

- センターの外部になるが、三重大学からは、三重大がんセンターを窓口として相談内容の照会などの支援を受けている。また、拠点病院がん相談支援センター相談員とは、実務者会議を通じて情報交換を行っている。
- 上記全ての関係者 がんフォーラムの運営、相談会に参加

5 運用経費、財源

約 2 千万円 県委託費、三重県健康管理事業センター(対がん協会三重県支部)
普及啓発事業費

6 広報

- (1) 県の機関一覧に掲載(県政たより相談窓口一覧に年 1 回掲載)
- (2) ホームページの開設
- (3) ポスター・チラシ、パンフレット、カードによる広報
年 1 回 県下がん治療実施医療機関(約 50 機関)、市町保健センター、社会福祉協議会等に送付
- (4) イベント開催時は、新聞広告、テレビ・ラジオ放送を活用
- (5) 市町の広報誌

7 利用者の反応、評価

院外の相談支援センターでは、繰り返し相談する人は少ないと考えがちであるが、当センターの相談対応は傾聴が主であることから、相談者のリピーター率が高いところに特色がある。

県による評価は特にない(利用者数の調査等、定型的なもののみ)。

8 課題

- (1) 厚生労働省のがん対策のラインの外での活動であるため、予算確保が困難、また、情報、情報ツールの配布がない。
- (2) 三重県にはがん条例がなく、がん対策プランに基づいて相談支援事業が行われているため、将来にわたる恒常的な予算確保が保証されていない。
- (3) 施設が県の庁舎内にあり、他機関と会議室を共用しているため、使用にあたり制約がある。
- (4) 相談業務を遂行するのに必要ながん看護の臨床経験があり、かつセンターの行うイベントなどの事業運営に携わることのできる相談員を確保することが難しい。

- (5) 相談員が看護師だけであるため、専門的な相談に対しての医師によるバックアップ体制が必要。
- (6) 今後、拠点病院との役割分担を明確にしていくこと。
- (7) 住民へ情報提供をするときに、保健センター、地域包括支援センター、社会福祉協議会へ情報提供しても住民まで届きにくい。住民が足を運ぶ場所(例:図書館)への情報提供を考える必要がある。

9 若年者と高齢者に対する支援の違い

相談を開始してから、小児の相談は1件。三重大学医学部附属病院小児科は、チャイルドライフスペシャリストも配置されていて全国的にもレベル高い。ファミリールームも整備されている。

高校生以上で独身のがん患者について家族からの相談・・・相談者や患者本人に対して十分な対応(特にこころのケア)ができていない。若年者の相談の窓口、患者会の必要性
相談員が全員看護師なので、就労相談には対応していない。

高齢者:家族がいない人、相談できる人がいない人への支援・・・手を差し延べる、アクションとしての支援。

※相談者の背景・地域・理解力・行動力等による支援の違い

背景:家族、親戚、友人などがいるか

地域:医療資源や社会資源の有無、交通機関など

理解力:説明を理解できているか、もっている情報量は、提供した情報を基に自分で対応できるかなど

行動力:行動範囲

自分でできること(インターネット、図書館、市町窓口等での対応や手続の申請など)

10 社会や家庭の構造変化による支援手法の変化

聴取事項なし

11 都市部住民と町村部住民に対する支援の違い

三重でいう 都市部 : 拠点病院に通院できる地域

町村部 : 拠点病院がない地域

町村部では、訪問看護ステーション、介護老人保健施設が拠点となりうる。

また、都市部に比べてつながりが強いので、市町の役場（保健センター、地域包括支援センター）も拠点となりうる。

12 支援提供者の確保、育成

相談員 : 看護協会ナースバンク等から確保。

国立がん研究センターが開催する「がん相談員研修」を受講

キャンサーネットジャパンの CIN 養成講座を受講。

サポーター:がんフォーラム、ホームページ等で募集→視察→研修会参加→活動

専門分野の方には直接依頼

ミーネットのピアサポーター養成講座を受講。

NPO 法人 広島がんサポート

調査日:2011年1月27日(木)

1 組織、職員、業務内容や沿革について

法人は、乳がん患者であった副理事長が中心となって設立したもので、理事長は、広島大学学長、他の理事には、弁護士、お茶の家元などが就任している。運営業務は、主として副理事長とその友人が行っている。

相談員は、6名いる。

また、乳がんの患者会「きらら」と連携して、ピアサポートを行っている。

2 支援の種類・内容

- (1) 県からの委託事業として、電話相談業務(がん患者フレンドコール)を週2日(水・木)行っている。1日につき、相談員3名で対応。

相談件数は、年間174件、一日当たり3件。平均相談時間は、21分。がん種別相談件数は、乳がん(41件)、すい臓がん(27件)、肺がん(23件)、大腸がん(18件)、胃がん(14件)の順。相談内容は、「治療、手術、再発、経過観察の不安等」(67件)、「家族介護、在宅医療等」(33件)、「患者仲間など話相手が欲しい、話を聞いて欲しい」(17件)、「医師への不満」(17件)、「日常生活(食事、排便、かつら)」(12件)の順(以上、平成21年度)。

- (2) 直接訪問した患者に対しては、ピアサポートとして、がん経験者が相談に乗っている。法人は、ピンクリボン39ビルという建物の8階にあり、階下には、クリニックがいくつか入居している。がん経験者は、普段は同じビルにあるクリニックに勤務しており、ピアサポートを求める人が来所すると、いったん仕事を中断して、法人のあるフロアに来て、ピアサポートを行う。
- (3) がん患者のための講演会や研修会も行っている。

3 支援対象(患者本人、家族(遺族)、地域住民など)

患者本人が多く、家族も若干いる。

広島県の住民が9割以上だが、隣接する山口県や島根県の人もある。

女性の方が男性より多い。

急性期の患者が多く、急性期以降は来なくなる人が多い。在宅治療期の患者は、愚痴や不満が多くなる傾向にある。

4 支援提供者職種、役割・機能分担

創設者である副理事長は、理事に、医師、患者、法律家、文化人が必要だと考えた。その結果、理事長は医師（広島大学学長）、副理事長は患者がなり、他の理事として弁護士、茶の家元がいる。

相談員には、保健師、産業カウンセラー、看護師の資格を持つ者が就いている。

5 運用経費、財源

(1) 平成21年度の経費は、約500万円。相談業務に係る経費、フォーラムや勉強会の開催費、印刷費、通信費などに充てている。

(2) 収入としては、県からの事業委託費と製薬企業からの協賛金が、概ね半分ずつ。

(3) なお、運営業務を中心的に担っているお二人は、ピンクリボンビルの維持管理を行う建築設計会社の社員であり、その会社の社会貢献活動として、NPOの事務局運営を行っている。そのため、事務局運営に係る人件費は、NPOは負担していない。また、家賃も非常に低額（10,500円）である。

6 広報

県ホームページ（広島がんネット）、拠点病院での張り紙、県・市の広報誌への掲載、中国新聞の健康特集にイベントの告知記事、テレビ局の紹介。

7 利用者の反応、評価

特に、アンケートなどの調査をしているわけではない。役に立ったと思った人は、ボランティアとして参加してくれている。

県がん対策推進協議会に対しては、県委託事業の活動状況を報告している。

8 課題

財政基盤を確立することが必要である。企業からの協賛金はいつ打ち切られるかわからず、事業収入を増やしたいが、現実には難しい。例えば、講演会を有料にすると、会場使用料が高くなってしまいますので、有料にはできない。

9 若年者と高齢者に対する支援の違い

(1) 若年者

結婚や就労の悩みがあるので、それに対応できるピアサポーターが必要。

(2) 高齢者

説明が理解できないこともあり、家族に同席してもらい、説明する必要がある。一人暮らしの高齢者に対しては、患者仲間や民生委員と連絡をとるよう勧めている。

10 社会や家庭の構造変化による支援手法の変化

(1) 一人暮らしの高齢者が増えている。

(2) 子供の人数が減少しているので、介護をする人の負担が大きくなっている。

(3) 母親ががんになった時の育児対応が難しい(昔は大家族でカバーできたが)。

11 都市部住民と町村部住民に対する支援の違い

町村部の方ががんにかかっていることを近所に知られたくないという意識の強い人が多い。

もっとも、都市部、町村部を問わず、がんにかかっていることを他人に知られたくないという意識のある人がいるので、患者へ通知をするとき使う封筒には、「がん」の文字を入れないようにしている。

12 支援提供者の確保、育成

患者会の参加者などの個人的なつながりで、相談業務ができそうな人を相談員として採用している。

13 県内のがん診療連携拠点病院との連携、拠点病院との連携における問題点・課題、新たに行いたい事業

がん診療連携拠点病院の相談支援室会議に参加し、情報交換を行っている。

電話相談に対して、拠点病院の相談支援室を紹介。

研修に相談員が参加(年4回)

課題としては、拠点病院ごとに院内の体制が異なっているので、的確な紹介ができないことがある。例えば、同じ内容の相談であっても、相談支援室で担当している病院と医務課で担当している病院があり、間違った案内をしてしまうことがある。

将来は、出張相談会をやってみたい。

島根県医療政策課

調査日:2011年1月28日(金)

1 がん対策事業の概要や沿革について

島根県のがん対策は、平成15年に一人のがん患者さんが抗がん剤治療専門医の要請を求める請願を県議会に提出したのを契機に開始され、平成18年には、がん対策推進条例が全国で初めて制定された。

また、がんサロンは、平成17年に別のがん患者さんが益田にがんサロンを開設して以来、県内各地に開設され、現在では25箇所ある。

平成19年に開始されたがん対策募金は、募金総額6億7000万円を達成した。

2 がん対策推進条例の制定が、県のがん対策にもたらした変化

(1)患者支援について条例に盛り込んだことから、予算措置がされた。

(2)がん対策スタッフが設置された(当初3名→1年後4名)。

3 がん対策事業予算額と内訳について

平成22年度予算は、総額249,355千円。平成21年度の107,512千円から大幅に増加しているが、これは、地域医療再生基金(厚生労働省)による。

平成22年度の新規事業としては、がん診療医師サポート事業(検診車やマンモグラフィーの導入)、地域がん登録事業、がん情報等提供促進病院支援事業などがある。

4 がん対策募金の現況、県は、がん対策募金にどのように関わっているか

最初の募金(平成19年7月から平成22年3月)は、機器整備を目的としたもので、募金総額は6億7000万円。内訳は、企業団体の寄付が4億円、県補助金が2億円で大半を占める。また、街頭募金のほかに商品募金も活用した。バナナ等の商品を購入することによって募金をする商品募金(募金額3000万円)は、話題性があり、がん対策募金の普及の役割を担った。

主催は、財団法人島根難病研究所(募金を担当した職員は1名)。募金企業は、島根難病研究所の担当者の個人的なつながりのある企業が多かった。

県は、健康福祉部長以下の職員が、地元の手元企業や商工会議所・商工会を訪問して協力を呼びかけた。

平成22年4月に始まった新がん対策募金は、普及啓発を目的としている。

5 貴県のがん対策は、「七位一体」と評されているが、「七位」のうち、企業、メディア、県議会議員、教育関係者の役割

(1)企業

ドラッグストア(ウェルネス)の店頭での募金活動。がん対策募金への協力。がん検診啓発教育事業所(180箇所)を通じた情報発信。

(2)メディア

山陰中央新聞による報道。

(3)県議会議員

がん条例の制定、がん撲滅宣言などがん対策の推進の役割。

(4)教育関係者

当事者の体験を生かした授業の実施や行政との連携。

6 県が、患者会(がんサロン)に対して実施している支援

(1) 意見交換会(3から4回/年)を開催し、サロン運営者同士の意見交換や交流を促進するとともに、県から情報を提供したり、県への要望を受け付ける。

(2) 県内2箇所でサロン運営者のための研修会を開催(1回/年)したり、講演会を開催して人材を育成。

(3) 県ホームページでがん情報を提供。

7 病院外で活動している患者会（がんサロン）の活動状況

（参加者数、開催頻度等）

患者会（がんサロン）によって、まちまちだと思うが、数人から 10、20 人くらいか。

8 県の立場から見て、県内の患者会（がんサロン）の特徴や課題

(1) 特徴

患者家族が運営する自主グループが主である。

県内全域に分散している。

(2) 課題

運営者が高齢化したり死亡すると後継者がいないこともある。

参加者を増やすこと。

9 若年者と高齢者に対する支援の違い

若年者は、仕事が休めず検診に行けないので、夜間休日検診を行ったり、普及啓発により、受診機会を増やすことが必要である。

若年者に対する就労支援も必要であると思うが、がん患者に限定した形では行っていない。

10 都市部住民と町村部住民に対するがん医療に関わる支援活動の違い

都市部と町村部では情報量が違う。町村部に住む住民に対してがん情報を提供するため、拠点病院以外にがん情報の提供を行う病院を 22 箇所指定した。

11 社会や家庭の構造の変化により、がん患者家族支援で変化した点

(1) 高齢者のみの世帯が増え、介護者が不足している。

(2) がん対策基本法が制定され、患者家族が政策決定に参画するようになった。島根県では、がん対策推進会議の患者支援部会の会長は患者である。

12 県のがん対策事業全般における課題

- (1) 医師不足、看護師不足。
- (2) 予算の制約。
- (3) 患者サロンは、自主グループであるが、地元の役所が上手に手伝っているところは、成功している。支援は人的支援がよく、資金援助は資金が途絶えると活動も途絶えてしまう。

松江市立病院 ハートフルサロン松江

調査日:2011年1月28日(金)

1 組織、職員、業務内容や沿革について

がん患者さんが松江市立病院に開設したサロンで、現在、患者3名とボランティア1名が運営に当たっている。毎週火曜日の午後1時から3時に開催しており、各回10名程度が参加している。参加者は、乳がんの患者が多く、男女比は、2対8くらいである。

2 支援の種類・内容

(1) サロン

参加者それぞれが、自分の体験談を話してお互いの参考にするようにしている。参加者全員が一つにまとまって話をするのではなく、ばらばらに話をしたりもする。

(2) ピンクリボンキャンペーン

毎年10月のピンクリボンキャンペーンでは、セルフチェックの仕方の指導をしたり、市主催の啓発事業に参加して協力している。

(3) 月1回の学習会は好評である。

3 支援対象(患者本人、家族(遺族)、地域住民など)

(1) 9割以上は、患者本人でたまに家族が参加することもある。

(2) 診断直後の人はいない。診断～治療開始までの人はたまにいる。治療中と治療終了後の定期通院時期の人がほとんどである。

(3) 新しく参加する人は、たまに1人いるくらいで、多くは常連である。

4 支援提供者職種、役割・機能分担

ソーシャルワーカー、看護師が参加している。

5 運用経費、財源

0円。お茶や菓子は参加者が持ち寄っている。

6 広報

- 院内にチラシを掲示。
- 病院や県のホームページに掲載。

7 利用者の反応、評価

一度参加した人の多くが参加を続けてくれていることは、利用者から良い評価を受けている結果だと思う。

外部の評価はわからない。

8 課題

参加者を増やすために、チラシを配るなど広報を強化しなくてはいけないと考えている。

9 若年者と高齢者に対する支援の違い

- (1) 参加者は40～70代で、若年者はいない。
- (2) 症状の重い人と軽い人では状況が異なり、感じ方が違うので、配慮が必要である。

10 社会や家庭の構造変化による支援手法の変化

患者の意識が変化し、医師の言うことを黙って聞いているだけでなく、医師とコミュニケーションが取れるようになった。患者と医師の両方が納得の上で治療を進めるようになり、両者の関係が良くなった。

11 都市部住民と町村部住民に対する支援の違い

地域性はあまり感じない。地元では病気を知られたくないという人もいる。

退院して地元に戻った人が、地元のサロンには行きたくないということだったので、その人のために食事会を開いたことがある。

12 支援提供者の確保、育成

常連参加者に運営の手伝いをしてもらっている。運営者は、講習会などで学んだことを常連に伝えるようにしている。

13 サロンに、新しい方が入ってこられたときの最初の対応、特に注意している点

新しく参加する人は、笑顔で迎えるようにしている。参加者は女性が多く、普段はおしゃべりでにぎやかだが、新しく参加する人が来たときには、いったん静かにした上で常連が自己紹介をして、新人がなじみやすい雰囲気を作っている。

また、新しく参加する人が、他人の話を聞きたいのか、自分が話したいのかを見極めるようにしている。

松江赤十字病院 くつろぎサロン

調査日:2011年1月28日(金)

1 組織、職員、業務内容や沿革について

松江赤十字病院に設置されたサロンで、会長1名、会計1名、世話人2名で運営している。毎週水曜日の午後2時から4時に開催しており、各回6人程度が参加している。クリスマス会には、50人が参加した。

2 支援の種類・内容

- (1) 毎月1回、講師(医師、看護師、栄養士)を招いて勉強会をしている。
- (2) 会長ががん治療学会や講演会で学んできた情報や他の病院の情報を提供している。
- (3) 他に、院内健康講座への参加や楽器奏者による「いやしコンサート」。

3 支援対象(患者本人、家族(遺族)、地域住民など)・参加者

- (1) 参加者のほとんどが患者本人でたまに家族が参加する。
- (2) 治療中、治療終了後の定期通院時期の人が多い。
- (3) 毎回、半分は新しく参加する人である。

4 支援提供者職種、役割・機能分担

医師、ソーシャルワーカー、相談支援センターの職員が参加・助言している。このうちのソーシャルワーカーと認定看護師は毎回参加している。

精神神経科の医師がサロンの顧問となっている。

5 運用経費、財源

一年間で20~30万円くらい。お茶、お菓子、印刷費、通信費、講師謝金、慶弔費(供花等)などに充てている。

遺族からの寄付金である。

6 広報

- (1) 開始 15 分前に院内放送で案内。
- (2) 院内にチラシを掲示。
- (3) 県のホームページに掲載。
- (4) 口コミ。

7 利用者の反応、評価

- (1) リピーターが少ない。
- (2) 外部の評価はわからない。

8 課題

- (1) リピーターが少ない。
- (2) 参加者を増やすいい方法がない。
- (3) 病状の違う人たちをどう扱うか。
- (4) 医療関係者とつながりをつくるのが大切。

9 若年者と高齢者に対する支援の違い

高齢でがんになってから長い人は、「がんは治らない」などと発言して、それによってがんと診断されて日が浅く、治る希望を持っている人の気持ちを傷つけてしまうことがある。

10 社会や家庭の構造変化による支援手法の変化

聴取なし

11 都市部住民と町村部住民に対する支援の違い

島根県内の市で唯一がんサロンのない安来市では、住民が周囲にがんであることを知られたくないのがんサロンができないと聞いたことがある。

12 支援提供者の確保、育成

聴取事項なし

13 サロンに、新しい方が入ってこられたときの最初の対応、特に注意している点

ブースを設けて、個別に話ができようにするべきだと思う。

NPO 法人 女性特有のガンのサポートグループ オレンジティ

調査日:2011年3月7日(木)

1 組織、職員、業務内容や沿革について

法人は、子宮頸がん患者であった理事長が、2002年に設立したものである。

事務局2名(理事長、会計担当)、4箇所(静岡県東部、中部、西部、東京)のおしゃべりルームの運営スタッフがそれぞれ5名程度、更に運営の手伝いをするプチボランティアが運営に携わっている。

女性特有のがんについて参加者同士で話し合うおしゃべりルームを各会場で毎月1回開催している。また、オレンジティ通信を年4回発行、定例会を年4回開催している。

2 支援対象(患者本人、家族(遺族)、地域住民など)と活動種類

- (1) おしゃべりルームの参加者は、体験者本人である。ファシリテーターを中心に明るい会話を心がけている。
- (2) 1回目に、家族が付き添ってくることもあるが、家族には話しにくいことを話すため、2回目以降は参加しなくなる。(家族としての注意事項の伝達など、家族サポートは医療機関や家族へのサポートグループなどが行う方がよいと考える。)
- (3) 遺族の話聞くのは、患者にとって辛い面があるので、遺族を対象に含めるのは難しいと感じている。
- (4) 子宮頸がんのワクチン接種や一般女性への検診の啓発活動も行っている。

3 支援提供者職種、役割・機能分担

スタッフの8割は、女性特有のがん体験者である。プチボランティアは、体験者や学生など。

なお、おしゃべりルームには、臨床心理士や看護師など医療関係者が参加してくれている。こういった受け入れは柔軟に行っている。

4 運用経費、財源

年間経費は、その年の事業内容によって変化するが、200～300万円程度。会費は徴収せず、収入全体の90パーセントが企業からの寄付金である。

5 広報

新聞へ有料広告を出すのが効果的。事業費には広告費を含めて考えている。その他に、法人のホームページ、パンフレット等。

6 利用者の反応、評価

おしゃべりルームの開始前と終了後の参加者の気持ちをアンケート調査し、終了後の参加者の気持ちが開始前より上昇しているかどうかを測定している。その結果をスタッフの反省会で検討し、運営の改善を図っている。

7 課題

スタッフ同士が同じビジョンで活動できるようリーダーシップを発揮すること。

告知直後の患者が増加している。これはよいことなので、今後も医療機関が、サポートグループを医療サービスを提供する主体の一つとして考えてくれるよう実績を重ねたい。

8 若年者と高齢者に対する支援の違い

性の話のように若年者と高齢者で共有しにくい話題については、若年者だけで話すように配慮している。

新しく参加した人の話題を多くするようにしている。

9 社会や家庭の構造変化による支援手法の変化

女性は、正社員だけではなく、派遣やパートの形態で働くなど働き方のバリエーションが多いので、がんになると仕事を続けられないことも多い。

子供には、母親ががんであることを、その年齢で分かる範囲で伝えるよう勧めている。

10 都市部住民と町村部住民に対する支援の違い

都市部の若年者は、保育所の不足のように子育てに関する地域社会の支援が薄く、また、両親と離れて暮らすなど、家族による支援も少ないため、大変である。

町村部の住民は、自営業の人が多かったり、遠隔地にある病院への通院交通費の負担が大きいなどの経済的に困窮といった話題が多い。

11 支援提供者の確保、育成

プチボランティアとして働いている人のうちスタッフになりたいという希望者からスタッフを採用している。

スタッフが自分で見つけた研修に対して、研修費と交通費(一部)を法人が負担して、参加させている。

12 県内のがん診療連携拠点病院との連携、拠点病院との連携における問題点・課題や新たに行いたい事業

発行しているパンフレットなどの提供依頼があったときに提供する程度で、法人側から積極的に連携を働きかけてはいない。