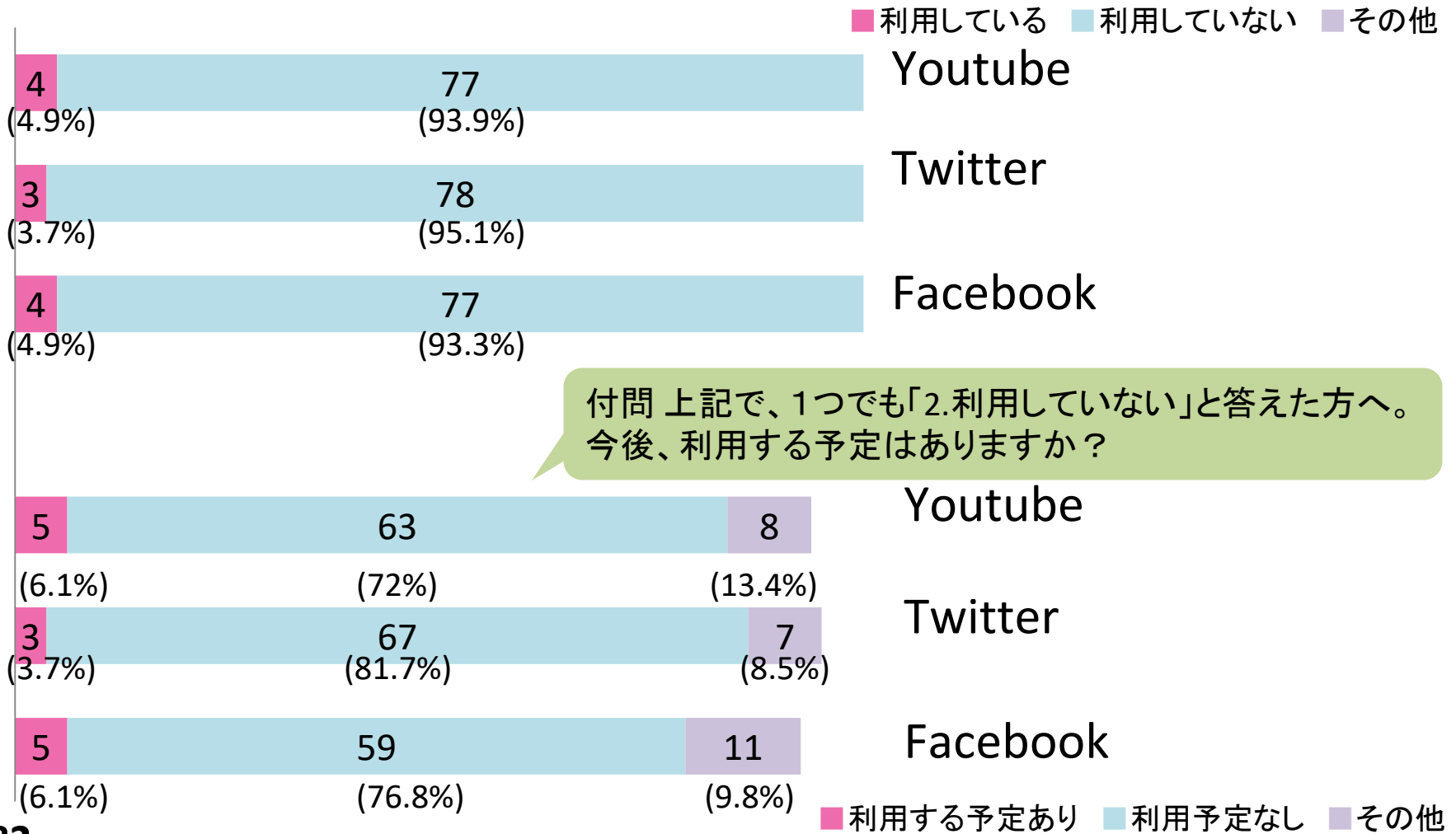


# がん診療連携拠点病院に対する SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)に関する アンケート結果

2012/10/17

実施期間	2012.09.08～2012.09.23
アンケート依頼数	397施設(がん診療連携拠点病院)
アンケート回答数	82施設
アンケート調査方法	郵送による送付・FAX回収
協力依頼対象	がん診療連携拠点病院 広報担当
合同調査	NPO法人キャンサーネットジャパン 昭和女子大学人間文化学部国際学科 立花ひばり

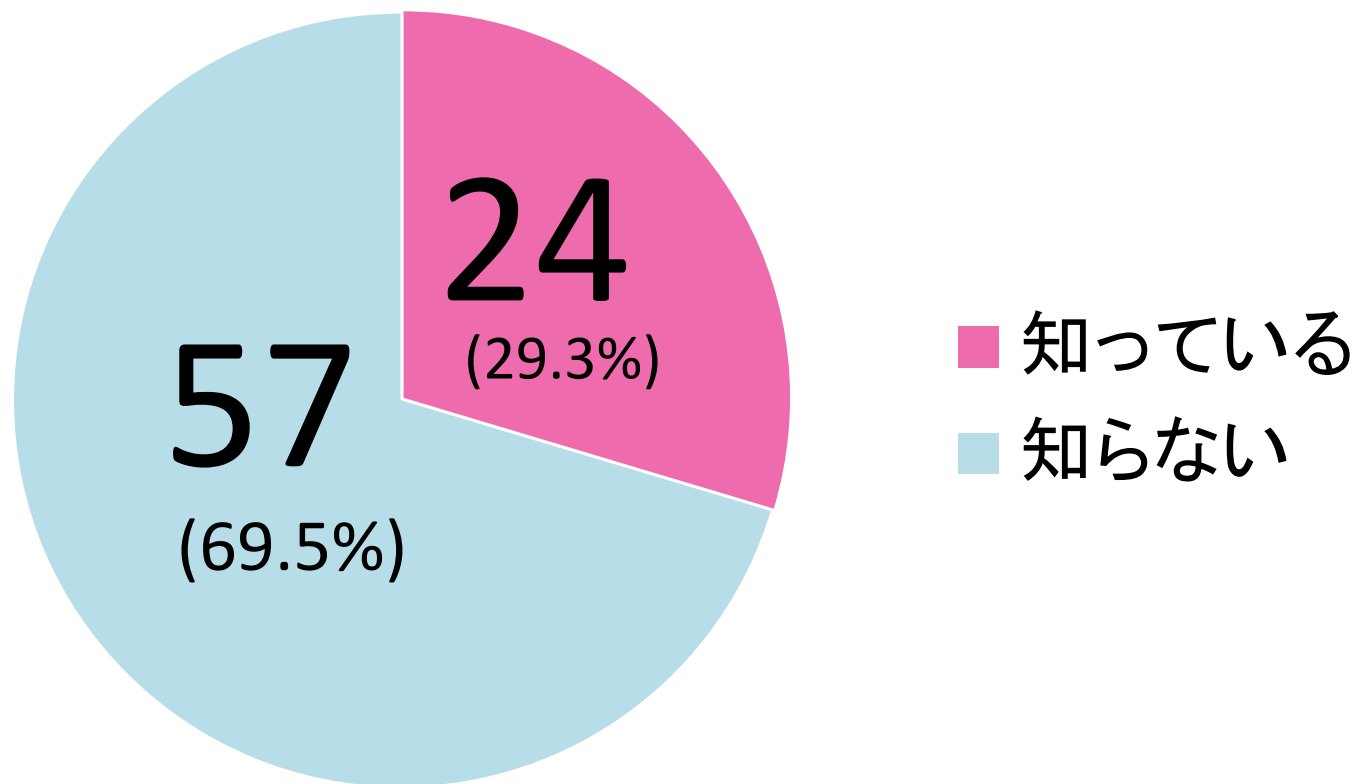
# Q(1)現在、貴院の病院ホームページでは、以下にあげるSNS (Facebook・Twitter) やYouTubeを利用していますか？



n=82

SNSを「利用していない」と答えた施設が約9割とほとんどの施設で利用していないことが分かった。「その他」の具体的な回答では、「人員不足」「情報がひとり歩きをし、誤解を招く恐れがある」というコメントが挙げられた。

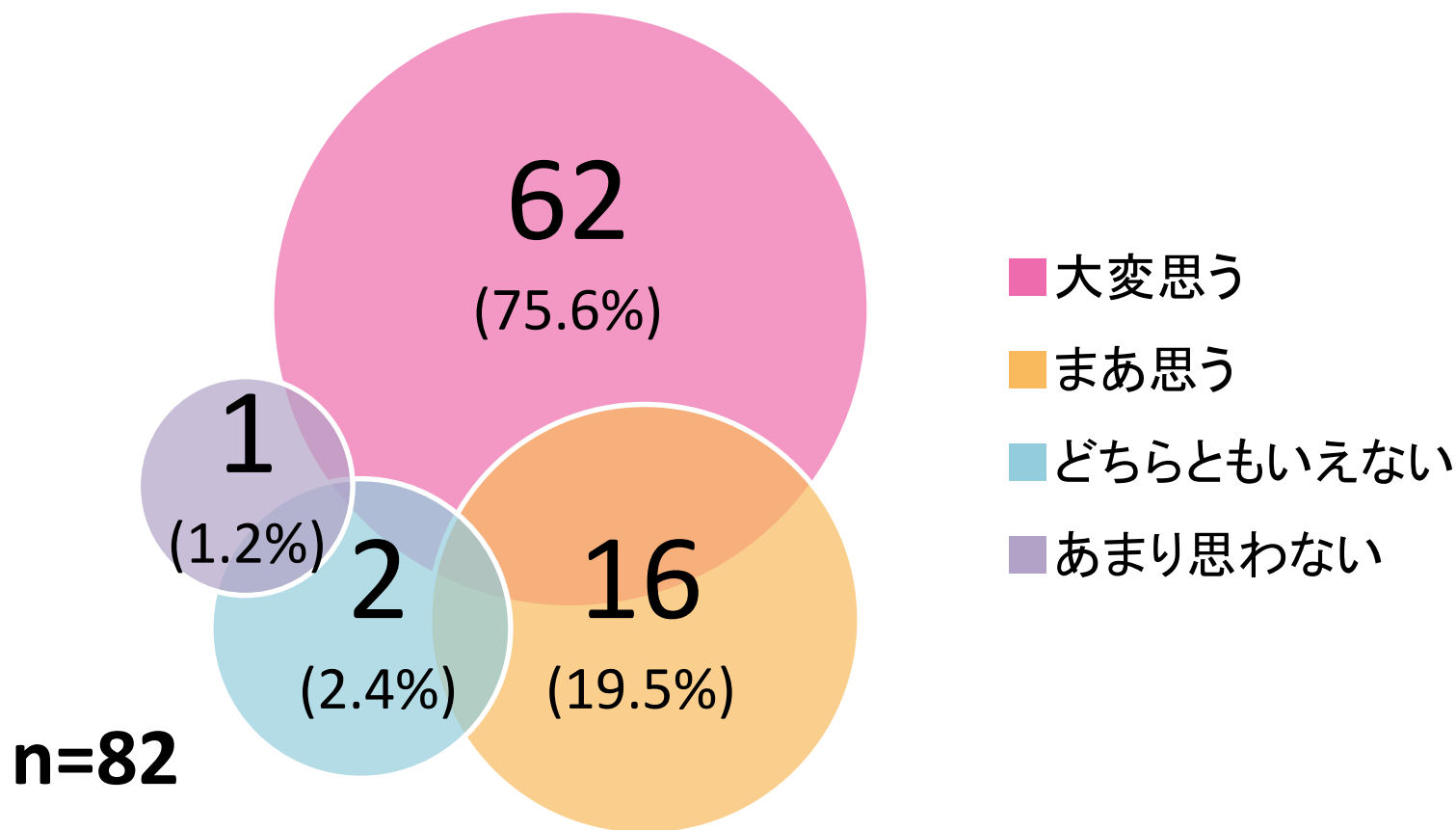
Q(2)アメリカの多くの病院ではSNSやYouTubeを利用して、多くの情報を患者さんに伝えていることはご存知ですか？



n=82

アメリカの多くの病院では、SNSを利用して情報を発信していることを全体の約7割の施設が「知らない」と回答した。

Q(3)あなたは、患者や患者家族と、医師又は病院との間で、情報の共有は大切だと思いますか



患者や患者家族と、医師や病院との間での情報共有が大切か、という問いに「大変思う」「まあ思う」と答えたのは全体の6割で、具体的な回答には「信頼関係を築くため」「治療の方向性を納得してもらうため」というコメントが多数見られた。

# Q(3)あなたは、患者や患者家族と、医師又は病院との間で、情報の共有は大切だと思いますか

その理由の回答(記入いただいた文のまま載せています。)

- ◆信頼関係の醸成に不可決
- ◆情報共有及び、共通確認がないと誤解が生じ、結果問題が発生する。医師の言葉の重さと患者の理解、双方のズレがないようにすべきである
- ◆治療は医療者、患者の共同作業なので
- ◆治療には患者様、家族様との理解・協力が欠かせないため
- ◆患者やその家族が病状などの情報を知らないまま治療を受けるという事はありえない。また、自信が通院している病院のことを患者が把握することも重要なことと考える。
- ◆病院の機能分担としても、医師間・病院間の情報共有は必要と考える
- ◆ウワサではなく、実情について知ってもらう必要あり
- ◆信頼関係の構築に有益
- ◆情報により受けられる医療に差が出てしまう可能性があるため
- ◆医療の質の向上
- ◆治療の方向性を納得するため
- ◆患者自身や家族が病状について理解していることが病気治療の大前提と考えています
- ◆スムーズな診断を行う上でも、病院選択手段としても情報の提供(共有)は大切である。また地域がん診療連携拠点病院等の役割の一つでもある。
- ◆とても重要です
- ◆患者さんも含めたチーム医療、積極的に治療にのぞんでいただくために情報共有は大切だと思います
- ◆患者側は病気への不安から詳しい情報を必要としている。病院側はより多くの患者さんまた、その病院が持つ医療技術に合った患者さんへの医療提供が使命であるため。
- ◆できるだけ多くの情報を共有し、患者、家族と医療者が十分に話し合い、コミュニケーションを取りつつ、患者が診療方法を選択していくことは大切だと思う。
- ◆病気を治すためには、患者・医師一方向だけが頑張ってもだめで、両方が頑張る必要があるため、そのためには情報の共有は必要なことだと思う。
- ◆信頼関係を築くため
- ◆治療等に関しては、病院側、患者様側を差異のない様にする必要があると考える。その他治療を受けるにあたり副作用等も説明、情報共有を図ることで、理解を深めていただく必要があると考える。
- ◆患者・患者家族と医師(病院)との共有、意思疎通がよりよい治療につながるため診療・治療を進めるうえで、情報共有を行うことは必要だとおもうため。
- ◆治療の効果を上げるためにも患者・家族と医療者が情報を共有しコミュニケーションをとることは必要であるとのおもう
- ◆患者さんの知る権利を尊重すべきと考えるため
- ◆日本では話し合う機会をうまく作れない(個人・家庭)、医療現場では患者・家族が十分情報を吟味する時間がないこと、そもそも医療の主体者としての国民意識での働きかけが不十分。
- ◆患者や患者家族にとっては情報を得ることにより、病気や治療方針に対する理解を深めることができ、医師、病院にとっては患者や患者家族の状態やニーズを把握することにより適切な診療を行うことができるようになるため。
- ◆診療情報については共有は必須ですが、患者・家族の理解度と求めている知りたい内容が違うので、本質的に共有は困難ではないでしょうか？
- ◆患者、Dr.が治療を安全に適切に進めていくうえでは必要だから(誤解・信頼・コミュニケーション)
- ◆自分や家族の病状やその治療方針など、満足な治療を受ける為には、様々な情報を得る必要があり、そのためには医師や病院とも情報を共有することは重要だと思うため。
- ◆チーム医療が謳われて久しいが、チーム医療の中心は患者(患者家族)であり、患者(患者家族)もチームの一員である。情報を共有して治療にあたるのが現在の医療の姿である。
- ◆お互いの行き違い(病気、治療などに関する)を減らせる

- ◆多くの方が、情報の手段もわからなかったと云われることを相談員の協議会などで耳にすることなどから、正しい情報収集ができなければ医療の自己決定へ進まないと思われる。
- ◆患者様の身体的、精神的負担軽減につながるのであれば情報共有は非常に大切である。事実当院でもがん患者、家族サロンのホームページを独自に開設し、情報を発信している。サロンに足を運んでいただき、情報の共有を図っている。
- ◆譲歩の質を確保していくためには、同時にガイドラインの整備が必要だと思う。
- ◆患者と医療従事者の信頼関係構築には情報共有が必須

- ◆患者が安心するから
- ◆共通の認識・理解で治療を行いたい
- ◆当然である

- ◆情報の共有は必要と思うが、医学者と医学者以外の者が同じ情報をもって有効に活用できないと思う。
- ◆共有する情報の内容が重要。情報共有の目的を明確にすることがまず必要と思われる。

■ 大変思う

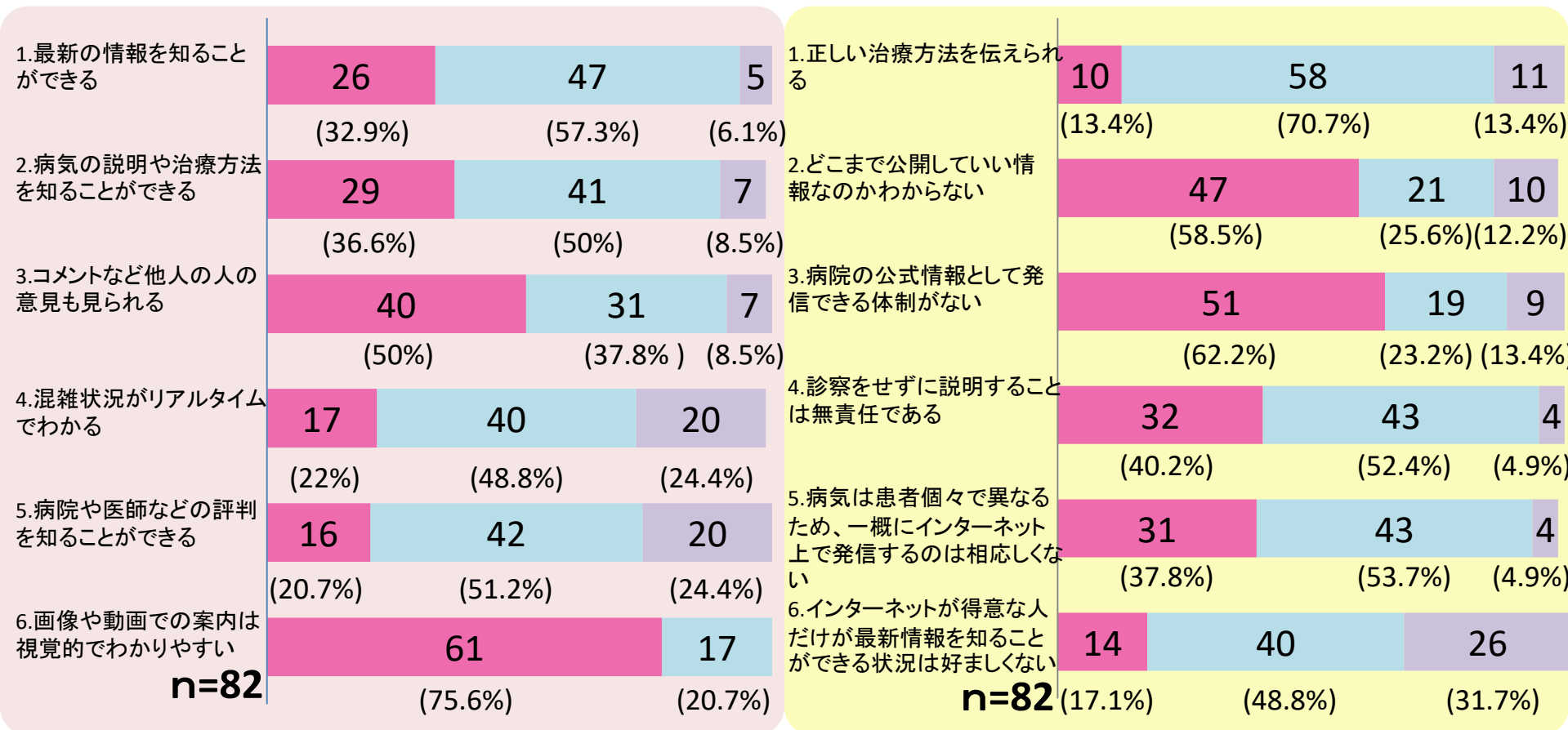
■ まあ思う

■ どちらともいえない

# Q(4)病院が公式SNSやYouTubeを利用し情報を発信することについてどう思われますか

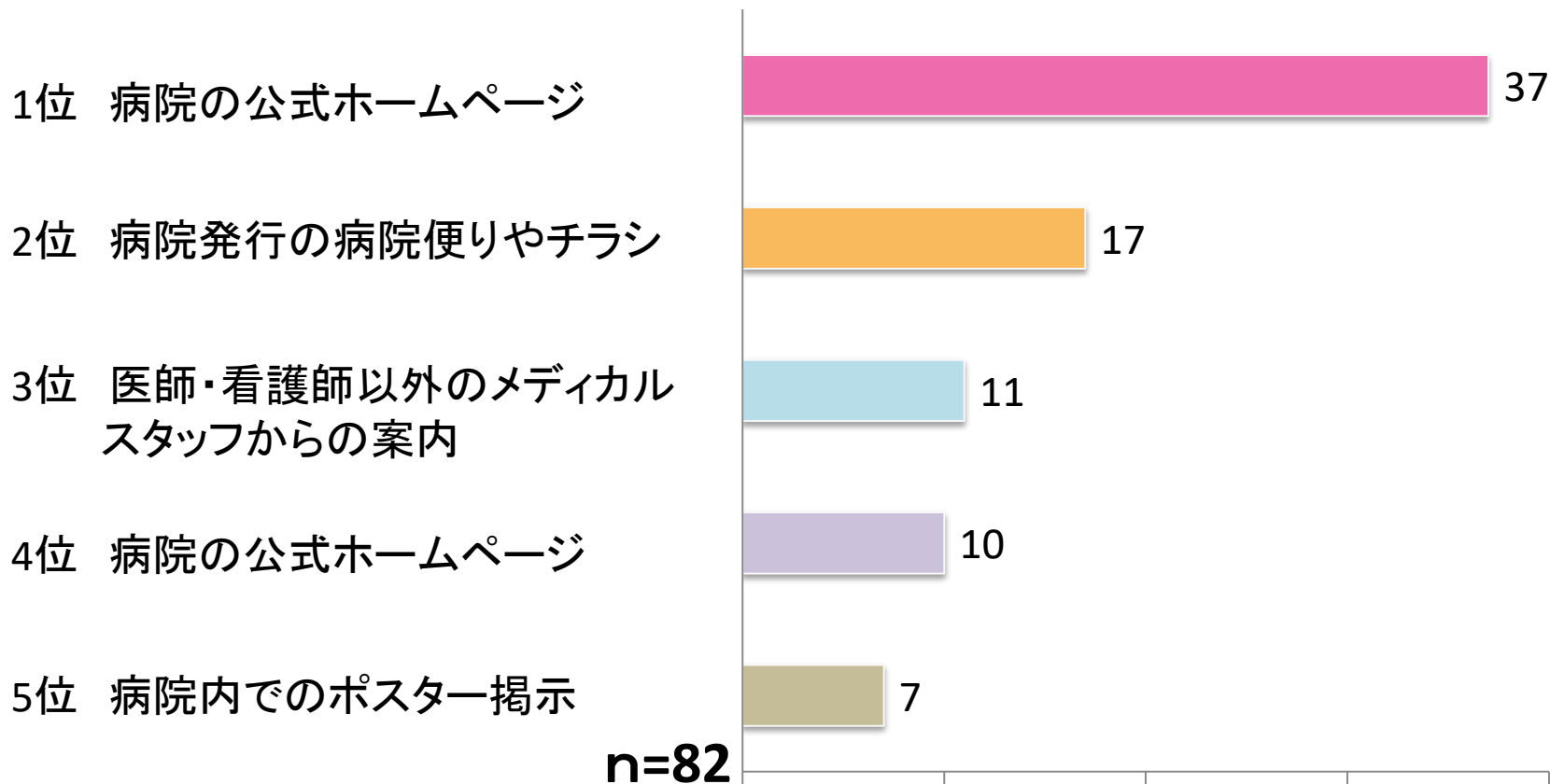
## 患者の立場から

## 病院の立場から



病院が公式SNSを利用し情報を発信することに「患者の立場」「病院の立場」からも、全体的に「どちらともいえない」をあげる施設が多かった。

Q(5)病院から患者や家族に知ってもらいたい情報を発信する媒体として、有効と思われる媒体はどれですか  
有効と思う順にご記入ください(複数回答可)



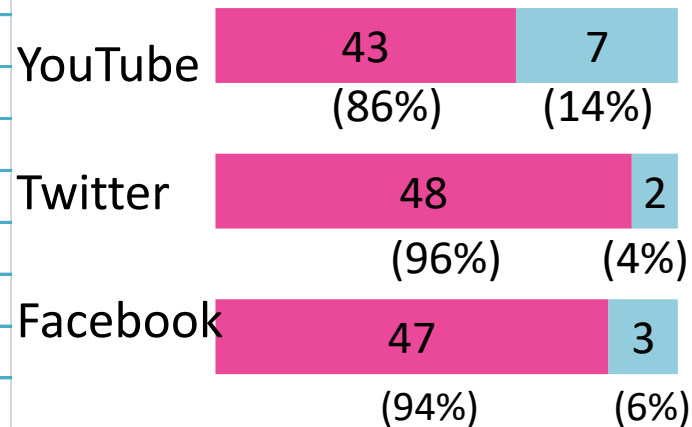
病院から患者や家族に知ってもらいたい情報を発信する媒体として、有効と思われる媒体として「病院の公式ホームページ」と答えた施設が最も多く、具体的な回答では「情報の内容にもよるが、治療方針などは公式のHPや広報誌が残るものとして適している」「パソコンを使用できる患者、使用できない患者等、受ける側の状況によって有効な発信の媒体は異なる」などが挙げられた。

# 米国50施設のSNS利用状況

(50施設)がん専門病院と定めた『Best Hospital』の上位50施設順

University of Texas M.D. Anderson Cancer Center	Wake Forest Baptist Medical Center
Memorial Sloan-Kettering Cancer Center	Northwestern Memorial Hospital
Johns Hopkins Hospital	UPMC-University of Pittsburgh Medical Center
Mayo Clinic	Vanderbilt University Medical Center
Brigham and Women's Hospital	NYU Langone Medical Center
Cleveland Clinic	Hackensack University Medical Center
Massachusetts General Hospital	Indiana University Health
University of Washington Medical Center	Cedars-Sinai Medical Center
Ronald Reagan UCLA Medical Center	University of Colorado Hospital
Barnes-Jewish Hospital/Washington University	Yale-New Haven Hospital
University of Maryland Medical Center	Shands at the University of Florida
UCSF Medical Center	University of Kansas Hospital
Duke University Medical Center	Methodist Hospital
University of Michigan Hospitals and Health Centers	Nebraska Medical Center
Stanford Hospital and Clinics	University of Wisconsin Hospital and Clinics
University of Chicago Medical Center	Mount Sinai Medical Center
New York-Presbyterian University Hospital of Columbia and Cornell	University of North Carolina Hospitals
University Hospitals Case Medical Center	USC Norris Cancer Hospital
Hospital of the University of Pennsylvania	Magee-Womens Hospital of UPMC
Thomas Jefferson University Hospital	University of California, Davis Medical Center
University of Minnesota Medical Center	Roswell Park Cancer Institute
Moffitt Cancer Center	Beth Israel Deaconess Medical Center
University of Iowa Hospitals and Clinics	Robert Wood Johnson University Hospital
City of Hope	Fox Chase Cancer Center
Ohio State University Wexner Medical Center	Rush University Medical Center

■ 利用している ■ 利用していない





# University of Texas M.D. Anderson Cancer Center の回答

<p>Q1 Why do you transmit information using Social media? Q1 なぜ病院でSNSを使って情報を発信するのですか？</p>	<p>Q5 Did the number of patients increase as a result of introduction of Social media page? SNSページを通して患者さんは増えましたか？</p>
<p>A1 For many reasons: To listen to and interact with our customers; to share our expertise as our mission is to eliminate cancer; to share cancer news and information about our programs and services; search engine optimization; increase national and international brand awareness A1 多くの理由のため: 耳を傾け、私たちの顧客と交流する; 私たちのミッションは、がんを取り除くこと、そして私たちの専門知識を共有すること; がんのニュースや私たちのプログラムおよびサービスについての情報を共有する; 検索エンジンの最適化; 国内および国際的ブランドの認知度を高める</p>	<p>A5 Yes, we have anecdotal reports of increased numbers of new patients as well as enrollments in clinical trials. はい、臨床試験での新しい患者登録数増加の事例報告があります。</p>
<p>Q2 What are the merits and demerits of using Social media from the standpoint of hospitals and patients respectively? それと病院側と患者側のメリットとデメリットを教えてください。</p>	<p>Q6 When comparing before and after the introduction of SNS, what are the main differences? SNSを導入する前と比べて、今はどうですか？</p>
<p>A2 Merits are same as above. Also, social networking sites allow patients to reach out to us directly. We also can reach out to the public directly, without having to rely on the traditional news media. Challenges are related to resources (finding time to manage and grow our presence on these sites as well as educate our employees on appropriate use of social networking sites). メリットは上記と同じです。また、ソーシャルネットワーキングサイトは患者が直接私たちに心を通わせるのを許可します。従来のニュースメディアに頼ることなく、私たちも直接市民と心を通わせることができます。課題は、リソース (これらのページを管理し、私たちの存在を認知させ、同様にソーシャルネットワーキングサイトの適切な利用のためにスタッフを教育する時間を見つけること) の関連に挑戦し続けること。</p>	<p>A6 Increased transparency in our communications and interactions; Ability to directly reach cancer patients and the public, without having to go through the media; Increased opportunity for our customers to provide us with real-time feedback and allow us to respond to them in real time 増加する目に見えない私たちのコミュニケーションと相互作用; がん患者と市民は、メディアを介して手に入れることなく、直接調べることができる能力; 私達の顧客のためにリアルタイムでフィードバックをご提供し、リアルタイムで対応する私達を許可する機会が増えた</p>
<p>Q3 Who manages the Social media page— doctor, nurse, any other person or division? 誰がSNSページを管理しているのですか? ドクター? 看護師? それとも相談室のようなものがあるのですか?</p>	<p>Q7 Which do you think is the most effective Social media page—Facebook, Twitter, or YouTube? フェイスブック、ツイッター、ユーチューブの中でどれが一番有効なSNSページだと思いますか?</p>
<p>A3 We have multiple accounts. The main organizational pages are managed by the Integrated Media Communications team in the Communications department. Others (on behalf of various programs, services or physicians) are managed by various people in various roles across our organization; all have been trained by Communications department staff. 私たちは複数のアカウントを持っています。組織の主要なページは、通信部門の統合メディア通信チームによって管理されます。そのほかの(さまざまなプログラム、サービスまたは医者に代わって)さまざまな役割の様々な人々によって私たちの組織全体で管理されます。すべては、通信部門のスタッフによって教育されています。</p>	<p>A7 It depends on what your goals are. For us, all are effective in their own right. Most of our interactions with our patients occur through Facebook; Twitter allows us to share our news and information with many different audiences and listen to what people are saying about our organization; YouTube allows us to share engaging content and is an effective education tool それは、あなたのゴールが何であるかについて次第です。私たちにとって、すべては本当に効果的です。私たちの患者との私たちの対話のほとんどは、Facebookを通して起こります; 私たちのニュースと情報をより多くの異なる観衆と共有して、人々が私たちの組織についてどのようなことを言っているのを聞くことが、ツイッターによって私たちができることです; YouTubeは私たちが魅力的な内容をシェアするのを許してくれる、感動的な教育ツールです</p>
<p>Q4 What kind of questions do you receive on the Social media page? どんな質問が、SNSページに寄せられますか?</p>	<p>Q8 What are the important things to consider in providing support to patients? 最後に患者さんのサポートでひつようなことはなんですか?</p>
<p>A4 Questions vary; many are related to patient access to MD Anderson, financial resources for cancer patients, travel information, requests for information about specific disease types, contact information for specific physicians. 質問はそのときによって異なります; A病院に多く寄せられる質問は、がん患者のための財源、旅行に関する情報、特定の病型に関する情報のリクエスト、特定の医師の連絡先リクエスト。</p>	<p>A8 You must be transparent and allow both good and bad feedback; you must be prepared to respond to everything and the response must be timely (we must monitor seven days a week); You need to have strong relationships with people within your organization who can get information and help you respond to patients; you must have a strong social media policy and educate your organization about it; you must be aware of patient privacy laws and respond accordingly; You cannot provide specific medical advice via social networking sites 良いフィードバックも悪いフィードバックも中立に許可する必要があります。あなたはすべてに対応する準備をしている必要があります; そして、反応はタイムリーでなければなりません(私たちは1週間につき7日間モニターしなければなりません); あなたは、あなたの組織内で働く人々と強い関係を持ち、情報と患者に対応するヘルプを得る必要があります; あなたは強力なソーシャルメディアポリシーを有しそれについて組織を教育する必要があったに違いありません; 患者のプライバシーの法律を知っているし、それに応じて対応する必要があります; 強固なソーシャルネットワーキングサイトを介して特定の医療アドバイスを提供することはできません。</p>

# UCSF Medical Center の回答

<p>Q1 Why do you transmit information using Social media? Q1 なぜ病院でSNSを使って情報を発信するのですか？</p>	<p>Q5 Did the number of patients increase as a result of introduction of Social media page? SNSページを通して患者さんは増えましたか？</p>
<p>A1 Currently, we post only news releases on Facebook, information about events on Twitter and videos on YouTube. Our activity is limited because of fears that the medical center might accidentally disclose confidential patient information. Our social media sites are: www.facebook.com/ucsfmedicalcenter www.facebook.com/ucsfbenioffchildrens www.twitter.com/ucsfhospitals www.youtube.com/ucsfmedicalcenter A1 現在、私たちはフェイスブックにプレスリリース、ツイッターにイベントに関する情報、動画をYouTubeに貼っています。医療センターが機密の患者情報を偶然に漏えいするかもしれないという恐れのため、私たちの活動は制限されます。</p>	<p>A5 There's no evidence that patients have chosen to come to UCSF because of social media A5 患者がソーシャルメディアから、UCSFを受診したのを選んだという証拠はない</p>
<p>Q2 What are the merits and demerits of using Social media from the standpoint of hospitals and patients respectively? それと病院側と患者側のメリットとデメリットを教えてください。</p>	<p>Q6 When comparing before and after the introduction of SNS, what are the main differences? SNSを導入する前と比べて、今はどうですか？</p>
<p>A2 We think the benefits of social media are: * Distributing information quickly and to a broad audience * Getting feedback from patients and other consumers  The disadvantages of social media are: * Anyone can post negative information, whether true or false * Confidential information about a patient can be disclosed inadvertently A2 私たちはソーシャルメディアの利点について考えます： * 迅速に、そして幅広い視聴者に情報を配信すること * 患者や他の誰でも閲覧できる情報を直ぐに発信できる ソーシャルメディアの弱点は、以下の通りです： * 嘘であれ本当であれ、誰でもネガティブな情報を投下できる * 患者に関する個人情報が、うっかり流出してしまうこともある</p>	<p>A6 No difference A6 変わりはない</p>
<p>Q3 Who manages the Social media page— doctor, nurse, any other person or division? 誰がSNSページを管理しているのですか？ドクター？看護師？それとも相談室のようなものがあるのですか？</p>	<p>Q7 Which do you think is the most effective Social media page— Facebook, Twitter, or YouTube? フェイスブック、ツイッター、ユーチューブの中でどれが一番有効なSNSページだと思いますか？</p>
<p>A3 The social media pages above are managed by the Marketing department. A3 上記のソーシャルメディアのページは、マーケティング部門によって管理されます。</p>	<p>A7 3つはどれも異なっている。 これがこっちよりも効果的だと言うことはできない</p>
<p>Q4 What kind of questions do you receive on the Social media page? どんな質問が、SNSページに寄せられますか？</p>	<p>Q8 What are the important things to consider in providing support to patients? 最後に患者さんのサポートでひつようなことはなんですか？</p>
<p>A4 People most commonly post comments. When questions are posted, they're usually seeking more information about the topic posted. A4 とても一般的なのは人々はコメントを送ること。質問が投稿されたとき、彼らはいつもその話題についての詳細を探している</p>	<p>A8 Good, responsive customer service A8 応答性の高い顧客サービス</p>

# がん診療連携拠点病院でSNSを普及させるためには

## 広報を含め、病院内スタッフのSNS利用の教育をする。

- 日本は米国に比べると、情報通信教育をされた人員が少ないように思われる。そこでSNSはどのように利用すべきなのかを病院内スタッフに教育してはどうか

## 相談支援室がSNSを運営する。

- 相談支援センターをいうものがあるという存在自体知らない患者の為にも相談支援センタースタッフがSNSを積極的に情報発信ツールとして利用し、多くの人たちに向けて発信していく必要があると考える。またその需要は高いと考える。

## ソーシャルメディアポリシーを確立する

- がん診療連携拠点病院397施設にアンケート調査を行なったところ、「情報がひとり歩きし、誤解を招く恐れがある」等のコメントがあったが、これはソーシャルメディアポリシー（組織がどのような目的でソーシャルメディアを利用しているのかを外部に表明し、また守秘義務や誹謗中傷の禁止など、ソーシャルメディアを利用するにあたっての取り決め、制限事項などを示すものである。）を作り、組織と医療従事者間でのトラブルなども未然に防ぐことが可能である。