

厚生労働省 令和6年度介護のしごと魅力発信等事業
事業間連携等事業

報告書

令和7年3月

PwCコンサルティング合同会社

要旨

事業の目的

事業間連携等事業は、令和6年度の介護のしごと魅力発信等事業（以下「魅力発信等事業」という）の各事業区分、すなわち

- ① 情報発信事業（全国へ向けた情報発信事業）
- ② 情報発信事業（WEBを活用した広報事業）
- ③ 情報発信事業（介護職発信事業）

の各実施主体や「都道府県等の地域単位で実施している魅力発信に係る取組」（以下「都道府県事業」という）の実施主体を連携させ、魅力発信の効果を高めることを目的に実施する。

特に、情報発信事業（介護職発信事業）が事業区分に追加されたことに鑑み、情報発信事業（介護職発信事業）の実施主体が、他の実施主体と連携し情報発信を行えるよう支援する。

また、アンケートやヒアリング調査を通じて、今後、魅力発信等事業においてアプローチすべき対象や効果的な発信方法について考察する。

実施概要

1. 実施内容

本事業では主として6つの活動を実施した。魅力発信等事業の実施主体と業界団体・職能団体が情報交換を行う「事業間連携会議」の開催、情報発信事業の円滑な事業実施のため実務者間の調整を行う「オフトラックミーティング」の開催、都道府県事業の実施主体等への事業をより効果的に実施するための情報共有イベント「介護のしごと魅力発信サミット」（以下「魅力発信サミット」という）の開催、魅力発信等事業や都道府県事業のイベント情報等を関係各所に発信する「介護のしごと魅力発信等事業ニュースレター（なるほどカイゴ）」の発行、情報発信事業の事業効果の測定・分析支援、介護の仕事に関するアンケート調査・ヒアリング調査の6つである。

2. 考察と今後の課題

～ の取組により、情報発信事業（介護職発信事業）の実施主体が他の実施主体とコンテンツの発信・イベント告知等をWEBサイト・WEB広告や印刷媒体への掲載等により行うことができた点は事業間連携の支援の成果といえる。他方で、新たな事業構造により、「連携を見越して適切な予算を配分することが困難」、「コンテンツ制作者と発信者が異なることによるPDCAサイクルのPDAとCの主体の分離」、「コンテンツを発信したい対象と発信できる対象の分離」といった課題が生じうることを考察した。これらの課題に対しては、採択後早期に、実施主体間で「制作するコンテンツ」、「実施可能な情報発信」、「事業改善に必要なデータの取得」についてすり合わせを行うことが必要と考えられる。

事業効果の測定・分析支援の一環として情報発信事業の活動結果を取りまとめた結果、今年度の魅力発信等事業により、介護の仕事に関する認知拡大や興味関心の喚起といった成果があったことが分かった。また、介護業界内部向けの活動によって介護職の自己評価・魅力発信意欲が向上したことも今年度の魅力発信等事業における成果の一つである。一方で、情報発信事業の課題について考察した結果、「リーチ数の拡大およびコンテンツの質の

向上」「全国へ向けた情報発信事業の中で見られた小規模な活動の取扱いの検討」「ターゲットや活動内容の偏り」「意識変容・行動変容に係る成果の測定が十分でない」等が課題であることが明らかとなった。

のアンケート・ヒアリング調査では、魅力発信等事業においてアプローチすべき対象や効果的な発信方法について、考察した。

今後、魅力発信等事業においてアプローチすべき対象について、調査では介護職に向く人の特徴として、「人と関わることが好きな人」「高齢者に寄り添う気持ちを持っている人」等が挙げられた。こうした人が介護職の特性と強みがマッチする人としてアプローチする有力な対象になると考えられる。

魅力発信の方法・メッセージについて、魅力発信の活動の中で「高齢者や介護職とのふれあい」の機会を提供することで、介護職への関心を高めることが効果的と考えられる。また、学生には「利用者から感謝される」「勤務日や勤務時間の融通が利き、柔軟に働くことができる」といった点が魅力的に映る可能性が高いと見られる。一方、年齢を重ねた人には「長く働ける」「人生経験を活かすことができる」といった魅力が響くメッセージと考えられる。

アンケート・ヒアリング調査の結果から、魅力発信をより効果的なものにするためには、介護業界内部での改善も必要であることが示唆された。具体的な例として、介護職へのヒアリングでは「介護業界で働く人自身が自身への仕事に十分な自信を持てておらず、ネガティブなイメージを発信してしまう傾向にある」といった課題が挙げられた。早くから介護職への関心を持つ人は、身の回りに介護や福祉に関連する仕事に就く人の影響を受けている傾向にあるという調査結果を踏まえると、介護職の「魅力を伝えたい・発信したい」という思いを高め、子どもにも魅力を語るができるようになれば、若年層の介護職への入職が後押しされると推測できる。

また、介護職自身による魅力発信について、介護の仕事の魅力を周囲に伝えたい・発信したいと考えている人は、そうでない人と比べて介護の仕事の「給与」「体力的負担」「精神的負担」について良いイメージを持っていることがアンケート調査から明らかになっている。魅力発信等事業の範囲からは離れるものの、介護職の発信力を高めるためには、これらの点について現状の改善も必要だと考えられる。

目次

要旨

i

・ 本事業の概要	1
1．事業の背景・目的	1
(1) 事業の背景	1
(2) 事業の目的	4
2．本事業の推進に係る会議等の設置運営	5
(1) 企画委員会の設置運営	5
(2) 評価分析 WG の設置運営	6
3．実施事業の概要	8
(1) 各事業の連携を図る取組	8
(2) 情報発信事業の事業効果分析に関する取組	9
(3) 介護の仕事に関するアンケート調査及びヒアリング調査の実施	9
・ 実施結果	11
1．各事業の連携を図る取組	11
(1) 事業間連携会議の開催	11
(2) 実施主体間の連携支援	13
(3) 介護のしごと魅力発信サミットの開催	17
(4) 介護のしごと魅力発信等事業ニュースレターの発行	34
(5) 都道府県向け「介護人材確保事業を効果的に進めるための手引き」の更新	37
(6) 事業間連携等事業全体に関する取組評価	40
2．情報発信事業の事業効果分析に関する取組	46
(1) 事業効果分析に関する取組内容	46
(2) 事業効果分析結果	46
3．介護の仕事に関するアンケート調査及びヒアリング調査の実施	63
(1) 調査概要	63
(2) 調査結果	66
・ 考察	131
1． 魅力発信等事業の必要性及び効果的なアプローチに関する分析	131
(1) 介護の仕事に関する魅力発信の必要性	131
(2) 魅力発信等事業においてアプローチすべき対象（ターゲット）	131

(3) 魅力発信等事業において効果的だと考えられる情報発信の方法および内容	140
(4) 介護業界内部における課題	142
2 . 情報発信事業の成果・課題に関する分析	144
(1) 成果	144
(2) 課題と今後の方向性	146
3 . 各事業の連携に係る取組の成果・課題に関する分析	150
(1) 魅力発信等事業間の連携や評価の取組の促進	150
(2) 魅力発信等事業と自治体の連携の促進	154
. 取りまとめ	159
付属資料 1 . 事業間連携等事業 ロジックモデル・評価デザイン	161
付属資料 2 . 事業効果分析および報告書作成のポイント解説資料 (情報発信事業向け資料)	163
付属資料 3 . 介護のしごと魅力発信等事業ニュースレター	168
付属資料 4 . 魅力発信等事業において作成されたコンテンツ一覧	173
付属資料 5 . 「介護の仕事に関するアンケート調査」集計表	182
付属資料 6 . 「介護の仕事に関するヒアリング調査」ヒアリング録	213
別添資料 . 情報発信事業 事業効果分析計画・結果一覧	238
別冊 . 介護人材確保事業を効果的に進めるための手引き ~ 都道府県事業における評価・ロジックモデルの活かし方 ~ (Q&A 増補版)	239

・本事業の概要

1. 事業の背景・目的

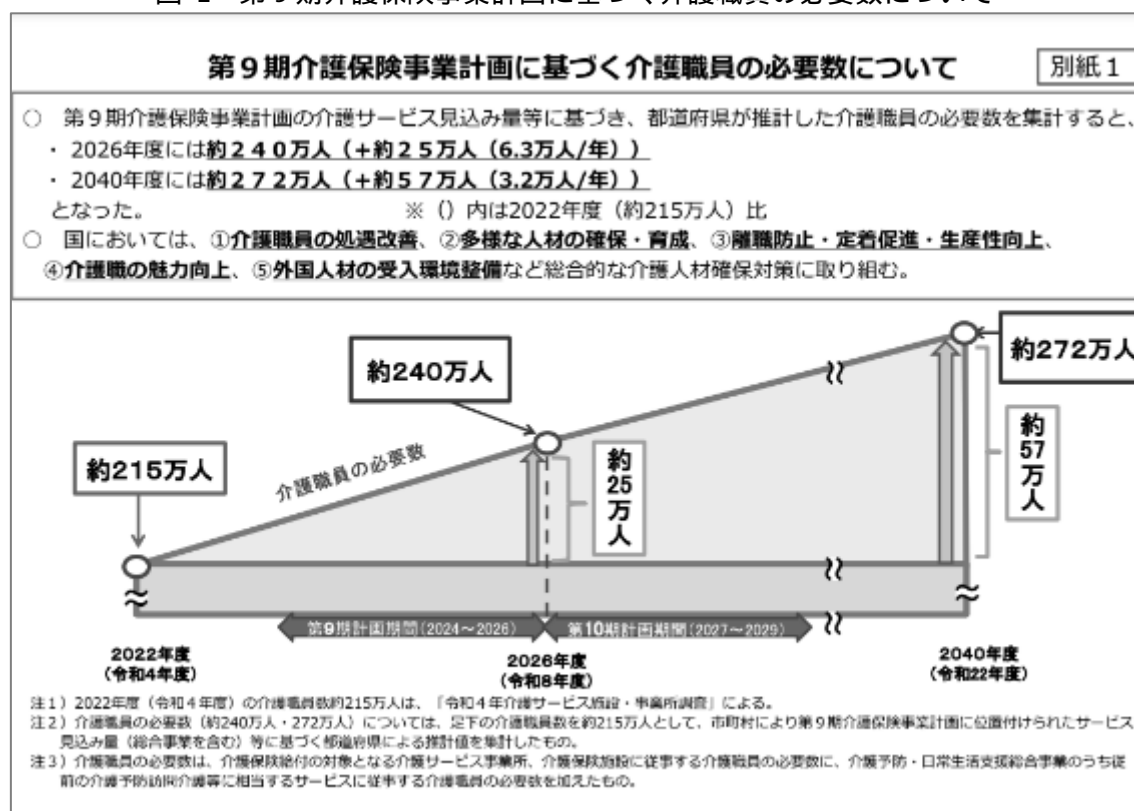
(1) 事業の背景

ア. 魅力発信等事業の実施背景

厚生労働省が令和6年7月に発表した「第9期介護保険事業計画に基づく介護職員の必要数について」(図1)では、第9期介護保険事業計画の介護サービス見込み量等に基づき、都道府県が推計した介護職員の必要数を集計し、令和8年度には約240万人、令和22年度には約272万人の介護職員が必要となる見込みであることが示された。令和4年度時点での介護職員数は約215万人であり、将来的に上記必要数を満たすためには介護人材の確保が必要となる。

令和6年12月には「介護職員数の推移の更新(令和5年分)について」(厚生労働省)が公表された。各サービスの介護職員数は令和5年10月1日時点で、約212.6万人(対前年2.9万人)と集計されている¹。

図1 第9期介護保険事業計画に基づく介護職員の必要数について



出典：厚生労働省「第9期介護保険事業計画に基づく介護職員の必要数について」(令和6年7月)
https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_41379.html (最終閲覧：令和7年3月24日)

¹ https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_47882.html (最終閲覧：令和7年3月24日)

このような状況を踏まえ、厚生労働省は図 2のとおり、「総合的な介護人材確保対策」として「介護職員の処遇改善」、「多様な人材の確保・育成」、「離職防止・定着促進・生産性向上」、「介護職の魅力向上」、「外国人材の受入れ環境整備」等に取り組んでいる。

図 2 総合的な介護人材確保対策（主な取組）

総合的な介護人材確保対策（主な取組）	
①介護職員の処遇改善	○ 介護人材の確保のため、これまでに累次の処遇改善を実施。介護職員処遇改善加算、介護職員等特定処遇改善加算、介護職員等ベースアップ等支援加算の創設・拡充に加え、介護職員の収入を2%程度（月額平均8,000円相当）引き上げるための措置を、2024年2月から5月まで実施。 ○ 令和6年度報酬改定では、以下の改正を実施。 ・ 介護職員の処遇改善のための措置をできるだけ多くの事業所に活用されるよう推進する観点から、3種類の加算を一本化。 ・ 介護現場で働く方々にとって、令和6年度に2.5%、令和7年度に2.0%のベースアップへと進捗につながるよう、加算率を引き上げ。
②多様な人材の確保・育成	○ 介護福祉士修学資金貸付、実務者研修受講資金貸付、介護・障害福祉分野就職支援金貸付、再就職準備金貸付による支援 ○ 中高年齢者等の介護未経験者に対する入門的研修の実施から、研修受講後の体験支援、マッチングまでを一体的に支援 ○ 多様な人材層の参入促進、介護助手等の普及促進 ○ キャリアアップのための研修受講負担軽減や代替職員の確保支援 ○ 福祉系高校に通う学生に対する返済免除付きの修学資金の貸付を実施
③離職防止・定着促進・生産性向上	○ 介護ロボット・ICT等テクノロジーの導入・活用促進 ○ 令和6年度介護報酬改定による生産性向上に係る取組の推進（介護報酬上の評価の新設等） ○ 介護施設・事業所内の保育施設の設置・運営の支援 ○ 生産性向上ガイドラインの普及、生産性向上の取組に関する相談を総合的・横断的に取り扱うワンストップ相談窓口の設置 ○ 働き方改革の推進、若手職員の交流推進 ○ オンライン研修の導入支援、週休3日制、介護助手としての就労や副業・兼業等の多様な働き方を実践するモデル事業の実施
④介護職の魅力向上	○ 学生やその保護者、進路指導担当者等への介護の仕事の理解促進 ○ 民間事業者によるイベント、テレビ、SNSを活かした取組等を通じて全国に向けた発信を行い、介護の仕事の社会的評価の向上を図るとともに、各地域の就職相談のできる場所や活用できる支援施策等の周知を実施
⑤外国人材の受入れ環境整備	○ 介護福祉士を目指す留学生等の支援（介護福祉士修学資金の貸付推進、日常生活面での相談支援等） ○ 介護福祉士国家試験に向けた学習支援（多言語の学習教材の周知、国家試験対策講座の開催） ○ 海外12カ国、日本国内で特定技能「介護技能評価試験」等の実施 ○ 海外向けオンラインセミナー等を通じて日本の介護についてのPR ○ 働きやすい職場環境の構築支援（国家資格の取得支援やメンタルヘルスのケアのための経費助成、eラーニングシステム等の支援ツールの導入費用の助成、介護の日本語学習支援、巡回訪問等）

出典：厚生労働省「第9期介護保険事業計画に基づく介護職員の必要数について」（令和6年7月）
https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_41379.html
<https://www.mhlw.go.jp/content/12004000/000804129.pdf>（最終閲覧：令和7年3月24日）

厚生労働省補助事業である魅力発信等事業は、上記の「総合的な介護人材確保対策」のうち「介護職の魅力向上」に係る取組として、イベント、テレビ、SNSを活かした取組等を通じて、全国に向けた情報発信を行い、介護の仕事の社会的評価の向上、福祉・介護の仕事の興味関心の喚起、理解促進を図り、その仕事の魅力を感じられるようにすることを目的に令和元年度より実施されてきた。

事業開始以来、魅力発信等事業は効果的な魅力発信を目指し、情報発信先となるターゲット別に事業区分が置かれるなど事業形態を更新しながら実施してきた。令和6年度は、介護職自らが主体となって介護の仕事の魅力等を発信するコンテンツの企画・制作等を行うことを目的として、新たに「情報発信事業（介護職発信事業）」の事業区分が置かれた。同事業区分を含む、各事業区分および各事業の主眼は以下のとおり。

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。

- 同事業区分に採択された実施主体

- ・株式会社朝日新聞社
- ・株式会社マガジンハウス

情報発信事業（WEBを活用した広報事業）

多くの国民が、福祉・介護の仕事について新たに関心を持つとともに、その仕事の魅力を感じてもらえるよう、WEB広告等を活用し、介護の日や福祉人材確保重点実施期間等の機会を捉えつつ、年間を通して広く国民に向けて広報を行う。

- 同事業区分に採択された実施主体
 - ・楽天グループ株式会社

情報発信事業（介護職発信事業）

多くの国民が、福祉・介護の仕事について新たに関心を持つとともに、その仕事の魅力を感じてもらえるよう、介護職など自らが主体となり、自らの声で介護の仕事の魅力・やりがい・誇りを発信するコンテンツの企画・制作等を行い、発信力のある 業の事業者と連携し、広く国民に向けて広報を行う事業。

- 同事業区分に採択された実施主体
 - ・一般社団法人KAIGO PRiDE
 - ・一般社団法人FACE to FUKUSHI
 - ・社会福祉法人全国社会福祉協議会全国社会福祉法人経営者協議会

事業間連携等事業

情報発信事業の実施主体が、他の実施主体や都道府県事業との連携を図ることなどにより、魅力発信等事業の事業効果の最大化を図ることを目的とする事業。

- 同事業区分に採択された実施主体
 - ・PwCコンサルティング合同会社

イ．事業間連携等事業の設置背景

魅力発信等事業は令和 6 年度で 7 年目²を迎えた事業であり、令和元年度以来、情報発信先となるターゲット別に事業区分が置かれるなど複数の事業により構成されてきた。

これまでの 6 年間で魅力発信等事業は事業内容を充実させてきたが、過年度事業においては、各事業が独立して運営され、事業区分間での魅力発信の動きの共有が十分でなく、協力が生まれにくかった等の課題があった。この課題を踏まえ、事業間連携等事業は、各事業区分の事業効果を高めるための連携を促進するため令和 3 年度に設置された。

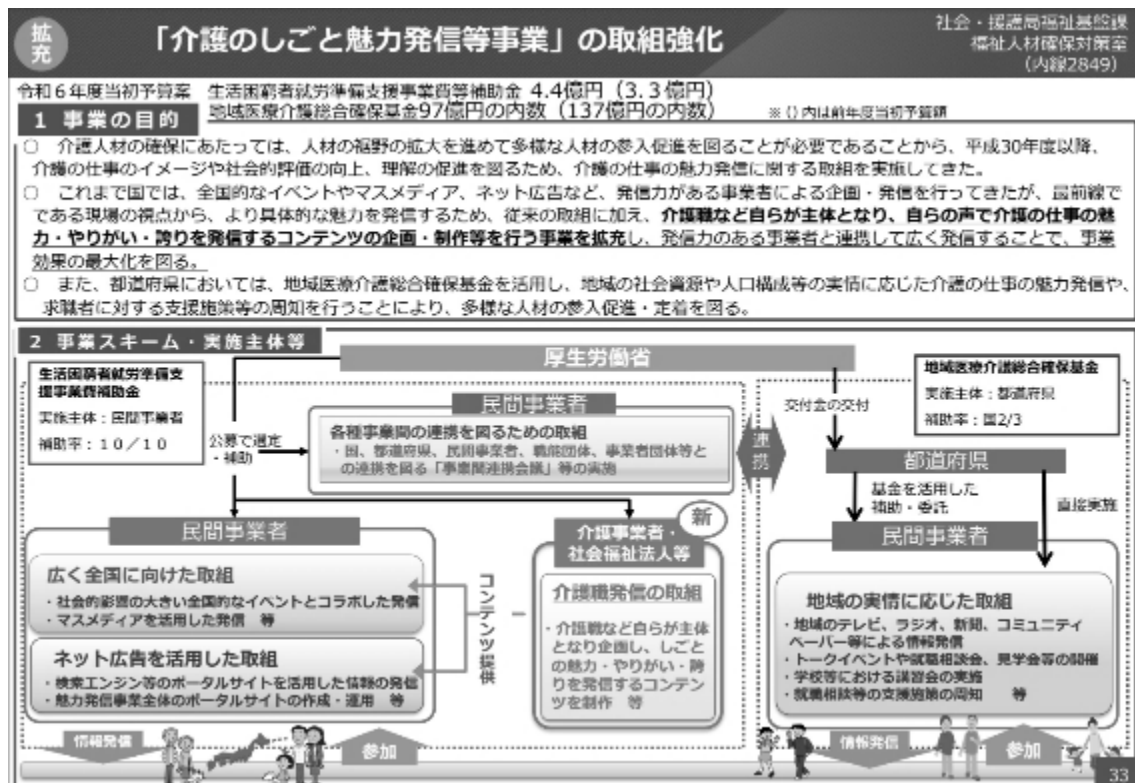
さらに令和 4 年度には、情報発信事業の実施主体と都道府県事業の連携を図る取組の実施も事業間連携等事業の主眼に位置づけられることとなった。過去 6 年間の事業の進展に伴い、魅力発信等事業では連携する範囲が「実施主体間」、「実施主体と業界団体・職能団体間」、「実施主体と都道府県事業」と広がってきており、その傾向は令和 6 年度も維持されている。

² 平成 30 年度の事業名は「介護職のイメージ刷新等による人材確保対策強化事業」であり、平成 31 / 令和元年度から令和 6 年度までの事業名は「介護のしごと魅力発信等事業」となっている。

加えて、令和6年度は情報発信事業（介護職発信事業）が新たな事業区分に追加された。このことを踏まえ、情報発信事業（介護職発信事業）が発信力のある他の事業区分の実施主体と連携して広報を行うことができるよう支援を行うことが求められる。

令和6年度の魅力発信等事業の全体像は図3のとおり。

図3 令和6年度「介護のしごと魅力発信等事業」概要



出典：令和6年度各部署の予算案の概要（社会・援護局（社会）参考資料 p.34

<https://www.mhlw.go.jp/wp/yosan/yosan/24syokanyosan/dl/qaiyo-09-2.pdf>（最終閲覧：令和7年2月13日）

（2）事業の目的

前述のとおり、魅力発信等事業は「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興味を持ち、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こと」を目的に実施される。

事業間連携等事業は、魅力発信等事業全体で掲げられている上記目的の達成に資するため、情報発信事業の実施主体が、他の実施主体や都道府県事業との連携を図ることなどにより、魅力発信等事業の事業効果を高めることを目的とする。特に、令和6年度に情報発信事業（介護職発信事業）が加わったことに鑑みて、情報発信事業（介護職発信事業）の実施主体が他の事業区分の実施主体と連携して広報を行えるように支援することを優先度の高い目的とする。

2. 本事業の推進に係る会議等の設置運営

本事業の推進のため、企画委員会、および評価分析に関する検討を行うワーキンググループ（以下、「評価分析WG」とする）を設置・運営した。

企画委員会は本事業全般について広く検討し、事務局に助言することを目的としている。評価分析WGは本事業のうち、評価分析の進め方について検討・助言することを目的としている。各会議の概要は表 1のとおり。

表 1 本事業推進のため設置運営した会議体

名称	開催回数	目的	内容
企画委員会	4 回	● 本事業全般について有識者による検討・事務局への助言を行うこと。	● 複数領域に関する有識者で構成する企画委員会を設置した（領域：福祉・介護人材の採用、マーケティング、福祉・介護実務、政策評価、福祉・介護行政）。 ● 本事業の実施内容や事業報告等について広く検討・助言を行った。
評価分析ワーキンググループ（WG）	4 回	● 評価分析の進め方について有識者による検討・事務局への助言を行うこと。	● 福祉・介護領域と政策評価に関する有識者で構成するワーキンググループを設置した（構成員は企画委員会兼務）。 ● 評価分析の進め方、まとめ等について広く検討・助言を行った。

（1）企画委員会の設置運営

ア．開催目的

本事業全般について有識者により広く検討し事務局に助言することを目的として、企画委員会を開催した。企画委員会の委員構成は表 2のとおり。

表 2 企画委員会 委員名簿（五十音順、敬称略）

氏名	所属
秋本 可愛	株式会社Blanket 代表取締役
伊藤 優子	龍谷大学短期大学部 社会福祉学科 教授
大澤 望	株式会社大沢会計&人事コンサルティング 代表取締役
梶 望	株式会社ソニー・ミュージックレーベルズ EPICレコードジャパン
齋藤 渉	北九州市保健福祉局長寿推進部介護保険課 課長
新藤 健太	日本社会事業大学 社会福祉学部 講師
藤野 裕子	前 厚生労働省 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
吉岡 俊昭	公益社団法人日本介護福祉士会 常任理事

イ．開催日時および主な議題

企画委員会は計４回開催した。開催日時および各回の主な議題は表３のとおり。

表３ 企画委員会の開催日時・主な議題

回数	時期	主な議題
第１回	令和６年７月８日(月) 15:00～17:00	・ 事業概要の共有 ・ 事業間連携のあり方検討 ・ 評価分析のあり方検討
第２回	令和６年９月26日(木) 10:00～12:00	・ 魅力発信サミットの振り返り・今後に向けた検討 ・ 「介護の仕事に関するアンケート調査」の実施計画 ・ 「地域における入職者に関するヒアリング」の設計・実施計画 ・ 事業間連携等事業（PwC）の評価デザイン 等
第３回	令和６年12月12日(木) 10:00～12:00	・ 「介護の仕事に関するアンケート調査」の進捗 ・ ニュースレター「なるほどカイゴ」発行状況 ・ 令和６年度の魅力発信等事業における構造課題 ・ 報告書 章立て案 等
第４回	令和７年２月28日(金) 14:00～16:00	・ 事業報告書の検討

（２）評価分析WGの設置運営

評価分析の進め方に関する助言を仰ぐことを主な目的として、政策評価に関する知見を有する学識・有識者で構成するWGを開催した。評価分析WGの委員名簿は表４、開催日時および主な議題は表５のとおり。

表４ WG委員名簿（五十音順、敬称略）

氏名	所属
大澤 望	株式会社大沢会計＆人事コンサルタンツ 代表取締役
新藤 健太	日本社会事業大学 社会福祉学部 講師
藤野 裕子 ³	前 厚生労働省 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

表５ WGの開催日時・主な議題

回数	開催日時	主な議題
第１回	令和６年７月５日(金) 13:00～15:00	・ 情報発信事業/介護職発信事業の評価に係る支援 ・ 事業間連携等事業（PwC）の評価デザイン ・ 「介護の仕事に関するアンケート調査」の実施方針 ・ 「介護人材確保事業を効果的に進めるための手引き」の更新
第２回	令和６年９月９日(月)	・ 情報発信事業/介護職発信事業の評価に係る支

³ 第３回WG、第４回WGのみ参加。

回数	開催日時	主な議題
	14:00～16:00	援 ・ 事業間連携等事業（PwC）の評価デザイン ・ 「介護の仕事に関するアンケート調査」の実施方針 ・ 「地域における入職者に関するヒアリング」の実施方針 等
第 3 回	令和 6 年11月21日(木) 10:00～12:00	・ 「介護の仕事に関するアンケート調査」の進捗 ・ 「地域における入職者に関するヒアリング」の進捗 ・ アンケート／ヒアリング結果のとりまとめ方法 ・ 「介護人材確保事業を効果的に進めるための手引き」の更新 等
第 4 回	令和 7 年 3 月 6 日(木) 10:00～12:00	・ アンケート調査及びヒアリング調査の考察 ・ 情報発信事業の評価結果 等

3．実施事業の概要

本事業では、主に「情報発信事業の実施主体間および情報発信事業と都道府県事業の連携を図る取組」と「事業効果の分析」、「介護の仕事に関するアンケート調査及びヒアリング調査」を実施した。各取組の概要は(1)～(3)のとおり。各取組の詳細は「 ．実施結果」にて記載する。

(1) 各事業の連携を図る取組

ア．事業間連携会議の開催

情報発信事業および事業間連携等事業の実施主体と、介護の仕事に係る業界団体・職能団体間での情報交換を目的として実施する会議体である。各実施主体から事業の進捗について発表を行い、事業への協力等について意見交換を行う。

各事業区分の実施主体、業界団体・職能団体、厚生労働省を主な参加者とし、各実施主体の企画委員・都道府県の介護人材確保担当課も任意で参加の上、3回(令和6年8月、令和6年12月、令和7年2月)開催した。

イ．オフトラックミーティングの開催

魅力発信等事業の実施主体間で、事業効果を高めるための相談・情報交換を目的として個別または多数にて実施する打合せである。主に事業開始時期の令和6年6月から令和6年9月にかけて、複数回開催した。

事業間連携会議は実施主体以外を含む多数の参加者で開催し、事業全般を議題とする一方、オフトラックミーティングは事業の個別具体的な事項が主な議題となる。扱われた議題は、情報発信事業(介護職発信事業)が他の実施主体と連携して広報を行うためのコンテンツや広報に関する実施方針のすり合わせや、各実施主体が行うこととされている事業効果の測定・評価に関するノウハウ共有などである。

ウ．魅力発信サミットの開催

都道府県事業の実施主体である自治体・民間事業者等(介護人材確保対策の担当課、都道府県事業の委託先等)を主な参加者とし、事業のPDCAサイクルの回し方に関する講義や魅力発信の事例共有等を通じてより効果的な魅力発信に資することを目的として実施するイベントである。また、情報発信事業の実施主体が作成コンテンツの共有等を行い、情報発信事業と都道府県事業の今後の連携のきっかけとして企画する。

都道府県事業の実施主体である自治体・民間事業者等、情報発信事業の実施主体、本事業の企画委員、厚生労働省等を参加者として1回(令和6年9月)開催した。

エ．介護のしごと魅力発信等事業ニュースレターの発行

情報発信事業や都道府県事業等によるイベント・冊子・WEBコンテンツ等について、求職者や現在就業していない人などに広く周知することを目的として、ニュースレターを発行する。

ニュースレターは業界団体・職能団体やハローワーク、中央福祉人材センター等を主な発信先とし、9回(7月号、8月号、9月号、10月号、11月前半号、11月後半号、12月号、1月号、2月号)発行した。

(2) 情報発信事業の事業効果分析に関する取組

情報発信事業の実施によって得られた効果をまとめることを目的として実施する。事業間連携会議等の機会に把握した情報を基に、事業効果について分析を行った。

(3) 介護の仕事に関するアンケート調査及びヒアリング調査の実施

介護の仕事の魅力を発信するために効果的なアプローチを分析するため、介護職および学生・保護者を対象としたWEBアンケート調査を実施した。また、各地域の現場で実際に介護職に入職する人について理解を深め、魅力発信事業のターゲットとすべき人物の要件を整理するため、地域での介護人材確保に携わる方や介護業界への入職者にヒアリングを行った。

．実施結果

１．各事業の連携を図る取組

本節では事業間連携会議や実施主体の連携支援の取組結果について示す。事業間連携等事業の取組全体の総括的な結果・評価は主に実施主体および業界団体・職能団体へのアンケート結果を基に行うこととしており、本節（６）にてまとめて後述する。

（１）事業間連携会議の開催

ア．開催目的

情報発信事業および事業間連携等事業の実施主体の活動について共有し、事業への協力等を得ることを目的として事業間連携会議を開催した。

イ．開催結果

<開催日程および各回議題>

事業間連携会議は３回開催した。開催日時および各回の主な議題は表６のとおり。

表６ 事業間連携会議の開催日時・主な議題

回数	開催日時	主な議題
第１回	令和６年８月１４日（水） 13:00～16:00	・ 各事業実施主体の事業計画および業界団体・職能団体への協力依頼について ・ 業界団体・職能団体による魅力発信の取組事例紹介 ・ 「介護の仕事に関するアンケート調査」に関する情報共有
第２回	令和６年１２月３日（火） 15:00～18:00	・ 各事業実施主体の事業進捗報告及び他の出席者への協力依頼 ・ 事業統一ロゴの検討ディスカッション
第３回	令和７年２月５日（水） 16:00～19:00	・ 各事業実施主体の事業進捗報告及び他の出席者への協力依頼 ・ 本年度の事業全体への意見、次年度以後の期待

<参加者>

情報発信事業および事業間連携等事業の実施主体、介護の仕事に係る業界団体・職能団体、事業間連携等事業の企画委員、厚生労働省社会・援護局福祉基盤課が参加した。さらに、各都道府県の介護人材確保対策担当者もオブザーバー（参加任意）として参加した。主な参加者は表７および表８のとおり。

表 7 事業間連携会議 主な参加者（情報発信事業・事業間連携等事業の実施主体）

事業名	事業者名（五十音順）
情報発信事業 （全国へ向けた情報発信事業）	株式会社朝日新聞社
	株式会社マガジンハウス
情報発信事業 （WEBを活用した広報事業）	楽天グループ株式会社
情報発信事業 （介護職発信事業）	一般社団法人KAIGO PRIDE
	一般社団法人FACE to FUKUSHI
	社会福祉法人全国社会福祉協議会 全国社会福祉法人経営者協議会
事業間連携等事業	PwCコンサルティング合同会社

表 8 事業間連携会議 主な参加者（業界団体・職能団体等）

団体名（五十音順）
一般社団法人日本ソーシャルワーク教育学校連盟
公益社団法人全国老人福祉施設協議会
公益社団法人全国老人保健施設協会
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養成施設協会
高齢者住まい事業者団体連合会
社会福祉法人全国社会福祉協議会 全国社会福祉法人経営者協議会
全国福祉高等学校長会
長野県社会福祉協議会 福祉人材センター
厚生労働省社会・援護局 福祉基盤課

(2) 実施主体間の連携支援

ア．実施した連携支援

魅力発信等事業の各実施主体が事業を円滑に進め、事業効果を高めることができるよう、以下の支援を会議や個別メール調整を通じて行った（各項末尾の括弧内は主な実施時期）。

Y 事業概要説明

本事業の全体構造・各実施主体の事業概要等の共有（事業開始当初）

Y 効果測定支援

事業の効果測定等に関する情報共有・相談（事業開始当初）

Y コンテンツ広報促進

情報発信事業（介護職発信事業）が制作するコンテンツの目標共有・広報イメージのすり合わせ（コンテンツ制作・広報が開始される8～9月）

Y その他事業支援

情報発信事業の実施主体と業界団体・職能団体との連携支援（コンテンツの周知協力に関することなど）、情報発信事業の企画検討支援（トークライブ「災害下の介護職」など（不定））

イ．オフトラックミーティングの開催

上記連携支援の一環として、魅力発信等事業の実施主体間で個別または多数にて実施する打合せを表9のとおり開催した。なお、事業間連携会議は実施主体以外を含む多数の参加者で開催し、1開催中で事業全般を議題とする一方、オフトラックミーティングは、実務上の個別具体的な事項を主な議題とした。

表9 オフトラックミーティングの開催日時・主な議題

開催日時	参加者 ⁴	主な議題
令和6年 6月17日（月） 10:00-11:00	楽天グループ株式会社	Y 企画提案の共有
令和6年 6月18日（火） 19:00-20:00	楽天グループ株式会社	Y 事業成果を測る定性調査の相談
令和6年 6月25日（火） 10:00-12:00	株式会社朝日新聞社 株式会社マガジンハウス 楽天グループ株式会社 一般社団法人KAIGO PRIDE 一般社団法人FACE to FUKUSHI 社会福祉法人全国社会福祉協議会 全国社会福祉法人経営者協議会 厚生労働省	Y 魅力発信等事業の構造の説明 Y 各実施主体の企画提案の説明 Y 実施主体間の連携に関する相談

⁴ PwC コンサルティング合同会社の記載は省略。

開催日時	参加者 ⁴	主な議題
令和6年 7月18日(木) 18:00-19:00	楽天グループ株式会社 藤野委員	Y 実施主体間の連携に関する相談 Y アウトカム評価指標 / 評価水準に関する相談
令和6年 7月30日(火) 9:30-10:30	株式会社朝日新聞社 株式会社マガジンハウス 楽天グループ株式会社	Y 情報発信事業(介護職発信事業)との連携に関する相談 Y 事業効果の分析に関する情報共有
令和6年 8月20日(火) 17:00-18:00	一般社団法人KAIGO PRIDE 一般社団法人FACE to FUKUSHI 社会福祉法人全国社会福祉協議会 全国社会福祉法人経営者協議会 厚生労働省	Y 事業効果分析及び報告書作成に関する説明
令和6年 8月22日(木) 13:00-14:00	株式会社朝日新聞社 株式会社マガジンハウス 楽天グループ株式会社 社会福祉法人全国社会福祉協議会 全国社会福祉法人経営者協議会 厚生労働省	Y 実施主体間の連携に関する相談 Y 事業効果の分析に関する情報共有
令和6年 8月29日(火) 13:00-14:00	株式会社朝日新聞社 株式会社マガジンハウス 楽天グループ株式会社 一般社団法人KAIGO PRIDE 厚生労働省	Y 実施主体間の連携に関する相談 Y 事業効果の分析に関する情報共有
令和6年 9月2日(月) 9:00-10:00	株式会社朝日新聞社 株式会社マガジンハウス 楽天グループ株式会社 一般社団法人FACE to FUKUSHI 厚生労働省	Y 実施主体間の連携に関する相談 Y 事業効果の分析に関する情報共有
令和6年 9月17日(火) 10:00-11:00	楽天グループ株式会社 社会福祉法人全国社会福祉協議会 全国社会福祉法人経営者協議会 厚生労働省	Y 広告配信に関する相談
令和6年 9月20日(金) 10:00-11:00	楽天グループ株式会社 厚生労働省	Y 情報発信に関する相談
令和6年 9月30日(月) 10:00-11:00	一般社団法人KAIGO PRIDE 厚生労働省	Y ヒアリング調査の依頼 Y 事業実施に関する相談
令和6年 10月4日(金) 11:00-12:00	楽天グループ株式会社 一般社団法人KAIGO PRIDE	Y 広告配信に関する相談
令和6年 10月9日(水) 11:00-12:00	楽天グループ株式会社 一般社団法人FACE to FUKUSHI	Y 広告配信に関する相談
令和6年	株式会社マガジンハウス	Y 「災害下の介護職」に関する相談

開催日時	参加者 ⁴	主な議題
10月15日（火） 12:00-12:30		
令和6年 10月16日（水） 15:00-16:00	楽天グループ株式会社 社会福祉法人全国社会福祉協議会 全国社会福祉法人経営者協議会	Y 広告配信に関する相談
令和6年 10月22日（火） 13:00-14:00	一般社団法人KAiGO PRiDE 藤野委員	Y 企画の協力依頼 Y 「災害下の介護職」に関する相談
令和6年 11月21日（木） 15:30-16:00	楽天グループ株式会社	Y 事業実施に関する相談 Y アンケート調査に関する相談
令和6年 11月25日（月） 11:00-12:00	一般社団法人KAiGO PRiDE 厚生労働省	Y 「災害下の介護職」に関する相談

20回弱開催したオフトラックミーティングにより、特に情報発信事業（介護職発信事業）が制作するコンテンツの広報を効果的に行うための支援は一定程度実施できたと考えられる。その理由として、令和6年8～9月に情報発信事業（介護職発信事業）の各実施主体と他の情報発信事業の実施主体とで開催したオフトラックミーティングを契機に、広報方法等に関する具体的な情報交換が開始されていたことが挙げられる。

ウ．連携の実績

実施主体間の連携による取組実績は表10に示すとおり。情報発信に関する連携は下表以外にも各実施主体間で実施された。

表10 実施主体間の連携実績

連携した実施主体	連携内容	協力や発信を行ったコンテンツ	発信・広告方法 発信の場合のみ記載
株式会社朝日新聞社 一般社団法人KAiGO PRiDE	出演協力	小中学校での出張授業	朝日小学生新聞/朝日中高生新聞での広告掲載
株式会社朝日新聞社 一般社団法人KAiGO PRiDE	出演協力	オンライン教材 （「かいご」のおしごと）	
株式会社朝日新聞社 一般社団法人KAiGO PRiDE	出展協力	サマースクールの写真展	
株式会社朝日新聞社 一般社団法人KAiGO PRiDE	コンテンツの発信	YouTubeライブ （座談会「災害下の介護職」）	ポータルサイトでの広告発信
株式会社朝日新聞社 一般社団法人KAiGO PRiDE	コンテンツの発信	YouTube動画 （「The VOiCE of KAiGO」シリーズ）	ポータルサイトでの広告発信

株式会社朝日新聞社 一般社団法人FACE to FUKUSHI	コンテンツの発信	ウェブサイト (OPEN FUKUSHI)	ポータルサイトでの広 告発信
株式会社朝日新聞社 社会福祉法人全国社会福 祉協議会 全国社会福祉 法人経営者協議会	出演協力	ウェビナー (生徒に伝えたい介護 のしごと リアルを 知りキャリア教育に 生かす)	
株式会社朝日新聞社 社会福祉法人全国社会福 祉協議会 全国社会福祉 法人経営者協議会	コンテンツの発信	YouTube動画 (ドキュメンタリー A DAY in FUKUSHI ~ あるICT担当の介護福 祉士の日々)	ポータルサイトでの広 告発信
株式会社マガジンハウス 一般社団法人KAIGO PRiDE	コンテンツの発信	YouTube動画 (「The VOiCE of KAiGO」シリーズ)	「こここ」「anan」 「POPEYE」での広告掲 載 「こここ」連載記事での 広告発信
株式会社マガジンハウス 一般社団法人FACE to FUKUSHI	コンテンツの発信	ウェブサイト (OPEN FUKUSHI)	「こここ」「anan」 「POPEYE」での広告掲 載 「こここ」連載記事での 広告発信
株式会社マガジンハウス 社会福祉法人全国社会福 祉協議会 全国社会福祉 法人経営者協議会	イベントの告知	イベント (社会福祉 HERO'S 2024)	「こここ」「anan」 「POPEYE」での広告掲 載 「こここ」連載記事での 広告発信
株式会社朝日新聞社 株式会社マガジンハウス 楽天グループ株式会社	コンテンツの発信	漫画コンテンツ (左ききのエレン 特別 編「ケアワーカーの対 話」)	ポータルサイトでの広 告発信
楽天グループ株式会社 一般社団法人KAIGO PRiDE	コンテンツの発信	YouTube動画 (【KAiGO PRiDE】The VOiCE of PRiDE vol.1 小説家・羽田圭 介 × 介護福祉士・藤 巻佳祐)	YouTubeでの広告配信 (インフィード広告)
楽天グループ株式会社 一般社団法人FACE to FUKUSHI	コンテンツの発信	LINE公式アカウント FUKUSHI meets!	LINE広告
楽天グループ株式会社 社会福祉法人全国社会福 祉協議会 全国社会福祉 法人経営者協議会	コンテンツの発信	YouTube動画 (ドキュメンタリー A DAY in FUKUSHI ~ あるICT担当の介護福 祉士の日々)	YouTubeでの広告配信 (インフィード広告)

(3) 介護のしごと魅力発信サミットの開催

ア．開催目的

都道府県事業の実施主体である自治体（介護人材確保対策の担当者）・民間事業者（都道府県事業の委託先等）を主な参加者とし、事業のPDCAサイクルの回し方に関する講義や魅力発信の事例共有等を通じて、地域における効果的な魅力発信に資することを目的とした。また、情報発信事業の実施主体の制作コンテンツの共有等も行い、情報発信事業と都道府県事業の今後の連携のきっかけとすることもねらいとした。

開催概要は表 11のとおり。

表 11 魅力発信サミット 開催概要

目的	<u>事業のPDCAサイクルの回し方について学ぶ機会とすること</u> 都道府県で介護の仕事の魅力発信に関わる職員が、事業成果の測定方法や測定結果の活かし方に苦慮していることを踏まえ、魅力発信を行うための事業の計画・測定・評価について知識を深め、あわせて実践事例を共有する機会を提供する。 <u>情報発信事業の実施主体と都道府県事業の関係者をつなぐこと</u> 情報発信事業の実施主体から魅力発信のために作成したコンテンツや魅力発信のノウハウ共有を行い、都道府県事業における発信を支援する。共有の機会につながりを持ってもらうことで、魅力発信サミット以後も継続する関係のきっかけを作る。 <u>自治体同士をつなぐこと</u> と同様に都道府県事業の関係者間も事例やノウハウ共有の機会とする。
参加者	Y 自治体で介護人材確保対策や介護の仕事の魅力発信を行う担当者 Y 自治体と連携して介護の仕事の魅力発信を行う業界団体・職能団体、社会福祉協議会、民間事業者の担当者
開催日程	令和6年9月6日（金）11:00～17:00
開催方法	対面開催
現地会場	PwCコンサルティング合同会社会議室（東京都千代田区大手町1-1-3 大手センタービル2階）
申込方法	Microsoft Formsを用いて、オンラインで申込み。

イ．開催結果

<当日の様子>

当日の参加者数は52名だった。参加者は、名刺交換、プログラム「ゲスト講演」中のグループワーク、休憩時間といずれも他の参加者との交流が図れる時間帯に積極的に動き回り、情報交換を行っている様子が見られた。

(講演の様子)



(講演の様子)



(名刺交換)



(グループワーク)



<当日プログラム・プログラムのねらい>

魅力発信サミットのプログラムは前述した目的を考慮し、表 12のとおり構成した。

表 12 魅力発信サミット プログラム

時間	セッションタイトル	講演者
11:00~11:05	開会・委員紹介	・PwCコンサルティング合同会社
11:05~11:10	厚生労働省あいさつ	・厚生労働省 社会・福祉局福祉基盤課 福祉人材確保対策室
11:10~11:20	参加者間の自己紹介・アイスブレイク	・PwCコンサルティング合同会社
11:20~11:55	講演: 「よりよい魅力発信を行うための事業の計画と評価の仕方、仕様書の考え方」前半 社会福祉学・評価学が専門の新藤様監修の「介護人材確保事業を効果的に進めるための手引き」(令和5年度厚生労働省補助事業にて作成)を用いて、事業の計画・評価に関する考え方について説明します。	・日本社会事業大学 社会福祉学部 講師 新藤 健太 様 ・進行補助:PwCコンサルティング
11:55~12:20	講演:地域での魅力発信の取組・ロジックモデル検討事例① 「介護のしごと魅力発信のロジックモデル作成の道のりと魅力発信の事業事例～どう作ってどう活かすのか～」 ロジックモデルの検討・作成を实践された三重県社会福祉協議会 小倉様より、検討により感じたメリットや、実務上の課題、魅力発信の取組事例をご共有いただきます。	・社会福祉法人三重県社会福祉協議会 福祉研修人材部 福祉人材課 主査 小倉 諒也 様
12:20~13:30	<休憩> ※昼食は各自、会場外にてお取りください。会場内での食事はできません。	
13:30~13:55	講演:地域での魅力発信の取組・ロジックモデル検討事例② 「北九州市におけるロジックモデル活用の取組」 介護人材確保・定着に係るロジックモデルを策定された北九州市 齋藤様より、策定の経緯、策定の仕方、予算折衝・評価への活用等についてお話しいただきます。	・北九州市保健福祉局長寿推進部 介護保険課 課長 齋藤 渉 様
13:55~15:45 (休憩を含む)	講演・ワークショップ: 「よりよい魅力発信を行うための事業の計画と評価の仕方、仕様書の考え方」後半 介護のしごと魅力発信に関するロジックモデル・評価デザインの作成過程をグループワークを通じて体験していただきます。体験後、新藤様より解説をいただきます。その後、事業の効果を最大化する仕様書を作る上でのヒントを説明します、説明後、架空の仕様書を用いて改善点を議論するグループワークを行います。	・日本社会事業大学 社会福祉学部 講師 新藤 健太 様 ・進行補助:PwCコンサルティング
15:45~15:55	<休憩>	
15:55~16:30	講演:「良いコンテンツを正しく届けよう」 コンテンツを正しく届けるため、発信先を理解すること、どういう届け方が良いかの考え方等について、マーケティングの専門家である梶様よりお話しいただきます。	・株式会社ソニー・ミュージックレーベルズ EPICレコードジャパン 梶 望 様
16:30~16:45	「介護のしごと魅力発信等事業」の事業実施主体からのお知らせ ～自治体等が利用可能な魅力発信コンテンツについて～ 厚生労働省補助事業「介護のしごと魅力発信等事業」の事業実施主体から、利用可能な魅力発信コンテンツ(制作予定を含む)やご協力依頼等についてお知らせします。	・介護のしごと魅力発信等事業 実施団体
16:45~16:55	振り返り・全体質疑応答	・PwCコンサルティング合同会社
17:00	閉会	・PwCコンサルティング合同会社

午前のセッションでは、まず事業間連携等事業において企画委員として参画している有識者が登壇し、社会福祉学や評価学の観点から、魅力発信を強化するための事業計画と評価の考え方を解説した。その後、三重県社会福祉協議会が、ロジックモデルの検討・作成を実践した経験から得たメリットや実務上の課題を共有し、具体的な魅力発信の取り組み事例を紹介した。

午後のセッションでは、自治体におけるロジックモデルの実践事例として、介護人材確保・定着に係るロジックモデルを策定した北九州市保健福祉局が策定の経緯、策定の仕方、予算折衝・評価への活用等について、説明を行った。その後、参加者はグループワークを通じて介護の仕事の魅力発信に関するロジックモデル・評価デザインの作成過程を体験した。体験後は、過去の魅力発信等事業における有識者の経験等を踏まえ、講師から事業効果の向上に向けた魅力発信に関する事業の仕様書作成のヒントを提供し、架空の仕様書を用いて改善点の議論を行った。この仕様書作成を取り入れた背景には、通常業務で扱う機会が少ないロジックモデルなどの検討はハードルが高く、自治体等からの参加者が通常業務ですぐに役立てられるノウハウを共有することも必要と考えたことがある。仕様書の検討にあたっては、過年度の魅力発信等事業における有識者の経験や、ロジックモデル・評価デザインに関する知見を含めた。実践的なワークを通じて、参加者のロジックモデルに関する理解を深め、定着させることもねらいとした。

ロジックモデルに関する講演とワークショップの後、事業間連携等事業の企画委員であり、マーケティングの専門家でもある有識者が、コンテンツを効果的に届けるための考え方を紹介した。その後、令和6年度情報発信事業の実施主体が、利用可能な魅力発信コンテンツの周知を行った。

最後には、プログラムの振り返りと全体の質疑応答の時間を設け、参加者が疑問点を解消しさらなる理解を深める場とした。

< 目的達成のための取組 >

開催概要に記載した3つの目的を達成するため、プログラム内外で表13に示す取組を組み込んだ。

表 13 魅力発信サミット 目的達成のための取組

事業のPDCAサイクルの回し方について学ぶ機会とすること	Y 魅力発信サミット前半で「介護人材確保事業を効果的に進めるための手引き」（令和5年度厚生労働省補助事業にて作成）を用いた講義を実施した。 Y 魅力発信サミット後半では、参加型のロジックモデル・評価デザインのワークショップを実施し、講義で得た知識を実際実践する機会を提供した。
情報発信事業の実施主体と自治体関係者、また都道府県事業の関係者同士をつなぐこと	Y 令和5年度に魅力発信等事業で作成されたコンテンツ・令和6年度に作成予定のコンテンツを紹介し、コンテンツ利用を希望する自治体・都道府県事業の関係者がコンテンツを作成した実施主体につながるようにした。

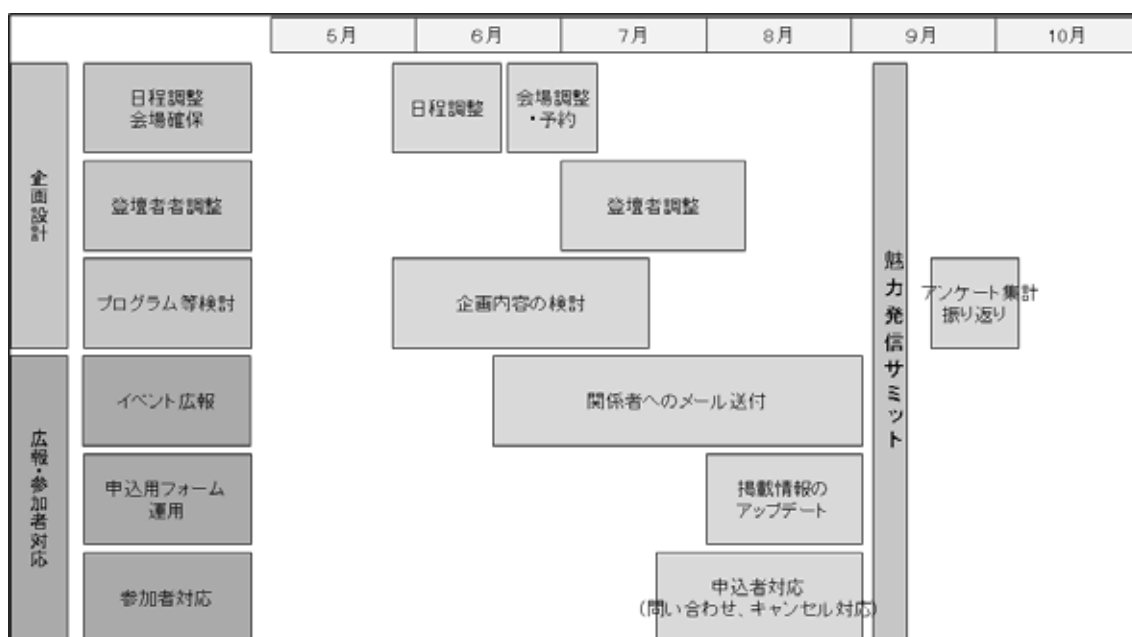
プログラムを振り返り、参加者の疑問点を解消すること	Y プログラムの振り返りと全体の質疑応答の時間を設けた。 Y 参加者がプログラムを通じて感じた疑問点を解消し、さらなる理解を深める時間とした。
---------------------------	--

ウ．開催に向けた取組

<準備～開催後対応のタイムライン>

魅力発信サミットの準備から開催後対応までのタイムラインは図 4のとおり。

図 4 魅力発信サミット タイムライン



<魅力発信サミットの周知>

以下の方法により魅力発信サミットの周知を図った。

- Y 都道府県・市区町村への事務連絡・フライヤーの送付（厚生労働省より連絡）
- Y 事業間連携会議に参加する業界団体・職能団体（計9団体）の会員向けメールマガジン、WEBサイトお知らせ欄、SNS等を通じたフライヤーの配布
- Y 事業間連携等事業に参画する実施主体（計6団体）による周知
- Y 令和5年度魅力発信サミット参加者（約70名）へのメールによる周知
- Y 本事業外にて実施した自治体向けロジックモデルセミナー（PwCコンサルティング合同会社主催）参加者（約20名）へのメールによる周知
- Y ニュースレター（なるほどカイゴ）への掲載による周知

エ．参加者事前アンケート結果・開催前申込状況

申込時の参加者事前アンケートの主な集計結果を以下に記載する。

【申込者数（所属別）】

申込者数（所属別）は表 14のとおり、申込者50名のうち、「市区町村」が18名（36.0%）で最も多く、次に「都道府県」が12名（24.0%）で続いた。

表 14 魅力発信サミット 申込者数（所属別）

回答	回答数(人)	割合(%)
都道府県	12	24.0%
市区町村	18	36.0%
業界団体・職能団体(社会福祉協議会を含む)	7	14.0%
民間事業者	10	20.0%
上記以外	3	6.0%
全体	50	100.0%

【魅力発信サミットへの参加経験】

これまでの魅力発信サミットへの参加経験を尋ねた結果は表 15のとおり、申込者50名のうち、「初めて参加する」が38名（76.0%）で最も多く、次に「令和5年度に参加した」が12名（24.0%）で続いた。申込者の過半が新規参加として申込していた。

表 15 これまでの「魅力発信サミット」への参加経験（複数回答）

回答	回答数(人)	割合(%)
初めて参加する	38	76.0%
令和5年度に参加した	12	24.0%
令和4年度に参加した	4	8.0%
全体	50	100.0%

【本イベントで期待するプログラム】

魅力発信サミットで期待するプログラムを尋ねた結果は表 16のとおり。「講演『介護のしごと魅力発信のロジックモデル作成の道のりと魅力発信の事業事例～どうやってどう活かすのか～』」（60.0%）が最も多く、「「介護のしごと魅力発信等事業」の事業実施主体からのお知らせ～自治体等が利用可能な魅力発信コンテンツについて～」（56.0%）が続いた。また、その他のプログラムにも半数以上の申込者から期待が寄せられた。

表 16 本イベントで期待するプログラム（複数回答）

回答	回答数(人)	割合(%)
講演:地域での魅力発信の取組・ロジックモデル検討事例①「介護のしごと魅力発信のロジックモデル作成の道のりと魅力発信の事業事例～どうやってどう活かすのか～」(三重県社会福祉協議会 小倉様)	30	60.0%
「介護のしごと魅力発信等事業」の事業実施主体からのお知らせ ～自治体等が利用可能な魅力発信コンテンツについて～(仮)	28	56.0%
講演:「良いコンテンツの『届け方』」(株式会社ソニー・ミュージックレーベルズ 梶様)	27	54.0%
講演・ワークショップ:「事業の効果を最大化する仕様書を作るための鍵にもなる「評価」の考え方～ロジックモデルや評価デザインの活用～」日本社会事業大学 新藤様)	25	50.0%
講演:地域での魅力発信の取組・ロジックモデル検討事例②「北九州におけるロジックモデル活用の取組」(北九州市 齋藤様)	24	48.0%
全体	50	100.0%

【本イベントに期待すること】

魅力発信サミットで期待することを尋ねた結果は表 17 のとおり。魅力発信を行う他団体、自治体の取組推進や好事例の共有、介護の仕事の魅力の効果的な発信方法の紹介などを期待する声が多く寄せられた。

表 17 本イベントに期待すること

○本事業の事例共有と他団体との協力 ・本プロジェクトに関する情報収集 ・様々な立場の団体と課題を共有し、優良事例等をお伺いすることで解決のきっかけになればと考えております。 ・他県の取組みや手法を踏まえ、来年度予算要求のアイデアを得たい。 ・各自治体がどのように介護の魅力を発信しているのか。 ・介護の魅力発信から、仕事につながった事例等あればお聞きしたい。 ・実際に効果が表れている取組や施策があれば伺いたい。 ・基礎自治体としてどこまで魅力を発信できるのか、国、都道府県の担当者の考えを改めて確認するとともに、他の基礎自治体がどのような取組を考えているか確認したい。 ・他県の担当者との繋がりや、自治体としてできることについて理解を深めたい。 ・他自治体担当者や介護のしごと魅力発信事業のパートナーとなる企業 ・自治体関係者とのコネクションづくり ・自分自身も介護の魅力を教えてほしい。 ○効果的な魅力発信の方法について ・効果的な広報の仕方や各団体の取り組みについて ・投入できる人材や財源が限られているなかで、地方自治体としてどのように介護の仕事の魅力発信に取り組むことが可能か、講演や交流を通して学ばせていただきたいと考えています。 ・介護のしごとに関する魅力発信の効果的な取組を知り、少しでも本県の事業に活かしていければと思っています。 ・介護のしごとの効果的な魅力発信方法 ・介護の仕事の魅力を伝えるための効果ある取組 ・介護の仕事に限らず、PDCAサイクル推進を含む戦略的な魅力発信の考え方を学びたい。 ・若い方々の応募につながる介護の魅力の発信内容や方法 ・法人内にて人材開発育成室という法人内研修や新卒採用のチームに所属しております。その中で新卒採用のために介護のしごとの魅力をどう発信していくのか勉強していきたいです。 ・介護人材関連イベントの集客や認知の高め方について、ぜひ勉強させていただきたいです。 ○効果測定と評価方法について ・魅力発信事業そのものの評価方法について(事業にもよりますが、有効な効果検証の方法を知りたい) ・イメージアップのための取り組みは各種行っているが、短期的な効果の測定が難しい。 ・効果測定の方法や視点を学びたい。
--

【ロジックモデルについて学ぶ機会の有無】

ロジックモデルについて学ぶ機会の有無を尋ねた結果は表 18 のとおり。「聞いたことがない/知らない」(46.0%) が最も多く、「ロジックモデルについて聞いたことがある」(42.0%) が続いた。申込者の 9 割近くがロジックモデルについて、学んだ経験がない結果となった。

表 18 ロジックモデルとの関わりで最も当てはまるもの

回答	回答数(人)	割合(%)
ロジックモデルについて学んだことがある(形態やレベルを問いません)	6	12.0%
ロジックモデルについて聞いたことがある	21	42.0%
聞いたことがない/知らない	23	46.0%
全体	50	100.0%

オ．参加者事後アンケート結果

【アンケート概要】

参加者アンケートの概要は図 5のとおり。アンケートは魅力発信サミット開催後、魅力発信サミット参加者を対象としてMicrosoft Formsで42名から回答を得た。集計結果の詳細は以下の各回答集計により示す。

図 5 魅力発信サミット 参加者事後アンケート概要

調査概要	回答者	サミット参加者
	目的	- 事業関連事業ロジックモデルの評価デザインで検討した「サミットで目指す直接アウトカム」達成状況を把握すること - 今後の介護のしごと魅力発信等事業に関する施策検討に役立つ情報を把握すること
	回答方法	会場にてサミット開演前に紙面配布する回答用紙もしくはGoogleフォーム
結果まとめ	回収数	42名(回収率:93.3%) (2024/9/11時点) ※カッコ内は昨年度データ
	結果概要	- サミットの満足度:「とても満足している」「やや満足している」と回答した人の割合は計100.0%(95.5%)であった。 - モチベーションの向上:サミット参加により、介護のしごと魅力発信に関する事業の実施モチベーションが「高まった」「やや高まった」と回答した人の割合は計97.6%(72.7%)であった。 - 今後の事業への活用:介護のしごとの魅力発信に関する事業に取り組む上でのヒントを得られたと回答した人の割合は97.6%(98.5%)であった。 「特によかった」「参考になった」「今後活かしたい」と思ったプログラム:上位8つ 「講演『よりよい魅力発信を行うための事業の計画と評価の仕方、仕様の考え方』」50.0%、 「講演『良いコンテンツを正しく届けよう』」50.0%、 「地域での魅力発信の取組・ロジックモデル検討事例①」40.5% - PDCAサイクルの回し方(ロジックモデルの仕組み・評価デザインの仕方)の理解度:本サミット参加により、事業のPDCAサイクルを回す方法について「十分に理解できた」「やや理解できた」と回答した人の割合は計90.5%(80.3%)であった。 - その他感想では、「非常に学びが多く、貴重な機会になった」という声や、「名刺交換の時間等、他参加者との情報共有時間が増える」というプログラムに関する提案などが聞かれた。

【回答者数(所属別)】

所属別回答者数は表 19のとおり。回答者全体では「市区町村」(35.7%)が最も多く、次に「都道府県」(26.2%)が続いた。

表 19 魅力発信サミット 回答者所属

回答	回答数(人)	割合(%)
都道府県	11	26.2%
市区町村	15	35.7%
民間事業者	7	16.7%
企画委員	1	2.4%
業界団体・職能団体	3	7.1%
社会福祉協議会	3	7.1%
その他	2	4.8%
全体	42	100.0%

【満足度】

魅力発信サミットの満足度について尋ねた結果は表 20のとおり。「とても満足している」(73.8%)が最も多く、「やや満足している」(26.2%)が続いた(満足度の上位2項目計100.0%)。

表 20 魅力発信サミット 満足度（参加者）

回答	回答数(人)	割合(%)
とても満足している	31	73.8%
やや満足している	11	26.2%
どちらとも言えない	0	0.0%
あまり満足していない	0	0.0%
満足していない	0	0.0%
全体	42	100.0%

【「とても満足している」又は「やや満足している」と感じた理由】

魅力発信サミットの満足度について「とても満足している」又は「やや満足している」と回答した回答者を対象にその理由を尋ねた結果は表 21のとおり「ロジックモデル・評価デザイン・仕様書作成に関する新たな知見を得ることができたから」(73.8%)が最も多く、「介護人材確保に取り組む方と知り合えたから」(66.7%)が続いた。

表 21 「とても満足している」又は「やや満足している」と感じた理由（複数回答）

回答	回答数(人)	割合(%)
ロジックモデル・評価デザイン・仕様書作成に関する新たな知見を得ることができたから	31	73.8%
介護人材確保に取り組む方と知り合えたから	28	66.7%
他の自治体の取組紹介を通じて魅力発信のヒントを知ることができたから	24	57.1%
良いコンテンツの作り方や届け方に関するヒントを知ることができたから	21	50.0%
今後、事業に関する相談ができる方と知り合えたから	15	35.7%
国事業の採択団体の情報共有を通じて魅力発信のヒントを知ることができたから	14	33.3%
配布資料が役立ちそうだから	11	26.2%
その他	0	0.0%
全体	42	

【「特によかった」「参考になった」「今後活かしたい」と思ったプログラム】

「特によかった」「参考になった」「今後活かしたい」と思ったプログラムについて尋ねた結果は表 22のとおり。回答者全体では「講演『介護のしごと魅力発信のロジックモデル作成の道のりと魅力発信の事業事例～どうやってどう活かすのか～』」「講演『良いコンテンツを正しく届けよう』」(50.0%)の2項目が同率で最も多く、次いで「地域での魅力発信の取組・ロジックモデル検討事例」(40.5%)が挙げられた。

表 22 「特によかった」「参考になった」と思ったプログラム（複数回答。最大3つまで）

回答	回答数(人)	割合(%)	主な感想
①参加者間の自己紹介・アイスブレイク	4	9.5%	・普段の業務では知り合えない人達との緩やかな繋がりができたのが良かった。
②「よりよい魅力発信を行うための事業の計画と評価の仕方、仕様書の考え方」(日本社会事業大学 新藤様)	21	50.0%	・自分の中で課題に対してぼんやりとしていたアプローチがより明確になった。 ・考え方を具体的に落とし込む作業をフォーム形式でできたのが良かった。特にアウトカムとアウトプットの違いを明確に示していただけたのが良かった。 ・ロジックモデルによる事業の見直しについて、大変参考になった。 ・ロジックモデル作成のポイント等をグループワークも行いながら理解を深められたため。
③ロジックモデル・評価デザイン作成過程グループワーク	11	26.2%	・事業を受託する担当者として目標や成果、効果測定のための指標をしっかりと考えておくことも求められる資質だと考えさせられた。
④仕様書作成過程グループワーク	16	38.1%	・仕様書作成について、受託者目線の具体的な意見を聞くことができたので大変参考になった。 ・事業をより効果的に実施するための仕様書の書き方について、知ることができたため、ノウハウのある業者に任せるといった点が大変参考になった。
⑤地域での魅力発信の取組・ロジックモデル検討事例(三重県社会福祉協議会 小倉様)	17	40.5%	・実際のロジックモデル作成経験が聞けたこと、証書きという企画が参考になった。 ・無関心層へのアプローチなど、誰にどんな意識変化を起こして欲しいのかという戦略を立てるという視点が参考になった。
⑥地域での魅力発信の取組・ロジックモデル検討事例(北九州市 齋藤様)	9	21.4%	・行政の立場で多様な主体と実際に検討した結果と、成果、課題が赤裸々にお話しいただき、実際にやるときイメージができたから。 ・具体的な施策内容も参考になったが、苦労された点を共有していただけたのがとても参考になった。
⑦「良いコンテンツを正しく届けよう」(株式会社ソニー・ミュージックレーベルズ EPIC レコードジャパン 梶様)	21	50.0%	・音楽の発信というより知見が積まれている分野から新たな視点で介護の魅力発信に生かせるものがあると気づかされ、今後の事業を進めてく中で活用したいと思った。 ・介護魅力発信において、ターゲットとアプローチ方法を見直すきっかけになった。
⑧「介護のしごと魅力発信等事業」の事業実施主体からのお知らせ	6	14.3%	・介護魅力発信事業の全部の情報を常に追いかけることができていないため、まとめて知ることができ大変参考になった。 ・すぐに役立つ内容が多かった。なかでもアンバサダーなどを用いた介護従事者自身による発信は具体的に検討したいと思う。
特になし	1	2.4%	-
全体	42		

【「あまり参考にならなかった」と感じたプログラム】

「あまり参考にならなかった」と感じたプログラムについて尋ねた結果は表 23のとおり「特になし」(88.1%)がもっとも多かった。次いで「ロジックモデル・評価デザイン作成過程グループワーク」「仕様書作成過程グループワーク」(各4.8%)が多い結果となった。グループワークを挙げた理由として、一部の参加者はプログラムの内容が既存の知識と重複しているため参考になりにくいと感じたという記載が見受けられた。

表 23 「あまり参考にならなかった」と感じたプログラム（複数回答）

回答	回答数(人)	割合(%)	主な感想
参加者間の自己紹介・アイスブレイク	1	2.4%	-
「よりよい魅力発信を行うための事業の計画と評価の仕方、仕様書の考え方」(日本社会事業大学 社会福祉学部 講師 新藤健太様)	1	2.4%	-
ロジックモデル・評価デザイン作成過程グループワーク	2	4.8%	・すでに自治体ではやっているため。
仕様書作成過程グループワーク	2	4.8%	・具体例を検討したことで、どこで問題が起きそうかは理解できた。しかし、仕様書を作成する際には、ロジックモデルの視点だけでなく他にも考慮すべき要素がある。今回は質疑応答で補足ができたが、実施側がその点を事前に説明しておくべきだったかもしれない。特に、自治体職員をターゲットにする場合には、その説明が重要である。 ・プロポーザルではスタンダードな内容だったため。
地域での魅力発信の取組・ロジックモデル検討事例(三重県社会福祉協議会 小倉様)	0	0.0%	-
地域での魅力発信の取組・ロジックモデル検討事例(北九州市 齋藤様)	0	0.0%	-
「良いコンテンツを正しく届けよう」(株式会社ソニー・ミュージックレーベルズ EPIC レコードジャパン 梶 望 様)	1	2.4%	・愛は人の本質だと思うが、結論がそこだと参加者の判断に委ねられる感じがした。
「介護のしごと魅力発信等事業」の事業実施主体からのお知らせ	0	0.0%	-
特になし	37	88.1%	-
全体	42		

【魅力発信に関する事業の実施に関するモチベーションの高まり】

魅力発信サミット参加により、魅力発信に関する事業の実施に関するモチベーションが高まったかを尋ねた結果は表 24のとおり「とても高まった」(59.5%)が最も多く、「やや

高まった」(38.1%)、「どちらでもない」(2.4%)が続いた。また、自治体からの参加者(26名)では、回答者のうち12名が「とても高まった」(46.2%)、14名が「やや高まった」(53.8%)と回答した。

表 24 魅力発信に関する事業の実施へのモチベーション

回答	回答数(人)	割合(%)
とても高まった	25	59.5%
やや高まった	16	38.1%
どちらでもない	1	2.4%
あまり高まらなかった	0	0.0%
高まらなかった	0	0.0%
全体	42	100.0%

【魅力発信に関するヒントが得られたか】

魅力発信サミット参加により、介護の仕事の魅力発信に関する事業に取り組む上でのヒントを得られたかを尋ねた結果は表 25のとおり、回答者全体では「はい」が97.6%を占めた。また、自治体からの参加者(26名)では、回答者全員が「はい」(100.0%)と回答した。

表 25 魅力発信に関する事業に取り組む上でのヒントが得られたか

回答	回答数(人)	割合(%)
はい(得られた)	41	97.6%
いいえ(得られなかった)	1	2.4%
全体	42	100.0%

【魅力発信サミットで得たヒントの今後の活用意向】

魅力発信サミットで得た「事業に取り組む上でのヒント」を、介護の仕事の魅力発信に関する事業を検討する際に活用しようと思うかについて尋ねた結果は表 26のとおり、「とても思う」(71.4%)が最も多く、「やや思う」(28.6%)が続いた。また、自治体からの参加者(26名)では、回答者のうち16名が「とてもそう思う」(61.5%)、10名が「ややそう思う」(38.5%)と回答した。

表 26 「事業に取り組む上でのヒント」を今後の事業検討に活用しようと思うか

回答	回答数(人)	割合(%)
とても思う	30	71.4%
やや思う	12	28.6%
どちらでもない	0	0.0%
あまり思わない	0	0.0%
思わない	0	0.0%
全体	42	100.0%

【事業のPDCAサイクルを回す方法の理解度】

「講演『介護のしごと魅力発信のロジックモデル作成の道のりと魅力発信の事業事例～どう作ってどう活かすのか～』」や「地域での魅力発信の取組・ロジックモデル検討事例」

を通して、事業のPDCAサイクルを回す方法についてどの程度理解できたかを尋ねた結果は表 27のとおり、「十分に理解できた」「やや理解できた」(45.2%)の2項目が同率で最も多くなり、全体の9割以上を占めた。また、自治体からの参加者(26名)では、回答者のうち13名が「十分に理解できた」(50.0%)、10名が「やや理解できた」(38.5%)と回答した。

表 27 PDCAサイクルを回す方法の理解度

回答	回答数(人)	割合(%)
十分に理解できた	19	45.2%
やや理解できた	19	45.2%
どちらでもない	4	9.5%
あまり理解できなかった	0	0.0%
理解できなかった	0	0.0%
全体	42	100.0%

【PDCAの考え方・知識の今後の活用意向】

今後、所属組織において事業を計画・実行する際に、本日のグループワークで学んだ介護人材確保に関するPDCAサイクルの考え方や知識を活用したいと思うかについて尋ねた結果は表 28のとおり、「とても思う」(61.9%)が最も多く、「やや思う」(33.3%)が続いた。また、自治体からの参加者(26名)では、回答者のうち15名が「とても思う」(57.7%)、10名が「やや思う」(38.5%)と回答した。

表 28 今後、事業を計画・実行する際にPDCAの考え方や知識を活用したいと思うか

回答	回答数(人)	割合(%)
とても思う	26	61.9%
やや思う	14	33.3%
どちらでもない	2	4.8%
あまり思わない	0	0.0%
思わない	0	0.0%
全体	42	100.0%

【魅力発信等事業コンテンツの今後の事業検討への活用意向】

今後、介護の仕事の魅力発信で作成されたコンテンツを、今後の事業検討に活用したいと思うかについて尋ねた結果は表 29のとおり、「とても思う」(42.9%)が最も多く、「やや思う」(38.1%)、「どちらでもない」(19.0%)が続いた。また、自治体からの参加者(26名)では、回答者のうち11名が「とても思う」(42.3%)、12名が「やや思う」(46.2%)と回答した。

表 29 今後、魅力発信等事業で作成されたコンテンツを活用したいと思うか

回答	回答数(人)	割合(%)
とても思う	18	42.9%
やや思う	16	38.1%
どちらでもない	8	19.0%
あまり思わない	0	0.0%
思わない	0	0.0%
全体	42	100.0%

【今後のイベントにあるとよいプログラム】

介護の仕事の魅力発信をよりよいものにするためには、今後、魅力発信サミットのようなイベントにおいて、どのようなプログラムがあるとよいかについて尋ねた結果は表 30 のとおり、「【方法の紹介】成果をあげるための広報・情報発信の方法やアイデア」(69.0%) が最も多く、「【自治体の取組事例紹介】限られた予算の中で成果をだした事例」(64.3%) が続いた。

表 30 どのようなプログラムがあるとよいか(複数回答。最大3つまで)

回答	回答数(人)	割合(%)	主な感想
【方法の紹介】成果をあげるための広報・情報発信の方法やアイデア	29	69.0%	—
【自治体の取組事例紹介】限られた予算の中で成果をだした事例	27	64.3%	—
【自治体の取組事例紹介】事業の委託先を新たに声掛けした事例	19	45.2%	—
【方法の紹介】前年度事業の振り返りや分析結果を活かして事業計画を策定する方法	16	38.1%	—
【方法の紹介】「事業成果があがっている状態」の定義・設定のしかた	12	28.6%	—
【方法の紹介】解決すべき課題を特定する方法	10	23.8%	—
【自治体の取組事例紹介】事業の委託先と長期契約して効果があがった事例	10	23.8%	—
その他	2	4.8%	・失敗または成果がでないと感じた事業にその後どう対処したかの事例 ・行政職員をターゲットにした場合、重層的または体系的に事業を展開している行政の実績をきいて、その取り組みの苦労や工夫を聞いてほしい。 ・県、中核エリア、市町村エリアでの戦略と事業展開が今必要だと思う。そのために行政職員が本気で能率行政も乗り換えて取り組んでいる先進例を知ってほしい。
特になし	0	0.0%	—
全体	42		

【その他意見・感想】

今後の魅力発信サミットの内容・運営検討につながる意見や感想は表 31に抜粋したとおり。

表 31 魅力発信サミットに関する主な意見・感想（自由記述）

○内容について ・次回は実際に目に見える効果を出している団体や行政の話が聞きたい。 ・現地開催のみ集合型研修ということで、宿泊を伴っても良いので2日連続開催とするなど、内容を増やしても良いと思う。 ・名刺交換の時間等、他参加者との情報共有時間が増えると嬉しい。 ○今後に向けた実践の意欲 ・次回も同様のものがある場合はぜひ出席して、積極的に情報収集したい。 ・学んだことを踏まえ、実践できそうなことから一歩ずつ挑戦していきたい。 ・まずは庁内で共有し、来年度予算編成に向けた検討に反映する。 ・とても勉強になった。協会ホームページでも本事業を積極的に発信していきたいと思う。 ○次回への期待 ・いろいろな立場の方とグループワークや交流をすることのできる貴重な機会なので今後も続けていただきたい。 ・今後も介護人材に関わるイベントがあった参加する。 ・とても参考になるサミットだった。来年もよりよいサミットを期待している。 ○運営改善について ・他の自治体も同じ思いを抱いていると思うが、日程が市議会の開催時期と重なるため、変更してもらえると助かる。自治体だけの集まりがあるのもありがたい。 ・参加者同士が気軽に悩みを相談できたり、つながりをつくれる場があるとよい。
--

カ．情報発信事業の実施主体に対するアンケート結果

魅力発信サミット開催後、魅力発信サミットに登壇した魅力発信等事業の実施主体3団体（株式会社朝日新聞社、楽天グループ株式会社、一般社団法人 KAIGO PRIDE）を対象にアンケートを実施し、3団体すべてから回答を得た。集計結果の詳細を以下に示す。

【自治体職員の考え方への理解】

「魅力発信サミットを通じて、自治体職員が気にしているポイントや、都道府県事業を進める際の考え方について知ることができたか」について尋ねた結果は表 32のとおり、「とても知ることができた」（66.7%）が2団体から回答があり、「よく知ることができた」（33.3%）が1団体から回答があった。

表 32 自治体が気にするポイントや事業を進めるときの考え方を知ることができたか

回答	回答数(人)	割合(%)
とても知ることができた	2	66.7%
やや知ることができた	1	33.3%
どちらとも言えない	0	0.0%
あまり知ることができなかった	0	0.0%
全く知ることができなかった	0	0.0%
全体	3	100.0%

【参加して良かったこと】

「介護のしごと魅力発信サミットで得た情報の中で役に立ったものや、開催を通じて得られたもの」について具体的なエピソードを尋ねた結果は、表 33のとおり、「地域ごとの課題や取組を直接聞けたこと」や「良いコンテンツを正しく届けるにあたり、コメント等の視聴回数以外の評価項目の重要性を学ぶことができてよかった」などが挙げられた。

表 33 自由記述欄

・「良いコンテンツを正しく届けよう」について、コメント等の視聴回数以外の評価項目や、拡散可能性について学ぶことができました。特に省庁事業では、コメントによる炎上等が懸念がありジレンマはありますが、様々な補給方法があることが視野を広げることに繋がりました。

・各自治体や関係者の取り組みを知ることができました。

キ．取組の評価

魅力発信サミットのアウトカム目標は本事業の開始時に、評価指標をサミットに参加した自治体職員や事業の実施主体に対するアンケート結果に置くことで設定した。本項オ・カに示したアンケート結果を踏まえた評価は表 34のとおり。結論として、ロジックモデル検討時に設定した目標は参加者数に関するアウトプット目標を除いては、達成することができた。

表 34 魅力発信サミット 目標達成状況

アウトプット・アウトカム指標		ロジックモデルでの目標値	結果	評価(凡例 ○:達成 ▲:未達)
アウトプット	開催回数	1回	1回	○ ・予定どおり開催できた。
	参加者数	70人	52人	▲ ・対面限定としたこと、また、ロジックモデルに係る内容が多く期待と異なったことが要因と考えられる。
アウトカム	聴講者(自治体職員)の「介護人材の参入促進」に係る事業の実施に向けたモチベーションがサミットへの参加を通して高まること。	アンケート回答者(自治体職員)の70%以上が、サミットへの参加によってモチベーションが「とても高まった」「やや高まった」と回答すること。	介護のしごとの魅力発信に関する事業の実施に関するモチベーションが高まったと感じたか。 →上位2項目…100%	○ ・他自治体の事例を知ったことや、参加者・講師との情報交換により事業改善の意欲が向上したと考えられる。
	聴講者(自治体職員)がサミットへの参加を通して、所属自治体が行う魅力発信事業のための広報・事業評価・コンテンツ作成のインプット取得という観点等から「都道府県事業を実施するためのヒント」を得ること。	アンケート回答者(自治体職員)の70%以上が、サミットへの参加によって「介護人材の参入促進」に係る事業の実施に向けたヒントを「得られた」と回答すること。	介護のしごとの魅力発信に関する事業を実施するためのヒントを得られたか。 →はい…97.6%	○ ・ロジックモデルの作成、周知広報に関するヒントなどを、各プログラムにて示すことができたことが要因と考えられる。
	聴講者(自治体職員)が主に令和7年度以降(注)都道府県事業を計画する際に、魅力発信サミットで得られたヒントを使うこと。	アンケート回答者(自治体職員)の50%以上が、事業を計画する際、魅力発信サミットで得られたヒントを使う意向があるかについて「とてもそう思う」「ややそう思う」と回答すること。	「事業を実施する上でのヒント」を、介護のしごとの魅力発信に関する事業を検討する際に活用しようと思うか。 →上位2項目…100%	○
	聴講者(自治体職員)がグループワークへの参加を通して、事業のPDCAサイクルの回し方(ロジックモデルの仕組み・評価デザインの仕方)について理解すること。	アンケート回答者(自治体職員)の70%以上が、グループワークへの参加によってPDCAサイクルの回し方(ロジックモデルの仕組み)について「十分に理解できた」「やや理解できた」と回答すること。	サミット参加により、事業のPDCAサイクルの回し方(ロジックモデルの仕組み・評価デザインの仕方)について理解できたか。 →上位2項目…90.5%	○ ・初學者も理解しやすい形式での説明・ワークショップを実施したことと理解向上につながったものと考えられる。 ・仕様書検討ワークショップという実践に活かす方法を示したことで、活用意向が高まったと考えられる。
	聴講者(自治体職員)が都道府県事業を計画する際に、グループワークで学んだ考え方や知識を基に、介護のしごと魅力発信に関するPDCAを回せるようになること。	アンケート回答者(自治体職員)の50%以上が、事業を計画する際、グループワークで学んだPDCAサイクルの考え方や知識を活用する意向があるかについて「とてもそう思う」「ややそう思う」と回答すること。	事業を計画・実行する際に、本日のグループワークで学んだ介護人材確保に関するPDCAサイクルの考え方や知識を活用したいと思うか。 →上位2項目…95.2%	○ ・理解できた人より活用したいと答えた人が多いことから、活用意向はあるものの理解が追いついていない参加者も一定数いると推測される。
	国事業の実施主体が、サミットへの参加を通して、都道府県事業の内容や、自治体職員が気づいているポイント、自治体職員が都道府県事業を進める際の考え方等を知ること。	アンケート回答者(国事業の実施主体)の70%以上が、サミットへの参加によって、都道府県事業の内容や、自治体職員が気づいているポイント、自治体職員が都道府県事業を進める際の考え方等を「とても知る」ことができた「やや知る」ことができた」と回答すること。	魅力発信サミットにおける講演や、名刺交換等を通じて、自治体職員が気づくポイントや自治体職員が事業を進めるときの考え方を知ることができたか。 →上位2項目…100.0%	○ ・食卓した魅力等発信事業の担当者も他の聴講者に混ざって座り、グループワークにも参加したため、自治体職員との交流が増え、理解が深まったものと考えられる。
	聴講者(自治体職員)が国事業のコンテンツ・媒体を活用できるようにすること。	アンケート回答者(自治体職員)の70%以上が、サミットへの参加によって、今後介護のしごとの魅力発信に関する事業検討にあたり、国事業のコンテンツ・媒体を活用したいと「とても思う」「やや思う」と回答すること。	「厚生労働省補助事業『介護のしごと魅力発信等事業』」で作成されたコンテンツに興味を持っていたか。 →上位2項目…81.6%	○ ・実施主体から具体的な作成コンテンツを紹介するプログラムを組み込んだことで興味を高められたものと考えられる。

魅力発信サミットのアウトプットについて、介護の日・福祉人材確保重点実施期間があることから都道府県の介護人材確保対策の取組が集中する11月を避けること、および令和6年度の都道府県事業や令和7年度の予算検討のために魅力発信サミットの内容を活用してもらえるようにすることを考慮し、令和5年度と同様に9月の開催とした。事業開始から遅滞なく準備を進めたことで魅力発信サミットを1回開催できた。一方、参加者数の目標については、参加者数は52名に留まり目標を達成できなかった。

しかしながら、各種アウトカムは達成できており、参加者の満足度が高かった点は成果といえる。各指標の達成・未達の要因は表34の最右列を参照されたい。本結果を踏まえ、今後の魅力発信等事業において同様のイベントを開催する際の方向性について、考察した内容は 章にて記載する。

(4) 介護のしごと魅力発信等事業ニュースレターの発行

ア．実施目的

情報発信事業および都道府県事業が実施するイベント・冊子・WEBコンテンツの情報を実施主体および業界団体・職能団体、またB to Cとして求職者や現在就業していない人などに広く周知することを目的に介護のしごと魅力発信等事業ニュースレター(以下「ニュースレター」という)を発行する。

ニュースレターに関する基本情報は表 35のとおり。

表 35 ニュースレター基本情報

目的	情報発信事業および都道府県事業が実施するイベント・冊子・WEBコンテンツの情報を周知すること。
発信先	Y 厚生労働省WEBサイト Y 情報発信事業の実施主体 Y 業界団体・職能団体およびその構成団体 Y 全国のハローワーク Y 都道府県および市区町村(厚生労働省経由にて周知)
頻度	Y 1か月に1回程度発行
掲載内容	Y ニュースレター発行日から向こう1～2か月のイベント情報 Y 直近のWEBコンテンツの更新情報 Y 過去に作成済みのコンテンツ
形式	A 4 1～3枚程度の分量のPDFファイルを配布。発信先にて印刷しての周知も可能。

イ．実施結果

<令和5年度からの変更点>

本年度のニュースレターは、情報発信事業の情報を地域に伝えるだけでなく、地域での介護の仕事の魅力発信の取組を拡散するとともに、他の地域の参考として横展開することを目的として、各都道府県から寄せられた介護の仕事の魅力発信に関する取組を掲載する「都道府県からの情報提供」欄を新設した。

<発行実績>

ニュースレターは全9回(7月号、8月号、9月号、10月号、11月前半号、11月後半号、12月号、1月号、2月号)発行した。具体的な紙面例は図 6のとおり。

作成した各号の紙面は付属資料3を参照されたい。

図 6 介護のしごと魅力発信等事業ニュースレター10月号

No. 4

October,
2024



令和6年度介護のしごと魅力発信等事業 ニュースレター

なるほどカイゴ

厚生労働省補助事業「介護のしごと魅力発信等事業」の採択団体が、「なるほど」と発見のある福祉・介護のイベントやWebコンテンツを通して、介護のしごとの魅力をお伝えします。キャリア・進路の選択肢の一つとして、介護のしごとをのぞいてみませんか？



雑誌『anan』『POPEYE』に福祉・介護特集記事が掲載！

雑誌『anan』、『POPEYE』（各10月9日発売号）にて、福祉・介護を8ページにわたって特集しています！
特集記事は、公式Webページ『ananweb』、『POPEYE Web』にも掲載しています。ぜひご覧ください。



anan

介護のしごと魅力発信等事業
タイアップ記事

自分を表現できる現場で働く、
新しい介護のカタチ。

No.2417
2024年10月9日発売号





POPEYE

介護のしごと魅力発信等事業
タイアップ記事

介護の仕事ってそういうこと
だったんだ。

No.931
2024年10月9日発売号



主催：株式会社マガジンハウス



予告

介護業界で活躍する 「アンバサダー」のトークシリーズ 配信

- 介護業界で活躍するアンバサダーが来い、介護の様々なテーマについて話し合う「アンバサダートークシリーズ」のライブ配信を行います。
- 介護現場のリアルな声を聴き、業界の課題や魅力、業務のエピソードや介護スキルなどをライブでお楽しみください。
- 過去の配信もアーカイブにてご覧いただけます。



**The VOICE
of KaiGo
in LIVE**

10月18日(金)
21:00～

アンバサダーとは…

効果的な情報発信の mindset セットや介護の魅力の言語化について学んだ現役介護職の方です。

アンバサダートーク
ライブ配信

日時:10月18日(金)
21:00から



ライブ配信
はこちら



アーカイブ
動画はこちら



主催：一般社団法人 KaiGo PRIDE



福祉の魅力を伝える「社会福祉 HERO' S TOKYO」プレゼンター募集 10/18〆切

【介護事業者等向けのお知らせ】
社会福祉の仕事の魅力を伝えるスピーチコンテスト「社会福祉HERO' S TOKYO 2024」を開催します。
登壇いただくプレゼンターを募集しています。
イベント当日は数名のファイナリストの中から、ベストヒーロー賞を決定します！

プレゼンター募集締切:2024年10月18日(金)
開催日程:2025年2月19日(水)
会場:渋谷ヒカリエホールB
プレゼンターに選ばれた方は当日、会場にて取組に関するプレゼンテーションをしていただきます。

エントリー方法や応募資格、応募のポイントなど
詳細はWebページ、二次元バーコードから



主催：社会福祉法人全国社会福祉協議会
全国社会福祉法人経営者協議会



「なるほどカイゴ」アーカイブ

令和6年度発行「なるほどカイゴ」は
厚生労働省Webサイトにて公開中。
右の二次元バーコードからご覧ください。



「介護のしごと魅力発信等事業」とは

イベント、テレビ、WEB等を活用した取組を通じて、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な関心を持ち、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ことを目的とする厚生労働省事業です。

※本ニュースレターは、厚生労働省補助事業「令和6年度介護のしごと魅力発信等事業（事業関連連携等事業）」を活用して、PwCコンサルティング合同会社が発行します。

発行先・お問い合わせ先：PwCコンサルティング合同会社公共事業部 jp_kaigomiryo@pwc.com

<準備から発行までの日程>

ニュースレター発行までに以下 ～ の行程を行った。発行までのおおよそのスケジュールは図 7のとおり。

【掲載内容の確認】

情報発信事業の掲載見込み情報はイベント情報やWEBコンテンツの更新内容を事業間連携会議に提出された資料や各実施主体WEBサイト等からピックアップ。

都道府県事業に関する情報はMicrosoft Forms⁵により各都道府県から提供された情報のうち、当月の掲載見込み情報をピックアップ。

【紙面案の作成・修正】

事業間連携等事業の実施主体にてニュースレター紙面案を作成し、掲載内容に係る各実施主体、自治体に内容確認を依頼。適宜修正を行う。

【最終確認・ニュースレター発行】

厚生労働省に内容確認および確認後の関係者へのニュースレター送信を依頼。各実施主体や業界団体・職能団体に対しては事業間連携等事業の実施主体から送付。

図 7 ニュースレター発行までのスケジュール

	第 1 週	第 2 週	第 3 週	第 4 週
掲載内容の確認	←→			
紙面案の作成・修正		←→	←→	
最終確認・ニュースレター発行			←→	←→

<周知方法>

ニュースレターは、魅力発信等事業の実施主体や業界団体・職能団体、厚生労働省に送付し、それぞれ周知を依頼した。

実施主体および業界団体・職能団体には、各企業・団体が持つ会員やコミュニティ向けのメールマガジンやWEBサイト、SNS、構成団体への展開等により周知を依頼した。

厚生労働省には、公式 WEB サイトおよび公式 SNS アカウントへの掲載により周知を依頼した。また、都道府県の介護人材対策担当部署、中央福祉人材センターおよび全国のハローワークへの周知も依頼した。

⁵ ニュースレター毎号紙面に二次元コードを掲載し、同フォームの周知を図った。また、厚生労働省から各自治体へメールにてニュースレターを送付する際、同フォームにより情報登録が可能であることの周知を図った。

（５）都道府県向け「介護人材確保事業を効果的に進めるための手引き」の更新

本章では、令和５年度老人保健健康増進等事業で作成した「介護人材確保事業を効果的に進めるための手引き～都道府県事業における評価・ロジックモデルの活かし方～」（以下、「手引き」）の更新について述べる。

ア．手引き作成の背景と目的についての振り返り

はじめに、本手引き作成の背景と目的を振り返る。令和４年度に実施した「介護のしごと魅力発信等事業の評価分析に関する調査研究」（以下「令和４年度調査研究」）では、地域医療介護総合確保基金の令和３年度事業計画（４７都道府県分）のうち「参入促進」に係る事業を対象として、アウトカム指標やアウトプット指標の調査を行った。

調査の結果、「判断基準（定量的な目標値）が設定されていない」「アウトプット/アウトカムではない指標を設定している」「事業内容にかかわらず、アウトカムを介護分野への就労人数とする傾向にある」など、評価指標の設定や評価指標に基づく効果測定を十分に行っていない都道府県事業が散見された。そのため、令和４年度調査研究の事業報告書では「都道府県職員がプログラム評価やロジックモデルの考え方を学び、事業評価について理解を深めることのできる機会を増やすことが望ましい。」との提言がなされている。

令和４年度調査研究でも述べられているように、魅力発信等事業は継続的に実施していくことで効果が望める性質の事業だといえる。事業を継続しながら施策および事業内容をより効果的なものへと改善していくためには、事業が目指す成果とその達成指標や判断基準を適切に定め、実際の実施結果・測定結果と照らし合わせながら事業を振り返り、改善点等を洗い出すことが望ましい。この一連の動作が、事業評価の考え方である。

上記を踏まえ、都道府県における評価基盤を整えることを目的として、令和５年度介護のしごと魅力発信等事業の評価分析に関する調査研究事業では、都道府県職員が事業評価の基礎的な知識について理解を深める際の拠り所となるような「手引き」を作成した。手引きの概要は表 36のとおり。

表 36 手引きの概要

項目	内容
想定読者	㊦ 介護人材確保分野（特に魅力発信等事業）に関わる自治体職員 ㊦ 役職としては、事業担当職員（主査級）の方から介護人材確保対策全般の統括役（課長級）の方まで幅広い読者を想定
目指す成果	㊦ 読者に「評価がなぜ大切なのか、何に役立つのか」を理解してもらうこと（詳細は「3.手引き作成のプロセスと工夫」で記載） ㊦ 読者が直接アウトカム、中間アウトカム、最終アウトカムという段階的なアウトカムの考え方を理解できるようになること
タイトル	㊦ 介護人材確保事業を効果的に進めるための手引き ～都道府県事業における評価・ロジックモデルの活かし方～
章立て	1. はじめに：都道府県事業の成功のかぎ 2. 事業の設計段階から役に立つ「評価」という方法論 3. 事業の進行フェーズごとの「やることリスト」

イ．令和５年度に作成した手引きの課題

令和５年度に作成した手引きについて、「手引きを活用した都道府県事業における評価のための基盤作りを実践する場」および「手引きへの自治体視点からのフィードバックを得る場」を設けた。具体的には、「令和５年度 介護のしごと魅力発信等事業の評価分析に関する調査研究事業」内でのロジックモデル作成支援イベントの開催⁶、 自社が主催した自治体向けロジックモデルセミナー⁷の開催である。

２つのイベントの中で、自治体からは「基礎的な知識については学べるが、ロジックモデルを作る中で直面する悩みが解消できず、事業の中でうまく活用できないのではないか」「ロジックモデルを策定したあとの活用方法が分からない」といった主旨のフィードバックがあった。加えて、本事業WG委員からも「ロジックモデルの作成自体が目的化しないようにするべきである」との助言があった。

上記のような課題があることを踏まえ、現行の手引きで示している基礎知識を読者が実際に業務に取り入れられるような更新が必要だと考えた。更新版の手引きが目指すアウトカムを「ロジックモデルを活用する上での悩みを解消し、日々の実務と整合する体系的な事業戦略を立てられること」に置き、そのために事業評価を行う上でよくある悩みに関するQAを掲載することとした。

ウ．手引きの更新

はじめに事務局で「よくある悩みに関するQA」案を示し、WGおよびメールでのやりとりで委員・厚生労働省との相談を重ね、段階的に更新をかけた。

「質問」の内容は、前述のイベントやセミナーで実際に参加者から寄せられた声に加えて、令和６年度に本事業内で実施した介護のしごと魅力発信サミットでの新藤委員講演内での参加者とのQAを主なインプットにして作成した。作成した「よくある悩み」は表 37のとおり。回答も含めた表については、別添としている。

表 37 手引きに掲載する「よくある悩み」

#	段階	キーワード	よくある悩み
1	事業の企画・公募	目標設定のタイムスパン	最終アウトカム、中間アウトカム、直接アウトカムは、それぞれおよそ何年後に実現することを目指して設定するのが良いでしょうか。
2		既存事業へのロジックモデル活用	既に事業が始まっている場合でも、ロジックモデルは活用できますか。

⁶ イベントの詳細は、令和５年度「介護のしごと魅力発信等事業の評価分析に関する調査研究事業」事業報告書 pp.44-50 を参照。

⁷ ロジックモデルセミナーは令和６年６月２１日に開催した。主に自治体職員の方向けに、本事業の委員でもある新藤健太氏(日本社会事業大学 社会福祉学部 講師)による講演や、PwC 社員による手引きを用いたロジックモデルの作り方の解説を行った。

#	段階	キーワード	よくある悩み
3		評価指標	定性的な内容を評価指標に設定しても良いですか。
4		判断基準	何を根拠としてアウトカム達成有無の判断基準を設定すれば良いでしょうか。
5		評価デザインの目的・意義	ロジックモデルは財政当局への予算要求においてどのように活用できるのでしょうか。
6		ターゲット	事業のターゲット層が広い場合、どのようにアウトプットとアウトカムを設定するのが良いですか。
7		評価デザインの目的・意義	そもそも、なぜ事業効果の分析・評価を行う必要があるのでしょうか。
8		実現可能性	事業数が多く、一つ一つの事業について評価デザインを考えるのが難しい場合は、どうすれば良いでしょうか。
9		実現可能性	ロジックモデルを作成してみたいが、関係者を集めてワークショップを開催し、合意形成をすることが現実的に困難です。このような場合はどのようにロジックモデルを作成すれば良いでしょうか。
10	事業の実施 期間中	効果測定のためのデータ収集	1つの事業が複数のアウトカムに紐づくことがあります。その場合、すべてのアウトカムについて効果測定をするべきですか。
11		効果測定のためのデータ収集	SNSやWeb記事・動画による情報発信では視聴回数などを測ることはできますが、コンテンツ接触者の変化を調査することが困難です。コンテンツ接触者の意識変容・行動変容などをアウトカムとしていた場合、どのような方法であれば効果測定をすることができるのでしょうか。
12	事業終了後の振り返り・改善	成果の確認	アウトカムに複数の活動が紐づいている場合、どの活動によってアウトカム向上に効果がもたらされたのかが分かりません。

(6) 事業間連携等事業全体に関する取組評価

ア．情報発信事業の実施主体及び業界団体・職能団体に対するアンケート結果

事業間連携等事業の連携状況や改善点等を把握するため、情報発信事業の実施主体及び業界団体・職能団体に対してアンケート調査を実施し、実施主体のうち5団体、業界団体・職能団体のうち8団体から回答を得た。

<実施主体アンケート>

【必要な支援を受けることができたか】

「事業間連携等事業によって必要な支援を受けることができたと感じたか」について尋ねた結果、表 38のとおり、「とてもそう思う」は4団体(80.0%)、「ややそう思う」は1団体(20.0%)から回答があった。

支援の内容や支援の結果得られたメリットとしては、実施主体のコンテンツの周知協力があったこと、他実施主体の媒体を用いた発信により発信したコンテンツの視聴回数が増加したこと、実施するイベントの講師や登壇者を紹介してもらえたこと、といった内容が挙げられた。一方で今後改善が必要だと感じた点として、各団体の組織や活動情報などを把握できる資料が欲しいという回答があった。

表 38 事業間連携等事業によって必要な支援を受けることができたと感じたか

回答	回答数(人)	割合(%)
とてもそう思う	4	80.0%
ややそう思う	1	20.0%
どちらとも言えない	0	0.0%
あまりそう思わない	0	0.0%
全くそう思わない	0	0.0%
全体	5	100.0%

【業界団体・職能団体との協議・相談の有無】

「業界団体・職能団体との間で、介護人材確保に関連する協議や相談を行ったか」について尋ねた結果、表 39のとおり、「1件以上協議や相談を行った」は3団体(60.0%)、「協議や相談を行っていない」は2団体(40.0%)から回答があった。

表 39 業界団体・職能団体との間で、介護人材確保に関連する協議や相談を行ったか

回答	回答数(人)	割合(%)
1件以上協議や相談を行った	3	60.0%
協議や相談は行っていない	2	40.0%
全体	5	100.0%

具体的な協議・相談内容としては、作成したコンテンツに対する評価についてアンケートで協力してもらった、イベントの内容検討・アドバイスでの協力といった内容が挙げられた。

【事業間連携等事業に伴う事業効果の向上】

「事業間連携等事業があることで事業効果が向上したと感じたか」について尋ねた結果、表 40のとおり、「とてもそう思う」は2団体(40.0%)、「ややそう思う」は3団体(60.0%)から回答があった。

表 40 事業間連携等事業があることで事業効果が向上したと感じたか

回答	回答数(人)	割合(%)
とても思う	2	40.0%
やや思う	3	60.0%
どちらとも言えない	0	0.0%
あまりそう思わない	0	0.0%
全くそう思わない	0	0.0%
全体	5	100.0%

具体的に事業効果が向上した部分としては、動画やサイトの閲覧数の向上や、現場が求めるコンテンツが明確になったといった点が挙げられた。

【事業間連携等事業への意見・感想】

その他、事業間連携等事業への意見・感想としては、実施主体や業界団体・職能団体との連携がよりスムーズにできるための会議体の構築や、情報共有を省力化するための仕組みができるとよいといった点が挙げられた。

<業界団体・職能団体アンケート>

【国事業と連携した魅力発信への取組】

「魅力発信等事業への参画を通じて、国事業と連携して介護のしごとの魅力発信により取り組みたいと思ったか」について尋ねた結果、表 41のとおり、「とても思う」は4団体(50.0%)、「やや思う」は3団体(37.5%)から回答があった。

表 41 魅力発信等事業と連携し介護のしごとの魅力発信により取り組みたいと思ったか

回答	回答数(人)	割合(%)
とても思う	4	50.0%
やや思う	3	37.5%
どちらとも言えない	1	12.5%
あまりそう思わない	0	0.0%
全くそう思わない	0	0.0%
全体	8	100.0%

【国事業の情報共有や国事業との連携の検討実施有無】

「団体内で国事業に関する情報共有や国事業との連携についての検討を実施したか」について尋ねた結果、表 42のとおり、「実施した」は7団体(87.5%)、「検討中」は1団体(12.5%)から回答があった。

表 42 団体内で国事業に関する情報共有や国事業との連携についての検討を実施したか

回答	回答数(人)	割合(%)
実施した	7	87.5%
実施していない	0	0.0%
検討中	1	12.5%
全体	8	100.0%

【連携したいと感じる国事業の取組を見つけられたか】

「介護人材確保の取組において連携したいと感じる国事業の取組を見つけることができたか」について尋ねた結果、

表 43のとおり、「見つかった」は5団体(62.5%)、「見つからなかった」は3団体(37.5%)から回答があった。

表 43 連携したいと感じる国事業の取組を見つけることができたか

回答	回答数(人)	割合(%)
見つかった	5	62.5%
見つからなかった	3	37.5%
全体	8	100.0%

【実施主体との協議・相談の有無】

「実施主体との間で介護人材確保に関連する協議や相談を行ったか」について尋ねた結果、表 44のとおり、「1件以上協議や相談を行った」は2団体(25.0%)、「協議や相談は行っていない」は6団体(75.0%)から回答があった。

表 44 実施主体との間で介護人材確保に関連する協議や相談を行ったか

回答	回答数(人)	割合(%)
1件以上協議や相談を行った	2	25.0%
協議や相談は行っていない	6	75.0%
全体	8	100.0%

具体的な協議・相談内容としては、セミナー等への参加や登壇者の紹介、団体内での周知などといった内容が挙げられた。

【事業間連携等事業に伴う事業効果の向上】

「事業間連携等事業の取組(事業間連携会議、魅力発信サミット、ニュースレター、業界団体・職能団体と実施主体の個別連絡調整(イベント周知依頼・登壇者紹介等) 共通ハッシュタグ導入など)により、魅力発信等事業全体の事業効果が向上したと思われるか」について尋ねた結果、表 45のとおり、「とてもそう思う」は4団体(50.0%)、「ややそう思う」は2団体(25.0%)から回答があった。

表 45 事業間連携等事業により、魅力発信等事業全体の事業効果が向上したと思うか

回答	回答数(人)	割合(%)
とてもそう思う	4	50.0%
ややそう思う	2	25.0%
どちらとも言えない・わからない	2	25.0%
あまりそう思わない	0	0.0%
全くそう思わない	0	0.0%
全体	8	100.0%

具体的にどの取組でどのような点で貢献したか尋ねた結果は、表 46のとおり。「コンテンツを団体内で共有することで事例紹介ができた」「介護について目にする機会が増えた」といった内容が挙げられた。

表 46 魅力発信等事業全体の事業効果内容（自由記述）

・ニュースレターを当協会会員向けに周知したり、マガジンハウスさんの作成された雑誌を当協会会員へ配布したりすることにより、当協会会員校での介護の魅力を発信するための大変良い参考事例を得ることができたと思います。 ・各事業とも取り組みとしては素晴らしいと思います。参加された方々はこれまで知らなかった介護の世界を知ることができたと思います。また、現場で活躍している介護職員の方々の励みにもなったと推察いたします。その一方で無関心層などへのアプローチや実際にこの事業によって入職に繋がったかどうかはきになるところです。 ・「KAIGO」という言葉について、会議の場や他団体からローマ字表記を目にすることがあるといったコメントや、介護について雑誌や動画投稿などを見たという話を聞くようになった。それまでは、介護についてマイナスなイメージ投稿が多いというような話題を振られることが多かったと感じる。 ・雑誌、Web、SNS各事業主体様が得意な媒体で情報発信している内容を整理して共有いただいており、団体内の発信も効率的に行うことができます。そのうえで、各事業主体様からのレポートにて定量的に効果が表れているため。あとはインフルエンサーの役割を担う事業主体が加わればと思っており ・全国展開しているコンテンツを活用機会が増えるとともに、長野県オリジナルの介護職PR事業に活用できた。 ・人材やコンテンツ紹介
--

【事業間連携等事業への意見・感想】

その他、事業間連携等事業への意見・感想としては、表 47のとおり、介護魅力の効果的な発信の必要性や一本化したポータルサイトを求める声が挙げられた。

表 47 事業間連携等事業の取組への意見・感想等（自由記述）

・介護のしごとの魅力発信のコンテンツは、各事業所の取組み等、介護業界でも持っておりますが、それを発信・拡散するプロが必要なのだとこの数年間の取組みで実感しております。あとは先の設問の回答でも記載しましたとおり、それを効果的に拡散するためのインフルエンサーの機能が何なのか答えをもっていない状況です（第3回のアンバサダー企画やACジャパン広告の意見出しはその流れの発言です）。魅力を発信していくためのコンテンツ、発信媒体、消費者や働く層への拡散手段の最適な形について引き続き事業としてご尽力、また一緒に協議してくことを期待しております。 ・より1本化したポータルサイトがあると周知しやすいと感じました。 ・今後も参画事業者の連携スキームを継続し、PR活動の相乗効果を図ってほしい ・イメージ戦略は常にアップデートを繰り返す必要があるため、各所と協力して魅力発信の取り組みを続ける必要があると思う。ネット効果が与える影響を数値化して評価することは難しいが、連携が行われたことによる何かしらの効果は出ていると感じる。 ・大変勉強になりました。連携会議が全3回、オンラインでの開催だったのが残念です。 ・今後も継続して、業界全体で介護の魅力発信をしていければ幸いです。今後ともどうぞ宜しくお願い ・今後も引き続き魅力発信をお願いします。
--

イ．取組の評価

魅力発信サミット以外のロジックモデルで設定した各取組のアウトカム目標、および各取組のアンケート結果等を並べ、評価を行った。各取組の評価は表 48のとおり。魅力発信サミットの評価は本節（3）キを参照されたい。結論として、ロジックモデルにおいて設定した目標はほぼ達成することができた。評価の理由の主なものを以下に記載するが、詳細は下表最右列の評価部分も参照されたい。

表 48 魅力発信サミット以外の事業間連携等事業の目標達成状況

アウトプット・アウトカム指標		ロジックモデルでの目標値	結果	評価(凡例 ○:達成 ▲:未達)
アウトプット	事業間連携会議開催回数	3回	3回	○ ・当初の予定どおり、事業計画の報告、事業成果の中間報告、事業成果の最終報告をそれぞれの内容として3回の会議を開催することができた。
	オフトラックミーティング開催回数	1社当たり2回	株式会社朝日新聞社 : 5回 株式会社マガジンハウス : 5回 楽天グループ株式会社 : 10回 KAIGO PRIDE : 6回 FACE to FUKUSHI : 3回 社会福祉法人全国社会福祉協議会 全国社会福祉法人経営者協議会 : 4回	○ ・事業開始時期に集中的にオフトラック会議を実施した。また、事業開始後も定期的に実施主体と連携を取り続けた。
アウトカム	国事業の実施主体の支援ニーズが明らかになること。また、その支援ニーズが満たされ、事業が円滑に進行すること。	アンケート回答者(国事業の実施主体)の2/3以上が、自分たちにとって必要な支援を受けることができたこと「とてもそう思う」「ややそう思う」と回答すること。	自分たちにとって必要な支援を受けることができたかどうか →上位2項目…100.0%	○ ・各事業間連携会議で業界団体・職能団体から様々な意見を得られたこと、国事業の実施主体への協力(コンテンツ紹介や相互連携等)を得られたことから、支援ニーズが満たされ、事業が円滑に進行した。
	業界団体・職能団体が国事業とも連携して介護のしごとの魅力発信に取り組みたいと感じること。	アンケート回答者(業界団体・職能団体)の70%以上が、国事業とも連携して介護のしごとの魅力発信に取り組みたいと感じたこと「ややそう思った」と回答すること。 アンケート回答者(業界団体・職能団体)の50%以上が、各団体内における会議で、国事業に関する情報共有や国事業との連携に関する検討を「実施した」と回答すること。	実施主体と連携して介護のしごとの魅力発信に取り組みたいと感じたか →上位2項目…87.5% 各団体内での情報共有や国事業との連携に関する検討について →「実施した」…87.5%	○ ・各事業間連携会議内で、国事業からの発表時間を各実施主体の内容に応じて柔軟に取ったこと、その説明に対して業界団体・職能団体から様々な質問や意見が出たため、業界団体・職能団体が国事業の取組を十分に理解することができたと考えられる。 ・業界団体・職能団体が国事業の取組を理解できたことによって、国事業との連携に対する意欲が高まり、具体的な検討に結びついたと思われる。
	業界団体・職能団体と国事業の実施主体が介護人材確保に向けた協議や相談をすること。	アンケート回答者(業界団体・職能団体)の70%以上が介護人材確保の取組において連携したいと感じる国事業の取組が見つかったと回答すること。	介護人材確保の取組において連携したいと感じる国事業の取組が見つかったかどうか →「見つかった」…82.5%	▲ ・業界団体・職能団体が国事業の取組を理解できたことによって、国事業との連携に対する意欲が高まり、具体的な検討に結びついた一方で、実際に具体的な連携先が見つかる段階まで至らない団体も見られた。
		各国事業の実施主体につき1件以上の協議や相談が行われること。	各国事業の実施主体につき1件以上の協議や相談が行われること →実施主体の60.0%に当たる3団体において1件以上の協議や相談が行われた	▲ ・実施主体の中には、業界団体・職能団体と「協議や相談は行っていない」という回答があったものの、コンテンツの広報に係る協議・相談は実施されていたケースがほとんどだった。
	事業間連携により事業効果が向上すること(=事業実施主体による魅力発信が、広報の強化/優良な取材先の獲得/同一ターゲットへの相互の働きかけ等により、一層効果的になること)。	アンケート回答者(国事業の実施主体)の50%以上が事業間連携の働きにより、事業効果が向上したと「そう思う」「ややそう思う」と回答すること。	事業間連携の働きにより、事業効果が向上したと感じたかどうか →上位2項目…100.0%	○ ・事業間連携等事業が国事業の実施主体とメールやTeams等でコンテンツ作成の相談や評価検証が行える体制を敷いたことで、事業間連携の働きにより、事業効果が向上したと感じたと思われる。
		アンケート回答者(業界団体・職能団体)の50%以上が事業間連携の働きにより、事業効果が向上したと「そう思う」「ややそう思う」と回答すること。	事業間連携の働きにより、事業効果が向上したと感じたかどうか →上位2項目…75.5%	○ ・各事業間連携会議内で、国事業からの発表時間を各実施主体の内容に応じて柔軟に取ったことで、業界団体・職能団体が国事業の取組を十分に理解することができ、事業効果が向上したと感じたと思われる。
	国事業の実施主体が広報等での課題を抱えた際に、事業間連携事業の実施主体が協力することで、集客やコンテンツ周知等のためのより効果的な広報や、共同での取り組みに向けた話し合いの場(メールやチャットによる仲介を含む)を持つこと。	国事業の実施主体が広報等での課題を抱えた際に、事業間連携事業の実施主体が設定した話し合いの場(メールやチャットによる仲介を含む)を1回以上持たれること。	令和6年7月から9月にかけて、楽天グループ株式会社と他実施主体との間で、事業効果の分析に関する情報共有に関する打合せを実施	○ ・事業開始の冒頭で6社を集めたオフトラックミーティングを開催し、情報発信事業者同士を早期からつなげられたため、協働に向けた動きを促進できたと考えられる。
	「介護職発信」事業が制作したコンテンツが、情報発信事業各社のコンテンツと合わせて全国に周知されること。	各介護職発信事業者につき1件以上、情報発信事業のコンテンツと合わせたコンテンツ周知が行われること。	KAIGO PRIDE : 7件 FACE to FUKUSHI : 3件 社会福祉法人全国社会福祉協議会 全国社会福祉法人経営者協議会 : 4件	○ ・事業開始の冒頭で6社をたオフトラックミーティングを開催し、情報発信事業者同士を早期からつなげられたため、介護職発信事業者の制作コンテンツの情報発信に関する連携が積極的に実施できたと考えられる。

事業間連携会議のアウトプットについては、第1回では事業計画の共有、第2回では事業の中間報告、第3回では事業結果の報告を主な議題として、いずれも予定どおり開催できたため、開催回数3回の当初目標を達成できた。

オフトラックミーティングのアウトプットについては、事業開始時期に当たる令和6年7月から9月にかけて集中的に開催し、事業開始後も定期的に実施主体と連携を取り続けることで、各団体と2回以上開催した。

アウトカムについて、魅力発信等事業の実施主体の支援ニーズが満たされること、業界団体・職能団体と魅力発信等事業の実施主体が取組への理解を深めること等を目標と設定した。

事業間連携会議では魅力発信等事業の事業内容を発表したのち、業界団体・職能団体からも質問や事業への提案を行える時間を設けた。また、情報発信に向けた連携の素地づくりとして、業界団体・職能団体と情報発信事業の実施主体の連携希望の聴き取りやその希望に応じた連絡先共有も行うなどし、協議・相談等を促した。この結果、情報発信事業の実施主体と連携して介護のしごとの魅力発信に取り組みたいと思う業界団体・職能団体は約9割近くあった一方で、協議・相談が行われたのは一部に留まり、アウトカム未達の項目となった。未達要因には、内容面で協議・相談に至るだけの情報共有が不足していた、業界団体・職能団体の持つリソースが情報発信の内容とマッチしていなかった、あるいは協議・相談を始めるための枠組みが十分でなかった等の要素が考えられるため、今後同様の取組をする際は検討が必要と思われる。

2. 情報発信事業の事業効果分析に関する取組

(1) 事業効果分析に関する取組内容

情報発信事業では各自の実施事業に対して事業効果分析(自己評価)を行うことが実施要綱で定められている。事業間連携等事業では、魅力発信等事業全体の事業効果を取りまとめること、それに向けて情報発信事業が行う事業効果分析の質の向上を目的として、以下の取組を行った。

ア. 事業効果分析フォーマットの作成

情報発信事業の各実施主体の成果を俯瞰するためには、統一された様式を基に成果を確認し、評価することが望ましい。そのため、事業間連携等事業から情報発信事業の各実施主体に対して、事業内容や成果をまとめるための様式(事業効果分析計画・実績記入用フォーマット)を提供することにより、各実施主体の実施事業の成果・今後の課題などを整理し、評価を行うための枠組み作りを行った。

イ. 事業効果分析に係る説明資料の作成、説明会の開催

各実施主体による事業効果の分析等を支援するため、事業効果分析および報告書作成のポイントを解説した資料を作成・展開した(付属資料2)。また、実施主体向けの説明会を夏頃に実施し、事業効果分析を依頼している背景、その実施方法・ポイント、報告書に記載すべき項目について説明した。

(2) 事業効果分析結果

ア. 事業の構造

令和6年度事業は昨年度事業に引き続き、「イベント、テレビ、WEB等を活かした取組等を通じて、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こと」を目的として実施されている。

魅力発信等事業は事業内容によって情報発信事業と事業間連携等事業の2つに分かれており、さらに情報発信事業は 全国へ向けた情報発信事業と WEBを活用した広報事業、そして 介護職発信事業の3つに分かれている。 全国に向けた情報発信事業は「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」であり、 WEBを活用した広報事業は「WEB広告等を活用し、介護の日や福祉人材確保重点実施期間等の機会を捉えつつ、年間を通して広く国民に向けて広報を行う事業」、 介護職発信事業は「介護職など自らが主体となり、自らの声で介護の仕事の魅力・やりがい・誇りを発信するコンテンツの企画・制作等を行い、発信力のある や の事業者と連携し、広く国民に向けて広報を行う事業」である。

魅力発信等事業の事業構造は表 49のとおり。事業間連携等事業は令和 5 年度と基本的に同様の内容であり、魅力発信等事業の実施主体間の連携や事業効果分析の支援だけでなく、都道府県との連携に係る取組が引き続き実施されている。

表 49 令和 6 年度魅力発信等事業の事業構造

#	事業名	実施主体名	事業目的(概要) ※実施要綱内の「事業区分及び各事業の主題」より転載。
1-1	情報発信事業 (全国へ向けた情報発信)	(株)朝日新聞社	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 等を活用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。
1-2		マガジンハウス(株)	
2	情報発信事業 (WEBを活用した広報事業)	楽天グループ(株)	多くの国民が、福祉・介護の仕事について新たに関心を持つとともに、その仕事の魅力を感じてもらえるよう、WEB広告等を活用し、介護の日や福祉人材確保達成実施期間等の機会を捉えつつ、年間を通して広く国民に向けて広報を行う事業。
3-1	情報発信事業 (介護職発信事業)	(一社)KAIGO PRIDE	多くの国民が、福祉・介護の仕事について新たに関心を持つとともに、その仕事の魅力を感じてもらえるよう、介護職など自らが主体となり、自らの声で介護の仕事の魅力ややりがい、誇りを発信するコンテンツの企画・制作等を行い、発信力のある1や2の事業者と連携し、広く国民に向けて広報を行う事業。
3-2		(一社)FACE to FUKUSHI	
3-3		(福)全国社会福祉協議会 全国社会福祉法人経営者協議会	
4	事業間連携等事業	PwCコンサルティング(有)	情報発信事業の実施主体が、他の実施主体や「都道府県等の地域単位で実施している魅力発信に係る取組」(以下「都道府県事業」という。)との連携を図ることなどにより、「介護のしごとと魅力発信等事業」の事業効果の最大化を図ることを目的とする事業。

イ．情報発信の全体像

魅力発信等事業(情報発信事業)における情報発信の方法を整理した結果は表 50のとおり。イベント開催やWEB(サイト、記事、動画)での情報発信を行っている実施主体が多く、朝日新聞社、楽天グループ、FACE to FUKUSHIはポータルサイトを作成している(過年度事業で開設したサイトのアップデートを含む)。また、全国へ向けた情報発信事業の実施主体は新聞社および出版社であるため、各社の既存媒体を活かし、新聞や雑誌での情報発信が行われている。

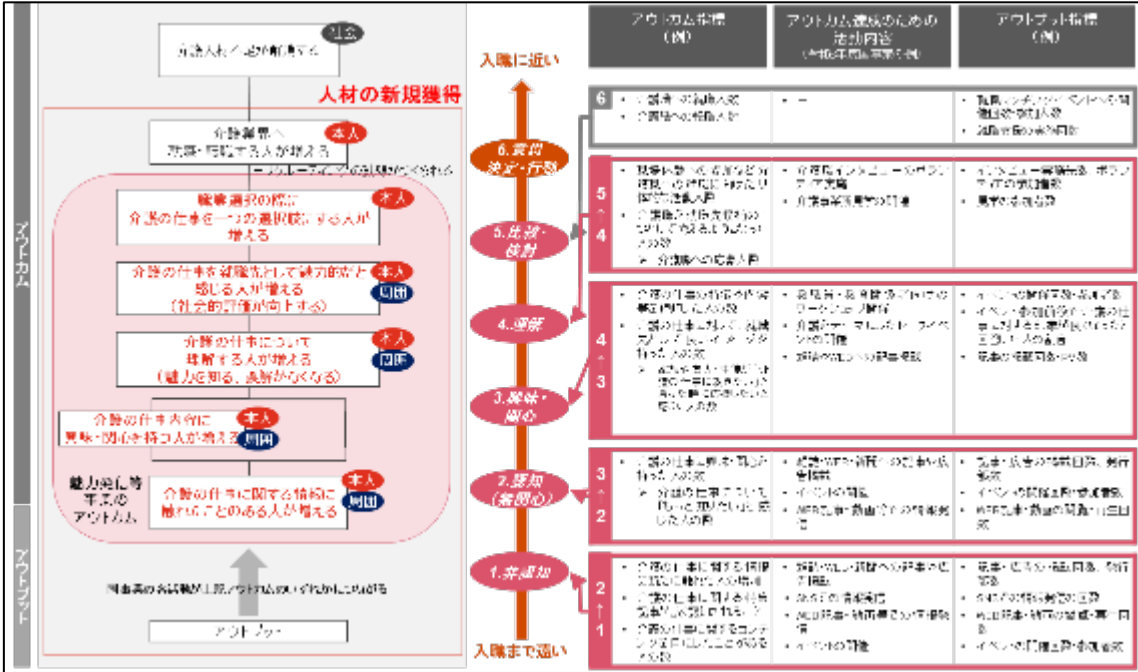
表 50 令和 6 年度魅力発信等事業における情報発信の方法

#	事業名	イベント	TV・ラジオ	新聞・雑誌	WEBサイト・記事	WEB動画	SNS	その他	主な活動
全国へ向けた情報発信	(株)朝日新聞社	◎ 9回	—	◎ 新聞3回 (朝日新聞 毎日掲載)	○ ポータルサイト 記事2本	◎ 5本	○ 各種広報	—	・[イベント]出張授業 ・[イベント]親子体験ワークショップ ・[WEB記事]「学生向け」デジタル教材 ・[WEB]「2歳3歳子」最新「どうぶ」 ・[WEB動画]YouTube「ふたば」
	マガジンハウス(株)	◎ 10回	—	◎ 雑誌2回 (Canon、FACE to FUKUSHI)	◎ 記事15本	—	○ 各種広報	○ 書店などでの冊子配布	・[イベント]ケアあるじと関 ・[イベント]ケアあるじとバー ・[イベント]ケアあるじとシニア ・[雑誌]senior、POPEYE特集企画 ・[WEB記事]「ここ」での連載
WEBを活用した情報発信	楽天グループ(株)	—	○ デジタル広告	—	◎ ポータルサイト コンテンツ6本	◎ 2本 (長尺動画1本 短尺動画1本)	◎ デジタル広告	◎ デジタル広告 (バナー7本)	・[WEB記事]東京TVライブアップ ・[WEB記事]東京koboライブアップ ・[WEB動画]ターゲット 別表送
介護職発信	一般社団法人 KAIGO PRIDE	◎ 全国7か所	—	—	—	◎ 20本 (ツイアカ動画30本 ライブアカイブ6本 動画14本)	—	—	・[イベント]アンバサダーの養成 ・[WEB動画]アンバサダーワークショップ ・[WEB動画]プロフェッショナルトークシリーズ
	一般社団法人 FACE to FUKUSHI	◎ 1回	—	—	◎ ポータルサイト 感度レポート 21件	◎ 19本 (長尺動画3本 短尺動画14本)	○ 各種広報	—	・[イベント]寄附金募集イベント ・[WEBサイト]動画サイトリニューアル
	社会福祉法人 全国社会福祉協議会 全国社会福祉法人経営者協議会	◎ 2回	—	—	—	◎ 3本	○ 各種広報	—	・[イベント]「HERO'S TOKYO」 ・[イベント]介護士数選のエキスポ 開催 ・[WEB動画]「若手」チャンネル

...実施した活動のうち、事業の中心を担うもの。○...左記「 」の活動に付随して実施した活動。

また、情報発信事業の活動と魅力発信等事業のロジックモデルの対応は図 8 のとおりである。アウトカムとして「介護の仕事に関する情報に触れたことのある人が増える」、「介護の仕事内容に興味・関心を持つ人が増える」、「介護の仕事について理解する人が増える」、「介護の仕事を就職先として魅力的だと感じる人が増える」を幅広く狙っている活動が多かった。

図 8 令和 6 年度情報発信事業の活動と魅力発信等事業のロジックモデルの対応



各アウトカムの右側についているワッペン（本人、周囲、社会）はアウトカムの主語

本人：就職する / している人（本人）が主語のもの

周囲：就職する / している人の周囲が主語のもの

社会：日本社会が主語のもの

ウ．各実施主体の活動に関する総括

株式会社朝日新聞社（全国へ向けた情報発信事業）

朝日新聞社の取組概要は別添資料（弊社ホームページに掲載）のとおり。

同社は過去数年間にわたって魅力発信等事業に参画しており、「これからのKAIG0」プロジェクトを実施している。これまではアクティブシニア、ミドル層、若年層など様々な年代をターゲットに情報発信を行っていたが、本年度は「これからのKAIG0」を担う「こども（次世代）」にフォーカスしており、メインターゲットを「こども層（小中高生）」、メインターゲットを子どもの選択に大きな影響力を持つ「ミドル層（保護者・教職員）」、サブターゲットを「アクティブシニア層」として情報発信が行われた。

こども層への情報発信では「ケアのこころ」「助け合いのこころ」を育てることで将来になりたい職業の選択肢として介護の仕事に関心を持ってもらうことを目指し、出張授業や作文コンクールを実施した。ミドル層（保護者・教職員）に向けた情報発信では子どもや生徒たちの進路選択の応援意欲向上とともに、保護者・教職員自身のキャリアチャレンジの促進も狙いながら、こども層向けの活動における同時アプローチやデジタル教材の開発を行った。また、アクティブシニア層向けの情報発信では地域貢献や自分の得意とするものが生かせる職業の選択肢として介護の仕事があることを発信し、就労意欲を後押しするためのオンラインセミナーを開催した。

同社の取組の特色は同社がもとより保有しているリソースを活用した取組が多い点である。教育分野への強み（グループ会社における教育機関とのつながり・授業実施のノウハウ）を生かして出張授業・教材開発をしているほか、同社発刊の全国紙（朝日小学生新聞・朝日中高生新聞）や同社主催のイベント（朝小・朝中高サマースクールat東京理科大学）、同社が展開する教職員向けWEBメディア（おしごとほくぶつかん）、中高生向けテレビ番組「ブカピ」、同社保有のコミュニティ「読者会議」などの活用が挙げられる。

アウトプットについては、当初予定よりも若干時期が前後した取組があるものの、概ね計画どおりの成果が出されていた。想定を下回ったものは出張授業における保護者の参加者数（目標：約20人、実績：0人）、教職員向けの情報発信である「寺子屋朝日ウェビナー」のライブ配信参加者数（目標：約150人、実績：約50人）の2つである。また、小学生向けデジタル教材の開発については、メルマガ配信数が非公表のため定量的な数値は公表されていない。

ターゲットへのリーチについては、同社がもとより保有しているリソースを活用した取組が多いこと、ターゲットに対してダイレクトにアプローチできる活動（学校へ出張授業や若者が来場するイベントへの出展など）が多いことから、ほとんどの活動でターゲットに対して確実にリーチできており、WEB動画での情報発信「ブカピ」においても視聴者の9割が13～24歳でありターゲット層（若年層）と合致している。小中学校を対象とした出張授業では実施枠8校に対して100校以上の応募があったとともに、実際に出張授業を行った学校からも「またこのような機会を作ってほしい」という声があったことから、こうした取組へのニーズが高いことが明らかになった。一方で出前授業への保護者の参加は非常にハードルが高く、参加者数は0人だった。

アウトカムについては、一部の活動（小中学生向けデジタル教材の開発）を除き、アンケート調査またはヒアリング調査を実施することで効果測定を行っている。さらに、若者向けの活動であるWEB動画での情報発信「ブカピ」についてはブランドリフト調査を用いて動画接触者と非接触者の比較を行った。アウトカムの内容としては、「介護の仕事に関する情報に触れたことがある人が増える」および「介護の仕事内容に興味・関心を持つ人が増える」、「介護の仕事への理解を深める人が増える」の3つが全ての活動に共通しており、一部の活動では上記に加えて「福祉・介護に関する社会的評価が高まる」または「介護の仕事を次世代に勧める人が増える」が追加されている。

同社の活動の目玉である小中高生向けの出前授業については、対象となった学校すべてにおいて教員から高評価を得ることができ、「またこのような機会を作ってほしい」という要望も多かったほか、各学校の参加者（小中高生）からも良い反応を得られている。なお、参加者へのアンケート結果は本報告書執筆時点⁸では集計中であることから、アウトカム（上記）の達成有無について定量的な判断はできないが、同社が実施する事業の企画委員や職能団体からは高評価を得られている。

教職員向けの活動である「寺子屋朝日ウェビナー」では、参加者数は目標約150人に対して実績約50人と想定を下回ったものの、途中離脱者は少なく、参加者アンケート回答者（21名）のうち7割弱が「介護の仕事のイメージがとても良くなった/良くなった」と回答した。意識変容に関する目標値の設定はされていないが、介護の仕事のイメージの向上という点では一定の効果があったものと考えられる。

保護者にリーチすることができた活動としては、子ども・保護者の両方を対象としたイベント「朝小・朝中高サマースクールat東京理科大学」が挙げられる。同活動での参加者アンケート（保護者向け）では「介護の仕事のイメージが良くなった」と回答した保護者が75%（n=137）、「子どもや孫の将来の選択肢として興味（関心）を持つようになった」と回答した保護者が67%（n=146）という結果が得られており、意識変容に関する目標値の設定はされていないが、アウトカム（上記）は一定達成されていたといえる。

全体を通して振り返ると、ターゲットへのリーチ、アウトプットのいずれの観点からも概ね計画どおりに事業が遂行されたといえる。アウトカムについては本報告書執筆時点では測定途中のものが多く、定量的な評価が難しいが定性的な情報（参加者や企画委員の反応）を踏まえると概ね想定どおりのアウトカムがもたらされていたと考えられる。

また、同社の事業の実施過程において、学校（小中高）での出前授業にニーズがあることが明らかになった点は今後の魅力発信等事業でも活用可能な発見といえる。一方で、保護者や教員へのアプローチには難しさもあり、今後の魅力発信等事業で保護者・教員に対してアプローチする際には企画の内容やアプローチ方法について留意する必要があることが分かった。

⁸ 令和7年3月26日時点。次ページ以降も同様。

株式会社マガジンハウス（全国へ向けた情報発信事業）

マガジンハウスの取組概要は別添資料（弊社ホームページに掲載）のとおり。

同社は令和5年度の魅力発信等事業に続いて二度目の採択である。昨年度に続き、若年層の認知度が高いファッション雑誌「anan」と「POPEYE」や福祉に特化したWEBマガジン「ここ」への特集・連載記事掲載、関連イベントの開催などを基軸に発信を行った。また令和6年度事業では新たに、体験・交流イベント「ケアするしごとツアー」の開催や同社の「介護のしごと」への取組に関するプレスリリース配信が加わった。

同社の特徴として、いずれの活動も若年層（20～30代）をターゲットとしており、さらに介護・福祉の仕事への関心の有無によってセグメントを分け、それぞれにマッチする活動を考えた事業設計がなされている点が挙げられる。例えば、無関心層に対しては興味喚起を促す取組として「anan」「POPEYE」への特集記事掲載、全国書店での冊子配布、「ケアするしごと展」などが行われており、関心層に対しては理解促進のための取組としてWEBマガジン「ここ」への連載やイベント「ケアするしごとツアー」、「ケアするしごとバー」の開催が行われた。そして、入職を検討している層に対しては、WEBメディア「ここ」において介護の仕事に関する情報発信がなされた。また、通常の企画委員会の他に「若手世代が委員となる企画委員会」を別個に組織し事業への協力・助言を得ていたことも特筆すべき点である。また、新たに若年層よりさらに下の世代である小学生向けの冊子の制作、PDFによる活用促進も行われた。

アウトプットについて、雑誌（anan、POPEYE）への特集記事掲載、書店での冊子配布、イベント「ケアするしごと展@渋谷」などは概ね計画どおり実施されており、目標をやや大きく下回ったものはイベント「ケアする仕事展@下北沢」の来場者数（目標：11,000人、実績：7,000人）、トークイベント「ケアするしごとバー」の参加者数（目標：300人、実績130人）の2つである。また、WEBマガジン「ここ」への記事連載に関するアウトプット（PV数）は本報告書執筆時点では測定が完了していない。

ターゲットへのリーチについては、同社がもとより保有している媒体を用いた活動が多いことから、年齢層という観点からみると概ね想定どおりにアプローチできていると考えられる。一方で、介護への関心の有無という観点からみると、特に無関心層を対象にした活動については「無関心層にどれだけアプローチできたのか（例：雑誌の特集記事を読んだ人やイベントで展示を見た人のなかに無関心層がどれだけ含まれるのか）」は判断が難しい部分がある。

アウトカムについて、イベント系の活動においては参加者アンケートにて効果測定を行っている。それ以外の活動（雑誌やWEBへの記事掲載、プレスリリース）については、コンテンツ接触者の追跡が難しいことから、定性的情報として同社事業の企画委員・若手企画委員からの感想/反応を収集している。アウトカムの内容としては、「介護の仕事に関する情報に触れたことがある人が増える」や「介護の仕事内容に興味・関心を持つ人が増える」、「介護の仕事への理解を深める人が増える」、「福祉・介護に関する社会的評価が高まる」のいずれかを設定している。無関心層をメインターゲットとした活動では上記（認知拡大、興味・関心の喚起、社会的評価の向上）を、関心層をメインターゲットにした活動では理解促進をアウトカムとしている。

同社の活動の目玉である雑誌（anan、POPEYE）への特集記事掲載については、発行部数が約22.3万部（2雑誌の合計）となっており、介護の仕事に関する認知拡大に貢献したと考えられる。読者へのアンケートが困難であったことからアウトカム（興味・関心の喚起）の達成有無に関する定量的な言及はできない。雑誌「anan」への特集記事掲載については、同社事業の企画委員から「日々学生と関わっている肌感からすると非常に興味を持ってもらえるのではないかと感じている」や「介護の仕事の良い面だけを表面的に取り上げ、無理にポジティブに変換する発信が目立っていたと個人的に感じていたが、介護の仕事そのものの奥深さを洗練された印象で広く介護無関心層に発信していただけたと感じる。」などの好意的なコメントが多かったが、なかには「ananの表紙をみて『介護が女性の仕事なんだな』という印象を持ってしまう可能性はなくはないのではないか？また、お話を伺う人として、経営者が行くと想いがありすぎて固い印象になってしまうこともある。」という改善提案に近いコメントもあった。また、雑誌「POPEYE」への特集記事掲載については、同社事業の企画委員から「憧れだった雑誌に、介護の記事が載る、そこに委員として携われるのは嬉しい。事業の継続によって生まれるものもあるのではないか。」というコメントがあったほか、新たなアイデアとして「記事の切り口のひとつとして、スタッフの長期的なキャリアアップの道筋、働き方のイメージが見えてくるといいのでは。」や「POPEYEで福祉とファッションがリンクする形にするとか、POPEYEの読者層により届ける切り口があっても良さそう。」という提案があった。

小学生向け冊子に関しては、企画委員から「介護や福祉をあえてメインタイトルに持ってこないことで、多くの学生さんが自分にも関係のあることだと受け取りやすくなると思いました。」や「給与面とか離職率まで触れられており、家族向けの内容がある点も良かった。学校で教えていると、親御さんから『介護の仕事は止めなよ』とストップされることがあるが、そこにもアプローチできる。」といったコメントがあり、小学生だけでなく保護者・教職員向けのコンテンツとしても評価する声があった。

無関心層向けのイベント「ケアするしごと展@渋谷」では、来場者約2,020人のうち22人からアンケートの回答を得た。「介護のしごとについてもっと知りたいと思った」と回答した人は63.6%であり、介護の仕事に対する印象はイベント参加前後で2.14pt⁹向上した。また、「ケアするしごと展@下北沢」ではトークイベント参加者20人のうち12人からアンケートへの回答を得ており、「介護の仕事についてもっと知りたいと思った」と回答した人が55.6%、「自分の仕事として検討してみたいと思った」と回答した人が11.1%であった。

既に介護の仕事に関心を持っている人向けのイベント「ケアするしごとバー」では、参加者130人のうち31人からアンケートの回答を得ており、介護の仕事に対する印象はイベント参加前後で1.67pt¹⁰（福祉関係者を除いて集計した場合は1.74pt）向上した。また、「ケアするしごとツアー」ではツアー参加前後でイメージが2.41pt向上した（回答者は51人）。

全体を通して振り返ると、ターゲットへのリーチ、アウトプットについては、雑誌の発行部数など発行側でコントロール可能なアウトプットは概ね計画どおりに達成できたものの、

⁹ アンケート回答者それぞれが介護の仕事に対するイメージを1（悪い）～10（良い）で評価。その平均値を算出し、イベント前後で比較した。

¹⁰ 同上。

一部のイベントに関しては集客が難しく、参加者数が目標を下回った。アウトカムについてはコンテンツ接触者の追跡が難しい活動が多く、定量的な測定を実施した活動であっても目標値が設定されていない、アンケート回答者数が少ないなどの事情から、アウトカム達成有無に係る判断が難しい。同社事業の企画委員からのコメントを参照しても、コンテンツ接触者の意識変容などアウトカムそのものに言及したものは少なかった。しかし、コンテンツやイベントの内容については好意的なコメントが多数みられたことから、コンテンツに触れた人の意識変容という点では一定の成果があったものと考えられる。無関心層への周知という点については、ファッション雑誌への記事掲載や書店での冊子配布などの工夫がなされているが、実際に無関心層にどれだけアプローチできたのか（例：雑誌の特集記事を読んだ人やイベントで展示を見た人のなかに無関心層がどれだけ含まれるのか）という点は検証が難しかった。

コンテンツ接触者の追跡が難しい活動がある場合や、アウトカムの達成水準に係る目標設定が難しい場合に、その評価をどのように実施していくのかという点については魅力発信等事業全体で引き続き検討していくべき課題である。

楽天グループ株式会社（WEBを活用した広報事業）

楽天グループの取組概要は別添資料（弊社ホームページに掲載）のとおり。

同社は令和5年度の魅力発信等事業に続いて二度目の採択である。昨年度に続き、ポータルサイトの制作・運用・コンテンツ拡充やWEB動画の制作・発信、WEB・デジタル広告の配信などが行われた。また令和6年度事業では新たに、楽天TV・楽天kobo・LIFULL介護とのタイアップ（介護関連コンテンツの無料公開や特集ページの公開）が活動メニューに加わった。

同社は情報発信事業のなかでも「WEBを活用した広報事業」という事業区分であることから、いずれの活動も幅広い層（若者層、転職就職層、子育てを終えた層、保護者層、教員層）をターゲットとした情報発信となっている。この幅広いターゲットに対して、まずはデジタル広告や芸能人を起用したWEB動画、人気漫画とのコラボレーション、楽天TV・楽天kobo・LIFULL介護とのタイアップ等でリーチして認知を獲得、そこからポータルサイトコンテンツを通して理解を促進、関心を持った人を他実施主体や都道府県が提供するコンテンツへ誘導をして行動につなげるという一気通貫型の発信を行っている。

ポータルサイトでは、令和5年度事業で作成されたコンテンツを引き続き掲載するとともに、漫画やインタビュー記事、介護の仕事に関する介護職のコメントを集約したコンテンツなど、新たに6個のコンテンツを追加した。

アウトプットについては、当初予定よりも若干時期が前後した取組があるものの、概ね計画どおりの成果が出されており、ポータルサイトやデジタル広告の配信はそれぞれ目標の100万PVを超えた。また、デジタル広告配信や楽天TV・楽天kobo・LIFULL介護とのタイアップに関しては計画を上回るバナー数・コンテンツ数となったが、楽天TVに関してはコンテンツを無料で閲覧するための方法がやや複雑であったことなどから実際のコンテンツ視聴まで結びつきづかった。このうち、楽天koboタイアップのバナー数・コンテンツ数が計画よりも多くなったのは、他実施主体（朝日新聞社・マガジンハウス）からの協力により上記2社の出版物が無料公開コンテンツに追加されたことが理由である。

ターゲットへのリーチも概ね想定どおりの成果が出ていたが、芸能人を起用したWEB動画については若年層の視聴回数が他ターゲット層よりも少なかった。広告配信上では各ターゲットへの誘導表示（バナー広告表示）はできていたものの、若者が動画をクリックしなかったためであり、より若者に響くバナーや動画の作成が課題となった。

アウトカムについては、いずれの活動においてもアンケート調査を実施することで効果測定を行っている。アウトカムの内容としては、「介護の仕事に関する情報に触れたことがある人が増える」および「介護の仕事内容に興味・関心を持つ人が増える」、「介護の仕事への理解を深める人が増える」、「介護の仕事に関する社会的評価が高まる」の4つを設定している活動が多い。なお、楽天TV・楽天koboとのタイアップコンテンツは上記のみ（認知拡大と興味・関心の喚起）をアウトカムとしている。

同社の事業区分（WEBを活用した広報事業）の重要なアウトカムである「介護の仕事に関する情報に触れたことのある人が増える」については、WEBでの広告配信の効果もあり、ポータルサイトの制作・運用のPV数が107万（目標：100万）、ユニークユーザー数が87万人（目標：70万）と、いずれも目標を達成している。また、楽天会員1,800人を対象としたWEB

アンケート調査では、ポータルサイトの認知率¹¹は26.8%であり、約4人に1人が同サイトを認知していた。ポータルサイトの接触者（347人）の内訳を見ると、介護職に関する基本的な知識がある人¹²が55.1%、知識がない人¹³が44.9%であった。なお、昨年度事業ではコンテンツまで到達（閲覧）するユーザーが少なかったものの、本年度事業では漫画コンテンツ（左ききのエレン番外編）について手応えがあった（閲覧クリック数：約3万回、PDFダウンロード数：約7.5千回）。また、都道府県HPへのリンク、介護職発信事業関連ページへのリンクへの遷移という点でも一定の成果があった（遷移数はそれぞれ3,179クリック、637クリック）。

コンテンツ接触者の意識変容については、調査時点でのコンテンツ接触者（n=347）と非接触者（n=1,013）を比較して検証を行っている。まず、介護の仕事が魅力的だと思うか否かについて、「魅力的である」と回答した人は接触者では41.1%、非接触者では12.1%であった。また、就業意向については「就業したいと思った」と回答した人が接触者では33.1%であったのに対し、非接触者では同割合は4.1%に留まった（差分29.0pt）。コンテンツ別に見ると、動画コンテンツでは若年層において視聴前後での意識変容が大きく、動画視聴によって介護の仕事が「魅力的である」の割合が8.5pt、「就業したいと思った」の割合が5.5pt上昇した。

また、調査時点で動画非接触だった人に動画を視聴させて意識変容を測定したところ、介護の仕事への就業意向は動画視聴前後で+1.7pt（4.1pt→5.8pt）であった。漫画コンテンツ（左ききのエレン番外編）の評価に関しては、福祉系学校の教職員を中心として別途アンケート調査（n=39）を実施しており、そのうち半数の回答者が「コンテンツを活用・配布した」と回答したほか、自由記述の設問では「今後の授業で活用したい」や「介護の仕事を知る入口としてはとても良い」という意見が集まり、定性的にも高い評価が得られていた。

全体を通して振り返ると、ターゲットへのリーチ、アウトプットのいずれの観点からも概ね計画どおりに事業が遂行されており、ポータルサイトのPV数、ユニークユーザー数が目標を上回っていることから、認知向上に係るアウトカムも達成できたといえる。また、意識変容に係るアウトカムに関しても、コンテンツ接触者と非接触者の差分が「介護の仕事が魅力的であるかどうか否か」では+29.0pt、「就職したいと思うか否か」でも同様に+29.0ptであり、いずれも目標値が+20.0ptであることから目標達成と判断できる。ただし、調査時点で動画未視聴（非接触）であった人に対して動画を視聴させて意識変容（就業意向）を測定した結果は、視聴前後での差分が+1.7ptとなっているため、調査時点での接触者と非接触者の差分（29pt）には動画そのものの効果だけでなく他の要因（接触者/非接触者の属性の差など）も含まれている可能性がある点に留意が必要である。

また、本年度の同社事業ではWEB記事や動画、漫画など複数種類のコンテンツ配信が行われたが、そのなかでも漫画コンテンツについては有用性が高いということが明らかになっ

¹¹ ポータルサイトについて「確かに見た」「見たことがある」「見たような気がする」のいずれかを選んだ人の割合。

¹² 「介護職の内容、資格、働く環境などについて十分理解している」あるいは「介護職に関する基本的な知識はあるが、詳細は知らない」と回答した人。

¹³ 「介護職に関してイメージは持っているが、具体的な仕事内容については知らない」あるいは「介護職に関する知識や認識が全くない」と回答した人。

た。この点は、今後の魅力発信等事業でも活用可能な知見である。なお同社は令和5年度に引き続き二度目の採択となるが、昨年度・本年度ともに丁寧な効果測定を実施し、様々なデータを蓄積していることから、その点においても魅力発信等事業への貢献が大きいと考えられる。

一般社団法人KAiGO PRiDE（介護職発信事業）

KAiGO PRiDEの取組概要は別添資料（弊社ホームページに掲載）のとおり。

情報発信事業のうち「介護職発信事業」は令和6年度の魅力発信等事業から新たに設置された事業区分であり、同法人は初の採択である。同法人は「自らの声で介護の仕事の魅力・やりがい・誇りを発信できる人材を育成すること」に主眼を置いており、魅力発信等事業において予め設定されているアウトカム（介護の仕事の認知向上、興味・関心の喚起、理解促進、社会的評価の向上）に加え、独自アウトカムとして「介護の仕事に対して介護職自身の自己評価が高まること（セルフリスペクト）」を設定している。具体的活動としては、魅力発信人材（以下、「アンバサダー」という。）の育成、他実施主体や自治体に対するアンバサダーの紹介、アンバサダーを核とした発信機会とコンテンツの創出（アンバサダートークシリーズの配信、プロフェッショナルトークシリーズの配信）を行った。

同法人の事業の土台となるアンバサダー育成では、本取組に賛同する現役介護職を募り、全国規模のワークショップで情報発信に関するスキルについて研修を行った。研修受講者は「KAiGO PRiDEアンバサダー」となり、魅力発信等事業の他実施主体や都道府県等による情報発信への協力（イベント登壇、コンテンツ作成協力など）を行った。

アウトプットについては、イベント開催回数やアンバサダーによる情報発信の実績、コンテンツ制作本数のいずれにおいても当初想定どおりあるいは当初想定を上回るものとなっている。アンバサダー育成に関しては定員を大きく上回る申し込みがあったことから各回の定員を増枠し、さらにオンラインでの追加開催（2回）を行うなどニーズに応じて柔軟に対応した。さらに、新たな魅力発信のアプローチとして、魅力発信等事業の関係者間で、令和6年能登半島地震で活躍した介護職の方についての情報発信の必要性の声が挙がったことを受け、アンバサダートークシリーズの特別企画としてトークライブ「災害下の介護職」を追加企画・開催した。

特に、プロフェッショナルトークシリーズの第1回については、情報発信事業（WEBを活用した広報事業）の実施主体である楽天グループ株式会社と連携した広告配信の成果もあり、視聴数は8.5万回と目標の2,000回を大幅に上回った。なお、アンバサダートークシリーズのライブ配信・アーカイブ配信およびプロフェッショナルトークシリーズの一部の回については視聴回数が目標未達のものが見受けられるため、より効果的かつ広範な周知をどのように実現するかが今後の課題である。

アウトカムは、いずれの活動においても「介護の仕事に対して介護職自身の自己評価が高まること（セルフリスペクト）」を設定しており、アンケート調査を実施することで効果測定を行っている。同団体が実施する事業の中核であるアンバサダー育成に関しては、情報発信ノウハウの理解向上、情報発信意欲の向上、仕事への誇りの向上をアウトカム指標として設定した。研修参加者への事前事後アンケート（n=133）の結果は表51のとおりである。上記アウトカムのうち、は目標を大幅に上回り、は目標をわずかに下回る結果となった。しかし、については研修自体の効果が想定以下だったというわけではなく、魅力発信の意欲が高い人/自身の仕事に誇りを持っている人が事前アンケートの時点で多かったことが目標を下回った理由だと考えられる。

表 51 アンバサダー養成研修（対面）におけるアウトカムの測定結果

アウトカムの内容・指標	目標	測定結果 ¹⁴
情報発信ノウハウの理解向上 （介護の魅力を発信する方法を把握している人の割合）	10.0pt 上昇	41.4ポイント上昇 （55.7%→96.8%）
情報発信意欲の向上 （自分で介護の魅力を発信していきたいと感じている人の割合）	5.0pt 上昇	6.2ポイント上昇 （90.6%→96.8%）
仕事への誇りの向上 （自身の職業に「誇り」や「プライド」を感じている人の割合）	5.0pt 上昇	3.9ポイント上昇 （95.3%→99.2%）

アンバサダートークシリーズやプロフェッショナルトークシリーズについては登壇・参加したアンバサダーを対象にアンケート調査を実施しており、内容について高い評価を得ている。登壇者からは「自施設や自分の周りの介護職からとても反響があった」と「介護に携わる人にスポットを当て、魅力を引き出してもらえる...今まで、ここまでのプロジェクトやコンテンツは具体的に無かったので、ディレクションも含めとても素晴らしいと思います。」という声があった。視聴者の追跡が難しかったため動画視聴者向けのアンケート調査は実施されていないが、アンバサダー登録者にアンケートを実施したところ、「いずれかの動画の視聴によって、自身の仕事に対する誇りにポジティブな影響があったか？」という質問に対して回答者の96.3%がポジティブな選択肢を選んだ。また、定性的な情報として、アンバサダートークシリーズの視聴者からは「介護の魅力を言語化出来る人の量産が、世間の介護への見方を変える。KAIGO PRiDEはその手助けをしてくれると信じています！！」や「ケアって尊い。だからケアする人もまた尊い。」などの好意的なコメントが複数寄せられた。また、企画委員からのコメントとしては、アンバサダートークについて「介護職だからこそ語れる介護の魅力の本質をついたトークをコンテンツとして残すことができたと思う。」という意見があったほか、プロフェッショナルトークシリーズについては「異業種プロとの対談形式をとることでアンバサダートークとはトーンの異なるコンテンツになったと感じる。それぞれの職業についた経緯や仕事上のこだわりや重要なポイントに共通点が多くあり、介護という仕事が他の仕事に対して何ら劣るような部分がないということを表現できた。」という意見があった。

全体を通して振り返ると、一部動画の視聴回数が伸び悩んだ点を除けば、ターゲットへのリーチ、アウトプットのいずれの観点からも概ね計画どおりに事業が遂行されたといえる。同社が重点を置いているアウトカム「介護の仕事に対して介護職自身の自己評価が高まること」についても、各活動の効果測定結果を踏まえると目標達成したと考えられる。また、アンバサダー育成に係る研修の追加開催、トークライブ「災害下の介護職」の追加企画・開催など様々なニーズに応じて年度途中で柔軟に活動を追加した点や、他実施主体の活動や自治体での情報発信に協力するためにアンバサダーを派遣した点も評価すべきポイントである（派遣実績：計24回、延べ57人）。

さらに同社の活動をきっかけとしてアンバサダー自身が自主企画を立ち上げて情報発信を行う事例も出てきており、魅力発信等事業での取組を起点として活動に広がりが出ている点も特筆すべき成果である。

¹⁴ の各設問について事前事後アンケートの両方に回答した人を対象として算出。いずれも n 数は 120 程度。

一般社団法人FACE to FUKUSHI（介護職発信事業）

FACE to FUKUSHIの取組概要は別添資料（弊社ホームページに掲載）のとおり。

情報発信事業のうち「介護職発信事業」は令和6年度の魅力発信等事業から新たに設置された事業区分であり、同法人は令和3年度に魅力発信等事業（ターゲット別魅力発信等事業若者層向け）に採択されており、魅力発信等事業への参画は今回で2回目である。

同法人のターゲットは「福祉・介護に潜在的関心はあるが、そこから一步踏み出せていない若者」であり、ターゲットを「福祉・介護に少し関心がある若者」、ターゲットを「『社会課題』や『社会貢献』などに関心がある若者」としている。若者に刺さるコンテンツを作るため、本事業の事務局に大学生インターンを採用する、インタビューをする側・受ける側の両方を若者にするなどの工夫を行っている。

事業のゴールとしては「福祉・介護への関心を高めること（関心の顕在化）」および「福祉・介護への就職に向けた具体的行動をとること」を設定している。魅力発信等事業では介護の仕事の認知向上や理解促進を狙う事業が多いなかで、アウトカムに行動変容を位置付けている点は同社の特徴である。

具体的な活動としては、若者（福祉・介護を学んでいるわけではないが、福祉・介護に関心がある学生）による若手介護職へのインタビューの実施、インタビュー動画の作成・配信・拡散、WEBサイトのリニューアル・コンテンツ拡充を行っている。令和3年度の魅力発信等事業で同法人が作成したWEBサイト「OPEN FUKUSHI」をリニューアルし、作成したコンテンツを同サイトでまとめて発信した。

アウトプットについては、インタビュー実施先数・参加学生数、コンテンツ制作本数のいずれにおいても当初想定を上回るものとなっている。ただし、インタビュー動画の編集・確認に想定よりも時間を要したことから動画完成が計画よりも後ろ倒しになり、それによってWEBサイト「OPEN FUKUSHI」のリニューアル、SNSでの広告配信も後ろ倒しとなった。インタビュー動画は実際に参加した学生（インタビュアー）から拡散してもらうことを想定していたが、動画の完成に時間を要したことで学生の熱が冷めてしまったことなどもあり、拡散への協力を得にくくなった。そのため、インタビュー動画の拡散については課題が残ったと考えられる。一方でインタビュー動画に参加する学生（取材ボランティア）の募集はスムーズに運び、ターゲットとしていた「福祉・介護に少し関心がある若者」へ想定どおりにリーチすることができた。取材ボランティアという切り口とオンライン説明会→申込→ボランティアというステップが「関心はあるが一步を踏み出せていない学生」へのアプローチに功を奏した。

アウトカムについては、インタビュアーとなった学生へのアンケート調査およびモニター調査によって効果測定を行っている。アウトカムの内容は、インタビュアーとなった学生および動画視聴者が「福祉・介護への興味・関心を高める」や「福祉介護分野への就職意欲を高める」、「福祉・介護の施設見学・ボランティア・就職関連イベントに参加する」としていた。また、動画の拡散に係る活動については上記に加え、「動画を閲覧することで、福祉・介護の仕事に関する情報に触れたことがある人が増える」および「本編動画を閲覧した学生の福祉・介護の仕事についての理解が深まる」もアウトカムにしている。

インタビュアーの学生へのアンケート(n=26)では、若手介護職インタビューへの参加によって福祉・介護への関心の高まった回答者が100%(目標:80%以上)、福祉・介護への就職意欲が高まった回答者が65.4%(目標:80%以上)である。後者については目標未達となったが、インタビュアーとして参加した学生(非福祉系)から「今回の取材に後押しされて、福祉の専門学校に進学を決めた」や「福祉法人やボランティアについて今後も情報収集をしていきたい」という反応があった。

動画配信については、ショート動画の再生回数が8.4万回(目標:5千回)、本編動画の再生回数が1.6万回(目標:2千回)といずれも目標値を大幅に超えており、独自に実施したSNS広告や情報発信事業(WEBを活用した広報事業)の実施主体である楽天グループ株式会社と連携した広告配信の効果があったことがうかがえる。動画視聴者の意識変容についてアンケート調査(モニター調査)をした結果、動画視聴によって介護の仕事に対する興味・関心が高まった人の割合は89%と目標値である70%を19pt上回った。動画視聴者からは「福祉業界で働いている職員の方々のインタビューを通して仕事内容ややりがいを知ることができ、とても良い経験になりました。動画を通して高校生の間により福祉業界のボランティアを体験してみたいなと感じました。」や「どの動画もテーマが分かりやすく、同世代のインタビュアーが取材をしているので、親近感が湧きやすく、とても勉強になりました。」といったコメントがあった。企画委員からは「2年目の方のインタビューで、ご自身の就職活動の話が大学生にとって身近に捉えられる内容で良かったです。」や「学芸員の資格や書道部の経験を今の仕事(福祉)に活かすことができているというエピソードが福祉以外の分野の人にとって参考になり、関心を高めるために効果的な内容だと思いました。」などの好意的なコメントがあったほか、「冒頭の法人概要の説明が、情報量が多いので聞いているだけだと、ちょっと追いつけない部分もありました。映像にキャプションや図解の表示などがあると理解を助けることになるかと思いました。」という改善提案もあった。

また、同法人が運営するLINE公式アカウント(福祉・介護に関する情報発信を行うもの)については、登録者数が337人と目標の150人を大きく上回る結果となり、広告や動画による情報発信の成果があらわれている。

全体を通して振り返ると、一部活動のスケジュールが遅れた点を除けば、ターゲットへのリーチ、アウトプットのいずれの観点からも概ね計画どおりに事業が遂行されたといえる。アウトカムについては、福祉・介護の仕事に関する認知向上、福祉・介護の仕事への興味・関心の向上、という点で想定以上の成果が出ていたといえる。一方で、インタビュアーとしての参加や動画視聴によって就職意欲が高まった人の割合は目標値に届かなかった。福祉・介護の仕事に関心がある学生を対象とした活動であっても今回のような結果となったことを踏まえると、介護の仕事への就職意欲を高めることは興味・関心の喚起に比べてハードルが高いことがうかがえる。この点については本年度事業の知見として、今後の魅力発信等事業での企画・アプローチの際に留意する必要がある。また、インタビュアーとして参加した学生のなかに、今回の取材に後押しされて福祉の専門学校に進学を決めた人がいたことは特筆すべき点である。

事業の効果測定の際においては動画視聴者の意識変容測定のためにモニター調査を実施するなど、コンテンツ接触者の追跡が難しい活動についても効果測定を実施してデータを蓄積している点を評価することができる。

社会福祉法人全国社会福祉協議会 全国社会福祉法人経営者協議会（介護職発信事業）

全国社会福祉法人経営者協議会の取組概要は別添資料（弊社ホームページに掲載）のとおり。

情報発信事業のうち「介護職発信事業」は令和6年度の魅力発信等事業から新たに設置された事業区分である。同団体は以前から事業間連携会議のオブザーバーとして魅力発信等事業に関与していたが、実施主体としては今回が初の採択である。

同団体のターゲットは「これまで介護職に特段の関心をもっていなかった層」および「介護職にネガティブなイメージをもっている層」となっており、具体的には「10代後半～20代前半の若者のうち、社会課題の解決に関心がある層」をアプローチ対象としている。また、これらのターゲットに対してエンタメ要素を交えた魅力発信を行うことで無関心層に関心層に引き上げることを目指している。事業のコンセプトとして「現役福祉職によるリアル＆インパクト発信広報」を掲げており、エンタメ要素を加えながら介護をはじめとする福祉の仕事の醍醐味や魅力をリアルにかつインパクトがある形で広報するために、社会福祉HERO'S登壇者を中心とした福祉職発信チームと外部のクリエイティブアドバイザーがともに広報企画を行った。

本事業の主な活動は「社会福祉HERO'S 2024」¹⁵のライブ配信¹⁶、社会福祉HERO'Sによる動画制作（密着ドキュメンタリー、ショートムービー）である。

アウトプットについては概ね当初計画どおりの実績となっており、「社会福祉HERO'S 2024」では、現地参加者が91名、オンライン視聴者は380名となった。また、30分弱のショートムービー「おかえり」、ドキュメンタリー動画2本（A DAY in FUKUSHI）の計3本の動画をYouTube（社会福祉HERO'Sちゃんねる）で配信した。また、他にも社会福祉の仕事に迫る動画を19本作成しており、同YouTubeチャンネルで全動画を公開している。

ターゲットへのリーチについては、同団体がかねてから保有しているチャンネルやイベントを用いた活動が多いこと、ターゲット層である若者を意識したコンテンツを制作していたことから、年齢層という側面では概ね想定どおりにリーチできていたことが想定される。一方で、介護への関心の有無という側面からみると、無関心層（社会課題の解決に関心がある層を含む）に対してどれだけアプローチできたのか（例：イベント参加者や動画視聴者に無関心層がどれだけ含まれるのか）は判断が難しい部分がある。

アウトカムについて、イベント系の活動である「社会福祉HERO'S 2024」では参加者アンケートによって効果測定を行っている。YouTubeでの動画配信などはコンテンツ接触者の追跡が難しいことから、定性的情報として動画視聴者からの感想/反応を収集している。アウトカムの内容はいずれの活動においても、「認知度の向上と福祉（社会福祉）への関心層

¹⁵ 「社会福祉HERO'S」は社会福祉法人の現場で働く20代から30代までの若手職員がプレゼンターとして福祉の魅力を伝え「ベストヒーロー」を決めるプレゼンコンテストであり、社会からの社会福祉（社会福祉法人）に対する理解促進、ポジティブイメージの拡散、社会福祉法人に熱意ある若者の呼び込みを目指して、同団体が平成30年より開催しているものである。

¹⁶ 「社会福祉HERO'S」の対面イベントの運営自体は魅力発信等事業ではなく全国社会福祉法人経営者協議会の独自事業であり、魅力発信等事業による補助金はオンラインでのライブ配信等の発信力を強化するための経費のみに充当した。

の拡大」と「イメージの刷新を通じた人材確保の向上（福祉の仕事への興味・関心・就業意欲の向上）」としている。

同団体の活動の一つ目の柱であるイベント「社会福祉HERO'S 2024」では参加者が計471人と昨年度実績（94人、対面開催のみ）より大幅に増えたことから、目標値の設定はなかったものの、アウトカム（認知拡大）は一定達成することができたと考えられる。また、同イベントの参加者アンケート（n=17）の結果、参加者の福祉・介護に対するイメージが向上しており、介護の仕事について「暗い・大変そう」「縁遠い」というイメージを持つ回答者（全員学生）がいなくなったことから、アウトカム（イメージ刷新）に貢献したといえる。

同団体の活動の二つ目の柱であるYouTubeチャンネルの運営・動画配信については、チャンネル登録者数が2,670人、動画再生回数はドキュメンタリー動画（2本）が計9万回、ショートムービー「おかえり」が予告編・本編あわせて計13万回となった。チャンネル登録者数が1,000人以上増加し、動画再生回数も同団体が過去に制作した動画を大きく上回ったため、アウトカム（認知拡大）は一定達成できたと考えられる。動画視聴者へのアンケートが困難であったことからアウトカム（イメージ刷新）の達成有無に関する定量的な判断はできないが、動画視聴者からは動画に対する好意的なコメントが複数寄せられた。

全体を通して振り返ると、ターゲットへのリーチ、アウトプットのいずれの観点からも概ね計画どおりに事業が遂行されたといえる。アウトカム（認知拡大、イメージ向上）については「社会福祉HERO'S 2024」およびYouTubeチャンネルの運営・動画配信のいずれについても一定の成果があったと考えられる。YouTube動画視聴者の意識変容に関しては動画視聴者の追跡調査が実施困難であったため定量的な判断は難しいが、動画視聴者からの好意的なコメントがあることを踏まえると介護の仕事のイメージ向上に貢献していたといえる。また、同団体は本事業のなかで多くのショート動画（19本）を制作しているが、いずれも3月中旬以降の公開となるため、報告書執筆時点では再生回数（アウトプット）や動画視聴による効果（アウトカム）の評価が困難であった。

コンテンツ接触者の追跡が難しい活動がある場合や、アウトカムの達成水準に係る目標設定が難しい場合、また、本事業は単年度かつ事業実施期間とその効果測定・評価期間が同一であることから、コンテンツの公開が年度末近くになる場合は、その評価をどのように実施していくのかという点については魅力発信等事業全体で引き続き検討していくべき課題である。

また、同団体は強力な業界内ネットワークを有している。そのネットワークを活かして、他の実施主体に対してコンテンツの出演者・取材先候補を複数紹介したことによる魅力発信等事業への貢献は大きいと考えられる。

3. 介護の仕事に関するアンケート調査及びヒアリング調査の実施

(1) 調査概要

アンケート調査

介護の仕事の魅力を伝えるために効果的なアプローチを分析するため、介護職および学生・保護者を対象としたWEBアンケート調査を実施した。アンケート調査の実施概要は表 52 のとおりである。

表 52 介護の仕事に関するアンケート調査 実施概要

実施目的		介護の仕事の魅力を伝えるために効果的なアプローチを分析すること
調査方法		WEBアンケート調査
調査対象	スクリーニング	調査会社に登録しているモニター（40,813人）
	本調査	- 介護職（1,000人） 回答時点で「現在、介護をしている」と回答された方。 - 学生（500人） 回答時点の職業について「学生」と回答された方。 - 保護者（1,000人） 回答時点で「就職前の子どもが1人以上いる」と回答された方。
調査時期		令和5年12月～令和6年1月
主な調査項目	スクリーニング	- 職業、年齢、子どもの有無 - 介護との関わり - 子どもが「介護の仕事に就きたい」といった場合、どのように対応するか
	介護職	- 勤続年数、雇用形態、勤務している事業所の種類、業務内容、保有資格 - 介護の仕事のイメージ（入職前/入職後） - 介護の仕事を選択した理由、介護の仕事をしている中で「良かった」と感じる点 - 介護の仕事に就いていることを誇りに感じるか - 介護の仕事の魅力を周囲に伝えたいと思うか
	学生	- 就職先として考えている業界・興味がある業界とその理由、就職先選びの際に重視すること - 介護の仕事について、どれくらい知っているか - 介護の仕事に対するイメージ、良いイメージの形成に影響を与えたもの
	保護者	- 子どもに就職して欲しい業界 - 子どもが就職する際に気になること（上位5つ） - 介護の仕事について、どれくらい知っているか - 介護の仕事に対するイメージ、良いイメージの形成に影響を与えたもの

ヒアリング調査

各地域の現場で実際に介護職に入職する人について理解を深め、魅力発信事業のターゲットとすべき人物の要件を整理するため、地域で人材確保に携わる方にヒアリングを行った。ヒアリング調査の実施概要は表 53のとおりである。

なお、ヒアリング調査結果の一部は、弊社が本事業と並行で実施している令和6年度老人保健健康増進等事業「介護の入門的研修から入職までの一体的支援モデル構築に関する調査研究事業」(以下「老健事業」という。)で実施したヒアリング結果から引用している。

表 53 地域における入職者に関するヒアリング調査 実施概要

実施目的		各地域の現場で実際に介護職に入職する人について理解を深め、魅力発信事業のターゲットとすべき人物の要件を整理すること
調査方法		ヒアリング調査(対面・オンライン)
調査対象	地域 (カッコ内は調査実施日)	- 厚生労働省「令和6年度 介護の入門的研修から入職までの一体的支援モデル事業」採択自治体 〇 長野県(令和7年1月29日) 〇 長野県塩尻市(令和6年10月28日) 〇 長野県駒ヶ根市(令和6年11月1日) 〇 静岡県牧之原市(令和6年12月13日) 〇 滋賀県(令和7年1月17日、1月31日) 〇 岡山県(令和6年11月15日、令和7年1月14日) - その他、介護のしごとの魅力発信に取り組む自治体 〇 岩手県(令和6年11月20日) 〇 東京都渋谷区(令和6年11月19日) 〇 熊本県(令和6年12月2日)
	機関・組織 ・人物	- 各自治体の体制に応じて、主に以下へのヒアリングを実施した(自治体ごとに出席者の機関・組織は異なる。) 〇 自治体の介護人材確保に携わる部局・課 〇 委託事業者 〇 福祉人材センター 〇 介護事業者 〇 入職者 - その他、入職者の意見を聴きとるため、KAIGO PRIDEアンバサダー6名にヒアリングを行った。
主な調査項目		【1.ターゲット検討】 - 介護職に魅力を感じる層 など 【2.介護職への入職希望者・入職者の傾向】 - 介護職のイメージ - 介護職の魅力・関心を持ったきっかけ - 入職を検討するに当たって重視した点 - 入職に当たって躊躇した点 - 介護職への周囲の反応

	Y 介護職を選んだ決め手 Y 就職・転職後の心境 など 【3.介護魅力発信】 Y 介護魅力の発信の重要性について など
--	---

(2) 調査結果

アンケート調査とヒアリング調査の結果について、「介護との関わり・介護に関連した経験」「介護への関心・理解度」「介護の仕事に対するイメージ・実態」「介護の仕事の魅力」「入職経路」に分けて調査結果の分析を行う。なお、本項目では主要な集計結果のみを紹介しており、全設問の集計表及びヒアリング録は報告書の別添資料6・7に収録している。

ア．介護との関わり・介護に関連した経験

アンケート調査

A．介護との関わり（SCR調査¹⁷）

介護と何らかの関わりがある人はスクリーニング調査回答者の35.2%（前回比-1.0pt）である（表54）。関わりの内容は「親や家族などの介護のことに関心がある」が12.5%（前回比+0.4pt）で最も多く、次いで「自分の親や家族などの介護をしている（したことがある）」が10.8%（前回比+2.3pt）である。年齢別に見ても大きな違いは見られないが、60歳以上では「自分の親や家族などの介護をしている（したことがある）」が2割を超える（表55）。

表54 介護との関わり【SCR調査】

Q3	あなたと介護との関わりについて、以下から当てはまるものを全てお選びください。	R6 (Q3)	R5 (Q3)	R4 (Q3)
1	現在、介護の仕事をしている	3.4	3.5	3.4
2	過去に介護の仕事をしたことがある	3.3	3.3	3.2
3	介護の仕事に関する研修を受けたことがある	2.9	N/A	N/A
4	介護の仕事に就いている(就いていた)親族がいる	2.6	3.3	3.2
5	介護の仕事に就いている(就いていた)友人がいる	2.3	2.4	2.5
6	介護の現場でボランティアをしている(したことがある)	1.2	1.4	1.3
7	介護の現場で実習、職場体験インターンシップなどを行っている(したことがある)	1.6	1.9	1.9
8	介護に関する勉強をしている(勉強したことがある) 研修を除く	2.2	2.6	2.8
9	自分の親や家族などの介護をしている(したことがある)	10.8	9.5	10.0
10	自分の親族内での介護(親が祖父母の介護をしているシーンなど)を見たことがある	6.7	6.3	6.7
11	自分が介護される立場である(だったことがある)	0.8	0.8	0.7
12	親や家族などの介護のことに関心がある	12.5	12.1	11.8
13	自分の介護のことに関心がある	8.3	7.6	7.5
14	その他	0.2	0.3	0.3
15	該当するものはない(介護との関わりや介護への関心はない)	64.8	65.8	65.5
	全体	40,813	36,000	35,873

表55 年齢×介護との関わり【SCR調査】

	n数	現在、介護の仕事をしている	過去に介護の仕事をしたことがある	介護の仕事に関する研修を受けたことがある	介護の仕事に就いている(就いていた)親族がいる	介護の仕事に就いている(就いていた)友人がいる	介護の現場でボランティアをしている(したことがある)	介護の現場で実習、職場体験インターンシップなどを行っている(したことがある)	介護に関する勉強をしている(勉強したことがある) 研修を除く	自分の親や家族などの介護をしている(したことがある)	自分の親族内での介護(親が祖父母の介護をしているシーンなど)を見たことがある	自分が介護される立場である(だったことがある)	親や家族などの介護のことに関心がある	自分の介護のことに関心がある	その他	該当するものはない(介護との関わりや介護への関心はない)
全体	40,813	3.4	3.3	2.9	2.6	2.3	1.2	1.6	2.2	10.8	6.7	0.8	12.5	8.3	0.2	64.8
15歳未満		4.2	0.0	8.3	12.5	0.0	0.0	4.2	0.0	0.0	0.0	4.2	4.2	4.2	0.0	66.7
15～19歳		2.6	2.4	3.0	5.8	1.6	2.4	2.2	1.6	2.4	5.2	0.8	9.3	4.4	0.0	71.8
20～29歳		4.0	3.5	3.2	3.8	2.5	1.6	2.3	1.6	2.6	4.6	0.7	6.9	3.9	0.2	74.0
30～39歳		4.8	4.2	3.3	3.6	3.2	1.9	2.8	2.7	4.7	6.7	0.7	10.5	5.4	0.2	70.1
40～49歳		4.4	3.6	3.2	2.7	2.6	1.2	1.4	2.5	7.1	6.3	0.6	13.3	6.1	0.1	68.5
50～59歳		3.1	3.0	2.8	1.9	2.1	0.8	1.2	2.1	12.1	6.7	0.7	15.9	8.3	0.2	63.2
60歳以上		1.5	2.7	2.3	2.0	1.7	0.7	1.0	1.8	20.3	7.6	1.3	12.0	14.1	0.4	55.9

¹⁷ 見出しおよび図表タイトル内では「スクリーニング調査」を「SCR調査」と記載。次ページ以降も同様。

B．介護の仕事をテーマとしたコンテンツに触れた経験（SCR調査）

表 56のとおり、介護の仕事をテーマとしたコンテンツに触れた経験がある人（以下「コンテンツ接触経験者」という。）はスクリーニング調査回答者の28.5%（前回比-0.1pt）である。接触経験があるコンテンツは、「テレビ番組」が17.4%（前回比+0.2pt）で最も多く、次いで「新聞記事・広告」が10.3%（前回比+0.2pt）、「WEB記事」が9.5%（前回比±0pt）である。年齢別に見ても大きな違いは見られないが、年齢が高くなるにつれて「テレビ番組」および「新聞記事・広告」の割合がわずかに高くなっている。

介護との関わりの有無別にみると、介護との関わりがある場合はコンテンツ接触経験者が58.7%であるのに対し、介護との関わりがない場合はコンテンツ接触経験者が12.1%に留まる（表 58）。特に、回答者自身あるいは親族・友人が介護の仕事に従事していた経験がある場合や、回答者自身が介護の現場でのボランティア・実習・職場体験、介護に関する研修受講・勉強などを行っている場合はコンテンツ接触経験者の割合が7割を超える。

表 56 介護の仕事をテーマとしたコンテンツに触れた経験【SCR調査】

Q4	介護の仕事をテーマとしたコンテンツに接触した経験について、以下から当てはまるものを全てお選びください。	R6 (Q4)	R5 (Q4)	R4 (Q4)
1	介護の仕事をテーマとしたイベントに参加したことがある	2.9	3.1	4.9
2	介護の仕事をテーマとしてテレビ番組を観たことがある	17.4	17.2	45.7
3	介護の仕事をテーマとしたラジオ番組を聴いたことがある	2.8	2.8	5.3
4	介護の仕事をテーマとした新聞記事・広告を見たことがある	10.3	10.1	22.5
5	介護の仕事をテーマとした雑誌記事を見たことがある	5.8	6.0	11.6
6	介護の仕事をテーマとしたWEB記事を見たことがある	9.5	9.5	19.0
7	介護の仕事をテーマとしたWEB動画を見たことがある	5.3	5.2	8.4
8	その他	0.3	0.3	0.6
9	介護の仕事をテーマとしたコンテンツに触れたことはない(R4:該当なし・不明・覚えてない等)	71.5	71.4	13.9
10	エラー	-	-	0.2
	全体	40,813	36,000	35,873

表 57 年齢別 介護の仕事をテーマとしたコンテンツに触れた経験【SCR調査】

	n数	接 触 経 験 あ り	接 触 経 験 な し	コンテンツ別							
				イ ベ ン ト	テ レ ビ 番 組	ラ ジ オ 番 組	新 聞 記 事 ・ 広 告	雑 誌 記 事	W E B 記 事	W E B 動 画	そ の 他
全体	40,813	28.5	71.5	2.9	17.4	2.8	10.3	5.8	9.5	5.3	0.3
15歳未満	24	37.5	62.5	4.2	20.8	4.2	4.2	8.3	8.3	12.5	0.0
15～19歳	497	30.2	69.8	5.2	16.3	3.8	7.2	4.0	8.2	8.5	0.4
20～29歳	3,706	24.6	75.4	3.7	10.7	3.1	6.2	4.9	7.8	5.7	0.4
30～39歳	7,202	26.0	74.0	3.8	13.9	3.1	7.2	5.3	9.3	6.2	0.3
40～49歳	8,836	26.6	73.4	3.0	16.3	2.8	8.7	5.6	10.2	5.7	0.2
50～59歳	10,143	27.8	72.2	2.3	17.5	2.4	10.4	5.7	10.2	5.1	0.3
60歳以上	10,405	33.8	66.2	2.3	23.0	2.9	15.3	6.8	9.1	4.2	0.3

表 58 介護との関わり別 介護の仕事テーマとしたコンテンツに触れた経験【SCR調査】

		n数	接 触 経 験 あ り	接 触 経 験 な し	コンテンツ別							
					イ ベ ン ト	テ レ ビ 番 組	ラ ジ オ 番 組	新 聞 記 事 ・ 広 告	雑 誌 記 事	W E B 記 事	W E B 動 画	そ の 他
全体		40,813	28.5	71.5	2.9	17.4	2.8	10.3	5.8	9.5	5.3	0.3
介護との関わりや興味関心がある		14,365	58.7	41.3	7.3	35.4	6.6	22.4	13.7	21.1	12.5	0.6
介護との関わりや興味関心がない		26,448	12.1	87.9	0.5	7.6	0.8	3.7	1.5	3.2	1.4	0.1
内容別	現在、介護の仕事をしている	1,370	76.5	23.5	22.8	43.4	13.2	35.0	26.0	36.3	33.9	0.7
	過去に介護の仕事をしたことがある	1,350	72.5	27.5	18.6	42.5	12.4	30.7	24.5	28.9	22.2	0.8
	介護の仕事に関する研修を受けたことがある	1,177	81.0	19.0	25.3	50.1	16.5	37.8	27.4	35.8	28.5	0.8
	介護の仕事に就いている(就いていた)親族がいる	1,075	70.9	29.1	16.7	44.9	14.6	31.1	20.7	31.3	20.7	0.7
	介護の仕事に就いている(就いていた)友人がいる	949	77.7	22.3	22.2	54.3	16.1	40.7	28.8	37.8	27.6	0.9
	介護の現場でボランティアをしている(したことがある)	470	84.0	16.0	35.5	59.4	24.7	44.3	37.7	44.9	37.4	2.1
	介護の現場で実習、職場体験、インターンシップなど をしている(したことがある)	649	79.5	20.5	28.5	54.7	16.8	41.4	29.6	40.7	29.1	1.5
	介護に関する勉強をしている(勉強したことがある) 研修を除く	896	82.9	17.1	27.5	59.2	18.5	43.8	34.7	45.6	34.4	1.6
	自分の親や家族などの介護をしている (したことがある)	4,410	58.2	41.8	7.1	40.2	7.7	27.4	16.3	23.9	13.4	0.7
	自分の親族内での介護(親が祖父母の介護をしてい るシーンなど)を見たことがある	2,717	63.4	36.6	7.9	47.9	8.9	30.8	18.3	29.3	14.5	0.9
	自分が介護される立場である (だったことがある)	343	62.4	37.6	17.5	37.3	17.5	28.9	20.4	28.9	23.6	1.2
	親や家族などの介護のことに関心がある	5,090	58.7	41.3	7.2	39.4	7.6	25.0	15.2	24.7	13.6	0.6
	自分の介護のことに関心がある	3,396	60.6	39.4	7.3	40.0	8.6	27.4	16.8	24.5	13.7	0.7
	その他	96	64.6	35.4	16.7	39.6	9.4	25.0	18.8	24.0	14.6	9.4

C. 介護に関する授業、ボランティアや実習、職場体験・インターンシップなどの経験(学生)

学生のうち、学校で介護についての授業を受けたり、介護の現場でボランティアや実習、職場体験・インターンシップ・アルバイトなどをしたりした経験がある人は32.4%(前回比-4.0pt)であり、特に福祉系の学校に通っている学生の場合は同割合が高い(表 59)。

具体的には、「学校で介護についての授業を受けたことがある」が19.4%(前回比-0.8pt)で最も多く、次いで「介護の現場で実習や職場体験・インターンシップをしたことがある」が9.0%(前回比-4.4pt)、「介護の現場でボランティアをしたことがある」が7.6%(前回比-6.8pt)である。

地域別・学校別に集計した結果は表 60のとおり。回答傾向は地域によって若干の差があり、北海道、中部地方、中国地方、四国地方では「学校で介護についての授業を受けたことがある」の割合が2割を超えている。また、福祉系の学校に通っている場合、学校で介護についての授業を受けたり、介護の現場でボランティアや実習、職場体験・インターンシップ・アルバイトなどをしたりした経験がある人は、高校生・高専生では100.0%、専門学校生・短大生・大学生・大学院生では54.2%である。

また、授業やボランティア等で「介護」や「介護の仕事」について受けた印象は、「精神的に大変そう」が52.5%(前回比+0.9pt)で最も多く、次いで「体力的に大変そう」が49.4pt(-2.2pt)、「社会的意義がある」が36.4pt(前回比+4.5pt)、「やりがいがある」が36.4pt(前回比+7.8pt)、「自分に向いていそう」が18.5%(前回比+9.2pt)である。

精神的負担・体力的負担に面でネガティブな印象を抱いている学生の割合は5割程度と前回調査からの大きな変化はない。一方、社会的意義や仕事のやりがいについてポジティブな印象を抱いた学生の割合は前回調査から5pt程度増えており、「自分に向いていそう」という印象を抱いた学生も前回調査から9.2pt増えている。

表 59 学校で介護についての授業を受けたり、介護の現場でボランティアや実習、職場体験・インターンシップなどをしたことがある【学生】

Q9	学校で介護についての授業を受けたり、介護の現場でボランティアや実習、職場体験・インターンシップなどをしたことがありますか。	R6 (Q9)	R5 (Q9)	R4 (Q9)
1	学校で介護についての授業を受けたことがある	19.4	18.6	20.8
2	介護の現場でボランティアをしたことがある	7.6	14.4	10.8
3	介護の現場で実習や職場体験・インターンシップをしたことがある	9.0	13.4	8.6
4	介護の現場でアルバイトをしたことがある	3.0	N/A	N/A
5	上記のいずれも経験がない	49.6	42.4	46.2
6	覚えていない	18.0	21.2	19.2
	全体	500	500	500

表 60 地域/学校別
学校で介護についての授業を受けたり、介護の現場でボランティアや実習、職場体験・インターンシップなどをしたことがある【学生】

		n 数	経験 あり	経験 なし・ 覚えてい ない	内容別			
					学校で 介護につ いての授 業を受 けたこ とがあ る	介護の 現場で ボラン ティ アをし たこ とがあ る	介護の 現場で 実習や 職場 体験・ インター ンシッ プがあ る	介護の 現場で アル バイト をし たこ とがあ る
全体		500	32.4	67.6	19.4	7.6	9.0	3.0
地域	北海道	22	45.5	54.5	27.3	18.2	13.6	0.0
	東北地方	35	40.0	60.0	17.1	14.3	20.0	8.6
	関東地方	181	30.4	69.6	17.7	5.5	11.6	2.2
	中部地方	72	34.7	65.3	26.4	4.2	4.2	2.8
	近畿地方	111	26.1	73.9	13.5	8.1	6.3	2.7
	中国地方	28	35.7	64.3	28.6	7.1	0.0	7.1
	四国地方	11	45.5	54.5	27.3	0.0	18.2	0.0
	九州地方	40	35.0	65.0	20.0	12.5	5.0	2.5
学校	中学生	24	20.8	79.2	16.7	8.3	4.2	0.0
	高校生、高専生(福祉系)	10	100.0	0.0	40.0	30.0	50.0	10.0
	高校生、高専生(その他)	153	26.8	73.2	15.7	3.9	7.2	1.3
	専門学校生、短大生、大学生、大学院生(福祉系)	59	54.2	45.8	32.2	16.9	6.8	10.2
	専門学校生、短大生、大学生、大学院生(その他)	254	29.1	70.9	18.1	6.7	9.4	2.4

表 61 授業やボランティア、実習等で受けた印象【学生】

Q10	そういった体験をした時、「介護」や「介護の仕事」についてどのような印象を受けましたか。	R6 (Q10)	R5 (Q10)	R4
1	やりがいがある	36.4	28.6	N/A
2	社会的意義がある	36.4	31.9	N/A
3	楽しそう	15.4	16.5	N/A
4	自分に向いていそう	18.5	9.3	N/A
5	精神的に大変そう	52.5	51.6	N/A
6	体力的に大変そう	49.4	51.6	N/A
7	その他	-	0.5	N/A
	全体	182	182	N/A

D．就職イベント等で介護の仕事について見聞きした経験（学生）

学生のうち、就職イベント等で介護の仕事に関する説明を聞いたり、見たりした経験がある人は27.8%（前回比-2.4pt）である（表 62）。具体的な場としては「学外の就職イベント等」が18.6%（前回比-1.8pt）、「学内の就職イベント等」が11.8%（前回比-1.6pt）である。

地域別・学校別に集計した結果は表 63のとおり。地域別に見ると、中国地方、四国地方、九州地方では就職イベント等で介護の仕事について見聞きした経験がある人が3割を超えている。また、福祉系の学校に通っている学生は、そうでない学生に比べて、就職イベント等で介護の仕事について見聞きした経験がある人が多い。

表 62 就職イベント等で介護の仕事に関する説明を聞いたり、見たりした経験【学生】

Q11	就職イベント等で「介護の仕事」に関する説明を聞いたり、見たりしたことはありますか。	R6 (Q11)	R5 (Q11)	R4 (Q11)
1	学内の就職イベント等で聞いたり、見たりしたことがある	11.8	13.4	13.8
2	学外の就職イベント等で聞いたり、見たりしたことがある	18.6	20.4	17.0
3	就職イベント等で「介護の仕事」に関する説明を聞いたり、見たりしたことはない	72.2	69.8	70.6
	全体	500	500	500

表 63 地域/学校別

就職イベント等で介護の仕事に関する説明を聞いたり、見たりした経験【学生】

		n 数	経験 あり	経験した内容(MA)		経験 なし
				学 内 の 就 職 イ ベ ン ト 等	学 外 の 就 職 イ ベ ン ト 等	
全体		500	27.8	11.8	18.6	72.2
地域	北海道	22	22.7	13.6	9.1	77.3
	東北地方	35	25.7	11.4	20.0	74.3
	関東地方	181	26.5	12.2	16.6	73.5
	中部地方	72	29.2	13.9	18.1	70.8
	近畿地方	111	27.0	8.1	21.6	73.0
	中国地方	28	32.1	17.9	17.9	67.9
	四国地方	11	36.4	0.0	36.4	63.6
	九州地方	40	32.5	15.0	20.0	67.5
学校	中学生	24	20.8	12.5	12.5	79.2
	高校生、高専生(福祉系)	10	80.0	20.0	80.0	20.0
	高校生、高専生(その他)	153	24.8	12.4	15.0	75.2
	専門学校生、短大生、大学生、大学院生(福祉系)	59	33.9	16.9	18.6	66.1
	専門学校生、短大生、大学生、大学院生(その他)	254	26.8	9.8	18.9	73.2

E．介護施設などを訪問した経験（保護者）

保護者のうち、家族の介護、ボランティアあるいは学生時代の職場体験・インターンシップなどで介護施設などを訪問した経験がある人は17.2%（前回比+0.8pt）である（表 64）。

年齢別・地域別の集計結果は表 65のとおりである。「20～29歳」および「30～39歳」「60歳以上」では訪問経験ありが2割を超えている。また、関東地方では訪問経験ありが2割を超えている一方、四国地方・中国地方では訪問経験ありが1割を下回っており、若干の地域差がある。

また、介護施設を訪問した際に感じたこととしては「介護の仕事は大変そうだと感じた」が51.2%（前回比+6.1pt）で最も多く、次いで「施設の職員が親切だった、優しかった」が45.3%（前回比+1.4pt）、「施設が綺麗だと感じた」が31.4%（前回比-2.7pt）である。

表 64 介護施設などを訪問した経験【保護者】

Q6	家族の介護、ボランティアあるいは学生時代の職場体験・インターンシップなどで介護施設などを訪問したことがありますか。	R6 (Q6)	R5 (Q6)	R4 (Q6)
1	ある	17.2	16.4	19.4
2	ない	82.8	83.6	80.6
	全体	500	500	500

表 65 年齢/地域別 介護施設などを訪問した経験【保護者】

		n 数	訪問 経験 あり	訪問 経験 なし
全体		500	17.2	82.8
年齢	20～29歳	17	41.2	58.8
	30～39歳	107	20.6	79.4
	40～49歳	165	13.9	86.1
	50～59歳	135	12.6	87.4
	60歳以上	76	22.4	77.6
地域	北海道	18	16.7	83.3
	東北地方	24	16.7	83.3
	関東地方	161	22.4	77.6
	中部地方	90	17.8	82.2
	近畿地方	111	16.2	83.8
	中国地方	29	13.8	86.2
	四国地方	13	7.7	92.3
	九州地方	54	7.4	92.6

表 66 介護施設などを訪問した際に感じたこと【保護者】
（介護施設などを訪問した経験がある人のみが対象）

Q7	介護関係の施設・事業所を訪問した際に感じたことを教えてください。	R5 (Q7)	R5 (Q7)	R4
1	施設の雰囲気が明るいと感じた	19.8	29.3	N/A
2	施設が綺麗だと感じた	31.4	34.1	N/A
3	施設の職員が親切だった、優しかった	45.3	43.9	N/A
4	介護職員の仕事は魅力的だと感じた	12.8	18.3	N/A
5	ICTやロボットの活用が進んでいると感じた	10.5	N/A	N/A
6	施設の雰囲気が暗いと感じた	14.0	19.5	N/A
7	施設が汚いと感じた	9.3	11.0	N/A
8	介護の仕事は大変そうだと感じた	51.2	45.1	N/A
9	その他	-	-	N/A
	全体	86	82	N/A

ヒアリング調査

介護との関わり・介護に関連した経験について、入職者へのヒアリング結果は表 67のとおり。介護との関わりとしては、過去に家族介護に関わった経験がある方や親族に介護職の方がいた経験を持つ方がいた。また、介護の仕事をテーマとしたコンテンツや職場見学・職場体験などを体験することで介護職に対する意識変容につながり、介護職として働くことに対する興味・関心を持った、という回答が見られた。介護との関わりや介護の仕事をテーマにしたコンテンツに触れた経験を増やすための介護の仕事の魅力発信の必要性については、若年層へアプローチを行うことや介護職自身がセルフプライドを持ちネガティブイメージを払拭することの重要性を述べる声が見られた。

なお、表中で（＊）と記している意見は老健事業の調査結果から引用したものである。（以降の表も同様）

表 67 ヒアリング結果（介護との関わり・介護に関連した経験） 概要

ヒアリング項目	内容 (末尾に「＊」が記載されている意見は老健事業の調査結果から引用したもの。)
介護との関わりの有無・内容	〃 過去に家族介護に関わった経験がある。義母を 8 年間介護した。(入門的研修受講者・60代女性)＊ 〃 母親が認知症気味になり継続的な介護が必要だと知り、介護職になるための専門学校に入学した。(介護職・50代男性) 〃 親族が「要支援 2」に認定され身体介護に関心を持つようになった。(入門的研修受講者・60代・男性)＊ 〃 父親が障害福祉関係の仕事をしていた。(介護職・30代女性) 〃 姉が介護福祉士資格を取得していた。(介護職・40代男性) 〃 病院でリハビリ関係の仕事をしていた。また、親が看護師をしていた影響もあり、医療・介護や福祉に早い時期から興味があった。(介護職・30代男性)
介護の仕事をテーマとしたコンテンツに触れた経験	〃 15年ほど前に通信大学で幼児教育を専攻していた際に福祉を学び、高齢者福祉のイベント等に何度か参加した。幼児教育の講師から高齢者福祉の勉強会やイベント等に誘われて関わる中で高齢者の福祉に関心を持った。(介護職・60代女性) 〃 地元で「介護のしごと魅力伝道師」の活動をしている。参加者の反響として SNS で「介護の仕事に関心を持った」というコメントをもらうことがある。(介護職・30代女性)
職場見学・職場体験などによる意識変容	〃 中学校の職場体験に行き職員と利用者が楽しそうに話をしている関係性に関心を持ち、自分も同じようになりたいと思った。交流した若い介護職員が、おばあちゃんから何かを教えてもらっており、介護は「している」ものではなく「させてもらっている」ものなのだと感じた。(介護職・30代女性) 〃 高校の職場体験で病院へ行き、寝たきりの人の髭剃りを体験した。看護師さんからは会話は難しいと言われていた人が、最後に一生懸命な声で「ありがとう」と言ってくださり、力に<u>なれたと感じ嬉しかった</u>。その感動が忘れられず、少しでも困っている人の力になりたいと思った。(介護職・30代女性) 〃 ベッドメイキングや、パジャマへの着替え、車いす利用にあ

ヒアリング項目	内容 (末尾に「*」が記載されている意見は老健事業の調査結果から引用したもの。)
	たる補助などの学びが楽しかった。自分の中でスキルアップできるのを感じた。(入門的研修受講者・60代女性)* Y 初任者研修を受講したことで「介護職は深くて、簡単ではない仕事だ」と実感した。(介護職・50代男性) Y 入門的研修時に行ったベッドメイキングや、パジャマへの着替え、車いす利用補助などの実習が楽しく自分の中でスキルアップできるのを感じた。(入門的研修受講者・60代女性)* Y 介護職は大変な仕事というイメージを持っていたが、父親の介護や入門的研修の受講を通じて業務の重要性を理解し自分の中で気持ちの整理ができるようになった。(入門的研修受講者・60代男性)* Y 介護現場が思っていたような暗い場所ではなかったという声をよく聞く。介護現場を見学することで理解が深まり介護への関心が持てるようになる。(入門的研修委託事業者)* Y 小学校・中学校の職場体験などを通じ「介護職の働く姿が格好良かった」と感じて介護福祉士を目指そうと考えた学生は、周囲の意見に左右されず意思をもって介護福祉士養成施設に来る印象。(入門的研修委託事業者)*
介護の仕事の魅力発信の必要性	Y 介護の魅力を発信することは非常に重要。介護職の魅力発信・就労マッチングを目的としたイベントは就職に向けたマッチングがメイン目的だが介護職の魅力をPRする場になっている。若年層向けの介護職魅力発信冊子について、より若年層に興味を持ってもらえるよう魅力発信に焦点を当てた内容への刷新を検討。(自治体職員) Y 市町村や関係団体からは、学校向けのイベントは効果を実感するという声を聞く。直接若年層にアプローチをすることが必要であると感じている。(自治体職員) Y 若い人は、介護職に昔の3K(きつい・汚い・危険)のイメージを持っているように思う。それは私達が「介護は素晴らしい仕事である」と胸を張って発信していないことも要因であるが、まずは現場を見てどんな仕事なのかを判断してほしい。(介護職・50代男性) Y 若い人が介護業界に入ってくるきっかけを沢山作らなければ就職者は増えない。現在、若くして介護職になる方は保護者が介護職である人が多く、身内に介護職がいない人が入職することは少ない。(介護職・50代男性) Y 介護業界は人手不足で、特に若手の男性が足りていないという実感がある。(介護職・30代男性) Y 小中学生や保護者の人にアピールできれば職業選択の一つになるのではないかと。(自治体職員)* Y 介護福祉士養成施設の学生たちには、介護職は『感謝・感動・感激』の3Kであり、キャリアアップできる職種であることを伝え、自分たちが現場を変えていくのだという意識を持てるようにしている(入門的研修委託事業者)。 Y 若年層と高齢者層のつながりがコロナ禍を経て希薄になってしまった。職場体験で高齢者施設に訪問する機会はコロナ禍以降減っているようだ。さらに核家族化により高齢者の生活

ヒアリング項目	内容 (末尾に「*」が記載されている意見は老健事業の調査結果から引用したもの。)
	<u>の様子や高齢者にどのように接するべきかを知る機会も少なくなっている。(自治体職員)</u> Y <u>介護をもっと一般の人にも理解してもらって、介護で働く人材が増えると良いと思う。特に訪問介護は人材不足のため在宅で生活する人たちが困らないようにアンバサダーとして発信していきたい。(介護職・60代女性)</u> Y <u>楽しい企画とコラボできると、介護職を身近に感じられると思う。(介護職・40代男性)</u> Y <u>介護の仕事にネガティブなイメージを持っている人が多いことや、就労を検討する際介護職への興味を持ってもらえる機会が少ないことが介護人材不足の要因の1つ。やる気をもって働いている職員や負担軽減に取り組んでいる事業所の取組を広く発信して、ネガティブなイメージを払拭していく必要性を感じている。(自治体職員)</u> Y <u>介護業界に関するネガティブなイメージが先行しているので、介護業界の良い面を発信したい。(自治体職員)*</u> Y <u>介護業界の内部から仕事の愚痴や給与等に関するマイナスの発信をしてしまう人たちが非常に多く、それが結果として人材不足につながっている。(介護職・30代男性)</u> Y <u>介護施設説明会で施設の人に施設のアピールや介護職としての経験を話してもらうことで、介護の魅力発信をすることができている。参加者に「自分も介護職として働けるかもしれない」と思ってもらえる。(入門的研修委託事業者)*</u>

イ．介護の仕事への理解度・関心

アンケート調査

A．介護の仕事への理解度（学生・保護者）

介護の仕事内容についての理解度は、学生・保護者ともに「何となくのイメージはあるが、具体的な仕事内容については知らない」が最も多く、学生では 61.2%（前回比+8.4pt）、保護者では 53.4%（前回比-4.6pt）である（表 68、表 69）。

「具体的な仕事内容を知っている」と答えた人は学生で 14.4%（前回比-2.6pt）、保護者で 17.2%（前回比-1.4pt）であり、前回調査と比較すると具体的な仕事内容を知っている人の割合が学生・保護者ともに低下している。

「まったく知らない」と答えた人は学生では 24.4%（前回比-5.8pt）、保護者では 29.4%（前回比+6.0pt）である。前回調査と比較すると、学生では「まったく知らない」と回答した人の割合が 5.8pt 減少している一方、保護者では 6.0pt 増加している。

また、他調査項目とのクロス集計を実施したところ、学生・保護者ともに、「介護との関わりがある人」や「介護をテーマとしたコンテンツとの接触経験がある人」、「介護の仕事への関心がある人」は、具体的な仕事内容を知っていると答えた割合が高かった（表 70、表 71）。

学生の場合、上記に加えて、福祉系の学校に通っている人や、就職先として考えている・興味がある業界がある人、介護に関する授業を受けたり実習をしたりした経験がある人、就職イベント等で介護の仕事について見聞きした経験がある人も具体的な仕事内容を知っている割合が高かった（表 70）。

表 68 介護の仕事内容に対する理解度【学生】

Q8	介護の仕事について、どれくらい知っていますか。	R6 (Q8)	R5 (Q8)	R4 (Q8)
1	具体的な仕事内容を知っている	14.4	17.0	14.0
2	何となくのイメージはあるが、具体的な仕事内容については知らない	61.2	52.8	57.6
3	まったく知らない	24.4	30.2	28.4
	全体	500	500	500

表 69 介護の仕事内容に対する理解度【保護者】

Q8	介護の仕事について、どれくらい知っていますか。	R6 (Q8)	R5 (Q8)	R4 (Q8)
1	具体的な仕事内容を知っている	17.2	18.6	19.4
2	何となくのイメージはあるが、具体的な仕事内容については知らない	53.4	58.0	54.4
3	まったく知らない	29.4	23.4	26.2
	全体	500	500	500

表 70 詳細分析 介護の仕事への関心【学生】

		n 数	具 体 的 な 仕 事 内 容 を 知 っ て い る	ま っ た く 知 ら な い	何 と な く の イ メ ー ジ は あ る が 知 ら な い
全 体		500	14.4	61.2	24.4
学 校	中学生	24	4.2	66.7	29.2
	高校生、高専生(福祉系)	10	50.0	50.0	0.0
	高校生、高専生(その他)	153	11.8	65.4	22.9
	専門学校生、短大生、大学生、大学院生(福祉系)	59	25.4	49.2	25.4
	専門学校生、短大生、大学生、大学院生(その他)	254	13.0	61.4	25.6
就職先	就職先として考えている・興味がある業界がある	316	20.3	67.1	12.7
	就職先として考えている・興味がある業界がない	184	4.3	51.1	44.6
介護の仕事への関心	関心がある(もっと知りたいと思う)	77	48.1	50.6	1.3
	関心はない(特に知りたいとは思わない)	272	9.6	68.0	22.4
	どちらともいえない	151	6.0	54.3	39.7
介護との関わり	ある	133	27.1	66.9	6.0
	ない	367	9.8	59.1	31.1
介護との関わり (具体的内容)	過去に介護の仕事をしたことがある	6	66.7	33.3	0.0
	介護の仕事に関する研修を受けたことがある	8	12.5	87.5	0.0
	介護の仕事に就いている(就いていた)親族がいる	23	26.1	69.6	4.3
	介護の仕事に就いている(就いていた)友人がいる	5	40.0	60.0	0.0
	介護の現場でボランティアをしている(したことがある)	8	37.5	62.5	0.0
	介護の現場で実習、職場体験・インターンシップなどを行っている(したことがある)	13	38.5	61.5	0.0
	介護に関する勉強をしている(勉強したことがある) 研修を除く	5	80.0	20.0	0.0
	自分の親や家族などの介護をしている(したことがある)	10	40.0	60.0	0.0
	自分の親族内での介護(親が祖父母の介護をしているシーンなど)を見たことがある	27	22.2	66.7	11.1
	自分が介護される立場である(だったことがある)	2	0.0	100.0	0.0
	親や家族などの介護のことに関心がある	47	29.8	61.7	8.5
	自分の介護のことに関心がある	474	13.7	60.8	25.5
	その他	0	0.0	0.0	0.0
介護をテーマとした コンテンツへの接触	ある	136	30.1	65.4	4.4
	ない	364	8.5	59.6	31.9
接触したことがある コンテンツ (介護がテーマのもの)	介護の仕事テーマとしたイベントに参加したことがある	19	57.9	42.1	0.0
	介護の仕事テーマとしたテレビ番組を観たことがある	78	28.2	69.2	2.6
	介護の仕事テーマとしたラジオ番組を聴いたことがある	16	56.3	37.5	6.3
	介護の仕事テーマとした新聞記事・広告を見たことがある	42	31.0	61.9	7.1
	介護の仕事テーマとした雑誌記事を見たことがある	26	30.8	65.4	3.8
	介護の仕事テーマとしたWEB記事を見たことがある	48	35.4	60.4	4.2
	介護の仕事テーマとしたWEB動画を見たことがある	39	41.0	56.4	2.6
	その他	2	0.0	100.0	0.0
介護に関する 授業や実習等 の経験	学校で介護についての授業を受けたことがある	97	40.2	58.8	1.0
	介護の現場でボランティアをしたことがある	38	39.5	55.3	5.3
	介護の現場で実習や職場体験・インターンシップをしたことがある	45	33.3	64.4	2.2
	介護の現場でアルバイトをしたことがある	15	26.7	60.0	13.3
	上記のいずれも経験がない	248	6.9	71.8	21.4
	覚えていない	90	2.2	27.8	70.0
就職イベント等で 介護の仕事について 見聞きした経験	学内の就職イベント等で聞いたり、見たりしたことがある	59	55.9	37.3	6.8
	学外の就職イベント等で聞いたり、見たりしたことがある	93	26.9	67.7	5.4
	就職イベント等で「介護の仕事」に関する説明を聞いたり、見たりしたことはない	361	6.9	61.5	31.6

表 71 詳細分析 介護の仕事への関心【保護者】

		n 数	具 体 的 な 仕 事 内 容 を 知 っ て い る	具 体 的 な 仕 事 内 容 に つ い て は 知 ら な い	ま っ た く 知 ら な い
全 体		500	17.2	53.4	29.4
年 齢	20～29歳	17	23.5	41.2	35.3
	30～39歳	107	18.7	44.9	36.4
	40～49歳	165	16.4	52.7	30.9
	50～59歳	135	14.1	63.0	23.0
	60歳以上	76	21.1	52.6	26.3
就 職 先	子どもに就いて欲しい業種がある	277	17.7	54.5	27.8
	子どもに就いて欲しい業種はない	223	16.6	52.0	31.4
介護の仕事への関心	関心がある(もっと知りたいと思う)	63	52.4	41.3	6.3
	関心はない(特に知りたいとは思わない)	291	13.1	64.3	22.7
	どちらともいえない	146	10.3	37.0	52.7
介護との関わり	ある	136	38.2	52.9	8.8
	ない	364	9.3	53.6	37.1
介護との関わり (具体的内容)	過去に介護の仕事をしたことがある	21	85.7	14.3	0.0
	介護の仕事に関する研修を受けたことがある	17	70.6	17.6	11.8
	介護の仕事に就いている(就いていた)親族がいる	14	50.0	50.0	0.0
	介護の仕事に就いている(就いていた)友人がいる	9	66.7	22.2	11.1
	介護の現場でボランティアをしている(したことがある)	9	55.6	44.4	0.0
	介護の現場で実習、職場体験インターンシップなどを行っている(したことがある)	5	100.0	0.0	0.0
	介護に関する勉強をしている(勉強したことがある) 研修を除く	10	90.0	10.0	0.0
	自分の親や家族などの介護をしている(したことがある)	35	48.6	48.6	2.9
	自分の親族内での介護(親が祖父母の介護をしているシーンなど)を見たことがある	26	46.2	42.3	11.5
	自分が介護される立場である(だったことがある)	4	0.0	100.0	0.0
	親や家族などの介護のことに関心がある	56	30.4	62.5	7.1
	自分の介護のことに関心がある	466	16.1	53.0	30.9
	その他	0	0.0	0.0	0.0
介護をテーマとした コンテンツへの接触	ある	119	38.7	51.3	10.1
	ない	381	10.5	54.1	35.4
接触したことがある コンテンツ (介護がテーマのもの)	介護の仕事をテーマとしたイベントに参加したことがある	483	15.7	54.0	30.2
	介護の仕事をテーマとしてテレビ番組を観たことがある	65	27.7	63.1	9.2
	介護の仕事をテーマとしたラジオ番組を聴いたことがある	12	66.7	33.3	0.0
	介護の仕事をテーマとした新聞記事・広告を見たことがある	48	50.0	47.9	2.1
	介護の仕事をテーマとした雑誌記事を見たことがある	32	56.3	43.8	0.0
	介護の仕事をテーマとしたWEB記事を見たことがある	41	51.2	46.3	2.4
	介護の仕事をテーマとしたWEB動画を見たことがある	25	56.0	32.0	12.0
	その他	1	100.0	0.0	0.0
介護施設などを 訪問した経験	ある	86	47.7	43.0	9.3
	ない	414	10.9	55.6	33.6

B. 介護の仕事への関心（学生・保護者）

介護の仕事に「関心がある（もっと知りたいと思う）」と回答した人は、学生で15.4%（前回比-3.6pt） 保護者で12.6%（前回比-0.2pt）である（表 72、表 73）。

「関心はない（特に知りたいとは思わない）」と回答した人は学生では54.4%（前回比+8.6pt） 保護者では58.2%（前回比+4.0pt）であり、前回調査時点（令和5年10月）よりも介護の仕事に関心を持つ人は減っている。

他調査項目とのクロス集計の結果は表 75・表 76 のとおりである。この結果から、介護の仕事への関心がある人/ない人の特徴を表 74 に整理した。

表 72 介護の仕事への関心【学生】

Q12 介護の仕事に関心がありますか。	R6 (Q12)	R5 (Q12)	R4 (Q12)
1 関心がある(もっと知りたいと思う)	15.4	19.0	17.2
2 関心はない(特に知りたいとは思わない)	54.4	45.8	47.8
3 どちらともいえない	30.2	35.2	35.0
全体	500	500	500

表 73 介護の仕事への関心【保護者】

Q9 介護の仕事に関心がありますか。	R6 (Q9)	R5 (Q9)	R4 (Q9)
1 関心がある(もっと知りたいと思う)	12.6	12.8	15.2
2 関心はない(特に知りたいとは思わない)	58.2	54.2	56.4
3 どちらともいえない	29.2	33.0	28.4
全体	500	500	500

表 74 介護の仕事への関心がある人/ない人の特徴【学生・保護者】
（下線は学生・保護者に共通するもの）

属性	介護の仕事への関心がある人の特徴 （もっと知りたいと思う）	介護の仕事への関心がない人の特徴 （特に知りたいとは思わない）
学生	✓ 「就職先として考えている業界・興味がある業界」がある。 ✓ 就職先選びの際に、社会的意義の大きさや社会的な評価の高さ、人の役に立てることを重視する。 ✓ <u>福祉系の学校に通っている。</u> ✓ <u>介護との関わりがある。</u> ✓ <u>介護をテーマしたコンテンツへの接触経験がある。</u> ✓ <u>介護の仕事の具体的な仕事内容を知っている。</u> ✓ 介護についての授業を受けたり、ボランティア・実習などをしたりした経験がある。 ✓ 就職イベント等で介護の仕事について見聞きした経験がある。	✓ 就職先選びの際に、体力的負担が軽いこと、給与が良いこと、勤務時間に融通が利くこと、休暇が取りやすいことを重視する。 ✓ 介護との関わりがない。 ✓ 介護をテーマとしたコンテンツへの接触経験がない。 ✓ <u>介護の仕事について、何となくのイメージはあるが、具体的な仕事内容については知らない。</u> ✓ 介護についての授業を受けたり、ボランティア・実習などをしたりした経験がない。
保護者	✓ 子どもが就職する際に気になることに、資格取得などにより「手に職がつけられる」職業かどうかを挙げている。 ✓ <u>介護との関わりがある。</u> ✓ <u>介護をテーマしたコンテンツへの接触経験がある。</u> ✓ <u>介護の仕事の具体的な仕事内容を知っている。</u> ✓ 介護施設などを訪問した経験がある。	✓ 年齢が50～59歳。 ✓ <u>介護の仕事について、何となくのイメージはあるが、具体的な仕事内容については知らない。</u>

表 75 詳細分析 介護の仕事への関心【学生】

		n 数	関 心 が あ る (も っ と 知 り た い と 思 う)	関 心 は な い (特 に 知 り た い と は 思 わ な い)	ど ち ら と も い え な い
全 体		500	15.4	54.4	30.2
学 校	中学生	24	12.5	45.8	41.7
	高校生、高専生(福祉系)	10	30.0	60.0	10.0
	高校生、高専生(その他)	153	15.0	56.2	28.8
	専門学校生、短大生、大学生、大学院生(福祉系)	59	18.6	52.5	28.8
	専門学校生、短大生、大学生、大学院生(その他)	254	14.6	54.3	31.1
就 職 先	就職先として考えている・興味がある業界がある	316	20.6	54.1	25.3
	就職先として考えている・興味がある業界がない	184	6.5	54.9	38.6
就職先選びの際に 重視すること (上位3つ)	社会的意義が大きいこと	77	29.9	41.6	28.6
	社会的な評価が高いこと	60	20.0	53.3	26.7
	やりがいがあること	194	18.6	54.1	27.3
	人の役に立てること	135	24.4	48.9	26.7
	仕事内容自体が楽しいこと	169	19.5	58.0	22.5
	資格や専門知識を活かすことができる(身に付けられる)こと	113	19.5	53.1	27.4
	体力的負担が軽いこと	91	13.2	72.5	14.3
	精神的負担が軽いこと	129	20.2	58.9	20.9
	給与が良いこと	234	13.7	64.5	21.8
	勤務時間に融通が利くこと	95	13.7	60.0	26.3
	休暇が取りやすいこと	148	12.2	62.8	25.0
	未経験でも始めやすいこと	71	14.1	57.7	28.2
	就職しやすいこと	421	15.4	53.2	31.4
	昇進やキャリアアップの機会が多いこと	457	14.4	55.4	30.2
	ICTやロボットなどの活用が進んでいること	34	11.8	26.5	61.8
	その他	4	0.0	25.0	75.0
介護の仕事への 理解度	具体的な仕事内容を知っている	72	51.4	36.1	12.5
	何となくのイメージはあるが、具体的な仕事内容については知らない	306	12.7	60.5	26.8
	まったく知らない	122	0.8	50.0	49.2
介護との関わり	ある	133	37.6	36.8	25.6
	ない	367	7.4	60.8	31.9
介護をテーマとした コンテンツへの接触	ある	136	37.5	36.8	25.7
	ない	364	7.1	61.0	31.9
接触したことがある コンテンツ (介護がテーマのもの)	介護の仕事をテーマとしたイベントに参加したことがある	19	57.9	31.6	10.5
	介護の仕事をテーマとしてテレビ番組を観たことがある	78	33.3	39.7	26.9
	介護の仕事をテーマとしたラジオ番組を聴いたことがある	16	75.0	12.5	12.5
	介護の仕事をテーマとした新聞記事・広告を見たことがある	42	50.0	28.6	21.4
	介護の仕事をテーマとした雑誌記事を見たことがある	26	42.3	38.5	19.2
	介護の仕事をテーマとしたWEB記事を見たことがある	48	43.8	37.5	18.8
	介護の仕事をテーマとしたWEB動画を見たことがある	39	46.2	28.2	25.6
	その他	2	0.0	50.0	50.0
介護に関する 授業や実習等 の経験	学校で介護についての授業を受けたことがある	97	35.1	38.1	26.8
	介護の現場でボランティアをしたことがある	38	34.2	44.7	21.1
	介護の現場で実習や職場体験・インターンシップをしたことがある	45	31.1	48.9	20.0
	介護の現場でアルバイトをしたことがある	15	40.0	26.7	33.3
	上記のいずれも経験がない	248	8.5	70.2	21.4
	覚えていない	90	4.4	35.6	60.0
就職イベント等で 介護の仕事について 見聞きした経験	学内の就職イベント等で聞いたり、見たりしたことがある	59	44.1	30.5	25.4
	学外の就職イベント等で聞いたり、見たりしたことがある	93	31.2	49.5	19.4
	就職イベント等で「介護の仕事」に関する説明を聞いたり、見たりしたことはない	361	8.3	58.4	33.2

表 76 詳細分析 介護の仕事への関心【保護者】

		n 数	関 心 が あ る (も っ と 知 り た い と 思 う)	関 心 は な い (特 に 知 り た い と は 思 わ な い)	ど ち ら と も い え な い
全 体		500	12.6	58.2	29.2
年 齢	20～29歳	17	23.5	70.6	5.9
	30～39歳	107	11.2	54.2	34.6
	40～49歳	165	17.6	53.3	29.1
	50～59歳	135	6.7	65.9	27.4
	60歳以上	76	11.8	57.9	30.3
就 職 先	子どもに就いて欲しい業種がある	277	15.9	57.4	26.7
	子どもに就いて欲しい業種はない	223	8.5	59.2	32.3
子どもが就職する際に 気になること (上位3つ)	給与が高いか	181	13.3	60.8	26.0
	勤務時間に融通が利くか	115	14.8	60.0	25.2
	勤務場所に融通が利くか	80	11.3	62.5	26.3
	求人が多い職業か	10	10.0	40.0	50.0
	資格取得などにより「手に職がつけられる」職業か	74	23.0	55.4	21.6
	業務内容が本人の関心に沿っているか	169	12.4	62.7	24.9
	やりがいがある職業か	195	13.3	60.5	26.2
	精神的・肉体的負担が重くないか	174	10.3	59.2	30.5
	将来性がある職業か	134	12.7	58.2	29.1
	社会的ステータスが高い(イメージが良い)か	22	9.1	36.4	54.5
	昇進やキャリアアップの機会が多いか	31	16.1	38.7	45.2
	その他	1	0.0	100.0	0.0
介護の仕事への 理解度	具体的な仕事内容を知っている	86	38.4	44.2	17.4
	何となくのイメージはあるが、具体的な仕事内容については知らない	267	9.7	70.0	20.2
	まったく知らない	147	2.7	44.9	52.4
介護との関わり	ある	136	29.4	50.7	19.9
	ない	364	6.3	61.0	32.7
介護をテーマとした コンテンツへの接触	ある	119	34.5	44.5	21.0
	ない	381	5.8	62.5	31.8
介護施設などを 訪問した経験	ある	86	37.2	50.0	12.8
	ない	414	7.5	59.9	32.6

ヒアリング調査

介護への関心・理解度についてのヒアリング結果は表 77のとおり。介護職への関心理由として、「過去に家族介護に関わった経験があるため」「親族に介護職の方がいるため」「祖父母に対する思い入れがあるため」「学校の授業や体験きっかけで興味を持ったため」などが挙げられた。その他「求職の際に介護職を候補としたことで関心を持つようになった」「親の介護等将来に備えたいと考え介護職に関心を持った」といった例も見られた。

表 77 ヒアリング結果（介護職への関心・理解度） 概要

ヒアリング項目	内容 (末尾に「*」が記載されている意見は老健事業の調査結果から引用したもの。)
介護職への 関心理由	ÿ 過去に <u>家族介護に関わった経験</u> がある。義母を8年間介護した。(入門的研修受講者・60代女性)*【再掲】
	ÿ <u>母親が認知症気味になり継続的な介護が必要だと知り</u> 、介護職になるための専門学校に入学した。(介護職・50代男性)【再掲】
	ÿ <u>若い人で入門的研修に参加される人は、親が介護職の人が多い</u> 。また、 <u>小さいころ祖父母に可愛がられた経験を持つ</u> という話も聞く。(自治体職員)*
	ÿ 3世代の家族構成の中で育ち祖父母に対する思い入れが深かった。(介護職・40代男性)
	ÿ <u>中学校の職場体験に行ってみようと思ったのが最初のきっかけ</u> 。(介護職・30代女性)【再掲】
	ÿ 入職者の話として、「 <u>学校の授業で知って興味を持ち就職した</u> 」高校卒の人が数名いた。(介護事業所)*
	ÿ 15年ほど前に通信大学で幼児教育を専攻していた際に福祉を学び、高齢者福祉のイベント等に何度か参加した。幼児教育の講師から高齢者福祉の勉強会やイベント等に誘われて関わる中で <u>高齢者の福祉に関心を持った</u> 。(介護職・60代女性)【再掲】
	ÿ 介護の仕事に就くことを1つの選択肢に据え医療関係の専門学校に通って卒業した。 <u>言語聴覚士の試験に落ちたため少しでも関連性のある仕事で経験を積もうと思い介護職に就いた</u> 。(介護職・30代男性)
	ÿ 求職中に友人から「 <u>社会福祉法人を買収するので管理者になってほしい</u> 」との誘いがあった。(介護職・50代男性)
	ÿ 仕事探しに行き詰まっている人が介護職にたどり着く傾向にある(入門的研修委託事業者)*
	ÿ シニア世代は、若い人と比べて社会貢献したい、知識や人生経験を活かしたいという動機で介護福祉に興味を持つ人が多い印象。(入門的研修委託事業者)*
	ÿ 親の介護や自分自身の将来に備えたいと考えていた際に入門的研修を知り参加した人がいる。(介護事業所)*
	ÿ 資格を取得すれば、70代以降でも意欲的に働けるため、介護職に関心を持つ傾向にある。介護現場で活躍しているシニア層の職員を見て「 <u>自分もそうなりたい</u> 」と感ずることが多いようだ。(自治体職員)*

ウ．介護の仕事の人気度（学生・保護者）

就職先として考えている業界・興味がある業界（学生）

就職先として考えている業界・興味がある業界については、「特に考えていない」が36.8%（前回比-10.2pt）で最も多く、次いで「医療、福祉（介護の仕事以外）」が16.2%（前回比+2.8pt）、「医療、福祉（介護の仕事）」を選んだ学生は5.8%（前回比+1.2pt）である（表 78）。

他調査項目とのクロス集計の結果は表 80・表 81のとおりである。この結果から、就職先として考えている業界・興味がある業界に介護の仕事が含まれている人（学生）の特徴を表 79に整理した。

表 78 就職先として考えている業界・興味がある業界【学生】

Q5	就職先として考えている業界・興味がある業界を教えてください。	R6 (Q5)	R5 (Q4)	R4 (Q4)
1	医療、福祉（介護の仕事）	5.8	4.6	5.0
2	医療、福祉（介護の仕事以外）	16.2	13.4	16.6
3	農業、林業	3.6	1.4	2.6
4	漁業	0.8	0.8	0.4
5	鉱業、採石業、砂利採取業	2.4	0.8	0.6
6	建設業	2.0	2.2	2.0
7	製造業	4.8	6.8	4.2
8	電気・ガス・熱供給・水道業	1.2	2.0	1.0
9	情報通信業（通信・インターネット、メディア、情報サービスなど）	6.8	5.2	5.2
10	運輸業、郵便業	3.4	1.8	3.0
11	卸売業、小売業	4.4	3.2	4.8
12	金融業、保険業	4.0	3.8	3.8
13	不動産業、物品賃貸業	2.2	1.2	1.6
14	学術研究、専門・技術サービス業	5.0	3.6	4.8
15	宿泊業、飲食サービス業	4.6	4.0	3.6
16	生活関連サービス業、娯楽業（クリーニング、理容など）	3.2	3.6	4.4
17	教育、学習支援業	8.6	7.4	8.0
18	複合サービス事業（郵便局、農業協同組合など）	2.8	2.4	2.0
19	サービス業（他に分類されないもの）	8.4	7.0	6.8
20	公務（他に分類されるものを除く）	10.0	8.8	7.6
21	その他	3.0	3.8	3.8
22	特に考えていない	36.8	47.0	45.6
	全体	500	500	500

表 79 就職先として考えている業界・興味がある業界に
介護の仕事が含まれている人の特徴【学生】

Y 就職先選びの際に、社会的意義の大きさや社会的な評価の高さを重視する。 Y 福祉系の学校（専門学校、短大、大学、大学院）に通っている。 Y 介護の仕事に関心がある。 Y 介護の仕事の具体的な仕事内容を知っている。 Y 介護の仕事を就職先として魅力的だと思っている。 Y 介護との関わりがある。 Y 介護をテーマしたコンテンツへの接触経験がある。 Y 介護についての授業を受けたり、ボランティア・実習などをしたりした経験がある。 Y 就職イベント等で介護の仕事について見聞きした経験がある。 Y 介護の仕事の「仕事内容の楽しさ」や「昇進やキャリアアップの機会の多さ」、「給与」、「勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ」、「働きやすさ」について良いイメージを持っている。

表 80 詳細分析 就職先として介護の仕事に興味があるか 【学生】
(就職先の業界を考えている人のみを対象に集計)

		n 数	介護の仕事への 興味	
			興 就 味 職 あ 先 り と し て	興 就 味 職 な 先 し と し て
全 体		316	9.2	90.8
性別	男性	113	8.8	91.2
	女性	203	9.4	90.6
地域	北海道	14	7.1	92.9
	東北地方	24	12.5	87.5
	関東地方	109	9.2	90.8
	中部地方	45	4.4	95.6
	近畿地方	77	14.3	85.7
	中国地方	20	5.0	95.0
	四国地方	3	0.0	100.0
	九州地方	24	4.2	95.8
学校	中学生	12	8.3	91.7
	高校生、高専生(福祉系)	9	0.0	100.0
	高校生、高専生(その他)	95	8.4	91.6
	専門学校生、短大生、大学生、大学院生(福祉系)	41	14.6	85.4
	専門学校生、短大生、大学生、大学院生(その他)	159	8.8	91.2
就職先選びの際に 重視すること (上位3つ)	社会的意義が大きいこと	57	14.0	86.0
	社会的な評価が高いこと	45	20.0	80.0
	やりがいがあること	142	5.6	94.4
	人の役に立てること	101	10.9	89.1
	仕事内容自体が楽しいこと	119	6.7	93.3
	資格や専門知識を活かすことができる(身に付けられる)こと	91	9.9	90.1
	体力的負担が軽いこと	58	6.9	93.1
	精神的負担が軽いこと	84	9.5	90.5
	給与が良いこと	159	3.8	96.2
	勤務時間に融通が利くこと	64	3.1	96.9
	休暇が取りやすいこと	106	6.6	93.4
	未経験でも始めやすいこと	41	14.6	85.4
	就職しやすいこと	272	8.8	91.2
	昇進やキャリアアップの機会が多いこと	285	8.8	91.2
	ICTやロボットなどの活用が進んでいること	14	14.3	85.7
その他	0	0.0	0.0	
介護の仕事への関心	関心がある(もっと知りたいと思う)	65	29.2	70.8
	関心はない(特に知りたいとは思わない)	171	2.9	97.1
	どちらともいえない	80	6.3	93.8
介護の仕事への 理解度	具体的な仕事内容を知っている	64	23.4	76.6
	何となくのイメージはあるが、具体的な仕事内容については知らない	212	6.1	93.9
	まったく知らない	40	2.5	97.5
介護の仕事を 就職先として 魅力的だと思うか	思う	66	24.2	75.8
	思わない	164	4.3	95.7
	どちらともいえない	86	7.0	93.0
介護との関わり	ある	113	15.0	85.0
	ない	203	5.9	94.1
介護との関わり (具体的内容)	現在、介護の仕事をしている	3	0.0	100.0
	過去に介護の仕事をしたことがある	6	50.0	50.0
	介護の仕事に関する研修を受けたことがある	6	16.7	83.3
	介護の仕事に就いている(就いていた)親族がいる	19	5.3	94.7
	介護の仕事に就いている(就いていた)友人がいる	5	20.0	80.0
	介護の現場でボランティアをしている(したことがある)	8	12.5	87.5
	介護の現場で実習、職場体験インターンシップなどを行っている(したことがある)	13	30.8	69.2
	介護に関する勉強をしている(勉強したことがある) 研修を除く	4	25.0	75.0
	自分の親や家族などの介護をしている(したことがある)	8	12.5	87.5
	自分の親族内での介護(親が祖父母の介護をしているシーンなど)を見たことがある	20	5.0	95.0
	自分が介護される立場である(だったことがある)	2	50.0	50.0
	親や家族などの介護のことに関心がある	43	20.9	79.1
	自分の介護のことに関心がある	23	8.7	91.3
	その他	0	0.0	0.0

表 81 詳細分析 就職先として介護の仕事に興味があるか 【学生】
(就職先の業界を考えている人のみを対象に集計)

		n 数	介護の仕事への 興味	
			興 就 味 職 あ 先 り と し て	興 就 味 職 な 先 し と し て
全 体		316	9.2	90.8
介護をテーマとした コンテンツへの接触	ある	117	15.4	84.6
	ない	199	5.5	94.5
接触したことがある コンテンツ (介護がテーマのもの)	介護の仕事をテーマとしたイベントに参加したことがある	17	29.4	70.6
	介護の仕事をテーマとしてテレビ番組を観たことがある	69	11.6	88.4
	介護の仕事をテーマとしたラジオ番組を聴いたことがある	12	8.3	91.7
	介護の仕事をテーマとした新聞記事・広告を見たことがある	34	14.7	85.3
	介護の仕事をテーマとした雑誌記事を見たことがある	23	8.7	91.3
	介護の仕事をテーマとしたWEB記事を見たことがある	41	12.2	87.8
	介護の仕事をテーマとしたWEB動画を見たことがある	36	22.2	77.8
	その他	1	0.0	100.0
介護の仕事に関する 良いイメージの形成に 影響を与えたもの	身近な人が介護サービスを受けている様子を見たこと	48	16.7	83.3
	実際に介護の現場で働いている・働いていた人からの話	61	19.7	80.3
	親族から聞いた話	62	16.1	83.9
	知人・友人から聞いた話	39	15.4	84.6
	学校の先生から聞いた話、授業で聞いた話	50	14.0	86.0
	介護に関するイベント	21	4.8	95.2
	介護に関するテレビ番組	28	39.3	60.7
	介護に関するラジオ番組	14	28.6	71.4
	介護に関する新聞記事・広告	5	0.0	100.0
	介護に関する雑誌記事	9	33.3	66.7
	介護に関する書籍・漫画	57	8.8	91.2
	介護に関するWEBコンテンツ(記事)	2	50.0	50.0
	介護に関するWEBコンテンツ(YouTube等の動画)	14	14.3	85.7
	介護に関する映画	3	33.3	66.7
	その他	10	10.0	90.0
介護に関する 授業や実習等 の経験	わからない	26	30.8	69.2
	介護の仕事に対して良いイメージは持っていない	24	20.8	79.2
	学校で介護についての授業を受けたことがある	77	15.6	84.4
	介護の現場でボランティアをしたことがある	31	25.8	74.2
	介護の現場で実習や職場体験・インターンシップをしたことがある	33	30.3	69.7
	介護の現場でアルバイトをしたことがある	13	30.8	69.2
	上記のいずれも経験がない	161	3.1	96.9
就職イベント等で 介護の仕事について 見聞きした経験	覚えていない	30	3.3	96.7
	学内の就職イベント等で聞いたり、見たりしたことがある	51	19.6	80.4
	学外の就職イベント等で聞いたり、見たりしたことがある	73	19.2	80.8
介護の仕事に対する イメージ (良いイメージを 持っている項目)	就職イベント等で「介護の仕事」に関する説明を聞いたり、見たりしたことはない	204	3.9	96.1
	社会的意義の大きさ	232	10.8	89.2
	やりがいの大きさ	196	11.7	88.3
	仕事内容の楽しさ	92	19.6	80.4
	資格や専門知識の活かしやすさ	181	11.6	88.4
	昇進やキャリアアップの機会の多さ	96	19.8	80.2
	体力的負担について	92	15.2	84.8
	精神的負担について	96	13.5	86.5
	給与について	70	18.6	81.4
	勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ	81	21.0	79.0
	働きやすさ	79	19.0	81.0
	ICTやロボットなどの活用状況	87	16.1	83.9
	今後成長していく業界だと思うか	128	12.5	87.5

子どもに就いて欲しい業種（保護者）

表 82のように、子どもに就いて欲しい業種については、「特に考えていない」が44.6%（前回比+9.0pt）で最も多く、次いで「公務」が15.0%（前回比+0.8pt）「製造業」が14.0%（前回比-2.2pt）「医療、福祉（介護の仕事以外）」が13.8%（前回比+2.8pt）となっており、「医療、福祉（介護の仕事）」を選んだ人は4.8%（前回比+1.4pt）である。

他調査項目とのクロス集計の結果は表 84・表 85のとおりである。この結果から、子どもに就いて欲しい業種に介護の仕事が含まれている人（保護者）の特徴を表 83に整理した。

表 82 子どもに就いて欲しい業種【保護者】

Q4	子どもに就いて欲しい業種を教えてください。	R6 (Q4)	R5 (Q3)	R4 (Q3)
1	医療、福祉（介護の仕事）	4.8	3.4	3.4
2	医療、福祉（介護の仕事以外）	13.8	11.0	9.8
3	農業、林業	2.4	1.0	1.0
4	漁業	1.2	1.0	-
5	鉱業、採石業、砂利採取業	1.2	0.8	0.4
6	建設業	4.4	5.0	6.2
7	製造業	14.0	16.2	13.2
8	電気・ガス・熱供給・水道業	5.0	3.6	3.6
9	情報通信業（通信・インターネット、メディア、情報サービスなど）	12.6	10.0	10.4
10	運輸業、郵便業	3.2	3.6	4.4
11	卸売業、小売業	7.0	6.6	4.6
12	金融業、保険業	7.6	6.0	6.0
13	不動産業、物品賃貸業	2.4	2.4	2.4
14	学術研究、専門・技術サービス業	9.6	9.2	11.4
15	宿泊業、飲食サービス業	2.6	2.2	2.2
16	生活関連サービス業、娯楽業（クリーニング、理容など）	3.2	2.8	1.8
17	教育、学習支援業	7.0	7.0	6.8
18	複合サービス事業（郵便局、農業協同組合など）	4.0	4.0	3.0
19	サービス業（他に分類されないもの）	5.4	6.4	4.8
20	公務（他に分類されるものを除く）	15.0	14.2	14.4
21	その他	0.4	0.8	0.4
22	特に考えていない	44.6	35.6	33.0
	全体	500	500	500

表 83 子どもに就いて欲しい業種に
介護の仕事が含まれている人の特徴【保護者】

Y 年齢が40～49歳。 Y 子どもが就職する際に気になることに「勤務時間に融通が利くか」や「資格取得などにより『手に職がつけられる』職業か」を挙げている。 Y 介護の仕事に関心がある。 Y 介護の仕事の具体的な仕事内容を知っている。 Y 介護の仕事を就職先として魅力的だと思っている。 Y 介護との関わりがある。 Y 介護をテーマしたコンテンツへの接触経験がある。 Y 介護施設などを訪問した経験がある。 Y 介護の仕事の「仕事内容の楽しさ」や「昇進やキャリアアップの機会の多さ」、「体力的負担」、「給与」、「勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ」、「働きやすさ」などについて良いイメージを持っている。
--

表 84 詳細分析 子どもに就いて欲しい業種 【保護者】
(子どもに就いて欲しい業種がある人のみを対象に集計)

		n 数	子どもに就いて 欲しい業種	
			含 介 ま 護 れ の 仕 事 が	含 介 ま 護 れ の 仕 事 は
全 体		277	8.7	91.3
性別	男性	172	7.0	93.0
	女性	105	11.4	88.6
地域	北海道	10	0.0	100.0
	東北地方	13	7.7	92.3
	関東地方	87	5.7	94.3
	中部地方	51	5.9	94.1
	近畿地方	65	12.3	87.7
	中国地方	18	11.1	88.9
	四国地方	4	0.0	100.0
	九州地方	29	17.2	82.8
年齢	20～29歳	7	0.0	100.0
	30～39歳	56	7.1	92.9
	40～49歳	96	14.6	85.4
	50～59歳	73	6.8	93.2
	60歳以上	45	2.2	97.8
子どもが就職する際に 気になること (上位3つ)	給与が高いか	117	11.1	88.9
	勤務時間に融通が利くか	74	14.9	85.1
	勤務場所に融通が利くか	51	9.8	90.2
	求人が多い職業か	7	14.3	85.7
	資格取得などにより「手に職がつけられる」職業か	53	13.2	86.8
	業務内容が本人の関心に沿っているか	82	11.0	89.0
	やりがいがある職業か	103	10.7	89.3
	精神的・肉体的負担が重くないか	81	6.2	93.8
	将来性がある職業か	82	7.3	92.7
	社会的ステータスが高い(イメージが良い)か	14	0.0	100.0
	昇進やキャリアアップの機会が多いか	17	0.0	100.0
	その他	0	0.0	0.0
介護の仕事への 関心	関心がある(もっと知りたいと思う)	44	29.5	70.5
	関心はない(特に知りたいとは思わない)	159	5.0	95.0
	どちらともいえない	74	4.1	95.9
介護の仕事への 理解度	具体的な仕事内容を知っている	49	20.4	79.6
	何となくのイメージはあるが、具体的な仕事内容については知らない	151	6.6	93.4
	まったく知らない	77	5.2	94.8
介護の仕事 を就職先として 魅力的だと思うか	思う	29	41.4	58.6
	思わない	162	2.5	97.5
	どちらともいえない	86	9.3	90.7
介護との関わり	ある	85	16.5	83.5
	ない	192	5.2	94.8
介護との関わり (具体的内容)	現在、介護の仕事をしている	0	0.0	0.0
	過去に介護の仕事をしたことがある	17	29.4	70.6
	介護の仕事に関する研修を受けたことがある	11	36.4	63.6
	介護の仕事に就いている(就いていた)親族がいる	10	30.0	70.0
	介護の仕事に就いている(就いていた)友人がいる	6	33.3	66.7
	介護の現場でボランティアをしている(したことがある)	8	25.0	75.0
	介護の現場で実習、職場体験インターンシップなどを行っている(したことがある)	3	33.3	66.7
	介護に関する勉強をしている(勉強したことがある) 研修を除く	6	50.0	50.0
	自分の親や家族などの介護をしている(したことがある)	18	33.3	66.7
	自分の親族内での介護(親が祖父母の介護をしているシーンなど)を見たことがある	14	28.6	71.4
	自分が介護される立場である(だったことがある)	4	25.0	75.0
	親や家族などの介護のことに関心がある	39	23.1	76.9
	自分の介護のことに関心がある	254	7.5	92.5
	その他	0	0.0	0.0

表 85 詳細分析 子どもに就いて欲しい業種 【保護者】
(子どもに就いて欲しい業種がある人のみを対象に集計)

		n 数	子どもに就いて 欲しい業種	
			含 介 護 の 仕 事 が	含 介 護 れ な い 事 は
全 体		277	8.7	91.3
介護をテーマとした コンテンツへの接触	ある	75	16.0	84.0
	ない	202	5.9	94.1
接触したことがある コンテンツ (介護がテーマのもの)	介護の仕事をテーマとしたイベントに参加したことがある	263	6.5	93.5
	介護の仕事をテーマとしてテレビ番組を観たことがある	43	20.9	79.1
	介護の仕事をテーマとしたラジオ番組を聴いたことがある	10	40.0	60.0
	介護の仕事をテーマとした新聞記事・広告を見たことがある	31	22.6	77.4
	介護の仕事をテーマとした雑誌記事を見たことがある	23	30.4	69.6
	介護の仕事をテーマとしたWEB記事を見たことがある	27	29.6	70.4
	介護の仕事をテーマとしたWEB動画を見たことがある	18	33.3	66.7
	その他	0	0.0	0.0
介護の仕事に関する 良いイメージの形成に 影響を与えたもの	身近な人が介護サービスを受けている様子を見たこと	50	20.0	80.0
	実際に介護の現場で働いている・働いていた人からの話	56	21.4	78.6
	親族から聞いた話	40	10.0	90.0
	知人・友人から聞いた話	34	11.8	88.2
	学校の先生から聞いた話、授業で聞いた話	8	37.5	62.5
	介護に関する研修に参加したこと(入門的研修、初任者研修など)	21	33.3	66.7
	介護の仕事の実習や職場体験、インターンに参加したこと	17	23.5	76.5
	介護の現場でボランティア活動(有償/無償)をしたこと	12	33.3	66.7
	介護の現場でアルバイトをしたこと	9	33.3	66.7
	介護に関するイベント	8	25.0	75.0
	介護に関するテレビ番組	43	14.0	86.0
	介護に関するラジオ番組	6	66.7	33.3
	介護に関する新聞記事・広告	20	20.0	80.0
	介護に関する雑誌記事	11	36.4	63.6
	介護に関する書籍・漫画	8	50.0	50.0
	介護に関するWEBコンテンツ(記事)	22	27.3	72.7
	介護に関するWEBコンテンツ(YouTube等の動画)	12	41.7	58.3
	介護に関する映画	3	66.7	33.3
その他	4	0.0	100.0	
わからない	32	6.3	93.8	
介護の仕事に対して良いイメージは持っていない	77	2.6	97.4	
介護施設などを 訪問した経験	ある	52	26.9	73.1
	ない	225	4.4	95.6
介護の仕事に対する イメージ (良いイメージを 持っている項目)	社会的意義の大きさ	169	11.2	88.8
	やりがいの大きさ	128	13.3	86.7
	仕事内容の楽しさ	61	21.3	78.7
	資格や専門知識の活かしやすさ	131	14.5	85.5
	昇進やキャリアアップの機会の多さ	67	19.4	80.6
	体力的負担について	77	16.9	83.1
	精神的負担について	74	13.5	86.5
	給与について	44	25.0	75.0
	勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ	52	26.9	73.1
	働きやすさ	57	24.6	75.4
	ICTやロボットなどの活用状況	63	19.0	81.0
	今後成長していく業界だと思うか	102	15.7	84.3

エ．介護の仕事に対するイメージ

アンケート調査

A．5段階スコアによる集計結果

【単純集計結果】

学生・保護者は、介護の仕事の「社会的意義の大きさ」や「やりがいの大きさ」、「資格や専門知識の活かしやすさ」、「業界の成長性」について良いイメージを持っている（表 86）。

介護職は、入職前の段階では介護の仕事の「給与」および「ICTやロボットなどの活用状況」以外のすべての項目（12項目中10項目）について良いイメージを持っていた。入職前後の変化を見ると、イメージが0.1pt程度悪くなっている項目が12項目中10項目、イメージに変化がない項目が12項目中2項目であり、イメージが良くなっている項目はなかった。

全体的な傾向としては、介護職の方が学生・保護者よりも介護の仕事に対するイメージが良い。介護職の方が学生・保護者よりも5.0pt以上高いスコア（良いイメージ）であった項目は「仕事内容の楽しさ」および「勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ」、「働きやすさ」の3項目である。

なお、前回調査から継続測定した10項目のいずれも前回調査からの変動は±0.2pt以内であり、大きな変化は見られない。

表 86 介護の仕事に対するイメージ【学生・保護者・介護職】
（5：とても良い、4：やや良い、3：どちらでもない、2：やや悪い、1：とても悪い）

		総合スコア	社会的意義の大きさ	やりがいの大きさ	仕事内容の楽しさ	資格や専門知識の活かしやすさ	昇進やキャリアアップの機会の多さ	体力的負担	精神的負担	給与	勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ	働きやすさ	ICTやロボットなどの活用状況 ¹	業界の成長性
学 生 (n=500)		3.0	3.8	3.6	2.9	3.5	3.0	2.7	2.7	2.7	2.8	2.8	2.9	3.2
	前回調査との差 2	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	-	(+0.1)	(+0.1)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	-	(0.0)
	介護職(入職後)との差 3	(-0.2)	(0.1)	(0.0)	(-0.5)	(0.0)	(-0.2)	(-0.3)	(-0.2)	(-0.2)	(-0.5)	(-0.5)	(0.1)	(0.0)
保護者 (n=500)		3.0	3.8	3.4	2.8	3.5	2.9	2.6	2.7	2.5	2.7	2.7	2.8	3.2
	前回調査との差 2	(+0.1)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(+0.1)	-	(+0.1)	(+0.2)	(+0.2)	(+0.2)	(+0.1)	-	(-0.1)
	介護職(入職後)との差 3	(-0.3)	(0.2)	(-0.1)	(-0.6)	(0.0)	(-0.3)	(-0.3)	(-0.3)	(-0.4)	(-0.7)	(-0.6)	(0.0)	(-0.1)
介護職 (n=1,000)	入職前	3.3	3.7	3.7	3.3	3.6	3.3	3.1	3.1	3.0	3.3	3.3	2.9	3.4
	前回調査との差 2	(-0.1)	(-0.1)	(-0.1)	(-0.1)	(0.0)	-	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(-0.1)	-	(-0.1)
	入職後	3.2	3.6	3.6	3.4	3.5	3.2	3.0	3.0	2.9	3.4	3.3	2.8	3.3
	前回調査との差 2	(-0.1)	(0.0)	(0.0)	(0.0)	(-0.1)	-	(-0.1)	(0.0)	(-0.1)	(0.0)	(0.0)	-	(-0.1)
	入職前後の差 4	(-0.1)	(-0.1)	(-0.1)	(0.0)	(-0.1)	(-0.1)	(-0.1)	(-0.1)	(-0.1)	(0.1)	(0.0)	(-0.1)	(-0.1)

1 「昇進やキャリアアップの機会の多さ」および「ICTやロボットなどの活用状況」は今回調査から新規追加。

2 「今回調査のスコア - 前回調査のスコア」で算出。

3 「学生/保護者のスコア - 介護職（入職後）のスコア」で算出。

4 「入職後のスコア - 入職前のスコア」で算出。

【クロス集計結果】

介護の仕事に対するイメージと他調査項目とのクロス集計の結果は表 88～表 95のとおり。この結果から、介護の仕事に対して良いイメージを抱いている人の特徴を表 87に整理した。

表 87 介護の仕事に対して良いイメージを抱いている人の特徴
【学生・保護者・介護職】

属性		特徴
学生		▽ 福祉系の学校に通っている。 ▽ 介護との関わりがある。 ▽ 介護をテーマしたコンテンツへの接触経験がある。 ▽ 介護の仕事の具体的な仕事内容を知っている。 ▽ 介護の仕事に関心がある。 ▽ 介護の仕事を就職先として魅力的だと思っている。 ▽ 介護についての授業を受けたり、ボランティア・実習などをしたりした経験がある。 ▽ 就職イベント等で介護の仕事について見聞きした経験がある。
保護者		▽ 介護の仕事に関心がある。 ▽ 介護の仕事を就職先として魅力的だと思っている。 ▽ 介護施設などを訪問した経験がある。 ▽ 介護に関する研修に参加したことがある。
介護職	入職前	▽ 年齢が20～39歳。 ▽ 介護業界で働くことを考え始めた時期が早い。 (中学生以下の時、高校生・高専生の時、専門学校生・短大生・大学生・大学院生の時) ▽ 介護業界で働くことを考え始めたきっかけとして「職場体験・インターンシップなどで介護施設を訪問したこと」や「介護の現場でボランティア活動をしたこと」、「新聞や雑誌、インターネットで介護の仕事について知ったこと」を挙げている。 ▽ 介護職への就職を反対された経験があるが、入職に至っている。
	入職後	▽ 年齢が20～39歳。 ▽ 年収が500万円以上である。 年収が高くなるにつれ、介護の仕事へのイメージが良くなる傾向がある。 ▽ 介護の仕事に従事した年数が通算で1～3年未満である。 ▽ 勤務先が訪問系事業所である。 ▽ 職位・職階が経営層や管理職、主任・(サブ)リーダーなどの職場のまとめ役である。 ▽ 業務内容に「マネジメント(経営関連)」や「現場でのチームマネジメント」、「他職員への指導」、「利用者のケアのマネジメント(ケアプラン・介護計画の作成等)」が含まれる。 ▽ 業務に関連する資格を保有している。 ▽ スポットワークアプリでのアルバイト経験がある。 ▽ 介護の仕事をテーマとしたイベントへの参加経験、ラジオ番組の視聴経験、新聞記事・広告の閲覧経験、雑誌記事の閲覧経験がある。 ▽ 介護の仕事に就いていることを誇りに感じている。 ▽ 介護の仕事の魅力について周囲に発信したいと感じている。 ▽ 介護の仕事の魅力を周囲に伝える力が自分にあると感じている。 ▽ 介護の仕事の魅力を周囲に伝える機会がある。 ▽ 介護職への就職を反対された経験があるが、入職に至っている。 ▽ 介護業界内での転職を2回経験している。 ▽ 転職活動をしている(情報収集等を始めている)。 転職活動をしている人のうち50.5%は、転職先候補に介護の仕事を含めている。

表 88 詳細分析 介護の仕事に対するイメージ -1【学生】
(5 : とても良い、4 : やや良い、3 : どちらでもない、2 : やや悪い、1 : とても悪い)

		n数	総合スコア	社会的意義の大きさ	やりがいの大きさ	仕事内容の楽しさ	資格や専門知識の活かしやすさ	昇進やキャリアアップの機会の多さ	体力的負担	精神的負担	給与	勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ	働きやすさ	ICTやロボットなどの活用状況	業界の成長性
全 体		500	3.0	3.8	3.6	2.9	3.5	3.0	2.7	2.7	2.7	2.8	2.8	2.9	3.2
年齢	15歳以下	23	2.9	3.9	3.6	2.7	3.5	2.8	2.3	2.2	2.8	2.6	2.8	2.7	3.2
	16～18歳	153	3.1	3.9	3.7	2.8	3.5	3.0	2.6	2.7	2.8	2.9	2.8	2.9	3.2
	19～22歳	230	3.1	3.8	3.6	2.9	3.6	3.1	2.6	2.7	2.7	2.8	2.8	3.0	3.3
	23歳以上	94	3.0	3.6	3.3	2.8	3.2	2.9	3.0	2.9	2.7	2.8	2.8	2.9	3.1
学校	中学生	24	3.0	3.7	3.5	2.8	3.3	2.8	2.7	2.6	2.8	2.7	2.7	2.7	3.2
	高校生、高専生(福祉系)	10	3.3	3.4	3.5	3.7	3.2	3.2	3.2	3.2	3.4	3.5	3.5	3.1	3.1
	高校生、高専生(その他)	153	3.0	3.8	3.7	2.8	3.5	2.9	2.5	2.5	2.7	2.8	2.8	2.8	3.1
	専門学校生、短大生、大学生、大学院生(福祉系)	59	3.2	3.8	3.5	3.0	3.6	3.2	3.2	3.0	3.0	3.1	3.0	3.1	3.3
	専門学校生、短大生、大学生、大学院生(その他)	254	3.0	3.8	3.6	2.8	3.5	3.0	2.6	2.7	2.6	2.8	2.8	3.0	3.2
介護との関わり	ある	133	3.3	4.2	4.0	3.2	3.9	3.2	2.9	3.0	2.9	3.0	3.0	3.1	3.5
	ない	367	2.9	3.6	3.4	2.7	3.3	2.9	2.6	2.6	2.7	2.8	2.8	2.9	3.1
介護との関わり (具体的内容)	現在、介護の仕事をしている	5	3.5	3.6	4.4	3.6	3.4	2.8	3.0	3.4	3.8	3.2	3.8	3.6	2.8
	過去に介護の仕事をしたことがある	6	4.0	4.3	4.2	4.2	3.8	4.0	3.8	3.7	3.7	4.2	3.5	3.8	4.7
	介護の仕事に関する研修を受けたことがある	8	3.6	3.9	4.0	3.6	3.5	3.3	3.5	3.5	4.0	3.8	3.6	3.6	3.1
	介護の仕事に就いている(就いていた)親族がいる	23	3.3	3.9	4.0	3.1	4.0	3.0	3.0	3.1	2.6	2.8	3.2	3.0	3.4
	介護の仕事に就いている(就いていた)友人がいる	5	3.6	4.0	3.8	4.2	3.4	3.0	3.4	3.8	4.2	3.6	3.4	3.6	3.2
	介護の現場でボランティアをしている(したことがある)	8	3.2	4.0	4.0	3.6	3.3	3.1	2.5	2.6	3.3	2.9	3.3	3.1	2.5
	介護の現場で実習、職場体験インターンシップなどを行っている(したことがある)	13	3.4	4.2	4.1	3.6	4.2	3.5	2.3	2.6	2.8	3.2	3.2	3.4	3.3
	介護に関する勉強をしている(勉強したことがある) 研修を除く	5	3.6	4.4	3.8	3.4	4.4	3.6	2.8	3.0	3.2	3.8	3.2	3.8	3.8
	自分の親や家族などの介護をしている(したことがある)	10	3.2	4.1	4.0	3.1	3.5	3.1	2.8	3.1	2.6	2.5	2.7	3.0	3.3
	自分の親族内での介護(親が祖父母の介護をしているシーンなど)を見たことがある	27	3.2	4.3	4.1	3.0	3.7	3.0	2.7	2.9	2.6	2.6	2.9	2.9	3.6
	自分が介護される立場である(だったことがある)	2	2.8	2.5	2.0	1.5	2.5	4.0	3.0	2.5	3.0	3.5	3.0	2.5	3.0
	親や家族などの介護のことに関心がある	47	3.3	4.5	4.1	3.1	4.1	3.1	3.0	3.0	2.7	2.8	2.9	3.1	3.6
	自分の介護のことに関心がある	26	3.3	4.2	3.9	3.1	3.8	3.1	3.2	3.2	2.9	2.8	2.9	3.1	3.6
	その他	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
介護をテーマとしたコンテンツへの接触	ある	136	3.4	4.2	4.0	3.3	3.9	3.3	3.0	3.0	2.9	3.1	3.0	3.2	3.6
	ない	364	2.9	3.6	3.4	2.7	3.3	2.9	2.5	2.6	2.6	2.7	2.8	2.9	3.1
接触したことがある コンテンツ (介護がテーマのもの)	介護の仕事テーマとしたイベントに参加したことがある	19	3.8	4.5	4.3	3.9	4.1	3.6	3.2	3.5	3.7	3.7	3.4	3.6	3.8
	介護の仕事テーマとしてテレビ番組を観たことがある	78	3.3	4.4	4.0	3.1	3.8	3.1	2.8	2.9	2.6	2.8	2.7	3.1	3.7
	介護の仕事テーマとしたラジオ番組を聴いたことがある	16	4.0	4.3	4.3	4.0	4.3	3.9	3.8	3.9	3.8	3.8	4.0	3.9	3.9
	介護の仕事テーマとした新聞記事・広告を見たことがある	42	3.6	4.3	4.1	3.5	4.0	3.3	3.4	3.5	3.0	3.2	3.4	3.5	3.6
	介護の仕事テーマとした雑誌記事を見たことがある	26	3.4	4.3	4.0	3.2	3.7	3.2	3.4	3.4	2.9	3.2	2.9	3.3	3.6
	介護の仕事テーマとしたWEB記事を見たことがある	48	3.3	4.1	3.9	3.4	3.7	3.3	2.9	2.9	2.9	3.0	3.0	3.1	3.5
	介護の仕事テーマとしたWEB動画を見たことがある	39	3.3	4.3	3.8	3.2	4.2	3.3	3.0	2.8	2.7	3.0	3.0	3.1	3.4
	その他	2	3.1	3.5	3.5	3.0	3.5	3.0	2.5	2.5	3.0	2.5	3.0	3.5	3.5

表 89 詳細分析 介護の仕事に対するイメージ -2【学生】
(5:とても良い、4:やや良い、3:どちらでもない、2:やや悪い、1:とても悪い)

		n数	総合 スコア	社会的 意義の 大きさ	やりが いの大 きさ	仕事 内容の 楽しさ	活かし やすさ	資格や 専門知 識の	昇進や キャリア アップの 機会	体力的 負担	精神的 負担	給与	勤務日 や勤務 時間の 融通の 利きやす さ	働きや すさ	ICTや ロボッ トなど の活用 状況	業界の 成長性
全 体		500	3.0	3.8	3.6	2.9	3.5	3.0	2.7	2.7	2.7	2.7	2.8	2.8	2.9	3.2
介護の仕事への 理解度	具体的な仕事内容を知っている	72	3.4	4.1	3.9	3.5	3.9	3.4	3.2	3.0	3.0	3.3	3.2	3.2	3.6	
	何となくのイメージはあるが、 具体的な仕事内容については知らない	306	3.0	3.9	3.7	2.7	3.5	3.0	2.5	2.6	2.6	2.7	2.7	2.9	3.2	
	まったく知らない	122	2.9	3.1	3.1	2.8	3.1	2.8	2.9	2.9	2.8	2.8	2.9	2.8	2.9	
介護の仕事への 関心	関心がある (もっと知りたいと思う)	77	3.7	4.3	4.3	3.7	4.1	3.6	3.2	3.4	3.3	3.4	3.5	3.4	3.7	
	関心はない (特に知りたいとは思わない)	272	2.9	3.8	3.5	2.5	3.3	2.8	2.4	2.5	2.5	2.7	2.6	2.8	3.1	
	どちらともいえない	151	3.1	3.5	3.5	3.0	3.4	3.0	2.8	2.8	2.8	2.8	2.9	3.0	3.2	
介護の仕事を 就職先として 魅力的だと思うか	思う	66	3.8	4.2	4.2	3.9	4.1	3.8	3.4	3.4	3.5	3.6	3.6	3.5	3.8	
	思わない	164	2.8	3.7	3.4	2.4	3.3	2.7	2.4	2.4	2.4	2.6	2.6	2.7	3.0	
	どちらともいえない	86	3.1	3.7	3.6	3.0	3.4	3.1	2.7	2.8	2.8	2.9	3.0	3.0	3.2	
介護に関する 授業や実習等 の経験	学校で介護についての授業を受けたことがある	97	3.4	4.0	4.0	3.4	3.8	3.3	3.1	3.1	3.1	3.2	3.3	3.4	3.6	
	介護の現場でボランティアをしたことがある	38	3.5	4.0	4.0	3.4	3.7	3.5	3.2	3.2	3.4	3.4	3.1	3.2	3.5	
	介護の現場で実習や職場体験・インター ンシップをしたことがある	45	3.4	4.0	4.0	3.3	3.9	3.4	2.7	3.0	3.0	3.1	3.2	3.3	3.4	
	介護の現場でアルバイトをしたことがある	15	3.5	3.3	3.5	3.8	3.8	3.3	3.5	3.6	3.7	3.7	3.3	3.3	3.5	
	上記のいずれも経験がない	248	2.9	3.9	3.5	2.5	3.4	2.8	2.3	2.4	2.4	2.5	2.6	2.8	3.1	
	覚えていない	90	2.9	3.1	3.2	2.9	3.1	2.9	2.9	2.8	2.8	2.9	2.9	2.8	2.9	
就職イベント等で 介護の仕事について 見聞きた経験	学内の就職イベント等で聞いたり、見た りしたことがある	59	3.5	4.1	3.9	3.4	4.0	3.4	3.4	3.4	3.2	3.3	3.3	3.4	3.7	
	学外の就職イベント等で聞いたり、見た りしたことがある	93	3.4	3.9	3.9	3.5	3.8	3.5	3.0	3.1	3.0	3.2	3.2	3.3	3.5	
	就職イベント等で「介護の仕事」に関 する説明を聞いたり、見たことはない	361	2.9	3.7	3.5	2.7	3.3	2.8	2.5	2.5	2.6	2.7	2.7	2.8	3.1	
介護の仕事に関する 良いイメージの形成に 影響を与えたもの	身近な人が介護サービスを受けている様 子を見たこと	60	3.4	4.3	4.0	3.2	4.1	3.3	2.9	2.9	3.0	3.1	3.0	3.1	3.6	
	実際に介護の現場で働いている・働いて いた人からの話	72	3.3	4.2	3.9	3.3	4.0	3.3	2.8	2.9	2.9	3.1	3.0	3.2	3.6	
	親族から聞いた話	82	3.4	4.0	4.0	3.3	4.0	3.3	3.1	3.2	3.1	3.2	3.3	3.2	3.6	
	知人・友人から聞いた話	54	3.5	3.9	3.9	3.3	4.0	3.3	3.2	3.3	3.3	3.2	3.4	3.3	3.6	
	学校の先生から聞いた話、授業で聞いた 話	58	3.4	4.2	3.9	3.1	3.8	3.4	3.2	3.2	2.9	3.2	3.2	3.5	3.6	
	介護に関するイベント	26	3.6	3.6	3.8	3.9	3.6	3.6	3.8	3.4	3.5	3.5	3.4	3.5	3.9	
	介護に関するテレビ番組	33	3.6	4.2	4.0	3.6	4.0	3.5	3.2	3.2	3.5	3.5	3.4	3.5	3.7	
	介護に関するラジオ番組	15	3.5	4.3	4.1	3.5	3.9	3.7	3.4	3.1	3.5	3.2	3.1	3.1	3.6	
	介護に関する新聞記事・広告	5	3.8	4.2	4.4	3.6	3.8	4.0	3.6	3.4	3.6	3.8	3.2	4.2	4.2	
	介護に関する雑誌記事	9	3.7	4.4	4.2	3.9	4.0	3.4	3.2	3.6	3.7	3.1	3.9	3.2	3.4	
	介護に関する書籍・漫画	66	3.0	4.5	3.9	2.7	3.5	2.8	2.3	2.4	2.6	2.5	2.5	2.9	3.4	
	介護に関するWEBコンテンツ(記事)	2	3.4	3.5	4.0	4.0	3.0	3.5	3.5	4.0	4.0	2.5	4.0	2.5	2.0	
	介護に関するWEBコンテンツ(YouTube等 の動画)	16	3.4	4.3	3.9	3.4	3.8	3.1	2.9	3.3	3.2	3.1	3.1	3.1	3.7	
	介護に関する映画	3	3.3	4.3	3.7	3.3	3.7	3.0	3.0	2.3	4.3	2.7	2.0	3.7	3.7	
	その他	11	3.6	4.6	4.0	3.5	3.9	3.6	3.5	3.6	3.2	3.3	3.0	3.2	3.6	
	わからない	30	3.3	4.2	4.0	3.3	3.9	3.1	2.8	3.0	2.8	2.9	3.2	3.3	3.4	
	介護の仕事に対して良いイメージは持っ ていない	26	3.3	4.3	4.1	3.0	3.9	3.0	2.8	3.0	2.7	3.2	2.8	2.8	3.5	

表 90 詳細分析 介護の仕事に対するイメージ -1【保護者】
(5 : とても良い、4 : やや良い、3 : どちらでもない、2 : やや悪い、1 : とても悪い)

		n数	総合スコア	社会的意義の大きさ	やりがいの大きさ	仕事内容の楽しさ	資格や専門知識の活かしやすさ	昇進やキャリアアップの機会の多さ	体力的負担	精神的負担	給与	勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ	働きやすさ	ICTやロボットなどの活用状況	業界の成長性
全 体		500	3.0	3.8	3.4	2.8	3.5	2.9	2.6	2.7	2.5	2.7	2.7	2.8	3.2
年 齢	20～29歳	17	3.1	3.5	3.5	3.2	3.5	3.1	2.8	2.7	2.8	2.8	2.9	3.1	3.1
	30～39歳	107	3.0	3.6	3.4	2.9	3.4	3.0	2.8	2.9	2.6	2.9	2.8	2.9	3.2
	40～49歳	165	3.0	3.8	3.4	2.8	3.5	3.0	2.8	2.9	2.6	2.7	2.8	2.9	3.2
	50～59歳	135	2.9	3.8	3.4	2.7	3.4	2.8	2.4	2.4	2.4	2.6	2.6	2.7	3.2
	60歳以上	76	2.9	4.0	3.5	2.7	3.6	2.8	2.4	2.6	2.3	2.6	2.7	2.8	3.2
介護との関わり	ある	136	3.0	4.1	3.6	2.8	3.7	2.9	2.5	2.6	2.4	2.6	2.7	2.8	3.4
	ない	364	3.0	3.7	3.4	2.8	3.4	2.9	2.7	2.7	2.5	2.7	2.8	2.9	3.1
介護との関わり (具体的内容)	現在、介護の仕事をしている	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	過去に介護の仕事をしたことがある	21	3.1	4.3	3.8	2.9	3.9	3.0	2.7	2.6	2.5	2.6	2.9	2.9	3.2
	介護の仕事に関する研修を受けたことがある	17	3.1	3.7	3.6	2.9	3.7	3.0	2.6	2.6	2.7	3.0	2.8	2.8	3.3
	介護の仕事に就いている(就いていた)親族がいる	14	3.2	4.5	4.1	3.1	4.1	2.8	2.6	2.4	2.6	3.1	2.9	3.0	3.6
	介護の仕事に就いている(就いていた)友人がいる	9	2.9	4.4	3.7	2.8	3.8	2.7	2.3	2.3	2.0	2.6	2.9	2.4	3.1
	介護の現場でボランティアをしている(したことがある)	9	3.4	4.3	4.3	3.3	4.3	2.8	3.1	2.8	3.2	3.1	2.8	3.4	3.6
	介護の現場で実習、職場体験インターンシップなどを行っている(したことがある)	5	3.2	4.2	3.6	3.0	3.8	3.2	3.0	2.8	2.8	2.8	2.6	3.4	3.6
	介護に関する勉強をしている(勉強したことがある) 研修を除く	10	3.0	4.5	4.0	3.1	4.1	2.9	2.0	2.0	2.0	2.6	3.0	2.5	3.7
	自分の親や家族などの介護をしている(したことがある)	35	3.1	4.5	3.9	2.8	4.0	2.9	2.5	2.5	2.4	2.8	2.7	2.8	3.5
	自分の親族内での介護(親が祖父母の介護をしているシーンなど)を見たことがある	26	3.2	4.5	3.9	2.8	4.3	2.9	2.8	2.9	2.3	2.7	2.8	3.1	3.6
	自分が介護される立場である(だったことがある)	4	3.4	3.3	3.3	3.5	3.8	2.8	3.5	3.0	4.0	3.5	3.5	3.5	3.0
	親や家族などの介護のことに関心がある	56	3.0	4.2	3.7	2.8	3.8	3.0	2.4	2.5	2.3	2.5	2.7	2.8	3.6
	自分の介護のことに関心がある	466	3.0	3.8	3.4	2.8	3.4	2.9	2.7	2.7	2.5	2.7	2.7	2.8	3.1
	その他	0	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
	該当するものはない(介護との関わりや介護への関心はない)	364	3.0	3.7	3.4	2.8	3.4	2.9	2.7	2.7	2.5	2.7	2.8	2.9	3.1
介護をテーマとしたコンテンツへの接触	ある	119	3.1	4.1	3.7	2.9	3.7	3.0	2.6	2.6	2.6	2.8	2.8	2.9	3.4
	ない	381	2.9	3.7	3.4	2.7	3.4	2.9	2.6	2.7	2.5	2.7	2.7	2.8	3.1
接触したことがある コンテンツ (介護がテーマのもの)	介護の仕事テーマとしたイベントに参加したことがある	483	3.0	3.8	3.4	2.7	3.4	2.9	2.6	2.7	2.5	2.7	2.7	2.8	3.2
	介護の仕事テーマとしてテレビ番組を観たことがある	65	3.0	4.1	3.6	2.7	3.7	2.9	2.4	2.4	2.4	2.6	2.7	2.7	3.3
	介護の仕事テーマとしたラジオ番組を聴いたことがある	12	3.4	4.4	3.8	3.4	4.1	3.4	3.1	2.8	3.2	3.3	3.3	3.0	3.6
	介護の仕事テーマとした新聞記事・広告を見たことがある	48	3.1	4.4	3.9	2.9	4.0	3.0	2.4	2.5	2.5	2.7	2.8	2.9	3.5
	介護の仕事テーマとした雑誌記事を見たことがある	32	3.4	4.4	3.9	3.4	4.0	3.2	2.9	2.9	2.7	3.1	3.0	3.2	3.5
	介護の仕事テーマとしたWEB記事を見たことがある	41	3.1	4.3	3.8	2.9	3.9	3.0	2.4	2.6	2.5	2.9	2.9	2.8	3.5
	介護の仕事テーマとしたWEB動画を見たことがある	25	3.3	4.4	4.0	3.2	4.2	3.2	2.8	2.8	2.6	3.0	3.0	3.1	3.5
	その他	1	4.6	2.0	4.0	5.0	5.0	4.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0	5.0
	介護の仕事テーマとしたコンテンツに触れたことはない	381	2.9	3.7	3.4	2.7	3.4	2.9	2.6	2.7	2.5	2.7	2.7	2.8	3.1

表 91 詳細分析 介護の仕事に対するイメージ -2【保護者】
 (5 : とても良い、4 : やや良い、3 : どちらでもない、2 : やや悪い、1 : とても悪い)

		n数	総合スコア	社会的意義の大きさ	やりがいの大きさ	仕事内容の楽しさ	資格や専門知識の活かしやすさ	昇進やキャリアアップの機会の多さ	体力的負担	精神的負担	給与	勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ	働きやすさ	ICTやロボットなどの活用状況	業界の成長性
全 体		500	3.0	3.8	3.4	2.8	3.5	2.9	2.6	2.7	2.5	2.7	2.7	2.8	3.2
介護の仕事への理解度	具体的な仕事内容を知っている	86	3.1	4.1	3.6	2.9	3.8	3.0	2.5	2.6	2.4	2.8	2.8	2.9	3.4
	何となくのイメージはあるが、具体的な仕事内容については知らない	267	2.9	3.9	3.5	2.6	3.5	2.9	2.6	2.6	2.3	2.5	2.6	2.8	3.2
	まったく知らない	147	3.0	3.4	3.3	2.9	3.2	3.0	2.9	2.9	2.8	3.0	3.0	3.0	3.0
介護の仕事への関心	関心がある(もっと知りたいと思う)	63	3.6	4.4	4.2	3.5	4.2	3.5	3.2	3.2	2.9	3.3	3.3	3.5	3.8
	関心はない(特に知りたいとは思わない)	291	2.8	3.7	3.3	2.6	3.4	2.8	2.5	2.6	2.3	2.6	2.6	2.7	3.0
	どちらともいえない	146	3.0	3.7	3.4	2.9	3.4	2.9	2.7	2.7	2.6	2.7	2.8	2.9	3.2
介護の仕事を就職先として魅力的だと思うか	思う	29	4.0	4.6	4.4	4.1	4.3	3.9	3.6	3.5	3.7	3.9	4.0	3.8	4.2
	思わない	162	2.8	3.7	3.3	2.5	3.3	2.7	2.5	2.5	2.2	2.5	2.5	2.7	3.0
	どちらともいえない	86	3.1	3.7	3.5	3.0	3.5	3.1	2.7	2.8	2.7	2.8	2.9	3.0	3.3
介護施設などを訪問した経験	ある	86	3.2	4.1	3.8	3.1	3.8	3.1	2.8	2.7	2.6	2.9	3.0	3.0	3.4
	ない	414	2.9	3.7	3.4	2.7	3.4	2.9	2.6	2.7	2.5	2.7	2.7	2.8	3.1
介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたもの	身近な人が介護サービスを受けている様子を見たこと	89	3.3	4.2	3.9	3.1	3.9	3.2	2.9	2.9	2.7	2.9	2.9	3.0	3.5
	実際に介護の現場で働いている・働いていた人からの話	85	3.1	4.2	3.6	2.9	3.7	3.0	2.7	2.8	2.5	2.8	2.9	2.8	3.4
	親族から聞いた話	57	3.2	4.0	3.7	2.9	3.7	3.1	2.9	3.0	2.9	2.9	2.8	3.1	3.4
	知人・友人から聞いた話	44	3.3	4.0	3.8	3.0	3.7	3.1	3.3	3.3	2.7	2.9	2.9	3.2	3.3
	学校の先生から聞いた話、授業で聞いた話	10	3.8	4.3	3.9	3.8	4.2	3.2	4.0	3.7	3.2	4.0	3.8	3.6	3.6
	介護に関する研修に参加したこと(入門的研修、初任者研修など)	30	3.5	3.8	3.7	3.5	3.8	3.3	3.3	3.3	3.4	3.3	3.3	3.6	3.6
	介護の仕事の実習や職場体験、インターンに参加したこと	23	3.4	4.0	4.0	3.4	4.1	3.3	3.2	3.2	2.6	3.1	3.0	3.1	3.5
	介護の現場でボランティア活動(有償/無償)をしたこと	20	3.3	4.1	3.8	3.5	3.8	3.2	3.1	3.1	2.8	3.0	2.9	3.2	3.4
	介護の現場でアルバイトをしたこと	17	3.4	4.5	4.1	3.4	4.1	2.9	3.0	2.9	3.0	3.1	3.4	2.9	3.8
	介護に関するイベント	12	3.3	4.5	4.3	3.3	3.9	3.3	3.0	3.2	2.5	2.8	2.6	3.0	3.8
	介護に関するテレビ番組	78	3.0	3.9	3.6	2.6	3.6	2.9	2.5	2.6	2.2	2.6	2.7	2.8	3.4
	介護に関するラジオ番組	6	4.1	4.2	4.0	4.2	3.8	4.2	3.8	3.8	4.0	4.3	4.0	4.2	4.3
	介護に関する新聞記事・広告	30	3.0	4.3	3.8	2.8	3.7	2.9	2.4	2.7	2.3	2.4	2.5	2.8	3.5
	介護に関する雑誌記事	18	3.3	4.7	3.9	3.1	3.9	3.1	2.6	2.7	2.7	2.9	2.9	2.9	3.5
	介護に関する書籍・漫画	13	3.5	4.3	3.9	3.5	3.8	3.2	3.3	3.2	3.1	3.4	3.3	3.5	3.9
	介護に関するWEBコンテンツ(記事)	34	3.0	4.3	3.8	2.8	3.7	2.8	2.3	2.5	2.1	2.5	2.6	2.7	3.5
	介護に関するWEBコンテンツ(YouTube等の動画)	18	3.3	4.2	3.8	3.2	3.9	3.1	2.5	2.6	2.6	3.1	3.1	3.2	3.8
	介護に関する映画	4	4.0	3.8	4.0	4.3	4.3	3.8	4.0	3.5	4.0	4.3	4.3	4.0	3.8
	その他	5	2.3	3.6	2.8	1.8	4.4	2.6	1.6	1.2	1.4	1.6	1.8	1.8	3.0
	わからない	64	3.1	3.7	3.5	2.9	3.4	3.0	2.8	2.9	2.8	2.9	2.9	3.0	3.2
	介護の仕事に対して良いイメージは持っていない	167	2.7	3.4	3.1	2.6	3.1	2.7	2.4	2.5	2.3	2.5	2.6	2.7	3.0

表 92 詳細分析 介護の仕事に対するイメージ -A【介護職・入職前】
 (5 : とても良い、4 : やや良い、3 : どちらでもない、2 : やや悪い、1 : とても悪い)

		n 数	総 合 ス コ ア	社 会 的 意 義 の 大 き さ	や り が い の 大 き さ	仕 事 内 容 の 楽 し さ	活 か し や す さ	機 会 の 多 さ	昇 進 や キ ャ リ ア ア ッ プ の 機 会	体 力 的 負 担	精 神 的 負 担	給 与	融 通 の 利 き や す さ	勤 務 日 や 勤 務 時 間 の 適 当 さ	働 き や す さ	I C T や ロ ボ ッ ト な ど の 活 用 状 況	業 界 の 成 長 性
全体		1,000	3.3	3.7	3.7	3.3	3.6	3.3	3.1	3.1	3.0	3.3	3.3	2.9	3.4		
年齢	19歳未満	3	3.3	2.7	4.0	3.3	3.0	3.3	2.7	3.0	3.3	3.7	3.7	3.7	3.0		
	20歳～29歳	87	3.6	3.7	3.8	3.6	3.8	3.4	3.5	3.5	3.5	3.6	3.6	3.6	3.6		
	30歳～39歳	233	3.5	3.8	3.7	3.5	3.7	3.4	3.2	3.3	3.2	3.5	3.5	3.2	3.5		
	40歳～49歳	299	3.2	3.6	3.6	3.3	3.6	3.2	3.0	3.0	2.9	3.2	3.2	2.8	3.3		
	50歳～59歳	248	3.2	3.7	3.6	3.2	3.5	3.2	2.9	3.0	2.8	3.2	3.2	2.6	3.4		
	60歳以上	130	3.1	3.7	3.6	3.1	3.4	3.1	2.8	2.8	2.8	3.2	3.1	2.4	3.3		
介護業界で働くことを 考え始めた時期	中学生以下の時	61	3.6	3.8	3.9	3.8	3.8	3.5	3.6	3.6	3.5	3.6	3.6	3.4	3.5		
	高校生・高専生の時	138	3.4	3.7	3.8	3.4	3.7	3.4	3.2	3.1	3.1	3.3	3.4	3.1	3.4		
	専門学校生・短大生・大学生・大学院生の時 (就職活動より前)	91	3.5	3.8	3.8	3.5	3.6	3.5	3.4	3.5	3.4	3.6	3.5	3.4	3.6		
	専門学校生・短大生・大学生・大学院生の時 (就職活動を始めた後)	115	3.5	3.9	3.8	3.7	3.7	3.4	3.4	3.4	3.2	3.5	3.5	3.3	3.6		
	就職後(転職先として介護業界で働くことを検討した)	595	3.2	3.6	3.6	3.2	3.5	3.1	2.9	2.9	2.8	3.2	3.2	2.6	3.3		
介護業界で働くことを 考え始めたきっかけ	身近な人の介護をしたこと、見たこと	246	3.5	3.9	3.9	3.6	3.7	3.5	3.3	3.3	3.2	3.4	3.4	3.1	3.5		
	身近に介護の仕事をしている人がいたこと	232	3.5	3.9	3.9	3.5	3.8	3.4	3.3	3.3	3.1	3.5	3.5	3.2	3.6		
	職場体験・インターンシップなどで介護施設 を訪問したこと	110	3.8	4.1	4.1	3.8	4.0	3.8	3.7	3.7	3.6	3.8	3.8	3.7	3.8		
	介護に関する授業を受けたこと	159	3.6	3.9	4.0	3.6	3.8	3.6	3.3	3.4	3.4	3.5	3.6	3.3	3.7		
	介護に関する研修(入門的研修、初任者研 修など)を受けたこと	160	3.6	3.9	3.9	3.7	3.8	3.6	3.4	3.4	3.4	3.6	3.5	3.3	3.7		
	介護の現場でボランティア活動(有償/無償) をしたこと	106	3.8	4.1	4.2	3.8	4.0	3.8	3.6	3.5	3.5	3.8	3.7	3.5	3.7		
	新聞や雑誌、インターネット等で介護の仕事 について知ったこと	120	3.7	4.1	4.0	3.7	3.9	3.6	3.6	3.6	3.3	3.6	3.5	3.2	3.7		
	就職先を探している時に介護の仕事に関す る求人情報が目に入ったこと	266	3.2	3.7	3.6	3.2	3.5	3.2	2.9	3.0	2.9	3.2	3.2	2.7	3.4		
	その他	77	2.9	3.3	3.2	2.9	3.4	2.9	2.7	2.8	2.6	3.0	3.0	2.5	3.1		
介護職への就職を 反対された経験	ある	251	3.6	3.9	3.8	3.6	3.7	3.5	3.5	3.5	3.3	3.6	3.5	3.3	3.6		
	ない	749	3.2	3.6	3.6	3.2	3.6	3.2	2.9	3.0	2.9	3.2	3.2	2.7	3.3		

表 93 詳細分析 介護の仕事に対するイメージ -B-1【介護職・入職後】
 (5:とても良い、4:やや良い、3:どちらでもない、2:やや悪い、1:とても悪い)

		n 数	総合 スコア	社会的 意義の 大きさ	やり がいの 大きさ	仕事 内容の 楽しさ	活 かし やすさ	資 格や 専門 知識の	機 会の 多さ	昇 進や キャ リア アッ プの	体 力的 負 担	精 神的 負 担	給 与	勤 務日 や勤 務時 間の 融 通の 利 き やす さ	働 き やす さ	活 用 状 況	I C Tや ロボ ット など の	業 界の 成長 性
全 体		1000	3.2	3.6	3.6	3.4	3.5	3.2	3.0	3.0	3.0	3.0	2.9	3.4	3.3	2.8	3.3	3.3
年齢	19歳未満	3	3.3	3.3	4.0	3.0	3.3	3.0	3.3	3.3	3.7	3.7	3.7	3.0	3.3	3.0	3.6	3.0
	20歳～29歳	87	3.6	3.7	3.7	3.7	3.7	3.6	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.5	3.6	3.6	3.6	
	30歳～39歳	233	3.4	3.8	3.8	3.5	3.6	3.4	3.2	3.2	3.2	3.2	3.5	3.5	3.1	3.4	3.4	
	40歳～49歳	299	3.2	3.5	3.5	3.3	3.4	3.1	2.9	2.9	2.9	2.8	3.3	3.3	2.8	3.1	3.1	
	50歳～59歳	248	3.1	3.6	3.5	3.3	3.4	3.1	2.7	2.7	2.7	2.7	3.2	3.2	2.5	3.2	3.2	
	60歳以上	130	3.1	3.7	3.6	3.3	3.4	3.0	2.7	2.7	2.7	2.7	3.2	3.1	2.4	3.1	3.1	
年収 (兼業・副業含む)	100万円未満	77	3.1	3.6	3.5	3.2	3.4	3.1	2.7	2.8	2.8	2.7	3.4	3.3	2.6	3.1	3.1	
	100～200万円未満	118	3.1	3.6	3.6	3.3	3.5	3.1	2.8	2.8	2.8	2.8	3.3	3.2	2.6	3.1	3.1	
	200～300万円未満	163	3.1	3.5	3.6	3.3	3.4	3.0	2.8	2.8	2.8	2.7	3.2	3.2	2.6	3.2	3.2	
	300～400万円未満	203	3.1	3.5	3.5	3.3	3.4	3.2	2.9	2.9	2.9	2.8	3.2	3.3	2.7	3.2	3.2	
	400～500万円未満	136	3.3	3.7	3.6	3.4	3.4	3.2	3.1	3.0	3.0	3.0	3.3	3.3	2.9	3.2	3.2	
	500～600万円未満	88	3.4	3.9	3.7	3.5	3.6	3.4	3.2	3.2	3.2	3.2	3.5	3.5	3.1	3.5	3.5	
	600～700万円未満	33	3.9	4.2	4.3	4.0	4.0	3.8	3.7	3.8	3.7	3.9	3.7	3.6	3.8	3.8	3.8	
	700～800万円未満	21	4.0	4.4	4.4	4.3	4.4	4.1	4.0	3.6	4.0	3.8	3.9	3.3	4.1	4.1	4.1	
	800万円以上	38	3.7	4.0	3.9	3.7	3.8	3.8	3.5	3.5	3.6	3.8	3.7	3.8	3.8	3.8	3.8	
回答しない	123	3.1	3.4	3.4	3.2	3.3	3.0	2.7	2.9	2.7	3.3	3.2	2.7	3.1	3.1	3.1		
現在の職場の 勤続年数	1年未満	40	3.0	3.4	3.3	3.0	3.2	2.9	2.5	2.6	2.6	2.6	3.2	3.1	2.6	3.2	3.2	
	1～3年未満	219	3.2	3.5	3.4	3.3	3.5	3.1	3.0	3.0	3.0	2.9	3.4	3.3	2.8	3.2	3.2	
	3～5年未満	147	3.3	3.7	3.6	3.4	3.6	3.2	3.0	2.9	2.8	3.4	3.3	2.8	3.3	3.3	3.3	
	5～10年未満	249	3.3	3.7	3.7	3.4	3.5	3.2	3.0	3.0	3.0	3.3	3.4	2.9	3.2	3.2	3.2	
	10年以上	345	3.2	3.7	3.6	3.4	3.5	3.2	2.9	3.0	2.9	3.4	3.3	2.8	3.3	3.3	3.3	
介護の仕事に 従事した年数 (通算)	1年未満	39	3.2	3.5	3.3	3.2	3.3	3.0	2.8	2.9	2.9	3.1	3.3	3.4	2.9	3.4	3.4	
	1～3年未満	110	3.4	3.7	3.7	3.5	3.5	3.3	3.3	3.4	3.1	3.6	3.5	3.0	3.4	3.4	3.4	
	3～5年未満	99	3.2	3.6	3.6	3.4	3.5	3.2	2.9	2.9	2.9	3.4	3.3	2.9	3.2	3.2	3.2	
	5～10年未満	199	3.3	3.7	3.7	3.5	3.5	3.3	3.1	3.1	3.0	3.3	3.3	2.9	3.3	3.3	3.3	
	10年以上	553	3.2	3.6	3.6	3.3	3.5	3.1	2.9	2.8	2.8	3.3	3.2	2.7	3.2	3.2	3.2	
雇用形態	正規職員	682	3.2	3.6	3.6	3.4	3.5	3.2	3.0	3.0	3.0	3.0	3.3	3.3	2.9	3.3	3.3	
	契約職員(有期労働)	58	3.2	3.7	3.6	3.4	3.4	3.0	2.8	2.9	2.7	3.3	3.3	2.8	3.3	3.3	3.3	
	パートタイム職員(短時間労働)	226	3.2	3.6	3.6	3.4	3.5	3.1	2.9	2.9	2.9	3.5	3.3	2.6	3.2	3.2	3.2	
	派遣職員(派遣会社が雇用)	34	3.1	3.6	3.7	3.3	3.4	3.0	2.7	2.8	2.7	3.3	3.1	2.6	3.4	3.4	3.4	
事業所の種類	施設系(特別養護老人ホームなど)	369	3.3	3.7	3.6	3.4	3.5	3.2	3.0	3.0	3.0	3.0	3.3	3.3	2.9	3.3	3.3	
	居住系(有料老人ホーム、サ高住など)	144	3.1	3.6	3.6	3.3	3.4	3.1	2.9	2.8	2.7	3.3	3.3	2.7	3.2	3.2	3.2	
	通所系	155	3.2	3.5	3.5	3.3	3.4	3.1	2.9	2.9	2.7	3.3	3.2	2.7	3.2	3.2	3.2	
	訪問系	95	3.4	3.8	3.8	3.5	3.7	3.4	3.1	3.0	3.2	3.5	3.5	2.8	3.4	3.4	3.4	
	居宅介護支援事業所	51	3.2	3.6	3.5	3.2	3.5	3.3	2.9	3.0	2.8	3.4	3.4	2.9	3.2	3.2	3.2	
	医療関係	80	3.1	3.5	3.3	3.2	3.4	3.1	2.7	2.9	2.9	3.3	3.2	2.8	3.0	3.0	3.0	
	障害者・障害児福祉関係	80	3.3	3.7	3.8	3.5	3.5	3.2	3.0	3.0	3.0	3.4	3.3	2.7	3.4	3.4	3.4	
	その他	26	3.3	3.7	3.7	3.5	3.7	3.3	2.9	2.8	2.8	3.7	3.4	3.1	3.6	3.6	3.6	
職位・職階	経営層	39	3.6	4.0	3.9	3.7	3.7	3.6	3.5	3.5	3.5	3.5	3.8	3.5	3.3	3.7	3.7	
	管理職	93	3.6	4.0	4.0	3.8	3.9	3.6	3.5	3.4	3.3	3.5	3.6	3.4	3.5	3.5	3.5	
	主任・(サブ)リーダーなどの職場のまとめ役	137	3.4	3.7	3.7	3.5	3.7	3.4	3.2	3.1	3.1	3.4	3.4	3.1	3.4	3.4	3.4	
	一般職	700	3.1	3.5	3.5	3.3	3.4	3.1	2.8	2.8	2.8	3.3	3.2	2.7	3.2	3.2	3.2	
	その他	31	3.2	3.7	3.7	3.5	3.5	3.0	2.8	2.7	3.2	3.6	3.5	2.4	3.3	3.3	3.3	
業務内容	マネジメント(経営関連)	135	3.6	4.0	3.9	3.7	3.7	3.6	3.5	3.5	3.4	3.6	3.6	3.4	3.6	3.6	3.6	
	現場でのチームマネジメント	183	3.6	4.0	3.9	3.8	3.9	3.6	3.4	3.4	3.3	3.6	3.6	3.3	3.5	3.5	3.5	
	他職員への指導	225	3.5	3.9	3.9	3.7	3.8	3.6	3.3	3.2	3.1	3.5	3.6	3.2	3.5	3.5	3.5	
	利用者のケアのマネジメント(ケアプラン・介護計画の作成等)	202	3.5	3.9	3.9	3.7	3.8	3.5	3.3	3.3	3.2	3.6	3.5	3.1	3.5	3.5	3.5	
	利用者の介護	697	3.2	3.6	3.6	3.3	3.5	3.1	2.8	2.8	2.8	3.3	3.3	2.7	3.2	3.2	3.2	
	介護の周辺業務(介護助手など)	274	3.3	3.7	3.6	3.4	3.5	3.2	3.0	3.1	3.0	3.4	3.3	2.8	3.3	3.3	3.3	
	その他	46	3.2	3.6	3.6	3.5	3.5	3.1	2.7	2.8	2.9	3.4	3.3	2.6	3.0	3.0	3.0	

表 94 詳細分析 介護の仕事に対するイメージ -B-2【介護職・入職後】
 (5:とても良い、4:やや良い、3:どちらでもない、2:やや悪い、1:とても悪い)

		n数	総合スコア	社会的意義の大きさ	やりがいの大きさ	仕事内容の楽しさ	資格や専門知識の活かしやすさ	昇進やキャリアアップの機会の多さ	体力的負担	精神的負担	給与	勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ	働きやすさ	ICTやロボットなどの活用状況	業界の成長性
全 体		1,000	3.2	3.6	3.6	3.4	3.5	3.2	3.0	3.0	2.9	3.4	3.3	2.8	3.3
保有資格等	介護に関する入門的研修	120	3.7	4.1	3.9	3.7	3.8	3.7	3.4	3.5	3.4	3.7	3.7	3.4	3.7
	介護職員初任者研修(またはホームヘルパー2級)	373	3.3	3.7	3.7	3.5	3.6	3.3	3.0	3.0	2.9	3.4	3.4	2.8	3.3
	介護福祉士実務者研修	185	3.4	3.8	3.8	3.5	3.7	3.5	3.1	3.1	3.0	3.4	3.4	3.0	3.4
	生活援助従事者研修	63	4.1	4.4	4.3	4.2	4.2	4.0	4.0	4.0	4.0	4.0	4.1	4.0	4.1
	社会福祉士主任任用資格	109	3.7	4.1	4.0	3.9	3.9	3.7	3.6	3.5	3.5	3.6	3.7	3.5	3.7
	介護福祉士	473	3.3	3.6	3.6	3.4	3.6	3.2	3.0	2.9	2.9	3.3	3.3	2.9	3.3
	認定介護福祉士	38	4.2	4.4	4.4	4.3	4.3	4.2	4.0	4.1	4.0	4.1	4.0	4.0	4.1
	介護支援専門員(ケアマネジャー)	157	3.5	3.9	3.9	3.6	3.8	3.5	3.3	3.2	3.2	3.6	3.5	3.2	3.5
	社会福祉士	79	3.7	4.0	4.0	3.9	3.8	3.7	3.7	3.7	3.5	3.7	3.8	3.5	3.6
	理学療法士(PT)	45	4.0	4.3	4.2	4.1	4.1	3.9	4.0	3.9	3.9	4.0	4.0	4.0	4.0
	作業療法士(OT)	38	4.0	4.4	4.3	4.1	4.1	3.9	3.9	3.9	3.9	3.9	3.9	3.8	3.8
	言語聴覚士(ST)	30	4.1	4.3	4.3	4.2	4.1	4.1	4.0	4.1	4.0	4.1	3.9	3.9	4.0
	精神保健福祉士	30	4.0	4.4	4.1	4.1	4.1	3.7	4.0	4.1	3.8	4.1	4.0	3.8	4.1
	正看護師	95	3.4	3.8	3.6	3.5	3.6	3.2	3.1	3.2	3.0	3.5	3.4	3.0	3.2
	准看護師	32	3.6	3.9	3.8	3.8	3.7	3.5	3.4	3.4	3.4	3.8	3.5	3.3	3.3
	保健師	27	4.0	4.3	4.2	4.0	4.0	3.8	3.9	4.1	3.8	3.9	3.7	4.0	3.9
	保育士	28	3.9	4.3	4.2	4.0	4.0	4.0	3.7	3.8	3.6	3.8	3.8	3.8	4.0
	その他	19	3.1	3.5	3.4	3.3	3.4	3.1	2.8	3.1	2.8	3.1	3.1	2.5	3.3
	特になし	89	3.1	3.4	3.4	3.2	3.1	2.9	2.8	2.9	2.8	3.3	3.2	2.7	3.1
スポットワークアプリでのアルバイト経験(介護の仕事)	ある(現在勤めている事業所でアルバイトをしていた)	156	3.9	4.1	4.1	3.9	3.9	3.8	3.7	3.8	3.7	3.8	3.8	3.8	3.8
	ある(現在勤めている事業所以外でアルバイトをしていた)	94	3.4	3.7	3.8	3.5	3.6	3.4	3.2	3.3	3.2	3.5	3.4	3.0	3.4
	ない	750	3.1	3.5	3.5	3.2	3.4	3.0	2.8	2.7	2.7	3.2	3.2	2.6	3.1
介護をテーマとしたコンテンツへの接触	ある	757	3.3	3.7	3.7	3.4	3.6	3.2	3.0	3.0	3.0	3.4	3.4	2.9	3.3
	ない	243	3.0	3.3	3.3	3.1	3.3	3.0	2.8	2.8	2.8	3.2	3.2	2.7	3.1
接触したことがあるコンテンツ(介護がテーマのもの)	介護の仕事テーマとしたイベントに参加したことがある	226	3.5	3.9	3.8	3.6	3.8	3.5	3.2	3.3	3.1	3.5	3.5	3.2	3.5
	介護の仕事テーマとしてテレビ番組を観たことがある	429	3.3	3.8	3.8	3.5	3.6	3.3	3.0	3.0	2.9	3.4	3.4	2.9	3.3
	介護の仕事テーマとしたラジオ番組を聴いたことがある	133	3.7	4.0	4.0	3.9	3.8	3.7	3.6	3.6	3.4	3.6	3.6	3.4	3.6
	介護の仕事テーマとした新聞記事・広告を見たことがある	348	3.4	3.9	3.8	3.5	3.7	3.3	3.1	3.0	3.0	3.5	3.5	2.9	3.4
	介護の仕事テーマとした雑誌記事を見たことがある	259	3.5	3.9	3.9	3.6	3.7	3.4	3.2	3.2	3.1	3.6	3.5	3.0	3.5
	介護の仕事テーマとしたWEB記事を見たことがある	374	3.3	3.8	3.7	3.4	3.6	3.2	2.9	2.9	2.9	3.4	3.4	2.8	3.3
	介護の仕事テーマとしたWEB動画を見たことがある	338	3.3	3.8	3.7	3.5	3.6	3.3	3.0	3.0	2.9	3.4	3.4	2.8	3.3
	その他	5	3.7	3.8	4.0	3.8	3.6	3.4	3.8	3.6	3.2	3.8	4.0	3.2	3.8
	介護の仕事テーマとしたコンテンツに触れたことはない	243	3.0	3.3	3.3	3.1	3.3	3.0	2.8	2.8	2.8	3.2	3.2	2.7	3.1

表 95 詳細分析 介護の仕事に対するイメージ -B-3【介護職・入職後】
(5:とても良い、4:やや良い、3:どちらでもない、2:やや悪い、1:とても悪い)

	n数	総合スコア	社会的意義の大きさ	やりがいの大きさ	仕事内容の楽しさ	資格や専門知識の活かしやすさ	昇進やキャリアアップの機会の多さ	体力的負担	精神的負担	給与	勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ	働きやすさ	ICTやロボットなどの活用状況	業界の成長性
全 体	1,000	3.2	3.6	3.6	3.4	3.5	3.2	3.0	3.0	2.9	3.4	3.3	2.8	3.3
介護の仕事に就いていることを誇りに感じるか	誇りに感じる	435	3.7	4.1	4.1	3.9	3.6	3.4	3.4	3.3	3.7	3.7	3.2	3.7
	誇りに感じてはいない	252	2.8	3.1	3.0	2.9	3.1	2.8	2.5	2.6	3.0	2.9	2.4	2.8
	どちらともいえない	313	3.0	3.4	3.4	3.0	3.2	2.9	2.6	2.7	2.6	3.1	2.6	3.0
介護の仕事の魅力を周囲に伝えたい発信したいと思うか	とても思う	108	4.1	4.5	4.4	4.3	4.2	3.9	3.9	3.9	4.1	4.2	3.9	4.2
	やや思う	253	3.6	4.0	4.0	3.8	3.8	3.5	3.4	3.3	3.7	3.6	3.2	3.6
	どちらともいえない	356	3.2	3.5	3.5	3.3	3.4	3.1	2.9	2.9	2.9	3.3	2.8	3.1
	あまり思わない	143	2.9	3.4	3.3	3.0	3.3	2.9	2.6	2.6	2.6	3.1	2.5	3.0
	全く思わない	140	2.3	2.8	2.8	2.4	2.8	2.3	1.9	1.9	1.9	2.6	2.5	2.4
介護の仕事の魅力を周囲に伝える力が自分にあると思うか	とてもある	104	4.1	4.4	4.3	4.2	4.2	4.0	3.8	3.9	3.8	4.0	3.9	4.1
	ややある	237	3.6	4.0	4.0	3.8	3.9	3.6	3.5	3.4	3.3	3.7	3.2	3.7
	どちらともいえない	340	3.2	3.5	3.4	3.3	3.4	3.2	2.9	3.0	2.9	3.3	2.8	3.2
	あまりない	166	2.9	3.5	3.4	3.1	3.3	2.8	2.6	2.6	2.5	3.2	2.4	2.9
	まったくない	153	2.5	3.0	3.0	2.6	2.9	2.5	2.0	2.0	2.1	2.7	2.1	2.5
介護の仕事の魅力を周囲に伝える機会があるか	ある	218	3.8	4.2	4.2	4.0	4.0	3.8	3.6	3.6	3.5	3.8	3.5	3.8
	ない	537	3.1	3.5	3.4	3.2	3.3	3.0	2.8	2.8	2.7	3.2	3.1	2.6
	どちらともいえない	245	3.1	3.5	3.4	3.2	3.4	3.0	2.8	2.8	2.8	3.2	2.7	3.1
介護職への就職を反対された経験	ある	251	3.5	3.9	3.8	3.6	3.6	3.5	3.3	3.3	3.3	3.5	3.2	3.5
	ない	749	3.1	3.6	3.5	3.3	3.4	3.1	2.8	2.8	2.8	3.3	3.2	2.7
介護業界内での転職回数	0回	286	3.1	3.6	3.5	3.3	3.4	3.0	2.7	2.8	2.7	3.3	3.2	3.2
	1回	216	3.3	3.6	3.6	3.4	3.5	3.3	3.2	3.1	3.1	3.4	3.0	3.3
	2回	160	3.4	3.8	3.8	3.5	3.7	3.4	3.2	3.2	3.1	3.6	3.5	3.0
	3回以上	338	3.2	3.6	3.6	3.3	3.5	3.1	2.9	2.9	2.9	3.3	3.2	3.2
これまでに働いたことがある業種	医療、福祉(介護の仕事)	712	3.3	3.6	3.6	3.4	3.5	3.2	3.0	3.0	2.9	3.4	3.3	3.3
	医療、福祉(介護の仕事以外)	256	3.3	3.7	3.6	3.4	3.6	3.2	3.1	3.0	3.0	3.4	3.4	3.3
	農業、林業	29	3.9	4.2	4.2	4.0	4.1	3.9	3.7	3.9	3.9	3.8	3.7	4.0
	漁業	17	4.1	4.2	4.3	4.4	4.1	4.1	3.8	4.1	3.9	4.2	3.9	4.1
	鉱業、採石業、砂利採取業	15	4.3	4.5	4.4	4.2	4.3	4.1	4.2	4.5	4.2	4.3	4.1	4.2
	建設業	48	3.3	3.9	3.7	3.4	3.6	3.3	2.9	3.0	2.9	3.5	3.2	3.3
	製造業	116	3.3	3.8	3.7	3.4	3.5	3.2	2.9	3.0	2.9	3.4	3.4	3.4
	電気・ガス・熱供給・水道業	15	4.0	4.4	4.2	4.0	4.1	3.9	3.9	4.0	3.8	4.0	3.9	4.3
	情報通信業(通信・インターネット、メディア、情報サービスなど)	49	3.5	3.9	3.9	3.6	3.8	3.4	3.3	3.4	3.1	3.5	3.5	3.2
	運輸業、郵便業	54	3.3	4.0	3.8	3.5	3.6	3.2	3.0	3.0	2.8	3.5	3.4	2.7
	卸売業、小売業	80	3.3	3.9	3.8	3.4	3.6	3.2	2.9	2.9	2.8	3.5	3.4	2.8
	金融業、保険業	43	3.5	4.0	3.9	3.8	3.6	3.4	3.3	3.3	3.2	3.6	3.5	3.1
	不動産業、物品賃貸業	20	4.0	4.3	4.2	4.1	4.0	4.1	4.0	3.9	4.0	4.0	4.1	3.8
	学術研究、専門・技術サービス業	18	3.8	4.1	3.9	3.8	3.8	3.7	3.8	3.8	3.6	3.9	3.7	3.5
	宿泊業、飲食サービス業	99	3.2	3.7	3.6	3.3	3.4	3.1	2.8	2.8	2.8	3.3	3.2	2.7
	生活関連サービス業、娯楽業(クリーニング、理容など)	33	3.3	3.8	3.5	3.5	3.7	3.2	3.0	3.0	3.1	3.5	3.3	3.0
	教育、学習支援業	51	3.2	3.8	3.7	3.6	3.6	3.0	3.0	3.0	2.8	3.2	3.1	2.7
	複合サービス事業(郵便局、農業協同組合など)	18	3.9	4.3	4.1	4.2	4.2	3.7	4.0	4.0	3.5	3.9	3.9	3.4
	サービス業(他に分類されないもの)	180	3.2	3.6	3.5	3.3	3.4	3.1	2.8	2.9	2.8	3.3	3.3	2.7
	公務(他に分類されるものを除く)	32	3.5	3.9	3.8	3.8	3.6	3.3	3.5	3.4	3.3	3.5	3.6	3.1
	その他	26	3.2	3.7	3.7	3.4	3.8	3.4	2.7	2.7	2.9	3.6	3.3	2.5
転職意向	転職活動をしている(情報収集等を始めている)	186	3.6	3.9	3.8	3.7	3.7	3.5	3.4	3.4	3.4	3.6	3.5	3.4
	転職を検討している(情報収集等は始めている)	263	3.0	3.5	3.4	3.1	3.3	3.0	2.7	2.7	2.6	3.1	3.1	2.6
	転職は考えていない	551	3.2	3.6	3.6	3.4	3.5	3.2	2.9	2.9	2.9	3.4	3.4	2.7

B. 介護の仕事を就職先として魅力的だと思うかどうか

【魅力的だと思うか否か（学生）】

介護の仕事を就職先として魅力的だと思っている学生は15.6%（前回比-3.4pt）である。また、そのうち69.2%が特に関心がある分野として「高齢者介護」を挙げている（表 96、表 97）。

他調査項目とのクロス集計の結果は表 99・表 100のとおりである。この結果から、介護の仕事を就職先として魅力的だと思っている人（学生）の特徴を表 98に整理した。

表 96 介護の仕事は就職先として魅力的だと思うか否か【学生】

Q13 介護の仕事は就職先として魅力的だと思いますか。	R6 (Q13)	R5 (Q13)	R4 (Q13)
1 思う	15.6	19.0	18.6
2 思わない	51.8	45.0	44.4
3 どちらともいえない	32.6	36.0	37.0
全体	500	500	500

表 97 介護の仕事について特に関心がある分野【学生】
（「介護の仕事を就職先として魅力的だと思う」と回答した人のみ対象）

Q15 特に関心がある分野を教えてください。	R6 (Q15)	R5	R4
1 高齢者介護	69.2	N/A	N/A
2 障害者介護	30.8	N/A	N/A
3 その他	1.3	N/A	N/A
4 まだ分からない	15.4	N/A	N/A
全体	78	N/A	N/A

表 98 介護の仕事を就職先として魅力的だと思っている人の特徴【学生】

Y 福祉系の学校（専門学校、短大、大学、大学院）に通っている。 Y 就職先選びの際に、社会的意義の大きさや社会的な評価の高さ、人の役に立てることを重視する。 Y 介護の仕事に関心がある。 Y 介護の仕事の具体的な仕事内容を知っている。 Y 介護の仕事を就職先として魅力的だと思っている。 Y 介護との関わりがある。 Y 介護をテーマしたコンテンツへの接触経験がある。 Y 介護についての授業を受けたり、ボランティア・実習などをしたりした経験がある。 Y 就職イベント等で介護の仕事について見聞きした経験がある。 Y 介護の仕事の様々な面に対して、良いイメージを持っている。
--

表 99 詳細分析 介護の仕事が就職先として魅力的だと思うか 【学生】

		n 数	魅 力 的 だ と 思 う	思 わ な い だ と 思 う	ど ち ら と も
全 体		500	15.6	51.8	32.6
性別	男性	171	17.5	46.8	35.7
	女性	329	14.6	54.4	31.0
地域	北海道	22	27.3	36.4	36.4
	東北地方	35	31.4	51.4	17.1
	関東地方	181	12.2	61.3	26.5
	中部地方	72	16.7	34.7	48.6
	近畿地方	111	14.4	48.6	36.9
	中国地方	28	21.4	57.1	21.4
	四国地方	11	18.2	45.5	36.4
	九州地方	40	7.5	55.0	37.5
学校	中学生	24	20.8	33.3	45.8
	高校生、高専生(福祉系)	10	30.0	40.0	30.0
	高校生、高専生(その他)	153	13.1	51.6	35.3
	専門学校生、短大生、大学生、大学院生(福祉系)	59	28.8	47.5	23.7
	専門学校生、短大生、大学生、大学院生(その他)	254	13.0	55.1	31.9
就職先候補の有無	就職先として考えている・興味がある業界がある	316	20.9	51.9	27.2
	就職先として考えている・興味がある業界がない	184	6.5	51.6	41.8
就職先候補 (介護の仕事について)	介護の仕事就職先として考えている・興味がある	29	55.2	24.1	20.7
	介護の仕事就職先として考えていない・興味がない	287	17.4	54.7	27.9
就職先選びの際に 重視すること (上位3つ)	社会的意義が大きいこと	77	26.0	39.0	35.1
	社会的な評価が高いこと	60	28.3	46.7	25.0
	やりがいがあること	194	18.6	52.1	29.4
	人の役に立てること	135	24.4	45.9	29.6
	仕事内容自体が楽しいこと	169	16.6	58.0	25.4
	資格や専門知識を活かすことができる(身に付けられる)こと	113	19.5	51.3	29.2
	体力的負担が軽いこと	91	16.5	67.0	16.5
	精神的負担が軽いこと	129	14.0	56.6	29.5
	給与が良いこと	234	11.1	58.1	30.8
	勤務時間に融通が利くこと	95	7.4	67.4	25.3
	休暇が取りやすいこと	148	10.8	61.5	27.7
	未経験でも始めやすいこと	71	11.3	49.3	39.4
	就職しやすいこと	421	15.7	52.3	32.1
	昇進やキャリアアップの機会が多いこと	457	14.0	53.0	33.0
	ICTやロボットなどの活用が進んでいること	34	14.7	29.4	55.9
	その他	4	0.0	25.0	75.0
介護の仕事への関心	関心がある(もっと知りたいと思う)	77	63.6	15.6	20.8
	関心はない(特に知りたいとは思わない)	272	7.7	73.2	19.1
	どちらともいえない	151	5.3	31.8	62.9
介護の仕事への 理解度	具体的な仕事内容を知っている	72	48.6	31.9	19.4
	何となくのイメージはあるが、具体的な仕事内容については知らない	306	12.7	55.2	32.0
	まったく知らない	122	3.3	54.9	41.8
介護との関わり	ある	133	34.6	36.1	29.3
	ない	367	8.7	57.5	33.8
介護との関わり (具体的内容)	現在、介護の仕事をしている	5	60.0	20.0	20.0
	過去に介護の仕事をしたことがある	6	100.0	0.0	0.0
	介護の仕事に関する研修を受けたことがある	8	37.5	62.5	0.0
	介護の仕事に就いている(就いていた)親族がいる	23	43.5	21.7	34.8
	介護の仕事に就いている(就いていた)友人がいる	5	40.0	20.0	40.0
	介護の現場でボランティアをしている(したことがある)	8	25.0	37.5	37.5
	介護の現場で実習、職場体験インターンシップなどを行っている(したことがある)	13	30.8	30.8	38.5
	介護に関する勉強をしている(勉強したことがある) 研修を除く	5	40.0	20.0	40.0
	自分の親や家族などの介護をしている(したことがある)	10	30.0	40.0	30.0
	自分の親族内での介護(親が祖父母の介護をしているシーンなど)を見たことがある	27	33.3	44.4	22.2
	自分が介護される立場である(だったことがある)	2	0.0	50.0	50.0
	親や家族などの介護のことに関心がある	47	31.9	36.2	31.9
	自分の介護のことに関心がある	474	15.2	52.3	32.5
	その他	0	0.0	0.0	0.0

表 100 詳細分析 介護の仕事が就職先として魅力的だと思うか 【学生】

		n 数	魅 力 的 だ と 思 う	思 わ な い	ど ち ら と も
全 体		500	15.6	51.8	32.6
介護をテーマとした コンテンツへの接触	ある	136	31.6	37.5	30.9
	ない	364	9.6	57.1	33.2
接触したことがある コンテンツ (介護がテーマのもの)	介護の仕事をテーマとしたイベントに参加したことがある	19	47.4	36.8	15.8
	介護の仕事をテーマとしてテレビ番組を観たことがある	78	26.9	37.2	35.9
	介護の仕事をテーマとしたラジオ番組を聴いたことがある	16	50.0	18.8	31.3
	介護の仕事をテーマとした新聞記事・広告を見たことがある	42	38.1	42.9	19.0
	介護の仕事をテーマとした雑誌記事を見たことがある	26	30.8	53.8	15.4
	介護の仕事をテーマとしたWEB記事を見たことがある	48	35.4	35.4	29.2
	介護の仕事をテーマとしたWEB動画を見たことがある	39	38.5	35.9	25.6
	その他	2	0.0	0.0	100.0
介護の仕事に関する 良いイメージの形成に 影響を与えたもの	身近な人が介護サービスを受けている様子を見たこと	60	41.7	43.3	15.0
	実際に介護の現場で働いている・働いていた人からの話	72	37.5	36.1	26.4
	親族から聞いた話	82	26.8	41.5	31.7
	知人・友人から聞いた話	54	18.5	46.3	35.2
	学校の先生から聞いた話、授業で聞いた話	58	34.5	31.0	34.5
	介護に関するイベント	26	46.2	30.8	23.1
	介護に関するテレビ番組	33	48.5	30.3	21.2
	介護に関するラジオ番組	15	66.7	13.3	20.0
	介護に関する新聞記事・広告	5	60.0	40.0	0.0
	介護に関する雑誌記事	9	55.6	33.3	11.1
	介護に関する書籍・漫画	66	21.2	43.9	34.8
	介護に関するWEBコンテンツ(記事)	2	100.0	0.0	0.0
	介護に関するWEBコンテンツ(YouTube等の動画)	16	31.3	43.8	25.0
	介護に関する映画	3	33.3	66.7	0.0
	その他	11	36.4	36.4	27.3
介護に関する 授業や実習等 の経験	学校で介護についての授業を受けたことがある	97	34.0	38.1	27.8
	介護の現場でボランティアをしたことがある	38	36.8	39.5	23.7
	介護の現場で実習や職場体験・インターンシップをしたことがある	45	35.6	42.2	22.2
	介護の現場でアルバイトをしたことがある	15	53.3	40.0	6.7
	上記のいずれも経験がない	248	7.3	62.5	30.2
	覚えていない	90	5.6	43.3	51.1
就職イベント等で 介護の仕事について 見聞きした経験	学内の就職イベント等で聞いたり、見たりしたことがある	59	42.4	32.2	25.4
	学外の就職イベント等で聞いたり、見たりしたことがある	93	34.4	36.6	29.0
	就職イベント等で「介護の仕事」に関する説明を聞いたり、見たりしたことはない	361	8.0	57.9	34.1
介護の仕事に対する イメージ (良いイメージを 持っている項目)	社会的意義の大きさ	310	20.3	51.9	27.7
	やりがいの大きさ	276	24.6	45.7	29.7
	仕事内容の楽しさ	133	39.1	28.6	32.3
	資格や専門知識の活かしやすさ	243	24.7	47.3	28.0
	昇進やキャリアアップの機会の多さ	132	35.6	31.8	32.6
	体力的負担について	136	28.7	41.9	29.4
	精神的負担について	131	29.0	40.5	30.5
	給与について	110	35.5	36.4	28.2
	勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ	115	35.7	37.4	27.0
	働きやすさ	116	33.6	37.9	28.4
	ICTやロボットなどの活用状況	124	31.5	37.1	31.5
	今後成長していく業界だと思うか	175	27.4	42.3	30.3

【魅力的だと思うか否か（保護者）】

介護の仕事を就職先として魅力的だと思っている保護者は7.2%（前回比-3.4pt）である（表 101）。なお、学生と比べると同割合は8.4pt低く、介護の仕事を就職先として魅力的だと思っている人の割合は学生よりも保護者の方が低いことが明らかとなった。

詳細分析は表 104・表 105のとおりである。この結果から、介護の仕事を就職先として魅力的だと考えている人（保護者）の特徴を表 103に整理した。

表 101 介護の仕事を就職先として魅力的だと思うか否か【保護者】

Q10 介護の仕事を就職先として魅力的だと思いますか。	R5 (Q10)	R5 (Q10)	R4 (Q10)
1 思う	7.2	8.4	8.0
2 思わない	58.6	54.6	57.2
3 どちらともいえない	34.2	37.0	34.8
全体	500	500	500

（参考）表 102 介護の仕事を就職先として魅力的だと思うか否か【学生】 再掲

Q13 介護の仕事を就職先として魅力的だと思いますか。	R6 (Q13)	R5 (Q13)	R4 (Q13)
1 思う	15.6	19.0	18.6
2 思わない	51.8	45.0	44.4
3 どちらともいえない	32.6	36.0	37.0
全体	500	500	500

表 103 介護の仕事を就職先として魅力的だと思っている人の特徴【保護者】

Y 介護の仕事に関心がある。
Y 介護の仕事の具体的な仕事内容を知っている。
Y 介護との関わりがある。
Y 介護をテーマしたコンテンツへの接触経験がある。
Y 介護施設などを訪問した経験がある。
Y 就職イベント等で介護の仕事について見聞きした経験がある。
Y 介護の仕事の「仕事内容の楽しさ」や「昇進やキャリアアップの機会の多さ」、「給与」、「勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ」、「働きやすさ」、「ICTやロボットなどの活用状況」などについて良いイメージを持っている。

表 104 詳細分析 介護の仕事が就職先として魅力的だと思うか 【保護者】

		n 数	魅 力 的 だ と 思 う	思 わ な い	ど ち ら と も
全 体		500	7.2	58.6	34.2
性別	男性	277	6.9	55.7	37.4
	女性	223	7.6	61.8	30.7
地域	北海道	18	5.6	55.6	38.9
	東北地方	24	8.3	50.0	41.7
	関東地方	161	7.5	57.8	34.8
	中部地方	90	7.8	61.1	31.1
	近畿地方	111	6.3	61.3	32.4
	中国地方	29	10.3	69.0	20.7
	四国地方	13	15.4	38.5	46.2
	九州地方	54	3.7	55.6	40.7
年齢	20～29歳	17	11.8	70.6	17.6
	30～39歳	107	9.3	54.2	36.4
	40～49歳	165	9.1	61.8	29.1
	50～59歳	135	3.7	54.1	42.2
	60歳以上	76	5.3	63.2	31.6
子どもの就職先への希望	子どもに就いて欲しい業種がある	277	10.5	58.5	31.0
	子どもに就いて欲しい業種はない(特に考えていない)	223	3.1	58.7	38.1
子どもの就職先への希望 (介護の仕事について)	子どもに就いて欲しい業種に、介護の仕事が含まれる	24	50.0	16.7	33.3
	子どもに就いて欲しい業種に、介護の仕事は含まれない	253	6.7	62.5	30.8
子どもが就職する際に 気になること (上位3つ)	給与が高いか	181	7.2	61.9	30.9
	勤務時間に融通が利くか	115	11.3	58.3	30.4
	勤務場所に融通が利くか	80	7.5	60.0	32.5
	求人が多い職業か	10	10.0	70.0	20.0
	資格取得などにより「手に職がつけられる」職業か	74	6.8	66.2	27.0
	業務内容が本人の関心に沿っているか	169	5.3	62.7	32.0
	やりがいがある職業か	195	6.2	57.9	35.9
	精神的・肉体的負担が重くないか	174	6.3	61.5	32.2
	将来性がある職業か	134	8.2	59.7	32.1
	社会的ステータスが高い(イメージが良い)か	22	4.5	63.6	31.8
	昇進やキャリアアップの機会が多いか	31	0.0	58.1	41.9
	その他	1	0.0	100.0	0.0
介護の仕事への 関心	関心がある(もっと知りたいと思う)	63	44.4	20.6	34.9
	関心はない(特に知りたいとは思わない)	291	2.7	78.7	18.6
	どちらともいえない	146	0.0	34.9	65.1
介護の仕事への 理解度	具体的な仕事内容を知っている	86	24.4	52.3	23.3
	何となくのイメージはあるが、具体的な仕事内容については知らない	267	3.7	65.2	31.1
	まったく知らない	147	3.4	50.3	46.3
介護との関わり	ある	136	17.6	54.4	27.9
	ない	364	3.3	60.2	36.5
介護との関わり (具体的内容)	現在、介護の仕事をしている	0	0.0	0.0	0.0
	過去に介護の仕事をしたことがある	21	42.9	47.6	9.5
	介護の仕事に関する研修を受けたことがある	17	23.5	52.9	23.5
	介護の仕事に就いている(就いていた)親族がいる	14	28.6	21.4	50.0
	介護の仕事に就いている(就いていた)友人がいる	9	11.1	44.4	44.4
	介護の現場でボランティアをしている(したことがある)	9	44.4	33.3	22.2
	介護の現場で実習、職場体験インターンシップなどを行っている(したことがある)	5	40.0	40.0	20.0
	介護に関する勉強をしている(勉強したことがある)、研修を除く	10	50.0	30.0	20.0
	自分の親や家族などの介護をしている(したことがある)	35	17.1	42.9	40.0
	自分の親族内での介護(親が祖父母の介護をしているシーンなど)を見たことがある	26	23.1	46.2	30.8
	自分が介護される立場である(だったことがある)	4	25.0	75.0	0.0
	親や家族などの介護のことに関心がある	56	19.6	55.4	25.0
	自分の介護のことに関心がある	466	6.0	59.2	34.8
	その他	0	0.0	0.0	0.0

表 105 詳細分析 介護の仕事が就職先として魅力的だと思うか 【保護者】

		n 数	魅 力 的 だ と 思 う	思 わ な い	魅 力 的 だ と 思 う	ど ち ら も い え な い
全 体		500	7.2	58.6		34.2
介護をテーマとした コンテンツへの接触	ある	119	18.5	52.9		28.6
	ない	381	3.7	60.4		36.0
接触したことがある コンテンツ (介護がテーマのもの)	介護の仕事をテーマとしたイベントに参加したことがある	483	5.8	59.4		34.8
	介護の仕事をテーマとしてテレビ番組を観たことがある	65	13.8	56.9		29.2
	介護の仕事をテーマとしたラジオ番組を聴いたことがある	12	50.0	33.3		16.7
	介護の仕事をテーマとした新聞記事・広告を見たことがある	48	18.8	50.0		31.3
	介護の仕事をテーマとした雑誌記事を見たことがある	32	28.1	37.5		34.4
	介護の仕事をテーマとしたWEB記事を見たことがある	41	24.4	46.3		29.3
	介護の仕事をテーマとしたWEB動画を見たことがある	25	32.0	52.0		16.0
	その他	1	0.0	100.0		0.0
介護の仕事に関する 良いイメージの形成に 影響を与えたもの	身近な人が介護サービスを受けている様子を見たこと	89	3.7	60.4		36.0
	実際に介護の現場で働いている・働いていた人からの話	85	16.5	55.3		28.2
	親族から聞いた話	57	17.5	61.4		21.1
	知人・友人から聞いた話	44	15.9	54.5		29.5
	学校の先生から聞いた話、授業で聞いた話	10	50.0	40.0		10.0
	介護に関する研修に参加したこと(入門的研修、初任者研修など)	30	36.7	46.7		16.7
	介護の仕事の実習や職場体験、インターンに参加したこと	23	30.4	43.5		26.1
	介護の現場でボランティア活動(有償/無償)をしたこと	20	30.0	40.0		30.0
	介護の現場でアルバイトをしたこと	17	41.2	47.1		11.8
	介護に関するイベント	12	33.3	50.0		16.7
	介護に関するテレビ番組	78	9.0	62.8		28.2
	介護に関するラジオ番組	6	66.7	33.3		0.0
	介護に関する新聞記事・広告	30	10.0	53.3		36.7
	介護に関する雑誌記事	18	27.8	38.9		33.3
	介護に関する書籍・漫画	13	46.2	30.8		23.1
	介護に関するWEBコンテンツ(記事)	34	23.5	58.8		17.6
	介護に関するWEBコンテンツ(YouTube等の動画)	18	33.3	55.6		11.1
	介護に関する映画	4	75.0	25.0		0.0
	その他	5	0.0	40.0		60.0
	わからない	64	1.6	50.0		48.4
	介護の仕事に対して良いイメージは持っていない	167	0.6	65.3		34.1
介護施設などを 訪問した経験	ある	86	25.6	46.5		27.9
	ない	414	3.4	61.1		35.5
介護の仕事に対する イメージ (良いイメージを 持っている項目)	社会的意義の大きさ	300	11.0	58.7		30.3
	やりがいの大きさ	226	14.6	51.8		33.6
	仕事内容の楽しさ	89	29.2	33.7		37.1
	資格や専門知識の活かしやすさ	226	12.4	54.0		33.6
	昇進やキャリアアップの機会の多さ	105	24.8	41.9		33.3
	体力的負担について	125	16.0	55.2		28.8
	精神的負担について	122	15.6	53.3		31.1
	給与について	64	39.1	32.8		28.1
	勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ	75	30.7	40.0		29.3
	働きやすさ	82	35.4	28.0		36.6
	ICTやロボットなどの活用状況	88	26.1	36.4		37.5
	今後成長していく業界だと思うか	160	18.1	48.1		33.8

【魅力的だと思う理由（学生・保護者）】

「介護の仕事は就職先として魅力的だと思う」と回答した人（学生・保護者）に対して、
 そう思う理由を自由記述形式で尋ねた。

学生では、「社会的に必要とされる分野の職業だから」という回答に代表されるように、
 介護の仕事の社会的意義に魅力を感じているという回答が最も多かった。また、「祖父に恩
 返ししたかった」や「母が介護職で毎日頑張っているから」のように、親や祖父母などが関
 連する身近な経験に紐づいた回答もあった。

保護者では、仕事のやりがいや社会的意義に魅力を感じているという回答が最も多かつ
 た。また、介護の仕事の将来性やニーズに触れる回答があったほか、「とても大変な仕事だ
 からこそ自分自身にとって得られることも多い」のように、個人的な成長やスキル向上に関
 連した回答もあった。

表 106 自由記述 介護の仕事が就職先として魅力的だと思う理由 【学生】
 （主なものを抜粋し、回答が多い順に記載）

【社会的意義】	
Y	社会的に必要とされる分野の職業だから
Y	社会貢献度が高いこと
【人助けとやりがい】	
Y	人の役に立っているという実感をしやすい仕事だから
Y	やりがいがあり、「ありがとう」という言葉が溢れていたから
【身近な経験】	
Y	私自身、祖父に恩返ししたかったという思いが強いため、介護という仕事を通して お年寄りに寄り添いたいと思ったから
Y	母が介護職で毎日頑張っているから

表 107 自由記述 介護の仕事が就職先として魅力的だと思う理由 【保護者】
 （主なものを抜粋し、回答が多い順に記載）

【仕事のやりがいと社会的意義】	
Y	人を助ける世の中に不可欠な仕事だから
Y	困っている方を助ける大事な仕事でやりがいを感じられそうだから
Y	誰かの役に立てる
【将来性とニーズ】	
Y	これから高齢化社会なので仕事なくなることはない
Y	これから益々必要になる仕事だから
【個人的な成長とスキル向上】	
Y	自分が知らないことを知れ、コミュニケーション能力の向上なども期待できるから
Y	とても大変な仕事だからこそ自分自身にとって得られることも多い

C. 介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたもの

【影響を与えた経験・コンテンツ】

学生では、「親族から聞いた話」が16.4%（前回比+0.2pt）で最も多く、次いで「実際に介護の現場で働いている・働いていた人からの話」が14.4%（前回比-4.6pt）「介護に関するテレビ番組」が13.2%（前回比-2.0pt）である。

保護者では、「身近な人が介護サービスを受けている様子を見たこと」が17.8%（前回比±0pt）で最も多く、次いで「実際に介護の現場で働いている・働いていた人からの話」が17.0pt（前回比-4.0pt）「介護に関するテレビ番組」が15.6%（前回比-6.4pt）である。

介護職では、「実際に介護の現場で働いている・働いていた人からの話」が27.1%で最も多く、次いで「身近な人が介護サービスを受けている様子を見たこと」が25.6%（前回比-0.8pt）「介護に関する研修に参加したこと」が18.3%である。

これらの結果を踏まえると、介護の様子を見ることや介護職の話を聞くことなどが介護の仕事に関する良いイメージの形成につながりやすいといえる。

表 108 介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたもの
【学生・保護者・介護職】

Q28	介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたものを教えてください。	学生			保護者			介護職		
		R6 (Q17)	R5 (Q15)	R4 (Q15)	R5 (Q13)	R5 (Q12)	R4 (Q12)	R6 (Q28)	R5 (Q27)	R4 (Q29)
1	身近な人が介護サービスを受けている様子を見たこと	12.0	12.8	13.2	17.8	17.8	18.0	25.6	26.8	28.2
2	実際に介護の現場で働いている・働いていた人からの話	14.4	19.0	16.6	17.0	21.0	22.2	27.1	28.2	32.6
3	親族から聞いた話	16.4	16.2	15.0	11.4	10.6	13.0	13.2	14.8	13.0
4	知人・友人から聞いた話	10.8	9.0	9.4	8.8	10.2	12.4	15.5	13.1	16.2
5	学校の先生から聞いた話、授業で聞いた話	11.6	10.8	13.8	2.0	2.6	4.2	9.8	12.1	10.9
6	介護に関する研修に参加したこと(入門的研修、初任者研修など)	5.2	N/A	N/A	6.0	N/A	N/A	18.3	N/A	N/A
7	介護の仕事の実習や職場体験、インターンに参加したこと	6.6	N/A	N/A	4.6	N/A	N/A	10.2	N/A	N/A
8	介護の現場でボランティア活動(有償/無償)をしたこと	3.0	N/A	N/A	4.0	N/A	N/A	7.5	N/A	N/A
9	介護の現場でアルバイトをしたこと	1.0	N/A	N/A	3.4	N/A	N/A	5.8	N/A	N/A
10	介護に関するイベント	1.8	8.8	4.6	2.4	4.6	4.4	5.5	10.5	9.0
11	介護に関するテレビ番組	13.2	15.2	15.6	15.6	22.0	19.8	11.7	12.8	14.2
12	介護に関するラジオ番組	0.4	2.8	1.4	1.2	2.0	0.8	4.1	5.5	3.5
13	介護に関する新聞記事・広告	3.2	5.0	2.8	6.0	8.4	6.2	6.0	6.0	7.2
14	介護に関する雑誌記事	0.6	2.4	3.0	3.6	4.2	2.8	5.4	5.2	5.8
15	介護に関する書籍・漫画	2.2	3.4	3.6	2.6	3.4	2.0	5.3	5.1	5.5
16	介護に関するWEBコンテンツ(記事)	6.0	4.0	5.4	6.8	8.0	6.2	5.9	7.1	5.4
17	介護に関するWEBコンテンツ(YouTube等の動画)	5.2	5.4	4.2	3.6	4.4	2.8	5.8	6.2	5.2
18	介護に関する映画	1.4	2.0	2.0	0.8	1.4	1.2	4.1	3.4	2.5
19	その他	0.2	0.2	0.4	1.0	0.6	1.2	0.7	1.2	1.0
20	わからない	10.8	11.4	17.4	12.8	10.4	14.8	8.9	11.8	10.3
21	介護の仕事に対して良いイメージは持っていない	33.6	33.6	28.6	33.4	30.6	27.2	18.1	18.7	15.3
	全体	500	500	500	500	500	500	1,000	1,000	1,000

【印象に残った点】

介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたものがある」と回答した人（学生・保護者・介護職）に対して、特に印象に残ったことを尋ねた。

学生では、社会的意義が印象に残っているという回答が多かった。また、人の役に立てることと仕事のやりがいがあることが印象に残ったという回答のほか、「祖母がケアマネジャーの人と話をしているのを直接聞いたときに介護の仕事について身近に感じた」のように、身近な人の介護を見たり関わったりした経験自体が印象に残ったという回答もあった。

保護者では、「ヘルパーさんがみんな元気でテキパキしていたこと」や「親切に介護してくださる姿勢」のように、介護職が働く様子（姿勢や態度）が印象に残ったとの回答が多かった。また、介護職が人から感謝される仕事であることや仕事自体のやりがい、介護の仕事の社会的意義が印象に残ったという回答もあった。

介護職では、保護者と同様に「働いている人たちのきびきびした応答と動作など、明るい態度に感銘した」のように介護職が働く様子（姿勢や態度）が印象に残ったとの回答が多かった。また、「人を助けて、『ありがとう』と言ってもらえるのは嬉しい」など仕事のやりがいに関する回答や、「人と人との繋がりが感じられ、利用者が笑顔になっていたところ」のように利用者とのコミュニケーションに関する回答もあった。

表 109 介護の仕事の良いイメージの形成に影響を与えた、印象に残ったこと【学生】
（主なものを抜粋し、回答が多い順に記載）

【社会的意義があること】
○ 世の中の役に立てる
○ 社会的な意義が大きい
○ 介護の仕事の必要性が増えている点
【人の役に立てること】
○ 人を助けるお仕事だから
【やりがいがあること】
○ やりがいを感じていそうだったから
【身近な人の介護を見たこと】
○ 祖母がケアマネジャーの人と話をしているのを直接聞いたときに介護の仕事について身近に感じた
○ 介護職をしていた母が曾祖母の介護をしていた時

表 110 介護の仕事の良いイメージの形成に影響を与えた、印象に残ったこと【保護者】
(主なものを抜粋し、回答が多い順に記載)

【介護職が働く様子】
Y ヘルパーさんがみんな元気でテキパキしていたこと
Y 親切に介護してくださる姿勢
Y 熱心に介護する姿は素晴らしい
【仕事のやりがい】
Y 感謝される仕事であること
Y 働いている人がやりがいを感じているのが映像から伝わってきたから
Y 働いている人がやりがいを持っている点
【社会的意義】
Y 高齢化社会での重要な役割を持っている
Y 介護の仕事の選択肢が増えたこと
Y 社会的に意義のある仕事だと教えられた

表 111 介護の仕事の良いイメージの形成に影響を与えた、印象に残ったこと【介護職】
(主なものを抜粋し、回答が多い順に記載)

【介護職が働く様子】
Y 働いている人たちのきびきびした応答と動作など、明るい態度に感銘した
Y 働いている人の前向きな姿勢
Y 身近な人が認知症になり、親身になって介護している姿を見たこと
【仕事のやりがい】
Y 人を助けて、「ありがとう」と言ってもらえるのは嬉しい
Y 苦労しながらもやりがいのある点
【利用者とのコミュニケーション】
Y 介護者1人1人に寄り添って命令ではなく、その人の人格を否定しないように尊重しながら、介護していたこと
Y お年寄りに寄り添ってケアしている
Y 人と人との繋がりが感じられ、利用者が笑顔になっていたところ

D．子どもが「介護の仕事に就きたい」と言った時の対応

子ども自身が介護の仕事に就くことを希望した際の保護者の対応は、介護の仕事の未経験者では「積極的に応援したいと思う」は35.5%（前回比-1.7pt）「他の仕事の検討をすすめる」が45.3%（前回比+2.4pt）「反対する」が19.1%（前回比-0.8pt）だった。

介護職では、「積極的に応援したいと思う」は56.6%（前回比+2.7pt）「他の仕事の検討をすすめる」が34.7%（前回比±0pt）「反対する」が8.7%（前回比-2.7pt）であり、前回調査と比較するとポジティブな対応をする人の割合がわずかに増えている。また、「反対する」の割合も直近3年間では減少傾向である。

表 112 子どもが「介護の仕事に就きたい」と言った時の対応【SCR調査】
（介護の仕事の経験がなく、就職前の子どもがいる人のみ）

Q5	あなたの子どもが「介護の仕事に就きたい」と言った場合、どのように対応するかを教えてください。	R6 (Q5)	R5 (Q5)	R4
1	本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う	35.5	37.2	N/A
2	本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないか」と伝える	45.3	42.9	N/A
3	本人の希望があったとしても反対する	19.1	19.9	N/A
	全体	10,718	9,560	N/A

表 113 子どもが「介護の仕事に就きたい」と言った時の対応【SCR調査】
（調査時点で介護の仕事に就いており、就職前の子どもがいる人のみ）

Q5	あなたの子どもが「介護の仕事に就きたい」と言った場合、どのように対応するかを教えてください。	R6 (scrQ5)	R5 (scrQ5)	R4 (介Q37)
1	積極的に勧めたいと思う	N/A	N/A	15.6
2	本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う	56.6	53.9	38.4
3	本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないか」と伝える	34.7	34.7	30.8
4	本人の希望があったとしても反対する	8.7	11.4	15.2
	全体	585	536	435

令和4年度調査では現役介護職向けの調査票に本設問を入れており、令和5年度からはスクリーニング調査に本設問を含めている。

E. 友人が「介護の仕事に就きたい」と言った時の対応

【反応】

友人が介護の仕事に就くことを希望した際の対応は、学生では「積極的に応援したいと思う」が50.4%（前回比-3.8pt）で最も多く、「他の仕事の検討をすすめる」が33.8%（前回比+5.8pt）、「反対する」が15.8%（前回比-2.0pt）である。

保護者では、「他の仕事の検討をすすめる」が47.0%（前回比+3.4pt）で最も多く、「積極的に応援したいと思う」は37.2%（前回比-1.6pt）、「反対する」が15.8%（前回比-1.8pt）である。

介護職では、「積極的に応援したいと思う」が51.4%（前回比+3.4pt）で最も多く、「他の仕事の検討をすすめる」が38.7%（前回比-0.7pt）、「反対する」が9.9%（前回比-2.7pt）である。

これらの結果を踏まえて「積極的に応援したいと思う」の回答の割合に着目すると、同割合は学生と介護職では5割以上であったのに対して、保護者では4割弱に留まっている。このことから、保護者では介護の仕事に対する印象が学生・介護職よりもネガティブであることがうかがえる。

表 114 友人が「介護の仕事に就きたい」と言った時の対応【学生】

Q19	友人が「介護の仕事に就きたい」と言った場合、どのように対応するかを教えてください。	R6 (Q19)	R5 (Q17)	R4 (Q18)
1	積極的に勧めたいと思う	N/A	N/A	8.2
2	本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う (R4: 本人が興味を持っているならば勧めたいと思う(止めない))	50.4	54.2	64.0
3	本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないか」と伝える	33.8	28.0	13.0
4	本人の希望があったとしても反対する (R4: 本人の希望があったとしても止めるように説得する)	15.8	17.8	14.8
	全体	500	500	500

表 115 友人が「介護の仕事に就きたい」と言った時の対応【保護者】

Q15	友人が「介護の仕事に就きたい」と言った場合、どのように対応するかを教えてください。	R5 (Q15)	R5 (Q14)	R4 (Q18)
1	積極的に勧めたいと思う	N/A	N/A	2.4
2	本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う (R4: 本人が興味を持っているならば勧めたいと思う(止めない))	37.2	38.8	69.2
3	本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないか」と伝える	47.0	43.6	21.8
4	本人の希望があったとしても反対する (R4: 本人の希望があったとしても止めるように説得する)	15.8	17.6	6.6
	全体	500	500	500

表 116 友人が「介護の仕事に就きたい」と言った時の対応【介護職】

Q38	友人が「介護の仕事に就きたい」と言った場合、どのように対応するかを教えてください。	R6 (Q38)	R5 (Q34)	R4 (Q39)
1	積極的に勧めたいと思う	N/A	N/A	9.5
2	本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う (R4: 本人が興味を持っているならば勧めたいと思う(止めない))	51.4	48.0	61.8
3	本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないか」と伝える	38.7	39.4	19.7
4	本人の希望があったとしても反対する (R4: 本人の希望があったとしても止めるように説得する)	9.9	12.6	9.0
	全体	1,000	1,000	1,000

【その理由】

友人が「介護の仕事に就きたい」と言った場合の対応について、その理由を自由記述形式で尋ねた。主な結果は以下のとおり。また、実際に集まった回答のうち主なものを抜粋して次ページ以降の表 114・表 115・表 116に掲載している。

（積極的に応援したいと思う理由）

学生・保護者では、介護の仕事に就くことを希望した友人本人の意思を尊重することを理由に挙げた回答が非常に多かった。また、介護の仕事の社会的意義、やりがいを理由とする回答も複数見られた。

介護職では、介護の仕事が将来の自分自身のためにもなる仕事であること、人として成長できる仕事であることなどを理由に挙げた回答が多かった。次いで、友人本人の意思を尊重することや、介護業界の求人の多さ、職業としての安定性を理由に挙げた回答が多かった。

（応援したいという気持ちはあるものの、他の仕事もすすめる理由）

学生・保護者では、介護の仕事の体力面・精神面での負担の大きさや労働内容と給与の見合わなさ、仕事としての総合的な大変さを懸念する回答がほとんどであった。

介護職でも、学生・保護者と同様に、介護の仕事の体力面・精神面での負担の大きさや労働内容と給与の見合わなさを懸念する回答が多く、介護職としての実体験に基づくと思われる回答も複数見受けられた。

（反対する理由）

上記と同様、学生・保護者では、介護の仕事の体力面・精神面での負担の大きさや労働内容と給与の見合わなさ、仕事としての総合的な大変さを懸念する回答がほとんどであった。また、ネガティブなイメージとして「3K（キツイ・汚い・危険）」という言葉に記載している回答も見受けられた。

介護職でも、実体験に基づくコメントとして「重労働だが、その割に給料が良くない」といった主旨の回答が多く寄せられた、また、「クレームばかりで嫌になるから」など介護の仕事の過酷さに言及した回答が多かった。

表 117 学生からの回答
(主なものを抜粋し、回答が多い順に記載)

友人への対応	そのような対応をする理由
本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う	【本人の意思と自由の尊重】 〃 本人の意思が1番だから 〃 自分の人生は自分で決めるべきだから 【応援とサポートの姿勢】 〃 夢を反対する権利はない 〃 その人の夢ならば応援してあげるのが友人 【やりがいと仕事の魅力】 〃 少子高齢化が進む社会の中で介護の仕事は大変やりがいのある素敵な仕事だと思うから 〃 とても素敵な仕事であると感じる
本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないか」と伝える	【心身への負担と過酷さ】 〃 体力的にも精神的にもつらい 〃 充分素敵な職業ではあるものの、体力を多く消耗したり患者本人や親族から嫌な気持ちにさせられたりという事をたまに聞くから 〃 精神的にも辛そうな仕事だから 【給料と待遇の問題】 〃 給料が仕事内容に見合っていないように感じるから 〃 労働時間に見合わず給与が低い仕事だと思うから 【仕事のイメージ】 〃 介護職はブラックで大変な仕事であるという認識が強いから 〃 キツイと言われているから
本人の希望があったとしても反対する	【心身への負担と過酷さ】 〃 身体、精神的にもきつい上に薄給だから 〃 介護の仕事は体力的精神的にしんどいと思うので、他の仕事に従事しては欲しいと思うから 【給与と待遇の不満】 〃 キツイ汚い危険の3Kの割に看護みたいに給料が高くないから 〃 激務で薄給だから 【仕事のイメージ】 〃 トラブルが多そう。特に大変そう 〃 身体を壊しそうだから

表 118 保護者からの回答
(主なものを抜粋し、回答が多い順に記載)

友人への対応	そのような対応をする理由
本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う	【本人の意思と自由の尊重】 ☐ 本人の意思は尊重する ☐ やりたいことは応援する 【応援とサポートの姿勢】 ☐ 本人の希望で有れば、応援したい ☐ やりたい気持ちがあるなら応援したい 【やりがいと仕事の魅力】 ☐ やりがいがあるし自分自身も成長できると思うから ☐ 誰かの役に立つ仕事だと思うから
本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないか」と伝える	【心身への負担と過酷さ】 ☐ 体力的にも精神的にもつらい ☐ 身体的にも精神的にも大変なことがわかるから 【給料と待遇の問題】 ☐ 過酷な労働で、それに見合った給与が無いと思うから ☐ 労働がきつい割には給料が悪そうだから 【仕事のイメージ】 ☐ 介護はきつくて離職率が高いと聞くから ☐ 介護の仕事は肉体的にも精神的にもきつそうだから
本人の希望があったとしても反対する	【心身への負担と過酷さ】 ☐ 精神的に持たないと思う ☐ 安月給で体力勝負だから 【給与と待遇の不満】 ☐ 劣悪な給与体制と勤務内容 ☐ 仕事量と待遇が見合わない 【仕事の現実とイメージ】 ☐ 大変だが報われないから ☐ やりがい搾取が横行しているから ☐ トラブルが多そう。特に大変そう

表 119 介護職の回答
(主なものを抜粋し、回答が多い順に記載)

友人への対応	そのような対応をする理由
本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う	【やりがいと成長の可能性】 〃 やりがいを実感できる仕事。将来自分自身のためにもなる仕事だと思うから 〃 人として成長出来る仕事だと思う 【本人の希望と意志の尊重】 〃 本人が希望するならやってみたらいいと思うから 〃 本人の意思を大切にしたいから 【業界の需要と安定性】 〃 求人は沢山あり、人から感謝される職業だから 〃 いくつになっても仕事がないということがない
本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないか」と伝える	【現実の厳しさと負担】 〃 給料が安くて、体力・精神的な負担が大きい 〃 理想と現実がかけ離れすぎている 【給料と待遇の問題】 〃 給与が低く、体力と給料に差があるから 〃 働きがいはあるが、十分な給与は得られない 【体力と精神力の必要性】 〃 体力や精神力の強さが必要と思うから 〃 体力的、精神的につらいことがある
本人の希望があったとしても反対する	【給与と待遇の不満】 〃 仕事がきつい割に給料が安いとお勧めはできない 〃 給料が安く、経済的に大変 【心身への負担】 〃 心身ともに重労働だが、その割に給与が良くないから 【仕事の過酷さと現実】 〃 クレームばかりで嫌になるから 〃 本当に大変な仕事だから。

ヒアリング調査

介護の仕事に対するイメージ・実態についてのヒアリング結果は表 120のとおり。入職前に持っていたイメージは「賃金のわりに業務内容（夜勤、排泄対応等）が大変」「3K（きつい・汚い・危険）、人間関係が大変そう」といったマイナスのものが多かった。介護職に対する知識がそもそもない人もおり、高齢者に対し介助を行う存在としてしか考えていない人もいた。一方身近に介護職や介護対象者がいて、どのような仕事かのイメージが持っている人も少数ではあるが存在した。「介護職として勤務する中で不安に感じる部分もあるが、介護職の魅力（エ.介護の仕事の魅力参照）のおかげで前向きに働ける」という声があった。介護職として前向きに働いている人は自分の子どもが「介護の仕事に就きたい」といった場合にも勧める傾向にあった。

表 120 ヒアリング結果（介護の仕事に対するイメージ・実態） 概要

ヒアリング項目	内容 (末尾に「*」が記載されている意見は老健事業の調査結果から引用したもの。)
介護の仕事のイメージをどう考えていたか	ÿ <u>給与も安く「3K（きつい・汚い・危険）」だと聞き、あまり良いイメージはなかった。</u> （介護職・60代女性）
	ÿ <u>介護職は、汚くて給与が低いという悪いイメージが独り歩きしている</u> （介護職・30代女性）
	ÿ <u>就職相談会などでは「賃金に対して夜勤・排泄対応等の業務の大変さが見合っていない、収入面など含め自身には難しい」というイメージを持ち、介護職を敬遠する人がいる。</u> （福祉人材センター）*
	ÿ <u>現在も「介護職」は3K（きつい・汚い・危険）のイメージを持っている人が多い。</u> （入門的研修委託事業者）*
	ÿ <u>夜勤や排泄介助などの業務がある大変な仕事だというイメージを持っていた。</u> （入門的研修受講者・60代男性）*
	ÿ <u>職場の人間関係が複雑だというイメージを持つ人が多い。ただ、人間関係の複雑さは介護業界に限った話ではない。介護職だけが職場の人間関係の複雑さを強調される必要はないと思う</u> （福祉人材センター、入門的研修委託事業者）*
	ÿ <u>全く福祉現場を知らない人は、介護職へのイメージがそもそもわからない。</u> （福祉人材センター）*
	ÿ <u>専門学校に入る前は、介護の仕事へのイメージさえないほど無関心だった。</u> （介護職・50代男性）
	ÿ <u>「高齢者のお手伝いをする仕事」というイメージを持っていた。</u> （介護職・50代男性）
	ÿ <u>職場体験前は、一方的に介護をしているイメージだった。</u> （介護職・30代女性）
	ÿ <u>入職前は男性の介護職員がいるイメージがあまりなかった。</u> （介護職・40代男性）
	ÿ <u>義母の介護をしていた経験や民生委員としての活動でお年寄りと接していた経験があるので、入職後にイメージのギャップはなかった。</u> （入門的研修受講者・60代女性）*
	ÿ <u>病院は治療やリハビリをすることが優先だが、介護は利用者の生活に寄り添うことが大事。介護職自らが利用者の生活に合わせられないといけない。</u> （介護職・30代男性）

ヒアリング項目	内容 (末尾に「*」が記載されている意見は老健事業の調査結果から引用したもの。)
介護職勤務後の心境	ÿ 実務者研修中に体験したおむつ交換が実践ではとても大変だった。実習では元気な人に対して行うが、実際には体が不自由な人を相手にするため入職後しばらく苦労した。(介護職・60代女性) ÿ 自身の不甲斐なさや力不足で周りに迷惑をかけていると悩んだ時期はあった。ただ、利用者からの「ありがとう」や「あなたは優しい」といった言葉でもう少し頑張ろうと考え気が付いたら10年経っていた(介護職・50代男性) ÿ 就職先と自分との相性が良いと感じた。小さい会社だが、色々なことに挑戦しやすい環境。病院では経験できなかった良さがある。(介護職・30代男性) ÿ ヘルパー募集やチラシ・パンフレットの作成など介護以外の仕事も任せてもらえ、自分がやりたいことができる環境を作ってくれて良かった。(介護職・60代女性) ÿ 利用者と人間関係を築くことが一番楽しい。(介護職・50代男性)
子どもが「介護の仕事に就きたい」といった場合の反応	ÿ 今のところ介護職への関心はないが、今後介護職に就いてみたいと思うのであれば勧める。(介護職・60代女性) ÿ 子供が社会科見学の一環として地元の介護施設へ見学しに行った。妻も介護職として働いているため両親の仕事に関心があったようで楽しそうに帰ってきた。就職先の一つとして介護職を考えているようだ。(介護職・40代男性)

オ．介護の仕事の魅力（介護職の視点から）

アンケート調査

A．介護職のセルフプライド

【介護職に就いていることを誇りに感じるか】

介護の仕事に就いていることについて「誇りに感じる」は43.5%(前回比+1.8pt)であり、「誇りに感じてはいない」は25.2%(前回比-1.6pt)、「どちらともいえない」が31.3%(前回比-0.2pt)である。

表 121 介護の仕事に就いていることを誇りに感じるか【介護職】

Q32	介護の仕事に就いていることを誇りに感じていますか。	R6 (Q32)	R5 (Q32)	R4 (Q35)
1	誇りに感じる	43.5	41.7	43.3
2	誇りに感じてはいない	25.2	26.8	26.0
3	どちらともいえない	31.3	31.5	30.7
	全体	1,000	1,000	1,000

【その理由】

上記設問の回答理由（自由記述）に関する分析結果は以下のとおり。

（「誇りに感じる」を選んだ理由）

「社会に貢献していると実感できるから」や「人の役に立てている実感がある」というように社会的意義や社会貢献を実感できることを挙げた回答が多かった。また、利用者や家族から感謝されることや、仕事のやりがい・自己成長を挙げる回答もあった。

（「誇りに感じてはいない」を選んだ理由）

「低賃金で副業しないと家族を養えない状況下では、仕事に対する誇りは持てない」や「給与水準が他業種よりも低すぎる」など給与や待遇に関するネガティブな回答が多く見られた。また、「社会的にまだまだ低く見られている」のように、社会的地位や周囲からの評価の低さ、精神的・肉体的負担の大きさなどを挙げる回答もあった。

（「どちらともいえない」を選んだ理由）

「どちらともいえない」を選んでいるものの、「業務内容と給与が見合っていない」や「同年代の人に比べて給与が高くない」といった給与や待遇への不満に関連した回答が多かった。また、「社会的には貢献できているが評価が低い」のように、仕事内容の社会的意義の大きさを実感していると同時に社会的評価の低さも感じているという回答もあった。

表 122 自由記述 介護の仕事に就いていることを誇りに感じているかどうか【介護職】
(主なものを抜粋し、回答が多い順に記載)

介護の仕事に 就いていることへの 感じ方	その理由
誇りに感じる	【社会的意義と人助けの実感】 - Y 社会に貢献していると実感できるから - Y 介護は、医療や掌握などと並び国民生活に不可欠な仕事 - Y 人の役に立てている実感がある 【感謝されること】 - Y 利用者さんや家族様への感謝の声を聞けるから - Y 感謝される場面が多くある 【やりがいと自己成長】 - Y 自分のスキルを生かす事で人に喜んでもらえること - Y 様々な知識やスキルを身につけ、自己成長を感じる
誇りに感じてはい ない	【給与・待遇の不満】 - Y 低賃金で副業しないと家族を養えない状況下では、仕事に対する誇りは持てない - Y 給与水準が他業種よりも低すぎる 【社会的地位と評価の低さ】 - Y 社会的にまだまだ低く見られている - Y 職業として底辺にみられる 【精神的・肉体的負担】 - Y 精神的に負担がかかるので気持ちが不安定になりやすく、自分が嫌になる事が多い - Y 体力的にも精神的にもきつい
どちらともいえな い	【給与・待遇の不満】 - Y 業務内容と給与が見合っていない - Y 同年代の人に比べて給与が高くない 【周りからの評価の低さ】 - Y 世間から底辺と言われている - Y 社会的には貢献できているが、評価が低い 【仕事のやりがいと誇りの欠如】 - Y 誇りを感じるまでには至らない - Y 普通の仕事だと思っている

B．現在の職場での業務内容・働き方に関する満足度

満足度が高い項目としては、「通勤時の利便性」や「業務内容（仕事のやりがい）」、「休暇の取りやすさ」、「職場の雰囲気・人間関係」が挙げられ、これらの項目については満足している人の割合が5割を超えている。一方で「給与」については不満を抱えている人の割合が高く、その割合は3割弱となっている。

表 123 現在の職場（勤務先）での業務内容・働き方に対する満足度【介護職】

Q17	現在の職場（勤務先）での業務内容・働き方に対する満足度	R6(Q17)		
		満足	どちらでもない	不満
1	業務内容（仕事のやりがい）	55.6	32.2	12.2
2	通勤時の利便性	65.5	24.2	10.3
3	給与水準	38.5	33.9	27.6
4	キャリアアップ・スキルアップの機会	32.4	50.2	17.4
5	勤務時間の融通の利きやすさ	49.5	38.3	12.2
6	休暇の取りやすさ	54.2	32.9	12.9
7	職場の雰囲気・人間関係	52.4	35.3	12.3
8	福利厚生の実感度	38.1	42.5	19.4
9	経営の安定度	39.2	45.2	15.6
10	その他	25.1	61.1	13.8
	全体	1,000	1,000	1,000

C．介護の仕事をしている中で「良かった」と感じる事。

「良かった」と感じている割合は「給与」が突出して低い。給与以外の8項目はいずれも5割前後の人が「良かった」と感じているのに対して、「給与」については同割合が3割弱に留まる。

表 124 介護の仕事をしている中で「良かった」と感じる事
（介護の仕事の魅力だと思うこと）【介護職】

Q30	介護の仕事をしている中で「良かった」と感じる事（介護の仕事の魅力だと思うこと）を教えてください。	R6(Q30)		
		あてはまる	どちらでもない	あてはまらない
1	社会的意義が大きいこと（社会の役に立てること）	59.5	32.4	8.1
2	やりがいがあること	57.1	33.6	9.3
3	利用者や利用者の家族から感謝されること	58.6	33.0	8.4
4	仕事内容自体が楽しいこと	43.7	40.4	15.9
5	資格や専門知識を活かすことができる（身に付けられる）こと	49.5	39.9	10.6
6	給与が良いこと	27.9	41.4	30.7
7	勤務日や勤務時間に融通が利くこと	43.0	42.7	14.3
8	未経験でも始めやすいこと	51.0	39.9	9.1
9	就職先・転職先が見つかりやすいこと	52.1	41.2	6.7
	全体	1,000	1,000	1,000

D．介護の仕事の魅力発信に関する意欲・スキル

介護の仕事の魅力を周囲¹⁸に発信することへの意欲について、魅力発信にポジティブな人（発信したいと思う/やや思う）は36.1%であり、ネガティブな人（発信したいとは全く思わない/あまり思わない）は28.3%、「どちらともいえない」と回答した人は35.6%である。

魅力発信のスキルの有無については「とてもある/ややある」と回答した人が34.1%、「どちらともいえない」が34.0%、「あまりない/全くない」が31.9%である。

魅力発信の機会の有無については、「ない」が53.7%で最も多く、次いで「どちらともいえない」が24.5%、「ある」が21.8%である。

他調査項目とのクロス集計の結果は表 128・表 129のとおりである。介護の仕事に対するイメージが良い人ほど魅力発信に関する意欲が高い傾向があり、魅力発信をしたいと「全く思わない」と回答した人は介護の仕事に対するイメージが特に低いことが特徴的である。また、介護の仕事に就いていることを誇りに感じている人や、魅力発信に関するスキルがあると自認している人、魅力発信をする機会があると認識している人、周囲に反対された経験があるが入職に至った人においても魅力発信の意欲が高い傾向がある。

表 125 介護の仕事の魅力を周囲に伝えたい・発信したいと思うか【介護職】

Q34	介護の仕事の魅力を周囲(求職者・新入社員・後輩など)に伝えたい・発信したいと思いますか	R6 (Q34)	R5	R4
1	とても思う	10.8	N/A	N/A
2	やや思う	25.3	N/A	N/A
3	どちらともいえない	35.6	N/A	N/A
4	あまり思わない	14.3	N/A	N/A
5	全く思わない	14.0	N/A	N/A
	全体	1,000	N/A	N/A

表 126 介護の仕事の魅力を周囲に伝える力がどれくらいあると思うか【介護職】

Q35	介護の仕事の魅力を周囲(求職者・新入社員・後輩など)に伝える力が(ご自身)どのくらいあると思いますか？	R6 (Q35)	R5	R4
1	とてもある	10.4	N/A	N/A
2	ややある	23.7	N/A	N/A
3	どちらともいえない	34.0	N/A	N/A
4	あまりない	16.6	N/A	N/A
5	まったくない	15.3	N/A	N/A
	全体	1,000	N/A	N/A

表 127 介護の仕事の魅力を周囲に伝える機会があるか【介護職】

Q36	介護の仕事の魅力を周囲(求職者・新入社員・後輩など)に伝える機会がありますか？	R6 (Q36)	R5	R4
1	ある	21.8	N/A	N/A
2	ない	53.7	N/A	N/A
3	どちらともいえない	24.5	N/A	N/A
	全体	1,000	N/A	N/A

¹⁸ 求職者、新入社員、後輩など。

表 128 魅力発信に関する意欲×介護の仕事へのイメージ（入職後）【介護職】

		n数	総合スコア	社会的意義の大きさ	やりがいの大きさ	仕事内容の楽しさ	資格や専門知識の活かしやすさ	機会の多さ	昇進やキャリアアップの	体力的負担	精神的負担	給与	勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ	働きやすさ	ICTやロボットなどの活用状況	業界の成長性
全 体		1000	3.2	3.6	3.6	3.4	3.5	3.2	3.0	3.0	3.0	2.9	3.4	3.3	2.8	3.3
介護の仕事に就いていることを誇りに感じるか	誇りに感じる	435	3.7	4.1	4.1	3.9	3.9	3.6	3.4	3.4	3.3	3.7	3.7	3.2	3.7	
	誇りに感じてはいない	252	2.8	3.1	3.0	2.9	3.1	2.8	2.5	2.6	2.6	3.0	2.9	2.4	2.8	
	どちらともいえない	313	3.0	3.4	3.4	3.0	3.2	2.9	2.6	2.7	2.6	3.1	3.1	2.6	3.0	
介護の仕事の魅力を周囲に伝えたい・発信したいと思うか	とても思う	108	4.1	4.5	4.4	4.3	4.3	4.2	3.9	3.9	3.9	4.1	4.2	3.9	4.2	
	やや思う	253	3.6	4.0	4.0	3.8	3.8	3.5	3.4	3.3	3.3	3.7	3.6	3.2	3.6	
	どちらともいえない	356	3.2	3.5	3.5	3.3	3.4	3.1	2.9	2.9	2.9	3.3	3.2	2.8	3.1	
	あまり思わない	143	2.9	3.4	3.3	3.0	3.3	2.9	2.6	2.6	2.6	3.1	3.1	2.5	3.0	
	全く思わない	140	2.3	2.8	2.8	2.4	2.8	2.3	1.9	1.9	1.9	2.6	2.5	1.9	2.4	
介護の仕事の魅力を周囲に伝える力が自分にあると思うか	とてもある	104	4.1	4.4	4.3	4.2	4.2	4.0	3.8	3.9	3.8	4.0	4.0	3.9	4.1	
	ややある	237	3.6	4.0	4.0	3.8	3.9	3.6	3.5	3.4	3.3	3.7	3.7	3.2	3.7	
	どちらともいえない	340	3.2	3.5	3.4	3.3	3.4	3.2	2.9	3.0	2.9	3.3	3.2	2.8	3.2	
	あまりない	166	2.9	3.5	3.4	3.1	3.3	2.8	2.6	2.6	2.5	3.2	3.2	2.4	2.9	
	まったくない	153	2.5	3.0	3.0	2.6	2.9	2.5	2.0	2.0	2.1	2.7	2.6	2.1	2.5	

表 129 詳細分析 魅力発信に関する意欲【介護職】

	n数	とても思う	やや思う	どちらともいえない	あまり思わない	全く思わない
全 体	1,000	10.8	25.3	35.6	14.3	14.0
介護の仕事に就いていることを誇りに感じるか	435	23.9	44.4	24.1	4.6	3.0
	252	0.4	10.7	29.8	26.2	32.9
	313	1.0	10.5	56.2	18.2	14.1
介護の仕事の魅力を周囲に伝える力が自分にあると思うか	104	62.5	26.0	7.7	1.0	2.9
	237	12.2	65.8	18.1	3.0	0.8
	340	2.6	15.0	70.9	8.2	3.2
	166	2.4	7.2	30.1	53.0	7.2
	153	0.7	4.6	9.2	12.4	73.2
介護の仕事の魅力を周囲に伝える機会があるか	218	38.1	42.2	12.4	3.7	3.7
	537	3.0	19.7	39.1	20.9	17.3
	245	3.7	22.4	48.6	9.4	15.9
介護職への就職を反対された経験	251	22.7	29.9	23.9	13.1	10.4
	749	6.8	23.8	39.5	14.7	15.2

ヒアリング調査

介護の仕事の魅力についてのヒアリング結果は表 130のとおり。利用者との関係性という観点からは「利用者の力になり感謝される（人生で大切な最期に関われる）こと」や「利用者との関わりにより自分自身が人間的に成長できること」等の魅力が見られた。また、業務内容の関連では「自分自身の経験が生かせること」や「『正解』がない中で利用者に合わせたアプローチを考えられること」が魅力として挙げられた。また、「職場環境として働きながらキャリアアップできる環境であること」「定年がなく高齢者になっても長く働けること」「時間や仕事内容を選択でき、柔軟な働き方ができること」といった点が魅力として挙げられる。魅力を感じたきっかけを尋ねたところ、介護職入職前の経験と介護職入職後の出来事の双方が存在したが、どちらも高齢者と触れ合う経験を通じたものであった。

表 130 ヒアリング結果（介護の仕事の魅力） 概要

ヒアリング項目	内容 (末尾に「*」が記載されている意見は老健事業の調査結果から引用したもの。)
介護職の魅力についてどう考えているか	ÿ 利用者の力になれる仕事は何物にも代えられない。対人援助職なので「ありがとう」と感謝され、人の役に立てる実感がある。(介護事業所)*
	ÿ 高齢者から「ありがとう」と言われるのは楽しく、意思疎通ができるのが良い。(入門的研修受講者・60代女性)*
	ÿ 高齢者介護は人生の最期に近いところに関わらせてもらう仕事でもあるため、その人の人生の集大成に関わらせてもらう事に魅力とやりがいを感じる。(介護職・30代男性)
	ÿ 人と関わる仕事で、AIでは代替えできない仕事である(入門的研修受講者・50代女性)*
	ÿ 色々な利用者がいるため、人生の勉強になるような様々な体験ができる仕事。(介護職・50代男性)
	ÿ 人生経験があまりない若い人にとっては、 <u>人生経験を重ねた高齢者と関われ、利用者から自分が知らないことを教えてもらい成長できることが魅力。</u> (介護職・60代女性)
	ÿ 自身は祖父母との関わりがなかったため、 <u>今まで関わりがなかった高齢者に関われることは魅力だった</u> (介護職・50代男性)
	ÿ シニア層や子育て中の人にとって人生経験が生かされる(入門的研修委託事業者)*
	ÿ <u>介護は「これが正解」「これしか方法がない」という世界ではない。</u> 目指している到達点が一緒でも、そこに至る過程に色々なやり方がある。思い描いたアプローチで成果に結びついたときは喜びがあり自信となった。(介護職・50代男性)
	ÿ 1つの介護行為をとっても、声掛けをはじめとして気を付ける点が多々あり、そこが奥深く難しさでもあり楽しさでもある。(介護職・50代男性)
	ÿ 利用者から「お疲れ様」と言われるなど、色々な人との関係性にやりがいを感じるという人がいた。利用者や介護職員と会話する機会を得られることは1つの魅力。(自治体職員)*
	ÿ 利用者の人生の大切な時期に関われるのが魅力。(介護職・30代女性)

ヒアリング項目	内容 (末尾に「*」が記載されている意見は老健事業の調査結果から引用したもの。)
	Y <u>介護職はサービス業。サービス業の中でも難易度が高い。関わり方ひとつで利用者の人生が変わる。</u>(介護職・30代男性) Y <u>介護の仕事の世界には終わりが無い点に魅力を感じる。</u>(介護職・40代男性) Y <u>無資格でも入職できる点</u>が介護職の特徴。(自治体職員)* Y <u>何歳からでも始められる仕事であること</u>に魅力を感じる人が多い。(入門的研修委託事業者)* Y 現在の仕事で疲れを感じる中で、誰かのために貢献するという点を魅力的に思う。介護業界では70～80代でも活躍している職員が多くおり長期的に続けられる仕事としての魅力を感じている。(入門的研修受講者・60代男性)* Y 介護職の良いところは、<u>正社員だけでなく多様な働き方ができること。</u>各人に合った働き方をピンポイントで探すことができる。(福祉人材センター)* Y <u>勤務時間や仕事内容を選択でき、柔軟な働き方に対応できる点</u>が介護職の魅力の一つ(入門的研修委託事業者)* Y 日数限定・時短勤務でも就業を検討できる(入門的研修受講者・40代女性)* Y 介護職の魅力としてハローワーク担当者は「<u>高齢者でも採用されやすい</u>」「<u>元気であれば長く働ける</u>」というPRをすることが多いと聞く。(自治体職員)*
介護職に魅力を感じるきっかけはなにか	Y <u>専門学校のカリキュラムで初めて現場で実習を行った際、利用者の楽しそうな笑顔を見て、良い仕事かもしれないと考えた。</u>(介護職・50代男性) Y <u>福祉を学び高齢者と関わる中で考え方が変化した。</u>介護職は人対人の仕事であり、ある程度生活に必要なお金は必要だが、お金を稼ぐだけの世界ではないことに魅力を感じた。(介護職・60代女性) Y 学生時代に看護師を目指していたが看護師にはなれなかった。入門的研修の折り込みチラシを見て、学生時代の夢を思い出し、介護職は「<u>介助業務</u>」という点で看護師と近く、看護師の資格がなくても、就業でき、自己実現にもつながると感じた(入門的研修受講者・50代女性)* Y <u>実際に就職をして、初めて看取りにかかわったときに強く魅力を感じた。</u>ご家族からとても感謝され、自分たちにしかできない仕事だと感じた。(介護職・30代女性) Y <u>看護師として高齢者介護に関わった時に「人生の最期に関われる素敵な仕事」</u>だと感じた。(介護事業所)*

カ．入職経路

アンケート調査

A．介護業界で働くことを考え始めたきっかけ・時期

介護職で働くことを考え始めた時期は「就職後(転職先として介護業界で働くことを検討した)」が59.5%(前回比+2.6pt)で最も多く、次いで「高校生・高専生の時」が13.8%(前回比-1.7pt)である。

介護業界で働くことを考え始めたきっかけは「就職先を探している時に介護の仕事に関する求人情報が目に入った」が26.6%で最も多く、次いで「身近な人の介護をしたこと、見たこと」が24.6%(前回比-6.1pt)、「身近に介護の仕事をしている人がいたこと」が23.2%(前回比-2.7pt)である。時期別に見ると、中学生以下の時に介護業界への入職を考え始めた人のうち約半数が、入職を考え始めたきっかけとして「身近な人の介護をしたこと、見たこと」を挙げている。

表 131 介護業界で働くことを考え始めた時期【介護職】

Q24	介護業界で働くことを考え始めた時期を教えてください。	R6 (Q24)	R5 (Q23)	R4 (Q25)
1	中学生以下の時	6.1	5.8	7.8
2	高校生・高専生の時	13.8	15.5	17.5
3	専門学校生・短大生・大学生・大学院生の時(就職活動より前)	9.1	12.5	11.1
4	専門学校生・短大生・大学生・大学院生の時(就職活動を始めた後)	11.5	9.3	9.0
5	就職後(転職先として介護業界で働くことを検討した)	59.5	56.9	54.6
	全体	1,000	1,000	1,000

表 132 介護業界で働くことを考え始めたきっかけ【介護職】

Q25	介護業界で働くことを考え始めたきっかけを教えてください。	R6 (Q25)	R5 (Q24)	R4 (Q26)
1	身近な人の介護をしたこと、見たこと	24.6	30.7	33.1
2	身近に介護の仕事をしている人がいたこと	23.2	25.9	25.9
3	職場体験・インターンシップなどで介護施設を訪問したこと	11.0	17.9	17.0
4	介護に関する授業を受けたこと	15.9	17.5	15.9
5	介護に関する研修(入門的研修、初任者研修など)を受けたこと	16.0	N/A	N/A
6	介護の現場でボランティア活動(有償/無償)をしたこと	10.6	N/A	N/A
7	新聞や雑誌、インターネット等で介護の仕事について知ったこと	12.0	17.0	19.1
8	就職先を探している時に介護の仕事に関する求人情報が目に入ったこと	26.6	N/A	N/A
9	その他	7.7	15.1	12.8
	全体	1,000	1,000	1,000

表 133 介護業界で働くことを考え始めた時期別
介護業界で働くことを考え始めたきっかけ【介護職】

		n 数	見たこと	身近に介護の仕事を している人がいたこと	職場体験・インターン シップなどで介護施設 を訪問したこと	介護に関する授業を 受けたこと	研修・初任者研修など (入門的研	介護の現場でボラン ティア活動(有償/無償) をしたこと	等 で介護の仕事について知 ったこと	新聞や雑誌、インター ネット	の 仕事に関する求人情報 が目に入ったこと	その他
全 体		1,000	24.6	23.2	11.0	15.9	16.0	10.6	12.0	26.6	7.7	
介護業界で働くことを 考え始めた時期	中学生以下の時	61	55.7	27.9	26.2	18.0	13.1	24.6	11.5	18.0	9.8	
	高校生・高専生の時	138	29.0	20.3	16.7	25.4	13.0	15.2	10.1	10.9	8.0	
	専門学校生・短大生・大学生・大学院生の時 (就職活動より前)	91	34.1	30.8	27.5	26.4	26.4	15.4	14.3	15.4	5.5	
	専門学校生・短大生・大学生・大学院生の時 (就職活動を始めた後)	115	24.3	26.1	22.6	28.7	24.3	18.3	21.7	23.5	5.2	
	就職後 (転職先として介護業界で働くことを検討した)	595	19.0	21.7	3.4	9.4	13.8	5.9	10.3	33.4	8.2	

B．現在の職場（勤務先）を知ったきっかけ、選んだ理由

現在の職場（勤務先）を知ったきっかけは「親族や知人の紹介」が31.8%（前回比+0.5pt）で最も多く、次いで「職業安定所（ハローワーク）」が25.2%（前回比+2.0pt）「就活サイトや転職サイトなどのWEBサイト（事業所HP除く）」が22.3%（前回比-4.2pt）である。

現在の職場（勤務先）を選んだ理由は、「通勤に便利だったから」が65.9%（前回比+2.8pt）で最も多く、次いで「勤務時間に融通が利きそうだったから」が49.1%（前回比+0.5pt）「職場の雰囲気・人間関係が良さそうだったから」が44.8%（前回比-1.0pt）である。

また、スポットワークアプリを用いたアルバイトの経験については、現在勤めている事業所でアルバイトをした経験がある人が15.6%、その他の事業所でアルバイトをした経験がある人が9.4%である。介護職の働き方を把握するための参考情報として兼業・副業の有無を調査したところ、介護系の兼業・副業をしている人が53.4%であることが分かった。

表 134 現在の職場（勤務先）を知ったきっかけ【介護職】

Q16	現在の職場（勤務先）を知ったきっかけを教えてください。	R6 (Q16)	R5 (Q14)	R4 (Q15)
1	親族や知人の紹介	31.8	31.3	35.6
2	勤務先事業所のHP	17.7	18.3	15.6
3	就活サイトや転職サイトなどのWEBサイト(事業所HPを除く)	22.3	26.5	21.8
4	実習、インターンシップ	10.3	N/A	N/A
5	ボランティア	7.9	N/A	N/A
6	合同企業説明会	8.5	11.2	8.7
7	新聞、折込チラシ、フリーペーパー	12.5	12.2	11.6
8	人材紹介会社(転職エージェント等)	15.7	14.7	13.0
9	職業安定所(ハローワーク)	25.2	23.2	24.5
10	その他	4.1	5.9	5.3
	全体	1,000	1,000	1,000

表 135 現在の職場（勤務先）を選んだ理由【介護職】

Q14	現在の職場（勤務先）を選んだ理由を教えてください。	R6 (Q14)	R5 (Q12)	R4 (Q13)
1	通勤に便利だから	65.9	63.1	60.5
2	給与が良かったから	40.0	40.7	41.1
3	キャリアアップ・スキルアップができるから	32.5	34.0	-
4	勤務時間に融通が効きそうだったから	49.1	48.6	49.8
5	休暇が取りやすそうだったから	43.7	42.2	43.0
6	職場の雰囲気・人間関係が良さそうだったから	44.8	45.8	46.0
7	福利厚生が整っていそうだったから	38.3	41.6	40.2
8	経営が安定していそうだったから	42.7	43.1	42.9
9	知人や友人が在籍していたから	31.4	30.0	34.3

表 136 スポットワークアプリを用いた介護のアルバイトの経験【介護職】

Q23	現在の事業所で働くより前に、スポットワークアプリで介護のアルバイトをしたことがありますか。	R6 (Q23)	R5	R4
1	ある(現在勤めている事業所でアルバイトをしていた)	15.6	N/A	N/A
2	ある(現在勤めている事業所以外でアルバイトをしていた)	9.4	N/A	N/A
3	ない	75.0	N/A	N/A
	全体	1,000	N/A	N/A

表 137 （参考）兼業または副業の有無【介護職】

Q1	兼業または副業の有無を教えてください。	R6 (Q1)	R5 (Q1)	R4 (Q1)
1	あり(介護系)	53.4	N/A	N/A
2	あり(介護系以外)	5.4	N/A	N/A
3	なし	41.2	N/A	N/A
	全体	1,000	N/A	N/A

C. 介護職になることを周囲に反対された経験

介護職になることを周囲に反対された経験がある介護職は25.1%である¹⁹。

介護業界で働くことを考え始めた時期別に見ると、専門学校生・短大生・大学生・大学院生の時に入職を検討し始めた層では反対された経験がある人の割合が4割前後と相対的に高い。一方、他業界への就職後に転職先として介護業界への入職を検討し始めた層では、反対された経験がある人の割合は2割弱と相対的に低い。

表 138 介護職になることを周囲に反対された経験【介護職】

Q37	介護職になることについて周囲に反対された経験はありますか。	R6 (Q37)	R5	R4
1	ある	25.1	N/A	N/A
2	ない	74.9	N/A	N/A
	全体	1,000	N/A	N/A

表 139 介護業界で働くことを考え始めた時期別
介護職になることを周囲に反対された経験【介護職】

		n 数	反 対 さ れ た 経 験 が あ る	反 対 さ れ た 経 験 は な い
全 体		1,000	25.1	74.9
介護業界で働くことを 考え始めた時期	中学生以下の時	61	32.8	67.2
	高校生・高専生の時	138	27.5	72.5
	専門学校生・短大生・大学生・大学院生の時(就職活動より前)	91	42.9	57.1
	専門学校生・短大生・大学生・大学院生の時(就職活動を始めた後)	115	39.1	60.9
	就職後(転職先として介護業界で働くことを検討した)	595	18.3	81.7

¹⁹ 本調査では「介護職への入職にあたって周囲への相談をしたか否か」という設問を設けていないため、本設問で「反対された経験がない」と回答した人には周囲への相談をせずに入職に至った人が含まれている。また、本設問の集計結果を利用する際には、周囲からの反対を受けて介護職への入職を断念した人は本調査（介護職調査）の対象に含まれていないことにも留意する必要がある。

ヒアリング調査

入職経路についてのヒアリング結果は表 140のとおり。介護業界・介護職の他に入職を検討した業界・職種として、特定の業種は浮かび上がらなかったが、看護職等の医療・福祉関係業種と比較検討する例が見られた。また、そもそも他業種との比較検討をしていないという声も多かった。業界の検討に当たっては、自分の性格や興味にあっているかを判断材料にする傾向にあったが、周辺業務を希望する人は勤務希望条件をもとに検討していた。就職先を選ぶ際、介護職は施設の種類によって働き方などが大きく異なるため、各自が希望する働き方を基に就職先を選択していた。

介護業界への入職を躊躇ったかを確認したところ、「躊躇ったことはない」という回答が多かったが、「自分に介護職が務まるのか」という不安を感じた人もいた。また介護業界への入職を検討しない理由として、「賃金の低さ」や「排泄介助などへの抵抗感」「介護職への転職の優先順位の低さ」が理由として挙げられた。介護職になることに対して、家族や友人から反対を受ける例も見られた。

介護職に魅力を感じる層や介護職に向く層としては、「人に関わることや人の役に立つことに喜びを感じる人」や「コミュニケーションスキルを持つ人」が挙げられた。その他、「気持ちの切り替えができ、対人関係上のストレスを対処できること」も重要な要件として挙げられた。

なお、事業所としては、訪問介護職員等の高齢化が課題であることに加え、利用者とのコミュニケーションの面からも、利用者の孫世代に当たる若年層の介護業界への参入を望む声があった。一方、身体介護と周辺業務の切り分けがされている事業所では、介護助手を希望している場合もあった。

表 140 ヒアリング結果（入職経路） 概要

ヒアリング項目	内容 (末尾に「*」が記載されている意見は老健事業の調査結果から引用したもの。)
介護業界・介護職の他に入職を検討した業界・職種	ÿ 中途採用では看護職などの業種と比較検討するケースもあった。(福祉人材センター)*
	ÿ 病院で言語聴覚士として働いていたので、今の職場で声を掛けてもらった時に言語聴覚士の仕事を続けるか悩んだ。(介護職・30代男性)
	ÿ 中学生の頃は自動車や機械関係の仕事に就きたいと思っていた。(介護職・40代男性)
	ÿ 調理関係の仕事に就くことを検討していたが週1～2日勤務という希望条件に合わなかった(入門的研修受講者・60代女性)*
	ÿ これまで経験がある事務職や、介護職と同じく「介助業務」という点で近く、給与も良いと聞く障害者のサポート業務と比較・検討している(入門的研修受講者・50代女性)*
	ÿ 前職はアミューズメント関係の施設で使用される備品等の企画・販売をしていたが、前職の業界に再度入職を検討することは考えなかった。(介護職・60代女性)
	ÿ 他業種との比較検討はしていない。(介護職・50代男性)(介

ヒアリング項目	内容 (末尾に「*」が記載されている意見は老健事業の調査結果から引用したもの。)
	護職・30代女性)(入門的研修受講者・60代男性)* 他業種との比較はあまりされないのではないか。(福祉人材センター)*
就職先の業界を検討する際に重視したポイント	定年後も働けることを重視した。介護職は健康であれば長く続けることができる。また、自分の性格や人生経験を活かして働けるという観点で介護職に就いた。(介護職・60代女性) 長期的に就業できることと人の役に立てる仕事という実感があること(入門的研修受講者・50代女性)* 現職も好きだったが、新しく色んな事に挑戦したいという気持ちで介護職を選んだ。(介護職・30代男性) 就職先を探す際の優先条件としては第一に給料、第二に職場の雰囲気やそれに伴う人間関係、第三に仕事の内容。居住地と職場の近さという立地条件も大事であるが、自分がやりたいことを就職先でできるかどうか重要。(入門的研修受講者・60代男性)* 生活圏内で就業できることと希望する就業日数・就業時間で就業できること(入門的研修受講者・40代女性)* 県福祉人材センターとの面談時には、希望条件として週1～2日程度の勤務であること、通勤時間20分以内の距離にあることを挙げた。(入門的研修受講者・60代女性)*
就職先を選ぶ際のポイント	一口に介護職と言っても施設の種類によって働き方などが大きく異なるため、就職先の決定が難しい。楽しむことが好きな人にはデイサービスが向いているのではと勧めることもある(介護職・40代男性) 専門学校の実習先が現在の職場。(介護職・50代男性) 大きい会社で訪問介護員として働くよりも、小さい会社で色々と学ぶ方が良いと思い今の会社を選んだ。(介護職・60代女性) 時短勤務が可能か、休暇取得制度が整っているかなど希望する就労条件に合致することを最重要視する求職者が多いように思う。(福祉人材センター)*
介護業界への入職を躊躇ったことはあるか、その理由は何か	入職を躊躇ったことはない。(介護職・50代・男性)(介護職・40代男性) 家族介護の経験があったため介護そのものに対する心理的なハードルは少なかった。(入門的研修受講者・60代女性)* 躊躇したことは特段ないが、既に施設で働かれている職員とのコミュニケーションをうまくとれるのかという点は不安に感じている。(入門的研修受講者・60代男性)* 他者のケアをすることが自分にできるのかという不安があった。また、就職先で異動があることに不安はあったが、それ以外の排泄のケアや人間関係、夜勤など条件面での不安は特段なかった。(介護職・30代女性)自分にできるのだろうかということが最も不安だった。(介護職・50代男性) 実務者研修の受講にあたり面接を受けた際、「あなたに介護は無理よ。そんなにチャラチャラしていて介護なんできるわけじゃないじゃない。」と言われたが、むしろ見返したい気持ちに

ヒアリング項目	内容 (末尾に「*」が記載されている意見は老健事業の調査結果から引用したもの。)
	なり、絶対に介護職に就いてみせると決意した。(介護職・60代女性) ÿ 求職者の中に<u>身体介護として排泄介助など</u>をすることに抵抗感がある人が一定数いる。(福祉人材センター)* ÿ お風呂の介助等、重労働がどの程度あるのかわからず、不安がある。(入門的研修受講者・50代女性)* ÿ 仕事の専門性や重労働の程度など、どこまでの仕事を求められるかわからず、不安がある。(入門的研修受講者・40代女性)*<u>介護現場の賃金は全体的に安い。昨今製造業の賃金が上がっており人材が製造業に流れている。</u>(福祉人材センター)* ÿ 中高年の中には「<u>自分の年代であればまだ他の仕事の選択肢がある</u>」「あと10年したら受け入れてくれる業界は介護福祉業界などに絞られてしまうので、福祉職への転職はその時で良い」と考える人も一定数いる。(自治体職員)*
介護職になることへの周囲の反応	ÿ <u>周囲から「介護なんかするの」と否定的な声が聞かれた。</u>(介護職・60代女性) ÿ 介護の仕事に関してクリーンなイメージをもっていたが、入門的研修への参加を周囲に話した際に、「<u>介護の現場は給与も低いのに、大変で、人間関係もよくないのでやめておいた方がよい</u>」と言われた。(入門的研修受講者・50代女性)* ÿ <u>介護職に就くにあたり、家族には収入面の心配をされた。</u>(入門的研修受講者・60代男性)* ÿ <u>介護福祉士養成施設に入学する際に保護者から反対されたり、友達から介護職は大変ではないかと言われたりする学生がいるという話を聞く。</u>入学に反対する保護者は、高齢者施設での虐待や給与水準などの報道を見て「<u>介護職は大変</u>」というイメージを根強く持つ。(入門的研修委託事業者)* ÿ <u>母が認知症だったため、きょうだいから「長男なのだから頼む」「お前しかいない」と言われた。</u>(介護職・50代男性)
介護職に魅力を感じてもらいやすい層／介護職に入ってきた層の特徴	ÿ 「<u>人のために何かをしたい</u>」という学生が介護職に興味を持つことが多い。(入門的研修委託事業者)* ÿ <u>介護は対人援助なので営業職や、秘書やキャビンアテンダントなどの仕事を経験した人も合うように思う。躊躇しないでいろいろと挑戦してみることが大切。</u>(介護職・60代女性) ÿ <u>年配の人は人生経験を活かせることに魅力を感じやすい。</u>(福祉人材センター)* ÿ <u>家族の介護をきっかけに入門的研修への参加している人が多い。</u>(自治体職員)*
介護の仕事に向いている人はどのような人だと感じるか	ÿ <u>人と関わるのが好きな人。</u>人と関わって困りごとをお手伝いしたり、相手に何かをして喜んでいただくことに価値を感じたりする人は向いている。(介護職・30代男性) ÿ <u>人付き合いが上手な人や、言葉の使い方が上手な人</u>は向いていると思う。利用者の性格に合わせて対応する力が必要。(介護職・50代男性) ÿ <u>人間らしい優しさがあればできる仕事だ</u>と感じている。最初

ヒアリング項目	内容 (末尾に「*」が記載されている意見は老健事業の調査結果から引用したもの。)
	は資格がなくても良く、人に興味をもって仕事に取り組んでくれば十分。(介護職・40代男性) ☞ <u>コミュニケーションスキルが高く、人から言われたことを素直に聴け、柔軟に自分の肥しにできる人。(介護職・60代女性)</u> ☞ <u>介護の仕事に対する意欲の高さがあり、人柄が良い人。柔らかい雰囲気、コミュニケーションを取っていても相手に嫌な感情を抱かせない人が向いている。(介護事業所)*</u> ☞ <u>高齢者とお互いに寄り添う気持ちがあることが大事。(介護職・30代女性)</u> ☞ <u>自己満足よりも他者満足を求めるタイプの人</u>が介護職に向いている。(入門的研修委託事業者)* ☞ <u>良い意味での適当さがあり、気持ちの切り替えがすぐできる人。介護は対人援助なので、全てが思いとおりに行くことは稀。一見介護職に向いていそうでも、心が壊れて辞めてしまう人をたくさん見てきた。介護は知識や技術があることも大事だが、心で行う仕事であるため自分と利用者の気持ちを大切にできる人が向いている。(介護職・50代男性)</u>
(参考) 事業所が求める人材	☞ <u>訪問介護職員等の高齢化が課題であり、若い職員が増え現場を活性化させたいという声を聞く。(自治体職員)</u> ☞ <u>利用者にとって、50～60代の職員は息子や娘の世代。さらに一つ下の孫世代との関係性を必要としているのではないかと。また、現場仕事は機動力が必要なので、若い人の力がある程度ほしい。(介護職・50代男性)</u> ☞ <u>事業所からは、初任者研修を受けた人や若い人を採用したいという声があった。(自治体職員)*</u> ☞ <u>事業者が求める人物像は、「コミュニケーションがとれる」「思いやりがある」「笑顔で明るい」人が挙がる。運転免許を持っていない人は入職が難しい(入門的研修委託事業者)*</u> ☞ <u>事業所としては、長く働いてもらえる人に入職してほしい。(介護事業所)*</u> ☞ <u>身体介護を担う即戦力を求めているなど、要望が高い事業所もある。(入門的研修委託事業者)*</u> ☞ <u>関係団体と意見交換を行った際に、業務を切り分け、介護助手を活用したいとの要望があった。(自治体職員)</u> ☞ <u>事業所が年配で短時間勤務の人を求めていることもある。(入門的研修委託事業者)*</u>

．考察

１．魅力発信等事業の必要性及び効果的なアプローチに関する分析

本章では、前述のアンケート調査とヒアリング調査の結果をもとに、魅力発信等事業の必要性や、効果的なアプローチについて（１）～（４）で分析する。

（１）介護の仕事に関する魅力発信の必要性

はじめに、本事業の存在意義でもある「介護の仕事に関する魅力発信の必要性」について考察する。アンケート結果によると、介護の仕事就職先として魅力的だと「思う」と回答した人は学生で15.6%、保護者で7.2%であった。実際に、就職先として考えている業界・興味がある業界として「医療、福祉（介護の仕事）」を挙げた学生は5.8%に留まる（「医療、福祉（介護の仕事以外）」を選んだ学生は16.2%）。また、子どもについてほしい業種として「医療、福祉（介護の仕事）」を挙げた保護者も4.8%であった（「医療、福祉（介護の仕事以外）」を選んだ保護者は13.8%）。このような現状を踏まえると、介護の仕事へのイメージは向上の余地が大きく、介護業界への入職を志す学生および介護業界への入職者数を増やすためには、今後も継続的な魅力発信が必要であるといえる。

また、学生・保護者ともに、介護との関わりがある人や、介護の仕事テーマとしたコンテンツに触れた経験がある人の方が介護の仕事就職先候補として考えている割合が高く、介護の仕事に対してポジティブなイメージを持っていた。介護の仕事に関する情報に触れる人を増やすことは、介護の仕事就職先候補の一つとして考える人を増やすことにつながると推察できる。

なお表 141で示すように、ヒアリング調査でも、自治体と介護職双方から介護の仕事に関する魅力発信の必要性について訴える意見が挙がっていた。

表 141 「介護の仕事に関する魅力発信の必要性」（ヒアリング結果を一部抜粋）

Y	介護の仕事にネガティブなイメージを持っている人が多いことや、就労を検討する際介護職への興味を持ってもらえる機会が少ないことが介護人材不足の要因の１つ。やる気をもって働いている職員や負担軽減に取り組んでいる事業所の取組を広く発信して、ネガティブなイメージを払拭していく必要性を感じている。（自治体職員）
Y	若い人が介護業界に入ってくるきっかけを沢山作らなければ就職者は増えない。現在、若くして介護職になる人は保護者が介護職である方が多く、身内に介護職がいない人が入職することは少ない。（介護職・50代男性）

（２）魅力発信等事業においてアプローチすべき対象（ターゲット）

国や都道府県における事業計画に資することができるよう、魅力発信等事業がアプローチすべき対象の解像度を高めることが本節の目的である。アプローチ対象の解像度を高めることは、「誰に向かって魅力発信をすべきか」に関する手がかりに加えて、「どのようなメッセージを訴求することが効果的か」についての手がかりを得ることに繋がる。これは後段の「（３）魅力発信等事業において効果的だと考えられる情報発信の方法および内容」に紐づく。

魅力発信等事業は、「介護職の仕事に就く可能性のある本人」と「介護職の仕事に就く可能性のある人物の周囲の人々」の双方がターゲットになり得る事業である。魅力発信事業の最終アウトカムが介護人材の確保であることを踏まえると「介護職の仕事に就く可能性のある本人」としてアプローチの優先度が高いのは「介護職の特性とキャリア志向や強みがマッチする人」である。

「介護職の特性とキャリア志向や強みがマッチする人」は介護職の情報に触れた際に魅力を感じる可能性が高く、魅力発信の費用対効果が高いと考えられる。また、介護職との相性が良く「介護職に向いている人」だといえる。キャリア志向と実際の仕事内容の重なりが大きいと、採用のミスマッチが起きづらく介護職を続けられる可能性が高いとも想定される。魅力発信の活動は必ずしもアプローチ対象をすぐに入職に結び付けることを目的とはしていないが、最終アウトカムが介護人材の確保であることを踏まえると、介護職としての適性がある人をターゲットとし、人材の定着を図ることは重要である。

なお、各地域の現状や人材確保計画、事業所のニーズ等に合わせて、「需要に対して供給が特に不足しているのはどのような人か(例.年代など)」という観点でアプローチすべき対象を絞ることもできるが、魅力発信事業では、介護職に向いている人を中心に、多様な層に魅力を届け、できる限り取りこぼさずに入職へと後押しすることの重要性が高い。

本節では、「介護職の特性とキャリア志向や強みがマッチする人」の分析に加えて、「介護職の仕事に就く可能性のある人物の周囲の人々」を対象とした魅力発信を行うことの重要性について考察する。

ア. 介護職の特性とキャリア志向がマッチする人

【介護職や介護事業所の目線から見た「介護職に向いている人」】

「介護職に向いている人」の特徴について、ヒアリング調査の主な結果は表 142のとおり。「人と関わるのが好きな人」「コミュニケーションスキルを持つ人」という回答からは、対人援助職ならではの特徴が読み取れる。また、「高齢者に寄り添う気持ちを持っている人」との回答は、日々高齢者と触れ合う介護職に特有のものである。高齢者との関わりについて、ヒアリング調査では「新型コロナウイルスの流行による職場見学中止や核家族化等によって、高齢者の生活の様子や高齢者にどのように接するべきかを知る機会が少なくなっている」と指摘がされていた。魅力発信の活動において、高齢者との交流を増やすような取組を行うことの必要性が示唆される。

表 142 「介護職に向いている人」(ヒアリング結果を一部抜粋)

○「人と関わるのが好きな人」に関連する回答	
Y	人と関わるのが好きな人。人と関わって困りごとをお手伝いしたり、相手に何かをして喜んでいただくことに価値を感じたりする人は向いている。(介護職・30代・男性)
Y	人付き合いが上手な人や、言葉の使い方が上手な人は向いていると思う。利用者の性格に合わせて対応する力が必要。(介護職・50代男性)
Y	人間らしい優しさがあればできる仕事だと感じている。最初は資格がなくても良く、人に興味をもって仕事に取り組んでくれれば十分。(介護職・40代男性)
○「コミュニケーションスキルを持つ人」に関連する回答	
Y	コミュニケーションスキルが高く、人から言われたことを素直に聴け、柔軟に自分の肥しにできる人。(介護職・60代女性)
Y	介護の仕事に対する意欲の高さがあり、人柄が良い人。柔らかい雰囲気、コミュニケーションを取っていても相手に嫌な感情を抱かせない人が向いている。(介護事業所)
○「高齢者に寄り添う気持ちを持っている人」に関連する回答	
Y	高齢者とお互いに寄り添う気持ちがあることが大事。(介護職・30代女性)
Y	自己満足よりも他者満足を求めるタイプの人介護職に向いている。(入門的研修委託事業者)*
○「気持ちの切り替えがすぐできる人」に関連する回答	
Y	良い意味での適当さがあり、気持ちの切り替えがすぐできる人。介護は対人援助なので、全てが思いどおりにいくことは稀。一見介護職に向いていそうでも、心が壊れて辞めてしまう人をたくさん見てきた。介護は知識や技術があることも大事だが、心で行う仕事であるため自分と利用者の気持ちを大切にできる人が向いている。(介護職・50代男性)

【介護職を続ける人の特徴】

実際に介護職を選択し、続ける人は、どのような価値観を持つ傾向にあるのだろうか。表143のとおり、介護職の中でも転職意欲がない、または転職先の一つとして介護職を検討している人(79.0%)に着目すると、「介護の仕事を選んだ理由」として多かったのは、「人の役に立つ仕事だと思ったから」(80.8%)、「やりがいのある仕事と思ったから」(79.8%)、「自分にもできる仕事と思ったから」(79.6%)だった²⁰。「人の役に立つ仕事」という点は、前述の「介護職に向いている人」と一致している。

また、「介護の仕事をしている中でよかったと感じること」は「利用者や利用者の家族から感謝されること」(81.1%)、「資格や専門知識を活かすことができる(身に付けられる)こと」(81.0%)、「就職先・転職先が見つかりやすいこと」(80.4%)だった²¹。「資格や専門知識を活かすことができる(身に付けられる)こと」という回答からは、無資格でも始めることができ、働きながら国家資格を取得することができるという点に魅力を感じ、介護職を続けている人が多いと推測できる。これは、魅力発信の内容を考える際の参考となる。

²⁰ いずれも「とてもあてはまる」または「あてはまる」を選んだ人の割合。

²¹ いずれも「とてもあてはまる」または「あてはまる」を選んだ人の割合。

表 143 現在の転職意向の有無【介護職】

		n 数	か 転 つ 職 職 を 先 検 と 討 し 活 て 動 介 して 護 いる 職 は 検 検 討 討 し して て い い ない ない	ま 転 た は は 考 考 えて え て い ない ない 一 つ つ と し して 介 介 護 護 職 職 を を 検 検 討 討 し して て いる いる
		1,000	21.0	79.0
介護の仕事を選んだ理由	全体	1,000	21.0	79.0
	社会的な意義が大きい仕事だと思ったから	535	21.9	78.1
	やりがいのある仕事だと思ったから	615	20.2	79.8
	人の役に立つ仕事だと思ったから	657	19.2	80.8
	資格や専門知識を活かすことができる仕事だと思ったから	602	21.3	78.7
	自分に向いている仕事だと思ったから	506	21.5	78.5
	自分にもできる仕事だと思ったから	587	20.4	79.6
	ワークライフバランスを確保しながら働ける業界だと思ったから	432	23.1	76.9
	今後成長していく業界だと思ったから	481	20.6	79.4
	雇用不安の少ない業界だと思ったから	544	21.1	78.9
介護の仕事をしている中で「良かった」と感じること(介護の仕事の魅力だと思うこと)	家族など身近な人が介護の仕事に就いていたから	344	27.6	72.4
	高齢者と接するのが好きだから	429	22.4	77.6
	社会的意義が大きいこと(社会の役に立てること)	595	22.2	77.8
	やりがいがあること	571	20.5	79.5
	利用者や利用者の家族から感謝されること	586	18.9	81.1
	仕事内容自体が楽しいこと	437	23.1	76.9
	資格や専門知識を活かすことができる(身に付けられる)こと	495	19.0	81.0
	給与が良いこと	279	24.0	76.0
	勤務日や勤務時間の融通が利くこと	430	21.4	78.6
	未経験でも始めやすいこと	510	21.6	78.4
	就職先・転職先が見つかりやすいこと	521	19.6	80.4

【介護職の競合となり得る業界】

「介護職に魅力を感じる人は他にどのような業界を志望する傾向にあるか」という観点から、競合となり得る業界について考察する。競合となり得る業界を明らかにすることは、介護職への転職を促すための情報を届けるべき母集団を知ることにつながる。

表 144のとおり、介護職向けアンケート調査で「これまでに働いたことがある業種」を尋ねたところ、「医療、福祉(介護の仕事)」(71.2%)が最も多く、「医療、福祉(介護の仕事以外)」(25.6%)、「サービス業(他に分類されないもの)」(18.0%)、「製造業」(11.6%)と続いた。

また、表 145のとおり、転職活動または転職を検討している介護職のうち、転職先の候補から介護職を除いている人が検討している業種としては、「医療、福祉（介護の仕事以外）」（22.9%）が最も多く、「サービス業（他に分類されないもの）」（14.8%）や「製造業」（11.0%）と続いた。

表 144 これまでに働いたことがある業種【介護職】

Q19	これまでに働いたことがある業種を教えてください。	R6 (Q19)	R5 (Q16)	R4 (Q17)
1	医療、福祉（介護の仕事）	71.2	46.9	59.2
2	医療、福祉（介護の仕事以外）	25.6	19.3	20.9
3	農業、林業	2.9	5.1	5.1
4	漁業	1.7	2.4	1.9
5	鉱業、採石業、砂利採取業	1.5	2.1	1.5
6	建設業	4.8	6.1	4.6
7	製造業	11.6	15.2	14.2
8	電気・ガス・熱供給・水道業	1.5	2.0	2.2
9	情報通信業（通信・インターネット、メディア、情報サービスなど）	4.9	3.9	2.6
10	運輸業、郵便業	5.4	4.2	5.1
11	卸売業、小売業	8.0	7.9	7.7
12	金融業、保険業	4.3	4.4	3.9
13	不動産業、物品賃貸業	2.0	1.6	1.6
14	学術研究、専門・技術サービス業	1.8	2.9	2.0
15	宿泊業、飲食サービス業	9.9	10.6	9.8
16	生活関連サービス業、娯楽業（クリーニング、理容など）	3.3	7.5	5.2
17	教育、学習支援業	5.1	3.9	3.9
18	複合サービス事業（郵便局、農業協同組合など）	1.8	1.3	2.9
19	サービス業（他に分類されないもの）	18.0	17.5	13.2
20	公務（他に分類されるものを除く）	3.2	4.3	2.5
21	その他	2.6	3.0	2.7
	全体	1,000	1,000	1,000

表 145 介護職を転職先の候補としていない介護職が
転職先として検討している業種【介護職】

	n 数（全体）	医療、福祉（介護の仕事以外）	農業、林業	漁業	鉱業、採石業、砂利採取業	建設業	製造業	電気・ガス・熱供給・水道業	情報通信業（通信・インターネット、メディア、情報サービスなど）	運輸業、郵便業	卸売業、小売業	金融業、保険業	不動産業、物品賃貸業	学術研究、専門・技術サービス業	宿泊業、飲食サービス業	生活関連サービス業、娯楽業（クリーニング、理容など）	教育、学習支援業	複合サービス事業（郵便局、農業協同組合など）	サービス業（他に分類されないもの）	公務（他に分類されるものを除く）	その他	特に決めていない
全体	210	22.9	4.3	5.2	3.3	3.3	11.0	2.4	7.6	4.3	3.3	2.4	3.8	2.9	10.5	10.5	5.2	5.7	14.8	3.8	1.4	23.8
転職活動をしている （情報収集等を始めている）	92	21.7	6.5	8.7	6.5	7.6	15.2	3.3	12.0	7.6	4.3	5.4	6.5	4.3	10.9	12.0	6.5	9.8	17.4	2.2	0.0	6.5
転職を検討している （情報収集等は始めている）	118	23.7	2.5	2.5	0.8	0.0	7.6	1.7	4.2	1.7	2.5	0.0	1.7	1.7	10.2	9.3	4.2	2.5	12.7	5.1	2.5	37.3

なお、学生向けアンケートで介護の仕事を魅力的だと「思う」と回答した人（15.6%）が「就職先として考えている業界・興味がある業界」として挙げたのは、「医療、福祉（介護の仕事以外）」（23.1%）、「医療、福祉（介護の仕事）」（20.5%）、「教育・学習支援業」（11.5%）

の順に多かった。介護職向けアンケートで尋ねた「これまでに働いたことがある業種」と大きな差はなく、介護職以外の医療・福祉の仕事が最たる競合となることが分かる。また、このアンケート結果から、介護の仕事を魅力的だと思う学生であっても、実際に就職先として介護の仕事を検討している人は約5人に1人に留まっている²²ことが明らかになった。介護の仕事を魅力的だと考える人であっても、実際に自身の就職先として検討することのハードルは高いことが読み取れる。

また、表 146のとおり「就職先として考えている業界・興味がある業界」として「介護の仕事」と回答した人が他に検討している・興味がある就職先としては、「医療、福祉（介護の仕事以外）」（37.9%）、「サービス業（他に分類されないもの）」（20.7%）の順に多かった。

表 146 「介護の仕事」以外に検討している・興味がある就職先【学生】

「医療、福祉（介護の仕事）」以外に就職先として考えている業界・興味がある業界	n数	割合
全体	29	100.0
医療、福祉（介護の仕事以外）	11	37.9
農業、林業	3	10.3
漁業	1	3.4
鉱業、採石業、砂利採取業	3	10.3
建設業	1	3.4
製造業	3	10.3
電気・ガス・熱供給・水道業	1	3.4
情報通信業（通信・インターネット、メディア、情報サービスなど）	1	3.4
運輸業、郵便業	1	3.4
卸売業、小売業	3	10.3
金融業、保険業	3	10.3
不動産業、物品賃貸業	1	3.4
学術研究、専門・技術サービス業	0	0.0
宿泊業、飲食サービス業	0	0.0
生活関連サービス業、娯楽業（クリーニング、理容など）	1	3.4
教育、学習支援業	1	3.4
複合サービス事業（郵便局、農業協同組合など）	1	3.4
サービス業（他に分類されないもの）	6	20.7
公務（他に分類されるものを除く）	2	6.9
その他	0	0.0
特に考えていない	0	0.0

就職先として検討してもらうためには、こういったメッセージ発信をすることが効果的なのだろうか。表 147のとおり、全体的な傾向として、介護職の方が学生・保護者よりも介護の仕事に対するイメージが良い結果となった。介護職の方が学生・保護者よりも5.0pt以上高いスコア（良いイメージ）であった項目は「仕事内容の楽しさ」および「勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ」、「働きやすさ」の3項目²³である。この3項目は、魅力発信等事業でイメージを改善すべき内容だと考えられる。

²² p.83「表 80 詳細分析 就職先として介護の仕事に興味があるか 【学生】」参照

²³ p.88「表 86 介護の仕事に対するイメージ【学生・保護者・介護職】」参照

表 147 介護の仕事への興味【介護職】

		n 数	介護の仕事への興味		
			興就 味職 あ先 りと して	興就 味職 なし として	考就 え職 て先 いは ない に
全 体		500	5.8	57.4	36.8
介護の仕事を 就職先として	思う	78	20.5	64.1	15.4
	思わない	259	2.7	60.6	36.7
魅力的だと思うか	どちらともいえない	163	3.7	49.1	47.2

イ.「介護職に就く可能性のある人物の周囲の人々」を対象とした魅力発信の重要性

「介護職に就く可能性のある人物の周囲の人々」に焦点を当て、周囲を対象に魅力発信をすることの重要性について考察する。

事業間連携会議では「例えば福祉の仕事を目指したいという高校生が親や教員に相談すると『親ブロック』『先生ブロック』があると聞いている。コンテンツを活用して保護者・教員に介護のしごとについて理解してもらう必要がある」「若い世代の進路に影響を与える保護者や学校の先生にアピールしていくことも重要」といった声が複数上がっていた。介護職を志望する若年層にとって、親や先生など周囲からの反対が、入職を思いとどまらせる原因になってしまっている現状があるといえる。

就職前の子どもがいる保護者（介護の仕事の未経験者）に対し、「子どもが『介護の仕事に就きたい』といった場合どのように対応するか」を尋ねたところ、19.1%の保護者が「本人の希望であったとしても反対する」、45.3%の保護者が「本人の希望があれば応援したいが、『できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないかと伝える』と回答した。

また、介護職向けアンケート調査では、介護職になることについて周囲に反対された経験が「ある」と回答した人が25.1%、「ない」と回答した人は74.9%だった。このことから、介護職への入職可能性を高めるためには、保護者や教員のような周囲への魅力発信も必要であると推察される。ただし、本結果を詳細に分析するためには、介護の仕事を志望した際に周囲に相談した人数・割合なども把握する必要があることには留意されたい。

実際に、介護職へのヒアリング調査結果を見ると、6人中「周囲からの否定的な声を乗り越えて入職に至った」と回答した人は1人だった。詳細は表 148のとおり。

表 148 「介護職になることへの周囲の反応」(ヒアリング結果を一部抜粋)

Y	自分は介護職に向いていないと思っていたし、周りからも「介護なんかするの」と否定的な声が聞かれた。(介護職・60代女性)
Y	友人や知人には相談していなかった。母が認知症だったため、きょうだいからは、「長男なのだから頼む」「お前しかいない」と言われたため、他の選択肢は考えていなかった。(介護職・50代男性)
Y	父親が障害福祉関係の仕事をしており、中学校の職場体験に行ってみようと思ったのが最初のきっかけ。父がきっかけで、介護職に興味を持っていた。(介護職・30代女性)
Y	親が看護師をしていた影響もあり、医療・介護や福祉に早い時期から興味があった。(介護職・30代男性)
Y	手に職をつけたいという思い、お年寄りと関わる仕事に就きたいという思いから、まずは介護福祉士の資格を取得しようと考えた。姉が介護福祉士だが、年が離れていることもあり、仕事内容についての話を聞くことはあまりなかった。介護職になることについても特段の反応はなかった。(介護職・40代男性)

表 149のとおり、介護職向けアンケート結果を見ると、介護職になることについて周囲に反対された経験が「ある」と回答した人の方が、入職前に抱いていた介護職へのイメージが良いことが分かる。この結果からは、周囲からの反対を超えて介護職になるためには、介護職への強い思いが必要となることが推察できる。

表 149 介護の仕事に対する入職後のイメージ【介護職】
(各項目について、「とても良い」あるいは「やや良い」を選んだ人の割合)

		n 数	介護の仕事に対する、入職前のイメージ											
			社会的意義の大きさ	やりがいの大きさ	仕事内容の楽しさ	資格や専門知識の活かしやすさ	機会の多さ	昇進やキャリアアップの機会	体力的負担	精神的負担	給与	勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ	働きやすさ	ICTやロボットなどの活用状況
全体		1,000	56.7	57.3	39.8	53.0	34.4	33.9	33.6	30.1	36.6	35.2	22.4	42.6
介護職への就職を 反対された経験	ある	251	69.3	67.7	53.4	59.0	49.4	52.6	53.8	47.4	49.4	47.8	43.8	54.2
	ない	749	52.5	53.8	35.2	51.0	29.4	27.6	26.8	24.3	32.3	31.0	15.2	38.7

また、表 150の介護職向けアンケート結果を見ると、就職後(転職時)に介護職に就くことを考え始めた層は、それより前の時期に考え始めた層と比較して反対された割合が相対的に低い。幼少期や学生時代から介護の仕事に就きたいと考えている人は周囲から反対されたとしても介護職を選ぶ傾向にある一方、新卒では介護以外の別業界に就職した人が、介護業界への転職を検討している際に周囲からの反対を受けると、介護職になることを諦めてしまう可能性があるとの推測される。ここから、早い段階から介護の仕事の魅力を伝えることの重要性が示唆される。

表 150 介護職になることを周囲に反対された経験【介護職】

		n 数	反 対 さ れ た 経 験 が あ る	反 対 さ れ た 経 験 は な い
全 体		1,000	25.1	74.9
介護業界で働くことを 考え始めた時期	中学生以下の時	61	32.8	67.2
	高校生・高専生の時	138	27.5	72.5
	専門学校生・短大生・大学生・大学院生の時(就職活動より前)	91	42.9	57.1
	専門学校生・短大生・大学生・大学院生の時(就職活動を始めた後)	115	39.1	60.9
	就職後(転職先として介護業界で働くことを検討した)	595	18.3	81.7

一方、保護者や教員といった身の周りの人物は、介護職への入職を後押しする存在になることもある。ヒアリング調査結果をもとにした、介護職への入職のきっかけに関する傾向分析と有効なアプローチ手段については、(3) 魅力発信等事業において効果的だと考えられる情報発信の方法および内容」で詳述する。

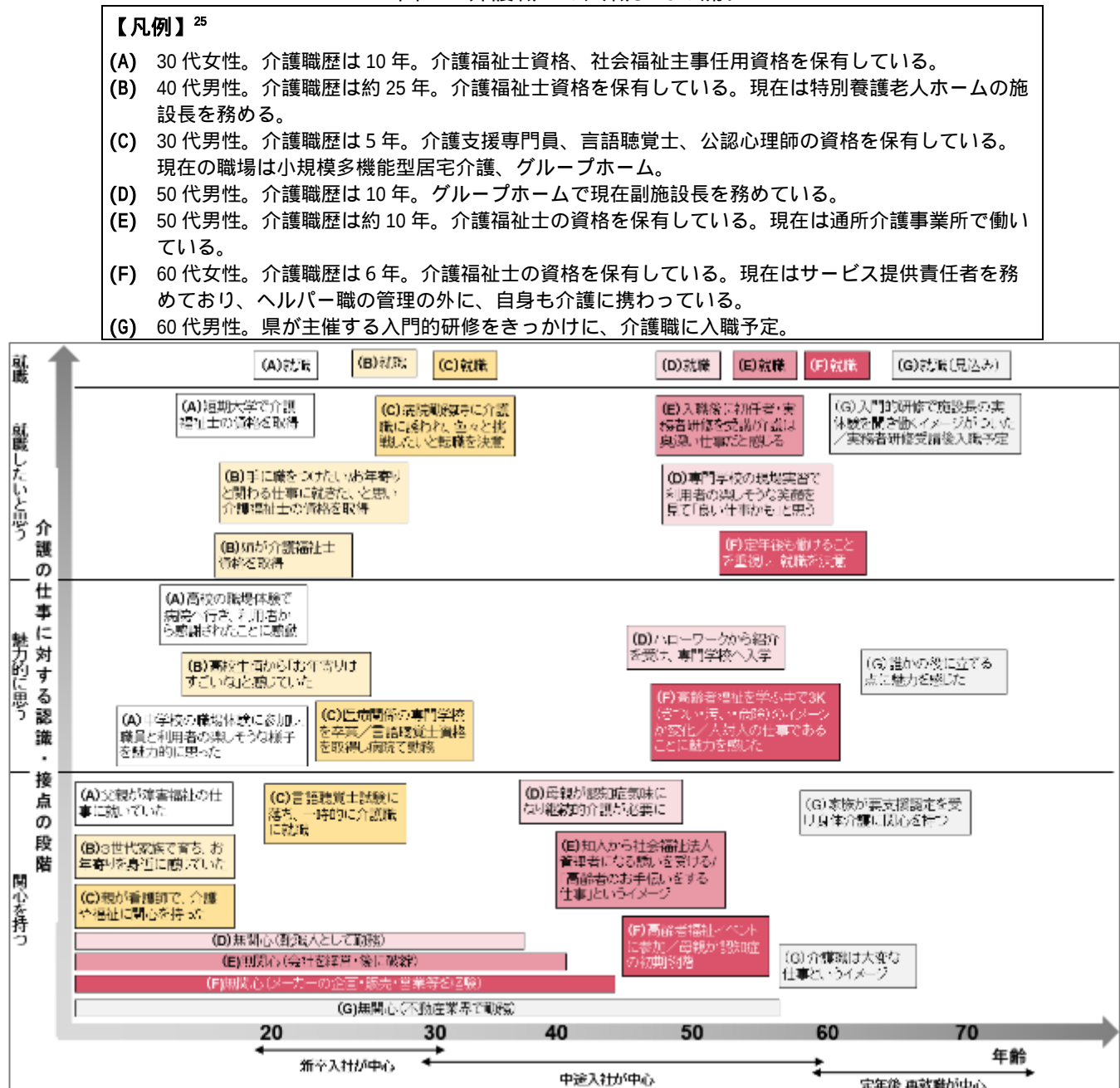
(3) 魅力発信等事業において効果的だと考えられる情報発信の方法および内容

本節では、魅力発信事業において何をどのように発信することが効果的について考察する。ここでの効果とは、ターゲットが「介護の仕事への興味・関心を高めること」「介護の仕事への理解を深めること」「介護業界への入職を検討すること」を指す。

ア. 介護職への参入のきっかけから見る、効果的な情報発信方法・内容

介護職²⁴へのヒアリング結果から、ある人が介護職に関心を持ち、その後魅力を感じて就職したいと考えるようになるまでの過程を図 9 で整理した。

図 9 介護職への入職までの流れ



²⁴ 内1名は数か月後に介護の仕事に就く見込みの者。

²⁵ (A)～(F)はKAIGO PRIDE アンバサダー、(G)は入門的研修の参加者であり、数か月後に介護の仕事に就く見込みの人。

この図から、20～30代で介護職に就職している人は「保護者など身近な人が福祉関係の仕事についている」「幼少期から高齢者が身近にいる」等の理由で、早期に介護職に関心を持つ傾向があることが分かる。これは、アンケート調査の「介護との関わりがある人の方が介護の仕事を就職先候補として考えている割合が高い」という結果とも一致する。核家族化が進む中、高齢者との繋がりを自然と持つ人は減少傾向にある。魅力発信の活動の中で「高齢者や介護職とのふれあい」の機会を提供することで、介護職への関心を高めることは効果的だと考えられる。

また、介護職の方が自身の子どもに介護の仕事に就くことを勧められるようになれば、入職の可能性が高まることも推察される。介護職向けアンケートにおいて、子どもが介護の仕事に就きたいと言った場合に「本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う」と回答した人は56.6%に留まっており、介護職自身が身近な人に自信を持って介護の仕事の魅力を伝えられるようになることの必要性は大きい。詳細は「(4) 介護業界内部における課題」で後述する。

40代以降で介護職に就職している人は「家族の介護や失業等により、必要に迫られて介護職を選択する」傾向にある。E・Gは、入門的研修や初任者研修を受講した後に介護職へのイメージが変化している。段階的に介護の資格や研修が設けられていることが、介護職に就くことへの不安の払拭に寄与している可能性がある。また、Eについては、経営者としての経験等を評価されて知人からの声がかかった可能性もあり、人生経験や職歴を活かしたキャリアチェンジの1つの例だと言える。

ヒアリング結果を踏まえると、40代以降の人にとっては「長く働ける」ことや「勤務時間や仕事内容を選択でき、柔軟な働き方に対応できること」が積極的選択の理由になるケースがあり、ある程度年齢を重ねてからでも転職しやすい業界であることが魅力に映っていると窺われる。また、介護の仕事との接点を持つにつれ、介護職に対して抱いていたネガティブなイメージ（介護職は大変／3K）が改善されていく傾向も特徴的であった。保護者向けアンケート調査では、年代が高くなるにつれて介護職に対するイメージが低くなっており²⁶、中高年世代では特に介護職に対するイメージが改善される余地が大きくなっている可能性がある。

学生向けアンケート調査では「就職先選びの際に重視すること」²⁷として「給与が良いこと」(46.8%)の回答が最も多く、「やりがいがあること」(38.8%)、「仕事内容自体が楽しいこと」(33.8%)、「休暇が取りやすいこと」(29.6%)、「人の役に立てること」(27.0%)と続いた。この結果を踏まえると、ヒアリング調査で挙げられた「介護職の魅力」(表151)のうち、「利用者から感謝される」「勤務日や勤務時間の融通が利き、柔軟に働くことができる」といった点は学生にとっても魅力的に映る可能性が高いと想定される。一方、「人生経験を活かすことができる」といった魅力は年を重ねた人に響くメッセージだと考えられる。

²⁶ p.92「表90 詳細分析 介護の仕事に対するイメージ -1【保護者】」参照

²⁷ 複数回答、上位5つまでを選択する形式。

表 151 「介護職の魅力」(ヒアリング結果を一部抜粋)

Y	社会的意義が大きい
Y	利用者から感謝される
Y	働く姿が格好良い
Y	自分自身が人間的に成長できる
Y	資格や専門知識を身に付けられる / 活かすことができる・キャリアアップできる
Y	人生経験を活かすことができる
Y	未経験でも就職可能
Y	勤務日や勤務時間の融通が利き、柔軟に働くことができる

イ. 介護職へのイメージや就職意欲から見る、効果的な情報発信方法・内容

アンケート調査の結果からは「介護に関する授業を受けた経験や介護施設への訪問経験があり、そこでポジティブな印象を抱いた層は、介護の仕事に対して関心が高い/介護の仕事に対して良いイメージを持っていること」が明らかになった。また、介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたものとしては、介護職では「実際に介護の現場で働いている・働いていた人からの話」(27.1%)、学生では「親族から聞いた話」(16.4%)、保護者では「身近な人が介護サービスを受けている様子を見たこと」(17.8%)だった。これは、ヒアリング調査で明らかになった「保護者など身近な人が福祉関係の仕事についている」「幼少期から高齢者が身近にいる」場合、介護職への魅力を感じ、就職先の選択肢の1つとするという傾向と一致している。

これまで介護との関わりがなく関心も無い層にも届くようにアプローチすることで、若い人と介護の仕事との接点を作り出すことの必要性が示唆される。なお、本年度の調査結果では介護の仕事をテーマとしたコンテンツに触れた経験がある学生・保護者の割合は3割弱に留まっており、コンテンツ接触経験が無い人(あるいは接触したことを覚えていない人)が約7割であることが明らかになったため、より広範囲かつ頻回に情報発信を行うことが魅力発信等事業において必要である。情報発信を行う際には、関心を持つ層を狭めないよう、「自分は介護職に向いているかもしれない」と思わせるようなポジティブな発信を行うことが望ましい。加えて、介護職として働くことで高まるスキルについて発信することも一案である。また、情報発信を行うにあたっては、年代によって接触しやすいコンテンツが異なる点も留意していく必要がある。

(4) 介護業界内部における課題

本節では、介護業界の内部に注目し、今後改善が必要な点について分析する。

ア. 介護職自身による仕事への評価

アンケート調査によると、介護の仕事に就いていることを「誇りに感じる」と回答した人は43.5%であった。「誇りに感じてはいない」と回答した人が25.2%、「どちらともいえない」と回答した人が31.3%となっている。また、自身の子どもが「介護の仕事に就きたい」と言った場合、「本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う」と回答した人は56.6%であっ

た。表 152で示すように、介護職へのヒアリングでは「介護業界で働く人自身が自身への仕事に十分な自信を持てておらず、ネガティブなイメージを発信してしまう傾向にある」といった課題が挙げられた。

表 152 「介護業界内部の魅力発信に関する課題」(ヒアリング結果を一部抜粋)

Y	介護業界の内部から仕事の愚痴や給与等に関するマイナスの発信をしてしまう人たちが非常に多く、それが結果として人材不足につながっていると思う。会社に対してというよりは、業界として少しもったいないと感じている。(介護職・30代男性)
Y	若い人は、介護職に昔の3K(きつい・汚い・危険)のイメージを持っているように思う。それは私達が「介護は素晴らしい仕事である」と胸を張って発信していないことも要因であるが、まずは現場を見てどんな仕事なのかを判断してほしい。(介護職・50代男性)

イ. 介護職による発信力を高めることの意義

表 153のとおり、介護職向けアンケートの「介護の仕事の魅力を周囲(求職者・新入社員・後輩など)に伝えたい・発信したいと思うか」という設問に対して、「とても思う」と答えた人は10.8%、「やや思う」と回答した人は25.3%だった。発信力の向上の余地は大きく、本年度実施した介護職発信事業のような取組の必要性が窺われる。前述の「(3)イ. 介護職への参入のきっかけから見る、効果的な情報発信方法・内容」で述べたように、早くから介護職への関心を持つ人は、身の回りに介護や福祉に関連する仕事に就く人の影響を受けている傾向にある。現状、子どもが介護の仕事に就きたいと言った場合に「本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う」と回答した人は56.6%に留まるため、介護職の方の「魅力を伝えたい・発信したい」という思いを高め、子どもにも魅力を語るできるようになれば、若年層の介護職への入職が後押しされとも推測できる。

また、介護の仕事の魅力を周囲に伝えたい・発信したいと考えている人は、そうでない人と比べて「給与」「体力的負担」「精神的負担」について特に良いイメージを持っていることが分かった。魅力発信等事業の範囲からは離れるものの、介護職の発信力を高めるためには、これらの点について現状の改善も必要だと考えられる。

表 153 介護の仕事に対する入職後のイメージ【介護職】
(各項目について、「とても良い」あるいは「やや良い」を選んだ人の割合)

		n 数	介護の仕事に対する、現在(入職後)のイメージ											
			社会的意義の大きさ	やりがいの大きさ	仕事内容の楽しさ	資格や専門知識の活かしやすさ	昇進やキャリアアップの機会の多さ	体力的負担	精神的負担	給与	勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ	働きやすさ	ICTやロボットなどの活用状況	業界の成長性
全 体		1,000	55.2	55.3	43.4	49.2	33.3	31.3	30.8	28.8	43.4	40.7	22.5	36.9
介護の仕事の魅力を周囲に伝えたい・発信したいと思うか	とても思う	108	88.0	88.9	82.4	86.1	75.9	71.3	68.5	70.4	76.9	82.4	64.8	79.6
	やや思う	253	80.2	78.7	68.0	67.6	51.4	47.4	48.2	44.3	62.1	57.7	37.9	59.7
	どちらともいえない	356	44.7	47.8	32.3	36.5	23.0	22.8	21.9	18.5	32.9	30.1	10.4	22.8
	あまり思わない	143	44.1	37.8	27.3	44.8	22.4	18.9	17.5	18.2	31.5	30.1	11.2	23.8
	全く思わない	140	22.9	24.3	13.6	24.3	5.0	5.7	6.4	5.7	22.9	15.7	4.3	12.1

２．情報発信事業の成果・課題に関する分析

（１）成果

【令和６年度情報発信事業の概観】

令和６年度の情報発信事業では、朝日新聞社及びマガジンハウス、FACE to FUKUSHIが若年層に、楽天グループ及び全国社会福祉法人経営者協議会が幅広い層に、KAIGO PRiDEが介護職を主なターゲットをして情報発信を行った。また、実施要綱において「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こと」と記載されているため、介護業界内部向けの情報発信を重視していたKAIGO PRiDEを除いては、いずれの実施主体においても先述のターゲットのなかでも特に福祉・介護の無関心層・低関心層へのリーチに重点が置かれた。

【成果１】介護の仕事に関する認知拡大

情報発信事業ではイベント・新聞・雑誌・WEBサイト・動画配信・SNS等を活用した多種多様な方法での情報発信がなされており、これらの代表的な成果としては、楽天グループが運用するポータルサイトのPV数が100万回を上回ったことや若年層による認知度が高いファッション雑誌「anan」「POPEYE」へ特集記事が掲載されたこと、全国書店で若者向けの冊子配布を行ったこと、約950人の小中学生を対象として出張授業を行ったことなどが挙げられる。このほかにも様々な情報発信が行われ、当初の計画どおりに進んだ活動が大半であり、当初想定を上回るアウトプット・アウトカムがもたらされた活動もあった。これらを踏まえると、魅力発信等事業全体として俯瞰した場合、厚生労働省が公募時に設定した「介護の仕事に関する情報に触れたことのある人が増える」というアウトカムは年度当初に見込まれていたとおりの成果が概ね達成できたと考えられる。また、各実施主体が保有する既存の媒体やチャンネル（例：朝日新聞社の「朝小・朝中高サマースクールat東京理科大学」、マガジンハウスの「anan」「POPEYE」、楽天グループによる人気漫画とのコラボ、楽天IDを利用した広告配信など）の活用が無関心層へのリーチ・認知拡大において効果的であった。

また、WEBを活用した広報事業（楽天グループ）が介護職発信事業の作成したコンテンツを周知するための広告配信を行った。これにより、広告配信の対象となったコンテンツは他のコンテンツに比べてリーチ数を大幅に伸ばすことができた（例：KAIGO PRiDE「プロフェッショナルトークシリーズ～第１回～」）。これは魅力発信等事業に参画する実施主体がそれぞれの強みを活かし、役割分担・連携しながらコンテンツ作成・広報を行ったことによる成果といえる。

【成果２】介護の仕事に関する興味・関心の喚起、理解促進、社会的評価の向上

厚生労働省が公募時に設定していたアウトカムのうち、「介護の仕事内容に興味・関心を持つ人が増える」および「介護の仕事について理解する人が増える」、「介護の仕事に関する社会的評価が高まる（イメージアップ）」についても、コンテンツ接触者へのアンケート調査等を見る限りでは想定どおりに達成されたといえる。ただし、広告を打ったにもかかわらずコンテンツ接触者数が想定ほど伸びなかった活動などもある。こういった活動については、コンテンツ接触者の意識変容などが想定どおりに起きていればアウトカムに対する有効性はあるといえるが、ターゲットリーチの部分に課題が残る。

なお、雑誌への記事掲載やWEBでの動画配信など、媒体の性質や事業の期間・予算などの都合からコンテンツ接触者を追跡したアンケート調査が難しかった活動については、アウトカム指標の測定は行われていない。ただし、事業間連携等事業が実施した「介護に関するアンケート調査」の結果では、介護に対しての関わりや興味・関心がある人、介護をテーマとしたコンテンツへの接触経験がある人の方が介護の仕事に対するイメージが良いことが明らかになっているため、発信すること自体の意義はあったといえる。

【成果3】介護職の自己評価および魅力発信の意欲の向上

本年度より新たに設置された事業区分である介護職発信事業では、介護職自身による魅力発信が行われた。特にKAIGO PRiDEは介護職を重要ターゲットと位置づけ、「自らの声で介護の仕事の魅力・やりがい・誇りを発信できる人材を育成すること」に主眼を置き、魅力発信等事業の公募時に厚生労働省が予め設定していたアウトカム（介護の仕事の認知向上、興味・関心の喚起、理解促進、社会的評価の向上）への追加提案として、独自アウトカム「介護の仕事に対して介護職自身の自己評価が高まること（セルフリスペクト）」を設定したうえで活動を行っていた。

事業間連携等事業が実施した「介護に関するアンケート調査」では、介護の仕事に就いていることを誇りに感じている介護職は約2人に1人、さらに介護の仕事の魅力を周囲に伝えたい・発信したいと考えている介護職は約3人に1人という結果が出ている。魅力発信事業は介護人材確保を最終目的としている性質上、情報発信のターゲットは介護業界外がメインとなるが、自身の仕事に対してネガティブな介護職が世間に多い状況の場合は「魅力発信事業で発信されたコンテンツを介護職自身が広める」といったことが期待できないばかりか、介護業界外の人からは「介護の仕事についてメディア等での魅力発信が行われているが、業界内の人だけが本当に魅力を感じているようには見えない」と見られてしまう可能性がある。そのため、介護職自身の自己評価および魅力発信の意欲を高める取組は、介護人材確保のための魅力発信をより効果的なものにするために必要であると考えられる。

KAIGO PRiDEが実施したアンバサダーの育成は、情報発信ノウハウの理解向上、情報発信意欲の向上、仕事への誇りの向上をアウトカムとして設定しており、研修参加者への事前事後アンケート（n=124）の結果、いずれの項目についても目標を達成していた。また、アンバサダー養成研修に定員よりも多くの申込があったことや、アンバサダーとなった介護職から「自施設や自分の周りの介護職からとても反響があった」という声があったこと、アンバサダーとなった介護職が自発的に魅力発信の活動を始めていることなど、アウトカムとして設定した指標以外にもポジティブな成果としてあらわれていた。これらを踏まえると、介護の魅力や社会的意義を介護職自身が改めて認識・言語化できるようにサポートするとともに情報発信スキル向上の機会を作るとは、介護職自身による魅力発信を強化するための取組として効果的であったと考えられる。

（２）課題と今後の方向性

【課題１】リーチ数の拡大およびコンテンツの質の向上

認知度が高い雑誌・新聞への記事掲載、既存イベントへの出展、WEB動画の配信・広告による拡散など、多くの人の目に介護の仕事の情報を届けることができたといえる活動があった。これは成果であるといえる一方で、事業間連携等事業が実施した「介護の仕事に関するアンケート調査」では介護の仕事テーマとしたコンテンツに触れた経験がある人の割合は28.5%に留まっており、特に介護の仕事に対して関心がない人では同割合が高いことから、無関心層を中心として情報発信のリーチ数を拡大することが今後の課題である。さらに意識変容・行動変容を促すためには単にリーチ（情報を表示）するのみならず、その内容を認知してもらうことが重要であるという点にも留意が必要である。この点について、魅力発信等事業の効果を図る観点からは、魅力発信等事業で作成されたコンテンツの認知度調査を魅力発信等事業全体として行っていくことも重要である。

また、一部の活動においては広告配信やイベントの告知などの活動に対して、想定していたアウトプット（動画再生回数・イベント参加者数）に至らなかったコンテンツもあり、単にコンテンツに触れられたら良いというわけではなく、コンテンツ自体がターゲットに響く（共感や感動を生む）ものになっているかどうかという点を意識してコンテンツを制作することが望ましい。

さらに、厚生労働省が令和６年12月に発表した「介護職員数の推移の更新（令和５年度分）」について²⁸によると、介護職員数は令和５年10月１日時点で約212.6万人であり、前年から2.9万人減少している。介護職員数の増減は景気や雇用動向など業界外の影響も受けることから、介護職員数の減少が介護業界独自の要因によるものであるとは断定できないものの、介護人材確保対策の一環として今後も魅力発信等事業の効果の最大化を図っていく必要がある。

【課題２】小規模な活動の取り扱い

全国へ向けた情報発信事業で実施された活動の中には全国規模とはいいがたい規模のものもあった。実施要綱に「全国的な波及効果の期待できる事業内容を検討すること」という記載があるとおり、情報発信そのものの規模が小さいとしてもコンテンツに触れた人の意識変容・行動変容が強く促され、その後の波及効果が期待できるものであれば全国へ向けた情報発信事業の活動として認められると考えられるが、その点について十分に検討がなされていない活動もあった。そのため、全国へ向けた情報発信事業の中で実施される活動のなかで規模が小さいもの（全国規模とはいえないもの）については、「波及効果が期待できる内容なのか」や「規模が小さくても成果が期待できるものなのか（例：リーチ数は少ないが強い意識変容につながるなど）」が十分検討される必要がある。

情報発信事業（全国へ向けた情報発信）は事業目的のとおり、「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、理解を深めるとともに、その仕事の魅力を感じてもらえる」よう、「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

²⁸ 厚生労働省「介護職員数の推移の更新（令和５年度分）」について
https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_47882.html（最終閲覧：令和７年３月17日）

行う」ことが期待されていることから、事業実施主体は、自身の取組が全国に波及し、多くの国民にリーチし、認知されるまでの道筋を厚生労働省に明示し、その示したプロセスに沿って事業を実施していく必要がある。

【課題3】ターゲットや活動内容の偏り

令和6年度の情報発信事業では若年層をターゲットにした取組が多く、中高年をターゲットとした事業は朝日新聞社、楽天グループで各1つ、その他、ターゲットを絞らず幅広く国民に発信する取組があった。また、各活動について設定するアウトカムは必然的に「介護の仕事に関する情報に触れたことのある人が増える」あるいは「介護の仕事内容に興味・関心を持つ人が増える」を設定している場合が多く、既に介護の仕事に興味・関心を持っている人に向けた情報発信は少なかった。

介護職への入職者を増やすためには若年層以外へのアプローチも有用であると考えられるため、魅力発信等事業としてアプローチすべき層がどこなのかを引き続き検討したうえで、魅力発信等事業全体を俯瞰した際にターゲットに意図しない抜けや偏りが出ないように配慮しながら公募や実施主体の選考を行うことが望ましい。なお、ターゲットの設定そのものやターゲット設定時に留意すべき事項について、事業間連携等事業の企画委員からは以下の意見が挙がった。

表 154 事業間連携等事業の企画委員からの意見
(魅力発信等事業のターゲット設定について)

Y	介護現場のニーズと国としての方針、ターゲット候補となる若年層や中高年層側のニーズなどを総合的に判断してターゲットを設定するべきではないか。また、その判断を行うための情報も収集する必要があると考える。
Y	介護そのもののイメージを向上させるためのブランディングが目的なのか、各事業所における人材確保を支援するためのマーケティングが目的なのかによって実施すべきことが変わる。前者(ブランディング)を重視する場合、その機運を高めるためには若年層の力が必要になる。一方、実際に介護の仕事に従事される方に中高年層が多いのであれば、そういった層を確保するためのマーケティングが有効である。ブランディングとマーケティングを混同してしまうと、事業を進める際に混乱が生じる原因になるため、マーケティングとブランディングのどちらを主にするのか決めて取り組むことが効率的に重要である。
Y	新卒採用で人が沢山来てくれるような状況を目指すのか、それとも中途採用で来てくれる人を増やすのかによって採るべき戦略やアプローチは全く異なる。両者のうち早急に必要なのはどちらなのかを令和7年度以降に議論したほうが良いのではないかと感じる。
Y	魅力発信等事業の予算は限られていることから、費用対効果を考えながらターゲット設定をする必要がある。
Y	「若年層」という言葉だけでも指し示す範囲は広い。例えば、ターゲットの年齢や通っている学校、就職活動の状況によっても効果的なアプローチ方法は異なる。

- Y 介護業界自体が高齢化しているため、何もせずとも介護職が介護助手的な働き方にスライドしていき、中高年層の介護職員数は自ずと増加すると考えられる。そういった意味では、魅力発信等事業のターゲットは若者に絞っても良いのではないかと感じる。
- Y 中高年層へのアプローチはとても重要だと感じる。しかし、「魅力発信」というフレーズは中高年層に響きづらい印象がある。単に「魅力発信」というフレーズを使うのではなく、中高年層に合った別のフレーズで呼びかけることが必要ではないか。

【課題4】意識変容に係る成果の測定

情報発信事業による意識変容については、各実施主体がコンテンツ接触者に対するアンケート調査等を通じて把握しており、コンテンツ接触者の追跡が困難ではない活動についてはアウトカムを定量的に測定できている活動が大半であった。一方で、全国的な雑誌・新聞への記事掲載やWEBでの動画配信、ポータルサイトへの記事掲載など大規模な情報発信ほどコンテンツ接触者を追跡した調査が難しいという課題がある。このようにコンテンツ接触者の追跡が難しいことが想定される活動については、コンテンツ接触によって想定どおりの効果がもたらされるという根拠をもって情報発信することが求められるため、コンテンツの制作段階において有識者から意見を募る、モニター調査を実施してターゲット層と近い人からの意見を取り入れる、事業間連携等事業が実施している「介護の仕事に関するアンケート調査」など既存の情報を参考に企画する等の工夫を行う必要があると考えられる。特に企画委員会については、現状では活動の進捗報告・実施報告に重点が置かれていることが多く、コンテンツ内容のブラッシュアップという意味での活用が十分になされていない場合があるため、次年度以降は企画委員会の活用方法について厚生労働省ないし事業間連携等事業から助言することも考えられる。

【課題5】行動変容に係る成果の測定

情報発信事業による行動変容の測定も今後の課題の一つである。情報発信事業によるアプローチは新たに介護の仕事に対する興味・関心を喚起することを目的としていることから、ターゲットが介護の仕事への就職に向けて具体的なアクションを起こし、実際に入職するまでには一定のステップや時間を要する。特にこども向けの情報発信や介護の仕事自体の認知向上を目的とした活動においては、コンテンツ接触と行動変容までに長い期間を要する。ターゲットが介護職への入職につながるアクション（進路選択、求人情報の収集、求人への応募など）を起こしたかどうかを把握するためには、コンテンツ接触者を対象とした追跡調査（パネル調査）が必要となるが、本事業が単年度事業である以上、情報発信事業ないしは事業間連携等事業による追跡調査は困難である。

しかし、より短期的な行動変容であれば同一年度内に測定することも可能だと考えられる。一般に、就職・転職を行う際には、採用面接などに至る前に、業界や会社について調べるなどの行動があることが多いため、情報発信事業においては「今後、介護職に就きうる人はどのような行動を起こすか」「自身の事業の中でどのような行動変容が測定できるか」を

検討し、事業の中で、定量・定性の両面から（両面が難しい場合にはどちらか一方のみでも）測定していくことが期待される。なお、定性的データを見る際は、例えば特定のタレントへの支持を示すようなデータではなく、介護の仕事の魅力に共感するようなデータが表れているかを確認する必要がある。

【課題6】事業区分に応じた役割分担

令和6年度から新たに追加された事業区分である介護職発信事業はコンテンツの企画・制作等が事業の主眼であり、制作したコンテンツの発信にあたっては全国へ向けた情報発信事業、WEBを活用した広報事業の実施主体と連携し、広く国民に向けて広報を行うこととされている。

全国へ向けた情報発信事業、WEBを活用した広報事業との実際の連携については、介護職発信事業が制作したコンテンツを、ポータルサイトの1コンテンツとして掲載する、冊子の中に掲載する、WEB連載の1つのテーマとして取り扱うといった形での連携にて実施したところ、動画再生回数などのアウトプット・アウトカムが目標に届いていないものがあるなど、結果として十分とまで言えないものとなった。

他方、WEBを活用した広報事業においては、ポータルサイトへのコンテンツ掲載以外の取組として、試行的に介護職発信事業のコンテンツの広告配信を実施しており、広告配信の枠に限りがあるなどの上限がある中でも、対象となったコンテンツは当初設定されたアウトカムを大幅に上回るなどの効果が見られた。一方で、予算や当初の事業計画等の兼ね合いから、介護職発信事業の作成コンテンツすべてを発信するまでには至らなかったため、これらの発信の効果を最大化するための検討が今後必要といえる。

それぞれの事業区分に求められる役割に対して強みを持つ実施主体が採択されていることを踏まえると、全国へ向けた情報発信事業およびWEBを活用した広報事業ではコンテンツ制作の比重を下げて介護職発信事業が制作したコンテンツの発信により重点を置き、介護職発信事業ではコンテンツ制作により重点を置いて発信の部分は全国へ向けた情報発信事業およびWEBを活用した広報事業の力を借りることなども考えられるが、事業間連携等事業の企画委員からは「事業区分に応じてコンテンツ制作・発信のどちらを行うのかを完全に分けてしまうと、枠組みにとらわれない魅力的な取組（例：マガジンハウスによる『anan』『POPEYE』のコンテンツ作成、KAIGO PRIDEのアンバサダー養成研修など）が出てこなくなる可能性がある。」や「広報・宣伝の実施者とコンテンツ制作者を完全に分けることも可能であると考えられるが、各実施主体が連携し合うことでお互いにとっての新たな発見があると思われるため、現状の体制が良いのではないか。」といった意見があった。

上記を踏まえると、各実施主体には各事業区分に対して期待されている役割（例：情報発信、広報、コンテンツ制作）を十分に果たすことを第一に求めつつも、それ以外に活動についても過度に制限することはせず、各実施主体が各々の強みを活かして活動しながら他実施主体間とも積極的に連携を図ることができる環境を整えることが望ましい。この際、各実施主体が担う役割の整理や実施主体間の連携促進については事業間連携等事業が担うことが想定される。

また、コンテンツ制作と広報・発信を担当する実施主体が分かれる場合、ある実施主体が独自で制作したコンテンツを単に他実施主体に広報・発信してもらう、という流れでは広

報・発信によってリーチできる層とコンテンツの内容がマッチしない可能性がある。そのため、採択後すぐに実施主体間で十分な協議を行い、その後のコンテンツ制作・発信においても互いが情報共有・連携しながら進めることで、双方が持つ知見（例：介護業界内の人だから知っている介護の仕事の魅力、無関心層に響くコンテンツの作り方等）を共有していくことが望ましい。

【課題7】独自事業とのすみ分け

情報発信事業の活動には、自社/自団体が実施している独自事業や既存のイベントをベースとして、それらを拡張・追加する活動が含まれている。独自事業や既存イベント等を活用することによる利点も大きく、それ自体が実施主体の強みともいえる一方、魅力発信等事業の補助を受けて新たに実施する部分のアウトプット・アウトカムの設定の整理等に迷うケース等が散見された。今後の対応策としては、独自事業や既存イベント等を活用した提案をする場合には、過去の実績等を踏まえた比較を行いアウトプット・アウトカムの設定等を明確にするよう公募段階で求めることなどが考えられる。

3. 各事業の連携に係る取組の成果・課題に関する分析

本章では「魅力発信等事業間の連携や評価の取組の促進」と「魅力発信等事業と自治体の連携の促進」という2つの観点から、事業間連携等事業企画委員会にて主に検討を加えた事業間連携等事業の本年度の取組と今後について考察する。

上記2つの観点は、事業間連携等事業の主眼が「情報発信事業の実施主体が、他の実施主体や 都道府県事業との連携を図ることなどにより、「介護のしごと魅力発信等事業」の事業効果の最大化を図ることを目的とする」²⁹とされていることに鑑みて設定した。

（1）魅力発信等事業間の連携や評価の取組の促進

本節では、事業間連携等事業として実施した、「魅力発信等事業の実施主体間での連携の取組」および「実施主体の評価の取組」について記載する。

ア．実施主体間での連携の取組について

本年度の魅力発信等事業は、情報発信事業（介護職発信事業）が加わった新たな事業構造であることから、同事業による制作コンテンツが、情報発信事業（全国へ向けた情報発信事業）および情報発信事業（WEBを活用した広報事業）の協力により全国に情報発信されることが重要な目的の1つであった。事業間連携等事業では、この情報発信を行うための契機づくりを当初の計画どおりに実施できた。

契機づくりについて、具体的には、令和6年6月に実施主体間での顔合わせや事業構造を踏まえた連携の必要性の説明を行った。また、同年8月～9月にかけては各実施主体の制作コンテンツのイメージや広報方法等をすり合わせるミーティングを複数回開催したことで、各実施主体が連携する足がかりをつくった。

²⁹ 「介護のしごと魅力発信等事業実施要綱」より。なお、下線・丸数字は当社により追加。

こうした調整を端緒に実施主体間での情報発信の調整が行われるようになり、（２）実施主体間の連携支援の中で示したとおり、情報発信事業（介護職発信事業）のコンテンツが他の実施主体の協力のもと、広く発信が行われるという成果につながった³⁰。各実施主体に行ったアンケートにおいても、「事業間連携等事業によって必要な支援を受けることができたと感じたか」という質問に対し、「とてもそう思う」は４団体（８０．０％）、「ややそう思う」は１団体（２０．０％）から回答があり、「事業間連携等事業があることで事業効果が向上したと感じたか」という質問に対し、「とてもそう思う」は２団体（４０．０％）、「ややそう思う」は３団体（６０．０％）から回答があった。自由記述では「動画やサイト等の閲覧数・再生回数が向上した」、「コンテンツ評価により現場が求めるコンテンツが明確になった」といったコメントが得られた。このことから事業間連携等事業の支援により、情報発信の連携で成果があがったものといえる。しかしながら、実施主体や業界団体・職能団体との連携がよりスムーズにできるための会議体の構築や情報共有を省力化するための仕組みの整備が必要というコメントも見られた点は今後の課題である。

事業間連携等事業としては一定の成果が見えた一方で、事業構造に起因する連携の課題があることもわかった。その課題と対応案について、以下で記載する。なお、以下に示す対応案は、魅力発信等事業が今後も本年度と同様の事業構造・事業区分名にて維持されることを前提として記載している。

【課題１】広報に係る適切な予算の配分が困難

事業構造上、公募段階では各事業区分の実施主体は決まっていないため、情報発信事業（介護職発信事業）の制作コンテンツに関する広報相談は、事業開始後、各事業で方向性が定まってから行われることになる。そのため、情報発信事業（全国へ向けた情報発信事業）および情報発信事業（WEBを活用した広報事業）は、事業開始直後に厚生労働省に提出する事業計画の策定時には情報発信事業（介護職発信事業）の期待を踏まえた適切な予算の配分が難しい。年度途中に行われる広報相談の内容によっては、事業計画で見込んでいなかった予算規模での広報を求められることが構造上生じうると考えられる。本年度事業においても、情報発信事業（介護職発信事業）の制作コンテンツの広報について、他の実施主体がどの程度コミットすべきか明確な線引きがなく、悩ましい事態が生じた。

この課題に対する対応として、以下の２つの案が考えられる。

１つ目は、実施主体間での広報協力の早期すり合わせを事業間連携等事業が支援することである。本年度はすり合わせのミーティングを８～９月に実施したものの、今後は事業開始直後のより早期に事業間連携等事業が各実施主体を引き合わせ、情報発信事業（介護職発信事業）の実施主体の目標アウトカムや広報への期待値と、情報発信事業（全国へ向けた情報発信事業）および情報発信事業（WEBを活用した広報事業）の実施主体が対応できる広報の方法・リーチ先等をすり合わせることを想定する。予算等に余裕がある早期にすり合わせを行うことで、各実施主体が事業計画を柔軟に見直しやすいものと考えられる。

³⁰ 連携例：情報発信事業（介護職発信事業）制作の動画コンテンツやWEBサイト、公式LINEのWEBサイト（「これからのKAIGO」（株式会社朝日新聞社））でのリンク設定、冊子（「こここ」（株式会社マガジンハウス））・YouTube等での訴求広告（楽天グループ株式会社）への掲載等。

2 つ目は、事業開始前からの補助主体である厚生労働省の取組となるが、情報発信事業（全国へ向けた情報発信事業）および情報発信事業（WEBを活用した広報事業）の公募要領・事業実施要綱等にて「自団体のコンテンツ作成・発信」と「他の実施主体のコンテンツ広報」にかかる予算の内訳を企画提案時に明示するよう求めることである。これにより、当該企画提案が採択された場合、実施主体が他の実施主体の広報にかかる予算の目安は企画提案に示したものとすることが妥当といえ、どの程度広報協力を行うか悩ましいという事態が生じにくくなると考えられる。また、補助主体（厚生労働省）としても、企画提案に自団体と他団体にかかる予算の内訳を示してもらうことにより、実施主体に求める事業のバランス（「自団体が実施主体として行うコンテンツ制作・発信」と「他の実施主体のコンテンツ広報」のバランス）を見て、期待する事業となりそうか、評価を行いやすいというメリットがあると考えられる。

【課題 2】PDCA サイクルにおけるPDAとCの分離

情報発信事業（介護職発信事業）が制作したコンテンツを、別の実施主体が情報発信するという構造上、当該情報発信でコンテンツに触れたユーザーのデータは、発信を行った実施主体が一次的に保有することとなる。いわばPDCAサイクルにおけるCheckにあたる部分のみ、コンテンツを制作した実施主体でない他の実施主体に分離するということを意味する。このことは、コンテンツや情報発信の改善のために一次情報を要する情報発信事業（介護職発信事業）の実施主体が、連携不十分のためユーザーのデータを入手できない場合、自らの活動の効果を把握し、改善を行うことが難しくなることを示唆している。

この課題への対応として、課題 1 と重複するものの、実施主体間での広報協力の早期すり合わせを行うことが考えられる。すり合わせにて測定すべき指標や測定データの提供時期などをあらかじめ調整しておくことにより、効果測定・改善に必要なデータが、情報発信を行った実施主体から情報発信事業（介護職発信事業）の実施主体へ適時に提供される。これによる、情報発信事業（介護職発信事業）の実施主体が事業の効果測定・改善に活用することが可能となる。

【課題 3】ターゲットのミスマッチ

事業構造上、公募段階では各事業区分の実施主体は決まっておらず、自団体以外の提案内容や保有する広報チャネルは不明であるため、「コンテンツ制作側である情報発信事業（介護職発信事業）の実施主体がリーチしたい層」と「情報発信を実施する側である情報発信事業（全国へ向けた情報発信事業）および情報発信事業（WEBを活用した広報事業）の実施主体がリーチできる層」の間に乖離が生じうる。これは、コンテンツ制作側がねらうターゲットに広報協力をする側の制約により効果的にアプローチできないという課題が、構造上生じる可能性を示唆している。

この課題への対応として、まず、情報発信事業（全国へ向けた情報発信事業）および情報発信事業（WEBを活用した広報事業）の公募の際に、幅広い層にリーチ可能な広報手段の提案を求めることも必要と考えられる。これにより、情報発信事業（介護職発信事業）のター

ゲットにあわせた効果的な広報が可能になる。また、課題１・２と同様、事業開始後、事業間連携等事業が早期に各実施主体を引き合わせることも必要と考えられる。これにより、広報を行う実施主体が、ターゲットにあわせた事業計画に軌道修正を行えるようにするためである。

イ．情報発信事業の事業効果分析について

各実施主体による事業効果の分析等を支援するため、事業効果分析および報告書作成について実施主体向けの説明会を夏頃に実施し、事業効果分析を依頼している背景、その実施方法・ポイント、報告書に記載すべき項目について説明した。

また、情報発信事業の各実施主体の成果を俯瞰するためには、統一された様式を基に成果を確認し、評価することが望ましい。そのため、事業間連携等事業から情報発信事業の各実施主体に対して、事業内容や成果をまとめるための様式（事業効果分析計画・実績記入用フォーマット）を提供することにより、各実施主体の実施事業の成果・今後の課題などを整理し、評価を行うための枠組み作りを行った。

情報発信事業の実施主体は事業効果の分析等を実施し、各々が実施した事業への自己評価を行う必要があるが、事業効果分析の実施には評価に関する専門的知識が求められる。その専門性の部分について事業間連携等事業が情報発信事業へのサポートを行うことにより、各実施主体の実施事業に係る事業効果分析の質の向上に貢献した。具体的には、各実施主体から共有された事業効果分析計画の内容を確認し、アウトプットやアウトカムの内容そのものや、アウトカムを測定するための指標の内容・測定方法などについて助言を行った。

また、各実施主体に実施事業におけるアウトプットやアウトカム、ターゲット等の情報を整理することで、魅力発信等事業全体としての成果（アウトプット、アウトカム）を取りまとめることができた。

このような成果があった一方で、事業効果分析に関しては以下の課題が発生した。課題と対応案については以下で記載する。なお、以下の対応案は魅力発信等事業が今後も本年度と同様の事業構造・事業区分名にて維持されることを前提としている。

【課題】タイムリーな情報把握・フィードバックの実施

事業効果分析は各実施主体にとってメイン（情報発信・イベント等の実施）ではなくサブの取組という位置づけであり、事業間連携等事業から依頼した場合であっても、事業効果分析計画の作成や実績整理への対応は優先度が低くなりやすい。さらに事業間連携等事業側の立場からしても、事業間連携会議の資料作成やニュースレター掲載内容の確認など事業効果分析よりも緊急度が高い事項への優先対応を依頼せざるを得ないため、情報発信事業の実施主体に対して事業効果分析計画・実績についての共有依頼をした際には、他に緊急度が高いタスクがあればそちらを優先にしてもらい、事業効果分析に係る依頼については期日延長や複数回のリマインドをする形となった。このような状況であったことから、実施主体から直接質問があった場合を除いては、事業間連携等事業が事業効果分析についてタイムリーな情報把握・フィードバックをすることが難しかった。

この課題への対応として、年度当初の段階で事業効果分析計画・実績の提出時期を示し、各実施主体と合意しておくことが必要と考えられる。その際には、事業間連携会議など各実施主体に共通するスケジュールを勘案するのみでなく、各実施主体の都合なども踏まえ、提出時期を個別に調整しておくことも一案である。また、過年度の魅力発信等事業に採択されたことがある実施主体においては、既に事業効果分析を実施した経験があることから一定程度の自走が可能であるが、当該年度に新規参画した実施主体がいる場合は事業効果分析計画を作成中の段階あるいは初案が提出された段階で対面・オンラインのミーティングの場を設けて事業間連携事業から助言をするなど、よりタイムリーかつ手厚い支援を行う必要があると考えられる。

（２）魅力発信等事業と自治体の連携の促進

魅力発信等事業と自治体の連携の促進について考察するにあたり、本連携をイメージしやすくするため２つの方向性がある点についてまず記載する。その次に事業間連携等事業が実施した取組と、今後、魅力発信等事業の事業効果を高めるために必要と考えられる取組を記載する。最後に、事業間連携等事業が実施した連携の取組の中で比較的規模が大きく、企画委員会にて検討を行った魅力発信サミットの今後の方向性について記載する。

ア．魅力発信等事業と自治体の連携の２つの方向性

魅力発信等事業と自治体の連携の促進を行う場合、魅力発信等事業の実施主体が自治体へコンテンツやヒント等の共有を行う方向性と自治体が魅力発信等の実施主体へ取組事例等の共有を行う方向性の２つが考えられる。、ともに事業効果の向上や介護人材不足解消に資することから、今後も強化が必要である。

魅力発信等事業の実施主体から自治体へコンテンツ等の共有を行う方向性

魅力発信等事業の実施主体が過去に制作したコンテンツで魅力発信に活用できるものを紹介することや、発信経験が豊富な実施主体では発信をより効果的にするための発信の仕方・発信チャネル選択の考え方を伝えること等が想定される。この方向性の連携により、自治体をはじめとする地域のプレイヤーの介護の仕事の魅力を発信する力が高まり、介護職の採用・定着に寄与すると考えられる。

本方向性は、一次的には情報発信事業の発信力向上につながるものではないため、本事業の主眼である「魅力発信等事業の事業効果を高める」ことに結びつかないように見える。しかし、地域での魅力発信力向上が、魅力発信等事業の最終的なアウトカムである介護職の採用・定着による介護人材不足解消につながることから、事業効果を高めることに等しいといえ、重要である。

自治体から魅力発信等の実施主体へ取組事例等の共有を行う方向性

自治体は地域の業界団体・職能団体・事業者とのつながりにより、採用につながる魅力発信の事例やヒントを把握しやすい立場にいると考えられる。そうした情報を魅力発信等事業の実施主体に共有してもらうことにより、上記として発信する魅力発信等事業が制作するコンテンツがより充実したものとなり、事業効果が高まることから重要である。

イ．実施した取組および今後必要と考えられる取組

事業間連携等事業では上記アで記載した ・ 両面の取組を実施した。

魅力発信等事業の実施主体から自治体へコンテンツ等の共有を行う方向性

- ・ 事業間連携会議における魅力発信等事業による取組の情報共有（都道府県には事前にオブザーブ参加の声かけ）
- ・ 魅力発信サミットにおける魅力発信等事業からのコンテンツ・発信のヒント共有
- ・ ニュースレターへの魅力発信等事業・都道府県事業のイベント情報等の掲載
- ・ 「介護人材確保事業を効果的に進めるための手引き～都道府県事業における評価・ロジックモデルの活かし方～」の更新
- ・ 介護の仕事に関するアンケート調査及びヒアリング調査結果の共有（本報告書公表により実施）

自治体から魅力発信等の実施主体へ取組事例等の共有を行う方向性

- ・ 魅力発信サミットにおける自治体等による取組事例の共有
- ・ ニュースレターへの魅力発信等事業・都道府県事業のイベント情報等の掲載【再掲】
- ・ 介護の仕事に関するアンケート調査及びヒアリング調査結果の共有（本報告書公表により実施）【再掲】

上記の情報共有の取組の他にも、情報発信事業による魅力発信の取組が過年度から進められてきた³¹。今後の魅力発信等事業においては、本章の１節・２節で検討した、より効果的なターゲットやアプローチ方法を考慮しながら、鮮度の高いコンテンツを引き続き制作・発信していくことが介護人材確保のために重要と考えられる。

また、そうした継続的なコンテンツの制作・発信の取組に加えて、魅力発信等事業を通じて介護のしごとへの興味・関心が高まった方を最終的に介護事業所への就職につなげるためには、全国規模の情報発信と並行して、人材の受け手である地域の自治体・介護事業者がより職場に近い距離でさらに興味・関心を高め、採用につなげるための介護のしごとや職場の魅力発信の取組を支援することも必要と考えられる。

ただし、自治体や介護事業者がそもそも魅力発信に関して何らかの支援を必要としているか、また支援が必要である場合に、どのような困りごと・課題（ノウハウ不足・リソース不足等）があるかの把握が現状は不十分であるため、取組支援の前段として自治体や事業所に対する調査を検討すべきと考えられる。調査の結果、人材確保を目的とした介護の仕事の

³¹ 情報発信事業の制作コンテンツ等の概要は ２．（１）「取組概要」を参照。

魅力発信等事業は事業開始以後、毎年度、有識者委員の助言を受けながら魅力発信に係るコンテンツを生み出してきた。また、発信チャンネルという観点でも、事業間連携等事業にて情報発信事業（過年度事業のこれに相当する事業区分を含む）が行う魅力発信の取組を、厚生労働省や業界団体・職能団体を通じて B to B で地域へ情報を展開している。情報発信事業の実施主体も WEB サイトや WEB 広告、冊子配布、対面イベント等を通じて、B to C で発信してきた。事業全体では、B to B、B to C のいずれも一定規模では発信してきた。

魅力発信に係るノウハウが求められている場合、魅力発信等事業の範囲で支援を検討すべきであるが、他の支援（採用活動に関する支援、魅力発信に係る人的・財政的支援等）の要請が強い場合は魅力発信等事業としては範囲外となる。

人材確保を目的とした介護の仕事の魅力発信に係るノウハウが求められている場合、魅力発信等事業は全国規模で情報収集できることが強みであるため、アウトプットの一例として、様々な介護の仕事の魅力やそれら魅力を伝えるためのコンテンツがある中で、「人材確保ができていない介護事業所や事業所が立地する自治体では、どのような魅力を、いつどのように発信して、人材と出会っているか」を各地で収集した魅力発信の事例集を作成することが考えられる。

ウ．魅力発信サミットの今後の方向性

魅力発信サミットは、ワークショップでの密な対話や情報交換の体験価値を重視して開催方式を対面に限定した。内容面では、過年度事業においてより効果的な魅力発信を行うための事業計画・事業評価の実践機会を提供するために、令和5年度の魅力発信サミットにおいて説明したロジックモデルの考え方を取り入れた、ロジックモデルの作成や魅力発信に係る事業の業務委託仕様書の作成検討を行うグループワークを組み込んだ。また、ロジックモデルの検討・運用を行った自治体によるゲスト講演も行った。

これらの結果、魅力発信サミットは参加者からは高い評価を得たものの、参加者数は昨年度より減少し、関東圏からの参加者が多い開催となった。高評価を得たことに関しては、魅力発信に関する事業の経験があり見直しを考える層の期待には沿った内容であったことが要因と見込まれる。他方、参加者数の減少・関東圏からの参加の偏りについては、期待する趣旨のずれや対面参加の困難さが影響したと想定される。事業間連携等事業は、広く自治体との連携の促進が期待されることを踏まえると、より多くの自治体等の関係者が参加し、事務の参考としてもらえる取組の実施も検討すべきと考えられる。

上記の結果、また事業間連携等事業の趣旨に鑑み、今後、魅力発信サミットと類似の取組を実施するにあたって留意すべき点は以下のとおり³²。

【事例共有を中心とした開催の検討】

魅力発信サミットの事業目的や、事後に行ったアンケート結果を踏まえ、今後は魅力発信に関する事業担当の初任者など、幅広い層でニーズが高いと考えられる「自治体等での好事例紹介」をより多く含むプログラムの実施を検討すべきである。

事例共有をする際に、自治体が先進的な事業を行っている自治体・団体を知りコンタクトできるようにする、あるいは先進事例の実施イメージを持てるようにすることが重要と考える。事例の結果共有だけでは実務につながらないため、事例共有にあたっては参加者が学びを得て自所属で活かせるよう、事務局にて事前に以下の点を整理することが望ましい。

④ 事例が始まった際の課題意識や意図

³² 令和5年度事業の振り返りでは、イベント名の「サミット」とプログラムの乖離があることについて今後の要検討事項とされていた。今後のプログラムによっては引き続きイベント名の変更は検討しうる。なお、本年度は、過去2年、同名のイベントで開催していたことから一定の認知度があると考え、前年度からイベント名を踏襲した。

- Y 成果に至るまでの具体的なプロセス
- Y 成果が出る前に苦労した点・失敗した点とその乗り越え方
- Y 事例で一定の成果が出せたポイント

【より多くの人に参加しやすい開催形式・開催日程の検討】

関東圏のみならず、今後、より多くの地域で魅力発信の取組を促進していくためには、対面開催の場合には東京以外の都市での開催、対面に拘らない内容の場合にはオンライン開催、また、当日参加できなかった人に向けたアーカイブ配信の実施も検討すべきである。

対面開催とする場合には、遠方からの参加者が日程調整を行う必要があることを考慮し、開催日程の早期共有を行うことも必要である。

．取りまとめ

本章では、事業間連携等事業の取組を振り返り、 章までに述べた今後の魅力発信等事業での課題・取組案についてまとめる。

事業間連携等事業では、特に情報発信事業（介護職発信事業）が事業区分に追加された新たな事業構造に鑑みて、情報発信事業（介護職発信事業）の実施主体が、他の実施主体と連携した情報発信が図られるよう支援してきた。また、アンケートやヒアリング調査を通じて、今後、魅力発信等事業においてアプローチすべき対象や効果的な発信方法について考察した。以下、事業間連携、情報発信事業、介護の仕事に関する調査の順に取りまとめる。

まず、事業間連携に関する取組においては、情報発信事業（介護職発信事業）の実施主体が他の実施主体とコンテンツの発信・イベント告知等を、WEBサイト・WEB広告や印刷媒体への掲載により行うことができた点は事業間連携の支援の成果といえる。他方、新たな事業構造により、以下の課題が生じることを考察した。

- Y 年度途中に情報発信の連携内容が具体化するため、事業開始当初に連携に伴う適切な予算の配分が困難であること
- Y コンテンツ制作者と発信者が異なるため、コンテンツ制作者でなく発信者がユーザーデータを取得することとなり、PDCAサイクルのPDAとCの主体が分離しうること
- Y コンテンツ制作者と発信者が異なる構造のため、コンテンツ制作者がコンテンツを発信したい対象と発信者が発信できる対象が分離しうること

これらの課題に対しては、採択後早期に、実施主体間で「制作するコンテンツ」、「実施可能な情報発信」、「事業改善に必要なデータの取得方法」等についてすり合わせを行うことが必要と考えられる。事業間連携等事業では、そのすり合わせ実行支援を採択後直ちに行うことが今後必要と考えられる。

続いて、情報発信事業の成果・課題分析においては、情報発信事業からはイベント・新聞・雑誌・WEBサイト・動画配信・SNS等を活用した多種多様な方法での情報発信がなされ、厚生労働省が公募時に設定した「介護の仕事に関する情報に触れたことのある人が増える」というアウトカムは年度当初に見込まれていたとおりの成果が概ね達成できたと考察した。WEBを活用した広報事業では広告配信の対象となったコンテンツが他のコンテンツに比べてリーチ数を大幅に伸ばすことができたなど、魅力発信等事業に参画する実施主体がそれぞれの強みを活かし、役割分担・連携しながらコンテンツ作成・広報を行ったことで成果が見えたといえる。

厚生労働省が公募時に設定していたアウトカムのうち、「介護の仕事内容に興味・関心を持つ人が増える」および「介護の仕事について理解する人が増える」、「介護の仕事に関する社会的評価が高まる（イメージアップ）」についても、コンテンツ接触者へのアンケート調査等を見る限りでは想定どおりに達成されたといえる。

加えて、介護職発信事業では、介護職自身による魅力発信コンテンツ制作のほかにも、介護職の自己評価および魅力発信の意欲の向上を目指した活動も行われた。介護のしごとの

魅力や社会的意義を介護職自身が改めて認識・言語化できるようにサポートする機会を作
ることは、介護職自身による魅力発信を強化する取組として効果的であったと考えられる。

上記の成果があった一方で、情報発信事業に係る以下の課題も見られた。

- Y 情報発信事業でのリーチ数の拡大およびコンテンツの質の向上
- Y 全国へ向けた情報発信事業の中で見られた小規模な活動の取扱いの検討
- Y 情報発信事業のターゲットや活動内容の偏り
- Y 意識変容と行動変容に係る成果の測定
- Y 事業区分に応じた役割の分担
- Y 独自事業と補助事業（魅力発信等事業）のすみ分け

これらの課題への対応策は今後検討が必要である。考察においては、補助主体である厚生
労働省が公募・採択の際に一定の基準や条件を設ける、事業間連携等事業が適宜助言する等
を一案として挙げた。

最後に、アンケート・ヒアリング調査では、調査結果を示すとともに、魅力発信等事業に
おいてアプローチすべき対象や効果的な発信方法を考察した。

調査では、学生・保護者のいずれも、介護の仕事へのイメージは向上の余地が大きく、介
護業界への入職を志す学生および介護業界への入職者数を増やすためには、今後も継続的
な魅力発信が必要であるといえると考察した。

今後、魅力発信等事業においてアプローチすべき対象について、調査では介護職に向く人
の特徴として、「人と関わることが好きな人」「コミュニケーションスキルを持つ人」「高齢
者に寄り添う気持ちを持っている人」等が挙げられた。こうした特性に該当する人が、介護
職の特性とマッチする人としてアプローチする有力な対象になりえると考えられる。

魅力発信の方法・メッセージについて、調査結果では「介護との関わりがある人の方が介
護の仕事就職先候補として考えている割合が高い」と示されたため、魅力発信の活動の中
で「高齢者や介護職とのふれあい」の機会を提供することが介護職への関心を高めるために
効果的と考えられる。また、調査からは学生に対するメッセージは「利用者から感謝される」
「勤務日や勤務時間の融通が利き、柔軟に働くことができる」といった点が魅力的に映る可
能性が高いと示唆された。一方で、年を重ねた人には「長く働ける」「人生経験を活かすこ
とができる」といった魅力がターゲットに響くメッセージと考えられる。

調査では、魅力発信を行うにあたっては、介護業界内部での改善も必要であることが示唆
された。介護職へのヒアリングでは「介護業界で働く人自身が自身への仕事に十分な自信を
持てておらず、ネガティブなイメージを発信してしまう傾向にある」といった課題が挙げら
れた。早くから介護職への関心を持つ人は、身の回りに介護や福祉に関連する仕事に就く人
の影響を受けている傾向にあるという調査結果を踏まえ、介護職の「魅力を伝えたい・発信
したい」という思いを高め、子どもにも魅力を語ることができるようになれば、若年層の介
護職への入職が後押しされると推測できる。

付属資料１．事業間連携等事業 ロジックモデル・評価デザイン

（ロジックモデル）

No.	活動	アウトプット(目標)	直接アウトカム(令和6年度中の達成を目指す)	中間アウトカム (令和7年度以降、2～3年以内の達成を目指す)	最終アウトカム (明確な達成時期は未設定、長期間で達成を目指す)
1	事業間連携会議の開催	・開催回数：3回	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業) (1)国事業の実施主体の支援ニーズが明らかに becoming こと、また、その支援ニーズが満たされ、事業が円滑に進行すること、 (2)「介護職発信」事業が制作したコンテンツが、情報発信事業各社のコンテンツと合わせて全国に周知されること、 【補足】(1)(2)は活動#2「実施主体間の連携に係る会議・個別調整」と合わせて達成を目指すアウトカム。 業界団体・職能団体 (1)業界団体・職能団体が国事業とも連携して介護のしごとの魅力発信に取り組みたいと感じること。 国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業)と業界団体・職能団体 (1)業界団体・職能団体と国事業の実施主体が介護人材確保に向けた協議や相談をすること。	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業)と業界団体・職能団体 (1)事業間連携により事業効果が向上すること(＝事業実施主体による魅力発信が、広報の強化／優良な取材先の獲得／同一ターゲットへの相互の働きかけ等により、効果的になること)。 【補足】活動#2「実施主体間の連携に係る会議・個別調整」と合わせて達成を目指すアウトカム。	国および都道府県において、より効果的な介護の魅力発信が実施され、介護の仕事を魅力的だと感じる人(＊)の数が増えること。 ＊介護の仕事について、以下のような観点で良い印象を持つ人の数を指す。 ・社会的意義の大きさ ・やりがいの大きさ ・仕事内容の楽しさ ・資格や専門知識の活かしやすさ ・体力的負担 ・精神的負担 ・給与 ・勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ ・働きやすさ ・今後安定する業界だと思うか
2	実施主体間の連携に係る会議・個別調整	・オフトラック会議：2回/社 (キックオフ 期中の相談または年度末の成果確認) ・相談回数：目標値設定なし (必要に応じて実施するため) 【補足】期中の進捗確認は主に事業間連携会議にて行う想定。	国事業の実施主体 (1)国事業の実施主体が広報等での課題を抱えた際に、事業間連携事業の実施主体が協力することで、集客やコンテンツ周知等のためのより効果的な広報や、共同での取り組みに向けた話し合いの場(メールやチャットによる仲介を含む)を持つこと。 (2)国事業の実施主体の支援ニーズが明らかに becoming こと、また、その支援ニーズが満たされ、事業が円滑に進行すること、 (3)「介護職発信」事業が制作したコンテンツが、情報発信事業各社のコンテンツと合わせて全国に周知されること。 【補足】(2)(3)は活動#1「事業間連携会議」と合わせて達成を目指すアウトカム。	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業)と業界団体・職能団体 (1)事業間連携により事業効果が向上すること(＝事業実施主体による魅力発信が、広報の強化／優良な取材先の獲得／同一ターゲットへの相互の働きかけ等により、効果的になること)。 【補足】活動#1「事業間連携会議」と合わせて達成を目指すアウトカム。	国および都道府県において、より効果的な介護の魅力発信が実施され、介護の仕事を魅力的だと感じる人の数が増えること。
3	介護のしごと魅力発信サミットの開催	・開催回数：1回 ・参加者数：70人 (過去目標：R4...120人、R5...70人) (過去実績：R4...178人、R5...71人) 【補足】 R4の参加形式はオンラインまたは現地、 R5・R6の参加形式は現地のみ、	自治体職員 (1)自治体職員の「介護人材の参入促進」に係る事業の実施に向けたモチベーションがサミットへの参加を通して高まること、 (2)自治体職員がサミットへの参加を通して、所属自治体が行う魅力発信事業のための広報・事業評価・コンテンツ作成のインプット取得という観点等から「都道府県事業を実施するためのヒント」を得ること、 (3)＜グループワーク＞自治体職員がグループワークへの参加を通して、事業のPDCAサイクルの回し方(ロジックモデルの仕組み・評価デザインの仕方)について理解すること、 国事業の実施主体 (1)国事業の実施主体(過去の実施主体も含む)が、サミットへの参加を通して、都道府県事業の内容や、自治体職員が気になっているポイント、自治体職員が都道府県事業を進める際の考え方をすること。 自治体職員と国事業 (1)自治体が、国事業のコンテンツ・媒体を活用できるようになること。 (例：自治体が国事業のコンテンツを二次利用する、自治体が自治体事業の発信媒体として国事業者のチャネルを活用する等)	自治体職員 (1)自治体職員が(主に令和7年度以降に)都道府県事業を計画する際に、魅力発信サミットで得られたヒントや繋がりを使うこと、 (2)＜グループワーク＞自治体職員が、都道府県事業を計画する際に、必要に応じてグループワークで学んだ考え方や知識をもとに介護のしごと魅力発信に関するPDCAサイクルを回せるようになること。 (例：ロジックモデルを作成して整理した事業目標や、必要な事業評価について仕様書に落とし込めるようになるなど) 【補足】「ロジックモデル作成」について、正確性に関わらずアウトプット・アウトカムの枠に沿った整理ができるようになるレベルを想定。	国および都道府県において、より効果的な介護の魅力発信が実施され、介護の仕事を魅力的だと感じる人の数が増えること。

(評価デザイン)

No.	活動	アウトカム		評価指標	判断基準(目標値/状態)	データ収集方法	データ収集時期
		種類	内容				
1	全活動共通	最終	国および都道府県において、より効果的な介護の魅力発信が実施され、介護の仕事の魅力的だと感じる人(※)の数が増えること。 ※介護の仕事について、以下のような観点で良い印象を持つ人の数を指す。 社会的意義の大きさ、やりがい、働きやすさ、仕事内容の楽しさ、資格や専門知識の活かしやすさ、体力的負担、精神的負担、給与、勤務日や勤務時間の融通の利きやすさ、働きやすさ、今後安定する業界だと思えるか	介護の仕事を魅力的だと感じる人の数	N/A 最終アウトカムは、個々の活動の直接・中間アウトカムの積みあがりであるため、最終アウトカム単独での評価は行わない(直接・中間アウトカムが達成されていれば最終アウトカムも達成されると推定する)ため	N/A	
2	事業間連携会議の開催	直接	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業) (1)国事業の実施主体の支援ニーズが明らかになること、また、その支援ニーズが満たされ、事業が円滑に進行すること。 (2)「介護職発信、事業が制作したコンテンツが、情報発信事業各社のコンテンツと合わせて全国に周知されること。 [補足](1)(2)は活動#2「実施主体間の連携に係る会議・個別調整」と合わせて達成を目指すアウトカム。	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業) (1)国事業の実施主体が、「自分たちにとって必要な支援を受けることができた」と感じただかどうか。 (2)「介護職発信、事業が制作したコンテンツが、情報発信事業各社のコンテンツと合わせて全国に周知された件数。	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業) (1)アンケート回答者(国事業の実施主体)の2/3以上が、「とてもそう思う(5)」「ややそう思う(4)」と回答すること。 加えて、「必要な支援を受けることができた」例を定性情報として収集する。 (2)各介護職発信事業者につき1件以上、情報発信事業のコンテンツと合わせたコンテンツ周知が行われること。	国事業の実施主体を対象としたアンケート調査	2025年2月頃
3	事業間連携会議の開催	直接	業界団体・職能団体 (1)業界団体・職能団体が国事業とも連携して介護のしごとの魅力発信に取り組みたいと感じること、	業界団体・職能団体 (1)-1 業界団体・職能団体が国事業とも連携して介護のしごとの魅力発信に取り組みたいと感じただかどうか。 (1)-2 業界団体・職能団体が各団体内における会議で、国事業に関する情報共有や国事業との連携に関する検討を実施したかどうか。	業界団体・職能団体 (1)-1 アンケート回答者(業界団体・職能団体)の70%以上が、「とてもそう思う(5)」、「ややそう思う(4)」と回答すること。 (1)-2 アンケート回答者(業界団体・職能団体)の50%以上が、「実施した」と回答すること。	業界団体・職能団体を対象としたアンケート調査	2025年2月頃
4	事業間連携会議の開催	直接	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業)と業界団体・職能団体 (1)業界団体・職能団体と国事業の実施主体が介護人材確保に向けた協議や相談をすること、	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業)と業界団体・職能団体 (1)-1 業界団体・職能団体が介護人材確保の取組において連携したいと感じる国事業の取組が見つかったかどうか。 (1)-2 業界団体・職能団体と実施主体の間で実施された介護人材確保に関する協議や相談の件数。	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業)と業界団体・職能団体 (1)-1 アンケート回答者(業界団体・職能団体)の70%以上が「介護人材確保の取組において連携したいと感じる国事業の取組が見つかった」と回答すること。 (1)-2 各国事業の実施主体につき1件以上の協議や相談が行われること、	国事業の実施主体と業界団体・職能団体を対象としたアンケート調査	2025年2月頃
5	事業間連携会議の開催	中間	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業)と業界団体・職能団体 (1)事業間連携により事業効果が向上すること(＝事業実施主体による魅力発信が、広報の強化/優良な取材先の獲得/同一ターゲットへの相互の働きかけ等により、一層効果的になること)。 [補足]活動#2「実施主体間の連携に係る会議・個別調整」と合わせて達成を目指すアウトカム。	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業)と業界団体・職能団体 (1)国事業の実施主体が「事業間連携の働きにより、事業効果が向上した」と感じたかどうか。	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業)と業界団体・職能団体 (1)アンケート回答者(国事業の実施主体、業界団体・職能団体)の50%以上が「そう思う(5)」、「ややそう思う(4)」と回答すること、	国事業の実施主体と業界団体・職能団体を対象としたアンケート調査	2025年2月頃
6	実施主体間の連携に係る会議・個別調整	直接	国事業の実施主体 (1)国事業の実施主体が広報等での課題を抱えた際に、事業間連携事業の実施主体が協力することで、集客やコンテンツ周知等のためのより効果的な広報や、共同での取り組みに向けた話し合いの場(メールやチャットによる仲介を含む)を持つこと。 (2)国事業の実施主体の支援ニーズが明らかになること、また、その支援ニーズが満たされ、事業が円滑に進行すること。 (3)「介護職発信、事業が制作したコンテンツが、情報発信事業各社のコンテンツと合わせて全国に周知されること。 [補足](1)(2)(3)は活動#1「事業間連携会議」と合わせて達成を目指すアウトカム。	国事業の実施主体 (1)国事業の実施主体が広報等での課題を抱えた際に、事業間連携事業の実施主体が設定した話し合いの場(メールやチャットによる仲介を含む)の数の。 (2)国事業の実施主体が、「自分たちにとって必要な支援を受けることができた」と感じただかどうか。 (3)「介護職発信、事業が制作したコンテンツが、情報発信事業各社のコンテンツと合わせて全国に周知された件数。	国事業の実施主体 (1)各国事業の実施主体につき1回以上の話し合いの場が持たれること。 (2)アンケート回答者(国事業の実施主体)の2/3以上が、「とてもそう思う(5)」、「ややそう思う(4)」と回答すること。 加えて、「必要な支援を受けることができた」例を定性情報として収集する。 (3)各介護職発信事業者につき1件以上、情報発信事業のコンテンツと合わせたコンテンツ周知が行われること、	国事業の各実施主体との連絡調整の実施 国事業の実施主体を対象としたアンケート調査	2025年2月頃
7	実施主体間の連携に係る会議・個別調整	中間	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業)と業界団体・職能団体 (1)事業間連携により事業効果が向上すること(＝事業実施主体による魅力発信が、広報の強化/優良な取材先の獲得/同一ターゲットへの相互の働きかけ等により、効果的になること)。 [補足]活動#1「事業間連携会議」と合わせて達成を目指すアウトカム。	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業)と業界団体・職能団体 (1)国事業の実施主体が「事業間連携の働きにより、事業効果が向上した」と感じたかどうか。	国事業の実施主体(情報発信事業・介護職発信事業)と業界団体・職能団体 (1)アンケート回答者(国事業の実施主体、業界団体・職能団体)の50%以上が「そう思う(5)」、「ややそう思う(4)」と回答すること、	国事業の実施主体と業界団体・職能団体を対象としたアンケート調査	2025年2月頃
8	介護のしごとと魅力発信サミットの開催	直接	自治体職員 (1)自治体職員の「介護人材の参入促進」に係る事業の実施に向けたモチベーションがサミットへの参加を通して高まること。 (2)自治体職員がサミットへの参加を通して、所属自治体が行う魅力発信事業のための広報・事業評価・コンテンツ作成のインプット取得という観点等から「都道府県事業を実施するためのヒント」を得ること。 (3)＜グループワーク＞自治体職員がグループワークへの参加を通して、事業のPDCAサイクルの回し方(ロジックモデルの仕組み・評価デザインの仕方)について理解すること、	自治体職員 (1)自治体職員の「介護人材の参入促進」に係る事業の実施に向けたモチベーションが高まったかどうか。 (2)-1 自治体職員が都道府県事業を実施するためのヒントを得られたかどうか、(所属自治体が行う「介護人材の参入促進」のための広報・事業評価・コンテンツ作成のインプット取得等の観点等からのヒントを想定) (2)-2 サミットで実施した講演や、紹介したコンテンツのうち、参考になったものは何か。 (3)＜グループワーク＞自治体職員が事業のPDCAサイクルの回し方(ロジックモデルの仕組み・評価デザインの仕方)について理解することができたかどうか。	自治体職員 (1)アンケート回答者(自治体職員)の70%以上が、サミットへの参加によってモチベーションが「とても高まった(5)」、「やや高まった(4)」と回答すること。 (2)-1 アンケート回答者(自治体職員)の70%以上が、サミットへの参加によって「介護人材の参入促進」に係る事業の実施に向けたヒントを「得られた」と回答すること。 (2)-2 N/A 何が参考になったかを明らかにすることが目的であるため (3)＜グループワーク＞アンケート回答者(自治体職員)の70%以上が、グループワークへの参加によってPDCAサイクルの回し方(ロジックモデルの仕組み)について「とても理解できた(5)」、「やや理解できた(4)」と回答すること、	自治体職員を対象としたアンケート調査	2024年9月頃
9	介護のしごとと魅力発信サミットの開催	直接	国事業の実施主体 (1)国事業の実施主体が、サミットへの参加を通して、都道府県事業の内容や、自治体職員が気になっているポイント、自治体職員が都道府県事業を進める際の考え方をを知ること、	国事業の実施主体 (1)国事業の実施主体が、都道府県事業の内容や、自治体職員が気になっているポイント、自治体職員が都道府県事業を進める際の考え方をを知ることができたかどうか。	国事業の実施主体 (1)アンケート回答者(国事業の実施主体)の70%以上が、サミットへの参加によって、都道府県事業の内容や、自治体職員が気になっているポイント、自治体職員が都道府県事業を進める際の考え方を「とても知ることができた(5)」、「やや知ることができた(4)」と回答すること。	国事業の実施主体を対象としたアンケート調査	2024年9月頃
10	介護のしごとと魅力発信サミットの開催	直接	自治体職員と国事業 (1)自治体が、国事業のコンテンツ・媒体を活用できるようにすること。 (例)自治体が国事業のコンテンツを二次利用する、自治体が自治体事業の発信媒体として国事業のチャンネルを活用する等)	自治体職員と国事業 (1)自治体職員が、国事業のコンテンツ・媒体を活用したいと思ったかどうか。	自治体職員と国事業 (1)アンケート回答者(自治体職員)の70%以上が、サミットへの参加によって、今後介護のしごとの魅力発信に関する事業検討にあたり、国事業のコンテンツ・媒体を活用したいと「とても思う(5)」、「やや思う(4)」と回答すること、	自治体職員を対象としたアンケート調査	2024年9月頃
11	介護のしごとと魅力発信サミットの開催	中間	自治体職員 (1)自治体職員が(主に令和7年度以降に)都道府県事業を計画する際に、魅力発信サミットで得られたヒントや聲を使うこと。 (2)＜グループワーク＞自治体職員が、都道府県事業を計画する際に、必要に応じてグループワークで学んだ考え方や知識をもとに介護のしごとと魅力発信に関するPDCAサイクルを回せるようになること。 (例)ロジックモデルを作成して整理した事業目標や、必要な事業評価について仕様書に落とし込めるようになるなど) [補足]「ロジックモデル作成」について、正確性に拘らずアウトプット・アウトカムの枠に沿った整理ができるようになるレベルを想定。	自治体職員 (1)自治体職員が、今後、都道府県事業を計画・実行する際にサミットで得られたヒントを使いたいと感じるかどうか。 (2)＜グループワーク＞自治体職員が、今後、都道府県事業を計画・実行する際にグループワークで学んだ考え方や知識を基に介護人材確保に関するPDCAサイクルの考え方(例、ロジックモデル作成や評価デザインなど)を活用したいと感じるかどうか。	自治体職員 (1)アンケート回答者(自治体職員)の50%以上が、「とてもそう思う(5)」、「ややそう思う(4)」と回答すること。 (2)＜グループワーク＞アンケート回答者の50%以上が、「とてもそう思う(5)」、「ややそう思う(4)」と回答すること、	自治体職員を対象としたアンケート調査	2024年9月頃

令和6年度 介護のしごと魅力発信等事業 事業間連携等事業 事業効果分析及び 報告書作成について PwCコンサルティング合同会社	Ver 2.00 (2024年10月9日更新版)
	
目次 ・ 事業効果分析をお願いする背景 ・ 事業効果分析の実施方法 ・ 事業効果分析のポイント ・ 事業効果分析に関するQ&A ・ 報告書に記載いただきたい項目 PwC 2	

事業効果分析をお願いする背景

- 魅力発信等事業では、「厚労省様及び事業間連携等事業（PwC）と協議の上、事業効果の分析等を行うこと」が実施要項にて定められています。
- 魅力発信等事業は国の補助金を用いて実施されている事業であるため、事業の実施によってどのような効果を出せたのかを国民に説明できるようにする責任があります。（報告書は厚生労働省HPにて一般公開されます）
- また、魅力発信等事業は継続的な実施によって効果が見込める性質の事業ですが、来年度以降も引き続き予算を獲得するためには「魅力発信等事業によってどのような効果があがっているか」を対外的に説明できることが重要です。

実施要項（４ 事業内容）より抜粋

事業効果の分析等

- 事業実施に当たっては、厚生労働省社会・援護局福祉基盤課（以下「当課」という。）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こと。
- 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・考察を加えること。

成果の報告事業効果の分析等

- 報告書については、次に掲げる内容を盛り込んだものとし、報告書の概要と併せて、補助事業完了日の属する年度の翌年度4月末日までに電子媒体（USBメモリを除く）により当課に提出すること。
 - 事業全体の経過
 - 事業効果の評価・分析

PwC

3

実施主体の皆様へのお願い

皆様へ

- 事業効果分析についてのご質問・お悩みなどがありましたら、いつでもPwCにご連絡ください。
- また、事業効果分析の実施計画について年度途中にPwCからお伺いする可能性がございます。恐れ入りますが、ご協力いただけますと幸いです。

情報発信事業（全国へ向けた情報発信事業/WEBを活用した広報事業）の実施主体様へ

- 情報発信事業（介護職発信事業）のコンテンツ発信について、アウトプットやアウトカムの測定にご協力いただけますと幸いです。

情報発信事業（介護職発信事業）の実施主体様へ

- コンテンツ発信部分を他実施主体（全国へ向けた情報発信事業WEBを活用した広報事業）に依頼される場合は、アウトプット・アウトカムの測定方法について情報発信事業の各実施主体と協議いただけますと幸いです。

PwC

4

事業効果分析の実施方法

- ・ 事業効果分析についてのご質問・お悩みなどがありましたら、いつでもPwCにご連絡ください。
- ・ また、事業効果分析の実施計画について年度途中にPwCからお伺いする可能性がございます。恐れ入りますが、ご協力いただけますと幸いです。

フェーズ	実施いただきたい事項
事業の計画	・ どのような事業を実施するかを検討し、評価デザインを作成する。具体的には、以下の項目について検討を行う。 ➢ 各活動のターゲット ➢ 各活動の実施時期、回数・規模など ➢ 各活動で達成したいアウトカム（ターゲットに対してどのような変化を起こすか） ➢ 上記アウトカムを測るための方法 ※例：アンケート調査、インタビュー調査、モニター調査など ➢ 上記アウトカムを測るための指標 ※例：イベントによって介護の仕事に関心を持った人の割合 など ➢ 上記アウトカムの達成有無を判断するための基準（価値判断基準）
事業の実施 （アウトカムの測定）	・ 各活動において、アウトカムの評価に用いる各指標を測定する。 ・ 各活動において、狙っていたターゲットにリーチできているかを確認する。
評価結果のまとめ ・ 報告書作成	・ 以下の各項目について、理由とともに振り返りを行う。また、その内容を報告書に記載する。 ➢ 各活動が、計画通りの内容・回数・規模で実施できたかどうか【プロセス評価】 ➢ 各活動において、想定通りのターゲットにリーチできたかどうか ➢ 各活動において、想定通りの効果が出たか（ターゲットに変化が起きたか）【セオリー評価・アウトカム評価】 ➢ 事業全体として、想定通りの効果が出たか（ターゲットに変化が起きたか）【セオリー評価・アウトカム評価】 ※想定通りの効果が出なかった場合、以下のどちらの理由によるものか振り返りを行い、報告書に記載する。 ①計画通りに事業が実施できなかったから →例：屋外でのイベントが雨天で中止となってしまった など ②計画通りに実施できたが、活動内容自体が即ち効果を出さなかったためだったから →例：イベントで発信した内容では介護の仕事に関心を持ってもらうことができなかった、介護に関心がない人向けの活動だったため、もともと関心が高い人が多かったため など

PwC

5

事業効果分析のポイント

既に事業実施の段階に進まれているかと存じますので、参加者向けアンケート調査項目の検討時や、事業の成果を振り返る際などに可能な範囲で参考にしていただけますと幸いです。

① 価値判断の基準を設定すること

- ・ 効果評価の指標だけでなく、目標の達成度合いを判断するための価値判断の基準を設定することが望ましいとされています。
- （価値判断基準の例）
- ✓ イベントの効果測定の際に、「イベントに参加者のうち、70%以上の人がイベントによって介護の仕事に対する関心が高まった」と回答することを目指す（価値判断基準）として設定した。
 - ✓ 広告の効果測定の際に、「広告接触者のうち介護への関心が高い人の割合（%）」が、広告非接触者よりも20ポイント以上高いこと」を目標（価値判断基準）として設定した。
（広告接触者の介護への関心の高さが広告接触による効果なのかを判断するため、広告接触前の状態も調査することが望ましい）

② 対照群の設定や前後比較の実施

- ・ 活動の成果を正確に測るためには、コンテンツ接触前後での比較や、対照群（イベントに参加していない人や、コンテンツに接触していない人など）との比較を行うなど、「本当に今回の活動による効果なのか」が分かる方法で効果評価を行うことが望ましいとされています。
- （調査手法の例）
- ✓ イベントに参加した人と参加していない人の両方にアンケートを実施し、回答結果を比較する。
 - ✓ イベント参加者に対して、イベント参加前後でアンケートを実施し、回答結果を比較する。
（事後アンケートのみの場合、「イベント参加によって介護の仕事への関心が高まったか」という質問にするなど、活動による効果なのかを特定できるような工夫を行う。）

③ ターゲットに対するリーチ度合いの測定

- ・ 活動の振り返りの際には「狙ったターゲットに対してアプローチができていたかどうか」や「ターゲットの母集団のうちどれくらいの人にアプローチできていたか」を確認することが望ましいとされています
- （確認手法の例）
- ✓ 「介護に関心を持っていない人に新たに介護を持ってもらうこと」が目的のイベントにおいて、参加者の介護への関心有無（イベント申込時）をアンケート等で把握し、介護に関心を持っていない人が参加していたかどうかを確認する。
（イベント参加後ではなく、イベント参加前の状況を把握することが重要です。）

PwC

6

事業効果分析に関するQ&A

Question	Answer
なぜ事業効果分析（評価）を行う必要があるのか？	- 魅力発信等事業は国の補助金を用いて実施されている事業であるため、本事業の実施によってどのような効果をおよぼすことができたのかを国民に説明できるようにする責任があります。（本事業の報告書は厚生労働省HPにて一般公開されます） - また、魅力発信等事業は継続的な実施によって効果が見込める性質の事業ですが、来年度以降も引き続き予算を獲得するためには「魅力発信等事業によってどのような効果が出ているか」を対外的に説明できることが重要です。 - 実施主体の皆様のお立場では「単年度事業」となっているとご負担をおかけしてしまい恐縮ですが、魅力発信等事業の継続的な発展のためにお力添えいただけますと幸いです。
1つの活動が複数のアウトカムに紐づくと考えられるが、全てのアウトカムについて測定すべきか？	- 全ての項目について測定が可能であれば、全項目について測定いただけますと幸いです。（例：アンケートで各アウトカムに関する設問を入れるなど） - 全項目の測定が難しい場合は、特に重要だと考えるアウトカムのみ測定をお願いします。その場合、測定対象とするアウトカムが特に重要であるとお考えになった理由についてもご記載ください。
YouTubeでの動画配信など、コンテンツ接触者を対象とした調査を行うことができない場合はどうすれば良いのか？	- 調査会社や関係者、業界団体などに協力を仰いでモニター調査を実施し、「動画のメッセージが意図したとおりに伝わっているか」を確認することが一案です。また、可能でしたら「動画がターゲットに実際にリーチできているのか否か」を確認いただければと思います。 - 上記のような方法も難しい場合はアウトプット指標の測定のみでも差支えございませんが、報告書には「その動画が狙っているアウトカムの達成に貢献すると考えられる理由」及び「アウトカム評価が困難であった理由」を必ずご記載いただけますと幸いです。

PwC

7

報告書に記載いただきたい項目① (項目一覧)

重要

項目	記載いただきたい事項
各活動の概要	- 活動内容、活動実施の背景（その活動が必要だと考えた理由） - 達成を目指したアウトカム①（別記4にて掲げたアウトカム） - 公券・交付申請の際の「別記4」から変更がある場合、その旨を理由とともにご記載ください。 - 達成を目指したアウトカム②（アウトカムの詳細） - その活動によって、誰がどのような状態になることを目指すのか詳細をご記載ください。 - その活動によって、狙ったアウトカムが達成できると考えられる理由、エビデンス（もしあれば） - 利用媒体・アプローチ方法 - 実施期間（計画および実績）
ターゲット	- ターゲット設定（年代、介護経験、介護の仕事に関する認知度合い・興味関心の有無など） - 想定通りのターゲットにリーチできたか否か、リーチできなかった/できなかった理由
各活動のアウトプットに関する評価結果	- アウトプット（計画または目標） - アウトプット（実績） 【例①】イベント：開催回数、参加者数 など 【例②】動画配信：動画本数、再生回数 など 【例③】WEB記事：PV数、UU数、リンクのクリック数 など - 上記数値（実績）の計測方法、計測日 - 上記数値（実績）と計画との比較結果、実績が計画を上回った/下回った理由
各活動のアウトカムに関する評価結果	- アウトカムの測定結果（事業効果分析の結果） - アウトカムの測定方法（事業効果分析のプロセス） 【例①】アンケート：実施タイミング、実施方法（WEB/紙）、対象者、回答者数 など 【例②】ヒアリング：実施タイミング、実施方法（対面/オンライン）、対象者 など - 上記測定結果と目標値との比較結果、目標値を上回った/下回った理由（考察）
他実施主体との連携事項	他実施主体や業界団体・職能団体などと連携した内容（もしあれば）

PwC

上手いことだけでなく、思ったより上手い/良かったことについても記載をお願いします。
(この方法では上手い/良かったと分かることが価値の1つです！)

8

報告書に記載いただきたい項目② (事業効果分析計画記入用フォーマットとの対応表)

重 要

項 目	記載いただきたい事項	フォーマットの項目
各活動の概要	・ 活動内容	・ 企画背景および取組内容 (E列)
	・ 活動実施の背景 (その活動が必要だと考えた理由)	・ 企画経緯等、別記4に紐づけたアウトカム (Y列)
	・ 達成を目指したアウトカム	・ アウトカムの詳細 (Z列)
各活動のターゲットに関する評価結果	・ その活動によって、狙ったアウトカムが達成できると考えられる理由、エビデンス (もしあれば)	・ アウトカムの指標 (AA列)
	・ 利用媒体・アプローチ方法	・ アウトカムの目標 (AB列)
	・ 実施期間 (計画および実績)	・ 企画背景および取組内容 (E列)
	・ ターゲット設定	・ 企画背景および取組内容 (E列) ※媒体名等の詳細
	・ 想定通りのターゲットにリーチできたか否か	・ 利用媒体・アプローチ方法 (F～O列) ※裏取り表
各活動のアウトプットに関する評価結果	・ リーチできなかった理由	・ 実施期間 (計画・P列)、実施期間 (実績・Q列)
	・ アウトプット (計画または目標)	・ ターゲット層 (R列)
	・ アウトプット (実績) ※PV数など計測日によって数値が変動するものは計測日も記載。	・ ターゲット層にリーチするための工夫 (S列)
	・ 上記数値 (実績) と計画との比較結果	・ ターゲットへのリーチに関する振り返り (T列)
各活動のアウトカムに関する評価結果	・ 実績が計画を上回った/下回った理由	・ アウトプット指標 (U列)
	・ アウトカムの測定結果 (事業効果分析の結果)	・ アウトプットの計画・目標値 (V列)
	・ アウトカムの測定方法 (事業効果分析のプロセス)	・ アウトプットの実績値 (W列)
	・ 上記測定結果と目標値との比較結果	・ アウトプットに関する振り返り (X列)
他実施主体等との連携事項	・ 目標値を上回った/下回った理由 (考察)	・ アウトカムの測定結果 (AC列)
	・ 他実施主体や協賛団体との連携内容	・ コンテンツ接触者や企画委員会からの感想/反応 (AF列)

PwC

9

Thank you

www.pwc.com/jp

© 2024 PwC Consulting 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.

[illegible][illegible]

Feb. 8,
2025



「アイデアが溢れる、そして成長する場所」フューチャーズ

なるほどカイゴ

フューチャーズ

「学生実習指導者実務」1冊を通して、介護福祉専門学校で学ぶ学生が、社会で必要とされる介護職のスキルや知識を身につけていく過程を通して、介護職の重要性を伝える。キャリア・教育の重要性の一環として、介護のしこころを改めてお伝えします。



介護福祉士の監督ドキュメンタリー動画を紹介！

『あるが！担当の介護福祉士 監督ドキュメンタリー』
1 DAY in FUKUSHI

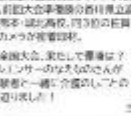
介護福祉士の仕事に一言一句、生きたドキュメンタリー動画を配信しています。ぜひ、ご覧ください。

【監督ドキュメンタリー 1 day in fukushi】
～あるが！担当の介護福祉士の1日～

特別指導者チームと介護福祉士たちが、日々の仕事を通して学ぶ姿や、学生たちの成長を、生きたドキュメンタリーとして、介護福祉士の仕事を通して、介護のしこころを改めてお伝えします。

【監督ドキュメンタリー 1 day in fukushi】
～あるが！担当の介護福祉士の1日～

特別指導者チームと介護福祉士たちが、日々の仕事を通して学ぶ姿や、学生たちの成長を、生きたドキュメンタリーとして、介護福祉士の仕事を通して、介護のしこころを改めてお伝えします。



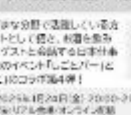
介護福祉士の監督ドキュメンタリー動画を公開中！

『介護福祉士 監督ドキュメンタリー』は、介護福祉士たちが、日々の仕事を通して学ぶ姿や、学生たちの成長を、生きたドキュメンタリーとして、介護福祉士の仕事を通して、介護のしこころを改めてお伝えします。



介護福祉士の監督ドキュメンタリー動画を公開中！

『介護福祉士 監督ドキュメンタリー』は、介護福祉士たちが、日々の仕事を通して学ぶ姿や、学生たちの成長を、生きたドキュメンタリーとして、介護福祉士の仕事を通して、介護のしこころを改めてお伝えします。



介護福祉士の監督ドキュメンタリー動画を公開中！

『介護福祉士 監督ドキュメンタリー』は、介護福祉士たちが、日々の仕事を通して学ぶ姿や、学生たちの成長を、生きたドキュメンタリーとして、介護福祉士の仕事を通して、介護のしこころを改めてお伝えします。



介護福祉士の監督ドキュメンタリー動画を公開中！

『介護福祉士 監督ドキュメンタリー』は、介護福祉士たちが、日々の仕事を通して学ぶ姿や、学生たちの成長を、生きたドキュメンタリーとして、介護福祉士の仕事を通して、介護のしこころを改めてお伝えします。

タワシを使った歯磨きと歯肉の健康を守るユニークな
なるほどカイゴ

No. 5
 Page.2025
 2017.2

「歯磨き習慣」の大切さを伝える「歯磨き」
 歯磨き習慣の大切さを伝える「歯磨き」
 歯磨き習慣の大切さを伝える「歯磨き」

2月22日(土)は「KAIGO PRIDE DAY」!

日本のKAIGOは2017年世界でもっとも信頼の多いサービスブランドに
 「KAIGO PRIDE WEEK」(KAIGO PRIDE DAY)を中心に
 介護の価値を伝えていくための活動です。

新しいキャンペーン(活動・情報・つながり)を通じて、未来
 を創造するKAIGOのシステムを世界に広げていく
 「International KAIGO Festival」

KAIGO PRIDE DAYとは
 介護の価値を、毎月1月22日に日本の介護の専門
 知識・技術・サービス・人材に敬意を込めて
 「KAIGO PRIDE DAY」に敬意を込めて、未来
 を創造するKAIGOのシステムを世界に広げていく
 「International KAIGO Festival」

International Japan KAIGO Festival
 日本介護の未来を創造し、国内外に展開する活動が
 世界で展開していく中で、介護の価値をインベ
 シションを通して、未来への「投資」を促す、活動を通じて、未来
 を創造するKAIGOのシステムを世界に広げていく
 「International KAIGO Festival」

開催日:2025年2月22日(土) 21時開始
 会場:シアター・リリック 東京都港区、チケット購入

主催:インターナショナル
 KAIGO Festival 2025
 2.20 - 2.21
 2月20日(金) - 2月21日(土)

主幹:インターナショナル
 KAIGO Festival 2025
 2.20 - 2.21
 2月20日(金) - 2月21日(土)

The VOICE of KAIGO
 in LIVE vol.47
 2025

The Voice of KAIGO in LIVE vol.47 - 2025
 2025年2月22日(土) 21時開始
 会場:シアター・リリック 東京都港区、チケット購入

The VOICE of KAIGO
 The Voice of KAIGO vol.2
 2025年2月22日(土) 21時開始
 会場:シアター・リリック 東京都港区、チケット購入

「自分らしく生きる」を支えるしごと・介護の未来を共に、課題記事公開中!

福祉社会を目指すイタリアマガジン「イタリア」にて、近況記事が公開されています。
 「介護の未来」を共に、課題記事公開中!

アーティストが活躍する福祉施設とは?
 アーティストが活躍する福祉施設とは?
 アーティストが活躍する福祉施設とは?

福祉施設が活躍する福祉施設とは?
 福祉施設が活躍する福祉施設とは?
 福祉施設が活躍する福祉施設とは?

[illegible][illegible]

小中学生向け 介護のデジタル教材「かいいご」のおしごと 探検公開中！

介護への関心や憧れを持った、小学生・中学生向けデジタル教材を公開しています。動画・写真・図表を使って学ぶ、教科書レベルまでできる教材です。

【おしごとにはどんな分野／さいごのおしごとと、資格概要】
 ・施設ワークシート
 ・福祉通、クイズ
 ・教員向けの指導案

※無料ダウンロード可能

小中学生向け無料配布ブックレット「幸せに生きて、どういうこと？ 知っておきたい介護のしくみと仕事」

介護について学びたい、学生だけでなく社会人にも読んでほしい。高校生のための冊子の発行です。本書は生活の基礎知識として入り口から、社会保険の仕組み、介護保険のしくみや制度を学べる内容で、私たちの生活を支えている介護のしくみと仕事を紹介します。巻末には、大人数で「介護の現場」をもっと深く学ぶメニュー。

※無料配布の電子ブックレット

自分らしく生きるを支えるしごとと 介護の世界をたずねて 連載記事公開中！

情熱を注ぎ続けるクリエイティブがガジンのここにきて、連載第４巻を公開しています。

介護職の実際の様子やそこで働く人、ケアの思いをテーマにしたカルチャーコンテンツなど、介護の世界を駆け抜け、「自分らしく生きる」を支える人、仕事、暮らし、多岐にわたって、展開して、出版予定ですね。

上原 和子(わかし)さんインタビュー

地方自治体研究！ 介護のしごとの魅力発見の取組

取材対象地から募集した、介護のしごとの魅力発見に関する取材イベント-Wideコンタクト制作 等を紹介します！

兵庫県(姫石市) 高校生生の職場体験に活用！ 姫石市が福祉のしごとの魅力発信活動を制作

福祉関係の人材育成の取組のひとつとして、「ハード」といってもイメージが定まるため、おもに若い世代が中心の女子高生の一環で福祉系の希望者の集まりを姫石市のオアシスセンターで開催しました。

希望者募集を通じて、これまでになく人口で福祉のしごとに関心を持ってもらっています。今までは福祉に馴染みのなかった方が増え、ぜひ今後につなげていきます。

上原 和子(わかし)さんインタビュー

付属資料4．魅力発信等事業において作成されたコンテンツ一覧³³

株式会社朝日新聞社

タイトル	概要	リンク	2次元コード
これからのKAIGO【WEBサイト】【広く社会全体向け】			
	「知りたい」に応え、介護の仕事に対する理解を深めるためのポータルサイト。各種制作したコンテンツを格納し、本事業の他採択者と連携して掲載。	https://www.asahi.com/ads/korekarano_kaigo/	
小学生向けデジタル教材「かいご」のおしごと【デジタルパンフレット】【小中高生向け】			
	介護現場への取材のもと制作した、動画・豆知識・クイズを使って学ぶ、教育現場で活用できる教材。	https://oshihaku.jp/oshihaku/kaigo/index.html	
全国高校生介護技術コンテスト【動画】【小中高生向け】			
	部活応援メディア「ブカビ」を活用した全国高校生介護技術コンテストの密着動画。強豪校2校の地区大会、全国大会出場の様子を密着。	介護技術コンテストに挑む高校生に密着第2弾！ なえなのさんが優勝経験者と一緒に介護のしごとの魅力に迫ります！ https://www.youtube.com/watch?v=WljsVMkUz9E	
Reライフフェスティバル2025春【動画】【ミドル・アクティブシニア層向け】			
	「～人生100年時代の、新・セカンドキャリア～あなたもできる、介護のしごと」と題したセミナーを実施。	Reライフフェスティバル2025春「～人生100年時代の、新・セカンドキャリア～あなたもできる、介護のしごと」 https://www.youtube.com/watch?v=wFuINq8VLo0	
生徒に伝えたい介護のしごとリアルを知りキャリア教育に生かす【動画】【教職員向け】			
	「介護とキャリア教育」をテーマに開催した教職員向けウェビナーのアーカイブ動画。教職員に「介護とキャリア教育」の理解を深めてもらい、学生の介護分野への参入を後押しするきっかけを作る。	https://terakoya.asahi.com/article/15575361	

³³ いずれも公開状況は令和7年3月24日時点で確認。

株式会社マガジンハウス

タイトル	概要	リンク	2次元コード
ここ連載記事「“自分らしく生きる”を支えるしごと-介護の世界をたずねて-」【WEB記事】【広く社会全体向け】			
	福祉・介護の現場、関わる人、当事者の方々を訪ねた連載。施設の在り方やケアの方法論のビジョンを持った介護の現場紹介や、介護のしごとの理解促進を図る識者ヘインタビューなどの10記事を公開。	https://co-coco.jp/series/nursing/	
ここ連載記事「ケアするしごと、はじめの一步」【WEB記事】【広く社会全体向け】			
	リアルイベントのレポート記事や、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をサポートする連載。	https://co-coco.jp/series/caresurushigoto-firststep/	
ケアするしごとバー【動画】【広く社会全体向け】			
	マガジンハウスの福祉をたずねるクリエイティブマガジン ここ × しごとバーの合同企画。 「介護」や「ケア」にまつわる多彩なゲストをお招きし、何歳でも、どんな環境にあっても、ひとが“自分らしく”生きていくことを支えようとする仕事や活動についてトークする。		
	自分らしく活動できる場とは ケアの現場から考える	https://shigoto100.com/event/care241115	
	介護の世界の広さとは？ あるケアワーカーの視点	https://shigoto100.com/event/care241213	
	お互いに気持ちいい 生活を支える訪問介護の魅力	https://shigoto100.com/event/care250115	
	心が動いて体も動く 植物と一緒にいるケアの現場	https://shigoto100.com/event/care250124	
	アートと福祉が 出会うから生まれる風景	https://shigoto100.com/care250213	
デジタルパンフレット「幸せに生きるって、どうのこと？ 知っておきたい「介護」のしくみと仕事」【小学生、保護者、教員の方向け】			
	介護について学びながら「幸せとは何か」を考えていく、小学校高学年向けの冊子。子供たちの身近なエピソードを入口に、社会保障、基本的な人権、介護保険などの制度や考え方を、私たちの生活を支える「社会のしくみ」として伝える。		
	自分や自分が大切な人にとっての「幸せ」ってなんだろう？ 小学生の登場人物たちと考える冊子紹介	https://co-coco.jp/series/caresurushigoto-firststep/shitteokitai_kaiqobook/	
	幸せに生きるって、どうのこと？ 知っておきたい「介護」のしくみと仕事	https://x.gd/lrzEk	

タイトル	概要	リンク	2次元コード
スペシャルブックレット【デジタルパンフレット】【若年層向け】			
	マガジンハウス『anan』『POPEYE』『ここ』編集部が、全国さまざまな介護・高齢者ケアに関わる仕事場（施設・事業所）と働く人を取材した記事をまとめた、スペシャルブックレット。		
		https://kaigonoshigoto.jp/portal/news/47	
anan「自分を表現できる現場で働く、新しい介護のカたち。」【WEB記事】【若年層向け】			
	「福祉」「介護」そして「しごととしての介護」の入り口を示す特集記事。様々なカタチで介護と向き合っている人たちの働き方に注目。		
	介護の現場1 都会で？ 里山で？ フルタイム？ スキマ時間？ 選択肢もたくさん。自分を表現できる現場で働く、新しい介護のカたち。	https://ananweb.jp/categories/lifestyle/23565	
	介護の現場2 ローカルな暮らし×介護を体現する【くろまめさん】で、幅広い交流を楽しみながら働く	https://ananweb.jp/categories/lifestyle/23568	
	介護の現場3 自分の強みを活かしながら介護に関わるキーパーソンの働き方に密着！	https://ananweb.jp/categories/lifestyle/23571	
POPEYE「介護の仕事ってこういうことだったんだ。」【WEB記事】【若年層向け】			
	福祉・介護のしごとに対して無関心な読者からの興味喚起、共感を得る特集記事。		
	介護の現場を知りたくて。 - デイサービス編 -	https://popeyemagazine.jp/post-229192/	
	介護の現場を知りたくて。 - ショートステイ&訪問介護編 -	https://popeyemagazine.jp/post-229229/	
	介護がもっと身近になるケアギビングコラム。	https://popeyemagazine.jp/post-229232/	

楽天グループ株式会社

タイトル	概要	リンク	2次元コード
介護のホンネ放送局「ON AIR KAIGO」(令和7年3月31日まで)【動画】【広く社会全体向け】			
	みやぞんさん、西川あやさんのナビゲートで、介護職のホンネを聞き出すトークバラエティを作成。		
		https://www.youtube.com/watch?v=MMERSzmRUtU&t=69s	
介護の仕事 魅力発信ポータル 知る。わかる。介護のしごと【WEBサイト】【広く社会全体向け】			
	介護のしごとに関する情報が集約されたポータルサイト。多種多様な介護のしごとから自身のロールモデルを探せる検索機能や、インタビュー記事を掲載。		
		https://kaigonoshigoto.jp/	
左ききのエレン 特別編「ケアワーカーの対話」(令和8年3月31日まで)【WEB記事】【若年層向け】			
	人気漫画「左ききのエレン」作者の「かっぴー」による介護のしごと短編漫画。		
		https://x.gd/dSkJi	

一般社団法人Kaigo PRiDE

タイトル	概要	リンク	2次元コード
アンバサダートークシリーズ ライブアーカイブ動画 The VOICE of Kaigo in LIVE 【動画】 【広く社会全体向け】			
介護業界で活躍する若手介護職である「アンバサダー」が集い、介護に関する様々なテーマについて自由に話し合うライブ配信のアーカイブ動画シリーズ。介護現場からのリアルな声を通じて、業界の課題や魅力、心温まるエピソードや介護スキルなど幅広い話題をカバー。			
[Kaigo PRiDE] The VOICE of Kaigo in LIVE vol.1 < 福島x三重x岡山 >		https://www.youtube.com/watch?v=Xwp6quYjvv8	
[Kaigo PRiDE] The VOICE of Kaigo in LIVE vol.2 < 山形x熊本x東京 >		https://www.youtube.com/watch?v=Nf2FMTqfjyl	
[Kaigo PRiDE] The VOICE of Kaigo in LIVE vol.3 < 北海道x長崎x兵庫 >		https://www.youtube.com/watch?v=h3skMWH8dMM	
[Kaigo PRiDE] The VOICE of Kaigo in LIVE vol.4 < 福島x愛知x広島 >		https://www.youtube.com/watch?v=YVaRfC04Mho	
[Kaigo PRiDE] The VOICE of Kaigo in LIVE vol.5 < 長野x奈良x福岡 >		https://www.youtube.com/watch?v=1nuuxZDmEcE	
[Kaigo PRiDE] The VOICE of Kaigo in LIVE vol.6 < 災害下の介護職 >		https://youtu.be/7gs1LZaAn3Q	
[Kaigo PRiDE] The VOICE of Kaigo in LIVE vol.7 < 北海道x群馬x香川 >		https://www.youtube.com/watch?v=4tefZMbWWZQ	
アンバサダートークシリーズ リッチコンテンツ The VOICE of Kaigo 【動画】 【広く社会全体向け】			
介護業界で活躍する若手介護職である「アンバサダー」が集い、介護に関する様々なテーマについて自由に話し合うエデュテイメント動画シリーズ。			
[Kaigo PRiDE] The VOICE of Kaigo vol.1 福島 X 三重 X 岡山の現役介護職による本音トーク		https://www.youtube.com/watch?v=7ctMhXIYPHU	
[Kaigo PRiDE] The VOICE of Kaigo vol.2 山形 X 東京 X 熊本の現役介護職による本音トーク		https://www.youtube.com/watch?v=3Hh42eRbbE0	
[Kaigo PRiDE] The VOICE of Kaigo vol.3 北海道 X 兵庫 X 長崎の現役介護職による本音トーク		https://www.youtube.com/watch?v=zC_Qa51E7_A	
[Kaigo PRiDE] The VOICE of Kaigo vol.4 福島 X 愛知 X 広島の現役介護職による本音トーク		https://youtu.be/QGkGVX1WitQ	

タイトル	概要	リンク	2次元コード
プロフェッショナルトークシリーズ【動画】【広く社会全体向け】			
	介護職と異業種のプロフェッショナルが集まり、落ち着いた雰囲気に対談を行う動画シリーズ。異業種のプロがインタビューとして、介護職の日々の挑戦、成果、情熱を掘り下げる。		
	[KaiGO PRiDE] The VOICE of PRiDE vol.1 小説家・羽田圭介 X 介護福祉士・藤巻佳祐 https://www.youtube.com/watch?v=EaTby6FOaJ0		
	[KaiGO PRiDE] The VOICE of PRiDE vol.2 ドッグトレーナー & 防災士・松本秀樹 X 介護福祉士・上地智枝 https://www.youtube.com/watch?v=yNaBldzkJEk		
	[KaiGO PRiDE] The VOICE of PRiDE vol.3 ジャーナリスト・安藤優子 X 介護福祉士・宗像有美 https://www.youtube.com/watch?v=P2wrrv7f3v8		
	[KaiGO PRiDE] The VOICE of PRiDE vol.4 パイオリニスト・川井郁子 X 介護福祉士・阿部匡秀 https://www.youtube.com/watch?v=dFR552PmhPo		
特別企画「災害下の介護職」ライブアーカイブ【動画】【広く社会全体向け】			
	令和6年能登半島地震で災害に対応した介護職が、1年前の経験や想い、再認識した「介護職」の意義について語るライブ配信のアーカイブ動画。		
	[期間限定配信] The VOICE of KaiGO in LIVE vol.6「災害下の介護職」ライブアーカイブ https://www.youtube.com/watch?v=rljTcj5diWY		

一般社団法人FACE to FUKUSHI

タイトル	概要	リンク	2次元コード
OPEN FUKUSHI 【WEBサイト】 【若年層向け】			
	福祉に関するいろんなテーマの動画を、興味に応じて閲覧できるようにアーカイブしていくサイト。学生が介護職にインタビューした様子の動画や感想レポートを公開。		
		https://openfukushi.com/	
OPEN FUKUSHI MOVIE 【動画】 【若年層向け】			
	OPEN FUKUSHI サイト内の「MOVIE」から計7本の動画が公開。		
	柔道整復師が介護業界で活躍？福祉の道に進んだきっかけと、今感じていること	https://www.youtube.com/watch?v=HVwJoKmk-vY	
	現役の先輩に聞いてみた！介護現場の働き方ってどんな感じ？	https://www.youtube.com/watch?v=vZy7Wb_20vY	
	福祉業界のICTと若者に期待されていることは？	https://www.youtube.com/watch?v=Na8YFmK1kXo	
	他業界からの転職者に聞いてみた！介護の仕事を選んだ理由	https://www.youtube.com/watch?v=gfqknCpgFcA	
	福祉×○○の面白い取り組みとは？	https://www.youtube.com/watch?v=Wf3xR10a-A4	
	福祉の道に進んだきっかけとは？	https://www.youtube.com/watch?v=0URSYqhsVLE	
	介護の働き方ってどんな感じ？	https://www.youtube.com/watch?v=BmPphjWgIo8	

社会福祉法人 全国社会福祉協議会 全国社会福祉法人経営者協議会

タイトル	概要	リンク	2次元コード
本島純政主演ショートムービー「おかえり」【動画】【広く社会全体向け】			
	入職2年目の福祉施設職員が、介護や障害児とのかかわりなど日々の支援を通して感じた福祉の仕事の魅力をショートムービー化。	https://www.youtube.com/watch?v=m116nUITNZk	
ドキュメンタリー「A DAY in FUKUSHI ～あるICT担当の介護福祉士の日々」【動画】【広く社会全体向け】			
	介護福祉の最先端を紹介するドキュメンタリー。インカムを導入した介護現場に密着し、ICT担当の介護福祉士が他のスタッフと試行錯誤を重ねながら、ICTを活用しケアの質向上を目指す姿を追う。	https://www.youtube.com/watch?v=Dz1m3dT9U1s	
ドキュメンタリー「A DAY in FUKUSHI ～震災から1年 ある福祉スタッフたちが見ている“今”と“これから”」【動画】【広く社会全体向け】			
	介護福祉の最先端を紹介するドキュメンタリー。令和6年能登半島地震で壊滅的な被害を受けた輪島市において、地域とともに、創造的復興に取り組む社会福祉法人の実践を紹介。下記URLにて公開します。	https://www.youtube.com/watch?v=qj8hws5MsdA	
社会福祉HERO'Sちゃんねる【動画】【広く社会全体向け】			
	「ひとりひとりが社会福祉HERO'S」 私たちひとりひとりは、微力かもしれない。でも、ご利用者の人生や地域社会を支えていくヒーローでありたい。そんな思いを胸に、社会福祉のリアルな“今”を伝える動画チャンネル。		
	【ベテラン介護福祉士の1日に密着】Jリーグとのコラボで理想のまちづくり	https://www.youtube.com/watch?v=klYtmK4aJY	
	【介護福祉士歴22年】介護への思いを熱く語る！	https://www.youtube.com/watch?v=tqcrbPrKliq	
	【介護福祉士しくじり談】失敗談から学ぶこと	https://www.youtube.com/watch?v=E5GHZDhpuWQ	
	【人生会議のすすめ】父との別れを機に実感した人生会議の意義をみんなに伝えたい	https://www.youtube.com/watch?v=CXGUwgWtu6E	
	【しくじり談】介護の仕事は生きがい支援 その中でやってしまったこと	https://www.youtube.com/watch?v=PiPdUnYkiHU	
	【介護現場での「自立支援」のリアルと現実】その自立支援は生きがい支援につながっている？！レポート	https://www.youtube.com/watch?v=nnETRBz-TFs	
	コミュニティカフェのボランティアさん【火曜日レディース】に訊く！地域の居場所の意義と役割は？	https://www.youtube.com/watch?v=TiRDsBqDSs8	

タイトル	概要	リンク	2次元コード
(前ページ続き) 社会福祉HERO'Sちゃんねる【動画】【広く社会全体向け】			
	「ひとりひとりが社会福祉HERO'S」 私たちひとりひとりは、微力かもしれない。でも、ご利用者の人生や地域社会を支えていくヒーローでありたい。そんな思いを胸に、社会福祉のリアルな“今”を伝える動画チャンネル。		
	【現役大学院生で福祉職1日密着】コミュニティカフェの運営から学んでいること	https://www.youtube.com/watch?v=XdG2VfYADOU	
	【子育て中のママパパ必見】出張保育に密着！	https://www.youtube.com/watch?v=uScdTEJu_Ac	
	【保育士ファッションショーって何！？】保育士は子どものためにももっと自由でいい	https://www.youtube.com/watch?v=WxZJ4B59Bw4	
	【ヒーロー対談】社会福祉ヒーローズ×俳優本島純政対談！ショートムービー「おかえり」どうだった？	https://www.youtube.com/watch?v=Zen0wEWhKYk	
	【現役保育士が障がい者と高齢者支援、やってみた】果たして保育のスキルは通用するのか？	https://www.youtube.com/watch?v=Y4ExjMykPSM	
	【障がい者アートの世界】分藤明男さんにきく	https://www.youtube.com/watch?v=GmhrppgQQog	
	【お坊さんと福祉職の二刀流！？】仏教の教えと福祉の共通するところ	https://www.youtube.com/watch?v=YCVRj3tiCpQ	
	ソーシャルデザインを学ぶ大学生と福祉施設がコラボして炭作り！？	https://www.youtube.com/watch?v=oRde-FcD8wQ	
	TBSドラマ【ライオンの隠れ家】ドラマや映画で描かれる「障がい者像」ってどうよ？福祉のプロ視点で鑑賞	https://www.youtube.com/watch?v=ywWxTMBPNLg	
	【福祉系就活生必見】ぶっちゃけ採用担当としてどう思う？就活戦線	https://www.youtube.com/watch?v=CtWl-V8gOJM	
	DWATって知らなかった！？福祉職だからこそできる震災復興支援のカタチ	https://www.youtube.com/watch?v=PnICM5UIMU	
	【高齢者施設のおばあちゃんが活躍！？子ども食堂に密着！】	https://www.youtube.com/watch?v=bHbu25mbYbg	

付属資料 5. 「介護の仕事に関するアンケート調査」集計表

1. 調査結果

(1) スクリーニング調査

表 155 職業

Q1	あなたのご職業について、最も当てはまるものをお選びください。	R6 (Q1)	R5 (Q1)	R4 (Q1)
1	会社員(正社員)	36.3	38.5	37.4
2	会社員(契約社員など)	6.5	N/A	N/A
3	会社役員・経営者	1.7	1.6	1.6
4	パート・アルバイト	17.9	17.3	17.1
5	専業主婦・主夫	11.1	12.0	14.0
6	自営業	5.5	6.0	6.0
7	公務員	2.5	3.0	2.9
8	学生(中学生)	0.1	0.3	0.4
9	学生(福祉系の高校生)	0.0	0.1	0.1
10	学生(上記以外の高校生、高専生)	0.7	1.3	1.2
11	学生(福祉系の専門学校生、短大生、大学生、大学院生)	0.3	0.5	0.7
12	学生(上記以外の専門学校生、短大生、大学生、大学院生)	1.0	1.7	1.9
13	無職	15.2	15.1	14.2
14	その他	1.1	2.7	2.6
	全体	40,813	36,000	35,873

表 156 子ども(就職前)の人数

Q2	子ども(就職前)の人数について、お答えください。就職前のお子さんがいらっしゃらない場合は「0(ゼロ)」を入力してください。								
		全体	統計量母	合計	平均	標準偏差	最小値	最大値	中央値
	R6 (Q2)	40,813	40,813	20,188	0.49	0.928	0	15	0
	R5 (Q2)	36,000	36,000	18,035	0.50	0.937	0	20	0
	R4 (Q2)	35,873	35,873	18,695	0.52	0.961	0	20	0

表 157 子ども(就職前)の人数

NQ2T1	子ども(就職前)の人数について、お答えください。就職前のお子さんがいらっしゃらない場合は「0(ゼロ)」を入力してください。	R6 (NQ2T1)	R5 (NQ2T1)	R4 (NQ2T1)
1	0人	71.2	70.7	69.6
2	1人	13.5	13.9	14.5
3	2人	11.8	11.7	
4	3人	3.6	3.0	15.9
5	4人以上	N/A	0.8	
	全体	40,813	36,000	35,873

表 158 介護との関わり

Q3	あなたと介護との関わりについて、以下から当てはまるものを全てお選びください。	R6 (Q3)	R5 (Q3)	R4 (Q3)
1	現在、介護の仕事をしている	3.4	3.5	3.4
2	過去に介護の仕事をしたことがある	3.3	3.3	3.2
3	介護の仕事に関する研修を受けたことがある	2.9	N/A	N/A
4	介護の仕事に就いている(就いていた)親族がいる	2.6	3.3	3.2
5	介護の仕事に就いている(就いていた)友人がいる	2.3	2.4	2.5
6	介護の現場でボランティアをしている(したことがある)	1.2	1.4	1.3
7	介護の現場で実習、職場体験インターンシップなどを行っている(したことがある)	1.6	1.9	1.9
8	介護に関する勉強をしている(勉強したことがある) 研修を除く	2.2	2.6	2.8
9	自分の親や家族などの介護をしている(したことがある)	10.8	9.5	10.0
10	自分の親族内での介護(親が祖父母の介護をしているシーンなど)を見たことがある	6.7	6.3	6.7
11	自分が介護される立場である(だったことがある)	0.8	0.8	0.7
12	親や家族などの介護のことに関心がある	12.5	12.1	11.8
13	自分の介護のことに関心がある	8.3	7.6	7.5
14	その他	0.2	0.3	0.3
15	該当するものはない(介護との関わりや介護への関心はない)	64.8	65.8	65.5
	全体	40,813	36,000	35,873

表 159 介護の仕事をテーマとしたコンテンツに接触した経験

Q4	介護の仕事をテーマとしたコンテンツに接触した経験について、以下から当てはまるものを全てお選びください。	R6 (Q4)	R5 (Q4)	R4 (Q4)
1	介護の仕事をテーマとしたイベントに参加したことがある	2.9	3.1	4.9
2	介護の仕事をテーマとしてテレビ番組を観たことがある	17.4	17.2	45.7
3	介護の仕事をテーマとしたラジオ番組を聴いたことがある	2.8	2.8	5.3
4	介護の仕事をテーマとした新聞記事・広告を見たことがある	10.3	10.1	22.5
5	介護の仕事をテーマとした雑誌記事を見たことがある	5.8	6.0	11.6
6	介護の仕事をテーマとしたWEB記事を見たことがある	9.5	9.5	19.0
7	介護の仕事をテーマとしたWEB動画を見たことがある	5.3	5.2	8.4
8	その他	0.3	0.3	0.6
9	介護の仕事をテーマとしたコンテンツに触れたことはない(R4:該当なし・不明・覚えてない等)	71.5	71.4	13.9
10	エラー	-	-	0.2
	全体	40,813	36,000	35,873

表 160 子どもが「介護の仕事に就きたい」と言った場合の対応

Q5	あなたの子どもが「介護の仕事に就きたい」と言った場合、どのように対応するかを教えてください。 (お子さんがいらっしゃらない方は、「もしも子どもがいたら」と仮定してご回答ください。)	R6 (Q5)	R5 (Q5)	R4
1	本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う	38.2	38.8	N/A
2	本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないか」と伝える	43.0	41.0	N/A
3	本人の希望があったとしても反対する	18.8	20.2	N/A
	全体	40,813	36,000	N/A

表 161 子どもが「介護の仕事に就きたい」と言った場合の対応
(就職前の子どもが1人以上いる人のみ)

Q5	あなたの子どもが「介護の仕事に就きたい」と言った場合、どのように対応するかを教えてください。	R6 (Q5)	R5 (Q5)	R4
1	本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う	37.2	38.6	N/A
2	本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないか」と伝える	44.7	42.4	N/A
3	本人の希望があったとしても反対する	18.1	19.0	N/A
	全体	11,768	10,544	N/A

(2) 介護職調査

表 162 兼業・副業の有無

Q1	兼業または副業の有無を教えてください。	R6 (Q1)	R5 (Q1)	R4 (Q1)
1	あり(介護系)	53.4	N/A	N/A
2	あり(介護系以外)	5.4	N/A	N/A
3	なし	41.2	N/A	N/A
	全体	1,000	N/A	N/A

表 163 インターネット利用端末の種類

Q2	インターネット利用端末の種類を教えてください。	R6 (Q2)	R5 (Q36)	R4 (Q41)
1	スマートフォン	95.4	90.3	92.5
2	パソコン	44.1	43.7	43.1
3	タブレット型端末	23.2	18.7	19.0
4	テレビ	26.1	30.7	32.8
5	家庭用ゲーム機	15.5	14.7	13.9
6	携帯電話・PHS(スマートフォン除く)	5.4	5.0	4.7
7	その他	0.3	0.1	-
8	インターネットは利用していない	1.4	1.9	0.5
	全体	1,000	1,000	1,000

表 164 インターネット利用端末の利用目的

Q3	インターネット利用端末の利用目的を教えてください。	R6 (Q3)	R5 (Q37)	R4 (Q42)
1	電子メールの送受信	74.0	62.1	67.0
2	ホームページやブログの閲覧、書き込み又は開設・更新	45.0	38.5	39.8
3	ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)の利用	59.6	54.0	55.9
4	業務目的でのオンライン会議システムの利用	17.7	16.6	13.5
5	動画投稿・共有サイトの利用	33.2	26.8	31.5
6	オンラインゲームの利用	25.2	17.9	20.6
7	情報検索	43.9	33.5	32.9
8	eラーニング	14.6	9.8	10.3
9	オンライン診療の利用	9.0	5.8	5.3
10	商品・サービスの購入・取引	45.6	32.3	36.0
11	金融取引	24.8	17.6	16.8
12	デジタルコンテンツの購入・取引	18.7	13.5	11.6
13	インターネットオークション、フリーマーケットアプリによる購入・取引	29.9	22.6	25.4
14	電子政府・電子自治体の利用	12.0	8.0	6.5
15	その他	1.7	1.8	1.3
	全体	986	981	995

表 165 現在の年収

Q4	現在の年収を教えてください。(兼業・副業を含む)	R5 (Q4)	R5 (Q2)	R4 (Q2)
1	100万円未満	7.7	6.4	9.1
2	100～200万円未満	11.8	13.5	14.1
3	200～300万円未満	16.3	15.7	17.0
4	300～400万円未満	20.3	20.8	20.0
5	400～500万円未満	13.6	11.6	14.2
6	500～600万円未満	8.8	8.4	7.9
7	600～700万円未満	3.3	4.1	3.4
8	700～800万円未満	2.1	2.7	1.6
9	800万円以上	3.8	4.2	2.5
10	回答しない	12.3	12.6	10.2
	全体	1,000	1,000	1,000

表 166 現在の勤務地

Q5	ここからは、現在されている「介護の仕事」についてお伺いします。勤務地を教えてください。	R5 (Q5)	R5 (Q3)	R4 (Q4)
1	北海道	5.5	5.1	5.1
2	青森県	1.1	1.2	1.5
3	岩手県	1.3	0.9	1.4
4	宮城県	1.8	2.0	2.1
5	秋田県	0.7	0.7	1.2
6	山形県	0.8	1.1	0.6
7	福島県	0.6	1.4	1.9
8	茨城県	2.0	2.0	1.5
9	栃木県	1.5	0.8	1.2
10	群馬県	2.0	1.6	1.6
11	埼玉県	4.7	6.0	4.8
12	千葉県	5.0	3.4	4.9
13	東京都	11.1	12.1	10.8
14	神奈川県	5.3	5.6	6.5
15	新潟県	1.1	1.6	1.3
16	富山県	1.2	1.2	1.3
17	石川県	0.8	0.8	0.6
18	福井県	0.4	0.2	0.1
19	山梨県	0.5	0.4	-
20	長野県	1.6	1.4	1.5
21	岐阜県	1.3	1.8	2.7
22	静岡県	2.2	1.8	1.8
23	愛知県	6.8	7.3	7.1
24	三重県	1.6	1.7	1.0
25	滋賀県	1.0	0.7	1.2
26	京都府	2.5	2.5	2.8
27	大阪府	9.2	8.8	7.5
28	兵庫県	5.2	5.5	5.6
29	奈良県	1.1	1.3	1.3
30	和歌山県	0.4	0.4	0.5
31	鳥取県	0.7	0.5	0.7
32	島根県	1.1	0.6	0.5
33	岡山県	1.9	1.3	1.5
34	広島県	3.7	3.2	2.7
35	山口県	0.9	1.0	0.6
36	徳島県	1.5	1.1	0.7
37	香川県	0.6	0.4	0.6
38	愛媛県	1.0	0.8	1.0
39	高知県	0.8	0.5	0.1
40	福岡県	3.3	3.7	4.1
41	佐賀県	0.4	0.2	0.4
42	長崎県	1.1	1.2	1.7
43	熊本県	0.4	1.0	0.9
44	大分県	0.5	0.8	0.5
45	宮崎県	0.4	0.9	1.1
46	鹿児島県	0.8	0.8	1.2
47	沖縄県	0.6	0.7	0.3
	全体	1,000	1,000	1,000

表 167 現在の職場の勤続年数

Q6	現在の職場の勤続年数を教えてください。(小数点第1位まで)								
		全体	統計量母数	合計	平均	標準偏差	最小値	最大値	中央値
	R6(Q6)	1,000	1,000	7,898	7.90	7.013	0	40	5
	R5(Q4t1N)	1,000	1,000	7,419	7.42	6.719	0	40	5
	R4	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

表 168 介護の仕事に従事した年数(通算)

Q6	介護の仕事に従事した年数(通算)を教えてください。(小数点第1位まで)								
		全体	統計量母数	合計	平均	標準偏差	最小値	最大値	中央値
	R6(Q6)	1,000	1,000	11,004	11.00	7.854	0	43	10
	R5(Q4t2N)	1,000	1,000	9,578	9.58	7.438	0	42	9
	R4	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

表 169 現在の職場の勤続年数

Q6T1	現在の職場の勤続年数を教えてください。	R6 (Q6T1)	R5 (Q4t1sa)	R4 (Q5)
1	1年未満	4.0	5.1	10.5
2	1～3年未満	21.9	22.3	16.8
3	3～5年未満	14.7	14.9	18.2
4	5～10年未満	24.9	25.8	23.8
5	10年以上	34.5	31.9	30.7
	全体	1,000	1,000	1,000

表 170 介護の仕事に従事した年数(通算)

Q6T2	介護の仕事に従事した年数(通算)を教えてください。	R6 (Q6T2)	R5 (Q4t2sa)	R4 (Q20)
1	1年未満	4.0	6.7	8.9
2	1～3年未満	21.9	13.1	13.2
3	3～5年未満	14.7	9.9	12.7
4	5～10年未満	24.9	24.1	25.2
5	10年以上	34.5	46.2	40.0
	全体	1,000	1,000	1,000

表 171 雇用形態

Q7	現在の雇用形態を教えてください。	R5 (Q7)	R5 (Q5)	R4 (Q6)
1	正規職員	68.2	70.3	68.5
2	契約職員(有期労働)	5.8	4.6	5.1
3	パートタイム職員(短時間労働)	22.6	21.6	24.0
4	派遣職員(派遣会社が雇用)	3.4	3.5	2.4
	全体	1,000	1,000	1,000

表 172 事業所の種類

Q8	現在勤務している事業所の種類を教えてください。	R5 (Q8)	R5 (Q6)	R4 (Q7)
1	施設系(特別養護老人ホームなど)	36.9	34.4	37.2
2	居住系((有料老人ホーム、サ高住など))	14.4	14.2	14.3
3	通所系	15.5	14.7	14.7
4	訪問系	9.5	10.4	9.6
5	居宅介護支援事業所	5.1	4.5	5.7
6	医療関係	8.0	10.0	10.1
7	障害者・障害児福祉関係	8.0	8.9	6.8
8	その他	2.6	2.9	1.6
	全体	1,000	1,000	1,000

表 173 職位・職階

Q9	現在の職場での職位・職階を教えてください。	R5 (Q9)	R5 (Q7)	R4 (Q8)
1	経営層	3.9	4.1	2.6
2	管理職	9.3	10.5	12.3
3	主任・(サブ)リーダーなどの職場のまとめ役	13.7	13.9	11.9
4	一般職	70.0	66.6	69.9
5	その他	3.1	4.9	3.3
	全体	1,000	1,000	1,000

表 174 業務内容

Q10	現在の業務内容を教えてください。	R5 (Q10)	R5 (Q8)	R4 (Q9)
1	マネジメント(経営関連)	13.5	13.3	15.0
2	現場でのチームマネジメント	18.3	17.5	21.3
3	他職員への指導	22.5	21.7	24.6
4	利用者のケアのマネジメント(ケアプラン・介護計画の作成等)	20.2	19.8	N/A
5	利用者の介護	69.7	65.4	66.7
6	介護の周辺業務(介護助手など)	27.4	27.0	22.1
7	その他	4.6	7.6	7.9
	全体	1,000	1,000	1,000

表 175 保有資格等

Q11	保有資格等(業務に関連するもの)を教えてください。	R5 (Q11)	R5 (Q9)	R4 (Q10)
1	介護に関する入門的研修	12.0	12.7	11.3
2	介護職員初任者研修(またはホームヘルパー2級)	37.3	33.6	33.1
3	介護福祉士実務者研修	18.5	19.5	16.6
4	生活援助従事者研修	6.3	6.5	5.1
5	社会福祉主事任用資格	10.9	11.4	12.8
6	介護福祉士	47.3	44.2	42.9
7	認定介護福祉士	3.8	4.0	3.2
8	介護支援専門員(ケアマネジャー)	15.7	13.1	12.9
9	社会福祉士	7.9	7.1	7.5
10	理学療法士(PT)	4.5	4.0	3.0
11	作業療法士(OT)	3.8	3.6	3.3
12	言語聴覚士(ST)	3.0	2.2	1.5
13	精神保健福祉士	3.0	2.0	2.3
14	正看護師	9.5	7.9	8.4
15	准看護師	3.2	3.9	3.2
16	保健師	2.7	2.5	1.8
17	保育士	2.8	3.3	2.7
18	その他	1.9	3.2	3.0
19	特になし	8.9	10.9	12.7
	全体	1,000	1,000	1,000

表 176 介護の仕事を選んだ理由

Q12	介護の仕事を選んだ理由を教えてください(各項目についてあてはまるものを1つ選んでください)	R6 主計 (Q12)	1 とてもあてはまる	2 ややあてはまる	3 どちらでもない	4 あてはまらない	5 あてはまらない	R6 主計 (Q12)	1 とてもあてはまる	2 ややあてはまる	3 どちらでもない	4 あてはまらない	5 あてはまらない	R6 主計 (Q12)	1 とてもあてはまる	2 ややあてはまる	3 どちらでもない	4 あてはまらない	5 あてはまらない
Q1201	社会福祉や福祉の分野に関心があったから	1,000	18.3	34.7	30.5	16.7	5.3	1,000	22.4	33.2	29.9	14.2	6.3	1,000	20.1	36.1	26.6	17.7	6.5
Q1202	介護の仕事に興味を持ったから	1,000	20.5	40.2	25.2	8.2	3.3	1,000	25.5	46.4	25.4	9.5	5.1	1,000	23.2	45.1	23.5	9.4	4.8
Q1203	人の役に立つ仕事だと思ったから	1,000	21.8	43.3	23.5	7.4	3.4	1,000	24.2	46.7	27.1	5.1	4.8	1,000	26.9	41.8	22.1	5.1	8.0
Q1204	福祉の専門知識を身につけておきたいと思ったから	1,000	18.1	42.1	30.4	6.5	3.1	1,000	19.0	38.1	29.0	6.9	5.4	1,000	21.5	40.1	28.0	6.1	4.2
Q1205	自分自身で働きたいと思ったから	1,000	16.5	34.1	36.1	9.1	4.2	1,000	18.8	33.0	25.2	6.2	5.8	1,000	14.0	34.0	34.0	14.0	14.0
Q1206	福祉の専門知識を身につけておきたいと思ったから	1,000	16.1	42.1	32.1	6.1	3.2	1,000	17.6	41.8	30.1	9.5	4.1	1,000	19.0	40.1	28.0	5.0	5.0
Q1207	介護の仕事に興味を持ったから	1,000	19.3	39.3	29.3	11.3	5.4	1,000	18.2	29.2	40.8	9.2	6.9	1,000	12.9	32.4	39.3	8.0	7.0
Q1208	福祉の専門知識を身につけておきたいと思ったから	1,000	13.1	34.4	33.4	8.1	4.4	1,000	14.1	32.4	38.1	8.1	5.1	1,000	11.1	36.1	38.1	6.1	6.1
Q1209	福祉の専門知識を身につけておきたいと思ったから	1,000	18.1	36.1	35.1	6.1	3.2	1,000	17.2	37.1	35.1	5.1	4.2	1,000	16.1	40.1	30.2	6.2	5.2
Q1210	福祉の専門知識を身につけておきたいと思ったから	1,000	11.1	29.1	36.4	14.4	14.0	1,000	10.4	28.1	33.8	17.1	17.1	1,000	10.1	27.1	30.1	19.1	19.1
Q1211	福祉の専門知識を身につけておきたいと思ったから	1,000	10.4	29.5	40.1	10.1	6.2	1,000	10.5	27.5	40.5	10.2	7.2	1,000	10.5	30.5	37.5	9.5	6.0

表 177 介護の仕事を選んだ理由(その他)(主なものを抜粋)

- Y 人の役に立つ仕事がしたかったから。
- Y 自分の家族の介護をして、仕事としてもやってみてみたいと思ったから。
- Y 将来的に身近な人の介護が必要になると思い、技術を学ばなかったから。
- Y 高齢者が好きだから。
- Y 両親の介護をしなければならなかったから。
- Y 他に仕事が無かったから。

表 178 介護の仕事を選んだ理由（その他）（主なものを抜粋）現在の職場（勤務先）を選んだ理由

Q14	現在の職場（勤務先）を選んだ理由（その他）（主なものを抜粋） (Q14)	現在の職場（勤務先）を選んだ理由（その他） (Q14)					現在の職場（勤務先）を選んだ理由（その他） (Q14)					現在の職場（勤務先）を選んだ理由（その他） (Q14)				
		1	2	3	4	5	1	2	3	4	5	1	2	3	4	5
21831	親戚や知人の紹介	1,000	31.8	31.3	35.6	31.8	1,000	31.8	31.3	35.6	31.8	1,000	31.8	31.3	35.6	31.8
21832	勤務先事業所のHP	1,000	17.7	18.3	15.6	17.7	1,000	17.7	18.3	15.6	17.7	1,000	17.7	18.3	15.6	17.7
21833	就活サイトや転職サイトなどのWEBサイト（事業所HPを除く）	1,000	22.3	26.5	21.8	22.3	1,000	22.3	26.5	21.8	22.3	1,000	22.3	26.5	21.8	22.3
21834	実習、インターンシップ	1,000	10.3	N/A	N/A	10.3	1,000	10.3	N/A	N/A	10.3	1,000	10.3	N/A	N/A	10.3
21835	ボランティア	1,000	7.9	N/A	N/A	7.9	1,000	7.9	N/A	N/A	7.9	1,000	7.9	N/A	N/A	7.9
21836	合同企業説明会	1,000	8.5	11.2	8.7	8.5	1,000	8.5	11.2	8.7	8.5	1,000	8.5	11.2	8.7	8.5
21837	新聞、折込チラシ、フリーペーパー	1,000	12.5	12.2	11.6	12.5	1,000	12.5	12.2	11.6	12.5	1,000	12.5	12.2	11.6	12.5
21838	人材紹介会社（転職エージェント等）	1,000	15.7	14.7	13.0	15.7	1,000	15.7	14.7	13.0	15.7	1,000	15.7	14.7	13.0	15.7
21839	職業安定所（ハローワーク）	1,000	25.2	23.2	24.5	25.2	1,000	25.2	23.2	24.5	25.2	1,000	25.2	23.2	24.5	25.2
21840	その他	1,000	4.1	5.9	5.3	4.1	1,000	4.1	5.9	5.3	4.1	1,000	4.1	5.9	5.3	4.1
21841	全体	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000	1,000

表 179 現在の職場（勤務先）を選んだ理由（その他）（主なものを抜粋）

Y	自宅から近いから
Y	ハローワークに求人募集が出ていたから
Y	職場の雰囲気がいいから
Y	将来的に安定した職種だと思ったから
Y	知人からの紹介
Y	自分の希望する仕事だったから
Y	以前同じ職場だった先輩が転職して働いているから

表 180 現在の職場（勤務先）を知ったきっかけ

Q16	現在の職場（勤務先）を知ったきっかけを教えてください。	R6 (Q16)	R5 (Q14)	R4 (Q15)
1	親戚や知人の紹介	31.8	31.3	35.6
2	勤務先事業所のHP	17.7	18.3	15.6
3	就活サイトや転職サイトなどのWEBサイト（事業所HPを除く）	22.3	26.5	21.8
4	実習、インターンシップ	10.3	N/A	N/A
5	ボランティア	7.9	N/A	N/A
6	合同企業説明会	8.5	11.2	8.7
7	新聞、折込チラシ、フリーペーパー	12.5	12.2	11.6
8	人材紹介会社（転職エージェント等）	15.7	14.7	13.0
9	職業安定所（ハローワーク）	25.2	23.2	24.5
10	その他	4.1	5.9	5.3
	全体	1,000	1,000	1,000

表 181 現在の職場（勤務先）を知ったきっかけ（その他）（主なものを抜粋）

Y	インターネット
Y	大学の求人募集
Y	学校からの紹介
Y	自宅の近所
Y	他社からの引き抜き

表 182 現在の職場（勤務先）での業務内容・働き方の満足度

Q17	現在の職場（勤務先）での業務内容・働き方に 対する満足度を教えてください。（各項目について 当てはまるものを1つ選んでください）	全 体	1	2	3	4	5	全 体	1	2	3	4	5	全 体	1	2	3	4	5
			とても満足	やや満足	どちらでも ない	やや不満	とても不満		とても満足	やや満足	どちらでも ない	やや不満	とても不満		とても満足	やや満足	どちらでも ない	やや不満	とても不満
Q1751	業務内容（仕事の中身）	1,000	17.3	58.3	22.2	8.1	4.1	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Q1752	業務上の制約等	1,000	27.2	58.2	14.2	7.1	2.2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Q1753	給与水準	1,000	9.2	24.9	33.9	17.1	12.2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Q1754	キャリアアップ・スキルアップの機会	1,000	8.2	23.2	39.2	11.2	9.2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Q1755	勤務時間の融通のしやすさ	1,000	15.3	52.3	28.3	7.5	4.7	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Q1756	休日の数いや平日	1,000	18.1	55.1	22.1	8.2	4.2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Q1757	職場の雰囲気・人間関係	1,000	17.2	58.1	24.2	7.4	4.8	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Q1758	福利厚生や就業環境	1,000	10.4	27.2	42.2	12.1	7.1	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Q1759	経営の健全さ	1,000	12.4	29.2	39.2	9.2	9.2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
Q17510	その他	1,000	7.2	18.1	41.1	6.2	8.2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

表 183 介護業界内での転職回数

Q18	介護業界内での転職回数を教えてください。								
		全体	統計量母 数	合計	平均	標準偏差	最小値	最大値	中央値
		R6(Q18)	1,000	1,000	2.055	2.06	2.231	0	20
		R5(Q15)	1,000	1,000	1.992	1.99	2.238	0	25
		R4	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

表 184 介護業界内での転職回数

Q18T1	介護業界内での転職回数を教えてください。	R6 (Q18T1)	R5 (Q4t3sa)	R4
1	0回	28.6	28.0	N/A
2	1回	21.6	24.3	N/A
3	2回	16.0	17.2	N/A
4	3回以上	33.8	30.5	N/A
	全体	1,000	1,000	N/A

表 185 働いたことがある業種

Q19	これまでに働いたことがある業種を教えてください。	R6 (Q19)	R5 (Q16)	R4 (Q17)
1	医療、福祉（介護の仕事）	71.2	46.9	59.2
2	医療、福祉（介護の仕事以外）	25.6	19.3	20.9
3	農業、林業	2.9	5.1	5.1
4	漁業	1.7	2.4	1.9
5	鉱業、採石業、砂利採取業	1.5	2.1	1.5
6	建設業	4.8	6.1	4.6
7	製造業	11.6	15.2	14.2
8	電気・ガス・熱供給・水道業	1.5	2.0	2.2
9	情報通信業（通信・インターネット、メディア、情報サービスなど）	4.9	3.9	2.6
10	運輸業、郵便業	5.4	4.2	5.1
11	卸売業、小売業	8.0	7.9	7.7
12	金融業、保険業	4.3	4.4	3.9
13	不動産業、物品賃貸業	2.0	1.6	1.6
14	学術研究、専門・技術サービス業	1.8	2.9	2.0
15	宿泊業、飲食サービス業	9.9	10.6	9.8
16	生活関連サービス業、娯楽業（クリーニング、理容など）	3.3	7.5	5.2
17	教育、学習支援業	5.1	3.9	3.9
18	複合サービス事業（郵便局、農業協同組合など）	1.8	1.3	2.9
19	サービス業（他に分類されないもの）	18.0	17.5	13.2
20	公務（他に分類されるものを除く）	3.2	4.3	2.5
21	その他	2.6	3.0	2.7
	全体	1,000	1,000	1,000

表 186 現在の転職意向の有無

Q20	現在の転職意向の有無を教えてください。	R6 (Q20)	R5 (Q19)	R4 (Q21)
1	転職活動をしている(情報収集等を始めている)	18.6	20.5	21.7
2	転職を検討している(情報収集等は始めている)	26.3	25.5	24.6
3	転職は考えていない	55.1	54.0	53.7
	全体	1,000	1,000	1,000

表 187 転職を検討している理由(上位5つまで)

Q21	現在転職を検討している理由を教えてください。 (上位5つまで)	R6 (Q21)	R5 (Q20)	R4 (Q22)
1	仕事にやりがいを感じないから	24.7	26.7	30.7
2	負担の大きい仕事だから	39.9	41.3	N/A
3	自分の資格・スキルを生かすことができないから	21.4	24.1	18.8
4	通勤が不便だから	19.4	17.4	N/A
5	給与が低いから	47.9	45.7	51.4
6	勤務時間に融通が利かないから	9.6	12.6	N/A
7	休暇が取りにくいから	16.5	20.2	N/A
8	職場の人間関係が悪いから	22.0	18.7	35.2
9	勤務環境に不満があったから	16.7	19.3	37.1
10	企業・事業所の理念が合わないから	8.9	10.2	22.2
11	会社の将来性・安定性に不安があるから	12.2	13.3	21.6
12	雇用形態(正社員/契約社員/派遣社員)を変えたいから	8.7	7.2	10.4
13	定年を迎えた、または契約期間が満了となるから	3.1	3.5	3.2
14	結婚や出産等の環境の変化がある(あった)から	4.9	7.0	8.9
15	配偶者の転勤等により、勤務地を変えたいから	3.3	2.2	5.0
16	その他	2.4	2.8	3.9
	全体	449	460	463

表 188 転職先として考えている業種

Q22	転職先として考えている業種を教えてください。	R6 (Q22)	R5 (Q21)	R4 (Q23)
1	医療、福祉(介護の仕事)	53.2	49.3	47.7
2	医療、福祉(介護の仕事以外)	29.8	27.4	34.6
3	農業、林業	5.8	4.3	6.5
4	漁業	5.6	4.1	4.8
5	鉱業、採石業、砂利採取業	4.2	3.3	2.6
6	建設業	4.9	4.6	5.0
7	製造業	9.8	8.0	8.9
8	電気・ガス・熱供給・水道業	4.0	3.3	3.2
9	情報通信業(通信・インターネット、メディア、情報)	8.5	5.4	3.2
10	運輸業、郵便業	4.9	4.3	4.3
11	卸売業、小売業	5.1	4.8	3.0
12	金融業、保険業	3.3	2.8	1.7
13	不動産業、物品賃貸業	4.2	3.0	1.7
14	学術研究、専門・技術サービス業	4.0	3.0	3.7
15	宿泊業、飲食サービス業	9.6	6.3	6.0
16	生活関連サービス業、娯楽業(クリーニング、理容)	9.8	10.0	7.3
17	教育、学習支援業	5.6	6.1	5.2
18	複合サービス事業(郵便局、農業協同組合など)	4.9	4.8	5.4
19	サービス業(他に分類されないもの)	13.1	10.0	10.2
20	公務(他に分類されるものを除く)	4.2	2.2	2.6
21	その他	1.1	0.9	0.2
22	特に決めていない	11.1	10.0	8.2
	全体	449	460	463

表 189 スポットワークアプリでの介護アルバイト経験の有無

Q23	現在の事業所で働くより前に、スポットワークアプリで介護のアルバイトをしたことがありますか。	R6 (Q23)	R5	R4
1	ある(現在勤めている事業所でアルバイトをしていた)	15.6	N/A	N/A
2	ある(現在勤めている事業所以外でアルバイトをしていた)	9.4	N/A	N/A
3	ない	75.0	N/A	N/A
	全体	1,000	N/A	N/A

表 190 介護業界で働くことを考え始めた時期

Q24	介護業界で働くことを考え始めた時期を教えてください。	R6 (Q24)	R5 (Q23)	R4 (Q25)
1	中学生以下の時	6.1	5.8	7.8
2	高校生・高専生の時	13.8	15.5	17.5
3	専門学校生・短大生・大学生・大学院生の時(就職活動より前)	9.1	12.5	11.1
4	専門学校生・短大生・大学生・大学院生の時(就職活動を始めた後)	11.5	9.3	9.0
5	就職後(転職先として介護業界で働くことを検討した)	59.5	56.9	54.6
	全体	1,000	1,000	1,000

表 191 介護業界で働くことを考え始めたきっかけ

Q25	介護業界で働くことを考え始めたきっかけを教えてください。	R6 (Q25)	R5 (Q24)	R4 (Q26)
1	身近な人の介護をしたこと、見たこと	24.6	30.7	33.1
2	身近に介護の仕事をしている人がいたこと	23.2	25.9	25.9
3	職場体験・インターンシップなどで介護施設を訪問したこと	11.0	17.9	17.0
4	介護に関する授業を受けたこと	15.9	17.5	15.9
5	介護に関する研修(入門的研修、初任者研修など)を受けたこと	16.0	N/A	N/A
6	介護の現場でボランティア活動(有償/無償)をしたこと	10.6	N/A	N/A
7	新聞や雑誌、インターネット等で介護の仕事について知ったこと	12.0	17.0	19.1
8	就職先を探している時に介護の仕事に関する求人情報が目に入ったこと	26.6	N/A	N/A
9	その他	7.7	15.1	12.8
	全体	1,000	1,000	1,000

表 192 介護業界で働くことを考え始めたきっかけ(その他)
(主なものを抜粋)

- ÿ ハローワークの紹介
- ÿ 祖父母が亡くなった事がきっかけ
- ÿ 定年退職後の働き先
- ÿ 知人の紹介

表 193 介護の仕事に対するイメージ(入職前に抱いていたイメージ)

Q26	介護の仕事に対して、入職前に抱いていたイメージを教えてください(各項目について当てはまるものを1つ選んでください)	R6 全体 (Q26)	1 とても良い	2 やや良い	3 どちらとも いえない	4 やや悪い	5 とても悪い	R6 全体 (Q27)	1 とても良い	2 やや良い	3 どちらとも いえない	4 やや悪い	5 とても悪い
26701	社会が尊重のたまき	1,000	18.3	37.7	38.2	5.7	1.4	1,000	22.3	38.3	32.2	2.8	1.2
26702	やりがいのある仕事	1,000	17.8	39.7	35.8	5.1	1.7	1,000	21.8	38.2	34.2	3.8	1.7
26703	仕事内容の楽しさ	1,000	17.2	37.5	35.5	4.2	1.8	1,000	21.7	35.5	32.5	3.7	1.7
26704	資格や専門知識の応用がきく	1,000	14.2	38.8	41.2	4.3	1.7	1,000	17.0	33.0	42.1	5.0	2.0
26705	顧客やキャリアアップの機会が多い	1,000	8.5	25.5	51.2	11.4	3.2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
26706	待遇が良い	1,000	9.5	24.4	39.2	14.1	3.8	1,000	15.4	23.3	39.8	19.2	1.9
26707	福利厚生について	1,000	9.0	24.0	41.5	15.7	9.2	1,000	15.7	21.0	41.0	18.0	9.1
26708	給与について	1,000	7.3	22.3	41.4	18.3	11.2	1,000	8.4	23.2	40.1	17.7	10.0
26709	勤務時間や勤務場所の融通がきく	1,000	9.8	24.8	38.0	12.2	3.4	1,000	11.2	23.0	40.7	9.3	4.0
26710	働きやすさ	1,000	8.7	23.5	37.1	14.4	3.0	1,000	11.2	23.0	40.7	8.3	4.3
26711	307年間の平均的な生活状況	1,000	7.1	15.2	48.8	16.3	12.7	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
26712	年々改善している業務内容	1,000	11.0	20.0	46.2	6.1	4.0	1,000	13.3	14.0	48.2	5.1	3.0
26713	人の役に立つことができると感じる	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
26714	将来の思いが叶う	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

表 194 介護の仕事に対するイメージ(入職後に感じたイメージ)

Q27	介護の仕事に対して、現在(入職後)に持っているイメージを教えてください(各項目について当てはまるものを1つ選んでください)	R6 全体 (Q27)	1 とても良い	2 やや良い	3 どちらとも いえない	4 やや悪い	5 とても悪い	R6 全体 (Q28)	1 とても良い	2 やや良い	3 どちらとも いえない	4 やや悪い	5 とても悪い
26701	社会が尊重のたまき	1,000	17.3	37.7	37.2	4.8	2.7	1,000	20.0	36.3	35.0	4.8	2.0
26702	やりがいのある仕事	1,000	16.5	38.7	35.2	4.7	3.2	1,000	18.4	37.0	35.2	4.2	3.0
26703	仕事内容の楽しさ	1,000	17.2	36.7	37.2	4.7	3.1	1,000	17.7	31.0	41.7	9.1	3.0
26704	資格や専門知識の応用がきく	1,000	12.3	34.3	40.0	6.3	3.2	1,000	15.4	28.1	40.0	5.0	2.0
26705	顧客やキャリアアップの機会が多い	1,000	8.0	23.5	47.8	13.1	5.8	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
26706	待遇が良い	1,000	8.3	22.4	38.2	18.1	12.8	1,000	12.8	22.2	38.2	19.7	13.0
26707	福利厚生について	1,000	8.5	22.3	37.2	14.1	12.4	1,000	10.1	22.0	38.0	18.4	12.0
26708	給与について	1,000	7.0	21.2	38.2	16.3	12.0	1,000	8.0	23.2	37.0	18.0	12.0
26709	勤務時間や勤務場所の融通がきく	1,000	11.0	21.8	42.1	9.2	5.2	1,000	12.0	22.2	38.2	9.0	4.0
26710	働きやすさ	1,000	10.0	20.7	44.2	10.1	5.0	1,000	12.0	21.0	41.0	12.0	6.0
26711	307年間の平均的な生活状況	1,000	6.9	15.0	45.0	16.7	12.2	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
26712	年々改善している業務内容	1,000	11.0	20.0	46.2	11.4	5.0	1,000	12.0	20.0	43.0	7.0	5.0
26713	人の役に立つことができると感じる	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A
26714	将来の思いが叶う	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

表 195 介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたもの

Q28	介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたものを教えてください。	R6 (Q28)	R5 (Q27)	R4 (Q29)
1	身近な人が介護サービスを受けている様子を見たこと	25.6	26.8	28.2
2	実際に介護の現場で働いている・働いていた人からの話	27.1	28.2	32.6
3	親族から聞いた話	13.2	14.8	13.0
4	知人・友人から聞いた話	15.5	13.1	16.2
5	学校の先生から聞いた話、授業で聞いた話	9.8	12.1	10.9
6	介護に関する研修に参加したこと(入門的研修、初任者研修など)	18.3	N/A	N/A
7	介護の仕事の実習や職場体験、インターンに参加したこと	10.2	N/A	N/A
8	介護の現場でボランティア活動(有償/無償)をしたこと	7.5	N/A	N/A
9	介護の現場でアルバイトをしたこと	5.8	N/A	N/A
10	介護に関するイベント	5.5	10.5	9.0
11	介護に関するテレビ番組	11.7	12.8	14.2
12	介護に関するラジオ番組	4.1	5.5	3.5
13	介護に関する新聞記事・広告	6.0	6.0	7.2
14	介護に関する雑誌記事	5.4	5.2	5.8
15	介護に関する書籍・漫画	5.3	5.1	5.5
16	介護に関するWEBコンテンツ(記事)	5.9	7.1	5.4
17	介護に関するWEBコンテンツ(YouTube等の動画)	5.8	6.2	5.2
18	介護に関する映画	4.1	3.4	2.5
19	その他	0.7	1.2	1.0
20	わからない	8.9	11.8	10.3
21	介護の仕事に対して良いイメージは持っていない全体	18.1	18.7	15.3
		1,000	1,000	1,000

表 196 介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたものとして、印象に残ったこと
(主なものを抜粋)

- 職場の雰囲気 - 自分でも出来るかもしれないと前向きになれたこと - 利用者さんやご家族に感謝されたこと - 他人に寄り添い、役に立つことができること - 実際に元気になっていくご利用者を見るとやってよかったと思う

表 197 介護の仕事をしている中で「良かった」と感じること
(介護の仕事の魅力だと思うこと)

Q29	介護の仕事をしている中で「良かった」と感じること (介護の仕事の魅力だと思うこと)	R6 全体 (Q29)	1 とても 満足	2 まあまあ 満足	3 どちらか でも満足	4 あまり満足 しない	5 全く満足 しない	R6 全体 (Q29)	1 とても 満足	2 まあまあ 満足	3 どちらか でも満足	4 あまり満足 しない	5 全く満足 しない
201951	社会的貢献が大きいこと(社会の役に立てること)	1,000	18.3	40.7	32.4	8.5	2.8	1,000	21.0	33.2	32.0	4.7	3.0
201952	やりがいがあること	1,000	16.5	40.2	33.0	8.1	3.2	1,000	20.3	34.5	31.4	5.5	3.5
201953	利用者やご家族の笑顔から感謝されること	1,000	20.7	37.8	33.2	8.9	2.8	1,000	22.7	34.5	33.5	4.8	3.0
201954	仕事内容自体が楽しいこと	1,000	12.5	31.2	40.4	10.4	5.5	1,000	13.5	32.9	40.5	7.9	5.2
201955	資格や専門知識を活かすことができる(身に付けられる)こと	1,000	13.3	24.2	29.8	7.3	3.3	1,000	16.4	24.6	29.7	6.2	3.3
201956	給与が安いこと	1,000	8.3	21.0	41.4	28.3	2.4	1,000	3.8	22.2	29.8	33.2	14.0
201957	勤務日や勤務時間が融通が利くこと	1,000	11.5	31.7	42.7	9.7	5.3	1,000	14.1	31.3	38.3	8.8	7.1
201958	未経験でも始めやすいこと	1,000	13.8	23.8	28.2	8.2	3.3	1,000	13.8	28.8	28.2	7.2	4.0
201959	経験者、未経験者が上手にやりやすいこと	1,000	17.3	24.8	41.2	4.1	2.6	1,000	15.8	27.2	35.7	4.2	3.5
201910	休暇が取りやすいこと	1,000	76.5	76.5	76.5	76.5	76.5	1,000	76.5	76.5	76.5	76.5	76.5
201911	人柄が良いこと	1,000	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A	1,000	N/A	N/A	N/A	N/A	N/A

表 198 介護の仕事をしている中で「良かった」と感じること
(介護の仕事の魅力だと思うこと) その他

Y	人間的に成長できること
Y	就職の機会が得られやすいこと
Y	年配者との関わり方が、分かりやすくなったこと
Y	平日に休みが取れること
Y	同世代以外の人と関わりを持つことができ、人生経験が長い方の貴重なお話を聞けること

表 199 介護の仕事に就いていることを誇りに感じているか否か

Q32	介護の仕事に就いていることを誇りに感じていますか。	R6 (Q32)	R5 (Q32)	R4 (Q35)
1	誇りに感じる	43.5	41.7	43.3
2	誇りに感じてはいない	25.2	26.8	26.0
3	どちらともいえない	31.3	31.5	30.7
	全体	1,000	1,000	1,000

表 200 介護の仕事に就いていることを誇りに感じる / 感じてはいない理由
(主なものを抜粋)

Q32 の回答	その理由
誇りに感じる	Y 今の時代には必要な仕事だから Y 責任を伴う仕事だから Y お互いの感謝の心に接することで、温かい気持ちになれるから Y 人の役に立てていると実感できるから
誇りに感じてはいない	Y 意義のある仕事だとは思いますが大した仕事だとは思っていないから Y 社会的地位が低いから Y 体力的、精神的にきついうえに給料も少ないから

表 201 介護の仕事の魅力を周囲(求職者・新入社員・後輩など)に伝えたい・発信したいか否か

Q34	介護の仕事の魅力を周囲(求職者・新入社員・後輩など)に伝えたい・発信したいと思いますか	R6 (Q34)	R5	R4
1	とても思う	10.8	N/A	N/A
2	やや思う	25.3	N/A	N/A
3	どちらともいえない	35.6	N/A	N/A
4	あまり思わない	14.3	N/A	N/A
5	全く思わない	14.0	N/A	N/A
	全体	1,000	N/A	N/A

表 202 介護の仕事の魅力を周囲（求職者・新入社員・後輩など）に伝える力が（ご自身に）あるか

Q35	介護の仕事の魅力を周囲（求職者・新入社員・後輩など）に伝える力が（ご自身に）どのくらいあると思いますか？	R6 (Q35)	R5	R4
1	とてもある	10.4	N/A	N/A
2	ややある	23.7	N/A	N/A
3	どちらともいえない	34.0	N/A	N/A
4	あまりない	16.6	N/A	N/A
5	まったくない	15.3	N/A	N/A
	全体	1,000	N/A	N/A

表 203 介護の仕事の魅力を周囲（求職者・新入社員・後輩など）に伝える機会があるか否か

Q36	介護の仕事の魅力を周囲（求職者・新入社員・後輩など）に伝える機会がありますか？	R6 (Q36)	R5	R4
1	ある	21.8	N/A	N/A
2	ない	53.7	N/A	N/A
3	どちらともいえない	24.5	N/A	N/A
	全体	1,000	N/A	N/A

表 204 介護職になることを周囲に反対された経験の有無

Q37	介護職になることについて周囲に反対された経験はありますか。	R6 (Q37)	R5	R4
1	ある	25.1	N/A	N/A
2	ない	74.9	N/A	N/A
	全体	1,000	N/A	N/A

表 205 友人が「介護の仕事に就きたい」と言った場合の対応

Q38	友人が「介護の仕事に就きたい」と言った場合、どのように対応するかを教えてください。	R6 (Q38)	R5 (Q34)	R4 (Q39)
1	積極的に勧めたいと思う	N/A	N/A	9.5
2	本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う（R4：本人が興味を持っているならば勧めたいと思う（止めない））	51.4	48.0	61.8
3	本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないかと伝える（R4：本人の希望があったとしても一度止める）	38.7	39.4	19.7
4	本人の希望があったとしても反対する（R4：本人の希望があったとしても止めるように説得する）	9.9	12.6	9.0
	全体	1,000	1,000	1,000

表 206 友人が「介護の仕事に就きたい」と言った場合の対応の理由
(主なものを抜粋)

Q38 の回答	その理由
本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う	Y 人として成長出来る仕事だと思うから Y 感謝される思いを共有しあいたいし、実感してもらいたいから Y 職場によってはワークライフバランスも実現可能でそのその給与も見込めるから Y 現場は人手不足なので自分の職場へ誘いたい
本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も健闘したほうが良いのではないか」と伝える	Y 責任と身体的・精神的な負担が給料と割に合わないから Y 介護の仕事が本当に好きでないと続けられないから Y 未経験でもつける職ではあるが、安易な考えだと離脱する可能性も高いから
本人の希望があったとしても反対する	Y 給料が安く、経済的に大変だから。 Y 身体的、精神的に大変だから。 Y 自分と同じ思いをしてほしくないから。

(3) 学生調査

表 207 学部・学科

Q1	現在通っている学部・学科を教えてください。	R6 (Q1)	R5 (Q1)	R4 (Q1)
1	普通科	65.4	69.4	69.8
2	総合学科	5.0	N/A	N/A
3	福祉系の学科	3.2	4.6	4.0
4	保健・医療系の学科	10.4	10.6	9.4
5	その他	16.0	15.4	16.8
	全体	500	500	500

表 208 学年

Q2	現在の学年を教えてください。	全体	統計量母数	合計	平均	標準偏差	最小値	最大値	中央値
	R6(Q2)	500	500	1,272	2.54	1.111	1	6	3
	R5(Q2)	500	500	1,255	2.51	1.142	1	6	3
	R4(Q2)	500	500	1,266	2.53	1.164	1	7	3

表 209 学年

NQ2T1	現在の学年を教えてください。	R6 (NQ2T1)	R5 (NQ3T1)	R4 (NQ3T1)
1	1年生	21.8	22.6	22.0
2	2年生	26.2	27.4	28.0
3	3年生	30.6	31.4	30.2
4	4年生以上	21.4	18.6	19.8
	全体	500	500	500

表 210 インターネット利用端末の種類

Q3	インターネット利用端末の種類を教えてください。	R6 (Q3)	R5 (Q19)	R4 (Q19)
1	スマートフォン	92.4	85.6	88.4
2	パソコン	49.4	43.2	41.8
3	タブレット型端末	27.0	23.4	21.8
4	テレビ	27.8	28.8	27.2
5	家庭用ゲーム機	18.8	17.6	17.0
6	携帯電話・PHS(スマートフォン除く)	2.6	2.6	1.8
7	その他	-	-	-
8	インターネットは利用していない	4.6	8.0	5.6
	全体	500	500	500

表 211 インターネット利用端末の利用目的

Q4	インターネット利用端末の利用目的を教えてください。	R6 (Q4)	R5 (Q20)	R4 (Q20)
1	電子メールの送受信	57.2	51.3	49.4
2	ホームページやブログの閲覧、書き込み又は開	30.8	25.4	29.9
3	ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)の利用	73.4	68.9	63.3
4	業務目的でのオンライン会議システムの利用	8.0	8.3	8.9
5	動画投稿・共有サイトの利用	48.2	38.9	41.9
6	オンラインゲームの利用	37.1	32.2	31.1
7	情報検索	40.5	31.1	33.9
8	eラーニング	9.9	6.3	5.5
9	オンライン診療の利用	4.6	2.6	3.8
10	商品・サービスの購入・取引	32.5	26.7	28.0
11	金融取引	8.8	5.2	9.1
12	デジタルコンテンツの購入・取引	17.0	11.1	12.1
13	インターネットオークション、フリーマーケットアプリ	26.8	19.6	23.3
14	電子政府・電子自治体の利用	5.2	6.7	7.2
15	その他	0.6	0.7	1.7
	全体	477	460	472

表 212 就職先として考えている業界・興味がある業界

Q5	就職先として考えている業界・興味がある業界を教えてください。	R6 (Q5)	R5 (Q4)	R4 (Q4)
1	医療、福祉(介護の仕事)	5.8	4.6	5.0
2	医療、福祉(介護の仕事以外)	16.2	13.4	16.6
3	農業、林業	3.6	1.4	2.6
4	漁業	0.8	0.8	0.4
5	鉱業、採石業、砂利採取業	2.4	0.8	0.6
6	建設業	2.0	2.2	2.0
7	製造業	4.8	6.8	4.2
8	電気・ガス・熱供給・水道業	1.2	2.0	1.0
9	情報通信業(通信・インターネット、メディア、情報サービスなど)	6.8	5.2	5.2
10	運輸業、郵便業	3.4	1.8	3.0
11	卸売業、小売業	4.4	3.2	4.8
12	金融業、保険業	4.0	3.8	3.8
13	不動産業、物品賃貸業	2.2	1.2	1.6
14	学術研究、専門・技術サービス業	5.0	3.6	4.8
15	宿泊業、飲食サービス業	4.6	4.0	3.6
16	生活関連サービス業、娯楽業(クリーニング、理容など)	3.2	3.6	4.4
17	教育、学習支援業	8.6	7.4	8.0
18	複合サービス事業(郵便局、農業協同組合など)	2.8	2.4	2.0
19	サービス業(他に分類されないもの)	8.4	7.0	6.8
20	公務(他に分類されるものを除く)	10.0	8.8	7.6
21	その他	3.0	3.8	3.8
22	特に考えていない	36.8	47.0	45.6
	全体	500	500	500

表 213 就職先選びの際に重視すること（上位5つまで）

Q6	就職先選びの際に重視することを教えてください。 (上位5つまで)	R6 (Q6)	R5 (Q6)	R4 (Q6)
1	社会的意義が大きいこと	15.4	17.2	11.6
2	社会的な評価が高いこと	12.0	12.4	7.8
3	やりがいがあること	38.8	43.8	30.8
4	人の役に立てること	27.0	31.4	19.6
5	仕事内容自体が楽しいこと	33.8	34.2	31.8
6	資格や専門知識を活かすことができる(身に付けられる)こと	22.6	20.6	20.2
7	体力的負担が軽いこと	18.2	16.0	15.8
8	精神的負担が軽いこと	25.8	21.2	25.6
9	給与が良いこと	46.8	42.4	45.2
10	勤務時間に融通が利くこと	19.0	19.0	20.0
11	休暇が取りやすいこと	29.6	27.6	30.0
12	未経験でも始めやすいこと	14.2	11.6	14.0
13	就職しやすいこと	15.8	19.0	17.6
14	昇進やキャリアアップの機会が多いこと	8.6	N/A	N/A
15	ICTやロボットなどの活用が進んでいること	6.8	N/A	N/A
16	その他	0.8	2.0	2.2
	全体	500	500	500

表 214 就職先選びの際に特に参考とする情報源（上位3つまで）

Q7	就職先選びの際に特に参考にする(参考にしたい)情報を教えてください。(上位3つまで)	R6 (Q7)	R5 (Q7)	R4 (Q7)
1	親族の意見	41.4	41.4	28.0
2	学校の先生の意見	29.0	30.0	25.2
3	学校の就職課やキャリアサポートセンターの意見	28.2	29.6	31.8
4	知人・友人の意見	25.2	26.0	25.0
5	新卒向けの就職情報サイト	29.8	28.0	33.0
6	個別の企業・各種団体等のホームページ	24.6	25.2	29.2
7	合同企業説明会	16.6	16.4	22.4
8	その他	2.2	2.0	3.4
	全体	500	500	500

表 215 介護の仕事に対する理解度

Q8	介護の仕事について、どれくらい知っていますか。	R6 (Q8)	R5 (Q8)	R4 (Q8)
1	具体的な仕事内容を知っている	14.4	17.0	14.0
2	何となくのイメージはあるが、具体的な仕事内容については知らない	61.2	52.8	57.6
3	まったく知らない	24.4	30.2	28.4
	全体	500	500	500

表 216 学校で介護についての授業を受けたり、介護の現場でボランティアや実習、職場体験・インターンシップなどをしたりした経験の有無

Q9	学校で介護についての授業を受けたり、介護の現場でボランティアや実習、職場体験・インターンシップなどをしたことがありますか。	R6 (Q9)	R5 (Q9)	R4 (Q9)
1	学校で介護についての授業を受けたことがある	19.4	18.6	20.8
2	介護の現場でボランティアをしたことがある	7.6	14.4	10.8
3	介護の現場で実習や職場体験・インターンシップをしたことがある	9.0	13.4	8.6
4	介護の現場でアルバイトをしたことがある	3.0	N/A	N/A
5	上記のいずれも経験がない	49.6	42.4	46.2
6	覚えていない	18.0	21.2	19.2
	全体	500	500	500

表 217 上記のような体験をした際に介護や介護の仕事について受けた印象

Q10	そういった体験をした時、「介護」や「介護の仕事」についてどのような印象を受けましたか。	R6 (Q10)	R5 (Q10)	R4
1	やりがいがある	36.4	28.6	N/A
2	社会的意義がある	36.4	31.9	N/A
3	楽しそう	15.4	16.5	N/A
4	自分に向いていそう	18.5	9.3	N/A
5	精神的に大変そう	52.5	51.6	N/A
6	体力的に大変そう	49.4	51.6	N/A
7	その他	-	0.5	N/A
	全体	182	182	N/A

表 218 就職イベント等における「介護の仕事」への接触経験の有無

Q11	就職イベント等で「介護の仕事」に関する説明を聞いたり、見たりしたことはありますか。	R6 (Q11)	R5 (Q11)	R4 (Q11)
1	学内の就職イベント等で聞いたり、見たりしたことがある	11.8	13.4	13.8
2	学外の就職イベント等で聞いたり、見たりしたことがある	18.6	20.4	17.0
3	就職イベント等で「介護の仕事」に関する説明を聞いたり、見たりしたことはない	72.2	69.8	70.6
	全体	500	500	500

表 219 介護の仕事への関心

Q12	介護の仕事に関心がありますか。	R6 (Q12)	R5 (Q12)	R4 (Q12)
1	関心がある(もっと知りたいと思う)	15.4	19.0	17.2
2	関心はない(特に知りたいとは思わない)	54.4	45.8	47.8
3	どちらともいえない	30.2	35.2	35.0
	全体	500	500	500

表 220 介護の仕事は就職先として魅力的だと感じるか否か

Q13	介護の仕事は就職先として魅力的だと思いますか。	R6 (Q13)	R5 (Q13)	R4 (Q13)
1	思う	15.6	19.0	18.6
2	思わない	51.8	45.0	44.4
3	どちらともいえない	32.6	36.0	37.0
	全体	500	500	500

表 221 介護の仕事が就職先として魅力的だと思う理由
(主なものを抜粋)

Y	誰かを助ける仕事は誰にでもできるものではないから
Y	感謝されるやりがいがあるから
Y	人の役に立っていることを実感できる仕事だと思うから
Y	人手不足であるほか、社会的に必要とされる分野の職業だから

表 222 特に関心がある分野

Q15	特に興味がある分野を教えてください。	R6 (Q15)	R5	R4
1	高齢者介護	69.2	N/A	N/A
2	障害者介護	30.8	N/A	N/A
3	その他	1.3	N/A	N/A
4	まだ分からない	15.4	N/A	N/A
	全体	500	N/A	N/A

表 223 介護の仕事に対するイメージ

項目	評価 基準 (点)	5					4					5 年 平均	5					4					5 年 平均
		とても良い	やや良い	どちらとも いえない	やや悪い	とても悪い	とても良い	やや良い	どちらとも いえない	やや悪い	とても悪い		とても良い	やや良い	どちらとも いえない	やや悪い	とても悪い						
21155	子供の健康に関するイメージを伝えること (食品がいつまで経っても食えるものをつくること)	0.00	0.49	0.00	0.00	0.00	0.00	0.49	0.00	0.00	0.00	0.00	0.49	0.00	0.00	0.00	0.00	0.49	0.00	0.00	0.00		
21156	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21157	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21158	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21159	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21160	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21161	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21162	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21163	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21164	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21165	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21166	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21167	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21168	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21169	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21170	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21171	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21172	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21173	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21174	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21175	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21176	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21177	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21178	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21179	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21180	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21181	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21182	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21183	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21184	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21185	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21186	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21187	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21188	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21189	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21190	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21191	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21192	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21193	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21194	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21195	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21196	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21197	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21198	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21199	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21200	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21201	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21202	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21203	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21204	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21205	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21206	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21207	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21208	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21209	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21210	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21211	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21212	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00		
21213	食肉の消費拡大を促す	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.00	0.00	0.00	0.47	0.00	0.								

表 224 介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたもの

Q17	介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたものを教えてください。	R6 (Q17)	R5 (Q15)	R4 (Q15)
1	身近な人が介護サービスを受けている様子を見たこと	12.0	12.8	13.2
2	実際に介護の現場で働いている・働いていた人からの話	14.4	19.0	16.6
3	親族から聞いた話	16.4	16.2	15.0
4	知人・友人から聞いた話	10.8	9.0	9.4
5	学校の先生から聞いた話、授業で聞いた話	11.6	10.8	13.8
6	介護に関する研修に参加したこと(入門的研修、初任者研修など)	5.2	N/A	N/A
7	介護の仕事の実習や職場体験、インターンに参加したこと	6.6	N/A	N/A
8	介護の現場でボランティア活動(有償/無償)をしたこと	3.0	N/A	N/A
9	介護の現場でアルバイトをしたこと	1.0	N/A	N/A
10	介護に関するイベント	1.8	8.8	4.6
11	介護に関するテレビ番組	13.2	15.2	15.6
12	介護に関するラジオ番組	0.4	2.8	1.4
13	介護に関する新聞記事・広告	3.2	5.0	2.8
14	介護に関する雑誌記事	0.6	2.4	3.0
15	介護に関する書籍・漫画	2.2	3.4	3.6
16	介護に関するWEBコンテンツ(記事)	6.0	4.0	5.4
17	介護に関するWEBコンテンツ(YouTube等の動画)	5.2	5.4	4.2
18	介護に関する映画	1.4	2.0	2.0
19	その他	0.2	0.2	0.4
20	わからない	10.8	11.4	17.4
21	介護の仕事に対して良いイメージは持っていない	33.6	33.6	28.6
	全体	500	500	500

表 225 介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたものとして、印象に残ったこと
(主なものを抜粋)

- ✓ 介護業界でもどんどん最新の技術が使われていること
- ✓ お風呂に入るときにもお年寄りの体を洗ってあげていること
- ✓ 実際に利用者さんから感謝された人の話を聞いたこと
- ✓ お年寄りに笑顔で対応するスタッフの柔軟性が印象的だったこと
- ✓ ドキュメンタリーの動画

表 226 友人が「介護の仕事に就きたい」と言った場合の対応

Q19	友人が「介護の仕事に就きたい」と言った場合、どのように対応するかを教えてください。	R6 (Q19)	R5 (Q17)	R4 (Q18)
1	積極的に勧めたいと思う	N/A	N/A	8.2
2	本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う (R4: 本人が興味を持っているならば勧めたいと思う(止めない))	50.4	54.2	64.0
3	本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないかと伝える (R4: 本人の希望があったとしても一度止める)	33.8	28.0	13.0
4	本人の希望があったとしても反対する (R4: 本人の希望があったとしても止めるように説得する)	15.8	17.8	14.8
	全体	500	500	500

表 227 友人が「介護の仕事に就きたい」と言った場合の対応の理由
(主なものを抜粋)

Q19の回答	その理由
本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う	Y どんな仕事でもやりたいことをやるのが本人にとって一番いいと思うから Y 大変な仕事だが必要とされている仕事であり、本人が覚悟を決めているのであれば応援したいから Y 少子高齢化が進む社会の中で介護の仕事は大変やりがいのある素敵な仕事だと思うから
本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も健闘したほうが良いのではないかと伝える	Y やりがいはあるが、仕事の内容が過酷だと思うため、少し気がかりだから Y 本当にその仕事に就きたいと言うなら応援するが、体への負担が大きいのであまり無理して欲しくないから Y シフトなので仕事を休みたいときに休めないと思うから
本人の希望があったとしても反対する	Y 体力面でも精神面でもハードだから Y 辛すぎて、すぐやめる可能性が大きいから Y 介護の仕事について、苦しみ以外知らないから

(4) 保護者調査

表 228 インターネット利用端末の種類

Q1	インターネット利用端末の種類	R6 (Q1)	R5 (Q16)	R4 (Q20)
1	スマートフォン	94.4	92.2	92.2
2	パソコン	57.6	55.0	56.4
3	タブレット型端末	18.4	19.0	22.4
4	テレビ	29.6	34.2	39.8
5	家庭用ゲーム機	13.6	11.2	12.4
6	携帯電話・PHS(スマートフォン除く)	1.6	3.2	2.6
7	その他	-	-	-
8	インターネットは利用していない	1.4	3.0	1.0
	全体	500	500	500

表 229 インターネット利用端末の利用目的

Q2	インターネット利用端末の利用目的	R6 (Q2)	R5 (Q17)	R4 (Q21)
1	電子メールの送受信	75.7	74.2	73.5
2	ホームページやブログの閲覧、書き込み又は開	44.8	48.2	46.9
3	ソーシャルネットワーキングサービス(SNS)の利用	57.2	56.5	50.1
4	業務目的でのオンライン会議システムの利用	12.0	14.4	15.2
5	動画投稿・共有サイトの利用	29.6	31.5	29.3
6	オンラインゲームの利用	21.5	15.7	14.7
7	情報検索	49.3	50.9	44.6
8	eラーニング	6.7	7.4	5.7
9	オンライン診療の利用	3.7	3.9	2.0
10	商品・サービスの購入・取引	46.5	49.5	45.1
11	金融取引	30.4	29.3	24.2
12	デジタルコンテンツの購入・取引	15.0	12.4	10.3
13	インターネットオークション、フリーマーケットアプリ	31.6	27.6	28.1
14	電子政府・電子自治体の利用	15.0	10.5	9.3
15	その他	1.2	0.2	0.4
	全体	493	485	495

表 230 世帯年収

Q3	世帯年収を教えてください。	R6 (Q3)	R5 (Q2)	R4 (Q2)
1	100万円未満	1.4	1.8	1.2
2	100～200万円未満	2.8	2.0	2.2
3	200～300万円未満	4.6	4.2	5.4
4	300～400万円未満	8.4	8.2	7.0
5	400～500万円未満	13.2	10.6	9.6
6	500～600万円未満	7.6	10.0	11.0
7	600～700万円未満	9.0	10.0	11.0
8	700～800万円未満	9.4	9.0	12.6
9	800万円以上	24.0	24.6	25.6
10	回答しない	19.6	19.6	14.4
	全体	500	500	500

表 231 子どもに就いて欲しい業種

Q4	子どもに就いて欲しい業種を教えてください。	R6 (Q4)	R5 (Q3)	R4 (Q3)
1	医療、福祉(介護の仕事)	4.8	3.4	3.4
2	医療、福祉(介護の仕事以外)	13.8	11.0	9.8
3	農業、林業	2.4	1.0	1.0
4	漁業	1.2	1.0	-
5	鉱業、採石業、砂利採取業	1.2	0.8	0.4
6	建設業	4.4	5.0	6.2
7	製造業	14.0	16.2	13.2
8	電気・ガス・熱供給・水道業	5.0	3.6	3.6
9	情報通信業(通信・インターネット、メディア、情報サービスなど)	12.6	10.0	10.4
10	運輸業、郵便業	3.2	3.6	4.4
11	卸売業、小売業	7.0	6.6	4.6
12	金融業、保険業	7.6	6.0	6.0
13	不動産業、物品賃貸業	2.4	2.4	2.4
14	学術研究、専門・技術サービス業	9.6	9.2	11.4
15	宿泊業、飲食サービス業	2.6	2.2	2.2
16	生活関連サービス業、娯楽業(クリーニング、理容など)	3.2	2.8	1.8
17	教育、学習支援業	7.0	7.0	6.8
18	複合サービス事業(郵便局、農業協同組合など)	4.0	4.0	3.0
19	サービス業(他に分類されないもの)	5.4	6.4	4.8
20	公務(他に分類されるものを除く)	15.0	14.2	14.4
21	その他	0.4	0.8	0.4
22	特に考えていない	44.6	35.6	33.0
	全体	500	500	500

表 232 子どもが就職する際に気になること（上位3つまで）

Q5	子どもが就職する際に気になることを教えてください。（上位3つまで）	R6 (Q5)	R5 (Q4)	R4 (Q4)
1	給与が高いか	36.2	29.2	32.8
2	勤務時間に融通が利くか	23.0	17.4	22.2
3	勤務場所に融通が利くか	16.0	15.4	15.6
4	求人が多い職業か	2.0	1.8	2.4
5	資格取得などにより「手に職がつけられる」職業か	14.8	11.2	16.0
6	業務内容が本人の関心に沿っているか	33.8	37.0	47.2
7	やりがいがある職業か	39.0	40.2	41.0
8	精神的・肉体的負担が重くないか	34.8	38.0	N/A
9	将来性がある職業か	26.8	31.0	36.8
10	社会的ステータスが高い（イメージが良い）か	4.4	5.4	6.2
11	昇進やキャリアアップの機会が多いか	6.2	N/A	N/A
12	その他	0.2	2.2	1.4
	全体	500	500	500

表 233 家族の介護、ボランティアあるいは学生時代の職場体験・インターンシップなどで介護施設などを訪問した経験の有無

Q6	家族の介護、ボランティアあるいは学生時代の職場体験・インターンシップなどで介護施設などを訪問したことがありますか。	R6 (Q6)	R5 (Q6)	R4 (Q6)
1	ある	17.2	16.4	19.4
2	ない	82.8	83.6	80.6
	全体	500	500	500

表 234 介護関係の施設・事業所を訪問した際に抱いた印象

Q7	介護関係の施設・事業所を訪問した際に感じたことを教えてください。	R5 (Q7)	R5 (Q7)	R4
1	施設の雰囲気が明るいと感じた	19.8	29.3	N/A
2	施設が綺麗だと感じた	31.4	34.1	N/A
3	施設の職員が親切だった、優しかった	45.3	43.9	N/A
4	介護職員の仕事は魅力的だと感じた	12.8	18.3	N/A
5	ICTやロボットの活用が進んでいると感じた	10.5	N/A	N/A
6	施設の雰囲気が暗いと感じた	14.0	19.5	N/A
7	施設が汚いと感じた	9.3	11.0	N/A
8	介護の仕事は大変そうだと感じた	51.2	45.1	N/A
9	その他	-	-	N/A
	全体	86	82	N/A

表 235 介護の仕事に関する理解度

Q8	介護の仕事について、どれくらい知っていますか。	R6 (Q8)	R5 (Q8)	R4 (Q8)
1	具体的な仕事内容を知っている	17.2	18.6	19.4
2	何となくのイメージはあるが、具体的な仕事内容については知らない	53.4	58.0	54.4
3	まったく知らない	29.4	23.4	26.2
	全体	500	500	500

表 236 介護の仕事への関心

Q9	介護の仕事に関心がありますか。	R6 (Q9)	R5 (Q9)	R4 (Q9)
1	関心がある(もっと知りたいと思う)	12.6	12.8	15.2
2	関心はない(特に知りたいとは思わない)	58.2	54.2	56.4
3	どちらともいえない	29.2	33.0	28.4
	全体	500	500	500

表 237 介護の仕事は就職先として魅力的だと感じるか否か

Q10	介護の仕事は就職先として魅力的だと思いますか。	R5 (Q10)	R5 (Q10)	R4 (Q10)
1	思う	7.2	8.4	8.0
2	思わない	58.6	54.6	57.2
3	どちらともいえない	34.2	37.0	34.8
	全体	500	500	500

表 238 介護の仕事に対するイメージ

Q12	介護の仕事に対するイメージを教えてください。 (各項目について、最もイメージするものを1つ選んでください)	男 金銭 (Q12)	1 とても高い	2 やや高い	3 どちらとも いえない	4 やや低い	5 とても低い	加算平均	男 金銭 (Q12)	1 とても高い	2 やや高い	3 どちらとも いえない	4 やや低い	5 とても低い	加算平均
1201	社会的貢献の大きさ	500	28.2	33.8	25.2	10.8	2.0	18.7	500	27.0	32.8	22.8	13.8	2.0	18.2
1202	やりがいがあるか	500	28.2	33.8	25.2	10.8	2.0	18.7	500	27.0	32.8	22.8	13.8	2.0	18.2
1203	社会貢献の大きさ	500	28.2	33.8	25.2	10.8	2.0	18.7	500	27.0	32.8	22.8	13.8	2.0	18.2
1204	業務の専門性の高さ、仕事量	500	11.8	33.8	48.2	8.8	2.0	30.8	500	11.2	32.8	48.2	5.8	4.8	32.8
1205	待遇やキャリアアップの機会がある	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8
1206	社会的責任の大きさ	500	18.2	14.2	38.2	21.2	2.0	2.8	500	18.2	14.2	38.2	21.2	2.0	2.8
1207	福利厚生(年金等)	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8
1208	働きやすさ	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8
1209	働きやすさ	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8
1210	勤務日や勤務時間の融通の利便性	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8
1211	福利厚生(年金等)	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8
1212	働きやすさ	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8
1213	働きやすさ	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8
1214	働きやすさ	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8	500	8.2	18.2	32.2	38.2	2.0	2.8

表 239 介護の仕事が就職先として魅力的だと思う理由
(主なものを抜粋)

Y	困っている方を助ける大事な仕事でやりがいを感じられそうだから
Y	これから高齢化社会であるため、仕事なくなることはないから
Y	親の介護する時に役立つから
Y	とても大変な仕事だからこそ自分自身にとって得られることも多いと思うから
Y	介護される側はほぼ自分より年齢が上の人ということもあり、自分が知らないことを知れることに加え、コミュニケーション能力の向上なども期待でき、お金にはかえられない体験ができそうだから

表 240 介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたもの

Q13	介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたものを教えてください。	R5 (Q13)	R5 (Q12)	R4 (Q12)
1	身近な人が介護サービスを受けている様子を見たこと	17.8	17.8	18.0
2	実際に介護の現場で働いている・働いていた人からの話	17.0	21.0	22.2
3	親族から聞いた話	11.4	10.6	13.0
4	知人・友人から聞いた話	8.8	10.2	12.4
5	学校の先生から聞いた話、授業で聞いた話	2.0	2.6	4.2
6	介護に関する研修に参加したこと(入門的研修、初任者研修など)	6.0	N/A	N/A
7	介護の仕事の実習や職場体験、インターンに参加したこと	4.6	N/A	N/A
8	介護の現場でボランティア活動(有償/無償)をしたこと	4.0	N/A	N/A
9	介護の現場でアルバイトをしたこと	3.4	N/A	N/A
10	介護に関するイベント	2.4	4.6	4.4
11	介護に関するテレビ番組	15.6	22.0	19.8
12	介護に関するラジオ番組	1.2	2.0	0.8
13	介護に関する新聞記事・広告	6.0	8.4	6.2
14	介護に関する雑誌記事	3.6	4.2	2.8
15	介護に関する書籍・漫画	2.6	3.4	2.0
16	介護に関するWEBコンテンツ(記事)	6.8	8.0	6.2
17	介護に関するWEBコンテンツ(YouTube等の動画)	3.6	4.4	2.8
18	介護に関する映画	0.8	1.4	1.2
19	その他	1.0	0.6	1.2
20	わからない	12.8	10.4	14.8
21	介護の仕事に対して良いイメージは持っていない	33.4	30.6	27.2
	全体	500	500	500

表 241 介護の仕事に関する良いイメージの形成に影響を与えたものとして、印象に残ったこと
(主なものを抜粋)

Y	父が介護状態になった時にお世話になったケアマネジャーさんが親切にしてくださいましたこと
Y	大変ではあるが、やりがいがあるところ
Y	介護関係のテレビを見たこと
Y	職員さんが親身になって接している様子を見たこと

表 242 友人が「介護の仕事に就きたい」と言った場合の対応

Q15	友人が「介護の仕事に就きたい」と言った場合、どのように対応するかを教えてください。	R5 (Q15)	R5 (Q14)	R4 (Q18)
1	積極的に勧めたいと思う	N/A	N/A	2.4
2	本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う (R4: 本人が興味を持っているならば勧めたいと思う(止めない))	37.2	38.8	69.2
3	本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないかと伝える (R4: 本人の希望があったとしても一度止める)	47.0	43.6	21.8
4	本人の希望があったとしても反対する (R4: 本人の希望があったとしても止めるように説得する)	15.8	17.6	6.6
	全体	500	500	500

表 243 友人が「介護の仕事に就きたい」と言った場合の対応の理由
(主なものを抜粋)

Q15 の回答	その理由
本人の希望であれば、積極的に応援したいと思う	♀ 本人の意思を尊重したいから ♀ やりたい仕事に就くことはやりがいに繋がるから ♀ 社会に貢献できる良い仕事だと思うから
本人の希望であれば応援したいが、「できれば他の仕事も検討したほうが良いのではないかと伝える	♀ 事故が起こらないようにするなど利用者の命を預かる責任、仕事の肉体的、精神的負担と待遇が見合っていないから ♀ 介護はきつくて離職率が高いと聞くから ♀ 肉体的、精神的な負担が大きいと、切り替えがうまくいか心配だから
本人の希望があったとしても反対する	♀ 給料が安く、精神的、肉体的負担が大きいから ♀ 責任がかなり重く、「間違えた」では済まされないこともたくさんあるから ♀ 社会として必要不可欠な仕事ではあるが、肉体的精神的にきついことの多い仕事だと思うから、自分の子供にはさせたくない

付属資料 6. 「介護の仕事に関するヒアリング調査」ヒアリング録

1. 岩手県

ヒアリング日時	令和 6 年 11 月 20 日（水）13：30～14：30
ヒアリング場所	オンライン
ヒアリング対象者	岩手県 保健福祉部 長寿社会課 介護福祉担当 課長（1 名）、主事（1 名）

1. 基本事項

(1) 事業担当職員数（担当部署含む）

介護人材確保を担う部門は、担当課長 1 名、人材確保特命課長 1 名、担当職員 6 名であり、事業によって割り振りをしているが、特命課長以外は他の業務と兼務している。

(2) 介護職の魅力発信や、入門的研修の実施に際し協力・連携している外部機関（連携状況含む）

地元メディアを使った CM 放送や PR 動画の制作について、職能団体や地元のアナウンサーとも連携しながら進めている。

入門的研修は福祉人材センターにマッチング事業の一環として委託している。ハローワークとは、福祉人材センターが共同で就職相談会を開催しているほか、県が主催する「いわて働きやすい介護現場サポート会議」に岩手労働局に参画いただくなど、連携をとっている。

(3) 介護人材確保事業の財源（補助金・基金等の活用状況）

主に地域医療介護総合確保基金（以下、「基金」という。）を活用して魅力発信等の事業を実施しており、市町村や関係団体等が行う介護人材確保に資する事業に対しても、基金を活用して補助している。

また、介護現場へのテクノロジーの導入支援等、国の補助金を活用している事業もある。

(4) 介護人材確保に資する取組の重点ターゲット

マッチング支援事業の中ではターゲットを絞らず、潜在有資格者や高齢者などに幅広くアプローチをしている。地域によって有効求人倍率に大きな差（令和 6 年 9 月末時点で約 1.8 ポイント）があるが、各地域にマッチング支援員を配置しており、重点エリアは特に設定していない。震災後に沿岸部で人材を確保する必要性が高まったため、支援員を増員した。

離職防止策として、若手職員をターゲットとした取組も行っている。訪問介護職員等の高齢化が課題であり、若い職員が増え、現場を活性化させたいという声も聞く。

関係団体と意見交換を行った際に、業務を切り分け、介護助手を活用したいとの要望があった。生産性向上の観点から、専門職の人にはケアに専念してもらうのが重要だと考えている。介護助手のメインターゲットは高齢者や主婦層を想定しており、事業者が

積極的に活用するよう、令和 7 年度以降のセミナー開催を検討している。

2. 介護魅力発信関連

(1) 介護の仕事の魅力を発信する事業の内容・取組の工夫

平成 28 年度と 30 年度に制作した介護の仕事の魅力を発信する CM を、令和 5 年度まで地上波で放送していた。CM には若者向け、中高年向けの 2 種類がある。

令和 6 年度は CM の放送にあたり、改めて、いつ、誰に、どのようにアプローチするのかについて委託先と協議した。岩手県は大谷翔平や菊池雄星を輩出するなどプロ野球が盛んであることに加え、受託者がスポーツ関連の魅力発信に強いメディアであるという点を活かし、高校野球選手権岩手県大会の様態を伝えるインターネット配信内で CM を放映した。

CM の素材は既存の映像を使用。そのため費用はほぼ広告料のみで、委託料は 130 万円程度。インターネット配信において、高校野球のイニング間で CM を流した。CM 配信による効果測定は難しく、把握しきれていない。魅力発信の成果はすぐには表れないと思っているが、令和 6 年度の「介護のしごと魅力発信サミット」で学んだ評価分析の考え方を活かし、令和 7 年度の活動を検討したい。

令和 6 年度より、いわて働きやすい介護現場サポート会議を開催している。会議では、構成員から「介護の仕事を選択する若者は、幼いときに介護との繋がりがある人」だと聞いた。現在、市町村と事業所が共同で行う、小・中学校や高校への出前講座に補助金を出しているが、実施する市町村が固定化されているので、取組を広げていきたい。また、今後は会議を構成する団体と一緒に、若年層向けのイベント等を実施したいと考えている。

県の介護福祉士会主体で、「介護の日フェスタ」を実施している。県が補助し、介護福祉士養成施設協会で作成したタブロイド紙を配布して PR している。

市町村や関係団体からは、学校向けのイベントは効果を実感するという声を聞く。直接若年層にアプローチをすることが必要であると感じている。

その他、介護の日前後の中高年向け CM の放映や、福祉人材センターが潜在的有資格者の人材掘り起こしをねらいとして開く再就職支援講座や介護カフェ等の取組がある。

また、介護の仕事を紹介する漫画（フリーペーパー）は改訂版を作成中で、令和 6 年度後半に県内のイベント等で配布予定。

(2) 魅力発信に関する悩み

魅力発信事業を委託する際の仕様書の書き方に悩むことがある。どこで、誰に、どのようなアプローチをすれば良いか、事業内容によって検討、検証していく必要がある。

2. 東京都渋谷区

ヒアリング日時	令和6年11月19日(火) 13:30~14:30
ヒアリング場所	オンライン
ヒアリング対象者	渋谷区 福祉部 介護保険課 事業所支援主査(2名)

1. 基本事項

(1) 事業担当職員数

入門的研修と魅力発信に関わる事業を、介護保険課の中にある事業所支援主査を中心に、計4名で担っている。

(2) 介護職の魅力発信や、入門的研修の実施に際し協力・連携している外部機関

入門的研修は民間企業に委託して実施している。

魅力発信事業に関しては、区内介護施設の施設長で構成される団体が主体となって介護職の魅力発信・就労マッチングを目的としたイベントを実施しており、渋谷区が共催している。

若年層向けの介護職魅力発信冊子を委託により作成し、区立中学校を中心に配布している。

(3) 介護人材確保事業の財源(補助金・基金等の活用状況)

東京都が地域医療介護総合確保基金を充当して実施している東京都区市町村介護人材確保対策事業費補助をはじめ、補助金の対象となる事業は補助金を活用して実施している。

(4) 介護人材確保に資する取組の重点ターゲット

将来的に介護職が職業選択の1つとなることを目標に、区立中学校の生徒を中心に介護職魅力発信冊子を配布している。この事業では若年層を重点ターゲットとしている一方で、幅広い世代にも訴求したいと考えており、区共催のイベント参加者や介護に関する研修の受講者に対しても冊子を配布している。

また、入門的研修とは別に「せいかつサポート研修」も開催している。修了者は渋谷区が指定する訪問型サービスA事業所に就労し、家事などの生活援助サービスに従事できる。短時間勤務が可能であるため、シニア層の就労も多い傾向にある。

2. 入門的研修・職場体験関連

(1) 入門的研修・職場体験の実施状況・企画内容

令和元年度から入門的研修を開始し、令和4年度からは年2回の頻度で実施している。研修の参加費は無料。

研修を修了したが、就労に結びつかなかった人に向けて、令和7年1月にフォローアップ研修を初めて実施する予定。

広報誌、渋谷区の公式LINE、Facebook、Xで発信するとともに、区立施設や町会掲示板でチラシを配布・掲示している。この他、委託業者を通じて、駅構内に設置される求

人情報冊子に研修情報を掲載している。

入門的研修について、4日間の研修に対して負担が大きいと感じる人もいると思うが、介護の仕事に就く第一歩としての役割を担っていると認識しており、一定の意義を感じている。

(2) 入門的研修受講者の特徴・傾向（年齢層や受講動機など）、就職状況

令和5年度の合計参加者数は35名だった。

年齢層は、回によってばらつきがあるが、50代～60代の人が多い。

(3) その他の研修（初任者研修・実務者研修等）

民間企業が開催している初任者研修と実務者研修を修了し、区内の介護サービス事業所で一定期間勤務している人に対して補助金を交付しているとともに、前述の「せいかつサポート研修」を実施している。

3. 介護魅力発信関連

(1) 魅力発信に係る取組・工夫

介護の魅力を発信することは非常に重要と考えており、第9期高齢者保健福祉計画及び介護保険事業計画の中でも拡充予定の取組としている。

介護職の魅力発信・就労マッチングを目的としたイベントについて、渋谷区は共催という立場ではあるものの、主催者と密な連携を取って事業に取り組んでおり、当イベントは就職に向けたマッチングをメインにしているが、介護職の魅力をPRする場にもなっている。

若年層向けの介護職魅力発信冊子については、より若年層に興味を持ってもらえるよう、魅力発信に焦点を当てた内容への刷新を検討している。

(2) 介護職に対する仕事のイメージ

若年層と高齢者層のつながりがコロナ禍を経て希薄になってしまったという事象を耳にする。コロナ禍以前は学生が職場体験として高齢者施設に訪問する機会もあったが、コロナ禍以降は機会が減っているようだ。さらに核家族化により、高齢者の生活の様子や、どのように接するべきかを知る機会も少なくなっている。

(3) 魅力発信のイベント等の周知・広報方法、（参加型イベントの場合）参加者確保のために取組んでいる事項

介護職の魅力発信・就労マッチングイベントの15秒CMを委託して作成し、渋谷駅周辺のデジタルサイネージで放映するとともに、主催者からチラシを都内近郊の専門学校や大学に配布している。

3. 熊本県

ヒアリング日時	令和6年12月2日(月) 15:00~16:00
ヒアリング場所	オンライン
ヒアリング対象者	熊本県 健康福祉部 高齢者支援課(3名) 熊本県社会福祉協議会(3名)

1. 基本事項

(1) 事業担当職員数(担当部署含む)

班長1名、その他4名の計5名が魅力発信事業を担当している。

(2) 介護職の魅力発信や、入門的研修の実施に際し協力・連携している外部機関(連携状況含む)

魅力発信の実施に際して連携しているのは、熊本県社会福祉協議会(熊本県福祉人材・研修センター)、熊本県介護福祉士会など。介護の日の実行委員会は、熊本県、熊本県介護福祉士会、介護労働安定センター、福祉介護用品協会等で組織されている。

(3) 介護人材確保事業の財源(補助金・基金等の活用状況)

地域医療介護総合確保基金を財源として魅力発信事業を行っている。

(4) 介護人材確保に資する取組の重点ターゲット(自治体として魅力発信のターゲットを設定しているか)

重点的なターゲットは置いていない。学生や一般求職者、外国人、高齢者など多様な人材をターゲットとしている。

2. 介護魅力発信関連

(1) 介護の仕事の魅力を発信する事業の内容

介護の仕事に、重労働や低賃金などのネガティブなイメージを持っている人が多いことや、就労を検討する際、介護職への興味を持ってもらえる機会が少ないことが介護人材不足の要因の1つと考えている。やる気をもって働いている職員や、負担軽減に取り組んでいる事業所の取組を広く発信して、ネガティブなイメージを払拭していく必要性を感じている。

介護に関する情報を掲載するワンストップサイト「ウェルカム!くまもと介護の扉」やSNSを活用して情報発信をしている。ホームページは令和4年度に開設した。ホームページ上に掲載する情報として、介護事業所での取組事例や現場で活躍している職員を紹介する動画がある。また、ショート動画や小冊子も作成している。取り上げている職員は若年層中心だが、基本的には幅広い対象にアプローチしたい。HP作成にあたって、委託先の業者と連携しながら進めた。できる限りネガティブなイメージにならないよう、掲載する文章等は、ポジティブな言葉を選んだ。

介護の日のイベントも、実行委員会形式で関係団体と連携しながら開催している。福祉人材・研修センターでは、地元の学生を対象に出前講座や職場体験を実施している。

(2) 魅力発信に関する悩みごと

ホームページで事例の掲載や介護の現場の紹介をしているが、閲覧数をいかにして伸ばすか。閲覧数を伸ばし、もっと広く介護の魅力を知ってもらうため、様々な会議の場でパンフレットを配るなど、まずは地道に周知していくしかないと考えている。

現場の意見として、特に「この層をターゲットとして狙いたい」という話はでてこない。ただ、介護の仕事の魅力発信関連のイベントで関わるのは、県内の福祉系の高校生や養成施設の学生が多い。

(3) 出前講座

出前講座は、小学校、中学校、高校で行うことが多い。専門学校から講座開催を要請されることもある。事業所に講師の依頼をすると「ぜひ担当したい」と非常に喜ばれる。令和5年度は、11か所の学校で出前講座を実施し、受講者は473名だった。令和6年度は、約10か所で出前講座を実施する見込み。学生の反応として「全く知らない世界の話聞いてよかった」「保護者が介護職なので、具体的な仕事内容を知れてよかった」等の感想をいただく。教員からは、お電話等で御礼の電話をもらうことがある。

(4) 職場体験

学生から一般まで広く対象にしている。令和5年度は延べ191日実施し、体験者は計104名だった。一人あたり、最大年10日まで参加可能としており、2～3日参加される人が多い。「施設の中でも色々な仕事があると知れてよかった」「お年寄りと交流できたことが楽しかった」という感想をもらう。

(5) 魅力発信のイベント等の周知・広報方法、(参加型イベントの場合)参加者確保のために取組んでいる事項

介護の日のイベントでは、関係団体を通じたチラシ配布、SNS広告、ホームページ、ラジオ広告などを利用して周知を行っている。

事業所の好事例や働く人にスポットを当てて紹介することを継続している。介護の日のイベントに向けて、実行委員会や部会を開催し、県だけでなく各団体や介護福祉士養成校の学生の意見を反映させながら取り組んでいる。

4 . KAIGO PRIDEアンバサダー

1 人目

ヒアリング日時	令和 6 年 11 月 13 日 (水) 10:45 ~ 11:30
ヒアリング場所	オンライン

1. プロフィール

60 代女性。介護職歴 6 年。介護福祉士の資格を所有している。現在はサービス提供責任者を務めており、ヘルパー職の管理の外に、自身も介護に携わっている。また、所属する訪問介護連絡会では、副会長を務めている。

2. 興味・関心

(1) 介護職になぜ関心をもったか

15 年ほど前に通信大学で幼児教育を専攻していた際に福祉を学び、高齢者福祉のイベント等に何度か参加したことがきっかけ。幼児教育の講師から高齢者福祉の勉強会やイベント等に誘われて関わる中で、高齢者の福祉に関心を持った。また、母親が認知症の初期段階だったことから、介護職よりも先に高齢者の福祉に関心を持った。

3. 理解・魅力

(1) (入職前に) 介護の仕事のイメージをどう考えていたか

自分は介護職に向いていないと思っていたし、周りからも「介護なんかするの」と否定的な声が聞かれた。給与も安く「3K(きつい・汚い・危険)」だと聞いておりあまり良いイメージはなかった。しかし、福祉を学び高齢者と関わる中で考え方が変化した。介護職は人対人の仕事であり、ある程度生活に必要なお金は必要だが、お金を稼ぐだけの世界ではないことに魅力を感じた。

(2) 介護職の魅力についてどう考えているか

訪問介護の仕事は、自身が生きてきた中での経験値や培った人間力が問われることが多い。自分の人生経験の中にヒントとなることがあると、介護の仕事も楽しくなる。介護の仕事は「こうでなくては」という型にはめることができない。利用者さんと介護職員それぞれに一人一人の人生がある中で、お互いの良さを引き出し合いながら仕事を進められることが魅力だと思う。また、なかには一人暮らしの利用者さん等、頼る相手がいない中、最期にヘルパーの自分を頼ってくれることもある。人生でそのような経験をするのはほとんどないため、大変だが魅力を感じる。

まだ人生経験があまりない若い人にとっては、人生経験を重ねた高齢者と関われ、利用者から自分が知らないことを教えてもらい、成長できることが魅力。自分から能動的に学びに行くことも大切。

4. 比較・検討

(1) 介護業界・介護職の他に転職を検討した業界・職種

前職での業界に再度転職を検討することはなかった。介護職への転職は 54 歳で、現在は 60 歳。前職はアミューズメント関係の施設で使用される椅子の部備品の企画・販売。それ以前は、日本のコンピューターメーカーのショールーム勤務や筆記具メーカーで社内初の女性営業職を経験した。

(2) 就職先の業界を検討する際に重視したポイント

定年後も働けることを重視した。介護職は健康であれば長く続けることができる。実際に 70 代、80 代のヘルパーさんもいる。また、自分の性格や人生経験を活かして働けるという観点で介護職に就いた。

(3) 就職先を選ぶ際に特に迷う/判断が難しいポイントはなにか

大きい会社で訪問介護員として働くよりも、小さい会社で色々と学ぶ方が良いと思い、今の会社を選んだ。若い人が入社するのであれば、研修制度等が整っていて、福利厚生などがしっかりある大きい企業に入るのも良いと思う。基礎をしっかり学ぶ基礎から学ぶのが良いように思う。

(4) 介護業界への転職を躊躇ったことはあるか、その理由は何か

転職前には周囲からの反対を受けた。実務者研修の受講にあたり面接を受けた際、「あなたに介護は無理よ。そんなにチャラチャラしていて介護なんできるわけないじゃない。」と言われたが、むしろ見返したい気持ちになり、絶対に介護職に就いてみせると決意した。

給料は確かに安く、前職よりも大幅に年収が下がった。前職は「給料は高いが仕事をする環境が悪い」という状況だったが、現在は「給料は安いが穏やかに仕事ができる」という良い環境になっている。ただ、お金で価値を測るわけではないものの、介護職全体で給料は上げてほしいと思う。

研修中に体験したおむつ交換が、実践ではとても大変だった。実習では元気な人に対して行うが、実際には体が不自由な人を相手にするため、入職後しばらく苦労した。また、入れ歯を洗うこと 1 つをとっても、どうすれば良いか分からなかったので自分の未熟さを感じた。

(5) 介護職を選んだ決定打

前職を辞めた後に失業保険をもらいながらしっかりと勉強ができる実務者研修を受けて介護の道を選んだ。研修中、特別養護老人ホームや訪問介護を見学した。介護施設は利用者が何名も入所しており、じっくり 1 対 1 と向き合う介護が難しいと感じたため、訪問介護の仕事を選んだ。現在は常勤で働き、残業もしている。

5. 自治体が実施する研修

(1) 自治体が実施する研修の受講経験

実務者研修を受講した。失業保険を受け取りながら受講することができ、資格を取得できることが受講のきっかけになった。40 名程度受講者がいたが、実習やテストで脱落する人もいたため、最終的に卒業できたのは 30 名程度だった。医療分野の科目は看護師が講師で厳しく教育された。

(2) 研修受講後の心境変化

喀痰吸引等、カテーテルを使った実習は難しいものもあるが、基本さえ学べば、すごく難しいというものではないと感じた。介護の仕事は未経験でも基本さえ押さえてしまえばハードルは高くないと思った。介護は専門性が必要な仕事であることを理解してほしいという思いもある。特に訪問介護は調理や掃除などの業務があるため、主婦の片手間のできる仕事だと思われるように感じる。ヘルパー自身もしっかりとした専門性をもって仕事に取り組み、しっかりと仕事をしないといけない。在宅介護のために必要な知識を専門的に学んで従事しているのだと理解してほしい。例えばトイレ掃除ひとつをとっても、ただの掃除ではなく「なぜこの場所が毎回汚れているのか」など気づきを得ることも大事だと思う。つまり利用者の観察が大事であると思った。

(3) 研修受講後に受けた、就職に向けたフォローアップの有無・内容

実務者研修を終えた後に職場体験に参加することも可能だったが、自身は参加しなかった。職場を見ずに就職するのは不安もあったが、面接時に会社の状況もよくわかったので、安心して就職することができた。

6. 就職・転職

(1) 介護職勤務後の心境（「良かった」/「嫌だ」と感じること）

ヘルパーとしての仕事以外にも業務に関する等、自分の意見を取り入れてくれたり、ヘルパー募集やチラシ・パンフレットの作成など介護以外の仕事も任せてくれたり、自分がやりたいことができる環境を作ってくれたことが良かった。

自治体の研修会や活動などにも参加させてくれるのも良かった。大きい組織になると自由に参加できる範囲が限られてしまうと聞かすが、そういった障壁はなかった。

7. マッチング

(1) 介護の仕事に向いている人はどのような人だと感じるか。

コミュニケーションスキルが高く、人から言われたことを素直に聴けて、柔軟に自分の物（肥し）にしていくことができる人。介護は、対人援助だから、営業職の人や、秘書やキャビンアテンダントなどの仕事を経験した人も合うように思う。利用者の状況を把握してどうすべきか先回りして考え、やり過ぎず、その人の目線に立って生活を支える視点等、訪問介護と通ずる部分がある。躊躇しないでいろいろと挑戦してみるのが大切だと思う。

8. その他

(1) KAIGO PRIDE アンバサダーになったきっかけ

自治体の介護人材センターのセンター長から「アンバサダーの研修があるから」と言われたこと。KAIGO PRIDE のことは写真しか知らなかった。研修を受けた時に自分の勤め先は女性ばかりだったため、介護職として生き生きと活躍している男性がたくさんいることに驚いた。働くモチベーションや姿勢は人それぞれだと感じた。介護をもっと一般の人にも理解してもらって、介護で働く人材が増えると良いと思う。特に訪問介護は人材不足のため、在宅で生活する人たちが困らないようにアンバサダーとして発信していきたい。

(2) 介護職を自身の子どもにも勧めるか

子どもは女子大学の3年生で、今のところ介護職への関心はない。ただ、今後彼女が介護職に就いてみたいと思うのであれば勧めると思う。現在就活時期なのでインターンに参加し、介護職の現場を見てみることを提案した。

2 人目

ヒアリング日時	令和 6 年 11 月 19 日 (火) 16 時 30 分 ~ 17 時 15 分
ヒアリング場所	オンライン

1. プロフィール

50 代男性。北海道のグループホームで現在副施設長をしている。介護職に入職して今年で 10 年になる。

2. 興味・関心

(1) 介護職になぜ関心をもったか

以前は千葉県で靴職人をしていた。母親が認知症気味になっていると姉から連絡があり、長男である自分が実家に戻り面倒を見ることになった。当時は介護職について全く知らず、他人事だった。認知症は完治することがなく、継続的な介護が必要だと知り、専門的な知識を学ぶ必要があると感じた。ハローワークから紹介を受けて、介護職になるための専門学校に入学した。このときは資格がないと介護職には就けないと思い込んでいた。

3. 理解・魅力

(1) (入職前に) 介護の仕事のイメージをどう考えていたか

専門学校に入る前は、介護の仕事へのイメージさえないほど無関心だった。プラスのイメージやマイナスのイメージもなかった。

入学後は徐々に介護の仕事について理解し始め、自分には無理かもしれないと思ったのが正直な感想。高齢者の人ができないことだけをお手伝いするイメージだったが、より深いところで気持ちのケアなどが求められることを知り、大変だと思った。

(2) 介護職の魅力についてどう考えているか

徐々に介護職の魅力に気づき、今でこそ魅力を語ることができる。介護は「これが正解」「これしか方法がない」という世界ではない。目指している到達点が一緒でも、そこに至る過程に色々なやり方がある。思い描いたアプローチで成果に結びついたときは喜びがあり自信となった。利用者の生活機能が向上し、できなかったことができるようになるところにも魅力と責任を感じる。

自身は祖父母との関わりがなかったため、今まで関わりがなかった高齢者に関われることも自分にとって魅力の一つであった。

若い人は、介護職に昔の 3K (きつい・汚い・危険) のイメージを持っているように思う。それは私達が「介護は素晴らしい仕事である」と胸を張って発信していないことも要因であるが、まずは現場を見てどんな仕事なのかを判断してほしい。

(3) 介護職に魅力を感じるきっかけはなにか

専門学校のカリキュラムの一環で施設に行った。初めて現場で実習を行い、利用者の楽しそうな笑顔を見て、良い仕事かもしれないとの考えに切り替わった。

4. 比較・検討

(1) 介護業界・介護職の他に入職を検討した業界・職種

他の業種との比較検討はしていない。

(2) 就職先の業界を検討する際に重視したポイント

専門学校の3日間の実習先が現在の職場。実習先の施設長に「あなた介護職に向いている」と言われた。雰囲気介護職向きだと説明を受けた。

(3) 介護業界への入職を躊躇ったことはあるか、その理由は何か

入職を躊躇ったことはない。友人や知人には相談していなかった。母が認知症だったため、きょうだいからは、「長男なのだから頼む」「お前しかいない」と言われたため、他の選択肢は考えていなかった。

家族の介護をしている人は、面倒を見ることが日々精一杯で、それは365日終わりにくなく続く。自分自身もそうだったように、家族を介護する上で、専門的知識はあった方が良く考えている。介護をする上でプラスになることに加え、自分の気持ちも楽になると思う。例えば「認知症の症状によってこういったことを言っているのだ」と理解できる。このように、認知症を正しく理解できると、心の負担や傷つくことも減らせるだろう。

5. 就職・転職

(1) 介護職勤務後の心境（「良かった」/「嫌だ」と感じる）

辞めようとは思ったことはないが、自身の不甲斐なさや力不足で周りに迷惑をかけていると悩んだ時期はあった。ただ、利用者からの「ありがとう」や「あなたは優しい」といった言葉で、「もう少し頑張ろう」の繰り返しを重ねて、気が付いたら10年経っていた。

特別養護老人ホームやデイサービスなど、いろいろな施設の種類があると学んだ。当初は他人の排泄介助への抵抗感などがあったが、必要なケアの一部と捉えることで次第に慣れていき、経験を積んで一つ一つ乗り越えられた。1つの介護行為をとっても、声掛けをはじめとして気を付ける点多々あり、そこが奥深く難しさでもあり楽しさでもある。

6. マッチング

(1) 介護の仕事に向いている人はどのような人だと感じるか。

良い意味での適当さがあり、気持ちの切り替えがすぐできる人は向いていると思う。真面目すぎる人には向かないかもしれない。思い描いたとおりにはいかなかったり、周り

が出来ていることを出来ないことで自分を責めてしまったりする傾向にある。介護は対人援助なので、全てが思いどおりにいくことは稀である。優しく温和で、一見介護職に向いていそうでも、心が壊れて辞めてしまう人をたくさん見てきた。介護は知識や技術があることも大事だが、心で行なう仕事であるため、自分と利用者の気持ちを大切にできる人が向いていると思う。

3人目

ヒアリング日時	令和6年11月22日(金)15時～15時45分
ヒアリング場所	オンライン

1. プロフィール

30代女性。介護職歴10年。介護福祉士資格、社会福祉主事任用資格を保有している。

2. 興味・関心

(1) 介護職になぜ関心をもったか

父親が障害福祉関係の仕事をしており、中学校の職場体験に行ってみようと思ったのが最初のきっかけ。職員と利用者が楽しそうに話をしている関係性に関心を持ち、自分も同じようになりたいと思った。父親からは詳しく仕事の話は聞いたことはなかったが、企画を立てて、利用者と一緒にカブトムシを育ててイベントなどを行っている様子を見ていて、楽しそうだなと感じていた。

高校の職場体験で病院へ行き、寝たきりの人を初めて見た。通っていた高校は普通科で、職場体験は学校の授業の一環として実施された。寝たきりの人の髭剃りを体験した。看護師さんからは会話はできないが声かけをしながら髭を剃ってあげてくださいと言われ、緊張しながらも「大丈夫ですか」「もう終わりますよ」と声かけを行いながら髭剃りをさせてもらった。会話は難しいと言われていた人が、最後に一生懸命な声で「ありがとう」と言ってくださり、力になれたと感じ嬉しかった。その感動が忘れられず、少しでも困っている人の力になりたいと思った。

短期大学で介護福祉士の資格を取得した。自身は、父方母方どちらも祖母が認知症を発症。学生時代、何もしてあげられなかった。祖母には何もできなかった分、少しでも利用者のお手伝いができればという思いがある。

3. 理解・魅力

(1) (入職前に)介護の仕事のイメージをどう考えていたか

職場体験前は、一方的に介護をしているイメージだったが、職場体験後にイメージが変わった。中学校の職場体験で交流した若い介護職員の人が、おばあちゃんから何かを教えてもらっていた。一方的な「助ける」ではなく、「助け合う」関係性を見て印象が変わった。介護は「している」ものでなく「させてもらっている」ものなのだと感じた。

(2) 介護職の魅力についてどう考えているか

利用者の人生の大切な時期に関われるのが魅力。人生の最期に自分が関われるのはご縁だと思っているため、自分を選んでくれたという想いで感謝を伝えている。人の最期は悲しいものだが、悲しさよりもありがたい気持ちの方が大きい。

こういった魅力は、地元の長崎県での「介護のしごと魅力伝道師」の活動の中でも発

信している。介護職は、汚くて給与が低いというイメージがどうしても目立ってしまう。この悪いイメージだけ独り歩きしていると思う。お年寄りや障がいを持っていらっしゃる人から学べることは沢山あり、自分の肥やしになる物が沢山ある。自分自身も、給与面での不満はなかった。反響として、SNSで「介護の仕事に関心を持った」というコメントをもらうことがある。介護のしごと魅力伝道師として出向く先は様々。福祉関係の学校に限らず、小学校から高校まで介護職を知らない子どもたちにも魅力を伝えている。子どもたちは集中力が途切れやすいので、車椅子や白杖体験の時間を設けている。実際に体が不自由な人がどんな気持ちなのか、町でみかけたら困ってないか気にかけてほしいと伝える。学生だけでなく、教師からも好意的な反応が見られる。

(3) 介護職に魅力を感じるきっかけはなにか

介護の仕事に携わっていると、心温まる瞬間が沢山ある。実際に就職をして、初めて看取りにかかわったときに強く魅力を感じた。ご家族からとても感謝され、自分たちにしかできない仕事だと感じた。介護職の仕事に就くことによって、自分自身も支えられている気持ち。利用者に塗り絵を頂いたり、「あなたがいるから今日も施設に来た」と言われたりする。利用者から元気をいただくことがある。

4. 比較・検討

(1) 介護業界・介護職の他に入職を検討した業界・職種

他に入職を検討した業界や職種はない。迷うことなくこの仕事に行きたいと思った。

(2) 介護業界に入職するにあたって躊躇った点

他者のケアをするにあたって、自分に務まるのかという不安はあった。怪我をさせてはいけないし、自分の不注意で大きな事故を起こしてはいけない。少しのミスで大きな事件に繋がらないか不安だった。入職後は、利用者の情報をよく知ることを徹底し、不安の払拭に努めている。また、就職先で異動があることに不安はあったが、それ以外の排泄のケアや人間関係、夜勤など条件面での不安は特段なかった。

(3) 介護職を選んだ決定打はなにか

父がきっかけで、介護職に興味を持っていた。高校3年生の夏休みにボランティアでデイサービスを訪れた際に、職員と楽しんでいる利用者を見て、高齢者の人と一緒に楽しみたい、介護福祉士になりたいと思った。

5. 就職・転職

(1) 転職先の探し方

子どもが生まれたため、約半年前に転職した。転職先はインターネットで検索して探した。1社目は特別養護老人ホームで、9年半勤めた。以前の職場は研修施設にもなっていた。地域密着型、少人数の体制だった。柔軟な働き方にも力を入れている印象を持った。

6. マッチング

(1) 介護の仕事に向いている人はどのような人だと感じるか。

お互いに寄り添う気持ちがあることが大事。コミュニケーション力は必要。

4 人目

ヒアリング日時	令和 6 年 11 月 25 日 (月) 14:00 ~ 14:45
ヒアリング場所	オンライン

1. プロフィール

30 代男性。介護職歴 5 年。介護支援専門員、言語聴覚士、公認心理師の資格を保有している。現在の職場は小規模多機能型居宅介護、グループホーム。

2. 興味・関心

(1) 介護職になぜ関心をもったか

もともと病院でリハビリ関係の仕事をしていた。親が看護師をしていた影響もあり、医療・介護や福祉に早い時期から興味があった。介護の仕事に就くことを 1 つの選択肢に据え、医療関係の専門学校に通って卒業したが、言語聴覚士の試験に落ちたため、少しでも関連性のある仕事で経験を積もうと思い、介護職に就いた。翌年、言語聴覚士の資格を取得してその後は病院で働き始めた。その中で資格取得をする前に働いていた介護事業所に月 1 回ほど訪問し、リハビリの知識を基に機能訓練のアドバイスをしていた。

3. 理解・魅力

(1) (入職前に) 介護の仕事のイメージをどう考えていたか

病院と違い、介護施設は生活の場というイメージがあった。医療と介護は似ているところもあるが、フィールドが違う印象はあった。言語聴覚士の時の経験も活かしながら活躍できるのではないかと考えていた。

病院は治療やリハビリをすることが優先だが、介護は利用者の生活に寄り添うことが大事。介護職自らが利用者の生活に合わせていけないと考えていた。

(2) 介護職の魅力についてどう考えているか

介護職はサービス業。サービス業の中でも難易度が高いことに魅力を感じる。例えば、利用者が困っているところをほんの少しお手伝いするだけで、自宅で生活できるようになったりする。関わり方ひとつで利用者の人生が変わるので、責任とやりがいがある。また、高齢者介護は人生の最期に近いところに関わらせてもらう仕事でもある。そのため、その人の人生の集大成に関わらせてもらう事に魅力とやりがいを感じている。

利用者が何を望んでいるのかを引き出すのか。その手段や、利用者が求める生活を実現するために頭を使うこと、行動に移していくことが楽しい。事業所にいる職員は同じような感覚で働いている人が多いのではないかと。

介護職は広い意味で福祉の仕事なので、介護サービスを受ける人に幸福を届けるという意味合いもある。単純作業ではなく、頭を使いながら関わっていくというところに難

しさと魅力があると思っている。

4. 比較・検討

(1) 介護業界・介護職の他に転職を検討した業界・職種

病院で言語聴覚士として働いていたので、今の職場で声を掛けてもらった時に、言語聴覚士の仕事を続けるかどうか悩んだ。言語聴覚士という仕事も好きだったが、新しく色々な事に挑戦したいという気持ちが勝り、介護職を選んだ。

(2) 介護の仕事の魅力発信の必要性を感じているか

魅力発信の必要性を感じている。自身は病院勤務から介護業界へ転職した。リハビリ分野では需要と供給のバランスが逆転しているため、もっと介護業界に入ってほしいと思う。介護業界は人手不足で、特に若手の男性が足りていないという実感がある。病院で働くりハビリのスタッフも介護業界でそれまでの経験を活かし活躍できるということを伝えていけると良いと思う。

介護業界の内部から仕事の愚痴や給与等に関するマイナスの発信をしてしまう人たちが非常に多く、それが結果として人材不足につながっていると思う。会社に対してというよりは、業界として少しもったいないと感じている。

5. 就職・転職

(1) 介護職勤務後の心境（「良かった」/「嫌だ」と感じること）

就職先と自分との相性が良いと感じた。小さい会社だが、色々なことに挑戦しやすい環境。病院では経験できなかった良さがある。

一緒に働くスタッフの中には、楽しみながら行う仕事ではなく、ルーティンワークとなってしまう人もいるように思う。

6. マッチング

(1) 介護の仕事に向いている人はどのような人だと感じるか。

人と関わるのが好きな人が介護職に向いていると考える。資格の有無に関わらず、人と関わって困りごとをお手伝いしたり、相手に何かをして喜んでいただくことに価値を感じたり、イベントや地域のお祭りなどを作っていくことが好きだったり、という人は非常に向いていると思う。

介護は本来クリエイティブな仕事、対人の仕事なので、決められた仕事を決められた時間でやるのではなく、利用者に合わせて生活に入り込むことが大事。介護職側が「こうすべき」というイメージに囚われてしまい、利用者の行動を制限しないようにしたい。

興味を持って実際に仕事を経験することが大事だと考える。資格の有無に関わらず、少しでも関心があればまずは介護業界に入ってみて、仕事をしていく中で魅力を見つけてほしい。魅力は人から与えられるのではなく自分で見つけることが大切。

5人目

ヒアリング日時	令和6年11月27日(水)10時30分～11時15分
ヒアリング場所	オンライン

1. プロフィール

50代男性。介護職歴は約10年。介護福祉士の資格を保有している。現在は通所介護事業所で働いている。

2. 興味・関心

(1) 介護職になぜ関心をもったか

以前は宝飾品卸関連の会社を経営していたが、破綻してしまった。

次の仕事を探している時に、友人から「社会福祉法人を買収するので管理者になってほしい」との誘いがあった。介護職について何も知らなかったため勉強しようと思い、まずはデイサービス施設に就職した。資格を取る必要があると考え、デイサービスで働きながら夜間コースで初任者研修を受講した。

3. 理解・魅力

(1) (入職前に)介護の仕事のイメージをどう考えていたか

「高齢者のお手伝いをする仕事」というイメージを持っていた。入職後は排泄の介助を含め、色々なことをやらないといけないのだと実感した。

(2) 介護職の魅力についてどう考えているか

介護業界はまだ成熟しておらず、改革の余地がある新しい業界である。高齢者の人が寝たきりになる以前の段階で何か役に立てることがないかと考え、自立支援介護の分野に携わることを決めた。現在、若い層で介護職に就く人が少ないという事実がある。周囲の介護職員に聞くと、利用者と同じく話ができる素養があり、話をしたいと考える若い人は意外といるが、職場の環境が整っていないことが理由で就職を妨げているのではという意見があった。一例として、業務が多忙過ぎて利用者とゆっくり話す時間がないことなどが挙げられる。色々な利用者がいるため、人生の勉強になるような様々な体験ができる仕事だと思っている。

4. 比較・検討

(1) 介護業界への入職を躊躇ったことはあるか、その理由は何か

「自分にできるのだろうか」ということが最も不安だった。最初に勤めた事業所で、介護職の声掛けの仕方に関する本をもらった。本に記載されている方法論を実践する中で、身に着けることができた。

5. 自治体が実施する研修

(1) 自治体が実施する研修を受けたか

初任者研修と実務者研修を受講した。

(2) 研修受講後の心境変化

管理者をする想定でいたこともあり、気楽に考えていた。しかし、初任者研修を受講したことで「介護職は深くて、簡単ではない仕事だ」と実感した。勉強の必要性を感じた。初任者研修は夕方から始まる講座を受けていたため、修了まで2～3か月かった。研修受講者には様々な年齢層がいた。

6. 就職・転職

(1) 介護職勤務後の心境（「良かった」/「嫌だ」と感じること）

利用者と人間関係を築くことが一番楽しい。前職の経験を活かし、九州出身や四国出身の利用者とお話するのが楽しい。

管理者と現場スタッフとの間で、必要なスキルに大きな差がある。現場の研修も必要だが、管理職を育てる研修が考慮されていないと感じる。

7. マッチング

(1) 介護の仕事に向いている人はどのような人だと感じるか。

施設管理者の立場から見ると、人付き合いが上手な人や、言葉の使い方が上手な人は向いていると思う。利用者の性格に合わせて対応する力が必要。利用者の興味をひけるような趣味を持っている人などが良い。自分が得意なタイプの利用者と仲良くしてもらえれば良い。

また、向き不向きは各自で判断することであるため、まずは入職してみて、自身が魅力を感じられるかが重要だと考える。必須の業務以外は比較的自由に仕事を進めることができ、各介護職員の意思で利用者とどう関わるかを工夫することができる。

利用者にとって、50～60代の職員は息子や娘の世代。さらに一つ下の孫世代との関係性を必要としているのではないかと感じる。また、現場仕事は機動力が必要なため、若い人の力がある程度ほしい。

対人サービスの共通点かもしれないが、飲食業界から介護業界へ転職してくる人が意外と多い。調理師免許を持っている人も多い。

(2) 周囲の介護職員について

自身が勤める施設では、50代から60代の人が入職することが多い。従業員約10名のうち男性と女性の比率は2対8程度。

また、長期間勤めている従業員が約8割で、残りの2割がよく入れ替わっている。ベテラン職員が多い事業所では、関係性が確立されていることが多く、新しい職員が入職した場合、馴染めないこともある。色々な経験を積んだ職員がいると、対立してしまう

こともある。業務量というよりは、人間関係の面で難しさがある。

8. その他

(1) アンバサダーになったきっかけは何か

若い人が介護業界に入ってきていないという問題意識があった。自身も、以前は介護職に就く想像さえしていなかった。きっかけを沢山作らなければ、就職者は増えない。現在、若くして介護職になる人は、保護者が介護職である人が多く、身内に介護職がない人が入職することは少ない。KAIGO PRIDE がどのように介護の仕事の魅力を発信しているのかに興味を持ち、アンバサダーになった。

6 人目

ヒアリング日時	令和 6 年 11 月 27 日 (水) 15 時 ~ 15 時 45 分
ヒアリング場所	オンライン

1. プロフィール

40 代男性。介護福祉士資格を保有している。現在は特別養護老人ホームの施設長を務める。介護職歴は約 25 年。病院、老人保健施設、認知症向けのグループホームなどを経て、前職では老人ホームの立ち上げをになった。現在は 4 つの事業所の総合施設長として勤務している。

2. 興味・関心

介護職になぜ関心をもったか

3 世代の家族構成の中で育ち、おじいちゃんっ子、おばあちゃんっ子だったためお年寄りを身近に感じていた。高校生頃からは「お年寄りはずごいな」と肌感覚的に思っていた。身近なお年寄りが「できるはずのことができず手間がかかる」と家族の中で邪険にされることに違和感があった。

お年寄りを手助けしたいという思いから、初めはリハビリテーションに興味があり、リハビリテーション関連の学校への進学を希望していた。言語聴覚士になりたかったが、理学療法士や作業療法士とは異なり、当時は社会的地位がやや低いような印象を受けていた。

手に職をつけたいという思い、お年寄りと関わる仕事に就きたいという思いから、まずは介護福祉士の資格を取得しようと考えた。姉が介護福祉士資格を取得していたことにも影響を受けている。

3. 理解・魅力

(入職前に) 介護の仕事のイメージをどう考えていたか

入職前は男性の介護職員がいるイメージがあまりなく、どういう人が働いているのだろうと思っていたが、実際には現場にも男性職員がいたため安心した。

姉が介護福祉士だが、年が離れていることもあり、仕事内容についての話を聞くことはあまりなかった。介護職になることについても特段の反応はなかった。

介護職の魅力についてどう考えているか

介護の仕事の世界には終わりが無い、よくやりがいがある仕事だと言われるが、そういった点に魅力を感じている。

アンバサダー活動の中では「介護職に就くことで人間的に成長するよ」と伝えている。80 年などの長い時間生きてきた高齢者の経験は素晴らしく、彼らの苦労話や成功体験

を聞くことは、若い職員にとって今の悩み事に対する答えを見つけるきっかけになるように思う。

4. 比較・検討

介護業界・介護職の他に入職を検討した業界・職種

中学生の頃は、自動車や機械関係の仕事に就きたいと思っていた。ただ、実際に就職を検討しはじめた時期にはあまり勢いがない業界に見えたことから、選択しなかった。

就職先を選ぶ際に特に迷う/判断が難しいポイントはなにか

一口に介護職と言っても施設の種類によって働き方などが大きく異なるため、就職先の決定が難しい。楽しむことが好きな人には、デイサービスが向いているのではと勧めることもある。

介護業界への入職を躊躇ったことはあるか、その理由は何か

お年寄りが好きだったので介護職になることに抵抗感はなかった。おじいちゃん、おばあちゃんにお世話になった分、自分が高齢者の役に立ちたいと考え、気軽な気持ちで介護職になった。

介護の仕事の魅力発信について

介護は何気ないやり取りの1つであるということを見せられると良いのではないかな。KAIGO PRIDEの写真を初めて見たとき、とてもカッコ良いと感じドキッとした。また、KAIGO PRIDEのファッションショーは斬新でインパクトがあった。例えば、学生も訪れるような祭りの中に介護職のファッションショーを取り入れたら、介護に対する楽しいイメージが出来上がるのではないかな。楽しい企画とコラボできると、介護職を身近に感じられると思う。

華やかに見える職種もあるが、どんな仕事であれ大変さがある。介護の業界も表側をうまく見せていければと思うが、どうしても事件や虐待などに焦点が当たってしまう傾向にある。

介護現場の職員の多くが「自分はこの道を選んだけどあなたは選ばなくても良い」という姿勢だと感じる。アンバサダーの活動の中で、学生などには「まずチャレンジしてごらん」と会話の中で伝えている。

自分は中学2年生の娘がいる。娘も進路に迷っていたが、社会科見学の一環として、地元の介護施設へ見学しに行った。妻も介護職として働いているため、両親の仕事に関心があったようで、楽しそうに帰ってきた。娘は就職先の一つとして介護職を考えているようだ。

5. 就職・転職

介護職勤務後の心境（「良かった」/「嫌だ」と感じること）

前職で立ち上げた老人ホームでは、様々なチャレンジをしていた。介護の仕事はシフト制で自分の誕生日を祝いづらいというよくある悩みがあったので、誕生日手当制度として現金1万円を支給する仕組みをつくった。また、介護施設らしくない施設を作りたいと思い、外観や内装を工夫した。

新人教育の在り方が、事務職とは大きく異なる。研修等では最低限の知識や技術を学び、実践は各職場に任されている。

考え方が全く合わない先輩がいたことをきっかけの一つとして転職した経験がある。病院で働くか老人ホームで働くかによって気づくことが違うため、どちらも知りたいという思いもあり転職をした。

周囲の介護職員の悩み

女性の介護職員は多いが、子育てをしながらできる仕事ではないとよく聞く。そのため、パートタイムとしてはレジ打ちなど体を動かさない仕事を選びがちであるように思う。子育てをしながら仕事をできる職場環境を作り、情報発信をしなければいけないと思っている。

以前の職場では、近くに託児所を設置したいと考え、保育所とのタイアップも検討していた。自治体の中には「介護は短時間勤務でもできる仕事」として子育て中の人にPRをしているところもあるようだが、実際は難しさもあるのではないかと感じる。同僚が仕事に追われている中、早く帰ることに負い目を感じる人を目にしてきた。フルタイムで働く職員に気後れするような雰囲気がある職場もある。

6. マッチング

介護の仕事に向いている人はどのような人だと感じるか。

養成校等では介護技術など現場で即戦力となる技術を習うが、人間らしい優しさがあればできる仕事だと感じている。最初は資格がなくても良く、人に興味をもって仕事に取り組んでくれれば十分だと感じている。介護職は敷居が高い職種ではない。家と職場が近いことや、定時に帰れるといった理由で選んでも良いと思っている。気軽に働ける職場環境にしていきたい。

若い人の中には、学校に行き介護福祉士の資格は取得したものの、実際に働いてみたらうまくできないことが多いと思う人もいるかもしれない。自身の後輩には、技術は未熟でもよいが、人としていじめや虐待はしてはいけないとお伝えしている。一番大事なのは、習得した技術の実践だけでなく、お年寄りと感情を共にすることだと考えている。若い人は、分からないことを分からないと言えることがとても素敵だと思う。精神的な心の豊かさが良い仕事につながっていく。

介護の仕事は、人間関係が原因で辞める人が多い。一方で、一度介護職を離れたものの、当時体験したことが心に残っており、時間を置いて戻ってくる人も少なくない。人と会話するのが好きな人が復職するイメージがある。

別添資料．情報発信事業 事業効果分析計画・結果一覧

情報発信事業の事業効果分析計画・結果は Excel ファイルにて整理したため、本報告書内への掲載は割愛する。上記 Excel ファイルについては弊社ホームページに掲載予定のため、そちらを参照されたい。

別冊．介護人材確保事業を効果的に進めるための手引き～都道府県事業における評価・ロジックモデルの活かし方～（Q&A 増補版）

手引きは別ファイルにて作成したため、本報告書への掲載は割愛する。別冊「介護人材確保事業を効果的に進めるための手引き～都道府県事業における評価・ロジックモデルの活かし方～（令和7年3月Q&A増補 第2版）」については弊社ホームページに掲載予定のため、そちらを参照されたい。

令和 6 年度生活困窮者就労準備支援費等補助金（民間団体実施分）

厚生労働省 令和 6 年度介護のしごと魅力発信等事業
事業間連携等事業
報告書

令和 7 年 3 月

PwCコンサルティング合同会社

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-2-1 Otemachi One タワー

TEL : 03 - 6257 - 0700（代表）

Copyright (C) 2025 PwC Consulting LLC. All rights reserved.

本報告書の内容、テキスト、画像等の無断転載・無断使用を固く禁じます。