

## 【別紙 1】

### 論文の内容の要旨

論文題目      Persuasiveness of statistics and patient's and mother's narratives in HPV vaccine communication: A randomized controlled study in Japan  
(子宮頸がん予防ワクチンのコミュニケーションにおける  
統計データ、患者・母の体験談の影響力の検討：無作為化比較試験)

氏名            奥原 剛

### 背景

ヘルスコミュニケーションは、米国の *Healthy People 2010* における定義によると、個人と集団の健康に関するより良い意思決定を支援するために情報を提供し (inform)、影響を与える (influence) ためのコミュニケーション戦略の研究と実践である。このヘルスコミュニケーションの inform と influence の両輪は、とりわけ日本における子宮頸がん予防ワクチンに関する現状のような状況において、重要性を増すと考えられる。

日本では 2013 年 4 月より、中学 1 年生～高校 1 年生相当の女子を対象に、予防接種法に基づく子宮頸がん予防ワクチンの定期接種が始まった。しかし、時を同じくして重篤な副作用に関する報道が相次いだ。厚生労働省は、同年 6 月に、子宮頸がん予防ワクチンの積極的な接種勧奨の差し控えを発表した。それ以降、子宮頸がん予防ワクチンの接種率は数パーセントまで低迷したまま現在に至る。このような状況において、対象者にどのような情報を提供すれば、子宮頸がん予防ワクチン接種の利益とリスクに関するバランスの取れた意思決定を支援できるだろうか。

社会心理学の説得的コミュニケーション研究は、統計データや体験談の活用が、メッセージの説得力を高め、受け手の態度変容を促し、行動意図を高めることを示している。特に病の体験談は、ヘルスコミュニケーション研究においてナラティブ・メッセージと呼ばれ、健康上のリスクの認知や健康行動の意図を高めることが示されている。とりわけ、体験談の語り手に対する受け手の同一化 (identification: メッセージの受け手がテキストに描かれている出来事を自分自身に起こっているかのように受け止め解釈すること) の程度が大きいほど、受け手がそのメッセージで示された内容と一致した態度や行動をとりやすいことが報告されている。子宮頸がん予防ワクチンに関するメッセージを作成する場合、病の体験談の語り手として、子宮頸がん経験者が考えられる。一方で、先行研究によると、メッセージの語り手と受け手の間に類似性があるほど、同一化の程度も大きいとされる。したがって、メッセージの対象者を、子宮頸がん予防ワクチン接種対象年齢の娘を持つ母とした場合、その母にとっては、子宮頸がん経験者の体験談よりも、娘が子宮頸がんを経験したという母の体験談の方が、より同一化しやすく、メッセージの影響力

も強い可能性が考えられる。

## 目的

以上の背景から、本研究は、統計データおよび病の体験談を用いた子宮頸がん予防ワクチンに関するメッセージが、娘を持つ母のワクチン接種への態度およびワクチン接種の意図に与える影響力を検討することを目的とした。病の体験談の影響力については、体験談の語り手に対する受け手の同一化に着目し、語り手の違いが娘を持つ母のワクチン接種への態度およびワクチン接種の意図に与える影響を検討することにした。リサーチクエスションは次の3つである。

RQ1:統計データや病の体験談を含むメッセージは、娘を持つ母の子宮頸がん予防ワクチンの接種に対する態度とワクチンの接種意図を改善するか？

RQ2:統計データのみを使ったメッセージよりも、統計データと病の体験談を併用したメッセージの方が、娘を持つ母の子宮頸がん予防ワクチンの接種に対する態度とワクチンの接種意図を高めるか？

RQ3:娘を持つ母に対して、娘が子宮頸がんを経験したという母の体験談は、子宮頸がん経験者自身の体験談よりも、子宮頸がん予防ワクチンの接種に対する態度とワクチンの接種意図を高めるか？

## 方法

インターネット調査による無作為化比較試験を実施した。調査会社の登録モニターから研究参加者を募集した。参加者の適格基準は「娘に子宮頸がん予防ワクチンを接種させたことのない、12-16歳の娘がいる母」とした。調査会社から登録モニターに調査協力を依頼するEメールが送られ、調査協力に同意した人がURLリンクからスクリーニング調査へと進んだ。そして適格基準に合致している参加者のみが研究内容に関する説明文書の画面へと進み、研究参加に同意するボタンをクリックした人が調査画面へと進んで回答した。この一連の研究参加同意の手続きを経て研究を実施した。2017年8月に参加者計152人でプリテストを実施した後、同年9月に参加者計1432人で本調査を実施した。それぞれの参加者は、コンピュータのプログラムによって3つの介入群と対照群のいずれかにランダムに割り付けられた。すなわち、子宮頸がん予防ワクチンに関する統計データのみを使った介入メッセージを読む群、統計データ+子宮頸がん経験者自身の体験談を併用した介入メッセージを読む群、統計データ+母の体験談を併用した介入メッセージを読む群、介入メッセージを読まない対照群である。

主要評価項目は、娘に子宮頸がん予防ワクチンを接種させる母の意図である。接種の意図を6段階で、近いうち、今日、将来の3時点で尋ね、その合計値を3で割った平均値を分析に用いた。副次評価項目は、娘に子宮頸がん予防ワクチンを接種させることに対する母の態度である。ワクチン接種に対する態度を6段階で、良い—悪い、有益—有害、賢い—愚か、安心—不安、安全—危険の5項目で尋ね、合計値を5で割った平均値を分析に用いた。意図、態度の尺度とも、先行研究で使われていた尺度を、Eメールを通じ論文著者の了承を得たうえで、日本語に訳して使用した。

介入群の参加者に対して、介入メッセージを読む前と後に、上記のワクチン接種の意図を尋ねた。また、参加者が介入メッセージを読んだ後に、ワクチン接種に対する態度を尋ねた。対照群の参加者に対しては、介入メッセージを提示せず、ワクチン接種の意図と態度を尋ねた。

その他の調査項目として、全参加者に対し、年齢、婚姻状況、学歴、収入、医療従事者からの子宮頸がん予防ワクチン接種勧奨の経験の有無、子宮頸がん予防ワクチンの副作用報道の認知の有無、子宮頸がん予防ワクチンの積極的接種勧奨の差し控えの認知の有無、子宮頸がん・その他のがん・性感染症の経験の有無を尋ねた。

統計データを使った介入メッセージは、厚生労働省のウェブサイト「子宮頸がん予防ワクチンQ&A」、国立がん研究センターのウェブサイト「がん情報サービス」、ヒトパピローマウイルスワクチン接種推進に向けた関連学術団体の見解（2016年4月18日）を参考に作成し、子宮頸がん予防ワクチンの安全性と有効性を含む内容にした。体験談を使った介入メッセージは、アメリカ疾病管理予防センター(CDC)のウェブサイト(<https://www.cdc.gov/hpv/index.html>)に掲載されていた子宮頸がん体験者のインタビュー動画のトランスクリプトを参考に作成し、子宮頸がんの経験の辛さと予防の可能性を含む内容にした。

適切なサンプルサイズは、先行研究の結果における効果量を参考に、G\*Power 3プログラムを用い、検定手法は対応のないt検定、検出力0.8、効果量Cohen' d=0.2、有意水準5%で算出した結果、介入群の各群で394人と推定された。介入群のすべてで参加者が394人に達した時点で参加者のリクルートを停止することにした。

統計解析については、2標本t検定を用い、検定の多重性をホルム法で補正した。加えて、介入後の接種意図を従属変数、群の割り付けを独立変数、介入前の接種意図を共変量とした共分散分析を行った。有意水準はp値0.05未満とした。

本研究は、東京大学大学院医学系研究科・医学部倫理委員会の承認を得た後、実施した(No. 11624)。

## 結果

参加者の平均年齢は44歳(SD=4.7)だった。参加者の約80~90%が副作用報道と積極的接種勧奨の差し控えを知っており、医療従事者からの接種勧奨、子宮頸がん・その他のがん・性感染症の経験がなかった。

各群の参加者数は、対照群219人、統計データのみメッセージ群394人、統計データ+子宮頸がん経験者自身の体験談のメッセージ群408人、統計データ+母の体験談のメッセージ群411人だった。

介入メッセージを読んだ3つの介入群では、対照群よりも、意図および態度とも有意に高かった(意図  $M=2.81$  vs.  $2.30$ ,  $p<0.003$ ; 態度  $M=3.14$  vs.  $2.39$ ,  $p<0.003$ )。統計データに体験談を加えたメッセージを読んだ群では、統計データのみメッセージを読んだ群より、有意に意図が高かった( $M=2.83$  vs.  $2.76$ ,  $p=0.026$ )。統計データ+子宮頸がん経験者自身の体験談のメッセージ群と、統計データ+母の体験談のメッセージ群の間では、意図および態度とも有意な差は認められなかった。

## 考察

統計データのみを使ったメッセージおよび統計データと体験談を併用したメッセージを読んだ群では、メッセージを読まなかった群よりも、ワクチン接種の意図およびワクチン接種に対する態度のスコアが高かった(RQ1への回答)。このことから、統計データのみによらず、統計データと体験談を併用したものにせよ、子宮頸がん予防ワクチンの安全性や有効性に関するメッセージ

への接触が、娘を持つ母のワクチン接種への態度および接種意図を改善する可能性が考えられる。

統計データ+体験談のメッセージは、統計データのみメッセージよりも有意にワクチンの接種意図を高めた（RQ2 への回答）。子宮頸がんワクチン接種勧奨メッセージを作成する際、統計データに体験談を加えることでメッセージの説得力を高めることができるかもしれない。子宮頸がん経験者自身の体験談を使用した群と、母の体験談を使用した群の間では、意図、態度ともに有意な差は認められなかった（RQ3 への回答）。体験談の語り手との同一化よりも、語り手をモデルとし語り手と同じ行動をとるモデリングなどの要因の方が、メッセージの影響により強い影響を及ぼす可能性が考えられる。今後は、娘に子宮頸がん予防ワクチンを接種させた母の体験談を使ったモデリングの影響力を検討する研究が考えられる。

以上の結果と考察は次のような限界点をふまえて解釈する必要がある。本研究では参加者の体験談の語り手に対する同一化の程度を測定していない。本研究では介入メッセージ読了直後に接種意図を測定しており、メッセージの中長期的な効果はわからない。また、本研究が測定したのは態度と意図であり、メッセージがワクチン接種の行動に与える影響はわからない。

## 結論

子宮頸がん予防ワクチンの安全性や有効性に関する統計データおよび病の体験談を使用したメッセージは、娘を持つ母のワクチン接種に対する態度およびワクチン接種の意図を改善した。また、統計データに体験談を加えたメッセージは、統計データのみを使ったメッセージより、ワクチン接種の意図を高めた。子宮頸がん予防ワクチンのコミュニケーションにおける、体験談の語り手に対する受け手の同一化の影響力については、さらなる研究が必要である。