

3つのオキテで勉強しよう

内容としては
【若者採用（新卒採用）】
を前提としたものが多いです

【基本的な考え方】
はどんな対象にも共通ですので
当てはめて考えていただければと思います

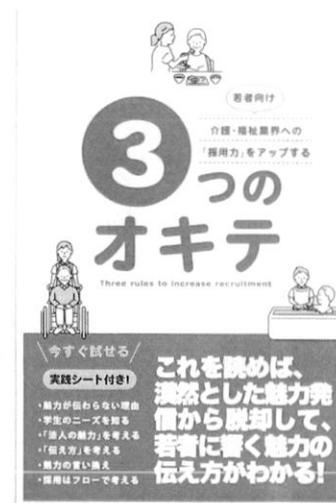
戦術 (方法論)



戦略 (考え方)

- パンフレット/WEBサイト
- 媒体選び
- SNSの活用
- 流行りのワード

- 何のために？
- 誰に？誰を？
- 誰が？何を伝える？
- いつ？どこで？



すべてはここに書いています。



<https://f2f.or.jp/useful/2980/>

3つのオキテ

ナビサイトに掲載するだけや、オシャレなホームページや採用パンフレットをつくるだけで、若者が採用できる時代ではなくなってきました。若者に介護・福祉の魅力を伝え、採用力をアップするために、とても大切な3つのオキテがあります。「誰に」「何を」「どうやって」、魅力を伝えるのをきちんと整理し、考えて発信すること。これをしっかり行っている法人は、規模の大小や立地やエリアに限らず採用がうまくいっています。

シンプルなことですが、3つのオキテを抑えて採用を行うことで、結果が大きく変わってきます。



ペルソナを設定する

誰を採用したいのか
= ペルソナを明確にする

+ 対象者を理解する

what is ペルソナ
nextpage

ペルソナを設定する

ペルソナとは？

ペルソナ(Persona)とは心理学の用語で、「仮面」を意味します。マーケティングの世界では、これを発展させて「架空のユーザー像・人物モデル」という意味で使われています。ペルソナを設定する場合、実際にその人物が実在しているかのように、年齢、性別、居住地、職業、役職、年収、趣味、特技、価値観、家族構成、生き立ち、休日の過ごし方などリアリティのある詳細な情報を設定していきます。

なぜペルソナの設定が必要なのか

「とにかく多くの学生に来て欲しい」と思ってペルソナを設定せずにPRをすると、発信内容が漠然としてしまって魅力が伝わりにくくなります。ターゲット像が曖昧な状態では、効果的なPRができません。そこでペルソナを設定し、「何を重視している学生か、自法人に合う学生はどんな学生か」をハッキリさせることで、打ち出すべきPRポイントが明確になり、より効果的に魅力を訴求することができます。また情報を伝える媒体やツールもハッキリしてきます。

ペルソナを設定する

ターゲットとペルソナの違い

ターゲットとペルソナは混同されることが多いですが、ペルソナはターゲットよりも深く、詳細に人物像を設定していきます。例えば、ターゲットは「30代・女性・主婦」「40代・男性・会社員」など人物像をやや幅を持たせて設定するのに対し、ペルソナは人物像をリアルに設定していきます。

ターゲット



ぼんやりした人物像

10~20代、女性、学生

ペルソナ



リアルな人物像

20歳、女性、関西、学生、飲食店でアルバイト、趣味はクライミング、特技はスポーツ全般、負けず嫌いな人と話すのが大好き、三人姉妹の長女、祖父母と同居、長期休暇は海外旅行、SNSは毎日チェック

自社の中で、
「この職員が増えた方が良いな！」
という職員をペルソナに設定するのがおすすめ

その職員に徹底的にヒアリングをして、
年齢、性別、居住地、職業、役職、年収、趣味、特技、価値観、
家族構成、生き立ち、休日の過ごし方、ライフスタイル
...
を明確にして、ペルソナ像として描いていく

よくある声

「1人に絞るのが難しいです」
「多様な人材がほしいです」

↓
タイプ分けをして
それぞれで
ペルソナ設定する

クルーになろう。

あなたにピッタリの働き方が、きっとある。



誰を採用したいのか
= ペルソナを明確にする

+ 対象者を理解する

観点	採用したい・法人に合う人	採用したくない・合わない人
【選社軸】 関心事/職場環境 /働き方/社風/価値観 etc...		
【人物】 性格/人物像/経験/スキル etc...		

PRポイントを明確にする

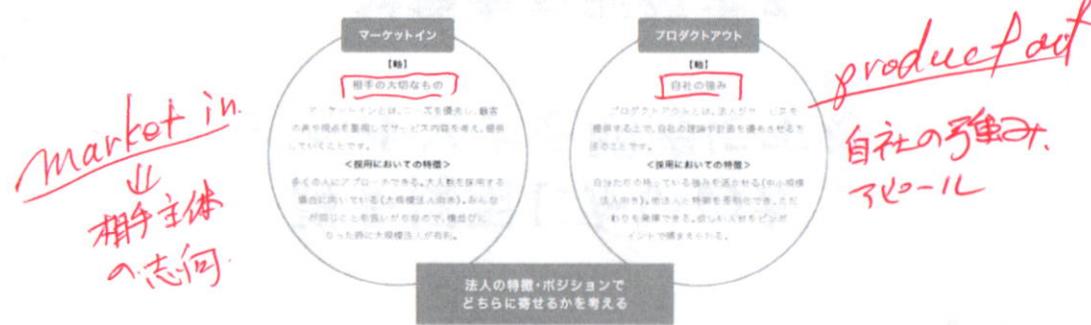
そのPRポイントあってる？



PRポイントを明確にする

何を軸に考えるのか

自法人の魅力を考える時に、何を「軸」にするのかを考えることも大切です。学生の意見に重きを置くのか、自法人の強みに重きを置くのか、どちらの観点も必要ですが、どちらに絞れる方がより魅力を引き出せるかは、法人が持っている特徴やポジションで変わります。



PRポイントを明確にする

人が組織に惹きつけられる要因 (4つのP)

<p>①Philosophy (目的の魅力) →理念/ビジョン →戦略</p>	<p>②Profession (活動の魅力) →事業内容 →仕事内容・キャリア</p>
<p>③People (構成員の魅力) →人間関係・働く人 →組織風土・文化</p>	<p>④Privilege (特典の魅力) →待遇・福利厚生 →環境・働き方</p>

PRポイントを明確にする

人が組織に惹きつけられる4つの因子を「変えられること」「変えられないこと」を踏まえて具体性やキーワード化して差別化していく

	Philosophy (理念・ビジョン) ※扱われにくい 共感しやすい	Profession (事業内容・専門性) ※概要のみ 抽象度の高い説明多い	People (人・雰囲気) ※工夫の幅広い	Privilege (特典・福利厚生) ※差別化しにくい
不変	理念やビジョンの言葉	事業内容 エリア	人事担当	給与 福利厚生 施設の新しさ
可変	採用の キャッチコピー わかりやすい表現 事例・写真	力を入れている点 キーワード 事例	若手人材 中堅人材 明るい人 人数 事例	整備する (他社事例) 働いている人の 事例

人が集まる法人の特徴は？	人が集まらない法人の特徴は？
<p>5分で書き出してみてください！ その後グループで共有します！</p>	

大規模？

アクセス？

福利厚生？

**絶対解はありません！
でも、きっと、最適解はあります！**

戦略設計をしっかりと、
つねに改善していくことで、
自社にあった
最適な採用戦略が見えてくると思います。

最近の福祉就活の動向と
Z世代の特徴

静岡県社会福祉協議会主催 福祉施設の採用力向上研修



本日の流れ

- 10:00-10:40 | 導入・アイスブレイク
- 10:40-12:00 | 最近の福祉就活の動向とZ世代
- 12:00-13:00 | お昼休憩
- 13:00-14:30 | 3つのオキテ
- 14:30-15:20 | 実践報告
- 15:20-16:00 | まとめ

本セミナーの狙い

採用活動において、絶対解はありません。
常に試行錯誤しながら、自法人における
最適解を求め続けるのが大切です。
そのためには、基本をしっかりと抑えることと、
法人同士で切磋琢磨することが必要だと思っています。
人事担当者は横のつながりをつくりにくいので、
後者はなかなか難しいのではないかと思います。
今回のセミナーが切磋琢磨できる仲間ができる
きっかけにもなれば幸いです。

本題に入る前に、、、

「人が集まる法人」と
「集まらない法人」
の違いは何でしょうか？

それぞれにどんな特徴や要素が
あると思いますか？

【この研修の目的】

福祉人材確保は喫緊の課題ですが、「求人を出しているけど、応募がない」「自法人の魅力が伝わっているのだろうか」と、お悩みの採用担当の皆様も多いのではないのでしょうか。

全国で「福祉人材確保」に特化したコンサルティングを展開している、「FACE to FUKUSHI」を講師にお招きしました。

みんなで集まって、どうすれば「採用力」をアップできるのか、一緒に学びましょう！



【内 容】

時間	内容
10:00 ～16:00 ※昼食休憩 1 時間	講義・演習 ○最近の福祉就活の動向とZ世代 ○3つのオキテ ○実践報告 ①(福)清承会 (静岡市清水区) ②(福)ほなみ会 (浜松市南区) ○まとめ

【講 師】



一般社団法人 FACE to FUKUSHI

岩本恭典氏・上杉きよみ氏

【連絡事項】

- 1 昼食を持参された方は、会場内での飲食が可能です。外に食事に行かれる方は、午後の講義開始5分前までにお戻りください。飲み物の自動販売機とトイレは各階にあります。
- 2 昼食などで出たゴミは、エレベーター横の緑色のダストカートに捨ててください。
- 3 会館内は禁煙です。
- 4 携帯電話等をお持ちの方は、マナーモードに切り替える等ご協力をお願いします。
- 5 講義中の録音などは、ご遠慮ください。
- 6 感染症対策に引き続き、御協力をお願いいたします。

福祉施設の採用力向上研修

令和5年度福祉人材確保・定着実践セミナー①

日 時 令和5年 6月 8日 (木) 午前10時～ 午後4時

会 場 静岡県総合社会福祉会館 7階 703会議室

主 催 社会福祉法人静岡県社会福祉協議会・静岡県社会福祉人材センター

アプローチの仕方を変えていこう

現役大学生による

フクシ・カイゴ業界のリアルを伝える

プロジェクト



もっと違った目標からの福祉・介護の魅力を伝えたいと思って このプロジェクトを始めました

<法人の魅力・特徴を考える観点>

法人のミッション・ビジョン	事業内容・特徴	仕事内容・やりがい・楽しさ
職場の雰囲気・組織風土・チームワーク	働く人・先輩・理事長	その他
福利厚生・給料・休日	職場の環境・独自の制度・キャリアパス	研修制度・外に出る機会

PRポイントを明確にする

どの法人にも魅力は存在します。
しかし、「**ペルソナ**にとっての魅力」
に変換されていない

多くの法人は魅力が
自社目線での言葉で語られているため、
相手目線に言葉に「**変換**」する工夫が必要。
(メリットをベネフィットに)

(何を想定して
この展開にちよびます?)

PRポイントを明確にする

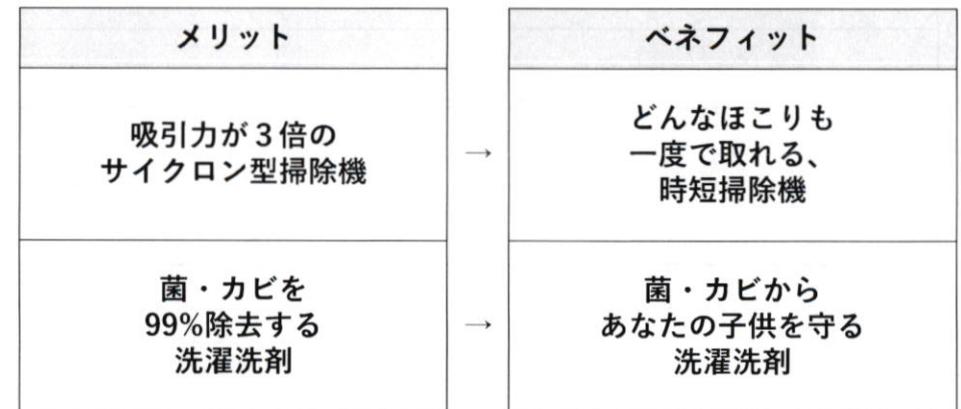
メリット (merit)

直訳すると「価値のある特徴・長所・利点」という意味がある。
マーケティング用語としては、多くのお客さんに
「プラスに働く商品の特徴」のことを言います。
→商品自身のことについての表現 (商品目線)

ベネフィット (benefit)

直訳すると「利益・為になること」という意味がある。
マーケティング用語としては、お客さんが商品・サービスから得られる
「満足感 (感情)、未来の期待感」のことを言います。
→お客さまの変化・体験についての表現 (お客さま目線)

PRポイントを明確にする



メリット (特徴)	ベネフィット
アットホームな会社です。	
研修制度が充実しています。	
上下関係がフラットな職場です。	
残業がすくない会社です。	
福利厚生が充実しています。	
素敵な先輩がたくさんいます。	

自社のメリット (特徴)	ベネフィット

プレゼンを設計する

POINT 1
ゴールイメージ

プレゼンを終えた時どうなっていたいか？ 両者にとって、うまくいった時、どうなっているか？を考えます。

「うまくしゃべる」ことがゴールではありません。

POINT 2
相手の喜ぶポイント

まずは、相手の知っていること/知らないこと/知りたいことを把握します。→6ページ「パネルソナの設定」を参照

相手のことを考えるとき、支援と同じ発想でイメージしてみてください。

POINT 3
メインメッセージ

最も伝えたいことや、最終的に伝えたいことを明確にします。→11ページの実践シートを使ってみよう！

POINT 4
ストーリーライン

相手に伝わりやすいプレゼンの流れを考えます。前提共有や相手の感情の動きに沿った話の流れを意識します。→詳しくは14ページへ

情報の詰め込み過ぎに注意！「1 Slide 1 message」が良いとされています。

プレゼンを設計する

	主題提示	法人の特徴と具体的な事例	働く職員の声や社会的な評価	クロージング
アットランダム	<ul style="list-style-type: none"> ● これから話すテーマについて ● 自己紹介 	<ul style="list-style-type: none"> ● 事業の説明や理念、特徴など ● 具体的な事例と共に 	<ul style="list-style-type: none"> ● 若手等の体験談 ● 社会的な評価、アウトカムなど 	<ul style="list-style-type: none"> ● アクションの提示 ● 再メッセージ
ストーリー型	<ul style="list-style-type: none"> ● 自己紹介 ● 学生時代や就活 ● 今の法人に決めた理由 ● 自分の学生時代や入社時の話 	<ul style="list-style-type: none"> ● 法人の紹介や特徴 ● 理念やビジョン ● 支援の話、仕事内容 ● 1日の過ごし方 	<ul style="list-style-type: none"> ● 働いての感想、良い点 ● 具体的なエピソード ● 職場の人間関係 ● 先輩との関わり ● 研修制度 ● 福利厚生 ● 体みの取りやすさ ● 残業 ● 賞罰 ● 休日の過ごし方 	<ul style="list-style-type: none"> ● アクション提示 ● 呼びかけ ● エントリー ● 職場見学
狙い	安心 共感・親近感	関心・理解	不安払拭 動機付け	行動提案

特性で理解しやすい
最初にお話が出来る

感情で共感しやすい
共通点をつくりやすい

「プレゼン」は「（一方通行の）説明」
ではありません。

相手が必要な情報を伝えて
双方向のやりとりをして
相手に次のアクションを取ってもらうこと
がプレゼンテーションのポイントです

おまけ
(時間があったらお話しします)

導線を大切にする

引く手数多のいま、フローを
着実に設計することで、離脱
を防いでいくことが大切。
就職フェアでは必ず次の接点
を用意し、申込みまで完了で
きるように！

採用はフローで考える

番外編

採用は「出会い」から「内定」までを、「学生の気持ちの変化」に対応したステップや
内容を考え、採用のフローを設計することが大切です。
それぞれステップで学生の出会い前の状態（ビフォー）と接点後の状態（アフ
ター）を考えて、最適な内容や次の接点・ステップを考えることで、どの接点で何を
重点的に伝えるべきなのかが整理され、より採用に繋がりがやすくなります。



アプローチの仕方を変えていこう

待っていれば、人が来る時代はもう終わりました。

積極的に求職者にアプローチをしていくことが必要で、
相手の動線の中にどう入り込んで行くのが大切です。

そして、自分たちの力だけでは無理なので、
求職者すらも、その担い手にしていくことも大切です。

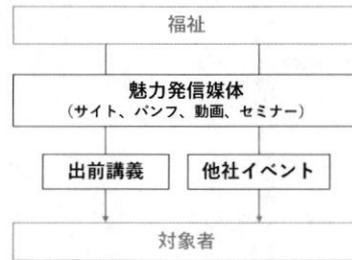
アプローチの仕方を変えていこう

「窓口型」魅力発信



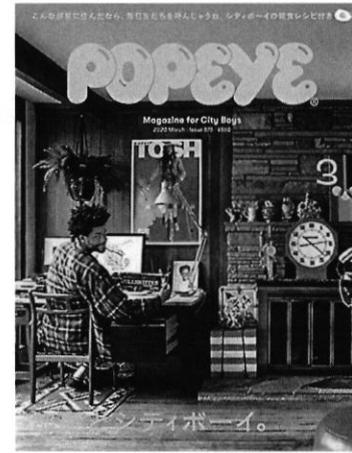
- SNSや広告を通じてアプローチし、対象者が主体的に魅力発信媒体にアクセスする
- 主体的にアクセスするため、対象者の関心は高い場合が多い

「アウトリーチ型」魅力発信



- 出前講義などを用いて、対象者がいるところに出向いていく
- 関心の低い人にもアプローチできるが、その分、関心の低い人の心を揺さぶる魅力発信媒体が必要

アプローチの仕方を変えていこう



アプローチの仕方を変えていこう



かんがえる福祉教育web

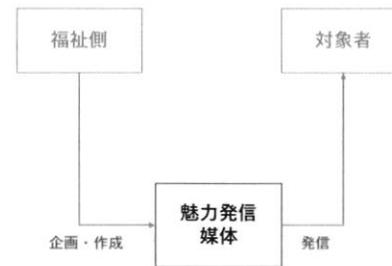
FUKUTHINK

福祉教育・出前講義



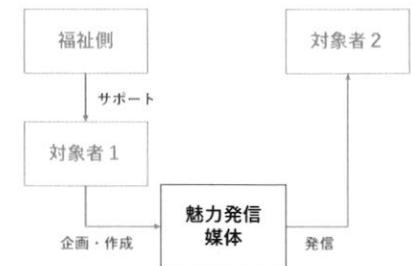
アプローチの仕方を変えていこう

「参加型」魅力発信



- 福祉側が魅力発信媒体（チラシやWeb、動画など）を作成し、それを対象者に発信する
- いかにか、媒体のクオリティと対象者にどう届けるかがポイントになる

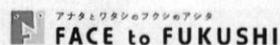
「参画型」魅力発信



- 魅力発信側に対象者を巻き込む
- 媒体をつくる中で魅力を感じてもらおうとともに、対象者の周辺への広がりも狙っていく
- 福祉に関心の無い対象者1を巻き込むための仕掛けが必要

Z世代（令和のワカモノ）と 福祉の就活動向最前線

2023年6月8日
静岡県 福祉施設の採用力向上研修



©FACE to FUKUSHI

1

(説明者) 上杉氏

午前パートの内容（10:40～12:00）

- ▶ 福祉の就活動向最前線（15分）
- ▶ Z世代（令和のワカモノ）の傾向・特徴（15分）
 - ↳ 若者を理解するABDワーク（35分）
- ▶ Z世代の特徴をふまえた採用活動のポイントまとめ
福祉業界で働くZ世代はどうか??（15分）

©FACE to FUKUSHI

2

福祉の就活動向最前線

©FACE to FUKUSHI

3

POINT

1. 就活開始時期の分断化（4つの時期へ）
2. 学生は、法人の何を知りたいのか？

©FACE to FUKUSHI

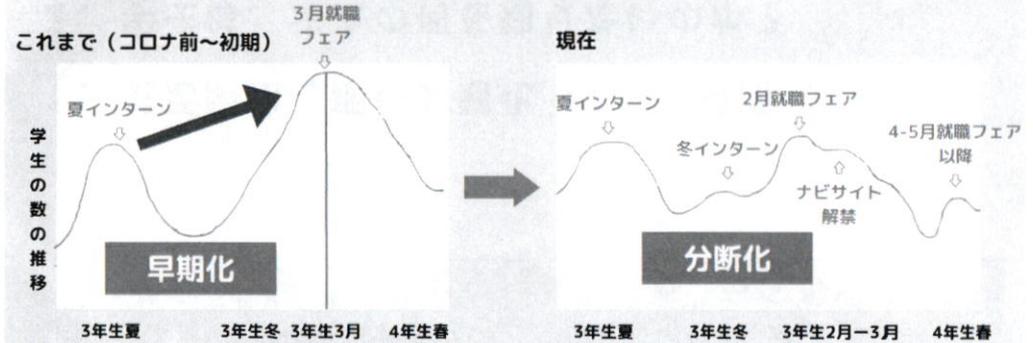
4

福祉の就活の開始時期は遅い！

と、言われていたのも今は昔・・・

1. 就活開始時期の分断化（4つの時期へ）

令和の就活は、ダブル富士山型からなだらかな山脈型へ



・ 就活の早期化
 ・ 会員増、3年の夏からスタート
 ・ 3月の期で増えてゆく

就活時期は学生によってまちまち

単なる早期化ではなく、流れが「分断」されている

- 夏のインターンから2月3月の就職フェアへの移行率は12%（425名→52名）
- 冬のインターンから2月3月の就職フェアへの移行率は48%（113名→54名）
- 2月のフェアから3月のフェアへの移行率は11%（729名→82名）

福祉の就活は早期化・多様化・分断化の傾向が加速している

それぞれの時期で出会える学生が変わるので、
 認知度UPや接点数UP望むなら多線化が必須に

減り→要因解析
 できている

就活時期の多様化・分断化への対応

学生に認知されない＝選択肢に入らない

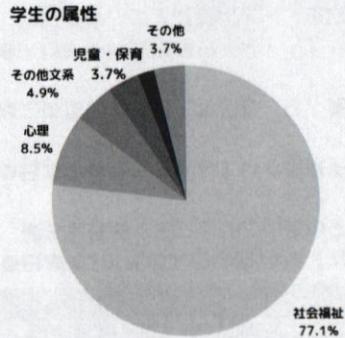
- ・「待ってたら来る」時代は終わった。
- ・それぞれの時期でしっかりと認知・PRにつなげる活動が必要。
 例) インターンシップの実施、フェアへの参加、SNSなど
 ⇒学生と接点をもつ「時期の選定」が重要になってくる。
 この時期を「ズラす」だけでも、競合から抜け出し、不要な戦いを略（はぶ）くことにつながる。

時期ごとに応じた採用の動線設計が必要に

- ・一番避けたいのは、「時期が来たら連絡する」と放置してしまうこと。
 ⇒学生のタイミングに感じられるか否か。
 ⇒それぞれの時期に接点を持った学生さんと、どう関係性やコミュニケーションを適度に維持させ、採用までつなげていくか、ということを考えることが重要！

2. 学生は、法人の何を知りたいのか？

●福祉就職フェアに参加した915名の学生アンケートの回答から



<フェア概要>

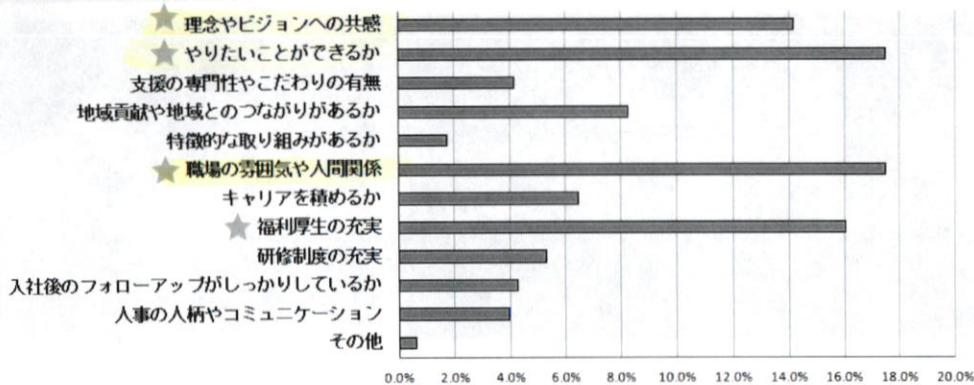
開催日：2/13、2/16、2/17、2/22、
2/28、3/3、3/4、3/6、3/7の9日程
延べ参加者：1,122名
アンケート回答数：915名（回答率81.6%）

©FACE to FUKUSHII

9

52.
52 × 2 = 104
100
10
10
30
114

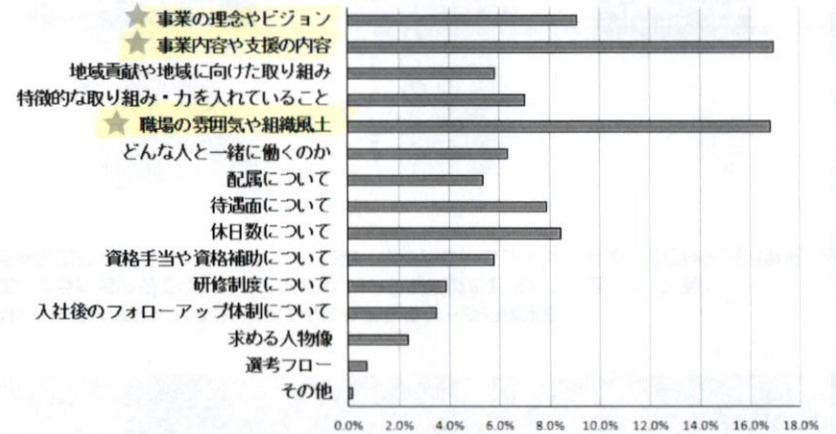
Q.就職先を選ぶ上で特に重視するポイントは何ですか？



©FACE to FUKUSHII

11

Q.訪問したブースで、特に聞きたかった話は何ですか？



©FACE to FUKUSHII

10

学生は熱いメッセージを期待している！
not only 福利厚生！

アンケートから見えるもの

●「理念やビジョンへの共感」は学生にとっても法人にとっても大事！

よく聞く学生の声「どこの法人も同じに見えてしまう…」

→法人理念のもとに、法人の成り立ちや展開している事業を説明すれば、一貫性のある聞きやすい説明に。きちんとかみ砕いて語ることができれば、他との差別化や入社後のミスマッチ防止にもなる。

●学生は「関係性」をみている。

ブース内や施設訪問時の「職員同士の関係性」「利用者との関係」は意外とみられている。職員同士がただただしくなく、きちんとコミュニケーションがとれているか？施設でスタッフは利用者さんとのようにかかわっているか？その中に自分がある姿が思い描けるか？重視している学生が多い



●福利厚生「も」大事

<法人・企業側がよくある誤解>年間休日・年収・手当・賞与額・働きやすさを謳えば学生は来る！
→たしかに大事。でもそれ「だけ」で決めている学生は少数。（特に福祉は）

©FACE to FUKUSHII

12

Z世代（令和のワカモノ）の傾向・特徴

～これからの人材採用&育成の鍵！
話題の「Z世代」にまつわる基礎知識～

なぜZ世代がこんなに注目されているのか

- 日本のZ世代の人口は約14%（2020年統計、米国では21%）と少ないが、彼らを理解することがこの先のマーケティング手法を考えるための鍵になる。
- 日本全体がシフトしていく未来を示している。
- この世代の本質に学ぶことは、先の時代を読む上で重要
- 人材確保の観点から・・・
人口減少、少子高齢化・・・企業や地域の存亡・存続に直結！

**Z世代が入りたい、辞めたくないと思う企業にすること
Z世代が暮らしたい、離れたくないと思う地域にすること
すべての企業・地域の至上命題！！**

Z世代とは誰のことか？

Z世代＝脱ゆとり世代

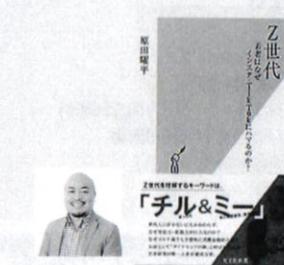
<1990年代中盤～2000年代序盤生まれの人々>

- =今、大学1年生～現在25歳以下の若者たち
- =採用活動のターゲット
- =法人の「新入職員」「若手職員」

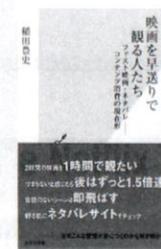
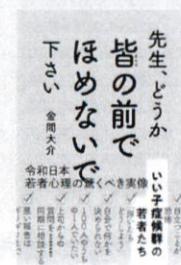
参考) X世代(70'後半～80'年代中盤) → Y世代(ゆとり世代) → Z世代 → α世代(2000年代中盤～)
皆さんは何世代ですか？

参考文献

- ・Z世代 若者はなぜインスタ・TikTokにハマるのかー原田陽平著
- ・先生、どうか皆の前でほめないで下さい いい子症候群の若者たちー金間 大介 著
- ・映画を早送りで見ると面白くなる人々ーファスト映画・ネタパレーコンテンツ消費の現在形ー稲田豊史 etc..



原田陽平Twitterより



Z世代について理解を深めていく第一歩

それぞれ個性・個別性はあるつつも・・・

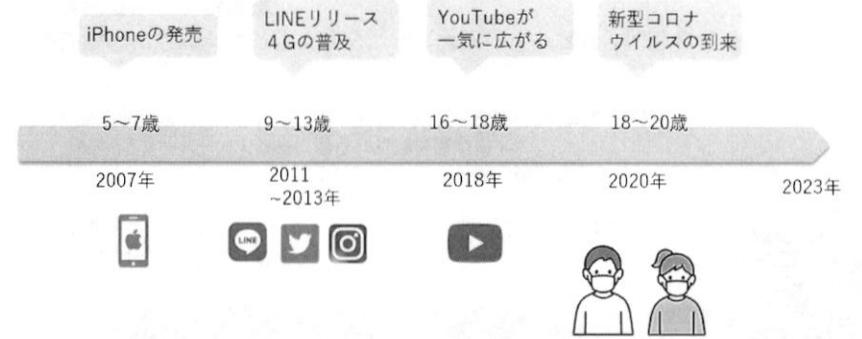


その世代の人々の心をつかむには、
生きてきた時代背景や行動原理を知ることが
必要不可欠！

©FACE to FUKUSHII

17

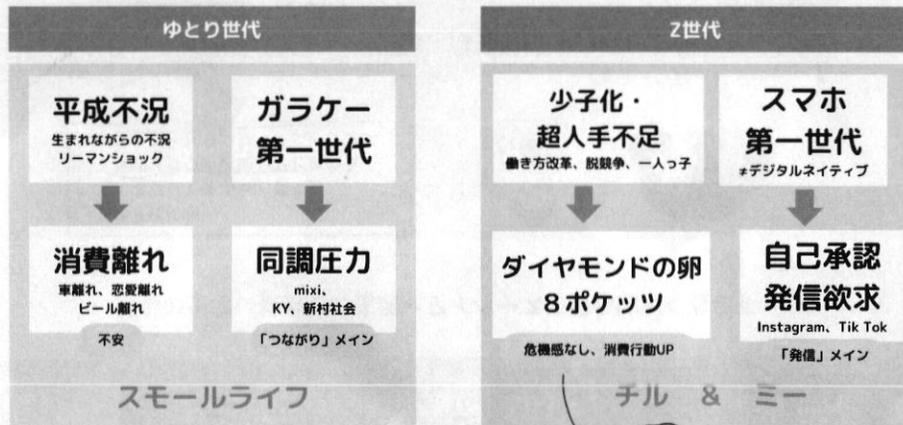
Z世代が生きてきた時代



©FACE to FUKUSHII

18

ゆとり世代とZ世代 背景のちがい



©FACE to FUKUSHII

19

Z世代を理解するキーワード①

チル & ミー
Chill & me



©FACE to FUKUSHII

20

チル/ Chill & me
(チル/ Chill & me)

Chill (=まったり、頑張らない。) という価値観

競争の少ない社会での生活⇒マイペースに居心地よく過ごす

チル文化の例…
・「Netflixでチルってます」
・サ活(サウチ活動)でどこのう。
・エナジードリンク⇒チルドリンク



- ❖会社などの組織理論、根性論、危機感訴求で彼らを動かすことは大変難しくなっている
- ❖プライベートを越えるほどの仕事は彼らの中には存在しない

参考: Z世代 若者はなぜインスタ・TikTokにハマるのかー原田隆平著

©FACE to FUKUSHII

21

強いme意識 = わたしを見て!

発信メインのSNS生活

Instagram, TikTok, Twitter

- ・複数アカウント使い分け
- ・綿密な自己ブランディング

同調圧力→同調志向

- ・発信はしたいが、悪目立ちしたくない
- ・「みんなやってるから」という行動原理
→連れション転職・転職・バイト



(一見見えにくい)過剰に強い自己承認欲求
例) 最近の採用トレンド →逆求人サイト

- ❖Z世代の自己肯定感はゆとり世代に比べて高い。
一方で、非常にもろいものでもある……。 (過剰な自信のなさと表裏一体)
- ❖危機感は低い、安定志向が強くなっている。
→はみでたくない、将来への不安、失敗したくない

©FACE to FUKUSHII

参考: Z世代 若者はなぜインスタ・TikTokにハマるのかー原田隆平著

22

Z世代を理解するキーワード②

タイパ いい子症候群

©FACE to FUKUSHII

23

「タイパ」 = タイムパフォーマンス重視

コスパ

費用対効果

から

タイパ

効率の良い時間の活用

<背景>

- ・2010年代から一気にコンテンツ消費社会へ
- ・SNSの多様化
(インスタのストーリーや切り抜きなどショート動画が人気)
- ・気軽に得られる情報量の増大
- ・オンライン授業や映画の倍速視聴習慣の一般化



- ❖圧倒的に時間がない学生たち。(大学生は「タスク」に追われている)
- ❖就活でもタイパ重視
→「いろいろな法人の話聞いて比較検討しよう!」というメッセージはもう、刺さらない。(悲)
- ❖だが、やっぱり人気はオンライン<対面
→「ここに来れば、一度にいろんな情報を得られる!」がメリットに。

©FACE to FUKUSHII

24

ここから、 ワークをします！

進め方

●ABD®という手法を参考に実施します。

Active Book Dialogue®：

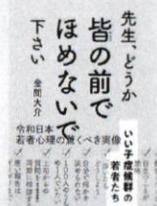
1冊の本を分担して読んでまとめる、発表・共有化する手法

- ①CO-summerize：共同要約&プレゼン準備
→担当パートを読み10分でA4用紙3枚以内にまとめます！
→2つのモード：発見モード or 要約モード
 - ②リレープレゼン：1人2分で担当箇所を発表
→説得しなくてOK。書いてあった内容をベースに。
- (③グループ対話：少人数で感想や問いを話し合います)

先生、どうか皆の前でほめないで下さい いい子症候群の若者たち 一金間大介著 (東洋経済新報社)

もくじ

- 第1章：先生、どうか皆の前でほめないで下さいー目立ちたくない若者たち
- 第2章：成功した人もしない人も平等にしてくださいー理想はどんなときでも均等分配
- 第3章：自分の提案が採用されるのが怖いですー自分で決められない若者たち
- 第4章：浮いたらどうしようといつも考えてますー保険に保険をかける人間関係
- 第5章：就職活動でも発揮されるいい子症候群ーひたすら安定を求めて
- 第6章：頼まれたら全然やるんですけどねー社会貢献へのゆがんだ憧れ
- 第7章：自分にはそんな能力はないのでーどこまでも自分に自信のない若者たち
- 第8章：指示を待ってただけなんですけどー若者たちの間に広がる学歴社会志向とコネ志向
- 第9章：他人の足を引っ張る日本人ー若者たちが育った社会
- 第10章：いい子症候群の若者たちへー環境を変える、自分を変える



採用やインターンを通じて感じる Z世代の傾向まとめ

3.採用やインターンを通じて感じるZ世代の傾向

① 二項対立からホールネス（全体性）へ？



「トータルな働く環境」を視点に
ワークライフバランスから
ワークライフインテグレーション（ホールネス）へ

private が充実して... 仕事
...か?
work life balance
↓
work life integration

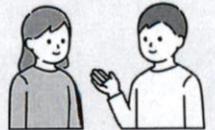
3.採用やインターンを通じて感じるZ世代の傾向

② 伝えるポイント：リアル、が重要。

パブリック < パーソナル

×定型文はスルー
おもしろい・やりがい・
安心・充実

○働いている人の声
(特に若手)や
内定者の声。



原始的な部分への共感：
やりがい・魅力・面白さ、意義、をケースで伝える
超共感インフルエンサー：内定者や新人の記事や紹介

いろいろな人の声を
見ると
事が大切

3.採用やインターンを通じて感じるZ世代の傾向

③ with ミー採用へ

コイの滝登りのスタンス⇒伴走型スタンス

★逆求人等でも「理由」を大切に伝える。
選考は「学生がアピール」するだけでなく「法人がアピール・相互理解」の場に。

採用でも「個別対応力」が問われる時代。
まずは母集団形成、よりも
⇒一人ひとりとのコミュニケーションの質にこだわる。

参考：2022年新入社員レポート

引用元：株式会社シェイク 2022年新入社員レポート ■調査対象者：2022年度 新入社員 1,739 名

【働く目的】

- ✓ 1位：自己成長
- ✓ 2位：やりがい
- 3位：収入

【モチベーションが高まる時】

- 1位：誰かから成果や努力を認められたとき
- 2位：自分自身の力で目標を達成したり、ものごとをやり遂げたとき
- 3位：自分自身の成長を感じられたとき

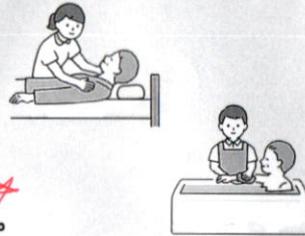
- ① 自己成長を重視している
- ② 他者との関係構築を強みと認識しており、働くにあたって人間関係やチームで仕事をするに関心が高い
- ③ ストレスマネジメントに対して苦手意識を持っている
- ④ モチベーションが高まるポイントは「承認」「達成」「成長」
- ⑤ 学生時代に、異なる立場(異なる国籍・世代など)の人と十分にふれあえなかったと認識している

福祉業界で働くZ世代はどうか??

福祉業界のZ世代はどうか??

(リミーツ (若手育成) 研修のアンケート結果や交流を通じたの所感)

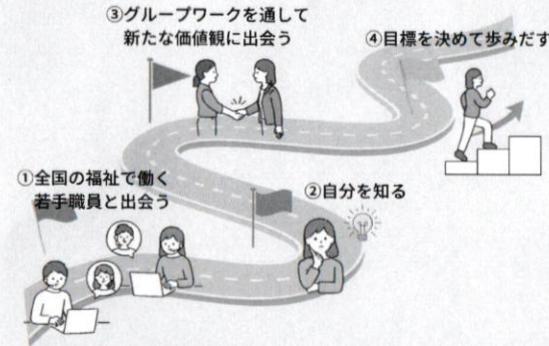
- ・決して「ただラクしたい」わけじゃない。
 - ・真面目でまっすぐな若者が多い。
→染まりやすい、思い込みが強いともいえる。
 - ・ドライな一面もある。
 - ・話を聞いてほしい。話したい。
→「聞いてもらえた感」がモチベーションになる。
 - ・プライベートは大切にしているが、利用者や仕事への思いも強い。
- ★自分の想いや考えを言語化できる場、打ち明けられる場があると頑張れる。
→孤独感や閉塞感をやわらげるサポートが必要。
- ★「ほったらかしにされている」と感じることは大きなストレス



今のFUKUSHIのワカモノに向けて、こんなこともやっています！ FUKUSHI とre:meets！研修 (1-5年目若手向け研修)

現場のみなさまの声を元に、福祉で働くワカモノのためのオリジナル研修を用意しました！！

FUKUSHI とre:meets！研修



Goal<研修の目的地>

- ①自律的・主体的に学びながら働く若手が育つ！
「周囲からの支援を受けながら、自分で気づき、成長できる」そんな人材育成をめざします。
<経験→振り返り→学び>のサイクルを回すきっかけに。
- ②FUKUSHIの魅力を再発見(re:meets！)する
他法人の若手職員との交流を通して、自分や所属する法人を客観的に見ること、自法人や福祉の魅力を再認識でき、モチベーションの維持&向上につながります。

After<目的地のその先>

- ①人事・管理者向けセミナーの開催
人材育成のノウハウ共有の場として、研修終了後には、参加法人限定の人事・管理者向け報告会&セミナーを開催します！
福祉現場で働く若者の声に向き合い、皆さんと一緒に深めていきます。
※日程は違って連絡 (年明け以降になります)
- ②研修後も数か月に1度ペースで若手交流会を開催！
仲間とともに、日常の振り返りができる交流会をオンラインで無料開催。
研修で出会った福祉の仲間と「ゆるく繋がりが続ける」場を提供します！

若い人が何を考えているか
知る行動を続ける

まとめ

「レッテルを貼る」ことよりも
相手の生きるバックグラウンドを知ることで
「最適な聞き方・伝え方」をアップデートしていくことが大事！

いつも、学生に問うていること・・・
「誰の、どんな想いに寄り添い、こたえたいか？」
なぜ他でもない、福祉を選ぶのか？」

学生と法人の想いが交差する福祉の就活/採用活動を！

JOB note

福祉のお仕事

FUKUSHI-JOB SEARCH



静岡県社会福祉人材センター
イメージキャラクター
ふくしんぼうし

福祉のお仕事・ジョブノート

じ まん し ごと
自慢したい“仕事”がここにある。

静岡県社会福祉人材センターは、「アナタのなりたい」を応援します。



福祉人材無料職業紹介所

厚生労働大臣許可

静岡県社会福祉人材センター

 社会福祉法人 静岡県社会福祉協議会

福祉人材センターが アナタのためにできること。



福祉人材無料職業紹介事業

就職相談

仕事の内容や資格、勤務条件等福祉の職場への就職について、相談に応じています。

就職あっせん

就職を希望される方には、希望される勤務条件に合った職場をあっせんいたします。

職業紹介

福祉の仕事を希望される方や、福祉人材を求めている社会福祉事業者などの相談に応じ、求職者を社会福祉施設などへ紹介いたします。

求人情報の提供

福祉人材センターに求職登録された方には求人情報を随時提供いたします。求人情報は福祉人材センター窓口と、WEBサイト「福祉のお仕事」で閲覧できます。

社会保険労務士による無料専門相談

職場のトラブルでお悩みの方、人材の職場定着を目指し人事・労務管理に悩む事業所の方の相談に応じています。



人材確保事業

福祉就職相談会の開催

- 福祉の就職相談会
- ミニ就職相談会
- ハローワーク出張相談会 など

その他の事業

- 介護のシゴト復職応援セミナー
- 外国人介護人材サポート事業
- 福祉の職場体験
- 福祉のお仕事魅力発見セミナー
- 福祉職合同入職式開催
- 福祉の職場Web見学会
- 保育士・介護福祉士修学資金・再就職準備金貸付事業の案内など

保育士・保育所支援センター事業

- 保育士・保育補助の就職支援・相談
- 保育士就職相談会・出張相談会
- 保育現場体験・潜在保育士職場復帰支援研修など

福祉の現場で働く人のための研修事業

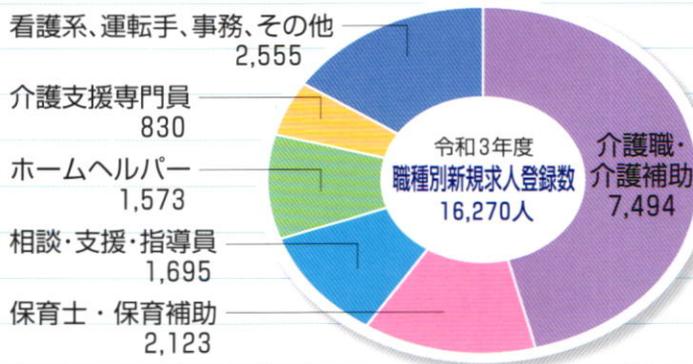
就職後の“キャリアアップ”も支援しています！

- 福祉職員キャリアパス対応生涯研修課程
- 認知症介護実践研修
- 感染症、介護技術等のテーマ別研修

まずは知ってください！
人材センターのこと！



静岡県社会福祉人材センター 求職・求人登録状況



福祉人材無料職業紹介の実績

区分	令和元年度	令和2年度	令和3年度
新規求人登録数	19,482人	14,843人	16,270人
新規求職登録者数	4,775人	4,794人	5,385人
新規求人倍率	4.08	3.1	3.0
就職人数	841人 (女652人、男189人)	703人 (女532人、男171人)	667人 (女501人、男166人)

令和2年度 新規求職登録者 年代別内訳

年代	総計
29歳未満	672人
30～39	954人
40～49	1,469人
50～59	1,430人
60歳以上	860人
合計	5,385人



福祉人材無料職業紹介事業の取扱範囲 【福祉に関する全ての職種を対象としています】

次の事業所に従事する職業

(1)社会福祉法第2条に規定する社会福祉事業を実施する事業所(ただし、社会福祉法人が実施する公益事業、並びに公益法人が実施する高齢者や障害者、児童等を対象とする公益目的の事業も含む)(2)介護保険法に規定する介護保険事業所(3)障害者総合支援法に規定する事業を行う事業所(4)その他、高齢者や障害者、児童等に関する法律に基づく施設、事業所等(5)地方自治体の条例または補助に基づく福祉関係事業を行う事業所(6)行政が実施する相談所(福祉事務所、児童相談所、更生相談所、知的障害者更生相談所、精神保健福祉センター等)(7)社会福祉分野の国家資格を持つ専門職(社会福祉士、介護福祉士、精神保健福祉士、保育士等)の場合は、上記以外の社会福祉を目的としない事業を行う事業所を含む。(8)生活困窮者自立支援法における就労支援相談者

主な対象職種

- 介護職員・介護補助
- 支援・指導員
- 相談員
- 介護支援専門員
- 保育士・保育補助
- 栄養士(管理栄養士)
- 調理師・調理員
- 施設長
- 事務職員
- ホームヘルパー
- セラピスト(PT・OT・ST等)
- 看護職(看護師・保健師等)
- 歯科衛生士
- 社会福祉協議会職員
- 運転手等

定年後のセカンドライフ

介護職の経験はあるものの体力的に不安でしたが、人材センターの方から介護補助という職種があると教えてもらい応募しました。利用者の方の身体にふれることもないのでケガをさせてしまったりする心配もなく、補助の仕事が続けられています。

(70代女性 介護補助)

再び介護職として働きたい

出産を機に退職。育児が落ち着き、介護職へ復職しました。ブランクは不安でしたが、復職応援セミナーや職場体験など、人材センターの様々なサポートが背中を押してくれました。再就職準備金(※2年間継続勤務で返還不要)で通勤用の電動自転車を購入することもでき、2年間頑張ってみようと思っています。

(30代女性 介護職)

独学で保育士取得してこども園で活躍

自身の子育てを通して、保育の奥深さを知り、独学で保育士を取得しました。実習経験がなく、就職に不安を感じていましたが、センターの勧めで現場体験やフェアに参加し、保育方針や勤務時間など自分に合った職場に就職できました。パート勤務ですが、子育てが一段落したら、正社員になれるよう頑張っています。

(30代女性 保育士)



職場体験を利用して就職

介護職は未経験でしたので、人材センターで勧められた職場体験に行ってみました。

数か所体験をし、それぞれの施設の仕事の内容や雰囲気の違いが分かりました。また、新人への教育体制の説明も聞いて非常に参考になりました。事前に体験をしていたので、初日から不安なく働くことができました。

(50代男性 介護職)

福祉人材センターの紹介で就職した方々の声

あなたを待っているのは、やりがいのある福祉の仕事です！

福祉の職場は、熱意ある人材を求めています。



こんな時にご利用ください!!

- 福祉の仕事に就きたいとき
- 福祉の現場に戻りたいとき
- 働き手を求めたいとき etc.



求職者用

インターネットで求職登録・求人の閲覧ができます!

福祉のお仕事 福祉のお仕事 mobile

福祉のお仕事 検索

携帯およびスマートフォンの方は
右記QRコードから、
福祉のお仕事モバイルページを
ご覧いただけます。



● 静岡県社会福祉協議会のホームページでは、
「イベント」や「研修会」、「社会保険労務士相談」
などの情報をご紹介します。

静岡県社会福祉協議会

検索

求人事業所用

福祉のお仕事 求人事業所用ページ 検索

<http://www.fukushi-work.jp/>

中央福祉人材センターが運営する
ホームページ「福祉のお仕事」では、
「事業所マイページ」から、
インターネット経由で直接
求人申請ができます。

静岡県社会福祉人材センター
イメージキャラクター
ふくしんぼうし



福祉の仕事をめざすあなたへ

お問い合わせは近くの窓口へ!!

福祉の仕事に就きたい、機会があれば働いてみたい、
パートでよければ働いてみたいなど、福祉の仕事に就職を
希望する方々の求職の相談窓口を開設しています。

LINE



Instagram



SNSで福祉・介護のお仕事魅力発信中!
LINEのトーク内では、気軽に質問・相談も可能です。

静岡県社会福祉人材センター

静岡県総合社会福祉会館「シズウェル」3F
〒420-0856 静岡市葵区駿府町1-70

TEL:054-271-2110
FAX:054-272-8831

月曜日～金曜日[8:30～17:00]



静岡県社会福祉人材センター東部支所

沼津産業ビル 2F (旧沼津商連会館ビル)
〒410-0801 沼津市大手町1-1-3

TEL:055-952-2942
FAX:055-952-2943

月曜日～金曜日[8:30～12:00/13:00～17:00]



浜松市福祉人材バンク

浜松市福祉交流センター 1F
〒432-8035 浜松市中区成子町140-8

TEL:053-458-9205
FAX:053-453-0716

月曜日～金曜日[8:30～17:00]

