

「民間医局」のメディカル・プリンシプル社

SNS利用に関するアンケート調査を医師会員1,422人に実施
～医師・初期研修医の半数以上がX(Twitter)、LINE、Instagramを使用しているとの結果に～

株式会社メディカル・プリンシプル社(本社:東京都港区、代表取締役社長:由良芳従、以下MP社)は、「民間医局」の医師会員1,422人(男性1,001人、女性367人、答えたくない54人)を対象として、SNSの利用に関するアンケートを実施いたしました。その結果、医師・初期研修医の2人に1人以上がX(Twitter)、LINE(VOOM)、Instagramを使用していることがわかりました。調査結果の詳細は、医師の情報収集Webサイト「民間医局コネクト」内の記事(<https://connect.doctor-agent.com/article/column532/>)にて、ご確認いただけます。

■調査結果サマリー

- 5割以上の医師・研修医が、X(Twitter)、LINE(VOOM)、Instagramを使用
- 使用目的は一部を除くSNSで、「情報収集(趣味・自分の興味関心ごと)」の回答が最多
- LINE(VOOM)使用者の半数以上が、毎日必ず閲覧する
- SNSを使用することが多い時間帯は平日・休日含め、夜間(18-21時、21-24時)が最多の傾向
- 7割弱がSNSのキャンペーンの参加経験なし。参加したことのあるSNSはX(Twitter)がトップ
- 約6割がSNSで行うキャンペーンに参加してみたいと思わないと回答

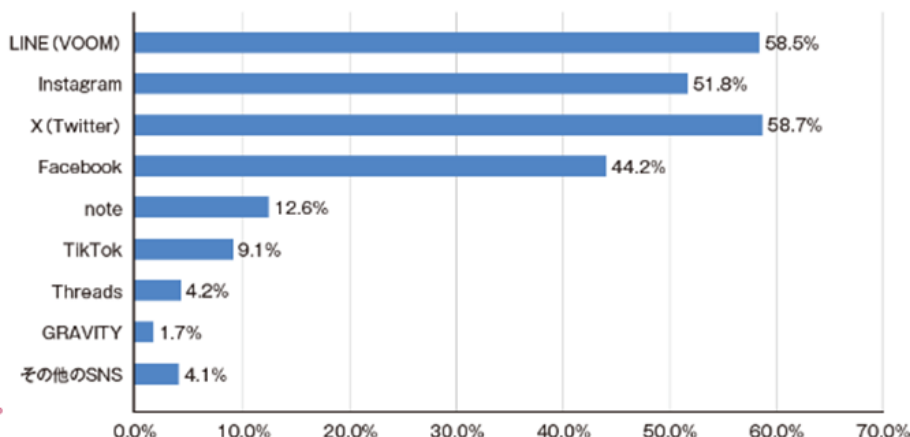
■調査結果

1. 5割以上の医師・研修医が、X(Twitter)、LINE(VOOM)、Instagramを使用

使用しているSNSについて聞いたところ、最も多くの方が使用しているのは「X(Twitter)」で58.7%(835人)、僅差でLINE(VOOM)が58.5%(832人)、Instagramが51.8%(736人)という結果となりました。この使用率上位の3つのSNSは回答者の半数以上が使用しています。

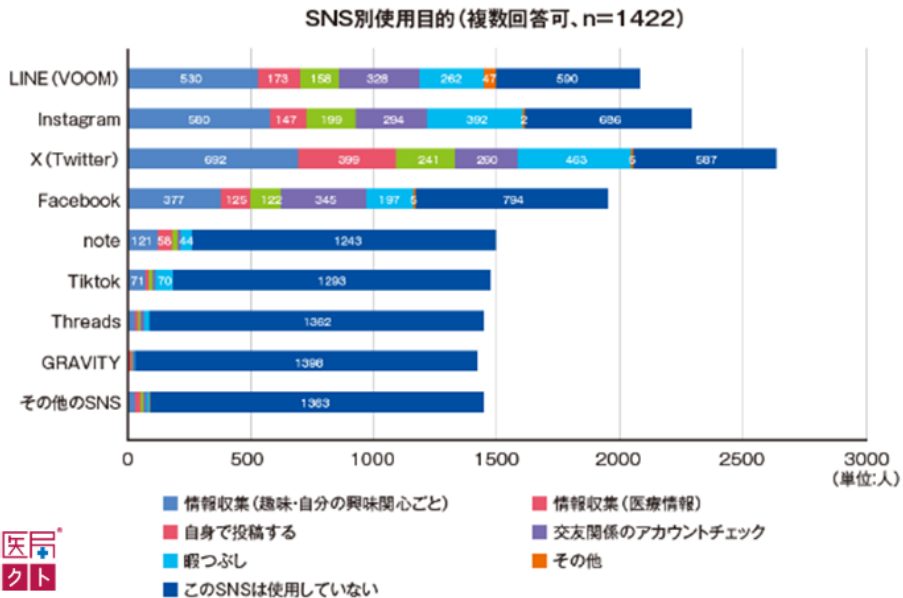
Q: 次のSNSを現在使用していますか。使用しているSNSについては、その使用目的を教えてください(複数回答可、回答数1422)

使用しているSNS(複数回答可、n=1422)



2. 使用目的は一部を除くSNSで、「情報収集(趣味・自分の興味関心ごと)」の回答が最多

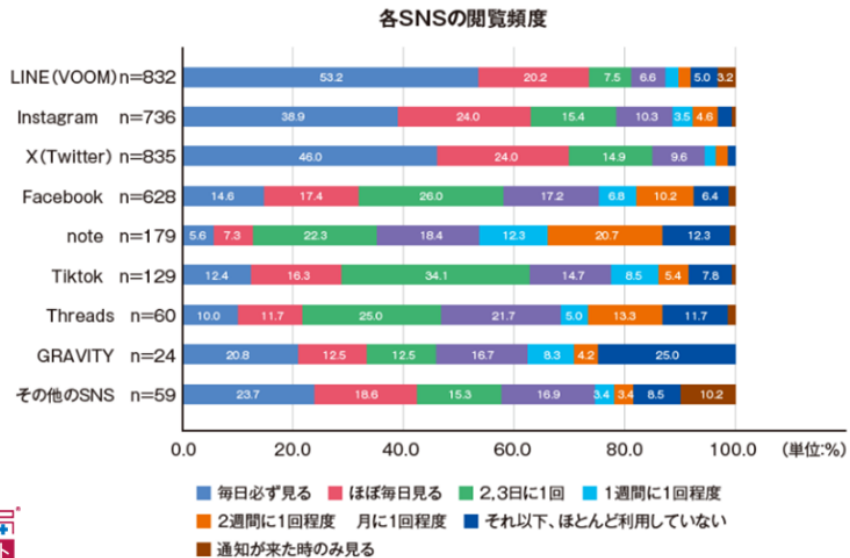
SNSの使用目的は、「GRAVITY」を除く各SNSで、「情報収集(趣味・自分の興味関心ごと)」の回答が最多となりました。「交友関係のアカウントチェック」「暇つぶし」の回答も多くみられます。なお、X(Twitter)では399人が「情報収集(医療情報)」を使用目的の一つであると回答しました。



3. LINE (VOOM) 使用者の半数以上が、毎日必ず閲覧する

それぞれのSNSを使用している人に閲覧頻度を尋ねたところ、「毎日必ず見る」のは、LINE (VOOM) 53.2%、X (Twitter) 46.0%、Instagram 38.9%の順となりました。この上位3つのSNSは、「ほぼ毎日見る」も合わせると6割を超えます。

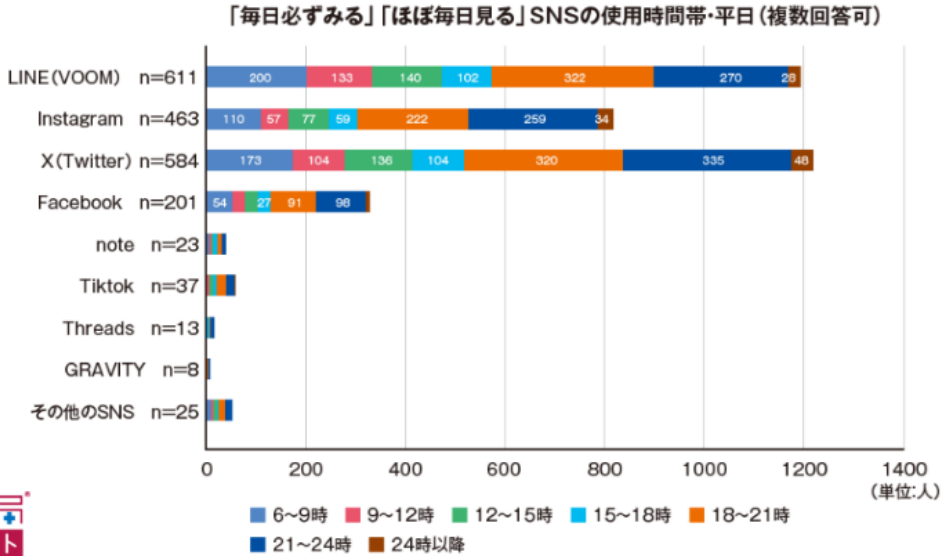
Q: 現在利用しているSNSについて、それぞれ閲覧頻度を教えてください



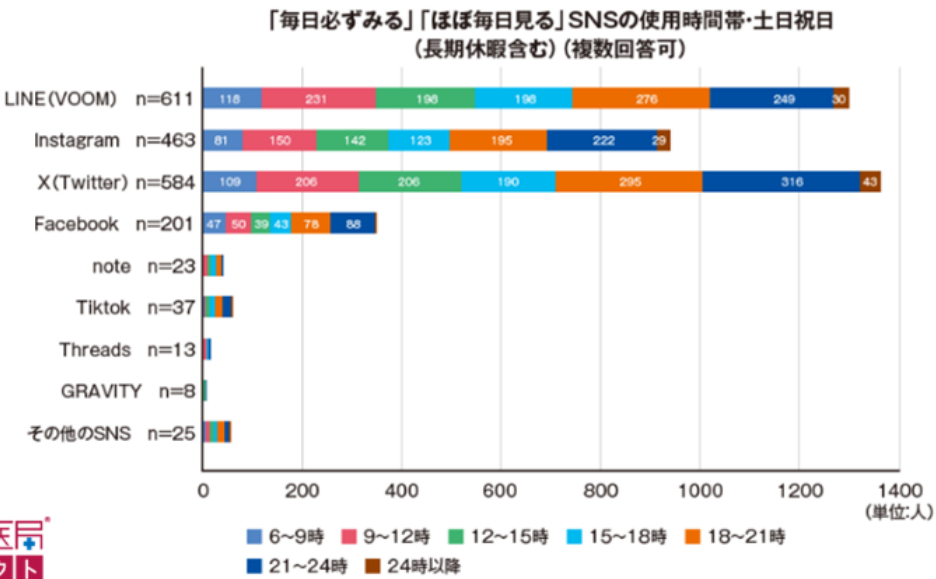
4. SNSを使用することが多い時間帯は平日・休日含め、夜間(18-21時、21-24時)が最多の傾向

次に、「毎日必ず見る」「ほぼ毎日見る」SNSにおいて、1日のうちに使用することが多い時間帯を聞きました。その結果、平日は、夜間(18-21時、21-24時)、次いで朝(6-9時)に多く使用している傾向がみえました。土日祝日(長期休暇を含む)は、最も使用の多いのは夜間(18-21時、21-24時)ですが、平日と比べると日中(9-12時、12-15時、15-18時)の時間帯の利用も多く、好きな時間に閲覧していることが見て取れます。

Q: 「毎日必ず見る」「ほぼ毎日見る」SNSについて、平日で使用することが多い時間帯を教えてください



Q: 「毎日必ず見る」「ほぼ毎日見る」SNSについて、土日祝日(長期休暇含む)で使用することが多い時間帯を教えてください

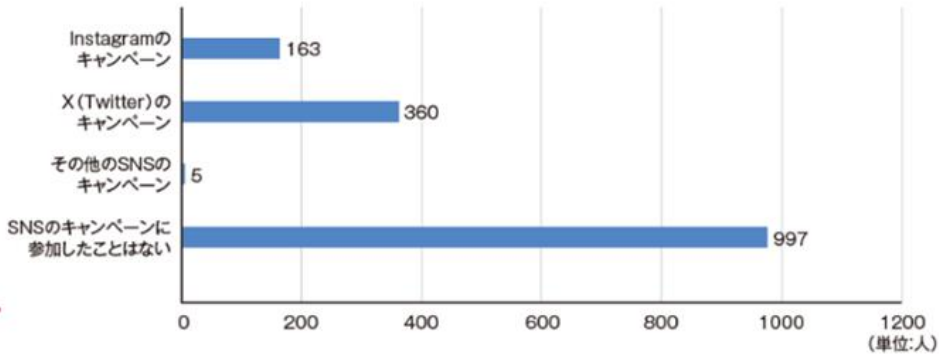


5. 7割弱がSNSのキャンペーンの参加経験なし。参加したことがあるSNSはX(Twitter)がトップ

SNSの利用状況に続き、SNSキャンペーンについて尋ねました。「SNSのキャンペーンに参加したことがない」が977人で最多となりましたが、「X(Twitter)のキャンペーン」に360人、「Instagramのキャンペーン」に163人が、参加したことがあると回答しました。

Q：次のSNSのキャンペーンに参加したことはありますか。（フォロー・リツイートでのプレゼントキャンペーンなど）（複数回答可、回答数1422）

SNSキャンペーンに参加したことがあるか（複数回答可、n=1422）

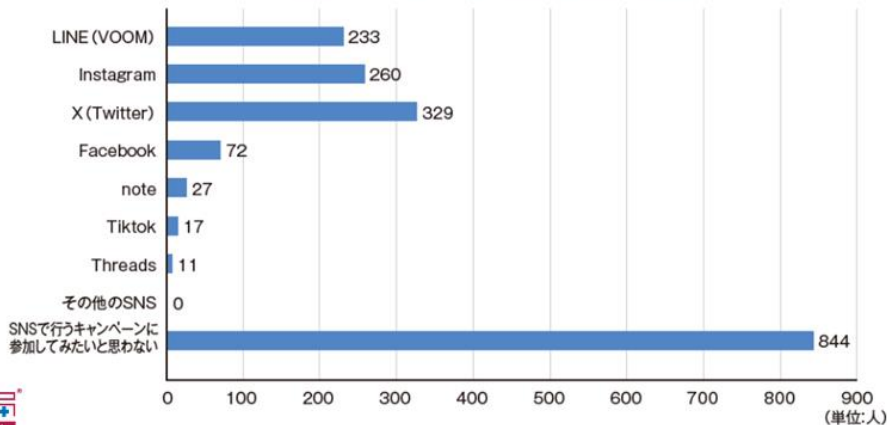


6. 約6割がSNSで行うキャンペーンに参加してみたいと思わないと回答

SNSごとに、今後キャンペーンに参加してみたいかどうかについて聞きました。X(Twitter)329人、Instagram260人、LINE(VOOM)233人の順で参加意欲が高いが、一方で「SNSで行うキャンペーンに参加してみたいと思わない」の回答数は844人に上りました。

Q：今後、次のSNSで行うキャンペーンに参加してみたいと思いますか。（フォロー・リツイートでのプレゼントキャンペーンなど）（複数回答可、回答数1422）

各SNSにおけるキャンペーン参加意欲（複数回答可、n=1422）



■まとめ

今回のアンケートでは、医師・初期研修医の5割以上が、X(Twitter)、LINE(VOOM)、Instagramを使用していることがわかりました。この3つは閲覧頻度も高く、平日は夜間と朝に多く、土日祝日は好きな時間に見られていました。使用目的は、趣味や自分の興味関心ごとの情報収集、交友関係のアカウントチェック、暇つぶしといった回答が多いながらも、医療情報の収集を目的とする人も一定数みられました。また、SNSキャンペーンの参加状況については、7割弱が参加経験がなく、今後のキャンペーン参加についても、約6割の医師が参加意欲がない結果となりました。

【調査概要】

調査期間: 2023年8月31日～9月6日

対象 : 「民間医局」会員の医師

回答者数: 1,422人(男性1,001人、女性367人、答えたくない54人)

※引用・転載時のお願い

本調査結果及びデータの引用・転載の際は、「株式会社メディカル・プリンシプル社調べ」と当社クレジットの表記と「民間医局コネクト」の掲載記事(<https://connect.doctor-agent.com/article/column532/>)へのリンク、運営元の株式会社メディカル・プリンシプル社(<https://www.medical-principle.co.jp/>)へのリンク記載をお願いいたします。

■「民間医局」について

「民間医局」では、医師向け転職支援サービスを中心に、会員向けサービスとしてドクターズマガジン、医師賠償責任保険、民間医局書店サービスなど様々なサポート事業を展開しております。(URL: <https://www.doctor-agent.com/>)

■「民間医局コネクト」について

「民間医局コネクト」では、民間医局コネクトセミナーをはじめ、若手医師必見の情報や、海外留学・地方医療のレポート、全国各地のセミナーなど、医師が成長し続けるための情報を掲載しております。今後も様々なWebイベント開催の他、医師や医療機関を対象としたアンケート調査なども行ってまいります。(URL: <https://connect.doctor-agent.com/>)

■株式会社メディカル・プリンシプル社 会社概要

本 社 : 東京都港区新橋四丁目1番1号 新虎通りCORE

設 立 : 1997年1月

代 表 者 : 代表取締役社長 由良芳従

拠 点 : 東京(本社)・大阪・札幌・仙台・さいたま・横浜・船橋・高崎・金沢・名古屋・京都・神戸・高松・広島・福岡・熊本・那覇

事業内容: 医師等 職業紹介業、医学生・研修医臨床研修支援サービス事業、医療界向け情報提供事業

事業概要: 「民間医局」をブランドに掲げ、医師紹介業を中心に、医療業界への多面的なサポート事業を行っています。

医師の紹介事業「民間医局」における医師・医学生の登録会員数は約163,000人、契約医療機関約17,000施設に対し、年間約71,000件の紹介を行っています。また、臨床研修支援サービスとして日本最大規模の研修病院合同説明会「レジナビFair」を全国で開催し、研修医・医学生向けWeb説明会「レジナビFairオンライン」や、医師向け月刊ヒューマンドキュメント誌「DOCTOR'S MAGAZINE」、医師の情報収集Webサイト「民間医局コネクト」などの事業を展開しています。

U R L : <https://www.medical-principle.co.jp/> (コーポレートサイト)<https://www.doctor-agent.com/> (医師のための求人情報検索サイト「民間医局」)