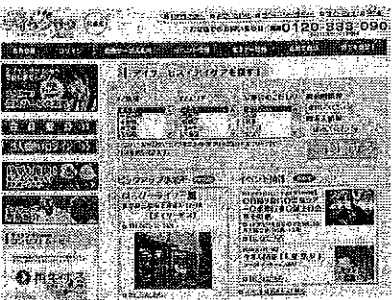


事業所PRに検索サイト開始

はっぴーライフ 人材確保の効果も期待

東京都内で通所介護などの在宅介護拠点3カ所を運営する「はっぴーライフ」(東京都武蔵野市、辻川泰史社長)は、6月からインターネット上のデイケア検索サイト『デイケンサク.com』をオープンさせた。動画やテキストでの活動内容を載せて会社の理念と介護の実際を多角的に伝えるノウハウは同社の現場から生まれたもの。同社では、求人はサイトだけでなく、職を求めてくる若者は年間200人超と介護人材確保とは無縁だ。辻川社長は若手30歳。若手ならではの発想が受けているようだ。



はっぴーライフは、2002年に介護職から辻川社長が起業した会社だ。通所介護を中心に訪問介護、居宅介護支援、福祉用具貸与の4サービスを提供している。従業員は全社で50人程度の企業に昨年は若者を中心に200人を超える求職者が応募してきた。しかも、求人広告を打ったわけではなく、ホームページを見て、自発的に応募してきた。

た人がほとんどだ。同社のホームページを開くとまず目に入るのはデイトの様子を写した写真の山。そして、ページ中央で目立っているのが動画再生のコーナーだ。

音楽に合わせて辻川社長が会社に向かい、仕事を始める映像が流れ、理念がナレーションで説明される。社長のほか、ケアマネジャーやデイ管理職、利用者のサービスを利用しての感想など内容は盛りだくさん。他にも動画は「デイの活動の様子」と「はっぴーライフ武蔵野の開設備機」の計3本が見られるほか、デイのイベントの様子、同社のスタッフ勉強会の様子と成果も紹介している。10人のスタッフのブログがあり、多角度から会社の雰囲気分かる。一般的な

介護事業所より、はるかに情報量が多い。

ホームページ開設は、もともと利用者への情報提供が目的。就職希望者が増えたのは嬉しい誤算だった。ネットで求職するのは

当然、若者が多く、「利用者(Saku.com)はこうした者がより良いサービスの事業所を探しているように、介護職もより良い環境の事業所を探している。その点で会社の理念とサービスの違いをきちんと紹介するメリットは大きかった」と辻川社長は話す。

「デイケンサク.com」(http://www.dayken.com)はこうした自社のノウハウの公開といえるが、「一事業者だけでは業界全体の改善にはつながらない」(辻川社長)と業界全体に広げて行きたい考えた。現在は、月1千円、動画付きは月3333円のキャンペーン価格でサービス提供している。

かっこいい姿 アピール必要



辻川社長

「介護の仕事への低賃金、重労働のイメージが先行する中で、介護を目指す人に『人のために尽くす仕事』という側面を強調する

だけでは求職者へのアピールが弱い。若者にアピールするには、10、20年後のキャリアイメージ、それも憧れを持てるような『かっこいい』ものをアピールする必要があります。

介護の仕事にも『どんなお年寄りでも笑顔に出来る』『お風呂を快適に提供する入浴介助のスペシャリスト』といった『かっこいい』人がいます。ならば、目に見えるかたちで僕らの

介護の姿を紹介しよう、今は利用者や就職希望者の両面に向けたホームページ製作を進めています。

もちろん人生のプランにそった適切な給与水準を確保するのは経営者の責任。事業所のムダをコストカットし、管理職クラスで年収400〜500万円程度の給与を支給するなどキャリアにあった賃金を提供する工夫などががんばっているところですよ」

(談)