

広告主名	中京テレビ放送	期間	2023年10月1日 ~
コーポレート・団体ブランド名		地域	東海エリア
施策名	乳がん啓発プロジェクト「ママにニュースです！」	使用媒体	テレビCM/ポスター/体験イベント等

1. 施策をおこなった背景や課題

忙しい母親には乳がん啓発が他人事に見える

日本の乳がん検診受診率は諸外国と比べて非常に低く、セルフチェックを習慣的に行う女性もたったの9%*。特に忙しい母親たちには浸透していない。母親たちは子どものことを優先して自分の健康を後回しにしがちなため、一般的な啓発メッセージでは届きにくい実情がある。そこで、中京テレビは「ピンクリボン月間」に合わせてキャンペーンを実施した。

※出典：乳がんに対する意識調査①～ピンクリボンフェスティバル2020 独自アンケートの結果～

2. 解決方法 (SOLUTION)

世界に1つ、わが子からの啓発ニュース

中京テレビが展開したのは、子どもが自分の母親に向けて乳がんチェックの大切さを伝える「ママにニュースです！」企画。子どもたちは母親を想いながらデザインやメッセージをカスタマイズし、レポーターとして母親へ発信することができる。最愛の「わが子」による、世界に1つだけの啓発ニュースは母親の意識を変え、ニュースのロゴステッカーは乳がんチェックのリマインドツールにもなった。



3. 結果

母親だけでなく子ども自身も学ぶ

このキャンペーンによって、約200もの乳がん啓発ニュースが子どもたちによって生み出された。母親は乳がんチェックの大切さを実感し、子どもたち自身も学びを得た。彼らが作成した「ニュース」は中京テレビでオンエアされたほか、ビッグビジョンでも流され、社会へもメッセージを届けた。



4. 企画のポイント

乳がん啓発を通じた企業ブランディング

中京テレビは6年に渡って乳がん啓発プロジェクトを行っており、この施策も引き続き多様な場所で母親たちを振り向かせる情報発信源となり、乳がんから守るきっかけになっていく。大好きなママの身体のために子どもたちがニュース発信をするという体験は「健康啓発に貢献する中京テレビ」というブランドイメージを醸成すると同時に、放送や制作という事業の楽しさを実感させるブランド体験にもなった。



BREAST CANCER CHECK NEWS ママにニュースです!



乳がんセルフチェックの覚えやすい方法をホームページに掲載しているので、ぜひチェックを。
乳がんは早期発見できれば90%が治る*から、月に1度のセルフチェックを習慣にしてください。
9人に1人が乳がんにかかると推定。月に1度のセルフチェックを習慣にしてください。



大好きなママに乳がんチェックを促すため、子どもたち一人ひとりが自分らしくデザインやメッセージをカスタマイズし、自ら発信する施策を実施。これまでにない形で、ママの心に啓発ニュースを届けた。それは、子どもたち自身も学びを得られる機会となり、放送や制作の楽しさを感じられる中京テレビならではのブランド体験にもなった。

