

事例1



新患ターゲットのパンフレット製作で見てきた広報戦略

～ロコミ×フロアマネジャー×総合パンフレット
当院だからできること～

医療法人真生会 真生会富山病院
PTS 推進室 齋藤美世

当院は富山県射水市にある99床の病院です。月曜日から土曜日までの午前外来に加えて、月、水、金曜日の夕方外来は夜7時まで受け付けており、外来患者数が1日1,000名を超える日もあります。眼科は外来・手術・入院までをトータルでサポートする体制を取っており、県外からも多くの患者が来院しています。昨年、創立30周年を迎えました。

病院パンフレット発刊

2010年、初の病院パンフレットを発刊しました。コンセプトは、「当院の強み」。全科を並列で紹介するのではなく、特色ある科や診療体制を前面に打ち出したパンフレットでした。

発刊から数年が経過した頃、2つの課題が見えてきました。これらの課題をクリアし、当院の現状に最適なパンフレットを作成するまでの過程で大切にすることを紹介します。

新たな病院パンフレットについては、完成後に成果の検証も行いました。

2つの課題

①患者・職員のニーズ

強みにスポットを当てたパンフレットであったため、当院の特色がよく分かるという利点がある一方、掲載されていない診療科を受診する患者から「〇〇科は載っていないの？」と聞かれることがあり、患者のニーズとは合わない部分がありました。

患者は自身が受診する科以外の診療科の存在自体を知らないことも多く、パンフレットを通じてすべての診療科の情報を掲載することが、他科受診のチャンスにもなることを知らされました。また、就職希望者に当院の全体像を知らせたいという病院スタッフからの問い合わせも増えてきました。

②在庫の問題

図表1 当院の強み フロアマネジャーの存在



フロアマネジャー (2018年時点)

患者サービス専門部署、PTS 推進室のスタッフ (フロアマネジャー) が外来患者の受診をサポート

PTS 推進室は、患者の安心・満足を推進する部署。

所属スタッフはフロアマネジャーと呼ばれ、主に外来フロアで患者の受診サポートやケアを担当している。2019年1月現在、11名が所属。

総合受付では常時5～6名のフロアマネジャーがスタンバイし、新規患者への受診案内時に病院パンフレットを渡している。



新規患者への受診案内時にパンフレットを渡すフロアマネジャー

製作前に配布対象の想定を十分に行っていませんでした。「誰に、どのようなシチュエーションで配布することをメインにするのか」があいまいなまま、作り始めていました。加えて、強みに特化したパンフレットという特性によって配布対象が限定されたことで、予想以上に在庫を抱える結果となりました。

これらの課題を解決すべく、コンセプト、配布対象を見直し、新たなパンフレット製作が始まりました。

配布対象の選定とフロアマネジャーの存在

患者と職員それぞれのニーズに合致し、在庫を抱えない方法を考えたとき、年間約6,000人に上る新規患者(当院を今まで一度も受診したことのない患者)の存在が目が止まりました。はじめに紹介したとおり、当院は外来患者数が多く、新規患者も月平均380名程度あります。

新規患者には、フロアマネジャーが受診の案内をし

ています。フロアマネジャーは外来フロアで患者の受診サポートやケアを担当している患者サービス専門部署、PTS 推進室のスタッフです。PTSはPatient (患者) Satisfaction (満足) を意味しており、現在11名が所属しています(図表1)。

総合受付には常時5～6名のフロアマネジャーがスタンバイしており、新規患者に対して受付の手続きから受診科への案内までを担当しています。もともと、新規患者への案内時には診療予定表(受付時間や医師の診療予定が掲載された用紙)を渡していましたが、そこに病院パンフレットも加えることにしました(写真)。フロアマネジャーの存在により、病院パンフレットを確実に渡せる体制が整っていることは当院の強みです。

配布対象のメインを新規患者とし、1年間の新規患者数を踏まえて発注数を検討しました。およそ1年～1年半で在庫を使い切れる冊数の発注とすることで、定期的な内容の更新ができます。

図表2 パンフレットの製作

パンフレット製作過程で重点を置いたこと

- ・必ず使い切ることを目標に
→外来患者が多い当院の特色

新規患者 約380名/月

新規患者を配布対象のメインに

- ・在庫を抱えず、毎年最新の情報を提供することができる

図表3 診察申込書アンケートの実施と結果



図表4 診察申込書アンケート

当院を選んだ理由に「病院パンフレット」と回答した件数

- ◆今回調査：2017年3月～2018年5月 3件/月
- ◆前回調査：2015年8月～2017年6月 4件/月

診察申込書アンケートでは、病院パンフレットによる
新規患者の増加を確認できず

図表5 パンフレットの在庫と消費数

パンフレットの在庫：2,530冊
(2018年3月時点)

消費数 約4,500冊/年

↓

平均 約375冊/月

これで掲載されている情報が古くて使えないという心配もなくなります (図表2)。

新規患者からさらなる患者の獲得へ

2015年8月から新規患者を対象に、診察申込書を利用したアンケートを始めました。診察申込書は、新規患者が来院時に記入する用紙です。

調査内容は大きく分けて、【当院を選ばれたきっかけ】と【参考にされた広報物】としました。2017年6月までの1年11カ月に、5,000人以上の方から回答をいただきました。アンケート項目を途中で一部変更、追加していますが、このアンケートでは「家族や知人に勧められて」と「口コミ」の合計が30%を占め、家族や知人の評判から受診する方が多いと分かりました。

このことから、病院パンフレットを家族や知人へ当院を紹介するツールとして活用してもらえれば、さらなる患者獲得につながるのではと考えられました (図表3)。

新しい病院パンフレット完成後、成果を確認

2017年3月、新たな病院パンフレットが完成しました。新たな病院パンフレットの成果を、診察申込書アンケートと在庫数から確認しました。

①診察申込書アンケート

まず、診察申込書アンケートで当院を選んだ理由のうち、【参考にされた広報物】として「病院パンフレット」と答えられた件数をカウントしました。2017年3月から2018年5月までの回答件数は40件で、月平均3件でした。この数字は前回調査時(2015年8月から2017年6月まで)の4件を下回っており、今回の調査では病院パンフレットをきっかけに新規患者が増えたことを確認することはできませんでした (図表4)。

②パンフレットの在庫

新しい病院パンフレットの発注数は9,000冊としました。そのうち約2,000冊は連携医療機関や市内の公的機関などへの発送用と職員への配布用です。メインである新規患者用は7,000冊としました。2018年3月時点の在庫数は2,530冊でした。1年で約4,500冊消費しており、月平均に換算すると375冊です。これは1カ月の新規患者数の平均とほぼ同程度です。狙いどおりに消費していることを確認できました (図表5)。

これからの広報戦略

広報課には3名のスタッフが携わっていますが、私を含め2名は兼務です。限られた人材で病院広報を担っている医療機関は多いと思います。新たな広報活動をする

かやらないかを判断する際に、「他の病院はやっているかどうか」を基準にし、「あの病院がやっているならやってもよいのではないか」と考えてしまいがちです。

当院では、「他の病院と同じことをしても、同じ結果が出るとは限らない」「他の病院がやっていないからこそ、当院がやることに意味がある」と誇りを持って取り組んでいます。限りある資源で、自院にとって効果的な広報活動を行うため、「他の病院がやっているから」という理由だけであれもこれもと手を出すことをやめました。

当院には、口コミで多くの新規患者が来院します。そして、患者が安心して受診できるよう、フロアマネージャーがサポートしています。この特色を生かし、当院を支持してくださる方々への広報は、大切な側面と捉えています。

まずは、医療を通して安心・満足をお届けするという大前提があります。「真生会富山病院を受診してよかった。家族や友人・知人にも何かあれば真生会富山病院を勧めたい」と感じてくださった方に活用してもらえる広報ツールが当院には必要であり、その1つが病院パンフレットという位置付けです。

活字離れと言われる中で、文字メインの紙媒体が今後も必要とされるかどうかは、議論されていくことでしょう。ですから「病院パンフレットありき」ではなく、ツールはあくまで手段。枠にとらわれず、当院に最適な広報

戦略をこれからも探っていきたいと思います。

今後も地域の皆さまに安心と満足をお届けし、笑顔があふれる病院を目指して取り組んでいきたいと思ひます。M



病院概要
 病院名：医療法人真生会 真生会富山病院
 所在地：富山県射水市下若 89-10
 電話：0766-52-2156
 病床数：一般 99床