

足助病院ブランディングプロジェクトの想い

～至極の病院を目指して～

J A 愛知厚生連 足助病院 病院長 小林 真哉

【はじめに】

時代はVUCA (Volatility, Uncertainty, Complexity, Ambiguity) で予測困難な様相を呈し、医療界においても医師の働き方改革に代表されるように、医療従事者の労働者としての立場が確立されてきた反面、人件費高騰に拍車をかけていることも事実です。さらにはコロナ禍3年間の影響もあり、働き方への考え方が変化したことや若者世代の人生観も相まって、リクルートにも変化が出てきています。また、物価・人件費・材料費・維持費の高騰に診療報酬の上昇が追い付かず、都会の大規模病院ですら運営が厳しい時代です。

そのような医療環境の下で、西三河北部医療圏の190床のケアミックス型のへき地医

療拠点病院である足助病院は、この地に病床を持つ医療機関として存在し続けることが使命であり、私自身は一医師として、経営・管理を担う病院長として日々を過ごしています。小医・中医・大医というカテゴリー中の小々中を司る立場の院長就任以来、令和元年から展開している、足助病院ブランディングプロジェクトについて記します。

【足助病院概要】

当院は昭和25年開設、病床数148床（一般74床、地域包括74床）、療養床数42床（介護医療院）。内科、総合診療科、脳神経内科、小児科、整形外科、脳神経外科、皮膚科、泌尿器科、婦人科、眼科、耳鼻咽喉科、放射線科、麻酔科、外科、リハビリテーション科を持つ、

第二次救急医療病院群輪番制病院、へき地医療拠点病院、臨床研修指定病院です。足助地域包括支援センター、居宅介護支援事務所を併設し、医療・福祉・介護をシームレスに繋ぐサービスを提供しています。

外観は一見すれば忘れない特徴のある「至極色」（最も雅な色）を装っています。

【病院運営におけるブランディングとは】

組織運営において、どのような事象にも外向きと内向きのベクトルがあり、そして、それが両輪となり働いて初めてさまざまな化学反応が起こり、組織は活性化します。ブランディング展開も同様で、インナー・アウトward両方向への観点が大切です。組織活性化の指標はさまざまですが、私自身は簡単に表現す



防災シェルター内にてSAXと共に

足助病院 小林真哉 病院長

【略歴】

- 1992年 名古屋市立大学医学部卒業
- 1992年 名古屋市立大学第1内科入局、名古屋市立大学病院にて研修医
- 1993年 尾西市民病院内科
- 1995年 岐阜県立多治見病院消化器内科
- 2000年 大学帰局後、消化器代謝内科学、分子遺伝学教室
- 2004年 JA愛知厚生連 足助病院内科
- 2019年 JA愛知厚生連 足助病院病院長

【その他役員等】

- 平成28年 4月 名古屋市立大学 臨床教授
- 令和 5年 4月 日本農村医学会 常任理事
- 平成30年 3月 気象予報士資格取得
- 平成30年12月 防災士資格取得

【自己紹介】

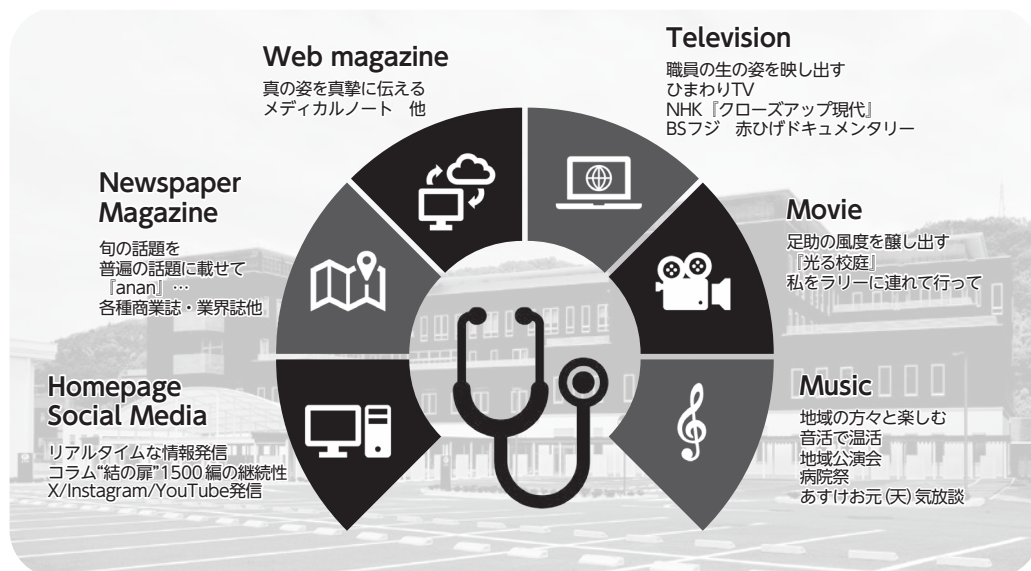
パラレルキャリアの気象予報士・防災士ライセンスを生かし、〃足助病院ブランディングプロジェクトと称する、さまざまな病院広報活動を行っています。また、趣味のSAX演奏では〃音活で温活、でさまざまな地域貢献活動を行っています。

と「人が興味を持ち人が集う組織になること」だと想っています。いかに志を同じにする人の集団へと成長させるか・同じ想いの新たな人を集めるかが大切です。進化・成長する既存の職員と新たな人員の加入の好循環が病院運営を支え、院内外の多職種・異業種連携交流を通して個々が自己客観化して成長することで自らを高めた〃人材〃が集まり、組織が〃人財〃として扱い、共に醸成していきます。人は皆、温かい医療人の棲む病院を受診したいものなので、地域住民・職員の誇りとなるコミュニティ・ホスピタルへ歩みを進める広報活動の一つつつが、経営への貢献（患者数増等）、円滑な職員リクルートに結びつく道標になるものと思います。

「なぜ足助病院ブランディングプロジェクトを展開するのか」

ヒト・モノ・カネが充足しておら

足助病院ならではのスモールスケールを活かした戦略的広報



ず、病院経営が厳しさを増し、少子高齢化が進行する地方・へき地の病院では、より地域のニーズや身の丈に合った医療サービス提供が求められます。足助病院の願いは、少しでも多くの人に知っていただきたいという思いなので、外向きに重きを置いていると思われるかもしれませんが、決してそれだけではなく、内向きへの浸透にも軸足を置いて取り組んでいます。職員を挙げてさまざまな事業・プロジェクトに取り組み、成功体験を共有し、前に横たわり立ちほだかる多くの障壁を乗り越えて得た体験・感動・達成感が、組織・人生においてプライスレスな価値となり、人を成長させます。

190床のへき地医療拠点病院が「誇りをもって語れるアイテムになること」を目指し、空中展開と我々の神髄である距離感の近いぬくもりの感じられる地上展開の複合企画で精進している実情を知っていただき、評価を自己客観化し、さらなる成長に繋げるという切なる想いが正に足助病院ブランディングプロジェクトです。

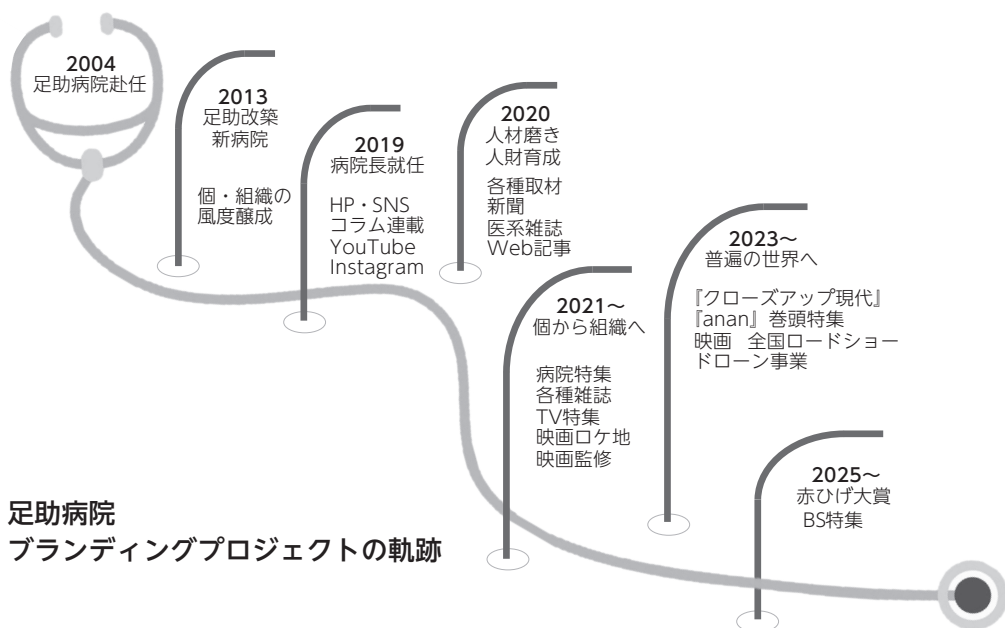
「足助病院ブランディングプロジェクトに込めた想い」

私自身の人生観は、降り注ぐ想いで人々の心を波立たいです。そのために、医療福祉介護の領域のみならず、芸術など普遍的なテーマを含め、今、医療福祉介護のニーズがない方々にも届く想いを込めます。そして、さまざまな企画を立案し、パーソナルブランディングを高め、個から組織へ組織から個へと素敵な循環をさせる、その循環こそが2025年の足助病院のテーマ。個が組織を創り組織が個を作るに込めた想いでもあります。

「足助病院ブランディングプロジェクトの基軸」

私は、ブランディングに大きく3つの軸を持っています。

1つ目の軸は信念 (conviction) です。この軸は、地域に必要とされる身の丈に合った医療サービスを適





切に提供すること、共に働く仲間の幸福度を向上させること、所属する組織・JA愛知厚生連の知名度を向上させ、経営に貢献することとで支えられています。3つに強固な関係性を持たせ、常に三位一体の状態にしています。2つ目の軸は、構成要素(element)です。特に書き出す言葉や発するスローガンに魂を込め、言葉を紡いでいます。さらに、要素に

は独創性と継続性を求めます。加えて、日々、院内外との多職種連携・異業種連携を行い、自己客観化に努め、要素を見直しています。そして紡ぎ出された私共のプロダクトは、ホームページ・SNSや新聞雑誌、Web magazine、TV、映画、音楽など多種多様な領域にわたります。

3つ目の軸は、展開(deployment)で、前述した組織から個への素敵な循環を堅持し、この風光明媚な四季折々を日々感じられる地で医業を営んでいるメリットを生かして、旬を大切にスピード感を持って空中・地上展開し、さらには、普遍的なテーマに展開し幅広い年齢層に届く企画を展開します。

旬とスピード感を大切にする感覚は、気象と防災をこよなく大切にしている私ならではのこだわりなのかもしれません。

【広報の取り組み内容の実際】

当院のブランディングの特徴は、独創性・普遍性・継続性です。職員・地域住民と共創し共創し共奏する病院になるために院長自らが先導し、病院HPのコンテンツやデザイ

ン・配置、素材の提供を具体的に提示しています。病院コラムの継続やSNS、YouTube、広報誌への定期的な投稿、また、Web取材記事などを積極的な受けて、医療・福祉・介護領域から普遍的な領域(気象・防災・地域創生・音活・温活など)までを発信しています。私自身のパラレルキャリア(氣象予報士・防災士)に関しては前面に出して、さまざまなメディア対応を心掛けています。女性雑誌『anan』で、免疫力をUPする温活において、気候変動に絡めての温活特集に2023/2024と2年連続で参画したこともその産物です。また、意思決定の迅速化や広報担当者への権限移譲、職員個人や部署へのスポットライト投影のためのアンテナを高く張る努力を怠らず、旬を逃さず広報に載せることで、職員エンゲージメントを高めています。

【病院広告アワードへの挑戦の意義】

アワード……なんともカッコイイ響きの言葉です。何かを成し遂げるための道標になり、同じ志に向かい切磋琢磨する者たちの目標に

足助病院 運営の3本柱と赤ひげプロジェクトの展開

終の住処

教育の場

防災の
拠点

医の源流の赤ひげのいる病院として、
中山間地域の医療を親しみやすく発信



するのは、モチベーション向上に繋がるので、とてもいいものです。病院職員を挙げて取り組んでいる企画なので、職員とともに楽しみながらアワードに取り組み、プライスレスな時間を過ごすことができました。そしてアワードに参加すること、およびこの瞬間が、まさに足助病院ブランディングプロジェクト

の大切なシーンになりました。結果は、2025年病院広告アワード優秀賞受賞で幕を閉じることができました。ん？ そうなのです。次点という評価で大賞は逃しました。

プロセス・結果は大切ですが、どのような結果でも次に生かすことが最も大切です。病院組織運営を考えますと、アワードに職員とともに取り組むことも有意義なことです。今回の収穫はまず何よりも、いくつになっても挑戦し続けることの大切さと、充実感、今回は良い意味での「未達成感」を身にもって感じられたことです。この「未達成感」こそが、次へのモチベーションにつながると信じています。

【今までと今後の方向性】

当院では終の住処・教育の場・防災の拠点の提供を3本柱に運営しています。多くの地域住民・職員に「想う医療の真髄」を知っていただき、「降り注ぐ想いで人々の心を波立てる」ため、1500編を超えるコラム掲載を筆頭にホームページの充実、各種メディア進出、TVでの特集・映画でのロケ地提供・

全国誌での特集等を精力的に行ってきました。さらにはYouTubeライブ配信「足助eye」やカード型カレンダー（QRコードで情報満載）で、空中・地上展開を活性化させています。医療・介護・福祉の領域に留まらない普遍的なテーマ（気象・防災・地域創生・音活・温活等）での活動が特徴的ですが、2024年に地域創生のテーマでNHK（クロースアップ現代）に登場した当院の早川富博名誉院長は、2024年度の日本赤ひげ大賞に選出され、足助病院の名が全国に知れ渡ることになりました。師弟関係にある年代の違う名誉院長と院長の私がツートップとなり、休むことなく活動をしています。

【おわりに】

至上命題「2040年にこの地でこの姿で病院運営を継続すること」を実現するため、素敵な職員と共に私の挑戦は続きます。

※この寄稿を契機に、是非、足助病院HP内の掲載コラム「結の扉」を訪れていただき、我々の「想い」に触れていただくことは「至極の想い」でもあります。