

## 地域情報（県別）

### 【長野】人気プロジェクト医師が語る「伝わる」情報発信術-坂本昌彦・「教えて！ドクター」責任者に聞く◆Vol.2

2020年6月26日（金）配信 m3.com地域版

スマートフォンアプリのダウンロード数14万、ツイッターフォロワー数3万3000の医療啓発プロジェクト「教えて！ドクター」。責任者の坂本昌彦氏（佐久医療センター小児科医長）は「医師には当たり前でも一般の人が知らないこと」を焦点に、日常と医療を掛け合わせて発信することを心がけているという。デジタルでの発信が目立つが、意外にも本人は、「コツをつかんだのはアナログな活動を積み重ねたから」と語る。（2020年3月25日インタビュー、計3回連載の2回目）

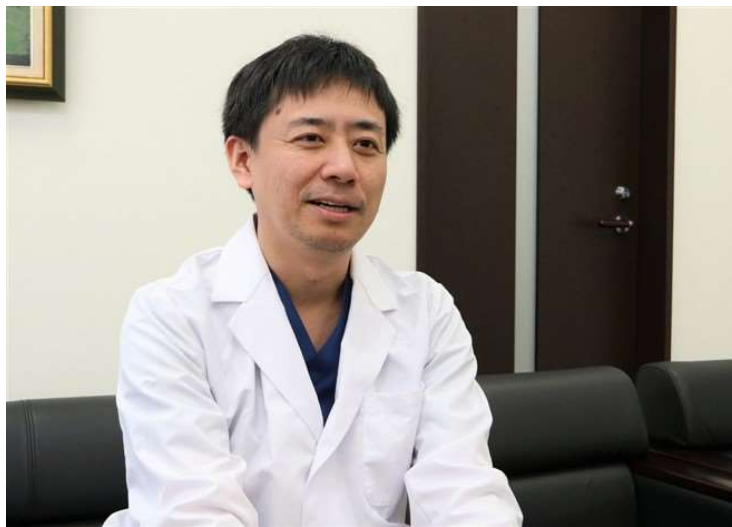
▼第1回はこちら

▼第3回はこちら

——佐久市と佐久医師会、そして先生の思いがかみ合って「教えて！ドクター」は始まりました。出前講座を皮切りに活動内容はさまざまに展開していきます。

現実的なことですが、複数の媒体で情報発信できるようになったのはまず、予算が潤沢にあったことが大きかったですね。冊子作りやアプリ開発、サイト開設などに充てることができ、プロの方に頼んで質の高いものを作ることができました。

「プロの方」と言っても医師である私の近くにそんな友人はいなかったわけですが、不思議と良いご縁が続きました。まずは知り合いの知り合いからイラストデザイナーの江村康子さんを紹介してもらい、彼女と二人三脚で冊子を作った後、今度は知り合いのウェブデザイナーからアプリ開発者を紹介してもらってアプリを作り、今度はそのウェブデザイナーもサイト開設を協力してくれるようになり…といったふうに。



坂本昌彦氏

——出会いにも恵まれたんですね。面白いと思ったのが、冊子からアプリ開発に活動が飛躍したことです。公的な要素の強い事業の場合、多くは出前講座と冊子作りで終わりそうだと思うのですが、そうはならなかった。なぜでしょうか。

佐久医師会から「電子化したい」とお願いされたことがきっかけです。私が冊子の原案を見せたところ「これは内容がいいから」と返答があり、デジタルに乗り出す足掛かりになりました。「データ化」というと冊子の内容をPDF化するのが最も手っ取り早いわけですが、それだとあまり見られないでしょう。

どんな形にしようかと考えていたときに出了のが、スマートフォンアプリ化です。これはウェブデザイナーの半田かつ江さんによる案で、「それはいいね」と皆が賛同し制作に着手、およそ4カ月後にリリースできました。

SNSの運営に関しても「フェイスブックの利用者は今では中高年の方が多いよね」「もっと若い人に届けるためにツイッターをやるか」「最近インスタグラムを使う若者が増えてるね」とこんな会話がメッセージ（フェイスブックのチャット機能）内で交わされ、順次、始めていきました。

「教えて！ドクター」のメインターゲットは若い子育て層なので、デジタル媒体を活用しながら情報を出していくのは振り返れば自然な流れだったように思います。

——そんな中、デジタル上の発信では転機となる出来事があったと聞きます。あるツイートに大きな反響があった、いわゆる「バズった」そうで。

はい。2017年9月に「子どもは静かに溺れます」というツイートを投稿したところ、たくさんの人に「いいね」やリツイートをされて、大きな話題になりました。フォロワーが3万人を超える規模に成長する端緒になりました。

映画などでは子どもがバシャバシャと手足をばたかせながら溺れるシーンを見ることがありますが、実際には小さな子は自分が溺れている状況を理解できず、声も出せずに静かに溺れることが多いのです。このことを投稿したところ、今では約4万6000人のフォロワーがいる「相川晴（HAL）」先生という女性医師が引用リツイートをしてくれ、そのおかげもあってどんどんツイートが拡散していきました。

さらに、シェアの増加を後押ししてくれたのが江村さんのイラストです。このツイートは実は2回行って、私が最初にテキストだけで投稿、私のツイートを見た江村さんがその30分後くらいに「イラストにしてみました」と連絡をくれ、その画像を私が組み込んで再投稿しました。すごくインパクトのある絵で「これはいい！」と思いましたね。



反響のあったツイートに添付された画像

——30分後にイラストを…早い。静かに溺れる子の目の表現が素晴らしいですね。互いの仕事の合間にSNSで連絡を取り合っていることを進める。時代を感じさせるチームプレーのあり方だなと思いました。

これを言うのが驚かれるのですが、プロジェクトが立ち上がった2015年から今までにメンバー全員が集まったのはたったの3回しかないんです。それぞれに仕事や子育てがあるからですが、それでもメッセージャー内で合間合間にやり取りを交わしているので不都合はありません。けっこうみんな、文章でやり取りするのが好きなんですよね。

私がアイデアを出すと、ずっと江村さんがイラストを送ってくれる。ここのやり取りが早いのでポンポンと活動を進められてきたように思います。

——投稿内容は基本的に先生が？ 医師であれば自然とネタが思いつくものなのでしょうか。

ほかのメンバーが投稿することもあります。医療に関する内容は主に私が書いています。

そこで役立ったのが出前講座の経験です。医師が当たり前だと思っていることでも一般の方には知られていないことがたくさんあって、そのギャップをうまく捉えてお話する、あるいはテキストで伝えることを私は心がけているのですが、その感覚は出前講座で培われたように思います。

出前講座では小規模で5、6人、マンモス保育園だと180人ほどを前にお話するわけですが、慣れてくると参加者の反応を見る心の余裕も生まれてくるので、どんな話が興味を持たれやすいか、反応が薄いかといったことが分かり、何となくそれを予想できるようになってくるんですね。

たとえばイチヨウの木になる「銀杏」。これを子どもがたくさん食べると吐いたりけいれんを起こしたりする原因になるのですが、出前講座ではほとんどの方が知りませんでした。高齢の女性が「あら、私よく孫に食べさせてたわ…」と驚かれることが多くて。

こんなふうに日常と医療を掛け合わせてお話をして「あ、そうなんだ」という反応をされたらキャッチして自分の中でストックしておく。この過程を繰り返してきたことがデジタルでの発信にも生きているのだと思います。

——アナログ・対面によって発信力が鍛えられたんですね。今は数字が可視化される分、デジタル・遠隔の情報発信が目立ちやすいように思いますが。

確かに世間ではデジタル上での発信が増えていますが、「文字だけ」「SNSだけ」では限界があると私は思います。アナログ・デジタル双方に長所と短所があるので、それぞれの特性を考えて伝えていくといいのではないのでしょうか。

#### ◆坂本 昌彦（さかもと・まさひこ）氏

2004年名古屋大学医学部卒。厚生連安城更生病院や県立南会津病院、タイやネパールでの勤務を経た後、2014年に佐久総合病院グループの佐久医療センター小児科医長に着任。2015年から子どもの病気やホームケアについて伝える佐久医師会のプロジェクト「教えて！ドクター」の責任者として活動する。専門は小児救急や国際保健。日本小児科学会小児科専門医。

【取材・文・撮影＝医療ライター庄部勇太】

記事検索

