

全国保健所長会 だより

はじめに

広報戦略とは、自社の認知度を高め、ファンを増やすために戦略を立てて行う広報活動を指します。公衆衛生医師という限られたリソースで、ブランド価値を効果的・持続的に高めるためには、この「心を動かす」広報戦略が必要となります。

このたび、令和4年度地域保健総合推進事業の一つである「公衆衛生医師の確保と育成に関する調査及び実践事業」において、公衆衛生医師を広く周知するための広報戦略として、公衆衛生医師の紹介動画コンテンツを制作したので、その概要をご紹介します。

背景と目的

生・若手医師サマーセミナー」の開始前に1人ずつ撮影しました。

4 動画編集・修正・配信

撮影したインタビュー動画に、それぞれが集めた素材写真・動画を重ね合わせ、紹介動画としての肉付けを行いました。インタビューの内容に一致する素材画像の追加や変更、使用時間の調整など、修正には、多くの時間と労力を費やしました。素材画像の始まりが数秒

新時代の広報戦略 公衆衛生医師の動画コンテンツ

広島市南区役所厚生部医務監／南保健センター長 平本 恵子

■動画コンテンツのメリット

スマートフォンの普及とコロナ禍による対面機会の極端な減少が相乗し、現在の広報媒体は時間・場所の制限なくアクセスできるWebサイトやSNSがトレンドです。さらに、文字や写真といった従来の「静的」な情報と比べて、動画コンテンツは、時間軸を伴い視聴覚に訴える「動的」な情報であることから、感情や雰囲気を含めたストーリーリーとして伝えることができます。したがって、①抽象的内容の表現②バーチャル見学③短時間での情報提供④ターゲット層への広い周知⑤さまざまな場面への汎用⑥印象の残りやすさ、などのメリットを活かし、動画ならではのリアリティーを広報に持たせることが可能です。

「いつでも出会い、話が聞ける」バーチャル広報

行政機関に勤務する公衆衛生医師の数は、医師全体の0.5%と極めて少ない上、大学内に医局を持つ臨床部門や基礎医学部門と異なり、行政すなわち学外に拠点があるため、普段の生活の中で医学生や若手医師と出会い、会話をするチャンスがなかなかありません。そこで、いつでも・どこでも・誰でも、リアルな公衆衛生医師と出会えるバーチャルな広報媒体をコンセプトに、6人の公衆衛生医師の紹介動画を制作しました。

1 年間計画の立案

令和4年4月から活動を開始し、出演者や業者の選定、そしてシナリオ作成に取り掛かりました。出演者は、ターゲット層自身が歩むことからの公衆衛生医師の生き方を想像しやすいように、経歴や活動拠点の異なる公衆衛生医師6人を

集を進めました。

そしてついに、令和4年12月4日、事業班が運営するYouTubeチャンネル【公衆衛生医師チャンネル】内に「インタビュー動画」をアップロードし、インターネット配信がスタートしました。現在このリンクは全国保健所長会HPトップページ内のパナ、および「04・公衆衛生医師」タブ（紹介動画一覧）にも貼られ、簡単に閲覧できます。

「公衆衛生医師」という ビジュアルリテラシー*

公衆衛生医師の魅力を正確に伝えるのは、美しい映像や出演者が収集した多彩な素材画像だけでなく、公衆衛生医師という人生に生き甲斐を持つて活動する人物によって活き活きと伝えられる「公衆衛生マイナード」です。映像とマイナードの総合的な映像美によって生まれた「公衆衛生医師」というビジュアルリテラシーは、たとえそれがスマートフォン内でも、ターゲット層の心に大きなインパクトをもたらします。

図1 動画に出演された先生方



図2 5つの質問に回答いただく形で、公衆衛生医師をご紹介します



図3 Google フォルダ内に、動画のための素材等を保管して全員で共有



選定しました(図1)。

シナリオは、5つの質問に回答するインタビュー形式とし、質問への事前の回答内容と、それらを説明するために組み合わせる写真や動画素材を、出演者や班員がGoogle フォルダに保存し、業者と共有しました(図2、図3)。動画素材は、1素材当たり10〜20秒を各自の職場等で撮影してもらい、その中から抜粋編集しました。写真は出演者の記録写真や自治体・施設の保有する画像を収集しました。

2 広報動画の条件設定

効果的な広報動画は、短時間で一気に視聴できるストーリー展開とされ、Instagramならば30秒、Twitterならば45秒という短さが推奨される一方、YouTubeの視聴者は、知りたい情報を得るための積極的な視聴願望があり、満足度の最も高い閲覧時間は2分とされています。本事業では公衆衛生医師について効果的に伝えられる時間設定として1人につき3〜5分内に収めることにしました。

3 インタビュー動画撮影

令和4年8月20日、同事業班が東京都で開催した「公衆衛生医学新時代の広報戦略とは、こうした動画コンテンツ等を用いたターゲット層への広報媒体を追い風に、私たち一人一人が、まさに「公衆衛生医師」という言葉のインフルエンサーであることを意識して、社会の中で積極的に活躍することが重要です。そのリアルな姿とバーチャルな広報媒体が結実し、やがて検索サイトの空欄に「公衆衛生医師」というワードを入力したくなる、そのファーストインパクトを、日本中のあちこちに仕掛け始めたのです。

*ビジュアルリテラシーはイメージ情報から理解し意味をつくり、表現へ発展させる力。

※この動画制作は、出演者の植田英也先生、児玉佳奈先生、宮園将哉先生、藤田利枝先生、内田勝彦先生、白井千香先生、および事業班の動画制作チームの先生方(出演者の先生方、村松司先生、吉田穂波先生)、動画制作会社「フラッグシップオーケストラ」担当者様、そして事業班リーダー横山勝教先生、全員の力が合わさって完成しました。この場をお借りして、感謝申し上げます。

Public Health

公衆衛生医師
チャンネル

公衆衛生医師チャンネル 検索