

厚生労働科学研究費補助金（移植医療基盤整備研究事業）

臓器・組織提供の意思決定・意思表示につながる
行動経済学等に基づいた新たな普及啓発に資する研究（22FF0101）

『行動科学を基盤とした科学的根拠に基づく
臓器・組織移植啓発モデルの構築に関する研究』

研究代表者：瓜生原葉子
（同志社大学商学部，ソーシャルマーケティング研究センター）

2024年4月26日

1

『行動科学を基盤とした科学的根拠に基づく
移植啓発モデルの構築に関する研究』
第6回班会議（2024年4月26日13:00-15:00@zoom）

■ご出席予定者

> 研究分担者

渥美生弘先生（聖隷浜松病院），島田光生先生（徳島大），
吉住朋晴先生（九州大）

> 研究協力者

齋藤裕先生（徳島大），佐藤直哉先生（福島県立医科大），
山本小奈美先生（山口大），栗原未紀様（JOT）

> オブザーバー

健康局難病対策課移植医療対策推進室
吉川美喜子先生

> 事務局

中村英子 (Research Assistant), 瓜生原

■議事次第

- ① 令和5年度の研究報告 & 6年度の計画
（各分担任）
- ② 前回の課題報告（JOT）
- ③ 事務連絡

2

臓器・組織提供の意思決定・意思表示につながる行動経済学等に基づいた新たな普及啓発に資する研究（22FF0101）
『行動科学を基盤とした科学的根拠に基づく臓器・組織移植啓発モデルの構築に関する研究』

臓器・組織提供数の増加を目指し、その障壁となっている啓発に関する行動課題を明確化し、その解決のための「行動変容」を促進する

	一般	都道府県担当者	医療者(医師)
目標行動	意思表示する/家族と対話する	効果的な施策を立案実施する	臓器提供プロセスに関わる
現状	<ul style="list-style-type: none">意思表示率約10%提供に反対とは限らない多くの人が「考えていない」身近に感じてないわざわざ情報を入手しない	<ul style="list-style-type: none">移植Co., 自治体職員の協力体制が構築できていない自治体担当者さえいない移植Co.がどのように啓発をしたいのかわからないマニュアルだけでは企画・実施できない	<ul style="list-style-type: none">全ての医師が必ずしも移植について学んでいない提供側のbenefit/価値が把握されていない
研究の現状	<ul style="list-style-type: none">5年以上蓄積したデータあり意思表示メカニズムを導出	<ul style="list-style-type: none">各都道府県のモデル図作成市民の行動ステージ別などの施策メニューの開発（検証済）マニュアル作成（作成済）	<ul style="list-style-type: none">医学教育カリキュラムへの包含についての具体的プログラム&指標の検討継続的に行動できている医療者へのdepth interviewと促進因子の探索
施策	<ul style="list-style-type: none">アルゴリズムを作成し、行動志向にあった情報を提供するしくみを構築⇒マイナポータルに組み込みPush型であらゆる機会に情報に触れるしくみを構築	<ul style="list-style-type: none">都道府県の状況に応じて企画ができるようなしくみの構築→簡便に企画立案できる、事例がいくつかのってそのまま適用できるサイトを構築	<ul style="list-style-type: none">教育プログラムの構築各提供病院における促進因子の導入（方法は未定）



【2023年度】

- ① 海外渡航の注意喚起動画作成
- ② 16,000件の一般のデータ再解析
意思決定・意思表示の有無に影響を及ぼす因子、促進因子の頑健性が高いことを確認
- ③ AIによるテラーメードの啓発
②から得た因子を基に annotationを行い、その人の志向にあった情報が届くしくみ構築
- ④自治体や都道府県 Co.に負担をかけない地域の啓発施策支援のしくみ構築（マニュアル作成からの改善）
- ⑤意思決定の後回しへの対応施策の開発
・世論調査の結果では「意思が決まらないから、あるいは後で記入しようと思っていたから（25.4%）」：後回し⇒そのまま放置
・今決めることを強制されたいやになるという深層心理 ⇒「迷ってもいい」という概念の導入による行動促進
・大学生334名を対象とした調査において、「迷ってもいいカード」は既存のカードより統計学的有意に記入への抵抗感が減り、「家族と話すきっかけになる」「意思表示することを忘れない」ことが示された。

【2024年度計画】

- ① 動画の使用実績やその効果の調査
- ② メカニズムを明確にし、分かりやすい形で④などに掲載予定
- ③ portal siteのブラッシュアップ、様々な層（特に若年層）を対象に検証を行う。研究分担者の啓発での活用（検証へのご協力）を依頼。リンク先を募り、あらゆる機会でご使用いただくしくみの構築
- ④2024年度の内容も含め、内容のブラッシュアップ
- ⑤「迷ってもいい、でも一歩踏み出そう」という概念と行動の促進のための施策を仮説検証する。

①海外渡航の注意喚起動画作成



【作成の目的】

動画をみた移植対象者に海外渡航を思い留まってもらうこと
移植待機者は報道などをみたり、
リスクを**意識せず**（海外の衛生状態や帰国後のフォローアップがないことを知らず）
に渡航される場合がある。
このようなことを少しでも減らしていくため、
正しい知識提供の一助となる。

【投稿日時】2023年11月23日(木)AM8:00
海外での臓器移植あっせん判決の5日前

【厚労省より周知通達した関連学会や団体一覧】

- 4団体でHP上に公開確認済、残り3団体は会員専用か？
- ・ 一般社団法人日本内科学会
 - ・ 一般社団法人日本移植学会
 - ・ 一般社団法人日本臨床腎移植学会
 - ・ 一般社団法人日本透析医学会
 - ・ 一般社団法人日本腎臓学会
 - ・ 公益社団法人日本透析医会
 - ・ 腎移植内科研究会



<https://youtu.be/ANbpKVVdOw?si=oNbAgW9w2MyPCH76>

海外渡航移植動画（日本語翻訳版）

厚生労働科学研究 移植医療基盤整備研究事業
チャンネル登録者数 12人

アナリティクス 動画の編集

1,434 回視聴 2023/11/23

動画最後に示された「イスタンブール宣言」2018日本語版は以下のURLよりご覧ください。
海外で腎移植を受けることを考える前に、まずは国内の移植専門医に病状について相談してください。
<http://www.declarationofistanbul.org/>

【作成の留意点】

- (1)日本語翻訳時に医師監修のもと メッセージを追加
海外渡航はだめだと示すだけではなく、
「それならどうしたらいいの？」という患者の気持ちへの回答となるように
「各国は臓器提供の自給自足の達成に努めるべきです。」と追加
これはイスタンブール宣言の
「11各国は臓器提供と臓器移植の自給自足の達成に努めるべきである。」より
- (2)概要欄にイスタンブール宣言2018日本語版URLを記載
英語ではなく母国語で内容を把握できるため障壁も低く伝わりやすい。
- (3)負担になりにくい動画再生時間（2分39秒）

①海外渡航の注意喚起動画作成 基本統計情報



【基本統計情報】（2024年4月15日時点）

- ・ 総視聴回数 1,431 回
- ・ 平均視聴時間 1分40秒（動画の約60%）
- ・ チャンネル登録者数 12名（医療関係者が多い）
- ・ インプレッション ※1数 352（23.6%）

内訳	ホームページ上のおすすめ	14.5%
	動画再生ページ上のおすすめ	9.1%
	視聴者による検索 / その他	76.4%

・ インプレッションのクリック率 ※2 19%（高い。平均2-10%）

・ デバイスのタイプ

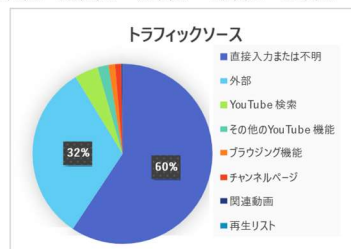
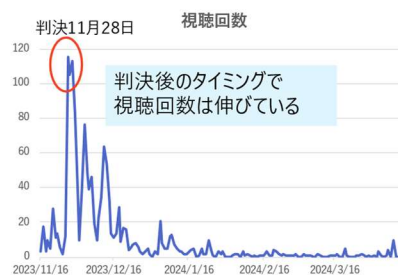
パソコン76.6%、携帯電話21.6%、タブレット1.5%、テレビ0.3%

・ トラフィックソース

直接入力または不明 60%、外部32%、YouTube 検索4%

※1 所定のインプレッションを通じて、サムネイルがYouTubeで視聴者に表示された回数。

※2 視聴者がサムネイルを見た後に動画を視聴した頻度。



①海外渡航の注意喚起動画作成 トラフィックソースについて



【トラフィックソース 外部情報詳細】（2024年4月15日時点）
流入経路 どのサイトなどから閲覧したのか
• 媒体 メール媒体や検索エンジン、SNS、アプリケーションなど

- 周知学会のほかに自治体からの閲覧も（大阪市、岡山市）
- 臓器不全チーム医療協議会 KicosのみHP内で一般向け対象。QR記載
- 社会医療法人友愛会 HP内掲載場所不明。2月頃から閲覧履歴あり

ソースのタイトル	視聴回数	平均視聴時間	平均再生率 (%)	媒体名	情報公開日	公開情報	公開URL	広報対象	備考
	457	0:01:33	58.89						
Gmail	50	0:01:35	60.09	メール媒体					
Google Search	34	0:01:43	65.16	検索エンジン					
Facebook	31	0:01:14	46.94	SNS					
Naver	30	0:00:44	27.99	検索エンジン、韓国					
med.or.jp	24	0:01:27	54.85	日本医師会	2023年12月7日	適正な移植医療の推進	https://www.med.or.jp/doctor/rinri/linri/011456.html	医師	
jsn.or.jp	16	0:02:15	85.06	一般社団法人日本臓器学会	2023年11月28日	【厚生労働省】臓器取引と移植ソリューションに関する動画の周知について	https://jsn.or.jp/medic/newsttopics/fo_member/post-550.php	学会員	
yuui.or.jp	13	0:01:31	57.59	社会医療法人 友愛会	不明だが2月頃?				HPのどこにあるのか不明
Twitter	10	0:01:48	68.19	SNS					
Yahoo Mail	6	0:01:58	74.54	メール媒体					
bing.com	6	0:02:21	89.07	検索エンジン					
kicos.jp	5	0:02:16	86.00	臓器不全チーム医療協議会 Kicos	2023年11月28日	海外渡航移植に関する動画のご案内	http://www.kicos.jp/modules/news/index.php?content_id=13	医療関係者 一般	QRコード掲載
worksmobile.com	4	0:01:33	58.56	SNS、韓国					
YouTube	3	0:01:25	53.89	SNS					
jp.co.yahoo.android.ymail	3	0:01:35	60.23	メール媒体					
microsoft.com	3	0:02:38	99.76	検索エンジン				YouTubeトラフィックソースの外部情報より作成	視聴回数3回以上を抜粋
osaka.lg.jp	3	0:02:31	95.49	大阪市					

①海外渡航の注意喚起動画作成 まとめ



【まとめ】

この動画は、動画を見た移植待機者に海外渡航を思い留まってもらうことを目的として作成された。
移植待機者は報道などをみた際、リスクを意識せず（海外の衛生状態や帰国後のフォローアップがないことを知らず）に渡航される場合がある。このようなことを少しでも減らしていくため、正しい知識提供の一助となる。

総視聴回数は1,413回、インプレッションのクリック率が9%と高かった。（2024年4月15日現在）
最も視聴回数が多い時期は海外の渡航移植あせん判決後（2023年11月28日前後）である。
主な視聴デバイスはパソコン76.6%、流入経路は直接入力または不明50%、外部32%、YouTube検索4%であった。
厚労省からの周知通達を受けた学会や団体のほかに、地方自治体でも閲覧された。

【2024年度計画】

- YouTubeチャンネル上の動画視聴データは継続して収集可能
- QRコードを作成し、HP上で独自の広報を行っている団体（臓器不全チーム医療協議会kicos）もある。
- しかし、より詳細なデータ分析や医療側の実態については調査できていない。
- **動画の使用実績やその効果の調査をする必要性**

12

臓器・組織提供の意思決定・意思表示につながる行動経済学等に基づいた新たな普及啓発に資する研究（22FF0101）
『行動科学を基盤とした科学的根拠に基づく臓器・組織移植啓発モデルの構築に関する研究』



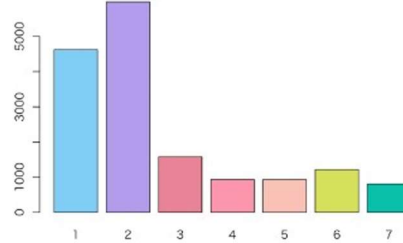
臓器・組織提供数の増加を目指し、その障壁となっている啓発に関する行動課題を明確化し、その解決のための「行動変容」を促進する

	一般	都道府県担当者	医療者(医師)
目標行動	意思表示する/家族と対話する	効果的な施策を立案実施する	臓器提供プロセスに関わる
現状	<ul style="list-style-type: none"> • 意思表示率約10% • 提供に反対とは限らない • 多くの人が「考えていない」 • 身近に感じてない • わざわざ情報を入手しない 	<ul style="list-style-type: none"> • 移植Co.、自治体職員の協力体制が構築できていない • 自治体担当者さえいない • 移植Co.がどのように啓発をしたらいいかわからない • マニュアルだけでは企画・実施できない 	<ul style="list-style-type: none"> • 全ての医師が必ずしも移植について学んでいない • 提供側のbenefit/価値が把握されていない
研究の現状	<ul style="list-style-type: none"> • 5年以上蓄積したデータあり • 意思表示メカニズムを導出 	<ul style="list-style-type: none"> • 各都道府県のモデル図作成 • 市民の行動ステージ別などの施策メニューの開発（検証済） • マニュアル作成（作成済） 	<ul style="list-style-type: none"> • 医学教育カリキュラムへの包含についての具体的プログラム&指標の検討 • 継続的に行動できている医療者へのdepth interviewと促進因子の探索
施策	<ul style="list-style-type: none"> • アルゴリズムを作成し、行動志向にあった情報を提供するしくみを構築⇒マイナポータルに組み込み • Push型であらゆる機会に情報に触れるしくみを構築 	<ul style="list-style-type: none"> • 都道府県の状況に応じて企画ができるようなしくみの構築 →簡便に企画立案できる、事例がいくつかのってそのまま適用できるサイトを構築 	<ul style="list-style-type: none"> • 教育プログラムの構築 • 各提供病院における促進因子の導入（方法は未定）

基礎集計 臓器提供の意思表示の段階

各回答項目

- 1 臓器提供に関心がない
- 2 臓器提供に関心があるが、臓器を提供する・しないは考えていない
- 3 臓器提供に関心があり、臓器を提供する・しないを考えている
- 4 臓器を提供する・しないは決めたが、意思表示するまでは考えていない
- 5 臓器を提供する・しないは決めており、意思表示することを考えている
- 6 既に意思表示をしている
- 7 既に意思表示したことを、家族または親しい方に話している



1→2: 臓器提供への関心のギャップ
2→3: 臓器提供を現実問題と考えるギャップ
3→4: 臓器提供の決定に関するギャップ (あまりない?)
4→5: 意思表示のギャップ

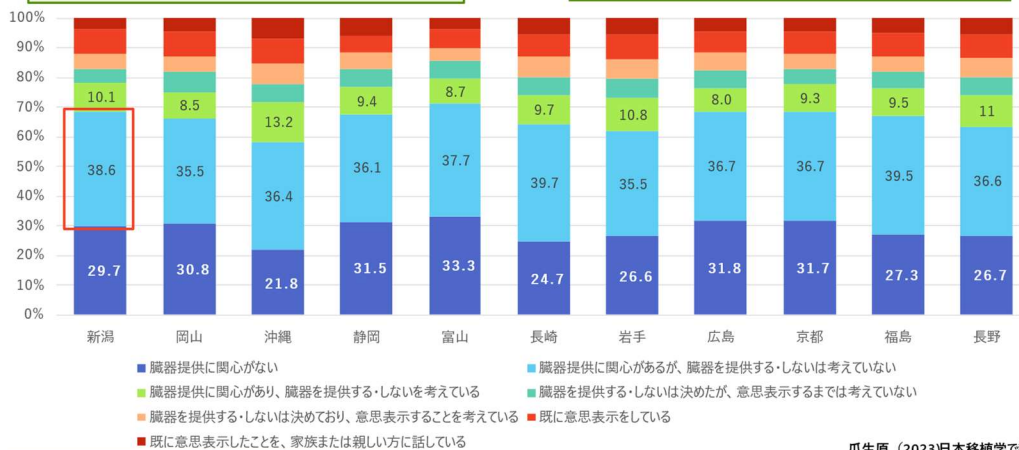
無断転写・複製・転載はご遠慮ください© 2022 Yoko Uryuhara All rights reserved.

15

調査結果 (1-2) : 意思表示に関する行動変容段階

- 臓器提供について考えている人は約割
- 関心はあるが、考えていない人が多い

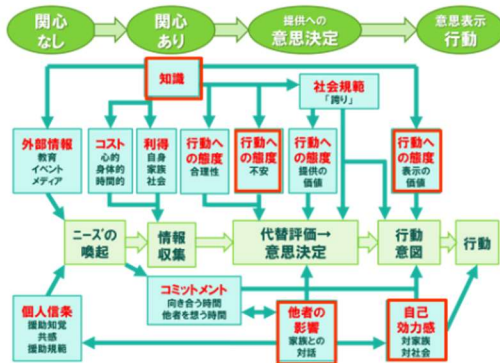
各地域における臓器提供意思表示のステージ (n=16,050)



無断転写・複製・転載はご遠慮ください© 2022 Yoko Uryuhara. All rights reserved.

瓜生原 (2023)日本移植学で報告

- 【行動】
- 意思表示率
- 意思表示行動変容ステージ
- 【影響を与える重要因子】
- 対話率
- 不安の程度
- 意思表示の価値の認識度
- 行動に影響を与える知識の正解率



無断転写・複製・転載はご遠慮ください© 2022 Yoko Uryuhara All rights reserved.

次元	項目	質問	回答選択肢
結果変数	行動変容ステージ	あなたは、今、「臓器提供の意思表示」について、どの段階にいますか、一つ選んでください。	1. 関心がない 2. 臓器提供やその意思表示に関心はあるが、まだ具体的には考えていない 3. 臓器提供やその意思表示に関心があり、考え中 4. 臓器提供にYES/NOは決まった、意思表示する本気度で考えたい 5. 意思表示しようと思いが決まったが、まだしていない 6. 意思表示している 7. 意思表示したことを、家族や友人に共有している ※5段階の場合、1:関心なし、2:関心あり、3:意思決定した、4:意思表示している、5:家族に共有している
	法	家族との会話	1. 一度だけ 2. 数回 3. しばしば
メ	誇り	臓器提供に対して誇りを感じますか	1. まったく思わない 2. そう思わない 3. あまりそう思わない
	不安	臓器提供に対して不安を感じますか	1. 全く思わない 2. そう思う 3. とてもそう思う
因	意思決定の価値	● 臓器提供していいかは家族に負担がかからないと思えますか ● 臓器提供していいかは家族に負担がかかると思えますか	1. 一定でない 2. ○ 3. × 4. わからない
	臓器提供プロセス	臓器を取り出す際に緊張感が高まる(国)や、なにかおそれがある(国)など、(国)の臓器提供後のお身体は3~6時間家族のそばにたかえてくる	1. ○ 2. × 3. わからない
因	意思表示	● 意思表示は書き出しできる	1. ○ 2. × 3. わからない

瓜生原(2021)行動科学でより良い社会をつくる-ソーシャルマーケティングによる社会課題の解決 | P.354-361 17

瓜生原(2021)で提案された測定項目 順序ロジスティック回帰によるスコアリング

• 結果

Coefficients: Value	Std. Error	t value	Intercepts: Value	Std. Error	t value		
q7_12	1.000	0.047	21.166	1 2	0.156	0.101	1.547
q7_13	1.336	0.043	30.905	2 3	2.137	0.103	20.853
q7_14	1.823	0.105	17.351	3 4	2.741	0.103	26.606
q7_15	2.320	0.233	9.969	4 5	3.170	0.104	30.624
q8_12	0.516	0.040	12.808	5 6	3.714	0.104	35.556
q8_13	0.696	0.048	14.500	6 7	4.874	0.109	44.886
q8_14	0.911	0.059	15.436				
q8_15	1.138	0.097	11.776				
q8_22	-0.153	0.081	-1.882				
q8_23	-0.705	0.078	-9.090				
q8_24	-0.926	0.075	-12.415				
q8_25	-1.346	0.077	-17.520				
q8_32	0.196	0.077	2.566				
q8_33	0.439	0.069	6.353				
q8_34	0.709	0.074	9.541				
q8_35	0.865	0.088	9.857				
q8_82	0.172	0.100	1.720				
q8_83	0.264	0.089	2.970				
q8_84	0.798	0.091	8.811				
q8_85	1.368	0.095	14.473				
q9_11	0.381	0.031	12.236				
q9_31	0.123	0.031	4.018				
q9_41	0.077	0.044	1.749				
q9_51	0.088	0.043	2.073				

Q8_2 不安に関する項目であるので、不安を取り除く方向に介入することによって、SC5のフェーズを進めることができる

他の項目は選択肢の数字が大きくなるように介入することが有効?

各質問に対する介入部分については、アノテーションされたコンテンツとの距離を検討

質問項目選択の検討 知識に関する分析

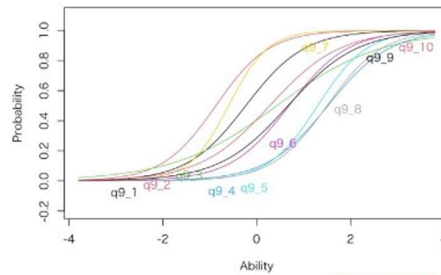
• 各項目の困難度

- Dffc1t.q9_2 -0.8722
 - 提供したくないとの意思表示を行うことができる
- Dffc1t.q9_7 -0.6008
 - 日本の臓器提供数は、欧米諸国と比べて少ない
- Dffc1t.q9_1 -0.2323
 - 意思表示は書き直しできる
- Dffc1t.q9_10 0.2796
 - 臓器提供をすることがどうかについて、最後は家族が意思決定する
- Dffc1t.q9_3 0.4330
 - 脳死になると回復することはない
- Dffc1t.q9_9 0.6702
 - 植物状態は回復する可能性があり、脳死とは異なる病態である
- Dffc1t.q9_6 0.6903
 - 15歳未満でも臓器提供可能である。
- Dffc1t.q9_5 1.3023
 - 臓器提供後のお身体は3時間から6時間で家族のもとにかえってくる
- Dffc1t.q9_8 1.5013
 - 臓器移植を受けた患者のうち、移植された臓器が一定期間後に体内で機能している者の割合は、日本は海外と比べて高い
- Dffc1t.q9_4 1.5182
 - 臓器を取り出しても複数の傷ができることはない

sc5の回答によって問う/与える知識を変える余地はある?

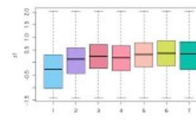
2024/2/15

Item Characteristic Curves



質問項目選択の検討
知識に関する分析

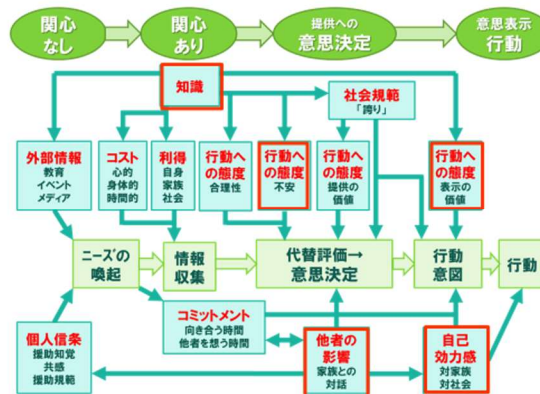
• ステージごとの能力分布



臓器・組織提供の意思決定・意思表示につながる行動経済学等に基づいた新たな普及啓発に資する研究 (22FF0101)
『行動科学を基盤とした科学的根拠に基づく臓器・組織移植啓発モデルの構築に関する研究』

介入	具体項目
内在信条の惹起	援助知覚
	共感
コスト	援助規範
	心的
	身体的
利得	時間的
	自身
	家族
コミット	社会
	自己に向き合う時間
態度の促進	他者を思う時間
	合理性
	不安の低減
	提供の価値
	意思表示の価値
他者	誇りの醸成
	家族との対話
自己効力感	

知識	具体項目
	脳死になると回復することはない
	臓器を取り出す時に複数の傷はできない
	お身体はきれいになって帰ってくる
	提供後は3-6時間で家族の元に戻ってくる
	意思表示は書き直しできる





質問1: あなたは、今、『臓器提供の意思表示』について、どの段階にいますか。一つ選んでください。

臓器提供に関心がない

臓器提供に関心があるが、臓器を提供する・しないは考えていない

臓器提供に関心があり、臓器を提供する・しないを考えている

臓器を提供する・しないは決めたが、意思表示するまでは考えていない

臓器を提供する・しないは決めており、意思表示することを考えている

既に意思表示をしている

既に意思表示したことを、家族または親しい方に話している

質問2: 死後の臓器提供や意思表示について、家族と話したことがありますか

臓器提供後のお身体は3時間から6時間で家族のもとにかえってくる

わからない

質問10: 以下の項目について、あなたは正しいと思いますか。○、×、わからないでお答えください。

意思表示は書き直してできる

わからない

結果を見る



結果を見る

こんなものを見てみませんか？



意思表示ってどうやるの？



【公式の情報サイト】

- 日本臓器移植ネットワークのwebsite (団体の公式サイト) : [日本臓器移植ネットワーク \(jotnw.or.jp\)](http://jotnw.or.jp)
- グリーンリボンキャンペーンのwebsite (一般啓発に特化したサイト) : [グリーンリボンキャンペーン \(green-ribbon.jp\)](http://green-ribbon.jp)
- 日本移植学会のwebsite : [メッセージ | 一般の方 | 一般社団法人 日本移植学会 \(asas.or.jp\)](http://messenger-journal.jp)

【課題】

- 知識を提供するサイトに YouTube のショート動画も組み込まれていますが、臓器移植ネットワーク側が Web ページへの埋め込みを許可していないため、再生がなされないという問題が生じています

【要望】

- JOTのショート動画などの埋め込みをご許可願いたします。

【2024年度の課題】

- ターゲットとサイトのコンセプト
- 検証方法
- その他の動画やサイトを含めるか

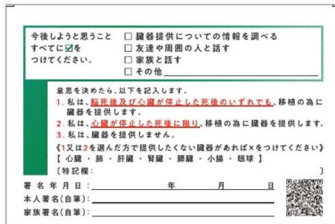
【2023年度】

- ① 海外渡航の注意喚起動画作成
- ② 16,000件の一般のデータ再解析
意思決定・意思表示の有無に影響を及ぼす因子、促進因子の頑健性が高いことを確認
- ③ AIによるテラーメードの啓発
②から得た因子を基に annotationを行い、その人の志向にあった情報が届くしくみ構築
- ④自治体や都道府県 Co.に負担をかけない地域の啓発施策支援のしくみ構築（マニュアル作成からの改善）
- ⑤意思決定の後回しへの対応施策の開発
・世論調査の結果では「意思が決まらないから、あるいは後で記入しようと思っていたから(25.4%)」：後回し⇒そのまま放置
・今決めることを強制されたいやになるという深層心理 ⇒「迷ってもいい」という概念の導入による行動促進
・大学生334名を対象とした調査において、「迷ってもいいカード」は既存のカードより統計学的有意に記入への抵抗感が減り、「家族と話すきっかけになる」「意思表示することを忘れない」ことが示された。

【2024年度計画】

- ① 動画の使用実績やその効果の調査
- ② メカニズムを明確にし、分かりやすい形で④などに掲載予定
- ③ portal siteのブラッシュアップ、様々な層（特に若年層）を対象に検証を行う。研究分担者の啓発でのご活用（検証へのご協力）を依頼。リンク先を募り、あらゆる機会でご使用いただくしくみの構築
- ④ 2024年度の内容も含め、内容のブラッシュアップ
- ⑤「迷ってもいい、でも一歩踏み出そう」という概念と行動の促進のための施策を仮説検証する。

⑤迷いに寄り添うことで意思決定に向けた行動を促す



3群による比較調査

「既存」vs「新規デザイン・裏面同じ」vs「新規デザイン・迷ってます」

■社会科学系大学1年生274名を対象とした調査

既存/新規同裏面のカードと比較し、意思表示迷ってますカードの方が統計学的有意に
 ✓ 抵抗感が低かった。
 ✓ 「友人と話すきっかけになる」と回答した。

■社会科学系大学2-4年生60名を対象とした調査

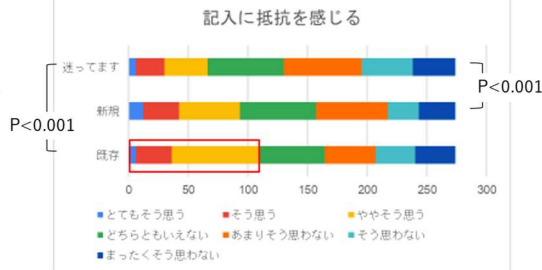
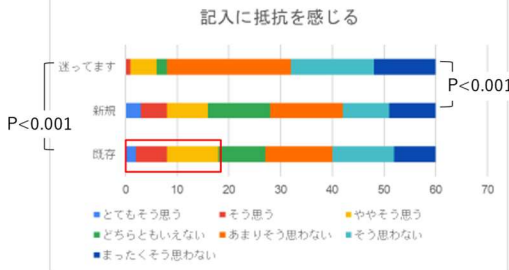
既存/新規同裏面のカードと比較し、意思表示迷ってますカードの方が、統計学的有意(0.1%有意)に
 ✓ 記入の抵抗感が低かった。
 ✓ 気持ちに寄り添っていると感じた。
 ✓ 「臓器提供についての情報を調べてみたい」と回答した。
 ✓ 「家族と話すきっかけになる」と回答した。
 ✓ 「友人と話すきっかけになる」と回答した。
 ✓ 「意思表示することを忘れない」と回答した。
 ✓ 「意思表示することを忘れない」と回答した理由として、「今後しようと思うことにチェックすることで記憶に残りやすい」「迷っている状態だと自身で認識していることから、今後どうするか決断しなければならないと思う」「迷っているままにはしたくないと感じる」などが挙げられた。

無断複製・複製・転載はご遠慮ください© 2024 Yoko Uryuhara. All rights reserved.

統計学的有意に記入への抵抗感を下げていた

3群による比較調査

社会科学系大学生60名 「既存」vs「新規デザイン・裏面同じ」vs「新規デザイン・迷ってます」 社会科学系大学生274名



- 既存カードに対して約4.5割が記入に抵抗感を感じていた。
- 既存と迷ってます間、新規と迷ってます間で統計的有意差(0.1%水準)が認められた。
- 既存や新規よりも臓器提供迷ってますカードの方が抵抗を感じていなかった。

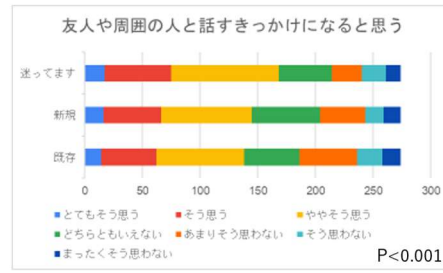
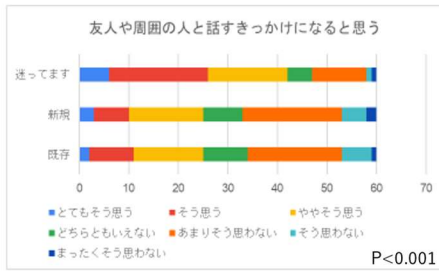
- 既存カードに対して約4割が記入に抵抗感を感じていた。
- 既存と迷ってます間、新規と迷ってます間で統計的有意差(0.1%水準)が認められた。
- 既存や新規よりも臓器提供迷ってますカードの方が抵抗を感じていなかった。

統計学有意に次の行動意図につながっていた



社会科学系
大学生60名

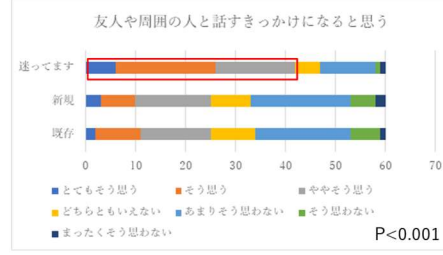
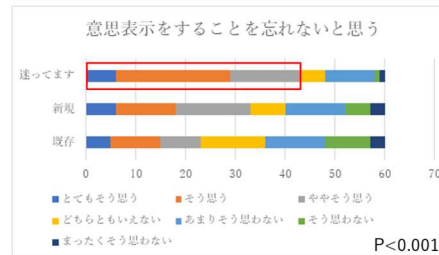
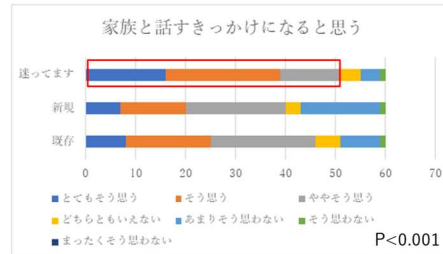
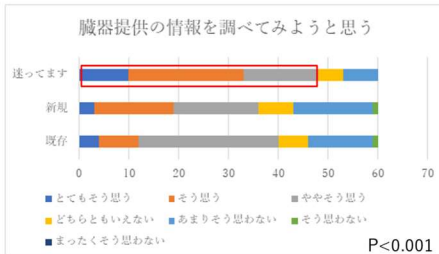
社会科学系
大学生274名



統計学的有意に次の行動意図につながっていた



社会科学系
大学生
60名



社会科学系大学生60名

「意思表示をすることを忘れないと思う」を選択した理由

- 迷っているという意思表示、今後すること、意思決定というプロセスが自覚できる。
- 今後しようと思うことにチェックすることで、記憶に残りやすい。
- 迷っている状態だと自身で認識していることから、今後どうするか決断しなければならないと思える。
- 財布等の中に、迷っているという文字が入ったら<何で悩んでいたのか>と思い返すきっかけになるのではないかと感じた。
- 新規のデザインほど責任感はないがずっと迷っているままにはしたくないと感じる。
- 今の考えを記入すれば良いから、考えがまとまっていなくても記入できる。



社会科学系大学生60名

より意思表示しやすいカードになるための工夫

○新たな欄を設ける (n=25)

・迷っているという意思表示

・迷っている理由

・期限の記入

・現在の心境

・今後しようと思うことの追加 (カードを携帯する、意思決定をする、家族さえなければ等)

○携帯性 (雰囲気、材質等) (n=16)

・柔らかな雰囲気

・分厚くて丈夫

・自分だけのカード (自分で作成、顔写真や名前入り等)

・お守りやスクラッチ (パン不要)

○知識提供 (n=15)

・意思決定プロセス

・内容を具体的に詳しく (待機患者数や意思表示で何人の命を救えるのか、脳死が回復しない等)

・知識不足による誤解 (優先提供希望、家族の意思を尊重したい気持ち等) → 特記欄の役割の認知不足

○もう一つの役割 (n=5)

・免許証や身分証

・情報へアクセスしやすい

○署名欄を隠す (n=4)

・個人の氏名

・いざという時提供するかしんかを他人に見られるため、「これからしよう」の項目は別で記入できた方が抵抗感がない。人に見られると考えると、強制感を感じたり未だ決めきれないことに後ろめたさを感じてしまう。その項目についてはあえて記入せずとも大切な人たちと実際に言葉を交わして伝えたい。

○その他 (n=9)

・迷っていることの肯定

他に迷っていることも記載できる

33

臓器・組織提供の意思決定・意思表示につながる行動経済学等に基づいた新たな普及啓発に資する研究 (22FF0101)
『行動科学を基盤とした科学的根拠に基づく臓器・組織移植啓発モデルの構築に関する研究』



臓器・組織提供数の増加を目指し、その障壁となっている啓発に関する行動課題を明確化し、その解決のための「行動変容」を促進する

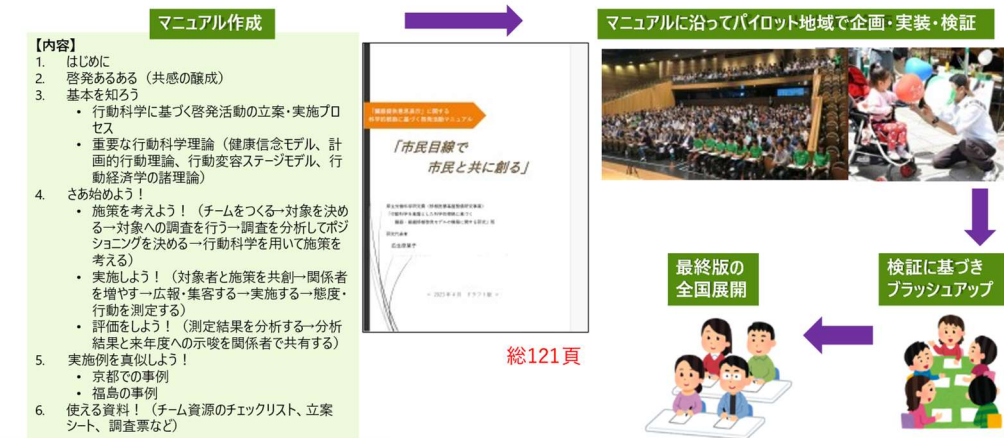
目標行動	一般	都道府県担当者	医療者(医師)
	意思表示する/家族と対話する	効果的な施策を立案実施する	臓器提供プロセスに関わる
現状	<ul style="list-style-type: none"> 意思表示率約10% 提供に反対とは限らない 多くの人が「考えていない」 身近に感じてない わざわざ情報を入手しない 	<ul style="list-style-type: none"> 移植Co., 自治体職員の協力体制が構築できていない 自治体担当者さえいない 移植Co.がどのように啓発をしたいのかわからない マニュアルだけでは企画・実施できない 	<ul style="list-style-type: none"> 全ての医師が必ずしも移植について学んでいない 提供側のbenefit/価値が把握されていない
研究の現状	<ul style="list-style-type: none"> 5年以上蓄積したデータあり 意思表示メカニズムを導出 	<ul style="list-style-type: none"> 各都道府県のモデル図作成 市民の行動ステージ別などの施策メニューの開発 (検証済) マニュアル作成 (作成済) 	<ul style="list-style-type: none"> 医学教育カリキュラムへの包含についての具体的なプログラム&指標の検討 継続的に行動できている医療者へのdepth interviewと促進因子の探索
施策	<ul style="list-style-type: none"> アルゴリズムを作成し、行動志向にあった情報を提供するしくみを構築 ⇒ マイナポータルに組み込み Push型であらゆる機会に情報に触れるしくみを構築 	<ul style="list-style-type: none"> 都道府県の状況に応じて企画ができるようなしくみの構築 → 簡便に企画立案できる、事例がいくつかのついでにそのまま適用できるサイトを構築 	<ul style="list-style-type: none"> 教育プログラムの構築 各提供病院における促進因子の導入 (方法は未定)

より多くの人が施策立案できる環境を整える



厚生労働科学研究費補助金 (移植医療基盤整備研究事業、22FF0101、2022~2024年度)

『行動科学を基盤とした科学的根拠に基づく臓器・組織移植啓発モデルの構築に関する研究 (瓜生原班)』



無断転写・複製・転載はご遠慮ください© 2023 Yoko Uryuhara. All rights reserved.

瓜生原(2023)日本移植学会にて発表

35



ソーシャルマーケティングに基づく
科学的な啓発
ポータルサイト
編集 杉本 博

当サイトの使い方 マニュアル

事例

マニュアルダウンロード

お問い合わせ

社会は人の行動から 変えられる。

様々な社会課題を自分ごととして受け止め、自ら考え、
解決に向けて行動できる人を増やす。



お知らせ 2024.01.30 2024年度事例「MUSUB...



啓発イベントで期待した効果が得られない真の理由



目的が不明確

- 知ってほしい?
- 共感してほしい?
- 意思決定してほしい?
- 意思表示してほしい?



対象が不明確

- 知ってほしい?
- 共感してほしい?
- 意思決定してほしい?
- 意思表示してほしい?



内容がアイデアベース

- 知ってほしい?
- 共感してほしい?
- 意思決定してほしい?
- 意思表示してほしい?



活動の評価が乏しい

- 知ってほしい?
- 共感してほしい?
- 意思決定してほしい?
- 意思表示してほしい?

科学的根拠にともづく啓発活動 (EBE) を行うことで解決

- ① 情報伝達から「行動変容」へ
- ② 行動科学に基づき介入施策を立案する
- ③ 介入施策の効果を図る

ソーシャルマーケティングを適用

この文章はダミーです。ソーシャルマーケティングの説明が入ります。この文章はダミーです。ソーシャルマーケティングの説明が入ります。この文章はダミーです。
ソーシャルマーケティングとは? [?](#)

企画からはじめていませんか?

「もっと多くの人に知ってもらいたい! わたしたちも同じ思いで活動してきました。でも、社会に向けてアクションできる人を増やすには知ってもらうだけでは不十分で、一人ひとりに寄り添った行動を促すための「少しの工夫」が大切です。

従来の普及啓発活動

→ 「企画からはじめる」

「何をするか」から考える

- 知ってもらうためにどう配る?
- 集客のためにマスコットを考へよう!

企画の前後が設計された効果的な活動

→ 「企画の前後」を考える

「なぜするか」から考える

- 企画の目的・対象は?
- 企画実施後の効果は?

普及啓発活動を行う上でよくみられるのは活動を知ってもらいたい思いが先走り、とりえず「企画から」取り組んでしまうことが挙げられます。しかし、企画の前後を考えることで、活動を通して何を目的としているのかを明確にできたり、効果を確認することができたりします。

「企画から」はじめる

せっかくアクションしたのに、

- 企画の目的が不明確
- 内容がアイデアベース
- 活動の評価が困難

「企画の前後」を考える

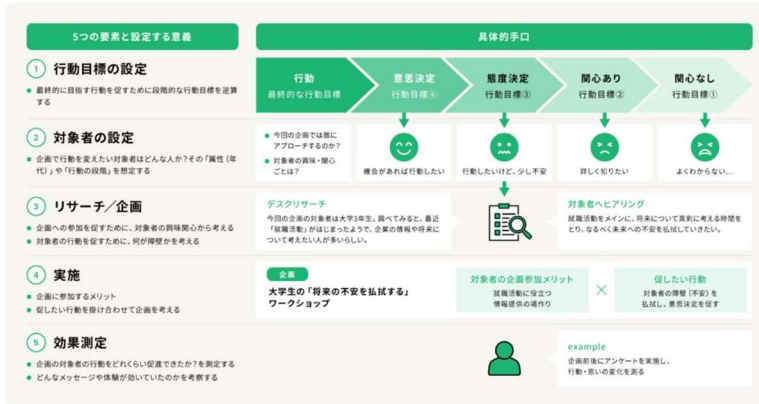
企画の前後が設計されていると、

- 誰に、何を届け、どんな行動を促したいのか?
 - そのために効果的な企画とは何か?
 - その企画の効果はどれくらいあったのか?
- が明確になる。



では具体的に企画に必要な要素を、どのように設定するとよいのでしょうか。上述した効果的な企画の流れにあわせて、それぞれどんなことを考える必要があるかを記しています。

効果的な企画をうみだす「5つの要素」と「具体的手口」



1 行動目標の設定

最終的に目指す行動を促すために段階的な行動目標を設定する

最終的な行動目標

段階的な行動目標①

段階的な行動目標②

段階的な行動目標③

段階的な行動目標④

2 対象者の設定

企画で行動を変えたい対象者はどんな人か? その「属性(年代)」や「行動の段階」を設定する

属性(年代)

性別

学業(専攻)

関心のある分野

3 リサーチ/企画

企画への参加を促すために、対象者の興味関心から考える

対象者の行動を促すために、何が障壁かを考える

企画に参加するメリット

促したい行動を掛け合わせて企画を考える

4 企画の実施

企業(大学生)の「将来の不安を払拭する」ワークショップ

対象者の企画参加メリット

健康活動に役立つ情報提供の機会の

促したい行動

対象者の健康(不安)を払拭し、意思決定を促す

5 効果測定

企画の対象者の行動をどれくらい促進できたか? を測定する

どんなメッセージや体験が効いていたのかを考察する

効果測定

企画前集計アンケートを実施し、行動・意識の変化を測定



マニュアルダウンロード(無料)

「科学的根拠に基づいた健康活動マニュアル」

※マニュアルを通して、下記のことを行います。

- ① 科学的根拠に基づいた健康活動の紹介
- ② 科学的根拠に基づいた健康活動の実践
- ③ 科学的根拠に基づいた健康活動の評価

下記フォームからお問い合わせください。お名前をください。

お名前(フリガナ)

お名前(漢字)

メールアドレス

パスワード

パスワード確認

送信



自由採択との協働によるリーフレット作成

行動実証ステージモデルを基盤とした年間キャンペーン

健康フェスティバル Green Pride Fes

2017年製造を題材としたグループディスカッション

ドキドキ!プレゼンに挑戦!高校生向けワークショップ

サイエンスカフェ

いのちの授業

発見!体に詳しく知る解剖学科学展

あったかい、親子の思い出

行動変容ステージモデルを基軸とした年間キャンペーン

2016年10月1日～2017年3月31日



意思表示率の向上を目的とした後援立案プロセス

1 情報伝達から「行動変容」へ

【活動内容】

2 状況分析

【活動内容】

3 介入対象者の選定

【活動内容】

4 行動目標とゴールの設定

【活動内容】

5 行動に動機をもてる見目の明確化

【活動内容】

2016年MUSUBUキャンペーン

【活動内容】

開催日	10月1日	【活動内容】
開催場所	10月1日	【活動内容】
開催時間	10月1日	【活動内容】
開催場所	10月1日	【活動内容】

関心をもつワークショップ

【活動内容】

【活動内容】



「買って、大切な人と一緒に」実践と語りあひ場

【活動内容】

【活動内容】



MUSUBUギフトデー

【活動内容】

【活動内容】



「買って」意思決定、行動！MUSUBU 2016

【活動内容】

【活動内容】



工夫した点・結果

【活動内容】

【活動内容】

【活動内容】

【活動内容】