

ウガンダ医療器材維持管理プロジェクト

プロジェクト目標

保健インフラ課および中央・地方ワークショップの医療器材配備および維持管理におけるマネージメント能力が強化される。



プロジェクトの背景

途上国において、医療器材維持管理の問題は、頭の痛い問題です。医療器材の維持管理費は、医薬品と並んで病院経営費のなかで高い割合をしめています。と同時に、器材の早期老朽化を防ぐ日常維持管理費は、効果の即時性という意味では目に見えにくいものなので、非常に予算確保が難しい部門であるともいえます。ウガンダでは実際に、例えばオートクレーブ(滅菌機)等の医療サービスの根幹に関わるような器材の安全な稼働が多くの病院で確保されていないような状況に直面しており、戦略的な器材配備計画、維持管理状況のモニタリングを実施し、より効果的な資金の投入を行うことが求められています。

こうした現実を踏まえ、本プロジェクトは、ウガンダの医療インフラにコミットを表明している包括的な日本のODAとして、無償資金協力での施設改修・器材供与といったハード面での援助を、技術支援によってその効果をより持続的、発展的なものにしていこう、という面を持っています。

プロジェクトの活動

プロジェクトのコンポーネントは主に2つです。医療器材情報管理および日常器材維持管理強化に関する研修です。

器材日常維持管理を強化するための研修

研修については日常維持管理およびマネージメントの強化を焦点としています。昨年度にはプロジェクトが費用を負担して、無償資金協力により供与された器材の使用者トレーニングに、無償対象外の技術者が参加しました。このトレーニングは、技術者が日常維持管理について学ぶだけでなく、研修トレーナーの使用者に対する指導方法、使用者の立場からの物事の捉え方をプラス・マイナス含めて習得する非常に良い機会であったとの評判でした。

またプロジェクト開始以前から保健省側より維持管理研修の要求のあった高額器材、X線機器についても「日常維持管理の強化」という点で長いスパンで研修を行っていく計画です。具体的には、昨年短期専門家の協力のもと行った基礎X線研修を取り掛かりとして、徐々にレベルを上げて研修対象者も限定し、最終的には技術者2-3名からなる保健省X線機器管理ヘルプデスクとして指名することを目標としています。X線機器のような高額医療器材については、大規模な修理は結局器材代理店に依頼するしかないのですが、「交換部品10ドル、技術者派遣費用2000ドル」といった請求書が散見される現在の状況を

<プロジェクトの概要>

ウガンダ側主幹

保健省インフラ課

供与器材；約2474万円

在外事業強化費：

約2700万円（3年間分）

長期専門家

業務調整/器材情報管理

短期専門家

器材情報収集計画立案

器材ガイドライン/IEC

研修

Project Manager

Eng. S. S. Wanda / Assistant
Commissioner (Health
Infrastructure)

Project Manager

Eng. Sotra Mulepo/Senior
Engineer/Medical Equip-
ment



X線機器 研修風景 11月2006年

改善することを目的として、致命的でない部分の致命的でない交換部品の交換程度は(どんな高額医療器材でも、汎用ヒューズを使用していて、それが切れたら器材が使えなくなるというような状況はかなりの頻度であり得ることで、)電話連絡で対応できるようにする、ということを目標に研修を行っています。

その他には5S等、ワークショップの運営・マネージメント強化、適正医療器材導入についての研修を検討中です。

機材情報管理

現在の各々の医療施設における医療器材稼働状況を把握することは、機材配備および維持管理計画における基礎となるものです。

プロジェクトが立ち上がった昨年は、全国の地域中核病院(RRH/11箇所)および地方病院(GH/43箇所)において現状の医療器材状況調査を行いました。これは、医療器材の稼働状況を左の6つの状態に分類し、今後の機材整備、維持管理計画に役立てようというものです。この分類についてはプロジェクトで左記のステッカーを作成し記録をとると同時に機材に貼り付け、現在記録されている最新情報では状態がどう分類されているか、一目でわかるようにしています。

医療器材の状態分類



A： 良い状態であり実際に使用されている。

B： 良い状態であるがなんらの理由で使用されていない(理由は付記)

C： 問題はあるが使用している。問題は解決可能(問題を簡単に付記)

D： 問題はあるが使用している。問題は解決不能

E： 問題があり、使用できない。問題は解決可能(問題を簡単に付記)

F： 問題があり使用できない。問題は解決不能

機材情報管理の課題

機材情報管理については二つの課題があります。1つは情報の更新、二つ目は、各施設の医療器材の過不足を比較検討しやすい形で情報を加工することです。情報の更新については、現在保健省が行っている、中央・地方ワークショップによる担当エリア巡回医療器材維持管理を行う際に情報収集も行うことを考えています。この機材情報には、「その器材が修理可能か、もしくは修理する価値があるか」という項目が含まれていますが、外部委託とかではなく、ワークショップの技術者が、自分が直せる、又は外部に修理を委託するにしても新品を買うのと比べたら費用対効果が高い、と思えば「修理可能」と判断できます。

情報の加工については、基準となる全国各レベル医療施設標準器材リストの改定、器材名の統一等、課題も沢山ありますが、保健医療関係の調達に関して支援を行っているDANIDAプロジェクトとも協力しつつ、継続使用が可能で情報更新しやすいデータベースの構築を目指しています。

機材維持管理も情報収集も、資金と人材が豊富にあれば、単発で行うことは決して難しいものではありません。「お金があれば出来るのに」という考え方と、「少ないお金で、どうしたら出来るだろう(とはいっても、何も無いとお話にならないのですが)」のギャップを埋めていくことをプロジェクトの目標としたいと思っています。

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。

記事の内容を決めるには、インターネットの

ホームページを利用して探したりすると良いでしょう。いろいろな話題を数多く取り上げる場合は、各記事の内容を簡潔にまとめて短かくするように心がけてください。

ニュースレターに載せる記事は、そのままホームページにすることもできます。Microsoft Publisher には、ニュースレターをホームページに簡単に変換する機能が用意されています。ニュースレターを作成したら、ホームページに変換してみてください。

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。

記事の内容を決めるには、インターネットのホームページを利用して探したりすると良いでしょう。いろいろな話題を数多く取り上げる場合は、各記事の内容を簡潔にまとめて短かくするように心がけてください。

ニュースレターに載せる記事は、そのままホームページにすることもできます。Microsoft Publisher には、ニュースレターをホームページに簡単に変換する機能が用意されています。ニュースレターを作成したら、ホームページに変換してみてください。

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。

記事の内容を決めるには、インターネットのホームページを利用して探したりすると良いでしょう。いろいろな話題を数多く取り上げる場合は、各記事の内容を簡潔にまとめて短かくするように心がけてください。

ニュースレターに載せる記事は、そのままホームページにすることもできます。Microsoft Publisher には、ニュースレターをホームページ



図や写真の説明を記入します。

「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。」



図や写真の説明を記入します。



会社名

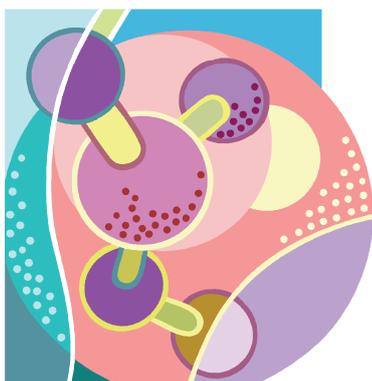
The improvement of Health
Infrastructure Management

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



図や写真の説明を記入します。

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ことで読者が会社についてもっと詳しく知りたいときどこに問い合わせたらよいかすぐに分かるので便利です。

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。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。