

# 令和7年度 介護のしごと魅力発信等事業

## 事業間連携等事業 企画提案書

PwCコンサルティング合同会社



# 目次

## 1. 事業背景と目的

- ① 介護人材の現状に対する弊社の理解
- ② 魅力発信等事業のこれまで
- ③ 魅力発信等事業の役割
- ④ 成果と課題

## 2. 基本的な考え方

## 3. 事業概要

- ① 事業を支える会議の開催
- ② 実施主体・都道府県の連携を促す取組
  - a. 事業間連携会議
  - b. 実施主体mtg
  - c. 介護のしごと魅力発信サミット
  - d. ニュースレター
- ③ 事業効果の可視化・改善に向けた取組
- ④ よりよい魅力発信の在り方を検討するための取組
- ⑤ 報告書の作成

## 4. スケジュール

# 本提案書と公募要領の対応関係

## 公募要領に記載の対象事業

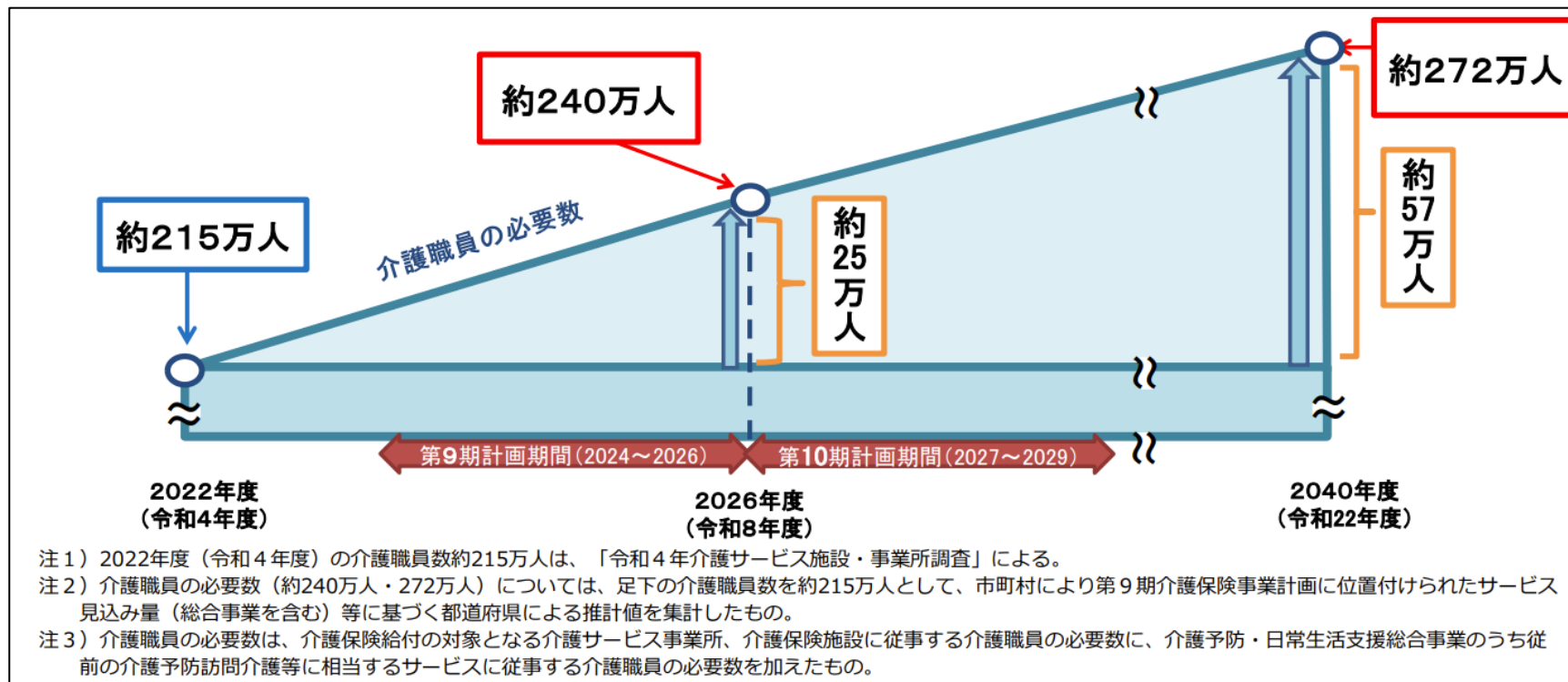
情報発信事業の実施主体が、他の実施主体等との連携を図ることなどにより、「介護のしごと魅力発信等事業」の事業効果の最大化を図ることを目的として、下記①～⑤の取組を実施する事業。

- ① 情報発信事業を実施する事業者間及び都道府県事業との連携を図る取組
- ② ①に係る事業者及び職能団体・事業者団体・有識者等の参画による事業間連携会議及び介護のしごとのイメージアップに対する機運を高めることを目的とした都道府県事業の関係者等を含めた会議・イベントの開催
- ③ 情報発信事業の実施予定・状況の把握・周知及び事業効果の最大化に向けた支援の実施
- ④ 情報発信事業の実施主体が行うアウトカムの測定指標や測定方法の設定など実施事業の自己評価についての支援、及び情報発信事業及び都道府県事業も含めた事業全体の効果分析
- ⑤ その他、介護のしごと魅力発信等事業の事業効果を最大化するための取組

本提案書に記載の事業概要		①	②	③	④	⑤
①事業を支える会議の開催	a. 企画委員会・評価分析WG (P.13, 14)	①～⑤の取組全般について検討				
②実施主体や都道府県の連携を促す取組	a. 事業間連携会議 (P.15, 16)	✓	✓	✓		
	b. 実施主体Mtg (P.17)	✓		✓	✓	
	c. 介護のしごと魅力発信サミット (P.18-20)	✓	✓			
	d. ニュースレター (P.21)	✓	✓	✓		
③事業効果の可視化・改善に向けた取組	a. 事業評価 (P.22-25)			✓	✓	
④よりよい魅力発信の在り方を検討するための取組	a. アンケート (P.26, 27)					✓
	b. ヒアリング (P.26, 27)					✓
⑤報告書の作成 (P.28)		①～⑤の取組全般について振り返り、記載				

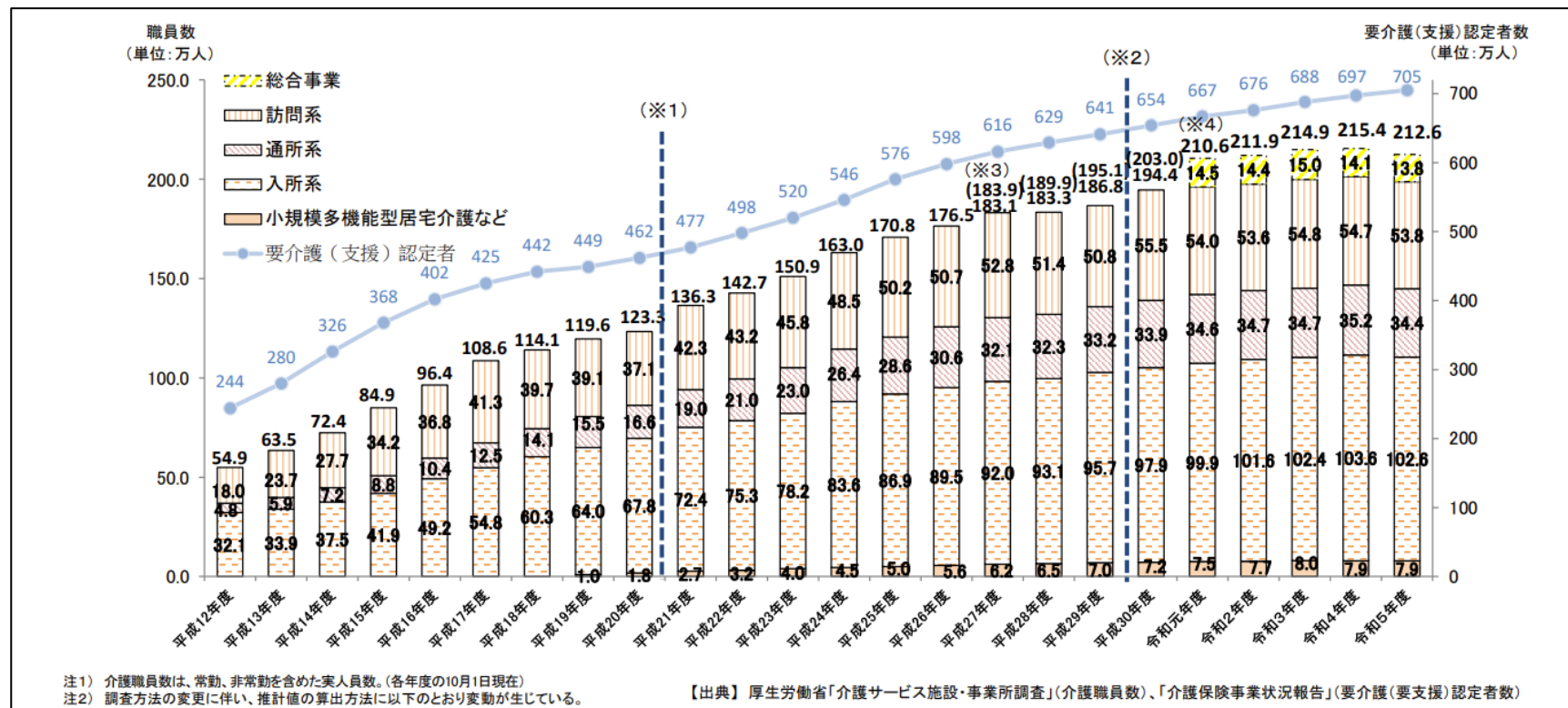
# 1. 事業背景と目的 ①介護人材の現状に対する弊社の理解

- 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」では、令和4年度時点での介護職員数約215万人に対し、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ました。



# 1. 事業背景と目的 ①介護人材の現状に対する弊社の理解

- 令和6年12月に公表された「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)では、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)と集計されています。



# 1. 事業背景と目的 ①介護人材の現状に対する弊社の理解

- 介護人材不足に対し、貴省では総合的な介護人材確保対策を行っており、その中の「介護職の魅力向上」施策の1つとして「介護のしごと魅力発信等事業」を実施すると認識しています。

別紙4	
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	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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6,000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。</li> <li>○ 令和6年度報酬改定では、以下の改正を実施。 <ul style="list-style-type: none"> <li>・ 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。</li> <li>・ 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確実につながるよう、加算率を引き上げ。</li> </ul> </li> </ul>
②多様な人材の確保・育成	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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</li> <li>○ 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</li> <li>○ 多様な人材層の参入促進、介護助手等の普及促進</li> <li>○ 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</li> <li>○ 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</li> </ul>
③離職防止 定着促進 生産性向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 介護ロボット・ICT等テクノロジーの導入・活用の推進</li> <li>○ 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）</li> <li>○ 介護施設・事業所内の保育施設の設置・運営の支援</li> <li>○ 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</li> <li>○ 悩み相談窓口の設置、若手職員の交流推進</li> <li>○ 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</li> </ul>
④介護職の魅力向上	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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</li> <li>○ 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</li> </ul>
⑤外国人材の受入れ環境整備	<ul style="list-style-type: none"> <li>○ 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）</li> <li>○ 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）</li> <li>○ 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</li> <li>○ 海外向けオンラインセミナー等を通じた日本の介護についてのPR</li> <li>○ 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）</li> </ul>

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 別紙4 総合的な介護人材確保対策（主な取組）」（<https://www.mhlw.go.jp/content/12004000/001274737.pdf>）（赤枠は弊社にて追加）

# 1. 事業背景と目的 ①介護人材の現状に対する弊社の理解

- ・ 国審議会でも介護の仕事に対するイメージは向上の余地が大きく、介護業界を若い世代が希望・やりがいを持てる業界とし、入職者数を増やすためには、継続的な魅力発信が必要です。
- ・ また、介護の仕事に関する情報に触れる人を増やすことで、介護の仕事を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考えられます。

「2040年に向けたサービス提供体制等のあり方」  
検討会 中間とりまとめ<sup>1</sup>

“若い世代が希望ややりがいを持てる業界となるためには、介護のイメージを変えることや、介護現場が変革する要素を示していくことが重要であり、テクノロジーの活用が進んだ職場であることや社会課題（SDGs、災害対応等）に対応する介護という観点をアピールすること、介護実習先での体験などが重要な要素となる。そうしたイメージの変革にあたっては、求職者となる若い世代の目で様々な施策を考えることが重要である。

また、行政、介護事業者、事業者団体、職能団体等が学校現場と連携して介護の魅力を若い世代に直接伝える機会を増やすことも重要である。”

- ⇒①若い世代が希望ややりがいを持てる業界となるため、  
介護のイメージを変えることが重要
- ②介護の魅力を若い世代に直接伝える機会を増やすことが重要

介護の仕事に関するアンケート調査・ヒアリング調査<sup>2</sup>

- ・ 介護の仕事を就職先として魅力的だと「思う」と回答した人は、学生で15.6%、保護者で7.2%
- ・ 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%
- ・ 子どもについてほしい業種として「医療、福祉（介護の仕事）」を挙げた保護者は4.8%

⇒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

- ・ 学生・保護者ともに、介護との関わりがある人や、介護の仕事を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を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で、介護の仕事を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考えられる

1) 厚生労働省「2040年に向けたサービス提供体制等のあり方に関する中間とりまとめ」([https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage\\_56897.html](https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_56897.html))（最終閲覧：令和7年4月21日）より引用  
2) 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）報告書より引用



# 1. 事業背景と目的 ②魅力発信等事業のこれまで

- 魅力発信等事業も7か年目となり、実施主体間の連携や効果分析の方法が確立してきました。
- 魅力発信サミット実施内容等の再検討、実施主体間の更なる連携強化が今後の課題です。

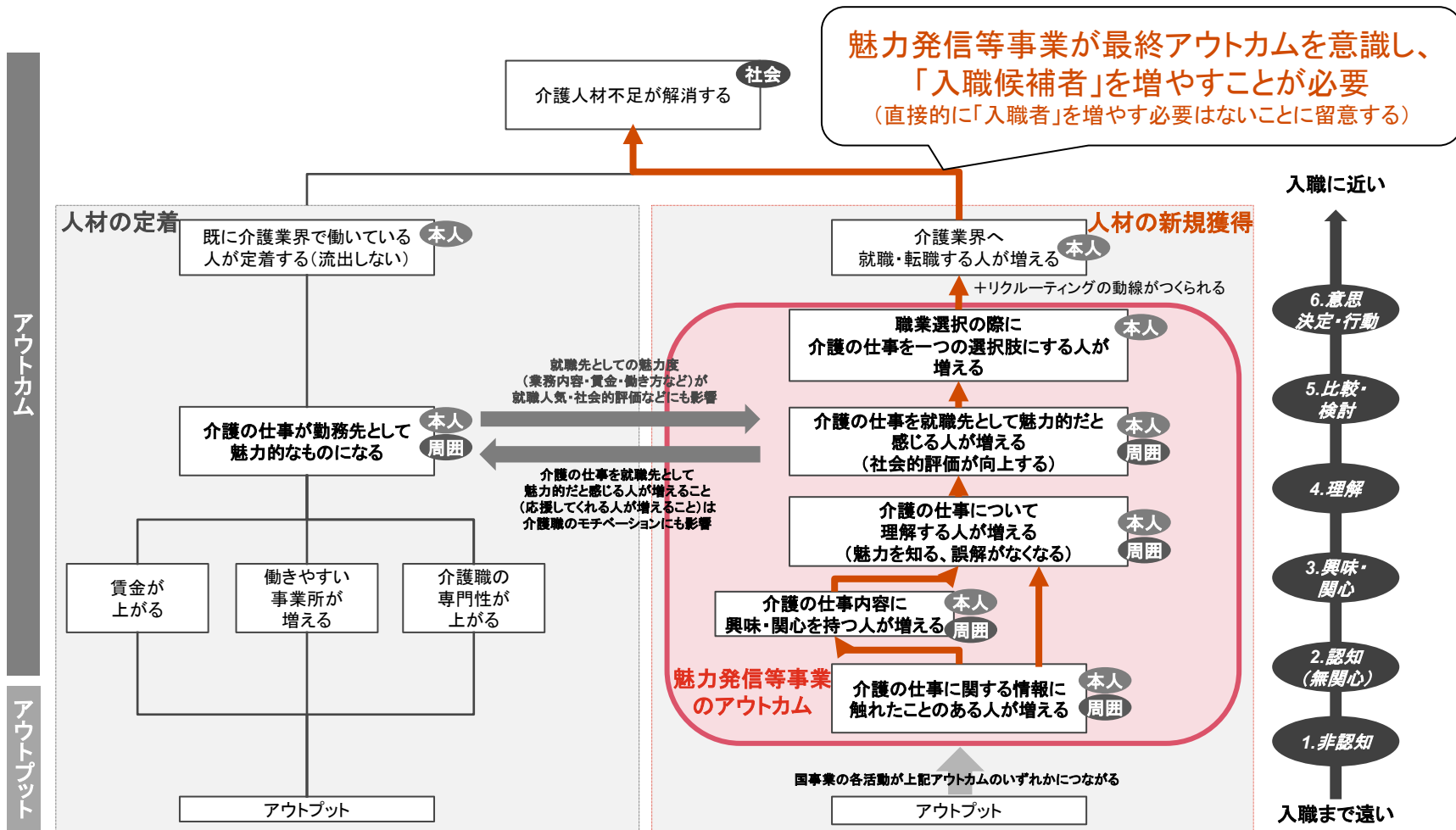
年度	主な内容	成果や課題（凡例：✓…成果、◆…課題）
H30	<ul style="list-style-type: none"> <li>イベント型情報発信事業</li> <li>①デザインスクール(全国8都市、72回)と②エキシビジョンイベント「おいおい老い展」(東京、5日間)を開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 厚生労働省が「魅力を発信する」事業を立ち上げた姿勢表明の意義</li> <li>✓ ①参加者数470名、②来場者数16,629名を含め総勢28,934名が参加</li> <li>◆ 一過性のムーブメントに終わらせない工夫が必要</li> </ul>
R1	<ul style="list-style-type: none"> <li>6事業体制に再編</li> <li>体験型・参加型イベント実施、世代横断的理解促進、ターゲット(若年/子育てを終えた主婦/アクティブシニア&amp;事業者向け)別魅力情報発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ターゲットと様々な接点を創出、研修等参加者の意識変容を促すための対話型アプローチを重視する取組が実施された</li> <li>◆ 各事業が独立して運営され協力関係や事業間シナジー(集客連携の効率化や課題に対する知恵の出し合い等)が生まれにくかった</li> </ul>
R2	<ul style="list-style-type: none"> <li>前年の6事業の枠組みを維持・踏襲しつつ、前年の課題を踏まえて、世代横断的理解促進事業の「プラットフォーム構築」の一部で初めてPMO機能を持たせることにチャレンジ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 「事業間連携会議」3回を開催し、お互いの取組を知る機会を創出</li> <li>✓ 各事業でKPIを設定</li> <li>◆ 各事業でのKPI設定の依頼が事業実施途中となったことから、各事業個々のKPIとなった</li> </ul>
R3	<ul style="list-style-type: none"> <li>PMO+5事業に再編</li> <li>評価分析手法を導入</li> <li>事業間連携会議に加えオフトラック会議を設置</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ロジックモデルを使い評価する仕組みを構築</li> <li>◆ PMOも他の事業と並列であることは変わらない中、「ロジックモデルの作成支援」を唐突に言われ反発や戸惑いが起きた</li> </ul>
R4	<ul style="list-style-type: none"> <li>PMO+3事業に再編</li> <li>「介護のしごと魅力発信サミット」開催で都道府県担当者と具体的な接点が生まれる</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 4事業者の接点が増えた</li> <li>✓ 都道府県担当者との接点が生まれた</li> <li>◆ 「知る」ところで1年が終わり、「一緒に取り組む」はその兆しまで</li> <li>◆ 都道府県においてはPDCAに課題</li> </ul>
R5	<ul style="list-style-type: none"> <li>PMO+3事業を継続</li> <li>2年目となる「介護のしごと魅力発信サミット」内でロジックモデル作成のワークショップを開催</li> <li>三重県でロジックモデル策定イベントを開催</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 4事業者の接点を増やし、無関心層へのアプローチを支えた</li> <li>✓ 情報発信事業の効果測定(アウトカム評価)として、意識変容の測定が試みられるように</li> <li>✓ 都道府県で介護人材確保対策に携わる職員にプログラム評価の考え方を「体験」「経験」してもらった機会を提供した</li> <li>◆ 「場の設定」を超える連携内容の提案や助言が十分にできていない</li> <li>◆ 情報発信事業での行動変容の測定や、事業者同士での連携の動機付けが今後の課題</li> <li>◆ 都道府県では、ロジックモデルを活用したPDCAの自走を実現するまで、継続的な支援が必要</li> </ul>
R6	<ul style="list-style-type: none"> <li>情報発信等事業の事業区分に、介護職発信事業が追加。介護職発信事業による情報発信を他の事業区分がサポートする連携を実施</li> <li>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」を更新</li> <li>介護の仕事に関するアンケート調査・ヒアリング調査を実施</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 介護職発信事業の実施主体による、他の実施主体と連携したコンテンツ発信・イベント告知等を支援した</li> <li>✓ 情報発信事業の事業効果分析支援を行い、分析の質の向上に貢献した</li> <li>✓ アンケート・ヒアリング調査により、今後魅力発信等事業においてアプローチすべき対象、魅力発信の方法・メッセージの方向性を考察した</li> <li>◆ 実施主体間の「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」に関するすり合わせが今後必要</li> <li>◆ 事業目的及び参加者のニーズに沿った、魅力発信サミットの内容・日程を再考する必要</li> <li>◆ 情報発信事業の事業効果分析に対する、タイムリーな情報把握・フィードバックが課題</li> </ul>

— P. 10でも記載します



## 1. 事業背景と目的 ③魅力発信等事業の役割

- ・ 国事業の目的は「介護の仕事に関する情報」を広く発信し、介護の仕事への関心や理解度を高めることで、就職先として魅力的だと感じる人・就職先の候補にする人を増やすことです。
- ・ 最終アウトカムが「介護人材不足の解消」である点を意識し、「入職候補者」を増やして都道府県事業への橋渡しをすることが必要です。



# 1. 事業背景と目的 ④成果と課題

- 令和6年度は①事業間連携、②評価分析、③調査の3つを事業軸に、特に介護職発信事業の実施主体に対する情報発信の連携支援や効果分析支援を実施しました。
- 単年度という限られた時間で効果的な発信を行うために「採択直後の連携促進」「発信の早期着手を促す進捗確認」など、実施主体を細やかにフォローすること等が課題となりました。

令和6年度事業での弊社取組	取組による成果・調査結果	取組から見えた課題
<div>①</div> <div>事業間 連携</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>事業間連携会議</li> <li>オフトラックmtg(実施主体間の個別打ち合わせ)</li> <li>介護のしごと魅力発信サミット</li> <li>ニュースレター</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>新たな事業区分の介護職発信事業が他の実施主体と連携して、WEB広告等を通じて情報発信を行った</li> <li>自治体の介護のしごと魅力発信のモチベーション向上やPDCAサイクルを回す方法の習得に寄与した</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>広報枠確保や効果測定を円滑にするための採択直後の事業間すり合わせ</li> <li>必要な支援を検討するための魅力発信に係る自治体の困りごとの把握</li> <li>多くの自治体に参加可能なサミットの開催、学びを得やすい発信事例共有</li> <li>過去作成されたコンテンツの活用</li> </ul>
<div>②</div> <div>評価 分析</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>効果分析の必要性・方法の実施主体への説明</li> <li>各実施主体の効果分析の進捗の確認・取りまとめ・報告書への掲載</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>事業内容や成果をまとめるフォーマットを提供し、事業効果分析の質向上に貢献した</li> <li>各実施主体のアウトカムが概ね計画通りに達成されたことを可視化した</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>行動変容に係る成果の測定</li> <li>実施主体の事業実施状況のタイムリーな把握とフィードバックの実施※</li> </ul> <p>※効果分析が各実施主体のメイン事業(情報発信)でないことにより対応優先度が低くなることがある。</p>
<div>③</div> <div>調査 アンケート ヒアリング</div> <ul style="list-style-type: none"> <li>WEBアンケート(対象:介護職、学生、保護者)</li> <li>ヒアリング(対象:自治体、福祉人材センター、介護事業所、介護職等)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>「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」等に該当する人が有力な対象</li> <li>「高齢者や介護職とのふれあい」の機会提供が介護職への関心向上に効果的</li> <li>学生には「感謝される」「勤務日時の融通が利く」点が、年齢を重ねた人には「長く働ける」「経験を活かせる」点が魅力的</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>発信するターゲットをより具体化するための介護職入職希望者像のさらなる把握</li> <li>介護職希望者を保護者や教員が反対するケースの具体的な状況や乗り越え方等の把握</li> </ul>

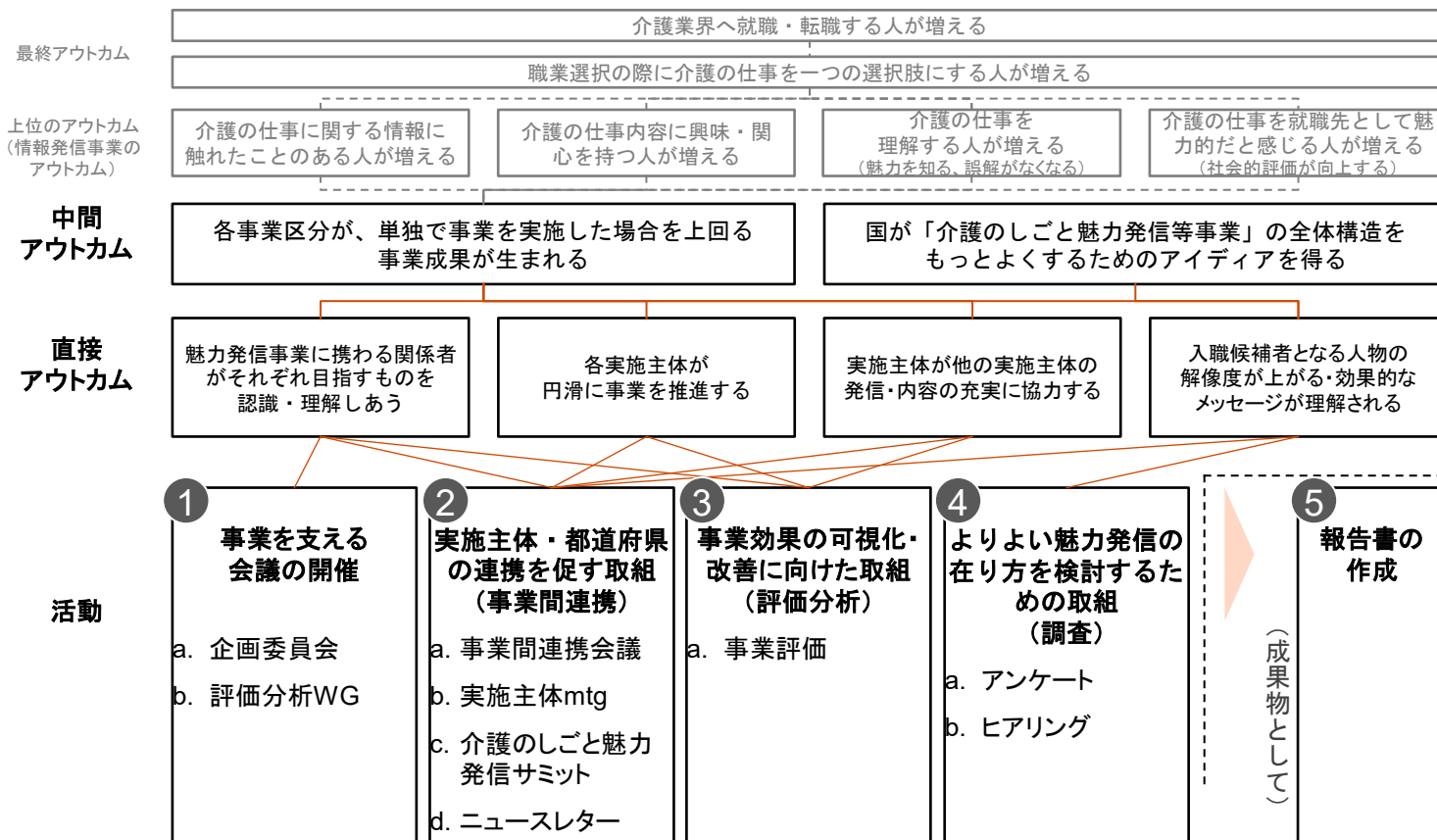
## 2. 基本的な考え方

- ・ 国事業が「入職候補者」を増やして「介護人材不足の解消」に貢献することを目指します。
- ・ 令和6年度課題を踏まえ、令和7年度は①行動変容につながる発信の働きかけ、②コンテンツの内容充実・発信強化に向けた昨年度以上の実施主体への積極的なコンタクトを行います。

コンセプト  
(R7活動の  
基本方針)

- ① より共感してもらえる、行動変容につながる魅力発信がされるよう、**実施主体に働きかける**
- ② コンテンツの内容充実・発信強化のため**実施主体へ細やかにコンタクトし、事業進捗の確認と連携を促す**

ロジックモデル  
(目指すことと  
取り組みたいことの  
関係性を示した図)



### 3. 事業概要 ①事業を支える会議の開催:各会議体の役割

- ・ 役割や出席者の異なる4つの会議体を運営します。
- ・ 「企画委員会」「評価分析WG」は本事業の円滑な運営のための助言を得る場、「事業間連携会議」「実施主体mtg」は国事業者間や業界団体・職能団体との連携の場として設定します。

#### 各会議体の概要

会議名	役割	開催頻度／出席者	詳細
企画委員会	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 本事業の運営全般について、事務局に助言</li> <li>・ 自治体向けイベント「介護のしごと魅力発信サミット」の企画運営検討</li> <li>・ アンケート・ヒアリングの調査設計・結果解釈の助言</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 頻度:4回</li> <li>・ 出席者:企画委員(8名程度)、貴省</li> </ul>	P.13～14
評価分析 ワーキンググループ	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 評価分析の進め方について、事務局に助言</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 頻度:2～3回</li> <li>・ 出席者:WG委員(政策評価の知見を有する企画委員がWG委員を兼任)、貴省</li> </ul>	P.13～14
事業間連携会議	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報発信事業、事業間連携等事業、業界団体・職能団体の連携に関する意見交換を行い、発信するコンテンツや発信方法についてヒントを得る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 頻度:3回</li> <li>・ 出席者:国事業の各実施主体、業界団体・職能団体の代表、貴省</li> <li>・ 企画委員と都道府県に任意参加を呼びかけ</li> </ul>	P.15～16
実施主体mtg	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報発信事業の実務者と事業間連携等事業の実務者の率直なコミュニケーションの場</li> <li>・ 立ち上げ期の計画共有、事業中の連携模索や事業進捗のフォロー等、テーマは柔軟に設定する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 頻度:随時(想定開催日程は後述)</li> <li>・ 出席者:情報発信等事業と事業間連携等事業</li> <li>・ 1対1の個別開催・複数団体開催のいずれも想定</li> </ul>	P.17

### 3. 事業概要 ①事業を支える会議の開催:企画委員会・評価分析WG

- 有識者で構成する企画委員会と評価分析に係るワーキンググループ(WG)を設置し、各回の議論が円滑かつ有意義なものとなるよう運営します。
- 企画委員は8名程度、WG委員は2名程度とし、いずれも過年度事業からの継続として委員を依頼する想定ですが、最終的に貴省との調整を経て決定します。

企画委員会・評価分析WGの運営方針

会議日程	日程調整は2か月前を目途に開始。貴省および委員の最多数が参加できる日程とする。参加が難しい委員には状況に応じ個別に意見聴取を行う
開催形式	平日の2時間で原則オンライン開催とする。状況に応じハイブリッド開催も想定。各回、委員・貴省とも弊社大手町オフィスでの参加も可能
資料確認	会議資料は会議1週間前を目途に貴省に確認する。確認後、電子媒体で委員・貴省へ資料を配布する
会議設計	効率的・効果的に開催するため、各会議の論点・ゴールを資料に明記する。各論点につきどの委員から意見をいただくかも設計し、会議に臨む
議事録	会議終了後、議事録は1～2週間内に作成し、貴省・委員に内容の確認を行う
開催回数	企画委員会は4回、評価分析WGは3回の開催を想定する。→開催時期・議題は次スライド参照 会議を待たずに検討すべき事項はメールにより委員へ意見照会を行う
会議体のすみ分け	企画委員会と評価分析WGで議論が重複しないように設計に留意する

委員候補(五十音順、敬称略)

氏名 ※★はWG兼任	所属	専門領域
伊藤 優子	龍谷大学短期大学部 社会福祉学 科 教授	介護・福祉/行政 実務
大澤 望★	株式会社大沢会計&人事コンサル タツツ 代表取締役	評価学
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	マーケティング
新藤 健太★	日本社会事業大学 社会福祉学 部 福祉援助学科 准教授	評価学/介護・福 祉
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	介護・福祉/行政 実務
吉岡 俊昭	公益社団法人 日本介護福祉士 会 常任理事	介護福祉/人材 育成
自治体職員 (未定)	貴省ご推薦の方、または過去に 本事業や老健事業にてつながり のある介護人材確保担当課の方	地方行政実務

### 3. 事業概要 ①事業を支える会議の開催:企画委員会・評価分析WG

- 企画委員会は4回、評価分析WGは3回を予定します。
- 企画委員会の前半では事業全般の設計について、後半では報告書全体の考察について議論します。評価分析WGでは特に評価分析・調査について議論します。

企画委員会		評価分析WG	
第1回 (6～7月)	<ul style="list-style-type: none"> <li>令和7年度事業概要(他実施主体を含む)の共有</li> <li>「介護のしごと魅力発信サミット」の企画・広報検討</li> </ul>	第1回 (8～9月)	<ul style="list-style-type: none"> <li>魅力発信等事業の内容・評価デザインについて (情報発信事業および国事業全体)</li> </ul>
第2回 (8月～9月)	<ul style="list-style-type: none"> <li>他実施主体の連携支援の状況報告</li> <li>「介護のしごと魅力発信サミット」の詳細検討</li> <li>アンケート・ヒアリング調査の対象・設問の検討</li> </ul>	第2回 (9～10月)	<ul style="list-style-type: none"> <li>魅力発信等事業の内容・評価デザインについて (情報発信事業および国事業全体)</li> </ul>
第3回 (11月～12月)	<ul style="list-style-type: none"> <li>「介護のしごと魅力発信サミット」報告・課題検討</li> <li>アンケート・ヒアリング中間報告・考察議論 ※調査の進捗による</li> <li>報告書章立て案の検討</li> </ul>	第3回 (2月)	<ul style="list-style-type: none"> <li>魅力発信等事業の内容・評価結果について (情報発信事業および国事業全体)</li> </ul>
第4回 (2月)	<ul style="list-style-type: none"> <li>他実施主体の事業進捗の報告・考察検討</li> <li>アンケート・ヒアリング結果報告・考察検討</li> <li>報告書(案)の検討※</li> </ul>		

※第4回開催後は、年度末となり委員の日程調整が難しいと見込まれるため、  
メールベースで報告書の確認を依頼する想定



### 3. 事業概要 ②実施主体・都道府県の連携を促す取組 a. 事業間連携会議

- ・ 本事業に携わる全実施主体と業界団体・職能団体が集まり、連携に向けた意見交換等を行う「事業間連携会議」を年3回開催します。

#### 会議概要

目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 情報発信事業による魅力発信がより効果的にするための意見交換や連携の模索</li> <li>・ 介護人材確保に向けた取組の共有による関係者の機運醸成、利活用可能コンテンツの共有</li> </ul>
開催日時・形式	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 年3回。最大3時間。詳細は下記「時間配分」参照</li> <li>・ オンライン（希望に応じ弊社オフィスでの参加も可）</li> </ul>
参加者 ( )内は令和6年度実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各事業実施主体（7団体）</li> <li>・ 介護に係る業界団体・職能団体（9団体）</li> <li>・ 貴省...オブザーバー</li> <li>・ 都道府県（10程度）...オブザーバー・参加任意</li> </ul>

会議の時間配分 ※令和6年度開催を基にしたイメージ

議題	スピーカー	経過時間
1. 開会・資料確認・会議趣旨説明	事務局	0:10(10分)
2. 開会あいさつ	貴省	0:15(5分)
3. 出席者紹介	事務局	0:35(20分)
4. 事業構造の説明等	事務局	0:40(5分)
5. 実施主体発表(計画・結果共有) (途中休憩含む)	実施主体 (8分/団体)	1:50(70分)
6. 業界団体・職能団体コメント	業界団体・職能団体 (3分/団体)	2:20(30分)
7. ディスカッション・情報共有	全員	2:55(35分)
8. 事務連絡・閉会	事務局	3:00(5分)

#### 「実施主体発表」・「ディスカッション・情報共有」時の議題(案)

回/時期	議題(案) ※貴省と調整の上決定
第1回 7～8月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各実施主体による<b>事業計画の共有</b>および<b>参加者への協力依頼</b></li> <li> <b>共同イベント(仮)の実施検討</b></li> <li>・ 事務局による<b>令和6年度介護の仕事に関するアンケート・ヒアリング結果の情報提供</b></li> </ul>
第2回 10～11月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各実施主体による<b>参加者への協力依頼</b>および<b>作成済コンテンツの利活用に関する周知</b></li> <li>・ 参加者全員による<b>魅力発信に関するディスカッション</b>または<b>関係実施主体による共同イベントの実施報告</b></li> </ul>
第3回 1～2月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 各実施主体による<b>連携結果の報告</b>および<b>作成済コンテンツの利活用に関する周知</b></li> <li>・ 関係実施主体による<b>共同イベントの実施報告</b></li> <li>・ 事務局による<b>令和7年度介護の仕事に関するアンケート・ヒアリング結果(速報)の情報提供</b></li> </ul>

#### ※共同イベント(仮)について

- ✓ 「介護に係る複数の団体」が参加する事業間連携会議の特徴を活かし、複数の実施主体と業界団体・職能団体が協力してひとつの魅力発信のイベント等に取り組むことを検討します。
- ✓ 事業採択された実施主体が計画する取組に、他の団体が参画(イベントのブース出展・対談企画への登壇等)する形を想定しています。
- ✓ 事業採択後に実施主体とコンタクトをとり、こうした連携イベントの実施可否や協力方法について協議します。

### 3. 事業概要 ②実施主体・都道府県の連携を促す取組 a. 事業間連携会議

- 事業間連携会議をより効果の高い情報発信や機運醸成につなげるため、共通の検討議題の設定や連携実施により焦点を当てた会議の設計を行います。

#### これまでの運営の工夫と課題

- 【工夫】魅力発信に関するディスカッションの充実
  - ✓ 介護人材確保の機運醸成を目的に、魅力発信に関するディスカッションの時間を設定。魅力の発信先やメッセージの検討、介護の仕事に関するアンケート結果の共有等を行ってきた。
- 【工夫】都道府県の参加呼びかけ
  - ✓ 都道府県にオブザーバーとして参加を呼びかけ、出席者の魅力発信の取組を聞き、参考としてもらう機会を提供してきた。
- 【課題】会議から生じる連携の不足
  - ✓ 顔合わせにより会議後の出席団体間の個別接触には貢献しているが、当会議の特徴である「介護に係る複数団体の参加」を活かした協力・イベント等の実施までは生み出せていない。



#### 令和7年度の運営目標

- 参加者共通の検討議題の設定【会議中】 ※前スライド右表にて詳細記載
  - ✓ より効果的な魅力発信や参加者の機運醸成を目的に、令和6年度に引き続き会議参加者に共通する議題を設定する。
  - ✓ ディスカッションは過年度から引き続きの設定となるが、令和7年度は共同イベント(仮)の実施も検討する。介護業界が一体となって魅力発信を行っていることを表明し、内外での機運醸成につなげる。
- 見直し 連携により焦点を当てた会議設計【会議前・会議中】
  - ✓ 実施主体が事業計画を発表する際、事業全般の説明はごく簡潔にし、詳細は資料に代えてもらう。その分の時間を使い、
    - ・協力を依頼したいこと...登壇・出演・コンテンツ展開など
    - ・尋ねたいこと...発信内容・発信先を充実させるために団体が協力・提供できることなどを示し、関係事業の説明に割くことを事前に依頼する。
  - ✓ 業界団体・職能団体が発言する際に、「協力可否の見通し」「問いへの回答」「事業をよくするための提案」の観点でコメントをしてもらうよう促す。
- 連携を促すためのフォロー【会議後】
  - ✓ 事務局は会議内での発言を踏まえ、会議後、実施主体に対して関係団体への事務局のつなぎやリマインド等が必要かを確認する。連携が立ち消えにならないように積極的に関わる。

### 3. 事業概要 ②実施主体・都道府県の連携を促す取組 b.実施主体mtg

- ・ 情報発信事業の実施主体と、①事業間連携、②評価分析の2つを主な目的として細かなコミュニケーションを行うmtgを設定します(令和6年度事業時旧称:オフトラックmtg)。
- ・ 昨年度より頻度を高め、各事業が当初計画から遺漏のないように進行するよう支援します。

#### 実施主体mtg 開催概要

目的	各実施主体の顔合わせや事業に関する説明・進捗の共有を行い、①連携の促進、②各実施主体の評価分析の促進 を目的とする。		
開催形式	議題・参加者に応じて時間・形式ともに都度柔軟に設定するが、概ね30分～1時間で原則オンライン開催を想定。 なお、初回は関係構築のため対面参加を推奨する。		
開催時期 議題・出席者	時期	議題	出席者/実施形式
	6～7月 (採択後すぐ)	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 【連携】各実施主体の事業計画の共有/広報協力イメージの相互発表 ※介護職発信事業は広報希望のコンテンツや時期を伝え、全国へ向けた情報発信事業・WEBを活用した広報事業は広報可能な媒体を伝える。</li> <li>・ 【連携】共同イベント(仮)の可能性に関する意見交換</li> <li>・ 【評価】評価を行う意義・評価デザインの方法の伝達</li> <li>・ 連携や評価に係る年間スケジュール(イメージ)の提示</li> </ul>	全実施主体/集合推奨 ※貴省にも声かけ想定
	7月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 【連携】事業進行の個別支援(委員候補や業界団体へのつなぎ、過去事業に係る情報提供、スケジュールや補助金執行の悩み相談等)</li> <li>・ 【評価】効果測定・評価フォーマットの記入の個別フォロー</li> </ul>	一部実施主体/個別オンライン ※実施主体の経験により声かけ先を検討
	7～8月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 【連携】介護職発信事業と全国へ向けた情報発信事業・WEBを活用した広報事業の広報協力のフォロー</li> </ul>	一部実施主体/2～3社でオンライン ※実施主体の状況によってはメールにて代替
	10～11月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 【連携・評価】事業進捗の確認、連携や効果測定の悩み個別フォロー</li> </ul>	全実施主体/個別オンライン ※同上
	1～2月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 【連携・評価】事業進捗の確認、連携実績の確認、各団体の報告書に掲載する考察等の振り返りサポート</li> </ul>	全実施主体/個別オンライン ※同上
	2～3月	<ul style="list-style-type: none"> <li>・ 【評価】事業結果の確認、弊社報告書記載の各実施主体に関する考察の内容確認、各団体の報告書に掲載する考察等の振り返りサポート</li> </ul>	全実施主体/個別オンライン ※同上

### 3. 事業概要 ②実施主体・都道府県の連携を促す取組 c. 魅力発信サミット

- 都道府県事業担当者が参加し、魅力発信の事例・活用可能なコンテンツの共有等を通じてモチベーション向上・魅力発信のヒント獲得につなげるイベントを開催します。
- 国事業の実施主体も都道府県事業の取組等を知り、将来の協力を検討する契機とします。

#### 介護のしごと魅力発信サミット 実施概要

目的

参加者

開催回数・形式

開催場所・時期

開催周知

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること  
また、情報発信事業の実施主体が、都道府県事業の取組等を知り、情報発信の内容等のヒントを得て活かすこと

都道府県事業の実施主体

一都道府県のほか、市区町村、社協、業界団体・職能団体、協力事業者等も参加可

1～2回。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催。

オンラインを考慮し、3時間程度 ※開催回数・時間等の詳細は貴省と相談の上決定

	案1(1回開催)	案2(2回開催)
場所(オンサイト参加の場合)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺)	① 東京(弊社大手町オフィス近辺) ② 大阪(弊社大阪オフィス近辺)
時期	① 9～10月 ※12月議会前、次年度予算編成にアイデアを反映させることが可能な時期として	① 9～10月 ② 11～12月
参加者	オンライン配信で全国から参加可。録画によりオンデマンド視聴も可能	案1に比べ、リアルタイム参加や関西以西の自治体の対面参加が広がる
目的との適合	事例やコンテンツ紹介が中心のため目的は十分達成可能	関西でも対面の情報交換が行われ、モチベーション向上・ヒント獲得に一層つながる可能性あり
工数・運営の懸念	弊社にて同形式で開催経験があるため、円滑に準備可能。1回開催とする分、他の連携にも注力可	工数倍化。参加者分散に伴う集客等対応のため、他の連携業務と優先度調整を行う可能性がある

魅力発信の必要性の再認識・モチベーションの向上

魅力発信のヒント獲得

都道府県事業の実施主体が魅力発信の必要性を再認識し、紹介される様々な取組に触発されてモチベーションが向上すること

都道府県事業の実施主体が国事業や他の自治体の取組、介護職の声等に触れて魅力発信のヒントを得ること

### 3. 事業概要 ②実施主体・都道府県の連携を促す取組 c. 魅力発信サミット

- 参加者に魅力発信の必要性(Why)を再認識してもらった上で、「何が発信に使えるのか」「何を発信すると良いのか」(What)、さらに発信事例や入職を意識した取組(How)を伝えます。

#### 介護のしごと魅力発信サミット プログラム案

※下記はいずれも仮の内容であり、詳細は貴省と協議の上決定する。

#	プログラム ※タイトル別途検討	内容イメージ	登壇者候補	想定時間
1	開会あいさつ・国施策の紹介	<ul style="list-style-type: none"> <li>介護人材の状況の見通しや魅力発信に関する厚生労働省の取組、「2040年に向けたサービス提供体制等のあり方」で議論された魅力発信の必要性等について紹介</li> </ul>	厚生労働省 社会・援護局 福祉基盤課 福祉人材確保対策室	15分
2	国事業の利用コンテンツの紹介・情報共有	<ul style="list-style-type: none"> <li>魅力発信に活かせる制作済みコンテンツ・活用法の紹介 小学生向け教材(朝日新聞社、マガジンハウス)、アンバサダー(KAIGO PRIDE)、ロジックモデル作成の手引き(PwC)など</li> <li>アンケート調査から見えた発信のターゲットや響くメッセージングの共有 楽天グループ、PwCが得た示唆など</li> <li>令和7年度制作予定のコンテンツやイベント等の予告 ニュースレター(後述)の記事募集など</li> </ul>	令和6・7年度事業に採択された各実施主体(任意協力)	40分 (5～10分*団体数として仮に5団体を想定)
3	介護職が感じる魅力・自治体に期待したいこと	<ul style="list-style-type: none"> <li>現役介護職が「介護のしごとの魅力」、「魅力発信のために自治体に期待すること・一緒にやりたいこと」を紹介</li> <li>プレゼン後、座談会形式で意見交換・質疑応答</li> </ul>	KAIGO PRIDEアンバサダー 1～2名	30分
4	参加者交流	<ul style="list-style-type: none"> <li>オンサイト参加者はテーブル内、オンライン参加者はブレイクアウトルームで交流</li> <li>自己紹介や「発信で困っていること」「他の自治体に聞いてみたいこと」等の意見交換</li> </ul>	(進行:事務局)	15分
5	魅力発信・入職支援の取組事例共有	<ul style="list-style-type: none"> <li>①魅力発信を精力的に行っている取組、②魅力発信から研修受講や職場マッチングにつなげた取組を紹介</li> <li>プレゼン後、座談会形式で意見交換・質疑応答。テーマは「予算獲得や限られた予算での取組の工夫」、「関係者をどう巻き込んだか」「委託先をどう見つけたか」など</li> </ul>	次スライドにて紹介 3団体程度	45分
6	閉会		途中に休憩も含め、全体で約3時間	



### 3. 事業概要 ②実施主体・都道府県の連携を促す取組 c. 魅力発信サミット

- 令和6年度の魅力発信等事業や老健事業にて精力的な取組が見えた自治体関係者を登壇者として検討します。

介護のしごと魅力発信サミット 自治体事例に係る登壇者候補

事例カテゴリ	自治体名等	取組内容(講演で取り上げるテーマ)
魅力発信に関する精力的な取組事例※1	宮城県	<ul style="list-style-type: none"> <li>特設サイト「介護って、クリエイティブだ」をオープン</li> <li>漫画「さくらと介護とオニオカメ!」とコラボした漫画「宮城講師編」や、Date fm「とび出せ高校生諸君!」、地元アイドル「いぎなり東北産」とのタイアップ企画を実施。オリジナルソングも制作</li> </ul>
	秋田県	<ul style="list-style-type: none"> <li>カイゴのイメージアップ動画「24時間観察ドキュメンタリー 介護のホンネ」をリリース</li> <li>介護施設を30台の固定カメラにより24時間撮影し、介護職員と利用者の関わりを収録。現役介護職員が介護の魅力について語るスタジオ部分と合わせて、秋田県公式YouTubeで公開</li> </ul>
	兵庫県明石市	<ul style="list-style-type: none"> <li>福祉現場の人材不足の原因のひとつ、「ハードでしんどい」イメージを払拭するため、明石市の産官学共創プロジェクトの一環で高校生の現場体験の様子を収録したドキュメンタリーを制作</li> <li>制度説明等を省略し、これまでにない切り口で「福祉のしごとの最前線」を伝えている</li> </ul>
介護の研修から入職までを一体的に支援する老健事業※2に係る取組事例	富山短期大学 健康福祉学科 中島 眞由美 教授	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域での魅力発信を入門的研修・マッチングにまでつなげる取組をリード</li> </ul>
	駒ヶ根市	<ul style="list-style-type: none"> <li>厚生労働省令和5年度補正予算事業「介護に関する入門的研修から入職までの一体的支援モデル」のモデル自治体</li> </ul>
	牧之原市	<ul style="list-style-type: none"> <li>地域での広報・魅力発信・研修につなげる取組を実践</li> </ul>

※1 いずれの自治体も令和6年度介護のしごと魅力発信等事業で実施した「介護のしごと魅力発信ニュースレター」に掲載希望を出しており積極的に活動

※2 厚生労働省令和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」(事業実施主体:PwCコンサルティング合同会社)



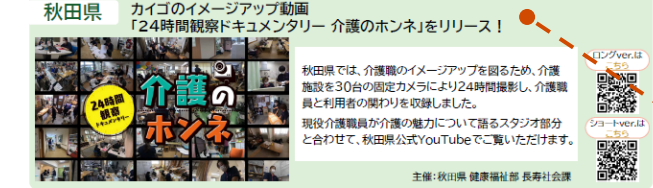
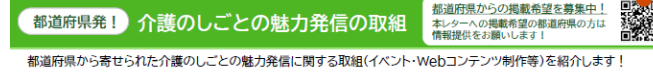
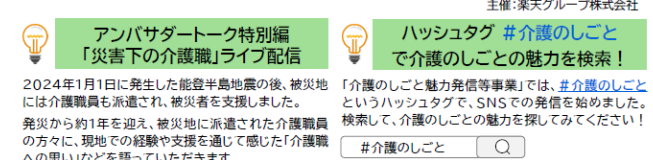
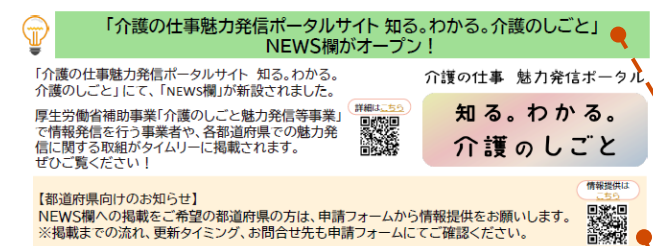
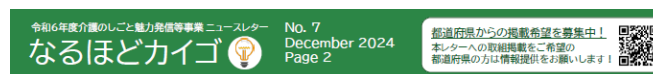
### 3. 事業概要 ②実施主体・都道府県の連携を促す取組 d. ニュースレター

- 各実施主体および都道府県事業の取組をまとめて広報するニュースレターを発行します。
- 魅力発信の事例やコンテンツを自治体等の関係機関に共有する手段としても活用します。

#### ニュースレター概要

目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>国事業の各実施主体および都道府県事業の魅力発信の取組の広報の補強（広報機能：B to C）</li> <li>自治体等関係機関への魅力発信の事例・利用可能なコンテンツの共有（連携機能：B to B）</li> </ul>
掲載内容	<ul style="list-style-type: none"> <li>国事業の実施主体および都道府県から情報提供された魅力発信の取組に関する情報</li> <li>次のソースから情報を収集する <ul style="list-style-type: none"> <li>-国事業 各種計画等のアウトプット</li> <li>-都道府県 情報提供専用フォーム（MS Forms）</li> </ul> </li> <li>A4サイズで1～3枚の情報量を想定</li> </ul>
発信・掲載先	<p>【弊社からの発信先】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>国事業の各実施主体</li> <li>業界団体・職能団体</li> <li>企画委員関係先</li> </ul> <p>【貴省からの発信先】</p> <p>※過年度に続き発信に協力いただけますと幸いです</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>貴省WEBサイト</li> <li>全国の労働局…ハローワークに掲示</li> <li>各都道府県の介護人材確保対策課…都道府県判断により管内市区町村にも一部展開</li> </ul>
発信頻度	<ul style="list-style-type: none"> <li>原則 月1回</li> <li>掲載希望が多い月には臨時で月2回発行も検討</li> </ul>
発信方法	<ul style="list-style-type: none"> <li>PDF形式のデータ送付</li> </ul>
その他備考	<ul style="list-style-type: none"> <li>発行の都度、関係者に連絡をするプッシュ型で情報提供できる点が強み</li> </ul>

#### 紙面イメージ



画像付きのコンパクトな記事を意識。詳細は情報提供元のサイトに誘導

二次元コード掲載とリンク埋め込みを行い、カメラ読取とクリック（タップ）の両方からアクセスが可能

各号に都道府県からの記事掲載依頼を受け付けるフォームへのリンクも掲載

都道府県の発信も国事業と同規模で掲載。広報と事例共有を兼ねる

### 3. 事業概要 ③事業効果の可視化・改善に向けた取組

- **事業間連携等事業(本事業)**は事業冒頭でロジックモデル作成し、評価指標を設定します。これに基づき、事業の取りまとめフェーズで自己評価を行います。
- **情報発信事業**の評価は各実施主体が行う評価結果をもとに実施します。情報発信事業においても適切な評価がなされるように、事業冒頭で「評価を行う意義」等の説明を行うとともに、事業期間中に情報発信事業者との定期的なタッチポイントを設けて伴走支援を実施します。

評価の 階層	評価時の観点	事業間連携等事業が実施すること	
		事業間連携等事業の評価関連	情報発信事業の評価関連
ニーズ 評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>解決されるべき社会的ニーズはどこにあるのか</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 過去の魅力発信等事業における課題(国事業間の連携、国—都道府県の連携)を確認する</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 「介護の仕事に関するWEBアンケート調査」を実施する</li> <li>✓ 介護福祉士養成施設向けヒアリング調査を実施する →ターゲット層や発信すべき内容の特定</li> </ul>
セオリー 評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>上記の社会的ニーズの解決に向けて妥当な戦略になっているか</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ロジックモデルを作成する</li> <li>✓ アウトプットの目標値を設定する</li> <li>✓ アウトカムの指標及び測定方法、達成目標を設定する</li> <li>✓ アウトカム評価の際に「セオリーが妥当だったかどうか」の振り返りを行う</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 評価を実施する意義、評価の流れ等について説明する</li> <li>✓ 各実施主体の計画書をもとに各活動のアウトカムを把握し、アウトカムの妥当性、評価指標、指標測定方法等を確認、助言する</li> <li>✓ アウトカム評価の際に「セオリーが妥当だったかどうか」の振り返りを依頼する</li> </ul>
プロセス 評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>活動は計画通りに実施されたのか</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 活動の実績(アウトプット)と計画を照らし合わせ、計画通りに実施できたこと、できなかったこと、その理由を洗い出す</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 活動の実績(アウトプット)と計画を照らし合わせ、計画通りに実施できたこと、できなかったことを洗い出すように依頼する。(計画通りでない場合は理由も把握する)</li> <li>✓ 事業途中で事業間連携会議等の資料を用いたモニタリングを行う</li> </ul>
アウトカム 評価	<ul style="list-style-type: none"> <li>プログラムの実施により、期待されていた効果は得られたのか</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ ロジックモデル策定時に設定したアウトカム指標の測定を行い、目標に照らして評価を行う</li> <li>✓ 思うように効果が出なかった場合は、その理由(計画通りに活動を実施できなかったからなのか目的に沿った活動ではなかったのか等)を振り返る</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>✓ 評価デザインについてヒアリング、助言をする</li> <li>✓ 事業冒頭で設定しているアウトカム指標の測定結果に基づき、目標に照らして評価を行うよう依頼する</li> <li>✓ 思うように効果が出なかった場合は、その理由(計画通りに活動を実施できなかったからなのか目的に沿った活動ではなかったのか等)を振り返ってもらう</li> </ul>

### 3. 事業概要 ③事業効果の可視化・改善に向けた取組

- 事業効果分析は各実施主体にとってサブの取組という位置づけであり、対応の優先度が低くなる傾向にあります。令和6年度の魅力発信事業では、国事業の評価に関する課題として「タイムリーな情報把握・フィードバックの不足」が挙げられました。
- そのため、令和7年度は事業期間を通じて、より積極的なフォローアップを行います。

#### 令和6年度の国事業評価に関する成果と課題

##### 成果

- 事業効果分析の実施に必要な専門性の部分について情報発信事業へのサポートを行い、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。
- 事業内容や成果をまとめるための様式を提供して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を作った。
- 各実施主体の事業についてアウトプットやアウトカム、ターゲット等の情報を整理し、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）を取りまとめた。

##### 課題

- 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。
- 事業間連携等事業の立場からしても、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緊急度が高い事項への優先対応を依頼せざるを得ない。
- そのため、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。

#### 令和7年度の国事業評価分析の支援方針

**事業開始から終了まで各実施主体と定期的なタッチポイントを設け、タイムリーな情報把握とフィードバックを行う。**

具体的には…

- 実施主体ごとに社内メンバー1名を担当として割り当て、年間を通じて進捗を確認・フォローアップする。
- 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、各実施主体と合意する。その際には、事業間連携会議のスケジュールや各実施主体の繁忙期を勘案する。
- 当該年度に新規参画した実施主体がいる場合には、対面・オンラインのミーティングの場を設けて助言したり評価指標の案を作成したりするなど、より手厚い支援を行う。



### 3. 事業概要 ③事業効果の可視化・改善に向けた取組

- 事業冒頭に加え、事業期間中も情報発信事業の各実施主体とのタッチポイントを定期的に設けます。評価デザイン及び評価の実施に関する助言や、事業期間中の評価デザイン及び企画内容の変更・調整についての相談受付などを行い、事業効果の可視化・改善を実現します。

情報発信事業者の実施主体との評価に関するタッチポイント(年間スケジュール)

時期	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
マイルストーン		評価フォーマット 記入・提出 ★	第1回 WG ★	評価フォーマット 更新・提出 ★	第2回 WG ★				第3回 WG ★	評価フォーマット 記入・提出 ★
	実施主体ごとに社内メンバーを担当として割り当て、年間を通じて進捗を確認・フォローアップ									
対象者	全ての実施主体	ご支援を希望の実施主体				ご支援を希望の実施主体				全ての実施主体
形式 (手法)	合同実施 (オンライン会議)	個別実施（オンライン会議orメール）				個別実施 (オンライン会議orメール)				個別実施（オンライン会議orメール）
目的	評価の必要性や実施方法について、情報発信事業者に理解してもらうこと	評価に関する悩み相談やフィードバックをして、評価デザインをブラッシュアップすること				企画の進捗と評価の実施状況を把握し、必要な助言を行うこと				事業を振り返り、次年度に向けた改善事項などの分析に必要な情報を集めること
主な説明/ 聞取り事項 <small>説明事項…黒字 聞取り事項…橙字</small>	<ul style="list-style-type: none"> <li>評価を行う意義と具体的な実施方法</li> <li>指標を設定する上での悩み</li> <li>取得予定のデータ</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>評価デザインへのフィードバック(WG委員のコメント等)</li> <li>評価デザインに関する悩み</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>評価のためのデータ取得、最終評価・振り返りに関する留意点</li> <li>評価デザイン及び企画内容の変更・調整を検討している点</li> <li>評価のためのデータ取得状況</li> </ul>				<ul style="list-style-type: none"> <li>評価結果記入時の留意点</li> <li>評価のためのデータ取得状況</li> <li>最終評価を行う上での悩み</li> </ul>
補足	実施主体の状況に応じて、個別の会議やメール等でフォロー	実施主体の状況に応じて、会議の実施等を提案				実施主体の状況に応じて、個別の会議やメール等でフォロー				進捗状況に応じて、複数実施主体での合同会議を提案

### 3. 事業概要 ③事業効果の可視化・改善に向けた取組

- 年度末に情報発信事業の振り返りを行うため、「事業概要」「ターゲット」「アウトプット」「アウトカム」の計画・実績を記入するフォーマットを作成します。
- 事業冒頭でフォーマットを提示し記入を依頼することで、事業期間中に取得すべきデータなどに関する情報発信事業実施主体の理解が深まり、より適切な事業評価に繋がると考えます。

#### 評価分析項目案

##### 【1. 事業概要について】

- 事業の項目（プロジェクト名）
- 事業名（個別の取組名）
- 企画背景および取組内容
- 利用媒体、アプローチ方法（例. イベント、テレビ、SNS 等）
- 実施期間（計画/実績）

##### 【2. ターゲットについて】

- ターゲット層（例. 年代、介護経験、介護の仕事への関心度等）
- リーチするための工夫
- 振り返り（実際にリーチできたか否かとその理由）

##### 【3. アウトプットについて】

- 指標
- 計画・目標
- 実績
- 振り返り（計画通りに進んだか否かとその理由）

##### 【4. アウトカムについて】

- 指標（定量的なものの場合、目標とする数値）
- 測定結果
- 測定のタイミング、測定方法
- 測定対象および対象者数
- コンテンツ接触者や企画委員からの感想/反応
- 振り返り（手ごたえを得られた点や課題）

##### 【5. 連携について】

- 他実施主体や業界団体との連携内容（連携している場合）
- コンテンツが掲載されたURLなど

#### フォーマットのイメージ

- Excel形式のフォーマットを想定
- 個別の取組ごとに1行で記入する
- フォーマットの記入期日は、事業開始時期である7月頃と事業終了時期である3月までの2段階に分ける
- 適切な評価デザインを実現するため、フォーマット上で各項目について記入時の観点を示す
- 過年度の介護のしごと魅力発信等事業において情報発信事業の実施主体から提出された評価フォーマットのうち適切なものを、記入例として参考共有する

事業概要																
★事業の項目 (プロジェクト名)	★事業名 (個別の取組名)	★企画背景および取組内容							★利用媒体・アプローチ方法 (メインの媒体に○、広告等のサブで用いたものに△)				実施期間			
		取組を企画した経緯・目的、取組内容を簡単に記載ください。							イベント (イベント) オンライン	テレビ ラジオ	新聞・ 広告	WEB 記事	SNS	その他 (その他)	★計画 (交付申請時点)	実績

ターゲット			アウトプット			
★ターゲット層	★リーチするための工夫	振り返り	★指標	★計画・目標	実績	振り返り
主たる対象の属性を記載。 例：年代、介護経験、介護の仕事の認知度合い・興味関心の有無など	左記ターゲットにリーチするための工夫をご記載ください。	ターゲットにリーチできたか否か、リーチできなかった理由をご記載ください。	アウトプットの指標をご記載ください。 例：放送回数、件数、開会回数、参加人数	事業年度内に指標で目指す値をご記載ください。	アウトプットの結果をご記載ください。	計画通りに進んだか否か、実績が計画を上回った/下回った理由をご記載ください。

アウトカム								★他実施主体や業界団体との連携内容	コンテンツが掲載されたURLなど
★企画案決定時、別記4に紐づくアウトカム	★アウトカムの詳細	★指標	★目標	測定結果	★測定のタイミング・測定方法	測定対象（★）および対象者数	コンテンツ接触者や企画委員からの感想/反応		
事業時の様式（別記4 実施事業におけるアウトカムの測定について）にて表添付に紐づいたアウトカムをご記載ください。	左記アウトカムの詳細（誰が、どのような状況になるか）をご記載ください。	アウトカムの指標をご記載ください。	アウトカム指標が定量的なものの場合、目標とする数値をご記載ください。	アウトカム指標の測定値をご記載ください。	事業年度内のタイミング及び方法（アンケート、インタビュー等）をご記載ください。	事業年度内対象および対象者数（アンケートの場合は対象者数（配布数）に追加して、実際の回答者数もご記載ください。	コンテンツに関する感想（「コンテンツがわかりやすい」「記事・成果を定量的に表すものがあれば」といった内容）をご記載ください。	協力施設等の他実施主体や業界団体・職員等と連携した内容があればご記載ください。	Webコンテンツの場合、記事や動画、YouTubeチャンネルURL等をご記載ください。



### 3. 事業概要 ④よりよい魅力発信の在り方を検討するための取組

- ・ 介護の仕事に関する魅力発信のよりよい在り方を検討するための取組として、WEBアンケート調査およびヒアリング調査を実施します。

#### 調査目的

#### 1 介護の仕事の魅力発信について、より効果的な方策を実現するための現状把握

- ・ **効果的な魅力発信を行うための基本情報をアンケートにて把握する。**また、これらの項目について回答者の属性による回答傾向の違いを分析し、魅力発信におけるターゲティングの参考情報を整理する。

##### 基本情報となる項目(例)

- ・ 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
  - ・ 介護の仕事を就職先候補に含めている人の割合
  - ・ 介護の仕事のイメージ、介護との関わりがある人の割合 など
- ・ そして「介護の仕事に関するアンケート調査」は令和3年度から継続して実施しているアンケート調査であるため、特に重要な設問については今年度も継続して調査に含めることで経年変化を追うことを想定している。また、**定性的な情報を得るために入職候補者へのヒアリングを実施**する。



#### 2 介護の仕事に興味・関心を持っている人を入職につなげるために必要なアクションの把握

- ・ 魅力発信の在り方について、令和6年度事業の関係者(企画委員、実施主体など)からは「**せっかく福祉・介護に興味を持っている人がいても、親族や友人・知人、教員が止めてしまうケースがある。さらに、介護職員自身が実習生などに対して『介護職員になるのは止めたほうが良い』と言ってしまふケースがある。無関心層へのアプローチだけでなく、こういったケースを減らしていくことも重要ではないか。**」という意見があった。
- ・ 令和3年度～令和6年度までの調査においては、無関心層(介護の仕事を認知していない人/興味・関心がない人)へのアプローチに重点を置いて分析・考察を行ってきたが、この点に関する考察は令和5年度までに一定完了している。そのため今年度は「**介護の仕事に興味・関心を持った人が入職に至るまでのステップにおいてどのようなハードルが存在するのか**」をリサーチクエスチョンとして調査を行う。
- ・ 入職を考えたまっかけや入職するにあたっての不安等を深堀するためには一定数の入職候補者から意見を聞く必要があるため、**従来実施していたWEBアンケート調査に加え、介護福祉士養成施設に通っている人および教員へのアンケートを実施**する。養成施設へのアンケートを実施する際は、公益社団法人日本介護福祉士養成施設協会にご協力いただく(先方内諾済み)。

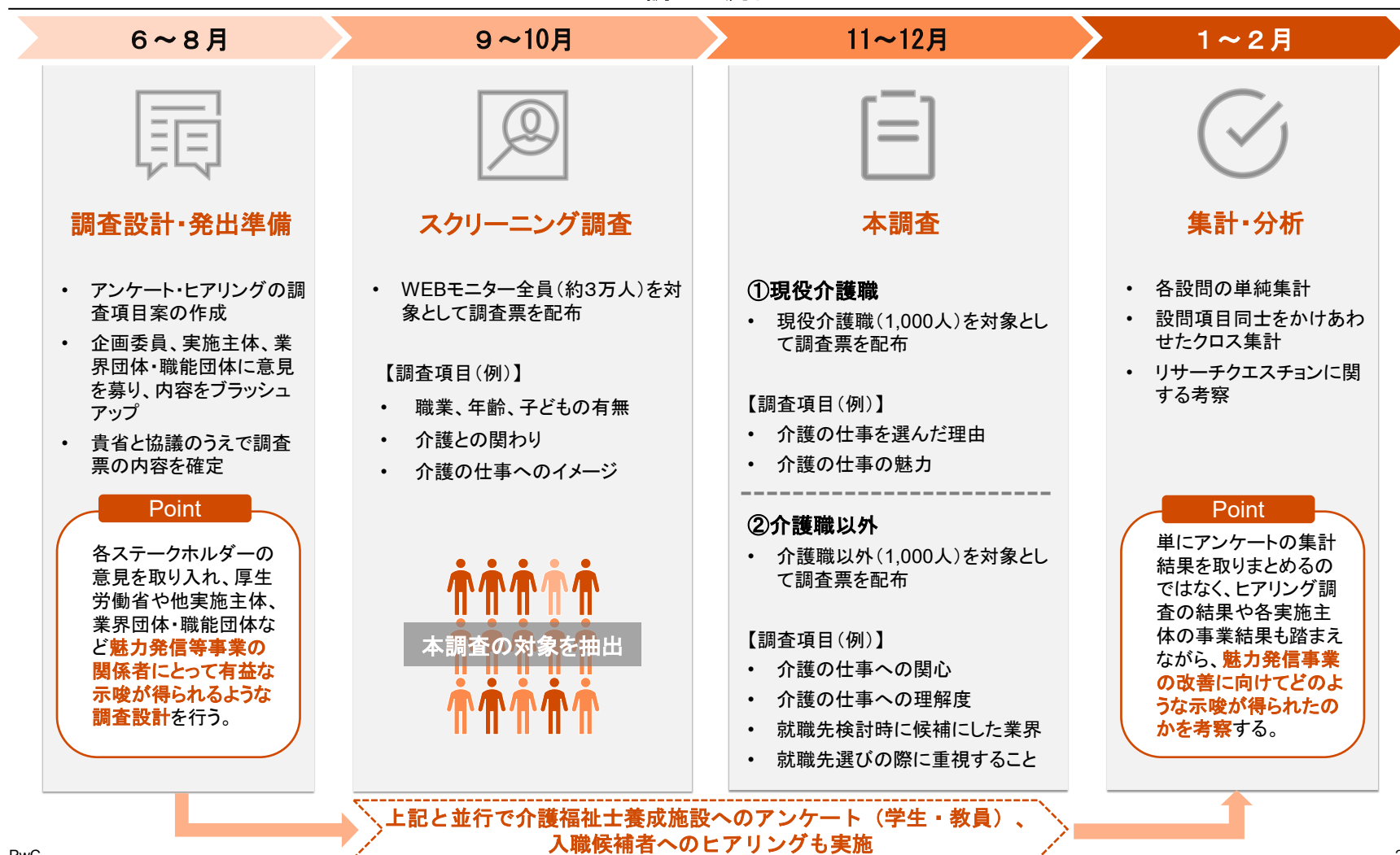




### 3. 事業概要 ④よりよい魅力発信の在り方を検討するための取組

- 調査設計時には、企画委員だけでなく実施主体や業界団体・職能団体への意見聴取を行い、魅力発信等事業の関係者にとって有益な示唆をもたらすことができる内容にします。

#### 調査の流れ



### 3. 事業概要 ⑤報告書の作成

- 事業の経過と評価分析結果を報告書にまとめ、事業の振り返りを踏まえた今後の事業発展を見据えた課題・対応案を掲載します。

#### 章立て案

#### 1. 本事業の概要

- ① 事業の背景・目的
  - a. 事業の背景
  - b. 事業の目的
- ② 本事業の推進に係る会議等の設置運営
  - a. 企画委員会の設置運営
  - b. 評価分析WGの設置運営
- ③ 実施事業の概要

#### 2. 実施結果

- ① 実施主体や都道府県連携を促す取組
  - a. 事業間連携会議の開催
  - b. 実施主体間の連携支援
  - c. 介護のしごと魅力発信サミットの開催
  - d. 介護のしごと魅力発信等事業ニュースレターの発行
  - e. 事業間連携に関する取組の評価
- ② 事業効果の可視化・改善に向けた取組
  - a. 事業効果の可視化・改善に向けた取組内容
  - b. 事業効果の分析結果
- ③ よりよい魅力発信のあり方を検討するための取組
  - a. 調査概要
  - b. 調査結果

#### 3. 考察

- ① よりよい魅力発信のあり方
  - a. 魅力発信を行うべきターゲットと発信方法
  - b. 共感を得られるメッセージ
- ② 情報発信事業の成果・課題
  - a. 成果
  - b. 課題と今後の方向性
- ③ 事業連携の成果・課題
  - a. 成果
  - b. 課題と今後の方向性

## 4. スケジュール

- 本事業はおおむね5月下旬から2月までを主な活動期間とし、成果物を報告書にまとめます。
- 事業間連携会議と魅力発信サミットというイベントをマイルストーンとして円滑な実施に努めます。

		令和7(2025)年						令和8(2026)年						
		5	6	7	8	9	10	11	12	1	2	3		
①事業を支える会議	a. 企画委員会		委員選任・ 会議調整	★ 第1回		★ 第2回			★ 第3回		★ 第4回			
	b. 評価分析WG				★ 第1回		★ 第2回			★ 第3回				
②実施主体・都道府県の連携を促す取組	a. 事業間連携会議			★ 第1回			★ 第2回				★ 第3回			
	b. 実施主体mtg		★ 顔合わせ	★ 事業進行・ 評価分析計画支援	★ 広報連携支援		★ 進捗確認・ 評価分析支援			★ 進捗確認・ 評価分析支援	★ 結果確認・ 評価分析支援			
	c. 介護のしごと魅力発信サミット		日程確保用広報 会場確保	登壇者依頼・ 広報・申込準備	参加受付 アンケート検討	★ 東京開催	広報・参加受付	★ 大阪開催	アンケート集計・ 振り返り・ アーカイブ公開準備	アーカイブ動画 公開				
	d. ニュースレター		原則月1回発行(8～2月号の作成を想定) 掲載記事は随時、国事業実施主体と都道府県に照会											
③事業効果の可視化・改善に向けた取組				評価分析計画 提出依頼		評価分析計画 更新依頼					評価分析結果 提出依頼			
④よりよい魅力発信のあり方を検討するための取組	a. アンケート		調査設計・発出準備			スクリーニング調査		本調査		集計・分析				
	b. ヒアリング				調査設計・ 調査対象選定			ヒアリング実査		分析				
⑤報告書の作成								章立て案検討	報告書案 初稿起案	委員 確認	案 更新	委員 確認	最終 化	印刷 納品

# Thank you

[www.pwc.com/jp](http://www.pwc.com/jp)

© 2025 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](http://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.