

企業連携インタビュー

東京保健医療専門職大学（仮称）への期待

第8回 株式会社リクルートキャリア

HELPMAN JAPAN 事業推進ユニット HELPMAN JAPAN グループ 繁内 優志氏

2019/1/31

-はじめに、貴社の事業についてお聞かせください。

私はリクルートキャリア「HELPMAN JAPAN」というプロジェクトに所属しています。このプロジェクトは介護業界の就業人口を増やすことを目的に発足し、今 3 つの領域で活動させていただいています。

1 つ目は「ブランディング」、業界の社会的地位を上げる活動です。具体的には、福祉教材の発行や Web サイトの運営などがあげられます。介護業界はどうしてもネガティブな情報が取り上げられてしまうので、我々からは介護業界のイメージを向上できるようなポジティブな情報を積極的に配信し若い方に届けよう、という方針でブランディングを推進しています。また、各種業界団体が開催する就職フェア、高校や大学での勉強会、福祉の講演会への参加や、世論調査の実施などがブランディングの領域になります。

一般的な会社では、IT ツールの導入により社内コミュニケーションは活発になります。一方介護の現場は基本的に携帯電話が必要ないことが多い仕事なので、IT ツールの導入が進んでいないところもまだ多いのではないかと思います。IT ツールの導入により介護士の負担は減りますので、そういったものを積極的に導入いただけるような仕組みづくりが必要だと考えています。IT に加えてたとえば社内報など、従業員間のコミュニケーションを円滑にできるツールを業界全体で作っていく必要があります。



また、この業界は帰属意識が低い方が多いといわれています。自分が働く施設名は言っても、会社名が言えないという職員がすごく多い。他の業界だとありえないことです。

そうすると言い方は悪いですが「どこに勤めても一緒」、となり、早期退職・転職につながりやすいのではないのでしょうか。介護業界において求職者が就職先を決める理由は、「家から近い」が一番多いのです。家からの距離はもちろん大切ですが、働く環境や理念などを軸にした職場選びができるようにしていかないとなかなか良い事業者に人が流れるということが起きません。介護業界の就業実態を明らかにする調査なども行っています。

2つ目は「採用のご支援」です。人材採用に課題を感じる事業者が非常に多い昨今ですので、人材採用のコンサルティングや人材紹介業に加え、自治体と介護のイメージアップの取り組みを行っています。例えば千葉県では、介護に関する人が介護の魅力を語る事ができるように養成し、彼らを県内の高校に派遣し介護の授業をする、という取り組みをしています。授業アンケートでは、介護の仕事について「楽しそう」という回答が、授業前の18%から授業後は67.8%になりました。

目白大学の調査によると、福祉を志望する学生の約7割が大学入学以前に介護施設の訪問経験があるそうです。人は自分が知っている職業から仕事を選ぶと思います。最近、祖父母と一緒に住む家庭が減っていることもあり、「介護」という仕事を知らない子供達が増えています。そんな子供達に職業選択のタイミングになってから「介護の仕事も選択肢に入れてよ」、といっても遅いと思うのです。早い段階で「そういう仕事もある」とインプットしないと、本質的な解決には至らないだろうと考えています。

介護を知ってもらう機会を設けることが重要だと思っていますが、花開くのが5年後・10年後ですので、中長期的な視点で見ることが出来る学校や事業者が、先行投資で推進されるケースが多いです。パナソニックエイジフリー様も、小学校で出前授業を始めています。ケアマイスター制度を作ったことで有名な兵庫県の社会福祉法人あかね様は、キッザニアの介護バージョン「キッザケア」を小学生向けに展開しています。成果がすぐ返ってこないし、自分の法人に求職者が来るとは限らないです。種をまき、地域で介護人材を養成することがすごく重要になると、これら事業者等は話されています。

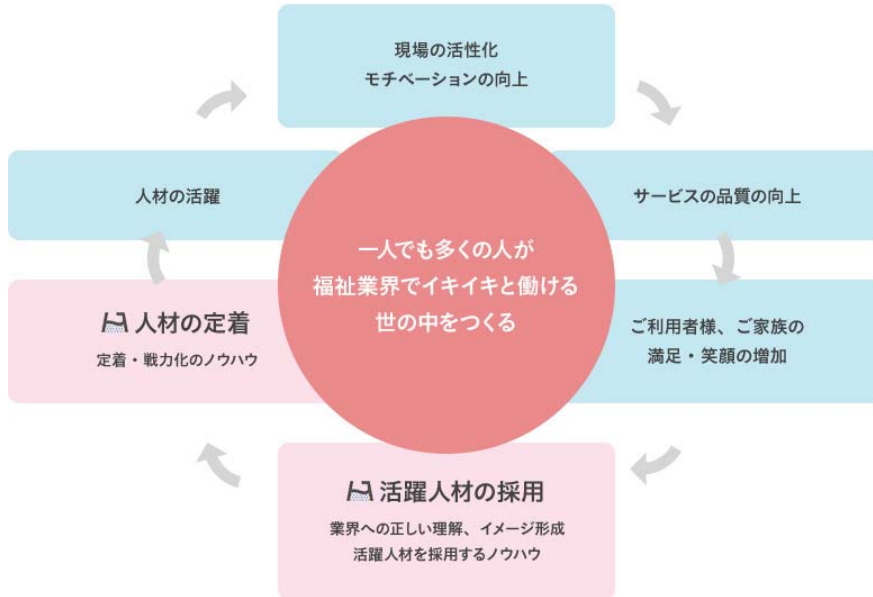
3つ目が「定着」です。介護業界は毎年29万人が就職し、22万人が離職と、人が入っても出て行ってしまう状況です。介護業界のネガティブなイメージと退職理由はほとんどがリンクしています。「離職者が『介護ってこうだった』と苦労話のみを話し、それを聞いた一般の人が『介護はやはり辛い』と拡散させ、イメージが悪くなる」、という悪循環になっています。介護のイメージが悪いのはメディアの影響や色々な要因はありますが、「事業者が自分の職員を幸せにすることから始めませんか」、というお話もさせていただいています。

HELPMAN JAPANでは、受講者のモチベーションアップを目的としたプログラムを開発しています。この研修の受講者の1年後の定着率は97%になるという実績があります。例えば新人の場合、離職者の多くが独り立ちのタイミングでモチベーションが落ち、離職しやすいことが我々の調査で明らかになっています。

介護業界は何かあったときに内側に気持ちを抱え込む方も多い傾向にあります。一人で業務を任された瞬間に心理的にも身体的にも負荷がかかり、自身で抱え込んでしまいます。「助けて」というタイミングでは遅く、既に辞める決意をしているケースが多いのです。事業者もそのタイミングでは「もう一人で大丈夫」と環境に任せてしまいがちですが、そのタイミングで3つの要素を取り入れることができると辞めないことが特定できています。それは、「振り返り」、「同期の絆」と「周囲からの信頼を実感する機会」です。これらがあると、新人介護職員はモチベーションが上がり、介護の仕事を続ける心構えができるのです。

この離職防止セミナーは、自治体の離職防止プログラムとして、そして大手事業者の研修としても使っていただいています。研修の他にも、職場環境をデータ化するツールや、Web上で介護福祉士の資格を取得できる「ケアトレ」というサービスを展開しています。

-この事業はリクルートキャリアさんとしてどのような位置づけなのでしょう？



このプロジェクトには2つの価値を置いています。1つ目が「ビジネスとしての価値」です。これはシンプルに、ビジネスの芽がないものは会社として推進していくことが難しいということです。とはいえ、介護業界のHRマーケットはこれから伸びていくマーケットではあるので、ビジネスだけを追い求めているわけではありません。

(出所 HELPMAN JAPAN ホームページ)

もう1つは、「社会貢献としての価値」です。リクルートは就職を支援する会社として50年以上経ちますが、全業界を等しくご支援させていただいてきました。しかし、介護人材不足という国家課題に対して、リクルートだからこそ貢献できることがあるんじゃないかと、ビジネスと社会価値の両方を追いかけながらプロジェクトを推進しています。

リクルートの新規事業は大体立ち上げて2~3年くらいで芽がなければ、「廃止して新規に立ち上げる」、というモデルです。そのため、ある程度筋道を立てて事業展開しないと、我々も社内でも生き残れません。一方、介護業界はロマンで事業展開されている方が非常に多いです。ビジネスとしての価値・社会貢献としての価値の両方をうまくミックスさせ、働きやすい業界であることを、我々が介在することでPRできればと思います。

今後、介護報酬は下がり続け、上がることはほぼありません。しかし、社会福祉法人でも介護報酬外で半分までは収益をあげてよいにもかかわらず、介護報酬外の収益をあげようとチャレンジするケースはあまりありません。「稼ぐ」という発想自体がよくない、「介護なので奉仕して当たり前」、という考え方が業界内に多いです。奉仕で経営が成り立てばよいのですが、奉仕していると言いながら、得ている収益は税金によるものなんですよ。

-少しずつ賛同者が増えてきているという感じでしょうか。

そうですね、業界大手や知名度のある社会福祉法人には賛同いただける場合が多いです。業界を変革する時には「ボトムアップ型」と「トップアプローチ型」の2つパターンがあり

ます。最初は我々もボトムアップ型で考えていましたが、業界自体がボトムアップでは生き残れないフェーズに来ているように思います。2025年くらいまではニーズが増え続けるので、多くの施設が生き残ることは可能です。ただ2025年以降は、人口減とニーズの逆転現象が起きるはずですので、本当に良いサービスを提供する事業者でないと生き残れない時代が来ると思います。報酬もかなり下がることが予想されるため、周辺領域とコラボレーションして収益をあげる、などという発想が必要だと思います。

いくつか面白い例もあります。「介護×〇〇」が1つのキーワードです。例えば、国内大手航空会社と介護事業者が組んで旅行パックを開発し、展開されています。有料老人ホームの運営事業者が利用者に旅行パックを提供するんですね。航空会社は旅行で儲かり、インセンティブを事業者にも還元させる仕組みです。このほか、「人材不足の農業でどう高齢者が活躍できるのかを実現している社会福祉法人」や、「自身を実験台にして介護記録のツールをIT企業と作り、他の施設に販売している社会福祉法人」、などがあります。

介護だけをやっていけばいいという時代ではもうないと思います。経営者の方には変わっていただかないといけないし、働いている方々も変化を受け入れる素地がある、両方が必要だと思います。現状維持ではもう立ち行かなくなる業界ではあると思います。それは経営者自身も感じていると思いますが、そこを一步超えて先の視点を持てるかが大きいですね。

-本学のカリキュラム、教育の考え方に対して率直な感想をお聞かせください。

技術以外の経営視点のカリキュラムや、周辺領域とのコラボレーションを視野に入れた授業はすごく良いと思いますし、賛同するところが多いです。

介護は究極のサービス業と言われますから、働く人自身が介護業界で働いたことに誇りを持てる、他の業界に負けない、という意識を持っていただきたいと思っています。介護業界では転職者の6割が他産業に出て行ってしまっているといわれています。そこで、介護で得た知見を活かし介護業界向けのメーカーで営業をする、高齢者を受け入れる一流ホテルや旅館で接客するなど、周辺分野で活躍できないかと考えています。一度、ある介護業界向け大手メーカー役員の方に、介護士をセカンドキャリアとして営業で雇ってもらえませんか？と話したところ、「彼らは数字が苦手な人が多いから営業マンとしては難しい」、と言われてしまいました。これはあくまで一例に過ぎませんが、介護を学ぶ学生の啓発もしていかないと難しいと感じています。

今までは、「この業務をやれば介護報酬が出る」、という考え方でしたので、何か特別なことは必要なかったんですね。しかし介護報酬だけで経営が成り立つ時代ではなくなりつつある中で、如何に「付加価値」を付けられるか、「事業領域を広げていけるか」が業界に求められると思います。そのため、関連する他産業や経営を学んだ学生が業界に出ると、他産業と介護を繋げるハブになる可能性がすごくあると思います。ぜひ育てて羽ばたけるよう、勝手ながら期待感を持っています。

-御社の調査では、「ロボットやITの導入が進んだ施設で働いていると仕事に対する満足度が高くなる」という結果が出されています。ロボット等の機器の導入には現場の人が抵抗を

示すケースが多いと聞きますが、それについてはどうお考えでしょう？

確かに、変化を嫌う方が多く、導入に抵抗されるケースは多いといわれています。しかし、例えば介護記録を iPad でする施設では、60代・70代の職員でも慣れれば使いこなしています。結局は皆さん導入して良かったとおっしゃるので、どれだけ本気かということだと思います。嫌がられたので諦めるのか、それとも5年後10年後絶対楽になるから、と推進するのか、という違いは大きいと思います。とはいえ、ロボットやITなど、この業界においては黎明期だと思うので、当たり外れもあるでしょうし、その中で良いものを見極めていく目も必要でしょう。これからは介護施設がメーカーと組み、現場のためになる新しいサービスを開発する、など、介護業界が打って出るチャンスだと思うので、ポジティブに捉えていただきたいという気持ちはあります。



-例えばこういうこともやってみては？など、もしあればお願いします。

福祉系大学の卒業生のうち福祉の現場に就職する学生は2~3割程度と言われています。実習で嫌になってしまうケースが多いそうです。では実習先をどう決めているかという点、学校側がきちんと現場を見極めて決めていないケースが多いです。就職先も、本当に人を大切にする事業者、やりたいことが実現できるような会社でないと、潰されてしまう可能性もあります。せっかく意欲を持って社会に出ても、経営者から「現場のケアだけやっていたらいい」と言われた瞬間、一気にアンチ介護になってしまうので、「離職率が高い施設には送り出さない」とか、「実習でどういう学びを得られるか」ということは大事だと思います。

介護労働センターの資料によると、介護業界平均の離職率は17%、全産業平均の離職率が16%なので、差はほとんどありません。6割の事業者は離職率10%以下ですから、むしろ人を大切にする業界環境なはずですが、一部の離職率の高い事業者により、全体では上がってしまっています。「家から近い」が就業の一番の理由なので、「人を大切にする企業かどうか」に関係なく就職しているんですね。介護業界を支援する我々も「人を大切にする企業」を推す、或いは企業を啓発していかないと、負のループは断ち切れなと思います。今は、人を大切にしない企業でも求職者は来る、利用者様も来る、と成り立ってしまいます。2025年以降は魅力のない企業は淘汰されると思いますが、25年までこの状態が続く中で、我々がどう支援できるかはチャレンジなのかなど。それはリクルートキャリアだから、学校だから関係なく、介護業界全体で一体になって考えていく必要があることだと思います。

ご協力いただきました繁内様、大変ありがとうございました。