

〈原 著〉 第52回 日本赤十字社医学会総会 優秀演題

駅階段へのPR ～地域と共に歩む病院を目指して～

諏訪赤十字病院 プロモーションセンター

望月 亜紀・小山 泰仙

Advertising on the station staircases ~a hospital that grows with the local community~

Aki MOCHIZUKI, Taisen KOYAMA

Promotion Center, Japanese Red Cross Suwa Hospital

Key Words : 広報、地域、赤十字活動

【はじめに】

当院では、平成27年度よりプロモーションセンターを設置し月に一回の運営会議において院内外のあらゆる広報について企画・立案・実行し広報戦略をたてている。その会議の中で、地域の皆様に当院を身近に感じてもらい、理念でもある『地域と共に歩む』というコンセプトのもと、最寄駅に当院のPR看板の設置を企画した。この看板により、地域の皆様の健康を守る病院として幅広い年齢層に向けてのPRが可能だと考えた。さらには、当地は諏訪湖や綺麗な山々に囲まれた温泉地でもあり、駅を利用される県内外の観光客向けにも広報ができると考えた。

【目的】

赤十字の活動や当院の理念・活動を多くの地域住民に知ってもらい、諏訪赤十字病院をより身近に感じてもらうために、多くの方が利用する最寄駅で看板を設置しPRをする。

【方法】

以前、当院職員が利用した他駅での階段ステップの看板がかなり印象に残ったという事例を参考にし、プロモーションセンター会議で検討した結果了承が得られ、同様に最寄り駅階段のPRを行うことにした。その後、駅長に企画主旨を相談し『公共性のあるものであれば可能』ということで、当地域で過去に実績がない駅階段への掲示を許可していただ

いた。そこで、公共性という事を鑑み当院だけでなく、行政（市観光課）に相談し掲示する文言など共有し製作した。看板には当院の理念や地域でのイベントに救護として協力している旨の内容、更には目的でもある他県からの旅行者に対し地域全体を盛り上げる意味での観光PRも入れた。看板は視認性を良くするためにデザインやフォントサイズを統一した。（図1）

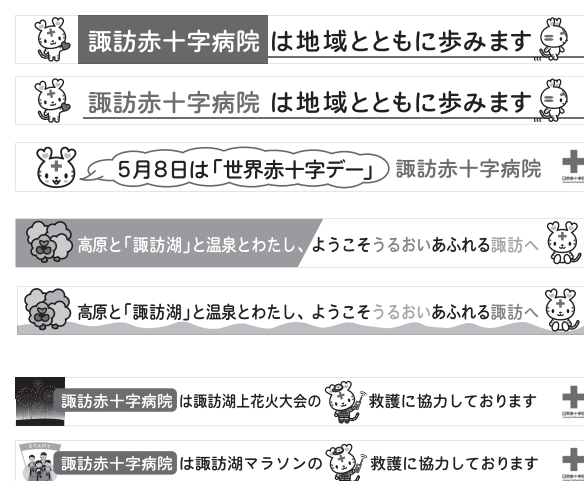


図1

階段を昇る際、繰り返し視覚に入るよう一つの階段に10枚ほどの看板を使用し、全部で約40枚、4つの階段全てにPRした。（図2：実際の写真）

この看板は必要に応じてメンテナンスも行い、季節に沿った文言に張り替えを行っている。



図2

【結果・考察】

通学等で駅を毎日利用する若年層の皆さん達にも少しでも理解を得られればと、デザインに日本赤十字社のマスコットキャラクターの『ハートラちゃん』を使用し当院だけでなく赤十字グループとしての広報にもつながったと考える。

駅を利用した地域住民の皆さんや職員からも反響があり、学生がスマートフォンで撮影された姿も見受けられ、赤十字への関心が高まったのではないかと予想される。

以前のプロモーションセンター会議で、駅ホームの建植看板の設置も検討したが、年間の広告費用や費用対効果、広告内容により院内でのコンセンサスが得られず見送りとなった経緯があった。しかし今回は初めての試みということや、費用対効果の側面もクリアされ行政、駅のご理解とご協力のもと今回の広報が実現した。諏訪地域では今まで実績が無いこの新企画により多くの地域住民が当院の看板を目にする機会が増えたと考えられる。以上のことより、当院への理念・役割・活動や赤十字活動を知ってもらえる機会となり、諏訪赤十字病院をより身近に感じてもらえる一助になったのではないかと考える。