

## 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

## HACHIOJI DIGESTIVE DISEASE HOSPITAL NEWS



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

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って食べてよいが、善悪を知る木」からだけは実を採っ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った蛇に唆されて、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したこと、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ひ、雷によって殺されましたが、その後復権し後に医学の神として星になったとされています。

蛇と医学の関係については諸説ありますが、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たようです。

また、蛇毒は人を死に至らしめる毒である一方、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」「病氣と健康」という相反する状態の間で治療・看護を行っており、その二面性から蛇が医学を象徴するシンボルになっ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った蛇のモチーフが描かれています。

さて本年は、かねてから言われてきた「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」と言われる方々が全て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の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か

なければならぬと考えています。

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ていました。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え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、いつであったかと言うと、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）、100万人を割ったと大きく報じられたのは、さらにその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ても、これまで同様に職員一同、感謝の念をもって丁寧な治療・看護を行っていく所存です。本年もよろしくお願ひ申し上げます。



世界保健機関（WHO）のロゴ



日本医師会の紋章（ロゴ）

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上の情報（外来…28・8%、入院…21・4%）③医療機関・行政機関以外が

## 院内探訪 4 ～私たちの取り組み～

# 病院広報を広報する

病院広報ワーキングチーム 草山潤 舩澤大樹

▼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

	総数	情報を入手している	情報の入手先（複数回答）										特に情報は入手していない	不詳
			医療機関の相談窓口	インターネットの情報	パンフレットなどの広告	医療機関の指図やパンフレットなどの広告	行政機関が発信するインターネット上の情報	行政機関が発信するインターネット上の情報	行政機関が発信するインターネット上の情報	行政機関が発信するインターネット上の情報	行政機関が発信するインターネット上の情報	行政機関が発信するインターネット上の情報		
外来	100.0	80.7 (100.0)	(14.6)	(28.8)	(5.8)	(2.1)	(3.9)	(3.5)	(18.1)	(4.0)	(68.4)	(10.3)	18.3	3.0
入院	100.0	83.6 (100.0)	(24.0)	(21.4)	(6.7)	(5.4)	(4.3)	(3.9)	(14.4)	(5.3)	(66.7)	(13.9)	14.1	2.3

発信するインターネットの情報（SNS、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。入院については「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。当院においても以前より、本紙「お

おるり」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ぬ」との病院長の考えに基づき、2017年に病院広報ワーキングチームを発足しました。同チームは、病院長直轄の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）、トートバッグ（2020年製作）、オ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
- ⑤ 市民公開健康講座の開催
- ※第1回 市民公開健康講座 「知っ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 「知っておきたい大腸のハナシ」
- 2019年10月26日…the b 八王子
- ⑥ 病院公式YouTube（クリスマスキャロル開催時）の配信
- ⑦ その他の活動（ホスピタルアート、写真撮影等）
- ※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



製作した配付物

▼ホスピタルアート『癒しの壁画』プロジェクト



同チームでは、主に以下の3グループに分かれて活動しています。

- ① 病院Webサイトグループ
- （ワーキングチームの構成）
- ② 病院Webサイトグループ



### ②クチコミぞうさんグループ

### ③ SNS・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行っています。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。

### （クチコミぞうさんグループ）

本グループは、文字通り「口コミ（クチコミ）」を増産（ぞうさん）することを目指す活動を行っています。当院では、外来（年2回）および入院（毎月）患者対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え、アンケートの機会がない方々の声も収集できます。

### （SNS・MEO 対策グループ）

本グループは「まずは当院を知ってもらう」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わる最新情報（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、閲覧に際し画面をスクロールしなくて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てもらえるように工夫いたしました。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るようになりました。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のでしょうか。

このような状況を受け、より多くの方々に当院の情報を伝えることができるよう、病院 Web サイトを刷新することとなりました。今回のリニューアル計画では、求めていた情報を、より手に入りやすく、

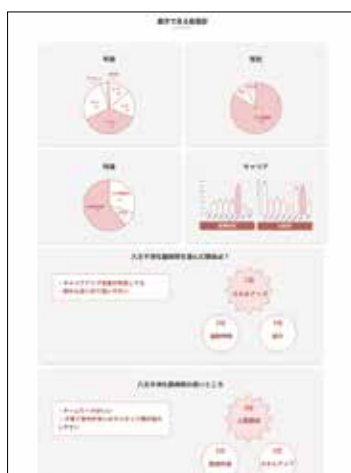
### ▶ 病院 Web サイトリニューアル案



た、我が国のスマートフォン普及率は、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

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、従来よりも多くの情報をお伝えでき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 サイトに仕上がるものと手応えを感じています。公開までには、もう少しばかり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ったことはありませんでしょうか。「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、かえっ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契機に、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いただくため「医療若しくは歯科医療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。

### （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」ことから、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事項については、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、規制の対象となる医療広告に該当すると判断されます。

①患者の受診等を誘引する意図があること  
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）

なお、媒体としてはチラシ、ポスター、出版物、放送、インターネット上の広告等、幅広く対象としていますが、学術論文や新聞・雑誌等での記事、求人広告等は、これに当たりません。

### （禁止されている広告）

患者等に著しく事実と相違する情報を与えること等により、適切な受診機会を喪失したり、不適切な医療を受けるおそれがあることから、以下のような広告は罰則付きで厳しく禁じられています。

#### ・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」  
↓客観的な事実であっても、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。

例「著名人も当院で治療を受けています」  
↓著名人との関連性を強調すること

も、患者等を不当に誘引するおそれがあるため、比較優良広告に該当しません。

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、

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観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

・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

#### ・広告可能事項以外の広告

医療従事者に関する事項、診療科名、名称・所在地・電話番号、診療日・診療時間、法令に基づく指定、提供する医療の内容、診療実績等の広告可能事項が医療法等で定められており、それ以外の事項は広告できません。

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って「消化器病院」とポーズをするテレビ広告を見たこともあります。今後も当院では医療広告ガイドラインの趣旨に沿って、適正な情報の提供に努めて参ります。