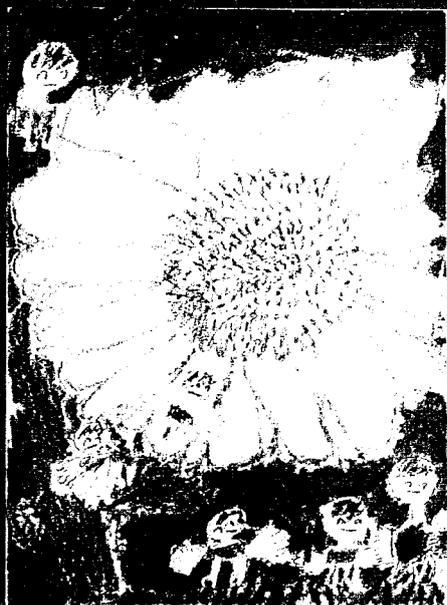


ギフト・オブ・ライフ ー移植を受けた子供たちの の作品展の開催



1994年国際移植学会の京都開催に
合わせて開催。以来全国巡回し毎
年数十ヶ所で開催
毎年、新たに作品を常時募集
昨年度より重点地区において原画
展を開催
費用対効果が高い・動員数は毎年
万単位

生命・きずなの日（毎年5月）



- ・ドナー、ドナー家族への感謝の集い
- ・臓器提供者慰霊祭も毎年5月に名古屋市で開催

患者団体活動の問題点

- ・ 会員数は多いが活動する人が少ない
- ・ 各団体とも人材不足に悩んでいる
- ・ 当事者として社会と向き合い訴える責任がある
- ・ 一部の団体を除き活動資金が少ない
- ・ 素人集団で広報などの専門家がない
- ・ 一般にも理解しやすいスローガン（同質化）が必要
- ・ 資金・人材（人的資源）の負担は？

日本移植者協議会の活動の問題点

- ・ マスコミの注目に特に留意
(マスコミ懇談会を年2回開催するなど、対話、交流を行う)
- ・ 報道で確実に伝えられる短いメッセージが必要
(メッセージが長いとマスコミが報道しても伝わりにくい)
- ・ 移植シンポジウム等は、動員が殆ど関係者で一般への波及効果がない。今後は、アイキャッチャーを作り、ターゲットを設定し一般人を動員。
(昨年9月東京フォーラムにおいて全国骨髄バンク推進連絡協議会と共催し市民フォーラムを開催、一般600人を動員)
- ・ 新しい切り口の活動が必要
(一般の感心のあるテーマ「糖尿病や肝臓病」、「健康フェア・イベント」など)

医療の全体像でとらえた臓器移植の普及啓発

- ・臓器移植と一般医療の垣根を取り払う
- ・予防医療～治癒医療～移植医療のプロセスの中で、人々の移植医療への認識を促す。

糖尿病（1370万人）や肝臓病（800万人）の予防、治療を通し移植医療への関心を呼び込む。

- ・移植啓発活動は戦略に基づき且つ継続的に行うことが必要
- ・政府及び地方自治体など行政が積極的に、国民の理解を得て臓器提供を増やす運動を行う
- ・ネットワークを中心に全国規模での移植啓発活動が必要
そのための費用を国や自治体が負担すべき

臓器移植普及啓発の今後の課題

- ・現行法の改正
- ・一般社会へ移植医療に関する知識、情報を頻繁に提供し、移植医療及び移植者への理解を広め、誤解を解消する。
- ・一般へ臓器移植が浸透することにより、提供施設の協力も得られ、オプション提示の増加と承諾率向上に寄与する。
- ・移植医療の普及は、国の施策として行うべきで、そのために拡大、増加する方向への政策による誘導が必要である。
- ・普及啓発には、プロの参加とそれ相当の予算が措置が必要

A Gift of life

いのちの贈り物