

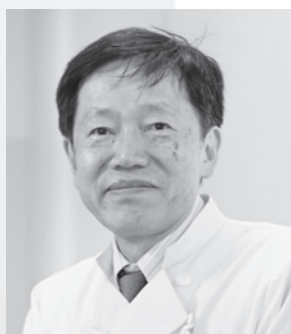
# CASE.1



## ステークホルダーと協力し地域住民の健康な暮らしを支える取り組みを展開

社会福祉法人聖隷福祉事業団聖隷佐倉市民病院健診センターでは、受診者の健康支援を行うだけでなく、積極的に院外に出て地域住民の健康な暮らしを支えるための取り組みを展開している。具体的な活動内容について、同センター所長で医療経営士1級の有田誠司さんに聞いた。

待っているだけでは  
受診者はこない



健診センター所長を務める医療経営士1級の有田誠司さん

2004年に国立佐倉病院から社会福祉法人聖隷福祉事業団に経営移譲され、医療機能を引き継いで新たに開設された聖隷佐倉市民病院。その後、新病棟と透析センターのオープン、手術棟の増築、リハビリセンター・放射線治療部門の開設、外来棟と透析センターの増築など、急性期・救急医療を中心として、地域ニーズに対応するための機能強化を重ねてきた。現在は365床の地域中核病院として、佐倉市を中心に周辺地域の地域医療を支えている。06年に病院内部に設立された健診センターは、受診者数の増加に伴い、14年には病院に隣接する形で健診センター棟を開設した。「家族の健康コンシェルジュ」を

コンセプトに各種健康診断、人間ドックに取り組んでおり、脳ドックや認知症予防ドックといった特徴あるメニュー展開に加え、仕事・子育て・介護・家事などで平日忙しい女性のための「レディースデー・マンモサンデー」といった企画を打ち出し、多くの受診者を獲得。人間ドック、一般健診の受診は年々増加している(図1、2)。

これに対応する形で健診センターの職員数も増加しており、現在は常勤医6人、非常勤医4人に加え、検査部門、事務部門を擁し、当初から比較して大所帯となって

### DATA — 施設概要 —



社会福祉法人  
聖隷福祉事業団  
聖隷佐倉市民病院健診センター

住所：千葉県佐倉市江原台2-36-2

TEL：043-486-0006

URL：<http://www.seirei.or.jp/sakura/center/index.html>

図1 人間ドック受診者数

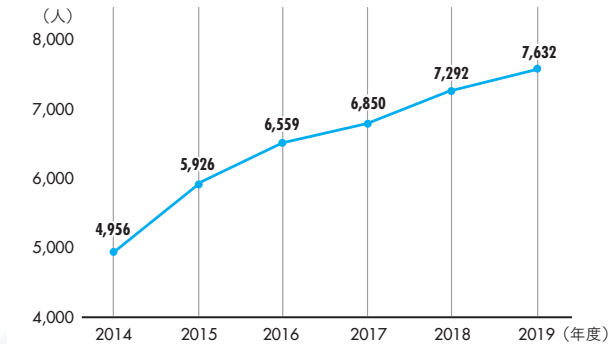
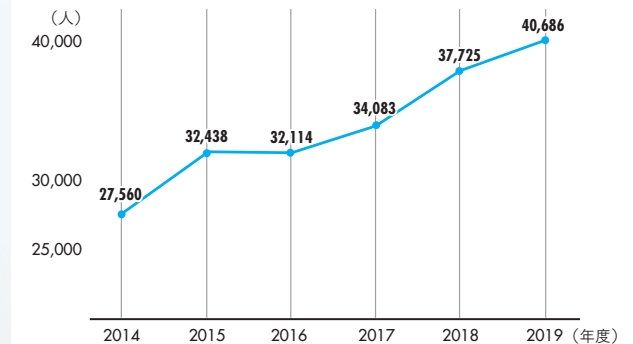


図2 一般健診受診者数



そこで新型コロナウイルス感染症の拡大前には年2回ほど市民公開講座を開催。フレイルや認知症といったテーマで、有田さんや各分野の専門医などがわかりやすい講演を行っている。

この狙いを有田さんは、「人間ドックや一般健診によって、がんを早期発見して治すことや、生活習慣病を予防して心臓病、脳卒中を防ぐことが、ご自身の健康寿命

### 「健康祭り」を開催 ショッピングモールでの

「健康祭り」を開催  
ショッピングモールでの

「健康祭り」を開催  
ショッピングモールでの

「健康祭り」を開催  
ショッピングモールでの

延伸のためにも、日本の医療経済のためにも極めて重要であると、わかりやすく説明することが大切だ。そうした話を真摯に行うことで、自身の健康にも、当センターにも興味を持っていただけると考えています」と強調する。

さらに、健康講座の内容は地元ケーブルテレビでも放映されており、より多くの市民に届けることができる。このケーブルテレビでは、暮らしと健康をテーマとした番組を持っていることから、協力をお願い。コンテンツを充実させたいケーブルテレビ側と利害が一致し、実現に至った。

さらに、より地域に出ていく取り組みとして2018年からスタートしたのが、「健康祭り」だ。地元の大規模ショッピングモールのイベントホールに会場を設置し、買い物客を対象に健診体験や骨密度測定、乳がんの自己検診法のレクチャーなどを行うほか、医師をはじめとする専門職による講演・健康相談を無料で実施した。

同センターだけではなく近隣の医療機関、自治体、製薬会社、食品会社などと共同で開催。各専門分野の情報提供やサンプル配布も

行われ、多くの買い物客が来場した。「市民公開講座などの場には、もともと健康意識が高い人が集まる傾向にあり、多くの場合、健診や人間ドックも受けています。しかし、普段健康や予防にあまり興味のない層にもアピールしていくことが大切。そこで、私たちが生活の場に出ていくことで、接点を増やしていきたいと考えています」

このほか、市が開講している消費者大学での講座なども積極的に取り組んできた。

しかし、コロナ流行後はこうした集合型、対面型でのイベントや告知活動が制限される状況となっている。そこで同センターが行っているのが、地元の新聞への人間ドック体験記事の掲載だ。記者に同センターの人間ドックを実際に受けてもらい、メニューや設備などを紹介するというもの。このほか、ホームページやSNSなどを通じて、健康に関する情報発信に力を注いでいる。

コロナの影響により、多くの健診施設で受診者が減少している。

「健康祭り」を開催  
ショッピングモールでの

「健康祭り」を開催  
ショッピングモールでの

「健康祭り」を開催  
ショッピングモールでの



地元の大型ショッピングモールで開催した健康祭りの様子。医師による講演や医療従事者による無料健康相談などが行われた

同センターも流行拡大直後の昨年4〜5月は受診者が大幅に減少した。しかし、情報発信と感染への対策に力を注いできたことで、6月以降は患者数が戻り、第2波、第3波による影響も受けなかった。現在も受診者数は増加傾向にあるという。

感染対策としては、出入口を一つにしてサーモセンサーを設置し、問診を徹底。さらに、従来、同センターが重視しており受診者からも好評だった受診後の説明については、オンライン会議システムを活用し、受診者は医師と別室にしながら丁寧な説明を受けることができる環境を整えたほか、後日説明の枠も設けている。また、健診後の食事を楽しみにしている受診者も多かったが、センター内の食事提供が難しい状況となっているため、持ち帰り用の豪華弁当を用意した。

「情報発信を通じて興味を持ってくださった市民が、安心して受診いただける環境をいかにつくるかが大切だと考えています。医療機関の強みを活かして徹底した感染対策を行うとともに、対策の内容をホームページ上で写真入りで紹介

介するなど工夫しています」（有田さん）

### ステークホルダーとともに 住民の健康増進に注力

地域に出ていく取り組みはさらに加速している。

有田さんは、佐倉地区の開発を行うデイベロップターの嘱託産業医を請け負っており、同センターでの健診の結果をもとに管理栄養士とともに健康指導や栄養指導を強化してきた。結果として、同社では健康優良企業の認定を受けることができたのだという。

さらに、社員の健康意識も高まった同社と共同で、地域における新たな挑戦をスタートさせようとしている。現在具体的に構想が進んでいるのが、「健康よろず相談所」だ。

「駅の近くに相談スペースを設置して現役を退いたベテラン看護師にコミュニティナースとして常駐してもらい、地域住民が気軽に健康相談をできる場をつくってはどうかと考えています。住民が健康になれば、健康寿命の延伸、地域の活性化につながっていきます。それは、医療機関にとっても

企業にとっても喜ばしいこと。地元企業などのステークホルダーを巻き込むうえでは、互いに共通する目的を持ち、Win-Winの関係構築しながらさまざまな取り組みに挑戦することが大事だと思っています」と有田さんは指摘する。

このほか、以前には地元密着型のフィットネスクラブとの連携による健康増進にも取り組んだ。というのも、健康増進においては運動が欠かせないが、持病のある人などが安心して運動できる環境は少ない。なかには医療機関が健康増進法42条施設（メディカルフィットネス）を運営している例もあるが、設備投資や人件費の面から決して容易とは言えない。そこで同センターでは、全国チェーンのフィットネスクラブとの競争に向けて差別化を図りたい地元のフィットネスクラブとの提携に着手した。

「人間ドックの結果をもとに適切な運動処方を考えて受診者にわたし、それを持って提携のフィットネスクラブに行けば、専任のトレーナーから処方を踏まえた指導が受けられるといった流れを考え

## Point

01. 一般市民への啓発や講演活動など、自ら外に出て行って顔の見える機会をつくることで、健診や人間ドックの受診者を獲得
02. 普段健康や予防にあまり興味のない層にもアピールするため、ショッピングモールなどでのイベントを開催
03. 地域のステークホルダーとWin-Winの関係性を構築し、共同で地域住民の健康増進、地域活性化につながる取り組みに着手



市民公開講座には、多くの地域住民が訪れていた。  
現在はコロナ禍で休止中

ました。ただ、残念ながらコロナ禍でフィットネススクラブの利用も厳しくなり、一旦中断してしまっています。ただ、地域にはさまざまなステークホルダーがいます。共通の目標を掲げ、互いにとって良い関係性を構築しながらさまざまな取り組みにチャレンジしていきたいですね(有田さん)

### 院内から外に出て 保険にとらわれない活動を

新型コロナウイルス感染症の拡大により、医療機関の経営は厳しさを増している。

「今回の対応で多くの財源を使っており、次回を含む今後の診療報酬改定はこれまでに増して厳しいものになるかと思われず。病院は一般企業と違って利潤を株主に配当するわけではありませんが、職員の給料や材料費、設備投資のため利益を出すことは健全経営のために必要不可欠です。したがって、良質な医療の提供と健全経営というパラドキシカルな命題を今は実現していかねばなりません。そのためには、保険診療の枠にとどまらずより幅広い視野で戦略を考えていく必要があるのです」

はないでしょうか」と、有田さんは指摘する。

そうした観点から、健診センターは有力な収入源となり得るという。

「質の高さや接遇の良さが求められるのはもちろんですが、健診部門は保険診療と比べて運用の自由度が高く、各種人間ドックや一般健診、企業への出張健診などをうまく組み合わせればかなりの利益が出せるはず。実際、当院においても売り上げの柱の一つになっていきます(有田さん)」

たとえば、生活習慣病の予防がメインの一般健診は項目が少ないが、人間ドックではがんや生活習慣病を広くカバーしているため、40歳以上の受診者に対しては、年1回の人間ドック受診をすすめている。さらに、エビデンスが条件ではあるものの、新たにさまざまな種類の追加オプション検査を充実させていくこともできる。これにより、受診者の満足度を高めながら新たな収入を確保することも可能となるわけだ。

今後、医療機関が保険診療の枠にとどまらずに広い視野で事業展開を図っていくうえで必要となる

のは、病院のなかから積極的に外に出て行くことだと有田さんは強調する。それは、さまざまなステークホルダーと協力して新しい取り組みを考えることが医療機関で働く職員にとってモチベーション向上にもつながるうえ、地域住民の健康や暮らしを支え、最終的には政府が進める地域包括ケアシステムの大きな柱の一つとなっていくと感じているからだ。

「現在の国の予算に占める医療費の増大やさらなる高齢化の進展、労働人口の減少を考えると、生涯現役で健康寿命を延ばすことは、国民医療費の節約、ひいては日本が世界に誇る国民皆保険を守ることもつながります。また、皆さんが自分の体を自分で守って健康で長く働けることが日本経済を救うことにもなります。国民医療費の削減を考えると今後は『自分の健康は自分で守る』時代になっていきます。それに合わせてこれから私たちは、『皆様の健康のコンシェルジュ』として、各受診者に合わせたテラーメイドな人間ドックを提供していきたい。そのため、いろいろなアイデアを考えていきます」