

人を呼ぶブランディング

～求人・地域とのつながり～



社会福祉法人 刀圭会
デイサービスセンターそうび苑
事務主任 佐藤 舞

📍 北海道帯広市西16条北1丁目27番地127

🌐 <http://toukeikai.or.jp>

01

どうして、人が来ないの？

現在直面している課題について

01

01

求人応募を増やしたい

ハローワークだけでは来ない

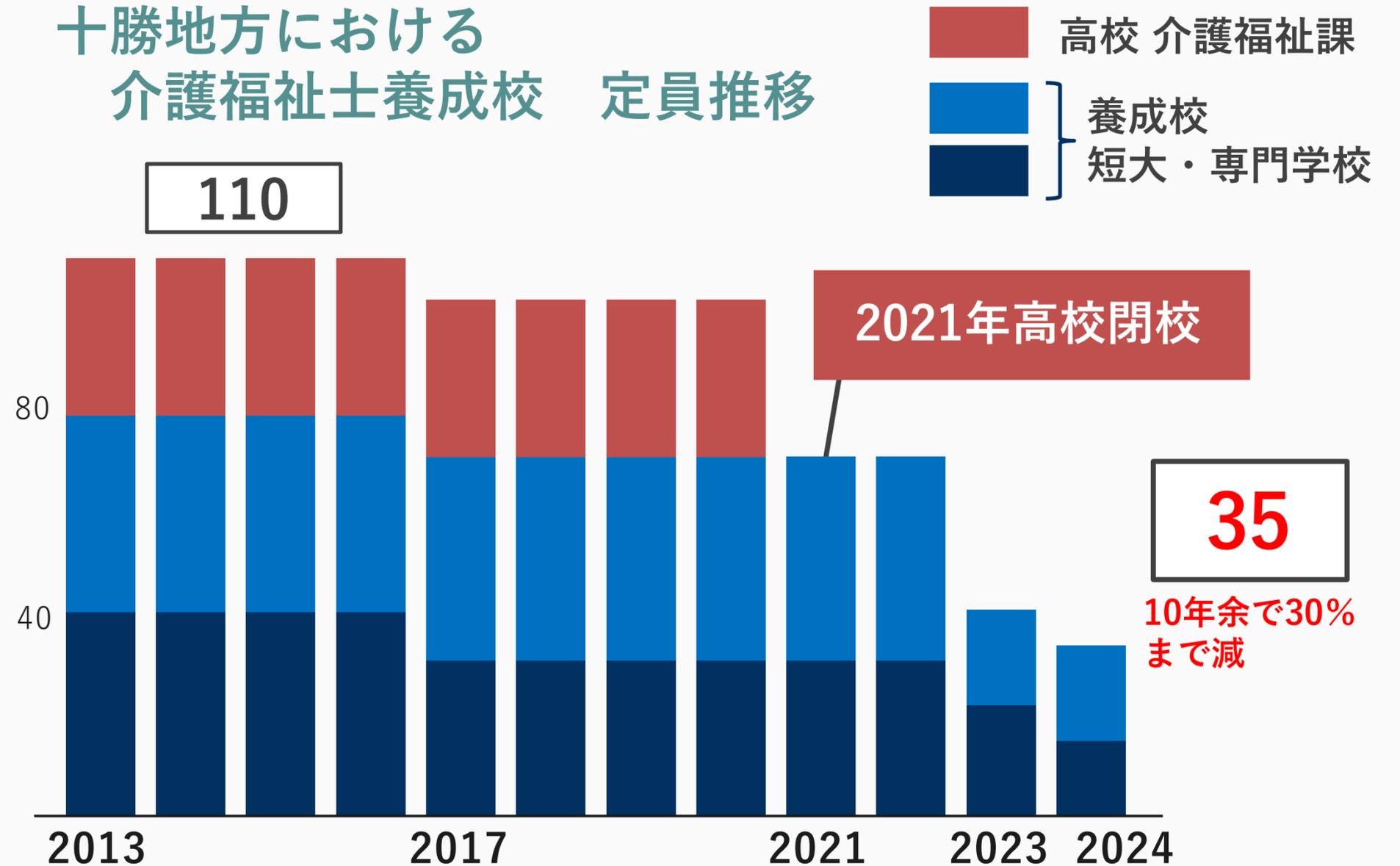
介護職員のみならず、事務員や相談員の採用も困難。
新聞折り込みチラシでも来ない。



養成校定員や 学生の減少

10年ほど前と比べ、介護養成校の定員減少や学生自体も減少している。

十勝地方における
介護福祉士養成校 定員推移



01

求人応募を増やしたい



介護に対する 根強いイメージ

ライフステージに
合う職場ではない

辛くて
大変？

給料安いん
でしょ？

休みや給与面だけを見比べるしかない求人票
だけで選んでもらうのは難しい。

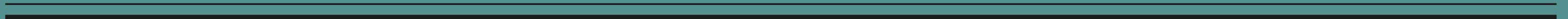
聞いたことがない会社名には食いつきづらい。

施設は閉じられた印象で、わからない。



知名度を上げなきゃ！！

法人のブランディング



02

取り組み

法人の知名度を上げるためのブランディング。
魅力を発信するためのSNSを活用した新たな取り組み。

02



若者の主流はInstagramへ



Facebookの 若年層利用者減

もともと法人Facebookをやっているが、
若者離れが目立ち発信しても周知が弱い。



2021年5月 開設

職員の日常や 笑顔を発信

「働き手の知りたい」をピックアップ。
ご利用者の様子や施設行事はブログで
紹介。

人や環境の雰囲気が伝わる





**SNSを活用して
介護施設の見えない内側を発信**

「一緒にここで働いてみたい」を目指す





2023年3月

職員のダンス動画を作成

フォロワー



投稿をラジオで紹介してもらう

1,718

約200

Year	Followers
2021	約200
2022	約500
2023	約1,000
2024	1,718

2024年8月8日時点での数字

楽しい
動画ですね

第2弾も！！

何度も見て
います！



ダンス動画での費用

衣装・小道具

5,000円弱

その後、小道具は
レクや体操等で活用

小道具作成

デイサービス利用者様の機能訓練の一環として作成していただいた。





統一した載せ方

発信スタイルのブレを防ぐため、少人数で統一した内容を意識して投稿する。



分かりやすい写真

説明や文章をを読まないとよくわからない写真は投稿しない。



ファーストインパクト

スクロールして出てくる写真を見て気になって開いてもらえるような写真を意識して撮影。

03

SNSを通じた“人”とのつながり

投稿の継続によって生まれた交流やSNSならではのつながりが
でき、知ってもらえる機会が増え事業へ還元できた事例。

03

インスタを見てます 約**90%**

公益的取り組みを やってみたい

子ども食堂などの様々な活動の投稿を見て

「一緒にやってみたい」という応募につながる。

介護業務以外の内容を理解した上で採用となる。

介護業務が忙しく「できない」という職員も一定数いるのも事実





飲食店からの商品提供

1回目

ご利用者 **100名** 職員 **50名分**

2回目

職員 **30名分**

からあげ屋さんからのご利用者、職員へのプレゼントとして、商品を提供していただいた。

お互いのアカウントで紹介

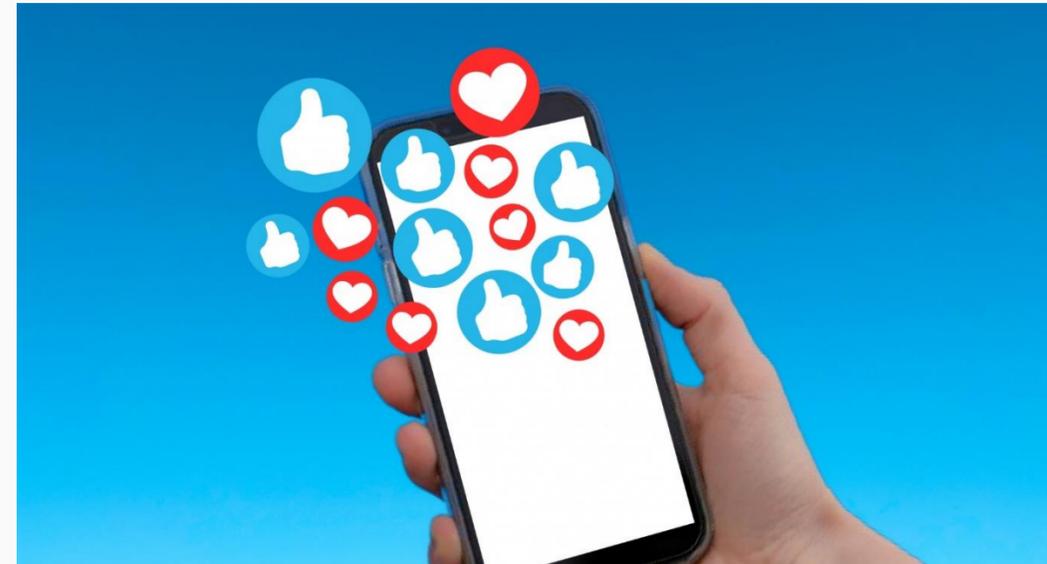
知名度向上 ↗

出前講座の依頼



ハッシュタグと位置情報でヒットし、ホームページ検索へと至った。参加者がネット世代ではないため、口コミでの周知につながる。

Instagram開設の指導依頼



他法人からの指導依頼があり、やり方・方針などを伝える。法人同士のつながりができ、情報交換のしやすさを高められる。

【企画開始のきっかけ】2023年1月

- フォロワーだった
キッチンカーの投稿

出店場所の募集

- コロナ禍後でも
医療福祉関係は

外食が行きづらい状況

職員のランチでの出店交渉

好評

福利厚生の一環として不定期開催することに。





キッチンカー側も
出店情報や様子を投稿

周知が多方面に広がる



刀圭会の
フォロワー



キッチンカー
フォロワー



検索 & #

福祉と関係ない人も集まる

実施回数 **7回** 呼んだ台数 **14台**



キッチンカー業界で
「刀圭会」の名が広がる

出店させてほしい

インスタ見てます



ご利用者にも人気

普段では買いに行けないものが多く、
楽しみにしていてとても喜ばれている。
1番人気はクレープ

SNSを活用し外部とつながり
法人のブランディングへ大きな前進となった



寄付や協賛で 企業様とかかわり 地域づくりへ

子ども食堂の投稿を見た企業からの食材寄付

お米・お菓子類・野菜・パンなど沢山の食材をいただき、子ども食堂とフードドライブで無駄なく活用。

SNSが企業と近く関るきっかけとなる

当初からこの成果を見込んでいたわけではなく、まずは・・・

法人名を知ってもらいたい・活動を発信



介護以外の楽しさ
法人の取組みが見える化

輪が広がる。たくさんの人とのつながりができる。

SNSを活用することで求人のみならず、地域を含めて介護とは関係がなかった人ともつながることができる。

今後

● 時代に沿ったSNS活用

現状維持ではなく、時代に沿ったSNSの活用も検討。

Instagramと同じアカウントでつながっている「スレッズ」



Threads

近くに感じる法人、人が集まる法人を目指したい

THANK YOU!

ありがとうございました！

刀圭会Instagram



スライドでは紹介しきれない
写真がたくさん載っています。

@toukeikai_obihiro
