

《事例集》ホームページやブログの活用

事例1 ターゲットを絞って知名度を上げる

医療法人財団健貢会総合東京病院（東京都中野区）

総合東京病院は、Yahoo のリスティング広告「スポンサードサーチ」に看護職の求人広告を出している。Yahoo で「東京」「病院」などキーワードを入ると、同院の広告が表示される。

きっかけは、同院の経営母体が変わった2010年4月。看護職員確保を委託した人材派遣会社からの提案だった。インターネット広告から誘導する看護部サイトに応募フォームを設け、メールでの問合せも受けるようにしたところ、応募件数が少しずつ増えてきた。経営企画部 IT 担当田中信用さんは、「看護師は時間が不規則なため、24時間いつでもアプローチできる点がよかったです」と分析する。

また、ホームページ内の看護部サイトから総看護師長のブログを閲覧できるようにしている。「固くなりがちな部署紹介で、師長の人としての魅力を伝えなかった。ブログであればプライベートも織りませ素颜がうかがえ、継続することで堅実性もアピールできます」（田中氏）。ブログを読んで師長の人柄と職場の雰囲気を感じ、募集に応じるケースもあるという。

事例2 Google カレンダー・スカイプ等を活用

医療法人袖桜会中村クリニック（宮城県仙台市）

中村クリニックではスケジュール管理から患者サービスに至るまで、Google 機能を活用している。予定の管理には Google カレンダーを院外用・院内用とで使い分けている。院内スタッフ向けのカレンダーは医師・事務長が iPhone・iPad で共有し、予定作成時には他のスタッフをゲストに追加して事前通知を行い、情報の伝達もれがないようにしている。

ほかにも、G ドキュメントは表計算機能を使って薬剤等の在庫管理に、G リーダーは医療情報等の収集に、G マップは紹介先の病院まで



▲総合東京病院の看護部サイトと総看護師長ブログ

の案内用にと、様々に利用している。

また、フィルタ機能が優秀な G メールを利用することで、医院宛の迷惑メールに関する悩みが解決した。「全メールを一度 G メールに通してふるいにかけることで、迷惑メールはほとんどありません」（中村崇久事務長）と言う。

同院では、これ以外にもインターネットを使用して無料通話が可能な「スカイプ」を利用した問合せの受付や、希望患者への検査結果の到着（あくまでも到着のお知らせ）のメールや電話でのお知らせなど、患者の利便性に配慮したサービスを行い、好評を得ている。

事例3 女性のニーズに応えた HP・ブログで集患効果

桂川レディースクリニック（滋賀県大津市）

桂川レディースクリニックは、出産した女性の体験記と新生児の写真を「Baby Blog（赤ちゃんブログ）」で紹介し、好評だ。このブログの立ち上げは2008年4月。その1カ月後には遠く岡山県からブログを見て患者が来院し、1カ月半後には1日アクセス数が1843件（過去最高）に上ったうえ、ブログランキングサイトで第1位となるなど大きな反響があった。

また、3度のリニューアルを経たホームページも女性が好む明るく洒落たつくりを意識している。ブログとリンクさせることで、新患を呼

び込む流れもできた。提供サービスの紹介では「選べる美人エステ（無料）」「ご褒美グルメ」など女性が魅かれるキーワードを上手に利用している。「従来からのサービスも、言い回しや見せ方を変えるだけで反響が大きい」と桂川院長はホームページの効果の大きさを強調する。

同院では、「外に向けたアピール強化と内なる組織の整備」を2008年より段階を踏んで進めてきた。これにより、現在、目標の来院患者数100人/日、分娩数40件/月を達成。内外の整備を同時に進めることで職場の雰囲気が向上したうえ、増患にもつながったという。

事例4 SNSの活用で知名度アップ

医療法人社団七海会内田医院（東京都江東区）

内田医院（肛門科、消化器科、各種自由診療）は、フェイスブックに医院の公式ホームページや、内田千秋院長の分子整合栄養医学の知識を活かした「ビタミンの虎」というファンページを設けているほか、ミクシィにも同様のページを作っている。また、同医院の公式ツイッターももつなど、積極的な情報発信で知名度アップにつなげている。

これらの日頃から活用している SNS のつながりは、東日本大震災の被災者支援にも活かすことができた。震災後の3月25日、内田院長の声掛けでフェイスブックに「東北地方太平洋沖地震被災者のための医療相談」を立ち上げ（医師・歯科医師22名が賛同）、日常の診療を継続しながら被災者の医療相談に答えるという IT 時代ならではの支援を行った。

事例5 レセプトチェックソフトと点検サービス

ラジエンスウエア株式会社（埼玉県児玉郡）

月々のレセプト点検もコンピュータの活用により省力化されつつある。レセプト点検用ソフトは様々なものが販売されている。

また、インターネット環境さえあれば、オンラインレセプト点検サービスを利用する手もある。例えば、ラジエンスウエア株式会社が実施しているオンライン・レセプト点検サービス「レセ楽 net」だ。大まかな流れは、医療機関が作成したレセプトデータから個人情報自動



▲桂川レディースクリニックのホームページより

的に削除後、オンラインでデータセンターに送り、専用ソフトにて診療行為、病名（適応症）、薬剤、コメント記載などを自動点検。その後専門スタッフが、必要な登録・修正など点検マスタの性能を上げる作業を行い、医療機関はその結果報告を受けてレセプトデータを修正するというもの。1カ月に複数回の点検を実施し、そのつど修正することで月末・月初の点検作業を平準化し、作業負担の軽減に寄与する。

病医院からは、「複雑で手間のかかるチューニング作業を任せることで、安心して点検結果の精査に集中できるようになった」「自動点検の精度が上がり、どんどん楽になる」との声がある。

事例6 薬品管理装置と携帯端末で安全管理

福井県済生会病院（福井県和田中町）

薬の投与ミスは完全に防ぎ切れないが、IT を活用することでこのミスが限りなくゼロに近づく。福井県済生会病院では、各病棟に1台リアルタイム薬品管理装置「リテラ」（株式会社トーショー）を置いて注射薬を管理することで「注射ミス」だけでなく、「請求もれ」「使途不明」「過剰在庫」を防ぐことができた。

基本的な機能は、ID 認証（職員コードとパスワード）を行うことでロックが解除し、薬品を取り出すと誰が、何時に、どこで、誰のどの注射薬を、どのくらい持ち出したか——を自動的に記録するというもの。これを注射オーダーとつなげることで、オーダーと不整合の場合には警告音を出して注意を促し、ミスが起こらないようにしてくれる。

また同院では、散剤、水剤、錠剤のいずれについても調剤時にはバーコード読取装置付き携帯端末を使ってオーダーと合致しているかどうかをチェックして、調剤ミスを防いでいる。