

# おはよう21

OHAYO21

# 4

April  
2009

**特集**

## 介護の人材難は こうやって乗り越えよう

**在宅特集**

## 利用者・家族との 信頼関係を深めるために

**新連載**

古武術に学ぶ「脱マニュアル」の介助技術——岡田慎一郎

「人」から見る、「生活」から見る——森繁樹

創作リハビリ・レクリエーションのすすめ——藤原茂 監修

**連載**

知っておきたい 認知症の人のココロ——松本一生

尊厳ある排泄ケアを目指して——田中志子

**好評連載**

第22回介護福祉士国家試験予想問題

(社会福祉概論)



おはよう ウォッチング

OHAYO WATCHING

特別介護老人ホーム  
「いいたてホーム」  
(福島県飯館村)





# 1. ホームページの充実を きっかけに応募者が急増!

—(株)はっぴーライフ(東京都武蔵野市)



図3-2 「スタッフ紹介」をクリックすると、各職員のメッセージ(ブログ)が見られる



図3-1 はっぴーライフのトップページには、写真もふんだんに使われている

が誇れることは？」といったように、自らのケアを振り返ることから始めます。すると、「人に誇れることはあまりないのでは」という意見も職員から出てきた」と辻川さん。こうした反省点をもとに、自分たちが目指すべきケアを再度模索することになったのです。前向きに取り組むことで職員の意

識は変わります。そのことは利用者にとってもよい方向に進みます。「必然的に職員の表情はいきいきとしてきました。それがホームページの写真にも反映されていると思います」(辻川さん)

・同じ目線からの発信を

また、経営側からの一方的な情報提供とせず、働いている職員が同じ目線でメッセージを発信していることも特徴の一つです。つまり、一人ひとりの職員が「こんなことをやっている」と自らの言葉で自らのケアを伝えているのです。その手段として活用しているのはブログ(図3-2)。辻川さんはもちろんのこと、多くの職員が個別にブログを立ち上げて、ほぼ毎日更新し、日々の様子を綴っています。最近はその発展し、利用者自身がブログの更新に参加することもあるとか。「上から目線ではなく、あくまでもこの指とまれ」という考えです。職員が自らの率直な思いを発信すれば、それに共感してくれる人も多いのではないのでしょうか(辻川さん)

ホームぺージの内容(自分たちのケア)は、1回きりでなく何度も閲覧してもらうことで理解が深まります。そのためには、常に新しい情報が得られること、見ていて楽しいと感ぜられることが大切です。その意味でも、ブログは大きな役割を果たしているようです。

★

インターネットが浸透した現在、求人情報をインターネットで探す人も増えてきました。だからこそ、こうした状況に向き合い、上手に活用することが介護事業所にも求められているといえます。自分たちの取り組みを対外的にアピールするために、ホームページは有効な手段です。

その際、「ホームページはただ作ればよいわけではなく、まず何を伝えたいかを明確にすること」という辻川さん。「しっかりとした理念をもち、自らのケアに誇りと自信をもっていければ、その姿に共感し、一緒に働きたいと思う人が集まってくるはずですよ」

ホームページの上手な活用方法、一度検討してみてはいかがでしょうか。

全国でもとりわけ人材不足が顕著なのが首都圏です。しかしそんな首都圏において、年間200名以上の応募者を集めているのが「はっぴーライフ」。では、はっぴーライフはどのようにして人気事業所へと成長したのでしょうか。その秘訣を探ります。



## Ⅲ

# 私たちのひと工夫、紹介します

人材難を乗り越えるため、現場ではさまざまな取り組みが行われています。ここでは、そんな取り組みのひとつ工夫を紹介します。



代表取締役  
辻川泰史さん

### ホームページ活用の効果は

「今はインターネットの時代。ホームページにはより力を入れていく必要があるでしょう」

こう語るのは、代表取締役の辻川泰史さん。はっぴーライフは、夢と希望をもてる職場をつくりたいという願いのもと2002年、辻川さんが24歳のときに設立した会社です。現在はデイサービス(3か所)、訪問介護、居宅介護支援事業などを展開しています。そんなはっぴーライフがホーム

ムページでの職員募集に力を入れるようになったのは、「求人広告費を使う余裕がなくなったから」と辻川さんは言います。設立当初はハローワークや求人誌・求人広告などによる募集が主でしたが、コストがかかるにもかかわらず、あまり人は集まらず、さらにまだ事業が軌道に乗っていない時期でもあったので、予算的にも厳しい状況があったのです。

そこで、効率的に人材を確保するため、ホームページによる告知を行うようになります。このことが大きなきっかけとなり、設立から3年目まで年間10名強であった応募者数が、4年目には100名を超え、5年目は約200名、6年目となる昨年は250名を超えるまで増加しました。

### ホームページの見せ方の工夫

#### ・職場の雰囲気伝える

とはいえ、ただホームページに募集案内を掲載するだけでは、見た人の心は動かないはずですよ。見せ方の工夫が必要となるでしょう。はっぴーライフのホームページは、「職場の様子をしっかりと伝え、ここで働きたいと思ってもらえるようにすること」が基本です。文字よりもビジュアルで伝えるという方針のもと、写真をふんだんに掲載していることが大きな特徴です(図3-1)。

しかし、表面的に取り繕うだけで中身が伴っていないければ、それが自然と目に見えてしまうもの。そこで、「利用者の表情はどうか?」「自分たち