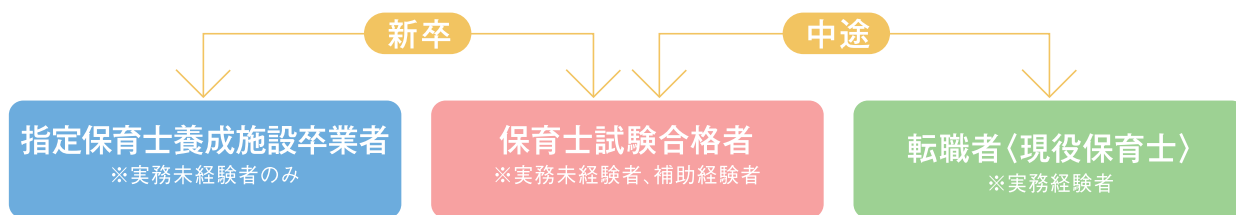


採用したい人物像の設定

長年続く保育士不足の要因として、急速に進む少子高齢化、それに伴う生産年齢人口の減少という背景もあり、欲しい人材の応募が少ないといった課題をお持ちの園もあるでしょう。

自園の強みや他園との違いが具体化されたら、次は、的確に求職者を呼び込むために、求職者の視点や求職者が求めている情報等も踏まえて採用したい人物像を設定しましょう。



自園が 採用したい 人物像

保育業務の経験内容・職・年数、採用時に担当させたい業務内容・職、期待する勤務日数・時間帯(常勤・非常勤)、負担できる給料、住居手当・通勤手当などの情報を具体的に整理・設定します。



【要注意】

職員を募集・採用する際は、原則として年齢や性別を要件とすることはできません。また、既婚・未婚などの家族構成や生活環境といった応募者の適性・能力とは関係ない事柄で採否を決定することはできません。募集にあたっては、法令等を守って、広く門戸を開き、応募者の基本的人権を尊重した公正な採用選考を行いましょ。詳しくは、下記の厚生労働省ホームページをご確認ください。

●厚生労働省ホームページ

「事業主の方へ ～従業員を雇う場合のルールと支援策～」



人物像設定の重要性

採用したい人物像の明確化は、入職後のミスマッチを減らすことに繋がります。明確化によって、求人票などで求職者に的確な情報を届けることができ、それによって応募者は応募園に対して具体的なイメージを持つことができます。

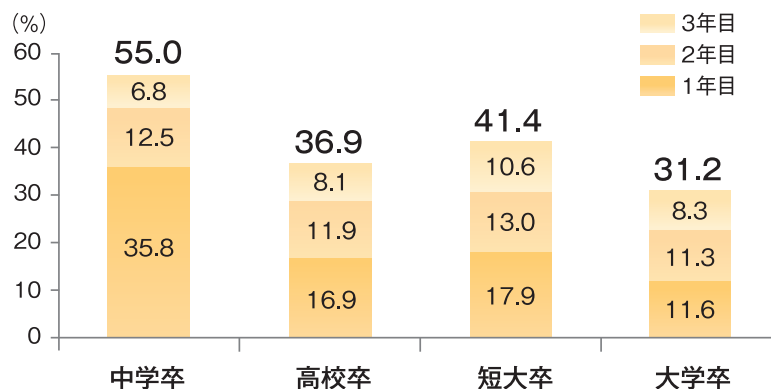
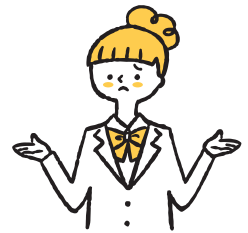
求職者は、「自分の保育観に合った園なのかな？」や、「まわりの先生たちと上手くやれるかな？」といった不安を持っているでしょう。そういった不安を取り除くことができれば応募もしやすくなり、入職後のミスマッチや早期退職を防ぐことにも繋がります。

皆さんの園がアピールしたい情報と、求職者が求めている情報が、いつも同じではないということも押さえておきましょう。

新規学卒就職者の離職率

厚生労働省によると、新規学卒就職者(平成30年3月卒業者)の就職後3年以内の離職率は新規高卒就職者で約4割(36.9%)、新規大卒就職者で約3割(31.2%)と発表されています。

※出典:厚生労働省「新規学卒就職者の就職後3年以内の離職状況(令和3年10月22日)」



人物像設定の基本的な流れ

① 採用目的の明確化

採用を行う理由は、欠員補充、採用計画に基づく定期的な採用、新規園開設に向けた新たな人員確保のためなど様々です。採用を通して自園をどのように展開または改善していくのか、経営陣や人事責任者、施設長等に確認して、採用の目的を明確にしましょう。

② 保育現場とのすり合わせ

配属先施設の園長や担当予定クラスの保育士にヒアリングを行うことも大切です。在職者の経験やスキルによっても、「保育経験」「勤務時間帯」など、採用したい人物に求めるポイントは異なります。また、園全体の人員構成を加味する必要もあるでしょう。保育現場の意見も反映・集約しながら、人物像をさらに細かく設定していきます。

③ 人物像の最終確認

保育現場とのすり合わせ内容を反映し、採用したい人物像が整理できましたら、改めて経営陣や人事責任者等に認識がずれていないかを確認しましょう。保育現場からヒアリングした内容の中には、理想が高すぎて採用を長期化させてしまう場合もあるため、ある程度現実的であったり、将来的な成長によって要件を満たすことができるかなどを考慮する必要があります。

④ 人物像のまとめ・共有

完成した人物像をシート等にまとめ、園内や採用関係者の間で共有しましょう。そうすることで、その内容を募集要項にも反映できますし、その人物像が使いそうな求人媒体の想定や面接時のチェックシート、見学時に強調すべきポイントなど、その後の様々な採用フローにおいて有効活用ができます。

参考

人物像シートの項目例

このシートは面接時の質問チェックシートとしても活用できます！



■プロフィール

職種
年収
経歴(一般/保育歴)

■期待する仕事上の役割

・どんな仕事を任せられるのか
・保育を行う上で、何を大事にしてほしいか

■ゴール・目的

・将来像(なりたい保育士像、目指したい保育)
・ステップアップ(どんなキャリアを歩みたいのか)



求職者が求めるものとは？

求人を作成する際には、求職者を惹きつける言葉や内容を掲載したいところです。ただ、注意しなければいけないことは、その内容が皆さんの園がアピールしたい情報ではなく、「求職者が求める情報」であることです。それを理解し発信しなければ、応募どころか皆さんの園を知ることもありません。その点に注意して求人を作成していきましょう。



▶ 求職者が求める基本情報

- ◎基本給/諸手当
- ◎勤務日数/勤務時間
- ◎福利厚生
- ◎初任給/昇給
- ◎休日/休暇
- ◎更新の有無(非正規の場合)
- ◎賞与
- ◎残業
- ◎研修制度
- ◎通勤時間
- ◎社会保険



▶ 発信すべき要素

- ◎求職者への“ラブコール”(「あなたを求めています」等の表現によって、入職を歓迎されるイメージを持つことができ、応募しやすくなります)
- ◎園の強み(P10参照:SWOT分析)
- ◎社会に対する役割/貢献度

▶ 発信しても効果が薄い内容

- ◎園の仕様説明(「敷地面積が広い」、「大きな園舎」等)
- ◎求職者に共感やメリットを得られない内容

▶ 退職理由の統計から 想定されるチェック事項

- ◎人間関係
- ◎給料額と労働時間(量)のバランス
- ◎産休・育休制度の取得実績
- ◎過去の不祥事有無

求職者が就職先を選ぶプロセス

“売り手市場”である保育士採用においては、求職者が様々な選択肢を持ちながら就職活動を行うこととなります。どのようなプロセスで就職先を選ぶのかを把握しておくことも、求職者を理解することへの一歩となります。

消費者が商品を買ったり、サービスを利用したりするまでの気持ちの流れを表した法則として、AISCEAS(アイセアス)の法則があります。これは採用活動にも当てはめることができ、活動プロセスの進捗管理以外にも、「なぜ応募が来ないのか」や「どこで求職者が離脱しているのか」など、課題を分析する際にも参考となる概念です。

今や採用活動に欠かせなくなったインターネットやSNSですが、“なんとなく”使うのではなく、求職者に対してどのような役割を果たしているのかを理解し、PDCAを意識した計画的な採用活動を心掛けましょう。

AISCEAS〈アイセアス〉の法則

インターネットやSNSの普及により、新たに提唱された消費行動プロセス。

◎Attention	▶ (注目)	▶ 園の存在を認知する
◎Interest	▶ (興味)	▶ 園に興味・関心を持つ
◎Search	▶ (検索)	▶ PCやスマホで園を検索する
◎Comparison	▶ (比較)	▶ 検索した複数の園を比較する
◎Examination	▶ (検討)	▶ 比較した園を検討する
◎Action	▶ (応募・面接)	▶ 実際に応募する
◎Share	▶ (共有)	▶ SNSや就職サイトに口コミ共有する

AISCEASの採用活動プロセス

A

I

S

C

E

A

S

就職・転職サイト

就職・転職フェア

保育実習・園見学

求人誌・折込

SNS

PC・スマホで園HPや口コミなどを検索して情報を詳しく調査!

他園と比較した後、候補に選ばれば次のステップ(面接・見学)に進むか検討!

面接
▼
選考・内定

入職(採用)後、掲示板やSNSに情報発信。
再びこの情報は他の求職者の検討材料になります。



求人方法の種類・特徴

採用したい人物像が定めれば、いよいよ求人募集となります。採用方法には、地域やターゲットの年代層に関係なく行えるものから、現在の社会状況を反映したものまで様々あります。

それぞれの方法と特徴についてまとめましたので、採用緊急度や採用コストなど、自園の状況に合った採用方法を選定しましょう。



	対象	雇用形態	利用料	利用可能時期
保育士・保育所支援センター	新卒 中途 ^多	正 規 非常勤	無料	随時 新卒は就職活動期間中(4月～10月頃)、中途は 次年度の転職活動期間中(10月～2月頃)が効果的

潜在保育士の就職や保育所等の潜在保育士活用支援等を行っています。最新の求人情報を登録しておくことで、管轄内で就労を希望する保育士をはじめ、指定保育士養成施設の学生にも広く求人情報を提供してくれるセンターもあり、幅広く採用活動の支援を受けられます。

特徴

- ◎完全無料で利用できます。
- ◎専門のコーディネーターが保育士と保育所をマッチングします。
- ◎就職フェア、職場見学ツアー等の就職支援イベントを開催しています。

留意点

- ◎利用したいセンターに、それぞれ求人登録する必要があります。
- ◎求職者の登録状況により紹介がない場合があります。

こんな時に おすすめ

- ◎採用に関する相談をしたい! ◎様々な支援や企画を利用して採用を実現したい!
- ◎費用をかけずに採用したい!

■県、政令指定都市、中核市が設置(兵庫県内に6か所設置(R4.10.1時点))

名称	電話番号	対象地域
兵庫県保育士・保育所支援センター (公社)兵庫県保育協会運営)	078-242-4637	県内全域
神戸市保育士・保育所支援センター	0120-667-870	神戸市
姫路市保育士・保育所支援センター	079-221-2949	姫路市
尼崎市保育士・保育所支援センター	06-6489-6805	尼崎市
西宮市保育士就職支援センター	0798-31-0565	西宮市
明石市保育士総合サポートセンター	078-918-5268	明石市

STEP 3 求職者が求めるものとは？的確な採用アプローチ

ハローワーク [公共職業安定所]	対象	雇用形態	利用料	利用可能時期
	新卒 中途 <small>多</small>	正 規 非常勤	無料	随時

民間の職業紹介事業等では就職へ結びつけることが難しい就職困難者を中心に支援する最後のセーフティネットとしての役割を担う、国(厚生労働省)の機関です。

特徴

- ◎完全無料で利用できます。
- ◎国の機関で、全国ネットワークを活用した求人と求職のマッチングが可能です。
- ◎兵庫県内に21か所設置(令和4年10月1日時点)。うち8か所に人材支援総合コーナーを設置して、保育分野の充足を支援しています。
- ◎事業所の所在地管轄のハローワークで申し込むことができます。
- ◎オンラインでも求人申し込みが可能です。

留意点

- ◎求人の申し込みなどの諸手続きは事業所が行います。
- ◎保育分野だけでなく、すべての業種・業界を対象としている機関です。
- ◎求人条件が適合する求職者に提案して応募意向を相談することから、紹介がない場合があります。

こんな時に おすすめ

- ◎地域を限定せずに幅広い層に求人を知ってほしい! ◎費用をかけずに採用したい!
- ◎公的機関を使って安心して採用活動を行いたい!

労働局のホームページにアクセスして、管轄のハローワークを確認しておきましょう。



ハローワーク
所在地一覧

管轄のハローワーク名称	電話番号

求人誌・折込チラシ	対象	雇用形態	利用料	利用可能時期
	新卒 中途 <small>多</small>	正 規 非常勤 <small>多</small>	掲載サイズに応じて 1万円~10万円程度	発行日に応じて随時

新聞などの折込求人は馴染みのある方が多くいると思います。また、チラシや各沿線の主要駅のラックなどで配布されている就職情報誌、フリーペーパーでの求人案内も紙媒体では主流と言えます。

特徴

- ◎沿線や地域を絞った採用に効果的です。
- ◎インターネットが苦手な求職者に対して効果的です。
- ◎業界特集などの企画もあり、多様な枠組みで募集告知を行えます。
- ◎ウェブサイトと連動したサービスなどもあります。
- ◎折込チラシの場合、新聞購読率の高い中高年層をターゲットにした募集が可能です。

留意点

- ◎読者層は主に非常勤やパートタイマーの求職者です。
- ◎掲載期間は基本1週間単位となっており、その間は応募数に関係なくコストは一定にかかります。
- ◎紙面の掲載場所や、求人誌の設置場所における人の通行量によって、応募数に影響する場合があります。

こんな時に おすすめ

- ◎地域を限定した採用もしくは近所の人を採用したい!
- ◎不特定多数の人に求人を見てもらうことで、潜在的な求職者からの応募を増やしたい!



就職・転職サイト	対象	雇用形態	利用料	利用可能時期
	新卒 中途	正 規 非常勤	雇用形態等に応じて 10万円程度～	随時 新卒は就職活動期間中(4月～10月頃)、中途は次年度の転職活動期間中(10月～2月頃)が効果的

就職・転職サイトには、一般的な求人掲載している総合型転職サイトと、業界に特化した特化型転職サイトがあります。また、一定の広告費用が発生する掲載課金型と、応募または採用の段階で費用が発生する成功報酬型があります。

- | | |
|---------------|--|
| 特徴 | <ul style="list-style-type: none"> ◎有資格者をターゲットとする保育求人では、保育業界に特化したサイトを利用することで対象を絞りやすくなります。 ◎求職者がサイトに自ら登録し、希望求人や新着求人を随時メール等で受信します。 ◎就業中の求職者の利用が比較的多いため、即戦力採用に向いています。 ◎サイトによってはスカウトメール機能を備えているサービスもあり、園から直接的に働きかけることもできます。 ◎成功報酬型では、紹介サービスと連動しているサイトもあり、既存登録者の中からスピーディに採用に繋がる可能性もあります。 |
| 留意点 | <ul style="list-style-type: none"> ◎特化型転職サイトの場合、同様の保育求人が多数掲載されているため、他園との差別化を意識したアピールも心がけましょう。 ◎いずれの課金型にしても、他の採用方法に比べて費用は高くなりますので、予算管理を徹底しましょう。 ◎サイトの運営状況および利用者状況により、応募が無い場合があります。 |
| こんな時に
おすすめ | <ul style="list-style-type: none"> ◎出来る限り広い範囲で求人を発信したい! ◎即戦力となる応募者を集めたい! ◎サイト登録をしている求職者の中から、出来る限りスピーディに採用したい! |

人材紹介・派遣 [有料職業紹介所]	対象	雇用形態	利用料	利用可能時期
	新卒 中途 ^多	紹介: 正 規 ^多 非常勤 派遣: 正 規 非常勤 ^多	紹介: 想定年収30%前後 派遣: 事業者により変動	随時 主に中途採用を扱う人材紹介においては、各保育所での次年度の意向確認が行われる10月頃以降が効果的

人材紹介会社に対して採用したい人材の詳細を伝え、それに対して要件に合致した人材を、登録している求職者の中から紹介してもらう採用方法です。また派遣は、派遣会社に登録している人材を要件に合わせて派遣してもらう方法で、突然の欠員が出た際の一時的な補充などに活用できます。

- | | |
|---------------|--|
| 特徴 | <ul style="list-style-type: none"> ◎人材紹介会社のコンサルタントやコーディネーターが、求職者との事前面談から得られた多くの情報から要件に合った人材をピンポイントで紹介してくれます。 ◎独自で採用を行うよりも負担を軽減できます。 ◎すでに要件を満たす登録者がいる場合は、スピーディに採用が進みます。 ◎採用が決定するまでは費用がかかりません。 ◎派遣の場合、派遣労働者の社会保険料を派遣元となる派遣会社が負担します。 |
| 留意点 | <ul style="list-style-type: none"> ◎採用者の想定年収にもよりますが、他の採用方法に比べて費用は高くなります。 ◎入職後のミスマッチによる早期退職も想定しておく必要があります。利用する人材紹介会社によっては、早期退職による返金規定も設けられていますので、依頼前に必ずチェックしておきましょう。 ◎求職者の登録状況により紹介がない場合があります。 |
| こんな時に
おすすめ | <ul style="list-style-type: none"> ◎出来る限りスピーディに採用したい! ◎採用活動の負担を軽減したい! ◎要件に合った即戦力の人材を採用したい! |



STEP 3 求職者が求めるものとは？的確な採用アプローチ

	対象	雇用形態	利用料	利用可能時期
就職・転職フェア	新卒	正 規	1ブース 1万円～40万円程度	年中を通してフェアごとに設定 一般的に4月～5月頃は求職者の情報収集期間、それ以降～12月 頃にかけては就業先選定期間であることを考慮すると効果的
	中途	非 常 勤 (新卒:正規)		

就職・転職希望者を対象にした企業説明会で、保育業界においても各地で実施されています。出展ブースにて来場者とその場で直接会話することができ、園見学や面接へと発展させることが可能です。

特徴

- ◎直接求職者と会話ができるため、双方向のコミュニケーションがとれます。
- ◎ブース内で複数人向けの小規模な園説明会も実施できます。
- ◎その場で園見学や面接のアポイントを設定することも可能です。
- ◎将来的な就職・転職のための情報収集として訪れた潜在的応募者に自園を認知してもらう機会になります。
- ◎事前に訪れたいブースを決めてから来場する積極的な求職者もいます。

留意点

- ◎出展にはブース料金が発生し、配置やブースの大きさで料金も変動します。
- ◎公的な団体が主催する就職・転職フェアは料金が低く設定されている場合があります。
- ◎他の保育事業者も多数出展しますので、装飾などの差別化も考慮しましょう。
- ◎フェア全体の来場者数が、ブースへの来訪者数に影響します。

こんな時に おすすめ

- ◎限定した時間で多くの求職者と会いたい！
- ◎潜在的な応募者に園の魅力を直接伝えたい！
- ◎積極的な求職者と直接会える機会を増やしたい！

	対象	雇用形態	利用料	利用可能時期
自社・自園ホームページ	新卒	正 規	自園ホームページの 維持費用	随時
	中途	非 常 勤		

自社・自園のホームページ内に求人ページを設けて募集をする方法です。他媒体のように期限や内容等の制限がありませんので、自由度が高く、業務内容や園の理念など、細かな情報を掲載できます。

特徴

- ◎自園の想い(理念)に対してより強く共感を持った人材を採用することができます。
- ◎掲載したい情報を数多く掲載できます。
- ◎既にホームページが整備されていれば、該当ページの作成にかかる負担で実施可能です。

留意点

- ◎ホームページを作成しただけでは、いわば“陸の孤島”です。自園のことを知らない求職者などにアピールするためには、SEO対策(※)や周知活動が必要となります。後述のSNSの活用と組み合わせることも効果的です。(※検索エンジンの最適化を行い、検索結果の上位にサイトを表示させる対策)
- ◎定期的に情報を更新しないと、現在、募集していないのではないかなど、ネガティブな印象を与えてしまうリスクがあります。更新日の項目を設けるなど、情報が新しいもの、有効であることを発信しましょう。

こんな時に おすすめ

- ◎自園に対して就職意欲の高い応募者を募りたい！
- ◎画像や動画なども使って、他の媒体では表現しきれない園の魅力をたくさん掲載したい！
- ◎長期的に求人を掲載したい！
- ◎費用をかけずに採用したい！



ソーシャルリクルーティング [SNSを活用した採用]	対象	雇用形態	利用料	利用可能時期
	新卒 ^多 中途	正 規 ^多 非常勤	無料 ※組織内で運用の場合	随時 自園を認知してもらうためや、応募者や内定者とのやり取りのためなど、目的に応じて随時

LINEやYouTubeなどのSNSを活用して行う採用方法です。時間や場所を選ばず、多様な求職者(潜在的求職者)とコミュニケーションがとれます。職場の雰囲気や園の魅力など、SNSを利用するターゲット層別の発信が可能です。

特徴

- ◎SNS利用者が多い若年層への発信に効果的です。
- ◎口コミ効果(シェアなどの拡散)によって、自園のアカウントのみでは到達できなかった潜在求職者に情報が届く可能性があります。
- ◎各サービスにおいて無料で利用できる範囲での利用の場合は、基本的に費用がかかりません。
- ◎応募者とのリアルタイムなやり取りが可能です。

留意点

- ◎運用するための人的リソースの確保が必要です。
- ◎定期的に情報を更新しない、ダイレクトメッセージによる問い合わせへの対応が遅いなどの場合、ネガティブな印象を与えてしまうリスクがあります。
- ◎拡散性の高いSNSでは、誤った情報を発信してしまうと回収が長期化するリスクがあります。
- ◎個人情報保護および誹謗中傷等の違法行為への対策について準備・徹底が必要です。

こんな時に おすすめ

- ◎高い頻度で情報更新をして、求職者によりリアルな情報を伝えたい!
- ◎できるだけ短期間で多くの潜在求職者に求人を広めたい! ◎費用をかけずに採用したい!

●SNSは最近活用されはじめた手法ですので、STEP4で詳しく紹介します。

その他	対象	雇用形態	利用料	利用可能時期
	新卒 中途	正 規 非常勤	無料	随時 ※新卒者の求人申込は、学生が情報収集を開始する4月までが目安

◎指定保育士養成施設への求人申込

新卒者を採用したい場合は、指定保育士養成施設への求人申込も効果的です。学生は卒業年度の4月から5月頃に求人情報を収集し、6月から10月にかけて、最後の保育実習を終えた学生からエントリー・面接が開始されるのが一般的なスケジュールです。公立施設の採用試験も影響します。学生自ら求人情報を調べ、教員や就職課、家族と相談しながら見学や面接を検討するため、求人情報には園の方針や仕事内容など丁寧に明記することが大切です。

◎知人紹介

自園で勤務している職員から知人を紹介してもらう手法もあります。リファラル採用とも言われます。紹介した職員にインセンティブを付与するケース(例:“紹介キャンペーン”)もありますが、基本的には採用コストがかからず、紹介者(自園職員)との関係があるため求職者も安心して応募できる特徴があります。

◎園内・園外の募集貼紙掲示

内容によっては手作りでも作成できるため、コストをかけずに募集ができます。園の近隣やエリアを限定した採用に向いています。園外で多くの人に求人を見てもらうためには、掲示場所の選定(公共掲示板、商業施設内掲示板等)や、人の通行量も考慮するとよいでしょう。

◎離職者の再雇用

自園において一度離職した保育士にリクルーティングする手法もあります。自園をよく知る保育士の復職は、即戦力となる人材として新たな採用による教育の負担を軽減することができます。再雇用時は離職時の待遇とするなど雇用条件を明確にし、上記の「知人紹介」と同様に、再雇用が可能であることを自園職員に周知することで、事情があってもやむを得ず離職した職員の将来的な復職につなげることもできるでしょう。

昨今、SNS(ソーシャル・ネットワーキング・サービス)はコミュニケーションツールとして社会的に欠かせないものとなりつつある中、採用活動の一手段として活用する企業・事業者も増えました。それは保育業界も同様です。ただ、十分な活用ができておらず、運用方法に課題を感じている施設もあるのではないのでしょうか。そこで、改めてSNSの特性を理解し、自園の状況に合った効果的な活用について考えましょう。

SNSの特性

一概にSNSと言っても、サービスによって利用者層や機能性など、様々な特性があります。活用方法を見誤ると、効果が得られないだけでなくリスクも生じます。

■主なSNSの特性

主なサービス	利用者層	拡散性	時間軸	採用プロセス
LINE	全世代	×	リアルタイム	応募・選考向き
Facebook	40代中心	○	アーカイブ	応募・選考向き
Twitter	10代~30代	◎	リアルタイム	認知向き
YouTube	全世代	○	アーカイブ	認知向き
Instagram	10代~30代	×	リアルタイム	認知向き

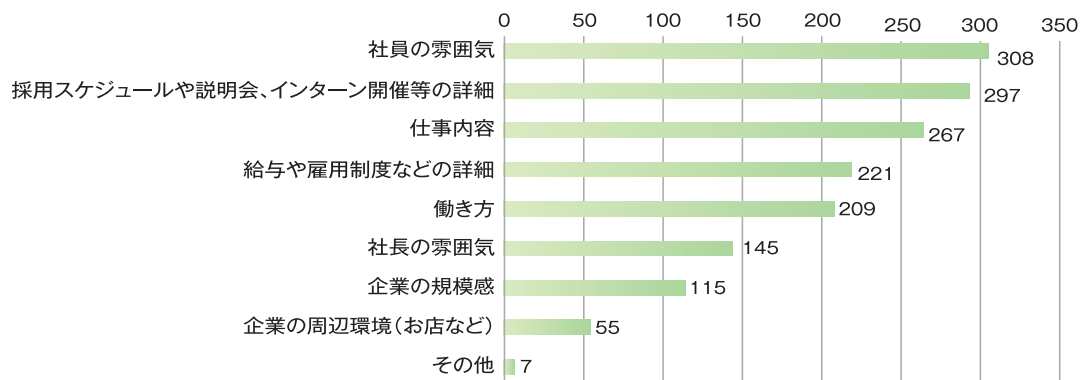
※参照:総務省「情報通信白書」

SNSの利用状況 学生

一般的に1996年から2012年頃に生まれた世代と言われる「Z世代」を中心に、SNSは昨今の就職活動に欠かせないツールとなっています。以下は、就職活動中の一般大学生に向けた、就職活動の情報収集に関する調査結果です。結果が示すとおり、求職者が就業先を知る機会としてSNSは重要なツールになっていることが分かります。特に、社員の雰囲気や仕事内容等、そこで働くイメージを具体的に知る目的が目立ちます。

■就職活動の情報収集手段やSNSの活用に関する調査

企業が運営するSNSから得た情報は何か? (複数回答) n=1,624



※アンケート対象者(492名)のうち、企業が運営するSNSから得たい情報は何か、という設問に対して回答した492名(有効回答)を集計
 ※出典:株式会社DYM調べ「就職活動の情報収集手段やSNSの活用に関する調査(2020年11月2日~2021年4月23日)」



SNSの活用手順

前述の特性を理解した上で、いよいよ実際の活用です。
以下にて、SNS活用の基本的な手順(1~3)を紹介します。

① ターゲットを明確にする

誰に伝えたいのかを明確にすることが重要です。新卒、中途、属性、職種、ライフステージ等によって訴求ポイントは異なります。自園の魅力を伝えたい求職者像を明確にしておきましょう。ここが曖昧な状態でスタートすると、方針がブレて期待する効果が得られなくなる恐れがあります。(P11参照:採用したい人物像の設定)

② 使用する媒体を選ぶ

ターゲットが決まれば、特性に合わせて効果的と考えられるSNSを選定します。採用プロセスやターゲットに応じていくつかのSNSを使い分けるのも効果的です。



③ 園内の運用ルールを決める

SNSの活用において最も重要かつ難しいのが、「継続」です。有益な情報や園の魅力を伝え、求職者とのコミュニケーションを通じて信頼関係を築いていくことでSNSの効果が発揮されますが、それには手間と時間がかかります。途中で更新を止めたり、雑な発信は無責任とも感じ取られ、マイナスのイメージを生む場合もあります。

誰が運用するのか、どんな頻度で更新するのか、他の業務に影響が無いかなど、無理なく運用できる体制を築くことがとても大切です。

【留意事項】

SNSは、画像や動画などを活用することによりその効果を発揮しますが、園児や職員の個人情報に繋がる場合もあるため、使用する際には事前の確認・承諾が必要です。また、万が一、外部からの誹謗中傷等の違法行為があった場合には、SNS事業者に投稿削除を依頼したり、公的な機関に相談するなど、落ち着いて冷静に行動することも重要です。

政府広報オンラインにて情報(「SNSの誹謗中傷(令和4年4月8日)」)が公開されていますので、事前に確認しておきましょう。

