

## 目 次

1. 分担研究報告	3
研究要旨	3
A. 研究目的	3
B. 研究方法	3
C. 研究結果	3
D. 考 察	5
E. 結 論	7
F. 健康危険情報	8
G. 研究発表	8
H. 知的財産権の出願・登録状況	8
2. 資料リスト	
資料1、活動日程	1 2
資料2、放送画像	1 3
資料3、プロジェクトウェブサイト	1 8
資料4、NHK 神戸放送局サイト内ページ	3 8
資料5、トライス社アクセス解説	4 7
資料6、NHK 神戸放送局 AED 普及キャンペーン 総括	5 2
資料7、第96回近畿救急医療研究会（日本救急医学会近畿地方会）抄録	5 6
資料8、第35回日本救急医学会総会・学術集会抄録	5 7
資料9、第16回兵庫県救急・集中治療研究会抄録	5 8

## 研究者名簿

研究担当者	久保山一敏	兵庫医科大学救命救急センター
研究協力者	橋本 篤徳	兵庫医科大学 救命救急センター
	平松 治彦	兵庫医科大学 医療情報部
	中尾 博之	神戸大学医学部 環境応答医学講座災害救急医学分野
	宮本 哲也	兵庫県災害医療センター 救急部
	林 卓郎	神戸市立医療センター中央市民病院 救命救急センター
	足立 光平	兵庫県医師会
	竹中 正勝	日本赤十字社 兵庫県支部
	中田 充武	神戸市消防局 警防部救急救助課
	河本 博志	尼崎市消防局 警防部消防防災課
	岡田 善弘	明石市消防本部 警防課
	浅見 正	姫路市消防局 消防課
	中島 幾良	豊岡市消防本部 警防課
	西ヶ谷力哉	NHK 神戸放送局
	小林 悟	NHK 神戸放送局 企画総務
	オブザーバー	岸 徹
中島むねのり		株式会社トライス
伊井 浩平		株式会社トライス

## 放送メディアを活用した市民に対する AED 普及啓発の試み

研究担当者 久保山一敏 兵庫医科大学救命救急センター

**研究要旨：**本研究の目的は、市民が積極的に AED を用いることの社会的コンセンサスを形成することであり、AED の重要性を効果的に情報宣伝（以下、情宣とする）する具体的な方法を開発し提言する。

本年度は、初年度に成立した NHK 神戸放送局との共同企画としてテレビ放映を行い、その効果を評価した。研究遂行に必要な関係者（19 名）で「プロジェクト AED in ひょうご」を立ち上げ、①スポット（5 バージョン、各 1 分間、5 週間の平日）を計 37 回（朝 1 回、昼 17 回、夕方 11 回、夜 8 回）放送、②ニュース特集企画「シリーズ AED」（5～8 分間）を、地域のニュース番組「ニュース神戸発」（18：10～19：00）の中で計 4 回放送した。放送の効果は、NHK と研究班とのウェブサイトページへのアクセス数の増加で確認できた。同時に、放送圏の消防の心肺蘇生講習への参加市民、および青少年赤十字加盟校の関係者を対象に、放送キャンペーンの認知度を中心にアンケート調査を行った。回答数は消防が約 20,000 人、日赤が 11,000 人強であり、その集計分析を行った。さらに、AED を製造販売 N 社の兵庫県下の AED 販売台数推移データの提供を受け分析したところ、放送後約 4 ヶ月に亘って販売台数の約 3 倍の増加を確認した。

最終年度には、放送の継続本年度は、初年度に成立した NHK 神戸放送局との共同企画としてテレビ放映を行い、その効果を評価した。評価を含め、再度のテレビ放送を行いさらに検討する予定である。

### A. 研究目的

心肺蘇生傷病者を一人でも多く救命するためには、全ての市民が心肺蘇生法の必要性を理解し、AED を積極的に用いる社会的コンセンサスを形成することが望まれる。本分担研究では、市民教育のための効果的な情宣法を開発し提言することが目的としている。

市民に対してもっとも広範かつ強力なインパクトを持つ広報メディアは、TV である。放送キャンペーンの形でこれを活用し、その効果を多方面から評価した。

### B. 研究方法（資料 1）

本年度は、初年度に成立した NHK 神戸放送局との共同企画としてテレビ放映による

放送キャンペーンを行った。この企画を「放送メディアを活用した市民に対する AED 普及啓発の試み」とし、「プロジェクト AED in ひょうご」というニックネームを冠した。放送の効果をウェブサイトのアクセス数の推移、大規模アンケートによる NHK 放送キャンペーンの認知、AED 販売実績、PAD 件数の推移などで評価した。

### C. 研究結果

#### 1) 放送キャンペーンの実施

NHK 神戸放送局が、十分な時間枠を持ち自由に編成できるのは、兵庫県内の TV 放送であった。そのため放送キャンペーンは兵庫県全域（一部電波不良域を除く）を対象とする TV 放送のみとし、時間枠が小さいラ

ジオは使用しなかった。

日程は、救急の日（9月9日）をはさんだ8月27日（月）～9月21日（金）の期間が、当初設定された。キャンペーンは開始後好評を得たため、9月28日（金）まで延長され、最終的には5週間に及んだ。

放送内容は以下の通りである（資料2）。スポット（5バージョン、各1分間）を、8月27日（月）～9月28日（金）の5週間の平日、計37回（朝1回、昼17回、夕方11回、夜8回）放送した。ニュース特集企画「シリーズAED」を1回5～8分間の番組として、兵庫県内向けニュース番組「ニュース神戸発」（18:10～19:00）内で放送した。内容は、9月3日（月）が「アナウンサーAED講習体験」、4日（火）が「こうして命は救われた。あるAED使用例」、5日（水）は「普及への取り組み」、6日（木）は「専門家に聞く」であった。

## 2) 放送キャンペーンの効果評価

### a) ウェブサイトのアクセス数の推移

NHK 神戸放送局内の放送キャンペーン専用ページ（図1）と、プロジェクト専用サイト（図2）の2者へのアクセス数を週ごとに集計した。キャンペーンの第1週にアクセス数は、神戸放送局サイトで1,957、プロジェクト専用サイトで206と、規模は異なるものの急峻な上昇を示した。以後キャンペーン期間中はゆるやかに減少し、終了後は低レベルで推移した。なおプロジェクト専用サイトへのアクセス数は、12月以降キャンペーン以外と思われる要因によって急に上昇した。

### b) 大規模アンケートによるNHK放送キャンペーンの認知

県下30消防本部の心肺蘇生講習時に、アンケートを実施した。平成19年8月23日～20年1月末日の期間で、講習は計869回

行われ、そこでの有効回答数は19,025人分であった。受講時のAEDについての認識を調べた結果の月ごとの推移を、図3に示す。NHKの放送の認識度は20%内外で、月による変動は見られなかった。

また日赤では、青少年赤十字加盟校69校（幼稚園5、小学校34、中学校13、高等学校17）に依頼し、関係者に対するアンケートを行った。時期は平成19年秋期であり、回答者数は計11,127人（児童生徒7,949人、教職員1,119人、保護者2,051人）であった。心肺蘇生講習とは無関係に、AEDについての認識を調べた結果を図4に示す。NHKの放送の認識度は15%であった。

### c) AED販売実績

N社兵庫支社の販売数の月ごとの推移を、図5に示す。月による変動が大きく、一定の傾向は指摘できないが、放送キャンペーンをはさんで9～11月は7～8月に比べて大きく上昇しているように見える。

P社が平成19年に兵庫県内で販売したAEDの、納入先の分類を図6に示す。企業・教育機関・自治体などが割合として大きく、家庭で購入されるのはごくわずかであった。

### d) 参考視聴率

放送されたニュース特集企画「シリーズAED」の参考視聴率を、図7に示す。ここでの参考視聴率とは、「一定時間のなかに関西地区全体でNHKが視聴されていた率」を意味する。対象にした4日間ともほぼ同じレベルを示している。

### e) 県内PAD件数の推移（図8）

消防が把握した、平成17年9月から19年末の期間の、県内でのPAD（市中配備のAEDが関与した救急事案）の件数の推移を、4ヶ月毎に集計した。当初は3～4件に過ぎなかったものが平成18年9～12月期から2桁になり、以後増加傾向を示している。

### 3)経費

放送キャンペーンの取材費、制作費やその他の経費は、全てNHK神戸放送局の予算でまかなわれた。キャンペーン専用ウェブページの運営も同様である。「プロジェクトAED in ひょうご」研究グループからは、経済的援助は行っていない。専用ウェブサイトの開設・制作・運営の経費は、研究費で負担した。消防、日赤のアンケートは、各組織の無償協力によった。ただし消防の収集結果入力にはマンパワーが必要であったため、その経費は研究費から負担した。日赤の集計は、日赤職員によって無償で行われた。

### D. 考察

隣人の命を大切にする「こころ」を市民社会に浸透させるには、心停止傷病者に対するAED使用や心肺蘇生を積極的に実施すると言う具体的な行動を示すことが効果的である。このような社会的コンセンサスを形成するには、マス・メディアによる情宣、特にテレビ映像でAEDや心肺蘇生の重要性、意義、使用法などを視覚的に繰り返し訴えるのがもっとも効果的である。

そこで、研究協力者の所属する二次医療圏をカバーするNHK神戸放送局と連携し、AED普及キャンペーンを進めた。NHKはAEDを含む心肺蘇生教育の公共性からも妥当な選択であり、地方放送局は地域市民との連携を深める姿勢と一致する。また情宣効果の評価の点からも、地域単位で行えるため改善に向けた方策が策定し易いことも利点もある。NHK神戸放送局は阪神淡路大震災を経験し、また近隣地域で明石花火大会事故やJR福知山線脱線事故に接していることから、自らを「いのちを守る放送局」として位置づけており、この放送キャンペー

ンに賛同した。

放送キャンペーン時期は、7月に参議院選挙が行われること、救急の日(9月9日)周辺で関連した話題が豊富になることから、NHKの主導で8月27日(月)～9月28日(金)に設定された。しかしこの期間に、安倍内閣改造(8月27日)、安倍総理大臣退陣表明(9月12日)とそれに続く自民党の後継人事、福田内閣発足(9月26日)という国政上の出来事が偶然重なった。そのためスポットの放送予定が、影響を受けざるをえなかった。

放送の効果は、ウェブサイト2種へのアクセス数の変化に顕著に表れている。キャンペーンの第1週にアクセス数は跳ね上がり、以後期間中ゆるやかに減少する。しかし終了後は低レベルで推移し、効果は持続性に乏しい。ピーク時のアクセス数は、神戸放送局サイトが1,957、プロジェクト専用サイトは206と、その規模にほぼ10倍の開きが観察された。情報発信には、孤立したサイトよりやはり知名度の高い有名サイトが断然有利であると実証された。なおプロジェクト専用サイトへのアクセス数が12月以降急に上昇しているが、この時期には研究グループからは特に働きかけは行っていない。これは当サイトが、偶然Yahoo!の検索エンジンに上位でランクされた影響と思われる(資料5)。

アンケートの集計では、NHKの放送の認識度に注目した。県下消防の心肺蘇生講習受講者内では認識している人は20%内外で推移し、いっぽう青少年赤十字加盟校では15%とやや低値であった。前者は積極的にAEDや心肺蘇生に関わろうとする層を代表し、後者は特に関心の高くないニュートラルな一般市民を代表していると考えられる。放送キャンペーンが市民の受講をうながしてこの差が生じたかどうかは即断できない

が、積極層に対して一定のメッセージをなげかけた可能性は想定できる。

AED の県下での売り上げは、N 社のデータを見ると、放送キャンペーンの後で上昇している。担当者の説明によると、大口の納入先は公的機関や企業・事業所であり、その数字が販売実績の上に大きく反映される。さらにそれは予算やトップの意思などに左右されるため、期間の限られた放送キャンペーンの影響であるかは判断しにくい。さらに P 社のデータで確認できるように、個人で AED を購入する例は非常に少ないのが実状である。一般消費材のように、TV のコマーシャルや放送内容に影響されて多くの個人が購入を決意するという構図は、今のところ AED には適用できない。以上から、AED の販売数が放送キャンペーンの効果を如実に反映しているかどうかは、現時点では断定しづらい。

視聴率は、TV 放送の影響を測る上で誰しもがまず思い浮かべる指標である。しかしその測定法と信頼性については、十分理解されていないようである。現在国内で調査を担当しているのはビデオリサーチ一社のみで、関西地区全体では調査対象はわずか 600 世帯に過ぎず、そこでの結果から関西全域の全家庭を推し量っている。ここから得られるのは参考視聴率と呼ばれ、「一定時間のなかに関西地区全体で NHK が視聴されていた率」を意味する。われわれの欲する評価軸としては、「兵庫県に限定した、特定時間枠での NHK の視聴率」なのだが、そこまで精密なものは得ることが出来ない。さらにわれわれの放送内容それぞれは、ごく短時間で番組を占めるものではなく、しかも放送時刻が予告されていないためあらかじめチャンネルを合わせることは不可能であった。

なお一般的には、参考視聴率が 10% 得られれば健闘したと評価されるとのことである。今キャンペーンのスポットやニュース特集企画は、それには達していない。しかし上記の理由で、これを効果不十分と判断するのも根拠薄弱である。視聴率は今キャンペーンの効果判定には十分なパワーを持つとは言えない（資料 6）。

一般に放送メディアは、身近でわかりやすい、感情を喚起しやすいといった美点がある。今キャンペーンでは AED による救命例とその関係者への取材が可能となり、現実の例が持つ説得力が評価された。一方で放送メディアには、感覚的に流れる、効果が一時的で長期的・継続的な影響を及ぼしにくいといった欠点も指摘される（資料 6）。これらの美点を生かし、欠点を補うための工夫が必要である。具体的には、放送画像の反復利用、他メディアとの協働という方策が考えられる。

今回制作・放送した画像はニュース分野に属し、反復した長期的な使用は本来想定されていない。神戸放送局ウェブサイト上に限って継続公開されていたが、これは例外的な措置であった。市民に対する啓発のためには、画像の外部での使用や長期的な発信が望ましいが、これには NHK の同意が得られなかった。これを補うためには、放送と同等内容の画像を別途制作し、広く活用できるようにする方策が考えられる。

NHK は、放送メディアに特化した組織である。新聞・雑誌などの他のメディアはいわば商売仇であり、そのためそれらとの協働は今回不可とされた。ただキャンペーンと連動したウェブサイト上での情報発信は、新しい試みとして取り組まれた。しかし予想外にマンパワーやコストを必要としたこと、また一般に対する訴求力はまだ限定的

であることが課題として指摘された（資料 6）。

もし放送キャンペーンを民放で行う場合、系列に新聞社や出版部門を持つ放送局も多いため、それらを巻き込んだマルチメディアでの展開が視野に入ってくる。であれば放送メディアの限界を超えた、継続的・長期的な働きかけの可能性が開ける。ただしそれを支えるには、巨額の資金が必要になることは想像に難くない。

市民による除細動（Public Access Defibrillation, PAD）によって救命される例が地域で増加することが、本キャンペーンが最終的に目指すところである。兵庫県下では、PAD を迅速・的確に把握し、市民や社会にフィードバックする体制はまだ整備されていない。われわれは県下消防の協力を得て、平成 17 年 9 月から 19 年末までの期間で市中に配備されている AED が関与した救急事案の情報を集約することを試みた。

4 ヶ月ごとの集計をグラフに示したが、当初は 3〜4 件に過ぎなかったものが平成 18 年 9〜12 月期から 2 桁になり、以後増加傾向を示している。この時期から AED がマスコミに取り上げられて、認知度が高まった影響と推測される。集計は調査時期全体を網羅しておらず、正確な傾向と実施状況の把握はまだ予備的段階だが、この件数が今後低下するとは考えにくい。さらに観察と検証が必要である。

以上のように、さまざまな評価軸を用いて今キャンペーンの効果を測るよう試みた。しかしキャンペーンは孤立して行われたのではなく、救急の日、救急医療週間を包含する日程で行われた。このためこの時期に、市中には心肺蘇生や救急医療に関連した情

報が多く流され、イベントや講習も集中した。市民は、NHK の放送だけで AED に関する情報に接したわけではなく、これら複数の情報源にも触れていたはずである。そのため、なんらかの陽性効果が認められても、それが放送キャンペーンそのものの力か、それとも救急医療週間全体が持つ影響力なのかが、不分明のままである。ここに今回のキャンペーン評価の限界があることは、認識しておくべきである。

医学情報の市民への普及啓発を目的とする本格的な TV 放送キャンペーンは、われわれの知るところ本邦では過去に例がない。今回の放送キャンペーンは、方法論とその評価法を明らかにし、その特質と限界を示した上で、一定の効果を証明しており、今後の医学キャンペーンの一般的雛形・モデルとなりうる。

地域単位の情宣は、将来的には地域メディアコントロール（MC）協議会が担うことが望ましいと考えられる。特に地域 MC 協議会は AED 使用事例の検証を行うことから、その地域の救命率向上に必要な方策をもつとも的確に示すことができる立場にある。将来的には地域市民への普及教育の中心となることが理想である。

以上を踏まえ、次年度では継続使用・長期使用可能な画像の制作、放送だけに限定しないマルチメディアでのキャンペーンの可能性を模索する予定である。

## E. 結論

医学情報の市民への普及啓発を目的とする本格的な TV 放送キャンペーンは、知る限り過去に例がない。放送予告を一切行わなかったので影響の規模は決して大きくないが、

キャンペーン後のアクセス数、アンケートおよび AED の売り上げの増加は明らかで、反応は確実に認めることができた。AED の市民への普及啓発の手段として、本格的な TV 放送キャンペーンの企画や方法について提言する予定である。

H. 知的財産権の出願・登録状況  
なし。

#### F. 健康危険情報

なし。なお、取材は、インタビューと救急現場での回想を含むものであったが、出演者の同意がNHKによって得られたうえで行われ、身体的、精神的な健康危険はなかった。

#### G. 研究発表

1) 橋本篤徳、久保山一敏、丸川征四郎、太田祥一：放送メディアを活用した地域市民に対する AED 普及啓発の試み：実施可能性の検討。第 96 回近畿救急医療研究会（日本救急医学会近畿地方会）（平成 19 年 7 月 21 日、大阪）。（資料 7）

2) 久保山一敏、丸川征四郎、橋本篤徳、太田祥一：放送メディアを活用した地域住民に対する AED 普及啓発の試み：その研究デザイン。第 35 回日本救急医学会総会・学術集会（平成 19 年 10 月 18 日、大阪）。（資料 8）

3) 林 卓郎、久保山一敏、橋本篤徳、平松治彦、中尾博之、足立光平、太田祥一、丸川征四郎：兵庫県に於ける AED 普及・啓発の試みー放送メディアとの連携ー。第 16 回兵庫県救急・集中治療研究会（平成 19 年 11 月 10 日、神戸）。（資料 9）



図

図 1. NHK 神戸放送局内キャンペーン専用ページへのアクセス数  
(週ごとに集計)

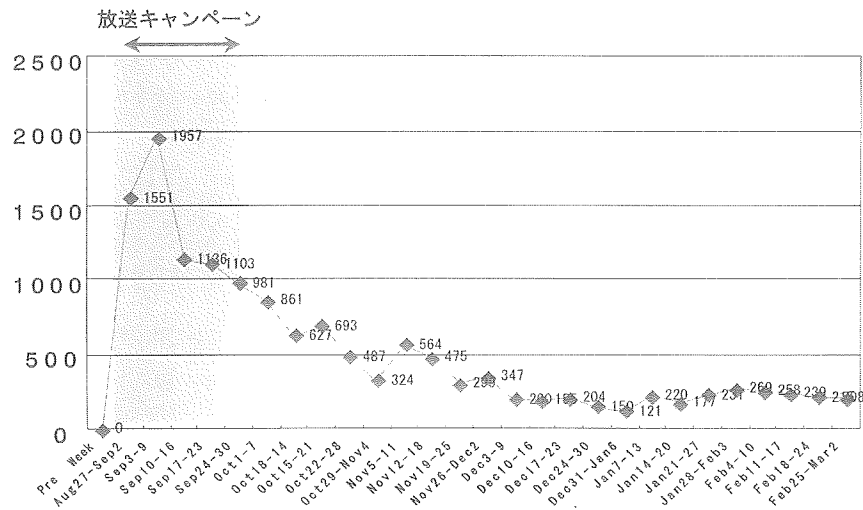


図 2. プロジェクト専用サイト (週ごとに集計)

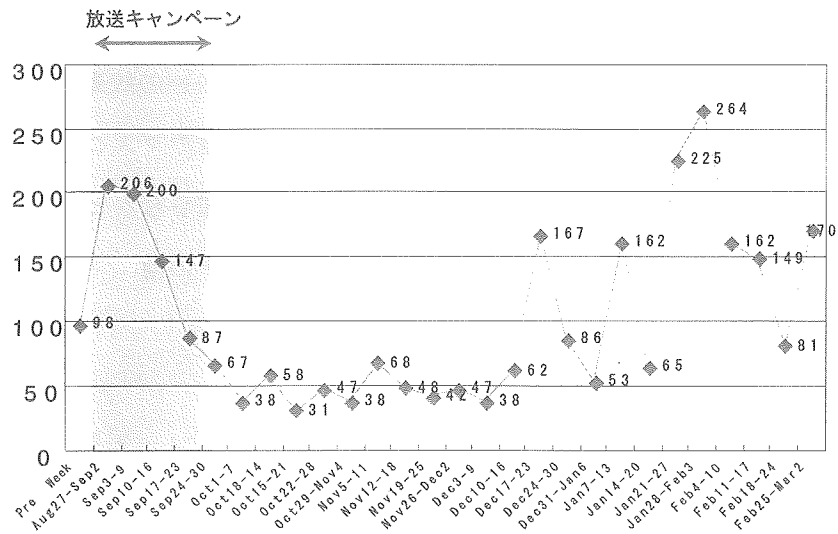


図 3. 消防の心肺蘇生講習でのアンケート結果

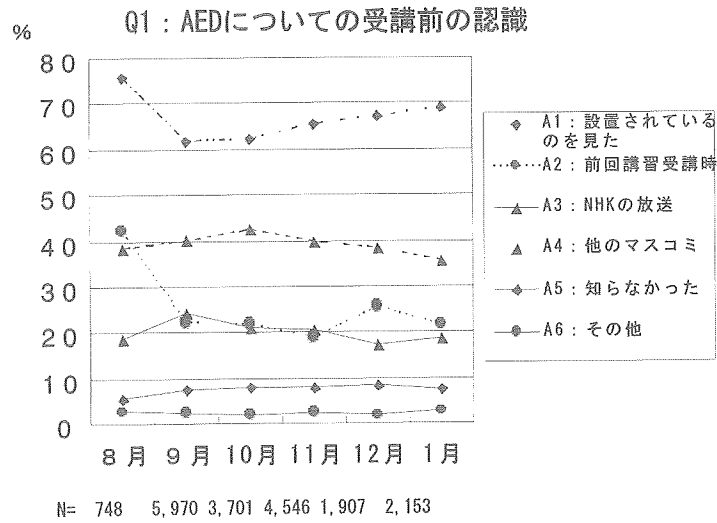


図 4. 日赤の学校関係者へのアンケート

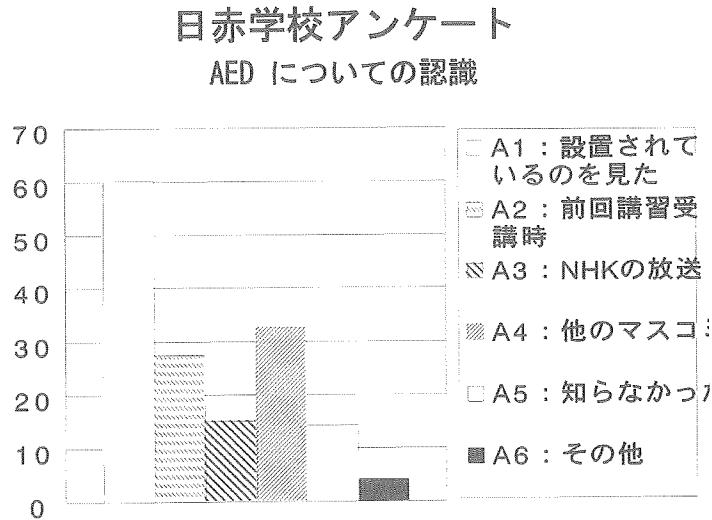


図 5. N社兵庫支社の AED 販売実績

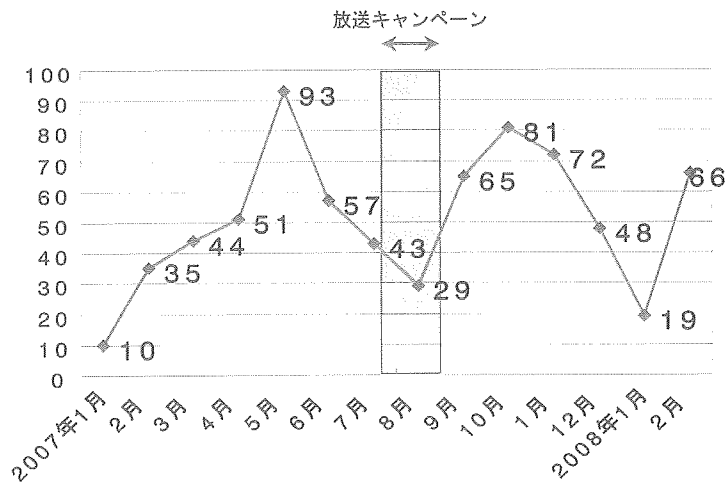


図 6. P社の兵庫県内 AED 納入先

平成19年1月1日～12月10日

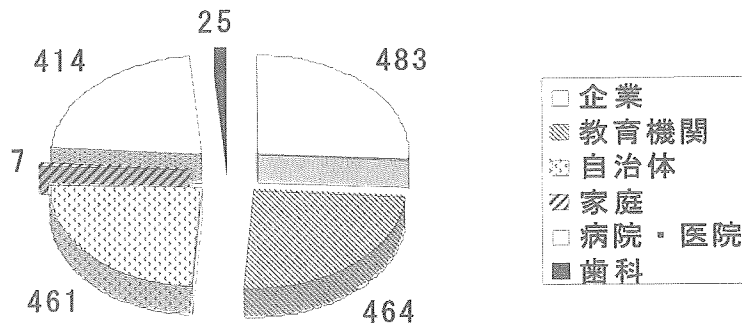


図 7. NHK 放送の参考視聴率

ニュース特集企画「シリーズAED」  
参考視聴率

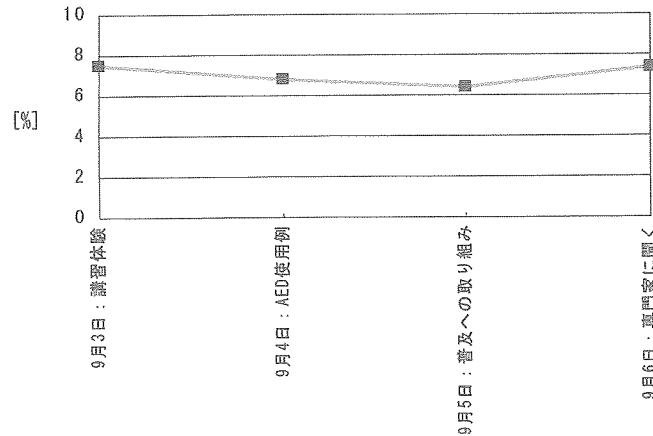
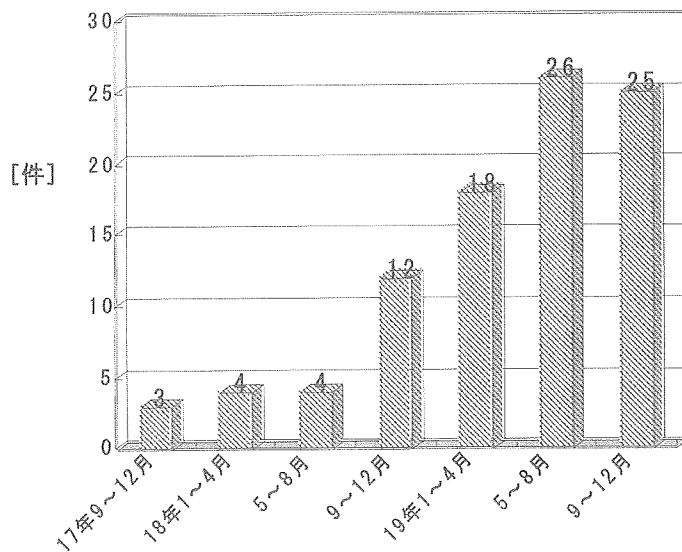


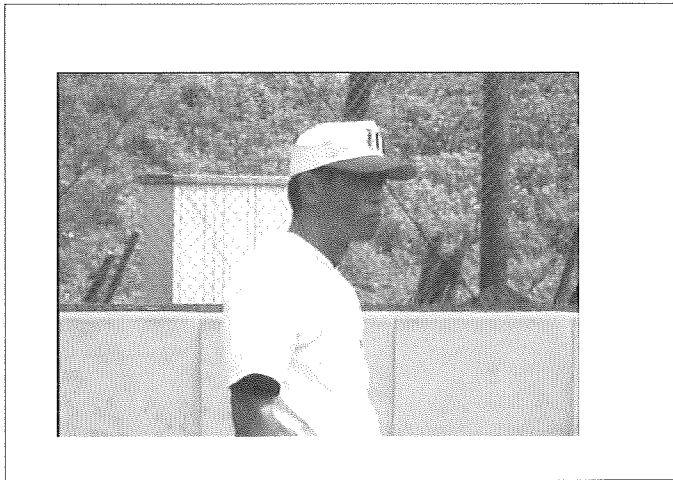
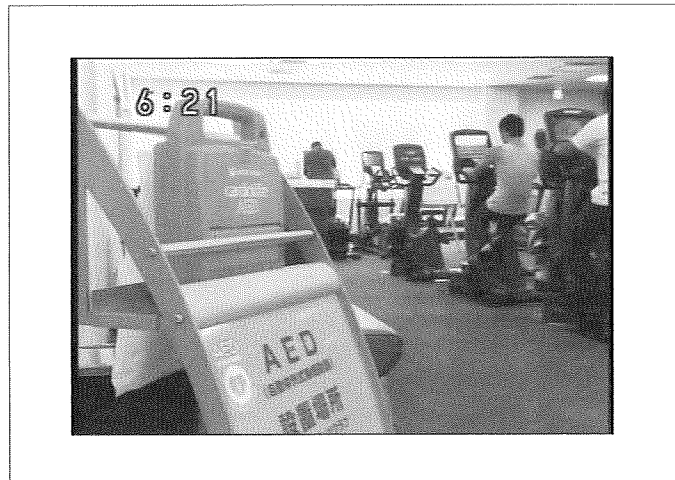
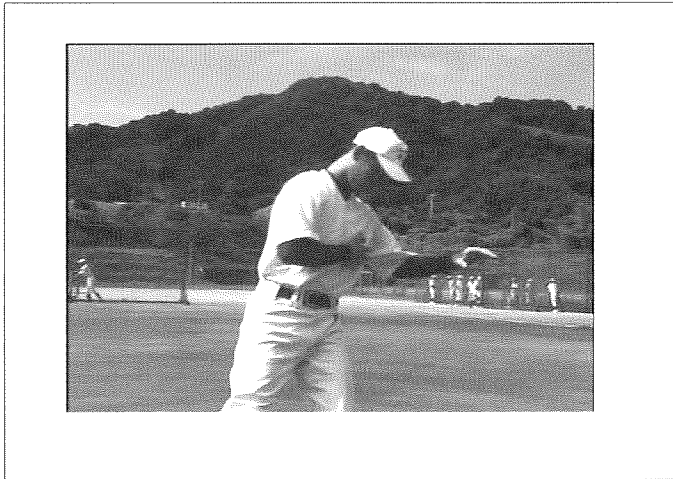
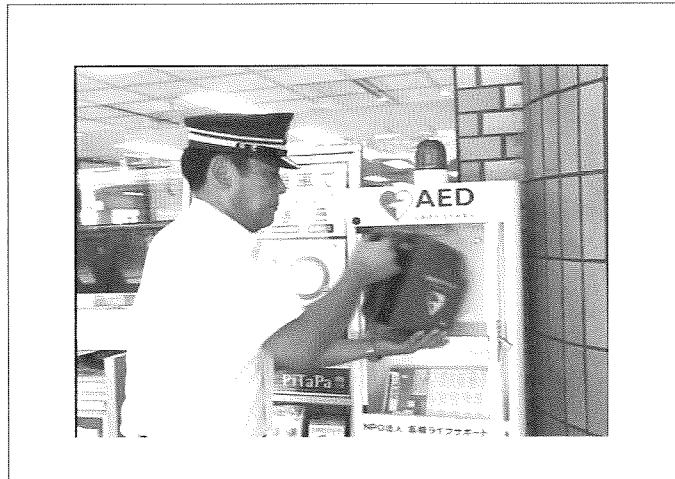
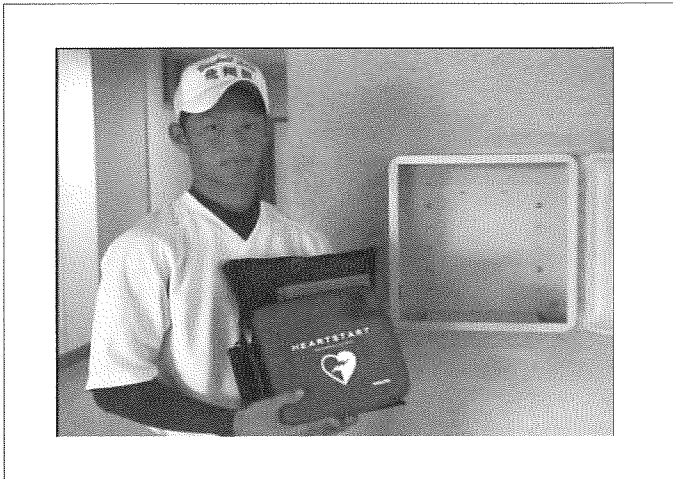
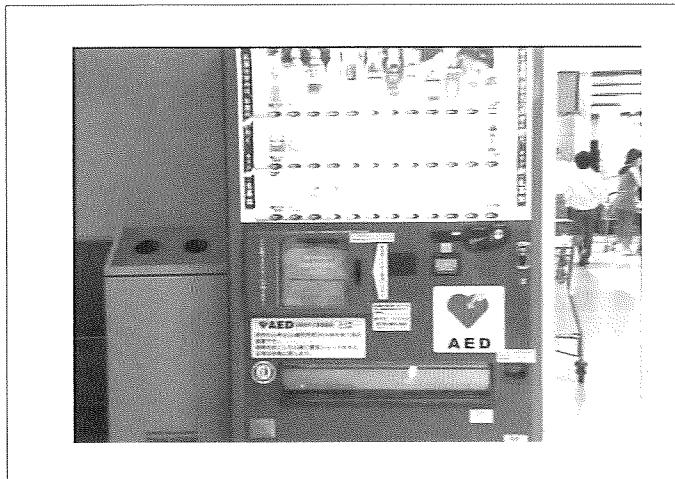
図 8. 県内 PAD 件数の推移

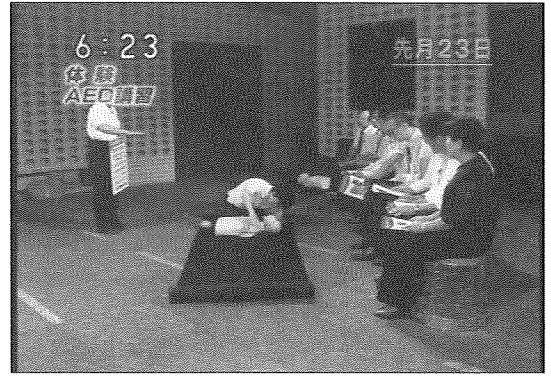


## 資料1 活動日程

(下線は社会情勢に関する事項)

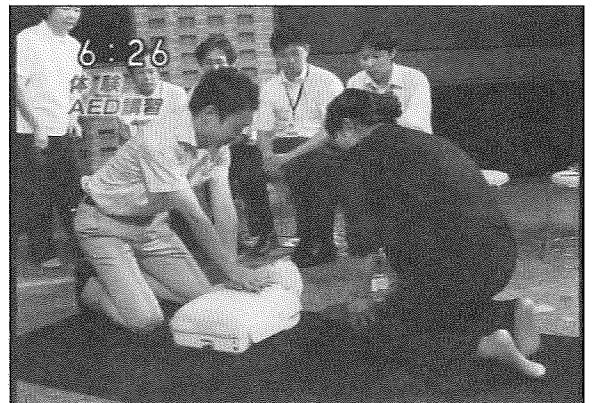
- ・ 平成19年4月：前年度からの活動を継続。研究グループの人選・組織。
- ・ 4月17日：兵庫県下消防長会へ研究担当者出席。県下全消防本部へ協力を要請。
- ・ 5月12～13日：ウィーンにて、Prof. Fritz Sterz、Dr. Roman Fleischhackl に研究担当者が面談。オーストリアでの全国的なAEDキャンペーンについて教示を受けた。
- ・ 5月28日：第1回研究会議開催。本研究を「プロジェクトAED in ひょうご」と命名。
- ・ 6月5日：研究グループ内メーリングリスト始動
- ・ 7月1日：AEDの市民使用公認日（平成16年）
- ・ 7月9日：第2回研究会議開催。
- ・ 7月10日：兵庫県救急業務高度化協議会（平成19年度第1回）へ、研究担当者・主任研究者が出席。市民AED（PAD）のデータ提供を要請。
- ・ 7月12日：第21回参議院選挙告示。
- ・ 7月18日：「プロジェクトAED in ひょうご」ウェブサイト公開。
- ・ 7月21日：第96回近畿救急医療研究会（日本救急医学会近畿地方会）（大阪）で経過を発表。
- ・ 7月29日：第21回参議院選挙投票日。
- ・ 8月20日：第3回研究会議開催。
- ・ 8月27日：TV放送キャンペーン開始。同時にNHK神戸放送局ウェブサイト内にキャンペーン専用ページを開設。安倍内閣改造。
- ・ 9月9日～15日：救急医療週間（9月9日救急の日を含む）。
- ・ 9月12日：安倍総理大臣退陣表明。
- ・ 9月26日：福田内閣発足。
- ・ 9月28日：放送キャンペーン終了。
- ・ 10月12日：第4回研究会議開催。
- ・ 10月18日：第35回日本救急医学会総会・学術集会（大阪）で成果発表。
- ・ 11月10日：第16回兵庫県救急・集中治療研究会（神戸）で成果発表。
- ・ 12月7日：研究会議消防分科会開催。
- ・ 12月10日：第5回研究会議開催。
- ・ 平成20年1月9日：第6回研究会議開催。
- ・ 3月3日：第7回研究会議開催。
- ・ 3月24日：兵庫県救急業務高度化協議会（平成19年度第2回）へ、研究代表者が出席。活動報告を行い、市民AEDのデータ提供継続を要請。

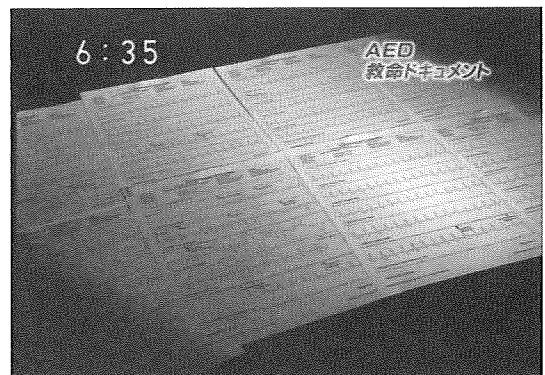
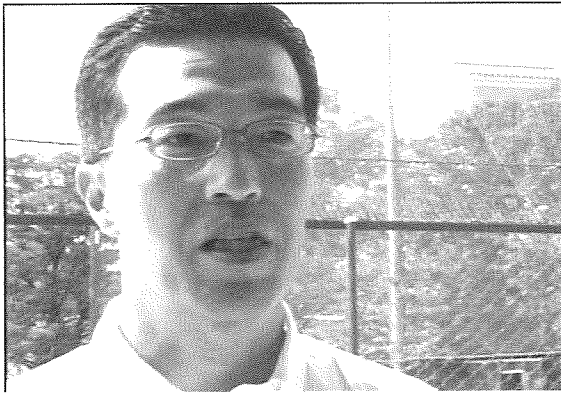
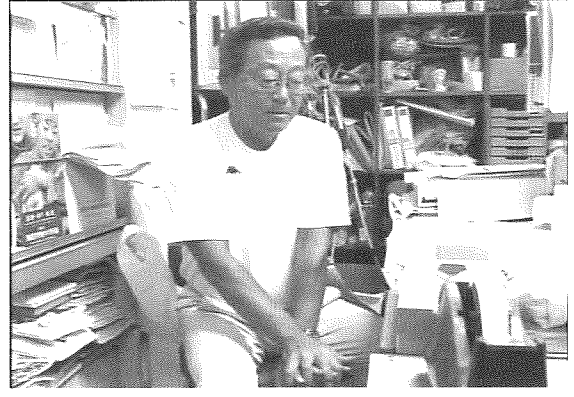


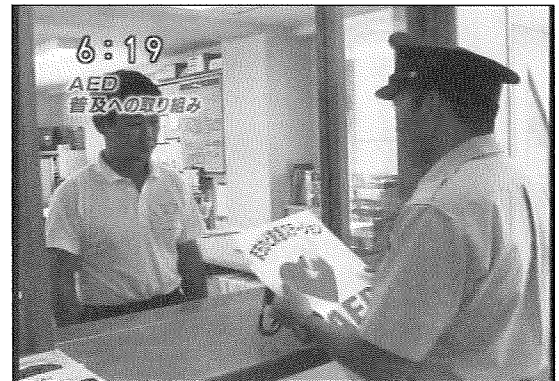
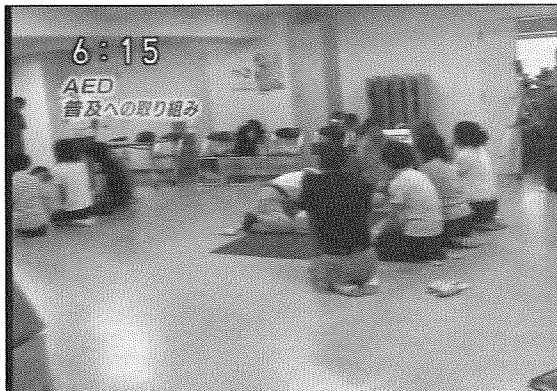
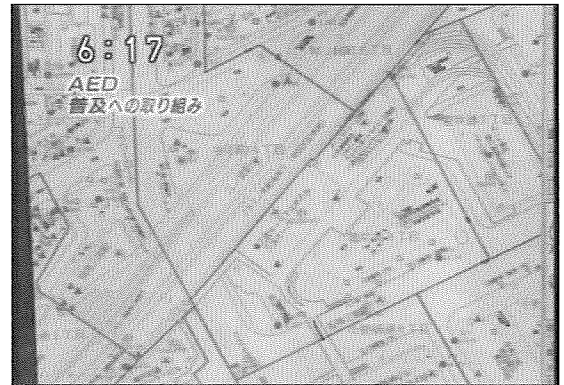


けると警報装置が作動します。  
いる場合は、設置管理者に連絡して下さい。  
7年度第31期卒業生一同

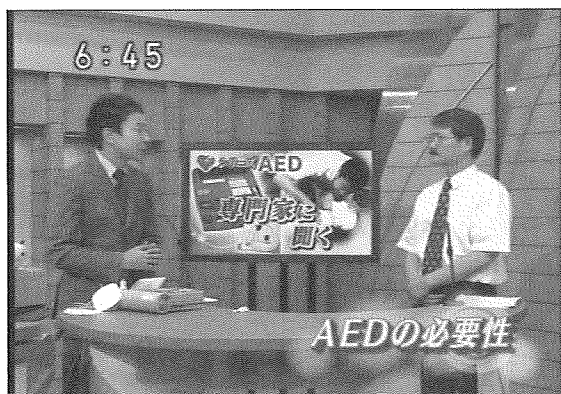
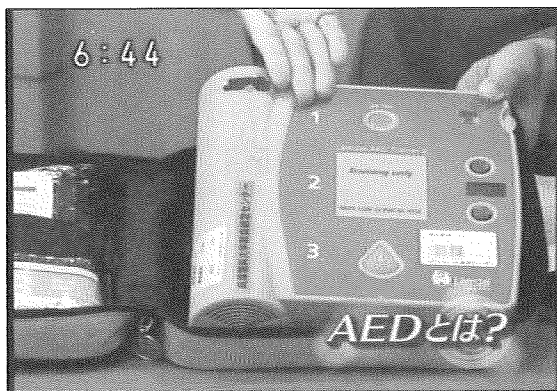
- 
- A black and white photograph of an AED training session, showing a person lying on a mat on the floor. A digital clock in the top left corner shows 6:22.
- 6:22 ♡ AED 使い方のポイント
  - 水分をふく
  - 金属をはずす
  - はり薬を取る
  - ペースメーカーから3センチ以上離す
  - 体毛をそる











プロジェクトAED  
2007年7月1日発行

# もっと身近に！ 命を守るAED

トップページ

プロジェクトの目的

AEDとは

AEDの使い方  
(心臓蘇生のやり方)

AEDのQ&A

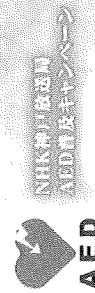
リンク先  
(一般のかた向け)

リンク先  
(医療・学術関係者向け)

アンケート

**新着・更新情報**

- プロジェクトAEDサイトを始動します  
「AEDってどうやって使うの?」「本物はまだ見ることがない」「職場にあるけど自由にいじれない」  
2004年7月1日から一般市民による使用が許可されたものの、まだまだ身近な存在とは言えないAED。私たちのプロジェクトは、そんなAEDについての情報をもっと知っていただくため、特に兵庫県下での情報を中心に、皆様へお届けしてゆきます。
- NHK神戸放送局との連携  
「いのちを守る放送局」、NHK神戸放送局が2007年8月27日より、視聴者の方々にAEDの普及を呼びかける放送キャンペーンを行います。  
私たちはNHK神戸放送局の活動とタイアップし、ともに兵庫県でのAEDの普及と使用の推進を目指します。



- 防災の日、救急の日  
9月1日は「防災の日」、9月9日は「救急の日」です。その前後、救急活動や救急医療についての認識を深めていただくため、各地でイベントや体験学習などが行われます。  
私たちもそうした動きを取り上げ、皆様がAEDや救急医療と身近に触れあえるような情報を発信してゆきます。

プロジェクトAED in ひょうご  
Copyright (C) 2007 Hyogo-AED-Project. All rights reserved.

プロジェクトAED  
2007年7月1日発行

# もっと身近に！ 命を守るAED

トップページ

プロジェクトの目的

AEDとは

AEDの使い方  
(心臓蘇生のやり方)

AEDのQ&A

リンク先  
(一般のかた向け)

リンク先  
(医療・学術関係者向け)

アンケート

**プロジェクトの目的**

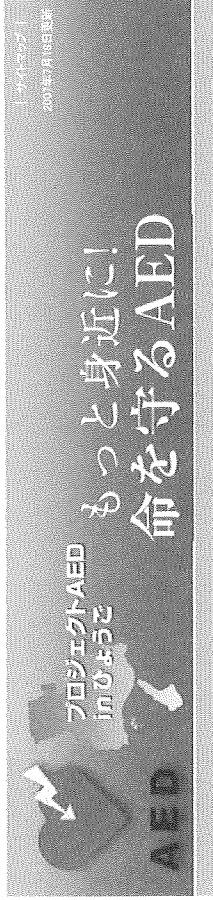
このサイトの目的

AEDは2004年7月1日に、本邦で市民による使用が公認されました。その後、機械は公共交通や役所などを筆頭にさまざまなところで目にすることができるようになっています。しかし市民が実際にそれを使用して倒れた人を助けたという例は、期待されたほど多くはありません。  
その大きな理由として、AEDがどのようなもので、どのように使えばいいかを、みなさんがまだご存じないことが挙げられます。このサイトは、みなさんにAEDとは何かをお伝えし、使い方が決して難しくなく、そして的確に使える目録らしい効果のあるものをお知らせすることを目的としています。私たちの合い言葉は、「もっと身近に！命を救うAED」です。  
この趣旨にご賛同いただいたNHK神戸放送局のご協力で、平成19年の初秋にAEDや心臓蘇生にまつわるさまざまな話題・情報をとりあげる放送キャンペーンを兵庫県全域で実施し、市民のみなさんにAEDを広く知っていただくことを目指しています。

■ 発信者情報(私たちはこういうグループです)

私たち「プロジェクトAED in ひょうご」研究グループは、AEDを市民のみなさんに知っていただくために集まった集団です。メンバーは、兵庫県内で心臓蘇生の普及啓発や研究にたずさわっている、医師、消防職員(救急隊員など)をはじめとする各組織の代表者です。  
このグループは厚生労働省の「循環器疾患等生活習慣病対策総合研究事業」自動体外式除細動器(AED)を用いた心疾患の救命率向上のための体制の構築に関する研究」班に属しており、活動は平成18～20年度厚生労働科学研究費補助金によって支援されています。

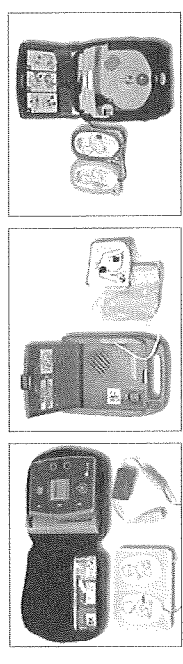
プロジェクトAED in ひょうご  
Copyright (C) 2007 Hyogo-AED-Project. All rights reserved.



- トップページ
- プロジェクトの目的
- AEDとは
- AEDの使い方  
(心臓患者のやり方)
- AEDのQ&A
- リンク先  
(一般のかた向け)
- リンク先  
(医療・学術関係者向け)
- アンケート

**AEDとは**

AEDとはAutomated external defibrillatorの略で、自動体外式除細動器と訳します。突然心臓が止まった時に以前から病院で行われていた、いわゆる「電気ショック」を、一般市民でも安全・確実に実施できるように作られた機械です。手提げカバンと同じ程度の大きさで重さで、コンピュータを内蔵しており、電源をえ入れれば操作は機械自身が順序に従って声を出して指導してくれます。もし目の前で誰かが倒れて心臓停止状態に陥ったら、倒にいる人は人工呼吸や胸骨圧迫による心臓蘇生をすぐに行っていた方がいいのですが、その時さらにAEDが使えれば、助けられる人は飛躍的に増加すると期待されています。そして電気ショックは、早ければ早いほど効果が高いのです。さあ、みなさんもAEDを使った心臓蘇生を学んで下さい。そして勇気を出して、目の前の助けられる命を、助けて下さい。



**AEDの今までの経緯**

現在市中に広く配備され市民による電気ショックを可能とするAEDも、従来は医師にしか使用が認められていませんでした。それが変わるきっかけは2000年、アメリカ心臓協会 (American Heart Association: AHA) が中心となって策定した心臓蘇生国際ガイドラインにおいて、AEDの高い有効性が示されたことでした。わが国でもAEDが広まって、病院外での心臓停止例の救命率が向上するのではと期待されましたが、制度整備に時間がかかりました。2001年12月に、わが国の航空会社の国際線客室乗務員はAEDが使用できるよう、法律が改正されました。海外の航空会社では、それ以前から機内にAEDが配備されていたのです。2002年11月に、高円宮憲仁親王(当時47歳)がスカッシュのプレー中に突然倒れ、心室細動で亡くなるという不幸な出来事がありました。この時は、市中にAEDはまだありませんでした。その後制度整備が段階的に進められ、2003年3月には救急救命士が電気ショックを行う際に医師の指示を得ることが不用になり、より短時間で電気ショックが行えるようになりました。そして、2004年7月から市民もAEDが使用できるようになりました。2005年に開催された愛知万博では会場にAEDが多数設置され、発生した心停止患者のうち4人を救命し、社会復帰させることが出来ました。この年の末には心臓蘇生ガイドラインが各国で改訂されましたが、それでもAEDの有用性が引き続き強調されています。

現在AEDは、公共交通機関、公共施設などを中心に広く配備され、関連する話題がマスコミに取り上げられることも増えています。最近では、野球などの球技中に胸への軽い打撃をきっかけとして、若い健康な人にもおきる致死性不整脈(いわゆる心臓震盪)に対して使用され、救命できたという報道がなされています。

今後は、AEDを活用した市民による心臓蘇生によって、突然心臓停止から救命される例が増えることが期待されています。

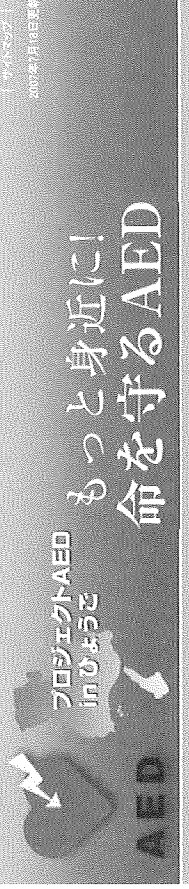
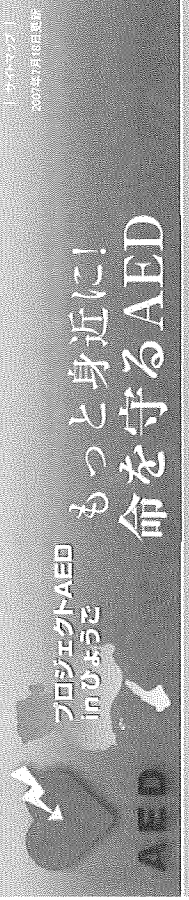
**「AEDとPAD」**

AEDにまつわるもう一つのキーワードがPADです。Public Access Defibrillationの略で、「公衆・市民がアクセスする除細動(電気ショック)」という意味です。医療職以外の方でも、必要な時には除細動(電気ショック)を行って心臓停止に陥った人を救命することができるといふ考え方を指します。そしてこれにうってつけな機械が、AEDです。最近交通機関や公共施設で目にするようになったAEDは、そのために配備されているのです。

プロジェクトAED in ひょうご

Copyright (C) 2007 Hyogo-AED-Project. All rights reserved.

4ページの気球に飾る



AEDの使い方(心肺蘇生のやり方)

① 反応のないことを確認する



誰かが突然倒れるところを目撃したり、倒れているところを発見した場合は、その人の反応を確認します。肩を軽くたたきながら「もしもし」または「大丈夫ですか」等、呼びかけます。

▲ページの先頭に戻る



印刷する



次のページへ進む

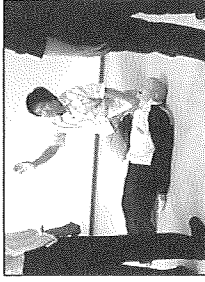
- トップページ
- プロジェクトの目的
- AEDとは
- AEDの使い方(心肺蘇生のやり方)
- AEDのQ&A
- リンク先(一般のかた向け)
- リンク先(医療・学術関係者向け)
- アンケート

プロジェクトAED in ひょうご

Copyright (C) 2007 Hyogo-AED-Project. All rights reserved.

AEDの使い方(心肺蘇生のやり方)

② 助けを呼ぶ(119番通報とAEDの手配)



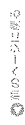
反応が無い場合は、大きな声で「誰か来てください!」と助けを求めます。

Q. 子供が倒れて反応がない時はどうすればいいのですか?

▲ページの先頭に戻る



印刷する



次のページへ進む



印刷する

プロジェクトAED in ひょうご

Copyright (C) 2007 Hyogo-AED-Project. All rights reserved.