

がん患者への「化粧」支援プログラムの日本への適用可能性に関する研究

東京大学大学院 医学系研究科健康科学

高 橋 都

Cancer treatments are often accompanied by drastic changes in patients' appearances. Complications such as hair-loss, changes in skin color, loss of body weight have a tremendous impact on body image and self esteem. Despite these impacts medical professionals focus their interest on treating the disease itself seldom giving comprehensive advice on body image issues in the clinical setting.

This research focused on the "Look Good ...Feel Better" program that has been catering to cancer patients' needs regarding body and self esteem issues for more than ten years in the USA. The "Look Good ...Feel Better" program is a free, national public service that helps women undergoing cancer treatment learn to cope with the appearance related side effects of treatment and regain a sense of self-confidence and control over their lives. The program was founded in 1989 through a partnership between the Cosmetic, Toiletry, Fragrance Association Foundation (CTFA) , American Cancer Society (ACS) and National Cosmetology Association (NCA) . The three partners support the program through the provision of funding, volunteer training, and supply of free educational materials and cosmetics.

In order to investigate the possibility of implementing this program in Japan, the author participated in a "patient session" and a "volunteer training session" workshops held by the "Look Good ...Feel Better" program in Los Angeles area in 2001. The author also conducted interviews with local American Cancer Society staff who were in charge of the program to get detailed information on how the project is structured and managed. As for activities in Japan, the author collected information on the groups/individuals that provide profit/non-profit activities that aim to increase people's quality of life using cosmetics. The information was obtained through the Internet homepages, an online database "Igaku-chuoazashi", newspapers and magazines.

This report describes the outline of the "Look Good ...Feel Better" program. It includes the breakdown of responsibility of the three partners who oversee the program, principles and content of the program, training processes for volunteers, and the author's impression on the "patient session" and "volunteer training session". The report also describes the current situation of the activities related to cosmetology in clinical settings in Japan. Lastly, the author discussed some points that are particularly relevant to implementing the program in Japan.

1. 緒 言

がんは日本人の死因の第一位であり¹⁾、我々の日常生活に極めて身近な疾病である。がん治療は全身の脱毛、顔色の変化、体重減少など、種々の外見変化を引き起こすことがあり、それら副作用は患者のボディ・イメージを大きく変容させ、生活の質（以下 QOL）や自尊心の低下にもつながる²⁾。しかし多忙な臨床現場では、患者の外見の変化にまで細やかに対応する余裕がなく、患者は個人的努力で工夫や情報収集を余儀なくされているのが現状である。

アメリカでは、全米化粧品工業会（Cosmetic, Toiletry, Fragrance Association Foundation : 以下 CTFA）、アメリカがん協会（American Cancer Society: 以下 ACS）、全米コスメトロジー協会（National Cosmetology Association: 以下 NCA）の3者が共催で「Look Good...Feel Better」（以下 LGFB）という無料支援プログラムを展開している。

これは、美容師やメイクアップアーティストの資格を持つボランティアが、がん患者に治療中の化粧のヒントや脱毛時の工夫に関するアドバイスを提供するプログラムであり、がん患者の心身のリハビリテーションの一貫として高い評価を得ている^{3, 4)}。

わが国では LGFB のような化粧ボランティアによる無料サービスはほとんど見られないが、治療を受けながら活発な社会生活を送るがん患者の一層の増加が見込まれる現在、外見の変容への支援を検討することは極めて重要である。

本研究の目的は以下の2点である。

1. アメリカにおける LGFB の活動に参加し、運営の実態を詳細に検討すること。
2. 日本国内における、「化粧療法」の実施主体や活動内容を調査し、1. との比較を通じて、LGFB の日本における実現可能性を考察すること。

2. 研究方法

2-1 LGFB の患者セッション及びボランティア養成セッションへの参与観察

平成 13 年 10 月 22 日にロサンゼルス の UCLA メディカルセンターで行われた患者向けセッションに参加し、スタッフの役割分担や進行の様子の観察、および参加者に提



"Look Good ... Feel Better" program: its importance and applicability to Japanese clinical settings

miyako takahashi

Department of Social Gerontology, School of Health Sciences and Nursing, University of Tokyo

供される資料や化粧品の確認を行った。

同12月1日カリフォルニア州パサデナのアメリカがん協会支部で開かれたボランティア養成セッションに参加した。また、ボランティア養成セッションを担当したアメリカがん協会ソーシャルワーカー Kim Young 氏に、セッション教材に記載されていないプログラム実務についてヒアリングを行うとともに、関連資料を収集してプログラム運営の詳細を把握した。

2-2 日本国内の「化粧療法」の実施主体や活動内容の実態把握

インターネット、医学中央雑誌データベース、新聞雑誌などの活字メディアを通じて、国内で「化粧療法」を提供する団体・個人・医療機関に関する情報を収集した。

3. 結果

3-1 LGFB プログラムの概要

3-1-1 プログラムの目的と歴史

LGFB プログラムは、抗がん剤治療や放射線治療の副作用によって外見の変化をきたした患者に美容専門家の資格を持つボランティアが化粧の仕方や脱毛時の対処方法を直接アドバイスする、成人女性がん患者対象の無料プログラムである。1989年に始まったこのプログラムは、全米で年間約3万人のがん患者に利用され、プログラム開始当初からの総利用者数は20万人を超える。アメリカ以外でも展開され、現在までにイギリス、カナダ、オランダ、アルゼンチン、オーストラリア、ニュージーランド、ノルウェー、シンガポールの8カ国で実施されている。なお、13～17歳までの患者（男女）を対象にした、「10代プログラム（Look Good ... Feel Better for Teens）」というプログラムが別に実施されている。また、成人男性患者を対象にしたプログラムも開発中である。

3-1-2 プログラムの実施主体

LGFB プログラムは、アメリカのCTFA、ACS、NCAの3者の共催で、全米展開されている。

■ Cosmetic, Toiletry, Fragrance Association (CTFA)

化粧品・トイレ用品・香水関連商品を扱う会社が400以上参加する業界団体。プログラム全体への財政的支援、患者セッションで使用する化粧品の寄付、ボランティアトレーニングや患者用の教材制作、患者のニーズアセスメントやプログラムの評価を担当する。

■ National Cosmetology Association (NCA)

全米で5万人以上の会員を持つメイクアップアーティストやヘアスタイリストの団体。以前はNCAの会員であることがLGFBプログラムにボランティアとして参加するための必須条件だったが、現在は非会員でも参加できる。

■ American Cancer Society (ACS)

がん患者への各種情報提供や支援プログラムを実施する全米最大の非営利団体。プログラム実施の実務（参加者の募集、会場となる病院のスタッフとの調整等）を担当する。

3-1-3 プログラム内容

LGFB プログラムには以下の3原則に基づいて運営されている。

1. プログラムは医学的な情報を提供するものではないこと
2. プログラムは無料で提供されること
3. プログラムを通じて特定の製品を推奨しないこと

患者セッションの会場はほとんどが病院内の一室であり、ACS担当者と受け入れ病院担当者（多くの場合ソーシャルワーカー）の事前打ち合わせで決定される。ボランティアが参加者に十分個人指導できるよう、参加者数は5～12名に限られている。プログラム所用時間は全体で約2時間である。この時間内に、スキンケア、メイクアップ、かつら等の利用法、ネイルケアの4トピックが取り上げられ、参加者の一人をモデルにしたメイクアップの実演が行われる。

患者セッションでは参加者一人一人に「ツールボックス」と呼ばれる化粧用品セットが無償提供され、参加者はそれを用いてボランティアの指導を受ける。一つのツールボックスには、総額\$200～\$300相当の化粧品が入っており、CTFAに属する企業によって無償提供される。化粧品会社が寄付をする場合、試供品ではなく市販品を、一つの製品につき最低1000個以上の提供することが義務づけられている。ツールボックスは、製品の色調によってLight, Medium, Dark, Extra Darkの4種類がある。参加者の人種によってACSコーディネーターが前もって手配するが、あくまでプログラムからの「贈り物」であって参加者が購入する商品ではないため、参加者の肌色と完全にマッチするとは限らない旨、説明されている。遠隔地に住む患者のために、ボランティアが例外的に個人指導をすることもあがるが、この場合ツールボックスは提供されず患者個人の化粧品を用いる。

3-1-4 ボランティアの養成方法と質の維持

LGFBボランティアとして応募できるのは、コスメトロジスト、エステティシャン、ネイルテクニシャン等、美容専門家として既に正規の資格を持つ者だけである。一度ボランティア養成セッションを修了し、LGFBボランティアとして登録した者は、2年に一度更新研修を受けることを強く勧められる。更新研修では基本的技術の復習を行うとともに、その2年間のLGFBプログラムの変更点などが伝えられる。

ACS本部は各地区で中心的役割を果たす美容専門家（State Trainer；全米で8名）とその地区のACSスタッ

フを招いて“Train-the-Trainer”という会合を定期的に行き、各地区の養成セッションを指導する美容専門家を確保する方策をたてている。State Trainerの下にはRegional Trainerと呼ばれるボランティア指導者が配置されている。

LGFBプログラムでは、ボランティアへの感謝を表すため“Look Good ... Feel Better Volunteer Recognition and Award Program”という活動も実施している。ボランティアとして参加する美容専門家とともに、受け入れ病院などの担当者（サイトコーディネーター）やACSのスタッフも表彰し、その後もプログラムに積極的に関わるよう動機付けをしている。

3-1-5 患者セッション及びボランティア養成セッションの印象

実際に参加した患者セッションとボランティア養成セッションの進行内容や参加者の様子は中間報告書⁵⁾に詳述したので、本報告書では両セッションを通じて特に印象に残った点のみ記す。

■ボランティアの当事者体験

ボランティアとして参加を希望するメイクアップアーティストは、自分自身あるいは家族や親しい友人ががん体験を有していることが多かった。ボランティア自身、がんに伴う社会生活上の苦労を実感していることが、参加患者への共感を高め、セッション運営を円滑にしていると考えられた。

■同病者交流の効果

参加した患者の病名は、乳がん2名、卵巣がん4名。5名が脱毛中で、残り1名も脱毛が予想される治療を受ける予定。人種構成はアジア系、ラテン系が一人ずつで、残り4名は白人。参加者は、会場に入った時点から自らの経験談を語り合い、極めて和やかな雰囲気の中でプログラムが進行する。セッション会場は、がん・脱毛・外見的变化という問題を共有する同病者が安全に交流できる場所でもあり、参加者の心理的安寧にも効果があると考えられた。

■訴追回避の努力

ボランティア養成セッションでは、LGFBプログラムの範囲で実施していること／してはいけないことが明確に区別されていた。（例えば、カツラの装着アドバイスはするが、参加者が持参したカツラのトリミングは一切行わない。ネイルケアについても実演はせず、注意点を口頭で伝えるに留める。）本プログラム及びボランティアが参加患者から訴追されることがないように、法的責任範囲を考慮してプログラムが立案・実施されていた。

■セッション運営上の問題

セッション中、実際に以下のような問題が観察された。
・モデルの実演の進行が早い場合、他の参加者が追いつかないことがある。

- ・ ツールボックスの製品の色調は種々の人種的背景に対応する目的で4段階用意されているが、参加者の肌色に必ずしもマッチするとは限らない。
- ・ 参加者、ボランティアとも圧倒的に白人が多いので、メイクアップのアドバイスも白人女性を基準につくられている印象がある。
- ・ ツールボックス内の化粧品は複数の化粧品会社から寄付されているため、ボランティア自身が普段使用しない製品も含まれており、製品の使用方法に関する知識が乏しい場合がある。
- ・ 特定の製品を勧めない原則にもかかわらず、ボランティアによっては普段使い慣れている製品を患者に勧めることがある。

3-2 日本における高齢者などへの化粧指導の現状

近年国内でも、高齢者への化粧や、ケガ・病気・先天性変化による外見の変化を目立たなくする化粧が注目されている⁶⁾。活動主体も様々であり、化粧品会社（資生堂・カネボウ・ポーラ等）、メイクアップアーティスト個人やオフィス（小林照子氏、矢野実千代氏、トニータナカ氏・かづきれいこ氏等）、一般医療機関、老人医療機関・福祉施設、地方自治体などが含まれる。サービスは無償であることも、営利事業として実施される場合もある。

高齢者（痴呆高齢者を含む）を対象としたサービスは主にボランティアによって無償提供されており、「化粧療法」「お化粧セラピー」「ケアメイク」「コスメティックセラピー」等と呼ばれて化粧行為による心理的效果やリハビリ効果が期待されている。化粧品会社の専門スタッフやメイクアップアーティストが老人医療・福祉施設に出張して高齢者に化粧指導を行う活動が多い。岐阜県では県介護普及・実習センターが老人ホーム職員などを対象に各種療法の専門研修を実施しており、平成7年度から化粧療法を取り入れている。その結果、老人医療・福祉施設内の美容室設置、化粧品会社の訪問化粧教室などの試みが増加して効果を上げている⁷⁾。

一方ケガ・病気・先天性疾患による外見変化については、カバーアップの特殊技術が求められ、有償サービスであることが多く、「リハビリメイク」「メディカルメイクアップ」のように、より医学との連携を強調した呼び方をされている。特定の大学病院の形成外科や皮膚科と連携して医療現場に出張するケースもあれば（例：資生堂と昭和大学医学部）、メイクアップアーティストが複数の医療専門家の協力を得て専門の相談施設を設置する例も見られる（例：アピランスリハビリセンター）。

近年はサービスの対象を拡げ、院内にエステ施設を開設して一般入院患者にスキンケアも含めた「化粧エステ療法」を提供している拡げる一般病院も見られる（<http://www3.ocn.ne.jp/~johoku/>）。

このように美容専門家が専門技術を生かして医療・福祉領域で活動する機会は増加しており、今後の需要を見込んで「美容福祉コース」を設ける福祉・医療技術系の専門学校も増えている。これら教育機関のカリキュラムには、美容技法と共に社会福祉論・障害者論・リハビリテーション理論・カウンセリング理論などが組み込まれていることが多い。

学術研究面からも注目を集めており、平成11年には美容専門家による医療・福祉領域の活動をより学術的に研究する目的で日本美容福祉学会が設立された。

心理学領域でも化粧行為の心理的効果に関する実証研究が蓄積されており⁸⁾、日本社会心理学会でも自主企画が組まれている⁹⁾。これらの研究は「化粧心理学」として心理学の一分野となりつつある。また、学術領域と実践を結びつける活動として、医・美・心研究会によるメイクセラピスト養成講座の試みも見られる。

このような趨勢の中で、がん患者を対象とした活動や研究報告はほとんど見られない。継続的な活動としては、わずかに、北里大学病院における乳がん患者を対象とした試み¹⁰⁾や、がん治療のため一時的に脱毛した人にかつらを貸与する「夏目雅子ひまわり基金」(<http://www.himawari.ne.jp/>)が挙げられる程度である。その中で、乳癌当事者団体であるVOL-NET (<http://www.vol-net.jp/>)が平成14年から始めた「おしゃれわくわくプロジェクト」という活動は注目に値する。VOL-NETは、脱毛経験者を対象としたアンケート調査¹¹⁾やかつらメーカーへの訪問調査¹²⁾を通じて、当事者のニーズをメーカーに伝えとともに、患者向けパンフレットの作成を行っている。当事者自身によるこのような活動は、今後一層の広がりを見せる可能性があるだろう。

4. 考 察

4-1 LGFB の特徴

LGFBプログラムは美容専門家が無償で専門技術を提供するボランティア活動であるが、活動に関わる4者である患者自身・ボランティア・化粧品会社・病院のそれぞれにとっての利点があげられる。1. 参加する患者同士の交流を促進する自助グループ効果 2. 美容専門家が専門技術を生かして参加できる個人ボランティア活動 3. 個々の企業、および業界全体としての社会貢献 4. 病院サービスの差別化、の4点である。

1. 自助グループ効果

がん治療のために何らかの外見の変容をきたした患者は、治療のために必要な最低限の外出を除けば自宅にひきこもりがちになりやすい。LGFBは外見の変容をきたした患者に具体的な対応方策を伝授するとともに、似たような状況にある他の患者と出会う場も提供している。日常生活の苦労を分かち合い情報交換をすることを通じて参加者

の孤独感が軽減され、自助グループに類似した効果が期待できる。

2. 専門技術を生かした個人ボランティア活動

LGFBは美容専門家が自らの専門技術を生かして取り組めるボランティア活動である。ボランティアは特定の化粧品会社の枠を超えて募集されているので、化粧品会社主導の活動が少ない地方在住の専門家も活動に参加できるのは大きなメリットである。

3. 企業単位・業界としての社会貢献

参加企業は、製品を無償提供することでプログラムに貢献している。さらにCTFAがプログラムの共催者として本プログラムを強力に推進していることは、化粧品業界全体のイメージアップにもつながっている。

4. 新たな病院サービスの提供による医療施設の差別化

LGFBを病院で行うプログラムの一貫として取り入れることで、その病院が単にがんという疾患の身体的治療だけでなく、全人的な心理社会的支援にも取り組んでいるというアピールになっている。特にがん患者の外見の変容に対処するプログラムがほとんど見られないわが国では、病院サービスの新たな差別化戦略としての効果も期待される。

4-2 LGFB の日本適用可能性について

LGFBプログラムはアメリカの他にも世界8カ国で展開されて高い評価を受けている。前述のように国内におけるがん患者を対象「化粧療法」の実践報告は数少ないが、何らかの外見の変容を補うことを目的とした「化粧」に関する研究や実践活動が活発化してきた昨今、わが国においてもがん患者を対象とした同様のプログラムは十分に実現可能性があると言えよう。しかし、LGFBを日本国内で実施するにあたっては、検討すべきいくつかの留意点がある。

4-2-1 プログラムの運営主体の課題

LGFBプログラムはCTFA、ACS、NCAのパートナーシップで実施されている。業界団体であるCTFAは、財政的支援、化粧用品の調達、教材の作成などプログラムのハード面の中核部分を担当している。アメリカにおける本プログラムの成功はこのCTFAの全面協力に負うところが大きく、他の国々でもCTFAに相当する業界団体の支援が得られている。複数の化粧品会社による連携は本プログラム最大の特徴であり、フリーや地方在住の美容専門家のボランティア参加を容易にする重要なポイントでもある。わが国においても、特定の会社だけでなく広く業界全体の協力を得ることが不可欠であろう。

CTFAはプログラムのハード面を担うが、美容専門家であるボランティアは実際に患者に接してメイクアップのアドバイスを提供するソフト部分の要である。ボランティアの多くは自分自身や家族・友人ががん体験を有しており、

その個人的経験が活動に参加する最大の動機になっていると考えられた。この点は、患者に対する共感を保つ上で非常に重要である。ただし、がん体験には個人差が大きく、ボランティア各自の経験に基づいた価値観を患者セッションに持ち込まないよう、トレーニング段階で十分留意することも必要であろう。

プログラム全体の調整役である ACS の機能を受けもつ団体が国内に存在しないのも問題である。ACS は、LGFB プログラムの全米への広報、会場となる個々の病院との連絡調整、ボランティア応募者のトレーニングなどに関わり、プログラム全体の運営を円滑にしていた。日本の場合、がん患者会は各地に存在するものの、現時点では ACS に相当するような全国規模の非営利支援組織が存在しない。この調整役割を誰が担当するのか、新たな NPO 設立の必要性なども含めて今後詳細な検討が必要である。

4-2-2 プログラム内容の課題

LGFB プログラムの内容は、スキンケアとメイクアップを基礎としており、かつらやネイルケアに費やす時間は相対的に短い。しかし抗がん剤治療などで脱毛をきたす場合、患者の社会生活に及ぼす影響が大きく、患者にとってはメイクアップよりも脱毛への具体的対策に関する情報提供のニーズが高い可能性もある。LGFB では、かつらについては法的トラブルを回避するために総論にとどめているが、購入方法・使用方法・手入れの仕方など、より具体的な情報提供が求められよう。その際、VOL-NET などの当事者団体が作成したパンフレットなど、既存資料の発掘と活用も課題である。

5. 総 括

がん患者対象の「化粧療法」プログラムである LGFB に参加し、運営の実を検討するとともに日本国内における適用可能性を考察した。本プログラムはわが国においても新たな患者サービスとして、また専門技能を生かした美容専門家のボランティアプログラムとして、さらには企業や化粧品業界全体の社会貢献活動として、大きな可能性が期待できる。

(引用文献)

- 1) 厚生統計協会：国民衛生の動向，2000
- 2) Noyes DD and Mellody P: Beauty and Cancer, Taylor Publishing, Dallas, 1992.

- 3) Anderson MS and Johnson J: Restoring of body image and self-esteem for women after cancer treatment - a rehabilitative strategy. Cancer Practice, 2, 345-359. 1994.
- 4) Landis NT: Pharmacy technician helps cancer patients look good. American Journal of Health-System Pharmacy, 56, 208, 1999.
- 5) 高橋 都：癌患者への「化粧」技術指導プログラムの日本への適用可能性に関する研究．コスメトロジー研究振興財団 研究業績中間報告集第 11 号 33-43, 2002
- 6) 村澤博人：外見に対する意識の変化がもつめるこれからの社会．フレグランスジャーナル 49-52, 2003
- 7) 岐阜県県政トピックス 健康増進課「化粧でいきいき健康に！ -- おしゃれ健康法の実践」<http://www.pref.gifu.jp/kouhou-c/futrai/9708/topics/topics05.htm> (2003 年 1 月 20 日アクセス)
- 8) 大坊郁夫：Well-being としての化粧の心理的効果．ストレス科学 15, 269-275, 2001
- 9) 大坊郁夫，箱井英寿企画 日本社会心理学会自主企画「装い」セラピーの可能性を探る - 化粧と被服の心理的効果．日本社会心理学会第 43 回大会発表論文集 876-877, 2002
- 10) 小越明美、蔵並 勝、越田佳朋他：乳癌在院患者に対する精神的 QOL の改善を目的とした化粧療法 第 10 回日本乳癌学会総会抄録集，125, 2002
- 11) VOL-NET：化学療法に伴う脱毛経験者の声と問題点 - 乳がん患者アンケート結果から．<http://www.vol-net.jp/01opensite/Main2/Sub9-2.htm>
- 12) VOL-NET：私達が廻ったかつら屋さんの特徴と印象．<http://www.vol-net.jp/01opensite/image/021216katura.pdf>

(参考文献)

- 1) Look Good ... Feel Better -- How to conduct a patient session. CTFA Foundation, 1997.
- 2) Look Good ... Feel Better Homepage: <http://lookgoodfeelbetter.org/>
- 3) Look Good ... Feel Better -- Guide for American Cancer Society Volunteers. American Cancer Society.
- 4) Look Good ... Feel Better -- Education material for Los Angeles Region Certification Class. December 10, 2001.
- 5) Look Good ... Feel Better News, Volume 101, Number 1, 2001.