

中堅・中小企業のための広報PR——

第19回 広報PR活動が、関わる人の喜びや達成感に！

事例紹介



株式会社アネティ 代表取締役 なかむら 明子 あきこ

インターネットやデジタルデバイスの発達により、マスコミを経由する方法以外にも、自社メディアやSNSを通じて直接広報PRができる時代になりました。広報PRは、ステークホルダーの共感や信頼を得て、売上拡大や人材獲得につながる大変有効な活動です。このコラムでは、中堅・中小企業の皆さまが広報PRを身近に感じ、すぐにでも着手していただけるよう、考え方や方法についてわかりやすく解説していきます。

第19回は、広報PRの事例をご紹介します。第16回の記事で紹介した菊川工業株式会社は、7年間かけてどのような成果につなげてきたのか、その軌跡をご紹介します。今回は、2022年4月に広報PRをスタートされ、まだ活動期間が1年8カ月の段階の公益財団法人川野小児医学奨学財団の事例です。

公益財団法人として、なぜ広報活動を開始しようと思ったのか、また、立ち上げ期にあたるこの期間にどのような活動をし、どのような成果を感じているのかなど、財団事務局長の川野紘子さんと広報を担当する西本賢太さんにお話をうかがいました。

1. 当財団の存在を多くの方に知ってもらい役立てていただくために

当財団は、病気で息子を亡くした父親の「病に苦しむ子どもを減らしたい」という思いから1989年に設立され、30年以上にわたり小児医学の支援に取り組んでいます。

主な事業内容は右の表の通りで、奨学金給付・助成

■財団概要

名称：

公益財団法人川野小児医学奨学財団

設立：1989年12月25日

所在地：

〒350-1124 川越市新宿町1-10-1

理事長：川野 幸夫

(株式会社ヤオコー 代表取締役会長)

事務局長：川野 紘子

URL：<https://kawanozaidan.or.jp/>

事業内容：研究助成／奨学金給付／小児医学川野賞／
医学会助成／小児医療施設支援／ドクターによる出前
セミナー



川野小児医学奨学財団
川野事務局長

—— 事業内容 ——

研究助成

日本国内の総合大学医学部、医科大学、医学研究機関、医療機関等で小児医学研究に従事する研究者に対して、一般枠1人300万円、若手枠1人100万円を上限として、助成金を交付しています

奨学金給付

埼玉県または千葉県内の高校を卒業し、小児医学を志す医学生および小児医学研究に従事している大学院生に対して、月額7万円の奨学金を給付しています

小児医学 川野賞

小児医学研究において優れた業績を上げ、今後も活躍が期待される55歳以下の研究者を対象としています。受賞者にはトロフィーと賞状、賞金100万円が贈呈されます

医学会助成

日本国内にて開催される小児医学に関連する医学会に対して、1件70万円を上限として助成金を交付しています

小児医療 施設支援

埼玉県または千葉県内にある小児医療施設に対して、1件15万円を上限に助成金を交付しています

ドクター による 出前セミナー

養護教諭や就学前教育・保育施設の看護職従事者が開催する研修会等に、小児科医を中心とした専門家を講師として派遣します

金交付などを中心に、様々なサポートを行っています。2022年度の事業費総額は1億4,500万円に達しています。

少子高齢化で子どもの数は減少していますが、少子化だからこそ質の高い小児医療が求められています。また、核家族化で相談相手のいない母親の育児相談や、増加する子どものメンタルヘルスの問題など、小児科医の守備範囲も広がっています。

そのような状況の中、当財団の奨学金や助成金の存在を一人でも多くの学生や小児医学研究者に知ってもらいお役に立ちたいという思いから、広報PRを行うことにしました。

医学生へのアンケート調査の結果発表リリース（一部抜粋）

News Release

2023年5月1日

公益財団法人川野小児医学奨学財団

【アンケート結果】医学生の志望理由・学生生活・進路に関する意識調査

医学部に入りたいと思った時期は1位高校生(47.6%)、2位小学生(33.1%)

志望理由は「医師になって世の中の役に立ちたいと思ったから」が48.2%と最多

小児医学・医療・研究の発展のため、小児医学研究への研究助成や小児医学を志す医学生への奨学金給付を行う公益財団法人川野小児医学奨学財団（所在地：埼玉県川越市、理事長：川野幸夫/株式会社サニー代表取締役会長）は、「医学生の志望理由・学生生活・進路に関する意識調査」を実施いたしました。

本調査は、全国の医学部医学科で学ぶ学生を対象に、医学部への入学理由や学生生活、進路などに関する質問を行い、医学生の意識や学生生活の実態について調査・分析することを目的としております。

■ 調査概要

調査名：「医学生の志望理由・学生生活・進路に関する意識調査」

対象者：全国の大学医学部医学科に通う医学生

調査方法：インターネット調査

調査期間：2023年3月1日～3月2日

回答数：266名（男性47名、女性119名）

※本調査リリースの調査結果、データをご活用いただく際は、【公益】川野小児医学奨学財団様へご報告ください。

■ 調査結果のポイント

- 医学部に入りたいと思った時期は1位が「高校生のとき」で47.6%と約半数、2位が「小学生のとき」で33.1%。
志望理由では、「医師になって世の中の役に立ちたいと思ったから」が48.2%と最多。（Q1、Q2）
- 医学部に入る前と後のギャップについて、「感じた」と回答した医学生は62.6%と半数以上。
ギャップの内容は1位が「授業や試験が多い」で50.8%と約半数、2位は「医学部は外の学生との交流が少ない」(42.3%)。（Q4、Q5）
- 大学生活での配属や科目について、「ある」と回答した医学生は52.4%と半数以上。具体的には「どの診療科を目指すのかが決められない」(44.8%)が最も多く、2位は「授業が難しい」(43.7%)、「手術に緊張を覚えるべきか悩むときがある」も4位(24.1%)となった。（Q6、Q7）
- 医師に必要な能力やスキルについて、1位「医学の知識と技術」が69.3%、2位「コミュニケーション能力」が約半数(48.8%)、3位「体力」は30.1%となった。（Q13）
- 興味のある診療科は、1位「内科」(43.3%)、2位「外科」(25.3%)、3位「小児科」(22.8%)、男女別では、1位は男女ともに「内科」だが、2位は男性「外科」(29.8%)、女性「小児科」(29.2%)と違いがみられた。（Q14）
- 小児科に興味があると思った医学生に理由を聞いたところ、1位「子どもが好きなから」が65.8%と7割近い結果となり、2位「自分や家族が病気になったとき、小児科の先生にお世話になったから」(28.3%)、3位は「映画やドラマ、本などを通じて興味をもったから」と「小児科医が不足しているから」として23.7%となった。（Q15）

■ アンケート調査結果

Q1. 医学部に入りたいと思った時期はいつですか。【単一回答】

高校「奨学金を利用(奨学金/給付型/保母型と給付型を併用)」している医学生は37.3%。そのうち、「奨学金の奨学金を利用」(29.2%)が最も多かった。

Q2. 医学部に入りたいと思ったのはいつごろですか。【単一回答】

「高校生のとき」が約半数(47.6%)と最も多く、次いで「小学生のとき」が約3人に1人(33.1%)の新着となり、2割弱(17.5%)の「中学生のとき」と大きく差が広がった。

Q3. なぜ医学部に入りたいと思ったのですか。【複数回答】

「医師になって世の中の役に立ちたいと思ったから」(48.2%)、「医師になって患者さんの病気を治したいと思ったから」(44.8%)の回答が多く、次いで「医師になれば高い収入が得られると思ったから」(34.9%)という結果となった。

Q4. 医学部に入る前と後で、ギャップがありましたか。【単一回答】

医学部に入る前と後でギャップがあったと回答した医学生が62.6%と、6割以上がギャップを感じていることがわかった。

2. 広報PRの一步は、地道な情報発信から

財団の存在を知ってもらうためには、行っている様々な活動について、しっかり伝えていくことが大切だと考えています。奨学金や助成金の募集、奨学生向けに実施するキャリアセミナー、看護教諭の方々のための出前セミナー、川野賞の贈呈式や奨学生への証書授与式など、一つ一つの活動に関して、丁寧に情報発信をすることから始めました。まだ数は多くありませんが、少しずつその取り組みがメディアで取り上げられるようになっていきます。

3. アンケート調査結果が医療専門メディアに掲載！

今年5月には、全国の医学生を対象にしたネット調査「医学生の志望理由・学生生活・進路に関する意識調査」を実施・発表しました。複数の教育メディアで取り上げられた他、医療の専門メディア「メディカルトリビューン」のWeb版と新聞にそれぞれ大きく掲載していただきました。読者である医師の方々からの反響も複数あり、今まで財団のことを知らなかった学生や医療従事者の方々にも、その存在を認知していただけたのではないかと思います。

4. 関わった方々にも喜んでいただける広報PRに

広報PRに関しては、メディア掲載以外でも思いがけない成果を感じています。それは、関わる方々に喜

んでももらえるということです。例えばご講演くださった先生方には、ご自身が関わっている事柄について世の中に発信できて嬉しいと言っていただけです。また、財団内のメンバーたちも、実施して終わりだった様々なイベントが、最終的に文字化されリリースとして発信されることに達成感をもってくれているようです。



今後も、地道な活動を継続するとともに、新たな取り組みとして、現代の子どもたちが抱える様々な問題について、世の中の関心を喚起するような情報発信も行っていければと考えています。



広報担当の西本さん

広報を始めてからずっと、財団からこそその難しさを感じています。

最初は、注目を集めるにはどうしたらいいかを考えていましたが、活動するうちに、真摯に社会課題に取り組む姿勢をしっかりと伝えていくことが重要だと気付きました。ですが、それもメディアに関心を持ってもらえる内容でなければ記事化はされません。

これからも試行錯誤しながら、効果的な情報発信の方法を追求し、財団の認知度向上につなげていければと考えています。