

勤務医部会だより

病院をブランディングする



幹事 味岡正純

(公立陶生病院 院長)

当院は名古屋市東部に位置し、市の中心部から電車でも車でも、40分程度の立地にある。診療圏としては、瀬戸市、尾張旭市、長久手市から、名古屋市の守山区の東部も含まれる。瀬戸市の東部には山が連なる地域が広がっており、それだけに守山区は人口も多く、当院にとって診療圏として非常に大事な地域である。そのため20年以上前から、守山区の医師会の先生方とは、定期的にお会いできる講演会を立ち上げて交流を続けてきた。それだけに、自分たちとしては、陶生病院は守山区でも存在感を維持できていると思っていたのである。ところが先日新しく医師会の理事に就任された一人の先生から、大変ショックなお言葉をいただく事になった。病診連携を推進する委員会に来院して下さったその先生は、当院は初めてだそうで、「こんな大きな病院がここにあるなんて知らなかった!」とおっしゃった。そこまでは褒め言葉だと納得したが、それに続いて、「陶生に紹介してあげたいが、今の時代クリニックの医師から陶生に行きなさいという事はまずない。患者さんが名前を挙げる病院から選ぶことになる。私のクリニックの周囲の患者さんも、陶生病院なんて誰一人知らないと思う。名前を挙げてくれなかったら、紹介もしてあげようが無い!」もちろん、極めて特異な意見だとは自分の心をなだめたが、凍り付いた自分の顔の表情はいかんともしようがなかった。

確かに過去1年を思い起こしてみると、良い話でマスコミに登場したことはなかったと気が付く。悪いことで有名になっていなくて、まだよかったのかもしれないと思なおした。〇〇赤十字病院や△△大学病院、□□市民病院ならわかりやすい。それに比べて、陶生病院はわかりにくい。関東で講演させていただいた後の懇親会で、「陶生病院はどちらにあるのですか?」と参加された先生から聞かれて『瀬

戸市にあります』と答えたところ、『ああ、瀬戸内海ですか』とおっしゃられて思っきりへこんだ。大学時代に海外学会に出かける前に、名古屋大学はどこにあるのかと欧米人に聞かれたら「near TOYOTA!」と答えろと先輩からアドバイスされた。3kmも藤が丘から離れていても、『藤が丘東…』とマンションに名前を付けてよいのだから、陶生病院も今度から「TOYOTAの近くです」と答えることにしようかとも思う。

自院のブランド力の無さを何とかしなければならぬと考える。そう思いながら、陶生病院のホームページを見ると、確かに醜くはないものの、わかりにくく、研修医募集や職員募集ばかりが目について、改善の余地が多そうである。患者目線で見るときに、魅力的に映るようには作られてこなかったのかもしれない。それどころか、このような広報を専門に担当する部署すらはっきりしていなかったことに気が付いた。我々臨床医は『医学者の端くれ』であり人の命を預かってはいるが、サービス業でもある。サービス商品には形が無い。事前に品定めしてもらえないし、後にも残らない。ブランドは、このサービスに形を与え、記憶に残し、満足も患者さんに与えることができる。

ブランド力を高めるための委員会を立ち上げてみると、驚いたことに医師を始め様々な職種からやる気満々の面々が集まってくれた。意見も百花繚乱で、様々なアイデアが生まれた。この素晴らしいスタッフこそがわが病院のブランドのもとだと気づかされた。そして、この素晴らしいスタッフの存在を広報活動で広く知らしめて、守山区の患者さんにも『陶生病院なんて知りません』とは言わせないぞ、と意気込んでいるのである。