

[報告]

10代献血者確保に向けた推進係のアプローチ

香川県赤十字血液センター

海野陽大, 石井博喜, 秋山淳也, 中西義徳, 徳田修太郎, 増田雅也, 本田豊彦

Approaches in Blood Donation Promotion Division
to secure blood donors in the teenagers*Kagawa Red Cross Blood Center*Akihiro Umino, Hiroki Ishii, Junya Akiyama, Yoshinori Nakanishi,
Shutaro Tokuda, Masaya Masuda and Toyohiko Honda

抄 録

10代献血者確保推進については、全国的に喫緊の課題とされており、香川県赤十字血液センターとしてもあらゆる角度から推進を強化した。10代献血者数目標達成を目指した推進係の取り組みは、大きく分類すると、1. 渉外活動の強化 ①：学域への配車台数の増加 ②：新規移動採血実施校の掘り起こし（過去には実施したがH28年に実施できていない学校に対し交渉し再開） ③：移動採血実施不可をなくす取り組み、2. 学生献血推進協議会との連携強化、3. 新規広報展開である。またその他すべての学域において、当センター職員および担当教員から学生への周知強化を徹底した。その結果、当センター全体で10代献血者数は、H28年度実績1,748人に対しH29年度実績1,840人となり、前年度比105.3%となった。移動採血においては、当センターの年度目標である移動採血一稼働55人以上を確保した上で、H28年度実績1,297人に対しH29年度実績1,462人となり前年度比112.7%となった。

Key words: promotion, teenagers, blood donation

【はじめに】

10代献血者については、全国的に減少傾向にある。香川県赤十字血液センターにおいては、H25年度からH27年度にかけて1,850名前後であったが、H28年度にはH27年度に比べ100名(5.4%)減少した。そこで、その状況に歯止めをかけるため、渉外活動の強化、学生献血推進協議会(以下、学推と略す)との連携強化、新規広報展開等の対策を講じ実施したところ、H29年度には92名(5.3%)の増加となったため報告する。

【方 法】

1. 渉外活動の強化

①毎年実施している学域3校に対しては実施回数を増やしていただけるよう交渉した。さらに、実施時期を従来よりも早い時期に設定し、採血基準の一つである採血間隔不足の発生を防ぐよう工夫した。②過去には実施できていたが、H28年度には実施できていない学域4校に対し、粘り強く実施していただけるよう交渉した。③先方事情で実施不可の申し入れがあった学域3校に対し、学

園祭準備日等に献血実施日を振り替える等の提案を行った。

2. 学推との連携強化

H29年度は学推との協議を重ね、学園祭献血を活性化させた。学推との連携強化の有用性は過去の研究から明らかである¹⁾。

3. 新規広報展開

昨今、多くの若年層がスマートフォンから情報を得ている。そこで、従来の紙媒体の広報に加え、H29年度はスマートフォンやタブレットにてアクセスしたインターネット上において、若年層が多く閲覧するサイトにバナー広告を掲載する広報展開を新規実施した。

【結 果】

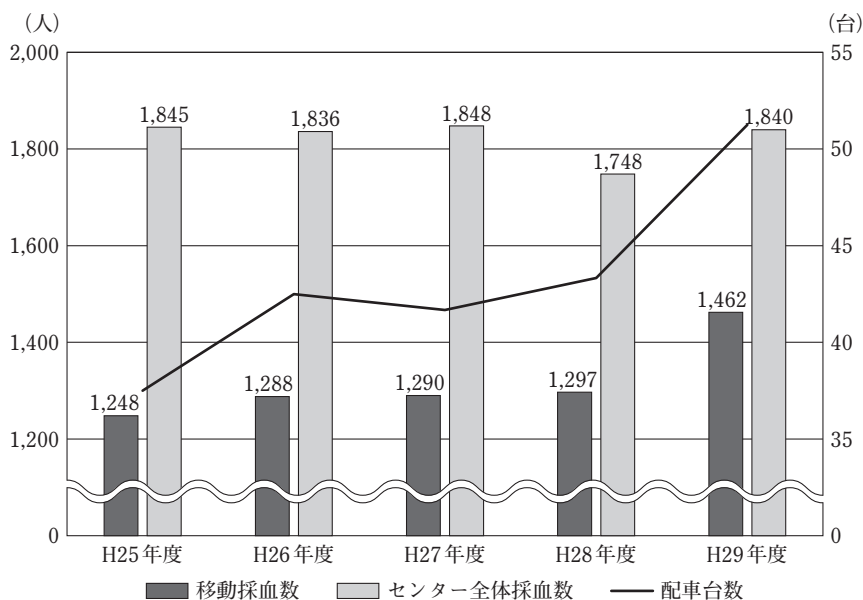
当センター全体で10代献血者数は、H28年度実績1,748人に対しH29年度実績1,840人となり、前年比105.3%となった。移動採血数については

移動採血一稼働55人以上を確保した上で、H28年度実績1,297人に対しH29年度実績1,462人となり、前年度比112.7%となった(図1)。その取り組みを以下に述べる。

1. 渉外活動の強化による献血者数の推移

①学域実施回数と採血数(表1)

表1に示すように、A校(高等学校)、B、C校(大学)においてそれぞれ実施回数を1回増やし、学域の10代献血者数は3校合計で、H28年度193名に対しH29年度は238名となり、前年度比123.3%の結果となった(A校からC校それぞれ別日での稼働。A校B校は2カ所移動の2カ所目。C校は1カ所)。採血数が最も増加したA校は献血に対し非常に理解がある高校であり、年々増加傾向にあったが、受付時間に限りがあるため献血希望者がいるにも関わらず、終盤受付を打ち切る状況になっていた。従来、献血は親子面談日での実施であったが、面談日が複数回あることを渉外時にヒアリングしたことから校長先生および担当



※400mL献血率：99.7%

※一台あたりの献血者数合計(10代含む合計：54.0人)

図1 最近5年間の10代採血実績および配車台数実績

教諭に対し、連日の実施を交渉した。また、センター内の配車計画においてもA校が複数日実施できるよう早い段階で他の渉外先とも調整を行い実施に至った。

②新規移動採血実施校に交渉し、4校合計で54人の確保に繋がり、採血数54人がそのまま対前年度実績増の数字となった。校長先生や担当者が定期的に変わる学域へは、電話や訪問からアプローチを始め、その後若年層献血の必要性を訴え続けて実施に至った。担当者が変わらない、あるいは過去の経緯を知っている学域に対しては、実施不可となった要因を可能な限り聞き取り、その要因を少しでも解消し実施に結びつける交渉を行った。実施時間帯がネックとなった学域に対しては、たとえば夕方1～2時間程度で少数の参加となっても調整し、優先的に配車した。

③運用変更により献血実施不可をなくす取り組み。

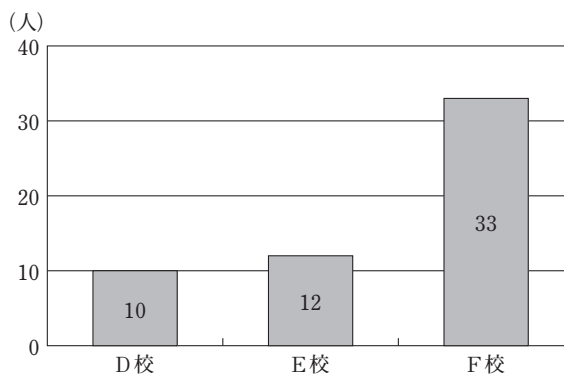
み。

図2に示すのは、H29年度に一度断られた先に運用変更を提案して実施したものである(D校からF校それぞれ別日での稼働)。それぞれ、従来の通常授業日や健康診断日での献血実施は学生の拘束時間が長くなるため、献血実施不可の申し入れがあった。そこで、担当者に対し渉外活動を重ね実施可能日を探った。その結果、D校は通常授業日での実施を年1回の午後自習日に変更し(稼働1時間30分)、E校は健康診断日での実施を年末1回の一斉清掃日に調整し実施に至った(稼働2時間)。一番多く確保できたF校は、従来、通常授業日での実施であったが、授業がなく、自由時間が長い学生が多く在席している学園祭準備日に振り替えて実施することにより、多くの献血者確保に繋がった(稼働4時間30分)。

表1 学域実施回数の増加による10代採血数の増加

名称	H28			H29		
	実施回数	受付時間	人数	実施回数	受付時間	人数
A校	1	4時間	38	2	8時間	71
B校	2	9時間	6	3	13.5時間	9
C校	5	32.5時間	149	6	39時間	158
合計	8	45.5時間	193	11	60.5時間	238

※A校は高等学校、B、C校は大学



※D校、E校は専門学校、F校は高等専門学校

図2 H29年度の運用変更による10代献血者確保数

2. 学推との連携強化

H29年度は学推との協議を重ね、学園祭への配車、呼び込み人数の増員、検診車をキャンペーン専用車両として配車することに加え、さまざまなイベントを実施し、学園祭献血を活性化させた(図3上)。G校は、夏季の中四国統一キャンペーンに合わせて実施した。目につきやすい広報物を製作しての大人数での呼び込み、中四国統一の処遇品を織り交ぜた抽選会、オリジナルうちわのプレゼント等を実施した。また、検診車内ではDVDを放映することに加え、飲料やお菓子を設置し、献血前後にリラックスできる空間を創出した。また、抽選会の実施やイベント車両の開放という、学推メンバーにとっても呼び込みがしやすい環境

を整えることにより、同校における10代採血数合計は、H28年度27人に対しH29年度は30人となり、同校の年間通しての採血実績は、前年度比111.1%の結果となった。H校については、当センター学推メンバーの約6割以上が在籍する専門学校学校の学園祭に配車した。街頭等でキャンペーンを実施するよりも、呼び込みの対象者は友人が多くを占めているため、比較的容易に献血参加を働きかけ易いという点が最大のメリットとなった(図3下)。H校の10代採血数合計は、H28年度実績24人に対しH29年度は51人となり、同校の年間通しての採血実績は、前年度比212.5%の結果となった。香川県の移動採血では100%、400mL献血での実施でありG校、H校も同様であ



※G校、H校は専門学校

図3 学園祭イベントの様子

る（図3）。

3. 若年層向け媒体での広報展開

紙媒体の単価は、3.86円（発刊費108,000円÷発刊部数28,000部）で、バナー表示1回単価は、0.058円（表示費40,000円÷表示回数688,513回）となる。従来の紙媒体での広報に比べ、バナー広告は安価にも関わらず対象月の10代献血者前年同月比は108%と一定の効果があつた（図4）。紙媒体は、施設に設置された場合は、一冊に対し複数人が目にするケースも想定されるが、主に一人が購読すると考えれば、費用対効果の観点で見ると、広告を目にさせていただき、献血の意識付けが目的とすればバナー広告は紙媒体の約60倍の効果があつた（紙媒体の発刊単価3.86円÷バナー

広告の表示単価0.058円＝66.6）。また、図4に示すバナー広告をクリックすると、当センターのホームページ内「10代献血キャンペーン」のポスターにジャンプする仕組みを取っており、その結果、当センターホームページにアクセスしていただいた人数の対前年度実績は108.7%，新規ユーザー数も112.4%の結果となった。バナー広告とホームページへの誘導は「献血への意識付けやホームページからの献血実施場所の周知」という点においては有用な広報展開となった。

【考 察】

渉外活動の強化，学生献血推進協議会との連携強化，新規広報展開等，献血推進を強化した結果，10代献血者目標を達成できた。今後学校の意向

	費用 : 108,000円
	対象 : 廃棄まで
	発刊部数 : 28,000部
	対象 : 全年齢層
	媒体 : 紙

	費用 : 40,000円
	期間 : 20日(予算に応じて決定)
	表示 : 688,513回
	対象 : 若年層
	媒体 : スマホ, タブレット

図4 広報展開の比較

や状況に応じた緻密な渉外活動を継続することと併せ、学域は年間計画が年度単位で決定するため、早い段階での企画や立案が重要である。また、高校献血は登校日や期末考査日等、日程が各校重なることが多い。当センターではH29年度は2稼働、1台で複数の学域を回った。各校、より多くの採

血数を確保するため、できる限り別日程で実施できるよう推進活動を強化し、実施日の幅を拡げることが重要であると考ええる。

本論文の要旨は第42回日本血液事業学会総会にて発表した。(H30年10月2日)

文 献

1) 青木康浩ほか：街頭献血における専任推進担当者

配置による一稼働献血者数の向上，血液事業，41（3）769-774，2018