

新たなステージに入った「がん対策」の取組について

疾病・感染症対策室 ○主幹 大江 津矢子
主幹 玉川 拓**Key words:** 顧客の特定, 一粒で二度おいしい事業**I はじめに**

本県のがん対策の総合的かつ計画的な推進を図るためのがん対策推進計画も第2期計画となり、当該計画において重点的に取り組むべき課題についても、がん検診受診率の向上等に加えて「働く世代のがん対策」が加わり6課題となった。

予算や人員について制約のある中で効率的な事業を推進するために、企業の人事労務担当者や若年女性層といった「顧客」を特定した事業の展開を試みた。さらに、これら研修会等の事業を一過性のものとするのではなく、当該事業を有効活用した「一粒で二度おいしい」事業の推進を模索した。

II 活動内容**1 第2期宮城県がん対策推進計画について**

国の「がん対策推進基本計画」が2012年6月に変更されたのを受け、第1期計画（2008年3月に策定）を評価した上で策定したものである。計画は大きく「基本方針」「重点的に取り組むべき課題」「全体目標」の3つに分けられ、そのうち重点的に取り組むべき課題としては次の6つがある。（「(6) 働く世代や小児へのがん対策の充実」は第2期計画から新たに設けられた課題）

- (1) がんの予防とがん検診の受診率及び質の向上
- (2) 放射線療法、化学療法、手術療法の更なる充実とこれらを専門的に行う医療従事者の育成
- (3) がんと診断された時からの緩和ケアの推進
- (4) 情報提供と相談支援機能の充実
- (5) がん登録の更なる推進
- (6) 働く世代や小児へのがん対策の充実

2 「顧客の特定」の例

重点的に取り組むべき課題(1)「がんの予防とがん検診の受診率及び質の向上」として啓発事業を年1回程度実施してきたが、来場者の多くが年配者であり、若い世代に対する啓発が必要であると認識していた。そのような中、本県と「がん啓発及びがん検診の受診率向上に向けた包括的な連携に関する協定」を締結している企業が「がん検診啓発セミナー」を2014年6月に実施したところ、男女別では女性が9割、年代層では20歳代が3割弱・30歳代が2割弱と、従来の事業では見られなかった客層の来場があった。

重点的に取り組むべき課題(6)「働く世代や小児へのがん対策の充実」についても、がんに罹患した従業員への対応を企業の人事労務担当者に理解してもらう「人事労務担当者のためのがん予防と就労支援セミナー」を2014年度に企画。人事労務担当者の目を引くように週刊誌の中吊り広告風のポスターを作成して掲示するなどの工夫により、3日程全てにおいて会場を埋めることができた。

3 「一粒で二度おいしい事業」の例

2014年6月に実施された「がん検診啓発セミナー」の内容については、同年8月に河北新報の全面広告として掲載された。また、香川県では乳がんと子宮がんを特集した女性向け冊子を製作し県内全美容院に送付している。これらにヒントを得て、今年度中に「人事労務担当者のためのがん予防と就労支援セミナー」のダイジェスト版を週刊誌風の体裁で作成することとしている。

III 考察

重点的に取り組むべき課題(1)については、「若年女性向けがん検診啓発事業」の実施と当該事業について紹介する冊子の作成について、宮城の将来ビジョン推進事業として事業費が認められた。しかし予算的制約があることから、規模（講演会形式/ミニトークショー形式）や媒体（紙媒体/電子媒体）を見直した上で効果的な事業を実施する必要がある、担当者による創意工夫が求められる。

重点的に取り組むべき課題(6)については、「人事労務担当者のための就労支援セミナー」の実施と当該事業を紹介する冊子の作成を目論んでいるが、中高年においてもスマートフォンの普及が顕著であることから、同様に媒体や規模について検討が必要である。

IV 結論

県事業では予算的・人力的に限りがあることから、人事労務担当者や若年女性層など「顧客」を特定した事業展開が必要。人的資源である県職員の知恵と技術で事業を進め、さらに一つの事業を様々な使い倒す工夫が必要。