

# 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)

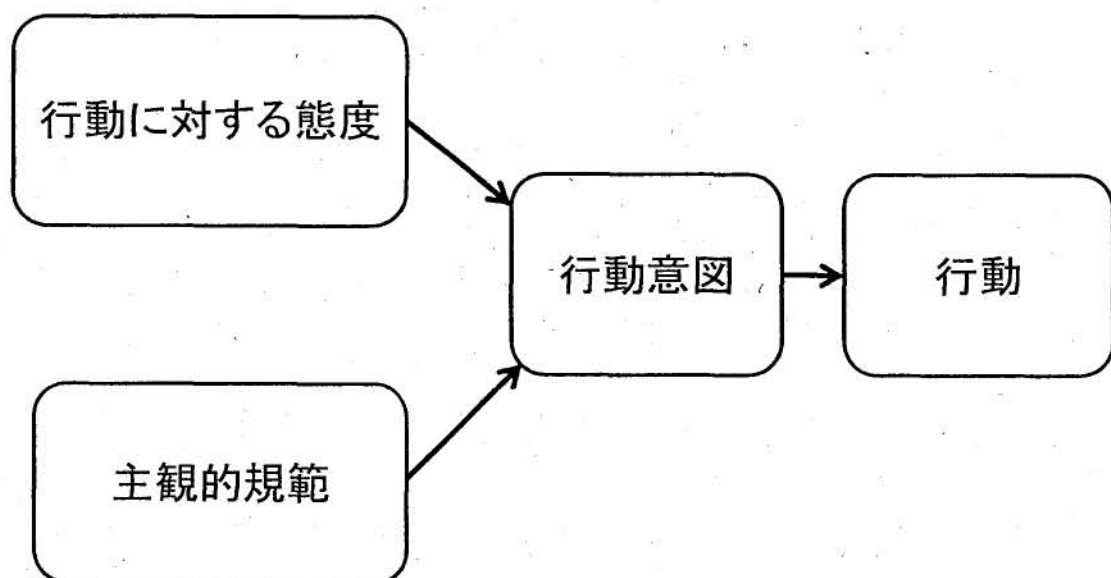
## 子供を対象とした予防接種の 情報提供

- 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