

公益財団法人福島県労働保健センター

「産業医学・産業保健に関する調査研究に対する助成制度」による研究結果報告  
(2024年度 第23回 助成)

## AC ジャパンによる難聴啓発CMの認知度と受診動向

(研究代表者)

福島県立医科大学医学部耳鼻咽喉科学講座

室野重之

## 1. 背景

認知症に対する修正可能な危険因子の最大のものは難聴であると 2017 年の Lancet 誌において報告された[1]。2020 年の改訂版では 3 つの修正可能な危険因子が追加され、2024 年の改訂版でもさらに 2 つが追加されたが、難聴は依然として最大の要因である[1-3]。日本は 2023 年 10 月時点で 65 歳以上の人口が総人口の 29.1%を占めており、人口動態の傾向を踏まえると、難聴を抱える高齢者は年々増加すると予想される。

こうした懸念も受け、日本耳鼻咽喉科頭頸部外科学会（日耳鼻）は、AC ジャパンの支援を得て、2024 年 7 月 1 日より難聴に関する啓発キャンペーン（以下、難聴キャンペーンと呼ぶ）を開始した。2024 年 7 月 1 日から 2025 年 6 月 30 日までは、ステージに立つ 60 歳の元アイドルが観客の反応を聞き取れずに戸惑う様子のコマーシャル（CM）が、テレビやラジオで放送された。2025 年 7 月 1 日からは、架空の漫才コンビ（一人は右耳、もう一人は左耳の形をしている）が耳に関連する慣用句を早口でやり取りするアニメーション CM が、テレビやラジオで放送されている。

本研究では、地方において難聴キャンペーン CM の認知度がどのように変化したかを調査した。また、難聴キャンペーン開始前後の、難聴を主訴とする耳鼻咽喉科受診の傾向についても検討した。

## 2. 対象と方法

伊達市の非常勤耳鼻咽喉科クリニック（週に 3 日の診療）において、初診および再診を問わず 2024 年 7 月 23 日から 2026 年 3 月 31 日までに受診した患者の期間中の初回受診時に、2025 年 6 月 30 日まで（以下、前半とする）は 4 項目（CM 視聴の有無、ありの場合その媒体、性別、年齢）、2025 年 7 月 1 日以降（以下、後半とする）は 5 項目（後半 CM 視聴の有無、ありの場合その媒体、前半 CM 視聴の有無、性別、年齢）のアンケートを 2026 年 3 月 31 日まで実施した。さらに、2023 年 7 月から 2026 年 3 月までに受診した新規患者（新患）並びに新たな主訴による再診患者（再来新患）（毎年受診しているスギ花粉症などは除く）の主訴を電子カルテから抽出した。本研究は福島県立医科大学一般倫理委員会の承認を得て実施された（承認番号：REC2024-073）。また、日耳鼻とは独立して実施された。

### 3. 結果

#### 3.1. AC ジャパン難聴啓発キャンペーン CM の認知度

アンケートは 1460 名の患者に配布され、そのうち 1449 名 (99.2%) が難聴キャンペーン CM 視聴の有無について回答した。1460 名の性別は男性 604 名 (41.4%)、女性 850 名 (58.2%)、回答なし 6 名 (0.4%) であり、平均年齢は 64.7 歳、中央値は 70 歳であった。なお、1449 名のうち 75 名は回答に不備があり、後半でのアンケートにおける前半 CM 視聴の有無への無回答がほぼ全てであった。最終的に 1374 名 (94.1%) を対象とした、月ごとの難聴キャンペーン CM の視聴割合を図 1 に示す。平均は 37.4% (図 1 の水平破線) であった。

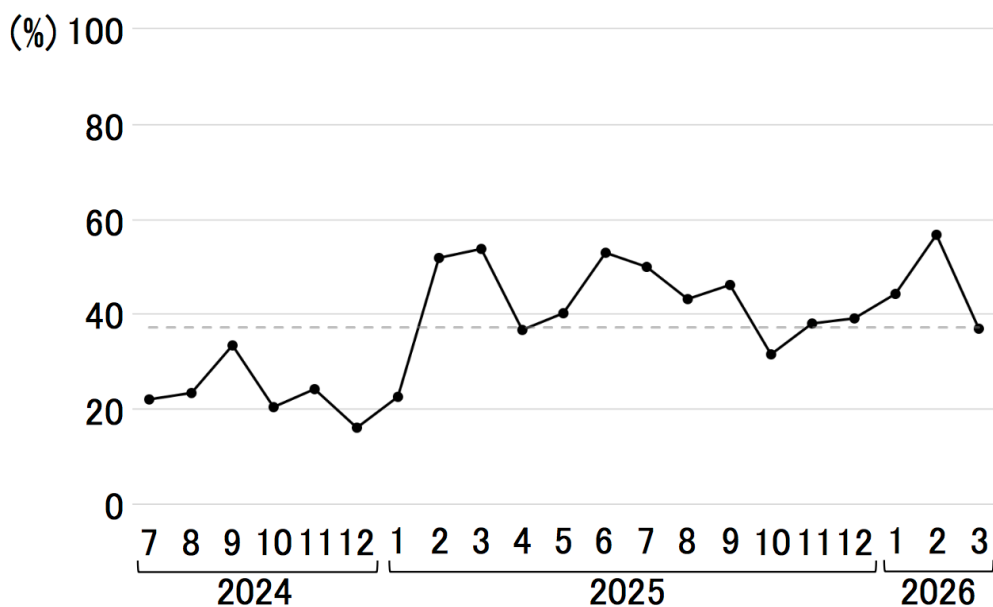


図 1 難聴キャンペーン CM の視聴割合

#### 3.2. 難聴に関する受診状況の変化

2023 年 7 月から 2026 年 3 月までの 33 か月の診療日数は 401 日、新患 (再来新患を含む) の総数は 2228 人、そのうち難聴を主訴とする者は 347 人であった。月ごとの、新患 (再来新患を含む) 全体に占める難聴患者の割合を図 2 に示す。平均は 15.8% (図 2 の水平破線) であった。また、月ごとの、診療 1 日あたりの難聴患者人数を図 3 に示す。平均は 0.87 人 (図 3 の水平破線) であった。

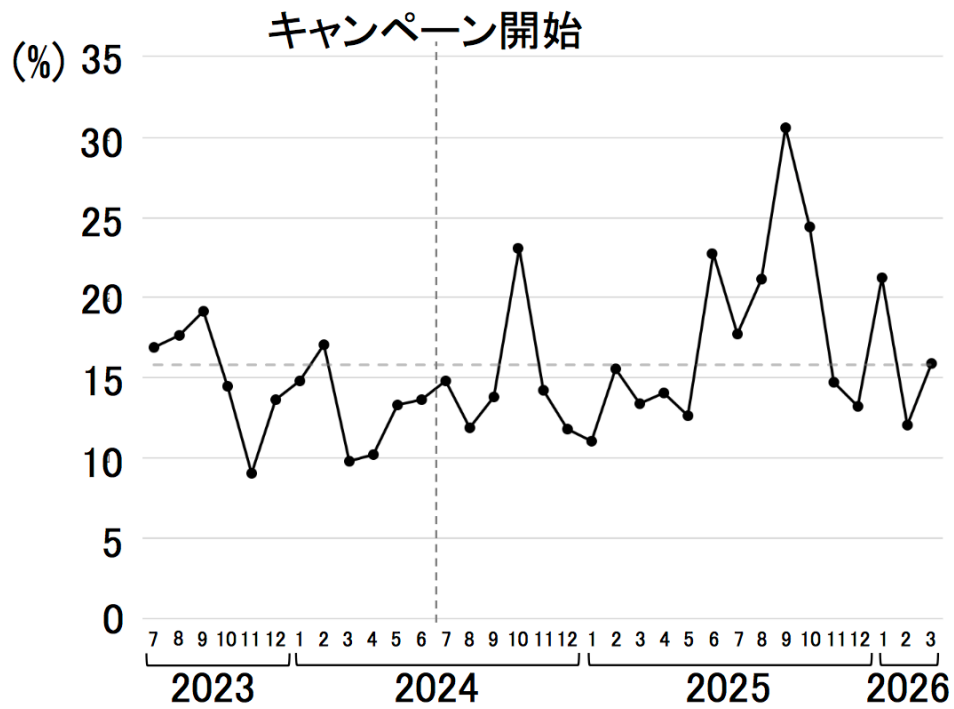


図2 新患（再来新患を含む）全体に占める難聴患者の割合

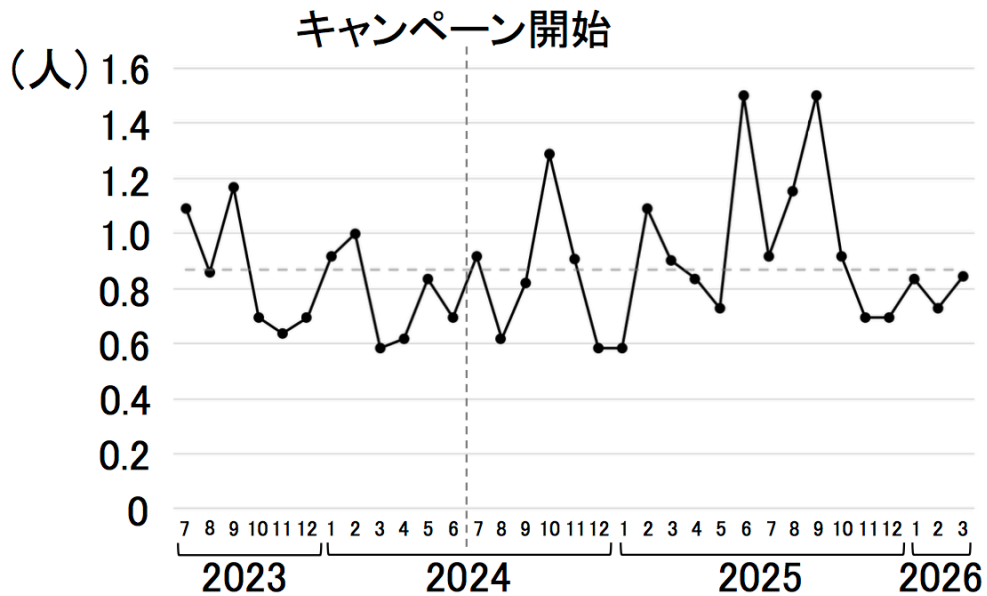


図3 診療1日あたりの難聴患者人数

難聴キャンペーン開始前後での比較を表 1 に記す。患者全体に占める難聴患者の割合は、開始前 12 か月では 14.12% (121/857)、開始後 21 か月では 16.48% (226/1371) であり、開始後の方が高かったが有意差はなかった ( $p=0.15$ , Fisher の正確検定)。月ごとの値で見ると、開始前 12 か月では平均 14.17%、中央値 14.05%、最小 9.10%、最大 19.20%であり、開始後 21 か月では平均 16.70%、中央値 14.80%、最小 11.10%、最大 30.60%であった。月ごとで見ても、難聴キャンペーン開始後の方が高かったが有意差は見られなかった ( $p = 0.308$ , Mann-Whitney U 検定)。診療 1 日あたりの難聴患者人数は、開始前 12 か月では 0.812 人、開始後 21 か月では 0.897 人であり、開始後の方が多かったが有意差はなかった ( $p=0.37$ , Mann-Whitney U 検定)。月ごとで見ると、開始前 12 か月では平均 0.815 人、中央値 0.760 人、最小 0.580 人、最大 1.170 人であり、開始後 21 か月では平均 0.907 人、中央値 0.850 人、最小 0.580 人、最大 1.500 人であった。月ごとで見ても、難聴キャンペーン開始後の方が多かったが有意差は見られなかった ( $p = 0.405$ , Mann-Whitney U 検定)。

**表1 難聴キャンペーン開始前後の難聴患者の受診動向**

	難聴キャンペーン開始前	難聴キャンペーン開始後
診療日数 (日)	149	252
総新患数 (人)	857	1371
難聴患者数 (人)	121	226
月ごとの新患に占める難聴患者の割合 (%) 平均 (中央値, 最小 - 最大)	14.17 (14.05, 9.10 - 19.20)	16.70 (14.80, 11.10 - 30.60)
月ごとの診療1日あたりの難聴患者数 (人) 平均 (中央値, 最小 - 最大)	0.815 (0.760, 0.580 - 1.170)	0.907 (0.850, 0.580 - 1.500)

#### 4. 考察

本研究では、図 1 に示すように、難聴キャンペーン CM の視聴割合は 2025 年 2 月に急速に高まり、その後高い水準を維持した。これは、ある出来事をきっかけに、2025 年 2 月直前に多くのスポンサーが CM を撤回したことに由来する可能性がある。通常の CM の代替として、AC ジャパンが支援する様々な CM が頻繁に放送され、難聴キャンペーン CM の一般への露出が増えた可能性が高い。

図 2、図 3 からは、難聴を主訴とする受診は、難聴キャンペーン CM の視聴割合が高まってから数か月後から増えており、難聴キャンペーン CM の視聴が直ちに受診行動につながるわけではないことがわかる。日本では難聴と診断され

た患者が補聴器を購入する際の経済的支援が比較的少なく、受診につながらない可能性も考えられる。また、調査期間の終盤では、難聴キャンペーン CM の視聴割合が高く維持されているにもかかわらず、難聴を主訴とする受診が再び低下していることがわかる。難聴キャンペーン CM を視聴したことがあっても、一時期のように頻回に視聴する機会がなくなれば、難聴を主訴としての受診につながらないと言える。

## 5. 結論

難聴患者に耳鼻咽喉科への受診を促すためには、露出度の高い、持続的な啓発キャンペーンが必要と思われた。また、国や地方自治体、日耳鼻およびその都道府県支部、そして耳鼻咽喉科医自身が一体となり、難聴者の耳鼻咽喉科への受診とその後の補聴器への介入を進める取り組みが必要と思われた。本研究は地方の一施設のものであり一般化された結果ではないものの、この取り組みの必要性を示す一助となるものである。

## 6. 参考文献

- [1] Livingston G, Sommerlad A, Orgeta V, et al. Dementia prevention, intervention, and care. *Lancet* 390:2673-2734,2017.
- [2] Livingston G, Huntley J, Sommerlad A, et al. Dementia prevention, intervention, and care: 2020 report of the Lancet Commission. *Lancet* 396:413-446,2020
- [3] Livingston G, Huntley J, Liu KY, et al. Dementia prevention, intervention, and care: 2024 report of the Lancet standing Commission. *Lancet* 404:572-628,2024.

## 7. 成果発表

### 【学会発表】

室野重之, 鈴木聡崇, 三ッ井瑞季, 久保田 叡, 佐久間琴子. 地方の非常勤施設における AC ジャパンの難聴啓発 CM の認知度と受診動向. 第 126 回日本耳鼻咽喉科頭頸部外科学会総会・学術講演会. 2025 年 5 月 28 日-30 日, 横浜市.

調査期間を延長し、成果発表（学会・論文）をさらに継続する予定である。