

若者を対象にした「こころの健康」に関する啓発活動 (ホームページとソーシャルメディアを活用した啓発活動)

研究責任者：金原明子

精神疾患は生涯に5人に1人が罹患することから、一生のうち、一度は必ず身近に経験することが多いにも関わらず、その症状に自ら気づいたり、身近な人の普段と違う様子に気づいて本人に指摘したりすることは難しい。若い人ほど自身の精神的な症状を認識しにくく、支援を求めたがらない傾向があるなどの理由から、精神保健サービスが必要である状態になっても、サービスにアクセスしない人が多いと言われている。手軽にアクセスできるインターネット上では、こころの健康に関する情報が氾濫しており、信頼できる情報にたどり着くことは容易ではない。本研究では、こころの健康について悩んでいる本人や、その周囲の人を対象に、精神的健康や精神疾患に関する有用と思われる情報をインターネット上で配信し、こころの健康や精神疾患に関する情報の認知の向上（アクセス数の向上）を目指した。

精神疾患をもつ当事者や市民のニーズを元に、専門家が複数人で協議し、こころの健康に関して有用と思われる情報を厳選して紹介するために、ホームページ「こころの健康図鑑」¹⁾を作成した。研究期間中に、専門職や精神疾患をもつ人の家族の立場の人などが集まり、コンテンツやその収集方法、掲載方法について話し合い、18コンテンツを新たに紹介した。(例：「君が話したいこと、それだけでいいから・違和感、それは気づきのはじまりです」(若い世代に向けた自殺対策動画)、「こころもメンテしよう～若者を支えるメンタルヘルスサイト～」(若者向けのメンタルヘルスに役立つサイト)など) 2018年10月には、Twitter アカウントを開設し、連日5件ずつ、コンテンツを紹介する投稿を行った。

アクセス解析の結果、「こころの健康図鑑 Twitter」²⁾ 開設及び、連日のコンテンツ紹介の投稿によって、アクセス数の増加やリターンビジターの増加など、継続したアクセス数の増加がみられた。閲覧者の特性としては、26-44歳の比較的若い年代や、女性により多く閲覧されていた。アクセスの手段としては、モバイルでのアクセスが多く、検索エンジンなどでの「オーガニック流入」が最も多かった。

Twitter 開設後の閲覧者の増加などから、「こころの健康や精神疾患に関する有用と思われる情報を得たい」という、潜在的なニーズが高いことが実証された。今回は、アクセス数の向上をアウトカムとして評価したが、今後は、オリジナルコンテンツを作成し、それらに対する評価・満足度も収集し、読みやすさ、役立ったか、デザイン性などのフィードバックを受ける仕組みを考えていく必要がある。

1) こころの健康図鑑 Web ページ <http://kokoro-zukan.com/>

2) こころの健康図鑑 Twitter https://twitter.com/kokoro_no_kenko