第８回重点都道府県等エイズ対策担当課長連絡協議会

広報・啓発手法について

講　　師

西 根 英 一

マッキャンヘルスコミュニケーションズ ＣＫＯ（最高知識責任者）

今日は、
生活者ニーズから発想する
マーケティング手法を用いた
「広報・啓発の基本」
について解説します

©2015西根英一｜Eiichi Nishine

健康行動（治療行動・保健行動）って？

©2015西根英一｜Eiichi Nishine

生活者視点の健康定義

健康とは

不確実な利益です

何のために／誰のために
という健康行動の目的化
が難しい。

©2015西根英一｜Eiichi Nishine

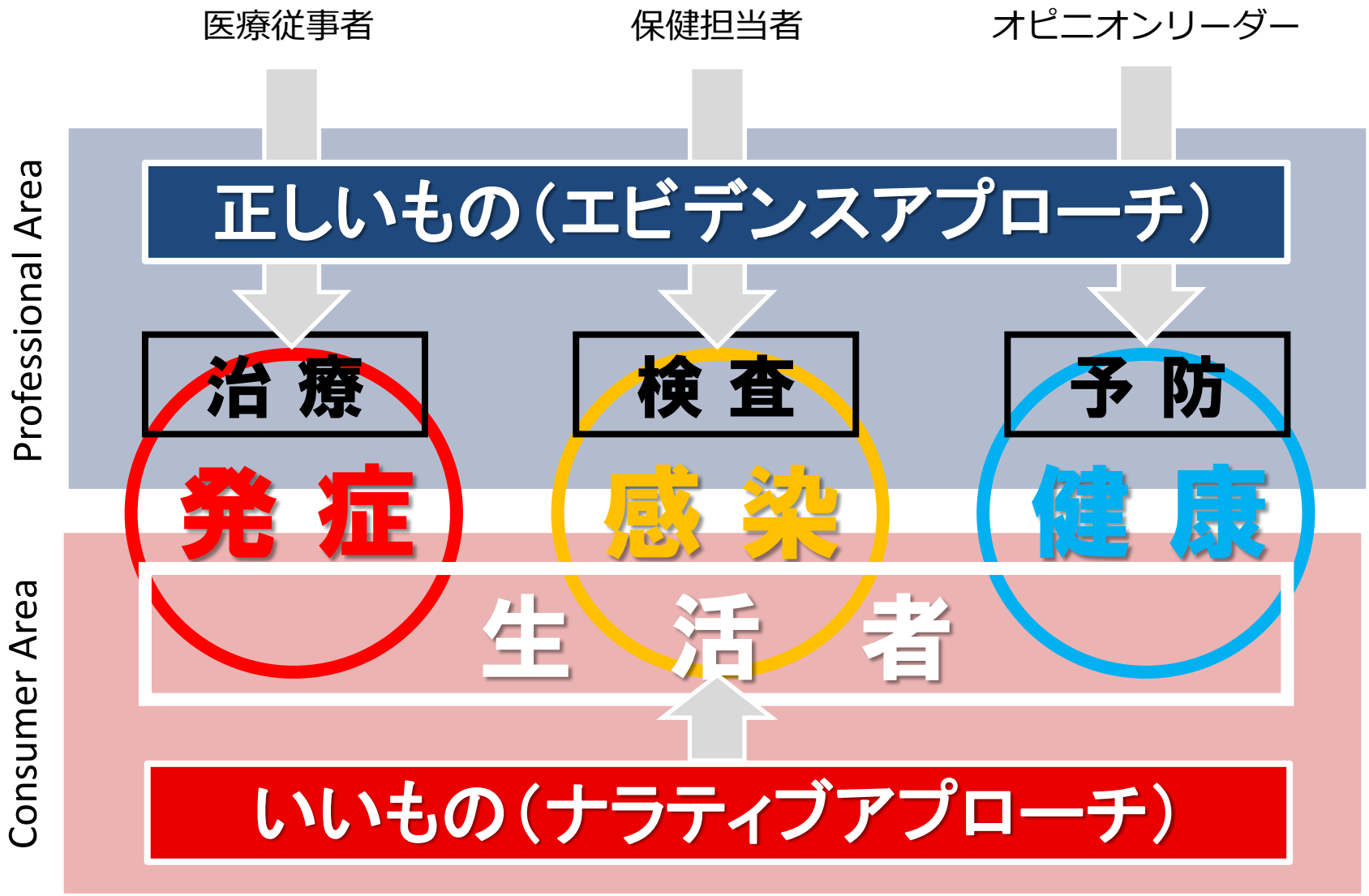
広報・啓発のゴール

健康とは
確実な利益です

エイズ予防、HIV検査は、
健康利益の確実性を向上
させるためのものである。

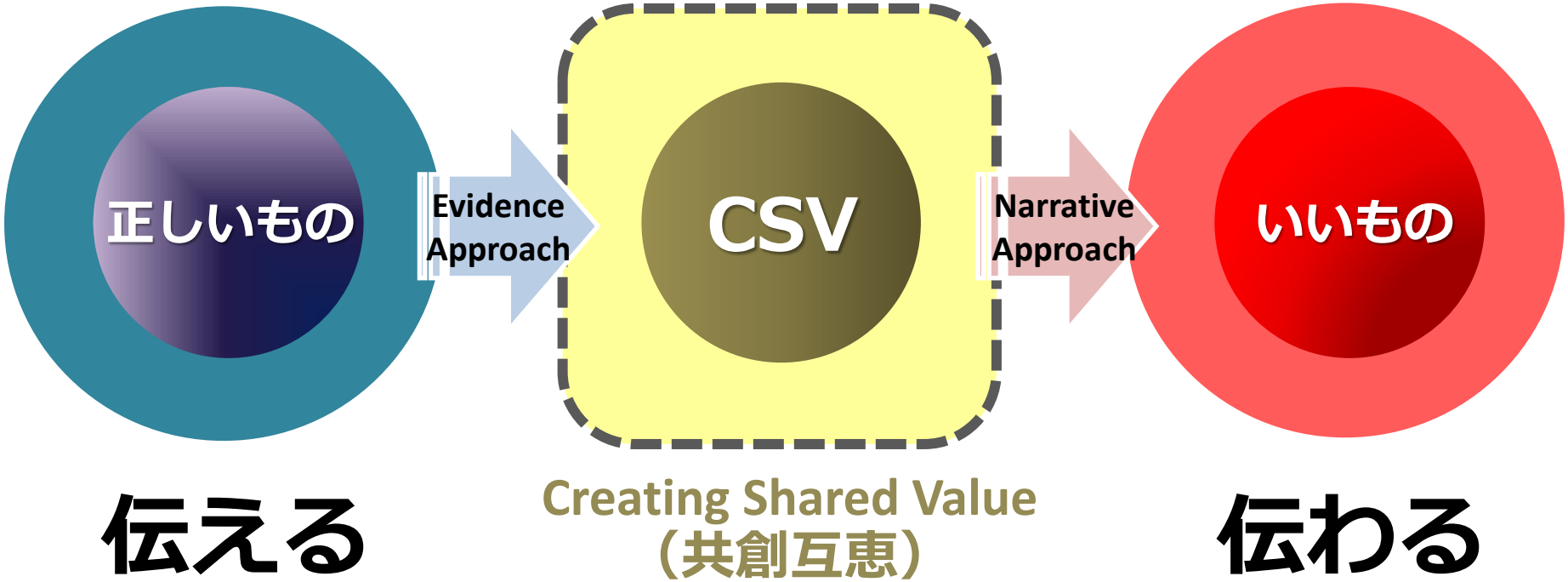
©2015西根英一｜Eiichi Nishine

広報・啓発のアプローチ



©2015西根英一｜Eiichi Nishine

広報・啓発のポイント



©2015西根英一｜Eiichi Nishine

制御焦点と医療消費者行動

予防焦点

（××したくない／されたくないから○○する）

病気 →

1. ネガティブな結果に敏感に反応する
2. 損失回避行動
3. 強い義務を自らの文脈に記述する
4. 冷静沈着な理性的判断が優勢
5. 安全の優先、そして安心感の獲得

例: 病気になりたくないから運動する

促進焦点

（●●したいから／されたいから○○する）

1. ポジティブな結果に敏感に反応する
2. 利得接近行動
3. 強い理想を自らの文脈に記述する
4. 興奮を伴う感情的判断が優勢
5. 自己満足、自己効力感の獲得

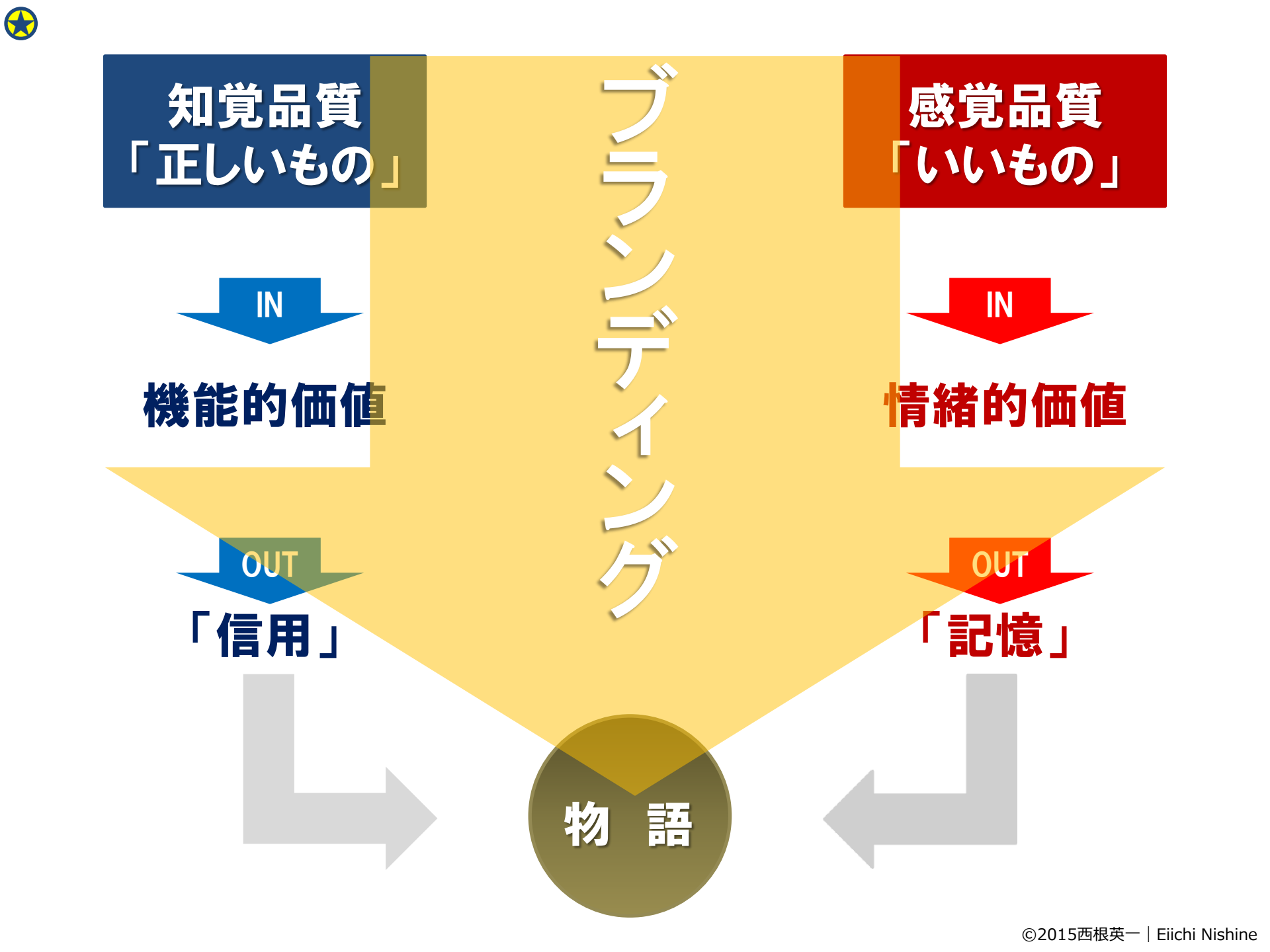
→ 健康

例: 健康になりたいから運動する

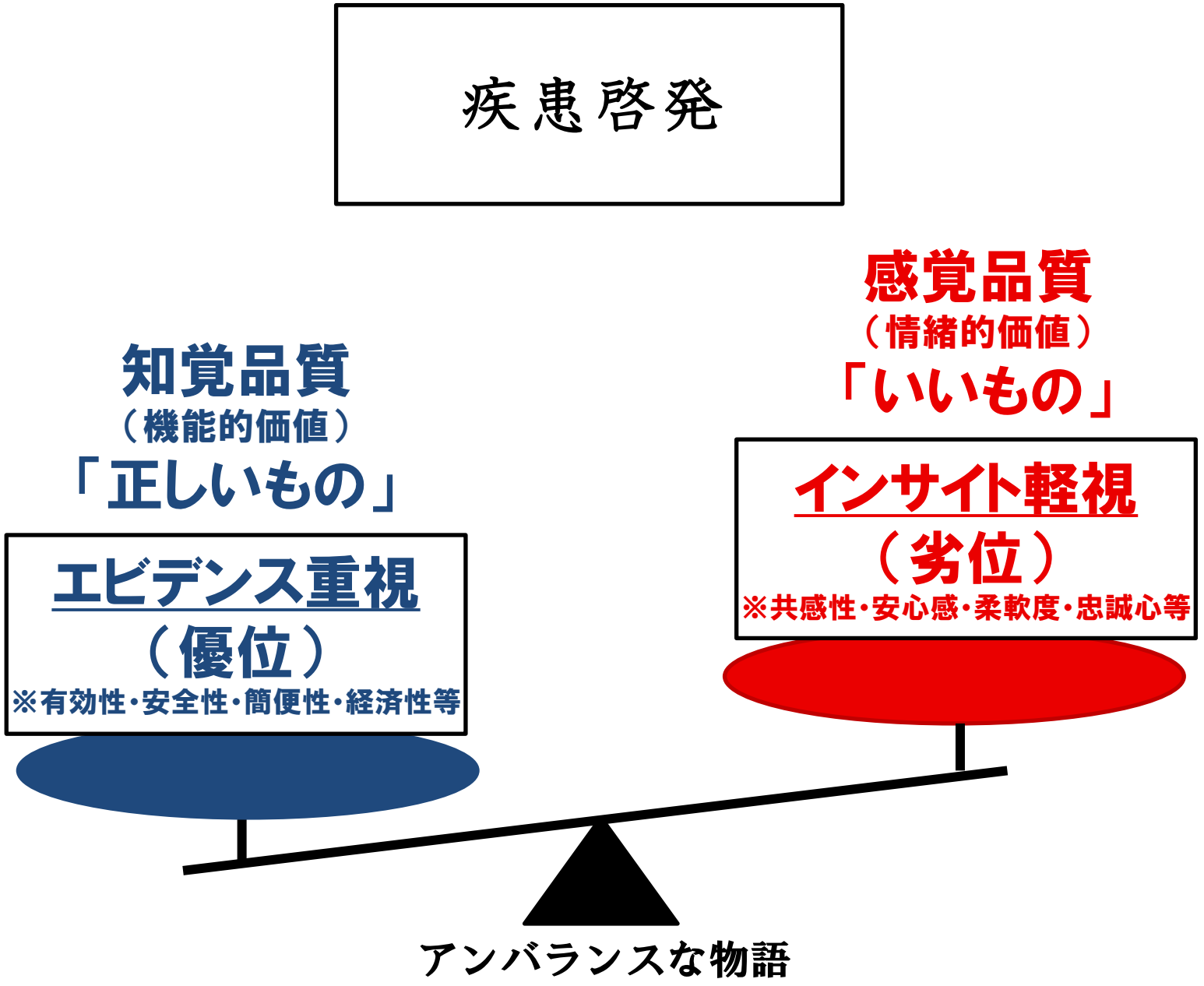
©2015西根英一｜Eiichi Nishine

広報・啓発に求められるマーケティング手法

©2015西根英一｜Eiichi Nishine

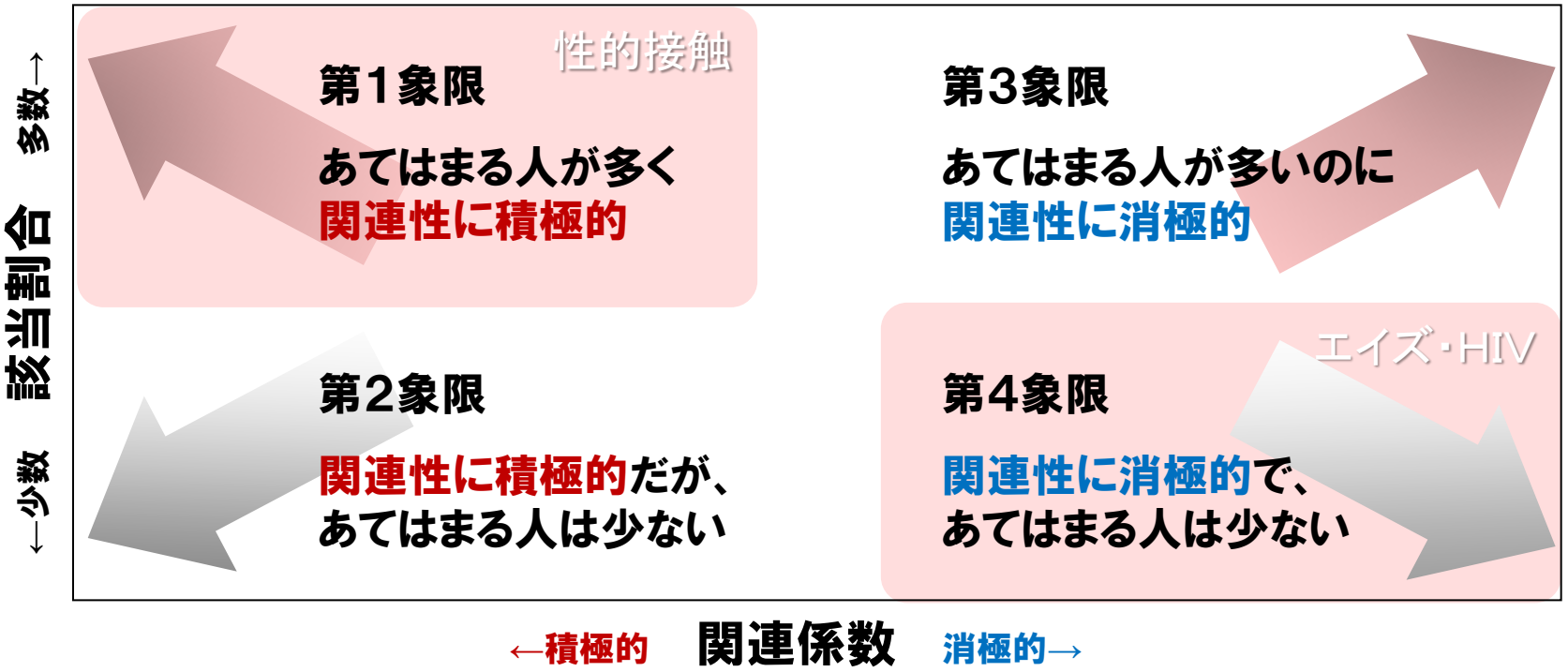


©2015西根英一｜Eiichi Nishine



©2015西根英一｜Eiichi Nishine

「世の中ゴト」の４象限のマイニング



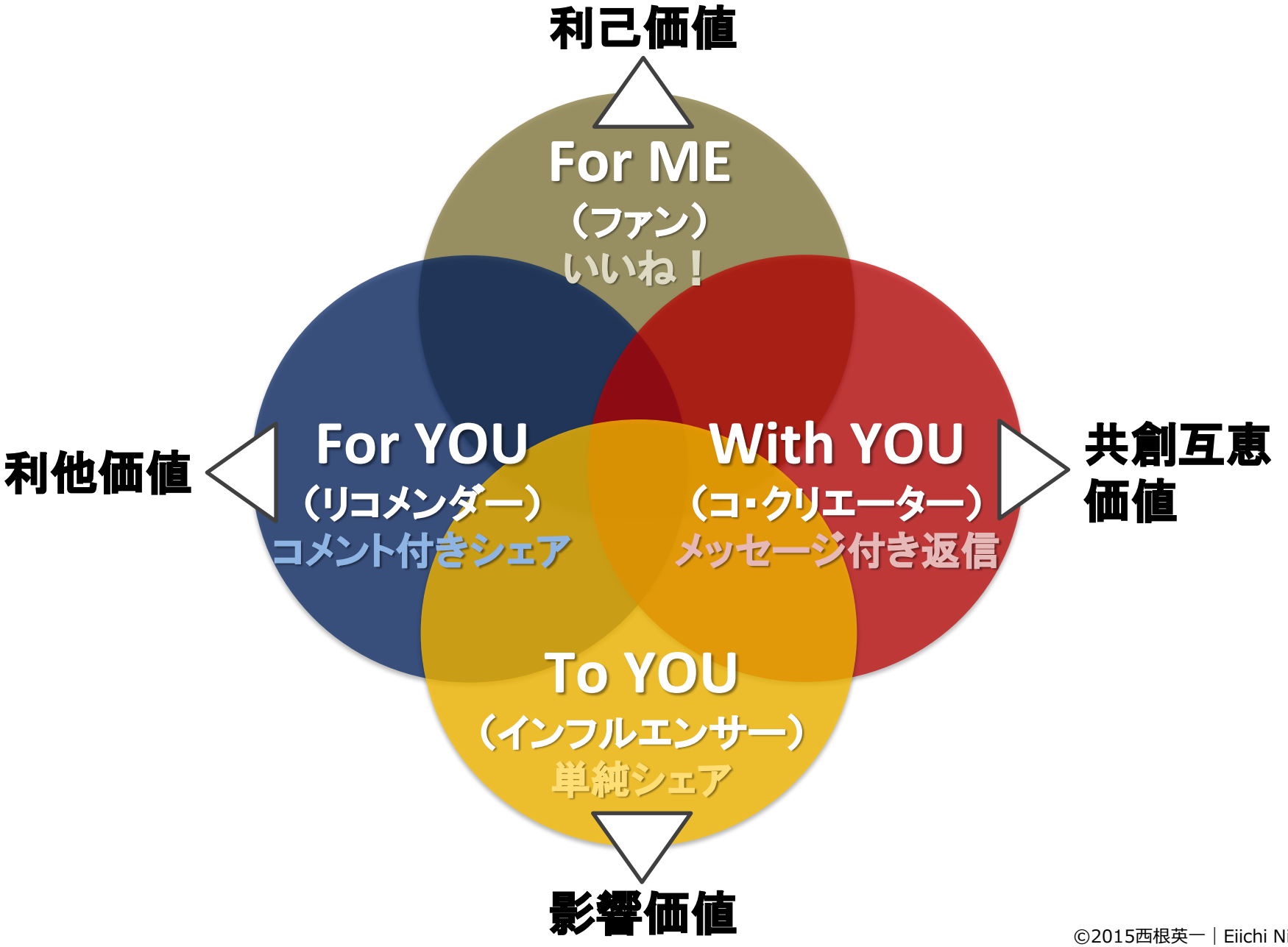
（注）該当割合（上下方向）の軸は、下端が0％、上端が100％となります。

“関連係数”（左右方向）は、あくまでも相対的な指標であり、ばらつきの象限を示すものです。

左右の中央位置が積極的と消極的の境目を意味するものではありません。

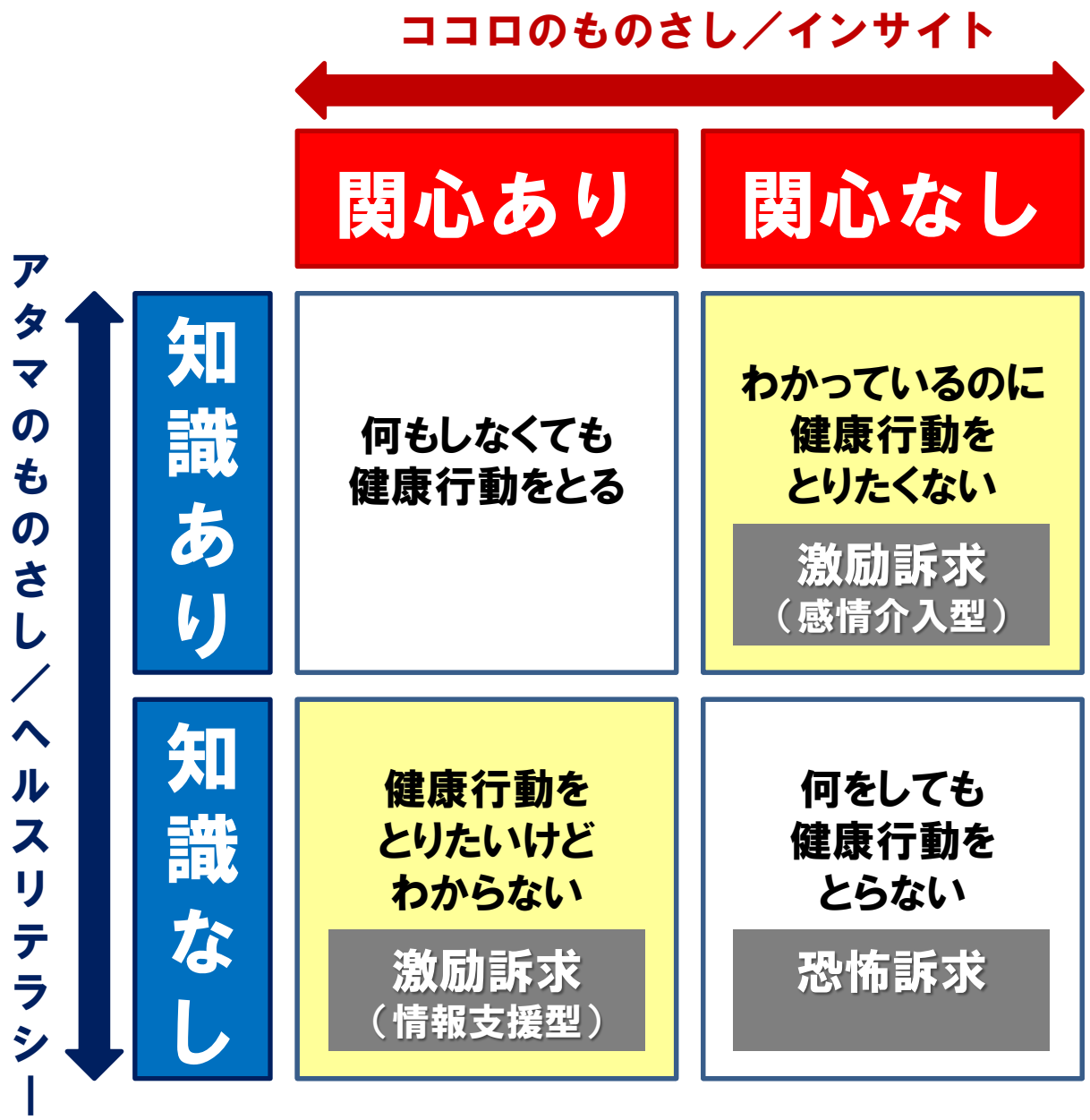
©2015西根英一｜Eiichi Nishine

コトの再生産のしくみ



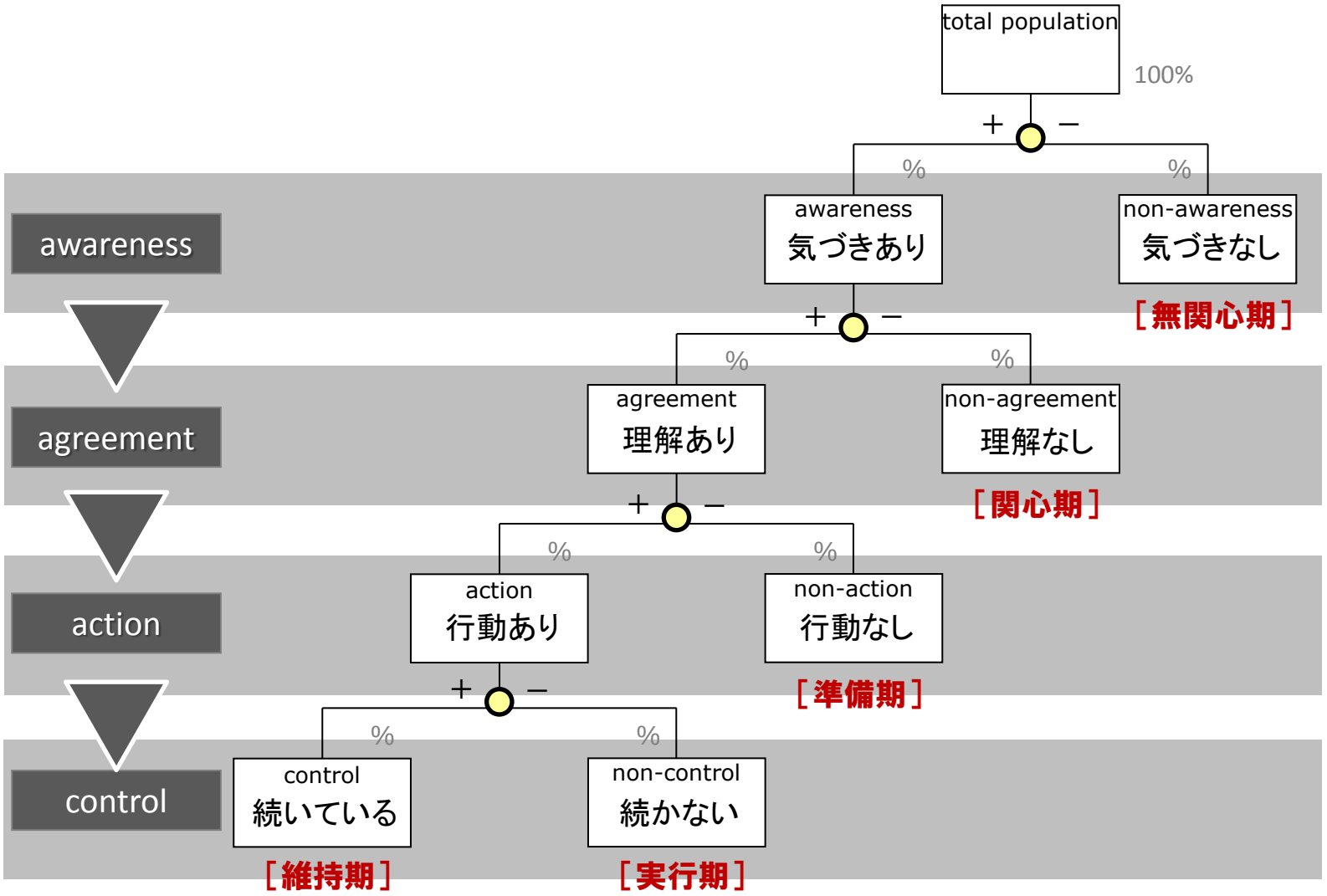
©2015西根英一｜Eiichi Nishine

ヒトの介入支援の４象限



©2015西根英一｜Eiichi Nishine

健康行動の人口学的セグメンテーション



©2015西根英一｜Eiichi Nishine

健康行動に導く介入支援のコミュニケーション

	実行期	準備期	関心期	無関心期
	アタマ○ ココロ○	アタマ○ ココロ×	アタマ× ココロ○	アタマ× ココロ×
	しているけど満たされない人たち	わかっているけどできない/やめられない人たち	気づいているけどわかっていない人たち	気づいていない人たち
共通メッセージ 健康テーマを伝える情報				
	幸せ追求	感情介入	情報支援	恐怖訴求
個別メッセージ 意思決定の価値を伝える情報				
インフルエンサー メッセージを際立たせる人や物				
タッチポイント 価値観が共有される時機ないし場所				
メディア 意思決定を最適化する媒体				

©2015西根英一｜Eiichi Nishine

広報・啓発のコミュニケーション設計

広報・啓発の
情報発信

エビデンスをつくる	話題をつくる	メッセージをつくる
▼	▼	▼
エビデンスを積み重ねる	話題を積み重ねる	メッセージを積み重ねる
学術情報	**戦略PR**	**広告**プロモーション
評価価値	**評判価値**	**購買価値**
有効性・安全性 簡便性・経済性	共感性・安心感 柔軟度・忠誠心	意思決定支援 消費行動
Owned Media	**Earned Media**	**Paid Media**
学会発表・論文掲載 WEBサイト	記事化・番組化 SNS（Twitter, Facebook）	新聞・雑誌広告、TV・ラジオ広告 アフィリエイト・WEBバナー広告 店頭POP、交通広告、イベント

©2015西根英一｜Eiichi Nishine

ゆめのある しあわせの きっかけを。

西根英一（にしねえいいち）
健康・医療・美容のマーケティング戦略とコミュニケーション設計を専門とする。
マッキャンヘルスコミュニケーションズＣＫＯ（最高知識責任者）、千葉商科大学サービス創造学部非常勤講師（「健康サービス論」「調査法」ほか）。
日本広告学会、日本臨床腫瘍学会の正会員、日本メディカルライター協会、日本医学ジャーナリスト協会の協会員。
厚生労働省「すこやか生活習慣国民運動」（健康日本２１）の推進室室長等を歴任。
『生活者ニーズから発想する　健康・美容ビジネス「マーケティングの基本」』を刊行。（連絡先　Eiichi.Nishine@mccann.com）

©2015西根英一｜Eiichi Nishine