

1.ブランド理念・価値観（社協の「存在意義」「信じる価値」）

使命	誰もが安心して笑顔で暮らす福祉のまち名古屋の実現
理念	・つながりのまん中に ～地域福祉の中核機関として～ ・着実に、しなやかに ～持続的・発展的な社協へ～ ・頼られる存在に ～信頼される存在価値の高い社協へ～
価値観	共生・公平 誠実・あたたかい よりそう・つなぐ・総合力

2. ターゲット(ブランドイメージの現状と目標)

ターゲット	現状(課題)	目標
市民	自身と関係のある各事業、事業所は知っているが、それを社協が運営していることや、社協がこれだけ多岐にわたる事業を展開していることは知らない。	「福祉のことなら社協」 「困ったら社協へ相談」
職員・求職者		「こんなにたくさん仲間(社協職員)がいるんだ」 「社協で働きたい」「社協で働いてよかった」
行政 関係機関		「社協に任せれば安心」「社協にお願いしたい」 「社協となら気持ちよく連携できる、連携したい」

3 差別化

スケール	名古屋市内に100以上の福祉拠点・事業所を運営。 職員数(正職員)は約1000名。福祉のプロ集団(有資格者多数)
中立性	行政ではないが、社会福祉法に位置づけられた「福祉のまちづくり」を進める非営利の“つなぎ役”
実績	法人設立から70年以上の歴史（R3に70周年）
他福祉事業者との違い	個別支援×地域支援の両輪で、「福祉のまちづくり」を進めること 多種多様な事業を運営するからこそその総合力

4 ストーリー ※今後よりブラッシュアップしていく

地域との歩み	推進協(全学区に設置された学区の福祉を進める団体)とともに地域福祉を推進し、40年
支援の裏側	・高齢者の孤立を察知したご近所さんからの相談を受けて ・孤立させない。つながりつづける。～アウトリーチ・伴走支援の展開～
成果や感謝	「ありがとう、相談して本当によかった」という声 「頼りにしているよ」という地域役員からの声

5 ビジュアル 言語トーン（表現方法）

ブランド名	名古屋市社会福祉協議会(名古屋市社協)
ロゴ・タグライン	 <small>ひとに、ひたむきに。</small> 社会福祉法人 名古屋市社会福祉協議会 「ひとに、ひたむきに。」
キャラクター	な～や
カラー	カラフル=12色(優しい、明るいトーン) (多様性の表現、また部署やテーマごとのカラー活用等)
フォント	やさしく読みやすいユニバーサルデザインフォント
デザインイメージ	信頼感と親しみやすさに遊び心を少し
トーン&ボイス	やさしく親しみやすく、それでいて誠実

具体的な広報・ブランディング施策