

〔会社情報〕

■従業員数 / 450名 ■男女比 / 男3 : 女7 ■平均年齢 / 39.5 歳
 ■採用計画 / 10 名

(1) 現状

◇ 介護の業界全体が人手不足の傾向にあり、ハローワーク登録、合説等のイベント参加、学校の訪問などありとあらゆる手を講じているが、応募の絶対数が少ない。また、同業他社が数多くいるため、自社の特化した魅力の発信が必要不可欠。一般的な【介護】に対するイメージも同時に払拭したい。しかし、少ないながらも実習や見学に参加した学生が応募してくる確率は高く、施設の雰囲気や介護に対する自社の姿勢については理解が得られている。

(2) 課題

①同業他社との差別化(自社の魅力が不明確)

(3) 課題からの改善実施策

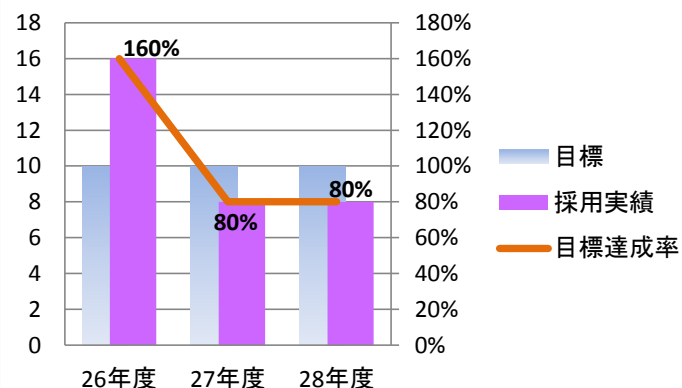
*入社1～2年の若手社員に対する意識調査の実施(自社の魅力、強み、入社後の感想など)

・ 自社の魅力を再発見、再認識し、同業他社との比較ポイントを明確にする

*アンケート調査の結果をHPや採用パンフレットに掲載

*ブランディング検討勉強会の実施

・ 職員が抱えている自社のイメージや「自社はこれ！」という他社には負けない強みを共有し、今後、会社説明の媒体に使用すると共に採用担当者もこれを売りにする。

(4) 採用実績**(5) 採用担当者の声**

介護施設における、職員の需要と供給のアンバランス状態が続いており、福島県内で介護分野の学校を志望する学生も減少傾向にあるなか、新卒学生の確保は非常に困難な時代を迎えています。今回、採用コンサルティングに参加させていただき、改めて同業他社と比較して負けない「強み」を明確にすることが大事だと認識いたしました。

若手職員の法人に対する意識調査では、職員が多彩な目線で自社の魅力を感じていることを知り、大きな自信と励みにつながりました。

また、今後は、法人全体で共有したブランディングイメージを求職者の方々に向けたアピールポイントとし、同業他社に負けない自信をもって採用活動に邁進したいと思います。色々アドバイスを頂きましてありがとうございました。