本日発表する内容

厚生科学審議会 疾病対策部会
臓器移植委員会(第83回)
令和8(2026)年11月11日
資料4

➢ 日本骨髄バンクの若年層への情報発信と、ピアリーダー(経験者・同世代・ボランティア)の活用についてご報告します。

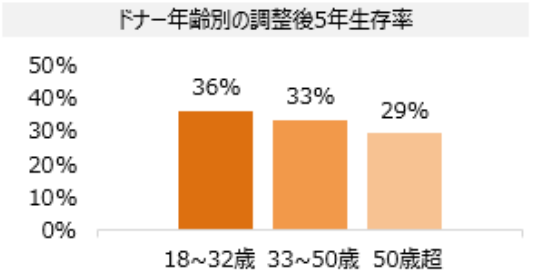
【日本骨髄バンク 発表内容】

1. 現状:若年ドナーを増やす理由と主な施策
2. SNSを活用した情報発信
3. 提供経験者・移植経験者による情報発信(語りべ)
4. ユースアンバサダーによる情報発信
5. 学域でのドナー登録会開催促進
6. ボランティア・ボランティア団体との連携協力

現状（骨髄バンクにおける普及啓発・ドナー登録推進の取り組みについて）

- 日本骨髄バンクは、骨髄・末梢血幹細胞提供あっせん事業者として、患者・ドナーのコーディネート、ドナー登録推進・普及啓発等を担う。
- 若いドナーほど移植成績がよく、提供できる期間も長いことから、「若年ドナーを増やす」ことに重点を置いて取り組んでいる。

① 移植成績に関するエビデンス

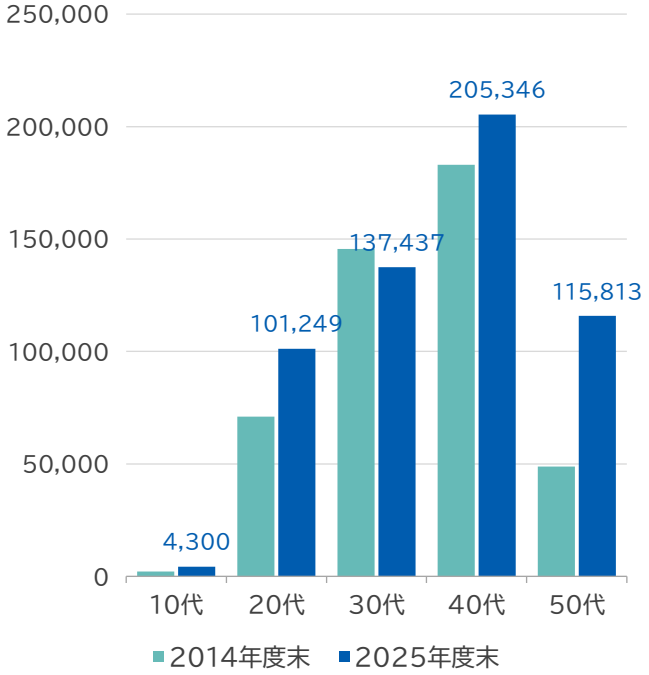


全死亡ハザード比

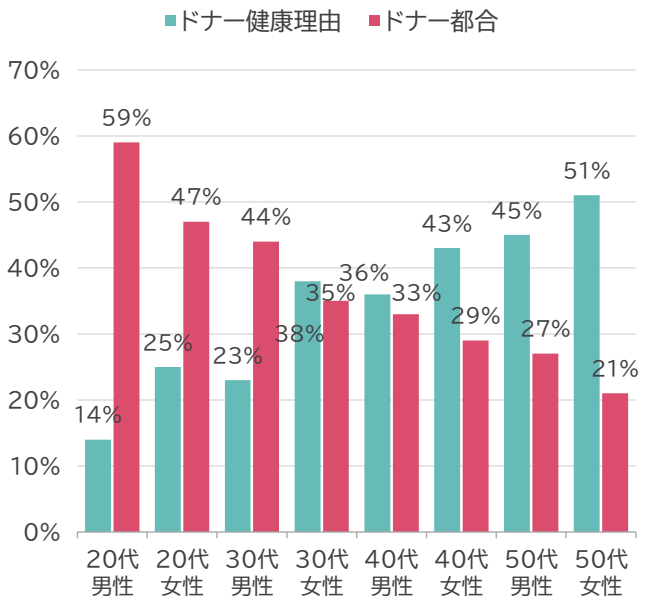
ドナー年齢	全死亡ハザード比	95%信頼区間
18~32歳	1.00	-
33~50歳	1.13	[1.05~1.20]
50歳超	1.29	[1.14~1.46]

血液悪性腫瘍に対する非血縁者間造血幹細胞移植において、若年ドナーから移植を受けた場合に良好な予後を示すことが報告されている

② 年代別ドナー登録者数（人）



③ 年代別コーディネート終了理由



若年層は健康理由の終了が少ない一方、都合による終了が多い

出典：①Kollman C, et al. Blood 2016;127(2):260-267 ②日本赤十字社登録データ（同資料1 p23） ③令和8年7月 厚生労働科学研究 福田班 班会議 平川氏資料（同資料1 p26）

現状（骨髄バンクにおける普及啓発・ドナー登録推進の取り組みについて）

- 新規ドナー登録者に占める20代以下の割合は、10年前の40.4%から54.1%に向上（30代以下は74.2%）。
- 一方、18～29歳の認知度は52.2%と全年代で最も低く、若年層への発信が引き続き課題。

【主な施策】

＜広く「知ってもらう」取り組み＞

☆SNSによる情報発信

＜若年層の「自分事化」と「行動」を促す取り組み＞

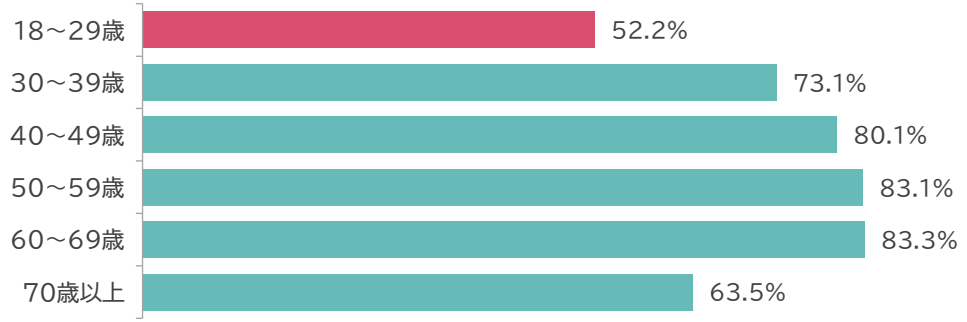
☆提供経験者・移植経験者による情報発信

☆ユースアンバサダーによる情報発信

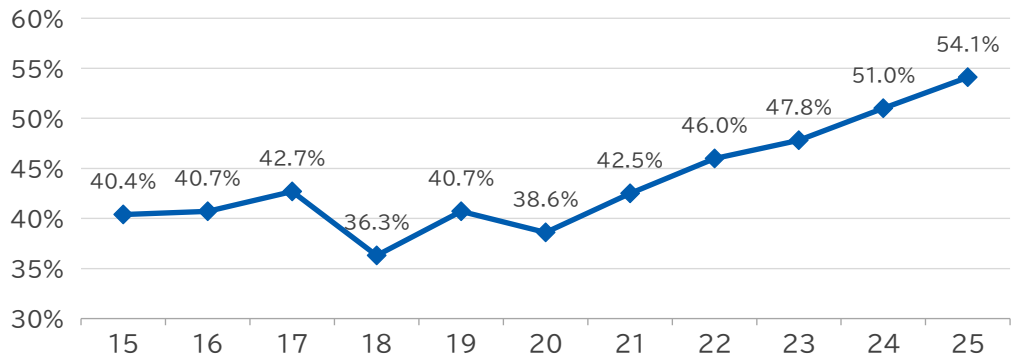
☆学域でのドナー登録会

☆ボランティア・ボランティア団体との連携協力

骨髄バンクの認知度（年齢別・全体73.4%）



新規登録者に占める10代・20代の割合（2015～2025年度）



出典：認知度＝内閣府「移植医療に関する世論調査」（令和7年7月調査）／新規登録者の割合・登録者現在数＝日本赤十字社登録データ（第62回造血幹細胞移植委員会 資料1 p23）／30代以下74.2%＝同 資料3 p3

○SNSを活用した情報発信（1/2）背景・ねらい・媒体

➢ 若年層が日常的に情報を得るSNSで、正確な情報と経験者の声を継続的に届けている。

■ 背景

- 献血会場だけでは、献血に来ない若年層に届かない
- 18～29歳の認知度は52.2%で全年代で最も低い
- 未登録の理由には、身体的な不安や「登録方法がわからない」など、情報発信でカバーできるものが多い

■ ねらい

①認知の拡大と正しい理解の促進

②共感し、広めてくれる人を増やす

③登録者とのコミュニケーション

④ドナー休暇制度など支える制度の普及

媒体	主な役割・投稿頻度・コンテンツ
X @JMDP1789	一般向け：毎日 正しい理解の促進のため、骨髄バンクの基本情報や制度紹介を発信。拡散力を生かし、登録会情報やイベント告知なども
Instagram @jmdp.donors	一般向け（Xより若年層）：月数回～ 写真・動画で経験者の声を中心に発信
Facebook	一般向け 活動・イベントの報告
LINE	ドナー登録者向け：月1回 リテンションのため、ドナーにやってほしいことや知っておいてほしい情報の発信
YouTube	登録や提供についての説明動画
note	ユースアンバサダーによる同世代向け発信

出典：内閣府「移植医療に関する世論調査」（令和7年7月調査）／日本骨髄バンク「日本骨髄バンクについて」（2026年7月）

○SNSを活用した情報発信（2/2）取り組み事例と成果

➢ 情報を「見てもらう」だけでなく、制度の導入や登録の申込みといった行動につながる発信を重ねている。

■ これまでの取り組み事例と成果

ドナー休暇制度の発信

制度を紹介したXの投稿が400万ビューを超え、社会的に関心の高いトピックといえる。
導入企業・団体は963社に（2026年10月末）



#オレンジ30000チャレンジ

著名人からのプレゼント企画「Xチャリティチャレンジ」や、全国のコミュニティFMを巻き込んだ「ラジオ100局チャレンジ」を中心に認知拡大を図った。
（2025年度末17,287人）



スワブ登録トライアル3（2025年度）

SNS・Web広告とラジオでの告知を組み合わせ、約5,200件の申込みがあった。



出典：日本骨髄バンク「日本骨髄バンクについて」（2026年7月）／第62回造血幹細胞移植委員会 資料1 p28・資料3 p7・p14・p15

○提供経験者・移植経験者による情報発信（1/2）語りべ講演

➢ 同世代の経験者の言葉は、若年層が骨髄バンクを「自分事」として捉え、登録を考えるきっかけになる。

1）語りべ講演の推進

- **講演者：**移植経験者・提供経験者（ユースアンバサダーも登壇）
- **開催場所：**大学・専門学校、中学・高校、企業研修、オンライン
- **ねらい：**同世代の経験を通じて、骨髄バンクを「自分事化」してもらう
- **課題：**講演者の不足（オンライン・録画も活用し、全国で募集中）

プログラム例

大学・専門学校（～90分）



高校・企業（～50分）



地域での広がり（例）

埼玉県草加市：全市立中学校の2年生を対象に実施

一部の都道府県庁：大学へ働きかけ、希望する大学を対象に実施

出典：日本骨髄バンク「日本骨髄バンクについて」（2026年7月）／MONTHLY JMDP 2026年5月号

○提供経験者・移植経験者による情報発信（2/2）オンライン発信と効果

➢ 講演に参加できない人にも経験者の声が届くよう、ウェブ・SNSで体験談を常時公開している（1990年代から継続）。

2）オンラインでの体験談発信

- 公式HP「みんなのストーリー」：経験者の体験談を掲載
- **SNS**：体験談の画像展開、移植経験者の動画配信
- **講演の代替**：オンライン講演・録画動画で対応





出典：日本骨髄バンク公式サイト「みんなのストーリー」／骨髄バンクニュース vol.04（1994年6月）

○ユースアンバサダーによる情報発信

➢ ユースアンバサダー（YA）は10～20代のボランティア。同世代が同世代に骨髄バンクを伝え、若年層の認知・理解・登録の拡大をはかる。

- **メンバー：**大学生・社会人（移植・提供の経験者を含む）
- **活動内容：**
  - noteでの発信
  - 語りべ講演への登壇
  - ラジオ等のメディア出演
  - イベントでの普及啓発・運営補助
  - 「つなげ！骨髄バンクサミット」（2026年3月）で若者・企業・団体と議論

ユースアンバサダーの取り組み



出典：日本骨髄バンク「日本骨髄バンクについて」（2026年7月）／MONTHLY JMDP 2026年5月号

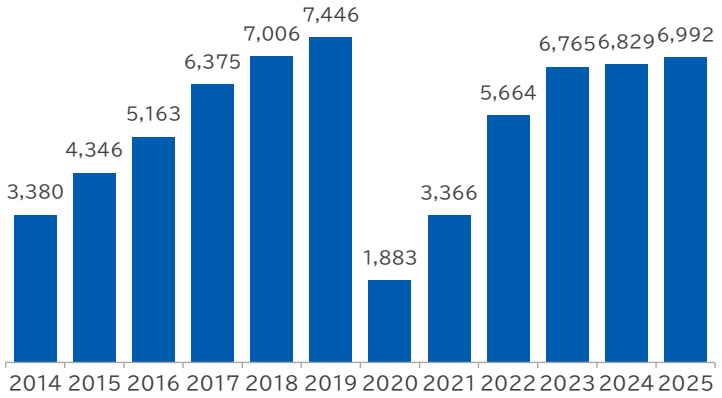
○学域でのドナー登録会開催促進

➢ 新規ドナー登録の大半は献血会場での併行登録会による。若年ドナー獲得に向け、大学・専門学校等の学域での開催を重点的に増やしている。

- **開催回数：**学域での登録会は約1,000件
  （2025年度、前年度比 約1割増）
- **学域が有効な理由：**
  - 18歳以上の集団が毎年入れ替わる
  - 未登録者が多く、新規登録につながりやすい
  - 提供可能期間の長い若年層にまとまって届く
- **学生説明員の養成：**全国の高校・大学で養成が進む

- **その他の取り組み：**学生ドナーの公欠制度の周知（導入22校）

大学・教育機関でのドナー登録者数（人）



2020～21年は新型コロナウイルス感染症の影響で減少





出典：MONTHLY JMDP 2026年9月号／日本骨髄バンク「日本骨髄バンクについて」（2026年7月）／第62回造血幹細胞移植委員会 資料3 p6・p15／日本骨髄バンク公式HP

○ボランティア・ボランティア団体との連携協力

➢ 臓器移植との大きな違いは、ドナーリクルートの実務を全国のボランティア（説明員）が担っている点。骨髄バンク設立運動以来の協力関係が続いている。

日本骨髄バンク	ボランティア説明員（個人）	ボランティア団体
説明員を個人に委嘱し、研修・情報提供を行う ・会議・研修会で方針を共有 ・地区普及広報委員が地域を支援	**登録会の現場で説明・確認を担う** ・献血併行型登録会の開催・説明・受付 ・語りべ講演会の開催・調整・講演	**全国骨髄バンク推進連絡協議会と各地の推進団体** ・構成員への周知協力 ・ドナー登録会の企画・実施 ・街頭・イベントでの普及啓発

■ これからの連携

地域に根ざした団体・説明員の活動が、自治体・学校・企業での登録会につながっている。
今後は、説明員の高齢化を踏まえ、学生説明員・ユースアンバサダーなど若い担い手を育て、
経験豊富な説明員が支える関係をつくる。

出典：日本骨髄バンク「日本骨髄バンクについて」（2026年7月）／第62回造血幹細胞移植委員会 資料1 p36・資料3 p6／第35回造血幹細胞移植委員会 資料（2013年）

まとめ：若年ドナー確保に向けた取り組みのポイント

- 若いドナーほど移植成績が良く、提供できる期間も長い。
「知る」「行動する」「支える」の3つの視点で取り組む。

1 **「知ってもらう」**
SNSで正確な情報を広く届ける

2 **「行動してもらう」**
経験者の語りと登録の場で、自分事化から登録へ

3 **「支える人を育てる」**
ボランティアとともに、次の担い手を育てる