

研修医通信

Vol.11



発行日 2011/2/25

この記事を読まれている頃には僕たち四人が去り新たな研修医が来て、気候も幾分か暖かくなっている頃でしょうか。思い返してみるとこの1か月この地域に対して何の貢献もしませんでした。様々な経験を通して感じることを考えることが多かったです。ぱっと思いつくだけでも、神島診療所をはじめ患者さんの住宅訪問やミニタウンミーティングやボーリング大会や熊野古道登山そして研修報告会と医療のみにとどまらず本当にさまざまな体験をさせて頂きました。

そのなかで最も印象に残っているのは当院の職員の方々皆さんの温かさと責任感です。当院に1か月程度しかいない研修医に対して、日常業務で手一杯なのに様々な働きかけをしていただき本当に有難かったです。自らもこのような姿勢を持ち働いていこうと思えました。また今後一緒にできる機会があればと思います。本当に有難うございました。そして、最後の文章なのに笑いがなくてすいません。

(串本 卓哉)



「象の背」より尾鷲湾をバックに

熊野古道登山のひとコマ

あっという間に1ヶ月。2年間の研修で、初めて大学附属病院を出て、最初すごく不安だった。美しい海岸に位置する紀南病院を見ると、すぐに不安は取り除かれ、すきになってきた。病院から海を眺めながら、悩みは風に乗って去った。

三重県の産婦人科医不足問題が深刻であることがよく言われるが、大学附属病院ではそんな感じはしなかった。しかし、紀南にきて、しみじみ感じた。先生が二人なのに、外来、お産、手術、麻酔及び体外受精などいろいろ行っている。手がまわらない姿がよく見られた。1年間、完全な休みがとれないのも事実である。この1ヶ月病棟・外来なんでも担当させていただき、今までで一番充実した研修だった。

紀南が津市より暖かいのは、気候だけではなく病院のスタッフたちのお陰だろう。初診の間診・診察はいつも遅いのに、外来のスタッフはどんなに忙しくても、全然嫌な表情をしなかった。お産の時、助産婦さんは丁寧に教えてくれた。またope場のスタッフたちはいつも笑顔で私を励ました。皆さまのお陰で、何年ぶりかの自信がうまれた。

1ヶ月の地域研修で、紀和診療所の往診も同行させていただいた。以前よりテレビ番組で見た日本の地域医療を現実的に体験し、すごく感動した。一つの診療所に一人の先生、何年さらには十何年間家族から離れて、世に知られずに地域の人々の健康を守っている。

紀南の1ヶ月は一生の宝で、美しい思い出になる。

(張 凌雲)

東京大学附属病院研修医栗原先生の記事を記載する予定でしたが、記事未提出により不本意ながら空欄とさせていただきます。(編集長)

編集後記

本当に早い2ヶ月間でした。美味しい食べ物、美しい景色、素晴らしい出会い…とても贅沢な時間を過ごした気がします。ここで出会ったすべての人々に感謝！本当にありがとうございました。

さて、今月の『戦友』たちは個性派揃い。都会育ちの議論好き筋肉野郎、理論派M-1ファイター、異国から来た料理好き産婦人科医…いつも圧倒されていました。みんな本当に良い仲間、多くの刺激を受けました。登山やタウンミーティングなどの病院企画はもちろん、餃子パーティーやプチ伊勢観光なども楽しむことができて、充実の毎日でした。

学生時代以来2回目の紀南病院を存分に楽しんだわけですが、まだまだやり残したことがたくさんあります。3回目はさらに充実した日々になると信じて…また会いましょう！

(編集長 小里 大基)



張先生自慢の料理

中国の家庭の味だそうです

辛かった…でもとても美味

記事の見出し

ここに記載する記事は **430** 文字から**560** 文字程度の長さになります。

ニュースレターの目的は、対象読者に特定の情報を提供することにあります。ニュースレターは、製品やサービスを宣伝したり、同僚、会員、従業員、取引先に対して会社をアピールしたり信頼を勝ち取るための道具として適しています。

まず、どのような読者がこのニュースレターを読むか考えてください。読者は、ニュースレターに載せた記事を読むことで利益を得る人です。たとえば、従業員、製品を購入しようと考えている人、サービスを必要としている人などです。

製品やサービスについての問い合わせ、アンケートの回答、名刺、会員リストなどから情報を集めて住所録を作ると良いでしょう。顧客情報を販売している会社からリストを購入する方法もあり

ます。

どのような読者を対象にするか決めたら、デザインを決めます。**Publisher** には、いろいろなスタイルを使った各種印刷物のデザインが用意されています。その中から目的に合ったデザインを選んでください。

次に、ニュースレターにどれだけ時間と費用をかけるか決めます。かけられる時間と費用によってニュースレターを発行する回数や記事の分量もある程度決まります。読者に定期的に発行されるニュースレターだということが分かるよう、少なくとも年4回発行することをお勧めします。

記事の見出し

ここに記載する記事は **430** 文字から**560** 文字程度の長さになります。

ニュースレターの目的は、対象読者に特定の情報を提供することにあります。ニュースレターは、製品やサービスを宣伝したり、同僚、会員、従業員、取引先に対して会社をアピールしたり信頼を勝ち取るための道具として適しています。

まず、どのような読者がこのニュースレターを読むか考えてください。読者は、ニュースレターに載せた記事を読むことで利益を得る人です。たとえば、従業員、製品を購入しようと考えている人、サービスを必要としている人などです。

製品やサービスについての問い合わせ、アンケートの回答、名刺、会員リストなどから情報を集めて住所録を作ると良いでしょう。

顧客情報を販売している会社からリストを購入する方法もあります。

どのような読者を対象にするか決めたら、デザインを決めます。**Publisher** には、いろいろなスタイルを使った各種印刷物のデザインが用意されています。その中から目的に合ったデザインを選んでください。

次に、ニュースレターにどれだけ時間と費用をかけるか決めます。かけられる時間と費用によってニュースレターを発行する回数や記事の分量もある程度決まります。読者に定期的に発行されるニュースレターだということが分かるよう、少なくとも年4回発行することをお勧めします。

「印象に残るような文章を読者の目を引くよう、記事の中から選びここに記入します。」

記事の見出し

ここに記載する記事は **370** 文字から**500** 文字程度の長さになります。

ニュースレターを販売促進のツールとして利用する利点は、新聞発表、市場調査報告、各種報告書など別のマーケティング資料から情報を再利用できることです。

ニュースレターの第**1**の目的は、製品やサービスを売り込むことですが、ニュースレターを成功させるためにはいかに読者の役に立つ情報を提供できるかが鍵となります。

読者の役に立つ情報には、自分の手で記事を書き、イベントの



図や写真の説明を記入します。

開催予定や新製品の試供品提供などの情報などがあります。

記事の見出し

ここに記載する記事は **430** 文字から**560** 文字程度の長さになります。

ニュースレターの目的は、対象読者に特定の情報を提供することにあります。ニュースレターは、製品やサービスを宣伝したり、同僚、会員、従業員、取引先に対して会社をアピールしたり信頼を勝ち取るための道具として適しています。

まず、どのような読者がこのニュースレターを読むか考えてください。読者は、ニュースレターに載せた記事を読むことで利益を得る人です。たとえば、従業員、製品を購入しようと考えている人、サービスを必要としている人などです。

製品やサービスについての問い合わせ、アンケートの回答、名刺、会員リストなどから情報を集めて住所録を作ると良いでしょう。顧客情報を販売している会社からリストを購入する方法もあり

ます。

どのような読者を対象にするか決めたら、デザインを決めます。**Publisher** には、いろいろなスタイルを使った各種印刷物のデザインが用意されています。その中から目的に合ったデザインを選んでください。

次に、ニュースレターにどれだけ時間と費用をかけるか決めます。かけられる時間と費用によってニュースレターを発行する回数や記事の分量もある程度決まります。読者に定期的に発行されるニュースレターだということが分かるよう、少なくとも年4回発行することをお勧めします。

記事の見出し

ここに記載する記事は **430** 文字から**560** 文字程度の長さになります。

ニュースレターの目的は、対象読者に特定の情報を提供することにあります。ニュースレターは、製品やサービスを宣伝したり、同僚、会員、従業員、取引先に対して会社をアピールしたり信頼を勝ち取るための道具として適しています。

まず、どのような読者がこのニュースレターを読むか考えてください。読者は、ニュースレターに載せた記事を読むことで利益を得る人です。たとえば、従業員、製品を購入しようと考えている人、サービスを必要としている人などです。

製品やサービスについての問い合わせ、アンケートの回答、名刺、会員リストなどから情報を集めて住所録を作ると良いでしょう。

顧客情報を販売している会社からリストを購入する方法もあります。

どのような読者を対象にするか決めたら、デザインを決めます。**Publisher** には、いろいろなスタイルを使った各種印刷物のデザインが用意されています。その中から目的に合ったデザインを選んでください。

次に、ニュースレターにどれだけ時間と費用をかけるか決めます。かけられる時間と費用によってニュースレターを発行する回数や記事の分量もある程度決まります。読者に定期的に発行されるニュースレターだということが分かるよう、少なくとも年4回発行することをお勧めします。

「印象に残るような文章を読者の目を引くよう、記事の中から選びここに記入します。」

記事の見出し

ここに記載する記事は **370** 文字から**500** 文字程度の長さになります。

ニュースレターを販売促進のツールとして利用する利点は、新聞発表、市場調査報告、各種報告書など別のマーケティング資料から情報を再利用できることです。

ニュースレターの第**1**の目的は、製品やサービスを売り込むことですが、ニュースレターを成功させるためにはいかに読者の役に立つ情報を提供できるかが鍵となります。

読者の役に立つ情報には、自分の手で記事を書き、イベントの



図や写真の説明を記入します。

開催予定や新製品の試供品提供などの情報などがあります。

会社名

ビジネス1の住所

住所2行目

電話 00(5555)5555

FAX 00(5555)5555

Email: someone@example.com



キャッチ コピーを入力します

ホームページもご覧ください。
example.microsoft.com

記事の見出し

ここに記載する記事は **430** 文字から**560** 文字程度の長さ
にします。

ニュースレターの目的は、対象読者に特定の情報を提供す
ることにあります。ニュースレターは、製品やサービスを宣伝し
たり、同僚、会員、従業員、取引
先に対して会社をアピールしたり
信頼を勝ち取るための道具として
適しています。



図や写真の説明を記入しま
す。

まず、どのような読者がこの
ニュースレターを読むか考えてく
ださい。読者は、ニュースレター
に載せた記事を読むことで利益
を得る人です。たとえば、従業
員、製品を購入しようと考えてい
る人、サービスを必要としている
人などです。

製品やサービスについての問い
合わせ、アンケートの回答、名刺、会員リストなどから情報を集
めて住所録を作ると良いでしょう。顧客情報を販売してる会

ここには会社の業務内容、モットー、社歴などについて
紹介する文章を記入します。取り扱っている製品や
サービスのリスト、主催するイベントのリスト、支店の所
在地、これまで取り引きがあった顧客や会員にどんな
人がいるかなどを紹介するのもよいでしょう。

問い合わせを受け付ける電話番号を明記しておく読
者が会社についてもっと詳しく知りたいときここに問い
合わせたらよいかすぐに分かるので便利です。

社からリストを購入する方法もあります。

どのような読者を対象にするか決めたら、デザインを決めま
す。**Publisher** には、いろいろなスタイルを使った各種印刷
物のデザインが用意されています。その中から目的に合った
デザインを選んでください。

次に、ニュースレターにどれだけ時間と費用をかけるか決め
ます。かけられる時間と費用によってニュースレターを発行
する回数や記事の分量もある程度決まります。読者に定期
的に発行されるニュースレターだということが分かるよう、少
なくとも年4回発行することをお勧めします。