

神奈川県医師会

令和7年度 对外広報活動報告

～若い子育て世代と子どもを
ターゲットとした医師会認知度向上計画～
子どもの好奇心に**火を灯せ**

令和8年8月27日



1/6

令和7年度の主な对外広報活動

各種媒体を利用した
広告掲載の展開

5月

かながわMIRAI
ストリートへの出展

6～7月

15秒CMの作成
Yahoo!への掲載

8月

県民公開講座
映画「はたらく細胞」上映会

11～1月

BS11「金曜日の仕事人」
の番組作成 等

1月

映画「フロントライン」
クレジット掲載・試写会開催

2～3月

年間を通して多様な媒体とイベントを活用し、对外広報活動を展開

ターゲット層をこれまでの高齢者から**若い子育て世代と子ども**へシフト

2/6

かながわMIRAIストリートへの出展

“みんなのMIRAIが大集合”をテーマに、子どもや子育て世代を応援する大規模イベントに神奈川県医師会として初出展

当会ブースでは、8月に開催する県民公開講座 映画「はたらく細胞」上映会と連動したコスプレ撮影会とガラガラ抽選会（当選者には聴診器をプレゼント）を実施

子どもの好奇心を刺激して、医療に関心を持ってもらうとともに、本会活動の認知度向上を図った

▼ 出展ブース来場者数 約 **1,500** 名

▼ 来場者からは 非常に好意的な評価と、
日頃の活動に対する感謝の声もいただいた



3/6

県民公開講座 映画『はたらく細胞』上映会の開催

夏休み中の子どもと保護者を対象に企画・開催

子ども達に聴診器プレゼントし、組み立て・使用による医療体験や細胞への興味を通じて、医療に関心を持ってもらうきっかけを提供

上映会の周知方法としては、若い子育て世代に見てもらえる媒体を活用

▼ かながわMIRAIストリートでのチラシ配布

▼ フリーペーパー『東急SALUS』への広告掲載

▼ 『こどもタウンニュース』への広告掲載

読者層を意識した広告を展開したことにより、

定員**50組 100名**に対し、

1514組 3028名 もの応募が寄せられた



4/6

その他 メディア露出とコンテンツ活用

BS11『金曜日の仕事人』

への出演

医師会の取り組みと理念を
視聴者に向けて広く発信

04

テレビ放映

01

映画の活用

映画『フロントライン』

エンドロールに本会の
クレジットタイトルを掲載、
関係者を招いて試写会開催

『メディカルノート』、

「頼れるドクター」等、

医療専門メディアを利用した
情報発信を展開

03

医療専門雑誌
からの発信

02

コンテンツ作成と
二次利用

15秒CMを作成

若い子育て世代の方を対象
としてYahoo!トップページ掲
載、同コンテンツの二次利用
による広報活動を展開

ターゲット層を意識した新たな広報活動を展開

5/6

総括と今後の展望

- ▼ これまで、本県の対外広報活動の多くは高齢者を主な対象としていたが、若い子育て世代と子どもを新たなターゲット層として展開
- ▼ 特に、かながわMIRAIストリートでは、若い子育て世代と子どもに接する貴重な機会を得ることができ、認知度向上への大きな一歩となった
- ▼ 番組放映やCM作成で独自コンテンツを獲得したことで、これらの二次利用等の広報展開も可能となった
- ▼ 今後もターゲット層を意識した広報活動を継続的に実施し、医師会活動の更なる認知度向上を図るとともに、未来の医療を担う子ども達が、医療に興味を持ってもらうきっかけづくりを提供していきたい

6/6