

### (3) 病院における企画広報部門の役割

—岡山旭東病院を事例として—

川崎医療福祉大学医療福祉デザイン学科	○森	絵美
川崎医療福祉大学医療福祉デザイン学科	平野	聖
川崎医療福祉大学医療福祉デザイン学科	尾崎	公彦
川崎医療福祉大学医療福祉デザイン学科	真鍋	克己
川崎医療福祉大学医療福祉デザイン学科	合田	喜賢

#### 【要旨】

病院における利用者へ向けたコミュニケーション手段として、広報誌、ホームページ、掲示板などの視覚伝達ツールを活用した広報活動がある。また、健康教室や音楽会など、地域住民を対象としたイベントを企画開催する病院も増加している。公益財団法人日本医療機能評価機構がおこなう病院機能評価の中でも、地域ニーズの反映を表す要素として「広報活動」が設けられ、今の病院経営にとって広報活動は必要なものとされてきている。この流れを更に強固なものにするために、これらの管理運用をおこなう企画広報部門を配置する医療機関が増えている。一方で、診療に直接関わらない企画広報部門には診療報酬請求の項目に該当しないため、総務部や庶務課が広報の代替機能を担い、企画広報部門を配置していない病院も多い。

本研究では、著者が岡山旭東病院（岡山県、1981年8月開設、4つの経営理念を掲げ、地域医療支援病院として、脳・神経・運動器疾患の急性期治療に力

を入れている、10診療科を標榜する、202床）の企画課で企画広報担当者として勤務していた2003年1月から2014年9月までの実践をもとに、病院の企画広報部門における役割の有効性を検討した。

企画広報部門の機能は、主に院内・外に対する広報活動、情報の発信・提供・公開および同院と外部との双方向のコミュニケーションを図るための窓口的役割ならびに院内環境整備に関わる業務を担当し、また、これらの企画広報に関する情報を一元的に管理することである。

結果として、企画広報部門は病院に次の効果をもたらしていると考えられる。① より効果的な広報活動へ発展させることが可能である② 病院イメージの向上に貢献する③ 職員の帰属意識やモチベーションが高揚し、結果的に利用者サービスの向上に繋がる。

従って、企画広報部門を配置することが、結果的に利用者の増加につながると思料する。