

## ■ 広報企画室

### 1. 広報企画室業務目標および方針

#### 《品質目標》

・質の高い医療サービスの提供者として、当院の持てる機能と理念を、広く正しく職員、患者さま、および社会に理解していただくため、さまざまな広報活動を効果的に行う。

#### 《2020 年度推進計画》

#### キーワード：アウトプットを創造する広報力

- 1) 財務の視点：新型コロナで落ち込んだ患者数のV字回復への貢献
- 2) 顧客の視点：亀田ニュースをより患者さまに役立つ広報ツールに変える
- 3) 内部のプロセス：チームビルディングにより業務の共有化を図る
- 4) 学習と成長の視点：①印刷周辺機器の操作習得レベルアップ  
②Photoshop 画像処理のスキルアップ

### 2. 2019 年度計画

#### 《推進計画》

#### キーワード：Change & Sustainability

- 1) 財務の視点：引き続き亀田京橋クリニックの増患・増収支援  
⇒外来や人間ドックの増患・増収支援として、テレビ局冠番組の単独取材（テレビ東京「カンブリア宮殿」）を実現。放送後の反響は大きく、外来・人間ドックともに増患の追い風となったが、その後、相次いだ台風被害や新型コロナウイルス感染症（以下 COVID-19）の感染拡大が大きく足を引っ張った。
- 2) 顧客の視点：新しい治療法を顧客向けにわかりやすく、スピーディーに発信する  
⇒各診療科の新しい治療法の PR として、テレビ放送に合わせてスポーツ医学科で行われている膝の軟骨再生治療を広報誌等で取り上げたほか、パンフレットなどを作成。テレビ放送の効果もあり、膝痛症状を呈す患者から多くの問い合わせがあったほか、外来受診につながった。  
また、翌年に迫った東京オリンピック・パラリンピックに向け、インバウンド顧客向けツールとして、しばらく見直しができなかった英文パンフレットの改訂を行った。そのほか、患者が自らの電子カルテを閲覧できる仕組みとして、既存の「PLANET」に代わって導入された新システム（「NOBORI」）の PR を当初の目標に掲げていたが、導入の遅れや提供するサービス内容が既存のサービスに満たず、あえて PR を控える判断となった。
- 3) 内部プロセス：
  - ① 印刷物の内製から外注までの判断基準をマニュアル化する  
⇒マニュアル化に向けて、まずは判断材料の収集を実施。プリンター印刷の弱点を把握した。
  - ② 軽印刷の廃業に伴う問題の解決をシミュレーションする  
⇒外注印刷に切り替えた場合の納品方法について、現場ファーストで業務軽減に貢献しようと院内調整を試みたが、関係部署への現状調査の結果、想定された納品方法はすべて白紙となった。
- 4) 学習と成長の視点：サステナブルな職場環境の構築に向け、ワークシェアリングとナレッジ共有

⇒印刷周辺機器のうち、折機の操作習得にDTP担当者1名が取り組み初級をクリア。中級レベルの評価までは至らず次年度へ持ち越しとなった。また、写真加工技術の向上として、Photoshopの最新処理ノウハウを身に着けるため参考資料の収集を行ったが、評価表策定にまでは至らず。また働き方改革法案の成立に伴い、2019年から年5日有給休暇の取得が義務化されたことを受け、全員が年休5日100%消化を達成した。

### 3. 活動実績

#### 《広報関連》

- ・2019年度の取材件数は44件（前年43件）であった。  
とりわけ9月5日に放送されたテレビ東京「カンブリヤ宮殿」の放送効果は大きく、スポーツ医学科の「軟骨再生治療（自家培養軟骨移植術）」や乳腺科の「凍結療法」、臨床病理科と放射線科の協働による「遠隔デジタル画像診断センター」など、当院ならではの取り組みが紹介された結果、本院へのゲート機能を果たす亀田京橋クリニックの外来・人間ドックの増患につながった。
- ・また、消費税増税による損税問題、台風被害時の在宅医療現場の取り組み、新薬（インフルエンザ治療薬「ゾフルーザ」）をめぐる対応、COVID-19への対応など、時々話題に合わせて当院の取り組みについて尋ねられる機会も多かった。
- ・定期刊行物など紙媒体を用いた情報発信のほかに、近年はソーシャル・ネットワーキング・サービス（SNS）を活用した広報活動にも注力。性格の異なる2つのTwitterアカウントを運用し、SNSの利点を生かした広報活動に一役買っている。特に非常時（台風など自然災害発生時や、新型コロナウイルスなど未知の感染症流行時）において地域住民や患者さまとのコミュニケーション手段として有効に機能、フォロワー数を大きく伸ばす結果となった。ただし、フォロワー数が多くなったことの弊害や2つのアカウントの住み分けなど課題も見えてきた。  
また試験的に「診療担当表」をTwitterにあげてみたところ、閲覧者から好評を得たため、12月より亀田ニュースの発行に合わせて月2回掲載を行うこととした。この試みでは、スマホやタブレット端末上での見やすい情報提供の仕方について一考するきっかけとなった。

#### 《関連事業所・関連法人への主だった支援》

- ・**社会福祉法人太陽会 放課後学童クラブ OURS**：利用者の増加により施設が手狭となったため、2019年12月より旧東条幼稚園に預かり場所を移動。これを受け、利用児童や保護者向けにこれまでより広く快適な空間で学童預かりができるようになったことを知らせるため、イベント（12/23開催「学童クラブ OURS ウェルカムフェスティバル」）を企画・開催した。

#### 《DTP・印刷実績》

- ・2019年度の印刷依頼件数は1,211件と前年より50件ほど減少した。（ただし前年が、電子カルテの入替に向けた伝票・帳票類の修正、亀田医療大学大学院開設に向けた名刺の依頼増加などで一時的に印刷依頼が増加していたため、依頼件数自体は例年並み）2019年は5月に新天皇即位による改元、10月に消費税増税があったが、いずれも以前より西暦表記や税別表記を進めていたため、印刷物の修正など大きな混乱はなかった。
- ・現在、内製している大量消費される単色印刷物のうち、伝票帳票類、説明・同意書類について、新電子カルテへ移行の方針が出されていたが、画像関連の印刷物を除き、スムーズに移行が進まない

ものも多く、結果的に依然として印刷対応となっている現状がある。また、年間で 52 万枚消費される「外来基本カード」についても、当初は無くなると聞いていたが結果的に無くならず、5 月の自動再来受付機導入に合わせて用紙の使用を変更し、現在も印刷対応となっているなど、大部数・単色印刷の需要は依然として根強いものがある。一方で、印刷機の老朽化や印刷オペレーターの高齢化、オフィス移転問題を背景に、今後の印刷体制をより具体的に検討していく段階に入ってきた。内製・外注した場合のメリット・デメリットを洗い出し、サステナブルで最も効率的な体制の検討が次年度への課題として残った。

- 2019 年度は印刷製本費を前年比で 2 割ほど上乘せして予算を組んだ。これは、製紙各社が 2019 年 1 月出荷分より最大 20% の値上げを表明、これに合わせてインキなど印刷資材値上げの動きが起きるなど、材料費の値上げを背景にしたものだった。しかし、インキの値段が取引問屋の企業努力により 2019 年度中は据え置かれたこと、台風の影響で予定されていた印刷機器の定期メンテナンスが延期されたこと、大きな機械トラブルがなく臨時の出費が発生しなかったことなどにより、予算を大きく下回る結果となった。
- そのほか、年度の半ばで「外来診療管理について」関係部署を集めたミーティングの場が持たれ、月 2 回発行している患者さま向け広報紙「亀田ニュース」（主に診療担当案内）について、業務の効率化や Web 予約を念頭に、手順や発行頻度、表示の仕方について見直しが行われた。地域柄、紙媒体での発行は今後も必要と経営者の判断があったため、システムで補える部分、運用面でカバーできるものなど、関係部署のお力を借りて、新しい形を模索することとなった。年度内で解決することができず、次年度へ持ち越しとなったが、これを機にユニバーサルデザインや UD フォントの積極的採用など、紙媒体の特性をいかしつつ、手に取る方に配慮したより読まれる印刷物の製作を強く意識するきっかけとなった。

#### 4. スタッフ数 計 8 名

【内訳】 広報係 3 名、写真担当 1 名、DTP オペレーター 3 名、印刷オペレーター 1 名