

食物アレルギーの課題と 共創型情報プラットフォームの構想

本田 颯人 2024.11.7

根本的な課題

社会資源の散在→患者家族に届ける手段がない

新規サービスや取り組みが持続しない

個人・団体等が何らかの取り組みを始めたり、サービスを作ったところで患者家族へ伝える手段が現状無いため、内々で完結していたり、利用者数・知名度を上げることが出来ず、資金面や精神的な面から持続しない事が多い。

患者家族間で格差が発生

社会資源が散在しているため、患者家族は各個人での情報収集が強られる。そのため、それぞれの情報リテラシーによって、得られる情報量に差が生じ、それが生活の質：QOLの格差へと直結している事が考えられる。



筑波大学：國武ら（2022）の研究より [1]

食物アレルギー児を持つ母親の育児ストレスとインターネット上の食物アレルギー情報の満足度には優位な負の相関があった。

→インターネット上の食物アレルギー情報を充実させることが、食物アレルギー児の母親の満足度を増加させ、育児ストレスを軽減することができる可能性があることを示唆している。

→「食物アレルギー患者の母親のニーズがあるにも関わらず、日本だけでなく世界のアレルギー関連Webサイトで掲載されていない情報として、外食先や宿泊先での食物アレルギー情報が挙げられる」と、より網羅的な情報提供の必要性を示唆した。

[1]國武加奈，林大輔，竹田一則“食物アレルギー児の母親における育児ストレスとインターネット上の食物アレルギー情報に対する満足度に関する研究”（障害科学研究.46.2022） pp.41-49

なぜこれまで「集約」ができなかったのか

同一の地域に多くの患者会が存在しており、各々でのカラーが非常に強いため、それらの間で縄張り争い・対立が発生している。しかし元来多くの資源を保有しているのは患者会等であることが多いため、この課題を解決しない限り集約を実現することは難しい。

散在している社会資源を4つに分類

食物アレルギーに関する社会資源とはどのようなものがあるのか。現在散財している食物アレルギーに関する社会資源（リソース等）の例を次の4つに区分分けをして示す。

患者家族を支えるサービス



事業者や患者会などの団体が提供している患者・家族が生活する上での支えとなるサービスや取り組み。

対応食品・商品



食物アレルギー対応の飲食店・大手企業が提供するアレルギー対応食品や患者に向けて開発された画期的な商品。

患者家族間の情報共有の場



インスタグラム等で個人・メディアが発信しているアレルギー関連情報（店舗/食品情報等）や経験談・体験談。

患者家族以外に向けた情報



患者家族外へ向けたアレルギー対応に関する情報資材・BtoBサービス、患者のニーズに関する情報や研究論文。

▶患者家族に対するリソース（社会資源）のみならず、患者家族間で共有されるべき情報や患者家族以外の行政・企業・団体などに向けたサービス・情報も存在している。しかし、これらが多領域に散財しており、アクセスしづらい、辿り着けないのが現状。

現時点での理想図

前ページで提示した4つの散在している社会資源を中心にモノ（社会資源）の経路や、各ステークホルダー（右記7分類）の情報提供の役割、全体としてのプラットフォームの設計図を示す。

01

 コミュニケーションの
パターン設計

02

 役割の設計

ステークホルダーの7分類

患者会	各地域にある患者会等の団体	対応店	アレルギーフリー商品を販売する店舗
医療	病院・医療機関・医療関係者	企業	食物アレルギーに関わる企業・事業者
行政	国・各省庁・自治体など	個人	食物アレルギー患者やその家族個人
研究機関	食物アレルギーに関連する研究を扱う機関・大学・研究者		

