

献血者確保対策について（都道府県の主な取り組み）

1. イベント開催等

都道府県名	事業等の名称	事業内容	本事業の効果・効果の要因・ 27年度に向けた改善点
秋田県	夏の献血感謝祭	<ul style="list-style-type: none"> ・無料の屋台やステージイベントを行い、県民への日頃の感謝の気持ちを伝えるとともに、「愛の血液助け合い運動」月間の周知と献血の普及啓発を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：会場来場者 650 人 献血実績 100 人 ・効果要因：事前にイベント告知用のポスターやチラシを掲示・配布したことから、当日は会場に多くの人が集まった ・改善点：採血不適合者数が 16 人と多いため、次回イベント時には改善を図る
栃木県	血液センターまつり	<ul style="list-style-type: none"> ・模擬店の出店やマスコット、混声合唱団、大道芸人等の出演、献血 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：献血者数 189 名 内 200mL 献血者数 10 名、400mL 献血者数 94 名 ・効果要因：イベントの来場者数 233 人に対し、非常に多くの献血者数を確保することができた。 ・改善点：降雨時の来場者への対応。待ち時間の関係上で帰宅される方がいたことから、待ち時間の短縮を図る。

群馬県	「献血感謝デー」 キャンペーン	<ul style="list-style-type: none"> ・血液センター所長感謝状贈呈式及びクイズ、コンサートなどのアトラクションイベント 等 ・移動献血バスでの献血実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：来場者数約 500 名 ・効果要因：平成 26 年度で 6 回目。周辺住民の方々にも提起イベントとして認知されてきている。 ・改善点：音や来場者の動線の都合により、受付場所の考慮が必要。
埼玉県	埼玉県フェア 2014 (4 日間開催)	<ul style="list-style-type: none"> ・献血クイズ、着ぐるみや学生による呼びかけ、展示ブースの設置 ・移動献血バスでの献血実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：献血受付者 131 名 ・効果要因：タレントにご協力いただき、会場内での呼びかけを実施したこと。学生ボランティアが呼びかけを行ったことで、若者へ献血の重要性を訴えることができた。 ・改善点：展示ブースがあまり活用できなかった。ステージ上での呼びかけが 1 日 のみであった。
神奈川県	若年層献血推進イベント「ボラフェスタ in KA NAGAWA」	<ul style="list-style-type: none"> ・ボランティア団体活動紹介ブースの設置 ・移動献血バスでの献血実施 ・緊急車両の展示 ・FM 公開生放送 等 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：献血者数 59 名。学生ボランティアの基盤強化。 ・効果要因：イベント参加学生に対して、事前に勉強会を実施した。

滋賀県	愛の献血感謝のつどい	<ul style="list-style-type: none"> ・ 献血の推進に特に功績のあった団体、個人に対して表彰状を伝達、贈呈等を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業効果：来場者数 307 名 ・ 効果要因：報道機関への情報提供 ・ 改善点：若い方の出席が少なかったため、出席いただけるような取組が必要。
	赤十字キッズフェスティバル2015	<ul style="list-style-type: none"> ・ 小学生を対象に献血模擬体験、施設見学等を実施。 ・ 大学生協賛のもと、ステージ発表等、様々企画を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業効果：来場者数 385 名。当日の様子がテレビ放送された。 ・ 効果要因：プロジェクトメンバーを形成し、学生と血液センター間でイベント内容を調整したことによる。 ・ 改善点：学生への依存度の高さ。
奈良県	レッドクロス+フェスティバル	<ul style="list-style-type: none"> ・ 赤十字の活動を広報する。 ・ 救急法講習、赤十字活動に関するパネル展示、ステージイベント、スタンプラリー等を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業効果：体験型ブース参加者数約 200 人（昨年度比約 4 倍）。より積極的に体験してもらえるプログラムとすることにより、赤十字活動に関する理解がより深められた。 ・ 効果要因：地元商工会や市のゆるキャラ、地元の中学校吹奏楽部に参加していただくことにより、その関係者の来場者が増え、今まで興味がなかった方が足を運びきっかけとなった。

高知県	けんけつ啓発イベント ・デザインコンテスト	<ul style="list-style-type: none"> ・テーマ「高知で若い世代に献血をアピール」 ・若者感覚を取り入れて、自由なアイデアで企画・デザインを募集 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：34名の応募 イベント当日献血受付81名、 血者数69名 ・効果要因：献血をテーマに授業の一環として取り組んでもらった ・改善点：（コンテスト）学生以外の層への広報活動の工夫 （イベント）提案内容と実現可能性との折り合いの工夫
佐賀県	献血ふれあいフェスタ	<ul style="list-style-type: none"> ・献血推進団体に対する感謝状等の伝達、贈呈 ・ステージでの地元ミュージシャンによるライブや献血クイズ ・学生ボランティアによる献血の呼びかけ ・けんけつちゃんとの記念撮影 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：献血者数98名 ・効果要因：イベント告知のため、1ヶ月前からラジオ放送での呼びかけを行ったこと。 ・改善点：若年層への献血啓発に繋がるような取組を行う。
宮崎県	みやざき愛の献血運動推進県民大会	<ul style="list-style-type: none"> ・献血運動協力団体の表彰及び講演を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：来場者数約200名。 ・効果要因：本大会に関するマスコミ報道（新聞及びテレビのニュース）等により、県民に対して献血に対する意識付けができた。 ・改善点：平日の開催であったため、献血サポーター事業所からの参加が少なかった。

2. 学生・高校生等ボランティア活動

都道府県名	事業等の名称	事業内容	本事業の効果・効果の要因・ 27年度に向けた改善点
青森県	学生クリスマス献血キャンペーン	・学生献血推進連絡会を中心に、3日間、津軽三味線演奏、くじ引き等のイベントを実施	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：3日間で献血協力172名 (若年層の割合：25%、44名) ・効果要因：学生目線で企画した普及啓発活動が若年層献血者の増加につながった ・改善点：気軽に献血ボランティアに参加できる基盤をつくり、学生献血推進連絡会に参加する学生を増やす
宮城県	学生クリスマス献血キャンペーン	・学生献血協力団体が中心となり、ショッピングモール等の献血会場での呼びかけを実施	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：イベント実施前の実績と比較し、献血実績が最大1.9倍となった ・効果要因：イベントブースで学生団体によるゴスペルやトーンチャイムの演奏を行い、献血の啓発を実施 ・改善点：キャンペーン日程を増加した結果、会場ごとに学生数のばらつきが発生したため、参加できる学生を増やすことや、日程・会場を検討したい

静岡県	アボちゃんサポーター事業	<ul style="list-style-type: none"> 県内高校生徒 183 名に献血ボランティア「アボちゃんサポーター」を委嘱し、献血啓発広報活動を実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> 事業効果：献血意識の普及（献血ボランティア本人だけでなく、周りの生徒や一般県民） 効果要因：同世代に対しての呼び掛け効果に加え、他の年長者の年代に対しても高校生からの呼び掛けは効果的である。
大阪府	高校生による街頭献血キャンペーン	<ul style="list-style-type: none"> 高校生が街頭で献血への協力を呼びかける。 	<ul style="list-style-type: none"> 事業効果：啓発品配布数約 2,000 個。新聞への記事掲載。 効果要因：高校生が呼びかけを行ったため、通行者の目にとまりやすかったこと。 改善点：平日の昼間にキャンペーンを行ったことから、通行者が少ない時間帯があったため、効率よく効果的にキャンペーンを実施するような工夫が必要。
兵庫県	高校生献血推進ボランティア事業	<ul style="list-style-type: none"> 文化祭等の機会を活用して、献血啓発コーナーを設置し、高校生献血推進ボランティアが献血のパネル展示、DVD 上映、アンケート等の啓発活動を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> 事業効果：県内 33 校の高等学校で実施し、高校生ボランティア計 430 名が啓発活動に従事した。 効果要因：同年代による普及啓発活動。 改善点：過去に実施した高校以外にも受け入れていただけるよう事業の PR が必要である。

和歌山県	ボランティア学生による県内献血推進活動	<ul style="list-style-type: none"> ・季節に合った記念品やキャンペーン名を掲げ県内各地の献血会場において啓発活動を実施。 ・メンバー自校の学内献血においても啓発活動を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：当日の献血者増につながった(1稼働 51.3 名)。また、同年代である 10・20 代献血者占有率が平成 26 年度全実績と比べると 4.8 %アップ。 ・効果要因：ボランティア学生の啓発活動が共感を呼んだこと。事前に研修を行い、計画的に事業を実施したことによる。 ・改善点：研修回数を増やし、より献血の現状を理解いただく。
鳥取県	「愛の血液助け合い運動月間 高校生街頭献血キャンペーン」	<ul style="list-style-type: none"> ・高校生による街頭献血キャンペーンを県内の 3 地区で実施 ・特に、県知事自らが献血の重要性、必要性を伝えた 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：高校生が献血の重要性について理解を深めるとともに、高校生による呼びかけにより、献血者確保に寄与した ・効果要因：県知事自らが献血の重要性、必要性を伝えた
香川県	高校生街頭献血キャンペーン	<ul style="list-style-type: none"> ・ショッピングモールや商店街などの協力を得て、献血に関する学習を行った後、街頭で献血の呼びかけのボランティアを行う 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：のべ 81 人 (12 校) アンケート回答者 18 名全員が「献血の必要性の理解が深まった」17 名が「今後献血に協力したい」 ・効果要因：献血可能年齢に達する高校生に献血の必要性を理解してもらう機会となった ・改善点：島内のイベント時に献血の呼び

			かけを行える機会を設けるようにする
佐賀県	はたちの献血キャンペーン	<ul style="list-style-type: none"> ・学生献血協議会と連携して、キャンペーンを実施。 ・学生ボランティアによる街頭呼びかけ、けんけつちゃんとの記念撮影を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：献血者数 81 名 ・効果要因：イベント告知のため、1ヶ月前からラジオ放送での呼びかけを行ったこと。 ・改善点：若年層への献血啓発に繋がるような取組を行う。

3. マスメディア等の活用

都道府県名	事業等の名称	事業内容	本事業の効果・効果の要因・ 27年度に向けた改善点
愛知県	地元ラジオ局とのコラボによる若年層献血推進事業	<ul style="list-style-type: none"> ・地元ラジオ局とのコラボレーションにより、同局番組内の中に献血献血コーナーを設けて広報啓発を行う。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：番組内に数多くのメールが寄せられた。 ・効果要因：放送内容にストーリー性を持たせ、リスナーの興味を引くような番組製作を心がけた。 ・改善点：事前広報等の不備。
岡山県	マスコミの活用	<ul style="list-style-type: none"> ・あらゆるメディアを活用し「献血」を溢れさせ、県民の「献血」への認知、興味、行動に誘導する ・献血に関するイベントや話題を、プレスリリースでマスコミに提供し取材依頼をする 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：取材応諾率約 75% 報道 122 件/年 約 2,550 万円の効果 ・効果要因：マスコミへの取材を週 1 回のペースで年間 52 回行った ・改善点：イベントなどは計画段階からマスコミを意識して内容を策定する

4. スポーツ団体等とのコラボ

都道府県名	事業等の名称	事業内容	本事業の効果・効果の要因・ 27年度に向けた改善点
北海道	冬の献血キャンペーン	<ul style="list-style-type: none"> ・冬期間の献血者確保対策として北海道日本ハムファイターズと連携した広報展開を実施 ・ファンフェスティバルに協賛しプロモーション及びイベント会場において献血を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：ファンフェスティバルには4.5万人の来場があり、献血協力者数は受付87人、採血数65人(すべて400mL) ・効果要因：献血者の確保の厳しい期間に集中してCM放送等により、冬期間の献血計画を達成した ・改善点：ファイターズの肖像権の使用にはスポンサー契約が必要となり高額となるため、費用対効果の検証及び球団との交渉が必要
福島県	JRA 福島競馬場とタイアップした献血運動	<ul style="list-style-type: none"> ・競馬場内の場内モニター及びターフビジョンを活用し、JRAの協力を得てジョッキーが献血の必要性を訴える動画・静止画像を放映したほか、JRAから提供を受けた競馬グッズを献血者へ提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：毎回、400mL献血で50～60名の献血協力を受けている ・効果要因：JRAの優れた広報媒体による献血啓発活動

山梨県	ワンフォーレ甲府とコラボした広報活動	<ul style="list-style-type: none"> 選手を起用したポスターやクリアファイル、団扇等を作成し配布。 イベント会場においてサイン会を実施。 広報用横断幕によるピッチ周回。 	<ul style="list-style-type: none"> 事業効果：献血者数 169 名（400mL 率 88.2%） 効果要因：イベント会場や試合会場への来場者、中学3年生を対象とした若年層を中心とした普及啓発を行った。 改善点：広報用横断幕によるピッチ周回は広報効果が薄いので要検討。
京都府	京都サンガFCとの献血推進コラボ企画	<ul style="list-style-type: none"> プロサッカーチームと共同した広報啓発（会場での献血ブースの設置、フリーペーパーへの広告掲載、オリジナルグッズの進呈等）を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> 事業効果：献血者数 210 名 効果要因：複数回献血クラブ会員の協力が多かったこと。 改善点：オリジナルグッズが配布開始後数時間でなくなったため、試合後に駆けつけた献血者に進呈できない事例があったことから、京都サンガFCサポーターを優先的かつ献血誘導ができるような工夫が必要。
徳島県	スポーツイベントを活用した献血啓発	<ul style="list-style-type: none"> 徳島インディゴソックスの球場で選手自らが啓発用うちわ、ティッシュを配布したり、球場の電光掲示板で献血の周知をした けんけつちゃんによる始球式 Jリーグ試合会場に移動採血車を配車し、献血車に記念品等を配布 	<ul style="list-style-type: none"> 事業効果：来場者数 1日目 164 名 2日目 6,674 名 献血者数 1日目 81 名 2日目 63 名 効果要因：球団の協力で作成した啓発資材を配布した 改善点：啓発資材の作成量の把握が難しいため、活用方法を検討する必要がある

<p>福岡県</p>	<p>献血感謝の集い「献血 Thanks day in ヤフオクドーム」</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・福岡ソフトバンクホークのオープン戦へ招待 ・入場ゲートにてサンプリング配布 ・コンコース内に2カ所のブースを設置しアンケートを実施 ・ビジョン及びモニターCM ・ラッキー7応援歌、勝利花火社名掲出 ・招待者の小、中学生のうち12名は始球式等の試合前イベントへ参加。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：招待者250組500名、来場者数34,160人。また、当日はテレビ中継もあり、来場者以外の多くの県民にアピールができた。 ・効果要因：広島東洋カープとのオープン戦であったことから来場者も非常に多く、ブースも大盛況であった。 ・改善点：事前準備間が短期間であったため、担当者の作業がタイトとなってしまった。
	<p>地域プロスポーツ団体との協働による献血推進</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・地元プロサッカーチームが告知等の献血推進活動を実施。 ・ホームゲーム時に献血を実施。 ・チーム関連商品を処遇品として配布。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：献血者162名（2日間合計） ・効果要因：スポーツチームによる告知 ・改善点：特になし。

5. 献血セミナー

都道府県名	事業等の名称	事業内容	本事業の効果・効果の要因・ 27年度に向けた改善点
岩手県	親と子の献血センター 見学	・血液センター及び供給出張所において、夏休み中の小学生を対象に、血液の知識及び献血の重要性を理解し、将来の献血基盤を確保するため、センター職員による講義、献血バス等の見学を実施	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：5日間で259名が参加 ・効果要因：アンケートには「16歳になったら献血しよう」等の前向きな意見の他、同行した家族が後日献血ルームで献血を行った事例もあり ・改善点：講義内容の充実を図り、参加者を飽きさせない工夫を行う。開催日を増やし、参加希望者の倍に対応する
山形県	次世代の献血者育成事業	・中学校を訪問し、まもなく献血が可能になる中学生（主として3年生）に対し、献血のしくみや必要性を啓発し、将来に向けた安定的な献血協力体制の基盤整備を図る	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：16校で講演等を実施 (中学校数…102、訪問目標数…34、訪問実施数…68) ・効果要因：学校長等に対して本事業の趣旨及び献血推進の必要性等を説明し、協力を要請 ・改善点：学校のカリキュラム決定前の働きかけが必要であるため、前年度から学校に声かけを行う

岐阜県	楽しく学ぼう血液センター親子見学会2014（2日間開催）	・小学生を対象に、施設見学、献血セミナー、模擬献血体験、記念撮影等の実施や記念品の配布を行う。	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：来場者数 83 名 ・効果要因：県教育委員会の後援名義を使用したこと。 ・改善点：待ち時間の改善、有効活用
京都府	学校関係者向け献血に関する講習会	・府立養護教諭の研修会において、献血の現状と課題について説明、献血セミナー等の実施について要請。	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：来場者数 30 名。高校での献血セミナー開催に繋がった。 ・効果要因：学校関係者向け講習会を実施することにより献血に対する理解が得られた。 ・改善点：多数の参加が得られるように、日程調整等を早めに行う。
大阪府	献血おもしろゼミナール	・小学生及び保護者を対象に血液センターの施設見学、オリジナル缶バッジの作成、アニメーションスライドによる血液や献血等に関する説明等を行う。	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：参加者数 542 名（うち子供 335 名）保護者に対して献血への関心、理解が深められた。 ・効果要因：血液センター近隣区の小学校校長会への出席、HP、ラジオ放送、市区町村広報誌への掲載等、幅広い広報を行ったことによる。 ・改善点：実施日が大学の試験日程と重なったため学生の協力が得られにくかったこと、内容がマンネリ化していることから、内容の見直しを検討する必要がある。

和歌山県	夏休み献血ふれあい体験学習	<ul style="list-style-type: none"> 小学生及びその保護者向けに血液センターの見学、献血バスへの乗車や献血模擬体験、献血推進DVDの上映、献血クイズを実施。 近畿ブロック血液センターでは見学展示ホールを中心に検査室、製剤室を見学。 	<ul style="list-style-type: none"> 事業効果：献血をしたいといった感想が72%あり、将来の献血者確保に繋がった。 効果要因：献血クイズや献血模擬体験、検査室や製剤室の見学を通して血液の現状を理解いただいたこと。
	若者向けの献血セミナー	<ul style="list-style-type: none"> 中学、高校、大学、専門学校や施設に出向いて献血セミナー、アンケートを実施 	<ul style="list-style-type: none"> 事業効果：セミナー回数14回、受講者2,179名。セミナーを実施した高校は献血者数が増加。 効果要因：献血の現状や受血患者の体験談等を理解いただいたこと。 改善点：カリキュラムの都合で断られることもあるため、教育委員会の協力が必要である。
島根県	「なるほど！献血教室」	<ul style="list-style-type: none"> ビデオ鑑賞、スライド学習、O×クイズを実施 	<ul style="list-style-type: none"> 事業効果：98人参加（3日間） 将来献血する（小学生）…87.3% 今後機会があれば献血する（保護者）…88.2% 効果要因：献血への理解を深めていただく機会になった 改善点：台風接近により4回分を中止とした結果、参加者数が激減したため、今後は開催日を増やして参加者を分散させる必要がある

6. その他

都道府県名	事業等の名称	事業内容	本事業の効果・効果の要因・ 27年度に向けた改善点
茨城県	高校献血キャンペーン	・献血推進ポスターのデザインや標語を募集, 献血協力生徒へ記念品の配布・アンケートを実施 (キャンペーン期間: 10月から3月)	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果: キャンペーン期間中の高校生の献血者数増 ・効果要因: キャンペーンチラシの配布、口コミ ・改善点: コンクール応募が100点程度であるため、対象者への効果的な広報。
千葉県	キッズ・献血デー (2日間実施)	・模擬献血体験、記念品の贈呈、啓発冊子の配布 等	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果: 体験者数計402名 ・効果要因: 教育委員会の協力をはじめ、日本赤十字社千葉県支部、同血液センター、学生ボランティアとの連携による。子供の参加と合わせて、保護者の献血への誘導や広報資材の配布等を効果的に実施した。 ・改善点: 学生への事前研修の内容を強化し、保護者に対しても自信を持って献血について説明ができるよう、知識を持っていただくこと。効果測定の実施。

東京都	はたちの献血キャンペーン	<ul style="list-style-type: none"> ・学域献血会場を中心に、成人式会場において粗品引換券を配布し、献血への協力を促す。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：回収数 1,023 名（回収率 2.9%） ・効果要因：配布枚数は多いが、他のキャンペーンと比較して回収率が低い。 ・改善点：周知の点が弱かったと思われる。学校内で移動採血に先立って周知を行うなど、周知方法の検討を行う。
	産学共同事業（PBL）	<ul style="list-style-type: none"> ・大学生との共同により、TDW2014（東京デザイナーズウィーク）へ献血シミュレーション恋愛ゲーム、造血キャンペーンの提案、輸血バッグ型植物用栄養剤等を出展。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：来訪者数 6,588 名 ・効果要因：グッドデザイン賞作品の展示により、デザインに興味のある層の入場誘致が行えた。美術大学と日本赤十字社の組み合わせが珍しいという意見があった。
	若年層啓発事業「つながるいのちいのちのち～血液センターのお仕事体験～」（3日間開催）	<ul style="list-style-type: none"> ・模擬血液を使用しての一連の業務（検査、製剤、保存、供給）を体験。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：参加者 726 名（子供 391 名） ・効果要因：東京国際フォーラム主催のキッズイベント「丸の内キッズジャンボリー」に参加。イベントは意識の高い親子が集まる内容となっており、また、体験重視となりきり効果で子供が飽きずに楽しく学べる。

	医学講演と赤十字減災セミナー（携帯メールクラブ会員限定）	<ul style="list-style-type: none"> ・医学講演の実施、応急手当の実技演習。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：参加者数 157 名 ・効果要因：献血時間診の重要性や HLA 適合の必要性、責任ある献血等について理解が深められたとの意見が多数あった。 ・改善点：欠席者をどの程度見込んで、参加者数を確定させるか。
新潟県	情報雑誌掲載広告と連動した企画	<ul style="list-style-type: none"> ・月刊情報誌において、献血に特に積極的に協力している企業、団体の献血の様子（献血者コメント）を紹介する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：普段以上に社内での呼びかけに力を入れていただき、取材日は前回実績を上回る協力人数となった。 ・効果要因：取材が入ったことで、企業全体として献血へのモチベーション向上に繋がったと考えられる。
長野県	献血ルーム体験運動（9日間）	<ul style="list-style-type: none"> ・オープン採血や移動献血バスでの献血実施 ・イベント（手相鑑定や似顔絵プレゼント）の実施 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：献血者数 663 名 ・効果要因：イベントの実施について、一般の方へ広く周知したこと。 ・改善点：周知方法や実施内容について検討。
富山県	ショッピングモールでの献血専用フラッグの掲出	<ul style="list-style-type: none"> ・「複数回献血クラブ会員募集イベント」の開催にあたり、県内有数のショッピングモールと共同し啓発広報用フラッグを作成し掲出した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：延べ来場者数 406,000 人 ・効果要因：若年層から高齢者まで幅広い層が集う県内有数のショッピングモールにおいて実施されたこと。

	<p>中学・高校教師への働きかけ</p>	<ul style="list-style-type: none"> ・ 県教委委員会主催の保健主事研修や高等学校長協会を通し、中学高校教師等に対し理解と協力を働きかける。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業効果：保健主事研修会 150 名程度、高等学校長協会 20 名程度に対して説明を行った。 ・ 効果要因：学校長、保健主事、教師等に対し、普及啓発を行うことにより、高校生向け副読本の活用を働きかけられた。 ・ 改善点：説明時間が短かく、学校内での周知がなされているのか不明確であることから、アンケートを実施する。
石川県	七夕献血キャンペーン	<ul style="list-style-type: none"> ・ 医療機関より輸血を受けた患者さんからのメッセージをいただき、献血者の目の届くところに掲示。また、献血者から患者さんへのメッセージもいただき医療機関へ送付する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業効果：献血者数 132 名（400mL 率 89.4%） ・ 効果要因：献血血液がどのように使用されているのか、患者から直接のメッセージを目にすることで心の充足感が得られたと考える。 ・ 改善点：やむを得ず医療機関へは献血者からのメッセージを郵送することとなってしまったので、感謝の意を込めて持参するようにし
福井県	臨時献血ルームの開設	<ul style="list-style-type: none"> ・ はたちの献血キャンペーンに合わせて、ショッピングセンター内に臨時献血ルーム（オープン採血）を開設する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業効果：献血者数 530 名（400mL 率 99%） ・ 効果要因：事前 PR を強化したこと ・ 改善点：いかに待ち時間を減らせるか、または、待ち時間を長いと感じさせない工夫が必要である。

静岡県	しずおか 1629 プロジェクト	<ul style="list-style-type: none"> ・製菓専門学校との共同企画「けんけつちゃん Cafe」を実施。 ・専門学校生作成によるけんけつちゃんアイシングクッキーの配布。 ・献血ルームにおいてアイシング体験を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：来場者数 442 名 ・効果要因：献血会場にカフェ風のスペースを設け、通行人の目を引き立ち寄りやすい雰囲気を作ったこと。新聞への掲載により話題性が広がったこと。学生による手作りクッキーが献血者に好評であったこと。 ・改善点：クッキー製作数が1日100個と限りがあったため、開催日の分散と配送を検討。
	県民の日イベント	<ul style="list-style-type: none"> ・県民の日イベントとして、血液センターを開放し、献血に関する紙芝居、クイズ、写真撮影会を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：来場者数 186 名 ・効果要因：特になし
愛知県	400mL 複数回献血キャンペーン	<ul style="list-style-type: none"> ・7月～12月に400mL献血をした方に「けんけつちゃんお約束カード」を配布、12月～3月にカードを持参し献血した方に限定ハローキティグッズを贈呈。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：12,000個のグッズを配布 ・効果要因：グッズ目当てに献血する方も多いことから、キャラクター効果は大きいと考える。 ・改善点：限られた予算の中で、より魅力的なグッズを考案する。

三重県	キッズ献血	<ul style="list-style-type: none"> ・献血の疑似体験など、親子で献血の様子や流れを理解する体験型教室を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：来場者数 422 名 ・効果要因：歯科医師会等（キッズデンタルクリニック）と共同開催を行ったことから集客数が昨年度に比べて増加した。 ・改善点：記念品が不足したこと。
大阪府	献血 E 倶楽部健康相談事業	<ul style="list-style-type: none"> ・複数回献血倶楽部会員の健康促進を目的としたノルディックウォーキング教室、ピラティス体験講座を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：ノルディックウォーキング教室 177 名、ピラティス体験講座 21 名 ・効果要因：健康促進を目的とした取組であるため、多数の応募があった。 ・改善点：各回とも倍率が高く、当選されない方が多い。
	献血 E 倶楽部新規募集イベント	<ul style="list-style-type: none"> ・ライブ、けんけつちゃんとの写真撮影会、ネットテレビ配信、通天閣搭乗券の進呈 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：新規会員 0 名 ・効果要因：雨による影響で通行人が少なかったことや通行人の多くが外国人であったこと。 ・改善点：事前周知方法や場所設定を検討する必要がある。
	献血 E 倶楽部講演会	<ul style="list-style-type: none"> ・会員向けに健康講座と音楽イベントを実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：来場者数 85 名 ・効果要因：出席者参加型の講演会となったこと。

兵庫県	青少年献血ふれあい事業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 中学、高校、専門学校の文化祭等に献血啓発ブースを設置し、患者からの感謝メッセージを伝達する。また、学校以外にも多様な会場に出向いて献血セミナーを実施する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業効果：50カ所で実施。参加者数 9,400 名。受講者の大半に献血への理解が得られた。 ・ 効果要因：高等学校の校長会等や教育委員会への協力依頼を積極的に行ってきたことによる。 ・ 改善点：長年、思想普及に重点を置いて活動してきたが、今後は学内献血や実献血の実施に繋げる方策（SNS の利用等）を検討する必要がある。
奈良県	献血運動啓発ポスター募集事業	<ul style="list-style-type: none"> ・ 献血ポスターを募集し、優秀作品を表彰、展示。入賞作品はしおり等の作成に利用し、県内の高校 1 年生に配布する。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業効果：応募者数 104 名。若年層への普及啓発に一定の効果があった。 ・ 効果要因：特になし。
	愛の血液助け合い運動 街頭献血キャンペーン	<ul style="list-style-type: none"> ・ 街頭献血キャンペーンを 7 月～8 月にかけて実施。 ・ 街頭啓発キャンペーンを実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業効果：街頭献血を 36 カ所で実施。街頭啓発キャンペーンは多くの学生に対して普及啓発が行えた。 ・ 効果要因：買い物客が多くなる午後からの開催としたこと。 ・ 改善点：地元マスメディアの協力など、より多くの方に注目してもらえよう方策を検討する。

和歌山県	献血バス広報用パネル	<ul style="list-style-type: none"> ・ 高校生デザインの広報用パネルを献血バスに掲示 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業効果：デザイン作成に協力いただいた生徒含め学校全体への献血思想普及のきっかけとなった。報道機関にも取り上げられたことから県民にも関心を持っていただけた。 ・ 効果要因：ライオンズクラブの協力や報道機関による報道。 ・ 改善点：デザインコンクールのようなイベントとして実施する。
山口県	献血啓発ポスター・作文の募集	<ul style="list-style-type: none"> ・ 献血啓発ポスター・作文を中・高校生から募集し、12月に表彰した ・ 最優秀のものを27年度の啓発資料に使用して役立てている 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業効果：ポスター148点、作文263点 ・ 効果要因：若年層の献血思想の普及啓発に効果があった
愛媛県	笑顔の高校生献血推進会議	<ul style="list-style-type: none"> ・ 献血の重要性や意義についての講演、班別グループワーク及び大街道献血ルーム見学、班別発表 ・ テーマ「献血のキャッチコピーを作ろう!」、「大街道献血ルームをPRしよう!」 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 事業効果：31名参加 ・ 効果要因：本会議の成果物を若年層向けの啓発素材に活用することで、啓発効果が期待できる ・ 改善点：参加者が会場の収容能力を超えてしまい、他の来客に迷惑がかかってしまったので、開催場所の変更を検討する。

<p>広島県</p>	<p>若年層に対する献血推進事業</p>	<p>・10代、20代の若年層を主に、献血の現状を理解してもらい、健康維持に向けた食事の知識等を掲載したパンフレットとクリアファイルを高校3年生全員に配布した</p>	<p>・事業効果：学校で配布することにより、ほぼすべての18歳に行き渡るとともに、幅広い世代への啓発効果も期待できる。</p> <p>・効果要因：家庭に持ち帰った際、保護者の目にも触れ、されに幅広い世代への啓発効果を期待する。</p>
<p>福岡県</p>	<p>地元民営鉄道と協働した献血広報活動</p>	<p>・地元民営鉄道会社所有の車両1編成（2両）に献血告知のフルラッピングを施工し、沿線住民への献血推進を展開する。</p>	<p>・事業効果：沿線には高校が多数あり、通学手段として利用していることもあり、大きな広報効果があった。また、本事業を通して、鉄道会社と友好的関係が形成され、ポスター掲示の無償対応等、今後の広報展開へ向けて有益なものとなった。</p> <p>・効果要因：本電車の運行開始1ヶ月前に移転開設を行った献血ルームの広報活動との相乗効果もあった。</p>

長崎県	夏休み親子献血教室	<ul style="list-style-type: none"> ・事前に子供達から寄せられた疑問への回答、献血DVDの視聴、血液型・輸血・献血についての講話を実施。 ・保護者が献血する様子の見学。また、模擬体験のABO式血液型判定や献血の呼びかけ、感想文の提出を実施した。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：参加者数 21 名。TV放映後、次回開催に関する問い合わせ等の反響があった。 ・効果要因：参加申し込みの際、血液や献血についての疑問や質問を事前に提出していただいた事で、子供達が何を知りたいか、何に興味があるかを把握でき「献血教室」の構成に活かした。 ・改善点：より多くの受け入れができるように小学生と中学生を別々に開催する。内容も夏休みの自由研究に生かせるようなものとする。
熊本県	One More 献血キャンペーン	<ul style="list-style-type: none"> ・400mL、成分献血に協力する毎にキャンペーンカードを1枚渡し、カードを2枚集めた方に記念品（オリジナルくまもんグッズ）を渡す。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：平成 26 年度複数回献血協力者率 32.2% ・効果要因：魅力のある記念品 ・改善点：1年間同じ記念品であったため、1度記念品をもらった方がキャンペーン期間中にまた献血したいと思えるように、年間を通して記念品を替える等の工夫をする。

大分県	高校生献血の輸拡大推進事業	<ul style="list-style-type: none"> ・校内での献血の実施、啓発物品の配布による呼びかけや文化祭での献血パネルの作成展示。 ・献血に関するアンケート、クイズの実施や、講演会の開催。 ・献血推進団体主催の献血事業に参加。 ・献血ポスターの作成や献血キャラクターの周知（着ぐるみ等） 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：活動校の学生たちの献血への認識度が高まり、献血推進への効果があった。 ・改善点：活動校のさらなる掘り起こし
	夏休み親子けんけつ教室	<ul style="list-style-type: none"> ・献血ルーム及び九州ブロック血液センターにおいて、献血全般の説明や血液の検査、製剤工程の見学会を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：参加者数 小学生4年生～6年生とその親子40名。献血、血液に興味を持ってもらえ、将来の献血の視野を広げることができた。
	キッズ献血	<ul style="list-style-type: none"> ・小学生以下を対象として、将来の献血を担う子供に模擬献血体験を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：来場者数283名（体験者数166名）献血に興味を持ってもらえ、将来の献血の視野を広げることができた。
鹿児島県	輝けヤングハート&ヘルス事業	<ul style="list-style-type: none"> ・20歳～39歳で健康チェックか献血の一方または、両方希望する方に対し、献血時の検査と併せて、特定検診に準じた生活習慣関連の検査項目を増やし、問診と腹囲測定を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：献血者数（20～30代）617名、健康チェック者数632名 ・効果要因：献血バスでの20代30代初回献血率は、県全体よりも本事業のほうが割合が高く、初めて献血に参加するきっかけとなっている。

			<ul style="list-style-type: none"> ・改善点：SNS等で事前広報を行っているが、周知が不十分であるため、広報手段を検討する必要がある。
	ヤング献血フォーラム	<ul style="list-style-type: none"> ・高校生以上29歳以下を対象として、ミニライブや献血DVDの上映、若者フリートークセッション、献血クイズ、献血を実施。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：来場者数470名 ・改善点：開催地近隣の高等学校等から、より多くの参加者が得られるよう動員をお願いする。
沖縄県	サンキューレター&応援メッセージ交換セレモニー	<ul style="list-style-type: none"> ・輸血を受けた患者さんからの感謝メッセージと献血者からの応援メッセージを交換するセレモニーを開催。取材報道をしてもらった。 ・両メッセージは献血会場で常時展示を行った。 	<ul style="list-style-type: none"> ・事業効果：来場者数約50名 ・効果要因：新聞・テレビで報道があり、献血推進広報となった。 ・改善点：前回よりもマスコミ報道が少なかった。