ワード

現在のID

例は、4桁～9999までの範囲です。
数字、英字、記号の3種類の中から任意に選ぶ。
お好きな英数字を組み立てるようになっています。

① 変更前のID

→ 変更後のID

③ 変更後のID

現在のパスワード

パスワードは、4桁～32文字の範囲で、
英字、数字、記号の3種類の中から任意に選ぶ。
お好きな英数字を組み立てるようになっています。

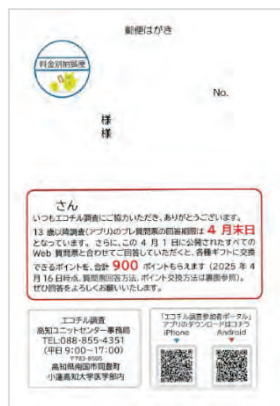
② 変更前のパスワード

→ 変更後のパスワード

④ 変更後のパスワード

アンケートや資料受取りに必要なIDとパスワードで
この画面を最後まで入力して大切に保管してください

参考⑦ リマインドハガキ（ポイント数反映）



参考⑧ コンシェルジュデスク（チラシ・写真）



参考⑨ 会報誌「ちよるるん News」



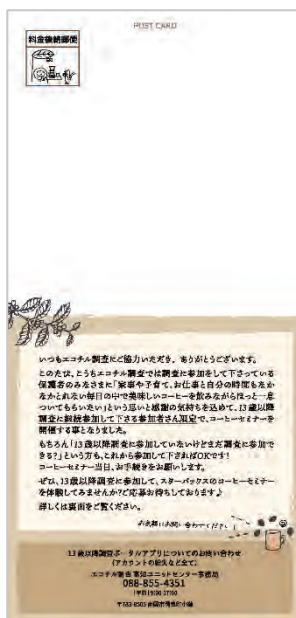
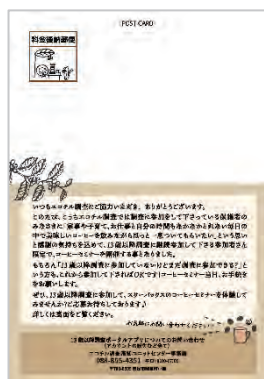
参考⑩ 小6 意志不明の方向けリマインドハガキ(1回目)



参考⑪ 小6 意志不明の方向けリマインドハガキ（2回目）

[中学生向け]

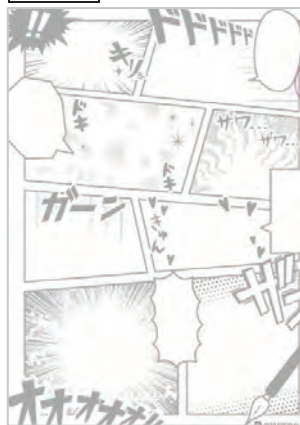
[小6向け]



参考⑫ 小学 6 年質問票同梱「文具」



参考⑬ 11 歳質問票同梱「紙ファイル」



オモテ



ウラ

参考⑭ リマインドレター



参考⑮ 「子育てコラム集」「チラシ」

冊子

参加者_オモテ

一般_オモテ

ウラ



参考⑯ イオンモール高知広告ジャック・Instagram 企画「ちょるるんを探せ！」

〔エレベータ広告〕

〔フードコート広告〕

〔企画予告状〕



エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名：産業医科大学サブユニットセンター

評価時点	令和 7 年 1 0 月 3 0 日
------	--------------------

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画 (D) 実施	13 歳以降調査の開始に伴い、本年度も小学生・中学生の学年に応じた広報フォローアップ活動を計画・実施した。特に中学生（参加者ポータルログイン後の小学 6 年生含む）は「エコチルティーンズプロジェクト」として継続。参加者ポータルを活用すること、参加している子ども達の意見反映やアクションをしてもらう等双方向コミュニケーションをすること、の 2 点を全ての活動に課し、第 1 弾から第 5 弾までを実施した。今後 16 歳での子ども本人同意も見据え、それに向けた意欲醸成に向け「エコチル調査を一緒に作る」という意識向上を目指し、以下の取組を実施した。 【第一弾】アプリコンテンツ「独占インタビュー動画」配信 前年度、参加者ポータルのお知らせ配信を活用し、サブユニットセンター所属医師のインタビューとしてアプリコンテンツ動画の配信を実施。WEB 質問票回答期限やポイント失効期限に合わせ定期的に配信しリマインドに活用しつつ、全ての動画に出てくる文字を組み合わせるメッセージを完成させ参加者ポータルから応募してもらう取組を行った。本年度も配信およびメッセージ募集を継続し、本年度からログイン可能となった 2013 年度生（小学 6 年生）の参加児にも働きかけた。 【第二弾】エコチル LINE スタンプ作ってみらん？！ 2011 年度および 2012 年度生の意見を反映させた「オリジナル LINE スタンプ」の配信を実施した。動画と同様に、WEB 質問票回答期限やポイント失効期限に合わせて定期的に配信する、配信時にはリマインド内容も記載し印象を和らげる、といった工夫も行った。さらに、2013 年度生の WEB アンケートも実施し、意見を反映させた新たなスタンプ制作も開始した。アンケート時には前回の LINE スタンプの感想も聞き、子ども達の声を積極的に収集した。 【第三弾】「届けエール!! 2025 年のキミへ」応援動画配信

	パイロット調査参加者が中学 3 年生を迎えたため、受験応援メッセージや思い出の写真を参加者から募集し動画を制作、Youtube チャンネルやホームページ、Instagram にて一般公開した。高校受験は、多くの子ども達が初めて経験し困難を感じるライフイベントであり、子ども達のライフイベントに寄り添った応援や発信を行うことでエコチル調査への親近感を高めること、同じ参加者からのメッセージを発信することで仲間としての一体感を高めること等を目的とした。 【第四弾】「“Tell Me Your Dream” ～夢を話そう～」開始 新たな取組として、サブユニットセンター所属医師とのコミュニケーション窓口を設置した。令和 7 年 6 月に参加者ポータルからお知らせ配信しニュースレターでも紹介した。子ども達の夢や悩みに医師が耳を傾け、思春期の子ども達のアウトプットを促しつつ気軽にコミュニケーションできるツールを設置することで、調査への親近感や安心感を高めることに活用した。 【第五弾】「キミ色スターコンテスト」開始 新たな企画として「キミ色スターコンテスト」を実施した。「キミだけの色で輝け！」をキャッチコピーに、これだけは誰にも負けない！、自分の好きなこと、自信があること、といった内容を、星型の応募用紙に自分だけの色と共に描いてもらう企画であり、思春期を迎えた子ども達が自由に表現できる内容とした。また、合理的配慮として子ども自身が応募できない方でも、保護者が応募できることを案内し、全ての参加者が楽しめるような配慮も行った。
(C) 評価	第一弾の動画配信については、本年度に入ってから新たにメッセージの応募が見られ、前年度はまだログインが出来なかった学年もプロジェクトへの参加を楽しみに待っていたことが伺える。 第二弾の LINE スタンプは、これまでに 3 回配信を完了している。ダウンロード数は、シリーズ 1～3 の累計で 10 月時点で 1,022 件に上っており、参加者の約 36.0%となっている。重複があるとしてもシリーズ 1 のみで 623 件であり約 22.0%の方にダウンロードいただいた形となる。これまで広報活動を行った際、アクションを起こす層は 1 割前後が多い印象であり、倍以上の割合であることから、かなりの効果があったと考えられる。 第三弾の応援メッセージ動画は、Youtube チャンネルおよび Instagram での公開の視聴数合わせて 500 回を超えており、高評

	価も複数票が入っている。令和7年度も「届けエール!!2026年のキミへ」を制作する予定であり、募集を開始した所、応募も徐々に集まってきており、子ども達の意欲向上に役立っている様子が伺える。 第四弾のコミュニケーション窓口は、現時点ではまだ投稿は確認できていないが、Instagramで医師の紹介や情報発信を行った所、1,000件を超える視聴数が見られた。 第五弾のコンテストについては、〆切は今年度末までのため途中経過であるが既に47件の応募があり、小学生・中学生の両方から届いている。前年度に実施した「エコチル川柳」コンテストの応募数76件と比べても、応募数も順調であること、中学生からも反応があったことから、成長に合わせた企画の効果が出ていると捉えている。 それぞれの活動の前後には、参加者ポータルの保護者ログイン率・同意率、子どもログイン率の推移を確認している。第三弾の応援動画では、配信開始前後を比べると、2012年度生（中学1年生）で、保護者ログイン率が40.1%から42.5%、同意率が38.7%から41.8%、子どもログイン率が保護者同意者を分母とし30.0%から33.2%の向上が見られた。 第二弾のLINEスタンプの夏の配布分では、2013年度生（小学6年生）では、ニュースレター発送や学童期検査と合わせた効果と考えられるが、保護者ログイン率が28.0%から35.3%、同意率が25.8%から34.3%、子どもログイン率が保護者同意者を分母とし14.8%から24.2%の向上が見られた。中学1年生でも保護者ログイン率が0.2%、同意率が0.1%、子どもログイン率0.2%の向上が見られた。わずかではあるものの、中学生は、既に学童期検査が終わり対面での勧奨が難しい状況がある中で、ホリデー（休眠）状態となっている参加者に働きかける効果があったと評価できる。また小学6年生へのLINEスタンプアンケートでは、10月現在27件の回答があり、配布中のスタンプについては、33.3%がダウンロード済、22.2%が今後ダウンロードする予定、との回答が得られた。さらにダウンロードした80%が「すごく良かった!」「良かった」と回答しており、「使いやすかった」「北九州市ならではの好感度持てる」等の感想も得られ、満足度が非常に高いことが分かった。
(A) 改善	今後も特に子ども達のログイン率及びWEB質問票回答率向上に向け「エコチルティーンズプロジェクト」をさらに発展させて

	いく予定である。動画配信は 1 月に応援メッセージ動画の配信を予定しており、引き続き配信前後の状況を注視しつつ、Youtube や SNS など様々な媒体を活用し展開する。LINE スタンプも引き続き定期的な配信を行っていく予定である。小学 6 年生の意見を元にした新たなシリーズは 3 月に修了証書と共に配布を開始し、来年度は現在の小学 5 年生へのアンケートも行っていきたいと考える。コンテストは、入賞作品をニュースレター等で還元する予定である。 また今後新たな企画として、子ども達の意見を元にしたホームページ制作や研究成果紹介ページの制作も企画しており、「エコチル調査を一緒につくる」という観点で、子ども達の意見を反映させた調査の実施に努めたいと考える。
--	--

イ．質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画 (D) 実施	質問票返送依頼については、返送依頼対象者を以下(1)～(3)に分け、参加者の特性に合わせたより緻密な返送依頼を継続することとした。 (1) 7 歳質問票以降一度も返送なし (2) 7 歳質問票以降全部返送 (3) 7 歳質問票以降数冊返送 返送が見込める対象者(2)(3)については、(1)の対象者への返送依頼回数よりもう 1 アクション増やし、(1)の対象者と(2)(3)と一律に返送依頼を行うのではなく、費用対効果を考慮し、より返送が見込める(2)(3)への返送依頼を増やして対応を行っている。本年度は以下の流れで実施した。 <年齢質問票> 質問票発送→ハガキ→ショートメール→ショートメール（まじめな方のみ）→再送（まじめな方のみ） <学年質問票> 質問票発送→ハガキ→ショートメール→再送 年齢質問票については、前年度までは、ショートメールを先行していたが、より丁寧なメッセージを添え返送を促すため、ハガキ先行に見直しを行った。一方で、2 回目のショートメールや再送を返送率が良い方（まじめな方）のみに絞り実施することで費用を削減し、且つ効率化も継続した。 またシールラリー（小学 6 年間に 12 冊を返送していただいた

	方にプレゼントあり)を活用し質問票返送向上に努めた。参加者の個別の状況に合わせて、謝礼発送時に手紙を書き、次の質問票や未返送の質問票の発送意欲向上、エコチル調査継続への意欲向上に役立てているが、本年度より新たにシールラリーの個別の返送状況を謝礼の送付状に印刷することを開始した。 他、新たに質問票問合せ用の専用メールアドレスを設置し、QRコードから再送依頼や問合せができる体制を構築した。
(C) 評価	12歳や小学6年質問票の返送率が伸び悩んでおり、7月末時点では小学6年質問票で全国平均を下回っていたが、各種取組により9月末時点で送付後6か月以上の質問票で12歳が66.8%、小学6年生が64.3%まで向上し、いずれも平均を上回る返送率に改善した。 再送については、本年度は各学年で平均して約5%程度の返送となっている。紙質問票の対象者が少なくなってきたこともあり、徐々に効果が鈍化しているが、費用対効果のバランスを見ながら今後の継続を検討していきたいと考える。 未返送がある方にはシールラリー活用を推奨することで促しがしやすくなり、参加者も「それなら書いてみようかな」と記載意欲の向上促進効果がみられている。令和7年度までで学年によって5割～6割はコンプリートを達成しており向上効果がみられている。 新たな問合せ体制については、まだ開始して間もないが、早速参加者から問合せがあり、設置の効果がみられた。
(A) 改善	今後も参加者への丁寧な返送依頼を継続し、返送率向上を目指したいと考える。令和8年度は紙質問票の最終実施年度となるため、周知を徹底すると共に、シールラリーを活用し視覚的に個別状況を示すことで、勧奨を推進したいと考える。問合せ方法はメール、電話、ショートメールなどと組合せ複数の方法を提供できており、参加者の引き続きの利便性に努めていきたい。

ウ. 成果の社会還元取組

(P) 計画 (D) 実施	ホームページ研究成果紹介ページリニューアル 本年度、サブユニットセンターのホームページにおいて、研究成果「エコチル調査でわかったこと」ページをリニューアルし公開した。全国の研究成果をカテゴリーで分類し、キーワード検索、カテゴリー、タグなどから、どんな研究があるのか簡単に探せる他、ポイントやQ&Aの表示を設けることで、専門家以外の
------------------	--

	方や子ども達でも気軽にわかりやすく要点を見ることを可能とし、分かりやすい研究成果紹介に努めた。 <u>Instagramでの地域連携機関との相互フォロー</u> Instagramも担当チームにて積極的に更新を続けており、投稿数は既に450件に迫っている。さらなる情報発信を目的に、新たに地域の連携機関である産科婦人科クリニックとの相互フォローを実施した。 <u>地域の子どものスポーツ大会への広告掲載</u> 新たな取組として、地域の同年代の子ども達への認知度向上ならびにエコチル調査への親近感向上のため、「(公社)福岡県宅地建物取引業協会北九州支部杯‘24 第45回北九州近県少年サッカー大会」のプログラムに広告掲載を行った。プログラムは、参加する子どもや保護者が必ず目を通す冊子であり、北九州のみならず、福岡県内、さらには九州から関西地区の府県のチームも複数参加していることから、自分達が取り組んでいるスポーツへの応援メッセージ、および同年代の子ども達がエコチル調査を知ってくれ応援してくれることを通して、調査参加意欲向上に寄与することを目指した。
(C) 評価	研究成果紹介ページでは、既に19本掲載を行った。公開開始よりまだ期日が少ないため評価はこれからとなるが、10月のアクセス解析では、表示回数が135件であったものの、エンゲージメント率は98.15%という非常に高い数値となった。10月の他ページでは40%～80%台であることと比べると、特筆して多くの方が高い関心度合いを示したと評価できる。 Instagramはこれまではサポーターの相互フォローは実施してきたが、連携機関とは初の試みであり、フォロワーも10月時点で170件に増加がみられた。 サッカー大会での広告掲載については、北九州、福岡県内、九州から関西地区の府県の幅広い地域で、参加人員である約1,500人に周知を行うことができた。掲載ページもプログラムと見開きのページに掲載しており、参加者や多くの子ども達および保護者にエコチル調査を知って頂くことができたと考えられる。
(A) 改善	今後も研究成果紹介ページやInstagramは順次アップロードを行い、DMなども活用し一般の方とのコミュニケーションも継続する予定である。広告掲載については、北九州市との連携を検討しており、より効率的且つ効果的な実施に努めたいと考える。

エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名：九州大学サブユニットセンター

評価時点	令和 7 年 10 月 3 日
------	-----------------

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画	①13 歳以降調査の継続について、中学へ進級後もフォローし、効果的かつ参加者に負担の少ないリマインドを実施する。 ②学童期調査(CAT/身体計測)と詳細調査(CAT)に参加した方の 13 歳以降調査同意率を 80%以上にすることを目標として、勧奨を行う <定義> 対面調査の参加者：今年度 CAT 検査が終了している参加者とする。理由としては、CAT 実施日の方が積極的に同意勧奨をおこなっているため。
(D) 実施	①13 歳以降調査に同意していない参加者を対象として、中学進級グッズとともに同意勧奨の案内を送付した。 ログイン・同意していない参加者の中には、継続しないとの意思を持ってしていない参加者もいることから、リマインドとして単体で文書を送付すると、そうした参加者の取りやめを促すことに繋がるケースがあった。一方で、子どもがスマートフォンを持つタイミングで同意を考えている代諾者がいることも把握していたため、中学入学後のフォローも重要と考えられた。 よって、グッズ同封の「お知らせ」というスタンスで案内を行い、リマインドを受け取る負担感を軽減することに取り組んだ。 ②CAT 検査案内の郵送物に 13 歳以降調査についての勧奨用紙を同封する。(参考資料 1) CAT 検査前に参加者ポータルサイトへのログイン状況を確認。受付時に継続同意していない、プレ質問票を行っていない、子どもがログインしていない参加者(代諾者など)に対して 13 歳以降調査について声かけを行った。その際、同意の意思がある参加者に対しては、待ち時間を利用してアプリのダウンロードからプレ質問票まで進捗状況に応じて進めてもらうことを提案し、必要時は初回アカウントの ID とパスワードを提示した。 さらに詳細調査の参加者に対しては、医学的検査の受付時にも、

	継続同意について未実施の参加者へ口頭で勧奨を行った。						
(C) 評価	①中学 1 年時の同意推移について、2025 年度と前年度で比較した。 ※2025 年度より 6 月に 13 歳以降同意案内入りグッズ送付						
	中学 1 年	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月
	2024 年	+0.5%	0%	0%	0%	+0.1%	+0.1%
	分母 735 名	(4 件)	(0 件)	(0 件)	(0 件)	(1 件)	(1 件)
	2025 年	+0.9%	+0.4%	+1.1%	+0.2%	+0.1%	+0.2%
	分母 1321 名	(12 件)	(5 件)	(15 件)	(2 件)	(1 件)	(2 件)
割合にすると若干ではあるが、2025 年度は前年度の同時期に比べ、継続的に同意率が伸びている。特に 6 月、グッズに同意勧奨を同封した月に同意の増加が見られた。 グッズに同封することで開封率が高くなり、案内を読んで頂けた結果、同意への関心が高まり、一定の効果があったと考えられる。 ②8 月末時点で、学童期検査 (CAT/身体計測) 参加者の 80.2%、詳細調査 (CAT 検査) 参加者は 88.5%が 13 歳以降調査に同意している。対面調査参加者のエコチル調査への参加意欲は高いことが伺える。CAT 検査の際に直接個別に参加者へ声掛けを行える点は良く、CAT 検査時は保護者の待ち時間が発生するため、その時間を利用した声掛けや勧奨は有効であったと考える。							
(A) 改善	①グッズに同封する形でのリマインドを継続する。また、保護者と子どもがスマートフォンを共用する場合、都度ログアウトすることに難色を示されるケースがしばしばある。よって、アプリ版と Web 版を併用できること (例えば保護者はアプリ版でログイン、子どもは Web 版でログインしブックマークをする) をアナウンスし、ログインへの敷居を下げたい。 ②CAT 検査時に 13 歳以降調査の同意勧奨を継続する。今後は CAT 検査の前後 (検査の勧奨前後) で同意が増加しているのか、評価していきたい。 今年度の詳細調査対象者全体 (検査未終了者含む) の同意率は現時点で 58.0%である。詳細調査の対象者は 2 年おきに対面調査へ参加して頂いていた方も多く、エコチル調査への参加意欲が高いことが考えられる。今回会場に来られない方など直接声掛けを行えない参加者への勧奨方法も検討する必要がある。						
イ. 質問票回収率の維持・向上の取組							

(P) 計画	Web 質問票の回答率を向上させる。																					
(D) 実施	既に同意している参加者に対して、中学進級グッズの中に、コアセンターから配布された Web 質問票の年間スケジュールを入れた。																					
(C) 評価	2011 年度生まれの 4 月配信質問票について、2025 年度と前年度の回答率を比較した。 ※2025 年度より 5 月に質問票案内入りグッズ送付																					
	<table><tr><td>代諾者</td><td>4 月</td><td>5 月</td><td>6 月</td><td>7 月</td><td>8 月</td><td>9 月</td></tr><tr><td>2024 年</td><td>30.1%</td><td>35.1%</td><td>40.4%</td><td>42.0%</td><td>49.5%</td><td>51.6%</td></tr><tr><td>2025 年</td><td>31.4%</td><td>43.2%</td><td>48.0%</td><td>49.4%</td><td>53.6%</td><td>55.1%</td></tr></table>	代諾者	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	2024 年	30.1%	35.1%	40.4%	42.0%	49.5%	51.6%	2025 年	31.4%	43.2%	48.0%	49.4%	53.6%	55.1%
	代諾者	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月															
	2024 年	30.1%	35.1%	40.4%	42.0%	49.5%	51.6%															
	2025 年	31.4%	43.2%	48.0%	49.4%	53.6%	55.1%															
	<table><tr><td>子ども</td><td>4 月</td><td>5 月</td><td>6 月</td><td>7 月</td><td>8 月</td><td>9 月</td></tr><tr><td>2024 年</td><td>30.0%</td><td>35.3%</td><td>40.1%</td><td>42.5%</td><td>49.6%</td><td>52.0%</td></tr><tr><td>2025 年</td><td>23.5%</td><td>40.5%</td><td>45.3%</td><td>46.6%</td><td>50.0%</td><td>51.4%</td></tr></table>	子ども	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月	2024 年	30.0%	35.3%	40.1%	42.5%	49.6%	52.0%	2025 年	23.5%	40.5%	45.3%	46.6%	50.0%	51.4%
	子ども	4 月	5 月	6 月	7 月	8 月	9 月															
	2024 年	30.0%	35.3%	40.1%	42.5%	49.6%	52.0%															
	2025 年	23.5%	40.5%	45.3%	46.6%	50.0%	51.4%															
	・代諾者は、4 月時点（配信直後）の回答率は前年度とほぼ変わらず、5 月の回答率は 2025 年度の方が 8.1 ポイント高かった。 ・子どもは、4 月時点では 2025 年度の方が 6.5 ポイント低い回答率であったが、5 月の回答率は、2025 年度の方が 5.2 ポイント高かった。																					
上記より質問票案内入りグッズの送付により、質問票回答率の向上に一定の効果があると考えられた。また、配信直後の回答率が伸びない場合であっても、リマインドによって回答率のリカバリーができる可能性が示された。																						
(A) 改善	グッズに同封する形でのリマインドを継続する。また、アプリを開くと、新しい質問票の下に古い質問票が配置されており、新しい質問票から答える参加者も多いと思われるため、古い質問票（回答期限が近い質問票）から先に回答していただくような注意書きを追加し、質問票の回答漏れを防ぎたい。																					

ウ．成果の社会還元の取組	
(P) 計画 (D) 実施	九州大学エコチル調査事務局ホームページでは「調査でわかったこと」というページを設け、エコチル調査の情報を解析しわかったこととして九州大学より発表された論文を紹介している。今年度は 4 月に新しく 2 件の論文を紹介した。7 月に発行している「すくすくえこちるっこ!ふくおか(以下すくえこ)」には、調査でわかったことを紹介する記事を設け、詳細はホームペー

	ジで確認できるようにサイトの URL と QR コードを掲載した。 また、ホームページの閲覧数の増加を目的として、「すくえこ」にクロスワードパズルを掲載。その回答はホームページを見て確認してもらう方式をとった。(参考資料 2)
(C) 評価	ホームページのアクセス数を月毎、ページ毎に確認。ホームページには 25 のページがあり、総閲覧数のうち「調査でわかったこと」のページ閲覧数が 17～32%を占めていた(2024/9～2025/7)。これはトップページの次に多い閲覧数であり、これによりホームページ閲覧者が、調査でわかったことについて関心が高いことが伺える。しかし、4 月に新しい論文紹介を行っても、「調査でわかったこと」の閲覧数の増加は見られていない。参加者へ新しく論文掲載を行ったことが伝わっていないためであると考え る。 また、「すくえこ」は 7 月より発送開始である。記事掲載により「調査でわかったこと」の今後の閲覧数増加を期待している。 ホームページ閲覧数の増加については、7 月よりクロスワードパズルの回答をホームページに掲載開始しているため、今後確認する必要がある。
(A) 改善	今年度(2025/7)よりインスタグラムによる広報活動を開始した。新たな論文掲載など、ホームページの更新に伴うお知らせも発信し、成果を参加者へタイムリーに伝えることができるようにする。 また、インスタグラムのみでなく、ホームページトップ画面の「お知らせ」でも更新したことがわかるように表示する。 クロスワードパズル回答の掲載に伴い、ホームページ閲覧数の増加がみられた場合は、来年度の「すくえこ」にも同様にクロスワードパズルなど掲載し、回答をホームページに掲載することで参加者がホームページを閲覧する機会の増加を図り、研究成果が目にとまりやすくなるようにする。

2026年4月から13歳以降調査が始まります

アプリへのログインをお願いします

即日でポイントを進呈いたします

ログインのながれ

5 ステップ

1


エコチル調査

アプリをインストール

お届けの仮ID/仮パスワードで初回ログイン

2

13歳以降調査継続の意思表示

同意者限定アンケートの回答

500P GET!!

3

翌日以降配信

保護者用プレ質問票の回答

500P GET!!

4

翌日以降配信

保護者のアプリへ
お子さん用仮ID/
仮パスワードが届く

5

お子さん用アカウントへログイン

お子さん用プレ質問票の回答

500P GET!!

手順の詳細はお送りした書類の「13歳以降調査に関する説明書」「参加者ポータル操作マニュアル」をご参照ください。エコチル調査九州大学サブユニットセンターHPでも、参加継続手続きの動画や配布した資料をご覧いただけます。

検索 エコチル調査九州大学サブユニットセンター 13歳以降調査

メモ

保護者
変更後のID:
変更後のパスワード:
.....

お子さん
変更後のID:
変更後のパスワード:

変更したID/パスワードは保管をお願いします。
アプリのログインなど、
お困りのことがあれば検査会場
でお手伝いします。
スタッフへお声掛けください。



(参考資料2)「すくすくえこちるっこ」より一部抜粋

調査でわかったこと

皆さまから頂いた情報を解析して分かったこととして、
九州大学から発表された論文をご紹介します。



「妊娠中のお母さんの職業上の抗がん剤・放射性物質の取り扱いが、
子どもの死産・流産や形態異常に影響する？」
「子どもの睡眠障害の早期回復は発達障害のリスク低減に関係する？」
などの論文が発表されました。

詳しくはこちらからご覧いただけます

<https://eco.kyushu-u.ac.jp/results.html>



エコチル×クロスワード

クロスワードをといて、赤いマスのひらがなをならべてみよう！エコチル調査にかんする言葉ができるよ！こたえはホームページで発表しているから、ぜひ見てみてね！

1 2 3

4 5

6 7 8

正解はわかったかな？
こたえはこちらから！

<https://eco.kyushu-u.ac.jp/newsletter/answer.html>

横のヒント

1. 学童期検査に参加すると、お礼にもらえるものだよ！これがあると本を買うよ！
4. エコチル調査で集めたデータは、何に役立てられる？ ヒント：たくさんの「〇〇成果」が発表されているよ！
6. この広報紙にいる女の子のキャラクターの名前は？ ヒント：〇〇ちゃんだよ！
8. エコチル調査では、子どものときに抜ける歯を集めて調べるよ！この歯の名前は？

縦のヒント

2. エコチル調査では、生活や健康について答えてもらう紙があるよ！何ていうのかな？
3. 学童期検査が行われるのは、夏休みと日曜と...もう1つの曜日は？
5. 中学1年生からの調査では、専用の「〇〇アプリ」を使って答えられるよ！何アプリかな？
7. エコチル調査は、日本全国で行われているよ！日本のような大きなまとまりを何という？



エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名： 熊本大学サブユニットセンター

評価時点	令和 7 年 10 月 31 日
------	------------------

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画	(1) 参加児向けの体験型イベントを企画し、エコチル調査に興味関心を抱く機会を作る。 ①第 1 回エコチル調査全国フォーラムに、参加者親子 6 組を、熊本大学エコチル調査特派員として派遣し、フォーラムに参加した感想を記事にし、熊本大学エコチル調査の情報誌に掲載する。 ②地元のラジオ局見学と生放送に出演し、エコチル調査の広報を参加児に行ってもらふ。また、ラジオ CM 用のサウンドロゴを参加児の声で作成し、定期的に CM で流す。 ③ラジオでエコチル調査の特番を 1 時間枠で作成する。まずは、エコチル調査の概要説明を行い、あらかじめラジオ局が学童期検査時に取材を行い、その時の音声を紹介。また、保護者や参加児にエコチル調査への想いについてインタビューに答えてもらふ。次に、エコチル調査で分かってきたこと(研究成果)について研究者から説明を行い、県民に対し成果の還元を行う。 (2) 13 歳以降調査の同意率の向上 ①学童期検査会場で、未ログインの人すべてに声掛けを行い、希望者には、担当者が説明を行いアプリのインストールから同意まで勧奨を行う。 ②母が同意したことを確認し、子どものログインまで会場で終了させる。 ③13 歳以降調査に関するお願いとして、熊本大学でアプリのインストールから母親の同意方法、子どもの同意方法までまとめたオリジナルパンフレットを作成し、アプリにログインしていない参加者を対象に配布する。(参考資料 9)
(D) 実施	(1) ①エコチル特派員の募集に関しては、1,428 人中 43 組の応募があり、厳選な抽選の結果 6 組の参加親子に決定した。これを企画するに当たり、旅費支給に関し大学側との交渉が難航したが、

	事務担当者への説明や理由書を記載し、ようやく実行まで行いくことができた。参加の様子については、年度末発行の熊本大学エコチル調査の情報誌に掲載予定。 ②ラジオ出演に関しては、1,428人中21人の応募があった。11月15日に収録予定である。 ③熊本大学エコチル調査ラジオ特番については、9月28日の学童期検査時に取材に来られ、許可を得ることができた参加者の調査時の様子の収録やインタビューに応じてもらった。また、特番全体の収録は11/15の予定でセンター長、副センター長、研究者が出演予定である。 (2) ①～②学童期検査会場での勧奨は、母親が未ログイン159人中会場で同意された方143人(90%)、子どもは244人中217人(88.9%)であった。詳細調査参加者は、母親未ログイン35人中同意31人(88.6%)、子ども未ログイン52人中同意48人(92.3%)であった。ログインをされない方の理由は、「少し検討したい。自宅で行う。子どもに聞いてみないとわからない。」等であった。 ③2011年～2013年の対象者で未ログインの方1,115件、子どもが未ログインの方219件、意志不明者22件に13歳以降調査に関するお願いを送付した。送付後、ID・PWについての問い合わせが27件あり、すぐにID・PWの再送付を行った。 送付後、2週間で2012年産まれの母親の同意が4名、子どもが7名増加、2013年産まれの母親の同意が10名、子どもが5名増加した。
(C) 評価	(1) 今年度は、参加者が参加できるイベントを企画した。計画が現在進行中のものもあり評価が難しい部分があるが、エコチル調査に参加している意義をあらためて感じることができたなどの感想をいただいた。年度末に、計画の全企画について再評価を行う予定。 (2) 13歳以降の取り組みとしては、パンフレットを送付後、参加者の反応が大きく、同意率の向上にも繋がっていった。現在、問い合わせの方にID・PWを送付しているため、送付した方々がすべてログインし同意まで終わるように、追跡を行いながらリマインドを行い、さらなる同意率の向上に努めていく必要がある。
(A) 改善	次年度は、全対象者が小学校を終了年度になり、Web 質問票へ移

	行し郵送物も減っていくため、参加者とのコミュニケーションの機会が減っていく。そのため次年度は参加児を対象とした環境やエコチル調査を学べるイベントの企画を行い、参加意欲を高めていく機会を増やしていきたい。
--	---

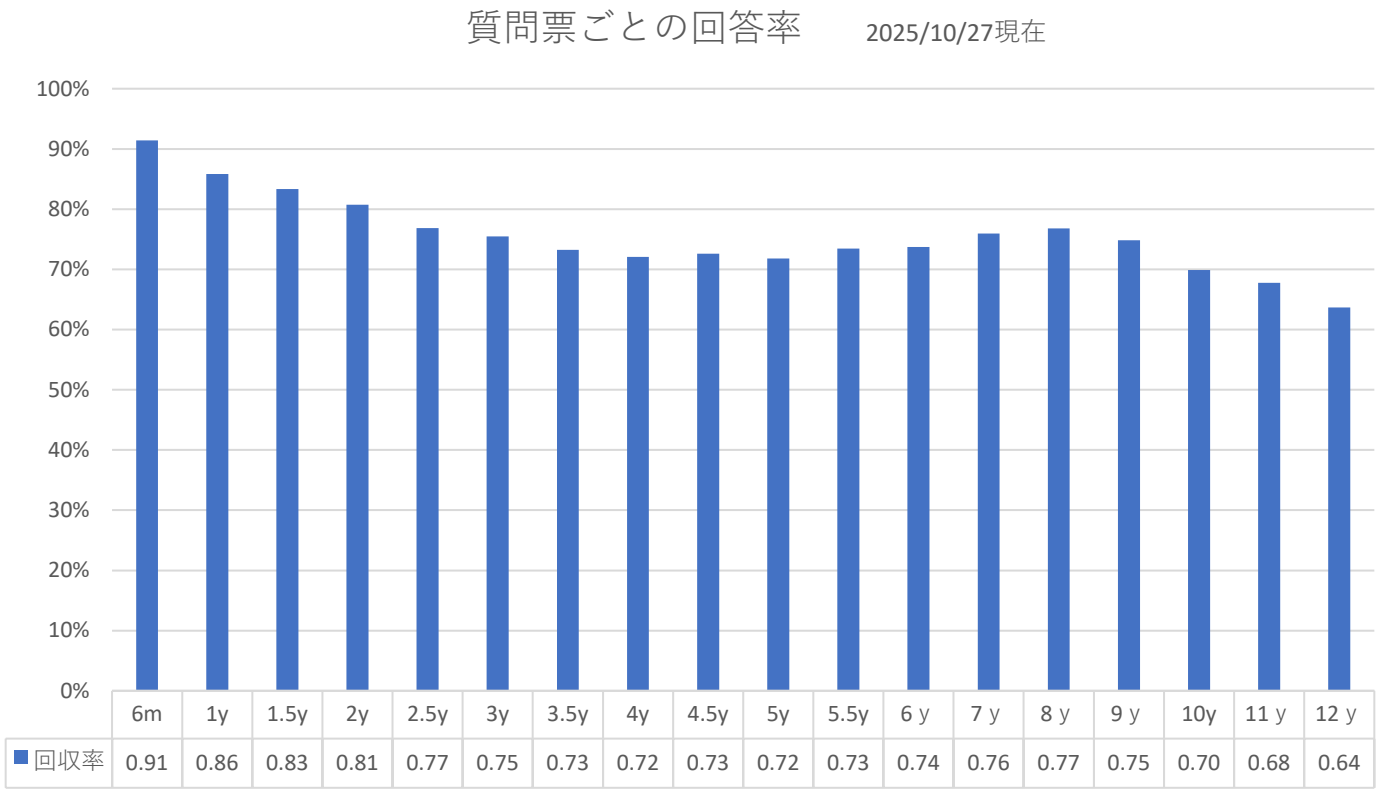
イ．質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画	(1) 質問票の回収率の向上及び維持に向けて、リマインドの徹底 (2) 学童期検査会場で質問票未記入の方に声掛けを行い、希望があれば会場で記載していただく。また、事前連絡時に記載済みの質問票があれば持参していただくよう声掛けを行う。 (3) 全国的に 12 歳質問票の回収率が低下しているため、早期提出キャンペーンを行い、提出意欲を高める。
(D) 実施	(1) 【質問票送付について】 質問票に<u>スタンプラリーカード</u>を同封 (参考資料 2) 【質問票送付後】(参考資料 1：抽出年度別の参加者の学年質問票の回収状況推移) ① 質問票送付から 4 週間後 ショートメールを送信 ② 質問票送付から約 6 週間後 ショートメールを送信 ③ 質問票送付から約 8 週間後 ハガキを送付 ④ 質問票送付から約 11 週間後 2 年以内に提出のあった参加者へショートメールを送信 ⑤質問票送付から 13 週間後 2 年以内に提出のあった参加者へ質問票再送付 (ポケットティッシュ同封) (2～3) 【熊本大学 SUC の独自の取り組みについて】 ①質問票再送付 確実に開封してもらえるようポケットティッシュを同封。 ②スタンプラリー (参考資料 3：S-6・12y 早期提出キャンペーン) 年度内に届く 2 冊の質問票を両方提出でスタンプラリー達成とする。達成されたプレゼントは、毎年アンケートを取り、実用的でもらって喜ばれるものをセレクトしている。予算は 500 円以内で調整。(参考資料 2) ③質問票の返送依頼メール文は、スタンプラリーリーチの方は、送付文を工夫し参加者のモチベーションに働きかける。 ④2024 年度から 12 歳と小学 6 年質問票の回収率向上の取り組みとして、S-6 12y 早期提出キャンペーンを行い、発送後 14 稼

	働日以内にユニットセンター到着分にアメニティを送付する。 ⑤でこぼんハガキ（参考資料4） 質問票提出の際に、コメントのあった参加者にはでこぼんハガキでお返事を行う。 質問票提出者のうちに、前調査時期に未提出だった参加者にお例文を送付。 ⑤ 学年質問票事前案内（参考資料5・6） 進学時の春休みに事前案内を行い、質問票では小学校での身体測定記録や欠席日数の設問があることを周知し、オリジナルの「成長記録表」を送付。5年生には「スポーツテスト記録表」も同封する。 ⑦10歳以降の子ども質問票を記載してくれた参加児には、参加児宛てに、お礼文とアメニティを送付し、コミュニケーションを図る。（参考資料7） ⑧13歳以降の取り組みは、Web 質問票の回答率を高める工夫として、すべての質問票に回答してくれた保護者とお子さんにそれぞれアメニティを送付する。（事前に大判ハガキを送付し、参加者へ周知する。）（参考資料8） ⑨学童期検査に参加された方が質問票を直接会場で記載されたのは2名であったが、前日にお声掛けを行うことで、5名の方が会場に質問票を持参してくださった。
(C) 評価	質問票の回答率は、前年度と比較して大きく変動はなく維持傾向。年齢質問票発送直後の回答率は、30～40%程度であるが、リマインドを5回行うことで、さらに30%程度の回答率が上昇した。特に、リマインド④と⑤を追加で行うことで、リマインド数に対し14～18%程度の回答があったため、リマインド③で終了せずに、根気強く④～⑤を行うことで一定数の効果は得られている。 熊本大学 SUC の独自の取り組みについては、スタンプラリーカードの活用及び12y 早期キャンペーンを行うことで、各質問票の回答率が前年度比2.9%上昇した。
(A) 改善	質問票の回答率には、3地域別で比較すると、地域差が出ている。今後は、地域別にリマインド方法を変えるなど、もう一工夫を行い、より回答率が向上できるように検討していく。 子どもアンケートを記載してくれた参加児に、アメニティ以外にも、生活や学習面に役立つ情報及びエコチルの取り組みなどをマンガなどで紹介したものを同封し、エコチル調査にもっと

	関心が高まるような取り組みを検討していく。
--	-----------------------

ウ．成果の社会還元取組	
(P) 計画	メディアを利用した広報を展開し、エコチル調査の認知度を高め、エコチルの成果還元にもつなげていく ①熊本県で視聴率が高い朝の情報番組の「ZIP」の地方枠でエコチル調査の成果について関心をもってもらえるような CM を流し、環境省 HP の成果発表に誘導する。 ②地元新聞にエコチル調査の広報を行い、県民含め参加者への認知度 UP を図る ③エコチル調査地域（人吉・球磨）が発行している地元誌「どうぎゃん」に、熊本大学から発表した論文の紹介を行う
(D) 実施	①TVCM については、作成中であり、放映は 1 月以降の予定。 ②地元新聞に中綴じ両開き 2 面を使用し、エコチル調査について広報を行った。記事は文字数をできるだけ少なくし、エコチル調査の概要と研究成果について掲載を行った。また、記事のイラストは、8 歳の時に参加児にご当地キャラクターを募集した時のイラストを使用した。その結果、熊本日日新聞社の広報部門で奨励賞をいただいた。（参考資料 10） ③毎年、エコチル調査地域（人吉・球磨）が発行している地元誌「どうぎゃん」で広報を行っており、今回は「妊娠中のフェノール暴露と出生児の喘息発症の関連」及び「胎児期の水銀ばく露と子どもの精神神経発達およびけいれん発症の関連」について成果を掲載した。
(C) 評価	今年度はメディアや新聞雑誌を中心に、広報を行い成果還元に繋げていった。新聞に関しては奨励賞をいただき、より多くの企業の方々にも、エコチル調査の存在を知っていただく機会となった。毎年、人吉・球磨地域の地域雑誌にエコチル調査の成果発表について掲載を継続しており、地域の方にエコチルの研究成果を還元してきた。学童期検査でも参加者から直接「『どうぎゃん』を読み、エコチル調査に参加し自分たちがお役に立てていることを誇らしく思った」などの感想を聞くことができた。
(A) 改善	新聞広告については、奨励賞の授賞式に参加し、広報の在り方について学ぶことができた。広報戦略としては、視覚的に興味関心を引き、次にインパクトのあるキャッチフレーズ。そして、本文につなげていくことが重要であるために、次回の広報について

	は、文字数をもっと少なくし、興味関心を持った方が QR コードなどで検索したくなるようなインパクトのある内容を掲載することで、熊本大学の HP や環境省の成果発表検索に繋げていくことを目指していく。また、次年度は、直接参加児に還元できるような取り組みを行っていくことを検討している。
--	--

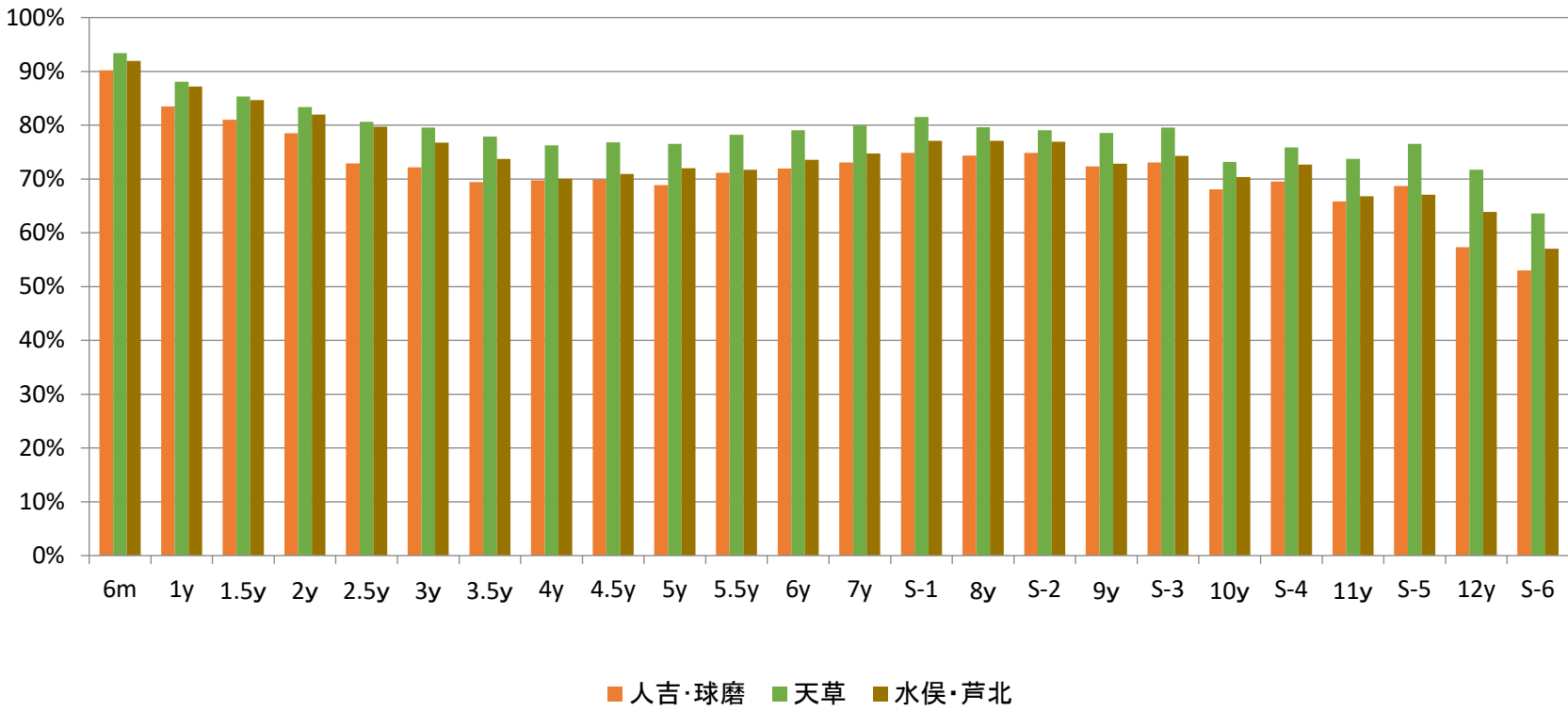


地域別回答率

※2025/8/4抽出分まで(送付後、3か月経過)

前回より増＝赤字／減＝青字

	人吉・球磨		天草		水俣・芦北	
	(前回)		(前回)		(前回)	
6m	90.2%	(90.2%)	93.4%	(93.4%)	91.9%	(91.9%)
1y	83.5%	(83.5%)	88.1%	(88.1%)	87.2%	(87.2%)
1.5y	81.0%	(81.0%)	85.3%	(85.3%)	84.6%	(84.6%)
2y	78.5%	(78.5%)	83.4%	(83.4%)	82.0%	(82.0%)
2.5y	72.9%	(72.9%)	80.6%	(80.6%)	79.7%	(79.7%)
3y	72.2%	(72.2%)	79.6%	(79.6%)	76.8%	(76.8%)
3.5y	69.4%	(69.4%)	77.9%	(77.9%)	73.7%	(73.7%)
4y	69.7%	(69.7%)	76.2%	(76.2%)	70.0%	(70.0%)
4.5y	69.9%	(69.9%)	76.8%	(76.8%)	70.9%	(70.9%)
5y	68.9%	(68.9%)	76.5%	(76.5%)	72.0%	(72.0%)
5.5y	71.1%	(71.1%)	78.2%	(78.2%)	71.7%	(71.7%)
6y	71.9%	(71.9%)	79.1%	(79.1%)	73.5%	(73.5%)
7y	73.1%	(73.1%)	79.9%	(79.9%)	74.7%	(74.7%)
S-1	74.8%	(74.8%)	81.5%	(81.5%)	77.1%	(77.1%)
8y	74.3%	(74.3%)	79.6%	(79.6%)	77.1%	(77.1%)
S-2	74.9%	(74.9%)	79.1%	(79.1%)	76.9%	(76.9%)
9y	72.3%	(72.3%)	78.5%	(78.5%)	72.8%	(72.8%)
S-3	73.1%	(73.1%)	79.5%	(79.5%)	74.3%	(74.3%)
10y	68.1%	(68.1%)	73.2%	(73.2%)	70.4%	(70.4%)
S-4	69.5%	(69.5%)	75.8%	(75.8%)	72.7%	(72.7%)
11y	65.8%	(65.8%)	73.8%	(73.8%)	66.8%	(66.8%)
S-5	68.7%	(68.7%)	76.5%	(76.5%)	67.1%	(67.1%)
12y	57.3%	(57.3%)	71.7%	(71.7%)	63.9%	(63.9%)
S-6	53.0%	(53.0%)	63.6%	(63.6%)	57.0%	(57.0%)
全体	73.0%	(73.0%)	79.5%	(79.5%)	75.4%	(75.4%)



督促件数	－	70	48	38	13	5
回答数	67	23	13	8	3	
督促後回答率	45.6%	32.9%	27.1%	21.1%		16.7%

11歳 郵送数 972

	再依頼なし	再依頼①	再依頼②	再依頼③	再依頼④	再依頼⑤
	－	メール	メール	ハガキ	メール	再送付
督促件数	－	469	376	341	157	147
回答数	67	99	55	30	54	
督促後回答率	28.4%	21.1%	14.6%	8.8%		17.8%

12歳 郵送数 1004

	再依頼なし	再依頼①	再依頼②	再依頼③	再依頼④	再依頼⑤
	－	メール	メール	ハガキ	メール	再送付
督促件数	－	571	459	408	158	150
回答数	367	114	72	28	43	
督促後回答率	36.6%	20.0%	15.7%	6.9%		14.0%

各年度グループごとの学年質問票 S－5 S－6 の回答状況比較

	S-5				S-6		
年度	2011年生	2012年生	2013年生	2014年生	2011年生	2012年生	2013年生
発送数	533	873	952	475	527	868	952
督促なし回収	288	424	319	166	200	308	379
回答率	54.2%	48.60%	33.5%	34.9%	38.0%	35.5%	39.8%
督促①	210	479	574	274	282	508	514
回答数	52	94	144	67	65	119	88
回答率	64.0%	59.30%	48.6%	49.1%	50.3%	49.2%	49.1%
督促②	157	383	424	208	277	391	418
回答数	17	92	39	32	42	29	51
回答率	67.2%	69.90%	52.7%	55.8%	58.3%	53%	54%
督促③	147	315	399	192	197	374	389
回答数	15	26	42	25	15	16	30
最終回答数	372	636	544	290	322	472	548
最終回答率	70.1%	72.9%	57.1%	61.1%	61.2%	54.38%	57.56%

※督促④と再送付⑤を送った場合の最終回答率

	④⑤	④⑤⑤大はがき再送あり	2025年度は④	④⑤⑤大はがき再送あり	2025年度は④	まで分	
督促④⑤	153	246	468	63	156	182	153
回答数	37	44	71	2	37	49	4
総回答数	409	680	615	292	359	521	552
最終回答率	76.7%	77.9%	64.6%	61.5%	69.4%	60.0%	58.0%

参考資料2 スタンプラリーカード見本



2025年度 オリジナル白雪ふきん



参考資料3 S-6 12 y 早期提出キャンペーン周知文書



参考資料4 でこぼんハガキ見本

- ・質問票提出の際にコメントがあった参加者への返事
- ・前調査時期に質問票を未提出だった参加者にお礼文など

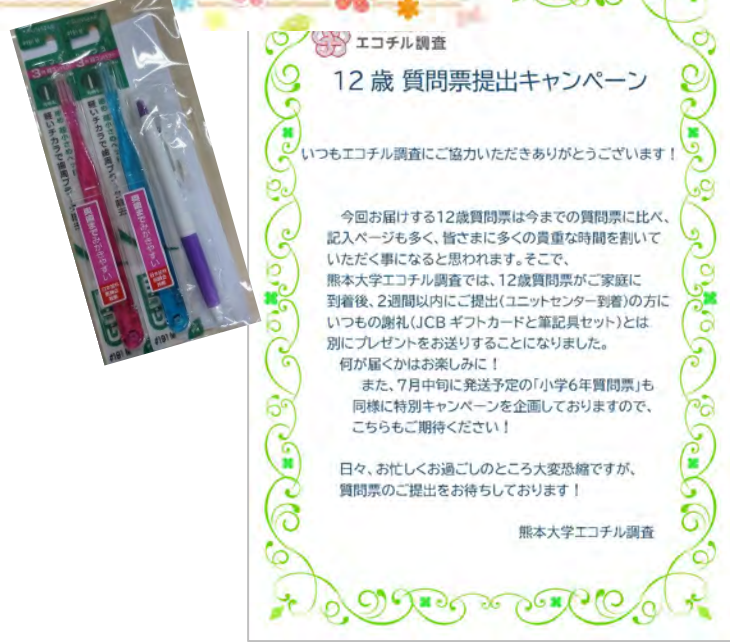


参考資料5 成長の記録表

小学5年生 成長の記録表	
お名前 _____	
1学期 測定月 ____月 ____日 身長 _____ cm 体重 _____ kg 欠席日数 _____ 日	4年生時の測定身長と比べ 4年生時の測定体重と比べ
2学期 測定月 ____月 ____日 身長 _____ cm 体重 _____ kg 欠席日数 _____ 日	3学期 測定月 ____月 ____日 身長 _____ cm 体重 _____ kg 欠席日数 _____ 日

お問い合わせ: 熊本大学エコチル調査 (096)373-5440 (平日 9:00~17:00) 熊本大学エコチル調査HP

スポーツテスト記録表	
お名前 _____	
測定実施時期 ____年 ____月	
握力 右 _____ kg 左 _____ kg 平均 _____ kg	上体起こし _____ 回
長座体前屈 _____ cm	反復横とび _____ 点
20m シャトルラン _____ 回	50m走 _____ 秒
立ち幅とび _____ cm	ソフトボール 投げ _____ m

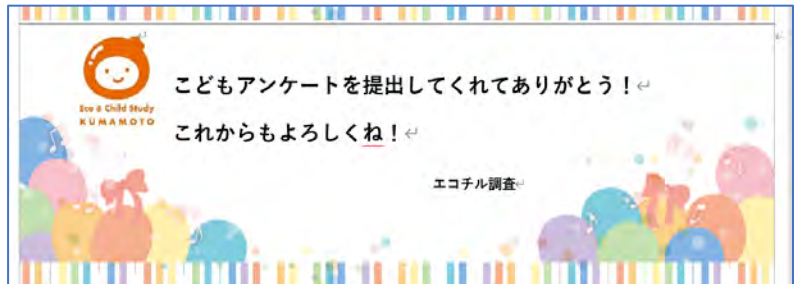
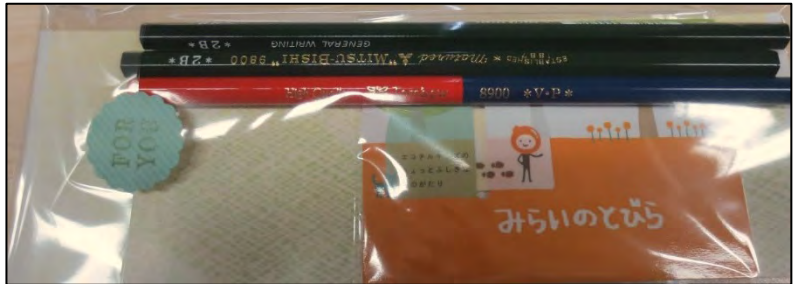


参考資料6 学年質問票提出キャンペーン案内チラシと2025年度プレゼント内容

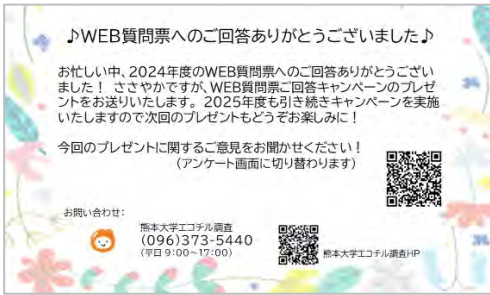


参考資料7 10歳以降の子どもアンケートプレゼント

10歳以降の子どもアンケートを提出のお子さんへ
えんぴつとオリジナル付箋セットを別途プレゼント



参考資料8 WEB質問票全回答者アメニティ



参考資料9 13歳以降調査に関するお知らせ



参考資料10 新聞広告



エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名： 宮崎大学サブユニットセンター

評価時点	令和 7 年 10 月 20 日
------	------------------

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画 (D) 実施	【モチベーション維持の取組】 ① サブユニットセンターオリジナル「成長記録カード」の配布 調査に長い期間協力してよかったと感じてもらい、その後の継続につなげることを目的として、サブユニットセンターオリジナルの「<u>成長記録カード</u>」を作成し、小学 6 年質問票に同封して送付した。ハガキサイズの成長記録カードには、これまで提出された質問票から身長・体重の記録（3 つの時期）と 5 歳質問票のお子さんの手書きの名前を掲載した。成長記録カードは質問票に同封するため、見落とすことがないように説明文書をイラスト入りの内容に変更し、参加者の目に留まりやすくした。 ② フォローアップイベントの企画・開催 参加者に調査への意欲や関心を維持・向上してもらうためフォローアップイベントを開催している。アンケートで「子どもが成長し保護者と一緒に出掛けたがらなくなった」との意見を複数いただいたため、保護者向けのイベント「コーヒースクール」を企画・開催した（R7 年 7 月 12 日）。その他イベントについても企画・準備中である。 ③ 協力医療機関(小児科)での声掛け ワクチン接種時に協力医療機関を訪れた参加者に対して、医療機関よりエコチル調査の協力の感謝とねぎらいの言葉を掛けていただくとともに調査の重要性を伝えてもらうことで、調査の重要性を再認識してもらいモチベーションの維持向上を促すことを目的として実施している。 ④ 取りやめ希望者の引き止め 取りやめ希望があった際には休止を勧めるようにしている。また、13 歳以降調査の説明書を送付した小学 6 年生からの取りやめ希望が多いため、その場合は「あと少しなので現行調査までは続けてみないか」との提案と今後はニュースレターやイベント案内の送付や 16 歳の本人への意思確認についての説明を行うようにしている。 【13 歳以降の継続のための取組】

	① 継続率の向上 ・ 勸奨時期の変更 アカウントが手元になくても自ら事務局へ連絡してこないことが多かったため、手元にアカウントがある可能性が高い時期（初回アカウント送付後2か月以内）に最初の勸奨を行うことにした。これまでは通常サイズのハガキで勸奨を行っていたが、参加者の目に留まりやすいように大判（A4サイズ）ハガキに変更して送付した。A4サイズのため継続の手続方法を画面キャプチャ付きで紹介するスペースを設けることができ、ハガキを見ながら手続きできるようにした。 ・ 過年度対象者（2011～2012年度生）への勸奨 過年度の対象者には、入学祝いや進級祝いとして記念品を送付する際に同意手続を案内する文書を同封して送付し、同意手続きはまだ可能であることを強調した。 ・ 対面調査やイベント時の声掛けと事前案内 対面調査の実施前に送付する予約票に13歳以降調査の同意手続きをお願いする文書を同封することにした。また、対面調査時やイベント時に声掛けを実施し、さらに操作が苦手な参加者には手続きの補助を行っている。 ② 参加者の問い合わせの対応の向上 ・ サブユニットセンター内のマニュアルを作成 13歳以降調査に関する対面調査の声掛け用のマニュアルや、参加者からの問い合わせに対応するための電話対応シートを作成し、特定のスタッフだけでなく、複数のスタッフが声掛けや問い合わせに対応できるようにした。また、ポイント交換については「選べるe-giftの使い方」サイトよりサービス毎に手順をまとめたファイルを作成し、電話対応時の補助資料として活用している。
(C) 評価	【モチベーション維持の取組】 取りやめの件数は昨年度8件（4～9月）だったが、今年度6件（4～9月）と減少している。アプリでの参加が面倒だと感じ、取りやめを希望している参加者もあり、紙の質問票の現行調査まで続けることを提案すると取りやめを思いとどまる参加者も複数いた。これらの取組は、取りやめを防ぐ効果があったと思われる。 また、保護者向けイベントでは、これまでの子ども同席のイベントとは異なり、保護者同士での会話が多くあり、連絡先の交換をするなど保護者同士の交流の場が提供できていた。実施時のアンケートに「これまで参加したイベントで一番良かった」との感想もあった。保護者向けイベントは参加された方に満足度の高いものとなっており、エコチル調査に対する印

	象も向上したと考えられる。 取組の効果を個別に評価することは難しいが、宮崎大サブユニットセンターの13歳以降調査の積極的継続の割合は平均を上回っている。また、質問票の回収率も高い水準を維持しているため、これらの取組が参加者の調査に対するモチベーション維持・向上の一助となっていると考えられる。 【13歳以降の継続のための取組】 今年度の13歳以降の積極的継続率は<u>50.2%</u>（9月末時点）で、昨年度同時期の積極的継続率<u>43.8%</u>より高くなっており、これは取組の成果と評価できる。また、過年度の対象者も今年度に入って10名（9月末時点）が継続の手続きを行っている。この10名は過去に何度も継続の勧奨を行っている参加者であり、数名でも継続の手続きをされたことは評価したい。サブユニットセンター内のマニュアルや電話対応シートを作成したことで、問い合わせに対してスムーズに対応ができている。
(A) 改善	モチベーション維持の取組について、現状を維持しながら実施していきたい。 13歳以降調査の継続手続きは、スマホ操作などが苦手な方に対して電話口だけでの対応では不十分である。現在は、電話では解決せずに参加者から希望があった場合に調査地区内にある事務所へ来ていただき、操作説明をしながら対応する形をとっているが、今後は全体に案内して対応できるような体制を構築することを目指したい。

イ．質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画 (D) 実施	① 長期未提出者の提出の促し ・長期未提出者へ送るハガキの文言とサイズの変更 これまでの参加者とのやり取りから、長期未提出者は「ずっと質問票を提出していないので、今さら提出しても意味がない」と思っている傾向がみられた。長期未提出者には、質問票の発送の前週に質問票の発送をお知らせするハガキを送付しているが、 「Q. ずっと提出していなし…今更提出しても無駄でしょうか？」 「A. そんなことはございません！今回お届けする質問票からでも構いません。提出していただくと大変助かります。」 という Q&A 形式の文言を入れ、今までの提出の有無は気にせず新しく届いた質問票を提出してほしいというメッセージを発信している。また、参加者の目に留まるように大判ハガキ（A4 サイズ）に変更した。 ・ショートメールの内容の変更

	ショートメールについては一斉送信で機械的に送っている内容と変わらないようにメッセージ内容を変更した。具体的には、担当者の名前を入れて季節のことなど勧奨以外の文章を入れて個人的に送っているようなメッセージになるように心掛けた。 ・対面調査時やイベントの声掛けや事前案内 未提出の質問票がある参加者には事前の体調確認のショートメールに「記入済みの質問票をお持ちでしたら当日受け取りますのでお持ちください」という文言を追加して送信している。また、対面調査時やイベント時に声掛けを実施している。 ② Web 質問票の回答率の向上 ・Web 質問票配信のお知らせハガキの送付 アプリの自動リマインドの配信スケジュールを考慮し配信が少ない時期（7月）に4月～6月のWeb 質問票が配信されていることを案内するハガキを13歳以降調査継続者全員へ送付した。 ・未ログイン者（子ども）へのアカウント送付 Web 質問票の回収率を向上するためには、未ログイン者がアプリにログインすることも重要と考えた。そこで、アプリに未ログインの子どもに対して子どもアカウントを送付した。また、ログインした子どもにはプレゼント（キャンパス復習しやすいファイル）を用意し、ログインするとプレゼントがもらえることのお知らせもアカウントに同封して送付した。アカウントを再送後1か月程度経過してもログインがない子どもにはハガキにてログインのお願いを送付している。
(C) 評価	① 長期未提出者の提出の促し ハガキのメッセージを変更したあと、これまで長期間未提出だった参加者から最新の質問票の提出があった（15名※9月末時点）。なお、この質問票の提出までに他のリマインドを実施していないため、質問票発送をお知らせするハガキの文言変更と大判ハガキサイズへの変更の影響が大きいと考えられる。 また、対面調査やイベントに長期未提出者が参加された際に受付で記入済みの質問票を提出される方や調査の待ち時間で記入できるものを書いて、書ききれないものは自宅で記入して送付してくださる参加者もいるため、顔を合わせてのお願いの効果は大きいと感じている。 質問票の回収率は全国平均を上回り高い水準を維持しているため、それぞれの取組が一定の効果があると評価できる。 ② Web 質問票の回答率の向上 Web 質問票配信のお知らせハガキを送付する前後の回答件数を比較した

	ところ、ハガキ送付前 1 週間の回答数が 59 件だったが、ハガキ送付後 1 週間の回答数は 111 件となっていた。ハガキでの案内は一定の効果がみられた。 子どもアカウントの送付は、これまで複数回に渡ってログイン勧奨をしている過年度の参加者でも効果がみられた（ログイン数は、2011 年度生で 4 名増加、2012 年度生で 26 名増加）。 また、2013 年生まれの子どもログイン率は 77.0%（9 月末時点）で、昨年度の同時期の 38.9%と比べると大幅に向上している。 アプリにログインをした子どもは、そのままアプリ上にある Web 質問票に回答する傾向が見られたため、この取組は Web 質問票の回答率の向上に効果があったと考えられる。
(A) 改善	現在の取組で質問票回収率および Web 質問票の回答率は全国平均以上の水準を維持できているため、今後もこれまでと同様の取組を実施していきたい。その中で、他のユニットセンターの成功例があれば取り入れながら回収率・回答率の向上を目指していきたい。

ウ．成果の社会還元取組	
(P) 計画 (D) 実施	① エコチル調査の認知度向上 ・調査地区市民への広報取組 子どもでも読みやすい漫画形式で調査の紹介をするチラシを作成し、調査地区の小・中学校を通じて全児童に配布した。あわせて市内全域の自治会回覧も実施した。 また、チラシの配布と同時期にエコチル調査の CM を放映し、県内全域で広く広報を行った。テレビ CM は、子どもがテレビを目にしやすい夏休み時期を中心に放映することを計画した。 さらに大学広報と連携し、ホームページバナーへのエコチル調査のホームページのリンクを掲載したり、大学の YouTube チャンネルへの CM 動画の掲載を行ったりした。 ・調査地区の教育分野との連携強化 調査地区の小・中学校校長会でのエコチル調査の説明と協力をお願いを行った。 ② 新規論文の投稿促進 アクションパスポート申請のサポートを実施し、新規論文執筆を促している。
(C) 評価	テレビ CM についてのアンケートを実施したところ、「すごい取り組みだと思うので、色んな人に知ってもらうことは大事だと思います。」や、「エ

	コチルの質問票で身体測定を記入するのに担任の先生に聞くのですが、エコチルに関して知らない先生がいてその説明からしていました。今回の CM を見て理解してくれる人が増えたらいいなと思います。」という感想をいただいた。一般市民や参加者もエコチル調査のことをもっと広く周知して欲しいと感じているようだった。 今年度の新規論文投稿予定は 2 件あり、研究解析者も増えている。アクションパスポート申請時の手続きについてマニュアルを作成し研究解析者に配布して申請の手助けを行った。
(A) 改善	エコチル調査の認知度に関しては、引き続き参加者以外の方にも広く知れ渡るように取り組みを検討して実施していきたい。

●過年度対象者(2011～2012 年度生)への勸奨と記念品

●対面調査の事前送付資料に同封する 13 歳以降調査の手続きお願い文書(A4 両面)

●子どもアカウント送付時同封文書

[illegible]

●子どもログインお願い(ハガキ)

エコチル調査

13歳以降調査(アプリ)

お子さんのログインは
お済みですか？



アプリのアカウントは保護者とお子さんそれぞれにあります
保護者とお子さんで同じ端末を利用する場合は、一度ログアウトして、
ログインしたいアカウントのID・パスワードを入力してください。

アプリにログインしてくれた
お子さん全員にもえる！

Campus
保管がしやすい！
プリントファイル

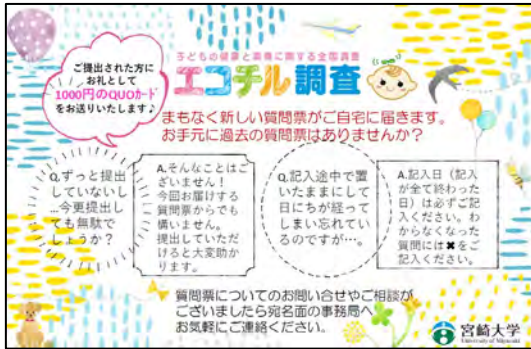


4色のうち
いずれか1つを
お選びください

※お子さんのアカウントにてアプリのログインが必要です。
※保護者にてお子さんのアカウントの管理やパスワードをお知らせします。パスワードをお知らせ
したままにしておくと、保護者とお子さんの間でパスワードが一致しない場合があります。

宮崎大サブユニットセンター別添 3

●質問票発送をお知らせするハガキ



(通信面)



(宛名面)

●漫画形式で調査の紹介をするチラシ



●テレビ CM(宮崎大学 YouTube チャンネルにも掲載済み)



エコチル調査に係る業務全般に関する PDCA サイクルにおける取組状況
(令和 7 年 4 月～令和 7 年 9 月末時点)

調査実施機関名： 琉球大学サブユニットセンター

評価時点	令和 7 年 10 月 28 日
------	------------------

ア. 参加者の調査参加へのモチベーション維持の取組	
(P) 計画 (D) 実施	【参加者等のモチベーション維持のための取組】(添付 1) 1. 詳細調査および学童期検査（以下、対面調査）時のアプローチ ①学童期検査予約者に対し発送する尿検査キットに、参加者ポータルアプリ事前インストールを促す案内文書を同封した。 ②対面調査時に直近の各種調査協力状況、13 歳以降調査に関する回答を同胞参加児分も含めてリストアップした。検査中待機している代諾者へ声かけし、13 歳以降調査継続への回答依頼を行った。13 歳以降調査を「継続する」と回答した場合は、参加児の検査が終了した際にコアセンター作成のパンフレットを用いながら中学生以降の調査方法やアプリ使用方法について説明した。 ③検査会場での 13 歳以降調査継続勧奨については、極力検査会場で参加児のログインやプレ質問票回答まで完了するように説明するが、会場内で継続同意した方はプレ質問票の配信が翌日となる。そのような方や「自宅で検討したい」という方にはそれぞれ今後の手順を記載した用紙を手渡し、自宅でも参加者自身で手続きをできるようにした。 ④ 対面調査の検査説明を行う際、エコチル調査だより 19 号のマンガを用いて、エコチル調査の意義や成果が役立てられていることを特に参加児へ向けて説明し、調査協力への感謝の意を示した。 2. 子ども向け冊子配布 令和 4 年度にマンガでエコチル調査の意義などを説明した子ども向け冊子を全参加者へ配布し、対面調査時にアンケートを実施した。アンケートにて参加児が未読であるとの回答を複数認めたため、検査終了時に謝礼とともにお渡しした。 3. 13 歳以降調査継続に向けての大判ハガキ送付 参加者ポータルアカウントの発送時に簡易書留で送っており、未受け取りの方へは 3 回まで再送を行っている。それでも毎年未受け取り者がいるため、2013 年度生まれの対象者へアカウントを発送する 1 週間前に大判ハガキを送付し、「簡易書留で参加者ポータルアカウントを

	もうすぐ発送する」旨を事前に連絡した。
(C) 評価	【参加者等のモチベーション維持のための取組】(添付1) 1. 詳細調査および学童期検査（以下、対面調査）時のアプローチ ①②2013 年度生まれ対象者の 13 歳以降調査継続意思回答率、プレ質問票回答率を対面調査予約状況と合わせて集計した。継続同意者かつ対面調査予約のあった方のうち、検査キットに同封した案内文書が到着する頃から検査前日までの同意率は 15.1 %であった。案内文書が届く前の同意率は 17.4%であったが、その中には検査キット発送後に予約が変更になった方も複数名含まれているため、案内文書を見て同意をした方は比較的多いと考えられる。なお、検査予約者のうち検査当日の同意率が 64.0%と一番多く、対面での勧奨が効果的と考えられた。 ③上記のとおり検査当日に半数以上が継続同意しているためか、検査後の同意率は 3.5%と低い。検査当日に同意した参加者のうち、プレ質問票が親子共に回答済みの方は 43.6%であり、そのうち 62.5%が検査後 1 週間以内にプレ質問票を完了していた。検査会場でお渡しした用紙に一定数の効果があったものと考えられる。 ④特に集計はしていないが、スタッフミーティングにおいて「参加児および付き添い者の多くが関心を示していた様子であった」と意見が出た。直接参加児へ語り掛けることが、今後の調査協力へのモチベーション維持につながると考えられる。 1. 子ども向け冊子配布 昨年度の集計結果より、79.5 %の参加者は参加児自身が冊子を読んでいることが分かった。今後、アンケート等で評価を行う。 2. 13 歳以降調査継続に向けての大判ハガキ送付 令和 7 年度中に参加者ポータルを初回発送したうち、再送を要した割合は 19.9%であり、3 回再送後も未受け取りの割合は 3.7%であった。アカウント発送前の大判ハガキ送付を行っていなかった昨年度の再送 18.4%、未受け取り 3.2%と比較すると若干受け取り率が低下しているように思われる。しかし、大判ハガキは目につきやすく情報掲載量も多い上、参加者にとっては急に簡易書留が届くよりも事前にお知らせする方が良いと思われる。
(A) 改善	【参加者等のモチベーション維持のための取組】(添付1) 1. 詳細調査および学童期検査（以下、対面調査）時のアプローチ 引き続き取り組みを継続する。 1. 子ども向け冊子配布 引き続き対面調査実施時に配布し、参加児の調査への理解を深める。今後、アンケートなどで評価を行う。

	2. 13 歳以降調査継続に向けての大判ハガキ送付 引き続き取り組みを継続する。
--	--

イ. 質問票回収率の維持・向上の取組	
(P) 計画 (D) 実施	【質問票回収率を維持・向上させるための取組】(添付 2) 1. 質問票返送期限の目安を貼付 質問票を封筒のまま溜め込んでしまい、いつ届いた質問票が分からなくなっている参加者が一定数いる。そのため、質問票の発送および再送時の封筒に返送期限の目安を貼付する取組を行っている。 2. 質問票返送依頼方法 3. 質問票再送および独自の返送依頼文書封入 質問票発送から一定期間ごとに下記のとおり返送依頼を行っている。 ① 質問票発送から 3 週間後にショートメール ② ①の 3 週間後にハガキ送付 ③ ②の 3 週間後にショートメール ④ ③の 3 週間後に質問票の再送（独自の返送依頼文書つき） ④ ④の 3 週間後にショートメール また、質問票の再送を行う際に独自の返送依頼文書を封入している。再送によるリマインド効果に加え、謝礼を明示することでモチベーションを維持できるよう工夫している。 4. ポータル相談会の実施 13 歳 WEB 質問票の回答率が全国と比較し著しく低く、中には参加児が未ログインのままの方もいる。また、WEB 質問票回答済みの方でもポイントが未使用のまま期限を迎える例もある。そのため、WEB 質問票配信対象者全員に対し、ポータル相談会の案内を大判ハガキで送付した。ポータル相談会は小学 6 年生の代諾者も対象で別途ご案内しているが、実際にスタッフが一緒に画面を見ながら操作方法の困りごとを解決するために開催した。
	【質問票回収率を維持・向上させるための取組】 1. 質問票返送期限の目安を貼付 2. 質問票返送依頼方法 3. 質問票再送および独自の返送依頼文書封入 返送期限が令和 6 年 10 月 1 日以降、令和 7 年 9 月 30 日以前の参加者について、返送率を以下のように集計した（学年質問票は令和 6 年度発送分のみ）。 ●表 1. 10 歳～12 歳および小学 4 年～6 年質問票返送率 ※（）内は前年度からの返送率増減

全体返送率（返送数/ 抽出数）		うち返送期限内	うち返送期限外
55.3 %（-7.2 %）		17.2 %（-3.9 %）	38.1 %（-3.3 %）

●表 2. 返送依頼方法に対する返送率（返送数/返送依頼数）

返送依頼方法		返送率
①	質問票発送から 3 週間後にショートメール	18.8 % （-3.5 %）
②	①の 3 週間後にハガキ送付	7.1 % （-0.3 %）
③	②の 3 週間後にショートメール	3.9 % （-0.2 %）
④	③の 3 週間後に質問票の再送（独自の返送依頼文書つき）	6.5 % （+1.7 %）
⑤	④の 3 週間後にショートメール	5.6 % （+0.4 %）

令和 7 年度は令和 6 年度の集計と比較し全体の返送率は 7.2 %低下した。令和 6 年度には返送期限内の返送率がやや増加していたが、令和 7 年度はいずれも低下した。返送依頼方法に対する返送率に関しては①～③までは返送率が低下しているが、④～⑤はやや増加している。実務担当者 Web 会議で提示されている累積の返送率は 12 歳質問票ならびに小学 6 年質問票で改善傾向にあることと乖離がある。要因としては、近年住所不明で打ち切りとなる事例が増えているためと考えられる。そこで、令和 4 年度～令和 6 年度の協力中止ならびに打ち切りの件数と質問票返送率を調べた。打ち切りと協力中止全体の件数のうち、打ち切りの割合が令和 6 年度では 44.4 %であったが、令和 4 年度では 76.9 %、令和 5 年度では 83.3 %と多くなっていた。返送率はいずれの年度も打ち切りとなった参加者では 37.0～38.0 %であったのに対し、協力中止となった参加者では令和 4 年度で 74.2 %、令和 6 年度で 82.6 %と高くなっている。返送率の低い参加者が打ち切りとなり、結果的に返送率の高い参加者が残ったものと考えられる。

4. ポータル相談会の実施

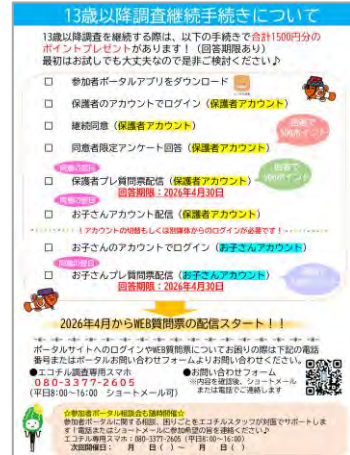
令和 6 年度はポータル相談会を開催し 3 名の参加者が来場し、主にログイン操作に関する相談を受けた。電話やショートメールなどで説明してもログインができなかったが、子どもアカウントが代諾者とは別であることを参加者が理解していなかった等初歩的な問題がほとんどであった。来場件数自体は少なかったものの、相談会のお知らせを

	送付した後に「アカウントがわからない」などの問い合わせも多く寄せられ、参加者ポータル操作のつまづきを解消することでWeb 質問票の回答率向上に一定の効果があったものとする。しかし、令和7年度は詳細調査や学童期検査で13歳以降調査勧奨にかかる時間を多く確保し操作方法を丁寧に説明している分、ポータル相談会への参加希望自体は0件であった。
(A) 改善	紙媒体の質問票が残り一学年分となるため、大きな変更は行わないが対面調査における声かけの強化や、返送依頼のメールを追加するなど検討する。 Web 質問票に関しては未だに子のログインが完了していない参加者もいるため、定期的なログインを促すような勧奨を検討している。勧奨応報としては、参加者ポータルの自動配信に加え大判はがきや型抜きハガキで、参加者の目につきやすいよう工夫する。

ウ. 成果の社会還元への取組	
(P) 計画 (D) 実施	【成果の社会還元への取組】 1. 参加者向け広報誌における全国での成果紹介 参加者向け広報誌において、全国で発表された論文のうち1つをピックアップして紹介している。令和8年1月発行予定の広報誌においても紹介予定である。紹介するにあたり、発表したユニットセンターの広報物なども確認し、論文執筆者の意図を大きくずれた表現をしていないか、一般の方特に参加児が読んで理解しやすいかどうか、という観点で記事を作成しスタッフ間で確認している。 2. 対面調査実施時に成果紹介パンフレットを配布 環境省がまとめた成果紹介パンフレットを対面調査実施時の謝礼時に直接お渡しし、調査参加により様々な成果につながっていることを改めて説明した。
(C) 評価	【成果の社会還元への取組】 1. 参加者向け広報誌における全国での成果紹介 2. 対面調査実施時に成果紹介パンフレットを配布 集計はしていないが、対面調査時に成果を紹介することで参加児および付き添い者の多くが関心を示していた様子であった。
(A) 改善	【成果の社会還元への取組】 1. 参加者向け広報誌における全国での成果紹介 2. 対面調査実施時に成果紹介パンフレットを配布 今後、アンケート等で子ども向け冊子の感想を聴く機会を設ける。

【参加者等のモチベーション維持のための取組】（添付1）

1. 詳細調査および学童期検査（以下、対面調査）時のアプローチ



①検査キットに同封した案内文書

③検査会場で継続同意した方向け

③検査会場では継続同意せず自宅で検討する方向け

2. 子ども向け冊子配布



3. 13歳以降調査継続に向けての大判ハガキ送付



参加者ポータルアカウント
発送前のお知らせ大判ハガキ

<掲載内容>

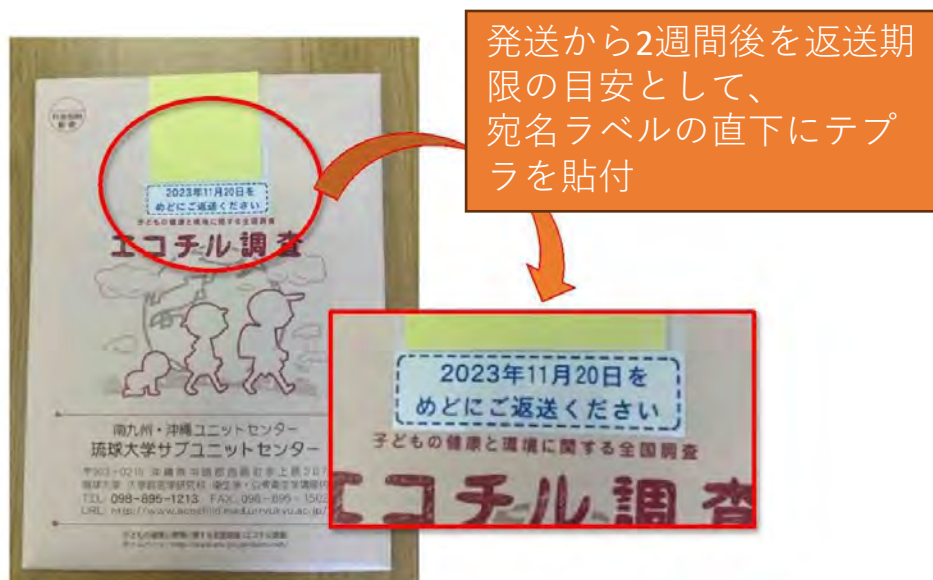
- ・参加者ポータルアカウントがもうすぐ届くので受け取りお願い
- ・調査継続のお願い
- ・参加者ポータルの操作手順やアカウントが分からない場合の連絡先

宛名面

裏面

【質問票回収率を維持・向上させるための取組】（添付2）

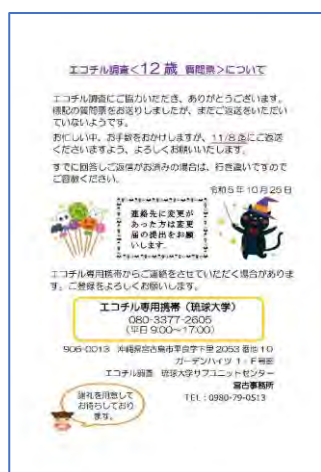
1. 質問票返送期限の目安を貼付



再送時も同様にテプラ貼付を行う。

2. 質問票返送依頼方法

3. 質問票再送および独自の返送依頼文書封入



②ハガキの例



③質問票再送時の返送依頼文書の例

