

科学研究費助成事業 研究成果報告書

平成 28 年 6 月 14 日現在

機関番号：17401

研究種目：若手研究(B)

研究期間：2013～2015

課題番号：25750347

研究課題名(和文)子宮頸がん検診受診促進へのエンターテインメントエデュケーション手法の応用とその評価

研究課題名(英文) Application and evaluation of the entertainment-education strategy for promoting cervical cancer screening

研究代表者

河村 洋子 (Kawamura, Yoko)

熊本大学・政策創造研究教育センター・准教授

研究者番号：00568719

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 3,200,000円

研究成果の概要(和文)：本研究はEEを若年層の子宮頸がん検診受診促進に応用し評価する過程で、我が国におけるEE手法の有効性と効果のメカニズムを検証し、理論的かつエビデンスに基づくプログラムを開発することを目的として設定した。

3年の研究活動期間中EE戦略を応用開発したプログラム評価のために、信頼性のあるデータを収集できなかったが、プログラムの成果としてエンターテインメント活動が講演会等一般的な啓発イベントには参加しない層との接点として生きていること、開発から展開に至る一連でマスメディアや行政、大学内複数部局といった多様な組織との連携・協働体制の構築が進んできた点はEEプログラムの特長であると思われる。

研究成果の概要(英文)：This study aimed at developing an evidence-based strategy for promoting cervical cancer screening among young women through the creation and evaluation of an actual program by applying the entertainment-education (EE) approach.

However, the reliable data to assess effectiveness of the developed program has not been obtained yet. Only exists anecdotal evidence that the entertainment formats such as an idol group can reach the individuals whom we want to reach but cannot by any traditional means of education. It appears that such formats have served as information contacts for those. In addition, throughout the project process, many entities and stakeholders have been involved and therefore the collaborative relationships have been developed. This is should be emphasized for the application of EE methods to health and other social issues can play a role of the strategy to practice health promotion.

研究分野：ヘルスコミュニケーション、ヘルスプロモーション

キーワード：エンターテインメント・エデュケーション ヘルスコミュニケーション 子宮頸がん検診 若年層 行動変容 ヘルスプロモーション

1. 研究開始当初の背景

(1)保健政策としてのがん検診の現状：がんは我が国の死因の第一位である。厚生労働省は、特に検診による早期発見で死亡を防ぐことができる5種のがん(胃・肺・大腸・乳・子宮頸)を対策型がん検診の対象とし、地方自治体のがん検診事業を実施している。平成24年6月に見直し策定された「がん対策推進基本計画」中でも、これら5種のがん検診受診率を50%まで向上させることを分野別施策と個別目標の一つに掲げている。

女性特有のがんである乳と子宮頸がん検診に焦点を当てると、低受診率を背景に2009年度から始まったクーポン配布等の施策が功を奏し、乳がん検診受診を報告した40～69歳女性は3割を超え、子宮頸がん検診も20～69歳全体では28.7%であった¹。しかし、子宮頸がん検診については、20代の受診率は一割程度と極めて低く²、がん検診受診促進施策の中の大きな課題である。

(2)自治体によるがん検診受診率向上の取り組みにおける課題：熊本県全体の検診受診率は全5種において全国よりも高いが、熊本市では受診率の低さが目立つ。平成22年度の子宮頸がん検診の受診率は19%であり、県内最高の小国町76.9%(熊本県全体33.9%)と大きな開きがある³。保健師による住民との個別の関係性に基づく効果的な働きかけが可能である小規模自治体では受診率が高いが、熊本市は県内で群を抜いて大きな自治体であり、そのような方法は非現実的である。熊本市に限らず、大規模自治体における取り組みはマスコミュニケーションの活用が必要であり、実際にある程度の取り組みは散見される。しかし、対象を絞込み、有効な働きかけを組立て、検証することは各自治体ではできていないのが現状であると言える。

(3)エンターテイメント・エデュケーション

(以下、EE)の手法：EEは「理論に基づくコミュニケーション戦略であり、望ましい個人、コミュニティ、組織、社会の変化を成し遂げるために、教育的かつ社会的な課題を意図的にエンターテイメント性の高いプログラムの企画、制作、普及の過程に織り込むこと」と定義される⁴。海外では、開発途上国を中心に戦略的な方法論が構築され、HIV/AIDSや母子保健をはじめ多くの公衆衛生課題で大きな成果を上げてきた。しかし、我が国のEE実践と研究は極めて初期の段階にある。

2. 研究の目的

本研究はEEを若年層の子宮頸がん検診受診促進に応用し評価する過程で、我が国におけるEE手法の有効性と効果のメカニズムを検証し、理論的かつエビデンスに基づくEE手法を用いた若年層向けの子宮頸がん検診促進のための「ツール」・「パッケージ」を開発することを目的として設定した。

3. 研究の方法

本研究は、目的を達成するため、(1)形成的評価調査、(2)プログラムの開発、(3)プログラム有効性の検証調査という3段階の構成で計画を進めてきた。さらに、(4)効果メカニズムについても検証することを計画していた。

しかしながら、(3)のプログラムの有効性検証については、研究期間が終了した平成28年5月末現在で子宮頸がん検診受診との関係性を検証するデータを入手できておらず、現段階で報告できない。熊本市の担当課に対して特に平成26～27年の月ごとの検診受診のデータの提供を依頼、協議中であり、今後入手検証した後、他のかたちで報告することとする。(4)に関しても同様であり、今後の課題として積み残して研究

期間を終了することとなった。したがって本報告では(1)および(2)について詳述することとする。

研究方法に関する当初の計画からの変更点として特記すべき点は、研究全体のデザインについて、検診という行動を促進する対象となる 20 才代の女性の代表ともいべき学生の自主的な活動を通したアクションリサーチとして推進してきたことがある。以下、(1)と(2)について詳述する。

(1)形成的評価：形成的評価調査として、まず、EE に関連する近年の実践および研究の動向について先行研究レビューを行った。

プログラムの対象として想定している 20 代女性に対するフォーカスグループインタビュー調査を実施し、20 代女性の子宮頸がん検診に対する認識などに関するデータを収集、分析した。さらに、子宮頸がん検診受診勧奨の実践に関して情報を収集した。

(2)プログラムの開発：まず、本研究の活動に参加したいという大学院生を中心としたプロジェクトチームを編成した。チームメンバーに対して、本研究で開発する子宮頸がん検診受診勧奨のターゲットとなる 20 歳代前半女性に対して、どのようなアプローチを展開していくのが効果的かを検討する上で、子宮頸がんとその検診に関わる課題を理解し、本研究の骨子となるものとして EE を活用することができるよう講義を提供した。研究計画立案当初はラジオドラマというかたちを想定していたが、プロジェクトチームがアクションリサーチを進める中で、エンターテインメント性のフォーマットについてはワークショップ型で学生が決定していくように決定した。

4. 研究成果

(1)形成的評価：

EE に関する研究および近年の動向につ

てレビューについては、EE に限定することなく、拡大されたトランスメディアという概念にも視野を広げ、他の関連する厚労科研と関連させて実践家と研究者に直接的に話を聴き、ディスカッションした。また、EE の活用に関し関連するマーケティングの理論について再度レビューし、実践に取り入れるべき要素を別の切り口で整理した。

子宮頸がん検診受診勧奨の対象となる女性に子宮頸がん検診受診に関するフォーカスグループインタビュー (FGI) は、協力者のリクルートに難航したが、受診経験者 (4 名) と未受診者 (7 名) を 3 組に分けて実施した。プロジェクトチームで FGI を振り返り、さらに友人との会話などを通して提供される知見も合わせて整理しテーマを抽出した。

プロジェクトチームメンバーで、現在我が国で展開されている様々な子宮頸がん検診受診勧奨のキャンペーン、プロジェクトに関する情報を集め、本研究プロジェクトの方向性を決めていく材料として活用した。

(2)プログラムの開発：

プロジェクトチームは、初年度は本学の社会文化研究科大学院生 3 名、本学文学部学生 2 名、九州看護福祉大学学部生 1 名、社会人 2 名であったが、2 年目は社会文化研究科学生、熊本県立大学学生が合流、3 年目は本学医学薬学研究部から大学院生チームが参加することとなった。初年度より地元 FM くまもと、音楽プロデューサーに関するボーカルユニット兼プロデューサー、ブロードダンサーがプログラムの開発に協働参加した。

初年度に SKK20 (子宮頸がん検診は二十歳から) のチーム名を決定し、活動を展開してきた。2 年目の平成 26 年度からは SKK20Act というチームを形成し、活動を展開した。具体的活動内容には、ラジオドラマ、脱出ゲームを含む複合イベント、

ボーカルユニット（アイドルグループ）とその楽曲があるが、加えて平成26年度本学学祭（紫熊祭）による複合イベントによるキャンペーンも本研究活動において特筆すべき内容であると言える。以下、①～について詳述する。

当初計画していたラジオドラマの開発に関して、初年度（平成25年度）に活動を進める中での地域組織との連携と学生を中心とした研究チームの意向として試行的にプログラムを制作した。タイトルは「二十歳になったらSKKJ〜17歳の保健室スピンオフ〜」であり、平成26年3月2日にFMくまもとにて放送され、日本文化賞審査員特別賞を受賞した。なお、音源はFMくまもとポッドキャストにて配信中であり、脱出ゲームでも活用した。

脱出ゲームは取り組む中で参加者が子宮頸がんとその検診に関する知識を得ることができるように構成されたものであり、平成26年3月27日に学外イベントとしても行った。後述するが、紫熊祭でも実施した。

ボーカルユニットは、本研究活動で開発したプログラムの主軸として3年間継続展開した。

2年目（平成26年度）に高校生2名を含む4名のアイドルグループを結成した。2楽曲の歌詞をメッセージとしてSKK20Actメンバーで検討し、プロフェッショナルに編曲および作曲を依頼して完成させ、紫熊祭でライブステージを披露した。ステージではプロダンサーの振り付けによるダンスをSKK20Actのメンバーが学び、ボーカルユニットのバックダンサーとしてサポートした。

紫熊祭デビュー以降の活動では、制作した2楽曲の内、一つについては熊本市内の観光地や行政機関などの各所に協力を得て動画を製作、動画配信サイトで配信している。さらに一曲にはアニメーション動画を製作し、ミュージックビデオとして配信し

ている。

最終年度は活動がさらに活発になってきた。平成27年度の活動内容としては以下のようなものを上げることができる。

- 5月9日『タッチがん検診×母の日セミナー』オープニングステージ出演・トークセッション参加
- 5月17日『リレーフォーライフ』ステージ出演
- 6月6日『第4回いのちを語り合う集い』トークセッション参加
- 8月1日『ゆかた祭り』ステージ出演
- 8月8日『夏まちランド』健康ブースボランティア参加
- 8月23日『24時間テレビ』熊本ステージ出演
- 9月6日『特定健診がん検診』啓発PRイベントイオンモール熊本ステージ出演
- 9月20日『がん・結核予防キャンペーン“ヘルシーデイ熊本2015in動物園”』ステージ出演
- 10月31日『くまフェスハロウィン』イベントステージ出演
- 11月1日『熊本大学紫熊祭』野外ステージ出演
- 11月21日SKK20Act 単独公演『ワンダーガールズ'15』
- 11月23日『東区民祭』ステージ出演
- 12月6日『くまフェス2015』ステージ出演

上述の活動に関して特筆すべきは、最終年度では本学の医学薬学系の学生とともに、地元テレビ局、医師、行政を交えて連携体制を構築してきた点である。特に学生グループと協働し、熊本大学祭ではSKK20Actの野外ステージと映画『命のコール』上映会を含む一連を共同企画実施した。また、平成SKK20Actのステージ、映画上映会、近隣ダンススクールチームのダンス、高校生

の合奏で構成される半日イベント『ワンダ
ーガールズ'15』を企画実施した。

2年目の平成26年11月1日の紫熊祭で
以下3つの複合的な啓発イベントを展開し
た。(1)SKK20Act ライブステージ、(2)脱出ゲ
ーム、(3)地元放送局のアナウンサー村上美
香氏の子宮頸がん検診受診勧奨活動と協働
し、村上氏の学生向け講演会を開催、(4)熊
本県健診センターの協力を得て学内に検診
車を導入、子宮頸がん検診を提供した。全
てのイベントを連携させ、全イベントへの
参加者には記念品を贈呈するという仕掛け
で実施した。

<考察>

特に、これまで積み上げてきたEEラジオ
ドラマに加え、新たなEEのフォーマットの
プログラムとして開発が進んだ点は本研究
活動が生んだ実践的な進歩であると言える。

しかし、3年の研究活動期間中、EE戦略
を応用したプログラムの評価のために、信
頼性のあるデータを収集できなかった。2
年目に熊本市の子宮頸がん受診率は伸びた
が、行施の勧奨や他の多様な啓発活動と峻
別することができていない。一方、アネク
ドータルなものにとどまるが、プログラムの
成果としてエンターテイメント活動は講
演会等「一般的な啓発イベント」には参加
しないターゲット層との接点として生きて
いること、そして、開発から展開に至る一
連でマスメディアや行政、大学内複数部局
といった多様な組織との連携・協働体制の
構築が進む点は強調すべきであると思われ
る。さらに、アクションリサーチのアプロ
ーチで研究活動を展開し、特に対象世代に
あたる学生・若者の参加が増え、男女を問
わずより多くの対象世代に子宮頸がんに関
する情報との接点を提供できたことは強調
すべき点であると思われる。このようにEE
戦略の応用がヘルスプロモーションの概念

を具現化するという点は、今後関係者への
調査などを進め、EE戦略の効果として明示
していく必要があると思われる。

一方、本研究期間内で達成することがで
きなかつたプログラムの効果とそのメカニ
ズムの検証についてはエビデンスの蓄積と
いう観点から重要であり、継続して取り組
む計画である。

<引用文献>

1. 国立がん研究センターがん対策情報
センター(2012). 2010年国民栄養調
査より男女別がん検診受診率.
2. 厚生労働省.(2012). 日本の低い検診
受診率.
[http://www.gankenshin50.go.jp/cam
paign/outline/low.html](http://www.gankenshin50.go.jp/campaign/outline/low.html)
(2012.10.21).
3. 熊本県.(2010).平成21年度がん検
診実施率(市町村実施分).
[http://www.pref.kumamoto.jp/uploa
ded/life/1004009_1099856_misc.pdf](http://www.pref.kumamoto.jp/uploaded/life/1004009_1099856_misc.pdf)
(2012.10.21).
4. Singhal A, Wang H, Rogers EM. (2012).
The rising tide of
entertainment-education in
communication campaigns. Rice RE,
Atkin CK, (Eds.) Public
Communication Campaigns (4th Ed).
Thousand Oaks, CA: Sage, 321-334.
5. 主な発表論文等
(研究代表者、研究分担者及び連携研究者に
は下線)
〔雑誌論文〕(計0件)
〔学会発表〕(計1件)
河村洋子. 子宮頸がん検診受診率向上を目指
すエンターテイメント・エデュケーションプ
ロジェクト. 第73回日本公衆衛生学会学術
総会. 2014年11月5~7日. 栃木県総合文化

センター

〔図書〕(計0件)

〔産業財産権〕

出願状況(計0件)

取得状況(計0件)

〔その他〕

ホームページ等

[http:// skk20project.wix.com/ skk20act](http://skk20project.wix.com/skk20act)

6. 研究組織

(1) 研究代表者

河村洋子 (KAWAMURA, Yoko)

熊本大学政策創造研究教育センター・准教授

研究者番号：00568719

(2) 研究分担者

()

研究者番号：

(3) 連携研究者

()

研究者番号：