

第16回病院広報研究会

事業計画に基づいた病院案内の作成 ～製品カタログからコンセプトブックへ～

法人名・施設名

医療法人社団 和楽仁 芳珠記念病院

職責・職名

経営企画部 企画課 副主任

発表者氏名

鈴木 慈



要約

演題名：事業計画に基づいた病院案内の作成 ～製品カタログからコンセプトブックへ～

当院では、2012年3月に病院案内をリニューアルした。今回は、2011年度の事業計画をベースに内容を刷新した。この結果、病院案内を、単なる“製品カタログ”ではなく、理念実現に至るまでの道筋や思いを伝える“コンセプトブック”と位置づけることができた。

2011年4月の理念と基本方針の改定を受け、企画課では、病院案内のリニューアルを開始した。既存のものは、理念と現状の機能を簡単に紹介したものであり、理念実現までのストーリーや思いが伝わるものではなかった。今回の改訂では、理念や理想を絵に描いた餅に終わらせず、本気で実現しようという思いや姿勢を見せることにポイントを置いた。そこで、これを一番うまく表現している事業計画を、病院案内に分かりやすく表現することにした。

当院の事業計画は、2007年度から「四画面（よんがめん）思考」を用いて策定している。四画面思考とは、「ありたい姿」「なりたい姿」「現状の姿」「実践する姿」の四つの画面で構成されるシンプルなツールである。自分たちの歴史や社会とのつながりを捉えたうえで「現状の姿」をSWOTで分析し、未来の兆しなどを捉えながら強みや機会を活かした理想の姿「ありたい姿」を描く。ありたい姿を実現するための具体的な近未来の目標を「なりたい姿」で設定し、なりたい姿と現状の姿のギャップを「実践する姿」で埋める。四画面思考を用いると、理念実現までの過程を、現実的なストーリーとして分かりやすく表すことができる。

四画面思考による事業計画をベースにしたことで、新しい病院案内では、理念や理想、現状の機能に加え、どの分野で何をすることで理想を実現していくのか、という思いを伝えることができた。これにより、病院案内を“コンセプトブック”として位置づけることができた。特に、職員へのアンケートからは、意識を揃えるツールとして一定の効果があったことが推測できた。



▲リニューアルした
病院案内の表紙



▲四画面思考



▲当院の事業計画

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

● 広報活動のきっかけ：

2011年4月の、理念と基本方針の改定により、病院案内の改訂をスタートした。

2011年4月に改定した
理念と基本方針

● 本発表で取り上げる広報活動：

事業計画に基づいた病院案内の作成

● 問題点：

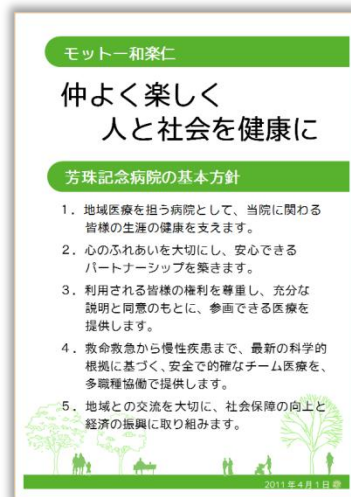
既存の病院案内の考え方では、現状の機能と理念や理想しか記載できず、理念実現に至るストーリーや思いまで伝えられなかった。

● 目的：

全てのパートナーに、現状から理念実現に至るストーリーや思いを伝える。


● ポイント：

「四画面思考」で表す当院の事業計画は、この目的を満たしており、病院案内で2011年度の事業計画を分かりやすく表現することとした。



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

年月	2011.4	2011.5	2011.6	2011.7	2011.8	2011.9	2011.10	2011.11
病院案内のプロセス	<ul style="list-style-type: none"> 掲載情報の整理 工程表作成  	<ul style="list-style-type: none"> 企画課GW（掲載情報、形、ターゲットと目的の整理） 	<ul style="list-style-type: none"> レイアウト表作成 	<ul style="list-style-type: none"> 工程表の見直し  <ul style="list-style-type: none"> 集合写真撮影の準備・告知 	<ul style="list-style-type: none"> 集合写真撮影（8/10）  	<ul style="list-style-type: none"> 経営陣と企画課でやりとり 写真撮影 テキスト作成 レイアウト 		

年月	2011.12	2012.1	2012.2	2012.3	2012.4	2012.5	2012.6	2012.7
病院案内のプロセス	<ul style="list-style-type: none"> 院内チェック（12/29～1/10）  	<ul style="list-style-type: none"> 1/14-15 交流会で仮作成版を配布  <ul style="list-style-type: none"> 表紙デザイン、加工検討 	<ul style="list-style-type: none"> 2/20 印刷業者にデータ入稿 2/7 芳珠みらい創造研修会※で職員向けにプレゼン 	<ul style="list-style-type: none"> 3/2 納品 3/3 使用開始  	<ul style="list-style-type: none"> 病院案内作成プロセスの振り返り 	<ul style="list-style-type: none"> 6/21 日本病院学会で発表 6/30 イベントで地域住民に配布（500部）  	<ul style="list-style-type: none"> 7/14-15 交流会で発表 	

※芳珠みらい創造研修会

半期に一度開催。副主任以上の役職者約110名が一同に会し、半期の振り返りと次年度の事業計画立案に向けたグループワークを行う。企画課では、2012年2月の研修会で病院案内のリニューアルについてプレゼンし、職員一人ひとりが改めて当院を知ることはもちろん、家に持ち帰って家族や知人に当院のことを語ってもらいたいと伝えた。

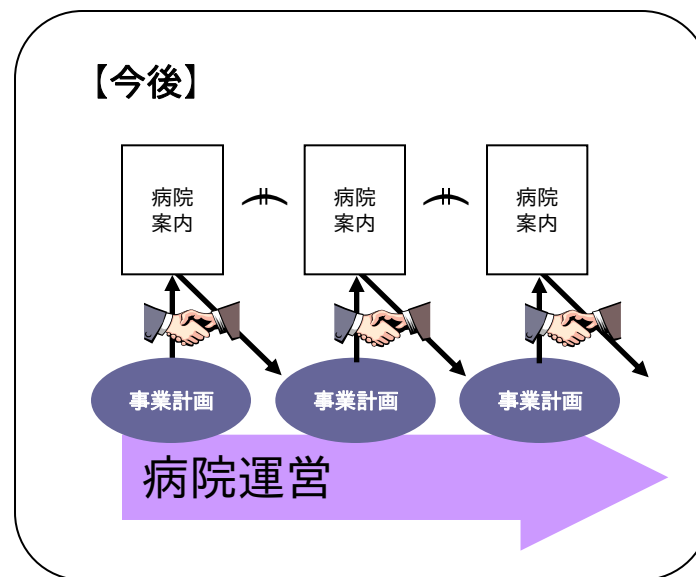
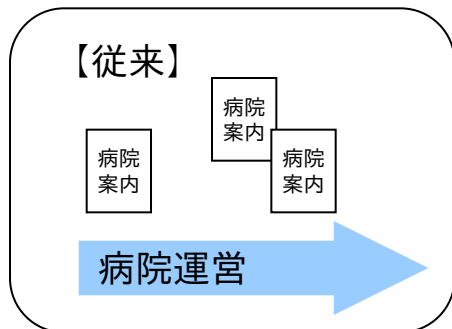
広報の成果：

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）

1. 病院案内の定義づけ

事業計画とリンクさせ、コンセプトブックと位置づけたことにより...

- ・ 病院運営と密接な関係を持つものとなり、現実味が増した。
- ・ 病院の機能と理念だけでなく、目指す方向性を院内外に明確に伝えることができた。
- ・ 病院案内の改訂サイクルを決めることができた。（中期計画策定時にリニューアル）
- ・ 事業計画の暗黙知を見える化でき、事業計画にフィードバックすることができた。



2. 職員アンケート

- ・ 職員150名にアンケートを実施
- ・ 130名の回答（87.2%）
- ・ 読んだ 71.6%
- ・ 現状の姿が伝った 96.7%
- ・ 理念や理想像が伝わった 95.7%
- ・ 病院の方向性が分かった 83.8%
- ・ 実践するイメージを持てた 59.2%
- ・ 広報への協力意識の変化があった 42.3%

コンセプトブックとして
職員に対して役割を果たせた