

## 質問13 作業療法のブランド戦略等について

(該当箇所:p.97、2024年度事業計画および予算案、制作広報室)

### ●質問 13-1 とご提案 1：

「作業療法のブランド戦略をどのように考えているのか」

「それを専門家に依頼しているのか」

佐藤可士和さんに依頼し、今治タオルの復活やユニクロの世界戦略のように、作業療法をブランド化してもらったらどうか？ 大阪では、前協会長の中村副院長が勤務されている千里リハビリテーション病院のブランド戦略も手掛けていて、成功されている。ぜひ、受けていただけるか分からないが、そのようなブランド戦略を考えてほしい。

### ●質問 13-2 とご提案 2：

「作業療法の曖昧さを引き受けるということ」(医学書院)のマンガを協会戦略として売り出してはどうか？ もう少し簡単にして全小学校に、今の本を全国の中学・高校に配布する。マンガを別内容でシリーズ化して販売する。上江州聖さんのネタもまだあるかもしれないし、全国から感動ネタを募集して上江州聖さんや齋藤祐樹さんにアレンジしてもらったらよいと思う。ぜひ、検討していただきたい。

## 回答

### ●質問 13-1 とご提案 1 について：

「作業療法のブランド戦略をどのように考えているのか」「それを専門家に依頼しているのか」につきましては、とても重要なご指摘と承りました。

作業療法のブランド化とは、作業療法が利用者に評価されること、信頼や共感によって他のサービスとは違う価値を持ってもらうことと理解しました。広報はこれを広く周知することかと考えております。ご指摘を踏まえ、専門家の意見も参考に検討してまいりたいと思います。

また、これに関連することとして、制作広報室では、小・中学生向けを含む広報媒体の拡充として、専門事業者提案による、広報キャラクター(オーティくん)を使ったパンフレットの作成や小学校等の出張授業で使える説明用スライドの作成を行っております。これにより、オーティくん＝作業療法のイメージ化の方策を展開しているところです。これにつきましては、作業療法のブランド化に向けた、取り組みの一環として継続強化してまいりたいと考えております。

### ●質問 13-2 とご提案 2 について：

「作業療法の曖昧さを引き受けるということ」(医学書院)のマンガを協会戦略として売り出してはどうか？ もう少し簡単にして全小学校に、今の本を全国の中学・高校に配布する。マンガを別内容でシリーズ化して販売する。」につきましては、作業療法の素晴らしさを、一般の方や将来を担う小中高生により広く理解してもらうためのご提案と理解しました。

作業療法の実態を漫画化する手法で周知する取組は重要な手段のひとつであると認識し検討したいと考えます。

また、漫画に限らず、昨今のメディアの多様化(テレビ・ラジオ・インターネット・配信サイトなど)特性に合わせた対応も必要と考えております。

その一環として、小中学生もしくは親・進路指導の先生などをターゲットとして、協会員・士会員が広報活動をするためのツールを充実すべく、映像、パンフレット、ホームページコンテンツ制

作に着手しているところです。

ご指摘を踏まえ、漫画をはじめとする様々な広報媒体の活用を通じて作業療法の普及に資する活動に取り組んでまいりたいと思います。