

特定非営利活動法人ファミリーハウス 「ファミリーハウス活動の 認知度向上に向けて」

2008年12月13日

事務局スタッフ：水村 裕美子
インターン生：本田 和也



サマリー

認知度を高めて、ハウスを必要とする人に
利用してもらえようようにしたい！

認知度調査を実施
結果：一般の認知度が低いことがわかった

一般の人に広く正しく理解していただくには
既存の広報ツールでは不十分

HPの検討・リニューアルの実施

広報活動の現状

- 紙媒体『ファミリーハウス通信』の作成と配布
 - 約1800部 × 年3回
- 助成事業の報告書等の配布
 - 小児高度医療を行う病院、保健所、医療系大学等
- 学会等での展示参加
 - 小児の医学会、看護学会等
- メディア掲載(新聞、TV、ラジオ等)
- ホームページ



現状分析① 現状の認知度について

- 認知度調査
 - 全国約3000人にWEBアンケートを実施(昨年)
 - 滞在施設の認知度は低い
 - ・ 具体的な内容まで把握している人は3%のみ。
 - しかし、情報を伝えることで、活動への理解が得られることもわかった
 - ・ 96%が活動の必要性に賛成



目録等が印刷品で配られているが、紙媒体には載っていないような情報が多くあることを知りながら、見逃しがないよう配慮する。

現状分析② 認知度が低いために起こっている問題

- 経済的負担
 - ホテルやマンションの利用により、高額な滞在費が必要となってしまふ。
- 精神的負担
 - ホテル等では気軽に話せる相手がいなく、孤独感、孤立感が大きくなる。

その結果
家族崩壊につながってしまうこともある。

認知度を高めて、ハウスを必要とする人に
利用してもらえようようにしたい！

現状分析③ 認知度を高めるターゲット

- 社会一般
 - 子ども(孫)が病気になることは、誰にでも起こりうることで、社会一般の人に知ってほしい。
 - 「火事になったら119番！」のように、「子どもが自宅を離れて東京で治療するなら、ファミリーハウス！」
- 医療従事者
 - 病児が自宅を離れた病院に行く場合は、地元の病院から転院というケースがほとんど。
 - 全国の小児科関係の医師・看護師・ソーシャルワーカー等の認知度向上を図りたい

現状分析④ 認知度向上の方向性

- 社会一般への認知向上
 - 紙媒体では、社会一般への認知度向上に量的に限界がある。
 - メディア掲載は、一時的には認知度は高まるものの、正しい理解に直結しないことが多い。
- 医療従事者への認知向上
 - 医療従事者は、自ら積極的に患者家族にファミリーハウスを紹介することは難しい。結局、社会一般への認知度向上が不可欠。
 - 紙媒体だけでは、担当医師の平元に届くかどうか不確実であり、仮に届いたとしても問題意識を持っていないと、目に留まらない可能性が高い。また、学会等でも詳しく説明できるのは極少数の医療従事者。
 - 医療従事者が問題意識をもったときに、インターネットで調べて、詳しく情報を知ることができる基盤が必要。

社会一般の認知度を向上させる取り組みが不可欠。

ホームページの活用！

現状の分析⑤ 現状のホームページ

- HP更新体制
 - 現在はスタッフ1名が担当しており、ほかのハウス運営業務の合間の時間でやっているの、更新が不十分になりがち。
 - 守秘義務のこともあり、利用者さんのメッセージを広報媒体にそのまま掲載することは避けている。
 - 利用者さんの状況をスタッフが「代弁」するように努めているが、そのためには、メッセージを表現するのに手間と時間がかかってしまう。

スタッフに過度の負担をかけない
HP管理の体制を作ることが必要

実施内容



- ・「HPリニューアル委員会」を発足
 - メンバー
 - ・ 広報担当理事、看護師、IT関係企業社会貢献担当、ハウスパソコンボランティア
 - 委員会での評価
 - ・ 現状のHPに大きな問題があるわけではないが、情報更新の頻度を上げるなど、団体や活動内容への信頼度をより高められる余地はある。
- ・ HPリニューアルの方向性
 - ハウス写真・設備内容などの情報を最新のものにする。
 - 活動スケジュール、活動報告の掲載頻度を高める。
 - そのための更新体制をつくる。
- ・ 英語ページ
 - 日本語ページと同レベルの新しい情報にリニューアル（2008年度インターンシップで実施）

9

HP07+012-11023

スケジュール



- ・ HP検討委員会によるリニューアル内容の検討
 - 第1回 10/5(日) 課題の共有、ブレインストーミング
 - 第2回 12/14(日) HPの具体案を絞る
(コンテンツ・更新の方法など)
 - 第3回 2/7(日) HPの具体案を提案
- ・ 具体的なリニューアルは、2009年4月以降

10

HP07+012-11023

効果の測定



- ・ 目標の設定
 - HPアクセスの増加(閲覧者数、閲覧時間)
- ・ 効果測定の方法
 - 測定対象
 - ・ HPアクセス数(無料のGoogle analyticsの導入済)
 - 測定時期
 - ・ リニューアル実施後6ヶ月間の平均データを、リニューアル前の6ヶ月間と比較する。

11

HP07+012-11023

研修を終えての感想



- ・ マーケティングの概念を学ぶことができた
 - 根拠をもって説得性をもたせることの大切さ
- ・ プレゼンテーションの概念を学ぶことができた
 - 論理立て筋道を立てて説明することの大切さ
- ・ 仕事をマネジメントすることの難しさと大切さ学ぶことができた

12

HP07+012-11023