

☆ キラリと光る☆ 病院マネジメントのヒント

2019年7月16日号

=vol.28=

～ごあいさつ～

こんにちは。ホワイトボックス コンサルティング部の阿部勇司です。今年の梅雨は「The 梅雨」というくらい、ジメジメした日が続きました。関東では日照不足が作物に及ぼす影響が懸念されていますし、私の住む町の海水浴場では海開きしたものの、梅雨寒が続き、夏のスタートしては嬉しくないものになってしまったようです。

あまり暑いのも嫌ですが、やっぱりそれなりに夏らしくないと、夏休みを迎える子供たちが可哀そうですネ。

さて、今回の《☆キラリと光る☆ 病院マネジメントのヒント》は、次の内容でお届けします。

【目次 (Contents)】

- ◆今号の注目 Topic : 「広報活動を考える～広告規制と広報戦略～」
- ◆WB's Opinion : 「院内広報誌のあり方」
- ◆お知らせ
- ◆編集後記

*本メールは、ホワイトボックス（株）コンサルティング部スタッフと名刺交換をさせて頂いた皆さま及び弊社がサイト運営している、ドクターレジャーボックスの Web サイトに無料会員登録された皆さまへお送りしています。配信停止を希望される方は、お手数ですが本メール文末にある購読解除手続きへお進みください。

【今号の注目 Topic】

▽広報活動を考える～広告規制と広報戦略～

ホームページや広報誌、地域のタウン誌といったものから、Facebook に Twitter、Instagram etc... 医療には広告規制があるものの、病院の活動を認知してもらうための手段は、インターネットの発達とともに多様化しています。今や広報活動は当たり前。とはいっても、実際に継続している医療機関となると、ある程度限られてきてしまうのではないのでしょうか。

ただでさえ普通の業務で忙しいのに、そこまで手が回らない…なんて声も聞こえてきそうですが、「やっているところはやっている」のもまた事実です。ということで、今号の Topic

は、広報活動について、戦略ということの意味もあわせ、考えてみたいと思います。

<http://bit.ly/2LG1uz0>

【WB's Opinion 「院内広報誌のあり方」】

医療機関の思いや考え方、方針や現状を病院内外に伝えることを目的に、広報活動は行われます。広報活動は、患者や患者家族、地域住民、連携先、取引先等外部の関係者にも情報開示を行うことが一般的です。院内外に広く情報を伝えることで、自院をよく理解してもらうことが自院の運営に有益であるからです。

さて、以下では院内報のあり方について述べてみたいと思いますが、院内報は通常、次の要素から構成されます。

- ① 理事長、院長挨拶
- ② イベントの告知または報告
- ③ 設備や新規購入機器の紹介
- ④ 勉強会や委員会活動の紹介
- ⑤ 各部の紹介
- ⑥ コラム
- ⑦ 医師職員紹介
- ⑧ 新入職員紹介
- ⑨ 編集後記

これらは毎月編集、発行されることが理想ですが、季刊という形をとる病院ももちろんあります。ただ、発行の趣旨が情報伝達であり、コミュニケーションの一部であるということを鑑みると、やはり毎月の発行が有効だと考えています。

広報誌発行にあたっては、

- i. 編集はできるだけ多くの職員が関与すること
 - ii. 外部にもでることを想定した情報管理を行うこと
 - iii. 逆に外部にでても有用である情報も掲載すること
 - iv. 病院の日常活動を通じて、安心・信用・信頼を得ることができるかどうかを念頭において編集すること
 - v. 読者にとって役に立つことを意識すること
- などに留意する必要があります。

広報誌をどのように配布するかも、重要な検討事項です。また、広報誌を印刷したけれど

も、大量に残ってしまった…というようなことがないようにしなければなりません。発行部数を管理し、実績が溜まってきたところで、紙面に累計発行部数などを掲載するのも一案です。また、日常的に職員が接点を持つ読者に対し、感想を聞いたり、意見をもらうなど地道な活動が広報誌の質を高める助けになることは、Topic で触れた通りです。

他のコミュニケーションツールとあわせて広報誌を有効に活用し、自院の活動を広く内外に知らしめることが、自院のブランディング構築の第一歩になります。

【お知らせ】

▽書籍のご紹介「サクセスキューブ このフレームワークであなたも必ず成功できる」

<http://www.whitebox.co.jp/success-cube/>

= 成功を「誰にでも再現できるものに」 =

弊社代表 石井友二の最新刊が幻冬舎から発刊されました。本書では、成功の要件に欠かせない6つの要件、「思い」×「信念」×「技術」×「人間力」×「コミュニケーション」×「達成感」を、私たちの身近にあるサイコロ（キューブ）の6つの面を使って表現することで、誰にでも理解しやすいフレームワーク「サクセスキューブ」として示しています。

一流のビジネスパーソンが無意識に実践している思考法を、“キューブ”を使って理論化した最新刊は、以下のURLから電子書籍でもお求めできます。

<https://www.gentosha.co.jp/book/b11933.html>

【編集後記】

参議院議員選挙の投票日を7月21日に控え、選挙活動の終盤戦が全国で展開されています。今号のTopicは広報を取り上げましたが、広報といえば、選挙活動も大きくその手法が様変わりした業態の一つといえるのではないのでしょうか。

アメリカ大統領と我が国首相との自撮りツーショットはまだ記憶に新しいですが、立候補者の主張の訴えの巧拙の一部が、SNSを通して垣間見えるように思えます。日常的に情報を発信している大物政治家がいると思えば、SNS上に現れはしているものの、情報の量も質も乏しい候補者がいたりして、その差がそのまま、その人の熱量として表れているようにも思えます。

ところで、「情報の質」はもちろん大事ですが、「質」は「量」を一定以上こなしたその先に見えてくるものではないかと個人的には思っています。考えあぐねて立ち止まっているのであれば、まずは走り出す、という選択肢をとってみるのも良いのではないのでしょうか。

▽ご意見・お問い合わせ

本メールマガジンは自動配信システムを利用して送信しております。そのため送信元のメールアドレスに返信しても届かない場合がございますので、ご意見・お問い合わせ等につきましては、お手数ですが以下のメールアドレスまでご連絡ください。

✉ support@whitebox.co.jp

▽登録解除フォーム

メールマガジン購読解除を希望される方は、下記のフォームから手続きをお願いします

<https://goo.gl/QWL7dE>

▽ホワイトボックス(株)メールマガジン「☆キラリと光る☆ 病院マネジメントのヒント」は毎月15日と月末に発行予定です(該当日が週末の場合は、週明けに発行します)。

発行：ホワイトボックス株式会社 コンサルティング部

HP <http://www.whitebox.co.jp>

〒104-0061 東京都中央区銀座1-20-11 銀座120ビル7階

☎：03-6278-8741

*掲載記事の無断掲載を禁じます

Copyright ©ホワイトボックス株式会社 All Rights Reserved.