

論文内容要旨

論文題目

医療機関におけるソーシャルメディアの利用実態調査

所属部門： 社会環境予防医学 部門
所属講座： 医療政策学 講座
氏名： 菅原 祐也

【内容要旨】 (1,200 字以内)

【背景】

Facebook や Twitter 等のソーシャルメディア (以下 SM) は、コミュニケーションツールの一つとして社会で広く利用されており、医療分野でも利用されている。海外の医療機関では、SM が広報の手段として多用されており米国の医療機関の 94.4%が Facebook を利用していることが示されている。

一方、日本では医療法の改正にあわせて医療広告ガイドラインが見直されており、新しいガイドラインでは医療機関による SM も規制の対象となる可能性がある。また、SM を利用する場合はそのポリシーを策定することが重要であるが、日本の医療機関による SM の利用実態やポリシーの策定状況は明らかではない。

【目的】

日本の医療機関における SM の利用率、医療機関から発信された SM の内容および SM 利用ポリシーの策定状況を調査すること。

【方法】

調査の対象は、厚生労働省発表の保険医療機関一覧 (医科、歯科) に記載されている医療機関と Yahoo!ヘルスケアに掲載されている美容医療機関とした。また Facebook および Twitter を調査対象の SM とした。医療機関の一覧を作成し、病院と診療所それぞれ 300 の医療機関を無作為に抽出した。検索エンジンと SM の検索機能を用いて抽出された医療機関の SM アカウントが存在するか調査した。SM アカウントの有無とその医療機関の属性 (病床数、設置者、診療科等) について Fisher の正確検定、ロジスティック回帰分析を行った。

抽出した病院、診療所それぞれ 300 医療機関によって発信された SM のコメントを収集し、内容の分類と医療広告ガイドライン等との比較検討を行った。SM を利用している医療機関について、そのポリシーが存在するかウェブサイトを確認した。

【結果】

病院の Facebook、Twitter の利用率はそれぞれ、24.3%(73/300)、4.3%(13/300)であった。診療所では、それぞれ 6.3%(19/300)、3.7%(11/300)であった。病院で 26.0%(78/300)、診療所で 7.7%(23/300)の医療機関が Facebook か Twitter のいずれか、または両方の SM を利用していた。Fisher の正確検定において、病院では SM のアカウントの有無に関して、病床数 ($p < .001$)、地域医療支援病院または特定機能病院 ($p < .01$) で有意差を認めた。診療所では SM の有無とウェブサイトの有無に有意差を認めた ($p < .001$)。ロジスティック回帰分析において、病院では病床数に有意差を認め ($p < .001$)、診療所ではウェブサイトの有無 ($p < .001$) および内科系診療科と歯科の間に有意差 ($p = 0.037$) を認めた。

病院、診療所いずれも広報活動に関するコメントが多く、その割合は病院で Facebook 54.0%(724/1341)、Twitter 66.6%(382/574)、診療所で Facebook 58.4%(122/209)、Twitter 56.4%(186/330)であった。またガイドラインに抵触するおそれのあるコメントは、病院で Facebook 1.2%(16/1341)、Twitter 1.0%(6/574)、診療所で Facebook 3.2%(8/209)、Twitter 4.5%(15/330)であった。SM 利用ポリシーを策定していたのは病院 3、診療所 0 であった。

【結論】

日本の医療機関における SM の利用やそのポリシーの策定は少なく、SM は主に広報活動を目的として利用されていた。医療機関による SM のコメントに関して、一部医療広告ガイドラインに抵触する可能性のあるコメントがみられた。今後 Facebook、Twitter 以外の SM の検討が必要である。

平成 31 年 1 月 10 日

山形大学大学院医学系研究科長 殿

学位論文審査結果報告書

申請者氏名： 菅原 祐也

論文題目：医療機関におけるソーシャルメディアの利用実態調査

審査委員：主審査委員

村 上 正 泰



副審査委員

石 澤 賢 一



副審査委員

永 瀬 智



審査終了日：平成 31 年 1 月 9 日

【 論 文 審 査 結 果 要 旨 】

Facebook や Twitter といったソーシャルメディアは、近年、コミュニケーションツールの1つとして社会に広く普及しており、医療分野でも利用されるようになってきている。本研究は、医療法改正にあわせて医療広告ガイドラインが見直され、ソーシャルメディアも規制の対象となる可能性がある中、これまで明らかにされてこなかった我が国の医療機関によるソーシャルメディアの利用実態を調査したものである。

全国の病院と診療所それぞれ 300 の医療機関を無作為抽出し、Facebook、Twitter のアカウントの有無を調査した結果、病院の Facebook、Twitter の利用率はそれぞれ 24.7%、4.3%、診療所の Facebook、Twitter の利用率はそれぞれ 6.3%、3.7% であり、病院で 26.0%、診療所で 7.7% が Facebook か Twitter のいずれか、または両方を利用していた。

これらのアカウントの有無と医療機関の属性について統計解析を行ったところ、Fisher の正確検定において、病院では、病床数、地域医療支援病院または特定機能病院で有意差を認めた。診療所では Web ページの有無に有意差を認めた。ロジスティック回帰分析においては、病院では病床数、診療所では Web ページの有無に有意差を認めた。ソーシャルメディアの利用ポリシーを策定している医療機関は 3 病院だけであった。

また、本研究では、コメントを収集し、内容の分類と医療広告ガイドライン等との比較検討を行っている。その結果、病院、診療所いずれも広報活動に関するコメントが多かった。ガイドラインに抵触するおそれのあるコメントは、病院で Facebook 1.2%、Twitter 1.0%、診療所で Facebook 3.2%、Twitter 4.5% であった。こうした実態を踏まえ、医療機関における利用ポリシーの作成や行政による判断基準の明確化、不適切事例のチェック強化の必要性などを提言している。

本研究は、社会全体でソーシャルメディアの活用が進む中、日本の医療機関での利用実態を初めて定量的に調査したものであり、日本の医療機関におけるソーシャルメディアの利用が海外の医療機関と比較して少ない実態や、その中でも属性による違いが見られることなどを明らかにした。利用ポリシーがほとんど策定されていない中、医療広告ガイドラインに抵触する可能性のあるコメントが見られることを膨大なコメントを1つ1つ精査して示しており、今後の医療機関によるソーシャルメディア利用の在り方について、有益な示唆を与える研究と考えられる。審査委員会では、抽出医療機関数の根拠や妥当性について記述するなどの修正をした上で、本研究が博士（医科学）の学位論文にふさわしいと判断した。

(1, 200字以内)