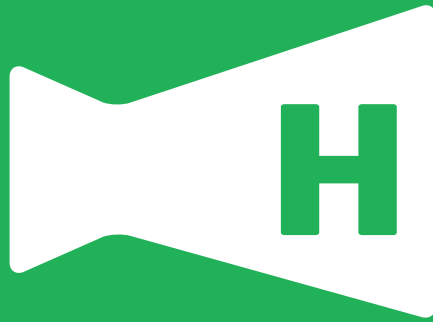




ハートメガフォンとは何か

社会医療法人正光会 松ヶ丘病院 坪内 健

ハートメガフォンは島根県益田市のメンタルヘルス対策のシンボルマークです。現在では、津和野町や吉賀町でも使われるようになり、益田圏域全体のメンタルヘルス対策のシンボルマークに成長しています。形はハート型が変形してできたメガフォンであり、地域で埋もれてしまいそうな小さな声を大きくするという願いも込められています。Hの頭文字にはHAPPY、HOPE、HELP、HEALING、HARMONY、HOME、HUMAN、HEALTHなどの言葉を投影することができます。

メンタルヘルス対策は、医療、保健、福祉、介護、教育、就労支援などの領域が重層的・包括的に連動することが必要ですが、地域の助け合い、普及啓発（精神疾患に対するスティグマの軽減）、市民一人ひとりの心理的健康度なども重要な要素です。そして、その先には誰もが安心して暮らせるまちづくりという究極の目的があります。

地域ではさまざまな住民がそれぞれの視点からまちづくりに参画し、自分たちの住むまちをより良くしていこうと奮闘しています。そこにはもちろん市民一人ひとりの想いや距離感

があります。誰かを励ますつもり言葉が、他の誰かを傷つけたり、焦らせたりすることもあります。言葉の意味は受け取る相手次第でいかようにも変わります。「頑張りたい」と「休みたい」、「進みたい」と「戻りたい」、「つながりたい」と「ひとりになりたい」、その間には虹のようにスペクトラムがあり、一つの言葉で表すことはできません。果たして「楽しい」の対義語は何なのでしょう？「悲しい」？「寂しい」？「つらい」？ ころとは陰陽さまざまな要素がブレンドされた複雑な現象です。

大切なのはハートメガフォンに込める意味ではなく、ハートメガフォンが触媒となって市民のこころが共鳴することです。まちにハートメガフォンを散りばめて、それを見たこども達がいつかハートメガフォンの源流をたどって、メンタルヘルスや命の大切さ、あるいは自分自身やそばにいる誰かを大切にすることについて考えてくれるかもしれません。それは地域のこころの種まきと言ってもいいかもしれません。そして、それは希望の種まきでもあります。

ハートメガフォン物語

社会医療法人正光会 松ヶ丘病院 坪内 健

■ はじめに

「田舎の顔なじみの関係をうまく生かせば、いろいろと楽しい取り組みができるのに」とおぼろげに感じたのは、2010年春に前院長から地域の仕事をごっそり回ってきた頃でした。同じ頃ソーシャル・デザインという考え方を知り、これを介せば地域の仕事はもっとスマートにできるのではないかと思い始めました。2011年の第4回萩・石見空港マラソンのデザインで鮮烈な印象を示した益田工房とそんな話をし始めたところ、益田市健康増進課がこの話に乗ってくれ、地域の仕事をソーシャル・デザイン的に整理する方法を一緒に話すようになりました。

■ まずは地域の相談力を上げる

僕が関わっている地域の仕事は、認知症を中心とした高齢者の医療介護施策、自死総合対策や精神科救急医療などの住民のメンタルヘルス対策、児童・思春期対策（児童相談所・特別支援学校の嘱託医、要保護児童対策地域協議会、子ども・若者支援センター、発達障害支援など）というふうに、シニア、ミドル、ジュニア世代の対策にざっくりと分けることができます。それらの医療・福祉・介護施策に関わると、地域の支援者と頻回に顔を会わせます。そして、多くの会議でメンバーが重複します。日頃の会議できあがった顔の見える関係のおかげで、益田圏域の精神科医療はかなり風通しが良いです。また地域の支援者の奮闘により、相談が水際で処理されて精神科受診に至らずに済んでいるこ

とも実感します。この人たちがいなければ、精神科の患者数はもっと膨れ上がり、医療機関の外来はパンクしてしまうだろうと思います。精神保健に関しては、予防や早期治療に粘り強く力を入れる必要があります。重症ケースだけを治療していれば、入院期間が長くなり、新たな患者の治療が遅れ、その患者が重症化するという負のスパイラルが生じます。予防あるいは早期治療を推進し、全般的な軽症化を図り、クリニックでの診療を含めた外来治療・地域での支援を充実させれば、結果的に国の医療費は安く済みます。厚生労働省も精神科の患者を増やして欲しいとは思っていないでしょう。未然に防げるものは防いでほしいと考えるはずです。精神科医に回る手前で、地域の支援者が担っている相談支援がもっと強化されれば、地域住民のメンタルヘルスはもっと充実するはずです。工夫して一歩先の予防的な取り組みをするべきだと思います。

■ 支援者のサバイバル

そのように地域支援を充実させていくと、地域の支援者の心身の負担は増えます。僕は地域の支援者が心労で潰れないかと気が気でありません。精神科医はもっと地域に出て、地域の支援者と一緒に未受診ケースについて一緒に考えないといけないと思います。院内で行っているケース検討会は、スタッフ同士の日頃の心理的ストレスを緩和する作用があります。僕はそのような院内カンファレンスの手法を地域でも適用しようと考え、未受診ケースの検討会

(個人情報伏せて一般化して検討する形式)を提案しました。そうして益田市自死総合対策ネットワーク会議のメンバーが集まり、心配なケースについて語り合うようになりました。地域の支援者は実に多様で豊かな相談業務をしています。個々の支援者は「本当にこれでいいのだろうか」と悩みを一人で抱え込み、孤独に陥りがちです。このケース検討会で「それでいいんだよ」と後押しされると、支援者は自分の支援に自信を持てるようになります。いろいろなアイデアが出るので、支援者の視野が広がり、結果としてケースが好転することもあります。

ケース検討会を通して支援者同士が不安を分かち合い支え合えば、結果的に地域全体の支援力は上がります。精神症状＝精神科受診と安易に考えなくなり、医療外で解決できるケースも増えるので、医療費削減につながります。万が一受診になるケースがあっても、支援者からの申し送りもスムーズで事情も把握しやすくなります。

■ 益田工房のデザイン力

2011年の第4回萩・石見空港マラソンのデザインを見たときに、「あら、気合い入ってるな。ついに本格的に東京のデザイン会社に発注したのかな」と思って調べたら益田で起業したてほやほやの益田工房でした。「こりゃ、この人たちのデザイン力を活かせば、いい仕事がいっぱいできるんじゃないかな」と益田の未来にほのかな希望を覚えました。益田工房のクリエイティブ・ディレクターの洪さんやデザイナーの桑原さんと雑談まじりのミーティングをしていると、彼らは地元出身のデザイン集団ですので、「デザインを通して益田をよくしていきたい」という強い意気込みが伝わってきます。医

療や行政に足りないデザインの手法も持っています。彼らの力を借りることは、医療や行政に足りない部分を補うことであり、地元の企業の仕事を作ることであります。益田でデザイン会社が自立できれば、波及効果で別のクリエイティブ集団が益田に移住する可能性もあります。実際彼らのデザインを見て移住を決断した人もいます。リモートで都会と同様の仕事ができる業種にターゲットを絞れば、もっとインターン者を呼び込めるかもしれません。そういう意味で、医療や行政が地元のデザイン会社と積極的にコラボすることは、まわりまわって人口増加に寄与するかもしれません。僕はこういう取組を通して、行政と民間が手を組んでいくことが必要だと考えました。だからハートメガフォンのあらゆるプロダクトは益田工房のデザインを通して発信していくというルールを作りました。

■ デザインという武器

僕はデザインの専門家ではありませんが、デザインという手法は、言葉で説明しにくい、あるいは説明すると野暮ったくなるコンセプトを、色や形あるいは質感などを用いて総合的に表現するものと考えています。有名な例としては1964年東京オリンピックの際に勝見勝を委員長としたデザイン専門委員会が作成したピクトグラム(「絵文字」とか「絵単語」とも呼ばれます)があります。初めてのアジアでのオリンピック開催であったため、強く危惧されていた言語の障壁を解決し、競技種目を視覚的に表現し言語の制約を受けずに直観的な伝達を可能にしました。これを機にピクトグラムは国際的に使用されるようになりました。ちなみに有名な非常口サイン(人が避難している緑色のマーク)も日本人デザイナーが作ったものです。ピ

クトグラムの示した贅肉の削ぎ落とし方、本質の残し方に見るように、「引き算」はデザインの重要な要素です。



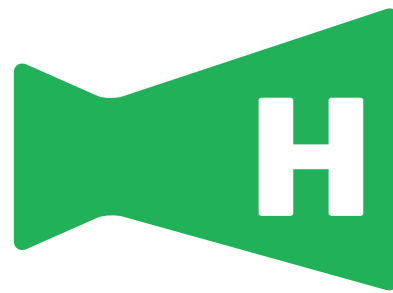
もう一つデザインの要素を数学的な美になぞらえると、因数分解 factorization が極めてデザイン的です。因数分解はある対象をより基本的な構成要素(つまり因数 factor)に分解することです。これにより数式は単純な因数の積で示されることになります。これと同様にデザインも、ある対象が内包している共通項(因数)を見出し、それを引っ張り出して、括り上げます。iMac、iPod、iTunes、iPhone、iPad に共通するのは、アップル社の製品ということで、現代では「i」がつけばアップル社の製品と認識できます。しかし、「i」自体にどんな意味があるのか知る人はほとんどいません。iMac の発売当初、Internet、Individual、Instruct、Inform、Inspire の 5 単語が提示されたそうで、この場合の「i」はアップル社の製品を一括りにする優れたデザインの機能を果たしています。人工多能性幹細胞 Induced Pluripotent Stem cells を単純に略せば IPS 細胞ですが、これを iPS 細胞としたのもデザイン思考だと思います。IPS 細胞だただの学術用語にとどまっていたのではないのでしょうか？それでは一般の人をひきつける力がありません。それほど「i」という一文字には強力な力が宿っています。それがデザインの力だと思います。

■ ハートメガフォンの誕生

地域でケース検討会などの取組をしていると、おのずとメンバーの結束力は高まります。そこで、「ソーシャル・デザイン的な手法で何か楽しいことはできないだろうか」と考えるようになりました。2012年の春に僕がそう提案すると、ノリのいい益田市健康増進課のスタッフが理解を示してくれました。それから僕、益田市健康増進課、益田保健所、益田工房の 4 者でミーティングを重ねました。僕と益田工房との 2 者ミーティングは更に多く、益田工房の事務所で細かいデザイン戦略を話したり、僕からメンタルヘルス対策の現状や精神医学の基礎知識の説明もしました。皆でいろいろな計画(夢と言ってもいいかもしれません)を語り合いました。そのようにして始まったのがハートメガフォン・プロジェクトということになります。

そして、いろいろ議論を重ねた結果、ひとまずシンボルマークを作り、地域の支援者がそれを胸につけて活動することにしました。実は最初はマスコット・キャラクター(いわゆる「ゆるキャラ」)を考えていたのですが、益田工房から「ゆるキャラは寿命が短い。シニア層には受け入れられない」という意見が出て却下になりました。

益田工房から提案されたハートメガフォンのデザインはシンプルで、飽きの来ないものでした。益田工房の説明では、一方の出発点がハートマークで、もう一つの出発点が HEART の頭文字の H で、それが変形してメガフォンの形になったそうです。H の文字はアップル社の「i」と同じくいろいろな言葉を投影することができます。HAPPY、HOPE、HELP、HEALING、HARMONY、HOME、HUMAN、HEALTH などです。暖色は飽きられやすいということで、緑色が選ばれました。



HEART MEGAPHONE



MASUDAKOHBOH Inc.

■ ハートメガフォンの浸透

2013年には、市内の支援者がハートメガフォンを付けて活動を始めました。僕も白衣の胸に付けて診療をしています。患者さんからは「何ですか？」と聞かれたことはありません。事情を知らない関係者に「何それ？」と聞かれて、「益田市のネットワークのシンボルマークです」と答えたことはありました。「いいなあ、それどこでもらえるの？」と聞かれたこともあります。「いやあ、これは益田市からの借り物で、僕がネットワークのメンバーなので付けてるんです」と答えました。「いいなあ、どうやってメンバーになるの？」とも言われました。

デザインのインパクトとしては、チラリと視界には入って「何だろう」と思いつつ、敢えて聞くまではいかない水準にとどまっていた。こういう反応はデザインの勝利だと思います。さすがプロの仕事です。視野に入り→「何あ

れ？」と思い→しかし敢えて調べることはない→しばらくするとマークの意味がそれとなく分かるというのが優れたデザインの証明だろうと思います。

とにかくこのような経緯でハートメガフォンは世に出ました。当時の益田市役所の次長から「ハートメガフォンは大切に育てていきたい」という言葉をいただきました。それを付けているだけで何となく楽しい気分になり、支援者間の連帯感も更に増しました。原価からすると絶大な効果だろうと思います。

その後、ポロシャツやジャケットなども作るようになり、地域の支援者が着るようになったので、所属や職域を越えたユニフォームのようになっています。これを扱うショップはないので、就労継続支援B型事業所(B型作業所)が販売し、少しだけ工賃をいただいています。事業所の利用者も着ています。



■ ハートメガフォンが益田市から外に出る

2012年頃は全国的に自死者数が多い時期だったので、国も県も市も自死対策に力を入れていました。2012年から2013年にかけて、益田保健所がうつ病に関するリーフレットとポスターを作りました。同時期に益田圏域の認知症診療のパンフレットも作りました。僕と益田工房が全面的に関与しましたが、当時はハートメガフォンは誕生直後で方向性が定まっていなかったもので、それらの企画にハートメガフォンを絡ませることはできませんでした。

2013年から2015年にかけて、益田市健康増進課がポストカード、ブルゾン、クリアファイル、マグネットなどのハートメガフォン・グッズを企画・製作しました。出来上がったブルゾンを着て、自死防止月間の街頭キャンペーンに参加したこともあります。クリアファイルもいただきました。

この期間、僕は一人で黙々とアイデアを考えては、「これも駄目だなあ」とボツにすることを繰り返し、時にはアイデアの段階で益田工房の2人に話したりしていましたが、ハートメガフォン・プロジェクトをグッズ製作から一步進んだソーシャル・デザインに昇華させられないまま経過しました。

2014年の春に益田保健所から、かかりつけ医と精神科医の連携を推進する取組の打診がありました。益田圏域のメンタルヘルス関連の取組をハートメガフォンでつなげば、デザイン性も高く一貫性が出て効果的だと思いました。益田工房も自分たちのデザインが地域にあふれることを望んでいます。この企画は益田市を越えて圏域をまたぐので、益田市に使用許可を打診したら、二つ返事でOKが出ました。そのような経緯で、ハートメガフォンを鹿足郡にも広めることになりました。鹿足郡の職員からまず聞

いたのは「じゃあ、私たちもあれをもらえるんですか？」という声でした。知らず知らずのうちにそこまでハートメガフォンが浸透していて嬉しく思いました。この企画で「ハートメガフォンは益田圏域のこころの健康のシンボルマークです」ということを広めておけば、次のメンタルヘルス関連の取組で企画を進めやすくなります。これはすなわち行政の経費削減につながります。

最初の益田保健所案は、(当時は圏域の精神科医療機関が松ヶ丘病院だけだったので)圏域共通の松ヶ丘病院用の紹介状を作るというものでした。これは、かかりつけ医の手間を増やすので僕が却下しました。ソーシャル・デザインの本質的な役目は「引き算」で、かかりつけ医の負担を減らすことです。企画によりかかりつけ医の業務が増えると、地域医療の足をひっぱるし、デザインを導入した意味も損ないます。これでは本末転倒なので絶対に避けるべきだと思いました。デザインの力に求めるのは、かかりつけ医の手間を省き、住民のメンタルヘルスを向上し、益田保健所の意図を実現し、関わる人の楽しみが増え、デザイン会社に仕事が回り、ハートメガフォンを住民に周知することです。

最終的には名刺サイズの受診案内カードを作りました。①名刺を作る程度の低予算でデザイン性の高いカードが作れる。②受診案内を示したA4サイズの紙を渡しても、患者さんは紛失してしまう。③精神科受診を勧められてから、受診を決断するまでタイムラグがある可能性がある。そんな理由から財布に携帯できるサイズにしました。かかりつけ医には、「もし松ヶ丘病院を受診されるのなら、電話番号を書いたカードがあるよ」と手渡して欲しいと頼みました。カードの内容は、①受診時間・曜日、②予約なしでも可、③家族のみの相談も可という3点

に絞りました。「いつかは受診するかも」「いつでも受診できる」と思ってカードを持っておくだけでも、ある程度の予防になると考えました。文章で自死防止を呼び掛けるメッセージを入れるのは危険と考えました。言葉の内容を否定的にとらえ、こちらが意図しない解釈をされる危険性があります。



■ ハートメガフォンの展開

僕は2010年から毎年9月の自死防止月間に広報ますだに文章を書いていたので、2014年は「ひとまず Hitomazu ほどよく Hodoyoku ひといき Hitoiki」という題にして、それぞれHの頭文字で統一しました。その流れで益田市と鹿足郡のケーブルテレビ用の画面にも「ひとまず ほどよく ひといき」を使いました。



象徴的なエピソードがあります。益田市健康増進課が心の健康対策としてハートメガフォンのポストイット(付箋)を学校でこども達に配布したことがありました。当院の女性職員がハートメガフォンのポロシャツを着ていたら、その職員の娘さんが「あ、ハートメガフォンだ」と気付いたそうです。こども達はハートメガフォンの出自のことはさほど頭にないと思われます。学校でポストイットをもらって嬉しい → ハートメガフォンかわいい → 母のポロシャツにハートメガフォンが付いている → 娘「ええ～、なんで～、ハートメガフォン知ってるの？」 → 母「それはね。実はね……」、という流れで母子の会話、世代間のつながりを形で誘導するのがデザインの効用です。これはデザインの強さがないとできません。いつか、こども達がハートメガフォンの源流をたどって、メンタルヘルスや命の大切さ、あるいは自分自身やそばにいる誰かを大切にすることについて考えてくれるかもしれません。



■ ハートメガフォンと「にも包括」

2017年(平成29年度)に厚生労働省が「精神障害にも対応した地域包括ケアシステム(にも包括)」の構築推進・支援事業というのを始めました。これを説明し始めると別のPDFファイルを用意しないといけないので、詳細は省略します。

益田市は2018年から2020年まで島根県のパイロット事業を受任しました。

2019年11月にはこの事業の指導的立場である国立精神・神経医療研究センターの藤井千代先生が益田市に視察にいらっしゃり、益田市の「にも包括」を高く評価していただきました。2020年1月には、僕が上京して厚生労働省の研修会で益田市の取組を発表しました。それがちょうど日本で最初のコロナ患者が出た頃で、そこから長い長いコロナ禍が始まり、せっかく対面でお会いした人達と再会する機会もなくなってしまいました。

といっても地域精神科医療～「にも包括」活動は絶えず動いていますから、コロナ禍中も僕は自分の「にも包括」活動を「ハートメガフォン通信」と名付けて知り合いに配信していました。これは2019年10月から2024年12月まで93回配信しました。それまで約4年間「にも包括」の協議の場を手弁当で続けていたのですが、自立支援協議会で協議してもらえることになったので、それを機に「ハートメガフォン通信」は廃刊し、2025年から季刊「ハートメガフォン日和」に移行させました。

2023年4月に僕は厚生労働省の「にも包括」構築支援事業の総務委員・広域アドバイザーを拝命し、全国的に知り合いが増えました。構築支援事業の委員長の岩上洋一さんが代表をしている全国地域で暮らそうネットワーク(チイクラ)のフォーラムにも登壇するようになった

ので、知り合った人達に「ハートメガフォン通信」を配信するようになりました。配信先にも特にハートメガフォンとは何かを説明していないのですが、少なくともハートメガフォンのデザインだけは全国に流布しています。

■ 数々のボツ案

1. ハートメガフォン・ツリー



以前から、未受診の人が手にとって、受診したらその数が計測できるようなカードを作れないだろうかと考えていました。ハートメガフォン・シール付きカードを作り、木の枝を描いたボードを病院の入口に用意して、受診したらハートメガフォン・シールを葉っぱに見立てて貼っていけば、未受診だった人が病院につながるごとに葉っぱが増えていき、最終的には大きな木が描けるという企画を考えました。しかし、シール付きカードにお金がかかるし、企画自体がややこしく説明が煩雑になるのでボツにしました。

2. 支援者がつながる名刺

精神科医療では、治療中の患者を登録して24時間体制で危機介入する方法はありますが、僕は患者を登録しなくてもいいシステムを考え

ました。簡単です。支援者の方を登録すればいいのです。支援者が所属を越えてハートメガフォン入りの共通の名刺を作るのでしょうか。名刺に共通項目としてハートメガフォン、所属、専門、できることを記載するのです。例えば「益田保健所、保健師、訪問や保健相談にのります」とか「松ヶ丘病院、精神科医、精神科の治療をします」とか記載し、相談を受けた際に相手に渡します。それをポケモンカードのように集めてもらえば、相談者それぞれの最強の支援者集団を持つことができます。初めて会った支援者は患者のカードコレクションを見せてもらい、「あ、保健所の〇〇さんとハローワークの△△さんと知り合いなのね。じゃあ、今度3人で話してみますね」と相談者から連携の許可をとります。一部の警戒感を示す人を除いて相談者は概ねそういう連携に好意的です。会う人会う人にいちいち自分の状態を説明しなくていいからです。これは相談者を媒介者にして支援者の輪を広げていく試みです。しかし、誰がその名刺代を払うのか、自分の所属の名刺とハートメガフォンの名刺の2種類を持ち歩くのか、支援者が異動したらどうするのかというハードルがあり、ボツにしました。ハートメガフォンと絡ませることはできませんでしたが、こちらは認知症疾患医療センターの企画で実現しています。

3. ハートメガフォン・ベンチ

益田市内のところがホッとする場所にハートメガフォンのシールを貼るのもいいですね。ところがホッとする場所の認定マークです。高齢者が腰かけて休むための緑のハートメガフォン・ベンチを誰か作ってくれないかなあと 생각합니다。介護保険サービスの対象でない高齢者の簡易サロンが必要なのです。ベンチを作ら

なくても、今あるベンチにハートメガフォン・シールを貼るだけでも成立します。ベンチを作るよりも予算は少なくて済みます。

■ デザインはブリコラージュ

ハートメガフォンが定着すれば、安くいろいろなことができます。医療・福祉施策に一貫性をもたらし、長い目でみると随分とエネルギーと経費の浪費を抑えることができます。イメージが定着すれば、一つひとつの企画を一から立ち上げなくても、ハートメガフォンと絡めて継続性、持続性のある取組を考えることができます。益田工房には「一つひとつは儲けにならないけど、必ずロングセラーにするから」と言って無理な注文を引き受けてもらっています。

僕のこどもの頃は潤沢な遊びの資金なんてなかったので、なければ作るか別のもので代用するしかありませんでした。本来の使用目的ではない使い方もしょっちゅうでした。これはレヴィ＝ストロースの言うブリコラージュというものです。とにかく金をかけず、工夫して何かを生み出すしかありませんでした。田舎には人も金も物もインフラも不足していますが、だからこそ工夫する楽しみがあります。

社会的課題の解決法というのは、僕たちがこどもの頃に必死に頭をひねって楽しく遊ぼうとしていた姿勢と同じです。その遊びの延長がデザインだろうと思います。うまく官民一体となって社会的課題を解決すれば、ハートメガフォン・プロジェクトはすばらしいソーシャル・デザインになると思います。

完璧が達せられるのは、付け加えるものが何もなくなった時ではなく、削るものが何もなくなった時である。

(サン・テグジュペリ)