

ヒント

ビジネスの“新しい価値”を開拓する「企画の種」



企画の100本メニュー

B to Bマーケティング企画

企画の100本メニュー

060

1

提起する
問題・課題

患者さんに「病気の本質」を 知ってもらう方法はないか？

「病気の本質」を患者さんに分かりやすく伝える「医療ドラマ」

医療案内

ドラマ・パンフレット

患者さんと一緒に病気を克服する「医療ドラマ」戦略

私たちは自分の「病気の本質」を知りません。医師に説明されても専門的な医学の話を理解するのは難しいものです。

「病気の本質」とは、病気そのものだけでなく、その病気の発見や治療の歴史、また最新の知見まで含みますから、

説明する医師も必要最小限の情報を要約して伝えるしかありません。

この病気治療の情報を「分かりやすいドラマ」にして、患者さんの理解を促し、安心して治療に向き合える環境を作ります。



商品に”心の価値“を加えて、ビジネスの”新しい価値“を開拓する

本企画のメニューは、激変する社会に対応するために、商品やサービスの“新しい価値”を開拓する企画です。

商品の“新しい価値”とは、商品の「モノの価値」に対する”心の価値“の開拓です。

”心の価値“とは「商品を使う喜びや幸福感」であり、それはお客様が永遠に求め続けるものです。

貴社の課題解決ソリューションとしてのオリジナルの企画をご提案させていただきますので、お気軽にお問合せ、ご相談ください。

患者さんに「病気の本質」を
知ってもらう方法はないか？

「病気の本質」を患者さんに分かりやすく伝える「医療ドラマ」
**医療案内
ドラマ・パンフレット**
患者さんと一緒に病気を克服する「医療ドラマ」戦略

2

新しい価値
の開拓

古い病気から新しい病気へ。古い治療から新しい治療へ。社会が激変しているように、病気と医療もどんどん変化しています。そのような状況の中で患者さんと一緒に病気を克服するために、「病気の本質」を患者さんに伝える「医療ドラマ」の制作システムが、「医療案内ドラマ・パンフレット」です。「医療案内ドラマ・パンフレット」は、難しい病気の本質を実写やグラフやCGやアニメを駆使して、病気と人間の関係性をドラマチックなストーリーで伝えます。「医療案内ドラマ」のメリットは、医師が患者さんに説明する時間を省けることや、看護師や患者さんのご家族の看護の仕方も、分かりやすく丁寧に伝えます。その病気の医薬品を扱う製薬会社が「医療ドラマ」の制作を担って、全国の病院で活用してもらいます。人命にかかわることなので、その病気の権威ある医師の監修や、最先端の技術の説明を加えて、医療事故を防ぎ、一人でも多くの患者さんの回復をめざします。

3

3分ドラマ
コンテンツ
の活用

「医療ドラマ」は病気と人間が戦うドラマです。癌だけでもたくさんの「医療ドラマ」が必要です。病気と治療は日進月歩するので、再編集をして精密にしていきます。医者や看護師向けの「医療編」と「患者編」に分けて、顕微鏡映像や3D映像を駆使して、病気の本質に迫ります。「医療ドラマ・コンテンツ」を配信して、たくさんの病院や患者さんに活用してもらいます。一社の医薬品だけでなく、他企業の医療設備や最先端のメカニズムも加わるので、総合的な病気プロジェクトのコラボレーションで「病気の本質」に迫ります。

4

企画の目的
と効果性

「医療ドラマ」の目的は言うまでもなく患者さんの回復であり、その医療技術の格差や看護の品質の向上に貢献することです。「医療ドラマ」の効果性は、高齢化社会が進んで国民医療費は約43兆円までに膨らんでいる中、病院と患者さんが一体となって体調の回復をめざすことで、治療費の節減と病気の予防で経費を節減します。

