

乳がんから命を守る **Check Tools** 体験の貸し出し

3本指の乳がんセルフチェック方法をチェックのロゴマークで記憶させ、しこり発見を体験・習慣化させるデザインツール一式をパッケージ化。SNSで貸し出し告知・実績紹介を行い、幅広いエリア・世代に届けるための「仕組みのクリエイティブ」を展開した。



- 1 上から下へ
- 2 外から内へ
- 3 全体をぐるり

Check Tools



自らの胸を触るようにチェックできるベスト



肩かけでも置き型でもチェックできるパッド



手引き・クリーム・ミラー一体型コンパクト



しこりチェックの体験型ポスター



お風呂場チェック促進ステッカー



チェック方法マスター手ぬぐい



プロジェクトの理解促進ブック

「体験」が企業研修化



第一生命、日本イーライリリー、東近江バイオレット、かんぼの宿 等

「体験」を常設展示



ブータン王国国立病院、熊本市内の病院、公衆浴場、中京サテライトクリニック 等

「体験」のイベント活用



三井アウトレットパーク、JRタカシマヤ、近鉄百貨店、アマレ京都、ゴルフクラブ 等

PROBLEM コロナ禍こそ「乳がん啓発」が必要。

2018年、看板アナウンサーが乳がん罹患したことから、「ススめ」プロジェクトを立ち上げた中京テレビ。コロナ禍では啓発の軸であった大型イベント等の実施が難しくなり、活動に制約が生じていたが、社会的には広く「受診控え」が起こっており、乳がん検診の受診者数も減少する事態に。4年以上活動してきた知見を今こそ活かすべきと考え、「乳がん啓発」を止めないために動き続けた。

IDEA 乳がんから命を守る「体験の貸し出し」開始。

乳がんセルフチェックという「体験」を貸し出す「仕組みのクリエイティブ」によって、各地で啓発を行うピンクリボンアドバイザーや、企業の社員向け研修をバックアップ。これにより、小規模単位の「体験」を無数に生み出していった。合わせて、各地の公衆浴場・検診指定医療機関にも「体験」を促すステッカー・DVD等を提供。SNSでも「体験」へガイドするキャンペーン、さらに習慣へつなげるためのコンテンツを発信していった。

RESULT 全国各地・老若男女に無数の「体験」を届けた。

「体験の貸し出し」はエリアを超えて各地で活用され、これまでは中京テレビ圏内に留まっていた影響力が全国へ。また、SNSを通じた発信は幅広い世代に情報を届け、乳がん啓発対象の中心である40代以上だけでなく、若い世代や男性にも「体験」の機会を与えた。「コロナ禍でも可能な施策」を積極的視点で捉え、放送局として「届け方」を模索した結果、新たな「体験」が無数に生まれたのだ。コロナ前より多くの「一人ひとり」に「乳がん啓発」を届けられる形へ進化したプロジェクトは、これからも「乳がんで悲しむ人を減らす」という初心の下、活動を続けてゆく。