Plus Heart Action

「信頼・調和・揺らぐことのない愛」をシンボルに
具体的な助け合いのカタチを分かりやすく示し
全ての方が暮らしやすい社会を目指す活動

伯鳳会グループ
HAKUHOKAI GROUP

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

伯鳳会グループは持続可能な開発目標（SDGs）を支援しています

医療だけでは限界がある

私たち医療従事者は、
医療だけでは限界があることを痛感しています。
そう感じているからこそ、常に全力で命と向き合っています。

それでも患者様が病院の外へ一歩出ると、
日常生活を充分にサポートすることができません。
困っていても誰に助けを求めていいかわからない人もいます。

2021年の第204回通常国会において
改正 障害者差別解消法が成立し、民間事業者においても
合理的配慮が法的義務化されます。

障がいを抱える人もそうでない人も、
互いがその人らしさを認め合いながら
共に生きる社会をつくっていくことを目指しています。

MISSION

全ての人が共に支え合える社会環境づくり

シンボル

8月10日の誕生色：

ハイドレンジアブルー

芸術、才能、表現力、豊かな感性

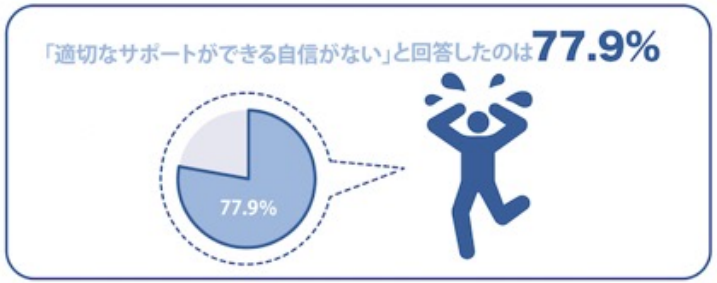
シンプルかつメッセージ性のあるシンボル

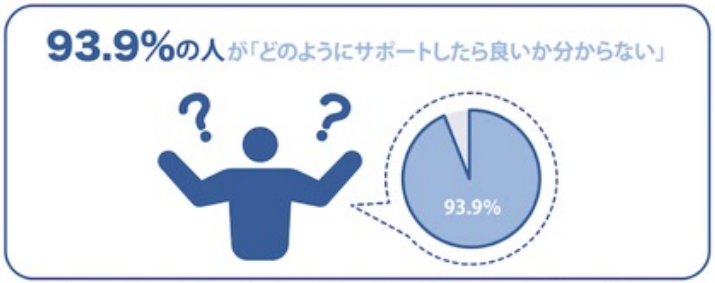
【💙：信頼・調和・揺らぐことのない愛】

＜調査・教育・実践の確立＞

多様な視点・立場から、障がいの有無にかかわらず暮らしやすい社会を実現するために、実態の調査・学習・研究による客観的な分析に基づき、職員及び学生へ指導・教育を行い、自ら実践するとともに社会へ情報を発信します。

「サポートしたい」けど「どうサポートしたら良いか分からない」





調査概要　WEBアンケート調　対象者:全国・男女・20歳から69歳　n数:1000名　期間:2021年7月1日(木)～7月5日(月)

障がい者・福祉に関係するマークには様々。
当事者以外の認知は十分ではなく、
サポートの方法が分からず行動につながりにくい課題があります。

障がいの有無に関わらず全ての人がサポーターであるべきですが、
事実、障がいによって孤立している方が数多くいらっしゃいます。

そして、それはコロナ禍によって大きく加速していることが懸念されます。

※ 浜松市社会福祉協議会 社協だより（2020年6月5日発行号）より引用

2021

サポートの形を示し、気持ちを行動へ

８月１０日は？

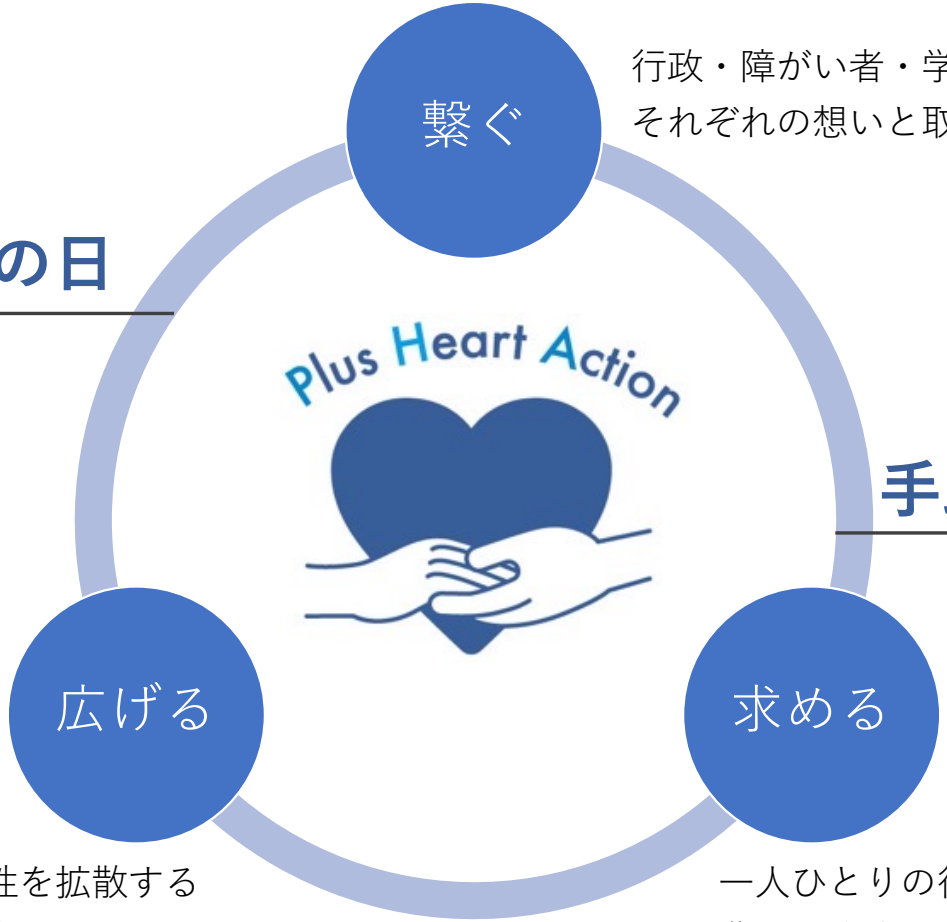
「ハートの日」

伝えましょ、普段言えない
「ごめんね。」とか「ありがとう。」

サポートの形を示し、気持ちを行動へ

8月10日　ハートの日

一挙公開



繋ぐ

行政・障がい者・学生を一堂に、共に学ぶ
それぞれの想いと取り組みを繋ぎ、社会へ発信する

求める

手助けに間違いはない

声をかける、寄り添う
ためらわず１歩前へ

一人ひとりの行動が必要であると、強く訴える
分かりやすいサポートの形を示し、賛同を求める

広げる

障がいの理解とサポートの必要性を拡散する
人からひとへ、共感の輪を拡大させる

サポートの形を示し、気持ちを行動へ

繋ぐ

行政・障がい者・学生を一堂に、共に学ぶ
それぞれの想いと取り組みを繋ぎ、社会へ発信する

障がい者とヘルプマークの今を知ろう
ーあなたのヘルプが大阪変える！編ー

スタディツアー＆セッション実施概要
2021年7月12日（月）

【講師】
大阪府福祉部障がい福祉企画課 権利擁護グループ
大阪市高速電気鉄道株式会社
【参加者】
NPO法人 繊維筋痛症友の会 副理事長
櫻スタートラベル 代表
コープこうべ 地域連携推進室
学生：大阪大学, 大阪府立大学. 大阪市立大学

朝日新聞DIALOG　タイアップページ（テキスト、写真、動画）

bouncy（動画、SNS）

サポートの形を示し、気持ちを行動へ

求める

一人ひとりの行動が必要であると、強く訴える
分かりやすいサポートの形を示し、賛同を求める

「医療だけでは限界がある」
だから、サポートを♥(カタチ)にしませんか？

新宿駅スーパープレミアム 特別広告（ピールオフ形式：マスク 約 500枚）
2021年8月9日～ 7日間 掲出

【リリース】
・8月初旬に各種メディアに事前リリースを展開
・有識者、関係著名人にDMを送付

【新宿スーパープレミアムとは】
東京メトロ新宿駅と新宿三丁目駅を繋ぐ地下通路内の
日本最大級のターミナル駅広告

サポートの形を示し、気持ちを行動へ

広げる

障がいの理解とサポートの必要性を拡散する
人からひとへ、共感の輪を拡大させる

💙があふれる社会になりますように

ー 動画・SNS・WEBを用いた全国への拡散 ー

#青いハートがあふれる社会を　　**Twitter・Instagram・bouncy etc**
2021年8月10日 スタート

【ランディングページ開設】
・ヘルプマスクをテーマに、アクションの抽出を掲出
・各種SNSで情報を拡散、インフルエンサーへDM
【若年層を中心とした流行を狙う】
「エモい・オシャレ」という共感と
アイデンティティの差別化を刺激し誘引を狙う

未来を感じる動画メディア

街中で青いハートを見かけた時に「青いハートがあふれる社会を」と検索してもらい、
受け皿にヘルプマーク啓発のサイトも用意しておくことで
一人でも多くの人がヘルプマークのことを知るキッカケに。

サポートの形を示し、気持ちを行動へ

「平等医療、平等介護」の伯鳳会グループ
社会と共に、皆様の健康な暮らしに貢献を

伯鳳会グループは、皆様の健康のお世話をさせていただくために、保険・医療・福祉を業務とするグループです。10の病院を中心とし、診療所、介護老人保健施設、介護老人福祉施設、各種通所施設、身体障害者授産施設、医療専門学校など60を超える事業所を運営しており、医療法人伯鳳会は50周年、社会福祉法人大阪暁明館は100周年を迎えるなど、永い間地域に根ざした活動を行って参りました。

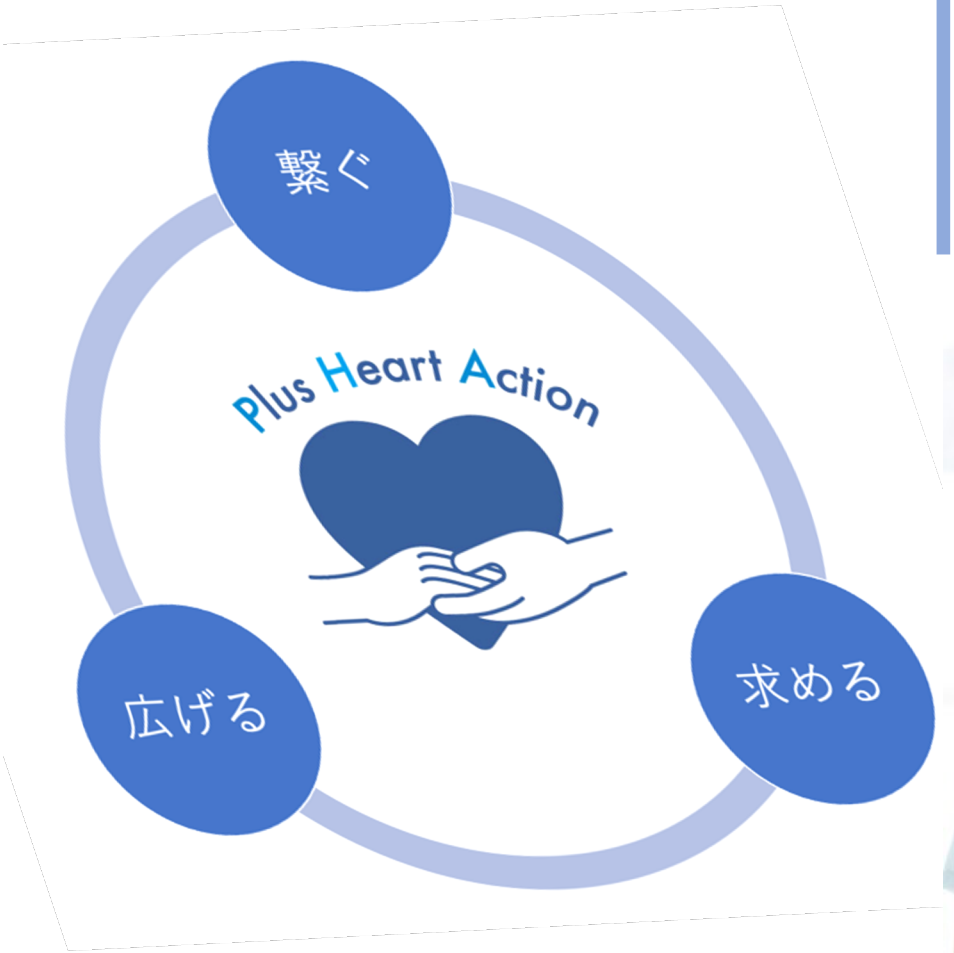
グループ共通の基本理念は「平等医療、平等介護」です。われわれの使命は、「医療介護を必要とする方へ、必要な医療介護を過不足なく、適正な価格で、快適に適時提供する」ことに他なりません。

2021年5月28日に可決成立した障害者差別解消法の改正法案は、障害のある人もない人も、互いにその人らしさを認め合いながら、共に生きる社会（共生社会）の実現を目指す内容です。われわれの責務として、共生社会の実現に向けていち早く具体的な行動に移すため、「プラスハートアクション」という活動を整備いたしました。これは、われわれの利益を目的とせず、地域社会の現状把握と環境整備に積極的に取り組み、率先して認知拡大に寄与することを誓うものです。そして、医療従事者としての知見と経験をもとに、職員一人ひとりが同法改正の理解と合理的配慮を実践しながら、内外にその活動を発信することで、地域社会とともに切れ目のない共生社会の実現を目指します。

障害のある方の「ために」ではなく「ともに」、皆様の健康な暮らしに少しでも寄与することができればこれに勝る幸せはございません。

伯鳳会グループのこれからに御期待くださいませ。

Strategy



伯鳳会グループのブランド力向上へ

― 合理的配慮のリードを全国へ発信 ―

行動力のある社会貢献で他の医療法人と差別化を図る
共通のシンボルを身につける「制服効果」によって接遇向上を促す

社会的知名度の獲得と並行し
共通のシンボルを身につけることで

「信頼・調和・揺らぐことのない愛」

に矛盾のない活動で絆を生み
患者様・ご家族への配慮ある対応を促す

社会的な信頼とファンを獲得

サービス水準の向上

伯鳳会グループのブランド力向上へ

― 様々なSDGsの取り組みを有機的に ―

これまでとこれからの活動を一貫したストーリーで結ぶことで
各事業所が「伯鳳会グループ」に属する存在であることを強く発信する

再エネ100宣言 RE Action

Plus Heart Action

伯鳳会グループ HAKUHOKAI GROUP

SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

伯鳳会グループは持続可能な開発目標（SDGs）を支援しています

助け合いも平等へ

― 社会と共にある医療機関 ―

2021年の第204回通常国会において改正障害者差別解消法が成立し、
民間事業者においても合理的配慮が法的義務化されます。
障がいを抱える人もそうでない人も、お互いがその人らしさを認め合いながら
共に生きる社会をつくっていくことを目指しています。

Plus Heart Action

我々伯鳳会グループは、
職員一人ひとりが同法改正の理解と合理的配慮を実践しながら、
内外にその活動を発信することで、
地域社会とともに切れ目のない共生社会の実現を目指します。

伯鳳会グループ HAKUHOKAI GROUP | SUSTAINABLE DEVELOPMENT GOALS

伯鳳会グループは持続可能な開発目標（SDGs）を支援しています

伯鳳会グループ内での展開

― シンプルな情報発信と意志統一 ―

各事業所にポスターの掲示、スタッフへ紙クリップの配布を実施

話題創造のポイント

これまでの知見をもとに ターゲット毎に適したPR戦略を並行して展開することで 効果的な認知拡大を目指す

関係層
- DM
- Twitter

若年層
- 学生活動
- Twitter
- 動画展開

マス層
- メディアコネクション
- 新聞・OOH（壁面広告）
- 企業コラボ
- ランディングページ

本人
ヘルプマークを利用している本人

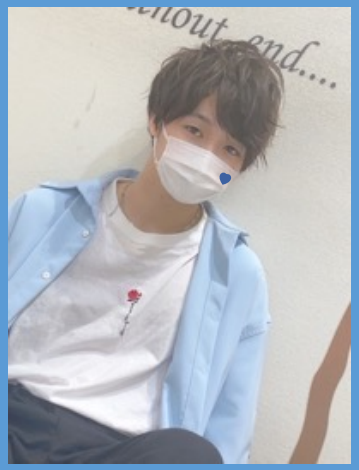
周囲
ヘルプマーク利用者を応援しており
積極的に啓発してくれる人たち

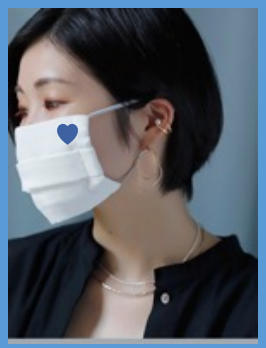
社会
ヘルプマークについて知って
手助けをして欲しい人たち

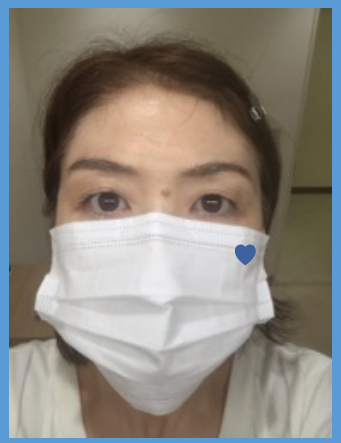
本人の声を周囲の発信力を活用して社会に届ける

高齢者の認知には子・孫が大きな影響を与えるため、
若年層にもPR活動をもれなく展開する必要がある

8月10日「ハートの日」にみんなでサポートの意思表明をした
青いハートの投稿がタイムラインを埋め尽くす







さらに当事者と近い距離にいる影響力を持った存在にはマスクを直接配布

Point. 「PR投稿」ではなくオーガニックの投稿で拡散させる

小川修史(おがっち)🌱障害支援を斜め135度から捉える研究者
@ogatti21

兵庫教育大学・准教授／発達障害支援に関するツイートが中心／#日本障がい者ファッション協会(JPFA)副代表／困難さのある方のワクワクを全力で考え、カタチにする社会デザイン #X-Style を開発／選択肢にオシャレな制服を。ミライの制服プロジェクト、始めます／反応少なめ／DM相談はごめんなさい🙇

ツイートと所属は無関係 instagram.com/hisashi.ogawa/
2010年1月からTwitterを利用しています

559 フォロー中 1.7万 フォロワー

フォローしている浅井純子さん、Olive Union【公式】｜IoTやAIできこえの課題を解決する会社さん、他5人にフォローされています

出川雄一@点字名刺プロジェクト（福祉作業所）
@tenji_meishi フォローされています

ココロスキップは就労継続支援B型事業所（福祉作業所）です。障がい者の工賃を高める仕組み（福祉資本主義）を考え実践中です。主に点字名刺・点字印刷・ハンドメイドなど。障がい者ブランド（ココリティ）の活動も始めました。売上から材料費を引いた金額は、全て障がい者の工賃になっております。応援、よろしくお願い致します。

埼玉 越谷市大沢3-10-28 ビアザクラウン1F tenji-meishi.net
2009年12月からTwitterを利用しています

2.7万 フォロー中 9.1万 フォロワー

フォローしているOlive Union【公式】｜IoTやAIできこえの課題を解決する会社さん、supportmarkjpさん、他24人にフォローされています

澤田智洋｜新著『マイノリティデザイン』3刷
@sawadayuru

広告とスポーツと福祉が専門｜世界ゆるスポーツ協会代表｜著書『#マイノリティデザイン』amzn.to/3sPbBUS 『#ガチガチの世界をゆるめる』amzn.to/3kOilUmy｜障害攻略課理事｜高知県「高知家」コピーライター｜minoritydesign0@gmail.com（問い合わせ先）

note.com/sawadakinou/n/... 2009年7月からTwitterを利用しています

376 フォロー中 1.1万 フォロワー

フォローしているあかさか｜あそびをBtoBマーケで売っています。さん、"\"Shintaro134(ゲスト)\""さん、他64人にフォローされています

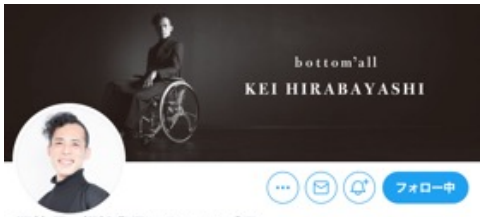
岸田奈美｜Nami Kishida
@namikishida

作家。Forbes 『30 UNDER 30』Japan & Asia選出。noteでキナリ★マガジン連載中。初著書「家族だから愛したんじゃなくて、愛したのが家族だった」小学館から発売中📣 今は神戸市北区におるよ

お仕事依頼やご相談は公式WEBサイトまで note.kishidanami.com
誕生年: 1991年 2010年5月からTwitterを利用しています

863 フォロー中 11.6万 フォロワー

フォローしているあかさか｜あそびをBtoBマーケで売っています。さん、酒村ゆっけ、さん、他173人にフォローされています



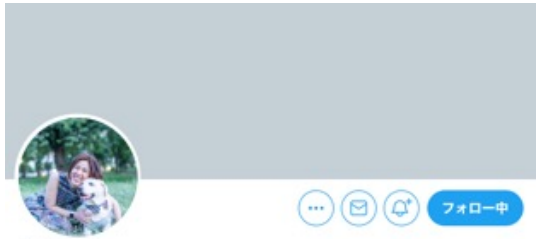
平林 景@福祉業界のオシャレ番長
@tottolink

『福祉×オシャレ』で世の中を変える／株式会社とっとリンク代表取締役／日本障がい者ファッション協会(JPFA)代表理事／X-Styleブランド bottom'allを展開／パリで車椅子でのFashion show開催に挑戦中／DM🆘／お問合せはjpfa-official.jpのContactから✨

兵庫 尼崎市 smappon.jp/pba0cs3y
2019年11月からTwitterを利用しています

5,281 フォロー中 2.8万 フォロワー

フォローしている浅井純子さん、Olive Union【公式】｜IoTやAIできこえの課題を解決する会社さん、他23人にフォローされています



浅井純子
@nofkOzrKtKUViTE

盲導犬と一緒に街を歩き、全盲が感じる感覚でツイートしています。

m.youtube.com/channel/UC7F9M...
2020年8月からTwitterを利用しています

7 フォロー中 1.7万 フォロワー

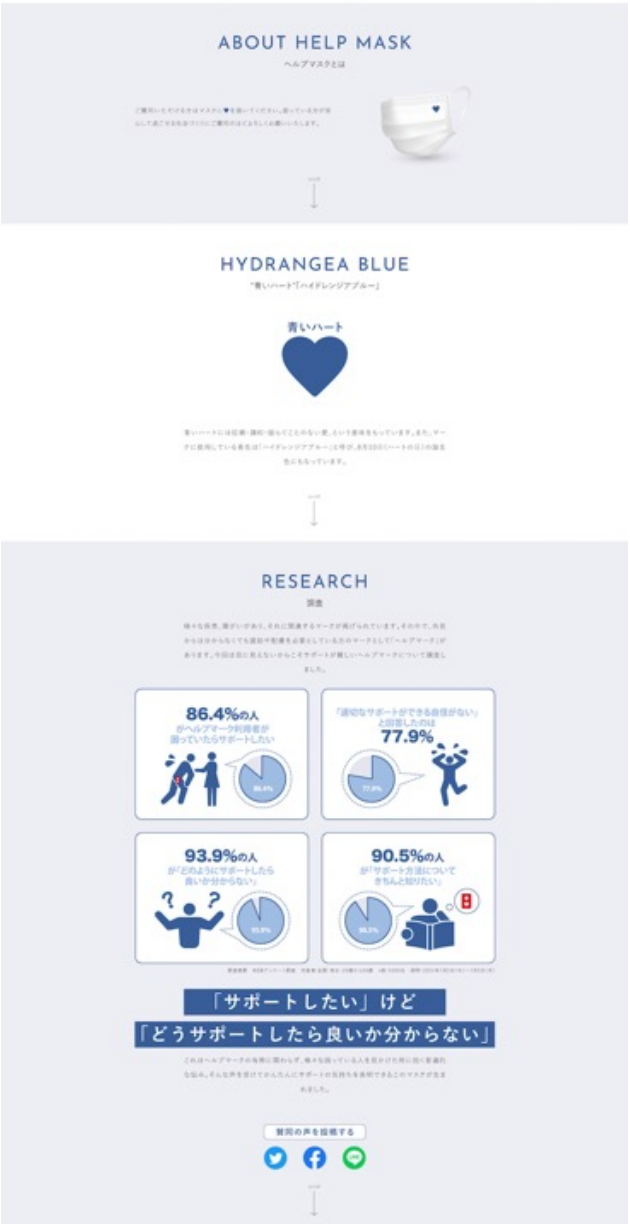
フォローしているTOMO@名古屋リーマン父さん、平林 景@福祉業界のオシャレ番長さん、他9人にフォローされています

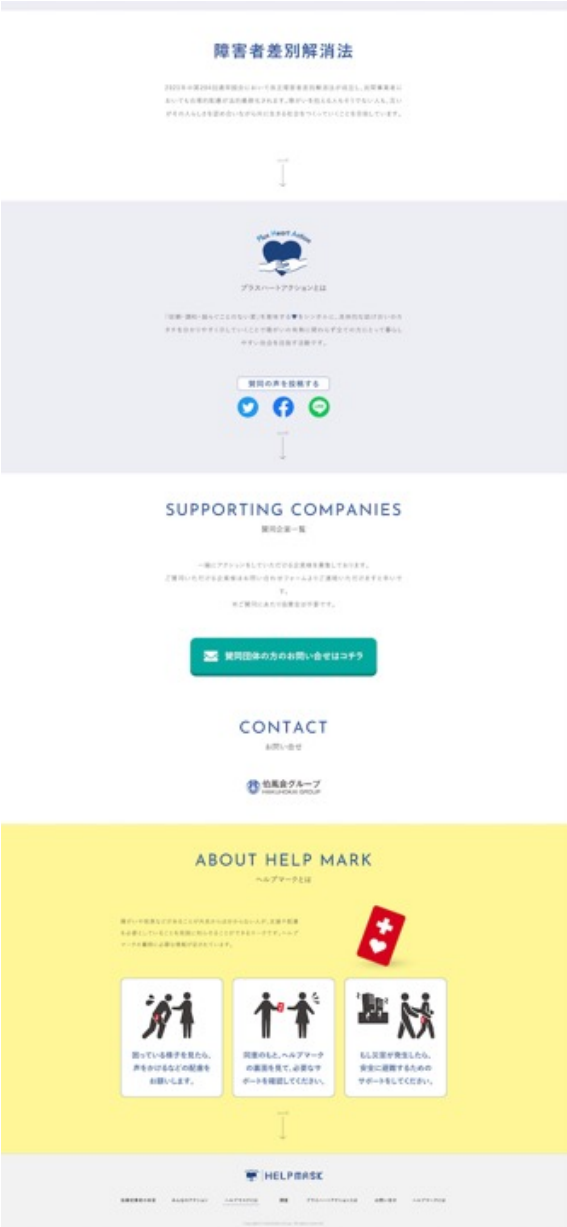
Publicity Strategy - Media

露出イメージ

LPイメージ

HELP MASK
困っている人がいたら
サポートしたい
賛同の声を投稿する
医療従事者の本音
「医療だけでは限界がある」
8月10日ハートの日から
始めよう
#青いハートがあふれる社会を
賛同の声を投稿する

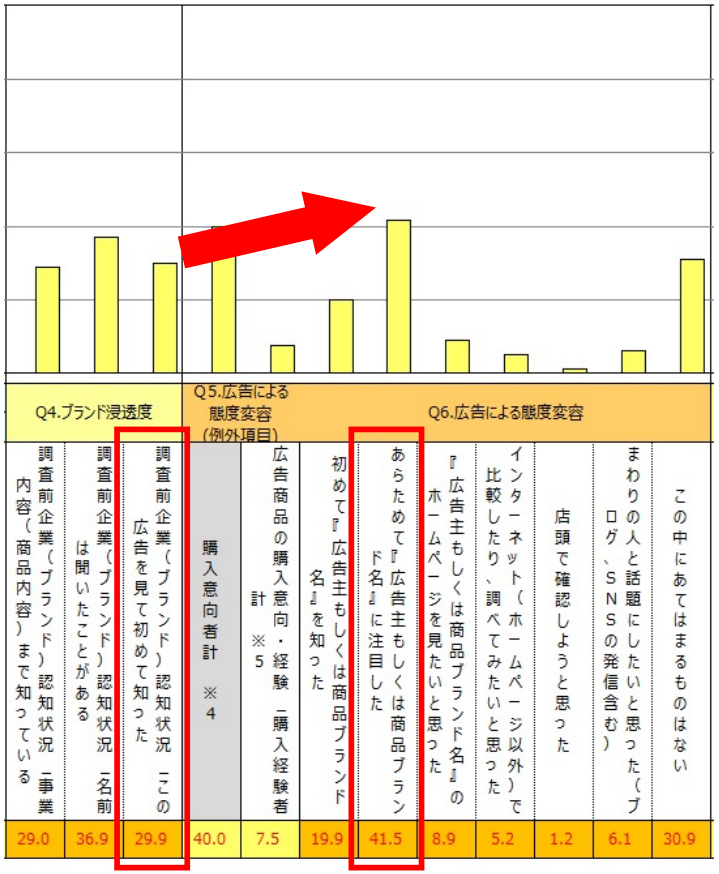

ABOUT HELP MASK
HYDRANGEA BLUE
青いハート
RESEARCH
86.4%の人
77.9%
93.9%の人
90.5%の人
「サポートしたい」けど
「どうサポートしたら良いか分からない」
賛同の声を投稿する


障害者差別解消法
SUPPORTING COMPANIES
賛同団体の方のお問い合せはコチラ
CONTACT
ABOUT HELP MARK

Analysis

朝日新聞DIALOG企画　　企画実施後の認知度向上シュミレーション

医療系啓発広告15段広告
広告対象（ブランド）認知度の平均値



ブランド浸透度（認知度項目）から、

調査前の「ヘルプマーク」の認知状況を「この広告を見て初めて知った＝今まで知らなかった」29.9％と仮定。

その上で、「あらためてヘルプマークに注目した」の企画実施後の行動変容のベンチマークを41.5％に設定する。

８月10日の朝日新聞DIALOG15段広告の掲載をはじめとするヘルプマーク企画の実施によって、

11.6％の認知向上、行動変容を目指す。

前述データの出典

【出典】

■2016年以降に朝日新聞に掲載された疾病啓発広告15段多色（n=52件、右図）を母数とした平均値データ

■データは、新聞広告共通プラットフォーム「Jモニター」調査

J-MONITORとは

新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR(ジェイ・モニター)」は、株式会社ビデオリサーチが、各新聞社の読者モニターパネルを定められた共通の手続き・手順で募集・管理し、同じ調査システム上で各紙の実査を行いデータ提供を行う一連の調査システムの総称です。

調査概要

調査地域	首都圏（東京·神奈川·埼玉·千葉）
調査対象者	調査対象地域に居住し、朝日新聞を朝夕刊セットで定期購読する15 ～ 69 歳の男女個人
抽出方法	新聞広告及びインターネット調査モニターパネルからの公募。応募者をJ-READ*の当該地域・対象者の性 × 年齢・職業・家族人数等の属性に従い割付
調査方法	パソコンを利用したウェブ調査 （新聞紙面に関する設問は原則として新聞紙面を手元に用意回答する再認法）
標本サイズ	1パネルあたり約 300 人の複数パネルを交互に運用
調査実施日	掲載翌日 0 時～ 24 時
調査実施機関・レターヘッド	株式会社ビデオリサーチ

※J-READ（全国新聞総合調査）(株)ビデオリサーチが年 1 回全国 47 都道府県で主要新聞(約 110 紙)の閲読状況などを測定する調査

新聞発行日	曜日	刊別	広告主名称(MRS)	段数(新聞社共通)	広告色	純広告・企画広告	広告主名もしくは商品ブランド名
2016/4/16	土	朝刊		全15段	モノクロ	新聞社企画	心臓病の知識
2016/5/23	月	朝刊		全15段	多色	純広告	骨粗しょう症
2016/10/22	土	朝刊		全15段	多色	純広告	肺炎球菌ワクチンの定期接種
2016/11/12	土	朝刊		全15段	多色	純広告	肺炎球菌ワクチンの定期接種
2016/11/19	土	朝刊		全15段	多色	新聞社企画	肺炎球菌ワクチンの定期接種
2016/11/20	日	朝刊		全15段	多色	純広告	過活動膀胱
2016/11/26	土	朝刊		全15段	多色	新聞社企画	心房細動
2016/12/22	木	夕刊		全15段	モノクロ	新聞社企画	生殖医療
2016/12/24	土	朝刊		全15段	モノクロ	新聞社企画	COPD
2016/12/25	日	朝刊		全15段	多色	新聞社企画	心房細動
2017/3/4	土	朝刊		全15段	多色	純広告	肺炎球菌ワクチンの定期接種
2017/3/16	木	朝刊		全15段	多色	純広告	骨粗しょう症
2017/4/30	日	朝刊		全15段	モノクロ	新聞社企画	認知症と心臓病
2017/5/18	木	朝刊		全15段	多色	純広告	骨粗しょう症
2017/7/8	土	朝刊		全15段	多色	純広告	脳卒中リハビリテーション
2017/8/21	月	朝刊		全15段	多色	純広告	骨粗しょう症
2017/10/9	月	朝刊		全15段	モノクロ	純広告	転倒予防の日
2017/10/21	土	朝刊		全15段	多色	純広告	肺炎予防
2017/11/16	木	朝刊		全15段	多色	純広告	骨粗しょう症
2017/12/9	土	朝刊		全15段	多色	純広告	肺炎球菌ワクチンの定期接種
2017/12/12	火	朝刊		全15段	多色	純広告	骨粗しょう症
2017/12/17	日	朝刊		全15段	多色	純広告	過活動膀胱
2017/12/27	水	朝刊		全15段	多色	新聞社企画	C型肝炎
2017/12/29	金	朝刊		全15段	多色	新聞社企画	心房細動
2018/3/3	土	朝刊		全15段	多色	純広告	肺炎球菌ワクチンの定期接種
2018/5/11	金	朝刊		全15段	多色	純広告	骨粗しょう症
2018/5/20	日	朝刊		全15段	多色	純広告	脳卒中リハビリテーション
2018/6/7	木	朝刊		全15段	多色	純広告	緑内障
2018/6/16	土	朝刊		全15段	多色	純広告	緑内障
2018/7/23	月	朝刊		全15段	多色	純広告	骨粗しょう症
2018/9/17	月	朝刊		全15段	多色	純広告	糖尿病の合併症対策
2018/10/2	火	朝刊		全15段	多色	純広告	骨粗しょう症
2018/11/9	金	朝刊		全15段	多色	純広告	フレイル
2018/12/25	火	朝刊		全15段	多色	純広告	フレイル
2019/3/13	水	朝刊		全15段	多色	純広告	骨粗しょう症
2019/3/25	月	朝刊		全15段	多色	純広告	骨粗しょう症セルフチェック
2019/7/28	日	朝刊		全15段	多色	純広告	糖尿病の合併症対策
2019/11/5	火	朝刊		全15段	多色	純広告	加齢黄斑変性
2019/11/18	月	朝刊		全15段	多色	純広告	心不全
2019/11/28	木	朝刊		全15段	多色	純広告	フレイル
2019/12/4	水	朝刊		全15段	多色	純広告	ワクチン接種による肺炎予防
2019/12/14	土	朝刊		全15段	多色	新聞社企画	加齢黄斑変性
2019/12/15	日	朝刊		全15段	多色	純広告	C型肝炎
2019/12/21	土	朝刊		全15段	多色	新聞社企画	加齢黄斑変性
2019/12/24	火	朝刊		全15段	モノクロ	純広告	フレイル
2020/3/8	日	朝刊		全15段	多色	純広告	緑内障
2020/6/4	木	朝刊		全15段	多色	純広告	歯ケア用品の日
2020/7/8	水	朝刊		全15段	多色	純広告	骨粗しょう症
2020/9/15	火	朝刊		全15段	多色	純広告	心不全
2020/12/13	日	朝刊		全15段	多色	新聞社企画	つづけよう、がん検診。
2020/12/27	日	朝刊		全15段	モノクロ	新聞社企画	加齢黄斑変性
2021/3/27	土	別刷		全15段	多色	純広告	爪水虫／つめ水虫

Goal

Goal

シンボルを掲げなくとも
全ての人が自然に助け合える社会となる