

● **【Amazonギフト券10,000円分進呈】**

NEW 中古戸建てのお問合せ&ご成約
キャンペーン実施中

詳細を確認する

✉ LIFESTYLEメール LIFESTYLEの最新ニュースをお届けします。

新着 **暮らし** マネー 教育 キャリア 開業経営 Youth

連載: SNSニュース情報局Vol. 79

一般認知度急上昇!? SNS活用で躍進、あの学会の取組み

暮らし 2021年3月18日(木) 及川タケ



一般社団法人 日本耳鼻咽喉科学会ホームページより

日々のお仕事に忙しく、情報収集に時間を割くことのできない医師の皆さまへ。インターネットやSNSを中心に盛り上がりを見せる話題について、概略とともに医師のコメントを紹介する連載【SNSニュース情報局】。今回は、日本耳鼻咽喉科学会のSNSを活用した取組みに注目しました。

SNS活用で一般認知度急上昇、耳鼻咽喉科の取組みとは？

ウイズコロナ時代の情報発信として、社会的インフラとしても活用が期待されているSNS。最近、医療従事者から一般の方に向けての啓発活動やSNSを介しての双方向コミュニケーションなども盛んになってきています。

そんな中、日本耳鼻咽喉科学会では、2021年に入りTwitterやYouTube公式アカウントの開設などSNSを使った情報発信を本格化。Twitterアカウントは、開設からわずか3か月で早くも4000人を超えるフォロワー獲得と、その躍進ぶりにも注目が集まっています。

Doctors LIFESTYLEでは、このムーブメントについて、日本耳鼻咽喉科学会広報委員会担当理事の欠畑誠治先生(かけはたせいじ先生 山形大学医学部 耳鼻咽喉科教授)に取材を実施。SNSにおける"躍進"の背景や広報部の活動などについて聞きました。

「頭頸部外科」という言葉すら知らない人が多い現状に触れ

— TwitterやYouTube公式アカウントの開設など、SNSの発信に力を入れ始めた意図についてお聞かせください。



私たち広報委員会がSNSを活用しようと思ったのは、耳鼻咽喉科・頭頸部外科について一般の方に広く知っていただき、適切な専門医への受診を促したいという思いからです。

耳鼻咽喉科というとアレルギーや中耳炎、扁桃腺といった疾患をイメージされる人が多いかと思いますが、音声や聴覚といったコミュニケーションに関わることや、嚥下障害、睡眠障害なども含まれます。頭頸部外科に至っては、言葉すら知らない方がほとんどでしょう。

医学部の学生には「イタリア人の3つの生きる喜びであるマンジャーレ(食べること)、カンターレ(歌うこと)、アモーレ(愛を語り合うこと)は、まさに耳鼻咽喉科の領域なんですよ」とよく話すのですが、我々が取り扱っている診療範囲は、一般の方々が思っているよりもはるかに幅広く多岐に渡っています。

—— 一般の方への啓発が主な目的だったのですね。



そうですね。例えば、顔面神経麻痺は72時間以内に、適切な治療を行うことが重要です。しかし、私たちの予備調査では、顔面麻痺が起きた場合、耳鼻咽喉科ではなく、内科や脳神経外科など他科を受診する患者さんが80%以上でした。

頭頸部外科が扱うがんについても、啓発が必要だと感じております。有名人では、坂本龍一さんが中咽頭がん、つくさんが喉頭がん、堀ちえみさんが舌がんであることを公表していますが、これらのがんの治療の主な担い手は、耳鼻咽喉科医であり頭頸部外科医なんですね。喉頭癌、咽頭がん、舌がんの予防には、タバコや過度の飲酒を控えることが大切です。また、中咽頭がんは、ヒトパピローマウイルスというウイルスが主な原因であり、性交渉やオーラルセックスで感染します。そして、予防にはHPVワクチンというものがある。こうしたこともまだまだ知られていませんので、伝えていきたいですね。

—— TwitterとYouTubeチャンネルに絞った理由はどのような点からですか？



Twitterを選んだのは、やはり拡散力があるという点が大きいです。YouTubeチャンネルでは、学会のPR動画や疾患の啓発動画を公開しており、広く一般の方に見ていただきたいという思いがありました。

元々、耳鼻咽喉科学会のwebサイトでは疾患情報の充実を図ってきていたのですが、有用なコンテンツがたくさんあるのに読まれていませんでした。サイトへの訪問者を待っているだけでは、伝えたいことが十分に伝わりません。Twitterを活用することにより、YouTubeチャンネルやwebサイトにもアクセスが増えることを狙っています。

—— SNSは炎上しやすいという点がよく話題に上るかと思います。学会の承認を得るのに、苦労されたことはありませんでしたか。



そうですね。SNSに触れたことのない理事もいますので、最初のうちは「投稿したことがないので、書けません」「(ツイッターの文字制限)140文字で書くのが難しい」といった声もありました。ただ、「一般の方に、耳鼻咽喉科を正しく理解してほしい」という想いは共通しています。そのために広報委員会では思い切ったことをしていきたいし、打てる手は打っていきたい。その手段がSNSです、と提案し受け入れてもらったということですね。

当学会には、日本耳科学会、日本鼻科学会など15の関連する学会がありますので、伝えたいことが豊富にあるのです。学会員から一般の方に伝えたいことを募集し、我々がSNSを通して伝えています。

フォロー数4000人、短期間で増やした秘策とは？

—— アカウント開設から、100件余の投稿で4,000フォロワー達成と、素晴らしいスタートを切られました。フォロワーを増やすために行ったことを教えていただけますか。



最初に学会員が登録してくれて、500フォロワーぐらいまではすぐに到達しました。さらに、多くの学会員や、1万フォロワーを抱える日本循環器学会さんの公式アカウントが我々のアカウントを宣伝してくださりフォロワー数が伸びていきました。

さらに、広報委員会の取り組みとして、一般市民向けにポスターを作成し、SNSへの誘導を測りました。「コロナ禍の花粉症対策2021」と題した動画の公開をお知らせ

せするとともに、SNSアカウントへのフォローを呼びかける内容になっています。このポスターを、クリニックの待合室などに貼ってもらイメージです。現在、ポスターは500ダウンロードされていますので、こちらからの反響もあると考えています。



4000人に到達した日は、ちょうど3月3日の「耳の日」でした。最近では、コロナ禍になりリモートワークが増えています。若いうちからイヤホンで音を聞き続けることは難聴の原因になることが知られています。難聴は「フレイル」と呼ばれる介護一歩手前の状況や、認知症のリスクでもあるので、この日は、難聴や補聴器について啓発を行いました。

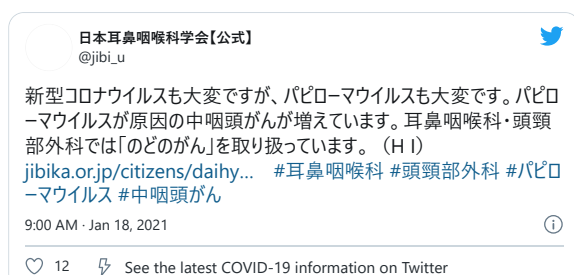
—— 発信の仕方もマイルドで読みやすいですね。



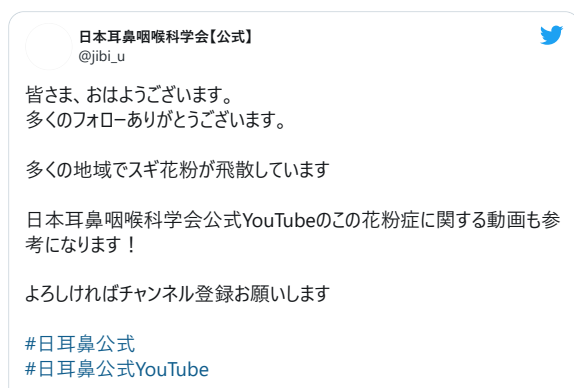
これについては、個人アカウントで3.5万人のフォロワーを持つ、大阪大学耳鼻咽喉科・頭頸部外科の前田陽平先生(ひまみみ先生)にアドバイスを求めました。

具体的には、改行を入れて読みやすくする、優しい言葉遣いを心がける、絵文字を使うなどです。おかげで、堅苦しい印象だったのが、柔らかい文章表現になっていき「いいね」がつく数が増えました。

アドバイス前



アドバイス後





また、日循さんの公式アカウントが「日本耳鼻咽喉科学会がツイッターを始めました」とツイートしてくださった際、何もリアクションをせずにいたところ、前田先生から「絶対(そのような対応は)だめです。こういうアカウントに取り上げてもらったら、できるだけ拾い上げ、ありがとうございますとメッセージをつけて返信しましょう」とアドバイスをいただきました。細やかな気遣いというものがSNSでも重要なですね。

SNS活用とメディア対応で正しい疾患啓発を

—— 5月には日本耳鼻咽喉科学会総会・学術講演会も控えています。今後の計画や展望について、教えてください。



学会と合わせて開催される市民講座で、一般の皆様にはSNSアカウントの存在をお知らせしたいですね。

メディアへの取材対応も強化していきたいと考えています。広報委員会の取り組みとしては、実は苦い経験がありまして。堀ちえみさんが舌がんを告白した際、お昼の情報番組では歯科口腔外科の医師が登場して解説することが多く、舌がんは歯科口腔外科の疾患という認識が広まってしまったように感じています。舌がんは、歯科口腔外科と耳鼻咽喉科の両方で扱う疾患ではあるのですが、我々はメディア対応で遅れをとったという反省がありました。また、メディアによって医師やテーマの取り上げ方が偏っていたり、必ずしも正確な医学情報が伝わっていません。

当学会としては、メディアの皆様と正確な情報を共有し、連携をはかりながら社会全体への周知、人々の健康増進に向けて取り組みを強化していきたいと考えており、「メディア向けwebサイト」を新たに開設しました。当学会に取材依頼があった場合には、各分野の専門家が迅速に対応できる体制を整えていきたいと考えています。

—— 耳鼻咽喉科は、平成後期以降、学会新規加入者数も増加傾向にあり、若い世代の先生方からも安定した人気を獲得しているようにお見受けします。この要因はどこにあるとお考えでしょうか？ また、この記事を読んでいる医師や研修医の皆様へメッセージをお願いします。



耳鼻咽喉科は、冒頭に申し上げた通り、耳鼻咽喉・頭頸部外科として非常に幅広い部位や機能を扱う科となっており、音声言語・嚥下障害・睡眠障害においても頼れる診療科であることは、将来医師を志望する方々の進路選択の上でも非常に有意義であると思います。2018年からは毎年、医学生・研修医向けのPR動画を作成し、YouTubeで公開しています。今年はビデオコンペを行っており、素晴らしい作品をご披露できると思います。ぜひ、こちらも注目していただきたいですね。

私たち日本耳鼻咽喉科学会は、世界中の多くの人を笑顔にしたい、私たちにできることで一人でも幸せになってもらいたいという想いで活動しております。疾患について、正しい理解をしていただくことが国民の皆様のお役に立てると考えています。SNSや動画配信など、多方面から情報発信を続けていく予定です。私たちの取り組みが、他学会の参考になれば素晴らしいことだと思います。

【ご参考】

[日本耳鼻咽喉科学会公式Twitter](#)

[日本耳鼻咽喉科学会公式YouTubeチャンネル](#)

ライター 及川夕子