

社会福祉法人への ブランディング提案



2023-06

SEKIYA合同会社 代表：小浜吉記



ブランディングの定義

- ▶ 皆さんにとって、ブランディングとは？

- ▶ ブランディングを定義することとは？



$$F: I \rightarrow \mathbb{R}, x \mapsto \int_a^x f(t) dt$$
$$\int_a^b f(x) dx = F(b) - F(a)$$

なぜブランディング
が必要と思われるの
ですか？

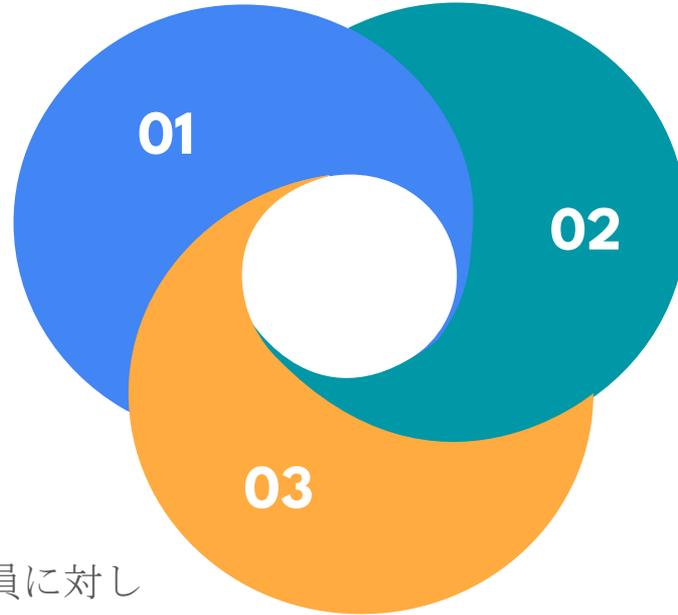


ブランディングの目的は？



ブランドはどのように醸成されるか

① 皆が辿り着いた
コンセプトと
ストーリーの共有



② コンセプトに沿った
思考・発言・行動・雰囲気
作りの実行と統一感

③ 顧客、地域、従業員に対し
その期待値を裏切らない
品質の維持・向上

自分達の福祉施設は どういうところですか？

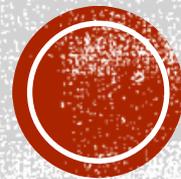
- 見解は、居住者、従業員、およびコミュニティによって異なる場合があります。 今までの歴史を振り返りつつ未来へ向かうストーリー
- 物理的なインフラストラクチャと居住者の全体的なエクスペリエンスを網羅する主観的な概念



ステークホルダー（それぞれの立場）
にどうあって欲しいところ？



入居者のジャーニーマップを
描いて見ましょう。



福祉法人としてのビジョンの共有

- ▶ 福祉法人の理念・価値観を再確認し、ステークホルダーと共有する。
- ▶ 入居者のご家族や地域コミュニティの期待を考慮し、共感を醸成するための取り組みを行う。



コンセプト開発

- ▶ コンセプトとは、法人のビジョンを土台にして導き出された価値の根幹
(高次元のコンセプトでは全員合意が理想)

- ▶ 機能するコンセプトは、以下の4要素：
 - 「顧客視点」
 - 「独自性」
 - 「展開余地」
 - 「シンプル」



コンセプトづくりに役立つ5つの語法

1. 変革話法
2. メタファー法
3. 反転法
4. スライド法
5. 矛盾語法

出典：細田高広氏プレゼン資料より





大局から細部までのデザインへ反映

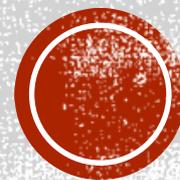
- 全体的な調和、各空間、場面、日々の生活や仕事が愉しくなる仕掛け、周辺地域との接点、のデザイン
- 選択したコンセプトを反映したさまざまなデザインの実装



コンセプトの事前説明と ステークホルダーの合意



コンセプトに基づく行動基準と ルールの改訂



コンセプトの実装と メディア戦略



コンセプト定着までの 経営指標

- ブランディングの取り組みの成功を測定するための主要業績評価指標(KPI)の確立
- 望ましい結果が達成されるまでプロセスを管理し、適応させていく

ステークホルダーからの フィードバック

- ソーシャルメディアとコミュニティエンゲージメントを使用してフィードバックを収集する
- ステークホルダーの声や意見を尊重し、素早く改善のサイクルを廻す



心の笑顔



人として生まれ、人として逝く

- 一人ひとり死生観は異なる。
個々人として尊厳のある生活空間を愉しんで頂く
- 入居者の言動や反応の有無に拠らず、心を通わせながら相互に幸福感を大切にする



1日目 - 10日目

- * プロジェクトチームの編成と役割分担
- * プロジェクトの目的・スコープの確定
- * ブランディングの定義確認とステークホルダーとの初回ミーティングのスケジュール調整

11日目 - 20日目

- * 社内調査と従業員のインタビュー
- * 入居者のご家族へのアンケート実施
- * 地域コミュニティとのフォーカスグループディスカッションの計画と実施

21日目 - 30日目

- * 社内・外部調査の分析と結果報告書の作成
- * ステークホルダーとのブランディングの方向性に関するワークショップの実施

31日目 - 40日目

- * ブランディングの方向性を踏まえた福祉法人のビジョン策定
- * 施設運営のコンセプト作りのためのブレインストーミングセッションの実施

41日目 - 50日目

- * コンセプトに基づく行動基準やルールの検討・策定
- * メディア戦略の検討と戦略立案



51日目 - 60日目

- * メディア戦略の実行と広報物の制作開始
- * ステークホルダーとの合意形成のためのミーティングの実施

61日目 - 70日目

- * 実施状況のKPIの設定とモニタリング方法の確定
- * メディア戦略の評価と調整

71日目 - 80日目

- * 実施状況のKPIのモニタリングと評価開始
- * ステークホルダーとの協議を通じたブランディング戦略の改善

81日目 - 90日目

- * 実施状況のKPIの評価と戦略の修正
- * ブランディング戦略の中間レビューと課題の洗い出し

91日目 - 100日目

- * 最終成果物のまとめとプレゼンテーション資料の作成
- * ブランディング戦略の最終レビューと最終的な改善策の確定
- * 最終プレゼンテーションと関係者への成果報告



一緒に創り上げましょう！
ありがとうございます😊

SEKIYA 合同会社

