J-PALS

Japan Patient Advocacy Leaders Summit

第１１回 J-PALS（患者団体代表者サミット）

実践的な知識やスキルを継続的に学ぶ場、
J-PALSアカデミーも発足

報告書

日時

2016年 6月5日(日)
10:00～16:50（意見交換会17:00～18:00）

会場

グラクソ・スミスクライン株式会社 本社
東京都渋谷区千駄ヶ谷4-6-15 GSKビル

共催：ヴィーブヘルスケア株式会社　グラクソ・スミスクライン株式会社

第11回 J-PALS（患者団体代表者サミット）開催に続き J-PALSアカデミーも始まる

GSKの4つの価値観のひとつである「患者さん中心」。J-PALSは、その価値観を具現化した取り組みのひとつであり、いまではGSKの「患者さん中心」を牽引する象徴的な活動へと成長を遂げています。11年目を迎えた今年は、患者団体の皆さんの声を受けて、より継続した実践的な学びの場を提供するJ-PALSアカデミーを発足しました。

「医療政策」、「治療と予防」、「組織運営」の3つのテーマを柱に、実践的な知識やスキルを継続的に学ぶ場、J-PALSアカデミー

第11回J-PALS及びJ-PALSアカデミーが、2016年6月5日、GSK本社ビルにて開催され、28団体40名の患者団体代表や会員の皆さんが参加しました。

2006年より10年間、J-PALSはその年において患者団体の関心の高いテーマで、講演やワークショップを開催してきました。その中で、より継続した実践的な学びの場へのニーズがあったことから、「医療政策」、「治療と予防」、「組織運営」の3つのテーマを柱に、より実践的な知識やスキルを継続的に学べる場として、今年初めてJ-PALSアカデミーを開催しました。

プログラム内容

午前にJ-PALSを行い、午後は「治療と予防」「組織運営」のふたつのテーマにわかれて、J-PALSアカデミーを行いました。

J-PALS講演

高崎健康福祉大学　健康福祉学部　医療情報学科　准教授
木村 憲洋 さん

「より良い医療を受けるための医療機関に関する知識」について、病院の仕組みから、最新の医療制度まで幅広い知識を分かりやすくご講演いただきました。

J-PALSアカデミー

「治療と予防」

NPO法人ささえあい医療人権センターCOML 理事長
山口 育子 さん

「医療者とのより良いコミュニケーション方法」をテーマに、医療者・患者側それぞれの立場を想定したロールプレイを行いながら、相手の立場に立った上で、より効果的なコミュニケーションを行うためのヒントを学びました。

「組織運営」

NPO法人CANPANセンター代表理事
山田 泰久 さん

「あらためて情報発信を考える～インターネットを活用したNPOの情報発信～」をテーマに、各患者団体の情報発信の現状や改善点について議論を行いました。情報発信のポイントや社会から共感を得る情報発信の仕方、インターネットの活用方法について実践的な講義がおこなわれました。

J-PALS及びJ-PALSアカデミーの参加者からは「実践的な情報がとても有益だった」、「大変充実した内容だった」との声も聞かれ、J-PALS及び初めてのJ-PALSアカデミーは盛会裏に終了しました。

主催者挨拶

< 開会の挨拶 >

グラクソ・スミスクライン バイスプレジデント
政府渉外・公共政策・患者支援 アジア担当
ダニエル・ブリンドル 氏

「いま、患者さんや患者さんをサポートする方たちの声が社会に影響を与える存在になっています。皆さんが声を上げ、医療従事者や社会、政府とより良く意思疎通が図れるよう、私たちがお手伝いします。このサミットは、皆さんが企画した皆さんのための集まりです。最大限に活用してください」

< 開会の挨拶 >

ヴィーブヘルスケア（株）代表取締役社長
入山 博久 氏

「皆さんの団体がうまく運営でき、患者さんの思いを医療関係者のみならず、社会や政府関係者にも十分伝えることができるよう願っていると同時に、患者さんでありながら、患者団体に参加していない方たちの声の受け皿にもなっていただくことを期待しています」

< 閉会の挨拶 >

グラクソ・スミスクライン（株）代表取締役社長
フィリップ・フォシェ 氏

「私たちは患者団体へのサポートを継続的に行うなかで、患者団体が自分たちの意見を社会に届け、『患者さん中心の医療』の実現に向けて影響力を高めていくための、さまざまなノウハウやスキルを習得したいというニーズがあることを学びました。本日初めて開催いたしました『J-PALSアカデミー』は、そのような患者団体のニーズに応える実践的な知識やスキルを学ぶ場を提供するという取り組みです。今後も、皆さまからご意見、ご要望を頂きながら、一緒により良いアカデミーを作り上げて参りたいと思います」

J-PALS講演

「より良い医療を受けるための医療機関に関する知識」

高崎健康福祉大学 健康福祉学部 医療情報学科 准教授
木村 憲洋 氏

第11回J-PALSでは、高崎健康福祉大学 健康福祉学部　医療情報学科　准教授の木村憲洋氏が、「より良い医療を受けるための医療機関に関する知識」と題して講演を行いました。木村氏は「より良い医療、つまりコストパフォーマンスに優れた医療を受けるためには、患者側が医療の現状や仕組みをもっと理解し、医療従事者側との相互理解のもと、良好な関係を構築することが求められます」と話し、そのために必要な基本知識を紹介しました。

はじめに木村氏は、医療現場は365日、24時間ノンストップであり、国の医療政策に翻弄されるなどの過酷な現状であること、医療機関の質は医療機器や診療体制の充実度合いにより、ある程度判断できること、同じ疾患で治療を受けても、転帰は患者によってばらつくことなどに触れました。

次に、医療機関や医療従事者の種類について紹介しました。病院、診療所、助産所の各要件や病院カテゴリーの違い（特定機能病院、地域医療支援病院、がん診療連携拠点病院、ケアミックス病院、療養型病院、精神病院、高度/単科専門病院、一般病院）、医師数の少なさ（特に整形外科は約2万3000人）について述べました。医療従事者は、診療方針を決める人（医師）、指示を受けて医療を行う人（看護師、薬剤師、臨床検査技師、理学療法士、作業療法士、言語聴覚士、管理栄養士、社会福祉士など）、最前線を支援する人（事務職）の3つに分けられ、それぞれの主な役割などについて説明しました。例えば、看護師は外来、入院、訪問、手術室、薬剤師は外来、入院、DI（ドラッグインフォメーション）の各業務に分かれていること、診断精度を決めるのは臨床検査技師の技量であること、言語聴覚士は失語症の改善だけでなく、嚥下障害による肺炎の予防に重要な役割を果たすこと、入院や院内のトラブルなどには、社会福祉士などが対応する相談室の活用がすすめられること――などです。

続いて、医療機関のホームページは医療法の広告規制対象外であるため、誇大内容に注意する必要があると指摘した上で、どこの医療機関を受診するのかを簡単に検索する方法として、東京都の「ひまわり」という案内サービスがあることを紹介しました。このようなサービスは各都道府県で提供されているといいます。

また現在、医療政策では、入院医療は急性期や亜急性期に重点を置き、外来医療はかかりつけ医と病院との地域医療連携を重視しているなどの現状が示されました。

さらに、平成25年の国民医療費が年間約40兆円（国民1人当たり30万円、4人家族であれば120万円で毎月10万円の支出）※1にのぼり、医療費の伸長が顕著な一方、平成2年には約1万施設あった病院数が平成28年1月は約8400施設に減少※2、特に100床以下の小規模病院が縮小・統合されている現状を紹介しました。また、病床総数に変動はないものの、一般病床数、利用率ともに低下傾向にあり、1日平均の入院患者数も平

成12年から僅かに減少、外来患者については介護保険が影響して平成5年から大きく減少し※1ていること、一般病床での平均在院日数も平成27年12月時点で15.9日と短縮化し※1、背景には治療の高密度化がある状況を指摘しました。さらに、医師数に大きな変動はないものの、看護師数は平成18年の約60万人から平成25年には約75万人へと大幅増加※1したことを呈示し、これらなどを踏まえると、今後医療費のさらなる増加は明らかであり、患者と医療従事者がウィン・ウィンの関係をつくるには、より活発な国民参加型の議論が求められると指摘しました。また、木村氏は混合診療、高額療養費制度（70歳未満/70歳以上）、診療報酬点数（基本診療料、特掲診療料、初診料、一般病棟入域基本料）、DPCの概要についても解説しました。

※1 出典：平成27年（2015）医療施設（動態）調査・病院報告の概況より

※2 出典：医療施設動態調査（平成28年1月末概数）より

最後に木村氏は、医療機関と良好な関係を築くためには、かかりつけ医やかかりつけ薬局、医療機関内にある相談室を上手に活用すること、医療機関にかかる際には、健康と医療に興味をもつと同時に、医療機関のこともよく理解することが大事と締めくくりました。

医療機関のことを理解する

- 医療機関の掛かり方や作法
  - 荒れる医療現場
- 病気になるなら平日の昼間
  - 医療機関が手薄な時間帯
    - ・土日の夜の危険
- 医療機関って
  - 365日24時間なんですよ。
- 医療従事者を喜ばすことがいい医療を受ける秘訣
  - 喜ばせるためには!?
- 安全な医療を受けるためには、医療へ参加する。
  - 薬の確認

J-PALSアカデミー「治療と予防」

「医療者とのより良いコュニケーション方法」

NPO法人ささえあい医療人権センターCOML 理事長
山口 育子 さん

NPO法人ささえあい医療人権センターCOML理事長の山口育子氏は、医療者とより良いコミュニケーションを築くためのヒントを4つのワークショップを通して示し、最後に「新 医者にかかる10箇条」や医療現場のコミュニケーションの特殊性、患者側の課題、日頃気付かないコミュニケーション上の癖、コミュニケーション改善のポイントなどを紹介しました

冒頭、山口氏は「医療を受けるとき、こうすればうまくいく、という方法があるわけではありません。日常の中でコミュニケーションがうまくできなければ、医療者との間でも同様です。なので、まず日常のコミュニケーションを見直し、それを豊かにしていくことで、上級編であり、応用編である医療者とのコミュニケーションも改善できるのではないでしょうか」と話しました。

参加者13人と山口氏の自己紹介が終わった後、1つ目のワークショップが行われました。テーマは「言葉だけの伝達の限界」です。山口氏は、写真を短い言葉で説明し、説明した言葉だけで参加者がどのような絵を描くか検証しました。説明は2回ありましたが、実は1枚の写真を2つの視点ー写真の人物が感じる内面と、写真の客観的な描写ーで説明していました。2つの説明が同じ絵を説明していると感じた参加者はおらず、また、完成した絵は参加者同士でいずれもイメージがバラバラでした。「説明の仕方は、どの視点で伝えるかによって受け手に全く異なる印象を与えます。また、同じ説明でも受け手によってイメージは異なります。それが言葉の限界です。もちろん言葉はコミュニケーションに不可欠ですが、一方で大きな落とし穴があることも認知してください。これは、医療現場にも当てはめることができます」と指摘しました。

2つ目のワークショップのテーマは、「言葉で伝えることの難しさ」です。参加者が2グループに分かれ、山口氏が示した写真の内容を、「伝言ゲーム形式」でどれだけ正確に伝えられるかを検証しました。

2回の伝言ゲームを行う際、1回目のルールは、聞く人は質問、確認をしてはいけない、とし、聞く人は何を言われても、黙って聞いて頷くだけとしましたが、2回目のルールは、聞く人は質問、確認しても構わない、としました。

その結果、2回目のほうが正確に伝わりやすいことを参加者は実感していました。山口氏は「どのように伝えれば、相手がよく理解してくれるかを常に考え、訓練をすれば伝え方が上手になります」と助言しました。

3つ目のワークショップは、医療現場を想定した実践的なロールプレイです。参加者が3人一組になり、患者、医療者、観察者の3役に分かれ、ぞれぞれの立場からコミュニケーションを考えるというものです。COMLの電話相談に届いた実例を場面設定に用いました。

山口氏は「いつも、みなさんは患者さんの立場が多いと思いますが、医療者や第三者の立場を演じることで、患者さんにはこうあってほしい、な

ど、また別の観点でコミュニケーションを考えるきっかけになったのではないでしょうか」と話しました。

4つ目のワークショップのテーマは、「どのような質問が有効か」です。参加者は2グループに分かれ、医師にどのような質問や頼み方があるかを各グループで検討しました。その結果、「自分の思いを熱心に伝えること」は効果的であるが、「（あなたの診断は信用できないので）他院/他科への紹介状をお願いします」などの直接的な伝え方は医師の心情を害する可能性があるので避けた方が良い、などの意見が出されました。

山口氏は「医師に対して、あまりへりくだる必要はありませんが、言い方によっては大きく印象が異なります。自分の希望を伝えるには、どのような表現が適切か考える必要があります。医療者とのコミュニケーション方法には、答えがあるわけではありません。自分の思いをどう伝えるか。私は、その人らしい伝え方があると思っています。Aさんがうまく伝えられたからといって、別の人が同じような方法でやっても、人からの借り物では失敗することが多々あります。ですので、コミュニケーション能力をどう高めていくかを日頃から意識することが大切です」と指摘しました。

最後に山口氏は、「新 医者にかかる10箇条」（図1）と、「命や体は自分で守らなければならない。小学校に入れば、自覚症状を伝えるのは自分の役割だ、ということを教えていく必要がある」との考えから、一昨年、COML設立25周年を機に発行した子ども向けの「いのちとからだの10か条」（図2）の内容を説明しました。

また、内部の人間に敬語を使い、専門用語や略語が飛び交う医療現場のコミュニケーションの特殊性や、簡潔に話せなかったり、自分だけにしか理解できない言葉を使ったり、一方的に話したり、といった患者側の課題（図3）にも触れ、「医療者とのコミュニケーションは、冒頭にも述べた通り

新 医者にかかる10箇条
あなたが"いのちの主人公·からだの責任者"

① 伝えたいことはメモして準備
② 対話の始まりはあいさつから
③ よりよい関係づくりはあなたにも責任が
④ 自覚症状と病歴はあなたの伝える大切な情報
⑤ これからの見通しを聞きましょう
⑥ その後の変化も伝える努力を
⑦ 大事なことはメモをとって確認
⑧ 納得できないときは何度でも質問を
⑨ 医療にも不確実なことや限界がある
⑩ 治療法方を決めるのはあなたです

図1 新 医者にかかる10箇条

子ども向け
いのちとからだの10か条

① いのちとからだはあなたのもの
② 食事・すいみん・手洗い－予防が大事
③ からだの変化に気づこうね
④ お医者さんには自分で症状を伝えよう
⑤ わからないことはわかるまで聞いてみよう
⑥ 自分がどうしたいかを伝えよう
⑦ 治療を受けるときはあなたが主人公
⑧ お薬は約束守って使おうね
⑨ みんな違いがあって当たり前
⑩ だれのいのちもとっても大切

図2 子ども向けの「いのちとからだの10か条」

コミュニケーションの患者の課題

・話すポイントを簡潔にまとめているか
・誰もが理解できる言葉や表現を使っているか
・相手に自分の状況を理解してもらえるように話しているか
・一方的に自分の訴えや話ばかりしていないか
・思い込まないように質問や確認をしているか
・感情的に話していないか
・医療の不確実性と限界を理解しているか
・自分で考え自己決定しているか

図3 コミュニケーションの患者の課題

日常のコミュニケーションの上級編であり、応用編なので、まずはこれを豊かにして、医療現場に患者の側から新しい風を吹き込みましょう。そのためには自分のコミュニケーションの癖を知り（図4）、語彙を増やし、思いを的確に言語化し、質問と確認を癖にすることが大切になります。良かったこと、嬉しかったことは、それを積極的に伝えることでコミュニケーションの潤滑油になり、ポジティブフィードバックにもつながりますので、これもぜひ、実行してください（図5）」と締めくくりました。

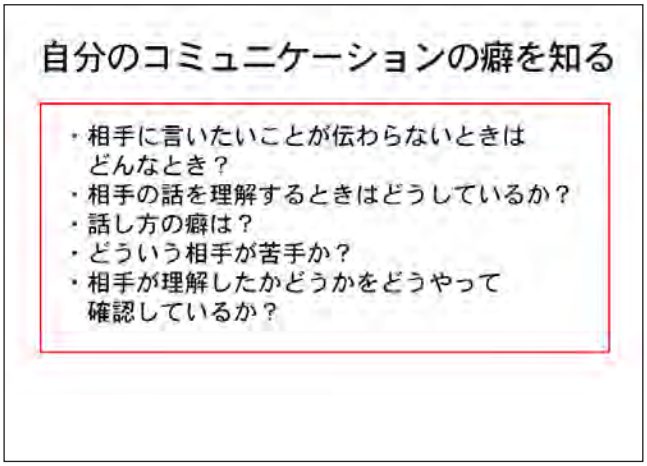


図4　自分のコミュニケーションの癖を知る

図5　コミュニケーション改善のために

J-PALSアカデミー『組織運営』

「あらためて情報発信を考える ～インターネットを活用したNPOの情報発信～」

NPO法人CANPANセンター　代表理事
山田 泰久 氏

NPO法人CANPANセンター代表理事の山田泰久氏は、NPOの組織運営に関し、インターネットを活用した情報発信の考え方や効果的な発信方法などについてワークショップを交えながら解説しました。

はじめに山田氏は、CANPANセンターの概要（「日本の公益活動に携わる方、またはそれを応援する方に対し、ウェブサイトを使った情報提供、およびコミュニケーションをサポートする事業を行い、国内の公益活動の活性化に寄与することを目的に設立。情報発信支援のほか、低額で利用できるオンライン決済による寄付募集ツールの提供などを通じて市民活動を支援」）に触れ、コミュニティサイトである「CANPAN」（http://fields.canpan.info/）を活用する上での3つのポイントを紹介しました（図1）。

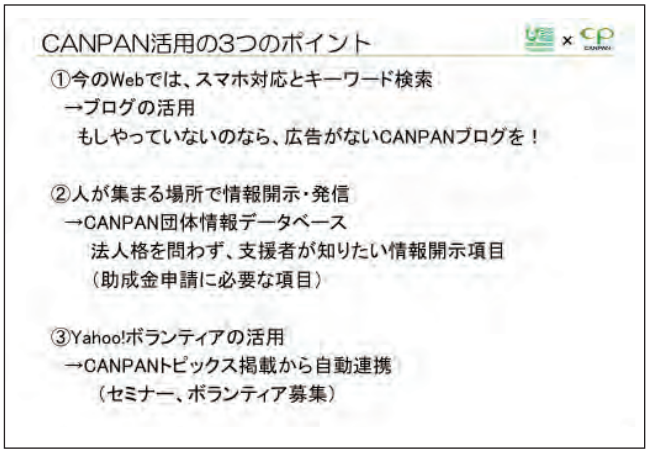


図1　CANPAN活用の3つのポイント

この後、参加した各団体が6グループに分かれ、それぞれ自己紹介を行い、活動内容や使用している発信ツールと発信内容について情報共有するワークショップが行われました。発信ツールに関しては、ホームページを保有している団体、会報誌を発行している団体はほぼすべて、フェイスブックを使用しているのは約7割、ツイッターは4分の1ほど、ブログは少数という結果でした。

山田氏は「全国には今、約5万1千のNPO法人があり、コンビニエンスストアの約5万5千店舗と近い数になっています。しかし、その存在は残念ながらあまり知られていません。みなさんが積極的に情報を発信しなければ気付いてもらえないことを理解してください。よい団体とは、よい活動はもちろん、よい情報発信をしている団体のことです」と述べ、情報開示・情報発信の意義について3つの見解を示しました（図2）。併せて、認知度向上のため、「よい活動」をインターネットなどで可視化し、その活動の価値を広く流布させることの大切さを強調しました（図3）。

続いて山田氏は、情報発信を受益者のためのもの（ターゲットは患者、家族、一般市民など）と組織運営のためのもの（ターゲットはボランティア、寄付者、支援者、助成機関、企業など）に分けて考える必要があり、その内容は「自分たちが伝えたいことではなく、相手が知りたいことでなければ受け入れられません」と話し、情報コンテンツをつくる上でのマーケティング的な考え方を列挙しました（図4）。

また、媒体としては自社メディア、マスメディア、広告メディア、ソーシャルメディアが、インターネットを活用した場合ではホームページやブログ、SNSなどがあり、SNSでは口コミが重要になること、新聞発行部数の減少、スマートフォン利用者の増加といった現状に鑑み、スマートフォン対策（画面表示など）、さらにはブログやフェイスブック、ツイッター活用の必要性を訴え、発信内容に関する3つのポイントを示しました（図5）。

この後、2回目のワークショップが行われ、それぞれが情報発信の現状について紹介し、情報を共有しました。

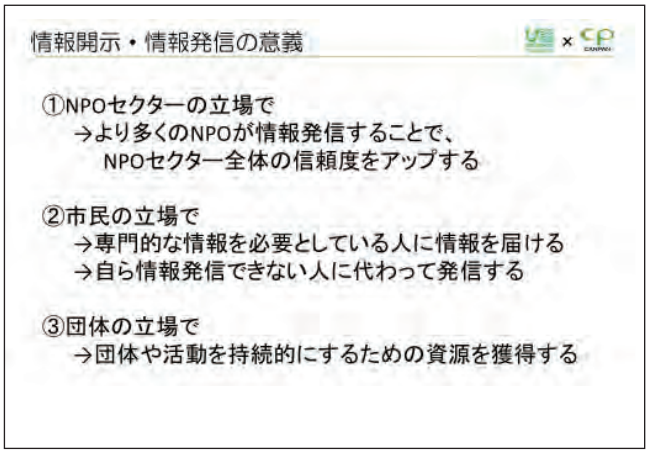


図2　情報開示・情報発信の意義

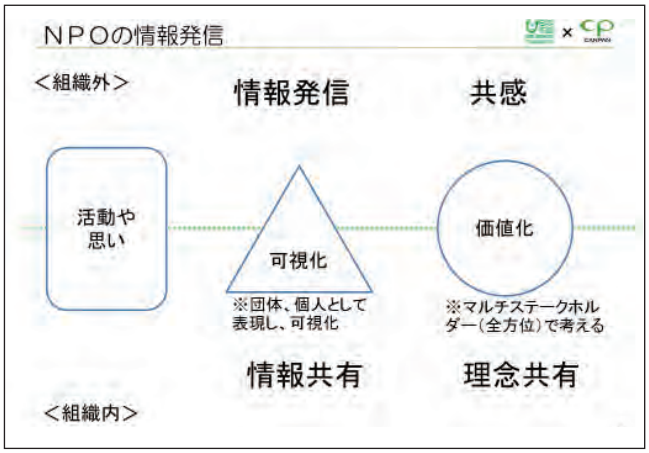


図3　NPOの情報発信

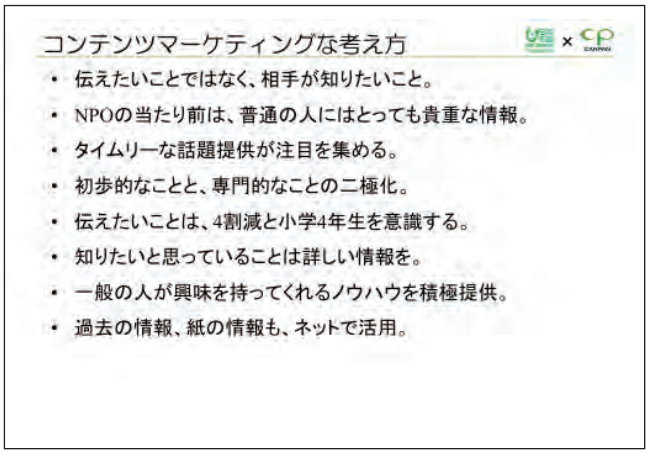


図4　コンテンツマーケティングな考え方

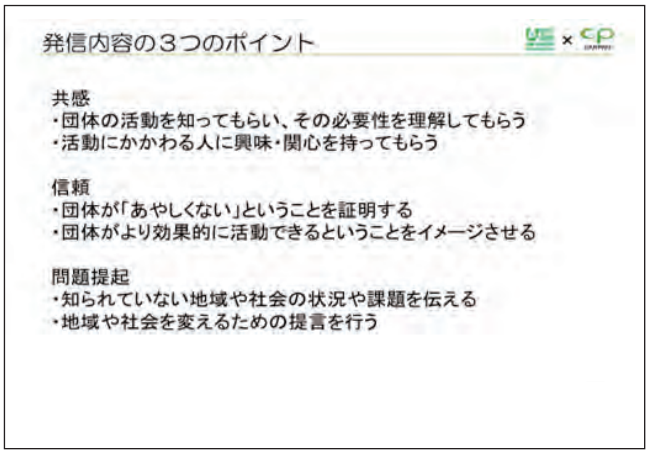


図5　発信内容の3つのポイント

次に山田氏は、①インターネット活用のメリットとして、タイムリーな情報発信や検索対象となる情報のストックが可能、②インターネットに求められるのは、細分化された専門性の高い情報や地域に根差した情報、③情報の発信だけでなく、発見のされ方にも工夫が求められ、キーワード検索を意識したコンテンツづくりなどが欠かせない、④情報の信頼性を得るためには、団体、その活動、運営スタッフ、それぞれの「顔が見える情報発信」が重要――などの点を指摘しました。情報発信ツールについては「ストック情報」「フロー情報」「個人」「団体」のそれぞれの観点から何を選択したらいいのかを判断することが大切だと述べ（図6）、各ツールの使い分けを示しました（図7）。

また、情報発信力を高めるには広報体制の強化も求められるとして、分業化（現場に近い人が原稿を作成し、広報担当が編集・サイトアップ）、計画化（サイトアップする情報の月間および年間のスケジュールをつくる）、事業化（情報発信そのものを事業の一部にする）の重要性を訴えました。さらに、「情報発信力を高める秘訣」として2つの方法を提案し（図8）、ソーシャルメディアの活用に関しては、情報発信の基本はホームペー

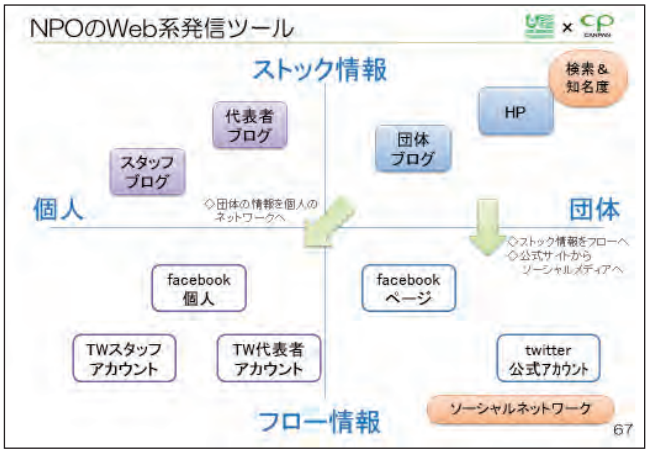


図6　NPOのWeb系発信ツール

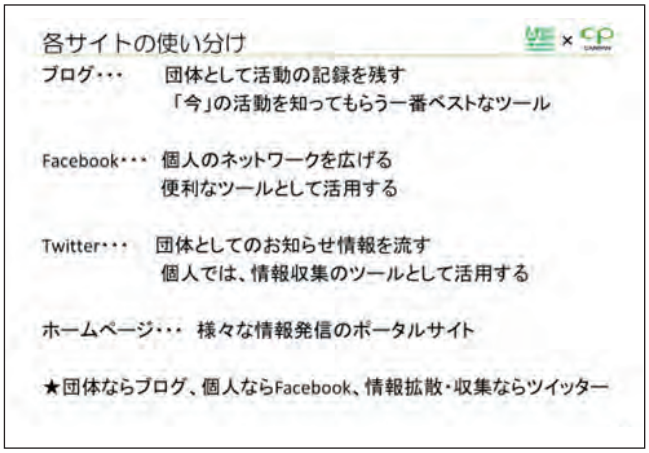


図7　各サイトの使い分け

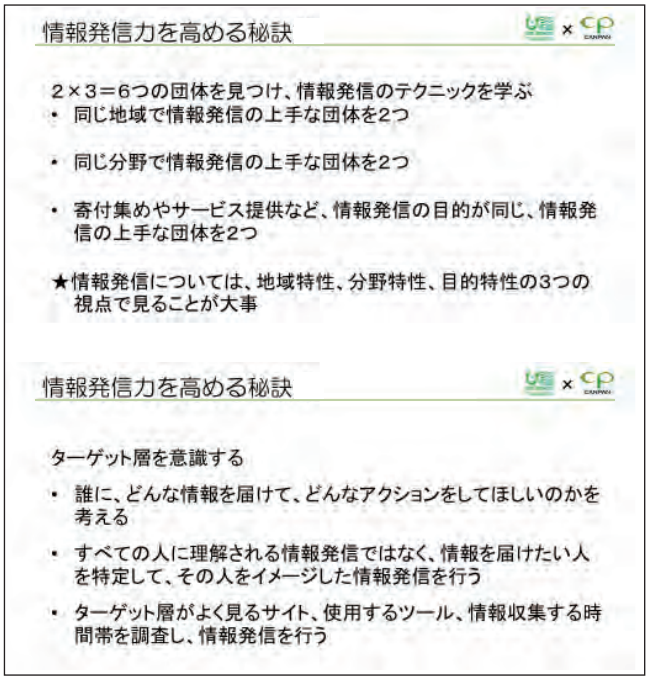
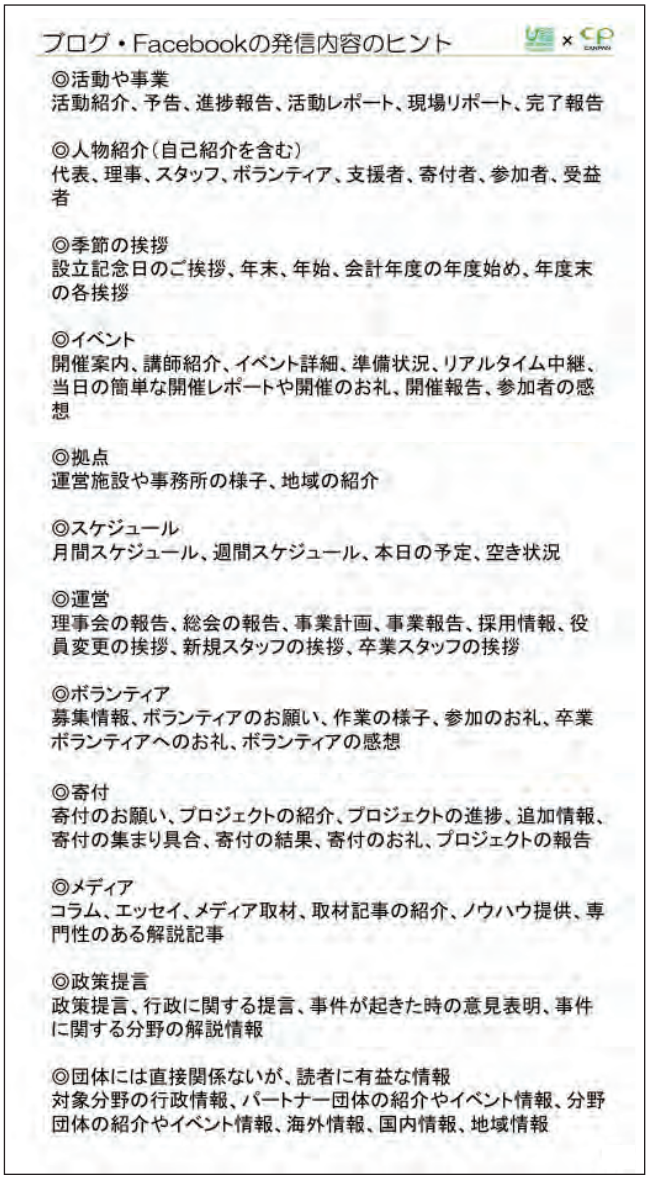


図8　情報発信力を高める秘訣

ジとブログであり、フェイスブックやツイッターは情報拡散と接触回数の増加を目指すものと述べ、「ブログ・フェイスブックによる発信内容のヒント」（図9）、「ブログのテクニック」（図10）についても紹介しました。

この後、最後のワークショップが行われ、情報を届けたい相手を2つ選び、その届け先に対し、どのようなコンテンツを発信していくのか、どのようなコンテンツを充実させたいか、その際にはどのようなツールで届けたいか――を各団体でまとめ、情報を共有しました。

最後に山田氏は「本日、3時間ほどお付き合いいただいたわけですが、私のお話しで、明日からの情報発信に劇的に効果が出るということはないでしょう。情報発信は、即効性はありませんが、継続して実施していると、半年後には効果が現れてくるはずです」と締めくくりました。


ブログ・Facebookの発信内容のヒント

◎活動や事業
活動紹介、予告、進捗報告、活動レポート、現場リポート、完了報告

◎人物紹介（自己紹介を含む）
代表、理事、スタッフ、ボランティア、支援者、寄付者、参加者、受益者

◎季節の挨拶
設立記念日のご挨拶、年末、年始、会計年度の年度始め、年度末の各挨拶

◎イベント
開催案内、講師紹介、イベント詳細、準備状況、リアルタイム中継、当日の簡単な開催レポートや開催のお礼、開催報告、参加者の感想

◎拠点
運営施設や事務所の様子、地域の紹介

◎スケジュール
月間スケジュール、週間スケジュール、本日の予定、空き状況

◎運営
理事会の報告、総会の報告、事業計画、事業報告、採用情報、役員変更の挨拶、新規スタッフの挨拶、卒業スタッフの挨拶

◎ボランティア
募集情報、ボランティアのお願い、作業の様子、参加のお礼、卒業ボランティアへのお礼、ボランティアの感想

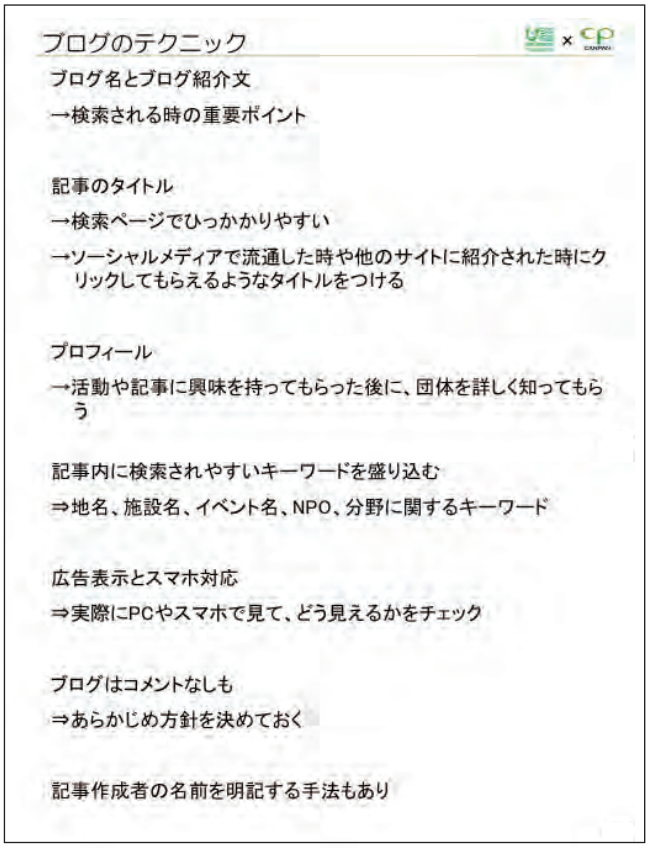
◎寄付
寄付のお願い、プロジェクトの紹介、プロジェクトの進捗、追加情報、寄付の集まり具合、寄付の結果、寄付のお礼、プロジェクトの報告

◎メディア
コラム、エッセイ、メディア取材、取材記事の紹介、ノウハウ提供、専門性のある解説記事

◎政策提言
政策提言、行政に関する提言、事件が起きた時の意見表明、事件に関する分野の解説情報

◎団体には直接関係ないが、読者に有益な情報
対象分野の行政情報、パートナー団体の紹介やイベント情報、分野団体の紹介やイベント情報、海外情報、国内情報、地域情報

図9　ブログ・Facebookによる発信内容のヒント


ブログのテクニック

ブログ名とブログ紹介文
→検索される時の重要ポイント

記事のタイトル
→検索ページでひっかかりやすい
→ソーシャルメディアで流通した時や他のサイトに紹介された時にクリックしてもらえるようなタイトルをつける

プロフィール
→活動や記事に興味を持ってもらった後に、団体を詳しく知ってもらう

記事内に検索されやすいキーワードを盛り込む
⇒地名、施設名、イベント名、NPO、分野に関するキーワード

広告表示とスマホ対応
⇒実際にPCやスマホで見て、どう見えるかをチェック

ブログはコメントなしも
⇒あらかじめ方針を決めておく

記事作成者の名前を明記する手法もあり

図10　ブログのテクニック