

神奈川県医師会の組織強化と 広報・ブランディングプロジェクト

エピソード1

ブランド・メナス

命をつなぐ
これまでも
これからも

苦しんでトライしてエラーして
わかってつながった件

神奈川で
ドクター



神奈川県医師会

医療を受ける権利を、
社会のあたりまえのシステムとして持続させ
県民の皆様に安心安全な医療を提供します

医療情報を
正しく発信し、
医療が社会的共通資本
であることの理解を得るための
努力を続けます

持続可能な
医療提供体制の
維持・構築のため、
行政・学会・大学・医療機関等と
連携し、頼れる医療提供団体で
あり続けます

開業医、勤務医、
医学生等を問わず、
どの年代、性別、立場、
状況においてもサポートし、
安定した医療供給を
通して社会へ
貢献し続けます

公益社団法人神奈川県医師会

神奈川県の素敵な広報

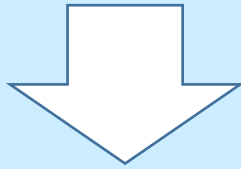
広報・ブランディングプロジェクトチーム

副会長 鈴木 紳一郎 (広報委員)
理事 小松 幹一郎
理事 磯崎 哲男

2年間の苦しみの旅路 (目次)

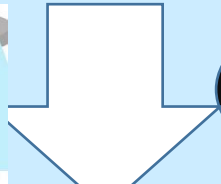
深い苦しみの始まり

令和5年4月
都道府県医師会広報担当理事連絡協議会



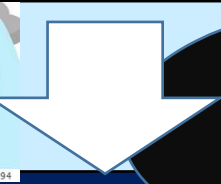
広報活動に
後れを感じ、
ビビる

令和5年6月 広島県医師会視察



広島みたいにはで
きないよ～、上流
工程で苦しむ

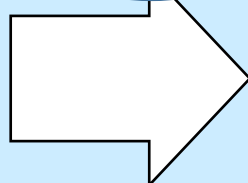
令和5年6月 菊岡会長がブランド化
すると代議員会で言う



聞いてないよ～
医師会にブラン
ド力なんてある
のかで苦しむ

令和5年9月
広報・ブランディングプロジェクト発足

何を発信す
のか、基準
を生み出す
のに苦しむ



令和7年度のプロモーションができた
映画「フロントライン」の単独クレジットを得た
他団体から「医師会の広報変わったね」と言われるようになった
マスコミから興味を持たれるようになった

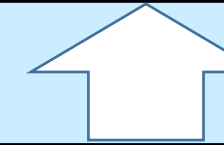


運気が上がった

令和7年3月 マスターコンセプトが
商標登録された

役員を演者として短
い動画撮影したらな
んかうまくいった

令和5年12月・令和6年12月
組織強化と連動で若手医師向け動画作成



ターゲットを子供と
その親にしたけど集
まりが悪くて苦しむ

令和6年8月 県民公開講座で新聞、
電車広告や町内会へ広報



ようやく形に
なったけど、ど
うやって発信す
るかで苦しむ

令和6年3月
マスターコンセプト策定

広島みたいにはできないよ～、上流工程で苦しむ

広報活動に後れを感じ、ビビる

これまで

委員会中心の検討



広報のあり方検討会

県民講座 (認知症VR・映画)

市民講座 (郡市への補助)

会員へのアプローチ (HP・FAXニュース)

非会員へのアプローチ

問題

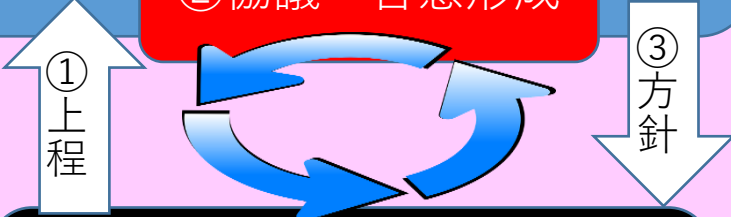
統一感が無く、さみだれ式委員は自分の地域活動重視 執行部の意向との乖離

見直し

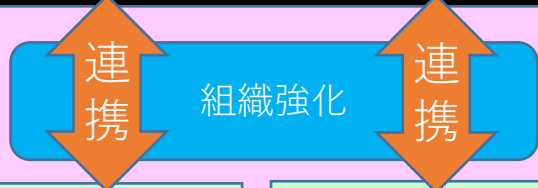
これから

理事会の意向と方針

②協議・合意形成



広報・ブランディングPT (仮称)
役員数名 事務局数名
広報委員会 専門業者
外部講師



郡市医師会

未来ビジョン委員会

★ねらい

- ①戦略の立案と提案
 - ②理事会における協議と合意形成
→医師会のあるべき姿・どこへ向かうのか
広報活動で何を求めるのか
 - ③コンセプトのある戦略的取組み
- 広辞苑
コンセプト：企画広報などで全体を貫く統一的な視点や考え方

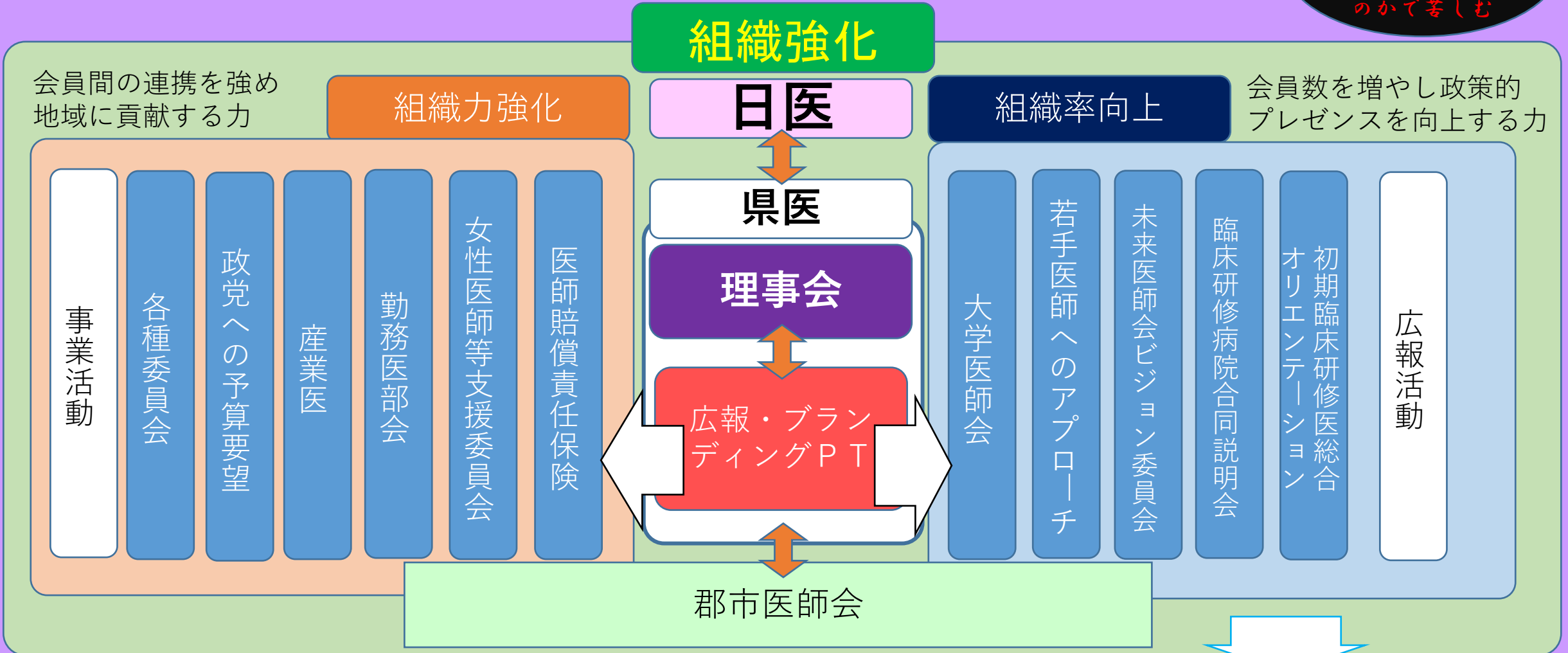
基礎
・年代別・ターゲット別アプローチ
・ブランディング戦略

方法
・モニター制度
・ゆるきゃら
・新聞広告
・ラジオ
・ホームページ
・賞金付き映像コンテスト

立案

組織強化とは

聞いてないよ～
医師会にブランド力なんてあるのかで苦しむ



組織強化 = 組織力強化 + 組織率向上

目的

社会への影響力保持・増進
公益団体組織の安定化
プレゼンスの向上

広報・ブランディングプロジェクトチームの発足と マスターコンセプト

何を発信す
のか、基準
を生み出す
のに苦しむ

設置要綱

神奈川県医師会広報・ブランディングPT設置要綱

- (目的)
第1条 この要綱は、本会における広報戦略策定のために、広報・ブランディングPT（以下、「PT」という。）を設置し、明確なコンセプトを定め、会内・会外への広報活動の展開によって、神奈川県医師会のブランドイメージの確立・定着へ繋げることを目的とする。
- (位置付け)
第2条 PTは、第4条の検討事項を理事会へ上程する。検討状況等を広報委員会と共有し、必要に応じて都市医師会と連携し施策展開を図る。
- (構成員)
第3条 PTは、次の各号に掲げる者をもって構成する。
(1) 役員
(2) 専門家
(3) その他目的を達成するため必要と認める者
- (検討事項)
第4条 検討事項は、次のとおりとする。
(1) 広報活動におけるコンセプト策定とブランドイメージ確立・定着のための調査と立案
(2) ターゲット別の調査、戦略と施策立案
(3) その他目的を達成するため必要と認められる事項
- (庶務)
第5条 PTの庶務は、企画・広報課において処理する。
- 附則
この要綱は、令和5年9月21日から施行する。

鈴木副会長
小松理事
磯崎理事
事務局

戦略

令和6年3月15日

組織力強化に向けた広報活動とブランディング戦略

- 経過
令和5年6月の定例代議員会において、会長挨拶により、神奈川県医師会のブランド化のための取り組みについて言及され、理事会の承認を経て、広報・ブランディングプロジェクトチーム（以下PT）が発足した。新たな取り組みとして、組織力強化との連動を意識し、若手との懇談会、ネット記事の配信、臨床研修病院合同説明会用CM動画の制作・配信を展開してきた。
これまでの一連の広報活動は、広報委員会においても一定の評価を得ることができ、活動を継続して取り組んでほしいとの意見をいただいた。
- ブランディング戦略
PTにおいて、7回の検討を重ね、マスターコンセプト「命をつなぐ これまでも これからも」、ブランド名「神奈川県医師会」が理事会により策定された。
今回は、これまでの広報活動に続けて、マスターコンセプトのポスターを病院・診療所の待合室等に掲示することにより、県民や勤務医に向けて医師会組織あるいは神奈川県医師会の社会的な意義を正しく発信し、認知度を高め、また理解を得え、ポスターの柔らかいイメージとともに医師会の印象とブランド化を狙う。
会報への同封によってポスター配布を行うことで、インナーブランド化の効果を期待し、会員との意識の距離を縮め、組織力強化へつなげる。
4月以降、メディカルノート社との連携協定を締結し、活動を発展させていく。今後も統一感をもって施策を展開し、持続的にメッセージやイメージの浸透を図る。
- ポスター印刷数
配布方法
概算見積
支払科目

ポスターの柔らかいイメージ
を使って医師会の約束を
会員・県民他ステークホル
ダーへ届ける

マスターコンセプト



命をつなぐ
これまでも
これからも

神奈川県医師会

医療を受ける権利を、
社会のあたりまえのシステムとして持続させ
県民の皆様に安心安全な医療を提供します

医療情報を
正しく発信し、
医療が社会的共通資本
であることの理解を得るための
努力を続けます

持続可能な
医療提供体制の
維持・構築のため、
行政・議会・大学・医療機関等と
連携し、頼れる医療提供団体で
あり続けます

開業医、勤務医、
医学生等を問わず、
どの年代、性別、立場、
状況においてもサポートし、
安定した医療供給を
通して社会へ
貢献し続けます

令和6年度ブランディングプロモーション

県民公開講座

ようやく形になったけど、どうやって発信するかで苦しむ

令和6年8月29日

令和6年度のブランディングプロモーション 県民公開講座(8/3)報告

広報・ブランディングPT

神奈川県医師会では、令和5年度より一層の広報活動の充実を図るため、新たに「広報・ブランディングプロジェクトチーム」を設置し、マスターコンセプトとして「命をつなぐこれまでも これからも」、ブランド名「神奈川県医師会」を策定し、活動中である。

令和6年度は、会員医療機関へのポスター配布に続けて、具体的な事業と連動して広報活動を実施し、コンセプトの浸透とブランドの確立を図るため、小学校高学年の親子を対象とした夏休みの県民公開講座を企画し開催した。

プロモーションとして、電車広告、診療所、郡市医師会、県地域医療センター等へのチラシ広告設置、連合町内会への掲示、朝日新聞への掲載までの一連の活動を展開したので、今回、その効果測定の一部として県民公開講座とアンケート結果について報告する。

1. プロモーションの概要

(1) 電車広告

時期 7月1日～7月31日の1か月程度
路線 相模鉄道
広告媒体 窓ステッカー (1車両1枚:480車両) **添付1**

(2) チラシ広告

時期 7月1日～8月2日
配架場所 本会役員・郡市医師会長診療施設 40か所(郵送等)
郡市医師会(休日急患診療所等) 18か所(訪問配布)
県地域医療センター等 8か所
(健康医療局へ依頼後配布)
連合町内会(伊勢佐木長者町掲示板) 3か所(依頼後掲示)
広告媒体 A4カラー裏表 10,000枚 **添付2**

(3) 新聞掲載

時期 募集記事:7月13日
取材記事:8月5日
掲載媒体 朝日新聞神奈川版

やっぱり
こどもでいこう
つづけていこう

2. 県民公開講座の開催状況

(1) 募集概要

①名称 認知症フレンドリー講座ジュニア
～子どもが小さな協力者として活躍する街へ～
②日程 8月3日(土)14:00～
③場所 神奈川県総合医療会館 1階AB会議室(こども)+1階ロビー(保護者)
④対象 小学校4年～6年生とその保護者等30組
⑤参加費 無料
⑥内容 親子で楽しみながら認知症の人のことを学ぶ(VR体験あり)
お土産として子供用聴診器をプレゼント
⑦申込 ホームページより

(2) 応募結果

①募集 30組
②申込み 25組
③参加者 12組(おとな13名・こども12名)

(3) 当日の様子 **添付3**

(4) アンケート概要

県民公開講座の申込時、講座終了後の2回アンケートを実施。講座終了後のアンケートについては、おとな、こどもを分けて回答いただいた。

①申込時 25組の回答
②講座終了後 おとな13名、こども12名より回答

プロモーション

- ・電車広告を1か月(相鉄線)
- ・朝日新聞とタイアップして取材記事
- ・町内会や県行政事務所へフライヤーを配架
- ・こどもとおとなの夏休みの思い出・自由研究・受験対策狙い

結果

テーマが難しすぎた
人が来ない(30組中12組)
同日近所でマジックショー
同日横浜で大きなイベント
ものすごい暑い

けど、こどもに聴診器あげたらすごい喜んでた

広報・ブラン
ディングPT

令和6年度ブランディングプロモーション

県民公開講座

ターゲットを子供とその親にしたけど集まりが悪くて苦しい

電車ステッカー

夏休み特別企画

親子で学ぶ

VR体験で認知症を知ろう!

参加費無料 小学4~6年生&保護者対象

令和6年8月3日(土)
午後2時~3時40分
会場:神奈川県総合医療会館(横浜市中区富士見町3-1)

参加者プレゼント! 子ども用聴診器

公益社団法人 神奈川県医師会

命をつなぐ これまでも これからも

詳細・お申し込みは [Q 神奈川県医師会 夏休み](#) 検索

フライヤー表面

夏休み特別企画

親子で学ぶ

VR体験で認知症を知ろう!

参加費無料 小学4~6年生&保護者対象

参加者プレゼント! 子ども用聴診器

親子で学ぶ

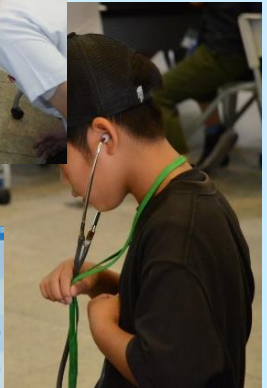
令和6年8月3日(土)
午後2時~3時40分
会場:神奈川県総合医療会館(横浜市中区富士見町3-1)

命をつなぐ これまでも これからも

公益社団法人 神奈川県医師会

詳細・お申し込みは [Q 神奈川県医師会 夏休み](#) 検索

当日の様子



電車ステッカー



ブランディングプロモーション：動画撮影

臨床研修病院合同説明会と初期臨床研修医オリエンテーション

令和6年度 作品の一部



役員を演者として短い動画撮影したらなんかうまくいった

令和5年度 作品の一部



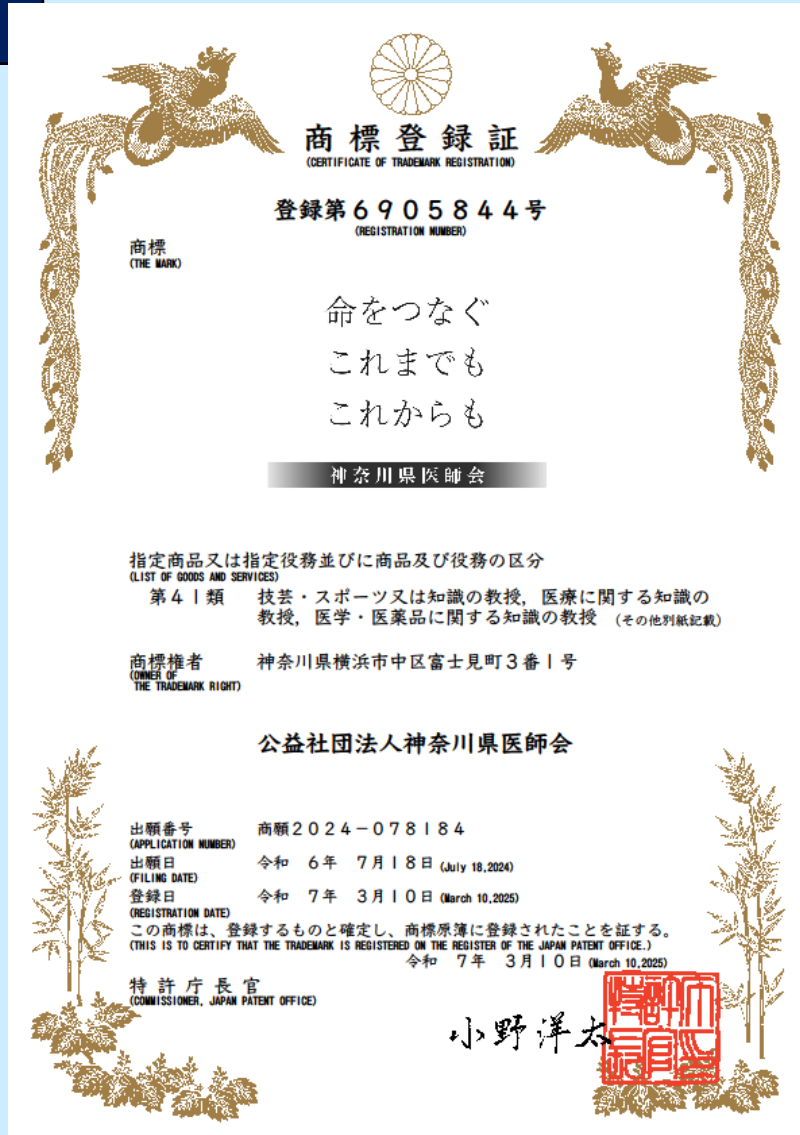
研修医や医学生に向けて発信



おもしろ動画はこちら

ブランディングプロモーション：商標登録

商標登録証



運気が上がった

令和7年度のプロモーションができた
映画「フロントライン」の単独クレジットを得た
他団体から「医師会の広報変わったね」と言われるようになった
マスコミから興味を持たれるようになった

旅の思い出

1

人を集めることは難しい
ならば
人がすでに集まるところで活動しよう

2

人の興味を引くことは難しい
ならば
すでに流行っているものにあやかろう

3

まじめな団体が広報するのは難しい
ならば
小さな悪をちりばめてみよう
そしてプロ（マスコミ）の力を使おう

次の旅 令和7年度ブランディングプロモーション

令和7年度ブランディングプロモーション企画書

20250116

(目的)

かながわMIRAIストリートへの出展と県民公開講座として映画「はたらく細胞」の上映を連動して開催し、医師会イメージの向上とマスターコンセプトの県民への浸透を図る。

(開催日)

かながわMIRAIストリート：5月24日(土) 11:00 ~ 17:00
5月25日(日) 10:00 ~ 16:00
県民公開講座映画：7月31日(木) 10:30~
映画「はたらく細胞」 会場 kino cinéma横浜みなとみらい

(事業内容)

かながわMIRAIストリートへの出展は、こどもをターゲットとして、聴診器の組み立てと医師職業体験、はたらく細胞のバナー前でのコスプレ撮影を組み合わせることで集客し、SNSでの拡散によるPRを狙う。医師職業体験は、コスプレ撮影後に新井式回転抽選機(ガラガラ)を使用し、当選者のみとする(確率は10組に1組の確率を予定)。コスプレ衣装介助者は、児童の生態を学ぶことを目的に看護服を着用した看護学生に協力いただくことを想定(有償)。

SNSの拡散に続けて、A4クリアフォルダとA4フライヤーを配布し、県民公開講座の映画「はたらく細胞」のPRとともに申し込みへ誘導し、マスターコンセプトの浸透を図る。

かながわMIRAIストリートでの広報は、TVKでの告知とテレビ生放送を予定。

続けて県民公開講座については、kino cinéma横浜みなとみらいを貸し切り、「はたらく細胞」の上映会に抽選で100名(入場無料)を募集。中学生、小学生(親同伴)を対象とする。映画終了後、聴診器を組み立て、お土産としてプレゼントする。先生からの細胞の解説を行い解散。

並行して、休日急患診療所等へA4フライヤーを同封したA4クリアフォルダを設置。

(広報媒体)

「はたらく細胞」のバナーとコスプレ写真によるSNSでの拡散

TVKを通じた広告(TV、神奈川新聞ほかチラシ等)、こどもタウンニュース、東急SALUS、m3など
神奈川新聞・朝日新聞への取材記事掲載を予定

A4クリアフォルダ(A4フライヤーを同封しイベント配布と休日急患診療所への設置)

A4フライヤー(マスターコンセプトと映画告知と休日急患診療所等の紹介)

木下グループの事業所ならびに住宅展示場において広告



エピソード2
プロモーションの攻撃へ