

取組紹介【施設の魅力発信】

社会福祉法人恩賜財団

宮崎県済生会日向病院

ホームページとInstagramで魅力発信

～看護部と広報担当者との二人三脚～



所在地：東臼杵郡門川町南町4丁目128番地
病床数：199床（一般病床103 療養病床92 感染病床4）
職員数：290名 医師 13名
看護師 125名
看護補助者 30名
医療技術職 56名
事務職 66名

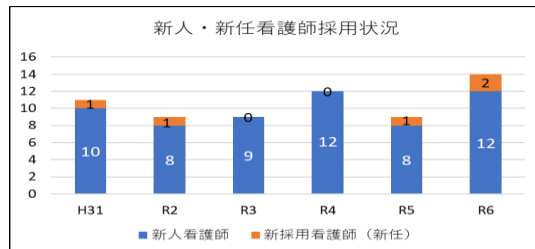
① 課題・背景

①看護人材確保の取組強化

→看護部人員が計画を下回る状況 さらなる看護師採用活動が必要

②済生会日向病院や看護部についての周知活動

→当院の情報発信においてホームページや広報誌が十分に活用されていない
宮崎県北部に位置する済生会日向病院の知名度が低い



目的・目標

地域住民やステークホルダーへ
当院の情報や魅力を発信する「身近な病院」と認識してもらう

- ・新たな情報発信のツールを検討し運用する
- ・広報担当者との連携強化
- ・周知してもらい看護部人員が計画どおりに補充できる

取組内容

①「看護人材確保」について

- ・新入職看護師へアンケート調査

病院を選ぶきっかけ	臨床実習・職場体験やふれあい看護体験・病院就職説明会
参考にした資料	新人教育体制・病院の雰囲気・先輩看護師からの情報
選んだ決め手（ハード面）	急性期病院・小児科医療・急性期から在宅医療まである
選んだ決め手（ソフト面）	臨床実習のときの印象・先輩看護師の雰囲気・地域への貢献

②広報委員会再起動 →

ホームページリニューアルとInstagramでの情報発信

<ホームページリニューアル>

- ・見る人の目に優しい色へ変更
- ・情報を1つの画面へ集約→スクロールしながら見る
- ・PC版のみからスマートフォン対応へ
- ・大事なお知らせはピン留め機能
- ・看護部ページも内容や写真見直し

令和4年

- ・広報担当者 本部研修：「病院を知ってもらうために」
- ・他の病院は に取り組んでいる

令和5年

- ・インスタコンセプトを立案（病院の日常や院内・地域のイベント）
- ・ターゲットは若者から50代、小児科保護者
- ・4月から準備 7月開始～職員の名刺にQRコード印刷
- ・インスタの掲載の裁量権を広報担当者と話題提供部署の確認で随時発信

令和6年

- ・広報委員が中心となりインスタへアップする情報提供を職員へ呼びかけ
★看護部は様々なイベントの情報を広報担当者と共有★
- ・10月現在 フォロア 580超え

成果・効果

①ホームページ

病院への最初の入口機能として、
病院の雰囲気、特徴（強み）を発信する機能を強化した

②Instagram

地域住民、ステークホルダー、特に看護学生にSNSを活用し、
「身近な病院」という認識が向上した

③広報担当者と連携強化（二人三脚）することで、

院内外で活躍する看護師や院内の日常をアピールしている



みなさまからの声

- ◎看護学生から
「インスタ見えています」
- ◎新人看護師は
「臨床実習で病院の雰囲気を感じ、
ホームページから情報を得ている」
- ◎小児科保護者から
「ホームページが見やすくなった、
インスタも楽しみにしている」