

主題	情報発信ツールを利用したマーケティング・コミュニケーション活動による 人材確保についての取り組み		
副題	情報発信ツールとして facebook やブログを活用した相互学習による人材の確保		
マーケティング・コミュニケーション		フェイスブック	
研究期間	7ヶ月	事業所	聖風会 特別養護老人ホーム グリーンハイム荒川
発表者：藤田 潤一（ふじた じゅんいち）		アドバイザー：近藤 慶一（こんどう よしかず）	
共同研究者：GFB(グリーンハイム荒川フェイスブック委員会メンバー)			
電話	03-3802-7561	メール	greenhaim@seifuukai.or.jp
FAX	03-3802-7564	URL	http://www.seifuukai.or.jp/

今回発表の 事業所や サービスの 紹介	社会福祉法人 聖風会 グリーンハイム荒川は平成元年4月、荒川区初の特 別養護老人ホームとして定員100名で開設されました。平成12年4月には、介 護保険制度施行に合わせて居宅介護支援事業所を併設しております。下町の住宅 街にあり、地元町内会、隣接の保育園、都立高校等、地域の方々との交流も盛 んな施設です。
------------------------------	---

《1. 研究前の状況と課題》

福祉業界は介護報酬の減収と利用者の重度化が全国的に進展し、その影響は現場で働く職員のみならず、福祉を目指している学生への影響も懸念されている。介護報酬の減収は加算による補填の影響で業務量の増加、利用者の重度化は職員の身体的・精神的負担を増大させ、職員の離職や休職、サービスの質低下が発生していた。「辛い職業」としてイメージの強い介護職は全国各地で慢性的な人材不足を招き、業界全体の問題としても過言ではない状況である。その様な中、安定した人材確保を行い、サービスの質低下を抑止する為には、どのような方法でアプローチを行えばよいのか、その手立てとしてMECEによる論理パターンで現状を分析し、通常の求人募集等と並行して、20～30歳代の視点に合わせた情報発信による人材確保の必要性の高さと入職後の離職率を低下させる為の採用見込み者への教育システムの構築が示唆され、本研究に取り組んだ。

《2. 研究の目標と期待する成果・目的》

▼研究目標

安定した人材確保が体系化され利用者サービスの質低下を抑止することが出来る。

▼期待する研究の成果

- ①現在の情報発信(募集)の見直し。
- ②情報発信方法の多様な変化をきっかけとした採用側のマインドリセット効果。
- ③積極的な情報発信による広報活動と機関や人とのリアルな繋がりの拡大。
- ④情報発信による採用見込み者の教育効果による入職後の離職率低下効果。

《3. 具体的な取り組みの内容》

- (1)対象：人材確保として介護の仕事を目指す学生や中途採用者候補を対象とする。
- (2)取り組みの具体的な手法と期間：(7ヶ月)
 - ①MECEを用いた現状把握を実施。効果的な求人方法の模索と各種文献等を用いた勉強会の開催と専門委員会の発足。法人内役職者へのプ

ゼンテーションの開催。

- ②ターゲット層に効果的な情報発信ツールとして facebook ページ・職員ブログの開設と運営による積極的な情報発信を実施。
- ③情報拡散の為、施設のシンボルキャラクターを設置し、名付け親の募集を facebook 上で実施。新規ファンの獲得とファンの友人への情報拡散を図った。
- ④現在までの求人募集だけではなく、職場の雰囲気や職員の人柄が分かるように重きを置いたブログ上での情報の発信(採用見込み者の確保とファン化)を実施。
- ⑤施設の運営・経営方針などの発信や継続的なイベントの開催により、施設のカラーにあった採用見込み者の確保とファン化への教育を行うことで施設・採用者のマッチングを図り、入職後の離職率低下を目指した。
- ⑥職員の外部機関との接触機会を提供し、情報発信役として配置することで、業務や職への意識を高め、機関や人との繋がり拡大を図った。

《4. 取り組みの結果と考察》

結果として、ユーザーの変化によりアナログからデジタル化が促進されている背景がある以上、求人募集を含めた情報の発信方法は柔軟に変化させていく必要性が高いことが考えられた。デジタル化を推進していく過程で「誰がその担当者となるか」が施設内で問題視された。専門業者に委託する方法もあったが、現状理解と問題の明確化を図るためには当事者になる必要があった。委員会の発足は職員に考える機会を与え、結果的には企画運営能力の向上をもたらし、採用見込み者である学生との交流会をイベントとして立ち上げ、初回で 14 名の参加者を確保することができ、その内 3 名の学生から採用試験への表明を受けることが出来た。情報発信ツールを利用することで気軽に施設や職員の「今」を発信することができ、イベントの開催はデジタルからリアルな世界への架け橋となり、より採用見込み者のファン化を促進する手助けとなる。また逆にユーザーは知りたい情報がそこに存在すれば、より興味を抱くこ

ととなる。その後の継続した情報発信やイベント開催は採用見込み者への教育の機会となり、採用への発展や入職後の離職率低下効果を見込めると考えるのである。しかし、今回の研究の取り組みで担当・運営の継続といった問題点も浮上している。他の業界では広報活動の一環として捉えられ、業務内に時間を設け、専門部門としての運営が可能なが多いが、福祉業界では対人援助が基本的姿勢となる為、広報活動の一環ではあるものの時間外活動の認識が強い。またデジタル化においては基本的なパソコン操作はもとより多少なりとも知識が必要なのは否めない為、知識のある職員への負担が重くなるのが現状である。この部分に関しては組織の報酬体系の見直しや人材育成への投資として考えられるよう役職者のマインドリセットが必要と考えられる。

《5. まとめ、結論》

多くの課題はあるが、効果は確認できた。社会情勢や利用者の重度化が進展する中、人材確保と教育、それに伴う柔軟な戦略方針が重要である。

《6. 倫理的配慮に関する事項》

保有する個人情報に関して聖風会の個人情報の方針に基づき、ご本人ご家族の同意を得る、もしくは氏名を匿名化するなど、不利益を被ることはないよう十分な配慮を行っている。

《8. 提案と発信》

ゴールでもあるマーケティング・コミュニケーション活動による「人材確保と相互学習状態の形成」、「地域社会への認知度向上効果」、また更なるコミュニケーションのステップアップによって採用見込み者自身の価値を高め、継続的に人材確保を図っていきたいと考えている。この活動の一環でもある相互学習状態の形成は、職員の成長のみならず、採用見込み者の成長も考慮し、お互いが WIN-WIN の関係になることが理想であり目標でもある。

【メモ欄】