

# I. 緩和ケアの普及と啓発

## 1. 一般市民への緩和ケア普及啓発事業：オレンジバルーンプロジェクト

内布 敦子

(兵庫県立大学 看護学部, 日本緩和医療学会担当理事)

### 背景

2006年6月がん対策基本法が成立し、翌年6月がん対策推進基本計画がまとまり実施に移された。この法律の成立によって、2007年9月に日本緩和医療学会に緩和ケアの普及啓発を進めるための事業が委託された。がん対策基本法では表1, 2に示すように緩和ケアはがん対策の大きな柱の1つになっている。

厚生労働省はがん対策推進基本計画を受けてさまざまな事業を展開しているが、その1つが緩和ケアの普及啓発事業である。オレンジバルーンプロジェクト(OBP)という名前は、この事業を委託された日本緩和医療学会が考案した名称であり、広く国民に親しまれるようにと考えたものである。

本事業は、がん対策推進基本計画の重点課題の1つである治療の初期段階からの緩和ケアを実施

表1 がん対策基本法の基本的施策

1. がんの予防および早期発見の推進
  - ・がんの予防の推進
  - ・がん検診の質の向上など
2. がん医療の均てん化の促進など
  - ・専門的な知識および技能を有する医師その他の医療従事者の育成
  - ・医療機関の整備など
  - ・がん患者の療養生活の質の維持向上
3. 研究の推進など

表2 がん対策推進基本計画の重点課題

1. 放射線療法および化学療法の推進ならびにこれらを専門的に行う医師の育成
2. 治療の初期段階からの緩和ケアの実施
3. がん登録の推進

するために、一般市民に緩和ケアの正しい知識をもってもらうことを目的としている。特に、医療用麻薬など症状緩和に用いられる薬剤への偏見によって、がん患者が不適切に症状をがまんすることのないようにしたいという願いがこめられている。

### 事業概要および実施状況

2007年に厚生労働省から日本緩和医療学会へ委託された事業の目的は下記(表3)のようなものであり、ミッションは「緩和ケア」の知識を正しく普及することである。

「緩和ケア」の周辺用語には「緩和医療」「終末期医療」「終末期ケア」「ターミナルケア」「end of life care」など余命が限られていて、しかも数カ月という比較的短期間であることを連想させる言葉があるが、「緩和ケア」という言葉には死期が近づいているというニュアンスよりはむしろ、苦痛症状を緩和するという意味が強調されている。死期が迫っているかどうかは人々にとって重要な関心事ではあるが、OBPでは、正しい知識や情報がないために苦痛症状を強いられるということがないようにすることが重要であると考えている。

事業の活動内容としては、2007年度は年度途中に委託が決定したこともあり、普及啓発に必要なマテリアルの開発に力を注ぐことになった。そこで2008年3月までにキャッチフレーズやポスター、ちらし、DVD、ピンバッジ、風船、Webサイトを作成した(図1~5)。

2008年度には、日本ホスピス緩和ケア協会、日本がん看護学会、日本死の臨床研究会、日本ホ

表 3 事業の目的

〈2007 年度〉 事業名：平成 19 年度がん医療における緩和ケアの意識調査等事業（調査・普及啓発）

目的：本事業は、がん医療水準の均てん化の観点から、全国の医師を対象に調査を行い、緩和ケアに関する知識・技術をどの程度有しているのかを調査するとともに、患者自身が最も適した医療を選択することができるよう、一般国民を対象に、緩和ケアに関する普及啓発を行い、国民が全国のどこに住んでいても質が高く、安心して療養できる医療体制を整備することを目的とする。（この事業は調査と普及啓発の 2 つに分かれており、OBP は緩和ケアの普及啓発に関しての委託を担当する。一般国民を対象に、緩和ケアに関する普及啓発を行うために緩和ケアに関するパンフレットや DVD を作成する）

〈2008 年度〉 事業名：平成 20 年度がん医療に携わる医師に対する緩和ケア研修等事業

目的：この委託費は、「がん対策推進基本計画」において、「すべてのがん診療に携わる医師が研修等により、緩和ケアについての基本的な知識を習得する」ことが目標として掲げられていることを踏まえ、がん診療に携わる医師に対する緩和ケア研修会を実施し、緩和ケアについての基本的な知識を習得させるとともに、研修指導者を育成し、併せて緩和ケアに関する普及啓発を図ることにより、治療の初期段階から緩和ケアが提供されるようにすることを目的とする。（この事業は医師の緩和ケア研修と緩和ケアの普及啓発の 2 つに分かれており、OBP は緩和ケアの普及啓発に関する委託を担当する。2007 年度に開発したパンフレット、DVD を活用して普及活動をする事、Web ページをさらに充実して普及に活用すること、シンポジウム等を開催して一般市民を啓発すること、一般市民を対象に緩和ケアの認知度について意識調査を行うことが含まれている）



図 1 ポスターとちらし



図 4 風船



図 2 DVD  
「Orange Balloon Project」と  
「痛みのコントロール」



図 3 ピンバッジ



図 5 Web サイト「緩和ケア.net」

表4 事業の経緯（2007～2008年度）

## 〈2007年度〉

日本緩和医療学会に緩和ケア普及啓発推進委員会を設置し、一般市民に対して「緩和ケア」の普及啓発をするために必要な資材やWebサイトの作成を行った。ロゴマークを作成し、活動の目印として活用できるようにした。

- ・ポスターによって緩和ケアのイメージを改善する：親しみやすく目を引くデザインで、一般市民が緩和ケアに関心を持ち、緩和ケアに対して肯定的なイメージを持つようにする。特にがんの早期から緩和ケアが適用されることを知ってもらうために「がんになったら緩和ケア」というキャッチフレーズを広める。
- ・映像によって緩和ケアのイメージを改善する：テレビ、ラジオ、新聞などのメディアを効果的に活用して緩和ケアの肯定的なイメージを広めるために短いサイズの宣伝用DVDを作成する。緩和ケアを受けることはそんなに難しいことではなく、いつでも言い出せるし、どこでも受けることができることを知ってもらう。
- ・映像による緩和ケア推進運動自体を広く知らせる：緩和ケアを日本の隅々まで十分広げて、国民が安心してがん治療や緩和ケアを受けられるように国や専門家が努力していることを知ってもらう。
- ・Webサイトからの情報発信によって資料へのアクセスを可能にする：緩和ケアに関する基本的な情報を提供するだけでなく、さらに情報がほしい方が緩和ケア関連の主な資料を手に入れることができるように、緩和ケアに関連したサイトへの案内を行う。

## 1. 事業概要

- ・「緩和ケア」の知識を普及するための知識媒体（掲示物、配布資料、プロモーションビデオ）を作成した。プロモーションビデオは「Orange Balloon Project」「痛みのコントロール」の2本（各30秒）を作成し、DVDへ録画した。
- ・作成した知識媒体を、「がん診療連携拠点病院356カ所」「各都道府県がん対策関連部署47カ所」「日本医師会48カ所」「日本薬剤師会48カ所」「日本看護協会48カ所」「がん医療・緩和ケア関連団体17カ所」「プレス用：厚生労働省広報室報道係89部」へ配布した。
- ・Webサイト「緩和ケア.net」（URL：www.kanwacare.net）を作成し、緩和ケア関連のすぐれたホームページへのポータルサイトの役割を果たせるよう、さまざまな情報を掲載した。サイトには、「緩和ケアとは」「News紹介」「制作物の紹介（ダウンロード・視覚可）」「参考資料（パンフレット）紹介」「緩和ケア関連施設・団体紹介」のページを作成し、一般市民が緩和ケアについて理解が深められるようなコンテンツを掲載した。上記の制作物もこちらからダウンロード可能とした。

## 〈2008年度〉

## 1. 組織編成

日本緩和医療学会に緩和ケア普及啓発作業部会を設置し、以下の緩和ケア関連団体と連携し活動を進めることとなった。作業部会のメンバーおよびアドバイザーは、各団体より代表者を選出し、組織編成を行った（日本ホスピス緩和ケア協会、日本死の臨床研究会、日本ホスピス・在宅ケア研究会、日本がん看護学会）。

## 2. 広報ブースの出展

- ・3大疾病展：神戸展：2008年4月19日（土）～5月11日（日）（図6）  
神戸国際展示場1号館2階〔来客者総数4,130名〕
- ・兵庫県立大学 櫛祭り：2008年5月18日（日）10:00～15:00（図7）  
兵庫県立大学明石キャンパス〔来客者数500名〕
- ・第13回日本緩和医療学会学術集会：2008年7月4日（金）～5日（土）（図8）  
静岡県コンベンションアーツセンターグランシップ〔来客者総数4,907名〕
- ・がん患者支援チャリティイベント“リレー・フォー・ライフ・ジャパン2008”  
2008年9月13日（土）～14日（日） 芦屋市総合公園〔来客者数500名〕
- ・第13回ラジオ関西祭り メリケンボンバー2008：2008年10月12日（日）10:30～19:00（図9）  
神戸メリケンパーク広場〔来客者数2,000名〕
- ・CNJがん医療セミナー“もっと知ってほしい「緩和ケア」のこと”：2008年10月26日（日）13:30～16:00  
東京ウィメンズプラザホール〔来客者数200名〕
- ・日本対がん協会50周年記念シンポジウム：2008年11月9日（日）13:30～16:00（図10）  
東京ビッグサイト〔来客者数656名〕

## 3. シンポジウムの開催（2008年12月現在での予定）

- ・市民公開シンポジウム がんになったら“緩和ケア”：2008年12月21日（日）神戸スペースシアター〔200名〕
- ・市民公開シンポジウム がんになったら“緩和ケア”：2009年1月25日（日）東京国際交流館〔400名〕
- ・日本がん看護学会 市民公開シンポジウム「国民の視点に立ったがん医療・がん看護を考える」：2009年2月7日（土）18:00～19:30 沖縄コンベンションセンター〔500名〕

## 4. 調査

一般市民を対象とした緩和ケアの認識度調査を行う。調査の概要は①国民全体：20歳以上の男女を対象とした住民調査6,000名、②緩和ケアに関心のある国民集団：緩和ケアシンポジウム参加者200名×3回＝600名

## 5. Webサイトの充実

Webサイト「緩和ケア.net」の充実を図るために、リンク先の開発、緩和ケアに関する知識の追加、緩和ケアの専門家の講演記録の掲載（動画）を行う。

## 6. その他

テレビ、新聞などを通じた広報活動をはじめ、制作物（ポスター、ちらし、ピンバッジ等）を緩和ケア普及啓発活動の広報に活用することを目的に、入手依頼のあった施設へ各制作物を発送する。



図6 3大疾病展

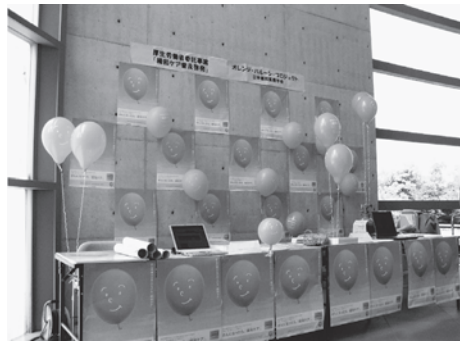


図7 樺祭り(兵庫県立大学)



図8 第13回日本緩和医療学会学術集会



図9 第3回ラジオ関西まつり—メリケンボンバー 2008



図10 日本対がん協会 50周年記念シンポジウム

スピス・在宅ケア研究会の4つの団体が協力することになり、OBPのメンバーになっていただいた。それぞれの団体は歴史をもち独自の活動を展開しており、学会のコンセプトも異なっているが、がん患者の苦痛を軽減し、QOLを改善することにおいて、活動の趣旨を共有している。2008年度からは、いよいよ普及活動を本格的に開始した。2007年度、2008年度のおもな事業の経緯を下記(表4)に示す。

ポスターとちらしは今後、駅や空港など公共スペースでの利用を考慮して、親しみやすく目立つものとし、メッセージは端的に短いフレーズで表現するなど、広告の専門家の助言を得て作成した。風船をモチーフにしたのは目立つこと、誰からも受け入れやすい形態であること、宣伝として使う時に安価であることなどが理由である。中に描く笑顔も委員会で検討して、最も好感度の高い笑顔を選択した。乳がん検診などのキャンペーン



に用いられているピンクリボンのように、多くの人々に知られるようになることを期待して、ピンクリボンの関係者にも意見を聞き、ロゴマークの管理方法について取り決めを作成した。笑顔の風船やオレンジの風船については、他の団体がアレンジして使用することを特に制限はせず、ロゴマークだけは規約を作成して管理することとした。現在、ロゴマークを使用する時は、ホームページに提示された規約のもとに手続きを経て使用の許可を得るようになってきている。

作成したポスターなどは関係箇所に配布していただくことを前提に、都道府県のがん対策基本計画を実施する担当課、各都道府県の医師会、薬剤師会、看護協会、がん診療連携拠点病院にお届けしたが、宣伝効果としては十分であったとはいえない。一般市民の目に触れるテレビや新聞を使った宣伝活動には高額の費用がかかるために、安価で効果的な宣伝方法は次年度の課題として残った。

2008年度は、さらなる普及を図るために一般市民が集まる各種イベントに広報用ブースを出展し、緩和ケアの認知度を高めるための活動を行っている。実際にブースで来訪者の生の声を聞くと、がん体験者が身近にいる場合には緩和ケアの認知度は高いが、多くの場合、「緩和ケア」は終末期になってから受けるものであるという認識であった。また、未成年者やがん体験者が身近にいない人は、「緩和ケア」の言葉自体も聞いたこと

がないという状況であった。ブース出展時の一般市民の反応として、表5に実際の声を記録したものを提示した。

2008年度は、OBPが企画するシンポジウムだけでなく、参加団体である日本ホスピス緩和ケア協会の支部が緩和ケア週間に企画するさまざまなイベント、がん看護学会会期中の市民公開講座などで市民に対してオレンジバルーンを目印に緩和ケアの啓発普及を図っていただいているところである。

また、日本緩和医療薬学会には、第2回学術会議中にOBPを取り上げた市民公開講座を開催していただいた。日本緩和医療学会会員である医師、看護師、薬剤師、医療ソーシャルワーカーなどの方々からは、講習会などで宣伝をすることができるといふ申し出をいただき、ポスター、ちらし、ピンバッジ、DVD、風船などをお送りして、キャンペーンにご協力いただいている（649件：2008年11月18日現在）。また、がんに関するさまざまなイベントの際にちらしを配布していただくなど、ご協力をいただいている。

2008年の事業として、緩和ケアに関する意識調査を企画し、一般市民から無作為に抽出した6,000人を対象に質問紙を配布した。緩和ケアに関して、人々がどのように理解しているのかをおおまかに知るためのものであるが、現在、回収期間中にあり、今後、集計分析作業を行うことになる。

表5 3大疾病展—ブース来訪者（一般市民）の緩和ケアに対する反応

- 
- ・緩和ケアって何ですか？
  - ・緩和ケアは死ぬ前にモルヒネを打たれるものである。
  - ・緩和ケアは、自ら望んで緩和ケアを受けるといよりも、最期の最後になすすべがなくなった時に行われるものと思っていた。
  - ・緩和ケアは、どこで受けられるの？
  - ・緩和ケアの情報源（パンフレットなど気軽に渡せるもの）はどこで手に入れたらよいのか、また説明をするのが難しいので、そういう方法を書いたものがほしい（法律関係者）。
  - ・緩和ケアって、今は麻酔ですか？（痛みの治療法について）
  - ・緩和ケアって、最後の砦よね。
  - ・緩和ケアって、大事ですよ。でも、数がまだ少なすぎる。医者をもっと知らなきゃだめだね（元開業医）。
  - ・がんになったら緩和ケアって、このフレーズはどうか。がんって告知するだけでも患者さんはショックを受けるのに、がんになったら緩和ケアなんて言ったら、もう立ち直れないと思う。二重のショックを受けると思う。
  - ・私は、最後は緩和ケアって決めてるの。
-

---

## 今後の展望

今後は、さらに一般市民に焦点を当てて情報発信を行う必要があるものと思われる。市民の意識が高まり、人々が緩和ケアを正しく理解し、有効に活用して自らのQOLを高めることができることを期待している。一方で、患者が緩和ケアを求めてきたその時に医療者側が適切に対応できるように準備しておかなければならない。現在、同時進行で行われているがん診療に携わる医師に対しての緩和ケア研修が充実し、市民が緩和ケアを求めてきた時に医療従事者が十分対応できることが望まれる。

認識調査の結果を分析して、どのような啓発普及活動が人々に届きやすいのか予測を立て、効率的な啓発普及活動を考案することも必要である。緩和ケアに関するシンポジウムだけでなく、メディアを利用する方法についても考慮する必要がある。

る。

また、非常に重要なことであるが、緩和ケアのコンセプトとして何を伝えていくのか、関係各団体のコンセンサスを得るにはじっくりと議論する必要がある。たとえば、死の問題をどう扱うのか、医療の役割をどのように定義するのかといったことで専門家間の意見の食い違いがあるのはむしろ当然のことである。OBPの活動において各人の考えを1つにするというよりも、お互いの考えを認め合い、共有できる部分で活動を展開することが肝要であろう。国の施策としても、今後も緩和ケアの啓発普及活動は継続されるであろう。OBPのミッションは、一般の人々に緩和ケアを啓発普及するための基盤づくりを行うことであり、今後国の予算の有無にかかわらず、医療専門職と患者、家族、地域の人々が一緒に緩和ケア文化の礎を築きあげることができるような活動となることが期待されている。