

5. コミュニケーション・チャンネルを選ぶ 「どこで、それを伝えたいのか？」

- 「限られた費用と時間のなかで、最大限の効果を出すためには、どうすればいいのか？」
- インタビューで把握した行動パターンを基に判断し、目標達成を意識した一貫性のある行動計画案を作成

6. メッセージやモノをつくり、事前調査をする 「どうやったら伝わるのか？」

- 段階4-2であげたポイントの入ったポスターをテスト的に作成
 - 少人数の対象者を集めて「メッセージ概念が伝わるか」「相手の記憶に残るような表現をしているか」「キャッチ力があるか」確認
- 失敗にかかる出費をおさえることができる

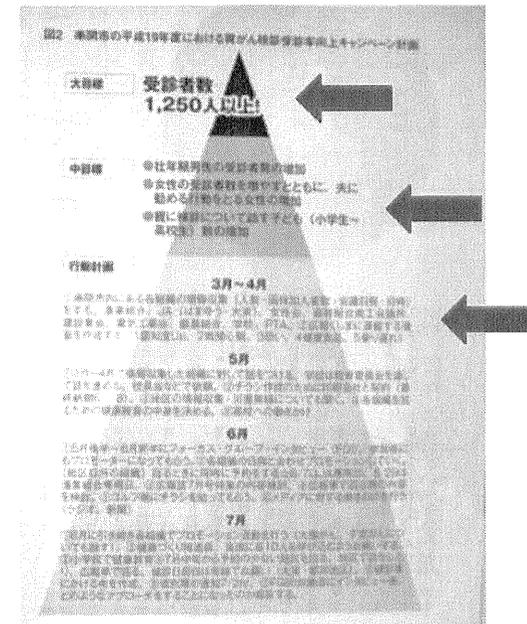
7. プロモーション計画を開発する 「具体的にどう動けばいいのか？」

- 今回のコミュニケーション活動を広く推進していくための活動やイベント、受け入れられていくメカニズムとその予測量を明確にしたプロモーション計画をつくる

ほら、あなたのまちでも... そこに「がん予防」が...

連載:エビデンスの最前線&ナラティブな実践事例 第8回

公衆衛生情報8, 2011, p40-43



8. コミュニケーション戦略を実施する 「さあ、実践だ！」



9. 効果を評価する

胃がんバス検診受診者数の推移



- H17: 833名
- H18: 747名 (40～60代の男性=140人)
フォーマティブ調査&評価、キャンペーン実施
- H19: 1,278名 (40～60代の男性=261人)
- H20: 1,506名 (40～60代の男性=354人)

10. 改善するためにフィードバックする

- 当初の目標は達成
- H19にがん対策基本法が施行され「50%以上の受診率」が求められるようになった
- この取り組みでは、医療機関における受診者数を加味した、市全体の受診者数が把握できていない
- 40～60代の男性の受診者数は増加したものの、さらに高めていかないといけない

高い受診率を継続させるために 必要なもの

- 他のがん検診も同時に受診できる利便性の高い体制づくり
- 地域組織づくりと健康教育の徹底



「健診・検診を受診するのが当然」な文化づくり

3.

「健診・検診を受診するのが当然」 な文化づくり (大分県竹田市)



受診率が高い理由1 活発な地域組織

《背景》

- H17の4市町村合併時、それぞれの地域のよいところを残す「竹田市体制」を構築
- 荻地域：地域での健康づくり「愛育班」、健診の普及啓発「保健推進員」⇒「愛育保健推進員」
 - 自分の地区の時間滞に健診会場に来て、誰が健診に来ているのか受診者チェック
 - 健診未受診者については日曜健診等を利用するように声かけ、電話がけ

受診率が高い理由2 きめ細かな健康教育

《内容》

- 竹田市の健診・医療・介護の現状
- 医療費の詳しい状況
- 健診の必要性
- 健診や保健指導を受けることでの医療費の効果
- 病院での検査と健診の検査の違い



受診率が高い理由3 利便性の高い体制づくり

- 地区巡回健診
 - がん検診等も一緒に受診可能
- 施設健診
 - 人間ドック形式
- 医療機関個別健診

さらなる改善に向けてH23年からスタート

- H20～22年: 自己負担1割(500円)⇒無料
 - 初めて健診を受けた人が増加
- 30歳代健診を実施
 - 健診の意識づけ、生活習慣病の早期発見
- 契約健診機関の拡大
 - 住民の利用状況に合わせて

さらにH24年度からは・・・

- 医療機関定期受診者、契約健診機関外での健診受診者の結果把握の促進
 - 現在のシステムでは委託契約健診機関のみ受診率に反映
 - 健診結果の持ち込みを住民に声かけ H22年度7件→H23年度19件
- 健診未受診者の受診勧奨
 - 3年連続未受診者・・・5割
 - H23年度 特定健診結果とレセプトを突合させたシステムを導入
 - 病院受診状況等に合わせた受診勧奨が可能
 - 通知だけでなく、電話・訪問での受診勧奨の取り組みも検討
 - 短期証・資格証発行者・・・健診受診者は1割も満たない
 - 病院にも行かず、重症化している可能性もある。取り組みについて検討
- 医療機関との連携
 - 未受診者で治療中と回答した人のうち4割が健診委託医療機関で治療中
 - かかりつけ医での健診受診勧奨を依頼
 - 健診ポスターや保健指導用パンフレットの作成・配布

演習 (20分)

- 6～8名のグループをつくってください
- あなたのまちの取り組みで効果的だったこと等を情報交換をしながら、演習の質問の答えを探究してください

下記の質問に答えながら、改善策をできるだけ具体的に考えてください

ヘルスコミュニケーション・ウィール(1, 3, 4, 5, 6)

1. いまは、どういう状況なのか？
3. メッセージを、特に、誰に、伝えたいか？
4. 特に何を伝えたらいいか？(ポイントを3つ程度に絞る)
5. どこで、それを伝えたらいいか？
6. どうやったら伝わるか？
 - 相手の記憶に残るような表現をしているか
 - キャッチ力があるか
 - 伝えたいことが伝わるか

ヘルスコミュニケーターとして大切な 感じる心

君がいて(メイ・スウェンソン、蝦名玲子訳)

君は私の鏡。
君の瞳に写っている私を見て、
私は自分の存在を確認できる
私は君の中に存在し、
私は私自身が存在することを実感できる

《引用文献》

- 蝦名玲子&川崎紋美子(2011). 胃がんバス検診受診率向上キャンペーン. エビデンスの最前線 & ナラティブな実践事例. 公衆衛生情報8, p40-43

《オススメ図書》

- 蝦名玲子(2012). 困難を乗り越える力～はじめてのSOC～. PHP新書 (写真参照)
 - 蝦名玲子(2010). 元気な職場をつくるコミュニケーション～ストレス対処能力SOCを高める. 法研
- 《現在連載中の本講演関連連載》
- 蝦名玲子の元気力UP塾. へるすあつぷ21
- 《無料情報や連絡先等》
- ヘルスコミュニケーションスペシャリストで健康社会学者の日記 (ブログ)
<http://ameblo.jp/dr-ebina>
 - 会社
<http://www.globalhealthcommunications.com/>



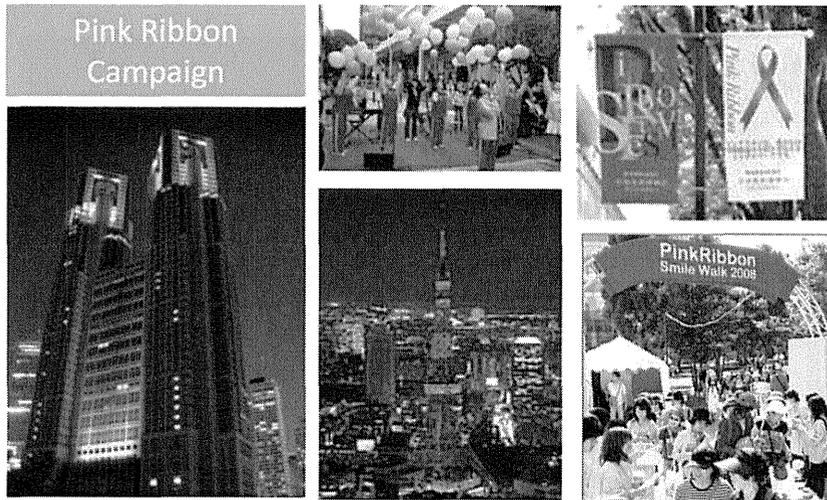
第2部

こころの窓をあける

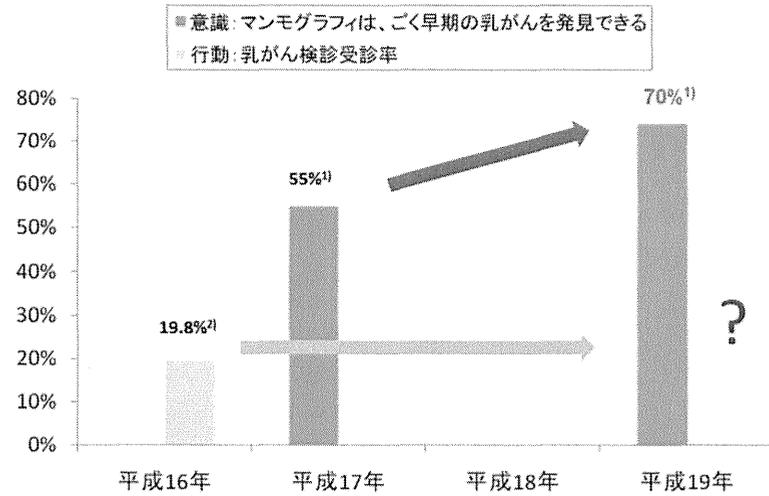
→ こころに届くメッセージを届ける
(ソーシャルマーケティング)

キャンサー・スキャン
代表取締役
福吉潤

ピンクリボンキャンペーン



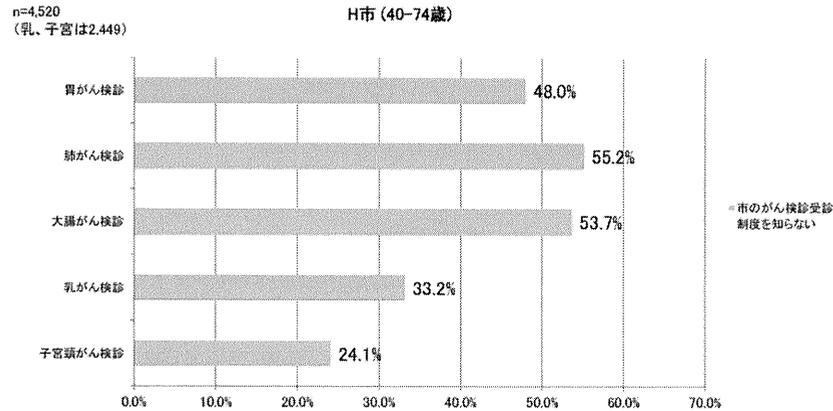
CancerScan, Inc. All Rights Reserved.



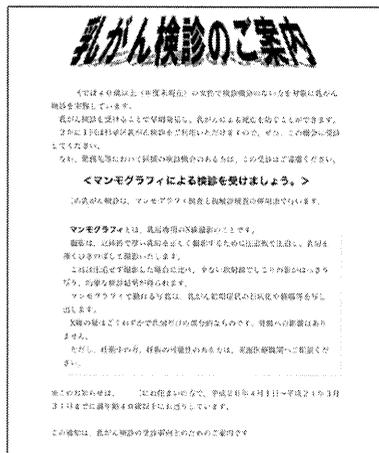
今日おぼえて帰ってほしいこと

対象を絞る

そもそも、自治体でがん検診を受けられることを知らない住民が一定数存在している。



下記チラシは、どう改善したらよいでしょうか？
とある自治体の乳がん検診の案内文



参考情報

- ◎ 20人に一人が乳がんにかかる
- ◎ 40～50代女性のがん死亡第一位
- ◎ 発見が早ければ、早期に治療が可能で、ほぼ治る
- ◎ A区内8か所のいずれかの医療機関に予約して受診
- ◎ 費用1000円(1割負担)
- ◎ 受診期間は、6月1日～2月29日
- ◎ 対象者は、40歳以上の女性(2年に一度)

アレコレ言って何も伝わらないより、
価値あるひとつ を確かに伝える

区からの重要なお知らせ

平成 21年度
乳がん検診のお知らせ

ご存知でしたか？
乳がん検診 (マンモグラフィ) を受けると、
区役所から補助が出ることを。

乳がん検診 (マンモグラフィ) は精度の高いしつかりとした検診ですが、
その分、高価な検診です。(約 11,000 円)

区が主催する乳がん検診 (マンモグラフィ) は

**約 10,000 円の補助が受けられますので
自己負担額 1,000 円で受診して頂けます。**

区では、区民の方に乳がん検診 (マンモグラフィ) を
受けて頂けるよう、サポートをいたします。

ぜひ乳がん検診 (マンモグラフィ) を受けて下さい。

この通知は、乳がん検診の受診率向上のためのご案内です

※印刷用は必ず必要事項を記入し、印刷していただくだけで、受診料が半額になります(平成20年3月以降)、
検診を受ける必要のない方は、返信用はごまかして返送をお願いします。

誰に(=ターゲット)の把握

T市 乳がん検診受診率



色々を受診勧奨策を実施しても、なかなか受診が増加しない…

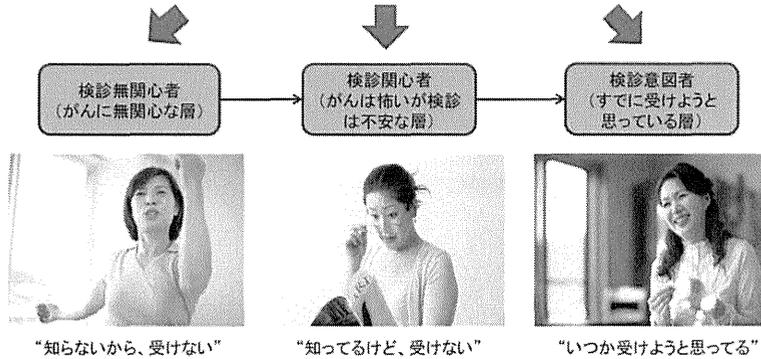
未受診者は手ごわい



*東京都における医療保健政策区市町村包括補助事業「がん検診受診率向上事業」にて実施

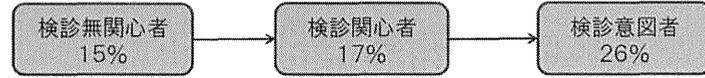
未受診者って誰？

住民に対してアンケート調査を行った結果、未受診者にも3つのグループがあることが判明



*東京都における医療保健政策区市町村包括補助事業「がん検診受診率向上事業」にて実施
厚生労働科学研究費補助金がん臨床研究事業
「受診率向上につながるがん検診の在り方や、普及啓発の方法の開発等に関する研究」

未受診者の3つのグループ



“知らないから、受けない”

「私大きな病気になったこともないし、健康だから、乳がんにはかからない。だから検診には行く必要ない。」



“知ってるけど、受けない”

「乳がんは怖いけれど、マンモも不安だし、検診に行ったらがんが見つかってしまうのはもっと怖い。機会があれば受けようかな。」



“いつか受けようと思ってる”

「乳がんも怖いし、検診には行かなければいけない。どうやって受けるのか調べなきゃ。」

*東京都における医療保健政策区市町村包括補助事業「がん検診受診率向上事業」にて実施

無関心者：がんが怖くない

タイプC(15%)



“私は大丈夫。”

乳がんは、亡くなることもある重大な疾患です



関心者:がなが怖い

タイプB(17%)



“検診けると、見つかりそうで...”



早期に発見でき、
早期治療が可能

従来のメッセージ

平成21年度子宮がん検診・乳がん検診のご案内

子宮がん検診	乳がん検診
<p>検診日時: 10月15日(土) 10時~12時</p> <p>検診場所: 健康推進課 成人健診係</p>	<p>検診日時: 10月15日(土) 10時~12時</p> <p>検診場所: 健康推進課 成人健診係</p>

お申込みは、健康推進課 成人健診係 電話 6627-3272

*東京都における医療保健政策区市町村包括補助事業「がん検診受診率向上事業」にて実施

意図者:がん検診を受けよう

タイプA(25%)

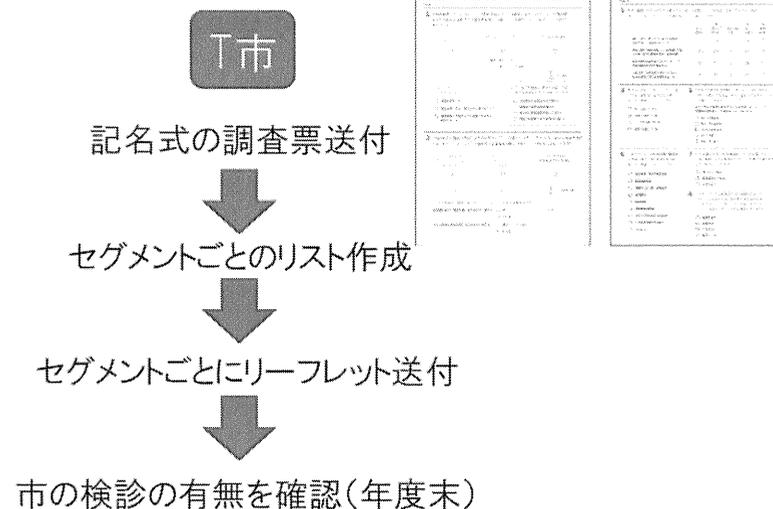


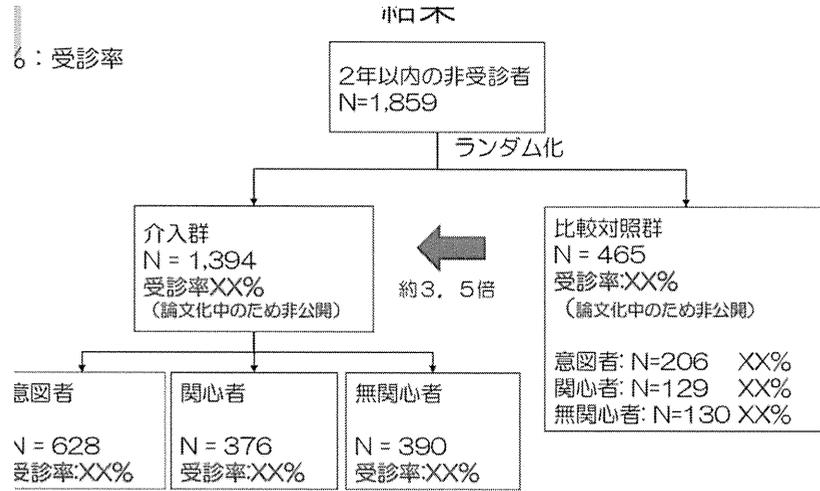
“どうやって受けたいかしら”



受診方法のみ伝える

地域介入研究





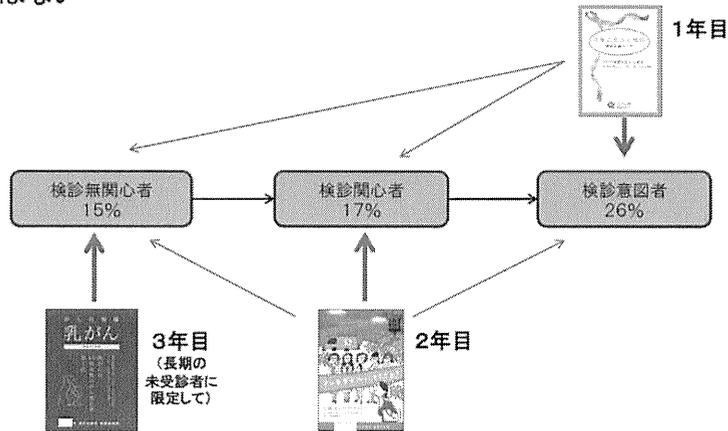
まとめ

- ターゲット(誰に)が違えば、そのニーズも違う
- ニーズが違えば、伝えたいメッセージ(何を)や伝え方(どうやって)も、おのずと異なってくる
- 全ての人を狙った総花的なメッセージは、響きづらい

ソーシャルマーケティングとは
ターゲットを絞り、そのニーズに合わせた訴求点(=メッセージ)を
明確にすることで、より高い効果をあげること

「でも、送り分けなんてできない、、」

- 毎年メッセージを変えて、3年計画で全グループをカバー
- メインのターゲット以外に届いても、(確率が下がるが)無意味ではない

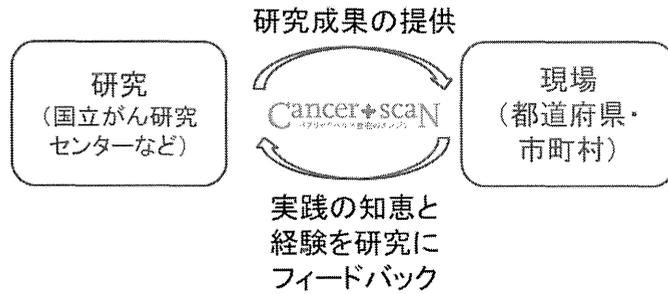


お問い合わせ

キャンサーズキャン
福吉潤
fukuyoshi@cancerscan.jp

企業紹介

(株)キャンサースキャン
・がん検診の受診率向上に関するシンクタンク



これまでのがん検診受診率向上事業 取り組み一覧

東京都	福井県
杉並区	三重県
足立区	広島県
立川市	神戸市
練馬区	金沢市
東村山市	秋田県仙北市
世田谷区	
調布市	
日ノ出町	
八王子市	
豊島区	
(その他6区市 23-24年度)	

乳がん検診のご案内

＊＊区役所

*区では40歳以上(年度末現在)の女性で検診機会のない方を対象に、乳がん検診を実施しています。乳がん検診を受診することで早期発見し、乳がんによる死亡を防ぐことができます。2年に1回は杉並区乳がん検診をご利用頂けますので、是非この機会に受診してください。

区の乳がん検診は、自己負担額1000円で受診可能です。なお、勤務先等において同様の検診機会のある方は、この受診をご遠慮ください。

【マンモグラフィによる検診を受けましょう】

＊＊区の乳がん検診は、マンモグラフィ検査と視触診検査の併用法で行います。

マンモグラフィとは

マンモグラフィとは、乳房専用のX線撮影のことです。撮影は、立体的で暑い乳房を正しく撮影するために圧迫板で圧迫し、乳房を薄く引き延ばして撮影致します。これは、圧迫せずに撮影した場合に比べ、少ない放射線でしこりの陰がはっきり写り、的確な触診結果が得られます。マンモグラフィで撮れる写真は、乳がん初期症状の石化化や腫瘍等を映し出します。X線の量はごくわずかで乳房だけの部分的なものです。骨髄への影響はありません。ただし、妊娠中の方、妊娠の可能性のある方は、実施医療機関にご相談ください。

- このお知らせは、＊＊区にお住まいの方で平成24年4月1日～平成24年3月31日までに満年齢40歳以上にお送りしています。
- この通知は、乳がん検診の受診率向上のためのご案内です。

区からの重要なお知らせ

平成21年度 乳がん検診のお知らせ

ご存知でしたか？

乳がん検診（マンモグラフィ）を受けると、
区役所から補助が出ることを。

乳がん検診（マンモグラフィ）は精度の高いしっかりとした検診ですが、
その分、高価な検診です（約11,000円）。

区が主催する乳がん検診（マンモグラフィ）は

約10,000円の補助が受けられますので、
自己負担額1,000円で受診していただけます。

区では、区民の方に乳がん検診（マンモグラフィ）を
受けていただけるようサポートします。

ぜひ乳がん検診（マンモグラフィ）を受けてください

この通知は、乳がん検診の受診率向上のためのご案内です。

返信用はがきに必要事項を記入し、投函していただくだけで、受診券がお手元に届きます（平成21年3月末頃）。

健診を希望されない方も、返信用はがきのご返送をお願いいたします。

民間企業に学ぶ、相手の心に届けるメッセージ戦略
—メディアとマーケティングの視点から
離島・農村地域の効率的、効果的な生活習慣病対策の推進に関する研究

株式会社キャンサーズキャン
代表取締役 福吉 潤
株式会社マックアンヘルスケアワールドワイドジャパン
パブリックヘルス部門 戦略プランナー 林 英恵

August, 2012

講師紹介

福吉 潤

マーケティング

P&G Cancer+scan

林 英恵

メディア

UNICEF McCANN HEALTH

なぜ結果が出ないのか

乳がん検診のご案内

5月4日(土)は、「年度末検診」の期で検診機材の入れ替えに伴って検診の検診を実施しています。
乳がん検診を受けることで早期発見、がんによる死を免れることができます。
2月に1回は検診に乳がん検診をご利用いただけますので、ぜひ、この機会に受診してください。

なお、業務時間以外で検診の機材入れ替えは、この検診はご遠慮ください。

<マンモグラフィによる検診を受けましょう。>
1の乳がん検診は、マンモグラフィ検査と触診検査が併用されます。

マンモグラフィとは、乳房専用のX線撮影のことです。
撮影は、立位で両乳房を正確に撮影するために回転機で撮影し、乳房を薄く切った状態で撮影いたします。
これは乳癌を早期発見するための検査で、少ない放射線での撮影がはつきり写り、正確な診断結果が得られます。
マンモグラフィで撮影する際は、乳がん検診専任の技術者や検診員を呼び出します。
X線の量はごくわずかで乳房に負担は少ないです。妊娠への影響はありません。
また、妊娠中や、妊娠の可能性のある方は、医師の検診へご相談ください。

※この検診は、(注)対象年齢の方で、平成24年4月1日～平成25年3月31日までで満年齢45歳以上にお送りしています。

この検診は、乳がん検診の受診券が有効なためのご案内です

「乳がん検診は、受けなきゃいけないのは分かっているのよねえ」

「字が多くて、何が書いてあるのかよくわからない」

「40歳になったから受けるということなんだろうけど、役所から改めて40歳になったことを言われると腹が立つ」

メディア編の目標

人を動かすメッセージの作り方

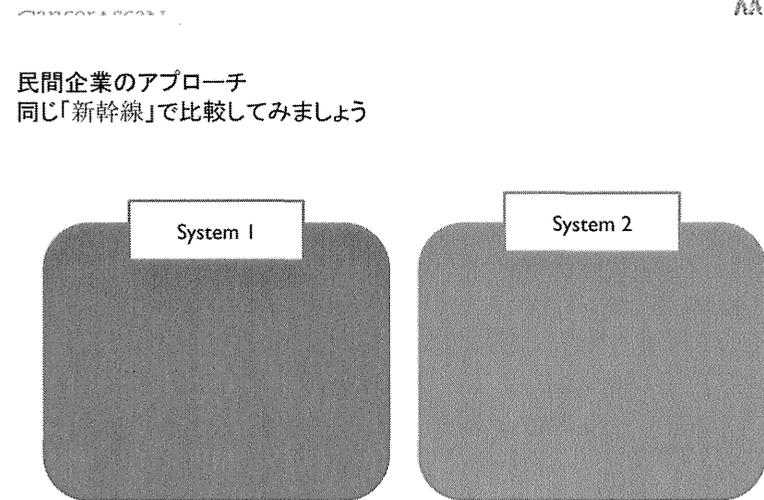
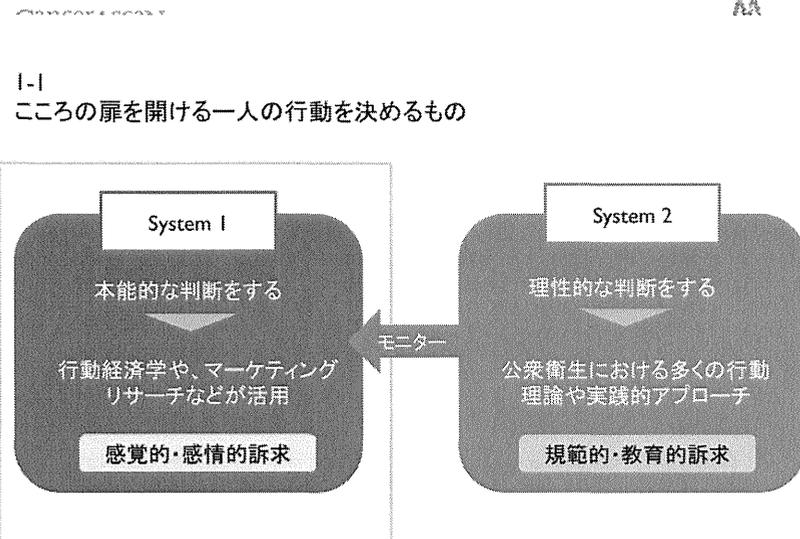
↓

こころの扉を開ける

本日の内容 (メディア編)

1. こころの扉を開ける
 1. 人の行動を決めるもの
 2. 民間企業のアプローチ
 3. 公衆衛生の課題で考えてみよう—「食」
 4. こころの扉を開けるために大切なこと

1-2 民間企業はどうやって心の扉を開けているのか



他事例

- System 2の理解を必要とする典型的な分野

生命保険

聞き手の心の扉を開くために、民間企業はどのようなことをしているのか

Cancer+scan

AA

他事例

- System 2の理解を必要とする典型的な分野

クレジットカード

聞き手の心の扉を開くために、民間企業はどのようなことをしているのか

Cancer+scan

AA

ここまでのまとめ

“正しさ”だけでは人は動かない
こころの扉を開けることが大切。

Cancer+scan

AA

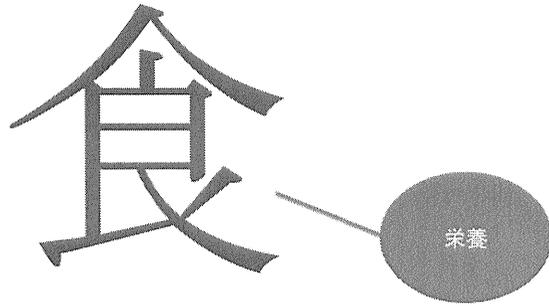
1-3 公衆衛生の課題で考えてみよう

食

Cancer+scan

AA

1-3
公衆衛生の観点から見た「食」



~~~~~

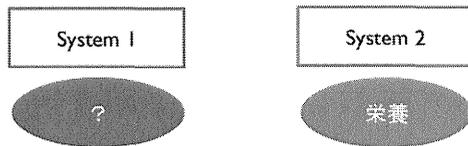
AA

しかし、食事とは、

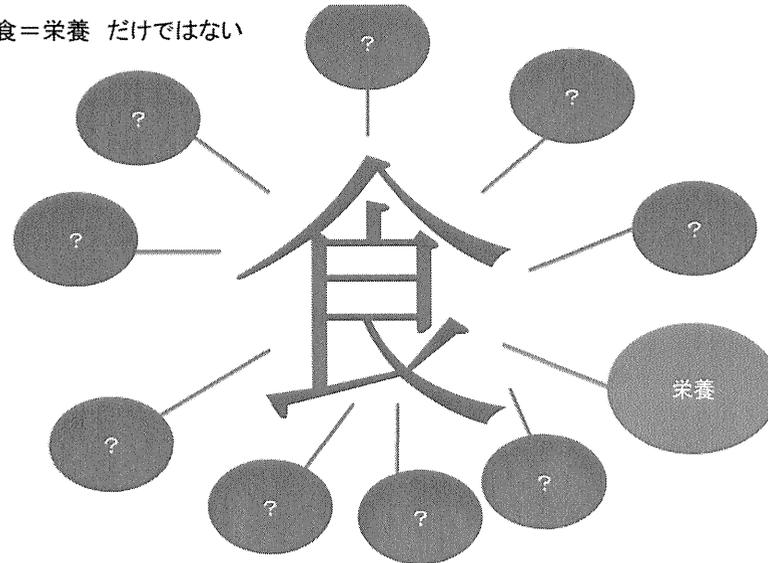


どういう状況で(誰と、どこで、どういう状況で)

何を



食=栄養 だけではない

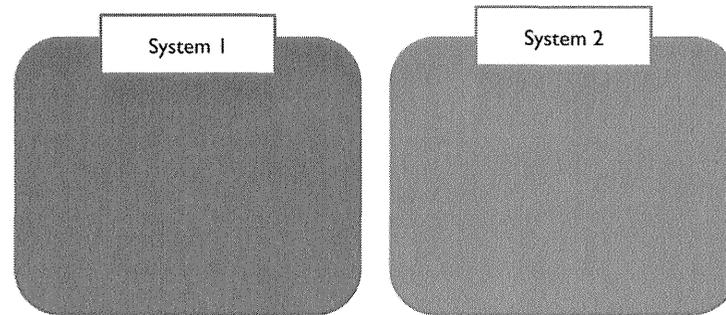


~~~~~

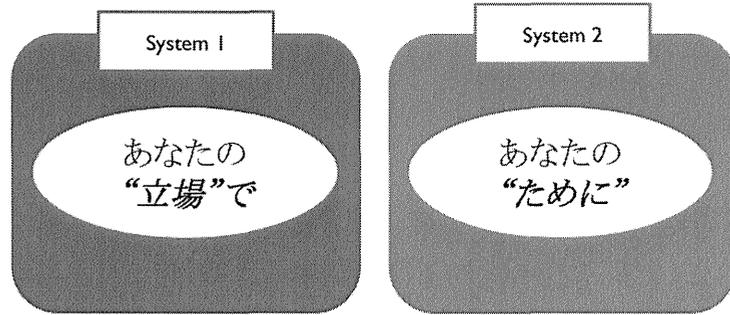
AA

もう一度比較してみましょう。

コーヒー



SYSTEM 1 よりの広告と SYSTEM 2 よりの広告
違いを作り出しているものは何か

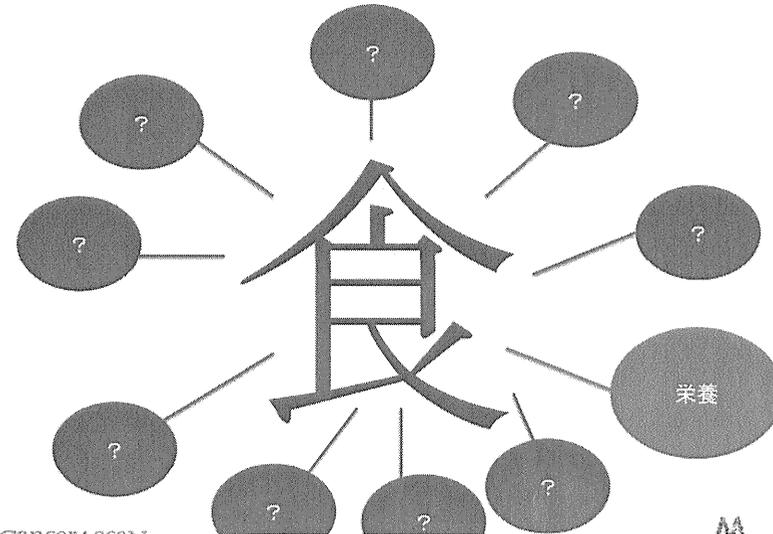


CANCER+scan

AA

思い出してください。まず、心の扉を開けることが大切。
対象者の「立場」を知るために広告会社がしていること。

「食」には人それぞれ思いがある



CANCER+scan

AA

心の扉をあけるために大切なこと

正しいだけでは人は動かない

立場と～ためのの違いを理解する