



事後評価報告書 がん患者支援などの事業

公益財団法人日本対がん協会



安心して自分らしく生きる



1.基本情報

- ①団体名： 公益財団法人日本対がん協会
- ②事業名： がん患者支援などの事業
- ③事業の種類： 草の根活動支援事業
- ④実施期間： 2019年 11月～2023年 3月
- ⑤対象地域： 全国



2.包括的な支援プログラム概要

2-1 事業によって解決を目指す社会課題と想定される直接対象グループ

【社会課題】

日本では年間約100万人が新たにがんと診断されています。診断された約3割が離職し、自殺する人も少なくありません。がんは5～14歳の子供の死亡原因の1位でもあります。がんは患者だけでなく、家族も苦しみ、悩むため、そのサポートも必要です。また、社会のがん患者に対する偏見も存在します。それらを解決することで、がんになってもふだんと変わらず、自分らしく生きることができる社会を築きます。

【直接対象グループ】

がん患者と家族 1000人ー2000人



【中長期アウトカム】

全国で、がん患者・家族への偏見がなくなり、患者ががんと共生して自分らしく生きることができる地域・社会になる。

【短期アウトカム資金的支援】

1. 支援地域で、就労支援事業により、がんになっても共生して仕事できるような環境改善の傾向が見え始める
2. 支援地域で、小児がんやAYA世代※がん、希少がん患者支援強化により、小児がんやAYA世代がん、希少がん患者に対する社会の認知が高まり、偏見が減ることで悩む人の減少傾向が見え始める

※Adolescent & Young Adult (思春期・若年成人) のことをいい、15歳から39歳の患者さんがあてはまります。

【資金的支援活動】

CSRプロジェクト：ピアサポーター※1育成プログラム、企業との部活、ピアサポーター研修会、エピソードバンク開発

ブリッジ：個人面談、ワークショップ、動画コンテンツ、支援ツール、アライ部、研究会、支援者の養成

日本キャリア開発協会：WEB（がん患者が情報を得たり、支援を受けるためのサイト）、両立支援を担当するキャリアカウンセラーの育成、「りぼら」を通じた支援

キャンサーネットジャパン：アンケート調査の回答、情報提供ツール（WEB, コンテンツ）、WEB相談実施、パンフレット、チラシなど周知・広報手段、パートナーへ伝える新しい手段（LINE）、関連学会学術集会での発表

がんの子どもを守る会：広報活動の積極展開。当会における受け皿を整備、WEB広告、HPを見たことでの問い合わせ

日本希少がん患者会ネットワーク：希少がんサミット、「希少がん啓発月間」、希少がんキャラバン、患者会アンケート、掲示板、関連学会

※1 同じ体験をもつ仲間としての立場からサポート

※2（働きながら治療を続けるサバイバーのエピソードを共有するツール）

【短期アウトカム非資金的支援】

3. 実行団体や患者団体、企業間のコミュニケーションが深まることで、関係者の連携が構築される
4. 企業のがん対策についての価値や課題が可視化され協力者が増える
5. 事業の意義、認知が広まり、「がん患者支援」の理解者が増える
6. 実行団体の事業が、本事業完了後も継続できる財政的・人的・組織的持続可能性が確認できる

【非資金的支援活動】

- ・ 合同会、意見交換会（様々な掛け合わせ）等で事業テーマを活性化させ周知を集める（場を作り提供）、企業アンケート調査
- ・ 発信：周知、啓発、共有、共感し、世の中のがん患者・サバイバーに寄り添い、本人やステークホルダーの行動を促す（実行団体が起こす小さな波を大きな波に）
- ・ 出口戦略（協働）の可能性を実行団体と個別協議・共有し、準備する

2 - 3 出口戦略

本助成事業により、長年のテーマであった「がんと就労」、「がん患者のQOL向上」に、今までなかった取り組みを立ち上げることが出来た。受益者である、がん患者にそれぞれの事業を知り活用する動きが出てきている。しかし、事業に対する社会の認知度はまだ十分とは言えない。

また分配団体として小会の大きな伴走の柱は情報発信による周知、啓発、共有、共感により、がん患者・サバイバーに寄り添い、本人やステークホルダーをつなぎ行動を促すことであった。助成期間終了後もこの動きを絶やさず、これまで積み上げてきた、各実行団体との関係性やそれぞれの取り組みを中断せず、引き続き一緒に課題解決をめざす。事業終了後も実行団体の事業広報を継続するために、わかりやすい形で記録を作り、今後につなげていくために動画を制作した (<https://www.jcancer.jp/kyumin/organization>)。助成期間終了後も折に触れ、がん患者支援事業の広報活動を継続していく予定であり、活動を拡散することで寄付などを含めた支援者の獲得へ協力していく。

3. 事後評価実施概要



3-1 実施概要

①どんな変化をこの事業の重要なポイントとして設定し評価を実施したのか

実行団体の事業を通じた事業モデルの形成とアウトカムの達成状況を重要なポイントとして設定した。
実行団体にはそれぞれ重要と考える変化があり、それを横断して測るためにルーブリック評価表を作成し、小会が重要と考える「相談する機会」、「知る機会」、「繋がる機会」、「挑戦する機会」の4つの領域を設定した。事業がセオリーのどこに到達していても患者と社会の変化を計れるよう作成した。

②どんな調査で測定したのか評価アドバイザーと議論の上作成した、本事業のルーブリックモデルを活用したヒヤリング調査

事後評価のためのミーティングとヒヤリング12回
※就労両立支援について、東証一部上場企業へのアンケートを実施したがn数(121社)が少なく、今回の評価については参考程度のもとなった。「治療との両立支援に関する社内制度を設けているか」との問いに、19年度は55%、21年度は60%が「設けていた」と回答している。だが、介護との両立支援、育児との両立では「設けていた」との回答が70%前後であり、他の支援と比べると支援制度の整備が遅れていることが読み取れる。※資料として抜粋まとめを添付。

③調査結果をどのように深掘りし価値判断をしたのか

ルーブリック評価表(別添)のヒヤリング結果(別添)を点数化してエクセルで目視できる表へ落とし込んだ。
領域ごとの初期値と3年間の事業実施後の値の差分から事業進捗、初期値の値の意味を考察し、価値判断の基準とした。初期値の低さがあわすものを事業テーマの新規性や支援が受益者へ届いていない状況であると判断、事業実績値との差分から進捗を読み取る。いずれの事業も初期値から進捗をしており、新しい支援の事業モデルが構築されたこと自体に価値があると評価する。

3-2 実施体制(内部/外部、評価担当役割)

内部：合計8

プログラム・オフィサー 2人、患者支援担当：がんサバイバークラブグループ 1人、相談支援室 1人、検診研究グループ 3人

外部：合計2

評価アドバイザー1人、JANPIA担当PO 1人

4. 事業の実績

4-1 インプット（主要なものを記載）

①人材（主に活動していたメンバーの人数や役割など）

内 部：プログラム・オフィサー計3人
患者支援：がんサバイバー・クラブ1人
相談支援室1人
リレー・フォー・ライフグループ1人
医 療：検診研究グループ3人
情報発信：広報グループ2人、管理部門2人
外 部：合計2団体（評価アドバイザー1団体、決算監査1団体）

②資機材（主要なもの）

P C、会議用モニター、Zoomアプリ、スピーカーなど

③経費実績 助成金の合計（円）

2023年12月現在

1. 契約当初の計画金額

| 項目 | 金額 |
|-------------|--------------|
| 管理的経費 | 16,000,000円 |
| PO関連経費 | 28,000,000円 |
| 評価関連経費 分配団体 | 4,340,000円 |
| 評価関連経費 実行団体 | 3,660,000円 |
| 実行団体助成金 | 68,000,000円 |
| 合計 | 116,000,000円 |

2. 実際に投入した金額と種類

| 項目 | 金額 |
|-------------|--------------|
| 管理的経費 | 14,500,000円 |
| PO関連経費 | 25,144,702円 |
| 評価関連経費 分配団体 | 1,520,000円 |
| 評価関連経費 実行団体 | 3,660,000円 |
| 実行団体助成金 | 88,861,365円 |
| 合計 | 133,686,067円 |

※20年9月に新型コロナ対応緊急助成を申請し、実行団体と合わせ24541365円の追加助成を受けた。

④自己資金（円）

1. 契約当初の自己資金の計画金額

| 項目 | 金額 |
|---------|-------------|
| 管理的経費 | 4,000,000円 |
| 実行団体助成金 | 16,000,000円 |
| 合計 | 20,000,000円 |

2. 実際に投入した自己資金の金額と種類※見込み

| 項目 | 金額 |
|---------|-------------|
| 管理的経費 | 1,800,000円 |
| 実行団体助成金 | 9,450,000円 |
| 合計 | 11,250,000円 |

3. 資金調達で工夫した点

JANPIAを通じたファンドレイジングの勉強会に休眠活用事業のスタッフではない職員にも受講を務め団体としてファンドレイジングの学びを蓄積した。プロボノ・ボランティアの募集・運用のノウハウを学ぶ勉強会を受講し、小会事務局スタッフと情報を共有した。学んだ内容を参考にファンドレイジング、ボランティアの募集に役立てて行きたい。

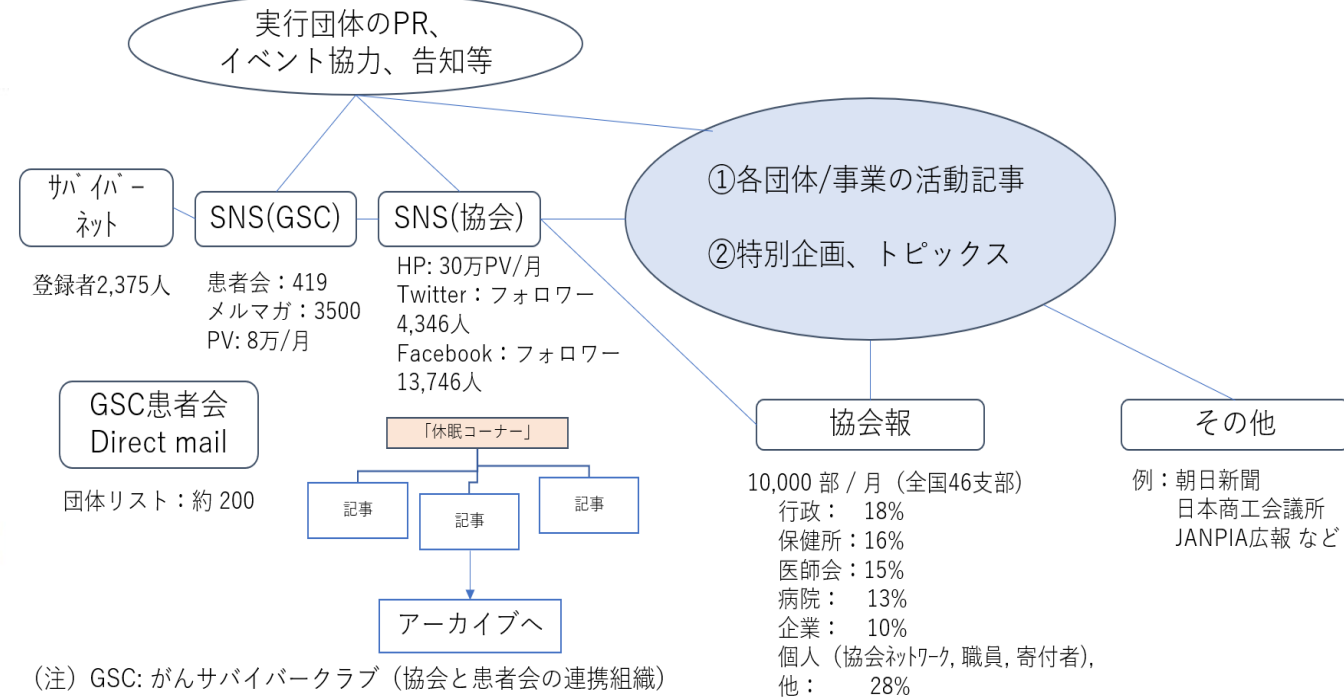
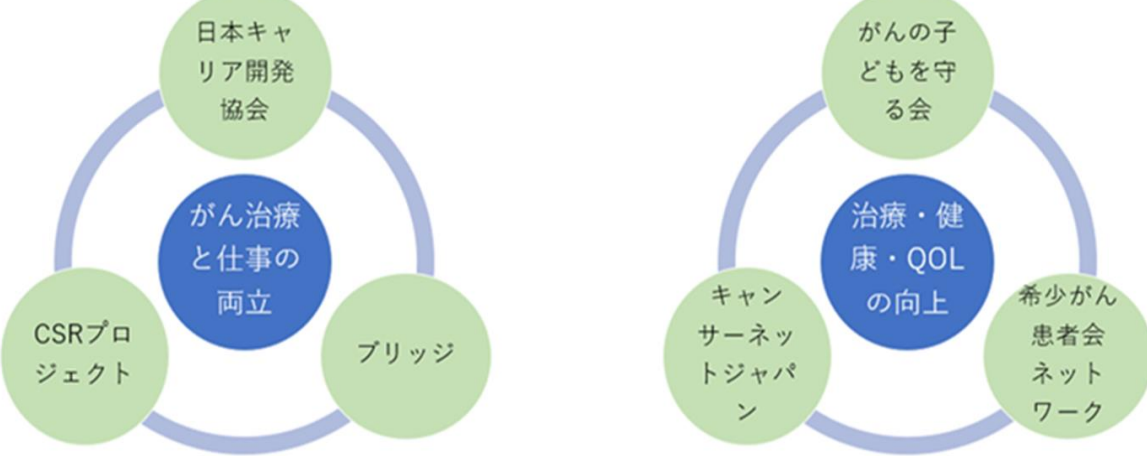


4-2活動とアウトプットの実績

①主な活動



日本対がん協会による休眠預金活用事業モデル



「がん患者支援などの事業」は3つのテーマで活動した。

- 1.がん患者の就労支援（仕事とがん治療の両立支援）
- 2.AYA世代（15歳から39歳）がん患者や小児がん患者、希少がん患者のQOL向上支援
- 3.新しいがん相談体制（仕組み）の構築

上記を実施する団体6つを選定し、①治療と就労の両立支援事業、②がん患者のQOL支援事業という2つの大きなテーマのもとに事業の再整理を行った。また、実行団体の事業の意義・活動価値を発信し、「がん患者支援」の理解者・協力者・参加者を増やすため、情報発信を伴走の大きなテーマとした。実行団体に課せられた事務業務が大きな負担となっていたため、負担軽減のために事務補助にも大きなリソースを割いた。

②アウトプットの実績



| アウトプット（資金支援） がん治療と仕事の両立支援 | 指標 | 初期値/ 初期状態 | 目標値/目標状態 | 目標達成 時期 | 実績値 |
|---|--|----------------------|---|--------------------|--|
| (1) CSRプロジェクト： ① - PS育成プログラム - 企業との部活、PS研修会 ②エピソードバンク開発 | (1) CSRプロジェクト： ① - コアコンピタンス - 実態、研修プログラム ②アクセス、PV、エピソード件数 | N/A | " (1) CSRプロジェクト： ①コアコンピタンス、5社 コミット、 ②10件/月 | 各年度 | (1) CSRプロジェクト： ①コアコンピタンス、5社 コミット ②登録件数63件、閲覧層栖47834人 |
| 2) ブリッジ： ①個人面談、ワークショップ、動画コンテンツ ②支援ツール、アライ部、研究会 ③支援者の養成 | (2) ブリッジ： ①回数、コンテンツ数 ②支援ツール、パンフ、回数 ③支援者養成の体制整備、パイロットテストを実施できる資質 | | (2) ブリッジ： ①面談35 - 60 - 100/年、 ワークショップ12回、動画3.4本 ②完成、使用実績2回、4回 ③養成カリキュラム・講師・ツール整備、2名養成 | | (2) ブリッジ： ①面談69 - 104 - 130/年、ワークショップ4-3-8回、動画8本 ②企業向けパンフレット、患者向けリーフレットの作成と配布、アライ部2回/年/計4回 ③2023年1月末までに4名の講座修了生を輩出 |
| (3) 日本キャリア開発協会： ①WEB（がん患者が情報を得たり、支援を受けるためのサイト） ②両立支援を担当するキャリアカウンセラーの育成 ③「りぼら」を通じた支援 | (3) 日本キャリア開発協会： ①利用者数 ②講習回数、受講者数 ③イベント参加者数、「りぼら」実施数、参加者数 | | (3) 日本キャリア開発協会： ①完成後モニター ②24講習/年、400人/年 ③150人、10回、60人 | | (3) 日本キャリア開発協会： ①対象期間：2022年6月～12月 平均PV：939.4回/月（最小506回/月、最大1748回/月）平均滞在時間：94秒、訪問者数：合計5175 ②2020年～2022年 89講習、受講者1501名 ③37人、7回 |

| アウトプット（資金支援） QOL向上支援 | 指標 | 初期値/ 初期状態 | 目標値/目標状態 | 目標達成時期 | 実績値 |
|---|--|--------------|---|--------|---|
| <p>(1) キャンサーネットジャパン (CNJ) :</p> <p>①アンケート調査の回答、②情報提供ツール (WEB, コンテンツ) ③WEB相談実施 ④パンフレット、チラシなど周知・広報手段 ⑤パートナーへ伝える新しい手段 (LINE) ⑥関連学会学術集会での発表</p> | <p>(1) CNJ:</p> <p>①回答数 ②各分野の専門性、海外情報、体験談や取材、個人情報管理徹底、男女別等の要件 ③相談・回答件数 ④部数 ⑤イラスト仕様 ⑥発表</p> | N/A | <p>(1) CNJ :</p> <p>①100 ②コンテンツの品質目標、体験談やQA追加による内容の充実、 ③5件/月 ④4万部 ⑤伝えやすいイラスト仕様 ⑥専門家や協力者と成果の発表が出来る</p> | 各年度 | <p>(1) キャンサーネットジャパン (CNJ) :</p> <p>①開始時569名、終了時146名 ②公開記事49件、動画12、体験談掲載5、セミナー開催9、交流会開催1 ③登録75件、相談13件 ④小冊子1.5万部、フライヤー2.5万枚、啓発動画制作・公開 ⑤lineスタンプ2種発表 ⑥第59回日本癌治療学会学術集会優秀演題に選出 (2021年) 第5回AYAがんの医療と支援のあり方研究会学術集会にて口演予定 (2023年)</p> |
| <p>(2) がんの子どもを守る会 (守る会) :</p> <p>①広報活動の積極展開。②当会における受け皿を整備、 ③WEB広告、HPを見たことでの問い合わせ</p> | <p>(2) 守る会 :</p> <p>①小児がん経験者や家族からの問い合わせ件数 ②理解度</p> | | <p>(2) 守る会 :</p> <p>①ポスターチラシの配布枚数、WEBCM放映時間 ②FUの問い合わせ件数2割増、健康管理に関する理解度80% ③同上</p> | | <p>(2) がんの子どもを守る会 (守る会) :</p> <p>①配布先：小児がん診療連携拠点病院154施設、会員・支援者2,300件・行政関係200か所 ①特設サイトのチラシ5,000部作成 ②国際小児がんデーチラシ2,000部/ポスター200部 ③事業紹介チラシ5,000部/ポスター200部 ④相談事業チラシ5,000部 Web広告：14ヶ月 (2021年10月～2023年1月) HP訪問数178,654、特設サイト訪問者数121,579人 ② * 2023年1月末時点、HPを通じての相談以外も含め長期フォローアップに関する相談は11件。 ③同上</p> |
| <p>(3) 希少がん患者会ネットワーク (RCJ) :</p> <p>①希少がんサミット ②希少がん啓発月間」、希少がんキャラバン ③患者会アンケート ④掲示板 ⑤関連学会</p> | <p>(3) RCJ :</p> <p>①開催回数、開催場所 ②実施回数、実施場所 ③患者・家族の状況と課題の変化の把握 ④形態、仕様、参加者の範囲 ⑤学会の種類、開催回数</p> | | <p>(3) RCJ :</p> <p>①3回/3年、首都圏以外で開催 ②3回/3年、地方で開催 ③行政への働きかけに繋がる実態把握 ④課題抽出・レポート、政策提言へ ⑤多様な学会で発信</p> | | <p>(3) 日本希少がん患者会ネットワーク (RCJ) :</p> <p>①2回/3年、オンライン開催 ②3回/3年、キャラバンに替えて啓発月間 (オンライン) を実施。 ③がん患者のアンメットニーズ調査アンケート/有効回答1149 朝日新聞デジタルに掲載 ④226名109種のがん種の方が参加 ⑤2020年第79回日本癌学会学術集会 国際希少がんシンポジウム、2023年第20回日本臨床主要学会学術集会 国際希少がんシンポジウム</p> |

| アウトプット (非資金支援) | 指標 | 初期値/初期状態 | 目標値/目標状態 | 目標達成時期 | 実績値 |
|--|------------------------------------|------------------------|--|--------|---|
| 3. 合同会、意見交換会（様々な掛け合わせ）等で事業テーマを活性化させ周知を集める（場を作り提供）、企業アンケート調査 | 3. 打ち合わせや意見交換などコミュニケーションの量と質 | 3. N/A | 3. 納得性、発見、満足度、次の行動につながる ・問題点の発見、調査結果の発信、周知 | 各年度 | <p>3. 20年5月より事業評価のアドバイザーを委託し評価のための個別ミーティング、意見交換会を実施。'20年5月～6月、6団体21名参加、累計17回・約25時間、22年10月～11月、6団体19名参加、累計13回・15時間</p> <ul style="list-style-type: none"> ・20年10月、21年11月、23年3月に2日間、実行団体と有識者を交えた合同レビュー会を実施。 |
| 4. 発信：周知、啓発、共有、共感し、世の中のがん患者・サバイバーに寄り添い、本人やステークホルダーの行動を促す（実行団体が起こす小さな波を大きな波に） | 4. 発信の量と質 PV | 4. 協会HP、「協会報」、実行団体HPなど | 4. 新たなコンテンツ、ストーリー性（共感できる） | | <p>4. 6事業の意義、活動価値発信を強化。実行団体の告知ニーズに協会のネットワークを活用。</p> <ul style="list-style-type: none"> ・対がん協会報：記事掲載延べ8万部 ・協会SNS：Twitterフォロワー4,346人、Facebookフォロワー13,746人 ・GSCメールマガジン：登録者3,711人 ・SNSサバネット：登録者2,375人 ・休眠特設HP：記事閲覧数5,697人 ・実行団体活動紹介動画：閲覧数1,115人、各実行団体サイト遷移13人（22年12月23日公開-2月） ・朝日新聞へ希少がん患者会ネットワーク、ブリッジのイベント紹介記事掲載 |
| 5. 出口戦略（協働）の可能性を実行団体と個別協議・共有し、準備する | 5. 見える化されている・具体性・重要なステークホルダーが入っている | 5. N/A | 5.継続性がある・社会実装性の高いもの・実行団体、協会のreputation向上に繋がるもの | | <p>5. 実効団体の出口戦略を見据えた広報活動として、各団体の取り組みを取り上げたショート動画を作成。事業終了後も積極的に発信していく。</p> <p>小会がんサバイバー・クラブとJCDAの事業「りぼら」で共同イベントを開催。（過去4回開催）</p> <ul style="list-style-type: none"> ・6団体へ事後評価の個別ヒヤリング。 ・各事業の持続可能性を担保するためJANPIAのファンドレイジング研修やボランティアマッチングプログラムに共同で参加した。 |

4-3外部との連携の実績

内 訳

| | |
|-----------|--|
| 【個人】 7人 | 選定委員6名（大野真司先生/がん研有明病院、小川朝生先生/国立がん研究センター東病院 精神腫瘍科、岸田徹氏/がんノート、齋藤朋子氏/株式会社松下産業、高山智子先生/国立がん研究センター、石川睦弓氏/静岡がんセンター）、評価アドバイザー（中谷美南子） |
| 【企業】 6社 | JANPIAを通じた働きかけ、マッチングが上手くいかなかった事例も含む |
| 【団体】 50団体 | |

連携事例：

- ① 専門家による選定委員会を構成し、事業採択だけでなく、その後の事業アドバイスや評価への協力体制を組むため、年に1回2日間のレビュー会で意見交換の機会を設定し、実行団体と選定委員、交流、相互学習の場とし、コミュニケーションをとりやすい環境を作った。
- ② 当協会からの相談・依頼でJANPIAから愛知県経営者協会（人事労務テーマ中心に、865社参加、内70%が中小企業）を紹介頂き、ブリッジは両立支援テーマを広げる地元の企業ネットワークを得た。
- ③ 朝日新聞や日本商工会議所へつなぎ、日本希少がんネットワーク（以下：RCJ）、CSRプロジェクト（以下：CSR）のイベント記事を新聞紙面やHPへ掲載した。ブリッジからの希望もありフォーラム告知のため朝日新聞名古屋本社の記者を紹介、記事化された。
- ④ 新たな連携を創設するため、ファンドレイジング研修やプロボノ・ボランティアの一環としてJANPIAから紹介された案件では、財政基盤の強化を望むRCJ、「りぼら」プログラムの自治体モデルを推進するためのプロボノを希望する、日本キャリア開発協会（以下：JCDA）へ伴走、両団体は新たな学びや繋がりを得た。
- ⑤ がんの子どもを守る会（以下：守る会）への広報協力で、ポスター掲示や寄付依頼が掲載されたチラシの設置を日本対がん協会全国46支部へ呼びかけた。

〈協会の主要事業グループと実行団体の連携〉

当協会の各事業グループと実行団体のテーマ・ニーズに応じた個別ミーティングを行った。（がんサバイバー・クラブグループとJCDA、ブリッジ、RCJ。がん相談ホットラインとキャンサーネットジャパン（以下：CNJ）。リレー・フォー・ライフグループとがんの子どもを守る会など）また、JCDAの事業「りぼら」で共同フォーラム開催、会場として協会会議室を使用。CNJの医療者対象のワークショップへグループワークの中心となるゲスト患者として、RFLグループを派遣した。





5.アウトカムの分析

5-1アウトカムの達成度 ①短期アウトカムの計画と実績（資金的支援）

| 短期アウトカム (資金的支援) | 指標 | 初期値/ 初期状態 | 目標値/目標状態 (p. 14-15ループリックの4段階目) | アウトカム発現状況（実績） | 目標達成状況 |
|--|---|--------------|---|--|---|
| 1. 支援地域で、就労支援事業により、がんになっても共生して仕事できるような環境改善の傾向が見え始める。 | "がん患者の就労に向けた機会が創出された。 ① 相談する機会 (相談件数) | ①元の相談件数 | ①ニーズに沿って相談する場所がいくつかテーマごとに開設され、相談できることを容易に知ることができ、多くの人の相談がなされることで、自分らしく生きる、働く意欲を持つことが出来る状態 | ①個人面談303（その他の相談機能を持った場開設：「りぼら」キャリアコンサルタント、社内ピアサポーター、希少がんコミュニティ raccoon（掲示板）） | 平均 1.2（初期値）から平均 3.5（最終値）に増加しており目標はある程度達成したと言える。 |
| | ②知る機会 (イベント参加等) | ②元のイベント参加数 | ②がん患者が、知りたいことについての正しい情報を得るためのサイトやイベントがテーマごとに複数開設・開催され、情報を得ることで、自分らしく生きる意欲を持つことができる | ②・ピアサポーター合同研修会参加者697、エピソードバンク閲覧数47,834 ・治療と仕事の両立支援啓発イベント参加者313、「りぼら」プログラム利用者37 ・制度セミナー再生数1,036、がんアライ部参加者119、ブリッジ研究会207、シンポジウム195 | 平均 1.6（初期値）から平均 3.5（最終値）に増加しており目標はある程度達成したと言える。 |
| | ③ つながる機会 (新しい就職先や専門家、患者同士など) | ③N/A | ③がん患者が就職や自分らしく生きるための手段、心身の状態などについて話し合える場が数多く生まれ、その場を活用する事例が見られるようになる | ③ピアサポーター合同研修会 7回、エピソードバンク登録数162、投稿件数 63 ・治療と仕事の両立支援啓発イベント 3回。集客イベント 7回、「りぼら」プログラム 7回 ・ワークショップ15回、ブリッジ研究会9回、シンポジウム1回、アライ部名古屋4回 | 平均1.9（初期値）から平均 3.8（最終値）に増加しており目標はほぼ達成したと言える。 |
| | ④ 挑戦できる機会（就労等、自らの生活の質を高められる機会など | ④N/A | ④がん患者が仕事にやりがいを持ち、よりよい人間関係の構築や自分らしい生き方に挑戦し始めるなど気持ちの変化が明らかに見える状態。周囲の理解も進み、がん患者への社会的差別がなくなる方向へ向かっている状態 | ④・ハローワークでチラシを受け取り「りぼら」へ参加2、りぼら参加後ハローワークへ引き継いだ人5 | 平均 1.8（初期値）から平均 3.2（最終値）に増加しておりループリック 3段階目に達しているが、目標達成には及ばなかった。 |

| 短期アウトカム (資金支援) | 指標 | 初期値/ 初期状態 | 目標値/目標状態 (p. 14-15ループリック の4段階目) | アウトカム発現状況 (実績) | 目標達成状況 |
|--|--|--------------|---|---|---|
| 2. 支援地域で、小児がんやAYA世代がん、希少がん患者支援強化により、小児がんやAYA世代がん、希少がん患者に対する社会の認知が高まり、悩む人が減少傾向が見え始める。 | 小児がん、AYA世代がん、希少がん患者の悩みを緩和させる機会が創出された。 ①相談する機会 (相談件数) | ①元の相談件数 | ①ニーズに沿って相談する場所がいくつかテーマごとに開設され、相談できることを容易に知ることができ、多くの人の相談がなされることで、自分らしく生きる、働く意欲を持つことが出来る状態 | ①・小児がん体験者健康管理相談11、 ・がん患者のセクシュアリティチャット相談13・登録75 (その他の相談機能を持った場開設：希少がんコミュニティraccoon (掲示板)) 小児がん経験を明らかにしたくない人が少なからず存在することが把握できた | 平均1 (初期値) から平均3.5 (最終値) に増加しており目標はある達成したと言える。 |
| | ②知る機会 (イベント参加等) | ②元のイベント参加数 | ②がん患者が知りたいことについての正しい情報を得るためのサイトやイベントがテーマごとに複数開設・開催され、情報を得ることで、自分らしく生きる意欲を持つことができる | ②・小児がん・AYA世代みんなの健康サイト訪問数121,579 ・「がんと性(サイト)」動画コンテンツ (12本) 再生数2,750 (キャンサーチャンネル一般公開・再生数32,986)、イベント参加数会(7回) : 会場10、Zoom・YouTube1830、アーカイブ6728 ・希少がんオンデマンド視聴数15,324、サミット申込581 | 平均1.8 (初期値) から平均3.6 (最終値) に増加しており目標はある達成したと言える。 |
| | ③つながる機会 (新しい就職先や専門家、患者同士など) | ③N/A | ③がん患者が自分らしく生きるための手段、心身の状態などについて話し合える場が数多く生まれ、その場を活用する事例が見られるようになる | ③・小児がんの親、体験者ヒヤリング3回 ・がんとセクシュアリティイベント8回、パートナーへの意思表示lineスタンプ (使用回数確認不可) ・希少がんコミュニティraccoon (掲示板) 登録266 (がん種109種類)、raccoon cafe7回 | 平均1.4 (初期値) から平均3.6 (最終値) に増加しており目標はある程度達成したと言える。 |
| | ④挑戦できる機会 (就労等、自ら生活の質を高められる機会など) | ④N/A | ④がん患者が仕事にやりがいを持ち、よりよい人間関係の構築や自分らしい生き方に挑戦し始めるなど気持ちの変化が明らかに見える状態。 周囲の理解も進み、がん患者への社会的差別がなくなる方向へ向かっている状態 ※ループリックによる検証 | ④上記への参加 実行団体のヒヤリング結果である、ループリックによる測定では、がんの両立支援に対する環境はある程度整えられていたが、進展がない状態だが、介入することで、確実に環境や受益者に変化はおきている。 具体的な取り組み(初期値) の前のがんについての理解促進がアウトカム達成にはさらに重要 ※期間2020年ー2023年2月 | 平均1.4 (初期値) から平均3.5 (最終値) に増加しており目標はある程度達成したと言える。 |

5-1アウトカムの達成度 ②短期アウトカムの計画と実績（非資金的支援）

| 短期アウトカム (非資金支援) | 指標 | 初期値/ 初期状態 | 目標値/目標状態 | 目標達成時期 | アウトカム発現状況 (実績) | 事前評価時の 短期アウトカム |
|---|--|--------------|---|---------|---|--|
| 3、実行団体や患者団体、企業間のコミュニケーションが深まることで、関係者の連携が構築される | ①対がん協会がつないだ、協力機関・者の数。（定量） ②対がん協会が主導した連携事案の内容と期待される効果。（定性） | N/A | 3-①つながった協力機関・者の数 3-②連携構築の事例ができる | 2023年3月 | 3-① 個人10（選定委員6、日本対がん協会患者支援チームスタッフ4）、企業1 3-② 就労支援において、小会が紹介した企業との連携が実現。その企業の協力のもと事業プログラムを実施し、次へ繋げていくための実績づくりともなっている。 | 3、支援地域で、実行団体や患者団体間のコミュニケーションが深まることで、実行団体や患者団体、関係機関の連携が構築される。 |
| 4、企業のがん対策についての価値や課題が可視化され協力が増える。 | ①対がん協会がつないだ（あるいは側面支援した）企業の数 ②企業の「がん対策」における変容内容（事例） | | 4-①企業数、関連組織数 4-②連携事案の事例ができる | | 4-① 企業6、団体50（日本対がん協会支部含む） 4-② 経団連へ働きかけ、活動に理解を得ることが出来た。企業向けのがん対策アンケートへ協力してもらい2185社へアンケートを実施。（※n数が少なく、本事業においては参考程度にとどまった） | 4、支援地域で、実行団体のスキルアップや組織基盤強化が図られることにより、がん患者支援に対する民間公益活動が強化される。 |
| 5、事業の意義、認知が広まり、「がん患者支援」の理解が増える。 | 「がん患者支援」についての理解者の拡大 | | 対がん協会が休眠預金事業外で実施した活動を通じて、本事業について発信・リーチした人数 | | 5. 「対がん協会報」2020年3回、21年3回、22年3回8万部に記事掲載 ・Twitterフォロワー4,346人、Facebookフォロワー13,746人 ・GSCメルマガ：登録者3,711人 ・患者・家族のSNSサバネット：登録者2,375人 ・休眠特設HP：記事閲覧数5,697人 ・活動小会動画：閲覧数1,115人、各実行団体サイト遷移13人（12月23日公開） ・朝日新聞：発行部数400万部（希少がん、ブリッジのイベント紹介） | 4、支援地域で、実行団体のスキルアップや組織基盤強化が図られることにより、がん患者支援に対する民間公益活動が強化される。 |
| 6.実行団体の事業が、本事業完了後も継続できる財政的・人的・組織的持続可能性が確認できる。 | 実行団体の事業が、本事業完了後も継続できる財政的・人的・組織的持続可能性が確認できる。 | | 財政、人的資源、組織基盤の3つの観点からレーティングし、事業開始時と比較し整備が進んでいる | | 6. ・23年1月時点で6団体が事業必須の規定を整備情報公開実施。 ・評価の専門アドバイザーと勉強会、個別ミーティングを実施、評価を学び、意見交換の機会を設定。 ・JANPIAを通じた企業連携施策や各種勉強会の情報発信、無償で学べる機会を提供。ファンドレイジング研修会参加団体は学びとコネクションを得てクレジット寄付を開始した。 | |

5-1アウトカムの達成度

③アウトカム達成度についての評価

【資金的支援】

| 項目 | 内容 |
|--------|---|
| アウトカム1 | 支援地域で、就労支援事業により、がんになっても共生して仕事できるような環境改善の傾向が見え始める。 |
| アウトカム2 | 支援地域で、小児がんやAYA世代がん、希少がん患者支援強化により、小児がんやAYA世代がん、希少がん患者に対する社会の認知が高まり、悩む人が減少傾向が見え始める。 |

■中間評価時の点検検証で「資金分配団体の成果は実行団体の成果の単純な総和ではないのでは」との指摘を受け、資金的支援のアウトカム指標の見直しを行った。判断基準として協会スタッフ、評価アドバイザーと意見交換を重ね、到達度を評価する際に使用する評価指標であるルーブリックを設定した。

新たな指標として事業を「相談する機会」、「知る機会」、「つながる機会」、「挑戦する機会」と言う4領域に分類。達成度を4つの階梯に分け、実行団体が事業対象として介入した受益者、関係者、場の総合的な変化を点数化する。1から4の間を小数点1桁まで使い点数化し、本指標でアウトカムの達成度を検証する。

細かい達成状態は次のルーブリックを参照。



「がん患者支援などの事業」 ルーブリック表

| 領域 | 1 達成されていない状態 | 2 少し達成されている状態 | 3 ある程度達成されている状態 | 4 最も望ましい状態 (2023年3月時) |
|---------------------------------------|---|--|--|--|
| 相談する機会 (相談件数等) | がん患者が相談できる場が存在しない、あるいは存在を知らずに、自分らしく生きようとする意欲を持つ手段がわからない状態 | がん患者が相談できる場の必要性が世の中に認識され、医療機関、NPO,企業などで相談を受けられる場が作られ始める。 | がん患者が就労や医療以外のことで相談してもよいのだという意識を持ち、またそのための場ができ始めて相談することが始まっている状態。 | がん患者がニーズに沿って相談する場所がいくつかテーマごとに開設され、患者が相談できることを容易に知ることができ、 <u>多くの人の相談</u> がなされる状態。 |
| 知る機会 (イベント参加等) | がん患者が知りたいことについてアクセスする方法もわからず、玉石混淆の情報に惑わされてしまう状態 | がん患者が知りたいことについてのニーズの把握がなされ、そのための機会づくりが始まる状態。 | がん患者が自分の知りたい個別テーマについて情報を得られる場所の存在を知ることができる状態。 | がん患者が、知りたいことについての正しい情報を得るためのサイトやイベントが <u>テーマごとに複数開設・開催</u> され、情報を得ることで、自分らしく生きる意欲を持つことができる状態。 |
| つながる機会 (新しい就職先や 専門家、患者同士 など) | がん患者の孤立が深まり、悩み事を緩和する人間関係が全く見いだせない状態。その状態を打破するための場が設定されない状況が続いている。 | がん患者の孤立を和らげるため、同じ病気を持つ人や同じ悩みを持つ人とつながりたいという気持ちが醸成される状態。 | がん患者が就職や自分らしく生きるための手段、心身の状況などについて話し合える場が生まれ参加者を募れる状態。 | がん患者が就職や自分らしく生きるための手段、心身の状態などについて話し合える場が数多く生まれ、その場を活用する事例が見られる状態。 |
| 挑戦できる機会 (就労等、自ら生活の質を高められる 機会など) | がん患者が治療、人間関係、仕事などに挑戦する意欲を持つことを支援できず、がん患者への社会的差別がなくなる状態 | がん患者が治療・人間関係、仕事などに挑戦する意欲を持ち始めるための工夫や場が設定され始める状態。 | がん患者が挑戦できる環境を整えることの必要性に周囲が気づき始め、少なからぬがん患者に前向きな気持ちが見られ始める状態。 | <ul style="list-style-type: none"> ・がん患者が仕事にやりがいを持ち、よりよい人間関係の構築や自分らしい生き方に挑戦し始めるなど気持ちの変化が明らかに見える状態。 ・周囲の理解も進み、がん患者への社会的差別がなくなる方向へ向かっている状態 |

〈ループリックの点数化〉

4つの機会について、実行団体へヒヤリングの上、事業開始前の初期値と事業開始後の進捗値を点数化。各領域を4段階でレーティングした。

※初期値/赤 達成値/青

〈初期値について〉初期値の点数が低い領域は事業の新規性が高いと読み取れる。本事業では「相談する機会」の初期値が総じて最も低かった。「相談する」機会は過去に取り組みが無かったわけではない。小会でもがん患者を対象にした無料のがん電話相談の事業を設立当初から実施しており、各患者会、がん診療拠点病院やがん就労では地域の産業保健センターが就労に特化した取り組みを行っている。

その現状にありながら、各団体が「1」もしくはそれに準じた点数を付けた。これは取り組みはあれど上手く機能していない、または病気や治療による問題は個別性が高く、全ての問題に共通するスタンダードをつくるのが難しいということだと推察される。取りこぼされた人たちを拾い上げるために革新的な「相談する」仕組みが必要とされた。

他の3つの領域では初期値の点数を「2.少し達成されている状態」とした判断が多く、課題と認識れ取り組みは始まっているが、進んでいない、機能していない状況であると判断されていた。

QOL支援をテーマとした、「希少がん」、「がんとう性」の問題は「知る機会」以外の初期値が低く新規性が高いテーマであるとみることができる。

| 領域 | 実行団体 | 1達成されていない状態 | | 2 少し達成されている状態 | | 3ある程度達成されている状態 | | 4 最も望ましい状態 | |
|-----------------------------------|-----------------|-------------|-----|---------------|-----|----------------|-----|------------|--|
| | | 1 | 1.5 | 2 | 2.5 | 3 | 3.5 | 4 | |
| 相談する機会 (相談件数等) | がんの子どもを守る会 | 1.0 | | | | | 3.5 | | |
| | 日本希少がん患者会ネットワーク | 1.0 | | | | | 3.5 | | |
| | がんサネットジャパン | 1.2 | | | | | 3.6 | | |
| | CSRプロジェクト | | 1.5 | | | | 3.5 | | |
| | 日本キャリア開発協会 | 1.0 | | | | | | 4.0 | |
| | ブリッジ | 1.2 | | | | 3.0 | | | |
| 知る機会 (イベント参加等) | がんの子どもを守る会 | | | 2.0 | | | 3.5 | | |
| | がんサネットジャパン | | | 2.0 | | | | 4.0 | |
| | 日本希少がん患者会ネットワーク | | 1.5 | | | | 3.5 | | |
| | CSRプロジェクト | | | 2.0 | | | 3.5 | | |
| | 日本キャリア開発協会 | | | 2.0 | | | | 4.0 | |
| | ブリッジ | 1.0 | | | | 3.0 | | | |
| つながる機会 (新しい就職先や専門家、患者同士など) | がんの子どもを守る会 | | | 2.0 | | | 3.5 | | |
| | 日本希少がん患者会ネットワーク | 1.0 | | | | | | 3.8 | |
| | がんサネットジャパン | 1.2 | | | | | 3.5 | | |
| | CSRプロジェクト | | | 2.0 | | | 3.5 | | |
| | 日本キャリア開発協会 | | | 1.8 | | | | 4.0 | |
| | ブリッジ | | | 2.0 | | | | 4.0 | |
| 挑戦できる機会 (就労等、自ら生活の質を高められる機会など) | がんの子どもを守る会 | | | 2.0 | | | 3.5 | | |
| | がんサネットジャパン | 1.2 | | | | | 3.6 | | |
| | 日本希少がん患者会ネットワーク | 1.0 | | | | | 3.5 | | |
| | CSRプロジェクト | | | 2.0 | | | 3.5 | | |
| | 日本キャリア開発協会 | | 1.5 | | | 3.0 | | | |
| | ブリッジ | | | 2.0 | | 3.0 | | | |

〈達成値について〉

また初期値との達成値の差分の一番大きな値は日本キャリア開発協会の「相談の機会」での「3」、これは事業の新規性、成功モデルの導入、その中の相談機能はこれまでになかったものであることを読み取れる。一番小さな差分はブリッジの「挑戦できる機会」の「1」。ヒヤリングでは、がん告知のショックで離職してしまう「ビックリ離職」は減っており、仕事を続けられると言われるがハードルが高い。周りの環境がついて行っていない状況」という言葉に表れている。就労について、もともとある程度の取り組みがある中でも、「挑戦の機会（仕事を続ける・元の職場、離職後の再就職）」は簡単な問題ではない、しかしそれでも一歩前進したと、事業の達成度は評価される。また全実行団体の事業開始後の点数は、すべての領域で「3. ある程度達成されている状態」以上と判断されており、ループリックからみた資金的支援のアウトカム達成度は、課題を残しつつも概ね達成されたと評価できる。

活動から見た達成度

資金的支援のアウトカム達成の指標となる4つの機会を発現させる場、達成度合いは前述したアウトプット実績（P9-10）、アウトカム実績（P13-14）の通り。

「**相談する機会**」では、CNJ「がんと性」の相談アプリのリリースをはじめ、それぞれの手法と視点で相談の場を設置している。

「**つながる機会**」※1について、研修会、ワークショップ、講演会などでの意見交換、グループワークなど各団体ごとに特有の場が作られ、悩みや情報の共有が行われた。

「**知る機会**」について、各実行団体が患者、家族が知りたいことについて情報えるためのイベント（オンライン、ハイブリット）、サイト、アプリ、印刷物、web広告などで各種情報を発信。新型コロナで、IT活用を積極的に行ったため、ネット上で情報の取りやすい環境を構築。小冊子、チラシは病院へ設置するなど受益者の目に触れる場所へ配布するなど工夫がされた。

「**挑戦する機会**」※2について、「相談する機会」、「知る機会」、「つながる機会」に対する行動を含め、3つの機会いずれかを経て確認された受益者の行動変容による。
CSR：ピアサポーター養成合同研修会/コンピタンスの有効性確認、JDCA：キャリア形成指標の上昇傾向・自己肯定感の上昇、ブリッジ：個人面談/患者の自己決定に効果確認。CNJ：21年、22年アンケート比較/相談できなかつたとの回答21年57.77%→22年37.68%、パートナー、友人、主治医、医療従事へ相談したとの回答は増。

※事例1：CSR・社内ピアサポーター育成合同研修会は異業種交流の場になった。

JDCA・りぼらプログラムからハローワークへ引き継いだ参加者5名

※2事例：りぼらプログラム参加者が日本対がん協会の助成プログラムで患者会の立ち上げにチャレンジ。

【非資金的支援アウトカム】

| 項目 | 内容 |
|--------|---|
| アウトカム3 | 合同会、意見交換会（様々な掛け合わせ）等で事業テーマを活性化させ周知を集める（場を作り提供）、企業アンケート調査 |
| アウトカム4 | 発信、周知、啓発、共有、共感し、世の中のがん患者・サバイバーに寄り添い、本人やステークホルダーの行動を促す（実行団体が起こす小さな波を大きな波に） |
| アウトカム5 | 出口戦略（協働）の可能性を実行団体と個別協議・共有し、準備する |
| アウトカム6 | 実行団体の事業が、本事業完了後も継続できる財政的・人的・組織的持続可能性が確認できる |

活動から見た達成度

アウトカム3・・・・・・・・

・関係者間の連携について、専門家による選定委員会（医療、精神腫瘍、NPO、企業人事）を構成し事業採択だけでなく、その後の事業アドバイスや評価への協力体制を組むため、実行団体、選定委員を交えた合同レビュー会を毎年3団体×2回実施。実行団体と選定委員に独自の繋がりが生まれ、本協力体制はうまく回っている。/ブリッジが自治体へ働きかける際、有識者の意見を取り入れたいという希望に沿って複数の選定委員との3回のミーティングを設定し、コメント作成に繋げ、行政とのネットワーク作りの材料となった。

・新型コロナウイルスの影響で、JDCAのりぼらプログラムの企業向けプログラムへの協力企業参加が厳しい状況となり、がんの両立支援に理解の深い企業を紹介、継続的な協力を得ることができた。がん両立支援のフォーラムを小会と共催。JANPIAを通じた企業連携（プロボノ）の働きかけにも協力。ステークホルダーとの連携、関係構築に微力ながら貢献できたと評価する。

アウトカム4・・・・・・・・

・「対がん協会報」2020年10月、12月、2月、21年4月、6月、8月、22年7月号、23年1月、2月号 延べ8万部に掲載、病院、自治体、保健所、事業所など職場単位購読もあり、より多くの人目に触れている可能性もある。

・協会SNS：Twitterフォロワー4,346人、Facebookフォロワー13,746人

・がんサバイバー・クラブメールマガジン：登録者3,711人

・患者・家族のSNSサバネット：登録者2,375人

・休眠特設HP：お知らせ、特集記事閲覧数5,697人

・広報発信手段の検討→助成期間終了後も情報発信を継続するツールとして、活動動画を作成、小会HPにてYouTube動画としてアップ中。SNSでも拡散。閲覧数1,115人、各実行団体サイト遷移13人（12月23日公開）

上記で実行団体の活動を拡散。確認できるのは共感・興味（団体HPへリンク）まで、ムーブメントまでは至らなかった。助成期間終了後も使用できる動画コンテンツを作成。多くの人に情報を発信できた、上記にあるように実行団体の活動紹介動画は団体HPへ遷移する建付けで配信を続ける。



アウトカム5

- ・2年目の年度末に最終年度の事業のヒヤリングを実施、出口戦略についても意見交換。3月のレビュー会では小会患者支援グループ、選定委員などが出口戦略の共有と意見交換を行った。
 - ・事業終了後も広報協力を続けるためのツールとして実行団体の活動紹介動画を制作配信、今後も折に触れ活用していく。
- 業開始当初の個別ミーティングで、「報告業務の事務を削減してほしい」といった意見が出され、協会は分かり易い説明や入力サポート、管理業務の省力化につながるサポートを行った。これは事業スタートにあたり実行団体との信頼関係の一助になり、結果実行団体からも前向きな協力を得た。
- ・事業開始当初、必要とされる規程を備え付けていない団体がほとんどだった。作成にあたり、規定のサンプル提示など相談に乗り伴走をした。また6実行団体すべてが、各規程の情報公開を行っていなかったが、23年1月時点ですべての団体が規程をそろえ情報公開を行っている。規程を作成するに当たり、それぞれの団体が自団体のガバナンス整備に向き合う機会を得た。
 - ・事業継続にあたり、財政基盤を整えたいとの意向がある実行団体に声がけをして、JANPIAのファンドレイジング研修会へRCJが参加し、研修会で得たネットワークによりクレジット引き落としの寄付を取り入れるなど効果と学びがあった。理解者のすそ野が少しでも広がるよう、がんの子どもを守る会のポスターやチラシ（寄付依頼も掲載）を、対がん協会46支部へ設置。
 - ・JANPIAを通じた企業連携の施策（プロボノ・ボランティア）へ、人的資源の不足を感じている実行団体へ後押しや、各種勉強会の案内など、無償で学べる機会を提供した。日本キャリア開発協会の共催イベントでは、放映動画の編集作業、当日の運営に協会スタッフが協力した。事前評価、事後評価では専門のコンサルと勉強会や個別ミーティングで評価について学びや意見交換の機会を設定した。20年5月～6月、事業評価のための個別ミーティング、意見交換会を実施、6団体21名参加、累計17回、22年10月～11月、6団体19名参加、累計13回。事業を通じ普遍的な事業評価のノウハウが6団体に伝わった。

アウトカム6

組織基盤

- 必須となっている規程を備え付けていない団体がほとんどだったが、3年目に全ての団体が整備を終了。規程設置にあたり、規定サンプルの提示など相談に乗り伴走をした。事業継続にあたり、財政基盤を整えたいとの意向がある実行団体に声がけをして、JANPIAのファンドレイジング研修会へ日本希少がん患者会ネットワークが参加をした。クレジット引き落としの寄付を取り入れるなど一定の効果と学びがあった。理解者のすそ野が少しでも広がるよう、がんの子どもを守る会のポスターやチラシ（寄付依頼も掲載）を、対がん協会46支部へ設置。
- JANPIAを通じた企業連携の施策（プロボノ・ボランティア）へ、人的資源の不足を感じている実行団体へ後押しや、各種勉強会の案内など、無償で学べる機会を提供した。
- 日本キャリア開発協会の共催イベントでは、放映動画の編集作業、当日の運営に協会スタッフが協力した。事前評価、事後評価では専門のコンサルと勉強会や個別ミーティングで評価について学びや意見交換の機会を設定した。事業を通じ普遍的な事業評価のノウハウが6団体に伝わった。
- 非資金的支援のアウトカムについても概ね達成していると評価する。



5-2波及効果（想定外、波及的・副次的効果）

・新型コロナの影響により、各実行団体は事業計画に織り込まれていたIT活用のアプリ開発と導入を加速、ネットやハイブリッド活用による全国支援対象者・支援関係者とのコミュニケーション、イベントは地域を問わずより多くの参加者をつなぐことができた。事業計画にはなかったものの、ITによるコミュニティアプリを開発し、対面施策に替えてがん患者交流や声を吸い上げる継続的な仕組みも作られた。

・本休眠事業に対する協会内の活用できるリソースできるの洗い出しを実施し、小会の強み、協力を仰ぐべきスタッフなど、リソース“見える化”され、患者支援グループ以外の部署との連携体制が強化された（がん患者支援事業、がん予防事業、広報など）。21年度に入りがん就労支援事業を念頭に経団連へ連携の働きかけを始め、企業向けのがん対策アンケートへ協力を依頼。しかし、アンケート自体は本事業では参考程度にしかならず、本事業とは切り分け、貴重な調査情報としてまとめ公開を行った（別添）。経団連との連携について本事業ではマッチングしなかった。しかし対がん協会の新規事業「働く世代のためのがんリテラシー向上プロジェクト」での連携へと繋がった。JDCAのりぼらプログラムの参加者が小会の助成金事業で患者会を立ち上げるなど、事業連携の副次的効果も見られた。

5-3事業の効率性

同様の事業における効率性の比較はできないが、投入した人員は患者支援グループ、知見を有したがん検診研究グループ、情報発信を担う広報など、欠かせない人材であった。新型コロナの変化に対応するために、コミュニケーションツールとしてZoom契約などIT機器に資金を投下し、実行団体、関係団体、有識者などとのミーティング、レビュー会に大いに役立った。当初、資金計画で計上していた交通旅費は必要最低限なものとなった。また、Zoomを活用することで、実行団体から資金、報告物についてミーティングを求められたときに、即座に対応ができた。

評価関連経費を使って、企業アンケートを実施したが、n数が少なく、本事業で有効活用ができないであろうと結論、本事業経費として計上せず、経費を返金した。

出口戦略の一環で各事業団体の活動紹介動画を制作した。本動画を助成期間終了後も実行団体の事業広報の継続の各となるコンテンツにすべく、資金を投入した。22年12月末からHP、Facebookなどで公開しているが、公開ページにリンクを貼り各団体のHPへ遷移できる仕組みにしている。動画から団体のページへリンクする人もおり、事業の理解者、協力者を増やすための広報ツールとして手ごたえを感じている。

6.成功要因・課題

「仕事とがん治療の両立支援事業」においては、がん罹患時—治療後—職場復帰後の各ステージにおけるがん患者本人・医療従事者・企業との連携の調整機能の発揮、就労体験、職場における支援対象者本人と周囲の仲間との関わりをスコープとした職場開発プログラムを実施。がん患者の就労両立支援だけでなく技能向上、キャリア観や意識の変化など行動変容を促すことができた。取り組みを支える人材育成といった視点も各事業には盛り込まれている。

「QOL向上支援事業」は、3団体それぞれ固有のプログラムの開発と活用に取り組んだ。センシティブながん患者の性について、相談を気軽に行える相談アプリの開発とリリース、情報が限られているという切実なニーズから専門サイトでのコンテンツ整備、小児がん経験者の健康管理事業では、小児がん経験者や家族・専門家によるチームを構成し、徹底的なヒアリングや調査を行い、対象者の参画感・目線で開発された健康管理サイトを始動し、健康管理相談の受け皿に。希少がん患者については、希少性のがんであるが故に生じる情報ギャップ、それを担う産官学連携強化のオンライン施策やコミュニティアプリの開発による地域性にとらわれることなく参加が可能になった。

6団体がそれぞれが向き合う社会課題のニーズを把握し、時代にマッチしたウェブサイト、ツール、アプリケーションなどの充実をはかり事業のアウトカムを担う重要な仕掛けとすることができた。

課題として、各団体のサイトやアプリ、オンラインの仕掛けについて相談件数や登録数が伸び悩んでいる。オンラインでの啓発限界を感じている団体もいる。

がんの罹患は人生において予期していないことであることが多い。他人事で過ごしてきた人がある日突然当事者になってしまうという性質上、事前に罹患した時にどのような困難が発生するのか、どんな知りたいことがあるのかが可視化されていない。このことが、課題解決のための場や制度を準備しても活用につながらない理由だと考える。がん患者当事者になる前にいかにヘルスリテラシー教育を受ける機会を増やしていけるかが解決の道筋のひとつだとかんがえている。

当協会は伴走支援の在り方を模索し、広報強化を伴走支援の中核に据え、協会のリソースを活用して情報発信を行ってきた。今後も活用する実行団体の活動紹介動画について、22年12月末より公開を始めたため、助成期間中に効果検証ができていない。



7.その他深掘り検証項目（任意）

8.結論



8-1事業実施のプロセスおよび事業成果の達成度の自己評価

| | 想定した水準までに 少し改善点がある | 想定した水準にあるが 一部改善点がある | 想定した水準にある | 想定した水準以上にある |
|--------------|-----------------------|------------------------|-----------|-------------|
| (1) 事業実施プロセス | | | ○ | |
| (2) 事業成果の達成度 | | | ○ | |

8-2事業実施の妥当性

「がん患者支援などの事業」の事業実施の妥当性について

「がん患者支援などの事業」では中長期アウトカム「全国で、がん患者・家族への偏見がなくなり、患者ががんと共生して自分らしく生きることができる地域・社会になる。」を目指し、がんに関わる重要課題を洗い出した。事業開始時の短期アウトカム（資金的支援）は5つ。

| 項目 | 内容 |
|--------|---|
| アウトカム1 | 支援地域で、就労支援事業により、がんになっても共生して仕事できるような環境改善の傾向が見え始める。 |
| アウトカム2 | 支援地域で、がん患者の自殺防止の取り組みにより、自殺を考えなくても済むような状況改善の傾向が見え始める。 |
| アウトカム3 | 支援地域で、小児がんやAYA世代がんの患者支援強化により、小児がんやAYA世代がんに対する社会の認知が高まり、悩む人が減少傾向が見え始める。 |
| アウトカム4 | 支援地域で、希少がんや障害者の患者の支援強化、患者団体の増加により、希少がんや障害者患者に対する社会の認知が高まり、悩む人の減少傾向が見え始める。 |
| アウトカム5 | 支援地域で、がん相談の活動の日数・時間拡大により、患者や家族の悩みを解決できる場が、より広がる状態になる。 |



実行団体選定後、選ばれた6団体6事業との整合性を図り、アウトカムを「1. 支援地域で、就労支援事業により、がんになっても共生して仕事できるような環境改善の傾向が見え始める。」「2. 支援地域で、小児がんやAYA世代がん、希少がん患者支援強化により、小児がんやAYA世代がん、希少がん患者に対する社会の認知が高まり、悩む人が減少傾向が見え始める。」という2つにまとめた。それに合わせて非資金的アウトカム、アウトプットも整理した。事業計画については、中間評価時で受けた指摘が切っ掛けとなり、資金的支援のアウトカム指標の見直しを行った。非資金的アウトカムも合わせて微修正し、評価は修正後の事業計画をもとに実施。

事業によってもたらされる社会的な便益を最大化する目的で、就労支援事業とQOL向上事業2つのテーマ（6事業）にリソースを集中した。一方で、コロナ禍で医療関係者との連携に困難が生じている中で、IT活用やオンライン施策の強化、工夫など広範な議論を行った。前述（6.成功要因・課題）したようにウェブサイト、ツール、アプリケーションなどが事業のアウトカムを担う重要な仕掛けとなった。

また実行団体が実施する事業の受益者はがん患者・体験者であるが、それらを支える関係者（職場の仲間や人事、医療従事者、キャリアアドバイザー、地域行政、病院、患者会など）も重要な支援対象者として捉えられている。特にがん就労支援事業においては、がん患者・体験者を主たる受益者として焦点を当てつつも協働者を複合的に包含し、課題解決の為の支援対象者として捉えた事業となっている。

事業成果を「新しい事業モデルの形成」、「協働ネットワークの形成」、「人材の育成」という視点で検証する。手の付けられていない領域への着手が事業コンセプトであったが、課題解決の新しい切り口のアプローチによって、新しい事業モデルが6つ作られた。就労支援事業では協働者の巻き込みと育成が事業の立て付けに含まれている。（例：CSR/ピアサポーター養成合同研修会、JDCA/技能講習ブリッジ/支援者養成講座、JDCA/技能講習）また、受益者の行動変容もきちんと捉えられている。波及効果としてCNJの事業の副次効果で、他団体で「がんと性の問題」を取り上げた講演会などが徐々に開催されるようになってきていることが挙げられ、啓発、周知、理解が着実に進んでいることを感じ取れる。



9.提 言

今回の取り組みでは、6つの素晴らしい団体と一緒にそれぞれのがん患者支援に関連する課題の解決に挑みました。公募前は十分な取り組みがなされていなかった「がんと就労」「がん患者のQOL向上」というテーマにチャレンジし、当事者がそれらを知り活用する動きが出てきているという結果にいたったことは、数的には少なくとも貴重な事例が生み出されたといえます。助成期間終了後の事業継続によるこの課題の改善には、この3年間で続けてきた以下のプロセスが生かされると考えます。

- ・異なる手法やテーマでも関係者が意見交換・情報交換しながら事業を進めること
- ・アウトプットを積み重ね、メディアなどが取り上げることで社会課題が主流化し、国、学会、企業がジョインしてくる普遍的なプロセスを継続すること

全国で幅広いがん対策を推進する団体である日本対がん協会としても、各事業の継続を見守り成果発信をサポートしてまいります。一方で、草の根事業活動者がその知見を活かして社会課題解決に取り組むための持続可能な体制づくりの必要性は痛感しました。NPOの内部統制やガバナンス、ファンドレイジングといったスキル向上の必要性に気付く広報や研修を幅広く行う機関があれば、日本の非営利団体はさらに活動が活発化するのではないのでしょうか。



10.知見・教訓

当協会をはじめとして、がん患者の支援を目的として活動している団体は複数あります。今回、熱意と実績を持つ実行団体と一緒にアウトカムを目指す活動に参画できたことは大変有意義な機会となりました。がん患者の就労支援、QOLの向上は国のがん対策にも含まれる重要な課題ですが、その進展はこの事業開始前までは十分とは言えませんでした。当事業での一つの成果も数として大きなものではありませんが、当協会が本事業を通じて以下の認識を得ました。

- ・がん支援領域の活動団体は多くの専門知識を有し適切な専門家と協働しながら課題解消に挑んでおり、実行団体・資金分配団体での知見の相互交換が有意義であったこと
- ・実行団体の生み出した事例、把握した現状、データ自体やこれらをまとめた報告類は、課題領域の取り組みの進展に活用されうるものであること
- ・こうした活動者の事業は資金提供のみならず、企業の理解、協力によっても支えられており今後の連携創出が重要であること
- ・がんの領域に特化して活動する団体以外特に、働きがい、不平等の解消などの課題解決をめざす団体と意見交換し包括的な支援を検討することは有効であること

当協会においては、これらの教訓を生かしながら、事業期間中には十分に取組みなかつたがん未経験者がいかにヘルスリテラシー教育を受ける機会を得られるかということに取り組んでいくことで、これまでの成果との融合を図りたいと考えております。

