

広告募集案内【定価制】
(イベント等協賛募集仕様書)

第4回医療マンガ大賞に広告協賛者として参加して下さる事業者を以下のとおり募集します。

■対象事業

名 称	第4回医療マンガ大賞
事業概要	<p>高齢化の進展に伴い医療需要の増加が見込まれていますが、医療提供体制の構築を進める一方で、限られた医療資源を効果的に活用することも必要です。このためには、医療を受ける市民へ適切な情報提供を行い、理解と協力を求めるなど、医療に関する市民啓発を行い、市民の適切な受療行動を求めることが重要となります。</p> <p>医療局では、医療に関心を持ってもらえるよう、民間企業等と連携しながら、より分かりやすい、効果的な医療情報の発信に取り組む「医療の視点」プロジェクトの一環として、患者や医療従事者それぞれによる“視点の違い”を描く「医療マンガ大賞」の取組等を実施しています。医療現場では、同じ出来事でも患者と医療従事者では受け取り方や感じ方が異なることが少なくありません。そうした医療に対する視点の違いや想いを可視化して共感を促すことを目的にしています。</p>
SDGsの視点	<p>本事業に取り組むことで SDGs における次の目標の達成につながると考えます。</p> <p style="text-align: center;">3 すべての人に健康と福祉を</p> <p>3.4 2030年までに、この非感染性疾患による若者の死亡率を、予防や治療を通じて3分の1減少させ、精神保健および福祉を促進する。</p> <p style="text-align: center;">17 パートナーシップで目標を達成しよう</p> <p>17.17 さまざまなパートナーシップの経験や資源戦略を基にした効果的な公的、官民、市民社会のパートナーシップを奨励・推進する。</p> 
特設サイト概要	<p>事業開始：2019年</p> <p>特設サイトアドレス：https://iryo-manga.city.yokohama.lg.jp/</p> <p>累計閲覧数：約60万回</p> <p>公開日：通年公開</p>
イベント実施日時	令和4年秋～冬
主な閲覧層	20代～40代

■横浜市がご協力いただきたいこと

	項 目	内 容
1	協賛金のご提供	1口25,000円の協賛金をご提供ください。 ※募集口数5口／一社1口まで

※ 広告料には広告代理店手数料を含みます。

■横浜市からご提供できるスポンサーメリット

	項 目	内 容	備 考
1	「医療マンガ大賞」で作成したチラシやパネルに企業を広告協賛者として掲載	イベントや区役所等で掲示するパネルや配布するイベントチラシなどで広告協賛企業名または施設・団体名として掲載します。	※チラシ：2万枚 ※配布場所：20か所以上（18区役所含む）

■ご留意いただきたい点

<p>広告の内容等</p>	<p>○詳しい事業内容などについては別紙（協賛のお願い）をご覧ください。</p> <p>○横浜市広告掲載要綱、横浜市広告掲載基準その他の広告関連規程を遵守してください。</p> <p>○広告掲載基準等に基づき、広告内容等の修正をお願いする場合がありますので、あらかじめご了承ください。</p> <p>○その他、事業の主旨及び社会的な状況を踏まえ、掲載が望ましくないと本市が判断した場合はお断りすることがございます。</p> <p>○令和4年9月16日（金）までに、広告原稿を提出してください。</p>
---------------	--

■申込み

<p>申込条件</p>	<p>広告代理店のほか、協賛企業自らの申込みも可能です。</p>
<p>申込方法</p>	<p>申込書（別紙）をEメール又はFAX等で下記申込先へ送付してください。</p>
<p>事業者選定方法</p>	<p>先着順</p> <p>※1日単位で締めきります。同日に受けたお申込みは同順位として取り扱います。同日内に空き枠数を超えたお申込みがあった場合は、横浜市が抽選を行い、決定します。</p> <p>※「同日」の扱いは、原則開庁時間とします。（午後5時15分より後に受領した申込書は、翌開庁日の午後5時15分までに受領した申込書と同順となります。）</p>
<p>募集開始日</p>	<p>令和4年8月10日（金）</p>
<p>申込期間</p>	<p>令和4年8月10日（金）～令和4年8月26日（金）</p>
<p>申込先</p>	<p>（担当課名）横浜市医療局医療政策課 （所在地）〒231-0005 横浜市中区本町6-50-10 （TEL/FAX）TEL 045-671-2993/FAX 045-664-3851 （Eメール）ir-policy@city.yokohama.jp</p>

■対象事業の過去の様子や事業概要は別紙参照。

横浜市がご協力いただきたいこと

横浜市民が「市民・医療従事者・行政が「視点を合わせる」」ことや、
よりよい医療現場の実現を目指して、
当プロジェクトと一緒に応援してくださるサポーター企業様を募集いたします。

○サポーター企業としてのスポンサー料：25,000円／1口

○募集枠：5枠（1社1口まで）
サポーター企業は先着順にて決定いたします。

【サポーター企業要件】

応募にあたり、横浜市広告基準に定める条件に加え、医療に関する活動を事業または社会貢献活動（CSR活動）として行っていることが条件となります。
※掲載されるバナー広告、掲載イベントについては、横浜市広告掲載要綱、横浜市広告掲載基準、横浜市WEBページ広告取扱要領等の広告関連規程を遵守してください。
上記を踏まえ、お申込みをお受けできない場合がございますので、ご了承ください。

医療マンガ大賞開催背景

医療マンガ大賞

IRY●MANGA TAISHO●

超高齢社会において、医療を必要とする人が増加する中、誰もが必要なときに必要な医療を受けられるようにするためには、**市民・医療従事者・行政が医療に関する共通認識を持つことが重要です。**

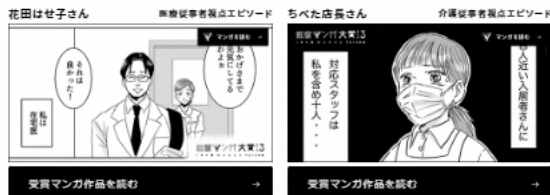
しかし、医療現場では、同じ出来事でも、患者と医療従事者では受け取り方や感じ方が異なることが少なくありません。そうした医療に対する視点の違いや想いを、心震わせるマンガとして描く（可視化する）ことを目的に、横浜市は医療マンガのアワード「医療マンガ大賞」の取組みを実施しております。

3 医療マンガ大賞作品 IRY●MANGA TAISHO●

コロナ禍でのある施設

supported by 朝日新聞

入賞作への読賞:朝日新聞アタル(WEBSITE)及び土曜朝刊「be」にて掲載



がん対策 大腸がん検診

supported by 日経メディカル

入賞作への読賞:日経メディカルOnlineにて掲載



医療コミュニケーション 心房細動の治療

supported by メディカルノート一般社団法人日本循環器学会

入賞作への読賞:メディカルノート(Webサイト)にて掲載

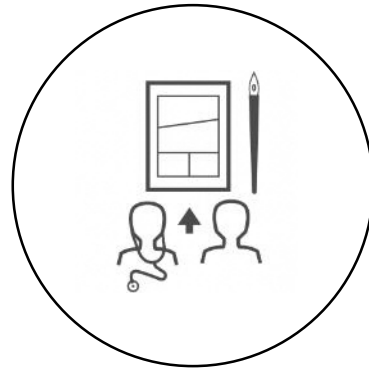


高齢に関する 言葉にしないと伝わらないこと

supported by SNS医療のカチーケアネット

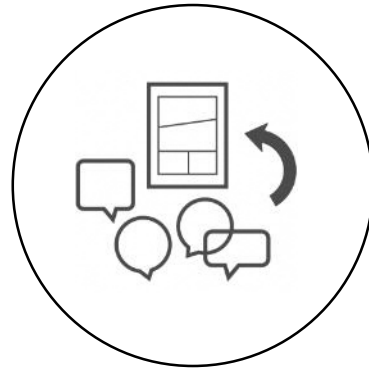
入賞作への読賞:ケアネット(WEBSITE)にて掲載&他公募エピソードのマンガ化投稿





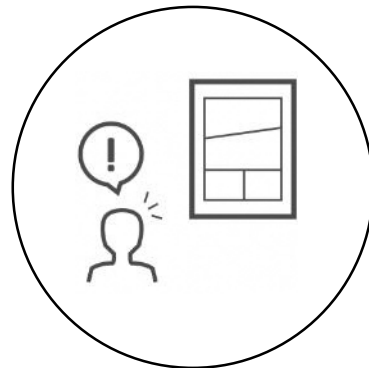
医療に対する視点の違いや想いを描き出す

同じ出来事でも、患者と医療従事者で異なる受け取り方や感じ方があることを、マンガを通じて気づき、知ることができる。



実際の医療現場での出来事をエピソード化

医療従事者が監修したエピソードや、SNS上で募集した体験エピソードを原案にした、共感したくなるストーリーをマンガに描きだす。



医療の話題をマンガで分かりやすく伝える

これまで関心を持ってもらえなかった医療の話題を、マンガの力によってわかりやすくすることで、多くの人に届けます。

著名な編集者やマンガ家が審査員として参加 ※令和3年度

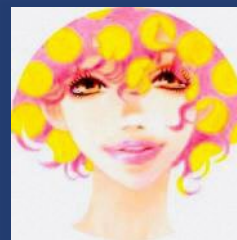
「医療従事者」「マンガ専門家」「自治体」の異なる視点から作品を選考



佐渡島 庸平

(株)コルク代表取締役会長（編集者）

東京大学文学部卒業。講談社を経て、2012年クリエイターのエージェン会社、株式会社コルクを創業。三田紀房、安野モヨコ、小山宙哉ら著名作家陣とエージェン契約を結び、作品編集、著作権管理、ファンコミュニティ形成・運営などを行う。従来の出版流通の形にあるインターネット時代のエンターテインメントのモデル構築を目指している。



おかざき 真里

漫画家

2000年に博報堂を退社後、広告代理店を舞台にした『サブリ』(祥伝社)がドラマ化もされるなど、大ヒット。その他、代表作として『渋谷区円山町』(集英社)、『&(アンド)』(祥伝社)など。フランス、ポルトガル、イタリア、韓国他でも翻訳出版されている。現在は「月刊!スピリッツ」で『阿・咩』、『FEEL YOUNG』で『かしましめし』を連載中。三児の母。



こしの りょう

マンガ家

2004年に「モーニング」にて『NS'あおい』でデビュー。2006年には同作品がテレビドラマ化された。2011年から「週刊現代」(講談社)で『町医者ジャンボ』を連載。2013年には同作品がテレビドラマ化。現在は「週刊現代」で『銀行渉外担当 竹中治夫』、看護雑誌で現場の看護師さん取材して描いている『はなうた』を連載中。



井上 祥

(株)メディカルノート代表取締役・共同創業者（医師）

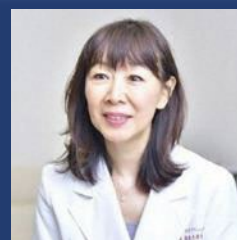
2009年横浜市立大学医学部卒業。横浜労災病院初期研修医を経て2011年より横浜市立大学大学院医学教育学・消化器内科学、2015年3月に医学博士。一般生活者の医療リテラシー向上を理念に大学院在学中の2014年10月に株式会社メディカルノートを創業し現在、代表取締役。横浜市立大学医学部非常勤講師。日本医療機能評価機構EBM普及推進事業運営委員。JAMSNET東京理事。



山本 健人

SNS医療のカタチ（医師）

複数の市中病院勤務を経て、現在京都大学大学院医学研究科、消化管外科。「外科医けいゆう」のペンネームで医療情報サイト「外科医の視点」を運営。Yahoo!ニュース個人、時事メディカル、看護rootなどのウェブメディアで連載。著書に「医者と病院をうまく使い倒す34の心得」(KADOKAWA)、「医者が教える正しい病院のかかり方」(幻冬舎)など。



筑丸 志津子

医師

1986年東海大学医学部卒業。その後関東通信病院で内科、麻酔科、皮膚科診療に従事。2002年横浜市青葉区に「松風台クリニック」を開設。2004年10月「ケセラスキンケアクリニック」を開設。横浜市青葉区医師会副会長を務めた後、2019年より横浜市医師会常任理事。



城 博俊

横浜市副市長

1987年横浜市入庁。交通局副局長、政策局担当理事などを経て、2012年病院経営局長に就任。その後2015年新たに編成された医療局長、交通局長を経て2020年副市長に就任。

① 募集反響

マンガ応募：85作品



WebサイトおよびTwitter、Webマンガプラットフォームにて投稿マンガを募集、告知より1ヵ月間という短期募集にも関わらず多数の応募が集まりました。

② 報道反響

報道件数：145件
広告換算：約1億2千万



部門サポートメディアの掲載を始め、多数のメディアで紹介されました。コロナ禍での医療情報に関する自治体の取り組みという面でも、多数の反響を得ております。

③ SNS反響

Twitter Imp数：約
3,100万回



Twitter上にて、マンガ作品やテーマについて好意的なツイートが多く投稿され、気に入った作品の複数ツイートなど、ユーザのファン化傾向が見える結果となっております。

厚生労働省 医政局長賞 受賞

2020年度『上手な医療のかかり方アワード』

第二回

上手な医療のかかり方アワード



プロジェクト

医療のコミュニケーションギャップを
視点の違いにより描く「医療マンガ大賞」!

受賞者

横浜市

所在地 〒231-0005 横浜市中区本町6丁目50番地の10 電話 045-671-2993
URL <https://ryo-manga.city.yokohama.lg.jp/> E-mail ir-shiten@city.yokohama.jp

『上手な医療のかかり方アワード』とは

厚生労働省では平成30年度に「上手な医療のかかり方を広めるための懇談会」を開催し、「いのちをまもり、医療をまもる」国民プロジェクト宣言！が為されました。

これを踏まえ、上手な医療のかかり方の啓発などの優れた取組や、医師などの医療従事者の負担軽減に向けた優れた取組、並びに若年層に対する医療受診の教育に関して優れた取組を行っている企業や団体を厚生労働省が表彰し、その理念や取組内容などを広く発信することで、国民の医療のかかり方に関する理解を深め、取組主体の意識を高めることを目的としています。

取組の経緯

医療に(今は)関心の無い人にも
伝わるようにしたい

370万人以上が居住する横浜市における医療提供体制を将来にわたり持続的なものとするためには、行政・医療機関に加えて、実際に医療を受ける市民の理解や協力が必要です。医療計画に準じる「よこはま保健医療プラン」でも基本理念に「市民・関係機関・行政の間での共通認識」の促進をあげています。多くの方に目を向けてもらうにはどうしたらよいか、従来型の情報発信を見直し、「医療の視点」というコンセプトで取り組んでいます。主たる目的は、医療へ関心を持っていない市民にも、新たな気付きを持ってもらうことです。



事業の概要と特徴

患者と医療従事者の視点の違いを
マンガで伝える



「医療の視点」を象徴する取り組みとして「医療マンガ大賞」を2019年より実施しています。患者と医療従事者では、同じ出来事でも捉え方が異なるという点に着目しました。原作エピソードを双方の視点から感情の起伏を含むマンガで描き、共感とともに関心を持ってもらうきっかけ作りに取り組んでいます。医療情報を発信するメディアの協力も得ながら取組の輪を広げています。入賞作品はwebサイトで全編公開し、SNSでの情報拡散やシェアも容易となるような導線を確認しています。

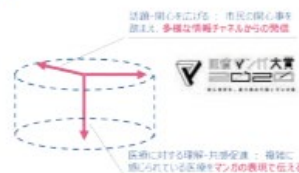


※第2回コミュニケーションの難しさ
受賞作から抜粋(両視点)

医療のかかり方を覚えていくポイント

白か黒かのようにシンプルには伝えられない
医療のことを、マンガの表現で幅広く発信

- ① 多くの市民から見ると、個別性もあり複雑とも言える医療というテーマを広報するには、多様な表現が可能なマンガは有効
- ② 気づいてもらう、興味を持ってもらうことが重要なので、市民の関心事を踏まえ、多くのチャンネルから発信
- ③ 無関心な層への情報伝達では、1度で網羅的に伝えることよりも、伝わる環境と持続して話題にのぼる工夫が重要



※マンガを用いた広報手法イメージ

広告掲載申込書（イベント協賛等：先着順）

横浜市長

以下のとおり申し込みます。

申 込 者	所在地	〒 -		
	ふりがな 名称			
	代表者職名・氏名			
	担当者	部署名		
		ふりがな 氏名		
	連絡先	TEL/FAX	TEL	/ FAX
		Eメール		
業種・事業内容				
ホームページ URL				
※「広告主」の欄は、申込者と異なる場合で決定済みの場合のみ記入してください。				
広 告 主	所在地	〒 -		
	ふりがな 名称			
	代表者職名・氏名			
	業種・事業内容			
	ホームページ URL			
申 込 内 容	募集対象事業名称	第4回医療マンガ大賞		
	協賛内容 ※該当するものに「○」を記入してください。	協賛金の提供	1口 25,000円	
	広告内容 ※広告の掲載がある場合のみ記入してください。	広告に掲載する名称（事業者名等）：		
	個人情報の収集	有 ・ 無	⇒有の場合（該当するものにチェックしてください） <input type="checkbox"/> 名前 <input type="checkbox"/> 住所 <input type="checkbox"/> 電話番号 <input type="checkbox"/> E-mail <input type="checkbox"/> 年齢 <input type="checkbox"/> 性別 <input type="checkbox"/> その他（ ） <input checked="" type="checkbox"/> 収集対象（「例：「中学生以下」「65歳以上」） <input checked="" type="checkbox"/> 収集規模（「例：アンケート配布数 ○部」）	
誓約事項	<ul style="list-style-type: none"> ・横浜市 of 広告関連規程を遵守します。 ・横浜市暴力団排除条例 第2条第2号から第5号に定められた者に該当しません。また、誓約事項に反しないことを確認するため、横浜市から役員名簿等の提出を求められたときは、速やかに提出し、横浜市が本誓約書及び該当役員名簿等を、神奈川県警察に提供することに同意します。 ・横浜市税の滞納はありません。横浜市が申込者及び広告主の市税納付状況調査を行うことに同意します。 ・申込者が広告代理店である場合、広告主に対して横浜市が定める広告料を超える金額で販売しません。 ・誓約事項と相違する事項が判明した場合、又は当該誓約事項に反した場合に、契約の相手方としないこと、契約解除を行うこと等、横浜市が行う契約に係る一切の措置について、異議の申立てを行いません。 			

※ ご記入いただいたEメールアドレス宛に横浜市広告情報メールマガジン（広告媒体に関するお知らせ）の配信を希望されますか。（希望する ・ 希望しない ・ 登録済）