

[特別企画2]

地域性を活かした小規模ルームでの献血者確保の取り組み
—地域に根ざし、広がる推進活動—

吾郷太起, 仲市直次, 加藤まゆみ, 日比野高仁, 富田 実, 大西博幸,
秋田治彦, 北折健次郎, 山田高義, 森澤 隆, 田口博行, 大西一功
愛知県赤十字血液センター

【はじめに】

愛知県名古屋市中区の大須商店街に位置する大須出張所は、ベッド数5床で全血400mL献血を主体業務とする県内最小規模の献血ルームである。開設以来、主に従来型の献血推進である街頭での呼びかけで献血者確保に取り組んできた。しかし平成22年度以降、若年層献血者を中心に採血数が低迷する状況にあった。一方で、当出張所が位置する大須商店街は、中部地区最大の商店街として多くの人が集まる町である。そこで、大須商店街の魅力ある地域性を献血ルームに取り込むことで、地域の人やそこに集まる人を献血ルームに呼び込むことができないかと考えた。

この「地域性を活かした取り組み」の結果、献血者の増加が得られたので報告する。

【方 法】

まず、大須商店街には3つの特徴的な地域性がある。

1つ目は大須観音を中心に発展した「浅草のような」昔ながらの門前町であること。

2つ目はアニメ・アイドルファンが集まる「秋葉原のような」オタクの町であること。

3つ目は流行ファッションが手に入る「原宿のような」若者の町であること。

以上3つの地域性に着目し、次の3つの取り組みを行った。

1つ目は、「ご近所づきあい」を大切にし、商店街開催の縁日のお餅つきや商店街の夏祭りにスタッフとして参加したことである。商店街の行事には主に出張所長が参加し、他の店舗の店長様方と

同じ目線で交流を持った。その結果、商店街の方との間に「献血ルームも商店街を盛り上げる仲間だ」という認識が芽生え、さらには近隣店舗のご好意で、ビル屋上の大型電光掲示板に無償で広報動画を放送していただけるに至った。

2つ目は、大須商店街で活動するご当地アイドルの協力を得て、毎週の呼びかけ運動やルーム内の飾りつけを行った。先方は自身のPRにもなることから、積極的に協力を申し出、当方は献血ルームとしてアイドル活動の場を提供することで新規ファン＝新規献血者の獲得、献血リピーター化に至った。

3つ目は、若年層が興味関心をもつコンテンツの運営団体とコラボし、萌えキャラクターのイラスト展や、コスプレイヤーによる呼びかけ、市民劇団の子供たちによる呼びかけなどの献血推進イベント・キャンペーンを実施した。先方にとって日本赤十字社という大きな組織とのコラボは積極的にPRしたい活動であり、SNSなどでも広く情報拡散がなされた。先方関係者からの献血協力もあった。また、コラボを実施している様子を見て、別の運営団体からもコラボしたいという申し出があり、継続的なイベント実施が可能となった。なお、先方を献血推進団体に登録することで、ライオンズクラブなどの献血活動と同様に無償の社会貢献活動として協力を得られた。

これらは従来の当方から先方へ「お願いします」と依頼をする従来の形の協力ではなく、先方から「ぜひ一緒にやらせてください」と申し出を受ける新しい形の協力によるコラボイベントとなった。

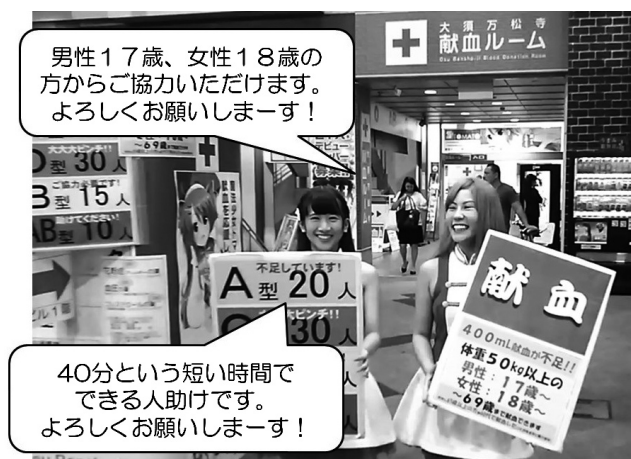


図1 ご当地アイドル毎週呼びかけ活動

【結 果】

平成27年度400mL献血者数は14,926人(前年度比1,436人増, 110.6%)となった。特筆したいことは、アイドルコラボ・コラボイベントの取り組みが単に当方にとってメリットがあっただけではなく、先方にも活動の場や実績作り, 社会貢献活動のPRになるというメリットがあったことである。また、意外性のあるコラボを行ったことで新聞にも掲載され、日赤の広報媒体以上の広報効果があった。このように、双方にメリットがある、「Win-Win」の形でのコラボを行うことで、「おたがいさま」の気持ちで継続的に協力できる取り組みとなった。

【考 察】

「地域性を活かした取り組み」では、まず地域性を理解することから、そこで働く職員が献血ルームに必要なものに気づき、考え、行動したことで、献血協力の輪が地域に広がっていった献血推進であった。当出張所においては、職員が地域性を理解したことで「ご近所づきあい」の必要性に気づき、どのようなことができるか考え、実際に地域行事に参加したことで、地域の方たちからも、献血ルームの現状や若年層への献血推進の重要性を理解していただくことにつながった。この双方向の理解を土台として、「アイドルの呼びかけ」「若

年層向けイベント」という直接的に献血者確保につながる取り組みを行うに至った。

もし、地域の方たちから献血ルームへの理解がないまま「アイドルの呼びかけ」「若年層向けイベント」を実施していたとしたら、地域から奇異の目で見られ、また苦情などにより、うまくいかなかっただろう。

【まとめと課題】

当出張所では、従来型の献血推進では安定した献血者確保に限界を感じるようになってきた。そこで新たに「地域性を活かした取り組み」として、地域性の理解を図り、地域に合わせた献血推進を行った。その結果、地域の人、地域に集まる人たちを献血ルームに呼び込むことができた。この取り組みでは一日に3～4人という小さな成果ではあったが、毎日の積み重ねで1年では1,400人以上、前年度比1割以上の増加となった。とくに当出張所のような小規模な献血ルームにとっては大きな成果となった。

課題として、少人数の部署ゆえに地域の行事やイベントの打ち合わせなどで職員が抜けてしまうと、献血者の受入業務が手薄になってしまう。それを他の職員でどうカバーして行くかが課題である。現在は、職員の役割分担を見直し、一人ひとりが守備範囲を広げるとともに、この取り組みを

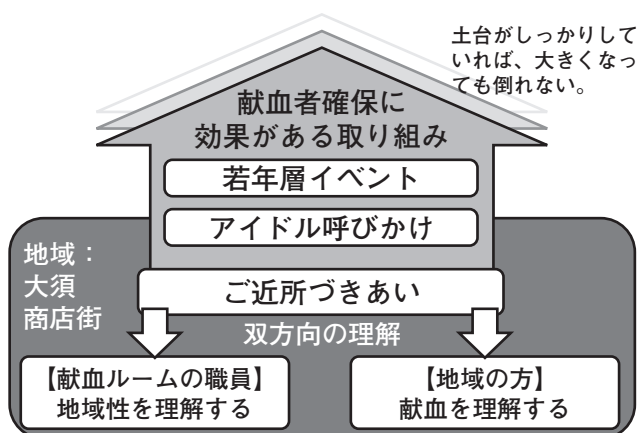


図2 「広がる推進活動」とは

今後も引継ぎ，継続的な取り組みにしていけるための業務の見直しを始めているところである。

【最後に】

従来，愛知県内の献血ルームで実施される献血推進は，県内一斉，同一内容で行われてきた。このような方法は，実施までの職員の負担やコストが最小となるメリットがあるが，一方ですべてのルームで成果を挙げているとはいいがたい。本報告では，各献血ルームが，地域性を理解し，地域の人，地域に集まる人に合わせた献血推進を行う

ことで，より費用対効果の高い献血推進が可能だという一例を示すことができたのではないかと考える。また，趣味趣向が多様化している若年層に向けて，多様な方法で献血推進を行うことで，より多くの献血協力へのきっかけづくりができるのではないかと考える。

※これらの取り組みの様子は愛知県赤十字血液センター公式facebook掲載の写真をご覧ください。