

介護のしごとと魅力発信等事業

ターゲット別魅力情報発信事業「子育てを終えた層向け」

～から

C A R A C A R A

産経新聞社



本プロジェクトの目的・企画委員

■ 事業目的

ターゲット層である「子育てを終えた層」に、介護の仕事の現場の声や、やりがいなどの情報をメディアグループとしての機能を活かし積極的に情報発信します。

とくにターゲット層の中でも「介護への無関心層」に対し、介護業界の情報発信を強化しますが、情報発信のメインとなるのが新設する介護サイトでの情報発信です。介護サイトに加え、SNSの活用や女性向けWebメディア、女性雑誌、女性向けフリーペーパー新聞、テレビなど多メディア連動にて積極的に介護業界の情報を展開し、ターゲット層に「入門的研修」に興味を持ってもらうことに繋がります。

情報発信の内容は、ターゲット層と同じ年齢層の方で介護現場で生き生きと働く介護職従事者等へのインタビューや、施設運営者などへの取材を通し、介護の仕事のイメージアップを図る情報・コンテンツを発信します。

同時に、ターゲット層（子育てを終えた層・終える層）が集まるイベント（※親と子の介護職体験の場など）を開催し、情報訴求や調査なども首都圏と関西圏で開催します。

最後に、他のプロジェクト事業者の皆さんの情報を「介護サイト」やグループメディアでの媒体で情報発信する、情報連携も目指していきます。

■ 企画委員会 有識者による企画委員会を設置し、プロジェクトの方向性や各施策に対する意見を聞きながら進めます

- 牧野篤委員 (東京大学大学院教授・社会教育学)
- 井上由起子委員 (日本社会事業大学教授・福祉経営・介護保険事業)
- 植松巧之委員 (一般社団法人全国介護付きホーム協会 事務局長)
- 高瀬比佐子委員 (未来をつくるkaigoカフェ代表)
- 西上ありさ委員 (studio-L)

本プロジェクトのターゲット層と情報発信の強化

ターゲット層：
子育てを終えた層



介護業界の方、介護に関心のある層 → X

介護に無関心な層 → O

メインターゲット像

お小遣い女子

年代・性別：30代後半～40代の女性

職歴：就職後出産を機に退職

働く動機：子育てに余裕が出て、自分のために使うお小遣いが欲しいと思っているが、家事や子育てなど現在の生活リズムは大きく変えたくない

サブターゲット像

そうじゃない女子

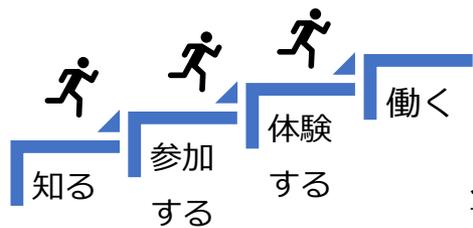
働く動機：芸術系の学校を卒業し、一般職よりも自分の得意なことやスキルを活かしながら働きたい

弊社役割： 情報発信機能

<p>全国紙</p>	<p>介護Webサイト</p>
<p>SNS</p>	<p>Web2.0 Webサイト</p>
<p>テレビ</p>	<p>女性雑誌</p>
<p>BSフジ</p>	<p>リビング新聞</p>
	<p>イベント</p>



介護現場

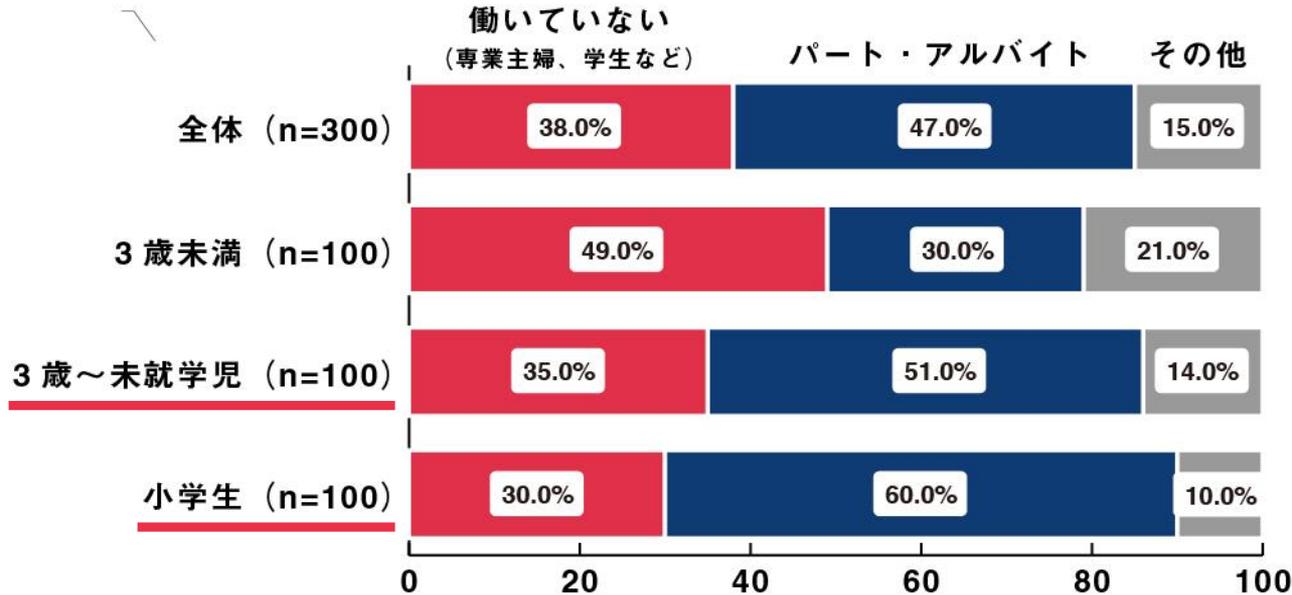
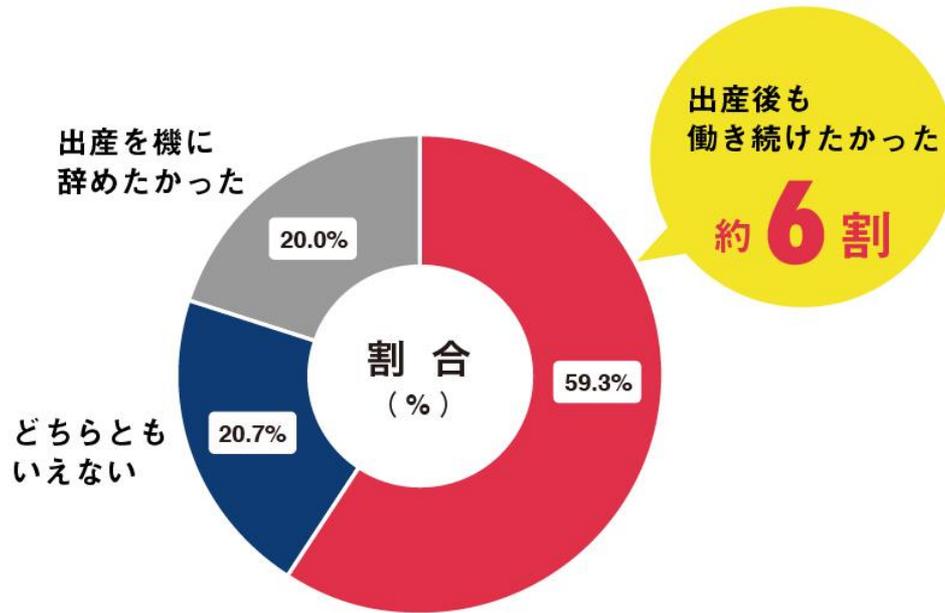


介護体験イベント参加
入門的研修への参加

ターゲットデータ①：正社員を辞めて、小学生以下の子供がいる女性の就業状況

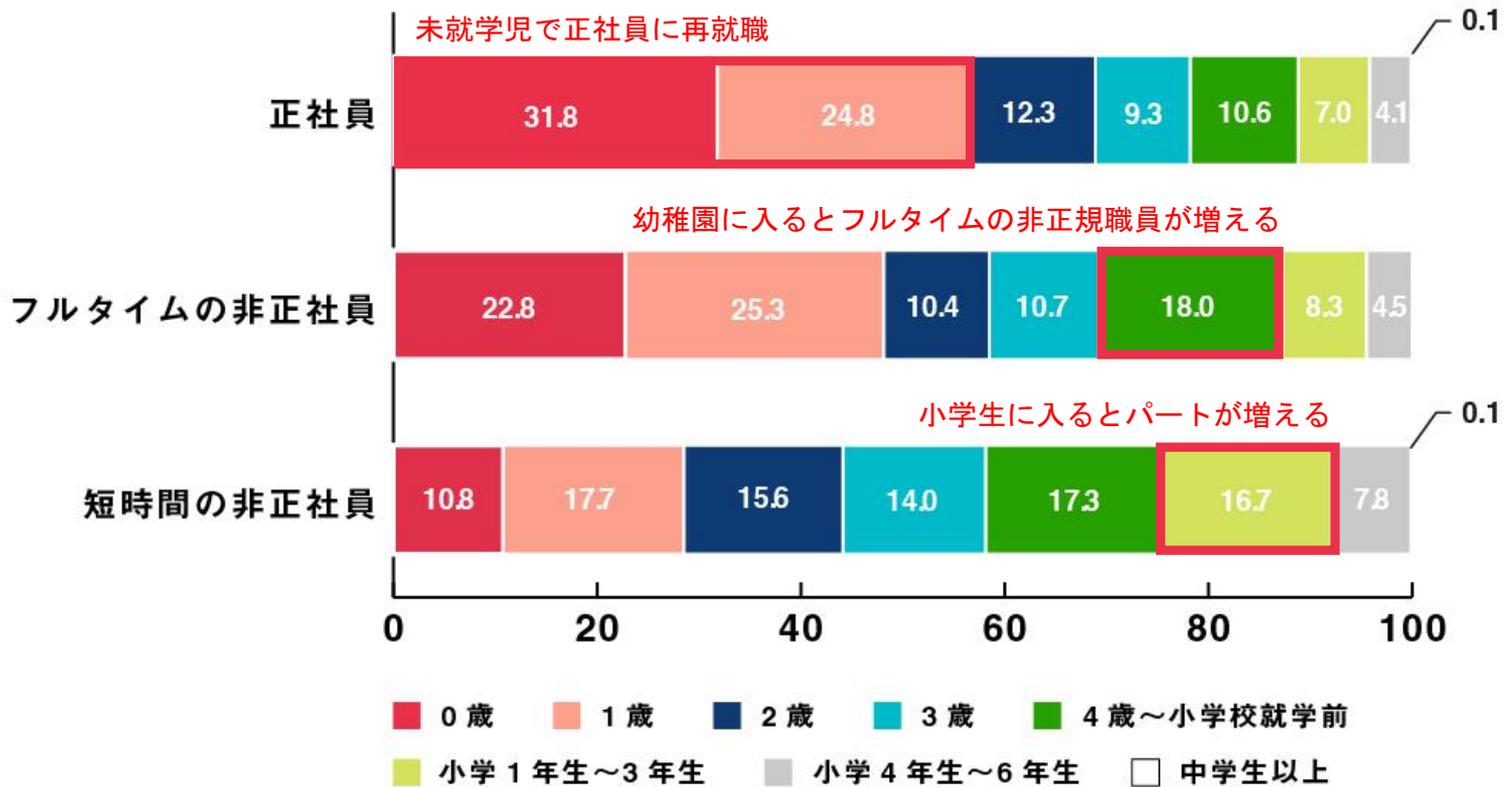
ベース：小学生以下の子供がいる正社員を辞めた女性（n=300）

出典：ぱーそん総合研究



ターゲットデータ②：再就職の末子の年齢

出典：厚生労働省
(平成27年)



私が働ける職場なんてないと思っている女性に提案したいメッセージ

- ① 高卒・短大卒（知識やスキルがない） → 得意を活かして働く
- ② 子どもがいる（働く時間と場所に制約がある） → 短時間だけ働く
- ③ 社会復帰したい（賃金よりも働く意義を重視） → 楽しく意義のある働き方

新設する介護サイト⇒ ケアするウェブマガジン「～から CARA CARA」

● サイト名

ケアするウェブマガジン

～から

C A R A C A R A

新設する介護サイト⇒ ケアするウェブマガジン「～から CARA CARA」

PC閲覧



スマホ閲覧



全国紙の産経新聞にて記者が「介護のしごと」の現場取材

産経新聞 2023年7月10日

「介護のしごと」は、社会の要請に応えるべく、日々進化を遂げている。その中でも、地域食堂「なつかしの家」は、高齢者の生活を支える重要な役割を果たしている。

地域食堂「なつかしの家」



古民家を再活用した地域食堂「なつかしの家」。立派な神棚はそのまゝに、食堂として生まれ変わった一帯手袋(八幡平市 道丸厚田撮影)

「なつかしの家」は、古民家を再活用した地域食堂。ここでは、高齢者が食事を楽しむだけでなく、交流の場としても機能している。

「~から」 CARA CARA logo and QR code with URL https://www.cara2.jp

「おいしい」が励みに。地域食堂「なつかしの家」では、高齢者の生活を支えるために、様々な取り組みが行われている。

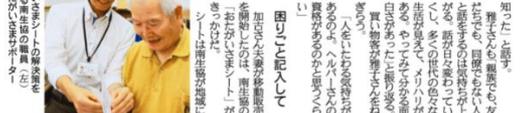
「おいしい」が励みに。地域食堂「なつかしの家」では、高齢者の生活を支えるために、様々な取り組みが行われている。

「~から」 CARA CARA logo and QR code with URL https://www.cara2.jp

産経新聞 2023年7月10日

「つながりあるまち」。地域食堂「なつかしの家」は、高齢者の生活を支えるために、様々な取り組みが行われている。

つながりある「まち」



利用者宅を訪ねて、掃除や洗濯、給水のやりなどの家事をこなす後北前区介護士(左)と利用者(右)。

「つながりあるまち」。地域食堂「なつかしの家」は、高齢者の生活を支えるために、様々な取り組みが行われている。

「~から」 CARA CARA logo and QR code with URL https://www.cara2.jp

産経新聞 2023年7月10日

「助けられた自分も」。地域食堂「なつかしの家」は、高齢者の生活を支えるために、様々な取り組みが行われている。

助けられた自分も



利用者の自宅を訪ねて、掃除や洗濯、給水のやりなどの家事をこなす後北前区介護士(左)と利用者(右)。

「助けられた自分も」。地域食堂「なつかしの家」は、高齢者の生活を支えるために、様々な取り組みが行われている。

「~から」 CARA CARA logo and QR code with URL https://www.cara2.jp

介護サイトへの集客方法・サイトコンテンツ案



産経ニュース
産経デジタル各サイトから送客



新設する介護情報サイト



オフラインメディア
●女性雑誌
●イベント



【 Webサイトコンテンツ案 】

- ・新聞取材記事
- ・インタビュー（介護福祉士、事業所）
- ・事業所訪問
- ・コラム
- ・ゆうゆうLifeの過去記事
- ・働きやすい介護事業所
＝認証評価制度と事業所別評価
- ・ネットで介護のお勉強
＝イーラーニング

※リンク集
厚生労働省人材確保専門ページ
各事業者団体リンク



■ イーラーニング機能 ■



Webで「入門的研修」の事前学習ができるイーラーニングの仕組みを東京都の監修により構築しました。
※9月17日から「～から」にて設置開始。



■ マンガ

産経新聞で過去に連載していた介護のマンガをネットでも紹介



【 人に添い、町をつくる一つながりあう地域をつくる 】

団塊の世代がすべて75歳以上になる2025年、団塊ジュニアが65歳以上になる2040年に向けて、最も深刻なのが介護職の不足。地域社会をどう支えていくのか。介護は人の生き死にに寄り添い、町をつくる仕事。介護に携わる人、その周辺で暮らしを支える人、挑戦する事業所、地域づくりへの参画などを追う。《主に特設サイトに掲載。紙面とも連動》

1. まちから（地域づくりの試み）

介護事業所やその周辺には、身体介護やオムツ交換でない多様な関わり方があることを伝える。地域食堂での調理、集いの場で話し相手やドライバー、介護の周辺の働き方にフォーカスし、関わる人の動機、発見、やりがいをレポートする。

ex地域食堂で働く、総合事業のボランティア、施設への出張美容師、三重県の介護助手など

2. 人から（介護職に向き合う）

介護職は、残業が少なく、近隣で働くことができ、子ども連れで働けたり、実は働きやすい職場。また、最初は資格がなくても、希望すれば、確実にキャリアラダーを上っていける。正規職員なら年収は遜色ない。働き方のバリエーション、素人で始めた人の動機を追う。

ex母子家庭の母、介護職になる、徘徊高齢者に心寄せて警察官からの転身、わが家の近くで働く、など

3. しごとから（事業所の挑戦）

働きやすい職場を目指す介護事業者にフォーカスする。リフト導入で腰痛防止をしたり、母子に住まいと仕事を提供したり、昼夜勤務を分けたり、学会参加を奨励したり。さまざまな事業所を紹介する。都道府県の評価事業も紹介する。

ex夜勤は取り合い、リフト導入で離職率低下、学会参加は公休。招待は旅費も、母子向けペアレンティングホーム

本プロジェクトのメディアネットワーク群

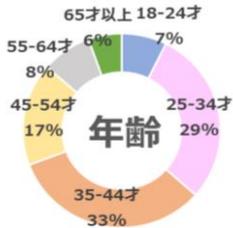
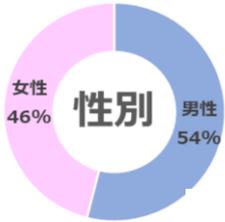


産経新聞全国版
= 全国版:150万部弱



月間PV(PC+SP) = 96,500,000PV
月間UU(PC+SP) = 29,300,000UU

産経ニューススマートフォンユーザー属性



新聞
ニュースサイト
= 広告+記事

介護サポ
SNS

介護のしごと魅力発信
= 介護の入門的研修
への認知率向上
※参加者増加を目指す

Web媒体
SNS
= 広告



首都圏12エリア 1,857,956部
大阪・兵庫9エリア 1,280,929部

自治体広報誌

各自治体の広報誌でのPR

フリー
ペーパー
= ペイドパブ

女性雑誌
= タイアップ



metropolitana

ESSE

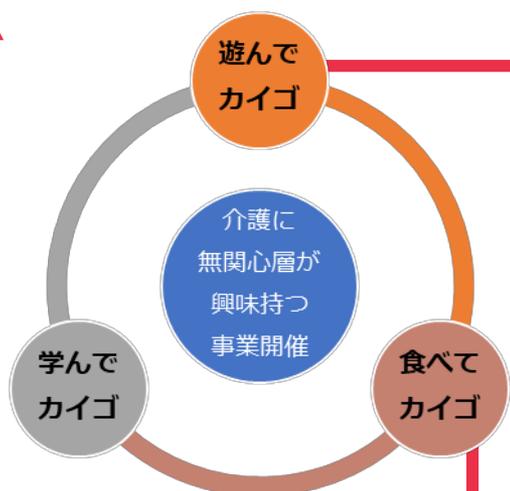
イベント企画内容案=介護の魅力を伝える各種イベント開催

介護施設ツアー(首都圏)バスツアー

介護施設ツアー(関西圏)バスツアー

※1月～3月(複数開催予定)

産経新聞や産経ニュース
各メディアなどで告知し
介護施設への見学・体験
ツアーを開催します



親と子供の介護体験 ※もしくは子供イベントでの親への介護職PR

= A : 親と子の介護体験で「介護のしごとと魅力」を既存イベント内で展開

= B : 介護の日『介護のしごととフォトコンテスト』(仮称・案)



親向けの介護のしごと
PRの場面を設けます

■ A = 既存イベントとの連携

①東京「ダヴィンチマスターズ」9月29日

教育関連イベントで「子育てと介護ダブルケアは突然やってくる」を
テーマに講演、保護者に介護の仕事を理解してもらう

講師：横浜国立大学大学院・相馬直子教授(予定)

②大阪「船場まつり」10月4日、5日、6日

ザ・カイゴニア～親子で体験する介護のしごとと体験～

①TANO(リハビリトレーニングシステム) ②HAL(介護及び自立支援)

③車いす(館内を押して周遊) ④高齢者疑似体験 ⑤介護の仕事相談コーナー

※体験してくれたお子さんには、ガチャガチャで船場まつりで使えるチケットをプレゼント



■ B = 施設の方と連携しての展開

「介護のしごととフォトコンテスト」11月11日(介護の日)

介護付きホームに携わる介護福祉士や介護職、関連職員の
日常写真を広く施設から募集。

介護サイト「～から」に順次掲載することで、介護の仕事
の理解を深める



■ 食と介護のしごととPR&体験

= 18万人の参加実績がある食イベントと連動し、「介護しごとの魅力」をPRします

東京「さかな祭」(日比谷公園)11月14日～17日

大阪「船場まつり」車いす体験や展示を中心に、介護のしごとと体験ブースを出展 10月4日～6日

ブース来場者には、介護食のサンプル配布を予定

※上記イベントに関しては現在詳細詰めており内容変更する場合があります

※さかな祭=正式名称=- 魚の国 宝の国 SAKANA & JAPAN PROJECT



