

令和2年度生活困窮者就労準備支援事業費等補助金

介護のしごと魅力発信等事業

ターゲット別魅力発信事業（子育てを終えた層向け）

報告書

令和3年4月

株式会社産業経済新聞社

## 目次

第1章 事業概要.....	1
1.1 事業全体の主旨・目的.....	1
1.2 事業の構成.....	3
1.2.1 事業実施体制.....	3
1.2.2 スケジュール.....	11
第2章 企画委員会.....	12
2.1 事前準備.....	12
2.1.1 企画委員会実施スケジュール.....	12
企画委員.....	13
2.2 各回の課題と論点.....	13
2.2.1 第一回企画委員.....	13
2.2.2 第二回企画委員.....	18
2.2.3 第三回企画委員.....	21
第3章 オンラインイベント.....	25
3.1 企画の背景.....	25
3.2 イベント概要.....	25
3.2.1 黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと.....	25
3.2.2 りんたろーさん。と語る介護のおしごとのリアル.....	29
3.3 介護職「仲間の輪」としてのk a i g oカフェ.....	34
第4章 ウェブサイトの狙いと構成.....	38
4.1 ウェブサイトの狙い.....	38
4.1.1 コンセプト.....	38
4.1.2 リニューアルの概要.....	38
4.2 都道府県の介護事業者認証評価制度.....	40
第5章 ゆうゆうL i f e コンテンツについて.....	41
5.1.1 取材・記事の狙い.....	41
5.1.2 ここから／ひとから ヤングケアラーの視点.....	41
5.1.3 こころから／w i t hコロナ時代の視点.....	43
5.1.4 こころから／あたたかく見守るに共感.....	45
5.1.5 ひとから／自らの体験踏まえて介護の世界へ.....	46
5.1.6 まちから／移動あきらめない社会に.....	47
5.1.7 ひとから／密にならない活動に工夫.....	48
5.1.8 ひとから／あの人語る「介護」.....	49
5.1.9 ひとから／介護の悩みを共に考える.....	50

5.1.10	産経新聞生活面でも連動.....	50
第6章	SNS.....	51
6.1	SNS頁の目的と製作.....	51
6.2	SNSの運営.....	52
6.3	拡散支援.....	54
6.4	SNS活用のまとめと今後の施策展開時の提案.....	57
第7章	入門的動画の作成.....	59
7.1	入門的研修動画制作.....	59
7.1.1	動画化の狙い.....	59
7.1.2	シラバスと人選.....	60
7.2	(1) 基礎講座.....	61
7.2.1	介護に関する基礎知識.....	61
7.3	(1) 入門講座.....	63
7.3.1	基本的な介護の方法.....	63
7.3.2	認知症の理解.....	68
7.3.3	障害の理解.....	70
7.3.4	介護における安全確保.....	71
第8章	新聞・他媒体によるPR施策.....	75
8.1	媒体の多様化による情報発信.....	75
8.2	各施策の特集およびコンテンツ.....	76
8.2.1	季刊誌「終活読本 ソナエ」.....	76
8.2.2	メトロポリターナ.....	79
8.2.3	産経iD事務局メルマガ.....	83
8.2.4	産経新聞.....	85
第9章	「ゆうゆうLifeコミュニティ」(「きっかけ」内に開設).....	92
9.1	狙い.....	92
9.2	「ゆうゆうLifeコミュニティ」概要.....	92
第10章	実績報告書.....	103
10.1	ウェブサイト「ゆうゆうLife」記事閲覧による「介護のしごと」に対する意識変化.....	103
10.1.1	調査の目的と概要.....	103
10.1.2	調査結果.....	104
10.1.3	数値.....	110
10.2	オンラインイベントの効果測定.....	119
10.2.1	調査概要.....	119
10.2.2	「黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと」について.....	120

10. 2. 3	「りんたろーさん。と語る介護のおしごとのリアル」について.....	127
10. 3	入門的研修.....	135
10. 3. 1	効果検証方法.....	135
10. 3. 2	調査1の分析と評価.....	136
10. 3. 3	調査2の分析と評価.....	141
10. 3. 4	考察と評価.....	148
まとめ	事業の振り返りと今後への考察.....	151

# 第1章 事業概要

## 1.1 事業全体の主旨・目的

### 事業を通じて目指したい未来像

- ・「子育てを終えた層(子育て中の層も含む)が、ウェブサイト「ゆうゆう Life」の記事などのコンテンツやオンラインイベントで介護や福祉に関わる仕事に関心を持ち、介護のしごとのイメージを変え、入門的研修などに関心を持ってもらうことを目指す」
- ・産経新聞社は、令和2年度「介護のしごと魅力発信等事業（子育てを終えた層向け）」において、「主に30～60歳代の女性」＋「介護に無関心な層」をターゲットとし、子育てを終えた層のみならず、子育て中の層に向けて、かながわ福祉サービス振興会などの連携事業者や介護分野の協力を得ながら、介護のしごとの魅力を伝える施策を工夫して展開した。<sup>1</sup>  
今年度は、特に、コロナ禍の影響により、リアルなイベントや介護事業所などへ取材ができないこと等制約が多い中での展開となった。そうした中、同世代や介護のしごとの経験がある有名人によるオンラインイベント、「介護に関する入門的研修」のeラーニング(動画)教材の制作、視聴実験などの事業を実施した。
- ・福祉・介護現場には、「きつい・汚い・危険・給料が安い」という4Kのイメージがあると言われており、一般には、介護の仕事を「おむつを替える仕事」としか認識していない人も少なくない。その一方で、介護現場で活躍する人たちは、「感謝・感動・感激・クリエイティブ」の4Kであるという方も多く、介護職の多くが、やりがいや楽しさを感じて働いている。このギャップをそのままにしておくと、意欲的な人材も流出してしまう。世の中の先入観と、当事者の現実との間にあるギャップを埋め、現場の介護職の実態を知ってもらい、ひいては「介護のしごと」に関心を持ってもらうことが、本事業の狙いであることを再確認した。
- ・令和2年度主要事業は以下の4本柱で実施した。
  1. コンテンツ制作
  2. イベント
  3. 入門的研修動画
  4. 効果検証

## 1. コンテンツ制作

- ・ウェブサイト「ゆうゆうLife」へ改修。ウェブサイト表記「～から」をユニークユーザー誘導のため名称を変更した。
- ・コロナ禍の影響で事業所などへの取材が制限されるなどコンテンツ構築には、配慮と感染症予防対策を徹底して、電話などで取材、記事制作を実行した。
- ・新たに、都道府県の介護事業者認証制度を検索できる様にして、せつかく介護のしごとに興味を持った人が他に流出しない工夫も実施した。

## 2. イベントの開催

- ・事業計画案では、令和元年度事業で事業所や関連団体から好評を得ていた「親子しごと体験会」を企画していたが、コロナ禍の影響で訪問不可となり実施を見送った。
- ・コロナ禍の影響でリアルイベントが難しくなり、オンラインイベントに切り替え、実施した。11月と12月に開催した有名人と介護福祉士とのトークライブを配信、  
12月と2月には、介護事業所に勤務する方とオンラインのコミュニティサイト「きっかけ」に登録した会員とのオンライン交流会をNPO法人「kaigoカフェ」とコラボして開催した。

## 3. 入門的研修動画の制作

- ・子育てを終えた層並びに子育て中の層（ターゲット層）がより簡単・身近に介護のしごとeラーニングで学べるように「介護のしごとに関する入門的研修動画」43本を制作、横浜市の職員や「きっかけ」内で視聴する実証実験を実施した。

## 4. 効果検証

- ・ウェブサイト「ゆうゆうLife」の記事を見てもらい、アンケートなどによって意識の変容などを検証した。同時に、8コマ漫画「のんびりいこうよ」や記事コンテンツを使ってSNS(ツイッターやフェイスブック)による誘導を実施して、211万PVを獲得(昨年より増加)し、情報拡散をおこなった。
- ・同世代の女優や介護のしごと経験があるタレントと介護福祉士によるトークライブを  
オンラインで視聴した人たちに視聴前と視聴後の意識、態度返照についての検証を実施した。
- ・きっかけコミュニティで動画視聴するメンバーを募集、視聴前と後の効果から事業性の評価を検証した。

## 1.2 事業の構成

### 1.2.1 事業実施体制

- ・産経新聞社が、かながわ福祉サービス振興会などと連携して事業を実施した。
- ・有識者による企画委員会を設置し、事業実施に向けた企画の検討、情報発信などについて協議をおこなった。

#### ■過去2年間の知見と資産を活かして

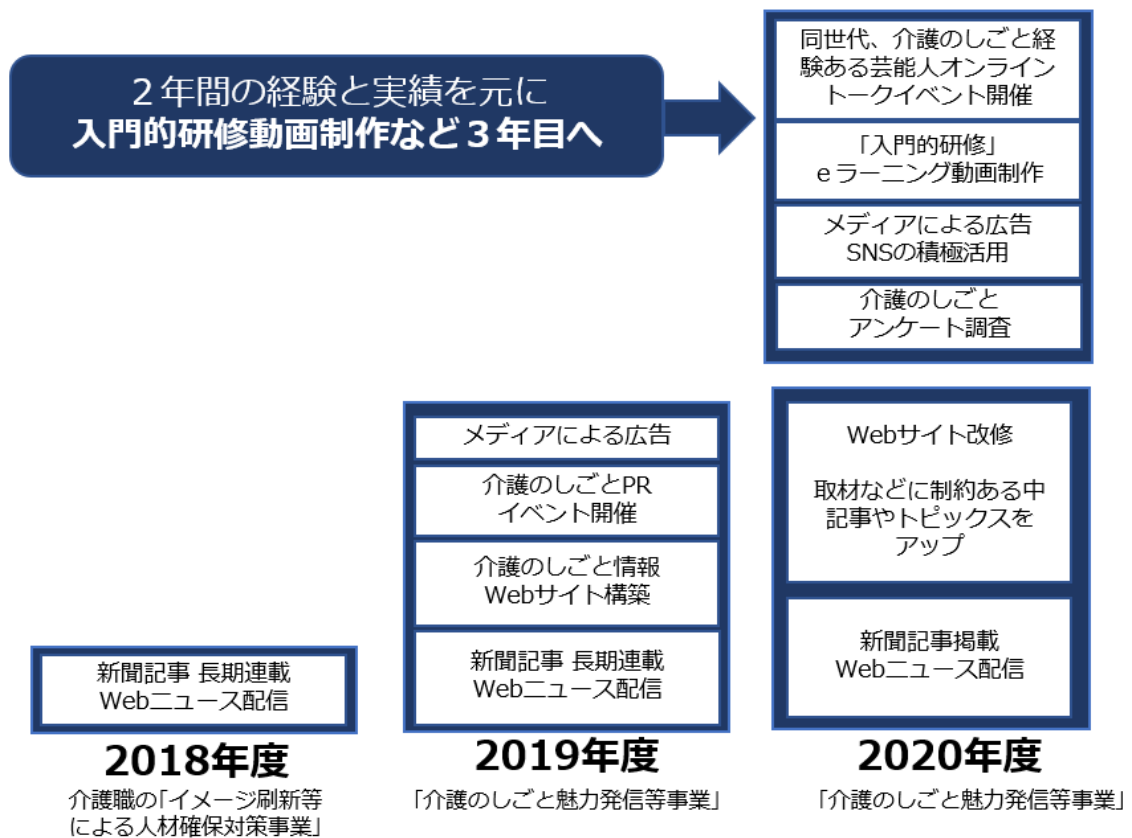


図 1-1 当事業の全体概略図

- ・当事業では昨年度に開設した情報発信サイト「ケアするウェブマガジン『～から』」を改修し、新たに「ゆうゆうLife」として、介護に携わる楽しさを発信した。

ゆうゆうLife 



### 「ゆうゆうLife」とは

年を重ねると、できないことが増えてくる。だが、ほんの少しの手助けで暮らしはすいぶん楽になる。生活に彩りを添えることも、命に伴走することも、人と暮らしの近くには、いろいろな仕事や働き方がある。まちの裾野から、最期の瞬間につながる優しい関係をいっしょに作ろう。「まちから」、「ひとから」、「しごとから」。寄り添いのある暮らしを、提案します。

[View more](#) >

### New Article

- [ひとから >](#)
- [まちから >](#)
- [しごとから >](#)
- [先輩から >](#)
- [ころから >](#)
- [親子から >](#)



[ひとから](#) [まちから](#) [ころから](#)

今、できることを～皆が「当事者」のwithコロナ時代～<最終回>



[ころから](#) [ひとから](#) [まちから](#)

今、できることを～皆が「当事者」のwithコロナ時代～<7>



[ひとから](#)

おチエさんの「介護なやみ相談」(2)

2021/04/01





ここから    ひとから

今、できることを～皆が「当事者」のwithコロナ時代～<6>

2021/03/26

前回、私の癒やしである姪っ子が今年、小学校を卒業したと書きました。新型コロナウイルスの影響で、・・・

>> もっと見る

- #その人らしく
- #ヤングケアラー
- #互助
- #動く
- #在宅医療
- #感染対策
- #町亞聖
- #看取り
- #認知症



ここから    ひとから

今、できることを～皆が「当事者」のwithコロナ時代～<5>

2021/03/19

3月は別れの季節、巣立ちの季節ですね。今年は桜の開花が早いようで、東京をはじめあちこちから春の・・・

>> もっと見る

- #その人らしく
- #ヤングケアラー
- #互助
- #動く
- #感染対策
- #町亞聖
- #看取り
- #認知症



ここから    ひとから

今、できることを～皆が「当事者」のwithコロナ時代～<4>

2021/03/12

首都圏では新型コロナウイルスによる緊急事態宣言が延長されました。長く続く自粛生活の中で、「孤独」・・・

>> もっと見る

- #デイサービス
- #ヤングケアラー
- #互助
- #動く
- #感染対策
- #有償ボランティア
- #町亞聖
- #認知症



## ↑ 新たなコンテンツとして追加

### Topics

ALL   イベント   その他   ニュース

- イベント   『ゆうゆうLife』 & 『kaigoカフェ』 2月26日（金）無料オンラインセミナーのお知らせ
- その他   フリーアナウンサー・町亞聖さんのコラムがスタートします
- その他   「にっぽんの要」放送予定（BSフジ）のお知らせ
- その他   「りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル」アーカイブ配信開始！
- その他   オンラインイベント12月16日   クイズの答え

## Pick Up

1	2	3	4	5
				
まぢから	まぢから 先幸から	まぢから	まぢから	こゝろから
ウォーキングと糸電話で「コロナに負けない！」 多摩川源流の山村、山梨県小菅村で新型コロナウイルス対策として始まった「コロナに負けない！カラダ・・・」 <a href="#">&gt;&gt; もっと見る</a>	“ちょいワルじいさん、の行けてる取り組み” 地域のサロンを嫌い、引きこもりがちな高齢男性への働きかけは、どこの町でも悩みの種。だが、そんな・・・ <a href="#">&gt;&gt; もっと見る</a>	介護の世界はワクワクがいっぱい 「介護はワクワクがいっぱい。そのことを介護者自身が発信することが大切」10月15日にオンラインで・・・ <a href="#">&gt;&gt; もっと見る</a>	人生の最期にそっと寄り添う「看取り犬」のいるホーム 玄関で手指の消毒と検温を済ませて待っている、まもなくつぶらな瞳が印象的な中型犬がしっぽを振り・・・ <a href="#">&gt;&gt; もっと見る</a>	のんびりいこうよ<62> =2020年11月13日更新 赤羽みちえさんの漫画「のんびりいこうよ」。特養ホームに入所した母親、1人暮らしの父親を近居で見・・・ <a href="#">&gt;&gt; もっと見る</a>

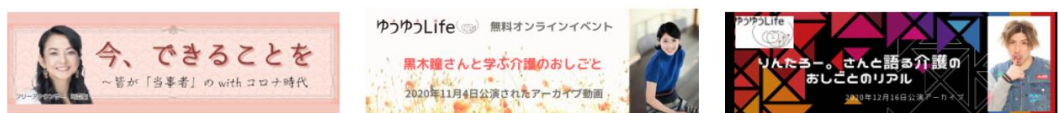


図 1-2 ウェブサイト「ゆうゆう Life」の様々なコンテンツ

- ・当事業のターゲットは福祉・介護の無関心層であるため、この層にアプローチして、ウェブマガジン「ゆうゆう Life」にアクセスしてもらえるよう、この層が普段から情報収集のために利用しているソーシャルメディア(SNS)でコンテンツを随時拡散した。

- ・今年度は、コロナ禍の影響で当初予定していた親子で介護施設を訪問するイベントが中止となり、急遽、ターゲット世代の女優や介護職経験者のタレントと介護福祉士とのトークイベントなどオンラインにて介護のしごとの魅力発信に努めた。



図 1-3 イベントの企画内容

令和2年11月4日 椿山荘東京 オンライントークイベントの様子

- ・本事業は、ターゲットとなる層が福祉・介護の仕事に関心を持つよう、戦略的に情報を発信することを重視し、当事者の思いや意識と一般的に捉えられている介護のイメージとの「ずれ」を、よりポジティブな方向に解消していくことを目指した。
- ・令和2年度は、産経新聞社のオンライン上のコミュニティ「きっかけ」内に、介護や介護のしごとに興味を持つ人を集め、介護のしごとへの理解を深めてもらうことを目的にしたコミュニティサイト「ゆうゆう Life コミュニティ」を開設し、半年間の運営を行った。  
介護のしごとを知るための“きっかけ”となるよう、参加者にテーマを投げかけて投稿を促したり、イベントと連動してコメント投稿を促すことで、参加者の持つイメージや介護にまつわる体験が語られ、仕事と育児、家事などの両立、やりがいを感じた瞬間などについて、ほかの参加者と情報交換できる場となった。

ちょっと世界がひろがるコミュニティ  
**きっかけ**  
Supported by 基幹病院

**ゆうゆうLife**

きっかけ トップ   センターコミュニティ   ゆうゆうLife   パートナーコミュニティ一覧

新規登録がまだの方  
下の[新規登録]ボタンを押してコミュニティに登録してください。

**新規登録(無料)**

---

登録がお済みの方はこちら

**ログイン**

---

コミュニティポイントのご案内

[詳しく見る](#)

ゆうゆうLife > 掲示板

[サークルに参加する](#)

ようこそ   **掲示板**   アルバム   メンバーリスト   レター

利用規約変更のお知らせ

まちらから

ひとから

しごとから

暮らしと両立しながら、何かやりがいのある仕事をはじめたい。  
 資格を身につけて、これからの人生に活かしたい。  
 手助けを必要としている人に、寄り添えるような仕事がしたい。  
 今後の人生のために何かを新しくはじめてみたい、やりがいを見つけない、

資格を身につけて、これからの人生に活かしたい。  
 手助けを必要としている人に、寄り添えるような仕事がしたい。  
 今後の人生のために何かを新しくはじめてみたい、やりがいを見つけない、  
 そんなあなたへ。

これからの人生のきっかけを探してみませんか？

**コミュニティ基本ガイド**

- 1 コミュニティの使い方
- 2 ポイントについて
- 3 注意事項・基本ルール

---

オーナー  
**ゆうゆうLife コミュニティ  
 スタッフ**

[このサークルについて](#)

---

[このサークルについて](#)

**拍手数ランキング**

- 1 友人の娘さん、学校で介護の...
- 2 介護の動画やコメントなどを...
- 3 特製マスク&クリアファイル...
- 4 仕事です。
- 5 介護のお仕事と言えるか否か...

[一覧を見る](#)

---

**過去の発言**

- 2021年
- 2020年

---

**関連サイト**

ケアするウェブマガジン  
**ゆうゆうLife**

**オーナーからの最新トピック**

**【無料オンラインイベントに参加しよう】2/26(金)開催「自分ら...**

2021/02/05 | 30拍手

**<教えて！介護のおしごと>「やりがいを感じた瞬間」ってどんなとき...**


2021/02/02 | 37拍手

**【無料オンラインイベント】「人生100年時代を豊かにするkaig...**

2020/12/09 | 25拍手

図 1-4 きっかけコミュニティ

- ・「介護に関する入門的研修」をeラーニングで学ぶため、動画を制作、視聴を実施した。令和2年度は、モデル事業として、子育てを終えた層及び子育て中の層が学びやすい環境を作るため、「介護に関する入門的研修」21時間を43本の動画に編集・制作した。今後、横浜市での実利用を視野に、「きっかけ」サイト内「ゆうゆうLife」(3000人参加)で、100人に視聴をしてもらった。




**(学習のポイント)**

- 介護保険制度は、介護ある暮らしを支える制度です。
- 介護保険サービスは介護認定を受けてから利用できるようになります。
- 介護支援専門員（ケアマネジャー）が相談にのり、サポートします。
- 多くのサービスから選ぶことができるようになっています。

**1. 介護は突然やってくる**



高齢によって体が利かなくなり 生活にが生じたり 急な疾病などで入院し、治療のち退院となった場合には、家で暮らすをといわれても今までとどのように変わってし不安であったり、どのような援助が受けられかわからなかったりします。退院後の生活にの相談は、入院先病院の地域連携室等

準備といわれても



**オンラインコンテンツ**

1. 入門的研修のテキスト作成
2. 講師による講座実施
3. 動画43本の制作
4. 到達度試験の作成
5. ひと休み動画の作成 (クイズ&記事&漫画)
6. なりすまし防止システム
7. 早送り防止システム

**■横浜市で運用開始予定**  
(スマホ対応からスタート)

- ・離脱防止コミュニティーを創出
- ・学び方の検証
- ・横浜市モデルの構築 修了証の発行

図 1-5 eラーニング入門的研修動画のイメージ

### 1.2.1 事業の実施体制

- ・産経新聞社とかながわ福祉サービス振興会などをパートナー企業として、介護に関する入門的研修動画の制作やオンラインイベントなどの事業を実施した。
- ・有識者による企画委員会を設置し、事業実施に向けた企画の検討、情報発信などについて協議をおこなった。

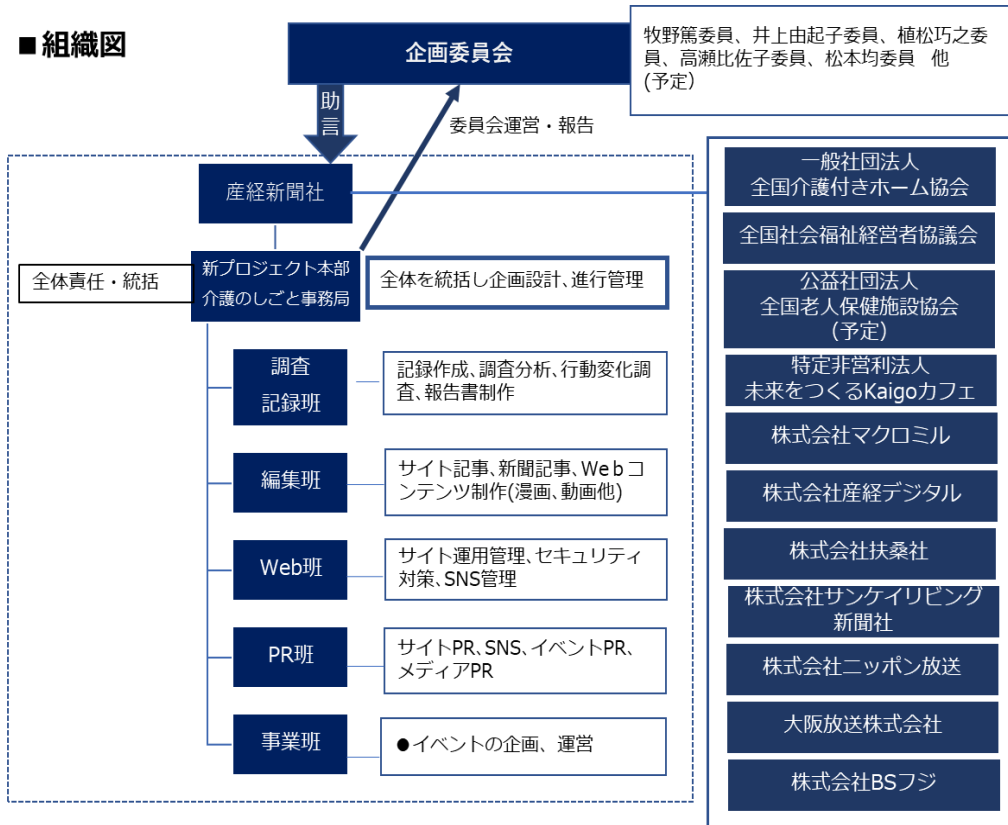


図 1-6 事業実施体制図

### 1.2.2 スケジュール

・6月26日に受託後、企画委員の選任(7月)、企画委員会の開催(8月)、企画内容の討議を実施して本年度の事業骨格を決定後、着手した。

・当事業のおおまかなスケジュールを以下に示す。

重点項目	2020				2021										
	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	4月		
全体			受託												
企画委員会				依頼	●			●				●			
コンテンツ				企画	●	→							●		
イベント								●	●			●			
動画制作・視聴							●	→							●
効果検証									●	●	●				
報告書												●	→提出		

図 1-7 介護のしごと魅力発信等事業 スケジュール表

## 第2章 企画委員会

### 2.1 事前準備

#### 2.1.1 企画委員会実施スケジュール

企画委員会を以下の日程で実施した。

表 2-1 企画委員会実施スケジュール

開催回	日程	議題
第一回	令和2年8月12日(水) 15:00~17:00	<ul style="list-style-type: none"><li>・コンテンツ 情報発信&amp;サイト</li><li>・イベント オンライン&amp;リアル</li><li>・動画制作と運用 入門的研修</li><li>・効果検証について</li></ul>
第二回	令和2年10月14日(水) 15:30~17:30	<ul style="list-style-type: none"><li>・動画制作について</li><li>・イベントについて</li><li>・コミュニティサイト「きっかけ」</li><li>・コンテンツについて</li><li>・効果検証について</li></ul>
第三回	令和3年2月17日(水) 13:00~15:00	<ul style="list-style-type: none"><li>・情報発信「ゆうゆう Life」サイトコンテンツ</li><li>・イベント オンラインイベントの実施報告</li><li>・入門的研修動画について</li><li>・効果検証について</li></ul>

※第一・二回は産経新聞本社14階会議室にて、第三回は産経新聞社本社7A会議室でハイブリット会議にて実施された



表 2-2 企画委員一覧

委員名称	所属	写真
井上 由起子	日本社会事業大学 専門職大学院 教授	
植松 巧之	一般社団法人介護付きホーム協会 事務局長	
藤井 賢一郎	上智大学 総合人間科学部社会福祉学科 教授	
高瀬 比左子	未来をつくる kaigo カフェ つむぎすと 代表	
松本 均	横浜市 健康福祉局担当理事兼部長	

## 2.2 各会の課題と論点

### 2.2.1 第一回企画委員

#### ■ 【協議事項1】コンテンツ

##### ● 意見

・「ゆうゆう Life」で検索してもトップページが出てこない。SEO 対策をちゃんとしたほうがいい。Facebook とゆうゆう Life は同じものをあげているか。HP と Facebook の連動をしたほうが良い（井上）

・取材については入所系は厳しいが、通所系は大丈夫ではないか（植松）

・主婦からスタートして経営層になった人の取材もいい。障がい系のサービスも視野に入れられる。高齢者介護とは違う深みや面白み、魅力がある。転職したらいい事業所にたどり着いた人などの事例があるので、そういう人を取材して認知してもらおう（藤井）

・障がいに関する介護もあげていくことに賛成。コロナ対策の基準は事業所によって違うので、事業所のガイドラインに従ったものに準ずるのがいい。このレベルなら外に取材に行く、アンケートのみにする、など取材のレベルを作成したほうがいい（井上）

・現地で写真を撮ってもらう方向では考えられないか。特に地方では東京から人が来るというのは厳しい。オンラインで取材して写真を撮ってもらうくらいがいいのでは（植松）

・動画制作では、キラーコンテンツとして、プロフェッショナルを伝えたい。働いている主婦層が活躍している場面を見せるといい。YouTube に上がっている動画「介護プライド」はクオリティが高い。働いている女性が意欲的で笑顔で介護って素敵ねという面、プロフェッショナルな面をポジティブに見せていくといい（植松）

・私たちの世代だと記事を読むが、30～50代の方は動画でないと見ないのでは。取材に行ったときは動画を撮るのか（井上）

・産経ならではのコンテンツを作成するのが良い。今までの記事を動画化してはどうか（藤井）

・研修用動画を作成することで対面の教室で先生の負担を減らせる。ベトナムなど海外従事者にも研修動画は使える（松本）

● 今後の対応

- ・「ゆうゆう Life」で検索してトップページにでてくるように SEO 対策をする
- ・取材先はオンラインもうまく活用していき事業所のガイドラインに従う
- ・動画制作は今まで「ゆうゆう Life」で掲載した記事を動画化していく

■ 【協議事項 2】 イベント

● 意見

・オンラインだけだとかなり厳しいと実感。オンラインのコミュニティでつながれる機会を作っていく。共通の話題をもった形で繋がれる機会があると、リアルでも会う機会に繋がる。1回でも会う機会がないと魅力が伝えきれないかもしれない（高瀬）

・お笑いコンビ、EXIT のりんたろー。さんには 21 時間の入門的研修にも出てもらえたら面白い。実際介護現場で 8 年間働いていたことはすごいことで、横浜市のイベントにも呼びたい。このくらいのインパクトがあると研修も面白くなる。学校の勉強を聞くだけというのを打ち破ったほうがいい（松本）

● 今後の対応

《イベント I》

- ・黒木瞳さんと語る介護のおしごと（仮）を 10～11 月あたりに。1 日 2 回開催予定。
- ・メインゲストは黒木瞳さん、メイン MC を町亜聖さんをお願いして、その他に介護職のスタッフとのトークセッションを予定

《イベント II》

- ・お笑いコンビ EXIT のりんたろー。さんと介護職のスタッフとでリアル本音トークを

展開して発信予定

### ■ 【協議事項3】動画制作と運用 入門的研修

#### ● 意見

- ・入門的研修のeラーニングは他にはないのか（植松）
  - ・入門的研修自体は時間数も含め基準的な構造・ガイドラインはあるが、どの教材どの方法で学ぶというのは決まっていない。自治体判断で自由に作れるものである（厚労省）
  - ・初任者研修は修了証明書を都道府県が出す。入門的研修の修了証明書は政令都市が単独で出せるのか（松本）
  - ・問題ない（厚労省）
  - ・確実に視聴したとはどのようなチェックをした上で認めるのか（井上）
  - ・顔認証でチェックしようと考えている（松本）
  - ・学校現場で、先生方に使わせてほしいと言われている。学生には介護の仕事はきついからやめておいたほうがいいと指導されていて、その意識を変えるようなものにもなればいい（松本）
  - ・30分でも長い。動画の作り込みも工夫。英語のように電車で細切れで手軽に見られるもの（植松）
- #### ● 今後の対応
- ・顔認証システム導入を検討する
  - ・入門的研修の動画から介護を学ぶきっかけを作るような工夫をする

### ■ 【協議事項4】効果検証について

#### ● 意見

- ・評価スキームは今回の事業で3つある。オンラインしかできないのは残念だが、評価ではいろいろなことにチャレンジできる
- ・Web解析は、一般的なアクセス集計をやることで短期アウトプットが把握できる。ユーザーのそれぞれのWebでのコードをユーザーに貼り付ける
- ・アンケート調査をいずれも事業参加後、6カ月後くらいに2回くらいとる。その人にどういうWebコードとの関連ができるか、これは中期的なアウトカムの把握になる
- ・それぞれ謝礼を何らかの形であることを検討
- ・こんな風に伝えたら伝わるんだ、というのがファンコミュニティであり、新しいマーケティング手法といわれている。こういう記事が人の気持ちを変えるんだという分析がファンコミュニティを使うとできるかもしれない（藤井）
- ・藤井先生の資料でアンケート調査が6カ月後と書いてあるが時間的には3カ月後になるのでいいのか（井上）

● 今後の対応

- ・今回評価スキームがオンラインでしかできないが、ウェブ解析をしてアンケート調査をイベント直後と3カ月後と2回とることを検討する
- ・謝礼としてゆうゆう Life ロゴ入りのマスクケースとファイルを検討している

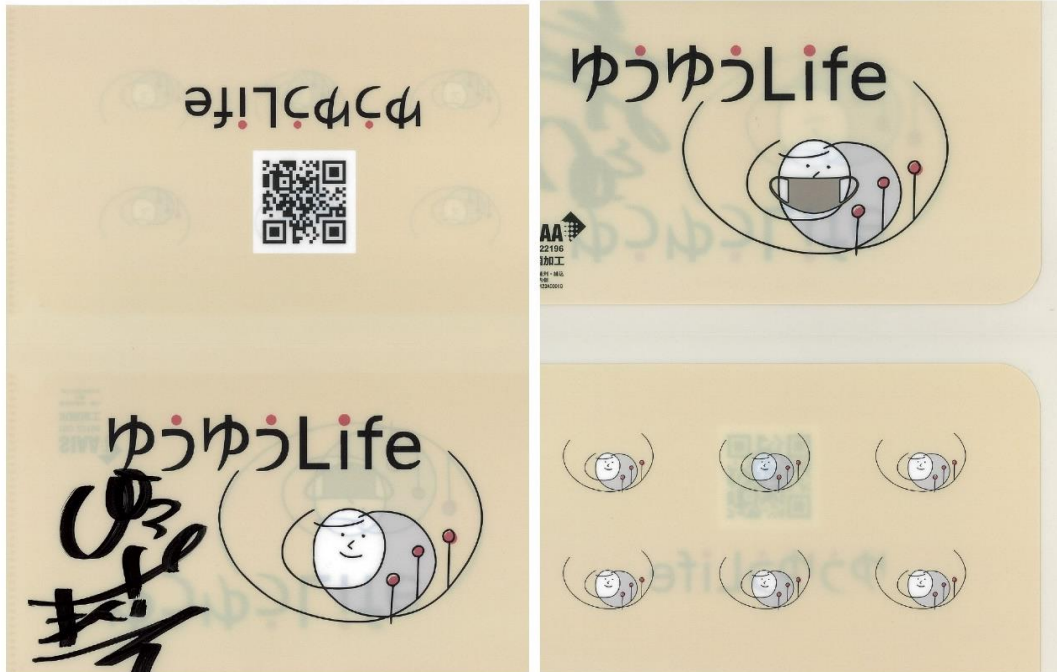


図 2-1 りんたろー。さんサイン入りマスクケース



図 2-2 「ゆうゆう Life」連載中の漫画のんびりいこうよのイラスト入り A4 ファイル



図 2-3 第一回企画委員会の様子

## 2.2.2 第二回企画委員

### ■ 【協議事項1】 動画制作について（※試作版のデモ視聴有り）

#### ● 意見

・わかりやすくできている。2回目以降は現場にふさわしい服装がいい。出演者の服装がハードルを高く感じさせる。多様な働き方ができるところを入れて欲しい（井上）

・MCの中村さんが魅力的。働き方が述べられていない。正社員にもなれるし自分のペースで仕事ができる（藤井）

・20分単位のほうが手軽に見やすい（植松）

・イントロとしてはとても良い。適性検査から入るのはよかった。服装に関しては生活場として考えて白衣にユニホームはない（松本）

・監修をしっかりとみてくれる人がいるのか。各講師にシラバスを出させて別の方に監修してもらうこと（井上）

#### ● 今後の対応

・出演者の服装について検討する

・しっかり監修をするように調整していく

### ■ 【協議事項2】 イベントについて

#### ● 意見

・目標集客人数を教えて欲しい（植松）

・りんたろー。さんは介護もやっていたというギャップが良いので、8年間の中であったエピソードをどう触れていくか。それによって参加してみようと思うコンテンツになる（松本）

・ファンの方が最後まで見てもらえないリスクもある。介護職の方は魅力発信のイベントには参加しない傾向にある。既に知っていることなので仲間に呼びかけるのも限界がある（高瀬）

#### ● 今後の対応

・目標集客人数は1000人を目指している

・SNSを活用して集客人数を増やすことを検討する

### ■ 【協議事項3】 コミュニティサイト「きっかけ」

#### ● 意見

・面白い試みで、どんな結果になるのか不安でもある。どんな形でのプロモーションで誘客をどうするのか。「きっかけ」のセンターサークルに3500人ユーザーがいて、そこにいる人と介護は重なるのか。1%来てもらえばいいところ（藤井）

・顔がみえないと人は集まらないので、主催者の思いやビジョンが見えるようにしたほうがよい（高瀬）

・「ゆうゆう Life」の記事の評判がとても良いので、「きっかけ」からも読めるように（藤井）

● 今後の対応

- ・「きっかけ」担当者と連携してコミュニティサイトを運営していく
- ・「ゆうゆう Life」の記事を多くの人に読んでもらえる方法を引き続き検討していく

■ 【協議事項4】コンテンツについて

● 意見

・家族面会が緩む通知が厚労省からくる予定で、取材の仕方も多少変わってくる。10・11月が取材できるチャンスである（植松）

● 今後の対応

- ・引き続きオンラインも併用して取材の仕方を柔軟に対応していく

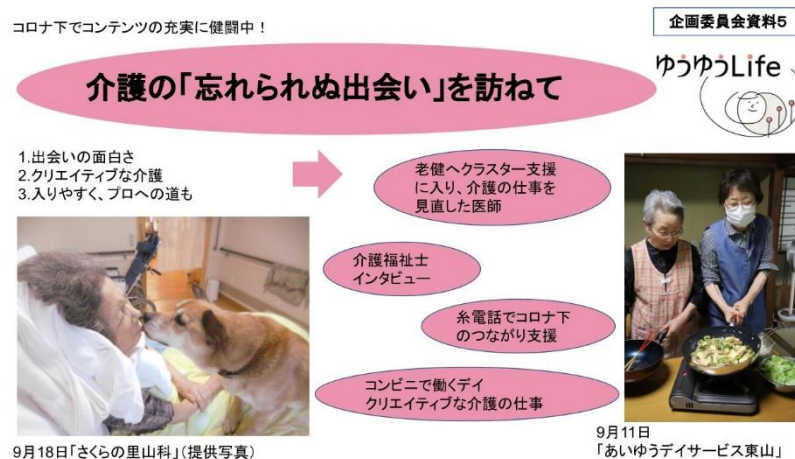


図 2-4 第二回企画委員会資料5

■ 【協議事項5】効果検証

● 意見

・スキーム検討段階。オンラインイベントは手あかがついてない分やってみる価値がある

・始めと終わったあとにインセンティブ（謝礼）があれば数字が伸びる。2-3カ月で実際に施設に見学や介護職員になった方がいたら、介護とは関係ない集団にどのくらい効果があるのかがみえてくるよい機会である（藤井）

● 今後の対応

・これからオンラインイベントが行われるため、インセンティブをうまく活用しアンケート調査をして評価スキームを実施していく

## ■ 全体を通して

- ・入門的研修は市町村が終了証を出すのが、自治体が使わないとなればどうなるのか（松本）
- ・オンラインで展開をすることで、実施主体が明確であることが大切になってくる（厚労省）
- ・ライトタッチなものを増やしていくといい。コロナで職を失った方々が介護職、飲食関係や観光産業の方を重点的ににおいていく（高瀬）
- ・初任者研修を受講したときに、家族のために介護のことを勉強したいときている方が多かった。eラーニングで学ぶ機会があればもっと普及していく（植松）
- ・黒木瞳さんととりんたろー。さんのイベントは手あかのついていない層でどうなるのか期待。ファンコミュニティのしかけを使ってどれだけ介護のことで新しいことが生まれるか。関係者の創意工夫に期待したい（藤井）
- ・ファンコミュニティの動かし方が「ゆうゆう Life」の中でいまいちわからない。別の形で議論や意見交換ができるように（井上）
- ・他の実施採択事業も幅広い層が実施し始めて、介護を目にしていける時期である。集客効果をより相乗的に高めるため、PWC がまとめてくれているところが前年と違うところ（厚労省）



図 2-5 第二回企画委員会の様子



### 2.2.3 第三回企画委員

#### ■ 【協議事項1】情報発信「ゆうゆう Life」サイトコンテンツ報告

・町亜聖さんの、黒木瞳さんとりんたろー。さんのイベントのファシリテーションが好評だったため、町亜聖さんの連載企画をはじめ

・昨年度のコンテンツの動画化したものが良い出来だったので、入門的研修以外でも単体で利用できないか検討中

・介護のしごとの悩み相談コーナーをはじめ

・3月中旬に全面記事広告を作成予定

・SEO対策は、3月中にはサイトページビューの目標 200 万 PV 達成予定

#### ■ 【協議事項2】オンラインイベント実施報告

・黒木瞳さんのイベントを11月4日に2回設定して開催

・りんたろー。さんのイベントを12月16日に2回設定して開催

・kaigo カフェとのコラボオンラインイベントを2月26日に開催予定

・kaigo カフェ×「きっかけ」(ファンコミュニティ) オンライン交流会については、「きっかけ」内登録人数は3187人で、イベントの告知などをコミュニティに投稿して、それに対してのコメントをもらっている。質問や感想などを下さいと投稿すると、介護職のやりがいや待遇などを入れて連動してイベントを開催していきたい

#### ● 意見

・プレゼンターの介護職の方を紹介してもらい、両者ともとてもよかったと感謝申し上げたいとのこと。町さんのアレンジが良く非常に良かった。介護付きホーム協会でもオンラインでイベントをやっているが、会場ではなくオンラインでやったほうがいろんな方の声が届く(植松)

・委員の方の協力があることを知る。介護というものを広く、当たり前を感じるような位置づけが大事だと気付いた(井上)

・kaigo カフェでの5人のプレゼンターは子育て中や子育てを終えた方、現場での経験のある方やそうでない方もいる。専門職として極めるだけではなく管理者になる以外にも選択肢があることを知って希望に繋げてもらいたい。申込者は180人ほど(高瀬)

#### ● 今後の対応

・町亜聖さんのファシリテーションが大変好評だったため、町亜聖さんをお願いして「ゆうゆう Life」にコラム連載を開始

・来年度もリアルイベントが厳しいかもしれないため、引き続きオンラインイベントとリアルイベントの両軸で検討していく

### ■ 【協議事項3】 入門的研修動画について

#### ● 制作動画の報告（※20分動画鑑賞）

・パイロット版を受けて再度撮影し直したりして、白井先生と厚生労働省のアドバイスをもとに現在最終編集中（中山）

・20分ずっと見続けるのは辛いので、「ゆうゆう Life」内の記事の短編動画を作成、「のんびりいこうよ」の漫画の動画も作成して同じく間に流すことにした

・リフレッシュ動画が間にあることは大事。見ている側にテキストはあるのか？  
手元に書いたりしていると比較的飽きずに観ることができる（井上）

・動画とは別にテキストも用意している。難しい言葉も補っている。テキストは1話ずつ作成している。手元のテキストに書きながら聞くと飽きずに視聴できる。自身の経験もある（中山）

・習熟度テストはあるのか（植松）

・習熟度テストは各回を見終わったあとに習得した内容で作成する予定（中山）

・最終的にはどのくらいの受講者を狙っているのか？ 主婦層以外の波及はどのように考えているのか（植松）

・「きっかけ」コミュニティで試験的に試してみてもアンケートを取る。横浜市で実施して好評であった。横浜市以外での都道府県については、入門的研修は自治体が合格を出すため未知数でこれからである（松本代理佐藤）

・介護施設でも使ってもらえないか。まずは入門的研修をみてもらい、入門的研修とセットになるように一部を初任者研修でも見てもらい、資格を取っていくことは現実としてあり得るのか

・需要はある。研修材料として使える（植松）

#### ● 顔認証体験、なりすまし防止

・動画配信システムを開発している。オンライン受験、受講をするときにID・パスワードで入ったあとに詳しい人に交代する「なりすまし防止」の独自の特許を持っている。本人が画面の目の前でずっと受講しているのかわかるシステム（徳山）

・習得の問題が出てくる。細切れで視聴して大丈夫かどうかを確認したい（井上）

・テキストと習熟度テストでフォローして補うことになる

### ■ 【協議事項4】 効果検証について

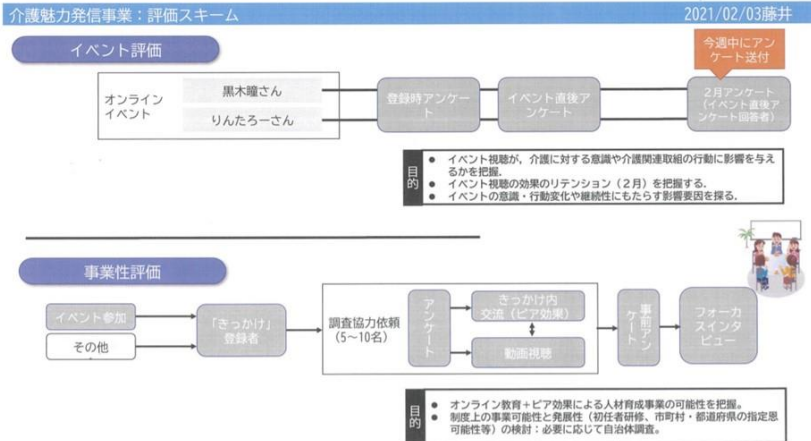
・イベント評価と事業性評価の2要素で検証する

・成果（入門的研修動画と「きっかけ」《最大手ファンサイト》）を活用してどう利用するかが大事（二次効果）

・別の20人くらいの学びの共同体のトークルームを作って様子を見たい。場を作ることで学びが深まり広がることがウリになる（藤井）

# 効果検証

## イベント評価と事業性評価の2要素で検証する



# 効果検証

## 事業性評価委のスキーム図

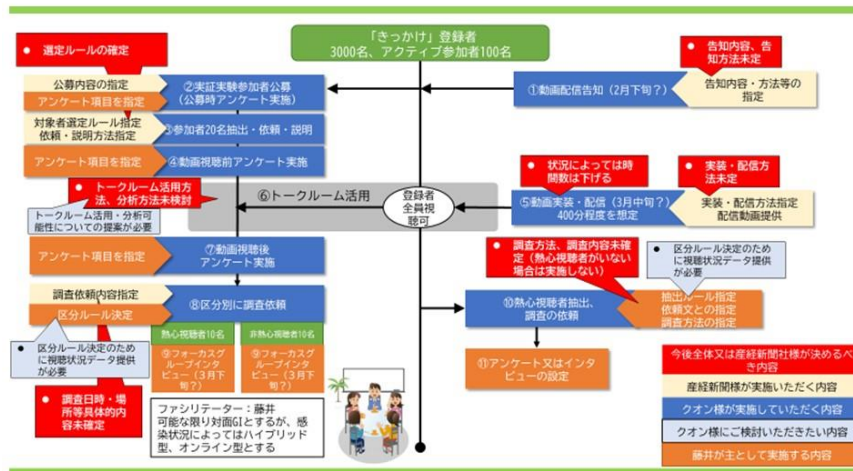


図 2-6 第三回企画委員会資料5

### ■ 各委員からのコメント

・コミュニティについては、継続性のあるコミュニティにするには顔が見える、魅力ある、テーマが大事である。メンターのような伴奏してくれる存在が必要。カフェの開催時にファシリテーターが全国にたくさんいるので協力できる (高瀬)

・入門的研修動画は、介護付きホームの無資格のパートさんがたくさんいるので純粋な勉強ツールとして使ってもらいやり方は可能である。資格や初任者研修に繋がるのであ

ればより勧めやすい。研修ツールとしては使える（植松）

・コロナ禍で大学はWeb化して効果の上昇が授業ができた。今後爆発的に広げられる可能性もあるため、非常に良いテーマを作ったと思われるのでぜひこれが広がる形で事業性を持たせるようにしたい（藤井）

・1年目より2年目の終わりはすごくよくなってきた。新しいことをやっているのだから先が見えないが、可能性があるということが本日の話でとてもよくわかり共有できた。今後新しい学びの方法を確立できたらいい（井上）



図 2-7 第三企画委員会の様子

## 第3章 オンラインイベント

### 3.1 企画の背景

本事業において、ターゲット層である〈子育てを終えた層〉に対し、介護に関連する仕事の魅力を伝えるには、公式サイトを含めたメディアによる情報発信だけでなく、ターゲット層が実際に参加できるイベントを開催することが必要である。本来は、介護施設などの協力を得て体験型のイベントを開催するなどし、実際の現場や介護職の方々に触れてもらうことで、これまで介護未経験のターゲット層にもより深くリーチすることができるが、新型コロナウイルスの感染拡大により、こうしたリアルイベントの実施は困難な状況であった。

コロナ禍においては、実際に会場に足を運んでもらうリアル開催のイベントでは、参加者数に制限がかかりやすく、感染対策を徹底しても、参加への不安を覚える人がいることなどを踏まえ、インターネットを活用したオンラインイベントを検討した。

オンラインイベントでは、「介護経験がない、または少ない」と思われる大多数のターゲット層にリーチするため、大きく分けて①著名人を起用したトークイベント②「介護の仲間の輪、無料オンラインミーティングを実施することとした。


### 3.2 イベント概要


#### 3.2.1 黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと

##### (1) 出演者

女優、映画監督として活躍する黒木瞳さんは、自身は家族などの介護経験がほとんどなく、ターゲット層に近い年齢であることなどから、「ターゲット層の代表」として、現役の介護職の方々と実際に話してもらい、介護の仕事について学ぶという形とした。イベントに出演する介護職は、いずれも「子育てを終えた」経験豊富な介護福祉士の女性2人を起用した。また、司会は実母を10年にわたって介護し、医療・介護問題について取材、発信を続けているフリーアナウンサーの町亞聖さんが担当した。

表 3-1 黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと出演者一覧

<p>メインゲスト・黒木瞳さん</p> 	<p>女優・映画監督</p>	<ul style="list-style-type: none"><li>介護経験ほぼなし</li><li>実母の入院時は仕事の合間を縫って東京ー福岡間を往復</li></ul>
---	----------------	--

<p>ゲスト・矢新道子さん</p>	<p>介護福祉士・ケアマネジャー</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>小規模多機能型居宅介護施設勤務、介護課長、介護職歴27年</li> <li>夫と長女（22歳）との3人暮らし。鳥取から東京への移住をきっかけに介護職に</li> </ul>
<p>ゲスト・下田悦子さん</p>	<p>介護福祉士</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>サービス付き高齢者向け住宅勤務</li> <li>夫と大学生の三女との3人暮らし、上の2人はすでに独立</li> </ul>
<p>司会・町亞聖さん</p> 	<p>フリーアナウンサー</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>18歳から10年間、母の介護を経験</li> <li>元日本テレビアナウンサー。医療・介護問題を中心に取材・発信</li> </ul>

## （2）開催会場、方法、告知、集客

会場は特別協力を得たホテル椿山荘東京（東京都文京区）とし、出演者は会場に参集してトークを行い、インターネットを使ったライブ配信形式とした。この際、新型コロナウイルス感染予防として、配信会場、控室ともスタッフは最小限の人数とし、マスクの着用、検温、消毒等を徹底した。ただし、配信中の出演者はマスクを外し、席の間に飛沫防止のためのアクリル板を設置した。

また、ターゲット層の参加を促すため、視聴者として①主に専業主婦をはじめとする時間の自由がききやすい層②主に昼間は就業している層—の2つを想定し、午後3時からの回、午後6時半から—と開催を分け、基本的に同じ内容のトークイベントを配信し、新聞、サイト、SNSで告知した。そして、スムーズな進行にするため、参加者は事前の申し込みを必須とし、申し込み時とイベント終了時にアンケート調査に回答してもらった。さらに、視聴促進のため、オリジナルマスクケースを製作し、事後アンケートの回答およびイベント配信中に出題したクイズの正解者から100人にプレゼント（事後に郵送）した。

表 3-2 黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと開催概要

開催日時	2020年11月4日(水) 第1回午後3時～/第2回午後6時半～ ※いずれも約1時間、途中10分間休憩
開催方式	インターネットによるライブ配信（PC、タブレット、スマートフォンで視聴可） ※事業公式Twitterで実況 ※配信の実務は有限会社 恒和 戸田音響サービス（埼玉県戸田市）に委託
会場	ホテル椿山荘東京（東京都文京区・特別協力）
協力	全国介護付きホーム協会、(株)SOMPOケア、社会福祉法人こうほうかい
告知	産経新聞・夕刊フジ紙面 ウェブサイト・産経ニュース 事業公式サイト・ゆうゆうLife 事業公式SNS(Twitter、Facebook)
参加費	無料（通信料は参加者負担）
申し込み	必要。産経新聞社の事業システム「産経ID」利用。参加者属性、介護経験、出演者への質問などを尋ねる事前アンケート実施
視聴促進策	公式サイト・ゆうゆうLifeオリジナルマスクケース100枚（うち10枚は黒木瞳さんの直筆サイン入り）を、事後アンケートに回答、かつイベント中に出席したクイズの正解者に抽選でプレゼント

### （3）イベント内容

セキュリティおよび配信の安定の確保といった面から、配信システムを使ったリアルタイムでの双方向のやり取りは難しいと判断。事業公式Twitterでイベントの様態を実況したほか、事前アンケートに寄せられた参加者からの質問を司会の町さんから、黒木さんおよび介護職の方々にとずね、できる限り出演者が答えていくというトークシナリオとし、参加者の声を反映できるようにした。

また、介護経験のないターゲット層に「介護に触れ、学んでもらう機会を創出し、介護と介護の仕事への関心を高めてもらう」ことを目的の一つとしたため、介護施設の種別（特別養護老人ホーム、介護付き有料老人ホーム、サービス付き高齢者向け住宅等）を解説するなど、学びの要素も盛り込み、必要に応じてスライドを使用した。ただし、視聴者が楽しめる要素が必要であり、かつトークイベントという性格上、シナリオは全体の流れを構成するものにとどめ、出演者がその場で自由に発言できるようにした。



写真3-1 「黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと」配信画面

トークは大まかに、出演者の紹介～視聴者（参加申込者）からの質問と回答～クイズの出題という流れとした。出演者の紹介、黒木さん及び視聴者から介護職への質問の回答のなかに、学びの要素を含めた。

質問は20代から60代以上の幅広い層から50件近く寄せられた。家族を介護している人からの切実な悩みや、介護と仕事の両立方法のほか、介護職のやりがい、介護の仕事でよかったと思えること、つらいこと、ストレスの解消法など多岐にわたった。

表3-3 黒木さん・視聴者（参加申込者）からの質問と回答例

質問	回答
なぜ介護の仕事を選んだのでしょうか？（黒木さん）	70代の母も訪問介護サービスで介護職をしており、きついこともあるとわかっていましたが、体さえ元気なら長く続けられる仕事だと知っていたからです（下田さん）
介護の仕事で大変だと思っていたことは何ですか？リアルな声が聞きたいです（50代女性）	やはり排泄ケアができるかどうか心配でした。でも実際にやってみたら意外なほど大丈夫でした（同）
介護の仕事のやりがいは何ですか？（20代女性）	認知症の方が居場所を見つけ、笑顔を見せてくれるとき。ケアによって状態が改善し、ご家族も変わっていくのを見るときにやっているとよかったと思います（矢新さん）
ケアマネをしています。一番の問題は常に人材が不足していること、介護職とい	うれしいです。難しそうな役ですが、やりがいがありそうですね。それには私ももっと介護について学ばなければいけないと思います（黒木さん）



っても施設によって仕事内容がずいぶん変わるのに、一般の方に知られていないことです。黒木さん主演でケアマネのドラマをやっていただけませんか？(40代女性)	
--	--

#### (4) 結果

目標値200人に対し、第1回、第2回合わせて延べ392人がリアルタイムで視聴した。事後アンケートには計146人が回答を寄せ（有効回答数128件）、うち75%はコアターゲット層である40～60代が占めた。イベントへの満足度は「満足」「やや満足」を合わせて9割を超え、特に40代では「介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい」との意向を持った人が多く、介護についての関心の向上に寄与したことがうかがえた。（詳細は第10章参照）

#### (5) 終了後

産経新聞朝刊生活面（11月20日付）で、イベントの様態を採録し、イベントとは別に行った黒木さんのインタビューと合わせて報じたほか、事業公式サイト「ゆうゆうLife」では11月6日にイベント採録記事を配信したほか、第2回の配信動画をアーカイブ配信として、2021年秋まで視聴できるようにした。

### 3.2.2 りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル

#### (1) 出演者

お笑いコンビ・EXIT（イグジット）のりんたろー。さんは、お笑い芸人としてのブレイク前に8年間にわたって、介護事業所（宿泊サービスを提供するデイサービス）でアルバイトをしていた経験を持つ。このため、介護の仕事の経験者で現場のリアルを知っていて、かつ若い世代を含めたターゲット層にリーチできる人として、メインゲストに起用した。また、黒木瞳さん出演のイベント同様、現役の介護職の女性2人にも出演を依頼したが、内容は「介護現場を知る人ならではのリアルな声」を届けることを目的とした。背景には、ターゲット層を含め、一般に介護に対するネガティブイメージがあり、仕事として介護をしている（していた）人の生の声を聴く機会が少ない実情がある。リアルな声を届けることで、ネガティブイメージを払拭するとともに、りんたろー。さんのキャラクターで介護のイメージを変える、楽しく笑えるイベントにしようと企画した。司会は黒木さんとのイベント同様、町亞聖さんが務めた

表3-4 りんたろー。さんと学ぶ介護のおしごとのリアル出演者一覧

<p>メインゲスト・りんたろー。さん</p> 	<p>お笑い芸人 (EXIT)</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 23歳から8年間、介護事業所でアルバイト</li> <li>• 介護について積極的な情報発信を行っている</li> </ul>
<p>ゲスト・津山カナナさん</p>	<p>介護福祉士</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 介護付き有料老人ホーム勤務</li> <li>• 小学生と幼児の2人の娘がおり、現在は時短勤務。夫も別の施設の介護職</li> </ul>
<p>ゲスト・藤田栄子さん</p>	<p>介護福祉士</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 特別養護老人ホーム勤務</li> <li>• アパレルのパタンナーから転職。「人の役に立てる仕事を」と介護職に</li> </ul>
<p>司会・町亜聖さん</p> 	<p>フリーアナウンサー</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• 18歳から10年間、母の介護を経験</li> <li>• 元日本テレビアナウンサー。医療・介護問題を中心に取材・発信</li> </ul>

(2) 開催会場、方法、告知、集客

開催会場、開催方法については、黒木さんのイベントを踏襲した。告知もほぼ同様に新聞、ニュースサイト、公式サイト、公式SNSを活用した一方、今回のイベントではメインゲストのりんたろー。さんが、30万人を超えるフォロワーを持つ自身のTwitterで告知に協力してくれたことから、事前の申し込みは1561人となった。

表3-5 りんたろー。さんと学ぶ介護のおしごとのリアル開催概要

開催日時	2020年12月16日(水) 第1回午後3時~/第2回午後6時半~ ※いずれも約1時間、途中10分間休憩
開催方式	インターネットによるライブ配信(PC、タブレット、スマートフォンで視聴可) ※事業公式Twitterで実況 ※配信の実務は有限会社 恒和 戸田音響サービス(埼玉県戸田市)に委託
会場	ホテル椿山荘東京(東京都文京区・特別協力)
協力	全国介護付きホーム協会、(株)ニチケアパレス、社会福祉法人翠生会
告知	産経新聞紙面 ウェブサイト・産経ニュース 事業公式サイト・ゆうゆうLife 事業公式SNS(Twitter、Facebook)、りんたろー。さんTwitterアカウント
参加費	無料(通信料は参加者負担)
申し込み	必要。産経新聞社の事業システム「産経ID」利用。参加者属性、介護経験、出演者への質問などを尋ねる事前アンケート実施
視聴促進策	公式サイト・ゆうゆうLifeオリジナルマスクケースを各回計100枚(うち10枚はりんたろー。さんの直筆サイン入り)を、事後アンケートに回答、かつイベント中に出題したクイズの正解者に抽選でプレゼント



画像3-1 りんたろー。さんによる告知ツイート

### (3) イベント内容

黒木さんのイベント同様、事前アンケートで視聴者(参加申込者)からの質問を募り、司会の町さんから、りんたろー。さん、介護職の方々に尋ねる形式を中心とした。また、介護の仕事を経験している人ならではのリアルなトークとするため、出演者同士も質問したり、反応したりと自由度を上げた。視聴者が理解しにくい専門用語などは、都度、司会の町さんにフォローしてもらうこととした。

表 3-6 視聴者（参加申込者）からの質問と回答例

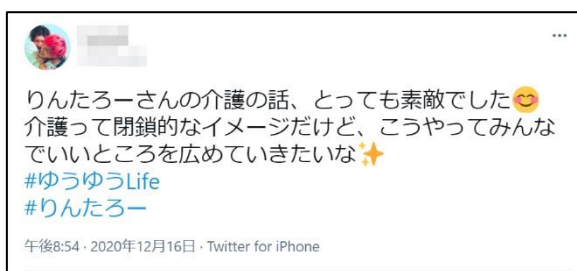
質問	回答
<p>様々なアルバイト(仕事)があるなかでりんたろー。さんが介護職を選び、そこで8年続けることができた理由を聞きたいです（20代女性）</p>	<p>たまたま家の近くで「介護施設の開所スタッフ募集」という張り紙を見て、おばあちゃん子だったし、オープニングスタッフなら自分でもやれるかな、と思った。シフトに自由がきいたり、他のスタッフも応援してくれてお笑いの仕事と両立できたことも大きい。何より、当時はむしろお笑いの方が苦痛で、お年寄りと過ごす時間は癒やしかった。（りんたろー。さん）</p>
<p>盛り上がるレクを教えてくださいたいです（40代女性）他</p>	<p>へんな顔をしてみたり、しりとりしながら自分に関する話を入れるとか、退屈しないようなことをやっていました（同）</p>
<p>自分はりんたろー。さんのようなスポーツの経験もなく、元々体力がありません。祖母の生活介助を始めて、慌てて運動や筋トレを始めてなんとかやれている、という感じですか。皆さん、どのように体力維持、体力づくりをされていますか？」（30代女性）</p>	<p>昼はボール、夜は女の子を追いかけるっていう感じ(笑)「サッカー部あるある」ですね。でも、確かにのおかげで夜勤も全然平気でした。介護は、例えば入浴介助とかは力があるから、女性だと大変なこともあるかもしれません。（同） 身体介助はやはり大変です。けれど、ボディメカニクスを使ったりと工夫をし、これまで特に体を傷めず続けられました。自分に合った方法を見つけるのも介護の面白さだと思います（津山さん）</p>



写真 3-2 イベント出演者による記念撮影

#### (4) 結果

目標値400人に対し、りんたろー。さんの告知協力もあり、視聴者数は第1回、第2回合わせて延べ1464人となった。黒木さんのイベント同様、事業公式Twitterで実況したが、りんたろー。さん自身のフォロワーの多さから、SNS上で大きな反響が得られた（画像2）。お笑い芸人としての「チャラ男」りんたろー。さんのキャラクターと、自身の祖母を含む高齢者への視線の温かさとのギャップ、介護の仕事に対する真摯な姿勢などがターゲット層を含む多くの視聴者に響いたことが読み取れた。



画像3-2 イベント視聴者とみられるアカウントのTwitter投稿

#### (5) 終了後

事業公式サイト・ゆうゆうLifeでは、12月21日にイベントの様態を採録した記事を配信したほか、リアルタイムで見られなかった人のため、配信映像をアーカイブ動画として向こう1年間程度、サイト上で配信することとした。また、産経新聞朝刊生活面では（2021年2月18日付）で、りんたろー。さんへのインタビューと合わせた記事を掲載した。

### 3.2 介護職「仲間の輪」としてのkaigoカフェ

東京都に住む高瀬比左子さんは、介護福祉士などの資格を持ち、現場で働いてきた経験から介護の仕事に従事する人、施設の経営者らが仕事や職場についての悩みや考えを共有する場として「未来をつくるkaigoカフェ」を立ち上げ、運営している。

2012年に小さな喫茶店から始めた交流の場、仲間たちの輪は、今や全国に広がっている。コロナ禍にあっては、直接仲間が合うことによる交流、意見交換ができない状況にある。現在は、オンラインによって仲間同士が交流するスタイルとなっているが、それが逆に地域間の物理的距離と言う壁を取り払い、より幅広い交流を持てる場になっている。高瀬さんには当事業とのコラボイベントにも参加いただいていた。20年暮れと21年2月に開催されたオンラインミーティングの様子を報告する。

【20年12月18日開催】

■歌い、踊りだす人も

多くの参加者が仕事を終える夜8時過ぎ、終業後のリラックスタイムにオンラインによるビデオ会議システムを使った「未来をつくるkaigoカフェ」を開催した。全国各地の介護職従事者を中心に210人の申し込みがあり、実際には150人が参加した。

この日は「kaigoプレゼンテーションナイト～人生100年時代を豊かにするkaigo～」と題した二部構成で行われ、第一部が「ご当地介護自慢」、第二部「介護版すべらない話」。北は青森から南は沖縄まで計10人のプレゼンターが思い思いにケアの現場で感じていることを話した。



画像 3-3 2020年12月18日開催のオンラインイベント

休憩時間には、沖縄県の参加者が生演奏をしながら歌い、踊るパフォーマンスを見せるなど、交流は終始なごやかなムード。途中には、5人程度のグループに分かれて、じっくり語り合う場も設けられた。

■ 1人で悩まず、話し合える場を…

主催者の高瀬さんによると、参加者は「本当に話したいことがあるから来る」という。介護の仕事について悩みや思いを話す場がなく、1人で苦しむ人を多く見てきた高瀬さんが立ち上げた「k a i g oカフェ」。その目的のひとつは、「職場以外で仲間と出会えたことを喜んでもらう」ことという。

運営にあたり、テーマが専門的にならないよう、参加者同士が自然に話せるよう、各グループに進行役を置くなどの工夫をしている。進行役も介護や福祉という対人業務に携わる人で、初めての参加者も輪の中に入りやすい環境を作っている。

リアルなイベントを開催できない状況にあるが、オンライン運営が「遠く離れた人ともつながることができ、各地の現状を知り合えるメリットもある」と高瀬さんは説明する。



画像 3-4 2020年12月18日開催のオンラインイベント

【21年2月26日開催】

2月26日午後8時から、やはりオンラインで開催された「k a i g oカフェ」には、215人の申し込みに対して、170人が実際に参加した。

この日は、「自分らしい働き方を見つけるには」をテーマに、各地でケアの現場に携わる5人の女性プレゼンターが登場。「思いを形にするために努力したこと」や「仕事とプライベートの両立の方法」「毎日を楽しむ秘訣」などを話した。

また、この日は産経新聞社のオンライン上のコミュニティ「きっかけコミュニティ」と初めてコラボして、活発な意見の交換、情報発信についても語り合った。

### 【参加者の声】

運営者がまとめた参加者の感想、意見

- ・ 皆さん生き生きとしていて、元気をもらえた。
- ・ 発表者だけでなく参加者も含め、誰かを笑顔にすることをエネルギーにして、一步一步前に進んでいると感じた。自分も頑張ろう と思った。
- ・ 前向きな方々が沢山いて、私も私のままで いいんだ、へこみそうな思いは跳ね返せた。
- ・ 本当に元気をもらえた。ちょうど何かをする気力がなくなっていた時期だったので、一歩踏み出してみよう、と思える話をたくさん聞いた。
- ・ 皆さんの挑戦心からたくさん刺激を受けた。参加して良かった。
- ・ 自分らしい生き方、働き方のモデル、ヒントになることをたくさんもらえた。
- ・ やる気パワーと前向きパワーで勇気と元気をもらった。



画像 3-5 2021年2月26日開催のオンラインイベント





画像 3-6 2021年2月26日開催のオンラインイベント

【k a i g oカフェ運営者 高瀬さんの振り返り】

◇介護のしごと魅力発信等事業、子育てを終えた層に寄与できたと思うことについて

12月、2月ともに、自分らしく介護を楽しみ、いきいきとケアに従事している人の存在を身近に感じてもらうことができた。前向きに利用者や地域のために取り組むことが社会貢献にもなり、自分自身のやりがいにもつながる仕事なんだ、ということを知ってもらえた。

特に、働きたい時間帯に働けたり、自分のライフワークバランスを重視した働き方もできること、現場でのキャリアの先の選択肢も見てもらえることができ、希望を感じてもらえる機会になった。



画像 3-7 2021年2月26日開催のオンラインイベントで語る高瀬さん

◇「きっかけコミュニティー」とコラボしたことによる具体的な効果

2月の企画では、プレゼンターの皆さんへきっかけコミュニティーの方から寄せられた質問に答えてもらい、双方向によって、参加している、という思いを感じてもらえた。

## 第4章 ウェブサイトの狙いと構成

### 4.1 ウェブサイトの狙い

#### 4.1.1 コンセプト

介護のしごとの「楽しさ」や「現場のリアル・やりがい」を伝える情報発信サイト「ゆうゆう Life」は、2020年7月にリニューアルした。下記の「4つの伝えること」をコンセプトに介護のしごとをわかりやすく情報発信した。

「4つの伝えること」

1. 介護のやりがい（自立支援、看取り支援、人生を垣間見る）
2. 介護の広がり（施設で家事や掃除/運転、地域共生の予防や見守り）
3. 働きやすさ（無資格から専門職へ、年齢不問、職住近接、常勤の賃金）
4. 事業所の違い（事業所による働き方や働きやすさの違い）

#### 4.1.2 リニューアルの概要

（1）サイト名称・ドメイン名の変更

サイト名を「～から」より「ゆうゆう Life」へ  
ドメイン名：<https://youyoulife.jp/>に変更



（2）記事コンテンツ

記事コンテンツは、これまで公開日順に一覧表形式で掲出される仕様であったが、記事コンテンツを6つのテーマ（「ひとから」、「まちから」、「しごとから」、「先輩から」、「ここから」、「親子から」）に分類し、それぞれインデックスを選択すると切り替え表示が可能となるようにリニューアルした。

これによりサイトを訪れた閲覧者の関心度の高い記事をまとめて掲出でき、上記の「4つの伝えること」をコンセプトとした情報発信が効率よくできた。

（3）他事業者

「介護のしごと魅力発信事業」相互情報発信の目的で他事業者のバナーをサイト内に掲出した。



1. サイト名称変更

2. 記事コンテンツ



リニューアル前

リニューアル後



拡大

テーマ別  
インデックス

New Article

ひとから > まちから > しごとから > 先輩から > こころから > 親子から >

ひとから

100歳の自立を支援=あすなろホーム

2020/03/08

重要化が進む介護事業界が増えている。二重雇いを訓練し、サムツにせず、専攻の介護員を育てる...

>> もっと見る

#デイサービス #リハビリ #介護福祉士 #認知症

しごとから ひとから

子連れ出勤も自然な風景=銭湯でデイサービス

2020/02/13

育児と仕事の両立は働く親にとって大きな課題。だが、介護事業界の中には、子連れ出勤OKな施設も...

>> もっと見る

#ご近所さん #デイサービス #子連れ出勤

ひとから

シニアマーマイドと夢を共有する

2020/02/10

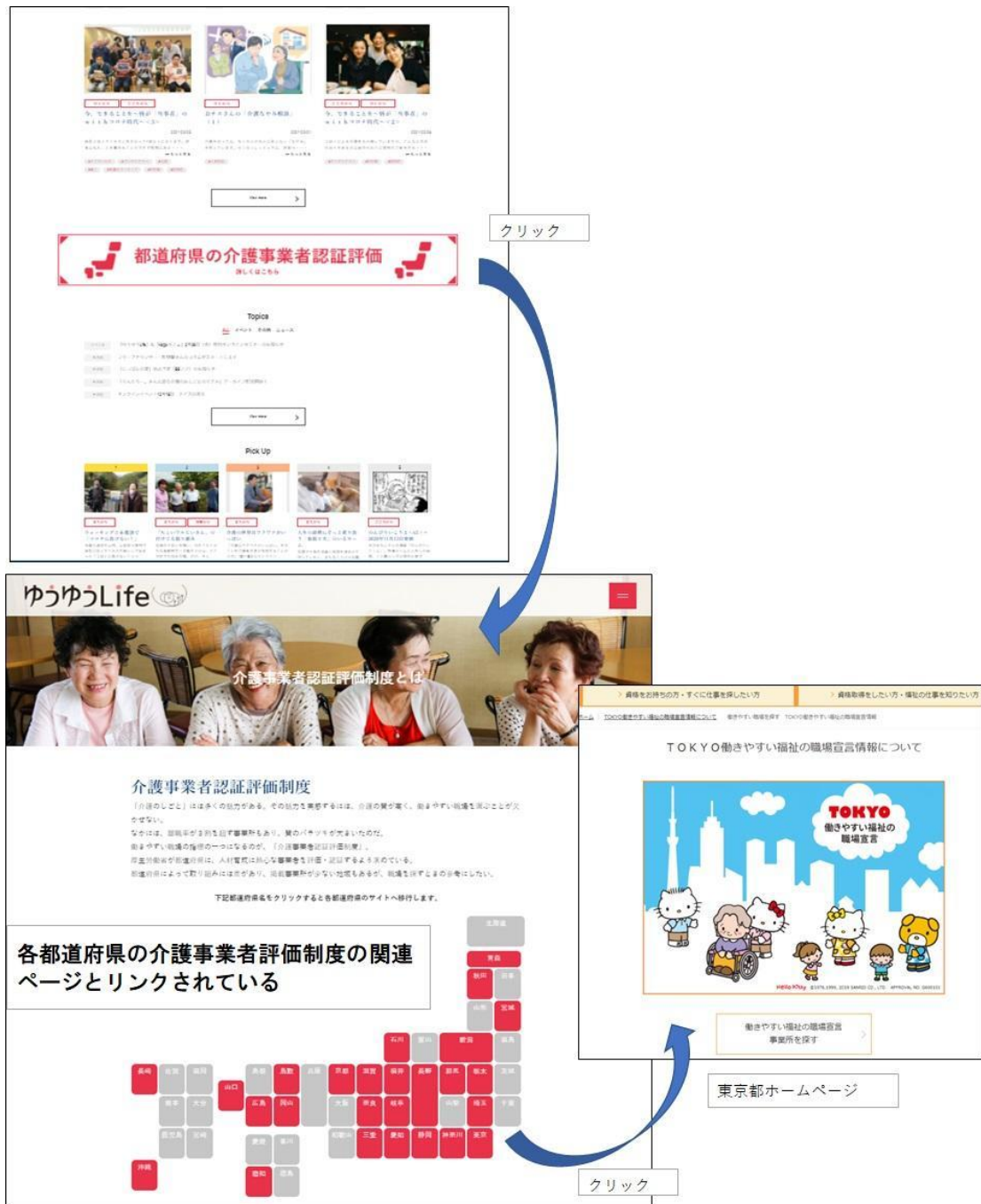
介護が必須になった後も、リハビリや暮らし方次第で状態がよくなることもある。一歩一歩、改善は伴発...

>> もっと見る

#その人らしく #介護付き有料老人ホーム #介護職 #介護

## 4.2 都道府県の介護事業者認証評価制度

都道府県が職員の人材育成や就労環境等の改善に取り組むなど一定の水準を満たした介護事業者に対して認証を付与する制度「介護事業者認証評価制度」。サイト内に都道府県のホームページにリンクする専用ページを追加した。このページ内の各都道府県（地図）をクリックすると、自治体のホームページへ遷移する仕組みとなっている。



## 第5章 ゆうゆうLife コンテンツについて

### 5.1.1 取材・記事の狙い

前年同様、「ひと」「まち」「しごと」「こころ」などの切り口から、介護に関係する人々、できごとに迫ったり、介護をテーマにした漫画、人生相談など多様なコンテンツをアップしてきた。年度内に90本近い記事を上げている（記事一覧は巻末資料）。

コロナ禍という制約がある中、多数の関係者が取材に応じ、イベントに参加するなどの協力を得た。コンテンツでは、それらを反映し、介護についての理解を深め、共感を広げることにつながった。本章では、コンテンツの中で反響の大きかったものを中心に紹介する。

### 5.1.2 こころから／ひとから ヤングケアラーの視点

2020年11、12月に開催したオンラインイベントの司会・進行を担当したフリーアナウンサー（元日本テレビアナウンサー）、町亜聖さんが、自身の介護体験を語り、「今、できることを～皆が「当事者」のwithコロナ時代～」として、今日性の高いテーマを持つ連載コラムを展開した。

連載第1回で町さんは、高校生のころから担った母親の介護体験を振り返った。昨今注目を浴びる「ヤングケアラー」ともいふべき体験である。

埼玉県が県内の高校2年生を対象に行った調査では、25人に1人がヤングケアラーであることが明らかになった。そのケースを引き、町さんは「まさに18歳で母の介護に直面した私もその1人でした。ヤングケアラーとは、家族の介護を担う18歳未満の子供を指し、家族の誰かに介護が必要になったとき、それができる大人がいない場合、ケアの責任を引き受け、家事などもこなさなければなりません」と振り返った。



こころから

ひとから

今、できることを～皆が「当事者」のwithコロナ時代～<1>

2021/02/19



こころから

ひとから

## 今、できることを～皆が「当事者」のwithコロナ時代～<2>

30年前の町さんは、「自分がやるしかない」「相談できる相手がいない」…という状況にあり、「学校の先生にも同級生にも相談できない。介護は家族がして当然の時代に周囲に『助けて』とSOSを発信する方法さえも」分からなかった」という。

町さんは「家族介護の『当事者』になったことで、私の人生はそれまで想像していたものとは大きく違うものになりました。コラムでは、母の介護経験から得た気づきや、介護に向き合う方々のさまざまな取り組みを紹介していきますが、一人でも多くの方々が介護に触れ、考えるきっかけになればと思っています」と述べている。

2021/02/26



写真 5-1 母親の介護に追われていた高校生時代の町さん

### 5.1.3 ころから／withコロナ時代の視点

2019、20年は日本が世界がコロナに揺れる状態が続いた。「withコロナ時代」の視点から、町さんのコラム連載は介護の現場、かかわる人たちの姿を伝えた。

ゆうゆうLife ました。このコラムでは、母の介護経験から得た気づきや、介護に向き合う方々のさまざまな取り組みを  
ですが、一人でも多くの方々が介護に触れ、考えるきっかけになればと思っています。



連載第3、4回では、東京都町田市や八王子市などでデイサービスを展開している「DAYS BLG! (デイズ ビーエルジー)」を取り上げた。

「DAYSー」は、コロナ禍にあって、利用者からの切実な声を受けて従前と変わらぬ暮らし



や活動を継続することを決断。利用者が有償ボランティアとして自動車ディーラーで洗車をしたり、地域新聞のポスティングの仕事をしたりするなどの活動を紹介している。

こうした活動について、町さんは「スタッフ、利用者、家族全員の上に築かれた信頼関係と、地域の理解によって実現している」と指摘した。

ころから      ひとから

今、できることを～皆が「当事者」のwithコロナ時代～<3

>

2021/03/05

連載4回でも、「DAYS BLG！」の地域新聞のポスティングなど有償ボランティアや地域活動の様子を伝えた。

DAYS BLG！は、医療福祉団体に感染症対策物資を届けようと、感染対策のためのガウンやマスクなどを梱包し、介護事業所に届けることを行っている。

「DAYS BLG！」代表の前田隆行さんは、「誰がいつ（コロナウイルスに）感染してもおかしくない、と考え、感染対策を徹底すると同時に『いつもの時間』や『当たり前の暮らし』を守っていきたい」と活動への姿勢を話した。

DAYS BLG！のように、コロナ前と「変わらぬ暮らし」を選択した介護事業所は少ないのが現実。家族とも会えない施設内の高齢者にも深刻な影響を及ぼしている。



ここから

ひとから

今、できることを～皆が「当事者」のwithコロナ時代～<4>

2021/03/12



写真5-2 町さんのラジオ番組に出演した「DAYS BLG！」の前田隆行代表



#### 5.1.4 ころから／あたたかく見守るに共感

「ゆうゆうLife」の人気コンテンツのひとつが、漫画家、赤羽みちえさんの漫画「のんびりいこうよ」。産経新聞紙上に長期連載したものを転載した。

赤羽さんの特養ホームに入所した母親、1人暮らしの父親を見守る日常を8コマの漫画で描いた作品だ。赤羽さんが、やさしく親を見守り、ユーモアあふれる作風が、人生の涙と笑いが詰まったもの、と共感を呼んだ。



ころから

のんびりいこうよ<79> = 2021年  
3月19日更新

2021/03/19



ころから

のんびりいこうよ<1> = 2019年8  
月16日更新

2019/08/16

連載第1回作品

### 5.1.5 ひとから／自らの体験踏まえて介護の世界へ

千葉県柏市で、介護事業所「あいゆうデイサービス東山」を運営する介護福祉士の内田千恵子さん。デイサービスを行う施設で、要介護の高齢者らが互いに「料理」を作ることでふれあいを深めている。

中には、認知症の人もいるが、介護職が要所で声をかけて作業を促している。内田さんは1人ひとりができることを考えて仕事を頼む工夫をしており、高齢者が「役に立った」と感じられる場とすることを実践している。内田さんは、「できることがあると思えることが、すごく大事」と言う。

内田さんが介護の仕事を始めたのは39歳のとき。夫と離婚後の生活を考えた際、自身が母親を介護して看取った経験を思い出し、まだ介護保険制度はない時代。認知症になった母親が人として尊重されない、という苦い経験をしたことから、「お仕着せでなく、本人が望む普通の暮らしができないか」と模索しながら、施設の運営を続けている。



ひとから

かつてのケアに反発、介護職に＝  
「世話する」から「力引き出す」  
へ

2020/09/11



写真 5-3 介護の仕事への思いを語る内田さん

介護の仕事は、食事や入浴介助、おむつ交換、と思われがちだ。「介護」というより「作業」に近い。内田さんは、認知症の母親が受けたそんな扱いが嫌だった。「介護の仕事は、『やってあげる』ことではない。相手の力を引き出して、やる気を出させたり、行動変容を促したりする仕事だと思う」と語る内田さんの姿勢、生き方を紹介した。

### 5.1.6 まちから／移動あきらめない社会に

車いすユーザーには障壁だらけなのが、日本国内各地の街並みだ。外出をあきらめないでほしい、と訴え、バリアフリーマップをつくる「WheelLog! (ウィーログ)」の活動に迫った。

車いすで移動しやすい道や多目的トイレの場所、入りやすい店の情報などをアプリを使って2017年にスタート。一般社団法人WheelLogの織田友理子代表は、自身が進行性の筋疾患を持ち、車いすで生活する。

「車いすだからと外出をあきらめていた時期があった。でも、バリアフリーのビーチがあると知って子供を海に連れていくことができた。情報があれば世界が変わるんです」と織田さんは語る。

「車椅子ウォーカー」としてバリアフリー情報や交通機関の利用体験などを動画配信していたが、このアプリが「世界一あたたかい地図」と呼ばれる存在になった。



ひとから

まちから

「世界一あたたかい地図」作ろう  
～移動あきらめない社会に～

2020/12/11

アプリの使い方を伝えるイベントを通じて、開催地となった神奈川県横須賀市の街を散策して、どこまでバリアフリーに近づけるか、健常者の視点では気づかないことを次々に発見した。



写真 5-4 WheelLog!の織田代表

見した。

身体的バリアフリーと心のバリアフリー…その実現に向けた社会への活動を伝えた。

### 5.1.7 ひとから／密にならない活動に工夫も

コロナ禍にあつて、高齢者が集い参加できる地域活動が困難になると、その身体機能や認知機能の低下が心配される。その中で工夫して活動続けるグループを訪ねた。

東京都町田市の竹林に、「HATARAKU認知症ネットワーク町田」のメンバーらが、伐採された竹を粉碎したり、チップを地面にまいたりする「竹林プロジェクト」が行われている。竹林での下草刈り、竹を利用した門松やベンチ、竹炭作り、春にはタケノコ収穫祭も行う。

仕掛けたのは、同市に住む松本礼子さん。認知症の人に戸外で活動する場を提供したいとスタートした。活動の発端は、松本さんが介護事業のかたわら始めた「認知症の人とともに歩む本人会議」。当事者が体験を共有したり、不満を分かち合ったり、元気を取り戻す場だ。

だが、室内の活動にとどまらず、戸外が好きな人には外で体を動かせる場があった方がいい、と考えた。町田市に趣旨を説明し、竹林を貸してもらった。



写真 5-5 借りてきたマシンで竹を粉碎する作業



ひとから

## 認知症でも「自分らしく」 竹林プロジェクト

2020/12/03

竹林の中なら「密」にはならない。収入があれば参加者に還元できる…。

### 5.1.8 ひとから／あの人が語る「介護」

11月に女優、黒木瞳さん、12月にはタレントのりんたろー。さんを招いたオンラインイベントを開催した。それに合わせて2人から聞いた介護についての考え、体験、介護職従事者に接して感じたことなどをまとめたインタビューを「ゆうゆうLife」にアップした。

黒木さんは「(介護を)身近なこととして、胸にとめて考えていきたい」と語り、介護職に従事する女性からやりがいや苦勞を聞いて、「強い方々だと感じた。強い中にもいろいろな葛藤があるのだろうなと思った」と話した。

自身には介護経験はないが、福岡で暮らす母がくも膜下出血で倒れた後は、仕事の合間を



縫っては福岡に向かい、母と話をし、手を握り、「亡くなるまでの半年間は、神様がくれた贈り物のような時間でした」と振り返った。

そうした経験からも「困難なとき、他人に頼るのは実はとても難しいこと」だと実感している。「でも介護職の方たちに『頼っていい』と教えてもらった。私もいつか、介護をする、あるいはされるようになる。もっと学ばなければと思っています」などと語った。

ひとから

身近なこととして胸に止めて考えていきたい

2020/11/27

お笑いコンビ「EXIT」のりんたろー。さん。ブレイク前に8年間、介護事業所でアルバイトの経験を持つ。「介護の仕事は大変じゃない、って言ったら嘘になるけど、僕にとっては楽しい時間だった」と言い、経験豊富な介護スタッフらに教わりながら、仕事を開始。「不安だった排泄ケアはやってみたら全然平気。急にお笑いの仕事が入っても、仲間が応援して送り出してくれました」…などと振り返った。



ひとから

りんたろー。チャラ男×介護「ほっこりする瞬間に出会える」

2021/02/05

人気者のりんたろー。さんが2人の介護福祉士らと開いたオンラインイベントでの反響も大きかった。「介護を受ける相手にイライラしてしまう」などと介護について訴える悩みにも、

「イライラする自分も認めてあげるのが大事だと思う。外に助けを求めることも、大事な人を嫌いにならないために必要だし、それも愛の形だと思います」とアドバイス。

「りんたろー。さんの笑いに救われる」などと多数の声が届いた。

### 5.1.9 ひとから／介護の悩みを共に考える



ひとから

おチエさんの「介護なやみ相談」  
(1)

2021/03/01

2020年11、12月に開催したオンラインイベントの参加者にアンケート形式で、介護に関する「なやみ」を募集した。介護を巡っては、多くの方が他人に言えない「なやみ」を抱えている。そうした悩みを共に考えられる場を提供したい、と新連載「おチエさんの『介護なやみ相談』」をスタートさせた。

回答を担当したのは、千葉県柏市で介護事業所「あいゆうデイサービス東山」を運営する介護福祉士の内田千恵子さん。

介護のなやみは、介護する人、される人とその血縁者を中心とした取り巻く関係者間に生ずるものが多い。内田さんは、相談者を励まししながら、介護職経験に裏打ちされた具体的なアドバイスをして

おり、新たな有力コンテンツとして期待されている。

### 5.1.10 産経新聞生活面でも連動

ウェブサイト「ゆうゆうLife」の「まちから」「ひとから」「しごとから」「こころから」などで取り上げた記事をメインコンテンツに位置づけ、本年度は総計92本をサイトアップした。このうち、10本を2021年3月31日までに産経新聞の生活面にも掲載した（巻末に一覧）。

なお、新聞掲載した記事には毎回、「ゆうゆうLife」に誘導するQRコードとワッペンを併載し、ウェブサイト「ゆうゆうLife」の周知を図った。ウェブサイトでの発信と新聞紙面での発信で、読者層の開拓を狙った。

## 第6章 SNS

### 6.1 SNS ページの目的と制作

本プロジェクトのターゲットが介護無心関層もいることを視野に、ターゲット層が「ゆうゆうLife」のウェブサイトにはアクセスしやすい環境をつくるには工夫が要ると考え、ターゲット層が普段から情報収集のために利用しているソーシャルメディア（SNS）の活用を考えた。コンテンツを投稿することで、イベントや記事コンテンツに興味関心をもたせ、ウェブサイト「ゆうゆうLife」への誘導を目指した。まず、SNS（Facebook、Twitter）による子育てを終えた世代女性層へのアプローチ。ユーザーと交流し、ファンを増やすことを狙った。

企業とユーザーが直接コミュニケーションをとることは困難なものだったが、SNS が一般化したことでそれが可能になりつつある。積極的にフォロワーと交流を図り、自社のファンを増やす目的には、企業 SNS は非常に有用である。

SNS を活発に利用している世代でもあり、SNS との親和性が高いと見込み、それによる情報発信に努めた。

#### (1) ユーザーとの接点を増やし、認知拡大できる

企業の SNS 活用の最大のメリットは、SNS を通じてユーザーとの接点を増やし認知拡大ができることである。スマートフォンの普及によって、生活の中で SNS の利用者は増加している。総務省の「平成 29 年版情報通信白書」によると、SNS の利用率は 2016 年で 71.2% となっており、社会の中で定着が進んでいる。

SNS で発信した情報はシェアなどで情報が拡散されると、さらなる認知拡大や新たな顧客獲得へ繋がることも期待できる。

商品やサービスの情報収集のために SNS を利用するという人も増えており、SNS 上での情報は購買行動も左右する重要な役割を担っている。

#### (2) 自社のファンを作ることができる

SNS を通じて自社のファン作り、育成ができるのもメリットとなる。

企業とユーザーは SNS 上では直接コミュニケーションができる。

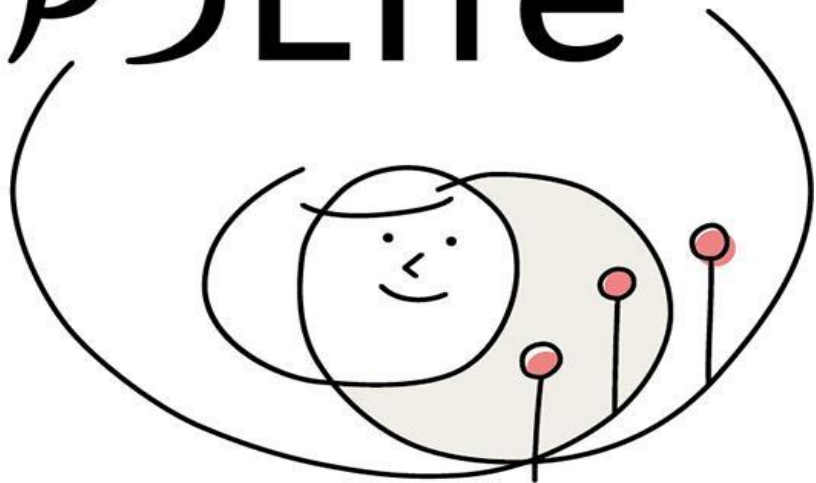
コメントや「いいね！」など企業側からの直接アプローチによって、ユーザーの参加意識の向上も見込める。

特に、企業がアカウントの人格を公開して、共感されるコミュニケーションを継続しているアカウントは熱狂的なファンを作り、LTV（Life Time Value＝顧客生涯価値）の高い顧客へと育成することに成功している。

(3) ユーザーや他社と共創することができる

ユーザーはもちろん、業界を問わずに様々な企業と共にイベントや時流を作り出すことができる。SNSで行われる双方向なコミュニケーションでは、企業からの発信に対してユーザーからリアルタイムに反応が期待でき、生の声や意見を吸い上げられる。それによって吸い上げた意見を商品に反映した事例も少なくない。

# ゆうゆうLife



## 6.2 SNSの運営

### ■Facebook

Facebookはもともと、30代～50代のユーザーが最も多く、今回の事業ターゲット層と合致する。そのため、オンラインイベントに出演するゲストのファン層を考慮して、イベントの開催を予告したり、周知するための媒体としても運用した。投稿を読むことで、リンク先の情報の概要がつかめるような文章を心がけた。イベントの周知などにおいて、Facebook広告も随時出稿した。ちなみに、Facebookビジネスアカウントでは、企業のFacebookページを作成できる。ページ内にイベントや広告を作成でき、Facebook上でシームレスに情報を公開することが可能である。コミュニティ機能を利用すると、フォロワー同士がグループ内で交流できるようになるので、属性ごとに交流して意見を吸い上げられる。

### ■Twitter

Twitterは、Facebookに比べて若い世代の利用が多いが、情報拡散力は圧倒的に高い。こちらでも、オンラインイベントに出演するゲストのファン層を考え、イベント開催を予告したり、周知するための媒体として運用し、Twitter広告も出稿した。なお、Twitterは特にテキストが短文なため、画像で目を引くなど工夫した。イベント開催中も情報を発信し、介護のしごと



の魅力を送達するように務めた。

なお、Twitterは、リプライ機能やRT（リツイート）など、リアルタイムでユーザーとコミュニケーションが取れる。Twitterの企業アカウントの強みは、直接コミュニケーションを通じて企業アカウントとしての人格に好意を抱いてもらうこと、そして企業の存在を身近に感じてもらうことである。産経新聞社らしく、有益な情報をユーザーが比較的に来やすい時間帯に発信するようにした。



#### ■各 SNS 運営で気をつけていた注意点

SNS を利用した情報発信を行うことには、炎上リスクがを伴う。炎上を未然に防ぎ、リスク回避をするためにぜひ策定しておいたのが、ソーシャルメディアガイドラインである。

SNS は全世界に対して発信しているという自覚や心構えを明確にすることで、不用意な投稿の防止に繋がる。SNS はリアルタイム性が強いいため、問題発生後の対応を迅速に行えるかどうか、それが悪い影響を最小限に抑えるためのポイントとなる。

問題発生時に即対応できる体制を整えておいた。

#### ■ユーザーにとって魅力的な投稿が必須

SNS は自社の宣伝ができる無料ツールではなく、コミュニケーションによって生活者と関係を築いていくためのツールである。そのため、ユーザーにとって魅力的な投稿をしなければならない。SNS 上のトレンドをキャッチアップして、生活者と一緒に関心しながら自社の魅力を発信した。

例えば、オンラインイベントの出演者の場合は各々のファン層を考慮した策を取った。黒木瞳さんのときは、ファン層を考慮して、Facebook に比重を置いたり、りんたろー。さんのファン層は Twitter が活発なため、Twitter に比重を置き、写真や動画をアップしたりした。

#### ■長期的に継続した運用を実施

SNS は関係構築がカギとなるが、そのためには継続的な更新が必要である。

更新頻度が落ちたり、停止してしまったりするとコミュニティの中で疎遠になってしまいがちとなる。「ユーザーとの関係値」という資産は、更新を続けているからこそ得ることができるものだ。

最初は週に 2~3 の更新から始め、だんだんと更新頻度を高め（毎日 1~3 記事）、長期的に継続可能な更新態勢を作るようにした。

ユーザーから「いいね」やリツイート、コメントをもらった際は、可能な限り反応、交流をし、ファン獲得にも努めた。

### 6.3 拡散支援

SNS 広告（Twitter、Facebook）、産経ニュース広告（おすすめ情報欄、インフィード欄）、Taboola、Outbrain 上記のツールを駆使して拡散。

クリック率が格段にあがった

令和 2 年 11 月 4 日（水）黒木瞳さんのオンラインイベント開催のため、Facebook 広告に出稿。

黒木瞳さんのファン層や、当時黒木さんが監督を務めた映画の公開があったので、そちらも意識し、拡散した。オンラインイベント開催約 1 カ月前から各 SNS で PR した。



## ゆうゆうLife ケアするウェブマガジン

2020年10月20日

...

### 【無料オンラインイベント開催・第1段】

「黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと」

出演：黒木瞳（女優）、町亞聖（フリーアナウンサー）

日時：11月4日(水)

〈第一回〉15：00～16：00

〈第二回〉18：30～19：30

参加費：無料

参加方法：インターネットによるライブ配信

お申し込み：産経id (<https://id.sankei.jp/e/1615>)

※要事前登録

イベント詳細：WEB「ゆうゆうLife」 (<https://youyoulife.jp/topics/>)

産経新聞社では、11月4日(水)に無料オンラインイベント「黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと」を開催します。

ぜひ御覧ください！

<https://id.sankei.jp/e/1615...>

～最後の瞬間に繋がるやさしい関係～

ケアするウェブマガジンゆうゆうLife

<https://youyoulife.jp/>

ゆうゆうLife 

無料オンラインイベント

「黒木瞳さんと学ぶ  
介護のおしごと」

2020年  
11月4日(水) 【第1回】15：00～16：00 / 【第2回】18：30～19：30



令和2年12月16日(水)りんたろー。さんのオンラインイベント開催のため、FacebookとTwitter 広告に出稿。

りんたろー。さんのファン層はSNS との親和性が大変高く、ファンが拡散、リツイート機能を使い、広めてくれるような動画投稿にしたことによって、多くの方にアプローチできた。オンラインイベント開催約1カ月前から各SNS でPR した



ゆうゆうLife ケアするウェブマガジン ...

ジン  
広告

【無料オンラインイベント開催・第2段】  
「りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル」

出演：EXIT・りんたろー。（お笑い）、町亞聖  
（フリーアナウンサー）、介護職に就いている  
方々

日時：12月16日(水)

〈第一回〉15:00~16:00

〈第二回〉18:30~19:30

参加費：無料

参加方法：インターネットによるライブ配信

お申し込み：産経id

(<https://id.sankei.jp/e/1691>) ※要事前登録

イベント詳細：WEB「ゆうゆうLife」

(<https://youyoulife.jp>)

産経新聞社では、12/16(水)に無料オンラインイベントを開催します。

ぜひ御覧ください！

～最後の瞬間に繋がるやさしい関係～

ケアするウェブマガジンゆうゆうLife

<https://youyoulife.jp/>



## 6.4 SNS 活用のまとめと今後の施策展開時の提案

単に SNS に告知を出すだけでなく、SNS 広告を活用することで、より広く情報を伝えることができた。これは SNS の特性でもあるが、twitter におけるリツイート等はある一定数を超えることで拡散効果が発生し、情報の伝達スピードが格段に上がる。

実際に今回 SNS 広告を用いた前後では、クリック率など大きく変化していることが分かり、適切な SNS 広告の投入は有効であると考えられる。

告知においては動画投稿の効果が大きいと考えられる。実際に動画投稿により多くアプローチができており、当日のオンラインイベントのイメージを伝える上でも効果的だったと考えられる。

また、今回の結果（第1回と第2回の違い）から、イベントのゲストと活用する媒体の種類には相性があることがより明確になった。

ゲストに合わせて選択することはより強い情報拡散につながると考えられる。

これらを踏まえ、今後の施策展開時に有効なのは、以下が考えられる。

### 1. SNS だけに留まらないメディアの活用

イベント情報の提供においては、インターネット上のメディアツールである SNS の活用に留まらず、紙やラジオなどの他メディアを併せて活用することが、より強い好方向を得られると予想される。特に今回のイベントの性質上、メインターゲット層に対して有効なメディアは顧客層に併せた戦略を立てることがより有効であると考えられる。

### 2. 顧客層を広げ留めるための SNS の活用

顧客層の属性にかかわらず、SNS を活用した広報は一般に広くアプローチするために有効なツールだ。何かしらの機会に情報に触れていることで、関心が無かった層も見込み顧客に変わることが長期的に見ると期待できる。また SNS はイベントへの入り口としても有効であり、情報を見た当人はイベントに関心を持たなくても、家族や友人に伝える効果も期待できる。

この時、重要となるのが SNS 以外のツールとなる。

### 3. 多メディアを利用したシナジー効果による情報拡散

ラジオや紙媒体は比較的中・高齢層に有効なツールである。SNS で情報を見た家族にイベントを勧められても、当人としてはラジオや紙媒体で確認したいと考える事も予想されるほか、実際にその情報をラジオで聞くなどすれば、イベントへの関心が非常に高くなることが予想される。このようにメディアミックス的に展開するのは有効と考えられる。

多媒体を活用する場合、その準備が課題となるが、SNS で用意した動画広告の音声を流すなど、予めメディアミックスを考えて戦略を練り進めることで、低コストで高いパフォーマンスの

広報を行うことは可能となり、メディアミックスによる広報シナジー効果を踏まえた広報戦略策定は現実的で有効であると考えらる。

#### 4. 誰が情報へアプローチしているかの分析の必要性と情報収集方法

これらの広報戦略推進において鍵となることは、顧客層の属性がどのようになっているかである。これを明らかにすることも今後の戦略策定に重要だ。

属性分析においてはイベント時のアンケートなど従来の方法も有効だが、対象者がイベント出席者に留まってしまうという欠点もある。誰が本当に情報を必要としているかを知るとは、イベント集客において非常に重要であり、この情報は可能な限り多くから得たいところである。

情報を取得するために実施可能で現実的かつ有効なツールは Google Analytics 等の web ツールの活用である。もちろん web ツールなのでインターネットを活用する層が中心となることは注意が必要だが、高齢者によるインターネット利用率も上昇している現状を踏まえても情報収集に有効であることは間違いない。

SNS や web ページに設置した情報分析ツールから情報を得て解析を行うことは、広報効果の結果を見るだけに留まらず今後のイベント実施における広報戦略に有効な情報を得ることが可能となるため、これらの活用を考えた展開が有効といえる。

以上から、今後の広報戦略について提案をまとめる。

広報においては SNS の活用をはじめ、ラジオや紙媒体と連携したメディアミックス的な広報戦略の実施が有効であり、多メディアを利用したシナジー効果を踏まえた広報展開が有益と考える。

広報で用いる情報は、動画を用いることが今後の鍵といえる。動画を用いることで関心を高め、広くアプローチすることが可能になるからだ。

また単に情報を発信するだけでなく、Google Analytics 等を用いた情報分析の活用も効果があると考えらる。

現行においては各情報発信ごとの量的な効果測定に留まっている側面は否めないが、さらに一歩進めて取得した情報を次のイベント成功に繋げるといふ考えを加えることが重要だ。

情報の分析・活用について注意しないといけないことは、戦略を立てることだ。事前に実施するイベントを踏まえ、どんな情報が必要で、次に繋げるためには何を知りたいかを明らかにした上で分析項目を設定し、そこから情報収集しなければ効果的な戦略は立てることができない。これらの戦略策定は綿密な準備が必要なため即応性に欠けるが、長期的な視点で見た場合大きな財産になると言える。

## 第7章 入門的動画の作成

### 7.1 入門的研修動画制作

#### 7.1.1 動画化の狙い

本動画はターゲットを、子育て中、および子育てが終わった層（主に30歳～60歳の女性）で、仕事としてはもちろん、家族などの介護も未経験である層とし企画した。

介護保険制度の概要や生活支援技術の基本、認知症の理解など、介護業務に関する基礎的な知識を学ぶ内容を、21時間で網羅する入門的研修であるが、eラーニング教材用の動画化にする際に大きく4点に注力し制作した。

第1点は、ターゲット視聴者層の共感を得ることである。そのため、子育て中のアナウンサーをメインにキャスティングし、番組内の受講生として設定した。このターゲットでもある受講生が、講師とともに会話をしながら講義を進めていく、対話講義形式を採用した。これにより、ターゲット視点の素朴な疑問を挟みながら講義進行させることで、視聴者が共感を得ることができる教材動画にすることを狙った。この結果、研修動画ではあるが、ところどころ情報番組的な要素も生まれている。

第2点は、現場の声を、ターゲット層に届く内容で伝えることである。講師陣が、講義を通して、「介護のしごとの魅力」をエピソードを交えて語ることで、一般的によく言われている福祉・介護のネガティブなイメージを払拭することも狙いの一つである。

第3点は、受講のしやすさを工夫することである。eラーニングはどこでも受講できる利点があるのだが、反対に集中するのが難しいデメリットもある。特に子育て中となると、まとまった時間を確保することが難しいとの意見があった。そこで、スキマ時間に短時間で学べるよう、各話30分（42話）で構成している。その内容をさらに短時間で直感的にとらえることができるように、本編を前にチュートリアル動画を予告編として制作した。チュートリアルの内容は、入門的研修の概要、この研修終了後には次のステップにすすめることを会話形式で伝え、タレントである「りんたろー。」氏の介護経験インタビューをアクセントとして構成している。

また、1話30分の中には、約10分視聴する毎に小休憩となる演出を挿入した。内容は、講義に付随するクイズや豆知識、同事業内での別コンテンツ「ケアするウェブマガジン ゆうゆうLife」内にある情報の紹介等、視聴時の気分転換となるように工夫している。

第4点は、動画のみの情報発信にしないことである。各話には、動画内で使用された専門用語や、動画のみで理解するには少し複雑な内容をフォローするためにテキストを制作している。このテキスト構成は、予習や復習にも活用できるようにしている。

また、各話に復習テストを準備した。これは、次のステップである生活援助従事者研修、介護職員初任者研修に進む際に必要となるポイントにも対応した内容とした。

このようにターゲット層が、興味を持つこと、気軽に始められること、短い時間で受講できること、内容を「自分事」として受け入れることができること、そして継続できること、に応じた企画を取り入れた。これらにより、ターゲットである子育てを終えた層（子育て中も含む）が、最後まで楽しみながら視聴を継続できるような動画となるよう制作した。

なお、この動画の内容について、総合監修は東京福祉専門学校副学校長で介護支援専門員（ケアマネジャー）、看護師でもある白井孝子先生が行った。

### 7.1.2 シラバスと人選

動画のシラバスは、平成30年3月30日の社援基発0330第1号「介護に関する入門的研修の実施について」（厚生労働省社会・援護局）の研修の趣旨や目的に添った形で構築した。

動画は、入門的研修の「基礎講座」と「入門講座」の両方を含み展開している。それぞれの講座に指定された内容は42番組に分割した。番組を視聴する順番は、介護未経験者にとって身近に感じる内容から始め、段階的に専門的に学んでいくことができるようにした。

動画に出演する講師は、介護現場で活躍している人の中から介護に関する研修講師としても実績があり、知識だけでなく、視聴者の介護への関心を獲得し、介護の魅力への展開を期待できる人を人選した。また、視聴者が知識や技術を介護の現場をイメージしながら体感的に学ぶことができるように、講師の経験に基づくエピソード等とあわせて介護に関する基本的な知識を説明し、知っておくべき基本的な技術は、番組内の受講生と設定されたアナウンサーが講師の説明とあわせて実演を行っている。

また、視聴者が42話のすべての動画を視聴することで入門的研修の指定研修時間を満たすことはできるが、本シラバスでは、視聴者の知識の習得の確認をするために、動画視聴の他に、テキストやテストを用意した。



## 7.2 (1) 基礎講座

基礎講座の研修科目は、「介護に関する基礎知識」「介護の基本」である。ここでは、「介護に関する基礎知識」を3話、「介護の基本」を3話と合計6話で構成した。

### 7.2.1 介護に関する基礎知識

#### (研修内容：介護に関する相談先)

##### 第2話 突然やってくる介護のために

介護に関する相談先や介護サービスの利用方法について、介護が必要となった時に必要な知識を知るために、「介護は突然やってくる」「介護保険サービスをうけるには」「介護保険サービスの活用方法」をテーマに、事例をもとに介護サービスを受けるための相談窓口や地域包括支援センター、居宅介護支援事業所の役割を学ぶ内容である。

講師は、介護支援専門員としての経験を積み、日本介護支援専門員協会の会長等を経て、現在は社会保障審議会介護保険部会、介護保険給付費分科会委員も務めながら、オーク介護支援センター施設長の鷲見よしみ氏を人選した。

#### (研修内容：介護保険制度の概要)

##### 第41話 介護の未来を考える

難しそうに感じる傾向がある介護保険制度の理念やしぐみについてを、興味が湧きやすい介護サービス等を学んだあとに配置することで、これまでの学びの内容が1本の線につながることを狙った。「高齢社会の現状」「介護保険制度の目指すもの」「今後の介護のあり方」をテーマに、介護保険制度の詳細な内容や地域包括ケアや今後の介護の方向性等を学ぶ内容である。

介護サービスの提供や介護現場で取り組みや考え方の根拠を確認するための講師として、介護保険制度の立ち上げに従事し、現在はシルバーサービス振興連絡協議会会長、国や神奈川県などの委員も務める公益社団法人かながわ福祉サービス振興会の瀬戸恒彦氏を人選した。

#### (研修内容：介護休業制度などの仕事と介護の両立制度の概要)

##### 第4話 知って安心。介護を支える社会環境介護は誰もが直面する問題

仕事と介護を両立制度について、社会の様々な制度や地域での仕組みを理解するために「仕事と介護の両立支援制度」「介護保険サービスを利用し、自分で介護しすぎない。」をテーマに具体的な介護休業制度等の活用方法を学ぶ内容である。

講師は、特定社会保険労務士として、主に介護事業所の支援を担当し、人を大切にせる企業づくりに寄与しているSROffice あすら代表の栗原恵子氏を人選した。

**(研修内容：介護における安全・安楽な体の動かし方)**

**第12話 私生活で役立つ身体の楽な使い方**

介護における安全・安楽な体の動かし方について、肩や腰に負担をかけない身体づかいができるようになるために「ボディメカニクスの活用」「筋トレ無しで、ラクラク力が出せる！生活も育児も安心なコツ」をテーマに私生活の中にボディメカニクス等を取り入れ、活用する実演を行いながら身体の楽な使い方を学ぶ内容である。

講師は、身体障害者、高齢者施設に勤務経験のあり、「古武術介護」を提案し幅広い分野で身体を通した発想と実践の実績を持つ介護支援専門員、介護福祉士、理学療法士の岡田慎一郎氏を人選した。

**(研修内容：介護予防・認知症予防に使える体操)**

**第10話 いつまでも健康に暮らすために**

介護が必要となる原因や介護予防について、介護予防・認知症予防を自分でできるようになるために、「健康寿命とは」「健康寿命を延ばすポイント」「介護を必要としないために」をテーマに、健康でいることの重要性や手軽に取り組める指先や手などを使った体操の実演とともに介護予防・認知症予防のケアを学ぶ内容である。

講師は、アロマセラピストから家族の介護をきっかけに介護業務全般に従事し、現在は、介護福祉士、介護支援専門員の資格も取得し、介護予防や認知症予防のレクリエーション等の指導や介護職員の実務者研修の講師として実績もある株式会社アロマライフプラン代表の中野まり氏を人選した。



**図7-1 手指体操の実演**

**第11話 「若返り」は永遠のテーマ**

介護予防について、健康長寿を目指すために「いつまでも若々しく」「バランスよく歳をとるために」「若さを保つために」をテーマに、いつまでも若々しくいるための食事や睡眠のとり方や生活習慣病の予防方法を学ぶ内容である。

講師は、第10話の講師を担当した中野まり氏を人選した。

## 7.3 (1) 入門講座

入門講座の研修科目は、「基本的な介護の方法」「認知症の理解」「障害の理解」「介護における安全確保」である。ここでは、「基本的な介護の方法」を20話、「認知症の理解」を8話、「障害の理解」を4話、「介護における安全確保」を4話と合計36話で構成した。

### 7.3.1 ■基本的な介護の方法

(研修内容：介護職の役割や介護の専門性)

第1話 介護の世界で自分の可能性を見つける

介護の仕事に就くことについて、女性にとって介護の仕事が自分の経験を活かし、活躍できる場だということを伝えるために「自分はどんなタイプ?」「介護のマインド」「子育て経験がなぜ役立つのか?」をテーマに、個性の大切さや介護の考え方と子育ての考え方の共通点とともに、介護現場でのスキルアップの方法を学ぶ内容である。

講師は、本動画コンテンツの総合監修も担当する東京福祉専門学校副校長の白井孝子氏を人選した。

白井孝子氏は、看護師として介護現場で経験を積み、介護福祉士養成学校の教員を経て、現在は、中核的教員として学生教育をおこなった。その傍ら、介護福祉士養成テキストや雑誌等を多数の執筆とともに、介護福祉士国家試験委員、介護福祉士養成課程における教育内容等の見直しに関する作業チーム特別委員等、介護の人材確保、育成にあたって中核的な存在として活躍している。

第13話 「介護の世界」～介護の目指すもの～

介護の基本的な考え方について、介護の根拠や目的を明確にするために「介護のイメージ」「人権と尊厳ってなんだっけ?」「自分のことは自分で決めたい!」をテーマに、介護を必要とする人の理解を深め、実際の利用者の姿を紹介するとともに、自立支援、尊厳保持、自己決定を目指す考え方を学ぶ内容である。

講師は、異業種から福祉業界に就職、介護現場での経験を積んだ後、法人を設立。自立支援を目指した通所介護事業所を開所(事業所の評価も高い)。現在は、「闘魂介護士」として、介護技術、認知症ケア・じりつ支援に関して現場指導や研修講師としての実績もある株式会社NGU代表取締役の山出貴宏氏を人選した。

第14話 「介護の世界」～介護の専門性～

介護職の役割と専門性について、介護の実施までのプロセスや介護職の専門性を理解するために「介護って何をしたらいいの?」「介護を支える人たち」「介護職としての約束」をテーマに、介護職の介護サービスごとの役割や仕事も流れとともに、専門職として倫理の意義や社会的責任を学ぶ内容である。

講師は、グループホーム管理者として現場で活躍しながら、介護支援専門員、認知症介護

指導者となり、現在は、現場指導や研修講師としての実績もある中西敦子氏を人選した。

#### 第15話 「介護の世界」 介護サービスとは？《自宅で利用する場合》

介護サービスについて、介護環境の特徴を理解するために「介護保険制度を使うということ」「自宅で利用する介護サービスって？」「自宅で暮らしていく上で大切なこと」をテーマに、居宅介護サービスと施設介護サービスの違いとともに介護を必要とする人が自宅で利用できる介護サービスの種類や違いを学ぶ内容である。

講師は、第2話を担当した鷺見よしみ氏を人選した。

#### 第16話 「介護の世界」 介護サービスとは？《施設等に入居して利用する場合》

介護サービスについて、介護環境の特徴を理解するために「住まいを移して利用する介護サービス」「入居系サービスってどんなところ？」「住まいを移した暮らしでも大切なこと」をテーマに、介護を必要とする人が施設に入居する背景や施設サービスの種類や違いを学ぶ内容である。

講師は、第2話を担当した鷺見よしみ氏を人選した。

#### 第17話 「介護の世界」 チームで支える介護

介護現場のチームケアと多職種連携について、様々な職種の専門職がお互いの専門能力を活用し効果的なサービスを提供するために「介護現場のチームとは」「チームアプローチの必要性」「チームケアの実践」をテーマに、ケアマネジメントや介護職の役割とともに具体的な事業所や地域での連携方法を学ぶ内容である。

講師は、第2話を担当した鷺見よしみ氏を人選した。

#### 第18話 コミュニケーション能力を高め、人間関係づくりに役立つ

コミュニケーションの方法について、専門職としてのコミュニケーションスキルを習得するために「人と上手につき合う」「共感と受容」「話の聴き方」をテーマに、講師を番組ゲストと設定し、日常的な経験の中での人との関わりのスピーチをもとにコミュニケーションの方法や信頼関係の築き方を学ぶ内容である。

番組ゲスト兼講師は、現役の看護師としてクリニックに勤めるかたわら、在宅スピリチュアルケア等の活動を通じ、本人や家族の心を支える活動を続けている非営利一般社団法人大慈学苑代表の玉置妙憂氏を人選した。テレビ番組のコメンテーターなどでも活躍中である。

#### 第42話 「エピローグ」 子育てと介護、先輩からのメッセージ

入門的研修で学んだことについて、仕事として介護に関わった場合だけでなく、「自分事」として今後の活動に役立つとともに、介護現場の体験方法や介護の仕事の就労方法を学ぶ

内容である。

また、本動画に出演した講師による介護の仕事の魅力発信は、それぞれの講師の介護現場での経験や実際の姿を知ることができ、介護の仕事への理解を深め、介護の仕事への参入を促す。講師は、本動画コンテンツの総合監修の白井孝子氏と動画に出演した講師全員である。

### (研修内容：生活支援技術の基本)

#### 第 19 話 ～生活の営みを支える技術～

介護技術の導入について、利用者主体の生活を継続させるために「生活の営みとは」「自分のことは自分でしたい!」「生活を継続するために支援する」をテーマに、介護を必要とする人の重度化防止、遅延化するための考え方を理解し、実際の利用者の動きの紹介とともにその関わりの根拠やプロセスを学ぶ内容である。

講師は、第 13 話を担当した山出貴宏氏を人選した。

#### 第 20 話 「プロのテクニック・移動、移乗編①」

介護技術の基本について、利用者を支援する場面の「立ち座り」「歩行」「車いす」を想定し、介護技術の実演を行いながら学ぶ内容である。

講師は、第 12 話を担当した岡田慎一郎氏を人選した。

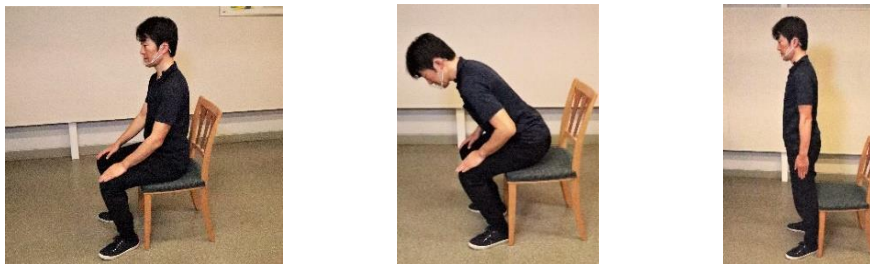


図7-2 立ち座り演習

#### 第 21 話 「プロのテクニック・移動、移乗編②」

介護技術の基本について、利用者を支援する場面の「寝返り」「起き上がり」「ベッドから車いすへの移乗」を想定し、介護技術の実演を行いながら学ぶ内容である。

講師は、第 12 話を担当した岡田慎一郎氏を人選した。

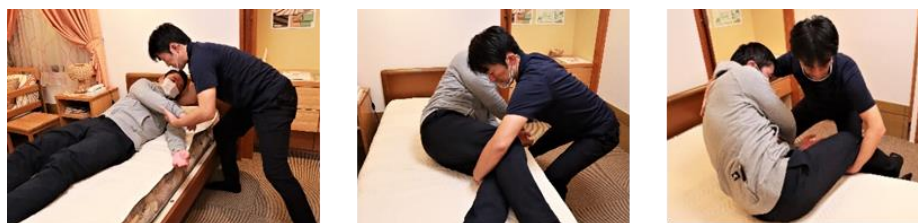


図7-3 起き上がり演習

## 第22話 食事を支える

食事の支援について、老化に伴う嚥下機能の低下を理解し適正な食事介助を行うために「食事のこと」「食べる仕組み」「食べたい！を支える」をテーマに、食事の大切さや嚥下体験を通じた食事介助のポイントや口腔清潔や嚥下体操方法を学ぶ内容である。

講師は、看護師として介護施設等の管理者を務めながら、介護技術・取り組み・かかわり方に関する現場指導や研修講師としても実績のある小谷洋子氏を人選した。



図7-4 嚥下体験

## 第23話 清潔に保つために

入浴や清潔保持、着脱の支援について、老化に伴う心身機能の低下を理解し、適正な入浴や着替えの介助を行うために「清潔とは何でしょう」「お風呂にはいる時の介護とは」「身支度する時の介護とは」をテーマに、身体をキレイにする目的や老化に伴う機能の低下にあわせた入浴時の留意点や介助方法を学ぶ内容である。

講師は、皮膚・排泄ケア認定看護師として訪問看護に従事し、研修講師としても実績のあるナーシングケアいおり管理者の坂田さち子氏を人選した。

## 第24話 身体のマカニズムを整えるために

排泄の支援について、老化に伴う身体のマカニズムの低下を理解し、適正な排泄や睡眠にむけた介助を行うために「老化について理解をしましょう」「排泄とはどのようなものですか」「睡眠とはどのようなものですか」をテーマに泄せつ・排便や睡眠の仕組みを学び、排せつ時や睡眠への介入方法を学ぶ内容である。

講師は、第23話を担当した坂田さち子氏を人選した。

## 第25話 日常生活の援助

家事援助について、利用者の自分らしい生活の継続を支援するために「生活援助とは」「利用者との信頼関係の構築」「家事援助の基礎知識」をテーマに家事援助の意味を理解し、実際の訪問介護の状況等とともに専門性と活かした家事援助の方法を学ぶ内容である。

講師は、訪問介護員として勤務 主任訪問介護員及び介護福祉士として長年に渡り活躍しながら、訪問介護員養成講座での講師としての実績もある岡田康子氏を人選した。

### (研修内容：老化の理解)

#### 第5話 加齢によるカラダの変化とココロの変化

高齢者の健康な状態について、高齢者の身体や老化のことを正確に理解するために「いくつから高齢者」「老化とは」「身体の仕組みを理解しましょう」をテーマに、老化による心身の変化や生命維持のしくみを学ぶ内容である。

講師は、介護関連事業の会社を設立し自ら訪問看護師、ケアマネジャーとして20年以上従事した後、日本プライドケア教育協会を設立し、看護職及び介護職を対象とした研修講師としての実績もある清泉女学院大学看護学部教員の大澤智恵子氏を人選した。

#### 第6話 年齢を重ねると病気になりやすい？ ～身体機能の変化～

老化に伴う身体機能の変化について、身体の仕組みを正確に理解するために「具体的な身体の仕組みを知ろう」「老化に伴う身体機能の変化」をテーマに、身体の仕組みや老化に伴う身体機能の変化を学ぶ内容である。

講師は、第5話を担当した大澤智恵子氏を人選した。

#### 第7話 年齢を重ねると病気になりやすい？～精神的機能の変化～

老化に伴う身体機能の変化について、身体の仕組みを正確に理解するために「老化に伴う精神的機能の変化」「老化に伴う心身の機能変化によりおこる日常生活への影響」をテーマに、身近な高齢者をイメージしてもらい、老化に伴う感覚機能や精神機能の変化を学ぶ内容である。

講師は、第5話を担当した大澤智恵子氏を人選した。

#### 第8話 ちょっとしたカラダの変化を見逃さないで

高齢者の疾病と生活上の留意点について、未然に病気やケガを防ぐために「こんな病気が隠れているかも？」「緊急を見抜く！観察ポイント」をテーマに、高齢者に多い病気の発見や急変時の判断するポイントを学ぶ内容である。

講師は、第5話を担当した大澤智恵子氏を人選した。

#### 第9話 高齢者の命を守り、望まれる最期を迎えるために

高齢者の命を守り見送ることについて、介護職としてその最後に寄り添っていくために「緊急時の対処法」「高齢者の最期を看取る」をテーマに、緊急時の対応方法を AED シミュレーターを用いた演習とともに学びや看取り支援に必要な死生観を学ぶ内容である。

講師は、第5話を担当した大澤智恵子氏を人選した。



図 7-5 AED シミュレーター演習

### 7.3.2 ■認知症の理解

(研修内容：認知症を取り巻く状況)

#### 第26話 認知症の人を支えるために

認知症ケアの理念や認知症を取り巻く状況について、認知症を身近なものと感じ、正確に理解するために「認知症とは」「認知症の人を支える基本的視点」「認知症をとりまく環境」をテーマに認知症ケアの基本や認知症施策の背景を学ぶ内容である。

講師は、看護師として認知症ケアを専門的に学びスウェーデン財団法人シルヴィアホーム認定インストラクターの資格もあり、資格取得に関する研修講師としても実績のある株式会社アポロ・サンズHD 看護部長の木本明恵氏を人選した。

(認知症の中核症状とBPSD、日常生活への影響や認知症の進行による変化)

#### 第28話 認知症によるこころの変化

認知症の中核症状とBPSD(行動・周辺症状)について、認知症の人の行動を理解するために、「認知症の中核症状」「認知症の人の行動・心理症状」「認知症の人への対応」をテーマに認知症の人の心理・行動の特徴や原因疾患別ケアのポイントを学ぶ内容である。

講師は第26話を担当した木本明恵氏を人選した。

#### 第30話 認知症の発症・進行を遅らせるためにできること

認知症の人の生活障害や生活環境について、認知症を発症・進行させないために「認知症の発症・進行を遅らせるために」「どんな環境が良いの?」「アクティビティが有効」をテーマに、認知症の発症のリスクや経過、認知症の人にとっての適正な生活環境を学ぶ内容である。

講師は、グループホーム管理者として現場で活躍しながら、介護支援専門員、認知症介護指導者となり、現在は、介護に関する研修講師としても実績のある医療法人活人会高齢者グループホーム「横浜ゆうゆう」所長の井上義臣氏を人選した。

(研修内容：認知症の種類とその原因疾患、症状などの基本的な知識)

#### 第27話 認知症の人はみんな同じ病気じゃない

認知症の原因疾患やその症状について、認知症の症状にあった介護方法を目指すために「認知症を引き起こすおもな病気」「病気によって症状が違う」「認知症の診断と療法」をテーマに、4大認知症などの原因疾患とそれぞれの病態の初期症状や対応方法を学ぶ内容である。

講師は第26話を担当した木本明恵氏を人選した。



### 第29話 認知症は、高齢者だけの病気じゃない

認知症の原因疾患やその症状について、若年認知症の人の現状や生活上の障害を理解するために「若年性認知症とは?」「若年性認知症の人の実際」「若年性認知症の人との関わり方」をテーマに、若年認知症の特徴とともに生活上の課題、関わり方を学ぶ内容である。

講師は、看護師・介護支援専門員として、若年性認知症の人や家族等の相談支援に携わりながら、若年性認知症のテーマでの研修講師としての実績のある若年性認知症専門員の村井キヌエ氏を人選した。

### **(研修内容：認知症の人及びその家族に対する支援や関わり方)**

#### 第31話 認知症の人との関わり方

認知症の人への対応について、認知症の人に寄り添ったケアを行うために「認知症の人の気持ち」「認知症の人との関わり方」「コミュニケーションの方法」をテーマに、認知症の人の気持ちの子育てで経験したことと重ねながら、認知症の人との関わり方やコミュニケーションのポイントを学ぶ内容である。

講師は、グループホーム管理者として現場で活躍しながら、介護支援専門員、認知症介護指導者となり、現在は、介護に関する研修講師としても実績のある水車の里ホーム長の高田朱美氏を人選した。

#### 第32話 家族が認知症になった時

認知症の人の家族の支援について、家族の介護負担を目指すために「家族の気持ち」「家族にできること」「サポートシステム」をテーマに家族の認知症の受容過程を学ぶとともに家族の負担や役割を理解し、サポートする方法を学ぶ内容である。

講師は、介護事業所に従事しながら、認知症キャラバンメイトとして市内にて認知症サポーター養成講座を開催。介護職員を対象として研修講師としても実績のある神奈川県介護福祉士会副会長・認知症介護指導者の川原俊一郎氏を人選した。

#### 第33話 地域で支える認知症ケア

認知症の人やその家族の支援について、地域資源を活用するために「認知症の人を地域で支える」「認知症かな? と思ったら…」 「認知症サポーターとは」をテーマに具体的な地域の取り組みや認知症サポーターの仕組みを紹介し、適正な支援があれば地域で暮らし続けることができることを学ぶ内容である。

講師は、第32話を担当した川原俊一郎氏を人選した。

### 7.3.3 ■障害の理解

(研修内容：障害の概念や障害者福祉の理念)

#### 第34話 障害児者のことを学ぶ

障害の概念とICF（国際生活機能分類）について、障害児者の正確に捉えることができるために「障害とは」「障害のある生活とは」「障害者福祉の考え方」をテーマに、障害者の定義やICF、ノーマライゼーション、バリアフリーの考え方を学ぶ内容である。

講師は、精神保健福祉士として障害のある人の相談支援に携わりながら、一般社団法人神奈川県精神保健福祉士協会会長等を兼任し、研修講師としても実績のある相談オフィスわーくすけあ管理者の池田陽子氏を人選した。

(研修内容：障害の特性)

#### 第35話 身体に障害がある生活とは？

身体障害について、障害特性や心理・行動の特徴を理解するために「身体障害とは」「難病とは」「支援の基本姿勢」をテーマに身体障害者や難病の定義とともに寄り添った関わりに役立つ知識として障害に関するマークなどの意味を学ぶ内容である。

講師は、第34話を担当した相談オフィスわーくすけあ管理者の池田陽子氏を人選した。

#### 第36話 知的障害と精神障害はどう違うの？

知的障害と精神障害について、障害特性や心理・行動の特徴を理解するために「知的障害とは」「精神障害とは」「支援の基本姿勢」をテーマに、知的障害、精神障害、発達障害の定義や種類とともに、それぞれの特性や違いや関わり方を学ぶ内容である。

講師は、第34話を担当した池田陽子氏を人選した。

(研修内容：障害児者及び家族に対する支援や関わり方)

#### 第37話 障害児者とその家族の気持ちと関わり方

障害者の家族の心理や関わり支援について、障害のある人に寄り添った関わりを行うために「障害児者本人の気持ち」「障害児者の家族の気持ち」「本人や家族へのサポートの仕組み」をテーマに本人や家族の障害の受容過程や支援方法を社会資源とともに学ぶ内容である。

講師は、第34話を担当した池田陽子氏を人選した。

### 7.3.4 ■介護における安全確保

(研修内容：介護の現場における典型的な事故や感染など、リスクに対する予防や安全対策、起こってしまった場合の対応などに係る知識)

#### 第3話 あなたならどうする！？身近な危険から身を守るために

介護現場におけるリスクに対する予防や安全対策について、事故が起こらないような対策をとるために「リスク認識力」「自分や家族のための安全対策」「あなたならどうする!?事故事例」をテーマに、身近な生活の場面で危険予知トレーニングを行い、危険察知や危険を予防する視点を理解した上で介護現場で起こりやすい事故やその対策を学ぶ内容である。

講師は、第30話を担当した井上義臣氏を人選した。

(研修内容：介護職自身の健康管理、腰痛予防、感染症対策などに係る知識)

#### 第38話 ストレスに負けない！自分の心のケアの仕方

介護職自身の健康管理について、精神面の健康を守るために「ストレスとは」「ストレスマネジメント」「ストレスをためすぎないために」をテーマに、介護現場での現状とともに講師を番組ゲストと設定し、自分を大切するために生活の中でできることを学ぶ内容である。

講師兼番組ゲストは、第18話を担当した玉置妙憂氏を人選した。

#### 第39話 腰痛になりたくない・卒業したい！

腰痛予防について、身体介護などで腰を痛めないために「腰痛になりやすい人」「腰痛を予防するポイント」「腰痛を予防するエクササイズ」をテーマに、腰痛が起こるメカニズムや腰痛にならない身体の使い方などとともに腰痛予防体操を学ぶ内容である。

講師は、理学療法士として通所リハビリテーションを運営し、転倒予防体操教室などを開催。介護予防研究所講習会の研修講師としても実績のある有限会社オフィスルースト代表の今井英輝氏を人選した。



図7-6 腰痛予防体操の実演

#### 第40話 身体が基本だから感染予防をしっかりと

手洗い・うがい、感染症対策について、介護職自身の健康を守るために「感染症とは」「感染症を予防するために」「プロの感染症対策」をテーマに、介護職の健康管理の大切さや介護の現場で求められる感染症予防方法などを学ぶ内容である。

講師は、第22話を担当した小谷洋子氏を人選した。

表 7-1 介護に関する入門的研修 テーマ一覧

話	研修科目	テーマ	講師
1	【入門講座】 基本的な介護の方法	介護の世界で 自分の可能性を見つける	白井孝子
2	【基礎講座】 介護に関する基礎知識	突然やってくる介護のために	鷺見よしみ
3	【入門講座】 介護における安全確保	あなたならどうする！？ 身近な危険から身を守るために	井上義臣
4	【基礎講座】 介護に関する基礎知識	知って安心。介護を支える社会環境	栗原恵子
5	【入門講座】 基本的な介護の方法	加齢によるカラダの変化とココロの変 化	大澤智恵子
6	【入門講座】 基本的な介護の方法	年齢を重ねると病気になりやすい？ ～身体の機能の変化～	大澤智恵子
7	【入門講座】 基本的な介護の方法	年齢を重ねると病気になりやすい？ ～精神的機能の変化～	大澤智恵子
8	【入門講座】 基本的な介護の方法	ちょっとした カラダの変化を見逃さないで	大澤智恵子
9	【入門講座】 基本的な介護の方法	高齢者の命を守り、望まれる最期を迎 えるために	大澤智恵子
10	【基礎講座】 介護の基本	いつまでも健康に暮らすために	中野まり
11	【基礎講座】 介護の基本	「若返り」は永遠のテーマ	中野まり
12	【基礎講座】 介護の基本	私生活で役立つ身体の楽な使い方	岡田慎一郎 /白井孝子
13	【入門講座】 基本的な介護の方法	「介護の世界」 ～介護の目指すもの～	山出貴宏
14	【入門講座】 基本的な介護の方法	「介護の世界」～介護の専門性～	中西敦子
15	【入門講座】 基本的な介護の方法	「介護の世界」介護サービスとは？ 《自宅で利用する場合》	鷺見よしみ
16	【入門講座】 基本的な介護の方法	「介護の世界」介護サービスとは？ (施設等に入居して利用する場合)	鷺見よしみ
17	【入門講座】 基本的な介護の方法	「介護の世界」チームで支える介護	鷺見よしみ
18	【入門】 基本的な介護の方法	コミュニケーション能力を高め、人間 関係づくりに役立てる	玉置妙憂 /白井孝子
19	【入門】 基本的な介護の方法	～生活の営みを支える技術～	山出貴宏
20	【入門】 基本的な介護の方法	「プロのテクニック・移動、移乗編①」 ～座位姿勢と立ち上がり、歩行、車イ ス、杖～	岡田慎一郎

21	【入門】 基本的な介護の方法	「プロのテクニック・移動、移乗編②」 ～ベッドでの移動・移乗、ポジショニング～	岡田慎一郎
話	研修科目	テーマ	講師
22	【入門】 基本的な介護の方法	食事を支える	小谷洋子
23	【入門】 基本的な介護の方法	清潔に保つために	坂田さち子
24	【入門】 基本的な介護の方法	身体のメカニズムを整えるために	坂田さち子
25	【入門】 基本的な介護の方法	日常生活の援助	岡田康子
26	【入門】 認知症の理解	認知症の人を支えるために	木本明恵
27	【入門】 認知症の理解	認知症の人はみんな同じ病気じゃない	木本明恵
28	【入門】 認知症の理解	認知症によるこころの変化	木本明恵
29	【入門】 認知症の理解	認知症は、 高齢者だけの病気じゃない	村井キヌエ
30	【入門】 認知症の理解	認知症の発症・進行を遅らせる ためにできること	井上義臣
31	【入門】 認知症の理解	認知症の人との関わり方	高田朱美
32	【入門】 認知症の理解	「家族が認知症になった時」	川原俊一郎
33	【入門】 認知症の理解	「地域で支える認知症ケア」	川原俊一郎
34	【入門】 障害の理解	障害児者のことを学ぶ	池田陽子
35	【入門】 障害の理解	身体に障害がある生活とは？	池田陽子
36	【入門】 障害の理解	知的障害と精神障害	池田陽子
37	【入門】 障害の理解	障害児者とその家族の気持ちと関わり 方	池田陽子
38	【入門】 介護における安全確保	ストレスに負けない！ 自分の心のケアの仕方	玉置妙憂 /白井孝子
39	【入門】 介護における安全確保	腰痛になりたくない・卒業したい！	今井英輝
40	【入門】 介護における安全確保	身体が基本 だから感染予防をしっかりと	小谷洋子
41	【基礎】 介護に関する基礎知識	介護の未来を考える	瀬戸 恒彦

42	【入門】 基本的な介護の方法	「エピローグ」 子育てと介護、先輩からのメッセージ	白井孝子 /講師 18人
----	-------------------	------------------------------	-----------------

※動画総時間 22 時間 42 分 4 秒 (チュートリアル含む)

令和 2 年 8 月 4 日 公益社団法人かながわ福祉サービス振興会

## 第8章 新聞・他媒体によるPR施策

### 8.1 媒体の多様化による情報発信

これまで述べてきたウェブサイトや公式 SNS、イベント以外にも、女性向けフリーペーパー及び同メルマガ、季刊誌、新聞などの媒体で、介護の魅力に関する情報を発信してきた。

狙いは、多様な媒体を活用することで、より広範囲に介護のしごとの魅力を伝え、入門的研修にも興味を持ってもらうためだ。ウェブや SNS はインターネット上の情報発信であり、ターゲット層である「子育てを終えた層」に広く情報を届けるには、紙媒体や特性をもった媒体などを併用する必要があると考えた。また、オンラインイベントへの告知掲載で、参加を広く呼び掛けることも考えた。

そこで、産経新聞社が属するメディアグループの多様な機能を活用することとした。

具体的には、①季刊誌「終活読本 ソナエ」②女性向けフリーペーパー「metropolitana (メトロポリターナ)」③同メルマガ「metropolitana tokyo」④産経 iD 事務局メルマガ⑤産経新聞全面広告を全国版で掲載したほか、「ウェブ産経」面でのイベント告知記事生活面での取材記事やインタビュー記事などを掲載した。

ターゲットはウェブサイト、SNS、イベントなど他の施策と同様に「30代から60代の主に女性」を中心とした。マスメディアやそれに類する媒体を利用するため、ターゲット層の中でも「介護への無関心層」にアプローチすることも意識して取り組んだ。

内容は、介護サイト「ゆうゆうLife」で記事化した、コロナ禍においても工夫しながら介護活動を展開するグループや他業種から未経験で介護のしごとを選んだ人を紹介するなど、ターゲット層が興味をひくケースを取り上げた。

また、オンラインイベントの告知をはじめ、出演した女優、黒木瞳さんや男性お笑いタレント、りんたろー。さんのインタビュー記事、さらに、全面広告では介護現場で働く人物の紹介や漫画を掲載し、介護職へのイメージアップを図った。

以下、各施策について解説する。



図 8-1 新聞・他媒体によるPR施策

## 8.2 各施策の特集およびコンテンツ

### 8.2.1 季刊誌「終活読本 ソナエ」

季刊誌「終活読本 ソナエ」（産経新聞出版）には、介護サイト「ゆうゆうLife」で紹介した記事を再掲載した。同誌の主なターゲットは、50代以上の男女であり、本事業のターゲット「30代～60代の主に女性」と重なる。また、介護と終活は関連性も高く、読者の関心を引くと考えた。

内容は、オンラインイベントに出演した介護現場の経験のある男性お笑いタレント、りんたろー。さんのインタビュー記事（2021年2月5日に「ゆうゆうLife」に公開）を始め、コロナ禍においても工夫しながら介護活動を展開するグループの紹介（2020年12月3日に「ゆうゆうLife」に公開）、また、他業種から未経験で介護のしごとを選んだ人物の紹介（2020年2月3日に「ゆうゆうLife」に公開）やコロナ禍でも前向きに生きる老人ホームの入居者の紹介（2020年6月26日「ゆうゆうLife」に公開）など、幅広いテーマで取り上げた。







図 8-4 「終活読本 ソナエ」 2020年秋号

【媒体概要】

- 媒体名：「終活読本 ソナエ」
- 形態：季刊誌
- 体裁：A4変型、中綴じ、オールカラー、114頁（基本）
- 発行：産経新聞出版
- 発行部数：60,000部
- 発行日：年に4回（新春、春のお彼岸、お盆、秋のお彼岸）
- 価格：968円（880円＋税）

### 8.2.2 メトロポリターナ

東京メトロ各駅で配布されるフリーペーパー「metropolitana（メトロポリターナ）」（発行部数 20 万部、産経新聞社発行）に純広告を出稿した。8 割以上が女性読者で、そのうち 7 割が 30 歳～59 歳のため、本事業のターゲット層である「30 代～60 代の主に女性層」と合致するためだ。

今回は、介護現場の経験がある男性笑いタレント、りんたろー。さんの無料オンラインイベントの広告（2020 年 12 月号）を掲載した。メトロポリターナの女性読者は 8 割が仕事を持っており、女性に人気のタレントだけに、読者に効果的に参加を訴求できることを考えた。

また、同媒体のメルマガ「metropolitana tokyo」（登録者数 3 万人）には、父母の介護に人生を捧げた役を演じた女優、黒木瞳さんの無料オンラインイベントの告知（2020 年 10 月 23 日配信）を掲載した。



## 無料オンラインイベント 「りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル」

**2020年12月16日(水)**  
 【第1回】15:00～16:00 / 【第2回】18:30～19:30

出演：EXIT・りんたろー。(お笑い 芸人)  
 町亞聖 (フリーアナウンサー)  
 介護職に就いている方々

参加費：無料  
 参加方法：インターネットによるライブ配信  
 ※視聴をご希望の方は、お申込みが必要となります。

視聴のお申込みサイト  
<https://id.sankei.jp/e/1691>

  
 司会：町亞聖

  
 EXIT・りんたろー。



こちらよりお申し込みください。  
 お申込みいただいた方に  
 視聴用のURLをイベント  
 前日までにメールでお知らせいたします。

産経新聞社では、12月16日(水)に、無料オンラインイベント「りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル」を開催します。家族や自身の介護は、誰もが直面する可能性のある問題です。しかし、団塊の世代が75歳を超える2025年には介護を担う人材が40万～50万人も不足するといわれており、どこかで不安に感じている方も多いのではないのでしょうか。そこで、今回は介護経験で8年にわたる介護のアルバイト経験を持つ、お笑いコンビ・EXITのりんたろー。さんをメインゲストに迎え、介護と介護のおしごとについて考えたいと思います。

りんたろー。さんとといえば、いまや飛ぶ鳥を落とす勢いでブレイク中。一方で、24歳から8年間、介護現場でアルバイトとして働いた経験を持っています。若年寄りとの「コラボ」は、現在の大ブレイクにつながる貴重な経験となったそう。介護の現場を知る、りんたろー。さんならではの介護の仕事のやりがい、楽しさ、苦勞などを楽しく語っていただきます。

司会進行は、フリーアナウンサーの町亞聖さん。多くの介護現場を取材してきたスペシャリストで、約10年間にわたり実地の介護を担い、仕事と介護を両立させた経験をお持ちです。また、現場の介護職の方々にもご参加いただき、介護の仕事について、りんたろー。さんとの「本音トーク」を開催します。

イベントでは、皆さんからの質問を受け付けるほか、プレゼント企画も予定しています。介護に関心がある方も、初めの方もお気軽にご参加ください!!

※本イベントは、令和2年度厚生労働省補助事業「介護のしごとと働き方支援事業（子育てを兼ねた層向け）」の一環です。公式サイトでのケアするウェブマガジン「ゆうゆうLife」(https://yuyoulife.jp/)では、介護と介護の仕事に関するさまざまな情報を発信しています。

図 8-5 「metropolitana」2020年12月号

## 【媒体概要】

媒体名： metropolitana (メトロポリターナ)

形態： フリーペーパー

体裁： A4 変型、中綴じ、オールカラー、48 頁 (基本)

発行部数： 200,000 部

発行日： 毎月 10 日付

価格： 無料

配布日： 毎月 10 日～19 日の 10 日間

配布場所： 東京メトロ 53 駅 駅改札周辺及び地下通路

配布形態： メトロマガジン専用ラックを各駅、計 157 台常設 (PULL 型 据置き型)

配布駅一覧： 青山一丁目、赤坂、赤坂見附、秋葉原、浅草、麻布十番、飯田橋、池袋、市ヶ谷、上野、恵比寿、大手町、御茶ノ水、表参道、外苑前、神楽坂、霞ヶ関、神谷町、茅場町、京橋、銀座、九段下、麴町、後楽園、渋谷、白金高輪、新御茶ノ水、新宿、新宿三丁目、新橋、神保町、高田馬場、竹橋、溜池山王、東京、虎ノ門、日本橋、乃木坂、八丁堀、半蔵門、東池袋、東銀座、日比谷、広尾、三越前、明治神宮前、有楽町、四ツ谷、四谷三丁目、代々木公園、六本木、六本木一丁目、早稲田 (2018 年 10 月現在)

## 【メルマガ】

★☆☆

黒木瞳さんが無料オンラインイベント  
「介護のおしごと」にメインゲストで出演！

★☆☆

産経新聞社は11月4日（水）に、無料オンラインイベント「黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと」を開催します。  
家族や自身の介護は誰もが直面する可能性のある問題であり、団塊の世代が75歳を超える2025年には、介護を担う人材が40～50万人も不足するといわれています。

そこで今回はテレビドラマで介護に人生をささげた女性を演じたこともある、女優の黒木瞳さんをメインゲストに迎え、介護と介護のお仕事について考えます。司会進行は介護経験を持つフリーアナウンサーの町亞聖さんが担当。実際に介護の現場で働いている方々も出演し、介護の「リアル」を伝えます。



日時は、11月4日（水）の15時と18時半の2回。皆さんからの質問を受け付けるほか、プレゼント企画も予定しています。  
この機会に介護について学びませんか。  
詳細は、産経IDのサイト（<https://id.sankei.jp/e/1615>）まで。  
※産経IDのご利用には、登録（無料）が必要です

★☆☆

図 8-6 「metropolitana tokyo」 2020年10月23日配信

★☆☆

黒木瞳さんが無料オンラインイベント  
「介護のおしごと」にメインゲストで出演！

★☆☆

産経新聞社は11月4日（水）に、無料オンラインイベント「黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと」を開催します。

家族や自身の介護は誰もが直面する可能性のある問題であり、団塊の世代が75歳を超える2025年には、介護を担う人材が40～50万人も不足するといわれています。

そこで今回はテレビドラマで介護に人生をささげた女性を演じたこともある、女優の黒木瞳さんをメインゲストに迎え、介護と介護のお仕事について考えます。司会進行は介護経験を持つフリーアナウンサーの町亞聖さんが担当。実際に介護の現場で働いている方々も出演し、介護の「リアル」を伝えます。

日時は、11月4日（水）の15時と18時半の2回。皆さんからの質問を受け付けるほか、プレゼント企画も予定しています。この機会に介護について学びませんか。

詳細は、産経IDのサイト（<https://id.sankei.jp/e/1615>）まで。

※産経IDのご利用には、登録（無料）が必要です

★☆☆

### 8.2.3 産経 iD 事務局メルマガ

毎週火曜日に配信される産経 iD 事務局メルマガに、黒木瞳さん、りんたろー。さんのオンラインイベントの告知記事を掲載した。産経 iD とは、産経新聞グループの各サービスを便利に利用できる共有オンライン会員組織で、登録者は 12 万人を超えている。

その約 4 割が女性の登録者で、主に 40 代、50 代が過半数を占めており、本事業のターゲット層である「30 代～60 代の主に女性層」と合致するためだ。

内容は、11 月 4 日開催の黒木瞳さん、12 月 16 日のりんたろーさんの両イベントの告知で、前者は 10 月 20 日に初配信し、後者は 11 月 17 日に初配信した。ともに、翌週のメルマガにも再掲載した。



**産経 iD**  
産経新聞社からのお知らせ  
令和2年10月20日 火曜日

[Webで表示](#)

産経新聞社は11月4日、無料オンラインイベント「黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと」を開催します。女優の黒木瞳さんをメインゲストに迎え、実際に介護の現場で働いている方々も出演。介護と介護の仕事について考えます。このほか、抽選で1万円の金券が当たるアンケートのご案内や、人気の落語会や「GoTo トラベル」の割引が使える旅行など、お得な情報が満載です。今週も産経iD事務局メルマガをよろしくお願いたします。

**介護のリアル、がわかる無料オンラインイベント 11月4日、昼夜2回開催**



家族や自身の介護は、誰もが直面する可能性のある問題です。団塊の世代が75歳を超える2025年には、介護を担う人材が40万人も不足するといわれています。今回のイベント「黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと」は、介護に人生をささげた女性を演じたこともある、女優の黒木瞳さんをメインゲストに、介護と介護の仕事について考えます。司会進行は介護経験を持つフリーアナの町亞聖さんが担当。日時は11月4日15時、18時半の2回。皆さまからの質問を受け付けるほか、プレゼント企画も予定しています。

図 8-7 産経 iD 事務局メルマガ 2020年10月20日配信

## 産経新聞社からのお知らせ

令和2年11月17日火曜日

産経新聞社は12月16日、無料オンラインイベント「りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル」を開催します。今回は、介護施設で働いた経験を持つお笑いコンビ、EXITのりんたろー。さんをメインゲストに迎え、介護と介護の仕事について考えます。このほか、人気の落語会の生配信や来年のカレンダーのご案内など、耳よりな情報が満載です。今週も産経ID事務局メルマガをよろしくお願いたします。

「介護のリアル」がわかる無料オンラインイベント、12月16日の昼夜2回開催



「りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル」のメインゲスト、りんたろー。さんはお笑いコンビ、EXITでブレイクする前、8年間にわたり介護現場でアルバイトをした経験を持っています。りんたろー。さんならではの視点で「介護のリアル」を語っていただきます。司会進行のフリーアナウンサー、町亞聖さんも約10年間、実母を介護しながら仕事との両立に取り組んだ経験があります。開催日時は12月16日15時と18時半の2回。ご視聴は無料です。ぜひご覧ください。詳細は [こちらから](#)

図 8-8 産経 ID 事務局メルマガ 2020年11月17日配信



#### 8.2.4 産経新聞

「産経新聞」全国版朝刊には、介護職のイメージアップを図る全面広告を出稿した（2021年3月28日掲載）。購読者の年代や発行地域が広く、これまで使用した各媒体で到達できない層など幅広く網をかけられるためだ。

内容は、介護現場で活躍する人物の紹介をはじめ、介護職の魅力を伝える記事、さらに、介護サイト「ゆうゆう Life」で好評の赤羽みちえさんの漫画「のんびりいこうよ」の新作で構成した。写真は、いきいきとして働く瞬間の表情をとらえ、やりがいを印象づけた。さらに、各者の「現場での生きたコメント」を掲載し、幅広い読者に介護の仕事の魅力を訴求できるように努めた。

記事部分では、介護のキャリアアップの仕組みを図で紹介するなど、介護のしごとを検討する際にチェックすべきポイントを紹介した。

また、本紙生活面では、コロナ禍でも前向きに生きる老人ホームの入居者らを取り上げたり、工夫しながら介護活動を展開するグループの紹介、また、オンラインイベントに出演した黒木瞳さん（2020年11月20日掲載）や、りんたろー。さん（2021年2月19日掲載）のインタビュー記事などを掲載した。

介護の現場で生きる人々を多面的に伝えたほか、著名人の登場で、より読者の興味を引くと考え、総合的に介護の魅力を伝えようと努めた。

なお、2回にわたって開催したオンラインイベントにより多くの人に参加してもらおうと、産経本紙でのイベントなどの情報面「ウェブ産経」（東京版、毎月第3日曜掲載）に、告知記事を2回（2020年10月18日、2020年11月15日）掲載した。こちらも、本事業のターゲット層「30代から60代の主に女性」をはじめ、幅広い世代に呼びかけようと考えた。



介護福祉士  
津山カンナコさん(36) 神奈川県在住  
株式会社 ニチイケアハウス

回り道になって、その方に寄り添うことで、気持ちのつながりを感じます。そんなとき、笑顔でこころなにか、素直な人だ！と心でいってあげたいです。



介護福祉士  
下田悦子さん(49) 埼玉県在住  
SCMPケア福祉会

人の笑顔に立て仕事に行くと、やりがいを感じます。利用者さまの元気な笑顔や、笑顔を見られるときに本当にやってよかったと幸せを感じます。



介護福祉士、ケアマネジャー  
下田悦子さん(49) 埼玉県在住  
SCMPケア福祉会

介護は、入居者の方が、人生を生きかかるとのお手いをお力共に行き、素晴らしい仕事だと思います。そこに自分にとってのやりがいを感じています。

介護福祉士、ケアマネジャー  
下田悦子さん(49) 埼玉県在住  
SCMPケア福祉会

(介護士)ご家族だけでは大変な部分もありますが、私たち介護福祉士と一緒に頑張っています。ご本人だけでなくご家族の方に使役も出てきます。新しい点に魅力を感じます。

### 介護のしごと **ホント** 待遇 **やりがい** 伝えてます

介護のしごとは能力的でも、なかなか世の中に広まらない。現場で働く人の口からは、そんなもどかしさが出てくる。「認知症でいろいろなことを忘れてしまう人が、ふとした会話を覚えていてくれることがあって、ほっこりする」(介護福祉士、31)。「声かけひとつで表情が変わる。リハビリを始めた人が元気になっていくこともある。人ってすごい」(介護職、24)。「介護職は、人が生きることと伴走する専門職だ。日々の暮らしを支え、楽しみや喜びを共有する。ときには、家族と一緒に最期の瞬間に立ち会うこともある。思わぬ人生のドラマに立ち会うことも」。「この仕事でなければ、出会えなかったような人の人生を知れることもある」(介護福祉士、71)

一方で仕事の裾野は広い。国家資格に当たる専門職「介護福祉士」も、当初は難資格で仕事を始め、働きながら徐々にステップアップしたという人が少なくない。キャリアアップの道は明確で、国は「人的研修」や「生活援助従事者研修」「初任者研修」など、さまざまなカリキュラムを用意している「イラスト」は、住まいのある自治体に相談してみたい。介護事業所の種類はさまざま。入居者の施設もあれば、通いで利用するところもあり、事業形態によって働き方も違ってくる。実際に働く場合には事前に見学し、利用者の様子や働き方を見ることが不可欠だ。厚生労働省は2015年度から、人材育成や職場環境の改善などに取り組む介護事業所を認定する「認定評価制度」を行っている。介護・福祉業界に就職を考える人、すでに介護職に就いている人のために、職場



の「働きやすさ」を「見える化」する狙いがある。ケアするウェブマガジン「ゆうゆうLife」から各都道府県の取り組み状況が現れるので合わせて利用したい。



産経新聞社のケアするウェブマガジン「ゆうゆうLife」は、介護を必要とする一人ひとりの人生に寄り添い、つながる関係や暮らしを提案します。



https://yuuuulife.jp/

このページは、令和2年度厚生労働省「介護のしごと魅力発信事業（子育てを促した層向け）」として制作・掲載しています。

図 8-9 産経新聞全国版朝刊 2021年3月28日掲載

**【媒体概要】**

媒体名：産経新聞

形態：日刊新聞

体裁：ブランケット判

発行部数：1,400,000部

価格：月ぎめ3,034円（税込み）



### 「介護の仕事は大変じゃない、って思ったら嫌になるけど、僕にとっては楽しい時間だった」と語る、りんたろー。さん

(三尾節恵撮影)



昭和61年、静岡県生まれ。大学卒業後、宮本総合芸術学院東京校に進み、お笑い1の道へ。平成29年、東北大学さんと「EXIT」を結成。ファッションや美容の分野でも活躍中。



「りんたろー。さんとお笑いコンビのEXITのメンバーが、介護の仕事について話している様子。写真提供：EXIT

**本業のエネルギー**  
 は、やっぱりみんな余勢も、お笑いの仕事大得意な人なんでしょう。お笑いコンビ「EXIT」のりんたろー。さん、フレンドリーな8年間、介護業界にアルバイトをしてきた。そんなりんたろー。さんに介護の仕事について聞いた。

「お笑い第1世代として、若手大の中でも特に注目されるお笑いコンビ「EXIT」のりんたろー。さん、フレンドリーな8年間、介護業界にアルバイトをしてきた。そんなりんたろー。さんに介護の仕事について聞いた。

「お笑い第1世代として、若手大の中でも特に注目されるお笑いコンビ「EXIT」のりんたろー。さん、フレンドリーな8年間、介護業界にアルバイトをしてきた。そんなりんたろー。さんに介護の仕事について聞いた。

**「生き切ることに寄り添い**  
 オンライン上で「カウチング」が流行りつつある。その中でもお笑いコンビ「EXIT」のりんたろー。さんは、お笑いだけでなく、お笑いを通して「生き切ることに寄り添い」たいという思いがある。お笑いを通して「生き切ることに寄り添い」たいという思いがある。お笑いを通して「生き切ることに寄り添い」たいという思いがある。

**「お笑い第1世代として、若手大の中でも特に注目されるお笑いコンビ「EXIT」のりんたろー。さん、フレンドリーな8年間、介護業界にアルバイトをしてきた。そんなりんたろー。さんに介護の仕事について聞いた。」**

「お笑い第1世代として、若手大の中でも特に注目されるお笑いコンビ「EXIT」のりんたろー。さん、フレンドリーな8年間、介護業界にアルバイトをしてきた。そんなりんたろー。さんに介護の仕事について聞いた。」

**「お笑い第1世代として、若手大の中でも特に注目されるお笑いコンビ「EXIT」のりんたろー。さん、フレンドリーな8年間、介護業界にアルバイトをしてきた。そんなりんたろー。さんに介護の仕事について聞いた。」**

「お笑い第1世代として、若手大の中でも特に注目されるお笑いコンビ「EXIT」のりんたろー。さん、フレンドリーな8年間、介護業界にアルバイトをしてきた。そんなりんたろー。さんに介護の仕事について聞いた。」

**「お笑い第1世代として、若手大の中でも特に注目されるお笑いコンビ「EXIT」のりんたろー。さん、フレンドリーな8年間、介護業界にアルバイトをしてきた。そんなりんたろー。さんに介護の仕事について聞いた。」**

「お笑い第1世代として、若手大の中でも特に注目されるお笑いコンビ「EXIT」のりんたろー。さん、フレンドリーな8年間、介護業界にアルバイトをしてきた。そんなりんたろー。さんに介護の仕事について聞いた。」

**「お笑い第1世代として、若手大の中でも特に注目されるお笑いコンビ「EXIT」のりんたろー。さん、フレンドリーな8年間、介護業界にアルバイトをしてきた。そんなりんたろー。さんに介護の仕事について聞いた。」**

「お笑い第1世代として、若手大の中でも特に注目されるお笑いコンビ「EXIT」のりんたろー。さん、フレンドリーな8年間、介護業界にアルバイトをしてきた。そんなりんたろー。さんに介護の仕事について聞いた。」

Copyright © The Sankei Shinbun. All rights reserved. 掲載記事、写真の無断転載を禁じます。

図 8-11 産経新聞全国版朝刊 2021年2月19日掲載

【ウェブ産経】

ウェブ産経

新規登録 募集しています  
登録・年会費 無料



産経ID会員登録、  
掲載イベント、  
商品情報の詳細は  
こちらから

申し込み

https://id.sankei.jp

産経ID 検索

お問い合わせ  
0570-033-433 (午前10時～午後6時)

産経IDへの登録方法



紙面に掲載されている各種イベント、公演、優待チケット、プレゼントなどのお申し込みには一部を除いて会員登録(入会金、年会費無料)が必要です。「産経ID」の発行ページにアクセスして、登録後に登録してください。

アイコンの説明

- 出かける
- 最新情報
- おすすめ

四国八十八カ所巡り 12月に追加開催

四国八十八カ所巡りを第88番巡りから第1番巡りへと逆方向に巡る「逆巡り」の旅を、ご好評を受けて12月に追加開催します。うるう年の巡りでは「弘法大師」に出会い、より多くの高僧を授かる。とされ、今年は空海が弘法大師の号を贈られた天竺から戻されて1100年という記念の年でもあります。

北海道2泊 老舗ホテル&グランピング

北海道の老舗ホテル「森のペンション」北海道小樽市と、アウトドアアランド「スノーピーク」が運営する「Snow Peak Tokachi Poroshiri」一写真一の旅に宿泊する3日間の旅を産経ID限定で販売中です。出発日は11月6日、または12月11日。代金は1人14万9800円(2人1室利用時。別途空港使用税が必要)ですが、政府の観光支援事業「Go To トラベル」の期間で1人19万5000円(税)となります。問い合わせはオペレーション・トラベル03・3567・1202(平日午前10時～午後5時)まで。

ペットメルマガ配信

自慢の愛犬愛猫の写真を募集します! 投稿には産経ID事務局が発信するメルマガ「にゃんこワンダフルライフ」の購読(無料)が必要です。スクーピー(MIX) 年齢:4歳 性別:♀ コメント:「昨年、人間の命ができて育児を頑張ってきたんですけど、実は「いい、いい、いい、はぁ、が、特技」です。趣味は読書です」 飼い主:ネルソン(東京都)

厳選!! カニ&海の幸をセットで

「山ゆで」引き立つ甘さ 北海道からお届け

北海道の蟹産地「北越からの贈り物」が厳選したカニを、産経ID限定で販売中です。同社は川上郡志布志町の「加藤水産」が加工したカニを仕入れています。同社は扇形と扇形に加工し、ミネラル豊富な地下水が豊富に存在しています。加藤水産のカニはすべてこの水で「山ゆで」したもので、産後加工する「山ゆで」とは違い、魚介類特有の臭みが少なく、カニ本来の旨みが引き出されています。今回は、ズワイガニをはじめ5種類のセットをご用意しました。この機会にぜひご賞味ください。

お試しセット(北海道産いくらしょうゆ漬60g2点、北海道産ホタテ玉冷300g1箱)一写真、9990円(税込込み、送料別)  
②ズワイガニ2個しゃぶしゃぶお弁当1\*、(税)と海鮮お祝いセット(税)、9990円(税)  
③ズワイガニ2個約1\*、タラバガニ2個約1\*の食比べセット、1万5000円(税)  
④ズワイガニ2個約800g、タラバガニ2個約800gと海鮮セット(いくらしょうゆ漬150g、ポタンエビ500g、ホタテ300g)、2万2000円(税)  
⑤4大蟹食比べセット(タラバガニ2個約800g、ズ



ズワイガニ2個約400g、毛ガニ2個約300g、花笠ガニ2個約400g)、2万5000円(税)  
商品の発送は11月20日以降となります。また冷凍品のため、重量にはグレース(※)が含まれます。ご購入の案内や詳細は産経IDHP(左側のQRコードからアクセスできます)でご確認ください。

「ゆうゆうLife」オープン 介護を語る

産経新聞社はファンコミュニティ「ゆうゆうLife」をオープンしました。介護の仕事を知りたい、具体的なコミュニティです。介護の仕事について、自分の持つイメージや自身の介護にまつわる体験、仕事と育児、家事などとの両立、やりがいを感じた瞬間などについて、語り合う場となります。介護の仕事に携わっている方は、やりがいや誇りを改めて感じていただける場、携わっていない方には「介護の仕事って案外そう」と感じていただけるコミュニティを目指します。

登録、参加は無料です。特設サイト(https://www.bosch.jp/community/YOU\_YOULIFE)または右のQRコードからアクセスしてください。



介護のリアル 黒木瞳さんと学ぼう



11月4日 無料オンラインイベント  
産経新聞社は11月4日、無料オンラインイベント「介護のリアル 黒木瞳さんと学ぼう」を開催します。黒木瞳さんは、介護の現場で働く介護士として、介護の現場のリアルを伝えています。黒木瞳さんは、介護の現場で働く介護士として、介護の現場のリアルを伝えています。黒木瞳さんは、介護の現場で働く介護士として、介護の現場のリアルを伝えています。

毎月第3日曜日掲載 次回は11月15日(日)掲載予定です

真琴つばさ 落語に初挑戦 「囃舞台 落語のラララ」

10月30日 オンライン生配信も  
元主演映画『トコノエ』で女優の真琴つばさは、10月30日午後2時と6時半の2回、東宝新宿区の四谷区民ホールにて開催される落語の囃舞台「落語のラララ」に初挑戦し、落語に初挑戦する。真琴つばさは、落語の囃舞台「落語のラララ」に初挑戦し、落語に初挑戦する。真琴つばさは、落語の囃舞台「落語のラララ」に初挑戦し、落語に初挑戦する。

「Fukushima 50」豪華版 予約受け付け中

福島第1原発事故で福島内に残った職員の奮闘を描いた、今年3月に公開された大ヒットした映画「Fukushima 50」(若松朗監督、佐藤浩市、渡辺謙ら出演)がブルーレイ、DVD化されます。11月6日の発売を前に、産経IDHPで「ブルーレイ豪華版(特典DVD付)」の予約を受け付けています。ブルーレイには本編のほか、登場人物のモデルとなった実在の関係者「リアル50」と映画の製作「死の隣に居た男 吉田昌郎と福島第一原発」の著作、門田隆将氏によるオーディオコメントなどを収録。特典DVDにはメイキング映像、イベント映像を収録しています。代金は3790円(税込込み、送料別)。詳細は産経IDHPで。

「ラストメッセージ」アンケート 抽選で金券1万円分プレゼント

ラストメッセージ 産経 lastmessage  
「産経ラストメッセージ」では、今後のサービスを向上させるため、アンケートを実施しています。お答えいただき、抽選で金券1万円分をプレゼントします。商品券、クオカード、アマゾンギフトの中からお選びいただけます。締め切りは11月8日。当選者の発表は商品の発送をもってかえさせていただきます。アンケートは(https://id.sankei.jp/e/1630)で実施しています。

大迫力!丸 海上自衛隊カレンダー2021

海上自衛隊カレンダー2021  
産経新聞出版グループ発行の3リタリ「丸」がお届けする「丸 海上自衛隊カレンダー2021」を販売中です。海上自衛隊の各種機材など、迫力ある写真が満載。大判ホスターサイズでお部屋の主役になります。A2判縦型、月めくり掛けタイプで、1冊2800円(税込、送料別) お買い求めは産経IDHPから。

プレゼントを当てよう! 31日締め切り

- ①「猫どころ」カレンダー 産経新聞社の「猫カメラマン」尾崎修二が撮影した「猫どころ2021」カレンダー(オールカラーA3)が今年も完成。3人にプレゼントします。また、1冊1000円(税・送料込み)で販売中の「産経IDHP」からご購入いただけます。オリジナルホルスターカードを1枚プレゼントします。
- ②産地ブランドアソート 味の素AGFの「ちよっと贅沢な珈琲」ブラックインボックス。シリーズから販売された「産地ブランドアソート」は、産地ブランドの異なる4種類のブラックコーヒーを、この1箱で楽しむことができます。6箱(1箱8人分)を12人にプレゼントします。
- ③豆乳協会特製エコバッグ 日本豆乳協会は、10月12日の「豆乳の日」を記念して、「豆乳エコバッグ」を特製しました。色は緑でコットン100%使用。買い物などに便利な同協会特製エコバッグ(横48cm、縦33cm、幅14cm)を、5人にプレゼントします。 ※この商品のみ、29日締め切りです。

【注】従来の「ウェブ産経」会員の方は、はがきでの応募も可能です。はがきには郵便番号、住所、氏名、年齢、電話番号、ウェブ産経会員番号、希望の商品を書き、〒100-8078 産経新聞社 産経ID事務局/プレゼント係へ

図 8-12 「ウェブ産経」2020年10月18日掲載



## 第9章 「ゆうゆう Life コミュニティ」(「きっかけ」内に開設)

### 9.1 狙い

産経新聞社のオンライン上のコミュニティ「きっかけ」内に、介護や介護のしごとに興味を持つ人を集め、介護のしごとへの理解を深めてもらうことを目的にしたコミュニティサイト「ゆうゆう Life コミュニティ」をオープン、半年間の運営を行った。介護のしごとを知るための“きっかけ”となるよう、参加者にテーマを投げかけて投稿を促したり、イベントと連動してコメント投稿を促すことで、参加者の持つイメージや介護にまつわる体験が語られ、仕事と育児、家事などの両立、やりがいを感じた瞬間などについて、ほかの参加者と情報交換できる場となった。



図 9-1 「ゆうゆう Life コミュニティ」サイト

### 9.2 ゆうゆう Life コミュニティ概要

- サイト URL: <https://www.beach.jp/circleboard/af08100/topictitle>
- 開設時期: 2020年10月1日
- 登録人数: 5275人(2021年3月31日現在)
- 目的: 介護や介護のしごとに少しでも興味のある人同士でコミュニケーションを交わすことで、より介護への理解を深める場所とし、介護のしごとにも興味を持ってもらう。
- 施策: コミュニティ内で介護にまつわるテーマを投げかけ、参加者がそれに対してコ



メント投稿をしたり、他の参加者のコメントに拍手や返信などを行うことで、コミュニケーションを活性化させた。

#### 具体的なテーマ投稿と結果例

- ・各イベントにまつわる投稿：「＼無料オンラインイベントに参加しよう／りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル」ほか イベントの質問や感想を募ることで、介護への理解度を深めた。

- ・自身の介護体験や、介護のしごとをしている人のやりがいを聞く投稿：「<教えて！介護のおしごと> 「やりがいを感じた瞬間」ってどんなとき？」ほか 自身の介護体験をかなりの長文で語る人も多く、将来の親の介護への不安から介護について学びたいという意見を語る人も見られた

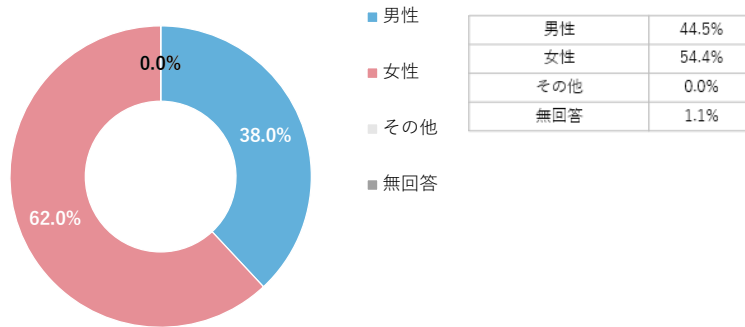
- ・入門的研修について動画の感想を募る投稿：「ゆうゆう Life」の参加者が自身の介護体験を投稿しながら「もっと早くこうして介護について学びたかった」と語ったり、「これから親が介護が必要な世代。ぜひ動画で介護について学びたい」という前向きな姿勢を感じさせる投稿も多く見られ、「介護に少しでも興味を持っている人」を集めて情報発信やコミュニケーションを行う重要性や、将来への可能性が見出せる施策となった。

- ・半年間のテーマ投稿については以下のとおり。

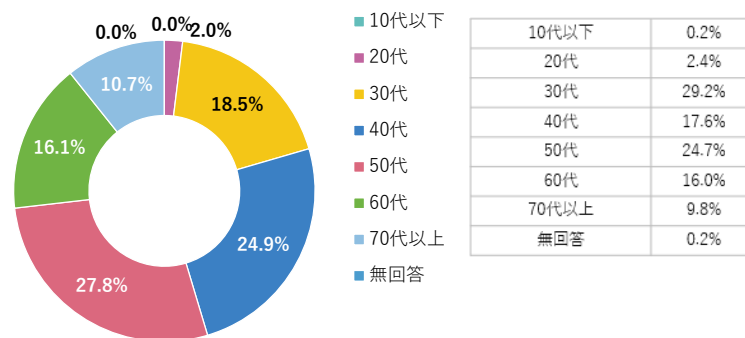
No	カテゴリー	タイトル	開始日
1	テーマのコトを話す場に馴染む	【常設テーマ】「やりがいを持っていること」はある？	2020/10/01
2	お知らせリアルイベント	＼無料オンラインイベントに参加しよう／黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと	2020/10/23
3	お知らせリアルイベント	＼無料オンラインイベントに参加しよう／りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル	2020/12/02
4	お知らせリアルイベント	【無料オンラインイベント】「人生 100 年時代を豊かにする kaigo」参加者募集！	2020/12/09
5	テーマのコトを話すユーザーを知る	<教えて！介護のおしごと> 「やりがいを感じた瞬間」ってどんなとき？	2021/02/02
6	リアルイベント	【無料オンラインイベントに参加しよう】 2/26（金）開催「自分らしい働き方を見つけるには」	2021/02/05

### 9.3 ゆうゆう Life コミュニティ分析結果 【ユーザー属性】

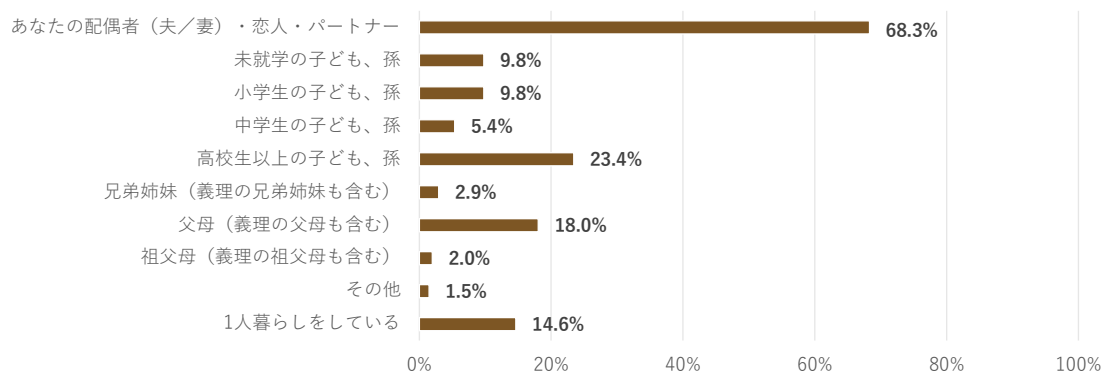
#### ■性別



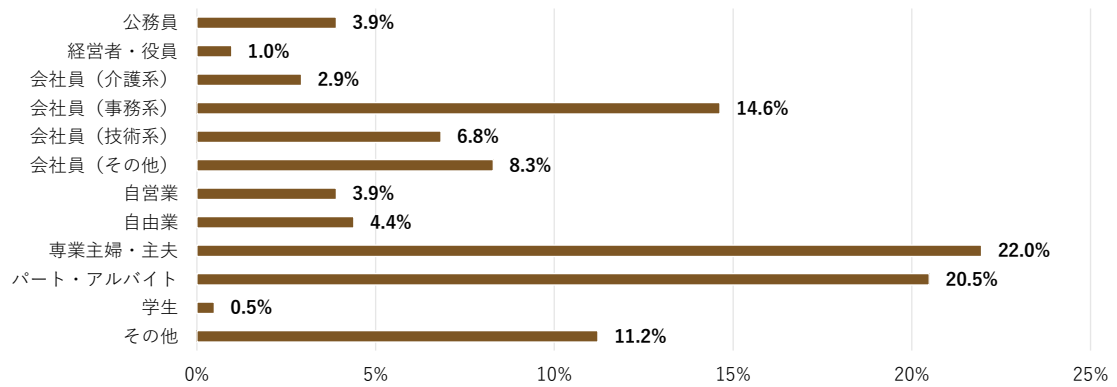
#### ■性別



#### ■同居家族

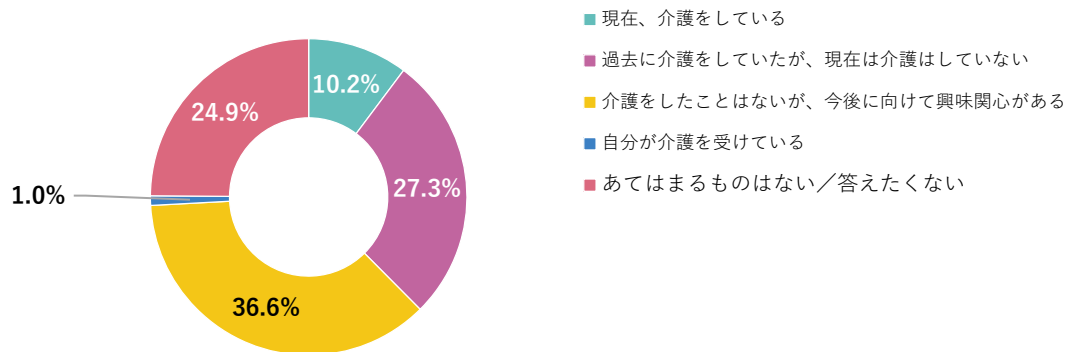


## ■職業

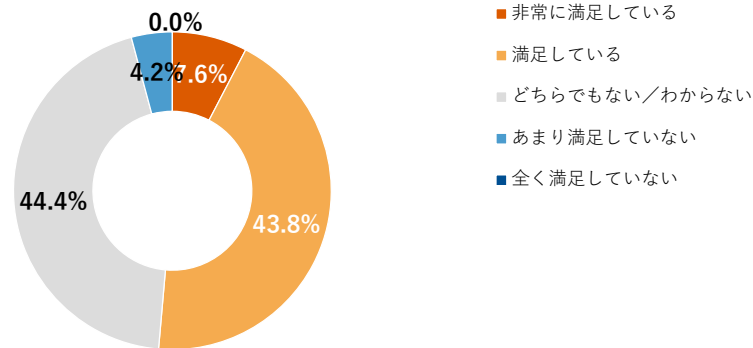


## 【ユーザー基本情報】

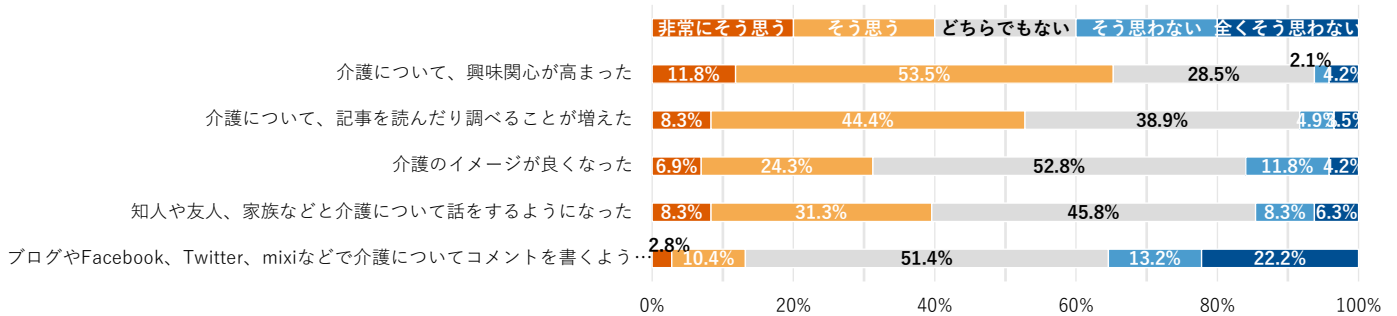
■あなたの介護の状況に、もっともあてはまるものを1つお選びください。



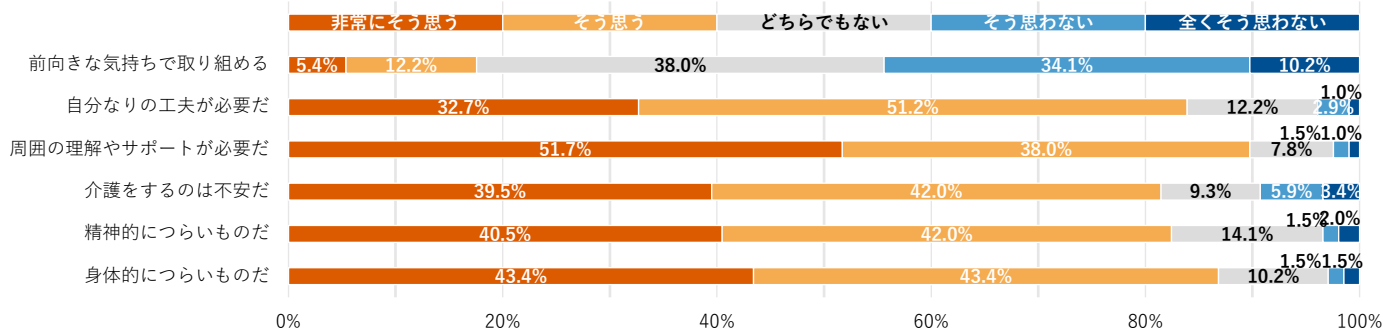
■あなたは「ゆうゆうLifeコミュニティ」に参加して満足していますか？ もっともあてはまるものを1つお選びください。



■3：「ゆうゆう Life コミュニティ」に参加することにより、介護に対する意識や行動は変わりましたか？ それぞれもっともあてはまるものを1つお選びください。



■4：あなたが思う「介護」のイメージをおうかがいします。以下であげる項目は、「介護」についてどの程度、そう思いますか？ それぞれもっともあてはまるものを1つお選びください。

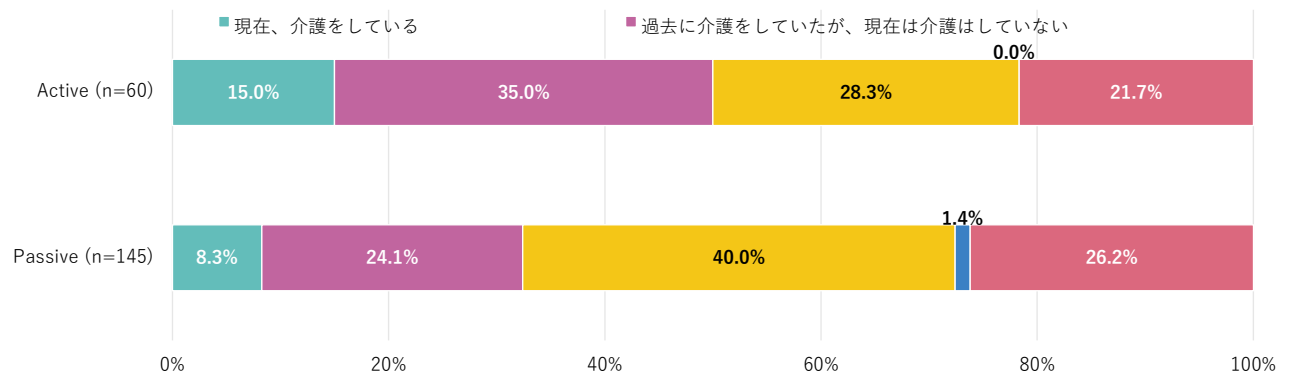


## 【コミュニティへの関与とファン化について】

コミュニティ内で活発に意見を交わす Active ユーザーと、あまり活動をしていない（受け身）Passive ユーザーの比較を行った。

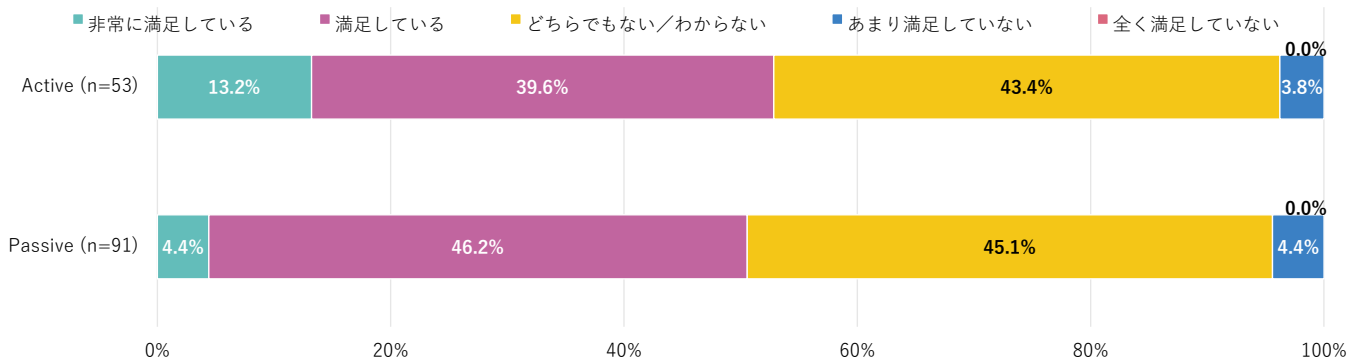
■あなたの介護の状況に、もっともあてはまるものを1つお選びください。

※介護の状況を確認すると、Active ユーザーは Passive ユーザーより、現在もしくは過去に介護経験のあるユーザーの割合が高かった。



■あなたは「ゆうゆう Life コミュニティ」に参加して満足していますか？ もっともあてはまるものを1つお選びください

※コミュニティ満足度を確認すると、Active ユーザーは Passive ユーザーより、「非常に満足している」ユーザーの割合が高かった。

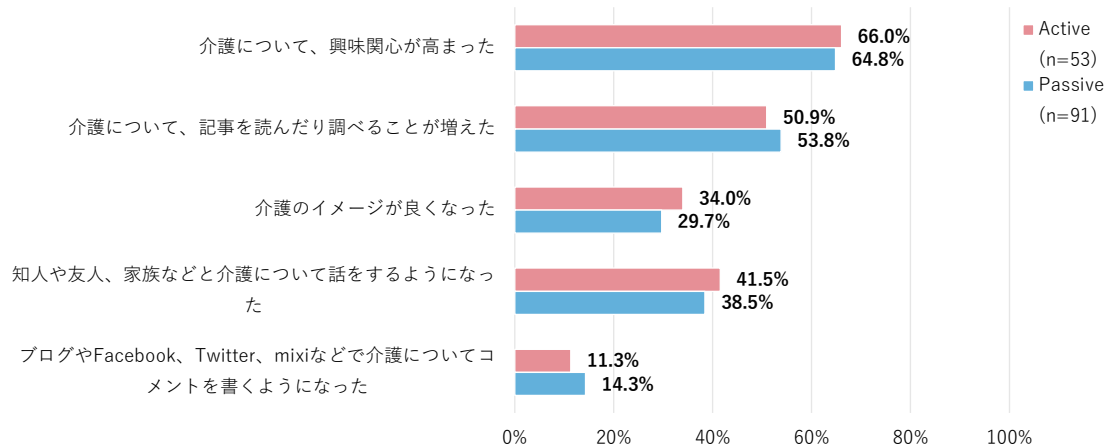


■「ゆうゆう Life コミュニティ」に参加することにより、介護に対する意識や行動は変わりましたか？ それぞれもっともあてはまるものを1つお選びください。

※リレーションシップ行動の変化を確認すると、Active ユーザーは Passive ユーザーより

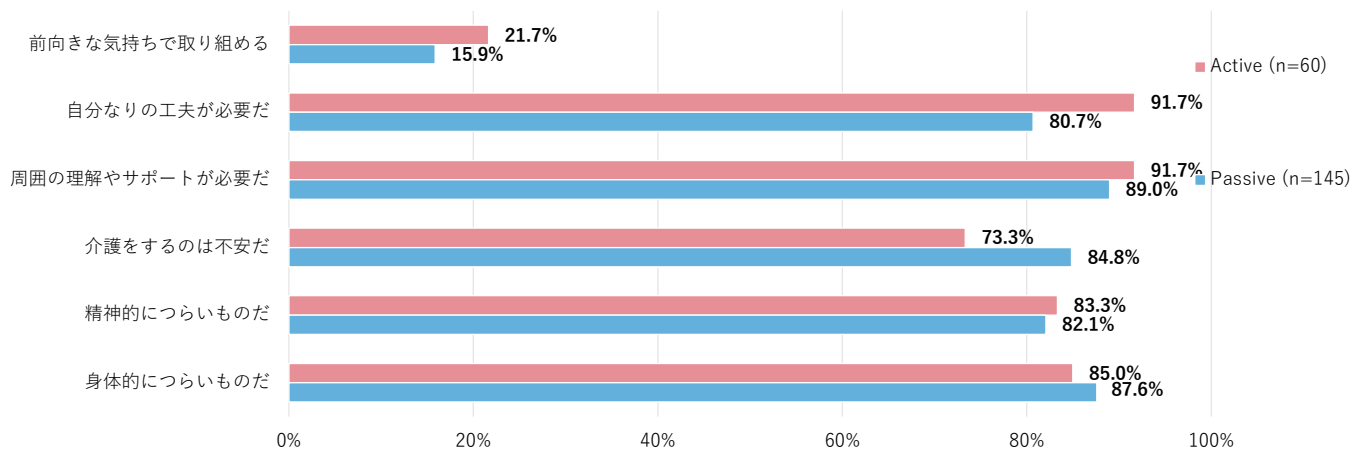
り、コミュニティ参加後に「介護について、興味関心が高まった」「介護のイメージが良くなった」「知人や友人、家族などと介護について話をするようになった」ユーザーの割合が高かった。一方で、「介護について、記事を読んだり調べることが増えた」「ブログや

Facebook、Twitter、mixiなどで介護についてコメントを書くようになった」では、Passiveユーザーの割合が高かった。



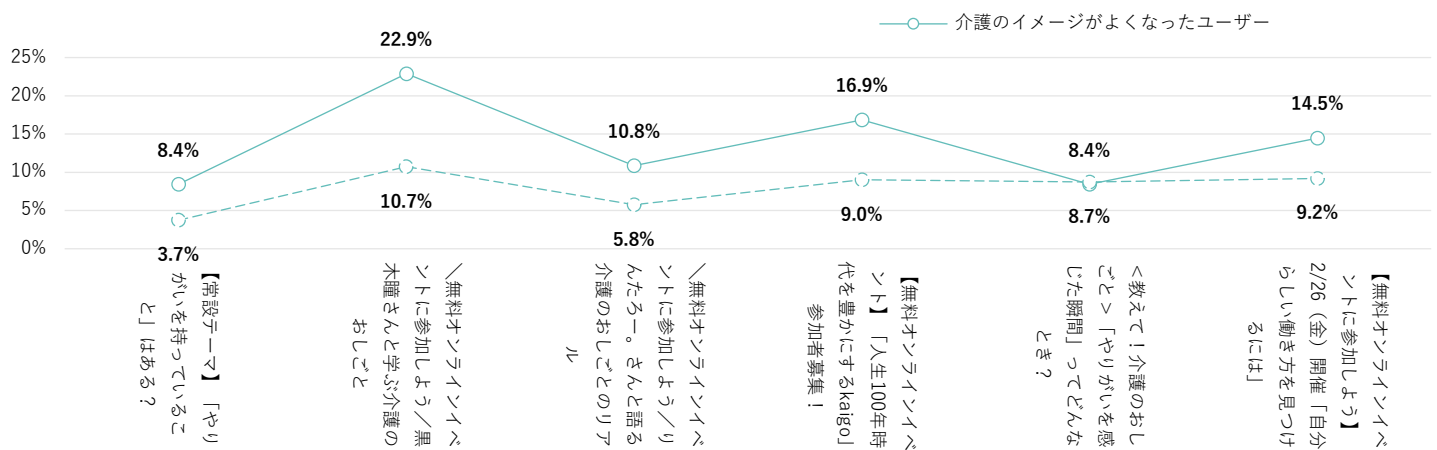
■あなたが思う「介護」のイメージをおうかがいします。以下であげる項目は、「介護」についてどの程度、そう思いますか？ それぞれもっともあてはまるものを1つお選びください。

※介護のイメージを確認すると、ActiveユーザーはPassiveユーザーより、「前向きな気持ちで取り組める」「自分なりの工夫が必要だ」「周囲の理解やサポートが必要だ」「精神的につらいものだ」のイメージを持つユーザーの割合が高かった。一方で、「介護をするのは不安だ」「身体的につらいものだ」では、Passiveユーザーの割合が高かった。



■「ゆうゆう Life コミュニティ」に参加することにより、介護に対する意識や行動は変わりましたか？ それぞれもっともあてはまるものを1つお選びください。

※態度変容が起きたユーザーの参加した施策を確認すると、「\無料オンラインイベントに参加しよう／黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと」「【無料オンラインイベント】『人生 100 年時代を豊かにする kaigo』参加者募集！」などのオンラインイベントへの参加割合が高かった。



## 【介護のイメージがよくなったユーザーに拍手されたコメントを抽出】

### ■常設テーマ：「やりがいを持っていること」はある？

親の介護。やり甲斐というより、悩みや大変さもあるけれど、やらなければ一生後悔が残ると思うでしょうね。

トッティさん (50代 女性)

3回 20回

エンジニアをしています。コロナの影響で業務内容がガラリと変わり、基板設計を一から勉強することに。やりがいを感じれるレベルまではまだまだ時間がかかりそうですが、早くチームに貢献したいです！

mmamecoさん (40代 女性)

3回 19回

何か見つけたいです。

sarisariさん (40代 女性)

3回 18回

週に一回 体操教室に参加すること。ステイホームの影響 体重が増えて動けなくなりそうでした。続けないと、ダメです。

ダメ組さん (30代 女性)

3回 17回

やりがいと言えるほどのものはありませんが、何とか毎日、家事育児に頑張っています。

たえさん (30代 女性)

3回 17回

ギターの練習。

しみちゃしみじみさん (50代 男性)

3回 17回

## ■\無料オンラインイベントに参加しよう／黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと

介護の仕事をしてる方が、やりがいを語っているときに涙ぐまれているのを見て、こちらも温かい気持ちになりました！  
ぼんさん（30代女性） 3回 12回

大変な仕事のイメージでしたが、やりがいや感謝、感動があり楽しんでやられてる話が印象的でした。  
aiさん（40代女性） 3回 10回

## ■<教えて！介護のおしごと>「やりがいを感じた瞬間」ってどんなとき？

周りの人の理解が大きな力になります。  
山爺さん（70代男性） 3回 18回

経験がないと大変だと、想像しかできない。  
翼が欲しい虎さん（50代男性） 3回 18回

ちなみに、その友人は、介護の仕事が「大変な仕事」と言われたり、「感謝されることがやりがい」ってというのが、いまひとつピンとこないそうです。彼女の父親は新聞記者で、姉は大手旅行代理店勤務、それと比べても「自分の仕事のほうが大変だとは思わないし、感謝されるというのはどんな仕事でもあるし、確かに嬉しい場面はあるけど、それがやりがいって言われると、ちょっと違いますね」とおっしゃってられました。「専門性の高い仕事」って言ってもらいたいけれど、それはまだこれからかもしれません、とおっしゃっていたのが、印象的でした。  
あおいひさん（50代男性） 3回 16回

トッティさんみたいになります。  
しみちゃしみじみさん（50代男性） 3回 16回

相手に感謝されたときって自分のしたことに誇りを持てる瞬間ですね  
ひまわりママさん（60代女性） 3回 12回

## ■【無料オンラインイベント】「人生 100 年時代を豊かにする kaigo」参加者募集！

時間の都合で、第1部しかお邪魔できませんでしたが、新たなビジョンを持ち、実際に取り組んでいらっしゃる皆様のお話しはとても参考になり、今の課題（コロナ対策）から離れ、明るい介護のことを考える時間を持つことができました。ゆうゆうLifeの紹介もありましたね！  
ねこさん（40代女性） 3回 13回

そろそろ気になるジャンルです  
あやにかみやさん（30代女性） 3回 10回

## 【介護のイメージがよくなったユーザーの意思決定過程】

介護のイメージがよくなったユーザーはどのように意思決定したのか、その意思決定に至るプロセスを観察した。



CASE1:ねこさん(40代 女性)

会社員 (技術系)

同居家族 : 配偶者、中学生の子ども、高校生以上の子ども

介護のイメージ (FA) : いずれ必要になる、重労働、お金がかかる

介護の状況 : 介護をしたことはないが、今後に向けて興味関心がある

※第1回調査(2021年3月)時点で、『ゆうゆうLifeサークル』に参加することにより、介護のイメージが良くなった」に「そう思う」と回答

コミュニティを通じて、  
介護のイメージが良くなった

「ゆうゆうLife」に  
入ってみたことが新た  
な始まりかな？

オンラインイベントに  
興味を持ち、参加いた  
しました。イベントに  
参加して、良いお話し  
を聴けたと思いました。

#### ねこさんの行動

40代女性のねこさんは、会社員で、配偶者や子どもと同居しているユーザー。ゆうゆうLifeコミュニティとちょっと世界が広がるコミュニティきっかけには、2020年11月に登録し、投稿・拍手を中心に活動していた。

コミュニティ登録当初から『やりがいを持っていること』はある？』の施策において、「『ゆうゆうLife』に入ってみたことが新たな始まりかな？」と投稿。さらに翌日「黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと」の施策において、「次回のイベントも視聴しようと思います！」「昨日の配信を観たり、皆さんのコメントを読んで頑張る気持ちを持ち続けられそうです！」とほかのユーザーのコメントの影響を受けて、オンラインイベントへの関心が高い様子であった。

2020年12月「りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル」のオンラインイベントに参加後に「高齢者の方々への声かけの仕方など、とても参考になりました。介護業界、魅力のある職場なんだと再発見しました。」と介護職の魅力を感じている様子であった。さらに「新たなビジョンを持ち、実際に取り組んでいらっしゃる皆様達のお話しはとても参考になり、今の課題（コロナ対策）から離れ、明るい介護のことを考える時間を持ってました。ゆうゆうLifeの紹介もありましたね！」とコミュニティを通して明るい介護のことを考えるようになっている様子がうかがえる。

その後きっかけコミュニティで、冬休みの楽しみ方などの介護以外の生活について投稿するなど活動を継続した。

2021年2月には、「一部の方のお話を聞くだけでも、その行動力に元気を頂きました。活き活きと話されていたことも印象に残りました。」とコメント。

こうした活動の結果、2021年3月の第1回調査では、「介護のイメージが良くなった」に「そう思う」と回答。態度変容理由としても「無料オンラインイベントは、これからも続けてほしいです。」と回答。

## 【コミュニティユーザーの分析から】

・態度変容が起きたユーザーの参加した施策を確認すると、オンラインイベントへの参加割合が高かった（イベントの効果が確認できている）

・ユーザーの属性については、女性、コミュニティ満足度が高いユーザーほど、介護のイメージがよくなる可能性が高くなっていった。「<教えて！介護のおしごと>「やりがいを感じた瞬間」ってどんなとき？」などの「テーマについて話す|ユーザーを知る」施策に参加したユーザーほど、「テーマについて話す|場に馴染む」施策に参加していないユーザーほど、介護のイメージがよくなる可能性が高くなっていった。「介護の状況」については、「現在、介護をしている」「介護をしたことはないが、今後に向けて興味関心がある」ユーザーほど、また「自分なりの工夫が必要だ」の介護イメージを持っているユーザーも、介護のイメージがよくなる可能性が高くなっていった。

・介護のイメージがよくなったユーザーに拍手されたコメントを抽出すると、「介護のお仕事への共感」とともに、「自分自身の生活の中にやりがいを感じている人への共感」が浮かび上がってくる。介護のテーマのみを実施していても駄目で、生活の中でのやりがいなど介護周辺の施策も実施すると効果的と考えられる。

・態度変容ユーザーのケースで挙げられた「ねこさん」の発言を追うと、2020年12月「りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル」のオンラインイベントに参加後に「高齢者の方々への声かけの仕方など、とても参考になりました。介護業界、魅力のある職場なんだと再発見しました」と介護のしごとの魅力を感じている様子であった。さらに「新たなビジョンを持ち、実際に取り組んでいらっしゃる皆様達のお話しはとても参考になり、今の課題（コロナ対策）から離れ、明るい介護のことを考える時間を持つことができました。『ゆうゆうLife』の紹介もありましたね！」とコミュニティを通して明るい介護のことを考えるようになっている様子が見えられた。

その後きっかけコミュニティで、冬休みの楽しみ方などの介護以外の生活について投稿するなど活動を継続。2021年2月のイベント開催時には、「一部の方のお話を聞くだけでも、その行動力に元気を頂きました。生き活きと話されていたことも印象に残りました」とコメント。こうした活動の結果、2021年3月の第1回調査では、「介護のイメージが良くなった」に「そう思う」と回答。態度変容理由としても「無料オンラインイベントは、これからも続けてほしいです」と回答した。

## 第10章 実績報告書

### 10.1 ウェブサイト「ゆうゆう Life」記事閲読による「介護のしごと」に対する意識変化

#### 10.1.1 調査の目的と概要

当事業が目的とする、「介護と地域づくりをめぐる様々な記事に触れることで、介護に関心を持ってもらう」ことがウェブサイト「ゆうゆう Life」によって実現されているか、効果検証をネットリサーチにより実施した。

全国の約 1485 サンプルの対象者に、「介護業界」「介護に関わる仕事」への就労意向を尋ねた上で、ウェブサイト掲載記事を読んでもらう。そののち、あらためて「介護業界」「介護に関わる仕事」への就労意向を尋ね、回答の変化量を測定した。

調査の概要は以下の通り。

■実施期間 2021年03月15日(月)～2020年03月23日(火)

■調査対象 産経ID会員(※)

	有効サンプル
<b>対象1：子供がいる</b>	<b>750</b>
：【末子の年齢】 未就学児	66
：【末子の年齢】 小1～小3	32
：【末子の年齢】 小4～小6	48
：【末子の年齢】 中学生	50
：【末子の年齢】 高校生・高専生	70
：【末子の年齢】 大学生・院生・短大・専門	98
：【末子の年齢】 社会人・その他	386
<b>対象2：子供はいない</b>	<b>735</b>
<b>合計</b>	<b>1485</b>

(※) 事前調査によって、対象1～対象4をあらかじめ抽出した。抽出条件は、「女性」「既婚／未婚問わず」「今後の就労意欲がある」

## 10.1.2 調査結果

(基本属性)

調査対象 1485 サンプルの基本的な属性は以下の通り。

<b>年齢</b>		
単一回答	N	%
34才以下	125	8.4
35才～39才	97	6.5
40才～44才	149	10.0
45才～49才	265	17.8
50才～54才	264	17.8
55才～59才	272	18.3
60才以上	313	21.1
<b>全体</b>	<b>1485</b>	<b>100.0</b>

<b>居住地域</b>		
単一回答	N	%
北海道	18	1.2
東北地方	30	2.0
関東地方	881	59.3
中部地方	82	5.5
近畿地方	417	28.1
中国地方	20	1.3
四国地方	6	0.4
九州地方	31	2.1
<b>全体</b>	<b>1485</b>	<b>100.0</b>

(調査サンプルが閲読した「ゆうゆうLife」の記事コンテンツ)

ゆうゆうLife 



利用者の調理を見守る介護福祉士の内田千恵子さん(右から2人目) =千葉県柏市のあいゆうデイサービス東山(飯田英男撮影、以下同)

ひとから

### かつてのケアに反発、介護職に＝「世話する」から「力引き出す」へ

2020/09/11

介護保険制度ができて20年。介護の手法もこの間に大きく変わった。寝たきりにさせないよう本人の力を引き出

ゆうゆうLife 



短期入所の利用者さんと焼うどんを作る介護福祉士の中西智香さん(左) =奈良県天理市のあすならホーム様本

ひとから

### 100歳の自立を支援＝あすならホーム

2020/03/08

重度化防止に取り組む介護事業所が増えている。立ち座りを訓練し、オムツにせず、家族の介護負担を軽減することで、要介護でも家で暮らし続けるのが狙いだ。ある介護職

ゆうゆうLife 



生活上の動作がリハビリにつながる。利用者(右)と洗濯物を畳む介護福祉士の豊百合香さん(左) =津市の介護老人保健施設「いこいの森」

しごとから

### 介護助手導入で離職率低下

2020/03/01

介護施設でベッドメイキングや掃除、配膳などに携わる業務として、「介護助手」を新設する試みが注目されている。介護職の仕事の一部を、近隣住民が有償で担い、介護

(設問「今後のお仕事として、興味・関心がある業種をお選びください (いくつでも)」)

この設問を、「ゆうゆう Life」の記事を読む前と読んだ後の2回くりかえした。

「福祉・介護」を選択した回答者は、読む前では206 (13.9%) だったが、読んだ後では395 (26.6%) に増加した。

	「ゆうゆう Life」記事閱讀前		「ゆうゆう Life」記事閱讀後	
	N	%	N	%
複数回答				
水産・農林・鉱業	74	5.0	71	4.8
建設	60	4.0	49	3.3
製造業	150	10.1	125	8.4
卸 (卸売り業)	76	5.1	74	5.0
小売業	206	13.9	172	11.6
通信・IT	176	11.9	155	10.4
病院・医療	215	14.5	267	18.0
<b>福祉・介護☆</b>	<b>206</b>	<b>13.9</b>	<b>395</b>	<b>26.6</b>
不動産	99	6.7	80	5.4
金融・証券・保険	143	9.6	111	7.5
電気・ガス・水道	34	2.3	34	2.3
運送・運輸	41	2.8	30	2.0
放送・報道	112	7.5	104	7.0
広告・調査	142	9.6	131	8.8
官公庁	185	12.5	170	11.4
飲食/飲食サービス	202	13.6	185	12.5
アパレル/ファッション	112	7.5	95	6.4
コスメ/美容	119	8.0	98	6.6
学校/教育	300	20.2	280	18.9
娯楽	150	10.1	111	7.5
宿泊	100	6.7	105	7.1
その他サービス業	206	13.9	185	12.5
上記以外のその他【自由記述】	60	4.0	67	4.5
興味・関心がある業種はとくにない	202	13.6	232	15.6
全体	1485		1485	

(設問「今後のお仕事として、興味・関心がある就労先をお選びください(いくつでも)」)

この設問を、「ゆうゆうLife」の記事を読む前と読んだ後の2回くりかえした。

「福祉・介護」に関連する就労先を選択した回答者は、読む前では274 (18.5%) だったが、読んだ後では678 (45.7%) に増加した。

	「ゆうゆうLife」記事 事閱讀前		「ゆうゆうLife」記事 事閱讀後	
	件数	割合	件数	割合
ファミレス・レストラン・ファーストフード・カフェ	143	9.6	122	8.2
居酒屋	27	1.8	25	1.7
宅配・デリバリー・出前	15	1.0	16	1.1
食品製造・調理	171	11.5	139	9.4
その他の飲食業界	73	4.9	74	5.0
美容関連 (エステ・ネイル・美容師・メイク)	74	5.0	68	4.6
介護福祉士	40	2.7	87	5.9
介護スタッフ	78	5.3	191	12.9
ホームヘルパー	40	2.7	92	6.2
その他の介護・福祉事務	116	7.8	308	20.7
看護師・准看護師	43	2.9	45	3.0
その他医療・医療事務	185	12.5	203	13.7
コンビニ・レジ・スーパー・ドラッグストア	121	8.1	102	6.9
家電量販店・携帯ショップ	12	0.8	9	0.6
アパレル関連	77	5.2	54	3.6
警備員・監視員	9	0.6	12	0.8
清掃員	59	4.0	50	3.4
パチンコスタッフ・カラオケスタッフ・アミューズメントスタッフ	10	0.7	10	0.7
スポーツ関連 (ジムスタッフ・インストラクター・ゴルフ場キャディなど)	50	3.4	36	2.4
ホテル・ペンション・民宿スタッフ	129	8.7	99	6.7
イベントスタッフ・コンサートスタッフ	147	9.9	104	7.0
ドライバー (タクシーなど)	8	0.5	6	0.4
電話対応・コールセンター・テレアポ	134	9.0	110	7.4
事務・庶務	548	36.9	482	32.5
その他の事務 (受付など)	242	16.3	231	15.6
塾講師・家庭教師	76	5.1	82	5.5
保育士・幼稚園教諭	64	4.3	65	4.4
その他教育 (英会話など)	149	10.0	127	8.6
工場・倉庫内作業 (検品・商品管理・仕訳・梱包など)	130	8.8	91	6.1
宅配便の配送・バイク便・新聞配達	11	0.7	10	0.7
データ入力・SE (システムエンジニア) ・プログラマー	165	11.1	142	9.6
その他のIT・コンピュータ関連 (ゲーム・ユーザーサポートなど)	90	6.1	85	5.7
上記以外のその他	107	7.2	92	6.2
興味・関心がある就労先はとくにない	196	13.2	227	15.3

(設問「このコンテンツをお読みになって、以下の内容はどの程度あてはまると思いますか。」)

続いて、3本の記事に対する評価を尋ねた。それぞれに対する回答は以下の通り。

いずれも、『「介護のしごとの」イメージがわいた』、『介護のしごとのイメージが良くなった』との回答が多数を占め、肯定的な評価を得た。

[Web記事①へのリンク] かつてのケアに反発、介護職に＝「世話する」から「力引き出す」へ  
<https://youyoulife.jp/human/3582/>



複数回答		n	%
	全体	(1485)	
1	「介護のしごと」のイメージがわいた	504	33.9
2	「介護のしごと」のイメージが良くなった	528	35.6
3	「介護のしごと」のことをもっと調べたいと思った	184	12.4
4	今後「介護業界で働くこと」を検討するきっかけになった	82	5.5
5	「介護の業界で働くこと」への関心がわいた	182	12.3
6	「介護の業界」で働きたいと思った	29	2.0
7	どれにもあてはまらない	433	29.2



[Web記事②へのリンク] 100歳の自立を支援=あすならホーム  
<https://youyoulife.jp/human/3076/>



複数回答		n	%
	全体	(1485)	
1	「介護のしごと」のイメージがわいた	452	30.4
2	「介護のしごと」のイメージが良くなった	625	42.1
3	「介護のしごと」のことをもっと調べたいと思った	207	13.9
4	今後「介護業界で働くこと」を検討するきっかけになった	66	4.4
5	「介護の業界で働くこと」への関心がわいた	196	13.2
6	「介護の業界」で働きたいと思った	36	2.4
7	どれにもあてはまらない	409	27.5

[Web記事③へのリンク] 介護助手導入で離職率低下  
<https://youyoulife.jp/scene/2957/>



複数回答		n	%
	全体	(1485)	
1	「介護のしごと」のイメージがわいた	491	33.1
2	「介護のしごと」のイメージが良くなった	579	39.0
3	「介護のしごと」のことをもっと調べたいと思った	228	15.4
4	今後「介護業界で働くこと」を検討するきっかけになった	132	8.9
5	「介護の業界で働くこと」への関心がわいた	232	15.6
6	「介護の業界」で働きたいと思った	42	2.8
7	どれにもあてはまらない	390	26.3

調査方法 インターネットリサーチ

実施機関 株式会社産経リサーチ&データ

### 10.1.3 数値

#### ■Twitter

フォロワー264人

月ごとのインプレッション数、ツイート数、アクセス数

SEP 2020の概要	
ツイート <b>2</b>	ツイートインプレッション <b>1,207</b>
プロフィールへのアクセス <b>26</b>	@ツイート <b>1</b>
新しいフォロワー <b>2</b>	

2020年9月

昨年度のサイトから名称変更して引き継いだ。

投稿等をしていなかったため、プロフィールへのアクセスも少なく、ツイートインプレッションも1207で、新規フォロワーも2人だった。

OCT 2020の概要	
ツイート <b>14</b>	ツイートインプレッション <b>1,941</b>
プロフィールへのアクセス <b>45</b>	@ツイート <b>1</b>
新しいフォロワー <b>-1</b>	

2020年10月

週2~3回のツイート開始。

プロフィールへのアクセスも先月から2倍の45になった。

Twitterは投稿の文字数が少ないので、ユーザーの目を引く見出しをつけるように意識した。

11月4日に開催する黒木瞳さんのオンラインイベントのツイートを開始。

NOV 2020の概要	
ツイート <b>30</b>	ツイートインプレッション <b>197,947</b>
プロフィールへのアクセス <b>1,405</b>	@ツイート <b>19</b>
新しいフォロワー <b>31</b>	

2020年11月

ツイートを毎日1~2記事に増やした。

黒木瞳さんのオンラインイベントと、12月のりんたろー。さんのオンラインイベントを告知したので、アクセス1405、インプレッション197947と伸びた。

新規フォロワーも31人増えた。

DEC 2020の概要	
ツイート <b>37</b>	ツイートインプレッション <b>356,262</b>
プロフィールへのアクセス <b>6,634</b>	@ツイート <b>171</b>
新しいフォロワー <b>56</b>	

2020年12月

ツイートを毎日1~2記事投稿を継続した。

りんたろー。さんのファン層とTwitterとの親和性が高いため、オンラインイベントの際にリアルタイム投稿や、写真の投稿をし、「ゆうゆうLife」のサイトへ誘導した。

リツイートも171と多く、より多くのユーザーに拡散できた。

プロフィールへのアクセスも6634、インプレッション356262と爆発的に伸びた。

新規フォロワーも56人増えた。

JAN 2021の概要	
ツイート <b>24</b>	ツイートインプレッション <b>10,377</b>
プロフィールへのアクセス <b>833</b>	@ツイート <b>10</b>
新しいフォロワー <b>-9</b>	

2021年1月

毎日1~2記事の投稿。プロフィールのアクセス833、インプレッション10377、新規ユーザー-9と落ちたので、介護漫画など、比較的わかりやすい投稿を増やした。

FEB 2021の概要

ツイート

**36**

ツイートインプレッション

**17,920**

プロフィールへのアクセス

**1,023**

@ツイート

**3**

新しいフォロワー

**7**

2021年2月

ツイートを週2~3記事の投稿。

プロフィールへのアクセス1023、インプレッション17920に増加した。

他の月よりも日数が少ないが、新規フォロワーも落とすことなく7人増になった。

MAR 2021の概要

ツイート

**23**

ツイートインプレッション

**7,141**

プロフィールへのアクセス

**737**

@ツイート

**4**

新しいフォロワー

**-2**

2021年3月(26日付)

ツイートを週1~2記事投稿。

ユーザーに浸透してきた。

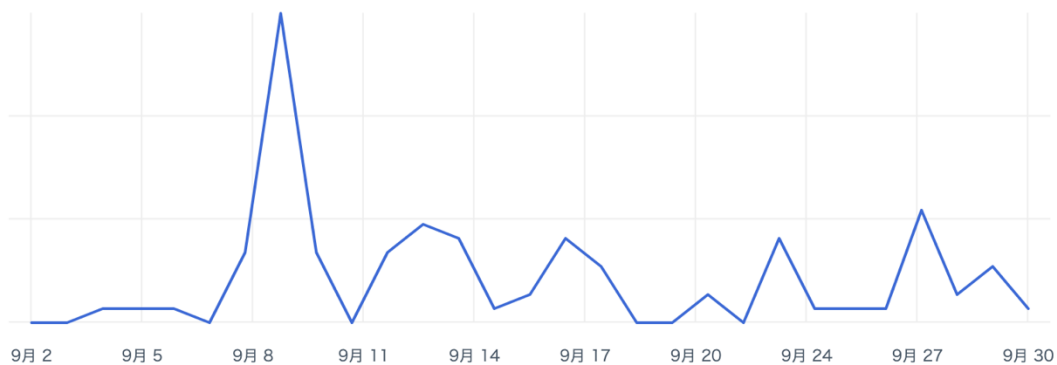
プロフィールへのアクセス737、インプレッションは7141。

フォロワーを落とさないようにしたい。

■Facebook

フォロワー693人

合計閲覧数 888



2020年9月

昨年度のサイトから名称変更して引き継いだ。

投稿等をしていなかったため、アクセスも少なく、PV数も888だった。

合計閲覧数 14190



2020年10月

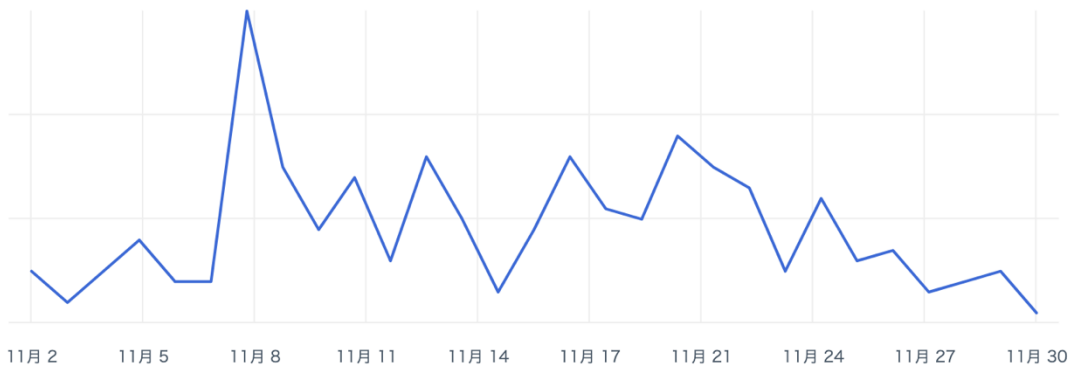
週2~3回の投稿開始。

Facebookは投稿の文字数が少ないので、ユーザーの目を引く見出しをつけるように意識した。

11月4日に開催する黒木瞳さんのオンラインイベントの告知記事を投稿開始。

PV数14190。

合計閲覧数 89279

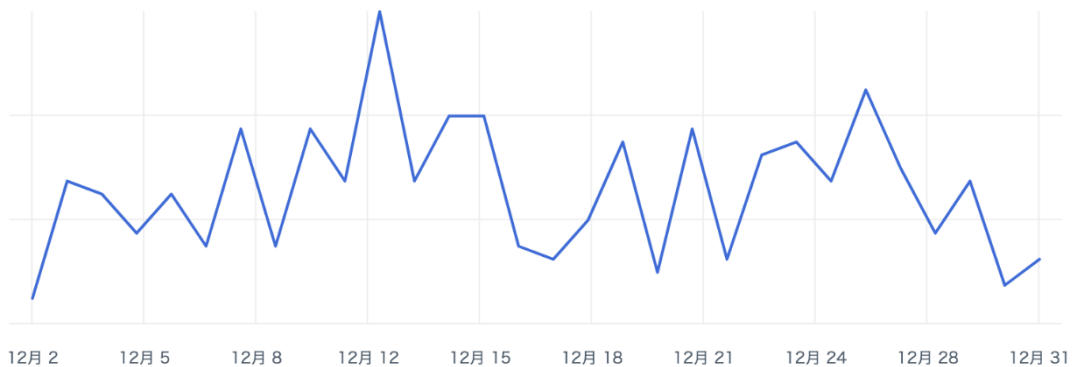


2020年11月

投稿を毎日1~2記事に増やした。

黒木瞳さんのオンラインイベントの告知と、12月のりんたろー。さんのオンラインイベントの告知をしたので、PV数89279、と伸びた。

合計閲覧数 94685



2020年12月

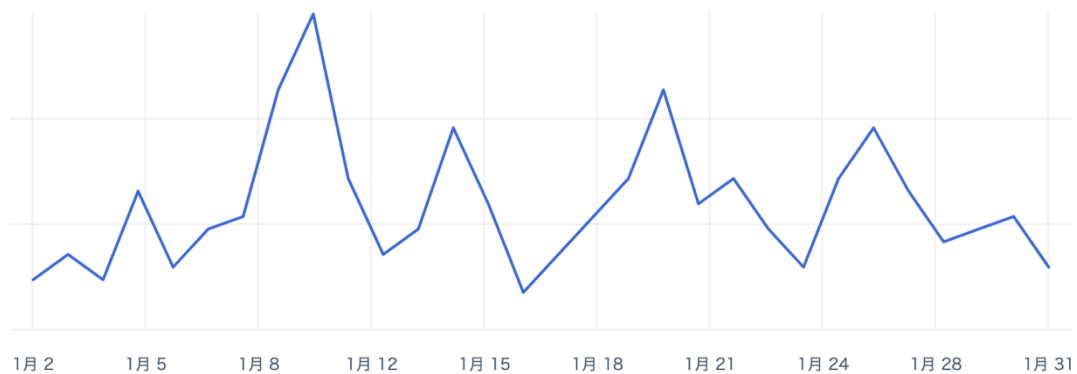
ツイートを毎日1~2記事投稿を継続した。

りんたろー。さんのファン層とFacebookの親和性が高いので、オンラインイベントの際にリアルタイム投稿や、写真の投稿をし、「ゆうゆうLife」のサイトへ誘導し。

より多くのユーザーに拡散できた。

PV数94685と爆発的に伸びた。

合計閲覧数 34915

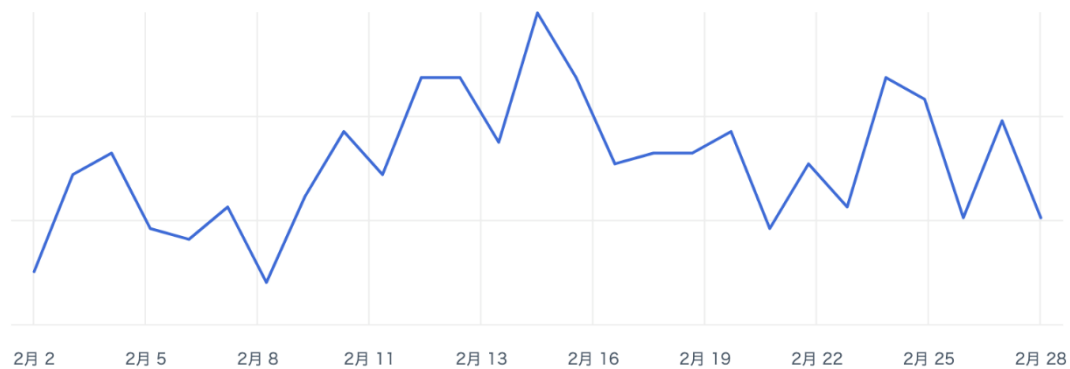


2021年1月

毎日1~2記事の投稿。

PV数34915とPV数が落ちたので、介護漫画など、比較的わかりやすい投稿を増やした。

合計閲覧数 27840



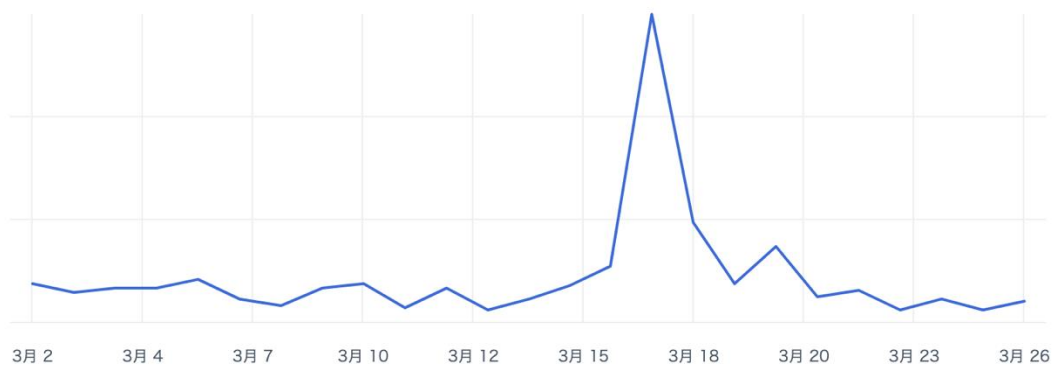
2021年2月

ツイートを週2~3記事の投稿。

PV数27840だった。



合計閲覧数 32640



2021年3月（26日付）

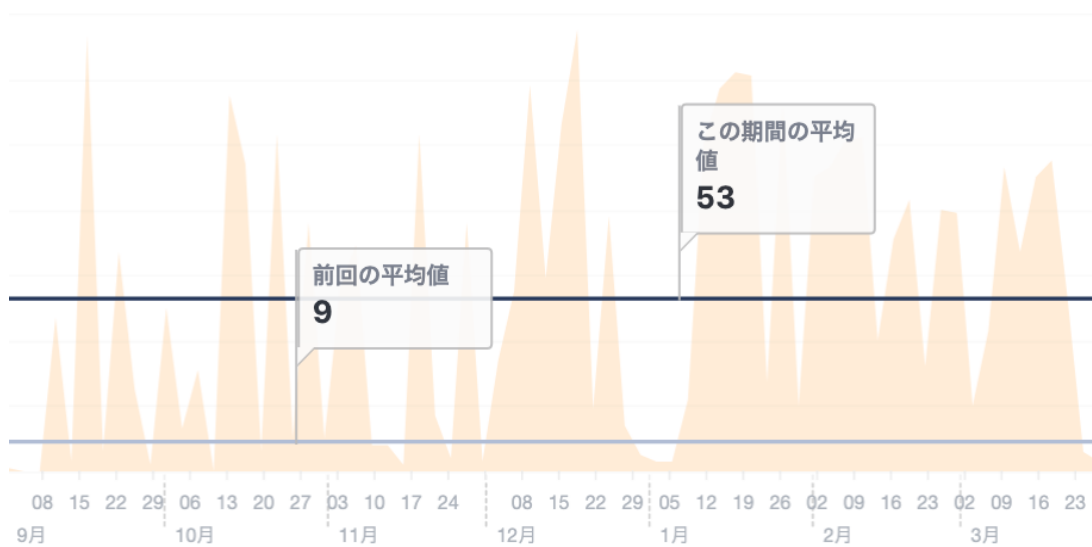
ツイートを週1~2記事投稿。

ユーザーに浸透してきた。

PV数 32640。

フォロワーを落とさないようにしたい。

リーチ数 オーガニックリーチ 16754 有料リーチ 18984



昨年度の9月~3月までの平均リーチ数9に対し、本年度は平均53リーチ獲得した。

記事投稿数を増やしたことと、オンラインイベントでの広告集客も効果的だった。

■目標値と評価方法の設定

KPI200 万 PV

100 万 PV の定義とはソーシャルメディア界では、100 万 PV が一つの指標とされている。KPI200 万 PV とは多くの人に寄り添った、求められている記事を発信していくことになる。

フォロワー数	アカウントの成長を検証する重要な指標
エンゲージメント率	Twitter におけるエンゲージメント率とは、「リンククリック」「リツイート」「リプライ」「フォロー」「いいね」の数をインプレッション数（投稿の表示回数）で割った値
オーディエンスデータ	Twitter の場合は、ユーザーの投稿内容などから分析したオーディエンスデータの確認ができます。ターゲティングがうまくいっているかを確認する指標となる

いいねの数	Facebook ページへの「いいね」は、他 SNS でいうフォローにあたり、アカウントの成長を測る指標として重要
リーチ数	Facebook ページの各投稿を閲覧したユーザー数。「いいね」が多くても、リーチが少ない場合は投稿のクオリティを見直す必要があると考えられる
各投稿のエンゲージメント率	リーチの人数に対する「いいね」「コメント」「シェア」「投稿のクリック」を行った人の割合
いいねをしているユーザーの属性	インサイトの「利用者」からチェック可能。ターゲティングが適切に行えているかを測る指標となる

## 10.2 オンラインイベントの効果測定

### 10.2.1 調査概要

2020 年度に行った 2 つのオンラインイベントでは、事前と事後にアンケート調査を行ない、参加者の満足度や意識変化を探った。

#### 〈調査 1〉

「黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと」でのアンケート

事前アンケートの調査期間：2020 年 10 月 14 日～2020 年 11 月 4 日 回答数：521

事後アンケートの調査期間：2020 年 11 月 4 日～2020 年 11 月 10 日 回答数：146

以上の突合データ 128

#### 〈調査 2〉

「りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル」でのアンケート

事前アンケートの調査期間：2020 年 11 月 4 日～2020 年 12 月 16 日 回答数 1581

事後アンケートの調査期間：2020 年 12 月 16 日～2020 年 12 月 25 日 回答数 666

以上の突合データ 650

#### 〈調査項目〉

属性：年代、性別、子どもの有無、介護とのかかわり、

視聴前の介護の仕事への関心、視聴後にイベントに満足したか、介護に関心を持つようになったか、介護の仕事にプラスイメージを持ったか、介護について知る機会やボランティア経験を持ちたいか、仕事としての介護に興味を持ったか、オンラインによる入門的研修に関心があるか、など。

#### 〈調査手法〉

事前、事後ともにイベント応募時と終了後の Web サイト

### 10.2.2 「黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと」について

まずは、女優の黒木瞳さんを交えたオンラインイベント「黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと」における「介護のしごとに関する魅力発信」の効果について検証する。

イベントは2020年11月4日の午後、2回に分けて実施した。参加者は計392人。うち、事前アンケート521、事後アンケート146のうち、前後をリンクできた128人について分析を行った。

#### (1) 回答者属性

内訳は、女性69人(54%)、男性59人(46%)。世代は50代(34%)を中心に、60代(27%)と40代(26%)、70代(13%)が続く。介護の仕事をしたことがある、家族や知人の介護をしたことがある、介護現場でボランティアや実習をしたことがあるなど、何らかの介護経験のある人が多く、また、もともと介護の仕事に関心を持つ人が多い結果となった。

表 10-2-1 回答者属性 (n=128)

		回答数	%
性別	女性	69	54%
	男性	59	46%
年代	～19	1	1%
	20代	3	2%
	30代	8	6%
	40代	26	20%
	50代	43	34%
	60代	27	21%
	70代	16	13%
	80代以上	4	3%
子育て経験	あり	87	68%
	なし	41	32%
介護の仕事への関心	非常に関心があった	49	38%
	やや関心があった	51	40%
	どちらでもない	13	10%
	ほとんど関心がなかった	10	8%
	全く関心がなかった	5	4%
	総数	128	100%

## (2) オンラインイベントの満足度

### ■オンラインイベントの満足度

イベント内容について、「満足できた」から「まったく満足できなかった」まで5段階に分けて聞いたところ、「満足できた」が69人(54%)で、「やや満足できた」の48人(38%)と合わせて、全体の9割を超える人が満足感を得ていた。

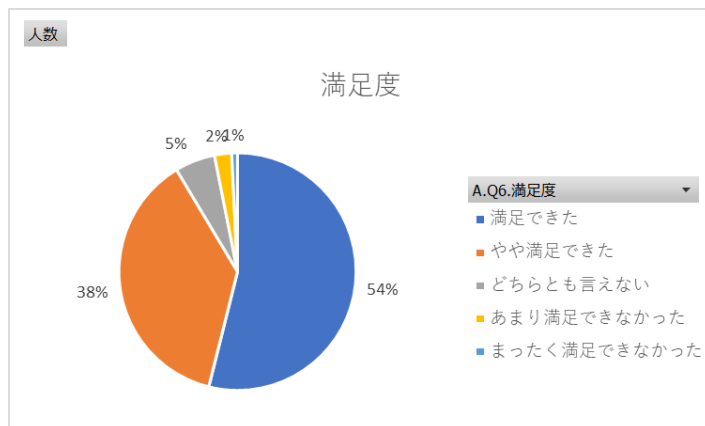


図 10-2-1 単純集計:イベントに満足したか (n=128)

## (3) 単純集計

### ■介護の仕事にプラスイメージを持った

視聴後のアンケートで、「介護の仕事にプラスイメージを持った」の項目では、28人(22%)が「大いに当てはまる」と回答し、「ほぼあてはまる」と回答した人が75人(59%)に上り、8割以上が好意的に受け止めていた。視聴によって介護の仕事へのイメージアップを図ることができたと言える。

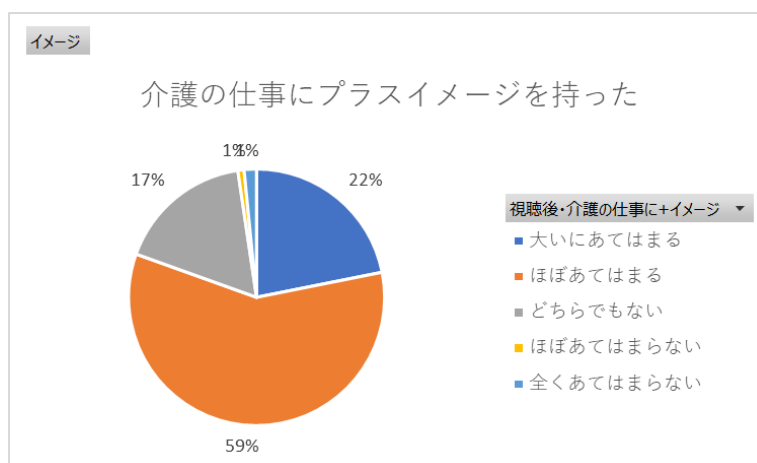


図 10-2-2 単純集計:介護の仕事にプラスイメージを持った (n=128)

### ■介護に関心を持つようになったか

視聴した人自身の「介護」へのイメージ変化を知るための項目「介護に関心を持った」では、47人（37%）が「大いに当てはまる」と回答し、69人（54%）が「ほぼ当てはまる」と回答した。程度の差はあれ、9割を超える人が「介護に関心を持つようになった」と感じたことが分かった。

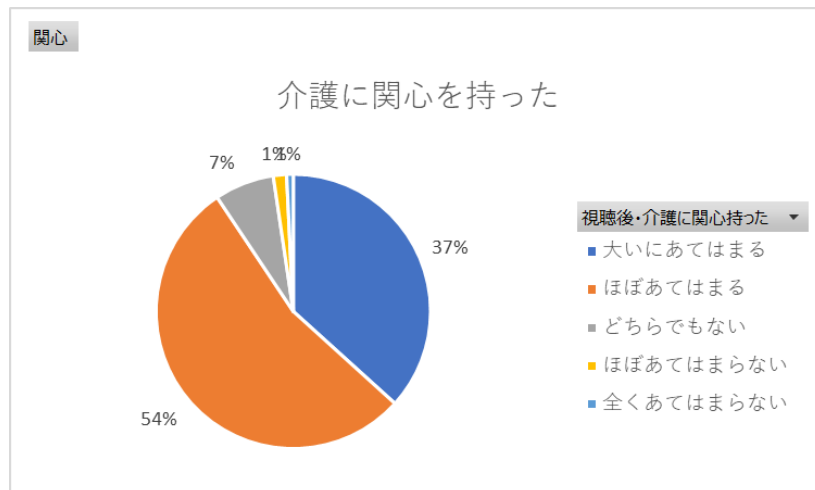


図 10-2-3 単純集計：介護に関心を持つようになったか (n=128)

### ■介護について知る機会やボランティア体験を持ちたい

さらに、「介護について知る機会やボランティア経験を持ちたいと思うようになった」との項目では、31人（24%）が「大いにあてはまる」、59人（46%）が「ほぼあてはまる」と回答。7割に上る人が、視聴後、何らかの行動変容を起こすことに期待が持てる結果となった。

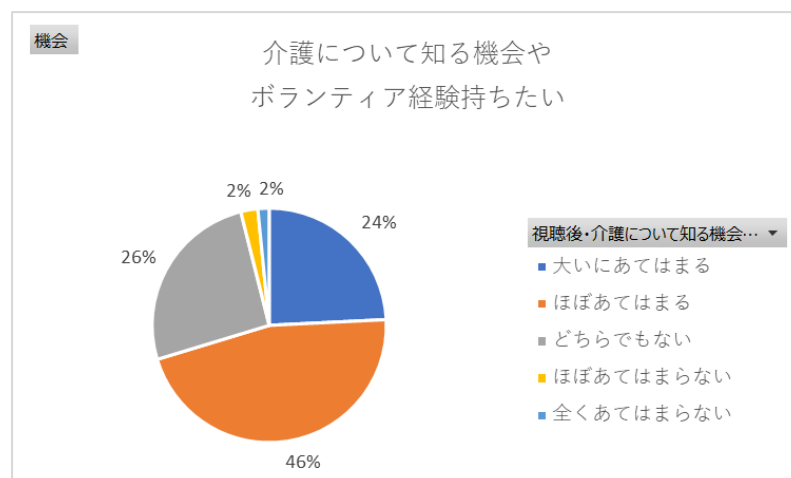


図 10-2-4 単純集計：介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい (n=128)

### ■仕事としての介護に興味を持つようになった

さらに踏み込んで、視聴者自身が仕事として介護に携わる可能性を聞いた。「仕事として介護することに興味を持つようになった」の項目では、21人（16%）が「大いにあてはまる」、42人（33%）が「ほぼあてはまる」と回答。視聴した人の約半数が、自身が仕事を前提で介護の仕事を捉えてもらうことができるようになった。

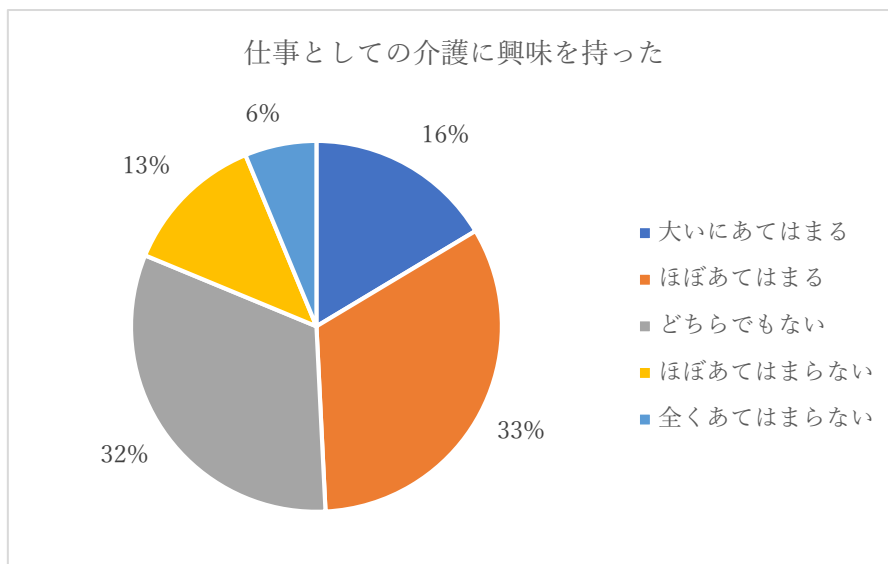
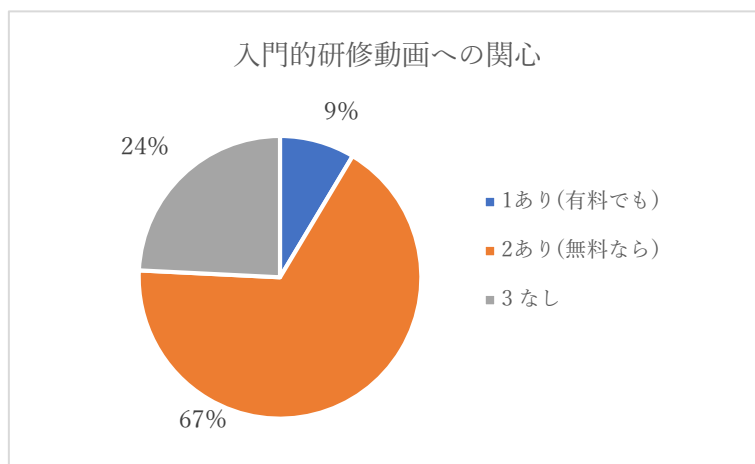


図 10-2-5 単純集計：仕事としての介護に興味を持つようになった (n=128)

### ■入門的動画研修への興味

また、作成中の入門的研修の動画への関心を聞いたところ、「有料でも関心がある」とする人が11人（9%）、「無料ならある」とする人が86人（67%）に上り、入門的研修講座は21時間と明示して聞いたにもかかわらず、高い関心を得られた。今後に期待が持てる結果となった。



**図 10-2-6 単純集計：産経新聞社で作成中のオンライン「入門的研修講座（21 時間）」に関心があるか（n=128）**

■まとめ

オンラインイベントの視聴後は、介護職や介護現場へのイメージがアップ。視聴者自身が介護やボランティアなど、その周辺の業務に携わることに対してポジティブなイメージを醸成することができた。

（4）クロス集計

単純集計では極めて好意的な回答を得ることができた。ただ、今回のイベントは、タイトルが「黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと」であり、そもそも介護に比較的関心のある層が集まっていたことが想定される。これを踏まえ、イベントの事前と事後を比較し、意識変化を探った。また、今回の事業の目的である「無関心層」「子育てを終えた層」に訴求できたかをクロス集計で探った。

■視聴前の介護への関心×視聴後「仕事として介護することに関心を持った」

視聴前後の意識変化をクロス集計で見た。

表 10-2-2 で赤色をかけたところが、視聴前後で介護の仕事への関心の度合いが1段階以上、上がった人たちである。視聴前には介護の仕事への関心が「全くなかった」「ほとんどなかった」と回答した人が15人いた。この人たちの視聴後の反応を見ると、うち12人が、「介護の仕事に関心を持った」との項目で「大いに当てはまる」「ほぼあてはまる」と回答している。被験者数が少なく、これをもって確定的なことは言えないが、無関心層への訴求を図ったイベントが一定程度、事業の狙いを果たしたことを示唆する結果である。

**表 10-2-2 クロス集計：視聴前の介護への関心×視聴後の介護への関心（n=128）**

9-6/8-3介護への関心 視聴後	視聴前					総計
	4非常にあった	3ややあった	2どちらでもない	1ほとんどなかった	0全くなかった	
4 大いにあてはまる	16	8			3	28
3 ほぼあてはまる	22	37	8		6	75
2 どちらでもない	10	6	4		1	22
1 ほぼあてはまらない	1					1
0 全くあてはまらない			1			2
<b>総計</b>	<b>49</b>	<b>51</b>	<b>13</b>	<b>10</b>	<b>5</b>	<b>128</b>



■視聴後の「仕事として介護することへの興味」×入門的研修動画への関心

視聴後の「仕事として介護することへの興味」と、入門的研修動画への関心をクロス集計で見た。仕事として介護に興味を持ったことと、動画への関心は必ずしも明確な関係性は見られなかったが、入門的研修動画への関心はおおむね高く、イベントが一定の誘引効果を果たしたことが示唆される。

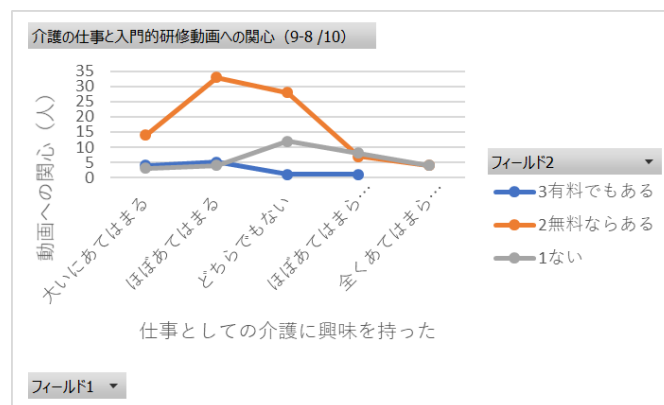


図 10-2-7 クロス集計：年代×仕事としての介護に興味を持った (n=128)

■年代×介護について知る機会やボランティア経験持ちたい

ターゲットが子育てを終えた層であることに照らして、世代と視聴後の「介護について知る機会」「ボランティア経験」への意向をクロス集計で見た。

「介護について知る機会やボランティア経験を持ちたいか」との問いに対して、「大いにあてはまる」としたのは、回答した 128 人のうち 31 人に上った。31 人を世代別に見ると、最も多かったのは 40 代の 11 人で、視聴者のボリュームゾーンである 50 代の 6 人を上回った。

「ほぼあてはまる」と回答したのは 59 人。最多の世代は 50 代で 22 人。次いで 60 代の 12 人、40 代の 10 人という結果だった。特に 40 代で「介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい」という意向が高くなっている。

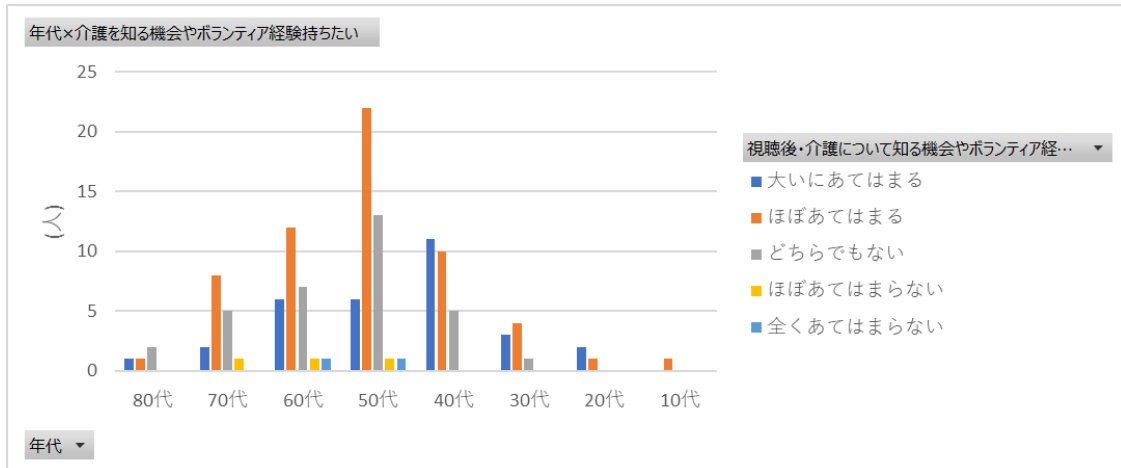


図 10-2-8 クロス集計：介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい（n=128）

■年代×視聴後「仕事として介護することに興味を持つようになった」

年代別に「仕事として介護することに興味を持つようになったか」を問うたところ、「大いにあてはまる」と回答した人は 21 人で、最多は 40 代の 10 人。次いで 60 代の 4 人が続いた。視聴者のボリュームゾーンは 50 代だが、この層では「ほぼあてはまる」が最も多く、16 人、「どちらでもない」の 15 人が続いた。視聴者のボリュームゾーンが 50 代であるにもかかわらず、40 代に訴求したことは図 10-2-8 の「介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい」の項目でも同様の傾向が見られた。

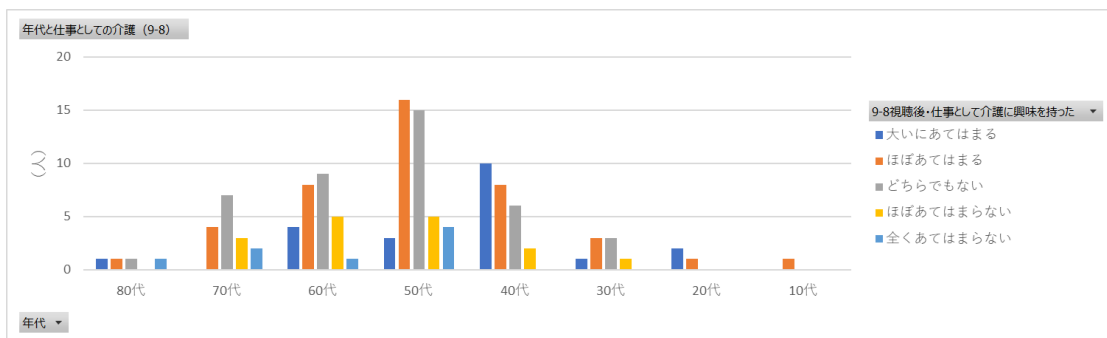


図 10-2-8 クロス集計：年代×仕事としての介護に興味を持った（n=128）

■性別×視聴後に仕事として介護することに関心を持った

性別と「仕事として介護することに関心を持った」の回答でもクロス集計を行った。前向きな回答は、女性に多い傾向がみられ、「大いにあてはまる」と「ほぼあてはまる」で全体の 6 割近くを占めた。

表 10-2-3 クロス集計：仕事としての介護への関心と性別（n=128）

【視聴後の介護の仕事への関心と性別】 視聴後、仕事としての介護に興味を持った	性別				総計
	女性（％）		男性（％）		
4 大いにあてはまる	13人	19%	8人	14%	21
3 ほぼあてはまる	27人	39%	15人	25%	42
2 どちらでもない	17人	25%	24人	41%	41
1 ほぼあてはまらない	10人	14%	6人	10%	16
0 全くあてはまらない	2人	3%	6人	10%	8
総計	69人	100%	59人	100%	128

### 10.2.3 「りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル」について

お笑いタレントのりんたろー。さんによるオンラインイベント「りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル」を2020年12月16日午後、2回に分けて行った。視聴者は1464人。うち650人から事前事後のアンケート結果を得て分析を行った。

#### （1）回答者属性

視聴者は女性608人、男性42人の計650人。40代（32%）を中心に、30代（22%）と50代（20%）が続く。過去に介護の仕事をしたことがある、家族や知人の介護をしたことがある、介護現場でボランティアや実習をしたことがあるなど、何らかの形で介護に触れた経験のある人が335人と、約半数を占めた。また、もともと介護に関心のある人が半数を占める結果となった。

表 10-2-10 回答者属性 (n=650)

		回答数	%
性別	女性	608	94%
	男性	42	6%
年代	10代まで	26	4%
	20代	83	13%
	30代	146	22%
	40代	208	32%
	50代	131	20%
	60代	49	8%
	70代	6	1%
	80代以上	1	0%
子供の有無	あり	322	50%
	なし	328	50%
家族介護、ボランティア、従事など介護経験	あり	335	52%
	なし	315	48%
介護の仕事への関心	非常に関心があった	179	28%
	やや関心があった	258	40%
	どちらでもない	97	15%
	ほとんど関心がなかった	84	13%
	全く関心がなかった	32	5%
	総数	650	100%

(2) オンラインイベントの満足度

イベントの内容については、「満足できた」の 510 人 (78%) と「やや満足できた」の 116 人 (18%) とあわせて、96%の人が満足感を得ていた。

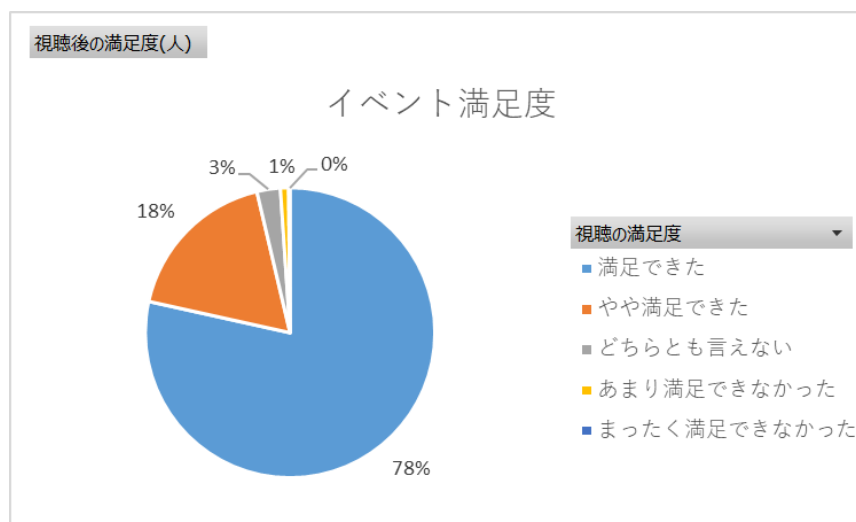


図 10-2-11 単純集計：イベントに満足したか (n=650)

### (3) 単純集計

#### ■介護の仕事にプラスイメージを持った

視聴後の介護への関心について5段階で聞いた。「介護の仕事にプラスイメージを持った」の項目については、281人(43%)が「大いに当てはまる」と回答。「ほぼ当てはまる」と回答した人が300人(46%)に上り、9割近くが介護を好意的に受け止めていた。介護のイメージアップを図ることができたと言える。

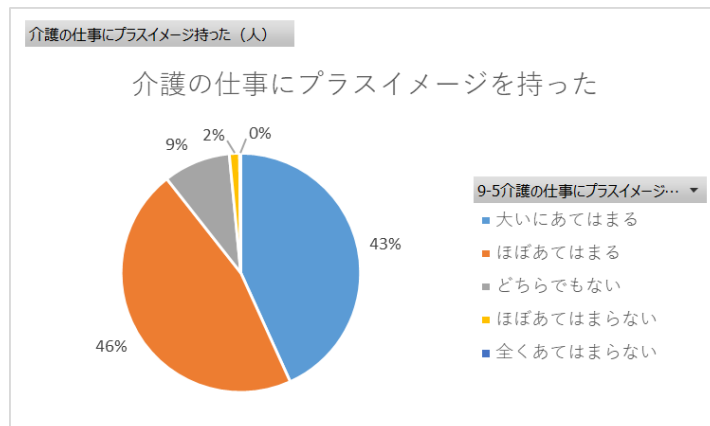


図 10-2-12 単純集計：介護の仕事にプラスのイメージを持ったか (n=650)

#### ■介護について関心を持つようになった

また、視聴した人自身の「介護」へのイメージ変化を知るために、「介護について関心を持つようになった」かどうかを5段階で聞いたところ、「大いに当てはまる」と回答した人が314人(48%)、「ほぼ当てはまる」が292人(45%)。9割を超える人が介護に関心を持つようになったことが分かった。初期の目的は達したと言える。

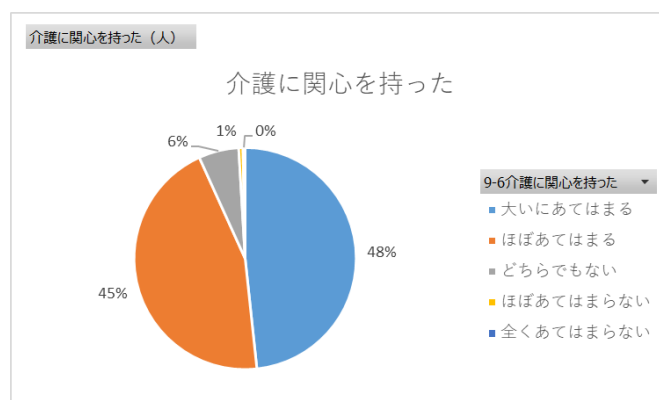


図 10-2-13 単純集計：介護に関心を持つようになった (n=650)

■介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい

さらに、イベントをきっかけに行動変容が起きるかどうかを聞いた。「介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい」との項目に5段階で答えてもらったところ、「大いにあてはまる」が206人(32%)、「ほぼあてはまる」が316人(49%)に上った。8割を超える人が今後、介護の現場に接点を持ちたいと考えるようになっていた。

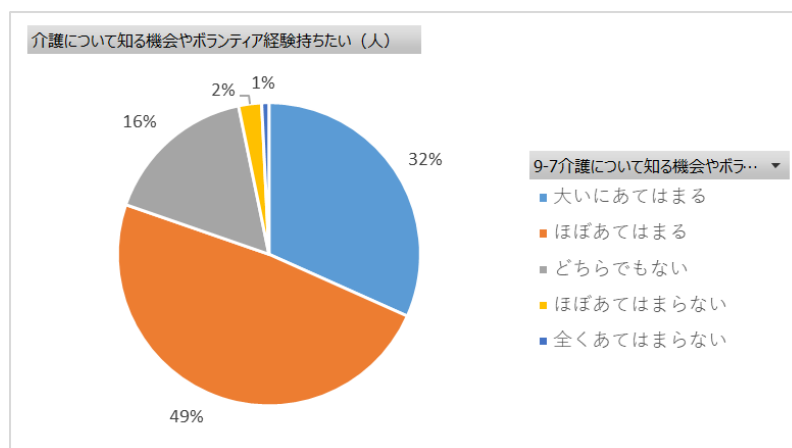


図 10-2-14 単純集計：介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい (n=650)

■「仕事として介護すること」に興味を持つようになった

さらに踏み込んで、視聴者自身が仕事として介護をすることに興味を持ったかを聞いた。「仕事として介護することに興味を持つようになった」の項目では、139人(21%)が「大いにあてはまる」、231人(36%)が「ほぼあてはまる」と回答。6割近い370人が自分ごととして介護の仕事に関心を持つに至ったことが分かった。

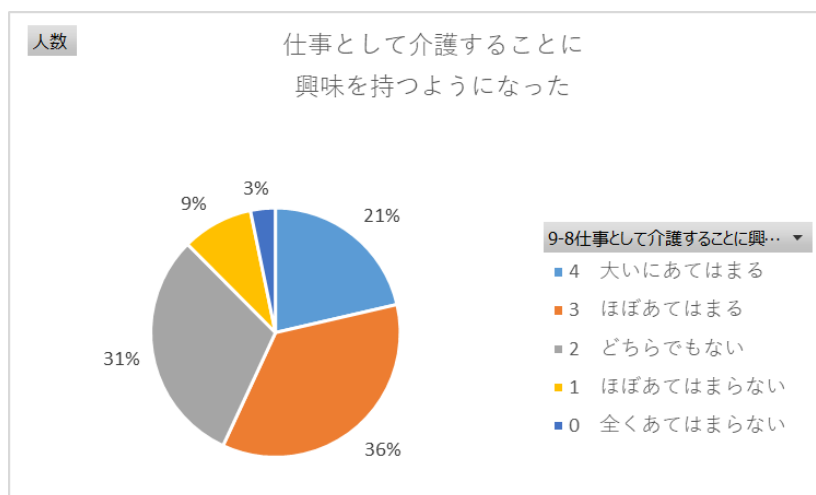


図 10-2-15 単純集計：仕事として介護することに関心を持つようになった (n=650)

### ■入門的動画研修への興味

また、産経新聞社が制作予定のオンライン入門的研修についての関心を聞いたところ、「有料でも関心がある」と答えた人は28人(4%)にとどまったが、「無料なら関心がある」とした人は366人(56%)に上り、6割が関心を持っていると回答した。

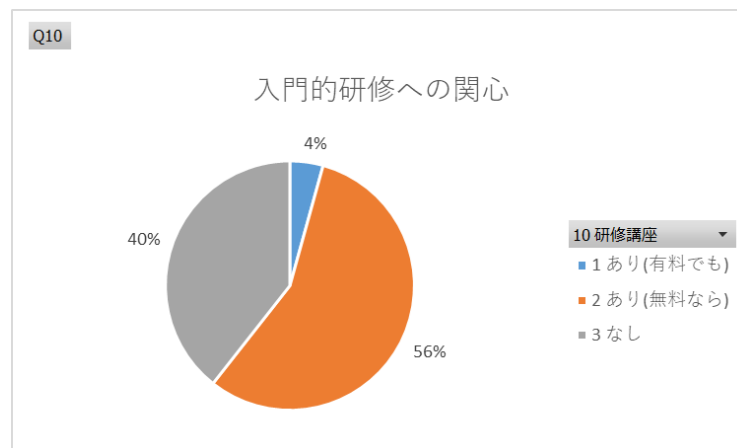


図 10-2-16 単純集計：産経新聞社の仕事として介護することに興味を持つようになった(n=650)

#### (4) クロス集計

視聴者の約半数がイベント参加前から「介護に関心がある」と答えていたことを踏まえて、視聴前後での意識の変化を比べ、イベントによる効果を精査した。また、事業のターゲットは「無関心層」「子育てを終えた層」であることから、ターゲット層に訴求したかどうかを探った。現実には「子育てを終えた層」の絞り込みが難しいが、視聴者の属性から、子供の有無を子育て経験の有無と捉え、さらに40代以上の世代を「子育てを終えた層」として、視聴後の「介護の仕事への関心」「介護やボランティア体験への興味」「仕事として介護することへの興味」とのクロス集計を行った。

### ■介護の仕事への関心(視聴前)×介護についての関心(視聴後)

視聴前に「介護の仕事に全く関心がなかった」「ほとんど関心がなかった」、あるいは「どちらでもなかった」人はトータルで213人。このうち、イベント視聴後に介護に関心を持った層のセルを赤く塗った。213人のうち、視聴後に「介護に関心を持つようになった」の項目で、「大いにあてはまる」と回答した人は63人。「ほぼあてはまる」と回答した人は129人で、トータルで192人が介護に関心を持つようになっていた。特筆すべき結果だと言える。

表 10-2-10 介護の仕事への関心（視聴前）×介護についての関心（視聴後）（n=650）

9-6/8-3 介護への関心		視聴前					総計
視聴後		4 非常に関心があった	3 やや関心があった	2 どちらでもない	1 ほとんど関心がなかった	0 全く関心がなかった	
4 大いにあてはまる	138	113	28	23	12	314	
3 ほぼあてはまる	31	132	61	52	16	292	
2 どちらでもない	10	12	8	6	2	38	
1 ほぼあてはまらない		1		3		4	
0 全くあてはまらない					2	2	
総計	179	258	97	84	32	650	

■介護の仕事への関心（視聴前）×介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい（視聴後）

介護に関心を持っていなかった人が、視聴後に「介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい」と思うに至ったかを調べた。視聴後に「介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい」に肯定的な回答をした人は全体の8割を超える522人（再掲）。そのうち、視聴前に介護の仕事への関心が「全くなかった」「ほとんどなかった」「どちらでもなかった」人は154人に上った。関心がなかった人の7割超がイベントを通して気持ちを変えたことになる。イベントが行動変容につながる可能性を示唆している。

表 10-2-11 介護の仕事への関心（視聴前）×介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい（視聴後）（n=650）

8-3/9-7		視聴前の関心					総計
介護を知る機会やボランティア経験を持ちたい		非常にあった	ややあった	どちらでもない	ほとんどなかった	全くなかった	
4 大いにあてはまる	97	75	18	12	4	206	
3 ほぼあてはまる	56	140	51	51	18	316	
2 どちらでもない	23	38	22	17	7	107	
1 ほぼあてはまらない	2	4	5	3	2	16	
0 全くあてはまらない	1	1	1	1	1	5	
総計	179	258	97	84	32	650	

■介護の仕事への関心（視聴前）×仕事としての介護に関心を持った（視聴後）

次に、「仕事としての介護に関心を持った」の項目で視聴前後を比べた。回答で「大いに当てはまる」あるいは「ほぼあてはまる」と答えた人は計370人に上ったが（再掲）、うち74人は視聴前には介護の仕事に対して「全く関心がなかった」「ほとんど関心がなかった」「どちらでもない」と答えていた人だった。オンラインイベントが、一定の成果を果たしたと言える。



表 10-2-12 介護の仕事への関心（視聴前）×仕事としての介護に関心を持った（視聴後）  
(n=650)

8-3と9-8		介護の仕事への関心					総計
仕事としての介護への関心（視聴後）		非常にあった	ややあった	どちらでもない	ほとんどなかった	全くなかった	
4	大いにあてはまる	100	28	4	4	3	139
3	ほぼあてはまる	46	122	29	26	8	231
2	どちらでもない	27	82	45	35	10	199
1	ほぼあてはまらない	3	22	14	15	6	60
0	全くあてはまらない	3	4	5	4	5	21
総計		179	258	97	84	32	650

■年代×介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい

視聴者は40代を頂点とする山形を示した。視聴後、「介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい」との項目に、5段階で回答してもらった。「大いにあてはまる」と回答した人が最も多かったのは40代で67人。次いで、30代の48人、50代の26人が続いた。「ほぼ当てはまる」とした人が最も多かったのはやはり40代の108人で、30代の74人、50代の66人が続いた。いずれの回答も視聴者層の多い順になっており、年齢による傾向はみられなかった。

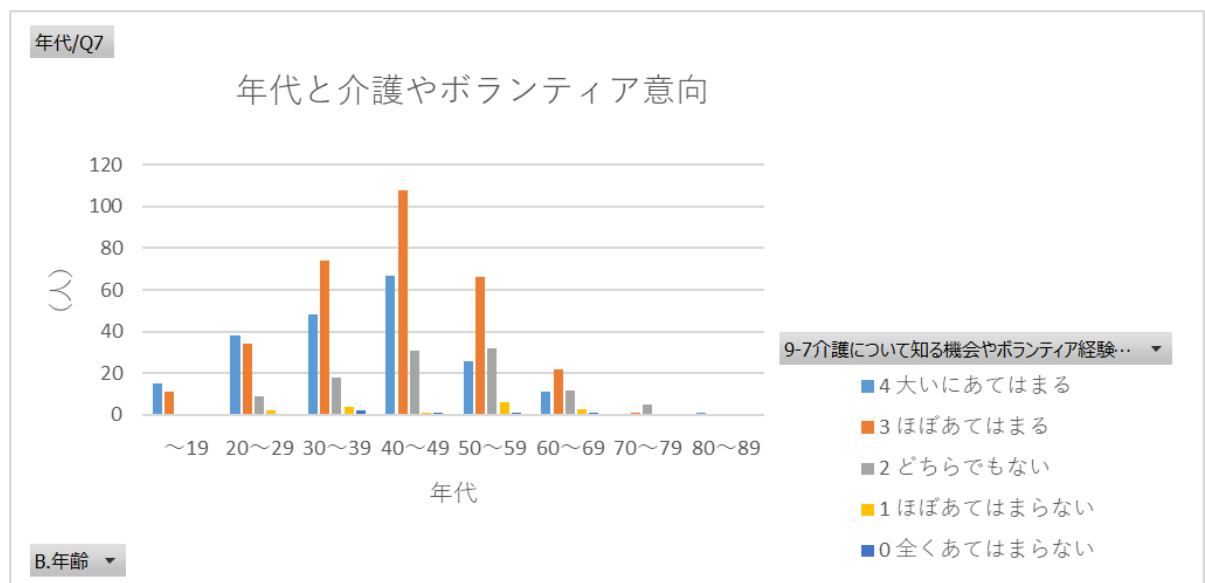


図 10-2-17 クロス集計：年代×介護について知る機会やボランティア経験を持ちたい  
(n=650)

■年代×仕事としての介護に関心を持った

次に、年代別の仕事としての介護への関心を見た。「仕事としての介護に興味を持った」との項目で「大いにあてはまる」としたのは、30代の37人、40代の35人、20代の26人

が続いた。「ほぼあてはまる」では、40代の72人、30代の56人、20代の40人が続き、ターゲット層よりもやや若い世代の関心呼び起こしたことが分かった。

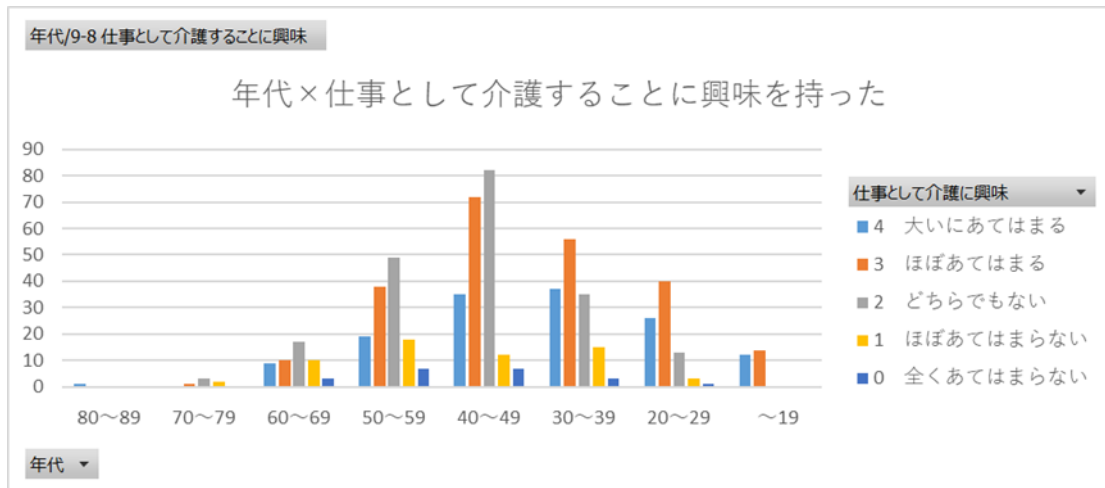


図 10-2-18 クロス集計：年代×仕事として介護することに興味を持った (n=650)

■ 「子育てを終えた層」と対照群での「仕事としての介護への興味」の比較

子育てを終えた層の反応を見るために、対照群との比較で「仕事としての介護に興味を持ったか」を調べた。「子育てを終えた層」を明確に定義するのは難しいが、年齢的には40歳以上、さらに「子供がいる」の要素を併せ持つ人を「子育てを終えた層」として抽出した。40歳以上としたのは、いったん仕事を退いた人が復職する一つのタイミングは子供が小学校に上がるタイミングであることに着目したためである。2つの要素を満たしたのは256人で、この人たちを「子育てを終えた層」と位置付ける。全視聴者から256人を除いた394人を対照群とした。それぞれの層で「仕事としての介護に興味を持った」を年齢別に集計した。

256人の「仕事として介護をすることに興味を持った」の項目に対する回答を集計したところ、40代、50代、60代のいずれでも「大いにあてはまる」よりも「ほぼあてはまる」が多く、それよりも「どちらでもない」の回答が多かった。

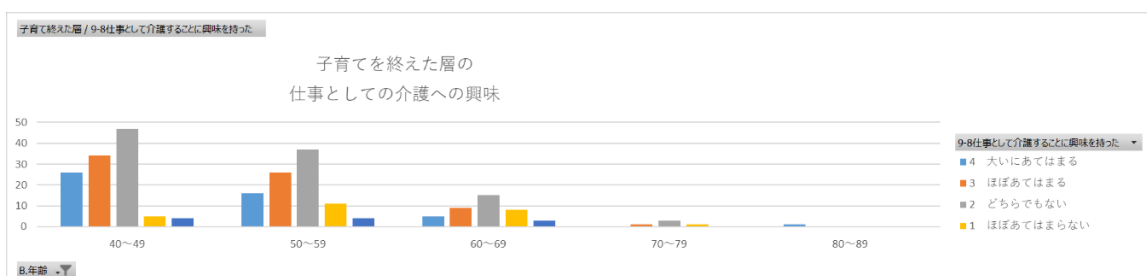


図 10-2-19 クロス集計：子育てを終えた層×仕事として介護することに興味を持った (n=256人)

一方で、対照群の394人では「ほぼあてはまる」と肯定的な回答が多かった。「大いにあてはまる」は、「子育てを終えた層」よりも多かった。前の分析でも、若年世代で介護の仕事への興味を惹起したことが示唆されたが、それをそのまま反映した格好になった。

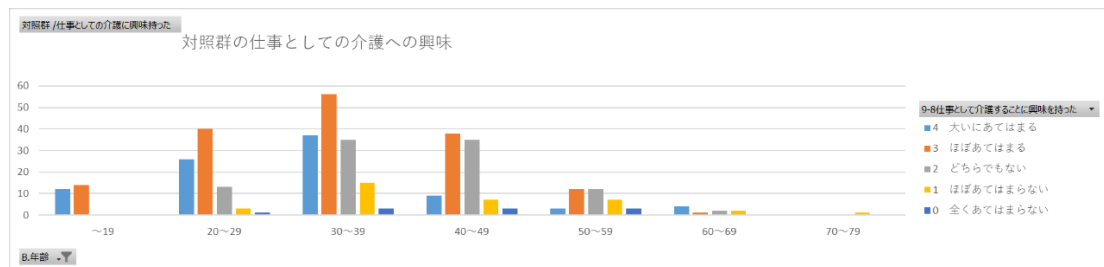


図 10-2-20 クロス集計：対照群×仕事として介護することに興味を持った（n=394 人）

## ■まとめ

オンラインイベントの視聴後は、介護や介護の仕事へのイメージがアップし、視聴者自身がボランティアや介護の仕事に携わるということについても前向きな回答を得ることができた。また、自身が介護をするイメージを描けるようになっており、イベント自体は成功したと言える。ただ、無関心層へのアプローチは奏功したものの、子育てを終えた層に確実にメッセージが届いたというだけの結果は得られなかった。確定的なことをいうには、もう少し詳細な分析が必要だろう。

## 10.3 入門的研修

### 10.3.1 効果検証方法

入門的研修動画について、オンラインによる研修の可能性と改善点、子育てを終えた層向けの動画として適切性、この二点を検証する目的で以下の調査を実施した。

#### (1) 調査1

入門的研修動画のうち指定された1本（15話「介護の世界」介護サービスとは？ 動画時間：30分）を視聴し、Webアンケートに回答する。調査対象は「きっかけ」登録者3,000人のうち、アクティブ参加者100人である。調査期間は2021年3月15日～3月22日。得られた有効回答数は75件であった。調査項目は以下の通り。

表 10-3-1 調査項目（調査1）

<p>＜動画について＞</p> <p>質問1：楽しく見ることができましたか？</p> <p>質問2：介護のイメージは変わりましたか？</p> <p>＜回答者属性について＞</p> <p>年齢、性別、子育て経験、就労状況</p> <p>介護のしごとに興味があるか、介護のしごと子育て経験は役に立つと思うか</p>
---

## （2）調査2

入門的研修動画のうち指定された5本（0話「介護に関する入門的研修」の紹介、3話あなたならどうする！？身近な危険から身を守るために、10話いつまでも健康に暮らすために、13話「介護の世界」～介護の目指すもの～、15話「介護の世界」介護サービスとは？、22話食事を支える（動画時間：各30分）を視聴し、Webアンケートに回答する。調査対象は調査1の回答者のうち協力を受諾した者14人である。調査期間は2021年3月29日～4月5日。得られた有効回答数は14件であった。調査項目は以下の通り。

表 10-3-2 調査項目（調査2）

<p>＜動画について＞</p> <p>質問1：介護そのもののイメージは変わりましたか？</p> <p>質問2：介護のしごとのイメージは変わりましたか？</p> <p>質問3：介護のしごとへの興味がわきましたか？</p> <p>質問4：新しい知識を得ることができましたか？</p> <p>質問5：動画一本の長さについて</p> <p>質問6：研修の受講方式について</p> <p>＜回答者属性について＞</p> <p>年齢、性別、家族形態、子育て経験、就労状況</p> <p>家族や親族の介護経験、介護のしごと経験</p> <p>介護のしごとに興味があるか、介護のしごと子育て経験は役に立つと思うか</p>
--

### 10.3.2 調査1の分析と評価

#### （1）回答者属性

75人の属性を表10-3-3に示す。

年齢は「39歳以下」14.6%、「40代」36.0%、「50代」28.0%、「60代」21.3%であり、性別は「男性」37.3%、「女性」62.7%であった。就労形態は「正社員」46.7%、「フルタイムパート」18.7%、「短時間パート」10.7%、「就労していない」24.0%であり、子育て経験は「あり」

57.3%、「なし」42.7%であった。介護のしごとへの興味は「大いにある」22.7%、「ある」40.0%、「あまりない」26.7%、「ない」10.7%であった。クロス集計したところ、子育て経験あり、高年齢、本格的に労働市場に参入していない層（短時間パート、就労していない）で介護のしごとへの興味が高かった。子育て経験は介護に「役に立つと思う」81.3%、「役に立つと思わない」18.7%であった。

表10-3-3 回答者属性 (n=75)

		回答数	%
総数		75	100.0%
年齢	39歳以下	11	14.7%
	40代	27	36.0%
	50代	21	28.0%
	60歳以上	16	21.3%
性別	男性	28	37.3%
	女性	47	62.7%
就労形態	正社員	35	46.7%
	フルタイムパート	14	18.7%
	短時間パート	8	10.7%
	就労していない	18	24.0%
子育て経験	あり	43	57.3%
	なし	32	42.7%
介護のしごとへの興味	大いにある	17	22.7%
	ある	30	40.0%
	あまりない	20	26.7%
	ない	8	10.7%
子育て経験は介護に	役に立つと思う	61	81.3%
	役に立つと思わない	14	18.7%

## (2) 動画の感想

### ■楽しくみることができましたか？

動画を楽しくみることができたかを質問したところ、「できた」66.7%、「まあできた」33.0%であり、98.7%で肯定的な評価であった（図 10-3-1）。

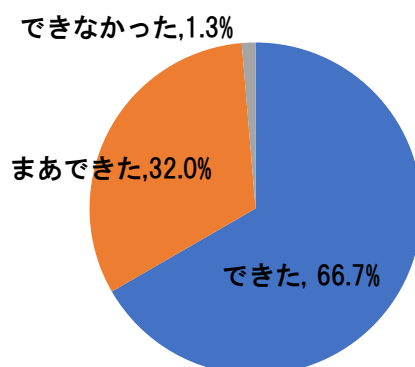


図 10-3-1 単純集計：楽しくみることができたか (n=75)

### ■介護のイメージは変わりましたか？

視聴前後で介護のイメージが変化したかを質問したところ、「良くなった」69.3%、「変わらない」30.7%であった。「悪くなった」との回答はなかった（図 10-3-2）。動画を楽しく視聴することが「できた」と回答した群ほど、介護のイメージが「良くなった」と回答する比率が極めて高かった。

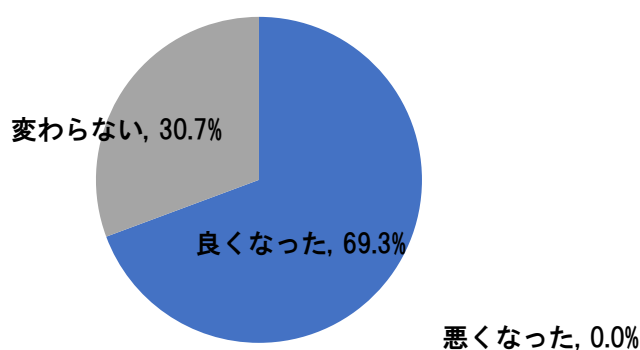


図 10-3-2 単純集計：介護のイメージ (n=75)

■動画の感想×介護のしごとに興味があるか

介護のしごとへの興味の程度と動画の感想とをクロス集計した。結果を図表 10-3-3、図表 10-3-4 に示す。

動画を楽しく視聴「できた」と回答した割合は、介護のしごとへの興味が「大いにある」94.1%、「ある」66.6%、「あまりない」55.0%、「ない」37.5%と、介護のしごとに興味があるほど評価が高かった。

介護のイメージが「良くなった」と回答した割合は、介護のしごとへの興味が「大いにある」88.2%、「ある」76.7%、「あまりない」60.0%、「ない」25.0%と、介護のしごとに興味があるほど評価が高かった。

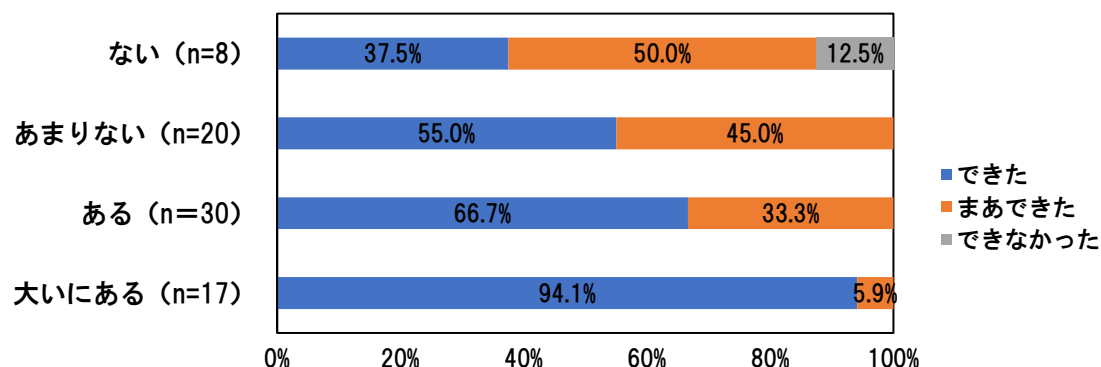


図 10-3-3 クロス集計：介護のしごとへの興味×楽しくみることができたか (n=75)

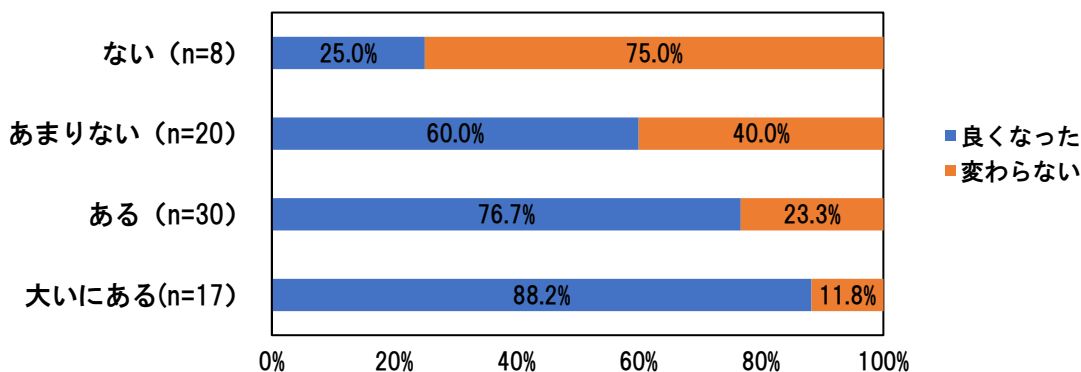


図 10-3-4 クロス集計：介護のしごとへの興味×介護のイメージ (n=75)

■動画視聴1本の感想×回答者属性

動画の感想を回答者の属性とクロス集計したところ、以下の特徴が確認できた。

楽しく視聴することが「できた」と回答した割合は、就労形態ではフルタイム、短時間パート、就労していない層では 70%を超えていたが、正社員では 50%台だった。子育て経験「なし」より「あり」で高かった。

介護のイメージが「良くなった」と回答した割合は、年齢や男女による差は確認できな

った。就労形態では正社員やフルタイムは60%台であったが、短時間パート、就労していない層では70%を超えていた。子育て経験「なし」より「あり」で高かった。

表 10-3-4 クロス集計：動画視聴1本の感想×回答者属性 (n=75)

<楽しく視聴できたか>

		できた	まあできた	できなかった	総計
総数 (n=75)		66.7%	32.0%	1.3%	100.0%
年齢	39歳以下 (n=11)	45.5%	54.5%	0.0%	100.0%
	40代 (n=27)	74.1%	22.2%	3.7%	100.0%
	50代 (n=21)	61.9%	38.1%	0.0%	100.0%
	60歳以上 (n=16)	75.0%	25.0%	0.0%	100.0%
性別	男性 (n=28)	71.4%	28.6%	0.0%	100.0%
	女性 (n=47)	63.8%	34.0%	2.1%	100.0%
就労形態	正社員 (n=35)	57.1%	40.0%	2.9%	100.0%
	フルタイムパート (n=14)	78.6%	21.4%	0.0%	100.0%
	短時間パート (n=8)	75.0%	25.0%	0.0%	100.0%
	就労していない (n=18)	72.2%	27.8%	0.0%	100.0%
子育て経験	あり (n=43)	74.4%	25.6%	0.0%	100.0%
	なし (n=32)	56.3%	40.6%	3.1%	100.0%
子育て経験は 介護に	役に立つと思う (n=61)	73.8%	26.2%	0.0%	100.0%
	役に立つと思わない (n=14)	35.7%	57.1%	7.1%	100.0%

<介護のイメージ>

		良くなった	変わらない	悪くなった	総計
総数 (n=75)		66.7%	32.0%	0.0%	100.0%
年齢	39歳以下 (n=11)	63.6%	36.4%	0.0%	100.0%
	40代 (n=27)	70.4%	29.6%	0.0%	100.0%
	50代 (n=21)	61.9%	38.1%	0.0%	100.0%
	60歳以上 (n=16)	81.3%	18.8%	0.0%	100.0%
性別	男性 (n=28)	70.2%	29.8%	0.0%	100.0%
	女性 (n=47)	67.9%	32.1%	0.0%	100.0%
就労形態	正社員 (n=35)	65.7%	34.3%	0.0%	100.0%
	フルタイムパート (n=14)	64.3%	35.7%	0.0%	100.0%
	短時間パート (n=8)	75.0%	25.0%	0.0%	100.0%
	就労していない (n=18)	77.8%	22.2%	0.0%	100.0%
子育て経験	あり (n=43)	74.4%	25.6%	0.0%	100.0%
	なし (n=32)	62.5%	37.5%	0.0%	100.0%
子育て経験は 介護に	役に立つと思う (n=61)	77.0%	23.0%	0.0%	100.0%
	役に立つと思わない (n=14)	35.7%	64.3%	0.0%	100.0%



### 10.3.3 調査2の分析と評価

#### (1) 回答者属性

動画を5本視聴した後にアンケート調査を実施した。調査対象は調査1の回答者のうち協力を受諾した者14人である。この14人は調査1で介護のイメージが「良くなった」と全員が回答し、動画を楽しみることが「できた」と13人が回答するなど、動画を肯定的に評価し、なおかつ介護のイメージがよくなった者に偏っている。この点を踏まえた解釈が必要となる。有効回答数が14件だったため、結果は実数でのみ記載する。

14人の属性を表10-3-5に示す。年齢は40代7人、50代7人であり、性別は男性3人、女性11人であった。子育て経験ありは9人であった。家族や親族の介護経験がある者が9人おり、介護のしごとの経験者が4人いた。介護のしごとへの興味は「大いにある」7人、「ある」7人、「あまりない」2人である。

表10-3-5 回答者属性 (n=14)

		回答数
総数		14
年齢	39歳以下	0
	40代	7
	50代	7
	60歳以上	0
性別	男性	3
	女性	11
家族形態	単身	1
	夫婦のみ	3
	夫婦+子ども	6
	その他	4
就労形態	正社員	3
	フルタイムパート	4
	短時間パート	3
	就労していない	4

		回答数
子育て経験	あり	9
	なし	5
家族や親族の介護経験	ある	9
	ない	5
介護のしごと経験	ある	4
	ない	10
介護のしごとへの興味	大いにある	5
	ある	7
	あまりない	2
	ない	0
子育て経験は介護に	役に立つと思う	13
	役に立つと思わない	1

#### (2) 動画の感想

##### ■介護そのもののイメージは変わりましたか？

介護そのもののイメージを質問したところ、「良くなった」9人、「まあ良くなった」5人であった。「変わらない」、「少し悪くなった」、「悪くなった」との回答はなかった(図10-3-5)。

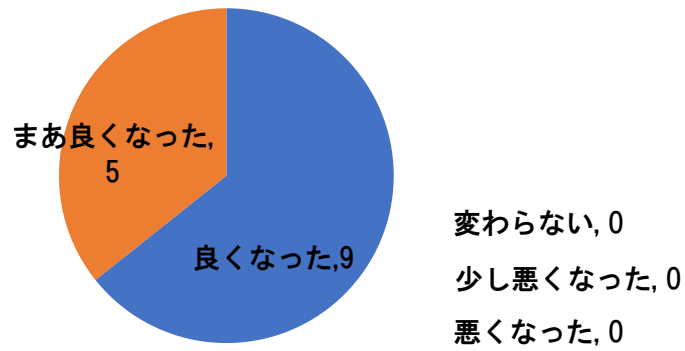


図 10-3-5 単純集計：介護そのもののイメージ (n=14)

■介護のしごとのイメージは変わりましたか？

介護のしごとのイメージを質問したところ、「良くなった」8人、「まあ良くなった」5人、「変わらない」1人であった。「少し悪くなった」、「悪くなった」との回答はなかった（図 10-3-6）。

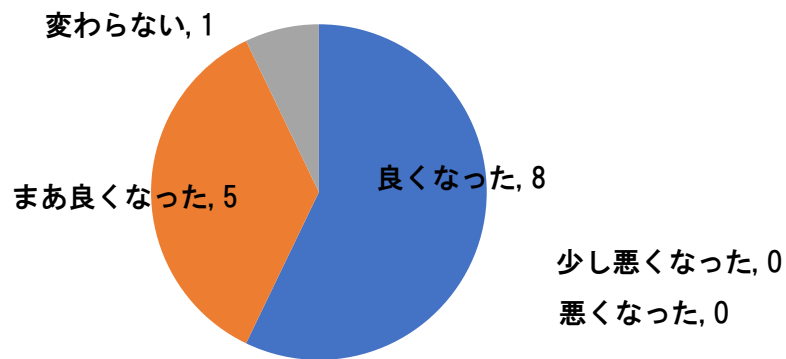


図 10-3-6 単純集計：介護のしごとのイメージ (n=14)

■介護のしごとへの興味はわきましたか？

介護のしごとへの興味がわいたかを質問したところ、「大いにわいた」8人、「少しわいた」6人であり、全員が興味がわいていた（図 10-3-7）。

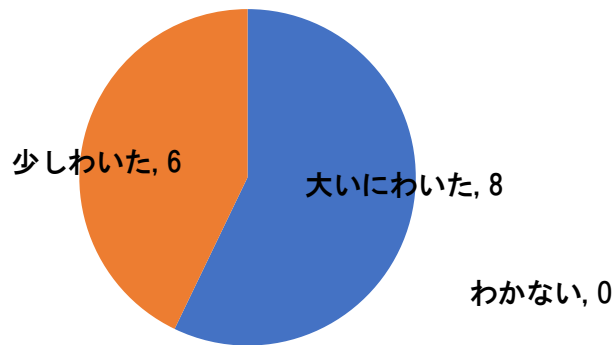


図 10-3-7 単純集計：介護のしごとへの興味 (n=14)

■新しい知識を得ることができましたか？

新しい知識を得ることができたかを質問したところ、「大いにできた」11人、「少しできた」3人であり、全員が一定の知識を得ることができていた（図 10-3-8）。

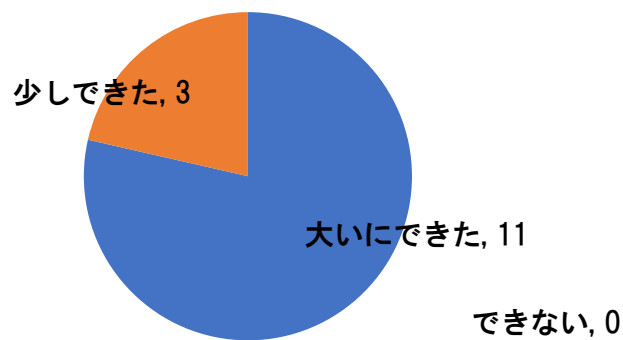


図 10-3-8 単純集計：新しい知識 (n=14)

■動画の長さについて

動画の長さ（1本30分）について質問したところ、「長い」5件、「ちょうどよい」9件であった。「短い」との回答は0人であった（図 10-3-9）。

動画の長さとして介護のしごとへの興味がわいたかをクロス集計したところ、「介護のしごとへの興味が大いにわいた」8件のうち、6件は30分の長さを「ちょうどよい」と回答していた（図 10-3-10）。

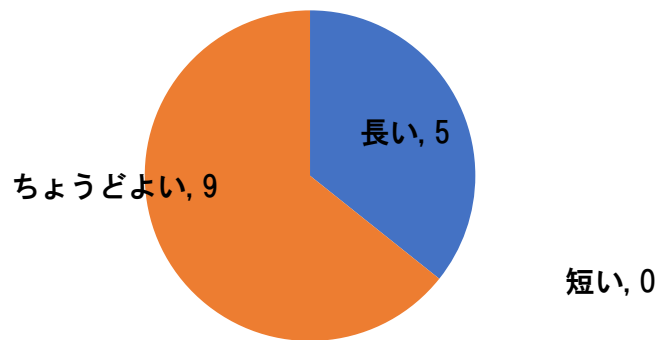


図 10-3-9 単純集計：動画の長さ（一本 30 分）（n=14）

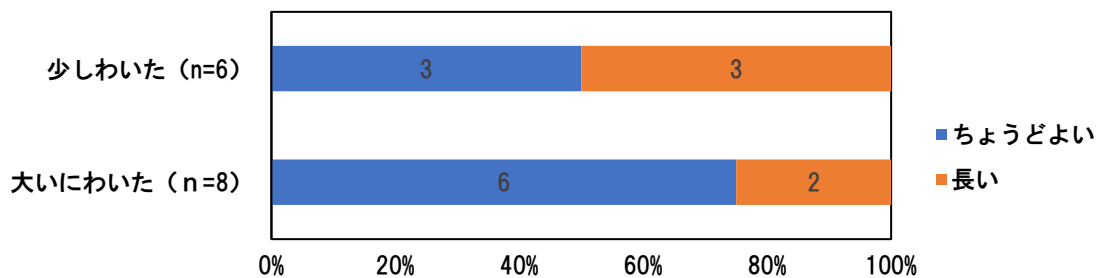


図 10-3-10 クロス集計：動画の長さ×介護のしごとへの興味がわいたか（n=14）

#### ■受講方式について

入門的研修の研修時間は合計で 21 時間となる。希望する研修の受講方式は質問したところ、「対面研修」2 人、「同時双方向オンライン研修」2 人、「オンデマンド視聴研修」5 人、「同時双方向とオンデマンド視聴を組み合わせせた研修」5 人となった（図 10-3-11）。

受講方式と介護のしごとへの興味がわいたかをクロス集計したところ、「介護のしごとへの興味が大いにわいた」8 件の内訳は、「対面研修」1 人、「同時双方向オンライン研修」2 人、「オンデマンド視聴研修」2 人、「同時双方向とオンデマンド視聴を組み合わせせた研修」3 人であった（図 10-3-12）。

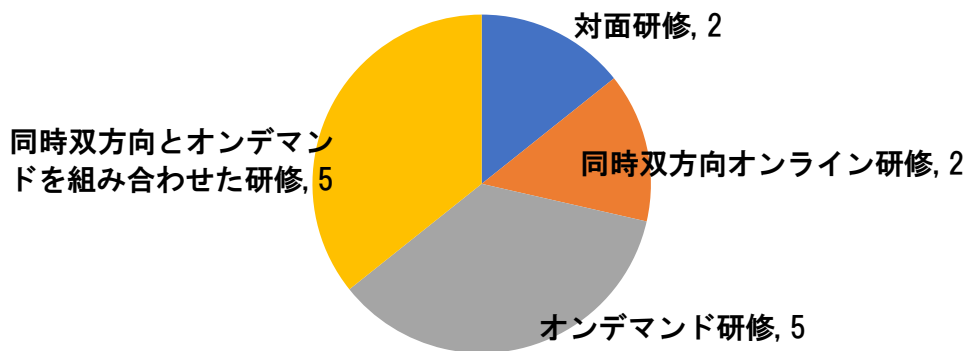


図 10-3-11 単純集計：受講方式 (n=14)

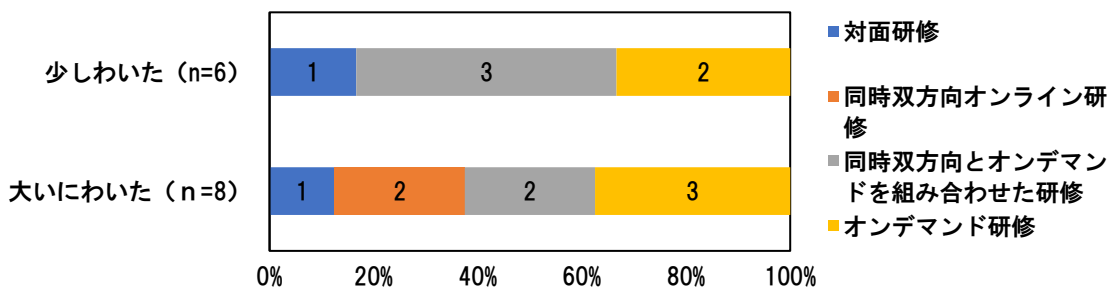


図 10-3-12 クロス集計：受講方式×介護のしごとへの興味がわいたか (n=14)

■動画視聴 5 本の感想：介護のしごとへの興味がわいたか×回答者属性

動画資料 5 本の感想：「介護のしごとへの興味がわいたか」を回答者の属性とクロス集計した結果を表 10-3-6 に示す。

本事業の対象である子育てを終えた層と関係ある項目で傾向として確認できた点は、介護のしごとへの興味が「大いにわいた」と回答した者は、家族や親族の介護経験「あり」では 9 人中 6 人であるのに対し、「なし」では 5 人中 2 人とどまったという点である。

表10-3-6 クロス集計：動画視聴5本の感想×回答者属性（n=14）

<介護のしごとへの興味はわいたか（n=14）>

		大いにわいた	少しわいた
総数（n=14）		7	7
年齢	40代（n=7）	3	4
	50代（n=7）	5	2
性別	男性（n=3）	2	1
	女性（n=11）	6	5
家族形態	単身（n=1）	0	1
	夫婦のみ（n=3）	2	1
	夫婦+子ども（n=6）	3	3
	その他（n=4）	3	1
就労形態	正社員（n=3）	2	2
	フルタイムパート（n=4）	3	1
	短時間パート（n=3）	3	0
	就労していない（n=4）	0	3
子育て経験	あり（n=9）	5	4
	なし（n=5）	3	2
家族や親族の介護経験	ある（n=9）	6	2
	ない（n=5）	2	3
介護のしごと経験	ある（n=4）	3	1
	ない（n=10）	5	5
介護のしごとへの興味	大いにある（n=5）	5	0
	ある（n=7）	3	4
	あまりない（n=2）	0	2
子育て経験は介護に	役に立つと思う（n=13）	7	6
	役に立つと思わない（n=1）	1	0

■動画視聴5本の感想：動画の長さ・受講方式×回答者属性

動画資料5本の感想：「動画の長さ」「受講方式」を回答者の属性とクロス集計した結果を表10-3-7に示す。

・動画の長さ

「40代」では7人中3人が「ちょうどよい」、4人が「長い」であった。「50代」では7人中6人が「ちょうどよい」、1人が「長い」であった。

・受講形式

「女性」は時間的制約が強くない「同時双方向とオンデマンドのハイブリッド研

修」、「オンデマンド研修」などを希望する傾向にあった。家族形態が「夫婦＋子ども」も同様であった。

表10-3-7 クロス集計：動画視聴5本の感想×回答者属性（n=14）

<動画の長さ（n=14）>

		ちょうどよい	長い
総数（n=14）		9	5
年齢	40代（n=7）	3	4
	50代（n=7）	6	1
性別	男性（n=3）	2	1
	女性（n=11）	7	4
家族形態	単身（n=1）	1	0
	夫婦のみ（n=3）	1	2
	夫婦＋子ども（n=6）	4	2
	その他（n=4）	3	1
就労形態	正社員（n=3）	2	1
	フルタイムパート（n=4）	2	2
	短時間パート（n=3）	2	1
	就労していない（n=4）	3	1
子育て経験	あり（n=9）	6	3
	なし（n=5）	3	2
家族や親族の介護経験	ある（n=9）	6	3
	ない（n=5）	3	2
介護のしごと経験	ある（n=4）	3	1
	ない（n=10）	6	4
介護のしごとへの興味	大いにある（n=5）	4	1
	ある（n=7）	4	3
	あまりない（n=2）	1	1
子育て経験は介護に	役に立つと思う（n=13）	9	4
	役に立つと思わない（n=1）	0	1

<受講方式 (n=14) >

		対面研修	同時双方向オンライン研修	同時双方向とオンデマンドのハイブリッド研修	オンデマンド研修
総数 (n=14)		2	2	5	5
年齢	40代 (n=7)	2	0	2	3
	50代 (n=7)	0	2	3	2
性別	男性 (n=3)	0	1	1	1
	女性 (n=11)	2	1	4	4
家族形態	単身 (n=1)	0	0	1	0
	夫婦のみ (n=3)	0	1	1	1
	夫婦+子ども (n=6)	1	0	2	3
	その他 (n=4)	1	1	1	1
就労形態	正社員 (n=3)	0	1	1	1
	フルタイムパート (n=4)	2	0	1	1
	短時間パート (n=3)	0	0	2	1
	就労していない (n=4)	0	1	1	2
子育て経験	あり (n=9)	1	2	3	3
	なし (n=5)	1	0	2	2
家族や親族の介護経験	ある (n=9)	1	1	3	4
	ない (n=5)	1	1	2	1
介護のしごとと経験	ある (n=4)	0	1	2	1
	ない (n=10)	2	1	3	4
介護のしごとへの興味	大いにある (n=5)	0	2	1	2
	ある (n=7)	2	0	3	2
	あまりない (n=2)	0	0	1	1
子育て経験は介護に	役に立つと思う (n=13)	1	2	5	5
	役に立つと思わない (n=1)	1	0	0	0

### 10.3.4 考察と評価

入門的研修動画について、オンラインによる研修の可能性と改善点、子育てを終えた層向けの動画として適切性、この2点を検証する目的で2つの調査を実施した。結果の解釈と若干の考察を以下に記す。

#### ◆調査1

調査1では入門的研修の動画1本を視聴してもらい、動画の感想について2つの質問を行った。得られた有効回答数は75件であった。

動画を楽しみることができたかについては、「動画を楽しみ視聴することができた」66.7%、「動画をまあ楽しむことができた」32.0%と合計98.7%で肯定的な評価であった。視聴前後で介護のイメージは変わったかについては、「介護のイメージが良くなっ



た」69.3%、「介護のイメージは変わらない」30.7%であった。クロス集計したところ、「動画を楽しく視聴することができた」と回答した場合ほど、「介護のイメージが良くなった」と回答する比率が高かった。入門的研修の動画としての第一印象は悪くないことが確認できた。

本事業は子育てを終えた層をメインターゲットにしているため、子育て経験の有無や現在フルタイムの労働市場に入っていない層の視聴感想を確認することが重要と考えている。そこで回答者の属性とクロスしたところ、以下が示唆された。動画を視聴して、「介護のイメージが良くなった」と回答している割合は、「子育て経験あり」74.4%に対して「子育て経験なし」62.5%と、子育て経験ありで評価が高かった。就労状況との関係でみたところ、「正社員」に比べて、「フルタイムパート」「短時間パート」「就労していない」は、「介護のイメージがよくなった」との回答が高かった。子育てを終えた層にフィットした動画であったことが示唆される。

子育て経験が介護のしごとに役立つとの認識を持っている層の動画の感想も重要と考えている。「動画を楽しく視聴することができた」と回答している群は「動画をまあ楽しく視聴することができた」と回答している群に比べて、「子育て経験が役に立つと思う」と回答する比率が高かった。同様に、「介護のイメージが良くなった」と回答している群は「介護のイメージは変わらない」と回答している群に比べて、「子育て経験が役に立つと思う」と回答する比率が高かった。因果関係そのものを判定することは困難だが、子育て経験と介護のしごとに関和性を覚えていることが確認できた。

#### ◆調査2

調査2では調査1の回答者のうち協力を得られた14人に対して、入門的研修の動画5本を視聴してもらい、動画の感想について6つの質問を行った。

介護そのものへのイメージは「良くなった」9件、「まあ良くなった」5件であった。介護のしごとのイメージは「良くなった」8件、「まあ良くなった」5件、「変わらない」1件であった。介護のしごとへの興味は「大いにわいた」8件、「少しわいた」6件であった。総じて、動画5本の視聴によって、介護そのもののイメージ、介護のしごとのイメージ、介護のしごとへの興味が高くなっていることが確認できた。

次に動画の長さや視聴方法についての感想を確認した。1本あたり30分という長さについては「長い」5件、「ちょうどよい」9件であった。ただし、「介護のしごとへの興味が大いにわいた」8件のうち、6件は30分の長さを「ちょうどよい」と回答していた。また、50代は「ちょうどよい」との回答が大半を占めたが、40代は「長い」との回答のほう多かった。若い世代ほど短時間でSNS視聴に慣れていることが影響しているのかもしれない。すきま時間を活用しての視聴も想定していること、子育てを終えた層でもスマホやSNSが一般化していることもあり、動画の長さ、飽きのこない構成など、への配慮が必要なことが示唆された。

入門的研修は全部で 21 時間の研修となるが、受講形態の希望を聞いたところ「対面」2 件、「同時双方向型」2 件、「オンデマンド」5 件、「オンデマンドと同時双方向型の組み合わせ」5 件であり、受講時間に自由度がありつつも、一定程度は同時双方向型が好ましいと考えていることがわかった。回答者属性とクロスしたところ、女性は時間的制約から比較的自由的な「同時双方向とオンデマンドのハイブリッド研修」、「オンデマンド研修」を希望する傾向にあった。家族形態が「夫婦＋子ども」も同様であった。子育てが終わることを見越して受講できるためにも、時間的物理的制約が大きい動画視聴による研修の有効性と課題が確認できたと考えている。

## まとめ 事業の振り返りと今後への考察

産経新聞社は、令和2年度の厚生労働省「介護のしごと魅力発信等事業ターゲット別魅力発信事業～子育てを終えた層向け」を実施した。令和元年度に続く2年目の事業で、新型コロナウイルスの流行という予期せぬ事態はあったが、計画を修正し、予想以上の事業成果を上げることができた。多くの事業をリアルからネットに転換したことが、コロナ禍における人々の暮らしやターゲット層の生活スタイルにマッチしたものと考えられる。

イベントの実施については、感染予防の観点から、当初予定していた「こどもと一緒に介護の仕事」の実施は困難と判断し、オンライントークイベントに切り替えた。40代、50代の子育てを終えた層へのアピールを狙い、女優の黒木瞳さんと、タレントのりんたろー。さんを招いた。視聴者は狙い通りの年代となり、満足度も高かった。特に介護無関心層で介護の仕事のイメージアップに寄与したことは大きな成果であった。

このほか、当年度事業の大きな成果は、「介護に関する入門的研修」の動画化を行ったことだろう。退屈になりがちな座学からの脱却を目指し、講師と生徒の掛け合いによる進行を選択。30分の動画の合間に、この間に取材したコンテンツや漫画を1分動画にして入れ込み、飽きずに見られるよう工夫した。

ウェブサイトの運営には苦労した。コロナ禍で施設や高齢者、介護職への取材に制約があったためだ。取材機会は限られたが、コロナ禍での介護事業所を取り上げた一般記事の他、オンライントークイベントで司会を頼んだ町亞聖さんの連載記事、介護の悩み相談などの欄を設けて、産経新聞本紙・生活面とのタイアップを継続。200万PVを達成した。

また、新設された産経新聞社のファンコミュニティ「きっかけ」内にも、コミュニティサロン「ゆうゆう Life」をオープン。試験的な試みであったが、介護に多少とも関心のある5000人による「おしゃべりの場」を形成できた。ここをフィールドに入門的研修動画のテスト視聴を実施。一定の成果を得た。

次年度以降は、引き続きイベント、ウェブサイトなどで情報発信を行い、一般の視聴者に働きかけて入門的研修動画に誘導することや、自治体にこの動画を使ってもらい、研修を実施することを考えている。21時間42本の動画はそれなりに長いので、視聴者の脱落防止の仕掛けが必要である。前述のコミュニティサロン「ゆうゆう Life」に視聴者によるピアサロンを作りたい。人が、ウェブサイトの「ゆうゆう Life」とコミュニティサロンの「ゆうゆう Life」を行き来するなかで介護の魅力を知り、仲間を見つけ、入門的研修動画を観て、お互いに声を掛けあってモチベーションを維持する、という流れをイメージしている。

最終的には、サイトやきっかけコミュニティを入り口に入門的動画を観た人が、事業所で

ボランティアや介護体験ができるようなルートができると良い。今年度、ウェブサイト「ゆうゆう Life」には、都道府県の「介護事業者認証評価制度」に飛べるマップを作成し、掲載した。いずれ、動画の視聴者には、このマップを通して登録された優良事業所にアクセスできるルートを作りたい。そうすることで、都道府県や事業者にも同制度へのモチベーションが生まれる。同時に、介護に関心を持った人が、優良な事業所と接点を持つ機会にもなる。

介護の仕事に携わる人が、介護を良い仕事だと思い、長く勤めたいと思うかどうかは、事業所次第である。我々のサイトや動画を観て、介護の仕事に夢を抱いた人が、働きやすく質の高い事業所に出会い、期待通りの仕事だったと思ってもらうことは、我々の譲れぬ一線である。そのための仕掛けづくりに全力をあげたい。

2021年4月25日

産経新聞社新プロジェクト本部