

1. 「高齢者がペットを飼う際の意思決定」：発表者 藤川

- ・アニマルセラピー
- ・いぬは家族？！
- ・人も老いる、いぬも老いる。地域で犬も人も両者を看ていこう。犬も含めた地域包括ケアが大切ですね。高齢者と犬とセットで考えて老人ホームに入るのもあり？！
- ・多職種連携大切だね。with 保健所
- ・犬猫にだけではなく、他のペットにまで範囲を広げよう。
- ・保健所は犬猫の保護はしてない。愛護団体が保護している。行政が全部面倒見るわけではない（in 東京都）
- ・ペットも多様化している。
- ・孤独死の場面に行くと、近くで猫が鳴いていて、部屋がすごいことになってることもある。

2. 「おしゃれとリテラシー～カラーコンタクト～」

- ・実際に使っている人のデータはとってないのか
 - コンタクトレンズの会社では調査報告アリ。
 - 国民生活センター；http://www.kokusen.go.jp/pdf/n-20140522_1.pdf
 - 中野区 Gfk 調査：<https://www.atpress.ne.jp/news/99994>
- ・全体のコンタクトレンズのうちのカラーコンタクトの使用率は
 - カラーコンタクトレンズ使用者の40%が中高生というデータのみ
- ・当事者の中高生は相談に来ず、親世代からの相談が多い。
- ・海外の安いコンタクトレンズを買っているものか
 - 若い世代は、健康より「かわいい」が勝る！中高生は金銭的に困難で安いものを買う
- ・メリットが目がいき、デメリットが見ない。デメリットの表示も少ないし、あまり表に出ない
- ・「colored contact FDA」で検索すると副作用が表示される（2 ページ目）→英語表記でも検索を
- ・海外の安いコンタクトレンズを買っているものか
 - 若い世代は、健康より「かわいい」が勝る！中高生は金銭的に困難で安いものを買う
- ・装着方法について、説明を受けることなく、安易に購入できるということも問題
- ・カラーコンタクトレンズは盲点だった。
- ・そもそも、正確な情報が少ない。

3. 「専門職における医療機関情報の提供～いい病院、いい治療って何？～」：発表者丸山

- ・メディアに振り回される感覚わかる。矛盾あるなーと思って聞いていた。
- ・外科医が多ければいいって思う人がいる。
- ・できない奴はできない
- ・正しい情報の見極め方が大切
- ・手術件数が多い人は雑だという研究がある。
- ・中国はドクターのランキングを選ぶことができる。
- ・口コミサイトは基本いいことしか書いてない。海外ではナースがドクターを評価するサイトがある。外科医の腕だと基本標準治療をやってほしい。
- ・病院選ぶの難しい。

4. 「ソーシャルマーケティングを利用した検診受診率の向上」

- ・乳がんパンフレット：東京都 立川 キャンサースキャンがはじめて三段階のパンフレット作製を実施。

- ・石川よしき（予防医療）ハーバード SPH にてソーシャルマーケティングを学ぶ。
が作成、

- ・ のパンフレットの影響：受診率が以前の 3 倍になった。
- ・ 公衆衛生の分野ではなかなかソーシャルマーケティングの分野の研究者が増えない。

現場は受診率上げたいが、財政的に厳しくなるので、あまり積極的に動くことができていない。

- ・財政のうるおい具合によって積極度は異なる。
- ・ 日本の企業はメリットよりもデメリットのほうが多いらしい。

5. 「食物アレルギーの危険性とこれからの課題」発表者：鈴木良美

- ・ 小學校で食品アレルギーに気づかず食べてしまった事例から、その後の政府の対策はどのようになり、発生数はどのように変化したか？
- ・ 「茶のしずく」のでアレルギーになった患者を実際に見たことがある。まさか石鹼でアレルギーになるとは思わないため、メディアの力のおかげで受診に結び付けることができたのではないか。
- ・ 有名人が病気になったときのメディアの過剰な報道による影響は問題だが、逆に情報を迅速に発信できるというのはメリット。
- ・ 茶のしずくに関しては使用者がとても多かったため、原因を特定することができた。もっと流通が少ないものに関しては発見が難しい。

6 . 「厚生労働省の HP の有効活用例」 発表者：山崎

- ・ 実際、厚生労働省の HP で探すの大変だよな
- ・ どのエクセルファイルにどの情報が入っているのかわかりづらい
- ・ 見出しの意味がない。話題がなんだったのかわからない
→年号を入れて検索すると良い
- ・ とりあえずアップすればいいと思ってる。見やすい工夫がされていない。