

タイトル： 「人を呼ぶブランディング」～求人・地域とのつながり

キーワード ※3つ記入。

求人採用	法人名	社会福祉法人 刀圭会
SNS活用	施設種別	デイ
法人のブランディング	施設名	デイサービスセンター そうび苑

研究者 (取組に関わった方のお名前5名まで)	氏名	職種	備考
	① 佐藤 舞	事務・介護	法人本部広報
	② 町田 佑介	事務	法人本部広報
	③		
	④		
	⑤		

施設の概要

※ここに記載した内容のうち、発表内容に直接重要な関係を持たない事項については、本資料をもって発表の際の説明から省略してください。

設置主体	社会福祉法人	経営主体	社会福祉法人
開設年月日	平成10年11月	所在市町村	帯広市
市町村人口	161,547 人	65歳以上人口 (高齢化率)	49,764 人 (高齢化率 30.8 %)
利用者定員数	30 人	利用者平均年齢	歳
職員数	14 人	職員数内訳	介護職 8 名 看護職 2 名
併設施設・事業	ケアハウスそうび苑・法人本部		
施設のサービスの概要	温泉のあるデイサービス。支援をメインとした通所で、比較のお元気な利用者様が利用。併設するケアハウス入居者様もデイサービスを気軽に利用できる。		

発表の概要

<p>①取り組んだ課題</p> <p>①ハローワークだけでは来ない求人</p> <p>②Facebookの若者離れ</p> <p>③SNSを使った、法人職員目線の魅力発信（Instagram）</p> <p>④知名度の低さ（社会福祉法人）</p>	<p>③活動の成果と評価</p> <p>①採用 Instagramの様子を見て「自分も一緒にやってみよう」をイメージすることができ、また、法人の取り組みや方針も理解したうえで応募となり、採用に至った。採用後は、進んで公益活動への参加をしている。</p> <p>②地元企業との繋がり Instagramを通し、法人を知ったことで飲食店より職員とご利用者へのプレゼントの申し出があり、大変喜ばれた。またフォロワー含め法人の名前周知と広がった。</p> <p>③キッチンカーとの連携 Instagramを通し、職員のランチ時に来ていただくようになり、福利厚生として活用中。地元キッチンカー業界でも話題となり、こちらからの依頼だけでなく出店依頼を頂くまでに成長。毎度違うキッチンカーが来ることでご利用者の楽しみにもなっている。</p> <p>④出張前講座の依頼 終活講座などの依頼がくる。法人の周知となっている。</p> <p>⑤子ども食堂への寄付 活動内容をInstagramで把握し、飲食店などより継続寄付の申し出が続いている。</p> <p>⑥他法人からInstagram開設についての指導依頼を受けることにより繋がりができた。</p>
<p>②具体的な取り組み</p> <p>●現代のSNSの主流となっているInstagramを利用し、法人アカウントを作成。若手層への法人周知を狙う。 ◇法人内の職員の働く姿や、働く環境に注目し「働き手の知りたい」をピックアップ。ご利用者の様子などはブログで掲載しているのですが、Instagramではあえて特集はせず「ご利用者と関わる職員の笑顔」を切り抜く。 行事などの特別を重視せず、「職員の日常」を届ける。 ◇発信スタイルのブレを防ぐために、担当者を1~2人で固定。 撮影・投稿の確認も含め統一した投稿を意識する。 開いたときの「笑顔」を重視する。</p> <p>●費用について 初期費用・継続費用ともに無料。 ◇法人アピールとして作成したダンス動画の衣装代・小道具代として5000円程度の出費。 使用後は、レク用品として活用している。</p>	<p>④今後の課題</p> <p>・現在行っている取り組みを今後も継続。 また、関連している新たなSNSへの参入を検討中。 こういった取り組みから「人が集まる法人」を目指す。 採用を含め、地域住民・ご利用者もみんなで地域共生社会の中心を担える法人になれるきっかけとして採用を目指す広報活動を努力・継続していきたい。</p>
	<p>⑤参考資料など</p> <p>自己流のため、参考事例等なし。</p>

※「応募用紙」とともにメールにて【7月12日（金）】までにご提出ください→ roushikyo@dosityakyo.or.jp まで。