

株式会社ソフトストーンズ ▼ ブランディング

内外装から診察券などのグッズまで トータルでブランディングを支援

「C」（クリニック・アイデンティティ）との言葉が散見されるように、今やブランディングは診療所においても重要視されている。最近診療所のブランディングを手がける企業として注目を集めているのが株式会社ソフトストーンズ。新規開業やリニューアル、また戸建てからモール全体のブランディングなどスタイルを問わず、手がけた案件はいずれも集患・増患に成功している。

**院長の思いや技術を形にすべく
じっくり話し合うことを信条**

2008年に設立し、マーケティングやブランドコンサルティング業務を手がける株式会社ソフトストーンズ。創業当時から飲食店やサービス業などの店舗・売り場を対象にブランディングを手がけ、実績を重ねた。そうして培ったノウハウがブランディングのニーズが高まっていた医療機関にも応用できると考え、09年に参入、診療所を中心に多くの成果を上げている。「ブランドを確立するには、



「患者さんと医療機関の“架け橋”になるのが、当社の役割です」と語る片岡次郎代表取締役

一般の方にわかりやすく伝えなければなりません。しかし、医療は利用する一般の人に大変わかりづらく、情報の非対称性と言われるとされています。当社のノウハウを活かし、患者さんと医療機関の架け橋になることで少しでも

医療界に貢献したいと思いましたが」と、片岡次郎代表取締役は言う。

確実に成果を上げている背景には、コンセプトの決定に時間をかける姿勢にある。同社では、ブランディングを構築するまで、①マーケティング

②調査・分析、②ヒアリング・コンセプトメイク、③ビジュアルアイデンティティシステムの構築、④空間プロデュース、⑤アプリケーションの開発、⑥プロモーション展開——という6つのステップを辿る。特に②「ヒアリン

グ・コンセプトメイク」には時間をかける。

「サービスや商品を提供する側の思いが明確であることがブランドの確立には重要。1回の話し合いに半日かけるなど、コンセプトを固めるまでに相当の時間をかけま



「院長の思いや技術をデザインにしっかり落とし込んでいきます」と話す髙橋貴子取締役



DATA
東京都港区南青山2-17-3 モーリンビル3F
TEL : 03-6459-2988
URL : <http://www.sstones.co.jp>



承継後、「リニューアルオープンをしたい」との相談を受け、提案した例。外壁の一部や看板などを変更し、あわせて統一感をもたせたパンフレットなども作成した。その後、3割の増患に成功



在宅医療専門の診療所に提案した例。マンションの一室で開業したため、看板を掲げられない代わりにパンフレットに注力。家族に伝わるように、「ものがたり」として絵本のように工夫した



診療所のコンセプトである「ゆらぎ」を待ち合いやロゴなどに落とし込んだ例。小川をイメージして青を基調とした。同じ色をパンフレットやホームページ、さらにスタッフの白衣にも活用することで統一感を演出

縮役)

応は可能です」(駕測取
部のツールからでも対
なります。もちろん一
デザインが図りやすく
を生み、よりブラン
用することで相乗効果
「すべてのツールを活
用すること、よりブラン
パなどの相談に対応す
ることもあるという。
「すべてのツールを活
用すること、よりブラン
用すること、よりブラン
用すること、よりブラン

「マルチ対応から目が離せない。

が開業前後で必要になる。着実に
医療界でも実績を重ねる同社の
診療所にとって厳しい時代を生
き残るためには、ブランドの構築
が重要な要素になる。着実に
医療界でも実績を重ねる同社の

す」(片岡代表取締役)

ある医科診療所の例をみると、
コンセプトの決定からリニューアル
オープンまでに3カ月を要した
が、そのうち半分近くの時間を、
コンセプトを決定するまでの話し
合いに費やした。担当した駕測貴
子取締役は「先代院長の思いが込
められたロゴの活用を希望され
いたので、じっくり話し合いなが
ら看板や外装のリニューアルを提
案しました。時間をかけるなかで
信頼関係を築いていくのも当社の
スタイルです」と振り返る。

在宅専門やモール全体まで あらゆるスタイルに対応

もつとも、同社の柔軟な対応も
医療機関からの評価が高い点の一
つだ。ブランディングを図るには、
ホームページやパンフレット、看
板など、診療所をアピールする
ツールが不可欠だが、ホームペー
ジならホームページ制作会社、看
板なら看板制作会社などツールご
とに完結してしまうケースが少な
くない。しかし、同社では、看板
やインテリア、パンフレット、ホー
ムページ、診察券に至

開業スタイルも問わない。新規
開業やリニューアルオープン、戸
建てやビル診、時にはマンション
の一室で開業した在宅医療専門の
診療所のブランディングも手がけ
た。さらに、医療モール全体も手
がけた実績をもつ。医療モールを
企画した調剤薬局や、その土地の
オーナーなども相談しなければ
ならないため通常よりも時間を要
するが、モール全体でブランディ
ングを図ることでオープン後の集
患もうまくいっているという。最
近は医療モールを企画してもオー
プンまでに入居が決まらず、「本当
は他科の医師と連携するはずだっ
た」との声が開業医から漏れ聞か
れるが、トータルでブランディン
グを手がけたことで入居もスムー
ズだったという。なお、価格は要
相談。「手がけるものに幅がありま
すし、対応可能なエリアも限定し
ていません。そのため、料金設定
ができません」と、片岡代表
取締役は理由を語る。