

厚生労働省 社会・援護局福祉基盤課 福祉人材確保対策室 マンパワー企画係 御中

令和8年度

企画提案書

# 介護のしごと魅力発信等事業

## 情報発信事業（全国へ向けた情報発信事業）



株式会社マガジンハウス

令和8年3月13日

# 事業目的と内容

## 事業目的

イベント、テレビ、WEB等を活かした取組を通じて、全国に向けた情報発信を行うことにより、多くの国民が、福祉・介護の仕事について新たに関心を持ち、理解を深めるとともに、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。

## 事業主眼

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。

## 事業内容

### ● 企画委員会の設置

- 実施主体の事業内容に対して客観的な立場から技術的・専門的助言等を行う企画委員会を設置する。
- 企画委員は、事業目的に応じて、学識経験者、有識者、職能団体、事業者団体、教育関係団体等からなるものとする。
- 企画委員会による専門的知見を踏まえて、事業内容を決定する。また、企画委員会から事業内容のほか事業実施や取組の効果を最大化するために必要な助言等を求める。企画委員会の議事録を作成するとともに、当該委員会で受けた助言等を事業内容等に反映できるか検討等を行い、企画委員会等に報告を行う。

### ● 事業間連携会議等への参画

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

### ● イベント、コンテンツ作成、情報発信等の実施

- イベント、コンテンツ作成等を実施し、介護のしごとの魅力を発信する。
- イベント、コンテンツ作成、情報発信等の実施にあたっては、多くの国民から新たに関心を得られるかという観点を踏まえ全国的な波及効果の期待できる事業内容を検討する。
- イベント、コンテンツ作成、情報発信等の実施に先立ち、情報発信事業の各実施主体及び事業間連携等事業の実施主体とも連携しながら、各種広告媒体を活用した周知を行う。
- 幅広く周知を行うためには、各実施主体のネットワークを相互に利用できるようにすることが効果的であるため、情報発信事業を実施する他の実施主体間及び事業間連携等事業との間で相互に連携を図りながら事業を実施する。特に、介護職発信事業については、情報発信の部分を、全国に向けた情報発信事業やWEBを活用した広報事業において実施することを念頭に置いていることから、介護職発信事業実施主体の企画内容を早急に把握し、企画内容を踏まえた情報発信の手法を検討するなど、密な連携を取り事業を実施する。
- 本事業で行う取組または本事業により作成した成果物は、国民の誰もがアクセスできる形態とする。

### ● 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・援護福祉基盤課及び事業間連携等事業の実施主体と協議の上、アウトカムの測定指標や測定方法を設定し、これに沿って実施事業の自己評価を行うとともに、事業間連携等事業等で実施する事業全体の効果分析の取り組みに協力するなど、個々の事業及び全体の事業効果の最大化に向け取り組む。
- 自己評価に当たっては、事業実施における課題を整理するとともに、企画委員等の専門的・技術的助言も参考にし、課題解決に向けた分析・考察も加える。また、介護職発信事業との連携した情報発信にあたっては、企画内容等を踏まえ、事業効果の分析をどのように行うかについても、密に連携を取りながら実施する。

## 介護のしごとへまだ関心を持っていない若年層、小学生・中学生・高校生・大学生とその周囲の大人たちへ向けて、**興味喚起**から**理解促進**、そして**選択肢化**へ、広報活動を戦略的に実施します。

私たちは、本事業にあたり、介護のしごとに対して関心を持っていない、職業選択の想定に入れていない20~30代の若年層をメインの対象にした広報活動を展開します。

また、小学生、中学生、高校生、大学生、その周囲にいる大人（親や教育者）の興味喚起、理解促進、ネガティブイメージの誤解払拭も重要と考え、イベントや体験、広報ツールの提供を引き続き実施する計画です。

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

また、職業としての待遇・条件面、職場・労働環境面、キャリアアップなどの実態や情報を捉え、「介護職」に対する実態とは異なる、誤解やネガティブな印象を少しでも払拭すべく、情報発信していく姿勢で臨みます。

私どもマガジンハウスはこれまで3年間、本事業に取り組み、若い層に人気の雑誌誌面やウェブ、トークイベント、スペシャルブックの全国配布を通して幅広い層に興味喚起を行いました。また、福祉をテーマにしたメディア「ここ」での連載やイベント等を通して理解促進にも取り組みました。こうした興味喚起から理解促進、そして情報リサーチといった行動変容に応える広報活動をさらに精緻化して取り組む所存です。

私たちマガジンハウスは、メディア運営のスキル、クリエイターや著名人との関係を通じて、これまでも現在も、多くの読者と出会い、共感を軸につながり、一定の影響を持つチームです。

私たちが、福祉・介護の現場で優れた実践を行っている事業者や専門家と連携しながら、福祉・介護にこれまで出会っていなかった層も含めて、多くの方と発信を通して出会い、つながり、福祉・介護の仕事への理解や従事への第一歩をつくる事業を展開したいと考えます。

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



事業実施主体の紹介



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

会社名	株式会社マガジンハウス
本社	〒104-8003 東京都中央区銀座3-13-10
従業員数	192名
資本金	9000 万円
代表者	鉄尾 周一(代表取締役社長)
関連会社	平凡商事株式会社 / 株式会社音響ハウス
事業内容	雑誌・書籍の出版
定期刊行物	アンアン、ポパイ、クロワッサン、ブルータス、ターザン、ハナコ、ギンザ、カーサブルータス、クウネル、アンドプレミアム
WEBサイト	マガジンワールド、コロカル、アンアンウェブ、カーサブルータスドットコム、クロワッサンオンライン、ギンザマグドットコム、こここ、他
刊行書籍	「漫画 君たちはどう生きるか」(吉野源三郎・羽賀翔一)、「きょうの猫村さん」(ほしよりこ)、「美を尽くして天命を待つ」(林真理子)、「REVALUE NIPPON PROJECT 中田英寿が出会った日本工芸」(コロカル編集部)他多数



## 「こここ」の紹介

個と個と一緒にできること。



福祉をたずねるクリエイティブマガジン マガジンハウス



「個と個と一緒にできること」を合言葉に掲げ、マガジンハウスが2021年4月に創刊したウェブマガジンです。福祉をたずねるクリエイティブマガジンとして、福祉発のユニークなプロジェクト、プロダクト、カルチャー情報から、現代社会を捉えるための思想や書評、対談まで幅広い情報をお届けしています。

“わたし”と“あなた”、そして同時代を生きる多くの人とどのように共に過ごし、何を一緒にできるのでしょうか。そんな大きな問いを抱え、「福祉」をたずねて旅に出るメディア。それが〈こここ〉です。そもそも「福祉」とは、「幸福」を指す言葉。社会に関係のない人がいないように、福祉に関係のない人もいません。この世界に生きるわたし達みんなに関わることで、それが福祉だと〈こここ〉は考えています。この旅は、もしかしたら悩んだり立ち止まったりするばかりの道中かもしれません。ぐるぐる同じところを回ったり、いきなりジャンプするような珍道中にもなりそうです。「あれが未来だよ!」「これが答えだよ!」と指を指し、旗を振るようなメディアにはなれそうにありません。旅の持ち物は「問い」ひとつ。道中で見つかるのもきっと「問い」ばかりです。それでも今の社会をやわらかくし、次の“わたし達”を創造するヒントを探すため仲間と歩いています。もしよかったら、そんな〈こここ〉と一緒に出かけしてみませんか。“あなた”と“わたし”と一緒にできることを探してみませんか。

マガジンハウスでは、このメディアプロジェクトを通し、福祉・介護に関わる入口を創造していきます。

## 本年度事業の目標と指針

1

### 介護のしごと無(未)関心若年層への興味喚起・認知・理解促進

高齢化社会で増大する介護のニーズに応える人材確保のために、20~30代を中心とした無関心若年層の興味喚起、理解促進のため、メディア広報とイベント実施。

2

### プレ若年層とその周囲の大人への興味喚起・認知・理解促進

小学生、中学生、高校生、大学生、その周囲にいる大人（親や教育者）のネガティブイメージ誤解払拭、興味喚起、理解促進のため、イベントや体験や広報ツールの提供。

3

### 広報戦略を緻密に設定し、多様なアプローチと効果検証を行う

「興味喚起」→「理解促進」→「情報取得」→「入職動機の喚起」へ向けた広報戦略を策定し、メディア・イベント・動画・SNS等を活用して立体的・戦略的な広報活動を展開。メディア運営の知見を活かし、コンテンツの質と量の最適化・最大化を意識しながら効果検証を実施する。

4

### 介護職の先進事例、働く現場の良質な事例を掘り起こし、やりがいをリアルに伝える。

福祉・介護について学ぶ機会や、働きやすい環境づくりのための多様な働き方を推進する事業所の取り組み、ICT・介護ロボット等を活用した事業所の取り組み、介護福祉士養成施設・福祉系〇頭学校等で学ぶ学生、現場で働く様々な職員からのメッセージの紹介を行う。

5

### 労働条件・キャリアアップ・ワークライフバランス等業務環境のリアルを伝える

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

6

### 事業間連携等事業（特に介護職発信事業実施主体）との連携強化

各情報発信事業実施主体や介護職発信事業実施主体との連携を強化し、それぞれの事業コンテンツの連携により広報効果を拡大しながら、広範な層へのアプローチを図る。

# 「なぜ、いま、介護のしごと？」

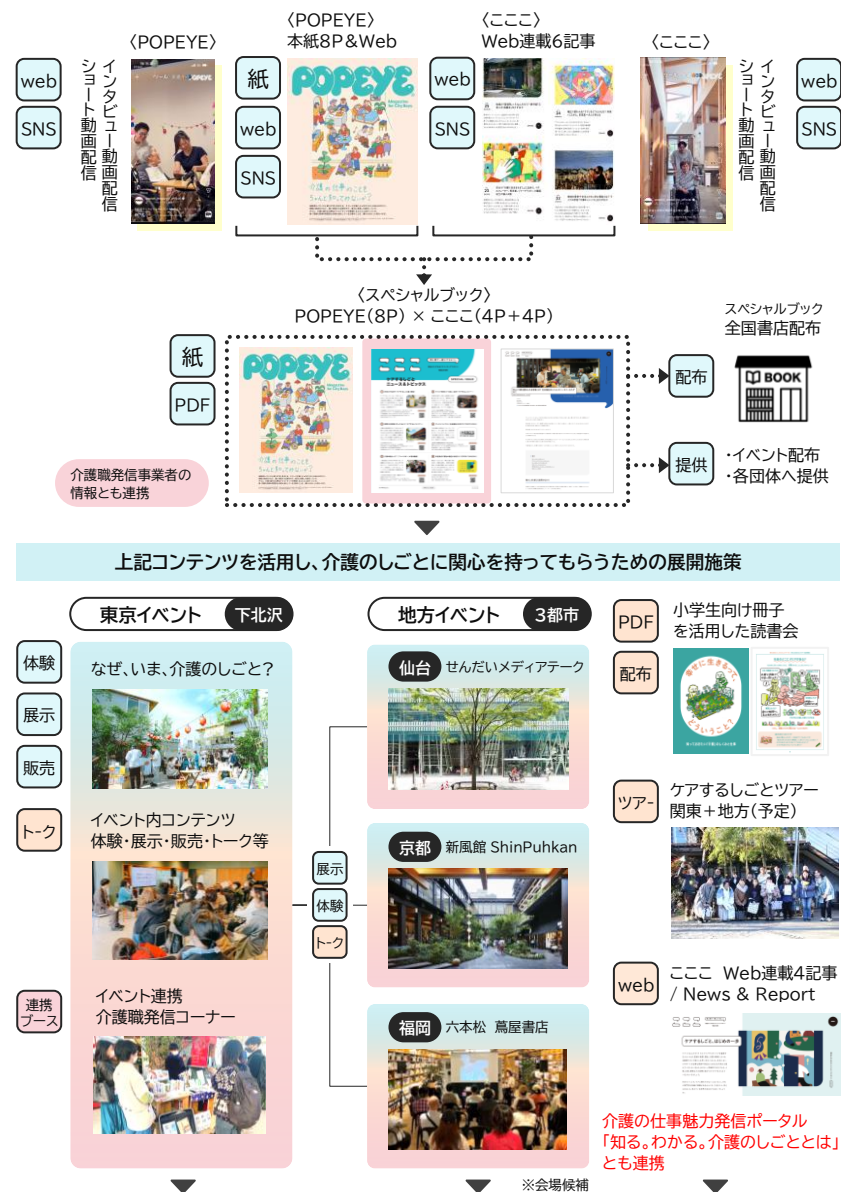
福祉・介護が私たちのくらしや社会にどうつながっている？



# プロジェクト全体像

WHO	WHAT	MEDIA	HOW
無(未)関心層	興味喚起	Paper	POPEYE(本誌:8P)
		Web / SNS	POPEYE(Web:3記事)
		Web	POPEYE(インタビュー動画:3本)
		SNS	POPEYE(ショート動画:3本)
		Web / SNS	こここ(Web連載:6記事)
		Web	こここ(インタビュー動画:3本)
		SNS	こここ(ショート動画:3本)
		Paper / Web	POPEYE×こここ(スペシャルブック)
		Event	東京イベント 介護職発信事業連携コンテンツ
		Event	地方イベント(3都市) 介護職発信事業連携コンテンツ
関心層	理解促進	Web / SNS	こここ(News&Report:5記事)
		Tour	ケアするしごとツアー(4回)
		Contents	「幸せ本」を活用した読書会(大人向け)

※リアルイベント(東京・地方)では、介護職発信事業者と連携したコンテンツを設けて事業間連携を強化します。



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、仕事の魅力を感じる状態

Magazine for Cityboysをキャッチコピーに、1976年から発行を続けるPOPEYEは、まさにCityboyたちに深い影響力を持つファッション&カルチャーマガジンです。雑誌広告を見て店舗を訪れる率20%、企業やブランドのSNSへのアクセス率15%と、高いコンバージョンレートを誇っています。また、POPEYEは女性読者も多く持ち（POPEYE WEBのデータでは女性読者40%）、女性からの支持も大きいメディアです。POPEYEでは、「介護のしごとと魅力発信事業」で2020年3月号に16ページの特集を、2023年10月号、2024年10月号、2025年10月号で8ページの特集を制作し、幅広い読者にアピールしました。また、一昨年度には日本雑誌広告賞のタイアップ部門銀賞を受賞し、大きな話題となりました。今回は前年度に引き続き、福祉・介護のしごとに対して無関心（未関心）な読者へ興味喚起と共感を得ることを主眼とした記事制作を行います。

## 企画案 | なぜ、いま、介護のしごと？

福祉・介護のしごととのクリエイティビティ

POPEYE

POPEYE web



# POPEYE

POPEYE本誌に8Pのタイアップ記事を掲載  
タイアップ記事のコンテンツ詳細は、次頁にて記載

若手 介護職 ルポ③	若手 介護職 ルポ②	若手 介護職 ルポ①	表紙
P5	P4	P3 P2	P1
介護をめぐる カルチャー コラム		福祉とつながる クリエイターに聞く、 「ケアのクリエイ ティビティ」	
P8		P7 P6	

※台割は仮のものになります

掲載号 | 2026年10月発売号(仮)  
 掲載ボリューム | 4C8Pタイアップ  
 発行部数 | 75,667部 ※JMPA印刷証明付発行部数

# POPEYE web

本誌8Pタイアップ記事をPOPEYE webに転載  
3回に分けて発信



※イメージ

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

## なぜ、いま、介護のしごと？ —— 福祉・介護のしごとのクリエイティビティ（仮）

介護のしごとはハード？ 給与が低い？ 若手のしごとではない？ そんな誤解を持つ人が多くいます。でも、現場には、やりがいを感じて、生き生きと働く人や、ITやAIなどテクノロジーを駆使する人、自分の趣味や特技を活かしながらクリエイティブに介護を展開する人など、新しい価値観や働き方が生み出される場でもあるんです。ちょっと意外で、リアルな「介護のしごと」を覗いてみませんか？

### コンテンツテーマ案

#### ● 私が介護のしごとを選んだ理由。

介護の現場で働く若手職員のルポ。しごとの内容、入職の動機、働きがい、クリエイティビティ、楽しさ、大変さ、未来やキャリアについて尋ねる。

#### ● 介護のしごと、働き方が多様です。

フルタイムだけでなく、パートタイムや自分の夢や趣味との両立など、多様な働き方の事例を紹介。

#### ● 福祉・介護の入り口。人や場所。

テクノロジー、カルチャー&アート、イベント、プロジェクト、メディア発信など、福祉・介護の興味の入り口となるような取り組みを紹介するコラム集。

#### ● 福祉とつながるクリエイターに聞く

「ケアのクリエイティビティ」

福祉施設や介護施設に関わる仕事を展開する原田悠馬さん、福祉施設の建築を手がける大西麻貴さん、障害者アートでの事業を展開するヘラルボニー松田崇弥さん文登さんなど介護や福祉の現場に芸術、デザイン、科学等でアプローチする人々のインタビュー

#### ● 介護をめぐるカルチャーコラム。

介護をテーマにした、あるいはケアについて知ることができる本、映画、音楽、建築、プロダクトデザイン等、福祉・介護の興味の入り口となるような取り組みを紹介するコラム集。

※記事アイデアの例になります。記事構成は採択後、精査しご提案いたします。

## POPEYE 動画制作・配信

POPEYEの本誌取材、ウェブ記事展開と連動して、POPEYEの映像制作チームによる動画制作・配信を実施。取材現場での動画撮影を行い、3分程度の若手職員インタビュー動画を3本制作。ショート動画にも再編集し、POPEYE Instagramでのリール投稿と広告施策を実施する。雑誌本誌とは別のInstagramフォロワーやターゲティングした広告表示によって、中学、高校生も含めた無関心層へアプローチ。



フォロワー：87.3万人（2026年3月現在）

### 動画内容

POPEYE取材先での動画撮影で3分程度のインタビュー動画制作・配信

### 配信本数

3本 + ショート動画3本

### 掲載場所

POPEYE Web上に掲載

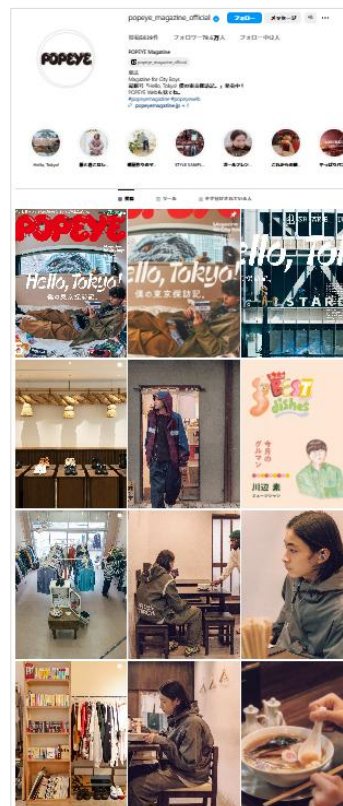
### 拡散施策

POPEYE公式Instagramリール配信及び広告施策。ウェブ記事での拡散も実施する。

### 目標再生回数

15万再生×3本=45万再生

POPEYE動画は、本誌購読者よりさらにターゲティングを広げ、雑誌に接触しない10代（中学生～高校生）への訴求も行います。



2021年4月にスタートしたマガジンハウスのウェブマガジン「福祉をたずねるクリエイティブマガジン<こここ>」は、福祉、介護の現場、関わる人、当事者の方を訪ねながら、記事を制作、配信しています。令和5年度より連載を開始した「“自分らしく生きる”を支えるしごと」では、現在33記事をアーカイブし、記事は継続的に読まれています。令和8年度は、実施要領（5）留意事項を勘案し、6記事の制作、配信を行なっています。

## “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-



vol. 33  
2025.02.13  
ケアはしがらみも、めんどくささもあ  
る？ 竹俣寛さん、羽田知世さん、石川  
裕子さんによる鼎談

それぞれの生活を支えるケアはどのように  
 実践されているのでしょうか。そもそも「ケ  
 ア」とはどんなものなのでしょう。この問  
 いを手に、福祉社会学者の竹俣寛さん、広  
 島県福山市で介護・福祉事業を展開する...



vol. 32  
2025.01.31  
本から「介護にあるまじし」に出会  
う。編集者、ダンサー、美術家、介護職  
員の選ぶ4冊

自由正明さん、自神ももこさん、宮田繁さ  
 ん、村上一真さんは、「介護にあるまじし」  
 と出会える本をご紹介いただきました。「重  
 いところから見えるもの」リンクロと自由  
 『タンダガマー』『KEEP MOVING 世界...』



vol. 29  
2025.02.10  
一人ひとりの“あたり前”を大切にでき  
る環境とは？「あたり前の暮らしサポ  
ートセンター布施屋」をたずねて

まんなかないことが増えたとしても、今ある  
 “あたり前”を守っていくには、どうしたら良  
 いのだろう——今回訪れたのは、森野清  
 悠久常にある「あたり前の暮らしサポートセ  
 ンター」。デイサービスやショートステイ...



vol. 28  
2025.02.05  
安心して産を重ねられる地域とは？社  
会福祉法人くらしのハーモニーをたず  
ねて

安心して産を重ねられる地域とは、どんな場  
 所なのだろう。そんな問いをもって訪れた  
 のは、京都府にある「社会福祉法人くらしの  
 ハーモニー」だ。「ともに生き、ともに学び、  
 ともに支え合う」を理念に掲げ、誰もが住...



vol. 31  
2025.12.26  
「助けて」という言葉が必要になる前  
に。社会福祉法人母緑会特別養護老  
人ホーム栗林荘をたずねて

「助けて」が言い合える環境は、どうすれば  
 育めるのか。栃木県小山市にある「社会福  
 祉法人母緑会 特別養護老人ホーム栗林荘  
 (りつりんそう)」を訪ねました。



vol. 30  
2025.02.27  
いいチームってなんだろう？多職種連  
携で「着取り」に取り組む特別養護老  
人ホーム「芦花ホーム」をたずねて

いいチームってなんだろう？そんな問いを  
 携えて向かったのは、宮田前にある特別養  
 護老人ホーム「芦花ホーム」。かなり早い段  
 階から着取りにおける多職種の連携を実践  
 してきた芦花ホームのチームのあり方とは。



vol. 27  
2025.01.08  
「ケア」を感じたマンガを教えてください。作家、社会学者、アーテ  
ィスト、福祉施設長の選ぶ4作品

土門康さん、田口(下地)ローレンス寛幸さ  
 ん、瀬尾夏樹さん、栗田宗都子さんに、「こ  
 れはケアかもしれない」と感じた漫画作  
 品をご紹介いただきました。「ダイエット」  
 『半分損着』『ベルリンうわの空』『さのう...』



vol. 26  
2025.01.09  
「安心できる住まい」はどう育まれる？  
特別養護老人ホーム「美里ヒルズ」を  
たずねて

「安心できる住まい」はどう育まれる？「特養  
 を施設ではなく住まい」という思いのもの  
 と、「コネクタケア」を実践している「特別養  
 護老人ホーム 美里ヒルズ」をたずねまし  
 た。



施設の在り方やケアの方法論にしっかりとしたビジョンを持った介護の現場を訪ねたり、介護のしごとの理解促進を図る識者へのインタビューさせていただいたり、6記事を新規に制作します。

取材先候補・テーマ案

● 安心して働ける環境とは？

社会福祉法人 青森社会福祉振興団 (青森県むつ市)

21世紀型介護システムの創造に向けてICT・IoT・介護ロボット等を活用した事業所の取組み。

● 自分らしい暮らしを守るには？

社会福祉法人心の会 (神奈川県横須賀市)

愛猫、愛犬と一緒に入居できる全国で唯一の特別養護老人ホームさくらの里山科。ペットを救うことは人を救うことにもなるという取組み。

● 安心して歳を重ねられる地域とは？

社会福祉法人小田原福祉潤生園 (神奈川県小田原市)

1978年の設立以来、地域の暮らしによりそって、デイサービスやショートステイの先がけとなった潤生園。24時間365日「市民を介護で困らせない」取組み。

● 生きがいを感じられる環境とは？

NPO法人シニアライフセラピー研究所 (神奈川県藤沢市)

制度の枠を超え、働く場・集う場・傾聴活動を通じて高齢者の生きがいを地域ごと育み「日本一の地域福祉のまち」鶴沼の創造を目指す活動。

● ケアを感じた漫画第4弾

※カルチャーコンテンツ

有識者によるマンガ紹介を入り口に、ケアするしごとへの興味関心の扉をつくる

● ぶっちゃけどう思っている？

いばふく (茨城県)

介護福祉士養成校のいばらき中央福祉専門学校が中心となり「福祉」で人が集まるムーブメントを起こすプロジェクト「いばふく」に参加する介護を学ぶ学生による「介護のしごと」座談会

カルチャーコンテンツに関しては、  
受託後にご相談のうえ選定して記事化いたします。

「こここ」では、昨年に引き続き、前段の連載「“自分らしく生きる”を支えるしごと」とは別に、介護職発信事業の告知、レポート、マガジンハウス事業のレポートなど5記事を発信していきます。

目的

- イベント等のレポート記事を配信し、より広範な層に対して興味喚起、理解促進を行う。
- 事業間連携強化のため、介護職発信の取り組み等の情報を掲載する。

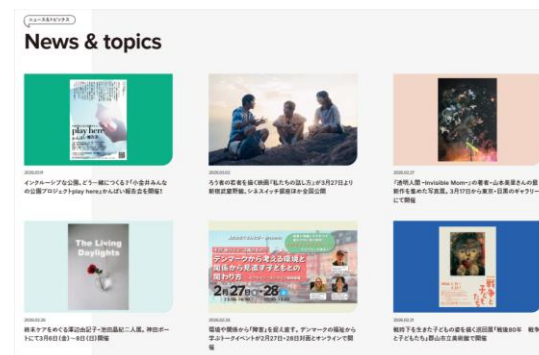
コンテンツ案

記事1・2・3 | 介護職発信事業連携記事①②③ (事前告知やレポート等)

記事4 | 下北沢BONUS TRACKイベントレポート

記事5 | マガジンハウス事業レポート

- 情報発信事業（介護職発信事業）や各種団体のコンテンツ等との連携。
- 各記事のPVは 5,000~7,000PVを想定（合計25,000~35,000PV）
- 本連載の特設ランディングページを設置し、アーカイブとしていつでもだれでも閲覧できるようにします。



## こここ動画制作配信

こここの連載記事と連動して、映像制作チームによる動画制作・配信を実施。取材現場での動画撮影を行い、3分程度の若手職員インタビュー動画を3本制作。ショート動画にも再編集しこここInstagramでのリール投稿と広告施策を実施する。Instagramフォロワーやターゲティングした広告表示によって、中学、高校生も含めた無関心層へアプローチ。



フォロワー：5,914人（2026年3月現在）

### 動画内容

こここ取材先での動画撮影で3分程度のインタビュー動画制作・配信

### 配信本数

3本 + ショート動画3本

### 掲載場所

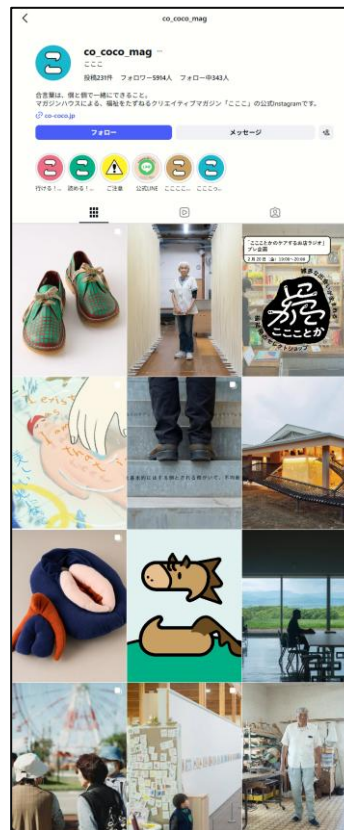
こここ連載記事上に掲載

### 拡散施策

こここ公式Instagramリール配信及び広告施策。ウェブ記事での拡散も実施する。

### 目標再生回数

3万再生 × 3本 = 9万再生



## 「POPEYE×ここ」連携冊子制作・全国書店及びイベント配布

POPEYE本誌記事8ページとここ連載をベースにした若手職員インタビュー記事4ページ、そして介護のしごとの具体的情報をわかりやすく解説する「介護のしごとQ&A」4ページをまとめた16ページのオリジナル冊子を制作いたします。この冊子は展示イベント、イベント、交流イベント参加者への配布に加え、全国の書店で若年層にターゲティングしたサンプリングを実施いたします。また、前年度同様、ご要望をいただいた福祉事業者、自治体、団体の希望者にも提供いたします。

### イベントでの配布

今年度は下北沢BONUS TRACKにて、昨年度以上にコンテンツを充実させる連動を行い、そのイベント期間中、若年無関心層が多く訪れる会場内で配架・配布を行います。その他、ケアするしごとツアー、展示イベント等でも配布を行います。

**配布方法** イベント期間中ラック設置、手渡し配布も実施

**配布数量** 2,500部

**配布時期** 2026年11月～



#### 配布イベント



ケアするしごと展@下北沢

### 全国書店での配布

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

**配布方法** 会計時に手渡し配布、ラック設置

**配布数量** 10,000部

**配布時期** 2026年11月～

#### 配布イメージ



会計時に手渡し配布



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

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

下北沢BONUS TRACKでのイベントを企画を拡充＋3都市での巡回イベントを開催

● 既存の介護・福祉イベントとの連携強化

昨年につづき、ソーシャル関心層が7,000人規模で足を運ぶ「ケアリングノーベンバー」期間中に「POPEYE × こここ」がプランニングするイベントを複数実施。展示・トークライブ・体験型コンテンツ・ワークショップ・親子向け企画・動画上映等のコンテンツを本事業で用意し、「ケアリングノーベンバー」オリジナルの企画と併せて、話題喚起を行います。

● 電鉄会社とも連携した広範囲における告知活動

下北沢BONUS TRACK会場のみならず、下北沢の周辺エリアも活用し、ポスター掲示などの広報活動も展開。また、小田急電鉄や商店会との連携を行い、広範な告知活動も検討しています。（詳細未定）

● メディアと連携した来訪者以外への情報拡散

イベントはトークライブの外部配信やレポート記事の制作、メディアへの情報提供等も行なっており、来訪者以外の介護のしごと無関心若者層を中心に、興味喚起、理解促進の情報発信を実施します。

● 介護職発信事業コーナーによる事業者間連携促進

事業者間連携、特に介護職発信事業のコーナー提供も想定し、希望があれば対応します。

● 地方3都市での巡回イベント開催

「ケアリングノーベンバー」の共催以外に、地域の介護職発信事業者と連携して仙台・京都・福岡(予定)でも展示・トークライブ・体験型コンテンツ・動画上映等のイベントを開催します。



※本イベントに関する広報物も制作し、集客と興味喚起を行います。

イベントタイトル案

POPEYE + こここ (マガジンハウス) + ケアリングノーベンバー (散歩社)

# なぜ、いま、介護のしごと？ —— 福祉・介護のしごとのクリエイティビティ (仮)

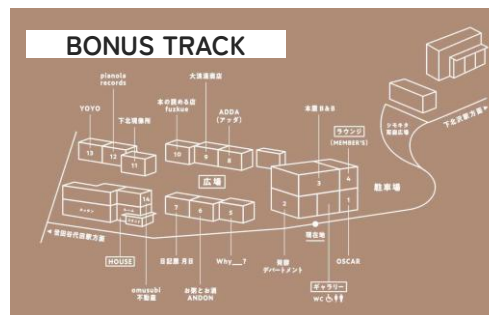
## @BONUS TRACK & 下北沢エリア

ソーシャル関心層が足を運ぶ、下北沢BONUS TRACKが開催する「ケアリングノーベンバー」と連携して、介護職に関してまだ関心を持っていない若年層へ向け、興味喚起、理解促進を図るイベントを開催。POPEYE、こここが取り上げた介護施設や若手介護職員等のコンテンツを活用した展示や、ケアにまつわる体験型コンテンツ、トークイベント、ワークショップ等を通して、介護のしごとへの関心がない層への興味喚起やイメージ改善を図る。



開催期間 : 令和8年11月11日 (水) ~ 11月30日 (月) ※予定  
開催時間 : 11:00-20:00 (企画によって変動あり)  
メイン会場 : 下北沢BONUS TRACK (世田谷区代田 2-36-15)  
サブ会場 : 下北沢駅周辺施設 (仮)

ケアリングノーベンバーでは、幅広く「ケア」に関わるコンテンツを展開することで、多くの来訪者がケアについて感じる、考える機会を提供。そのイベントの中で、マガジンハウスの介護のしごと魅力発信コンテンツを展開し、多くの来訪者に興味喚起・理解促進を行っていく。また、来場者のみならず、トークの外部配信等も行い、全国への拡散を目指す。



幅広い層に介護のしごとの興味喚起

### 体験コンテンツ

#### ● VR認知症

サービス付き高齢者向け住宅「銀木犀」を運営する株式会社シルバークウッドが開発した「VR認知症」。認知症の中核症状を一人称で体験できるプログラムです。体験会と対話の時間を組み合わせ、実施し、認知症にまつわるケアへの理解を深める機会を提供する。

#### ● ケアにまつわる演劇ワークショップ

介護現場に詳しく、認知症当事者と創作活動をする活動を展開する演劇家等とともに、歳を重ねること、異なる身体を持つ人と人が過ごすことへの楽しみを見つける時間を提供。

#### ● ケアにまつわるZINEマーケット

個人が発行する出版物「ZINE」のなかでも、福祉・介護・ケアのテーマを扱った媒体を特集し、著者と来場者が交流する企画。近年のZINEブームを通し、カルチャー層リーチを狙う。

#### ● ライフストーリーブック・ワークショップ

介護現場で実践されている「その人を知る」ためのライフストーリーブックづくり（聞き書きブックづくり）の体験会。一人ひとりの人生に関わるやりがいを体感する機会に。

### 展示コンテンツ

#### ● ケアのことば図鑑

ケアするしごとの楽しさ、やりがい、発見など、取材を通して出会った「ことば」を会場内にユニークな方法で展示。写真をSNSで発信したくなるような仕掛けも展開します。

#### ● 動画上映

本事業でPOPEYE・こここ編集部が取材・制作した動画をイベント会場内でも上映。動画による発信でよりリアルな現場のイメージを想起する狙い。



※実施イベントは仮案となります。採択後、調整の上ご提案いたします。

## イベント実施コンテンツ

### レクチャーコンテンツ

#### ● 若手職員による「介護のしごと」トーク

若手介護職員や各媒体の編集スタッフが登壇。福祉の現場のクリエイティビティなどリアルな現場の声を届ける。



### 親子向けコンテンツ



#### ● 小学生向け冊子 活用ワークショップ

「知っておきたい「介護」のしくみと仕事」活用イベント冊子『幸せに生きるって、どういうこと？ 知っておきたい介護のしくみと仕事』を教材に、自分の幸せを大切にしながら、隣の人の幸せを想像する子ども向けアートワークショップ等を開催。

### 事業間連携コンテンツ

#### ● 介護職発信事業連携コーナー



### ケリングノーベンバーコンテンツ案

#### ● マーケットイベント「ケアリングマーケット」

介護にまつわるユニークなグッズや、福祉の現場から生まれた雑貨・食品・プロダクトなど、ひろく「ケア」に関わる商品・サービスが購入・体験できるマーケットイベントを開催。

#### ● ブックマーケット「BOOK LOVER'S HOLIDAY ケア編」

#### ● 本屋B&Bにて複数回のトークイベント（オンライン配信あり）

BONUS TRACK内にある人気書店「本屋B&B」のトークシリーズ（オンライン／オフライン同時開催）にてケアするしごとをテーマにしたトーク企画を複数回開催。



### イベントと連動した広報施策

下北沢BONUS TRACKに限らず、下北沢駅周辺エリアを通過する人々に「なぜ、いま、介護のしごと？」に出会う機会を提供するべく、交通広告や駅関連施設などで情報発信を展開予定。

**周辺駅へのポスターの掲示、イベント場所の告知案内**  
(reload/ADRIFT、南西口、空地)、OTV(車内ビジョン)

メイン会場

## BONUS TORACK

BONUS TORACK（ボーナストラック）は、2020年4月に誕生した、みんなで使い、みんなで育てていく新しいスペース、新しい“商店街”です。小田急線の線路跡地である、「下北線路街」のエリアのひとつとして下北沢駅と世田谷代田駅の間、ちょうど中ほどに生まれました。13の個性豊かな飲食店や物販店に加え、コワーキングスペースやシェアキッチン、広場といった、訪れる人自身も、新たな文化をつくる仲間になれるような、参加の余白もたくさん用意しています。



サブ会場

下北沢駅からBONUS TRACKまでのエリアを使った広報活動、イベント実施も検討します。以下の施設との協議を行いながら、介護のしごとに触れる機会の拡大を行う予定です。

- ・ 下北線路街
- ・ 仁慈保幼稚園（ジンジホヨウエン）
- ・ BONUS TRACK GALLERY2
- ・ SHIMOKITA COLLEGE（シモキタカレッジ）
- ・ NANSEI PLUS（ナンセイプラス）
- ・ K2（ケーツー）



## ケアリングノーベンバー

BONUS TRACKの自主企画で、11月11日の『介護の日』にあわせて、介護や福祉に関する月間イベント。2021年から開催し、2026年で6回目。セルフケア、だれかへのケア、介護や福祉の仕事、ケア視点のある本や商品。生活の中や、暮らしの延長線上にある“ケア”を、知り、楽しむイベントです。

“ケア”は人によって捉え方が異なる意味の広い言葉です。だからこそケアリングノーベンバーでは“ケア”という言葉に定義せず、さまざまな視点を持った方々といっしょに複数のイベントを行うことで、曖昧な輪郭をかたちづくろうとしています。



# 散歩社の紹介



## 散歩社



BONUS TRACKを運営する散歩社は、「つくるまちをつくる。そだつ店とそだつ。つづける人とつづける。」をコンセプトに、空間づくり、まちづくりを行うマイクロデベロッパーです。鉄道会社やデベロッパー、自治体などからのご依頼を受け、個性あるお店を増やし、小～中規模の物件や、エリアの価値を上げるお手伝いをします。お店のスタートアップを応援することや、まちのコミュニケーションを活性化しそれらをコンテンツ化することも得意としています。

### PROJECTS



#### BONUS TRACK

PLACE (施設の企画・運営)  
owner: 小田急電鉄株式会社 partner: omusubi不動産

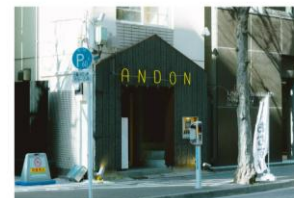
2020年4月に下北沢に誕生した、みんなが使い、みんなで作っていく新しい「まち」。



#### お店の学校

ONLINE SCHOOL (オンラインスクール)  
partner: these株式会社

これからの時代の「お店」について一層に学び、考え、つくっていくオンラインスクール。



#### BONUS BLD.

PLACE (施設の企画・運営)  
owner: 三井不動産株式会社 partner: 合同会社ANDON

日本橋エリアに新しい風を吹き込む「ゲートウェイのようなビル」。



#### FROM EAST

EVENT (イベントの企画・運営)  
partner: 三井不動産株式会社

日本橋の裏側のエリアで、店舗やブランドを展開する方々が初めて一堂に会するマルシェ。



#### 下北沢 線路と街

WEB MEDIA (ウェブメディアの企画・運営)  
partner: 小田急電鉄株式会社

まちの歴史を作ってきた老舗店、これからの時代のまちづくり、人と街をつなぐ店のあり方などについて取材を続けているメディア。



## BONUS TRACK

イベントタイトル案

POPEYE + こここ (マガジンハウス)

# なぜ、いま、介護のしごと？

—— 福祉・介護のしごとのクリエイティビティ (仮)

## @全国3都市

POPEYE、こここのアーカイブ記事をベースにした「介護のしごと」関連記事の紹介パネル、冊子の配布、近隣地域の若手職員 (KAiGO PRiDEアンバサダー、社会福祉HERO's、ブランケット発信人材等との連携も検討) によるトークなどで、展示&レクチャーイベントを3会場で実施。

- 開催期間 : 令和8年 (2026年) 11月~1月
- 開催時間 : 11:00-20:00 (企画によって変動あり)
- 実施会場 : 3都市 (会場候補は別ページ参照)
- 開催形式 : トークイベント (1日) + 書籍・パネル展示 (前後数日)
- 対象 : 介護に縁遠い20~40代



## 巡回イベント実施コンテンツ

### 体験コンテンツ

#### ● VR認知症

サービス付き高齢者向け住宅「銀木犀」を運営する株式会社シルバークウッドが開発した「VR認知症」。認知症の中核症状を一人称で体験できるプログラム。体験会と対話の時間を組み合わせ、実施し、認知症にまつわるケアへの理解を深める機会を提供する。



#### ● トークイベント

地域の若手介護職（KAIGO PRiDEアンバサダー、社会福祉HERO's等）や各媒体の編集スタッフが登壇。リアルな現場の声を届ける。



### 展示コンテンツ

#### ● ケアするしごと展

POPEYE、コココが取材・制作した「ケアするしごと」のアーカイブ記事・インタビュー映像・写真パネルをユニークな方法で展示。SNS投稿したくなる仕掛けも展開。



#### ● 映画上映

現役介護職の声をもとに介護のしごとのリアルとあたたかさを描いた短編映画『もう一步』（KAIGO PRiDE FILMS）の上映。



※実施イベントは仮案となります。採択後、調整の上ご提案いたします。

## 体験・交流イベント「ケアするしごとツアー」概要

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

### ツアー概要

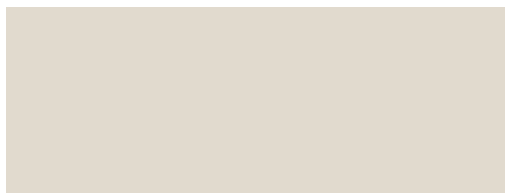
参加人数 : 1回あたり15名程度を予定(全4回)

ターゲット : 学生、20~30代の社会人(基本的に福祉職以外)

開催時期 : 夏開催想定(大学生の夏休み期間)~順次  
全体スケジュールを鑑みて調整

### 見学先(案)

----- コーディネーター候補 -----



秋本可愛さん

株式会社Blanket代表取締役  
KAIGO LEADERS発起人

佐々木将人さん

株式会社Blanket  
コミュニティマネージャー

KAIGO LEADERS



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



KAIGO LEADERSは「すべての人に、カイゴリーダーシップを」をビジョンに掲げ活動する、介護に関心を持つ1人ひとりの力でより良い社会を目指すコミュニティです。超高齢社会をポジティブかつ創造的に変革していこうと、組織や職種の垣根を超えて集い、共に学んだり、アクションを起こすきっかけをつくっています。今の社会の現状に満足していない気持ちや人が抱く違和感が、社会をよりよくする可能性だと信じ、1人ひとりが、想いのままに一步踏み出せる環境づくりをおこなっています。全国の思いある人が集い、これまで参加者は8,000名を超え、これまで様々なプロジェクトが生まれています。



「SPACE」は、“介護”に関心を持った仲間が集うオンラインコミュニティです。

組織や地域を超え、前を向く活力が得られる仲間とのつながりや、自分の視点をアップデートできる新たな情報や学びの機会を通じて、一人ひとりの一歩を応援できるコミュニティを目指しています。

## 小学生向け冊子の活用促進

マガジンハウスが一昨年度制作した小学生向け冊子「幸せに生きるって、どういうこと？」「知っておきたい『介護』のしくみと仕事」(24ページ)はPDFで普及を継続中。子ども向けワークショップの開発や活用マニュアルの公開に続き「大人向け読書会」など、引き続き、普及活動を行う。

これまでイベントでの配布や学校等への普及を、冊子合計2000部、PDF版での発信で行ってきた。昨年度は、子どもたちへ伝えるためには、まず大人が自分ごと化し、活用を進めるために大人向け読書会を開催し、活用マニュアルを制作。

今年度も大人向け、子ども向け双方の普及活動を行っていく。

### 実施概要

- 大人向け読書会の開催（ファシリテーター養成講座）
- イベント等での冊子もしくはツール配布
- 活用マニュアルの普及・広報



#### 『幸せ本』大人のための読書会の流れ

1. 「幸せ本」と読書会について (15分)
2. 自己紹介と一言 (10分)
3. みんなに聞きたい! (20分)  
- お題「あなたらしい幸せの瞬間を教えてください」
1. 対話の時間 (30分)  
- お題「本の中で気になったページを語り合おう」
1. ふりかえり・感想シェア (5分)
2. チェックアウト (10分)



みんなに聞きたい！  
「あなたらしい『幸せ』の瞬間」

幸せ本 p19のワークの形に沿って読んでみましょう。

あなたらしい幸せの瞬間	お題
_____	_____
_____	_____
_____	_____

#### 対話の時間：

- － 対話のお題 －
1. 「幸せ本」の中で大切だと感じたり、気づきがあった箇所は？
  1. 意見を聞きながら、ハッとしたことは？

PR TIMESにて、マガジンハウスの「介護のしごと」への取り組みを3回に渡ってプレスリリース配信します。配信時期と内容は採択後の上決定いたしますが、想定は以下となります。

### 第1回配信内容案

2026年10月頃

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

### 第2回配信内容案

2026年11月頃

介護の日に合わせて、下北沢BONUS TRACK「ケアリングノーベンパー」連携イベント、「ケアするしごとツアー」開催告知。

### 第3回配信内容案

2026年11月頃

マガジンハウスでは、介護職発信の事業者と連携し、トークと展示イベントを開催。



※イメージ

## 事業効果分析

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

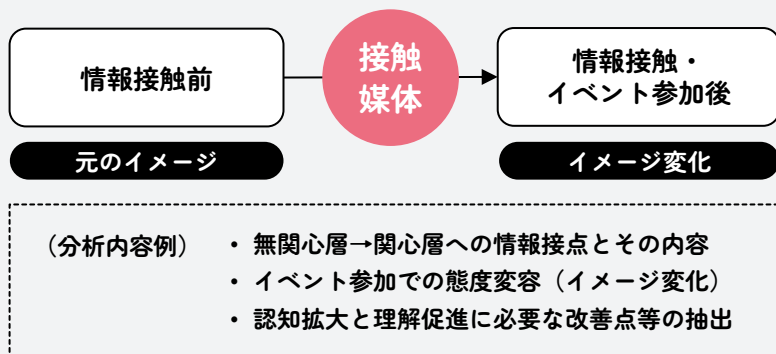
自己評価にあたっては、事業実施における課題を整理するとともに、企画委員等の専門的・技術的助言も参考にし、課題解決に向けた分析・考察を加える。

### アンケートの取得及び分析について

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

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

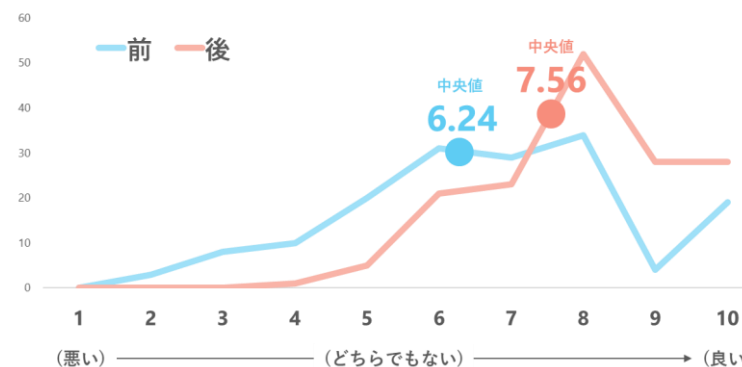
アンケートではフリーコメント設問を設け、様々な意見を聴取することで定性的な分析を行い、考察していく。



※イメージ

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

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



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

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



表面はメッセージデザインとし、継続的な意識の醸成を狙う。

裏面はこここのWeb記事に遷移するQRコードを印字

※デザインはあくまで参考イメージ

