

1. 課題区分・管理番号 26-c003

2. 研究テーマ名 地域の中核病院におけるトータルデザインとその効果について

3. 研究期間 平成26年8月1日 ～ 平成27年3月31日

4. 研究代表者 工学部／総合デザイン工学科（職名）教授（氏名）松井 淳

5. 課題提案者 社会福祉法人 恩賜財団 群馬県支部 群馬県済生会前橋病院

6. 研究成果の概要

下欄には当該研究成果について、その具体的内容、意義、重要性等を、地域課題研究事業計画書に記載した「研究目的」と「研究計画・方法」に照らし、A4で2～3枚程度で、できるだけ分かりやすく記載願います。文章の他に、研究成果を端的に表す図表を貼り付けても構いません。本学HPにて公表しますので、公表できる内容としてください。

本研究を行うに当たっての経緯について以下に記す。

課題提案者は、群馬県済生会前橋病院の前橋市民、地域住民に対する知名度が低迷しているとの認識のもと、知名度向上のための広告展開、イベント、講演会を行っているが、それぞれの企画が連携していないがため効果が発揮できていない現状があるということであった。研究を行うに当たり、病院が現在まで行ってきた広報活動の現状の問題の確認作業から始めることとした。課題提案者は知名度向上の具体的な方法として、路線バスの車体にラッピングを行うことと、県道前橋・長瀬線の病院入口交差点に新しいサイン・広告媒体を置くことを要望していた。

【研究の計画と方法】

研究計画として、直近の課題である病院の認知度を上げるための具体的デザイン成果物の提案を病院側との意見交換を通して行うこととした。当初、具体的デザイン成果物として視認性の高い広告媒体の提案を想定した。しかし、それらのデザインはバラバラに計画されるのではなく本来、済生会前橋病院としての唯一無二の独自性を表すコーポレート・アイデンティティ（以下CI）の作成を視野に入れて行うべきもの（済生会前橋病院にはCIが未だ無い）であると研究チームは考えた。しかし、今回はそこまで大掛かりなデザイン作業を賄うための研究期間を始めとする準備が整っていなかったが、少なくともCI作成の下準備としての方向性を確認する必要があった。そこで、病院職員の意識調査を兼ねて、医師、看護師、コメディカルスタッフ、事務職員等に対して現在の済生会前橋病院のセルフイメージを知るためにアンケート調査を行った。

また、各部所代表による参加者と共に目指す将来の病院の在り方を議論し、その内容をデザインという視覚情報に反映させるためにワークショップを実施した。アンケート結果とワークショップを通して病院スタッフの生の声を聴取することができた。

それらの結果から、研究チームは病院側に今後の地域の核としての病院となるための方策の提案を行い、具体的広告媒体のデザインを提案した。

【研究の結果概要】

■ アンケート結果について

アンケートの主な質問項目（5項目）を以下に記す。

1. 済生会前橋病院の「特徴」「らしさ」
2. 病院にとって大切なキーワード

3. 濟生会前橋病院に対する誇り
4. 濟生会前橋病院に対する愛着
5. 濟生会前橋病院の理念に対する認知度

アンケート回答者数は450人であった。これら5項目の回答結果について記すと共に、各設問に対し特別に記述された意見等を挙げる。

1. 「特徴」「らしさ」が「ある」との回答は59%に上った。理由としては「社会的弱者に対し積極的に拘る姿勢」「無料低料診療事業への取組」「患者に対し職員が親切」「地域に密着し連携している」「幾つかの専門医療に特化している」等で、総括すると「弱者救済」「地域密着型医療」「専門医療特化」と特徴をまとめることができた。
2. 「病院にとって大切なキーワード」は、13ワードの選択肢より「信頼」「医療技術」「安心安全」「思いやり」の4ワードの合計で80%を占めた。
3. 「誇り」に対しての結果は73%が「感じる」と回答した。理由としては「患者や家族から信頼・感謝されている」「専門医療のレベルの高さ」「弱者救済など社会貢献している」「濟生会のブランド」等が挙げられた。
4. 「愛着」に関しては77%が「感じる」と回答した。理由としては「長年勤務し成長させてもらった」「職員が良い人が多い、親切である」「患者や家族から信頼されている」等の記述が見られた。
5. 「理念に対する認知度」については、濟生会前橋病院の理念「愛と希望」に対して65%が「意識しない」と回答した。「どんな時に理念を意識するか」との設問には、「患者と接する時」「掲示物や印刷物で『愛と希望』や撫子マークを見た時」等の回答があった。このことから、現状の理念の認知度は比較的低く、掲示物、印刷物等のメディアが理念を再認識させる効果をもつことが分かった。

■ワークショップ実施結果について

医師、看護師、コメディカルスタッフ、事務系職員からの合計14名を3グループに分けワークショップを行った。研究チームはファシリテーターを含み9名が参加し各グループに付いて自由な意見交換を促した。グループで討論し成果発表を行った結果を記述する。

「びょういんの未来@地域」をテーマとし、地域の病院に求められる未来像について討論したワークショップでまとめられ、グループ毎に提案された考え方を以下に記す。

Aグループ：「日常の延長をサービスする病院」

Bグループ：「患者には安心できる環境を、スタッフには持てる力を十分に発揮する環境を」

Cグループ：「早い、安い、便利！コンビニ感覚、院内シアター完備！」「不安なあなたも安心、相談窓口完備！お気軽にどうぞ」「好きな色の部屋が選べる明るいインテリア、ピンク、グリーン」「レク、体操！広い場所でプレイルーム！」

【デザイン作業の方向性】

アンケート、ワークショップの結果より研究チームはデザイン作業の方向性についての検討を行い、具体的なデザイン提案に繋げることとした。

アンケート調査から得た「無料定額診療事業」「弱者救済」「愛と希望」のキーワードが示すセルフイメージは濟生会前橋病院を特徴づけるものであり今後も大切にすべきセルフイメージと考えた。将来のセルフイメージを模索するに当たり、ワークショップの結果を合わせ考察することにより「弱者に寄り添う」というスタンスをさらに追及し、C Iを行う際の根幹となる考え方とし、他の病院との差別化、可視化可能なセルフイメージの構築を試みることにした。

【研究結果】

上記のとおり、C Iのための基本的な考え方に従いデザイン提案を行ったが、課題提案者において、提案内容には概ね賛同を得たが、諸般の事情により実施への合意を得ることが出来なかった。よって誠に残念ではあるが、具体的デザイン方法及びデザインに関しては、無断引用を避けるため非公開とする。