

日本医療研究開発機構 医薬品等規制調和・評価研究事業 事後評価報告書

公開

I 基本情報

研究開発課題名：

(日本語) 緊急的な状況における薬事行政と市民の相互理解に寄与するコミュニケーション法の検討

(英語) Study on Communication Methods Contributing to Mutual Understanding Between Pharmaceutical Administration and Citizens in Emergency Situations.

研究開発実施期間：令和4年4月1日～令和7年3月31日

研究開発代表者 氏名：(日本語) 北村温美

(英語) Harumi Kitamura

研究開発代表者 所属機関・部署・役職：

(日本語) 国立大学法人大阪大学・医学部附属病院・特任准教授（常勤）

(英語) The University of Osaka・The University of Osaka Hospital・Specially Appointed Associate Professor (Full time)

II 研究開発の概要

研究開発の成果およびその意義等

【研究の背景と目的】

未知の感染症等の緊急的な状況下では、真偽問わない情報が氾濫するインフォデミックという状況に陥りやすいことが示されており、我が国でも Covid-19 において、ワクチンや新薬承認に関して様々な意見が飛び交い、人々が混乱する状況が見られた。本研究の目的は、特に薬事行政に係る情報を市民が正確に受け取り、正しい行動をとることができるよう備えるための、薬事に関わる行政と市民とのコミュニケーションの在り方について学際的に検討し、ステイクホルダーへの行動提言を策定することである。

【方法】

本課題解決のため、3つのステップで検討を行った。第一に薬事情報の発信側と受取側との認識やニーズのギャップを明らかにすること、第二に、両者間のギャップを小さくするためのコミュニケーション手法を検討すること、第三にステイクホルダーへの行動提言を策定することである。第一ステップについて、情報発信側（行政、専門家）へのインタビューおよび、情報受取側への Web アンケート調査を実施した（一般市民、従業員 50 名以上の企業に勤務する人、育児中の専業主婦（夫））。また、市民への情報提供

を実施した薬局薬剤師に対し、市民のニーズや情報提供に際しての困難、工夫等についてインタビューおよび Web アンケート調査を実施した。これらの結果を基に、研究メンバーでのディスカッションを重ね、第二ステップである情報発信側と受取側のニーズのギャップを縮めるための方策について検討した。以上を取りまとめて行動提案を行った。

【調査結果】

＜一般市民対象調査＞

1. 緊急の状況でまず求める情報は「感染症の特徴（症状、経過）」「予防方法」であった。次いで、「治療薬」「検査・受診できる医療機関」「家庭での対策」等であった。
2. 65 歳以上において、政府や厚生労働省、保健所などの公的機関からの情報が最も信頼されていた。
3. 情報を得る媒体としては、いずれの世代においてもテレビが最多で、次いでホームページや Web ニュースであった。65 歳以上では新聞や地域紙など紙媒体も多く、一方、39 歳以下では SNS や動画も利用されていた。
4. 情報収集時に重視すべきポイントは視覚的わかりやすさがいずれの世代においても最多であり、年代が上がるにつれ、科学的正確性や行政の決定プロセスに関する詳しい情報が重視されていた。
5. インターネット以外で、不確かな情報について真偽を確認したいときの方法として、「家族に聞く」に次いで、「薬局やドラッグストアの薬剤師に聞く」が大きな割合を占めた。
高齢化・単世代化している現代においては、薬局を情報ハブとして整備することは有用ではないかと考えられた。
6. 39 歳以下の年代では、「信頼しているネット上の発信者がいるので、不安に思うことはない」との回答も一定数見られた。インフルエンサーの発信が影響を及ぼしていると推察された。
7. 偏った意見のみを収集しないように、発信者の異なるサイトを「必ず」「時々」見ると回答した人が約 3 分の 2 であり、発信者の異なる複数サイトを見ることは「めったにない」「まったくない」と回答した人が約 3 分の 1（31%）を占めた。

＜薬剤師への調査＞

1. マスクや消毒薬の市民への供給拠点となる調剤薬局では、市民の疑問や困りごとをいち早く察知し適切な情報提供が行われており、普段病院にかかっている人々にもアプローチ可能な場所（症状があっても受診したくない人々にもアプローチ可能）であった。
2. 薬局では利用者のニーズと理解度に応じて、寄り添い型の情報提供が可能である
3. 薬局薬剤師が活用できる資材や情報が全国の薬剤師に速やかに提供される仕組みが必要。

＜情報発信側への調査＞

1. 情報発信に際しての、リスクコミュニケーション、教材作成（イラスト、動画、デザイン）、行動経済学や心理学などの専門家がいなかったため、適切なフレーズで、適時に、適切な形態で発出することが困難な環境であった。情報発信に特化した部署の設置や人材確保が必要。
2. ターゲットに応じた情報発信方法が必要であるが、コロナ禍ではそれが難しい場合もあった。専門家やインフルエンサーとの協力が有用であった。
3. ワンボイスでの情報発信と、専門家の多様な意見との位置づけが大切
4. メディアとの協力が必要。メディアも科学的な妥当性を吟味する力を持つ必要がある。
5. 個人情報保護と感染力とのバランスを考慮した情報共有範囲の決定が必要
6. 生成 AI での情報収集について、正しい情報が反映されるかの検討・モニタリングが必要
7. インターネットで情報検索する際は複数サイトを見ること、複数の人の意見を聞くことを社会的に是とする教育が必要。

8. 若年や子供に対しては、保護者へのアプローチが重要。
9. かかりつけ医からの丁寧な説明も有用。

【緊急的状況における薬事情報に関するコミュニケーション手法の提案】

国から発信された情報が、地域の隅々まで届き理解されるための仕組みづくりのため、下記のような取組みが推奨される。これらを通じて地域の感染症対応力を底上げすることが、市民のニーズに応じた情報提供と理解を実現するために必要である。

- (1) 調剤薬局を活用した寄り添い型情報提供：そのために国の機関と薬剤師会、アカデミアが連携し、最新の情報を翻訳、分析、資材作成等を行うチームの設置、地域薬剤師会を経て調剤薬局に一斉に配信されるネットワークの確立が必要。薬剤師のエンパワメントとリーダーシップ発揮を推進していく必要もある。
- (2) 健康情報拠点薬局デジタルサイネージの整備
豊中市薬剤師会の DX 活用例。効率的な最新情報の発信とデータ分析が可能。
- (3) 企業でのヘルスリテラシー向上の取組み
平時から医療、セルフケアに関する情報発信の機会や場所を決めておく。職場からの情報は、家族へも高い割合で共有されていた。
- (4) 保育所、学校などを経た保護者への情報発信
子供が通学中の母親へのアンケートにて、保育・教育機関から周知された情報は感染対策行動に影響しており、家族内にも約半数の人が共有していた。
- (3) (4)を通じて、連絡用アプリはリアルタイム性、プッシュ通知、頻回の通知が可能、休校やリモートワーク中も孤立を防ぐというメリットがあり有用と思われた。
- (5) 研究機関からのサイエンス・コミュニケーション
ゲームや大型商業施設での企画などを通じて、感染症に対する理解を楽しみながら学ぶ機会を親子に提供
- (6) SNS で特定の年代・性別の読者あてに情報発信するための情報指向性推定モデルの開発

【行動提案】

1. 緊急的状況を含め、平時から、薬局・薬剤師を市民への医薬品情報提供ハブに位置付ける。そのための薬局・薬剤師に向けた情報および資材の提供システムを構築する。
2. 地域社会での感染症対応力を向上させる。そのために、自身や家族の生活・身体状況に応じた感染予防対策・罹患時対応に関する情報を提供する仕組みを構築する。
3. 緊急時の情報提供については、以下に留意する。

【内容】①感染症の特徴（症状、罹患後の経緯）、②予防方法について、を優先。

緊急的状況ではエビデンスの蓄積により、行政や専門家からのメッセージが変わることについて、平時から市民の理解を得るよう広報する。

【表現】視覚的に理解しやすいことと共に、科学的根拠（対策の背景理由）がどの程度確からしいかについてもわかりやすく説明することが重要と考えられる。

また、伝えたいメッセージに関連する年代への指向性を考慮した表現を工夫する。

【媒体】年代の指向性を考慮した媒体を用いること、信頼できる情報がどこに掲載されるか、どこに行けば入手できるかを平時から周知しておくことが大切。特に、携帯電話に届くアプリを介した情報提供は有用と考えられる。

4. 情報共有・分析における DX 活用を推進する。そのための人材を育成する。
5. マスメディアとの協力関係の構築

[Background and Objectives of the Study]

Emergency situations, such as unknown infectious diseases, often lead to “infodemics”—overwhelming amounts of information, both true and false. During Japan’s COVID-19 pandemic, public confusion arose due to conflicting views on vaccines and drug approvals. This study aims to investigate communication methods between pharmaceutical administration and the public, ensuring accurate information dissemination and proper public responses. The goal is to develop actionable recommendations for stakeholders.

[Methods]

The study followed three steps:

1. Analyze gaps in perceptions between information providers and recipients.
2. Propose communication methods to close these gaps.
3. Develop behavioral recommendations for stakeholders.

Interviews were conducted with government agencies, experts, and pharmacists, alongside web surveys targeting citizens, corporate employees, and caregivers of children. Key findings were discussed by the research team to formulate solutions and actionable proposals.

[Survey Results]

General Public:

1. Citizens prioritized information on “disease characteristics” and “prevention methods,” followed by “medications,” “testing facilities,” and “household measures.”
2. Older adults (65+) trusted government sources, such as the Ministry of Health, Labour and Welfare.
3. Media preferences included TV first, followed by websites and web news. Paper formats were favored by older adults, while social media dominated for younger groups (39 and below).
4. Visual clarity was universally important, with older generations valuing scientific accuracy and decision-making details.
5. Pharmacies were key hubs for confirming uncertain information, second only to family consultations, suggesting their potential as information centers.
6. Younger respondents relied on trusted online influencers for reassurance.
7. Two-thirds of respondents viewed multiple information sources, while one-third did not cross-check opinions online.

Pharmacists:

1. Pharmacies provided quick, reliable information to visitors, including those avoiding hospital visits despite symptoms.
2. Pharmacists offered tailored, empathetic communication based on users’ needs.
3. Nationwide systems offering standardized resources and training for pharmacists are recommended.

Information Providers:

1. Experts in communication strategies, economics, and psychology were lacking, making effective dissemination challenging. Dedicated departments and personnel are needed.
2. Collaboration with influencers and experts proved valuable during the pandemic.
3. Balancing unified messaging (“One Voice”) and diverse expert perspectives is critical.

4. Media partnerships are essential, along with fostering media accountability in verifying scientific accuracy.
5. Generative AI systems should focus on reliability and be thoroughly monitored.
6. Education encouraging diverse viewpoints should be promoted, particularly for online content consumption.

Proposed Communication Methods for Pharmaceutical Information in Emergency Situations]

Recommended measures include:

1. Establish pharmacies as hubs for personalized information dissemination, supported by collaborative networks among government agencies, academia, and pharmaceutical associations.
2. Utilize digital signage at pharmacies to share updates and analyze data efficiently.
3. Promote health literacy initiatives in workplaces, as corporate communication often reaches families.
4. Disseminate information through childcare facilities and schools, leveraging parental engagement.
5. Use interactive science communication strategies (e.g., events in malls) to enhance public understanding of infectious diseases.
6. Develop predictive models for targeting demographics via social media.

[Behavioral Recommendations]

1. Position pharmacies as trusted hubs for pharmaceutical information, supported by robust information-sharing systems.
2. Foster community-level infection response capabilities through personalized preventive and treatment guidance.
3. Emergency communication should prioritize clear, scientifically-backed information on disease characteristics and prevention methods, tailored for different age groups. Mobile apps capable of providing real-time updates are highly effective.
4. Advance digital transformation (DX) for more efficient information sharing and analysis.
5. Establish cooperative relationships with mass media for accurate scientific reporting.