

予防接種の情報提供について

慶應義塾大学商学部
吉川肇子(きっかわとしこ)

子供を対象とした予防接種の 情報提供

- 強み
 - 対象が限定的
 - 保護者にアクセスする機会が比較的多い
 - 保健所
 - 小児科
 - 育児雑誌、など
- 考慮しておく点(過去の研究より)
 - 小児科医への親の信頼は高いが、一定数信頼していない親がいる
 - 文字情報だけでなく、口頭での説明を求める親が多いが、現実には10秒程度の説明しか行われていない
 - わかりやすいパンフレットは好意的に受け取られるものの、両親の理解度をそれほど上げない
- 紙媒体の啓発のみでは限界があるのでは?
- 医療従事者の話し方(接種直前)、およびそれ以前の情報提供手法を検討する必要性

「強み」を利用した 有望と思われる手法

- 集団討議法

- 実行率： 講義形式 < 集団討議形式

- 「乳児に肝油を与える」ことを主婦にさせる

- 実行率(2週間後)

- » 講義方式(20%) < 集団決定方式(45%)

- 長期にわたって実行率が維持される

- » 4週間後 55% < 85%

- 手続き公正 (procedural justice) の理論

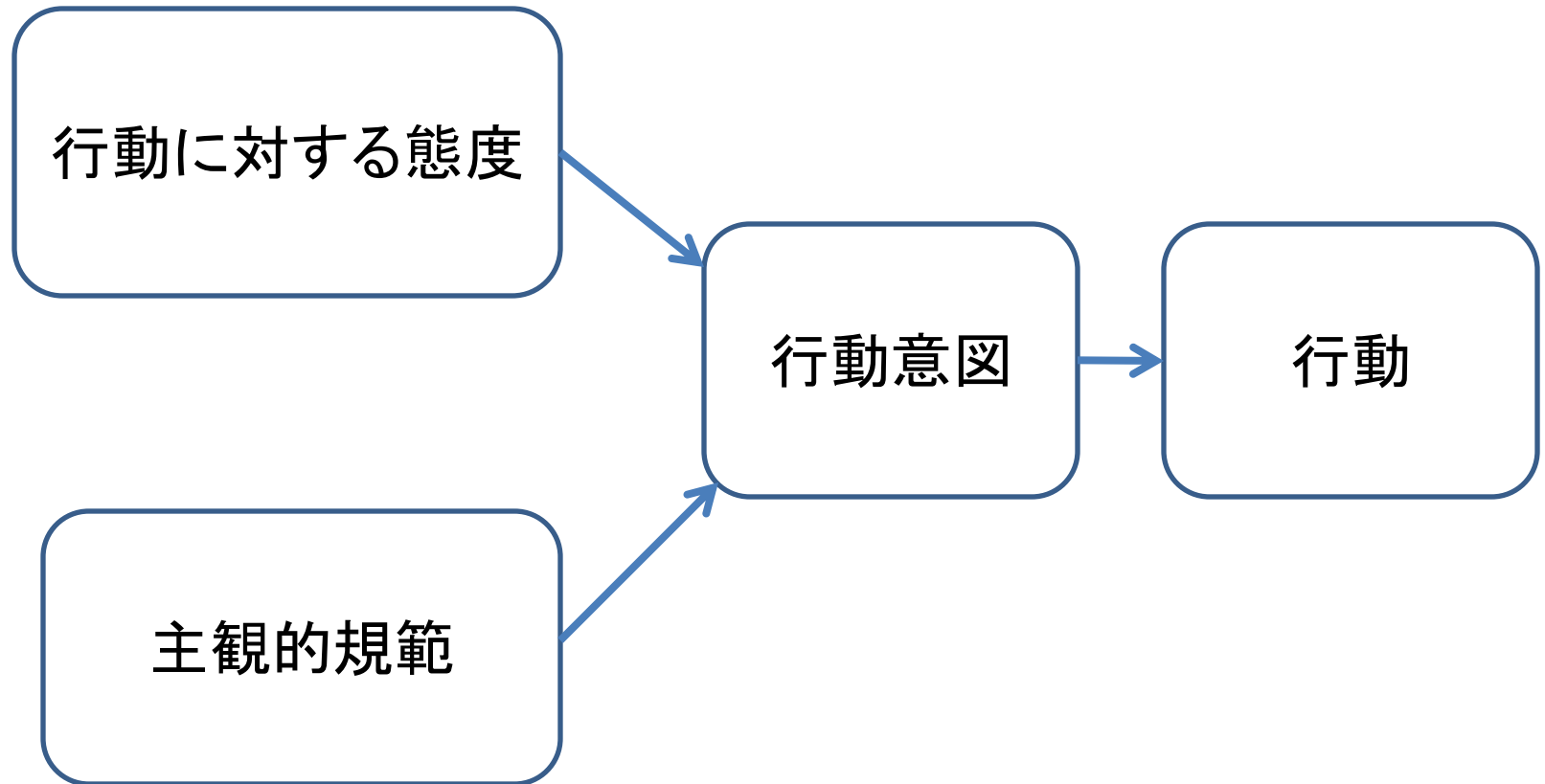
- 発言の機会 (voice) があると、参加者の満足や公正感が高まる

- 必ずしも自分の意見が決定に反映されなくてもよい

- 合理的行為 (reasoned action) の理論

- 行動を起こすかどうかを規定するのは行動意図であり、その意図を規定するのは、態度と主観的規範(社会的な期待)

合理的行為の理論(Theory of Reasoned Action)の概略: 態度と行動の不一致を説明



「自分で考えてもらう」ことの重要性

- 接種理論(inoculation theory)
 - 自明の理に近い信念は、説得されやすい
 - 例:リサイクルすることは環境に良い
 - 「リサイクルがかえって環境に負担をかけている」という論者が出てくると、意見変化しやすい
 - 予め弱い反論を聞かせておくと(免疫措置)、説得されにくくなる
 - 例:「ペットボトルをリサイクルするには製造単価の4倍近くの費用がかかるという人もいます」
 - 上記2つの知見からの示唆
 - 自発的思考を誘発することが重要

自発的思考を誘発する手法の例

- 反論(リスクについて)も伝えておく
- 修辞疑問文(反語)をメッセージ中に挿入する
 - 例:「予防接種をしなくても、一生はしかにかからないでいられるでしょうか？」
 - 単なる疑問文では効果がない
 - 例:「予防接種について、皆さんで話し合いませんか？」
- 事前予告(forewarning)を行う
 - 例:「次回は、予防接種が持つ問題についてお話しします」

話合いの手法の例

- オピニオン・リーダーを使うもの
 - 「マス・コミュニケーションの影響の2段の流れ」研究から
 - マス・メディアは、人々の行動に直接影響を与えるのではなく、オピニオン・リーダーを通して影響を与える
 - 事例1: 店頭販売「広告で宣伝していた〇〇」
 - 事例2: 雑誌の主婦モニターレポート
- 口コミの影響
 - 情報伝達の速度が速く、広範に伝わる

予防接種に関する リスク・コミュニケーションの例

- 英国のMMRワクチン騒動(1998)
 - BSE(1996)問題で政府への信頼が低下
 - 掲載誌が権威あるものであった
 - 我が子の病気という不合理な事象について、妥当に見える説明を与えた
- 子供にワクチンを受けさせるかどうかというシナリオ実験で、親にオMISSION・バイアスが見られる
 - Omission bias: 行動する方が不行動よりも後悔が大きい
 - →不行動(不接種)を選ぶ
 - 特に新規のワクチンに対してオMISSION・バイアス大
- バンドワゴン効果が見られた研究もあり
 - 「誰も受けさせていますよ」というと接種率向上
 - 利他的な行動を取る人にはより効果的