

法人のブランド力の向上と発信を行い 経営理念に共感するアクティブな人材を発掘

にのみやグループ医療法人恵正会（広島市安佐北区）

「採用」「定着」「育成」の 循環サイクルの確立

広島市安佐北区を主要拠点とする、にのみやグループ医療法人恵正会。1997年の設立以来、5つの外来診療所・有床診療所を中心に通所介護や訪問介護など、約30事業所を展開し地域へ医療・介護サービスを提供してきた。

多拠点運営には、当然相応の人員も必要となる。同法人では患者・利用者にとって最適な医療・介護を提供するための経営理念として、「地域社会に安心を提供し続ける」「地域とのパートナーシップを大切にする」「その人らしい生活を支援していく」——の3点を、法人活動における最重要の価値観に位置づけている。これを職員全員にも浸透させ、実践していくために、「にのみやグループ好循環サイクル」を確立し、「職員



佐々木新氏

の幸せ」を追求してきた。

採用担当者の佐々木新氏は「前は、『人事制度が確立されていない』『上層部に意見がとおらない』といった不満から、離職率が2〜3割となっていました。しかし、経営理念を達成するには、まず職員にとって働きやすく安心して努力し、アクティブに活躍できる環境や体制が必要です。職員の活躍が経営基盤の安定化にもつながり、職員への還元で、よりよい循環が生まれます」と語る。

そこで、「職員の幸せ追求」のため、人事においては「採用」「定着」「育成」の循環サイクルの確立を図ってきた。福利厚生・研修体制を整え、給与・昇進を判断する人事考課だけではなく、人材育成や



学生とのワークショップの様子

能力開発など、より範囲で判断するための人事評価を行っている。

タッチしたい層に フィットする広報活動

まず「採用」では、法人理念に共感してくれる熱意あるアクティブな人材を採用したいので、求職者へのアプローチや選考内容を見直してきた。特に、求職者へのアプローチには法人内のブランディングチームもかわっており、佐々木氏はこのチームのリーダーも兼任している。

同チームの役割について佐々木氏は、「実際のところ、医療者は選ばなければ就職先はどこでもありません。そのなかで、当法人の魅力を打ち出すために、現場の職員で構成されたブランディングチームがブランド力の向上と広報活動に力を入れています」と説明する。たとえば、アプローチ先の一つに、医療・福祉系の学生がある。大学では1〜3年生、専門学校なら1年生のうちから同法人を認知し興味をもってもらうため、今年からは「ワークショップ×BBQ」という学びと娯楽を合わせたイベントも開催した。

にのみやグループの採用プロセス

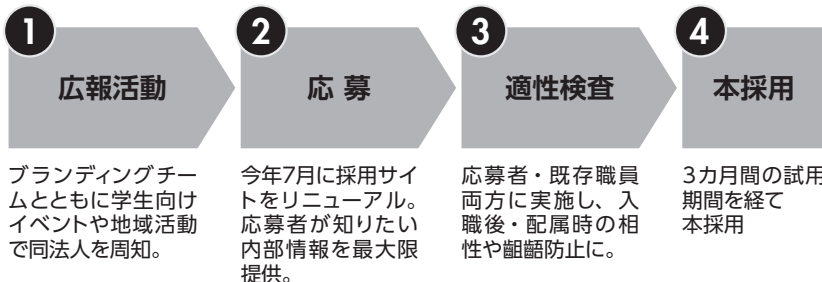
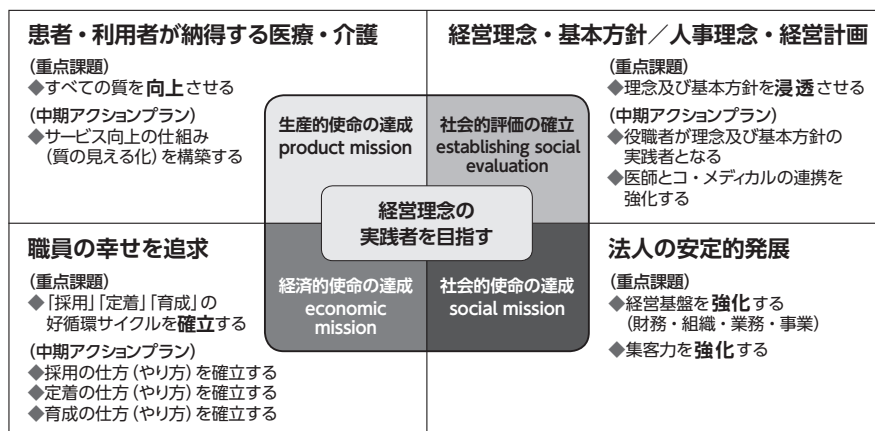


図 にのみやグループ好循環サイクル



さまざまな学校から参加者を募り、今後どのような社会にしていきたいか、そのために社会問題はどう解決すればいいか、法人職員と専門的な視点から話し合った。熱意を持った学生が集まり、満足度が高かったという。

「インターシップや施設見学と

は別に、タッチしたい学生層にとってメリットのある企画を考えました。また、さまざまな学校の学生が集まり、彼らと一緒にソーシャルビジネスを学ぶコミュニケーションをつくろうかという話も出てきています(佐々木氏)

また、長年にわたり行っている

地域住民を対象とした健康講座や、他施設の専門職との勉強会などの地域活動も、地域の医療・介護従事者に興味を持ってもらう間口になっているという。

さらに、今年7月には法人の採用サイトもリニューアルし採用情報すべて集約した。「地域貢献」という理念や活発で風通しの良い雰囲気を知ってもらうため、デザインやコンテンツは制作会社と綿密に打ち合わせた。特に充実させたのは、職員のインタビューページだ。アクセスを解析したところ、インタビューページが最も閲覧されており、働いている人の声や様子が伝わることで、応募につながっていると思われる。

また、サイトから応募フォームへ飛ぶと、職種別の「年齢層」「男女割合」「仕事の仕方」「職場の様子」など、詳細な情報を数値として表示し、内部情報を可能な限り開示する仕様となっている。

なお、この採用専用サイト以外の求人サイトからの応募者も、約8割はこのサイトを見ており、事前に組織とのミスマッチを防ぐことにもつながっている。

応募後の選考では、人柄や思考、

目指す理想に共感してくれるかといった「人間性」を重視し、適性検査を導入。採用時だけでなく、育成段階でも使用できるものを検討し、現在は株式会社アッテルの検査を使用している。既存職員にも用いることで、採用者の配属先の環境や上長との相性も見る事ができるのだ。各自の個性を把握したうえで、リスクについても考慮しながら配属を行っている。上長にもどういった考えをもっている人材なのかを個人レポート結果と合わせて伝えており、異動時にも活用している。

こうした改善の結果、20%〜30%だった離職率は現在、7%〜8%台まで低下した。

佐々木氏は、「ミスマッチを防ぎ、法人の理念に共感する人材に来てもらえるかは、まず自分たち職員が理念を理解し、体現できるかが大事です。構築してきた仕組みはすべて『理念』に通じるもので、整合性を持たせたことが結果につながっていると感じます。今後も法人のブランドの浸透や地域・人材へのアプローチを強化していきたいと考えています」と意欲を見せた。