

報道関係各位

ニュースリリース
2020年2月20日
株式会社インテージヘルスケア

全国 11 万人の患者に調査
医療情報の入手方法が治療満足度に与える影響とは？
年代や疾患の特徴によって異なる情報入手事情

株式会社インテージヘルスケア(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:仁司与志矢)は、全国 50 万人の医療消費者^{※1}を対象に「患者起点 (APM)」の調査を実施しました。その中で、病気や病院、薬など医療に関する情報の入手方法およびその利用した種類と、治療満足度への影響を分析し、結果をまとめました。なお、今回は罹患している疾患数の影響を除くため、直近一年間に一疾患のみ薬物治療をした患者 111,894 名を対象に分析しました。

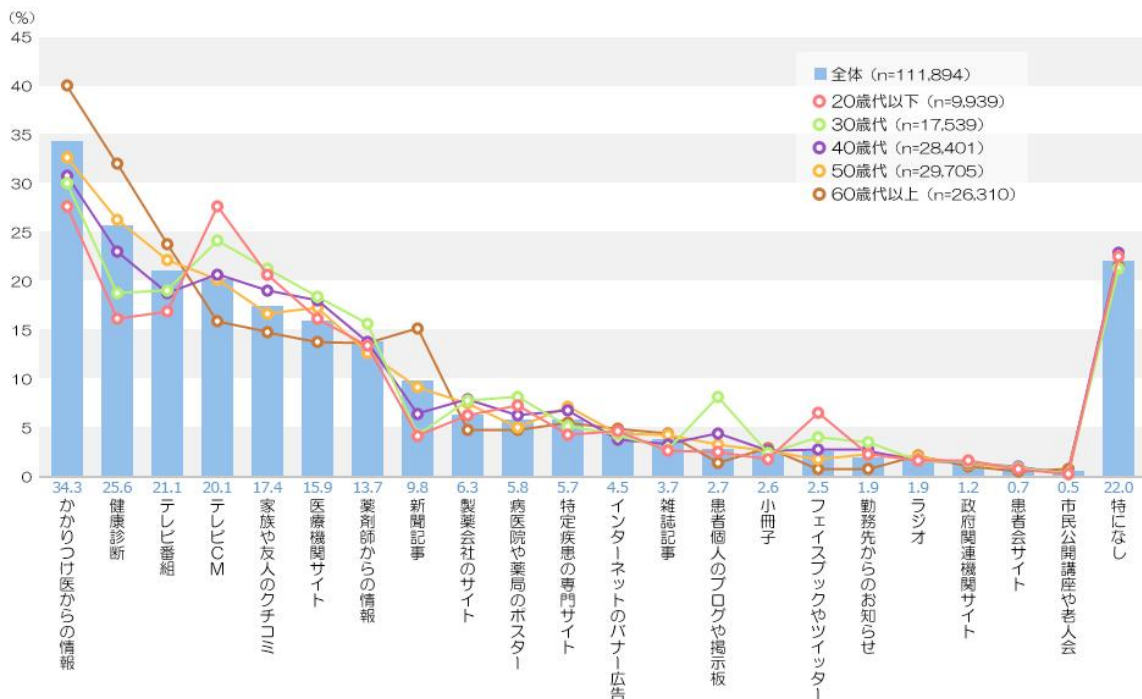
※1 医薬品などを含む医療サービスを享受する患者や一般生活者のこと

<ポイント>

- 医療に関する情報入手チャネルは、年齢が上がるほど確からしい情報を、若い年代ほど手軽に入手できる情報を利用する傾向
- 利用しているチャネルの数は平均 2.6 種類。年齢が上がるほど 3 種類以上を活用している割合が高い
- 慢性疾患である糖尿病では情報チャネルの利用数と治療満足度に関連がある傾向がみられた

1. 年代によって異なる？ 「医療に関する情報入手に利用しているチャネル」

年代別チャネルの利用割合

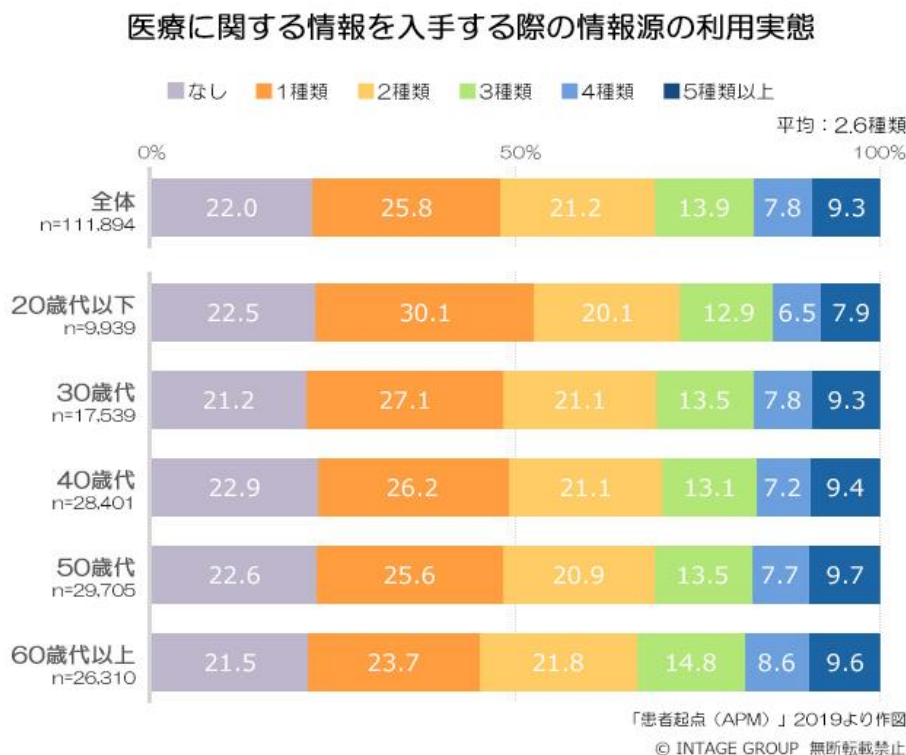


「患者起点 (APM)」2019より作図
© INTAGE GROUP 無断転載禁止

まず、医療に関する情報を入手する際に利用したチャンネルの割合を確認したところ、もっとも利用されていたのは「かかりつけ医からの情報」で、およそ 34%でした。次いで、「健康診断」(25.6%)、「テレビ番組」(21.1%)、「テレビ CM」(20.1%)となりました。また、インターネット関連では、「医療機関サイト」(15.9%)がもっとも利用されていました。

年代別に比較すると、年齢が高くなるにつれて「かかりつけ医からの情報」や「健康診断」などの利用割合が高く、若い年代ほど「テレビ CM」や「家族や友人のクチコミ」、「フェイスブックやツイッター」の利用割合が高い結果となりました。

2. 医療情報の入手に利用されているチャンネルの数は平均 2.6 種類。年齢が上がるほど3種類以上を利用



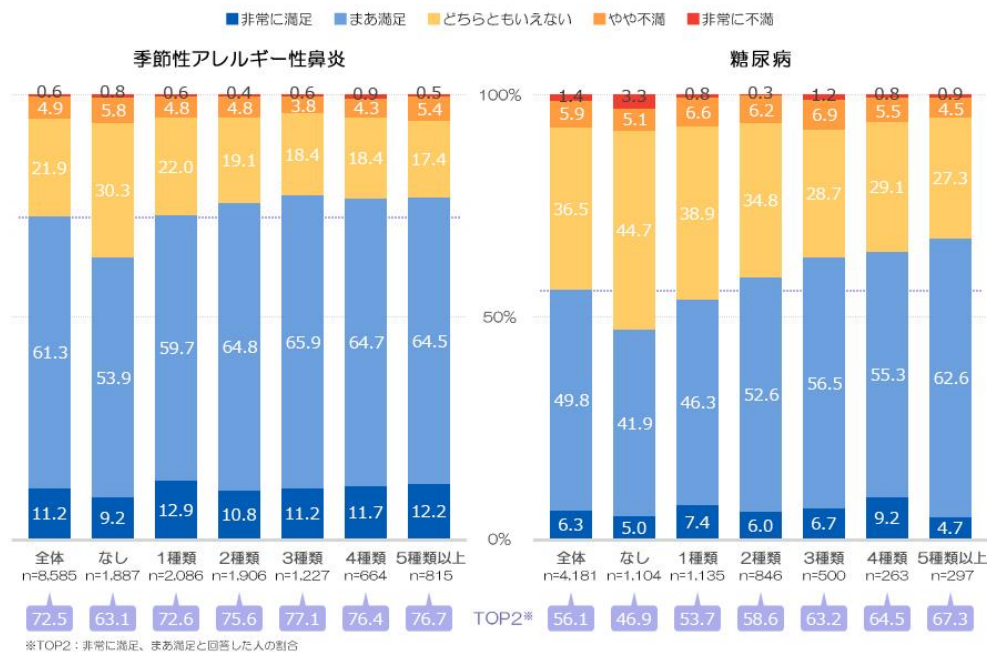
次に、医療情報に関する情報入手チャンネルの利用実態を確認したところ、78%の患者が何らかのチャンネルを利用していました。利用している情報チャンネルの数は平均で 2.6 種類となり、年齢が上がるほど 3 種類以上のチャンネル利用率が高くなっていることも明らかになりました。

3. 疾患の特徴によって異なる！？ 情報を入手しているチャンネルの数と治療満足度の関連性

では、情報入手に利用したチャンネルの数と治療満足度に関連性はあるのでしょうか。

「患者起点 (APM)」で聴取している生活習慣病やがんなど 80 疾患のうち、急性疾患である季節性アレルギー性鼻炎と慢性疾患の糖尿病について分析しました。

治療満足度とチャンネル数



治療満足度が高い人の割合 (TOP2: 非常に満足、まあ満足) をみると、急性疾患である季節性アレルギー性鼻炎では、情報チャンネルを利用していない場合と1種類以上利用している場合で治療満足度に大きく違いがありました。一方、慢性疾患である糖尿病では、利用した情報チャンネルが多くなるほど治療満足度が高まる傾向が確認できました。

【考察】

近年、情報技術の進歩により、自分が必要とする情報は格段に入手しやすくなりました。医療に関する情報も同様で、その種類は、従来の医療施設やテレビ CM からの情報だけでなく、疾患について詳しく情報提供を行っているインターネットサイトや実際の患者さんのブログなど、多岐にわたります。一方で、それらのチャンネルから得た情報はどのように治療に影響しているのでしょうか。

今回、医療に関する情報の入手方法とその治療満足度への影響を分析したところ、年齢が上がるほどより確からしい情報を利用し、若年ほど手軽に入手できる追体験のような情報を利用していることが明らかになりました。また、慢性疾患である糖尿病では、情報チャンネルの利用数と治療満足度に関連がある傾向が確認できました。疾患と情報チャンネルの関係をより詳しく見る必要はあるものの、長期間にわたり治療を必要とする患者さんは、さまざまなチャンネルから情報を受信するニーズがあり、それを有効に活用していることが伺えます。

今日の医療においては、医療消費者それぞれのリテラシーに合わせたコンテンツを、適したチャンネルで提供することも可能になりつつあります。これは、医療情報を提供する側にとって、疾患ごとに異なる好発年齢^{※2}を鑑みて発信するチャンネルを選ぶことや、コンテンツの内容や品質を吟味することの重要性が示唆されているのかもしれない。また、これにより患者さんと医師とのコミュニケーションギャップが少なくなれば、より効果的な治療の実施が期待できるようになるのではないのでしょうか。

分析担当: メディカル・ソリューション部 室伏 俊昭

※2 ある疾患が発病しやすい年齢

◆調査概要

調査方法	Web アンケート調査「患者起点 (APM)」
調査地域	全国
調査対象	15～89歳の男女
有効回答数	512,935 サンプル
調査実施期間	2019年8月 ※2010年より継続調査
調査主体	株式会社インテージヘルスケア メディカル・ソリューション部
調査内容	医療消費者・患者の「症状実態」、「治療疾患」、「使用薬剤」に関する調査

【株式会社インテージヘルスケア】 <https://www.intage-healthcare.co.jp/>

株式会社インテージヘルスケアは、ヘルスケア領域のマーケティングリサーチおよび医薬品開発・製造販売後調査・安全性業務支援をコアビジネスと位置付けています。インテージグループのヘルスケア領域を担う各社※と一体となり、ソリューションを提供。それにより、ヘルスケア領域のあらゆる課題に対して、「医療消費者」起点のデータの価値化による、最適な意思決定をサポートしていきます。

インテージヘルスケアは2019年4月、株式会社アスクレップと株式会社アンテリオが経営統合し、スタートしました。

※ 株式会社協和企画、株式会社医療情報総合研究所、株式会社プラメド、Plamed Korea Co., Ltd.

【報道関係のお問い合わせ先】

■株式会社インテージヘルスケア

経営企画部 企画・広報グループ 川畑(かわばた)

TEL:03-5294-8393(代) E-mail:pr-ihc@intage.com

【本調査に関するお問い合わせ先】

■株式会社インテージヘルスケア

メディカル・ソリューション部 室伏(むろふし)

TEL:03-5294-8393(代) E-mail:ant-syndicated@intage.com