

令和5年都道府県医師会 広報担当理事連絡協議会



理事 久貝 忠男

去る4月13日(木)日本医師会にて開催された標記の連絡協議会にWEBにて参加したので報告する。

黒瀬常任理事より日本医師会の広報活動について報告が行われた。

- 1) YouTubeチャンネルでの定例会見の放送
- 2) LINEアカウントを若手医師、特に医学生や研修医に無料配布し、日本医師会の活用方法を紹介した動画を作成し、入会を促進
- 3) 今後の課題として、組織強化に向けた広報の充実、マスコミとの関係維持・強化等が挙げられた。

広告代理店の立場から電通の興津氏より「日本医師会イメージアップのヒント」と題して、世代に応じた適切な広報手段の選択について講演があった。

- 1) 50～60代：テレビ中心で、医師会への信頼もある
- 2) 30～40代：テレビ+webの混合型。医師会へ何とか理解があり、コロナでお世話になったとのイメージが浸透している
- 3) 20～30代：この世代はweb世代で医師会を一番身近に感じていないグループである。

それぞれ世代ごと画一的でない媒体を選択した方がうまく情報が伝わるのではないかとの印象であった。特に、次世代を担う若い世代にはSNSを活用した広報が避けられない状況である。

次に、都道府県医師会の取り組みでは大阪府医師会と広島県医師会から報告があった。

大阪府医師会ではロングセラーの「大阪府医ニュース」の紹介があり、月3回の発行には敬服した。また、定期的に医師会の取り組みを評価する制度は感心した。

- ・モニター制度：会員から推薦者された83名による評価
- ・会員調査：インターネット「Questant」を用いた府会員への調査
- ・府民調査：楽天サイトによる不特定の府民への調査

など、府医師会の活動をとても幅広く調査し、広報に活用していた。

広島県医師会では県医師会への入会率が95%と極めて高く、理由は広島大学が入会を率先し、積極的に関わっているとのことである。また、会務運営の方針も「官・学・民」をモットーとし、「官」は広島県、「学」は広島大学、「民」は民放テレビ局等で「広報戦略室」を設置して、基本戦略を企画・立案していた。その一つとして医師会長、大学長、知事の鼎談等を企画して県民に「オール広島」をアピールしていた。

広報のツールはデジタル化で、とてつもなく速いスピードで進んでおり、それと同時に世代間ギャップを感じた。今後は世代間ギャップを埋めつつ、ますますSNS、web等へのリテラシーを深め、会員を増やして組織強化に繋げなければならないと痛感した。

※報告書の詳細につきましてはホームページをご参照下さい。

<https://www.okinawa.med.or.jp/medical/kaihou/houkoku/202303-2/>

