



海外における献血推進の実状と効果的な施策のあり方に関する研究

研究分担者

河原 和夫（東京医科歯科大学大学院医歯学総合研究科）

研究協力者

菅河真紀子（東京医科歯科大学大学院医歯学総合研究科）

研究要旨

献血率の高いドイツについて献血推進策を調査した。ドイツは、血漿分画製剤製造事業が盛んで、国としても売血を合法とし原料血漿の確保に協力的な姿勢を示している。ドイツでは、ドイツ赤十字に所属している5万人ものボランティアから熱い支援を得て、メディア、ポスター、キャンペーン等をいかして活発な採血活動が行われている。

研究目的

我が国は少子高齢化という深刻な社会問題をかかえる中、若者の献血離れに頭を悩ませている。そこで、本研究は、世界各国の血液事業の中で、国情が日本に類似している国を選択し、高齢化などの社会的課題、それと対峙する血液事業の現況、献血教育をはじめとする献血推進方策や社会における広報活動などを調査することによって、その特徴を多角的に検討し、わが国の献血事業の推進に寄与することを目的としておこなわれている。

研究方法

ドイツ赤十字社、血漿分画製剤製造会社 CSL 等を訪れての資料収集や担当者への聞き取り調査を行った。加えて、インターネットによる文献収集、学会資料による収集ならびに解析を行った。なお、この研究は、東京医科歯科大学倫理審査委員会において倫理審査非該当の回答を得ておこなわれている。また、東京医科歯科大学 COI 委員会においても経済的利益関係は無いと判断されている。

研究結果

ドイツの血液事業体制

人口	8000 万人	(日本の値) (1 億 2000 万人)
献血者総数	700 万人	(500 万人)
1. 全血献血：	400 万人	(350 万人)
2. 成分献血：	270 万人	(150 万人)
献血率	8.5%	(4%)

ドイツはアメリカと同じく法律で売血が認められており、採血に対して報酬が許されている。血液事業は、ドイツ赤十字社中心に行われ、ドイツ赤十字社では無償の献血で血液を集め、輸血製剤を製造している。血漿は、40%を新鮮凍結血漿として使用し、残り 60%は PPI に売っている。

ドイツ赤十字社は国内の 75%の血液製剤をまかなっているが、それらの血液を効率よく収集するためいろいろな工夫がなされている。

日本と違って採血は、血液製剤製造企業や国公私立病院でも行われており、採血に対する報酬が認められている。それらの採血所では、成分採血が行われており、若者を中心としたドナーが集まっている。

ドイツ赤十字献血推進のための5か条

- 1、献血に対する認識を高める
- 2、献血に対して感心を持たせる
- 3、献血への動機付けを行う
- 4、初回献血者を大切にする
- 5、リピーターをつなぎとめる

a、ボランティアの育成と活用

ドイツ赤十字に所属しているボランティアは5万人にもなる。その構成は小学生から高齢者までさまざまである。ボランティアの役割は、オープン採血時の設営、受付、宣伝、ポスター貼りなどその範囲は大変幅広い。小学生の時から、家族または友人を通してボランティア活動に参加し、後輩を育てていくためタテのつながりも強い。学校を借りて採血会場にするケースも多く、その場合そこに通う学生や保護者が献血ボランティアを訪れることもある。市民センターや公園、校門などにポスターを貼り、オープン採血の呼びかけをする。時間帯は日本と違って「採血者中心」の設定となっており、学校献血は授業が終わった放課後16:00～20:00となっている。訪れる人は、近所に住む住民、保護者、卒業生などである。この日のオープン採血は、天候が暑いとき固定施設での採血量が10%ダウンすることを想定し、その分を埋めるために企画されたものだった。外資企業で行う時は、英語のパンフレットが用意され、通訳のボランティアも協力する。

オープン採血には、医師が必ず一人いなければならないことや、受付その他でプライバシーが守られていることなど細かい規則があり、それが守られているかを監視する役人がチェックを訪れる。



オープン採血場近辺に立てられた広告



オープン採血場設営の資材を運ぶトラック



受付をする献血者



献血会場前に立てられた案内看板



献血会場の採血スタッフ



問診をする医師



ボランティアの主婦



学校の集会室に設営された採血場



ドイツ赤十字社のジャケット



自らすすんで献血を



謝礼品のぬり絵（母親が献血中の保育にも）



ボランティアの小学生



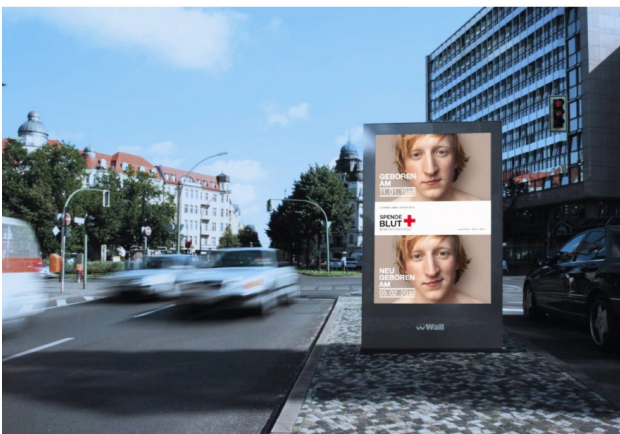
回数に応じて贈呈される献血バッジ

b、ポスター

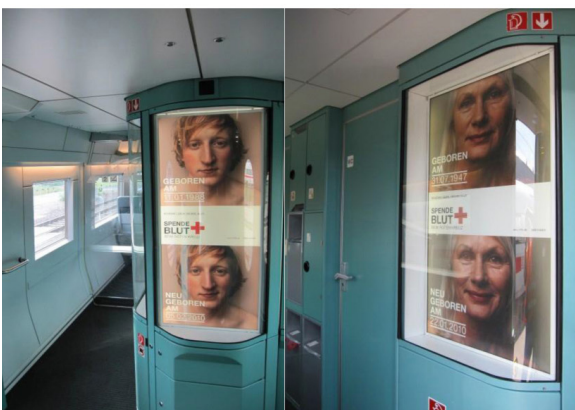
ドイツではあらゆるところに献血のポスターが貼られている。電車やバスの駅、街頭、ドイツ鉄道車内など大小さまざまな形のものがある。下記のデザインに対しては、大きなサイズ2万枚、街角電光ポスター4000枚、中サイズポスター500枚、小サイズ500枚が作成された。



街角に立つ大ポスター



City Light Poster



ドイツ国鉄の協力により駅や電車内に貼られたポスター

c、献血者への謝礼の工夫

ドイツでは、献血者を集めるためにいろいろと謝礼品に工夫を施している。

初回献血者を二度目の献血に誘うための謝礼品や、献血が少ない時期のための謝礼品、リピーターを活性化させる年に3回キャンペーン賞品などさまざまである。

Herzlich willkommen!

Deutsches Rotes Kreuz +
DRK-Blutspendedienst
Baden-Württemberg - Hessen
gemeinnützige GmbH

Für Ihre erste Blutspende danken wir Ihnen, auch im Namen der Patienten, von ganzem Herzen. Wir freuen uns, wenn Sie mit uns zufrieden waren und hoffen, Sie wieder bei einem unserer Blutspendetermine begrüßen zu dürfen.

Wenn Sie innerhalb der nächsten 12 Monate ein zweites Mal Blut spenden, bedanken wir uns mit einem „Erste-Hilfe-Set“.

Gutschein
Wenn Sie dieses Gutschein-Set bei einer Ihrer nächsten Blutspenden innerhalb von 12 Monaten abgeben, erhalten Sie ein exklusives „Erste-Hilfe-Set“ als Dankeschön.

12ヶ月以内に二回目に来ればもらえる First Aid Set.

Sie werben einen neuen Blutspender – wir schenken Ihnen einen exklusiven Rucksack!

Deutsches Rotes Kreuz +
DRK-Blutspendedienst
Baden-Württemberg - Hessen
gemeinnützige GmbH

Aktionszeitraum:
21. März bis 31. Juli 2011

Spender werben Spender

年に3回でもらえる若者に人気のバックパック

Sie werben einen neuen Blutspender – wir schenken Ihnen ein exklusives Spiele-Badetuch!

Deutsches Rotes Kreuz +
DRK-Blutspendedienst
Baden-Württemberg - Hessen
gemeinnützige GmbH

Spender werben Spender

ゲームがプリントされた人気のビーチタオル

Sie werben einen neuen Blutspender – wir schenken Ihnen eine exklusive Kühltasche!

Deutsches Rotes Kreuz +
DRK-Blutspendedienst
Baden-Württemberg - Hessen
gemeinnützige GmbH

Spender werben Spender

年に3回でもらえるクーラーバック



年に 3 回でもらえるもらえる特別プレゼント



抽選でモルディブ旅行が当たるキャンペーン

d、高齢者に対する誘い

1997年に上限年齢を65歳から68歳に引き上げたが、その後2005年に68歳以上の複数回献血者は、医師の許可さえあれば献血ができるようになった。事実上年齢制限は撤廃されたことになるが、統計データや規定は68歳までを基準としている。高齢者に対する献血推進のポスターも作成され、高齢者への呼びかけにも力を入れている。

DRK-Blutspendedienst

**Zu fit um aufzuhören?
Neues Höchstalter
für die Blutspende**



Deutsches Rotes Kreuz 

高齢者に対するポスター
「献血をあきらめていませんか」

e、インターネット、SNS、Face book などデジタルメディア アを利用した広報



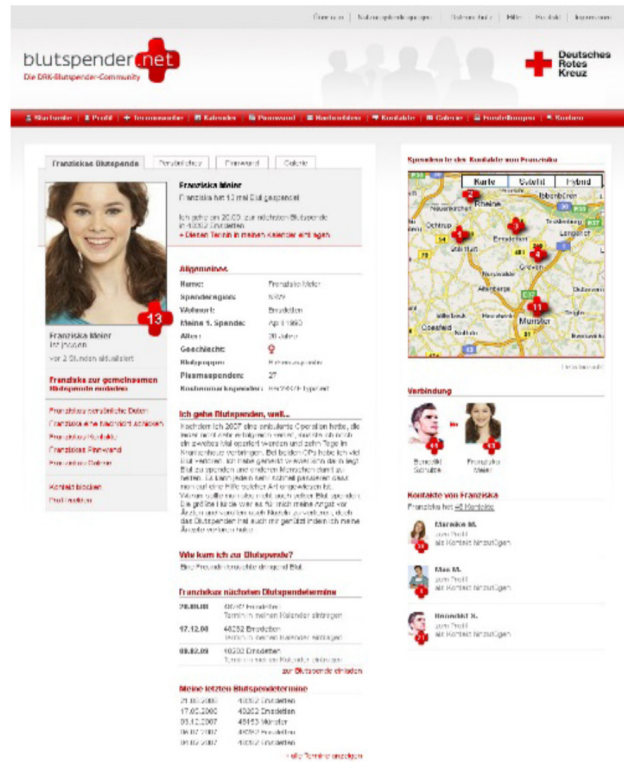
「お互いを助け合うために」



「お互いを必要とするならば
あなたの血液を提供してください。」



www.blutspende.de のサイト



最初に作られた www.blutspender.net のサイト



Blood Donor APP(20万人以上のユーザー)



献血が足りない時に行われる「今ならもらえるキャンペーン」



個人に送られる献血お誘いメールや招待状



Face Book による呼びかけ



リピーターに対する献血時期お知らせメール



人気プレイヤーの協力による Digital 広告

f、献血教育

小学生にもわかる易しい内容の教科書を作成し、無料で配布している。「なぜ血は赤いの?」「あなたは自分の血が Rh+ か Rh- かを知っていますか?」「献血がとても大切であることを知っていますか?」等の内容。



『血液と献血について』の教科書



ドイツの献血を支える小学生

考察

ドイツの献血率は、日本に比べて非常に高い。それは、献血をすれば何らかの報酬がもらえるからという単純なものではなく、その背景には献血を推進する側のさまざまな工夫や努力があるからである。街のいたるところに貼られたポスターや、テレビやパソコンで目にする広告の数や種類は、我が国のものをはるかに上回っている。また、献血者に対するキャンペーン、賞品、謝礼品の工夫にも熱意が感じられ、国や公共施設もその活動を温かく支援している。

近年我が国では若者の献血率が減少し若者に対する献血教育が課題となっているが、ドイツの採血場でボランティアをしている小中学生の活躍ぶりをみると若者の献血率が非常に高い理由がよくわかる。ボランティア活動を通して幼い頃から人助けの精神を学び、自分が大切な社会の一員であることに目覚めている。そこで育まれた精神は、献血可能年齢に達した時に献血者という形でルームに貢献することに繋がるのだろう。

結論

ドイツの献血は、日本と違って国をあげての社会活動であり、地域連携の大きな要素となっている。その活動の中で、子供たちはタテ、ヨコとの繋がりを通して助け合いの精神を学び、礼儀作法や人との係わり方などを身に付けていく。それは、昔の日本における「村祭り」の役割とも似ているところがあり、年上のものから次の者へ、そのしきたりや伝統が受け継がれていく。日本がドイツから学ぶべきものは、単なる献血推進の施策だけではなく、まさにその長い歴史によって受け継がれてきたボランティア精神ではないだろうか。献血を支えるのは採血に訪れる来訪者側ではなく、それを受け入れる赤十字社の社員と市民ボランティアの熱意であることを今回しみじみと痛感させられた。

健康危険情報

該当なし

研究発表

論文発表

1. Hyun Woonkwan, Kawahara Kazuo, Yokota Miyuki, Miyoshi Sotaro, Nakajima Kazunori, Matsuzaki Koji, Sugawa Makiko. A Study on the Maximum Blood Donation Volume in Platelet Apheresis Donation. Journal of Medical and Dental Sciences.(Submitted)
2. Daisuke Ikeda, Makiko Sugawa and Kazuo Kawahara. Study on Evaluation of alanine Aminotransferase(ALT) as Surrogate Marker in Hepatitis Virus Test. Journal of Medical and Dental Sciences. Vol.63, p.45-52, 2016.

知的財産権の出願・取得状況

該当なし