

令和6年度かかりつけ医普及啓発事業

「かかりつけ医をもちましょう」の 広告バナー・動画作成について

公益社団法人鹿児島県医師会



これまでの「かかりつけ医普及啓発事業」

鹿児島県医師会では、かかりつけ医普及啓発事業として、

- 県民公開講座の開催
- 地元新聞へ「かかりつけ医と共に“健康人生”完走を」と題して、鹿児島県医師会長とアナウンサーの対談形式の広告を掲載。また、地域でかかりつけ医として活躍されている医師にもインタビューを実施。
- ポスターを作成し、鹿児島市内のバス・市電等へ中吊り広告の掲示などを行ってきた。

●新聞広告等は限られた方、限られたタイミングでしか見てもらえないのでは？ との考えから、
より広く、効果的に見てもらいやすい動画の作成を決定

●会員にも出演していただき、「かかりつけ医」についてわかりやすく説明していただくイメージ

●SNSを活用した広報の検討

「かかりつけ医啓発普及事業」 広告バナー（ディスプレイ広告）と動画作成

『事業内容』

事業年度： 令和6年度

媒 体： GoogleおよびYahooへのバナー広告掲載
県医師会ホームページへ動画掲載

対 象 者： 鹿児島県民

目 的： 「かかりつけ医」の普及啓発

県民が「かかりつけ医」をもつことで、日頃の健康状態の相談や
病気の早期発見につながることを広く呼びかける

動画作成を含む広告戦略をアドバイス いただける複数の企業3社を比較検討

- 《A社》 広告の媒体については、YouTubeをはじめGoogle・Yahooディスプレイ広告、Instagram、フェイスブック等様々な広告の対応ができる。また、掲載広告の年齢別のアクセス数等のレポートを作成、これからの各媒体の広告掲載の割合を変更することが可能。
- 《B社》 Instagram等に掲載する用の静止画の広告を作成。
- 《C社》 オリジナルキャラクターを作成し、キャラクターと会員医師が共演する動画の作成が可能。
動画作成にあたり、人件費や撮影費等が必要となるため、費用は高額となっている。
動画作成がメインとなっており、YouTube等の広告掲載については外部に委託する必要がある。

選定結果 2社を組み合わせることに決定

①広告バナー作成

●ディスプレイ広告や掲載後のレポート報告を【A社】へ依頼

- Google・Yahooへディスプレイ広告を掲載。バナーをクリックすると、県医師会ホームページ上のかかりつけ医の説明ページへ遷移する。
- 広告バナーの種類は画面に合わせて複数のサイズを用意した。



「Dr.ウィリス かかりつけ医のススメ」 ②動画作成

●オリジナルキャラクターを用いた動画作成を【C社】へ 依頼

鹿児島にゆかりがあり、“幕末の赤ひげ”とも言える
外国人医師「ウィリアム・ウィリス」をキャラクター化、
動画内で県内の三次救急を担っている本会役員が
かかりつけ医の重要性を解説しながら

キャラクターと対話するなど親しみやすい動画を目指した。

鹿児島県医師会ホームページ内 かかりつけ医をもちましょう動画
【<https://www.kagoshima.med.or.jp/people/kakaritukeiwomotimasyo>】



二次元コード

広告バナー掲載結果・動画の活用法

①広告バナー掲載結果(令和7年3月17日～3月31日(15日間))

性別：女性の関心度が比較的高かったが、男女とも大差はなかった。

年代別：25歳～35歳の子育て世代からのクリック率が高く、興味をもっている傾向。

45歳～54歳はほかの世代よりクリック率が低めの傾向であった。(病院へかかる事が多い世代であり、すでにかかりつけ医がいるためではないかと考えている)

使用端末：スマートフォンが圧倒的に多かった。

➡ 広告バナーを掲載するのであれば、広く長い期間で続けていく方が効果的である

②動画の活用法 動画の活用法として、本会ホームページ上で公開するほか、希望する医療機関へ動画データを提供し、待合室で患者さん向けに放映するなど、自由にご活用いただいている。