

関東・甲信越地区における献血推進活動

- ・平成27年度に取り組んだ献血推進事業
- ・平成28年度に取組予定の献血推進事業



【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 (茨城県)ガルパンシネアドキャンペーン

【1目的】・・・新規400mL献血者の確保と複数回献血誘導対策

【2内容】・・・ガルパン映画公開に合わせて、シネプレックス水戸において献血ルームMEETの30秒CMを放映、映画の半券を提示して400mL出来た方へ記念品を進呈する。

【3実施日・場所】・・・平成27年11月21日(土)から4週間・水戸献血ルーム

【4対象者】・・・アニメファン



【5実施手順】

「ガールズ & パンツァー」オリジナルデザインを活用したCMを作成、上映公開に合わせて、シネプレックス水戸において献血ルームMEETの30秒CMを放映、映画の半券を提示して400mL出来た方へ記念品を進呈する。

【6実施に際して苦労したこと】・・・CMのクオリティを高めるための素材集め

【7予算額】・・・879,390円

【8来場者】・・・179名

・協力者年代比較・・・10代:12.7%、20代:38.1%、30代:23.0%、40代:22.2%、50代:4.0%、60代:0%

・協力者居住地・・・県内:88.1% 県外:11.9%

【9効果(評価)】

協力者の74%が30代以下で、若年層の啓発手段として効果があった。

【10改善点(又は問題点又は反省点)】

予算の関係で水戸に限定したキャンペーンとなった。

【11今後の課題(又は今後の対応方針)】

世界各国で映画館を運営するカナダのCineplexがシネアドの効果を調査したところ、シネアドは71%の広告認知率、89%のブランド想起率をマークし、テレビCMと比べて広告に対する好感度が193%も高かったとの報告もある。テレビ離れが顕著である若年層に向け、効率的にアプローチできる広報媒体であると考える。





【平成28年度に取組予定の献血推進事業】 （茨城県）水戸ホーリーホック冠試合

- 【1目的】・・・若年層(30代以下)を中心とした献血の普及啓発
- 【2予定内容】・・・J2リーグ戦における水戸ホーリーホック主管試合を茨城県赤十字血液センターの「冠試合(サンクスマッチ)」として開催する。
- 【3実施日・場所(予定)】・・・平成28年10月23日(日曜日)ケーズデンキスタジアム(水戸市)
- 【4対象者】・・・若年層(30代以下)が比較的多いサポーターやサッカーファン等をメインターゲットとする。
- 【5昨年度実績】・・・新規企画



- 【6実施手順】・・・血液センター及び水戸ホーリーホックの様々な広報ツール(HP、SNS、配布物等)を活用しサンクスマッチの案内と献血のPRを行う。サンクスマッチの主な実施内容の中でメインサイドチケット2000枚等を7月から9月の応募者(献血会場で応募)の中から抽選で配布する。
- 【7予算額】・・・150万円
- 【8目標(効果)】・・・チケット抽選の応募期間(7月～9月)の20～30代献血者の構成比(前年度実績:33.8%)、初回者率(20代(前年度実績:15.4%)、30代(前年度実績:5.6%))を前年度実績より高めることを目標とする。
- 【9実施に向けた課題】・・・初めて実施する企画なので、実施内容の詳細をホーリーホック側と打合せして決定する。



【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】

【栃木県】血液センターまつり

「血液センターまつり」は、冬場血液が不足するため、献血に協力をして頂いてる方や近隣の方達に献血の理解を深めてもらうことを目的として開催しており、本年で9回目となった。

【1目的】血液センターまつりを通じて、献血の仕組みやその重要性について理解を深めてもらう。

【2内容】健康をテーマとして血圧・体脂肪・骨密度測定、模擬店、県・日赤・血液センターのマスコット及びご当地アイドルグループステージ、バルーンアート等でお客様を呼び、献血の協力を得る。また、キッズ献血セミナーの実施により献血啓発を図る。

【3実施日・場所】平成28年2月20日(土)
10時～15時、血液センター駐車場



【4対象者】近隣の住民

【5実施手順】11月に血液センターまつり委員会を設置

【6実施に際して苦労したこと】祭りが知られるようになり、来場者が多く見込めるため、駐車場確保及び来場者の誘導に気を配った。

【7予算額】63万円(広告費10万・テーブル、いす18万円・模擬店材料費35万円)

【8来場者】約1,000名

(献血者・・400mL 92名 PC 32名 PPP 50名 キッズ献血セミナー 10組)

【9効果(評価)】土曜日、昼ごろから雨という条件であったが、多くの方に来場頂き献血頂いた。

【10改善点(又は問題点又は反省点)】来場者の車の誘導、会場での来場者の誘導がスムーズでなかった。

【11今後の課題(又は今後の対応方針)】会場内の人の流れを考慮した会場レイアウトにする。

【平成28年度に取組予定の献血推進事業】 （栃木県）ドラキュラ・ロック・フェスタ

若年層の献血を促進するため、アマチュアロックバンドとコラボしてイベントを開催する。

【1目的】若年層を中心とする県民各層に献血理解を深めてもらい、献血意識向上を図る。

【2予定内容】道の駅にしかたを会場に開催される「ドラキュラロックフェスタ」において、参加各メンバーが献血を呼び掛ける。開催期間中に移動採血車を配車し、献血に協力して頂く。

【3実施日場所(予定)】栃木市の道の駅にしかた

開催期間:平成28年5月1日から3日(予定) 献血受入は5月3日のみ

【4対象者】20、30歳代の若年層を中心に全世代

【5昨年度実績】平成27年度実績 受付者60名(200mL5名 400mL40名)

【6実施手順】事前広報・・・プレスリリース、血液センターホームページへの掲載
複数回献血メールクラブ会員へのメール配信

【7予算額】この事業のための予算措置は無く、通常の街頭献血として実施している。

【8目標(効果)】85単位以上を確保する。

【9実施に向けた課題】開催地が宇都宮市から
栃木市になったことから、事前周知に
力を入れる。



【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 （群馬県）第7回群馬県赤十字血液センター「献血感謝デー」

【1 目的】

献血者へ日頃の献血協力に対する感謝の意を表すとともに、県民の皆様に対する献血思想の普及を目的として、当血液センター献血者顕彰規程に則った感謝状の贈呈式及び献血啓発を行う「献血感謝デー」を開催し、献血推進の一助とする。

【2 内容】

- ・ 所長感謝状贈呈式
- ・ 健康測定（血管年齢測定・脳年齢測定等）
- ・ 救急法講習
- ・ ドクターヘリのパネル展示
- ・ 来場者（献血カード持参者）に抽選券を配布
- ・ 献血メールクラブ新規会員の推進、粗品進呈
- ・ アンケート配布、回収（記入者に粗品進呈）
- ・ 献血受付
＜処遇品：けんけつちゃん×Crokumaのフリースブランケット＞
- ・ 献血併行型骨髄ドナー登録会
- ・ アトラクション
＜献血クイズ、キャラクター撮影会、着ぐるみショー＞



【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 （群馬県）第7回群馬県赤十字血液センター「献血感謝デー」

【3 実施日・場所】

平成27年11月22日（日）

大型ショッピングセンターイベントスペース

【4 対象者】 県内及び県外からの来場者

【5 実施手順】

- （1）実施計画
- （2）日程、会場の確保
- （3）当日の実施内容の詳細の計画
- （4）会場設営、催し物、処遇品等の発注・手配
- （5）当日準備・実施

【6 実施に際して苦労したこと】

会場確保や準備の関係から早期に計画し、段取りをする必要がある。



【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 （群馬県）第7回群馬県赤十字血液センター「献血感謝デー」

【7 来場者】 約500名

【8 効果（評価）】

前年度まで継続実施していた施設から、今年度は別な施設に変更した事により、新たな地域の来場者に献血啓発する事が出来た。

【9 改善点（又は問題点又は反省点）】

2階イベント会場の出入口が分かりづらい為、表示物等の誘導するための対策が必要。

【10 今後の課題（又は今後の対応方針）】

今後も定期的に施設を変更しながら実施し、定例のイベントとして根付かせ、献血の認知度を高めて行きたい。



【平成28年度に取組予定の献血推進事業】 （群馬県）キッズ献血

【1 目的】

将来の献血者育成のため、献血疑似体験を通して
献血年齢に満たない年齢層への普及啓発を目的を行う。
また、保護者への献血啓発効果も期待する。

【2 内容】

- 献血の模擬体験
- 模擬体験参加者に文具セットをプレゼント
- キャラクター写真撮影会



【3 実施日・場所（予定）】

平成28年度内（平成27年度は3月20日実施）
大型ショッピングセンターのイベントスペース

【4 対象者】

3歳～12歳の児童

【5 昨年度実績】

平成27年度に県内で初実施。
参加者は1,000人以上



【平成28年度に取組予定の献血推進事業】 （群馬県）キッズ献血

【6 実施手順】

- （１）実施計画を立案、参加記念品の準備
- （２）模擬体験に関わるスタッフの派遣依頼
（高等学校のJRC部等）
- （３）実施会場周辺の市町村の公立小学校・幼稚園に
各市町村教育委員会の協力のもとチラシを配付
（平成27年度は約3万枚配布）
- （４）報道機関にニュースリリースを配信
- （５）当日準備、実施



【7 目標（効果）】

献血疑似体験を通して、参加後も家庭内で親子共通の関心事項となる内容とする。

また、同時に保護者への献血啓発効果も期待する。

【8 実施に向けた課題】

前年度の参加者数を超えられるよう立案し、1度参加した事がある児童も興味を持って参加できる内容を企画する。



【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 （埼玉県）彩の国けんけつキャラバン

【1目的】……注目される献血啓発イベントを開催することで、献血を広めること。

また、献血実施と連動させることで、献血協力者を増やすこと。

【2内容】……①定期開催 彩の国けんけつ特命大使「にゃんたぶう」が、オリジナルの献血ソングなどを歌うステージを1日に4回程度行う。また、イベント会場に献血バスを配車し、ステージ上や練り歩き中に献血を呼びかける。

②臨時開催 世界献血者デーには、JR大宮駅にて「けんけつキャラバン特大号」を開催。にゃんたぶうをはじめ、埼玉ご当地ヒーローズなど埼玉にゆかりのある多数の出演陣が、献血PRを盛り込んだステージを行った。

共催：埼玉県 後援：さいたま市

【3実施日・場所】…①定期開催 場所：ショッピングモール等

日時：月に1回程度、主に日曜日

②臨時開催 場所：JR大宮駅西口コンコース

日時：平成27年6月14日(日)

【4対象者】……親子連れ



【5実施手順】(1)実施を検討している会場に、イベント実施を打診する。

(2)会場の決定後、先方との打合せ、イベント会場の下見を行う。

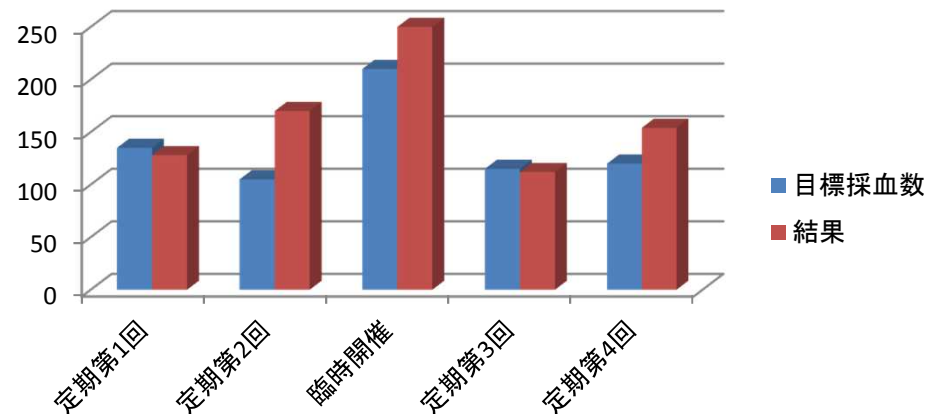
(3)スタッフの意識統一のため、イベントの1週間ほど前に所内での打ち合わせを行う。

【6実施に際して苦労したこと】・・・血液センターの公式HPや公式Facebookで事前の広報活動を行っているが、効果があまり高くない。イベント会場やその周辺での広報を強化し、より多くの人にイベントに来て頂くよう検討する必要がある。

【7予算額】・・・①25万～30万円 (タレント出演料:約15万円 イベント運営:10～15万円※会場の規模、設備によってバラつき有)

②約160万円 (タレント出演料:65万円 イベント運営・会場設営:約100万円)

【8来場者】・・・



【9効果(評価)】・・・①タレントがステージで献血にご協力いただける方を募るため、採血数に直結する効果がある。今年度のイベントの採血達成率(採血目標に対する達成率)は平均120.3%、多いときは160%を超える。

また、イベントを見た方から「にゃんたぶうのステージを見て、楽しい気持ちになり7年ぶりに献血をしてきました」というメールを頂くなど、献血啓発効果も高いと考える。

②上記に加え、各出演者に世界献血者デーをアピールして頂き、通行人への献血啓発が出来た。

【10改善点(又は問題点又は反省点)】・・・年間で予算を取得していたものの、精力的にイベントを行っていく中で資金面の問題に直面した。そのため、年度の後半はあまりイベントを開催することができなかった。年度を通じた計画的な資金繰りが必要である。

【11今後の課題(又は今後の対応方針)】・・・臨時開催を除いてほとんどが同じようなイベント内容となっている。

毎回イベントに駆けつけて献血をしてくださる方もいらっしゃるので、イベント内容を見直して、様々な楽しいラインナップで献血者の心を掴みたい。

【平成28年度に取組予定の献血推進事業】 (埼玉県)高校生献血カード

【1目的】・・・高校生の複数回献血を推進する。

【2予定内容】・・・高校生献血カード(スタンプカード)を新高校1年生(約6万人)に配付する。高校生活の3年間で一定回数以上の献血に御協力いただいた場合は、特別な記念品や感謝状を贈呈する。

【3実施日・場所(予定)】・・・通年。県内献血ルーム及び献血バス

【4対象者】・・・新高校1年生

【5昨年度実績】・・・新規事業

【6実施手順】・・・5月に献血カードを作成し、県内全高等学校の1年生に配付する。

【7予算額】・・・約82万円

【8目標(効果)】・・・(例)3年間で4回以上献血に御協力いただいた生徒を300人以上にする。

【9実施に向けた課題】・・・3年間の長期事業なので、県と血液センターの職員一人一人がこの事業を理解し、情報交換する必要がある。感謝状については、選考要領等を作成する必要がある。

【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 (千葉県)「キッズ・献血デー」(模擬献血体験会)の開催

いつも、お父さんやお母さんがやっている献血を、実際の流れそのままに「申込みから休憩まで」をリアルに疑似体験していただき、献血の仕組みや大切さを知ってもらう。

【1目的】献血疑似体験を通じて、体験者(及び保護者)に献血の仕組みと大切さを知っていただき、将来の献血者確保につなげる。

希望により、ドクター・ナースの体験をすることも可能。

【2内容】献血模擬体験・けんけつちゃんとの触れ合い・体験後のアンケート
模擬体験者には、飲料・キッズ献血カード・記念品(クリアファイル等)

・献血啓発関連冊子・けんけつちゃんシール

・千葉県学生献血推進協議会パンフレット等を進呈

※イベントの運営は、千葉県学生献血推進協議会が実施。

※会場横では実際の献血も実施し、保護者等に献血協力をお願いする。

【3実施日・場所】平成27年5月31日(日)10:00～16:00 イオンモール幕張新都心
平成28年2月28日(日)10:00～16:00 イオンモール千葉ニュータウン

【4対象者】近隣在住の小学生・幼児



【5実施手順】①会場確保②先方との日程等調整③学生との各種調整及びイベント研修
④事前広報(店内ポスター掲示、HP掲載)⑤実施

【6実施に際して苦労したこと】

会場選定や広報・事前周知、学生の事前研修等

【7予算額】血液センター負担

記念品10万円、飲料1.5万円、運営費15万円

【8来場者】体験者数216名(幕張116人、千葉ニュータウン100人)

それぞれ保護者1名として約432名以上が来場していると思われる。

【9効果(評価)】お子様の参加(216名)。献血者(106名)中、学生の活動(イベント)がきっかけで献血にご協力いただけた方は41名(呼び掛け30名、イベント11名で約4割)

【10改善点(又は問題点又は反省点)】

学生への研修回数を増やし、お子様や親御様に対して自信を持って献血の説明ができるよう、知識を身につけていただく。

【11今後の課題(又は今後の対応方針)】イベントの相乗効果を目的とした協力会社(テナント)との関係作り。

テナント等に記念品の提供など積極的に協力いただけるような体制を構築し、コストを掛けずにイベント集客数の向上を目指す。



【平成27年度に取組予定の献血推進事業】 (千葉県)県内スポーツチームとコラボした献血広報

県内のスポーツチームとコラボし、千葉県における献血思想の普及啓発を図る。

【1目的】県内スポーツチームの協力を得て、献血広報を行い、特に若年層への献血思想の普及啓発と献血協力の促進を図る。

【2予定内容】スポーツチームのコラボレーションによる献血広報資材の製作
チームの試合会場等で、献血啓発ブースを設置し、献血協力を呼びかける。
献血ルーム等でイベントを開催し、協力者に記念品等を進呈する。
献血キャンペーンの周知のためのイベントを開催する。

【3実施日・場所(予定)】実施日:随時 実施場所:県内各所

【4対象者】各スポーツチームのファンやサポーターをはじめとする
県内の若年者層及びその他の層

【5昨年度実績】 NECグリーンロケッツ／ポスター製作・試合会場でのイベント・献血ルームでのキャンペーン
千葉ロッテマリーンズ／はたちの献血キャンペーンイベントの実施
千葉ジェッツ／愛の血液助け合い運動係るイベント・献血呼び掛け／記念品の製作・配布
クボタスピアーズ／献血呼びかけ協力・献血ルームでのイベント・キャンペーンの実施



【6実施手順】①4月～昨年度の取組を踏まえ、各チーム広報担当者と
今年度の実施について協議。

②各事業の6カ月前～実施内容の調整
(広報資材の検討・イベントの内容や実施時期等)

【7予算額】血液センター負担予定
(広報資材製作70万円、記念品製作40万円、イベント運営費160万円)

【8目標(効果)】スポーツチームを通しての献血認知度の向上
イベント等の新聞掲載、ラジオによる広報等
献血推進広報として一定の効果があるものと思われる。

【9実施に向けた課題】地元テレビや新聞への働きかけを強化し更なる広報強化を目指す。



©CHIBA JETS



©Chiba Lotte Marines

【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 (東京都赤十字血液センター)若年層献血啓発事業

■ 目的

若年層の献血者の減少傾向を食い止めるため、子供たちに楽しく、わかりやすく、いのちの尊さや献血の大切さを伝え、「未来の献血者」を育てる。

■ 献血啓発ブース「つながるいのちいのちのち」 ～血液センターのお仕事体験～

【内容】ワークショップ形式で血液センターの仕事体験をする。
子供たちは白衣を着用し模型を使って、血液の検査・製剤・保存・供給作業を行う。

【日時】8月12日(火)～14日(木) 10:00～17:00

【場所】東京国際フォーラム主催のキッズイベント「丸の内キッズジャンボリー」



血漿製剤を作っているよ



血液が分離したよ

■ 効果

児童412名、保護者321名 合計で計733名が参加

■ 保護者からの感想(アンケートより抜粋) ■

とっても素晴らしい体験でした。先生のお話しもわかりやすく、子供も素直に話が入っていったと思います。今回の体験を大切に、命の大切さ、支えあいの心を学んでほしいと思います。

■ 献血セミナー

【内容】DVDの視聴、スライド教材を使用した献血の意義をわかりやすく伝える授業

【対象】中学生、高校生

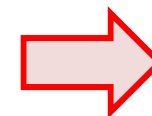
授業実施風景



グループワーク

各グループで考えた①②
を発表してください

- ① 献血バスに載せるメッセージ
- ② メッセージにこめた想い



■ 効果

生徒1102名、教師29名 合計で計1131名が受講

■ 教師からの感想(アンケートより抜粋) ■

普段、目にする献血バスや立ち看板。それらがどのようなことを行っているのか、なぜそのようなことが必要なのかわかることは大切です。このセミナーは献血する事のできない世代にも有効だと思います。



スライド

(教材例)

【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 (東京都赤十字血液センター)産学共同事業(PBL)

■ 目的

当該事業ならびに当該事業を通じて作成された作品を活用し、広く一般の方々に対し赤十字活動ならびに血液事業への理解を深める。

■ TDW2015 概要

【名称】「TDW2015(東京デザインウィーク)」

【概要】 国内外の企業・デザイナー・大使館・学校等が其々の作品や取り組みを発表するイベント。2015年で30周年を迎え、10日間開催した。インビテーション(無料の招待券)の発行枚数を例年の半分にしたこと、今年度はじめて、会期を前期と後期として分けたことで、来場者にばらつきが見られ、**前年度の来場者より約9000人程度の減少**は見られたものの、**中高生からの見学の団体申し込みや若年層の来場が減少した**ということはなかった。また、外国人来場者の増加が見られた。

【会期】 前期:10月24日(土)～28日(水)
後期10月30日(金)～11月3日(火・祝)
11:00～21:00 ※最終日は20:00まで

【会場】 明治神宮外苑絵画館前

■ 東京都赤十字血液センター×多摩美術大学出展ブース概要

貨物用コンテナ(40f 内寸 L12045×W2309×H2379mm)を再利用し空間を演出。産学共同授業において最終作品発表会まで進んだ5グループ、計11作品を展示した。コンテナの内装は当該授業参加学生によるデザイン。出展期間中、多摩美術大学学生との協同により展示ブースへの来訪者数調査、アンケートを実施。
【展示内容】平成27年度産学共同事業(多摩美術大学との産学共同授業)において作成された学生の作品を展示する。

■ 結果

アンケートにおいては作品評価を実施し、当該結果を今後の事業実施へむけての検討材料とした。

【出展ブースへの来訪者数】 9,722人(※2014年 6,588人)

産学共同履修学生がシフトを組み延べ30名の学生により数取器を用いてカウント

※アンケートへの記入依頼も同時に行っていたことから多くのカウント漏れがある可能性有

■ 出展結果

- ・多摩美術大学と献血(日本赤十字社)の組み合わせが珍しいという意見や、前年度までの展示をご覧になった方なども見受けられた。
- ・来訪動機(予定していた・偶然・その他)を初年度から見ると、2011年:5.20%、2012年:5.28%、2013年:6.13%、2014年:7.22%、2015年:7.31% と、**予定をして来訪された方の割合が純増している。**
- ・**2013年度グッドデザイン賞を受賞**したことにより、展示ブースにもGマーク(グッドデザイン賞を受賞した作品に使用できるマーク。日本での認知率は79.0%)を挿入。結果、デザインに興味がある客層のため、Gマークを見てブースに入場していただく方もいらっやった。



【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 (東京都赤十字血液センター)産学共同事業(PBL)

■ TDW2015 展示作品(抜粋)



↑ 若年層の帰属意識を刺激する「アイコン」

■ 平成27年度 試行実施作品(抜粋)



献血ルーム オリジナル缶バッジ プレゼント★

平成 28 年 2 月 1 日 (月)
～平成 28 年 7 月 31 日 (日)
※期間中でもなくなり次第終了となります。
詳しくは献血ルームスタッフまで。

★オリジナル缶バッジの入手方法★

- ①献血にご協力いただいた学生の方
★みんなでおそろい!
- ②次回の 400mL・成分献血の平日ご予約を
していただいた方
→すでにご予約済みの方は、確認ができれば OK です。
★平日のご予約をお待ちしております!
- ③携帯メールクラブに新規加入いただいた方
→登録完了画面を職員に提示してください。
★この機会に、便利なメールクラブへ!
- ④献血協力後、SNS にイベントについて
投稿いただいた方
→画面を職員に提示してください。
★投稿してイベントを拡散してください!
- ⑤はじめての献血にご協力いただいた方を
ご紹介いただいた方
→献血は初めて...という方と、ご来所ください。
★コンプリートをめざして!

※ご注意※
・上記、各献血ルームにてはまる場合、プレゼントの上は 2 個までとさせていただきます。
ただし、②については、ご購入人数がプレゼント!
→献血ルームは展示期間 15 ヶ月の献血ルームのみです。献血バスでのイベント実施は行いません。

↑ 東京都内にて「献血ルームオリジナル缶バッジプレゼント」
イベントとして、平成28年2月1日～平成28年7月31日まで展開



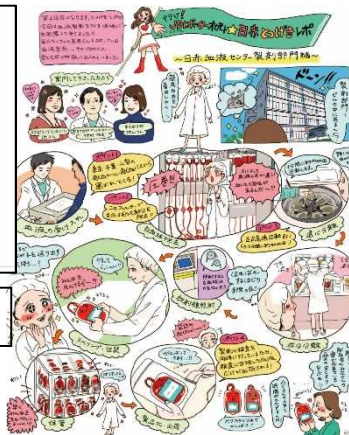
↑ 学生による若年層向け献血推進「レポート」



2015年10月号



2016年1月号



↑ 東京都支部発行広報誌「NT(日赤とうきょう)」(75,000部発行/回)
へ寄稿された作品。追加取材、ブラッシュアップを行い執筆された。

【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 はたちの献血キャンペーン

■ 目的

冬・春の若年層献血者確保対策

■ 内容

血液センターは、秋季の学域献血会場を中心に、東京都は都内市区町村の成人式で、引換券を配布。冬季～春季に都内献血ルームへ引換券を持参して献血に御協力いただいた方に、記念品を進呈する。

■ 実施期間・場所

引換券配布開始年月日 : 平成27年10月1日～
引換券配布場所 : 市区町村成人式、都内学域採血会場
記念品引換期間 : 平成28年1月1日～5月末日
記念品引換場所 : 都内献血ルーム

■ 対象者

若年層

■ 配布枚数

成人式 27,000枚
学域献血会場 10,000枚
合計 37,000枚

■ 効果(評価)

※回収期間が平成28年5月末日までのため、実績は今後

■ 反省点

- ・紙類の配布が不可の区市町村があった。
- ・配布枚数は多いが、回収率が低い。

■ 今後の課題

配布媒体の在り方、方法、記念品の内容について検討が必要。



【平成28年度に取組予定の献血推進事業】 (東京都・日赤)

■ 若年層献血啓発セミナー

H27年度と同規模で開催予定

■ 産学共同事業

H27年度と同規模で実施予定

■ はたちの献血キャンペーン

H27年度と同規模で実施予定 (献血キャンペーンは、7・1・3月の計三回実施)

【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 （神奈川県）「献血の絵」ポスター展

献血の将来を担う児童・生徒を対象に「献血の絵」を募集し、献血思想の普及を図る。

【1目的】小学生、中学生が献血に関心を持ち、理解を深める契機となるよう献血の絵を募集する。テーマ「わたしたちと献血」

【2内容】県内全小学校・中学校の児童、生徒から献血の絵を募集し、最優秀作品1点、優秀作品3点、優良作品6点を入選作品とし、表彰するとともにそごう横浜シビルプラザ等で展示をする。

【3応募数】小学生 511点 中学生 768点 計 1,279点

【4参加賞】クリアーホルダー（入賞作品を印刷）



【5実施手順】県と血液センターと共同事業

【6実施に際して苦労したこと】作品の管理

【7効果（評価）】平成10年度より実施しており、県民に定着している。

【8今後の方針】非常に好評な事業であるが、献血に繋がるものとして次の展開を図るため、「キッズ献血」などの体験型イベントや中学生を対象とした「献血セミナー」などにシフトする。



【平成28年度に取組予定の献血推進事業】 （神奈川県）献血疑似体験イベント「キッズ献血」

特に若年層を対象とした啓発活動として、大型商業施設において、親子を対象に、保護者は献血、子どもは献血の疑似体験「キッズ献血」を実施する。

【1目的】未就学児、小学生に献血疑似体験と保護者の献血を実施することにより、献血への理解を深めてもらう。

【2内容】①献血の疑似体験 ②着ぐるみと記念撮影 ③子ども用ナース服、医師の白衣を着ての記念撮影

【3実施日・場所】平成28年8月13日(土)～14日(日)・トレッサ横浜

【4対象者】未就学児、小学生と保護者



【5実施】神奈川県・神奈川県赤十字血液センター

【6協力】神奈川県献血推進学生連盟

【7予算額】270,000円(神奈川県赤十字血液センター)

【8参加予定】こども 600人 献血者 100名

【9効果】献血の疑似体験を通して、年少のころから献血を身近に感じてもらい、将来献血をする1歩の垣根を打ち破れることを期待している。

【10問題点】非常に大きな反響が得られるが、

会場となる大型商業施設の協力を得ることが課題

【11今後の対応方針】今後、体験型イベントを中心に事業展開する。



【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 （新潟県）テレビ番組を活用した献血広報の実施

【1目的】……メディアとしての影響力が大きいテレビ媒体を利用することにより、より多くの県民（特に献血から遠ざかっている方や献血未経験者）に献血への理解と協力を促進する。

【2内容】……（1）利用メディア名：UX新潟テレビ21

（2）放送番組名、内容

①「ナマトク」：番組司会者のアナウンサーによる献血体験リポート（献血ルーム ばんだい）を中心に展開。スタジオのゲスト出演者のコメントも交えながら、献血の協力を呼びかける。

②「早ミミ探検隊」：コーナーリポーターによる献血ルームの紹介（献血ルーム 千秋）、献血に関する疑問や不安を解消する内容で展開し、視聴者への献血協力を呼びかける。

【3放送日】……①「ナマトク」：3月4日（金） 午前10時台に5分間放送。

②「早ミミ探検隊」：3月16日（水） 午後6時台に3分間放送。

【4対象者】……UX新潟テレビ21の視聴者

【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 （新潟県）テレビ番組を活用した献血広報の実施

- 【5実施手順】
- （1） 広告代理店との広報担当者との企画内容の調整。
 - （2） 放送局、放送番組の選定。
 - （3） 番組構成、シナリオの作成。
 - （4） 各献血ルームとの調整、番組取材の実施
 - （5） 番組放送

【6実施に際して苦労したこと】・・・特になし。

【7予算額】・・・540,000円

【8効果（評価）】

少ない予算の中で、午前中及び夕方と異なる視聴者層を対象に複数回の放送ができたのは、効率・効果の観点からも有意義であったと考える。また、県内2ヶ所の献血ルームを映像を通してPRできたことは、献血ルームに来所された事がない方に対してアピールできたと考える。

【9改善点（又は問題点又は反省点）】・・・特になし。

【10今後の対応方針】

テレビ媒体を有効に活用することは、新たな献血者の確保（献血協力者の底辺拡大）に繋がる大きなチャンスであるため、今後も効果的な広報を実施していきたい。

【平成28年度に取組予定の献血推進事業】 （新潟県）壁面プロジェクター映像広告

【1目的】・・・ショッピングモール来場者への献血PR

【2予定内容】・・・15秒CM×2本を放送（異なる内容）する。上映時間帯は10時～21時。1時間あたり6回上映する。

【3実施日・場所（予定）】・・・平成28年4月～平成29年3月、リバーサイド千秋2F壁面

【4対象者】・・・ショッピングモール来場者

【5昨年度実績】・・・なし（平成28年度より新規実施）

【6実施手順】・・・上映希望月の前月20日までに、「壁面プロジェクター広告枠利用申込書県承諾書」を提出する。上映するCMの種類は5種類の映像を2種類ずつ3パターン作成し、月毎に変更して上映する。

【7予算額】・・・年間194,400円（税込）

【8目標（効果）】・・・隣接する献血ルームでの献血協力者の増加。

【9実施に向けた課題】・・・従来より実施している献血協力を呼びかける館内放送や、昨年12月から定期的に実施している血液センター職員による呼び込みと連動して、より効果的な献血者確保に繋げていく必要がある。

（イメージ）



【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 （山梨県）「HEARTFUL CONNECTIONキャンペーン」

- 【1目的】 年末年始の献血者確保および献血普及啓発活動のため。
- 【2内容】 献血者に封筒によるダイレクトメールで献血依頼を行う。また、新聞掲載やラジオで並行してキャンペーン告知を行う。
- 【3実施日・場所】 平成27年12月25日（金）～平成28年1月5日（火）
イオン甲府昭和、甲府献血ルーム、各市町村
- 【4対象者】 直近の1年間で400mL献血を移動採血バスで実施された方で、採血現場近隣市町村の方 約2,500名
- 【5実施手順】 平成27年12月22日（火）に封書の発送。12月24日（木）新聞で告知、12月29日（火）FMラジオにてCM及び告知。
- 【6実施に際して苦労したこと】 本年度初めての事業なので、どの献血者に封書を発送すると効果的なのか判断が難しかった。
- 【7予算額】 950,000円（カード作成費150,000円、郵送料200,000円、処遇品費320,000円
広告料240,000円）
- 【8来場者】 移動採血献血者数 536人 献血ルーム献血者数 440人
- 【9効果（評価）】 年末年始の献血者確保が出来た。
また、啓発活動にも大きな効果があった（アンケート調査の内容）。
- 【10改善点（又は問題点又は反省点）】 封書の郵送対象者の絞り込み
- 【11今後の課題（又は今後の対応方針）】 マスコミの活用方法（広報時期及び内容）

【封書の内容】

献血依頼内容



献血会場のご案内
対象期間：2015年12月25日(金)～2016年1月5日(火)

〈移動採血バス〉

12月25日(金) 南アルプス市役所
時間 9:30-11:30 12:30-15:30
場所 南アルプス市小笠原376

12月28日(月) 笛吹市役所
時間 9:30-11:30 12:30-15:30
場所 笛吹市石和町市部777

12月29日(火)
12月30日(水) イオンモール甲府昭和
1月 3日(日)
1月 4日(月)
時間 10:00-12:00 13:00-16:30
場所 イオンモール甲府昭和さくら東入り口付近

〈南沢血ルーム〉
甲府献血ルーム・グレーブ
時間 10:00-17:00 ※成分献血受付は16:00まで
定休 12月31日(木)、1月1日(金)
場所 甲府市丸の内1-16-20 kokoriビル2F

献血にご協力ください。
blood donation please.

冬季は献血者が減少傾向にあります。年末年始の期間、大変お忙しいかと思いますが、献血へのご協力をお願いいたします。

このカードをお持ちになり、対象期間中献血会場にご来場いただきますとキャンペーン期間限定の記念品を差し上げます。

「2015年最後のお願いです…」

輸血を受けた方からの言葉

表

裏



輸血を受けた方からの言葉

献血をしてくれた皆さんへ

2年前、出産の際、出血が多すぎて輸血をしました。当時は死に物狂いであまり覚えていませんが、母子共に助かり感謝しています。

びなこ 女性 30代

輸血を受けていなければ今の自分はないので、ありがたい。日頃から感謝の気持ちを大切にしたいと思っている。

マリリン 男性 30代

関東甲信越ブロック血液センター M+stationより抜粋



キャンペーン風景



【平成28年度に取組予定の献血推進事業】 （山梨県）「熱血血クラブ」

- 【1目的】 少子高齢化の時代において、減少する若い世代の献血者確保は急務であり、中でもここ数年来減少の激しい30代世代の献血思想の普及啓発及び献血者を募集することを目的とする。
- 【2予定内容】 会員の任期は4ヶ月とし、3カ月間会議（研修会）を実施し4カ月目にキャンペーンを実施する。
- 【3実施日・場所（予定）】 毎月第3月曜日に会議を開く。キャンペーンは、会議時に決定する。
- 【4対象者】 山梨県内各青年会議所メンバー、30代でボランティアに協力意志のある方。
- 【5昨年度実績】 平成28年度より新規事業
- 【6実施手順】 山梨県内各青年会議所を3地区（3期）に分け、それぞれの地区の青年会議所代表に血液センターから説明を行い、理解をしていただいたのちに、文書で参加依頼。青年会議所から会員を選出していただきその会員に会議日程を文書で連絡。3回の会議を経てキャンペーンを実施
- 【7予算額】 217,200円（処遇費97,200円、講師料120,000円）
- 【8目標（効果）】 献血者210人
- 【9実施に向けた課題】 熱血血クラブ会員から青年会議所メンバー各人への献血思想の普及啓発及びキャンペーン時の献血者動員

【平成27年度に取り組んだ献血推進事業】 （長野県）献血ルーム体験運動

- 【1 目的】 常設の献血ルームがない地域で、ショッピングセンターや大型店に臨時の献血ルームを設置し、啓発活動を展開することにより、献血への理解を求めるとともに、献血を実践する機会を提供する。
- 【2 内容】 ○採血ベッドの設置又は移動採血車による献血
○休憩コーナーの設置（お菓子、飲み物を用意）
○イベントの実施（手相鑑定、似顔絵プレゼントなど）
○風船プレゼント
- 【3 実施日・場所】 県下4か所（2～3日間／1か所）
- 【4 対象者】 一般の方（買い物客等）に広く献血を呼びかけ
- 【5 実施手順】 管轄する保健福祉事務所が実施事項を企画
使用物品（案内板、観葉植物等）やボランティアの手配 など
- 【6 実施に際して苦労したこと】 買い物客に献血いただく時間を割いていただくこと
- 【7 予算額】 618千円（会場使用料、啓発用資材）
- 【8 来場者】 献血者数：615人／9日間（68人／日）
- 【9 効果】 1日当たり68人と、多くの方に献血いただいた。
- 【10改善点】 高校生等の若年層にも幅広く協力いただけるよう、周知方法等に工夫の余地がある。
- 【11今後の課題】 採血ベッドを設置できる催事場等のある店舗が減り、ルームの疑似体験が難しくなっている。



【平成28年度に取組予定の献血推進事業】 （長野県）Jリーグチームとの献血コラボイベント

- 【1 目的】「スポーツによる元気な信州づくり包括協定」関連事業として、Jリーグの試合会場でサポーターに啓発活動を展開するとともに、移動採血車で献血を実施する。
- 【2 内容】○移動採血車による献血
○クラブホームページでの広報
○場内アナウンス等での啓発
○リーフレット等の配布
○クラブグッズの抽選会
- 【3 実施日・場所（予定）】Jリーグ試合会場（県下2会場）
- 【4 対象者】サポーター
- 【5 昨年度実績】リーフレット配布枚数：22,000枚
献血者数：172人（3会場）
- 【6 実施手順】クラブと日程等の調整
啓発用資材の作成
ボランティアの手配 など
- 【7 予算額】166千円（啓発用資材）
- 【8 目標（効果）】サポーターへの啓発：約2万人
献血者数：60人／1会場
- 【9 実施に向けた課題】試合開始までの短時間で効率的に献血を実施する必要がある。

