

端のこちら側から紹介させていただきます。

梅田陽子さんです。フリーアナウンサーをしております。よろしくお願ひいたします。

小林昭子さんです。タレントです。よろしくお願ひいたします。

川原みなみさんです。フリーアナウンサーをしています。川原みなみさんは、こんなかわいい顔をしておりますけれども、大変ながんだったんですね。



■川原みなみ氏

はい。私は、卵巣がんだったんですね。

■山田委員

卵巣がんね。もう元気なんですね。

■川原みなみ氏

はい。もう今はすっかり元気になりまして、こんなに皆さんと一緒に合唱団で歌わせていただいております。

■山田委員

ありがとうございます。

それからファッション評論家の石原裕子さんです。よろしくお願ひします。

それから歌手の岩崎良美さんです。

それから女優の音無美紀子さんです。音無さん、すみませんね。急にこういうことになって。音無さ

んも私と一緒に、乳がんメンバー。

■音無美紀子氏

乳がん友達です。

■山田委員

何年ものですか。

■音無美紀子氏

20年ものです。元気でございます。

■山田委員

励みになります。やり方はいろいろ違うので、情報をまた交換して、同じがんのメンバーで先に元気になっている人がいるというのは私の励みになります。

よろしくお願ひします。

それから小林すすむさんです。俳優さんです。

■小林すすむ氏

どうも、差し入れのチーズケーキ持ってきたんですけども……。

■山田委員

全然少ないです。

■小林すすむ氏

あれっ。

■山田委員

すみません。

小林すすむさん。俳優さんです。

それから春風亭朝也さん。噺家です。

■春風亭朝也氏

噺家です。

■山田委員

噺家さんです。

■春風亭朝也氏

よろしく願いたします。

■山田委員

よろしく願いたします。

それから神田きらりさん。講談師です。

■神田きらり氏

皆さん、こんにちは。神田きらりです。

■山田委員

よろしく願いたします。

今日は、ちょっと少ないメンバーなんですけれども、こうやって急に、今日なんてノギャラでしょ。ノギャラ中のノギャラを、本当に何もありません。それでもこうやって何かやろうと思ったらばつと集まる。こういういいメンバーがいます。それで来れなかった、例えば倍賞千恵子さん、「とてもごめんなさい」と謝りました。それとか大桃美代子さんも「ごめんなさい」と謝っていました。

そういうこともあって、今日は、それでは時間もあれですから、1曲だけ。コンサートでは12月はクリスマスでしたからクリスマスソングなどを歌ってきました。四季折々の日本のいい歌もあるので、春には春の歌、夏、秋、冬、それらしい歌をちゃんと子どもたちが、今歌を余り習わないということで、それもいけないということに気づいたので、そういうこともやっている。私もちょっと間に入れて一緒に歌いましょう。

それでは、いつもいろいろのを歌っているんですけれども、今日は一番最後に会のとき必ず歌う「手のひらを太陽に」というのを歌います。それで「邦子だって、良美だって、音無だって」、今すみません、打ち合わせしました。しかもピアノが今日はない。大変なことでございます。いつもピアノとか四重奏とか、これも本当にチャリティーで学生さんでやる気のある方とか、そういう方をお願いしてやっているんですけれども、それでは良美ちゃんキーとってもらえますか。手作りコーナーですみません。

[スター混声合唱団『手のひらを太陽に』合唱]



■山田委員

スター混声合唱団でした。どうもありがとうございました。

本当に忙しい12月に申しわけない。みんなどうもありがとう。ありがとうございます。

大変申しわけありませんでした。

このような手作り、手探りの会をやっております。もうニュースなどにも出ましたので……たくさん拍手ありがとうございます。結構知られてきていて、続々とお礼や感謝のメールのほかに依頼のメールというのが来ていて、来年の10月ぐらいまではスケジュールが埋まっているということなんですけれども、まだまだ一生懸命頑張っていきたいので、よいお話は、全て事務局はありません。私が一人で全員のスケジュール調整と先様とのお話はつけておりますので、どうぞよろしく願いたします。

スター混声合唱団でした。

■中川座長

ありがとうございました。

山田さん、もう帰られますね。もう帰っていいですよ。

■山田委員

いいですか。すみません。

■中川座長
というか病院ですよ。

■山田委員
今日は、ちょっとレントゲンの人が3時までしかいないということなので。

■中川座長
ちょっとだけ、あと2、3分ほどお時間いただいて。
関谷さん、何か今の活動に関してコメントありますか。

■山田委員
入ってくださいよ。

■関谷委員
今、私それで入れていただけるかなとずっと思っていたんですけども。

■中川座長
もうこれは決まりですね。

■山田委員
局アナが結構、渡辺宜嗣さんとか町亞聖さんとか。

■関谷委員
町亞聖は後輩なので。

■山田委員
そうでしょ。入っているんです。町さんはクリスマスも頑張りました。

■関谷委員
そうですか。

■山田委員
はい。よろしくをお願いします。

■関谷委員
ぜひ入れていただきたいし、本当に皆さんばつと集まるその力というのは強いし、やはり働きかける
ってすごく大きいなと思います。

■山田委員
すごいでしょ。

■関谷委員
はい。

■山田委員
志が高いといいますが、これだけのために今日来たんですよ。

■中川座長
ありがとうございます。

■山田委員
すごいですよ、あの人たち。

■関谷委員
本当にスターにしたら……。

■山田委員
私はこれの委員だから、ここに来るのは私はいいいですが、あの人たち異常でしょ。

■中川座長
異常です。

■山田委員
いいメンバーなので、ぜひよろしくをお願いします。

■中川座長
この活動が、やはり本当にチャリティー性、がんのチャリティーを盛り上げてくれるんですよ。対
がん協会にとってもこれ大事な話ですよ。もうぜひ。

■塩見委員

そうですね。やはり芸能界とかタレントの方がやってくとすごく牽引力があるんですね。求心力もありますね。だから、皆さんが今のように手弁当でというか、ボランティアでやってくのは、すごくありがたい話だと思います。

■山田委員

私も、こんなことになるとは思わないで、初めて作って、だけどどん反響が大きくて、この後どうやって運営していくかなというのはまだ手探り状態なので、何か経験のある方はそういうことも教えてくださいいただければと思います。

■中川座長

ありがとうございます。
先ほどいただいたチーズケーキ、あれは事務局と相談した結果、佐藤さんに差し上げるということになりました。
ありがとうございます。
それでは山田さん、病院のほうへお願いいたします。
どうも今日はありがとうございます。
皆さん、もう一度拍手をお願いします。ありがとうございます。

〔山田委員退席〕

■中川座長

さて、大変盛り上がった後、第1部の最後になりますね。国民運動『チーム・マイナス6%』について、イノベーションズ株式会社代表取締役の佐々木経世さんをお願いいたします。

国民運動『チーム・マイナス6%』について

(資料)国民運動『チーム・マイナス6%』の原理・原則 (PDF:5.698KB)

■佐々木参考人

ただ今紹介がありました佐々木と申します。
アフラックさんの大変素晴らしいコンテンツとか、島根県の新しい取組、そして「牛乳に相談だ。」というこの継続した素晴らしい活動。言うまでもなく今のスター混声合唱団、この注目度。こういう素晴らしいことがいっぱいある中で、がん検診をどのように向上させていくか。そんな話を、実はCOOL BIZに代表されるような「チーム・マイナス6%」という活動に参加、そこを一緒になって指揮をさせていただいた、何かこれがお役に立つのではないかと。そしてまた、それを早くから着目してい

いただいた厚生労働省の方々、そしてそういうことを今日、まず前半でこの第1章「チーム・マイナス6%」の原理・原則、そしてどんな成果が出たか。いろんなことがあったんですが、3つ4つばかりの法則をお話し、そしてそれが、もしかするとこのがん検診受診率について基本法にあります50%に向けた取組に活用できるのではないか、応用できるのではないかとということをご説明させていただければと思います。

では、まず最初の第1章のところの国民運動のところ「チーム・マイナス6%」の原理・原則ということをお話させていただきます。

次のページへ行ってください。

実は、国民運動を検索するとかなりの検索数が出る。何千も何万も出てきます。でも何か余りそれを聞いたことがない。どういう問題点があるのかなということをお国の方々と、環境省の方々と相談させていただいたときに、全体にこんな落とし穴があるのかなということがありました。

目的が「組織を作ること」で終わってしまっていないかとか、国が方針を発表するだけで、企業・国民が自主的に動くと思っているとか、年度が変わると運動に連続性がない等々がありました。そのとき、この図は左側に「国」があります。そして右側に「国民」があって、その真ん中に「企業」がありますが、どんな今までの国民運動の課題があるのかなということをおそのときに整理させていただいた内容です。

ここには6つばかりあるんですが、一番の問題を言いますと、メッセージがいっぱいあってタイミングがばらばらなために、国民に対して何がどうなのがよく分からなくて、国民は環境に対する意識は非常に高いんだけど行動に至らなかったということがありました。その中には、国と企業の連携・連鎖の仕組みがないとか、限られた企業しか参加しないといろいろなメカニズム、こういう課題のメカニズムがありました。

次に、どうしたかという結論をお話して、その後、その詳しいことを説明しますが、COOL BIZに代表される「チーム・マイナス6%」は何で非常に多くの方々に知っていただいて活動に移ったかということをお説明します。

次のページですけれども、これがもし1ページで説明しろと言われたら、この図がその成功した流れです。

まず「国」があって、そしてチームリーダーに「総理」がおられて、そのときに「実施本部」を作ったわけなんです。まず集中キャンペーンで国民に国が伝える際に、そのときに同じタイミングと同じメッセージでいろいろな企業が賛同し、そしてその企業の後にまたそれをフォローするような企業がどんどん現れてくるようなことをやってきました。

このときに私たちはどんなやり方をしたかという、詳しくは余り説明しませんが、基本原理という言葉の方を「原理・原則」と言って、てこの原理とか、つまり国が集中キャンペーンをやったときに、企業が

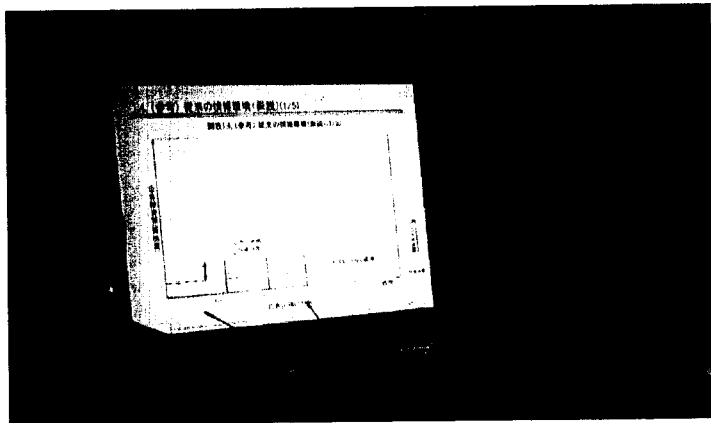


それに同じように乗ってくる。そんなようなことを「この原理」と言ったり、ある企業が乗ったときに、その後に連鎖反応でフォロワーの企業が乗ってくると、そんなようなことを言いました。

また、国民に対して幾つものメッセージを言うとかかなり分からないので、実は当時は、100も200もいろいろなメッセージがありました。でも、それを6つにくくって、6つの取組ということにし、そして最初の年は温度調節で減らそうと。当時、そのときには小池元大臣がここで「COOL BIZ」ということを言われ、そしてそれが非常に皆さんに浸透したと、そんなようなことでした。

次のページですけれども、これは簡単に、どうしてそんなことがそういうふうになるのかということ、この後もがん検診に応用するという意味において、ここで皆さんにご理解いただければと思うんですが、仮に、これは何を書いているかという、何らかのいろいろな伝えたいということを発信するとして、3回に分けて発信したとします。そのときに、世の中に伝わる場合にはいろいろなノイズがあります。情報がいっぱいはんらんしますが、その中よりも、それよりも大きな発信力が出した場合に、そりなりには伝わって、この場合ですと3回伝わっています。でも、今、世の中は「情報化時代」と言われています。どんどんその情報があるとき、これがどうなるか、このノイズレベルはどうなるかという、次のページですけれども、ノイズレベルが上がって今まで発信していることが全く聞こえない状況にあります。では、限られた予算しかない、例えばこの3回の予算の中でどうしていったらいいのだろうか。

それは簡単だと思いますけれども、次のページですけれども、これを重ねてみたらどうだと。これを「タイミングの同期」ということで考えました。さらに、もし国の集中キャンペーンがこういうことであれば、それにも企業の方が乗ってくれば、次のページですけれども、企業の方々がその上に乗ると。そして、企業も同期をすと。同じ目線、同じタイミングで話をする。そうするとどんどん同じことが聞こえてくる。



さらに次のページですけれども、メディアの方々がそれはいろいろいいことをやっているのではないかと取り上げていただく。そんなようなことが重なって、今回の話が展開されてきました。これは、民間企業においては幾つもの例がもう既にあるかと思えます。

次のページですけれども、インテルがインテルインサイドといって多くのパソコンメーカーがやっている内容があるかと思えます。

次のページってください。

その結果です。これは平成17年、18年、19年、そして最近の平成20年ですけれども、継続的で一貫性のある取組ということでCOOL BIZ、WARM BIZ、COOL BIZ、WARM BIZという形で、国のほうが発信をしていきました。そして、それに実は企業がいろいろ取組んだのはあるのですが、今回は省略させていただきますが、企業が同じようなメッセージで、同じタイミングで発信していきました。

その結果ですけれども、次のページですけれども、現在は、ちょっとそこには、皆さんの資料の中にはない話かもしれませんが、成果のところだけここを見ていただければと思いますが、そのチーム員と言われているのは2万5,000社以上が参加しております。3年ちょっと余りで2万5,000社を参加する国民啓発運動はなかなかないと言われております。今、チーム員は約300万人弱ぐらいになっているかと聞いております。

次のページですけれども、CO₂削減の、特に取組「COOL BIZ」という認知度は、初年度でもうすぐ96%、「WARM BIZ」においても約90%弱の認知がありました。

次のページですけれども、実際に去年1年間で「チーム・マイナス6%」全事業費は、約28億ぐらいありましたが、いろいろところで取り上げられた、テレビや雑誌、新聞とかで取り上げられたのを入れますと、約1,300億ぐらいのパブリシティ効果があったと言われております。約47倍です。

次のページですけれども、経済効果も平成17年度だけで、推定ですけれども、米国GDPや生産波及効果2,000から3,000億円、3年間で1兆円もあったのでないかということも報告されております。

次のページですけれども、世界もこのやり方は非常にいいのではないかとということで、世界のメディアがこのやり方あるのではないかと、国際機関においてもIPCCで、国連もこういうことがやり方としてあるのではないかとというふうに取り上げていただきました。

次のページですが、まず1章の中で、実はCOOL BIZ「チーム・マイナス6%」は、極めて原理・原則にのっとってやってまいりました。国が集中キャンペーンをし、そして、それを企業がそれにメッセージを同じタイミングで出し、同じメッセージでそれを仕切っていったというような形です。ここに書かれている、このがん検診受診率50%における取組ということで、この内容は平成19年に厚労省様のほうからこれを応用できる可能性はないかということで、その内容をまとめさせていただいた中の抜粋したものをここでご報告させていただきます。

次のページですけれども、まず、環境とがん検診は大きな違いがありますので、いろいろなことが違うのはもう言うまでもない話ですけれども、どんな問題点があるのかなということをしらばかりここで復習させていただきたいと思えます。4つばかりあります。

自治体の中では、市町村の広報活動が不十分ではないかということ、詳しいことは省略しますが、不十分である。いろいろな理由があると思えます。誰かが悪いということを書いてここに書いてあ

るわけではありません。現実として市長さんが悪いとかそういうことを言っているわけではなくて、市町村の広報活動が不十分な状況があるのかなということをお伝えしたいと思います。

次のページですけれども、生活者においては生活者の検診に対する自分事化がまだ不十分だと、そんなような事実があるかと思えます。

次のページですけれども、企業においてはですけれども、就業者のがん検診率が低いという、そういう事実があるかと思えます。

理由は幾つもあるかと思えますが、次のページですけれども、検診機関。検診機関というのは受診者の視点の対応が不十分かもしれないということが述べられております。こういうことはどんなようなメカニズムで、最終的にがん検診の受診がまだ進んでいないのかなということをお話ししますと、次のページですけれども、これは先ほどちょっと環境省においてどんな課題があるかというふうに似せて書いた内容ですけれども、左側に「厚生労働省」さんがいて、「自治体」があって、そして右側のほうに、ここはちょっと細分化しておりますが、生活者の方、ターゲット層と。先ほどの4つの課題においては、自治体の課題、企業の課題、そして検診機関の課題、そしてターゲット層における課題等が何らかのこんな形でこうだということをお断定しているわけではありません、こんな可能性が考えられるのではないかという話を思っております。

ここでどんな課題があるのかということですが、次のページですけれども、そうは言いながら、実はよく見てみると環境よりもがんに関する日本を代表するような運動は極めてすばらしいことが多いということも同時に感じました。それについてちょっとお話をさせていただきたいと思えます。

次のページですけれども、その説明をする前にですけれども、啓発活動の分析のフレームワークということ、これで少しばかり簡単にですけれどもお話ししますが、ここに書かれているのは皆さんが、横軸ですが、認知して、理解して、行動に移ると。そのときに大きな役割を果たしているのが、縦軸にありますけれども、テレビに代表されるようなマスメディア、そしてインターネットに代表されるようなニューメディア、そして店舗やいろいろな外での活動というリアルメディアがあると思うんですが、そういうことが特に認知においてはマスメディアとか、理解についてはニューメディアとか、行動においてはリアルメディア、そんなようなことがフレームワークにはあるかと思えます。

このフレームワークで日本を代表するようながんに関わる活動をされている方、3つばかりご紹介というか、見てみますと、次のページですけれども、国立がんセンター様。がんに関する知見と蓄積と情報管理が非常にすばらしいと思えますし、ここはほんの一例ですが、ニューメディアの活動のところ、そしてリアルメディアにおける活動のことをされているなと思えます。

次のページですけれども、日本対がん協会さん。地域に密着した認知とか理解の促進をいろいろな観点からマスメディア、ニューメディア、リアルメディアでできていて大変すばらしいなと思えます。

次のページですけれども、ピンクリボン。多様なメディアとの統一されたブランディングによって訴求されているなというふうに思いました。

こうやって先ほどからアフラックさんの活動やそれこそいろいろな活動があるんですけれども、までも事実として、例えば次のページですけれども、これは乳がんに関する女性の意識調査でNTTレゾナンスさんが約2万7,000人の意識調査をしたときに、つい最近10月28日ですが、認知されている

方は87%の方がされているんですが、自己検診は38%しか行っていない、そのような状況もあります。

次のページですけれども、これをもしがん対策に関する日本を代表する運動の特徴として見ますと、認知以外に関わる話においては、この3つの国立がんセンターさん、日本対がん協会さんの皆さんが非常に積極的な独自活動をされていると思えますが、この行動、まだ国民に対しては、国民のことはまだ局所的でまだ一部だということがあるかと思えます。

次のページですけれども、ではどんなふうな解決策があるのかということですが、ここはすごく速いスピードで説明させていただきますが、ちょっと飛ばしながらいきます。

次のページってください。

まず、今日の今までの話の中で、この2章の最初では、4つのがん検診に係る課題があるという話と、そして国民運動で代表される「チーム・マイナス6%」での原理・原則、集中キャンペーン、企業団体連携、実施本部の設置等があったか。日本を代表するような運動はありますが、それにおいてはまだその行動への誘導が、全体を皆さんやられているにもかかわらず、まだ不十分な状況。

そこで、今日の中ではここからですけれども、こうすれば必ずなるということをお話しているわけではなくて、こういう可能性があるという観点で見ただければと思いますが、もし仮に集中キャンペーンを国がされた、そして自分事化の促進をもう少ししてみる。そして企業団体連携をCOOL BIZでやったように同じように仕組んでみる。そして実施本部、これはこの全体を動かしていくという意味において、これを考えてみたらどうかなというふうに思っています。

ちょっと省略しながらいきます。

次のページ、これは全体像を描いた絵でございます。先ほどに、もしこれの解決案の全体像ということで、もし今日1ページ頭の中に置いていただけたら、このページを頭においていただければと思いますが、左側に「厚労省」さんがおられて、日本を代表する3つの活動、そしてもしこの厚労省さんのほうが集中キャンペーン、もし何らかの形でされた場合に、それに合わせて皆さんが同じように動き、企業団体連携も動くような、そして全体を統括するような実施本部等があれば、もしかすると同じメッセージを発することによって相乗効果がすごく出る可能性はあるのではないかと、そんなふうな考えました。

次のページですけれども、ちょっと省略します。次のページってください。次のページってください。次のページってください。次のページってください。

では、集中キャンペーンということで、どんなことかということをお簡単に1ページ説明します。

次のページですけれども、これは先ほどCOOL BIZで説明させていただきました。もし仮に集中キャンペーンがあって、そのタイミングに合わせて多くの企業・団体が賛同し、メディアの方がもし取り上げていただき、そして日本を代表する運動と連携をすることになると、もしかすると非常に大きな行為になるのかなというふうな思いました。

次のページですけれども、自分事化の促進、2点目ですけれども、次のページですけれども、この先ほどのフレームワークで認知、理解、行動という流れがありました。マスメディアで認知してもらい、ニューメディアでそれを理解してもらい、最終的にがん検診につなげていく。これをどのように仕

組んでいくということが大事かと思えます。詳しいことは省略しますが、このような流れを考えると。次のページですけれども、その際には自分事化を促す普及啓発コンテンツとしては、もう対がん協会さん、国立がんセンターさん、そして座長の中川先生、すばらしいコンテンツがありますので、それが浸透していけばいいのかなというふうに思っています。

次のページですけれども、3点目、企業・団体の連携ですけれども、次のページですけれども、これは平成19年、今年です、今年の1月から3月の間に、限られた時間でしたが、こういう運動をしたときにどうでしょうかということを、特にこの上のアフラックさんから始まって、そしてノバルティスさんとか、この方々にこの運動というのはどうでしょうか。そうすると非常に前向きな賛同意向をいただき、こういうことだって動くのではないかなというふうにいただきました。実際に、多分いろいろな企業の方が参加する可能性があるのかなというふうに、その後もヒアリングのもとにあります。

次のページですけれども、ちょっと省略します。

次のページいってください。次のページいってください、次のページいってください。

では、4点目の実施本部の設置ですけれども、集中キャンペーンをするだけでは「チーム・マイナス6%」がそうなんですけれども、ちゃんと2万5,000社の人たちがある意味で一緒になって動くということではできません。実施本部において工程管理をしっかりと、皆さんといろいろな形で活動をシクロ、同期化していくということが非常に重要です。そういう意味において、実施本部が非常に重要でした。

次のページですけれども、これはCOOL BIZでやったときと同じ内容のものです。ここに三角形がありますが、これはこれを運営していく組織のときに、上部のピンク色に書かれているところは、プロジェクト全体の戦略的なことを見て、そして緑色で書かれているところは組織ごと、集中キャンペーン、WEBの管理とか効果測定とか、そんなようなことを、もしくは企業団体の連携、そしてそれぞれの施策ごとにどう動いていくかというようなことをやりました。

次のページですけれども、これはWebです。省略します。

次のページですけれども、これも必ずWebの中でも受診をし、次の受診へ伝えるような行動化を促進するような案です。これも省略します。

次のページですけれども、これは今年の3月25日に出た「「がん検診」市町村別に公表」というデータを収集し、それを出していく。このようなデータ活用案が一つの例としていいのではないかと思います。

次のページですけれども、では、最後のところですけれども、がん検診受診率50%に向けてということです。

次のページですけれども、次にいってください。

仮にですけれども……次のページいってください。

このページでは、今これは極めて省略して説得力のない話であるかもしれませんが、具体的に考えた推定をしてよりますが、もし仮に50社の最初の年に参加する企業がおられたり、その後100社、150社となっていくときに、どのぐらいの人が検診のパーセンテージが上がっていくかというような推定をしたものです。時間がないためにここでは省略しますが、こういうことを綿密に考えながら行動計画を立てていけたらなというふうに話をしていました。

次のページですけれども、これが仮に、今年平成20年ですけれども、21年、22年、23年に、先ほどいったような企業がどんどん参加すること。そして、ここに書かれているのはその当時の予算で、国の今の予算ということでは全くありませんので、誤解のないようにお願いいたします。そのときに、もし仮に300万人受診者が増えることは、実は5%増えるということ。そして、600万人は10%、900万人は15%というような、もしかしら皆さんからすると皮算用に見えるかもしれませんが、そんなようなことを推定しながらやりました。

最後のページになります。

先ほどの同じページで恐縮ですけれども、国が中心になって、そして今までのすばらしい活動と企業連携ができた場合に、もしかすると非常にがん検診率が上がる可能性があるかなというふうに思い、貢献できればと思っております。

ご静聴ありがとうございます。

■中川座長

佐々木さんありがとうございました。

私の不手際で少し進捗が遅れておりますので、とりあえず質疑は第2部でということにさせていただきます。

とりあえず第1部はこれで終了とさせていただきます。

第2部 懇談会

■前田がん対策推進室長

どうもありがとうございました。

では、続きまして、懇談会に移りたいと思います。

恐縮ですが、カメラ撮影については、ここまでとさせていただきますので、よろしくお願いたします。

では、座長よろしくお願いたします。

■中川座長の取り組み事例について

(資料)中川座長提出資料 (PDF:690KB)

■中川座長

それでは、まず僭越ながら、私から私が取り組んでいる事例を少しご紹介したいと思います。

資料は、こういったホッチキスで止めた「中川座長提出資料」というものでございます。これをちょっとお出しいただければと思います。それともう一つ、この黄色い表紙の冊子が、これはフロアの皆様

にもご配布されていると思います。これもちょっと見ていただければと思います。

前回の懇談会でも申し上げましたように、私は学校教育の中で「がん」を教えていく。「がん教育」が非常に重要だというふうに思っております。日本は2人に1人ががんになり、3人に1人ががんで死ぬ世界最大のがん大国ですが、しかし、がん検診の受診率が非常に低いなど、国民のがんに対する知識が非常に遅れているわけです。この点では、ぜひ文部科学省との連携というものを視野に入れていく必要があると思っております。

そんな意味で、中学校で東京の国立第一中学校というところで11月の初めに「がん」の授業をしてまいりました。中学1、2、3年生全校生徒約600人に、前回配布いたしました、今手元にありますが「がんのひみつ」、これは朝日出版というところから書籍として出版したものを、このがん検診受診率の向上ということを念頭に置いて、啓発目的にまとめた冊子です。これは全くただの冊子。これを約800冊贈って授業をしてまいりました。その様子が産経新聞の記事になっております。

結構子どもたちは、よく分かってくれました。かえって、我々余りこういうことを子どもに、例えば2人に1人ががんになるんだよというようなことを言うのはどうかとも思ったんですが、子どもたちは非常に前向きというか、大人以上によく分かってくれました。死ぬということを考えたときに「がん」という病気は案外悪いものではないなというような感想をすられました。

2枚めくっていただきますと、これは12月20日、朝日新聞の広告特集の紙面です。これは、ここにおられる塩見さんと私とで、がん検診で早期発見、早期治療。ともかくがんで死なないためには、まずがんにならない方がいい。当たり前の話ですが、しかし、がんというのは細胞分裂のミス、それを免疫の仕組みが見落とすが、ミスが重なってできるもの。結局長く生きていればどこかでミスをするでしょうということで、どんなに立派な生活をしてこれにはがんにはなるんですね。したがって、次には早期に見つけて早期に治すと。早期がんであれば、これは9割近く完治が期待できます。こういったことを取り上げた。これもまた事例でございます。

ちょっと話が前後しますが、この黄色い表紙の本は、今少しご紹介した「がんのひみつ」という書籍から、この啓発、特にがん検診の受診率向上を念頭に置いた啓発の本。これを小学校の高学年から子どもにも読めるような。ですからちょっとばらばらめくっていただくと、全てルビが振ってあるんです。そして子どもたちに、がんの本当のことを理解してもらえよう、そういう配慮をしてある本であります。こういった活動が、こういったものが多くの子どもたちに行き渡っていけば、結果的にはがん検診受診率ということが必ず上がってくる。例えば、子宮頸がんは20歳からやらなければいけないわけですね。ですから、15歳の中学生3年生にとっても5年後の話であります。先ほどのA4の紙の最後のページが、これは委員の先生方にしか資料がございませんが、関谷さんがおられた日本テレビの、これは番組名出していないのか分かりませんが、「世界一受けたい授業」という番組で来年1月24



日に私が、それこそがんの検診受診率向上を目的とした番組に出演いたします。ぜひ見ていただければいいかなというふうにも思います。

またちょっと戻っていただいて、この資料の2ページ目。これは朝日新聞の12月16日の紙面ですけれども、お隣の韓国のがん対策が実は進んできていて、検診も実は受診率が50%に達した、そういう記事であります。これは例えば、がん登録なども韓国はかなり進んできていて、我々も学ぶべきところが多いだろうというふうにも思っています。特に、がん検診を、アメリカと違って国民皆保険制度です。アメリカの事例というのは、なかなか日本にそのまま持つてきにくいところもあるんですが、韓国は日本に近いような体制をとっております。その中でがん検診を簡単に言うと、保険で賄うと、そういう取組もしているんですね。これに関しては、日本にそのまま持つてくるということではできないかもしれませんが、今後検討に値するものではないかなと。

これは座長としての見解ですが、一度その韓国に関しての取組も、この懇談会の中で議論できるチャンスがあればというふうにも思っております。

もし、委員の皆さん、あるいはフロアの方からご質問があれば、1つ2つお受けいたしますが、

よろしいでしょうか。

それでは、私の事例紹介はこのくらいにいたしまして、今日の懇談会全体、あるいは特に先ほど佐々木さんがお話いただいた「チーム・マイナス6%」から、これをがん検診の受診率向上につなげる。これは非常に実践的で具体的なアイデアもあって、何かこういっただけをコメント、ご質問ありましたらお受けしたいと思います。

天野さんどうぞ。

■天野委員

ありがとうございます。

先ほどの佐々木様のお話、大変興味深く拝聴させていただきました。

これは非常にアクションプランとして有望であって、今後の重要なプランの一つになってくるかと思っております。その中で一つ指摘をさせていただきたいのは、私のほうから先ほど島根県の事例をご紹介させていただき、佐藤愛子様からお話をいただいたわけですが、そういった地域力というもの一つ可能性としてあるかと思っております。この地域力というものを、ぜひこのアクションプランの中に含めていただいて、島根がなぜあんなに取組ができたのか、島根固有の問題で終わってしまうのかということではなく、そういったことがほかの地域や都道府県で再現性を持って実行できないかということも、ぜひこういった分析の中に含めていただければと思います。いかがでしょうか。

■佐々木参考人

今日は、説明は省略しましたが、でも、「チーム・マイナス6%」のときには、実際に、やはり地方が非常に活躍されました。単に国が地方に話をかけて、地方がそれに従って動くだけではなく、いろいろなビジネスモデルがありました。例えば、NPO、NGOの方々がある意味でポトムアップで非常に効果を挙げているもの、もしくは、これは名古屋市ではイベントがありました。イベントを中心に「チー

ム・マイナス6%」を盛り上げていく。もしくはメディア中心のパターン。これは東北地方で行われたこと。いろいろなそれぞれの地方のすごい活躍がありまして、数を上げてくると、例としてはホームページにありますけれども、かなりあると思っていただければと思います。

■天野委員

ありがとうございます。

今のご指摘に追加させていただければ、そういったNPOとか一般の団体が行政と関わってくる上において、まだまだ障壁があるようでございます。

例えば、患者団体ということに関しまして、都道府県がん対策推進協議会で患者委員がまだ参画できていないとか、一般の参画がないといったこともございますので、そういったことも含めて各都道府県の方、担当者の方にも行政と医療者、一般市民、患者さんが一体となった活動を展開していただければと思っております。

■中川座長

ありがとうございます。

佐々木さんの資料の36ページ、ここで言われた集中キャンペーン、自分事とか、企業・団体の連携、この中にNPOなんかも入ってき得ると思いますが、実施本部の設置、この辺りをやはり議論していく必要もあるかもしれないですね。具体的には、やはりここで旗が必要ですね。明確なメッセージをやはり国、もっと言えばそれぞれそ総理大臣が先頭に立ってこういったことをやっていただければというのか個人としての感想であります。

それから衛藤先生、「衛藤さん」と言うべきですね。学校におけるがん教育ということに関して、私もかなりドン・キホーテ的にいろいろやっているんですが、何かご指摘、あるいはご感想、あるいはご指導というのが、もしあればいただければと思うんですが。

■衛藤委員

これは前回は申し上げたんですけども、今の学校教育は、やはり公教育としての標準制を高めるといって、かなり年月をかけてフォーマットを作ってという部分で、こういったかなりナショナルレベルでのコードに対応した教育プログラムをどうやって作るかというようなことに関しては、必ずしも迅速な対応ができない部分が構造的にはあると思います。ただ、今日話を聞いて、私としては、やはり従来の行政であるとか、あるいは国民に浸透させるとか、学校教育のところには当てはめても、従来の考え方が枠組みをもっと超えた、やはり柔軟な思考で対応しなければいけないんだろうというふうに思います。



ですから、学校教育といっても何も教室の授業だけではないので、多分中川さんが行ったのも、その学校の中では特別活動とか、何かあるいは集会だとかそういうこと時間を使われているのかもしれないので、その辺は今の学校教育の枠組みの中でもかなり活用できる時間というのはあるのではないかと思います。ですから、今日の佐々木さんの話にあったようなことというのは、大変インパクトがありまして、それを学校に当てはめるときどういうふうにするかというのは、ある程度文科省の初中局の方とか、そういう方にもかなり意見を聞いて、どういう展開があり得るかというようなことを詰めていけば実現できるのではないかなという、こんな感想を持ちました。

■中川座長

ありがとうございました。

それでは時間が押しておりますので、事務局のほうから資料1と2についてご説明いただければと思いますが。

事務局からの資料説明

(資料)資料1 がん対策の推進について(PDF:233KB)、資料2 市町村におけるがん検診の実施状況等調査結果(平成20年1月1日時点)(PDF:280KB)

■前田がん対策推進室長

事務局としては資料を2種類用意いたしております。

一昨日、閣議決定いたしましたがん対策の予算でございますが、資料1の1ページ目、今年度の236億円プラス0.5%の237億円ということでございます。普及啓発の関連につきまして4ページ目でございます。がんに係る普及啓発に関連する平成21年度予算ということございまして、10の事業を来年度行う予定でございます。今年度5.2億円から20.7億円ということでございます。新規事業といたしまして、女性の健康支援対策事業委託費などがございまして、実施本部の件につきましては、この4ページの一番下のマル新ということで、がん検診受診率向上企業連携推進事業ということで、企業における検診の受診率向上のための企画立案の実施本部の設置ということも予算として政府原案の中に入っているところでございます。

それからもう1点が資料2でございます。

こちらにおきましては、市区町村におけるがん検診の実施状況等調査ということでございますが、内容といたしましては、6ページ目を見ていただければと思います。各市町村、全国1,822、特別区も含めてございますが、そのうち受診時の費用負担額は大体どれぐらいかということ調べてございます。一番多い自治体数のところを網掛けにしておりますが、胃がんでは500円から1,000円程度、子宮がんでは500円から1,000円程度、そして肺がんでは1円から500円、それから乳がんでは500円から1,000円、大腸がんでは1円から500円という自己負担額で各市町村で実施をされているという

とでございます。それからがん対策の予算237億円ということで申し上げましたが、がん検診に係る予算といたしましては、各市町村で予算額を確保されております。それが10ページ目でございますが、平成20年度と19年度と対比させてございます。字が細かくて恐縮でございますが、平成19年度の各市町村のがん検診の予算が1,056億、20年度が1,155億ということで、各市町村においてもがん検診については増額ということで、前向きに取り組まれているということが、この調査で分かったところでございます。

以上でございます。

■中川座長

ありがとうございました。

それでは最後になりますが、若尾さんのほうから提出された資料についてご説明をお願いします。

若尾委員からの資料説明

(資料)若尾委員提出資料(PDF:497KB)

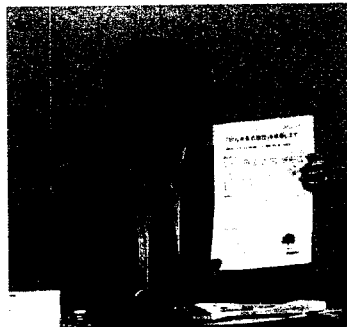
■若尾委員

それでは、今の資料の一番最後に付いています資料についてご説明させていただきます。

「がん対策応援団」を募集します」というタイトルが付いております。これは国立がんセンターがん対策情報センターで、がんの情報提供などの活動を行っていくに当たりまして、一般の方、あるいは患者さんなどの応援のグループをお願いしているということです。

この取組は、今年の春から始まっているんですが、トータルで100名の方にお手伝いをお願いしておりますが、今年は、まず60名、もう既に活動を始めていまして、2期目としてちょうど先週の金曜日から2月18日までの間に残り40名の方をお願いするというところで広報させていただいています。これは患者さんでなくても患者さんの支援の活動をする方、これからやろうという方も含めまして、ぜひ一般の方、皆さんにがんの取組についてご意見をいただく、ちょうど佐藤さんからご紹介いただいたような一般の目線で、これからがんの情報を作ったり、そういうことのお手伝いをいただくというものですので、ぜひご興味のある方はこちらの資料をお読みになったり、あるいはがんセンターのホームページを見ていただければと思います。

よろしく願っています。



■中川座長

ありがとうございました。

時間も少し遅れているんですが、関谷さん、今日初めて出席なさって、何かご感想や、あるいはアドバース、アイデアがあればと思いますが。

さいごに

■関谷委員

本当にいろいろな視点から今日はお話を伺えたので、大変有益でしたし、特に佐々木さんのご提出になったものは、具体的な部分、あるいはその前に「チーム・マイナス6%」のほうで成功された部分があったので、これを本当にいろいろな意見が挙がって、挙がっておしまいにならずに、具体的に動くにはどうしたらいいのかなというのをすごく感じましたので、ぜひ本当にちょっとした動きでもいいので、動いていけるような形に最終的になればなというふうに、そんな感想を持ちました。

■中川座長

永江さん、何かありますか。

■永江委員

関谷さんのお話と近いんですが、それぞれの思い、活動が存在する中で、やはり国としての大きな動きとするには実行部隊というか、横ぐしを刺す確実なものというのがないと前に進まないのかなというのが率直な感想です。

■中川座長

ありがとうございました。

それでは、座長の不手際で少し時間が遅れて申しわけございませんでした。

本日の懇談会はこれまでといたします。

最後に事務局のほうから連絡事項がもしあれば。

■前田がん対策推進室長

本日、ご議論いただきました内容につきましては、議事録を作成いたしましたし、厚生労働省ホームページにて公開することといたしております。本日の参考資料のような形で、この懇談会が初めてかもしれないませんが、写真入りの議事録ということで作って公開させていただきたいと思っておりますので、また委員の皆様にはご確認をお願いしたいと存じますので、どうぞよろしくお願いいたします。

そして、次回の開催につきまして、先ほど回覧していただきました日程調整表でございます。お二方ほど、今の段階で日程が不明の点、分からないというご回答もいただいておりますが、今のとこ

る仮置きでございますが、3月17日火曜日、この日が午前・午後とも皆様方、特にご都合悪いというふうなご回答がございませんでした。また、今日ご都合が分からなかった方につきまして、ご連絡差上げまして、また座長と相談の上、日程を決めさせてご連絡を差し上げたいと思います。

以上でございます。

■中川座長

ありがとうございます。

次回も今回と同様、前半で事例を発表していただき、後半で議論を少しさせていただきたいと思えます。

以上です。ありがとうございました。(了)

平成21年度がん対策関係予算案

追加配付資料

がん対策予算(3省) 524億円(545億円)

厚生労働省 237億円(236億円)
 文部科学省 186億円(203億円)
 経済産業省 102億円(106億円)

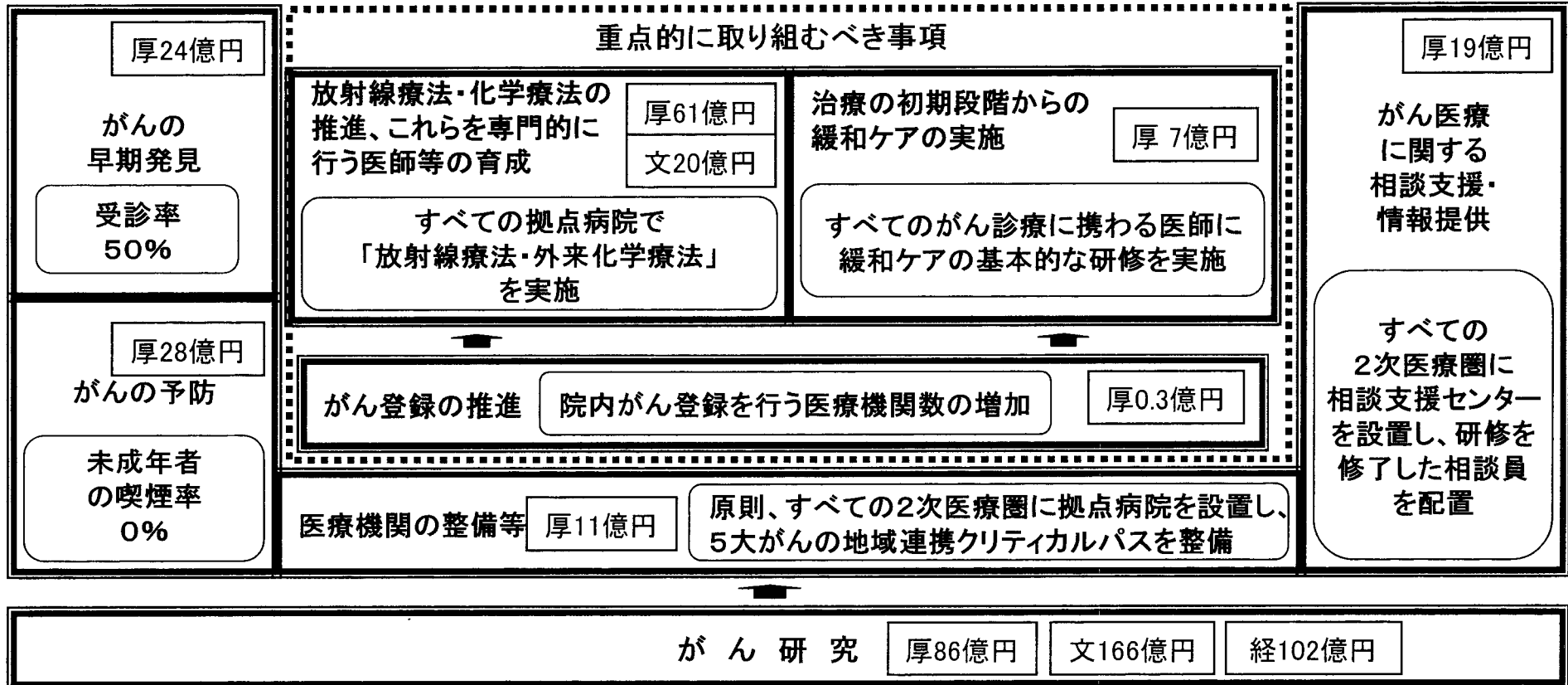
※カッコ書きは平成20年度予算額

がん対策推進基本計画

全ての患者・家族の安心

がんによる死亡者の減少
(20%減)

全てのがん患者・家族の
苦痛の軽減・療養生活の質の向上



※ がん検診事業(地方交付税措置) 1,300億円程度 (平成20年度措置額約649億円)