

## 研究・調査報告書

| 分類番号  | 報告書番号  | 担当     |
|---|--------|--------|
| A-169   | 12-309 | 慶應義塾大学 |
| <b>題名（原題／訳）</b>   |        |        |
| Internet-based brief personalized feedback intervention in a non-treatment-seeking population of adult heavy drinkers: a randomized controlled trial.<br>成人大酒家で治療を求めている集団へのインターネット・ベースの短期個人化されたフィードバック介入：無作為比較試験  |        |        |
| <b>執筆者</b>  |        |        |
| Hansen AB, Becker U, Nielsen AS, Grphinbaek M, Tolstrup JS, Thygesen LC.  |        |        |
| <b>掲載誌</b>  |        |        |
| J Med Internet Res. 2012 Jul 30;14(4):e98. doi:   |        |        |
| <b>キーワード</b>  |        |        |
| 短期介入、インターネット、大酒家  |        |        |
| <b>要 旨</b>  |        |        |
| <p><b>目的：</b><br/>                     大酒家へのインターネット・ベースの介入は有望な結果を示す、しかし、既存の研究は適当な対照群がなく、非学生成人集団の少数の研究しかないことで特徴づけられる。大酒家の治療を求めている集団への完全にオートメーション化したインターネット・ベースの短期フィードバック介入と、完全にオートメーション化したインターネット・ベースの個人化された短期アドバイス介入のアルコール摂取量への影響を調査することを目的とする。</p> <p><b>方法：</b><br/>                     大酒家の一般の集団をベースとしたサンプルを対象に 3 つの平行した無作為比較試験を行った。54,157 人の参加者（年齢中央値 58 歳）に大量飲酒のスクリーニングを行った。女性で 14 ドリンク/週、男性で 21 ドリンク/週以上の飲酒をする 3418 人の参加者のうち、1380（女性は 619 人）が試験に参加することに同意し、インターネットをベースに簡潔でカスタマイズされたフィードバック介入群（規範的フィードバック、n = 476）、インターネットをベースに個人にカスタマイズされた簡潔なアドバイス介入群（n = 450）または非介入対照群（n = 454）の 3 群に無作為割付けされた。6 ヶ月後、12 ヶ月後の追跡調査では、全ての群の合計でそれぞれ 871 人、1064 人の参加者があった。転帰尺度は、自己申告の週当たりアルコール消費量であった。治療への意図の原理に従ってデータを分析した。経時的な変化を調べ複数の時間の測定値を計算するために、多レベル線形混合モデルを使用した。減少を考慮に入れるために、失ったデータについて記述するために複数の帰属計算を使用した。</p> <p><b>結果：</b><br/>                     インターネット・ベースの短期個人化されたフィードバック介入の介入効果（インターネット・ベースの短期個人化されたフィードバック介入と対照群を比較したアルコール消費の変化の平均値の差）は、6 ヶ月後 -1.8 ドリンク/週と 12 ヶ月後 -1.4 ドリンク/週であった。これらの効果は統計的に有意でなかった（95%信頼区間 6 ヶ月 -4.0～0.3、12 ヶ月 -3.4～0.6）。インターネット・ベースの個人化された短期アドバイス介入の介入効果は、6 ヶ月後 -0.5 飲物/週、12 ヶ月後 -1.2 飲物/週であった。これらの効果も有意でなかった（95%信頼区間 6 ヶ月 -2.7～1.6、12 ヶ月 -3.3～0.9）。</p> <p><b>結論：</b><br/>                     無作為比較試験では、インターネット・ベースの個人化された短期フィードバック介入が大酒家成人集団で飲酒の減量に効果的だという証拠は得られなかった。</p> |        |        |