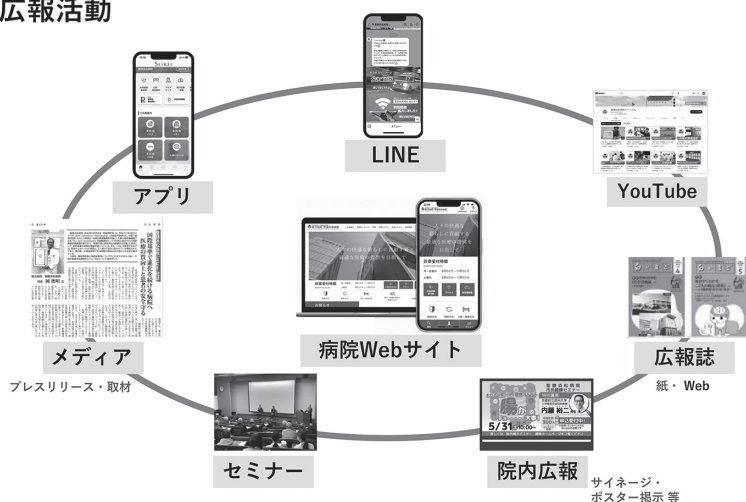


当院の広報活動



を心掛けています」と語る。  
また、院内に媒体の存在や取り組みの周知を図りつつ、毎月全職員から情報収集を行うなど広報に対する意識改革を行っている。併せて、やりっぱなしの広報にせず、フィードバックや改善案の提案を行い、次回につながる信頼関係を

構築。こうした取り組みが、病院の認知や集患に確実につながっているという。

三つ目が、「三者で連携」。同院の場合、広報に携わるのは、学術広報室、経営企画室、地域医療連絡室になる。この3つの部署が集まり月1度、最新の情報を共有。

集患という共通目標に向かって連携することにより多角的にかつ効果的な広報を提案することが可能な体制を構築している。

集患は順調に推移

各広報媒体の特徴は以下の通り。

**\*Webサイト**  
アンケート調査結果から、医師や診療科についてのニーズが高いと分かっており、医師の顔写真や診療の様子が分かる画像を大きく配置した構成となつて

Webサイトを中心に  
各広報媒体を連動し情報を伝達

一つ目のカギ、「現状把握・分析」では、Webサイトの分析を実施。Google Analytics<sup>4</sup>を用いて、表示回数、ユーザー数、閲覧数が多いページ、SNSからの流入などについて確認する。特に、閲覧数が多いページは利用者が知りたい情報に直結すると考え、念入りに情報収集を行っている。また、年1回LINEとアプリを活用したアンケート調査を実施、年3回の市民公開講座でのアンケートも行い、その結果や寄せられた意見等を広報の方針や改善策に生かしている。

同院では、ターゲットに合わせて広報戦略を採用しており、主に見込み患者にはWebサイト、YouTube動画、新聞等の掲載、市民公開講座を中心とし、既存患者にはWebサイト、紙の広報誌、LINE、アプリを中心にするなど媒体のすみ分けを図っている。

とはいえ、個々の媒体で病院情報の発信を行うのではなく、Webサイトに情報を集約している点には大きな特徴だ。Webサイトを中心にそれぞれの広報媒体を連動させており、Webサイトから複数の媒体にアクセスできる。利用者はWebサイト、各媒体の両方から情報にアプローチできるため、より効果的な情報発信が可能になる。

カギの二つ目が、「チームで広報」。広報活動は、医師等職員の協力なしでは成り立たないという考えのもと、医師を巻き込みながらコンテンツを作成している。特に、YouTube動画については、同院広報委員会がその有用性を認めたところから2016年にスタート。副委員長でもある総合診療内科の本間陽一郎医師がプロジェクトの中心となり、「患者の視点で考える患者ファースト」の理念で動画制作を行っている。北岡氏は「先生方は非常にお忙しいので、ご自身が出て良いと思っただけのような広報内容の提案



北岡美穂氏

いる。また、リンク先を明示し、広報誌やYouTube動画へ誘導できるよう工夫している。

**\*プレスリリース**  
年間16回ほど配信し36件掲載。特にニュース性のあるものは、地元新聞社等に配信している。記載時は、市民にとってどのような利益かという視点で作成している。

**\*広報誌「白いまど」**  
20頁ほどの月刊小冊子で、疾患とそれを担当する診療科、そして治療に加わる専門医を取り上げ、チーム医療を訴求。同内容をWebサイトにも掲載し、連動する内容でYouTube動画を作成している。

**\*YouTube動画**  
2016年より広報誌では伝わりにくい内容を動画化し配信。広報誌と連動させ、医師、看護師、医療技術職、事務職などを含む12人の広報委員会で製作している。

**\*LINE**  
2017年開始。広報誌とYouTube動画へ誘導可能。LINE独自のコンテンツ「医師のメッ

集患のポイント

- 1 利用者・患者のニーズや改善点を把握
- 2 病院一体で取り組む
- 3 3つの部署が連携し、効果的な広報を実現

セージ」動画を配信中。プッシュ通知が可能なたため、幅広いユーザーへ情報発信を行っている。

**\*「聖隷福祉事業団公式アプリ SEIRE」**  
2023年度開始。対象は病院利用者。約80本の患者説明動画を視聴可能。患者だけでなく家族も自由な時間に視聴できる。より分かりやすく、正確に、スピーディーに利用者へ情報提供を行う。

北岡氏は「アプリや他の広報媒体も含めて情報発信し続けることにより、集患は順調な推移をみせています。今後もターゲットにあった媒体を戦略的に融合して情報発信していきたい」と意気込む。