

令和6年度 介護のしごと魅力発信等事業



株式会社マガジンハウス

令和6年3月21日

事業の目的・内容

1. 事業の目的

イベント、テレビ、WEB等を活かした取組を通じて、全国に向けた情報発信を行うことにより、多くの国民が、福祉・介護の仕事について新たに関心を持ち、理解を高めるとともに、その仕事の魅力を感じられるようにする。

2. 事業区分及び事業の主眼

事業区分：情報発信事業（全国へ向けた情報発信事業）

多くの国民が、福祉・介護の仕事について新たに関心を持ち、理解を深めるとともに、その仕事の魅力を感じてもらえるよう、イベント、テレビ、WEB等を活かした全国的な波及効果の期待できる取組を通じて、広く国民に向けた情報発信を行う事業。

3. 事業内容

① 企画委員会の設置

- 実施主体の事業内容に対して客観的な立場から技術的・専門的助言等を行う企画委員会を設置する。
- 企画委員は、事業目的に応じて、学識経験者、有識者、職能団体、事業者団体、教育関係団体等からなるものとする。
- 企画委員会による専門的知見を踏まえて、事業内容を決定する。

② 事業間連携会議等への参画

- 事業間連携等事業の実施主体が開催する「事業間連携会議」及び介護の仕事のイメージアップに対する機運を高めることを目的に都道府県事業の関係者等を含めた会議・イベントに参画する。

③ イベント等の実施

- イベント等を実施し、介護のしごとの魅力を発信する。
- イベント等の実施にあたっては、多くの国民から新たに関心を得られるかという観点を踏まえ全国的な波及効果を期待できる事業内容を検討する。
- イベント等の実施に先立ち、情報発信事業の各実施主体及び事業間連携等事業の実施主体とも連携しながら、各種広告媒体を活用した周知を行う。
- 幅広く周知を行うためには、各実施主体のネットワークを相互に利用できるようにすることが効果的であるため、情報発信事業を実施する他の実施主体間、及び事業間連携等事業との間で相互に連携を図りながら事業を実施する。
- 本事業で行う取組または本事業により作成した成果物は、国民の誰もがアクセスできる形態とする。

④ 事業効果の分析等

- 事業実施に当たっては、貴課及び事業間連携等事業の実施主体と協議の上、アウトカムの測定指標や測定方法を設定し、これに沿って実施事業の自己評価を行うとともに、事業間連携等事業等で実施する事業全体の効果分析の取組に協力するなど、個々の事業及び全体の事業効果の最大化に向け取り組む。
- 自己評価にあたっては、事業実施における課題を整理するとともに、企画委員等の専門的・技術的助言も参考にし、課題解決に向けた分析・考察も加える。

⑤ 成果の報告

介護のしごとへまだ関心を持ってない層へ向けて、 そのやりがい、選択肢化への広報活動を精緻に行います。

私たちは、本事業にあたり、介護のしごとに対して関心を持っていない、職業選択の想定に入っていない20代～30代の若年層をメインの対象にした広報活動を展開します。また、それ以前の年代への啓蒙啓発も重要と考え、小学生向け（併せて、親や教員への理解促進も想定した）広報活動も行う計画です。

福祉・介護の現場には、さまざまな課題や悩みが存在し、高齢者の終末ケア、認知症ケア、障害者の生活・雇用支援等へのリアルな取り組みが行われています。その現場のリアルを捉え、その上で、そこにある科学的、医学的、人間的アプローチのやりがい、クリエイティビティ、楽しさを伝えようと考えます。

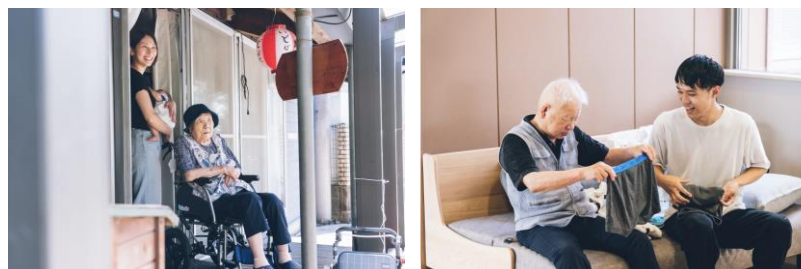
前年度、本事業に取り組み、若い層に人気の雑誌anan、POPEYE誌面やウェブ、トークイベント、冊子の全国配布を通して幅広い層に興味喚起を行いました。また、福祉をテーマにしたメディアここでの連載やイベント等を通して理解促進にも取り組みました。こうした興味喚起から理解促進、そして情報リサーチといった行動変容に応える広報活動を次年度もより精緻化して取り組む所存です。

「ケア」という概念は、個対個を超え、コミュニティ、社会全般の問題になっています。こうした俯瞰的視座を、今はまだ無関心、未関心の若年層に

向けて、具体的に、わかりやすく、そして、クリエイティビティに溢れる姿として、発信していきます。

私たちマガジンハウスはメディア運営のスキル、クリエイターや著名人との関係を通じて、これまでも現在も、多くの読者と出会い、共感を軸につながり、一定の影響を持つチームです。私たちが、福祉・介護の現場で優れた実践を行っている事業者や専門家と連携しながら、福祉・介護にこれまで出会っていなかった層も含めて、多くの方と発信を通して出会い、つながり、福祉・介護のしごとへの理解や従事への第一歩をつくる事業を展開したいと考えます。

コンテンツの質、そして、戦略的な広報展開を通して、単年度のみならず、今後に残る広報活動をデザインしてまいります。



実施主体の紹介



マガジンハウスは、『アンアン』『ブルータス』『ハナコ』『ポパイ』『クウネル』などの雑誌をはじめ、書籍やムック、Webやアプリなどを通していつも楽しく新鮮な情報を読者にお届けしています。

会社名	株式会社マガジンハウス
本社	〒104-8003 東京都中央区銀座3-13-10
従業員数	190名
資本金	9000 万円
代表者	鉄尾 周一（代表取締役社長）
関連会社	平凡商事株式会社 / 株式会社音響ハウス
事業内容	雑誌・書籍の出版
定期刊行物	アンアン、ポパイ、クロワッサン、ブルータス、ターザン、ハナコ、ギンザ、カーサブルータス、クウネル、アンドプレミアム、ハナコママ
WEBサイト	マガジンワールド、コロカル、アンアンウェブ、カーサブルータスドットコム、クロワッサンオンライン、ギンザマグドットコム、こここ、他
刊行書籍	「漫画 君たちはどう生きるか」（吉野源三郎・羽賀翔一）、「きょうの猫村さん」（ほしよりこ）、「美を尽くして天命を待つ」（林真理子）、「REVALUE NIPPON PROJECT 中田英寿が出会った日本工芸」（コロカル編集部）他多数



福祉をたずねる クリエイティブマガジン

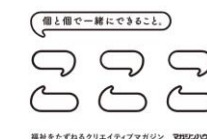


個と個で一緒にできること。

福祉をたずねるクリエイティブマガジン
マガジンハウス

2021年4月15日より、福祉とクリエイティブをテーマに新たなメディアプロジェクトを始動しました。ウェブマガジン「こここ」(<https://co-coco.jp>)を創刊。「個と個で一緒にできること」を合言葉に、福祉につながる人や場所、活動、表現、創造性をたずね、紹介していくメディア事業を軸に、福祉関連のプロジェクト参画、社外広報活動を行うラボ事業も展開していきます。

マガジンハウスでは、2012年1月に「日本の地域」をテーマにしたウェブマガジン「コロカル」を創刊し、運営してきました。日本各地のユニークな取り組みやパワフルなプレイヤーを紹介しながら、その根底にある雇用不足や高齢化、過疎化などの問題に向き合っています。ウェブマガジン「こここ」もまた、高齢化社会を迎える日本での介護人材の不足、社会の中で「生きづらさ」や「わかりあえなさ」を感じる人の増加などの社会課題を背景に創刊します。



こここインタビュー



福祉の現場には、社会に生きる一人ひとりの心身や置かれた状況に日々向き合い、汗をかき、奔走してきた経験が宿っています。同時に、社会全体の構造的な課題にさらされ、立ち向かうことを求められてきた領域でもあります。また、近年では、福祉の現場から驚くほど創造的な活動や表現も生まれ、さまざまなクリエイターやアーティスト、専門家が関わっています。

ウェブマガジン「こここ」では、「クリエイティブ」を入り口に、福祉領域に関わる人・活動・テーマをたずね、やわらかく紹介していくことで、これからの社会を共に生きていく上でのヒントを読者とともに考えます。

「幸福」の意味を持つ「福祉」は、誰しもに関わるテーマではありますが、まだまだ身近なものではないのかもしれませんが。マガジンハウスではこのメディアプロジェクトを通し、福祉に関わる入り口を創造していく所存です。

Statement

まちと地域を舞台に、集いと暮らしに新しい感動を創る

EASTは、全国で800を超える商業施設の運営に携わって参りました。
今後は、商業施設も地域と一体となった「まちづくり」が必要になると考え、
行政や自治体も巻き込み、地域社会に貢献していきます。

我々は地域の皆様と「同一視点」を持ち、
一過性の取り組みではなく「変化に対応し続ける地域の自走力」を重要と捉え、
あらゆる課題を解決していくパートナーとなります。



Marketing

- ・消費者調査
- ・来館者調査
- ・訪日外国人調査
- ・地域資源調査 etc.



Planning

- ・ブランディング
- ・事業戦略策定
- ・アクションプラン作成
- ・コンテンツ開発



Development

- ・WEB制作 / 運用保守
- ・システム開発 / 運用保守
- ・クリエイティブ制作
- ・プロモーション企画



Operation

- ・売上管理 / コールセンター
- ・案内受付 / 観光案内
- ・事務局 / イベント運営
- ・施設運営管理業務

オペレーション事業

システム事業

セールスプロモーション事業

地域創生事業

EAST
East Asia Strategy Team

社名 : 株式会社イースト (EAST INC.)
創立 : 1997年10月
社員数 : 1,038名

本社 : 東京都千代田区丸の内3-4-1 新国際ビル
オフィス : 市ヶ谷、水天宮、大阪、福岡



若年層への認知と理解の促進

日本の高齢化社会で増大する介護のニーズに応える人材確保のために、20～30代を中心とした若年層への認知拡大と理解促進。



プレ若年層への早期からの興味喚起と理解促進

進路職業選択を具体的に決める高校生、大学生より早期の段階で、「ケア」や「介護のしごと」への興味や理解を図る活動も必要。
無料・使用許諾不要で誰もが使える「小学生向け（親や教員への解説つき）ブックレット」を制作、配布



福祉・介護職のリアルを伝える

福祉・介護の価値を発見し、発信していくにあたり、決して美辞麗句やイメージ先行ではなく、福祉・介護の現場のリアルを伝える。



ポジティブに働き方、キャリア等の情報を伝える

意義ややりがいというストーリーとは別に、より具体的な給与、労働条件、職場実態、キャリア形成、ワークライフバランス、多様な働き方の選択肢などの情報面もサポート。



広報効果の向上

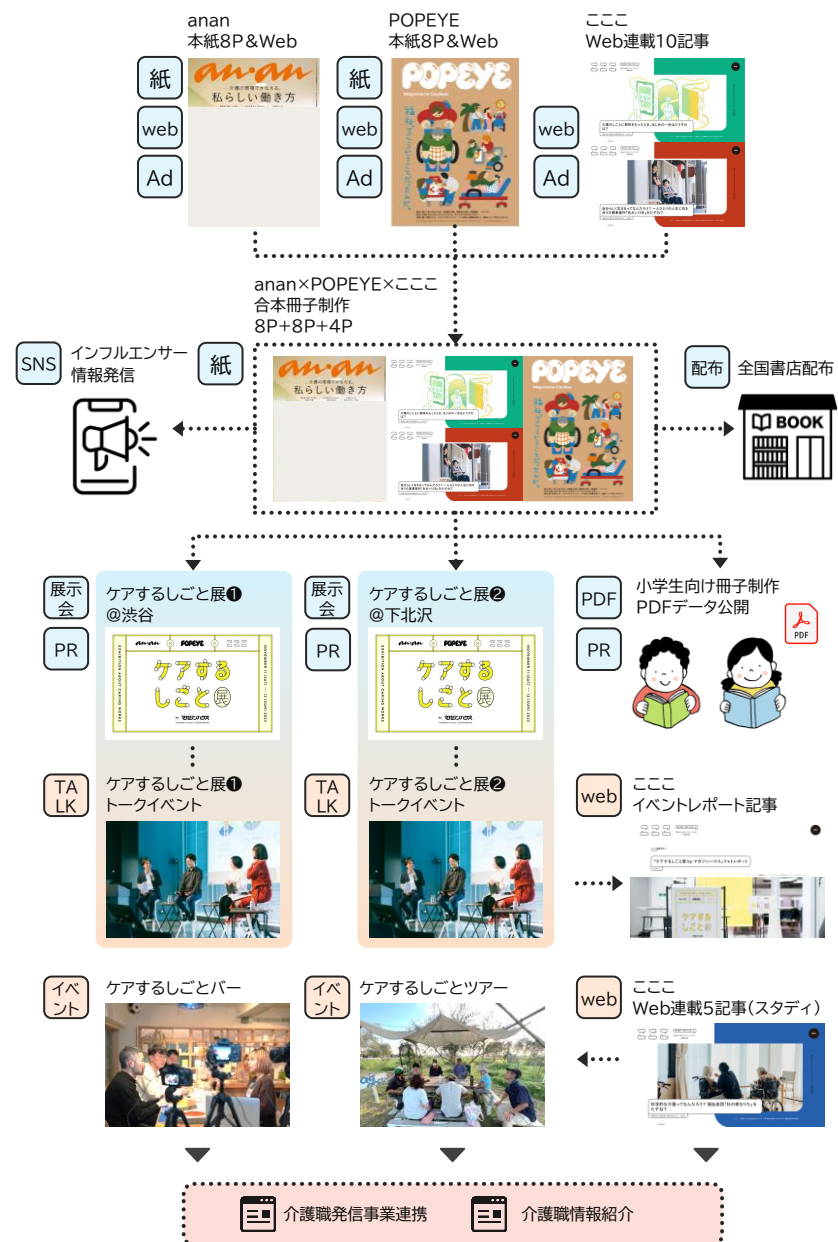
メディア運営の知見を生かし、興味喚起、理解促進、情報取得といった広報ニーズの流れに従った広報事業の展開と検証を行い、広報効果最大化へのプロトタイプを探る。

Hello, ケアするしごと

**福祉・介護のしごとの
やりがい、クリエイティビティ、楽しさ、
そして、自分のしごとにするリアリティについて、
一緒に考えてみませんか。**

事業プロジェクト全体像

WHO	WHAT	TOUCH POINT	HOW
無関心層	興味喚起	メディア(紙・Web)	anan
		メディア(紙・Web)	POPEYE
		メディア(Web)	こここ(連載①)
		Web・SNS	Web記事広告配信
		全国書店	連携冊子制作・配布
		PDFデータ公開	小学生向け冊子制作
		イベント	ケアするしごと展①
		イベント	ケアするしごと展②
		SNS	インフルエンサー発信
		Web	プレスリリース
関心層	理解促進	メディア(Web)	こここ(連載②)
		イベント	ケアするしごと展トーク①
		イベント	ケアするしごと展トーク②
		イベント	ケアするしごとバー
		イベント	ケアするしごとツアー
		メディア(Web)	こここイベントレポート記事
検討層	しごと情報	メディア(Web)	こここ連載(介護職発信事業連携)
		メディア(SNS)	こここSNS(介護職情報紹介)



雑誌&web記事展開「anan本誌8ページ特集+web3記事」で情報発信！

an・an

無関心層向け

興味喚起

メディア(紙&Web)

ブランド認知度90%以上・平均発行部数14万7,000部を誇る、日本の女性誌のトップを牽引するananは、20代～30代の女性を中心に多くの読者に購読いただいています。「福祉」や「介護」というテーマには、まだ自分ごととして無関心(未関心)の読者が多くと想定されますが、「すべての女性の、いま好きなこと」=(すべての女性が、いま気になること)として、ananが福祉・介護を取り上げることは、社会的にも大きなインパクトとなるはずです。本誌記事構成は、そうした読者に向けて「福祉」「介護」そして「しごととしての介護」の入り口を示すことを主眼とします。この記事を書きかけに、さらに深く知りたいと思う読者と出会う特集といたします。

企画案

anan社会科見学。福祉・介護のしごとって？

anan

anan本誌(週刊)2024年9-10月発売の
いずれかの号で特集8ページ記事を制作



anan web

anan本誌で制作した記事内容を
anan webでも転載して記事化します



ananの各種SNSアカウントを活用し
本企画の告知を実施して情報拡散！



本紙の内容をweb版でも展開することで、より多くの読者へアプローチ！

an・an

無関心層向け

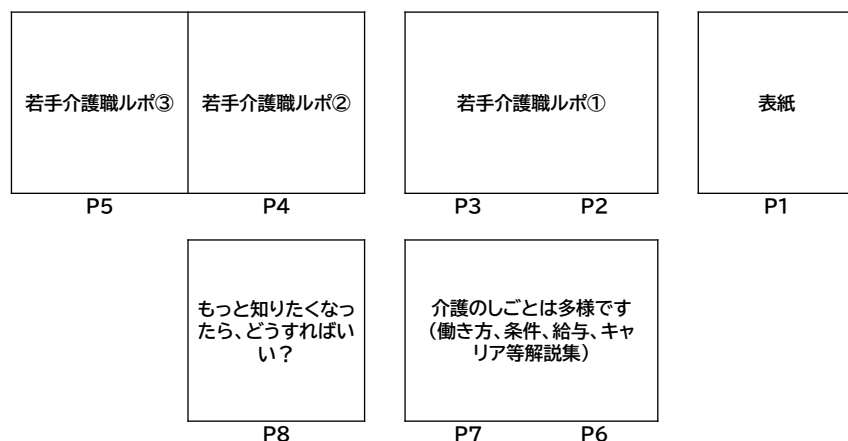
興味喚起

メディア(紙&Web)

anan

anan本誌に8Pのタイアップ記事を掲載

タイアップ記事のコンテンツ詳細は、次頁にて記載



※台割は仮のものになります

掲載号 | 2024年9-10月発売号のいずれか
掲載ボリューム | 4C8Pタイアップ
発行部数 | 132,519部 ※2023年同月号実績

anan web

本誌8Pタイアップ記事をanan webに転載

タイアップ記事8Pを本紙だけでなくWebでも展開



※イメージ

広告実施 | SNS広告や外部誘引を図り目標PVを目指す
想定CTR | 1-3%(平均2.5%)
目標PV | 45,000PV ※若年層へのターゲティングを実施します

企画案 | anan社会科見学。福祉・介護のしごとって？

an・an

無関心層向け

興味喚起

メディア(紙&Web)

コンテンツテーマ案

○ 介護の現場で働く人を訪ねて。

介護の現場で働く女性職員のルポ。施設の概要、しごとの内容、入職の動機、働きがい、クリエイティビティ、楽しさ、大変さ、未来やキャリアについてなどを尋ねる。

○ 介護のしごとは多様です。

やりがいといった側面だけでなく、職種、具体的な働き方、労働条件、給与、キャリア、ワークライフバランスなど、具体的情報を提供する解説コラム)

○ もっと知りたくなったら、どうすれば？

興味を持った読者が、もう少し知りたい、具体的情報を得たい、体験したいとなった場合のネクストステップをガイド。

○ 対談「しごととしての介護・福祉」

実際に介護の現場で働く人、マネジメントする経営者と、伊藤亜紗さん、ドミニク・チェンさんなど有識者の対談。社会課題と自分らしい生き方の両立という視点で、介護職を見つめ直してみる。

○ 福祉・介護の入り口。人と場所。

神田のソーシャルグッドロースター、日本橋でオリイ研究所が運営する「分身ロボットカフェ」、障がい者アートを世に出す「ヘラルボニー」、ダイアログミュージアム「対話の森」、「わたしが、介護のスイッチとなる」活動を展開する「KAIGO LEADERS」などの現場と取り組む人を紹介。

※記事アイデアの例になります。記事構成は採択後、さらに精査いたします。

雑誌&web記事展開 「POPEYE本誌8ページ特集+web3記事」で情報発信！

POPEYE

無関心層向け

興味喚起

メディア(紙&Web)

Magazine for Cityboysをキャッチコピーに、1976年から発行を続けるPOPEYEは、まさにCityboyたちに深い影響力を持つファッション & カルチャーマガジンです。雑誌広告を見て店舗を訪れる率20%、企業やブランドのSNSへのアクセス率15%と、高いコンバージョンレートを誇っています。POPEYEでは、「介護のしごとと魅力発信事業」で、2020年3月号に16ページの特集を、2023年10月号で8ページの特集を制作。幅広い読者にアピールしました。今回は、その第3弾とも言える企画で、福祉・介護のしごとに対して、無関心(未関心)な読者へ興味喚起、共感を得ることを主眼とした記事制作を行います。

企画案

POPEYE Hello,Work スペシャル 福祉・介護のしごと

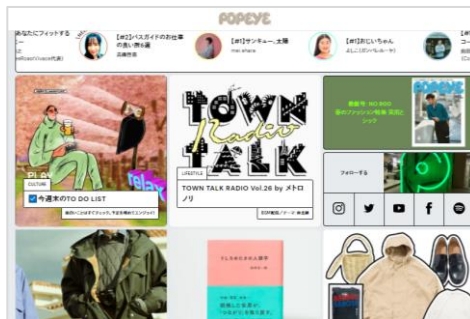
POPEYE

POPEYE本誌(月間)2024年9-10月発売の号で
特集8ページ記事を制作



POPEYE web

POPEYE本誌で制作した記事内容を
POPEYE webでも転載して記事化します



POPEYEの各種SNSアカウントを活用し
本企画の告知を実施して情報拡散！



本紙の内容をweb版でも展開することで、より多くの読者へアプローチ！

POPEYE

無関心層向け

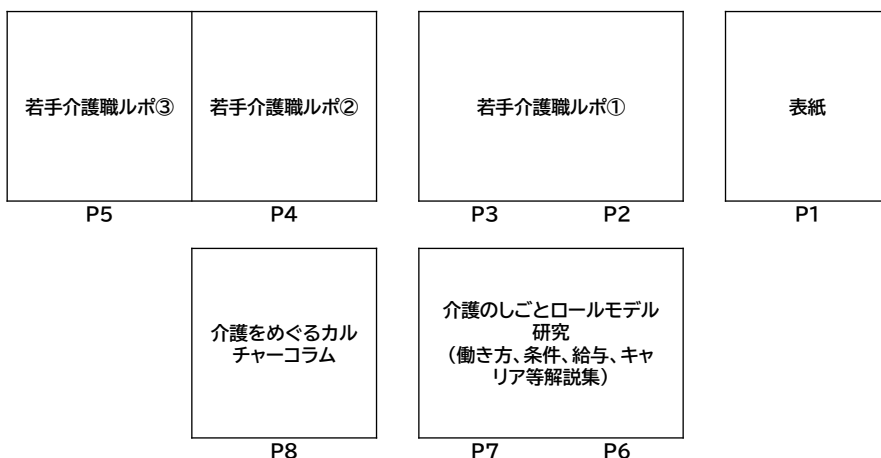
興味喚起

メディア(紙&Web)

POPEYE

POPEYE本誌に8Pのタイアップ記事を掲載

タイアップ記事のコンテンツ詳細は、次頁にて記載



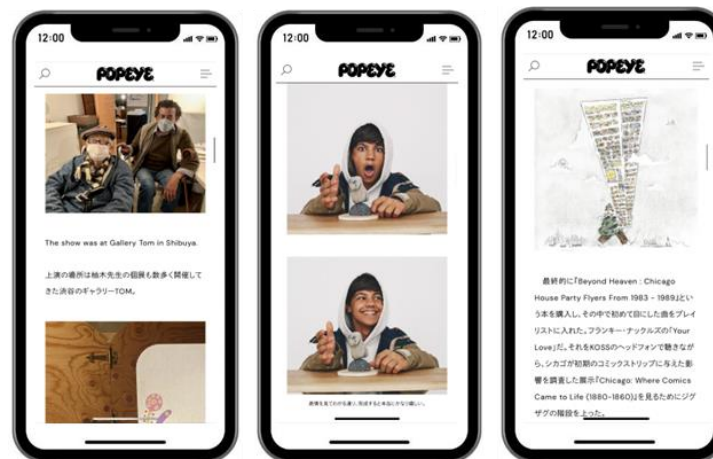
※台割は仮のものになります

掲載号 | 2024年9-10月発売号のいずれか
掲載ボリューム | 4C8Pタイアップ
発行部数 | 86,333部 ※2023年同月号実績

POPEYE web

本誌8Pタイアップ記事をPOPEYE webに転載

タイアップ記事8Pを本紙だけでなくWebでも展開



※イメージ

広告実施 | SNS広告や外部誘引を図り目標PVを目指す
想定CTR | 1-3%(平均2.5%)
目標PV | 45,000PV ※若年層へのターゲティングを実施します

POPEYE Hello,Work スペシャル 福祉・介護のしごと

POPEYE

無関心層向け

興味喚起

メディア(紙&Web)

コンテンツテーマ案

○ Hello,workスペシャル 福祉・介護のしごと

介護の現場で働く職員のルポ。施設の概要、しごとの内容、入職の動機、働きがい、クリエイティビティ、楽しさ、大変さ、未来やキャリアについてなどを尋ねる。

○ 福祉とつながるクリエイターに聞く、 「ケアのクリエイティビティ」

福祉施設や介護施設に関わる仕事を展開するアートディレクター原田悠馬さん、福祉施設の建築を手がける大西麻貴さん、障害者アート作品を事業展開するヘラルボニー松田崇弥さん・文登さん、分身ロボットorihimeの開発者吉藤オリィさんなど、ケアや福祉の現場に、芸術、デザイン、科学等でアプローチする人々のインタビュー。

○ 介護のしごとロールモデル研究

やりがいといった側面だけでなく、職種、具体的な働き方、労働条件、給与、キャリア、ワークライフバランスなど、具体的情報を提供する解説コラム。

○ 介護をめぐるカルチャーコラム

介護をテーマにした、あるいは、ケアについて知ることができる本、映画、音楽、建築、プロダクトデザイン等を紹介。

※記事アイデアの例になります。記事構成は採択後、さらに精査いたします。

福祉をたずねるクリエイティブマガジン「こここ」による連載記事展開！

こここ

無関心・関心層向け

興味喚起・理解促進

メディア(Web)

2021年4月にスタートしたマガジンハウスのウェブマガジン【福祉をたずねるクリエイティブマガジン「こここ」】は、福祉・介護の現場、関わる人、当事者の方を訪ねながら、記事を制作、発信しています。前年度は本事業で新規連載「自分らしく生きる」を支えるしごとを開始し、全15記事を配信しました。この15記事は次年度も引き続き閲覧可能にアーカイブし、今年度は新たに10記事を新規制作、配信いたします。

企画案

「自分らしく生きる」を支えるしごと

前年度は以下の15記事を新規制作、配信しました。今年度は新たに10記事を新規制作、配信いたします。

この連載をベースに、「ケアするしごと展」「ケアするしごとバー」「ケアするしごとツアー」のコンテンツやゲストアサインで連動していきます。

- #01【施設訪問】 自分らしく生きるってなんだろう？一人ひとりの人生に向き合う介護事業所「あおいけあ」をたずねて／株式会社あおいけあ（神奈川）
- #02【施設訪問】 さまざまな命に囲まれて、心を動かして生きる。園芸療法を行う「晴耕雨読会」をたずねて／NPO法人たかつき（大阪）
- #03【スタディ】 ケアってなんだろう？ナイチンゲール看護研究所・金井一薫さんをたずねて
- #04【施設訪問】 居心地の良い場所の条件ってなんだろう？浦安にある高齢者向けの住まい「銀木屋」をたずねて／株式会社シルバーク（千葉）
- #05【施設訪問】 いくつになっても「働く」は楽しい。ばあちゃんたちの生きがいとビジネスの両立を目指す、株式会社うきはの宝をたずねて／うきはの宝株式会社（福岡）
- #06【施設訪問】 介護施設×学生シェアハウス「みそのっこ」が教えてくれる、「介護×場づくり」の可能性／株式会社ゆず（広島）
- #07【施設訪問】 自然の循環に身を委ね、大地と共に生きる。「里・つむぎ八幡平」が実践する「半農・半介護」の暮らし／特定非営利法人 里・つむぎ八幡平／一般社団法人すばる（岩手）
- #08【カルチャー】 マンガに潜む「ケアの視点」。3名の選者が物語から読み解く
- #09【施設訪問】 居場所ってなんだろう？「新発想の施設建築」をたずねて／有限会社オールフォアワン（千葉）
- #10【カルチャー】 「老いと共に生きる」を映画から考える。編集者、映画作家、介護福祉士、福祉施設運営者の選5作品
- #11【スタディ】 認知症ってなんだろう？認知症未来共創ハブ代表・堀田聡子さんが当事者インタビューを通して気づいたこと
- #12【カルチャー】 「老い」をまなごす写真家・訪問看護師 尾山直子さんをたずねて
- #13【施設訪問】 「科学的な介護」ってなんだろう？福祉楽団「杜の家なりました」をたずねて
- #14【スタディ】 認知症を「体験」するってどういうこと？イシツカユウコさんと「VR認知症」を体験してみた／株式会社シルバーク
- #15【スタディ】 介護の世界に興味をもったのですが、はじめの一歩相談させてくれませんか？／株式会社Blanket



個と個で一緒にできること。

福祉をたずねるクリエイティブマガジン
マガジンハウス



- 各記事のPVは 8,000～10,000PVを想定(合計80,000～100,000PV)
- 本連載の特設ランディングページを設置し、アーカイブとしていつでもだれでも閲覧できるようにします。
- この連載枠には、次年度以降もコンテンツを追加していくことも可能とします。

こここWeb連載記事“自分らしく生きる”を支えるしごと 全10記事！

こここ

無関心・関心層向け

興味喚起・理解促進

メディア(Web)

施設の在り方やケアの方法論にしっかりとしたビジョンを持った介護の現場を訪ねたり、介護のしごとの理解促進を図る識者へのインタビューさせていただいたり、10記事を新規に制作します。(前年度15記事も引き続きアーカイブします)

取材先候補

みんなのお家岐南(社会福祉法人 発農会)

認知症対応型通所介護施設と企業主導型保育所/ 岐阜県特徴:多世代交流、農のある暮らし、デイサービスと保育園の間に土間があり、そこを通ると農園に行き来できる。

当たり前の暮らしサポートセンター(社会福祉法人 悠玄福祉会)

通所介護、ショートステイ、カフェ、工房/長野県佐久市。特徴:利用者も作業しやすいアイランドキッチンやかまど、畑、利用者がやれることを活かせるハード面の環境設計等。

このゆびと一まれ(特定非営利活動法人デイサービス、就労支援B型作業所)

通所介護/富山県富山市特徴:富山型デイサービスの先駆け。子供もお年よりも障がいのある人も、「誰でも必要なときに必要なだけ利用可能」

鞆の浦・さくらホーム(有限会社親和)

広島県福山市/グループホーム、通所介護、小規模多機能、放課後等デイサービスなど特徴:地域で暮らす人たちをまち全体で見守る。拠点となる事業所は、利用者の生活区域の400m県内に配置

実籾パークサイドハウス(社会福祉法人福祉楽団)

千葉県/児童養護施設が中心だがグループホームも/特徴:建築的な工夫もしっかりしており、若い働き手も多い。

六郷キャンパス(社会福祉法人ライフの学校)

宮城県仙台市/特養、看護小規模多機能、保育所、児童発達支援、放課後等デイサービス特徴:その地域の文脈や歴史を踏まえている、多世代が交わる、特養は全室個室。

KEION(株式会社オープンアップ)

通所介護/ 埼玉県川越市特徴:元警察官が運営、楽器演奏や歌、踊りを楽しめる場所。音楽好きが集まる。

一般社団法人えんがお

地域の様々な人の力を生かして、高齢者の孤立化の予防と解消ができる地域の仕組みづくりを実践。かつそれを若者の力で展開している。

タブノキ

長野県小諸市にて古民家を自分達の手で改修し、子供からお年寄りまで障害のある方もない方も共に暮らすことのできる居場所を作っています。2020年4月開業。

その他

※記事は採択決定後協議の上、テーマや取材先を決定します。



こここWeb連載記事「介護のしごとスタディ」全5記事！

こここ

関心層向け

理解促進

メディア(Web)

「こここ」では、ウェブ上で興味喚起の拡大化と、関心層へのネクストステップを新連載で情報提供します。前段の連載とは別に、「こここ」で新連載(新シリーズ)「介護のしごとスタディ」を連載シリーズ化。

目的

1. リアルイベントのレポート記事を配信し、より広範な層に対して、介護のしごとの興味喚起と理解促進を行う。
2. 意義ややりがいというストーリーとは別に、より具体的な給与、労働条件、職場実態、キャリア形成、ワークライフバランス、多様な働き方の選択肢などの情報面もサポート。

コンテンツ案

- | | |
|-----|-----------------------------|
| 記事1 | 「ケアするしごと展」レポート |
| 記事2 | 「ケアするしごとバー」「ケアするしごとツアー」レポート |
| 記事3 | 「介護のしごと」ガイドブック |
| 記事4 | 介護の現場で働く人の本音をリサーチ |
| 記事5 | 介護のしごとについて知るコラム集 |

- 情報発信事業(介護職発信事業)や各種団体のコンテンツ等との連携も検討。
- 各記事のPVは8,000~10,000PVを想定(合計40,000~50,000PV)
- 本連載の特設ランディングページを設置し、アーカイブとしていつでもだれでも閲覧できるようにします。



「anan × POPEYE × こここ」 連携冊子制作・全国書店配布

連携冊子

無関心層向け

興味喚起

冊子配布

「anan本誌記事8ページ」と「POPEYE本誌記事8ページ」と「こここ連載のダイジェスト解説とリンク4ページ」をまとめた20ページのオリジナル冊子を制作いたします。この冊子は展示イベント、トークイベント、交流イベント参加者への配布に加え、全国の書店で若年層にターゲティングしたサンプリングを実施いたします。また、前年度ご要望をいただいた福祉事業者や団体の希望者にも一部提供できるよう、前年度より部数を増やします。

イベントでの配布

「ケアするしごと展」@渋谷、下北沢の会場内で配布。若年層の来場が多い商業施設で効率的に配布可能。その他、「ケアするしごとバー」「ケアするしごとツアー」等イベントでも配布。

配布方法 各イベント時に手渡し配布、ラック設置

配布数量 2,500部

配布時期 2024年11月～

配布イベント

ケアするしごと展①
@渋谷



ケアするしごと展②
@下北沢



ケアするしごとバー



ケアするしごとツアー



全国書店での配布

全国の書店にて、雑誌・書籍の購入者を対象として、制作した冊子をレジ袋に同梱する形で配布。ターゲットのセグメントが可能です。なので、届けたい層に冊子を配布することができます。

配布方法 会計時に手渡し配布、ラック設置

配布数量 10,000部

配布時期 2024年11月～

配布イメージ

会計時に手渡し配布



(昨年度実績)
配布書店計31店舗
(内訳: BOOK1st/5,000部・LIBROグループ/5,000部)



部数に限りはありますが、前年度ご希望の声を多数いただきましたので、別途2,500部を希望事業者・団体へもご提供いたします。

無料配布ブックレット 小学生向け「介護のしごとのこと」制作

小学生向けBOOK

無関心層向け

興味喚起

PDFデータ公開

「介護(職)」の社会的必要性を訴求する小学生向け読本を無料・使用許諾不要で発行。20p程度を新規制作(中に教員、親向け4p程度)。

PDFを厚労省サイト、ここ、その他事業間連携先サイトで紹介 +リアル本も1000部程度発行し、イベント等でアンケートを取り、改善点あれば修正。

展開イメージ

判型 : A4版もしくはB5(予定)

総ページ数 : 20ページ(予定)

納品形式 : PDFデータ

イベント配布用 : 1,000部



目的: 進路職業選択を具体的に決める高校生、大学生より早期の段階で、「ケア」や「介護のしごと」への興味や理解を図る活動も必要。教員、福祉事業者、地方自治体が子ども向け、母親向けの授業やイベントを行うときに、使用できる「介護のしごと」への興味と理解を図るため、無料・使用許諾なしで誰もが使える「小学生向け(親や教員への解説つき)ブックレット」を制作、配布

活用方法: 厚生労働省のホームページや、事業間連携会議に参加する福祉・介護系団体のホームページ、こここのウェブサイトにダウンロード可能なボタンを設置し、活用を促す。また、ブックレットに関するリリース記事等情報拡散施策を行う。



※台割は仮のものになります

anan × POPEYE × こここ 「ケアするしごと展」 @渋谷

しごと展 ①

無関心層向け

興味喚起

イベント

2024年11月に開催するananFESに合わせて、anan×POPEYE×こここ共催の「ケアするしごと展」を開催。介護、福祉のしごとと無(未)関心層や、サブターゲットである小学生及びその親世代に対して、anan、POPEYE、こここのマガジンハウスブランドの知名度やクリエイターネットワークを生かし、興味喚起と理解促進への誘導を行います。

Exhibition

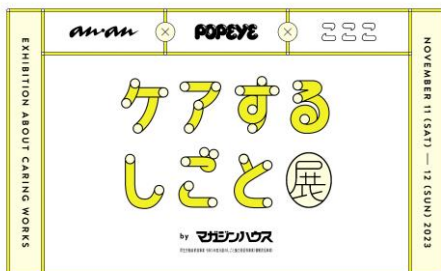
名称	ケアする仕事展@Shibuya Sakura Stage(仮)
開催日時	2024年11月9日(土)～11月10日(日) ※予定
開催場所	Shibuya Sakura Stage ※予定
主催	株式会社マガジンハウス anan×POPEYE×こここ

anan、POPEYE、こここで取材した施設、介護のしごと従事者、介護しごとに関わるQ&Aなどをパネル展示し、開催中に介護の現場で働く方、取材で訪ねたクリエイターや編集部員等とのトークイベントも実施します。会場では、anan×POPEYE×こここの冊子、小学生向け冊子の配布も想定。

展示

冊子配布

トークイベント



※写真は参考イメージ

anan × POPEYE × こここ 「ケアするしごと展」 @下北沢

しごと展 ②

無関心層向け

興味喚起

イベント

2024年11月に開催する下北沢BONUS TRACK「ケアリングノーベンバー」に合わせて、anan×POPEYE×こここ共催の「ケアするしごと展」を開催。介護、福祉のしごとと無(未)関心層や、サブターゲットである小学生及びその親世代に対して、anan、POPEYE、こここのマガジンハウスブランドの知名度やクリエイターネットワークを生かし、興味喚起と理解促進への誘導を行います。

Exhibition

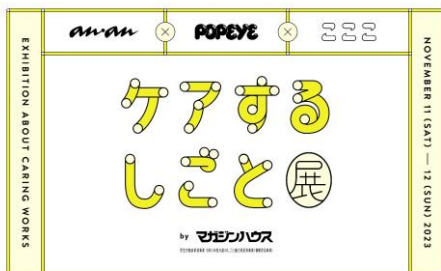
名称 | ケアする仕事展@下北沢BONUS TRACK
開催日時 | 2024年11月11日(火)～11月30日(土) ※予定
開催場所 | 下北沢BONUS TRACK
主催 | 株式会社マガジンハウス anan×POPEYE×こここ

anan、POPEYE、こここで取材した施設、介護のしごと従事者、介護しごとに関わるQ&Aなどをパネル展示し、開催中に介護の現場で働く方、取材で訪ねたクリエイターや編集部員等とのトークイベントも実施します。会場では、anan×POPEYE×こここの冊子、小学生向け冊子の配布も想定。

展示

冊子配布

トークイベント

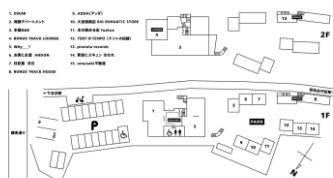


※写真は参考イメージ

BONUS TRACK & ケアリングノーベンバーの紹介



BONUS TRACK



ボーナストラックは2020年4月に東京・下北沢に誕生した、みんなで使い、みんなで育てていく新しいスペース、新しい“まち”です。「下北線路街」のいちエリアとして、小田急線の下北沢駅と世田谷代田駅のちょうど中ほどに位置しています。

個性豊かな飲食店や物販店が集まっています。その中に、コワーキングスペースやシェアキッチン、広場やギャラリーといった、訪れる人自身がこの場所のカルチャーを新たに作っていくひとりになるような“余白”をたくさん用意しています。



ケアリングノーベンバー

毎年11月の1ヶ月間、ボーナストラックが開催するイベント「ケアリングノーベンバー」。セルフケア、誰かへのケア、介護や福祉の仕事、ケア視点のある本屋商品。私たちの暮らしの延長線上に“ケア”があることを知り、体験するイベントとなっており、施設内広場でのエキジビション、マーケット、トークイベントなど、さまざまな“ケア”に関するコンテンツが1ヶ月間展開されます。前年度は、マガジンハウスanan×POPEYE×こここ主催「ケアするしごと展」を11月13日～11月30日まで開催。

anan × POPEYE × こここ 「ケアするしごと展」@トークイベント

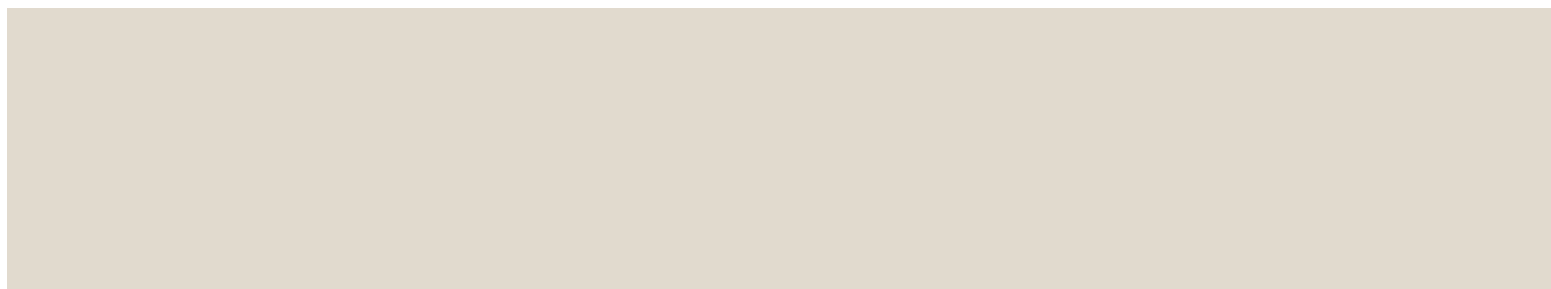
トークイベント

関心層向け

理解促進

イベント

2024年11月に開催するananFESと下北沢BONUS TRACK「ケアリングノーベンバー」に合わせて実施する、anan×POPEYE×こここ共催の「ケアするしごと展」内コンテンツとして、介護、福祉のしごとに関心のある方(会場内含む)をターゲットにトークイベントを実施します。トーク登壇者は、各媒体の記事内容を踏まえ調整していきますが、anan・POPEYE・こここで取材させていただいた介護の現場で働く方や、クリエイター・編集部員等を想定しており、若手企画委員の参加も視野に入れて検討します。



※写真は参考イメージ

ケアするしごとバー with 日本仕事百貨（リアル&オンラインイベント全5回）

しごとバー

関心層向け

理解促進

イベント

さまざまな分野で活躍している方をゲストとしてお招きし、お酒を飲みながらゲストと一緒に会話する日本仕事百貨のイベント「しごとバー」と「こここ」がコラボレーションし、介護のしごとをテーマにリアル参加とオンライン視聴のハイブリッド形式のイベントを5回開催。介護・福祉に関心のある生活者が、気軽に参加できる内容に編集し、介護のしごとのリアルとクリエイティビティを発信します。



GUEST候補

- 第1回 |
- 第2回 |
- 第3回 |
- 第4回 |
- 第5回 |

（その他候補）



日本仕事百貨主宰
ナカムラケンタ氏



こここ編集長
中田一会氏



生きるように働く人の仕事探し 日本仕事百貨



世の中には、いろんな生き方や働き方をしている人がいます。生きることと働くことが連続していて、生きるように働いている人。自分のこととして考え、贈り物をするように向き合っている人。衝動を大切に、まずやってみる人。一緒に働く人たちを尊重し、フェアに行動する人。たくさんの生き方や働き方があることを知れば知るほど、視界がひらけていくような気持ちになります。

日本仕事百貨（にほんしごとひゃっか）はそんな人たちを紹介する求人サイトです。求人記事のなかでは伝えられない生き方や働き方を紹介するためコラムやイベント、買いものができる機会もご用意しています。あなたが気になる“生き方”をみつけてみてください。

生き方で選ぶ

まずやってみる / 贈りもの / 自分ごと / つなげるデザイン / はじめからいまで / 今、ここで生きる / 冒険 / プルーオアシス / 続ける、積み重ねる / みんなでつくる / 快楽サステナブル / 贈り物



**子ども親も
まこと受け止める
まちなかの保育園は、温かい**

保育スタッフ、学童スタッフ

神奈川県・横浜 | ~2022.3.15

仕事で選ぶ

ものつくる届ける / コミュニケーション / 地域に根ざす / デザイン / 食と料理 / インターネット / 空間づくり / 場づくり / こども・福祉 / ツーリズム / 農業漁業林業 / 伝統と継承



**手触りのある仕事
働きがいを持てる社会を
すべての人に**

ミドルマネージャー候補

東京都・北千代 | ~2022.2.14

働き方で選ぶ

時間が自由 / 出張・海外 / リモートワーク / 子どもにやさしい / 副業できる / 後継者になる



**みんなきつと笑顔になる
芸術と遊びの力で
インクルーシブな社会を**

NPO職員（おもちゃ美術館運営、人材育成ほか）

東京都・中野区・自由 | ~2022.1.26



**ともにつくり、ともに学ぶ
やってみたいを
形にする学び舎**

高校生のための公衆衛生スタッフ、コーディネーター

東京都・西予 | ~2022.1.20



**障がいのある人
じゃなくて、○○さん
一人ひとりを見て考える**

障がい者支援施設の実務員、チームリーダー

埼玉県・川越 | ~2022.1.6



**ほんものを求めて
森のなかで
子どもたちと生きる**

山村留学プログラムに携わる地域おこし協力隊

岡山県・真庭市 | ~2021.12.21



**泳ぐたのしさ
育つよこび**

スイミングインストラクター

愛知県・岡崎 | ~2021.12.20



**楽しく、ノリよく
いつものまちに
溶け込む福祉**

支援職員

千葉県・船橋 | ~2021.12.17



**人と関わることの
喜びと学びを、このまちで
体いっぱい吸い込んで**

公営施設スタッフ・探究型学習コーディネーター

石川県・輪島 | ~2021.12.15

体験・交流イベント「ケアするしごとツアー」の開催

しごとツアー

関心層向け

理解促進

イベント

メディアやイベント等で介護のしごとに興味を持った方、まだ職業選択が未定の若年層、大学生等に向けて、体験・交流イベントとして「ケアするしごとツアー」を実施します。全国の地域を盛り上げる介護事業所を見学し、介護職についている方々と交流。コーディネーターとして、全国のさまざまな介護事業所の実践に触れてきたKAIGOLEADERSの発起人とコミュニティマネージャーが担当。介護の仕事の魅力発信に熱心な若手介護職がツアーコンダクターとして同行。見学先ごとにタイムテーブルを作成し、(見学先の方のお話→施設や取り組みの見学→座談会)体験、交流を図ります。

ツアー概要

参加人数 | 1回あたり15名程度を予定(全3～4回想定)
ターゲット | 学生、20～30代の社会人(基本的に福祉職以外)
開催時期 | 事業全体のスケジュールを鑑みて調整

コーディネーター



秋本可愛さん

株式会社Blanket代表取締役
KAIGO LEADERS発起人



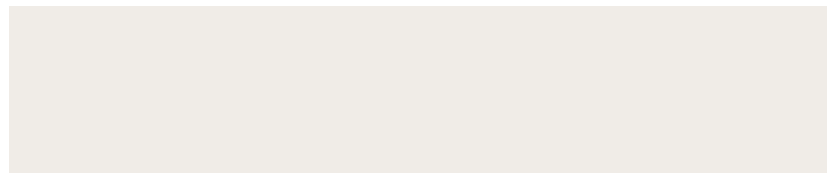
佐々木将人さん

株式会社Blanket
コミュニティマネージャー



加えて、開催エリアに合わせて若手介護職を調整しつつ、前年度KAIGO LEADERSから若手企画委員を紹介いただいたため、こうした若手企画委員の稼働も検討します。

見学先(案)





KAIGO LEADERSは「すべての人に、カイゴリーダーシップを」をビジョンに掲げ活動する、介護に関心を持つ1人ひとりの力でより良い社会を目指すコミュニティです。超高齢社会をポジティブかつ創造的に変革していこうと、組織や職種の垣根を超えて集い、共に学んだり、アクションを起こすきっかけをつくっています。今の社会の現状に満足していない気持ちや人が抱く違和感が、社会をよりよくする可能性だと信じ、1人ひとりが、想いのままに一步踏み出せる環境づくりをおこなっています。全国の思いある人が集い、これまで参加者は7000名を超え、これまで様々なプロジェクトが生まれています。



「介護のしごと」への取り組みをプレスリリースして情報拡散

プレスリリース

無関心層向け

興味喚起

Web・SNS

@pressにて、マガジンハウスの「介護のしごと」への取り組みを3回に渡ってプレスリリース配信します。

配信時期と内容は採択後の上決定いたしますが、想定は以下となります。

また、インフルエンサーも起用して情報発信をすることで、無関心層だけでなく関心層に対してもアプローチを実施します。

※インフルエンサーの選定に関しては、若手企画委員会で協議のうえ決定します。



第1回 配信内容案

2024年9月頃

マガジンハウスのanan、POPEYE、ここが「介護のしごと」プロジェクトに取り組む。
本誌、ウェブ、イベント等で立体的に展開予定。



第2回 配信内容案

2024年11月頃

介護の日に合わせて、渋谷と下北沢で展示 & トークイベント「ケアするしごと展」、KAIGO LEADERSと連携して実際に施設を訪問する「ケアするしごとツアー」、日本仕事百貨と連携して介護のしごとについて語り合う「ケアするしごとバー」開催。



第3回 配信内容案

2024年12月頃

マガジンハウスでは、小学生向けに「介護のしごと」への興味と理解を促進するブックレットを制作。
全国の学校、団体、福祉事業者、一般家庭の方、教員や親御さんに幅広く活用をいただけるよう、無料・使用許諾不要のPDF冊子を関係サイトに配置。

介護職発信事業との連携も図り、検討層への受け皿を検討

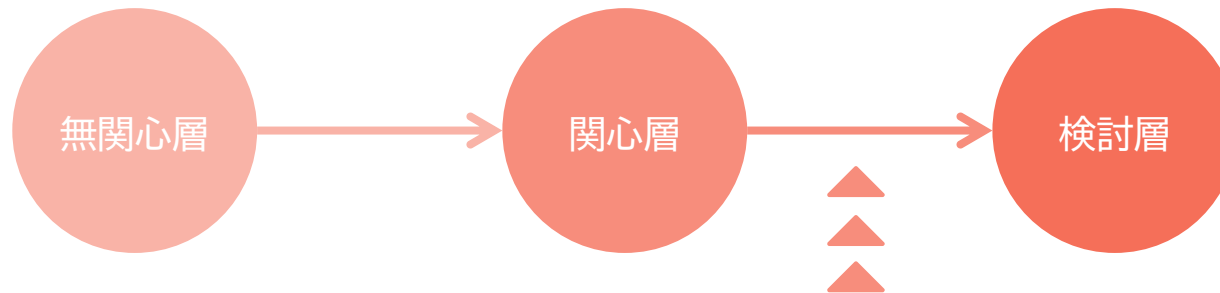
介護職発信事業連携

検討層向け

しごと情報

Web・SNS

本年度事業の各事業実施施策において、介護職発信事業の実施事業者との連携も検討しながら進めます。特に、無関心層・関心層への取り組みから検討層に誘引する際の受け皿先として連携ができればと考えております。



個と個と一緒にできること。

福祉をたずねるクリエイティブマガジン
マゼンダウス

「こここ」新連載(新シリーズ)「介護のしごとスタディ」



介護職発信事業

介護事業者・社会福祉法人等

介護職など自らが主体となり企画し、しごとの魅力・やりがい・誇りを発信するコンテンツ等



事業効果の分析等

事業実施に当たっては、貴課及び事業間連携等事業の実施主体と協議の上、アウトカムの測定指標や測定方法を設定し、これに沿って実施事業の自己評価を行うとともに、事業間連携等事業等で実施する事業全体の効果分析の取組に協力するなど、個々の事業及び全体の事業効果の最大化に向け取り組む。

自己評価にあたっては、事業実施における課題を整理するとともに、企画委員等の専門的・技術的助言も参考にし、課題解決に向けた分析・考察を加える。

アンケートの取得及び分析について

雑誌やWebなどのメディア媒体を活用した情報発信などでは、記事等を読んだ読者の態度変容を測定することが媒体特性上難しいため、同事業で実施するイベント等への参加者に対して、本事業において発信する情報への接触有無等をアンケートで確認していく。

また、イベント等に参加したことでの態度変容把握においては、「参加する前」と「参加した後」それぞれの介護のしごとに対するイメージをアンケートで確認し、イベント等でどの程度イメージの変化が起きたかどうかを分析して効果検証を図ります。

アンケートではフリーコメント設問を設け、様々な意見を聴取することで定性的な分析を行い、考察していく。

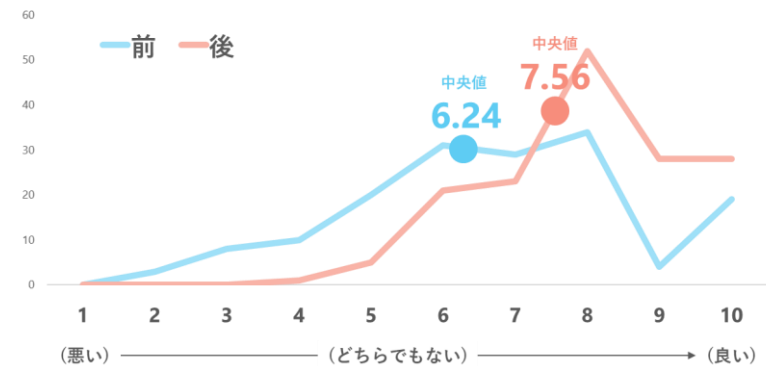


- (分析内容例)
- ・ 無関心層→関心層への情報接点とその内容
 - ・ イベント参加での態度変容（イメージ変化）
 - ・ 認知拡大と理解促進に必要な改善点等の抽出

※イメージ

「ケアするしごと展」をご覧いただく「前」と「後」の介護のしごとに対する印象（n=158）

ご来場いただいたお客様に、「展示会を見る前」と「展示会を見た後」でそれぞれの「介護のしごとに対する印象」を1(悪い)～10(良い)の10段階で回答いただいた。



ケアするしごと展で介護のしごとを見て・知っていただくことで、**1.32P**のイメージUP（態度変容）につながった。

イベント等でのアンケート回収率を上げるため、本事業メッセージをデザインしたステッカーを制作して配布。受け取った人が継続的な意識を醸成できる効果も図る。



シール面はメッセージデザインとし、継続的な意識の醸成を狙う。

裏面はこここのWeb記事に遷移するQRコードを印字

※デザインはあくまで参考イメージ

Message.

私どもの企画提案を最後までお読みいただきありがとうございました。

少子高齢化が進む中、2025年までに32万人の確保が求められている介護人材。

そして、福祉・介護の領域は、さまざまな立場や状況の当事者がいる中、

将来を担う若者により理解と連携を広めていかなければなりません。

福祉・介護の現場で福祉課題も多様化、複雑化する一方、

地域に開く、科学的・医学的アプローチを開発する、新しい事業を展開するなど、

やりがいや創造性などを発揮する場としてのポジティブな可能性のある場所でもあります。

より広範な人々へアプローチし、理解を深め、意欲を喚起する。

そうした事業を今年度のみならず継続的に展開して参りたいと思います。

よろしく願いいたします。