


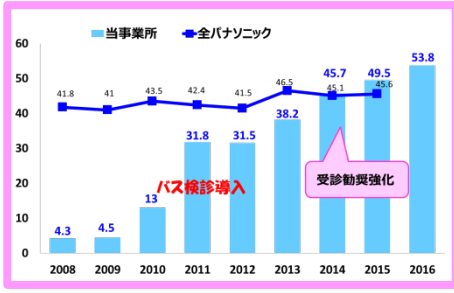


乳がん検診受診率向上を目指して ニーズに合わせた改善により8年間で10倍以上に！			
ガイドラインステップ	キーワード (6つ以内)	・乳がん検診 ・受診率向上 ・社員のニーズ	・啓発活動 ・利便性の良い環境整備 ・受診勧奨の強化
1～4.9.15			
改善・取組みの背景と課題	<p>がん対策推進基本計画が2007年に策定され、「がん検診の受診率を5年以内に50%」を達成することが目標として掲げられた。当事業所の子宮がん検診は、2002年度より定期健康診断時にバス検診を導入し、2008年度時点で受診率は53.5%で既に目標を達成していた。しかしこれに対して、同じ女性検診である乳がん検診の受診率は4.3%と低率であった。</p>		
改善・取組みの着眼点	<p>子宮がん検診に比べて乳がん検診の受診率が低い理由と、どのような環境を整えれば受診率の向上につながるのかを確認するため、2009年度定期健康診断時に全女性社員を対象にアンケート調査を実施した。調査結果から女性社員の実際の受診状況や検診に関するニーズを把握し ①知識の普及と啓発活動 ②バス検診導入等の受診環境の整備 ③受診勧奨の強化等を柱とした受診率向上のための取組みを行なった。</p>		
改善・取組みの概要	<p>1) 知識の普及と啓発活動 2009年度より女性検診の大切さを多くの社員に知ってもらうため検診説明会を毎年開催し、2011年度からはバス検診導入に伴って検診希望者は受講必須とした。また社員が出席しやすいよう、会社の協力を得て開催時間を就業時間内に変更した。未受診者へのフォローとしてピンクリボン啓発イベントも開催した。</p> <p>2) バス検診の導入 アンケート調査で社員のニーズが高かったバス検診について検討を重ね、定期健康診断の時期に合わせて2011年度より実施した。毎年受診者アンケートを実施し、社員の好評の声をポスターやメールで紹介すると共に、社員のニーズに合わせて検診機関へ改善の要望を行なった。</p> <p>3) 受診勧奨の強化 人事担当者からの検診説明会や検診への案内メールに加えて、2014年度より担当看護職から前年度の検診未受診者への個別受診勧奨や、「申し込みのタイミングを忘れてしまう」という社員の声をもとに検診の募集開始時及び締切り間近のタイミングでのメール案内も行うようにした。</p> <p>上記のように、検診説明会やバス検診時に得たアンケート結果から、社員のニーズをもとに毎年改善を重ね取組みを行なった。</p>		

<p>写真・図表・イラスト</p>	<div style="text-align: center;"> <h3>検診説明会</h3>  <p>乳がんの怖さを改めて知り 検診の大切さを理解できた</p> </div> <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: flex-start;"> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 150px;"> <p>乳がんになると こんなしりができるの？</p>  <p>ピンクリボン啓発イベント</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 150px;"> <p>受診者からのメッセージを 更衣室やトイレ個室に掲示</p>  <p>未受診者へアプローチ</p> </div> <div style="border: 1px solid black; padding: 5px; width: 200px;"> <p>乳がんバス検診 申し込みはお済みですか？</p>  <p>受診勧奨ポスター 手軽で安心♪ 受診者の好評の 声をPR！</p> </div> </div> <div style="text-align: right; margin-top: 20px;"> <p>8年間で4.3%から 53.8%へ向上！</p> <p>乳がん検診受診率(図)</p>  <table border="1" style="margin-top: 10px;"> <caption>乳がん検診受診率(図)</caption> <thead> <tr> <th>年度</th> <th>当事業所 (%)</th> <th>全バナソニック (%)</th> </tr> </thead> <tbody> <tr><td>2008</td><td>4.3</td><td>41.8</td></tr> <tr><td>2009</td><td>4.5</td><td>41</td></tr> <tr><td>2010</td><td>13</td><td>43.5</td></tr> <tr><td>2011</td><td>31.8</td><td>42.4</td></tr> <tr><td>2012</td><td>31.5</td><td>41.5</td></tr> <tr><td>2013</td><td>38.2</td><td>46.5</td></tr> <tr><td>2014</td><td>45.7</td><td>45.1</td></tr> <tr><td>2015</td><td>49.5</td><td>45.6</td></tr> <tr><td>2016</td><td>53.8</td><td>45.6</td></tr> </tbody> </table> </div>	年度	当事業所 (%)	全バナソニック (%)	2008	4.3	41.8	2009	4.5	41	2010	13	43.5	2011	31.8	42.4	2012	31.5	41.5	2013	38.2	46.5	2014	45.7	45.1	2015	49.5	45.6	2016	53.8	45.6
年度	当事業所 (%)	全バナソニック (%)																													
2008	4.3	41.8																													
2009	4.5	41																													
2010	13	43.5																													
2011	31.8	42.4																													
2012	31.5	41.5																													
2013	38.2	46.5																													
2014	45.7	45.1																													
2015	49.5	45.6																													
2016	53.8	45.6																													
<p>効果</p>	<ol style="list-style-type: none"> 2009年度から2016年度までに延べ599名の社員が検診説明会に出席し、8割以上の参加者から「検診の大切さを理解できた」といった声を聞くことができた。 2011年度の受診率は、バス検診の導入により前年に比べて18.8%上昇し31.8%となった。 2016年12月末現在の受診率は、2013年度からの更なる受診勧奨の強化により、2008年度4.3%から53.8%と大幅に向上した。(上図) 																														
<p>このGPSの経験から学ぶことができるポイント</p>	<p>受診率の向上のためには、「予約が簡単にできる」「職場で就業時間内に受診できる」といった利便性の良い環境整備は重要なポイントであり、バス検診の導入は有効な方法と考えられる。また「忙しくて予約を忘れてしまう」「受診に踏み切れない」といった社員の背中を押す目的で行なった受診勧奨の強化も、ヘルスプロモーション活動として有効である。例年、受診した社員の9割以上は「来年も受診予定」と回答しており、一度でも受診するとバス検診の手軽さや満足感を実感してもらえた。このため、積極的な啓発活動による未受診者へのアプローチが重要である。一方で、検診費用が自己負担となるため社員からは「もっと安くなると受けやすい」との声が毎年聞かれ、検診費用の低減は今後の課題である。</p> <p>以上のことから、時宜を得たアンケート等で社員のニーズを汲み取り、それに合わせた改善によるハード・ソフト両面での様々な取組みを継続することが受診率向上のために重要である。</p>																														
<p>参考資料</p>	<ol style="list-style-type: none"> 佐々木綾子他: 更年期女性における乳がん・子宮がん検診受診行動の影響要因と受診率向上をめざした健康教育プログラムの効果に関する研究、福井大学医学部研究雑誌 第7巻 第1・2号合併号、15-28、2006 谷口 安奈他: 群馬県内における乳がん検診の実施状況調査と受診率向上のための提案—日本と世界の乳がん検診の比較より—、群馬県立県民健康科学大学紀要 第6巻、77-84、2011 																														
<p>投稿者</p>	<table border="1" style="width: 100%;"> <tr> <td style="width: 25%;">岡本 里佳</td> <td style="width: 25%;">e-mail</td> <td style="width: 50%;"></td> </tr> <tr> <td colspan="3" style="text-align: right;">2017年1月5日</td> </tr> </table>	岡本 里佳	e-mail		2017年1月5日																										
岡本 里佳	e-mail																														
2017年1月5日																															