

理念をカタチにするために

－ITとコミュニケーション－

医療法人 かわむらこどもクリニック

理事長 川村 和久

kawamura@kodomo-clinic.or.jp

当院は1993年「お母さんの不安・心配の解消」を理念に掲げ開業しました。理念を基に診療に当たるだけでは不十分と考え、理念をカタチにするために様々な試みを行ってきました。新たな試みは、一つの活動の欠点を補うために生まれました。

■理念実践の最初の方法－院内報「かわむらこどもクリニック NEWS」－

最初の取り組みは院内報で、1993年6月に創刊しました。月刊でA4(2ページ)で発行し、現在135号になりました。院内報は単なる情報の提供だけでなく、歩んできた歴史をも示しています。歩みの証として、2002年に100号記念誌を発行しました。紙メディアでは読者にとっては受動的な立場のため、情報として伝わりにくい問題がありました。また作り手の意図に反して、必ずしも読まれていない事実遭遇しました。情報は受け散られなければ、ただのデータに過ぎないと感じるようになりました。

■情報提供の限界から新しい方法へ－かわむらこどもクリニック HOMEPAGE－

求める人に情報を与えるのが本来の姿と考え、能動的に情報が収集できるインターネット(INET)を利用することを考えました。蓄積した医療や医学的なデータを求める人に提供する目的で、1996年1月「かわむらこどもクリニック HOMEPAGE」(<http://www.kodomo-clinic.or.jp>)を開設しました。多くの人たちに支えられ、現在アクセス数は58万件を越え、日本有数の小児科サイトと評価されています。

■INETを利用した理念の展開－医療相談－

病気に対する様々な知識や医学の情報を提供するだけでなく、INETの双方向性という特徴を有効に使うために、1996年3月からメールによる医療相談を始めました。INETを利用することにより「お母さんの不安・心配の解消」という理念をクリニックだけでなく全国に展開することが可能になりました。多くの感謝やお礼のメールに支えられながら、現在まで5000件を越える相談を受けています。アンケートの相談理由では、「説明を受けたが不安や心配が取れなかった」が約半数を占めていました。医師には直接向けられない患者さんの様々な状況や思いを知ることができ、クリニックの実際の診療にも大きく役立っています。

■かかりつけ患者さんへのより暖かい対応－育児サークル「お母さんクラブ」－

不安・心配、場合によっては不満を見ず知らずの医師に相談する相談者の姿から、クリニックへのフィードバックの必要性を感じました。かかりつけの患者さんに同じ思いをさせないこと、より暖かいコミュニケーション求めて、1998年5月から育児サークルを始めました。医学

や医療の話題を中心としてリクレーションも交え、近隣の市民センターで年8回程度開催しています。現在までの開催回数は54回で、延べの参加者は840人を超えています。

■かかりつけ患者さんの差別を無くす-専用メールアドレス-

平日に開催する育児サークルは参加できる患者さんが限られるという理由から、いつでもどこからでも不安や心配の解消ができ、コミュニケーションツールとなりえる患者さん専用のメールアドレスを2000年10月から設定しました。毎月20通前後のメールを頂き、現在まで1100通を超えています。クリニックの対応などに対する感謝やお礼のメールが約1/3を占め、幸い誹謗や中傷のメールは皆無です。

■コミュニケーションの重要性を次世代へ-医学生実習受け入れ-

理念の展開を別な観点からも追及してまいります。母親の不安・心配の解消は母親という言葉患者という言葉に置き換えれば、全ての診療科に当てはまるものです。理念をカタチにするための様々な取り組みとコミュニケーションの重要性を次世代に伝えることを目的として、2000年から東北大学、2001年から日本外来小児科学会のプライマリケア実習の受け入れをはじめました。HP閲覧者、医療相談者や患者さんからのメールを示し、コミュニケーションの重要性を伝えていきます。北は北海道から南は九州まで、現在まで27人の学生の実習を受け入れました。我々スタッフにとっても、良い刺激になっています。

■多くの人たちへの理念の展開-出版から様々なメディアへ-

その他の展開として、INETの環境外の保護者に対して「小児科医がやさしく教える赤ちゃんこどもの病気」の上梓、理念をより多くの人たちに伝えることを目的としてミニコミ誌や情報誌、そしてラジオなどのメディアの新しい展開が生まれてきています。

■最後に-広報とは-

広報とは、広く社会に報いるともいわれています。我々の広報活動の基本は、理念の展開から始まりました。「お母さんの不安・心配の解消」のためには情報を提供することはもちろんですが、患者さんとのコミュニケーションが重要な要素をしめています。患者さんへの啓蒙や情報提供目的の院内報から始まった流れはコミュニケーションという要素を加え、少しずつ大きくなりながら理念という花を咲かせるために続いています。この活動は、患者さんだけでなく、INETにアクセスした方々、医療相談の方々、メディアで取り上げてくれる方々など、多くの人たちにも支えられています。広報活動はクリニック一丸となった対応が重要で、院長だけでなくスタッフ全員の理解と協力も重要な要素です。活動を維持するためのモチベーションを高めることは非常に重要なことです。育児サークルでの患者さんとの関わり合いやかかりつけ患者さんから寄せられる数多くの感謝や励ましのメールは、スタッフの意欲昂揚にも大きな力となっています。とかく自己満足になり易いクリニックに対する評価も、数多く寄せられるメールによって確認できることも多くのメリットを生んでいます。

その後の広報活動も多岐にわたり、「継続は力なり」という言葉を信じて理念追及の活動を継続しています。

取り組みの紹介

・学会

“外来小児科におけるインターネットの活用”

第104回日本小児科学会学術集会 シンポジウム 2001.5

“小児科における育児支援-理念をカタチにするために-”

第13回日本外来小児科学会年次集会 Meet The Expert 2003.8

・雑誌

“育児相談の問題点とその事例”

チャイルドヘルス 3:861-867 2000

“育児情報の発信源とその問題点”

小児内科 33:1353-1358 2001

“院内紙の上手な作成法”

日経ヘルスケア21 日経BP社 2002.6

“インターネットでサポート”

からだの科学 日本評論社 2002.11

“インターネットは患者とのコミュニケーション手段として有用” (資料)

Home Care MEDICINE (株) メディカルトリビューン 2003.2

“患者とのメール交換で距離が近づく”

月刊保険診療 医学通信社 2003.2

“多様な広報活動を通じて理念を実現し信頼を獲得”

MMPG 医療情報レポート (株) 医療タイムス社 2003.9

・ホームページ

e-doctor訪問記

(株) アイヘルス http://www.ihealth.co.jp/main/e_doctor/006.html

かかりつけ医療・最前線 「母親の不安・心配の解消」を理念に、ホームページで育児支援 (資料)

三共株式会社 <http://www.sankyo.co.jp/medical/index.html>

・ビデオ

患者さんに選ばれる病医院 診療所の広報戦略 (担当者を通して借用可能)

田辺製薬株式会社

連絡先 ☎981-0907 仙台市青葉区高松 1-16-1TEL 022-271-5255