

国際医療福祉大学大学院 公開講座 乃木坂スクール
#8 発信力で福祉を変える・医療を変える
～現場から・ジャーナリストから・行政から～

インターネットという手法

インターネットを活用して情報発信力を高める

2012年5月17日

アンカーコム株式会社 代表取締役 長坂由佳

<http://www.ancom.ne.jp/>

がん患者さんの治療生活ケア用品専門店「キャンライフ」

<http://www.canlife.jp/>

目次

- ✓ 簡単な自己紹介
- ✓ NPO法人 健康と病いの語りディペックス・ジャパンのご紹介
- ✓ 情報発信の道具：インターネットの手法をマスターしたい理由
- ✓ 目的、目標、ターゲット、コンテンツ、コンセプト
(何のために、どうする、誰に、何を)
- ✓ 基本の道具、Webサイト どれを使う？
- ✓ Webサイト 押さえておきたい基本ポイント
- ✓ よくある悩み10項目にお答えします
- ✓ 発信力を高めるポイント

- ✓ (提案) 医療と福祉従事者のためのインターネット実践勉強会

簡単な自己紹介

- 会社員時代～1997年 コンピュータープログラマ・SE、都市開発コンサルタント会社勤務
 - 1997年～起業。ソフト開発、Webサイト制作、PC教室経営
 - 1999年～地元10商店街のWebサイト開設「ささはたドットこむ」
<http://www.sasahata.com/>
 - 地域活性化 & IT活用、コミュニティビジネスに従事
 - 2004年 日経地域情報化大賞「日経MJ賞」受賞
-
- 2000年 子宮頸がん罹患
 - 2007年 乳がん罹患
 - 2008年 NPO健康と病いの語りディペックス・ジャパンに出会う
 - 2010年 がん患者さんの治療生活ケア用品専門店「キャンライフ」

NPO法人

健康と病いの語りディペックス・ジャパン

<http://www.dipex-j.org/>

- 病気体験談を映像や音声・文字などで記録したデータベース
- 2001年 英国オックスフォード大学でプロジェクトスタート
- 2007年 日本で活動開始

- 患者自身によるブログ等発信との違い
 - 情報の質の担保、医学的な間違いがないかを専門家がチェック
 - 利用者のためのカテゴリ分類
 - 1つの事象に複数の体験
 - 患者や医療機関の匿名性、情報セキュリティー
 - データシェアリング、研究や教育への活用

情報発信の道具

インターネットの手法をマスターしたい理由

- 情報発信の道具は様々
 - テレビ、ラジオ
 - 新聞、書籍、雑誌、チラシ
 - インターネット(ホームページ、ブログ、映像など)
- なぜインターネットなのか？他の道具との大きな違いは？
- 無料または安価なツールが豊富
- 場所の制限なく、不特定多数の人に届けられる
- 自分の言葉で伝えられる ⇒ 想いが強すぎると逆に難しいが
- 企画、制作、発信、広告までを個人が一人でも実践できる
⇒ 簡単そう …… 実はここに落とし穴
- 玉石混交 …… 商圏は1つ

目的、目標、ターゲット、コンテンツ(1)

ご自身の活動のことを考えて言葉にしてみましょう。

- 目的： 何のために？
- 目標： どうする？
- ターゲット： 誰に？
(できれば、具体的なペルソナまで描けるとなお良い)
- コンテンツ(情報の内容)： 何を伝える？
- コンセプト： 全体を通した概念。1行でキャッチコピーを

目的、目標、ターゲット、コンテンツ(2)

(参考例)地域情報サイト「ささはたドットこむ」の場合

- 目的: 笹塚・幡ヶ谷の地域活性化、商店街のお客を増やす
- 目標: ①どこに、どんなお店があるか知ってもらう
⇒リピート利用してもらえるWebサイトを作る
②お店の特長、こだわりを伝えるページ、最新情報、クーポン
⇒一度行ってみようと思ってもらう
- ターゲット: 徒歩圏に住む30才~40才代の女性
- ペルソナ:
 - 27才の女性、地方出身、大卒、単身者、会社員、年収400万円、ブランドに興味はあるが滅多に買わない、ユニクロより無印良品
 - 38才の女性、地方出身、大卒、夫婦共働き、パート勤務、夫は会社員、小学生の息子、世帯年収600万円、町会のお手伝いはするが役員はなりたくない
- コンテンツ:
 - 消費生活をカバーできる業種、お店を揃える ⇒ 10商店街、約600店舗の情報
 - 利用価値のある検索機能 ⇒ 業種検索、店名検索、商店街検索、地図、開店時間など
 - 自治体Webサイトより詳しい地域内の公共施設情報
- コンセプト: 笹塚・幡ヶ谷のことなら何でも分かるホームページ

目的、目標、ターゲット、コンテンツ(3)

(参考例)キャンライフの場合

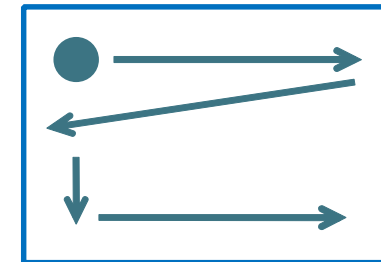
- 目的: がん患者さんが少しでも快適に治療に向かえるように
- 目標:
 - ①治療中に必要なものをワンストップで提供
 - ②黒字事業化 ⇒がん患者さんの就労の場に。患者の経験資産を活用。
- ターゲット: がん患者と家族
- ペルソナ: 企業秘密(*^_^*)
- コンテンツ:
 - 何を準備していいかわからず不安を感じている患者さんに、必要なものをご提案
 - なぜそれが必要なのかを説明
 - 治療シーンごとに・・・
 - 患者経験を活かした商品セレクト、提案
- コンセプト: 生命(いのち)に向き合う人のために

基本の道具、Webサイト どれを使う？

- Webサイトの種類、どれがいいのか？
 - ホームページまたはCMS … 企業サイトである、HTMLページを作り慣れている、技術力がある、自由にやりたい、コンテンツを時系列に扱いたくない
 - ブログサービス … HTML等の知識・技術を知らない、とにかく簡単にできればいい、ある程度の制限はOK
 - SNS (Facebookなど) … 定期的に発信する情報がある、共通の関心事項や趣味を持った人にダイレクトに伝えたい、不特定多数ではなく氏素性が分かる人にだけ伝えたい
- 無料ホームページサービス
 - FC2ホームページ <http://web.fc2.com/>
 - Jimdo <http://jp.jimdo.com/>
- 無料ブログサービス
 - 無料ブログの比較と一覧 <http://blog-tips.net/article/92088644.html>
 - 無料ブログ比較一覧表(機能・特徴) <http://www.boraro.gozaru.jp/blog/comparison..html>

押さえておきたい基本ポイント(1)

- どんなWebサイトなのか、すぐに分かること
- Webサイトタイトルが活動内容を表していること
迷ったら、情報を探している人が、どんなキーワードで探すか？想像する
- メニュー(ナビゲーション)が分かりやすいこと
 - どうしたらいいか迷ったら、大手サイトを参考に
 - (参考例) Yahoo! Japan <http://www.yahoo.co.jp/>
 - (参考例) コカコーラ <http://www.cocacola.co.jp/>
- コンテンツの重要度に応じて、分かりやすい場所にあること
- クリックしやすいこと
- 文字の下に下線がついていたらクリックできると思しやすい。刷り込み(学習現象)。



データのバックアップは忘れずに(特に無料サービス)

押さえておきたい基本ポイント(2)

- 文章が読みやすいこと
一行の長さ。空き行。余白(ホワイトスペース)の使い方。
- ページタイトルが正しくついていること
HTMLデータのTitleタグ
ブラウザのタブに表示されるタイトル
- 主宰者が誰か分かること
会社概要。プロフィール。ご連絡先。役員。
- 色を使い過ぎないこと
メインカラー、アクセントカラー、カラーイメージ(暖色or寒色)
- 1ヶ月に1回程度は更新すること
更新できない場合は、死んでるWebサイトと思われないようにすること
1年前のイベントお知らせがメインになっていないように。

よくある悩み10項目にお答えします(2)

6. 独自ドメインは取得したほうがいいのでしょうか？
7. 文章がまとまらず更新ができません。どうしたらもっと更新できますか？
8. 文章が長くて読みにくいと言われました。どうすればもっと読みやすくできますか？
9. 画面が素人っぽく信頼感が出せません。プロっぽく見せるにはどうしたらいいですか？
10. パソコンだけじゃなく、スマートフォンやiPadなどのタブレットにも対応したほうがいいですか？

発信力を高めるポイント

- エエ格好しいをしない
- 評価されようと思わない
- 正直に
- 想像力
- 理解される前に相手を理解する努力
- まずやってみて後で修正する
- サービス精神
- Give & Give
- 発信力が高まると何が変わる？ ⇒ 自分が変わる

2007年夏、乳がんがわかり、家族と親友に伝えるために始めたブログ。不特定多数の人に公開したことで同病の患者さんにご縁ができ、ディベックス・ジャパンに出会い触発され、キャンライフを始める勇気をもらいました。そして、ゆきさんや皆さんともご縁ができ今があります。起点は自分発信、情報発信。ありがとうございました！