

子供や医師からのがん検診受診勧奨 —受診者のアンケート調査結果から—

松田 徹・菅原彰一

山形県庄内保健所

抄録

がん検診受診率を上げることは我が国の緊急の課題である。平成22年度に本保健所域内の庄内町で「職場でがん検診を受診する機会のない従業員」の受診向上を目指し、モデル事業を行った。その効果を計るため、がん検診を受診した人にアンケート調査を実施し、検討した。

事業は検診の待ち時間の短縮などをうたった「クイック」検診、女性限定とした「レディース」検診を主体とした。また、その他の取り組みとしてがん検診無料化、的確なメッセージを伝えるためのポスター、リーフレットの工夫、商工会を通じた事業所への周知等による職域機関との連携を行った。さらに小学生から両親、祖父母への受診を勧めるメッセージを盛り込んだパンフレットの配布を行った。加えて町内の10名の医師に、患者に対するがん検診受診勧奨を依頼した。実施にあたっては保健所職員が病院と診療所を訪問し、日本医師会のガイドブックを用いて説明し、ポスター・リーフレットを提供し協力をお願いした。

小学生949人を通じた家族への受診勧奨により、受診のきっかけとして本取り組みを挙げた人は5名であった。これらは女性が多く、30～40歳代が多かった。また、子供や孫から勧められた人は11名で、うち10名は女性であった。これらから子どもからの受診勧奨は、女性に対しての効果が大きいことが示された。

また、医師からの受診勧奨の効果は不十分であったが、比較的高齢者に対する影響が大きいことが分かった。

キーワード： がん検診、受診勧奨、キャンペーン、勤労者

1. はじめに

がん検診受診率を上げることは我が国の緊急の課題である。青壮年世代の半数以上は勤労者で、これらの人達のがん検診受診率は十分では

ない。

山形県庄内保健所では平成21年度に、域内の勤労者へのアンケート調査を行った[1]。その結果、勤労者のうち職場で受診機会があり受診し

ている人は 68%、機会はあるが受診していない人は 11%、機会がない人は 18%であった。その機会がない勤労者のうち、市町村のがん検診を受診している人は 38%、市町村のがん検診を知っているが受診していない人は 46%、知らない人は 15%であった。これらの人を如何にして地域がん検診に誘導するかが地域課題であり、今回は「職場でがん検診の受診機会のない従業員」を対象を絞ってモデル検診を行うこととした。

2. モデル検診の概要

山形県庄保健所管内の庄内町は平成 22 年度より地域がん検診を無料化した町である。この庄内町で「職場でがん検診の受診機会のない従業員」の受診向上を目指しモデル事業を行った。モデル事業は、通常のがん検診が終わり未受診者向けの検診を行う冬に実施した。内容は、① 1 時間で終わる検診、土曜・日曜実施、早朝実施などをうたった「クイック」検診、②受診者を女性に限定、女性医師・女性スタッフ、託児、送迎バスを運行する「レディース」検診である。検診機関の人的な実施許容能力もあり、上記は各 2 回の実施とした。

同町の人口規模から、がん検診受診率は胃・大腸・肺がん検診で最大 2%強の増加が見積もられる程度であった。しかし諸対策の成果もあり、前年比で胃 4%、大腸 8%、肺 3%、子宮 4%、乳 3%の増加を見た。モデル検診の成果は受診に至った町民の意識調査結果が重要な点と考えられた。

3. その他の勸奨事業

事業はクイック検診、レディース検診を主体としたが、小学校の協力を得て、小学生から家族への受診を勧める各自のメッセージを盛り込んだパンフレットも配布した。小学生の両親は

40 歳より若い人も多く、子宮頸がん検診を除いて、がん検診の対象年齢に満たない場合もあるうとは考えられたが、祖父母への影響力も期待して実施することとした。

加えて町内で開業している 10 名の医師に、患者に対するがん検診受診勧奨を依頼した。

また、その他の取り組みとして、同年度から同町で開始されたがん検診無料化、的確なメッセージを伝えるためのポスター 800 枚、リーフレット 13,000 枚の配布、商工会を通じた事業所への周知等による職域機関との連携を行った。ポスターやリーフレットのデザインは誰が誰に何を訴えるかについて、「庄内町」が「職場のがん検診のない方」に、「女性医師・スタッフのがん検診」「1 時間で終わるがん検診」をと、明確に伝えるように表現の工夫も行った。

このほか、乳幼児健診などでの啓発、過去 3 年間胃がん検診を受けなかった人への再受診勧奨なども行った。

4. アンケート調査

これら事業の効果を検証するため、モデル検診を受診した人にアンケート調査を実施した [1]。

4.1 方法

アンケート調査は検診終了後、会場で質問用紙に答えてもらうこととし、必要に応じて対面での聞き取りを行った。

「何で知りましたか」という情報入手経路を問う質問は複数回答可とし、選択項目は・町からの案内(再勧奨)・子供からのメッセージ・ちらし・ポスター・町の広報誌・他人からの勧め・家族からの勧め・その他とした。

「受診理由(きっかけ)」についても複数回答可とし、・町から案内が来たから・子供・ちらし・ポスター・広報・他人の勧め・家族の勧め・職

場の勧め・男性限定・土日実施・早朝・短時間・時期の都合・無料・健康管理のため・安心感・症状・身近な人のがん・その他を選択肢とした。

「検診の感想」は・非常に満足・満足・普通・不満・非常に不満、の5肢から択一とした。

4.2 結果と考察

検診の認知経路は、モデル検診時に実施した諸対策からの選択を求めた結果、クイック検診ではチラシ78%、町からの案内71%、広報36%と、チラシ、案内が多く、以下家族の勧め、他人の勧め、ポスター、その他、子どものパンフレットの順であった。レディース検診では町からの案内が最多で86%に上った。次いでチラシ74%、広報32%で、以下家族の勧め、ポスター、他人の勧め、子どものパンフレット8%、その他1%であった。町からの案内を認知経路とした割合は、女性の方が男性より約15%高く、女性の方が町からの書類に目を通しやすい実態が示された。

検診受診の理由(きっかけ)は、クイック検診では土日実施63%、自身の健康目的63%、案内51%、無料46%、以下短時間、早朝実施、安心感、家族の勧めの順であった。レディース検診では無料80%、自身の健康目的66%、土日実施58%、案内57%、女性医師等47%、女性限定25%の順であり、子供のパンフレットは5%であった。性差が認められ、男性では日曜実施、自身の健康目的、案内の順で、レディース検診では無料、自身の健康目的、日曜実施の順であった。女性のほうが無料化に反応しやすい現実が示されたが、女性がん検診は男性に比し、費用がかさむことも考慮する必要はある。

検診の感想(「非常に満足」「満足」の計)は、クイック検診では検診時間が最も満足度が高く97%の受診者が満足と答えた。土日実施も満足度は高く92%、早朝実施92%で、男性限定だけは低

く71%であった。レディース検診では女性医師等が最大で99%、次いで女性限定も97%が満足と答えた。土日実施は91%、検診時間90%であった。利用者は30名と少ないものの、送迎バスの満足度は94%、託児は1名だけの利用者であったが、満足と答えた。

これらの結果から、クイック検診は男性限定だけの問題ではなく、多忙な女性も多いため、もっと多用されてもよいと考えられた。女性スタッフや女性限定は受診のきっかけとしては大きな要因ではなかったものの、満足度は高く、検診のリピーターを増やすためには大切な視点と評価出来た。ただし、女性特有のがん検診も、通常のがん検診と同時に実施しようとするれば、人的充足、機器の整備等、解決すべき問題は多く、さらなる工夫が必要と考えられた。

5. 小学生から家族への受診勧奨

小学生から家族への受診勧奨は949人に対して実施した。

がん検診の認知経路として、子どものパンフレットは女性8名、男性2名と、両者とも、他の周知法に比し低い結果であった。また、子供や孫から勧められた人は11名で、うち10名は女性であった。受診のきっかけとした人は5名のみであった。うち4名は女性で、30~40歳代が多かった。

これらから子どもからの受診勧奨は、女性に対しての効果が大きいことが示された。ただし、子宮頸がん検診以外の対象年齢としてマッチしない年齢層でもあった点も取り組みとしては再考の余地があろう。

さらに子どものがん検診への理解や、趣旨にそった文面であったかどうか等、検討すべき事は多いと考えられた。また、書き込んだチラシにより、家庭内会話が合ったかどうか等につい

での検証は行っていないことが課題として挙げられた。

6. 医師からの受診勧奨

本事業の実施にあたっては、保健所職員が病院と診療所を訪問し、日本医師会のガイドブック[2]を用いて説明し、自院の名前入りのポスターとリーフレットを提供して協力を依頼した。

その結果、受診者 323 名のうち医師からの勧めで認知した人は 3 名で、効果は不十分であったが、比較的高齢者に対する影響が大きいことが分かった。ただし、医師からの勧めをがん検診受診のきっかけとした人は無かった。

この結果から、医師による受診勧奨が十分な成果を上げなかった原因を、以下のように考察した。

- (1) 医師への 1 回だけのアプローチでは不十分であった可能性。
- (2) 医師の理解(趣旨、誘導の仕方、等々)が不十分であった可能性。
- (3) 諸媒体の提示、貼り込み等は効果的だったか。
- (4) 職員へのアプローチが不十分であった可能性
- (5) 患者の心にしみこむようなスキルが不十分だった可能性

これら実施方法の課題の他に、わが国では医師に対する何らかのインセンティブ、例えば診療報酬を加える等の制度がなければ定着しないのかもしれないとも考えられた。

6. まとめ

今回行ったがん検診受診勧奨事業から、以下のことが明らかになった。

意識向上、障害の排除、きっかけの提供等から、がん検診受診者を増やすことは可能であっ

た。がん検診受診機会のない勤労者を地域がん検診に組み込むというターゲットを絞った戦略や受診体制整備が功を奏することは大切な視点であることが実証できた。

事業を町民に知らせる方法について検討したところ、クイック検診では、チラシ、町からの案内、広報が多く、ポスターは少なかった。レディース検診では町からの案内、チラシ、広報の順であった。

受診理由(きっかけ)、すなわち背中を押したのは何かという最も重要な質問項目では、両検診の差が認められた。クイック検診では日曜実施、自身の健康目的、案内の順で、レディース検診では無料、自身の健康目的、日曜実施の順であった。これらの結果は、他地域や社内検診などについても利用価値が高いと考えられた。

満足度の調査は、リピーター確保のための重要な指標と考えられた。

子どもや医師からの受診勧奨は勧奨・再勧奨、報奨、メディア等に比し、インパクトは低かった。しかし、この観点からの活動が行動変容につながる可能性は高く、今後も検討すべき事項と考えられた。

【参考文献】

[1]庄内保健所 HP：がん検診受診向上研究事業ナビ

<http://www.pref.yamagata.jp/ou/sogoshicho/shonai/337021/gannavi.html>

[2]かかりつけ医のためのがん検診ハンドブック～受診率向上をめざして～ 平成 21 年度厚生労働省がん検診受診向上指導事業 がん検診受診向上アドバイザーパネル委員会