

オンデマンド医療機関広報フォーラム 2024

動画配信による医療機関広報フォーラムを2024年3月15日（金）から4月1日（月）まで開催します。

プログラム

講義 | 各 90 分

1. 医療従事者のための ChatGPT の活用可能性と注意点

国立精神・神経医療研究センター病院睡眠障害センター長
松井 健太郎

2. どうすれば選ばれる病院・医院になれるのか

～顧客を生み出す医療機関のマーケティング

静岡県立大学経営情報学部教授・地域経営研究センター長
岩崎 邦彦

3. 手に取って読みたくなる医療広報誌の編集・デザインのポイント

エディター・日本広報協会広報アドバイザー
吉村 潔

4. 正しい情報を分かりやすく伝えるために

～患者さんに伝わる文章作成術～

広報コンサルタント・日本広報協会広報アドバイザー
小田 順子

- 主催 公益社団法人 日本広報協会
- 後援（予定） 厚生労働省、（公社）日本医師会、（公社）日本看護協会、（一社）日本病院会、（公社）全日本病院協会、（一社）日本医療法人協会、（公社）日本精神科病院協会、（公社）全国自治体病院協議会、（一社）日本精神科看護協会
- 配信期間 2024（令和6）年3月15日（金）13時から4月1日（月）18時まで
- 配信方法 Vimeo によるオンライン配信
※ Vimeo への接続トラブルなどには対応しかねます。ご了承ください。
- 受講費 会員外：8,800円（税込み） 会員：5,500円（税込み）
※全てのプログラムを受講できます。個別プログラムのお申し込みはありません。
- 申し込み方法 **ウェブフォームからお申し込みください。**
<https://e-ve.event-form.jp/event/69199/medical2024>
ウェブフォームからのお申し込みができない場合は、当協会サイトから申し込み書をダウンロードして印刷し、必要事項をご記入の上、ファクスで送信してください。 <https://www.koho.or.jp/medical/forum/index.html>
- 支払い方法 請求書をお受け取り後、3月8日（金）までに受講費を指定口座にお振り込みください。お振り込みが確認された方に、3月15日（金）午前中に受講サイトにアクセスできるIDとパスワードをメールでお送りします。
- キャンセルについて お申し込み後、キャンセルされる場合は、メールかファクスでご連絡ください。折り返し、所定の手続きについてご連絡します。
キャンセル料が発生する場合は別途、請求書をお送りいたします。お振り込み期限までにお支払いください。すでに受講費をお振り込み済みの場合は、差額をご返金します。返金口座をご連絡ください。キャンセル料は、受講費お振り込みの有無にかかわらず下記のとおりです。
 - ・ 3月7日（木）まで：無料
 - ・ 3月8日（金）から13日（水）：受講費の30%
 - ・ 3月14日（木）以降：受講費の全額
- 備考 **【メール受信設定のお願い】**
送信元は「send@event-form.jp」になります。「send@event-form.jp」からのメールを受信できるように設定をお願いいたします。
- 問い合わせ先 〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-15-9 さわだビル 10F 公益社団法人 日本広報協会 事業部
電話：03-5367-1702 ファクス：03-5367-1706 メール：seminar@koho.or.jp



講義 1 | 約 90 分

医療従事者のための ChatGPT の 活用可能性と注意点

松井 健太郎（国立精神・神経医療研究センター病院睡眠障害センター長）

大量のデータを学習し、人間が作るようなテキストをつくることのできる ChatGPT。生成 AI の技術は、教育・研究やマーケティング、健康・医療などさまざまな分野で活用が期待されています。医療分野、特に広報活動において、ChatGPT はどのように活用できるのか、また、活用するにはどんな注意が必要かなどについて、『医療者のための ChatGPT』の著者から学びます。

■プロフィール

2009 年、東北大学医学部卒。東京女子医科大学病院、睡眠総合ケアクリニック代々木などでの勤務を経て、2019 年に国立精神・神経医療研究センター病院睡眠障害センター長。2022 年より現職。2023 年 12 月に『医療者のための ChatGPT：面倒な事務作業、自己学習、研究・論文作成にも!』を上梓。



講義 2 | 約 90 分

どうすれば選ばれる病院・医院になれるのか ～顧客を生み出す医療機関のマーケティング

岩崎 邦彦（静岡県立大学経営情報学部教授・地域経営研究センター長）

これからの社会で医療機関が生き残っていくには、マーケティングの発想が不可欠です。患者や地域住民は医療機関に何を求めているのか、どこに不満を抱いているのか。また、医師や看護師など医療者の人材不足が進む中、働く場として医師や看護師に選ばれる医療機関となるにはどうすればいいのか。患者や医療者に選ばれる医療機関となるための、マーケティングの発想や情報発信について学びます。

■プロフィール

専攻はマーケティング。特に、地域に関するマーケティング問題を主な研究テーマとしている。これらの業績により、日本観光研究学会賞、日本地域学会賞、世界緑茶協会 O-CHA パイオニア学術研究大賞、商工総合研究所中小企業研究奨励賞などを受賞。著書に、『医療のマーケティング教科書 どうすれば選ばれる病院・医院になれるのか』『地域引力を生み出す観光ブランドの教科書』『小さな会社を強くするブランドづくりの教科書』『小が大を超えるマーケティングの法則』など。

講義 3 | 約 90 分

手に取って読みたくなる医療広報誌の 編集・デザインのポイント

吉村 潔（エディター・日本広報協会広報アドバイザー）

広報誌は、患者と医療機関とをつなぐ重要なコミュニケーションツールです。でも、せっかくつくっても読まれなければ何にもなりません。患者さんが手に取って読んでみたくなり、病院に対する信頼感や好感度が増すような広報誌をつくるためのポイントを学びます。なお、講義の中では、参加医療機関の広報誌の公開クリニック（診断と改善点のご提案など）を行います。

※クリニックご希望の方は、事務局（〒160-0022 東京都新宿区新宿 1-15-9 さわだビル 10 階 公益社団法人 日本広報協会「広報フォーラム」担当）宛に広報誌を2月16日（必着）までにお送りください。ただし、全ての広報誌をクリニックできない場合がございます。ご了承ください。

■プロフィール

取材記者、編集、株式会社メディアブレイン代表取締役を経て、現職に。広報誌やグラフ誌の企画・取材、原稿執筆、レイアウト・デザインまで、編集全般に携わる。全国広報コンクール広報紙部門・写真部門審査委員。主な著書に『実践・広報紙づくり』など。

講義 4 | 約 90 分

正しい情報を分かりやすく伝えるために ～患者さんに伝わる文章作成術～

小田 順子（広報コンサルタント・日本広報協会広報アドバイザー）

医療は人の生命や健康に関わるサービスであり、患者が適切に医療を選択できるよう、医療機関は客観的・正確な情報を分かりやすく伝えることが責務とされています。難しい用語の多い医療機関の情報は、相手が理解しやすい言葉や文章にしなければ伝わりません。相手に伝わる分かりやすい文章の書き方のポイントを解説します。

■プロフィール

東京・中野区役所勤務を経て、広報コンサルタントとして独立。企業や行政、公益団体など公益性の高い組織を支援している。著書に『公務員の SNS・文章術』『お客様が集まる! 土業のための文章術』『令和時代の公用文 書き方のルール』など。