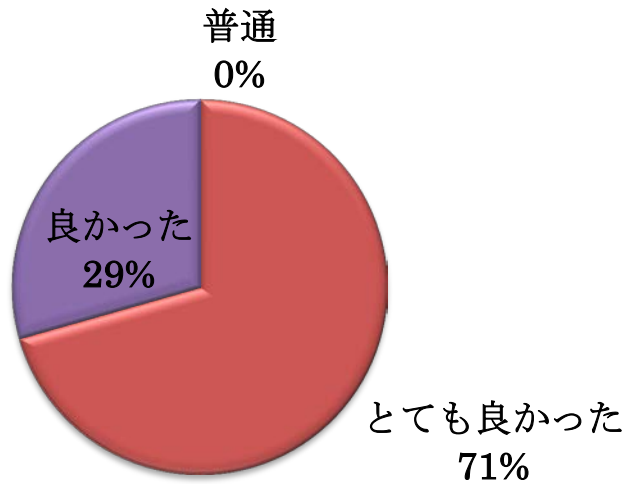


<第10回医療の未来を考える会レポート>



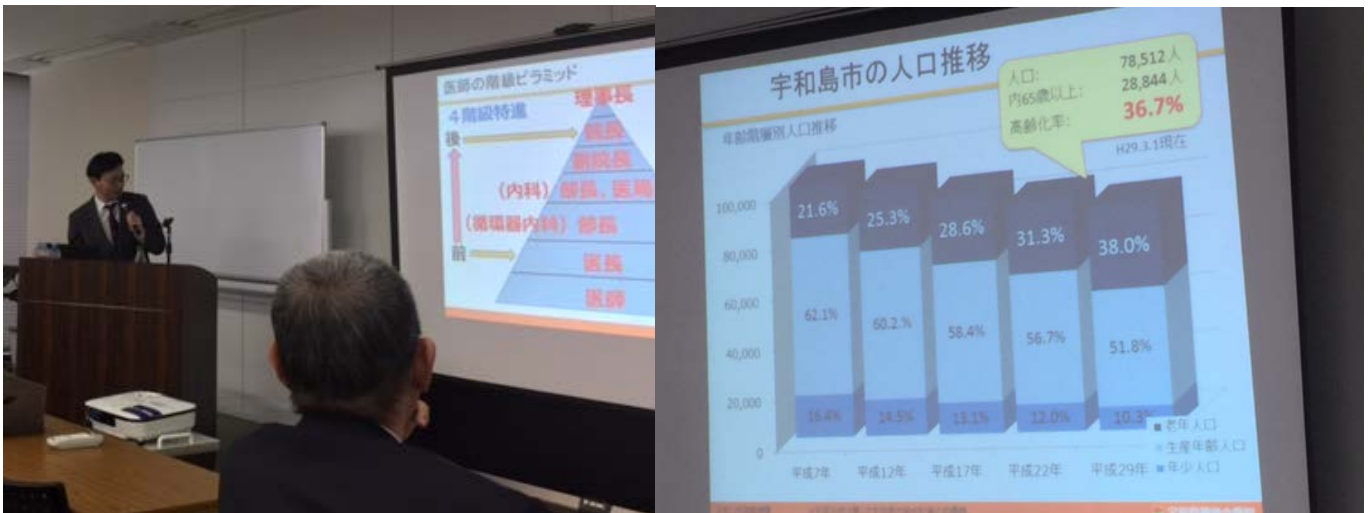
先日開催しました、第10回医療の未来を考える会は無事、終了しました。皆さんのアンケート結果なども含めて報告をします。

第10回医療の未来を考える会の感想

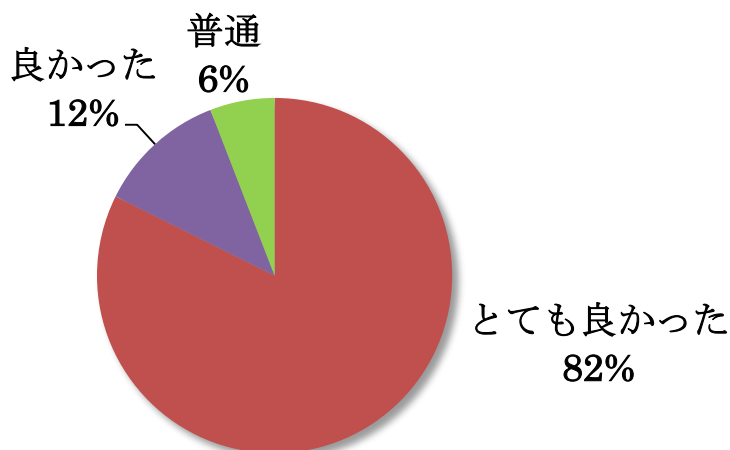


■第一部：地域医療の未来を考える

第一部の宇和島徳洲会病院の池田院長の「地域で信頼される病院経営とは？」では、人口高齢化率36%の規模ではナンバー3の病院で、しかも医師がたった10人でありながら、救急車を増やし地域の講演会や施設訪問を繰り返し、さらに職員の残業時間を減らし、徳洲会病院グループで毎月トップか2位と云う記録を作って、その成果の果実を職員には過去最高のボーナスという形で、共有できたことが一番素晴らしい成果だと思いました。



第一部「地域で信頼される病院経営とは？」感想



<記入されたコメント>の一部をご紹介します。

臨牀されている先生が、経営改善等をおこなっているのは説得力があると思いました。

院長がマーケティングや経営の数字を理解していると事務職も活躍できると思います。池田院長の講演は経営の場面がイメージでき興味を持ち話が聞けました。

机上では良く分かっているつもりの内容でしたが、実際に実践され、結果を出しているのが素晴らしいと思いました。

ユーモアがあり平易な言葉での解説に、引き込まれました。

膨大の量のスライドを惜しげも無く出していただき有り難い

短期間で成功した事例について、直にお話を聞くことができ非常にためになった。その中でもまだまだ改善可能な内容が見えるなど、行き詰ったような経営状態でも見方を変えるだけで息を吹き返すことができることが感じられた。取組内容も現在当院で取り組んでいることと大きく変わらず、舵取りの方向性としては正しいことが感じられた。

経営の考え方をシンプルに理解することができた。

正しい医療を提供すれば、お金は後でついてくることがよくわかりました

池田先生の経営管理能力の高さと民間病院の底力を見たように思います。

徳洲会の現状がわかり、とても興味深かった。

経営改革に至るまでには、大変な考察とご苦労があたりだったのではないかと想像しながら、切れ味よくシンプルにご説明いただきありがとうございます。自分が所属する病院に置き換えてイメージしながら聴講させていただきました。経営は「マインドが8割」というフレーズが印象に残りました。

とても情熱的に、病院のこと、そこで働くスタッフのこと、などを考えていらっしゃる事が素晴らしいを思いました。さらに、地域包括ケアシステムへの対応として、「得意なことで地域で一番になる」というスタンス、など、医療機関の皆様へ、分かり易いヒントをいただけたいと思います。

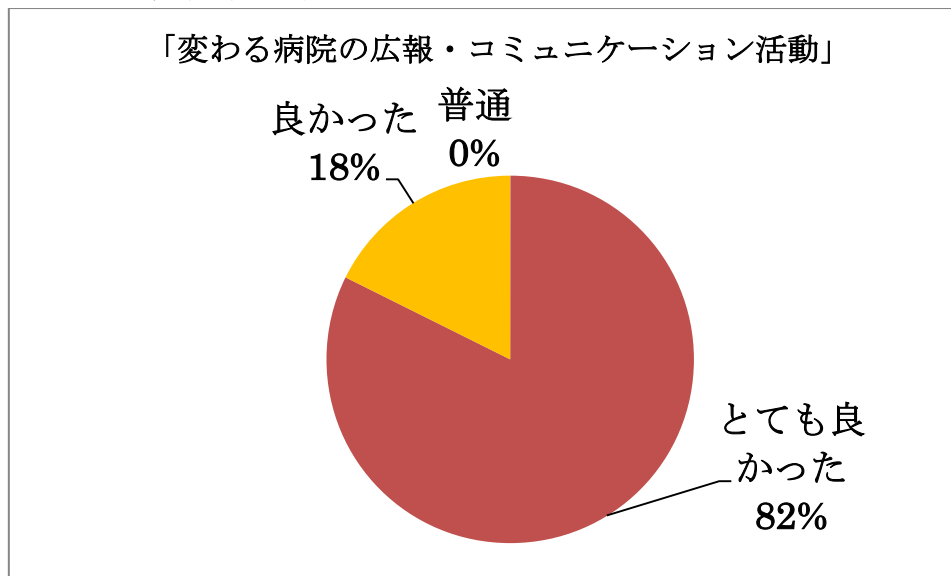
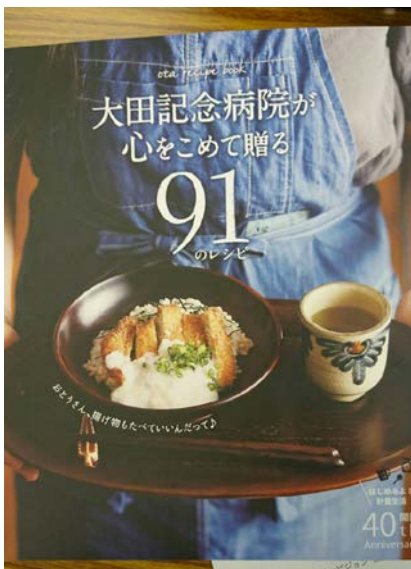
ほとんど土地勘のない宇和島市に行かれ、それでも「地域で一番になるにはどの分野で?どうやって?」とご尽力されている姿、感銘を受けました。今後とも頑張ってください。

宇和島徳洲会病院の経営方針を分かりやすく述べておられた。自分の病院が地域や社会に最も貢献するには、との観点は重要と考えます。

就任後からの取り組みなどすぐにでも活用できるものがたくさんありました。

日当円という考え方は非常に良いと思います。病院経営に於いて、利益を出すという事は、良い医療を提供する事に繋がります。そういう意味では、非常にバランスのとれた感覚で経営をされており、勉強になりました。

■第2部：医療機関に求められる広報戦略の今



また、第二部の地域医療と広報戦略では、前半は広島県福山市の脳神経センター大田記念病院の島津さんから「変わる病院の広報・コミュニケーション活動」と題して、最近の病院広報を取り巻く変化、広報の定義、「広報・広告・セールスプロモーション」を組み合わせて、地域へアプローチしていること。また、脳卒中専門病院の広報活動を通して得た院内広報と院外広報のあり方、そして、病院40周年事業として取り組んだ「病院レシピ本」の出版と、地元のメーカーとコラボレーションした「だしパック」の発売（都内でも購入可能 <http://www.kaneso22.co.jp/oota/>）の反響などを教えていただきました。〈記入されたコメント〉の一部をご紹介します。

広報が集患ではないという話は共感が持てました。
医療機関の広報は一般的に弱いと感じており、また医療に特化した勉強会も少ないと感じています。ただお金をかけるだけでなく、費用対効果の高い広報をどの様に展開していくか、自院でも課題となっています。今回、広告畑を歩んで来られたプロフェッショナルな方が実践する、医療機関での広報のお話を聞くことが出来、とても有意義でした。個人的には更に深掘りして伺いたかったです。
給与袋に早速院長メッセージを入れてみようと思う
病院の得意分野をとにかく掘り下げること、病院の強みを作り出すことができ、その事業をやることで病院の広報活動となりうることを学ぶことが出来た。
広報のあり方について、あるべき方向がこれまで間違っていたことに気付かされて、目からウロコでした。
本当の広報というものを教えていただけだと思います。
広報の本当のあり方について考えるきっかけを知りました。
特に、だしパックとレシピ本の取り組みは、試してみたいと思った。
今、病院の広報を取り囲む情勢やその分析、広報の定義についてご教示いただきありがとうございます。経験の浅い広報スタッフとして大変勉強になりました。減塩普及活動を通じた広報例も大変参考になりました。
地域包括ケアシステムへの対応について、「得意とすることで一番になること」と、第一部の講演で示唆いただいたことの、一つの事例になるのではないかと思います。塩分摂取と疾患との関係から、「レシピ本」と「塩分を使わないだしパック」の開発。どちらの成果物も、徹底的な努力の末に生み出された、とても存在感のある商品だと思いました。「やるからには、徹底的に!」がメッセージのような気がします。
病院を知ってもらうとはどういうことかがよく分かりました。

また、病院給食は昔から人気商品ではありましたが、それを入院患者さんのみならず、一般の方々にまで浸透させていくご尽力、すごいと思いました。

医療とは病院内で提供するもののみならず。医療を幅広く捉える事により、医療が社会で求められているものと考え事ができる。高齢化社会が必要とする医療は、入院を必要とする患者のみを対象とする医療ではない。レシピ本の刊行って良いですね。レシピ本を使つての講演会や実習をすることによりたくさんの波及効果も期待できる。

通常の広報のみならず、地方創生になるくらい。ステークホルダーの巻き込み力は素晴らしかったです。ぜひ参考にしたいと思います。

外部コンサルタントに指導いただくのではなく、病院の中に入れてもらい中から変えていくということ。また内部の情報が共有されていないのはまさに当院も同じです。あーそうだよなあと自覚がもてました。

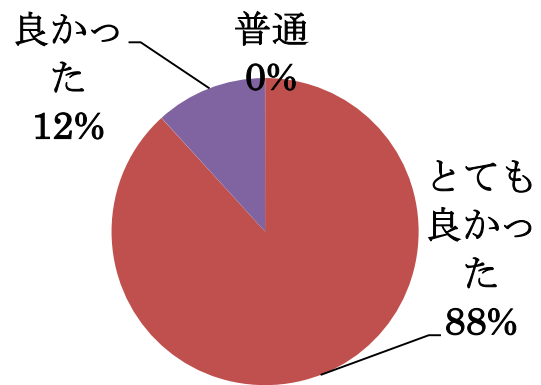
具体的事例としても申し分なく、非常に面白い取組と思いました。

減塩についても、ICTなどのツールを使わずとも、もっと身近な取組でもできますし、こうした商品開発による地域貢献もまた、非常によい事例に思いました。

さらに PowerVision 社 (<http://powervision.co.jp/>) の山田さんからは「医療機関ホームページの Web 集客、ユーザビリティ」について、実際の検索エンジンがどういう風にランキングを出すのか、簡単なコツと上手にやることで、求人広告費用を削減しつつ、効率よく看護師さんや保育士さんなどを集めるテクニックを教えてくださいました。



「医療機関ホームページのWeb集客と、ユーザビリティ（使いやすさ）」



<記入されたコメント>の一部をご紹介します。

ホームページ作成には、悩んでいたのが、参考になりました。トップページには、力を入れてませんので、良かったと思いました。

実践的。さっそくすぐホームペのタイトルを変えた。

単純明快なアクセス数向上の施策を学ぶことが出来た。

web サイトの検索の構造をととてもわかりやすく教えてくれて、大変役に立ちました。

検索エンジンの構図をわかりやすく教えていただいて、大変参考になりました。

あんまり医療マーケティングや医療・介護人材の求人での実際を知らなかったのが、とても参考になりました。

SEO 対策はもちろん、今後の WEB 業界のゆくえに興味をもった

もっと長い時間であれこれお聞きしたいと感じた講義でした。ホームページでの集客の施策と効果について実例を交えてご説明いただき、大変勉強になりました。「病院の得意分野やコンセプトは腹をくくって

決める」必要性について、自分が所属する組織に照らし合わせてひしひしと実感しました。楽しい講義をありがとうございました。

いつも何気なく使っている検索エンジン(主に Google)、順番に一定のルールがあるとは聞いていましたが、「なるほど、そうだったのか!」と目からウロコでした。

知っていそうで意外と知らなかったのですぐに役立ちそうです。

具体的に google での検索を披露してくださったりして本当にふんふんとうなずくことばかりでした。

もう少し時間を設定いただき聞きたい内容でした。

上記と同様、勉強になりましたが、私自身が HP を担当していることもあり、もう少し長く、更に専門的なお話を伺いたかったというのが正直なところです。

有意義な会だと思imasuので、もう少し回数を増やされては?