

ピックアップ!

企業ブランドイメージ構築で「働きたい」と思われる職場づくり

介護業界ではマイナスイメージが先行している問題がある。この根本的な問題を解決するため、「働きたいと思われるブランドイメージづくり」を目標として地域や他業界とも連携し、業界のイメージアップ・企業ブランドイメージの構築を推進している。例えば、飲食ブース等が立ち並び、お祭りムード一色の「福祉フェス」には多くの方にご来場いただき、若手人材獲得につながっている。「KSK35」と題したプロジェクトでは、人事課という固定された担当を無くし、35歳以下の職員全員がリクルーターとして採用活動に携わる（20代の求職者にとって同世代か少し上の年齢を意識したメンバー構成）。その結果、求職者にとって身近な存在となり説得力が増し、人材獲得のネットワークが広がり、大きな成果を挙げている。組織全体の力が結集された取組事例である。

資質向上のための取組

ユニットリーダー研修実地研修施設で最新のノウハウ吸収

2団体から「ユニットリーダー研修実地研修施設」の認定を受け、最新の知識・技術を実践している。（同認定は栃木県3施設のうち2施設が光誠会であり、2団体から認定を受けているのは全国で2法人のみとなっている。）

全施設対抗の活動発表会で職場活性化

年に1回、法人内7施設対抗の活動発表会を開催。1位になった施設には賞金が授与され、1年間トロフィーを施設に飾る権利が与えられる。施設間の切磋琢磨とノウハウの共有により、1施設だけでは習得できない、何倍もの資質向上効果を上げている。

充実したキャリアアップ支援

介護技術勉強会を2ヶ月に1回実施し、資格取得を支援している。
その他にも社内検定、メンター制度、法人間人材交流など、様々な形で人材育成を推進している。



労働環境・処遇改善のための取組

「週休3日制」の導入で様々な好影響

「1ヶ月単位の變形労働時間制」の中で、週休3日制を確立した。
労働時間の見直しを行ったことにより、時間外労働を約8割削減することに成功した。この取組により、「余暇を十分に楽しめる」「交代制勤務の切れ目が無くなり、引き継ぎがしやすくなった」「食事時間等に利用者とは触れ合う職員数が多くなった」などの効果も出ている。半年後にアンケートを実施しており、職員の満足度を確かめることも怠っていない。

職員のプレゼンテーションで改善推進

現場からのアイデアを積極的に採用するために、様々な工夫を行っている。例えば、「意見を出す段階では管理職があえて会議に参加せず意見を言いやすい雰囲気を作る」「1年目でもアイデアのある職員はプロジェクトに参加する」「大きな企画は経営推進会議でプレゼンの場を与える」などの取組により、効果的な改善提案の推進を行っている。

介護ロボット導入で腰痛防止

介護業界が敬遠される要因の一つに腰痛問題が挙げられる。
その対策として、介護ロボット（マッスルスーツ）を導入し、腰痛防止を図っている。職員からは、腰への負担が緩和され気持ち的な安心感もあると評判である。

