

[特別企画3]

献血者対応部会からの報告
～献血推進戦略委員会からの報告を中心に～

豊田九朗

日本赤十字社血液事業本部

【はじめに】

献血者対応部会(以下「部会」という)には、必要な血液量を効率的にかつ献血者を長期的・安定的に確保するという目標があり、その目標の下に、血液事業における献血者の対応等に関する基本方針を決定し、傘下の委員会に基本方針を具現化するための戦略の検討を指示するという役割を担っている。

傘下の委員会である献血推進戦略委員会(以下「委員会」という)の役割は、部会の指示に基づき、献血推進にかかる戦略の立案・提言・実施後の検証に関することを検討することとされている。

部会および委員会は、ともに平成30年4月末に設置された。委員会のこれまでの活動を中心に報告する。

【基本方針と戦略】

部会では、基本方針として、(1)効果的な献血推進対策を講じる、(2)10年先の需要予測を見据えて献血者の定着化を図る、(3)新たな支援者へのアプローチを推進することを決定した。

委員会では、これを受け、基本方針に対する戦略案①～⑧をまとめた。基本方針(1)には①現行のキャンペーンを見直す、②LINE・Twitter等のSNSやYouTubeの活用を図る、③1つのキャンペーンには全国統一版だけでなく地域版も作成する、基本方針(2)には④献血者の満足度(CS)を向上させる、⑤献血者の年代別にアプローチを展開する、⑥献血に積極的になる社会的仕組みを構築する、基本方針(3)には⑦非協力層を含む社会全体にアプローチする、⑧支援者(サポーター)のサービスを向上させる、とした。

これらの戦略は、形式的に基本方針別に分けたが、互いに関連し合っており、ひとつの戦略を検討すれば、自ずと他の戦略も視野に入れる必要がある。委員会では戦略だけでなく、具体的な施策についても検討した。

平成29年度までの年代別献血者数は、10代・20代・30代は年々減少傾向にあり、また、献血率についても、10代・20代・30代ともに低下傾向にあったため、委員会として優先的に検討したのは若年層対策であった。

【平成30年度の施策】

平成30年度の献血推進の施策は、すでにLOVE in Actionプロジェクトを中心とした各種イベントや、俳句コンテスト、愛の血液助け合い運動、はたちの献血等が実施に向け立案されていたため、各施策の合間に、若者向けのアニメや情報媒体をスポット的に活用してみることにした。

具体的には、赤血球や白血球等の細胞を擬人化した人気アニメ「はたらく細胞」とのコラボで、献血者限定視聴やオリジナル卓上カレンダーの配付を実施し、Twitter等で大きな反響を得た。また、血液事業本部としては初めてYouTuberによる動画を作成した。10代に人気のあるYouTuber「東海オンエア」による献血未経験者向けの動画で、1カ月で再生回数が200万回を超えた。さらに、鉄拳のバラバラ漫画も作成し、令和元年9月までにYouTubeで77万回という視聴を得た。

一方、令和元年度に向け、これまでのLOVE in Actionプロジェクトについても見直した。10年実施し、当初のようなPR効果が望めない、ある程度の認知度はあるが実際の献血行動につな

っていない、名称に「献血」や「赤十字」が入っていないのはPR上致命的である、抜本的な見直しに名称を変えないとリセット感・鮮度感は生まれえないなど、各委員からの意見を受け、新たなプロジェクトを立ち上げることにした。

【令和元年度の施策】

それが、若年層の初回・再来の促進をメインターゲットとしたプロジェクト「みんなの献血」で、イメージキャラクターは平成30年度の「はたちの献血」に引き続き、「乃木坂46」とした。

「みんなの献血」は、献血とみんなをつなぎ、そのつながりを広げる「イベントでつながる」、「学校でつながる」および「絵本でつながる」の3つのプロモーションを展開し、若年層の初回・再来を促進し、ラブラッドの会員増加にもつなげることを目的としている。

同プロジェクトは、6月の「オープニング」の記者会見をもってスタートし、10月には「ハロウィン」、12月からは「クリスマス」、2月には「バレンタイン」、3月には「春休み」のイベントをそれぞれ開催するほか、学生向け「献血セミナー」や献血啓発の絵本の読み聞かせなども実施する。

具体的には、「オープニング」、「ハロウィン」、「クリスマス」、「バレンタイン」および「春休み」の各イベントで、ランチョンマット、クリスマスカード等のオリジナルグッズのプレゼントや、乃木坂46の5人がソロでそれぞれのイベントを担当し、献血に誘う動画を配信することで、献血行動につなげる。

また、これまで発行してきた「献血Walker」から「みんなの献血ナビ」に刷新し、献血をライトに判りやすく伝える。

さらに、献血啓発用のオリジナル絵本を制作し、すでに全国の幼稚園、保育園、小学校、図書館、児童館の合計32,500カ所に献本している。この絵本により、幼少期から献血を根付かせるとともに、お子さんに読み聞かせる親御さんにも献血を改めて考えていただくことを期待している。この絵本は動画にしてYouTubeでも配信しており、

動画に流れている曲は、ピアニスト辻井伸行氏による演奏である。

友寄蓮さんの献血セミナー「ありがとうの手紙」、NHKのEテレ「いないいないばあっ!」5代目の女の子・杉山優奈さんによる絵本の読み聞かせキャラバン、乃木坂46の握手会などを全国各地で開催する。

「みんなの献血」のWebサイト「けんけつタウン」を立ち上げ、献血のつながりが生み出す「街」をモチーフに、「図書館」、「映画館」および「公園」などの馴染みやすいアイコンを配置し、動画コンテンツであれば「映画館」という具合に献血推進情報をそれぞれカテゴライズして、情報を発信する。

【献血推進・予約システム】

平成30年10月よりスタートした「献血Web会員サービス『ラブラッド』」は、会員登録が各センターのご努力で、毎月2万5千人を保持しており、今年度の目標である30万人を突破する勢いである。献血予約についても、各ブロック・各センターの積極的な推進により、令和元年8月には約4万5千人と、導入時より約1万3千人以上増加している。

令和元年度の予約率の目標は、血小板60%、血漿40%、全血10%であるが、同年8月の予約率は、各ブロックで差はみられるものの、血小板37.8%、血漿27.8%、全血3.8%と着実に増加している。

【まとめ】

平成30年度の若年層の献血者数は、20代・30代は低迷しているものの、各センターの懸命な推進活動により、10代は初回・再来ともに確実に増加している。これを維持・促進できるよう、若年層向けの施策を提案し実施していきたい。

併せて、各施策の効果検証を行い、実績の少ないものを見直し、実績のあるものを強化する等、今後の施策に反映させるとともに、ラブラッドを活用し、献血者満足度の向上に努め、とくに若年層の初回・再来の献血促進を図りたい。