

鳥取県の成功要因

ソーシャルマーケティングを学び、効果的な受診勧奨を実施。その過程や結果から住民のニーズを探り次の実施に繋げる



鳥取県

鳥取県 福祉保健部健康医療局 健康政策課 課長補佐

下田 耕作 氏

本県市町村が実施するがん検診受診率は、全国平均よりやや高い約20～30%ですが、県が目標とする受診率50%達成にはほど遠いのが現状です。がん検診の実施主体である市町村は、従来より検診対象者への個別勧奨(受診案内)に積極的に取り組んでいますが、なかなか新規受診者の増加に繋がらず、未受診者を実際の検診に結びつけるための効果的なアプローチ法を検討・実施することが喫緊の課題となっていました。

平成23年4月、県は住民心理に着目した効果的なアプローチについて検討を開始。その中で最初に着目したのが民間企業等で培われたマーケティング手法でした。その手法を活用した具体的な事業の仕組みを検討し、平成24年度より新規事業「マーケティング手法に着目した検診受診率向上戦略事業」を開始しました。

まず、平成24年度5月に市町村担当者等を対象とした「受診率向上戦略研修会」を開催。この研修会では、各市町村の進んだ取組を皆で共有・検討すると共に、ソーシャルマーケティング*を専門とする民間会社から講師を迎え、県外の個別受診勧奨・再勧奨の成功事例の紹介や、テレビCMや雑誌などを例に人の行動に変化を与える住民心理に訴えるアプローチ法のノウハウなどを学びました。



続いて同年7月には、この研修会で学んだ内容を実践し、有効な個別勧奨に向けた好事例と一緒に作って頂ける市町村(3団体)を募集。参加市町村に対し、専門家による技術面を含めた年間サポート及び事業費の一部支援を行う「がん検診受診率向上50%超チャレンジ支援事業」を開始。鳥取市、八頭町、伯耆町に参加いただきました。

自治体によって住民構成やがん検診事業の提供体制、直面する課題も異なり、さらにこれまで実施してきた自治体としての住民への取組も必ずしも同じではありません

ん。今回、事業に参加頂いた3市町は、県が派遣した専門家の支援を受けながら、それぞれの地域の実情にあった事業目標を設定、実態調査の手法やターゲットの検討を行いながら、今後の参考となる有益な取組みを実施して頂きました。

例えば、鳥取市では、働き世代への大腸がん受診者の拡大をテーマに"命に関わる大事な検診"というフレーズを大胆にタイトルに採用した啓発資材を作成。対象者の心理に訴えることに重点をおいた啓発資材のみ配布したグループと自己負担額が不要となる大腸がん無料クーポンを配布したグループを比較分析したところ、いずれも受診者数の増加が見られ、効果的な啓発ツールを活用することで、無料クーポンとほぼ同等程度の受診行動に結びつける効果がある可能性が示唆されました。

また、八頭町においても、若い世代への子宮頸がん検診受診者拡大をテーマに"私たちにも関係があるガンがある"というフレーズを大胆に採用し、恋愛、仕事、結婚、赤ちゃんなどのキーワードを短いメッセージの中に盛り込んだ20歳代の女性をターゲットにした啓発資材を作成。その上で、対象者の心理に訴えることに重点をおいた啓発資材を配布したグループと従来どおりの啓発資材を配布したグループの受診行動を比較分析してみました。その結果、対象者の心理に訴える啓発資材の配布グループは、後者の約1.8倍から2.6倍高い受診率となり、明らかな優位性が確認されました。

一方、伯耆町では、対象者の心理に訴える啓発資材の作成配布のほか、検診対象となる全住民へがん検診に係る意識アンケートを実施し、住民ニーズを把握に努めました。その結果、未受診者が町に対し最も期待していたのは個人勧奨の一層の充実などではなく、受診しやすいがん検診体制であることが分かり、伯耆町の特徴を示す興味深い結果となりました。

今回、本事業の実施を通じ、"伝えた"と"伝わった"は必ずしもイコールではなく、"伝わる"を意識する視点を持つことが重要であることや、情報を絞った住民の心理に訴える個別勧奨の取組は、一定の効果があることを体感することができたのは収穫でした。市町村は、住民に対しきめ細やかで丁寧な情報提供をしようと案内リーフレットを作成・配布されていますが、その内容は、がん検診の重要性、検診の種類、対象年齢、集団検診と医療機関検診の別、自己負担額、検診実施期間、申込方法などなど、記載情報が膨大になりがちです。紙面いっぱい記載されたリーフレットは、情報の受け手である未受診者(特に無関心層)に読まれることが少ないことは容易に推測されます。情報発信者は労力をかけ苦心しながら正確でたくさんの情報を発信するのですが、そのことが逆に伝わらない原因になっている可能性もあり、工夫が必要ということもわかってきました。

この度の3市町の好事例を、今後開催予定の県と市町村との定例情報交換会などを通じ、他の市町村にも情報提供するとともに、今後の取組の参考にして頂くよう働きかけていきたいと考えています。今後も、県内全体のがん検診受診率向上に向け、市町村を含む関係団体との円滑な連携を推進していきます。

ソーシャル マーケティング / social marketing

従来の経営サイドに立ったマーケティングとは異なり、社会全体の利益を考慮したマーケティングをいう。従来のマーケティングの発想を行政機関の運営や社会変革などに活用しようとするもの。