

# 令和5年度 都道府県医師会広報担当理事協議会

と き 令和5年4月13日（木）14:00～16:20

ところ オンライン開催

[報告：常任理事 長谷川奈津江]

## 開会挨拶

日本医師会長 松本吉郎 本協議会は2016年以来、約7年ぶりの開催となる。その間にも医療関係者を取り巻く環境は大きく変化し続けており、今年は新型コロナウイルス感染症、医師の働き方改革、トリプル改定の対応に加えて組織強化の問題など取り組むべき課題が山積している。私どもはこれらの諸課題に対し、必要に応じて記者会見を行うなど、日本医師会の考えを説明しているところではあるが、会員の先生方からは日本医師会の考えが十分に伝わってこないなどのご意見をいただいております。改めて広報活動の難しさを痛感している。日本医師会の活動を国民に理解してもらうためにも、また、組織強化を図るためにも、広報の役割は今後ますます重要となる。全国の広報担当理事の先生方におかれては、高いご見識の下、日本医師会の広報に関するご意見をお聞かせいただくとともに、国民から信頼される医師会のイメージ作りと会員に向けた正確で迅速な情報発信に対する絶大なるご支援、ご指導を引き続きお願いしたい。

## 議事

### 1) 日本医師会の広報活動について

日本医師会常任理事 黒瀬 巖

#### 1. 直近の主な広報活動

日本医師会は、「日本医師会を知ってもらうこと」、「日本医師会のイメージアップを図る」という二つの観点から、広報活動に取り組んでいる。

#### ・日本医師会の公式 YouTube チャンネル

令和2年度に開設し、現在では日本医師会の広報活動の重要なツールの一つとなっている。YouTube チャンネルには定例記者会見の映像や、

新型コロナウイルス感染症への対策などを釜范常任理事に分かりやすく説明していただいた動画のほか、国民向けのシンポジウムやオンラインセミナーの動画なども掲載している。今後も質と量の両面の充実を図っていく。

#### ・LINE の活用

2022年3月末時点で、LINEの月間ユーザー数は国民の大半の9,300万人と言われ、2021年7月に実施された調査によると、年代に偏りはない。そこで、国民の皆様方が日本医師会に対して持っているイメージを少しでもいい方向に変えていきたいと考え、特に医学部の学生や研修医に使っていただき、組織強化の一助としたいという思いから、LINEスタンプを作成し、無料配布を行った（現在は配布を終了）。今後は、40個のスタンプを有料で販売することを考えている。さらに、スタンプの無料配布に合わせて日本医師会のLINE公式アカウントも作成した。スタンプの無料配布では、LINE公式アカウントに友達追加することを要件とし、令和5年4月1日現在で4万2,000人の方に友達の登録をしていただいた。今度は登録いただいた方々にLINE公式アカウントを通じて、日本医師会に関するさまざまな情報を迅速かつ適切に提供していきたいと考えている。

#### ・日本医師会オンラインセミナー

女性の健康課題である月経トラブル、摂食障害（拒食、過食）・痩せ、女性のがん、更年期との付き合い方（更年期障害）の4つをテーマに動画を制作した。動画の中ではどんな症状があるのか、気を付けなければならないことなどを4名の専門家の先生方に説明いただいた。動画は女性の

健康週間に合わせて、日本医師会公式 YouTube チャンネルに掲載したほか、4回に分けて全国紙にもその採録を掲載した。さらに、更年期との付き合い方に関しては今年度、小冊子も制作したいと考えている。

#### ・動画データ、冊子の提供

「教えて！日医君～新型タバコも吸っちゃ駄目～」や、コロナへの対応などについて分かりやすく説明した動画を希望者にデータで提供している。会員だけではなく大学や企業からも申し込みが来るなど、多くの方々に活用いただいている。また、タバコの害について説明した冊子「禁煙は愛」を希望者に配付している。今後も多くの方々に活用いただけるよう、先生方や国民の皆様方が見たい、あるいは興味を持つ動画や冊子を作成していきたいと考えている。

## 2. 今後の広報活動の課題

今後、広報を行っていく上の課題は、日本医師会の組織強化に向けた広報の充実、都道府県（現場）の意見の集中力の強化、マスコミとの関係の維持・強化、そして適切な広報手段の選択等が挙げられる。

昨年度、日本医師会赤ひげ大賞の拡大企画として、テレビ番組「赤ひげのいるまち」の制作を岩手、広島両県医師会の協力のもとに実施した。今年度は岐阜及び佐賀の両県医師会の協力のもと、制作することになっている。この番組では、地元大学の医学部生が赤ひげ大賞あるいは功労賞の受賞者を訪ねて、地域医療に関わることの素晴らしさを体験し、また、県医師会長とともに地域の医療課題を一緒に考え、その課題の解決のために医師会がどのような役割を担っているのかを学んでもらう様子を放映した。学生の時から医師会に関わりを持つことは組織強化にも繋がることであると考えており、この企画はぜひ継続していきたいと考えている。

その他、組織強化並びに現場の意見の集中力の強化として、「日本医師会広報サポーター（仮称）」の創設を検討している。広報サポーターには、若手の先生方に就任していただきたいと考えてお

り、医療現場で問題となっていることなどを日本医師会に直接、意見を寄せてもらうことなどを考えている。また、寄せられた意見を日本医師会の政策に反映することができれば、会員であることのやりがいにも繋げることができ、日本医師会は、医療現場の若手の意見を反映できる団体であることを世に広くアピールすることもできるのではないかと考えている。

組織強化に向けた広報活動として、広報委員会では日本医師会のイメージアップ動画の制作や、勤務医の関心が高い事項に対する日本医師会の活動等をネットメディアを使ってアピールすること、会員の福利厚生（チケットの会員割引など）等を検討している。

### 2) 医師会のイメージアップのヒント

電通パブリック・アカウント・センター社会創発室  
戦略プロデュース部アカウントリード

興津 修喜

「イメージ」とは、心象、印象や心の中に思い描くことである。「イメージアップ」とは、望むべき印象があり、その望むべき印象を伸ばしていく垂直型と、付加していく水平型の両面がある。「医師会」というと、一般の方は信頼できる、尊敬できる、といったイメージや、逆に権威的、恐いというイメージをお持ちだと思う。そこに例えば、若々しい、元気、面白い、理解があるといった、いろいろな形容詞を付加していくことが垂直型、水平型の広がりを持たせるということになる。

広報に必要な要素は、What（何を）、Who（誰に）、How（どのメディアで）、When=Why now（なぜ今）という4つの要素が大きい。What（何を）とWhy now（なぜ今）を考えると、コロナの時にコロナの話をするというのはとても伝わるが、コロナが落ち着いた時にコロナの話をして誰も見てくれない、届かない。

総務省の情報通信白書を見ると、10～20代はWeb中心の新媒体世代で、30～40代はテレビ等の旧媒体とWebの媒体混合世代、50～60代は、テレビ中心の旧媒体世代であることが分かる。50～60代のテレビ中心の旧媒体世代は、医師会に対するイメージができているので、その

方々の持っている良いイメージに着目して、垂直型でアプローチしていく必要がある。この世代は医療に近く、政治・経済に密接な世代であるので、来年のトリプル改定に向けての意見形成をする場合、この世代を中心に伝えることが良いと思われる。What（何を）は医療政策、How（どのメディアで）はテレビ・新聞広告、Why now（なぜ今）はトリプル改定、と考えることができる。30～40代のテレビ等の旧媒体とWebの媒体混合世代は、医療より経済を意識している世代で、垂直型と水平型のアプローチが必要である。What（何を）は医療・医師関連のもの、How（どのメディアで）はテレビ・新聞とWeb展開、Why now（なぜ今）については特にない。最後に、10～20代のWeb中心の新媒体世代は、医療を身近に感じていない世代であり、水平型のアプローチが必要である。What（何を）は彼らが望むことと日医が望むことを見つける必要があり、How（どのメディアで）はWeb展開、Why nowは随時、である。彼らのいるフィールド（Web）で、彼らが興味を持つ「What」を創造し、興味・関心を親近感に変化させ、それを理解、信頼に変化させていかなければならない。

ネット社会では、会社・団体の評価は一瞬にして失われる。そして、その構築には多大な時間と繊細な作業が必要になる。医師会の場合は、国民に寄り添っている姿を真摯に伝えることが一番の近道だと個人的には思っている。

## 2) 都道府県医師会の取り組み発表

### ①大阪府医師会

#### 大阪府医師会副会長 阪本 栄

大阪府医師会では、対内的には府医の主張や活動を理解願う手段として重要な役割がある大阪府医ニュースや、大阪府医師会報がある。対内・対外的にはホームページ、対外的には大阪の医療と福祉を考える公開討論会（年1回）、ラジオ放送、毎日新聞朝刊コラム、大阪府老人クラブ連合会広報誌コラム、ATCエイジレスセンター「エイジレス健康講座」、昭和60年度より年1回、中高年世代に向けた健康啓発と医師会活動に対する府民のさらなる理解を求めることを目的としたシル

バー健康大学の開催や、メディカルカフェ、記者会見などを行っている。

また、大阪府医師会に対する意識調査を行っている。医療モニターを昭和56年から設置しており、医療に関する問題点や提言などを医師会外の「モニター」から求め、会務の運営と医道の高揚に資することを目的にしている。郡市区医師会長推薦者57名と大阪府地域医療推進協議会推薦者25名で構成されている。令和4年度の医療モニターからの意見・提言を見ると、コロナ禍関係のものが最も多く、その次に大阪府医ニュース・医師会報に関すること、医療・介護制度に関することなどの意見が多かった。モニター制度は、医療についての問題点、提言、雑感など「患者さん視点での思い」を吸い上げることに有効である。その他、大阪府医師会員を対象にしたインターネット調査を行っており、安価・迅速に会員意見を集約している。また、20～79歳の男女の大阪府民を対象とした調査を行っており、年代・性別・地域別に府民の意見を迅速に集約し、医師会活動に資する有効な手段となっている。

### ②広島県医師会

#### 広島県医師会副会長 岩崎 泰政

広島県医師会では会内広報として、広島県医師会速報を昭和26年より月3回、発刊している。内容は県医師会の活動報告、会員交流、通知文書等である。広島県医師会速報は会員限定サービス「広島県医師会e-広報室」とメーリングリストでも配信し、ホームページにも掲載し、会外広報にも使用している。その他、至急かつ確実に伝える必要がある場合、FAXニュースを全医療機関に送信している。会内・会外広報としてはホームページがあり、「県民の皆様へ」と「医師の皆様へ」の2種類のページがある。会外広報としては、広島県医師会のゆるキャラ「もみじ医」がFacebookに投稿し、さまざまな情報を発信している。もみじ医は、会員から公募したもので、クリアファイルやピンバッジ、医師会速報等の出版物にも起用している。なお、ゆるキャラグランプリにも参加したことがある。その他の広報として、救急をテーマにした小冊子「救急小冊子」の発行

(年1回)や、四師会協議会(広島県医師会、広島県歯科医師会、広島県薬剤師会、広島県看護協会)が主催で行う「広島県民フォーラム」(年1回)、民放テレビ局主催の子どもと親のためのイベントへの参加などを行っている。

広島県医師会では、広報のプロが活動を評価するとともに、広報実務の基本戦略を企画・立案、あるいはアドバイスしてもらうことを目的に「広報戦略室」を設置している。広報戦略室では、広島県医師会の広報活動の評価、広報委員会が実施する広報実務の基本戦略の策定、広島県医師会のイメージアップのための基本戦略の策定、戦略的な広報媒体の選定を行っている。広島県医師会は、全ての事業に対して、官・学・民一体の「オール広島」をモットーに会務を運営しており、広報戦略室は官(広島県)、学(広島大学)、民(民法テレビ局や公共放送局、広告代理店や地元新聞社)

で構成されている。広報戦略室の提案により、テレビやラジオ出演、新聞取材、新聞啓発広告掲載、被爆伝承コーナー開設、記者会見などを新たに行った。そのほか、ホームページのスマートフォン対応について提案があり、今後、対応する予定である。

広島県医師会は、官・学・民一体、広報のプロで組織された広報戦略室と広報委員会を中心に、県民と医師会会員に広島県医師会をよく知っていただき、県民のための医師会、会員のための医師会を実現できるように、メディアと協力しながら、またあらゆる媒体を用いて、より一層効率的で効果的な広報活動を続けていきたいと考えている。

## ドクターバンク (山口県医師会医師等無料職業紹介所)

医師に関する求人の申込を受理します。ただし、申込の内容が、法令違反その他不適切である場合には受理しません。

なお、医師以外に、看護師、放射線技師、栄養士、医療技術者、理学療法士、作業療法士も取扱います。

求人者又は代理人は、原則として直接当紹介所に赴いて、所定の求人票にご記入の上、お申し込みください。

ただし、直接来所できない時は、郵送でも差し支えありません。

求人申込の際には、賃金、労働人勧その他の雇用条件を明示してください。

最新情報は当会ホームページにてご確認ください。

問い合わせ先：山口県医師会医師等無料職業紹介所

〒753-0814 山口市吉敷下東3-1-1

山口県医師会内ドクターバンク事務局

TEL：083-922-2510 FAX：083-922-2527 E-mail：info@yamaguchi.med.or.jp