

第4回 がんに関する普及啓発懇談会 発表資料

乳がん検診を中心とした受診率50%以上達成に向けた
 戦略的施策の概要について
 ～考え方(方向性)と進め方(推進力)～

平成21年5月22日(金)

富士フイルムメディカル株式会社

執行役員 マーケティング部 部長 岡本昌也

0

Copyright © 2009 FUJIFILM All Rights Reserved.

FUJIFILM

がん受診率50%以上の達成に向けた戦略的施策の概要

- 1: 一般企業で駆使されているマーケティング手法を参考にする。
 「ヒット商品」(一過性のブーム商材)ではなく、「ロングセラー商品」(リピート商材)のマーケティング手法(需要喚起策・シェアアップ策・継続策)が参考になるのでは……。
- 2: 「類似例」の成功要素を参考にする。基本原理。
 - * 国民運動「チームマイナス6%」の成功事例を参考にする。
 - * 「経鼻内視鏡」の普及に際してのノウハウの紹介。
- 3: 「被験者ニーズが検診事業を変える」との意識を根底に諸施策を検討する。
- 4: 「女性がん検診」(乳がん&子宮頸がん)を受診率アップの突破口にする。
- 5: 1000日(3年間)プログラムを策定する。「競争の原理」を導入する。
- 6: 21年度はがん受診率向上施策(5年間)のベスト&ラストチャンスとして位置つける。



国家戦略事業 ナショナルムーブメント

1

Copyright © 2009 FUJIFILM All Rights Reserved.

FUJIFILM