

## 第16回病院広報研究会

# ホームページのアクセス分析から見えてきた より効果的な情報発信への活用

演題名(文字サイズ自由、但し枠内に2行まで有効)

法人名・施設名

JA神奈川県厚生連 相模原協同病院

職責・職名

企画情報課員

発表者氏名

富田 勇也

## 演題名： ホームページのアクセス分析から見えてきたより効果的な情報発信への活用

### 【はじめに】

当院では自院の取り組みに関する情報発信を重要な戦略テーマに掲げている。中でも近年、情報発信のツールとなっているのがホームページである。(以下HP)

そこで、より効果的な情報発信を目指し、HPのアクセス分析を行い、そこから見えてきた情報発信の効果を報告する。

### 【方法】

昨年度は当院の特色、強みや医療情報などの案内をHPに数多く掲載した。中でも、市民向けの公開講座や地域の医療従事者向けの研修会についての案内をHPだけでなく、様々なメディアを通じて情報発信した。そこで、情報発信の効果測定を行うため、直後のアクセス数の変化をメディアごとに算出した。その結果から効果的にアクセス数を上げるには、どのように情報発信すればよいか検証した。また、アクセス数の上昇にはどのような効果があるのか様々なものと相関分析を行った。

### 【考察】

検証の結果、5割のメディアでアクセス数の上昇効果があることが判明した。中でも、タウン誌の効果が高く、地域に密着したメディアの活用が効果的にアクセス数をあげる効果が得られた。しかしながら、メディアによってはあまり効果のみられないものもあった。また時期や曜日によって、効果に隔たりがあることが確認できた。また、アクセス数の上昇と新規患者には高い相関がみられ、アクセス数を上昇させることで新規患者の取り込みの効果があると考えられる。

### 【結論】

アクセス数を上げるにメディアの選定が重要であることがわかった。タウン誌や新聞等による情報発信とアクセス数には相関が見られ、効果的なメディアを選定することによって相乗効果が得られることがわかった。しかしながら、時期や曜日によって効果にばらつきが見られたので、それらを考慮して情報発信をすることが課題である。今回の結果を踏まえ、効果的な情報発信を通じて、病院を支えていきたい。

# 広報の目的：

その広報活動を計画された、もともとの問題点や目的は何だったか



## 相模原協同病院 使命とビジョン H24年度方針

当院の使命 (Mission) **地域医療を守る**

価値 (value) 全員参加で地域に応える

**Our Vision** 日本一の地域中核病院  
(目指す将来像)

戦略テーマ1  
真の急性期医療を目指して

戦略テーマ2  
さらなる職員満足度向上

戦略テーマ3  
さらなる地域連携・情報発信

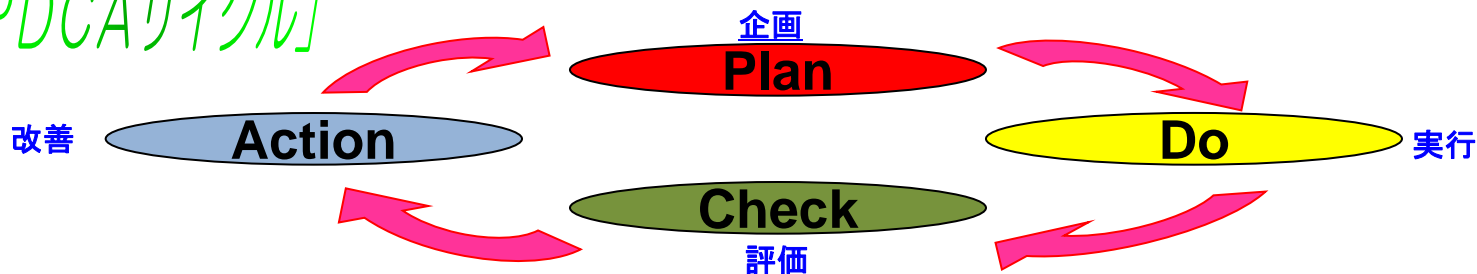
Keyword

**挑 戦**

# 広報のプロセス：

その広報活動のプロセスはどのような経緯や努力が行われたか

「PDCAサイクル」



- 情報発信を行う内容の企画・検討
- 地域住民や医療従事者に対して興味深い内容の公開講座や研修会の企画



- メディアを利用した積極的な情報発信



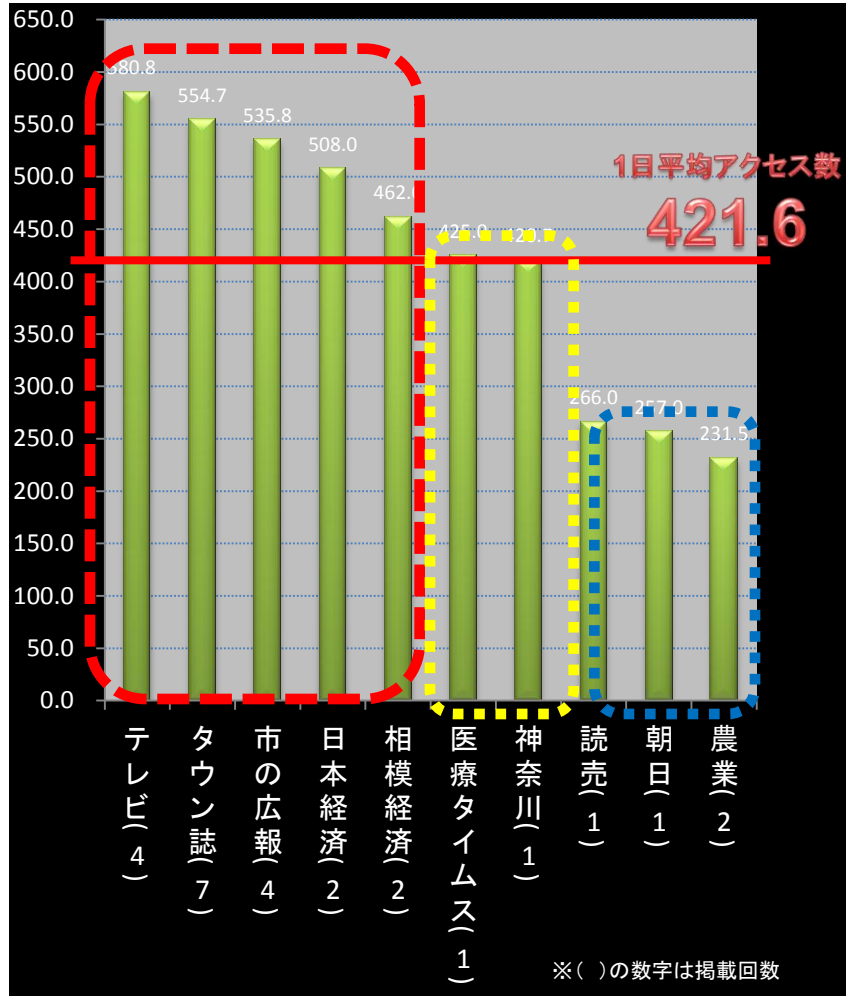
- 情報発信直後のアクセス数の変動の調査
- そこから見えてきた上昇の要因と減少の原因
- アクセス数の変動と患者数の相関分析



- 結果をもとにより効果的な情報発信へ活用

# 広報の成果：

その広報活動には、どのような成果が認められたか(定性・定量とも)



グラフの通り、5割のメディアでアクセス数の上昇が見られた。

中でもテレビの影響力は非常に高く効果的であるという結果が得られた。

市の広報やタウン誌などの地域密着型のメディアの活用がアクセス数上昇につながる。

また、アクセス数の年次の推移と新規患者数の推移には相関関係があった。このことから、アクセス数の上昇は新規患者の取り込みに繋がっているのではないかと考える。