

令和5年度 介護のしごとと魅力発信等事業 情報発信事業(全国に向けた情報発信事業)

事業報告書



2024年4月26日
株式会社朝日新聞社

プロジェクト趣旨

昨年度事業で掲げたプロジェクト「これからのKAIGO」を本年度も受け継ぎ、ターゲットを新たに若年層を加え、各層にあったクリエイティブ・訴求内容で介護の仕事の魅力を発信。
介護業界に関心のある方を勇気づけるメッセージを打ち出し、
介護業界へ踏み出す一步を後押ししました。

自分にできるがきっと見つかる

これからのKAIGO



1.事業対象者の選定、企画委員会の実施

事業対象者の設定

ターゲット設定

- 本事業のターゲットを「若年層」、「ミドル層」、「アクティブシニア層」に設定いたします。ターゲットごとにクリエイティブや訴求内容を変えて、ターゲットに刺さる適切な情報発信を行いました。

ターゲット①



若年層

小学生から30代まで、介護業界の次世代を担う層。早いころから新しい介護のイメージや働きやすさ、仕事の魅力を訴求していくことで、将来の仕事の選択肢としてもらう。

<ペルソナ>

- 社会の役に立ちたい
- 介護の仕事に漠然と悪いイメージ
- 長く続けられる安定した仕事がしたい

<訴求テーマ>

- やりがい、魅力
- 新しい介護技術など、新たな介護のイメージ
- キャリアパス、ワークライフプラン、安定した将来

ターゲット②



ミドル層
子育てを終えた層

子育てがひと段落着いて復職を考える層や、他業種からの転職を考えている40～50代。多様な働き方やキャリアパスを示すことで介護業界への関心を高める。

<ペルソナ>

- 今の仕事がしっくりいかない
- 対人サービスが好き
- 生活のスタイルを変えたい

<訴求テーマ>

- やりがい、これからの生き方
- これまでの経験を生かす
- 多様な働き方、地域で働く

ターゲット③



アクティブシニア

定年退職を迎えセカンドキャリアについて考える60歳以上。周辺業務という業務区分や仕事のやりがい、地域とのつながりの重要性など、シニアの興味関心ごとを入口に、介護業界への参入を促進する。

<ペルソナ>

- 社会参加・地域貢献をしたい
- 自分の時間も大切にしながら働きたい
- 介護予防・フレイル予防に関心

<訴求テーマ>

- 地域や社会と関わりを持ち働くことの意義
- 周辺業務という業務区分の理解
- 自身の健康、将来への備え

企画委員会 詳細

企画委員会の設置

職能団体、介護事業者・実践者、有識者に加えてターゲット層へのインサイトを知る識者で構成する企画委員会を設置。年3回会議を実施し、効果的な広報と正しい情報発信に努めます。

企画委員

職能団体

介護事業者の生産性向上への知見



市川茂春氏

・公益社団法人全国老人福祉施設協議会介護人材対策委員会 幹事

有識者

全国の自治体等の取組に詳しい有識者



町亞聖氏

・フリーアナウンサー
ジャーナリスト

介護事業者・実践者

全国の実践事例に詳しい



大崎雅子氏

・社会福祉法人海望福祉会理事長・施設長



高瀬比左子氏

・未来をつくる
Kaigoカフェ代表

アクティブシニア

アクティブシニアのインサイトを知る



松田智生氏

・三菱総合研究所主席
研究員

Z世代

若者のインサイトをよく知る



伊藤あかり氏

・Z世代向けメディア
「かがみよかがみ」編集長

企画委員会 詳細

企画委員会の設置

職能団体、介護事業者・実践者、有識者に加えてターゲット層へのインサイトを知る識者で構成する企画委員会を設置。年3回会議を実施し、効果的な広報と正しい情報発信に努めました。

<開催日>

第1回令和5年7月31日（月）10:00～11:30

第2回令和5年10月31日（火）10:00～11:30

第3回令和6年3月11日（月）10:30～12:00

※いずれもオンラインでの開催

<企画委員>

- ・大崎雅子氏（全国社会福祉法人経営者協議会福祉人材対策委員会PR戦略特命チーム）
- ・市川茂春氏（公益社団法人全国老人福祉施設協議会介護人材対策委員会 幹事）
- ・高瀬比左子氏（特定非営利活動法人未来をつくるkaigoカフェ代表）
- ・松田智生氏（三菱総合研究所主席 研究員）
- ・町亞聖氏（フリーアナウンサー、ジャーナリスト）
- ・伊藤あかり氏（Z世代向けメディア「かがみよかがみ」編集長）

<オブザーバー>

- ・厚生労働省様
 - 社会・援護局福祉基盤課福祉人材確保対策室室長補佐 塩野勝明様
 - 社会・援護局福祉基盤課福祉人材確保対策室介護人材定着促進専門官 藤野裕子様
 - 社会・援護局福祉基盤課マンパワー企画係 係長 佐藤幸様
 - 社会・援護局福祉基盤課マンパワー企画係 神林俊暢様
- ・PwC コンサルティング合同会社一三様ほか

<事業主体>（朝日新聞社メンバー）

- ・メディア事業本部アカウントソリューション5部 吉田 智紀、安藤桃子、川音尚史、小高めぐみ

企画委員会 詳細

<開催日>

第1回令和5年7月31日（月）10:00～11:30

■参加者(企画委員)

・市川茂春氏、松田智生氏、高瀬比左子氏、町亞聖氏、伊藤あかり氏

■主な議題

・事業内容全体紹介、各施策に対する意見ヒアリング

■企画委員からの主なコメント

・アクションにつながる施策を検討して欲しい。アクティブシニアの方に介護のしごとがカッコいいと思っていただけるようになれば良い。

・出演するイベントにて、イベントではブースに立ち寄った方がメリットに感じる情報物を置いておくべき。介護の職種が一覧で見ることができるものや、実際に働きたいとなった際にどこに相談すべきか等、資料を設置しておく。

・若年層のお仕事の全てが介護職である必要は無く、どこかで介護に携わることができるようなWワークという関わり方もあるといった内容を提案してもよいのかもしれない。現実問題、介護の現場で若年層の希望を全て叶えられるかどうか難しいと考えている。全国の現場で活躍している若者を取り上げる企画では、このキャリアが別の仕事にどう生きていくのか、十分に様々な仕事に活かすことができることを伝えていくべき。また、福祉や介護に関するマインドを多くの人に持ってもらうことが大事ではないか。ヤングケアラーが注目されているが、そういった観点では役に立てるかもしれない。

・職場の介護職員はとても若く平均年齢が29歳くらい。ららぽーと甲子園でのイベントでは、入口を制限するのではなく広く参加してもらえたら。きっかけは何でもよいので子どもたちに介護に触れてもらうことが大事（ガチャガチャとかが実施できるコインが貰える等）。Wワークの視点は確かに取り入れてもよいかもしれない。仕事の全てが介護にならなくてもよくて、どこかで触れてもらえたら。デイサービスを受ける世代とZ世代はカフェ文化の親和性があり、実際にレコードなどを取り入れている。

・アクティブシニアは体の不安、お金の不安、心の不安といった3つの不安がある。これを3つの安心に変えることができれば。介護の仕事は幅が広く、仕事の見える化が必要だと考えている。地域活性化には多世代交流が必須条件。介護施設に学生が訪れるなどが重要。また企業活動の視点でも介護の仕事をリンクさせることが重要。新人研修や管理職研修で介護を試してみるといった制度の整備が必要。

企画委員会 詳細

<開催日>

第2回令和5年10月31日（火）10:00～11:30

■参加者(企画委員)

- ・大崎雅子氏、松田智生氏、高瀬比左子氏、町亞聖氏、伊藤あかり氏
※市川茂春氏からは別途ヒアリング実施

■主な議題

- ・事業進捗の報告、各施策に対する意見ヒアリング

■企画委員からの主なコメント

- ・本施策で取り上げている良い事業者や、周辺業務のサポーター、ボランティアを取り入れている施設もある。なぜうまくいっているかを紐解いて紹介することが必要。
- ・人材が欲しいが受け入れる側が対応できていないといけない。介護の仕事の魅力を発信しながら、現場の力も強くしていく必要がある。
- ・うまくマッチングさせる仕掛けをつくることも大事で、若い人達はSNSなどで情報が取れるが、シニアには紙で情報を届けたり、既存プラットフォームを活用するなど、メディアができる役割があるのではないかな。やる気はあるが見つけれない（ノウハウがない）人もいるので、マッチングの手段を提供できると良い。
- ・アクティブシニアは社会参加を常に欲し、その背景には貢献欲求や承認欲求がある。一方で自分が社会参加できる場所がどこにあるか、何をすればよいかわからない。介護をポジティブに捉えて、シニアが関われることを発信していくべき。
- ・アカデミックに学んでいるアクティブシニアの活躍の場として、介護で重要な周辺業務が良いのではないかな。自分の好きなこと、趣味、特技を福祉で貢献できると入りやすい。
- ・地域貢献事業、地域共生社会や社会課題など、地域と社会福祉施設が核となって取り組むことの中に、活躍の場があると思う。
- ・現場のリアルな問題としてドライバーの不足と高齢化。食事介助の早朝夜間業務、入浴などの周辺業務も人材が不足。特に地方が深刻でこれからさらに増えていく。
- ・若年層は現場の大きな力の根源、ミドル世代、アクティブシニアは周辺業務や生活の彩り部分で活躍していけると良いが、時間をかけて丁寧にやっていく必要がある。

企画委員会 詳細

<開催日>

第3回令和6年3月11日（月） 10:30～12:00

■参加者(企画委員)

- ・市川茂春氏、松田智生氏、高瀬比左子氏、町亞聖氏、伊藤あかり氏
※大崎雅子氏からは別途ヒアリング実施

■主な議題

- ・事業全体の報告、各施策に対する意見ヒアリング

■企画委員からの主なコメント

- ・若年層向けからミドル層、アクティブシニアなど充実した内容の施策がたくさんありよかった。特に高校生介護技術コンテストを取り上げてもらえて有難い。若年層向けは非常に重要。介護業界は急に人材が増えるわけではないので、子供の時に見たり体験できたりすることで、将来の職業選択につながる大事なきっかけになるのではないかなと思った。単発で終わるものではなく、全国的に子供たちのすぐ手の届くところで行える施策があったらよいと思う。
- ・介護のしごとをセカンドキャリアとして色々なロールモデルがあるということを示していた。また、セカンドキャリアというと、転職して働くという重いイメージもするが、「関係人口」と言われるように色々な関わり方があるということこれから知ってもらう必要がある。
- ・本事業でも魅力を発信し続けているが、去年は入職数より離職数の方が多いというデータもある。今ある介護の現場をよりよくしていかないといけないと思う。施策の中のアンケートでもあったように、家族の介護のために離職している人もいる。今現在介護を行っている人も未来のマンパワーになり得るので、その人たちが介護の現場を支えようと思えるようにしていけたらよい。
- ・内容が濃くそれぞれ充実した事業だったが、介護の現場にファーストタッチする子供たちへの発信がとても大事だと思った。ケアのマインドを持った子供たちが介護現場だけではなく、他の職種にも増えていくことが地域全体でケアを支えることになる。小中高から介護の現場で働く人に触れてもらうことが大事。
- ・企業のセカンドキャリア研修に、介護のしごとを学ぶ機会を組み込めないかなと思う。なりゆきで関心のある人を集めるのではなく、ゆるやかな強制力を持って企業の研修と連動させるなど制度設計も必要ではないかなと思う。
- ・アクティブシニア向けのReライフフェスティバルは、ブースを担当して手応えを感じた。自治体作成の資料を説明の参考に活用したが、介護の入門的研修や周辺業務の内容をわかりやすくまとめたシンプルな資料があるとよいと思った。ブースに立ち寄った方に具体的にアクションを起こしてもらうヒントになる情報が提供できれば良い。アクティブシニアには、周辺業務と他の業務の切り分け例をもっと具体的に示すものがあれば、ハードルも低くなるのではないかなと思う。

2. 若年層向けの施策

- ① 夏の高校野球大会を活用した小学生向け施策
- ② YouTube×地上波×SNSを活用した動画拡散
- ③ ポータルサイトを若年層向けに改修・情報発信
- ④ ポータルサイトのブランドリフト調査、ほか

若年層向けの施策



若年層

①夏の高校野球大会を活用した小学生向け施策

- 夏の高校野球大会を主催する弊社の強みも活かし、全国から人が集まり、地域が最も盛り上がる高校野球大会の時期に合わせて、甲子園×介護をテーマにしたトークショーをららぽーと甲子園で開催。子どもたちやその親世代が介護に関心を持つきっかけを創出しました。
- トークショーの様子は後日小学生新聞に掲載し、全国に広く情報発信。
- お笑いコンビTIM様の「命の授業」に介護をからめて「命」を「護」る仕事の大切さを語っていただくほか、元女子プロ野球選手で現在介護職員の石黒様には両方の経験で学んだことについてトークショーで話していただきました。

トークショー実施概要

- ・タイトル：真夏の熱血！介護トーク
- ・時期：2023年8月22日
AM：11:00～11:45
PM：13:00～13:45
- ・場所：ららぽーと甲子園1階「ピンウィールコート」
兵庫県西宮市甲子園八番町1-100
阪神電鉄「甲子園」駅東改札口より徒歩5分
- ・人数：**各回約100名**（新聞紙面を中心に参加者事前募集）
- ・来場者にはアンケートを実施

告知方法

新聞広告、ウェブ広告、SNSのほか、高校野球大会に訪れている方を誘導するために、甲子園球場内で配布される特別ガイドに広告を掲載しました。



特別ガイド概要

- ・発行部数 20万部
- ・設置場所 阪神甲子園球場特設ラック、最寄りの商業施設などに設置
- ・配布場所 甲子園出場全49高校など
- ・体裁 全5段カラー広告

登壇者



TIM

お笑いコンビ。ゴルゴ松本さん、レッド吉田さんともに甲子園出場経験あり。「命の授業」と題し、全国の少年院で慰問活動を行う。『介護に重要な「護」の意味』と題した動画は23万回再生を記録。



石黒貴美子 さん

1999年、大阪府出身。元女子プロ野球選手として「京都レリア」などで活躍後、介護業界に転身。将来的には介護福祉士になることを目指している。



岩佐まり さん（司会）

大阪生まれ。フリーアナウンサー。55歳の若さで「若年性アルツハイマー」を患った母を、2013年より働きながら一人で介護している。認知症啓発のイベントなどに多数出演。

若年層向けの施策

①夏の高校野球大会を活用した小学生向け施策

<2023年8月22日イベント当日の様様>



若年層



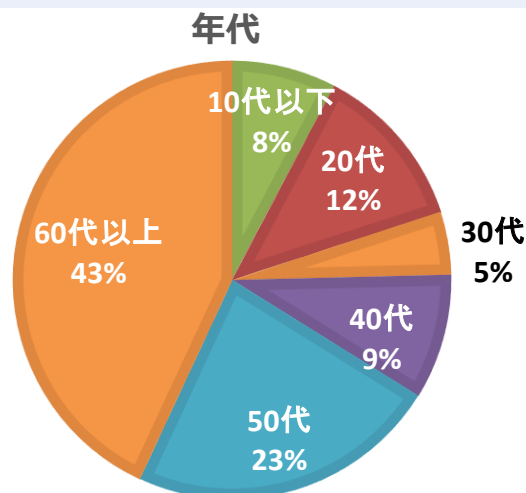
若年層向けの施策

①夏の高校野球大会を活用した小学生向け施策

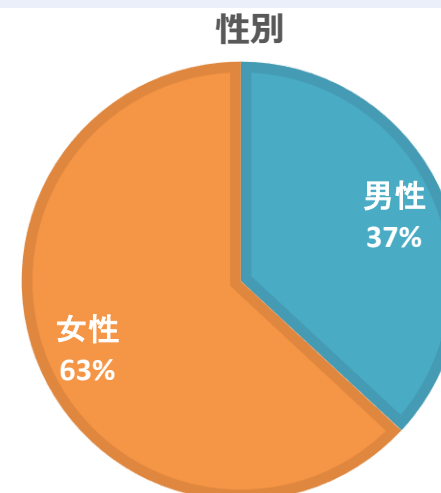
「真夏の熱血！介護トーク」 アンケート結果（n=65）



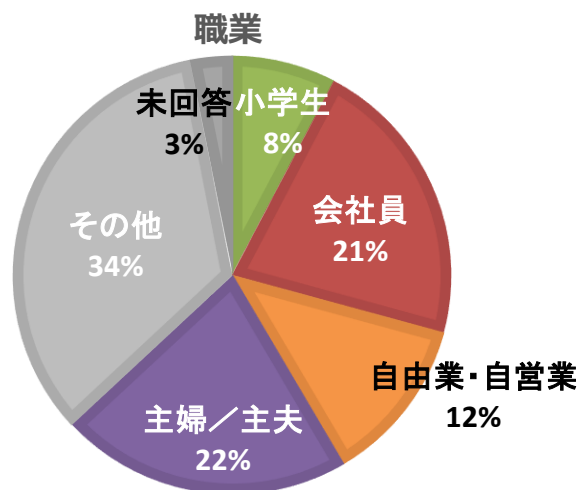
若年層



■ 10代以下 ■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代以上



■ 男性 ■ 女性



■ 小学生 ■ 会社員 ■ 自由業・自営業 ■ 主婦／主夫 ■ その他 ■ 未回答

若年層向けの施策

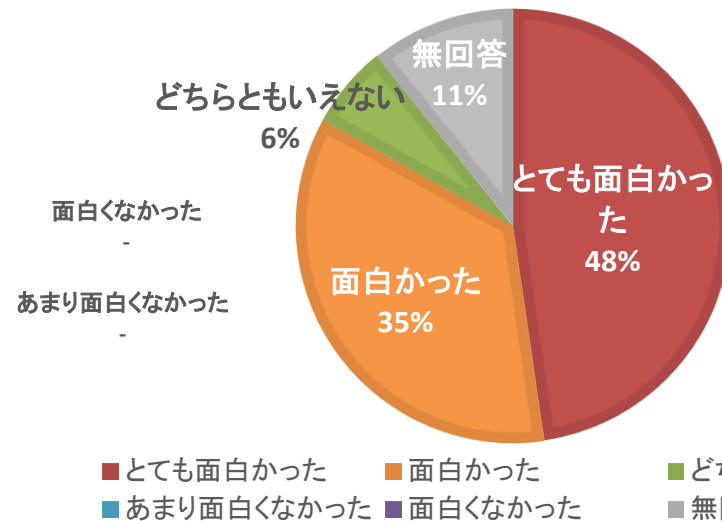


若年層

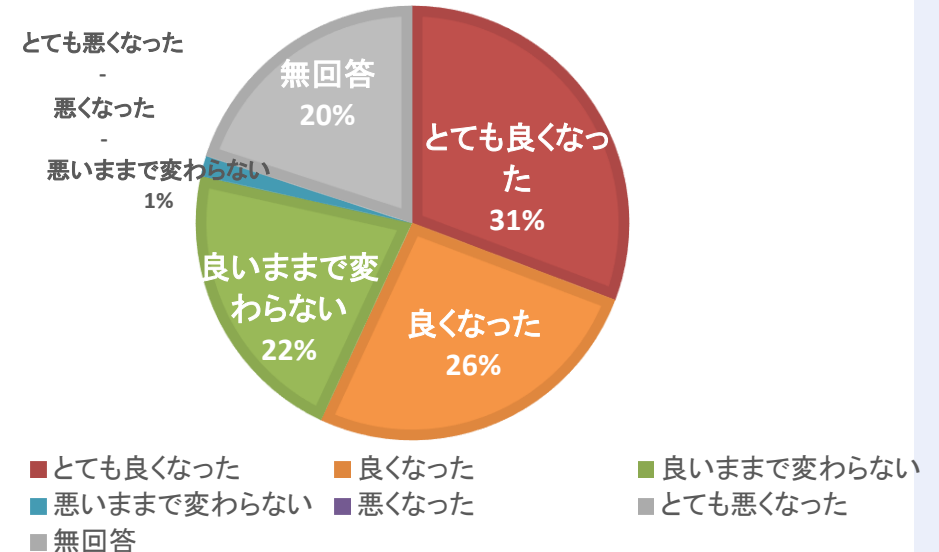
①夏の高校野球大会を活用した小学生向け施策

「真夏の熱血！介護トーク」 アンケート結果（n=65）

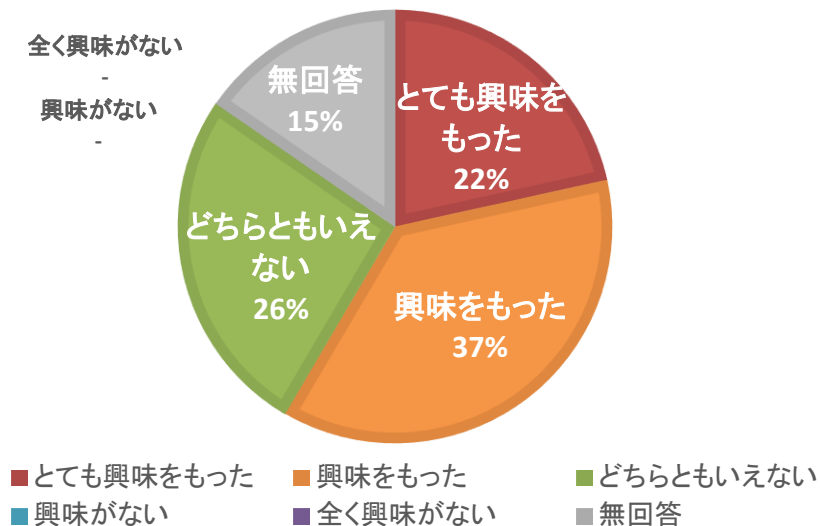
Q1. イベントは面白かったですか



Q2. イベントを通じて、「介護」という仕事へのイメージは変わりましたか



Q3. 将来の職業の選択肢として、「介護」という仕事に興味をもつようになりましたか



若年層向けの施策

①夏の高校野球大会を活用した小学生向け施策



若年層

甲子園×介護のトークショーの様子は後日、朝日小学生新聞に採録し、全国に発信。

掲載概要

- 媒体 : 朝日小学生新聞
- 体裁 : 全15段カラー
- 時期 : 2023年9月18日付
- 部数 : **105,284部** ※2022年1月時点

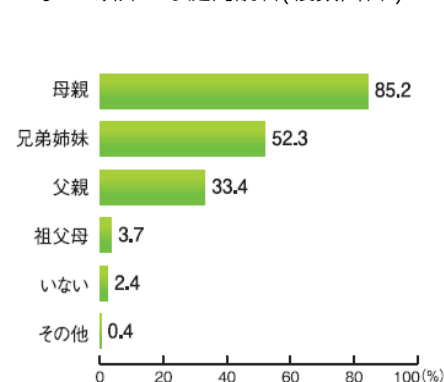
朝日小学生新聞 <MEDIA DATA>

ポイント ミドル層（子育てを終えた層）にも届く！

お母さんの約85%がいっしょに愛読

お母さんは30代半ば～40代半ば

子ども以外の家庭内読者(複数回答)



30歳～35歳未満	3.8%
35歳～40歳未満	17.5%
40歳～45歳未満	44.5%
45歳～50歳未満	26.6%
50歳以上	8.6%

40代が71.1%を占めています



若年層向けの施策



若年層

②YouTube×地上波× SNSを活用した動画拡散

- 介護についてのネガティブなイメージを払拭し、その魅力を若年層に向けて発信するためには、介護に一生懸命に取り組む同世代の姿を見て感動したり、共感を覚えたりすることが有効です。
- そこで、**高校生介護技術コンテストに出場する高校生たちに密着取材**。活動の様子を動画にまとめます。動画の制作・拡散には、弊社とABC朝日放送との共同事業で、国内随一の部活応援メディアである「ブカピ」を活用。**YouTube×地上波×SNS媒体で広範囲にリーチしました。**
- 将来的な職業の選択肢に「介護職」が加わるよう、まずは介護の現場が身近で、魅力的であることを伝えることに主眼をおきます。

1 動画制作



- 事業意図に合わせて、ブカピ制作チームが若年層に刺さるタイアップ動画を企画・作成。
- 普通科高校の生徒たちが普段知ることのない、福祉高校に密着取材。全国高校生介護技術コンテストに向かって一生懸命に取り組む生徒たちの姿を追いかけます。
- 若年層インフルエンサーを起用して、福祉・介護分野に関心のない生徒たちにも視聴を誘引します。



2 動画拡散

①「ブカピ」YouTubeチャンネル

チャンネル登録者数：12.6万人
再生回数：10万回想定



②地上波「ブカピ」



地上波放送で視聴者プレゼントキャンペーンを実施。
人気インフルエンサーなえなのさんがキャンペーンを読み上げる様子を地上波で放送します。
放送日：火曜日深夜2:14～2:34
放送局：ABCテレビ（近畿圏）、HTB（北海道）、メ〜テレ（中部圏）、KBC（九州）
※ほかTver、GYAO!でも配信

③「ブカピ」SNS

Instagram：1.5万フォロワー
X：0.9万フォロワー



若年層向けの施策



若年層

② YouTube×地上波× SNSを活用した動画拡散

- 本件、ブカピでは「介護のしごと」に対する若年層の関心を増加させるために「高校生介護技術コンテスト」に参加する佐賀県立嬉野高校と熊本県立城北高校の強豪2校に密着。
- 九州地区大会・全国大会前練習・全国大会@福井を取材・密着し、V T Rを作成。
- その様子をZ世代に大人気のインフルエンサー・なえなのさんと介護福祉士の上条百里奈さんが「介護の魅力」に迫る動画を制作いたしました。事前施策として、ブカピSNSで動画の告知を行い、事後施策として地上波番組「ブカピ！」でも紹介いたしました。

動画配信



MC なえなのさん × 介護福祉士 上条百里奈さん

地上波放送

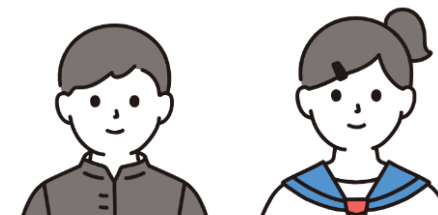


(2024年1月23日 OA)

SNS告知



Z世代をはじめとした若年層が
「介護のしごと」に
関心を持つきっかけ



若年層向けの施策

②YouTube×地上波× SNSを活用した動画拡散



若年層

● 総計データ（集計期間：2023年12月20日～24年1月20日）

想定再生回数を大きく超え、**女性**の視聴者、**24歳以下の視聴者割合**が通常のタイアップ調査と比較して高い結果となった。



視聴回数

189,013

ユニーク視聴者数

145,914

総再生時間

5686.7(時間)

視聴者の性別

女性:44.8% 男性:55.1%

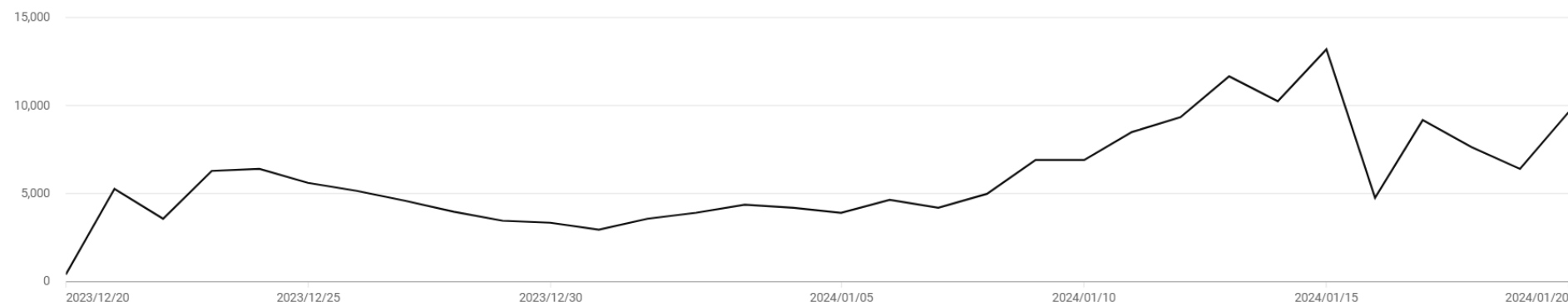
13-24歳の
視聴割合

50.9%

高評価数

1,258

視聴回数の推移



若年層向けの施策



若年層

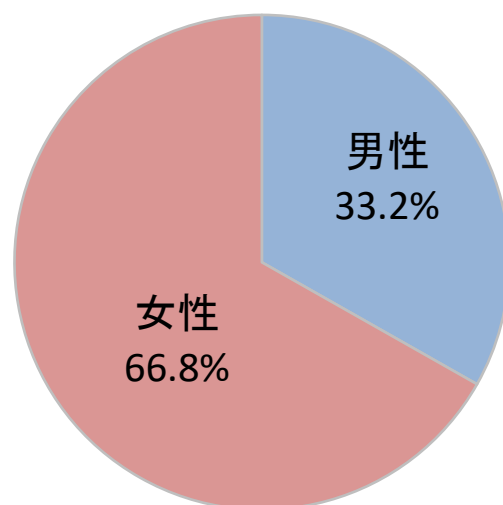
②YouTube×地上波× SNSを活用した動画拡散

動画視聴後アンケート

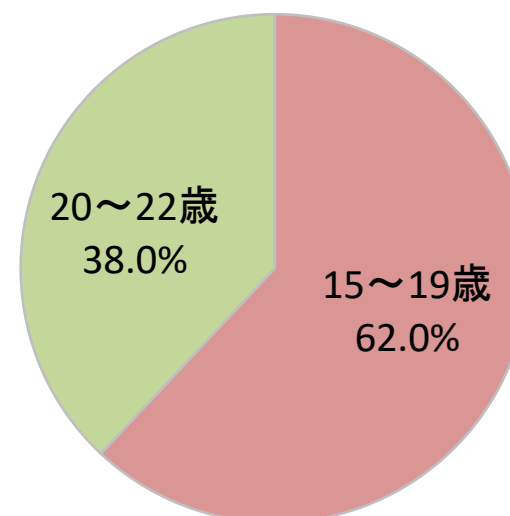
- 視聴後アンケート調査概要
- 集計期間：2024年3月15日～3月16日
- 実施機関：株式会社マクロミル
- 調査方法：インターネット調査
- 人数：208名（52名×4セル）
- 調査対象：動画視聴層 15歳-18歳 高校生・高専生、18歳－22歳専門学校生・短大生・大学生
動画非視聴層 15歳-18歳 高校生・高専生、18歳－22歳専門学校生・短大生・大学生

n=208

性別



年齢



若年層向けの施策

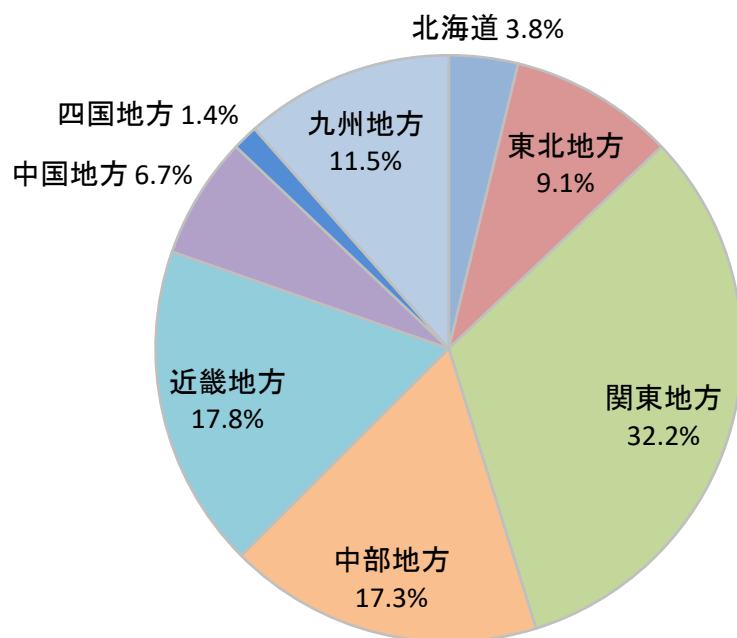
② YouTube×地上波× SNSを活用した動画拡散



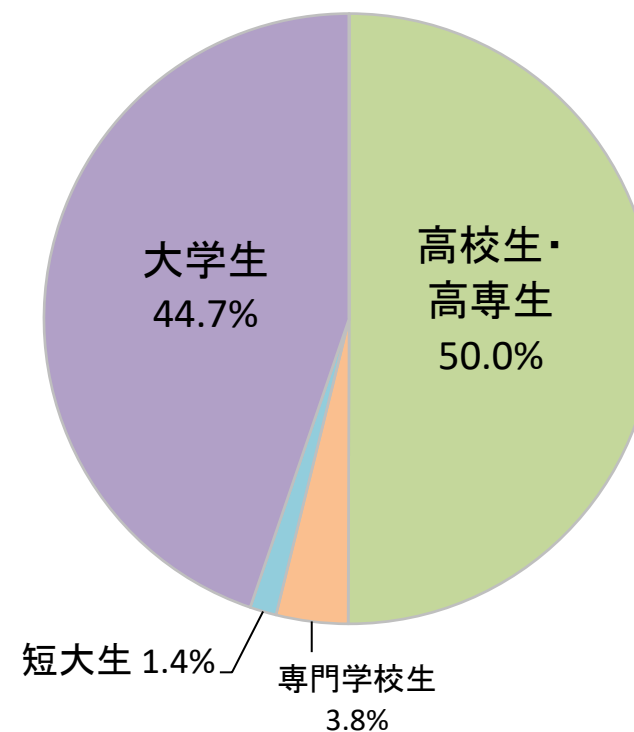
若年層

n=208

地域



学生種別



若年層向けの施策

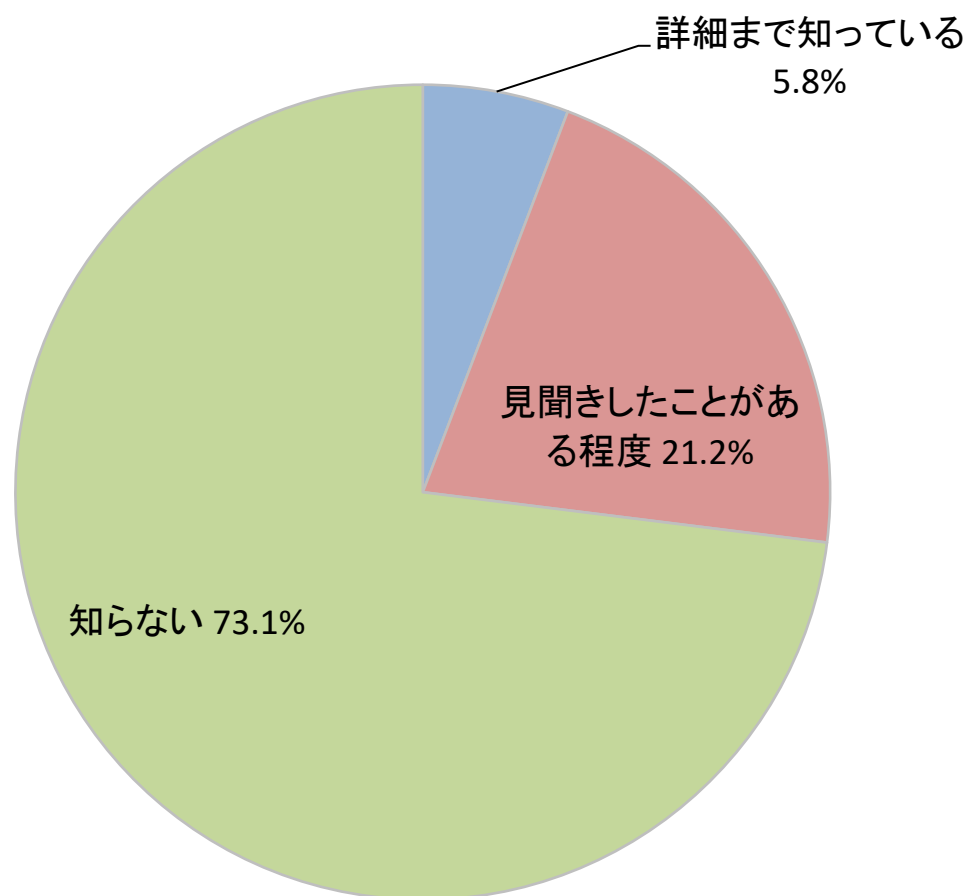
②YouTube×地上波× SNSを活用した動画拡散



若年層

[Q1] あなたは高校生介護技術コンテストを知っていますか。

(n=208)



若年層向けの施策

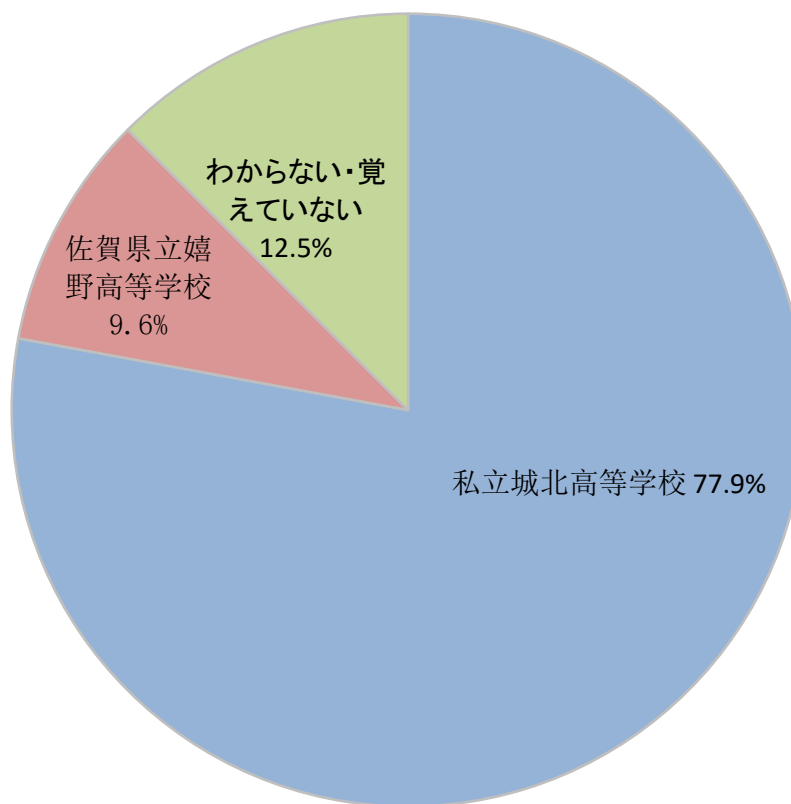
②YouTube×地上波× SNSを活用した動画拡散



若年層

[Q2] ご覧いただいた動画の中で、高校生介護技術コンテストにおいて優勝した高校としてあてはまるものをお選びください。

(n=104) ※動画視聴者層



若年層向けの施策

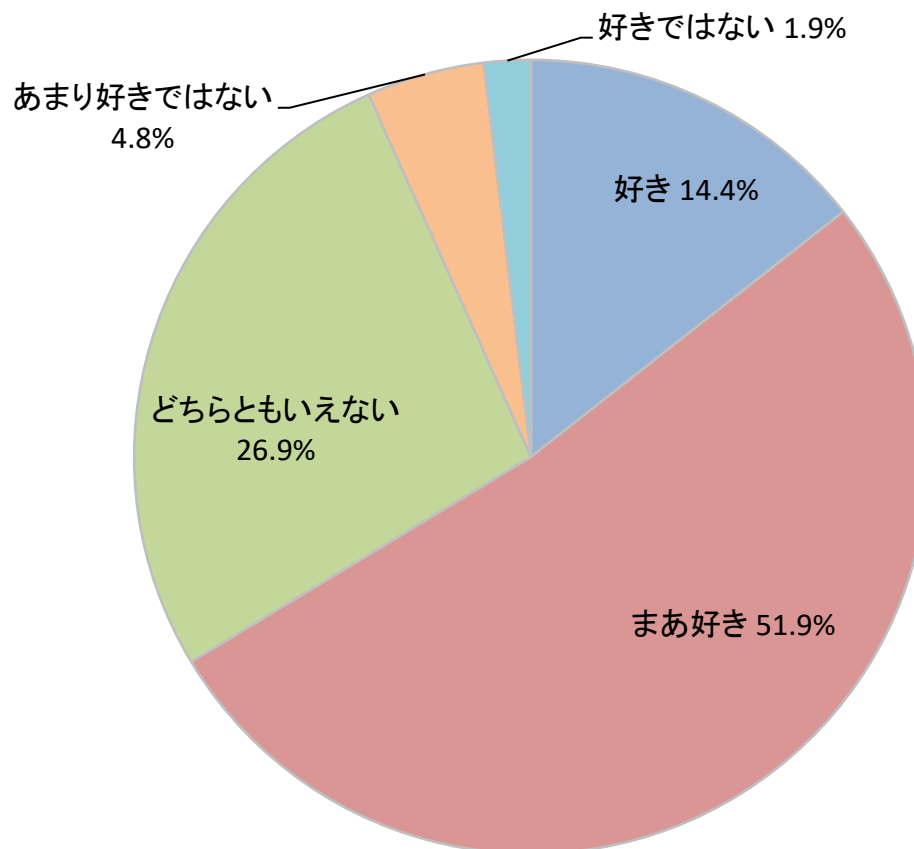
②YouTube×地上波× SNSを活用した動画拡散



若年層

[Q3] あなたは、動画をご覧になってどのように思われましたか。最もあてはまるものをお選びください。

(n=104)※動画視聴層



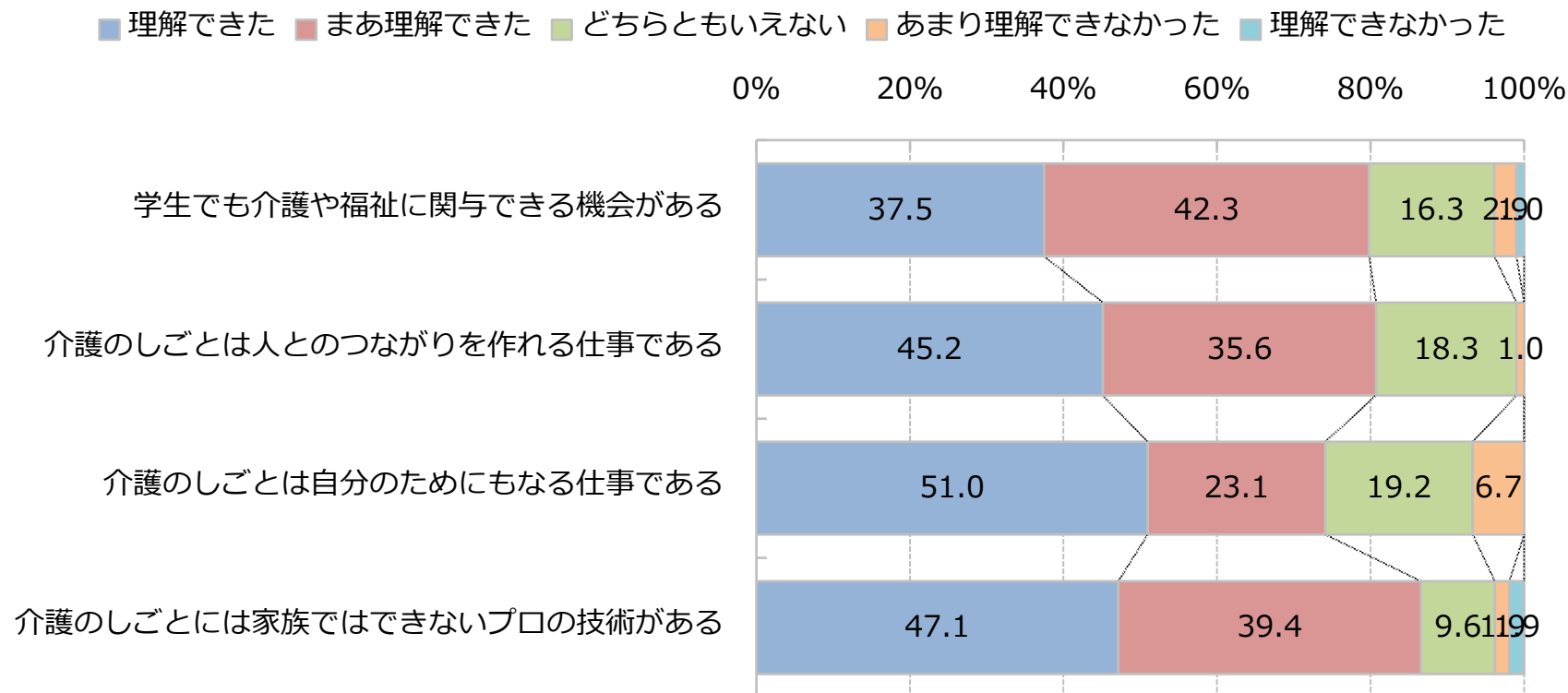
若年層向けの施策

②YouTube×地上波× SNSを活用した動画拡散



若年層

[Q4] あなたは、動画をご覧になって以下の項目についてどの程度理解できましたか。最もあてはまるものをお選びください。



若年層向けの施策

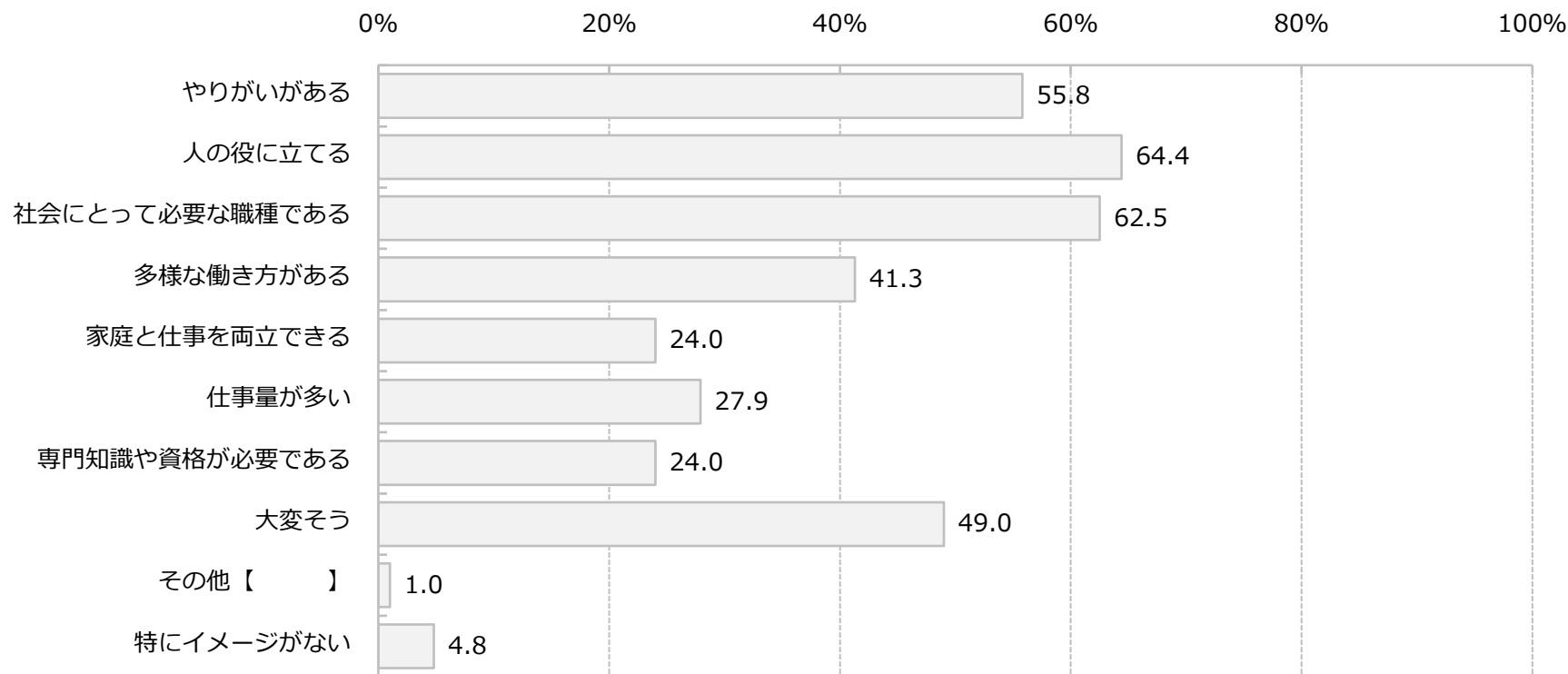
②YouTube×地上波× SNSを活用した動画拡散



若年層

[Q5] あなたは、動画をご覧になって介護のしごとに対してどのようなイメージを持ちましたか。あてはまるものをすべてお選びください。

(n=104)



若年層向けの施策

②YouTube×地上波× SNSを活用した動画拡散

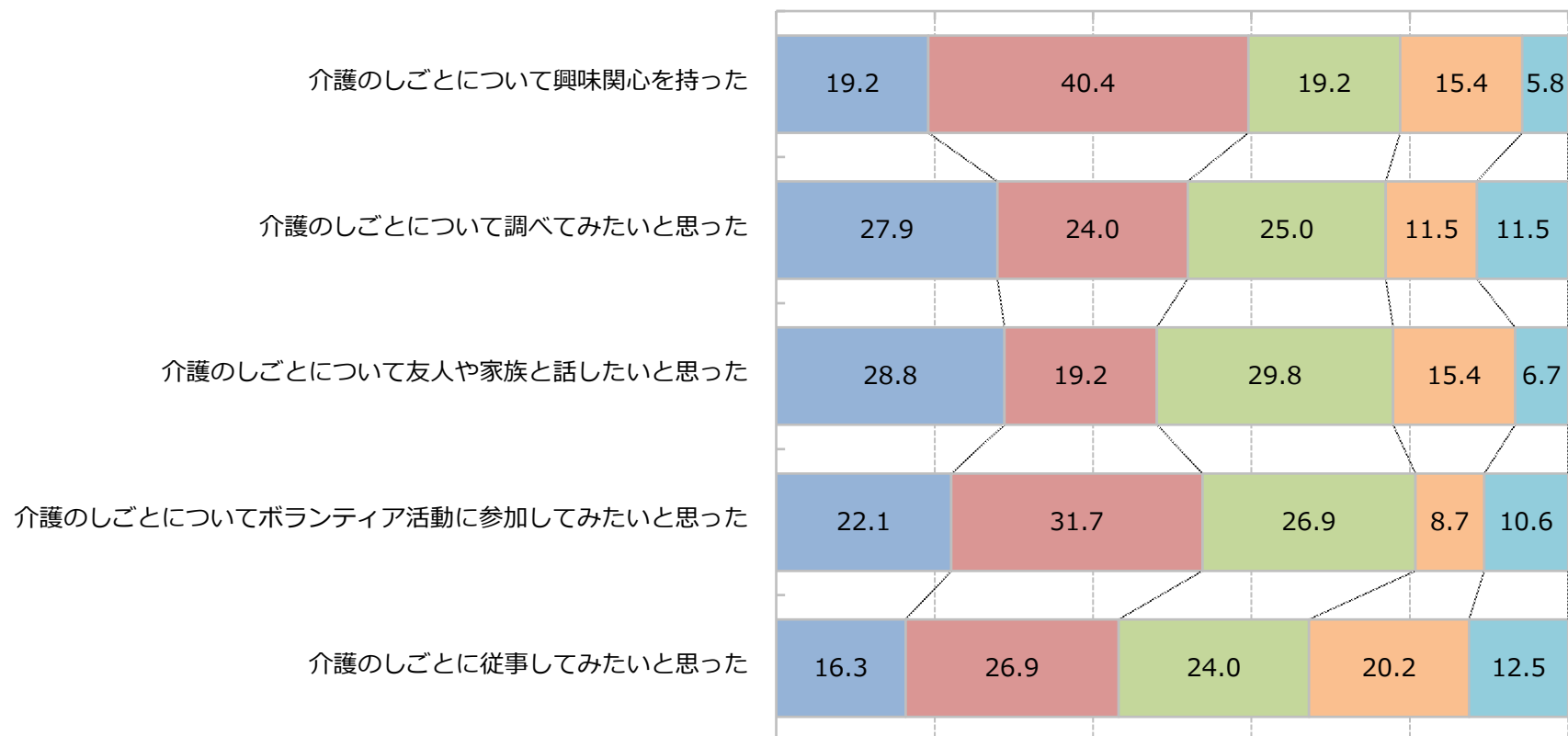


若年層

[Q6] あなたは、動画をご覧になって介護のしごとについてどのように感じましたか。最もあてはまるものをお選びください。

■ あてはまる ■ まああてはまる ■ どちらともいえない ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない

0% 20% 40% 60% 80% 100%



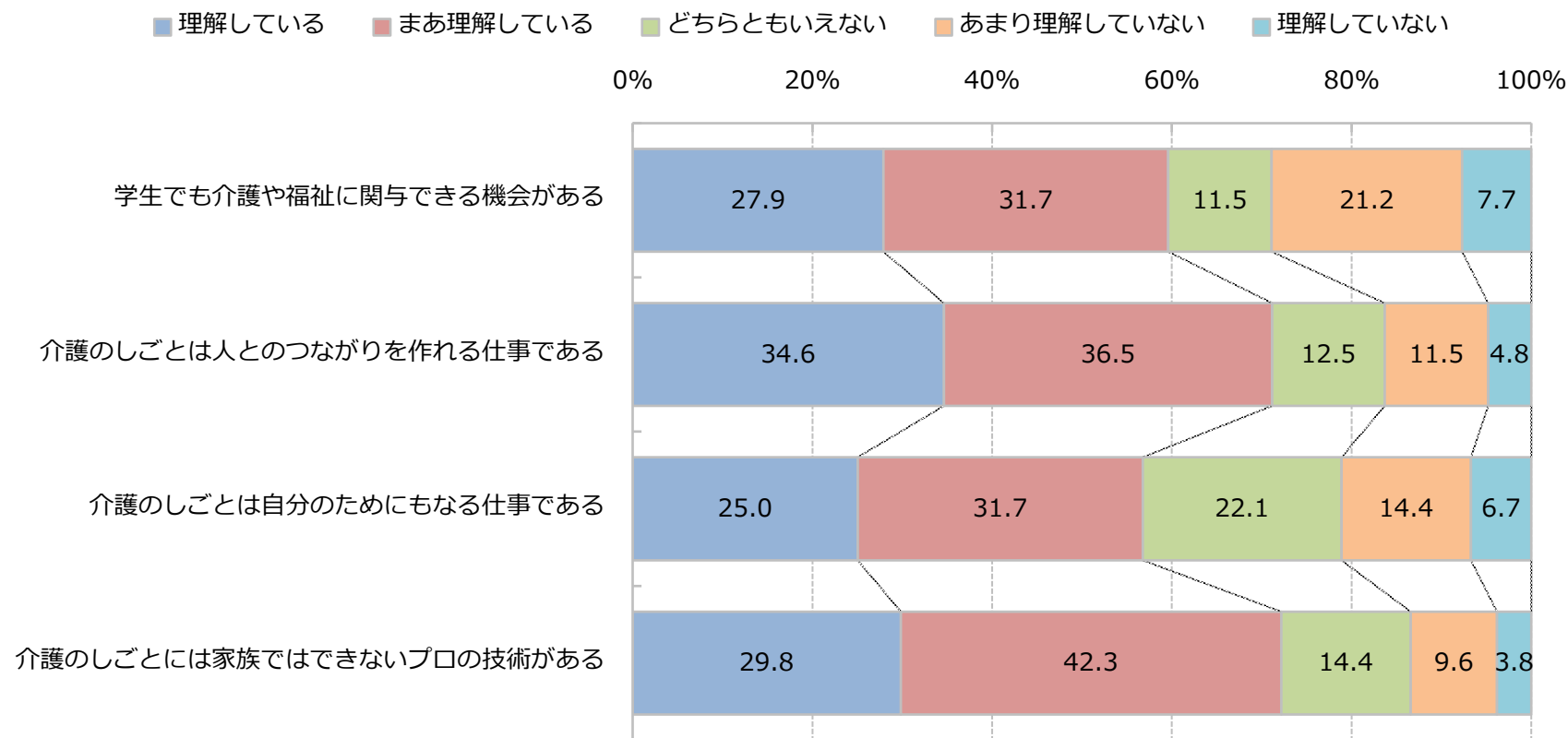
若年層向けの施策

②YouTube×地上波× SNSを活用した動画拡散



若年層

[Q7] あなたは、介護のしごとに関する以下の項目についてどの程度理解していますか。最もあてはまるものをお選びください。



若年層向けの施策

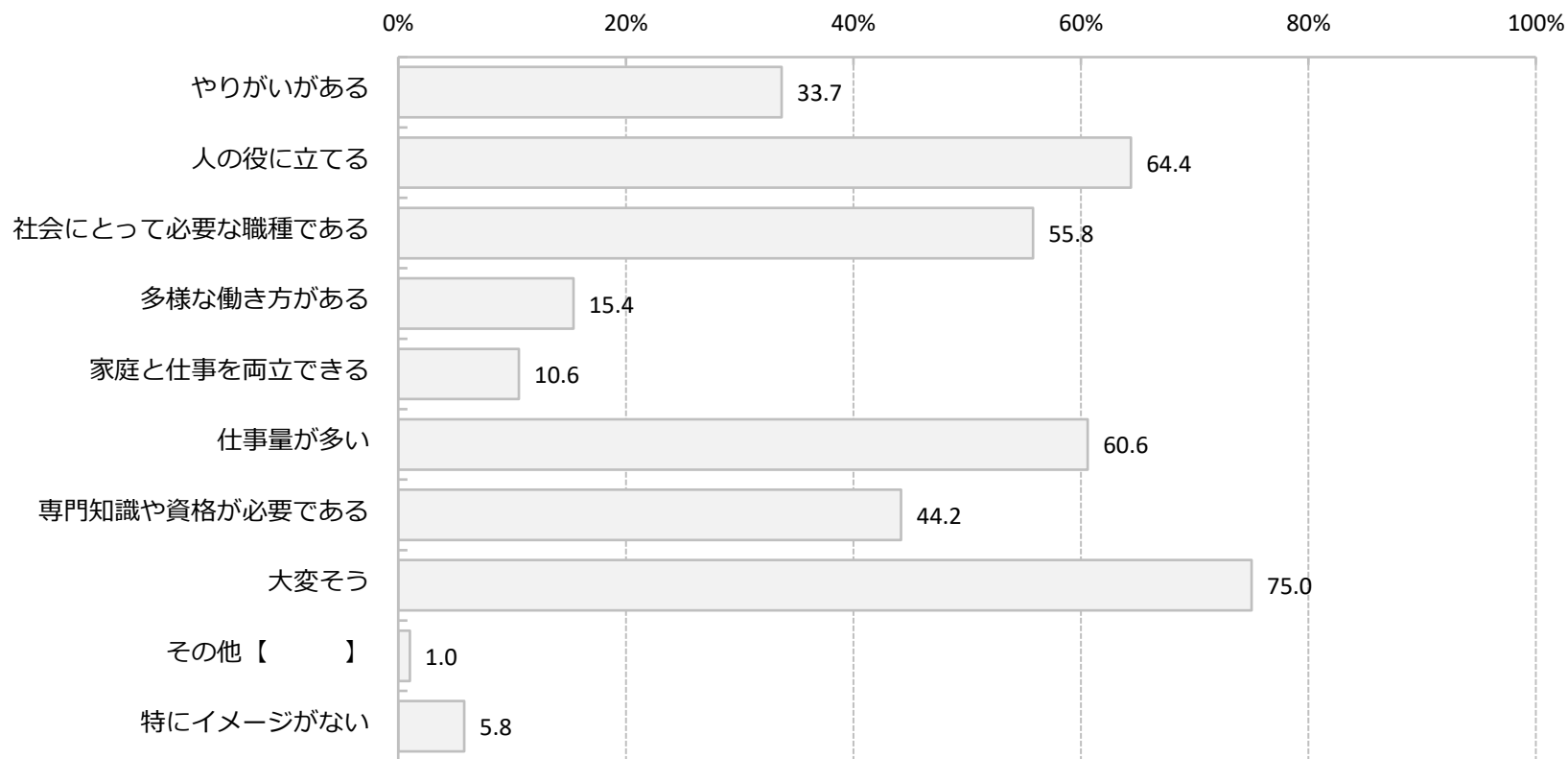
②YouTube×地上波× SNSを活用した動画拡散



若年層

[Q8] あなたは、介護のしごとに対してどのようなイメージを持っていますか。あてはまるものをすべてお選びください。

(n=104)



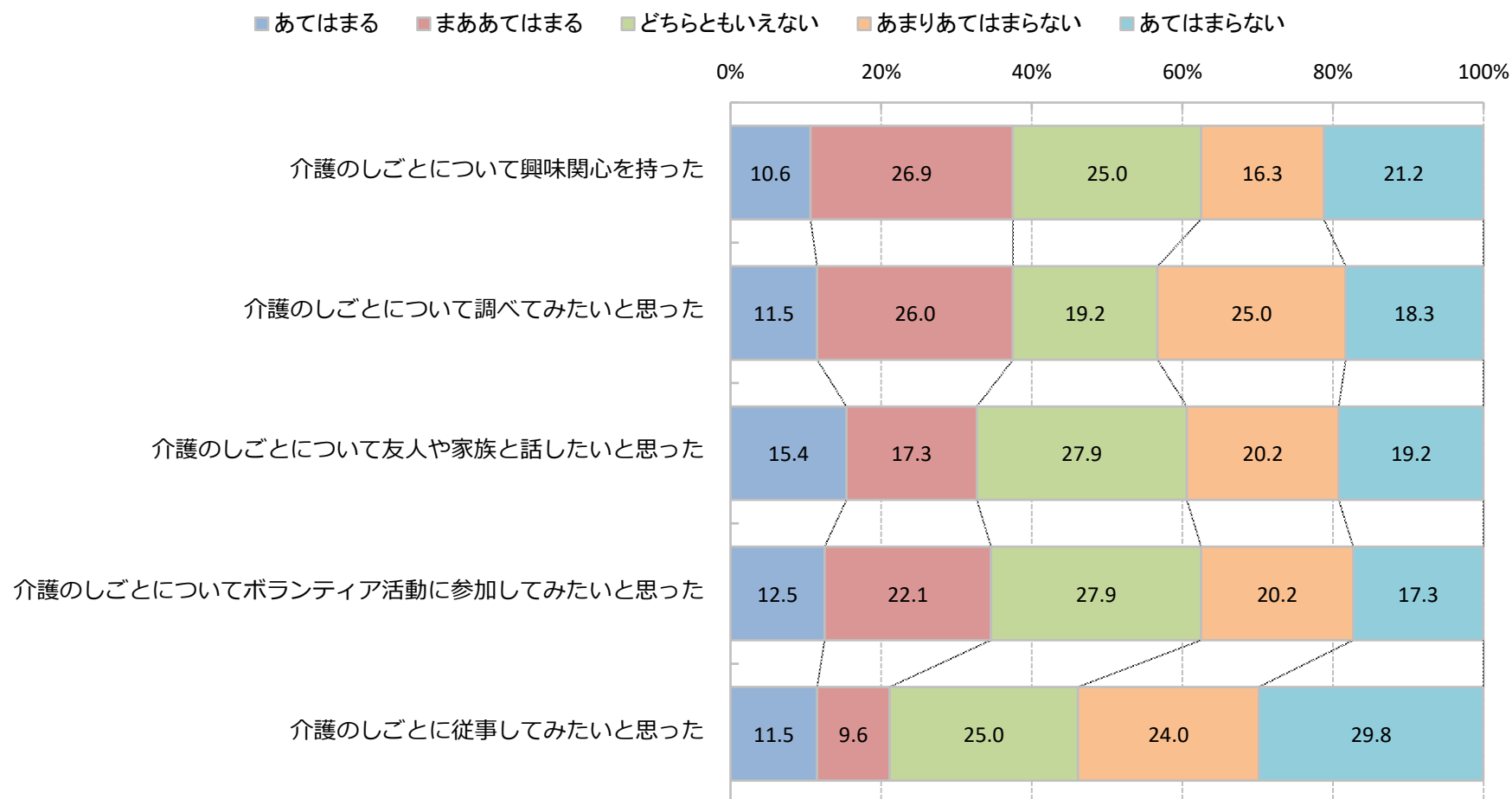
若年層向けの施策

②YouTube×地上波× SNSを活用した動画拡散



若年層

[Q9] あなたは、介護のしごとについて以下のように感じたことがありますか。最もあてはまるものをお選びください。



ポータルサイト「これからのKAIGO」 若年層向け改修およびタイアップレポート結果報告

若年層向けの施策



若年層

③ポータルサイトを若年層向けに改修・情報発信

- 既存のポータルサイトの中に、若者向けのタブを新設しました。介護職に関する基本情報や、介護職として活躍するロールモデルの紹介など、将来的な職業の選択肢となるよう、情報発信を強化しました。

実施概要



事業ポータルサイト「これからのKAIGO」



「若年層の方向け」タブを追加



掲載コンテンツ

①福祉・介護のお仕事紹介動画

⇒5本掲載

②若年層介護職へのインタビュー記事

⇒5本掲載

③その他（ブカピ動画など）

取材した計16名を職種や施設ごとに見やすくまとめました

若年層向けの施策



若年層

③ポータルサイトを若年層向けに改修・情報発信

若年層向けの新規コンテンツ詳細
インタビュー記事5本／動画5本を順次公開しました。

■取材先

①社会福祉法人すこやか福祉会（東京都葛飾区）

- ・新卒10年でデイサービスの所長へのキャリアパスとやりがい
- ・介護職から相談員などのキャリアパス

②大樹会（京都府舞鶴市）

- ・毎年、100人近い学生がインターンや実習に訪れる事業所
- ・ロールモデルとなる若手職員が後輩育成

③社会福祉法人溪仁会（北海道札幌市）

- ・医療法人も併せ持つ社会福祉法人の介護事業所。
- ・スタッフの働き方を尊重。

④社会福祉法人善光会（東京都大田区）

- ・ケアテックの活用でDXが進む介護の仕事現場
- ・介護ロボットの自社開発・共同開発・共同実証

⑤社会福祉法人新生福祉会（広島県尾道市）

- ・自分のことは自分でしたいという入所者の思いを尊重
- ・キャリアアップのためのプログラムが充実

若年層向けの施策



若年層

③ポータルサイトを若年層向けに改修・情報発信

若年層向けの新規コンテンツ詳細

インタビュー記事5本／動画5本を、12月～2月にかけて順次公開しました。（トータル10万PV想定）



「これからのKAIGO」若年層向けタブ内



「すこやか福祉会」
21,074PV



「大樹会」
24,007PV



「溪仁会」
21,715PV



「善光会」
21,430PV



「新生福祉会」
22,853PV

若年層向けの施策

③ポータルサイトを若年層向けに改修・情報発信



若年層

■ 社会福祉法人すこやか福祉会（東京都）タイアップレポート



レポート集計期間:2023年12月20日～3月31日

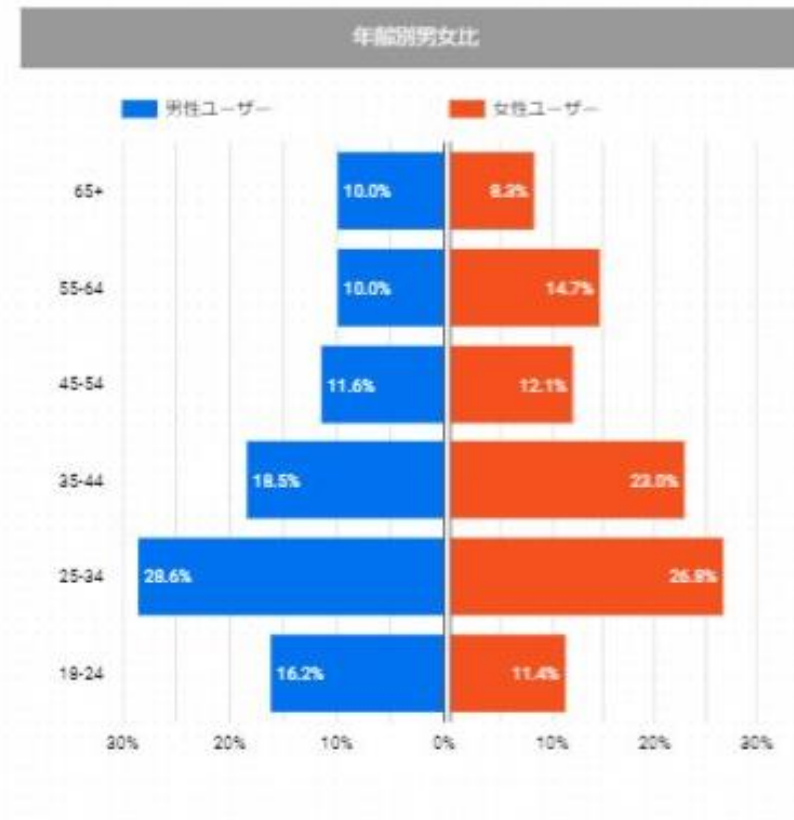
若年層向けの施策

③ポータルサイトを若年層向けに改修・情報発信



若年層

■社会福祉法人すこやか福祉会（東京都）タイアップレポート



レポート集計期間：2023年12月20日～3月31日

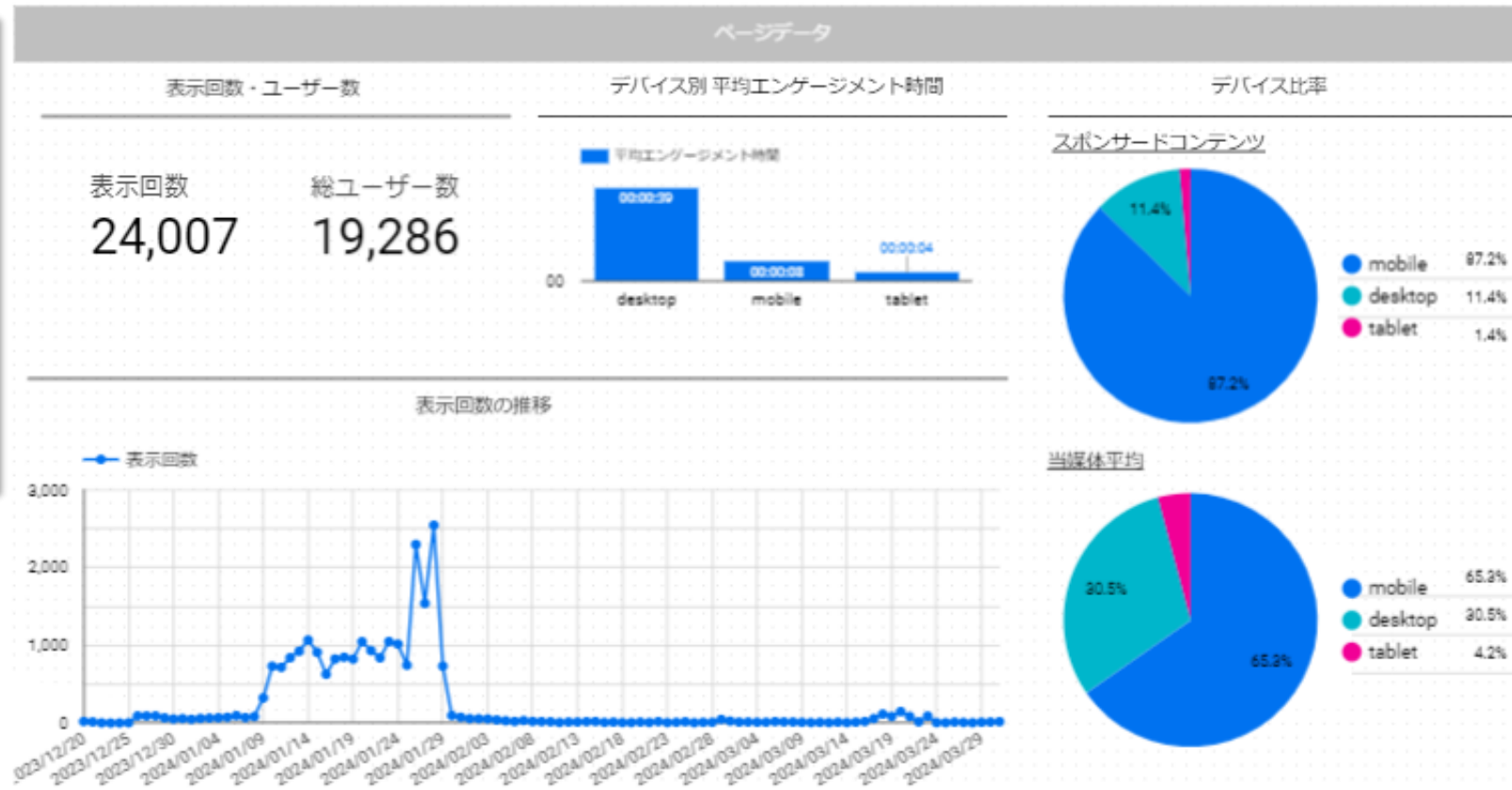
若年層向けの施策

③ポータルサイトを若年層向けに改修・情報発信



若年層

■社会福祉法人大樹会（京都府）タイアップレポート



レポート集計期間: 2023年12月20日～3月31日

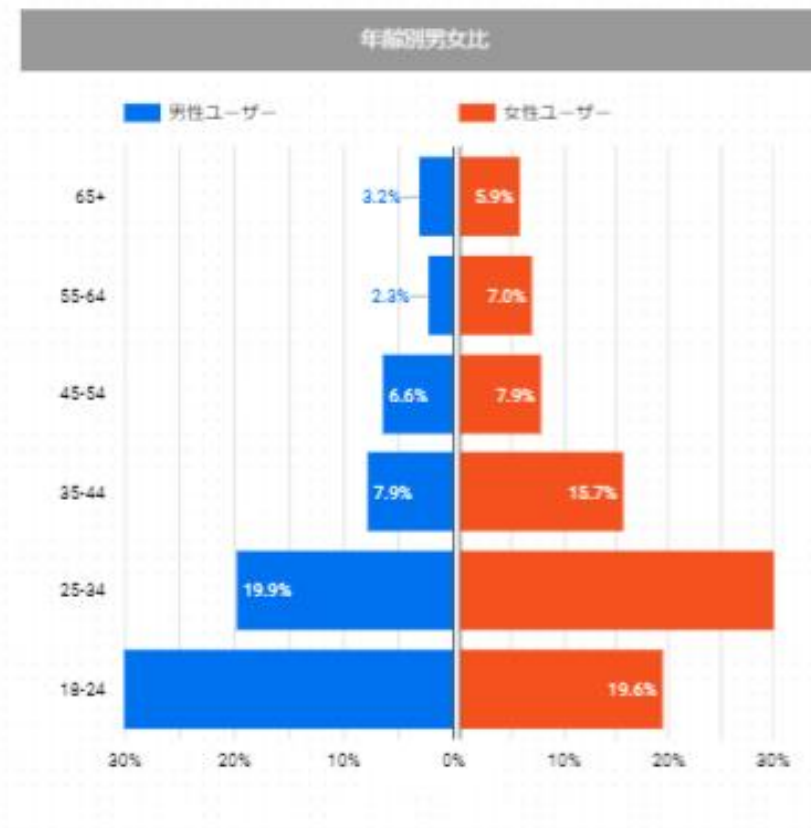
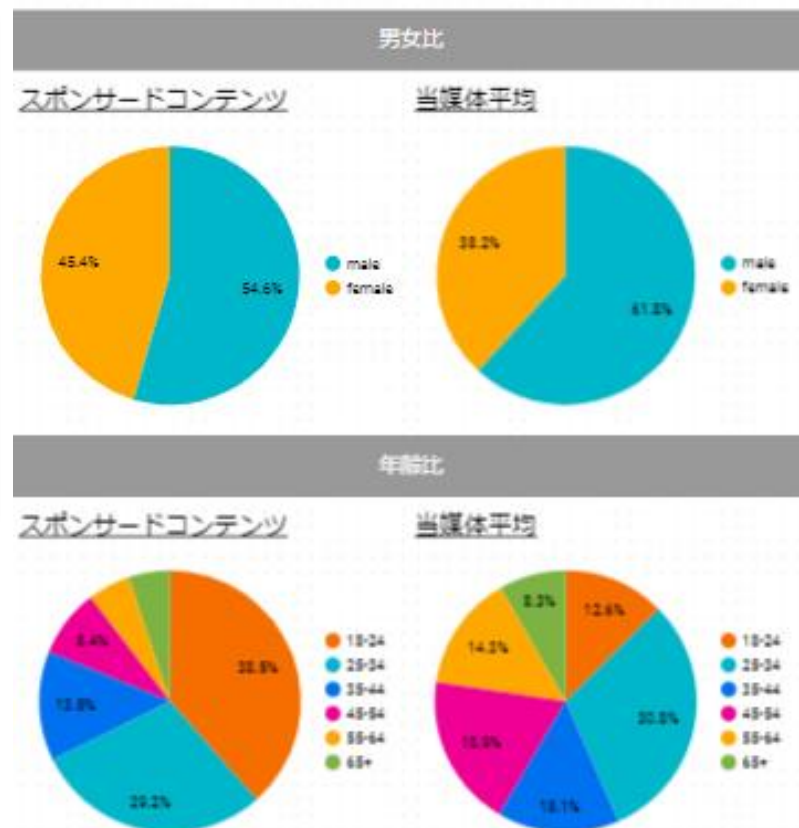
若年層向けの施策

③ポータルサイトを若年層向けに改修・情報発信



若年層

■社会福祉法人大樹会（京都府）タイアップレポート



レポート集計期間: 2023年12月20日～3月31日

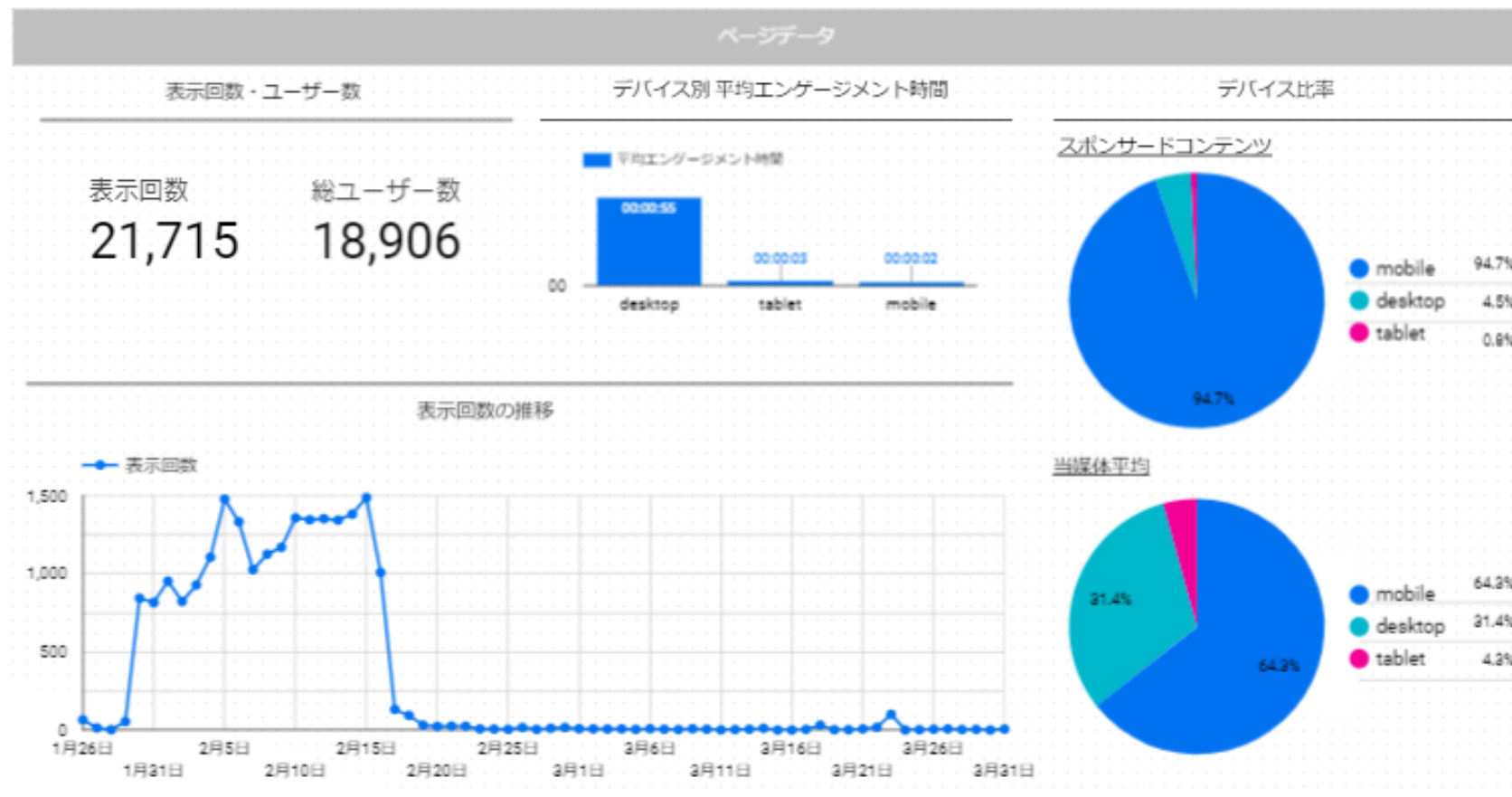
若年層向けの施策

③ポータルサイトを若年層向けに改修・情報発信



若年層

■社会福祉法人溪仁会（北海道）タイアップレポート



レポート集計期間: 2024年1月26日～3月31日

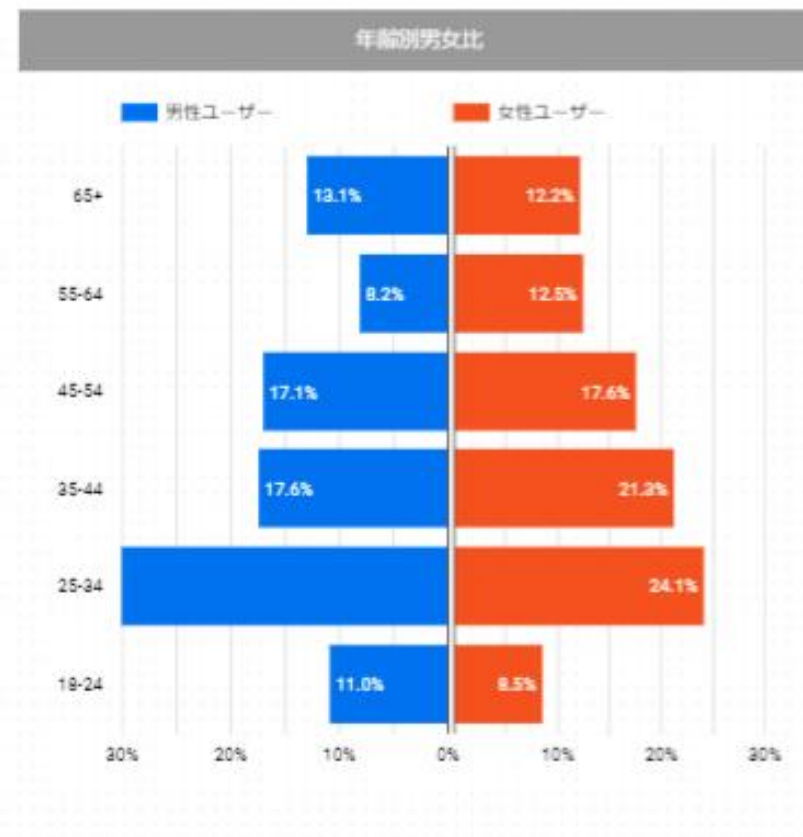
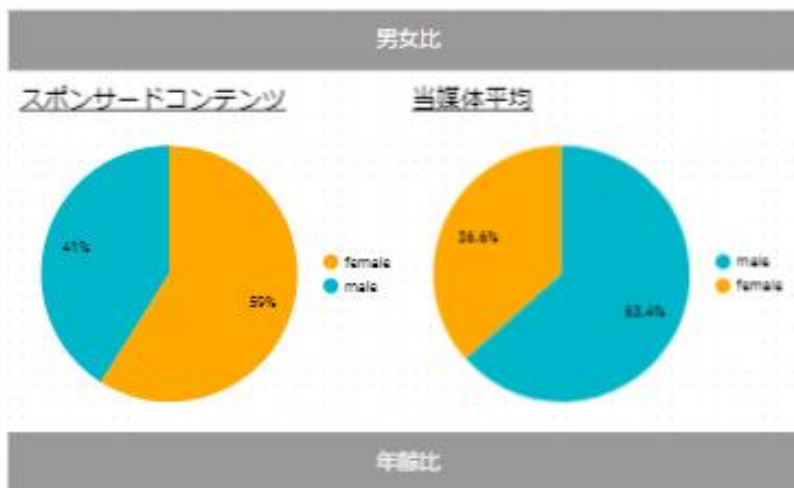
若年層向けの施策

③ポータルサイトを若年層向けに改修・情報発信

■社会福祉法人溪仁会（北海道）タイアップレポート



若年層



レポート集計期間: 2024年1月26日~3月31日

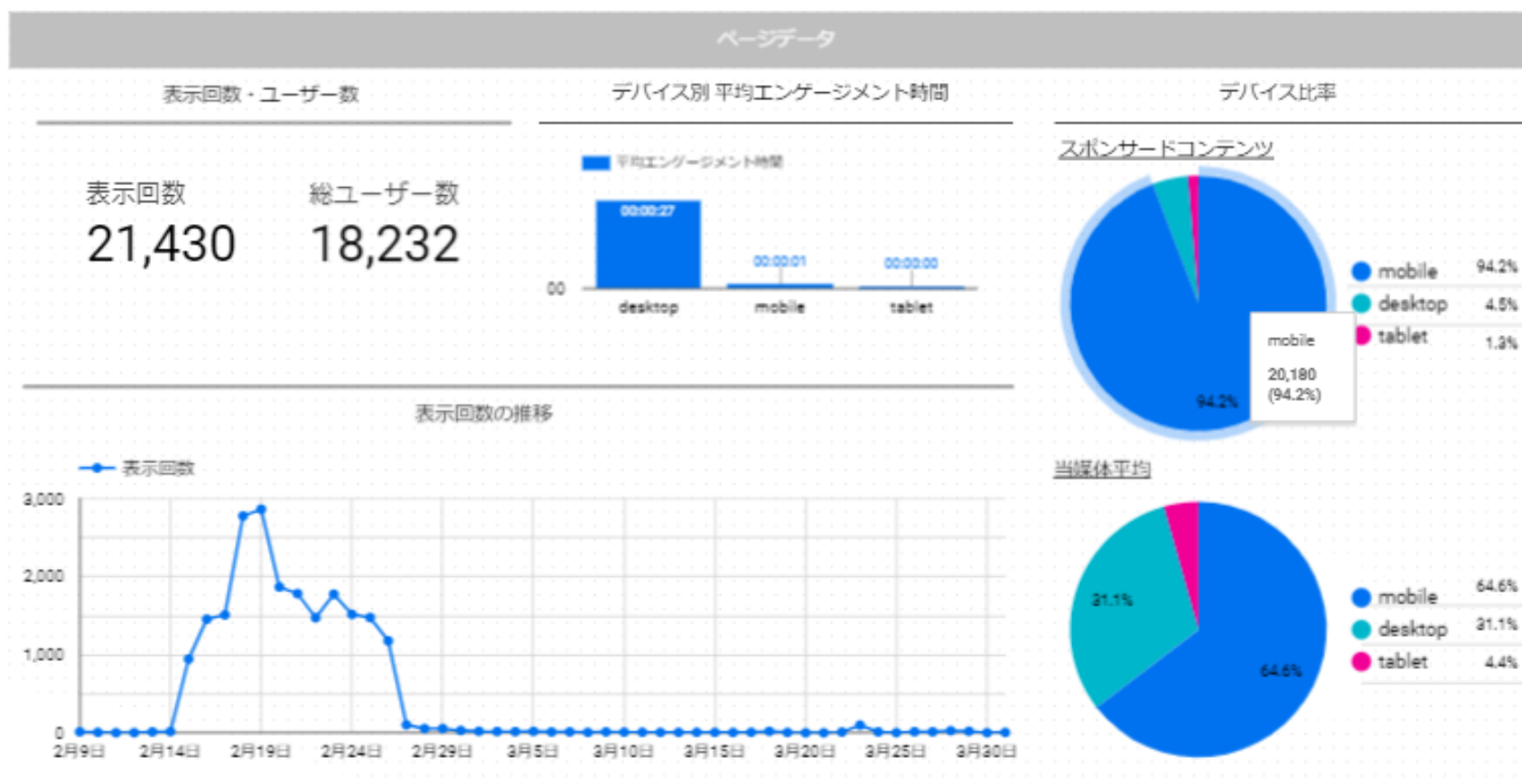
若年層向けの施策

③ポータルサイトを若年層向けに改修・情報発信



若年層

■社会福祉法人善光会（東京都）タイアップレポート



レポート集計期間：2024年2月9日～3月31日

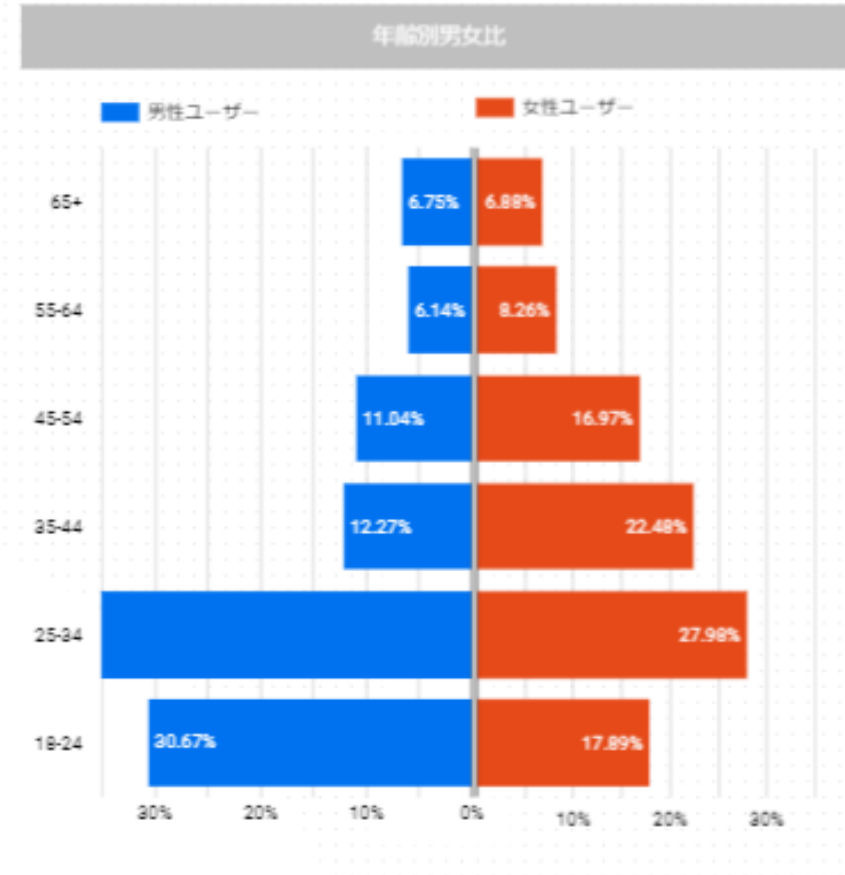
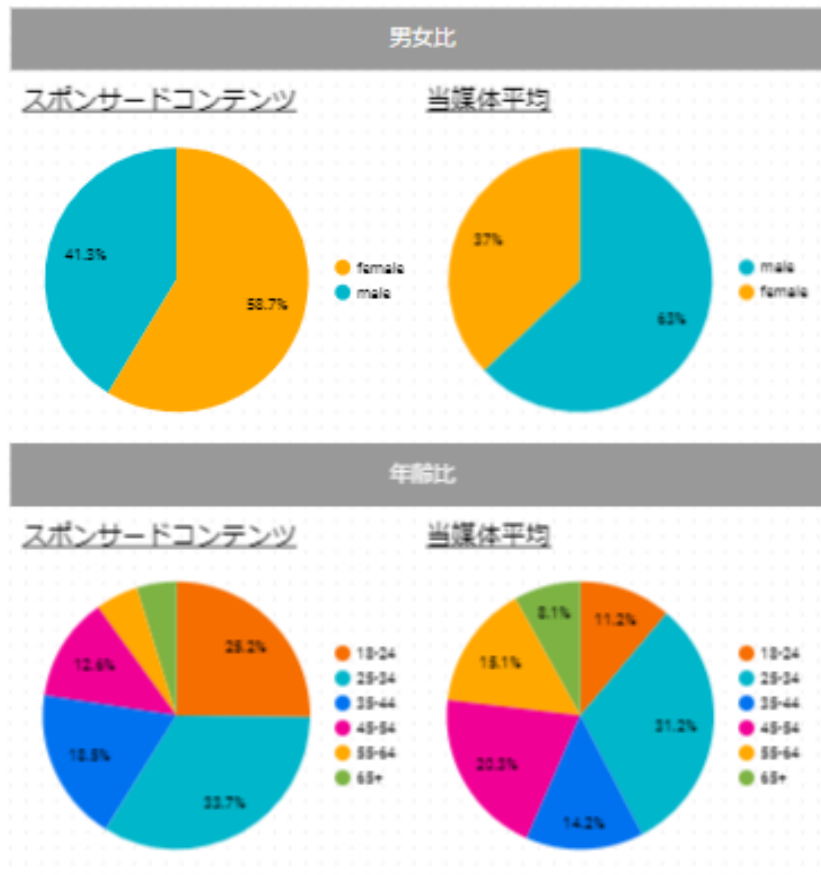
若年層向けの施策

③ポータルサイトを若年層向けに改修・情報発信



若年層

■社会福祉法人善光会（東京都）タイアップレポート



レポート集計期間：2024年2月9日～3月31日

若年層向けの施策

③ポータルサイトを若年層向けに改修・情報発信



若年層

■社会福祉法人新生福祉会（広島県）タイアップレポート



レポート集計期間:2024年2月9日～3月31日

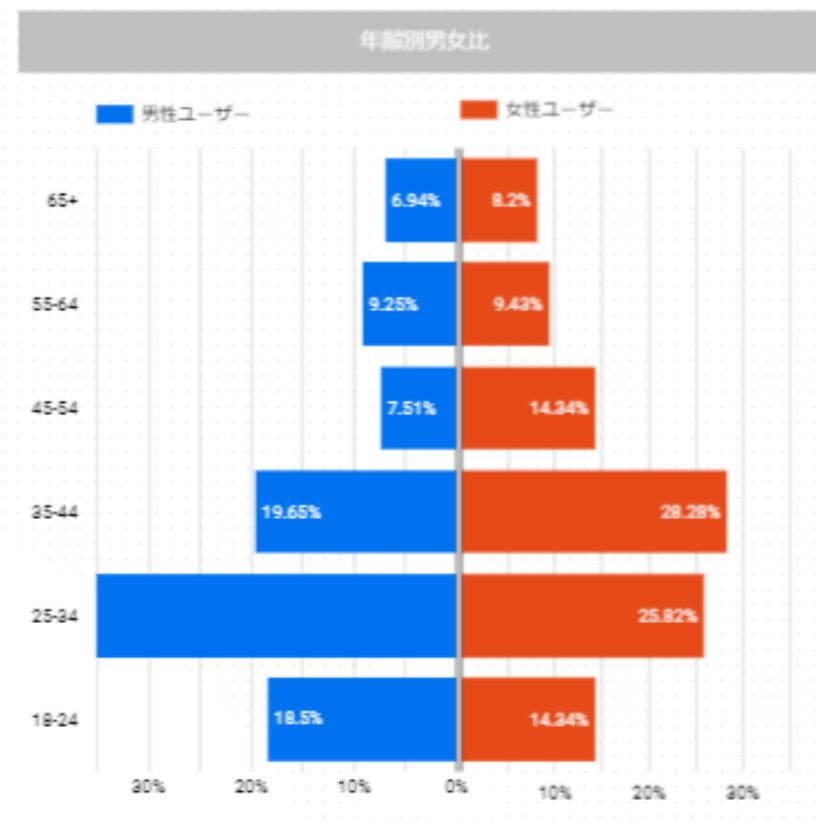
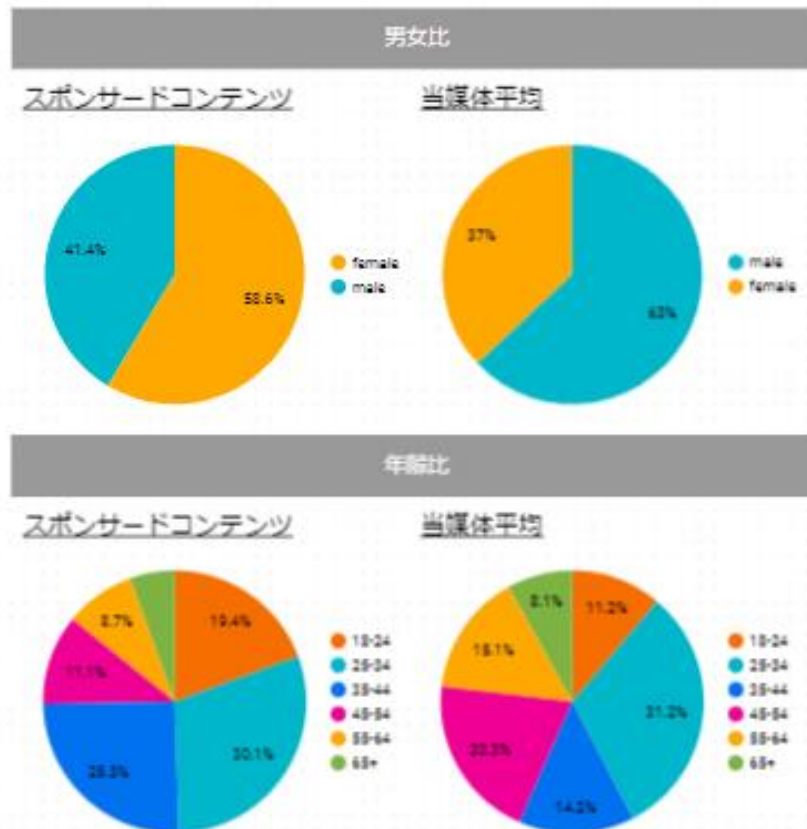
若年層向けの施策

③ポータルサイトを若年層向けに改修・情報発信



若年層

■社会福祉法人新生福祉会（広島県）タイアップレポート



レポート集計期間:2024年2月9日~3月31日

**ポータルサイト「これからのKAIGO」
若年層向けコンテンツにおける
ブランドリフト調査結果報告**



調査概要①

- ◆調査目的 : サイト提示層と非提示層の間で、介護のしごとに対するイメージの変化や興味関心度合い、行動意欲の変化等を比較することで、サイトの効果を検証した。
- ◆調査地域 : 全国
- ◆調査方法 : インターネットリサーチ
- ◆調査時期 : 【事前調査】 2024年3月22日（金）～3月23日（土）
【本調査】 2024年3月22日（金）～3月23日（土）
- ◆有効回答数 : 【事前調査】 1197サンプル
【本調査】 1036サンプル
- ◆調査実施機関 : 株式会社マクロミル

調査概要②

- ◆調査対象：マクロミルモニタ15～59歳の男女
- ◆割付：サイト提示層→サイト既認知者またはサイト非認知者
(サイト既認知者を優先して回収)
サイト非提示層→サイト非認知者
- ◆提示URL：【これからのKAIGOサイト（提示層全員に提示）】
https://www.asahi.com/ads/korekarano_kaigo/
【記事URL1】
<https://www.asahi.com/ads/tu/15084253>
【記事URL2】
<https://www.asahi.com/ads/tu/15084275>
【記事URL3】
<https://www.asahi.com/ads/tu/15130699>
【記事URL4】
<https://www.asahi.com/ads/tu/15152229>
【記事URL5】
<https://www.asahi.com/ads/tu/15152216>

割付セル	割付セル名称	サンプル数
1	サイト提示層（男性）_URL1	(52)
2	サイト提示層（女性）_URL1	(52)
3	サイト提示層（男性）_URL2	(52)
4	サイト提示層（男性）_URL2	(52)
5	サイト提示層（男性）_URL3	(52)
6	サイト提示層（女性）_URL3	(52)
7	サイト提示層（男性）_URL4	(52)
8	サイト提示層（女性）_URL4	(52)
9	サイト提示層（男性）_URL5	(52)
10	サイト提示層（女性）_URL5	(52)
11	サイト非提示層且つ非認知（男性）	(258)
12	サイト非提示層且つ非認知（女性）	(258)
	計	(1036)

調査概要③

【これからのKAIGOサイト】



【記事URL3】



【記事URL1】



【記事URL4】



【記事URL2】

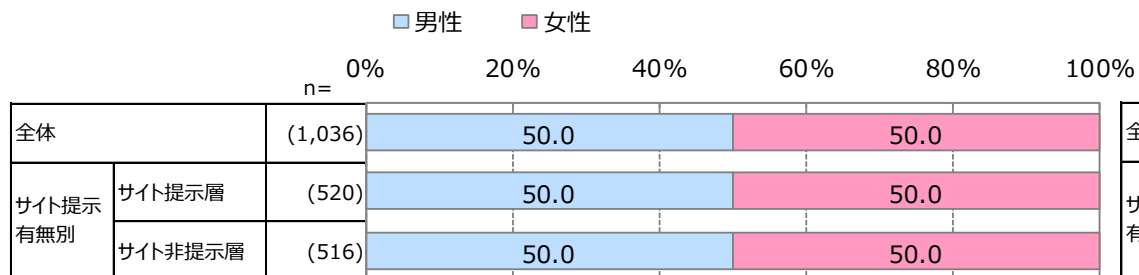


【記事URL5】

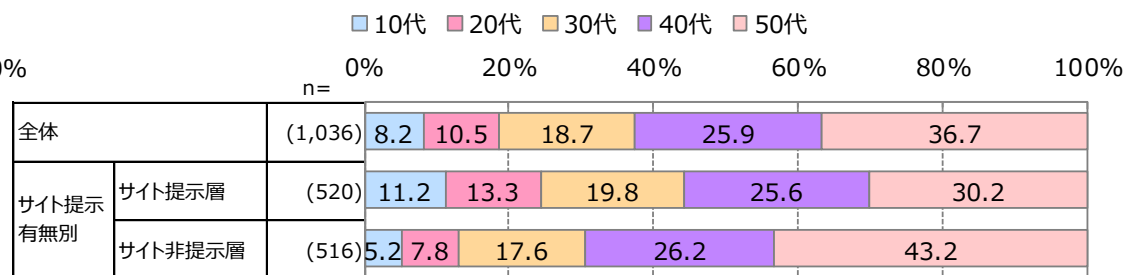


回答者プロフィール n=1036

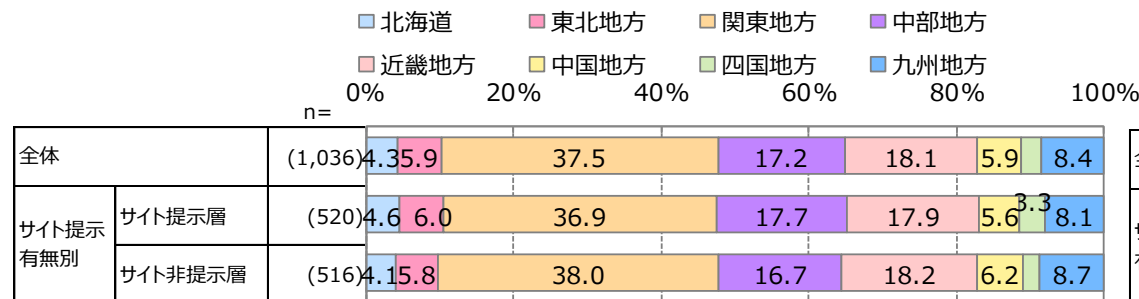
性別



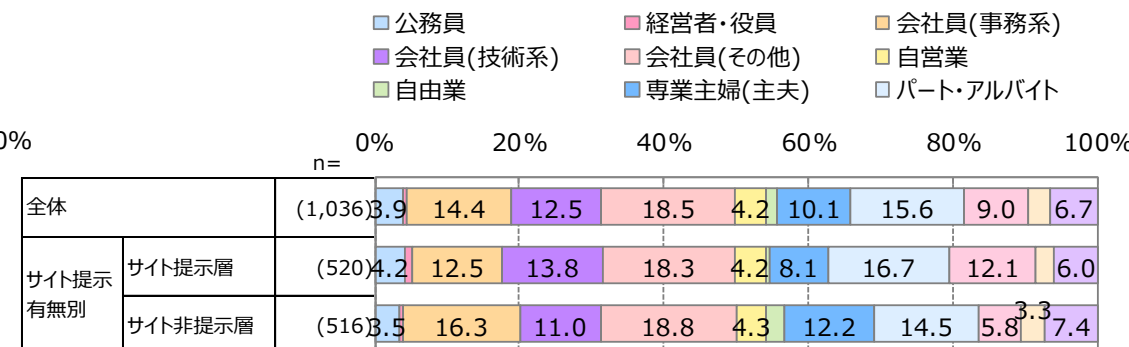
年齢



居住地



職業



※3%未満はスコア非表示

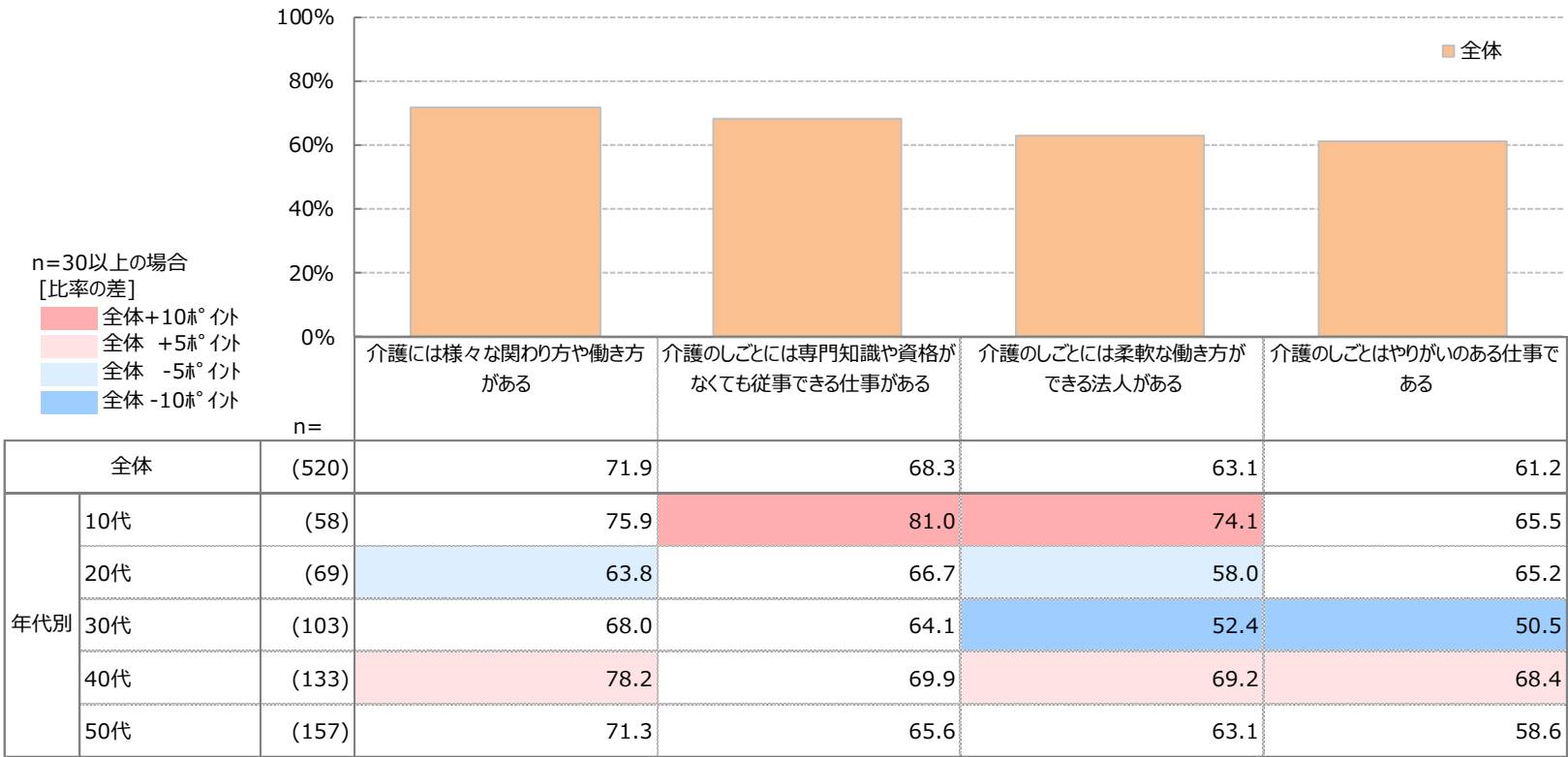
調査結果の要約

サイト視聴による介護のしごとに対する理解

- サイト提示層はすべての項目でTOP2が6割以上で、サイトの内容がしっかり伝わっていると言えます。
- ✓ サイト提示層では、すべての項目でスコアが6割以上であり、特に「介護には様々な関わり方や働き方がある」は、理解している割合が7割を超える。
- ✓ 年代別では、10代はすべての項目が全体と比べてスコアが高く、これから将来の仕事や就職を考える年代にとってもより伝わりやすい内容だったと言える。
- ✓ サイト非提示層では理解が2割を切っている「柔軟な働き方ができる法人がある」もサイト提示層の理解度は6割を超えており、元々の理解度が低い内容でもしっかりと伝わっている。

●介護のしごとに対する理解（Q5/Q8）

●サイト提示層結果



●サイト非提示層結果

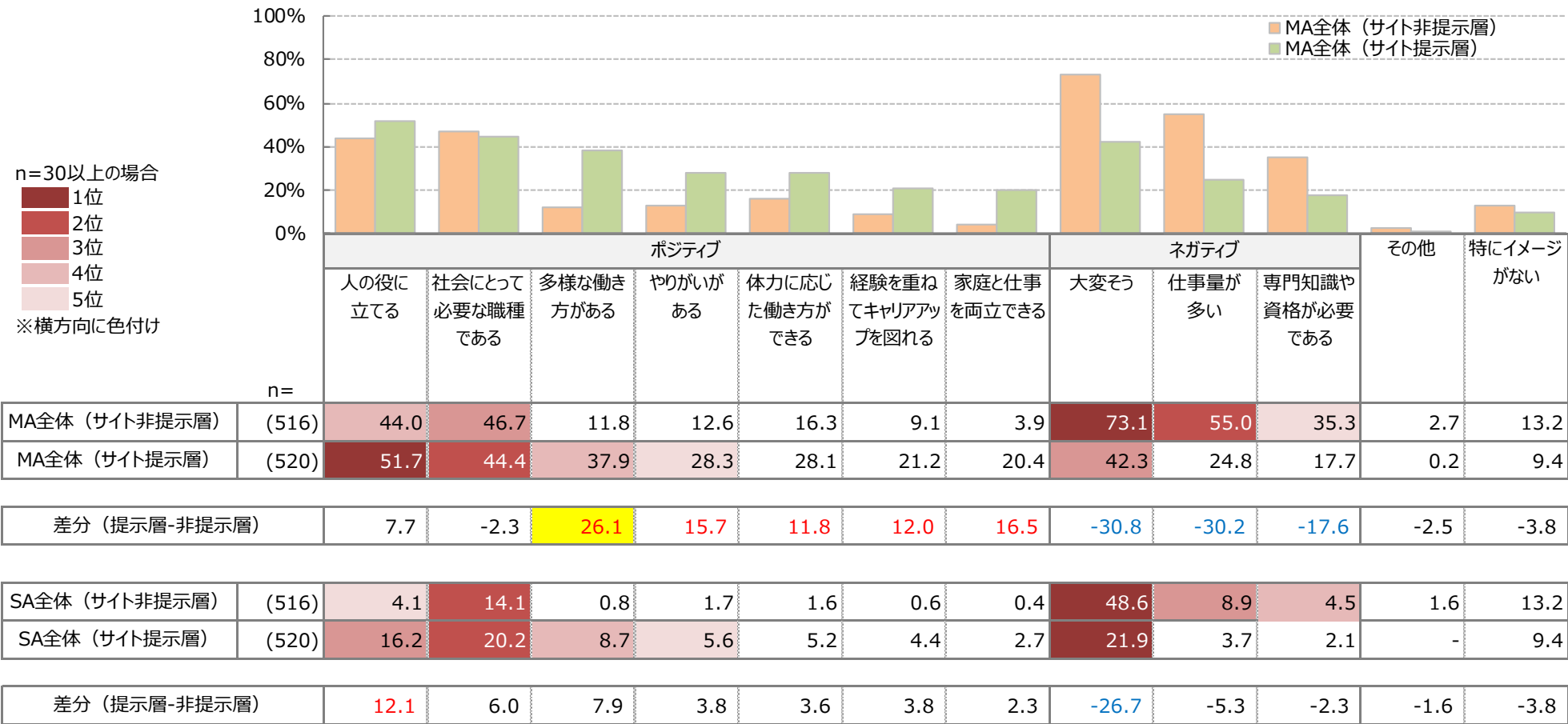
全体	(516)	33.5	27.5	17.4	29.7
----	-------	------	------	------	------

※提示層全体のスコアで降順ソート ※あてはまる・計（＝理解できた＋まあ理解できた）のスコアで掲載

サイト視聴有無での介護のしごとに対するイメージ変化

- サイト視聴によって介護のしごとに対するネガティブなイメージは軽減され、ポジティブなイメージが醸成されている結果。
- ✓ 複数選択のMA全体では、ポジティブイメージは殆どの項目でリフトする結果で、特に「多様な働き方がある」では25pt以上上回る。
“働き方”に関する項目は、いずれもサイト提示層がサイト非提示層よりも10pt以上高く、サイトを通して介護のしごとに対するポジティブなイメージが高まると言える。
ネガティブイメージはすべての項目でサイト提示層のスコアがサイト非提示層を大きく下回り、サイトを見ることでネガティブなイメージが軽減する結果。特に「仕事量が多い」「大変そう」では30pt以上下回る。
- ✓ 単一選択のSA全体では、サイト提示層、サイト非提示層ともに「大変そう」が最も高い結果だが、サイト提示層のスコアがサイト非提示層を25pt以上下回る。

● 介護のしごとに対するイメージ変化（Q6/Q9）



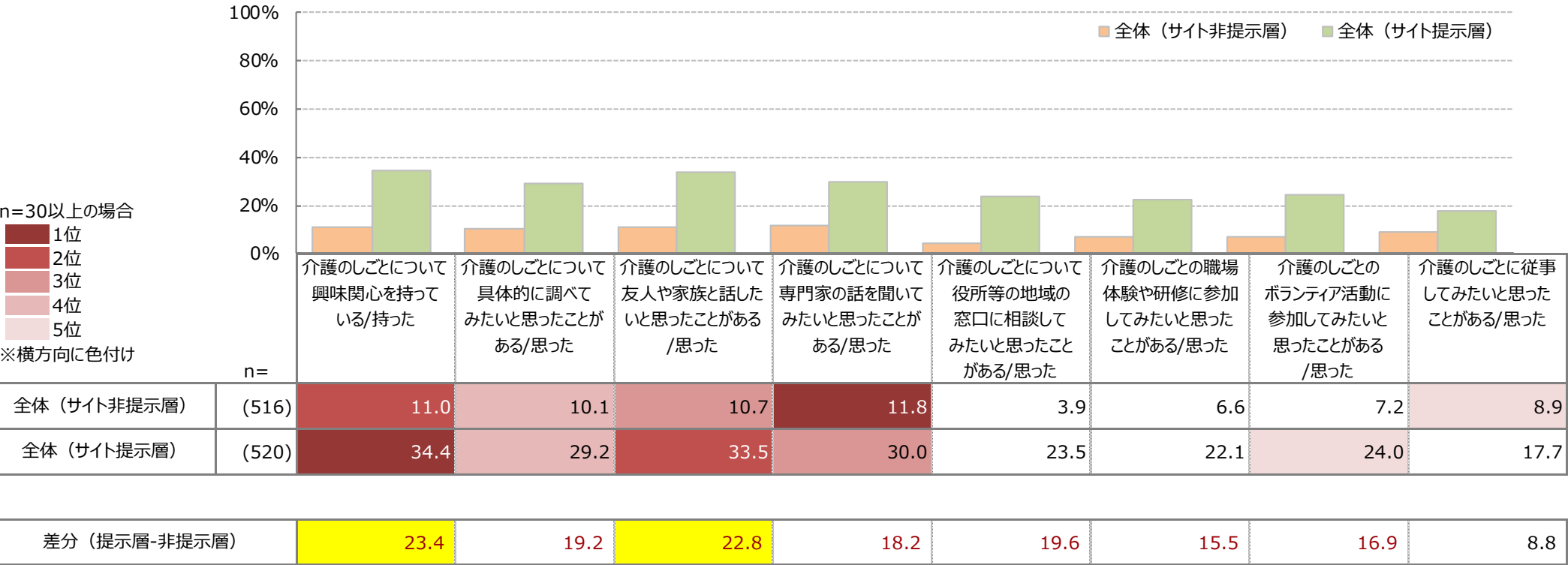
※MA全体（サイト提示層）のスコアでカテゴリごとに降順ソート

※差分が10pt以上の場合は赤字で掲載、20pt以上の場合は赤字＋黄色で色付け ※差分が-10pt以下の場合は青字で掲載

サイト視聴有無での介護のしごとに対する意識変容

- サイトを視聴することで介護のしごとに対する意識がポジティブに変化している。実際に介護のしごとを“体験”することに対して意識が高まる結果。
- ✓ サイト提示層とサイト非提示層のスコアを比べると、すべての項目でサイト提示層がサイト非提示層を上回っており、多くの項目で15pt以上上回る結果。
特に、「興味関心」「友人や家族と話してみたい」「地域の窓口に相談してみたい」では、20pt以上リフトしている。
- ✓ 「職場体験や研修に参加してみたい」「ボランティア活動に参加してみたい」の介護のしごとの“体験”にまつわる項目でも、サイト提示層がサイト非提示層を15pt以上上回っているため、サイト視聴によって介護のしごとを理解することで行動意欲も高まる結果。

●介護のしごとに対する意識変容（Q7/Q10）



※差分が-の場合と10pt以上の場合は赤字で掲載、20pt以上の場合は赤字＋黄色で色付け ※あてはまる・計（＝あてはまる＋まああてはまる）のスコアで掲載

調査のまとめ



サイト評価

サイト内容の理解については**いずれの項目も6割以上のスコアで内容がしっかり伝わっています。**

記事に複数のロールモデルを掲載していることで、働き方の具体的なイメージの形成に繋がり、理解が深まった可能性があります。

- ・ サイト提示層はすべての項目で「理解できた」と回答した割合が6割以上。特に「介護には様々な関わり方や働き方がある」のスコアは7割を超えている。
- ・ これから将来の仕事や就職を考える年代である10代では、すべての項目が全体と比べてスコアが高い結果で、特にターゲットとしていた年代にもしっかりと伝わっていると言える。



サイト視聴によるイメージ変化

サイト視聴によって**ポジティブなイメージが高まる結果。**

サイトを視聴して内容を理解することが、現状持たれている介護のしごとに対するネガティブなイメージの払拭に繋がると言えます。

- ・ サイト提示層、サイト非提示層ともに「大変そう」というイメージは持たれているが、サイト提示層のスコアはサイト非提示層を30pt以上下回る結果。また、サイト非提示層よりもサイト提示層の方がポジティブなイメージが上位に挙がる傾向が見られる。ポジティブなイメージの中でも、特に“働き方”に関する項目で大きくリフトしており、今回提示した記事が“働き方”に関する内容がメインであるものが多かったことも要因として考えられる。



サイト視聴による意識変容

サイト視聴によって**興味関心度合いや行動意欲が高まる結果。**

行動については、“従事”まではやはりハードルが高いが、**介護のしごとを“体験”することに対しては意識が高まる結果となっています。**

- ・ 意識変容はすべての項目でリフトする結果。興味関心度合いは、サイト提示層は3割を超える。行動意欲に関する項目では、身近な検索意向や、簡単に体験できる研修やボランティアに対する意識についても大きくリフトしている。

⇒サイトを視聴して内容を理解することによって、介護のしごとに対するイメージ、意識ともにポジティブな方向に変化する結果。

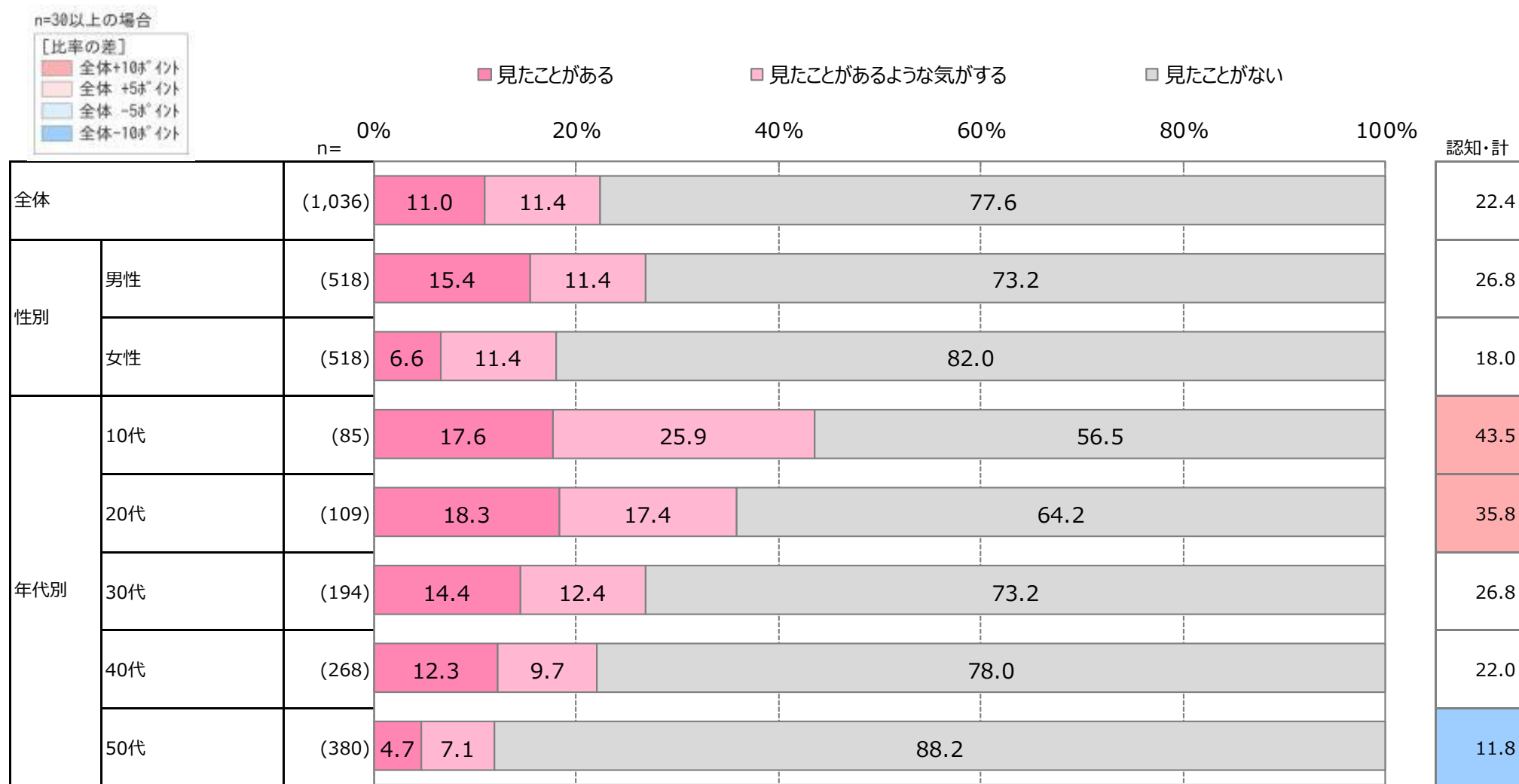
現状、介護のしごとに対する元々の理解度が低いため、サイトや広告等を通してアプローチすることで理解してもらうことが重要であると考えます。

調査結果の詳細

サイト認知

あなたは以下の画像のような「これからのKAIGO」のサイトをご覧になったことがありますか。（SA）

※全体ベース

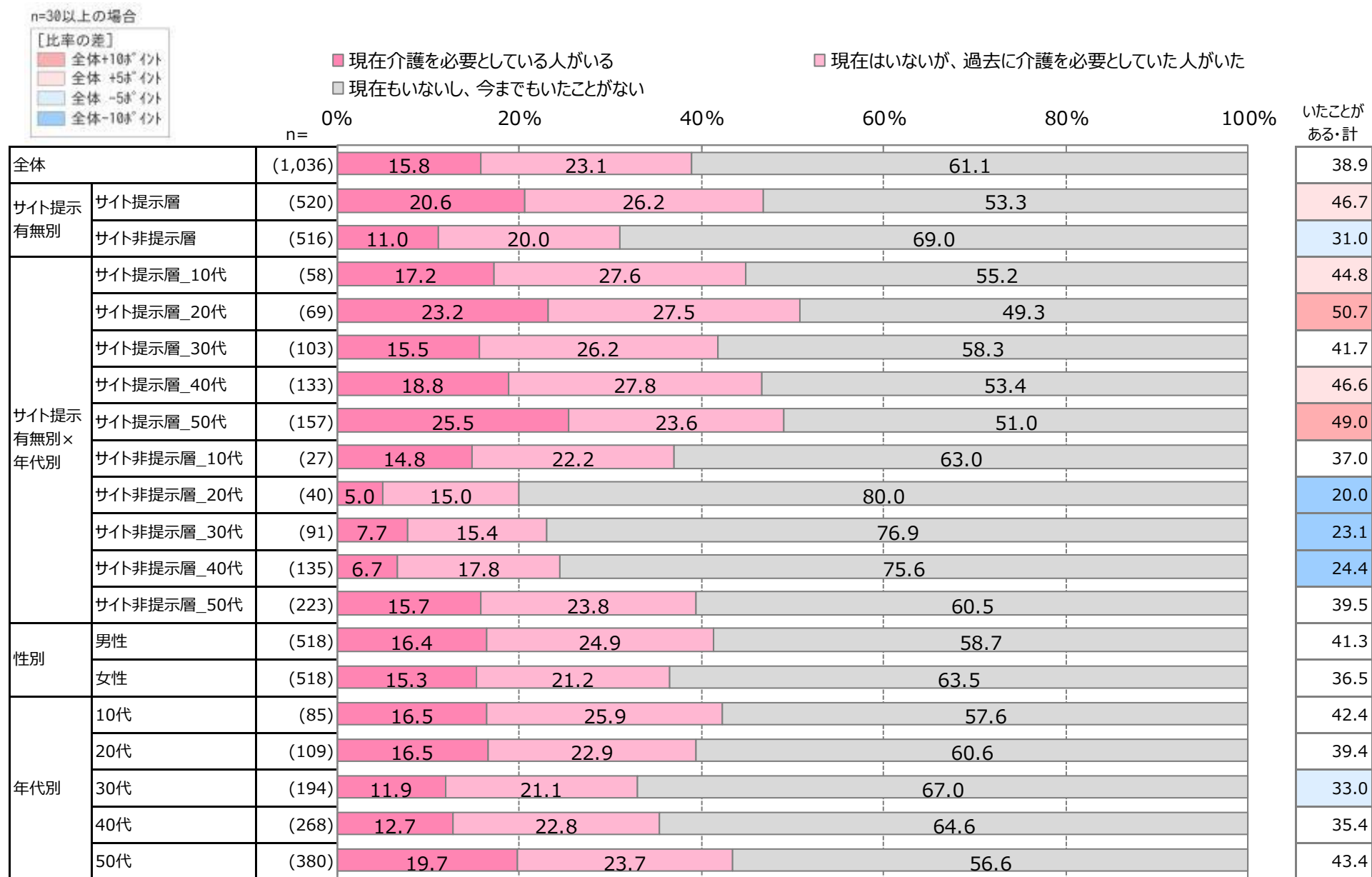


※認知・計＝「見たことがある」＋「見たことがあるような気がする」

介護の経験

あなたの周りで介護を必要としている方はいらっしゃいますか。※被介護者のみについてお答えください。（SA）

※全体ベース

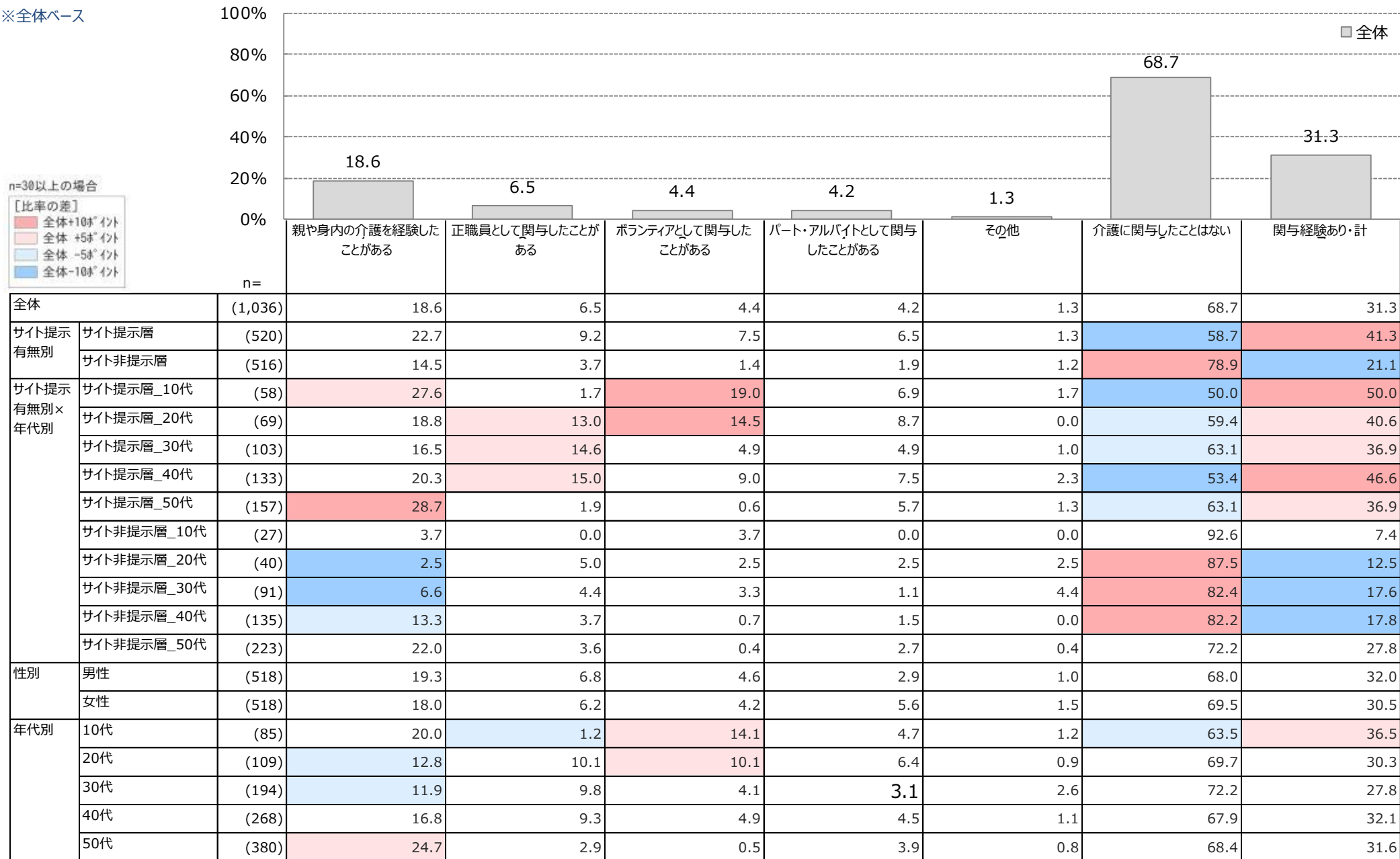


※いたことがある・計＝「現在介護を必要としている人がいる」＋「現在はいないが、過去に介護を必要としていた人がいた」

介護関与経験

あなたのこれまでの介護への関与として、あてはまるものをすべてお選びください。（MA）

※全体ベース



※全体のスコアで降順にソート ※関与経験あり・計＝「親や身内の介護を経験したことがある」～「その他」

介護のしごとと認知

以下の介護のしごとについてどの程度知っているか、最もあてはまるものをお選びください。（MA）

※全体ベース

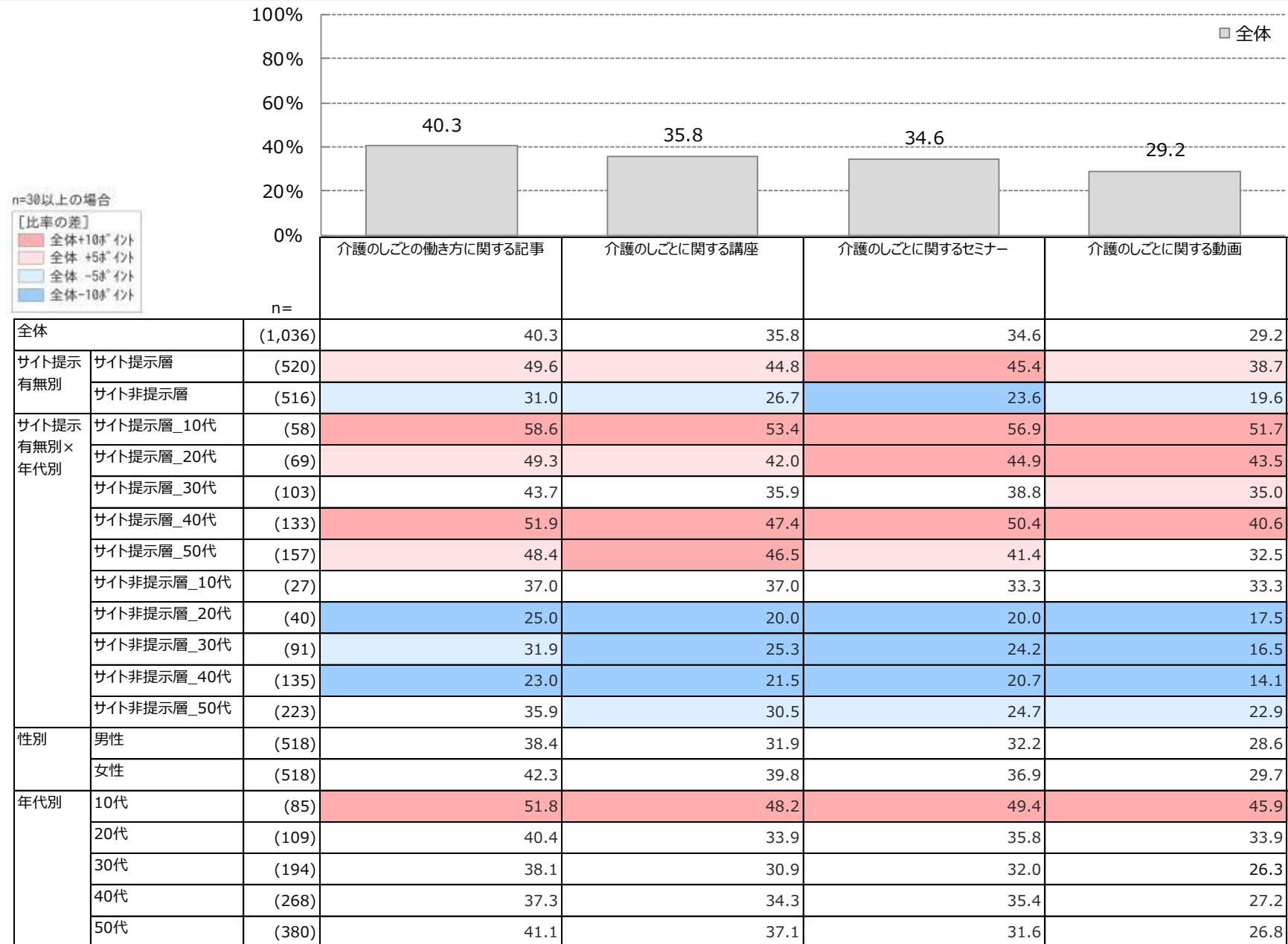


※全体のスコアで降順にソート

取り組み認知

介護のしごとに関する以下の取り組みについて、最もあてはまるものをお選びください。（MA）

※全体ベース

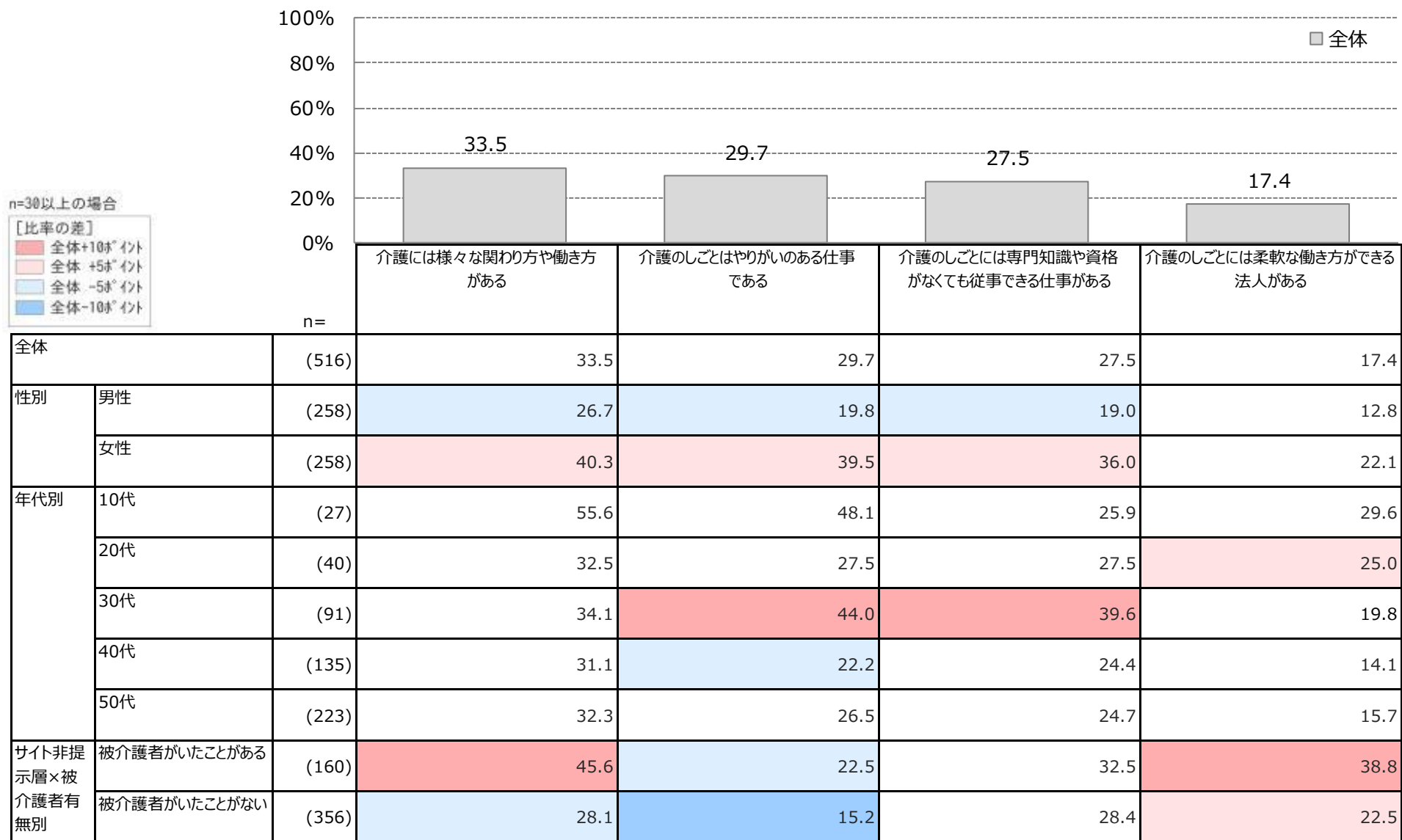


※全体のスコアで降順にソート ※TOP2のスコアで掲載

介護のしごとに対する理解（サイト非提示層）

あなたは、介護のしごとに関する以下の項目についてどの程度理解していますか。最もあてはまるものをお選びください（MA）

※サイト非提示層ベース

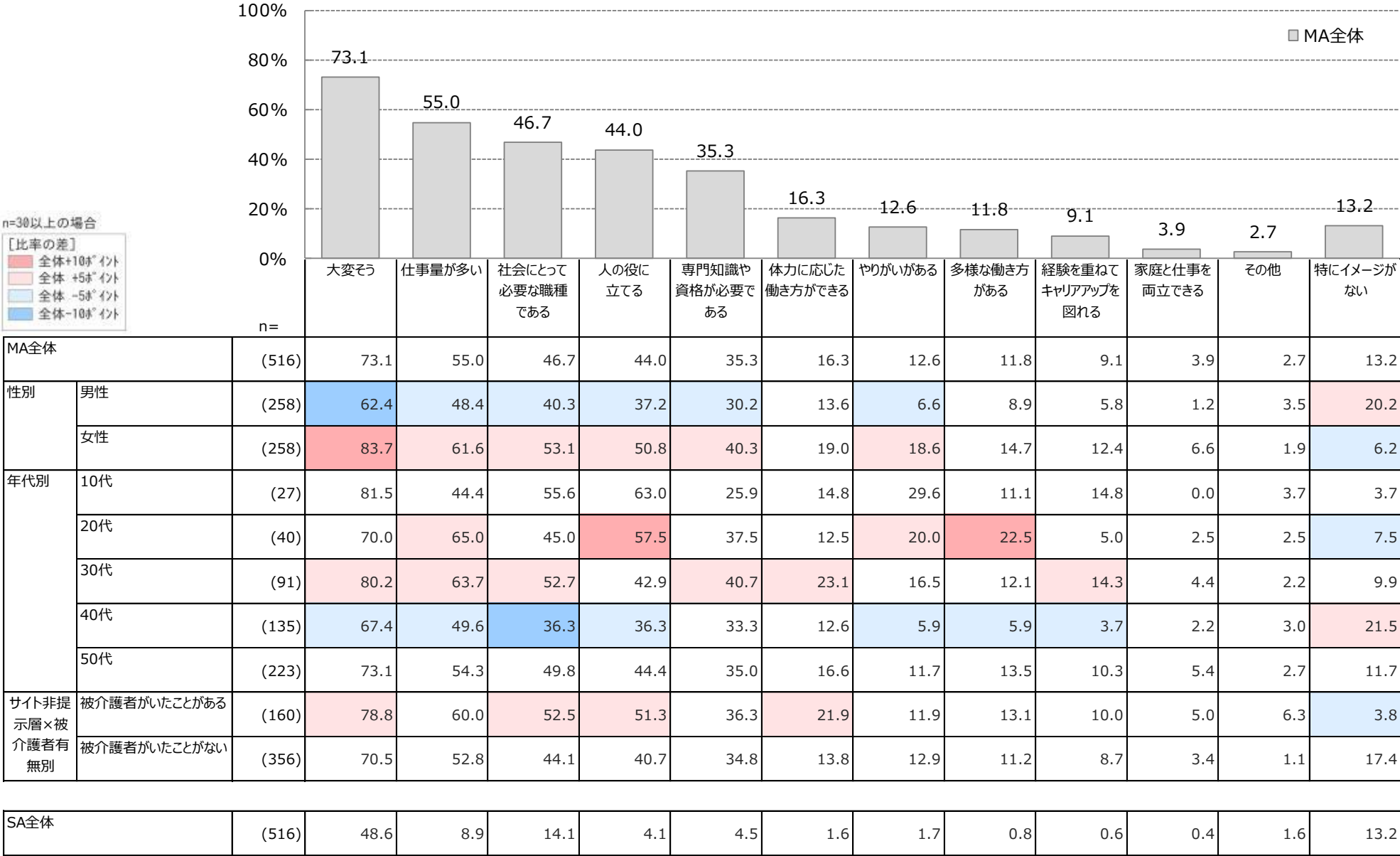


※全体のスコアで降順にソート ※TOP2のスコアで掲載

介護のしごとに対するイメージ（サイト非提示層）

あなたは、介護のしごとに対してどのようなイメージを持っていますか。あてはまるものをすべてお選びください。また、最もあてはまるものをお選びください。（MASA）

※サイト非提示層ベース



※MA全体のスコアで降順にソート

介護のしごとに対する意識（サイト非提示層）

あなたは、介護のしごとについて以下のように感じたことがありますか。最もあてはまるものをお選びください。（MA）

※サイト非提示層ベース

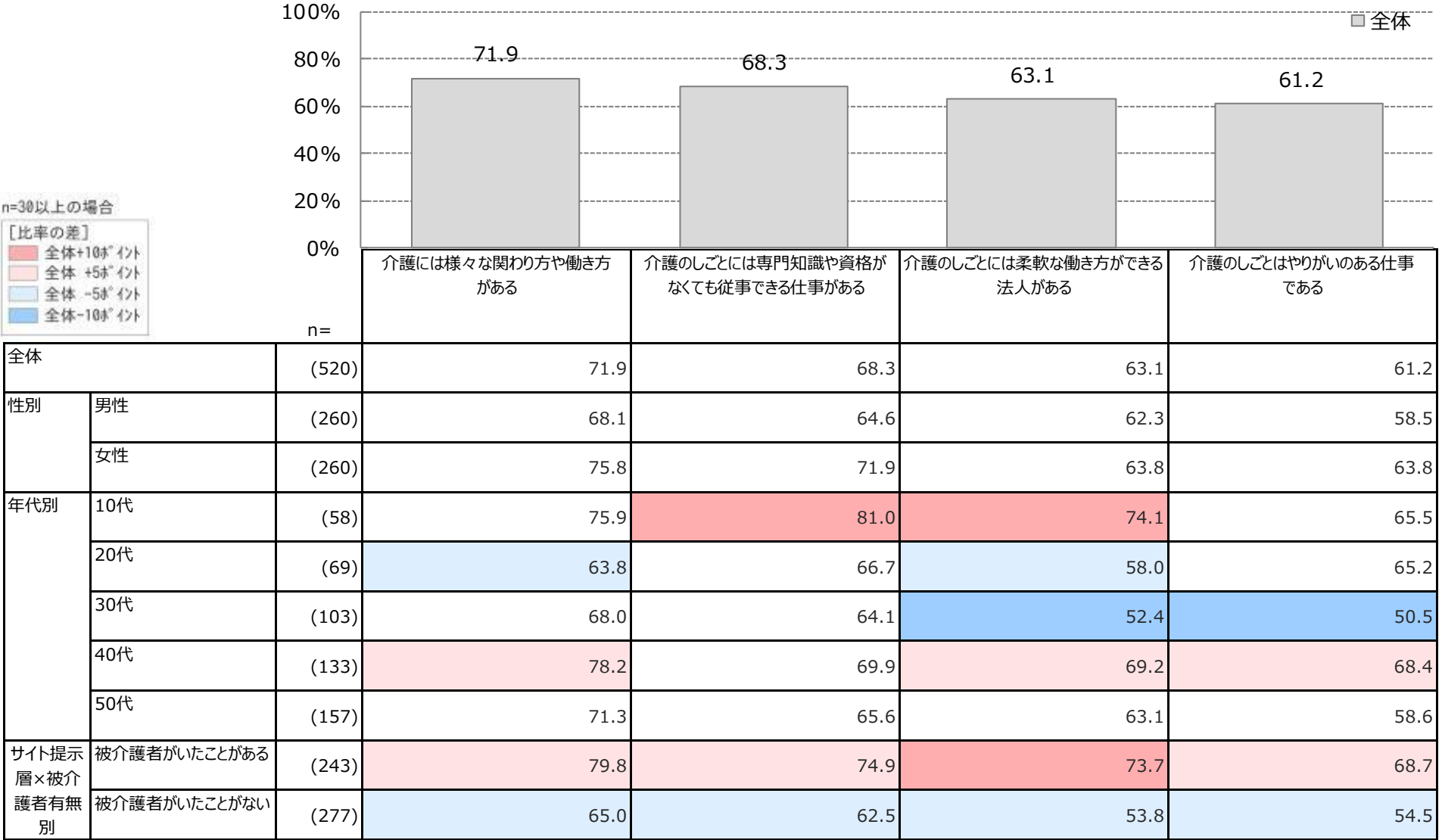


※全体のスコアで降順にソート ※TOP2のスコアで掲載

介護のしごとに対する理解（サイト提示層）

あなたは、サイトをご覧になって以下の項目についてどの程度理解できましたか。最もあてはまるものをお選びください。（MA）

※サイト提示層ベース

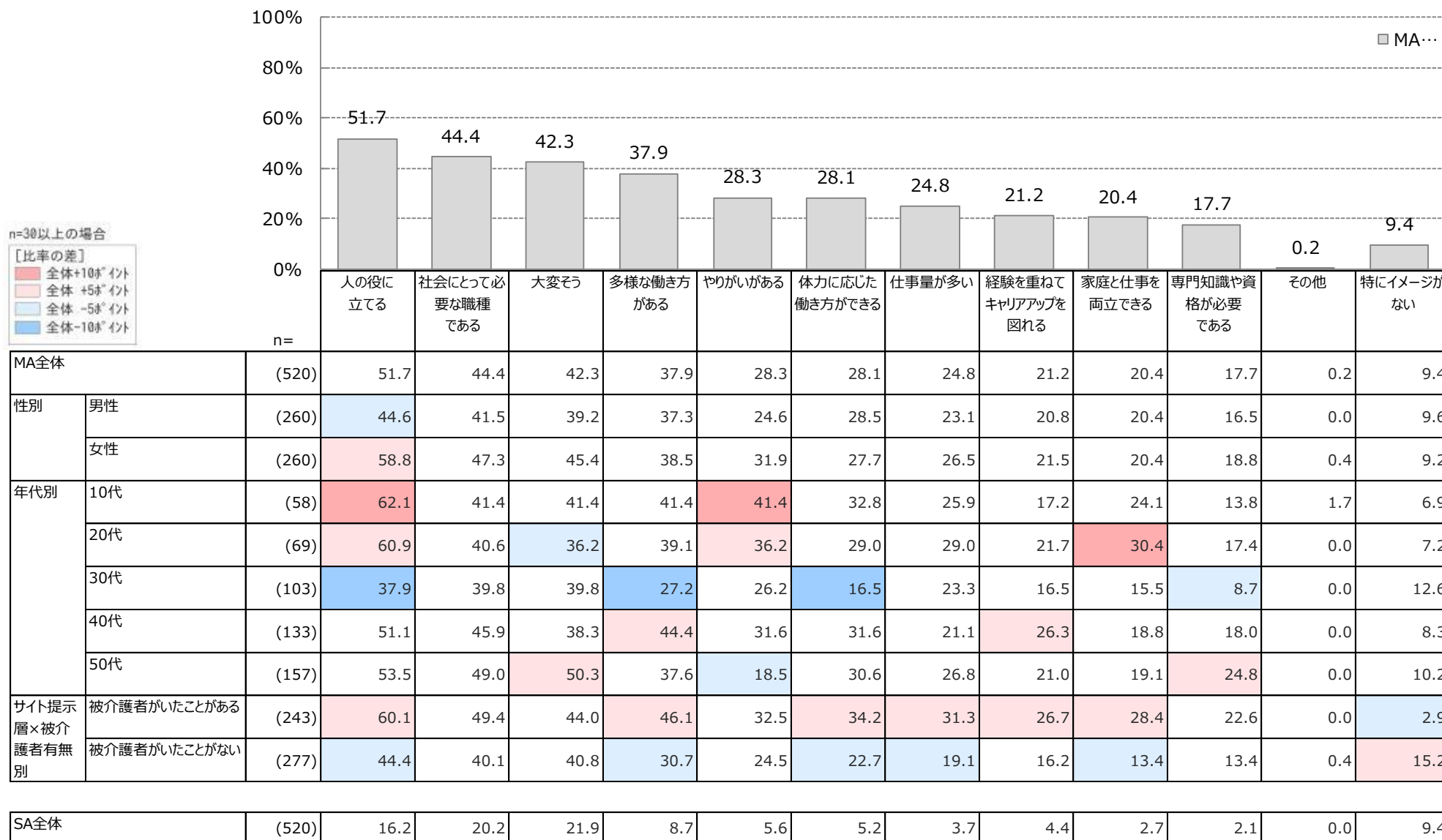


※全体のスコアで降順にソート ※TOP2のスコアで掲載

介護のしごとに対するイメージ（サイト提示層）

あなたは、サイトをご覧になって介護のしごとに対してどのようなイメージを持ちましたか。あてはまるものをすべてお選びください。
また、最もあてはまるものをお選びください。（MA）

※サイト提示層ベース

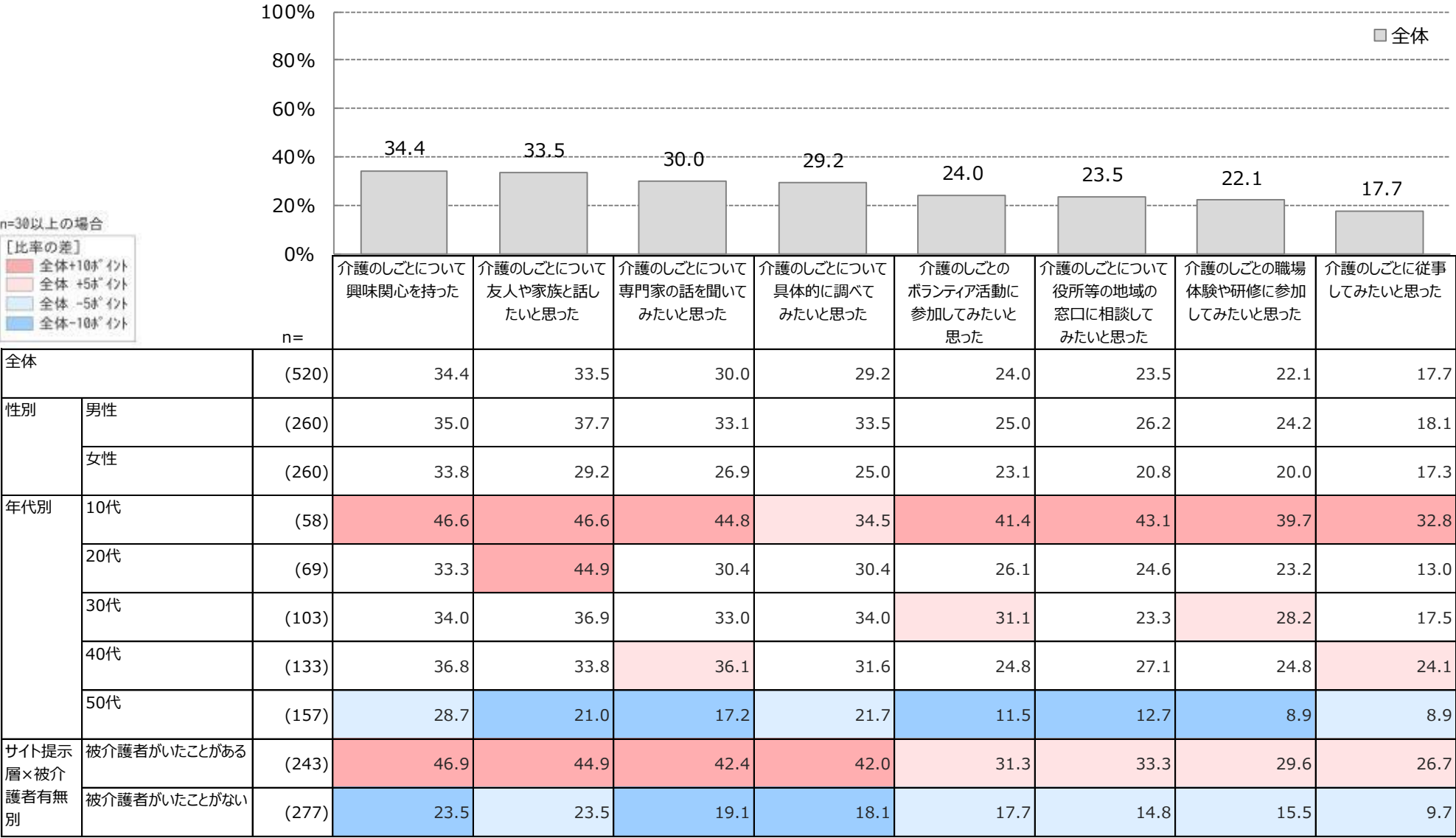


※MA全体のスコアで降順にソート

介護のしごとに対する意識（サイト提示層）

あなたは、サイトをご覧になって介護のしごとについてどのように感じましたか。最もあてはまるものをお選びください。（MA）

※サイト提示層ベース



※全体のスコアで降順にソート ※TOP2のスコアで掲載

3.ミドル層向けの施策

- ①セカンドキャリア働き方発見フェアへの出展
- ②子育て層向け「WORKO！」セミナーの実施

ミドル層向け施策



ミドル層
子育てを終えた層

①ミドル層（40～50代）へのイベント訴求

40～50代の就職活動や転職活動を応援するイベント「セカンドキャリア働き方発見フェア」に出展し、仕事の紹介や今後の動き方について個別相談を実施。会場にて介護の仕事の魅力やキャリアプランについて紹介するプレゼンテーションを行いました。

イベント概要

セカンドキャリア働き方発見フェア

【概要】

- ✓ 日時：2023年9月1日（金）～2日（土）（「GOOD LIFE フェア」内で開催）
- ✓ 会場：東京ビッグサイト
- ✓ 来場者数：GLフェア 約3.5万人 ※有料イベント（前売り1,000円、当日1,300円）

セカンドキャリアフェア 1,264名

- ✓ セミナー参加人数：約30名
- ✓ ブース参加・相談数：39名
- ✓ 特別協力：株式会社マイナビミドルシニア

【実施内容】

- ・セミナー
- ・出展ブースでの個別相談、アンケート
- ・会場でのチラシ配布等



セカンドキャリア
働き方発見フェア

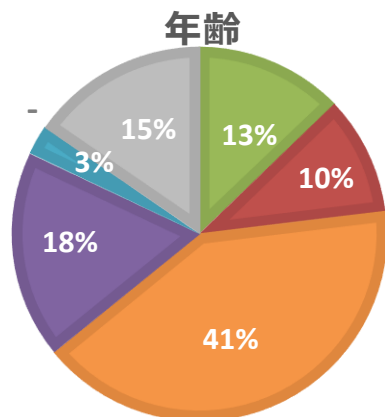
ミドル層向け施策

①ミドル層（40～50代）へのイベント訴求

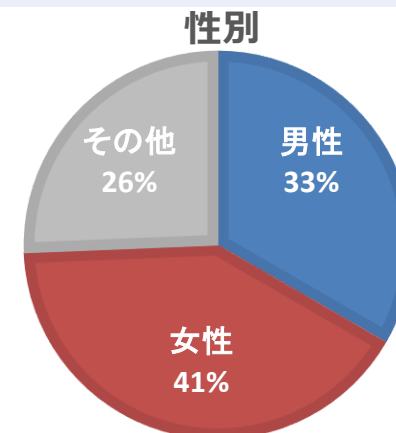


ミドル層
子育てを終えた層

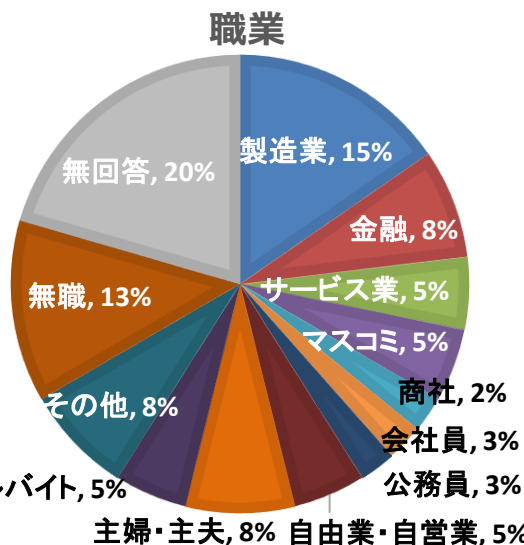
「セカンドキャリア働き方発見フェア」 アンケート結果（n=39）



■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代 ■ 70代 ■ 80代以上 ■ 無回答

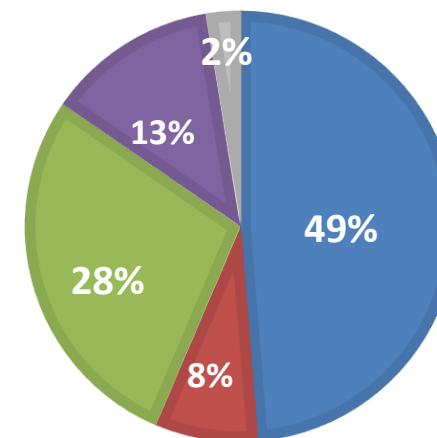


■ 男 ■ 女 ■ その他



■ 製造業 ■ 金融 ■ サービス業 ■ マスコミ
■ 商社 ■ 会社員 ■ 公務員 ■ 自由業・自営業
■ 主婦・主夫 ■ パートアルバイト ■ その他 ■ 無職
■ 無回答

現在の就職活動・転職活動



■ 就職活動・転職活動をしている
■ 就活・転活を検討している
■ 転職までは考えていないが将来に備えてパラレルキャリアを持ちたいと考えている
■ 転職までは考えていないがリスティングなどを検討している
■ 無回答

ミドル層向け施策

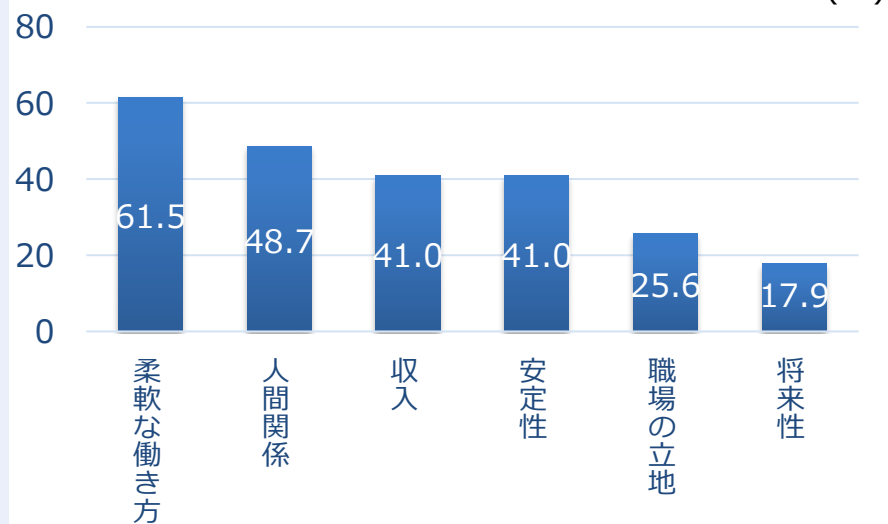
①ミドル層（40～50代）へのイベント訴求



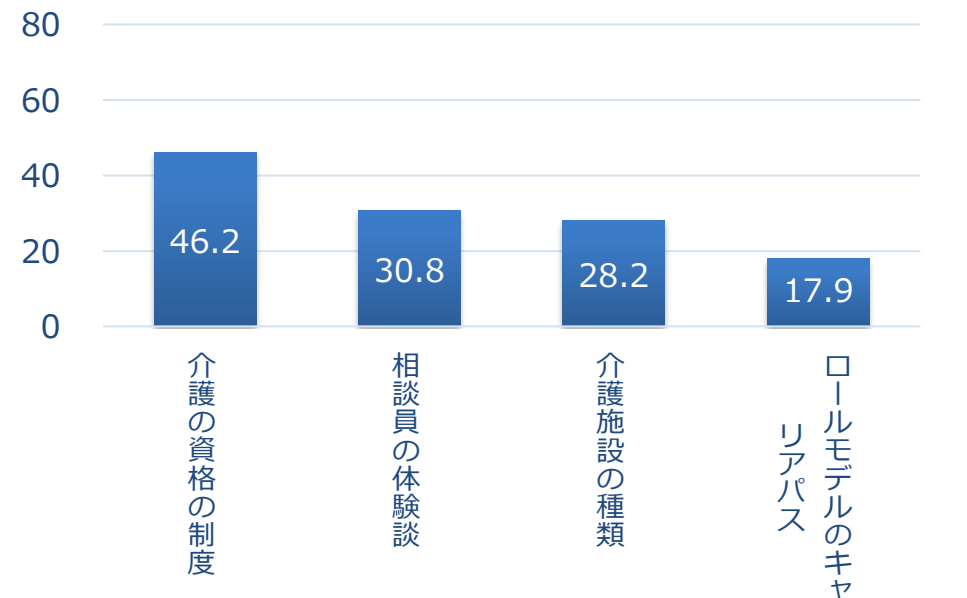
ミドル層
子育てを終えた層

「セカンドキャリア働き方発見フェア」 アンケート結果（n=39）

仕事選びをする際にあなたが重視するのは
何ですか？（複数回答可）



ブースの話でどの内容が参考になりましたか。
（複数回答可）



自由回答

- 介護の仕事の働き方。
- 介護制度の在り方。
- 業務分担の話。
- 認知症など含めたまちづくりの事例。

ミドル層向け施策

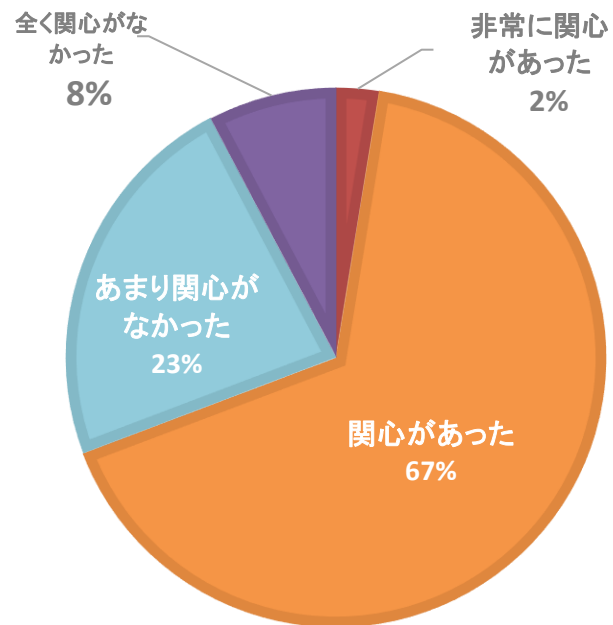
①ミドル層（40～50代）へのイベント訴求



ミドル層
子育てを終えた層

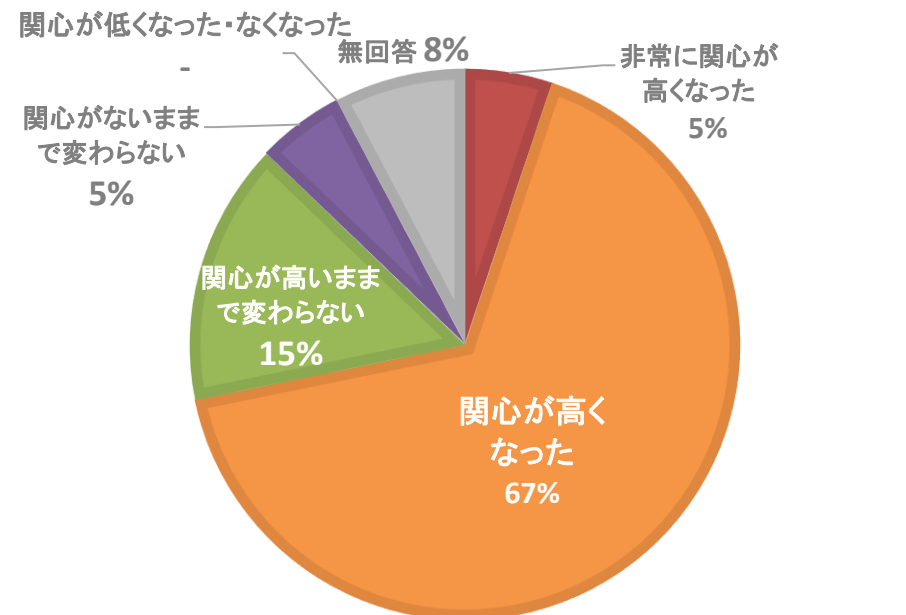
「セカンドキャリア働き方発見フェア」 アンケート結果（n=39）

就職先としてどの程度関心がありましたか。



■ 非常に関心があった
■ 関心があった
■ あまり関心がなかった
■ 全く関心がなかった

就職先として福祉・介護業界への関心は変化しましたか。



■ 非常に関心が高くなった
■ 関心が高くなった
■ 関心が高いままで変わらない
■ 関心がないままで変わらない
■ 関心が低くなった
■ 無回答

ミドル層向け施策

①ミドル層（40～50代）へのイベント訴求



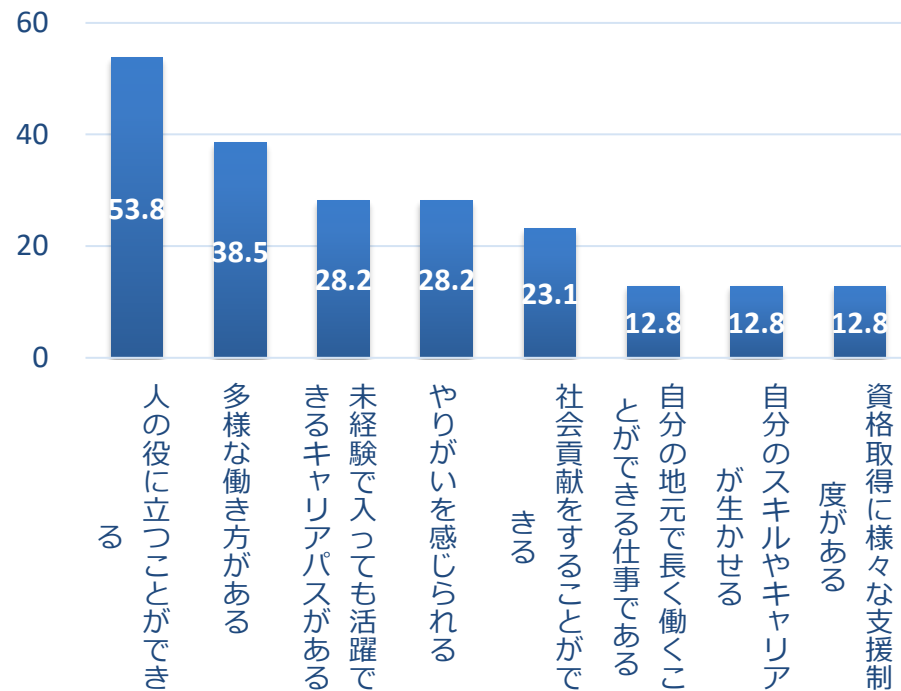
ミドル層
子育てを終えた層

「セカンドキャリア働き方発見フェア」 アンケート結果（n=39）

介護の仕事のこういった点に魅了を感じましたか。

（複数回答可）

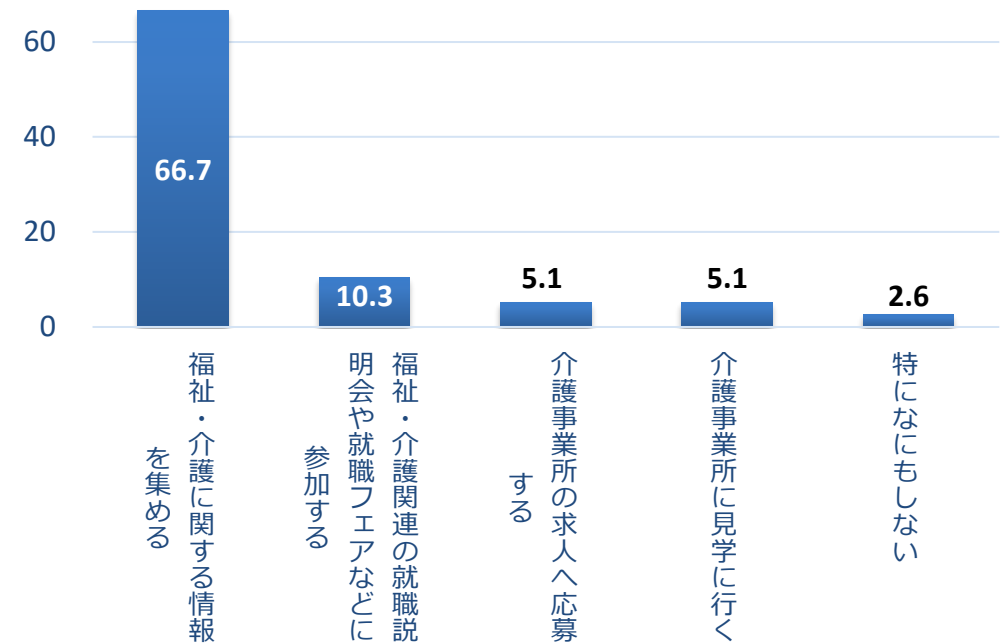
（%）



今後、あなたが実践する可能性があることをすべて

お選びください。（複数回答可）

（%）



自由回答

- 福祉・介護だけでなく、街づくりの1つとして活動する。
- スケッターに登録する。
- 今後の介護制度を考える。
- もう少し詳しく学んでから考えてみたい。

ミドル層向け施策



ミドル層
子育てを終えた層

②ミドル層（40～50代）向けオンラインセミナー

子育て層が参加する「WORKO!」でオンラインイベントを実施。子育てと仕事の両立や復職を希望するものの一歩踏み出せない子育て層（男女）に対して、多様な働き方と合わせて介護の仕事の魅力・やりがいを紹介することで、興味関心を高めました。

WORKO!オンラインセミナー概要

配 信：2023年11月30日開始

会 場：オンラインにて実施（事前収録）

主 催：朝日新聞社

視聴者：子育て中の夫婦、子ども

視聴数：

YouTube 237,532回（20万回想定）

採録（特設サイトに掲載） 10,358PV（1万PV想定）



【プログラム内容】自分らしく築くキャリア ～ケアの仕事の可能性～

- ・第1部：ハリー杉山さんトークショー 登壇者＞ハリー杉山さん、町亞聖さん
- ・第2部：トークセッション

登壇者＞ハリー杉山さん、町亞聖さん

山田真由美さん（株式会社ソーシャルビューティーフォト代表取締役社長）

照沼弘子さん（介護支援専門員、介護福祉士）



ミドル層向け施策



ミドル層
子育てを終えた層

②ミドル層（40～50代）へのオンラインセミナー

WORKO!オンラインセミナー 自分らしく築くキャリア～ケアの仕事の可能性～ タイアップページレポート



レポート集計期間:2023年12月18日～3月31日

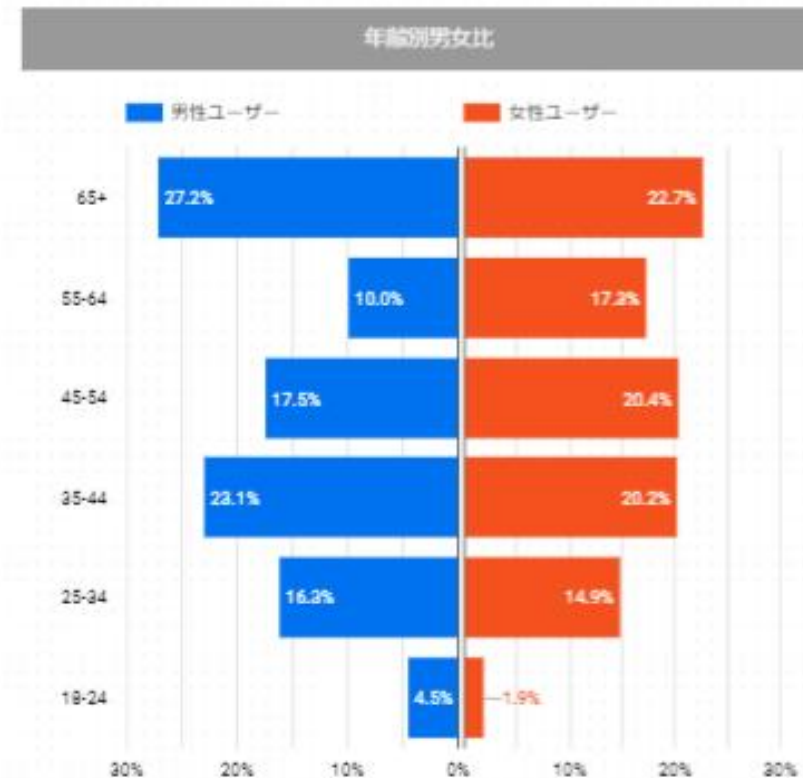
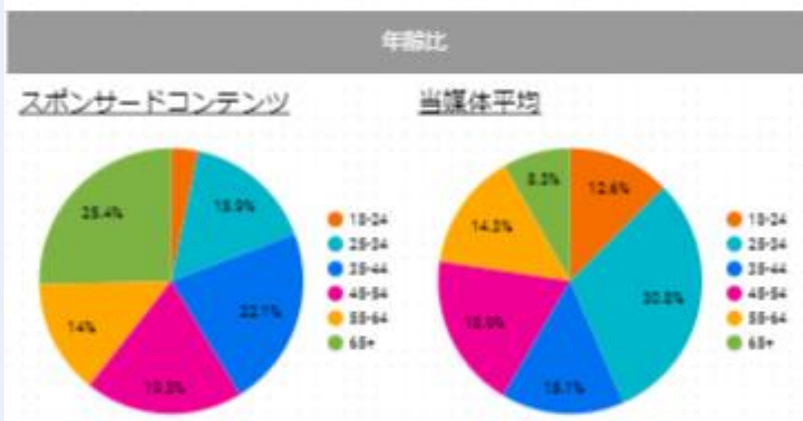
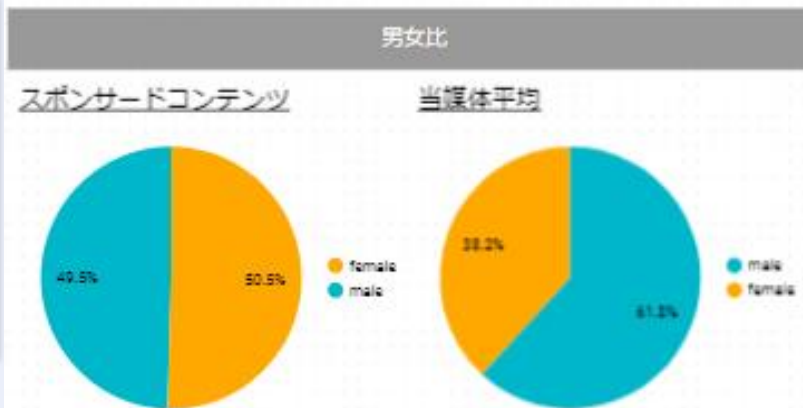
ミドル層向け施策



ミドル層
子育てを終えた層

②ミドル層（40～50代） 向けオンラインセミナー

WORKO!オンラインセミナー 自分らしく築くキャリア～ケアの仕事の可能性～ タイアップページレポート



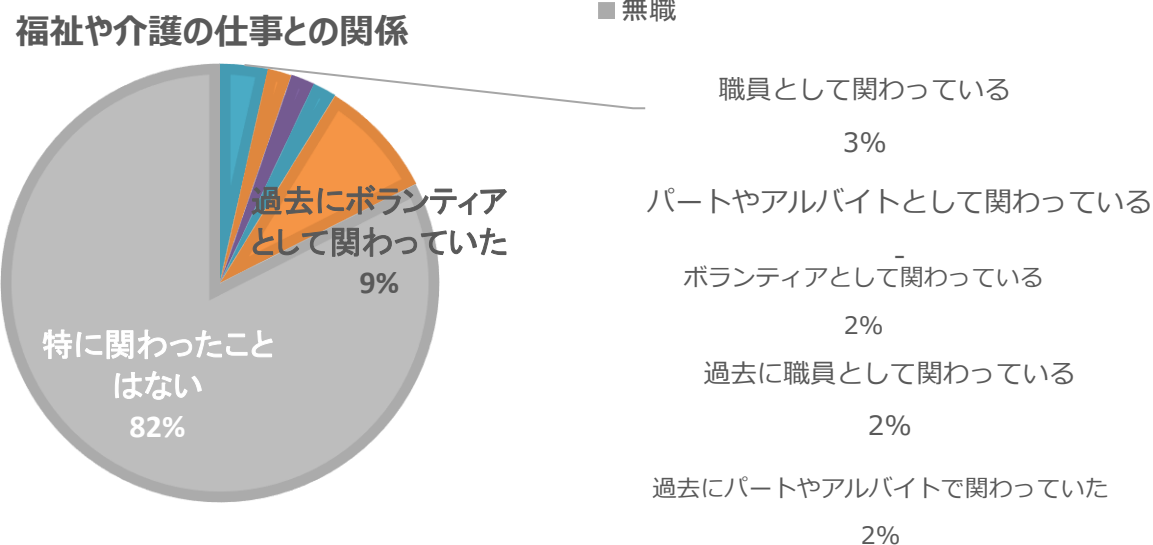
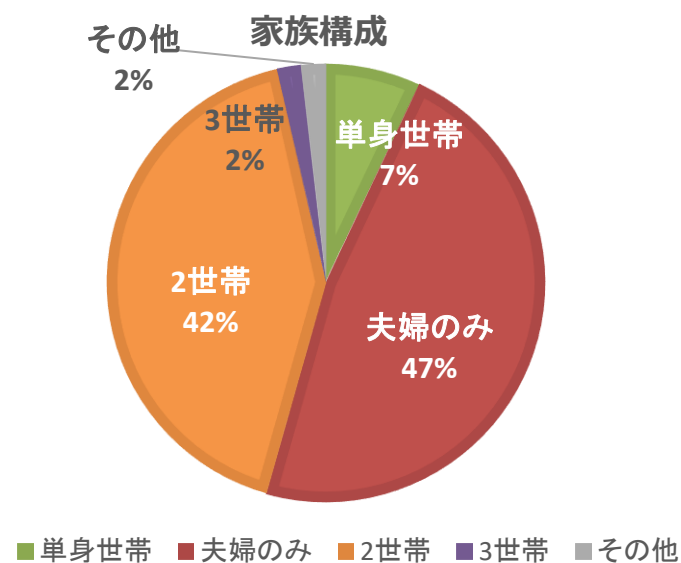
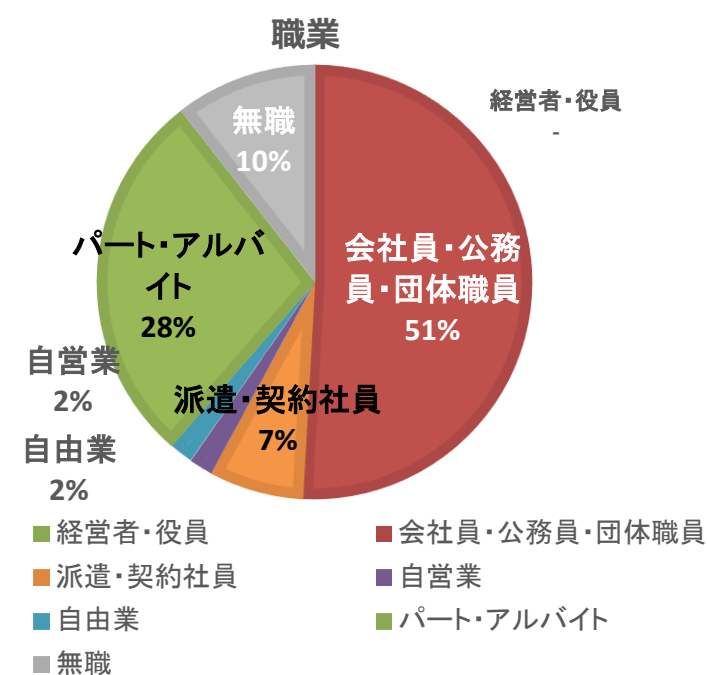
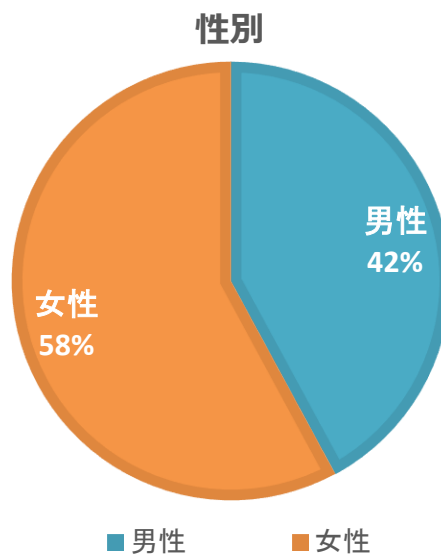
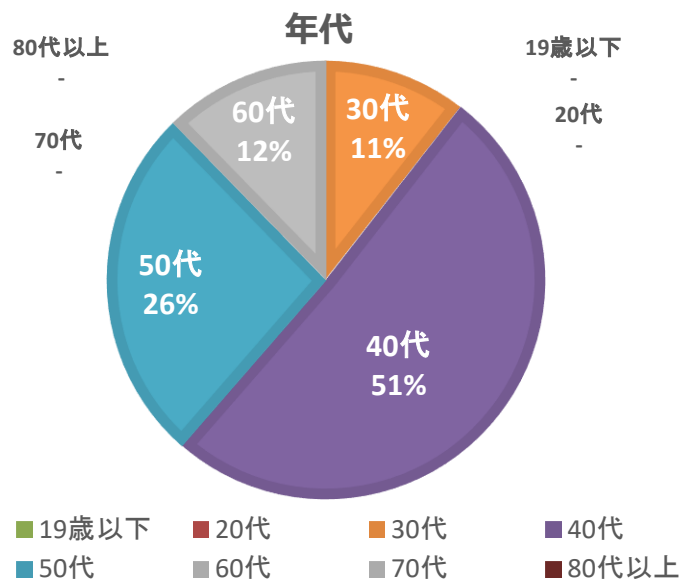
レポート集計期間:2023年12月18日～3月31日

ミドル層向け施策



ミドル層
子育てを終えた層

WORKO!セミナー視聴後アンケート(n=57)

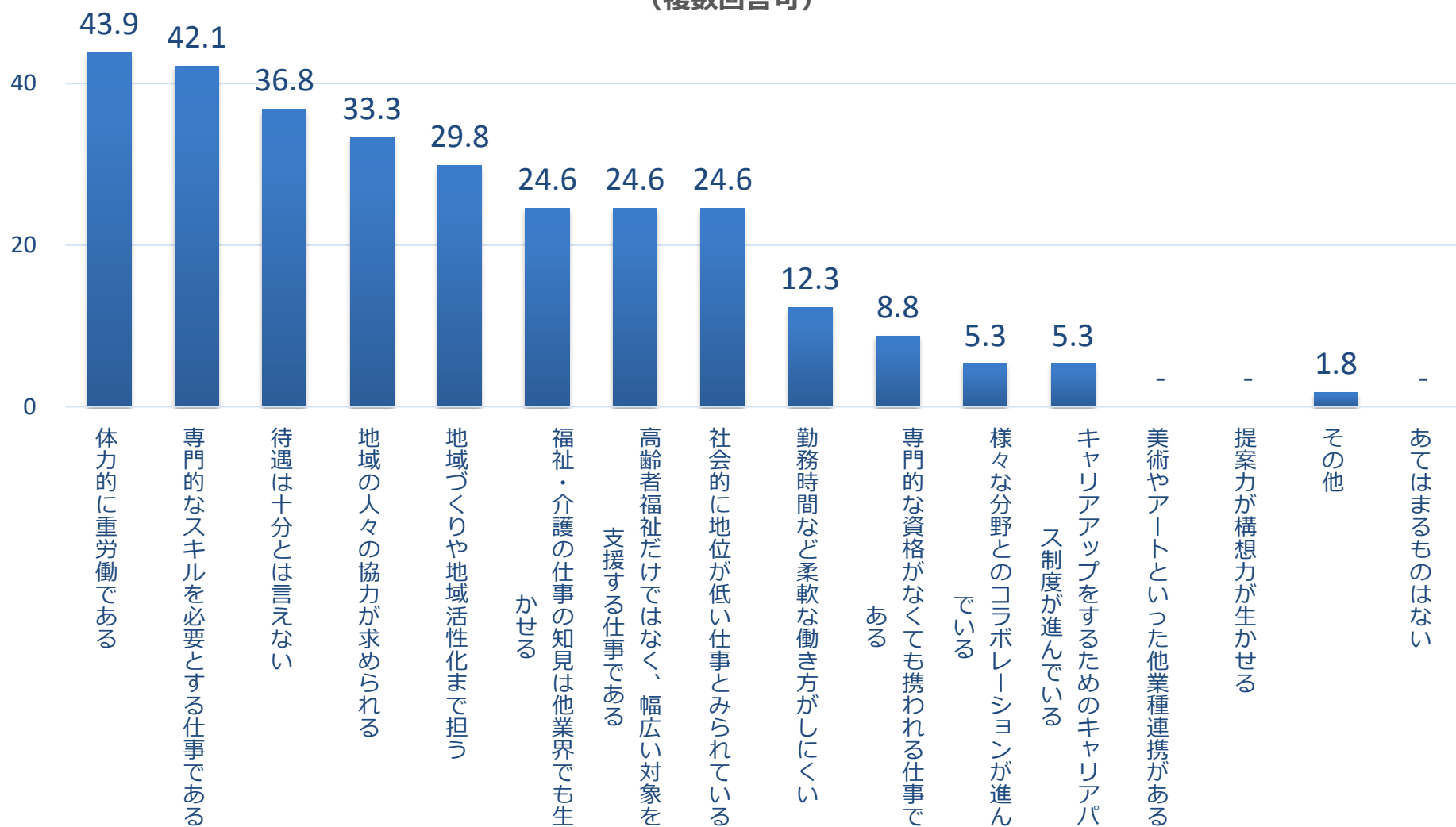




WORKO!セミナー視聴後アンケート(n=57)

介護の仕事のイメージ
(複数回答可)

(%)



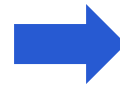
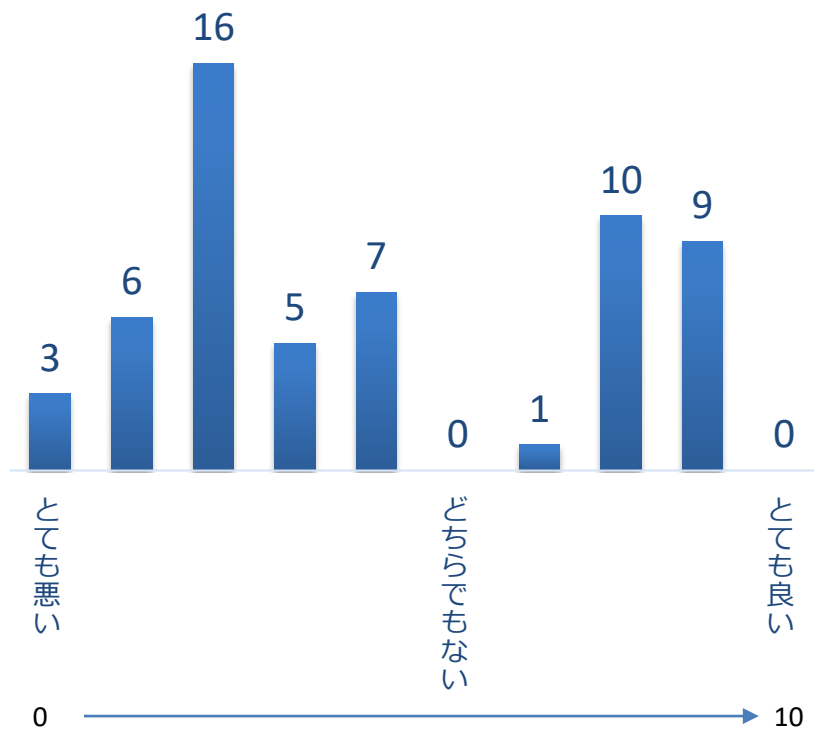
ミドル層向け施策



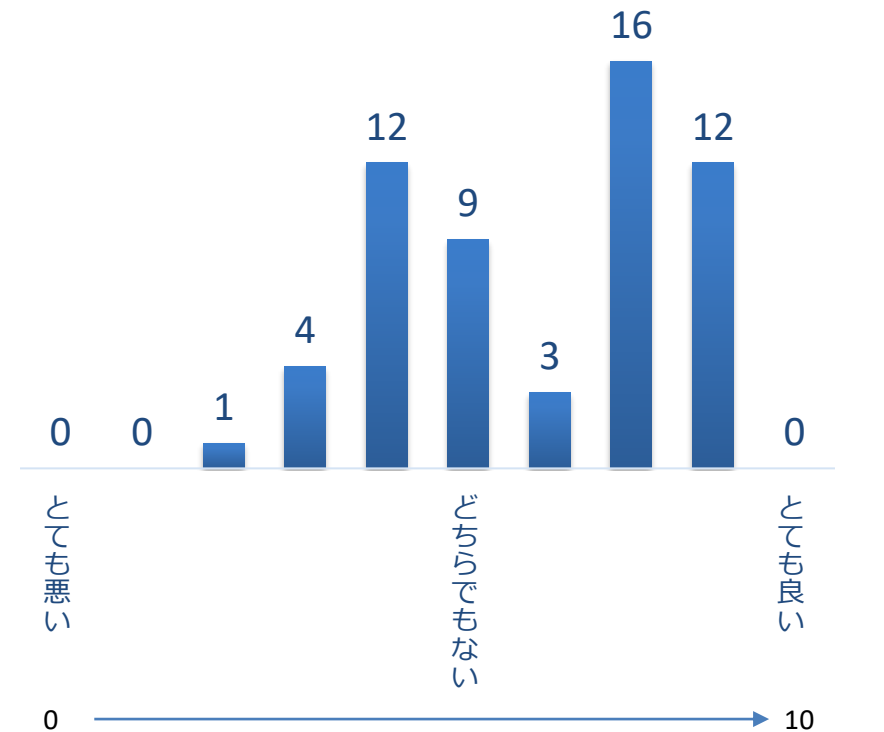
ミドル層
子育てを終えた層

WORKO!セミナー視聴後アンケート(n=57)

オンライン視聴前の介護の印象
(10段階評価)



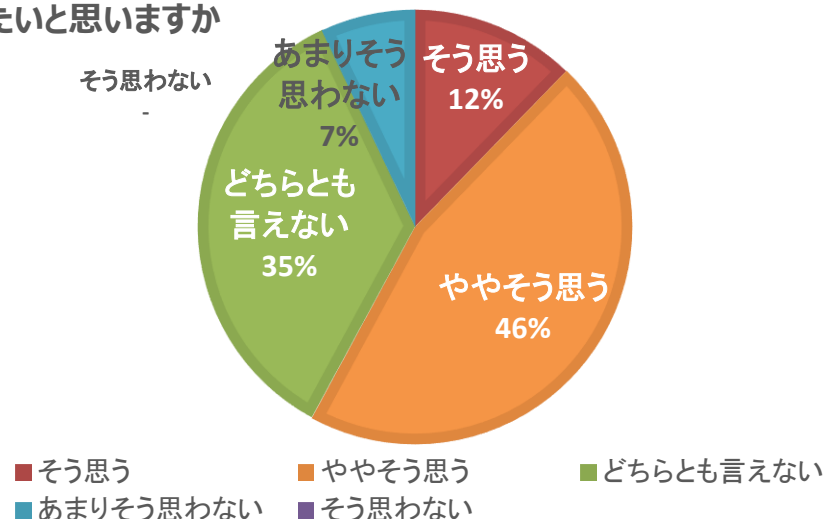
オンライン視聴後の介護の印象
(10段階評価)



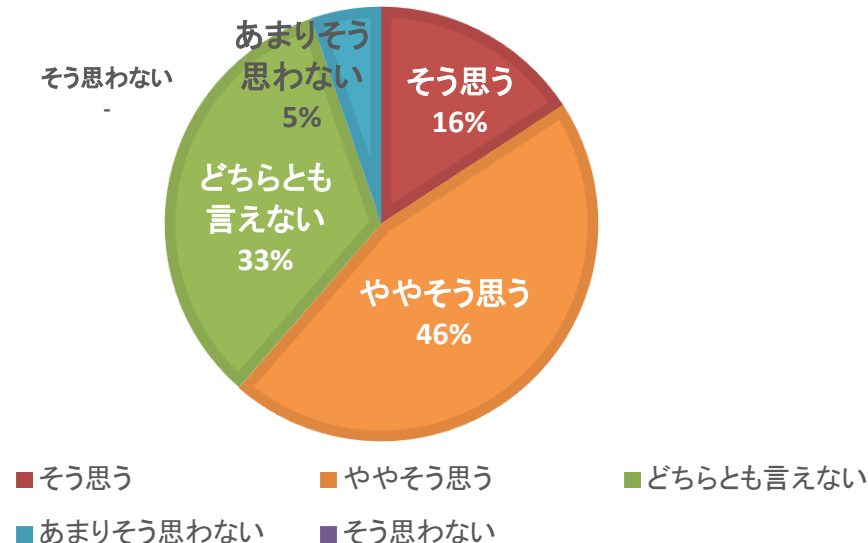


WORKO!セミナー視聴後アンケート(n=57)

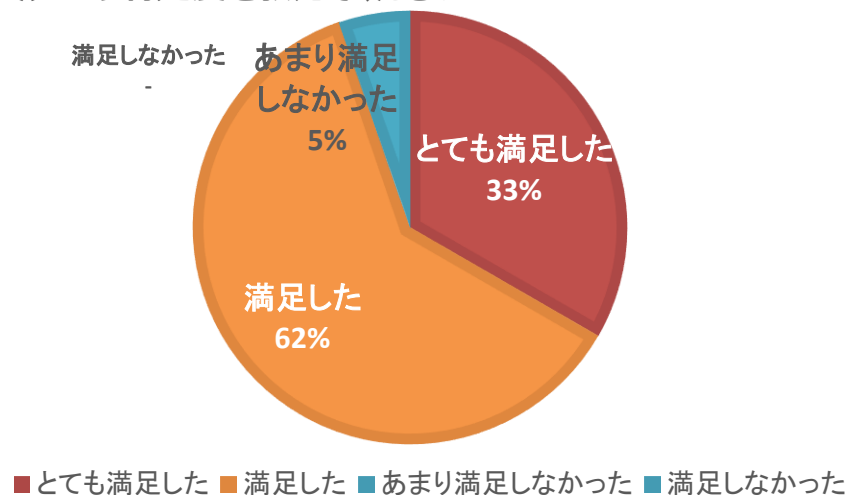
オンラインセミナーを視聴して、あなたは今後、介護の現場で働きたいと思いますか



あなたは今後、地域の介護施設などの職場体験に参加したいと思いますか



オンラインセミナーの満足度を教えてください





WORKO!セミナー視聴後アンケート(n=57)

自由回答

- 母の介護をしています。介護士の給料は十分とは言えず、また要介護者の家族にも支援が充実していないのが現状です。
- 介護経験のある方のリアルな話と、セカンドキャリアとしての話と2つに分かれた構成でよかった。
- 資格やスキルがなくても、働きながら学び、資格を取得することができると知った。体力的にも負担の大きい職業の印象だったが、セミナーを見て、幅広い職種や自分の趣味を仕事にできる可能性があることがわかった。介護の仕事に関心をもつきっかけになった。
- 母の介護をしていたので、その時のことを思い出した。介護は誰にでも起こりうることなので、世の中から必要とされる職業。たくさんの若い人が介護の仕事を志すことを願いたい。実際はなかなか難しいと思う。このように第二の仕事として従事する方もいることを知ったので、子育てを終えた方などにも興味を持ってもらいたい。
- 体力的にも精神的にもつらいイメージのある仕事だったが、セミナーを聞いて少し印象が変わった。特技を生かして自分も成長できるのは良いこと。もっとたくさんの人に経験を聞けるといいと思う。介護業界に関心が湧いた。
- 過去にボランティアで少し関わったことがあるが、今は介護の働き方も多様化していると感じた。また、家庭の事情などに柔軟に対応し、職場を選べる会社も増えている印象を持ち、介護への関心が少し高まった。今後更に需要を増す職業なので、待遇や社会的地位の向上に期待したい。



WORKO!セミナー視聴後アンケート(n=57)

自由回答

- 介護の仕事は大変なイメージだったが、色々な仕事があることを知った。自分の好きなことを生かせる仕事は魅力的。今後のキャリアを考える上で、選択肢になるかもしれない。
- セカンドキャリアとして介護の仕事を選択した方のお話が参考になった。知識や経験もないが、40代でも一から学ぶことができる業界で、興味を抱いた。地域で働くことができそうなので、調べてみたいと思った。
- 介護の仕事は体力勝負の印象があるが、多岐に渡ることを学んだ。自分は体力があるので、その強みを生かせるのではないかと思った。
- 今後のライフシフトの選択肢として考えてみたい。どんな施設や資格、職種があるかまずは調べてみたい。
- 祖母の介護を思い出した。地域との結びつきが強い職種と感じた。今はまったく関係ない職種についているが、地域と密着した介護の仕事に興味を持った。まずはボランティア活動などから体験してみたいと思った。
- セミナーを見て、自分にできる仕事もあるのではないかと考えるきっかけになった。



WORKO!セミナー視聴後アンケート(n=57)

自由回答

- 介護の仕事に興味を持った。ボランティアなどに参加してみたいと思うが、どこに情報があるかわからない。初心者にもわかりやすい情報サイトがあると良いと思う。
- 60代で既に定年を迎えているが、このセミナーを目にする機会があり、まだ体力的に自分にも何かできることがあるのではないかと感じた。介護と言っても様々で、自分の得意分野を仕事に生かせるのかもしれないと思った。事業者の知り合いなどを通じてもう少し情報を取ってみたいと思う。
- 自分にもまだできることがあるかもしれない、と考えさせられた。知人が介護のボランティアをしていることもあり、身近ではあったが、自分にも、地域貢献含めてできる仕事があるのではないかと興味があった。今後、情報収集してみたい。このようなセミナーは有意義なのでもっと実施してほしい。
- 介護はこれまであまり関わることのない世界だったが、セミナーを見て、いつ身近なことになってもおかしくないと改めて感じた。自分でも介護に関する知識を深めておくことが必要で、将来に備えたいと感じた。社会福祉法人等から情報を得たり、地域のボランティアに参加したり、できることから始めてみたいと思った。
- セカンドキャリアとして介護の仕事を選択した方のお話が参考になった。知識や経験もないが、40代でも一から学ぶことができる業界で、興味を抱いた。地域で働くことができそうなので、調べてみたいと思った。



WORKO!セミナー視聴後アンケート(n=57)

自由回答

- 知人が高齢世帯の買い物など、軽い仕事を行っている。話を聞いたりするなど、介護といっても色々な仕事があると聞いていた。セミナーを見て、もう少し知りたくなった。地域のコミュニティや知人に聞いたり、調べてみたいと思った。
- 介護の仕事は体力勝負の印象があるが、多岐に渡ることを学んだ。自分は体力があるので、その強みを生かせるのではないかと思った。今後のライフシフトの選択肢として考えてみたい。どんな施設や資格、職種があるかまずは調べてみたい。
- 祖母の介護を思い出した。地域との結びつきが強い職種と感じた。今はまったく関係ない職種についているが、地域と密着した介護の仕事に興味を持った。まずはボランティア活動などから体験してみたいと思った。
- 介護の仕事といっても様々な側面があることがわかった。自分の好きなことや趣味を仕事にいかすことができるのは、とても充実感がある。今回出演していた方も、仕事へのやりがいがとてもあるように感じられた。介護の仕事に関心を持つきっかけとなった。地域でできることがないか調べてみようと思った。
- ハリーさんのお話がよかった。自分よりもだいぶ若いが、大変な時期を経験されていることを初めて知った。お父さんとのエピソードが印象に残っている。



WORKO!セミナー視聴後アンケート(n=57)

自由回答

- 家族が地元の介護職の方に大変お世話になっていたので、身近な仕事に感じる。若い世代はもちろんだが、子育てを終えた世代でも地域貢献として携わることができる仕事だと知った。一般的な待遇の低さや労働の大変さを感じる職業なので、より多くの人が志すような環境に国に変えてもらいたい。
- 自分はこれからお世話になる可能性がある。40～50代の方でも、セカンドキャリアで始める仕事として介護を選択してもらえるのはうれしい。こういう方がもっと増えてくれると良い。大変な側面も多いと思うが、介護の仕事の魅力をどんどん発信してほしい。
- 資格や専門的な知識がなくても始めることができることを知った。このような情報もなかなか普段知りえないので、様々な形で発信されると良い。
- キャリアアップの選択肢になること、好きなことを介護の仕事に生かせることを本セミナーを通して知った。今後も参考となるような方のお話を聞ける機会を提供してほしい。
- 親の介護経験はあるが、仕事として携わる方に敬意を抱いている。これからの社会を支えていく人材なので、若い方々に希望をもってもらえる職種になることを願う。このようなセミナーをたくさん開催して介護に関わる人材が増えるようになっていくと良い。



WORKO!セミナー視聴後アンケート(n=57)

自由回答

- セミナーを見て、自分にできる仕事もあるのではないかと考えるきっかけになった。
- 介護の人材不足は社会問題。待遇改善や社会的地位の向上など、取り組むべき課題がたくさんある。従事者の方々のお話はとても学びが多く、ライフシフトという選択肢もあるのだということを実感した。
- 介護職に携わる意味が解る内容についてでは、有意義なセミナーになると思う
- 介護を家族だけでなく、専門スタッフの人に依頼することは「逃げ」ではないと改めて感じることができました。
- 介護が地域の方々のサポートも得ながら無理なくできる時が来ればいいなと思った。
- 近くに施設があるので知り合いもいる。仕事に誇りをもってほしい。
- きついイメージしかない。家族が介護必要にならないとわからない。
- いろいろな働き方があるようだが、今すぐ転職は考えない。でも世の中にとって必要な職業だと思う。
- 地域によっても差があると思う。都会の施設は環境が整っているし人も多い。地方は人材不足が深刻だ。



WORKO!セミナー視聴後アンケート(n=57)

自由回答

- 若い人が介護職に就きたがらないだろう。第二の人生として選択する人をもっと増やさないとますます人材難で大変なことになる。
- 職につけば将来親の介護に役立つことがあるかもしれないと思った。
- 重労働で夜勤もあるので大変だと思う。ライフシフトでできる仕事なのか。他の人の話も聞いてみたい。
- 一般的には重労働で地位の低い職種だと思われる。もっと社会全体が介護従事者にフォーカスをあてた方がよい。国やメディアがもっと対策を講じるべきだ。
- 資格や制度について知識がないので、情報を集めてみたい。資格取得ができ、キャリアアップにつながるのは魅力的。すぐに関わろうとは思わないが、今後の参考にしたい。
- 昔は関わりたくない分野の職業だった。今はだいぶ待遇や働き方も改善されているのだろうか。調べてみたい。
- 大変な仕事だが、待遇が良くない印象。もっと社会的な地位を向上させないと人材が増えない。
- 介護業界は大変なイメージだが、世の中にとって大事な仕事だと思う。生き生きと働く人がいるのは良いこと。

4. アクティブシニア層向けの施策

- ① 大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催
- ② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

アクティブシニア向け施策



アクティブシニア

①大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

大規模アクティブシニアコミュニティ「Reライフプロジェクト」が開催するリアルイベントでセミナーを実施。2,000~3,000人のアクティブシニアに対して、直接アプローチできる貴重な機会として、セカンドキャリアの一步を踏み出すきっかけ作りとともに、その選択肢としての介護の仕事の魅力を伝えました。

Reライフプロジェクトとは> 50代からの人生後半をアクティブに生きるための暮らしの悩みや楽しみを共有しようと、2014年に誕生した大規模アクティブ組織です。その中でも自ら希望して参加する「Reライフ読者会議メンバー」には50代~70代の男女1万人以上が登録しています。「働くこと」で自己実現や社会貢献をしたい意欲的なアクティブシニアが多いのが特徴です。

タイトル	朝日新聞Reライフフェスティバル2024春
実施日	2024年3月4日(月)
実施時間	9:00~18:30
実施会場	ロイヤルパークホテル(東京都中央区日本橋蛸殻町2-1-1)
来場者数	3,190人
参加費	無料
応募方法	朝日新聞本紙(編集紙面・広告)、朝日新聞デジタルなど
主催	朝日新聞社

■告知紙面



* 2020年9月の読者会議登録データより作成(n = 10,568)

アクティブシニア向け施策



アクティブシニア

①大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

「Reライフフェスティバル」では、人生100年時代のLIFESHIFT(ライフシフト) “好き”を生かし“社会”とつながる「介護のしごと」をテーマとしてセミナーを開催しました。採録記事を全国紙である毎日新聞および朝日新聞に掲載し、ターゲットである60代以上のアクティブシニア層に向けて、イベント内容を効率的・効果的に届けました。

イベント来場者数（全体）		
開催日		来場者数
2016年2月29日(月)	第1回	1,612名
2017年2月27日(月)	第2回	2,550名
2018年3月2日(金)	第3回	3,048名
2019年3月1日(金)	第4回	3,150名
2023年3月10日(金)	第5回	1,950名
2024年3月4日（月）	第6回	3,190名

■ セミナーテーマ

人生100年時代のLIFESHIFT(ライフシフト) “好き”を生かし“社会”とつながる「介護のしごと」

■ 出演者

- ・元福岡ソフトバンクホークス監督 工藤公康さん
- ・介護事業者 社会福祉法人 同愛会 理事長 菊地月香さん
- ・朝日新聞読者代表 桑原美奈子さん、村尾基雄さん
- ・進行 フリーアナウンサー・気象予報士 根本美緒さん

■ 内容

「自分の好きなことを生かせる仕事」、「地域・社会とつながれる場」としての介護のしごとの魅力を伝えていき、選択肢を広げる。

■ セミナー参加人数：155名（応募数2,149名）

■ アンケート回答数：115名

■ ブース：約120名



アクティブシニア向け施策



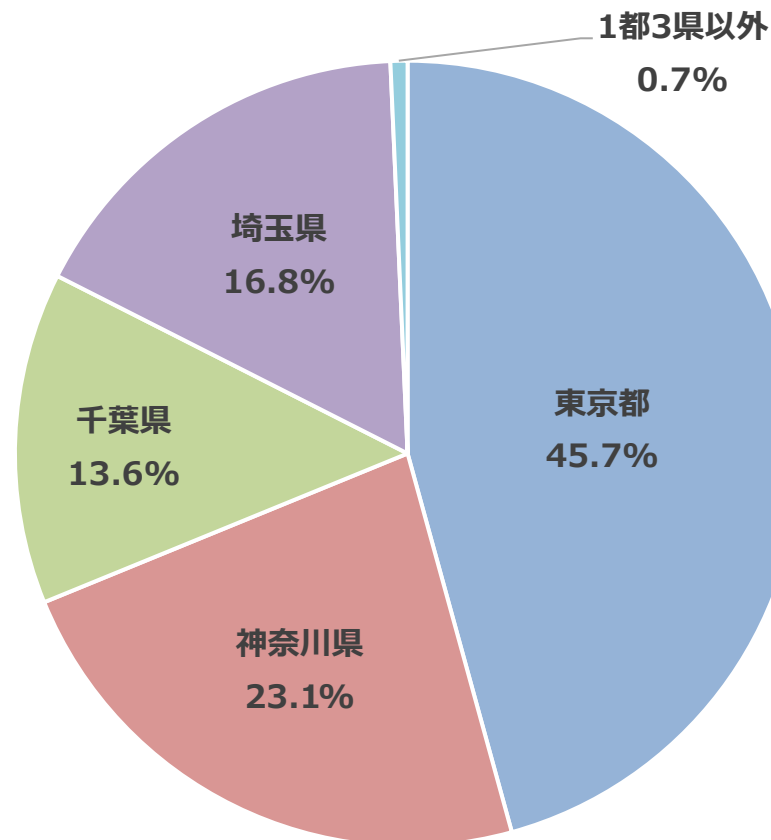
アクティブシニア

①大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

2024年3月4日開催「朝日新聞 ReライフFESTIVAL2024春」 来場者属性集計

住所別

住所	比率
東京都	45.7%
神奈川県	23.1%
千葉県	13.6%
埼玉県	16.8%
1都3県以外	0.7%
合計	100.0%





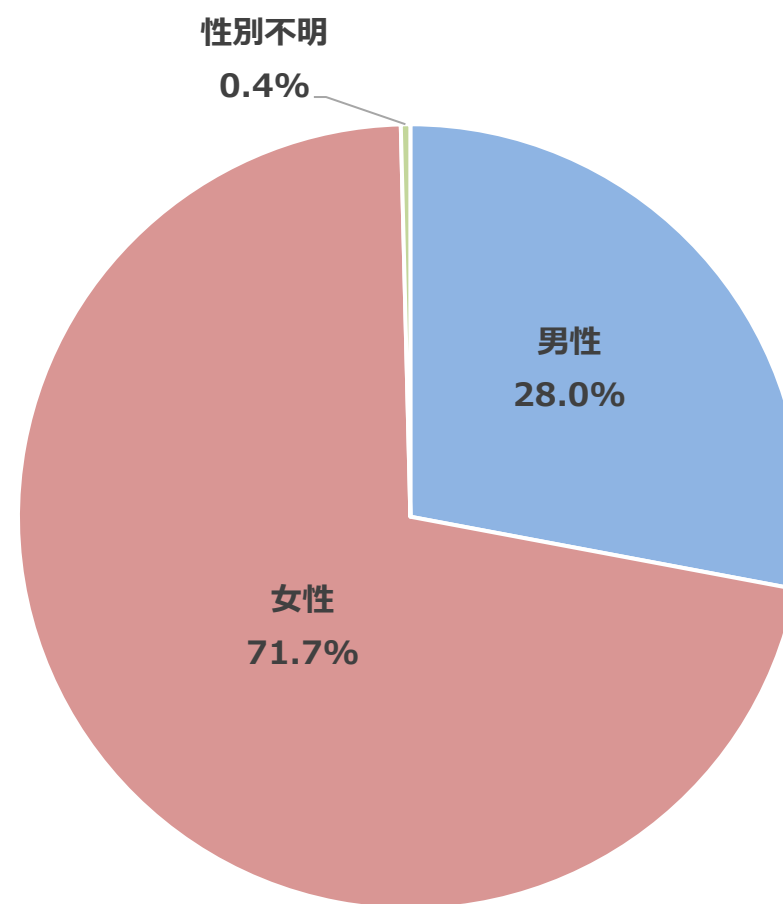
①大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

来場者属性（全体）

年代別・男女別

住所	男性比率	女性比率
20代以下	0.0%	0.0%
30代	0.1%	0.0%
40代	0.1%	0.2%
50代	10.4%	21.9%
60代	37.3%	42.9%
70代	51.7%	34.9%
80代	0.3%	0.1%
90代以上	0.0%	0.0%
合計	100.0%	100.0%

男女別



アクティブシニア向け施策

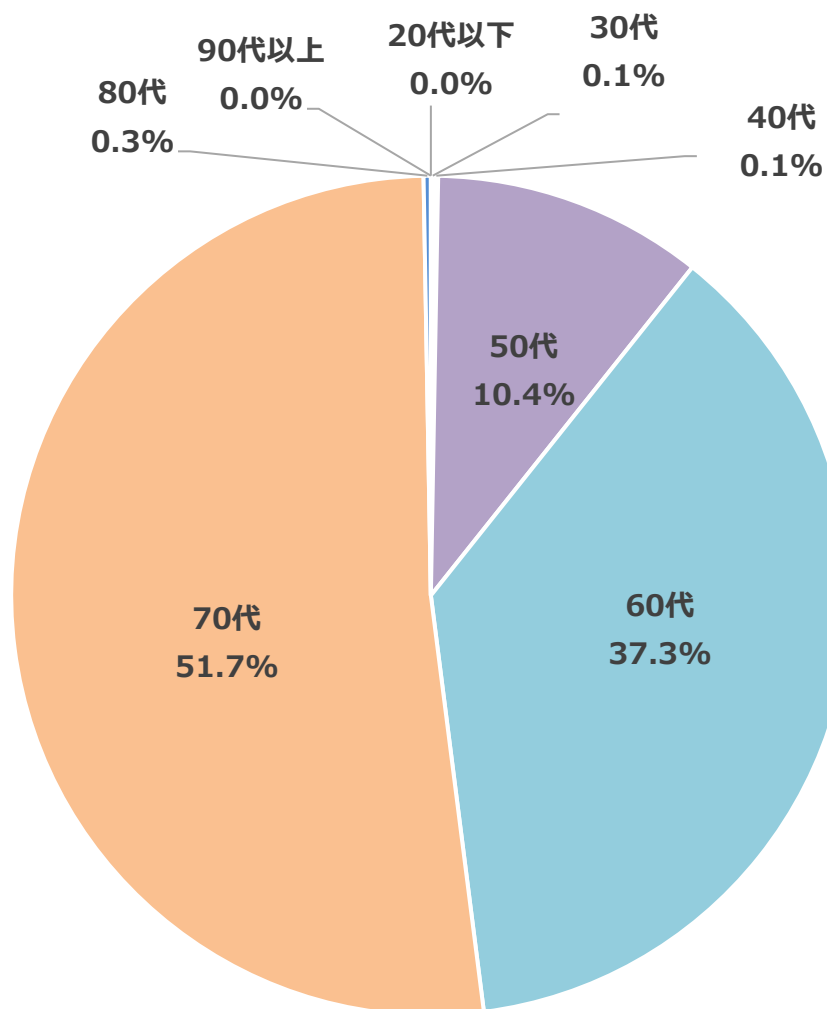


アクティブシニア

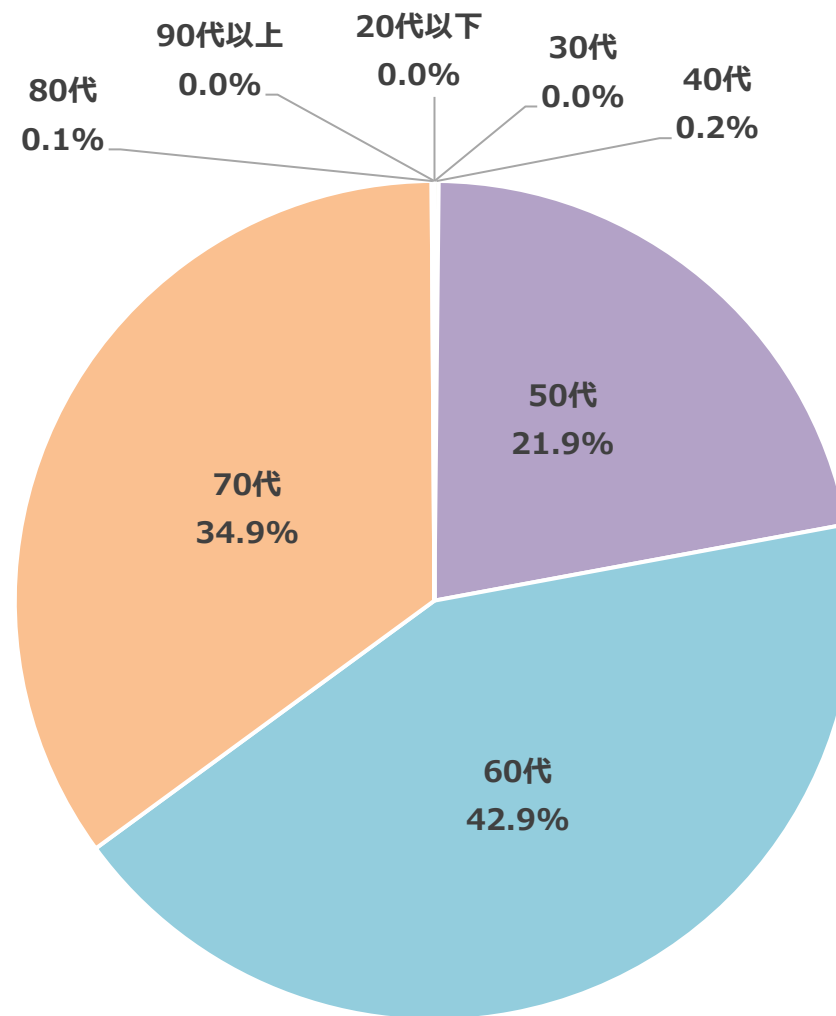
①大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

来場者属性（全体）

年代別・男性



年代別・女性



アクティブシニア向け施策

①大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催



アクティブシニア

「人生100年時代のLIFE SHIFT “好き”を生かして“社会”とつながる介護のしごと」セミナー風景





①大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

「人生100年時代のLIFE SHIFT “好き”を生かして“社会”とつながる介護のしごと」セミナー風景



アクティブシニア向け施策



アクティブシニア

① 大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

ブースまわり



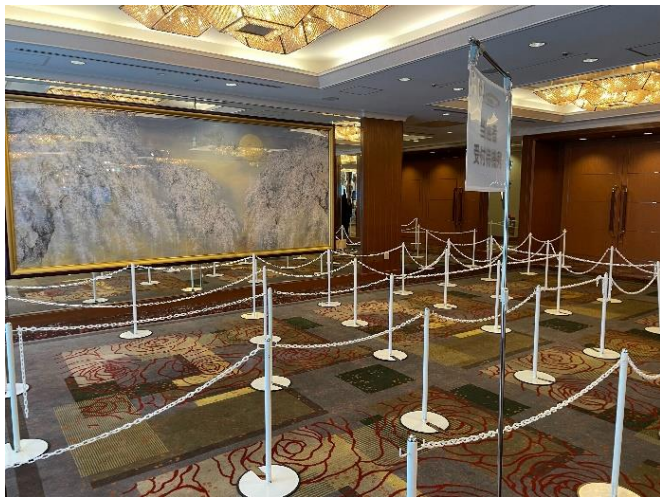
アクティブシニア向け施策



アクティブシニア

①大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

メイン会場前待機列



メインステージ



メイン会場風景客入れ前



メイン会場風景①



メイン会場風景②



会場退場



アクティブシニア向け施策

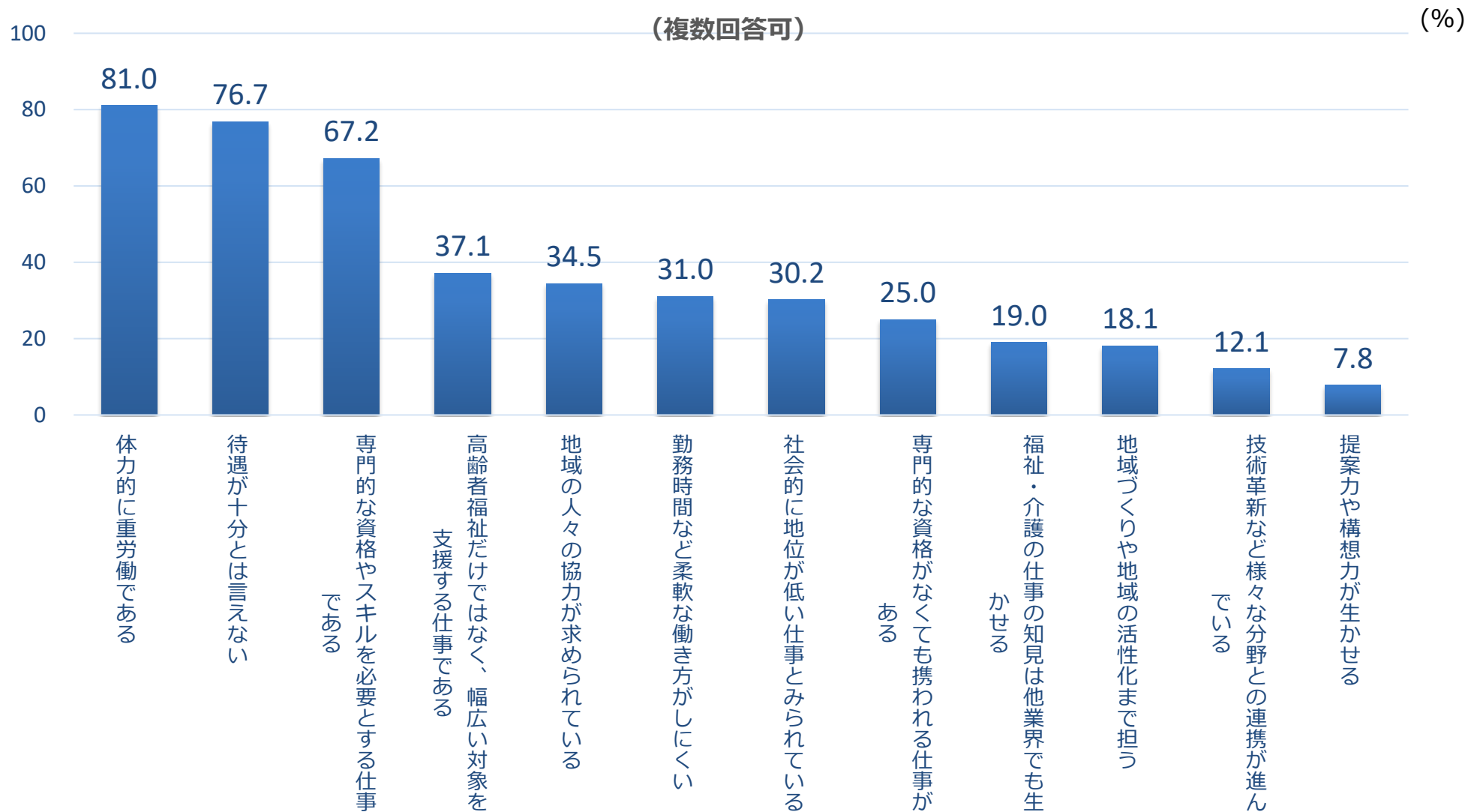


アクティブシニア

①大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

セミナーアンケート結果（n=116）

介護の職場のイメージ
（複数回答可）



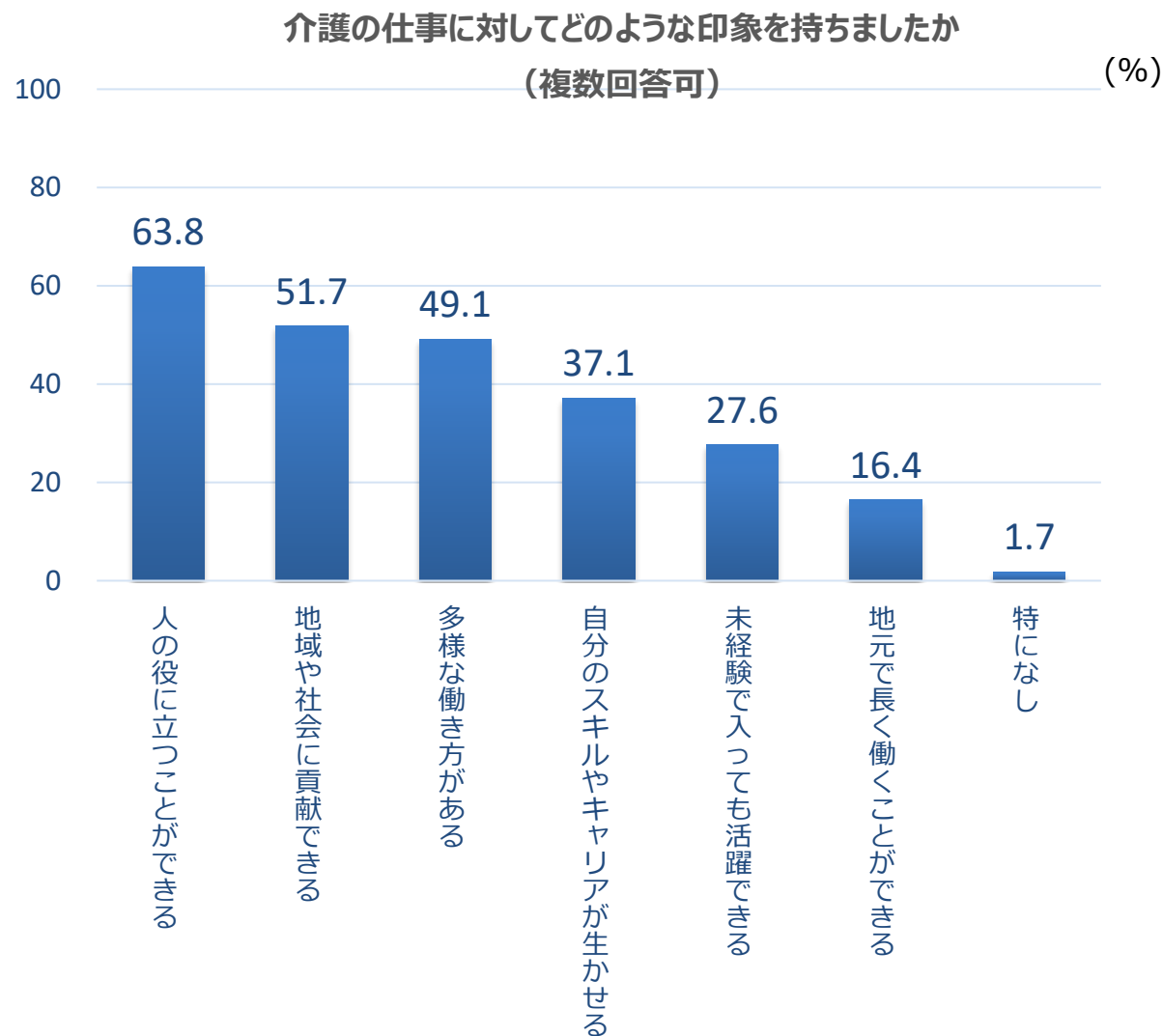
アクティブシニア向け施策



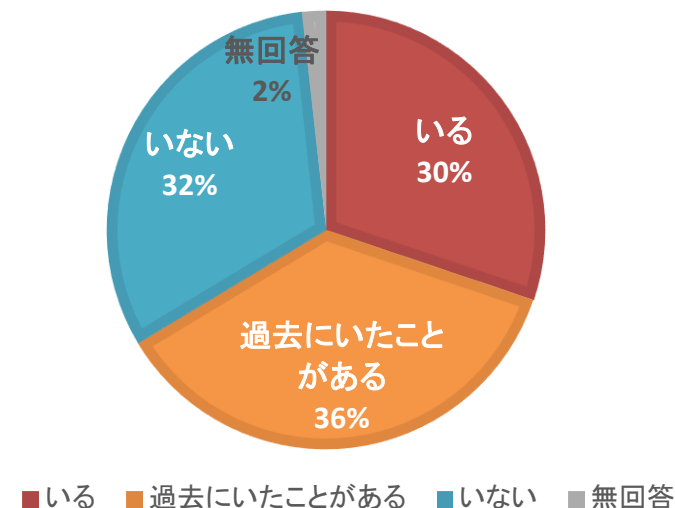
アクティブシニア

①大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

セミナーアンケート結果（n=116）



身の回りに介護が必要な人はいるか



アクティブシニア向け施策

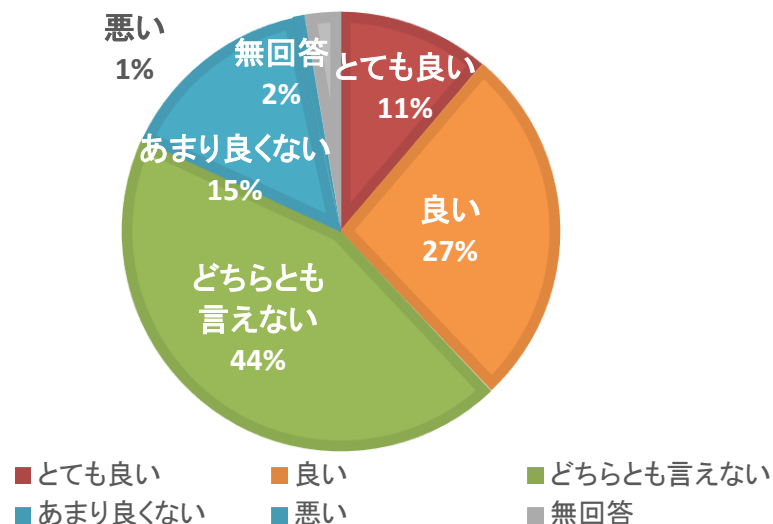


アクティブシニア

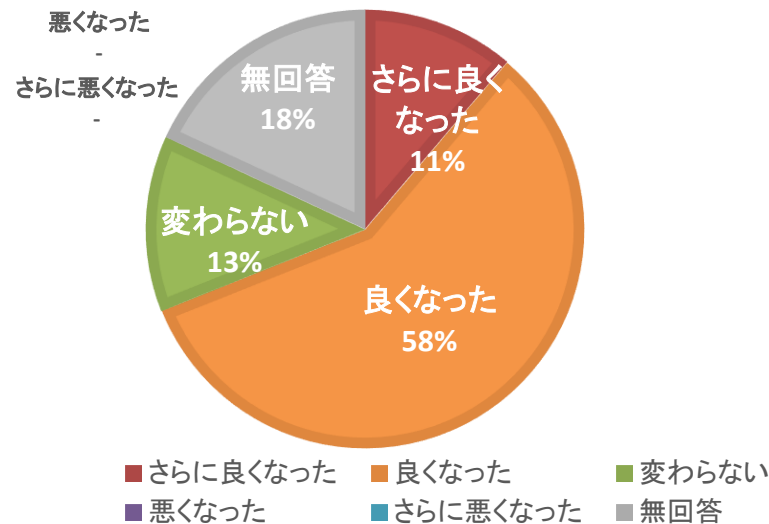
①大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

セミナーアンケート結果 (n=116)

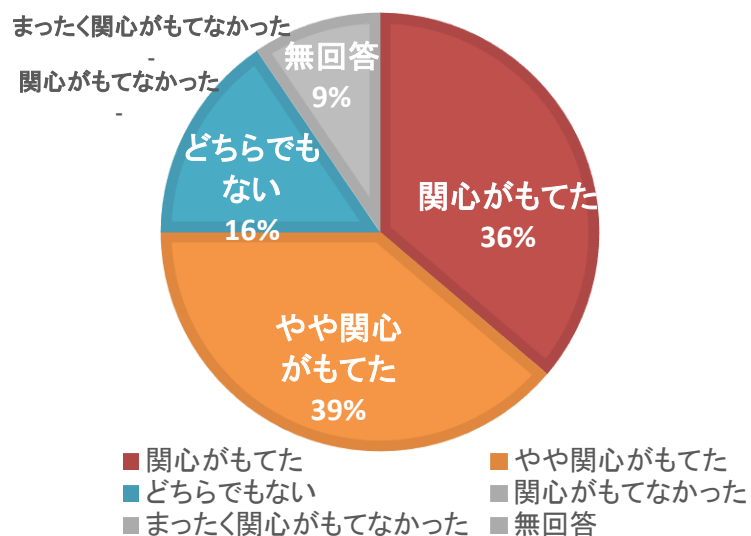
セミナー参加前の「介護の仕事の印象」



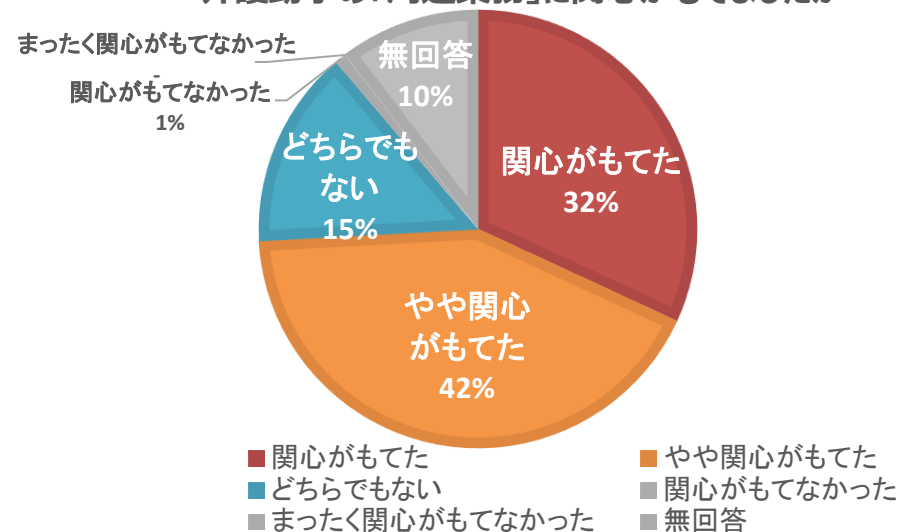
セミナー参加後の「介護の仕事の印象」



介護の仕事に関心がもてましたか



介護助手の「周辺業務」に関心がもてましたか



アクティブシニア向け施策

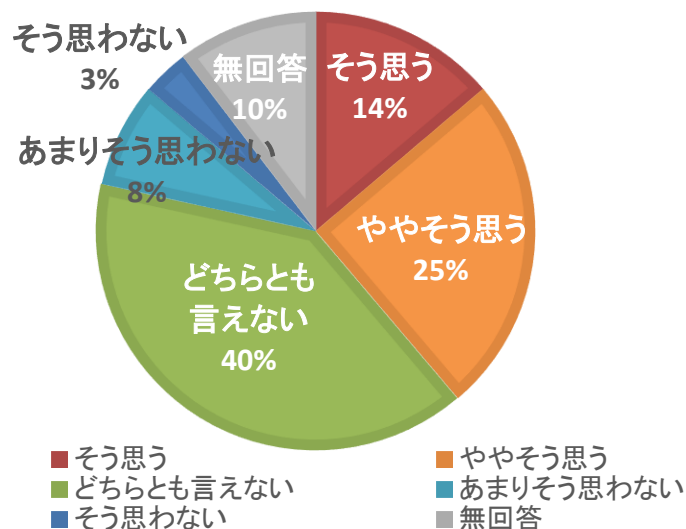


アクティブシニア

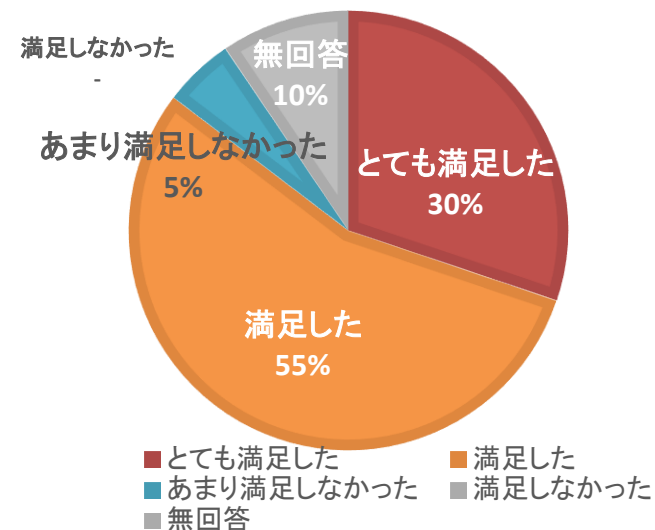
① 大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

セミナーアンケート結果 (n=116)

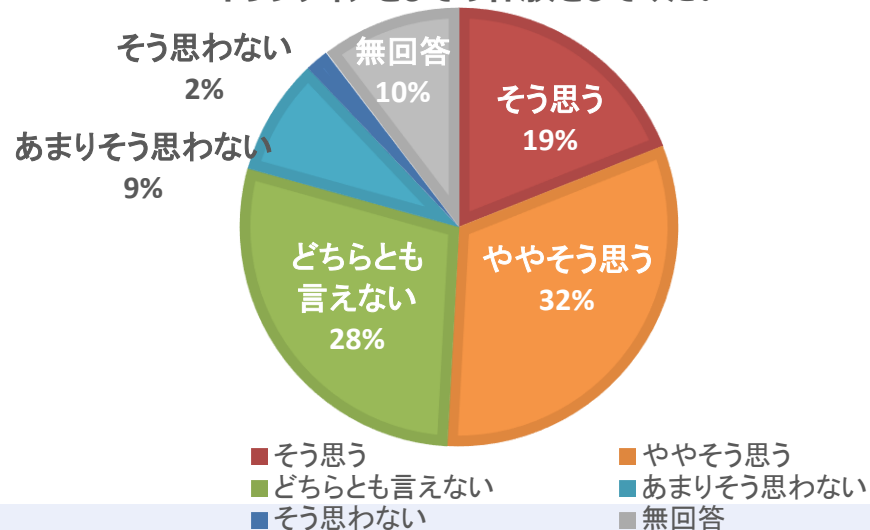
ライフシフトの選択肢として介護の現場で働いてみたい



本日のセミナーの満足度を教えてください



ライフシフトの選択肢として地域の福祉施設などでの職場体験やボランティアとしての体験をしてみたい





①大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

セミナーアンケート自由回答（抜粋）

- 介護職について考える機会になった。
- 今後、アクティブシニアとして社会のためになる活動をしていきたい。一歩踏み出して、社会とつながる事が大事。
- アクティブシニアの役割が重要。どう動けるか。その入り口がどこであるか情報収集する。
- アクティブシニアとして行動できるよう、前向きな気持ちを育てたいです。
- とても参考になりました。ライフシフト、アクティブシニアという言葉は初めて知りました。
- 元気な高齢者が気軽に介護の仕事に就けるように、敷居を低くして頂けることも大切かと思います。
- 社会とのつながり、地域との交流。人生ってワクワクすることが大事。知ることが大事。思った事を実行に移していく。
- 介護の仕事をするには介護事業所にて働くことになると思うが、事業所によってサービスやレベルに差があるので、利用者が希望する介護サービス者に会えることは少ないと感じる。実際、実母が5年前から訪問介護サービスを週3で利用しているが、すでに3回ほど事業所変更をしている。介護の仕事は想像以上にストレスがたまるようで、大変であることが分かっている。天使のような介護士はいない。それを仕事にするには相当の覚悟が必要である。本日の説明内容は良い面しか話していなかった。悪い面（デメリット）も説明すべきだと感じた。
- 根本さんの司会者のまとめが、ポイントを得て素晴らしかった。菊地さんの幅広い内容の仕事と、見識に感銘を受けました。
- 実際の現場の仕事は大変だと思う。自分は実践するのは消極的だが、ただし地域住民として何か少しでもやれることがあるのか、できるのか気になっている。
- 地域包括支援センターを知ることができて、良かった。工藤さんの話、良かったです。



①大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

ブースに立ち寄った方のお話

- ・介護の仕事に助手的な仕事があるとは知らなかった。
- ・自分ごととしても介護の仕事は興味があるが、一步が踏み出せないでいたが、きっかけになった。
- ・私でも貢献できる仕事があればやってみたい。調べてみる。
- ・一度介護施設で面接したが、落ちてしまった。でも施設によって考え方は様々であり、諦めないでよいということがわかって良かった。
- ・介護の資格を取ったけれど、やっていない。実習先があまり良なくて仕事に自分はしたくなかった。機会があればやってみたい。
- ・学校の保健室の教諭であったが、3月で退職。今後どんな仕事がいいのか。介護の仕事にも興味を持っている。
- ・ボランティアレベルでもいいのでお話相手などやってみたいと思っている。
- ・今、仕事は現役だが、ボランティアをするためガイドヘルパーをとろうと思っている、入門的研修もうけたい。
- ・今厨房の仕事をしているが、ハードすぎるため転職したい、周辺業務に大変興味あるため、市町村に問い合わせたい。
- ・絶賛介護中だが、周辺業務は落ち着いたら関心があるため、覚えておきたい。
- ・自分の母の介護に奮闘中、入門的研修は家族介護にも役立ちそうなので受けてみたい、兄弟にも勧めたい。
- ・初任者研修は知っていたが、入門的研修は知らなかった、覚えておきたい。
- ・65歳で今はまだ現役だが70、80になっても続けられる仕事ということで、覚えておきたい。
- ・介護現場ではボランティアとして関わることは知っていたが、仕事として働けるとは思わなかった。周辺業務について知りたいと思った。
- ・今2世帯住宅に住んでいて義理の父が介護になりそう、入門的研修について知らなかったなので、助かりました。

アクティブシニア向け施策



アクティブシニア

① 大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

・新聞広告による効果検証

【全国版】 朝日新聞 2024年3月27日(水) 13版 28

広告特集 朝日新聞Re+ FESTIVAL 人生充実

紹介の現場には多種多様な業務があり、アクティブシニア世代も自分らしく活躍できる可能性があります。プロ野球選手から監督、そして大学教員と人生のなかで何度も重要な「ライフシフト」を経験してきた工藤公康さんとともに、生き方の選択のヒントとして「介護のしごと」に焦点を当て、その魅力について考えるイベントが行われました。

人生100年時代のLIFE SHIFT ライフシフト

「好き」を生かし「社会」とつながる「介護のしごと」

ライフシフトのコツは声に出して伝えること

大切なことは「知る」こと経験はすべて力になる！

工藤公康さん 元プロ野球選手、監督

根本美緒さん フォーミュラレーサー

菊地月香さん 社会福祉法人介護会理事長

厚生労働省 本プロジェクトは令和5年度介護のしごと増進推進事業（介護従事者増進）として実施しています。

“自分ができる”介護のしごとが見つかる！ 多様なはたらき方を応援する「これからのKAIGO」

このイベントの様子は動画でご覧いただけます

https://www.asahi.com/ads/korekarano_kaigo/

・朝日新聞全国版朝刊
3月27日（水）付掲載

・J-MONITOR調査を実施

アクティブシニア向け施策



アクティブシニア

・朝日新聞 J-MONITOR調査

調査対象広告

対象広告: “好き”を生かし“社会”とつながる「介護のしごと」

掲載日 : 2024年3月27日(水)

掲載新聞: 朝日新聞東京本社版

刊別 : 朝刊

段数 : 全15段

色 : 多色

算出方法について

【有効回収数率】

有効回答者／パネル登録者 × 100

【当該刊読読率】

当該刊読者／有効回答者 < 新聞購読者 > × 100

【当該刊保有率】

当該刊保有者／有効回答者 < 新聞購読者 > × 100

【当該刊読読かつ保有率】

当該刊読読かつ保有者／有効回答者 < 新聞購読者 > × 100

【広告接触率】

(当該広告「確かに見た」+「見たような気がする」)

／有効回答者 < 新聞購読者 > × 100

【広告注目率】

当該広告「確かに見た」／当該刊読読かつ保有者 × 100

パネル登録者(構成比)	＜性・年代構成＞												上段: 実数 下段: %	
	全体	男性	女性	男性					女性					
				29歳以下	30代	40代	50代	60代	29歳以下	30代	40代	50代	60代	
	300	137	163	30	8	24	33	42	35	11	32	39	46	
有効回答者(率)	100.0	45.7	54.3	10.0	2.7	8.0	11.0	14.0	11.7	3.7	10.7	13.0	15.3	
	＜職業構成＞												上段: 実数 下段: %	
	全体	給料事務・研究職	給料労務・作業職	販売・サービス職	経営・管理職	専門職・自由業	商工自営業	農・林・漁業	学生	主婦	その他	無職		
	300	60	19	26	19	22	4	0	48	66	15	21		
当該刊読読者(率)	100.0	20.0	6.3	8.7	6.3	7.3	1.3	0.0	16.0	22.0	5.0	7.0		
	＜性・年代別＞												上段: 実数 下段: %	
	全体	男性	女性	男性					女性					
				29歳以下	30代	40代	50代	60代	29歳以下	30代	40代	50代	60代	
当該刊保有者(率)	210	92	118	14	6	15	25	32	11	5	24	36	42	
	70.0	67.2	72.4	46.7	75.0	62.5	75.8	76.2	31.4	45.5	75.0	92.3	91.3	
	＜職業別＞												上段: 実数 下段: %	
	全体	給料事務・研究職	給料労務・作業職	販売・サービス職	経営・管理職	専門職・自由業	商工自営業	農・林・漁業	学生	主婦	その他	無職		
当該刊読読かつ保有者(率)	210	44	15	16	13	15	3	0	14	59	11	20		
	70.0	73.3	78.9	61.5	68.4	68.2	75.0	0	29.2	89.4	73.3	95.2		
	＜性・年代別＞												上段: 実数 下段: %	
	全体	男性	女性	男性					女性					
当該刊読読かつ保有者(率)				29歳以下	30代	40代	50代	60代	29歳以下	30代	40代	50代	60代	
	199	87	112	11	6	14	25	31	8	5	24	36	39	
	94.8	94.6	94.9	78.6	100.0	93.3	100.0	96.9	72.7	100.0	100.0	100.0	92.9	
	＜職業別＞												上段: 実数 下段: %	
当該刊読読かつ保有者(率)	全体	給料事務・研究職	給料労務・作業職	販売・サービス職	経営・管理職	専門職・自由業	商工自営業	農・林・漁業	学生	主婦	その他	無職		
	199	43	13	15	12	14	3	0	13	57	11	18		
	94.8	97.7	86.7	93.8	92.3	93.3	100.0	0	92.9	96.6	100.0	90.0		
	＜性・年代別＞												上段: 実数 下段: %	
当該刊読読かつ保有者(率)	全体	男性	女性	男性					女性					
				29歳以下	30代	40代	50代	60代	29歳以下	30代	40代	50代	60代	
	207	90	117	13	6	15	25	31	10	5	24	36	42	
	98.6	97.8	99.2	92.9	100.0	100.0	100.0	96.9	90.9	100.0	100.0	100.0	100.0	
当該刊読読かつ保有者(率)	＜職業別＞												上段: 実数 下段: %	
	全体	給料事務・研究職	給料労務・作業職	販売・サービス職	経営・管理職	専門職・自由業	商工自営業	農・林・漁業	学生	主婦	その他	無職		
	207	44	15	16	12	15	3	0	13	59	11	19		
	98.6	100.0	100.0	100.0	92.3	100.0	100.0	0	92.9	100.0	100.0	95.0		
当該刊読読かつ保有者(率)	＜性・年代別＞												上段: 実数 下段: %	
	全体	男性	女性	男性					女性					
				29歳以下	30代	40代	50代	60代	29歳以下	30代	40代	50代	60代	
	198	87	111	11	6	14	25	31	7	5	24	36	39	
当該刊読読かつ保有者(率)	94.3	94.6	94.1	78.6	100.0	93.3	100.0	96.9	63.6	100.0	100.0	100.0	92.9	
	＜職業別＞												上段: 実数 下段: %	
	全体	給料事務・研究職	給料労務・作業職	販売・サービス職	経営・管理職	専門職・自由業	商工自営業	農・林・漁業	学生	主婦	その他	無職		
	198	43	13	15	12	14	3	0	12	57	11	18		
当該刊読読かつ保有者(率)	94.3	97.7	86.7	93.8	92.3	93.3	100.0	0	85.7	96.6	100.0	90.0		

アクティブシニア向け施策

・朝日新聞 J-MONITOR調査

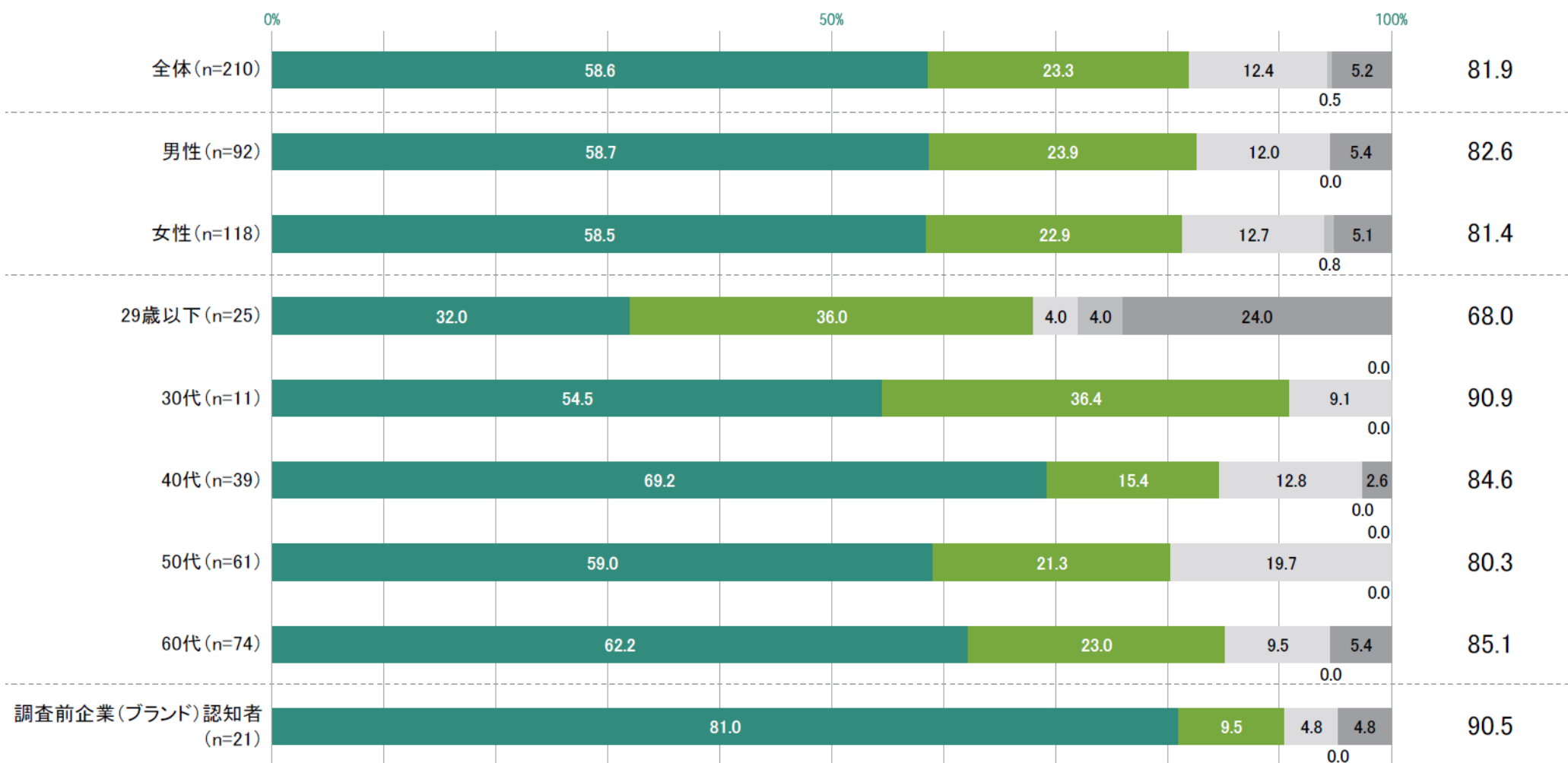


アクティブシニア

広告の接触状況

■ 確かに見た ■ 見たような気がする ■ 見た覚えがない ■ 当該刊を読んだが新聞を用意できない ■ 当該刊を読んでいない

広告接触率
（「確かに見た」＋「見たような気がする」）



アクティブシニア向け施策

・朝日新聞 J-MONITOR調査

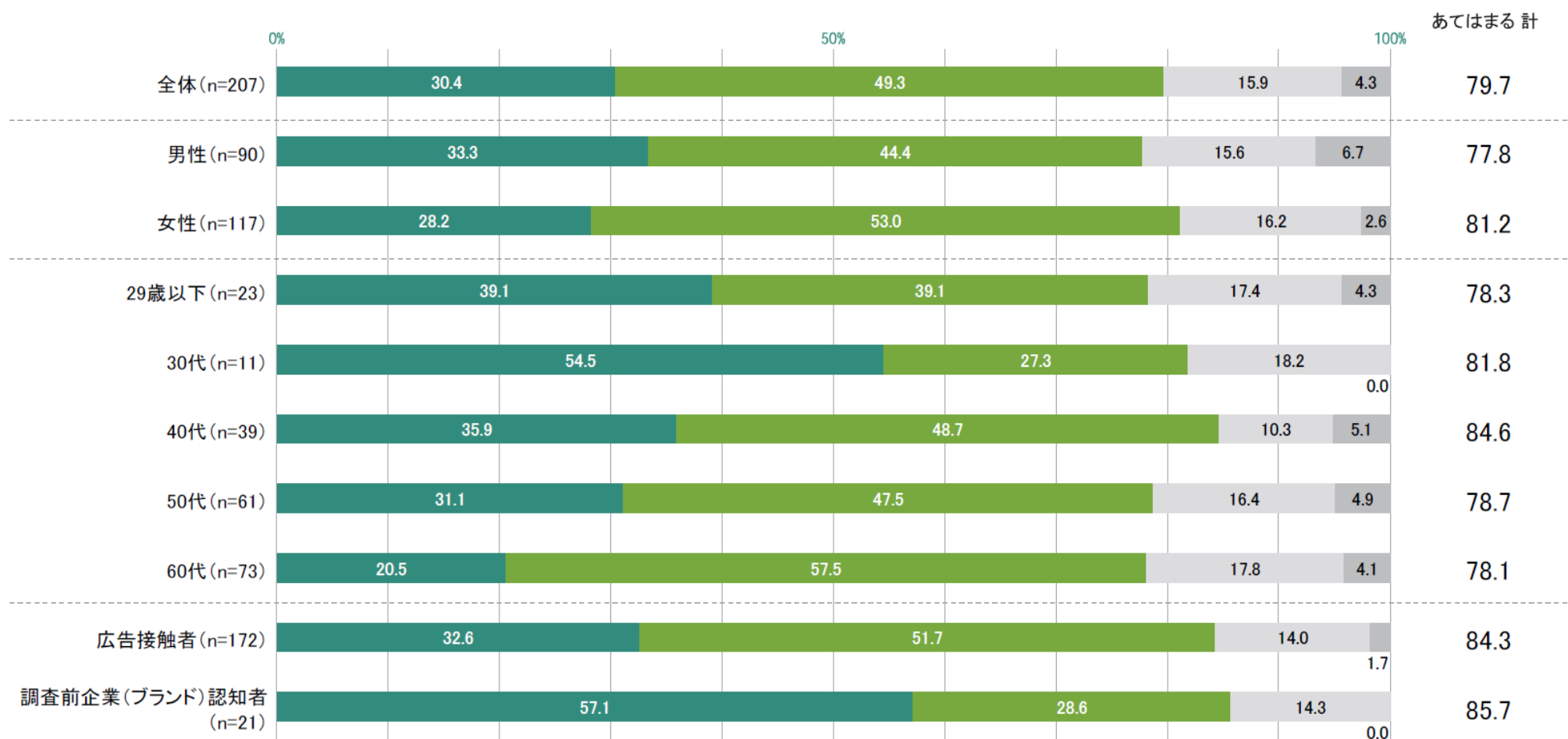


アクティブシニア

広告の理解度

Q. あなたは『“好き”を生かし“社会”とつながる「介護のしごと」』の広告をご覧になって、どのように感じましたか。※広告が理解できた(単数回答)

■ あてはまる ■ ややあてはまる □ あまりあてはまらない □ あてはまらない



アクティブシニア向け施策



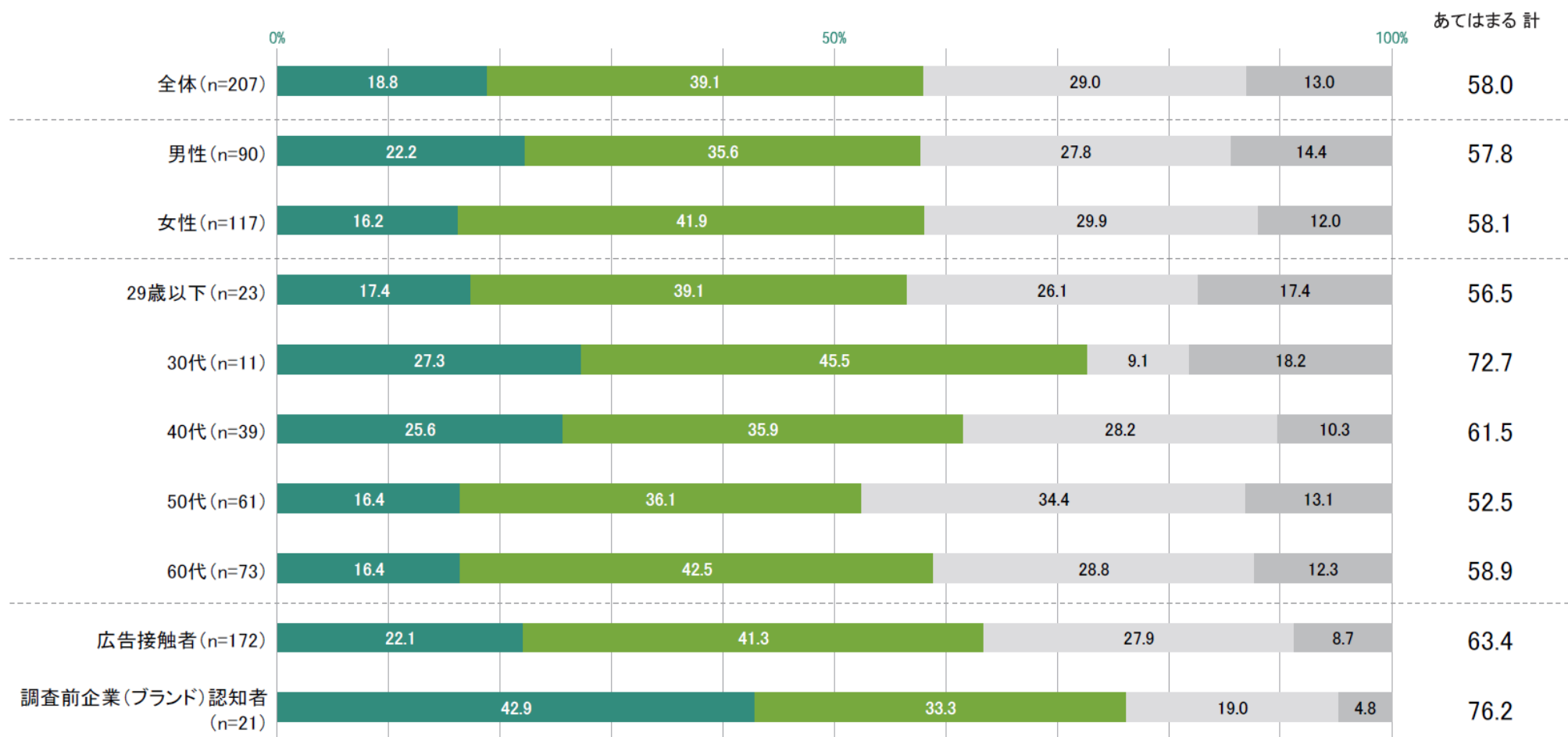
アクティブシニア

・朝日新聞 J-MONITOR調査

広告の興味度

Q. あなたは『“好き”を生かし“社会”とつながる「介護のしごと」』の広告をご覧になって、どのように感じましたか。※広告に興味を持った(単数回答)

■ あてはまる ■ ややあてはまる ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない



アクティブシニア向け施策

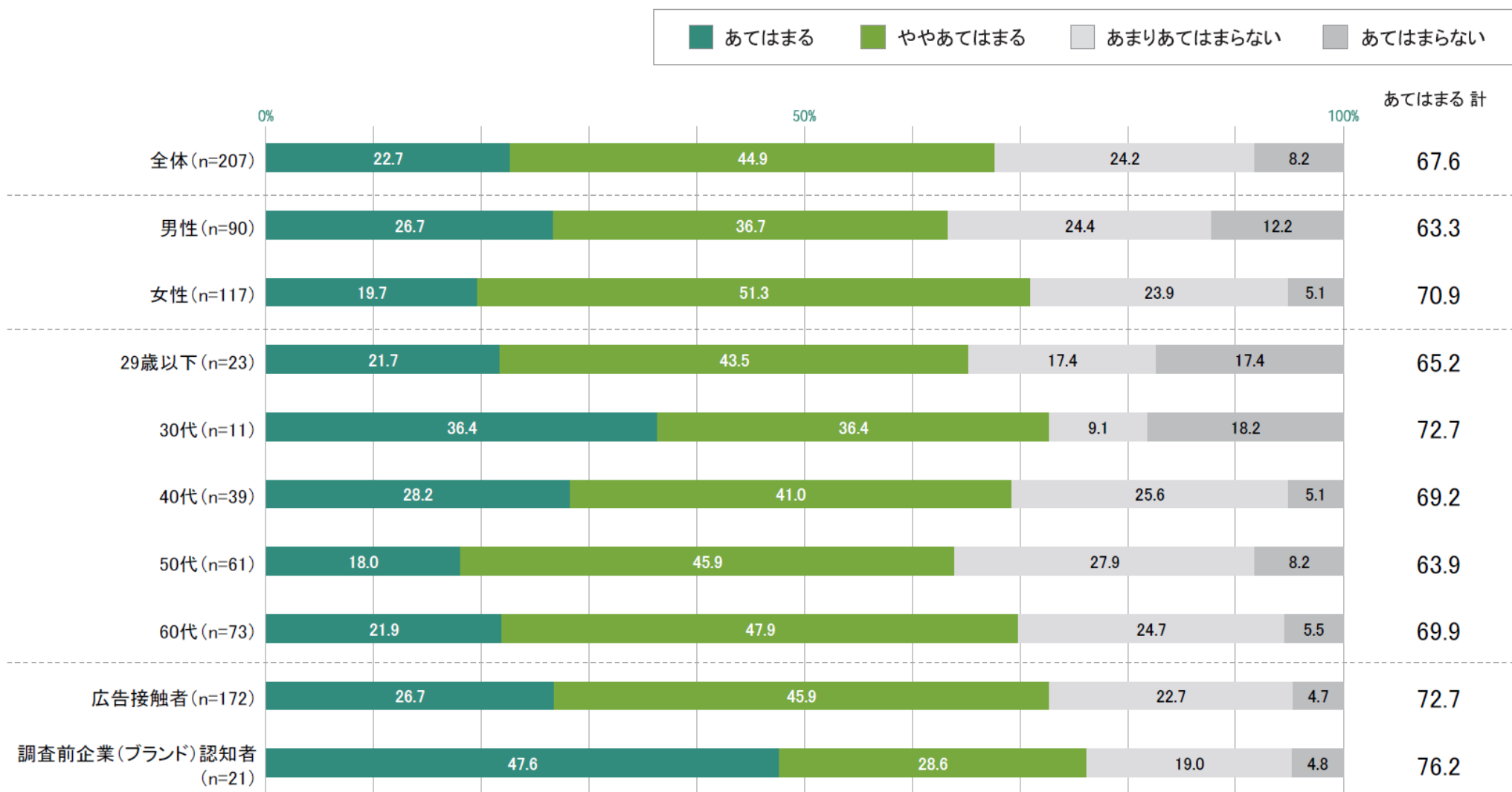
・朝日新聞 J-MONITOR調査



アクティブシニア

広告の好感度

Q. あなたは『“好き”を生かし“社会”とつながる「介護のしごと」』の広告をご覧になって、どのように感じましたか。※広告に好感を持った(単数回答)



アクティブシニア向け施策

・朝日新聞 J-MONITOR調査

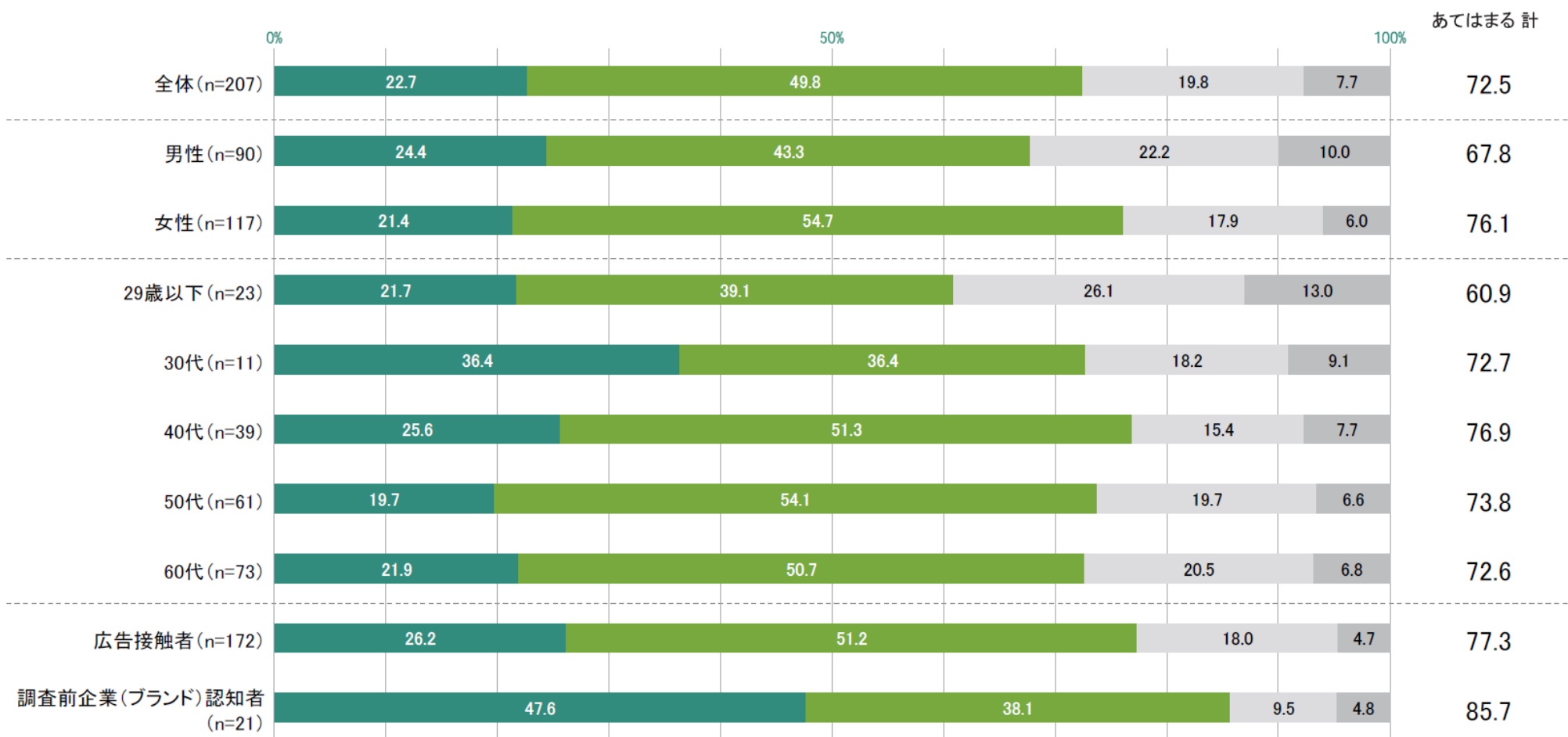
広告の信頼度



アクティブシニア

Q. あなたは『“好き”を生かし“社会”とつながる「介護のしごと」』の広告をご覧になって、どのように感じましたか。※広告が信頼できる(単数回答)

■ あてはまる ■ ややあてはまる ■ あまりあてはまらない ■ あてはまらない



アクティブシニア向け施策



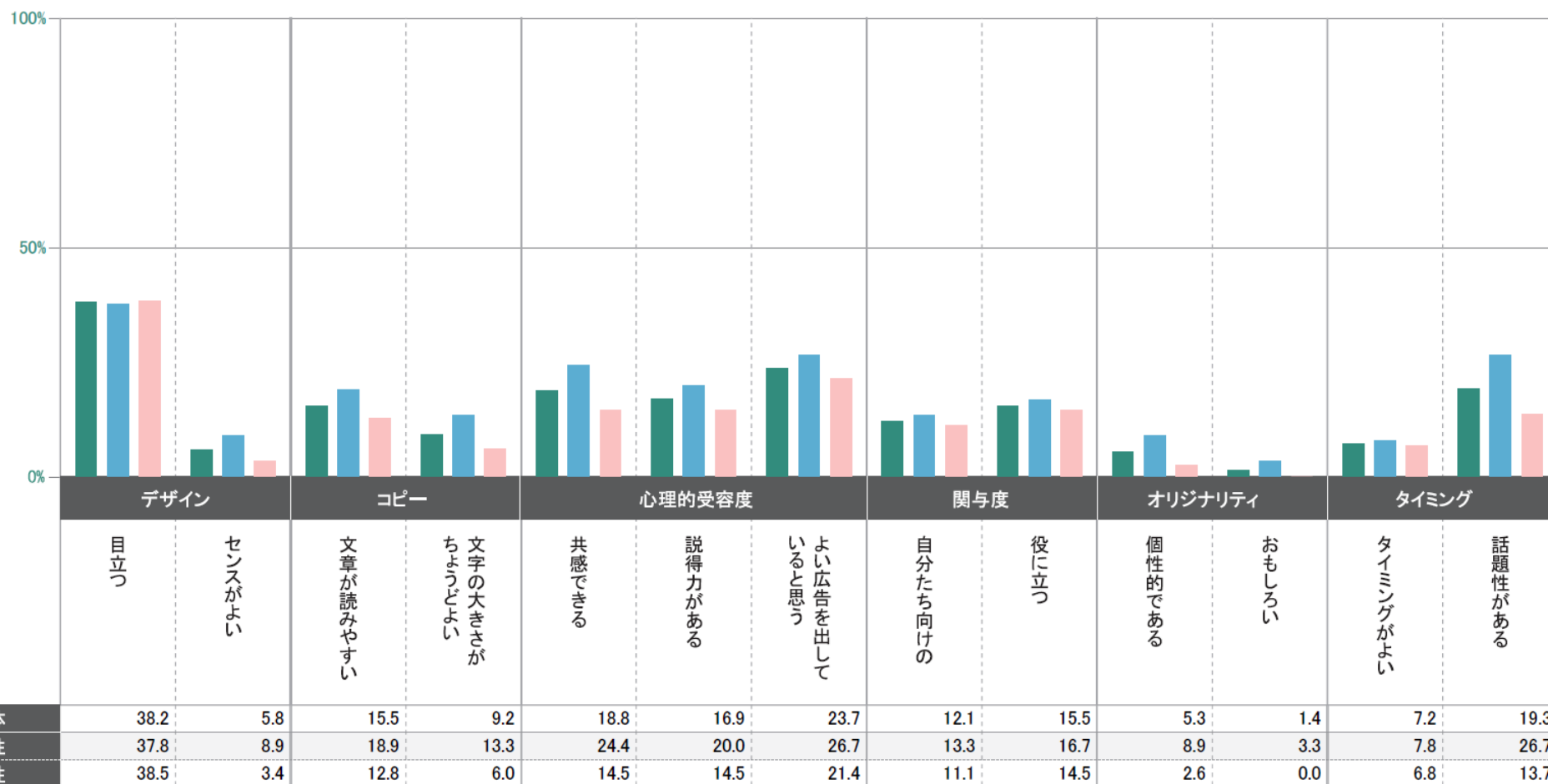
アクティブシニア

・朝日新聞 J-MONITOR調査

広告の印象

Q. あなたは『“好き”を生かし“社会”とつながる「介護のしごと」』の広告をご覧になって、どのような印象をお持ちになりましたか。あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)

■ 全体(n=207) ■ 男性(n=90) ■ 女性(n=117)



アクティブシニア向け施策

・朝日新聞 J-MONITOR調査

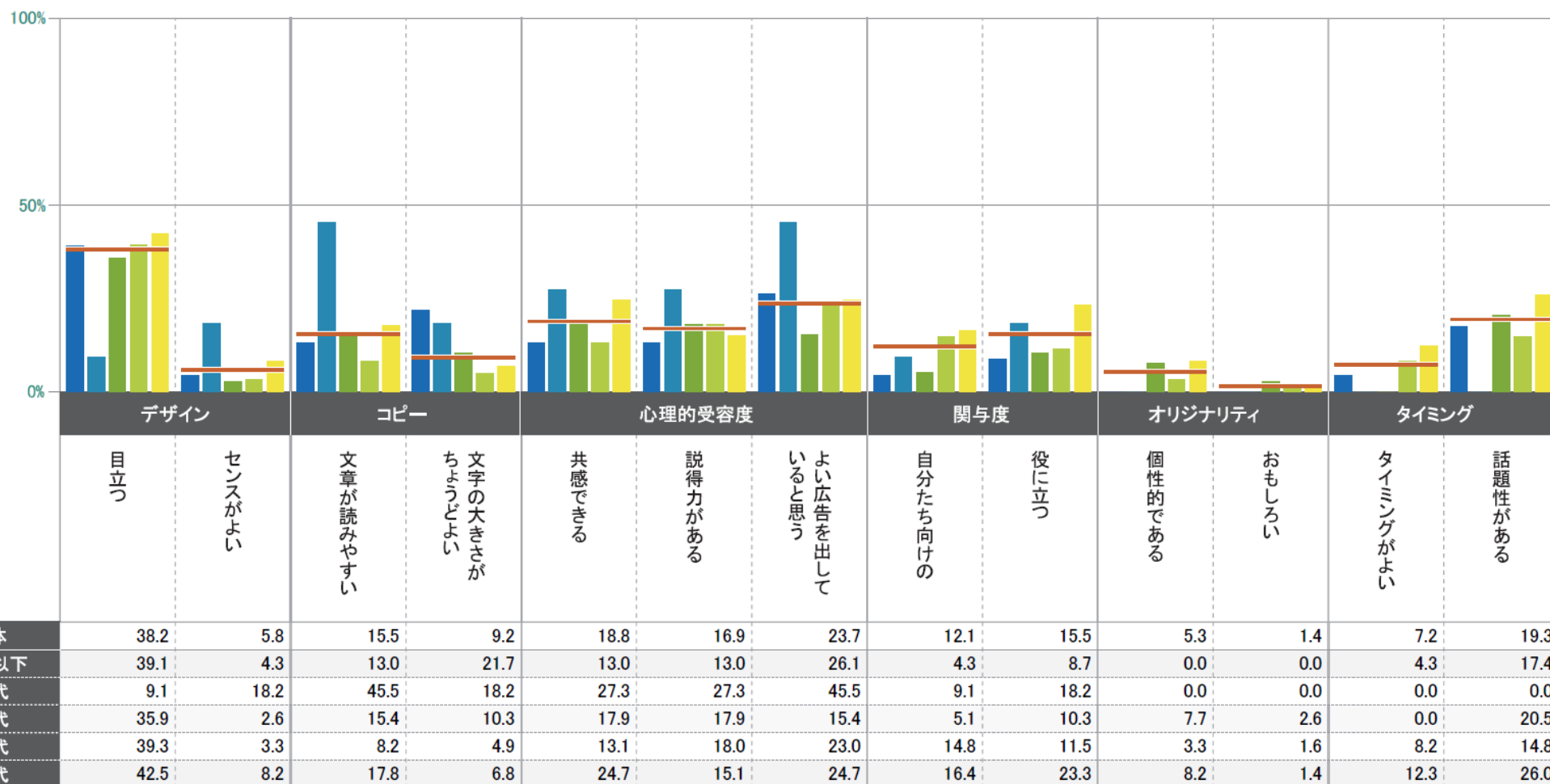


アクティブシニア

広告の印象（年代別）

Q. あなたは『“好き”を生かし“社会”とつながる「介護のしごと」』の広告をご覧になって、どのような印象をお持ちになりましたか。あてはまるものをすべてお選びください。（複数回答）

全体 (n=207) 29歳以下 (n=23) 30代 (n=11) 40代 (n=39) 50代 (n=61) 60代 (n=73)



アクティブシニア向け施策

・毎日新聞 J-MONITOR調査



アクティブシニア

“J-MONITOR” 調査概要

調査地域	首都圏(東京・神奈川・埼玉・千葉)
調査対象者	調査対象地域に居住し、毎日新聞朝刊を定期購読する15～69歳の男女個人
抽出方法	新聞広告及びインターネット調査モニターパネルからの公募。応募者をJ-READ※の当該地域・対象者の性×年齢・職業・家族人数等の属性に従い割付
調査方法	パソコンを利用したウェブ調査 (新聞紙面に関する設問は原則として新聞紙面を手元に用意回答する再認法)
標本サイズ	1パネルあたり約300人の複数パネルを交互に運用
調査実施日	掲載翌日0時～24時
調査実施機関・ レターヘッド	株式会社ビデオリサーチ

※J-READ(全国新聞総合調査)(株)ビデオリサーチが年1回全国47都道府県で主要新聞(約110紙)の閲読状況などを測定する調査

回答者特性

《有効回答数》

	全体	29歳以下	30代	40代	50代	60代
全体	190	30	17	23	51	69
男性	78	12	9	9	25	23
女性	112	18	8	14	26	46

《当該刊閲読者》

	全体	29歳以下	30代	40代	50代	60代
全体	176	21	14	22	50	69
男性	74	9	8	9	25	23
女性	102	12	6	13	25	46

《当該刊保有者》

	全体	29歳以下	30代	40代	50代	60代
全体	190	30	17	23	51	69
男性	78	12	9	9	25	23
女性	112	18	8	14	26	46

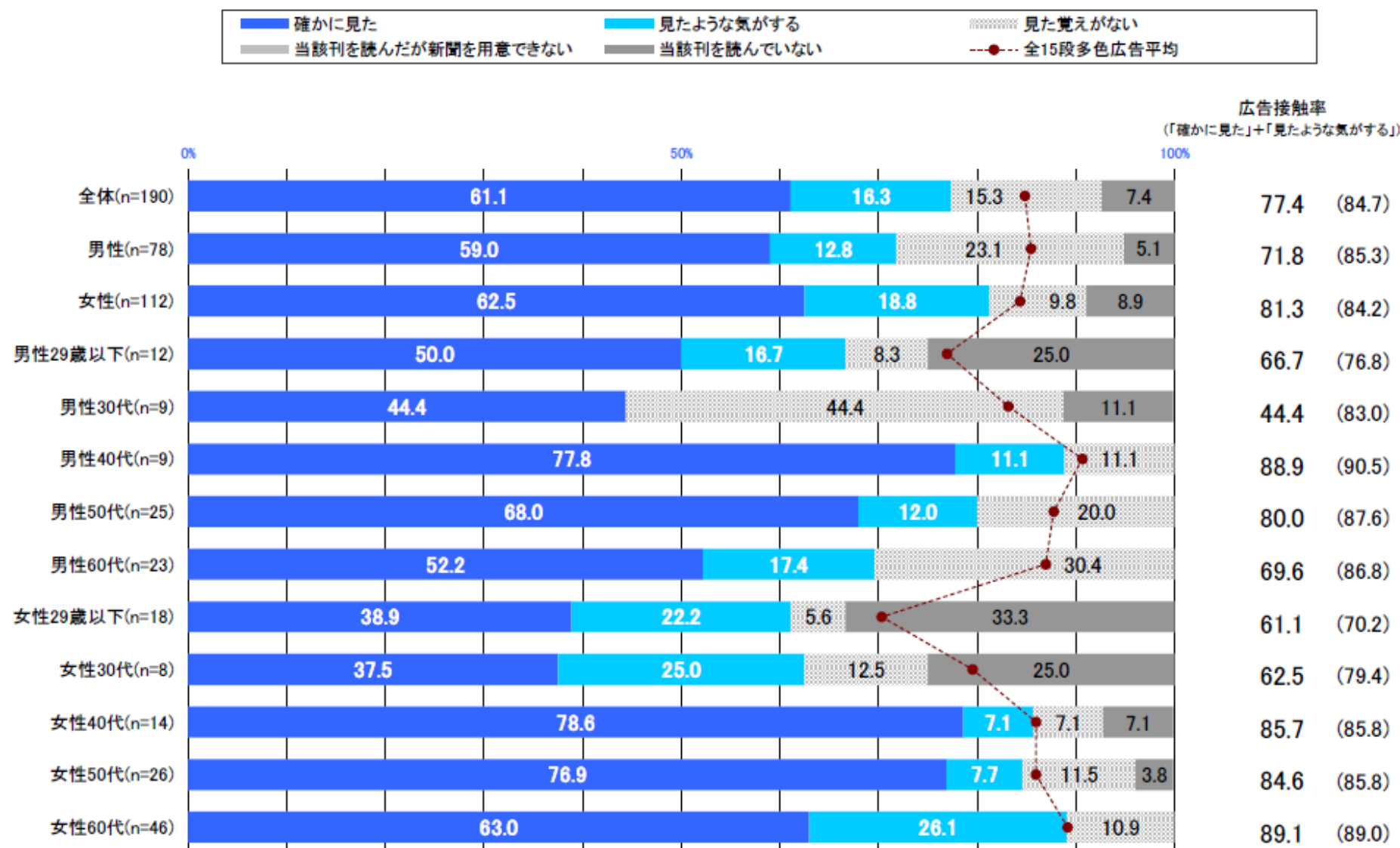
アクティブシニア向け施策

・毎日新聞 J-MONITOR調査

広告の接触状況



アクティブシニア



カッコ内は全15段多色広告平均

アクティブシニア向け施策



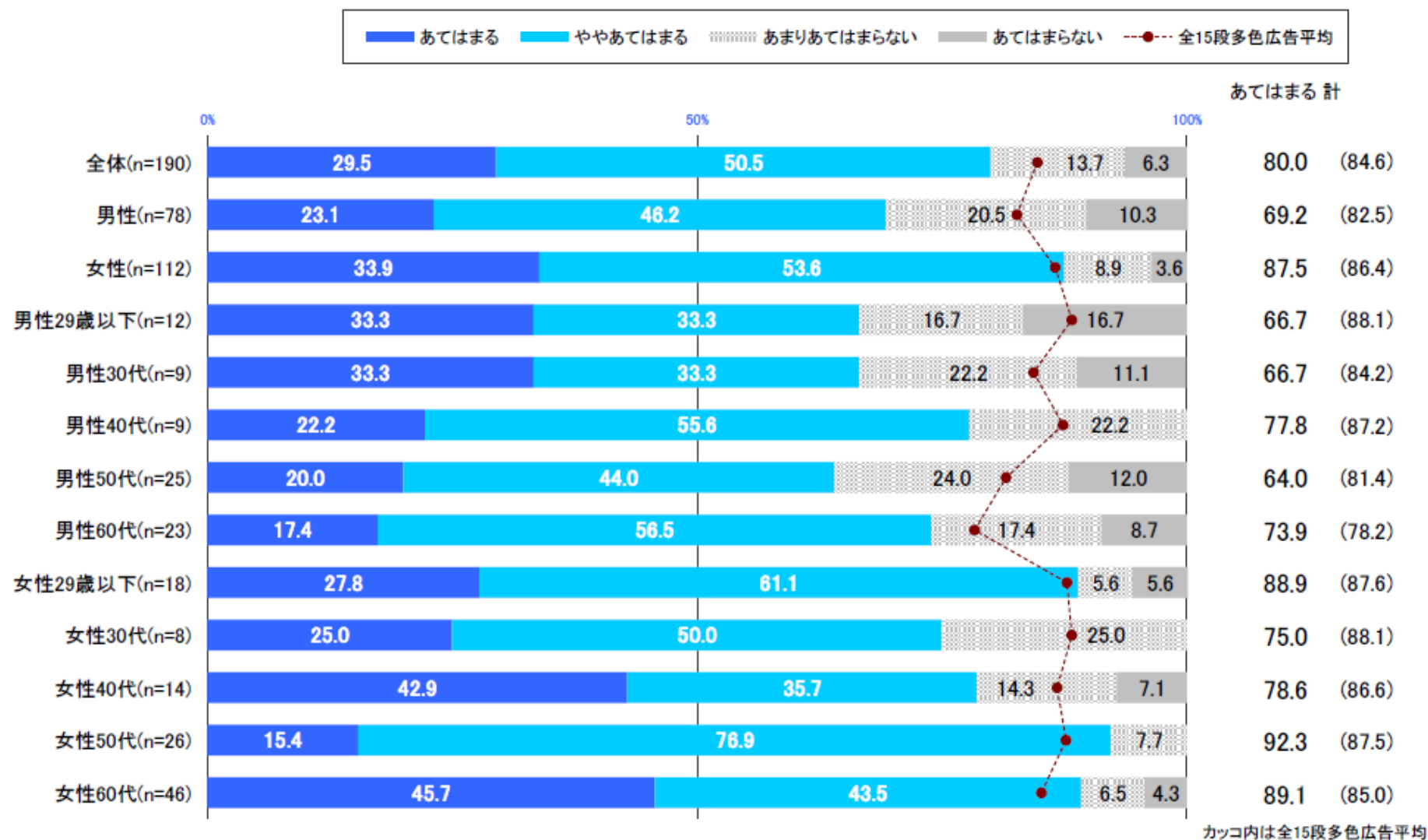
アクティブシニア

・毎日新聞 J-MONITOR調査

広告の理解度

Q.

あなたは『“好き”を生かし“社会”とつながる「介護のしごと」』の広告をご覧になって、どのように感じましたか。
※広告が理解できた(単数回答)



アクティブシニア向け施策



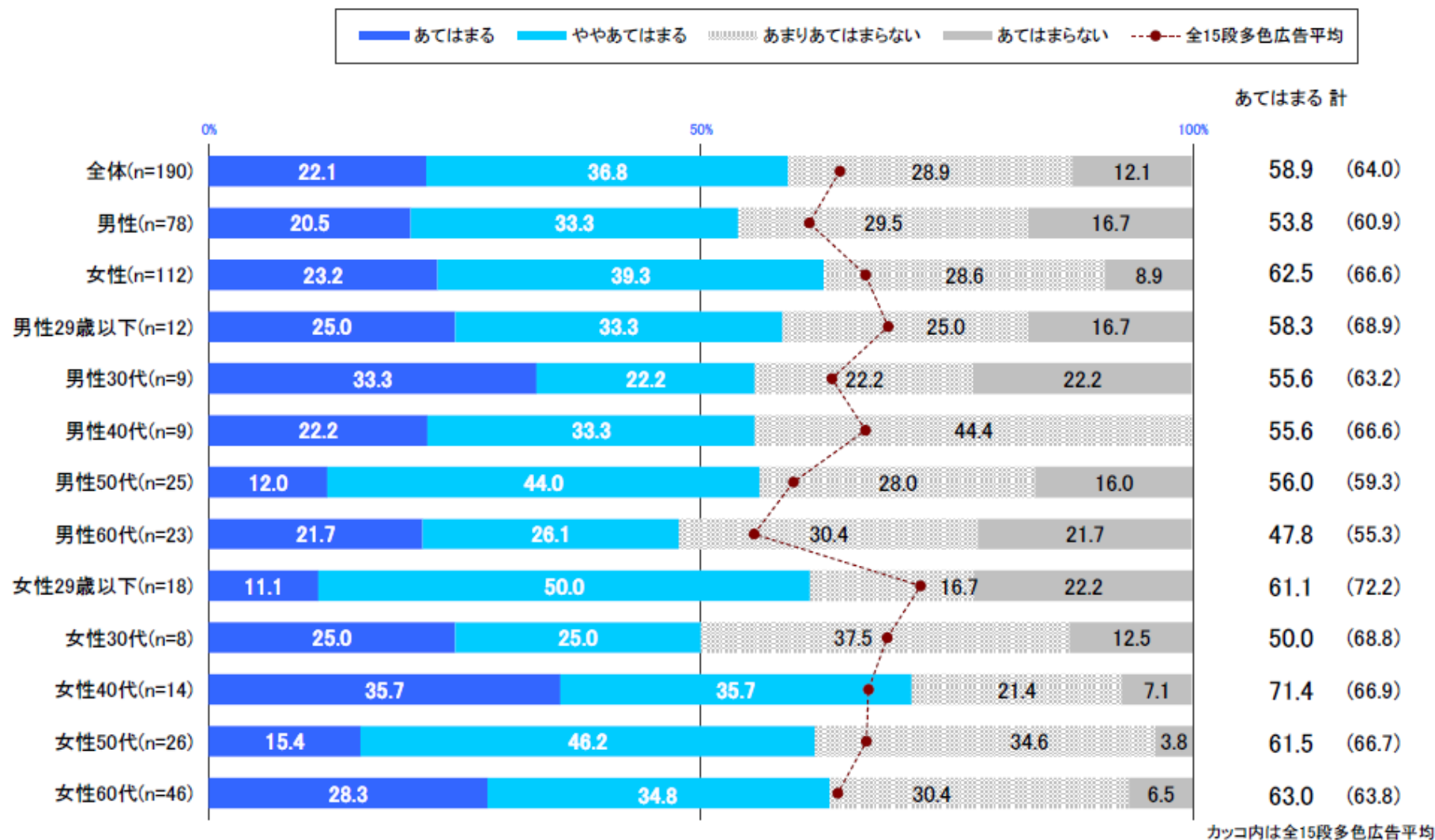
アクティブシニア

・毎日新聞 J-MONITOR調査

広告の興味度

Q.

あなたは『“好き”を生かし“社会”とつながる「介護のしごと」』の広告をご覧になって、どのように感じましたか。
※広告に興味を持った(単数回答)



アクティブシニア向け施策



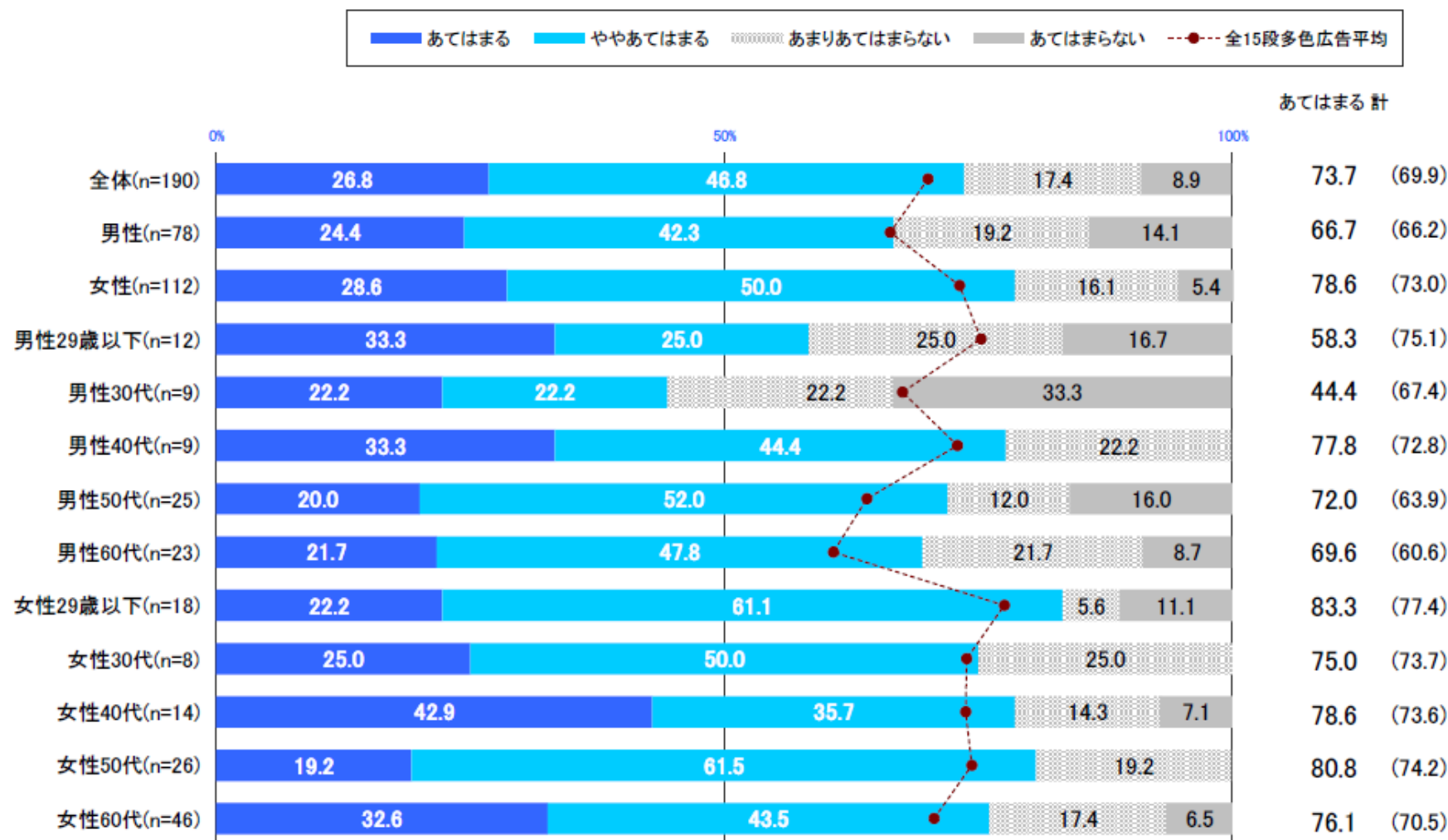
アクティブシニア

・毎日新聞 J-MONITOR調査

広告の好感度

Q.

あなたは『“好き”を生かし“社会”とつながる「介護のしごと」』の広告をご覧になって、どのように感じましたか。
※広告に好感を持った(単数回答)



カッコ内は全15段多色広告平均

アクティブシニア向け施策

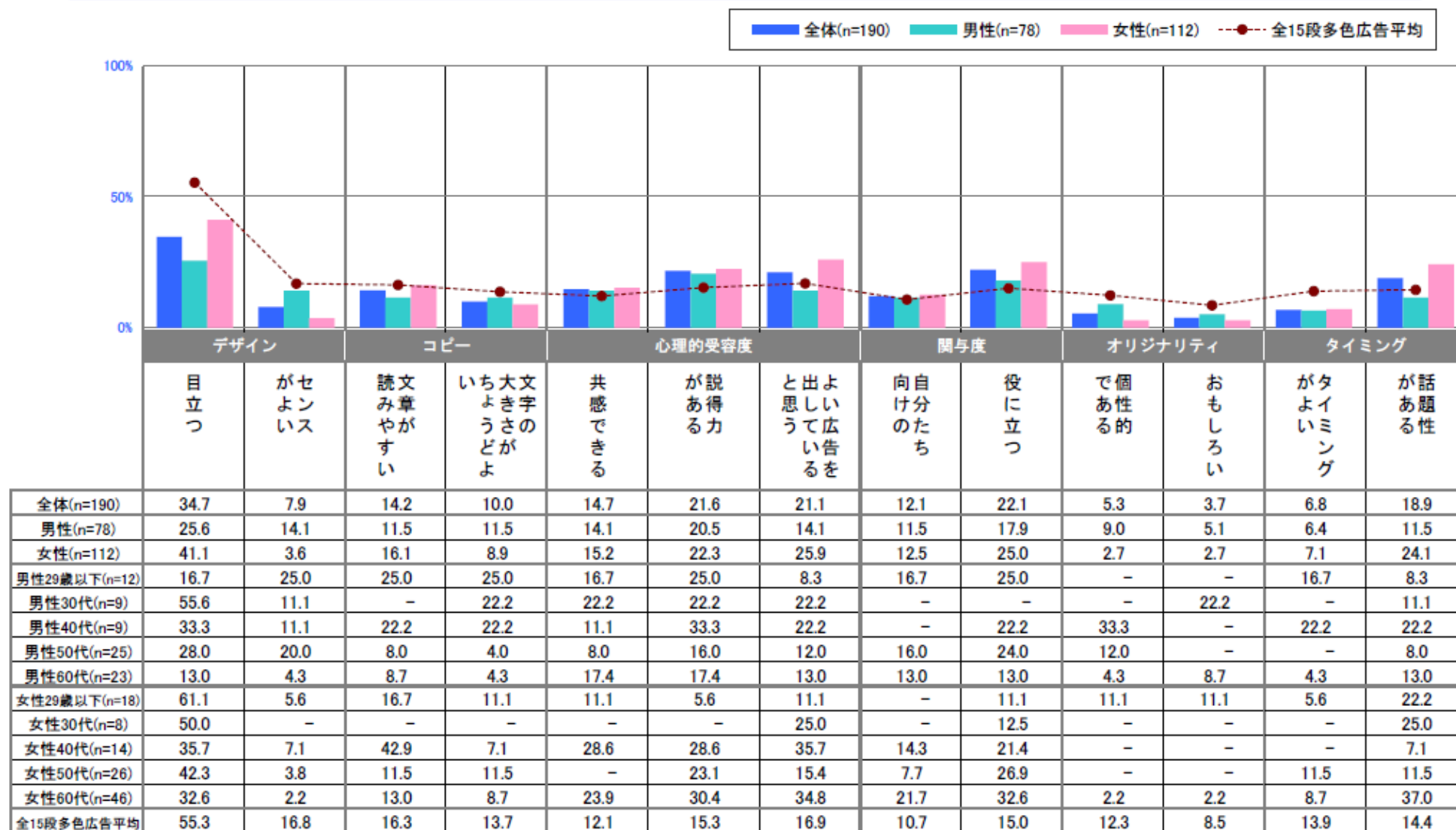
・毎日新聞 J-MONITOR調査

広告の印象



アクティブシニア

Q. あなたは『“好き”を生かし“社会”とつながる「介護のしごと」』の広告をご覧になって、どのような印象をお持ちになりましたか。あてはまるものをすべてお選びください。(複数回答)



①大規模アクティブシニアコミュニティを活用した大型イベントの開催

■セミナーのアーカイブ配信



総計データ

(集計期間:2024/3/15-24/03/31)

視聴回数

113,000

ユニーク視聴者数

92,000

総再生時間

19,000(時間)

視聴者の性別

女性:42.2% 男性:57.8%

アクティブシニア向けの施策



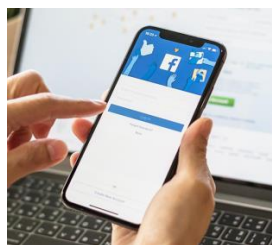
アクティブシニア

②Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

令和3年度に、福祉・介護の仕事に関心のある方のリードナーチャリングを目的として、月2回メールマガジンの配信。令和4年度はコミュニティの関係強化を目指して、本事業のFacebookページを作成して情報発信を行ってきました。今年度も10月以降定期的に配信を行い、介護の情報に接する機会を創出しました。

情報発信内容

- 本事業で制作したコンテンツ（過去事業を含む）の紹介・視聴拡大、なるほどカイゴの発信など



- 投稿開始日：令和5年10月20日
- 投稿回数：27回
- 目標：958,392リーチ（10,000想定）
- エンゲージメント数：1,557

※投稿にいいね！、コメント、シェア等のアクションを起こした人数

昨年度事業の記事に加えて、今年度取材した記事を中心に定期的に投稿しました。



アクティブシニア向けの施策



アクティブシニア

②Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

今年度作成した5本の記事コンテンツに対して、Facebookを活用した介護のしごとに関するアンケートを実施しました。

■実施目的

本年度作成のコンテンツを見てもらったことによる介護のしごとに対する理解度、イメージの変容を測るため

■実施時期

2024年3月28日～31日

■実施方法

広告配信によるサイト送客

リンククリック数 3,217 インプレッション数 1,170,236

■回答数

合計：428件

1本目：121件

2本目：108件

3本目：85件

4本目：81件

5本目：33件

アクティブシニア向けの施策

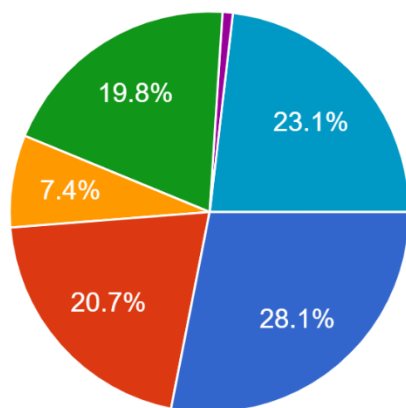


アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■ 1本目 アンケート結果

あなたのこれまでの介護や福祉への関与として、あてはまるものをすべてお選びください
121 件の回答



- 正職員として関与したことがある
- パート・アルバイトとして関与したことがある
- ボランティアとして関与したことがある
- 親や身内の介護を経験したことがある
- その他
- 介護や福祉に関与したことがない



アクティブシニア向けの施策



アクティブシニア

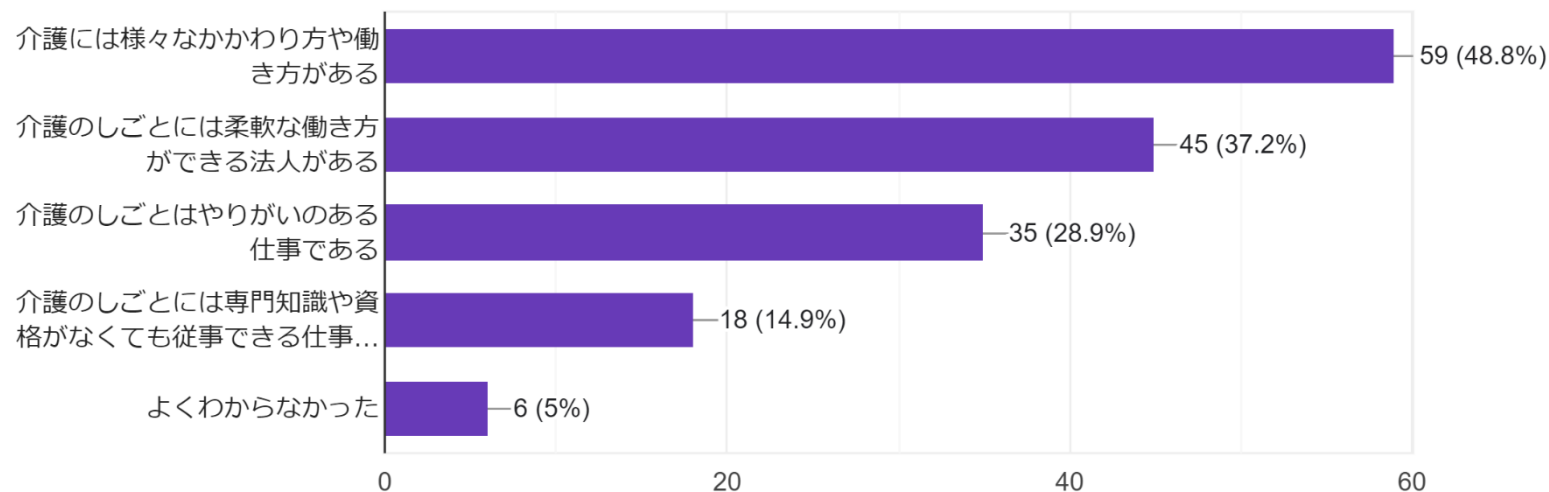
② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■ 1本目 アンケート結果 (MA)

記事をご覧になって以下項目についてどの程度理解できましたか。

最もあてはまるものをお選びください。

121件の回答



アクティブシニア向けの施策



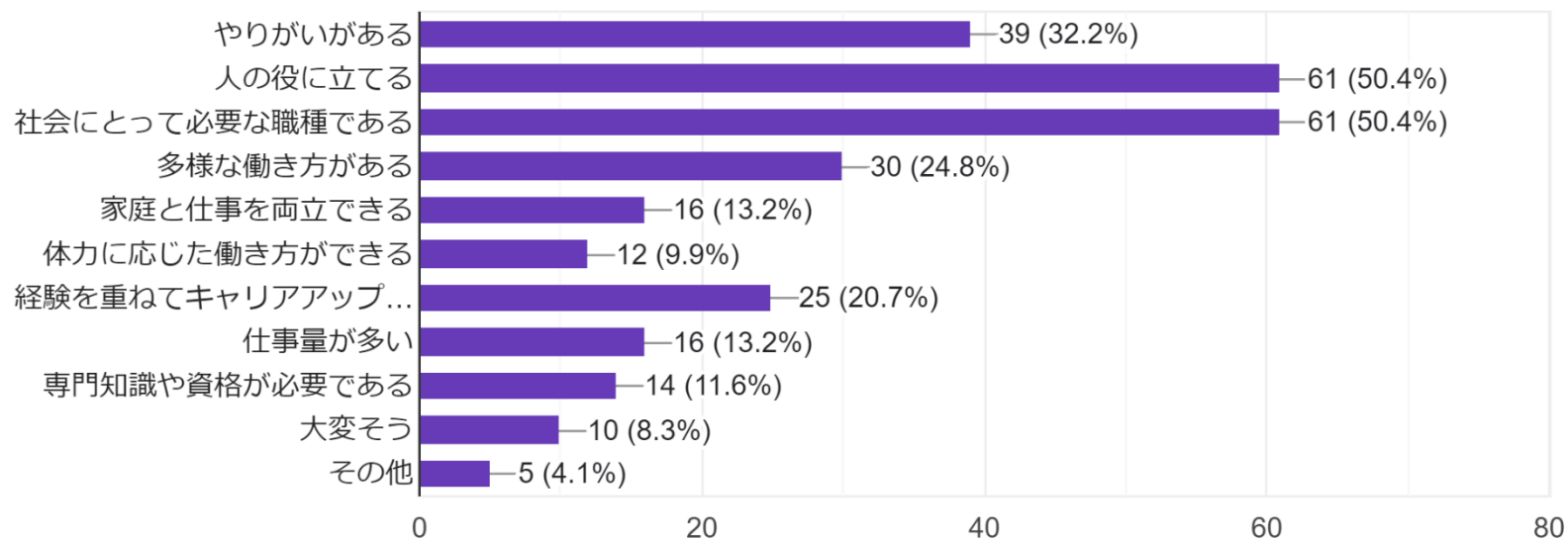
アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■ 1本目 アンケート結果 (MA)

記事をご覧になって介護のしごとに対してどのようなイメージを持ちましたか。

121 件の回答



アクティブシニア向けの施策



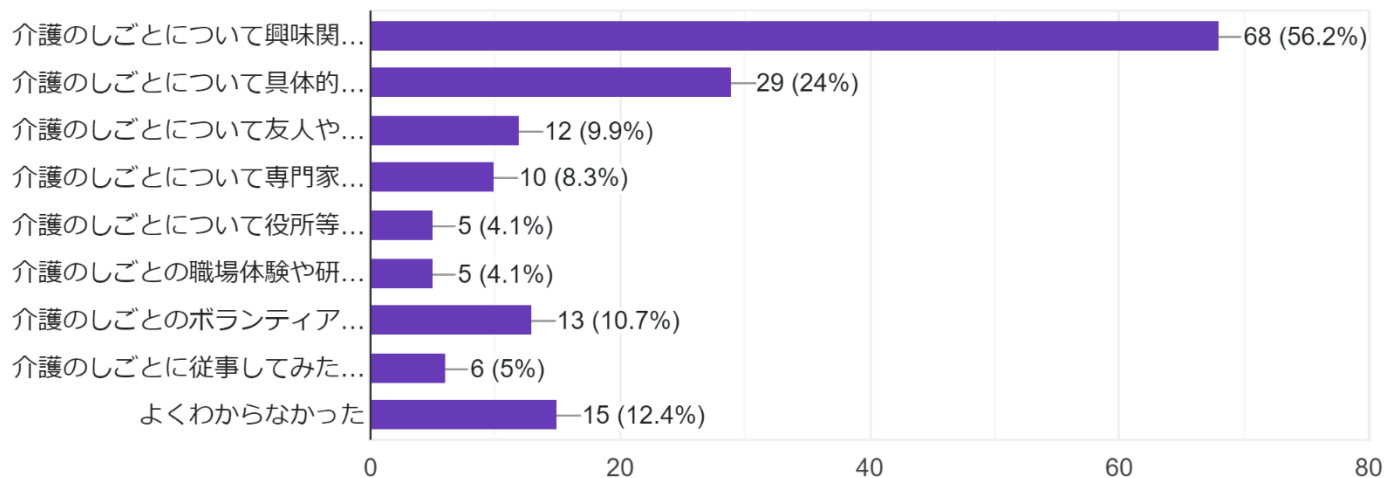
アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■ 1本目 アンケート結果 (MA)

記事をご覧になって介護のしごとについてどのように感じましたか。

121 件の回答



■ 選択項目 (上から)

- ・介護のしごとについて興味関心を持った
- ・介護のしごとについて具体的に調べてみたいと思った
- ・介護のしごとについて友人や家族と話したいと思った
- ・介護のしごとについて専門家の話を聞いてみたいと思った
- ・介護のしごとについて役所等の地域の窓口に相談してみたいと思った
- ・介護のしごとの職場体験や研修に参加してみたいと思った
- ・介護のしごとのボランティア活動に参加してみたいと思った
- ・介護の仕事に従事してみたいと思った
- ・よくわからなかった



アクティブシニア向けの施策



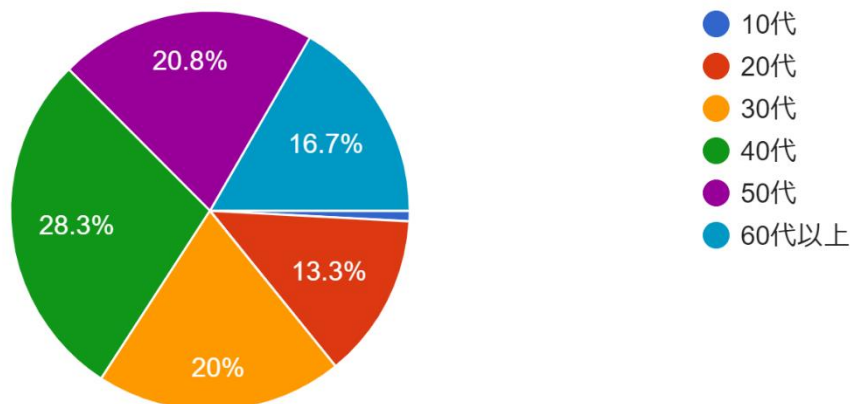
アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■ 1本目 アンケート結果

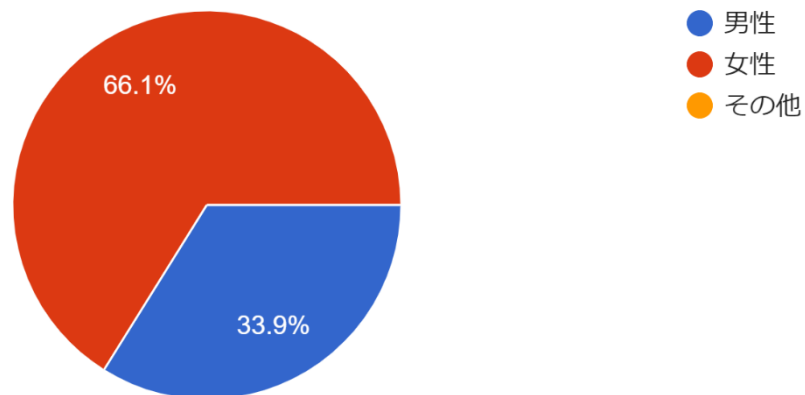
あなたの年代を教えてください

120 件の回答



あなたの性別を教えてください

121 件の回答



アクティブシニア向けの施策

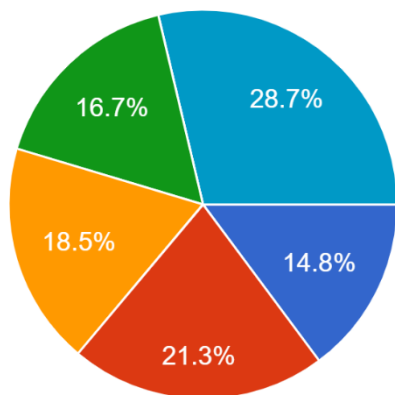


アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■2本目 アンケート結果（SA）

あなたのこれまでの介護や福祉への関与として、あてはまるものをすべてお選びください
108 件の回答



- 正職員として関与したことがある
- パート・アルバイトとして関与したことがある
- ボランティアとして関与したことがある
- 親や身内の介護を経験したことがある
- その他
- 介護や福祉に関与したことがない

2023年12月20日

応募者数 10名
性別 男性 5名 女性 5名
年齢 20代 1名 30代 2名 40代 2名 50代 2名 60代 2名

ゼロから始めた介護のしごとで前向きになれる秘密
介護職員同士の結婚・子育てでも生活が充実



社会福祉法人大樹会の3人の職員

アクティブシニア向けの施策



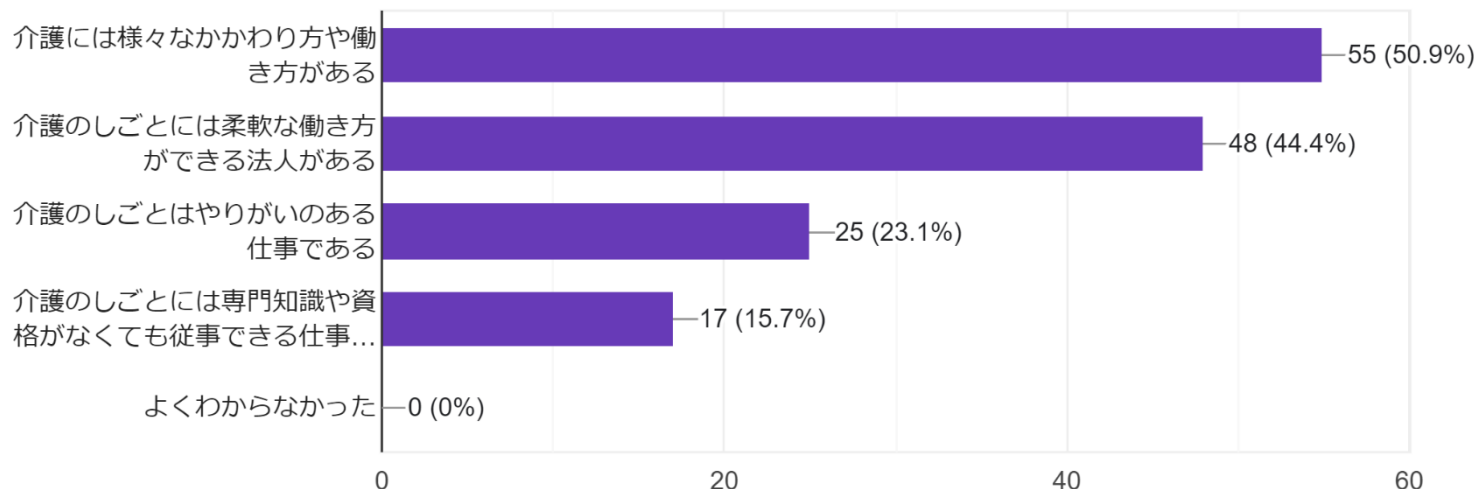
アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■2本目 アンケート結果（MA）

記事をご覧になって以下項目についてどの程度理解できましたか。
最もあてはまるものをお選びください。

108 件の回答



アクティブシニア向けの施策



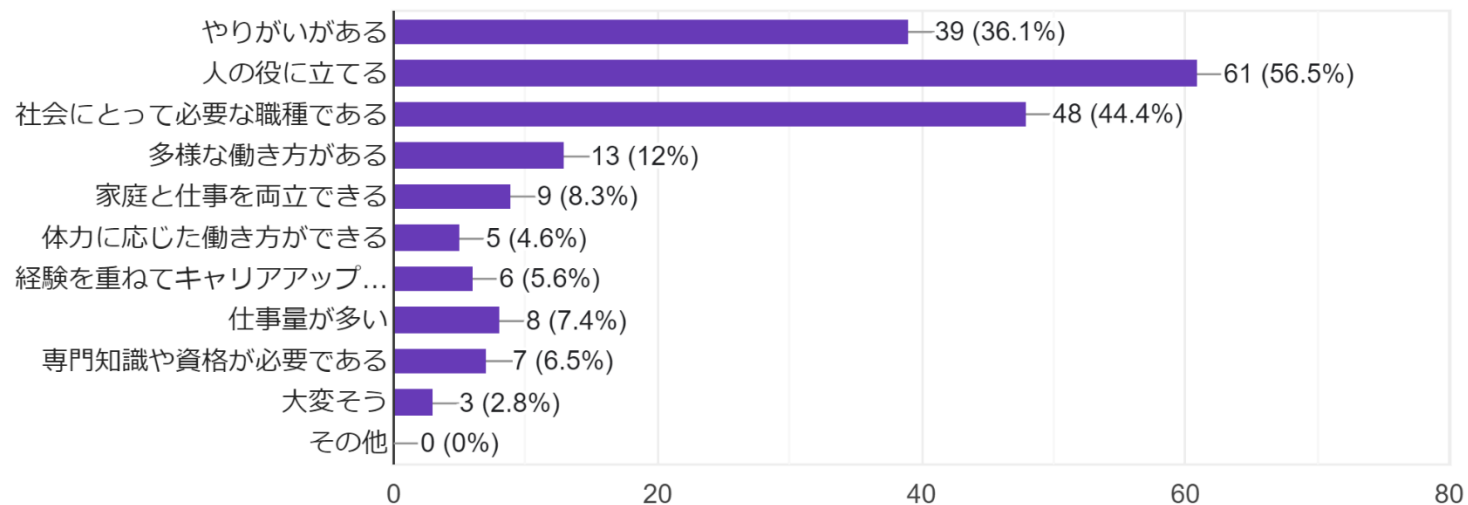
アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■2本目 アンケート結果（MA）

記事をご覧になって介護のしごとに対してどのようなイメージを持ちましたか。

108 件の回答



アクティブシニア向けの施策



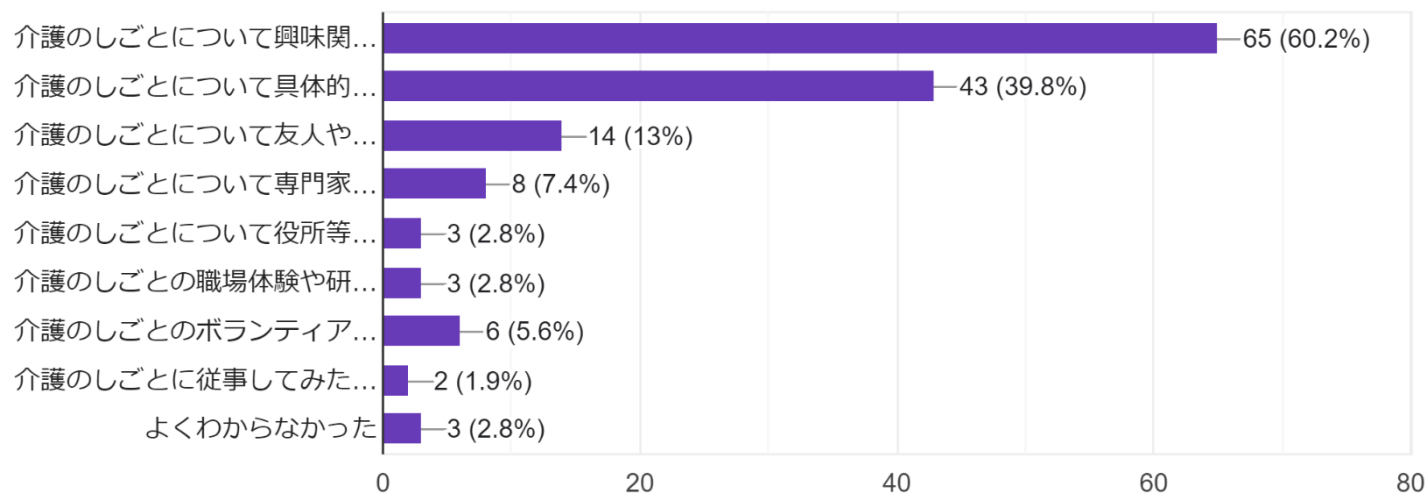
アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■ 2本目 アンケート結果 (MA)

記事をご覧になって介護のしごとについてどのように感じましたか。

108 件の回答



■ 選択項目 (上から)

- ・介護のしごとについて興味関心を持った
- ・介護のしごとについて具体的に調べてみたいと思った
- ・介護のしごとについて友人や家族と話したいと思った
- ・介護のしごとについて専門家の話を聞いてみたいと思った
- ・介護のしごとについて役所等の地域の窓口に相談してみたいと思った
- ・介護のしごとの職場体験や研修に参加してみたいと思った
- ・介護のしごとのボランティア活動に参加してみたいと思った
- ・介護の仕事に従事してみたいと思った
- ・よくわからなかった



アクティブシニア向けの施策



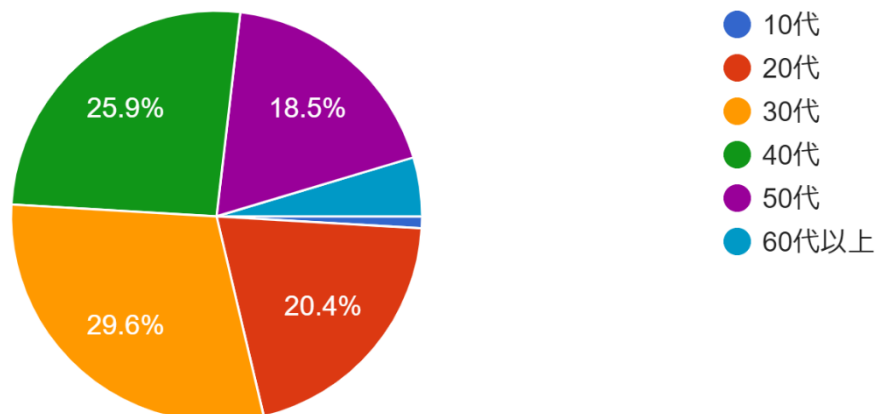
アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■2本目 アンケート結果

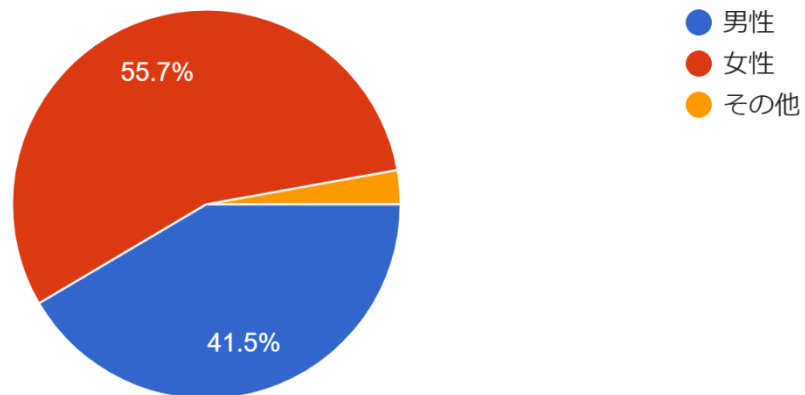
あなたの年代を教えてください

108 件の回答



あなたの性別を教えてください

106 件の回答



アクティブシニア向けの施策

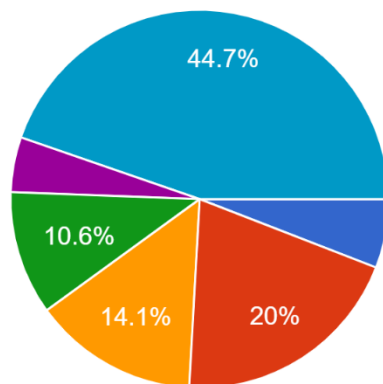


アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■3本目 アンケート結果（SA）

あなたのこれまでの介護や福祉への関与として、あてはまるものをすべてお選びください
85 件の回答



- 正職員として関与したことがある
- パート・アルバイトとして関与したことがある
- ボランティアとして関与したことがある
- 親や身内の介護を経験したことがある
- その他
- 介護や福祉に関与したことがない



アクティブシニア向けの施策



アクティブシニア

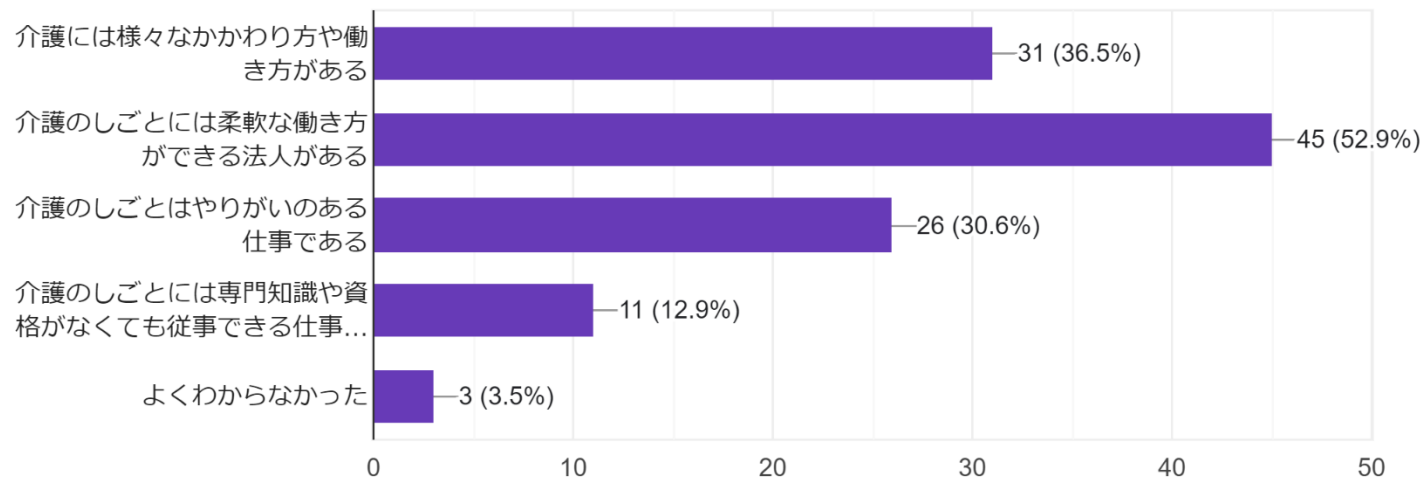
② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■3本目 アンケート結果（MA）

記事をご覧になって以下項目についてどの程度理解できましたか。

最もあてはまるものをお選びください。

85 件の回答



2024年01月26日

広告掲載：企画制作：朝日新聞社メディア事業本部
PR：朝日新聞社（厚生労働省 補助事業）

介護離職を防ぐには
別なタイプの施設で再チャレンジと
自宅と仕事場以外の居場所がポイント



アクティブシニア向けの施策



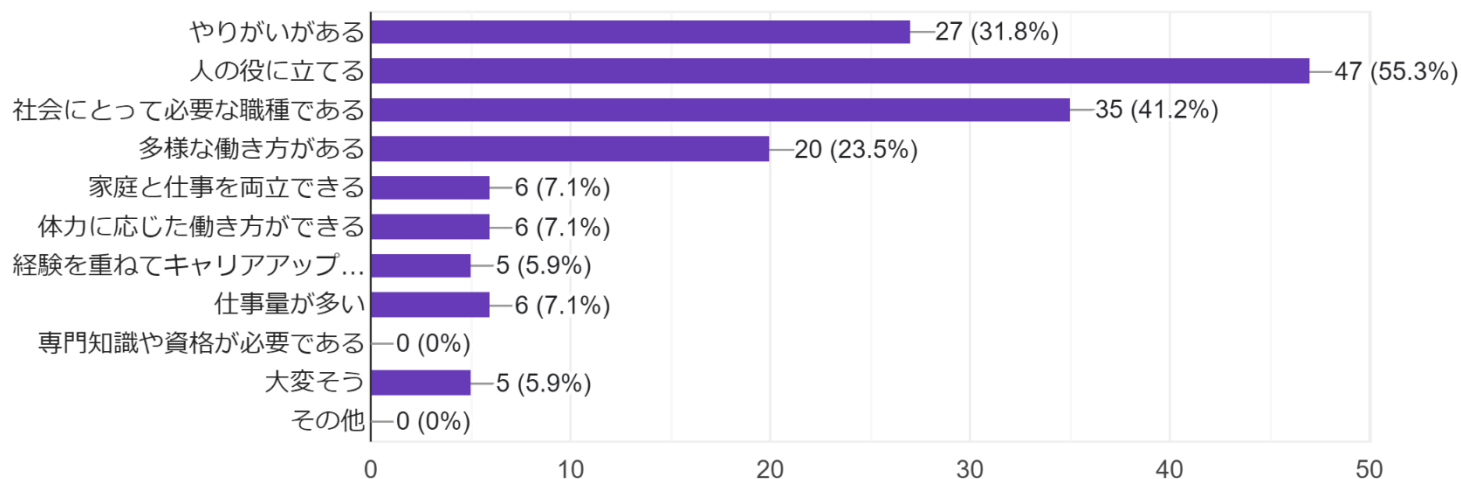
アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■3本目 アンケート結果（MA）

記事をご覧になって介護のしごとに対してどのようなイメージを持ちましたか。

85 件の回答



アクティブシニア向けの施策



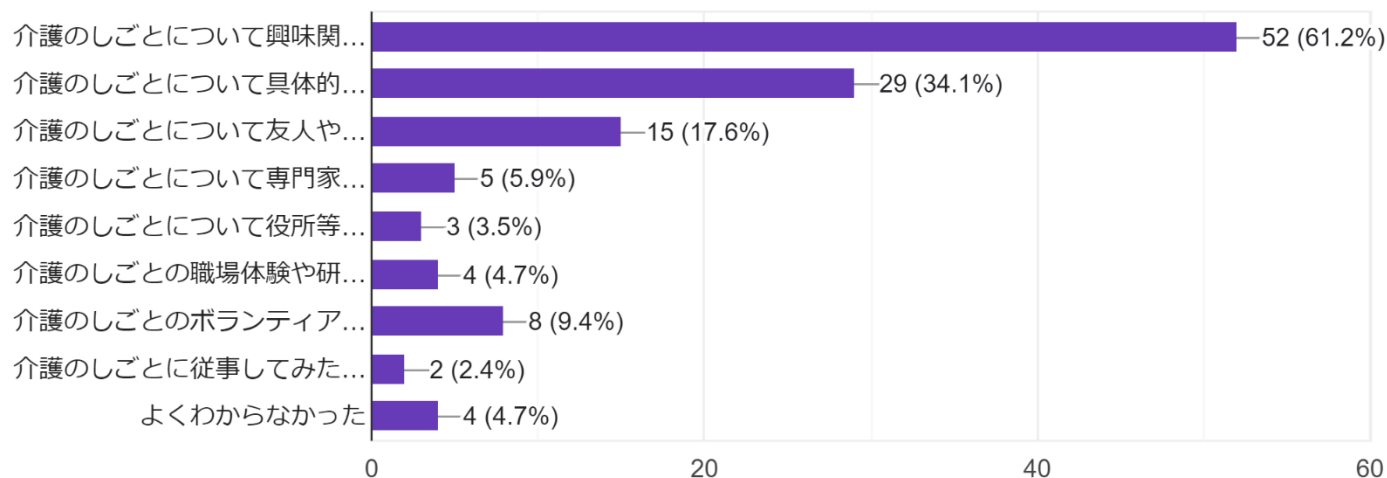
アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■3本目 アンケート結果（MA）

記事をご覧になって介護のしごとについてどのように感じましたか。

85 件の回答



■選択項目（上から）

- ・介護のしごとについて興味関心を持った
- ・介護のしごとについて具体的に調べてみたいと思った
- ・介護のしごとについて友人や家族と話したいと思った
- ・介護のしごとについて専門家の話を聞いてみたいと思った
- ・介護のしごとについて役所等の地域の窓口に相談してみたいと思った
- ・介護のしごとの職場体験や研修に参加してみたいと思った
- ・介護のしごとのボランティア活動に参加してみたいと思った
- ・介護の仕事に従事してみたいと思った
- ・よくわからなかった



アクティブシニア向けの施策



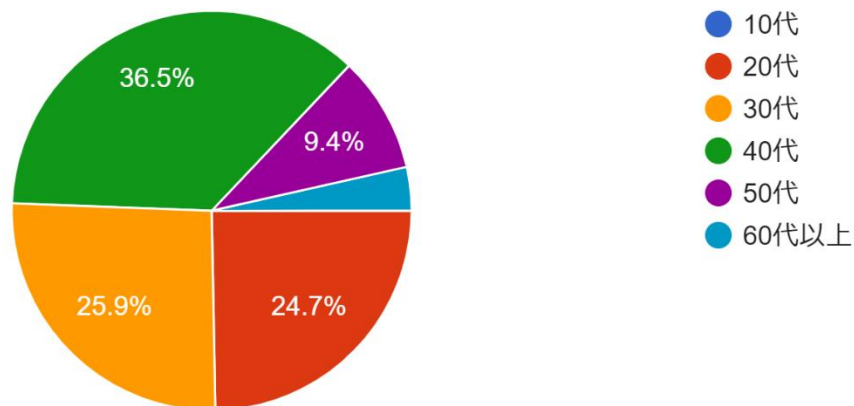
アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■ 3本目 アンケート結果

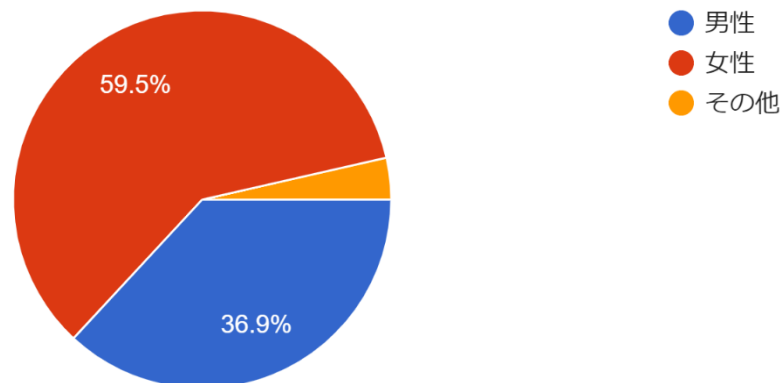
あなたの年代を教えてください

85 件の回答



あなたの性別を教えてください

84 件の回答



アクティブシニア向けの施策

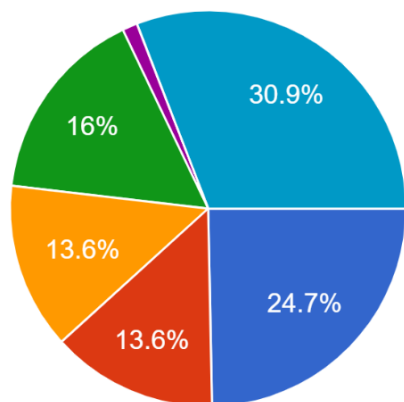


アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■4本目 アンケート結果（SA）

あなたのこれまでの介護や福祉への関与として、あてはまるものをすべてお選びください
81 件の回答



- 正職員として関与したことがある
- パート・アルバイトとして関与したことがある
- ボランティアとして関与したことがある
- 親や身内の介護を経験したことがある
- その他
- 介護や福祉に関与したことがない





アクティブシニア向けの施策



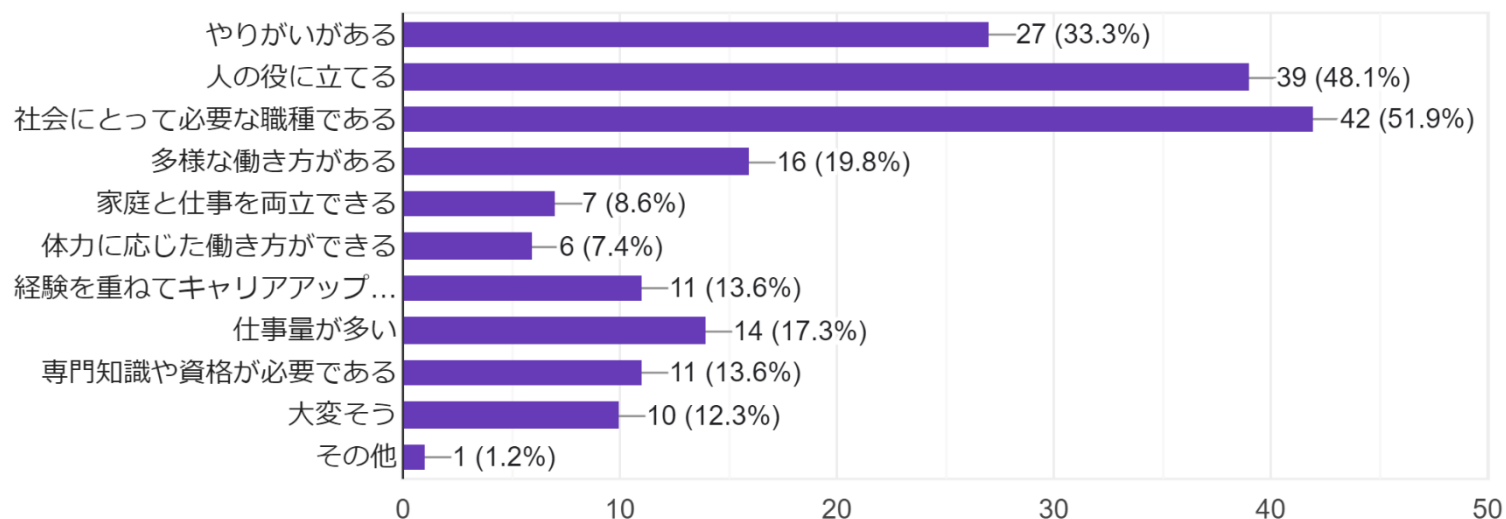
アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■4本目 アンケート結果（MA）

記事をご覧になって介護のしごとに対してどのようなイメージを持ちましたか。

81 件の回答



14年02月09日

広告掲載 企画制作：朝日新聞社メディア事業本部
PR：朝日新聞社（厚生労働省 補助事業）

ケアテックが介護職員の負担を軽くする
移乗・入浴介助・見守り・記録を簡便化



社会福祉法人善光会の和田真央さん（右）と山中裕次さん

アクティブシニア向けの施策



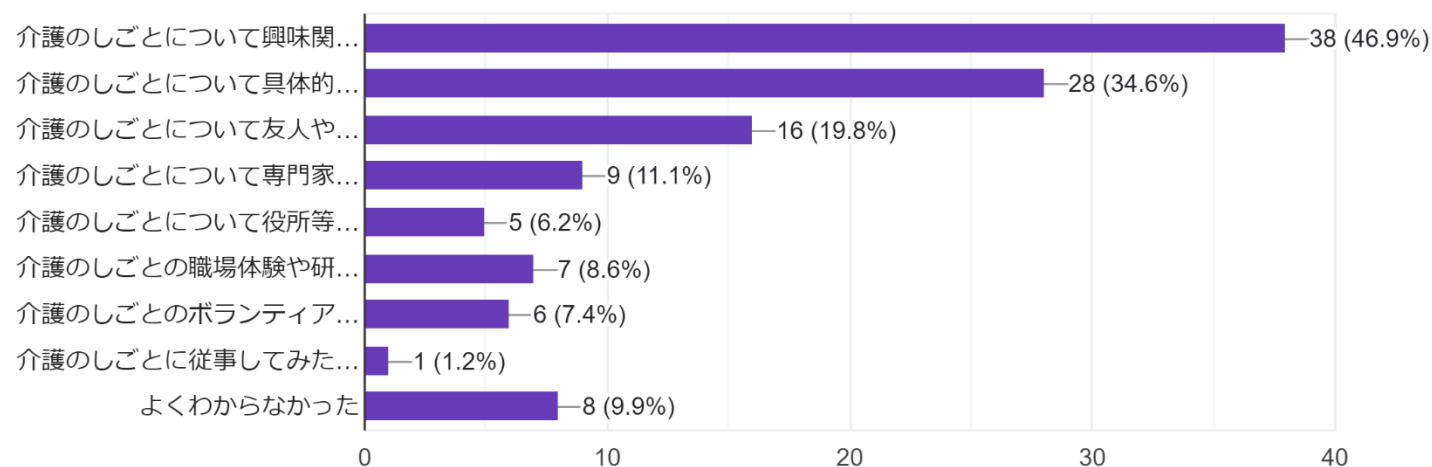
アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■4本目 アンケート結果（MA）

記事をご覧になって介護のしごとについてどのように感じましたか。

81 件の回答



■選択項目（上から）

- ・介護のしごとについて興味関心を持った
- ・介護のしごとについて具体的に調べてみたいと思った
- ・介護のしごとについて友人や家族と話したいと思った
- ・介護のしごとについて専門家の話を聞いてみたいと思った
- ・介護のしごとについて役所等の地域の窓口に相談してみたいと思った
- ・介護のしごとの職場体験や研修に参加してみたいと思った
- ・介護のしごとのボランティア活動に参加してみたいと思った
- ・介護の仕事に従事してみたいと思った
- ・よくわからなかった

2024年02月09日

広告掲載・企画制作・総編集・メディア事業本部
PR・総編集（厚生労働省 補助事業）

ケアテックが介護職員の負担を軽くする
移乗・入浴介助・見守り・記録を簡便化



社会福祉法人善光会の和田真央さん（右）と山中裕太さん

アクティブシニア向けの施策



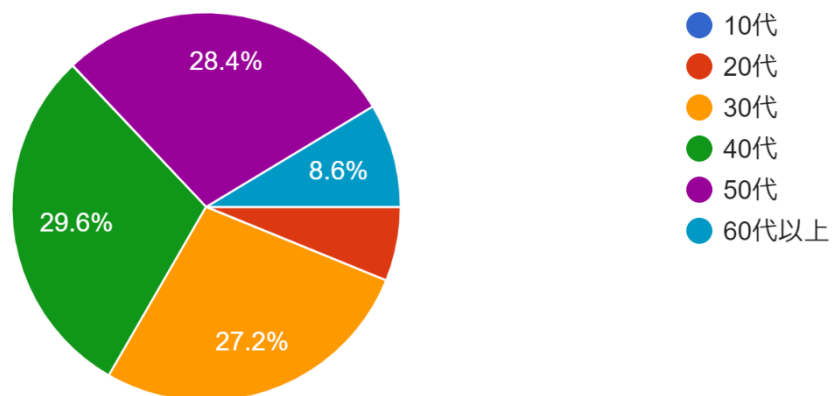
アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■ 4本目 アンケート結果

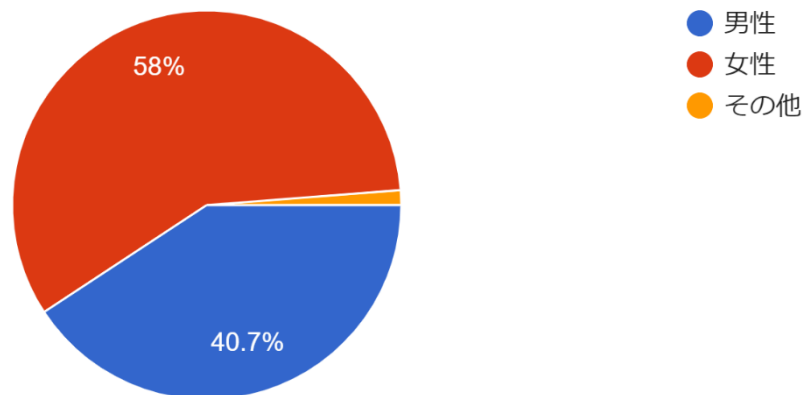
あなたの年代を教えてください

81 件の回答



あなたの性別を教えてください

81 件の回答



アクティブシニア向けの施策

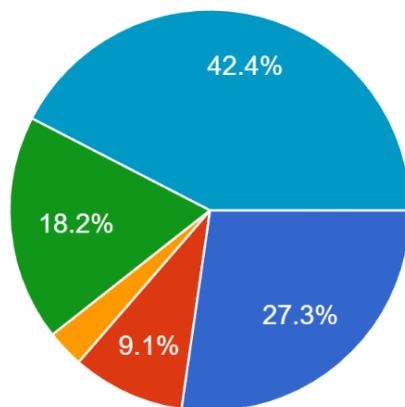


アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■5本目 アンケート結果（SA）

あなたのこれまでの介護や福祉への関与として、あてはまるものをすべてお選びください
33 件の回答



- 正職員として関与したことがある
- パート・アルバイトとして関与したことがある
- ボランティアとして関与したことがある
- 親や身内の介護を経験したことがある
- その他
- 介護や福祉に関与したことがない



アクティブシニア向けの施策



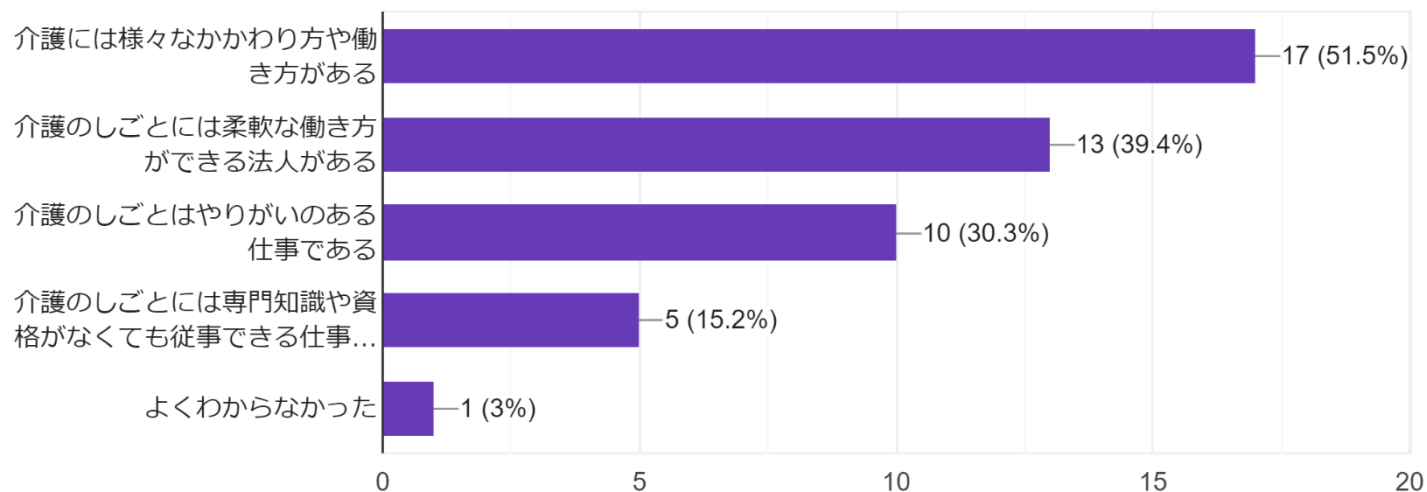
② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■5本目 アンケート結果（MA）

記事をご覧になって以下項目についてどの程度理解できましたか。

最もあてはまるものをお選びください。

33件の回答



アクティブシニア向けの施策

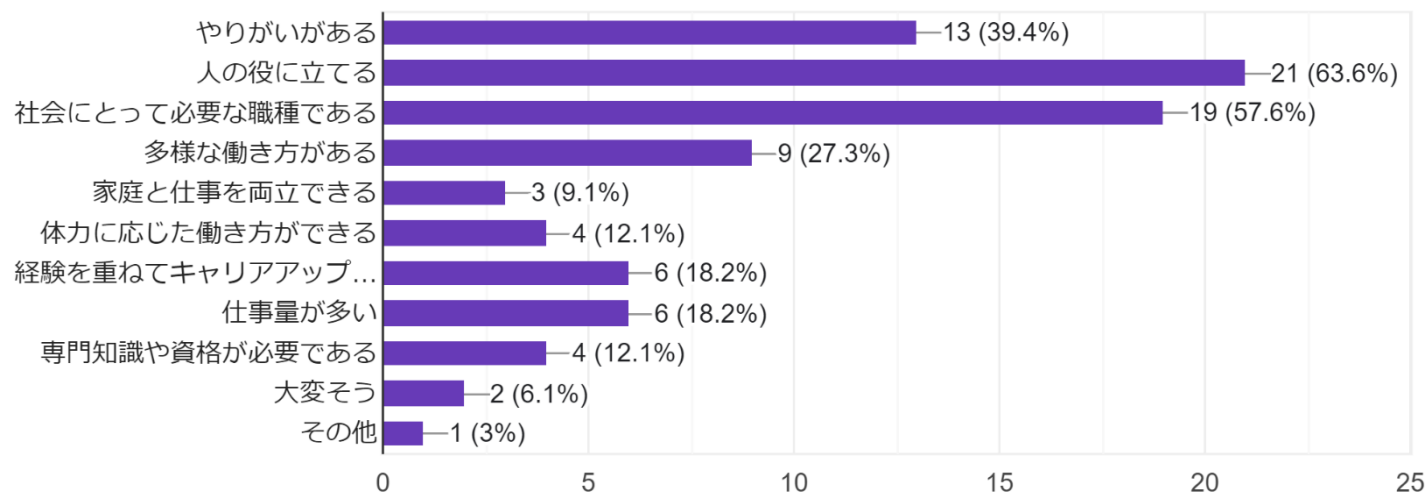


② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■5本目 アンケート結果（MA）

記事をご覧になって介護のしごとに対してどのようなイメージを持ちましたか。

33 件の回答



アクティブシニア向けの施策

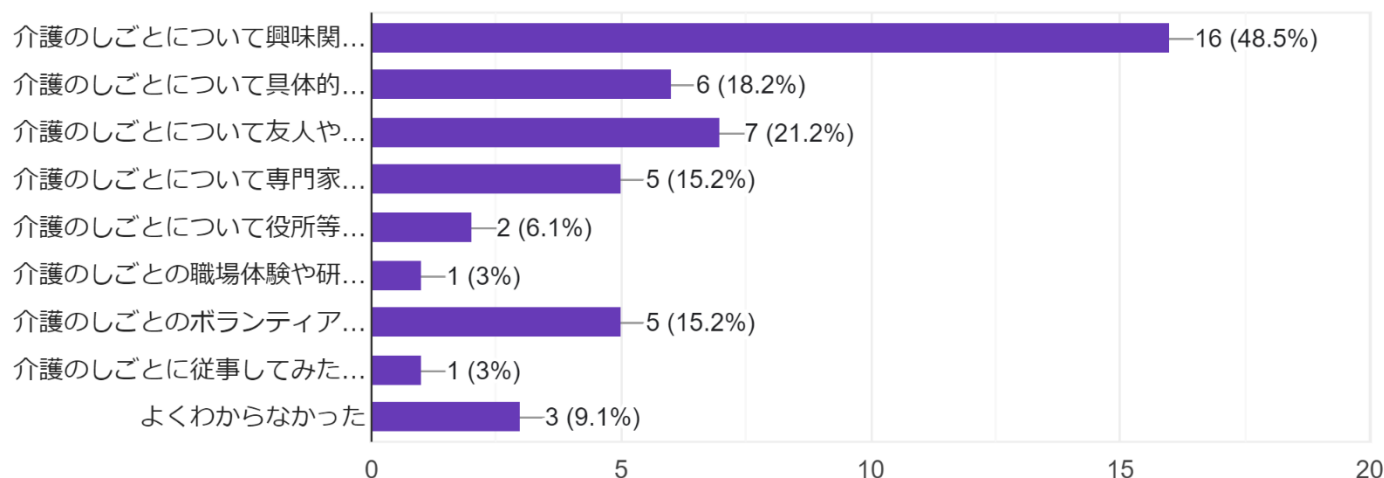


② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■5本目 アンケート結果（MA）

記事をご覧になって介護のしごとについてどのように感じましたか。

33 件の回答



■選択項目（上から）

- ・介護のしごとについて興味関心を持った
- ・介護のしごとについて具体的に調べてみたいと思った
- ・介護のしごとについて友人や家族と話したいと思った
- ・介護のしごとについて専門家の話を聞いてみたいと思った
- ・介護のしごとについて役所等の地域の窓口に相談してみたいと思った
- ・介護のしごとの職場体験や研修に参加してみたいと思った
- ・介護のしごとのボランティア活動に参加してみたいと思った
- ・介護の仕事に従事してみたいと思った
- ・よくわからなかった



アクティブシニア向けの施策



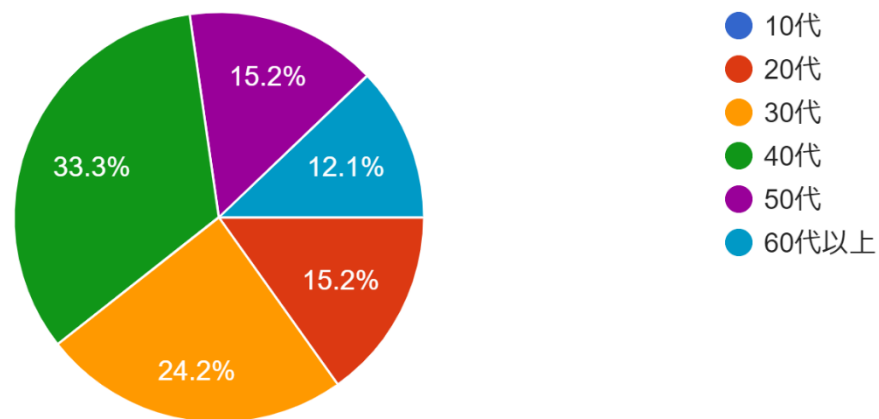
アクティブシニア

② Facebookページを活用したコミュニティの関係強化

■ 5本目 アンケート結果

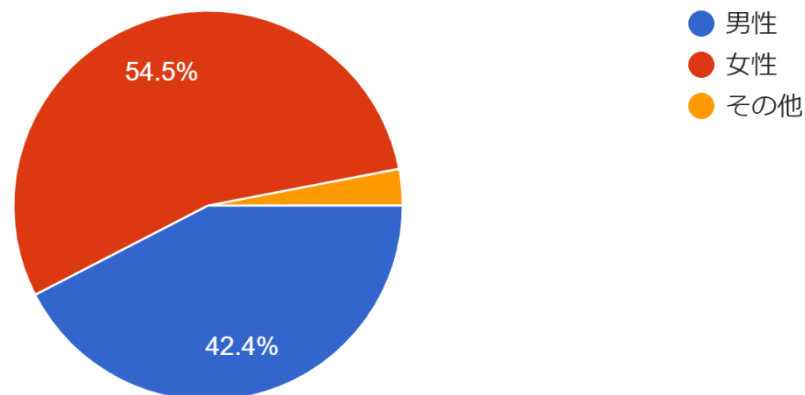
あなたの年代を教えてください

33 件の回答



あなたの性別を教えてください

33 件の回答



5.事業対象者の介護に対する意識変容など効果まとめ

若年層向けの施策

事業名	当初目標	アウトプット		アウトカム		
		指標	結果	内容	測定方法	主な測定結果
真夏の熱血！介護トーク	・ イベント参加人数 500人（2回計） ・ 新聞発行部数 告知 200,000部 採録105,284部	参加人数 発行部数	・ 参加人数 各回約100名（計200名） ・ 発行部数 朝日新聞大阪本社版 1,065,325部 朝日新聞甲子園特別ガイド 200,000部 朝日小学生新聞 105,284部	①②③	参加者アンケート調査（n=65）	・ イベントは面白かったですか：「とても面白かった+面白かった」83.0% ・ イベントを通じて「介護」というしごとのイメージは変わりましたか：「とても良くなった+良くなった」57.0%、「良いままで変わらない」22.0% ・ 将来の職業の選択肢として「介護」という仕事に興味をもつようになりましたか：「とても興味を持った+興味を持った」59.0%
YouTube×地上波×SNSを活用した動画拡散「ブカピ」	・ 再生回数 10万回	動画再生回数	動画再生回数 191,965回	①②	視聴者へのアンケート調査（n=104）	・ 動画を観てどのように感じたか「好き+まあ好き」66.3% ・ 学生でも介護や福祉に関与できる機会がある「理解できた+まあ理解できた」79.8% ・ 介護のしごとは人とのつながりを作れる仕事である「理解できた+まあ理解できた」80.8%
若年層向けウェブコンテンツ	・ トータルPV数 10万PV	PV数	記事：トータル108,487PV 動画：トータル104,194回	①②③	タイアップ接触者へのブランドリフト調査	詳細は該当ページをご確認ください

■弊社事業の設定アウトカム

- ①福祉・介護への興味・関心を持つ人が増える
- ②福祉・介護の仕事内容に理解を持つ人が増える
- ③福祉・介護に対する社会的評価が高まる（イメージアップ）

ミドル層向けの施策

事業名	当初目標	アウトプット		アウトカム		
		指標	結果	内容	測定方法	主な測定結果
グッドライフフェア 「セカンドキャリア 働き方発見フェア」	グッドライフ フェア来場者数 (全体) 25,000人	参加人数 ブース相談数	GLフェア来場者数 (全体) 35,000人 セカンドキャリアフェア 1,264人 介護のセミナー参加人数 約30人 ブース相談数 39人	①②	イベント参加者への アンケート (n=39)	・就職先としてどの程度関心があったか： 「非常に関心あった+関心があった」68.0% ・就職先として福祉・介護業界への関心は変 化しましたか：「非常に関心が高くなった+ 少関心が高くなった」72.0%
WORKO!オンラインセ ミナー「自分らしく築 くキャリア～ケアの仕 事の可能性～」	当日視聴： 1,000人 アーカイブ視 聴： 10万回再生	再生回数 採録記事PV数	再生回数 237,532回 採録記事 10,156PV ※事前収録、当日配信なし	①②③	ウェビナー閲覧者への アンケート (n=57)	・オンラインセミナーを視聴して、あなたは 今後介護の現場で働きたいと思いますか： 「そう思う+ややそう思う」60% ・あなたは今後、地域の介護施設などの職場 体験に参加してみたいと思いますか：「そう 思う+ややそう思う」57.8%

■ 弊社事業の設定アウトカム

- ①福祉・介護への興味・関心を持つ人が増える
- ②福祉・介護の仕事内容に理解を持つ人が増える
- ③福祉・介護に対する社会的評価が高まる（イメージアップ）

アクティブシニア向けの施策

事業名	当初目標	アウトプット		アウトカム		
		指標	結果	内容	測定方法	主な測定結果
イベント Reライフフェス ティバル セミナー 「人生100年時代のLIFE SHIFT “好き”を生かして“社会”とつながる介護のしごと」	当日視聴 1,000人 アーカイブ10万回	参加人数 再生回数	当日参加人数 イベント全体(資料配布) 3,190人 セミナー参加 155人 ブース立ち寄り 120人 アーカイブ再生113,096回 ※リアルイベント開催、 当日ライブ配信はなし	①②③	イベント参加者へのアンケート (n=116)、 ブース相談者の声	セミナーアンケート ・セミナー参加前の介護のしごとの印象：「とても良い＋良い」38%、「どちらとも言えない」44% ・セミナー参加後の介護のしごとの印象：「さらに良くなった＋良くなった」は69% ・介護のしごとに関心が持てましたか：「関心が持てた＋やや関心が持てた」75% ・介護助手の周辺業務のしごとに関心が持てましたか：「関心が持てた＋やや関心が持てた」74% ・ライフシフトの選択肢として介護の現場で働いてみたいと思いますか：「そう思う＋ややそう思う」39% ・自由回答では「今後、アクティブシニアとして社会のためになる活動をしていきたい。健康第一。一歩踏み出して、社会とつながる事が大事。」「アクティブシニアの役割が重要。どう動けるか。その入り口がどこであるか情報収集。」など意識変容が見られた。 ブース相談者の声 ・「介護のしごとに助手的な仕事があるとは知らなかった」（50代女性） ・「自分ごととしても介護のしごとに興味はあるが、一歩踏み出せないでいたので、きっかけになった」（50代男性）
Reライフフェス ティバルセミナー 全国紙掲載「人生100年時代のLIFE SHIFT “好き”を生かして“社会”とつながる介護のしごと」	・朝日新聞 4,751,459部 閲読者数 9,978,063人 ・毎日新聞 1,933,714部 閲読者数 3,906,102人	閲読者数	・朝日新聞 3,974,942部 閲読者数 8,347,378人 ・毎日新聞 1,778,971部 閲読者数 3,593,521人	①②③	J-MONITOR 調査	・広告が理解できた：「あてはまる＋ややあてはまる」79.7% ・広告に興味を持った「あてはまる＋ややあてはまる」58.0% ・広告に好感を持った「あてはまる＋ややあてはまる」67.6% ・自由回答では「社会的な課題をうまく表現している広告だった（29歳以下・男性）」、「自分の経験が介護の仕事に活かせるかもしれないと興味が高まりました（30代男性）」「介護のことを考えたことがなかったが、新しい事に挑戦してみようという気持ちになった（40代女性）」、「介護の問題はだれも避けて通れない深刻な問題なので、興味深く読んだ。経験談など具体的なものととても良かった。足腰を鍛えているなど参考になる話題もあり、明るい座談会の記事になっているのも良かった。（60代女性）」など、一定の意識変容が見られた。
Facebook ページ運用	10,000リーチ	リーチ数	リーチ数：958,392	②③	リーチ数、 接触者アンケート	・記事27本の投稿、958,392リーチ ・今年度の投稿に「いいね！」の数 1,471 ・アンケートの詳細は該当ページをご確認ください

■弊社事業の設定アウトカム

- ①福祉・介護への興味・関心を持つ人が増える
- ②福祉・介護の仕事内容に理解を持つ人が増える
- ③福祉・介護に対する社会的評価が高まる（イメージアップ）

事業効果まとめ

・本事業では若年層、ミドル（子育てを終えた層を含む）、アクティブシニアの3つのターゲットを設定し、それぞれに対して情報発信、イベント等を実施しました。

・若年層向けにはイベント・動画・記事コンテンツを中心に啓発を行いました。小学生や保護者向けイベントは全国から人が集まり、地域が最も盛り上がる高校野球大会の時期に合わせ、甲子園付近で開催しました。集客は当初目標に届きませんでしたでしたが、会場にいた当日参加者も含め、無関心層、子どもたちやその親世代が介護に関心を持つきっかけを創出しました。アンケートの結果からも満足度や介護の仕事へのイメージアップが感じられました。

介護を学ぶ高校生に密着した動画では、インフルエンサーを起用したコンテンツを活用することで、今まで介護に触れたことがない中高生世代に向けてリーチができたと考えられます。また、事業ポータルサイトに若年層向けのタブを創設し、全国の社会福祉法人で働く20代～40代の方に取材した記事・動画を5本公開しました。コンテンツは18歳～34歳を中心に関心を集め、多くの同世代の方々に発信できました。ブランドリフト調査の結果からは、サイト内容の理解についてはいずれの項目も6割以上のスコアで内容がしっかり伝わっていると言えます。記事に複数のロールモデルを掲載していることで、働き方の具体的なイメージの形成に繋がり、理解が深まった可能性があります。

・ミドル層についてはイベント（オンライン含む）を中心に啓発を行いました。セカンドキャリアイベントでは就職に関心の高い層に、セミナーとブース相談で導線を作りました。ウェビナーでは介護に縁のある著名人と多様なキャリアを紹介しましたが、動画視聴後のアンケート収集の回収率が低く、アウトカムの部分で課題が残りました。一方で、自由回答率が高く介護に対して前向きなコメントが多く得られました。ミドル層は昨年度に続いて2年目のアプローチでしたが、年齢以外のペルソナ設定が引き続き弱く、各アンケート結果等を参考にしながら介護職へ入職可能性の高いペルソナを分析し、良いアプローチ方法を模索していく必要があると考えます。

・アクティブシニア層についてはイベントを中心に、資格や介護経験がないアクティブシニアにも「周辺業務」を中心とした介護のしごとに一步踏み出す機会を創出する施策を行いました。アンケートの結果からは、85%の人がセミナーに満足し、「介護の知識が持てた」「とても勉強になった」「まずは知ることが大事」「地域に何ができるか考えたい」など、介護のしごとを前向き意識させ、関心を高めるという目標は達成したと考えられます。関心が高まったセミナー参加者に対し、さらに具体的な行動に一步踏み出すための導線作りをもう少し工夫できれば良かったと考えます。

Facebookでの発信については、多くの方に介護情報に触れる機会を創出したものの、エンゲージメントを高め、コミュニティの関係を強化するところまでは至らず、今後の課題となります。