

平成 21 年 12 月 7 日

報道関係各位

東京都世田谷区太子堂 2-7-2

株式会社 QLife

初の疾患啓発サイトアワードで、「2009 年 Best 疾患啓発サイト」が決定
“インフルエンザ情報サービス”(中外製薬株式会社)など4社が受賞

日本最大級の病院検索サイト、医薬品検索サイト、医療情報サイトを運営する総合医療メディア会社の株式会社 QLife(キューライフ/本社:東京都世田谷区、代表取締役:山内善行)は、このたび、製薬会社による疾患啓発サイトの No.1 を決める『病気がわかる WEB 大賞』を実施した。2009 年 6 月から選定データの収集を始めた結果、約 300 の製薬会社の疾患啓発サイトから 11 のサイトがノミネート基準に合致し、そのノミネート・サイト群を 3360 人の一般生活者と 4 人の専門家が審査した結果、4 つの賞が決定した。(QLife は選考自体には不参加)

「疾患啓発サイト」にフォーカスして、業界横断規模の本格的なアワードが開催されたのは初めて。

『病気がわかる WEB 大賞』の発表サイトの URL は「[http://www.qlife.jp/award/](http://www qlife.jp/award/)」。(受賞 4 社の社長から寄せられたコメントや、審査員の先生方からのコメントも掲載)



【受賞ならびにノミネート・サイト】

『病気がわかるWEB大賞』の受賞サイト

- 2009年Best疾患啓発サイト「-大賞-」
“インフルエンザ情報サービス”(中外製薬株式会社)
- 2009年Best疾患啓発サイト「一般部門-優秀賞-」
“頭痛オンライン”(アストラゼネカ株式会社)
- 2009年Best疾患啓発サイト「特定疾患部門-優秀賞-」
“クローンフロンティア”(田辺三菱製薬株式会社)
- 2009年Best疾患啓発サイト「女性に多い疾患部門-優秀賞-」
“いいほね.jp”(帝人ファーマ株式会社)



『病気がわかるWEB大賞』のノミネート・サイト(順不同)

<一般部門>

- ◎こころのくすり箱(うつ病:グラクソ・スミスクライン株式会社)
- ◎インフルエンザ情報サービス(インフルエンザ:中外製薬株式会社)
- ◎ADHD.co.jp(ADHD:日本イーライリリー株式会社)
- ◎頭痛オンライン(頭痛:アストラゼネカ株式会社)
- ◎Diabetes.co.jp(糖尿病:日本イーライリリー株式会社)

<特定疾患部門>

- ◎Parkinson's Disease(パーキンソン病:日本イーライリリー株式会社)
- ◎クローンフロンティア(クローン病:田辺三菱製薬株式会社)
- ◎UC WAVE Online(潰瘍性大腸炎:旭化成クラレメディカル株式会社)

<女性に多い疾患部門>

- ◎乳がん.jp(乳がん:アストラゼネカ株式会社)
- ◎婦人科info(子宮筋腫:ジョンソン・エンド・ジョンソン株式会社)
- ◎いいほね.jp(骨粗鬆症:帝人ファーマ株式会社)

【開催概要】

- 主催:株式会社QLife
- 協力:ヤフー株式会社、株式会社読売新聞東京本社、株式会社サンケイリビング新聞社(順不同)
- 審査員:中山健夫・京都大学大学院医学研究科教授(審査委員長)、木内貴弘・東京大学大学院医学系研究科教授、小貫美恵子・株式会社エディット代表取締役、福田敏也・株式会社トリプルセブン・インタラクティブ代表取締役(順不同)
- 部門:「1.一般部門」「2.特定疾患部門」「3.女性に多い疾患部門」の3部門
- 選考対象サイト:製薬会社が運営する一般生活者向けサイトで、上記3部門のいずれかにノミネートされたサイト。具体的なサイト名は<http://www.qlife.jp/award/> に公開
- 選考基準:ノミネート基準ならびに受賞審査基準は、<http://www.qlife.jp/award/> に公開
- 一般生活者投票期間:10月15日～10月31日

【開催の趣旨】

ネット上には、健康・医療情報をまとめたサイトは多いが、内容信頼性が低いものも目につく。そんな中で、製薬会社の「疾患啓発サイト」には、医学的根拠が確立された役立つ情報が多いと言える。病気に悩む人々に、そしてまだ病気になっていない人々にも、こうしたサイトの存在をぜひ知っていただきたい。それは早期受診・早期治療にむすびつき、私達と家族の健康を守る、第一歩となるから。今回



の『病気がわかるWEB大賞』の開催が、生活者・患者と製薬会社間におけるコミュニケーション活性化につながることを期待したい。

【一般生活者投票の様子】

投票ページ(<http://www.qlife.jp/award/>)にアクセスすれば、誰でも選考に参加できるオープン形式で実施した。合計で3360人の有効投票が集まり(メールアドレス単位で重複なし)、「一般」「特定疾患」「女性に多い疾患」の3部門のうち、最も興味がある部門を選んで、そこでノミネートされているサイトの一つを、生活者・患者の視点で実際に見て、内容や利便性などについて評価してもらった。

※「疾患啓発サイト」＝潜在・顕在患者やその家族に向けて、病気のことを詳しく説明するサイト。インターネット上で正しい疾患情報が広く発信されることは、早期受診・早期発見を実現し、また治療中の患者や家族の病気に関する理解を深めて治療に専念させる効果がある。製薬会社以外にも、学会や患者会、医療機関や個人などが運営する疾患啓発サイトがある。製薬会社のサイトは、当該分野における代表的な専門医に監修を受けるなど、内容に医学的根拠を担保することが多い。

※この賞は、ノミネートされたサイトならびに受賞サイトの内容について、正確性・完全性を保証する趣旨ではない。またサイトに記載された内容を推奨する趣旨でもない。

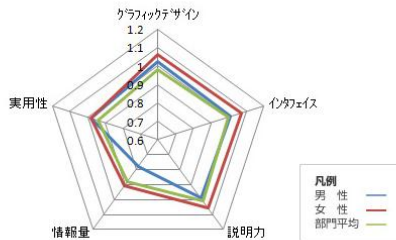
2009年Best疾患啓発サイトアワード
「病気がわかるWEB大賞」
 投票期間 10/15 - 10/31

受賞サイト

約300を数える製薬会社の疾患啓発サイトのなかで、11のサイトが代表として「ノミネート基準」に合致し、そのなかから投票と専門家審査によって以下の4サイトが賞に選定されました。

大賞

一般部門にノミネートされた5サイトから、『インフルエンザ情報サービス』が大賞に選ばれました。



受賞の言葉 代表取締役社長・永山治様

このたびは、弊社のWEBサイト「インフルエンザ情報サービス」が2009年Best疾患啓発サイトの「大賞」を受賞させていただき、誠にありがとうございます。

特に本年は、新型インフルエンザが流行し、国民の生活に大きな影響を与えています。本サイトを通じて、患者さんや医療関係者の方々のはじめ国民の皆さまに適切な情報を提供させていただくことは、弊社の社会的使命と考えております。これまでの情報提供活動が、今回3360名にも及ぶ生活者や専門家の先生方からご評価をいただきましたことは、弊社といたしましても大変光栄に存じますとともに、大きな励みとなります。

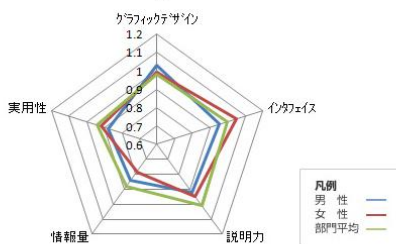
疾患に関する情報ニーズがますます高まる中、今後とも、皆さまに有用な疾患啓発サイトの構築・運営に努力する所存でございますので、引き続きご指導を賜りますようお願い申し上げます。



小坂常務と上園・ライフサイクルマネジмент・マーケティングユニット 領域戦略第三部 重点領域グループマネージャー

一般部門 - 優秀賞 -

一般部門にノミネートされた5サイトから、『頭痛オンライン』が一般部門-優秀賞-に選ばれました。



受賞の言葉 代表取締役社長・加藤益弘様

このたびは弊社が提供する「頭痛オンライン」が2009年Best疾患啓発サイトの「一般部門」の優秀賞に選考いただき、大変に嬉しく存じます。

慢性頭痛は、医療機関を受診し、正しい診断と適切な治療をすることで、患者さんのQOLを改善することができる病気ですが、社会的認知度の低さゆえ、医師、患者ともに軽視する傾向があり、知らずに、自己判断で市販薬などで対処するケースがあると絶たないという疾患です。多くの製薬会社がこの領域に参入し、社会、医師、患者に対して情報発信をしておりますが、まだまだ正しい情報が十分に普及している状態とは言えません。

製薬会社として、病気で苦しんでいる患者さんやご家族に役立つ情報を提供することは社会的責任の一端であると考えています。特にインターネットは広く効率的に伝達できる手段として、ますます重要性が高まっています。今後も当社は、疾患啓発サイトの拡充に注力し、情報面でも貢献度を高めていく所存です。



加藤社長と工藤・プライマリケア事業本部 ビジネスオペレーション統括部 フランチャイズコミュニケーショングループ グループマネージャー

病気がわかる
WEB大賞
...とは？

- 概要
- 投票できる部門
- ノミネートサイト一覧
- ノミネート審査の基準
- 審査員

主催



協力

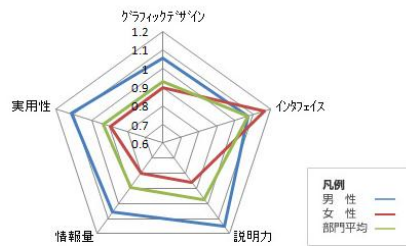


読売新聞

サンケイリビング新聞社

特定疾患部門 - 優秀賞

特定疾患部門にノミネートされた3サイトから、『クローンフロンティア』が特定疾患部門-優秀賞-が選ばれました。



受賞の言葉 代表取締役社長・土屋裕弘様

このたびは2009年Best疾患啓発サイトの「特定疾患部門」の優秀賞の栄誉に浴し、誠にありがとうございます。

特定疾患であるクローン病は患者数も少なく、他の疾患と比べて「情報」も多いとは言えません。今回、この特定疾患に対する私たちの情報提供活動が高く評価されたことを大変うれしく思っております。

医薬品は、安全かつ適正に使用していただくための「情報」という付加価値が一体となって始めてその真価が発揮されます。医薬品が創製される過程の膨大な情報と合わせて、医薬品は情報の集積とも言えます。

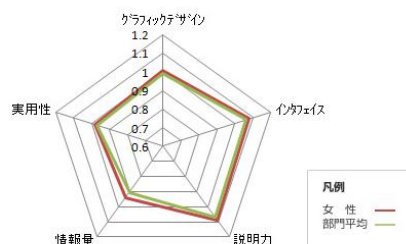
私も、今後ともこの「レミケード」をはじめ当社が持つ医薬品を、このような「情報」と合わせて広く病気で苦しんでおられる方々にお届けすることに力を注いでまいります。そして、絶え間ない研究開発を通じ医療ニーズに合致した「夢のある新薬」を創製し、人々の健康な暮らしに貢献するという社会的使命を果たすことで、すべての人々と健康という喜びを分かち合いたいと考えております。



土屋社長と北山 営業本部 製品統括部 レミケード推進部長

女性に多い疾患部門 - 優秀賞

女性に多い疾患部門にノミネートされた3サイトから、『いいいほね.jp』が女性に多い疾患部門-優秀賞-に選ばれました。



受賞の言葉 代表取締役社長・西川修様

このたびは2009年Best疾患啓発サイトの「女性に多い疾患部門」の優秀賞に『いいいほね.jp』を選考いただき、誠にありがとうございます。

当社は30年以上、骨疾患治療領域に積極的に取り組んでおります。その中でも骨粗鬆症は特に女性に多い疾患ですが、沈黙の病ともいわれ初期段階では自覚症状が乏しく、骨折して初めて骨粗鬆症と指摘されることもあります。

早期診断・早期治療が重要なこの疾患に関して役立つ情報を、患者さんやご家族に提供するために2年前に『いいいほね.jp』を開発しました。

効率的な情報伝達手段としてインターネットがますます普及してゆく中で、当社は今後も骨疾患と呼吸器疾患を中心とした疾患啓発サイトの拡充にさらに力をいれ、患者さんのQOLの向上により一層貢献したいと切に望んでおります。



西川社長と松永 マーケティング室 学術第1部部長



審査員寸評



■審査委員長 中山 健夫(なかやま たけお)

京都大学大学院医学研究科 社会健康医学系専攻健康情報学分野 教授

本アワードは、3千人を超える方々のご参加を頂いたことから分かるように、注目度の高い、大変ユニークな企画となった。11のノミネート・サイトもいずれも利用者の役に立とうとする思いが伝わる甲乙つけ難いものだったが、投票結果と医学・情報・デザインの視点からの審査を併せた総合評価により、特に「光っていた」4サイトを選出した。

今後、各サイトが有用性、信頼性をさらに高めていくには、「紹介している治療法が標準的なものである根拠(診療ガイドラインの参照)」「薬剤の安全性」「発信者の立ち位置」「情報の新しさ、作成・更新時期」などの情報についても、一層の充実が期待される。

製薬会社の情報発信は、社会的責任の一環として、また社会からの信頼を得るため大切な取り組みとして確実に重要性が増していくことだろう。本アワードが、そうした機運を盛り上げる契機となることを心から願う。



■審査員 木内 真弘(きうち たかひろ)

東京大学大学院医学系研究科公共健康医学専攻医療コミュニケーション学分野教授

東京大学医学部附属病院大学病院医療情報ネットワーク研究センター教授・センター長

製薬会社は、医師が処方する医療用医薬品の一般向け宣伝を法律で禁じられている。ある疾患の治療について、ある製薬会社が有力な医薬品を製品として持っていた場合に、当該疾患の治療を促すことによって、結果的に自社製品販売の向上につながる事が製薬会社の疾患啓発サイトの目的である。

とはいえ、サイトの開設者を明示し、安全性にきちんと言及しつつ、わかりやすく、正確な情報提供を行えば、うつ病、ADHD等本人が疾病と自覚することがなく、治療を受けないがための苦しみや、糖尿病、高血圧等本人が自覚していても治療しなかったがための健康寿命の低下を防ぐのに役立つ。

良い疾患啓発サイトは社会に貢献できる。本アワードは、良い疾患啓発サイトの増加を促す有意義なものであると考えている。



■審査員 小貫 美恵子(おぬき みえこ)

株式会社エディット 代表取締役

日本メディカルライター協会 評議員

米国メディカルライター協会 会員

ノミネートされたサイトのいずれも、患者さんや一般の方々はその疾患や治療法を正しく理解していただきたいという真摯な思いが伝わるものだった。まずは、サイト運営者の方々に敬意を表したい。また、これらのサイトを真剣に評価してくださった参加者の皆さまにも深く感謝申し上げたい。

初めての試みということもあり、何を審査ポイントとして重視すべきかについては審査員間でも大きな議論があったが、全員が一致していたのは「“情報提供の目的や姿勢”が、内容・サイト構成・デザインのすべてにおいて一貫し、明確なこと」であった。

3千名超の方々が参加したことからも、疾患啓発サイトに対する世の関心の高さが伺え、よりよい医療情報提供の必要性を再認識した。今後もこのアワードが継続され、疾患啓発に対する製薬会社の情報活動の認知やサイトのレベルアップにつながることを期待したい。



■審査員 福田 敏也(ふくだ としや)

株式会社トリプルセブン・インタラクティブ 代表取締役

武蔵野美術大学 非常勤講師

多摩美術大学 非常勤講師

製薬会社の疾患啓発サイトにおけるクリエイティブはどうあるべきなのか。あまり語られていないテーマでもある。

今回、私がサイト評価をしていく上で重視したのは、そのサイトがどんな気持ちでターゲットに向き合おうとしているのかということ。その疾患の特徴や患者さん・家族の気持ちを考えて、どう接しようとしているのかということだ。安心させることが大切なのか。ポジティブな気持ちにさせることが大切なのか。応援することが大切なのか。クールに情報を伝えることが大切なのか。その設定によって、言葉の語り口、デザインのトーンマナー、メニューのあり方、情報の見せ方、コンテンツ企画のたて方、すべてが変わってくるはずなのである。

その考え方やそれに根ざしたルールが存在するサイトには、どのページにもその精神が反映されていく。カッコイイとかキレイとか、そうしたのではなく、そうした向き合いの視点がさらに深掘りされ、いい疾患啓発サイトがたくさん生まれていくことを期待したいと思う。

(順不同)



<株式会社 QLife の会社概要>

会社名 : 株式会社 QLife (キューライフ)

所在地 : 〒154-0004 東京都世田谷区太子堂 2-7-2 リングリングビル A 棟 6F

代表者 : 代表取締役 山内善行

設立日 : 2006 年 (平成 18 年) 11 月 17 日

事業内容: 健康・医療分野の広告メディア事業ならびにマーケティング事業

企業理念: 生活者と医療機関の距離を縮める

サイト理念: 感動をシェアしよう!

URL : [http://www.qlife.co.jp/](http://www qlife.co.jp/)

本件に関するお問い合わせ先:

株式会社 QLife 広報担当

TEL : 03-5433-3161 / E-mail : info@qlife.jp
