

演 題	未来志向の運営を目指して
副 題	ブランディングの鍵となる革新的なプロジェクト

フリガナ	ナック ユムラ
施 設 名	NAC 湯村
フリガナ	シエンソウダンイン ナイトウカツヒロ
発表者(職名・氏名)	支援相談員 内藤克博
フリガナ	イチドウ
共同研究者	プロジェクトメンバー一同

【はじめに】

新型コロナウイルスが5類に移行した後、介護業界は利用者に対するサービスの回復が依然として難航し、今なお厳しい課題に直面している。この状況を踏まえ、利用者が満足できるサービスを提供するためには「経営戦略」が不可欠であり、選ばれる施設として存在するための「ブランディング」が重要な要素となる。

介護業界におけるブランディングとは、他とは異なる価値や個性を築き上げ、利用者にとって魅力的で信頼性のある存在として認識されるプロセスを指す。つまり、自施設に魅力や強みを持ち、信頼性と認知度を高めることで他施設との差別化を図ることである。

そこで今回は、当施設のブランディング戦略として2023年度に動き出したプロジェクトの体制づくりの経過について報告する。

【取り組み内容】

当施設のビジョンである「地域にも貢献できる選ばれる施設」を実現するため、新たなプロジェクトの展開を始めた。具体的には4つのプロジェクトチームを設置し、それぞれの専門性とアイデアを最大限に生かし、高品質なサービスを提供する取り組みを進めている。

《各チームの主な役割》

■SDGs チーム

持続可能な社会の実現に向け、介護人材の育成や職場環境改善、省エネルギー対策などを推進。これにより社会に貢献する一翼を担いつつ、施設内外でも持続可能な取り組みを推進していく。

■SNS チーム

情報発信やコミュニケーションの強化を図り、サービスの信頼性と透明性を高めている。これにより施設の価値と個性を効果的に伝え、利用者や家族、地域との絆を深めている。

■CS チーム

顧客の評価や要望を把握してケアの質の向上を図り、満足度の高いサービスを提供する。こうしたアプローチにより、事業戦略の立案にも繋げていく。

■オリジナルロゴマークチーム

施設の個性とオリジナリティを表現するため、ロゴマーク

の作成を進め、イメージ戦略に繋げる取り組みを行う。これにより、施設の特徴を視覚的に伝え、ブランド力をより強固なものにしていく。

【体制作りの概要】

1. 役職者を中心としたチーム編成
専門性や経験を活かしながら多様なアイデアを結集しており、プロジェクトの品質が向上している。
2. 実現可能な年度計画を策定
綿密な計画の策定は、プロジェクトの進行を可視化し、チームの方向性を示してくれる。
3. 定期的なミーティング・情報ツールの活用
プロジェクトの進捗状況を確認しながらチーム全体で課題を見つけたり、アイデアを出し合ったり、円滑なコミュニケーションが確保できている。また、ナレッジ共有やタスク管理、ファイル共有など業務効率化が図れている。
4. 全体レクチャー開催
プロジェクトの目的と意義を共有する機会を提供し、組織全体が一体となって取り組む環境を整えた。

【経過とまとめ】

2023年度の事業計画と体制づくりは、当施設に前例のない変革をもたらし、ビジョンの実現に向けて新たな展望を広げる大きな一歩となった。

現在、各プロジェクトチームはそれぞれの役割を果たしつつ、今後の成果に期待を寄せている。

SDGs チームは、数ある目標の中から先ず「ペーパーレス・電子化」と「省エネ・節電」に焦点を当て、スタッフに啓発している。SNS チームは、7月に Facebook と Instagram を開設し、効果的な情報を発信。当施設への関心を喚起している。CS チームは、満足度調査の結果を踏まえ、当施設の強みである温泉入浴“足湯”の活用を推進している。オリジナルロゴマークチームは、ロゴマークの最終選考を終え、次の段階として用途の検討を進めている。

まだ始まったばかりの新規プロジェクトだが、実行と評価、修正を繰り返しながら、持続可能な運営と地域社会への貢献を推し進め、選ばれる施設となれるようチーム一丸となって邁進していきたい。

