

(資料 1)

厚生労働科学研究費補助金（医療技術総合研究事業）

患者／家族のための良質な保健医療情報の評価・統合・提供方法に関する調査研究

（主任研究者：緒方裕光）

分担研究報告書

1. メディア(図書・雑誌・テレビ)における医学・健康情報流通量調査

分担研究者	諏訪部直子	杏林大学医学図書館
分担研究者	磯野威	国立保健医療科学院研究情報センター
研究協力者	泉峰子、栗田隆子、萩原美保	国立保健医療科学院研究情報センター
研究協力者	藤沢靖子	杏林大学医学図書館

I. はじめに

人々の健康に対する関心は高い。平成 13 年度厚生科学研究費補助金「日本における EBM のためのデータベース構築および提供利用に関する調査研究」研究班が行った一般市民への医学・医療情報需要調査によると^{1),2)}、病気や健康についての情報に関心があると回答したのは約 80%であった。どのような情報に関心があるかという質問に対する回答は、「病気の予防」が約 60%、「薬の効果・副作用」が約 45%であった。情報の入手方法は、「医師にたずねる」「本や雑誌で調べる」「家族・友人にたずねる」「新聞・テレビで調べる」が上位を占めていた。人々が、健康や医学について知りたいときに専門家や身近な人にたずねる以外には、図書・新聞・雑誌・テレビといったマスメディアを通じて情報を得ていることが多いということが明らかになった。

しかしメディアは誤りや偏りのある情報を発信することもあるし、正しい情報でも

受け手の側で誤って理解することもある。テレビ番組による健康法により皮膚炎を発症した例や³⁾、Q熱の特集番組を放送したことによりQ熱の検査依頼が増加したなど⁴⁾、テレビ番組が発信した情報が医療現場に影響を与えたとされる報告もある。また医療・健康に関する情報娯楽番組に対する医師の認識についての研究によると、「テレビ由来の情報が原因で臨床現場において困ったことがある」と答えた医師は66.8%、「情報娯楽番組中の医療・健康情報について不正確な情報伝達の印象を持っている」のは77.7%であり、また娯楽番組としては満足するものであるが、医療情報番組としては不満足であるという結果が出た。ただし、情報娯楽番組を通じて医療・健康情報が視聴者に伝達されることの有用性については85.7%が有用であるとしていた⁵⁾。このように、マスメディアから流される情報が人々に与える影響は大きい。

それでは、我々の生活に密着し影響を与

えているマスメディアから発信される医学情報の量と質はどれほどのものであろうか。本研究はこの点を明らかにするための第1段階として、日本において一般の人がメディアを通じて得られる医学情報の流通量を計測することを目的に調査を行った。

II. 方法

情報を伝えるメディアには、放送媒体のテレビ・ラジオ、通信媒体の電話・ファックス・インターネット、紙媒体の図書・雑誌・新聞が考えられる。これらの範囲は広く膨大であるため、本年は図書、雑誌、テレビに限定して調査を行った。

1. 図書

出版年鑑（出版ニュース社）に掲載されている統計資料から、年間に出版された図書の総数、そのうち自然科学図書の総数、さらに自然科学のうち医学・薬学に分類される図書の総数を抽出し、2000～2004（1999～2003年に出版された図書を収録）の5年分の推移を出した。これは、発行部数ではなくユニークな書誌の点数である。なお「出版年鑑」とは、前年1月～12月に日本国内で刊行された新刊書籍、雑誌、法規等の出版情報を収録した資料である。

2. 雑誌

雑誌新聞総かたろぐ（メディアリサーチセンター）に掲載されている雑誌の発行タイトル総数、そのうち厚生・医療雑誌の総数、さらに厚生・医療のうち家庭医学・健康に分類される雑誌の総数を数え、2000～2004年版（1999～2003年に出版された雑誌を収録）の5年分の推移を出した。家庭医

学・健康をあえて別の数字にして出したのは、この中に「壮快」「きょうの健康」といった、いわゆる一般大衆向けの健康情報雑誌が入っており、これらは新聞広告や電車の吊広告によく出ていて書店にも必ず置いてあるため、人々が読む機会が多く、影響も大きいと考えたためである。なお「雑誌新聞総かたろぐ」とは、日本国内で前年1月から当年3月までの間に創刊された定期刊行物、および前年度版以降継続的に刊行されている定期刊行物の出版情報を収録した資料である。

3. テレビ

インターネットで提供されているテレビ番組表を使い、医学・健康に関する番組を抽出した。テレビ番組表は、いくつかを比べて最も情報が多かった日刊スポーツ新聞社サイトのものを利用した。抽出期間は2004年7月1日～2004年9月30日の3ヶ月である。対象とした放送局は、東京地域で受信可能な地上波放送で、特別な契約や設定、機器を必要とせずに見ることのできるものとした。NHKとNHK教育は、受信料が必要とされているが、払わなくてもテレビのチャンネルを合わせれば視聴可能なので調査対象とした。その結果、NHK、NHK教育、日本テレビ、TBS、フジテレビ、テレビ朝日、テレビ東京、MXTV、tvk（テレビ神奈川）、ちばテレビ、テレビ埼玉の11局が調査の対象となった。

番組は、タイトルと内容の記述から、医療・医学・健康に関連するものを抽出した。「今日の健康」などのように番組全体が健康に関連するもの以外にも、バラエティ番組でいくつかのトピックのひとつとして取上げられるものや、ニュース番組の特集も

対象とした。美容、福祉など中には抽出の際に対象とするかどうか悩むような微妙な内容のものがあつた。美容に関しては、ダイエット、美容整形などのように人体に直接影響し、健康にも関係すると考えられるものは含めたが、ヘアスタイル、化粧などは人体に直接影響しないため含めなかった。

分析にあたり使用した単位は番組数と放送時間である。バラエティ番組などで複数のトピックがある場合は、放送時間をトピック数で割って時間を算出した。またニュースの特集の場合は、全体の放送時間が60分以内は5分、90分以内は10分、90分を超えるものは15分で算出した。ほとんど毎日放送される「午後は〇〇おもいっきりテレビ」(放送時間1時間55分)の健康に関する特集は、制作者の日本テレビに確認の上、50分で計算した。なお、これはあくまで番組表上での分析なので、番組変更には対応していないこと、コマーシャルの時間を放送時間から引いていないこと、番組表に現れない健康情報が抜けてしまうということが限界であった。放送全体との割合を測るために11局の全放送時間と番組数を算出したが、これは7月1日～7日までの1日平均をとり、3ヶ月の日数で乗じたものである。

抽出した番組を、その内容によって医学・健康、美容、食・栄養、レクリエーション、福祉、報道の6つのカテゴリに分けた。「レクリエーション」とは、「もしもツアーズ:今人気沸騰血液サラサラ体験の旅」(フジテレビ)、「からだにいい5ツ星源泉の宿」(ちばテレビ)など、主に旅行に関連するもので、厳密には医学・健康番組とはいえないが、健康に効果があるものとして

温泉や食品を紹介している番組である。これらを健康番組から除外することも考えたが、多くの人に健康情報としてインプットされることもあるので、分析に含めた。内容によっては二つ以上のカテゴリに分類されるものもあり、その場合それぞれのカテゴリにカウントしたので、カテゴリごとの番組数を合計すると実際の番組数よりも多くなる。

III. 結果

1. 図書出版点数の推移

5年間で図書全体の出版点数は、62,621点から75,530点に約13,000点増加している(図1)。そのうち自然科学は4,935点から6,012点へ約1,000点増加している。しかし総点数に比べて絶対数が少ないため、グラフ上ではあまり変化が見られない。医学・薬学は3,616点から4,627点に約1,000点増加していることから、自然科学の増加数は医学・薬学が増加した分に相当する。また自然科学の中で医学・薬学は7割以上を占めている。医学・薬学の図書全体に占める割合は、5.8%から6.1%にわずかに増えている。

2. 雑誌出版タイトル数の推移

5年間でタイトル総数は18904から18287へと617タイトル減っているが、グラフ上では、減少傾向はわずかである(図2)。その内数である厚生・医学も年により増減はあるものの横ばいである。全体に占める割合は10.2%から10.6%に推移している。家庭医学・健康は、全体に対する割合

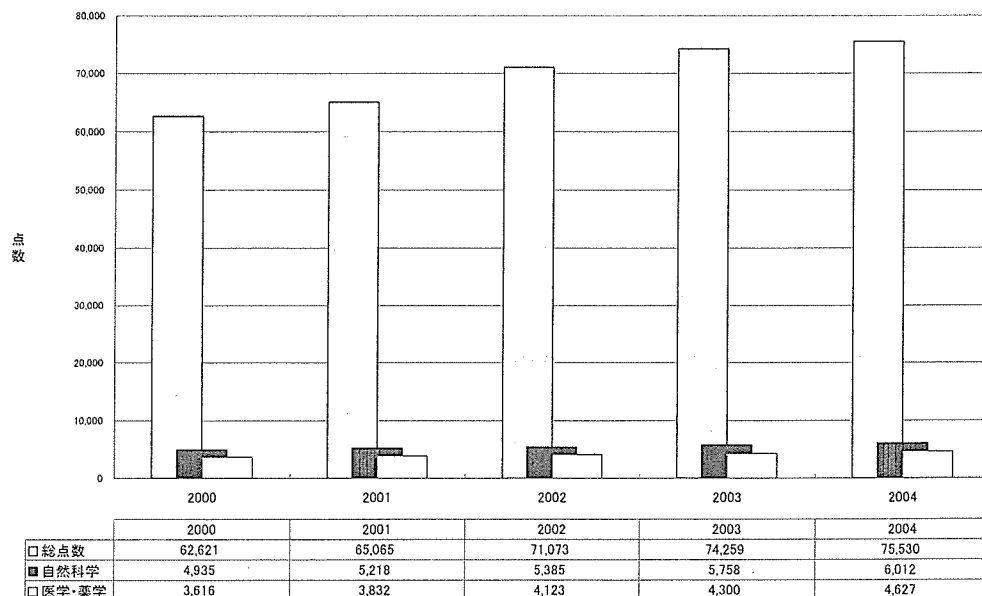


図1. 図書出版点数 (出版年鑑より)

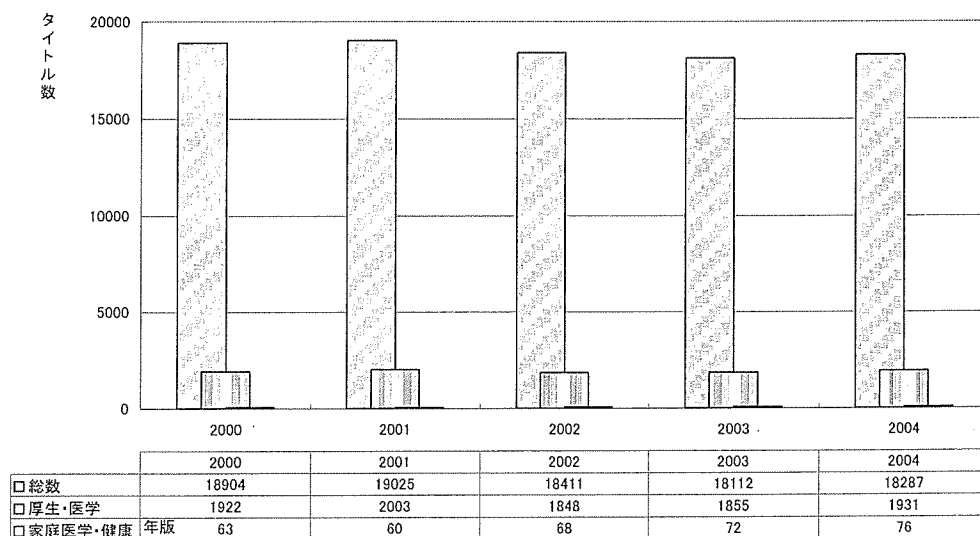


図2. 雑誌出版タイトル数
(雑誌新聞総かたろぐより)

が少ないため、グラフ上ではほとんど表され
ない。しかし、数字を見ると63タイトル
から76タイトルと増加傾向にある。全体
からみれば少ないが、家庭医学・健康のタ
イトル数から見るとその増加割合は大きい
といえる。その全体に占める割合は、0.
33%

から0.41%に増えている。

3. テレビ番組

3-1. 放送時間と時間帯

2004年7月1日から9月30日の3ヶ月
(92日間)に、11局で放送された全放送時間

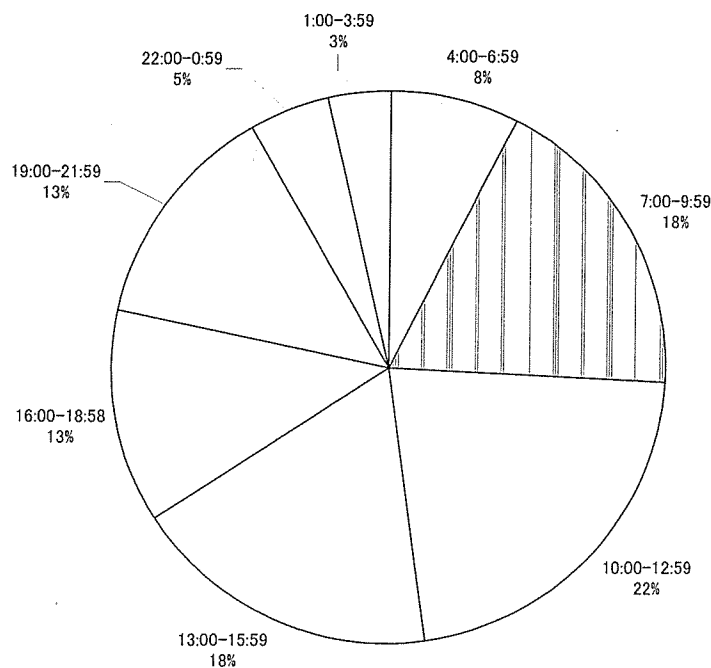


図3 番組開始時間帯の割合

は、23127時間16分（1387636分）、番組数は40545番組であった。そのうち、再放送を含む医学・健康の放送時間は752時間20分（45140分）、延べ番組数は1464番組であった。放送時間、番組数ともに全体に占める医学・健康番組の割合は3%台であった（表1）。この結果から単純計算すると、年間の医学・健康番組の放送時間は3009時間20分、番組数は5856番組と見積もられる。番組開始時間を3時間ごとの時間帯別で分けたところ、午前10時から午後1時に開始する番組の割合が最も多く22%を占めており、その前後の3時間が次に多く18%ずつであった（図3）。その時間帯にテレビを見ることができる主婦層や、昼休みの時間帯をターゲットにしていると考えられる。いわゆるゴールデンタイムといわれる午後7時から10時までの間は13%と、それほど多くなかった。

表1. 全番組と医学・健康番組の放送時間比較

	分	時間・分	番組数
全番組	1387636	23127時間16分	40545
医学・健康番組	45140	752時間20分	1464
医学・健康の割合	3.30%	3.30%	3.60%

3-2. 放送局ごとの番組数と放送時間

図4は、放送局ごとの番組数と放送時間である。局によって大きなばらつきが見られた。全国放送ではNHK教育が時間、番組数ともに最も多く、フジテレビが最も少なかった。また、関東の地方放送局であるtvk、ちばテレビが放送時間としては突出して多かった。

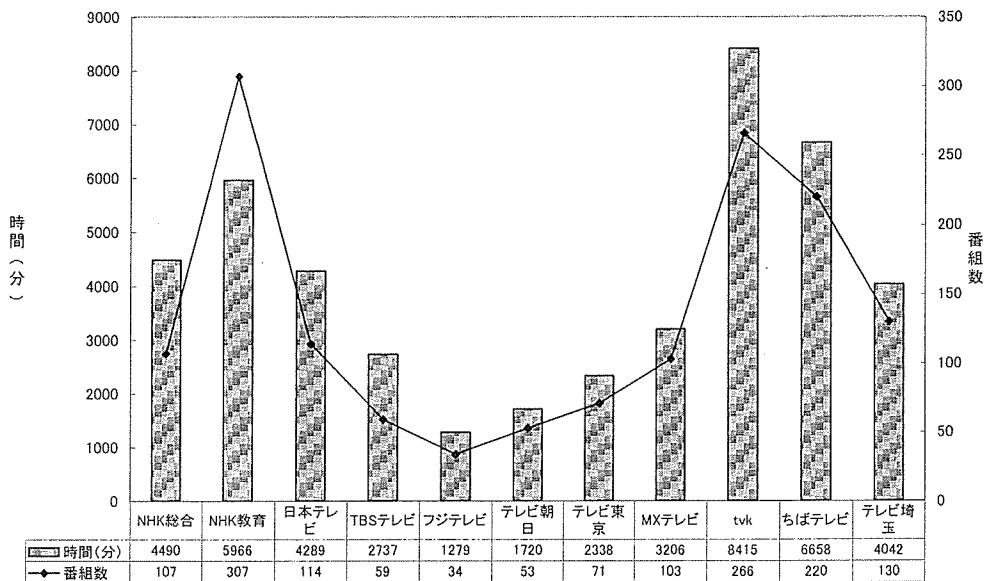


図4 放送局ごとの番組数と時間

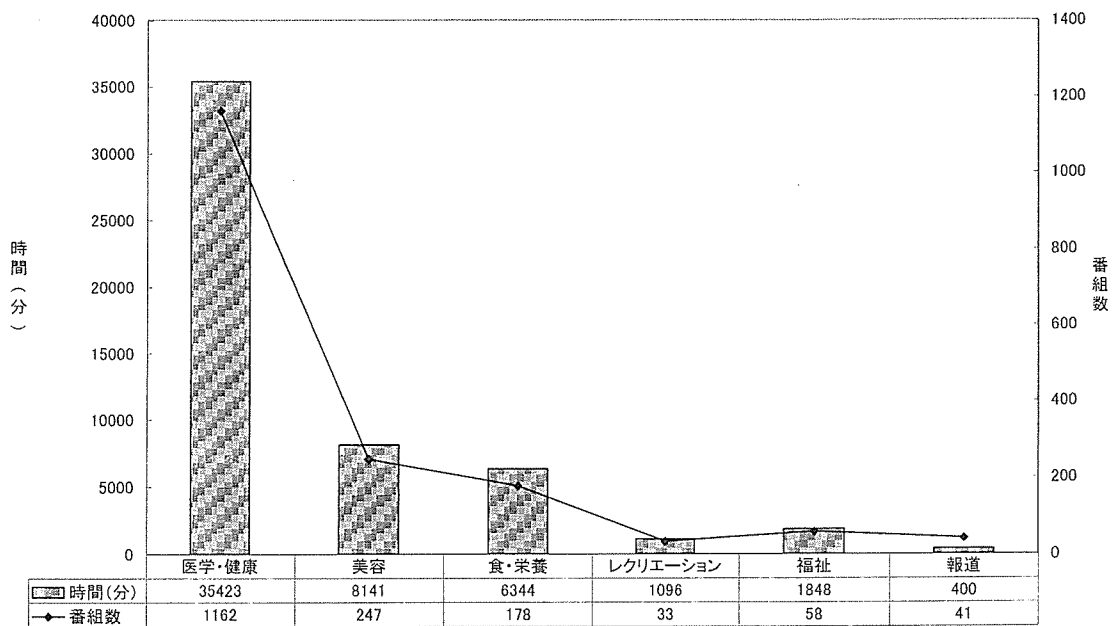


図5 カテゴリごとの番組数と時間

3-3. カテゴリごとの番組数と放送時間

図5は、番組をその内容によって医学・健康、美容、食・栄養、レクリエーション、福祉、報道の6つのカテゴリに分けた内訳を示す。医学・健康は突出して多く、次いで美容、食・栄養が多い。最も多い医学・

健康の1162番組のうち、同時に他のカテゴリにも分類されているものがどれくらいあるかを調べたところ、延べ183番組あり、その内訳は図6のとおりである。食・栄養に関するものが99番組と半数以上を占めていた。図7は、放送時間帯ごとのカテゴ

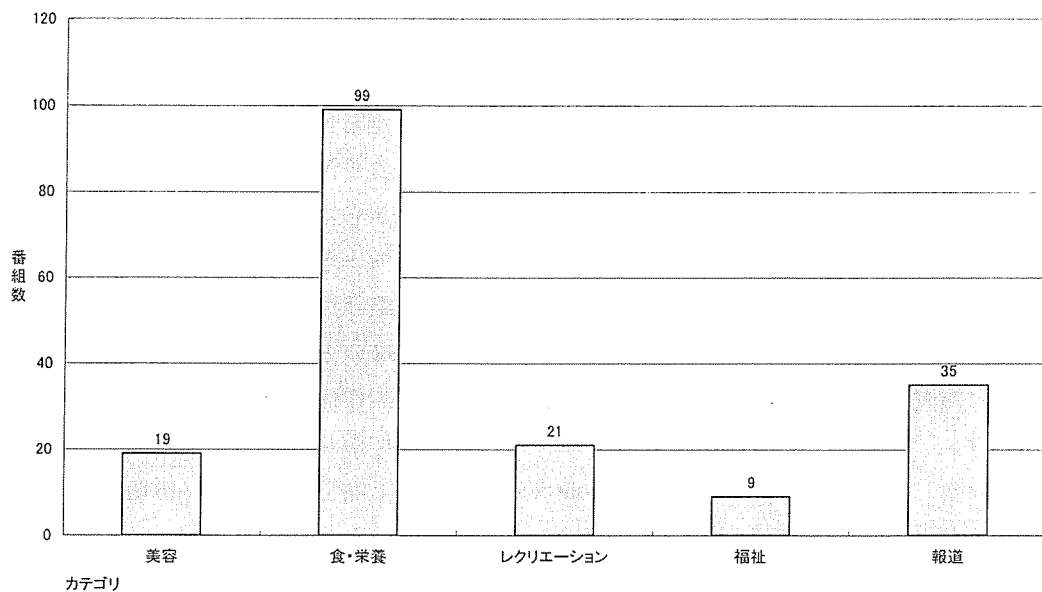


図6 医学・健康(1162番組)と重複したカテゴリの内訳

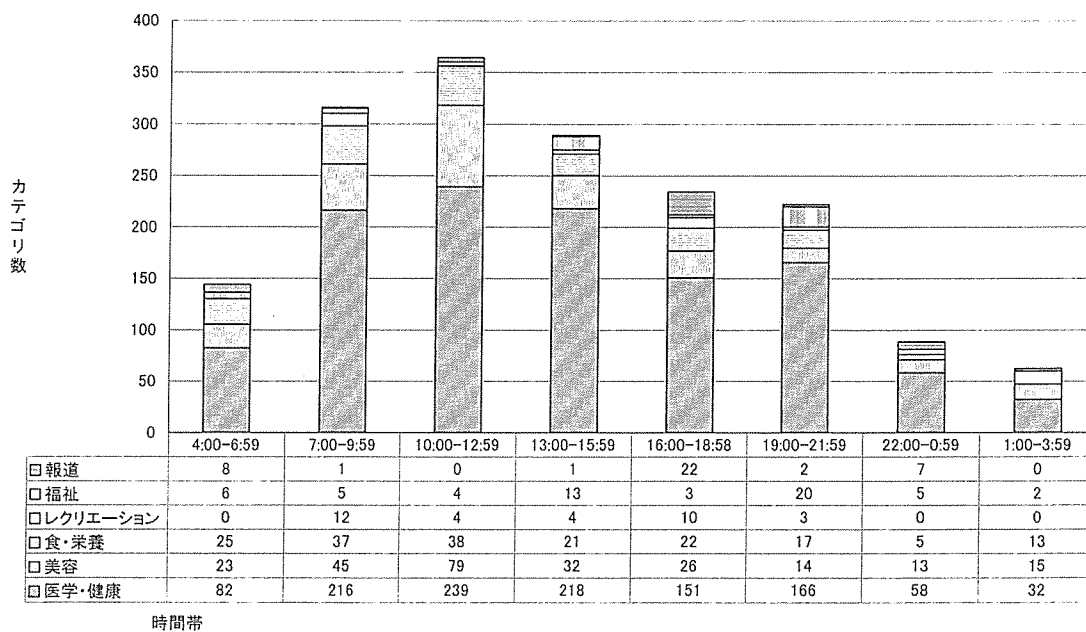


図7 時間帯別の番組カテゴリ

リ内訳である。医学・健康は全ての時間帯を通じて最も多いが、美容はゴールデンタイムを除く全ての時間帯で次に大きな割合を占めていた。美容の割合が最も大きいのは午前10時～午後1時であり、これも主婦層の視聴をねらったものと思われる。

IV. 考察

全体の出版点数に対する医学・健康関連の図書の割合は約6%、雑誌の割合は約10%であり、年々わずかに増える傾向にあった。図書では、自然科学の中に占める医学・健康関連の割合が7割以上を占めてい

た。本調査では各年の出版年鑑・目録を用い、ユニークな書誌（タイトル）数を流通量の単位とした。発行部数や販売部数も分析の対象とするべきであったが、今回はそれができなかった。また、ここでの医学・健康関連の図書と雑誌は、一般向けと専門家向けの別、内容の信頼性について考慮されたものではない。今後、中に含まれる情報の信頼性についての分析が必要であろう。また、消費者向けの出版物がどのくらいあるのかという研究も行われる必要がある。Consumer health information source book(2000)によると、米国では消費者向けの健康関連図書が1400点、雑誌とニュースレターが150点、年間に出版されているという⁶⁾。また消費者向けの信頼できる健康情報源として図書、雑誌、パンフレット、情報センター、ファックスサービス、オンライン検索サービス、CD-ROM、ソフトウェア、ウェブサイト、テレビ局などがリスト化され紹介されている⁷⁾。わが国でも今後、多く出回っている消費者向けの健康情報を評価すると共に、需要が伸びると考えられる良質な情報を生産するためのしくみが必要である。

テレビ番組では、放送全体における医学・健康関連の番組の占める割合は3%台であった。テレビ番組に関しては経年による推移を調査することができなかったため、この数値がどのような傾向を示しているのかは不明である。参考として米国では、ネットワーク系放送局における夜のニュース番組のうち、20%は健康関連のトピックであるといわれているが⁶⁾、それと比べるとかなり少ない結果であることがわかる。健康番組で、ある食品が健康にいいと紹介され

ると、スーパーでは番組終了の数時間後からその食品が売れ出し、翌日には棚からなくなるという現象をひき起こしている。このことから健康番組は我々の健康に対する意識と食生活に大きな影響を与えており、テレビからは多くの健康情報が発信されていると考えられている。それにもかかわらず、実際は医学・健康関連番組が占める割合が少ないとすると、放送時間帯や番組構成が、製作側の想定する視聴者層に対して有効に作用しているためと考えられる。時間帯別では午後7時から10時までのゴールデンタイムよりも、昼間の時間帯のほうが放送される割合は多く、主婦層をターゲットとしていることがうかがわれる。また昼間の時間帯には、美容をトピックとする番組の割合も高く、ここでも女性を対象としていることがわかる。男性よりも女性のほうが健康情報サービスを利用し⁸⁾、また女性のほうがあらゆる情報源からより多くの健康情報を得る傾向があるという研究結果が報告されている⁹⁾。それは一般に女性は家庭において、家族の健康を考えて献立を立てたり、病人や老人の介護者の役割を担う傾向があり、情報を必要としていることを反映しているのではないかと考えられる。

本調査では関東地方の地上波放送局に限定したが、他の地方局や衛生放送局にもそれぞれ健康に関する番組はあるであろう。また、ケーブルテレビには医療・福祉・健康の専門局が存在する。それらを含めていれば違った結果が出ていた可能性がある。さらに「方法」の章でも述べたとおり、本調査では番組表だけを頼りに番組を抽出したため、番組変更やコマーシャルの時間には対応しておらず、番組表には記されない

健康情報が抜けるなどの限界があった。今後同様の調査を行う場合はこの点を考慮する必要がある。とはいえ、これほどの規模で網羅的にテレビ番組を調査した例はこれまでにはなく、目安となるデータとしては有意義なものであると考える。

V. まとめ

人々の医学・健康に対する関心が高いことは明白であるが、その情報源に対する量的質的評価はあまり行われていない。本調査はわが国のメディアで流通している医学・健康情報についての基礎データを提供するために図書、雑誌、テレビの情報量を計測した。その結果、図書と雑誌の量はわずかに増えており、全体に対する割合も増える傾向にあった。テレビ番組は全体の3%強であった。今後新聞、インターネット、パンフレット類の量的調査を行い、将来的には質的研究にもつなげていきたいと考えている。

参考文献

- 1) 日本医学図書館協会ワーキンググループ. 一般市民への医学・医療情報需要調査. In: 丹後俊郎. 日本におけるEBMのためのデータベース構築および提供利用に関する調査研究: 平成13年度厚生科学研究費補助金21世紀型医療開拓推進事業総括・分担研究報告書. 2002; 7-15.
- 2) 河合富士美, 江口愛子, 牛沢典子, 諏訪部直子, 真下美津子, 向田厚子, 山口直比古. 一般市民の医学・医療情報需要調査. 医学図書館. 2002; 49(4): 376-382.
- 3) 小西啓介, 田端康一. テレビで放送された健康法により発症したシイタケ皮膚炎の3例. 京都市立病院紀要2003; 23(2): 44-47.
- 4) 貞升健志, 新開敬行, 中村敦子, 山崎清, 小宮智義, 吉田靖子ほか. 2002年の感染症発生動向調査におけるQ熱疑い症例の検査結果について. 東京都健康安全研究センター研究年報. 2004; 54: 45-47.
- 5) 別府文隆, 木内貴弘. 医療に関連したテレビ放送番組に対する医療関係者の認識について - 情報娯楽番組に関する医師意識調査. 放送文化基金研究報告平成13年度助成・援助. [internet] <http://www.hbf.or.jp/grants/pdf/j%20i/13-ji-beppu.pdf> [accessed 2005-03-18].
- 6) Rees AM. Preface. In: Rees AM editor. The consumer health information source book. 6th ed. Phoenix, AZ: Oryx Press; 2000. p.ix-xii.
- 7) The best sources of consumer health information. In: Rees AM editor. The consumer health information source book. 7th ed. Westport, Conn: Greenwood Press; 2003. p.15-19.
- 8) Slevin ML, Terry Y, Hallett N, Jefferies S, Launder S, Plant R, Wax H, McElwain T. BACUP--the first two years: evaluation of a national cancer information service. BMJ. 1988; 297(6649):669-72.
- 9) Connel CM, Crawford CO. How people obtain their health information: a survey in two Pennsylvania counties. Public Health Reports. 1988; 103: 189-95.

(資料 2)

平成 17 年度 厚生労働科学研究費補助金 (医療技術総合研究事業)
患者／家族のための良質な保健医療情報の評価・統合・提供方法に関する調査研究
(主任研究者：緒方裕光)

分担研究報告書

1.メディア(新聞・ラジオ)における医学・健康情報流通量調査

分担研究者 諏訪部直子 (杏林大学医学図書館)
分担研究者 磯野威 (国立保健医療科学院研究情報センター)
研究協力者 泉峰子、大橋ゆき子、加藤恵子、萩原美保
(国立保健医療科学院研究情報センター)
研究協力者 藤沢靖子 (杏林大学医学図書館)

I. はじめに

マスメディアから発信される情報は我々の生活に密着し影響を与えている。それらのうち医学・健康に関する情報(以下医健情報)の量を把握するために、平成 16 年度に図書・雑誌・テレビにおける調査を行った¹⁾。今年度は引き続き新聞・ラジオで発信される医健情報の流通量調査を行った。

析した。広告は、処方薬・市販薬・サプリメント・健康食品・健康器具・図書・雑誌・治験募集など関連するものを幅広くとった。新聞の情報量をどのように測るかについては議論の余地があるが、記事・広告ともに文字・写真・イラスト・図表など、様々な種類の情報が含まれ、情報密度がそれぞれ異なることから、単純にそれらが掲載されている部分の面積で求めた。

II. 方法

本調査では、人々に健康や医学に関する知識・情報を与えるもの、与えられた情報によって人々が体に影響を及ぼす行動を取る可能性のあるものを医健情報として分析の対象とした。

記事は件数と面積を分析し、広告については件数と面積のほか、「薬・サプリメント」「出版物」「機器・器具」「その他」という 4 つのカテゴリに分けて分析した。

2. ラジオ

1. 新聞

調査対象は日本の代表的な新聞である朝日、毎日、読売 3 紙で、2005 年 10 月 1 日～10 月 31 日の 1 ヶ月に発行されたものである。版はそれぞれ朝日新聞朝刊 13 版・夕刊 3 版、毎日新聞朝刊 13 版・夕刊 3 版、読売新聞朝刊 14 版・夕刊 4 版である。各紙の朝刊と夕刊を 1 ページずつ確認して医学・健康関連の記事と広告部分のコピーをとり、記事と広告は分けて分

インターネットの日刊スポーツ新聞社サイトが提供しているラジオ番組表を使い、医学・健康に関する番組(以下医健番組)を抽出した。抽出期間は 2005 年 7 月 1 日～2005 年 9 月 30 日の 3 ヶ月で、対象とした放送局は、関東地方の 16 局(NHK 第 1、NHK 第 2、TBS、文化放送、ニッポン放送、ラジオ日本、放送大学、NHK FM、TOKYO FM、J-Wave、FM ヨコハマ、NACK 5、BayFM、Inter-FM、ラジオ NIKKEI、WINJ) である。

昨年テレビ番組調査と同じ基準のもとに、番組のタイトルと内容の記述から医療・医学・健康に関連するものを抽出し、番組数と放送時間、カテゴリを分析した。番組全体が医学・健康に関するもの以外に、番組の中でトピックのひとつとして取り上げられているものも対象とし、それらについては番組放送時間が30分以内は5分、31分以上90分以内は10分、91分以上は15分で計算した。また、NHK第1・第2で毎日数回定期的に放送される「ラジオ体操」は人々に知識を与えるものではないが、健康のために体操をするという行動につながるものなので抽出の対象とした。放送大学の講座でテーマが基準を満たしているものも分析対象として抽出した。

放送されている番組全体との割合を出すために、16局の全放送時間と番組数を算出したが、これは9月1日～7日までの1日平均をとり、7月から9月までの日数(92日)で乗じたものである。

抽出した番組を、その内容によって医学・健康、美容、食・栄養、レクリエーション、福祉、報道の6つのカテゴリに分けた。このカテゴリは昨年度のテレビ番組調査と比較可能とするために同じものを用いた。「レクリエーション」とは、厳密には医療情報とはいえないが、健康に効果があるものとして旅先やアクティビティを紹介するというもので、テレビ番組によくあるものである。内容によっては二つ以上のカテゴリに分類される番組もあり、その場合それぞれのカテゴリにカウントしたので、カテゴリごとの番組数を合計すると実際の番組数よりも多くなる。

III. 結果

1. 新聞

2005年10月の1ヶ月に発行された朝日・毎日・読売新聞の総ページ数と面積は、表1に示すとおりである。いずれも全国紙なのでそれほど大きな差はないと考えていたが、実際は朝日1704ページ、毎日1240ページ、読売1672ページとなっており、最多の朝日と最少の毎日では464ページもの開きがあった。1ページあたりの面積は3紙とも1,938 cm² (51cm×38cm)で計算したので、総面積はページ数に比例する。

表1. 新聞総ページ数と面積
(朝・夕刊合計)
2005.10.1～2005.10.31

	総ページ数	総面積(cm ²)
朝日	1,704	3,302,352
毎日	1,240	2,403,120
読売	1,672	3,240,336
合計	4,616	8,945,808

1-1. 記事

各紙の医療情報記事の件数と面積、面積の全体に占める割合を表2に示す。全体の記事件数を数えることができなかったため、件数の占める割合は出せなかった。総ページ数には開きがあったが(表1)、医療関連記事の面積も同程度の割合で開きがあったので、総面積に占める割合は各紙とも約2%という結果になった。表1では、割合のわずかな差を示すために小数点以下2桁まで表示している。

表2. 医学・健康関連記事

※総面積に占める割合は、わずかの違いを示すために小数点以下2桁まで表示した。

	件数	面積	総面積に占める割合
朝日	197	66,959	2.03%
毎日	170	48,307	2.01%
読売	173	64,855	2.00%
合計	540	180,121	2.01%

1-2. 広告

各紙の医学・健康関連広告（以下医健広告）のカテゴリ別件数、面積、総面積に対する割合を表3に示す。総面積では最多であった朝日の医健広告の面積は171,002cm²で、読売の218,746 cm²より約47,700 cm²少なく、また総面積に占める割合は最少であった。各紙とも、薬・サプリメントの割合が最も多い点が共通しているが、数値は

朝日3.1%、毎日4.4%、読売4.7%とわずかだが開きがあった。医健広告の全体に対する割合は、朝日5.2%、毎日6.7%、読売6.8%で、全体では6.2%であった。このことから、日本の代表的な新聞には紙面の約6%を医健広告が占めているといえる。

図1～3に、各紙の医健広告の合計面積を分母とした各カテゴリの割合を示す。

表3. 医学・健康関連広告

	カテゴリ	件数	面積 (cm ²)	総面積に占める割合
朝日	薬・サプリメント	187	101,447	3.1%
	出版物	105	14,512	0.4%
	機器・器具	34	14,781	0.4%
	その他	68	40,262	1.2%
	小計	394	171,002	5.2%
毎日	薬・サプリメント	185	106,629	4.4%
	出版物	75	11,638	0.5%
	機器・器具	44	21,252	0.9%
	その他	44	21,044	0.9%
	小計	348	160,563	6.7%
読売	薬・サプリメント	264	151,455	4.7%
	出版物	82	13,488	0.4%
	機器・器具	59	25,908	0.8%
	その他	46	27,895	0.9%
	小計	451	218,746	6.8%
合計		1,193	550,311	6.2%

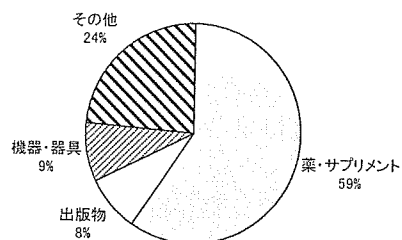


図1. 朝日新聞の広告カテゴリ

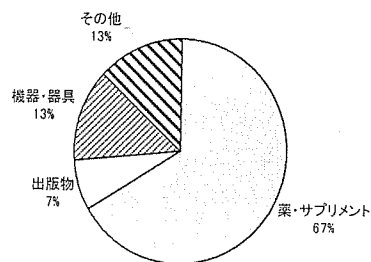


図2. 毎日新聞の広告カテゴリ

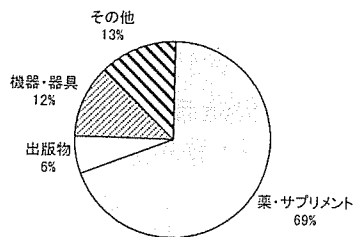


図3. 読売新聞の広告カテゴリ

2. 毎日と読売は各カテゴリとも割合が類似しているが、それと比較して朝日は薬・サプリメント、機器・器具の割合が少なく、その他が多いのが特徴であった。全体を合計すると図4の通りであるが、それほど大きな変化は見られなかった。

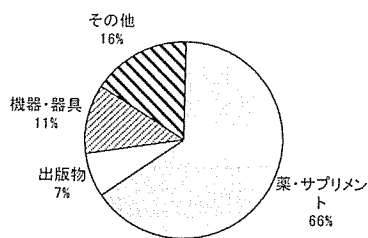


図4. 広告のカテゴリ (全体)

3. 1-3. 全体

表4は記事・広告の合計と、面積の割合を示す。朝日 7.2%、毎日 8.7%、読売 8.8%、3紙の合計は 8.2%であった。記事は各紙ともほとんど同じ割合だったので、ここで現れた数値の違いは広告量の差を示している。

4. ラジオ

2-1. 放送時間と時間帯

表5にラジオの放送時間と番組数を示す。2005年7月1日から9月30日(92日間)の3ヶ月に16局で放送された全

表4. 記事・広告の合計面積と総面積に占める割合

	件数	面積	新聞総面積に占める割合
朝日	591	237,961	7.2%
毎日	518	208,870	8.7%
読売	624	283,601	8.8%
合計	1,733	730,432	8.2%

表5. ラジオ放送時間と番組数

2005.7.1~2005.9.30

	分	番組数
全番組	1,991,209	31,057
医学・健康番組	27,550	1,213
医学・健康の割合	1.4%	3.9%

放送時間は1,991,209分(33,186時間49分)、番組数は31,057番組であった。そのうち再放送を含む医学・健康関連番組(以下医健番組)は27,550分(459時間10分)、1,213番組であった。医健番組が全体に占める割合は時間で1.4%、番組数で3.9%であった。この結果から単純計算すると、年間の医健番組の放送時間は1,836時間40分、番組数は4852番組と推定される。

番組開始時刻を3時間ごとの時間帯別に分けたところ(図5)、午後7時から午後10時までの間に開始する番組の割合が最も多く32%を占めており、次に多かったのは午前4時から午前7時で20%であった。テレビでいえばゴールデンタイムと言われる時間帯と早朝に多いことから、比較的高齢者をターゲットにしているのではないかと考えられる。逆に少なかったのは午後10時から午前1時の2%、午前1時から午前4時の1%であった。いずれも深夜の時間帯であり、このことから健康情報は夜更かし傾向のある若者向けではないことがわかる。また、午後4時から7時までの3%も少なく、ゴールデンタイムをはさむ時間帯が少ないことがわかった。

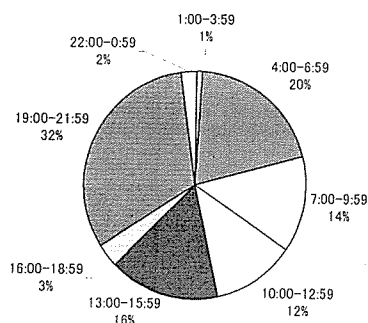


図5. 番組開始時間帯の割合

2-2. 放送局ごとの番組数と放送時間

放送局ごとの分析の結果、16局のうち3局（FMヨコハマ、Inter-FM、WINJ）では医健番組がまったくないことがわかった。残りの13局の番組数と放送時間は図6に示すとおりである。放送時間が最も長いのは放送大学の10,841分、次にラジオNIKKEI

の7,355分が続く。短いのはBay-FM45分とニッポン放送75分であった。番組数が最も多いのはラジオNIKKEIの379番組でNHK第2の300番組が続く。放送大学は番組数が196と3番めである割に放送時間が最も長く、NHK第2は番組数が多い割に放送時間が短いという特徴があった。

2-3. カテゴリごとの番組数と放送時間

医健番組をカテゴリごとに分けた内訳を図7に示す。医学・健康と福祉がほとんどを占め、美容、食・栄養、報道は極端に少なく、レクリエーションはひとつもなかった。図8は放送時間帯別のカテゴリ内訳である。絶対数が多いため、医学・健康はほとんどの時間帯で多くなっているが、午後4時から7時までと午後10時から午前1時までの間は医学・健康が極端に少なく福祉の方が上回っていた。

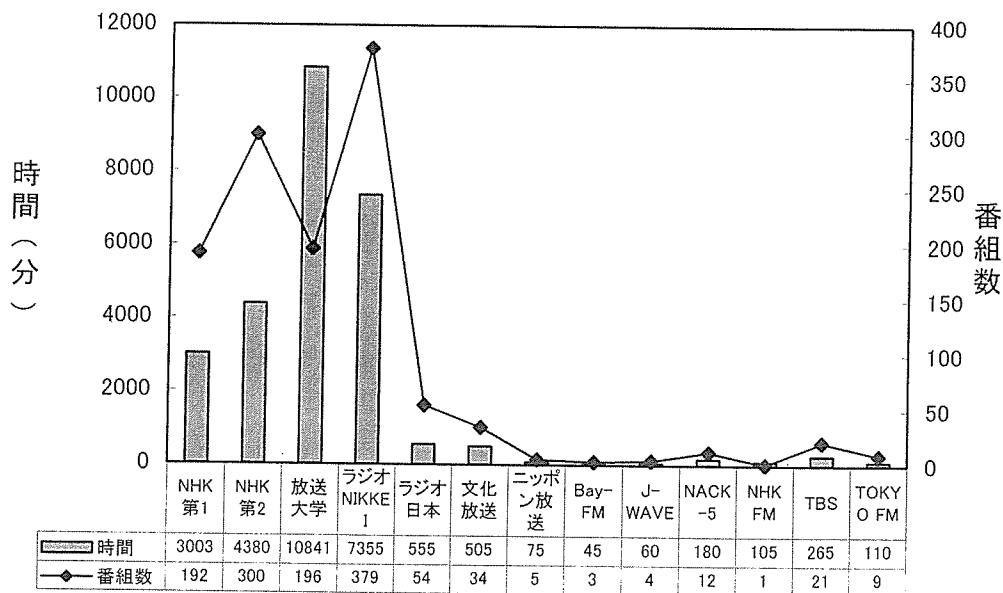


図6. 放送局ごとの番組数と放送時間

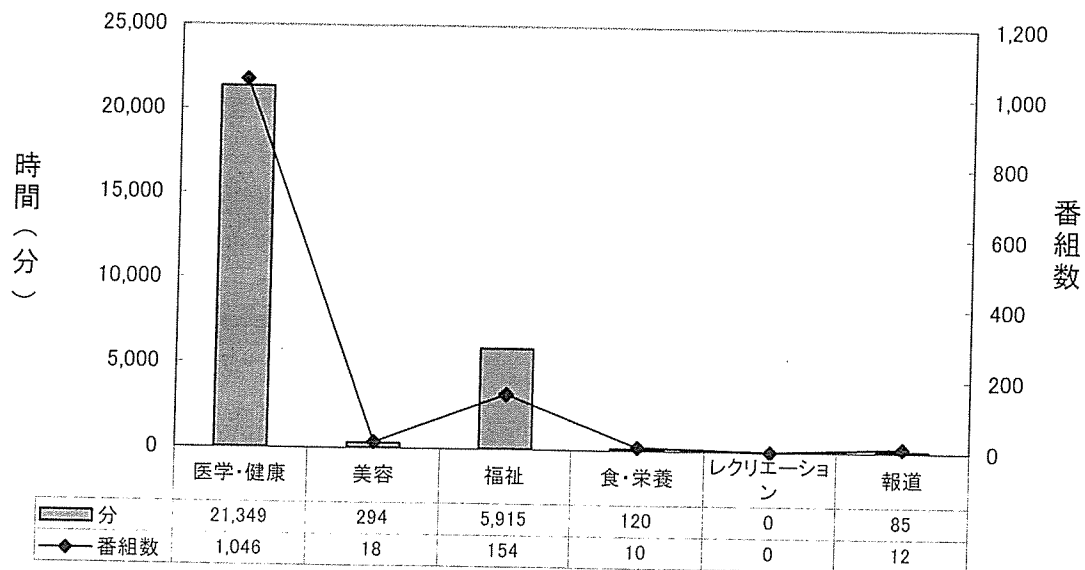


図7. カテゴリごとの番組数と放送時間

時間帯別の番組カテゴリ

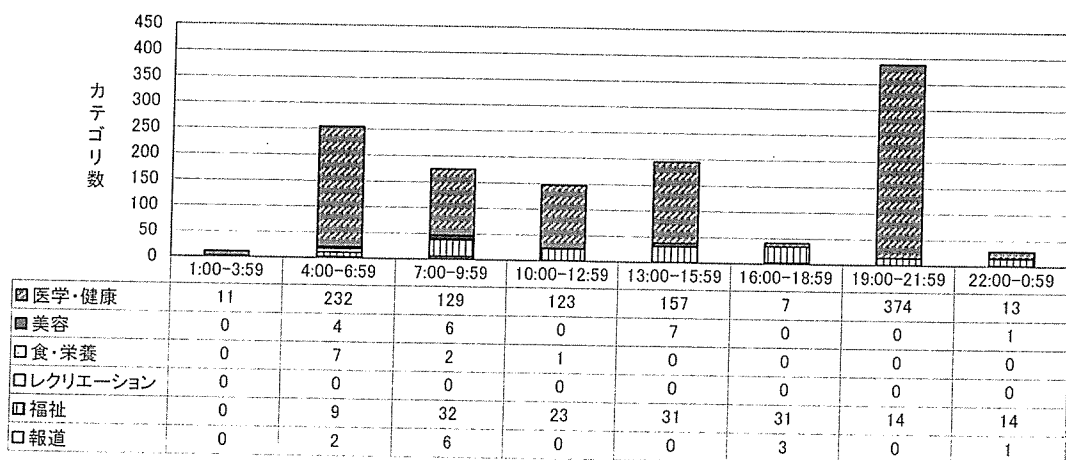


図8. 時間帯別の番組カテゴリ

2-4. 専門家、学生向けの番組

データを抽出する過程で気づいたことは、学生向け講義や専門家向け番組が多いということである。学生向けというのは主に放送大学の講義であるが、テレビ番組調査では視聴に特別な機器が必要という理由で分析に加えていなかったものである。専門家向けとは、ラジオ NIKKEI で放送される「日

産婦医会アワー」「メディカルダイジェスト」「歯科医の時間」など製薬会社や医学会が医師向けに放送しているものである。これらはテレビ番組調査にはなかった種類のもので、ラジオの特徴であるといえる。このようなものがどのくらいあるのかを示したのが表6である。医健番組を占める割合は専門家向けが 23.2%、講義は 40.7%を占

表 6. 専門家向け番組と講義

	時間(分)	番組数	医健に占める割合
専門家向け	6,384	349	23.2%
講義	11201	208	40.7%

めている。これらは、厳密には一般向けの番組ではないので、分析から除外することも考えられるが、チャンネルを合わせれば誰でも聞けるというということで本調査には含めた。

IV. 考察

新聞では記事で約 2%、広告で約 6%、合わせて約 8%が医健関連であった。昨年度に行なった調査のうち、紙媒体の出版物では図書の約 6%、雑誌の約 10%が医健関連であった。これらのことから、日本の出版物のうち、1 割弱が医健関連であることがいえる。これは出版物全体の 10 分の 1 にすぎないので大多数とはいえないが、他にも分野は多数存在することを考えると、医健関連情報は多いといえる。ただしこの中には新聞広告が多く含まれ、さらに雑誌、図書にも広告的性格の強いものや、科学的な根拠のないものが多数含まれているため、出版物が必ずしも信頼できる情報源とは限らない。出版物の中で信頼性の高いもの、あるいは一般の人々にとって有益なものがどのくらいあるのかはまだ明らかになっていない。今後その点についての調査が行われ、不確かな情報がどれだけ流通しているのかを把握すると共に、一般向けの健康情報図書リストなど、信頼できる情報提供の仕組みが確立されることが望まれる。

出版物の中でも客観的で信頼性が高いと考えられる新聞記事の量は 2%にすぎない。それは新聞が速報性を重視しコンパクトにまとめた情報を伝える媒体であるためと考えられる。しかし、たとえ正しく信頼でき

る情報であったとしても、簡略すぎるために時として読者にとっては十分とはいえない場合もある。不十分な情報を補うために、読者はさらに別の情報源にあたる必要もあるだろう。このような点から見ても、読者を信頼できる情報へ導くことのできる何らかのシステムが求められる。

ラジオの特徴は、①医健番組の放送時間の割合が 1.4%と少ない。②ゴールデンタイムと早朝に放送開始の番組が多く、逆に深夜は少ない。③医学・健康、福祉関連が多く、美容、食・栄養、報道は少ない。レクリエーションはない。④専門家による講義や専門家向けの番組が多い、ということであった。テレビ調査の結果では、①放送時間の割合は 3.3%。②午前 7 時～午後 4 時までが最も多く 18%～22%とほぼ同じ割合で推移し、早朝は 8%とあまり多くない。③多い順から医学・健康、美容、食・栄養、福祉、レクリエーション、報道となる。④専門家向けの番組はない、であった。グルメ・旅・美容など視覚に訴えることができる娯楽情報番組が作りやすいのはテレビの特徴であるし、一方ラジオには視覚に頼らない分言葉に重点を置き、内容がわかりやすくして高齢者にも優しいという特徴がある。情報伝達を聴覚に頼るラジオでは内容そのものに集中しやすいせいか、一般の人に医学の専門的な情報をわかりやすく伝える番組や専門家向けに作られた番組が多く、テレビのように煽情性、意外性を売りにする娯楽情報番組はほとんどなかった。いずれにしてもテレビ、ラジオ共にそれぞれの特性を生かした番組が作られ、ターゲットを絞って放送時間が設定されている。

石垣らの調査によると、40 歳以上 69 歳以下の女性を得る健康情報の情報源は多い順にテレビ、新聞、雑誌、友人となっていた²⁾。この結果を見る限り、自ら情報を探し求めるというよりも、家に居ながら身近

なメディアを通じて受動的に情報を得る傾向があることがわかる。メディアからの健康情報を偶発的かつ受動的に得る傾向は今後も続くと考えられるが、それだけに頼るのではなく、情報を必要とする人が正しい情報をスムーズに得られる仕組みが構築されることが課題である。

V. まとめ

これまでに国内のマスメディア、つまりテレビ・ラジオ・図書・雑誌・新聞で発信されている医健情報の量を計測してきた。その結果、流通している全体量からみて出版物は6~10%、放送は1.4~3.3%が占めているのみで、当初予想していたよりも少なかつた。しかし健康は多くの人が興味を持つテーマであり、マスメディア情報が健康に与える影響は大きいと考えられる。マスメディアは難解な医学をわかりやすく、おもしろく人々に伝える役割を担っており、その有用性は専門家も認めている³⁾。ただし放送で発信される情報は一過性が強く、受け手は受動的であり偶然情報を得ることも多い。巷にあふれるこのようなマスメディアの健康情報を補完するべく、これからは信頼性が高くわかりやすい情報提供システムを整備し構築していくことが必要である。

参考文献

- 1) 諏訪部直子, 磯野威, 泉峰子, 栗田隆子, 萩原美保, 藤沢靖子. メディア (図書・雑誌・テレビ) における医学・健康情報流通量調査. In: 緒方裕光. 患者/家族のための良質な保健医療情報の評価・統合・提供方法に関する調査研究; 平成16年度厚生労働科学研究医療技術評価総合研究事業分担研究報告書 2005:7-15.
- 2) 石垣和子, 富永裕子. 中高年女性におけるテレビ、雑誌からの健康情報獲得行動に関する研究. 平成10年度厚生科学研究費補助金 総合的プロジェクト研究分野 子ども家庭総合研究事業 生涯を通じた女性の健康づくりに関する研究 1999:268-272.
- 3) 別府文隆, 木内貴弘. 医療に関連したテレビ放送番組に対する医療関係者の認識について-情報娯楽番組に関する医師意識調査. 放送文化基金研究報告 平成13年度助成. [internet]<http://www.hbf.or.jp/grants/pdf/j%20i/13-ji-beppu.pdf> [accessed 2006-03-18].

2. 医療従事者における情報の利用 (資料3～8)

(資料 3)

厚生労働科学研究費補助金（医療技術総合研究事業）
患者／家族のための良質な保健医療情報の評価・統合・提供方法に関する調査研究
（主任研究者：緒方裕光）

分担研究報告書

5. 臨床現場における情報ニーズ／入手方法および適用に関する研究

分担研究者	阿部信一	東京慈恵会医科大学医学情報センター
分担研究者	松島雅人	東京慈恵会医科大学内科学講座
研究協力者	大崎泉	東京慈恵会医科大学医学情報センター
研究協力者	古関美津子	東京慈恵会医科大学医学情報センター

A. 目的

臨床医の情報ニーズに関する海外の多くの調査では、各種医学情報源の使用法の難しさや医学情報の膨大さ、医師の忙しさ等が理由になって、臨床上の疑問の解決のための十分な情報が入手できていないことが示されている。一方、平成14年度に東京慈恵会医科大学附属病院総合診療部の協力で行った外来での調査では、日常の診療時に多数の疑問が発生しており、その内容や解決方法は医師によって様々であることが推察された。そこで、臨床医にとって有効な情報サービスや情報源について検討するために、臨床現場の近くでの情報提供サービスの実施と評価を計画した。

具体的には、総合診療部の医師に発生する疑問について、図書館員が雑誌論文を検

索し、適当と思われるものをコピーし、要約と共に提供することで、診療行為に対する効果を評価する。また、臨床医が求める情報の性格を分析し、そのための情報サービスに必要な時間・費用・知識・技術・提供方法等を検討し、診療現場のために効果のある情報サービスのあり方について考察する。

B. 方法

東京慈恵会医科大学附属病院総合診療部の協力を得られた医師を対象に、1患者につき1つ程度の疑問を調査票に記入してもらい、午前の方は12:00に回収し17:00までに、午後の方は17:00に回収し翌日12:00までに、データベースの検索、文献の選択を行い、疑問ごとの「パケット」*として

※情報パケットの構成

- ・ 医師が記入した調査票
- ・ 調査結果に関する報告書（使用したデータベース、検索式、検索結果と添付資料の解説）
- ・ 検索結果リスト（書誌情報＋抄録） 最新のものから20件程度
- ・ 図書館員が有効と判断した文献のコピー 当館所蔵雑誌から2～3件程度
- ・ 評価表

提供する。医師はそれらの情報について、当該患者の再診の後、情報の内容やサービスの質、診療行為への有効性等を評価表に記入する。検索や文献コピーに要する費用は補助金から充当する。

C. 結果

2005年1月17日(月)～2005年2月10日(木)の4週間の月曜～金曜に調査を実施した。調査票に記入された疑問は合計9件(表1)。内訳は診断に関するものが5件、治療または予後に関するものが4件だった。

表1 疑問の内訳

受付番号	疑問の内容	カテゴリー	受付日	記入者
1	ノロウイルス腸炎のウイルス排出期間	診断	1/21	A
2	全般性不安障害の治療	治療	1/21	A
3	特発性腎出血患者の運動制限	治療/予後	1/21	A
4	EBウイルス感染症状の持続期間	治療/予後	1/24	A
5	皮疹と胃腸炎の関連性	診断	2/7	B
6	長期にわたる微熱の原因	診断	2/5	C
7	急性虫垂炎と下痢の関連性	診断	2/7	A
8	急性虫垂炎の踵下ろし試験での感度と特異度	診断	2/7	A
9	インフルエンザ発症後の排菌量の経時変化	治療/予後	2/10	A

表2 使用した情報源と検索結果

使用DB/受付番号	1	2	3	4	5	6	7	8	9
1. 医中誌 WEB	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. JDream	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	—	—	<input type="checkbox"/>	—	—	—	<input type="checkbox"/>
3. MEDLINE(OVID)	○	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	○	—	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4. UpToDate	—	—	—	—	<input type="checkbox"/>	—	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Clinical Evidence	—	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	—	<input type="checkbox"/>	—	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6. SKOLAR MD	—	—	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	—	—	—	—	—
7. InfoPOEMs	—	—	—	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	—	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. The Cochrane Library	—	—	—	—	—	—	—	—	—
その他	—	—	—	—	—	—	—	—	—

何らかの情報入手、○文献リスト、追加情報なし、—使用せず