

enocoのそうだん [eno so done!]

## 相談シート13 アートを手がかりに、街へとにじみ出していくような病院に

[トップ](#) >> [enocoのそうだん \[eno so done!\]](#) >> [相談シート13](#)

### アドバイザー

忽那裕樹 (enocoプラットフォーム部門チーフディレクター/E-DESIGN代表)

1966年大阪府生まれ。庭園をはじめ公園や広場、大学キャンパス、商業・集合住宅・病院などのランドスケープのデザインとプログラムを国内外で展開。また、パークマネジメント、タウンマネジメントを通して、地域の改善や魅力向上に様々な立場で関わっている。enocoのプラットフォーム形成支援事業を手掛けるとともに、民主導の水と光のまちづくり推進組織「水都大阪パートナーズ」のプロデューサーとして数々の事業の企画・運営を推進中。



### 相談者

耳原総合病院

### 相談分野 (キーワード)

[地域活性](#)

[市民協働](#)

[観光](#)

[まちづくり](#)

[文化](#)

[広報・PR](#)

[その他](#)

## 主な相談内容

ホスピタルアートを大規模に導入した新病院の建て替えを行っているが、効果的な広報戦略の考え方や方法を教えてほしい。

### Q 1

アートを資源とした、地域に開かれた病院のあり方についてアドバイスをほしい。

### A 1

医療行為とは別の活動があるということをわかりやすく伝えるために、アート部門の運営をNPOに委託するなど、病院運営と切り離すことを考えましょう。病院とはまた違う体系の組織が運営しているという、多様性を持たせることが大事です。アート部門の運営方法については、まちづくりなどが参考になります。enocoでも、相談内容をまとめて共有できるような場をつくっていきたいと思います。また次のステップとしてはアートを手がかりにして、街へとにじみ出して地域療法を展開していくのも面白いと思います。例えば「地域コンシェルジュ」のような存在。病院機能とは異なる仕組みとヒトがあると良い。

### Q 2

メディアの活用方法について教えてほしい

### A 2

例えばenocoや「わがまちカンヴァス (大阪府)」のメディア機能と連動するなど、既存のメディアに乗せると効率的に発信ができます。またメディアの記者は常にネタを探しているので、「取材して」と電話依頼をたくさん行くと、思った以上に効果が期待できるものです。

## その後の動き

2016年5月に新病院がグランドオープンし、旧病院跡地には「みみはらホール」を設けました。引き続き室野愛子さん(<http://www.arts-project.com>)が耳原総合病院アートディレクターとして勤務、院内アート委員会を発足してホスピタルアートの更なる展開について検討を進めています。

また、病院は視覚だけでなく聴覚の音環境も非常に重要だと考え、小松正史京都精華大学教授(<http://www.nekomatsu.net/>)監修のもと、「急性期病院にふさわしい」音環境の調査・研究に着手しています。みみはらホールでは、各分野の第一人者を講師に招いて定期的に講演会などを開催しています。

マスコミの取材も受けましたが、やはり「物珍しさ」が先に立ち、ホスピタルアートの理念を理解してもらうのはなかなか難しいと感じています。外もそうですが、まずは内部のスタッフが理念を共有できること、そういった機会を設けることも重要だと最近は考えています。

<http://www.mimihara.or.jp/sqgo/>

サイトポリシー・ プライバシーポリシー	> enocolについて	> お知らせ・プレスリリース	サイト	^
指定管理者	> 事業紹介	> メルマガ登録		
バナー広告募集	> フロアガイド	> ニュースレター		
	> レンタルスペース	> お問い合わせ		
		> アクセス		