

八王子消化器病院ニュース

第85号

医療法人財団 中山会

八王子消化器病院

—患者様のための医療—

〒192-0903 東京都八王子市万町 177-3

TEL: 042-626-5111

www.hachiojishokaki.com

制作 (株) 教育広報社

おおるり

HACHIOJI DIGESTIVE DISEASE HOSPITAL NEWS

明けましておめでとうございます。昨年とは異なり、穏やかに新年をお迎えになられたこととお慶び申し上げます。

本年の干支は「巳」ですが古来、蛇は医学の世界と密接な関係があるようです。旧約聖書（創世記）では、神はアダムとエバに「エデンの園のどの木からでも実を採つて食べてよいが、『善悪を知る木』からだけは実を採つて食べてはならない」と命じていました。しかし、神が造られた生物の中で最も賢かつた蛇に唆されて、その禁断の木の実を食べてしまったためにエデンの園を追われたと記されています。それ故、蛇はあまり良いイメージを持たれていませんでしたが、古代ギリシャ神話の世界では、医学の神とされるアスクレピオスが蛇の巻き付いた杖を常に持ち歩いていたことから、現代でも様々なところで蛇は医学の象徴として用いられています。なお、アスクレピオスは全人類を救いたいという願いから、死者をも復活させたとして神々の頂点に立つゼウスの怒りを買い、雷によって殺されました。その後復讐し後に医学の神として星になつたとされています。

蛇と医学の関係については諸説あります。蛇は2~3ヶ月に一度の脱皮を繰り返しながら生きていることから、これが生命・

再生の象徴として捉えられていました。一方、生命を救う薬にもなることが当時から知られていました。医学もまた「生と死」「病気と健康」という相反する状態の間で治療・看護を行つており、その二面性から蛇が医学を象徴するシンボルになつたとも考えられています。世界保健機関（WHO）のロゴは、平和を象徴するオリーブの葉に包まれた世界（国際連合旗）の中央に医学の神であるアスクレピオスの蛇杖がデザインされています。また、日本医師会の紋章（ロゴ）にも乳鉢と乳棒の形に曲がりくねつた蛇のモチーフが描かれています。

さて本年は、かねてから言られてきた「2025年問題」の年です。2025年問題とは、戦後間もない第一次ベビーブームの時代に生まれた「団塊の世代」と言われる方が全て75歳以上となり、超高齢化社会を迎えることで生じる社会問題の総称です。雇用や医療、福祉など幅広い分野に影響を及ぼすことが予想されており、社会保障費の増大や労働力不足、医療や介護におけるサービス提供者的人材不足等が課題として挙げられています。これらの課題は全て私ども病院の機能にも直結した深刻な問題であり、気を引き締めて対応していくか



年頭のご挨拶

アスクレピオスの杖

八王子消化器病院 理事長 原田 信比古

なければならぬと考へています。

この問題の根源とも言える少子化は、想定以上に早く進行しています。昨年末のニュースでは、2024年の推計出生数は70万人を下回ると報じられました。前述の団塊の世代では、年間出生数が270万人であったことを考へると隔世の感を禁じ得ません。さらに驚くべきは、出生数が80万人を割ったのは、いつであつたかと言うと、わずか2年前（2022年）、さらに90万人を割ったのはその3年前（2019年）、100万人を割つたと大きく報じられたのは、さらにはその3年前（2016年）のことでした。この8年間で約3割も減少したことになります。一方、死亡者数は2016年は130万人でしたが、3年毎に10万人ずつ増加し、2024年には160万人を超えると推定されています。もはや少子高齢化は「遠い世界」のことではなく、既に突入している現実の世界なのです。私ども急性期病院も時代の変化に応じて万策を講じ、社会の要請に応じていかなければなりません。ご高齢になられた方々に対しましても、これまで同様に職員一同、感謝の念をもつて丁寧な治療・看護を行つていく所存です。

本年もよろしくお願い申し上げます。



世界保健機関（WHO）のロゴ



日本医師会の紋章（ロゴ）

関・行政機関以外が
21.28%、入院28.4%、
③医療機
トの情報(外
友人・知人の口
友人・知人の口
外来..68.4%、
②医療機関が発
するインターネ
トの情報(外
本稿では、当院の
病院広報ワーキング
チームの諸活動につ
いて広報いたしま
す。早速ですが、皆
様は医療機関をどの
ように選んでいらっしゃいますか。厚生
労働省の報告により
ますと医療機関を受
診する際、外来では
80.7%、入院では
83.6%の方が事前
に「情報を入手して
いる」とのことです。
そして、情報の入手
先としては①家族・
友人・知人の口コミ
(外来..68.4%、
入院..66.7%)
②医療機関が発信
するインターネッ
トの情報(外
トの情報(外
も以前より、本紙「お

八王子消化器病院ニュース

▼表1 出典:厚生労働省 令和5(2023)年受療行動調査(概数)の概況

表1 外来ー入院別にみたふだん医療機関にかかる時の情報の入手先(複数回答)											令和5年			
	総数	情報の入手先(複数回答)										不詳		
		医療機関の相談窓口	インターネットなどの広告	パンフレットなどの広告	医療機関の看板や インターネットなどの広告	パンフレット	医療機関の相談窓口	行政機関やパンフレット	行政機関が発行する パンフレット(医療機関の情報 (医療機関の情報)	新聞・雑誌・本の記事や テレビ・ラジオの番組	医療機関・行政機関以外が発信 するインターネットの情報 (医療機関の情報)	家族・友人・知人の 口コミ	その他	
外 来	100.0	80.7 (100.0)	(14.6)	(28.8)	(5.6)	(2.1)	(3.9)	(3.5)	(18.1)	(4.0)	(68.4)	(10.3)	16.3	3.0
入 院	100.0	83.6 (100.0)	(24.0)	(21.4)	(8.7)	(5.4)	(4.3)	(3.9)	(14.4)	(5.3)	(68.7)	(13.9)	14.1	2.3

電子掲示板、ブログ
の情報を含む)(外
来..18.1%、入院..
14.4%)と続いて
います。入院につ
ては「医療機関の相
談窓口」が2番目に
多い(24.0%)で
すが、これは受診者
が積極的に情報を入
手したというよりも
医療機関同士の連携
(病診・病病連携)
により、紹介元施設
から情報提供された
ものと考えられます。
以上のように、受
診する医療機関を選
ぶ際には、口コミや
インターネット上の
情報が重視されてい
ます。当院において

おりり」の刊行やWebサイト等を通じて定期的に情報発信しております。加えて、真偽の定かではない医療情報が世間に溢れている状況を受け「消化器疾患の専門的な病院として、適正な情報を提供しなければならない」との病院長の考えに基づき、組織として事務職員・コ・メディカルにより構成され、会議を月1回定期開催しています。

以下、同チームの活動を中心とした病院広報について本号および次号の2回にわたり、ご紹介いたします。

(ワーキングチームの活動概要)

病院広報ワーキングチームの主な活動内容は、以下の通りです。

①病院Webサイト・SNS(Facebook)の定期更新

※各検査内容、手術実績、健康診断、予防接種、行事食・クリスマスキャロル等イベントの紹介

②患者の声・口コミの情報収集**③検査等案内動画の制作****④配付物の製作**

※病院案内パンフレット(患者配付用、医療機関配付用..2019年製作..2020年製作)、オーリジナルペットボトル(2021年製作)、患者配付用団扇(2024年製作)等

▼ホスピタルアート『癒しの壁画』プロジェクト

※ホスピタルアート『癒しの壁画』プロジェクト(2023年5月17日完成)
協力・学校法人桑沢学園 東京造形大学 福田ゼミナール
(7)その他の活動(ホスピタルアート、写真撮影等)

⑥病院公式YouTube(クリスマスキャラル開催時)の配信

※第1回 市民公開健康講座「知つておきたい胃のハナシ」
2018年10月27日・八王子市学園都市センター
第2回 市民公開健康講座「知つておきたい大腸のハナシ」
2019年10月26日・the b八王子

病院広報を広報する

病院広報ワーキングチーム 草山潤 鮎澤大樹

院内探訪 4
~私たちの取り組み~



▶ 製作した配付物



八王子消化器病院 × 東京芸術大学
ホスピタルアート
-『癒しの壁画』プロジェクト -

2023年5月17日に完結いたしました。
ホスピタルアートの完成に至るまでに
多大なるご協力をいただきましたことを
此めて感謝申し上げます。

②クチコミをうさんグループ
③SNS・MEO対策グループ

(病院Webサイトグループ)

本グループは“より分かりやすく、かつ訴求力のあるコンテンツ”および“閲覧に際し操作性の高いデザイン”をテーマに、病院Webサイト内の情報の定期更新等をしています。なお現在、Webサイトをリニューアルするためデザイン会社の協力の下、サイト構成やデザイン案、写真撮影等の準備を進めています。

(クチコミをうさんグループ)

本グループは、文字通り「口コミ（クチコミ）」を増産（ぞうさん）する目的で活動しています。当院では、外

象のアンケートを実施しています。加えて、インターネット上の口コミ専用QRコードが記載された配布用カードを院内各所に設置し、またポスターを掲出する等しています。これにより、診察や会計

の待ち時間等に当院に対する想いや、ご意見・ご提案等を気軽に投稿してもらったり、アンケートの機会がない方々の声も収集できます。
本グループは“まずは当院を知つてもらう”ことを目的に活動しています。当院で実施している診療等に関する最新情報（市の健康診断、予防接種等）や開催イベント等について、検索サイト（Google・Yahoo!）やSNS（Facebook）にて、当院受診の有無にかかわらず広く情報発信しています。

※ MEO (Map Engine Optimization)

対策：Google地図上の検索結果を最適化する対策

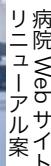
続きまして今回は、病院Webサイトグループの活動について、ご紹介いたします。現在の病院Webサイトは“シンプルで見やすいWebサイト”をテーマに約13年前に制作したものです。1画面で収まるように掲載内容を少なくすることでも必要な情報を得られ、専門的な治療や検査の説明も分かりやすいと感じもらえるよう工夫いたしました。しかしながら、その後のWebサイト制作技術の進歩は目覚ましく、デザイン性や操作性を向上させることで閲覧者がストレスを感じることなく、従来以上の情報量を得ることができます。そのため、当院のWebサイトに対し「もう少し情報を盛り込んでほしい」と感じられるのではないかでしょうか。

本グループは、文字通り「口コミ（クチコミ）」を増産（ぞうさん）する目的で活動しています。当院では、外象のアンケートを実施しています。加えて、インターネット上の口コミ専用QRコードが記載された配布用カードを院内各所に設置し、またポスターを掲出する等しています。これにより、診察や会計

続いている情報を取りやすく、それをテーマとしています。また、我が国スマートフォンの普及率は、2010年は約4%でしたが2024年1月時点では約97%に達し、飛躍的に上昇しています。そのため、パソコンのみならずスマートフォンでも閲覧しやすいWebサイトにすることも視野に入れる必要があります。そこで、医療界やWebサイトのみならず“伝わる仕組みをつくる”ことをモットーに広く活躍されているデザイン会社と共に、新たな歩みを始めました。

制作案の段階ではありますが、写真や文字の大きさ、配置等のデザイン性はもとより、文章やボタンに動きを持たせる等して閲覧しやすいものとなっています。そのうち、看護部紹介のページについて触れたいと思います。同ページは、患

このような
病院Webサイト
リニューアル案



者の皆様はもとより今後、当院で働きたいと考えている看護師の方に向けて、從来よりも多くの情報を伝える内容にしています。例えば、当院看護部の人員構成や“入職に際し当院を選んだ理由”、“休日の過ごし方”等を表やグラフを用いて見やすく掲載しています。当院への入職を検討するに際し、参考にしていただければ幸いです。他にも、実際に勤務している職員からのコメントや教育計画等を掲載することで、当院で働いている将来の自分を想像してもらいやすいように工夫しています。

◆ 看護部紹介ページ案



病院Webサイトのリニューアルは、各部署の協力もあり現時点で8割程度完成しています。手前味噌ではありますが、非常に見やすく洒落たWebサイトに上がるものと手応えを感じています。公開までには、もうしばらく時間を要しますが是非ご期待ください。

病院広報を通じて、患者の皆様方にとって“より通いやすい病院”となれますよう、今後も取り組んで参ります。

その広告に エビデンスはありますか?

—医療広告ガイドラインについて

事務長 大津行博

「このお茶の体脂肪を低減する効果には、試験結果のグラフが示す通りエビデンス(科学的根拠)があります」このテ

レビ広告をご覧になつたことはありますでしょうか。「根拠があるならば飲んでみようかな」または「被験者の人数は適正なのだろうか」と思われる方もいらっしゃるかもしれません。実は、この広告は特定保健用食品*だからこそ認められているのです。我が国においては、医薬品や医療機器について臨床データや実験例等を例示して広告することは原則として認められていません。これについて厚生労働省は「一般向けの広告にあつては、臨床データ等を例示することは、消費者に対して説明不足となり、かえつて効能効果や安全性について誤解を与えるおそれがある」としています。矛盾しているようですが、特定保健用食品に比して選択には、より慎重を要する医薬品等は、エビデンスを伝えることができないのです。

*特定保健用食品・健康の維持・増進に役立つことが期待される旨の表示を国から認められた食品

もとより医療に関する広告は患者や、その家族等の保護の観点から医療法等で厳しく規制されてきました。そして、美容医療に対するトラブルが増加したことを見機に、それまで規制対象ではなかつ

た医療機関のウェブサイトも含め、規制と円滑な情報提供とのバランスを踏まえた法整備が進みました。本稿では、適正な医療広告を知ることで受診する医療機関を選択するに際しての参考としていただくため「医業若しくは歯科医業又は病院若しくは診療所に関する広告等に

関する指針(医療広告ガイドライン)..2024年9月13日改正版」について、解説いたします。

2024年9月13日改正版

解説いたします。

(基本的な考え方)

「医療は人の生命・身体に関わるサービスであり、不当な広告により受け手側が誘引され、不適当なサービスを受けた場合の

被害は、他の分野に比べ著しい」また「医療は極めて専門性の高いサービスであり、広告の受け手は、その文言から提供される実際のサービスの質について事前に判断することが非常に困難である」とから、限定的に認められた事項以外は、原則として広告が禁止されています。一方、患者等に正確な情報が提供され、その選

択を支援する観点から、医療に関する適切な選択が阻害されるおそれが少ないと判断については、一定の条件下で広告を認める方向で規制緩和が進んでいます。

(医療広告の定義)

次のいずれの要件も満たす場合、規制されます。

①患者の受診等を誘引する意図があること(誘引性)

②医療を提供する者の氏名・名称等が特定可能であること(特定性)

②医療を提供する者の氏名・名称等が特定可能であること(特定性)

③実施時期等を併記する必要があります。

・誇大広告

例「このような症状があると生命に関わりますので、今すぐ受診してください」

↓特定の症状に関するリスクを殊更に強調し、受診を誘導するものは誇大広告に該当します。

・公序良俗に反する内容の広告

患者その他の者の主觀または伝聞に基づく、治療等の内容・効果に関する体験談の広告

・患者可能事項以外の広告

・治療等の内容・効果について、患者等を誤認させるおそれがある治療等の前後の写真(ビフォーアフター写真)等の広告

・治療等の内容・効果について、患者等を誤認させるおそれがある治療等の前後の写真(ビフォーアフター写真)等の広告

・虚偽広告

例「絶対安全な手術です!」「どれだけ難しい症例でも必ず成功します」

↓少し前のドラマではありませんが、絶対安全な手術等は医学上あり得ないため虚偽広告に該当します。

・比較優良広告

例「がん治療実績No.1の病院です」

↓客観的な事実であつても、優秀性に

ついて著しい誤認を与えるおそれがあるため、禁止されています。

↓著名人も当院で治療を受けています

も、患者等を不當に誘引するおそれがあるため、比較優良広告に該当します。

以上のように、ガイドラインでは医療広告について詳細に規定しています。健 康や医療に関する情報過多の昨今において、正しい情報を享受することは医療機関や治療法を自分で選択するうえで一層、重要性を増しています。

病院長がヘリコプターに乗つて「Yes!

消化器病院」とポーズをするテレビ広告

なお、医療広告では医薬品・医療機器とは異なり、冒頭のテレビ広告のように調査結果等を引用することも可能です

が、出典、調査の実施主体、調査範囲、適正な情報の提供に努めて参ります。