

「うつ」は、みんなで治す病気です。

 富山うつプロジェクト

toyama-utsu.com

厚生労働省補助事業 後援：富山県/富山県民連合/富山県精神科医会/富山県臨床心理士会/富山経済同友会

DRAFT

厚生労働省 社会・援護局
障害保健福祉部 精神・障害保健課 御中

「富山地区における精神障害者への 理解促進に向けての啓発事業」 (富山うつプロジェクト) ～ 事業報告書 ～

平成19年11月13日



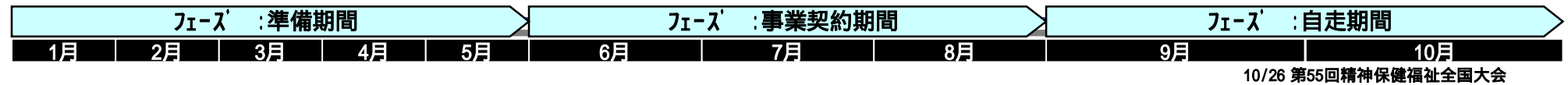
イーソリューションズ株式会社

目次

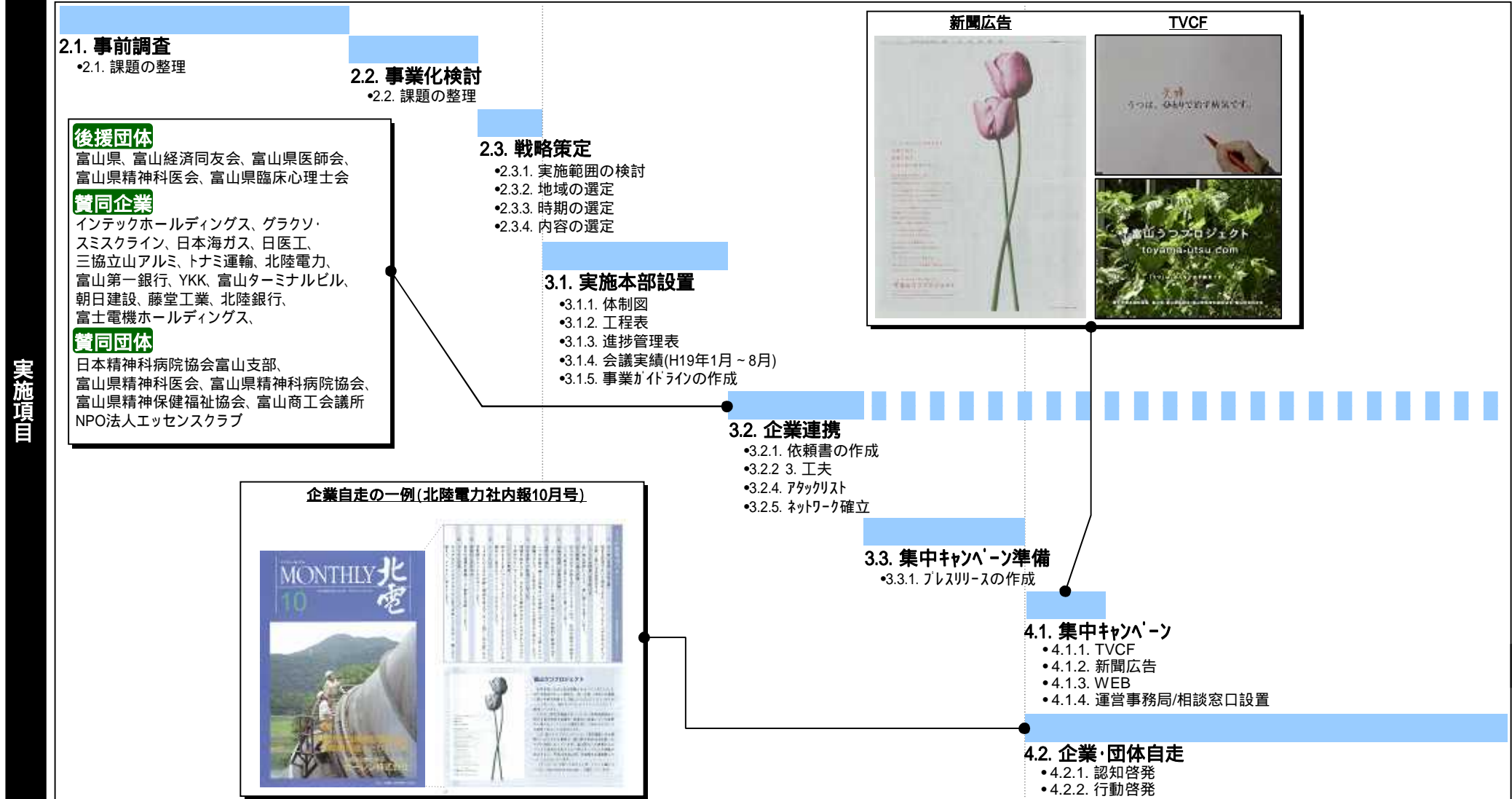
1. 「富山うつプロジェクト」実施要約
 - 1.1. 「富山うつプロジェクト」実施内容
2. フェーズⅠ：準備期間
 - 2.1. 事前調査
 - 2.2. 事業化検討
 - 2.3. 戦略策定
3. フェーズⅡ：事業契約期間
 - 3.1. 実施本部設置
 - 3.2. 企業/団体連携
 - 3.3. 集中キャンペーン準備
4. フェーズⅢ：自走期間
 - 4.1. 集中キャンペーン
 - 4.2. 企業・団体自走取組
5. 「富山うつプロジェクト」の成果
 - 5.1. 成果Ⅰ：キャンペーン効果
 - 5.2. 成果Ⅱ：パブリシティ効果サマリ
 - 5.3. パブリシティ事例
 - 5.4. 「富山うつプロジェクト」成果サマリ
6. 考察
 - 6.1. 本事業の総括と今後の展開(案)
 - 6.2. 更なる今後の展開(あくまでも案)
 - 6.3. 富山での活動継続
 - 6.4. 展開案

1. 「富山うつプロジェクト」実施要約

1.1. 「富山うつプロジェクト」実施内容



10/26 第55回精神保健福祉全国大会

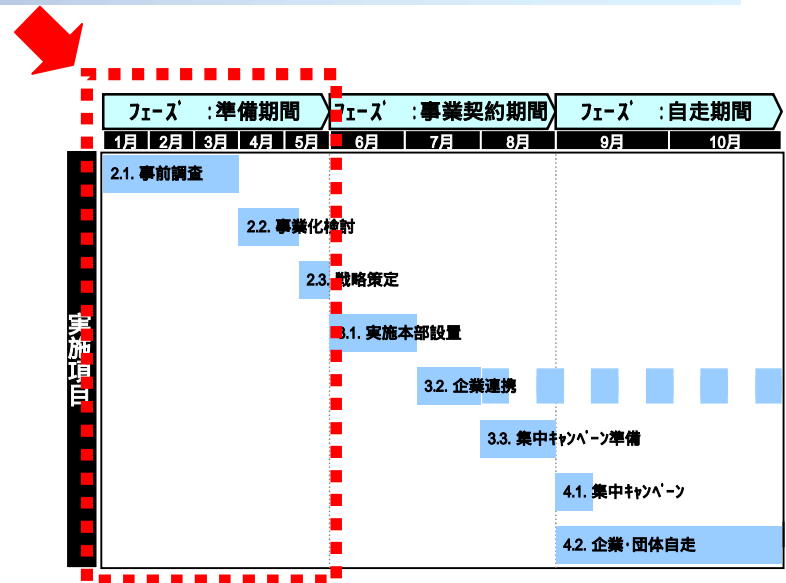


実施項目

成果

・後援団体数	: 5団体	・認知度	: 51.2%
・賛同企業	: 14社	・バブリシティ効果	: 10倍
・賛同団体	: 6団体 参照3.2.5		参照5.2

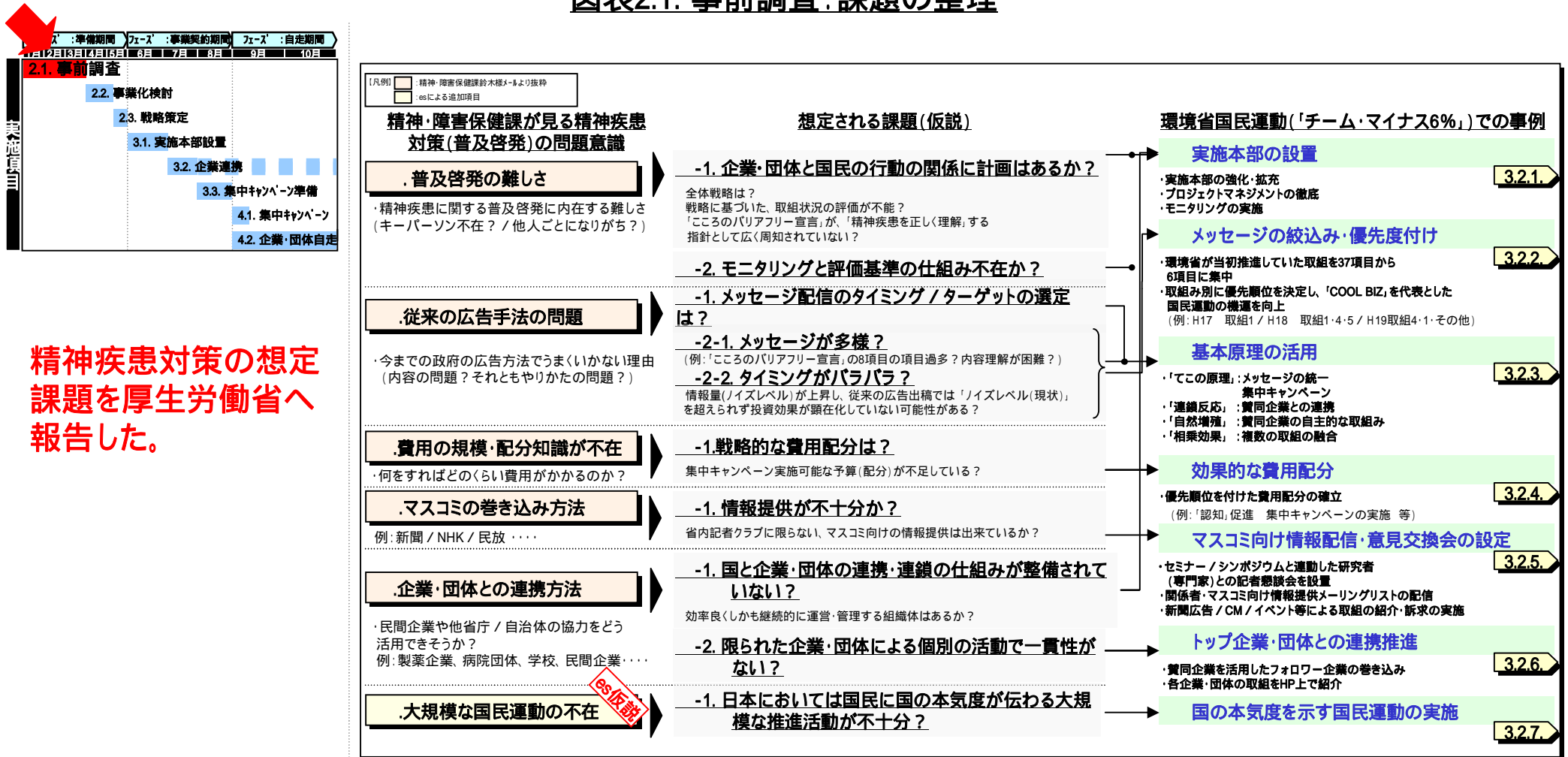
2. フェーズ : 準備期間



2.1. 事前調査: 課題の整理

本事業の開始に向けて、厚生労働省へのヒアリング等の事前調査を行った。その結果、普及啓発の仕組みや国民へのコミュニケーション等に潜在的な課題がある事が想定された。(仮説)

図表2.1. 事前調査: 課題の整理

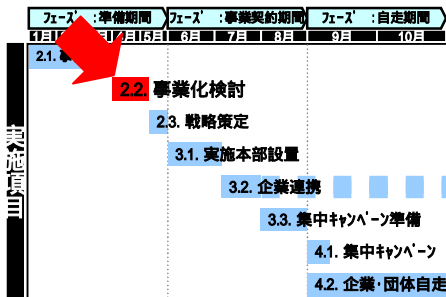


精神疾患対策の想定課題を厚生労働省へ報告した。

2.2. 事業化検討

厚生労働省による公募事業「障害者の自立支援に関連するモデル事業」に対し、事前調査の仮説を基にした事業提案を行った。

図表2.2. 事業化検討



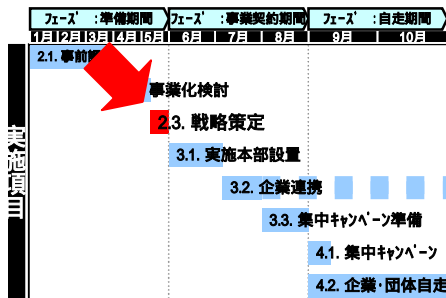
「障害者自立支援」を普及啓発の視点で事業化として検討した。

事業募集要項(一部)	事業募集要項の概要											
<p>平成19年度障害者自立支援調査研究プロジェクト募集要項</p> <p>障害者自立支援法を核として、障害者の就労支援、地域移行、地域生活支援等を通じ、障害者の自立支援を一層推進するためには、地域の関係者における様々な工夫や取組を積み上げ、その普及を図ることが必要不可欠である。このため、平成19年度においては、平成18年度から行われてきた本事業の予算を更に増額し、障害者の自立支援の充実のための先駆的・革新的なモデル事業等に対して所要の助成を行うこととしているので、各地域において策定した障害福祉計画の推進を図る観点等も踏まえ、以下の事項に留意の上、本プロジェクトの積極的な提案を求める。</p> <p>1 目的</p> <p>本プロジェクトは、障害者の自立支援の充実のための先駆的、革新的なモデル事業等に対して所要の助成を行い、もって、障害者に対する保険福祉サービスの一層の充実と障害福祉計画の推進に資することを目的とする。</p> <p>2 事業の実施主体</p> <p>(1) 都道府県又は市町村（特別区、一部事務組合及び広域連合を含む。）</p> <p>(2) 厚生労働省所管の公益法人等関係団体及び厚生労働大臣が特に必要と認めた団体。</p> <p>3 対象事業</p> <p>(1) 指定テーマ枠</p> <p>障害福祉計画の推進等の観点から、平成19年度においては、特に次のテーマに関する事業実施の提案について、一般公募分とは別枠で採択を行う。（各テーマの提案に係る詳細は別紙個票を参照すること。）</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>指定テーマ番号及びテーマ（事業）名</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>1 支援プログラム等研究開発事業</td> </tr> <tr> <td>(1) 重度障害者等包括支援</td> </tr> <tr> <td>(2) 自立訓練（生活訓練）</td> </tr> <tr> <td>(3) 自立訓練（機能訓練）</td> </tr> <tr> <td>(4) 就労移行支援</td> </tr> <tr> <td>2 新体系ビジネスモデル研究事業</td> </tr> <tr> <td>3 地域生活支援事業の先駆的・試行的（モデル）推進事業</td> </tr> <tr> <td>(1) 相談支援事業</td> </tr> <tr> <td>(2) 移動支援事業</td> </tr> <tr> <td>(3) 地域活動支援センター</td> </tr> </tbody> </table>	指定テーマ番号及びテーマ（事業）名	1 支援プログラム等研究開発事業	(1) 重度障害者等包括支援	(2) 自立訓練（生活訓練）	(3) 自立訓練（機能訓練）	(4) 就労移行支援	2 新体系ビジネスモデル研究事業	3 地域生活支援事業の先駆的・試行的（モデル）推進事業	(1) 相談支援事業	(2) 移動支援事業	(3) 地域活動支援センター	<p>【目的】</p> <ul style="list-style-type: none"> 障害者の自立支援の充実のための調査研究や先駆的/革新的な試行的取組等による、障害者に対する保険福祉サービスの一層の充実、及び障害福祉計画の推進 <p>【予算】</p> <ul style="list-style-type: none"> 2,000万円以内 <p>【制約条件】</p> <ul style="list-style-type: none"> 地域の障害福祉計画と適合し、計画の推進が可能である事 単年度で終了する事業である事 非営利目的な事業である事 事業計画/想定成果を明確化し、客観的な評価を実施する事 事業の実施状況/成果を実施主体のホームページ上等で公表する事
指定テーマ番号及びテーマ（事業）名												
1 支援プログラム等研究開発事業												
(1) 重度障害者等包括支援												
(2) 自立訓練（生活訓練）												
(3) 自立訓練（機能訓練）												
(4) 就労移行支援												
2 新体系ビジネスモデル研究事業												
3 地域生活支援事業の先駆的・試行的（モデル）推進事業												
(1) 相談支援事業												
(2) 移動支援事業												
(3) 地域活動支援センター												

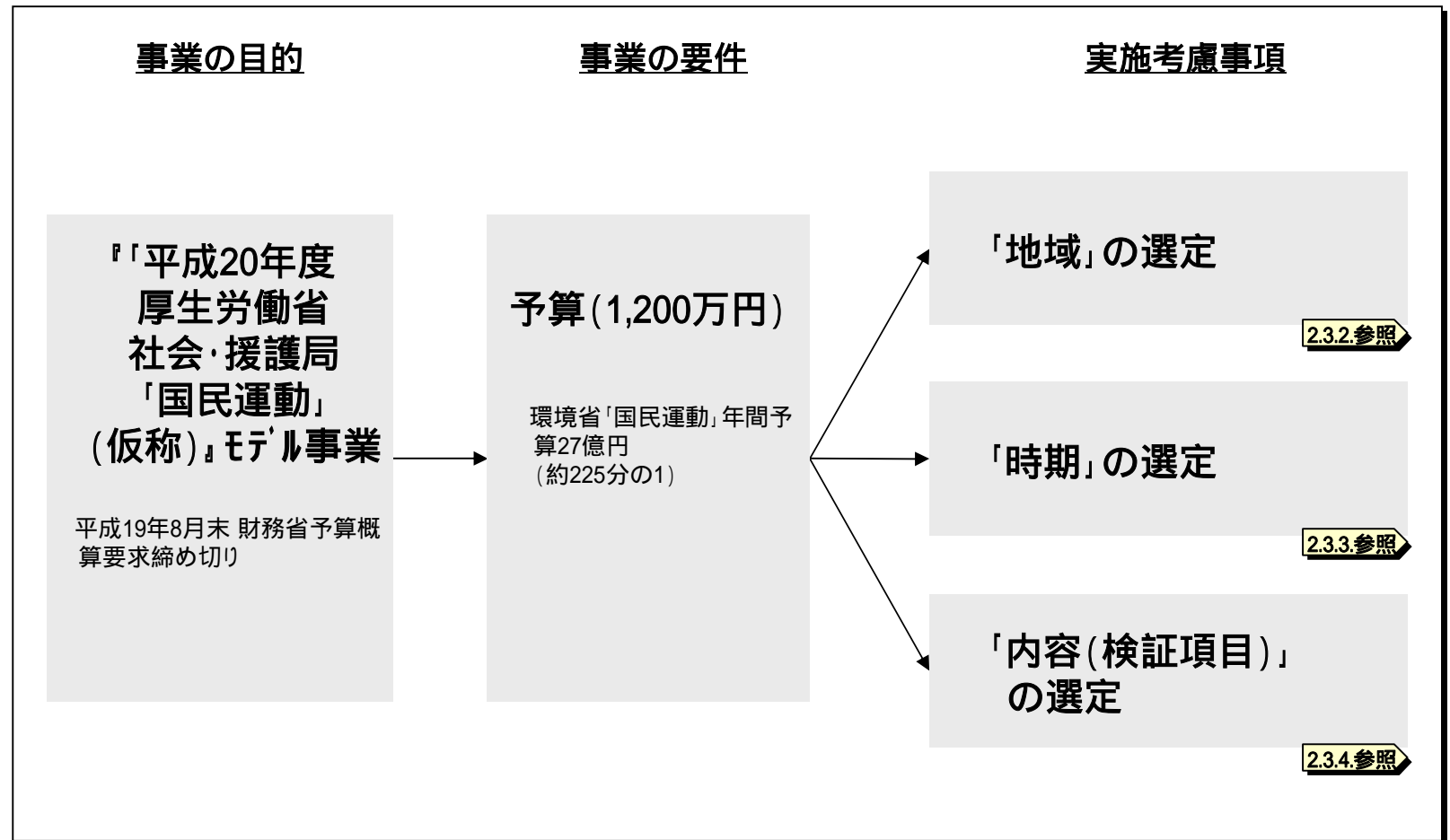
2.3.1. 戦略策定：実施範囲の検討

本事業は、平成20年度における全国規模での精神疾患に関する国民運動化を提案する為のモデル事業であり、限られた予算を要件に、実施地域、時期、内容(検証項目)の選定を行った。

図表2.3.1. 戦略策定：実施範囲の検討



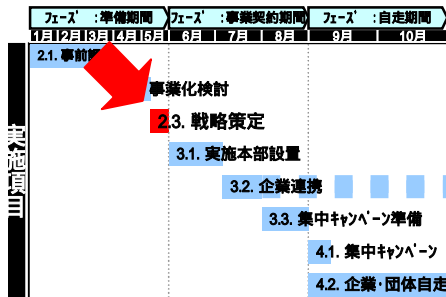
予算制約から実施範囲の絞り込みを行った。



2.3.2. 戦略策定：地域の選定

限られたリソースを効率的に活用するため、地域が展開している取組との連携や、相乗効果による本運動の効果最大化が可能な地域を選定した結果、本運動の実施地域として富山県が選出された。

図表2.3.2. 戦略策定：地域の選定



実施効果の最大化が可能な富山県での実施を決定した。

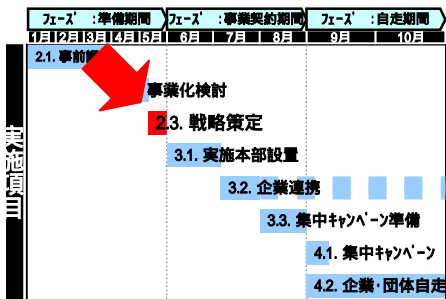
	富山県 総人口 : 約110万人 市町村数 : 15	岡山県 総人口 : 約195万人 市町村数 : 34	愛知県 総人口 : 約731万人 市町村数 : 68
連携容易度	○ ・第55回精神保健福祉全国大会 開催日: 10/26 主催: 厚生労働省 厚生労働省イベントの為、連携容易?	△ ・第40回全国精神障害者家族大会 開催日: 10/25, 26 主催: 全国精神障害者家族会連合会	△ ・日本精神障害者リハビリテーション学会 第15回大会 開催日: 10/21, 22 主催: 日本精神障害者リハビリテーション学会
選定条件(仮説)	○ ・博報堂 富山支社を活用可能? ・社外ネットワーク活用の可能性? 厚生労働省ネットワーク: 確認中 博報堂/esネットワーク: 確認中	△ ・社外ネットワーク活用の可能性? 厚生労働省ネットワーク: 確認中 博報堂/esネットワーク: 確認中	○ ・博報堂 中部支社を活用可能? ・社外ネットワーク活用の可能性? 厚生労働省ネットワーク: 確認中 博報堂/esネットワーク: 確認中
障害者数	○ ・精神病入院者数: 29人/100万人 全国平均(19人/100万人)以上であり、 集中キャンペーン前後の地域住民と 障害者の交流の可能性大?	△ ・精神病入院者数: 11人/100万人 全国平均(19人/100万人)以下	△ ・精神病入院者数: 16人/100万人 全国平均(19人/100万人)以下
補足情報	心の健康関連情報 県の条例 ・こころの健康プランの制定 その他イベント ・日本精神障害者リハビリテーション学会 第14回大会を2006年11月に開催済み - 2日間の開催、850名/日以上参加者 他	県の条例 ・「健康おかやま21」の策定 ストレス解消法やリラクゼーション法の認知促進による、 県民のストレス耐性向上 他	県の条例 ・精神障害者の積極的な就業支援 ハローワークを通じての就業支援を展開 「障害者就職促進・雇用率達成会議」 を設置 平成18年度上半期の同期前年比は 約14.3%増 他

独立法人 福祉医療機構

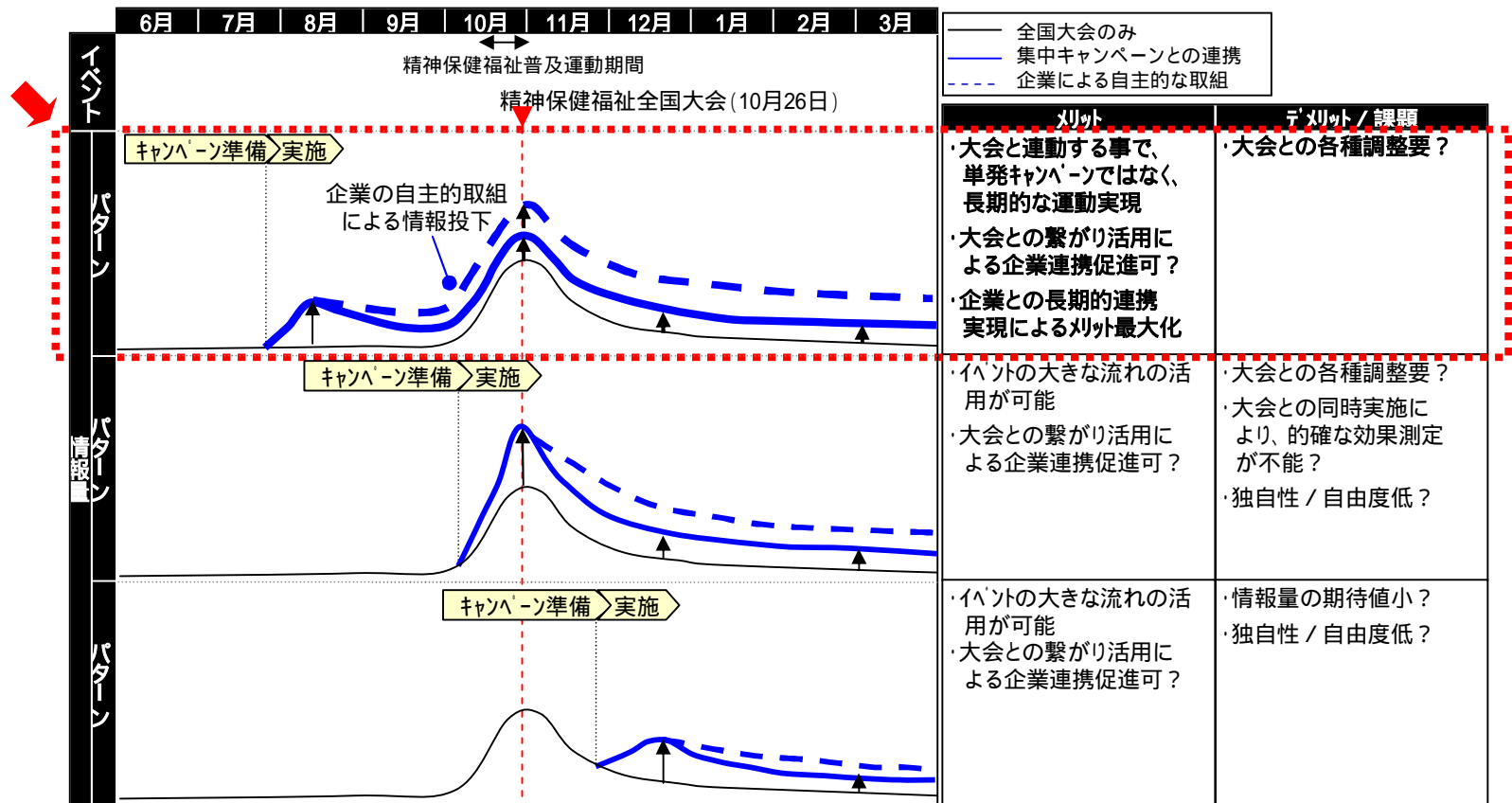
2.3.3. 戦略策定：時期の選定

本事業の時期選定において、3つのパターンを考案し、それぞれのメリット/デメリットを精査した。結果として、本事業の正当な評価、及び10月に行われる全国大会の盛り上げを最大化する事を目的に、全国大会の事前に事業を実施する事とした。

図表2.3.3. 戦略策定：時期の選定



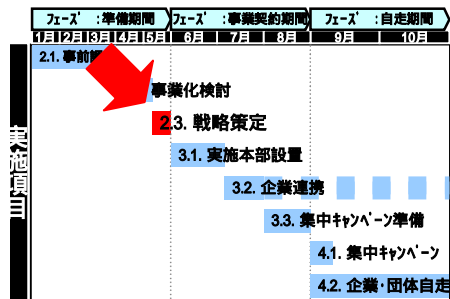
効果を最大化する事が可能な時期での実施を決定した。



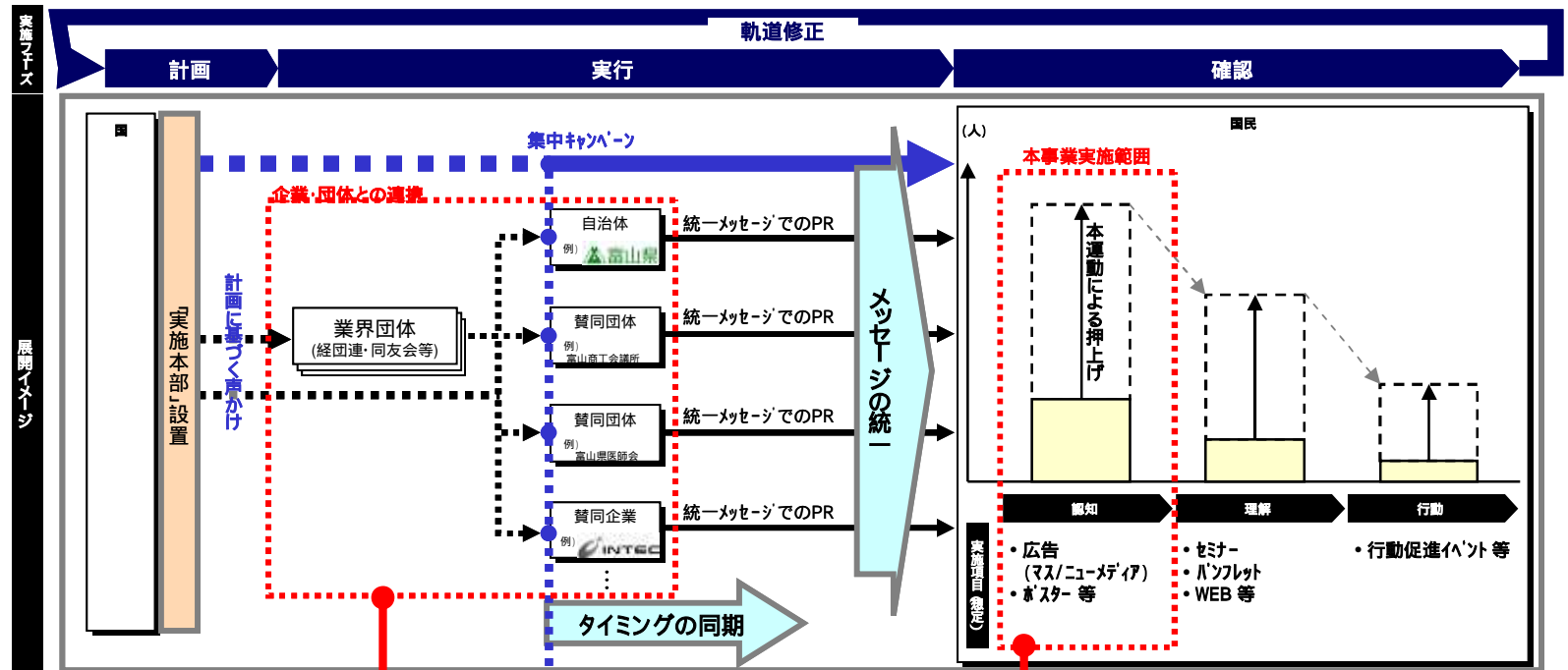
2.3.4. 戦略策定：内容の選定

本事業での最終目的を、富山県民のうつ病に関する正しい知識の認知向上とし、その為の手法として、様々な企業/団体との効率的な連携体制を構築した上での、施策展開を実施する事とした。

図表2.3.4. 戦略策定：内容の選定



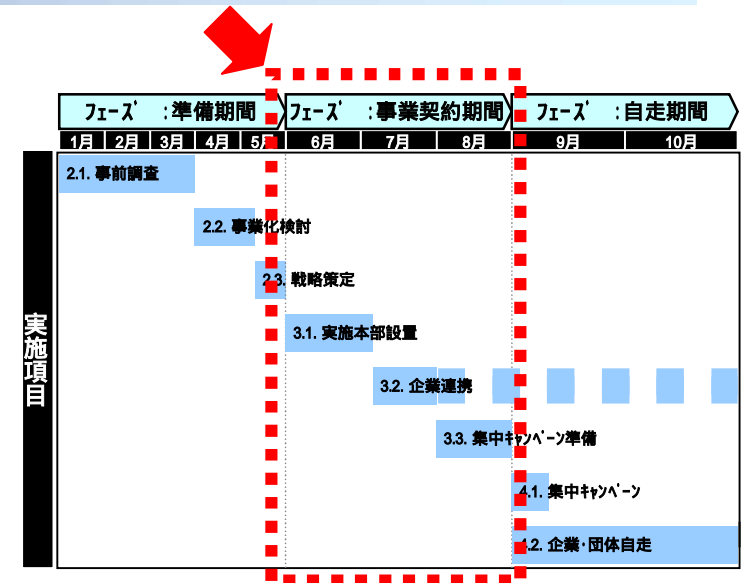
認知を高める事を目的とする事が決定した。



【想定課題】
 企業のビジネス/CSRに直結しにくい為、連携が困難？
 ➡ 限られた数の企業・団体と質の高い連携実現に注力

【想定課題】
 一般的に精神障害関連の情報量が少ない？
【想定課題】
 精神障害者との接点の多い人は限定的？(関心・理解が低い？)
 ➡ まず認知訴求に注力(関心喚起する工夫)

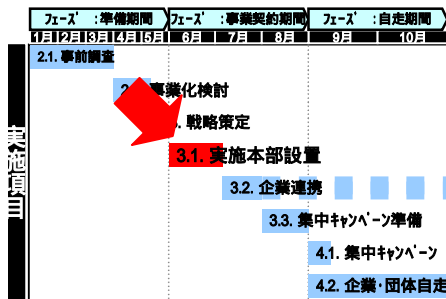
3. フェーズ : 事業契約期間



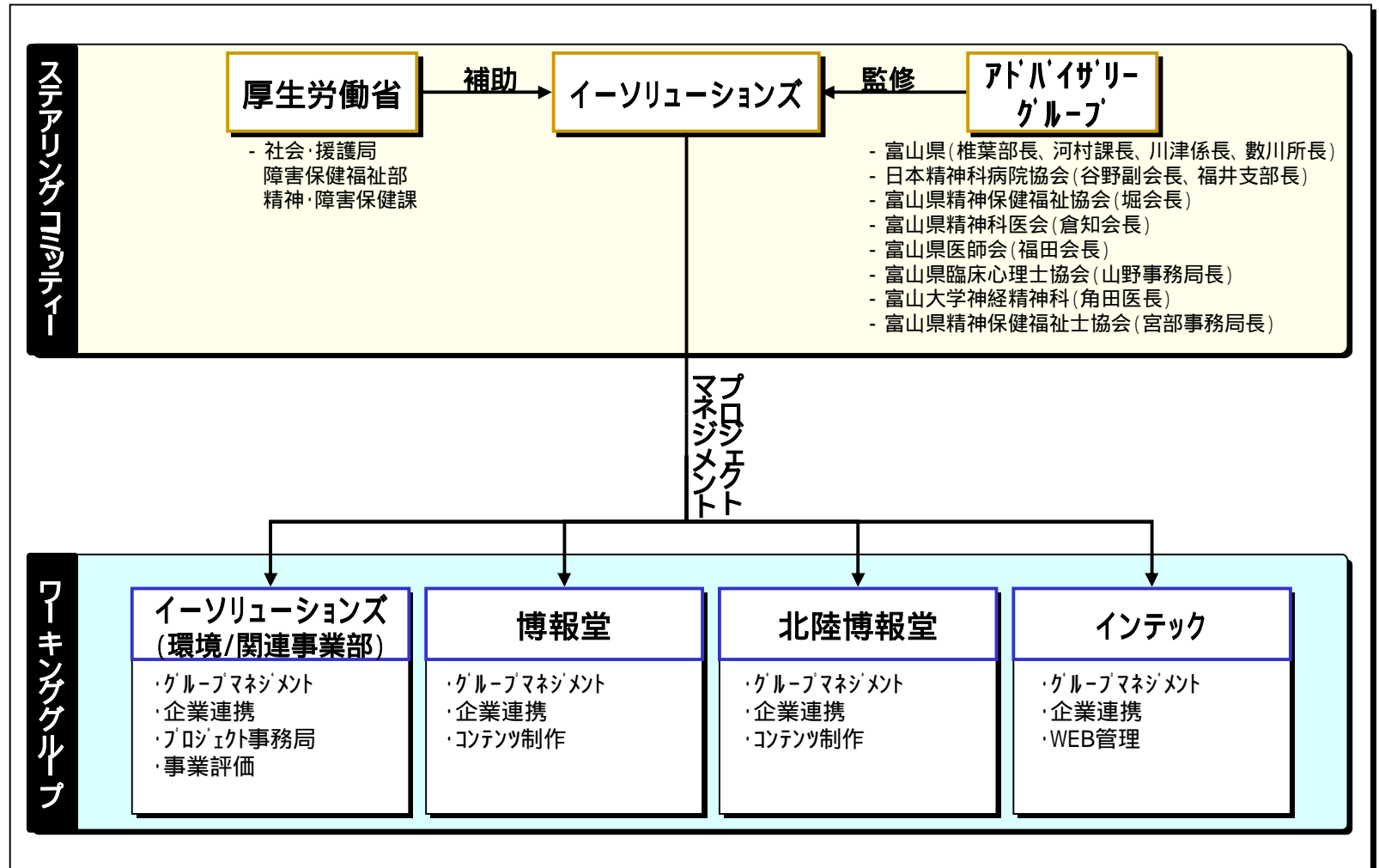
3.1.1. 実施本部設置：体制図

フェーズIで策定された基本戦略に基づいた計画立案、事業展開を図る為、関連企業や団体との密な連携を基にした、「富山うつプロジェクト」実施体制を構築した。

図表3.1.1. 実施本部設置：体制図



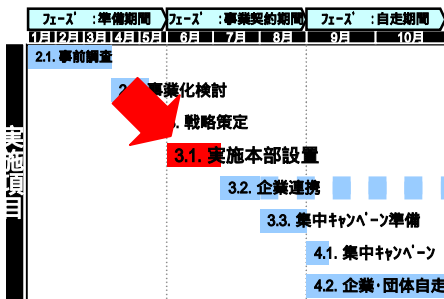
基本戦略に沿った事業展開を実現する実施体制を構築した。



3.1.2. 実施本部設置：工程表

実施本部を中心とし効果的に事業を運営していく為に、各フェーズにおいて必要な行動の詳細(担当者やタイミングなど)を明確に把握できる工程表を作成・運用した。

図表3.1.2. 実施本部設置：工程表



一部抜粋

Ver. 07/07/11

実行計画に則る為の
工程表を作成し、徹底的に運用した。

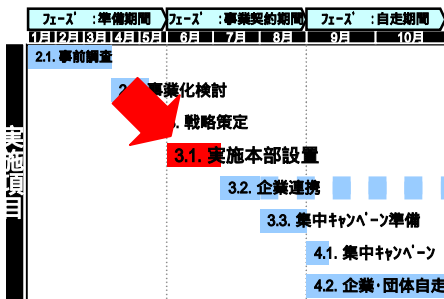
原:厚労省労働省、es-イノベーション、H:情報室、主担当: 副担当

プロジェクトフェーズ				Phase1. 自主的な準備期間												Phase2. 事業契約期間																							
施策				1月		2月		3月		4月		5月				6月				7月				8月				9月											
作業項目				担当	厚	es	H	上旬	下旬	上旬	下旬	上旬	下旬	上旬	下旬	7 - 11	14 - 18	21 - 25	28 -	1 - 4	8 - 11	15 - 18	22 - 25	29 -	2 - 6	9 - 13	16 - 20	23 - 27	30 -	3 - 6	10 - 13	17 - 20	24 - 27	31	上旬	下旬			
事業提案	厚労省 国民運動に向けた提案																																						
	「チーム・マイナス5%」事例概要説明資料作成																																						
	「チーム・マイナス5%」事例概要説明																																						
	特定局からのヒアリング																																						
	特定局向け提案資料説明																																						
	特定局向け提案実施																																						
	説明資料作成																																						
	コソバ申請																																						
	その他関係者への説明																																						
	プロジェクト準備	全体計画管理																																					
全体戦略																																							
全体実行計画																																							
費用配分																																							
企業・団体連携準備	全体管理体制構築																																						
	企業・団体連携準備																																						
	連携依頼資料作成																																						
	想定連携先への協力依頼																																						
広報PR-タレント	啓発ツール作成																																						
	バリエーション演出準備																																						
プロジェクトマネジメント	広報PR-タレント																																						
	対応																																						
プロジェクトマネジメント	プロジェクトマネジメント																																						
	進捗管理/施策管理/工数管理/予算管理																																						

3.1.3. 実施本部設置：進捗管理表

様々なタスクが同時並行で動く状況の中、各タスクの進捗状況を随時確認する事で、適切な軌道修正などを実施した。

図表3.1.3. 実施本部設置：進捗管理表



各施策の進捗状況を随時管理し、適切な軌道修正を実現した。

2.5. 富山うつプロジェクト 進捗管理表

A:完了
 B:対応中(事務局以外連携先作業中)
 C:対応中(es以外事務局作業中)
 D:対応中(es作業中)
 E:未対応(検討中)

厚:厚生労働省
 I:インテック
 H:博報堂
 HT:北陸博報堂富山支社
 es:イースソリューションズ

:主担当
 :サポート

:本日までのネクストアクション
 :3日後までのネクストアクション
 :完了済みネクストアクション

赤字は要確認

タスク	進捗	実施/確定日	意思決定日	担当(事務局)			記入日	担当者	ステータス	内容	ネクストアクション		
				厚	I	H/HT/es					期限	担当者	内容
1. 事務局													
1.1. キャンペーン事務局													
1.1.1. キャンペーン事務局													
設置場所の確定	D	キャンペーン初日											
							8/3	河内(es)	園部 (HT)	北陸博報堂富山支社にて設置予定 北陸博報堂富山支社では対応が難しい事が判明、es内での対応について検討	8/23	河内(es)	各関係者との討議を実施、方向性について確認
							8/27	中村(es)		es内に設置決定、社内での調整実施予定	8/29	鐘(es)	事務局対応マニュアルの完成。(河内さんチェック待ち)
							8/29	河内(es)		社内での事務局設置の件を周知し、管理部中心にマニュアル共有。			
担当者の確定、配置	A						7/30	河内(es)	園部 (HT)	北陸博報堂富山支社にて調整中 設置確定	7/30	河内(es)	園部 (H) ヘステータス確認
							8/3	河内(es)		北陸博報堂富山支社では対応が難しい事が判明、es内での対応について検討	8/23	河内(es)	各関係者との討議を実施、方向性について確認
							8/27	中村(es)		基本的に、esの河内、中村、鐘が期間中の対応を実施			
電話番号確保	A						7/30	河内(es)	園部 (HT)	北陸博報堂富山支社にて対応、但し、FAXはなし 設置確定	7/30	河内(es)	園部 (H) ヘステータス確認
							8/3	河内(es)		北陸博報堂富山支社では対応が難しい事が判明した為、設置場所の確定にあわせ、電話番号を確保する	8/15	河内(es)	各関係者との討議を実施、方向性について確認
							8/16	永田(H) 中村(es)		WEBに電話番号を掲出する為、23日までに番号を確定する必要がある	8/23	河内(es)	番号を確定の上、関係者へ周知
e-メールアドレスの設置	A						8/2	河内(es)		e-メールアドレスの設置は、今回は見合わせる事が確定	7/30	河内(es)	北陸博報堂富山支社にて対応可能かを確認。ドメイン取得と関連する為、インテックとの調整が必要となる可能性あり

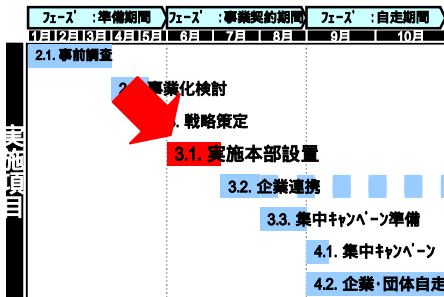
一部抜粋

Ver. 07/08/31

3.1.4.1. 実施本部設置：会議実績(H19年1月～10月)

本事業の準備/実行にあたり、1月から10月までの期間中に、厚生労働省向け会議(11回)、定例会議(6回)、各施策の分科会(113回)の3種類、計130回の会議を行なった。

図表3.1.4.1. 実施本部設置：会議実績(H19年1月～10月)

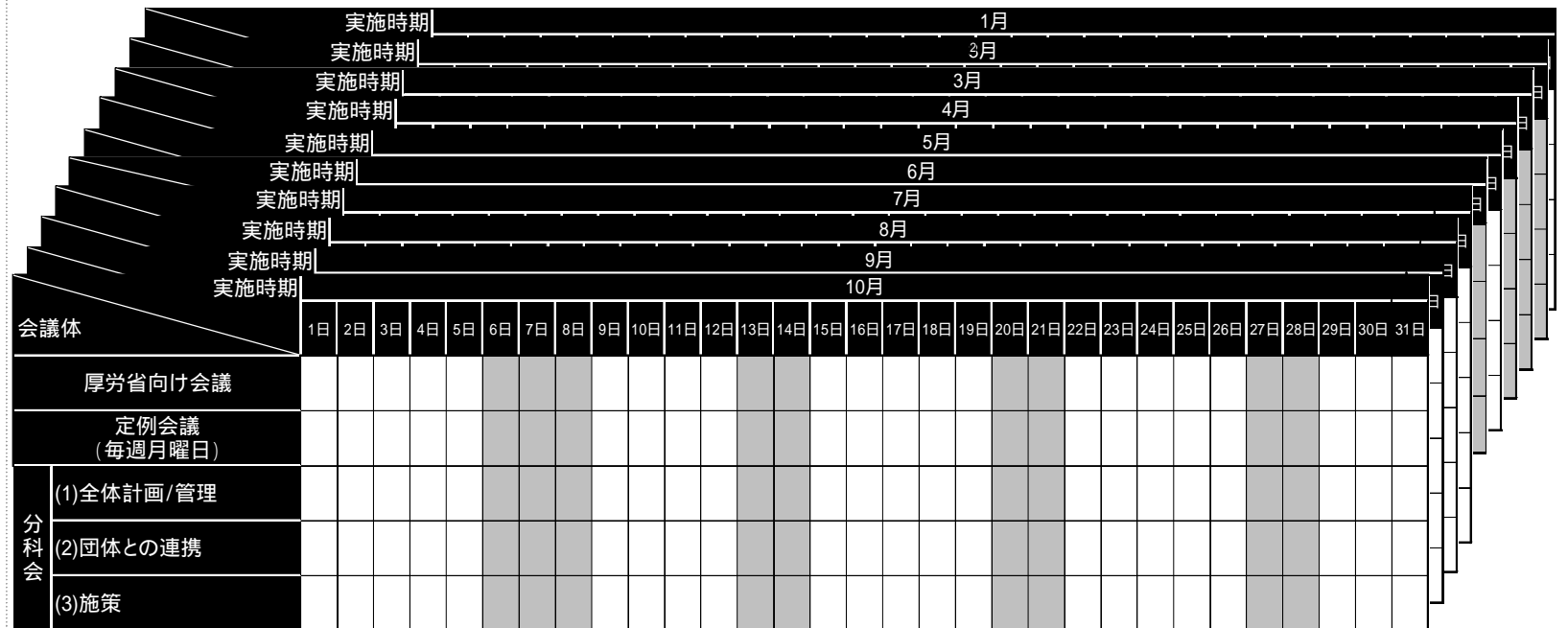


* 把握できる範囲で記載

会議開催数内訳

- 1月： 1 回
- 2月： 1 回
- 3月： 0 回
- 4月： 7 回
- 5月： 14 回
- 6月： 23 回
- 7月： 50 回
- 8月： 13 回
- 9月： 0 回
- 10月： 21 回

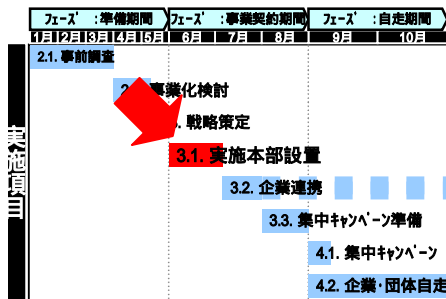
計：130 回



3.1.5. 実施本部設置：事業がイドラインの作成

事業を推進するにあたり、1. 事業予算、2. 成果物の取扱、3. 事業実施主体、の3点に関わる指針を明確にする為、事業がイドラインの作成を行った。

図表3.1.5. 実施本部設置：事業がイドラインの作成



事業を推進する為の指針を明確にするがイドラインを作成した。

事業がイドライン(一部)

「富山地区における精神疾患への理解促進に向けての啓発事業」ガイドライン

本書は、厚生労働省が唱える「入院医療中心から地域生活中心へ」という、国民各層の意識の変革を実現する目的、精神疾患に関する正しい知識の普及啓発を、富山県にてモデルケースとして実施するものである。本書は、本事業における 1. 事業予算、2. 成果物の取扱、3. 事業実施主体の 3 点に関わる指針を記すものである。

1. 事業予算について

【基本方針】

1,200 万円の予算を最大限に有効活用する為、

- (1) 事業を円滑、且つ効率的に推進する為のプロジェクト体制の構築
- (2) 適切な業務委託先の活用
- (3) 企業連携の有効活用

を前提条件とした、予算利用を実施

1.1. 人件費

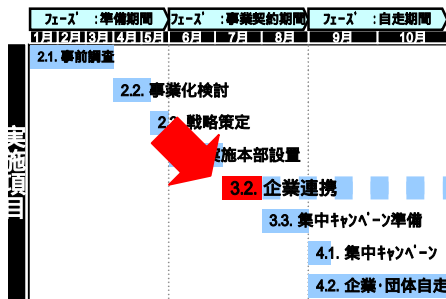
上記基本方針 (1) 事業を円滑、且つ効率的に推進する為のプロジェクト体制の構築) を基に、本事業では以下のプロジェクト体制を構築する。

役職	担当領域(一例)	単価(日当)
プロジェクトリーダー	<ul style="list-style-type: none"> ・プロジェクトの全体戦略立案 ・プロジェクト進捗状況の確認 施策の進捗 予算/工数の進捗 ・プロジェクトの軌道修正 適宜実施成果に基づき施策の軌道修正の実施 ・プロジェクトの成果に対する最高責任者 等 	
プロジェクトマネージャー	<ul style="list-style-type: none"> ・プロジェクトの管理体制の構築 ・プロジェクトの実行計画策定 ・プロジェクト全体の品質管理 ・プロジェクト進捗状況の管理 施策の進捗 予算/工数の進捗 ・プロジェクトのリスク管理 等 	
プロジェクトアシスタント	<ul style="list-style-type: none"> ・各種資料作成 ・情報収集 ・各種調査 ・情報分析 ・プロジェクトマネージャーサポート業務 等 	

3.2.1. 企業/団体連携：依頼書の作成

富山経済同友会、富山県医師会など、企業や団体への影響が大きな組織からの正式な後援を頂く事で、企業/団体との連携を加速させる事に成功した。

図表3.2.1. 企業/団体連携：依頼書の作成



後援申請書

平成 19 年 8 月 10 日

富山経済同友会
代表幹事 中尾哲雄 様
会員 各位

イーソリューションズ株式会社
(インテックグループ)
代表取締役社長 佐々木経世

**厚生労働省による「富山うつプロジェクト」へのご協力をお願い
～ 国民運動化を視野に入れた富山県でのモデル実施 ～**

拝啓 残暑の候、時下ますますご清栄のこととお喜び申し上げます。
さて、厚生労働省では、精神保健医療福祉の改革ビジョンに基づき、「精神疾患は生活習慣病と同じく誰もがかかりうる病気であること」を、国民に広く認知、理解させ、行動をおこさせることを目的とした普及啓発を推進しております。
その一環である「富山うつプロジェクト」は、国民運動化（全国展開）を視野にいれ、富山県を唯一のモデル地区に指定し実施されるものであり、弊社は、プロジェクトの実行支援を担当いたしております。
近年、社会問題ともなっている「うつ病」に対する認知拡大を、新聞広告及びTVCFを中心とした集中キャンペーン（9/1～9/9）を行い、さらに富山県、各団体様、富山県を代表する企業様の連携により成功させ、その実績を基に、本事業を全国に広めたいと考えております。
つきましては、可能でしたら、本プロジェクト実行にあたり、富山経済同友会様ならびに会員企業様のご協力を賜りたく、下記のとおりお願い申し上げます。
何卒、ご理解の上、ご検討くださいますようお願い申し上げます。

敬具

記

1. 富山うつプロジェクト概要：別紙をご参照願います。

2. ご協力頂きたい事項（可能な範囲での対応をご検討願います）
富山経済同友会様ならびに会員企業様における啓発活動など
例：社内でのポスター掲示、お客様、取引先への啓発パンフレットの配布など
本プロジェクトの趣旨に関連するイベントの開催/共催/出演/協力など
（既に、本事業に関連するテレビ特別番組の放映や、新聞への企業連合広告の掲載等、各種取組についてご検討頂いています）
会員企業様における社内制度の見直し
例：従業員/家族への定期的なカウンセリング実施など

以上

プロジェクト概要資料

「富山うつプロジェクト」概要

■ 事業目的
厚生労働省は、精神保健福祉に関する普及啓発を組織的・戦略的に推進しており、精神疾患は生活習慣病と同じく誰もがかかりうる病気である事を、国民が認知・理解し、行動を起すことを目的としております。本事業はこの推進事業の一環で行い、また「国民運動」化を視野にいれたモデル事業という位置づけであり、富山県は平成 19 年度の唯一のモデル地区となります。
近年、「うつ病」は、非常に大きな社会問題となっており、精神疾患全般に対して、何らかの対策が求められております。そのような中、本事業の目的は、「うつ病」に対する国民の認知拡大を、富山県をモデル事業推進地域として、県/団体/企業との連携に基づき実現するものです。（今回の事業は、環境省の「チーム・マイナス 6%」の事業運営実績を持つ、イーソリューションズと博報堂が中心となり、厚生労働省の補助事業として進めていきます。）

啓発事業の展開

認知 → 理解 → 行動
(今回モデル事業範囲)
今回はあくまでも「うつ病」の正しい認知訴求に注力

■ 事業実施時期
・ 厚生労働省による発表（8/31）
・ 集中キャンペーン（9/1～9/9）
・ 企業/団体による取組：継続的に自主的な取組を展開（9/1～）

■ 事業内容（一部変更の可能性あります）
・ 集中キャンペーン
新聞広告（実施調整中）北日本新聞、読売新聞、富山新聞
TVCF（実施調整中）北日本放送、チューリップテレビ、富山テレビ放送
WEB サイト公開
想定コンテンツ：本事業のキャンペーン詳細情報、その他「うつ」関連イベントの紹介、医療機関・企業・その他団体とのリンク等

・ 事務局の設置
キャンペーン事務局、電話相談窓口

・ 企業/団体との連携（可能な範囲での対応をご検討願います）
富山経済同友会様ならびに会員企業様における啓発活動など
例：社内でのポスター掲示、お客様、取引先への啓発パンフレットの配布など
本プロジェクトの趣旨に関連するイベントの開催/共催/出演/協力など
（既に、本事業に関連するテレビ特別番組の放映や、新聞への企業連合広告の掲載等、各種取組についてご検討頂いています）
会員企業様における社内制度の見直し
例：従業員/家族への定期的なカウンセリング実施など
ご賛同頂ける場合、下記までご連絡くださいますようお願い申し上げます。

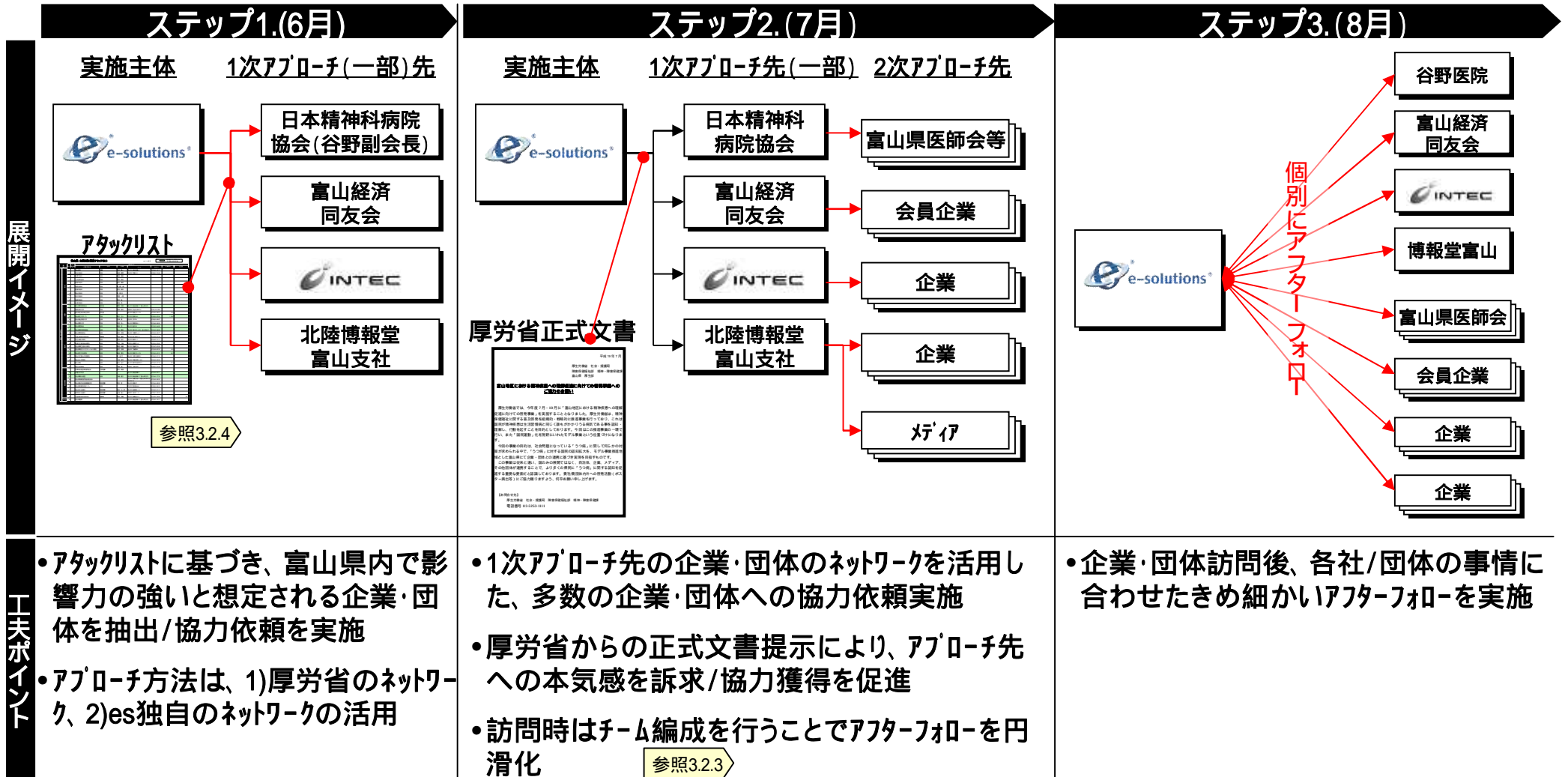
担当者：河内大輔（イーソリューションズ株式会社）
連絡先：kochi-daisuke@e-solutions.co.jp
03-5733-5033

企業/団体への後援/
賛同を依頼した。

3.2.2. 企業/団体連携:工夫(1/2)

企業・団体連携では、富山経済同友会やインテック等のネットワークを活用する事で、短期間で多数の企業・団体との連携を実現した。また、訪問後のアフターフォローにも注力する事で信頼を獲得した。

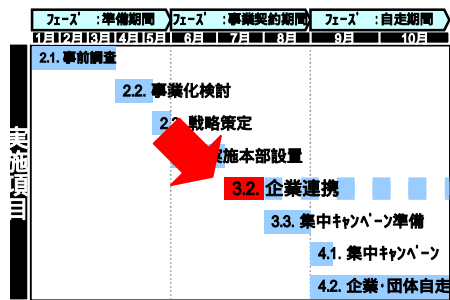
図表3.2.2. 企業/団体連携:工夫(1/2)



3.2.3. 企業/団体連携:工夫(2/2)

企業・団体連携の際には、限られた準備期間といった制約条件を踏まえ、インテック社、北陸博報堂富山支社とチーム編成を行い、多くの企業への訪問を実現し、結果として多数の賛同を獲得した。

図表3.2.3. 企業/団体連携:工夫(2/2)



多くの企業への訪問、
賛同獲得を実現した。

展開例					役割
	チーム A	チーム B	チーム C	チーム D	
e-solutions*					<ul style="list-style-type: none"> ・事業の説明 ・協力依頼 ・アフターフォロー(主に電話、メール)
INTEC					<ul style="list-style-type: none"> ・地元有力企業としてのネットワーク活用によるアポイント獲得/実施主体(es)の紹介
北陸博報堂 富山支社					<ul style="list-style-type: none"> ・富山県でのアフターフォロー(例)媒体の売り込み



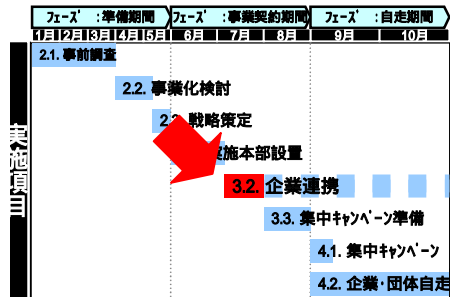
チーム編成によるメリット

- ・アポイント獲得 訪問 アフターフォローまでの実行がスムーズに行える(各自の強みを活かした役割分担)
- ・多数の企業・団体を短期間での訪問を可能にする

3.2.4. 企業/団体連携:アタクリスト

連携を依頼する企業/団体のリストを作成し、その交渉の進捗を管理することで、効率的かつ持続的な交渉が可能となった。

図表3.2.4. 企業/団体連携:アタクリスト



訪問の進捗を管理する事で、適切なアフターフォローを実現した。

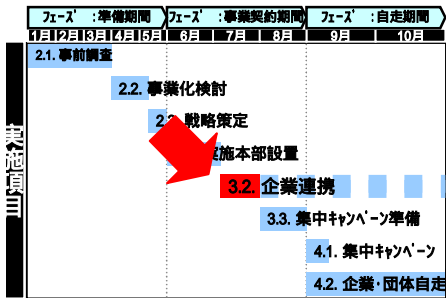
一部抜粋

業種	No.	訪問先リスト				交渉結果/現状				営業進捗状況			
		企業・団体名	進捗	訪問日	訪問先担当者/同行者	担当者	感触	訪問詳細	提出資料	期限	担当者	内容	
医療 公的機関 団体	1	富山大学	連携確定	7/20	倉知特任教授 鈴木准教授 角田先生	吉田、河内、鐘(es)	A	・本事業の成功の為の各種助言を頂いた(例:「こころの健康センター」の活用) ・倉知先生には、自殺対策予算について県の健康課へ依頼頂く	・厚労省公式文書(P) ・富山うつろプロジェクト概要(P)	-	-	-	
				7/24	(角田先生)	河内(es)	-	・博報堂広告企画案をお届けした	・博報堂広告企画案7/24版(P)	7/31	河内(es)	・広告の文言精査を実施頂き、文言をFIX	
				8/17	倉知特任教授	河内(es)	-	・富山県精神科医会、富山県臨床心理士会からの後援承認を頂いた	-	-	-	-	
	2	富山県医師会	連携確定	7/20	福田会長	吉田、鐘(es)	A	・医師会の後援事業とするため、正式な申請書提出指示あり	・厚労省公式文書(P) ・富山うつろプロジェクト概要(P) ・精神障害者普及啓発実行計画(D) ・環境省「チーム・マイナス6%」-成果と原理・原則-(D)	7/22週前半	鐘(es)	・申請書作成 提出 ・ご紹介頂いた関係者へのフォロー設定	
				7/24	福田会長	河内(es)	-	・博報堂広告企画案をお届けした	・博報堂広告企画案7/24版(P)	-	-	-	
				8/3	木戸理事	吉田、鐘(es)	A	・9月に認知症についての講演を行なう等、ロイアウトについて前向きにご検討頂ける事となった	・厚労省公式文書(P) ・富山うつろプロジェクト概要(P)	8月末	鐘(es)	・ロイアウト/キャッチフレーズ等、WEB公開前のご送付	
	3	富山市民病院	一次訪問済	7/20	吉本部長	吉田、河内、中村、鐘(es)	B	・県の取組との兼ね合いを懸念 ・精神科医会へのアプローチをすべきとのご提案あり 富山大学の倉知教授が代表(ただし、谷野先生の意向がある可能性についても示唆)	・厚労省公式文書(P) ・富山うつろプロジェクト概要(P)	8月末	河内(es)	・敷居が低い取組を、継続的に提案	
				7/20	黒澤所長 大上戸課長	吉田、河内、中村、鐘(es)	B	・県の健康課からのアプローチを希望	・厚労省公式文書(P) ・富山うつろプロジェクト概要(P)	8月末	河内(es)	・敷居が低い取組を、継続的に提案	
	業界 団体	10	富山経済同友会	連携確定	6/13	中尾会長	佐々木(es)	A	・賛同獲得	・精神障害者普及啓発実行計画INTEC向け	7/3	河内(es)	・同友会担当者に対するアプローチ実施
					7/3	田村事務局 長	榎井(O), 園部、開上 (HT) 河内、中村、鐘(es)	A	・趣旨にはご賛同頂き、会員企業への呼びかけ頂ける	・富山地区における精神障害者への理解促進に向けての啓発事業→トラフト	8/10	河内(es)	・8/10に会員企業への正式な通達をご送付頂くので、そのフォロー実施

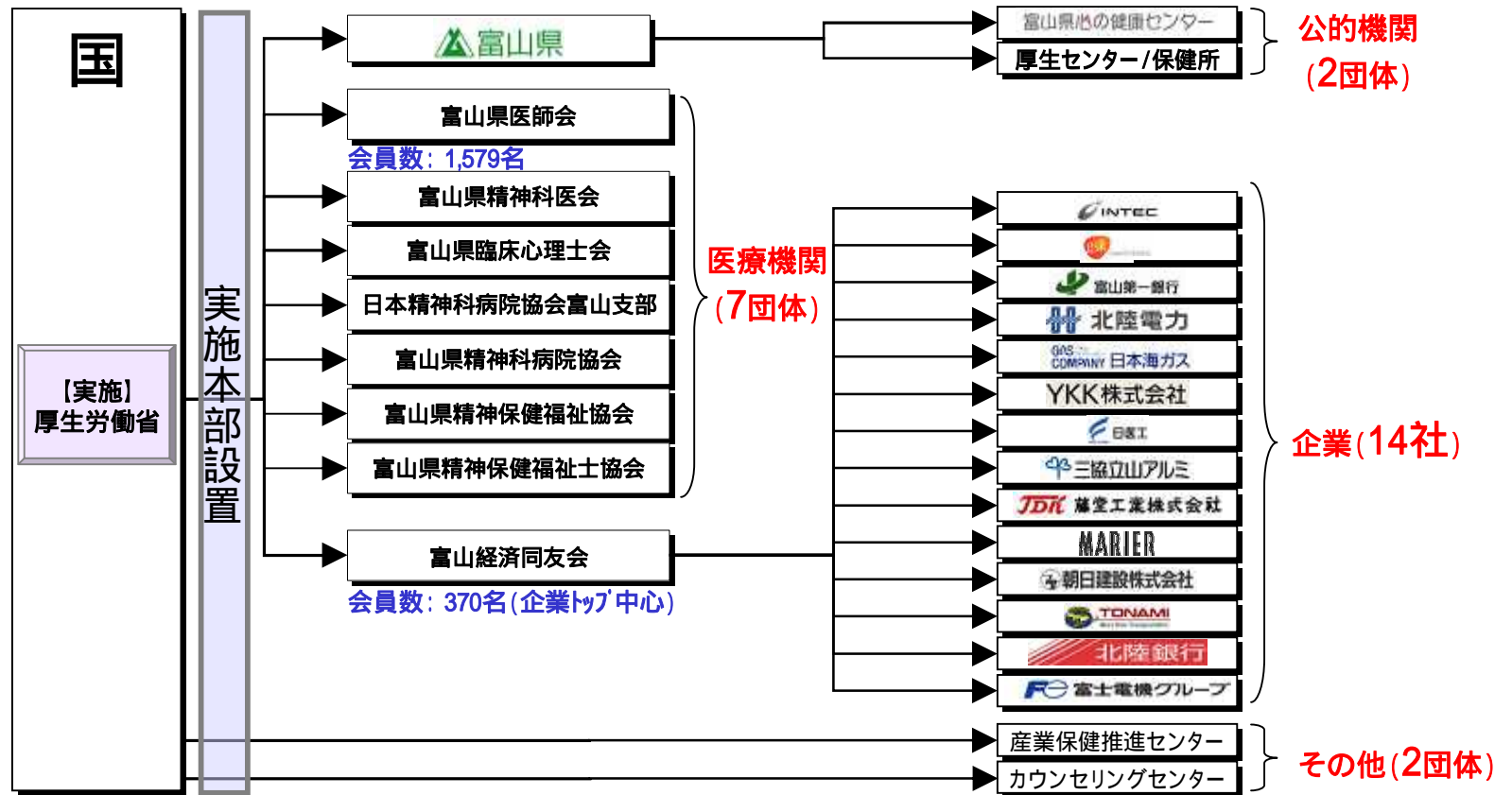
3.2.5. 企業/団体連携：ネットワーク確立

また、非常に短い事業準備期間ではあったが、富山県、医療機関/団体、企業の理解を得る事に成功し、官民連携で「うつ」に取り組む足がかりを作る事が出来たといえる。

図表3.2.5. 企業/団体連携：ネットワーク確立



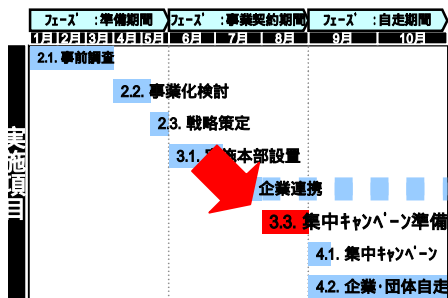
官/民に関わらず、多くの企業/団体とのネットワーク確立を実現した。



3.3. 集中キャンペーン準備：プレスリリースの作成

また、本事業の正式な発表として、厚生労働省記者団に向けたプレスリリース原案を作成、及び厚生労働省の確認を頂いた後に、記者クラブを通して情報露出を行った。

図表3.3. 集中キャンペーン準備：プレスリリースの作成



プレスリリース案を作成し、厚生労働省様より展開頂いた。

プレスリリース原案(一部)

平成 19 年 8 月 31 日

実施主体
 イーソリューションズ株式会社
 環境関連事業部 河内大輔
 電話 03-5733-5033 (代表)
 厚生労働省問い合わせ先
 厚生労働省 社会・援護局
 障害保健福祉部 精神・障害保健課
 電話 03-5253-1111 (代表)

「富山うつプロジェクト」(平成 19 年度厚生労働省補助事業) 実施について
 ～ 国民運動化を視野に入れた富山県でのモデル実施 ～

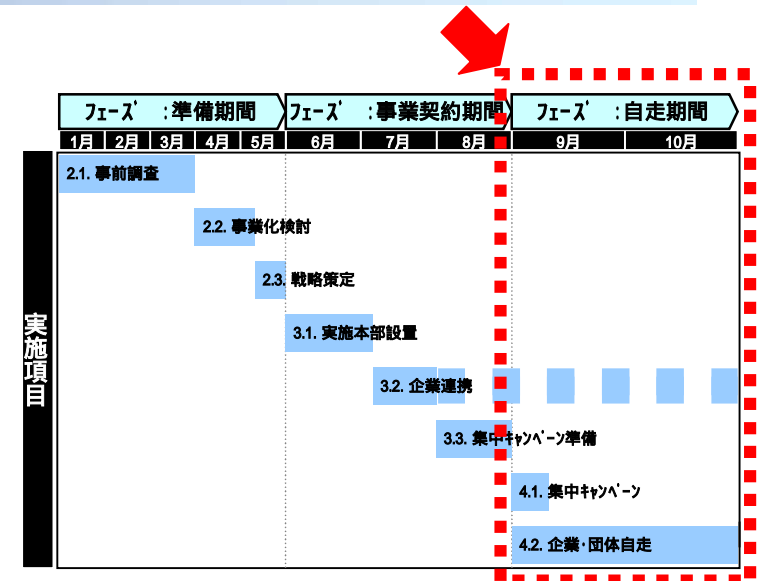
■ 事業目的
 近年、「うつ」は、非常に大きな社会問題となっており、精神疾患全般に対して、何らかの対策が求められております。そのような中、本事業の目的は、TVCF や新聞広告を中心とした集中キャンペーンや、富山県内の各種企業/団体との連携を図るなどにより、富山県民へ、「うつ」に対する正しい情報を、等しく満遍なく広げようという試みです。また、本事業は「国民運動」化を視野にいれたモデル事業という位置づけであり、富山県は平成 19 年度の唯一のモデル地区となります

「富山うつプロジェクト」の特徴
 「富山うつプロジェクト」の実施意義について、富山県庁から深い賛同、及び事業への積極的なご協力を頂いております。他にも、富山県医師会、富山経済同友会等、多岐に渡る業界団体、企業の方々からのご賛同を頂戴しており、本事業の成功につながる大きな要素と考えています。また、本事業は、環境省の「チーム・マイナス 6%」の事業運営実績を持つイーソリューションズ株式会社を中心となって進めており、「チーム・マイナス 6%」国民運動で培ったノウハウやスキームを存分に応用しております。

■ 事業概要
 本事業では、全ての富山県民に等しく「うつ」に関する普及啓発を行うにあたり、以下の内容に注力致します。

- 集中キャンペーン (9/1～9/9)
 - 新聞広告 (9/2)
 - 北日本新聞、読売新聞、富山新聞
 - TVCF (9/1～9/9)
 - 北日本放送 (69 回放送予定)
 - チューリップテレビ (66 回放送予定)
 - 富山テレビ放送 (41 回放送予定)
- WEB (8/31～12/28)
 - URL: toyama-utsu.com

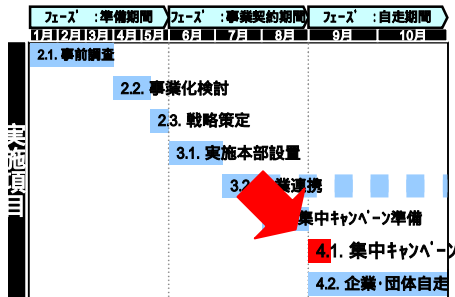
4. フェーズ : 自走期間



4.1.1. 集中キャンペーン:TVCF

TVCFでは8種類のCFを制作し、富山主要3局 において、9/1～9/9の9日間で計176回の放映を行った。

図表4.1.1. 集中キャンペーン:TVCF



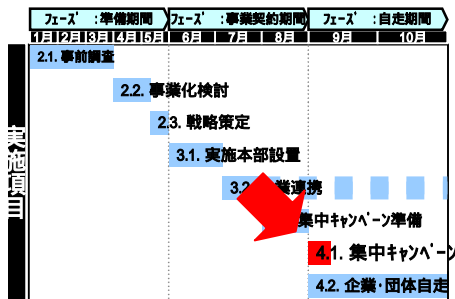
- 富山主要3局
- ・北日本放送
 - ・富山テレビ
 - ・チューリップテレビ



4.1.2. 集中キャンペーン:新聞広告

新聞広告では、9/2に富山の主要3紙 で1面(15段)広告を行い、特に北日本新聞では企業連合広告を実施する事が出来た。

図表4.1.2. 集中キャンペーン:新聞広告



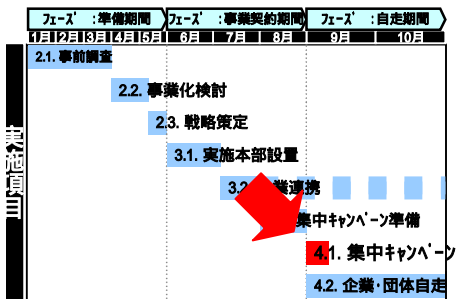
- 富山主要3紙
- ・北日本新聞
 - ・読売新聞
 - ・富山新聞



4.1.3. 集中キャンペーン:WEB

インターネット・メディアにおいては、集中キャンペーンのスタートと共に8/31から公式ウェブページを公開し、9/30までに約4千人が訪問した。

図表4.1.3. 集中キャンペーン:WEB



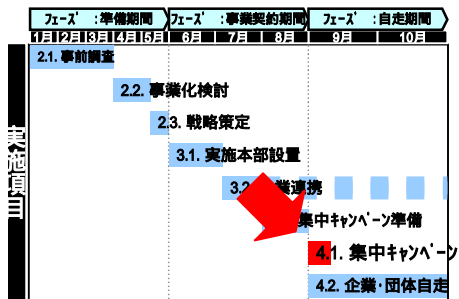
訪問者数(8/31~9/30):
4,258人(137人/日)

公式ウェブページ - トップページ

4.1.4. 集中キャンペーン: 運営事務局/相談窓口設置

ウェブページ上に運営事務局を設置すると共に、ウェブページの内容では網羅できなかった情報提供や訪問者の悩み相談を行う為、相談窓口を設置した。

図表4.1.4. 集中キャンペーン: 運営事務局/相談窓口設置



運営事務局設置



相談窓口設置

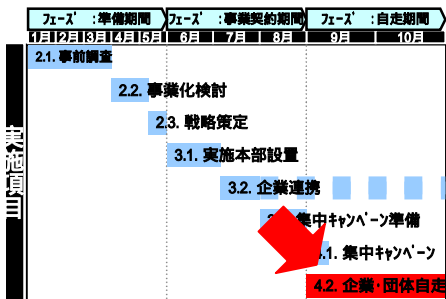


事務局問い合わせ件数
(8/31 ~ 9/30): 21件

4.2.1. 企業・団体自走取組：認知啓発

企業・団体の自走取組においては、ポスター(1,000部)及びパンフレット(1,700部)を制作し、ご賛同頂いた企業に配布し、啓発ツールとして活用頂いた。

図表4.2.1. 企業・団体自走取組：認知啓発



配布先企業・団体(順不同)

- ・株式会社インテック
- ・ホールディングス
- ・日医工株式会社
- ・日本海ガス株式会社
- ・三協立山アルミ株式会社
- ・富山経済同友会
- ・北陸博報堂 富山支社



4.2.2. 企業・団体自走取組：行動啓発(北陸電力様の事例)

企業からの賛同獲得以外に、各企業に対して「うつ」に対する取組をお願いしたところ、北陸電力様においては、社内報(10月号)での「うつ」に関する特集記事掲載などの取組を実施した。

図表4.2.2. 企業・団体自走取組：行動啓発(北陸電力様の事例)

北陸電力様
社内報(10月号)

「うつ」の被害者10パターン

- ① 全ての業務に集中できなくなる(文字通り)
- ② 完全な疲労感(文字通り)
- ③ 失敗を恐るようになる(文字通り)
- ④ このため、周囲(上司・部下)に迷惑をかけるようになる
- ⑤ 高いストレスを感じるようになる
- ⑥ 拡大解釈と過小評価
- ⑦ 自分の欠点を責めたり、他人を責めたりするようになる
- ⑧ 周囲の言葉や態度に敏感になる
- ⑨ 周囲の言葉や態度に敏感になる
- ⑩ 周囲の言葉や態度に敏感になる

富山うつプロジェクト

近年非常に大きな社会問題となっている「うつ」に対する県民の正しい認知を、県・企業・団体との連携に基づき推進するため「富山うつプロジェクト」がスタートしました。当社はプロフェッショナルパートナーとして、賛同しています。

これは、厚生労働省が行っている、精神保健福祉法に関する普及啓発を基盤的に、継続的に推進している事業の一環であり、「うつ」は病気と捉えられがちであるが、うつ病であることも訴求します。

この「富山うつプロジェクト」は、「民間活動」をも特徴とした取り組みです。富山県は平成19年度唯一の女子力地区になっています。富山県がこの事業をおこなうことで、富山県民のうつ病を減らすことにつながります。平成20年度以降、本事業を全国展開していくことになっています。

「うつ」について詳しく知りたい方、イベント等については、<http://ujyproject.tohoku.com/> で検索しています。

うつ病の症状

うつ病は、気分が落ち込み、やる気が出なくなり、集中力が低下し、疲れやすくなるなどの症状が特徴です。また、食欲不振や体重減少、睡眠障害なども見られます。

うつ病の原因は、遺伝的要因、環境要因、心理的要因などが複合的に作用していると考えられています。

うつ病の治療には、薬物療法と心理療法の併用が効果的です。また、周囲のサポートも重要です。

「うつ」について考える

「うつ」は、単なる疲れやストレスの蓄積によるものではありません。それは、心身のバランスが崩れ、脳の働きが正常に保てられなくなっている状態です。

「うつ」は、誰でもなる可能性があります。特に、ストレスに敏感な人や、過去のトラウマを抱えている人は、なりやすいです。

「うつ」を予防するためには、ストレスを適切に管理し、十分な休息と運動を取り入れることが大切です。

「ひとりで悩まず 早めの相談を！」

地域	電話番号
富山	TEL 077-3355 / FAX 077-3354 / TEL 077-3366 / TEL 077-3368
石川	富山(021-2350) / 富山(021-2351) / 富山(021-2357)
福井	福井(031-2380) / 福井(031-2381) / 福井(031-2384)

富山労働健康センターは、私たちがサポートしています。お気軽にご相談ください。

TEL 077-3366

「うつ」について考える

「うつ」は、単なる疲れやストレスの蓄積によるものではありません。それは、心身のバランスが崩れ、脳の働きが正常に保てられなくなっている状態です。

「うつ」は、誰でもなる可能性があります。特に、ストレスに敏感な人や、過去のトラウマを抱えている人は、なりやすいです。

「うつ」を予防するためには、ストレスを適切に管理し、十分な休息と運動を取り入れることが大切です。

4.2.2. 企業・団体自走取組：行動啓発(日本海ガス様の事例)

日本海ガス様では、「富山うつプロジェクト」のポスターを社員が集合する部屋(休憩所、食堂)に掲示する事で、従業員の認知度向上を図った。

図表4.2.2. 企業・団体自走取組：行動啓発(日本海ガス様の事例)



4.2.2. 企業・団体自走取組：行動啓発(朝日建設様の事例)

朝日建設様においても、「富山うつプロジェクト」のポスターをフロア間の会談掲示板に掲示する事で、自社員及び来客者への認知度向上を図った。

図表4.2.2. 企業・団体自走取組：行動啓発(朝日建設様の事例)



4.2.2. 企業・団体自走取組：行動啓発（三協立山アルミ様の事例）

また、三協立山アルミ様においては、社内ポータルサイト上に「富山うつプロジェクト」ホームページへのリンクを掲出する他、来客応接等の施設でのポスター掲出など、幅広い認知訴求の為の取組を実施している。

図表4.2.2. 企業・団体自走取組：行動啓発（三協立山アルミ様の事例）

■「富山うつプロジェクト」からの冊子『こころのくすり箱』社内便配にて送付します。

■冊子『こころのくすり箱』の配布先は以下の通りです。

- ・支店・営業所（支店より各営業部・営業所に配布をお願い致します。）
- ・販社
- ・本社
- ・工場

■「こころのくすり箱」はホームページでもご覧になれます。

【従業員の皆さんへのPR】



平成19年全国労働衛生週間を迎えて.doc



4.2.2. 企業・団体自走取組：行動啓発(日医工様の事例)

日医工様では、食堂をはじめとした従業員が休憩を取る場所を中心に、富山県内の6事業所にポスターを掲出する事で、従業員の認知度向上を図った。

図表4.2.2. 企業・団体自走取組：行動啓発(日医工様の事例)



4.2.3.企業・団体自走取組：賛同意欲サマリ(現状把握している範囲で記載)

業種	No.	企業・団体名	出席者役職	出席者	訪問日	es出席者	訪問詳細	
							感触	頂戴したコメント
企業	通信	1	 INTEC	総務部部长 北陸業務部部长	碓井氏 今井氏	10/19	佐々木 河内	<ul style="list-style-type: none"> - 継続した取組は非常に有意義 - 経済同友会の定例会での「うつプロジェクト」の勉強会の提案 - 社内報等による啓発活動の為、原稿のドラフトの提供希望
	金融	2	 富山第一銀行	企画営業グループ調査役	竹田氏	10/19	佐々木 河内	<ul style="list-style-type: none"> - 「うつ」対策には非常に賛同 - 社内報等による啓発活動の為、原稿のドラフトの提供希望 - プロジェクトへの積極的な協力を予定(既に予算を確保)
		3	 北陸銀行	人事企画グループ長	小谷氏	10/19	佐々木 河内	<ul style="list-style-type: none"> - 「うつ」対策については賛同 - 疾患者を対象としたこれまでの「富山うつプロジェクト」から「予防」の観点での取り組みに期待
	運輸	4	 TONAMI More than Transportation	情報システム事業部長 人事部長	石丸氏 永原氏	10/18	佐々木 江口	<ul style="list-style-type: none"> - 「うつ」対策には賛同 - 業務の特性上、過重労働に陥りやすく、過労との相関関係から、積極的にメンタルヘルスについて考える事が必要
	建設	5	 朝日建設株式会社	代表取締役社長	林氏	10/19	佐々木 河内	<ul style="list-style-type: none"> - 「うつ」対策、及び「富山うつプロジェクト」への強い賛同意思 - 協力できる事は必ずあるはずであり、取組内容について検討
	電気・ガス	6	 北陸電力	メディア制作チーム 総括課長 メディア制作チーム 課長代理	橋向氏 大波加氏	10/18	佐々木 江口	<ul style="list-style-type: none"> - 「うつ」対策自体、意義があり重要 - 社内報の制作など出来得る範囲で積極的な取組を実施
		7	 GAS COMPANY 日本海ガス	取締役社長	新田氏	10/19	佐々木 河内	<ul style="list-style-type: none"> - 「うつ」を大きな問題として認知する事が非常に重要 - 「デイサービス」のような富山県発の事業としての展開を希望
	製造業	8	 三陸立山ホールディングスグループ	広報・IR室部長 人事部部長 人事部グループ長	竹田氏 赤沢氏 山本氏	10/18	佐々木 江口	<ul style="list-style-type: none"> - 「うつ」対策には賛同 - 広告やポスターの掲出等、可能な範囲での協力を展開 - 欠勤の内訳として「うつ」が増加傾向の為、企業として対策が必要
		9	 日医工	社長室長 社長室リーダー	河上氏 北尾氏	10/18	佐々木 江口	<ul style="list-style-type: none"> - 「富山うつプロジェクト」の継続意義 - 大きな企業でも、対策が必要な問題 - 「うつ」は隠すべき事であったが、今後は前向きな取組を希望

多くの企業から、「富山うつプロジェクト」賛同/継続のご意見を頂戴した

5. 「富山うつプロジェクト」の成果

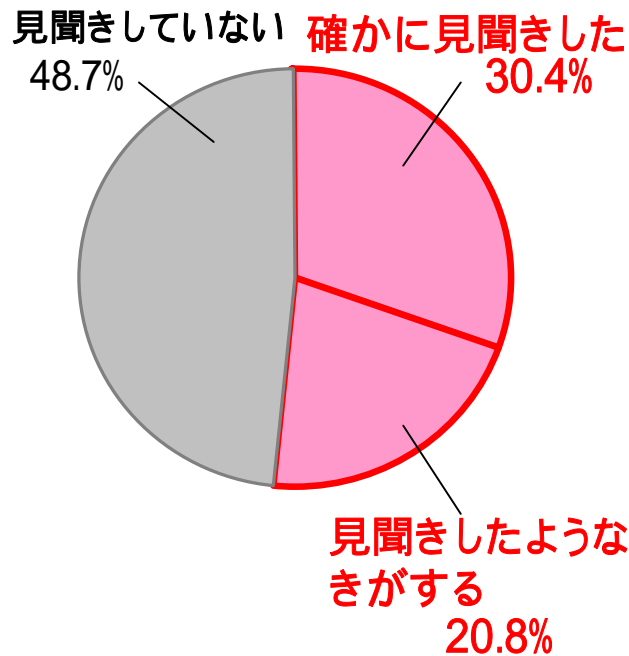
5.1.1. 成果 キャンペーン効果:アンケート調査結果サマリ

事前調査と事後調査との比較¹において、多くのイメージ項目が事後評価で上昇しており、本プロジェクトの効果を裏付ける結果となった。

図表5.1.1. 成果 キャンペーン効果:アンケート調査結果サマリ

キャンペーン認知 (n=312)

アンケート詳細



	アンケート設問	事前調査	事後調査 ²	成果
認知	「うつ」という精神障害の病気をご存知ですか？	88%	91%	+3% ↗
	特別な人がかかる病気ではない	71%	75%	+4% ↗
イメージ	誰もがかかる可能性がある病気	87%	94%	+7% ↗
	一生治らない病気ではない	63%	67%	+4% ↗
	早期治療が有効な病気	69%	70%	+1% →
	周りの人が気がつきにくい病気	67%	73%	+4% ↗
	周りの人の理解が得にくい病気	82%	84%	+2% ↗
	周りの人の理解・支援が必要な病気	90%	89%	-1% →
	患者が孤立しやすい病気	88%	93%	+5% ↗
	不幸にも自殺につながる可能性がある病気	90%	94%	+4% ↗
	社会全体で取り組むべき病気	72%	89%	+17% ↗
	自治体などの「うつ」対策は十分に行われている	2%	4%	+2% ↗
	職場などの「うつ」対策は十分に行われている	3%	4%	+1% →
	「うつ」の人とは関わりたくない感じがする	22%	23%	-1% →

51.2%が見聞きしている

キャンペーン認知により意識変革が生じたと考えられる。

1: 回答上位2項目(そう思う、ややそう思う)における比較、 2: キャンペーン認知者のみを対象とした数値

5.1.2. 成果 キャンペーン効果:TVCF

うつに対するイメージはTV広告内で表現される事により改善¹された。改善効果は表現手法により異なり、TVCF内にて文字で見せる事が、より効果的であった。また、新聞広告との相乗効果も考えられる。

図表5.1.2. 成果 キャンペーン効果:TVCF

広告表現		アンケート設問	事前調査	事後調査 ²	成果
社会編 社会編	 <p>(新聞広告にも同表現あり)</p>	<p>結果</p> <p>Q. 社会全体で取り組むべき病気</p>	72%	89%	+17% 
親子編	 <p>ナレーション: うつは、風邪と同じ。 決して特別な人がかかる、 特別な病気ではないのよ。 わたしの言葉に、父は少し安心していた。</p>	<p>結果</p> <p>Q. 誰もがかかる可能性がある病気</p> <p>Q. 特別な人がかかる病気ではない</p>	87%	94%	+7% 
			71%	75%	+4% 








TVCFで表現されたイメージは大幅向上

1: 事前調査と事後評価における回答上位2項目(そう思う、ややそう思う)の比較
2: キャンペーン認知者のみを対象とした数値

5.1.3. 成果 キャンペーン効果:新聞広告・ポスター

「うつ」に対するイメージは新聞広告及びポスター内で表現される事によっても改善¹されたと考えられる。

図表5.1.3. 成果 キャンペーン効果:新聞広告・ポスター

広告表現	アンケート設問	事前調査	事後調査 ²	成果
	Q. 不幸にも自殺につながる可能性がある病気	90%	94%	+4% 
	Q. 周りの人が気がつきにくい病気	67%	73%	+4% 
	Q. 患者が孤立しやすい病気	88%	93%	+5% 
	Q. 周りの人の理解が得にくい病気	82%	84%	+2% 
	Q. 周りの人の理解・支援が必要な病気	90%	89%	-1% 
	Q. 一生治らない病気ではない	63%	67%	+4% 
	結果			





新聞広告において伝達されたほとんどのイメージが向上

1: 事前調査と事後評価における回答上位2項目(そう思う、ややそう思う)の比較
2: キャンペーン認知者のみを対象とした数値

5.1.4. 成果 キャンペーン効果：広告表現なし

広告内で明確な表現がなされなかったイメージに関しては、顕著な向上傾向が見られなかった¹。また、自治体や職場での「うつ」対策は実施されていないという回答が95%以上を占めた。

図表5.1.4. 成果 キャンペーン効果：広告表現なし

広告表現	アンケート設問	事前調査	事後調査 ²	成果
<div style="border: 1px dashed black; padding: 20px; text-align: center;"> 広告表現なし </div>	Q. 自治体などの「うつ」対策は 十分に行われている	2%	4%	+2% 
	Q. 職場などの「うつ」対策は十分に行われている	3%	4%	+1% 
	Q. 早期治療が有効な病気	69%	70%	+1% 
	Q. 「うつ」の人とは関わりたくない感じがする	22%	23%	+1% 

- 広告に表現されなかったイメージは意識変革があまり見られず
- 「行動」に対する施策が求められると考えられる

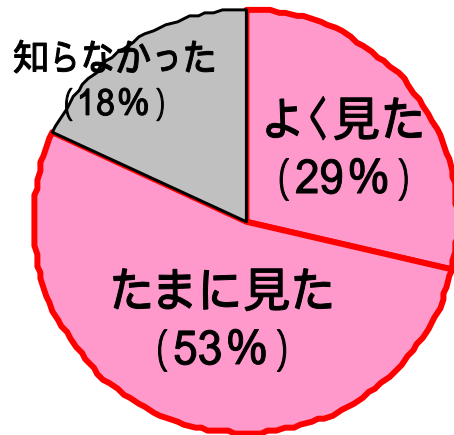
1: 事前調査と事後評価における回答上位2項目(そう思う、ややそう思う)の比較
2: キャンペーン認知者のみを対象とした数値

(参考) 医療施設におけるアンケート

また、富山大学付属病院 角田先生は医療施設の患者の方々に独自のアンケートを実施された。そこでは本キャンペーンの高い認知と継続に期待する声を多く頂いたが、「行動」にまではまだ至っていない結果も見られた。

図表. (参考) 医療施設におけるアンケート

テレビCMや新聞広告を見たか? (n=77)



Q: 「富山うつプロジェクト」は、「うつは、みんなで治す病気です」をキャッチフレーズに、新聞やテレビを使ったキャンペーンを行い、イベントを企画しておりますが、このような試みをどのように思いますか? (n=77)

良かった : 42名
 どちらでもない : 34名
 良くなかった : 1名

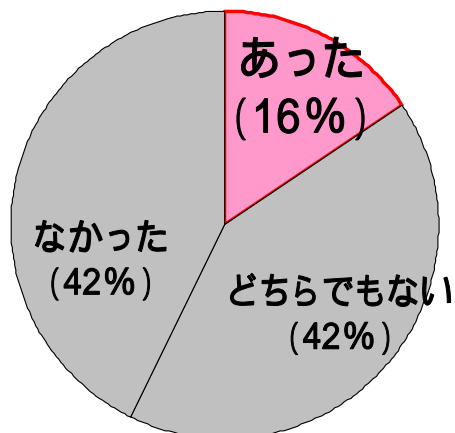
自由回答欄へのコメント: 計42名(回答率55%)

- ・企業向けに講義をして、早い段階で病院に行く体制を作るべきだと思う。
- ・良いことだと思う。1回では広まらないので何度も実施してもらいたいです。
- ・誤解や偏見の多い病気で、このような試みは今後どんどん行っていくべき。
- ・イベントにも興味を持っています。
- ・これからもっと広げていくことが大切だと思います。

⋮

(その他全てキャンペーンを支援する内容)

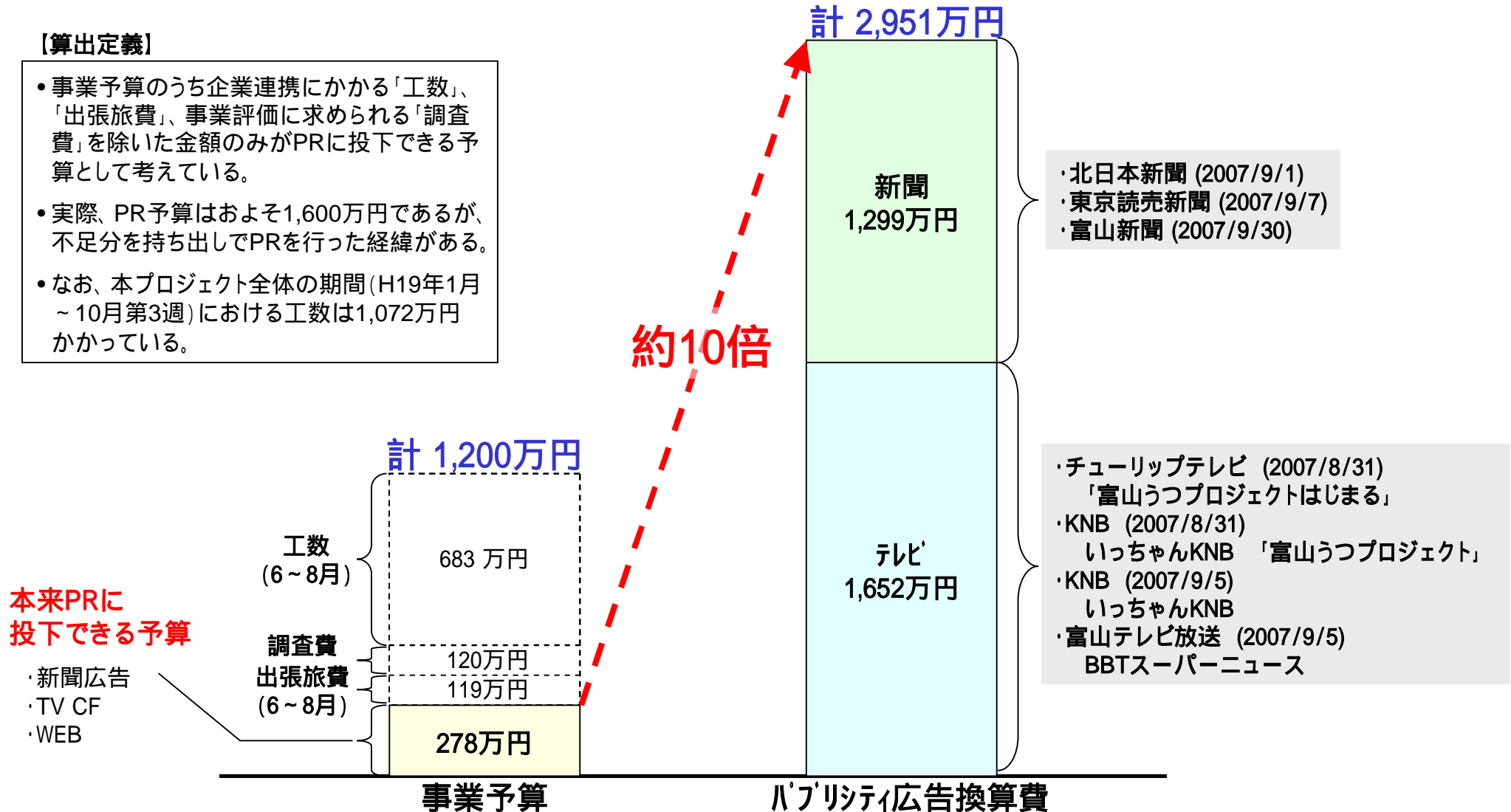
キャンペーンで周囲の対応に変化があったか? (n=77)



5.2. 成果 パブリシティ効果サマリ(2007年10月第3週現在)

パブリシティ効果は、当初の事業予算のうち、PRに投下できる予算に対し、約10倍の効果をあげている。

図表5.2. 成果 パブリシティ効果サマリ(2007年10月第3週現在)



5.3.1. パブリシティ事例：富山県での拡がり（一例）：マスメディア（1/5）

図表5.3.1. パブリシティ事例：富山県での拡がり（一例）：マスメディア（1/5）

チューリップテレビ 8月31日



5.3.1. パブリシティ事例：富山県での拡がり(一例)：マスメディア(2/5)

図表5.3.1. パブリシティ事例：富山県での拡がり(一例)：マスメディア(2/5)

いっちゃんKNB 8月31日



5.3.1. パブリシティ事例：富山県での拡がり（一例）：マスメディア(3/5)

図表5.3.1. パブリシティ事例：富山県での拡がり（一例）：マスメディア(3/5)

いっちゃんKNB 9月5日



「富山うつプロジェクト」テレビコマーシャルを番組中に放映



「うつ」の自己評価法を含めた、「うつ」特集番組の放映

5.3.1. パブリシティ事例：富山県での拡がり(一例)：マスメディア(4/5)

図表5.3.1. パブリシティ事例：富山県での拡がり(一例)：マスメディア(4/5)

富山新聞 9月30日

減らそう 自殺者数

「富山うつプロジェクト」もスタート

日、富山県が「うつ病」プロジェクトもスタート。近年大きな社会問題ともなっている「うつ病」に対して、県民が正しい知識を共有し認知できるよう、県や企業、団体と連携し、普及啓発しようというものです。本プロジェクトにおきまして、富山県は平成19年度での唯一のモデル地区となり、平成20年度以降全国展開をしていくための指針となつていきます。富山新聞社でも、自殺者数減少に寄与していけるよう、紙面キャンペーンを通じて、県民に対して啓発活動をしていきます。

うつ病にはさまざまな症状があります。

うつ病は、こころからだに次のような症状があらわれます。

こころのめんどろ

自分の気持ち

- ・ 気分が落ち込み、ゆううつな気分になる。
- ・ 好きな気持ちがなくなる。
- ・ 何の希望もなくなる。

意識の低下

- ・ これまで好きだったことへの興味や喜びがなくなる。
- ・ 気力が低下して、何をやるにもおっくうになる。
- ・ 人づきまにいやになる。
- ・ 仕事をしなくなる。
- ・ 新聞やテレビを見なくなる。
- ・ 楽しいことが面白くなくなる。

お仕り・寝る

- ・ 寝ていてイライラする。
- ・ 寝てもよく眠れない。
- ・ 過去の小さなことを思い出しては寝む。

思考力の低下

- ・ 集中力がなくなり、結果が落ちる。
- ・ 簡単な判断ができなくなる。

同じ症状が分らないために、こうした症状がうつ病の原因になっている場合は、うつ病の原因も考えられます。

からだのめんどろ

- ・ 疲れがとれない。
- ・ 朝起きるのがつらくなる。
- ・ 食欲がなくなる。
- ・ 体重が落ちる。
- ・ 頭痛やめまいが頻りに起こる。
- ・ 手足が冷たくなる。
- ・ 肩がこる。
- ・ 便秘や下痢が繰り返される。

ホルモン系

- ・ 生理不順が起きる。
- ・ 性欲が落ちる。

周囲の方に対するアドバイス

「うつ病」の症状

うつ病は、こころからだに次のような症状があらわれます。

こころのめんどろ

自分の気持ち

- ・ 気分が落ち込み、ゆううつな気分になる。
- ・ 好きな気持ちがなくなる。
- ・ 何の希望もなくなる。

意識の低下

- ・ これまで好きだったことへの興味や喜びがなくなる。
- ・ 気力が低下して、何をやるにもおっくうになる。
- ・ 人づきまにいやになる。
- ・ 仕事をしなくなる。
- ・ 新聞やテレビを見なくなる。
- ・ 楽しいことが面白くなくなる。

お仕り・寝る

- ・ 寝ていてイライラする。
- ・ 寝てもよく眠れない。
- ・ 過去の小さなことを思い出しては寝む。

思考力の低下

- ・ 集中力がなくなり、結果が落ちる。
- ・ 簡単な判断ができなくなる。

同じ症状が分らないために、こうした症状がうつ病の原因になっている場合は、うつ病の原因も考えられます。

からだのめんどろ

- ・ 疲れがとれない。
- ・ 朝起きるのがつらくなる。
- ・ 食欲がなくなる。
- ・ 体重が落ちる。
- ・ 頭痛やめまいが頻りに起こる。
- ・ 手足が冷たくなる。
- ・ 肩がこる。
- ・ 便秘や下痢が繰り返される。

ホルモン系

- ・ 生理不順が起きる。
- ・ 性欲が落ちる。

このころのくすり箱

<http://utsu.jp>

全県・富山県の自殺者数の推移

平成10年以降から6,300人前後で推移

国、自治体の責務明記

相該機関一覧

相談内容	相談機関	連絡先	時間	相談区域
心の健康についての不安や悩み	心の健康センター	076-428-1511	平日8:30~17:30	富山県内
子どものための相談窓口	子どもはつとライン	076-443-0001	月~金17:00~21:00 土・日・祭00~17:00	
教育に関する相談	富山県総合教育センター	076-444-6157 (教育相談)	月~金8:30~17:00 土・日・祭9:30~17:00	富山県内
病院や医療機関に関する事業士の悩み	富山県中小企業支援センター	076-444-5605	平日8:30~17:30	
少年のいじめに関する相談	富山中央警察署	0120-32-7867	平日8:30~17:30	富山県内

5.3.1. パブリシティ事例：富山県での拡がり（一例）：マスメディア(5/5)

図表5.3.1. パブリシティ事例：富山県での拡がり（一例）：マスメディア(5/5)

北日本新聞 (2007年9月1日)

うつへ理解深めよう

厚労省 県内で啓発モデル事業

「うつ」に対する正しい認識を啓発する「うつプロジェクト」が平成十九年度、全国に先駆け、県内で実施される。三十一日に公式ホームページが開設された。厚生労働省の補助事業の一環で、

県や県医師会、県内の協賛企業などが連携し、県民に「うつ」に対する認知活動を進める。

富山うつプロジェクトは、二十年度からの全国展開を視野に入れたモデル事業。「うつはみんな

で治す病気」をキーワードとし、県民の理解を深めることで、心の病を持つ人に手を差し伸べる社会の構築を目指す。

インテックの関連会社、イーソリューションズ（東京）が事務局を務める。ホームページ上で相談窓口を紹介するほか、新聞広告などでキャンペーンを展開する。



5.3.2. パブリシティ事例：富山県での拡がり（一例）：その他メディア(1/2)

図表5.3.2. パブリシティ事例：富山県での拡がり（一例）：その他メディア(1/2)

富山情報ナビ

富山情報ナビ
impulse
インパルス

健康・医学

おすすと
オンライン

ホームへ戻る

病気

● 県内



- 富山県感染症情報センター
富山県感染症情報センターからのお知らせや、県内上位3疾病について、各感染症の状況など掲載。
- いぎいき健康 花粉情報(中部北部)
今年のスギ花粉飛散状況・週間予報を掲載。花粉マップで飛散地域・飛散量を分かりやすく表示しています。
- 全国心臓病の子供を守る会 富山県支部(富山県心臓病の子どもを守る会)
心臓病の子どもを持つ親や、その本人、または後天性の心臓病の人たちが集まっている会です。病気のこと、病除と、色々な悩みを会員や病院のドクターと相談しあったり子ども達や会員の交流の場となっています。
- 富山うつプロジェクト
「富山うつプロジェクト」とは、近年非常に大きな社会問題となっている「うつ」に対する県民の正しい認知を、県／企及び普及啓発していくことを目指しています。厚生労働省が行っている、精神保健福祉に関する普及啓発を組織的事業の一環です。
- 社団法人日本自閉症協会富山県支部
協会内の伝達や意見交換、自閉症を取り巻く最新情報の公開を目的としています。
- われちゃんの骨髄バンク講座(富山県骨髄バンクを広める会)
われちゃんの骨髄バンク講座。富山骨髄バンクを広める会が運営しています。

● 全国情報

5.3.2. パブリシティ事例：富山県での拡がり（一例）：その他メディア(2/2)

図表5.3.2. パブリシティ事例：富山県での拡がり（一例）：その他メディア(2/2)

高岡北ロータリークラブ会報

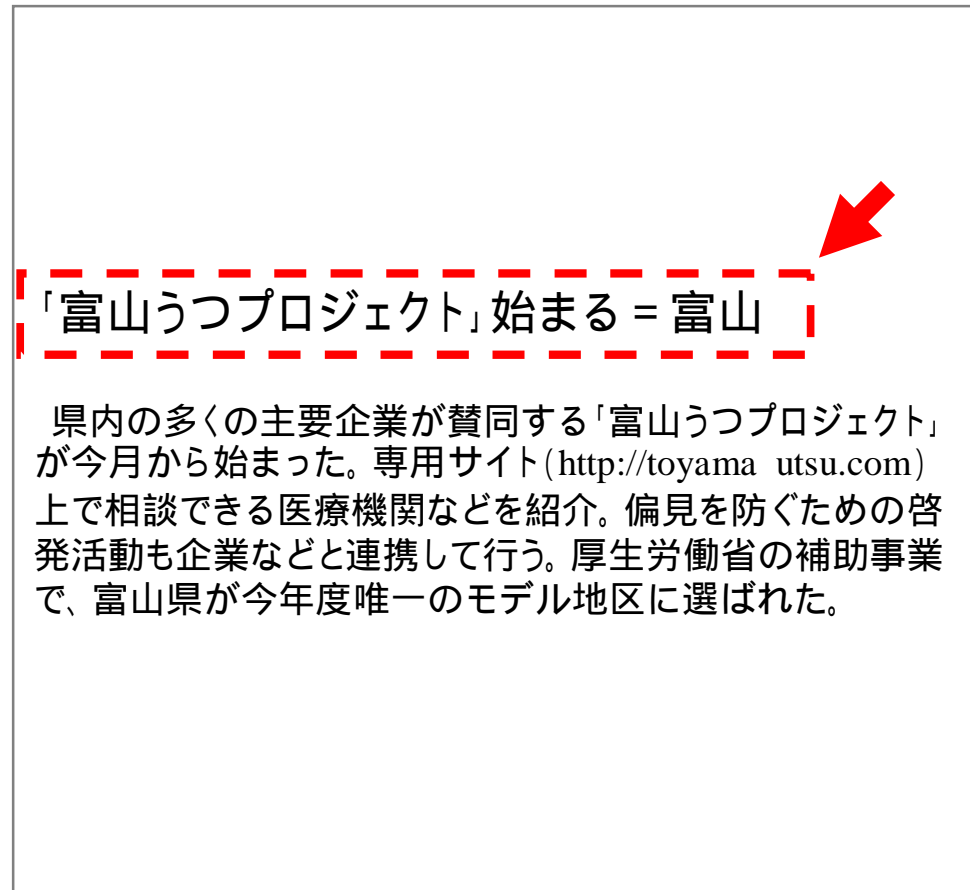
2007年～2008年度会報		Sep,10,2007 No.8	
			
<p>例会日・毎週月曜日 12:30～13:30 例会場・ホテルニューオータニ高岡</p>		<p>創立・1980年5月19日 認証・1980年6月12日 国内創立順位・1489</p>	
<p>会長 早川 勇 幹事 日下 泰 会報委員長 板坂 敏雄</p>			
<p>第1261回 例会 9月3日（月）</p>			
<p>◇点 鐘 早川会長 ◇国歌斉唱 ◇ソング "四つのテスト" ◇ビジター 高岡RC 2名</p>		<p>◇幹事報告 1) 本日例会後、9月定例理事会を行います。 2) 配布：①ガバナー月信NO.3 =表紙は当クラブのガバナー公式訪問時の写真です= ②10/15(月)職場例会の案内</p>	
<p>◇会長挨拶並びに報告 やっとな涼しくなり、過ごしやすくなりました。 9月1日(土)八尾のおわら風の盆に行ってきました。二百十日の風封じと豊作を祈り、三日三晩にわたって演奏や歌、踊りが繰り広げられる訳ですが、三味線や胡弓で奏でられる哀愁の音と優雅な舞を堪能してきました。当日12万人もの県内外の観光客で、通りは人の波でありました。新聞等によりますと、富山市内の土産屋や施設、ホテルなどが賑わって、ここ数日「おわら効果」で大盛況のようです。 さて、9月は「新世代のための月間」です。これは「青少年活動月間」の名称が変わったもので、年齢30歳までの若い人の育成を支援するためのロータリー活動をすることが求められています。ロータリークラブは「各ロータリアンは青少年の模範」(Every Rotarian an Example Youth)という標語をこの月間中にクラブ会報や広報資料に使うよう奨励されています。当クラブでも是非会報等に入れていきたいと思ひます。</p>		<p>◇委員会報告 *板坂雑誌委員長より、ロータリーの友9月号の紹介 =紙書き15頁「柳壇」に高山会員が投稿された句が掲載されています=</p> <p>◇ニコニコBOX報告 早川会長：①やっとな2ヶ月過ぎました。大変ですが皆様には更に協力願ひます。 ②八尾風の盆に行ってきました。哀愁の音と優雅な舞を堪能してきました。 藤田クラブ奉仕委員長：今日のクラブフォーラム宜しくお楽しみください。 柴田 樹君：富山うつプロジェクトが開始されました。「うつ病」への啓発を目的として企業協力のもと推し進めています。小生、末端の委員になっています。インターネット富山うつプロジェクトのホームページでアンケート回答に協力下さい。 http://toyama-utsu.com</p>	



5.3.3. パブリシティ事例：富山県外への展開（一例）：マスメディア

図表5.3.3. パブリシティ事例：富山県での拡がり（一例）：その他メディア

東京読売新聞 9月7日



「富山うつプロジェクト」始まる = 富山

県内の多くの主要企業が賛同する「富山うつプロジェクト」が今月から始まった。専用サイト(<http://toyama utsu.com>)上で相談できる医療機関などを紹介。偏見を防ぐための啓発活動も企業などと連携して行う。厚生労働省の補助事業で、富山県が今年度唯一のモデル地区に選ばれた。

5.3.4. パブリシティ事例：富山県外への展開(一例)：その他メディア

図表5.3.4. パブリシティ事例：富山県外への展開(一例)：その他メディア

ブログ



ブログ



ブログ



ホームページ



SNS



5.4. 「富山うつプロジェクト」成果サマリ

事業実施前に設定した評価項目に照らし、本プロジェクトの振り返りを行う。

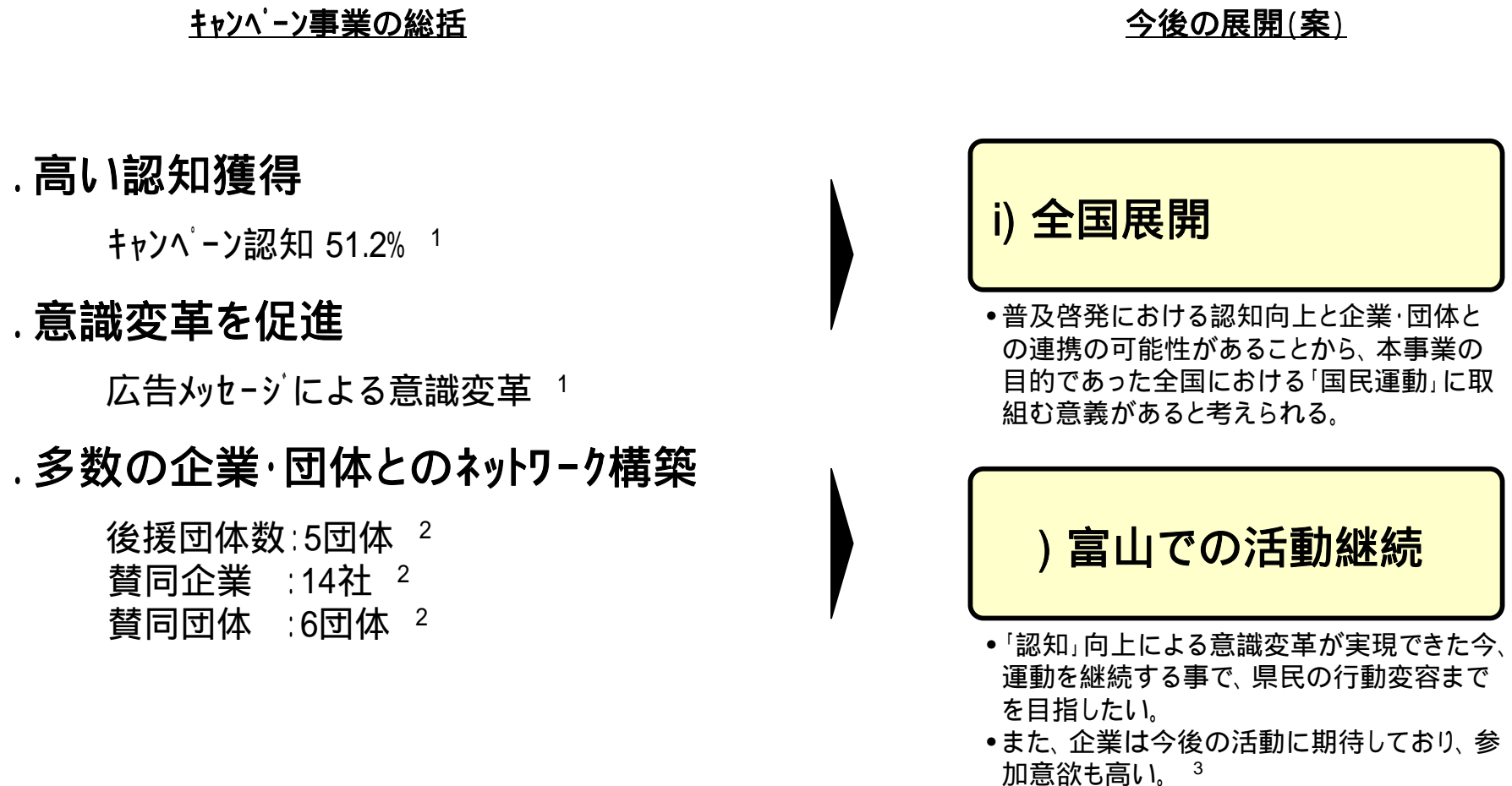
	評価項目	優先順位	達成基準	結果
計画	適切なリソース配分の実施	コミットメント		・プロジェクト開始前及び開始後の準備工数が当初予定より多くかかった
	効果的な進捗管理の徹底	コミットメント		・適切な管理ツールを用いた進捗管理を実施し、その上で関係者への適切な作業依頼等を実現
実行	連携企業・団体数	コミットメント	1社以上	・有力企業14社、関係団体11団体との連携を実現
確認	キャンペーン認知度	コミットメント	認知度10%	・「富山うつプロジェクト」認知度:51.2%
	キャンペーンによる意識/行動変化	コミットメント		・うつは、社会全体で取り組む病気だと思える人が増加(72% 89%) ・自分が「うつ」になると思う等、自分事化した人が増加(87% 94%) など
	パブリシティ効果	コミットメント	5倍	10倍 ・記事化:新聞1紙、TV:3番組、広告:新聞2紙 ・その他、WEB、会社報など
	適切なタイミング/ターゲットへのアンケート実施	コミットメント		・キャンペーン実施直前、及び直後のアンケート実施により、県民の意識変革を的確に集計 ・富山県の全年齢層(成人以上)に対して、WEBを活用したアンケートを実施
修軌正道	事業成果報告実施	コミットメント		・プロジェクト進捗において、重要な意思決定が必要な際には、適宜関係者との会議を開催(会議数:計109回)

6. 考察

6.1. 本事業の総括と今後の展開(案)

「富山うつプロジェクト」事業の結果から、当初目的であった全国展開を目指し、富山では築いた資産を活用すべく、活動の継続が今後の展開として考えられる。

図表6.1. 本事業の総括と今後の展開(案)



1: 参照「5.1.」、 2: 参照「3.2.5.」、 3: 10/18-19企業ヒアリングより

6.2.1. 更なる今後の展開

本事業は、富山県だけでなく全国に展開する事で、日本が心豊かな国となる事を目指し、10/26の「第55回精神保健福祉全国大会(富山県)」を皮切りに中期視点での全国展開について検討している。

) 全国展開



(参考)「富山うつプロジェクト」パンフレット配布実績

全国展開へのきっかけ作りの一環として、第55回精神保健福祉全国大会にて、127名の会場来訪者へ「富山うつプロジェクト」パンフレット、及びDVDを配布した。

「富山うつプロジェクト」パンフレット/DVD

会場の様子とパンフレット配布数



来訪者へ配布



功労受賞者	: 120 名
一般	: 5 名
メディア	: 2 名

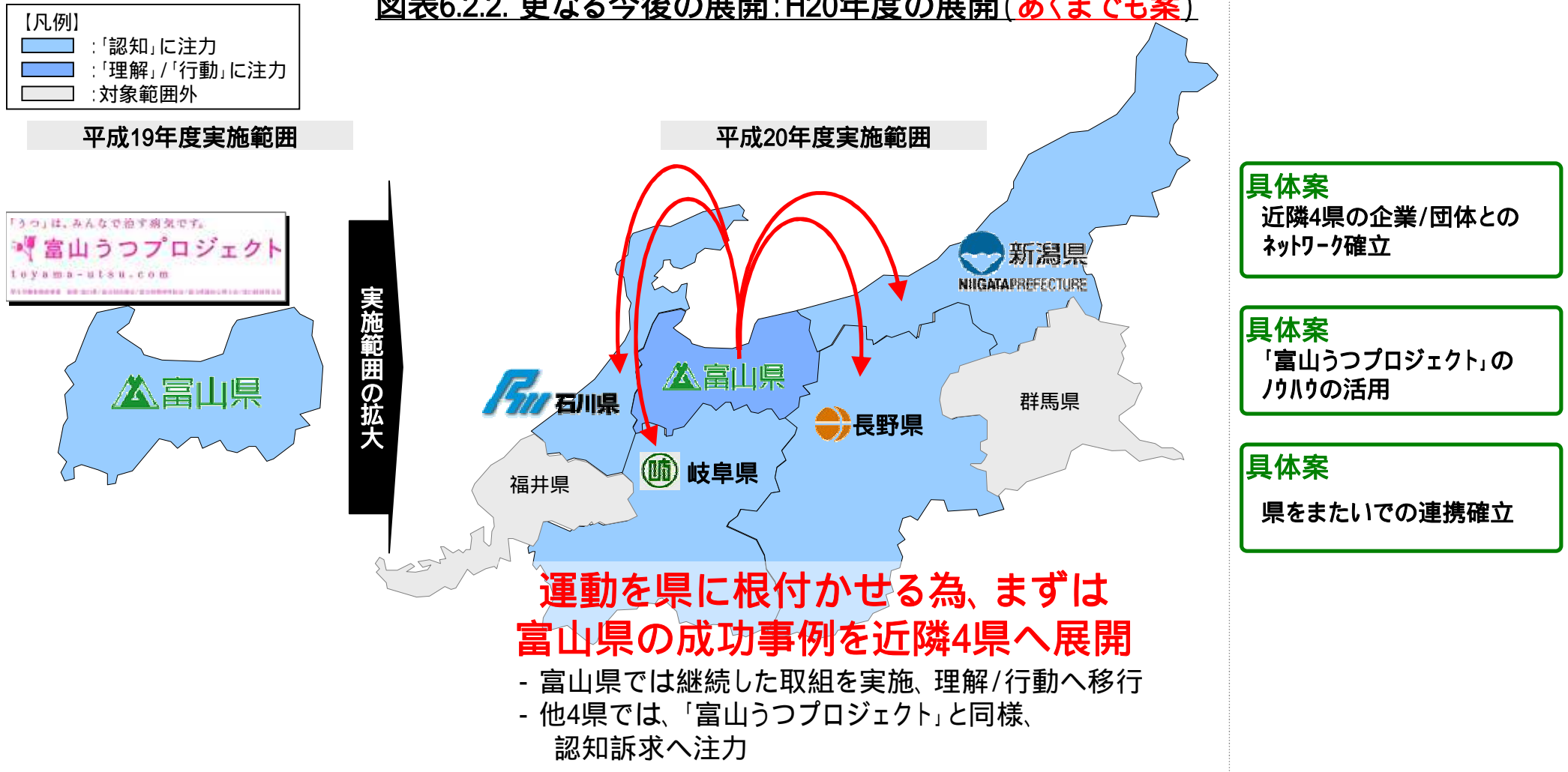
計: 127名

功労受賞者への配布資料へ「富山うつプロジェクト」パンフレット/DVDを同封

6.2.2. 更なる今後の展開：H20年度の展開（あくまでも案）

全国へ展開する際に、本運動を県にしっかりと根付かせる為にも、H20年度は富山県の近隣4県（新潟県、長野県、岐阜県、石川県）へ運動を広げ、H21年度以降、徐々に実施地域を拡大する事が望ましいと考えられる。（仮説）

図表6.2.2. 更なる今後の展開：H20年度の展開（あくまでも案）

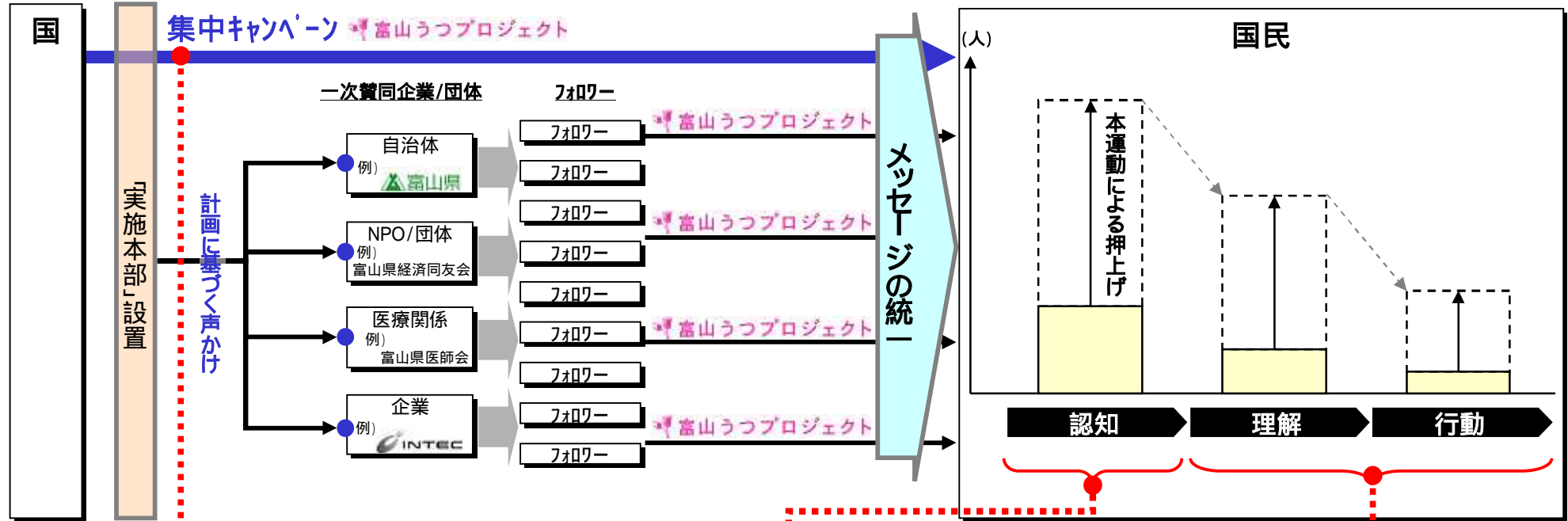


6.3.1. 富山での活動継続における展開案

富山県での活動を継続させる為に、既存のスキームを使いつつも、国の予算だけに頼らない仕組み作り、「反復×インパクト」による認知拡大、「理解」「行動」促進フェーズへの移行の3つの展開を実現する。

富山での活動継続

図表6.3.1. 富山での活動継続における展開案



課題

自立した予算を確保できるか？

課題

「行動」を誘引するための「認知」が定着しているか？

課題

「理解」「行動」の受け皿の用意ができていないか？

解決案

国の予算だけに頼らない仕組み作り
- 国民への継続的な啓発を行う為の安定した基盤構築

解決案

「反復×インパクト」による認知拡大
- 「認知」訴求のキャンペーンの反復により、「理解」「行動」フェーズへの誘引

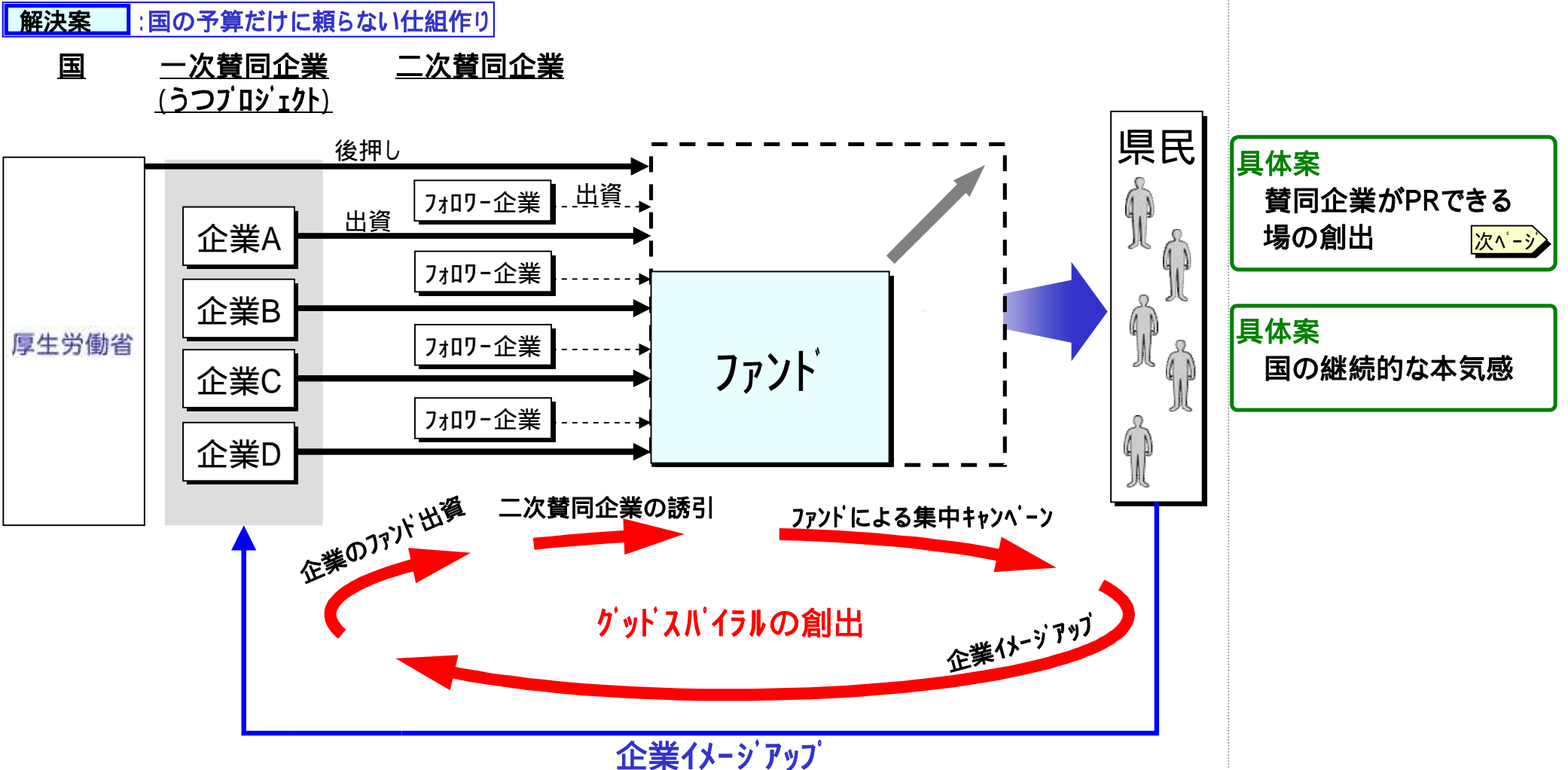
解決案

「理解」「行動」促進フェーズへの注力
- 「理解」「行動」する人々の受け皿の構築

6.3.2. 国の予算だけに頼らない仕組み作り

国の予算だけに頼らない、富山での活動を継続する仕組みとして、本事業の継続を目的としたファンドを設立し、県民への継続的な啓発活動を展開する。

図表6.3.2. 国の予算だけに頼らない仕組み作り



(参考) 賛同企業/団体紹介の場の構築

賛同企業/団体紹介の場を構築する事で、企業の取組を広く県民へ周知し、運動の活性化を図る。

具体案
賛同企業がPRできる
場の創出

図表(参考) 賛同企業/団体紹介の場の構築

テレビコマーシャル



イメージ

企業ロゴ掲出(一案)

富山うつプロジェクトHP



イメージ

新聞広告



イメージ

企業広告

ポスター

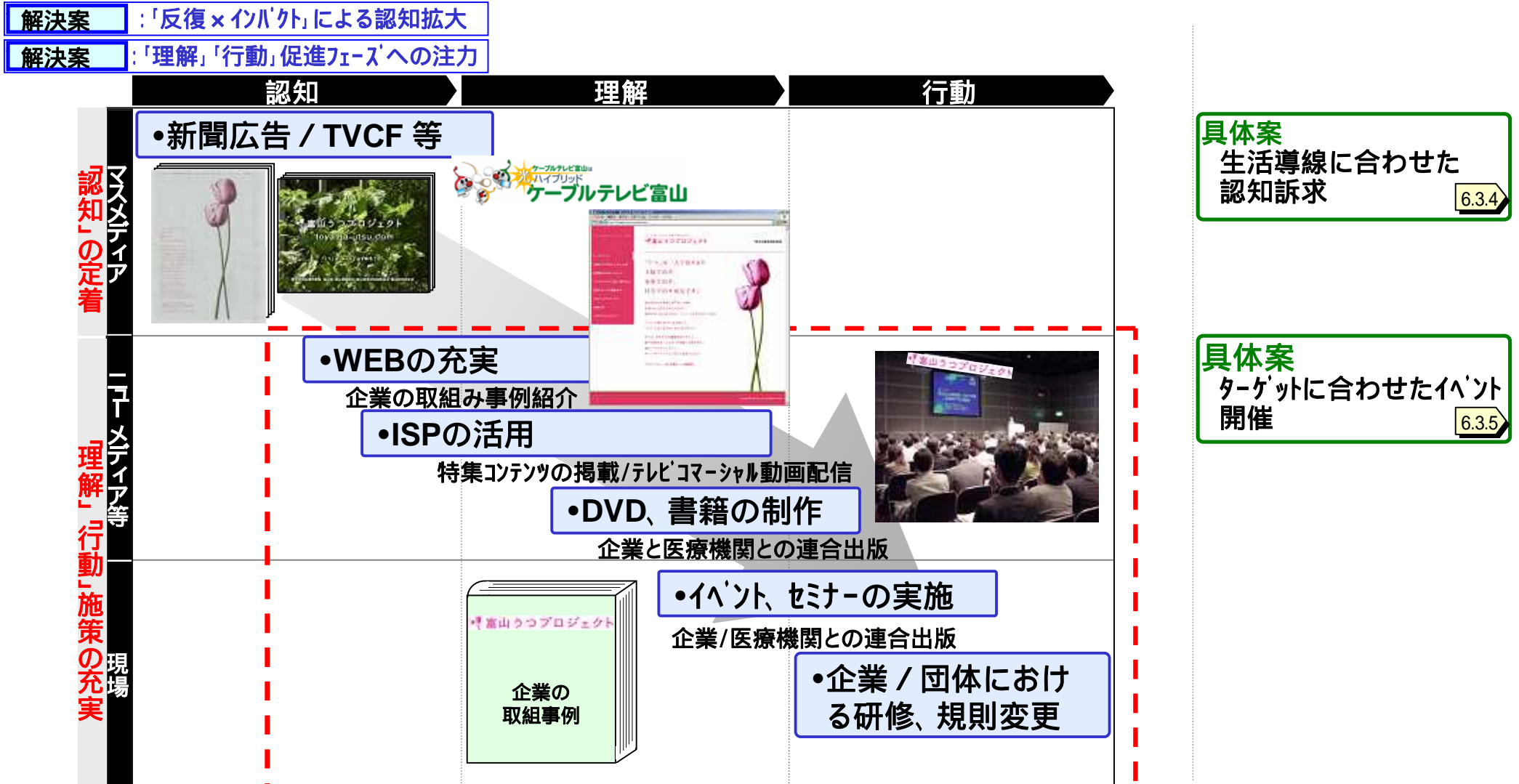


イメージ

6.3.3. 「理解」「行動」促進フェーズへの移行

また、「富山うつプロジェクト」において獲得した「認知」から、効率的に「理解」「行動」へ繋げるための施策を実施していく。

図表6.3.3. 「理解」「行動」促進フェーズへの移行

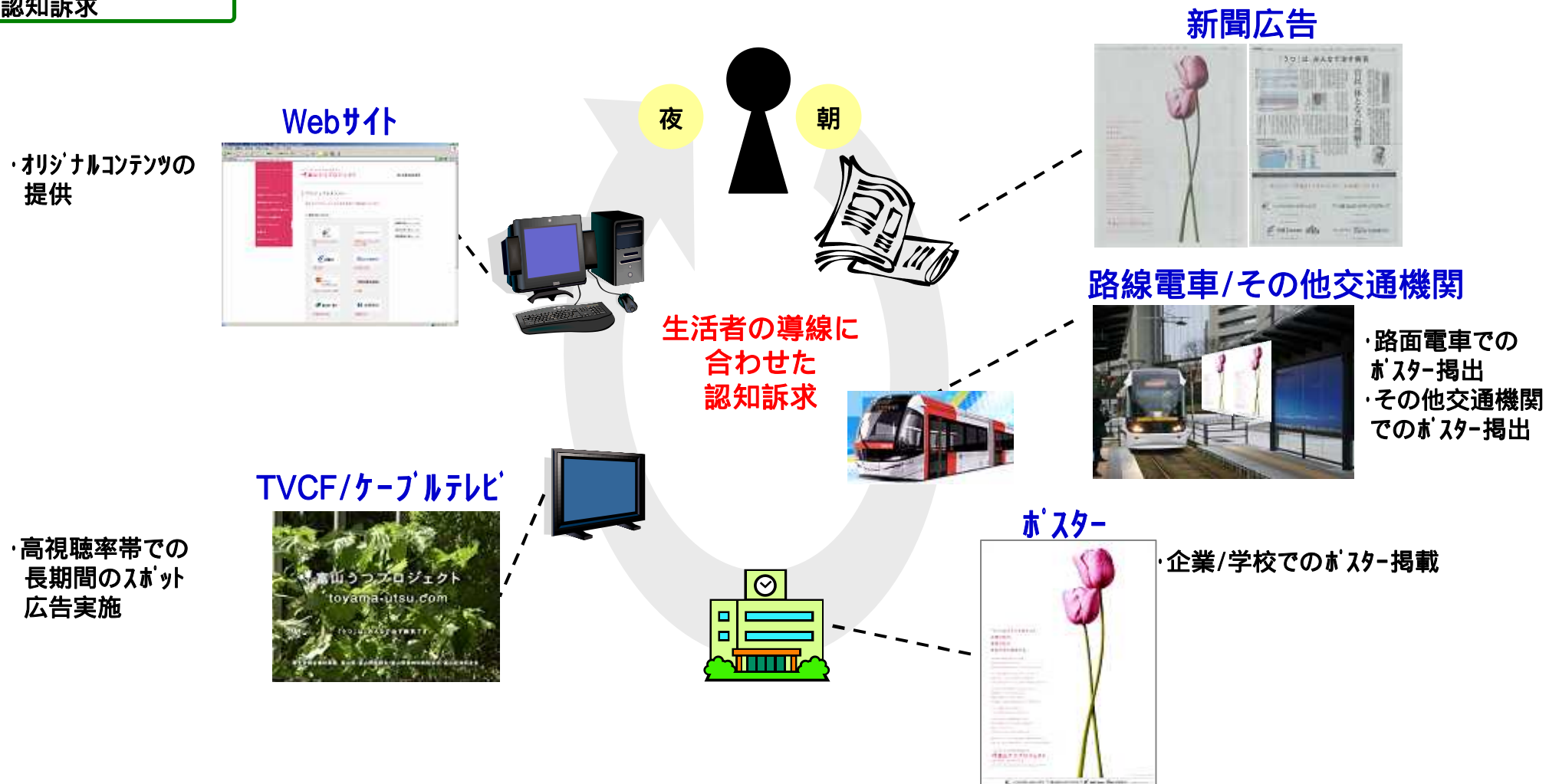


6.3.4. 生活者の導線に合わせた認知訴求

生活者導線上の多くのタッチポイントで啓発を行うことにより、効率的な認知訴求を実施する。

具体案
生活導線に合わせた
認知訴求

図表6.3.4. 生活者の導線に合わせた認知訴求

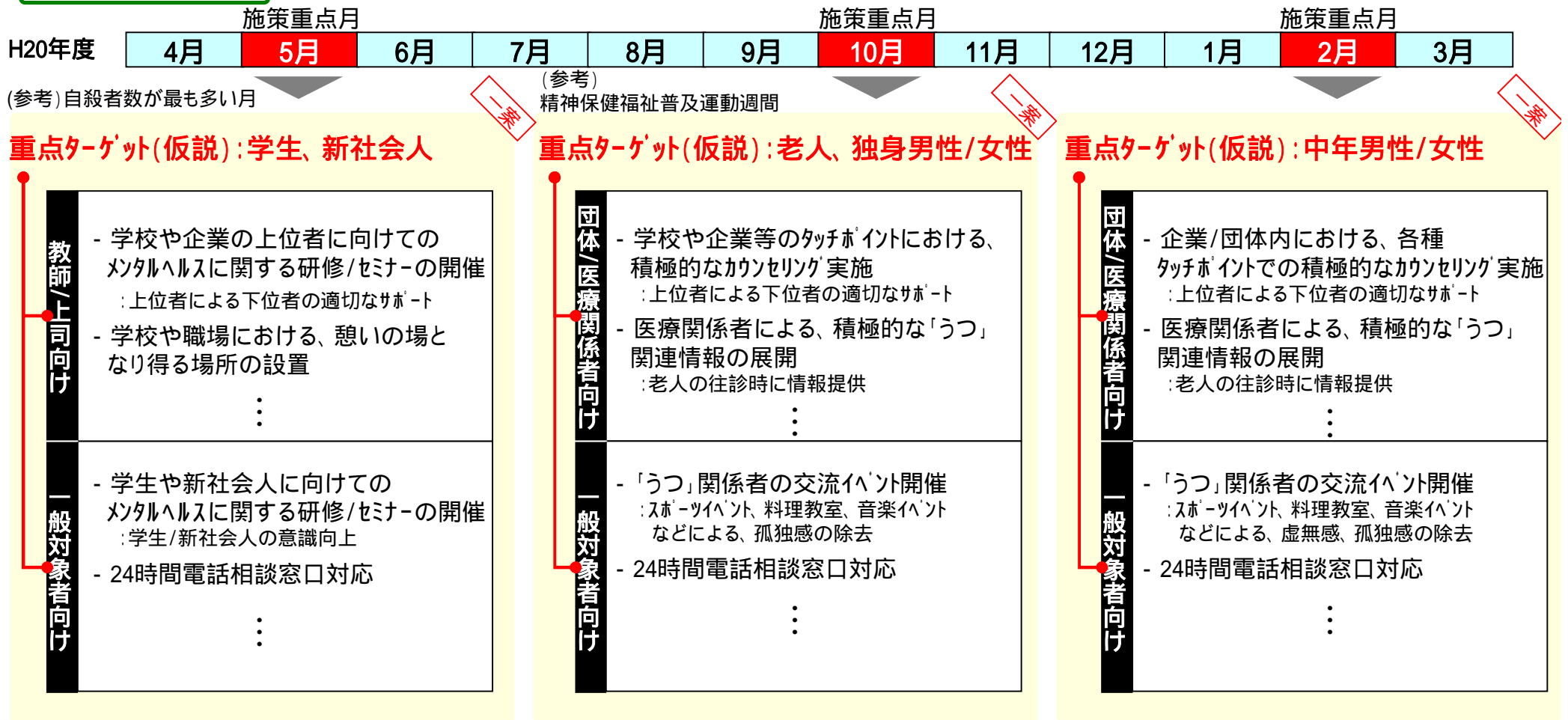


6.3.5. ターゲット/タイミングに即した施策展開 (あくまでも案)

平成20年度では、5月(自殺者数が最も多い月)、10月(精神保健福祉普及運動週間)などのタイミングに、ターゲットに即した適切なイベント/体制等の受け皿を用意する。

具体案
ターゲットに合わせた
イベント開催

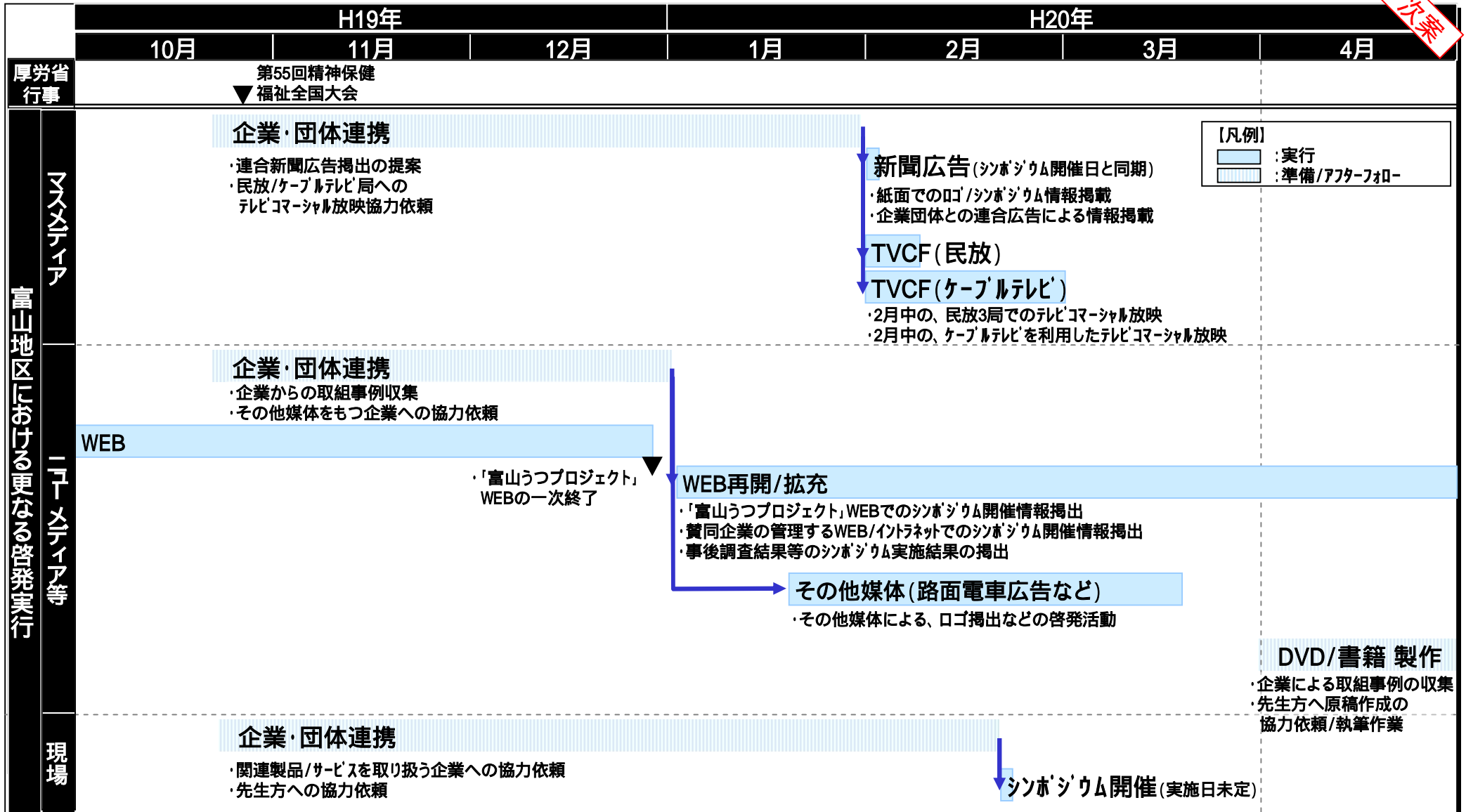
図表6.3.5. ターゲット/タイミングに即した施策展開 (あくまでも案)



(参考) 工程表 (あくまでも案)

今後の展開としては、「理解」「行動」に繋がる施策への注力が必要と思われる。

一次案



【凡例】
 : 実行
 : 準備/アフターフォロー