

## ワークショップ4

## 献血ルーム feel における新たな情報発信方法の検討

## ～「もっとクロス」を念頭においた各種の取り組みについて～

森本ルイ子(東京都赤十字血液センター)

## 【はじめに】

日本赤十字社では、「苦しんでいる人を救いたい」という赤十字精神の下、9つの事業が行われている。

内閣府が、ボランティアおよび寄附などの社会貢献に関する市民の意識・行動を把握するために行った「平成25年度市民の社会貢献に関する実態調査」<sup>1)</sup>によると、3,044人の回答者のうちボランティアの参加経験者は35%であった。一方、関東甲信越ブロック血液センターが行った「献血者満足度調査」<sup>2)</sup>では、ボランティアの参加経験者は献血者の49% (n=5,622) に上る。また、内閣府の同調査でボランティアに参加する理由は、「困っている人を支援したい」が41.1%であり、これは日赤の掲げる使命にも通じるものであった。これらのことから、献血者は一般に比べて高いボランティア志向を持ち、赤十字の活動やその精神に共感する意識も高いことが示唆される。

献血ルーム feel (以下 feel) は、献血ルームは赤十字の活動を発信する場所として効果が高く理解の得やすい場所であると考え、献血に限定せず赤十字の活動を広く紹介するさまざまなイベントを開催し、赤十字の精神と活動に対する理解者ならびに共に活動できる赤十字パートナーの創出を目指している。

このような背景を踏まえ、本稿ではこれまで feel が行ってきた取り組みについて述べる。

## 【赤十字の他事業と協働するイベント開催】

feel は平成25年4月に開設し、以来、血液事業の枠を超え他事業と協働するイベントを開催している。これまで、日赤東京都支部と連携したものとして、日中韓の学生が交流する「青少年赤十字交流プログラム」の会場として feel を提供したほか、災害時に役立つ「減災セミナー」や「赤十字救急法講習会」を開催した。葛飾赤十字産院とは職員の子供を対象にした「職場見学会」を2年連続で開催して

いる。昨年のクリスマスには赤十字子供の家のための「チャリティイベント」を実施。また、日赤本社とは企画広報室と「赤十字150年写真展」を開催したほか、東日本大震災復興支援推進本部から講師を招いて講演会「東日本大震災 復興支援のあゆみ」を、また、ICRCの関係する「国際人道法模擬裁判弁論トレーニングビデオ鑑賞学習」も開催した。さらに、赤十字奉仕団やその他の支援者の見学を随時受け入れ、より一層の理解と協力を促進している。

## 【情報発信としての facebook の利用】

このようなイベントでは来場者だけでなく、広く情報発信することにより、多くの人に赤十字の活動を知ってもらえることができる。feel では facebook を利用してルーム独自のページ(情報発信スペース)を開設し、ルーム情報だけでなく上記イベントや赤十字の活動の発信を行ってきた。その結果、feel のページに対する「いいね」(ページに対する好意的な意思表示を示すもので、ページに表示されている「いいねボタン」を押すと、その後も feel の新しい記事が自動的に配信される)は、ページ開設以来増加を続け、1年7カ月経過した平成26年10月には1,500件を超えた。「いいね」を押した方々(ユーザー)は、feel の掲載した情報を日常的に受け取ることで feel との距離が縮まり、feel や赤十字に対する親近感が増すと期待している。また、facebook では、feel が掲載する記事に対するユーザーのコメントやシェア(ユーザーが記事をシェアすると、ユーザーの知り合いにも記事が配信される情報拡散機能)だけでなく、献血に訪れた方がイベントの様子を facebook 内で自らの個人ページに投稿するなどして、ユーザー自身が feel の情報発信を行うパートナーともなりえる。このように、facebook が拡散性の高い情報発信方法となっていることは、feel のページに掲載された記事に対する閲覧者数が、平成26年10月現在、

表 1 facebookでの情報拡散

月	2013/04	2013/05	2013/06	2013/07	2013/08	2013/09	2013/10	2013/11	2013/12	2014/01
①feelのページの掲載記事数	5	16	21	13	20	11	14	10	7	7
②同ページの掲載記事閲覧者数	2,718	7,727	8,184	8,346	10,549	8,300	10,407	6,109	3,745	4,567
③「いいね」数	63	180	252	335	402	526	571	662	687	762

  

月	2014/02	2014/03	2014/04	2014/05	2014/06	2014/07	2014/08	2014/09	2014/10	合計
①feelのページの掲載記事数	13	13	8	8	10	9	11	11	8	215
②同ページの掲載記事閲覧者数	11,945	11,443	8,461	8,424	17,358	12,774	13,072	12,905	11,696	178,730
③「いいね」数	840	938	1,035	1,150	1,252	1,353	1,444	1,494	1,529	

①feelがfacebookに掲載した当該月の記事数, ③「いいね」数は開設からの累積数

延べ178,730件になったことでも知ることができる(表1)。facebookでの投稿は容易かつ無料で行うことができ、費用対効果の観点から、その閲覧数には一定の評価を与えることができると思われる。参考として、東京都における平成25年度のDM発送数は257,422通であった。

#### 【最後に】

このように、feelでは赤十字の他事業と協働す

るイベントを開催して血液事業の枠を超えた赤十字ブランディングの強化に貢献している。また、facebookを利用した情報拡散によって、赤十字の支援者や活動に賛同する人々が集い、血液センターが赤十字のパートナーを創出していく場となることを目指している。同時に、このような方針のもと、職員がさまざまな企画を計画、実施することで多くの人々と接し、職場が思考の場となり、成長の場となることを目指している。

#### 参考資料

- 1) 内閣府「平成25年度市民の社会貢献に関する実態調査」

<https://www.npo-homepage.go.jp/data/report36.html> (平成26年11月18日現在)

- 2) 関東甲信越ブロック血液センター 内部資料「献血者満足度調査」(平成26年血関企第229号により実施)