

薬事・食品衛生審議会
平成23年度第2回血液事業部会献血推進調査会
議事次第

平成23年11月22日(火) 14時～16時
於：厚生労働省専用第23会議室(19階)

議 事

- 1 厚生労働科学研究事業の研究成果について
- 2 平成23年度若年層献血意識調査結果について
- 3 平成24年度献血推進計画案の策定について
- 4 その他

資 料

座席表

委員名簿

- 資料1 「献血推進のための効果的な広報戦略等の開発に関する研究」
(平成21年度～23年度)
主任研究者：独立行政法人国立病院機構大阪医療センター
エイズ先端医療研究部長 白阪 琢磨 先生
- 資料2-1 平成23年度若年層献血意識調査結果概要
- 資料2-2 平成23年度若年層献血意識調査結果報告書
- 資料3 17歳男性における400ml献血の受入施設内訳(日本赤十字社提出資料)
- 資料4 200ml赤血球製剤と400ml赤血球製剤とのリスク評価について(日本赤十字社提出資料)
- 資料5 200ml全血採血のあり方について(日本赤十字社提出資料)
- 資料6-1 平成24年度献血推進計画(案)
- 資料6-2 献血推進計画 新旧対照表
- 資料7 けんけつちゃんの著作権について
- 資料8(委員限り) Hop Step Jump について
- 参考資料 平成23年度献血推進計画

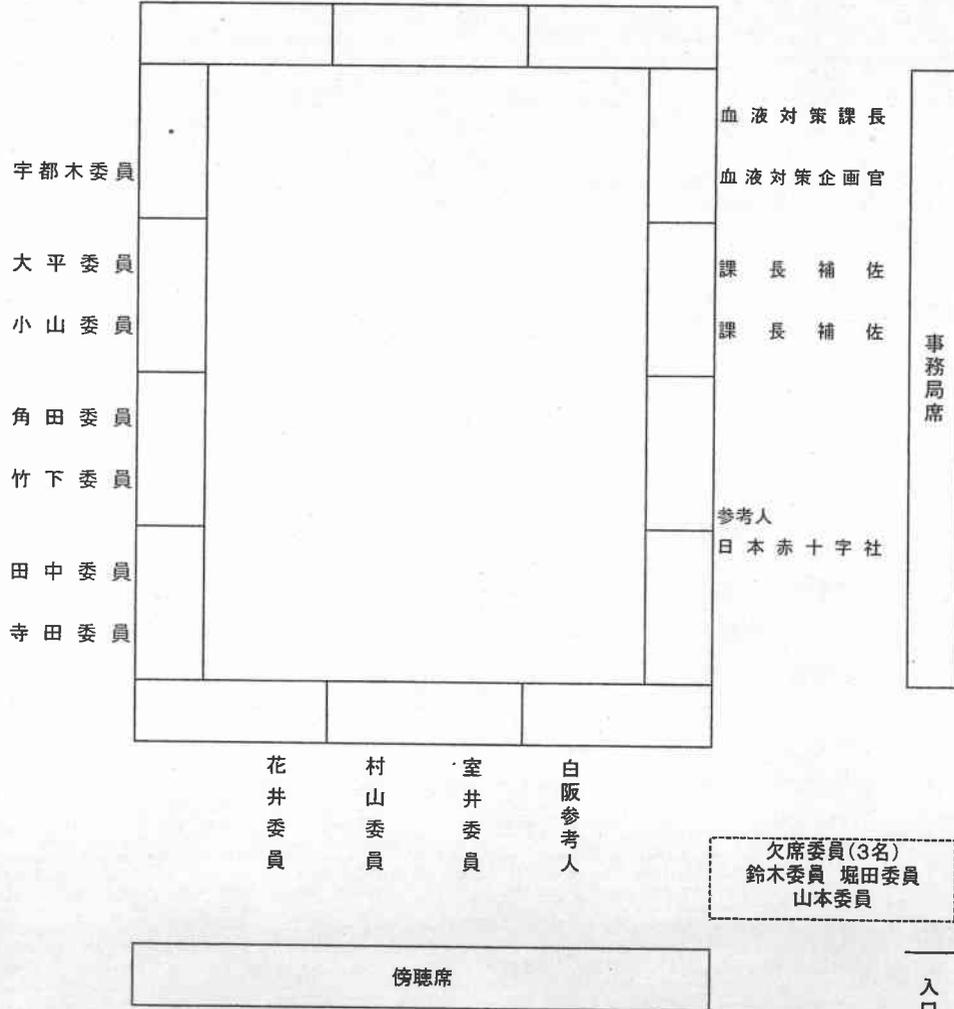
平成23年度第2回
薬事・食品衛生審議会薬事分科
血液事業部会献血推進調査会
座席表

平成23年11月22日(火)
専用第23会議室(19階)
14:00~16:00

献血推進調査会 委員名簿

衛
藤長
委
員

速記



氏名 ふりがな 現職

宇都木 伸	うづぎ しん	前東海大学専門職大学院実務法学研究科教授
衛 藤 隆	えとう たかし	社会福祉法人恩賜財団母子愛育会 日本子ども家庭総合研究所副所長 母子保健研究部長
大平 勝美	おおひら かつみ	社会福祉法人はばたき福祉事業団理事長
小山 信彌	こやま のぶや	東邦大学医学部外科学講座心臓血管外科教授
鈴木 邦彦	すずき くにひこ	社団法人日本医師会常任理事
角田 藍美	すみだ あいみ	全国学生献血推進実行委員会委員長
竹下 明裕	たけした あきひろ	国立大学法人浜松医科大学医学部准教授・輸血細胞治療部長
田中 里沙	たなか りさ	株式会社宣伝会議取締役編集室長
寺田 義和	てらだ よしかず	ガバナー協議会薬物乱用防止委員会副委員長
花井 十伍	はない じゅうご	ネットワーク医療と人権 理事
堀田 美枝子	ほった みえこ	埼玉県立浦和西高等学校校養護教諭
村山 雪絵	むらやま ゆきえ	山形県健康福祉部保健薬務課課務主査
室井 一男	むろい かずお	自治医科大学附属病院輸血・細胞移植部教授
山本 シュウ	やまもと しゅう	ラジオDJ

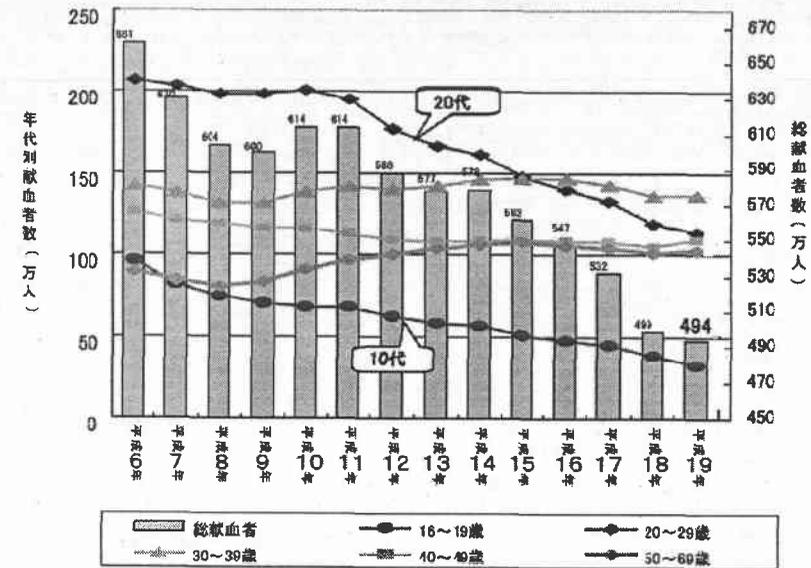
(計14名、氏名五十音順)

入口

献血推進のための効果的な広報戦略等の 開発に関する研究 — 3年目 —

独立行政法人国立病院機構大阪医療センター
臨床研究センター エイズ先端医療研究部
白阪 琢磨

献血者の推移



<経緯>

臓器移植など治療における輸血液の需要の増加
献血者での年間HIV陽性数および陽性率の上昇
(平成20年度、10万人あたり2.11件 血液事業部会)

安全な血液を如何に多く確保するかが重要な課題
供血者、特に若年者層の献血離れの傾向が指摘

<目的>

今後の安全な血液の確保のために、献血の実状を明らかにし、
献血離れの現象があるとすれば、その原因の解明を行い、
献血推進に向けた効果的な広報を開発する。

<研究分担者>

- 秋田 定伯(長崎大学医学部) 輸血液の需要に関する研究
- 石川 隆英(日本赤十字社) 供血者の実情調査と献血促進および阻害因子に関する研究
- 菅原 拓男(日本赤十字社) 献血推進に向けた職員の研修方法に関する研究
- 田辺 善仁(FM大阪) 若者における献血意識と献血行動の促進および阻害因子に関する研究
- 田中 純子(広島大学医学部) 献血推進施策の効果に関する研究

<研究協力者>

- はばたき福祉事業団 大平勝美、柿沼章子
- 長崎大学医学部付属病院 江藤栄子、長池恵美、松田三喜子
- 日本赤十字社 照井健良、土田幸司
- FM大阪 小野田敦乙
- 広島大学 秋田智之

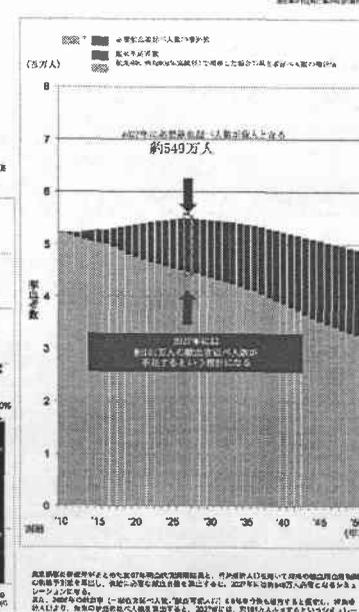
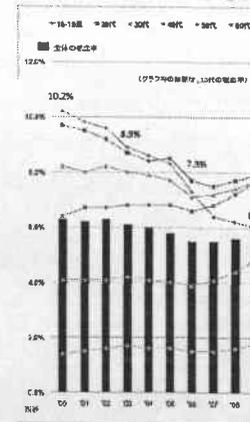
わが国における将来推計人口に基づく 輸血用血液製剤の供給本数と 献血者数のシミュレーション

必要献血者延べ人数の シミュレーション(1)

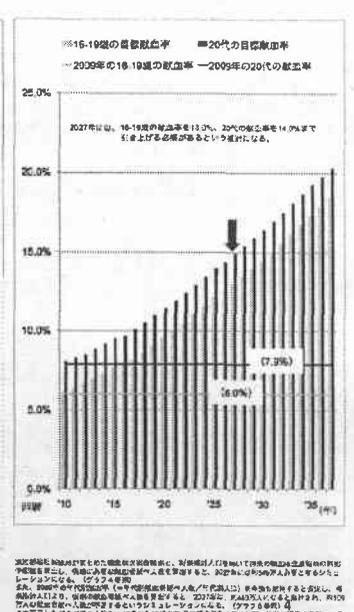
2010年9月30日



過去10年間のわが国における輸血用血液製剤供給本数の推移



2009年の年代別献血者数を今後継続すると仮定した場合において、 不足する献血者延べ人数を若干年 (10代~20代) のみで確保する 場合における必要な若年者層献血者のシミュレーション



献血推進に向けた効果的広報戦略等の 開発に関する研究

安全な血液を
如何に多く
確保するか

若年者層の
献血離れの
傾向から戻す
には？

広報戦略等の
評価

- 日本赤十字社 血液事業本部
- FMオオサカ
- 長崎大学病院
- はばたき福祉事業団

5

若者の献血者を増やすためには？

献血を知らない、身近でない、

献血に関する情報発信

献血の意義を知らせる

伝わりやすいメッセージは？

7

班 会 議

平成21年度	平成22年度	平成23年度
第1回 2009.5.18(月) 東京	第1回 2010.4.23(金) 東京	第1回 2011.7. 4(月) 東京
第2回 2009.6.22(月) 東京	第2回 2010.6.21(月) 東京	第2回 2011.8.22(月) 東京
第3回 2009.7.27(月) 東京	第3回 2009.9.27(月) 東京	第3回 2012.1.28(土) 長崎 (予定)
第4回 2009.9.14(月) 東京	第4回 2010.1.24(月) 東京	
第5回 2010.1.25(月) 東京		

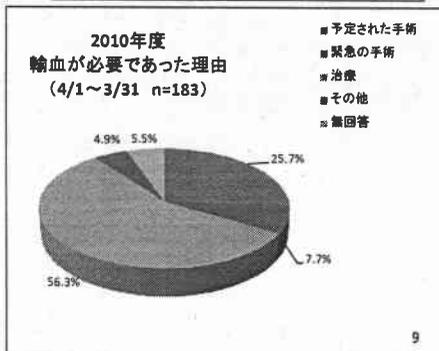
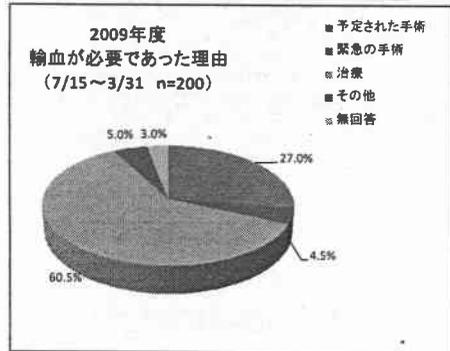
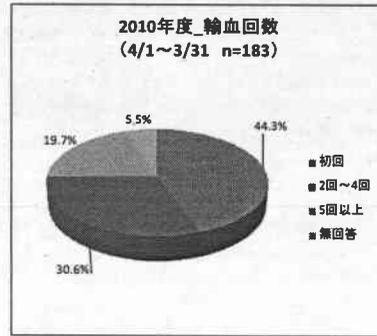
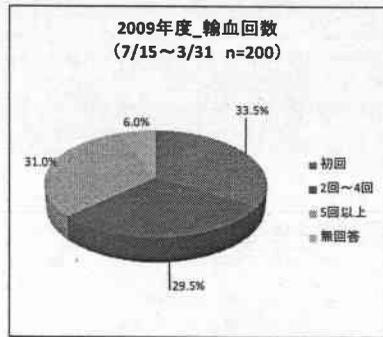
6

当院における献血推進へ向けての実態意識調査

長崎大学病院
形成外科 秋田定伯
看護副部長 江藤栄子
形成外科・内科病棟師長 松田三喜子
血液内科 病棟師長 長池恵美

	2009年度	2010年度
調査期間	7/15～3/31	4/1～3/31
配布数	204	189
未回収	4	6
回収率	98.0%	96.8%
回答拒否	0	1

8



献血に関する意見・感想/カテゴリー別分類(2009~2010年度)

* 2年間で111名の対象者より179のご意見・感想を頂きました *

		2009	2010	合計	
提言 計 64	場所	9	7	16	
	メリット	3	4	7	
	痛み	3	2	5	
	時間	待ち時間	1	0	1
		献血所要時間	4	0	4
	広報	11	12	23	
	その他 託児所の希望等	5	3	8	
感謝	9	14	23		
大切さの認識	8	7	15		
献血して欲しい	9	12	21		
献血したい	12	9	21		
知識不足	2	2	4		
その他(感想)	16	15	31		
合計		92	87	179	

'10年全体 (4/1~3/31)

項目	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15
1	9	9	12	2	2	87	6	79	36	28	0	1	1	9	8
2	24	56	60	21	10	42	10	70	72	72	7	8	4	27	24
3	74	64	63	74	77	26	67	16	85	59	64	63	68	81	93
4	72	42	35	78	89	10	94	8	13	108	106	104	53	52	
無回答	4	12	12	8	8	8	8	10	7	2	4	5	8	13	6
合計	192	78	183	193	163	183	133	183	183	163	123	133	163	183	163
点数集計	587	481	461	478	488	295	610	298	361	437	638	638	628	518	548
平均値	3.1	2.4	2.5	3.2	3.2	1.6	3.3	1.8	2.2	2.4	3.3	3.4	3.4	3.6	3.8



厚生労働省では、例年、献血に関する適正な知識の普及に資するため、高校生用テキストを作成しております。

この度、平成22年版「けんけつ HOP STEP JUMP」の高校生用を掲載いたします。

なお、このテキストは、平成22年2月末より全国の高等学校、教育委員会等に対し直接送付しております。

供血者の実情調査と献血促進及び 阻害因子に関する研究

若年層献血者確保に係る広報展開「LOVE in Actionプロジェクト」
の実施について

平成23年8月22日



日本赤十字社
Japanese Red Cross Society



厚生労働科学研究費補助金 医薬品・医療機器等レギュラトリーサイエンス総合研究事業
「献血推進のための効果的な広報戦略等の開発に関する研究」より引用

キミに出会えてよかった ～長崎大学病院編～

2009年11月19日

アーティスト「メティス」がLOVE in Actionに賛同。
輸血を受けた患者さんを訪問し、その思いを込め、はたちの献血
キャンペーンCMソングを製作！

長崎大学病院を訪問



目的

少子高齢化と400mL献血の普及啓発
に伴い、若年層献血が減少する中、若年
層に献血の意義を伝え、献血行動を促す
ことを目的に展開する。



LOVE in Actionプロジェクトとは

- ・ 「献血は愛です」というメッセージを届ける活動
- ・ 平成21度から始まる日本赤十字社の様々な献血推進活動(Action)

平成21年9月28日 記者発表会！



平成21年10月1日 プロジェクト始動！
(平成22年6月30日まで)



17

LOVE in Actionプロジェクトとは

- Action1 ログマーク大作戦
- Action2 ラジオ大作戦
- Action3 ご当地大作戦
- Action4 コラボ大作戦
- Action5 リンク大作戦



18



武道館

Kスタ宮城

Action FINAL
「LOVE in Action Meeting (LIVE)」

平成23年6月14日、15日

献血推進がメジャーに!?
献血は愛です!



19

平成23年度厚生労働科学研究費補助金 医薬品・医療機器等技術革新促進総合研究事業 献血推進のための効果的な広報戦略等の開発に関する研究

愛・命・愛 “命の象徴、血液” やさしい社会

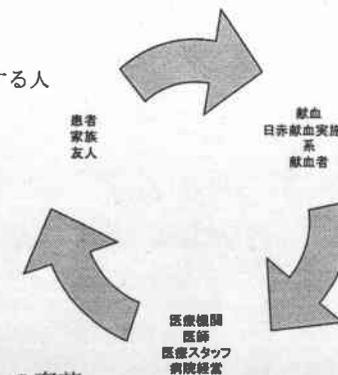


はばたき福祉事業団 大平勝美

献血を受ける人
献血推進 血液への親しみ 幼児(絵本) →血液探検隊 →こどもを通して命の啓発
“はばたきとともに”12年 “けんけつちゃん”

献血する人
献血を推進
献血啓発
献血由来血液製剤を患者に実施する人

医療機関の意識
薬剤部
経営者
医師の意識



⇒より人を中心に 「血液事業」の变革

20

資料4-5

絵本による広報

(絵本「ぼくの血みんなの血-あたたかい贈りもの」配布状況)

先般、社会福祉法人はばたき福祉事業団様より同事業団が監修・製作した、献血と献血について学ぶことができる絵本を2,200冊の寄贈を受けたところです。
日本赤十字社においては、各献血センターに追加し、献血ルームへ設置、小学校及び医療機関の小児科等に配布し、献血の必要性等に触れていただくこととしています。
なお、各配布先については下表のとおりとなっております。

配布先	件数	配布数
小学校	171	257
その他教育機関(学校)	38	65
公共機関(駅等)	567	691
献血センター	63	344
献血ルーム	81	624
日本関連施設	32	169
その他	0	30
合計	681	2,120

※1 幼稚園及び保育園等
※2 医療機関、図書館及び行政機関等



献血推進に向けた広報の評価 献血データの解析

研究分担者 広島大学大学院 医歯薬学総合研究科 疫学・疾病制御学
田中純子

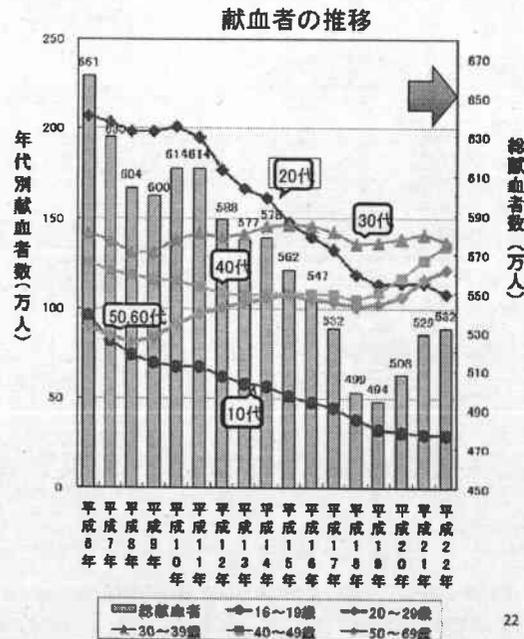
研究協力者 広島大学大学院 医歯薬学総合研究科 疫学・疾病制御学
岡本健吾
秋田智之
小田奈央

FM OSAKA
小野田敦乙

日本赤十字社
照井健良

献血量の変化は？

平成20年度
VS
平成21年度
VS
平成22年度
VS
平成23年度？



3年間の主な研究計画

平成21年度

・「献血に関する意識調査2009」

若年層において献血の促進因子や阻害因子は何か、また、どのような媒体を利用して普及啓発を勧めていくことが効果的であるか

平成22年度

・「献血データの解析2010」

近年、若年層での献血本数が減少しているが、一方、少子高齢化のために若年層の人口が減少している。

人口、地域を考慮した献血本数の解析を行う必要がある

平成23年度

・「献血に関する意識調査2011」

・「献血データの解析2011」

平成21年度

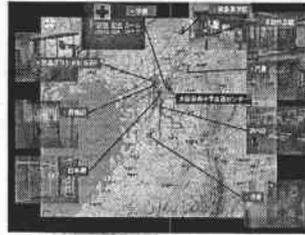
「献血に関する意識調査2009」

【対象】

・献血ルーム(計10カ所)の献血者(大阪府内)
2009年9月から10月 平日1日および休日1日

・2大学学園祭における若年層(大阪府内)
2009年11月 学園祭1日

「献血に関する意識調査」無記名自記式配布調査
初回献血者、献血未経験者：19問22項目
複数回献血者、献血経験者：25問29項目



【解析対象】

・献血ルーム回収数750名のうち、年齢と性別が判明した677名を有効回答(有効回答率90.3%)とした。

・大学学園祭回収数181名、同有効回答数 149名(82.3%)。献血経験者は73名、献血未経験者は76名。

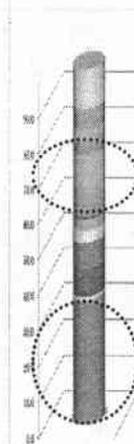
25

平成21年度

「献血に関する意識調査2009」

【結果】

初めて献血をしようと思った理由



ピンク色:「奉仕の心に基づく内容」

自分の血液が役に立って欲しい、輸血は愛に根ざしたものだから

青色:「友愛の精神に基づく内容」

輸血用の血液が不足していると聞いた、過去に自分や家族などが輸血を受けたことがある

緑色:「自身に対するメリットを重視する内容」

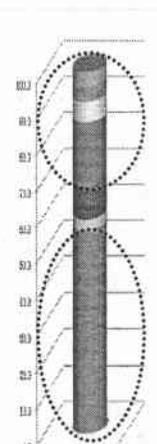
検査結果が自分の健康管理になる、将来家族などが輸血を受けるかもしれないから、お菓子やジュースがもらえる、ネイルアートやマッサージが受けられる、図書券がもらえる、テレビやDVDが観られる

オレンジ色:「きっかけに関する内容」

家族や友人に勧められたから、高校や大学に献血バスや出張献血が来たから

グレー:「その他の内容」

現在献血をしようと思う理由

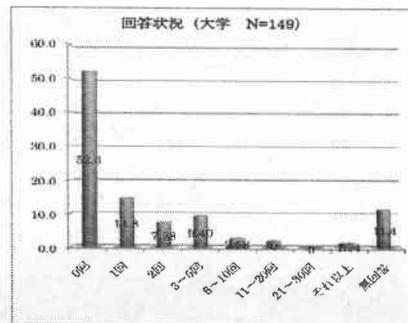
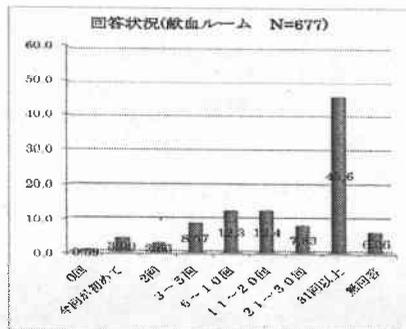


27

平成21年度

「献血に関する意識調査2009」

【結果】



献血に関する要望:

献血の推進に前向きな項目

献血ルームの受付時間の延長、
献血者の登録サービス、
献血手帳の改善など

未経験者:

献血に関する知識&イメージの不足

血液製剤として使われることを知らない
イメージが暗い、何をしているのかわからない

26

平成21年度

「献血に関する意識調査2009」

【まとめ】

- 献血に関する知識、イメージの不足
- 初めて献血の理由は、「友愛の精神」と「きっかけ」
- 献血を継続する理由は、「友愛の精神」と「メリット」
- 献血に関する情報や意義、献血に関する正しい知識を的確に提示することが必要
- 献血推進のための広報戦略は、献血経験の有無や年代によって効果的な媒体が異なるため、その集団特性に応じた戦略が必要
- テレビやイメージキャラクターを使ったポスターで、全国的にアピールした「はたちの献血キャンペーン」の認知度は、年代・性別を通じて、圧倒的に高かった
- 限られた世代をターゲットとするよりも、幅広い世代にアピールする力が強い方法、例えば、テレビやラジオ、街頭での呼びかけ、ポスターなどを使った活動が効果的と考えられた

28

平成22年度「献血データの解析2010」

【対象】

- ・2008(平成20)年度の全献血者(N=5,137,612)
- ・2009(平成21)年度の全献血者(N=5,303,431)

【解析項目】

- ・性別
- ・生年月日
- ・種類 /全血献血・成分献血
- ・初回・再来
- ・献血ルーム / 採血都道府県
- ・採血年月日 採血月・採血時年齢(16~69歳)

【結果】

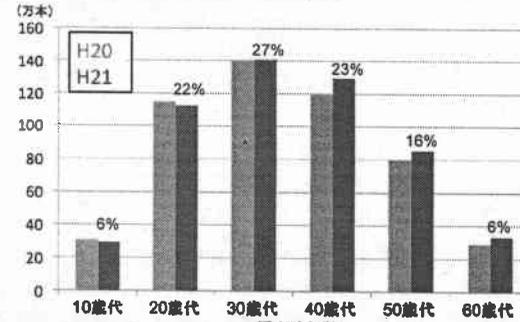
【第一部 献血本数の解析】

【第二部 人口1000人あたり献血本数の解析】

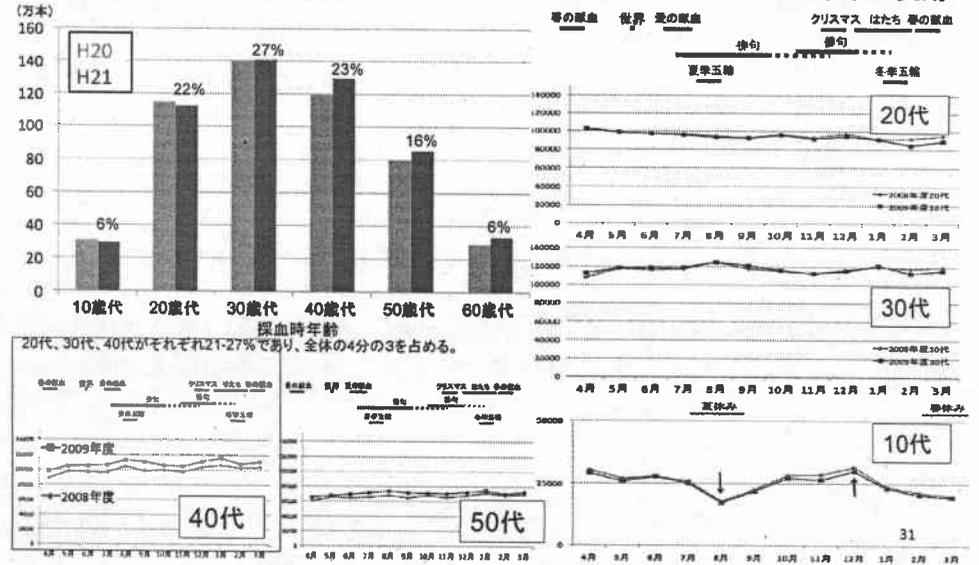
平成22年度「献血データの解析2010」

第一部 献血本数の解析

年齢階級(10歳区分)別の献血本数



年代毎の月別献血本数の変動



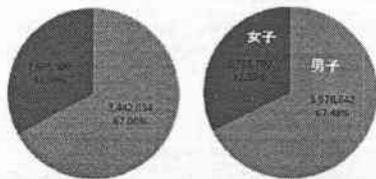
20代、30代、40代がそれぞれ21~27%であり、全体の4分の3を占める。

平成22年度「献血データの解析2010」

第一部 献血本数の解析

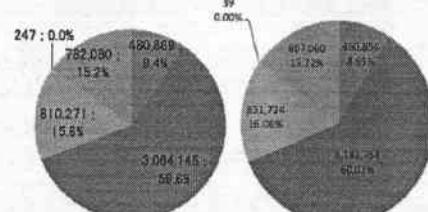
平成20年度

平成21年度

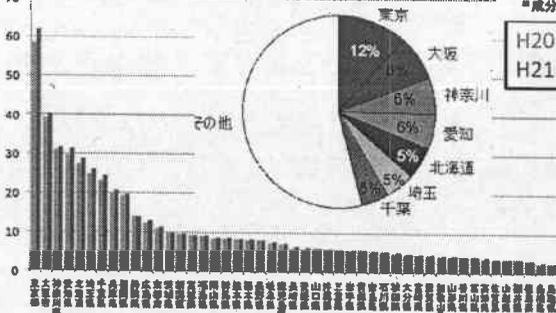


平成20年度

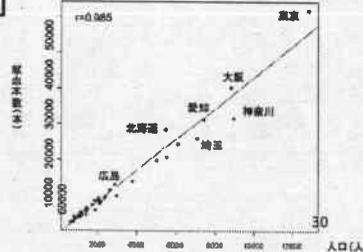
平成21年度



平成21年度順位による都道府県別の献血本数



各都道府県の人口と献血本数

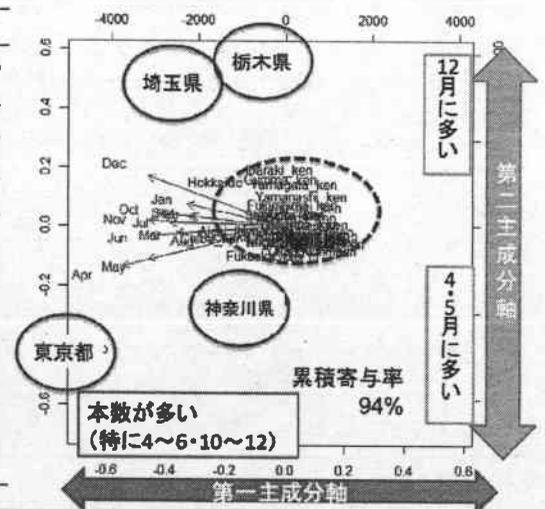


平成22年度「献血データの解析2010」

第一部 献血本数の解析

10歳代の月別献血本数を用いた主成分分析による変動パターン解析

月	第1主成分	第2主成分
4月	-0.3879455	-0.49663546
5月	-0.3270082	-0.41136424
6月	-0.3203802	-0.11561979
7月	-0.2747954	0.04330078
8月	-0.1957287	-0.15375554
9月	-0.2309655	0.12150461
10月	-0.2981909	0.16958285
11月	-0.3257241	0.07572807
12月	-0.3271866	0.62978663
1月	-0.2341164	0.27539381
2月	-0.2234710	0.13068379
3月	-0.2567846	-0.08025811

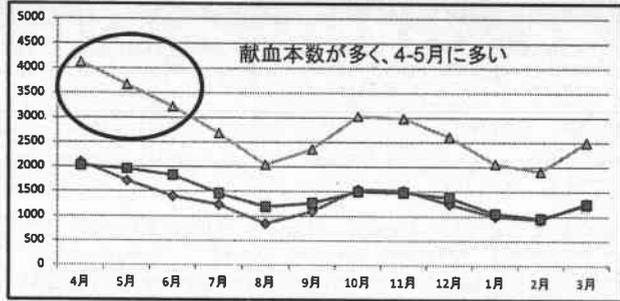


10歳代の変動パターンとしては、主に4・5月に特に多い都道府県と、12月に多い都道府県に分かれた。月別献血本数の変動には、年代別に大きな相違が認められない

平成22年度「献血データの解析2010」

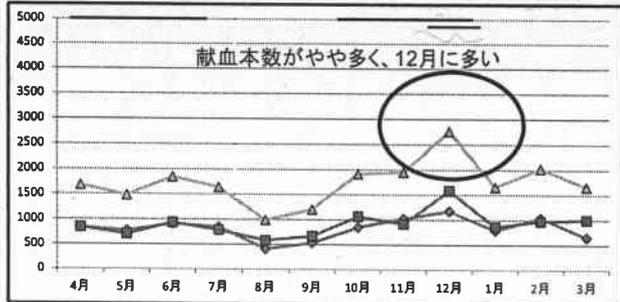
第一部 献血本数の解析

東京, 10歳代



全血献血
献血本数
H21

埼玉, 10歳代



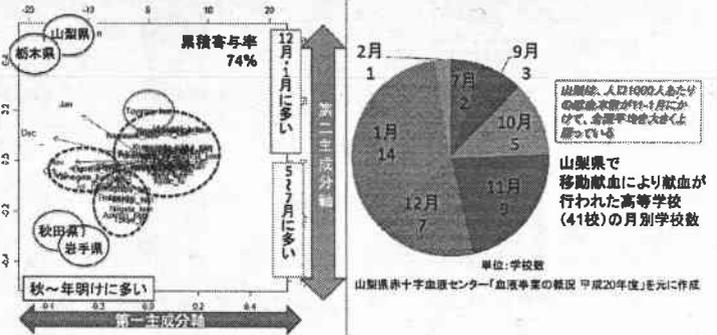
男子
女子
男女

平成22年度「献血データの解析2010」

第二部 人口1000人あたりの献血本数の解析

都道府県別・月別の献血本数の変動パターン(1,000人当たり) H21年度 主成分プロット【全血献血・10歳代】

	第1主成分	第2主成分
4月	-0.13168920	-0.18297213
5月	-0.15498387	-0.31236185
6月	-0.21677926	-0.33520851
7月	-0.27927777	-0.28443242
8月	-0.09763785	-0.21896448
9月	-0.35693519	-0.15204844
10月	-0.40466041	-0.11402617
11月	-0.37323024	-0.01504715
12月	-0.48846545	0.32565782
1月	-0.33863580	0.66486735
2月	-0.16003065	-0.04731444
3月	-0.12157049	-0.20261271



秋田県

10歳代

H21



山梨県

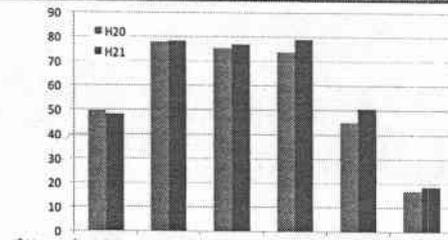
10歳代

H21

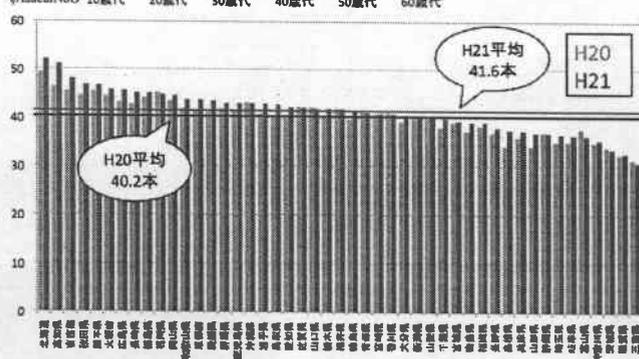


平成22年度「献血データの解析2010」

第二部 人口1000人あたりの献血本数の解析



献血本数でみると、20歳代はH21に減少したが、人口あたりの献血本数でみると、増加している！
人口あたりの献血は減少していない。



献血本数	
総本数	1000人あたり
1	東京都 北海道
2	大阪府 高知県
3	神奈川県 東京都
4	愛知県 秋田県
5	北海道 熊本県
6	埼玉県 大阪府
7	千葉県 広島県
8	兵庫県 長崎県
9	福岡県 福島県
10	静岡県 石川県

平成22年度「献血データの解析2010」

第二部 人口1000人あたりの献血本数の解析

献血本数の増加に影響を与える要因(9項目)と「人口1,000人当たりの献血本数の増減」(H20対H21)との関連をロジスティック回帰分析により検討した。

項目	オッズ比	95%信頼区間	P値
献血本数	1.00	(1.00, 1.00)	0.150
10歳代本数	1.01	(0.95, 1.10)	0.712
20歳代本数	1.24	(1.05, 1.53)	0.023 *
30歳代本数	1.12	(0.90, 1.42)	0.310
40歳代本数	0.97	(0.72, 1.33)	0.849
50歳代本数	0.93	(0.58, 1.49)	0.758
60歳代本数	1.80	(0.98, 3.78)	0.079
第1主成分	0.34	(0.10, 0.82)	0.034 *
第2主成分	0.54	(0.12, 2.28)	0.391

20歳代のオッズ比は1.24(95%CI:1.05~1.53)と1より高く推定された。これは前年の20歳代の献血本数が次年の都道府県全体の献血本数の増加に寄与していることを表わし、20歳代への献血の働きかけが重要であることを示唆している。

1. 変動パターン分析における第1主成分(=献血本数と同義の成分)
2. 変動パターン分析における第2主成分(1~3月に多いか9~10月に多いかを表わす成分)

まとめ

- 前年比較で献血本数/人口1000人の増減と有意に関連した項目は、20歳代の献血本数と第1主成分であった。20歳代のオッズ比は1.24(95%CI:1.05~1.53)と1より高く推定された。H20年の20歳代の献血本数がH21年の都道府県全体の献血本数の増加に寄与していることを表わし、20歳代への献血の働きかけが重要であることを示唆している。
- 20歳代の変動パターン分析を進める予定ある。
- 10歳代の献血本数/人口1000人の月別変動には、学校行事と関連している(新学期、文化祭など)とも考えられ、学校との連携が必要であると考えられる。
- 献血推進には、必要な時期と場所に必要だけ供給することが重要であり、今後、需要量との関連性を検討する必要があると考え³⁷る。

これまでの結果

献血推進のための効果的な広報戦略等の開発のための現状分析と対策

- 献血に関する知識、イメージが、まだ不足
 - 初めて献血の理由は、「友愛の精神」と「きっかけ」
 - 献血を継続する理由は、「友愛の精神」と「メリット」
 - 総献血本数はH21減少したが、人口1000人あたり献血本数は10歳代を除き増加した
 - 月別の献血本数の増減幅が少ない都道府県が、前年比上昇傾向
 - 前年の20歳代の1000人あたりの献血が増加すると、次年の全献血増加に寄与
◎H20とH21の2年度のみ解析である。
- 月別にみた献血本数の変動、および、月別にみた人口1000人あたりの献血本数の変動は、年代別の大きな相違は認められなかった

- 献血に関する情報や意義、献血に関する正しい知識を的確に提示することが必要
 - 研修会、HopStepJumpの利用、血液製剤の知識
- 献血推進のための広報戦略は、献血経験の有無や年代、その集団特性に応じた戦略が必要
- 限られた世代をターゲットとするよりも、幅広い世代にアピールする力が強い方法が効果的(テレビやラジオ、街頭、ポスターetc)

【対象】

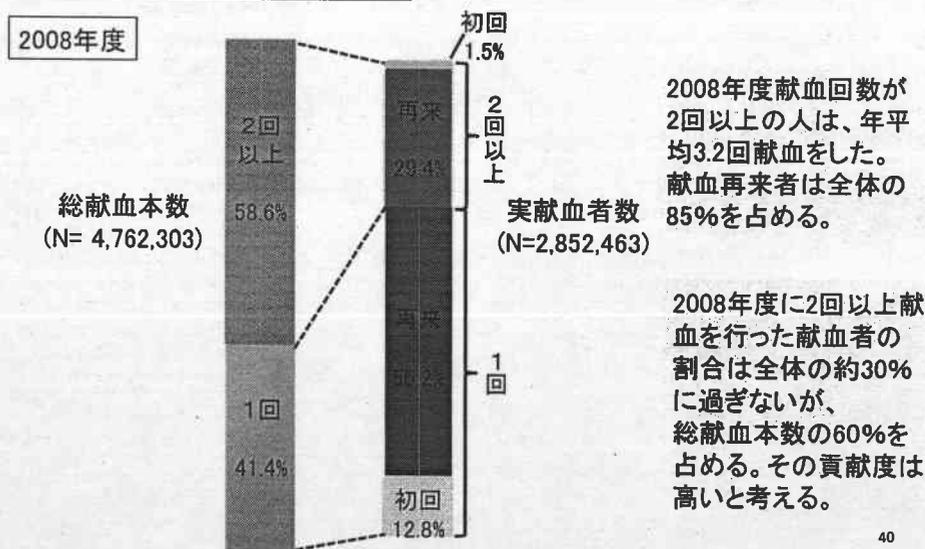
- ・2008(平成20)年度の全献血者(N=5,137,612)
- ・2009(平成21)年度の全献血者(N=5,303,431)

【解析項目】

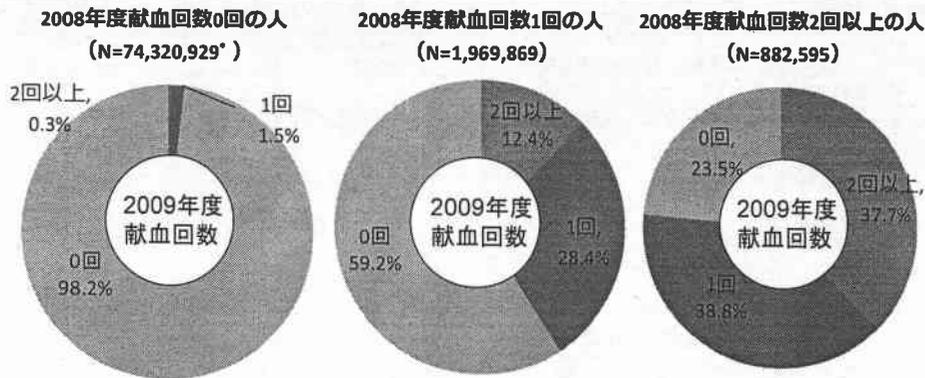
- ・性別
- ・生年月日
- ・種類 /全血献血・成分献血
- ・初回・再来
- ・献血ルーム / 採血都道府県
- ・採血年月日 採血月・採血時年齢(16~69歳)

2008年度、2009年度の献血者データをIDごとに集計し、献血者ごとの年間献血回数を算出し、両年度間の経時的な変化を解析した。

献血者に占める再来者の割合



2008年度の献血回数の違いによる
2009年度の献血回数の違い(1)



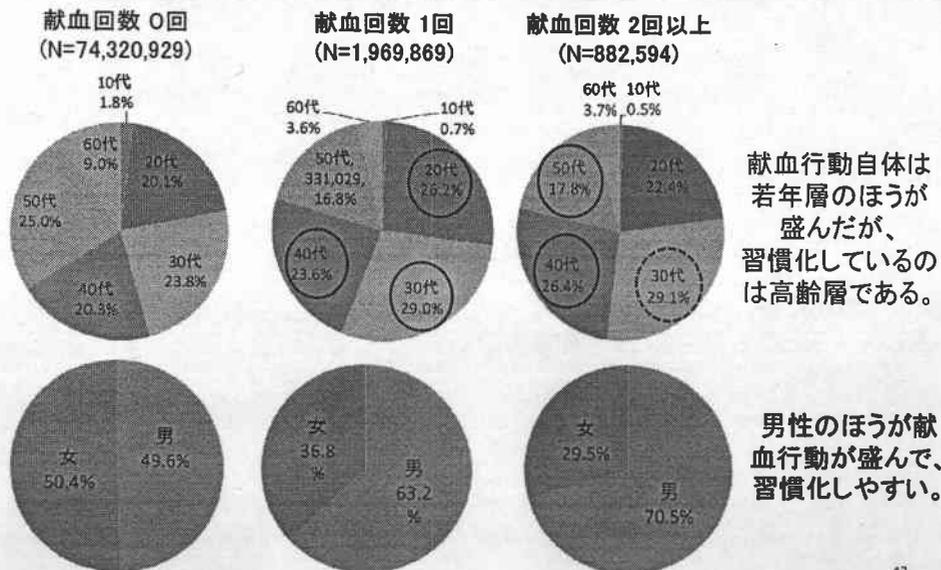
2008年度の献血回数が多いほど、2009年度の献血回数も多い

2008年度の献血回数の違いによる
2009年度の献血回数の違い(3)

2008年度の献血回数別、男女別、
初回再来別、年齢別
に分類した場合の
2009年度献血回数の検討から.....

1. 2009年度の献血回数が2回以上となる割合が最も高い集団は「2008年度献血回数2回以上、男性、再来、40代」の集団で58.3%
2. 2009年度献血回数が1回以上となる割合が最も高くなるのも、「同集団」で82.9%
3. 2009年度の献血回数が0回となる割合が最も高いのは「2008年度献血回数1回、女性、初回、20代」の集団で63.5%

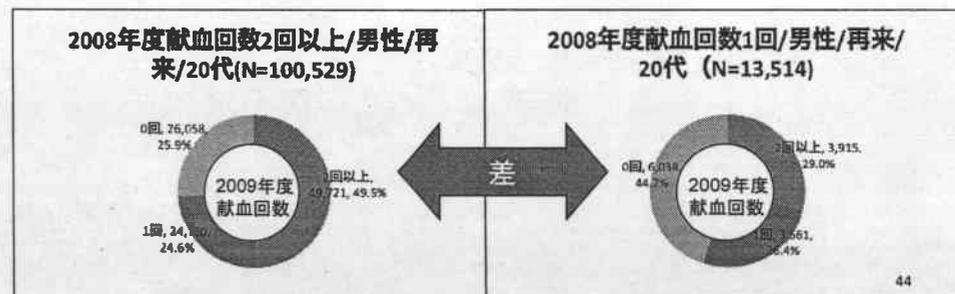
2008年度の献血回数の違いによる
集団属性の違い一年齢別、男女別



2008年度の献血回数の違いによる
2009年度の献血回数の違い(4)

2008年度の献血回数が増えた場合の
2009年度の献血回数の変動

【仮説推定】献血回数の増加が次年度の献血回数の増加に寄与する効果



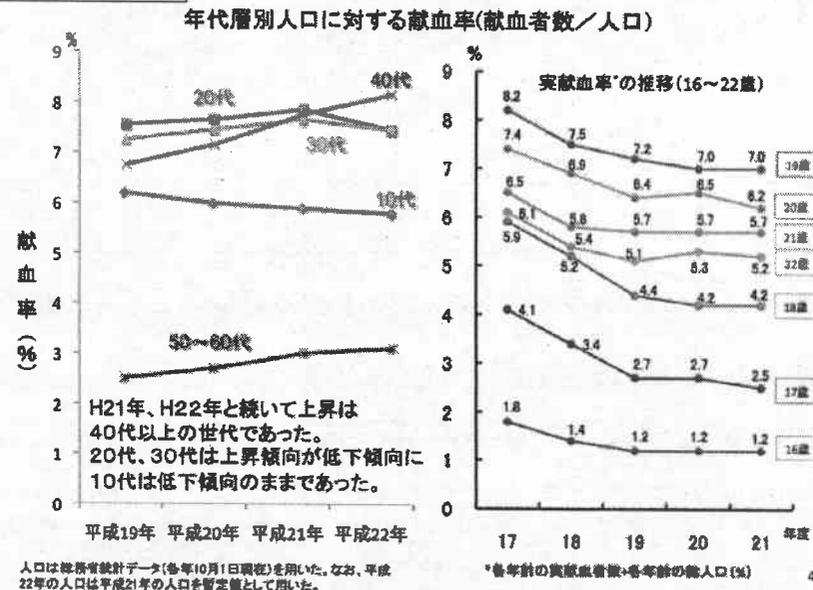
trial【結果】2008年度の献血回数の違いによる
2009年度の献血回数の違いの検討

1. 若年層では献血行動に結びつく単発的な献血は多いが、習慣化した献血者はまだ少なく、高齢層では単発的な献血は少ないが、習慣化した献血者は多いと考えられた。
2. 男性は女性よりも単発的な献血、習慣的な献血とも多いと考えられた。
3. 献血は回数を重ねるほど習慣化すると考えられた。
4. 今年度の献血回数増加が、次年度の献血回数増加に最も効率よく寄与するのは「高齢、男性、再来」である。
5. 総献血者数の確保には献血の習慣化のみならず、献血者の新規開拓も重要である。
6. 初回献血者は初年度に少なくとも2回以上.....

1. 観察期間が2年度分のため、いくつかの課題がある
2. 長期の傾向や長期離脱者の傾向がつかみきれていない
3. 横断的な解析にとどまざるを得ない点がある

45

今後の研究課題



47

献血推進に向けた職員の研修方法に関する研究

菅原 拓男(日本赤十字社 血液事業本部)
照井 健良(日本赤十字社 血液事業本部)
福嶋 教綱(日本赤十字社 血液事業本部)
木村 美羽(日本赤十字社 血液事業本部)

平成22年度 学生ボランティアの会議

- 第1回 平成22年5月29日~30日 参加者16名 日本赤十字社本社
- 第2回 平成22年8月9日~10日 参加者85名 宮城県仙台市
- 第3回 平成23年3月5日~6日 参加者16名 日本赤十字社本社



平成22年度 献血推進団体の会議

平成22年11月6日~7日 参加者120名 北海道札幌市・千歳市



まとめ

LOVE in ACTIONを始めとする新たな広報の上乗せに伴い、平成19年度以降の献血総数は増加傾向となった。年代別の増加傾向は、40代以上が持続していたが、20代、30代は持続せず、10代は、むしろ減少傾向のままであった。

広報についての評価は中間段階であり、年代別、月別、地域別あるいは経験回数別等での献血本数等の詳細な分析が今後、必要である。

しかし、若者、特に10代、20代の献血促進に繋がる広報についての検討が、今後、さらに必要では無いかと考える。

48

I 調査の概況

< 調査目的 >

献血者数については、これまで減少傾向が引き続いてきたところであるが、平成20年以降、増加に転じ、これまでの献血者確保対策に一定の効果がみられているところである。

しかしながら、10～20歳代の若年層の献血者数に目を転じてみると、同年代の人口減少の割合を上回る割合で減少し続け、依然として若年層の献血離れは深刻なものであり、将来の輸血医療に支障が生じることが懸念されていることから、若年層に対するの普及、啓発をこれまで以上に重点的・効率的に行う必要性が生じている。

そのため、若年層の献血に対する意識調査を実施し、平成17年度と平成20年度に行った同様の調査結果との比較を行うことにより、若年層の献血に対する意識等に変化があるのかどうかを検証し、検証結果を今後の若年層に対する献血推進のあり方の検討に資することを目的とする。

< 調査内容 >

- (1) 若年層の献血への関心度や献血へのイメージを把握する。
- (2) 若年層の献血に関する認知度を把握する。
- (3) 若年層が献血を行った時期やきっかけを把握する。
- (4) (1)～(3)について平成17年度、平成20年度の調査結果との比較を行う。

< 調査概要 >

【調査方法】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質問(調査票)を送付し、回答を収集する。

【調査対象】全国の16～29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)

【対象者数】

献血経験者：5000名
 献血未経験者：5000名
 合計：10000名

※全国を右表の通り7ブロックに分け、各ブロックの若年層人口(16～29歳)の全国に占める割合を平成22年住民基本台帳年齢別人口のデータに基づき算出し、ブロックごとの回収数を決定した。

	合計	経験者	未経験者
合計	10,000	5,000	5,000
北海道	412	206	206
東北	706	353	353
関東甲信越	3,650	1,825	1,825
東海北陸	1,572	786	786
近畿	1,632	816	816
中国・四国	862	431	431
九州・沖縄	1,166	583	583

【調査期間】平成23年10月6日(木)～10月12日(水)

II 調査結果の概要

1. 献血未経験者

【対象者特性(回答者5,000人)】

・居住地は、「関東甲信越」が36.5%で、以下、「近畿」(16.3%)、「東海北陸」(15.7%)、「九州・沖縄」(11.7%)、「中国・四国」(8.6%)、「東北」(7.1%)、「北海道」(4.1%)の順。全体構成は17年度調査及び20年度調査と概ね変わらない。

・性別は、「男性」51.0%、「女性」49.0%とほぼ半々。20年度調査と構成は概ね変わらない。17年度調査と比べると男性回答者が2割弱増加(33.8%→51.0%)。

・年齢は、「16～17歳」(9.5%)、「18～19歳」(18.6%)、「20～24歳」(36.0%)、「25～29歳」(36.0%)である。17年度調査及び20年度調査に比べて10代の回答者が増加(11.6%→25.1%→28.1%)。

・職業は、「大学生・専門学校生」(31.9%)と「会社員」(27.4%)が中心。以下、「その他」(15.9%)、「高校生」(12.8%)、「専業主婦」(6.5%)、自営業(3.4%)、公務員(2.1%)の順。20年度調査とは概ね同様の傾向。17年度調査に比べて特に「大学生・専門学校生」が増加(18.6%→31.9%)、「専業主婦」が減少(17.1%→6.5%)。

・医療関係への関与の有無は、「携わっている」人は8.0%で、17年度調査及び20年度調査と概ね変わらない。

【献血に関する認知・関心度】

(Q1) 献血に関しての認知程度

- ・未経験者全体では、「よく知っている」(10.8%)と「ある程度知っている」(75.4%)を合わせた認知率は86.2%。
- ・職業別では、高校生の認知率(81.3%)が他層に比べて低い。
- ・性別では、男性(83.5%)より女性の認知率(89.0%)が高い。
- ・17年度調査に比べて20年度調査は認知率が大幅に上昇したが、23年度調査では低下した(73.8%→92.9%→86.2%)。特に公務員の認知率が20年度調査より11ポイント低下し顕著(95.3%→84.6%)。

(Q2) 献血の種類の認知

- ・未経験者全体では、献血の種類を認知している人は35.1%。6割以上の人は認知していない。
- ・職業別では、公務員の認知率が46.2%で他層に比べて高い。一方、高校生の76.0%が認知しておらず他層に比べて低い。
- ・性別では、男性(31.4%)より女性の認知率(38.9%)が高い。
- ・地域別では、東北の認知率(41.6%)が他層と比べて高い。
- ・20年度調査と比べて、専業主婦の認知率が11ポイント低下し顕著(42.8%→32.1%)。

(Q3) 献血できる場所の認知

- ・未経験者全体では、「よく知っている」(25.0%)と「ある程度知っている」(59.4%)を合わせた認知率は84.4%。
- ・職業別では、公務員の認知率(88.5%)が最も高く、対して高校生(77.8%)の認知率は他層よりも低い。
- ・性別では、男性(79.5%)より女性の認知率(89.4%)が高い。

(Q4) 献血への関心度

- ・未経験者全体では、関心あり層は43.7% (非常に関心がある: 6.0% + 関心がある: 37.7%)。関心なし層は56.3% (全く関心がない: 12.5% + 特に関心がない: 43.8%) を占め、関心がない人の方が多い。
- ・職業別では、専業主婦で関心あり層(49.7%)が他層に比べて高いのに対し、公務員では35.5%で他層と比べて関心が低い。
- ・性別では、男性(34.8%)より女性(52.8%)の関心度が高い。
- ・地域別では、九州・沖縄の関心度(50.4%)が他層に比べて高い。
- ・17年度調査、20年度調査と比べると、公務員の関心あり層が調査ごとに大幅に低下(51.9%→43.5%→35.5%)。

(Q5) 献血が病気の治療に役立っていることの認知

- ・未経験者全体の認知率は40.7%。8割の人は認知していない。
- ・職業別では、公務員の認知率(48.1%)が他層と比べて高い。
- ・地域別では、東北の認知率が44.5%で最も高い。
- ・20年度調査と比べて、認知率が48.0→40.7%に低下。特に東海北陸(48.8%→37.9%)、近畿(49.8%→38.1%)で大幅に低下している。

(Q6) 血液製剤確保のために、絶えず献血が必要なことの認知 (新規質問)

- ・未経験者全体の認知率は46.5%でほぼ半数。
- ・職業別では、大学生・専門学校生(51.9%)と公務員(51.0%)で高く、高校生(38.0%)が他層と比べて低い。
- ・性別では、男性(43.0%)より女性の認知率(50.2%)が高い。
- ・地域別では、中国・四国(50.6%)と九州・沖縄(53.7%)の認知率が他層と比べて高い。

(Q7) 献血された輸血用血液製剤の使い道の認知 (新規質問)

- ・未経験者全体の認知率は18.4%。8割の人は認知していない。
- ・職業別では、大学生・専門学校生(21.2%)と公務員(21.2%)の認知率が他層と比べてやや高い。
- ・地域別では、東北の認知率(22.4%)が他層と比べてやや高い。

(Q8) 輸血の治療を受けた患者の感謝の気持ちを目や耳にした経験 (新規質問)

- ・未経験者全体で経験のある人は16.5%。8割の人は未経験。
- ・職業別では、公務員の経験率(21.2%)が他層と比べてやや高く、自営業(11.9%)でやや低い。
- ・地域別では、東北での経験率(21.5%)が他層と比べてやや高い。

(Q9) 若年層の献血協力者の減少傾向の認知

- ・未経験者全体の認知率は32.5%。7割の人は認知していない。
- ・職業別では、公務員の認知率(44.2%)が他層に比べて高い。
- ・地域別では、東北の認知率(38.5%)が他層と比べて高い。
- ・20年度調査と比べて、認知率が37.3%→32.5%に低下。特に公務員(52.9%→44.2%)と自営業(36.6%→27.4%)での低下が顕著。

【献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況】

(Q10) 献血に関する広報接触媒体

- ・未経験者全体では、「献血バス」(53.4%)、「街頭での呼びかけ」(52.9%)、「テレビ」(46.0%)、「献血ルーム前の看板・表示」(43.6%)の順で接触率が高い。
- ・職業別では、「献血バス」は大学生・専門学校生(59.6%)と専業主婦(63.0%)で高い。また専業主婦は「街頭での呼びかけ」(58.3%)「献血ルーム前の看板・表示」(53.4%)も高く、現場での接触が目立つ。高校生は他層と比べて総じて接触率が低く、いずれの広告も「見たことがない」が13.1%。高校生が最も接触している媒体は「テレビ」で42.7%。
- ・地域別では、「街頭での呼びかけ」は北海道(37.4%)と中国・四国(47.8%)で他層と比べて低い。「テレビ」は東北(58.9%)、中国・四国(54.1%)、九州・沖縄(57.3%)で他層と比べて高く、関東甲信越(37.1%)で低い。・17年度調査と20年度調査を比べると、各媒体で総じて接触率が低下。23年度調査ではさらに、「街頭での呼びかけ」の接触率が低下(69.7%→60.6%→52.9%)。

(Q11) 献血キャンペーンに効果的だと思う媒体

- ・未経験者全体では、「テレビ」が79.0%で圧倒的に高い。次いで「インターネット」が48.4%。
- ・職業別では、高校生は「インターネット」(35.4%)が他層と比べて低い。専業主婦は「テレビ」が圧倒的に高く9割弱(88.0%)。一方、自営業では「テレビ」(64.9%)が他層に比べて低い。
- ・性別では、男性よりも女性の方が「テレビ」(83.1%)、「ポスター」(30.3%)、「携帯電話」(25.2%)、「雑誌」(23.7%)を支持。
- ・17年度調査、20年度調査と比べると、「テレビ」と「新聞」の支持率が低下傾向(テレビ: 88.9%→84.7%→79.0% 新聞: 28.2%→23.7%→21.9%)。一方「インターネット」は上昇傾向(41.9%→46.8%→48.4%)。

(Q12) 献血キャラクター「けんけつちゃん」認知

- ・未経験者全体の認知率は21.3%で4人中1人が認知。
- ・職業別では、高校生(26.3%)、大学生・専門学校生(29.9%)といった学生と公務員(25.0%)の認知率が他層と比べて高い。
- ・性別では、女性の認知率(28.2%)が男性(14.6%)より高い。
- ・地域別では、東北の認知率が30.6%で他層と比べて高い。
- ・20年度調査と比べると、認知率は7.2%→21.3%と大幅に上昇。特に大学生・専門学校生や女性で認知率が大幅に上昇した。(大学生・専門学校生: 10.6%→29.9% 女性: 9.7%→28.2%)

(Q13) 献血キャラクター「けんけつちゃん」の印象 (新規質問)

- ・未経験者全体のけんけつちゃん認知者にその印象をたずねると、「よい」が50.9%で半数。「わるい」は3.8%で好評価。
- ・性別では、男性(43.4%)より女性(55.0%)で「よい」と感じられている。

(Q14) 献血キャンペーン認知

- ・未経験者全体では、「はたちの献血キャンペーン」の認知率が他のキャンペーンと比べて高く24.3%。なお、一つもキャンペーンを知らない人は68.6%。
- ・職業別では、一つもキャンペーンを知らない人が高校生(77.6%)と自営業(72.0%)で他層と比べて高い。
- ・性別では、いずれかのキャンペーンを認知している人は男性(24.7%)より女性(38.4%)が多い。特に「はたちの献血キャンペーン」で女性の認知率(30.7%)が高い。
- ・地域別では、東北でいずれかのキャンペーンを認知している率(43.6%)が他層と比べて高い。
- ・キャンペーン認知者に、印象に残った具体的なフレーズを聞いたところ、72.6%が特に印象に残った内容がなかった。記載された内容で多かったものは、「はたちの献血」「LOVE in Action」「石川遼のCM、ポスター」についてであった。

(Q15) 「HOP STEP JUMP」を配布された記憶

- ・未経験者全体では、高校3年生にHOP STEP JUMPが配布されていることの認知率は9.8%。授業で使用した経験がある人は2.1%にとどまる。
- ・職業別では、高校生(16.5%)と大学生・専門学校生の認知率(17.5%)が他層と比べて高いものの、2割弱にとどまる。
- ・地域別では、東北の認知率が14.4%で他層と比べて高い。

【感染症・血液製剤について】

(Q16) 献血では感染症に感染しないことの認知

- ・未経験者全体の認知率は48.6%で、半数は認知していない。
- ・職業別では、大学生・専門学校生(54.4%)と公務員の認知率(63.5%)が他層と比べて高く、一方自営業(36.9%)は他層と比べて低い。
- ・性別では、女性の認知率(51.3%)が男性(46.0%)に比べて高い。
- ・地域別では、北海道の認知率(41.3%)が他層と比べて低く、一方東北の認知率(53.8%)は他層と比べて高い。
- ・20年度調査と比べると認知率は59.1%→48.6%に低下した。特に自営業、専業主婦で大幅に低下した(自営業:54.5%→36.9% 専業主婦:64.1%→46.9%)。

(Q17) 血液製剤の海外血液依存の認知

- ・未経験者全体の認知率は10.8%で、9割が認知していない。
- ・職業別では、公務員の認知率(15.4%)が他層に比べてやや高い。
- ・認知率は17年度調査より低下傾向(22.6%→14.5%→10.8%)。特に公務員と自営業の低下が顕著(公務員:32.7%→21.2%→15.4% 自営業:29.6%→17.9%→7.7%)。

【献血ルームのイメージ】

(Q18) 献血ルームのイメージ

- ・未経験者全体では、イメージが「ふつう」の人が41.4%を占め、最多。「明るい」イメージは17.3%、「暗い」イメージが11.0%。
- ・性別では、「明るい」イメージは男性(14.4%)より女性(20.3%)にもたれている。
- ・地域別では、「明るい」イメージは東北(22.7%)と九州・沖縄(23.3%)で他層と比べて高い。
- ・20年度調査と比べると、「明るい」と「わからない」が上昇した(明るい:12.7%→17.3% わからない:24.5%→30.3%)。一方、「ふつう」と「暗い」が低下した(ふつう:47.4%→41.4% 暗い:15.4%→11.0%)。

【献血をしたことがない理由】

(Q19) 献血をしたことがない理由(大きい順に3つ選択)

- 1位<最も大きな理由>にあがった理由
- ・未経験者全体では、1位の理由として「針を刺すのが痛くて嫌だから」がトップで12.2%。次いで「健康上出来ないと思ったから」(9.3%)、「なんとなく不安だから」(8.4%)などが1割弱で続く。また理由が「わからない」人が10.4%にのぼり、1割の人が特別に理由なく献血に協力していない。
- ・職業別では、専業主婦で「献血を申し込んだが、基準に適合せずに断られた」(16.7%)が他層と比べて高い。一方高校生は、理由が「わからない」人が20.4%にのぼる。
- ・理由が「わからない」人が17年度調査より上昇傾向(1.9%→6.2%→10.4%)。特に高校生で15ポイント上昇している(3.5%→5.4%→20.4%)。

●1~3位累計の理由

- ・未経験者全体では、「針を刺すのが痛くて嫌だから」がやはりトップで27.7%。次いで「なんとなく不安だから」(25.9%)、「恐怖心」(22.4%)、「時間がかかりそうだから」(20.1%)が続く。
- ・職業別では、高校生で「近くに献血する場所や機会がなかったから」(20.1%)が他層に比べてやや高い。大学生は「針を刺すのが痛くて嫌だから」(30.6%)、「なんとなく不安だから」(28.8%)、「時間がかかりそうだから」(22.9%)、「忙しくて献血する時間がなかったから」(17.8%)が他層に比べてやや高い。
- ・地域別では、近畿で「献血している所に入りづらかったから」(16.1%)が他層と比べてやや高い。
- ・20年度調査と比べると、「献血している所に入りづらかったから」が低下(17.6%→11.9%)し、「わからない」が上昇(10.6%→24.5%)した。
- ・献血をしたことがない理由「その他」として記載された内容で多かったものは、「貧血体質のため」「採血後具合が悪くなるから」「メリットがない/お金がもらえない」であった。

【献血するきっかけとなり得る要因】

(Q20) 献血するきっかけとなり得る要因(大きい順に3つ選択)

●1位<最も大きな要因>にあがったもの

- ・未経験者全体では、1位の要因として、「針を刺すときに痛みを和らげる処置が実施された」ことで11.6%。献血をしたことがない理由でも「針を刺すのが痛くて嫌だから」が1位であり、針を刺す時の痛みが献血へのネックとなっていると考えられる。また、僅差で「家族や友人などから勧められた」(11.5%)が主要な要因としてあがる。
- ・職業別では、「家族や友人などから勧められた」が高校生で15.4%、大学生・専門学校生で13.3%と他層と比べて高く、トップの要因としてあがる。
- ・17年度調査と20年度調査を比べると、「献血しているところが入りやすい雰囲気になった」が低下(17.3%→8.6%)する一方、「献血は絶対しない」が上昇(12.5%→18.0%)。23年度調査は20年度調査と横並び。

●1~3位累計の要因

- ・未経験者全体では、「針を刺すときに痛みを和らげる処置が実施された」がやはり最も高く24.2%。僅差で「献血しているところが入りやすい雰囲気になった」(23.5%)、「献血した時の処遇品(記念品)が良くなった」(22.0%)、「家族や友人などから勧められた」(21.8%)が続く。
- ・職業別では、高校生と大学生・専門学校生で「家族や友人などから勧められた」(高校生:27.6% 大学生:25.2%)が他層と比べて高く、学生は身近な人からの勧めが重要なきっかけになると考えられる。
- ・地域別では、東海北陸と九州・沖縄では「近くに献血する場所ができた(献血ルーム)」と「近くに献血する場所ができた(献血バスまたは出張献血)」が他層と比べてやや高い。
- ・20年度調査と比べると、「献血したときの処遇品(記念品)が良くなった」(12.3%→22.0%)、「献血ルームのサービスが良くなった」(5.4%→13.8%)が上昇している。
- ・具体的にどのような処遇品(記念品)になったら良いかの問いに記載された内容で多かったものは、「お菓子がよくなった」「食べ物/栄養補助食品の提供」「図書カード」であった。献血ルームのサービスでは、「飲食のサービスがよくなった」「くつろげる/リラックスできる」「職員の態度がよい」の記載が多い。
- ・「献血は絶対しない」を選択した人に理由をたずねたところ、「貧血体質だから」「健康上の問題」「薬を服用しているから」といった健康上の問題に関する記載が多い。

【初めての献血について】

(Q21) 初めての献血で400ml献血することへの不安意識(新規質問)

- ・未経験者全体では、「どちらかというとはいどちらかという抵抗がある」(36.9%)と「はい(抵抗がある)」(30.8%)を合わせた抵抗がある人は67.7%で3人中2人。
- ・職業別では、専業主婦で抵抗がある人(76.5%)が他層と比べて高く、一方自営業で抵抗がある人(62.5%)は他層と比べて低い。
- ・性別では、女性で抵抗がある人(71.2%)が男性(64.4%)と比べて高い。

【家族・友人の献血状況】

(Q22) 家族が献血している姿を見たことがあるか

- ・未経験者全体では、見たことが「ある」人は11.0%で1割強にとどまる。
- ・職業別では、専業主婦で見たことが「ある」人は17.3%で、他層と比べて高い。
- ・性別では、男性(8.4%)と比べて女性(13.8%)の方が見たことが「ある」が高い。

(Q23) 友人に献血している人がいるか

- ・未経験者全体では、「いる」(32.8%)、「いない」(34.8%)、「わからない」(32.3%)の回答が分かれた。
- ・職業別では、大学生・専門学校生(41.4%)と公務員(58.7%)で「いる」が他層と比べて高い。
- ・性別では、男性(28.1%)より女性(37.7%)で「いる」が高い。
- ・地域別では、東北で「いる」(38.2%)が他層と比べて高い。
- ・20年度調査と比べると、公務員で11ポイント「いる」が上昇し(48.2%→58.7%)、一方自営業で9ポイント低下している(29.9%→21.4%)。

【献血に関する資料評価】

※献血に関する資料の閲読後に、献血に関する意識の変化について質問した。

(Q24-1) 献血の必要性への理解が良くなったか

- ・未経験者全体では、「はい(理解が良くなった)」(27.6%)と「どちらかというとはい(どちらかというとい良くなった)」(57.1%)を合わせた理解が良くなった人は84.7%にのぼる。
- ・職業別では、理解が良くなった人の割合は専業主婦(89.2%)と大学生・専門学校生(87.6%)で他層と比べて高い。
- ・性別では、女性の理解が良くなった人の割合(88.9%)が、男性(80.6%)に比べて高い。
- ・20年度調査と比べると、理解が良くなった人の割合が7ポイント低下し(91.7%→84.7%)、評価が低くなっている。

(Q24-2) 献血に協力する意識の有無

- ・未経験者全体では、「ある」(15.6%)と、「どちらかというとい(43.4%)を合わせた意識がある人は59.0%で6割強を占める。
- ・職業別では、意識がある人の割合が公務員(50.0%)、自営業(50.6%)で他層と比べて低い。
- ・性別では、男性(52.6%)に比べて女性(65.7%)で意識がある人の割合が高い。
- ・地域別では、関東甲信越で意識がある人の割合(54.7%)が他層に比べてやや低い。
- ・17年度調査、20年度調査と比べると、意識がある人の割合は低下している(65.0%→65.2%→59.0%)。公務員と自営業で特に低下している(公務員:59.6%→63.5%→50.0% 自営業:69.6%→60.4%→50.6%)。

(Q24-3) 今後実際に献血に行くか

- ・未経験者全体では、「はい(行く)」(7.5%)と、「どちらかというとい(どちらかというとい行く)」(36.9%)を合わせた意向ありの人は44.4%。
- ・職業別では、意向ありの人の割合は高校生(49.6%)が高く、半数近くが意向を喚起されている。対して公務員(32.7%)や自営業(33.9%)は他層と比べて低い。
- ・性別では、男性(39.6%)に比べて女性(49.4%)で意向ありの割合が高い。
- ・17年度調査、20年度調査と比べると、意向ありの割合が低下傾向にある(49.5%→47.4%→44.4%)。公務員と自営業で特に低下している(公務員:44.2%→47.1%→32.7% 自営業:54.8%→41.8%→33.9%)。

【若年層の献血協力意向を高めるアイデア】

(Q25) 若年層の献血協力意向を高めるアイデア

- ・未経験者全体に自由記述形式でアイデアをたずねたところ、「処遇品・記念品」といった献血者に直接メリットがある内容。「人気タレントの起用」「インターネット、テレビ、雑誌でのPR」などのPR方法を考える内容。「気軽」に行けて「何かのついでや待ち時間に献血できる場所など」に献血できる施設を設けたらよいといったアイデアが多くあげられた。

2. 献血経験者

【対象者特性(回答者5,000人)】

・居住地は、「関東甲信越」が36.5%で、以下、「近畿」(16.3%)、「東海北陸」(15.7%)、「九州・沖縄」(11.7%)、「中国・四国」(8.6%)、「東北」(7.1%)、「北海道」(4.1%)の順。全体構成は17年度調査及び20年度調査と概ね変わらない。

・性別は、「男性」50.4%、「女性」49.6%とほぼ半々。20年度調査と構成は概ね変わらない。17年度調査と比べると男性回答者が2割弱増加(34.1%→50.4%)。

・年齢は、「16～17歳」(3.0%)、「18～19歳」(10.5%)、「20～24歳」(43.2%)、「25～29歳」(43.2%)である。17年度調査及び20年度調査に比べて10代の回答者が増加(3.8%→11.2%→13.5%)。

・職業は、「大学生・専門学校生」(29.6%)と「会社員」(40.4%)が中心。以下、「その他」(10.3%)、「専業主婦」(8.9%)、公務員(4.5%)、「高校生」(3.6%)、自営業(2.7%)の順。20年度調査とは概ね同様の傾向。17年度調査に比べて特に「大学生・専門学校生」が増加(13.0%→29.6%)、「専業主婦」が減少(21.3%→8.9%)。

・医療関係への関与の有無は、「携わっている」人は17.1%で、17年度調査及び20年度調査と比べて6ポイント上昇している。

【献血に関する認知状況】

(Q1) 献血が病気の治療に役立っていることの認知

- ・経験者全体の認知率は66.4%で3人中2人が認知している。
- ・職業別では、専業主婦の認知率(57.4%)が他層と比べて低い一方、公務員(72.4%)と大学生・専門学校生(71.6%)が他層と比べて高い。
- ・地域別では、北海道での認知率が高く73.3%。

(Q2) 血液製剤確保のために、絶えず献血が必要なことの認知(新規質問)

- ・経験者全体の認知率は72.1%で7割強を占める。
- ・職業別では、大学生・専門学校生(77.2%)と公務員(76.9%)の認知率が他層と比べて高い一方、高校生は62.8%にとどまる。
- ・性別では、男性(68.3%)より女性の認知率(76.0%)が高い。

(Q3) 献血された輸血用血液製剤の使い道認知(新規質問)

- ・経験者全体の認知率は34.7%で、3人中1人が認知している。
- ・職業別では、高校生が他層と比べて高く45.0%。一方、専業主婦(27.0%)と自営業(28.9%)が他層と比べて低い。
- ・性別では、女性(32.6%)よりの男性認知率(36.8%)がやや高い。

(Q4) 輸血の治療を受けた患者の感謝の気持ちを目や耳にした経験(新規質問)

- ・経験者全体では、経験のある人は27.5%。
- ・職業別では、高校生の経験率が42.2%と他層と比べて高い。次いで大学生・専門学校生の経験率が高く、30.2%を占める。

(Q5) 若年層の献血協力者の減少傾向認知

- ・経験者全体では、「知っている」人は52.9%で半数を占める。
- ・職業別では、大学生・専門学校生の認知率(58.6%)が他層に比べて高い一方、専業主婦では43.9%で他層と比べて低い。
- ・地域別では、東北(47.6%)、関東甲信越(51.0%)、東海北陸(49.2%)で他層と比べて低い。
- ・20年度調査と比べると、東北の認知率が15ポイント低下し顕著(62.8%→47.6%)

【献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況】

(Q6) 献血に関する広報接触媒体

- ・経験者全体では、「献血バス」が64.7%で最も高く、「街頭での呼びかけ」(64.1%)、「献血ルーム前の看板・表示」(63.4%)、「テレビ」(51.7%)が続き、以上が主要な接触媒体。
- ・職業別では、「献血バス」は専業主婦で高く71.4%と7割を超える。高校生は「献血バス」(48.3%)などの現場での接触が他層と比べて少なく、「テレビ」(56.7%)がトップの接触媒体である。「インターネット」(22.8%)も他層と比べて接触率が高い。
- ・性別では、女性は「献血バス」(69.9%)、「街頭での呼びかけ」(69.9%)、「献血ルーム前の看板・表示」(70.6%)といった現場での接触率が男性に比べて高い。
- ・地域別では、「街頭での呼びかけ」は関東甲信越(68.4%)、東海北陸(64.9%)、近畿(64.2%)で他層と比べて高い。「テレビ」は東北(64.9%)、中国・四国(61.9%)、九州・沖縄(57.6%)で高い。
- ・17年度調査と20年度調査を比べると、各媒体の接触率は総じて低下。20年度調査と23年度調査を比べると、「献血バス」(57.6%→64.7%)と、「インターネット」(9.5%→14.6%)で接触率が上昇した。

(Q7) 献血キャンペーンに効果的だと思う媒体

- ・経験者全体では、効果的だと思う媒体は、「テレビ」が78.7%で圧倒的。次いで「インターネット」が51.2%。
- ・職業別では、専業主婦は他層と比べて「テレビ」(85.4%)、「自治体の広報誌」(23.0%)が高い。また高校生は「新聞」(30.6%)が他層と比べて高く、「テレビ」「インターネット」に次いで3位の媒体。
- ・性別では、男性よりも女性で「テレビ」(82.7%)、「ポスター」(30.1%)、「雑誌」(24.8%)が高い。
- ・地域別では、関東甲信越は「テレビ」(76.2%)が他層と比べて低い。
- ・17年度調査、20年度調査と比べると、「テレビ」は低下傾向(87.5%→83.6%→78.7%)、一方「インターネット」(43.9%→48.3%→51.2%)は上昇傾向にある。

(Q8) 献血キャラクター「けんけつちゃん」認知

- ・経験者全体の認知率は44.3%で半数近くの人が認知している。
- ・職業別では、大学生・専門学校生(57.3%)、高校生(56.1%)の認知率が高く6割にのぼる。
- ・性別では、女性の認知率(52.0%)が男性(36.7%)より高い。
- ・地域別では、近畿の認知率が37.3%で他層と比べて低い。
- ・17年度調査、20年度調査と比べると、認知率は大幅に上昇している(7.0%→23.8%→44.3%)。

(Q9) 献血キャラクター「けんけつちゃん」の印象 (新規質問)

- ・経験者全体のけんけつちゃん認知者にその印象を聞くと、「よい」が58.4%で半数以上。「わるい」は3.0%であった。
- ・職業別では、高校生で「よい」が67.3%で他層と比べて高い。
- ・性別では、男性(よい:54.9%)より女性(よい:60.9%)の評価が高い。

(Q10) 献血キャンペーン認知

- ・経験者全体では、「はたちの献血キャンペーン」が最も認知されており43.1%と半数近く。次いで「LOVE in Actionキャンペーン」(24.4%)、「愛の血液助け合い運動」(17.9%)が続く。一つもキャンペーンを知らない人は42.6%。
- ・職業別では、公務員は4人中3人近くの人(71.6%)が何らかのキャンペーンを認知しており、他層と比べてキャンペーンの認知率が高い。またキャンペーンごとに見ていくと、「LOVE in Actionキャンペーン」は大学生・専門学校生で30.0%の認知率で、「愛の血液助け合い運動」は高校生で26.1%の認知率で他層と比べて高い。
- ・性別では、男性(52.6%)より女性(62.3%)の方がいずれかのキャンペーンを認知している。
- ・地域別では、北海道で「はたちの献血キャンペーン」(50.0%)、東北で「LOVE in Actionキャンペーン」(38.2%)の認知率が他層と比べて高い。
- ・キャンペーン認知者に、印象に残った具体的なフレーズを聞いたところ、65.9%が特に印象に残った内容がなかった。記載された内容で多かったものは、「はたちの献血」「石川遼のCM、ポスター」「LOVE in Action」についてであった。

(Q11) 「HOP STEP JUMP」を配布された記憶

- ・経験者全体では、高校3年生にHOP STEP JUMPが配布されていることの認知率は15.1%。授業で使用した人は5.3%にとどまる。
- ・職業別では、高校生の認知率は37.2%。大学生・専門学校生は25.0%。

【感染症・血液製剤について】

(Q12) 献血では感染症に感染しないことの認知

- ・経験者全体の認知率は72.4%。4人中3人近くが認知している。
- ・職業別では、自営業の認知率(57.0%)が他層と比べて低い。
- ・性別では、男性(69.4%)より女性(75.4%)の認知率が高い。
- ・地域別では、東北の認知率(68.3%)が他層と比べてやや低い。
- ・23年度調査は20年度調査と比べて認知率が低下している(78.4%→72.4%)。特に東北の低下が大きい(81.4%→68.3%)。

(Q13) 血液製剤の海外血液依存の認知

- ・経験者全体の認知率は20.3%で、5人中1人の割合。
- ・職業別では、専業主婦の認知率(13.1%)が他層と比べて低い。一方高校生は26.1%で他層と比べて高い。
- ・地域別では、中国・四国の認知率(26.7%)が他層と比べて高い。
- ・17年度調査、20年度調査と比べると認知率は低下傾向である(30.8%→25.3%→20.3%)。

【献血ルームのイメージ】

(Q14) ルームについて

- 雰囲気
- ・経験者全体では、「ふつう」な人が47.5%。「明るい」が38.5%に対し「暗い」は5.7%で、「明るい」イメージが「暗い」イメージを大きく上回っており好評価。
- ・性別では、「明るい」と評価する割合は女性(43.4%)が男性(33.7%)より高い。
- ・地域別では、「明るい」イメージが近畿(32.2%)で最も低い。

●広さ

- ・経験者全体では、「広い」が22.2%、「狭い」が20.2%でほぼ同率。「ふつう」は47.3%。
- ・地域別では、近畿で「広い」と感じる人の割合(17.4%)が他層と比べて低く、「狭い」(25.4%)と感じる人が多い。

●職員の対応

- ・経験者全体では、「良い」が48.4%で半数。また「ふつう」は41.3%で、「悪い」と感じる人は3.0%にとどまった。職員に対する評価は概ね良好である。
- ・職業別では、「良い」が高校生(55.6%)と大学生・専門学校生(56.4%)で他層と比べて高い。

●記念品や軽い飲食物

- ・経験者全体では、「良い」が43.6%に対し、「悪い」は7.9%で「良い」と感じる人が大きく上回る。「ふつう」は41.7%。
- ・職業別では、大学生・専門学校生(47.9%)と専業主婦(48.4%)で「良い」評価が高い。
- ・性別では、女性の評価(良い:47.9%)が男性(良い:39.3%)より高い。
- ・地域別では、東海北陸で評価(良い:48.1%)が他層と比べてやや高く、一方近畿では(良い:38.8%)が他層と比べてやや低い。
- ・17年度調査、20年度と比べて、「良い」評価は上昇傾向である(36.7%→40.9%→43.6%)。

【献血についての要望・知りたいこと】

(Q15) 献血についての要望・知りたいこと

- ・経験者全体では、「献血について正しい知識、必要性を知らせてほしい」が39.4%。僅差で「職場や学校などで献血の機会を増やしてほしい」(38.9%)、「献血する場所、日時などについて十分知らせてほしい」(37.3%)が続く、突出したものはなく要望は多岐にわたっている。
- ・職業別では、大学生・専門学校生で「職場や学校などで献血の機会を増やしてほしい」(44.4%)、「進学や就職時に献血の経験を考慮してほしい」(21.5%)が他層と比べて高い。また専業主婦では「献血について正しい知識、必要性を知らせてほしい」(46.6%)、「学校の授業で献血の重要性等について取り上げてほしい」(36.7%)が他層と比べて高い。
- ・性別では、総じて男性よりも女性で要望や知りたいことがある。

【初めての献血について】

(Q16) 初めて献血した年齢

- ・経験者全体では、「16～17歳」が29.3%、「18～19歳」が33.8%、「20～24歳」が32.1%でともに1/3程度。10代で初めて献血を経験した人が6割強。
- ・職業別でみると、当然ではあるが高校生は「16～17歳」(86.7%)が大半。大学生・専門学校生は「18～19歳」が43.8%で最も多い。一方、会社員、公務員は「20～24歳」(会社員:38.4% 公務員:36.9%)での献血経験が最も多い。
- ・性別では、「16～17歳」での経験率は女性(31.6%)が男性(27.0%)と比べて高い。「20～24歳」での経験率は男性(34.3%)が女性(29.8%)に比べて高く、女性の方が若いうちに献血を経験している傾向。
- ・地域別では、東北で「16～17歳」での経験率(39.7%)が他層に比べて高い。

(Q17) 初めて献血した場所

- ・経験者全体では、「献血ルーム」が33.2%で最も高く、3人中1人。次いで、「献血バス」が21.8%、「大学キャンパス又は専門学校・各種学校」が21.2%で続く。
- ・職業別では、高校生は「高校(での集団献血)」(28.9%)と「献血バス」(26.1%)が他層と比べて高く、「献血ルーム」(32.8%)とでそれぞれ1/3。大学生・専門学校生は「大学キャンパス又は専門学校・各種学校」(30.2%)が他層と比べて高く、「献血ルーム」(34.5%)について第2位の場所。専業主婦では「献血ルーム」が42.6%で4割強を占め、他層と比べて高い。
- ・性別では、女性の「献血ルーム」(40.6%)での経験率が男性(26.0%)と比べて高い。一方男性は「大学キャンパス又は専門学校・各種学校」(25.7%)が女性(16.6%)と比べて高い。
- ・地域別では、東北で「高校(での集団献血)」(24.1%)、近畿で「献血バス」(31.6%)が他層と比べて高い。
- ・20年度調査と比べると、高校生で「高校(での集団献血)」が低下(38.1%→28.9%)。

(Q18) 初めての献血の種類

- ・経験者全体では、「200ml献血」が47.4%と半数を占める。「400ml献血」は30.9%、「成分献血」は5.7%。
- ・職業別では、「200ml献血」は高校生(62.2%)と専業主婦(60.8%)で他層と比べて高い。
- ・性別では、男性は「200ml献血」(35.9%)より「400ml献血」(41.1%)での経験率が高い。対して女性は「200ml献血」が59.1%で高い。
- ・地域別では、九州・沖縄では「400ml献血」が40.8%を占め、「200ml献血」(37.7%)よりも高い。
- ・17年度調査、20年度調査と比べると「400ml献血」が上昇傾向(18.9%→28.9%→30.9%)で、対して「200ml献血」が低下傾向(62.3%→51.6%→47.4%)である。

(Q19) 初めての献血で400ml献血することへの不安意識

- ・経験者全体では、「特に不安は感じない」人が49.9%で半数を占める。一方、「不安」な人は39.4%。
- ・職業別では、「不安」は専業主婦(48.9%)で半数を占めており他層と比べて高く、「特に不安は感じない」(39.4%)を上回っている。
- ・性別では、女性(45.1%)の方が男性(33.7%)よりも「不安」と感じている。
- ・地域別では、九州・沖縄で「特に不安は感じない」(57.6%)が他層と比べて高い。また東北では「不安」(45.3%)が他層と比べて高い。
- ・20年度調査と比べると、「特に不安は感じない」が低下し(57.2%→49.9%)「不安」が上昇している(26.4%→39.4%)。
- ・「不安」と感じた人に対して理由をたずねたところ、記載された内容で多かったものは、「貧血になりそう」「体調が悪くなりそう」「倒れそう」「フラフラになりそう」「量が多いから」であった。

【献血回数について】

(Q20) 過去1年間の献血回数

- 200ml献血
- ・経験者全体の経験率は41.1%。回数は「1回」が24.6%。2回以上は16.5%。
- ・職業別では、高校生では経験率が85.6%で他層と比べて圧倒的に高い。しかし63.3%が「1回」である。次いで、大学生・専門学校生の経験率(45.0%)が高く半数近く。
- ・性別では、女性の経験率(46.3%)が男性(36.0%)より高い。
- ・地域別では、中国・四国(35.7%)と九州・沖縄(32.6%)の経験率が他層と比べて低い。
- ・17年度調査と20年度調査を比べると経験率は上昇したが23年度調査では低下し、17年度調査と横並び(40.5%→46.1%→41.1%)。

●400ml献血

- ・経験者全体の経験率は36.6%。回数は「1回」が23.7%。2回以上は13.0%。
- ・職業別では、大学生・専門学校生(44.6%)と公務員(40.9%)の経験率が他層に比べて高い。一方高校生(17.2%)と専業主婦(19.8%)は2割弱で他層と比べて低い。
- ・性別では、男性の経験率(46.1%)が女性(27.0%)より高く、200ml献血とは逆の結果。
- ・地域別では、九州・沖縄の経験率が42.5%で他層と比べて高い。
- ・17年度調査と20年度調査を比べると経験率は上昇したが、23年度調査は20年度調査とほぼ横並び(26.4%→37.7%→36.6%)。

●成分献血

- ・経験者全体の経験率は27.3%。回数では「1回」が14.8%。2回以上は12.5%。
- ・職業別では、高校生の経験率が14.4%、専業主婦の経験率が21.4%で他層と比べると低い。
- ・地域別では、北海道の経験率が21.4%で他層と比べて低い。
- ・17年度調査、20年度調査と比べると、経験率は上昇傾向(18.8%→22.1%→27.3%)。ただし2回以上の経験者の割合は大きな変化がなく、「1回」経験者の割合が上昇している。

(Q21) 今までの合計献血回数

- ・経験者全体では、「1回」が最も多く33.8%で3人中1人。3人中2人(66.2%)が2回以上で、回数は「3~5回」(26.4%)が多い。
- ・職業別では、公務員の複数回献血者が76.9%で他層と比べて高い。対して高校生(31.7%)と大学生・専門学校生(60.9%)の複数回献血者は他層と比べて低い。
- ・17年度調査と20年度調査を比べると複数回の献血率が低下(71.8%→66.3%)。20年度調査と23年度調査は横並び。

●Q17「初めて献血した場所」で分析

- ・初めて献血した場所が、大学や職場の人に比べて高校で献血した人ほど献血頻度が高い傾向。高校で初めて献血した人では、3回以上献血している人が多く49.7%を占める。

●Q24「家族の献血の有無」で分析

- ・家族の献血現場を見たことがある人ほど本人の献血頻度が高まっており、両者の相関がみられる。

【献血するきっかけ】

(Q22) 初めての献血のきっかけ(大きい順に3つ選択)

- 1位<最も大きな要因>にあがった要因
- ・経験者全体では、1位の要因として「自分の血液が役に立ってほしいから」が29.0%でトップ。その他はそれぞれ1割以下。
- ・職業別では、各層とも「自分の血液が役に立ってほしいから」が主要なきっかけである。公務員では他層と比べて「なんとなく」(19.6%)が高い。
- ・地域別では、「大学キャンパスに献血バス・出張献血が来たから」が北海道(13.6%)、中国・四国(13.5%)、九州・沖縄(12.5%)で他層と比べて高い。
- ・20年度調査と比べると、「自分の血液が役に立ってほしいから」が低下している(37.5%→29.0%)。

●1~3位累計の要因

- ・経験者全体では、「自分の血液が役に立ってほしいから」が圧倒的に高く56.2%。次いで、「輸血用の血液が不足していると聞いたから」(33.5%)、「お菓子やジュースがもらえるから」(24.5%)、「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」(24.4%)が続く。
- ・職業別では、高校生で「献血は愛に根ざしたものだから」(14.4%)が他層と比べて高い。また、専業主婦で「家族や友人などに勧められたから」(22.7%)が他層と比べて高い。
- ・性別では、女性で「自分の血液が役に立ってほしいから」(60.2%)、「輸血用の血液が不足していると聞いたから」(36.2%)、「お菓子やジュースがもらえるから」(27.7%)、「家族や友人などに勧められたから」(20.4%)が高く、対して男性は「なんとなく」(35.3%)献血している人が多い。
- ・地域別では、「高校に献血バス・出張献血が来たから」が東北(19.0%)で他層と比べて高い。
- ・20年度調査と比べると、「輸血用の血液が不足していると聞いたから」(39.1%→33.5%)、「お菓子やジュースがもらえるから」(31.2%→24.5%)、「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」(29.5%→24.4%)といった上位2~4位の要因が特に低下している。

(Q23) 現在献血するきっかけ(大きい順に3つ選択)

●1位<最も大きな要因>にあがった要因

- ・経験者全体では、第1位の要因は「自分の血液が役に立ってほしいから」(42.4%)で圧倒的に高い。その他の項目は1割程度以下で、「輸血用の血液が不足していると聞いたから」(11.6%)、「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」(10.1%)が続く。
- ・性別では、女性で「自分の血液が役に立ってほしいから」(45.0%)が男性と比べて高く、男性は「なんとなく」(19.8%)が高い。
- ・地域別では、「自分の血液が役に立ってほしいから」が北海道(36.9%)と東北(37.1%)で他層に比べて低い。

●1~3位累計の要因

- ・経験者全体では、「自分の血液が役に立ってほしいから」(69.9%)がトップ。初めての献血のきっかけと同様の結果。次いで、「輸血用の血液が不足していると聞いたから」(51.4%)、「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」(37.1%)が続く。
- ・職業別では、高校生で「献血は愛に根ざしたものだから」(20.0%)や「過去に家族や友人などが輸血を受けたことがあるから」(15.0%)が他層と比べて高い。
- ・性別では、女性で「自分の血液が役に立ってほしいから」(73.0%)、「輸血用の血液が不足していると聞いたから」(54.1%)が男性と比べて高い。対して男性では「記念品やグッズがもらえるから」(22.0%)や「なんとなく」(35.5%)が女性と比べて高い。
- ・地域別では、東北で「記念品やグッズがもらえるから」(26.9%)、「お菓子やジュースがもらえるから」(35.7%)が他層と比べて高い。
- ・17年度調査と20年度調査を比べると、「輸血用の血液が不足していると聞いたから」(47.6%→53.2%)、「将来自分や家族などが輸血を受けることがあるかもしれないから協力した」(15.9%→27.3%)が上昇した。20年度調査と23年度調査を比べると「お菓子やジュースがもらえるから」が低下している(36.8%→29.5%)。

【献血する動機づけについて】

(Q24) 家族が献血している姿を見たことがあるか

- ・経験者全体では、見たことが「ある」人は24.3%で4人中1人。
- ・職業別では、専業主婦で見たことが「ある」が32.0%で他層と比べて高い。また高校生も28.9%にのぼり、やや高い。
- ・性別では、女性の見たことが「ある」人(29.0%)は男性(19.7%)より高い。

(Q25) 友人に献血している人がいるか

- ・経験者全体では、6割(59.8%)が献血をしている友人が「いる」。
- ・職業別では、「いる」が特に高いのは大学生・専門学校生(67.9%)と公務員(70.2%)で、7割にのぼる。一方、高校生(53.3%)、自営業(47.4%)、専業主婦(53.8%)で他層に比べると低い。

(Q26) 高校での集団献血がその後の献血への動機付けとなるか

- ・経験者全体では、「非常に有効」(36.6%)と「どちらかと言えば有効」(47.5%)とを合わせた有効層は84.1%にのぼる。
- ・性別では、女性の有効層(86.8%)が男性(81.3%)と比べて高い。
- ・17年度調査と20年度調査を比べると、有効層は大幅に上昇した。23年度調査は20年度調査の結果と横並び(65.9%→84.6%→84.1%)。

●Q17「初めて献血した場所」で分析

- ・高校で初めて献血した人では有効層が91.4%にのぼり高い。中でも「非常に有効」が全体の半数(49.9%)を占める。高校での集団献血の経験がその後の献血の動機付けに大きな役割を果たす可能性が示唆される。

【献血に関する資料評価】

※献血に関する資料の閲読後に、献血に関する意識の変化について質問した。

(Q27-1) 献血の必要性への理解の深まり

- ・経験者全体では、「はい(深まった)」(32.6%)と「どちらかというはい(どちらかという深まった)」(57.7%)を合わせた理解が深まった層は90.3%にのぼる。
- ・職業別では、各層とも理解が深まった層が9割前後を占めて高い。特に高校生では「はい(深まった)」が43.9%にのぼり、他層と比べて評価が高い。
- ・17年度調査と20年度調査を比べると、「はい(深まった)」が大幅に上昇した。20年度調査と23年度調査では大きな変化はみられない(16.2%→32.7%→32.6%)。

(Q27-2) 献血に協力する意識の高まり

- ・経験者全体では、「はい(高まった)」(32.5%)と「どちらかというはい(どちらかという高まった)」(54.4%)を合わせた高まった層は86.9%にのぼる。
- ・職業別では、意識が高まった層は高校生(90.0%)で最も高い。また高校生では「はい(高まった)」(40.6%)が他層と比べて高い。高校生に対する献血意向促進に効果的であったことがわかる。
- ・性別では、女性の高まった層(89.8%)が男性(84.3%)と比べて高い。
- ・17年度調査と20年度調査を比べると、「はい(高まった)」が大幅に上昇した。20年度調査と23年度調査では大きな変化はみられない(19.3%→31.3%→32.5%)。

(Q27-3) 献血回数の増加意向喚起

- ・経験者全体では、「はい(増やそうと思う)」(28.9%)と「どちらかというはい(どちらかという増やそうと思う)」(53.8%)を合わせた意向が喚起された層は82.7%を占める。
- ・職業別では、高校生で意向が喚起された層が89.5%にのぼり他層と比べて高い。
- ・性別では、女性で意向が喚起された層(86.0%)が男性(79.3%)に比べて高い。
- ・17年度調査、20年度調査と比べると、全体での意向が喚起された層の割合に変化はみられない。ただし17年度調査と20年度調査を比べると「はい(増やそうと思う)」の割合が上昇しており、より意向が喚起されている。20年度調査と23年度調査では大きな変化はみられない(19.7%→28.5%→28.9%)。

【若年層の献血協力意向を高めるアイデア】

(Q28) 若年層の献血協力意向を高めるアイデア

- ・経験者全体に自由記述形式でアイデアをたずねたところ、「処遇品・記念品」といった献血者に直接メリットがある内容。「人気タレントの起用」「学校、テレビ、インターネットでのPR」などのPR方法を考える内容。「高校や、何かのついでや待ち時間に献血できる場所など」身近に献血できる施設を設けたらよいといったアイデアが多くあげられた。

調査結果まとめ・目立った回答など

献血未経験者	献血経験者
●献血についての認知程度	
Q1(P10) ☆認知率は86.2%	
●献血の種類認知	
Q2(P12) ☆認知率は35.1% 6割(64.9%)の人は認知していない ☆特に高校生は8割(76.0%)が認知していない	
●献血できる場所の認知	
Q3(P14) ☆認知率は84.4%	
●献血への関心度	
Q4(P16) ☆関心なし層は56.3%で、関心のない人の方がやや多い	
●献血が病気の治療に役立っていることの認知	
Q5(P18) ☆認知率は40.7% 8割(59.3%)の人は認知していない	Q1(P72) ☆認知率は66.4%
●血液製剤確保のために、絶えず献血が必要なことの認知<新規質問>	
Q6(P20) ☆認知率は46.5% 5割(53.5%)の人は認知していない ☆特に高校生の6割(62.0%)が認知していない	Q2(P74) ☆認知率は72.1%
●献血された輸血用血液製剤の使い道の認知<新規質問>	
Q7(P22) ☆認知率は18.4% 8割(81.6%)の人は認知していない	Q3(P76) ☆認知率は34.7% ☆特に高校生の認知率(45.0%)が高い
●輸血の治療を受けた患者の感謝の気持ちを目や耳にした経験<新規質問>	
Q8(P24) ☆経験率は16.5% 8割(83.5%)の人は経験したことがない	Q4(P78) ☆経験率は27.5% ☆特に高校生の経験率(42.2%)が高い
●若年層の献血協力者の減少傾向の認知	
Q9(P26) ☆認知率は32.5% 7割(67.5%)の人は認知していない ☆20年度調査と比べて、認知率が37.3%→32.5%に低下	Q5(P80) ☆認知率は52.9%
●献血に関する広報接触媒体	
Q10(P28) ☆最も多いのは「献血バス」(53.4%) ☆高校生は総じて接触率が低く、いずれの広告も「見たことがない」が13.1% ☆高校生が最も接触している媒体は「テレビ」(42.7%)	Q6(P82) ☆最も多いのは「献血バス」(64.7%) ☆高校生は現場での接触が少なく、「テレビ」(56.7%)がトップの接触媒体
●献血キャンペーンに効果的だと思う媒体	
Q11(P30) ☆「テレビ」(79.0%)が圧倒的に高い	Q7(P84) ☆「テレビ」(78.7%)が圧倒的に高い
●献血キャラクター「けんけつちゃん」認知	
Q12(P32) ☆認知率は21.3% ☆20年度調査と比べると、認知率は7.2%→21.3%と大幅に上昇 ☆特に大学生・専門学校生(10.6%→29.9%)や女性(9.7%→28.2%)で大幅に上昇	Q8(P86) ☆認知率は44.3% →献血未経験者の約2倍以上 ☆特に大学生・専門学校生(57.3%)、高校生(56.1%)の認知率が高い ☆17年度、20年度調査と比べると、認知率は大幅に上昇(7.0%→23.8%→44.3%)

献血未経験者	献血経験者
●献血キャラクター「けんけつちゃん」の印象<新規質問>	
Q13(P34) ☆「よい」が50.9%で半数。「わるい」は3.8%で好評価	Q9(P88) ☆「よい」が58.4%で半数以上。「わるい」は3.0%で好評価
●献血キャンペーン認知	
Q14(P36) ☆「はたちの献血キャンペーン」(24.3%)が最も認知されているキャンペーン ☆一つもキャンペーンを知らない人は7割(68.6%) ☆特に高校生(77.6%)と自営業(72.0%)で知らない人が多い	Q10(P90) ☆「はたちの献血キャンペーン」(43.1%)が最も認知されているキャンペーン ☆一つもキャンペーンを知らない人は4割(42.6%)
●「HOP STEP JUMP」を配布された記憶	
Q15(P38) ☆認知率は9.8% ☆授業で使用した経験がある人は2.1%	Q11(P92) ☆認知率は15.1% ☆授業で使用した人は5.3%
●献血では感染症に感染しないことの認知	
Q16(P40) ☆認知率は48.6%。5割(51.4%)の人が認知していない ☆20年度調査と比べて、認知率は59.1%→48.6%に低下	Q12(P94) ☆認知率は72.4% ☆20年度調査と比べて、認知率は78.4%→72.4%に低下
●血液製剤の海外血液依存の認知	
Q17(P42) ☆認知率は10.8% 9割(89.2%)が認知していない ☆認知率は17年度調査より低下傾向(22.6%→14.5%→10.8%)	Q13(P98) ☆認知率は20.3% 8割(79.7%)が認知していない ☆17年度、20年度調査と比べると、認知率は低下傾向(30.8%→25.3%→20.3%)
●献血ルームについて イメージ	
Q18(P44) ☆「明るい」イメージは17.3%、「暗い」イメージが11.0%	
●献血ルームについて 雰囲気	
	Q14-1(P98) ☆「明るい」が38.5%。「暗い」は5.7%で「明るい」と感じる人が大きく上回る
●献血ルームについて 広さ	
	Q14-2(P100) ☆「広い」が22.2%。「狭い」は20.2%
●献血ルームについて 職員の対応	
	Q14-3(P102) ☆「良い」が48.4%。「悪い」は3.0%で「良い」と感じる人が大きく上回る
●献血ルームについて 記念品や軽い飲食物	
	Q14-4(P104) ☆「良い」が43.6%。「悪い」は7.9%で「良い」と感じる人が大きく上回る
●献血についての要望・知りたいこと	
	Q15(P106) ☆「献血について正しい知識、必要性を知らせてほしい」(39.4%)が最も高い ☆突出したものはなく要望は多岐にわたっている ☆大学生・専門学校生で「職場や学校などで献血の機会を増やしてほしい」(44.4% 1位/8項目中)、「進学や就職時に献血の経験を考慮してほしい」(21.5% 8位/8項目中)が他層と比べて高い

献血未経験者	献血経験者
●初めて献血した場所	
	Q17(P110) ☆「献血ルーム」(33.2%)が最も高い
●初めての献血の種類	
	Q18(P112) ☆200ml献血が47.4%で半数 ☆200ml献血は高校生(82.2%)と専業主婦(60.8%)で特に高い ☆17年度、20年度調査と比べると、400ml献血が増え(18.9%→28.9→30.9%)、対して200ml献血が減っている(82.3%→51.6%→47.4%)
●今までの合計献血回数	
	Q21(P122) ☆「1回」が33.8%。複数回献血者は66.2%
●クロス集計「初めて献血した場所」と「今までの合計献血回数」	
	Q21(P122) ☆初めて献血した場所が、大学や職場の人に比べて高校で献血した人ほど献血頻度が高い
●クロス集計「家族の献血の有無」と「今までの合計献血回数」	
	Q21(P122) ☆家族の献血現場を見たことがある人ほど本人の献血頻度が高まっている
●献血をしたことがない理由	
Q19(P48) ☆「針を刺すのが痛くて嫌だから」が最も多い	
●献血するきっかけとなり得る要因	
Q20(P50) ☆「針を刺すときに痛みを和らげる処置が実施された」が最も多い ☆高校生と大学生・専門学校生では「家族や友人などから勧められた」も高い	
●初めての献血のきっかけ	
	Q22(P124) ☆「自分の血液が役に立ってほしいから」が最も多い
●現在献血するきっかけ	
	Q23(P128) ☆「自分の血液が役に立ってほしいから」が最も多い
●初めての献血で400ml献血することへの不安意識<献血未経験者は新規質問>	
Q21(P54) ☆抵抗がある人は67.7%	Q19(P114) ☆「特に不安は感じない」人が49.9% ☆20年度調査と比べると、「不安」が上昇(26.4%→39.4%)
●家族が献血している姿を見たことがあるか	
Q22(P56) ☆見たことが「ある」人は11.0%	Q24(P132) ☆見たことが「ある」人は24.3% →献血未経験者の約2倍以上
●友人に献血している人がいるか	
Q23(P58) ☆「いる」(32.8%)、「いない」(34.8%)、「わからない」(32.3%)で回答が分かれた	Q25(P134) ☆6割(59.8%)が献血をしている友人が「いる」

献血未経験者	献血経験者
●高校での集団献血がその後の献血への動機付けとなるか	
	Q26(P136) ★「非常に有効」(36.6%)と「どちらかと言えば有効」(47.5%)を合わせた有効層は84.1%
●クロス集計「初めて献血した場所」と「高校での集団献血がその後の献血への動機付けとなるか」	
	Q26(P136) ★高校で初めて献血した人では有効層が91.4%にのぼり高い。特に「非常に有効」が全体の49.9%を占める
●献血の必要性への理解が良くなったか・理解の深まり	
Q24-1(P60) ★「はい」(27.6%)と「どちらかというとはい」(57.1%)を合わせた理解が良くなった層は84.7%	Q27-1(P138) ★「はい」(32.6%)と「どちらかというとはい」(57.7%)を合わせた理解が深まった層は90.3% ★高校生では「はい」が43.9%で特に評価が高い
●献血に協力する意識の有無・意識の高まり	
Q24-2(P62) ★「ある」(15.8%)と「どちらかというとい」とある」(43.4%)を合わせた意識がある層は59.0%	Q27-2(P140) ★「はい」(32.5%)と「どちらかというとはい」(54.4%)を合わせた意識が高まった層は86.9% ★意識が高まった層は高校生(90.0%)で最も高い
●今後実際に献血に行くか・献血回数増加意向喚起	
Q24-3(P64) ★「はい」(7.5%)と「どちらかというとはい」(38.9%)を合わせた意向ありの層は44.4% ★特に高校生(49.6%)は半数近くが意向を喚起されている	Q27-3(P142) ★「はい」(28.9%)と「どちらかというとはい」(53.8%)を合わせた意向が喚起された層は82.7% ★意向が喚起された層は高校生(89.5%)で最も高い



若年層献血意識調査

— 結果報告書 —

平成23年10月

厚生労働省

医薬食品局 血液対策課

I 調査概要	3
--------	---

II 未経験者編

1. 対象者特性	
(1) 居住地・性別 (SC1/SC3)	7
(2) 年齢・職業 (SC2/SC4)	8
(3) 医療関係への関与有無 (SC5)	9
2. 献血に関する認知・関心度	
(1) 献血に関しての認知程度 (Q1)	10
(2) 献血の種類認知 (Q2)	12
(3) 献血できる場所の認知 (Q3)	14
(4) 献血への関心度 (Q4)	16
(5) 献血が病気の治療に役立っていることの認知 (Q5)	18
(6) 輸血用血液製剤の有効期限が短く、 絶えず献血が必要なことを知っているか (Q6)	20
(7) 献血された輸血用血液製剤の使い道認知 (Q7)	22
(8) 輸血の治療を受けた患者の感謝の気持ちを目や耳にした経験 (Q8)	24
(9) 若年層の献血協力者の減少傾向認知 (Q9)	26
3. 献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況	
(1) 献血に関する広報接触媒体 (Q10)	28
(2) 献血キャンペーンに効果的だと思う媒体 (Q11)	30
(3) 献血キャラクター「けんけつちゃん」認知 (Q12)	32
(4) 献血キャラクター「けんけつちゃん」の印象 (Q13)	34
(5) 献血キャンペーン認知 (Q14)	36
(6) 「HOP STEP JUMP」を配布された記憶 (Q15)	38
4. 感染症・血液製剤について	
(1) 献血では感染症に感染しないことの認知 (Q16)	40
(2) 血液製剤の海外血液依存の認知 (Q17)	42
5. 献血ルームのイメージ	
(1) 献血ルームのイメージ (Q18)	44
6. 献血をしたことがない理由	
(1) 1位<最も大きな理由> (Q19)	46
(2) 1位～3位累計 (Q19)	48
7. 献血するきっかけとなり得る要因	
(1) 1位<最も大きな要因> (Q20)	50
(2) 1位～3位累計 (Q20)	52
8. 初めての献血について	
(1) 初めての献血で400ml献血することへの不安意識 (Q21)	54
9. 家族・友人の献血状況	
(1) 家族の献血の有無 (Q22)	56
(2) 友人の献血の有無 (Q23)	58
10. 献血に関する資料評価	
(1) 献血の必要性への理解が良くなったか (Q24-1)	60
(2) 献血に協力する意識の有無 (Q24-2)	62
(3) 今後の献血意向喚起 (Q24-3)	64
11. 若年層の献血協力意向を高めるアイデア	
(1) 若年層の献血協力意向を高めるアイデア (Q25)	66

III 経験者編

1. 対象者特性	
(1) 居住地・性別 (SC1/SC3)	71
(2) 年齢・職業 (SC2/SC4)	72
(3) 医療関係への関与有無 (SC5)	73



2. 献血に関する認知・関心度	
(1) 献血が病気の治療に役立っていることの認知 (Q1).....	74
(2) 輸血用血液製剤の有効期限が短く、 絶えず献血が必要なことを知っているか (Q2).....	76
(3) 献血された輸血用血液製剤の使い道認知 (Q3).....	78
(4) 輸血の治療を受けた患者の感謝の気持ちを目や耳にした経験 (Q4).....	80
(5) 若年層の献血協力者の減少傾向認知 (Q5).....	82
3. 献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況	
(1) 献血に関する広報接触媒体 (Q6).....	84
(2) 献血キャンペーンに効果的だと思う媒体 (Q7).....	86
(3) 献血キャラクター「けんけつちゃん」認知 (Q8).....	88
(4) 献血キャラクター「けんけつちゃん」の印象 (Q9).....	90
(5) 献血キャンペーン認知 (Q10).....	92
(6) 「HOP STEP JUMP」を配布された記憶 (Q11).....	94
4. 感染症・血液製剤について	
(1) 献血では感染症に感染しないことの認知 (Q12).....	96
(2) 血液製剤の海外血液依存の認知 (Q13).....	98
5. 献血ルームのイメージ	
(1) ルームの雰囲気について (Q14-1).....	100
(2) ルームの広さについて (Q14-2).....	102
(3) 職員の対応について (Q14-3).....	104
(4) 記念品や軽い飲食物について (Q14-4).....	106
6. 献血についての要望・知りたいこと	
(1) 献血についての要望・知りたいこと (Q15).....	108
7. 初めての献血について	
(1) 初めて献血した年齢 (Q16).....	110
(2) 初めて献血した場所 (Q17).....	112
(3) 初めての献血の種類 (Q18).....	114
(4) 初めての献血で400ml献血することへの不安意識 (Q19).....	116
8. 献血回数について	
(1) 過去1年間の200ml献血回数 (Q20-1).....	118
(2) 過去1年間の400ml献血回数 (Q20-2).....	120
(3) 過去1年間の成分献血回数 (Q20-3).....	122
(4) 今までの合計献血回数 (Q21).....	124
9. 献血するきっかけ	
(1) 初めての献血のきっかけ「1位<最も大きな要因>」(Q22).....	126
(2) 初めての献血のきっかけ「1位~3位累計」(Q22).....	128
(3) 現在献血するきっかけ「1位<最も大きな要因>」(Q23).....	130
(4) 現在献血するきっかけ「1位~3位累計」(Q23).....	132
10. 献血する動機付けについて	
(1) 家族の献血の有無 (Q24).....	134
(2) 友人の献血の有無 (Q25).....	136
(3) 高校での集団献血がその後の献血への動機付けとなるか (Q26).....	138
11. 献血に関する資料評価	
(1) 献血の必要性への理解の深まり (Q27-1).....	140
(2) 献血に協力する意識の高まり (Q27-2).....	142
(3) 献血回数の増加意向喚起 (Q27-3).....	144
12. 若年層の献血協力意向を高めるアイデア	
(1) 若年層の献血協力意向を高めるアイデア (Q28).....	146

付)調査票/表示資料

I. 調査概要



調査目的

献血者数については、これまで減少傾向が引き続いてきたところであるが、平成20年以降、増加に転じ、これまでの献血者確保対策に一定の効果がみられているところである。

しかしながら、10~20歳代の若年層の献血者数に目を転じてみると、同年代の人口減少の割合を上回る割合で減少し続け、依然として若年層の献血離れは深刻なものであり、将来の輸血医療に支障が生じることが懸念されていることから、若年層に対しての普及、啓発をこれまで以上に重点的・効率的に行う必要性が生じている。

そのため、若年層の献血に対する意識調査を実施し、平成17年度と平成20年度に行った同様の調査結果との比較を行うことにより、若年層の献血に対する意識等に変化があるのかどうかを検証し、検証結果を今後の若年層に対する献血推進のあり方の検討に資することを目的とする。

調査内容

- (1) 若年層の献血への関心度や献血へのイメージを把握する。
- (2) 若年層の献血に関する認知度を把握する。
- (3) 若年層が献血を行った時期やきっかけを把握する。
- (4) (1)~(3)について平成17年度、平成20年度の調査結果との比較を行う。

調査概要

【調査方法】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質問(調査票)を送付し、回答を収集する。

【調査対象】全国の16~29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)

【対象者数】

献血経験者：5000名
 献血未経験者：5000名
 合計：10000名

※全国を右表の通り7ブロックに分け、各ブロックの若年層人口(16~29歳)の全国に占める割合を平成22年住民基本台帳年齢別人口のデータに基づき算出し、ブロックごとの回収数を決定した。

	合計	経験者	未経験者
合計	10,000	5,000	5,000
北海道	412	206	206
東北	706	353	353
関東甲信越	3,650	1,825	1,825
東海北陸	1,572	786	786
近畿	1,632	816	816
中国・四国	862	431	431
九州・沖縄	1,166	583	583

【調査期間】平成23年10月6日(木)~10月12日(水)

<調査結果の見方>

- ・ 回答には、一つだけ選択するもの(単数回答)、いくつでも選択できるもの(複数回答)、自由に回答を記入(自由記述)するものの3種類がある。
- ・ 結果は、回答率(%)で表示している。回答率(%)は、その質問項目への回答者を母数として算出しており、母数は調査数(N)で示している。
- ・ 回答率(%)については、小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位までを表示している。
- ・ 「単数回答」の結果は四捨五入で表示しているため、回答率(%)の合計数値が100.0%とまらない場合がある。
- ・ 「複数回答」の場合は、その回答率(%)の合計値は100.0%を超える場合がある。
- ・ 調査数(N)が、50以下は参考値である。
- ・ 結果の表中の  は前年度(23年度は20年度と比較、20年度は17年度と比較)と比較して5%以上高いもの、 は前年度と比較して5%以上低いものである。

II. 未経験者編

1. 対象者特性

【未経験者編】



(1) 居住地・性別 (SC1/SC3)

- 【居住地】は「関東甲信越」が36.5%を占め、過去2回の調査と同様、中心となっている。以下、「近畿」(16.3%)、「東海北陸」(15.7%)の順で続き、全体構成も過去2回の調査と概ね変わらない。
- 【性別】は、全体では「男性」51.0%、「女性」49.0%とほぼ半々で20年度調査と概ね変わらない。17年度調査と比べて男性回答者が2割弱増えている。
- 【年齢】では、10代は「16～17歳」が9.5%、「18～19歳」が18.6%となり、合わせて28.1%を占める。「20～24歳」、「25～29歳」はそれぞれ36.0%を占める。過去2回調査に比べて10代の回答者が増えている。
- 【職業】では、「大学生・専門学校生」(31.9%)と「会社員」(27.4%)が中心であり、両層で6割弱を占める。20年度調査とは概ね同様の傾向となっている。17年度調査に比べて「大学生・専門学校生」が増え、「専業主婦」「その他」が減少した。
- 【医療関係への関与有無】では、「はい(携わっている)」と回答した人は8.0%で、過去2回調査と概ね変わらない。

居住地 (SC1)

			(%)						
			北海道	東北	関東甲信越	東海北陸	近畿	中国・四国	九州・沖縄
全体	23年	(5000)	4.1	7.1	36.5	15.7	16.3	8.8	11.7
	20年	(5000)	4.2	7.1	36.5	15.6	16.3	8.6	11.7
	17年	(5000)	4.0	7.0	36.0	15.0	17.0	9.0	12.0

【基数:対象者全員】

性別 (SC3)

			(%)	
			男性	女性
全体	23年	(5000)	51.0	49.0
	20年	(5000)	51.1	48.9
	17年	(5000)	33.6	66.2
北海道	23年	(206)	49.5	50.5
	20年	(210)	50.0	50.0
	17年	(200)	34.0	66.0
東北	23年	(353)	52.7	47.3
	20年	(355)	51.0	49.0
	17年	(350)	36.0	64.0
関東甲信越	23年	(1825)	51.2	48.8
	20年	(1825)	51.9	48.1
	17年	(1800)	34.1	65.9
東海北陸	23年	(786)	51.4	48.6
	20年	(780)	51.9	48.1
	17年	(750)	34.9	65.1
近畿	23年	(816)	50.2	49.8
	20年	(816)	50.2	49.8
	17年	(850)	35.1	64.9
中国・四国	23年	(431)	50.1	49.9
	20年	(431)	50.8	49.2
	17年	(450)	29.8	70.2
九州・沖縄	23年	(583)	50.8	49.4
	20年	(583)	49.8	50.4
	17年	(600)	31.2	68.8

【基数:対象者全員】

1. 対象者特性

【未経験者編】



(2) 年齢・職業 (SC2/SC4)

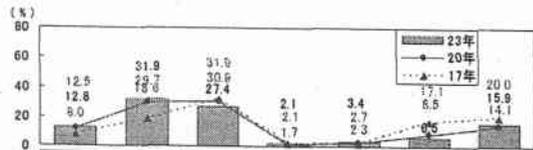
年齢 (SC2)

	年	(N)	年齢 (SC2)			
			16~17歳	18~19歳	20~24歳	25~29歳
全体	23年 (5000)	9.5	18.6	36.0	36.0	
	20年 (5000)	9.7	15.4	35.5	39.4	
	17年 (5000)	5.5	31.1	30.8	57.9	
男性	23年 (2548)	10.6	15.8	35.3	35.3	
	20年 (2556)	10.4	14.7	35.6	39.4	
	17年 (1688)	6.6	7.0	32.3	54.0	
女性	23年 (2452)	8.3	18.4	36.7	36.7	
	20年 (2444)	9.0	16.1	35.5	38.4	
	17年 (3312)	4.9	5.6	30.0	59.5	
北海道	23年 (206)	8.3	18.0	36.9	36.9	
	20年 (210)	11.4	14.8	35.2	38.6	
	17年 (200)	6.0	8.5	35.0	50.5	
東北	23年 (353)	8.3	18.7	36.3	36.3	
	20年 (355)	10.4	17.5	34.6	37.5	
	17年 (350)	5.6	4.9	24.9	62.9	
関東甲信越	23年 (1825)	9.3	19.0	35.8	35.8	
	20年 (1825)	8.1	15.0	35.6	41.4	
	17年 (1800)	4.3	5.8	30.4	59.3	
東海北陸	23年 (786)	8.2	19.0	33.6	33.6	
	20年 (780)	7.1	14.1	35.3	38.8	
	17年 (780)	6.9	7.3	30.3	55.5	
近畿	23年 (816)	9.3	20.1	35.3	35.3	
	20年 (816)	8.9	16.3	35.9	38.8	
	17年 (850)	6.6	5.9	37.6	49.9	
中国・四国	23年 (431)	9.0	18.8	36.2	36.2	
	20年 (431)	10.7	16.6	35.5	37.4	
	17年 (450)	4.7	5.4	27.1	61.8	
九州・沖縄	23年 (583)	8.3	15.3	39.8	39.8	
	20年 (583)	11.3	15.4	35.5	37.7	
	17年 (600)	5.2	5.3	27.0	62.5	

【基数:対象者全員】

職業 (SC4)

【基数:対象者全員】



	年	(N)	職業 (SC4)						
			高校生	大学生・ 専門学校生	会社員	公務員	自営業	専業主婦	その他
全体	23年 (5000)	12.8	31.9	27.4	2.1	3.4	6.5	15.9	
	20年 (5000)	12.5	29.7	30.9	1.7	2.7	8.5	14.1	
	17年 (5000)	9.0	29.0	27.4	1.7	2.3	0.5	20.0	
男性	23年 (2548)	14.4	35.4	28.3	2.9	4.3	1.5	13.2	
	20年 (2556)	13.5	31.1	35.9	2.1	3.7	-	11.8	
	17年 (1688)	9.0	25.9	37.6	2.8	4.1	-	20.6	
女性	23年 (2452)	11.2	28.3	26.3	1.2	2.4	11.7	18.8	
	20年 (2444)	11.5	28.1	25.7	1.3	1.6	17.3	16.4	
	17年 (3312)	7.4	14.9	29.0	1.7	1.4	25.8	19.7	
北海道	23年 (206)	12.1	24.8	22.8	3.9	3.4	9.2	23.8	
	20年 (210)	15.7	25.2	27.1	2.4	6.2	16.8	12.3	
	17年 (200)	11.0	15.5	25.0	2.5	2.5	16.0	27.5	
東北	23年 (353)	10.5	32.9	26.1	3.1	4.2	6.2	17.0	
	20年 (355)	14.6	29.8	27.6	1.4	3.9	7.3	15.5	
	17年 (350)	9.1	15.1	31.4	2.0	2.9	18.3	21.1	
関東甲信越	23年 (1825)	12.3	34.4	27.1	2.0	3.0	6.1	15.1	
	20年 (1825)	10.1	31.6	31.7	1.4	2.5	7.7	13.1	
	17年 (1800)	6.3	20.4	33.8	1.6	1.7	16.9	19.3	
東海北陸	23年 (786)	18.3	26.0	30.9	1.8	3.3	6.1	13.6	
	20年 (780)	15.0	24.0	33.7	2.4	1.4	9.5	14.0	
	17年 (750)	9.7	18.1	33.5	3.7	2.8	15.5	16.7	
近畿	23年 (816)	13.1	35.2	26.6	1.6	3.4	4.9	15.3	
	20年 (816)	11.4	34.8	27.2	1.1	2.9	9.8	13.0	
	17年 (850)	8.5	22.0	31.1	1.8	1.5	14.6	20.7	
中国・四国	23年 (431)	11.4	33.2	25.5	2.6	3.9	7.7	15.8	
	20年 (431)	13.7	27.6	30.2	2.1	1.6	6.1	16.7	
	17年 (450)	8.0	15.6	30.2	3.1	3.6	18.9	20.7	
九州・沖縄	23年 (583)	9.4	29.0	28.1	1.9	3.4	8.7	19.4	
	20年 (583)	15.1	27.6	27.4	2.2	3.4	7.2	16.3	
	17年 (600)	8.2	14.7	29.3	1.2	3.3	21.8	21.5	

1. 対象者特性

【未経験者編】



(3) 医療関係への関与有無 (SC5)

SC5. あなたは学業及び職業で、医療関係に携わっていますか。

【基数:対象者全員】

	年	(N)	医療関係への関与有無 (SC5)	
			はい	いいえ
全体	23年 (5000)	8.0	92.0	
	20年 (5000)	6.4	93.6	
	17年 (5000)	6.0	94.0	
高校生	23年 (642)	1.7	98.3	
	20年 (626)	1.1	98.6	
	17年 (398)	1.0	97.5	
大学生・専門学校生	23年 (1597)	11.8	88.2	
	20年 (1484)	10.5	89.5	
	17年 (932)	10.2	89.8	
会社員	23年 (1368)	9.5	90.5	
	20年 (1545)	6.7	93.3	
	17年 (1596)	6.1	93.9	
公務員	23年 (104)	15.4	84.6	
	20年 (85)	7.1	92.9	
	17年 (104)	13.5	86.5	
自営業	23年 (188)	4.8	95.2	
	20年 (134)	6.0	94.0	
	17年 (115)	3.5	96.5	
専業主婦	23年 (324)	4.6	95.4	
	20年 (423)	3.1	96.9	
	17年 (856)	4.0	96.0	
その他	23年 (797)	3.9	96.1	
	20年 (703)	3.3	96.7	
	17年 (999)	4.5	95.5	
男性	23年 (2548)	6.1	93.9	
	20年 (2556)	4.9	95.3	
	17年 (1688)	4.7	95.3	
女性	23年 (2452)	9.9	90.1	
	20年 (2444)	7.9	92.1	
	17年 (3312)	6.7	93.3	
北海道	23年 (206)	9.7	90.3	
	20年 (210)	7.1	92.9	
	17年 (200)	9.5	90.5	
東北	23年 (353)	9.1	90.9	
	20年 (355)	5.9	94.1	
	17年 (350)	8.3	91.7	
関東甲信越	23年 (1825)	6.7	93.3	
	20年 (1825)	5.6	94.4	
	17年 (1800)	4.6	95.4	
東海北陸	23年 (786)	7.9	92.1	
	20年 (780)	5.4	94.6	
	17年 (750)	5.6	94.4	
近畿	23年 (816)	8.6	91.4	
	20年 (816)	6.6	93.4	
	17年 (850)	6.4	93.6	
中国・四国	23年 (431)	10.4	89.6	
	20年 (431)	9.0	91.0	
	17年 (450)	8.4	91.6	
九州・沖縄	23年 (583)	7.7	92.3	
	20年 (583)	8.2	91.8	
	17年 (600)	5.8	94.2	

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(1) 献血に関する認知程度 (Q1)

【献血について「よく知っている」人は約1割】

- 献血について「よく知っている」と回答した人は10.8%。「ある程度知っている」と回答した人(75.4%)も含めると認知率は86.2%で、献血について知っている人が9割弱を占める。
- 職業別では、高校生の認知率(81.3%)が他の層に比べて低い。
- 性別では、男性の認知率(83.5%)が女性の認知率(89.0%)と比べて6ポイント低い。
- 地域別では、大きな差はみられない。

- ▶ 17年度調査と20年度調査を比べると、全体での認知率は19ポイント上昇した。しかし、23年度調査では20年度調査より7ポイント低下した。結果として23年度調査の認知率は、17年度調査よりは高いが、20年度調査よりは低くなった。職業別・性別・地域別でも各層概ね同様の傾向である。
- ▶ ただし職業別では、公務員の認知率が20年度調査と比べて11ポイント低くなっており、17年度調査の認知率よりも下回っている。また20年度調査と比べて自営業で「よく知っている」が9ポイント低下している。

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(1) 献血に関する認知程度 (Q1)

Q1. 献血について知っていますが、

【基数:対象者全員】	(N)	%			認知計
		よく知っている	ある程度知っている	まったく知らない	
全体	23年 (5000)	10.8	75.4	13.8	86.2
	20年 (5000)	12.6	80.3	7.1	92.9
	17年 (5000)	8.4	65.4	26.2	73.8
高校生	23年 (642)	12.1	89.2	18.7	81.3
	20年 (626)	9.7	78.1	12.1	87.9
	17年 (398)	10.1	62.3	27.6	72.4
大学生・専門学校生	23年 (1597)	12.0	75.5	12.5	87.5
	20年 (1484)	13.6	81.5	4.9	95.1
	17年 (932)	9.9	67.0	23.2	76.8
会社員	23年 (1368)	11.1	76.4	12.5	87.5
	20年 (1545)	13.6	79.4	7.0	93.0
	17年 (1596)	8.2	65.6	26.2	73.8
公務員	23年 (104)	15.4	69.2	15.4	84.6
	20年 (85)	11.8	83.5	4.7	95.3
	17年 (104)	18.3	70.2	11.5	88.5
自営業	23年 (168)	7.1	78.0	14.9	85.1
	20年 (134)	16.4	73.1	10.4	89.6
	17年 (115)	10.4	65.2	24.3	75.7
専業主婦	23年 (324)	8.0	79.6	12.3	87.6
	20年 (423)	10.6	85.1	4.3	95.7
	17年 (856)	8.1	67.5	24.4	75.6
その他	23年 (797)	7.8	77.3	14.9	85.1
	20年 (703)	11.5	79.8	8.7	91.3
	17年 (999)	5.8	62.4	31.8	68.2
性別	23年 (2548)	11.2	72.9	16.6	83.5
	20年 (2556)	13.3	77.8	8.9	91.1
	17年 (1688)	7.6	61.5	30.9	69.1
女性	23年 (2452)	10.3	78.7	11.0	89.0
	20年 (2444)	11.9	82.9	5.2	94.8
	17年 (3312)	8.8	67.3	23.8	76.2
地域別	23年 (206)	12.6	75.7	11.7	88.3
	20年 (210)	14.8	80.0	5.2	94.8
	17年 (200)	9.0	62.5	28.5	71.5
北海道	23年 (383)	16.1	71.7	12.2	87.8
	20年 (355)	14.6	80.8	4.5	95.5
	17年 (350)	9.1	66.6	24.3	75.7
東北	23年 (1825)	10.6	76.1	13.4	86.7
	20年 (1825)	12.8	79.7	7.6	92.4
	17年 (1800)	8.4	63.4	28.2	71.8
関東甲信越	23年 (786)	9.7	73.8	16.5	83.5
	20年 (780)	12.2	79.4	8.5	91.5
	17年 (750)	6.5	66.4	27.1	72.9
東海北陸	23年 (815)	10.2	74.8	15.1	85.0
	20年 (815)	12.4	82.0	5.6	94.4
	17年 (850)	9.2	65.9	24.9	75.1
近畿	23年 (431)	10.0	76.6	13.2	86.8
	20年 (431)	11.1	81.9	7.0	93.0
	17年 (450)	9.1	66.7	24.2	75.8
中国・四国	23年 (583)	10.3	77.7	12.0	88.0
	20年 (583)	12.2	79.8	8.1	91.9
	17年 (600)	8.7	68.5	22.8	77.2
九州・沖縄	23年 (431)	10.0	76.6	13.2	86.8
	20年 (431)	11.1	81.9	7.0	93.0
	17年 (450)	9.1	66.7	24.2	75.8



(2) 献血の種類認知 (Q2)

【献血の種類認知率は4割弱】

- 献血の種類を「知っている」人は35.1%で、残りの6割以上の人は認知していない。
- 職業別では、公務員の認知率が46.2%で他の層に比べて高い。一方、高校生の76.0%が「知らない」と回答しており他の層と比べて認知率が低い。
- 性別では、男性の認知率(31.4%)が女性の認知率(38.9%)と比べて8ポイント下回っており低い。
- 地域別では、東北の認知率(41.6%)が他の地域と比べて高く、4割強にのぼる。

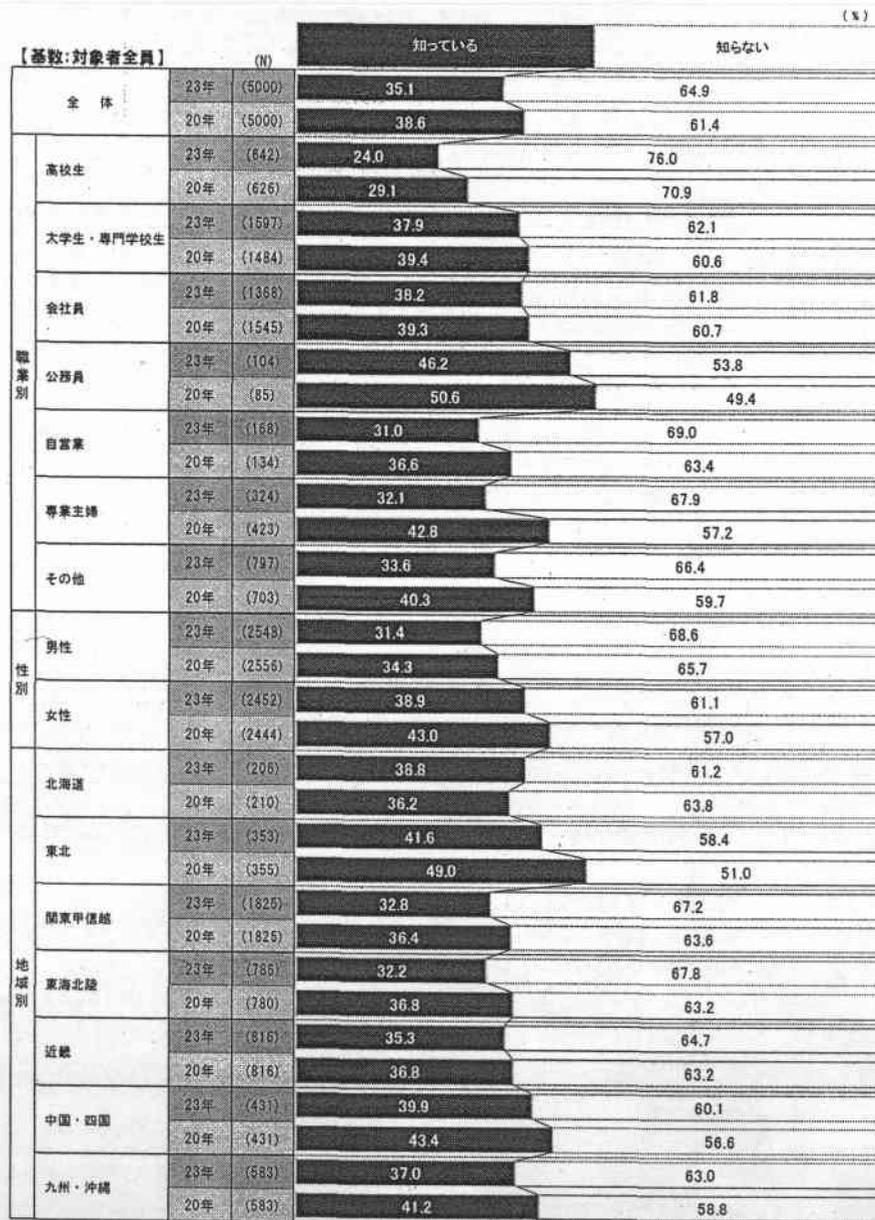
- 20年度調査と比べると、全体での認知率に大きな変化はみられない。
- 職業別では、専業主婦の認知率が20年度調査と比べて11ポイント低下し顕著。また自営業、高校生でもそれぞれ5ポイント程度、認知率が低下している。
- 地域別では、東北の認知率が20年度調査と比べて7ポイント低下している。



(2) 献血の種類認知 (Q2)

Q2. 献血の種類(*)を知っていますか。

* 献血の種類には、すべての血液の成分を採血する全血献血(200mlまたは400ml)と、必要な血液の成分だけを採血する成分献血(血漿成分献血または血小板成分献血)があります。



2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(3) 献血できる場所の認知 (Q3)

【献血できる場所の認知率は8割強】

- 献血できる場所の認知率は、「よく知っている」人が25.0%で4人中1人が詳しい。また「ある程度知っている」(59.4%)を合わせた認知率は84.4%にのぼる。
- 職業別では、公務員の認知率(88.5%)が最も高く、対して高校生(77.8%)の認知率は他の層よりも低く、4人中1人が献血できる場所を知らない。
- 性別では、男性の認知率(79.5%)が女性の認知率(89.4%)と比べて10ポイント下回っており低い。
- 地域別では、概ね大きな差はみられないが、東海北陸の認知率(80.4%)が他の地域に比べてやや低い。

- 20年度調査と比べると、全体での認知率に大きな変化はみられない。
- 職業別では、専業主婦の認知率が20年度調査と比べて7ポイント低下している。
- 性別では、男性の認知率が20年度調査と比べてやや低下している。
- 地域別では、20年度調査と比べて認知率が、北海道で8ポイント、東北で5ポイント、近畿で6ポイント低下している。しかし「よく知っている」の回答では、北海道で7ポイント上昇している。

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(3) 献血できる場所の認知 (Q3)

Q3. 献血がどこでできるか知っていますか。(※)

※献血は、①献血ルーム、②献血バス、③血液センター、④会社や団体での出張献血ですることができます。

【基数：対象者全員】		(%)			認知計
	(N)	よく知っている	ある程度知っている	知らない	
全体	23年 (5000)	25.0	59.4	15.7	84.4
	20年 (5000)	24.5	63.2	12.3	87.7
高校生	23年 (642)	20.6	57.2	22.3	77.8
	20年 (626)	21.9	60.2	17.9	82.1
大学生・専門学校生	23年 (1597)	28.7	59.2	12.1	87.9
	20年 (1484)	27.2	62.9	10.0	90.0
会社員	23年 (1368)	25.1	58.0	17.0	83.1
	20年 (1545)	24.7	61.9	13.4	86.6
職業別 公務員	23年 (104)	29.8	58.7	11.5	88.5
	20年 (85)	27.1	62.4	10.6	89.4
自営業	23年 (168)	21.4	58.9	19.6	80.3
	20年 (134)	20.9	60.4	18.7	81.3
専業主婦	23年 (324)	23.5	62.7	13.9	86.2
	20年 (423)	27.9	65.7	6.4	93.6
その他	23年 (797)	21.7	62.7	15.6	84.4
	20年 (703)	19.2	68.4	12.4	87.6
性別 男性	23年 (2548)	20.6	58.9	20.5	79.5
	20年 (2556)	21.1	62.7	16.2	83.8
女性	23年 (2452)	29.6	59.8	10.6	89.4
	20年 (2444)	28.0	63.7	8.2	91.8
地域別 北海道	23年 (206)	25.7	56.8	17.5	82.5
	20年 (210)	19.0	71.0	10.0	90.0
東北	23年 (353)	27.8	58.9	13.3	86.7
	20年 (355)	32.4	59.7	7.9	92.1
関東甲信越	23年 (1825)	24.5	60.8	14.7	85.3
	20年 (1825)	24.9	63.4	11.7	88.3
東海北陸	23年 (788)	22.6	57.8	19.6	80.4
	20年 (780)	20.6	62.3	17.1	82.9
近畿	23年 (816)	24.3	59.4	16.3	83.7
	20年 (816)	23.2	68.8	10.0	90.0
中国・四国	23年 (431)	26.5	57.3	16.2	83.8
	20年 (431)	24.6	61.7	13.7	86.3
九州・沖縄	23年 (583)	27.6	59.7	12.7	87.3
	20年 (583)	27.3	59.2	13.6	86.4

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(4) 献血への関心度 (Q4)

【献血への関心度は4割強が「関心あり」層】

- 献血に対する関心度をみると、関心あり層は43.7% (非常に関心がある: 6.0% + 関心がある: 37.7%) に対して、関心なし層は56.3% (全く関心がない: 12.5% + 特に関心がない: 43.8%) を占め、関心がない人が多い。
- 職業別では、他の層に比べて専業主婦で関心あり層(49.7%)の割合が高く半数を占めるのに対し、公務員では35.5%にとどまり他の層と比べて関心がある人が少ない。
- 性別では、男性(34.8%)に比べて女性(52.8%)の関心度が高く、関心あり層の割合は男性を18ポイント上回る。
- 地域別では、九州・沖縄の関心度(50.4%)が他の地域に比べて高く、対して関東甲信越(39.6%)ではやや低くなっている。

- 20年度調査と比べると、全体での関心度に大きな変化はみられない。しかし、17年度調査と比べると、関心あり層が9ポイント低下している。
- 職業別では、公務員で17年度調査と20年度調査を比べると、関心あり層が8ポイント低下、23年度調査ではさらに8ポイント低下しており、年々関心が薄れている。
- 性別では、男女ともに17年度調査から関心あり層の割合が低下傾向。
- 地域別では、東北で「全く関心がない」層が20年度調査と比べて10ポイント上昇している。関東甲信越では17年度調査から関心あり層が低下傾向で、対して「全く関心がない」層が上昇傾向。

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(4) 献血への関心度 (Q4)

Q4. 献血について関心がありますか。

【基数:対象者全員】	(N)	(%)				関心がある(計)	関心がない(計)	
		非常に関心がある	関心がある	特に関心がない	全く関心がない			
全体	23年 (5000)	6.0	37.7	43.8	12.5	43.7	56.3	
	20年 (5000)	5.2	40.7	45.5	8.6	45.8	54.2	
	17年 (5000)	6.4	45.8	40.3	7.5	52.2	47.8	
高校生	23年 (642)	8.9	34.4	41.4	15.3	43.3	56.7	
	20年 (626)	7.5	39.5	44.6	8.5	47.0	53.0	
	17年 (398)	12.8	46.7	34.2	6.3	59.5	40.5	
大学生・専門学校生	23年 (1597)	6.6	41.8	41.9	9.8	48.4	51.7	
	20年 (1484)	6.0	41.4	45.2	7.3	47.4	52.6	
	17年 (932)	8.0	49.4	35.1	7.5	57.4	42.6	
会社員	23年 (1358)	3.7	36.3	46.0	14.0	40.0	60.0	
	20年 (1545)	3.4	39.4	47.6	9.6	42.7	57.3	
	17年 (1596)	4.4	43.4	42.9	9.3	47.8	52.2	
公務員	23年 (104)	3.6	31.7	47.1	17.3	35.5	64.4	
	20年 (85)	4.7	38.8	45.9	10.6	43.5	56.5	
	17年 (104)	3.6	48.1	43.3	4.8	51.9	48.1	
自営業	23年 (168)	9.5	28.0	46.4	16.1	37.5	62.5	
	20年 (134)	6.7	34.3	45.5	13.4	41.0	59.0	
	17年 (115)	7.8	47.8	41.7	7.7	55.7	44.3	
専業主婦	23年 (324)	5.9	43.8	39.8	10.5	49.7	50.3	
	20年 (423)	5.4	48.0	42.3	14.3	53.4	46.6	
	17年 (856)	6.1	46.7	41.5	5.7	52.8	47.2	
その他	23年 (797)	5.9	34.8	46.7	12.7	40.7	59.4	
	20年 (703)	5.0	40.0	44.4	10.7	45.0	55.0	
	17年 (999)	5.6	44.8	41.9	7.8	50.5	49.5	
性別	男性	23年 (2548)	4.0	30.8	49.0	16.2	34.8	65.2
	20年 (2556)	3.0	34.5	51.4	11.2	37.5	62.5	
	17年 (1688)	4.6	40.2	45.1	10.1	44.8	55.2	
女性	23年 (2452)	8.0	44.6	38.5	8.7	52.8	47.2	
20年 (2444)	7.5	47.1	39.4	6.0	54.6	45.4		
17年 (3312)	7.3	48.7	37.8	6.2	56.0	44.0		
北海道	23年 (206)	6.3	38.8	42.2	12.6	45.1	54.8	
	20年 (210)	6.7	40.0	42.9	10.5	46.7	53.3	
	17年 (200)	5.5	47.5	41.0	6.0	53.0	47.0	
東北	23年 (353)	4.0	45.6	37.4	13.0	49.6	50.4	
	20年 (355)	4.2	48.2	46.5	3.1	50.4	49.6	
	17年 (350)	5.7	44.3	42.0	8.0	50.0	50.0	
関東甲信越	23年 (1825)	4.9	34.7	45.6	14.7	39.6	60.3	
	20年 (1825)	4.3	39.1	45.3	11.3	43.4	56.6	
	17年 (1800)	5.7	45.3	41.1	7.9	51.1	48.9	
東海北陸	23年 (786)	6.2	34.9	46.7	12.2	41.1	58.9	
	20年 (780)	4.6	39.8	48.8	7.7	43.5	56.5	
	17年 (750)	6.6	47.3	36.9	9.2	53.9	46.1	
近畿	23年 (818)	7.1	39.3	41.9	11.6	46.4	53.5	
	20年 (816)	5.9	40.4	46.7	7.0	46.3	53.7	
	17年 (850)	6.8	45.8	40.8	6.6	52.6	47.4	
中国・四国	23年 (431)	7.7	37.4	43.4	11.6	45.1	55.0	
	20年 (431)	5.1	39.8	48.0	7.0	45.0	55.0	
	17年 (450)	7.1	42.7	43.8	6.4	49.8	50.2	
九州・沖縄	23年 (583)	7.2	43.2	42.0	7.5	50.4	49.5	
	20年 (583)	7.9	45.6	38.9	7.5	53.5	46.5	
	17年 (600)	7.5	48.2	37.5	6.8	55.7	44.3	

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(5) 献血が病気の治療に役立っていることの認知 (Q5)

【献血が病気の治療に役立っていることの認知率は4割】

- 献血がさまざまな病気の治療に役立っていることの認知率は40.7%。
- 職業別では、公務員の認知率(48.1%)が他の層と比べて高い。
- 性別での大きな差はみられない。
- 地域別では、東北の認知率が44.5%で最も高く、次いで中国・四国(43.6%)、九州・沖縄(42.4%)が高い。

- 20年度調査と比べると、全体での治療に役立っていることの認知率は7ポイント低下している。
- 職業別では、20年度調査と比べて、公務員を除く全ての層で認知率が低下している。
- 性別では、20年度調査と比べて、男女ともに認知率が7ポイント以上低下している。
- 地域別では、20年度調査と比べて、北海道で9ポイント、東海北陸で11ポイント、近畿で12ポイント認知率が低下しており顕著。

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(5) 献血が病気の治療に役立っていることの認知 (Q5)

Q5. 献血は患者さんに対する輸血だけでなく、献血を原料とした血液製剤として、さまざまな病気の治療に役立っていることを知っていますか。

【基数:対象者全員】		(N)	知っている	知らない
全体	23年	(5000)	40.7	59.3
	20年	(5000)	48.0	52.0
高校生	23年	(642)	38.8	61.2
	20年	(626)	47.4	52.6
大学生・専門学校生	23年	(1597)	44.5	55.5
	20年	(1484)	50.5	49.5
会社員	23年	(1368)	39.3	60.7
	20年	(1545)	46.3	53.7
職業別 公務員	23年	(104)	48.1	51.9
	20年	(85)	48.2	51.8
自営業	23年	(168)	38.7	61.3
	20年	(134)	48.5	51.5
専業主婦	23年	(324)	40.7	59.3
	20年	(423)	48.9	51.1
その他	23年	(757)	36.1	63.9
	20年	(703)	46.5	53.5
性別 男性	23年	(2548)	40.9	59.1
	20年	(2556)	48.3	51.7
女性	23年	(2452)	40.4	59.6
	20年	(2444)	47.7	52.3
地域別 北海道	23年	(206)	38.8	61.2
	20年	(210)	48.1	51.9
東北	23年	(353)	44.5	55.5
	20年	(355)	47.6	52.4
関東甲信越	23年	(1825)	41.2	58.8
	20年	(1825)	46.1	53.9
東海北陸	23年	(781)	37.9	62.1
	20年	(780)	48.8	51.2
近畿	23年	(816)	38.1	61.9
	20年	(816)	49.8	50.2
中国・四国	23年	(431)	43.6	56.4
	20年	(431)	49.7	50.3
九州・沖縄	23年	(583)	42.4	57.6
	20年	(583)	49.6	50.4

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(6) 輸血用血液製剤の有効期限が短く、絶えず献血が必要なことを知っているか (Q6)

【献血が絶えず必要なことの認知率は5割弱】

<新規質問>

- 献血が輸血用血液製剤の有効期限が短いため絶えず必要であることの認知率は、46.5%で半数近くを占める。
- 職業別では、大学生・専門学校生(51.9%)と公務員(51.0%)の認知率が高く、対して高校生(38.0%)が他の層と比べて認知率が低い。
- 性別では、男性の認知率(43.0%)に比べて、女性の認知率(50.2%)が7ポイント高い。
- 地域別では、中国・四国(50.6%)と九州・沖縄(53.7%)の認知率が他の地域と比べて高く、半数以上の人が認知している。

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(6) 輸血用血液製剤の有効期限が短く、絶えず献血が必要なことを知っているか (Q6)

Q6. 献血された輸血用血液製剤の有効期間は短く、絶えず献血が必要なことを知っていますか。
※血液製剤の有効期間は一番短い血小板製剤で採血後4日間、赤血球製剤は21日間です。

【基数:対象者全員】		(%)	
(N)	知っている	知らない	
全体	(5000)	46.5	53.5
職業別			
高校生	(642)	38.0	62.0
大学生・専門学校生	(1597)	51.9	48.1
会社員	(1368)	44.4	55.6
公務員	(104)	51.0	49.0
自営業	(168)	43.5	56.5
専業主婦	(324)	45.4	54.6
その他	(797)	46.9	53.1
性別			
男性	(2548)	43.0	57.0
女性	(2452)	50.2	49.8
地域別			
北海道	(206)	47.6	52.4
東北	(353)	43.9	56.1
関東甲信越	(1825)	45.3	54.7
東海北陸	(786)	43.6	56.4
近畿	(816)	45.8	54.2
中国・四国	(431)	50.6	49.4
九州・沖縄	(583)	53.7	46.3

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(7) 献血された輸血用血液製剤の使い道認知 (Q7)

<新規質問>

【輸血用血液製剤の使い道の認知率は2割弱】

- 献血された輸血用血液製剤の使い道の認知率は18.4%。
- 職業別では、大学生・専門学校生(21.2%)と公務員(21.2%)の認知率が他の層と比べるとやや高い。
- 性別での大きな差はみられない。
- 地域別では、東北の認知率(22.4%)が他の地域と比べてやや高い。

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(7) 献血された輸血用血液製剤の使い道認知(Q7)

Q7. 献血された輸血用血液製剤の使い道は、交通事故などの大量出血時よりもがんなどの病気の治療に使われることが圧倒的に多いことを知っていますか。

※約8割が病氣(うちがんの治療3割)に使われ、交通事故などによる輸血は約1割程度。

		(%)		
【基数:対象者全員】		知っている	知らない	
	(N)			
全体	(5000)	18.4	81.6	
職業別	高校生	18.8	81.2	
	大学生・専門学校生	21.2	78.8	
	会社員	16.7	83.3	
	公務員	21.2	78.8	
	自営業	16.7	83.3	
	専業主婦	17.3	82.7	
	その他	15.7	84.3	
	性別			
男性	(2548)	17.3	82.7	
女性	(2452)	19.5	80.5	
地域別	北海道	(206)	18.9	81.1
	東北	(353)	22.4	77.6
	関東甲信越	(1825)	16.8	83.2
	東海北陸	(786)	19.0	81.0
	近畿	(816)	18.1	81.9
	中国・四国	(431)	21.3	78.7
	九州・沖縄	(583)	17.8	82.2

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(8) 輸血の治療を受けた患者の感謝の気持ちを目や耳にした経験 (Q8)

<新規質問>

【患者の感謝の気持ちを目や耳にした人は2割弱】

- 輸血の治療を受けた患者の感謝の気持ちを目や耳にした経験のある人は16.5%。
- 職業別では、公務員の経験率(21.2%)が他の層と比べてやや高く、対して自営業の経験率(11.9%)が他の層と比べてやや低い。
- 性別での大きな差はみられない。
- 地域別では、東北での経験率(21.5%)が他の地域と比べてやや高い。

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(8) 輸血の治療を受けた患者の感謝の気持ちを目や耳にした経験(Q8)

Q8. 輸血の医療を受けられた多くの患者さんは、献血をしてくれた方に感謝(献血してくれてありがとう)の気持ちを持っています。そのような声を目や耳にしたことはありますか。

【基数:対象者全員】		(%)	
		ある	ない
全体	(5000)	16.5	83.5
職業別	高校生	18.4	81.6
	大学生・専門学校生	18.3	81.7
	会社員	15.2	84.8
	公務員	21.2	78.8
	自営業	11.9	88.1
	専業主婦	17.0	83.0
	その他	(797)	13.9
性別	男性	14.8	85.2
	女性	18.4	81.6
地域別	北海道	13.6	86.4
	東北	21.5	78.5
	関東甲信越	16.3	83.7
	東海北陸	15.4	84.6
	近畿	14.3	85.7
	中国・四国	18.1	81.9
	九州・沖縄	18.7	81.3

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(9)若年層の献血協力者の減少傾向認知 (Q9)

【若年層の献血協力者が減少していることの認知率は3割強】

- 献血へ協力してくれる10代・20代の若年層が大幅に減少していることを「知っている」人は32.5%で3人中1人。
- 職業別では、公務員の認知率(44.2%)が他の層に比べて高い。その他の層では3割程度の認知率にとどまる。
- 性別での大きな差はみられない。
- 地域別では、東北の認知率(38.5%)が他の地域と比べて高い。

- 20年度調査と比べると、全体での若年層の献血協力者が減少していることの認知率は5ポイント低下している。
- 職業別では、20年度調査と比べると、公務員と自営業の認知率が9ポイント低下しており顕著。
- 性別では、20年度調査と比べると、男性の認知率が6ポイント低下している。
- 地域別では、20年度調査と比べると、東海北陸、近畿、中国・四国の認知率がそれぞれ6ポイント低下している。

2. 献血に関する認知・関心度

【未経験者編】



(9)若年層の献血協力者の減少傾向認知 (Q9)

Q9. 献血へ協力して下さる若い方の数が、近年大幅に減っています(*). 知っていましたか。
*最近5年間で、20代の献血者数は140万人から108万人(23%減)に、10代の献血者数は48万人から29万人(40%減)も減少しています。

【基数:対象者全員】		(N)	知っている	知らない
全体	23年	(5000)	32.5	67.5
	20年	(5000)	37.3	62.7
高校生	23年	(642)	31.9	68.1
	20年	(626)	33.7	66.3
大学生・専門学校生	23年	(1597)	34.0	66.0
	20年	(1494)	40.2	59.8
会社員	23年	(1368)	31.0	69.0
	20年	(1545)	36.7	63.3
公務員	23年	(104)	44.2	55.8
	20年	(85)	52.9	47.1
自営業	23年	(168)	27.4	72.6
	20年	(134)	36.6	63.4
専業主婦	23年	(324)	29.9	70.1
	20年	(423)	35.7	64.3
その他	23年	(797)	32.9	67.1
	20年	(703)	34.6	65.4
性別	男性	23年 (2548)	31.4	68.6
	20年 (2556)	37.0	63.0	
女性	23年 (2452)	33.5	66.5	
	20年 (2444)	37.5	62.5	
地域別	北海道	23年 (207)	34.0	66.0
	20年 (210)	39.5	60.5	
東北	23年 (353)	38.5	61.5	
	20年 (355)	42.8	57.2	
関東甲信越	23年 (1825)	31.8	68.2	
	20年 (1825)	35.5	64.5	
東海北陸	23年 (786)	30.7	69.3	
	20年 (780)	36.9	63.1	
近畿	23年 (816)	31.5	68.5	
	20年 (816)	37.9	62.1	
中国・四国	23年 (431)	34.1	65.9	
	20年 (431)	40.1	59.9	
九州・沖縄	23年 (583)	32.8	67.2	
	20年 (583)	36.2	63.8	

3. 献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況

【未経験者編】



(1) 献血に関する広報接触媒体 (Q10)

【献血に関する広告は「献血バス」「街頭での呼びかけ」の接触が多い】

- 献血に関して接触したことがある広報媒体をみると、「献血バス」が53.4%で最も高く、次いで「街頭での呼びかけ」(52.9%)、「テレビ」(46.0%)、「献血ルーム前の看板・表示」(43.6%)と続く。その他の媒体の接触率は2割以下となる。
- 職業別では、「献血バス」は大学生・専門学校生(59.6%)と専業主婦(63.0%)で高い。また専業主婦は「街頭での呼びかけ」(58.3%)「献血ルーム前の看板・表示」(53.4%)も高く、現場での接触が目立つ。自営業は「テレビ」(49.4%)が接触率が最も高い広告であることが特徴的。一方、高校生は「献血バス」(36.3%)、「街頭での呼びかけ」(37.7%)、「献血ルーム前の看板・表示」(30.4%)、「献血関係のイベント」(12.3%)など、他の層と比べて総じて接触率が低く、いずれの広告も「見たことがない」人が13.1%と高い。「テレビ」に関しては高校生の42.7%が接触しており、高校生の最も接触率が高い広告である。
- 性別では、女性で特に「献血バス」(61.7%)、「街頭での呼びかけ」(60.4%)、「献血ルーム前の看板・表示」(52.8%)といった現場での接触率が男性に比べて高い。
- 地域別では、「街頭での呼びかけ」は北海道(37.4%)で特に低く、中国・四国(47.8%)も他の地域と比べて低い。「テレビ」は東北(58.9%)、中国・四国(54.1%)、九州・沖縄(57.3%)で他の地域と比べて高く、関東甲信越(37.1%)で低い。

- 17年度調査と20年度調査を比べると、各媒体で総じて接触率が低下している。20年度調査と23年度調査を比べると、「街頭での呼びかけ」において8ポイント接触率が低下している。
- 属性別では、17年度調査と20年度調査を比べると、職業別・性別・地域別の各層で主要媒体の接触率は、概ね低下している。
23年度調査は20年度調査と比べて、「献血バス」が大学生・専門学校生、社員、性別では女性、地域では北海道、中国・四国で接触率が上昇したが、いずれも17年度調査の接触率は下回る。「インターネット」は自営業、地域では九州・沖縄で接触率が上昇しており、過去2回調査の接触率を上回っている。
- 職業別・性別・地域別の各層で総じていずれの広告媒体も「見たことがない」人が17年度調査より増加傾向にある。

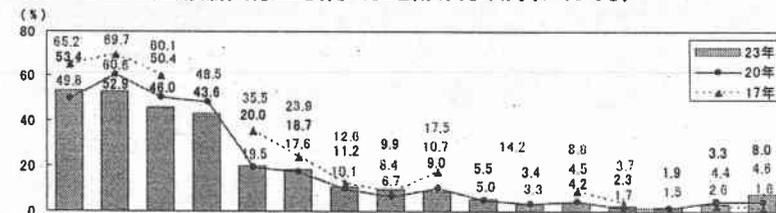
3. 献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況

【未経験者編】



(1) 献血に関する広報接触媒体 (Q10)

Q10. 献血に関して、どのような広報媒体を見たこと(聞いたこと)がありますか。(いくつでも)



【基数:対象者全員】

属性	調査年	媒体																
		献血バス	街頭での呼びかけ	テレビ	献血ルーム前の看板・表示	ポスターの掲示	献血関係のイベント	チラシの配布	インターネット	新聞	FM放送	その他のラジオ放送	自治体の広報誌	雑誌等	その他	何かで見たが、何の媒体か覚えていない	見たことがない	
全体	23年 (5000)	53.4	52.9	46.0	43.6	20.0	12.3	9.9	9.0	5.5	3.4	4.2	2.3	1.9	3.3	8.0	13.1	
	20年 (5000)	49.8	49.8	48.0	43.6	19.5	12.6	6.7	10.7	5.0	3.3	4.5	1.7	1.5	4.4	4.6	13.1	
	17年 (5000)	65.2	69.7	60.1	50.4	35.5	23.9	12.6	8.4	17.5	14.2	8.8	3.7	2.6	1.6	4.6	13.1	
高校生	23年 (642)	36.3	37.7	42.7	30.4	16.7	12.3	8.4	7.6	6.2	2.2	3.0	2.3	3.0	4.4	13.1	13.1	
	20年 (626)	36.3	42.9	50.2	36.6	19.2	12.0	13.4	8.6	12.3	4.3	2.7	4.5	1.4	2.6	8.5	8.0	
	17年 (398)	53.8	56.5	61.1	47.0	33.7	21.9	18.3	12.8	18.6	13.1	5.8	5.8	2.8	2.5	2.8	2.5	
大学生・専門学校生	23年 (1592)	59.6	65.9	46.4	47.0	22.5	21.6	15.3	9.3	9.9	4.8	3.6	2.9	2.0	2.1	2.4	6.4	
	20年 (1484)	61.7	65.8	49.1	50.5	20.7	19.3	11.6	7.3	10.0	4.5	3.4	2.9	1.9	1.8	3.4	4.5	
	17年 (932)	69.4	73.0	61.2	51.5	39.5	29.2	17.8	9.8	16.8	14.2	7.0	3.8	2.7	1.9	2.7	1.9	
会社員	23年 (1089)	51.8	55.0	43.6	44.4	19.1	18.2	7.8	8.8	8.1	7.1	3.5	4.9	2.4	1.0	3.1	7.8	
	20年 (1545)	48.3	63.2	48.0	51.5	18.7	18.0	8.6	5.3	10.3	5.8	3.0	4.7	1.4	0.8	3.5	4.3	
	17年 (1595)	65.5	71.6	57.0	44.8	34.6	23.4	10.3	7.4	17.5	15.8	7.7	3.1	2.4	1.7	2.4	1.7	
公務員	23年 (104)	55.8	54.8	38.5	51.9	21.2	21.2	13.5	7.7	10.6	5.8	4.8	13.5	1.0	1.0	4.8	5.8	
	20年 (85)	51.8	58.8	45.9	50.6	18.8	27.1	14.1	5.9	11.3	4.7	2.4	14.1	1.2	—	—	3.5	
	17年 (104)	65.4	79.8	64.4	43.3	33.7	17.3	5.8	22.1	24.0	21.2	6.7	—	—	3.8	2.9		
自営業	23年 (188)	42.9	46.4	49.4	32.7	16.1	13.7	7.1	16.1	11.3	4.8	4.2	5.4	1.2	1.2	2.4	9.5	
	20年 (134)	42.5	55.2	48.5	40.3	16.4	14.9	8.2	9.0	13.4	8.2	3.7	6.7	2.2	0.7	5.2	8.2	
	17年 (115)	60.0	68.7	66.1	44.8	34.8	20.0	14.8	7.8	18.3	16.5	18.3	3.5	—	—	3.5	0.9	
専業主婦	23年 (324)	63.0	68.3	47.2	53.4	21.3	25.9	9.9	6.5	7.4	3.4	0.9	6.8	2.2	1.9	2.8	7.7	
	20年 (423)	61.7	68.9	53.0	56.5	21.0	20.8	9.5	3.3	7.8	4.0	2.1	4.5	0.9	1.9	3.8	2.4	
	17年 (856)	68.9	73.6	67.6	44.8	34.6	25.0	9.8	4.0	15.1	9.1	14.0	2.6	—	—	1.9	0.6	
その他	23年 (797)	52.2	54.6	51.9	43.4	19.6	16.8	8.7	14.2	9.9	4.5	4.4	4.4	3.1	2.3	4.9	7.4	
	20年 (703)	50.9	67.8	67.9	44.8	18.6	15.6	7.8	8.4	12.7	4.7	5.1	6.3	2.7	1.4	5.8	3.3	
	17年 (989)	62.8	64.6	64.9	44.8	34.1	19.3	10.7	11.1	18.9	15.0	—	6.5	4.5	—	3.0	1.8	
性別	23年 (2548)	45.4	45.6	44.9	34.8	17.0	15.3	10.8	11.1	9.7	6.4	4.1	3.8	1.9	1.4	3.9	10.7	
	20年 (2556)	47.4	64.7	49.2	41.2	18.0	13.8	9.3	7.4	11.8	5.9	4.2	4.5	1.4	1.3	5.4	6.1	
	17年 (1688)	58.6	62.6	61.4	44.8	29.6	20.9	11.4	11.1	19.3	16.6	6.6	3.7	—	—	3.7	2.8	
女性	23年 (2452)	61.7	60.4	47.2	52.8	23.2	22.3	11.5	8.6	8.3	4.5	2.6	4.6	2.7	2.3	2.7	5.2	
	20年 (2444)	56.5	66.7	51.6	56.2	21.0	21.6	11.0	5.9	9.6	4.1	2.4	4.6	2.0	1.7	3.4	3.0	
	17年 (3312)	68.6	73.3	59.5	44.8	38.6	25.5	13.2	7.0	16.5	12.9	9.9	3.7	—	—	2.0	1.1	
地域別	23年 (320)	56.3	37.4	44.7	40.8	23.3	15.0	8.3	9.7	10.2	7.3	4.9	4.4	3.4	2.9	1.9	9.7	
	20年 (210)	49.0	46.7	49.5	49.5	26.9	15.7	6.7	10.5	12.9	4.3	6.2	5.7	1.4	1.4	4.3	5.7	
	17年 (200)	64.5	60.5	59.0	41.0	15.5	7.5	12.0	19.5	15.5	8.0	6.0	—	—	—	3.5	3.5	
北海道	23年 (350)	54.7	48.4	58.9	43.6	21.8	21.8	11.3	11.3	12.5	10.5	7.4	7.1	3.1	2.5	4.2	7.1	
	20年 (355)	50.4	58.9	67.3	50.4	22.3	23.4	15.8	8.5	16.3	10.1	5.4	7.9	3.1	1.4	3.4	1.7	
	17年 (350)	67.1	64.6	66.6	46.6	37.1	25.1	11.7	6.0	23.7	19.1	12.9	2.9	—	—	2.0	2.3	
関東甲信越	23年 (1825)	50.6	57.4	37.1	40.5	18.6	17.0	10.5	9.6	7.4	4.0	3.1	3.0	2.2	1.6	3.3	8.5	
	20年 (1825)	47.9	67.2	41.2	56.5	17.0	15.6	8.3	5.8	8.0	3.5	2.4	3.5	1.5	1.3	2.6	5.8	
	17年 (1800)	61.4	76.8	54.1	44.8	33.4	19.7	9.9	7.0	12.8	9.7	6.2	3.3	—	—	2.2	1.6	
東海北陸	23年 (768)	47.1	51.9	45.7	39.6	20.7	17.3	12.7	9.3	9.3	5.9	2.0	5.0	1.8	1.1	5.0	9.8	
	20年 (780)	46.3	56.9	48.2	39.9	19.7	17.6	10.9	6.4	12.6	5.6	2.2	4.4	2.2	1.9	7.4	5.5	
	17年 (750)	64.3	65.3	55.5	44.8	33.3	28.3	13.6	7.9	18.3	13.7	10.9	3.7	—	—	3.1	3.1	
近畿	23年 (816)	60.8	55.3	48.8	42.0	21.3	19.1	11.6	9.4	8.9	4.3	2.8	3.4	2.3	2.0	2.0	8.2	
	20年 (816)	58.3	63.7	57.1	46.1	20.1	15.2	10.2	5.9	10.0	3.9	3.3	4.4	2.2	1.1	4.3	2.3	
	17年 (850)	71.5	69.3	68.1	44.8	36.9	23.9	13.4	10.4	17.3	14.1	7.1	8.6	—	—	1.9	0.7	
中国・四国	23年 (431)	56.8	47.8	54.1	39.7	19.7	22.0	12.5	6.0	10.7	6.0	2.6	4.4	1.2	1.6	4.6	6.7	
	20年 (431)	51.3	49.4	58.7	42.2	21.0	20.9	11.1	7.7	13.0	4.9	5.3	5.6	1.6	1.9	6.0	3.7	
	17年 (450)	72.0	64.7	64.0	40.2	30.4	18.4	9.1	24.4	15.3	11.1	4.2	—	—	—	2.2	1.1	
九州・沖縄	23年 (583)	56.4	48.7	57.3	46.1	19.7	22.5	10.3	14.1	10.1	7.4	4.6	6.3	3.1	2.9	2.2	4.5	
	20年 (583)	51.6	54.5	56.4	41.7	20.4	22.5	11.8	7.9	11.2	7.5	4.3	5.1	1.7	1.9	5.8	5.0	
	17年 (600)	62.8	64.2	66.3	46.6	36.3	28.7	15.8	10.2	21.0	23.8	12.3	4.6	—	—	4.3	0.7	

注:17年は「献血ルーム前の看板・表示」「その他」の回答なし。また、「FM放送」「その他のラジオ放送」は17年の回答は「ラジオ」のみ。

3. 献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況

【未経験者編】



(2) 献血キャンペーンに効果的だと思う媒体 (Q11)

【献血キャンペーンに効果的な媒体は「テレビ」が8割弱】

- 献血のキャンペーンを行う際に効果的と思われる媒体は、「テレビ」が79.0%で圧倒的に高い。次いで「インターネット」が48.4%。以下、「ポスター」(26.2%)、「携帯電話」(22.6%)、「新聞」(21.9%)が続く。
- 職業別では、各層とも「テレビ」「インターネット」が上位1位と2位を占める。その中で高校生は「インターネット」(35.4%)が他の層と比べて低い。専業主婦は「テレビ」が圧倒的に高く9割弱(88.0%)にのぼる。対して自営業では「テレビ」(64.9%)が他の層に比べて低い。
- 性別では、男性よりも女性の方が「テレビ」(83.1%)、「ポスター」(30.3%)、「携帯電話」(25.2%)、「雑誌」(23.7%)などを挙げる割合が高い。
- 地域別では、関東甲信越では「テレビ」(75.5%)が、他の地域と比べてやや低い。

- 過去2回調査と比べると、「テレビ」と「新聞」において効果的と考えられる割合が低下傾向である。対して「インターネット」においては上昇傾向がみられる。
- 職業別では、20年度調査と比べて、高校生で「テレビ」「インターネット」「携帯電話」「雑誌」を効果的と考える割合が低下しているが、「ポスター」に関しては上昇している。会社員や公務員、自営業などの勤労者では特に、17年度調査から「テレビ」を挙げる割合が顕著に低下傾向にあるが、一方「携帯電話」を効果的と考える人が増えている。
- 性別では、女性で「インターネット」「携帯電話」を効果的と考える割合が17年度調査から上昇傾向にある。
- 地域別では、特に関東甲信越と近畿において「テレビ」を挙げる割合が17年度調査から低下傾向にある。

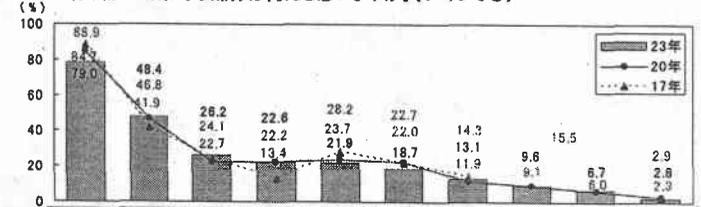
3. 献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況

【未経験者編】



(2) 献血キャンペーンに効果的だと思う媒体 (Q11)

Q11. 献血のキャンペーンを行う際の効果的な媒体は何だと思いますか。(いくつでも)



【基数:対象者全員】

属性	年次	人数 (N)	媒体 (%)									
			テレビ	インターネット	ポスター	携帯電話	新聞	雑誌	自治体の広報誌	FM放送	その他のラジオ放送	その他
全体	23年	5000	79.0	48.4	26.2	22.6	21.9	18.7	13.1	9.6	6.7	2.8
	20年	5000	84.7	46.8	22.7	22.2	23.7	22.7	11.9	9.1	6.0	2.9
	17年	5000	88.9	41.9	24.1	13.4	28.2	22.0	14.3		15.5	2.3
高校生	23年	642	78.7	35.4	28.2	21.3	22.0	14.6	11.4	9.2	5.8	1.2
	20年	625	86.3	40.9	22.4	28.0	25.2	20.6	9.4	7.8	5.8	2.2
	17年	398	86.9	41.2	30.7	22.4	30.2	27.1	12.6		12.8	1.3
大学生・専門学校生	23年	1597	80.5	49.8	28.3	24.7	22.0	19.4	12.0	9.2	5.1	2.5
	20年	1484	83.2	46.6	24.6	25.4	23.9	24.2	9.7	8.2	5.6	3.2
	17年	932	88.4	42.3	26.5	13.9	25.2	21.7	12.0		12.7	2.3
会社員	23年	1368	77.3	47.0	21.2	20.4	19.2	17.0	11.8	10.0	7.2	2.9
	20年	1545	84.1	46.5	19.5	19.4	20.7	20.3	11.5	9.6	6.0	2.4
	17年	1594	87.3	42.0	21.8	11.8	27.0	21.4	12.4		16.9	2.1
公務員	23年	104	76.0	49.0	27.9	19.2	21.2	17.3	22.1	11.5	9.6	1.9
	20年	85	87.1	51.8	12.9	18.8	21.2	21.2	18.8	12.9	8.2	1.2
	17年	104	92.3	39.4	23.1	10.6	26.9	28.8	17.3		21.2	1.0
自営業	23年	168	64.9	50.6	20.2	20.8	20.8	14.9	12.5	6.5	7.1	8.9
	20年	134	79.9	44.0	19.4	13.4	20.9	19.4	13.4	9.7	6.7	3.0
	17年	115	88.7	47.0	24.3	13.0	29.6	16.5	19.1		21.7	3.5
専業主婦	23年	324	88.0	48.8	30.6	20.4	23.9	27.8	17.6	9.3	7.1	1.5
	20年	423	89.1	45.2	25.5	17.0	30.0	29.6	21.5	8.5	4.7	2.1
	17年	856	92.6	38.0	24.1	9.3	30.4	21.7	21.5		15.1	1.3
その他	23年	797	78.9	58.0	28.5	24.7	25.6	22.3	16.2	10.8	9.4	3.8
	20年	703	85.6	54.2	26.5	21.8	25.7	23.0	12.8	11.0	7.5	4.4
	17年	999	89.1	44.6	22.8	15.5	30.1	21.6	12.9		16.3	3.8
男性	23年	2549	75.1	47.2	22.3	20.0	21.0	13.9	11.5	10.4	6.9	2.8
	20年	2556	81.8	47.8	19.6	22.8	22.7	17.6	9.8	9.4	6.3	3.1
	17年	1688	85.8	44.1	20.4	15.0	27.8	16.0	11.0		16.4	2.5
女性	23年	2452	83.1	49.7	30.3	25.2	22.7	23.7	14.8	8.9	6.5	2.8
	20年	2444	87.7	45.8	26.0	21.6	24.9	27.9	14.1	8.9	5.7	2.7
	17年	3312	90.5	40.8	25.9	12.6	28.4	25.1	15.9		15.1	2.1
北海道	23年	206	81.1	50.5	27.2	21.4	25.7	18.4	12.1	10.7	10.2	2.4
	20年	210	88.1	47.5	26.2	21.8	30.5	26.2	14.8	7.6	8.6	1.9
	17年	200	88.5	41.5	26.0	13.0	35.0	22.0	13.0		20.0	2.5
東北	23年	354	80.7	47.9	28.0	20.4	26.3	18.4	15.3	13.9	10.5	3.4
	20年	355	85.1	45.9	22.0	27.3	25.6	21.1	16.1	9.9	8.2	3.1
	17年	350	89.7	38.0	21.7	10.6	27.7	19.1	20.0		18.3	3.1
関東甲信越	23年	1825	75.5	48.5	24.2	21.1	19.3	18.6	10.8	8.4	6.0	3.0
	20年	1825	83.6	46.3	22.2	21.9	22.4	23.3	9.1	8.1	5.5	3.0
	17年	1800	88.2	44.9	24.6	14.5	25.8	24.3	12.9		12.7	2.9
東海北陸	23年	786	81.7	46.4	28.5	21.8	24.7	19.5	12.7	10.8	5.7	2.0
	20年	780	84.6	48.3	21.2	10.7	24.1	21.2	12.3	10.5	5.3	3.5
	17年	750	90.0	41.1	22.1	12.9	28.0	21.3	15.7		16.7	1.2
近畿	23年	816	79.3	47.9	26.8	25.7	21.0	16.9	13.0	8.3	5.1	3.7
	20年	816	85.0	47.9	22.4	22.3	20.7	21.8	11.3	7.6	4.7	2.6
	17年	850	90.1	40.5	24.5	14.2	26.2	20.4	10.9		14.0	2.1
中国・四国	23年	431	81.2	47.6	26.5	23.7	24.9	19.7	19.3	8.8	7.2	2.3
	20年	431	85.2	47.1	24.4	21.1	28.9	22.0	15.8	10.2	6.4	2.3
	17年	450	89.1	40.2	25.3	11.8	34.7	21.1	16.7		16.7	0.9
九州・沖縄	23年	583	82.8	48.7	27.1	24.7	20.9	20.2	15.8	11.5	8.7	2.2
	20年	583	85.9	45.1	24.9	24.0	22.5	24.0	14.6	11.8	6.7	2.9
	17年	600	87.5	39.3	24.0	12.3	31.5	20.8	16.5		21.0	2.5

注: 「FM放送」「その他のラジオ放送」は17年の回答は「ラジオ」のみ。

3. 献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況

【未経験者編】



(3) 献血キャラクター「けんけつちゃん」認知 (Q12)

【けんけつちゃんの認知率は2割強】

- 献血キャラクター「けんけつちゃん」の認知率は21.3%で4人中1人に認知されている。
- 職業別では、高校生(26.3%)、大学生・専門学校生(29.9%)といった学生と公務員(25.0%)の認知率が他の層と比べて高い。
- 性別では、女性の認知率(28.2%)が男性の認知率(14.6%)と比べて14ポイント高く、認知されている。
- 地域別では、東北の認知率が30.6%で他の地域と比べて10ポイント程度高い。

- 20年度調査と比べると、全体での認知率は14ポイント上昇し、23年度調査の認知率は2割を超えた。
- 職業別では、各層とも17年度調査より認知率が上昇傾向にあるが、特に高校生、大学生・専門学校生、公務員での上昇率が高い。
- 性別では、女性の認知率が20年度調査と比べて19ポイントと大幅に上昇している。
- 地域別では、東北の認知率の上昇が顕著で20年度調査と比べて18ポイント上昇している。

3. 献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況

【未経験者編】



(3) 献血キャラクター「けんけつちゃん」認知 (Q12)

Q12. 厚生労働省では献血推進のためのキャラクターとして「けんけつちゃん」を作成していますが、知っていますか。

【敬称:対象者全員】

	年	(N)	認知状況	
			知っている	知らない
全体	23年	(5000)	21.3	78.7
	20年	(5000)	7.2	92.8
	17年	(5000)	3.0	97.0
高校生	23年	(842)	26.3	73.7
	20年	(626)	12.0	88.0
	17年	(398)	5.0	95.0
大学生・専門学校生	23年	(1597)	29.9	70.1
	20年	(1484)	10.6	89.4
	17年	(932)	3.5	96.5
会社員	23年	(1368)	14.7	85.3
	20年	(1545)	4.6	95.4
	17年	(1596)	3.5	96.5
公務員	23年	(104)	25.0	75.0
	20年	(85)	7.1	92.9
	17年	(104)	6.7	93.3
自営業	23年	(188)	9.5	90.5
	20年	(134)	3.7	96.3
	17年	(115)	1.5	98.5
専業主婦	23年	(324)	14.5	85.5
	20年	(423)	3.5	96.5
	17年	(856)	3.0	97.0
その他	23年	(797)	16.1	83.9
	20年	(703)	4.4	95.6
	17年	(999)	1.5	98.5
性別	男性	23年 (2548)	14.6	85.4
	20年 (2556)	4.8	95.2	
	17年 (1898)	1.5	98.5	
女性	23年 (2452)	28.2	71.8	
20年 (2444)	9.7	90.3		
17年 (3312)	3.3	96.7		
地域別	北海道	23年 (206)	16.5	83.5
	20年 (210)	3.3	96.7	
	17年 (200)	1.5	98.5	
東北	23年 (353)	30.6	69.4	
20年 (355)	12.7	87.3		
17年 (350)	4.0	96.0		
関東甲信越	23年 (1825)	20.8	79.2	
20年 (1825)	7.8	92.2		
17年 (1800)	3.2	96.8		
東海北陸	23年 (786)	21.5	78.5	
20年 (790)	7.9	92.1		
17年 (750)	2.8	97.2		
近畿	23年 (816)	20.1	79.9	
20年 (818)	5.6	94.4		
17年 (850)	1.5	98.5		
中国・四国	23年 (431)	20.9	79.1	
20年 (431)	8.0	92.0		
17年 (450)	3.3	96.7		
九州・沖縄	23年 (583)	20.4	79.6	
20年 (583)	5.7	94.3		
17年 (600)	3.5	96.5		

3. 献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況

【未経験者編】



(4) 献血キャラクター「けんけつちゃん」の印象 (Q13)

【けんけつちゃんの印象は半数が「よい」】

<新規質問>

- 献血キャラクター「けんけつちゃん」を知っている人にけんけつちゃんの印象をたずねたところ、「よい」と感じている人が50.9%で半数。「わるい」は3.8%であった。
- 職業別では、公務員、自営業、専業主婦は回答者数が少ないため、参考値。高校生、大学生・専門学校生では会社員と比べて「どちらともいえない」と回答する人が少なく、関心を持たれている。
- 性別では、「よい」と感じている人が男性(43.4%)に比べて女性(55.0%)で12ポイント高い。
- 地域別では、大きな差はみられない。なお、北海道は回答者数が少ないため、参考値。

3. 献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況

【未経験者編】



(4) 献血キャラクター「けんけつちゃん」の印象 (Q13)

Q13. Q12で「けんけつちゃん」を知っていると答えた方へお聞きします。献血推進のキャラクターとして「けんけつちゃん」の印象を教えてください。

【基数:「けんけつちゃん」知っている人】

		(%)		
		よい	わるい	どちらともいえない
全体	(1064)	50.9	3.8	45.3
職業別	高校生	50.9	7.7	41.4
	大学生・専門学校生	53.2	3.1	43.6
	会社員	42.3	1.5	56.2
	公務員	42.3	7.7	50.0
	自営業	37.5	12.5	50.0
	専業主婦	68.1	0.0	31.9
	その他	53.1	3.9	43.0
	性別	男性	43.4	6.7
女性		55.0	2.2	42.8
地域別	北海道	58.8	0.0	41.2
	東北	51.9	5.6	42.6
	関東甲信越	49.5	3.4	47.1
	東海北陸	52.7	3.0	44.4
	近畿	51.2	3.7	45.1
	中国・四国	48.9	5.6	45.6
	九州・沖縄	51.3	4.2	44.5

3. 献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況

【未経験者編】



(5) 献血キャンペーン認知 (Q14)

【最も認知されている献血キャンペーンは「はたちの献血」で2割強】

- 献血に関するキャンペーンを知っているかたずねたところ、「はたちの献血キャンペーン」の認知率が他のキャンペーンと比べて高く、24.3%となった。その他のキャンペーンの認知は1割程度以下で、一つもキャンペーンを知らない人が68.6%と7割弱にのぼる。
- 職業別では、一つもキャンペーンを知らない人の割合が高校生で77.6%、自営業で72.0%にのぼり、他の層と比べて高い。公務員の認知率は「はたちの献血キャンペーン」(29.8%)、「LOVE in Actionキャンペーン」(14.4%)、「愛の血液助け合い運動」(10.6%)のいずれのキャンペーンも、他の層と比べて最も高かった。
- 性別では、女性でいずれかのキャンペーンを認知している割合(38.4%)は男性(24.7%)に比べて14ポイント高い。特に「はたちの献血キャンペーン」の認知率が男性(18.1%)と比べて女性(30.7%)で高い。
- 地域別では、東北のキャンペーン認知率が高く、特に「はたちの献血キャンペーン」(33.7%)と「LOVE in Actionキャンペーン」(21.2%)において他の地域よりも認知されている。

<参考: 17年度・20年度調査結果>

※17年度調査及び20年度調査ではキャンペーンを「知っている」「知らない」のうち1つを選択することにより回答。

【基数:対象者全員】

	年	(N)		(%)	
		知っている	知らない		
全体	20年 (5000)	14.7	85.3		
	17年 (5000)	25.9	74.1		
高校生	20年 (826)	12.9	87.1		
	17年 (398)	18.3	81.7		
大学生・専門学校生	20年 (1484)	15.1	84.9		
	17年 (932)	25.5	74.5		
会社員	20年 (1545)	14.4	85.6		
	17年 (1596)	20.1	79.9		
公務員	20年 (897)	20.0	80.0		
	17年 (104)	38.5	61.5		
自営業	20年 (134)	15.7	84.3		
	17年 (115)	23.5	76.5		
専業主婦	20年 (423)	14.2	85.8		
	17年 (858)	27.1	72.9		
その他	20年 (702)	15.4	84.6		
	17年 (999)	27.1	72.9		
性別	男性	20年 (2556)	11.8	88.2	
	17年 (1888)	19.4	80.6		
女性	20年 (2444)	17.6	82.4		
	17年 (3312)	29.3	70.7		
地域別	北海道	20年 (210)	12.9	87.1	
	17年 (200)	23.5	76.5		
	東北	20年 (355)	20.3	79.7	
	17年 (350)	32.3	67.7		
	関東甲信越	20年 (1825)	13.4	86.6	
	17年 (1800)	21.2	78.8		
	東海北陸	20年 (780)	12.6	87.4	
	17年 (750)	21.5	78.5		
	近畿	20年 (816)	15.4	84.6	
	17年 (850)	31.1	68.9		
	中国・四国	20年 (431)	15.0	85.0	
	17年 (450)	30.7	69.3		
九州・沖縄	20年 (583)	18.5	81.5		
	17年 (600)	32.0	68.0		

<参考:印象に残った具体的なキャッチフレーズ、メッセージ>

【基数:キャンペーン認知者】

23年度調査 キャンペーン認知者 (N)	1571
印象に残ったフレーズ等 なし・覚えていない	72.6%
印象に残ったフレーズ等 記載あり	27.4%



記載された具体的なフレーズ・メッセージ等 (記載が多かったもの)
はたちの献血
LOVE in Action
石川遼が出ていたCM、ポスター
血液を必要としている人がいます
～型の血液が不足しています
あなたの献血で救われる命があります
CM
献血は愛
ぼくらの、いのちの、助けになれる
献血で助け合いましょう

3. 献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況

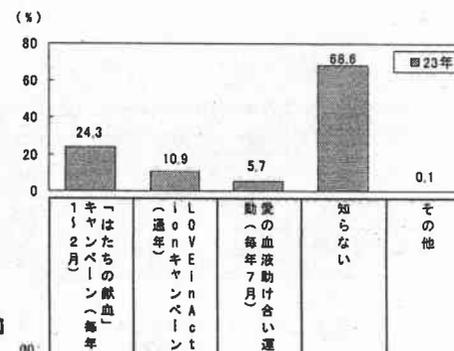
【未経験者編】



(5) 献血キャンペーン認知 (Q14)

Q14. 献血に関するキャンペーンを知っていますか。(いくつでも)

(キャンペーン認知者に対し)献血に関するキャンペーンで、印象に残ったキャッチフレーズやメッセージがあれば、ご記入下さい。



【基数:対象者全員】

	(N)	24.3	10.9	5.7	68.6	0.1	
全体	(5000)						
職業別	高校生	(642)	13.2	8.1	6.1	77.6	0.2
	大学生・専門学校生	(1597)	24.4	12.3	6.1	66.9	0.1
	会社員	(1368)	27.4	11.3	5.7	66.4	0.1
	公務員	(104)	29.8	14.4	10.6	61.5	-
	自営業	(168)	19.6	8.3	6.0	72.0	-
	専業主婦	(324)	29.9	12.3	6.8	63.3	0.3
その他	(797)	25.6	9.3	3.5	70.6	0.3	
性別	男性	(2548)	18.1	9.0	4.9	75.3	-
	女性	(2452)	30.7	12.8	6.6	61.6	0.2
地域別	北海道	(206)	24.8	11.7	4.4	68.9	1.0
	東北	(353)	33.7	21.2	8.8	56.4	-
	関東甲信越	(1825)	22.6	8.8	5.7	70.9	0.1
	東海北陸	(786)	19.7	8.5	5.6	74.2	0.3
	近畿	(816)	25.7	9.4	4.5	67.9	0.1
	中国・四国	(431)	25.5	11.6	5.3	65.9	-
	九州・沖縄	(583)	26.8	15.8	6.5	64.0	-

3. 献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況

【未経験者編】



(6) 「HOP STEP JUMP」を配布された記憶 (Q15)

【HOP STEP JUMPを配布された人は1割】

- 高校3年生を対象に、HOP STEP JUMPという普及啓発資材が配布されていることを認知している人は9.8%で1割。授業で使用した経験がある人は2.1%にとどまる。
- 職業別では、高校生(16.5%)と大学生・専門学校生の認知率(17.5%)が他の層と比べて高いものの、2割弱にとどまる。
- 性別による大きな差はみられない。
- 地域別では、東北の認知率が14.4%で、他の地域と比べて高い。

- 過去2回調査と比べると、全体では大きな変化はみられない。
- 職業別では、大学生・専門学校生において、17年度調査より認知率が上昇傾向にある。
- 性別では、大きな変化はみられない。
- 地域別では、東北において、17年度調査より認知率が上昇傾向にある。

3. 献血の広報・キャンペーンへの認知接触状況

【未経験者編】



(6) 「HOP STEP JUMP」を配布された記憶 (Q15)

Q15. 平成2年から、全国の高校3年生を対象に、献血に関する普及啓発資材「HOP STEP JUMP」を配布していますが、学校で配られた記憶はありますか。

【基数:対象者全員】	(N)	(%)				認知計
		保健体育の授業で使用した	他の授業で使用した	配布されただけ	知らない	
全体	23年 (5000)	1.7	0.4	90.2	7.7	9.8
	20年 (5000)	2.4	0.3	90.4	7.4	9.6
	17年 (5000)	5.8	0.3	92.9	5.8	7.1
高校生	23年 (642)	12.0	0.8	83.5	3.7	16.5
	20年 (626)	15.0	0.7	81.6	3.7	18.4
	17年 (398)	13.6	0.7	84.7	3.6	15.3
大学生・専門学校生	23年 (1597)	13.8	1.0	82.5	3.7	17.5
	20年 (1484)	10.3	1.0	86.2	3.6	13.8
	17年 (932)	9.2	1.0	88.5	3.6	11.5
会社員	23年 (1368)	0.0	0.0	99.5	0.5	3.5
	20年 (1545)	0.0	0.0	95.1	4.9	4.9
	17年 (1596)	0.0	0.0	94.5	5.5	5.5
公務員	23年 (104)	0.0	0.0	94.2	5.8	5.8
	20年 (85)	0.0	0.0	91.8	8.2	8.2
	17年 (104)	0.0	0.0	96.2	3.8	3.8
自営業	23年 (168)	0.0	0.0	94.6	5.4	5.4
	20年 (134)	0.0	0.0	93.3	6.7	6.7
	17年 (115)	0.0	0.0	92.2	7.8	7.8
専業主婦	23年 (324)	0.0	0.0	98.5	1.5	1.5
	20年 (423)	0.0	0.0	93.6	6.4	6.4
	17年 (856)	0.0	0.0	94.9	5.1	5.1
その他	23年 (797)	0.0	0.0	95.5	4.5	4.5
	20年 (703)	0.0	0.0	94.5	5.5	5.5
	17年 (999)	0.0	0.0	95.6	4.2	4.2
性別	23年 (2548)	0.0	0.0	90.7	9.2	9.2
	20年 (2556)	0.0	0.0	91.1	8.9	8.9
	17年 (1688)	0.0	0.0	92.6	7.4	7.4
女性	23年 (2452)	0.0	0.0	89.7	10.3	10.3
	20年 (2444)	0.0	0.0	89.7	10.3	10.3
	17年 (3312)	0.0	0.0	93.1	6.9	6.9
北海道	23年 (206)	0.0	0.0	92.2	7.8	7.8
	20年 (210)	0.0	0.0	90.0	10.0	10.0
	17年 (200)	0.0	0.0	93.0	7.0	7.0
東北	23年 (353)	11.9	0.3	85.6	11.9	14.4
	20年 (355)	10.7	0.3	87.6	11.4	12.4
	17年 (350)	5.0	0.3	92.0	8.0	8.0
関東甲信越	23年 (1825)	7.5	0.3	90.2	9.8	9.8
	20年 (1825)	5.2	0.3	91.5	8.5	8.5
	17年 (1800)	5.4	0.3	93.2	6.8	6.8
地域別	23年 (786)	9.3	0.4	88.7	11.4	11.4
	20年 (780)	9.2	0.4	88.6	11.4	11.4
	17年 (750)	5.9	0.4	91.8	8.4	8.4
近畿	23年 (816)	6.6	0.4	90.8	9.2	9.2
	20年 (816)	5.6	0.4	92.5	7.5	7.5
	17年 (850)	5.9	0.4	93.2	6.8	6.8
中国・四国	23年 (431)	7.0	0.4	91.2	8.8	8.8
	20年 (431)	8.8	0.4	89.1	10.9	10.9
	17年 (450)	6.4	0.4	93.6	6.4	6.4
九州・沖縄	23年 (580)	5.5	0.4	93.0	7.0	7.0
	20年 (583)	10.2	0.4	89.7	10.3	10.3
	17年 (600)	4.8	0.4	93.3	6.7	6.7



(1) 献血では感染症に感染しないことの認知 (Q16)

【献血では感染症に感染しないことの認知率は5割弱】

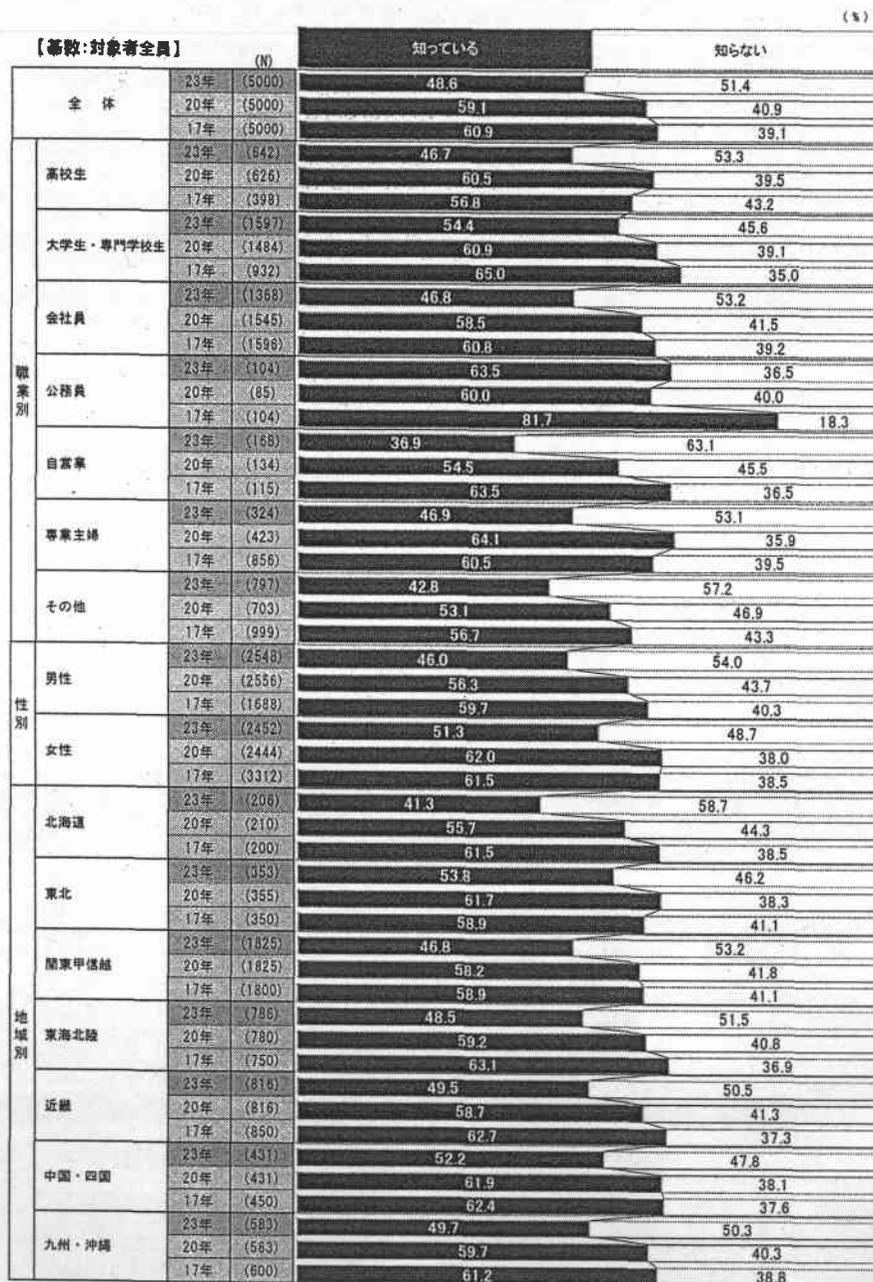
- 献血でエイズ、肝炎といった感染症に感染しないことを認知している人は48.6%。
- 職業別では、大学生・専門学校生の認知率(54.4%)と公務員の認知率(63.5%)が他の層と比べて高く、一方自営業の認知率(36.9%)は他の層と比べて低い。
- 性別では、女性の認知率(51.3%)が男性の認知率(46.0%)に比べて5ポイント高い。
- 地域別では、北海道の認知率(41.3%)が他の地域と比べて低く、一方東北の認知率(53.8%)は他の地域と比べて高い。

- 17年度調査と20年度調査では全体での認知率に大きな変化はみられなかったが、23年度調査では全体の認知率は11ポイント低下した。
- 職業別では、20年度調査と比べると、公務員以外の層で認知率が低下している。特に自営業、専業主婦ではそれぞれ17ポイント以上低下しており顕著。
- 性別・地域別では、いずれの層も20年度調査と比べると認知率が大幅に低下している。



(1) 献血では感染症に感染しないことの認知 (Q16)

Q16. 献血でエイズ、肝炎その他の感染症に感染することはありませんが、そのことを知っていますか。



4. 感染症・血液製剤について

【未経験者編】



(2) 血液製剤の海外血液依存の認知 (Q17)

【血液製剤の海外血液依存の認知率は1割】

- 血液製剤は未だ海外の血液に依存しているということを認知している人は10.8%で1割にとどまる。
- 職業別では、公務員の認知率(15.4%)が他の層に比べてやや高い。
- 性別・地域別による大きな差はみられない。

- 過去2回調査と比べると、全体の認知率は低下傾向にあり、23年度調査は17年度調査から12ポイント認知率が低下している。
- 職業別では、特に公務員と自営業で17年度調査と23年度調査を比べると認知率が17ポイント以上低下しており顕著である。
- 職業別、性別、地域別のいずれの層も、17年度調査から認知率が低下傾向にある。

4. 感染症・血液製剤について

【未経験者編】



(2) 血液製剤の海外血液依存の認知 (Q17)

Q17. 血液製剤(*)は未だ海外の血液に依存していることを知っていますか。
*重症熱傷に用いるアルブミン製剤では、国内自給率は未だ58%台である。

【基数:対象者全員】

	(N)	知っている		知らない	
		割合	割合		
全体	23年 (5000)	10.8	89.2		
	20年 (5000)	14.5	85.5		
	17年 (5000)	22.6	77.4		
高校生	23年 (642)	13.1	86.9		
	20年 (626)	13.9	86.1		
	17年 (398)	24.4	75.6		
大学生・専門学校生	23年 (1597)	12.3	87.7		
	20年 (1484)	16.4	83.6		
	17年 (932)	25.6	74.4		
会社員	23年 (1368)	10.1	89.9		
	20年 (1545)	13.5	86.5		
	17年 (1596)	23.6	76.4		
公務員	23年 (104)	15.4	84.6		
	20年 (85)	21.2	78.8		
	17年 (104)	32.7	67.3		
自営業	23年 (189)	7.7	92.3		
	20年 (134)	17.9	82.1		
	17年 (115)	29.6	70.4		
専業主婦	23年 (324)	9.3	90.7		
	20年 (423)	10.6	89.4		
	17年 (656)	19.2	80.8		
その他	23年 (797)	8.2	91.8		
	20年 (703)	14.2	85.8		
	17年 (999)	18.7	81.3		
性別	男性	23年 (2548)	11.7	88.3	
	20年 (2556)	14.3	85.7		
	17年 (1688)	24.8	75.2		
女性	23年 (2452)	10.0	90.0		
20年 (2444)	14.8	85.2			
17年 (3312)	21.5	78.5			
地域別	北海道	23年 (206)	10.2	89.8	
	20年 (210)	17.1	82.9		
	17年 (200)	22.5	77.5		
東北	23年 (353)	11.9	88.1		
20年 (355)	18.0	82.0			
17年 (350)	23.1	76.9			
関東甲信越	23年 (1825)	10.6	89.4		
20年 (1825)	13.3	86.7			
17年 (1800)	18.7	81.3			
東海北陸	23年 (785)	11.7	88.3		
20年 (780)	15.4	84.6			
17年 (750)	25.1	74.9			
近畿	23年 (816)	10.7	89.3		
20年 (816)	13.7	86.3			
17年 (850)	25.3	74.7			
中国・四国	23年 (431)	10.0	90.0		
20年 (431)	17.2	82.8			
17年 (450)	23.3	76.7			
九州・沖縄	23年 (583)	10.8	89.2		
20年 (583)	13.6	86.4			
17年 (600)	26.8	73.2			