

2-3					
主題	近年の就職活動における広報媒体活用状況の実態把握と広報活動の品質改善に向けた提案				
副題	広報・採用の生産性向上に繋げるための広報媒体の活用方法を考える				
キーワード 1	就職活動	キーワード 2	SNS	研究(実践)期間	2ヶ月

法人名・事業所名	社福) 三幸福社会 特別養護老人ホーム 癒しの里南千住
発表者(職種)	成田雲乃(介護職員)
共同研究(実践)者	武井圭佑(管理栄養士)

電 話	03-3803-3700	FAX	03-3803-3780
-----	--------------	-----	--------------

事業所紹介	三幸グループが培ってきた「介護教育」の実践の場として、都内に特別養護老人ホームと有料老人ホームを合わせて都内に7施設開設。当施設は、若い年齢層の職員が豊富で毎年の新卒入職に向けた取り組みを行っています。「家庭の困難を希望に変える」をミッションに置き、職員が働きやすい施設づくりに努めています。
-------	--

《1. 研究(実践)前の状況と課題》

就活時に業界軸を検討している学生では、情報収集の媒体として SNS が主流となっている¹⁾。そのため、当法人で広報媒体を活用した若者への発信に向けた投稿を開始した。介護施設では、十分な職員確保が難しく職員の体力・精神面に影響が及んでいる。今後も職員数の必要性が増していくため、多くの就活生に介護福祉に対する関心を持ってもらうこと、入職してきた職員の定着を図ることが必要である。

《2. 研究(実践)の目的ならびに仮説》

当法人の広報媒体が就活生にどのような影響・印象を与えるかを把握するとともに今後の広報活動の方向性と実施プロセスを考察、広報・採用の生産性向上に繋げることを目的とした。

《3. 具体的な取り組みの内容》

2021年卒(4年目職員)～2024年卒(1年目職員)卒を対象に、自身の就職活動時の広報媒体活用状況を自記式調査票にて配布・回収する。

調査内容：①インターン・就活関連の情報収集を SNS 媒体で行ったか(はい・いいえ)

②情報収集にどの媒体を活用したか(Instagram・ホームページ ブログ・Tik Tok・その他)

③どのような目的で使用したか(雰囲気掴み・採用スケジュールに関する情報収集・働き方や仕事内容の把握・企業の規模感・その他)

④主に活用した広報媒体(Instagram・ホームページ ブログ・Tik Tok・その他)

⑤就職活動当時、各 SNS の投稿を見てどう感じたか

⑥就職活動当時、どのような投稿を求めていたか

→①～④は選択式(以下、量的データとする)、⑤と⑥は記述式(以下、質的データとする)とした。

分析方法：量的データは、年数別の職員を比較するために Microsoft Excel を使用し、統計的仮説検定を実施し、P 値を算出、 $p < 0.05$ を有意とした。質的データは、職種別に類似性の内容を整理した。

《4. 取り組みの結果》

1) 当法人 7 施設の新卒入社している 1 年目職員 12 名、2 年目職員 11 名、3 年目職員 10 名、4 年目職員 18 名の計 51 名に質問紙の配布・回収を行った。

2) 質問紙の結果 選択式項目について（量的データより）

①【インターン・就活関連の情報収集を SNS 媒体で行いましたか】という問いに対する職員の回答は「はい」が、56.9%であり半数以上 SNS を活用していることが分かった。②【情報収集に活用した媒体は何がありますか】という問いに対する職員の回答は、年数関係なくホームページ ブログが 52.9%で多く活用され、有意な差（ $p=0.302$ ）は見られなかった。③「どのような目的で使ったか」という問いに対する職員の回答は、「雰囲気を知るため」が、1 年目 42%、2 年目 64%、3 年目 45%、4 年目 45%であり有意な差（ $p=0.857$ ）は見られなかった。

3) 質問紙の結果 広報媒体の投稿の具体的内容について（質的データより）

記述式の項目から就活生が求める今後の広報媒体の投稿内容、情報などの質的データが計 70 件得られた。【就職活動当時、各 SNS の投稿を見てどう感じたか】の問いに対する回答から就活生が求める投稿内容として最も多かったカテゴリは 21 件の【雰囲気について】であった。

《5. 考察、まとめ》

当法人の広報活動の実施プロセスと品質改善について、採用活動の生産性向上に繋げるための広報媒体の活用について考察する。

1) 当法人の広報活動の実施プロセスと品質改善について

就活生が当法人を情報収集する際「ホームページ ブログ」が最も多く活用されているため、今後の広報活動で「ホームページ ブログ」の更新を継続して行っていく必要がある。これらは「Instagram」等の SNS とは異なり採用候補者が必ず情報収集する「事業所の顔」とされ、どの広報媒体よりも優先度が高いとされている。⁽²⁾

2) 採用活動の生産性向上に繋げるための広報媒体の活用について

就活生が情報収集のために各広報媒体を活用する目的として、企業の雰囲気掴みが多く、入社する企業の雰囲気を知ること入社後の自分を想像できることから、就活生に向けてこれらの発信内容が必要だと考えることができる。

《6. 倫理的配慮に関する事項》

対象者への説明・依頼書を作成・配布し、資料やデータの保管と解析には、個人情報の保護に十分配慮し、今回得た情報に関しては、本発表以外では使用しないこと、それにより不利益を被ることはないことを明記している。

《7. 参考文献》

1) Z 世代就活生の SNS 活用に関する実態調査(株式会社 No Company) <https://www.no-company.co.jp/news/230927-release-research> (2024.07.01 閲覧)

2) 介護専門職の総合情報誌 おはよう 21 第 35 巻第 4 号 p56 「何から手をつける？はじめてのウェブ・SNS 活用法」2024.3.1 発行 中央法規出版

《8. 提案と発信》

本研究をはじめとし、就活生にとって広報媒体の必要性は今後も期待されている。時代の流れに応じた媒体の活用を行うべく、今後も継続的に就活時の SNS・広報媒体活用状況の実態調査を行うことで将来的な入職率の増加を目指す。人材を補うことで、ケアの向上と一人当たりの職員の負担軽減に充て介護の魅力発信やイメージ向上に繋がる取り組みを行っていくことを掲げて活動を継続していきたい。