

平成 24 年度 厚生労働省委託事業 緩和ケア普及啓発事業
緩和ケア普及啓発事業のあり方検討会（ワールド・カフェ方式）
開催報告書

1. 背景

日本緩和医療学会では、厚生労働省委託事業「国民への緩和ケアに関する普及啓発事業（通称：オレンジバルーンプロジェクト）」として、平成 19 年から緩和ケア普及啓発活動を行い、6 年目を迎えた。平成 24 年度は、「がん対策推進基本計画」の見直しがなされ、「緩和ケアの意義やがんと診断された時からの緩和ケアが必要であることを国民や医療・福祉従事者などの対象者に応じて効果的に普及啓発する」ことが取り組むべき施策として掲げられた。本委託事業では、「診断時からの緩和ケア」の普及啓発を最優先課題とし、まずは医療従事者への普及啓発に重点を置き、次に医療従事者を通じて、がん患者・家族、さらには国民への緩和ケアの普及啓発を図ることとしている。

2. 本検討会の目的

緩和ケア普及啓発事業の今後の展開に関する斬新なアイデアを収集し、平成 25 年度以降の普及啓発活動の基本軸とすることを目的とした。

3. 「緩和ケア普及啓発事業のあり方検討会」について

平成 25 年 1 月 13 日に、緩和ケア普及啓発事業のあり方検討会を開催した。参加者は、緩和ケア普及啓発事業関連団体協議会（当時、11 団体）からの代表者、日本緩和医療学会代議員および代議員からの推薦者、緩和ケアおよび精神腫瘍学の基本教育に関する指導者研修会修了者の合計 48 名（医師 32 名、看護師 11 名、薬剤師 5 名）で、「患者さんやご家族が、診断時から緩和ケアを受けることができるために、どのような普及啓発をしたらよいか？」という問い合わせについて、近年、企業のみならず市民活動などの企画会議で、国内外を問わず用いられている「ワールド・カフェ方式」での検討を行った。

4. ワールド・カフェ方式について



ワールド・カフェ方式とは、まるで「カフェ」でのおしゃべりのような、オープンで自由な会話を促すもので、活き活きとした自由な意見交換や新たな発想が期待できる話し合いの手法である。第 1 ラウンドとして、参加者全員が 1 グループ 4 人ずつひとつのテーブルに座り、自

自己紹介後、問い合わせについて 30 分間話し合う。その際、各テーブルに敷かれた模造紙に自分の意見や気づき、洞察などを、落書きやイメージ図（絵）を含めて自由に書き込む。次に、第 2 ラウンド（30 分）として、各テーブルに 1 人の“ホスト”を残し、他のメンバーは“旅人”として別のテーブルへ移動する。“ホスト”は自分のテーブルで出た内容について“旅人”に説明し、他のテーブルからの“旅人”は、自分のテーブルで出たアイデアを紹介し、つながりを探求する。そして、第 3 ラウンド（30 分）では、元のテーブルに戻り、旅で得たアイデアを紹介し合いながらダイアログを継続することで、気付きや発見を統合する。最後に、各自がワールド・カフェの第 1 から第 3 ラウンドの中で得た気付きや印象に残ったものをポストイットに書き、一つのホワイトボードに貼り、ファシリテーターを中心に、全体討議を行う。

5. 診断時からの緩和ケアを普及啓発するための事業案

ワールド・カフェ方式で得た参加者のアイデアをまとめたものが表 1 である。得られたすべてのアイデアについて内容を確認してコード化し、共通の意味内容を持つものを集めてカテゴリーとした。その中で、緩和ケアを普及啓発するために必要なものとして、①「緩和ケア」の定義の明確化、②「緩和ケア」のもつイメージの改善、③緩和ケアの理念・あり方の共有、④早期から緩和ケアを提供するためのシステムの構築、⑤キャンペーン活動、⑥メディア（雑誌、機関誌、新聞、テレビなど）、インターネットの活用、⑦「緩和ケア」に関する教育活動、の大きく 7 つのカテゴリーに集約された。

① 「緩和ケア」の定義の明確化

緩和ケアに関する定義の認識が、医療従事者間でも異なっており、緩和ケアに従事する医療従事者の間で共通した定義を明確にすることが望まれる。そして、その定義を統一して理解・認識することのできる“説明文”的活用もまた必要となろう。また、関連した意見として、研修会やセミナーなどで一般市民などに説明するときに使えるスライド資料や DVD など、全国で共通して利用できるものの制作が提案された。



表1 診断時からの緩和ケアを普及啓発するための事業案

①「緩和ケア」の定義の明確化
立場による定義の違いの統合
「緩和ケア」の定義の明確化
スローガンの活用
②「緩和ケア」のもつイメージの改善
ポジティブなイメージへの変換
多様なケアを含めたものであることの普及
自然に提供し、受けられる身近な存在であることの普及
③緩和ケアの理念・あり方の共有
信頼感の構築
死生観の共有
スピリチュアルニードの理解
④早期から緩和ケアを提供するためのシステムの構築
診断時からの相談支援センターの活用
チーム医療の推進
外来における優秀なナースの配置
⑤キャンペーン活動
ゆるキャラによるキャンペーン活動
芸能人を起用したキャンペーン活動
学園祭の利用
(患者、家族、遺族、医療従事者など)多様な参加者によるワールド・カフェの開催
⑥メディア(雑誌、機関誌、新聞、テレビなど)、インターネットの活用
テレビ・インターネットを使った情報提供
緩和ケアを題材にした映画やドラマの放映
緩和ケアを題材にした漫画
SNS(ツイッター、フェイスブック)の利用
⑦「緩和ケア」に関する教育活動
医療従事者に対する教育
(患者になる前からという観点で)国民に対する教育
命の教育
世代別の教育・普及啓発活動

② 「緩和ケア」のもつイメージの改善

積極的治療が不可能となった際に提示されるものとのイメージが未だ根強く、医療従事者でさえ、『緩和ケア＝終末期医療』との認識を持っていることが多い。このような現状に対し、緩和ケアとは、がん患者の苦痛を取り除き、患者と家族にとって、自分らしい生活を送れるようにするための医療であるという、緩和ケアを治療と並行して受けることによるメリットをつたえることが必要であるとの意見があった。また、痛みをはじめとする身体症状の緩和だけでなく、悲しみなどの精神的な苦痛、就労などの社会的問題等について支援する「多様なケアを含めたもの」であり、特別な治療やケアではなく、自宅や入院・通院している医療機関など、いつでもどこでも受けることができるものであるという点を伝えるという意見があった。

③ 緩和ケアの理念・あり方の共有

「こんなことは相談しても仕方がない」と思わず、患者につらい症状を医療従事者に伝えてよいと思えるような「信頼感の構築」、患者や家族のもつ「死生観の共有」、「スピリチュアルニードの理解」を示す姿勢が必要との意見があった。

④ 早期から緩和ケアを提供するためのシステムの構築

「診断時からの相談支援センターの活用」、「チーム医療の推進」、「外来における優秀

なナースの配置」が挙げられ、主治医の力だけでなく、診断医、治療医が緩和ケアに関して概略だけでも情報提供し、詳細は相談室や情報センターなどから説明がなされること、メディカルスタッフも含めた医療従事者にも、普段の診療もまた緩和ケアの行為が含まれるという事を認識してもらうことが必要であるとの意見があった。

⑤ キャンペーン活動

「ゆるキャラによるキャンペーン活動」、「芸能人を起用したキャンペーン活動」によって、話題性を高めるとともに、書籍やテレビ、インターネットなどを通じて国民に情報発信ができる、大きな効果が期待できる戦略としての意見があった。その他、若い世代にも認知を広めるものとして「学園祭の利用」があげられた。また、「(患者、家族、遺族、医療従事者など) 多様な参加者によるワールド・カフェの開催」によって、自由な雰囲気で話し合うことで、参加者自身の気づきや、創造的なアイデアが出ることを期待した意見があった。

⑥ メディア（雑誌、機関誌、新聞、テレビなど）、インターネットの活用

「テレビ・インターネットを使った情報提供」によって、広く国民への普及啓発を図る案があった。また、「緩和ケアを題材にした映画やドラマの放映」や「緩和ケアを題材にした漫画」によって、若い世代に対して影響力のあるツールを利用することで、緩和ケアを普及啓発する意見があった。情報発信やコミュニティ形成を効率的に行うツールである「SNS（ツイッター、フェイスブック）の利用」も意見としてあげられた。また、その他の意見として、昨今話題となっている「エンディングノート」を利用し、記入項目の中に緩和ケアに関する項目や緩和ケアの注釈を追加してもらうように働きかけるといった意見もあった。

⑦ 「緩和ケア」に関する教育活動

教育の対象者として「医療従事者に対する教育」、「(患者になる前からという観点で) 国民に対する教育」の必要性があげられた。また、対象となる国民に対しては、世代別に教育するという視点を取り入れ、小・中・高等学校での授業の中で行うといった意見があった。

その他、参加者アンケートからは、「ワールド・カフェ等の意見交換会をきっかけに、緩和ケアをもっと意識することが大切だと思いました」といった、緩和ケアを実践している医療従事者間での情報共有と、実践内容の意識化を促す機会を設定することが重要であるという意見もあった。また、「医療従事者であり、がん患者でもある方で、実際に緩和ケアを受けられている方に継続的に意見をもらう」ことや、「初診時や診断時に、緩和ケアについて患者にどのくらいの予備知識があるのか、また、どういうことを知りたいのか、を知るための質問票」のように、患者や家族の現状や求めるケアを把握し、フィードバックを受けることで、今後の緩和ケアの実践に生かせる情報を収集することの必要性についての意見があった。

6. 今後の展望

- ①「緩和ケア」の定義の明確化
- ②「緩和ケア」のもつイメージの改善
- ③緩和ケアの理念・あり方の共有
- ④早期から緩和ケアを提供するためのシステムの構築
- ⑤キャンペーン活動
- ⑥メディア（雑誌、機関誌、新聞、テレビなど）、インターネットの活用
- ⑦「緩和ケア」に関する教育活動

①～③については、「診断時から行われる緩和ケア」とは何かを改めて定義し、医療従事者が共通認識を持ち、患者・家族さらには国民に伝えることのできるわかりやすい“説明文”の選定が具体的な方策となる。次に、それを効果的に流布するためには、患者・家族向けに緩和ケアについての概要を収録したメディアツールキット（スライドやDVD等）を作成する必要があり、それらを病院の待合室で放映したり、市民公開講座やイベントの際に繰り返して情報提供できるものとして作成する必要がある。

④のシステム構築では、「誰に」普及啓発するかについての検討が必要である。まずは、情報を提供する側である医療従事者に対する普及啓発が急務である。2010年度の認識度調査では、「緩和ケア」についての情報を得る手段として利用しやすいと思うものとして、「身近な医療者」との回答が高率（57.1%）であることがわかっており、今後、医療従事者からの関与を増やすことが有効と考える。

次に、「どのように」普及啓発するかという点では、緩和ケアに関する統一した“説明文”的な作成やメディアツールキットの活用に加え、⑤～⑦で出たアイデアを生かすことができる。特に、キャンペーン活動やメディア・インターネットの活用は、国民にも情報提供しやすいと思われる。緩和ケア普及啓発事業公式ホームページ「緩和ケア.net」では、「診断時から行われる緩和ケア」についての情報を発信し、国民にも利用しやすいように改訂作業を行っている。また、ソーシャルネットワーキングサービス（SNS）の利用として、facebookページを開設し、普及啓発活動の内容を先行的に情報提供する予定である。今後は、これらのメディアやインターネットの情報を、医療従事者および患者・家族に伝わりやすくする工夫が必要である。

⑦の教育活動については、医療従事者向けと患者・家族向けの教育活動を並行して行うことが重要である。医療従事者向けの教育としては、現在、日本緩和医療学会では、緩和ケアの基本的な知識の普及を目的として、全国的に進められている「がん診療に携わる医師に対する緩和ケア研修会」を実施している。一方で、患者・家族さらには国民に対しては、特に、若い世代に対しての教育活動を通じて、患者になる前から緩和ケアについての知識の伝達を行い、緩和ケアを身近に感じてもらうことが重要と考える。