

介護のしごと魅力発信等事業
第一回事業間連携会議発表資料
(福祉・介護に対する世代横断的理解促進事業分)

September 2020

PwCコンサルティング合同会社



1

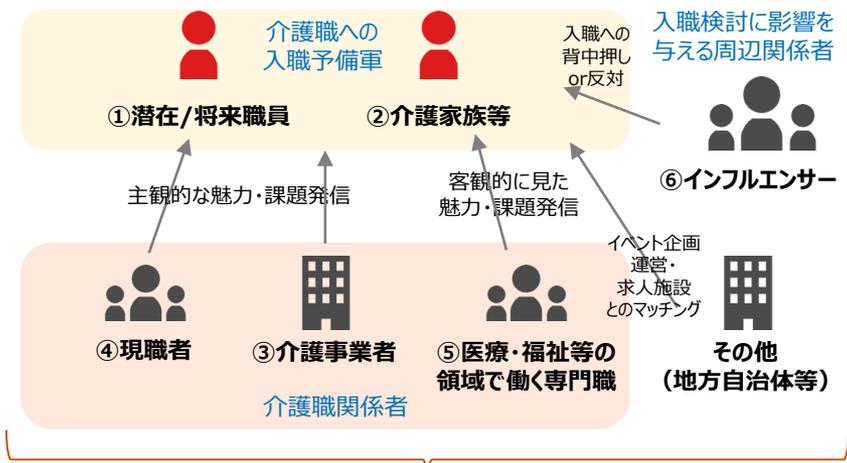
事業の全体像

事業の目的・ビジョン

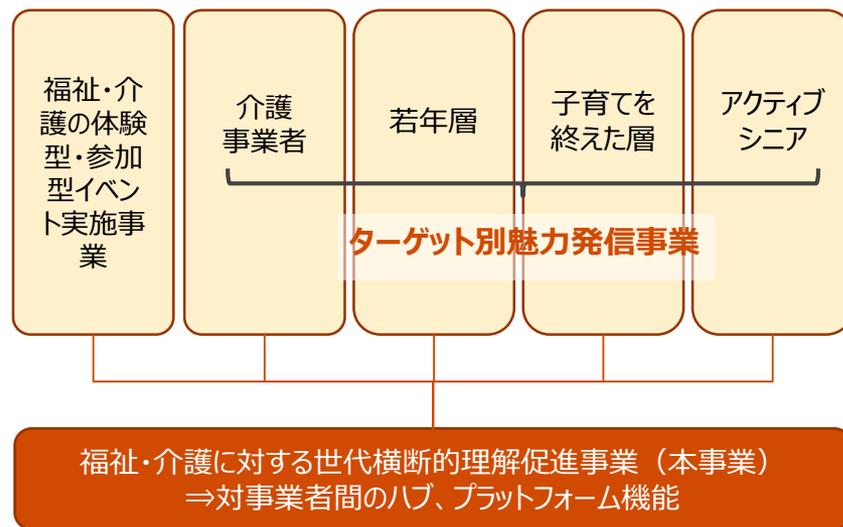
本事業は、下記の二つを目的とする

1. ポータルサイトにおいて、「将来の介護分野の担い手」および「その採用・育成等に関係する主体」に対して、“刺さる情報”を発信することで、福祉・介護分野への多様な人材の参入を促進すること（昨年度事業の継続・拡充）
2. 「介護のしごと魅力発信等事業」の各事業間の連携のサポート（今年度新規取り組み）

1. ポータルサイトでの情報発信（ふくしかいご.jp継続・拡充）



2. 各事業の連携サポート（今年度新規取り組み）



- ポータルサイト上での情報発信対象を、「将来の介護分野の担い手」および「その採用・育成等に関係する主体」にフォーカス
- 定量的調査を実施し、各ステークホルダーに刺さる内容を把握。当該内容を情報発信することで、介護のイメージを向上

- 6事業間の連携をサポートする場・仕組みづくりによって、効果的な事業推進・成果物作成のためのシナジーを創出
- 既存コンテンツのリンクに加え、不足する観点・情報を網羅的に把握した上で、それらをカバーするコンテンツ制作にリソース投下

(参考) ステークホルダー毎の目指す状態

#	ステークホルダー	説明 (定義)	本事業にて目指す状態
1	潜在職員、将来職員	<ul style="list-style-type: none"> 現在は働いていない、もしくは介護以外の職に就いているが、今後介護に関するしごとに就く可能性がある層 本事業においては、特に「若年層」「子育てを終えた層」「アクティブシニア」の3つの層にターゲット 近年増加する、海外から来たEPAでの来日者、技能実習生や留学生などの外国人労働者も対象のひとつ 	<ul style="list-style-type: none"> 介護のしごとに就いてみたいと感じる。実際に介護分野での就職活動・求職活動を行う
2	介護家族等	<ul style="list-style-type: none"> 身近な人の介護を担う介護者や家族等 	<ul style="list-style-type: none"> 介護のしごとに就いてみたいと感じる。実際に介護分野での就職活動・求職活動を行う
3	介護事業者	<ul style="list-style-type: none"> 介護職員の採用、育成を行う介護事業者 	<ul style="list-style-type: none"> 自法人・自事業所で欲しい人材像が語れる 従来とは異なる新たな層・多様な層の採用・人材活用にチャレンジしたいと感じる
4	現職者	<ul style="list-style-type: none"> 現在、介護に関する仕事で実際に働いている層 雇用形態等により、正規職員（常勤職員）、パート職員、登録ヘルパー、介護助手・ボランティア等のように多様な働き方で活動 	<ul style="list-style-type: none"> 介護のしごとに働きがいや喜びを感じ、この領域で働き続けたいと感じる
5	医療・福祉等の領域で働く専門職	<ul style="list-style-type: none"> 介護職種と連携しながら働く医療・福祉・リハビリ等の専門職種 	<ul style="list-style-type: none"> 介護職を自分たちとは異なる専門性をもった専門職として尊重する 介護職を利用者に最も近い専門職として、頼りにする
6	インフルエンサー	<ul style="list-style-type: none"> 就職活動・求職活動を行う人の意思決定に対して影響を与え得る、家族、学校関係者（進路指導の教員）、人材エージェント（ハローワーク、求人サイトや求人誌の運営主体等）、キャリアカウンセラー等 	<ul style="list-style-type: none"> これから就職活動・求職活動を行う人に対して、介護の仕事をお勧めたいと感じる 介護の仕事のよいところ、やりがい等を具体的に理解し、求職者に伝えられる どのような人が介護の仕事に向くのか適性を理解し、適切な人に介護の仕事をお勧められる

事業のKPI及び成果の測定方法（案）

- ポータルサイトでの情報発信効果を中心に、本事業の成果を測定する

成果測定の視点（入職へのステップ毎）

測定尺度案（測定方法案：取得頻度・時期案）

成果測定の視点（入職へのステップ毎）	測定尺度案（測定方法案：取得頻度・時期案）
1 認知・アクセス <ul style="list-style-type: none"> ポータルが各ステークホルダーに認知され、アクセスされているか？ 	<ul style="list-style-type: none"> ユーザー数（訪問者数）（Google Analytics：随時） サイト訪問者のアクセス元（Google Analytics：随時）
2 情報受容 <ul style="list-style-type: none"> ポータル内コンテンツが充実しているか？ ポータル内コンテンツが閲覧されているか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 情報を登録している地方公共団体数（運営者カウント：随時） ページView数（Google Analytics：随時） 平均セッション数（Google Analytics：随時） <p>サイト上からGoogle Formsに誘導し取得することを検討</p>
3 共感 <ul style="list-style-type: none"> ポータル内コンテンツによって、介護の魅力が向上しているか？ 	<ul style="list-style-type: none"> ポータル訪問者への満足度アンケート*（イベント参加者アンケート等：イベント時） 地方公共団体への満足度アンケート（Google Forms等：随時） Facebookページのフォロワー数・いいね数（運営者カウント：随時）
4 行動 <ul style="list-style-type: none"> アクション（求職行動・イベント参加、他人への推薦等）につながっているか？ 	<ul style="list-style-type: none"> ポータルからのイベント参加者数（イベント参加者アンケート：イベント時） ポータル掲載イベント・リンク等へのクリック数（Google Analytics：随時） Facebookページのシェア数（運営者カウント：随時）
5 入職 <ul style="list-style-type: none"> 実際の入職へとつながっているか？ 	<ul style="list-style-type: none"> 入職者数

本事業のスコープ

左記数値をモニタリング・活用

・視点および測定尺度案については、第一回事業企画委員会にて有識者の意見を踏まえて更新予定

事業内での具体的な実施事項

- ①ポータルサイトでの情報発信、②事業全体の連携サポートにおける実施事項は以下のとおり

①ポータルサイトでの情報発信 (昨年度事業継続・拡充)

- 事業企画委員会の実施(2時間×3回程度、委員4名)
- ふくしかいご.jpの運営・改修 ※5か国語対応
 - ✓ 6事業活動情報掲載
(事業全体の活動状況周知、making of movie、5事業サイトリンク貼付)
 - ✓ 自治体利用促進
 - ✓ コラム・Tips掲載(調査結果を踏まえた情報、6事業好事例紹介等)
- 対外的な情報発信のためのFacebookページの立ち上げ(ポータルサイトの情報シェア)
- 調査
 - ①先行文献調査(既存Webサイト、介護のしごとのイメージ向上・魅力発信関連の先行文献)
 - ②実態調査 (ターゲット別イメージ調査)

②事業全体の連携サポート (新規取り組み)

- 「事業間連携会議」の開催(2.5時間×3回程度)
- 情報発信・集客の共通化、好事例・共通課題の抽出、必要に応じた各事業へのフォロー提供
- 事業者間ネットワーキング (Facebookグループの立ち上げ)

①ポータルサイト等を活用した情報発信のイメージ（1/2）

- 朝日新聞社が昨年度事業で作成した「ふくしかいご.jp」を拡充し、情報を一元化したプラットフォームを作成

ふくしかいご.jpにおける情報発信のイメージ



【What's New欄（新設）】

- SEARCH BY TARGETの上に新規追加
- 日付、分類（若者/主婦/シニア/事業者等）、事業者名と記事タイトルを掲載（リンクを押すと内部記事もしくは外部サイトに飛ぶ形式）
- ふくしかいご.jp内情報のみ自動更新。ふくしかいご.jp外の情報は朝日新聞社にて手動更新（更新頻度は週次を想定）



【自治体コンテンツ欄（拡充）】

- 残る1200自治体の登録及び投稿促進を実施
- 運用を通じて、自治体の使用所感を確認



【Topics欄（拡充）】

- 記事デザインは既存スタイルを踏襲
- 記事内の情報拡充（複数画像、動画（YouTubeリンク等）の埋め込み対応）
- 多言語対応実施（外国人向けに有効であると考えられる記事を対象に対応）
- 月5~6件程度のコンテンツ追加（更新頻度は月次を想定）

【キーワード欄（更新）】

- 適宜内容見直し、差し替え



【バナー欄（拡充）】

- 他5事業のバナー等を追加掲載

①ポータルサイト等を活用した情報発信のイメージ（2/2）

- プラットフォームに加えて、事業全体のFacebookページを立ち上げ、SNSを活用して対外的な情報発信に努める

対外的な情報発信のためのFacebookページのイメージ*



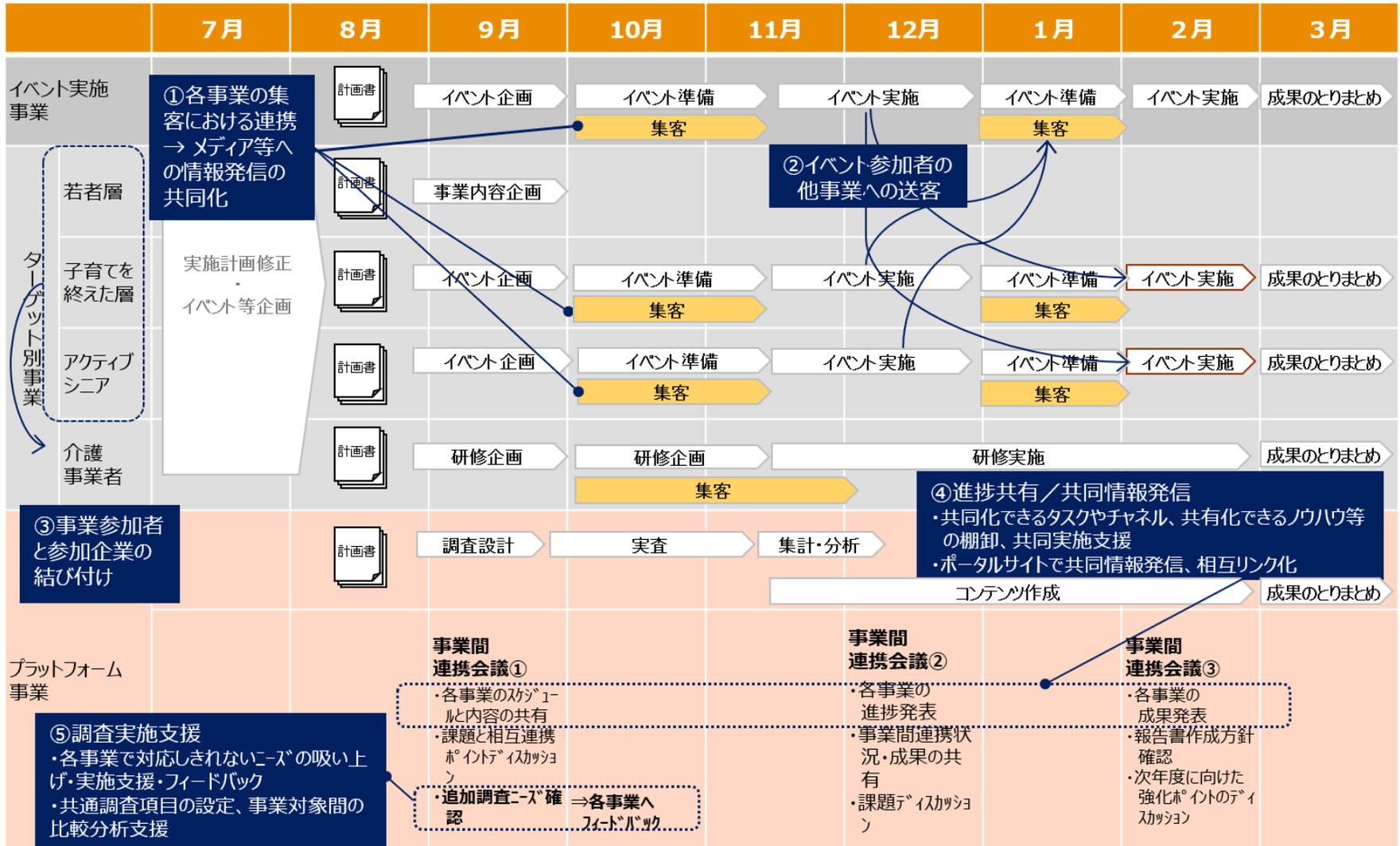
【施策やイベントの情報のシェア】

- Facebookユーザー等が広く閲覧できるものとし、幅広い情報発信を想定
※近年、公共事業の広報媒体としても多く活用
- コンテンツは原則ポータルサイト上への拡充を優先し、そのリンクをFacebookページ上でシェアする方法を想定
- 行政アカウントの情報のシェアも可能

Facebook ページを開設し、リンクを周知予定

②事業全体の連携サポートのイメージ (1/2)

- イベント開催時の集客連携 (下表①②)、イベント開催後のプロセス支援 (③)、情報共有等を通じた業務効率化・シナジー創出 (④)、エビデンスに基づいた事業遂行支援 (⑤) の実施を想定



②事業全体の連携サポートのイメージ（2/2）

- 事業関係者間のコミュニケーション用プラットフォームとしてFacebookグループを作成し、恒常的な情報共有の場として活用いただく想定

事業者間ネットワーキング（Facebookページイメージ*）

The screenshot shows a Facebook group page for '地域ICTクラブ ネットワーク' (Local ICT Club Network). The page includes a navigation menu on the left, a main feed with posts, and a right-hand sidebar with a 'メンバーを招待' (Invite Members) section. Three callout boxes provide additional context:

- 原則管理者からの招待制とする（参加は任意）** (Principle of invitation only by administrators (participation is optional)) - Points to the 'メンバーを招待' section.
- 困りごとなどを投げ込み、関係者間でディスカッションや情報共有** (Share concerns and discuss/inform among stakeholders) - Points to a post in the main feed.
- 活用方針を示し、ルール・マナーを整備** (Show usage guidelines and prepare rules/manners) - Points to the group description in the sidebar.

Facebook グループを開設し、リンクを周知予定

(参考) 事業企画委員会

議題案

- 本事業の遂行内容に対し助言をいただくことを目的に、2時間×3回程度実施（9、12、2月）

#	実施時期	議題案
1	2020年9月下旬10月上旬	<ul style="list-style-type: none"> 事業実施計画説明 事業実施方針全体に係る助言 調査設計に係る助言 第1回事業間連携会議開催報告
2	2020年12月上旬	<ul style="list-style-type: none"> 事業進捗説明（調査結果を踏まえたコンテンツ制作） 抱える課題に関するディスカッション 第2回事業間連携会議開催に向けての助言
3	2021年2月上中旬	<ul style="list-style-type: none"> 事業成果報告 報告書作成方針の確認 次年度以降に向けての強化ポイントディスカッション 第3回事業間連携会議開催に向けての助言

委員

- 委員は、介護・人材分野およびマーケティング手法に専門性を持つ候補群より選定
- 事業全体がよりエビデンスベースかつ論理的に遂行されていくよう、学識者や経営者、行政のマネジメントクラスの方を招集し、事業全体のマネジメントについても付言いただく

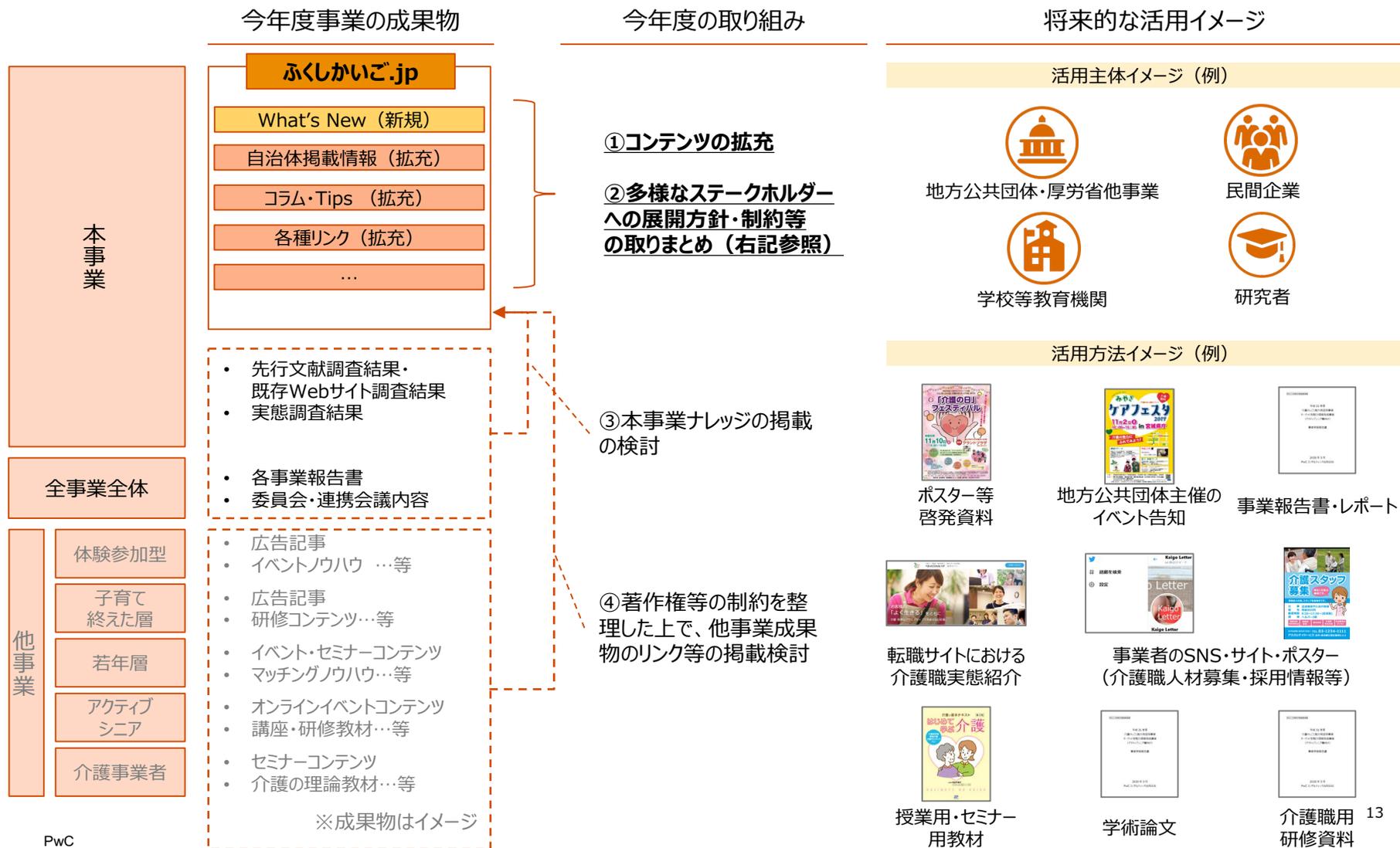
名前	所属／役職	専門領域
堀田 聡子氏	慶應義塾大学大学院教授	ケア人材政策、人的資源管理、地域包括ケア（※昨年度同事業有識者委員）
坂本 宗庸氏	(株)リクルートキャリア HELPMAN JAPANグループ	介護分野における人材確保・調査・Web媒体等を用いた情報発信
西田 楽氏	大分県福祉保健部高齢者福祉課	保険者の立場を踏まえた魅力発信
森田 健一氏	株式会社日本経営	現場感を踏まえた魅力発信

事業スケジュール

タスク		主な実施者	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
委員会運営	委員会実施（事業企画委員会）								
	委員会実施（事業間連携会議）								
ポータルサイト等での情報発信	調査	PwC（調査会社と連携）							
	調査設計								
	調査実施								
ポータルサイト	結果分析								
	保守・運用・トラブル対応	朝日新聞社							
	コンテンツ制作	PwC(外部ライター等と連携)							
	コンテンツ掲載管理	PwC							
	自治体への登録・利用促進	PwC							
	コンテンツ掲載	各自治体							
	他事業等とのリンク設定・バナー収集	PwC							
Facebookページ作成	効果検証	PwC・朝日新聞社							
	作成	PwC							
	記事投稿								
	5か国語展開								
効果検証									
事業全体の連携推進	事業間連携会議開催準備～フィードバック	PwC							
	各事業へのフォロー提供								
	Facebookグループ作成～コンテンツ管理								
	イベント参加、進捗・成果ヒアリング								
報告書作成	報告書とりまとめ、作成	PwC							

事業の成果物及び将来的な成果物の活用・展開計画（案）

- 今年度は、ふくしかいご.jpの将来的な展開に向けて、ポータル内コンテンツ拡充に加え、介護に係わる多様なステークホルダーへの展開方針・制約のとりまとめの実施を想定



2

先行文献調査・
既存Webサイト調査

調査概要

- 本PJにおいて実施するWebサイト構築および実態調査へのインプットとして、関連する先行文献、既存Webサイトの調査を実施

①先行文献調査

目的

「介護のしごとの魅力を理解する」、「福祉・介護に対して抱いているイメージを向上させる」施策につながる情報をステークホルダー毎に整理し、Webサイト構築・実態調査の参考にする

調査対象

老健事業報告書（平成26年度～令和元年度）、JILPT刊行物、その他（地方公共団体・社会福祉協議会の刊行物等）

調査内容

ステークホルダー

調査内容

①潜在・将来職員

②介護家族等

③医療・福祉専門職

④インフルエンサー

⑤現職者

⑥介護事業者

- 介護に対してのポジティブ/ネガティブなイメージ
- 上記イメージの形成要因
- 各ステークホルダーに発信すべきとされている情報

- やりがい、誇り、入職理由
- 転職を考える原因・離職理由

- 効果的な採用方法や新規入職者の定着方法

②既存Webサイト調査

既存の介護関連のWebサイトについて、発信対象者、発信内容等を纏め、Webサイト構築の参考にする

インターネット上の介護関連Webサイト

調査内容

サイトの目的

- 介護の魅力発信
- 講演等の活動紹介
- スタッフ求人 …等

主な発信対象者

- 潜在・将来職員
- 介護家族
- 医療・福祉専門家 …等

発信内容の概要

- 現職者インタビュー
- 待遇情報・キャリア情報
- 資格情報 …等

読者の関心を高めるための工夫

- 掲載コンテンツ
- 設計デザイン …等

調査結果①～介護のイメージ

- A** 非介護従事者は、「介護職の必要性」「社会的な意義」等には肯定的な印象を持っているが、「身体/精神的負担」「労働環境」等に対する否定的な印象(下表赤色部)を持っており、入職の妨げになっている可能性がある
- B** 介護従事者の感じる介護魅力・実態(下表青色部)を、非介護従事者に対して訴求する必要があることが示唆された

ステークホルダー		ポジティブな要素 (先行文献より一部抜粋)	ネガティブな要素 (先行文献より一部抜粋)	
非介護従事者	潜在職員・将来職員	<ul style="list-style-type: none"> 若者 <ul style="list-style-type: none"> 資格がいないことや、…仕事内容の意義を感じて就職を決めたという人も多い*1 介護職を検討した理由は、「経験が問われないから」、「これからの時代にますます必要な仕事になると考えたから」*2 子育て終層※ <ul style="list-style-type: none"> 介護職検討理由として、「親や家族の介護などに役立つから」「これからの時代にますます必要な仕事になると考えたから」*2 シニア <ul style="list-style-type: none"> 介護職検討理由として、「親や家族の介護などに役立つから」「これからの時代にますます必要な仕事になると考えたから」*2 ポジティブなイメージとして、「社会的な意義の大きい仕事」、「今後成長していく業界」*2 	<ul style="list-style-type: none"> 介護労働が大学生に選ばれない理由は、給与、労働時間など待遇面での不満、体力への不満、親族の反対等*1 ネガティブなイメージとして、「体力的にきつい仕事」、「精神的にきつい仕事」、「離職率が高い業界」*2 ネガティブなイメージとして、「体力的にきつい仕事」、「精神的にきつい仕事」、「離職率の高い仕事」*2 入職を見送った理由として、「体力的に不安があった」、「給料が安かった」、「精神的負担が大きい」、「労働時間や休日の体制」*2 ネガティブなイメージとして、「体力的にきつい仕事」、「精神的にきつい仕事」、「離職率の高い仕事」*2 入職を見送った理由として、「体力的に不安があった」、「『3K職場』のイメージがぬぐえなかったから」*2 	
	介護家族	<ul style="list-style-type: none"> (本調査では言及無し) 	<ul style="list-style-type: none"> 「介護経験を活かして介護の仕事に就きたい/ボランティアとして活動したい」と考える割合が 1 割程度*17 	
	インフルエンサー	<ul style="list-style-type: none"> (教職員においては) 学生・生徒たちよりも、福祉の仕事は専門性が必要な仕事であると同時に尊い仕事としても受けとめられる傾向が強い*16 	<ul style="list-style-type: none"> 「身体/精神的負担」、「賃金・給与」、「働きやすさ(労働時間、休日)」についての否定的なイメージが強く、子供・生徒の進路として介護職を勧めない教職員・保護者が多数派*15 	
	介護従事者	現職者	<ul style="list-style-type: none"> 介護の魅力として、「高度な専門職・プロフェッショナルである」、「自分の人間的な成長に役立つ」という声が多い*6 	<ul style="list-style-type: none"> 「処遇・待遇」「職務感」「身体的・心理的」な実務的な介護・介護職のイメージはネガティブな印象が示唆*25
		事業者	<ul style="list-style-type: none"> 「組織理念の設定」「インフォーマルな窓口を活用した従業員の苦情・悩み相談受付」等を実施する事業者は離職率が低い*9 	<ul style="list-style-type: none"> 介護職の採用に苦戦する要因として、施設系の事業所・施設は「介護業界へのマイナスイメージ」を一番に挙げている*17

PwC ※ 子育てを終えた層については、「20代-40代女性×子ども有り×3年以内に結婚・子育て後に介護職に就くことを検討×介護職に就くことを断念・見送った人」の調査結果を抜粋
*「参考文献一覧」を参照 (番号は「参考文献一覧」表中の#に対応)

調査結果③～発信すべき情報と既存Webサイト発信状況

- A** 先行文献では、「労働環境等の実態」「介護職の専門性」「就業体験情報」等の発信が必要と指摘されている
- B** 当該情報の発信は不十分とされているが、既存Webサイト調査では、昨年度事業での構築サイトを例として徐々に発信が進みつつあることが示唆された

凡例： 発信が十分 部分的に発信 発信が不十分

A イメージアップに向け発信すべき内容（先行文献）

B 既存Webサイトでの発信状況

先行文献(平成28年度調査)*3

既存Webサイト調査

<p>①労働環境等 介護現場の実態</p>	<ul style="list-style-type: none"> 働く環境の実態を知ること、介護サービス業への就業・転職意向がなかった200人の内、24人が「意向あり」に変わった*14 	<ul style="list-style-type: none"> 業界の待遇・労働条件の実態等についての訴求は手薄 	<ul style="list-style-type: none"> 一部の求人サイト等において、情報を発信
<p>②やりがい・魅力 (介護現場の声)</p>	<ul style="list-style-type: none"> 介護・福祉系の職場で介護職に就いている人たちの介護の仕事の魅力や社会的な価値に関してより積極的な意識や意見表明があってもよい*2 	<ul style="list-style-type: none"> 入職のきっかけ、仕事内容ややりがい、仕事への思い、今後の目標等が語られている、職員インタビュー記事が多い 	<ul style="list-style-type: none"> (同左)
<p>③介護職の 専門性の高さ・ プロフェッショナルさ</p>	<ul style="list-style-type: none"> (必要な取り組みとして)介護の仕事の独自のプロフェッショナル性や専門性に基づく社会的な役割について、地域社会の中で、また、世間に向けての見える化を進めること*6 	<ul style="list-style-type: none"> 未経験・無資格でもできるという訴求は十分だが、専門職・プロフェッショナルという訴求は不十分 	<ul style="list-style-type: none"> 一部サイト、SNSにおいて発信
<p>④インターン等 就業体験情報</p>	<ul style="list-style-type: none"> 介護労働の否定的なイメージが、大学での実習やアルバイトを通じて、…魅力を感じて、イメージが変化したという意見が多く聞かれた*1 	<ul style="list-style-type: none"> (言及無し) 	<ul style="list-style-type: none"> 一部のサイトにおいて、イベント・ワークショップ等の情報を発信
<p>⑤ターゲットに 適した訴求内容</p>	<ul style="list-style-type: none"> できるだけ層を分けて、訴求ポイントを作る必要*2 <ul style="list-style-type: none"> ✓ 若者：働き方の多様さ、やりがいの多様さ*6 ✓ シニア：介護のしごとに対する正しい理解、自分でもやれそうという意識の醸成*24 	<ul style="list-style-type: none"> 現状の広報、訴求戦略は、ターゲットでは若年層をメインとし、一部主婦層への訴求が行われている程度 	<ul style="list-style-type: none"> 新卒、転職者等をターゲットとしたサイトが存在

発信が徐々に進みつつある
(昨年度本事業構築サイトが好事例)

調査結果を踏まえた実態調査（案）（1/2）

- 先行文献調査・既存Web調査を踏まえ、より詳細に調査することが望まれる事項を以下の通り整理
- 先行調査結果に、下記実態調査の結果を加味することで、ポータルサイトのコンテンツを構築する

本調査で明らかにしたいこと	比較分析する情報	結果の活用方法
<p>①印象とその形成要因</p> <ul style="list-style-type: none"> • 各ステークホルダーが介護に抱いている印象（ポジティブ/ネガティブなイメージの強さ、自分や周りの人が介護職につくとしたらどう思うか） • イメージ形成要因 	<p>各ステークホルダー間での印象、形成要因の比較</p>	<ul style="list-style-type: none"> □ ポータルサイトのターゲットの現状の認識の把握 □ ターゲットのAs Is, To Beの詳細な検討
<p>②ファクトと認識のギャップ</p> <ul style="list-style-type: none"> • 各ステークホルダーが認識している介護の <ul style="list-style-type: none"> ✓ 業務内容のバリエーション ✓ 必要なスキルのバリエーション ✓ 職務環境のバリエーション 	<p>ファクト</p> <ul style="list-style-type: none"> • 介護事業者・現職の情報 • 文献調査で得られる情報 <p>⇔</p> <p>認識</p> <ul style="list-style-type: none"> • 介護側*以外の人を持っている認識 • 介護側*の人の、自分の職種以外の職種への認識 	<ul style="list-style-type: none"> □ ポータルサイトで発信すべきファクトの抽出 □ 各ステークホルダー向けページ内コンテンツの詳細な検討
<p>③情報内容の需給ギャップ</p> <ul style="list-style-type: none"> • 各ステークホルダーの興味・関心の高い情報 • どういう取組の情報があれば、自分が介護職に就きたいと思うか/周りの人にオススメするか • 介護側が実際どのような取組を実施し、発信しているか 	<p>取組の需要</p> <ul style="list-style-type: none"> • 各ステークホルダーの興味・関心の高い情報 <p>⇔</p> <p>実施状況</p> <ul style="list-style-type: none"> • 実際に介護側が実施・発信している取組 • 発信されている取組（Web調査） 	<ul style="list-style-type: none"> □ ポータルサイトで発信すべき自治体や介護事業者の取組の検討
<p>④情報媒体の需給ギャップ</p> <ul style="list-style-type: none"> • 見られている情報媒体・参加したことのあるイベント • 関心のある情報媒体・イベント • 介護側が発信している情報媒体・実施しているイベント 	<p>情報の需要</p> <ul style="list-style-type: none"> • 各ステークホルダーに見られている情報媒体 <p>⇔</p> <p>情報の供給</p> <ul style="list-style-type: none"> • 介護側が発信している情報媒体 • 実際に世に出回っている情報（Web調査） 	<ul style="list-style-type: none"> □ 効果的な情報発信手法の把握 □ 発信する情報媒体とコンテンツ組み合わせに係る詳細な検討

調査結果を踏まえた実態調査（案）（2/2）

- 具体的な実態調査項目案は下記のとおり
- 調査手法はWebアンケートを想定（介護事業者、外国人、地方公共団体については、その他手法にて適宜情報を補完）

実態調査項目案

調査内容	対象層			潜在職員・将来職員				インフルエンサー	介護家族等	地方公共団体 ※要検討
	介護事業者	現職	医療・福祉等の 領域で働く専門 職	若年層	子育て 終えた 世代	アクティ ブシニア	外国人			
①介護の 印象	各ステークホルダーが介護に抱いている印象 (ポジティブ/ネガティブなイメージの強さ、自分や周りの人が介護職につくとしたらどう思うか)									-
①形成理由	介護の仕事に対するイメージ持った背景、情報ソース									-
②介護職への 認識	介護のしごとへの認識 (業務内容のバリエーション、必要なスキルのバリエーション、職務環境のバリエーションをどこまで把握しているか)									
③関心のある 情報	ポータルサイトで発信してほしい情報（特に取得しづらい情報） • どういう取組の情報があれば、自分が介護職に就きたいと思うか/周りの人にオススメするか									
④情報収集 方法	介護関連情報の収集方法（普段閲覧している情報媒体、参加したことのあるイベント） • 魅力的だと感じる・関心を持てる情報媒体、イベント									
(右記参照)	③④実際に介護側が実施・発信している取組・媒体 • 採用方法、離職防止策 • 充足/定着状況 • 人材育成等の取組み状況 • 労働環境、業務環境 • 入職者等に向けて発信している情報媒体等	②ファクト • 現在の雇用形態、業務内容 • 就労満足度、就労継続意向 • 働きがい、介護の仕事のよい点 • 辞めたい理由、転職先の希望等	⑥属性の深堀 • 介護との関わりの強さ ③客観的に見た魅力を高めるための取組 • 介護業界の魅力的な取組 • 改善すべき課題・今後実施すべき取組等	①印象・形成要因の深堀 • 介護のしごとへの関心、就労意向（特に関心を持っている業種・業務内容） • 関心を持つ理由 • 不安に思う点	⑦属性の深堀 • 職種・関わり方 • 年間に担当生徒数・カウンセリング対象者数、うち介護就職数 ①印象・形成要因の深堀 • 勧めたい事業者、勧めたくない事業者のポイント等	⑧属性の深堀 • 関わりを持った介護職の人数、属性等 • 介護職と関わった年数、場所 ③客観的に見た魅力を高めるための取組 • 介護業界の魅力的な取組 • 改善すべき課題・今後実施すべき取組等	③実際に介護側が実施・発信している取組 • 採用方法、離職防止策 • 充足/定着状況 • 人材育成等の取組み状況 • 労働環境、業務環境 • 入職者等に向けて発信している情報等			

共通項目

個別項目

Appendix

参考文献一覧(1/2)

#	事業名 / 報告書名 / 論文名 / レポート名	実施主体	報告書発行年
1	若者が夢を持って目指せる介護人材像に関する調査研究事業	特定非営利活動法人介護人材キャリア開発機構	令和2年
2	介護人材の確保に向けたメディア戦略の確立に向けた調査研究事業	株式会社博報堂	平成30年
3	介護職の魅力発信のための方策に関する調査研究	みずほ情報総研株式会社	平成29年
4	効果的な離職防止対策推進のための多様な人材層ごとの介護人材の離職事由に係る調査研究事業	株式会社 浜銀総合研究所	平成28年
5	介護人材確保に係るプラットフォーム構築と採用ブランド確立推進事業	公益社団法人 全国老人福祉施設協議会	平成27年
6	介護への入職希望者拡大に向けたイメージアップ戦略と学生等の求職者が職場を選ぶ際の職場イメージのあり方に関する調査研究事業	公益社団法人日本介護福祉士会	平成27年
7	介護人材需給構造の現状と課題—介護職の安定的な確保に向けて—	独立行政法人 労働政策研究・研修機構	平成26年
8	介護人材確保を考える	独立行政法人 労働政策研究・研修機構	平成27年
9	介護における労働者の確保に関する研究	独立行政法人 労働政策研究・研修機構	平成22年
10	介護分野における労働者の確保等に関する研究	独立行政法人 労働政策研究・研修機構	平成21年
11	福祉の仕事に関する意識調査報告書	三重県福祉人材センター	平成31年
12	介護福祉士を取り巻く環境とニーズに関する調査【WEB 調査 一般生活者対象】結果報告書	日本介護福祉士会	平成26年
13	職員のやり甲斐アンケート 報告書	社会福祉法人 東京都社会福祉協議会	平成27年
14	介護職非従事者の意識調査	株式会社 リクルートキャリア HELPMAN JAPAN	令和元年

参考文献一覧(2/2)

#	事業名 / 報告書名 / 論文名 / レポート名	実施主体	報告書発行年
15	福祉・介護の仕事に関する意識調査報告書	(社福) 広島県社会福祉協議会 (広島県福祉・介護人材確保等総合支援協議会)	平成27年
16	「福祉人材確保・定着に向けた学生の意識調査」報告書	社会福祉法人 兵庫県社会福祉協議会 社会福祉政策委員会	平成28年
17	介護人材の働き方の実態及び働き方の意向等に関する調査研究事業報告書	株式会社 日本総合研究所	平成30年
18	介護人材の離職実態調査 2017	パーソル総合研究所 / ベネッセシニア・介護研究所	平成30年
19	介護職のイメージに関するアンケート調査	公益社団法人 宮崎県老人保健施設協会	平成28年
20	介護労働者の就業実態と就業意識調査結果報告書	公益財団法人 介護労働安定センター	令和元年
21	介護職のキャリア意識に関する調査研究	認知症介護研究・研修大府センター研修部	平成25年
22	青森県介護職員定着にかかる実態調査報告書	公益社団法人 青森県老人福祉協会	平成28年
23	介護現場における外国人の就業の現状等に関する調査報告書	学校法人 国際学園 公益財団法人 かながわ国際交流財団	平成24年
24	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 (アクティブシニア層向け)	PwCコンサルティング合同会社	平成31年
25	介護の職業イメージに関する社会学的考察と介護福祉教育の役割	益川順子、倉田郁也、前島克美、川廷宗之	平成28年
26	介護業界および介護職に対する若者のイメージ調査報告書	社会福祉法人 神奈川県社会福祉協議会	平成21年

(参考) 先行文献調査結果の抜粋～若年層

調査結果の抜粋（#は先行文献一覧に対応）

【ポジティブなイメージ】

- 高齢者介護の肯定的なイメージとしては、楽しそう、やりがいがある、利用者との情緒的な交流や対人関係の楽しさについて魅力を感じる人もいた。（#1）
- 介護職を検討した理由として、若者層では、「経験が問われないから」（31.0%）、「これからの時代にますます必要となると考えたから」（30.0%）が目立っており、加えて、「他に良い仕事がないため」（27.0%）が続いている。（#2）
- 福祉・介護の仕事のイメージは「やりがいがある」「資格や専門性がいかにせる」「社会的な評価が高い」でプラス傾向であり、仕事を選ぶ時の確かな選択肢となり得る（#15）
- （高校生の調査結果）自由記述の多くはネガティブな指摘よりも、ポジティブな意見が多く、全体として福祉活動や行事の意義ややりがいに関するものが多かった。例えば、福祉職が社会的に必要とされており、尊く、大事な仕事であり、やりがいや能力が活かせる仕事であるといった肯定的なイメージを持つ高校生が多く、介護を含む福祉職の仕事の必要性、重要性、将来性を実感しており、福祉の仕事そのもののイメージも決して悪いわけではなかった。（#16）
- 介護職及び学生共に…情緒的なイメージはポジティブな印象が示唆された。又、学生は、「職務感」「自己実現」「心理的・社会的側面」において肯定的なポジティブイメージと、介護職への期待感が示唆された。又、介護職を目指す動機付けの契機として、身近な家族や親族の介護体験やその経験や人間関係を通じた役割意識と愛他性、社会貢献への責務感の芽生え感情が示唆された。（#25）

【ネガティブなイメージ】

- 介護労働が大学生に選ばれない理由は、給与、労働時間など待遇面での不満、体力への不満、親族の反対、現場経験の忌避、理想とする支援が出来ない現状、学歴不要であること等であった（#1）
- 介護職に就くことを見送った理由として、若者層では、「精神的負担が大きい」（47.0%）、「給料が安かったから」（43.0%）という理由に加えて、「労働時間や休日の体制が合わなかったから」（34.0%）、「体力的に不安があった」（32.0%）との理由が目立っている。（#2）
- 専門学校生の場合は、福祉職に対する肯定的な見方が多く潜在的な労働力として期待できるものの、負担感や労働条件についてはマイナスのイメージを持っていることがわかった。また、専門的な知識や技術を修得して福祉職を目指す専門学校生の場合でも仕事の身体的・精神的負担感の大きさが不安材料になっていることがみとれた。（#16）
- 『キャリアアップ』も含めた働く環境に関する項目については、「わからない、イメージできない」といった声も大きく、実態への理解が不足している状況がうかがえた。（#11）

【入職理由】

- 介護労働についた若者の意見を聞くと、資格がいないことや、知り合いに介護職がいて気軽な気持ちで入職したという意見がある一方、仕事内容の意義を感じて就職を決めたという人も多い。（「若者が夢を持って目指せる介護人材像に関する調査研究事業」より）

(参考) 先行文献調査結果の抜粋～アクティブシニア

調査結果の抜粋（#は先行文献一覧に対応）

【ポジティブなイメージ】

- 一方、「社会的な意義の大きい仕事」（42.0%）、「今後成長していく業界」（38.0%）といった、介護職に対するポジティブなイメージも目立っている。…（介護職を検討した理由として）シニア層では、「親や家族の介護などに役立つから」（46.0%）、「これからの時代にますます必要となると考えたから」（40.0%）の2項目が特に目立っている。（#2）

【ネガティブなイメージ】

- シニア層では、「体力的にきつい仕事」（80.0%）、「精神的にきつい仕事」（68.0%）、「離職率の高い仕事」（62.0%）といったネガティブなイメージが強い。…介護職に就くことを見送った理由として、シニア層では、「体力的に不安があった」（54.0%）、「『3K職場』のイメージがぬぐえなかったから」（52.0%）との理由が目立っている。（#2）

【発信すべき魅力】

- 発信する魅力は、社会的意義・やりがい中心ではなく、「介護のしごとに対する正しい理解」と「自分でもやれそう」という意識の醸成に繋がる情報が非常に効果的である。こうした情報を提供できるコンテンツを企画し、イベントで発信していくことが、大多数の「介護のしごと」を自身の就労の機会として考えてなかったシニアに対しては有用である。（#24）

【効果的な発信方法】

- シニアの特性としては、地方紙や地域広報誌等、紙媒体からイベントや情報を収集することが多い。こうした媒体や、テレビなど多数のシニアが見るであろうメディア（朝や夕方の情報番組等）を活用して、幅広く発信することが有用である。また、昨今においてはFacebookなどウェブを通じた広報も一般的であるが、一部のITリテラシーの高いシニアを除いては他のターゲット（子育てを終えた主婦層、若年層）への訴求ほどの効果はないものとする。もちろん作業費や取材費などの素材作成費用は要するものの、露出度における費用対効果は高く、広告のメディアの一つとしては検討を行うべきであるが、「より多くのシニアにリーチする」という観点では前述の紙媒体を優先に検討を進めることが望ましい。（#24）
- 地域におけるシニアの活躍を増やしていくためには、シニアの意識変容と共に、受入体制の整っている事業者の増加を並行して行っていく必要がある。そのためには、「シニアの定着・活躍」を実現する体制・環境を整備できている事業者をシニアに対して「魅力」として発信すると同時に、そうした事業者のノウハウやモデル事例を横展開していくことが肝要である。（#24）

(参考) 先行文献調査結果の抜粋～インフルエンサー

調査結果の抜粋（#は先行文献一覧に対応）

【ネガティブなイメージ】

- （保護者の調査結果）福祉の仕事に対するイメージは学生より全般的に低く、特に負担感や働く環境で低い。保護者の福祉の仕事のイメージについては、学生同様、『身体的負担（体力的な疲れ）』、『精神的負担（ストレス）』といった心身の負担や疲労に関する項目や、『賃金・給与』、『働きやすさ（労働時間、休日）』といった働く環境に関する項目について否定的評価が高くなっている。…一方で、保護者が子どもに福祉の仕事を進めることについては、子どもが希望すれば勧めても良いと考える割合が大半を占める一方で、「あまり勧めたくない」と考える保護者の割合が、中学生の保護者で26.6%、高校生の保護者で29.9%となっており、5年前と比較すると10ポイント前後増加している。保護者が子どもに福祉の仕事を進めたくない理由としては、身体的・精神的負担が大きいのに関わらず、給与面や夜勤などの労働時間等の待遇が良くないとの声が多い。（#11）
- （教職員の調査結果）働く環境について、否定的イメージが非常に高い。教職員の福祉の仕事のイメージについては、『やりがい』について学生や保護者より肯定的評価が高いものの、『身体的負担（体力的な疲れ）』、『精神的負担（ストレス）』といった心身の負担や疲労に関する項目や、『賃金・給与』、『働きやすさ（労働時間、休日）』といった働く環境に関する項目については、学生や保護者よりさらに否定的評価が高くなっており、福祉の仕事について厳しいイメージをもっていることが伺える。（#11）

【ポジティブなイメージ】

- 学生・生徒らに福祉の仕事を進めるかという質問については、本人が学生・生徒が望めば勧めてもよいとする者が9割を超えており、福祉分野の就職や仕事への理解が進めば、進路指導の教職員からの後押しも期待できる結果であった。就職進路担当教職員が就職先となる社会福祉関係の諸施設・機関サイドに求めていることとして、詳しい勤務条件、離職率、優良事業所等の具体的情報、平均給与、勤続年数、離職率、生涯年収などの基礎データなど、就職の際に選考の基準となる職場の様々な情報提供があげられる。（#16）

【インフルエンサーの影響】

- 家族、親戚、友人、知人といった周囲の人々が介護業界を就職・転職先としてどう考えていると認識しているかについて学生・社会人別にみると、よい・まあよい印象を合計すると20～36%、あまりよい印象ではない・よい印象ではないを合計すると27～35%となる。学生は家族、親戚、友人、知人のいずれについてもマイナスの印象がプラスの印象を上回る。そして周囲の人々がよい印象を持っていると考える者のほうが、学生・社会人ともに介護サービス業を就職・転職先の候補として検討する傾向にある。回答者本人のもつイメージよりも、周囲の持つ印象の認識のほうが相関係数の絶対値が大きい。（#8）
- 学生の進路を考える上で、重要なのが保護者の存在であり、調査結果からは、様々な情報に熱心な保護者に対してもしっかりとした就職情報を提供することが必要であることが示唆された。（#16）

(参考) 先行文献調査結果の抜粋～現職者

調査結果の抜粋（#は先行文献一覧に対応）

【やりがい】

- 今の仕事や職場に対する考え方をたずねたところ、全体では「利用者の援助・支援や生活改善につながる」が 40.8%、「専門性が発揮できる」が 35.1%、「仕事楽しい」が 29.8%の順であった。（#20）

【介護職へのイメージ】

- 介護職及び学生共に「処遇・待遇」「職務感」「身体的・心理的」な実務的な介護・介護職のイメージはネガティブな印象が示唆され、情緒的なイメージはポジティブな印象が示唆された。（25）

【介護の魅力】

- 「経験と知識、技術及びコミュニケーション能力等の総合力が必要な高度な専門職・プロフェッショナルである」53.9%、「自分の人間的な成長に役立つ」53.2%、「決められたことをこなすのではなく、利用者や多職種と関わり工夫しながら仕事をできる」48.6%、「ターミナルに至るまで他人の人生や生活を支援する仕事として魅力がある」42.8%の順で回答が多い。（#6）

【入職理由】

- 介護労働についての若者の意見を聞くと、資格がいないことや、知り合いに介護職がいて気軽な気持ちで入職したという意見がある一方、仕事内容の意義を感じて就職を決めたという人も多い。（#1）
- 介護・福祉系職場の介護職に就く決め手となったことをみると、「仕事の内容自体にやりがいを感じた」5割弱、「その他の要因」が2割強、「転勤等がなく自分の地元で働き続けることができると感じた」「親や指導教員等の勧め」がそれぞれ1割半ばの順である。（#6）
- 法人就職理由は、仕事要因、法人要因、時間場所要因の3つに縮約される。仕事要因は男性、若年・新卒者、大学・大学院卒で高い、女性、非正規職員は時間場所要因が強いなど、属性により傾向が異なり、求職活動にあたって求める情報も異なることがうかがえる。（#7）

【辞めずに介護の仕事続ける要因】

- 「これといった理由はないが、離職するまでの踏ん切りがない」（33.6%）、「理解し評価してくれる上司や経営者がいることに気づいたから」（28.7%）、「担当の利用者やその家族から評価され信頼されていることに気づいたから」（25.7%）、「介護のもつ深さや意義が分かり始めていたので、もっと調べてみたいと思ったから」（23.1%）の順となっている。介護職を辞めようと思ったことがあるかについては、日頃1日の就業時間に占める雑用時間（主観的な評価に基づく）の割合がない人ほど、辞めようと思ったことがないということが明確に表れている。（#6）
- 新卒者に介護労働をこのまま継続していくために何が必要かを聞いたところ、出産や結婚など、働く人のライフステージに対応できる働き方や収入が望まれていた。（#1）

【離職理由】

- 離職理由については、いずれのサービスも「心身の不調（腰痛を除く）、高齢」が最も多いため、一定程度のリタイア組がいることも想定されるが、収入水準の低さや職場の人間関係の問題を理由とする者も多くみられる。（#3）
- 離職理由として「収入の少なさ」が多く挙げられるのは介護職の特徴のひとつであるが、女性では結婚や出産・育児、介護・看護等の「ライフイベント等の事情」により離職している者も多く、離職理由は多様である。また、年齢が高い層では、男性・女性ともに「職場の雰囲気・人間関係」が離職理由である者の割合が高い傾向が見られる。このほか、男性では「収入の少なさ」のほか、「キャリアパスや評価制度が不十分であり、成長する機会がないと感じた」の回答割合が比較的高い傾向が見られる（#4）

(参考) 先行文献調査結果の抜粋～介護事業者

調査結果の抜粋（#は先行文献一覧に対応）

【採用が困難な理由】

- 採用の苦戦に非常に影響があると考えている要因として、施設系の事業所・施設は「介護業界へのマイナスイメージ（44.3%）」、「定員割れで養成校からの採用が困難（42.0%）」、「地域の介護事業所・施設、事業者の増加（41.7%）」という回答が多い。（#17）

【定着のために実施すべき施策】

- 雇用管理の適切な見直し・充実、満足度や意欲、働きやすさ、職業能力の向上や、不満・不安、孤独感、役割不明瞭感の解消、ストレスの軽減——に資する。具体的には、教育訓練、職場内の情報共有・職員間コミュニケーションの円滑化、健康も含めた職場環境の整備等を図る施策（コミュニティ型対策）が有効である。そのほか、介護労働者の適切な評価・処遇・人員配置を行い、介護業務、介護従事者の多様性に応じたキャリア、処遇を整備することも有効である。ストレスの軽減には雇用管理・メンタルケアの取り組みも有効。在宅系介護では、特に介護職の役割の明確化、施設系介護ではマネジメントの工夫が必要である。（#10）
- （調査結果から）以下のような（離職率の低い）各施設に共通の取り組みがあることがわかった。（#9）
 - ✓ 組織理念の設定
 - ✓ 中期計画、年度計画、部門計画の策定と個人目標への落とし込みと達成具合のチェック
 - ✓ 個人評価と処遇のリンク
 - ✓ 職能等級的な給与制度を設定することにより、必要とされる能力と技能を明示して職員から長期的なコミットメントを得ることを期待
 - ✓ 施設数の拡大を通じた職員の育成と定着促進
 - ✓ インフォーマルな窓口を積極的に活用した従業員の苦情・悩み相談受付
 - ✓ ボトムアップ型の会議運営など職員コミュニケーションの活性化
- 「友人・知人からの紹介」を促す事業所づくり、多様な属性別の就業意向を踏まえた採用時の情報提供やマッチング、入職段階から介護の仕事のやりがいに対する意識を高めておくことが重要となろう。また、採用後は一定期間にわたり、個別に指導担当者をつけ、一人ひとりの仕事や働き方、キャリアに関する希望や職業能力に即した個別的な人事処遇をつづけて組織へのコミットメントや介護の仕事による貢献の手応えを得られるようにすることが定着促進につながると考えられる。（#7）
- 出産・育児については時間単位での育児休業の取得、介護については相談窓口の設置等が定着率の向上に効果的である可能性も考えられる。さらに、職員の早期離職防止や定着率向上に向けて、賃金・労働時間等の労働条件の改善をはじめとして、働きやすいストレスのない職場づくりの一環として、職場内のコミュニケーションの円滑化の重要性等も示された。また、60代以上の高齢の職員が多くなる介護の職場であるが、高齢の職員の個別のニーズに応じた柔軟な役割配置や勤務制度を整備することが、高齢者がより働きやすい職場として、労働市場への訴求力を高めることが可能であると考えられる。（#3）

参考Webサイト一覧 (1/2)

#	Webサイト名	運営者	URL
A	昨年度で制作されたWebサイト		
1	福祉・介護マイスターを追い！KAI-Go！	株式会社朝日新聞社	https://www.asahi.com/ads/kaigo/
2	yomiDr. × にっぽんの要	株式会社読売新聞社	https://yab.yomiuri.co.jp/adv/kaigofukushi/
3	ゆうゆうLife	株式会社産業経済新聞社	https://youyoulife.jp/
B	ふくしかいご.jpにバナー掲載されているWebサイト		
4	介養協	公益社団法人 日本介護福祉士養成施設協会	http://kaiyokyo.net/index.php
5	一般社団法人 全国介護付きホーム協会	一般社団法人 全国介護付きホーム協会	https://www.kaigotsuki-home.or.jp/
6	全国社会福祉法人経営者協議会	全国社会福祉法人経営者協議会	https://www.keieikyo.com/index.html
7	公益社団法人 日本介護福祉士会	公益社団法人 日本介護福祉士会	http://www.jaccw.or.jp/home/index.php
8	公益社団法人 全国老人保健施設協会	公益社団法人 全国老人保健施設協会	http://www.roken.or.jp/
9	福祉のお仕事	全国社会福祉協議会中央福祉人材センター	https://www.fukushi-work.jp/
10	社会福祉HERO'S	全国社会福祉法人経営者協議会	http://www.shafuku-heros.com/

参考Webサイト一覧 (2/2)

#	Webサイト名	運営者	URL
C	その他参考サイト		
11	ポータルサイトいしふく	石川県、社会福祉法人 全国社会福祉協議会	https://www.ishi-fuku.jp/
12	介護の魅力ネット・あいち	愛知県福祉局高齢福祉課 介護人材確保グループ	https://www.pref.aichi.jp/korei/kaigo-net/
13	KAIGOへGO! (テレビ番組公式ページ)	宮崎県、mrt宮崎放送	https://www.pref.miyazaki.lg.jp/choju/kenko/koresha/20180309180814.html https://www.jiki.jp/kaigohego/
14	KAiGO PRiDE	熊本県、株式会社just on time	https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000002.000040667.html
15	HELPMAN JAPAN	株式会社リクルートキャリア	https://helpmanjapan.com/
16	先輩・先生に聞きました「介護の魅力とは」	大泉保育福祉専門学校	https://www.oizumihosen.ac.jp/chacare/index.html
17	KAIGO LEADERS	株式会社Blanket	https://heisei-kaigo-leaders.com/
18	ベネッセMCM介護士お仕事サポート	株式会社ベネッセMCM	https://kaigo.benesse-mcm.jp/useful/
19	介護求人パーク	株式会社バリューラボ	https://5159289.jp/
20	介護求人ナビ	株式会社プロトメディカルケア	https://www.kaigo-kyuujin.com/
21	かいご畑	株式会社ニッソーネット	https://kaigobatake.jp/
22	鎮誠会求人サイト	医療社団法人鎮誠会	https://www.josn.jp/kaigo/
23	セントケアグループ 新卒採用サイト	セントケアホールディング株式会社	https://www.saint-care.com/recruit/graduate/
24	カイゴジョブアカデミー	株式会社エス・エム・エス	https://kaigojob-academy.com/column/
25	ケア資格ナビ	株式会社ネットワーク21	https://www.careshikaku.com/shoninshakenshu_guide/kaigomiryoku

(参考) 既存Webサイト調査結果サマリ

調査結果サマリ

【介護魅力発信の対象】

- 調査したすべてのWebサイトで将来介護に関わる可能性がある人を対象に魅力発信をしているが、潜在職員と介護家族の切り分けはほとんど見受けられない。
- 一方で、介護事業者、現職者、インフルエンサーへの訴求はいくつかのWebサイトで見られるものの、潜在職員以外のステークホルダーへの情報発信は限定的であり、今後成長の余地がある。

【介護魅力発信サイトの掲載コンテンツ】

- 調査したWebサイトにおいては、介護の魅力発信、仕事紹介は充実しており、現職者へのインタビューまで掲載しているものも多い。
- 介護魅力発信を主な目的とするWebサイトにおいては、就職支援や講義等のイベント情報が多く、次世代の介護職員養成への積極性が伺われる。
- 介護職の待遇・キャリアについての情報は、求人サイト、資格紹介サイトで多く発信されている一方で、介護魅力発信を主な目的とするWebサイトではあまり見られない。

【ビューワーの関心を引き出す工夫】

- 介護魅力発信を主な目的とするWebサイトでは、ゴシック体調の柔らかい印象を持つ丸字フォント、刺激の少ない優しい背景色(明度が高く、彩度が低い)、角丸な画像・図形が多用され、介護職の温かく親しみやすい印象が演出されている。
- マンガや挿入絵を用いて魅力発信等を行い、感覚的に楽しみながら閲覧できるように工夫されたWebサイトも存在する。介護職員としての「オン」の面だけでなく、プライベートな「オフ」の過ごし方等人間性にもクローズアップすることで、介護職の温かさ、働きやすさを演出している。
- リンクへのボタンを大きくする、コンテンツ間に十分なスペースを持たせる等の、縦スクロール型で一画面に映る情報を限定する工夫により、どの年齢層にも読みやすい設計となっているWebサイトが多い。

Thank you

pwc.com

【お問い合わせ先】

介護のしごと魅力発信等事業（福祉・介護に対する世代横断的理解促進事業）事務局

担当： PwCコンサルティング合同会社 林・安田・長沼・水野・小林・平栗

E-mail : jp_cons_kaigomiryoku_platform2020@pwc.com

© 2020 PricewaterhouseCoopers Aarata LLC. 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.