

Y8-03

インターネットを利用した広報活動

松江赤十字病院 総務課

○永江 健一、扇子 雅弘、細貝 弘人

【はじめに】当院は標榜診療科26、病床数645の島根県東部の中核病院である。当院では2010年9月にインターネットを利用した広報活動としてブログを開設した。また、2011年7月にFacebookとTwitterを病院公式のソーシャル・ネットワーキング・サービス（以下、SNS）として導入した。導入時と導入から約1年が経過した現状について報告する。

【SNSとは】SNSとは、インターネットを使い、双方向に交流することができるコミュニティー型サイトの総称であり、不特定多数の登録者への情報発信と情報交換ができる。ホームページやブログは情報を公開・発信することは出来るが、そのページへアクセスした利用者に限り、その情報を伝えることができる受動的なメディアである。それに対し、FacebookやTwitterといったSNSは当院の登録者に対して直接情報を届けることができ、さらにその情報がその登録者から別のSNS利用者へ情報発信される「情報の拡散」という効果が期待できる。

【導入時】当院では、インターネットを利用した広報活動については院内の広報委員会の下部組織であるホームページ部会が担当している。その部会で内規を作成した。最大の懸念は炎上対策についてであったが、有効な手段は見当たらなかった。

【現状】当院ではブログの更新を週に3回程度行い、その内容をFacebookとTwitterへ連動させている。ブログの更新については、複数の輪番を作成し、更新が途切れないように工夫している。また、Facebookに関しては広報係が毎日更新するように努力している。炎上については、Facebookは実名公開であることから、今のところ問題はない。

【展望】SNSを導入したことによる具体的な成果は不明であるものの、職員募集の応募者が閲覧しているようだと情報が有り、今後その可能性は大きくなると思われる。今後は、SNSの定期的な配信の継続を検討していきたい。

Y8-04

臨床指標（クリニカルインディケーター）への取り組み

徳島赤十字病院 医療情報課¹⁾、医療業務課²⁾、財務課³⁾、事務部長⁴⁾、看護部⁵⁾、内科⁶⁾

○清野 恭平¹⁾、住友 有希¹⁾、太田 由美¹⁾、新居三智子¹⁾、丸関 陽子¹⁾、西崎 艶子¹⁾、吉川 和彦¹⁾、坂本 陽一²⁾、井織 一浩²⁾、近井 香³⁾、服部 賢二⁴⁾、松崎 和代⁵⁾、新谷 保実⁶⁾

【はじめに】電子カルテシステム導入後、大量の診療データが電磁記録として保存されているにもかかわらず、診療や医事会計以外の二次的な利用が十分活用されているとは言い難い。そこで、経営分析データや、医療評価データなどの各種データの抽出や、医療の質（クリニカルインディケーター、以下C.I.）を測定し、結果を公開した。

【方法】C.I.の項目を考えるにあたり、他施設と比較するために国立病院機構の臨床評価指標、聖路加国際病院の「Quality Indicator」等を参考とし、院内各部署と協議し、決定した。

【成績】23年5月から取組んだ結果、23年8月に28種類のC.I.をホームページ上で公開することができた。C.I.を作成することで、医療の質について施設間比較を可能とし、地域をはじめとして当院の医療の質を広くアピールすることを可能とした。現在、公開している医療情報は以下のとおり。

- 1.患者満足の指標
- 2.病院全体の指標9種類
- 3.診療プロセスとアウトカムの指標10種類
- 4.ナースングインディケーター8種類
- 5.各診療科統計
- 6.院内がん登録12種類

他病院との比較ができるようになり医療の質の評価を行えるようになった。さらには、医療評価機構への情報提供の充実をはかることができた。

【結論】C.I.を作成するだけでなく、評価フィードバックすることが重要である。他病院との比較や指標ごとに定量化することにより、業務プロセスの見直し、施設・設備・機器の見直しなど様々な改善活動を行ってことで医療の質の向上にもつながると考えられる。今後、院内での要望も踏まえ項目の見直しや追加も検討しながらよりよいC.I.を作成していきたい。

Y8-05

院内情報配信システムの導入による院内広報の実践

高松赤十字病院 総務課

○西原 賢、國方 伸二

【目的】当院における患者向けの広報については、HPの展開、広報誌の発行を実施しているが、いずれも受動的な取組であり、十分な広報が実践できているとはいえない状況であった。そこで、1日1000人以上来院される外来患者に着目し、診察や会計の待ち時間に、院内に設置した液晶ディスプレイより独自の番組を放送する「院内情報配信システム」を導入。能動的な院内広報の実践を目指した。

【方法】外来待合等院内6ヶ所に液晶ディスプレイを設置。病院の概要・各種教室や健診の案内といったオリジナル番組、薬剤の使い方・疾病に関する情報を示した既存番組、ニュース、天気、字幕付の赤十字この1年等の動画を放送。

【結果】番組を見た患者より、番組表や紙ベースで番組の内容が欲しいといった要望があるなど、院内広報として、病院PR、赤十字PR、患者教育を実施することができた。また、乱雑であった掲示物の削減・整理が可能となった。さまざまな部署から番組配信の要望があるなど、病院職員の広報意識を高めることにも役立った。

【考察】HPよりも確実に外来患者の目に触れる待合のディスプレイにて、院内広報を実践し、患者からの反応があったことから、能動的な広報としての成果と同時に診察待ち時間問題の緩和にも役立ったと推察される。しかし、個々の番組の内容について、すべての患者が満足しているかどうかには、疑問が残る。今後は、HP上またはディスプレイ付近にご意見箱等を設置し、患者の声による番組の見直し・改善を図り、院内広報として更なる充実を図っていきたい。

Y8-06

当院国際医療救護部の広報活動の現状と課題

名古屋第二赤十字病院 国際医療救護部

○芳原みなみ、渡邊 勝、関塚 美穂、伊藤 明子、杉本 憲治

【はじめに】当院の国際医療救護部では国際医療救護拠点病院として、平成13年の設立当初より赤十字の国際活動に関する広報を積極的に行ってきた。情報媒体も変遷する中、より効果的な広報活動を行っていくために、これまでの広報活動の現状、課題、対策について述べる。

【広報活動の現状】国際医療救護部では、1.市民が集まる場での情報伝達、2.マスメディアを通じた情報発信、3.広報資材を通じた情報提供等で広報活動を行っている。平成13年度から平成23年度には、1.研修会の開催106回、院外講演会への職員派遣165回、2.マスメディアに取り上げられた件数212件という結果となり、マスメディアを通じた経済効果は平成20年から平成22年で1億円を超えている（広告換算値）。特にスマトラ沖地震、パキスタン北部地震が発生した2005年には44件、ハイチ大地震が発生した2010年には43件という結果であった。

【課題と対策】マスメディアに取り上げられる頻度や研修会への参加者数が減少傾向にある。その要因として、国際的な自然災害の多発、活動団体の多様化により国際活動が目新しいものではなくなくなってきたと考えられる。そこで、世間からの注目が薄い活動の効果的なアピールが必要であると考え、現在はホームページの改定や新聞社への投稿に取り組んでいる。今後インターネットやもっとクロス運動の活用等新たな情報提供手段の活用や、情報提供の時期や頻度の変更に取り組んでいく。

【おわりに】国際活動に関して情報を多く有している国際医療救護拠点病院として、赤十字の国際活動を市民に伝えて行くことは重要な役割の一つだと考える。今後も様々な情報媒体を活用し、赤十字の7原則を尊重しつつ積極的に広報活動に取り組んでいきたい。