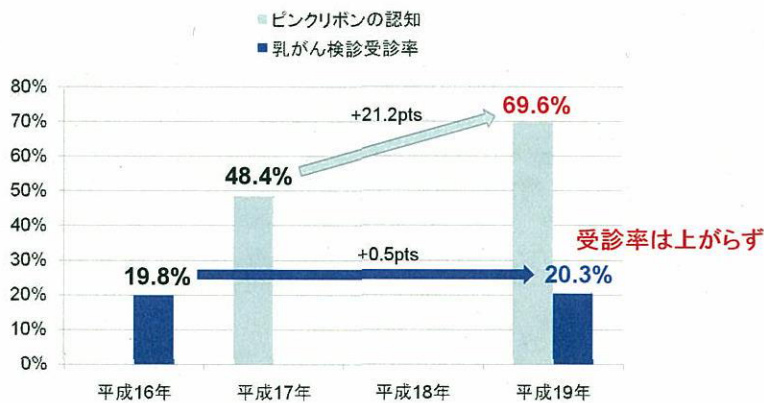


「マーケティング手法を用いた
がん検診受診率向上の系統的な取組について」

2009年5月22日
キャンサースキャン
福吉潤

出発点



Source:
ピンクリボンの認知 (goo 乳がんに関する2万人女性の意識調査)
受診率 (国民生活基礎調査)

出発点

受診率向上に対してエビデンス(科学的根拠・実証)が認められている方法論

米国CDC: The Community Guide

| | 大腸がん | 乳がん | 子宮がん |
|-------------|------|-----|------|
| 受診勧奨システム | ○ | ○ | ○ |
| スモール・メディア | ○ | ○ | ○ |
| 1対1教育 | — | ○ | ○ |
| マス・メディア(単独) | — | — | — |
| インセンティブ(単独) | — | — | — |
| 集団教育 | — | — | — |

Source: CDC. (2008) The Community Guide

↓
キャンペーンをマスメディア単独で行うだけでは効果なし

では、何が足りないのか？

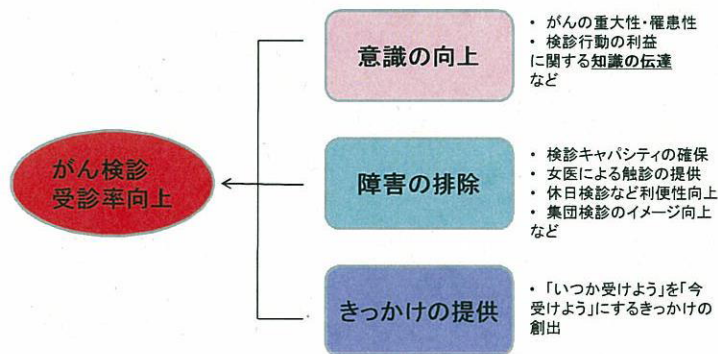
理論的かつ系統的なアプローチはないのか？

3

理論的枠組み

がん検診受診率向上に向けた理論的枠組み

(Health Belief Model)



4