

第16回病院広報研究会

～激戦の最中～

医師獲得に向けて

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

地方独立行政法人岡山県精神科医療センター

職責・職名

事務部 経営戦略課

発表者氏名

西本 佳乃

演題名： ～激戦の最中～ 医師獲得に向けて

今まで、当センターでは、十分な後期研修医募集PR活動が出来ていなかった。
当センターでは、医師不足に直面する先手として本腰を入れて始動することを決めた。
‘本腰’というからには、みんなで納得するものを作りたい！

「1人でも多くの仲間をつくる」こと。

県内に留まらず、大阪や東京で開催される合同説明会等、PRできる場へ積極的に出向きPR活動を行った。

与えられたブースには、全面にポスターやチラシを張り巡らし、目を引くよう工夫した。
現場で実際に働く医師の写真に引き寄せられるように足を止める人も多かった。
足を止めた研修医には、迷わず声を掛け、丁寧な説明が行われた。
時に談笑する和気藹々とした雰囲気であった。

現在のところ、昨年度に比べて4倍の見学申し込み、問い合わせがあり、今回の制作物とPR方法の効果を自負しているところである。

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

***** 成 果 物 *****

- ・ 病院PR動画
- ・ チラシ、ポスター
- ・ レジデント募集専用サイト

【問題点】

- 合同就職説明会で目を引くようなPR活動が出来ていなかった。
- ホームページの後期研修医募集サイトも文字だけの淡泊なページになっていた。
- 質問・問い合わせや見学申し込みに迅速に対応できていなかった。

【目的】

～ 医師を増やすために ～

- 1人でも多くの研修医に興味を持ってもらうこと
- 1人でも多くの研修医に病院見学にきてもらうこと
- 総合病院に劣らず目を引くような媒体を作成すること
- 医師が先導をきってこの企画に挑むこと
- 制作を通して、医師が自信を持ってそれぞれの言葉で病院PRを出来るようになること

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

【DVD動画】

- 差別化を図るため、敢えてテロップなどは入れず、プロモーションビデオのようなものに拘った。
- 研修医に限定したものではなく、病院全体がイメージできるよう、全職員協力のもと普段の自然な一日を撮影した。
- タミーは使わず、実際の病院職員で撮影した。



【チラシ・ポスター】

- 当センターで働く医師の率直な感想を載せた。
- 当センターの強みである若手医師をアピールするよう写真を掲載した。
- チラシでの内容はシンプルにし、ホームページへ誘導するようにした。

【サイト】

- 病院HPとは別に後期研修医募集用のサイトを立ち上げた。
- 研修内容や応募方法など詳しく掲載した。
- 見学へ導くようにどこからでも見学申し込み出来る窓口(リンク)を設置した。
- 質問・問い合わせ・見学申し込みについて、迅速に対応するよう役割を明確にさせた。

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)

県内に留まらず、大阪や東京で開催される合同説明会に積極的に参加した。与えられた僅かなブースの全面にポスターやチラシを張り巡らし、目を引くよう努力した。なかでも、当センター医師の写真に引き寄せられるように足を止める人も多かった。会場では、DVDを上映しながら、立ち寄った医師には手当たり次第DVDを配布した。興味を持って立ち寄った研修医に対しては丁寧な説明が行われ、時に談笑する和気藹々とした雰囲気であった。

現在のところ、昨年度に比べて2倍の見学申し込み、問い合わせがあり、今回の制作物とPR方法の効果を自負しているところである。

