

## 中堅・中小企業のための広報PR——

### 第8回 プレスリリース事例紹介: アンケート調査

株式会社アネティ 代表取締役 なかむら 仲村 あきこ 明子



インターネットやデジタルデバイスの発達により、マスコミを経由する方法以外にも、自社メディアやSNSを通じて直接広報PRができる時代になりました。広報PRは、ステークホルダーの共感や信頼を得て、売上拡大や人材獲得につなげる大変有効な活動です。このコラムでは、中堅・中小企業の皆さまが広報PRを身近に感じ、すぐにでも着手していただけるよう、考え方や方法についてわかりやすく解説していきます。

この連載も早くも8回目となりました。記事を読んで広報PRをスタートした、プレスリリースを作ってみたという企業様があったなら、とても嬉しいことです。連載では、そんな企業様に参考にしていただけるような事例のご紹介もしていけたらと思います。今回は「アンケート調査リリース」の成功事例です。

#### 1. アンケート調査リリースとは

事例紹介の前に、まず「アンケート調査リリース」がどのようなものかご説明します。広報PRを結果に結びつけるためには、継続的に情報発信をしていくことが重要です。しかしながら、新商品が毎月発売されるような大企業であれば広報ネタに困ることはありませんが、そうでない会社はニュース発信のネタがすぐに尽きてしまい、悩んでしまうことがあります。私が以前勤めていた人材派遣会社でも、毎月新しいサービスがスタートするわけでもなく、プレスリリースのネタ探しに苦労していました。そんな中、定期的に実施していた派遣スタッフへのアンケート調査は、大変効果的なニュース素材となっていました。

「第5回 広報PRの定番施策を徹底解説!」の記事の中でも、ニュースを創り出す定番施策の一つとしてアンケート調査の実施を挙げましたが、アンケートは自社のマーケティングに役立てることもできますし、プレスリリースにまとめ配信すれば、ニュースとして取り上げられる可能性も高いです。実際、皆さんも様々なメディアで「〇〇の調査によれば」という記事を見かけるのではないのでしょうか。もちろん調査会社やシンクタンクなどが配信したのものもありますが、実は、様々な企業が自社のPRの一環として実施・発表しているものも多数あり

ます。例えば、弊社のクライアント様の例を挙げると、観光客向けのお土産販売店を運営している会社であれば「人気お土産調査」、教育関係の会社であれば「子どもの学習法に関する実態調査」、人事コンサルティング会社であれば「人事制度と従業員ロイヤリティとの関係性調査」といった風に、自社の事業と関連したテーマで調査を実施し、プレスリリースとして発信しています。

またアンケート調査の利点は、プレスリリース以外にも、営業資料に引用したり、自社HPのコンテンツとして掲載したり、いろいろな活用ができるということもあります。

#### 2. アンケート調査はどのように実施するのか

私が在籍していた人材派遣会社では、自社の登録スタッフに対して実施していましたので、回答率を上げるために抽選でプレゼントを提供するなど、多少の予算は必要でしたが、調査費自体は無料でした。顧客や取引先などのリストがあれば、そういった方々の協力を得てデータを集めることもできます。ただ、この方法は、調査費がかからない代わりに労力はかかります。まず、アンケートへの協力依頼をし、自社でアンケートフォームを作成し、回答がなかなか集まらなければ催促のメールを送り、実施後には集計作業もグラフ作成も、全て自分たちでしなければなりません。そういった労力をかけたくない場合は、アンケート調査会社を利用する方法もあります。

アンケート調査会社の中には、調査設計から分析まで全て請け負ってくれる会社もありますが、アンケートの質問項目は自社で準備し、調査会社には指定した条件の回答者を集めてもらい、実施・集計まで行ってもらうパ

ターンが多いと思います。調査会社ごとに料金やモニター数、得意分野などが異なりますので、複数の会社から見積りを取ることをお勧めします。

### 3. アンケート調査リリースの成功事例

前置きが長くなりましたが、いよいよ実際の事例をご紹介します。今回ご紹介するのは、大阪本社・東京本社をはじめとした全国 18 拠点で介護・保育・看護など専門職の人材派遣・紹介サービスを行う株式会社ニッソーネットの事例です。ニッソーネットでは、顧客である介護事業所に 2013 年からコロナ禍前の 2019 年までの 7 年間、登録スタッフに 2008 年から 2022 年までの 15 年間、毎年 1 回の定期アンケートを実施してきました。長期間実施することで、過去からの経年変化も見ることができ、貴重なデータとなっています。

近年、介護士不足が進んでいることから、介護関連の報道が増えていますが、ニッソーネットのアンケートは、介護事業所を運営する側と働く側の両者から、介護現場

のリアルな声を数値として発信することで、毎回メディアに注目されています。これまでで一番多くのメディアに取り上げられたのは、2021 年の登録スタッフ向けアンケートで、コロナ禍において人手不足であるという回答が約 8 割に達したことが、Web メディア、全国紙、ブロック紙、地方紙、業界専門紙など合わせて 60 以上のメディアに取り上げられ、広告換算（同じサイズの広告を掲載した場合の広告費として計算した数値）で 700 万円超となりました。これまで、メディア露出以外でも、介護業界について研究する大学教授から問合せが入ったり、結果を介護事業所とのコミュニケーションツールとして活用できたりと、様々な波及効果もありました。



アンケート調査結果が報道される際には、必ず文中やキャプションに社名が載りますので、会社の認知度向上にも繋がります。ぜひプレスリリースの材料として検討することをお勧めします。

#### — ニッソーネット 2021 年「スタッフアンケート」全 4 ページより P.1 と P.3 を抜粋 —

News Release 2021 年 11 月 24 日 株式会社ニッソーネット

**<介護スタッフアンケート>**  
**介護スタッフの約 8 割が人材不足と回答、2 年連続の高水準で深刻な状況**  
**“外国人介護士に早く来てほしい” という声が 4 割超 (44.6%)**

福祉の人材サービスおよび育成を行う株式会社ニッソーネット(本社:大阪府北区、代表取締役会長兼社長:山下 吾一)は、当社に登録している介護派遣スタッフを対象としたアンケートを 10 月に実施し、調査結果がまとまりましたのでご報告いたします。同アンケートは 2008 年より継続して行ってきたもので、今年で 14 回目となります。

**【アンケート集計結果のポイント】**

- 介護スタッフの約 8 割 (80.3%) が、スタッフの数が不足していると回答。昨年 (82.0%) から変わらず高水準で、深刻な人手不足が続いている状況。
- 長く働ける介護の職場の条件は、「職場の人間関係が良い」(50.8%) が前年比 10.1pt 増で、3 年連続 1 位。一方、2 位の「納得のいく賃金」(22.3%) は前年比 7.0pt 減。
- 2020 年春の新型コロナウイルス感染拡大以降、回答者の 6 割以上 (65.8%) が転職を経験。内、約 3 割 (31.1%) が、異業種からの転職。
- 異業種からの転職者の定着で重要なことは、「事業者がきちんと研修を行うこと」が約 8 割 (76.7%) と最多の結果に。
- コロナ禍で海外からの外国人介護人材の新規入国が滞っている状況について、「早く来てほしい」(44.6%) という回答が、「急ぐ必要はない」という回答 (42.5%) を上回る。
- 介護スタッフの約 8 割 (78.2%) が、介護人材の確保や定着に関して、「最優先で取り組むべきことは「介護職員の処遇改善」と回答。

**■ アンケートについて**

【アンケートの目的】 コロナ禍での介護現場の実態をアンケート調査により把握し、発信することで、介護の仕事に従事するスタッフの声を広く知らせることを目的としています。

【調査期間と方法】 2021 年 10 月 6 日～10 月 21 日、インターネット・モバイル回答方式

【調査対象と回収数】 当社登録の介護派遣スタッフ、回収数 193 名

**■ アンケート集計結果 (詳細)**

Q1. 働いている職場では、現在、介護スタッフの数は足りていると思いますか? (単一回答)

昨年と比較すると、「ちょうどよい」が 6.1pt 増加し、約 2 割 (18.1%) まで上昇しましたが、依然として約 8 割 (80.3%) が不足していると回答。昨年 (28.7%+53.9%=82.6%) とほぼ同じ数値だったことがわかりました。

コロナ禍で消毒作業などの業務が増えたことで、介護現場では深刻な人材不足が続いていることがうかがえます。

回答	2020年	2021年
不足している	28.7%	26.4%
やや不足している	53.9%	53.9%
ちょうどよい	12.0%	18.1%
やや過剰	2.0%	1.0%
大分出過	4.0%	0.5%

Q4. 2020 年春の新型コロナウイルス感染拡大以降に、転職をしましたか? (単一回答)

2020 年春の新型コロナウイルス感染拡大以降に回答者の 6 割以上 (34.7%+31.1%=65.8%) が転職を経験 (※ニッソーネットの派遣社員として働き、派遣先が変わった人も含む)。内、「介護業界以外から転職をした」という人が約 3 割 (31.1%) という結果に、コロナ禍で雇用が不安定になり、ジョブチェンジの一端として異業種から転職した人が一定数いることがわかりました。

転職先	割合
介護業界以外から転職をした	31.1%
介護業界の中で転職をした	34.7%
同一の就業先で勤務している	23.8%
その他	10.4%

Q5. コロナ禍となり、異業種から介護業界へ転職をする方も増えています。介護現場では、そういった方が長く介護業界で働いていく上で、重要なことは何だと思いますか? (複数回答)

Q4 で、「介護業界以外から転職をした」という回答が約 3 割 (31.1%) だったことがわかりましたが、そういった方が長く介護業界で働いていく上で重要なこととして、「介護事業者側が、異業種からの転職者にきちんと研修を行うこと」(76.7%) が 2 位の「介護スキルのある人が、異業種からの転職者をフォローすること」(46.1%) と 30.6% の差をつけて 1 位となりました。異業種から介護業界へ転職し、経験や知識がない方でもきちんと研修を行うことで、早い段階での業務習得や長期的な介護業界への定着に繋がることが考えられます。

重要なこと	割合
介護事業者側が、異業種からの転職者にきちんと研修を行うこと	76.7%
介護スキルのある人が、異業種からの転職者をフォローすること	46.1%
異業種からの転職者が、できるだけ早く介護に関する知識を身に付けること	33.2%
業務の仕分けをして、経験がない人でもできる仕事を明確にすること	22.3%
介護事業者側が、指導能力の高いリーダーの育成を行うこと	16.6%
業務上支障のないシフト・配属にすること	13.5%
その他	1.6%

Q6. コロナ禍で、海外からの外国人介護人材の新規入国が滞っている状況が続いています。このことについてどう思いますか? (単一回答)

「受け入れ体制が整っていないので急ぐ必要はない」(37.8%) という意見が多かった一方で、「日本人介護士や利用者にとって良い刺激になるので早く来てほしい」(31.1%) も 3 割超となりました。「急ぐ必要はない」(37.8%+4.7%=42.5%) という回答よりも、「早く来てほしい」(31.1%+13.5%=44.6%) という回答の方が僅かに多かったことから、現場で働く介護スタッフは、コロナ禍の現在においても外国人介護人材に対して期待を持っていることがわかります。

意見	割合
受け入れ体制が整っていないので急ぐ必要はない	37.8%
日本人介護士や利用者にとって良い刺激になるので早く来てほしい	31.1%
人材不足解消のために早く来てほしい	13.5%
日本人介護士だけで充足しているので急ぐ必要はない	4.7%
その他	13.0%