

インターネット広告を用いた肝炎ウイルス検査受検勧奨とその効果検証 に関する研究

研究分担者 小林 良正 浜松医科大学医学部附属病院 肝臓内科

研究要旨

【背景】若年者に肝炎ウイルス感染の危険性を周知させ、肝炎ウイルス検査受検の普及を目指す。

【方法】静岡県内の若年者（18～49 歳）を対象にインターネット広告を用いた肝炎ウイルス検査受検勧奨を 5 ヶ月間行い、肝炎ウイルス検査の案内広告表示件数（肝炎ウイルス検査受検勧奨件数）とその案内広告へのクリック率（肝炎ウイルス検査への関心度）を解析するとともに、受検勧奨の効果検証として勧奨開始から 6 ヶ月間に県内の保健所で行われた肝炎ウイルス検査件数を調べた。

【結果】(i) 若年者の約 0.1%が肝炎ウイルス検査に対して関心を持っていることがわかった。特に肝炎・肝硬変を含む「肝臓」関連に関心のある若年者は肝炎ウイルス検査に高い関心を示した。また肝炎ウイルス検査に対する関心度の高い地域は肝疾患専門病院から遠く離れた地域であった。(ii) 受検勧奨開始から 6 ヶ月間における保健所の肝炎ウイルス検査件数は、受検勧奨を行っていない同時期と比較して増加した。

【結語】インターネット広告を用いた肝炎ウイルス検査案内は、肝炎ウイルス検査受検勧奨のための有効なツールになり得る可能性が示唆された。

A . 研究目的

タトゥーやボディーピアスは、汚染器具等により肝炎ウイルス感染が起こりやすい行為であるにもかかわらず、その危険性については理解していない若年者が多い。また、肝障害があることを知っていても、飲酒による肝障害と誤解し、肝炎ウイルス検査を受けていない若年者も多い。

そこで、このような若年者に肝炎ウイルス感染の危険性を周知させ、肝炎ウイルス検査受検の普及を目的に、インターネット広告を利用した肝炎ウイルス検査受検勧奨を試みた。

B . 研究方法

静岡県内の若年者（18～49 歳）を対象にインターネット広告技術であるターゲティング広告手法を用いた肝炎ウイルス検査受検勧奨を 5 ヶ月間行った。

スマートフォン、PC、タブレットユーザーがポータルサイトを利用すると、肝炎ウイルス検査の案内広告を任意に表示させた（ディスプレイネットワーク広告）。また、ポータルサイトにて「タトゥー」、「ピアス」、「飲酒」、「肝臓」、「がん」に関連するキーワードを用いて検索した場合には、検索結果画面に肝炎ウイルス検査の案内広告を表示させた（リスティング広告）。さらに、肝炎ウイルス検査の案内広告を一度でもクリッ

クしたことがある場合、その後もポータルサイトを利用すると、肝炎ウイルス検査の案内広告を再度表示させた（リターゲティング広告）。

勸奨期間(5ヵ月間)における肝炎ウイルス検査の案内広告表示件数(肝炎ウイルス検査受検勸奨件数)とその案内広告へのクリック率(肝炎ウイルス検査への関心度)を解析するとともに、受検勸奨の効果検証として勸奨開始から6ヵ月間に保健所で行われた肝炎ウイルス検査件数の推移を受検勸奨未施行の年度の同時期における検査件数と比較検討した。

C. 研究結果

肝炎ウイルス検査の案内広告の総表示件数は10,850,665件で、総クリック数は13,578件、クリック率は0.13%であった。

ポータルサイトにて「肝臓」、「タトゥー」、「がん」、「ピアス」、「酒」関連キーワードで検索した若年者において、その順に肝炎ウイルス検査への関心度が高かった。各年齢層で肝炎ウイルス検査への関心度に違いはなかった。肝炎ウイルス検査への関心度が高い地域は伊豆半島南部であった。

受検勸奨開始から6ヵ月間における静岡県の全保健所のB型肝炎ウイルス検査件数は、1364件で、受検勸奨を行っていない同時期の1107件と比較して、1.2倍に増加し、C型肝炎ウイルス検査件数は、1230件で、受検勸奨を行っていない同時期の664件と比較して、1.9倍に増加した。なお、肝炎ウイルス検査陽性件数(陽性率)は、HBV7件(0.51%)、HCV2件(0.16%)であった。

D. 考察

本研究では、インターネット広告技術であるターゲティング広告手法を用いて若年者を対象に肝炎ウイルス検査の受検勸奨を試みたところ、若年者の約0.1%が肝炎ウイル

ス検査に対して関心を持っていることがわかった。特に肝炎・肝硬変を含む「肝臓」関連に関心のある若年者は肝炎ウイルス検査に高い関心を示した。また、地域によって肝炎ウイルス検査に対する関心度に違いがあり、関心度の高い地域は肝疾患専門病院から遠く離れた地域であった。

今回の研究では、インターネット広告による肝炎ウイルス検査受検勸奨時期に一致して、肝炎ウイルス検査の受検件数が増加したが、過去にも同様な受検勸奨により受検件数が増加したことから、インターネット広告による肝炎ウイルス検査案内は、肝炎ウイルス検査受検勸奨のための有効なツールになり得る可能性があると考えられた。しかしながら、インターネット広告による肝炎ウイルス検査案内を見た若年者が受検したかどうかは不明であることから、今後、保健所においてアンケート調査を行うことにより、インターネット広告による肝炎ウイルス検査案内が有効であるかどうか明らかになるものと考えられる。

E. 結論

インターネット広告手法を用いた肝炎ウイルス検査案内は、肝炎ウイルス検査受検勸奨のための有効なツールになり得る可能性が示唆された。

F. 研究発表

1. 論文発表：なし
2. 学会発表：なし

G. 知的所有権の取得状況

1. 特許取得：なし
2. 実用新案登録：なし
3. その他：なし

