

独自の理念で行う社会的貢献が 診療所への信頼をもたらす

医療法人社団かわむらこどもクリニック(宮城県仙台市)

院長

川村 和久氏



理念のための情報を 発信し、他の診療所 との差別化を図る

私の場合、もともととは仙台市出身だったので、大学の派遣先の茨城にある病院で、新生児医療に携わっていました。そのとき、子どもを持つ保護者特にお母さん方の不安、心配の解消に対するケアの重要性を学びました。

その後、ここ仙台市で『保護

者の心配と不安を解消』を理念に、93年に開業しましたが、私は患者さんたちとのつながりのない状況で開業しなくてはなりませんでした。

そこで、新参者の診療所が、他の診療所との差別化をするために何をしたらいいかを考え、開業5ヵ月目で院内報『かわむらこどもクリニックNEWS』第1号を発行しました。

月刊で毎月発行していて、その内容は、医療情報や病気の知識、患者さんを啓蒙する記事、予防接種の案内などがあり、最近では、いただいた投書や載せたりしています。

その月によりませんが、だいたい毎月700〜1000部発行していて、DTPソフトを使って、なるべくしつかりつくるようにしています。待合室にはカ

ラーで出力したものを掲示し、みなさんには、モノクロで印刷したものを配っています。

当初はコピーしていたので、A4用紙裏表で、1部約15円かかっていましたが、印刷機を導入して、1部約3円ずつくれるようになりました。

ところが、そうしているうちに、情報というのは相手が受け取ってくれていなければ、ただの情報の垂れ流しになってしまうのだと思うようになりました。

というのは、この『かわむらこ』には、子どもの発熱時の対応などの情報を載せていて、これを渡したお母さん方はみなさん読んでくださっていると思っていたのですが、そうでない方が結構いらつしやるということに、診察時に気づいたんです。

もちろん、毎月楽しみにしてくださっている方たちもいらつしやるので、役立ってはいるのですが、『果たしてその割合は?』と思ったことと、今まで『かわむらこ』で蓄積してきた情報を、この情報を求めている人たちに有効に伝えたいという思いから、96年にインターネットで『かわむらこどもクリニックHOMEPAGE』(URL: <http://www.ihfnet.or.jp/~kazuk>)を開くことにしました。

その頃はまだ、ホームページをつくるソフトもあまりないような頃でしたので、そのような診療所のホームページというのは少なかつたと思います。3月までのアクセス件数は約6万7000件を超えました。

また、このホームページでは、96年4月からEメール (kazu@manifnet.or.jp) による医療相談(無料)を行っており、相談件数は3月までで約900件となりました。ホームページは、インターネット情報誌や、育児雑誌、テレビなど、多数で取り上げていただいて、最近では海外からの相談も増えてきました。

ただ、ホームページについては、これをやったからといって、それが直接、増患につながって経営的によくなるということではありませんね。全国でホームページを見てくださった方、相談してこられた方が、当院を訪れることは減多にありませんからね。

だから『何の得があるの?』といわれることもありますが、アクセス件数や相談

件数を見ると、少なくとも、私の発信している情報を求めている人たちがいる。この方々に応えていくうちに、マスコミなどで取り上げられ、いつの間にか私の知名度は上がっていましたし、そういった方々との信頼関係も得ることができました。

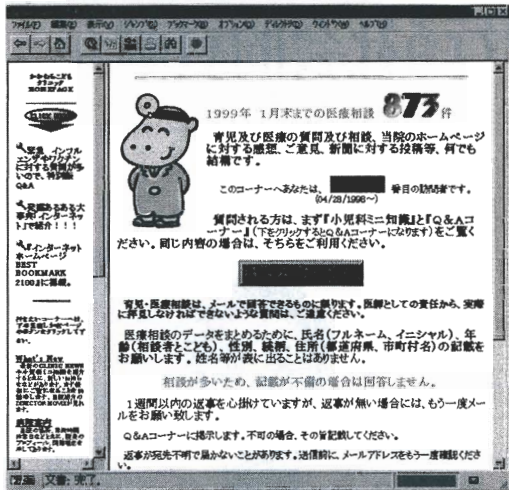
しかし、ホームページというのは、インターネットに接続できるといって特別な環境を必要としますし、患者さんという観点から考えると、それ以外の要素が非常に大きい。

そこで、当院に通ってくれているお母さん方が、悩んだり困ったりしていることを助けるよ



昨年12月、「お母さんクラブ」のクリスマス会の様子。

「かわむらこどもクリニックHOMEPAGE」
アクセス件数、医療相談件数ともに、群を抜いている。



うな育児サークルみたいなものを、つくろうと考えました。『お母さんクラブ』と名づけ、待合室に掲示して会員を募ったところ、40人ほど集まってくれました（現在は約90人）。そこで、第1回の集まりで話し合っで、市民センターの会場費など、最低かかる経費を出すために、年会費500円、1回につき200円という会費で運営することに決めました。

ただ、育児サークルといっても、診療所の行うものですから、やはりこれも差別化として、医学的な講演などを行って、特色が出るようにと考えています。院内報やインターネットは、コミュニケーションツールとしては、どちらかというとメカニカルでクールな雰囲気があります。したがって、『かわむら…』のよき反応をもたらす

社会的貢献が診療所へのよき反応をもたらす

たとえば、『かわむら…』のよき反応をもたらす

たといえば、『かわむら…』のよき反応をもたらす

所のキャラクターの見えない広報誌が、果たして患者さんに結びついていくのか疑問ですね。私が高やっているこの新聞でも、1000部出して、そのうちどれくらいが読まれているのか？ ホームページも、何時間もかけてこまめに更新して、相談にも答えて、直接的な経営効果としてはどうか？ この評価は非常に難しいです。こういったものは、自分の目に見えないところで役に立って

いるという自負を持ちつつも、半分はボランティアという社会的貢献です。ボランティアというところが、実際に非常にかもしませんが、実際に非常に多くの時間を費やして、これらを通じてきたのは、この診療所の原点の、『保護者の心配と不安の解消』をしたということなんです。当院に通ってくださるお母さん方の不安だけを解消するならば、わざわざホームページを開く必要はないんです。

もちろん、『これで患者さんが増えたらいいな』という下心がないとはいけません。しかし、それだけでは、このような活動は続けていけないでしょう。社会的貢献も考えて、広報として情報を出していると、知らないところで、それに対するよき反応が飛び込んできて、それがまたよき反応をもたらしてくれると信じて続けていくことが大切なのだと思います。