

第16回病院広報研究会

「職員一人ひとりが主役。紙媒体ならではの楽しさ」
をめざして

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 洛和会ヘルスケアシステム

職責・職名 係長

発表者氏名 小松育美

演題名： 「職員一人ひとりが主役。紙媒体ならではの楽しさ」をめざして

ings(イングス)は、1994年創刊、2012年7月号で183号を数える院内広報誌です。創刊第1号は、モノクロA3両面でした。この17年あまりの間に、ページ増、フルカラー化、発行回数増、発行部数増と、徐々に形態、内容を充実させてきました。

16ページ・フルカラー・月刊・5,700部発行・全職員への自宅配布と、形態がほぼ安定した現在も、概ね2年に1度は内容の見直しを図っており、本年4月号でもリニューアルを果たしました。

当会では「ings」（職員向け）以外に、「らくわ」（年に4回発行、開業医さま向け）、「おとまるくん」（月刊、一般のご利用者・患者さま向け）という、ターゲットの違う広報誌を発行しており、webサイト、イントラネットも整備されています。

今回のリニューアルでは、それらとの機能分化のため、より職員の側に立った情報を、職員をクローズアップし、紙媒体ならではの良さを意識した表現で掲載できるよう心掛けました。

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

今回のリニューアルでは、ingsのキャッチコピーとして
「夢の数だけ未来が広がる・笑顔の輝き進行形」
「みんなの心をひとつにする月刊ニューズレター」
を採用しました。

当会では、100あまりの施設に分散して約4,100人の職員が勤務しています。

普段顔を会わすことのない4,100人の職員が、理念を共有し、1つの方向へ向かって進めるよう、また、一人ひとりが尊重されていると実感でき、自身を高めることが当会全体を押し上げることと矛盾しないよう、願いを込めたキャッチコピーです。

ITの進むなか、紙媒体のもつ温かみを介して職員が1つにまとまることを祈念しました。

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

当会の広報誌制作は、毎月末に医療部門と介護部門への情報収集を行い、さらに、月例の編集会議では各部門の代表者参加がルーチンとなっているので、トップダウンの情報については、ほぼ取材漏れのない体制が整ってきました。

今回のリニューアルでは、ボトムアップの記事やコミュニケーションツールとなる記事強化が必要と考え、職員が多数参加する場（社員証写真撮影）で、簡易なシール投票を元にした一般職員への聞き取り調査で意見収集しました。その結果、身近な職員が掲載される記事を望む声を多く得たことは、広報内での意見と一致し、リニューアルの方向性に大きく力を得ました。

そこで、院内広報誌のもつ「必要な情報の伝達」の機能も保持したうえで一般職員をクローズアップするために両面表紙のデザインを採用しました。

表紙から続くページにはトップダウンメッセージと必要情報を掲載し、一般職員を大きく写真で掲載した裏表紙から続くページには、職員一人ひとりにスポットをあてた記事を掲載し、「めくる楽しさ」を演出しています。

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)

リニューアルから約半年。

現在、誌面についての職員アンケートを準備中ですので、感想や数値は収集以前の段階ですが、採用活動への使用部数が増えてきました。

院内広報誌として本来、外部へは配布しない広報誌でありながら、就職を考えている人に配りたい内容になっていることは、1つの評価と言えそうです。

また、取材の際に、部署集合写真のポーズを考えてこられたり、「次は誰を載せて欲しい」との要望をいただくことが増えました。

「ビフォーアフター写真館」という、職員の若いころと現在の対比を写真掲載するコーナーについては、職場の楽しい話題になったとの感想もいただいています。

取材・撮影で「ingsは自分たちの媒体」として職員に認知されたことを感じます。職員のingsの楽しみ方も、読むだけ、掲載されるだけでなく、より積極的に「参加できる」媒体として楽しんでいる空気を感じます。

今後はWEBや、インターネットとの機能分化を意識したうえでのさらなる連動をめざします。