

訪問介護事業者の採用活動を 成功に導くための3つのポイント

株式会社Blanket 取締役/人事コンサルタント

野沢 悠介



講師・ファシリテーター紹介



野沢 悠介 株式会社 Blanket 取締役

ワークショップデザイナー、国家資格キャリアコンサルタント、
JCDA認定CDA(Career Development Adviser)
立教大学GLP（グローバル・リーダーシップ・プログラム）講師

立教大学コミュニティ福祉学部卒。介護事業会社で、採用担当・新卒採用チームリーダー・
人材開発部長などを担当後、2017年より現職。
介護・福祉領域の人材採用・人材開発を専門とし、介護・福祉事業者の採用・人事支援
や、採用力向上のためのプログラム開発、研修講師などを中心に「いきいき働くことがで
きる職場づくり」を進める。

■ 本セミナーの構成

東京都の訪問介護事業者の採用力向上のため、「**まず掴んでほしい3つのポイント**」を紹介します。

1

まずはここから！

採用ターゲットを定めよう！

2

ターゲットに響く情報発信とは？

強み・特徴の明確化

3

ターゲットに響く情報発信とは？

効果的な採用PRのポイント



**専門家による
個別相談会（参加無料）**

介護・福祉専門の人事コンサルタントが
訪問介護事業所の採用課題の解決をサポート！



採用を成功させるための3つのアクション



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)

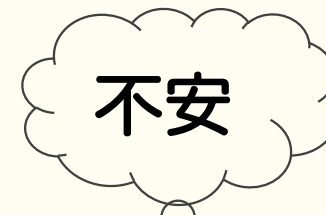
POINT

「誰でもいいから」は、誰にも響かない。

「誰でもいいから」という求人は、ターゲットが曖昧になり、
訴求も曖昧になってしまうから、誰にも響かない。

採用したい人物像を明確にすることで、打つべき施策も明確になる。





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！

給料・待遇 / 休日・休暇・労働時間 / 理念に共感 / 良い環境 / 人の魅力
キャリアモデル / 働くイメージ / 育成体制 / 職場の人間関係 / 将来性 /
勤務地 / 経営の安定性 / 職場の雰囲気 / 無資格・未経験…etc

成果の出る採用活動のポイント

いきなり具体の施策から考えない！

目的とターゲットを明確にする！

「求人票の書き方」「求人媒体の選定」「サイトの運用」「SNSの活用」など…、

求人活動でやることはたくさんありますが、

いきなり「何をするか」から考えるのではなく、

「何を目指し」「誰に向けて」採用活動を行うかをしっかり検討することが、

採用活動を成功に導きます。



ターゲット設定の流れ

1. 自組織が目指す姿、解決したい課題を洗い出す

(例) 土日や早朝（7～10時）の訪問件数が増えており、シフトに入れるスタッフが不足

2. 目指す姿、課題を解決するために必要な人材とはどんな人？

(例) ①土日固定のシフトで働きたい、子育てが一段落した40～50代の主婦層

②早朝勤務が可能で、平日午前中の時間を有効活用したいダブルワーカー

3. その人材はどんな背景や価値観を持ち、何を重視している？

(例) ①家庭との両立を重視しつつ、安定した収入を確保したい。

②短時間でも効率よく収入を得たいが、働く時間帯の固定化を希望。



ターゲット設定の効果

1.応募者の質が向上する

➡適切な人材に絞られる

2.メッセージが伝わりやすくなる

➡「応募したい！」と思わせる訴求が可能に

3.面接の基準が明確になる

➡選考が効率的になる

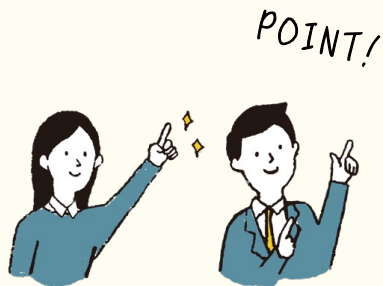


POINT

自社・自組織・自社のサービスへの
深い理解がなければ、良いPRは難しい。



良いPRのためにも、まずは自分たちの
強み・特徴を深掘りしよう！



強み・特徴言語化のメリット

□ 組織のブランディング強化につながる

「面倒見の良い事業所」「介護職としてスキルアップできる事業所」「稼げる事業所」

□ ターゲットに響くPRができる

柔軟なシフトが売り⇒仕事と家庭の両立がしやすい！急なお休みにも対応します！

早朝・夜間の時給をアップしている⇒ダブルワークで隙間時間に稼げる！早朝は時給X円～！

□ 応募者のミスマッチを減らせる

自分たちの“らしさ”を伝えることで、“ここで働きたい”と思う人材が集まりやすくなる



「強み・特徴」を考える際の切り口

法人 事業所の魅力

例：法人（もしくは自分の働く事業所）が目指すこと、大切にしていること、
理念・ビジョン、運営姿勢、実現しようとしていることなど、法人全体の考えや動き

事業・サービス 商品の魅力

例：事業内容、行っているサービスの特徴、他には負けないこと、こだわり
お客様からの声、評判など、サービスや事業内容についての特徴

条件の魅力

例：給与、福利厚生、休暇・休日・研修制度など、
この法人・事業所で働く上でのメリットや良いこと

組織・人の魅力

例：職場・チームの雰囲気、働く人の共通項、助け合いの風土、
意見の言いやすい環境など、組織・人の良いところ（できるだけ具体的なものだと思い）

人事・採用担当者だけでなく、様々な立場の人にヒアリングしたり、一緒に検討することで
普段は見えていない特徴・強みに気づけることが多く、おすすめです。



採用PRのポイント

- ターゲットごとにメッセージを意識する
- “響く言葉”を考える
- 写真・動画などの視覚情報を有効活用
- ターゲットを意識して募集要項や求人票を整備

※生成AIも活用すると効率アップ！

◆主婦の方活躍中！
**訪問介護
スタッフ
募集**



家事・育児の
合間に、土日
だけで安定収入！

- ・7～10時の早朝シフト
- ・柔軟な働き方が可能

土日働ける方歓迎！

**早朝の訪問介護
スタッフ募集**



朝だけ働いて
午後は自由！

- ・7～10時の
短時間勤務
- ・スキマ時間で
収入アップ

パート・未経験OK！

■ 求職活動でのWEBサイト・SNSの活用

法人のWEBサイト

求職活動で参考にした
参考にしたかった **68.5%**

求職活動時の情報収集に
法人のWEBサイトは必要 **86.3%**

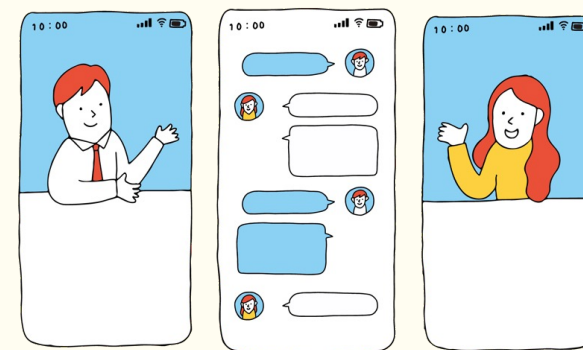
法人のSNS

求職活動で参考にした
参考にしたかった **58.9%**

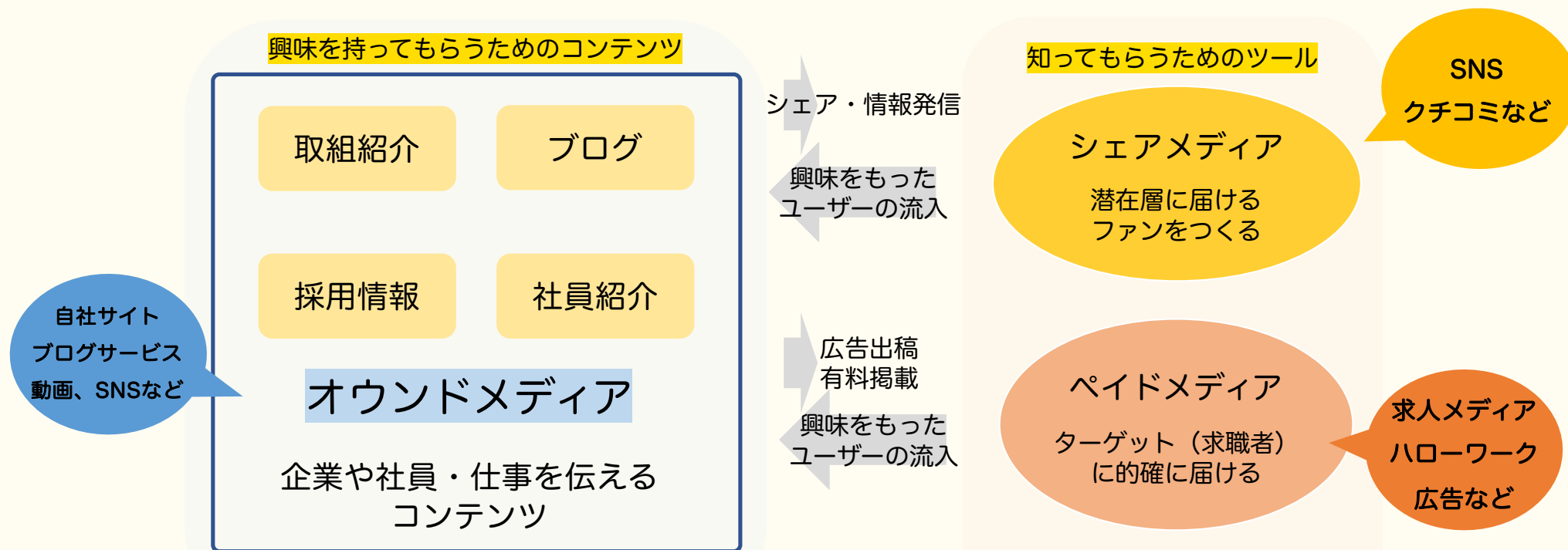
求職活動時の情報収集に
法人のSNSは必要 **58.9%**

出展：株式会社Blanket 「KAIGO HR 転職希望者の本音調査(2024)」

大多数の求職者がWEBサイトを参考に使いたいと
考え、半数以上はSNSの情報も参考に使いたいと考
えている。



「メディアミックス」の重要性



情報量の多い時代だからこそ、興味を持ってもらえる「コンテンツの質」と見てもらうための「導線的设计」それぞれが重要。
各メディアをうまく使い分けてメディアミックスでのPRが求められる。

■ オウンドメディア：自社サイトの活用

・ 「自社らしさ」を届ける強力なツール

求人票（条件）だけでなく、働く職場としてイメージができる情報を掲載

掲載例

MUST！：職場の写真：雰囲気が分かる写真（特に職員）

- 法人・事業所の理念・考え：何を大切にしているか？
- 働く人の声：どのような人が働いているのか？
- 一日の流れ：仕事の様子が伝わるか？
- キャリアパス・福利厚生：実際に利用するイメージがわくか？

コストがかけられない場合、
airworkやengageなど、
無料のものでもOK！



シェアードメディア：SNSの活用

- ・ 直接の応募ではなく、ファン化のツールとしての活用を推奨

⇒ 直接応募の増加も狙えるが、難易度が非常に高く、パワーもかかる

まずは別の手法で認知をつくり、その後の理解促進・好感度上昇に活用

- ・ フォロワー数や“バズ”より、ターゲットの共感

⇒ 一過性の話題づくりをしても採用につながらない

重要なのは、ターゲットの知りたい・気になる情報を届け、
共感・好感・もっと知りたい！を生み出すこと。



これからSNSを始めるならば…。

- ① ターゲットと伝えたい「らしさ」を言語化
- ② ①を意識した写真をInstagramに継続投稿
(テンプレートやCanvaなど活用)
- ③ ショート動画にもチャレンジ
- ④ 慣れてきた段階で、コンテンツを拡充
- ⑤ Tiktok、YouTubeを活用した動画発信

ツールをさわり、慣れる
魅力的な発信のリサーチ
も忘れずに！



参加無料！

参加者募集中：専門家による個別相談

訪問介護事業所の採用活動を介護・福祉専門の人事コンサルタントがサポートします。

【実施形式：ZOOMによるオンライン面談 実施時間：60分～90分程度】

【こんなことを相談できます！】 相談テーマの一例

- 採用ターゲットと一緒に考えてほしい
- 事業所の強み・特徴を整理を手伝って！
- SNS、オンラインでどんな発信をすればいい？
- その他、採用に関することをお気軽に！



アンケートご協力をお願い

アンケート回答者に
「採用活動スタートガイド」
をプレゼント！



※画像はイメージです



採用コンサルタントによる
個別相談会も
参加事業者募集中です！

ご視聴後にアンケートへ
ご回答をお願いします！

