

病院広報について ～広報誌のリニューアル～

企画課経営企画係 野崎 有紀 入野 有加
原川 浩

I. はじめに

昨今、日本赤十字社（本社）では広報基礎セミナー・スキルアップセミナーといった研修会の開催や各施設の取組みを評価する「もっとクロス大賞」の実施など、日本赤十字社全体の広報業務の底上げと標準化を図るよう指導に力を入れている。

他施設の広報活動を学ぶ機会が増え、当院において、まず見劣りしたのが広報誌「日赤病院ニュース」であった。これをもっと魅力あるものにするため、フルカラーに変更し、より多くの人に手にとってもらえるようデザインも一新しリニューアルすることにした。

II. リニューアルのコンセプト

この広報誌は昭和61年4月より、患者さんおよび一般市民向けに発行している広報誌で、毎月1日発行、白黒で発行当時からデザインはほとんど変わらず現在に至っていた。今回のリニューアルのコンセプトは、1) 手にとりやすさの向上、2) ターゲットの明確化、3) 質の向上の3点を柱とした。

III. アンケート実施に基づく内容の検討

内容を検討するにあたり、まず読者層の把握や紙面に対する意見を収集するため、来院患者さんおよび付き添いの家族を対象にアンケートを実施した。

その結果、もっとも要望の多かった医療に関する話題をメイン記事とし、写真や図を多く入れ、文章にQ&Aを取り入れるなど読みやすくする工夫をした。次に要望の多かった健康レシピは連載にし、持ち帰ってもらえる確率を上げることを狙った。

読者層の中心は50～70代の女性であったが、看護師募集の広報にも役立てばと、若年層にも手にとってもらえるようデザインをやさしい感じに仕上げた。そして、表紙には当院のスタッフに登場してもらい、親しみのある紙面にイメージアップした。

IV. 今後の展開

今回、読者層を拡大するため、新たに入院患者さんにも配布することとした。それをきっかけに、退院後の外来通院時にも手にとってもらえることを期待する。また、読者ニーズ把握のためのアンケート実施や病院広報委員会の開催により、マンネリ化を防ぎ内容を充実させていきたい。

V. おわりに

広報誌以外にもホームページの活用やプレスリリースの発行などさまざまな媒体を通して、当院の活動を多くの人に「伝える」「伝わる」広報を実践できるよう、取り組んでいきたい。

病棟活動NSTにおける薬剤師の取り組み

薬剤部 堤 喜行 矢野 佳孝
杉山 博信
栄養課 菊池しおり

I. はじめに

患者の中には病態や治療の過程で食事を経口摂取

できなくなることがしばしば見られる。そのような場合の栄養療法として、米国静脈経腸栄養学会のガ