うつ情報提供サイトの利用特徴と理解促進への効果

○川崎舞子・平野真理・下山晴彦
(東京大学大学院教育学研究科)

キーワード: うつ, ソーシャル ICT, スティグマ

Characteristic in utilization of the website about depression and its effectiveness to promote understanding.

Maiko KAWASAKI, Mari HIRANO and Haruhiko SHIMOYAMA

(Graduate School of Education, University of Tokyo)

Key words: depression, social ICT, stigma

目 的

うつ病をはじめとしたメンタルヘルスの問題は、近年社会問題化され、高い関心を集めてきた。しかしながら、うつに対する支援は十分に行き届いているとはいえず、うつ症状を呈しているにも関わらず医療機関に援助を求める割合はわずか25%であったという報告がある(2003, 川上)。自分では受診が必要な状態かどうかの判断がしにくいことや、医療機関など専門家への相談は敷居が高いこと、周囲からネガティブな評価をされることへの懸念などが要因として考えられる。そこで本研究では、ソーシャル ICT を活用し、うつ病の適切な理解を安心できる環境で手軽に得ることができる情報提供 web サイトを開発し、サイトの利用特徴、およびサイト閲覧前後でのユーザーのうつに対する理解の変化を調査することを目的とした。

調査Ⅰ: 方法

1. Web サイト開発の手続き 2013 年 1 月～7 月にかけて、web サイト「うつ・いっぽ・いっぽ」の開発を行った。臨床心理学を専攻する大学院生 3 名と教員 2 名で協議を重ね、web サイト製作会社の協力のもと、2013 年 7 月 8 日に「うつ・いっぽ・いっぽ」(<http://utu-ippo.com/>)を公開した。
2. web サイトの概要 web サイトは、うつ症状をクイズ形式で提示する『「うつ」クイズ』、うつ病のアセスメント尺度 32 項目からなる『「うつ」セルフチェック』、FAQ 方式で詳細なうつ病の理解と、自分や周囲にうつ病の疑いがみられた場合の対応について情報提供を行う『「うつ」Q&A』『回復へのとびら』で構成された。
3. 分析 無料のアクセス解析ツール google analytics を用いてサイト訪問状況や閲覧ページの遷移などの解析を行った。

結 果

2013 年 7 月 8 日のサイト公開日から 2014 年 4 月 8 日までのサイト訪問数は 8,407、ユーザー数 6,095 名、総ページビュー数は 47,108 であった。モバイル端末からのアクセスが約半数を占めており、平均滞在時間は 3 分 37 秒、平均ページビュー数は 5.6 ページであった。

トップページを除いて最も訪問数の多いページはうつ病の回復過程に関するページ「うつの回復はどのように進みますか?」であった。次いでアセスメント尺度の回答ページである「うつ」セルフチェックであり、32 項目すべて回答したユーザーは 3.74% であった。

調査Ⅱ: 方法

1. 調査手続き 2013 年 12 月に、ネット調査会社を通して、18～59 歳の男女 1000 名に調査を行った。Pre 調査として、基本情報、通院歴、うつの知識のほか、うつの正しい理解を測定するために、個人的スティグマ尺度(吉岡ら、2012)を参

考にした 6 項目(5 件法)に回答を求めた。その後、うつ情報提供サイトを閲覧してもらった後に、Post 調査として、pre 調査と同じスティグマ尺度 6 項目、および web サイトの評価項目に回答を求めた。

結 果

1. Web サイトの評価

Web サイトについて、約 6 割以上の人が「理解が増した(5 段階で 4～5)」と評価した(うつの症状(71.1%)、メカニズム(66.6%)、対処法(62%)、自分の状態の特徴(58.9%))。しかし年齢によるばらつきが見られ、全体的に女性の方が理解が増したと答えた人が多く、18～20 代の男性にとっては比較的理解につながりにくいことが示唆された。

2. 閲覧によるスティグマ得点の変化

調査時期(サイト閲覧前・後)×性別の 2 要因混合計画の分散分析を行った結果、有意な交互作用が示された($F(1, 998) = 8.18, p < .01$)。単純主効果を検討したところ、男性および女性における調査時期の単純主効果($F(1, 998) = 30.77, 92.01$,ともに $p < .001$)と、閲覧後における性別の単純主効果($F(1, 998) = 10.09, p < .01$)有意であった。男女どちらにおいても、閲覧前よりも閲覧後の方が、うつに対するスティグマが軽減し、正しい理解が促進されていたが、その効果は比較的女性の方が大きかった。

図 閲覧前後におけるスティグマ得点の変化

考 察

実際にうつ症状をきたした際の対処方法や、うつ病の回復過程に関するページが多く閲覧されており、うつ病の発症や症状に関する情報よりも、より具体的な対処方法に関する情報が求められていることが示唆された。サイト閲覧者への調査では、男女どちらにおいてもサイト閲覧後にはスティグマ尺度得点が低下していたことから、「うつ・いっぽ・いっぽ」はうつ病の理解促進に寄与すると考えられる。ソーシャル ICT を用いた情報提供や心理教育は、時間や場所を選ばず、経済的負担も低いことから、ユーザーにとっても有用なツールであり、今後ますますの発展が期待される。

引用文献

- 吉岡久美子・三沢良(2012). 精神疾患に関するスティグマの影響モデルの検証 健康心理学研究 25, 93-103.
川上憲人(2003). 心の健康問題と対策基盤の実態に関する研究, 総括研究報告 平成 14 年度厚生労働省科学研究費補助金(厚生労働科学特別研究事業).