

厚生労働省 介護のしごと魅力発信等事業 (アクティブシニア層向け 分)

事業実施内容ご紹介

2019年 9月18日

PwCコンサルティング合同会社



事業の目的	P 3
実施内容	P 4
予定実施スケジュール	P 5
本事業におけるアプローチの方法・考え	P 6 ~ P 7
実証アプローチ	P 8 ~ P 11
イベント開催概要	P 12 ~ P 15

本事業では、人手不足問題が深刻な介護業務への新規雇用創出に向け、就労意欲のあるアクティブシニア層をターゲットとした「介護しごとの魅力発信イベント」を開催、「アクティブシニア層を介護のしごとに誘導するプログラム・メッセージ」を工夫する形で発信し、その有効性を検証することを目的として実施します。

本事業の背景(弊社認識)

少子高齢化、平均寿命の延伸により「人生100年時代」とされる中、シニア層が活躍できる社会の創造が求められている。シニア層の労働参画は、我が国の人手不足問題解決に向け重要な役割を果たし、特に課題感が強い業種や地方においては、大きな追い風となることが期待される。

一方、人手不足が深刻な介護業界では、今後一層の増加が見込まれる介護需要を満たすため、新たな介護人材の掘り起こしが求められているが、いわゆる「身体的・精神的にきつい」等のネガティブなイメージもあり、他業界と比べ人材確保が難しいといわれている。

事業の目的

そこで本事業では、**「アクティブシニア層」を対象に、介護のしごとに対する理解促進・イメージアップのための体験型魅力発信イベントを全国で開催**する。

イベントは、「からだ測定」(興味、体力、処理力等の計測)から始まり、結果に基づいた「向いている介護業務」の提示、実際のシニアの活躍事例情報の提示、介護職の求人情報紹介、介護のしごとの理解促進のためのセミナー等のプログラムで構成し、介護のしごとについての誤解払拭とともに、「自分でもやれそうだ」、「やってみよう」という意識醸成を狙う。

加えて、イベントによるアクティブシニア層の意識・行動変化を分析し、就労意欲向上及び介護現場への誘導を目的とした魅力発信方法の効果を検証し体系化する。

それにより、イベント開催における効果的なシニアの集客方法、当日の動線や動機付け方法、等の効果的アプローチに関するノウハウを、活用いただける「ナレッジ」として取りまとめ、各地域や自治体が今後「アクティブシニア向けの介護業界への誘導」を目的とした活動を効果的に行っていく上での一助となることを目指す。

本事業では、「アクティブシニアの就労・活躍できる環境整備」を効果的に行っている介護事業者、介護団体、シニアの就労支援を行う人材専門家、介護の現場に精通する学識者などで構成する企画委員会で意見を賜り、実際のイベントを通じて効果的なシニアへの訴求方法を検証し、結果を各地域の自治体やシニアの就労を支援する団体等にナレッジとして活用いただけるマニュアルを作成する、という流れで進める予定です。

1. 企画委員会の設置

- ✓ 現実に即し、且つ訴求性の高い効果的な内容とすべく、方針・内容などについて有識者からご意見を頂戴し事業に活かす。
- ✓ 当該魅力発信イベント等の企画内容の検討に加え、事業効果の検証方法、情報発信媒体(広報、プロモーション含む)や、その他の成果物(イベント企画・運営マニュアル、事業成果報告書)の内容検討を行う。
- ✓ 委員会は、事業期間中で計5回程度開催する。

2. イベントの企画・実施

- ✓ アクティブシニア層への介護のしごとの魅力発信や意識変容を目的として、体験型・参加型イベントを開催する。
- ✓ イベントは計8回程度を、前半と後半に分けた2サイクルで実施する。
- ✓ 前半で得られた気づき・反省を後半のイベント開催に活かし、訴求方法における効果実証を行う。

3. イベント企画・運営マニュアルの作成

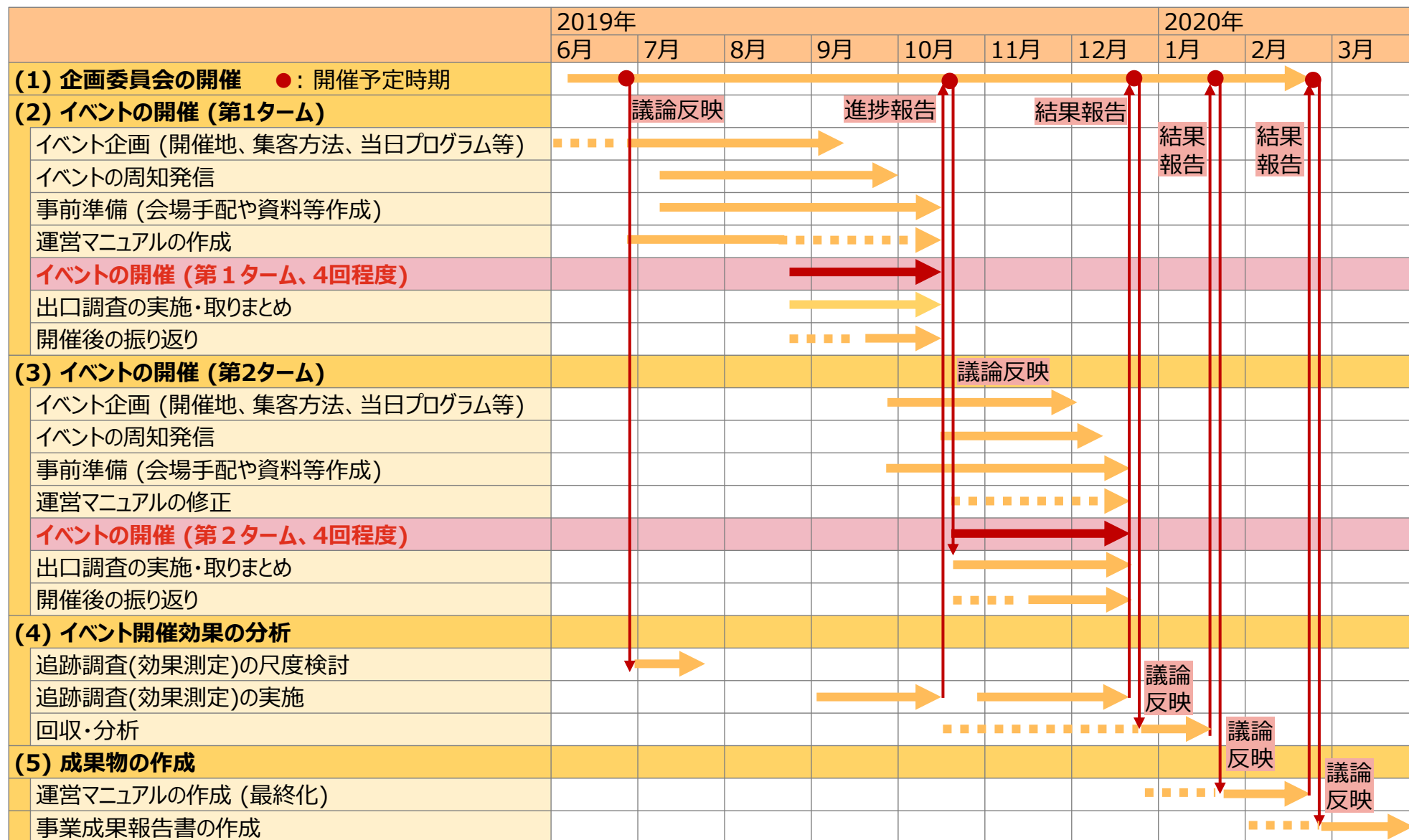
- ✓ 本事業の事業成果として、イベント企画・運営マニュアルの作成を行う。
- ✓ 今後各地方自治体等が介護人材確保に向けた同様のイベントを行う際に、参考に資する資料となることを目的として、本事業により得られた、介護しごとの魅力発信に向けた効果的なアプローチに対する示唆を取りまとめる。
- ✓ 作成にあたっては、2サイクルで実施するイベントを通じて、より効果や訴求性の高いアプローチ方法を分析の上で収斂する。

4. 事業成果報告書の作成

- ✓ 上記活動を通じた気づき・成果について成果報告書として取りまとめる。

事業実施の予定スケジュール

本事業では、8月～10月(第1ターム)、11月～年末12月(第2ターム)を目途に、魅力発信イベントをそれぞれ4回程度実施する予定です。それぞれのイベントの開催後は、参加者の行動・意識変容の効果測定・分析を目的として、イベント参加者を対象とした追跡調査を実施します。



第1回委員会での議論を受け、改めて本事業の意義として「アクティブシニア層の状況」を踏まえた導線への仮説を設定、そこからアプローチ方法やプログラムの検討を行っています。「最終的に介護の現場で貢献してくれる方を増やすこと」を目的と捉え、「しごと」を広義に構えた上で、「介護」、「しごと」、「就労」に対する反応を分けて考えた上で、アクティブシニアの日常の行動範囲に網をかけるという手法の効果を実証することを狙います。

魅力発信方法を検討する上での、他の潜在的労働者(若年層、子育てを終えた層)と異なるアクティブシニア層の特徴 (弊社想定)

自分や家族の介護が喫緊な状況	介護に対する興味や漠然とした不安が強いと思われ、これらの解消というアプローチが奏功するのではないか
年金受給や定年後というステータス	若年層と比べ、「給与水準」や「生計を立てる上での仕事」というインセンティブを明確に打ち出さなくても良いのではないかと
余生というステータス	より社会や地域コミュニティへの貢献・還元をしたいという意識や動機が強いのではないかと
これからの人生に対する不安	コミュニティに属する、誰かと一緒に何かをするという機会を欲しているのではないかと
これまでやってきた事への懐古・誇り	これまで社会で培ってきたことを活かし誰かの役に立つという機会(承認欲求の刺激)が動機になるのではないかと
自分には大変・難しいという誤解・懸念	介護は「生活と近いものが多々あり、そのお手伝いをする」という非特別感を感じてもらいと障壁は低くなるのではないかと

本事業におけるアクティブシニア層に訴求する「しごと」の考え方 (案)

- ✓ 本来のあり方である「報酬を受けてしごとをする」といういわゆる就労は言わずもがな、単に「介護をするにあたって誰かがやらなければならないこと」や「地域の高齢者の生活のお手伝い」などを「しごと」として包括的に捉え、それらの魅力発信(≒誤解・懸念の払拭)という位置づけに置いて良いのではないかと
- ✓ もちろん「就労→定着」が最終的な目的ではあるが、アクティブシニアに「事業所に来てもらい何かをしてもらうこと」を促せるだけでも人材不足の解消に資するのではないかと

効果的にアクティブシニアに魅力発信を行うためには、まずイベントに来てもらわなければ始まりません。そのため、集客方法においては「参加者がより集まりやすいテーマ設定やイベントのネーミング」など、合わせてプログラムにおいては、最終的に「介護のしごと」に来てもらうまでの流れを意識した動線を検討します。

魅力発信のポイント: まず第一に、イベントにどれだけ多くの訴求対象であるアクティブシニアに足を運んでもらうかが鍵である

しかし「**介護**」の「**しごと**」という形で二重に狭めると、「介護業界への求職」に興味のある人しか来ない
→ そもそも人が集まらないといくら効果的な「魅力発信アプローチ」を設けたとしても訴求効果が低い

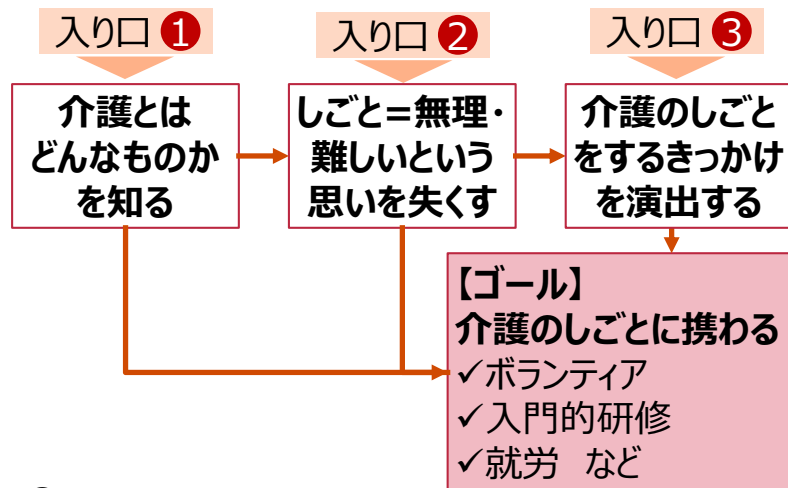
そのため、「集客方法」と「介護のしごとの訴求」をある程度分けて考えるのが効果的ではないか

- 集客のアプローチ方法:
- ① 集客においては「しごと」と「介護」を分け、絞り込み要因を一つにした上で集客を行う
 - ② 「集める」のではなく、アクティブシニアが「集まる」場所にイベントの仕掛けを設ける

その上で、来場者に対して、プログラムの中で「介護のしごと」をトピックとして提示し、「介護のしごと」に対する認識を高めてもらうと同時に、障壁の高さや介護の現場に対する誤解を払拭してもらう

訴求プロセス(案)

「①から②③と展開」、「②から入る」、「③さえあれば就労に繋がる」などの3動線を想定



訴求場所・連携団体等

介護のしごとについて意識・理解がないターゲットに対して、日常の行動範囲にイベントを設ける

- 介護の有効求人倍率が高い(都市部など)
• ベッドタウンでは高齢者が増加中 → **多摩ニュータウン等の都市部郊外**
- 独居老人等が問題化しており、長屋のようなコミュニティが形成されている → **UR賃貸の自治体**
- インフルエンサーがおり人を巻き込む力が強い → **NPO団体
地域コミュニティ**
- 活発な高齢者が一度に多く集う → **地域の演芸大会や祭り
イオンモール等**

本事業のターゲットとなるアクティブシニア層の状況について、「そもそも介護のしごとを知らないので知りたい」、「しごとをすることに不安を抱えている」、「きっかけがない」という3つに分けられると考えます。どの属性にいるか、どの段階を通過するかはアクティブシニア毎に異なりますが、本事業では前者2つのアクティブシニアをコアターゲットとし、彼らの行動範囲でイベント開催することで意識変容を促し、介護のしごとに携わることに誘導できるか実証する形を考えています。

本事業は大きく2つのコアターゲットに対するアプローチ方法の実証を行う

合わせてきっかけの演出を検討

想定ターゲット思考

① 「介護」を知らない、あるいは介護を「しごとの機会」として意識していない

- ・身内を介護した経験がない
- ・職場・友人関係等、身近な環境に介護に接する機会がない
- ・自身が将来介護されることを考える上での不安

② アクティブであることには興味はあるが「しごとすること」に何らかの不安がある

- ・体力的・肉体的な不安
- ・時間的不安(生活スタイルを壊したくない)
- ・人間関係など職場環境への不安
- ・今更新しい物事を始めることへの不安
- ・従事時の事故や要介護者の方とのやり取りなどの不安

③ 介護のしごとをするきっかけがない

- ・近くに介護事業者がないと思っている
- ・介護に入ってみるきっかけがない
- ・しごと以外にやりたいこと(趣味など)がある
- ・時間はあるがやりたいことがない(暇を持て余している)

狙い・戦略

「家族の介護をしなければならないが何をしたら良いのか」、「自分が将来介護施設に入るのを想像して、どんな環境なのか不安」といった「介護」を対象とし、「**まず介護を知ろう**」という趣旨で興味を訴求

その中で、事例の紹介や体験を通じて「**介護のしごと**」を紹介し知ってもらうことで、「難しい」という懸念・誤解を払拭

家族や夫婦など同伴の参加奨励も一案

健康や再就職に不安を抱えるアクティブシニアに対して、「**まず自分の健康・強みを知ろう**」という形で「**介護**」に閉じずに誘引

その中で、「何かをすること」全般への後押しをしつつ、「向いている仕事」として棚卸した業務(入門的～専門的)を参照する中で「**介護のしごと**」を紹介

合わせて職場や働き方に対する不安も、事例紹介や事業所で働く社員との質疑応答などを通じて働くイメージを持ってもらう

新しい世界に入り込むことを躊躇しているアクティブシニアに対して、イベント・催し物と連動して巻き込む形で、「**結果的に介護のしごとをしている**」という状況となる機会を提示し「**飛び込むきっかけ**」を作る

「仕方ないなあ・・・」といいながらも周りに焚きつけられて、あるいはお願いされてやる、うまくいったら褒める、結果定着するという形で既成事実を作ってしまう

敢えて求職セミナーなど就労には関連しないアプローチ・イベントで訴求を図る

本事業のターゲットとなるアクティブシニア層の状況について、「そもそも介護のしごとを知らないので知りたい」、「しごとをすることに不安を抱えている」、「きっかけがない」という3つに分けられると考えます。どの属性にいるか、どの段階を通過するかはアクティブシニア毎に異なりますが、本事業では前者2つのアクティブシニアをコアターゲットとし、彼らの行動範囲でイベント開催することで意識変容を促し、介護のしごとに携わることに誘導できるか実証する形を考えています。

本事業は大きく2つのコアターゲットに対するアプローチ方法の実証を行う

合わせてきっかけの演出を検討

想定ターゲット思考

① 「介護」を知らない、あるいは介護を「しごとの機会」として意識していない

- 身内を介護した経験がない
- 職場・友人関係等、身近な環境に介護に接する機会がない
- 自身が将来介護されることを考える上での不安

② アクティブであることには興味はあるが「しごとをすること」に何らかの不安がある

- 体力的・肉体的な不安
- 時間的不安(生活スタイルを壊したくない)
- 人間関係など職場環境への不安
- 今更新しい物事を始めることへの不安
- 従事時の事故や要介護者の方とのやり取りなどの不安

③ 介護のしごとをするきっかけがない

- 近くに介護事業者がないと思っている
- 介護に入ってみるきっかけがない
- しごと以外にやりたいこと(趣味など)がある
- 時間はあるがやりたいことがない(暇を持て余している)

伝えるメッセージ・アプローチ

漠然とした「介護とは何か？」の解消

- ✓ 「介護のしごと」は身近なことで生活の一部で、特別なことをするものではない
- ✓ 「世話する人」→「生活のパートナー」へ
- ✓ (親や身内など)これまでの介護経験も活用可能

「しごとをすること」への後押し

- ✓ これまで培った経験・スキルを活かせるしごとがある
- ✓ 向いているしごとがある(体力、能力、性格、興味、これまでの経験など)

介護のしごとをまずはやってみること

- ✓ 機会が身近にあることを知ってもらう
- ✓ 地域のコミュニティやNPO、世話焼き役などから誘ってもらう
- ✓ まずはやってみるインセンティブを示す

介護のしごとに慣れ親しんでもらう

- ✓ テクノロジーにより身体的負荷が軽減可能
- ✓ 食事の介助や話し相手、清掃等、日常生活の延長で間接的業務が実施可能

興味を持ってもらう

- ✓ 介護業務の社会貢献度の高さや、少しのことでも人のためになるという楽しさ
- ✓ 社会との繋がり、コミュニティ参画の手段として有用
- ※ 訴求のコピーには留意し、極力「我がごと」として考えられるトピックを設定する

イベントでは、ドアオープンの集客として考えている「からだ測定」を中心に、様々なプログラムの提供を想定しております。開催地域の特性や、開催会場、またイベントのコンセプトに応じて特に重点的に実施するプログラムを選定し、結果を踏まえてプログラムの内容を修練して参ります。

当日開催プログラムの案		期待できる効果・課題払拭
からだ測定	参加者の体力・処理能力・個性を測定し、適性のある業務と接続するプログラムで、「体力」、「処理能力」等、自身の強みや状態を可視化し客観的に示すことで「働くこと」を考えるきっかけを作り、就労意欲の向上及び福祉・介護現場への誘導を支援する	<ul style="list-style-type: none"> • からだ測定を通じて、強み・興味に沿って向いている仕事として「介護のしごと」を紹介し、「介護のしごとに向いている、またはできる」という動機付けをする
介護業界就職相談窓口	受入態勢や業務の切分を行うなど、シニアの就業・活躍の体制を効果的に整えている介護事業者(上位認証を受けているなど)や、行政の福祉支援センターによる1対1の相談会を開催する	<ul style="list-style-type: none"> • 介護業界、職場や業務の基本を知り、介護に対する漠然とした不安を解消する • 介護の現場で自身の経験・スキルが役立つことを認識する
介護・しごとセミナー	上記のような優良なアクティブシニアの活躍を行っている介護事業者団体による「介護セミナー」、地域の就職支援団体による「しごとセミナー」を開催する	<ul style="list-style-type: none"> • 体力的懸念、金銭的懸念(控除額減、年金減)を払拭し、「週5フルタイム」や「介護業務全般」といった業務以外の選択肢があることを認識する
体験型イベントブース	「VRを活用した介護体験」「パワースーツを用いた介護体験」といった最先端のテクノロジーを用意する	
介護ロボット展示	ICTや介護ロボットを活用した事業所の取組等を紹介する	<ul style="list-style-type: none"> • 介護のしごと体験や展示物を通じてより具体的なイメージを醸成する • 「介護のしごとは難しい」というイメージを軽減し、「自分でもできそうだ」と認識する
介護サークル・団体紹介	従業員として高齢者が既に活躍している事例や、職務の切り出し等により柔軟な働き方が実現している事業者の事例等をパネル形式で紹介する	

※実際のプログラムは、各イベント毎に会場のサイズや開催コンセプト等を踏まえて、実施するものを選んで行う想定です。
具体的な内容についてご興味のある方がいらっしゃる場合はお気軽にご相談ください。

イベント開催にあたっては、コアターゲットへの訴求・集客のしやすさや効果を踏まえ、①「介護」をキーワードにしたイベントと、②「健康・アクティブなしごと」をキーワードにしたイベントの2つを主に企画しています。コンセプト毎にイベントの内容を工夫し、それぞれの意識・行動変容が起きるよう訴求していきます。そのため、貴地域にて当該コンセプト(①あるいは②、もしくは両方)を実施するに当たり、良い開催場所、集客方法に関してご意見・ご協力を賜りたく考えております。

コンセプト	訴求方法	想定プログラム (順不同)	開催場所(案)
<p>① 「介護」推し</p> <p>「介護」を知ろうというメッセージで参加者を誘引し、そこから「介護のしごと」を紹介</p>	<p>「家族の介護をしなければならないが実際に何をしたら良いのか」「自分が将来介護施設に入ることなどを想像して、どんな環境か不安」といったアクティブシニアに対し、「まず介護とは何かを知ろう」という趣旨で興味を訴求</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 介護セミナー、相談ブースなどで介護に対する理解促進(優良介護事業者に協力依頼) 2. (1の中で「介護のしごと」やアクティブシニアが働きやすい職場、認証制度などを紹介) 3. からだ測定を通じて、強み・興味に沿って向いている仕事として「介護のしごと」を紹介 4. 介護のしごと体験や展示物を通じてより具体的なイメージを醸成 	<p>身近な問題として、介護に関心のある人が多く集まる場所</p> <ul style="list-style-type: none"> ・介護施設、病院 ・市役所 など
<p>② 「しごと・健康」推し</p> <p>「健康」・「就職」等をキーワードに誘引、「しごと」する動機を高めてもらい、その中で「介護のしごと」を紹介</p>	<p>健康や就労に不安を抱えるアクティブシニアに対し、「まず自分の健康、強みを知ろう」という形で開始し、結果を踏まえて「しごとをしてみませんか」→「介護の現場でやってみませんか」という流れで介護のしごとに誘引</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「健康チェック」「向いていること発見」等の名目でからだ測定を実施 2. しごとセミナーにて、アクティブシニアが活躍しやすい/働きやすいしごとや職場事例を紹介 3. (向いていることとして)「介護のしごと」を紹介) 4. しごと相談ブース、サークル活動告知など、参加後の介護現場へ赴ききっかけを示す 	<p>誰かと何かをすることや健康・アクティブな生活維持に意欲的な人が多く集まる場所</p> <ul style="list-style-type: none"> ・フィットネスジム ・公民館 など
<p>③ ふらっと参加 (2周目実施を検討中)</p> <p>公共の場などで立ち寄って足を止めてもらうコンテンツと共に「介護のしごと」を紹介</p>	<p>アクティブシニアの日常生活に近いところで仕掛けを設け、まずは集まる、あるいは立ち止まってもらう中で、「介護」や「しごと」に対する前向きな印象を持ってもらう</p>	<ol style="list-style-type: none"> 1. 「寄席」や「(孫向け)キャラクター呼び込み」等まずは足を止めてもらうため目玉の催し物(介護/しごとと無関係なものも可)と絡めた集客 2. からだ測定や介護ロボット体験など誘引策の中でも比較的キャッチーなプログラムを実施 3. そこで介護のミニセミナーなど、目玉の催し物で滞在する間や前後に介護のしごとを紹介 	<p>シニア層の生活圏内で、集まりやすい場所</p> <ul style="list-style-type: none"> ・イオンモール ・演芸大会・祭り ・地域イベント

イベントに協力いただく事業者については、「ただ人手が欲しい」という介護事業者であると、シニアが勤務開始後に「思っていたのと違う」、「こんなはずではなかった」とネガティブな印象を持って辞めてしまう恐れもあり、魅力発信と逆効果となります。そのため、イベントは一般的な「求職・求人イベント」とは一線を画し、「魅力発信に資する優良介護事業者」を自治体様や社協様からのご推薦の上で、協力をお願いを進めています。

弊社が想定する優良な事業者の例

業務の棚卸や、負荷や難易度毎に仕事が切り分けられている為、高齢者に業務を任せる準備が整っている	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 入浴介助・排泄のお世話等といったケア業務と、食事介助・話し相手等といった比較的ハードルの低い業務まで、すべての業務について負荷と難易度を把握している ✓ 従業員へ業務を任せる際は、難易度や初心者かどうかを考慮した上で仕事を依頼している
地域の高齢者と密接に繋がっており、ハブとしてネットワークを築いている	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 社内外でイベント等を積極的に開催し、施設利用者以外の高齢者とも交流が盛んである ✓ NPO法人、活動団体と連携して活動しており、地域貢献にも携わっている ✓ 介護事業者としてのみでなく、コミュニティのハブとしての役割も担っている
高齢者が既に活躍している	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 高齢者の採用に成功しており、かつ高齢者従業員の定着率が高い ✓ 従業員の平均年齢が比較的高い
人員の採用に積極的に取り組んでおり、採用ノウハウが充実している	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 人員採用の為に工夫を凝らした取り組みを実施している ✓ シニア層対象の就職フェア等に積極的に参加している ✓ 採用実績があり、人材確保のノウハウが確立されている
ICT等の最先端テクノロジーの利活用に積極的である	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 介護ロボットやセンサー付きベッド等、最新テクノロジーを積極的に導入し、効率的に業務を回している
時短勤務等の柔軟な働き方を推奨している	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 週5フルタイム勤務のみの募集ではなく、プライベートに合わせた働き方を推奨している ✓ 様々な業務形態の従業員のスケジュールを組み込み、業務を円滑に回している

各自治体様ご管轄の地域におかれまして、アクティブシニアに対する介護の仕事の魅力発信に資する優良事業者様がいらっしゃればぜひご紹介ください。シニアの活躍している事例として、近隣のイベントでぜひ掲載を検討させていただきます。

まず、パイロット開催として、企画委員会にも参加いただいている社会福祉法人合掌苑の森田様のご協力の元、地域の介護事業者2社、町田市介護人材開発センター様等にも集客・コンテンツとご協力いただき、8月26日(月)に、東京都町田市文化交流センターで「介護推し」のイベントを開催しました。



最新機器体感コーナー
 足で漕ぐことで動かせる車いす「COGY」を実際に乗って体験
 (写真はスタッフによるデモの様子)



セミナー開催
 「介護セミナー」(介護施設の選び方・介護保険制度等の介護の基本を学ぶ)
 「仕事セミナー」(介護の仕事の紹介や仕事を選ぶときの考え方などを指南)



介護・仕事相談ブース
 自身や親の介護に関する不安や、具体的な介護業界での働き方や勤務条件について町田市介護人材開発センターご担当者や介護事業者と直接相談



フィードバックとフォローアップ
 測定後の事後アンケート記入時等に、満足度を聞くと同時に入門的研修や初任者研修のパンフレット紹介、具体的な「その後」のフォローを実施

**人生100年時代を生きるために
“介護”のことを知ろう!**

～自分の体・コンディションを知る、介護を知る～

「年齢を重ね、体力が落ちてきた気がする」「将来、自分に介護が必要になった時どうしたら?」「介護って何をすればいいの?」。そんなお悩みや疑問をお持ちの方は、是非『人生100年時代を生きるために“介護”のことを知ろう!』イベントに参加してみてください。体力・能力測定や、適職診断、介護セミナー、プロが答える介護相談ブース、また、実際に目で見て触れて体験ができる最新介護機器のコーナーなど。
 ご家族やご夫婦、ご友人など、お誘いあわせの上、気軽にお越しください! もちろんお一人様の参加も大歓迎です。

日程時間	2019年8月26日(月) 10:00~16:00(受付終了15:30)
会場	プラザ町田ビル5階 (町田市文化交流センター「けやき」) 東京都町田市原町田4-1-14

からだ測定

短時間で楽しく「体力」「処理力」「個性」を測定。その場で測定結果とアドバイスシートをお渡しします。適職もわかります。

介護機器展示コーナー

介護ロボットや介護ベッドなど、最新の介護機器を展示しています。見て・触れて、介護機器の進化を体感してください。

介護セミナー

介護の専門家が、介護のポイントやさまざまなサービスの特徴を解説します。すぐに役立つ介護ノウハウが満載です。

個別相談コーナー

介護サービスに関する疑問や暮らしの中で感じている介護への不安など、介護のプロがさまざまな相談にお答えします。

【問い合わせ先】PwCコンサルティング合同会社：080-4192-8296(田村)・080-7424-1677(工藤)
 ●主催:PwCコンサルティング合同会社(厚生労働省補助事業) ●運営協力:株式会社リクルート・株式会社リクルートキャリア

短い集客期間、平日開催にもかかわらず60名程が来場しました。「からだ測定」を入り口として参加者に「出来そうな業務や働き方」を示す中で、イベント当日に実際にアクティブシニア人材バンクへの登録や入門的研修へ申し込んだ来場者も複数おり、町田市介護人材開発センター様からも感謝のお言葉をいただきました。シニアの後押しはもちろん、地域のアクティブシニア支援組織や介護事業者団体の皆様の活動に微力ながらも貢献できたかと考えています。

当日の参加者

- ・60名程度が来場（年齢層は60代以上が大半であり、半数近くは70代、最高齢で84歳）
- ・平日日中の開催ということも影響したのか、来場者の多くは女性

周知広報・集客

- ・**チラシ配布**: ポスティング2,000部、関係者(地域包括支援センターや介護事業者等)からの直接配布、会場等のラック配置
- ・**広告**: 地域コミュニティ誌、タウンワーク(シニア特集)への掲載
- ・**直接の声掛け**: 当日の会場付近でシニア層にイベントを案内

イベント開催当日の即時効果

- ・**アクティブシニア特別講座への参加申し込み**: 4名
- ・**アクティブシニア人材バンク(町田市介護人材開発センター主宰)への登録**: 3名

当該イベントからの振り返りと仮説

- ・地域コミュニティ誌を見て来場した参加者が一定数存在し、集客においては、地域にリーチする紙媒体の効果が高い
- ・当日の動線として、「介護」そのもの(介護制度や介護の施設選び)に関する興味/関心というより、自身が介護にならないための介護予防や、健康維持のきっかけとしての体力測定(からだ測定)に対する関心が多く見られた
- ・「介護」と謳うより「しごと」「健康」をキーワードに集客した方が、参加者の確保に繋がった
- ・当日の参加者の動線として、「からだ測定」を入り口として参加者に出来そうな業務や働き方を示し、その後「しごと相談」として相談員とのフィードバックや対話の中で具体的な働き方や勤務条件等を案内する流れが特にスムーズであった
- ・シニア層という特性から、能動的な会場内の周遊度(パンフレットの取得や相談ブースに赴くなど)はあまり高くなく、イベント集客と同時に、来場時に積極的に声掛けし、研修申込や人材バンクへの登録を誘導することで効果を高めることができる

以降の開催イベントおよび検証ポイント

現在、イベント開催の詳細が決定しているものは、以下に示す山形、京都、広島の5回分です。町田での開催も踏まえ、アプローチ(介護推し/しごと・健康推し)の違いや、同じアプローチ間でも開催方法・場所の違いなどにより、イベントの開催効果が変わるかどうかについて検証を行う想定です。

アプローチ、日程		場所	検証ポイント
町田 (介護推し)	8/26 (月)	町田市文化交流センター (東京都町田市原町田4-1-14) ※単独でのイベント開催	・直接的に訴求しない形でも「介護のしごと」に対する意識変容・行動変容の効果がある、という今回実証しようとしている手法は機能しうるか
山形① (介護推し)	10/19 (土)	山形ビッグウイング (山形県山形市平久保100番地) ※「やまがた健康フェア2019」内にてブース出展	・同条件で「 <u>介護推し</u> 」と「 <u>しごと・健康推し</u> 」と参加者への訴求アプローチを変えることにより、シニア層の集客効果や、行動変容の効果が変わるか
山形② (しごと・健康推し)	10/20 (日)		
京都 (介護推し)	10/26 (土)	長岡京市中央生涯学習センター (京都府長岡京市神足2丁目3番1号バンビオ1番館) ※「FUKUSHI就職フェア」と同時開催	・「 <u>求人・求職マッチングイベント</u> 」との同時開催で、集客方法や今回のアプローチの効果が変わるか ・「 <u>認証制度</u> 」に対する認知度との相乗効果はあるか
広島① (しごと・健康推し)	10/30 (木)	CLiP HIROSHIMA (広島県広島市中区東千田町1丁目1-18) ※単独でのイベント開催	・ <u>単独開催と、他の大規模イベントとの連携</u> とを比べ、来場者属性や効果は変わるか ・ <u>シニア層における広報・集客</u> はどのような方法がどの程度効果があるか
広島② (介護推し)	11/10 (日)	広島総合体育館 大アリーナ (広島市中区基町4-1) ※「介護の日フェスタ in 広島2019」内にてブース出展	

その他、全体を通じた実証を検討しているポイント

- ・「介護推し」「しごと・健康推し」の異なるコンセプトで、集客や来場者の意識傾向・属性、開催効果における違い
- ・同じコンセプトで別地域で開催するイベント間で、集客や来場者の意識傾向・属性、開催効果における地域差
- ・「集める場合」(イベント開催)と「集まる場合」(不特定の声かけ)で、集客や来場者の意識傾向・属性、効果等における違い

実施内容にご興味・ご質問がございましたらお気軽にご連絡ください。

【本資料に関するお問合せ先】

PwCコンサルティング合同会社 公共事業部

千葉 竜太 (ちば りゅうた): 090-9846-6934

田村 亘 (たむら わたる): 080-4192-8296

東海林 崇 (とうかいりん たかし): 070-1180-7909

Email: jp_cons_mhlw_active_senior@pwc.com

pwc.com/jp

© 2019 PricewaterhouseCoopers Aarata LLC, PricewaterhouseCoopers Kyoto, PwC Consulting LLC, PwC Advisory LLC, PwC Tax Japan. All rights reserved. PwC refers to the PwC network member firms and/or their specified subsidiaries in Japan, and may sometimes refer to the PwC network. Each of such firms and subsidiaries is a separate legal entity. Please see www.pwc.com/structure for further details.

This content is for general information purposes only, and should not be used as a substitute for consultation with professional advisors