

まとめ（付箋ボード）

1. 運営

（課題）

(1) 広報：参加者（患者・家族）への広報

運営するスタッフへの広報

(2) 費用

(3) 場所

(4) 頻度

（工夫）

(1) 広報

ポスター、HP、院内画面、放送、年間計画を事前に伝える、ポスターの内容・貼る位置。

サロンの良さを院内スタッフにも伝える。

(2) 費用

患者会

病院が補助（資料・広報費）

病院内で開催

→国からの予算・・・使いづらい。

2. 対象

（課題）

部位別

年齢別

在住地域別

患者と家族（分けるか、一緒か）

（工夫）

ファシリテート、別の機会を作る、患者団体との連携→ファシリテーターの育成

3. 内容

(課題)

- リピーターによるマンネリ化

(工夫)

- DVD・CDの使用。
- ミニコンサート・似顔絵セラピー。
- 参加者にニーズを聞く。

12G

【付箋】

(課題)

1. 運営

(1) 対応の限界

- 病院ボランティアとピアサポーターの調整
- 規定・マニュアルの整備
- 同じがん種の人と話したいというニーズが多いが、がん種を問わないサロンで対応できない。

(2) 地域や他施設との問題

- 地域で個人で開設しているサロンで、一人で抱え込んでしまうことがある。そこへのサポート方法？
- 地域の拠点病院との連携

(3) 当事者のエンパワーメント

- 「サポートグループ」から「ピアサポート」、および「セルフヘルプグループ」への移行時期の問題
- ピアサポーター養成：登録 8 名のため。
- 患者ボランティアのピアサポーター活用をどう実現していけばよいか。
- 参加者主体のサロンにするためにはどうすればよいか。
- 参加する方も受け身で、まだ自立したサロンではない。
- サロンの代表世話人の決定。

(4) 当事者と医療者側の関係

- 患者・家族との関わり方（立ち位置の問題）。

(5) サロンの開催方法のあり方

- 男性参加者への働きかけ
- 常設ではないので、利用したいタイミングで利用できない。
- 参加者の固定化の問題。新規参加者（メンバー）の方がいない。
- 参加者の固定化→少数のみ。
- お話を聞くにしても、自身のがん知識のなさを痛感。やはり日々の勉強が大切と思う。
- サロンに参加される方の 8 割は、一次治療の方で再発、転移、予防の治療の方。たまに、再発・転移された方が参加されることがあるが、一人だけだったりすると、より落ち込まれることがある。

- 新規の参加者を確保するにはどうすればいいか。

改善を工夫することが課題である。

- ・相互協力
- ・コミュニケーション

(工夫)

(1)当事者および地域協力

- 音楽スタッフの協力。
- ピアサポーターの負担軽減のためのコミュニケーション。
- 交流ノートを使って直接会えなくても交流できる。

(2)病院内協力（(1)と相互矢印）

- 師長会へ申し入れ。
- 看護師、MSW、審理し、事務などの連携。
- 病棟・外来掲示。

(3)当事者支援調整：安心して語り合える場の確保

- サポートグループで運営しているため、患者・家族のスクリーニングを実施している。
- 参加された患者・家族が必ず発言できるように、ファシリテートしている。
- がんの種類を分けずに開催していたが、種別にお話を聞きたいという要望が多く、がん種ごとに開催したところ、出席者も増え、話もはずむようである。情報も用意しやすい点もよい。

(4)環境整備

- 参加しやすい雰囲気作り、飲み物、花、ソファ。
- 飲み物や食べ物の提供。
- 環境設定。落ち着いた雰囲気でも活動できるよう、さまざまな工夫をしている。
(例：クリスマス会、茶話会、ミニレクチャー等)

(5)ルール作成

- ルールの作成。毎回、全員で必ず確認。ルールに反する人には、厳正な態度で対応する。

(6)日程事前調整

- ミニレクチャーの予定は、年間計画とし、参加者が聞きたい話したい内容を事前に明らかにしている（情報伝達、とりかかりとして）。
- 毎月案内。年間計画を提示。

【まとめ】

運営について

運用マニュアルや規定の作成、対象をどうするか（がん種別の希望がある）、病院ボランティアとの調整など、現在の対応に限界を感じているため、改善を工夫することが課題である。また、地域の拠点病院や地域で個人で解説しているサロンのサポートなど、地域や他施設と関連した課題もある。

13 グループ

【付箋】

- 入院患者さんの家族の方々の要望を、どの程度まで受け入れてよいか？
- 男性の方がもっと訪れてほしい。少ない。月1回男性の時間としてもうけられ徐々に増えているが。

(1) 守秘義務について

- 患者情報（個人情報）。守秘義務。

(2) 連携

- 医療関係者の関与はあるか？その場合、どのような関与をしているか。

(3) イベントについて

- サロンを継続開催するためのテーマ、プログラム（おしゃべり会に終わらせず、安心感以外に知識を持って帰ってほしい）。

(4) ファシリテーター育成

- ファシリテーター、リーダーなどに過度の負担がかからないような工夫をしているか？どのような工夫か？
- 傾聴スキル：コミュニケーションスキルの研修の必要性。
- ファシリテーター（世話人）の研修をどのように実施しているか。
- 訪れた方から悩みや心配事を聴く技法のスキルアップ。

(5) 場の設定

- サロンの開催場所の確保が難しい（患者数が少ない上、病院を開放することの難しさ、資金難）。
- 実際に患者さんにとってよい空間であるのかが心配である。
- 毎回、同じ病院でサロンを行っているので、その病院の入院や通院患者がほとんどで同じメンバーになりがち。

(6) その他

- ボランティアとして活動していて、入院患者さんとのコミュニケーションから、退院された後、同じボランティアとして活動したいと希望あり（力になったようである）。
- サロンに来室してよかったと思えるために。
- 患者・家族が相談したい、初歩の窓口として受け入れられている。
- 最初の一言。
- サロンで出会った患者さん同士のこれからの交流の場として活用されている。

- 他病院の患者・家族の方々からも気楽に相談できる窓口として安心で不安を解消できている。
- いごちのよさ：環境（温度・湿度）、音楽、お茶など
- 癒しの環境づくりの工夫：提供された写真、手作り作品などの装飾・展示
- 患者さんの要望で新しく取り組みをスタートした企画がある。
- 病棟でサロンを行っているため、入院患者さんに参加してもらえるように、医師、師長、看護師、過去のサロン参加患者さんから、患者さんに参加の声かけをしてもらっている。
- 入院患者だけではなく、外来患者にも参加してもらえるように、ホームページによる開催の告知、外来診察室前、外来受付にサロン開催のポスターを貼ってもらい、先生からも声をかけてもらっている。
- 病棟内にて、サロンを開催しているので、治療中の方、経過観察の方が集まり、治療の苦しみ、知恵、勇気、知識を共有できる。また、外部のアドバイザー（フィナンシャルプランナー）から、お金に関するアドバイスも受けられる。
- サロンに参加しやすいように、閉めきった個室ではなく、オープンな場所で行っている（個別的な相談は個室で）。
- 3C
 - ・ Communication（コミュニケーション）
 - ・ Coordination（コーディネーション：調整）
 - ・ Collaboration（コラボレーション：共同、協力）

【まとめ】

（課題）

- 人材：ファシリテーター育成、運営側
- 場所：環境・空間の演出、性の問題話しにくい
- イベント：継続するため
- ルール：個人情報
- 連携

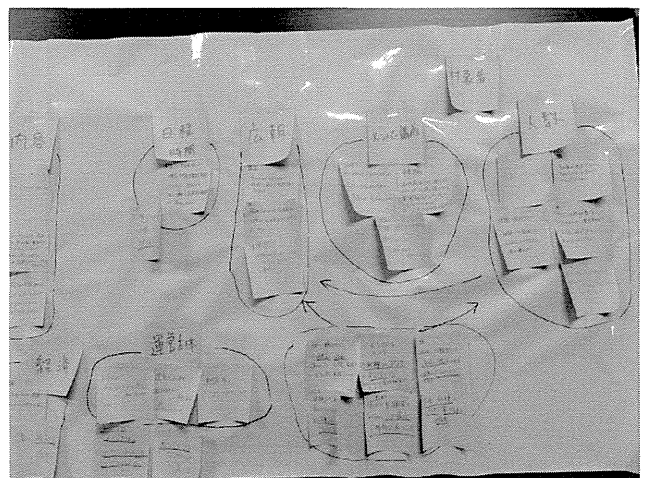
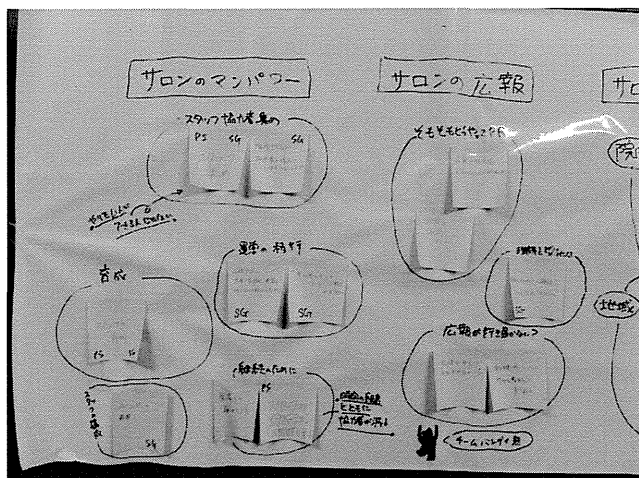
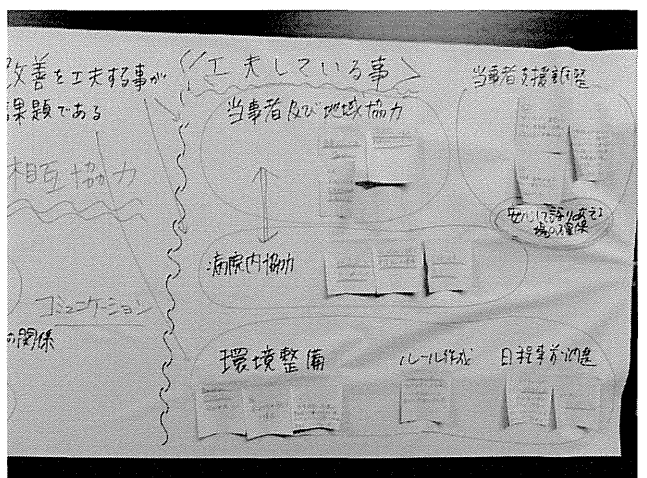
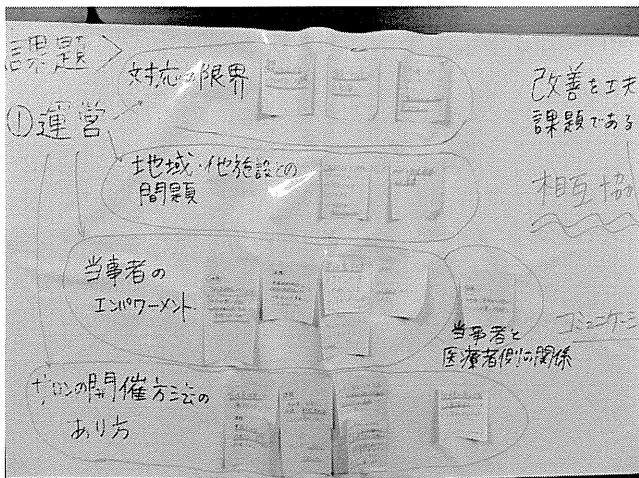
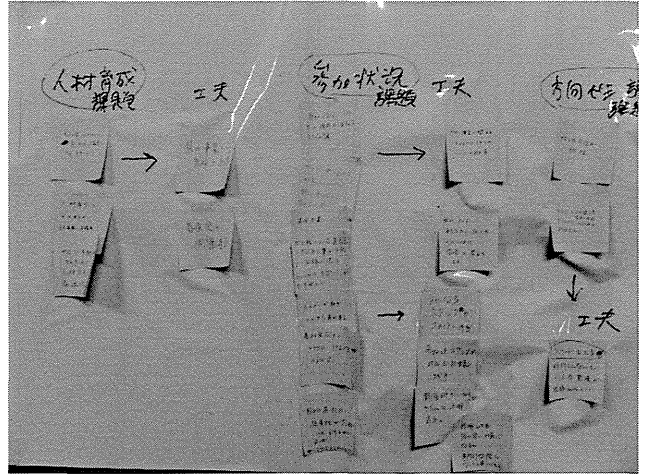
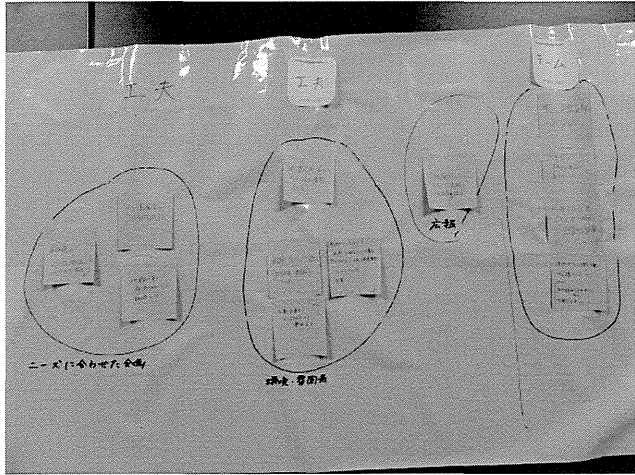
→ハード面の課題が多い。

（工夫）

- 癒やしの環境作り：温度、音楽、お茶・アロマ・明るく接する
- 入りやすくするために声かけを工夫
- 一日開放

- 友の会へ昇華
 - 病棟での開催で、医師、看護師、外来患者、協力して参加者募る
 - 3C（コミュニケーション、コーディネーション、コラボレーション）
- ソフト面の工夫が多い

グループ討議 模造紙-付箋例



V 全体討論と質疑応答

全体討論と質疑応答

Q1-1. 病院上司に声を届ける工夫

病院上司への声を届ける工夫という点に関して、具体的にどのようなことをしたらいいか

A1-1.

(医療機関)

当院では、サロンの懇談会というのを年1回やっていて、そこにサロンのメンバーのほかに病院の職員、管理職にも声をかけて参加してもらって、サロンに参加している方の生の声を管理職に聞いてもらうというような形で行なっています。お昼時間にお昼を食べながらの懇談会という形式です。

評価報告というのはなかなか難しく、数字にあらわせないところもあるので、参加者の生の声を管理職がじかに聞けば、サロンというのは大切なんだということをわかってもらえるかなということで行なっています。

Q1-2.

報告した時に、上司（管理職等）は、そういった懇談会に異議なく参加してもらえるか

A-2.

(医療機関)

こちらからのもっていき方もあると思います。今は当院では、副院長が外科の医師で、がんに関してもいろいろと興味を持っているところもあること、院長が消化器科の医師で、こちらでもやはりがんが多い科でもあるので、その辺を考えながらもっていっています。

Q2. 運営資金（寄付金）

運用資金のところで寄附金の話が出て、寄附をしたいと言ってくださるところがあるが、その寄附を受けるとその色がついてしまうのではないかとということで断っているというところと、本当にお金がない、ただ寄附も欲しいというところもありました。

公的な施設や機関がついている場合は、確かに年度当初に決まった予算で、年間活動しているが、ほかのところで、運用の中で、寄附金に関して申し出があるようなところというのはどのような対応をされているのか知りたい。

例（地域でのサロン）

個人で寄付金を持って来られる方が結構多い。決して寄付を募るようなことは言っていないし、そういう広報もしていないが、毎回お金を持ってくる人もいます。個人の寄付金は、きちんと領収書を発行しているが、もともとの運営資金の何倍もお金がたまってきている。今後、会場費等がかかることを考えていかなければいけないが。

また、企業（製薬企業など）からも最近寄付の申し出がある。それは金額が大きいので、断っている。企業からの寄付の申し出、応援したいという声は嬉しいが、お断りしている現状。

A2-1

（患者団体）

大きい外資系の製薬メーカーから活動資金出しますよという申し出があります。現実に患者団体を助けるということで、それが1つの製薬メーカーのステータスになるような部分もあって、でもやはり私たちも断っています。

特定の企業からお金をもらうというのが、ちょっと活動の趣旨に合わないということと、そういった企業と結びつきたくないということもあります。ちょっと格好つけているようなところもあるのですが。

私どもは正直毎月家賃を払って事務所を運営してしまして、基本的にはそこでおしゃべりサロンを開いています。非常にお金に困ることがあって、私たちは参加者の方で、会員ではない方からは1回の参加費500円をいただいています。そうすることによって年間何万円というお金が集まります。一般の方からはお金を徴収していますが、一般の企業とかそういった製薬メーカーからは一切お金をもらっていないということで、会計報告も会員に対して堂々としています。そういう意味ではやっぱり寄附もいただいているところと、いけないところが医療の面ではあるような気がしてなりません。

A2-2

(患者支援団体)

寄附のことですが、集めるなら集めるという方針だと思います。集める時に、たとえば、特定の業界だけというのではなくて広く求める。この活動が、すべての人に必要だということが理解いただければ、いろいろな企業からいただけるはずです。

我々も製薬業界からもらっていますが、それ以外に〇〇とか〇〇とか〇〇とか、全然違う企業からの寄付もあります。でも、それも、その会社の社員にも患者がいる、家族にも患者がいるなどで協力が得られる。

そういった面で言えば、1つのところに限るとその影響力が大きくなりますが、例えば業界の中でもあります。20%以上、全体の運営費の20%以上を超えてはいけないというルールをつくってやっているところもあります。やはり全部に丸抱えじゃなくて、ワン・オブ・ゼムになればそれは受けてもいいんじゃないかなというふうに思います。

A2-3

(医療機関)

多分、今、民間と病院の拠点病院の場合で、寄附金が発生してきた時に問題が出てくる。民間の場合は、それでいけると思います。ただ、拠点病院で受けるとなると、会計上、大きな問題が出てくると思います。1つの解決方法として、県の所管課に問い合わせ、たとえば、がん診療の連携協議会で、そこに口座を開設してもらって入れていく方法とか。

もう一つ、会計上、国は拠点病院の強化事業費を出しているのに、それを使わないで寄附金を受けるのかというような会計監査の問題も出てくると思うので、拠点病院が寄附をもらう時というのは、ちょっと難しくなってくるのではないかなと思います。

A2-4

(医療機関)

私も病院の会計のことはよくわからないのですが、たぶん寄附金を受けるに当たってはその色をつけないで、病院の大きな財布に入れてしまうということにすれば、あまり心配は要らないのではないかと思います。病院の会計の中で少しサロンのほうの運営費に回していただくという形です。

A2-5

(患者団体)

公のところが受け入れるにはふるさと納税という方法があります。ふるさと納税には特定の部署や施策に寄付すると指定することができます。公の団体であれば、地方自治体などに、お問い合わせください。

民間でセルフヘルプグループをやっていますが、企業から寄付をいただきます。先ほども申し上げたように、それだから活動が制約されるわけではありません。また、寄付に関する情報公開をしています。また、国税庁のほうからも認定をいただいているので、税法上の利点もあります。情報公開をどのようにするか、どのように集めるか、A2-2でおっしゃったとおりだと思います。

たとえば、新聞での広報で、下のほうにいろいろな企業の名前が入っていますが、あれは、当団体には、一切お金を入れていません。広報だけを手伝ってもらうという方法で、新聞社とタイアップするという方法をとったりしています。このように、やり方はいくらでもあると思います。

意見1 参加者をどう集めるかについて

(患者団体)

皆さんが発表されている中で参加者をどう集めるかというのにすごく悩んでいらっしゃる、課題があるというご意見が多かったように思います。このグループでもそういった話題は出ました。

その患者さんが何を求めているか、求めているものは何なのか、そのニーズに合致した時に、呼びこまなくても患者さんは来るような気がします。私たちは、乳がんという病気に特化した団体なので、ある意味その患者さんというのが集まりやすい部分もあります。

東京の〇〇区で事務所を開いていますが、遠くは青森県とか新潟県とか、あとは関西方面、京都や広島、そういったところから、おしゃべりサロンに参加するために新幹線に乗ったと言う方が何人もいらっしゃいました。求めているものと合致すれば多分参加者は口コミでだんだん増えてくるような気がします。

ですから、本当に難しいテーマだと思うし、部位によって患者さんが求めているもの、また男女によっても全然違うと思いますが、患者さんが何を求めているか、幅広くニーズを集めて、皆さんが運営していただくことが、本当に患者のためになるような気がします。今日はこれだけたくさんの方が悩みながら頑張っているという姿を見られただけで、すごく勉強になりましたし、感動しました。

意見2 参加者をどう集めるかについて

(患者団体)

今日は、がんサロン、患者サロンということで私たちと同じだと思って来ました。ただ、お話を聞いていて、いろいろ違和感を感じたのは、まず入れ物をつくらなければならないというところから出発した話ということです。

それで、何かイベントを考えて人を集めるとか、そういう考え方というのが、私にはとてもなじめません。

たとえば私たちのおしゃべりサロンというのは自発的に出てきたものであり、その中で、また乳がんの特化していますが、特化した中で今度は再発・転移した人は、限りある命の中で治療を見つけていかなければいけないから、もっといろいろな情報交換をしたいというニーズが出てきました。自発的に再発・転移した人だけの集まりが欲しいということで始まっています。そういうのは、別に人を集めなくても、そういうニーズがあるから、情報交換するために来るのです。

だから、逆に言えばミニ講演会があるとか落語があるとか、いろいろなことで人を集めるためのイベントとかを考えるとというのは、かなり患者会としては違和感を持っています。

私たちのサロンでは、その短い時間、3時間という時間がいつも延長してしまうぐらい、みんな話がしたい、聞きたい、しゃべりたいという状況です。

そこで思ったのですが、いろいろながんの人たちが集まれる場所という意味では、病院のがんサロンというのは非常に意味があると思います。ただ、その中でがん種別をつくる、つくらなければならないのかという点を考えていく必要があると思います。そうではなくて、患者会に、がん種別のサロンを持っているところがあればそういうところを紹介するという方法もあります。

逆に私たちは、乳がん以外の人 came 時に、どこを紹介していいかわからないのですが、こういう病院でありますよと言えれば、お互いに紹介し合うことができると思います。

だから、どこがどういう患者会を、がんサロンをやっているとかという情報をお互いに持って、それをうまく融通し合っていけば、人集めのために何かしなければいけないとかではなくて、進めるんじゃないかなというふうに考えました。

VI まとめ

まとめ

ここでは、「サロン」は、集団での交流や学習の場を想定している。ただし、学習の場合は、講演など一方向性のものではなく、意見交換や交流を含むものとする。

がんサロンというと、まず島根県が頭に浮かんでくる。資料によると、島根県内に最初のがんサロンが開設されたのは、2005年で、一人のがん患者さんが市内の福祉センターで月1回開催された。その後、他のがん患者さんやご家族の働きかけ等により、県内のがん診療連携拠点病院すべてでがんサロンが開設され、その他病院や地域でも行われるようになり、現在県内22ヶ所で実施されている。島根県のがん対策のHPをみると、がんサロンの説明として「がん患者や家族などの方々が病院の会議室や保健センターなどに集まって、お互いの療養体験を語り合ったり、がん医療の最新情報などを学習したりする場」という記載がある。

もともと「サロン」には、談話室、応接室などの意味があり、そこで行われているのは、『交流』であり、『対話』である。島根県のがんサロンは、誰でもが好きなときに立ち寄り、交流を深めたり、経験からくる生活上の知識などを得たり、思いをわかちあうというようなことが行われている。

しかし、このように考えると、以前から存在していた患者団体（患者会）の活動でも同じようなことは行われてきている。もっとも、会員にならなくても、いつでもどこでも参加できるゆるやかな関係性、井戸端会議のようなところがサロンの良い所だと言う方もいるが、患者団体の中には、会員以外の方も参加できるような交流の場を以前から開催していたところもある。

時代の流れの中で、呼び方が変化したり、形態が変化したりはあるが、共通している部分は、『交流』の機会や場の存在と意味である。

今回の会議では、どこか1つをモデルとして取り上げるのではなく、できるだけ『交流』の機会や場の多様性を共有できるように、さまざまな立場で、さまざまな場所で、さまざまな形で、『交流』の場や機会を提供するという活動を実践している方々に発表していただいた。決められた1つのフレームに無理にあてはめようとするのではなく、どういうニーズがあるかということを考えながら、地域にあった、がん患者や家族（遺族）のための『交流』支援を行なっていく必要がある。

<『交流』支援としてのサロン運営のための検討・整備項目>

1. 目標と対象設定

患者団体、あるいは以前から活動している患者支援団体等は、どういう目的で、どういう人を対象に、サロンのような交流の場や機会を提供するかに関して、明確になっていることが多い。そこに参加する患者さんやご家族、ご遺族は、どういうところで、どういう参加者がいるのか、どのようなことが行われているのかイメージできているなかで参加する。あるいは、患者団体の会員のニーズの一つとして、サロンのような場や機会がほしいというニーズがあり、

そのニーズを満たすために、準備し運営していることが多い。

一方、がん診療連携拠点病院、特に相談支援センターのがん相談員は、平成 20 年のがん診療連携拠点病院の整備に関する指針 相談支援センターの項目の「相談支援に関し十分な経験を有するがん患者団体との連携協力体制の構築に積極的に取り組むこと。」という記載を受けて、そういった患者団体、がん経験者との連携協力体制を模索していたところも多く、さらに、がん相談員の多くは、看護師や医療ソーシャルワーカーであり、セルフヘルプグループの活動やソーシャルサポートの意義、効果に関して、もともと関心を寄せ、必要と感じている人もいる。このようななかで、患者さん同士の交流の場は必要である、サロンを作る必要がある、という思いから、模索しながらサロンを立ち上げたように思える。

医療機関では、患者さんは、もともと診断、検査、治療、経過観察などの目的で訪れる。一方で、目的とは別に、同病者と話をしたい、経験談を聞きたい、気持ちを分かち合いたいという思い（ニーズ）を持っている人もいる。ただ、サロンが開かれていると知っても、そこは、最初見知らぬ人のいる場でもあり、自分のニーズが満たされるかどうか分からないという不安もある。知らない場に足を踏み入れることも勇気がいる。

医療機関内で交流の場を求める患者さんのニーズで一番多いのはどういったことで、またどうすれば、その場に行ってみようと思えるのか、十分に調査や分析を行うことが必要になる。また、サロン運営にかける人員や時間、場所も限られていることをふまえ、最初は、比較的对象を限定して、また治療やケア、暮らしの情報などミニ講義などの学習機会を提供する中で自然に交流につながるような流れを検討していくといった形で、段階的にすすめていく手法もある。

目標や対象は、できるだけ具体的に設定し、範囲はあまり広げずに限定したところから始めるほうが、行動しやすいといえる。

2. 運営方法

今回の会議の発表だけでも、サロンの運営には、さまざまなパターンが考えられる。会議の意見でもあったが、ひとつのサロン（施設や団体）で、すべてをまかなうのではなく、互いが補い協力しながら活動していくことが望ましい。

いくつかの先駆的事例から、必要な部分を取り込み、運営方法を組み立ててもよいし、ひとつのモデルをそのまま利用することから開始してもよい。ただ、画一的に一つのモデルとするのは、地域特性、参加者の特性などから考えても無理があり、ニーズを知るところから始める必要がある。

3. 規定やマニュアル

サロンを運営する場合、手法や手順の明確化、ノウハウの継承、暗黙知の明確化（現在わかっている人たちは暗黙のうちに知っているというような事柄）は、重要である。また、その

場では、病気や治療、こころのこと、生活のことなどが語られることを考えると、プライバシーの保護に関して、きちんと取り決めをし、支援提供側・参加者側ともに共通認識しておく必要がある。以上のような理由から、規定やマニュアルを整備しておく必要がある。

ただし、サロンの運営は、医療関係者、その他支援者、がん経験者やその家族などさまざまな立場の人がかかわるものなので、できるだけ一般的な用語を用い、簡単で要点のみをまとめたものにすることが望ましい。たとえば、看護師と医療ソーシャルワーカーの間でも、独特のその世界だけで通じる用語のずれがある。また、サロンの参加者が、後に支援を提供する側になるかもしれない。その参加者は、職業も知識もそれぞれ異なっている。これらの点を考慮しながら、作成していくことが望ましいといえる。

4. 人材配置

会議前のアンケート結果をみても、サロンを運営する側の職種等は、さまざまな立場の方がいる。がん相談員（看護師、医療ソーシャルワーカー、臨床心理士など含む）、看護師、医療ソーシャルワーカー、がん経験者、医師、患者団体会員、臨床心理士、家族（遺族）、事務職、行政職員などである。1つの立場だけではなく、異なる立場の者が協働して運営している場合も多い。その場合も、サロンを運営していくために、どのような役割を持つ人が必要か整理し、配置していく必要がある。全体のマネジメント、対外マネジメント（ミニ講義の依頼、他外部との調整、広報など）、経理・会計、ファシリテーター、教育・研修担当などサロンの規模や運営側の人数、時間的余裕（サロン運営にかけることが可能な時間量）を考えなければいけない。

医療機関で行う場合、直接運営する側に加えて、院内での理解を得るために、それぞれの部署の管理職、あるいはさまざまな職種に参加を促したり、ミニ講義を依頼したりして、サポートしてもらう場合もある。また、院内の他職員や、患者や家族に募集をかけてサロン・ボランティアとして登録してもらい、定期的に一人に負担がかからないようにバランスを考えながら、参加・サポートしてもらう方法もある。中心になって動かす人、時々なら手伝える人などを整理して登録しておき、そのボランティアの希望と資質（知識やスキルなども含めて）などを配慮しながら役割調整していく。

5. 費用

サロンを運営していくうえで、運営費用をどのように確保していくかという課題をもつ施設や団体は多い。人件費、広報の費用、場所を借りる費用、事務用品などの費用、また参加者にリラックスしてもらったり環境を整える手段としてのお茶やお菓子、花などの費用も捻出が難しい。都道府県からの補助金、企業からの寄付など、主催する側の立場などからも変わってくる。

医療機関の場合、直接利益に結びつく活動ではないことから、内部の理解が得られにくいこともあり、相談支援センターが中心になって行なっている場合も、費用の捻出に苦労している

という意見が多く聞かれた。

また、団体によっては、参加者から一定額（最低限そのサロン開催にかかる少額の費用）をもらっているというところもある。

6. 広報

医療機関の場合は、院内と院外（院外参加者も対象とする場合）への広報を考える必要がある。広報内容として、調査やグループ討議では、年間計画を提示するという意見がいくつかみられていた。また、ポスターやチラシに関しても、どこに貼ったりおいたりするか、どのような内容にするかなどを考えていく必要がある。

また、地域でのサロン、あるいは、医療機関主催でも院外の方も対象とする場合、広報範囲は、地域全体を考えなければならない。市町の広報誌の利用、新聞の利用などがある。

三重県の場合、三重県がん相談支援センターのホームページでは、県内の医療機関や三重県がん相談支援センター主催のサロン開催状況を確認できる。このように、地域全体でのサロンの開催状況を公開したり、誰でも情報確認・情報提供できるようにすることも広報の一つと言える。

7. アクセス

サロンのような交流の場は、ここ数年全国に広がりつつあるが、地域差もある。人口が少ない、高齢者が多い地域などは、交通の便も悪く、こういった交流の機会や場は少ない。しかし、そのような地域のがん患者の多くは、がん診療連携拠点病院で診療を受けている。そのため、拠点病院でサロンを実施することは、交通の便が不便だったり、交流の機会や場が少ない地域の患者や家族にとっては、通院の機会に利用できる可能性があるという点で、メリットがある。また、通院の送迎を家族がしている場合など、同じ場所でのサロンへの参加だと、家族の負担の軽減にもなる。

ただ、そのサロン活動を拠点病院の一医療機関としての活動とするか、場所を提供するのか、主催は、都道府県や市町などの行政などにするのかなど、検討していなければならない。

サロンまでの交通手段や移動距離は、参加に対しての阻害要因となることもあるが、地元のサロンに参加すると、近隣の人々や知人に顔をみられてしまうかもしれない、自分がかんだとわかってしまうかもしれない可能性があるから、遠方の方が良いという参加者もいる。このような方の場合は、1ヶ所のサロン情報だけではなく、たとえば同じ都道府県の地域内で、いつ、どこで、どのようなサロンを提供しているかなどの情報が一元的に、あるいはさまざまな場所ですぐ入手できるように整備していく必要がある。

8. ネットワーク

地域全体での社会的支援の一つとしてサロンをとらえると、地域の中でのネットワークづく