

Press Release



報道関係者各位

2018年9月5日

株式会社クロエ

株式会社クリニカル・トライアル

病気や健康についての情報の入手経路と信頼度調査を実施

株式会社クロエ(本社 東京都豊島区 代表取締役 安藤 昌)は、グループ会社である株式会社クリニカル・トライアル(本社 東京都豊島区 代表取締役 滝澤 宏隆)と共同で「生活向上WEB」会員を対象とした「病気や健康に関する情報収集についての調査」を行いました。

昨今、インターネットにおける医療情報の信頼性が課題となる中、医療広告に関する規制強化や検索エンジンのアルゴリズム変更、医療機関との連携など様々な取り組みが行われています。そこで医療消費者である生活者の病気や健康について情報の取得経路及び情報の信頼性について調査を行い、1,284名から回答を得ました。

その結果、生活者が、健康や病気の症状が出た際にインターネットによる情報収集を行っていることが多いと想定されましたが、40歳以上の中高年においては、まだテレビなどのマスメディアからの情報収集が行われており、情報の信頼度においては薬剤師による健康や病気に関する情報提供の信頼度が最も高く、その後の行動変容にも影響が強いことがわかりました。

最近では、60歳以上でもインターネット利用率が70%*を超えており、高齢の方でも便利にインターネットでいろいろ情報収集ができる時代になりましたが、科学的根拠のない怪しい医療情報などが氾濫するインターネット情報よりも薬剤師などの医療従事者の情報が信頼できるということが明らかになりました。 *総務省平成29年度版情報通信白書 | インターネットの普及状況

【病気や健康に関する情報収集についての調査概要】

生活向上WEB会員を対象にした、病気や健康に関する情報収集についてのインターネット調査

調査期間 : 2018年8月

調査回収数 : 1,284サンプル

調査対象者 : 生活向上WEB会員

質問数 : 8問

性別 : 女性 55.9% 男性 44.1%

年代 : 20代 2.9%、30代 9.0%、40代 32.2%、50代 33.8%、60代 16.7%、70代以上 5.4%

生活向上WEB : <https://www.seikatsu-kojo.jp/>

●病気や健康に関する情報収集先ランキング

順位	あなたが普段ご利用になる【病気や健康に関する情報を収集するメディアや場所】についてあてはまる項目をすべてお選びください。 [複数回答]	N	%
第1位	健康番組などのテレビ番組	963	75.1
第2位	テレビCM	531	41.4
第3位	新聞記事・雑誌記事	475	37.0
第4位	薬局・ドラッグストアー	449	35.0
第5位	病院・クリニックなど医療施設	448	34.9
第6位	家族・友人・職場の同僚などの口コミ	434	33.8
第7位	Yahoo!知恵袋、OKWAVEなどのQ&Aサイト	303	23.6
第8位	折込チラシ、フリーペーパー	281	21.9
第9位	新聞広告・雑誌広告	253	19.7
第10位	ツイッター、フェイスブックなどのSNS	205	16.0
第11位	製薬メーカーのウェブサイト	190	14.8
第12位	電車・バスなどの交通広告	181	14.1
第13位	コンビニ・スーパー・百貨店	126	9.8
第14位	デイケアサービス、介護施設	23	1.8
第15位	その他	86	6.7
	全体	1,284	

第1位は、「健康番組などのテレビ番組 (75.1%)」が圧倒的に多く、1位～3位はマスメディアによる情報収集が上位を占めた。第4位「薬局・ドラッグストアー」(35.0%)、第5位「病院・クリニックなどの医療施設」(34.9%)となり、「家族・友人・職場の同僚などの口コミ」や「Yahoo!知恵袋、OKWAVEなどの口コミ」など口コミ情報を抑えて、医療従事者による情報収集手段が多かった。

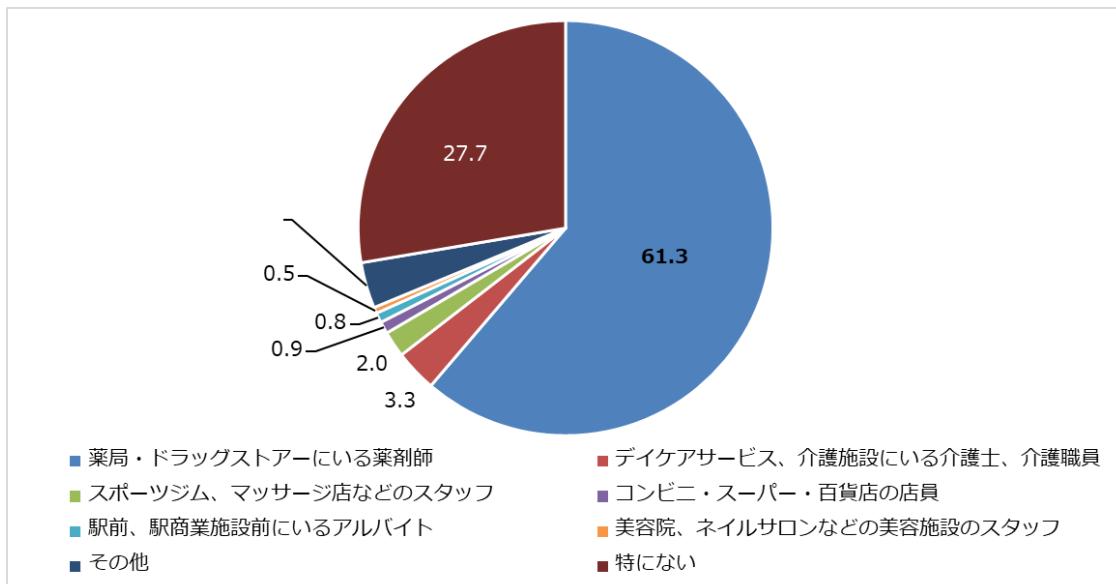
●病院以外での情報の信頼度 NO.1 は薬剤師

病院以外で病気や健康、栄養に関する案内を受け取る際に、その内容について“最も信頼できる相手先”を薬剤師が絶大な信頼を得ていることがわかりました。

第1位：薬局・ドラッグストアーにいる薬剤師 (61.3%)

第2位：特ない (27.7%)

第3位：デイケアサービス、介護施設にいる介護士、介護職員 (3.3%)



●薬剤師の情報で行動変容が起こる理由とは？

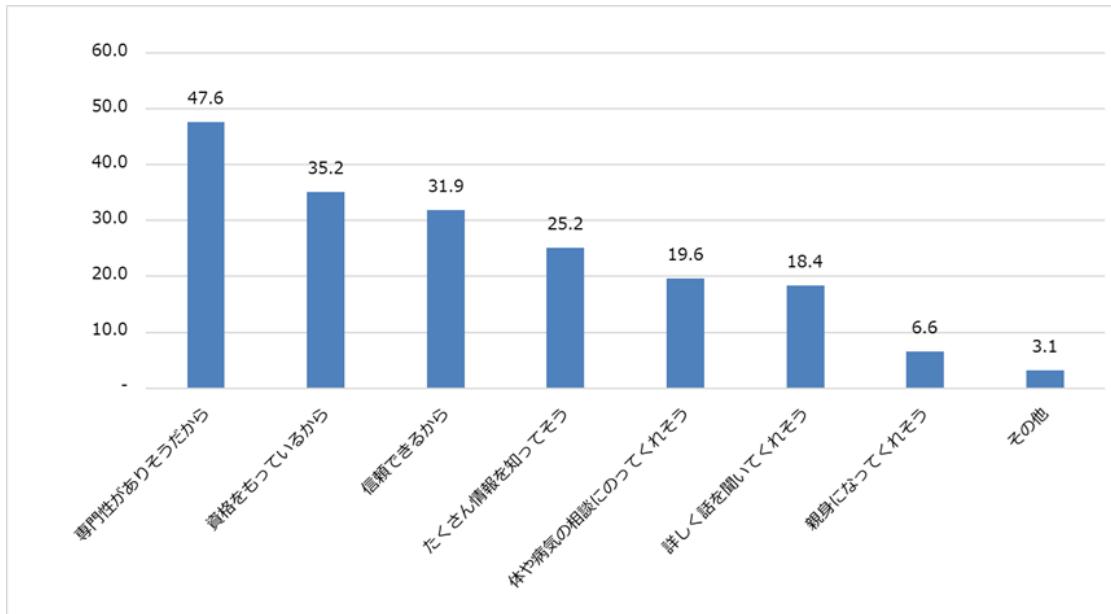
情報の信頼性を聞いたのと同時に、実際にサンプル品やパンフレット、チラシなどの案内を受けとった際に、その商品やサービスを購入や申し込んでみたいと思う相手先においても「薬局・ドラッグストアにいる薬剤師」（53.8%）が半数を超えていて、その理由を尋ねてみると、

第1位：「専門性がありそだから」（47.6%）

第2位：「資格をもっているから」（35.2%）

第3位：「信頼できるから」（31.9%）

となり、健康や病気に関する情報においては、資格や専門性を持っている人からの情報は信頼度もあり、実際に商品やサービスを購入するにあたっても安心感がもてることがわかりました。



【関連リリース記事】

全国の調剤薬局 7,000 店舗を「メディアセンター」として活用 最新の疾患啓発に貢献する新サービスを提供開始（2018年3月19日） <https://www.croee.com/archives/news/4068>

【株式会社クロエ 概要】

本社所在地 東京都豊島区南池袋 1-13-23 池袋 YS ビル 2F

代表者 代表取締役 安藤 昌

事業内容 臨床試験支援事業、ヘルスケアマーケティング事業

資本金 1,500 万円

設立 2005年2月17日

グループ会社 株式会社クリニカル・トライアル、株式会社CTS

企業サイト <https://www.croee.com/>

生活向上 WEB <https://www.seikatsu-kojo.jp/>

【本件に関するお問い合わせ先】

株式会社クロエ

グループ広報担当：野村

URL : www.croee.com TEL : 03-5953-2108 FAX : 03-5952-1887 Mail : pressroom@croee.com