

## 東京都訪問介護採用応援事業：採用力向上セミナー

### 訪問介護事業者の採用活動で、まず押さえてたい3つのポイント

——未経験者に届く採用活動のはじめ方

#### ①ターゲティング：“誰でも歓迎”から、“この人に届けたい”へ

株式会社Blanket 取締役

野沢 悠介



©2026 Blanket Inc.

1

### 採用を前に進める3つの視点

ターゲティング  
誰にきて  
ほしいか？

戦略設計  
何を  
伝えるか？

PR活動  
どう  
届けるか？



土台：「働きたい！」と思える職場づくり環境・条件の整備

ミスマッチが少なく、良い人材を効率的に採用するためには、上記3点のアクションが必要。  
(ベースとして、働きやすい職場づくり・労働環境や条件の充実必須)

©2026 Blanket Inc.

2

### 未経験者にとって、訪問介護は

#### “分からないこと”“見えないこと”が多い仕事

- 一人で訪問するのが不安
- 資格や経験がないと難しそう
- そもそも、仕事のイメージがつかない
- 給料や勤務時間、休みはどうなっているの？
- どんな人が働いているか分からない
- 移動が大変そう



©2026 Blanket Inc.

3

### この未経験者の3人に、自社の求人に興味を持ってもらうには？



Aさん

現在は離職中。  
以前はスーパーでパート勤務。  
子育てが落ち着いてきたため、  
自宅の近くで、短時間から  
働ける仕事を探している。  
人と関わる仕事には関心があるが、  
介護の仕事は未経験で不安がある。



Bさん

飲食店で勤務中（正社員）。  
今の仕事に将来の不安があり、  
以前から関心のあった介護の仕事も  
転職先の選択肢として考えている。  
ただし、訪問介護は未経験で、  
一人で利用者宅を訪問することに  
不安を感じている。



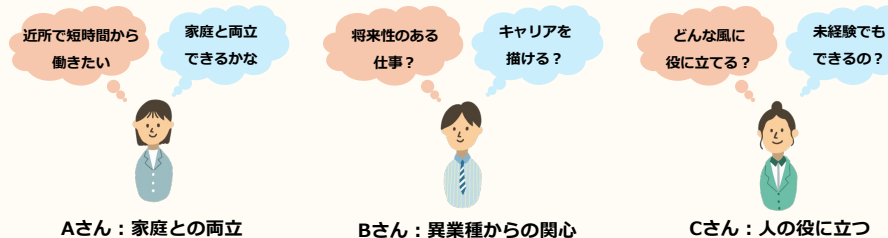
Cさん

事務職として勤務中（パート）。  
仕事を続ける中で、  
もっと人の役に立つ実感のある  
仕事をしたいと考えている。  
介護の仕事も一時考えたが、  
資格も経験もないため、  
自分には無理だろうと思っている。

©2026 Blanket Inc.

4

「誰でもいいから」というPR・求人や  
意図を持たない闇雲なPR・求人は、  
結局、誰にも届かない、魅力的に映らない。



Aさん：家庭との両立

Bさん：異業種からの関心

Cさん：人の役に立つ

求職者は、「期待」と「不安」を同時に感じている。  
期待していることをしっかり訴求し、不安材料を減らすことを意識！

何に期待・不安を感じ、  
どのような情報を必要とするかは、属性・背景により異なる

成果の出る採用活動のポイント

「発信内容（求人票・SNSなど）」を考える前に、  
「相手（求職者）理解」と「自己（自組織）理解」

相手（求職者）理解

どんな人に来て欲しい？  
その人の期待・不安は？

自己（自組織）理解

どんな特徴・強みのある組織？  
働く人にとって何をPRできる？

効果的な採用PR

会社の強み・特徴をどのように届けると、ターゲットに響く？

ターゲット（来て欲しい人）を考える3つの問い

① どんな働き方をしてほしい？

時間帯／曜日／勤務エリア／勤務日数

② どんなきっかけなら、興味を持ちそう？

人の役に立ちたい／地域で働きたい／介護に関心がある

③ どんな不安に答える必要がある？

一人で訪問する不安／資格・経験への不安／両立・収入への不安

「来てほしい人」が見えると、求人票やPRで伝える言葉も変わり、  
関心を持ってもらいやすくなる。



東京都訪問介護採用応援事業：採用力向上セミナー

訪問介護事業者の採用活動で、まず押さえてたい3つのポイント

——未経験者に届く採用活動のはじめ方

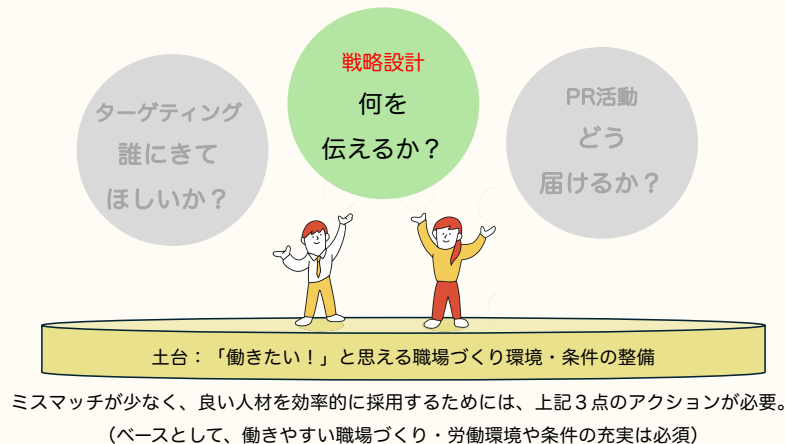
②何を伝えるか：“うちの魅力”を、未経験者に届く言葉にする

株式会社Blanket 取締役

野沢 悠介



採用を前に進める3つの視点



未経験者が知りたいのは、制度の有無だけでなく、

「自分にもできそうか」が分かる具体的な情報

- どんな仕事をするのか
- 最初にどう教えてもらえるのか
- どんな働き方ができるのか
- どんな人が働いているのか



成果の出る採用活動のポイント

「発信内容（求人票・SNSなど）」を考える前に、

「相手（求職者）理解」と「自己（自組織）理解」

第1回で  
解説

相手（求職者）理解

どんな人に来て欲しい？  
その人の期待・不安は？

自己（自組織）理解

どんな特徴・強みのある組織？  
働く人にとって何をPRできる？

効果的な採用PR

自社の強み・特徴をどのように届けると、ターゲットに響く？

## 未経験者に伝えたい、自組織の魅力を考える4つの切り口

### □ 仕事の魅力

どんな支援をしている？どんなやりがいがある？

### □ 働き方の魅力

時間帯・曜日・勤務エリア・家庭との両立は？

### □ 育て方・サポートの魅力

最初はどう教える？困った時は誰に相談できる？

### □ 人・職場の魅力

どんな職員が働いている？どんな雰囲気？



## 自組織の魅力を求人メッセージに反映（例）

### Before

イメージが浮かびづらい/どこでも言える

- ① OJT研修制度あり。  
未経験でも安心です！
- ② 働きやすい職場です！
- ③ 地域に貢献できる、  
やりがいのある仕事です！

### After

イメージが浮かぶ/らしさが届く

- ① 最初のX回はサービス提供責任者や熟練ヘルパーと一緒に訪問し、丁寧に指導。
- ② ご家庭の予定に合わせて、柔軟に対応。  
毎月シフト面談を実施し、勤務調整します。
- ③ 一対一で関わり、地域で暮らす利用者さんと深い関係を築けることが魅力です。

## 東京都訪問介護採用応援事業：採用力向上セミナー

### 訪問介護事業者の採用活動で、まず押さえてたい3つのポイント

——未経験者に届く採用活動のはじめ方

### ③ どう届けるか：求人票だけで終わらせない情報発信

株式会社Blanket 取締役

野沢 悠介



## 採用を前に進める3つの視点

ターゲティング  
誰にきて  
ほしいか？

戦略設計  
何を  
伝えるか？

PR活動  
どう  
届けるか？



土台：「働きたい！」と思える職場づくり環境・条件の整備

ミスマッチが少なく、良い人材を効率的に採用するためには、上記3点のアクションが必要。  
(ベースとして、働きやすい職場づくり・労働環境や条件の充実は必須)

## 成果の出る採用活動のポイント

「発信内容（求人票・SNSなど）」を考える前に、  
「**相手（求職者）理解**」と「**自己（自組織）理解**」

第1回で  
解説

### 相手（求職者）理解

どんな人に来て欲しい？  
その人の期待・不安は？

第2回で  
解説

### 自己（自組織）理解

どんな特徴・強みのある組織？  
働く人にとって何をPRできる？

### 効果的な採用PR

自社の強み・特徴をどのように届けると、ターゲットに響く？

求人票の情報だけでは、  
伝わらない情報も多く、離脱につながる場合も。

- 職場の雰囲気分からない
- どんな人が働いているか見えない
- 実際の仕事の様子が想像しづらい
- 未経験者へのサポートが具体的に分からない



## 採用成功の鍵

求人メディア（求人情報） × 自社メディア（理解促進）

### 求人メディア

役割：求人を見つけてもらう入口  
例：ハローワーク、福祉人材センター  
Indeed、求人ボックス、介護系求人サイトなど

### 自社メディア

役割：詳しい情報を伝え、イメージを深めてもらう場所  
例：自社サイト・採用ページ  
SNS・ブログ・写真・動画コンテンツなど

## 求職者の“応募までの流れ”を意識する

知る・関心を持つ

期待を深める  
不安を払拭する

応募  
問い合わせ

求人メディアで発見  
条件マッチ  
「もう少し知りたい…」

自社メディアで情報収集  
職場・環境マッチ  
「自分にも合いそう！」

事業所名などを検索

ここで情報にアクセスできないと、  
期待が深まらない＆不安が消えず  
応募・問い合わせ前の離脱が発生



## 自社メディアで未経験者に伝えたい情報

- どんな仕事をするのか
- どうやって仕事を覚えるのか
- 困った時に誰へ相談できるのか
- どんな働き方ができるのか
- 未経験から始めた人はいるのか
- どんな支援を大切にしている事業所なのか



## 応募前の導線をチェック

- 求人メディアの文言は、未経験者にも分かりやすいか
- 「未経験歓迎」だけでなく、自事業所らしさが伝わるか
- 求人票から、自社メディアにたどり着けるか
- 仕事の流れ・研修・働き方の情報などを発信できているか
- 写真や動画で、職場や職員の雰囲気や伝わるか
- SNS・ブログなどで継続的な発信ができているか
- 応募・問い合わせ方法が分かりやすいか



採用活動のお悩み、  
専門家に相談してみませんか？

参加費  
無料

30分で  
サクッと  
お悩み相談

じっくり  
課題解決の  
アドバイス

詳しくは概要欄へ！



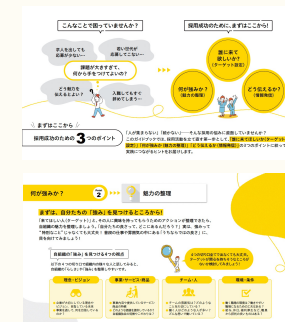
## 介護・福祉の採用ガイド

応募が来ない・定着しないを見直す

まずは  
ここから！

「誰に」「何を」「どう伝えるか」  
3つの視点で考える、施策検討のベースづくり

KAIGOHR



アンケートにご回答いただくと、

「介護・福祉の採用ガイド」をプレゼント！