

事例2

患者の 選択のための情報

医療法人社団
かわむらこどもクリニック
(宮城県仙台市)

目指すものは 患者への安心感

新聞、eメール、子育てサークル……
あらゆる方法で情報を提供し
母親の不安・心配の解消を目指す

妊娠、出産、子育ては、母親にとってかけがえのない喜びであると同時に、大きな不安材料でもある。その不安を取り除くためには、周囲の協力と同時に、子どもの病気や成長に関する確かな情報が欠かせない。かわむらこどもクリニックの川村和久院長は、1993年2月の開業当初から、「お母さんたちの不安・心配の解消」を理念に掲げ、新聞、インターネット、対面での育児指導など、さまざまなコミュニケーション手段を用いた情報提供に努めている。こうして築いた母親たちとの信頼関係を基盤に、小児科の激戦区、仙台市にあって外来患者数は高い水準で安定。新患も途絶えることなく来院している。

治療と同じくらい大切な母親への配慮

「私は長年、日立総合病院で新生児医療に携わってきました。妊娠した女性の多くは、とても喜びます。それだけに未熟児や奇形、仮死など、深刻な状態で出産した場合の落胆が大きい。そんなお母さんたちに何人も会うなかで、悩み苦しむ母親に手を差しのべることは、治療と同じくらい大切だと気づかされました。そこで、自分が開業するときには、母親の精神的ケアに力を入れようと思ったのです」

川村院長は、「お母さんたちの不安・心配の解消」を、かわむらこどもクリニックの理念に掲げるに至っ



「お母さんたちに的確な情報を提供し、不安を取り除くことが子どもの健やかな成長につながります」とこやかに語る川村和久院長

た経緯をこう説明する。母親が精神的に安定していれば、余裕を持って子育てができる。それが子どもの健やかな成長を促し、さらに母親の幸せにつながるという好循環を生むという。

近年は、父親の育児参加が叫ばれるようになったが、実際にはまだほとんどの家庭で母親が育児を担っている。ならば理想論を掲げるのではなく、実態に即した支援をしようと、その対象を“お母さんたち”とした。結果的には、そのことが情報提供の焦点を絞ることにつながったようだ。

開業にあたっては、「母親の安心」という観点から、外装や内装にも工夫をこらした。子どもがクリニックに来ることに拒絶反応を示して母親を困らせないように、親しみやすい明るい造りを心掛けた。待合室に大型テレビや床暖房設備を設置したのは、待ち時間を親子で楽しく過ごしてもらうための工夫だ。授乳室もある。また、病院に来ることでほかの病気に感染する心配が生じないように、隔離室を完備するなど院内感染予防にも万全を期している。

仕事を持っている母親を意識して、土曜日を全日診療とするなど診療時間にも配慮している。

理念の実践のために新聞を創刊

近年、理念を掲げる病医院は増えている。しかし、その理念を具体的な形にする段階で苦労しているところが多いといわれる。川村院長は、自身の掲げた理念を、多くの人に伝えることこそ重要と考え、そのための方法を模索した。その一つが前述したハード面、システム面での工夫だ。

もう一つは母親の訴えをよく聞くこと。来院する子どもの半数以上は母親の心配で連れてこられているので、その母親の話を聞き、適切なアドバイスをするだけで大きな効果が得られるという。ミルクを飲まない、離乳食が進まないといった食事面での不安には、診療時間とは別に、栄養士による栄養育児指導の時間を設けることで対応している。

さらに、開業当初からこうした対面の対応では不十分な部分を補うコミュニケーションツールが必要と考えており、その第一弾として1993年6月、新聞『かわむらこどもクリニックNEWS』を創刊した。パソコンを使い、川村院長が手作りしている。

新聞はA4判表裏の2ページ構成。月1回発行。1面



1993年6月以来、毎月発行し続けている『かわむらこどもクリニックNEWS』

には、「過干渉は子どもの成長を妨げる」、「子どもは父親の背中を見て育つ」といった子育てに関する川村院長の個人的見解や、「薬剤の一部負担」など子どもの医療に関する制度のことなど先生自身が母親たちに伝えたいことを書く。2面には、病気の解説など医学的な内容を掲載。このスタイルは12年たった今も同じだが、最近は投稿が増え、2面は投稿で埋まることが多いという。発行部数は月によって異なり、少なくとも600部、インフルエンザ流行時など多い月は800部発行することもある。

100号、10周年など節目には特別編集をする。通巻150号にあたる2006年1月号は10ページの拡大版になった。15名の母親からの投稿、臨床実習生からの言葉、子どもたちの絵、スタッフのコメントなどがぎっしりと詰まっている。一つひとつの投稿に川村院長のコメントが付いている。ただ掲載するだけでなく、きちんと応える姿勢が次の投稿につながるのだろう。

ホームページで双方向のコミュニケーション

読者のなかには、『かわむらこどもクリニックNEWS』を全号ファイルしている人もいる。しかし、新聞創刊からしばらくした頃から、「新聞を受け取っても読んでいない人が少なからずいる」と川村院長は感じていた。記事を話題にしても反応がない人がいたからだ。そこで、求める人に欲しい情報を提供できるツールとして、1996年1月、『かわむらこどもクリニックHOMEPAGE』を開設した。

最初は新聞のバックナンバーや、地域の情報紙に掲載した原稿などを利用し、情報量を確保した。まだ手頃なホームページ作成ソフトは市販されておらず、1行ずつ書体や色、大きさなどをHTMLで設定



家庭のような温かみを感じる待合室にはおもちゃや絵本がいっぱい。床暖房完備で、大型テレビの設置など待ち時間を退屈させない工夫が施されている(左)。院内の壁には、患者から贈られたかわいいイラストがたくさん飾られている(右)

することから始めた。新聞創刊時と同様、膨大な時間を費やしたが、小児科のホームページが珍しかったこともあり、マスコミでは頻繁に取り上げられ、パソコンを使う母親たちの間ではかなり知られる存在となった。その後、パソコンが一般家庭に急速に浸透。アクセス数は順調に伸び、小児科ホームページの老舗と評価されるようになった。

2006年1月19日現在、アクセス数はトップページで69万7,586件。「診療案内」、「CLINIC NEWS」など21あるコーナーの中で最も人気のある「小児科ミニ知識」のページへのアクセス数は、同104万9,402件に達している。川村院長からの情報が、多くの人に利用されているのがわかる。

1996年3月には、個別の相談に答える専用のeメール(以下、メール)アドレスを設定。月に70~80件の質問に、1週間以内に丁寧に答えている。さぞや大変だろうと思われるが、「インターネットによって全国のお母さん、ときには海外で暮らすお母さんからの質問にも答えられる。私の理念を、当クリニックに来てくれる患者さん以外まで、広く展開できるのがうれしい」と満足そうだ。

医療相談で多いのは、今かかっている医師からの説明について見解を求めるもの。言ってみれば、メールによるセカンドオピニオンだ。例えば、心臓に障害のある子どもの母親から、「我が子の命を一人の医師に任せてもいいものか」といった主旨のメールが来たことがある。これに対して川村院長は、書かれていた詳しい状況説明をじっくり検討したうえで、「一人の医師の後ろにはさまざまな専門医が控えているので心配しないで」と答えた。

医療相談に答えるときの川村院長のスタンスは、

“よろず相談所の相談員”だ。メールの内容で医学的診断をすることは不可能。だから事実だけを書き、そのうえで安心感を与えることを第一に考える。「メールでやりとりをしていると、医師が一生懸命説明しても、患者さんには十分伝わっていない場合が多いこと、わからなくても聞き返せない患者さんの心情などを感じます。この医師と患者の間にあるギャップのようなものを埋める情報提供が必要なのでしょう」と川村院長。

メールによる医療相談に取り組むことで、それまで知らなかった患者の内面に触れ、たくさんのことに気づかされたという。その気づきを来院してくる患者に還元しようと、1998年5月には育児サークル「お母さんクラブ」を結成した。1年に9回程度、20名程度が集まる。これまでの開催回数は65回、延べ参加人数は950人を超えた。救急蘇生法の体験や病気の対処法といった内容もあれば、母親同士のコミュニケーションを目的としたクリスマス会なども催す。川村院長はここで、母親たちと直接コミュニケーションを図っている。

さらにこのサークルに参加できない患者のために、2000年には同クリニックの「患者さん専用メール」を設定。これまでに1,500通を受けている。誰もが自分の都合に合わせて聞きたいことを聞ける環境を整えた。「次の診療のときに『この前のメールの件、どうなった?』と私が一言聞くだけで、患者さんとの距離がぐっと近くなるのを感じます。いろいろな取り組みが、相乗効果を生んでいます」

ホームページの有用性を確かめる目的で、1999年から5年間にわたり新患を対象に、「何を媒体としてクリニックを選んだか」というアンケートを行い、日

本外来小児科学会で発表した。来院理由として一番多かった口コミは47.7%から56.2%で有意差はなく、インターネットは5.1%から12.8%へと増加した。「この数字が高いかどうかはわかりません。しかし、少子化が進み、周囲に小児科クリニックが増えるなど厳しい環境のなかで、外来患者さんが減らないことが、ホームページを含めて私の一連の活動への患者さんの評価なのかなと考えています」

（ より質の高い情報を提供するために ）

新聞やホームページの原稿執筆、医療相談はすべてを、サークルの運営もほとんど川村院長自らが行う。「継続は力なり」という言葉を信じ、出し続けてきた『かわむらこどもクリニックNEWS』は、2004年、NPO日本HIS研究センターの「第4回ヘルスケア情報誌コンクール」の特別賞を受賞。また、ホームページや育児サークルも含めた一連の活動により、同研究センターが新たに設けた第1回病院広報企画賞（病院広報活動の取り組み姿勢や効果を総合的に評価する

もの）も同時に受賞した。こうした評価がモチベーションのアップにつながるそうだ。

「一院長としてできることはほぼやったと思います」と言う川村院長。今後は新しいサービスを考えるのではなく、今までやってきたことを地道に続けていくことが一番の目標だ。また現在は、より新しくより正確な医学情報を提供することを目的に、電子カルテFuture Clinic 21 (NTT東日本)を用い、独立行政法人 情報処理推進機構 (IPA) が次世代型ソフトウェアの開発事業として進めている医学情報ダウンロードシステムの実証実験に、開業医の立場で協力している。「患者さんに、より質の高い情報を提供するための環境づくりを少しでもお手伝いできればうれしい」と話す。

川村院長は、「求めている情報の内容は患者さんによってさまざまでしょう。しかし、最終的に欲しいのは、情報を得ることの先にある安心感ではないでしょうか」と指摘。その安心感を提供することが医師の喜びであり使命だと語る。



「新しい取り組みとして電子カルテFC21を利用した正確な医学情報を提供したい」と語る川村院長



医療法人社団 かわむらこどもクリニック

診療科目：小児科
 理事長・院長：川村和久
 所在地：宮城県仙台市青葉区高松1-16-1
 〒981-0907
 TEL：022-271-5255
 FAX：022-301-9031
 URL：http://www.kodomo-clinic.or.jp



かわむらこどもクリニックHOMEPAGE