

# オールしまね社協ブランディング検討会報告書

## ～「オールしまね社協ブランド」の構築について～

令和4年3月

社会福祉法人 島根県社会福祉協議会  
島根県社会福祉協議会地域福祉推進委員会

人・そだて 人・ともに 人・くらす わが<sup>ま</sup>ち<sup>ち</sup>島根づくり

# はじめに

今日、県内の社協の多くは人口減少に加え生活様式の変化、自治会未加入世帯の増加等により、自主財源である会費や寄付金の減少、あるいは職員確保の難しさなど、多くの困難に直面されていらっしゃるかと存じます。

このことは社協がどのような活動をしているのか、またその重要性を住民に理解してもらう取組が不足していることがひとつの要因であると考えます。

また、NPO やボランティア団体等の活動は、社協の活動範囲と重なるようになりました。このまま社協が何のアクションもしなければ、社協がそのような団体の中に埋没してしまうおそれもあります。これらを克服するための方策がまさに社協ブランドの構築であり、ブランディングであります。

本報告書では、「オールしまね」というネーミングの元にビジョン・ミッション・行動方針をお示しし、ブランドを確立していくための方向性・手法として「第2次アクションプラン」の各項目を各社協の活動方針・経営方針に味付けしながら、社協内と社協外への働きかけを実践していくこととしています。

また、“しまねらしさを象徴する取組”として、島根県内の各社協が今まで地道に実践してきた「福祉教育」を「しまね」らしさとして捉えました。

ただし、ここでの「福祉教育」とは、単に学校や企業において行っている狭義の福祉教育ではなく、もっと幅広い事業をも「福祉教育」として捉えた広義の「福祉教育」です。

ブランディングにおいては、社協が行っているひとつ一つの事業を福祉教育の視点、あるいは広報戦略として実践することが必要です。

ブランドの構築は、今後の社協の基盤強化や地域福祉の中核組織として必要とされる社協となるため、あるいは生き残っていくために必要な取組であります。県内 20 社協の皆様にご理解いただき、一丸となって取り組んでいただきますようお願い申し上げます。

本検討会発足当初は、社協にとってのブランド・ブランディングとはどういったものなのか、そしてその手法についてもイメージできない状況からのスタートでした。そのような中、7 名の委員による検討や県内社協の皆さんの意見をいただきながら、ここに報告書をまとめることができました。

検討委員の皆様、そしてご協力いただきました県内社協の皆様に改めてお礼を申し上げます。

オールしまね社協ブランディング検討会 座長  
(出雲市社会福祉協議会常務理事)

大森 康正

# 目 次

1. 「オールしまね社協ブランド」の構築に取り組む背景	・・・	1
2. 「オールしまね社協ブランド」構築の目的・方策・効果	・・・	2
3. 県内の 20 社協が共有する「ビジョン」「ミッション」「行動方針」	・・・	3
4. 「オールしまね社協ブランド」構築に向けた展開	・・・	4

## 参考資料

・社協・生活支援活動強化方針 しまね版第 2 次アクションプラン抜粋	・・・	8
・「オールしまね社協ブランド」の構築に関する検討経過	・・・	12
・「オールしまね社協ブランディング検討会」委員等名簿	・・・	14

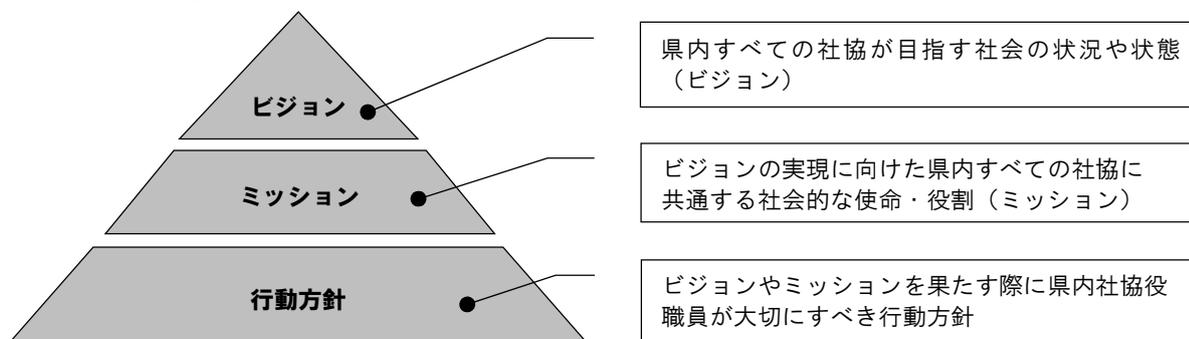
## 1. 「オールしまね社協ブランド」の構築に取り組む背景

- 本県においては、人口減少とともに少子・高齢化の進展や単身・高齢者世帯の増加が続き、また、厳しい経済情勢による雇用や生活不安などを要因とする生活困窮や子どもの貧困、自死、ひきこもりなど地域生活課題は一層深刻・複雑化しています。加えて、頻発する自然災害や新型コロナウイルス感染症の拡大も県民の暮らしに様々な影響を与えています。
- こうした中で、社協は、社会的に孤立し制度の狭間で必要な支援に結びついていない人への支援を進めています。特にコロナ禍においてその役割は大きく、緊急小口資金の貸付けやフードバンク事業等による支援とともに、包括的な相談支援への結び付けなど暮らしを支える取り組みを積極的に展開しています。
- また、近年は県内においても毎年のように災害が発生する中で、被災地の社協が中心となって、地元行政、地域の関係者・団体等との連携・協働のもとに災害ボランティアセンターの設置・運営にあたるなど災害時支援活動も積極的に展開しています。
- 他方、社協を取り巻く状況を見てみると、国が進めている包括的な支援体制整備において必要とされる多機関協働の中核機能の役割を担う組織としては、これまで地域福祉の中核を担ってきた社協のみならず、社会福祉法人やNPO法人など多様な主体がその受け皿となることが想定されており、改めて地域福祉の推進役として社協の果たすべき役割や存在意義がこれまで以上に問われています。
- 同時に、社協はこれまで地域福祉を推進する基礎組織（自治会、町内会、地区社協）を基盤として、住民を主体とした小地域における福祉活動を推進してきましたが、近年、地縁型組織の弱体化やその担い手の高齢化・固定化などにより、その活動の継続や広がりが危惧される地域もみられます。
- その一方で、自身の関心のあるテーマや分野に対してボランティアや寄付等によって関わりを持つとする「新たな縁」が生まれるなど、新たなつながりの形が生まれつつある中で、社協はボランティアセンター機能を活かして、地域づくりの視点からこれらを支え結び付けていくといった取り組みも求められます。
- さらに、今日、国をあげて取り組みが進められる「地域共生社会づくり」に向けては、本人・世帯の属性に関わらず受け止める包括的な相談支援の体制づくりとともに、多機関協働（相談支援機関相互の連携）による支援、自ら支援につながる人が難しい人へのアウトリーチ等を通じた伴走型の支援などが求められており、社協がこの中核として機能を担ううえで、適切な人材の確保とともに、その育成と定着が大変重要となります。
- 以上のことから、社協が社会的価値や認知度を高めることで、県民（住民）をはじめ、福祉事業者、関係機関・団体、行政等関係者からの信頼を深め、地域福祉の中核を担う専門機関としての役割を果たしていくため、県内の全ての社協が連携・協働した社協ブランドの構築が急務と考えられます。

## 2. 「オールしまね社協ブランド」構築の目的・方策・効果

### ○「オールしまね社協ブランド」

「オールしまね社協ブランド」とは、19市町村社協と県社協の県内20社協が共有する「ビジョン」「ミッション」「行動方針」で示されるしまねの社協に共通するあり方をいいます。



### ○「オールしまね社協ブランド」構築の目的

社協の社会的価値や認知度を高めるとともに、住民参加や地域連携の中核を担う地域福祉推進の専門機関としての信頼を深め、その役割を果たすことができるよう「オールしまね社協ブランド」を構築します。

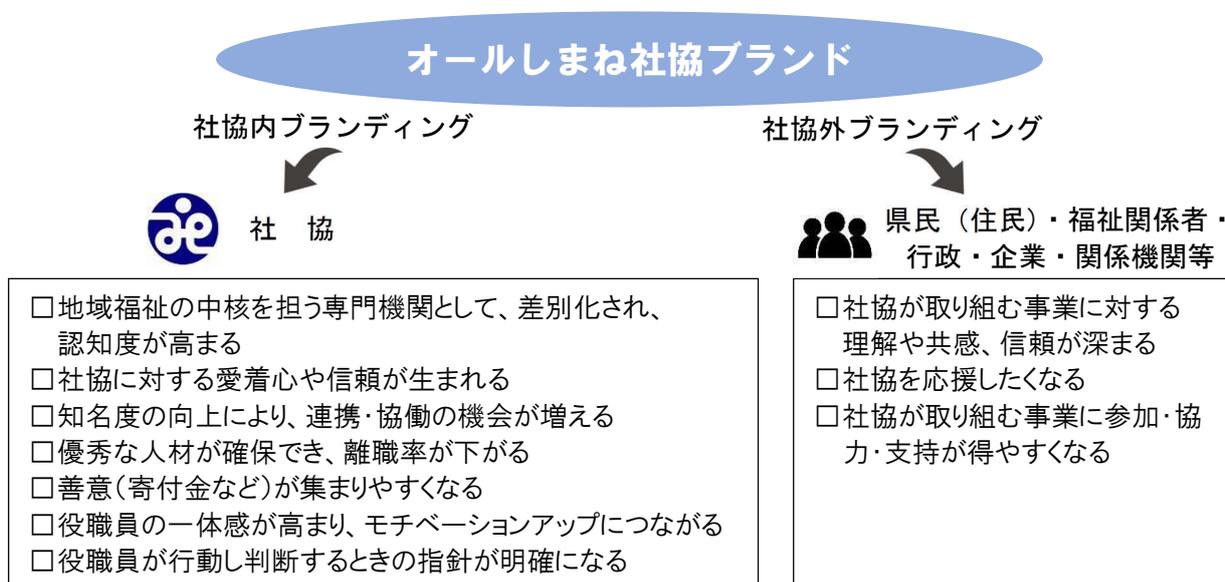
### ○「オールしまね社協ブランド」構築の方策

「オールしまね社協ブランド」構築は、「オールしまね社協ブランド」の社協役職員への浸透（社協内ブランディング）と広く県民をはじめとした関係者への浸透（社協外ブランディング）を両輪として取り組みます。

※本書におけるブランディングとは、「オールしまね社協ブランド」を組織内外へどのように伝え、浸透させるかという「伝え方」を指します。

### ○「オールしまね社協ブランド」構築により期待される効果

「オールしまね社協ブランド」構築により下記の効果が期待されます。



### 3. 県内の 20 社協が共有する「ビジョン」「ミッション」「行動方針」

国では、「支える側」「支えられる側」という従来の関係を超えて、人と人、人と社会がつながり、一人ひとりが生きがいや役割をもち、助け合いながら暮らしていくことができる地域共生社会の実現を掲げ、そのための法整備を含めた様々な取り組みが進められています。

また、国際的には豊かで活力のある未来を創る「持続可能な開発目標 (SDGs)」が提唱され、「誰一人取り残さない持続可能で多様性と包摂性のある社会」の実現に向けた取り組みが進められています。

一方、地域社会の変容とともに地域生活課題の多様化に伴い社協に求められる役割や期待が変化する中、全国社会福祉協議会から社協がめざすべき方向性や方針等が示されています。(下記参照)

また、下記の各種方針等を参考に県内の社協の協議のうえ策定された「社協・生活支援活動強化方針 しまね版第 2 次アクションプラン(平成 30 年 3 月)」(以下、「アクションプラン」という)では、オールしまね社協の取り組みの柱を「住民主体の地域福祉活動の実践」「社協らしい個別支援の実践」「地域福祉を進める人材の育成」「行政とのパートナーシップ」、また行動方針を「つなげる」「受け止める」「挑戦する」と整理しています。

さらに、令和 2 年 3 月に策定された「島根県地域福祉支援計画」では、「誰もが、住みなれた地域で、互いに支え合いながら、安心して、生きがいを持ち、自分らしく暮らしていける地域共生社会の実現」が基本目標とされています。

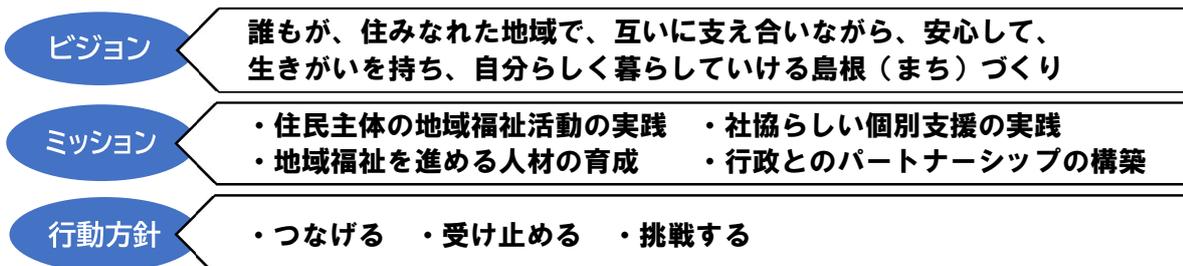
以上のことから、県内の 20 社協が共有する「ビジョン」を“誰もが、住みなれた地域で、互いに支え合いながら、安心して、生きがいを持ち、自分らしく暮らしていける島根(まち)づくり”、“ミッション”を“住民主体の地域福祉活動の実践、社協らしい個別支援の実践、地域福祉を進める人材の育成、行政とのパートナーシップの構築”、“行動方針”を“つなげる、受け止める、挑戦する”とし、「オールしまね社協ブランド」構築の取り組みを進めていきます。

注) この「ビジョン」「ミッション」「行動方針」はオールしまね社協ブランド構築の取り組みをすすめる際に共有するものであり、各市町村社協において掲げる経営理念や運営方針等の変更を求めるものではありません。

#### 【全国社会福祉協議会から示された社協がめざすべき方向性や方針等】

- ・「新・社会福祉協議会基本要項」(平成 4 年 4 月)
- ・「社協職員行動原則」(平成 23 年 5 月)
- ・「社協・生活支援活動強化方針(行動宣言と第 2 次アクションプラン)」(平成 29 年 5 月)
- ・「全社協福祉ビジョン」(令和 2 年 2 月)

#### 【社協の価値＝ビジョン、ミッション、行動方針】



## 4. 「オールしまね社協ブランド」構築に向けた展開

「オールしまね社協ブランド」の構築は、県内 20 社協が共有する『社協の価値(=「ビジョン」「ミッション」「行動方針)』の社協内外への浸透・深化を通じて達成されると考えられます。

その具現化に向けては、「アクションプラン」の着実な実践を通じた社協の基盤強化(社協内ブランディング)と、地域生活課題の解決に向けて社協が実践する様々な取り組みの戦略的な広報(社協外ブランディング)を両輪として進めていきます。

### (1) 社協の基盤強化(社協内ブランディング)

平成 30 年 3 月に県内社協による協議のうえ策定された「アクションプラン」にあるオールしまね社協として確認・実践すべき項目とネクストステップとして示された項目を 19 市町村社協と県社協が協働して取り組むことで基礎体力を高め、基盤強化を図ります。

#### 具体的な取り組み

市町村社協において、役職員が「アクションプラン」についてその意義や内容について共通理解を図り、一丸となって取り組み、実践チェックリストによりその実施状況や課題を確認するなど、その着実な実行を図ります。

県社協は、市町村社協の取り組み状況や達成度等を取りまとめ情報提供するとともに、必要に応じて同プランの見直しを行います。

また、全ての社協役職員が同プランの実践やその意義を常に意識しておく必要があることから、地域福祉推進委員会をはじめ、社協トップセミナー、階層別社協職員研修などあらゆる場面を通じて、繰り返し確認していきます。

### (2) 戦略的な広報(社協外ブランディング)

県内 20 社協が共有する「ビジョン」「ミッション」「行動方針」及びそれらを基盤として実践する様々な取り組みを一体的に発信していくことにより、住民をはじめ福祉関係者、行政、企業、関係機関・団体等に対する浸透を図っていきます。

「ビジョン」「ミッション」「行動方針」に関する情報は、後述する「オールしまね社協ブランディング推進会議(仮称)」(事務局:県社協)において共通のコンテンツを作成し、各社協から発信します。

事業や活動に関する情報発信は、ブランド構築に向けた広報戦略をより効果的に進めるため、『地域共生社会づくり』を強く意識し、この実現に向けてそれぞれ市町村に求められる包括的な支援体制整備の柱である「①相談支援」「②参加支援」「③地域づくりに向けた支援」の3つのカテゴリーに分類し、それぞれの社協が関連する事業や活動を発信していきます。

また、本県においては地域福祉推進の基盤となる「福祉教育」を県と市町村社協の連携のもとに、昭和 52 年の「社会福祉研究指定校事業」から本格的に取り組んできました。

さらに、今日では、その対象を地域に広げ、社会的排除や社会的孤立を背景とした地域生活課題の解決に向けた多様な学びを県内各地で展開していることから、“しまねらしさを象徴する取り組み”として、この「福祉教育」を全ての社協が発信していきます。

なお、この発信にあたっては、例えば生活困窮者支援の一つとして実施されるフードバンク活動への住民の参加といった取り組みなども含めて福祉教育と捉え、幅広い観点からの発信に努めます。

**【事業・活動の情報発信の内容】**

	事業・活動の例
①相談支援	○属性や世代を問わない包括的な相談支援 ○アウトリーチを通じた継続的な支援 ○様々な関係者や組織団体と協働する「連携・協働の場」づくり ○制度の狭間や課題が複合化、複雑化したケースへの対応
②参加支援	○多様な社会参加・就労の支援      ○権利擁護支援 ○住まいの確保のための支援
③地域づくりに 向けた支援	○今日的な地域生活課題を素材とした福祉教育の展開・推進 ※(参考)R3.4 県社協に委員会を設置し「学校と社協が協働した体系的な ふくしの学び」について検討、R5 モデル事業実施予定 ○世代や属性を超えて交流できる場や居場所づくり ○地域生活課題を踏まえた政策提言等のソーシャルアクション ○住民による見守り活動や食事・移送・買い物等の生活支援サービスの推進・支援

※情報発信にあたって、「多機関協働」「アウトリーチ」の視点を重視するとともに、行動方針（「つなげる」「受け止める」「挑戦する」）に基づき事業や活動に取り組んでいることが伝わるように努めます。

**具体的な広報戦略**

**①オールしまね社協ブランド推進員の設置（令和4年4月）**

各社協から1名を推薦により任命（若手職員等）し、オールしまね社協ブランドの構築に係る広報の中心的な役割を担います。

（活動内容）

- ・自社協での取り組みの推進、進捗状況の把握
- ・「オールしまね社協ブランディング推進会議（仮称）」への参画

上記会議（事務局：県社協）を設置し、各社協の取り組み状況の確認や下記②～④等に関する検討を行います。

**②県域・市町村域からの多様な広報ツールを活用した情報発信**

[県社協の取り組み]

- i) 県内社協の取り組みを情報発信するホームページを作成・運用します。（令和4年7月以降随時）
- ii) 県内社協の取り組みを情報発信する「Facebook」「YouTube」「Instagram」などのSNSにおいて公式アカウントを開設・運営します。（令和4年7月以降随時）
- iii) 広報誌「県社協通信」（月1回）や「暖々だより」（年1回）で情報発信します。

[市町村社協の取り組み]

- i) 自社協が実施する事業や活動に関する情報を県社協へ提供します。（随時）
- ii) 自社協が実施する事業や活動について、既存の広報ツール（ホームページ、SNS、広報誌、ケーブルテレビなど）を活用し情報発信します。（随時）

### 【発信する情報について】

- タイトル、団体名、文字数：400 字程度
- 事業や活動の様子がわかる写真
- 事業や活動の内容（記載内容例）
  - ・事業や活動を始めたきっかけや背景
  - ・事業や活動のねらいや思い
  - ・事業や活動の内容（参加者・対象者、場所・対象エリア、時期・時間、連携している団体、工夫した点など）
- 事業や活動の効果（記載内容例）
  - ・実施して「よかったこと」、「難しかったこと」（できるものは数値化）
  - ・関わった団体、人からの反応
  - ・課題やこれからの予定
  - ・県民、市民へのメッセージ

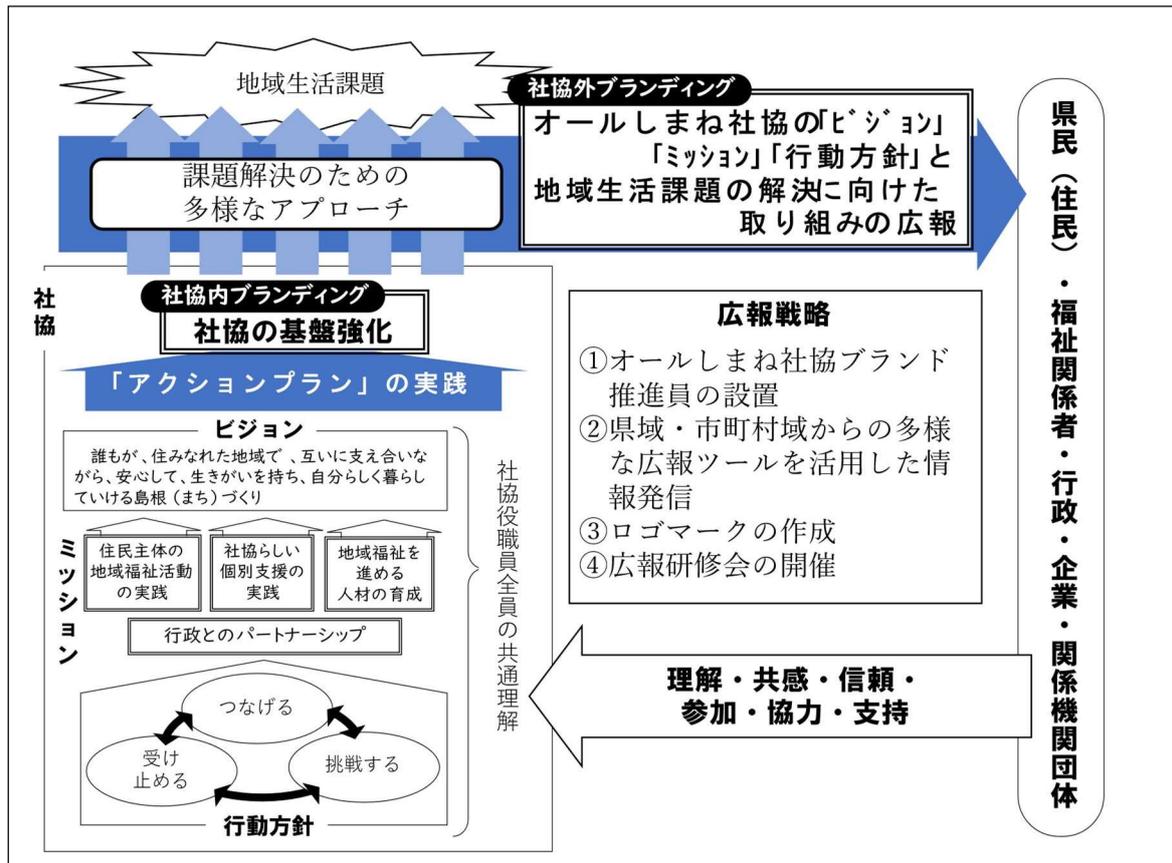
### ③ロゴマークの作成（令和 4 年 7 月）

県社協が、オールしまね社協ブランド推進員等の意見を踏まえながら、「オールしまね社協」のロゴマークを作成し、オールしまね社協で活用します。

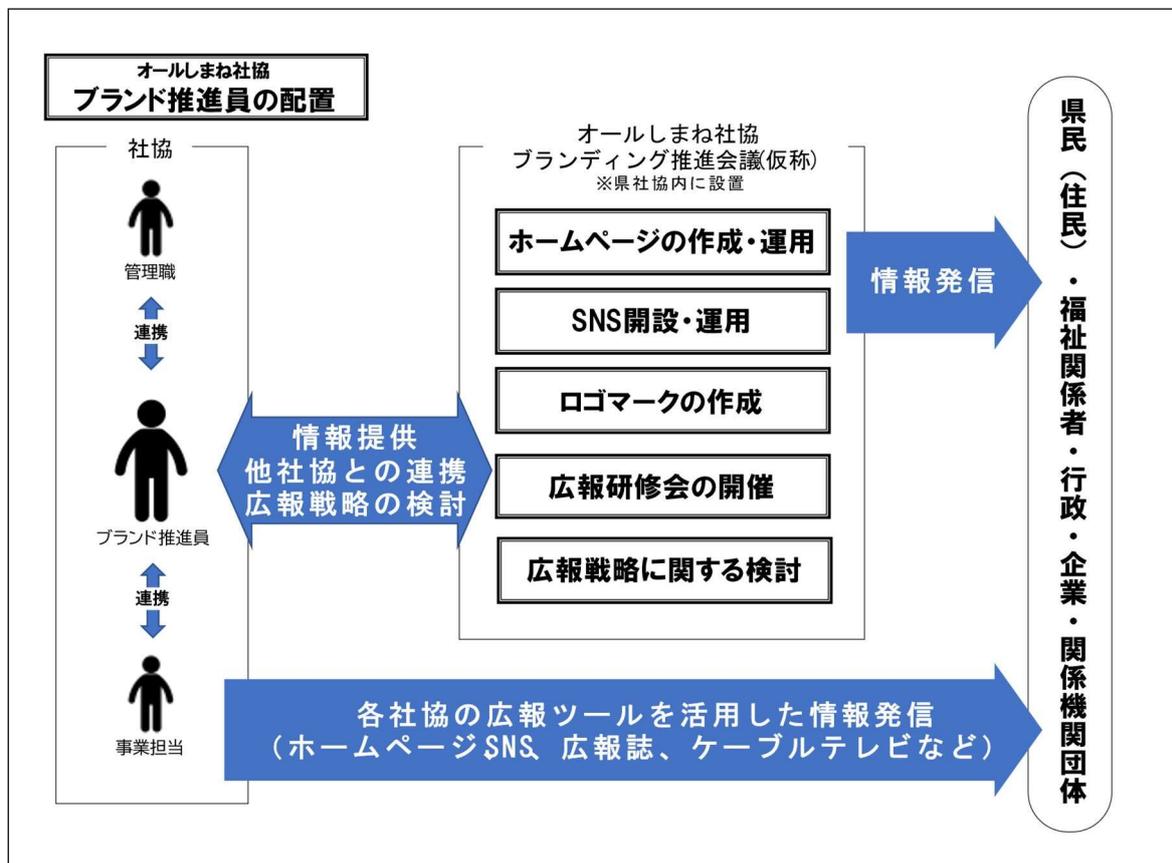
### ④広報研修会の開催（年 1 回）

県社協が、県内社協職員を対象とした広報誌の作成や SNS 活用など広報スキルの向上を目的とした研修会を開催します。

【「オールしまね社協ブランド」構築の展開イメージ】



【広報戦略のイメージ】



# (参考)

社協・生活支援活動強化方針 しまね版第2次アクションプラン（平成30年3月）抜粋

社協・生活支援活動強化方針

## しまね版第2次アクションプラン（概要）

社協・生活支援活動強化方針の柱

あらゆる生活・福祉課題への対応

地域のつながりの再構築

### オールしまね社協としての到達目標

的確な地域アセスメント（地域診断）を行い、関係者と共有しています。

全ての職員がニーズをキャッチし、相談に応じ、支援に結び付けています。

全ての職員が社協の活動原則や行動方針、職員行動原則を理解し、実践しています。

### 到達目標をクリアするための重点実践項目

全ての小地域単位でアセスメントシートを作成します。

- ①基本的な相談援助技術を職場内研修で全職員が学びます。
- ②受けた相談を全体で共有し、適切な支援に結び付けられるような体制を整備します。

社協職員基礎テキスト（仮称）を活用した職場内研修やOJTを組織的・計画的に実施しています

1. 住民主体の地域福祉活動の実践

2. 社協らしい個別支援の実践

3. 地域福祉を進める人材の育成

4. 行政とのパートナーシップ

### オールしまね社協 行動方針

#### つなげる

対象や分野を超えたネットワークの形成を図り、住民主体の地域づくりを進めます。

#### 受け止める

全ての住民の想いを丸ごと受け止め、寄り添い、共に解決に向けて行動します。

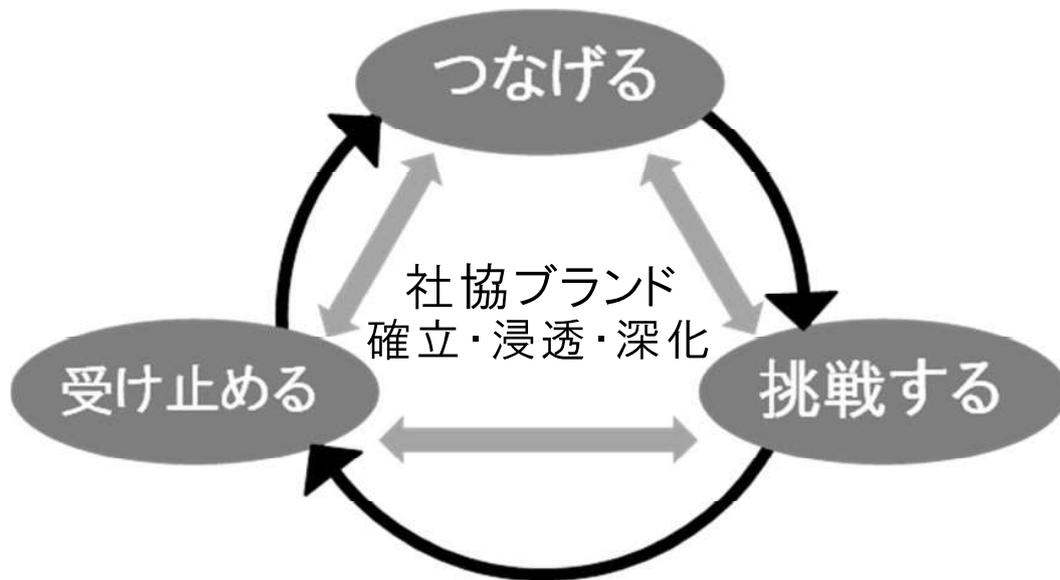
#### 挑戦する

地域の生活・福祉課題に向き合い、その解決に向けて常に挑戦します。

## Ⅲ しまね版第2次アクションプラン

### 1. オールしまね社協 行動方針

#### オールしまね社協 行動方針



#### つなげる (Connect)

対象や分野を超えたネットワークの形成を図り、住民主体の地域づくりを進めます。

#### 受け止める (Catch)

全ての住民の想いを丸ごと受け止め、寄り添い、共に解決に向けて行動します。

#### 挑戦する (Challenge)

地域の生活・福祉課題に向き合い、その解決に向けて常に挑戦します。

○この「行動方針」は、県内全ての社協（オールしまね社協）として共通して取り組んでいくものです。

○この「行動方針」は、全ての社協の組織運営・事業展開上の柱となるものであり、国の政策動向や市町村の状況などに左右されない太く大きな幹になるものです。

○この「行動方針」は、地域の持続・発展のためにオールしまね社協が寄与していこうとする姿勢です。

○「行動方針」のキーワードは「つなげる (Connect)」「受け止める (Catch)」「挑戦する (Challenge)」、3つの「C」です。

○この3つの「行動方針」は、それぞれが独立したものではありません。相互に作用し合いながら、或いは循環しながら住民参加・地域連携の中核機能の確立と、それを担う「社協ブランド (らしさ)」の確立・浸透・深化を図るものです。

## 【つなげる】

### 1. 対象や分野を超えたネットワークの形成を図り、住民主体の地域づくりを進めます。

#### 【ポイント】

- 生活上生じる課題は介護、子育て、障がい、病気等から住まい、就労、家計、教育等様々な分野に及びます。
- これまでの「福祉」という枠を取り払い、多様な分野の人や組織にアプローチし、関係性を構築していくとともに、そうした人や組織同士をつなげていく必要があります。
- 地域振興やまちづくりといった分野の行政や NPO とは、活動が重なる部分も多く、特に密接に連携・協働していく必要があります。
- もちろん地域の重要な社会資源として、社会福祉法人・福祉施設とのネットワーク構築は欠かせません。地域における公益的な取組みの実践に向けて具体的な提案をしていくことは社協の役割であり、地域福祉推進の大きなチャンスです。
- 地域社会の主役は、そこに住む住民です。社協が掲げる「住民主体」の理念は、分野を問わず欠くことのできない理念です。
- 地域福祉の施策化が進み、地域住民やボランティアによる活動が行政施策に組み込まれることになれば、社協にとって更に重要となる理念です。

## 【受け止める】

### 2. 全ての住民の想いを丸ごと受け止め、寄り添い、共に解決に向けて行動します。

#### 【ポイント】

- 住民から頼られ、信頼される社協であるためには、どのような課題であってもまずは全て受け止め、共に解決に向けて歩むという姿勢を明確に表明するとともに、そのための体制を整備する必要があります。
- 当然全ての課題を社協が解決できるわけではありません。大切なのはネットワーク力を駆使したり、住民組織やボランティアグループ等と協議を重ねるなど、社協らしい解決策を模索し、あきらめない姿勢を見せることです。
- 当事者の主体性を最優先として解決に取り組むのは勿論ですが、当事者を「支援される対象者」として捉えるだけでなく、そのエンパワメントに着目し、一人の地域住民としての出番や役割を形成していこうとする視点も必要です。

## 【挑戦する】

### 3. 地域の生活・福祉課題に向き合い、その解決に向けて常に挑戦します。

#### 【ポイント】

- 社協が地域福祉推進の中核団体としてあり続けるためには、制度に基づく支援やサービスに取り組むだけでは十分とは言えません。
- 地域の生活・福祉課題に正面から向き合い、制度や前例に捉われず、地域住民とともに新たな活動やサービスを生み出し、解決を図るためにチャレンジし続けなければなりません。
- そのためには組織として「挑戦すること」を方針として掲げ、挑戦しようとする職員を育成し、その取り組みを支えることが必要です。
- また、地域住民、ボランティア・NPO、施設法人等の地域課題への取り組みを、社協の持つネットワーク力やコーディネート力を駆使して支援したり協働していくことも大切な「挑戦」です。

「オールしまね社協ブランド」の構築に関する検討経過

	期日	地域福祉推進委員会	オールしまね社協ブランディング検討会
令和元年度	9月12日		検討会設置
	11月26日		第1回検討会開催 ・講義「ブランドとはそもそも何か」 モジヨコンサルティング 合同会社 代表 長浜 洋二 氏 ・検討会 (1) 検討会設置目的と検討内容、今後の進め方について (2) 社協ブランドについて(意見交換)
	12月6日		市町村社協に対し「社協ブランド(らしさ)イメージアンケート」の実施
	2月13日		第2回検討会開催 (1) 「社協ブランド」イメージアンケートについて (2) 次年度計画について
	2月	第2回委員会開催 検討会の実施状況について確認(文書審議)	
令和2年度	12月21日		第1回検討会開催 (1) これまでの取組状況について (2) ブランディングの考え方について
	2月5日		第2回検討会開催 (1) ブランディングの考え方について (2) 第2次アクションプランの実践状況について
	3月4日	第2回委員会開催 「オールしまね社協ブランドの構築、浸透・深化」について、検討会の状況やその考え方や進め方等について確認	

	期日	地域福祉推進委員会	オールしまね社協ブランディング検討会
令和3年度	6月21日		第1回検討会開催 (1)「オールしまね社協ブランド」の構築と浸透・深化について
	6月30日	第1回委員会開催 「オールしまね社協ブランドの構築、浸透・深化」について、その考え方や具体的な進め方等について協議	
	7月9日		第2回検討会開催 (1)「オールしまね社協ブランド」の構築と浸透・深化について
	12月14日		第3回検討会開催 (1)「オールしまね社協ブランド」の構築に係る具体的な方策について (2) 今後のスケジュールについて
	1月19日	第2回委員会開催 「オールしまね社協ブランドの構築」について、来年度以降の具体的な取り組みについて協議	
	3月		第4回検討会（書面審議） (1)「『オールしまね社協ブランド』の構築について」最終とりまとめ

## 「オールしまね社協ブランディング検討会」委員等名簿

### ○委員

選出区分	氏名	所属・役職	備考
地域福祉 推進 委員会 委員	大森 康正	出雲市社会福祉協議会 常務理事	座長
	兒島 智和	美郷町社会福祉協議会 事務局長	
	前原 洋子	知夫村社会福祉協議会 事務局長	
市町村 社協 職員	中島 大棋	松江市社会福祉協議会 地域福祉課地域福祉係 主事	
	河野 良平	浜田市社会福祉協議会 三隅支所地域福祉係 係長	
	飯田 啓介	大田市社会福祉協議会 地域福祉課福祉推進係長	

### ○外部委員

氏名	所属・役職	備考
長浜 洋二	モジヨコンサルティング合同会社 代表	