

ソーシャル・マーケティングを活用した受診  
勧奨について～平成23年度郡山市子宮頸がん  
個別検診の取り組み～

○浦山北斗<sup>1)</sup>、石井聡美<sup>1)</sup>、佐藤 舞<sup>1)</sup>、山  
田晴美<sup>1)</sup>、鈴木美保子<sup>1)</sup>、鈴木 仁<sup>1)</sup>、浜尾  
綾子<sup>2)</sup>、山田てるみ<sup>2)</sup>、熊田久美子<sup>2)</sup>、阿部  
孝一<sup>2)</sup>

公益財団法人福島県保健衛生協会<sup>1)</sup>  
郡山市保健所<sup>2)</sup>

【目的】子宮頸がん個別検診における、当協  
会と郡山市保健所が共同で行った平成23年度  
受診率向上事業の取り組みについて検証する  
機会を得たので、受診者数の推移とともに報  
告する。

【対象と方法】平成23年5月に子宮頸がん検  
診無料クーポン券（以下、クーポン券）が配  
布され、同年11月末までに未使用であった約

8,700名を含め、全年代の未受診者を対象とした。受診勧奨の方法としては、市広報誌と情報誌に記事掲載を依頼して情報提供を行い、クーポン券未使用者にはダイレクト・メール（以下、DM）を送付した。DMのデザインは、ソーシャル・マーケティングの理論に基づき、受診者へのインパクトを期待して祭事（クリスマス）を活用し、無料で受診できること、有効期限が迫っていることを強調した。また、受診者本人へのクーポン券配布の後にDMが送付されることによって、コールリコールの仕組みが構築されるようにした。

【結果】平成23年11月末時点での郡山市子宮頸がん個別検診の総受診者数は6,802名であり、これは前年比マイナス1,888名であった。一方、クーポン券使用者数は1,360名であって、前年比プラス275名と増加していた。同年12月に入ってすぐ市広報誌と情報誌による受診勧奨を行い、同月中旬にDMを送付した結果、翌24年1月末の時点では、前年比マイ

ナス 627 名ではあったが、総受診者数は 9,980 名にまで伸びていた。また、クーポン券使用者数は 2,421 名であり、前年比プラス 510 名であった。

【考察】東日本大震災の影響により、11 月末時点で大幅な減少をみた総受診者数は、最終月に 2,005 名が受診し、前年比マイナス 627 名まで回復できたことを考えると、今回の取り組みは成功であったと言える。一方、クーポン券使用者は前年比プラス 510 名の増に留まり、受診勧奨前後での対前年比増加率もほとんど変らなかった。しかし、福島県全体の子宮頸がん施設検診が、前年度比約 12,000 名の受診者減であり、11 月末時点で 628 名のクーポン券対象者が郡山市より転出していたことから考えても、子育て世代の受診者増は大いに評価できる。今回の受診勧奨事業は、受診者の利便性・安い価格・身近な医療機関で受診可能などの受診環境が整えられた状況下で、複数のメディアからの情報発信・コール

リコールなどの効果的な情報提供を組み合わせたことに成功の要因があったと考えられる。

今後は DM や新聞、テレビ、インターネット等複数のメディアを活用した受診勧奨を進めるとともに、受診者の受診意思決定に関する考え方をアンケート等で調査し、受診率向上に向けて努力して行きたい。