

在宅医療の見える化 (H30第1回連携協議会資料から)

<目標> 柏市が在宅医療について積極的に取り組んでいて、安心できる環境があることを、
(なんとなくでも) 聞いたことがある、知っているという市民を増やす(≒認知度を上げる)

I 目にする・知る 機会をつくる

無関心な状態から→

II 考えるきっかけ をつくる

関心をもってもらい→

III 情報を取り出し やすくする

行動につなげる！

★H30～32想定内容★

① 広報かしわ連載(連載中)
■ 読者をはじめとする市民

② 図書館でイベント
■ 図書館利用者(子育て世代、高齢者)

③ 柏プロジェクトステッ
カーの作成
■ 地域にお住まいの方

④ (市民参加型)在宅医療
ワールドカフェの実施
■ 主に現役世代の市民

① 『柏市の在宅医療を1枚
にまとめました』の配布
■ 在宅医療に直面していない人

② 相談窓口等を活用した
横断的な情報発信強化
■ 窓口利用者

③ 学校とのコラボ企画
(子ども向け教育イベント等)
■ 子ども・その家族

④ 柏プロジェクト10周年
イベント(シンポジウム)
■ 団塊ジュニア等の市民

① 既存の柏市HP『在宅医
療の推進』の見直し
■ 在宅医療について知りたい人

② 既存パンフレットのコン
テンツの見直し
■ 全市民

③ 柏市HPの新コンテンツ
追加
■ 在宅医療について知りたい人

④ 啓発ムックの作成
■ 在宅医療について知りたい人

★現在の取組★

啓発・広報部会

・在宅医療情報紙
『わがや』の発行
■ 全市民

・サロン等での啓
発活動
■ 全市民



注: ■ターゲット

■ 企画案 「在宅医療ステッカー」

ターゲット	・医療機関や事業所、店舗等の周辺住民
コンセプト	<ul style="list-style-type: none"> ・「柏の在宅医療」を表現するキービジュアルを作り、それをステッカー化して市民の目に触れる機会を作る。 ・在宅医療介護連携に取り組む医療機関や事業所、その他店舗等の入口付近にステッカーを貼付。 ・キービジュアルは、ステッカー以外にもチラシをはじめとする広告媒体や各見える化事業等での活用も図る。
狙い・目的	<ul style="list-style-type: none"> ・柏の在宅医療の取組について、街なかで認識する機会が少ないことから、視認性を高め、市民が(受動的に)知るきっかけを作る。 ・キービジュアルを目にする機会が広がっていくことにより、「柏で在宅医療の取組が行われていることをなんとなく知っている」市民を増やす。
予算	・173,880円



具体の進め方（案）

☆デザインは一般公募を行い決定

◎ステッカーイラストの要件

- ・『柏市が在宅医療を積極的に取り組んでいる』ことを市民にPRする目的に合致した内容である。
- ・『在宅医療』『柏』というワードを入れる。

(事例)




☆今後のスケジュール

- 12月15日 一般公募開始(広報かしわ, HP, 掲示, 配布)
- 1月31日 一般公募締切
- 2月 デザイン選定(多職種の方による投票)
- 3月中旬 多職種連携協議会にて報告
- 3月 ステッカー印刷
- 4月 デザイン発表(広報かしわ, HP)
- 以降 ステッカー貼り出し開始