

3-2

演題	SNS 活用までの道のり
副題	～イキイキとした施設発信を目指して～

SNS
情報発信

法人名	社会福祉法人 七葉会
施設名	菅田心愛の里

発表者名 (職種)	和田 沙穂里 介護職員
共同発表者	今井 美穂
共同発表者	石綿 千尋
共同発表者	
共同発表者	

都道府県	神奈川県
住所	横浜市神奈川区菅田町 1122
TEL	045-470-7788
FAX	045-470-7765
メールアドレス	kano@nanaha.net
URL	

今回の発表施設 またはサービスの 概要	菅田心愛の里は、特別養護老人ホームとして 100 名の方の入居、ショートステイで 20 名の方がご利用できる施設です。法人理念「和顔愛語讃嘆」のもと入居者様が、自由に自分らしい時間を過ごしていただけるようユニットケアを行っています。
---------------------------	--

研究の目的、PR ポイント

今まで当施設の情報発信の手段はホームページ、広報、ブログと限られていた。そこで、新たな取り組みとしてプライベートでも使用することの多い SNS を利用し施設の情報や雰囲気伝える活動を行った。既存の発信ツールと異なり、開かれたコミュニティでリアルタイム性のある媒体での情報発信は、イキイキとした施設発信に繋がるのではないかと。今回の取り組みを通じて検討していく。

取り組んだ課題

- 既存の施設発信のツールでは外部への情報提供が限定的であるため、SNS を活用しより多くの人へ施設の情報や雰囲気が伝わる内容を発信していく。

具体的な取り組み

施設のツイッター（2021/5/5 から）、インスタグラム（2022/4/25 から）を開設し発信を行った。

- ① 委員会を発足し、既存の情報発信媒体のほかにも何を使用して情報発信をするか決める
 - 委員会メンバーは介護職員各フロア 1、2 名、事務所から 2 名で構成
 - 文章と画像それぞれ単体でも組み合わせでも発信出来るツイッターから使用していくことに決定。
- ② ツイッター活用方向性を決定
 - より多くの人に施設のことを知ってもらう・興味を持ってもらうことを目的とした。
- ③ ツイッターの運用
 - 当番制で週に最低一度の投稿を行う
 - すべてのツイートに予め決めた福祉、採用関連のハッシュタグを付ける
 - 他媒体との差別化のできる内容として職員の様子が伝わるものも発信する
 - 同業種とのつながりを作り土台作りとしてのフォロワーの獲得を行う
- ④ 新たにメンバーを加え、インスタグラム開設
 - 入社 2 年目の職員を新たにメンバーとして加える
 - 若手職員中心にインスタグラム特有の機能を活

用するなどアイデアを出しインスタグラムの投稿も行う

活動の成果と評価

- ツイッター 254 人、インスタグラム 91 人のフォロワーの獲得
- ハッシュタグでの検索時に「話題のツイート」に載るものも出てきた
- その日の出来事をその日のうちに共有出来るため、既存の媒体よりも即時性のあるイキイキとした内容を発信できた
- 若手職員が不特定多数への情報発信を担うことで、自施設に対しての興味関心が高まった。
- 施設内外からの認知度が低く、フォロワーのほとんどが同業者である
- 不特定多数に見られる媒体においてプライバシーを守りながら施設の雰囲気を伝える手段の確立が出来ていない
- ツイッターと比べてインスタグラムの投稿頻度が低い

今後の課題

これまでの活動で SNS 運用にあたっての土台作りが出来た。しかし、SNS をきっかけに施設に興味を持ったという事例はなく日々の発信に試行錯誤している段階である。今後も SNS の即時性、気軽さを活かしながら、誰が見ても嫌な気持ちにならない投稿を責任持って行うことでイキイキとした発信を行い、より多くの人へ施設の良さを伝える活動を継続していかなければならない。