

「献血推進のあり方に関する検討会」開催要綱

1. 目的

近年、わが国の献血者数は減少傾向にあり、特に若年層の献血離れは深刻なものとなっていることから、将来の安定的な血液確保に懸念が生じている。

こうした状況を踏まえ、本検討会は、若年層に対する効果的な啓発方法をはじめとした今後の献血推進方策について広く検討し、検討結果をわが国の血液事業に反映させることを目的とする。

2. 検討事項

- (1) 若年層を対象とした献血に関する意識調査の実施について
- (2) 今後の若年層に対する献血推進方策のあり方について
- (3) その他

3. 委員構成

- (1) 検討会の委員は、医学、法律等の有識者の他、患者団体、採血事業関係者、学校関係者、報道機関関係者及び地方自治体関係者等により構成する。
- (2) 検討会は、委員のうち1人を座長として選出する。

4. 運営

- (1) 検討会は、知的財産・個人情報等に係る事項を除き、原則公開するとともに、議事録を作成し、公表する。
- (2) 検討会は、必要に応じ、参考人として、献血啓発に関係する機関や民間会社等の代表者の参加を求めることができる。

5. 庶務

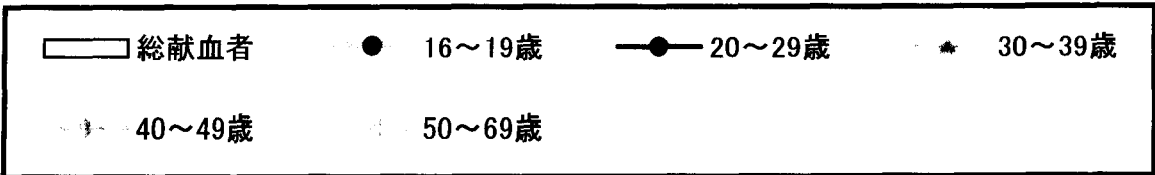
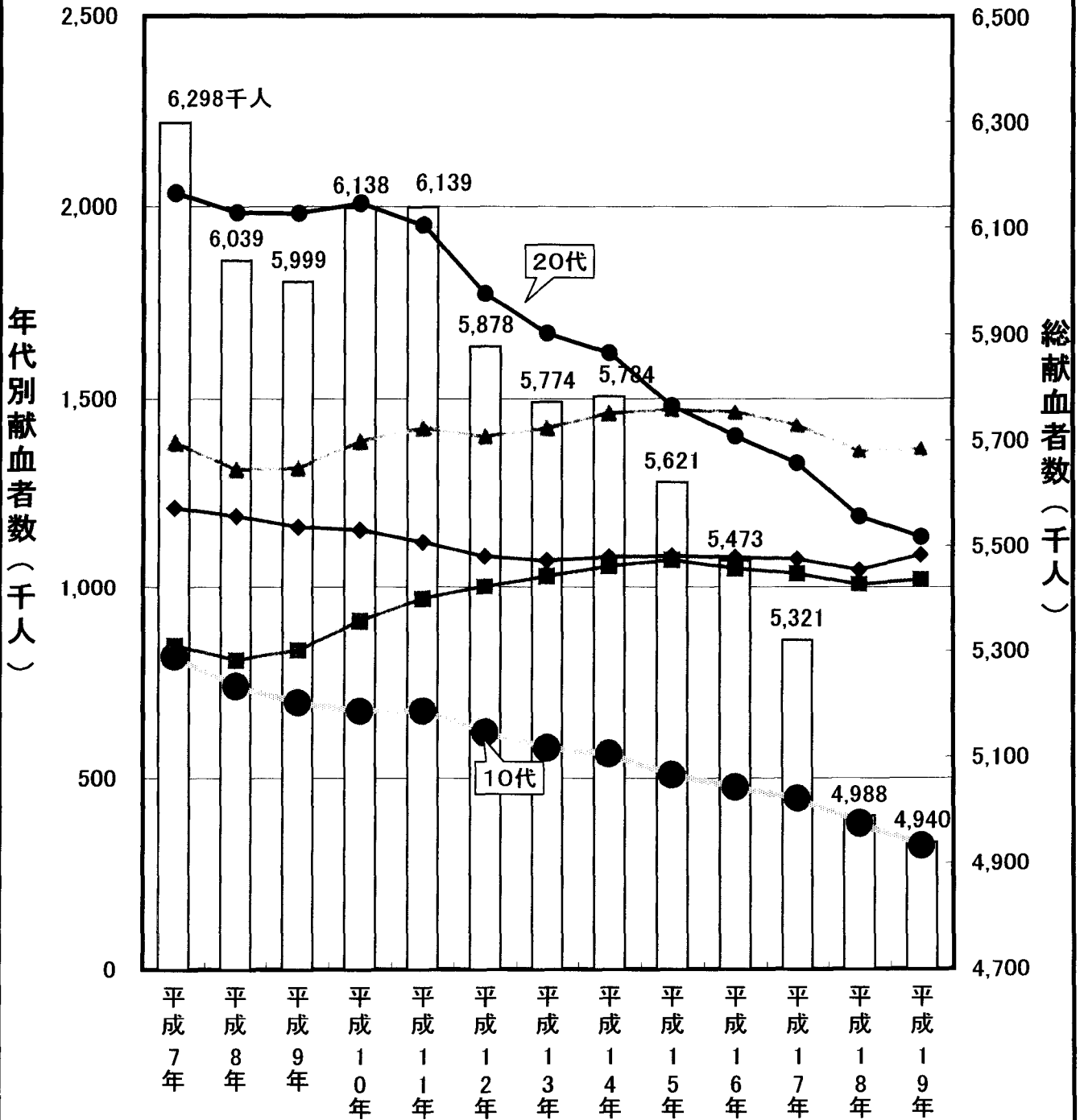
検討会の庶務は医薬食品局血液対策課が行う。

「献血推進のあり方に関する検討会」

委員名簿

	氏名	現職
1	飯沼 雅朗	社団法人日本医師会 常任理事
2	宇都木 伸	東海大学法科大学院実務法学研究科 教授
3	衛 藤 隆	東京大学大学院教育学研究科 教授
4	大平 勝美	社会福祉法人はばたき福祉事業団 理事長
5	掛川 裕通	日本赤十字社血液事業本部 副本部長
6	川内 敦文	高知県健康福祉部 医療薬務課長
7	河原 和夫	東京医科歯科大学大学院医歯学総合研究科 教授
8	清水 勝	医療法人西城病院 理事
9	住友眞佐美	東京都福祉保健局 保健政策部長
10	田辺 善仁	株式会社エフエム大阪 専務取締役
11	中島 一格	東京都赤十字血液センター 所長
12	羽田真由香	全国学生献血推進協議会 委員長
13	花井 十伍	ネットワーク〈医療と人権〉 理事
14	堀田美枝子	埼玉県立浦和西高等学校 養護教諭
15	山本シュウ	株式会社アミューズ所属 ラジオDJ

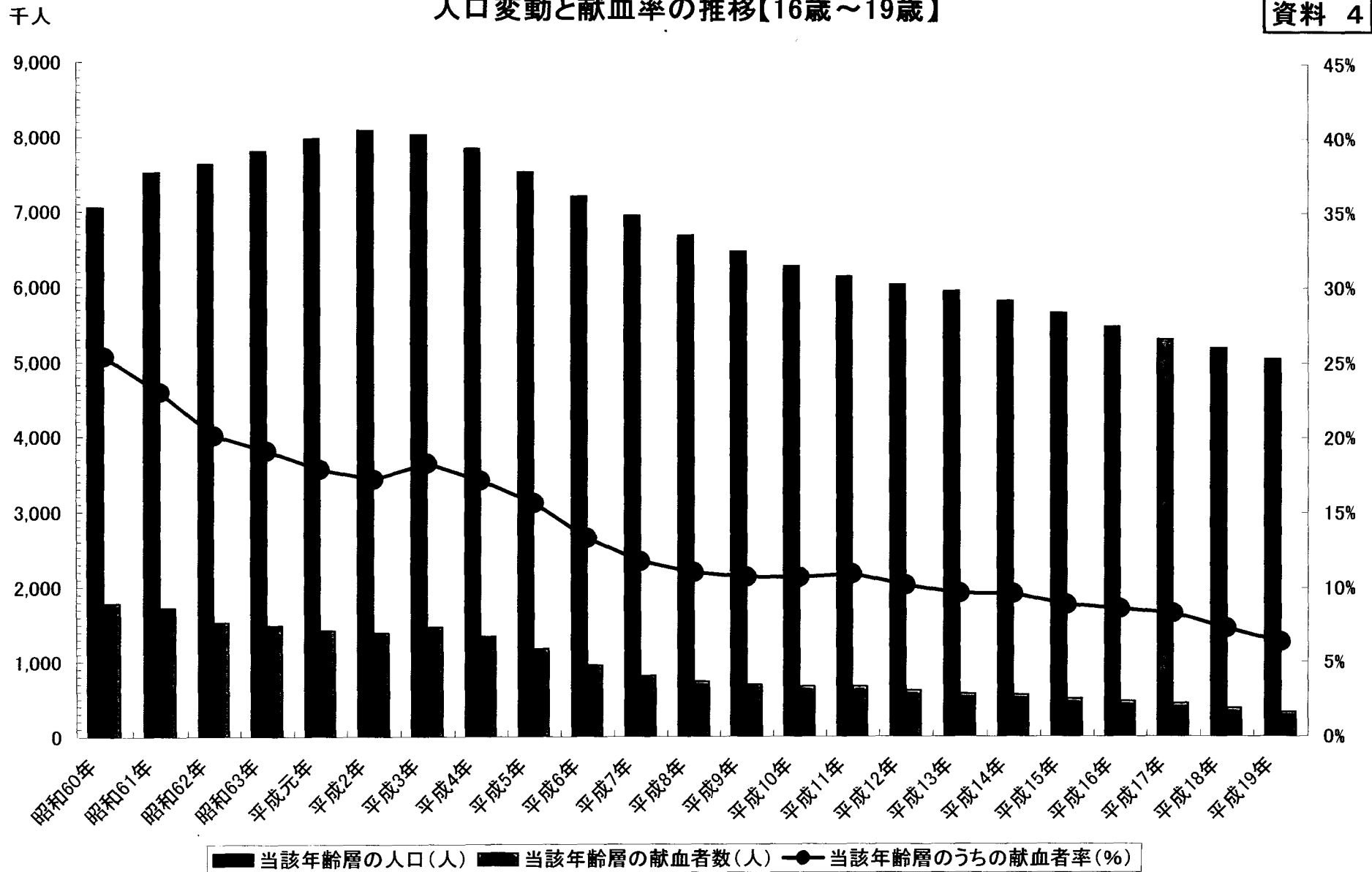
献血者数の推移【年代別】

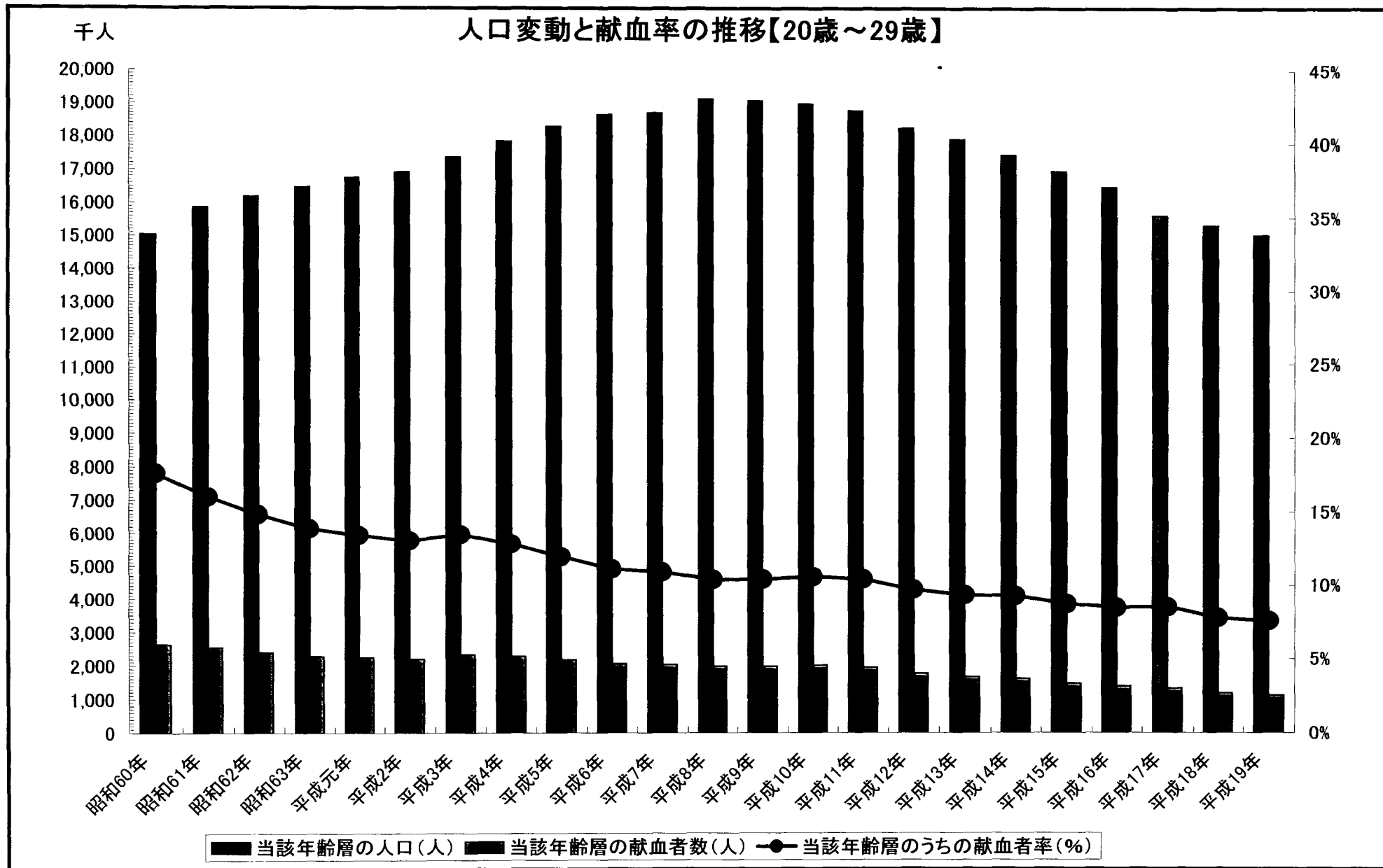


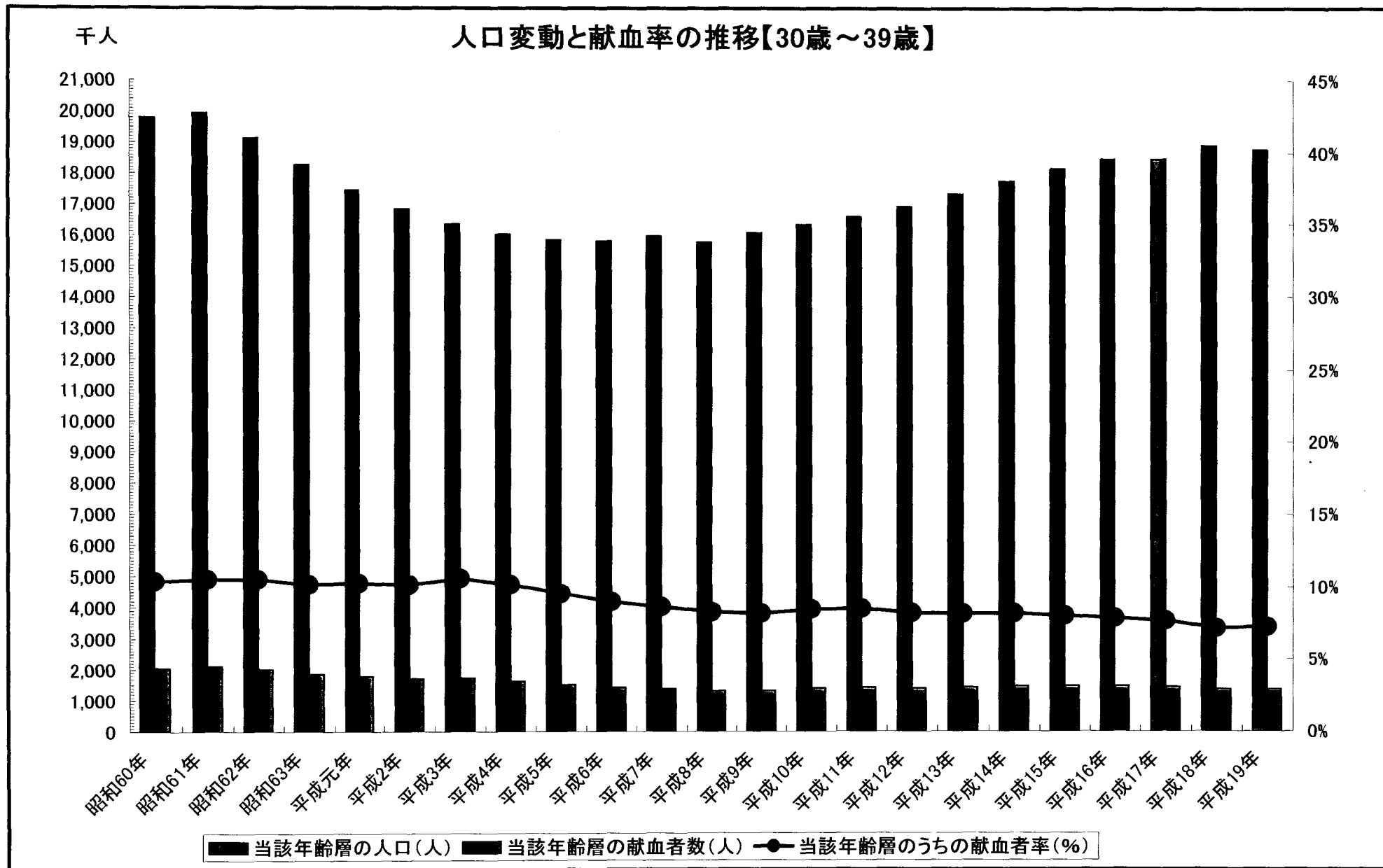
※献血者数は延べ人数

人口変動と献血率の推移【16歳～19歳】

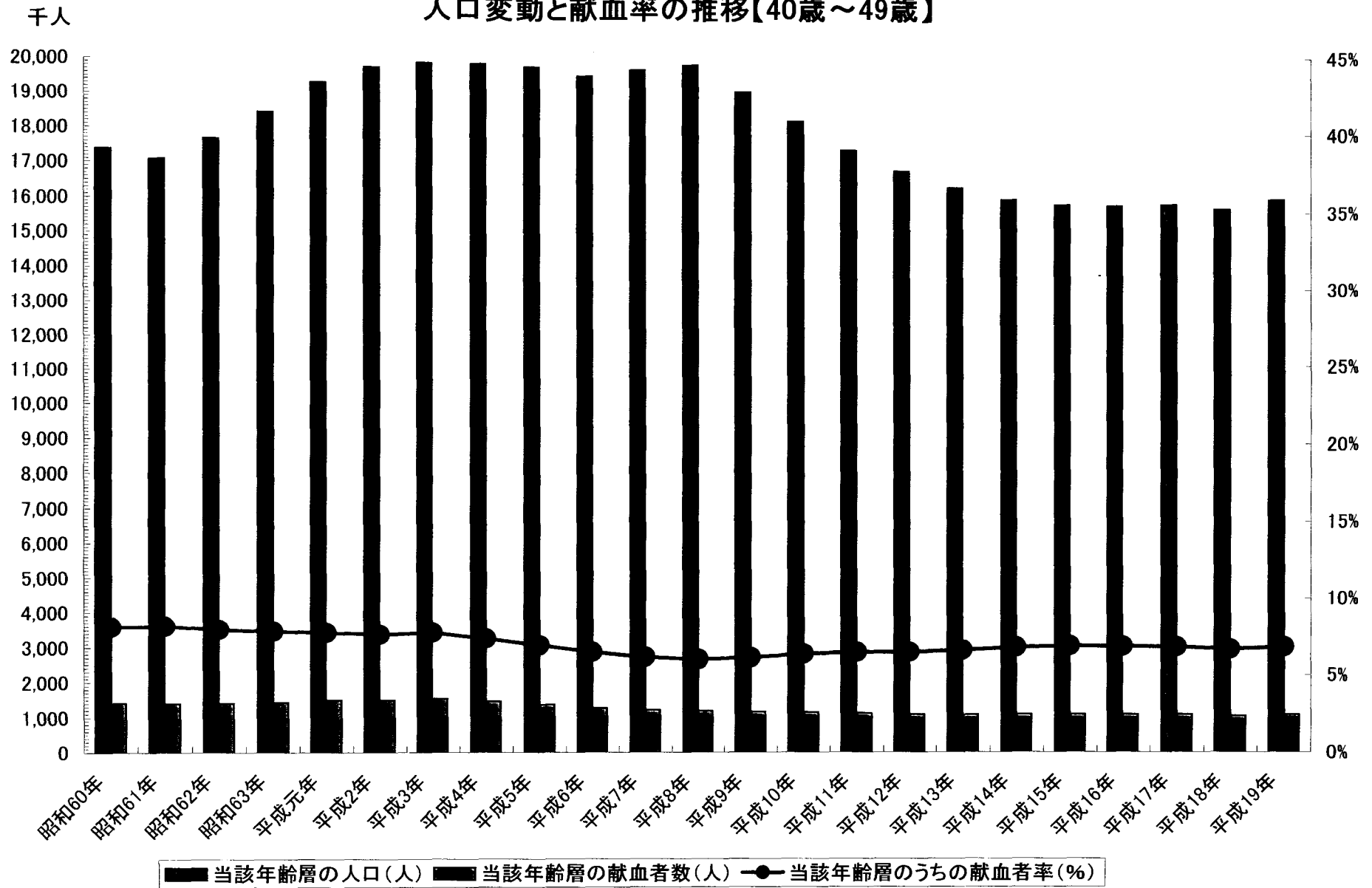
資料 4

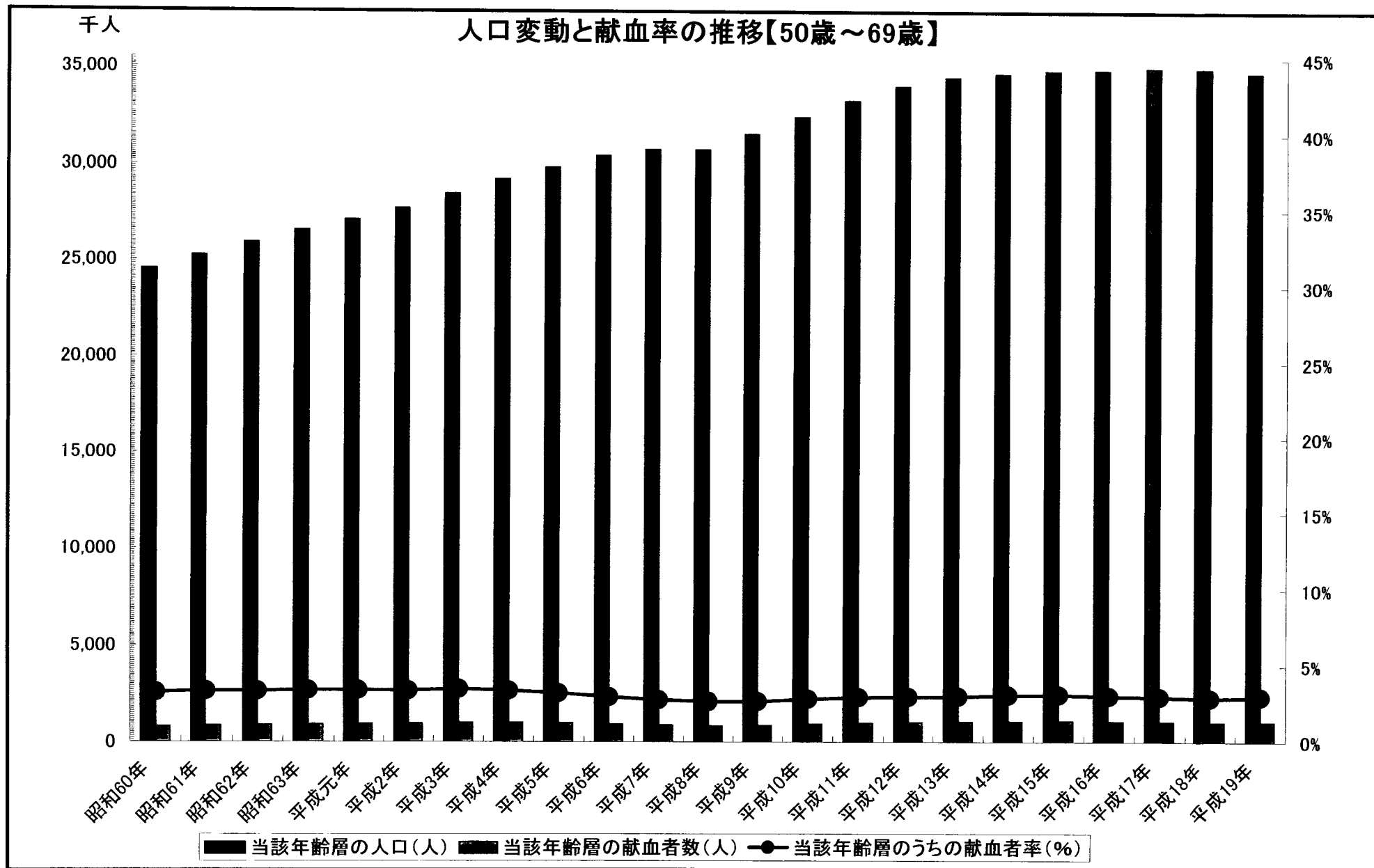




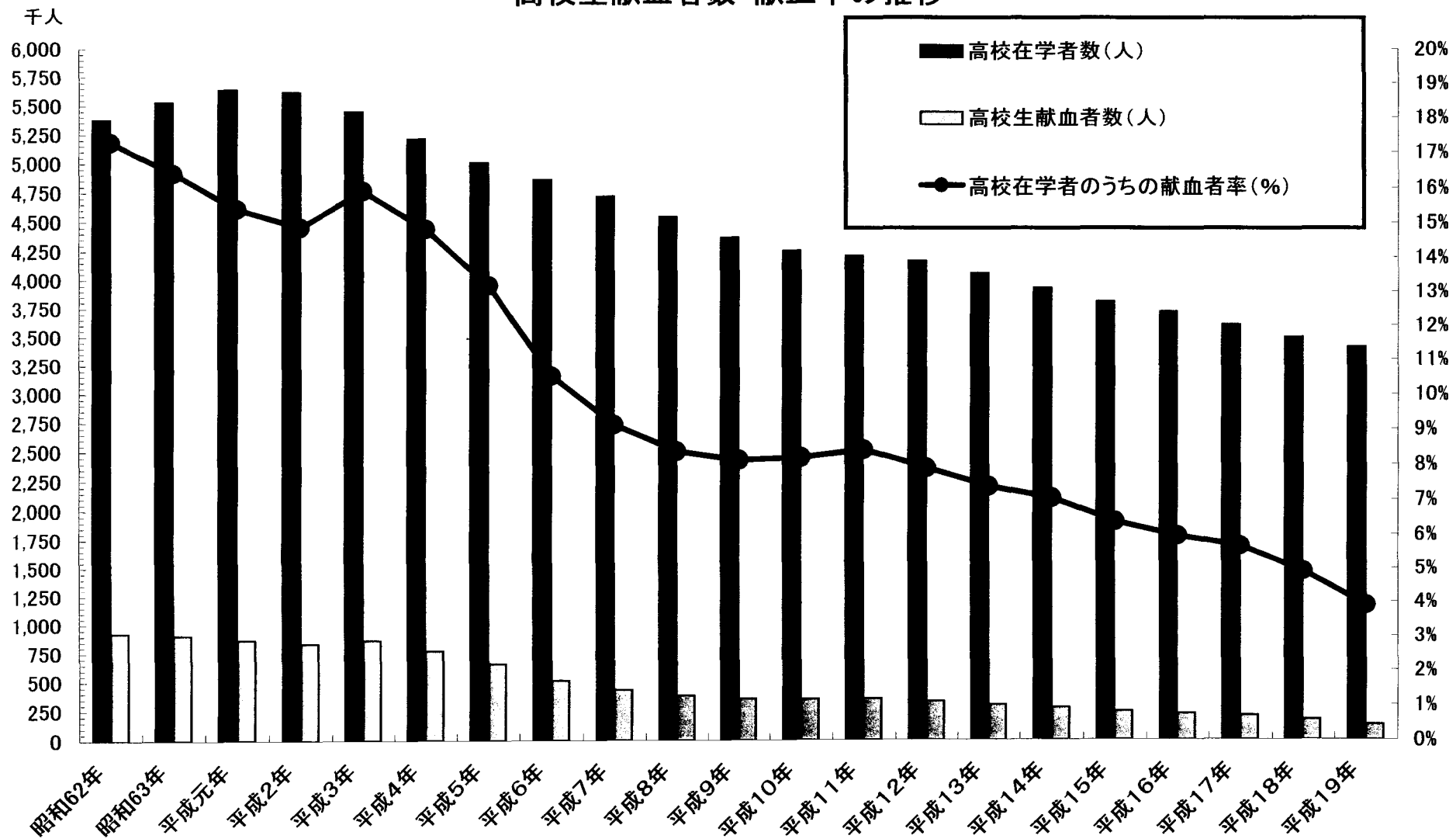


人口変動と献血率の推移【40歳～49歳】



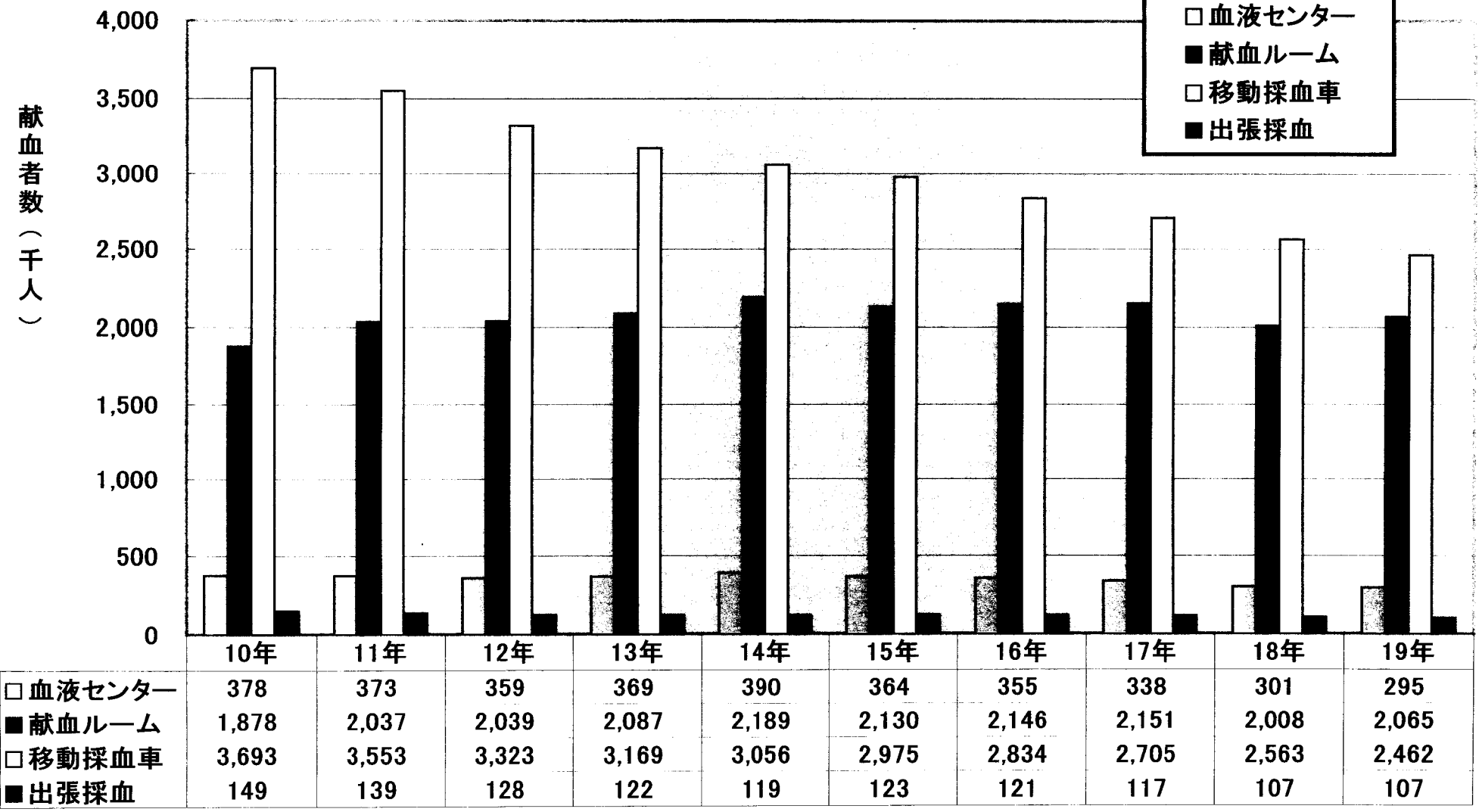


高校生献血者数・献血率の推移



※献血者数は延べ人数

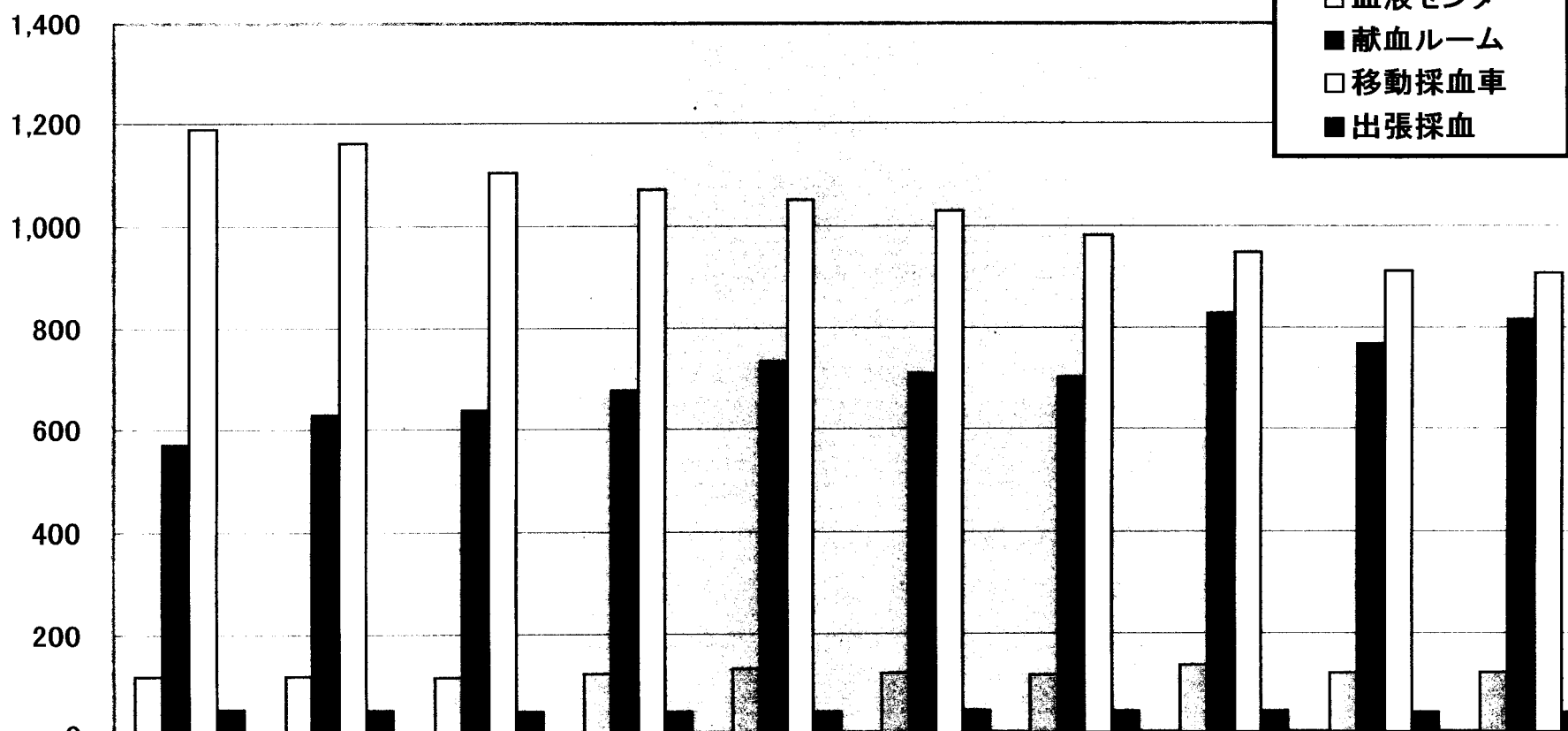
献血受入施設別の献血者数



※献血者数は延べ人数

献血受入施設別の血液確保量

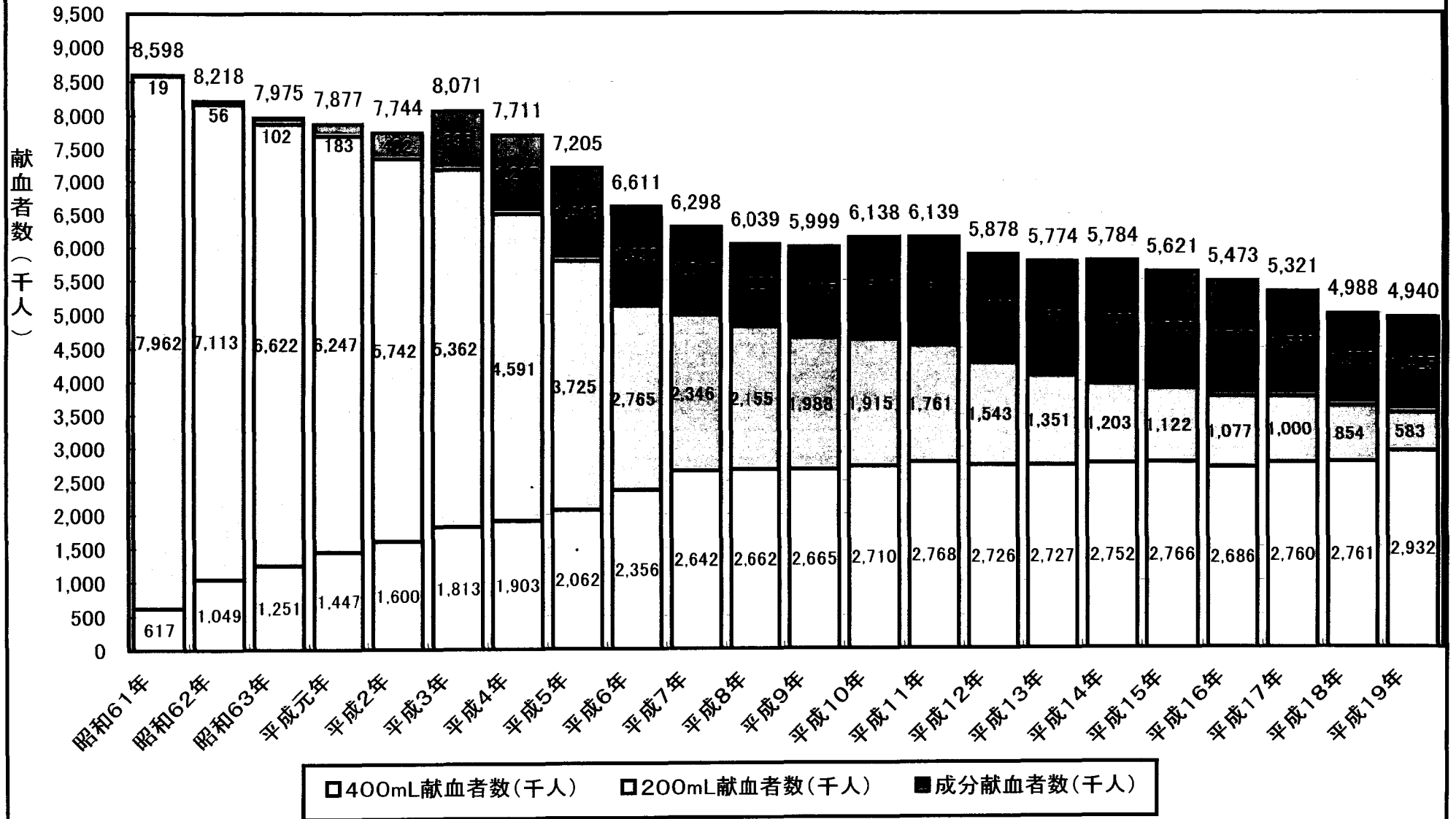
献血量(千L)



	10年	11年	12年	13年	14年	15年	16年	17年	18年	19年
□ 血液センター	116	116	113	119	129	119	115	136	119	119
■ 献血ルーム	569	629	637	676	734	710	702	829	768	816
□ 移動採血車	1,188	1,161	1,103	1,070	1,050	1,029	982	950	913	908
■ 出張採血	50	47	44	44	43	44	43	42	39	40

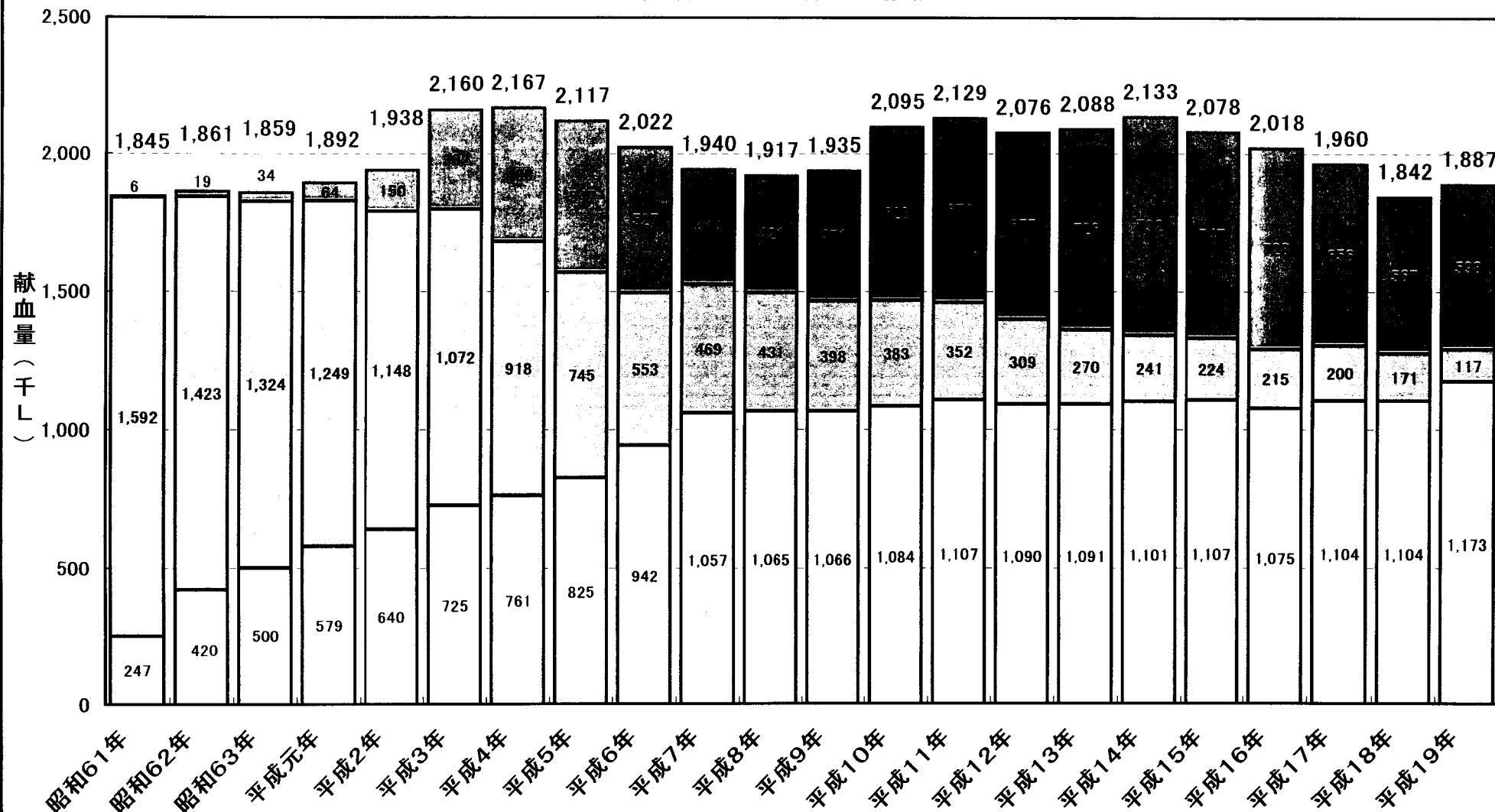
献血種類別献血者数の推移

資料 7-1



※献血者数は延べ人数

献血種類別血液確保量の推移



□ 400mL献血量(千L) □ 200mL献血量(千L) ■ 成分献血量(千L)

献血に係る普及啓発事業

献血推進キャンペーン等の実施

愛の献血助け合い運動(7月)

はたちの献血キャンペーン

(1-2月)

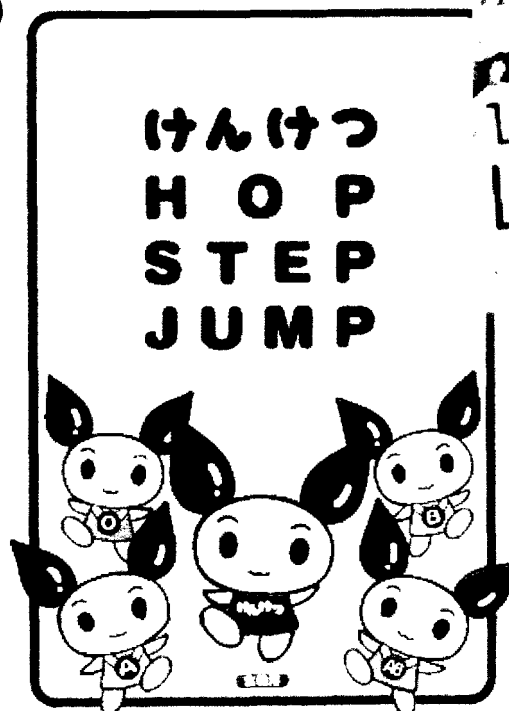
献血推進キャラクター

「けんけつちゃん」の活用

「献血構造改革」(H17~)

~普及啓発の対象を明確にした効果的な活動や重点的な献血者募集を行う

- ① 若年層の献血者数の増加
- ② 安定的な集団献血の確保
- ③ 複数回献血者の増加



— 高校生向け普及啓発用テキスト

献血構造改革の目標 (平成17年度からの5年程度の達成目標)

若年層の献血者数の増加

10代・20代を献血者全体の40%まで上昇させる

平成17年度 33.4%

平成18年度 31.5%

平成19年度 29.2%

安定的な集団献血の確保

集団献血等に協力する企業数を倍増する。

平成17年度 24,220社

平成18年度 30,835社

平成19年度 34,059社

複数回献血の増加

複数回献血者を献血者全体の35%まで上昇させる。

平成17年度 27.5%

平成18年度 28.1%

平成19年度 29.5%

平成18年5月10日運営委員会提出資料

若年層献血意識に関する調査結果の概要（案）

I 調査の概況

1 調査の目的

近年、献血者数は減少傾向にあり、特に若年層の献血者の減少が著しい。

これに加え、平成17年2月、国内で初めて変異型クロイツフェルト・ヤコブ病（vCJD）患者が確認されたことから、輸血を通じたvCJDの伝播を防ぐための献血制限の強化等により、血液製剤の安定供給の確保に支障を来すおそれが生じている。

こうした中、少子高齢化に伴う献血可能人口の減少など、将来にわたって安定的に血液製剤を供給していくためには、若年層献血者の確保を図ることが重要であることから、若年層の献血に対する意識を把握し、献血推進方策等を検討する上での基礎資料を得ることを目的として本調査が実施された。

2 調査の対象者

16歳から29歳の献血経験者及び献血未経験者

※ 献血経験者：過去に1度でも献血の経験がある者

※ 献血未経験者：今まで1度も献血の経験がない者（採血前の検査で基準を満たさないため献血できなかった者を含む。）

3 調査の時期

平成18年1月20日～2月3日

「はたちの献血」キャンペーン期間中

4 調査の方法

委託先調査会社が保有している一般消費者パネルに対して、インターネットを通じて調査票を送付し、地域区分ごとに一定数に達するまでの回答を収集する。

5 調査の内容

調査の内容は、大別すると次の事項に分けられる。

- ① 献血に関する認知度や献血へのイメージについて
- ② 献血を行った時期やきっかけについて

6 調査票の回収状況

区 分	献血経験者	献血未経験者	合 計
北海道	200	200	400
東北	350	350	700
関東甲信越	1,800	1,800	3,600
東海北陸	750	750	1,500
近畿	850	850	1,700
中国・四国	450	450	900
九州・沖縄	600	600	1,200
合 計	5,000	5,000	10,000

II 調査結果の概要

1 献血未経験者

■ 基本情報（回答者5000人）

- ① 性別では、男性が1,688人(33.8%)、女性が3,312人(66.2%)であった。
- ② 年齢別では、25～29歳が2,882人(57.6%)、次いで20～24歳が1,539人(30.8%)、18～19歳が304人(6.1%)、16～17歳が275人(5.5%)であった。
- ③ 職業別では、会社員が1,596人(31.9%)、次いでその他が999人(20.0%)、大学生・専門学校生が932人(18.6%)、専業主婦が856人(17.1%)、高校生が398人(8.0%)、自営業が115人(2.3%)、公務員104人(2.1%)であった。
- ④ 医療関係従事者は300人(6.0%)であった。

■ 献血に関する認知度や献血へのイメージ

献血未経験者の4人に1人(26.2%)が献血を知らないと回答。

また、献血ルームのイメージについて、「明るい」が18.2%で「暗い」の20.6%とネガティブイメージが上回っていた。

Q1 献血に関する認知度について、「ある程度知っている」が3,268人(65.4%)、「よく知っている」が421人(8.4%)で、献血を知っている者が全体の7割を超えていた。

Q2 献血への関心について、「関心がある」が2,291人(45.8%)、「非常に関心がある」が318人(6.4%)で、献血に関心がある者が全体の5割を超えていた。

Q3 献血に関する広報で接触したことがある媒体としては、「街頭での呼びかけ」が3,485人(69.7%)、次いで「献血バス」が3,261人(65.2%)、「テレビ」が3,006人(60.1%)であった。(複数回答)

Q4 献血の呼びかけとして効果があると思った媒体としては、「テレビ・新聞・ラジオを使った呼びかけ」が2,569人(51.4%)、次いで「街頭や職場、学校等での呼びかけ」が1,921人(38.4%)、「献血に関するイベントでの呼びかけ」が1,167人(23.3%)であった。(複数回答)

Q5 献血のキャンペーンを行う際の効果的な媒体としては、「テレビ」が4,445人(88.9%)、次いで「インターネット」が2,094人(41.9%)、「新聞」が1,409人(28.2%)であった。(複数回答)

Q6 「氷川きよし」キャンペーン起用について、「テレビで見た」が1,465人(29.3%)、「ポスターで見た」が817人(16.3%)で、全体の5割が認知していた。

Q7 キャンペーンキャラクターとして起用すべきタレントは、「上戸彩」が302人(6.0%)、「仲間由紀恵」が248人(5.0%)、「木村拓哉」が138人(2.8%)であった。

Q 8 「けんけつちゃん」の認知度は、148 人（3.0%）。職業別では、高校生 20 人（5.0%）が、また、地域別では、東北 14 人（4.0%）の認知度が高かった。

Q 9 献血キャンペーン（「愛の血液助け合い運動」、「私たちの献血キャンペーン」）の認知度は、「知っている」が 1,297 人（25.9%）で、「知らない」が 3,703 人（74.1%）であった。

Q 10 高校生向けの献血に関する普及啓発資材「HOP STEP JUMP」を配布された記憶について、「知らない」が 4,646 人（92.9%）で、記憶ありは 354 人（7.1%）であった。

Q 11 エイズ検査結果の非通知について、「知っている」が 1,460 人（29.2%）、「知らせていると思った」が 1,554 人（31.1%）、「そもそも検査していることを知らなかった」が 1,986 人（39.7%）であった。

Q 12 献血で感染症に感染しないことについて、「知っている」が 3,044 人（60.9%）、「知らない」が 1,956 人（39.1%）であった。

Q 13 血液製剤を未だ海外血液に依存していることについて、「知っている」が 1,132 人（22.6%）で、「知らない」が 3,868 人（77.4%）であった。

Q 14 献血ルームのイメージについて、「暗い」が 1,030 人（20.6%）で、「明るい」908 人（18.2%）を上回っていた。

■ 献血をしたことがない理由等

献血未経験者が献血しない 1 番の理由としては、

- ・ 針を刺すのが痛くて嫌だから（14.2%）
- ・ 何となく不安だから（6.5%）
- ・ 恐怖心（5.0%）
- ・ 血を採られているという感じが嫌だ（4.6%）

といった「採血の際の痛みや不安」が全体の 3 割を占めていた。

Q 1 5 献血をしたことがない理由として1番目に挙げられたもののうち最も回答が多かったのは、「針を刺すのが痛くて嫌だから」の711人(14.2%)であった。

また、献血をしたことがない理由を3つまで列挙してもらい、その中で挙げられた理由について見ると、「針を刺すのが痛くて嫌だから」が1,455人(29.1%)、次いで「何となく不安だから」が1,397人(27.9%)、「健康上出来ないと思ったから」が1,138人(22.8%)であった。

Q 1 6 献血するきっかけとなり得る理由として1番目に挙げられたもののうち最も回答が多かったのは、「献血しているところが入りやすい雰囲気になった」場合で865人(17.3%)であった。

また、献血するきっかけとなり得る理由を3つまで列挙してもらい、その中で挙げられた理由について見ると、「献血しているところが入りやすい雰囲気になった」場合が1,670人(33.4%)、次いで「針を刺すときに痛みを和らげる処置が実施された(麻酔など)」場合が1,379人(27.6%)、「献血が自分の健康管理の役に立つようになった」場合が1,287人(25.7%)であった。

2 献血経験者

■ 基本情報 (回答者5000人)

- ① 性別では、男性が1,705人(34.1%)、女性が3,295人(65.9%)であった。
- ② 年齢別では、25～29歳が3,699人(74.0%)、次いで20～24歳が1,111人(22.2%)、18～19歳が145人(2.9%)、16～17歳が45人(0.9%)であった。
- ③ 職業別では、会社員が2,099人(42.0%)、次いで専業主婦が1,067人(21.3%)、その他が749人(15.0%)、大学生・専門学校生が652人(13.0%)、公務員203人(4.1%)、自営業143人(2.9%)、高校生87人(1.7%)であった。
- ④ 医療関係従事者は500人(10.0%)であった。

■ 献血に関する認知度や献血へのイメージ

「街頭での呼びかけ」や「献血バス」に出会ったことがあるとした割合が多く、ともに7割を超えていた。

献血の呼びかけとして効果があると思った媒体は、「テレビ・新聞・ラジオを使った呼びかけ」57.8%と最も高く、次いで「街頭や職場、学校等での呼びかけ」49.1%であった。

献血ルームのイメージについて、「明るい」が42.1%で「暗い」の8.3%を大きく上回っていた。

Q 1 献血に関する広報で接触したことがある媒体としては、「街頭での呼びかけ」が3,910人(78.2%)、次いで「献血バス」が3,765人(75.3%)、「テレビ」が3,330人(66.6%)であった。(複数回答)

Q 2 献血の呼びかけとして効果があると思った媒体としては、「テレビ・新聞・ラジオを使った呼びかけ」が2,888人(57.8%)、次いで「街頭や職場、学校等での呼びかけ」が2,457人(49.1%)、「献血に関するイベントでの呼びかけ」が1,619人(32.4%)であった。(複数回答)

Q 3 献血のキャンペーンを行う際の効果的な媒体としては、「テレビ」が4,375人(87.5%)、次いで「インターネット」が2,195人(43.9%)、「新聞」が1,521人(30.4%)であった。(複数回答)

Q 4 「氷川きよし」キャンペーン起用について、「テレビで見た」が1,763人(35.3%)、「ポスターで見た」が1,544人(30.9%)で、全体の7割弱が認知していた。

Q 5 キャンペーンキャラクターとして起用すべきタレントは、「上戸彩」が285人(5.7%)、「仲間由紀恵」が221人(4.4%)、「木村拓哉」が155人(3.1%)であった。

Q 6 「けんけつちゃん」認知度は、350人(7.0%)。地域別では、「東北」が46人(13.1%)で他の地域と比べ高く、職業別では、「高校生」が17人(19.5%)で他の職業に比べ高かった。

Q 7 献血キャンペーン（「愛の血液助け合い運動」、
「はたちの献血キャンペーン」）の認知度は、「知っている」が 2,322
人（46.4%）で、「知らない」が 2,678 人（53.6%）であった。

Q 8 高校生向けの献血に関する普及啓発資材「HOP STEP JUMP」
を配布された記憶について、「知らない」が 4,470 人（89.4%）
で、記憶ありは 530 人 10.6%であった。

Q 9 エイズ検査結果の非通知について、「知っている」が 3,200
人（64.0%）、「知らせていると思った」が 1,039 人（20.8%）、
「そもそも検査していることを知らなかった」が 761 人
（15.2%）であった。

Q 10 献血で感染症に感染しないことについて、「知っている
」が 3,995 人（79.9%）、「知らない」が 1,005 人（20.1%）
であった。

Q 11 血液製剤を未だ海外血液に依存していることについ
て、「知っている」が 1,540 人（30.8%）で、「知らない」が
3,460 人（69.2%）であった。

Q 12 献血ルームの雰囲気について、「ふつう」が 2,479 人
（49.6%）、「明るい」が 2,106 人（42.1%）、「暗い」が 415
人（8.3%）であった。

献血ルームの広さについて、「ふつう」が 2,728 人
（54.6%）、「狭い」が 1,225 人（24.5%）、「広い」が 1,047
人（20.9%）であった。

献血ルームの職員の対応について、「ふつう」が 2,875
人（57.5%）、「良い」が 1,890 人（37.8%）、「悪い」が 235
人（4.7%）であった。

献血ルームの処遇（記念品や軽い飲食物）について、
「ふつう」が 2,576 人（51.5%）、「良い」が 1,836 人（36.7%）、
「悪い」が 588 人（11.8%）であった。

■ 献血を行った時期やきっかけ

現在、献血する理由（大きい順の3つまでの計）は、「自分の血液が役に立ってほしいから」が 3,367 人（67.3%）、次いで「輸血用の血液が不足していると聞いたから」が 2,382 人（47.6%）、「自分の血液の検査結果が自分の健康管理のためになるから」が 2,064 人（41.3%）であった。

Q 1 5 初めて献血した年齢は、「16～17歳」が 1,728 人（34.6%）、「18～19歳」が 1,528 人（30.6%）で、10代での献血が全体の6割を超えていた。

Q 1 6 初めて献血した場所は、「献血バス」が 1,856 人（37.1%）、次いで「献血ルーム」が 1,629 人（32.6%）、「高校での集団献血」が 1,131 人（22.6%）であった。

Q 1 7 初めての献血の種類は、「200ml献血」が最も多く 3,117 人（62.3%）で、「400ml献血」が 946 人（18.9%）、「成分献血」が 276 人（5.5%）であった。

Q 1 8 過去1年間の献血回数は、

200ml献血では、「1回」が 1,115 人（22.3%）、「2回」が 435 人（8.7%）、「3回」が 244 人（4.9%）、「4～6回」が 231 人（4.6%）で、2回以上の合計は 910 人（18.2%）であった。

400ml献血では、「1回」が 831 人（16.6%）、「2回」が 317 人（6.3%）、「3回」が 171 人（3.4%）で、2回以上の合計は 488 人（9.8%）であった。

成分献血では、「1回」が 386 人（7.7%）、「2回」が 170 人（3.4%）、「3回」が 106 人（2.1%）、「4回以上」が 278 人（5.6%）で、2回以上の合計は 554 人（11.1%）であった。

Q 1 9 今までの合計献血回数は、「1回」が 1,409 人（28.2%）、次いで「3～5回」が 1,363 人（27.3%）、「2回」が 813 人（16.3%）で、全体の7割以上が複数回の献血者であった。

Q 2 0 初めて献血した際のきっかけとして1番目に挙げられたもののうち最も回答が多かったのは、「自分の血液が役に立ってほしいから」の1,686人(33.7%)であった。

Q 2 1 現在、献血する理由として1番目に挙げられたもののうち最も回答が多かったのは、「自分の血液が役に立ってほしいから」の2,196人(43.9%)であった。

また、献血する理由を3つまで列挙してもらい、その中で挙げられた理由について見ると、「自分の血液が役に立ってほしいから」が3,367人(67.3%)、次いで「輸血用の血液が不足していると聞いたから」が2,382人(47.6%)、「自分の血液の検査結果が自分の健康管理のためになるから」が2,064人(41.3%)であった。

Q 2 2 高校での集団献血がその後の動機付けとなっているかについては、「どちらかといえば有効」が2,274人(45.5%)、「非常に有効」が1,022人(20.4%)で、有効であるとの評価が全体の7割弱を占めていた。

■ その他

Q 1 4 献血についての要望・知りたいことについて、「献血について正しい知識、必要性を知らせてほしい」が2,116人(42.3%)で、次いで「献血したときの処遇品(記念品)をもっと良くしてほしい」が2,101人(42.0%)、「献血する場所、日時などについて十分知らせてほしい」が1,933人(38.7%)であった。(複数回答)

(参考)

「献血未経験者」と「献血経験者」の回答比較(同一の設問)

項目	献血未経験者	献血経験者
献血に関する広報で接触したことがある媒体		
街頭での呼びかけ	3,485人(69.7%)	3,910人(78.2%)
献血バス	3,261人(65.2%)	3,765人(75.3%)
テレビ	3,006人(60.1%)	3,330人(66.6%)
献血の呼びかけとして効果があると思った媒体		
テレビ・新聞・ラジオを使った呼びかけ	2,569人(51.4%)	2,888人(57.8%)
街頭や職場、学校等での呼びかけ	1,921人(38.4%)	2,457人(49.1%)
献血に関するイベントでの呼びかけ	1,167人(23.3%)	1,619人(32.4%)
献血のキャンペーンを行う際の効果的な媒体		
テレビ	4,445人(88.9%)	4,375人(87.5%)
インターネット	2,094人(41.9%)	2,195人(43.9%)
新聞	1,409人(28.2%)	1,521人(30.4%)
「氷川きよし」キャンペーン起用について		
テレビで見た	1,465人(29.3%)	1,763人(35.3%)
ポスターで見た	817人(16.3%)	1,544人(30.9%)
キャンペーンキャラクターとして起用すべきタレント		
上戸彩	302人(6.0%)	285人(5.7%)
仲間由紀恵	248人(5.0%)	221人(4.4%)
木村拓哉	138人(2.8%)	155人(3.1%)
「けんけつちゃん」の認知度		
知っている	148人(3.0%)	350人(7.0%)
献血キャンペーン(「愛の血液助け合い運動」、「はたちの献血キャンペーン」)の認知度		
知っている	1,297人(25.9%)	2,322人(46.4%)
知らない	3,703人(74.1%)	2,678人(53.6%)
高校生向けの献血に関する普及啓発資材「HOP STEP JUMP」を配布された記憶		
記憶あり	354人(7.1%)	530人(10.6%)
知らない	4,646人(92.9%)	4,470人(89.4%)
エイズ検査結果の非通知について		
知っている	1,460人(29.2%)	3,200人(64.0%)
知らせていると思った	1,554人(31.1%)	1,039人(20.8%)
そもそも検査していることを知らなかった	1,986人(39.7%)	761人(15.2%)
献血で感染症に感染しないことについて		
知っている	3,044人(60.9%)	3,995人(79.9%)
知らない	1,956人(39.1%)	1,005人(20.1%)
血液製剤を未だ海外血液に依存していることについて		
知っている	1,132人(22.6%)	1,540人(30.8%)
知らない	3,868人(77.4%)	3,460人(69.2%)
献血ルームの雰囲気		
明るい	908人(18.2%)	2,106人(42.1%)
暗い	1,030人(20.6%)	415人(8.3%)