

令和7年度 都道府県医師会広報担当理事連絡協議会

と き 令和7年4月17日(木) 14:00～16:00

ところ 日本医師会館3階小講堂(ハイブリッド開催)

[報告: 常任理事 長谷川奈津江]

挨拶

松本日医会長 日本医師会では現在、組織強化を最重要課題の一つとして掲げている。この実現のためにも、国民の皆さんの理解のもと、日本医師会の政策を実現していくためにも、広報は大変重要な事業の一つと考えている。

時代の変化とともに広報の手段も変わりつつある中で、日本医師会でもSNSを使った広報に取り組んでいる。YouTubeチャンネルの登録者数は12,000人を超え、LINEの友達登録者数も4万人を超えるなど、その効果が少しずつではあるが、見えつつあるところである。

本日は黒瀬常任理事から日本医師会の直近の広報活動について説明するほか、SNSを駆使した広報を実践されている2つの県から、その活動内容を報告いただく。好事例として参考にさせていただきたい。

報告

①日本医師会の広報活動と今後の方向性について

日本医師会常任理事 黒瀬 巖

1. 直近に行った主な広報活動

(1) 禁煙活動啓発事業

2024年「世界禁煙デー」に合わせた東京タワーのライトアップイベントや、メディア掲載、全国各地でのイエローグリーンキャンペーン、川柳コンテストなどを実施した。

(2) 日本医師会シンポジウム

日医初代会長である北里柴三郎先生が新千円札の肖像となったことを受けて、「受け継がれる北里柴三郎の志～新千円札発行を記念して～」をテーマに開催した。また、日本歯科医師会と合同で「健康長寿に必要なこと一知ってほしい!お口

の重要性～」を開催し、医科歯科連携を啓発した。

(3) 企画動画の配信

子宮頸がん予防ワクチンの接種を呼びかけるため、高校生と母親向けの座談会動画を制作し、YouTubeやTVCMで展開した。

(4) 年次外部企画

キッザニア東京に期間限定で「診療所」パビリオンを出展し、子どもたちに小児科医体験を提供した。また、「赤ひげのいるまち」と題したテレビ放送を行い、地元大学の医学部生が地域医療を学ぶ様子などを放送した。

「第8回生命を見つめるフォト&エッセー」を実施し、海外からも応募があるなど注目度が増加している。

(5) 後援企画

映画「はたらく細胞」の会員家族向け試写会や、映画「フロンタライン」の医学生向け試写会(LINE登録を条件とし組織強化に繋げる狙い)を実施した。

2. 近日中に実施予定の広報企画(会員向けサービス)

待合室で利用可能なゲーム「日医君のわくわくミニゲーム!」を提供予定である。また、日医君の3Dアバターを制作し、館内や行事を宣伝するショート動画を作成し、配信する。

3. SNSを活用した広報戦略

(1) LINE

配信方法をテキストベースから画像ベースに変更し、アンケート実施により配信内容を最適化したことで、適切な人に適切な配信が行えるようになり、配信したメッセージの開封率やアクセス率

が上昇した。

(2) YouTube

チャンネル登録者数 1.27 万人、動画数 462 本 (2025 年 4 月時点)。記者会見動画、シンポジウム動画、赤ひげ大賞関連動画、能登半島地震関連動画、国民向け疾病やワクチンに関する啓発動画、研修会で使用する講演動画などを掲載している。運営上の課題として、動画編集ソフトを使用する場合に一定程度のスキルと習熟が求められる。また、国民向けに伝えたい内容と会員向けに周知したい内容は必ずしも一致しない。

4. 広報に係る課題と今後の方向性

(1) 主な課題

より適切な広報内容と手段の選択、マスコミとのより一層の関係強化、都道府県（現場）の意見を収集する仕組みの構築と活用体制の整備、日本医師会の組織力強化に向けた広報の充実など、日本医師会の広報活動にはさまざまな課題が山積している。一つ一つの課題にスピード感を持ちながら、丁寧に解決していく必要がある。

(2) 適切な広報媒体の選択

年齢階層によって主に利用するメディアが異なる（若年層はネット、高齢層はテレビ）。各種 SNS（LINE、Instagram、X、Facebook、TikTok など）の特徴（メリット・デメリット）を理解し、目的に応じて使い分ける必要がある。

(3) 今後の方向性

- ・マスコミとの関係強化（定例記者会見、記者懇談会や勉強会の実施）。
- ・広報サポーターシステムの構築（都道府県医師会広報担当理事向け ML 及び LINE を活用した情報交換を開始）。
- ・「素敵な広報共有事業（仮称）」により、好事例を横展開し全体の質向上を目指す。
- ・「日本医師会 赤ひげ大賞」の候補者推薦を全都道府県から得ることを目指す。
- ・国民・医師会員に向けた情報提供のあり方を見直し、分かりやすい説明、解説動画の充実、アクセス向上策の検討、コンテンツの刷新などを進める。

② SNS の活用に関するアンケート結果について

日本医師会広報委員会委員長／

大阪府医師会副会長 阪本 栄

都道府県医師会における SNS の活用状況調査の結果が報告された。

「SNS を広報活動に活用している」と回答した医師会は 35.2%。活用している SNS の種類としては、LINE が最も多く 63.2%、次いで YouTube が 57.9% であった。SNS を活用して良かった点としては、迅速な情報発信、若い世代への啓発、動画による分かりやすい情報伝達などが挙げられた。一方で、SNS を活用する上で大変な点として、専門職員の不足、情報ニーズの把握の難しさ、発信内容の選定、登録者獲得、継続的なコンテンツ作成、情報漏洩のリスクなどが挙げられている。

SNS の活用を検討している医師会では、LINE が 90.9% と最も多く、次いで YouTube が 63.6% であった。検討にあたってネックとなっている点は、初期費用や運用費用、責任者の選定、コンテンツ作成、情報発信の基準、セキュリティなどが挙げられている。

一方、SNS を活用していない理由としては、既存の広報手段で事足りている、運用ノウハウがない、炎上やセキュリティのリスク、高齢会員が多い、モデルケースが少ないなどが挙げられた。

SNS を活用している医師会は速報性や双方向性にメリットを感じる一方で、継続的なコンテンツ作成、登録者獲得、セキュリティ対策などに不安を感じていることが示された。また、未利用の医師会は、運用ノウハウやモデルケースの不足、費用面、リスクなどが利用に至らない原因となっていることが明らかになった。

都道府県医師会の SNS を活用した取り組み発表

①京都府医師会「研修医・若手医師との『つながり』」

日本医師会広報委員／

京都府医師会理事 田村 耕一

京都府医師会は研修医・若手医師との「つながり」を強化しており、医師会への入会促進と組織力強化を目指す取り組み「KMA.com」について報告された。

1. 現状の取り組みと課題

これまで、若手医師ワーキンググループによる活動（臨床研修屋根瓦塾 KYOTO、Re-1 グランプリ、『Arzt』の発刊、オリジナルスクラブの作成、新研修医総合オリエンテーションなど）を行っているが、「入会率が上がらない」「入会しても研修修了後、府外への転出時に『入会』が途切れる」点が課題となっている。

2. KMA.com の始動

会員増強プロジェクトチームを2022年11月に立ち上げ、会員登録WG、動画製作・配信WG、情報発信WGを設置した。会内の常任委員会（研修サポート委員会（若手医師WG）、医師のワークライフバランス委員会等）とも連携し、各部門が横断的に議論を行った。

その後、医師会と研修医・若手医師との「つながり」を重視し、医師会をより身近に感じてもらうためのツールとして「KMA.com」を2023年4月に始動した。

3. KMA.com の具体的な仕組みとコンテンツ

登録フローは①京都府医師会「公式LINE」への友だち登録、②KMA.comへの登録、③医師会入会・医師賠償責任保険加入の有無を登録するという3ステップである。全てデジタル化しスマホ一つで完結できる。

KMA.comは勤務医・研修医・医学部医学科生なら誰でも登録が可能で、卒後年数、勤務地、診療科、所属病院、出身大学などに制限はない。京都府外の研修医も登録が可能となっている。

登録者にはLINE／メールで定期的に下記の情報発信を行う。

- ・研修医向けの屋根瓦塾 KYOTO や研修医ワークショップ、学術講演会、ワークライフバランス塾 KYOTO、産業医・スポーツ医研修会、研修医交流パーティーなどのイベント情報。
- ・研修医向け情報誌『Arzt』、妊娠に際し職場のみんなで読むマニュアル、採血・血管確保時の痛み・しびれへの対応などの情報誌。
- ・研修医向け動画（役立つ知識、明日から使える鑑別診断など）や各種講演会などの動画ライブ

ラリー。

- ・研修医 REAL インタビュー、研修医アンケート結果などの研修医向け情報。
- ・医師賠償責任保険、融資斡旋、日医年金、医師資格証、所得補償保険、無料会議室提供サービス、講師出張サービスなどの生活支援情報。
- ・医師会活動、医療トレーニングセンター、子育てサポートセンター、医師会への入会案内などの医師会関連情報。

4. KMA.com の現状と今後の課題

オリエンテーション後の登録は少しずつ増加しているが、医師会への入会に100%直結している訳ではない。継続的かつ積極的な加入促進が必要である。また、KMA.comは医師会入会のきっかけであり、最終ゴールは組織力強化である。医師会への加入促進、組織力強化のためのインセンティブ付与、医師会員との差別化が必要である。

KMA.comから医師会入会に繋げるために（「つながり」を継続するために）は、専攻医や府外転出後もつながりを継続していただき、医師会入会を継続してもらう必要がある。このために、①情報発信の仕方（アクセスしやすい仕組み、視覚的にコンテンツの魅力を伝える）、②若い先生に興味のあるコンテンツの分析（ニーズに合ったコンテンツ提供）、③医師会入会のメリットのさらなる発信（3大メリットの積極的広報、動画活用）が必要と考える。

「KMA.com」はこれからの医療を担う若手の先生方とつながるツールである。

- （1）社会情勢の変化を正確に情報発信し、これからの医療について一緒に考える。
- （2）若手医師のスキルアップ、キャリアアップを支援。
- （3）これからの「地域医療」を担うために医師同士がつながるコミュニケーションツール。

②沖縄県医師会「沖縄県の小児救急適正受診の一助～LINE×AIチャットボットを活用した#8000 LINE アカウントの開設～」

沖縄県医師会理事 當間 隆也

1. 沖縄県の小児救急の現状と課題

救急現場の慢性的な逼迫を受けて、平成22年に沖縄県と沖縄県医師会が「#8000（小児救急電話相談事業）」の契約を締結した。沖縄県内に居住又は滞在している小児の保護者等からの小児の急病時やケガ等に対して電話相談を受け、家庭での対処法や医療機関受診の可否等につき助言・指導を行っている。

沖縄県は、救急病院の休日・夜間受診者数及び救急搬送患者に占める小児の割合が全国1位で、年齢層別に見ると、特に0～4歳児の診療時間外受診が多い。また、小児科医の偏在指標は経時的に悪化しているが、沖縄県には小児科医師確保に特化した事業は未だにない。

2. これまでの啓蒙活動と対応

平成22年に救急受診の判断基準をフローチャートで分かりやすくした「子ども救急ハンドブック」を作成した。

令和6年6月26日に、県内の小児救急医療の逼迫に関して、県と医療関係団体（県医師会・県小児保健協会・県小児科医会・県小児科学会等）が合同で緊急記者会見を実施した。

その後、12月～2月（冬）の感染拡大期に備え、子ども救急ハンドブックの利活用促進とLINE版ハンドブックの検討を開始した。

3. #8000 LINE アカウントの制作と機能

要件定義から納品までわずか4か月で、短期間・低コストで開発を行った。沖縄県子ども医療電話相談事業で予算化したため、利用者は無料で利用できる。

#8000 LINE アカウントの機能（リッチメニュー）として4つがあり、①「気になる症状」機能は子ども救急ハンドブックをLINEチャットボットAI対応で実装。症状に応じて救急度を判定できる。②「#8000に電話をかける」機能は、LINE内で#8000ダイヤルを実装し、全国どこで

も地域の#8000に繋がる。③「子ども救急ハンドブック」機能は、日本語版・英語版・スペイン語版が閲覧可能で、外国人にも対応している。④「小児救急医療機関」機能は、県内の小児救急医療機関を一覧で確認することができ、電話番号や住所をタップすると電話発信やマップでの位置確認が可能となっている。その他にも、LINEの標準機能であるメッセージ送信機能でイベント開催や救急逼迫状況のアナウンスなど、小児救急の適正な受診を呼びかけている。

4. #8000 LINE アカウントの広報展開と今後の展望

ポスター、シール、名刺カードなどを作成し、医療機関、市町村、保育園、コンビニ、イオン等での配布・掲示や沖縄県公式LINEやラジオ番組で広報を行っている。

沖縄県の小児医療提供体制については、沖縄県とともに安定的な体制を構築すべく、小児医療関係者が議論する場「沖縄県小児医療協議会」の設置を目指す。また、県民の救急受診の適正化を図るとともに、小児科医偏在の対策として、小児科医の確保を行う。

#8000 LINE アカウントの利活用促進のため、有益なコンテンツの拡充を図り、県民の身近なツールにしていきたい。全国の一次救急医療機関を掲載し、その地域の適切な救急受診に繋がるよう改良を進めていく。

県下唯一の医書出版協会特約店

医学書専門 井上書店
看護学書

〒755-8566 宇部市南小串2丁目3-1(山口大学医学部横)
TEL 0836(34)3424 FAX 0836(34)3090
[ホームページアドレス] <http://www.mm-inoue.co.jp/mb>.
新刊の試覧・山銀の自動振替をご利用下さい。