

## 今月の主なニュース

第3回かながわ健康支援セミナー  
働く人の腰痛・肩こり解消とメンタルヘルス  
東京大学医学部附属病院 22世紀医療センター特任教授  
松平 浩

神奈川学校保健研究会 創立50周年  
時代とともに変化する保健室の役割

神奈川健康管理機関会議 9月11日開催  
神奈川県学校・腎疾患管理研究会 9月29日開催  
ピンクリボンかながわ2018 in鎌倉 10月6日開催

4面 3面 2面



# ピンクリボン活動と乳がん検診受診率

## — 神奈川県は受診率が着実に向上 —



木下博勝医師とのトークショー  
(ピンクリボンかながわ2018 in鎌倉より)

### ピンクリボン運動とは

「あなたと、あなたの大切な人を、乳がんで失わないために…」をスローガンとして、乳がんの早期発見・早期治療の大切さを広くお伝えしようとする活動として、ピンクリボンかながわ(事務局 当協会)が設立された。設立から12年目を迎え、その活動の広がりとともに、県内の乳がん受診率も向上してきている。しかし、「まだまだ不十分」という、ピンクリボンかながわ代表の土井卓子医師(湘南記念病院乳がんセンター長)が、ピンクリボン活動と乳がん検診について語った。

2000年代に入り、日本にもピンクリボン運動が導入され、全国でライトアップイベントなどが行われるようになった。神奈川県は乳がん検診受診率が全47都道府県中46位と非常に低かったことから、受診率の向上を目指してピンクリボンかながわが結成され、今年で12年目を迎えた。ピンクリボンかながわのこれまでの歩みを振り返り、ピンクリボン運動の意義について考えてみたい。

## 自分の身体のこと

### ピンクリボンかながわの活動

結成当初は、乳がんの死亡率を減少するためには、多くの人がマンモグラフィ検診を受けてがんを早期発見することが必要なのだということが知られてきた。これが一番の目的であった。

県庁、マリントワーなど有名建造物をライトアップする、ビルにピンクのブラジャーの装飾をするなど目立つことを行い、乳がんに関心のない人たちにアピールすることから開始した。横浜が観光地であったことからライトアップイベントは評判となり、開港記念会館、ホテル、みなとみらいの大観覧車、象の鼻パーク、ベイブリッジ、そして横浜以外にも大船観音、江の島シーキャンドルへとラ

横濱スタジアムやお祭り会場、フラダンス大会などでもブースを出展し、多くの人に乳房模型による触診体験をしていただいた。この体験を通して乳がんを発見された方もおられた。近年はピンクリボンアドバイザーという資格制度が

は！」と思いついて出してもらえようかと考えてのことである。また、公共交通機関とコラボしたピンクリボン運動も行ってきた。まず京浜急行の特殊車両に、期間限定で車内に動画やポスターな



ブースでは、乳房模型によるしこりの触診体験ができる

このように、神奈川県でのピンクリボン運動は、イベントで盛り上がりつつ検診に関心を持つてもらうことを目標とする段階から、毎日の生活に溶け込んで検診に行くことがあたり前になることを目標とする段階へと発展してきている。現在は20歳代、30歳代の女性は検診に行くことが常識となってきたとされており、若い人の受診率が上がっている。かえって50歳以上の女性の方がマンモグラフィ検診に行くという一歩を踏み出すのにためらいがあるように、今後は草の根運動として人から人へと誘い合せて受診するように広めていくことも大切であると考えている。

イトアップする建造物を広げてきた。ライトアップだけでなく、カーフリーデーにパレードとダンスパフォーマンスを行ったり、江の島へ向けて全員で歩いたり、チャリティコンサートを共催したりと、さまざまなイベントを行ってきた。このようなピンクリボン運動が普及するにつれて、多種の企業、団体から一緒に活動したいという申

でき、この資格を取った方々が活動に参加してくださるようになり、県内各地で啓発活動を展開できるようになった。住民検診の該当年齢である40歳以上の人は、10歳代、20歳代の若い世代にも検診を推奨することが、将来の受診率向上につながると考え、大学祭などにも出向き、検診車の展示と講演などを展開してきた。

また、検診を推奨するための多種のグッズも作成してきた。ピンクリボンのピンバッジ、マスコットをはじめとして、企業の協力を得て飲料水のピンクリボン自販機、足ふきマット、ロゴマーク入りのペットボトル飲料水なども作られた。このマスコットやピンバッジ、ペットボトルの水を飲むたびに「検診に行かなくて

どのが検診情報を掲示してもらった。湘南モノレールでは5両ある車体のうち、1両をピンクリボン号として通年で運行している。ピンクリボン号は車体にピンクリボンマークを大きくペイントし、車内の中吊り広告には自己触診の方法と乳がん啓発記事を掲載。乗務員もピンクリボンバッジを付けて、毎日51往復運行している。通勤通学にピンクリボン号は活躍し、男性の乗客も関心をもってつり広告を目に留めて、ご家族や仕事場の仲間へ検診受診を勧めて



湘南モノレールの「ピンクリボン号」



ピンクにライトアップされた横浜開港記念会館

### 新たな活動の段階に

ると聞いている。このように、神奈川県でのピンクリボン運動は、イベントで盛り上がりつつ検診に関心を持つてもらうことを目標とする段階から、毎日の生活に溶け込んで検診に行くことがあたり前になることを目標とする段階へと発展してきている。現在は20歳代、30歳代の女性は検診に行くことが常識となってきたとされており、若い人の受診率が上がっている。かえって50歳以上の女性の方がマンモグラフィ検診に行くという一歩を踏み出すのにためらいがあるように、今後は草の根運動として人から人へと誘い合せて受診するように広めていくことも大切であると考えている。