

ドナー登録者の 増加に向けた課題と 今後の取組について

令和5年9月21日

保健・疾病対策課

現状について

令和3年9月、
骨髄バンクに関する世論調査が実施された。

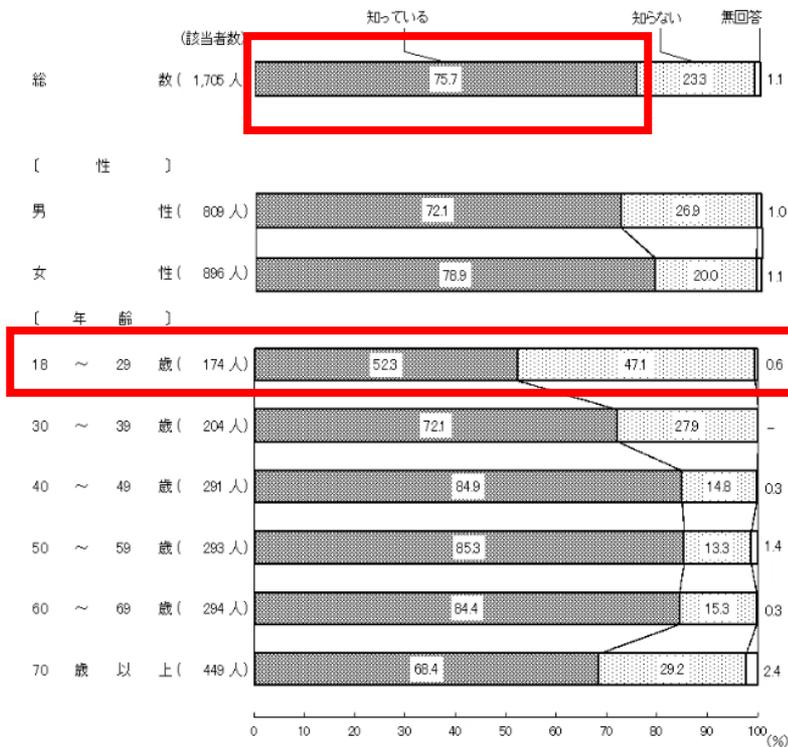
世論調査とは

- 内閣府が、政府の施策に関する国民の意識を把握するために実施している。
- 調査員が訪問して、対象の方から直接聞く方式
又は調査票を対象の方に郵送し、回答を記入
した調査票を返送していただく方式で行っている。
- 令和3年9月の調査は、全国の18歳以上の日本
国籍を有する者 3,000人を対象に実施。

世論調査 結果

「骨髄バンク」について知っているか

図12 「骨髄バンク」の認知度

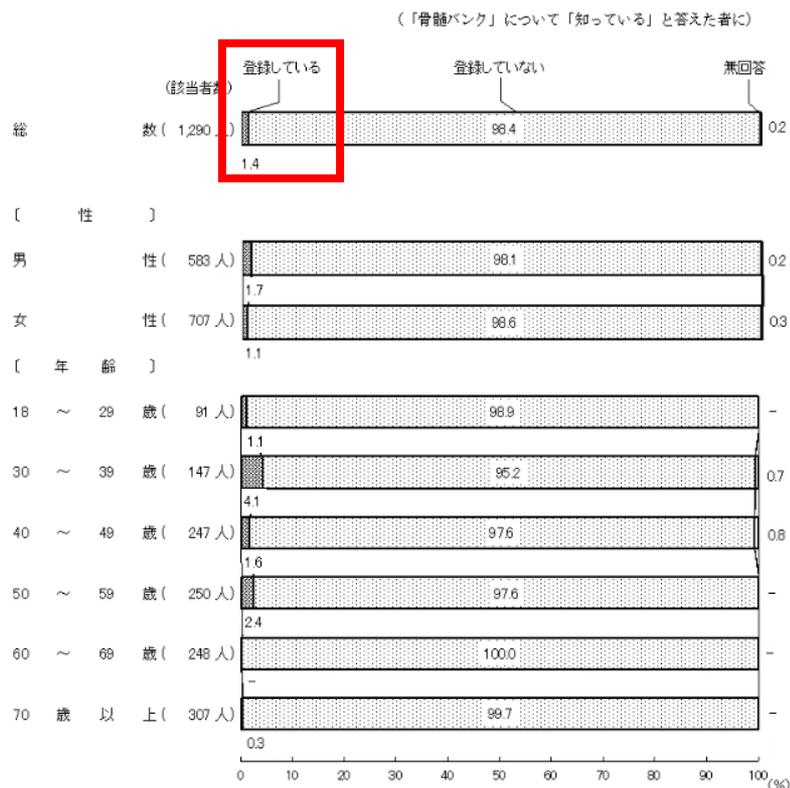


- 知っている人と回答した人は、**75.7%**。

- 18~29歳は**52.3%**で最も低い

ドナー登録しているか

図14 「骨髄バンク」へのドナー登録状況

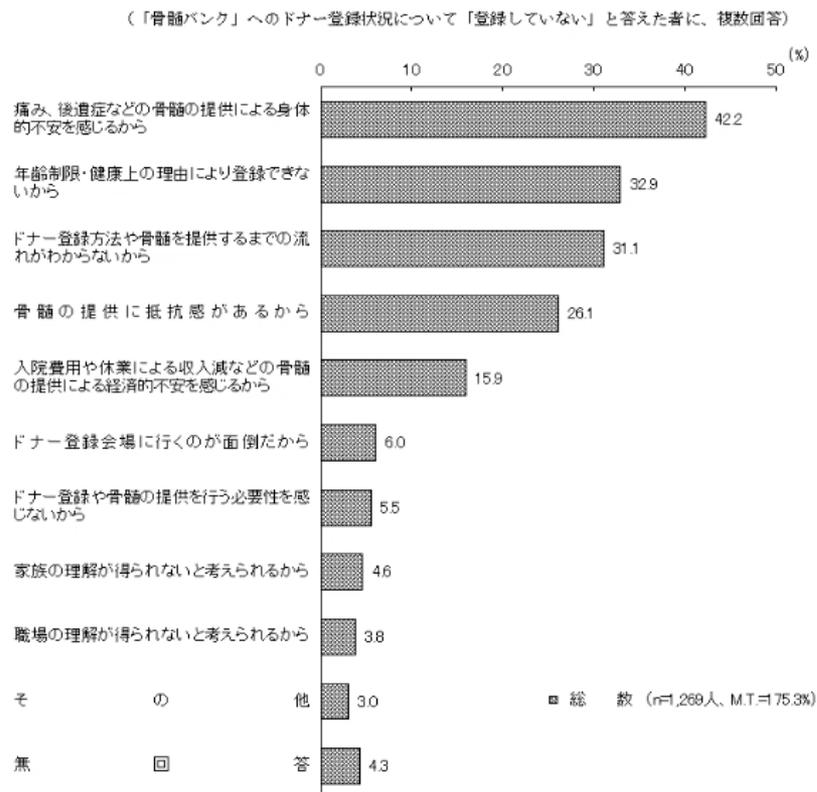


骨髄バンクについて知っている人と回答した人のうち、ドナー登録している人は**1.4%**。

骨髄バンクのことを知っても登録する人は少ない

ドナー登録していない理由は何か

図15 「骨髄バンク」にドナー登録していない理由



- 身体的不安を感じる
(痛み、後遺症等)
- 流れがわからない
- 経済的不安
- 面倒
- 必要性を感じない
など

どうすれば

登録者が増えるか？

令和4年度の連絡会議で いただいた意見と検討結果

意見①

商業施設や大学での登録会の開催数を増やしたらどうか。

検討結果①

- ・ 献血ルームが近くにある場所では、献血者の取り合いになるため、献血・骨髄バンクドナー登録会の実施が難しい。
- ・ 屋外での実施となる場合、テントを設置できる広さが必要となるため、スペースの都合上、開催が難しい。

意見②

スポーツイベントでの啓発に力を入れてはどうか。

検討内容②

一定の集客があるクラブについて検討

- ・ 松本山雅FC：啓発を行う場合、費用負担が必要。
- ・ AC長野パルセイロ：H28年から継続実施。
- ・ 信州ブレイブウォリアーズ：
スペースの都合上開催が難しい。

 パルセイロでの啓発を継続する。

意見③

ラブラッドとの連携はできないか。

検討結果③

献血のアプリであるため難しい。

ラブラッドとは・・・

献血ウェブ会員システムのこと。（全国统一）

アプリで献血予約等ができる。

意見④

SNSを活用した啓発をしたらどうか。

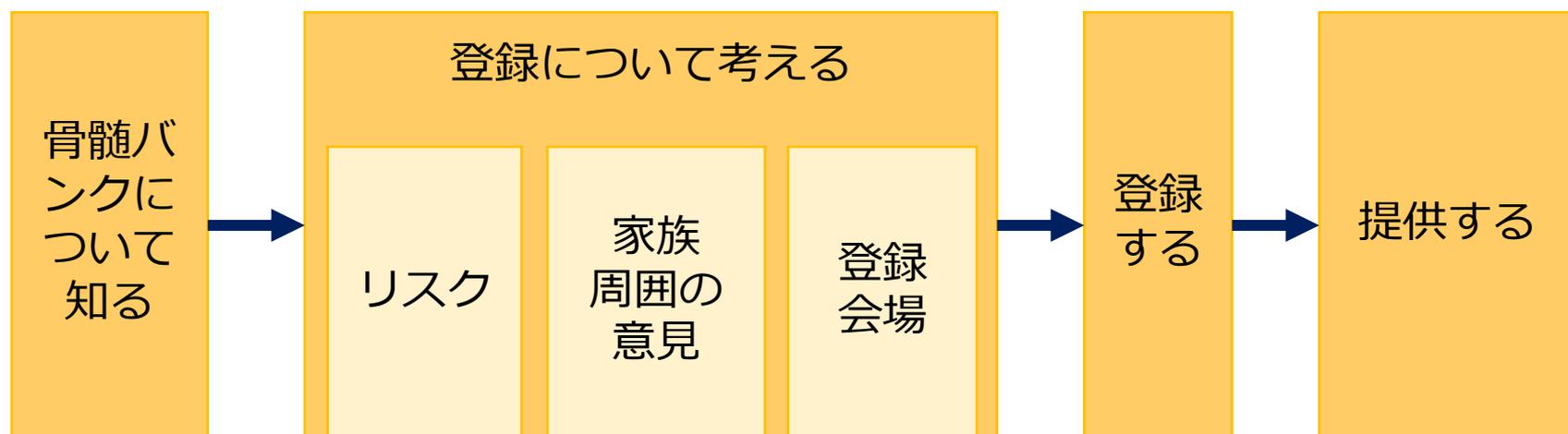
検討結果④

今年度はWEB広告（SNSを含む）を実施する予定。

世論調査や
令和4年度のご意見をもとに

ドナー登録・提供までの
県民の流れを
整理してみました

登録から提供までの流れ



段階に応じた働きかけが必要では

① 骨髄バンクについて知る



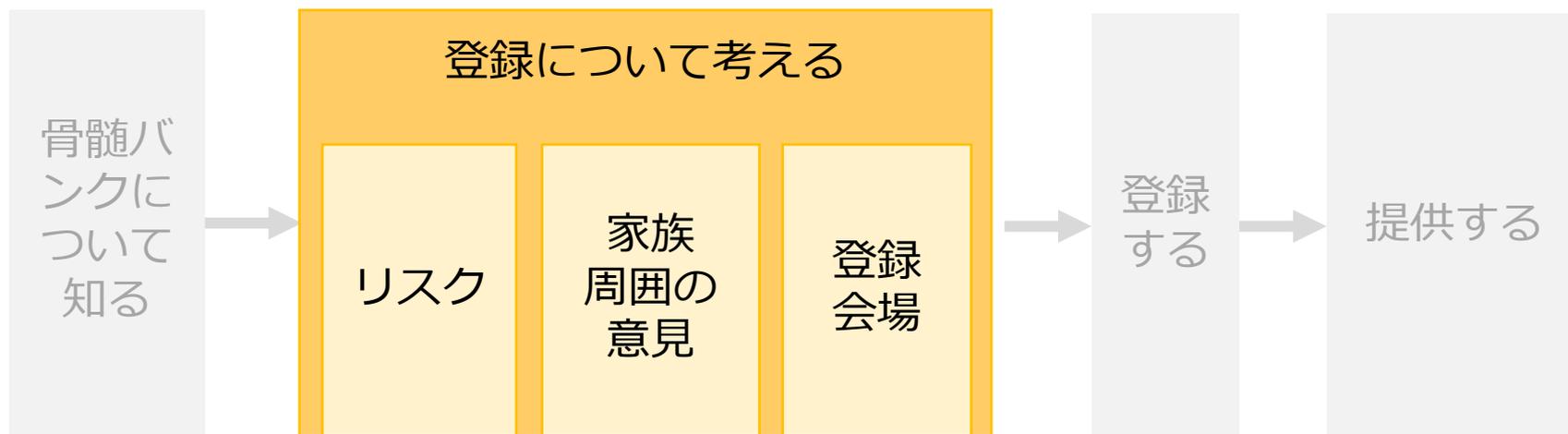
取組

- 日本骨髄バンクによる啓発
- 高校卒業生向けの啓発チラシの配布
- 大学生へのクリアファイル配布
- 語り部講演会の開催（学校）
- 令和5年度骨髄バンク推進月間の取組（県・保健所）
 - ・県ホームページ、ラジオ、テレビ、広報誌での広報、チラシの配布
- AC長野パルセイロホームゲームでの啓発活動

令和5年度 AC長野パルセイロ ホームゲームでの啓発活動

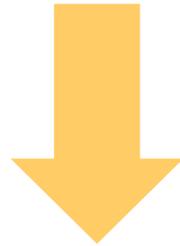
- 10月のAC長野パルセイロホームゲームで実施予定。
- チラシの折り込み、場内アナウンス等により呼びかけを行う。
- 場外においてドナー登録会を実施予定。

② 登録までにどんなことを考えるか？



- 痛みはあるのか？痛みが続くのか？
- 副作用が怖い
- 自分の身体の一部を提供するのは怖い
- 家族に相談
- 今は仕事や子育てで休めない、入院できない
- 自分以外の誰かが登録してくれるだろう
- 登録会場はどこ？

骨髓バンクのことを知って
いても登録する人は1.4%



登録について考える段階で
約98%が登録を
断念している

登録について
じっくり考えてもらう
機会を作る必要がある
のではないか

② 取組



○WEB広告での考えるきっかけづくりを実施予定

WEB広告について（新規）

- 10月に骨髄バンクに関する広告を作成する。
- SNS上（LINE、Instagram等）で広告を表示予定。
- ターゲットは18～39歳。
- 広告をクリックすると、県のホームページにつながる。



登録について一度立ち止まって
考えてもらう

WEB広告作成に向けた 大学生との意見交換で出た意見

- 骨髄バンクが他人事ではないと思うと登録できるのではないか。
- リスクのことや、家族がどう思うかを考えると登録のハードルは高い。

正直なところ・・・

広告だけでは厳しい

(広告は知らないことを知る、周知の部分に効果的)

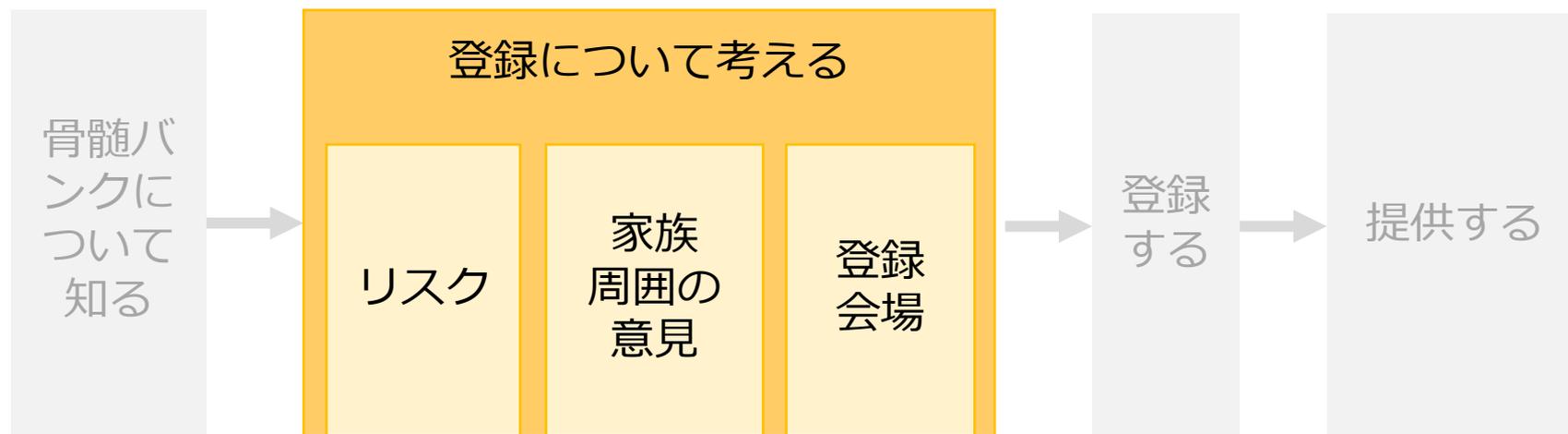
登録への後押し

- R3年度、ライオンズクラブ様からの寄付のもと、ステンレスボトルを作成。（300個）
- その結果、例年同時期より、約50名登録者数が増加。



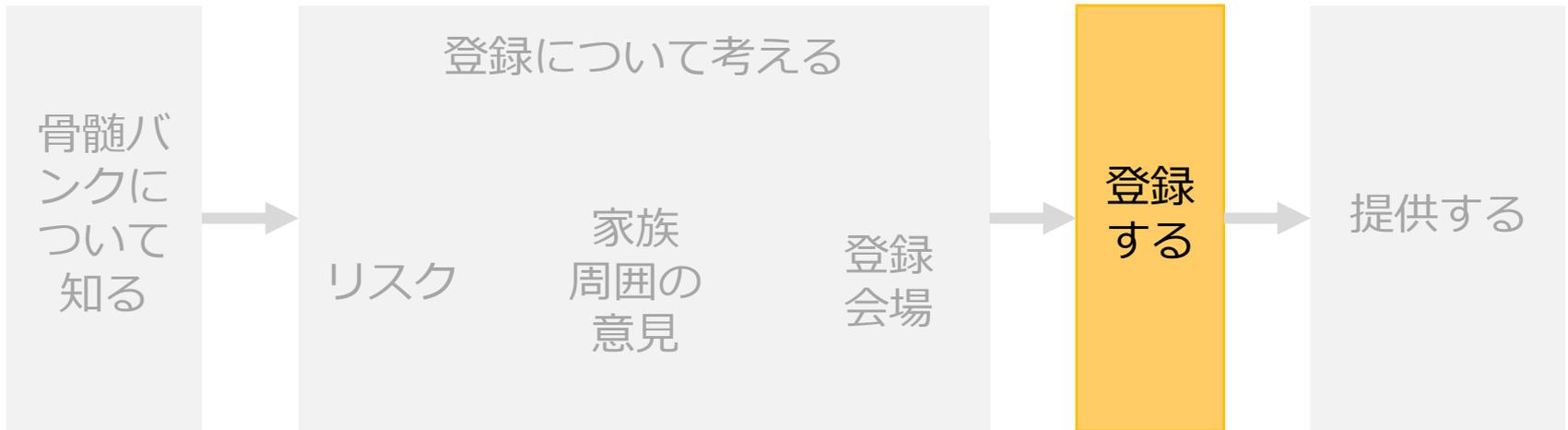
登録を後押しするインセンティブがあると良いだろう

② 登録までにどんなことを考えるか？



- **じっくり考えるための策**
- **登録を後押しできる策 が必要**

③ 登録する



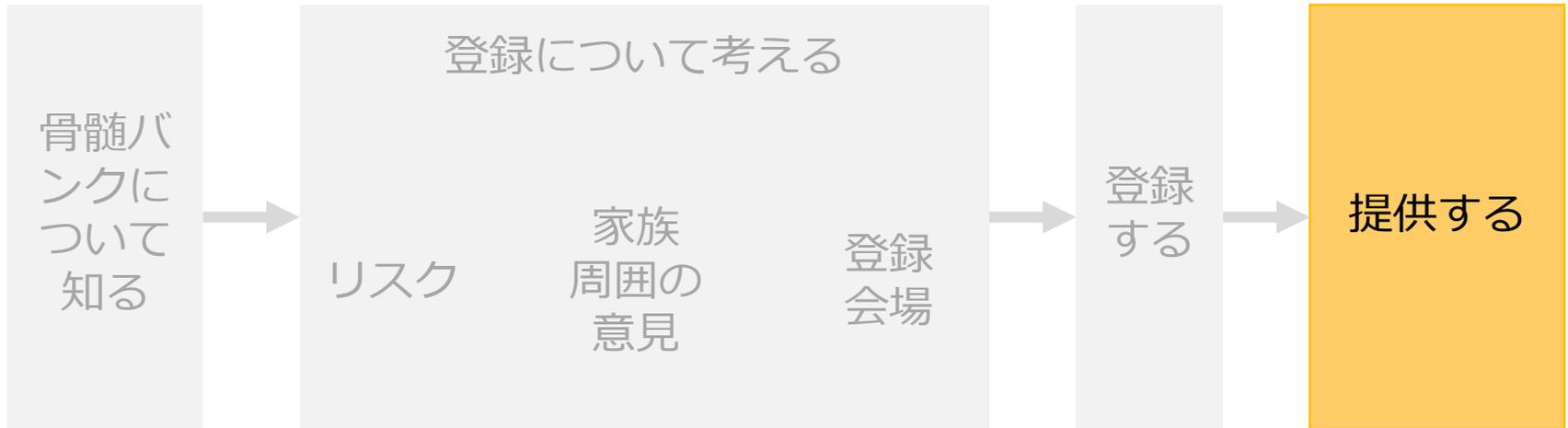
取組

- 献血ルーム、献血併行登録会の開催
- 県内8保健所で登録受付



よりアクセスしやすい方法が必要
例) スポーツイベントでの開催

④ 提供する



取組

○長野県骨髄バンクドナー助成制度補助金の継続

登録から提供までの流れ



啓発の実施

- ・ 高校生
- ・ 大学生
- ・ 月間
- ・ スポーツイベント

- ・ じっくり考えるための策
(立ち止まらせる広告)
- ・ 登録を後押しできる策
(例：インセンティブ)

アクセス
しやすさ

休業補償

登録から提供までの流れ



啓発の実施

- ・ 高校生
- ・ 大学生
- ・ 月間
- ・ スポーツイベント

- ・ じっくり考えるための策
(立ち止まらせる広告)
- ・ 登録を後押しできる策
(例：インセンティブ)

アクセス
しやすさ

休業補償