

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)

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) 献血に関する認知程度

- ・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) 献血の種類に関する認知

- ・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) 献血できる場所に関する認知

- ・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%。6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(どちらかというとは抵抗がある)」(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い(どちらかというとは良くなった)」(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、「どちらかというとはある」(43.4%)を合わせた意識がある人は59.0%で6割弱を占める。
- ・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、「どちらかというとはいい(どちらかというとは行く)」(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%)で高く、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%)が他層と比べると低い。
- ・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%で他層と比べると低い。
- ・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、以上が主要の接触媒体。
- ・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ると少なく、「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みていくと、「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%。回数には「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「どちらかというとはいい(どちらかというとは深まった)」(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「どちらかというとはいい(どちらかというとは高まった)」(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「どちらかというとはいい(どちらかというとは増やそうと思う)」(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% 6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(P96) ☆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(62.2%)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(62.3%→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(P46) ☆「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」(15.6%)と「どちらかというとはい」(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・献血回数の増加意向喚起	
Q24-3(P64) ☆「はい」(7.5%)と「どちらかというとはい」(36.9%)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