

令和8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



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. 事業間重点テーマ
 - d. 介護のしごと魅力発信サミット
 - e. ニュースレター
 - f. 都道府県アンケート
 - ③ 事業効果の可視化・改善に向けた取組
 - a. 情報発信事業の評価
 - b. 事業間連携等事業の評価
 - c. 事業全体の評価
 - 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

用語の定義について

本提案書では紙幅の都合上、以下のように記載をしております。

- 介護のしごと魅力発信等事業...「**魅力発信等事業**」または「**国事業**」
(都道府県と対比させるとき)
- 都道府県が地域単位で実施している地域医療介護総合確保基金に係る事業のうち、介護のしごとの魅力発信に係る事業...「**都道府県事業**」

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

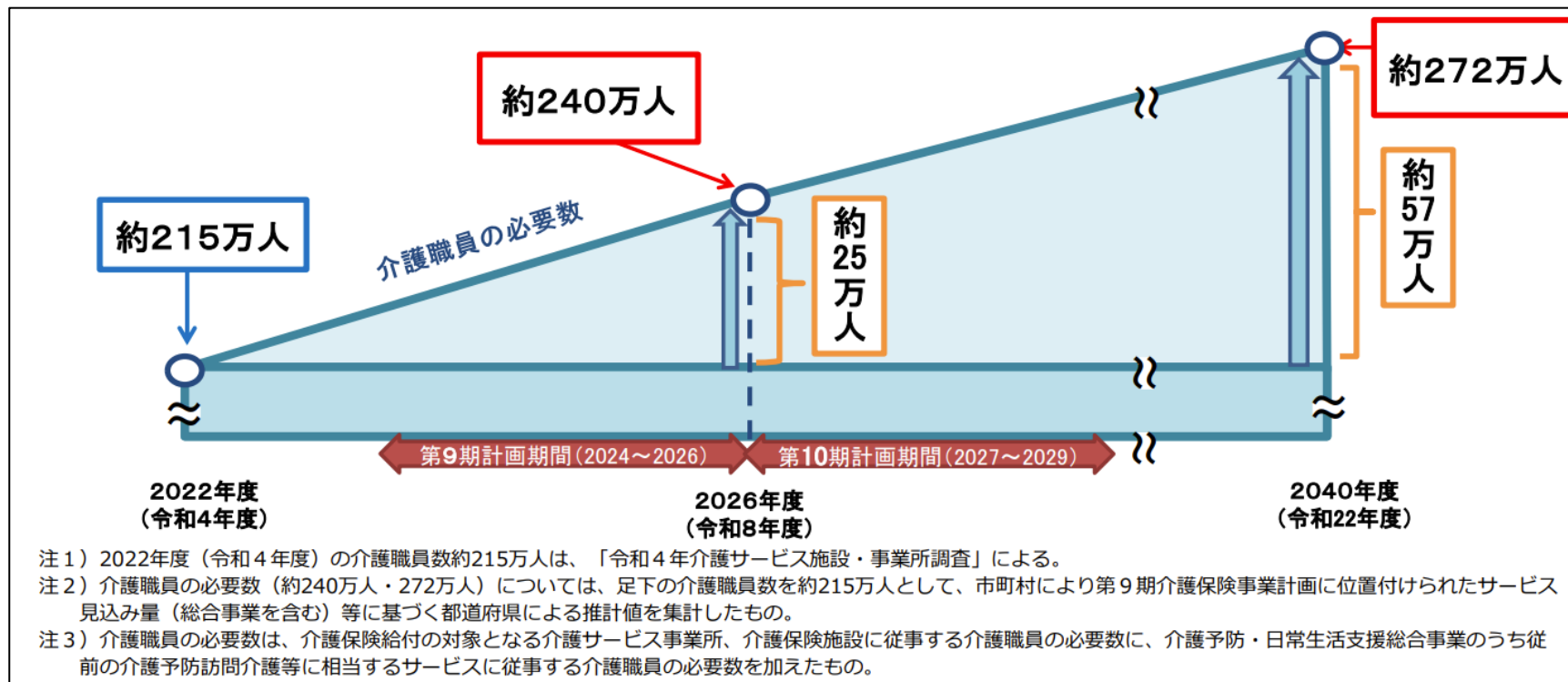
情報発信事業の実施主体が、他の実施主体等との連携を図ることなどにより、「介護のしごと魅力発信等事業」の事業効果の最大化を図ることを目的として、下記ア～オの取組を実施する事業。

- ア 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や必要な支援等の取組
- イ ア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
- ウ 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
- エ 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
- オ 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		ア	イ	ウ	エ	オ
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)	ア～オ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)	✓	✓	✓		
	b. 実施主体Mtg(P.16, 17)	✓	✓	✓	✓	
	c. 事業間重点テーマ(P.18)	✓		✓		
	d. 介護のしごと魅力発信サミット(P.19-21)	✓	✓			
	e. ニュースレター(P.22)	✓		✓		
	f. 都道府県アンケート(P.23)	✓			✓	
③事業効果の可視化・改善に向けた取組	a. 情報発信事業の評価(P.24-27)			✓	✓	
	b. 事業間連携等事業の評価(P.28, 29)				✓	
	c. 事業全体の評価(P.30)				✓	
④よりよい魅力発信の在り方を検討するための取組	a. WEBモニター調査(P.31, 32)					✓
⑤報告書の作成(P.33)		ア～オの取組全般について振り返り、記載				

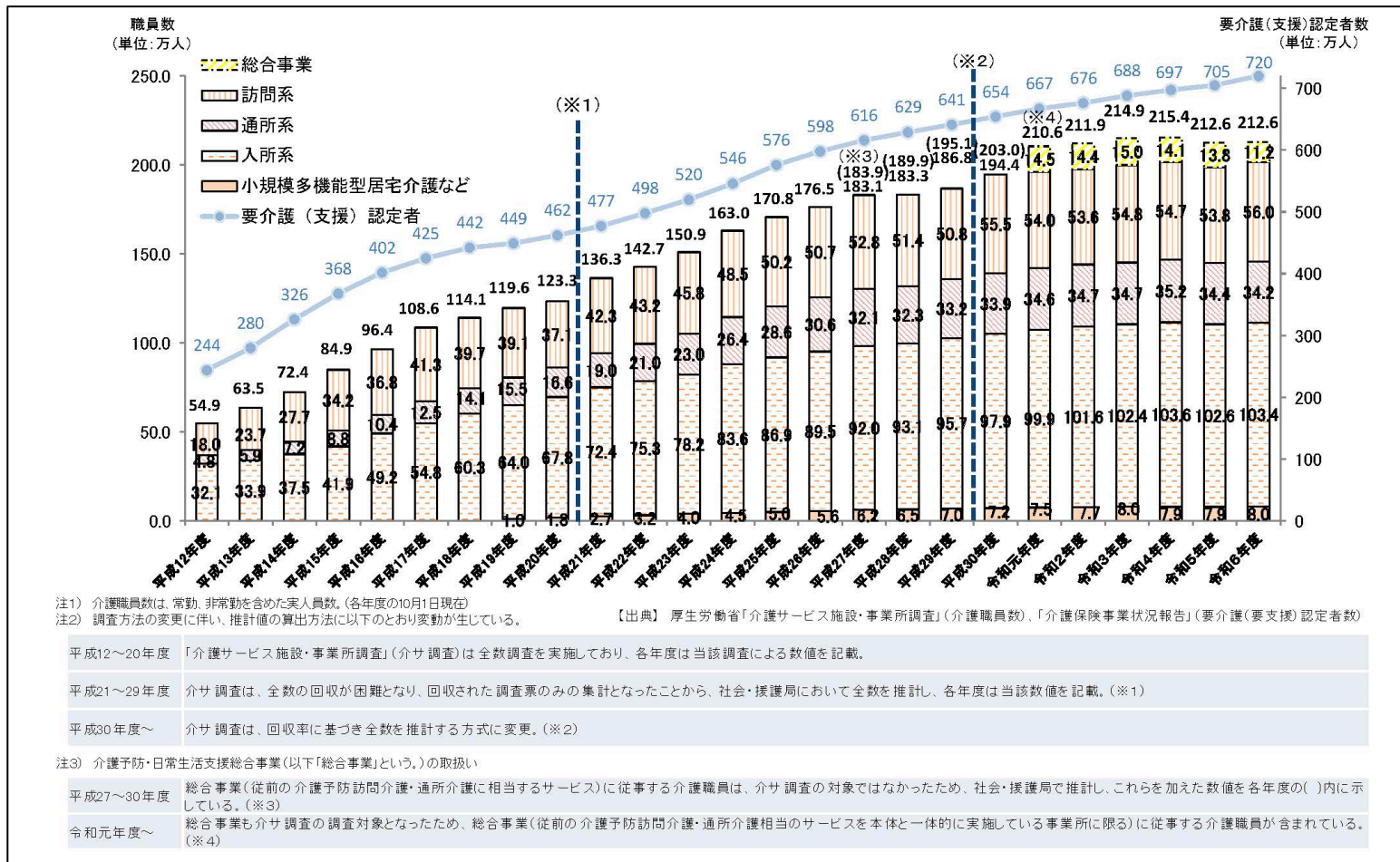
1. 事業背景と目的 ①介護人材の現状に対する弊社の理解

- 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7年12月に公表された「介護職員数の推移の更新(令和6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6年10月1日時点で、約212.6万人(対前年+487人)と集計されています。



出典:厚生労働省「介護職員数の推移の更新(令和6年分)について 別紙 介護職員数の推移」(<https://www.mhlw.go.jp/content/12004000/001615603.pdf>) (最終閲覧:令和8年3月12日)より抜粋

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"> ○ 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。 ○ 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"> ・ 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確実につながるよう、加算率を引き上げ。
②多様な人材の 確保・育成	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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	<ul style="list-style-type: none"> ○ 介護ロボット・ICT等テクノロジーの導入・活用の推進 ○ 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 ○ 悩み相談窓口の設置、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	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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	<ul style="list-style-type: none"> ○ 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た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 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>) (最終閲覧:令和8年3月12日)(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に関する とりまとめ¹

“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若き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介護の魅力若き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²

- 介護の仕事のイメージについて調査したところ、ポジティブなイメージについては「特になし」が38.5%と最も多く、次いで「社会的意義が大きい（社会の役に立つことができる）」が37.3%であった。
- 一方、ネガティブなイメージは「体力的負担が大きい」が56.7%、「給与が低い」が48.3%、「精神的負担が大きい」が47.8%であった。
- 介護職を対象としたアンケートでは、介護の仕事に就くことを周囲に相談した人のうち約5割が周囲に反対された経験があった。
⇒介護の仕事に対する明確なポジティブなイメージは十分に形成されていない一方、ネガティブなイメージは具体的かつ強固に持たれているため、幅広い層を対象とした魅力発信を継続的に行うことが必要
- 介護の仕事に対するポジティブなイメージ形成に影響を与えたものとして「実際に介護の現場で働いている・働いていた人からの話」や「身近な人が介護サービスを受けている様子を見たこと」が多く選ばれていた。
⇒介護職自身の言葉を聞いたり、身近な人の生活が介護によって支えられていることを知ったりすることがポジティブなイメージ形成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とりまとめ」(https://www.mhlw.go.jp/stf/newpage_60080.html) (最終閲覧: 令和8年3月12日) より引用

2) 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) 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8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。
- 実施主体間の更なる連携強化、事業効果分析にかかる負担軽減が今後の課題です。

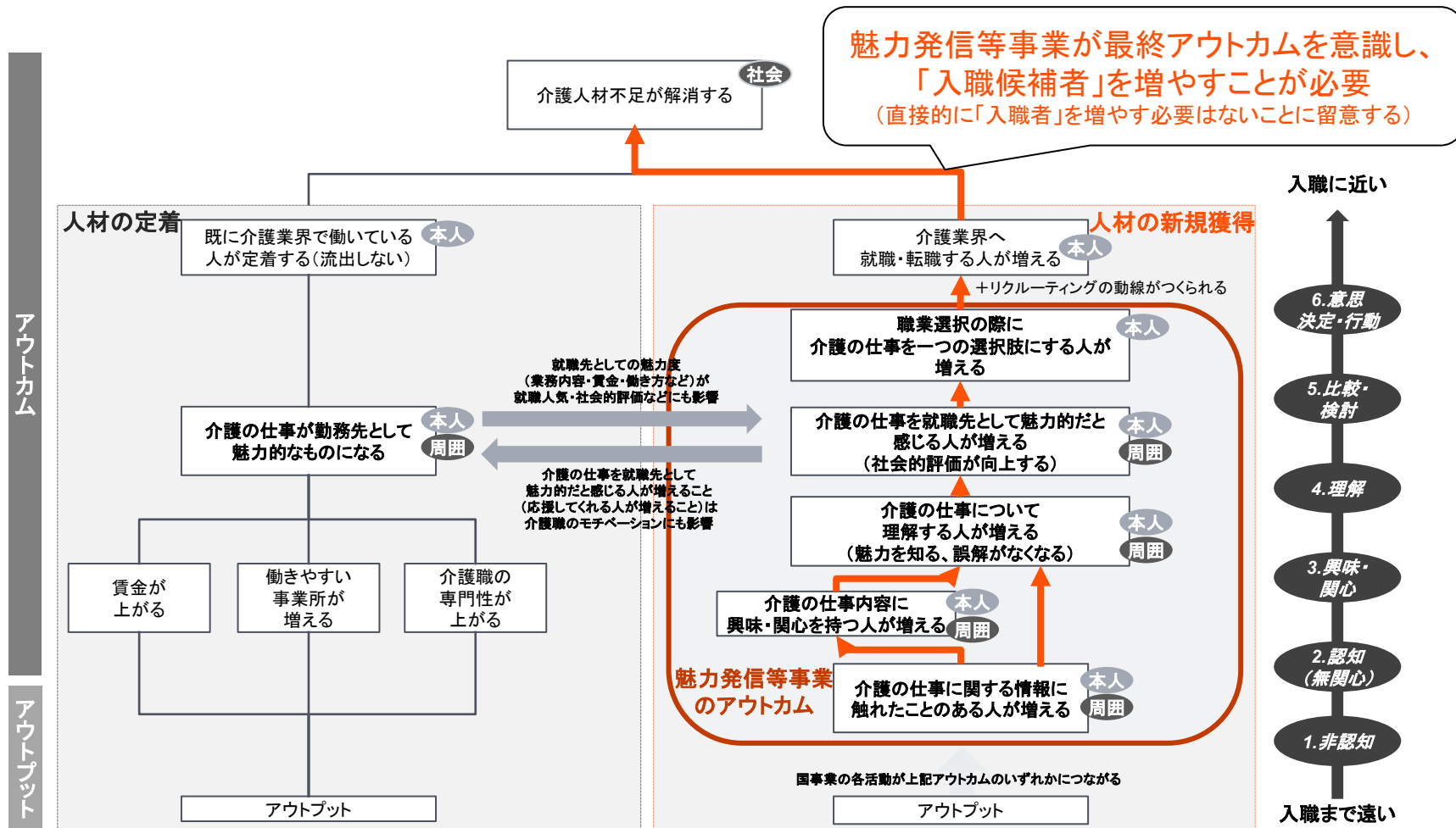
年度	主な内容	成果や課題 (凡例：✓…成果、◆…課題)
H30～R4	<ul style="list-style-type: none"> H30にイベント型情報発信事業として開始。 R1以降は、情報発信先となるターゲット別に事業区分が置かれる等、複数の事業により構成。 R3より事業間連携等事業が設置され、評価分析手法も導入。 R4より、都道府県担当者を主なターゲットにした「介護のしごと魅力発信サミット」を開催。 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 厚生労働省が「魅力を発信する」事業を立ち上げた姿勢表明の意義 ✓ 魅力発信サミットの開催により、都道府県担当者との接点生まれる ◆ 各事業が独立して運営され、協力関係や事業間シナジーの創出に課題
R5	<ul style="list-style-type: none"> PMO+3事業を継続 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 三重県でロジックモデル策定イベントを開催 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 ✓ 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 ✓ 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 ◆ 「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 ◆ 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 ◆ 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
R6	<ul style="list-style-type: none"> 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 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 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 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 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 ✓ 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 ✓ 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 ◆ 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 ◆ 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 ◆ 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
R7	<ul style="list-style-type: none"> R6と同様の枠組みを維持 「介護のしごと魅力発信サミット」を対面/オンラインのハイブリッドで開催 入職阻害要因について把握するため、福祉系高校※の教員および学生・生徒を対象としたアンケート調査を新たに実施 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 実施主体Mtgの開催や期中の連携提案等、情報発信事業実施主体間の連携を支援した ✓ 自治体事例の紹介を充実させる等、魅力発信サミットのプログラムを見直し、参加者から好評を得た ✓ 学生・生徒を対象としたアンケートの実施により、今後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した ◆ 各実施主体の事業進捗や連携状況等、タイムリーな情報把握に課題 ◆ 事業効果分析における、情報発信事業実施主体の負担軽減方法を検討する必要 ◆ アンケート調査の対象及び設問について、分析にかかる負担も鑑み再考する必要

P. 10でも記載します

※ 日本介護福祉士養成施設協会の加盟校および全国福祉高等学校長会の加盟校

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7年度は①事業間連携、②評価分析、③調査の3つを軸に、事業を実施しました。
- 今年度広がりを見せた事業間連携の一層の強化、事業効果分析にかかる各実施主体の負担軽減、都道府県事業の実施状況の把握等が今後の課題といえます。

	令和7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
① 事業間 連携	<ul style="list-style-type: none">事業間連携会議実施主体mtg(実施主体間の個別打ち合わせ)介護のしごと魅力発信サミットニュースレター	<ul style="list-style-type: none">実施主体間や実施主体と業界団体・職能団体の間で、コンテンツの広報や講師派遣等の連携が生まれた魅力発信サミットや事業間連携会議において、都道府県担当者向けの発信を行った	<ul style="list-style-type: none">事業間連携の支援充実に向けた、各実施主体の事業進捗や連携状況等のタイムリーな把握魅力発信サミット等を通じた、都道府県事業との更なる連携
② 評価 分析	<ul style="list-style-type: none">効果分析の必要性・方法の実施主体への説明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	<ul style="list-style-type: none">事業間連携による具体的な相乗効果を整理し、魅力発信等事業全体としての成果を取りまとめた効果分析に関する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	<ul style="list-style-type: none">効果分析フォーマット記入にかかる、各実施主体の負荷の軽減事業効果分析が果たすべき役割や位置づけの再検討
③ 調査 アンケート ヒアリング	<ul style="list-style-type: none">WEBアンケート(対象:介護職、学生、保護者)学校調査(対象:福祉系高校の教員および学生・生徒)ヒアリング(対象:全国福祉高等学校長会加盟校の教員(1名))	<ul style="list-style-type: none">一般的に、介護の仕事に対する明確なポジティブなイメージが形成されていない一方で、ネガティブなイメージはより具体的かつ強固に持たれている身近で介護の仕事とかかわる機会があったことや、近しい関係性の人から介護の仕事を勧められたことが介護の道へ進むきっかけとなっている	<ul style="list-style-type: none">都道府県事業の実施状況の把握調査結果を都道府県や実施主体に還元するための取組の強化調査負担の軽減

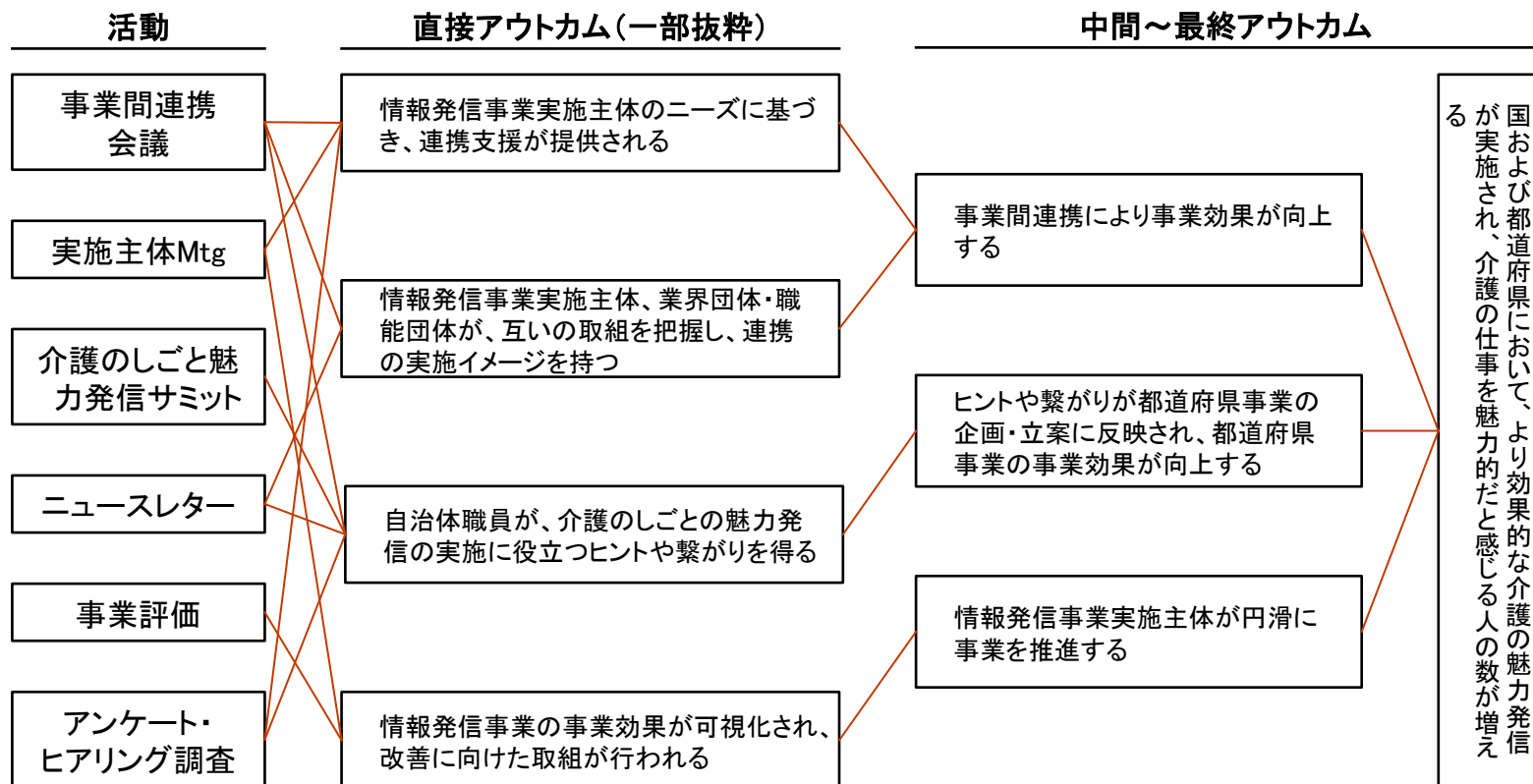
2. 基本的な考え方

- ・ 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7年度課題を踏まえ、令和8年度は、事業間連携及び都道府県事業との連携の更なる強化に向けた取組を行います。

コンセプト
(R8活動の
基本方針)

- ① 都道府県アンケートの実施、関東以外の地域での魅力発信サミット開催により、都道府県事業との連携強化を図る
- ② 実施主体ミーティングの強化、各実施主体で共通して取り組む「事業間重点テーマ」の設定等により、事業間連携の更なる強化を図る

ロジックモデル
(目指すことと
取り組みたいこととの
関係性を示した図)



※事業を支える会議(企画委員会・評価分析WG)の開催、成果物としての報告書の作成は、本図から省略しております

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"> • 本事業の運営全般に関する助言 • 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 • アンケート・ヒアリング調査設計・結果解釈の助言 	<ul style="list-style-type: none"> • 頻度:4回 • 出席者:企画委員(8名程度)、貴省 	P.13~14
評価分析 ワーキンググループ	<ul style="list-style-type: none"> • 評価分析の進め方に関する助言 	<ul style="list-style-type: none"> • 頻度:2回 • 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 • ※必要に応じて委員への個別相談・企画委員会議題とすることによる代替も検討する。 	P.13~14
事業間連携会議	<ul style="list-style-type: none"> • 情報発信事業の発信をよりよくする機会 • 業界団体/職能団体や都道府県に対する事業への協力依頼や、活用可能な魅力発信コンテンツ・ノウハウの共有機会 	<ul style="list-style-type: none"> • 頻度:3回(うち1回は書面開催を想定) • 出席者:各実施主体、業界団体・職能団体、貴省、都道府県(任意参加)、企画委員(任意) 	P.15
実施主体mtg	<ul style="list-style-type: none"> • 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 • 立ち上げ期の計画共有および事業間連携の模索、事業期間中の進捗フォローや効果測定の指標・方法の相談等、テーマは柔軟に設定する 	<ul style="list-style-type: none"> • 頻度:随時(想定開催日程はp.17) • 出席者:情報発信等事業と事業間連携等事業 • 1対1の個別開催・複数団体開催のいずれも想定 	P.16~17

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7～8名、WG委員は2～3名を想定。専門領域等のバランスを考慮し、貴省との協議の上、決定します。

企画委員会・評価分析WGの運営方針

委員候補(五十音順、敬称略)(うち7～8名の選定を想定)

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大人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	氏名 ※★はWG兼任	所属	専門領域	
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	特定の委員候補者名記載のため 非表示			介護・福祉/行政実務
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				介護・福祉/評価学
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				マーケティング
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				評価学/介護・福祉
開催回数	企画委員会は4回、評価分析WGは2回の開催を想定。開催時期・議題は次スライドp.14参照。会議を待たず検討すべき事項はメールにより意見照会				介護・福祉/採用・育成
					介護・福祉/行政実務
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				行政実務/採用・育成
					介護福祉/人材育成
		地方行政実務			

※令和7年度事業の魅力発信サミット・ニュースレターの参画状況から候補を選定

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2回を予定し、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では評価分析の方針・結果の評価について議論する想定です。

企画委員会

第1回 (5月)	<ul style="list-style-type: none"> • 事業計画の共有(他実施主体の計画含む) • 都道府県アンケートの実施概要共有・分析結果活用方法の検討【R8新規】(詳細p.17) • 事業間重点テーマの検討【R8新規】(詳細p.18) • 介護のしごと魅力発信サミット(2回)の企画検討 • WEBモニターアンケートの実施概要共有・分析結果活用方法の検討(詳細p.31)
第2回 (8月)	<ul style="list-style-type: none"> • 実施主体間の連携支援の状況報告・年度途中から可能な連携に関する意見交換 • 介護のしごと魅力発信サミットの1回目開催報告・2回目開催見直し共有 • 都道府県アンケート、WEBモニターアンケートの速報報告・示唆検討
第3回 (11~12月)	<ul style="list-style-type: none"> • 介護のしごと魅力発信サミット報告・課題検討 • 実施主体間の連携支援の状況報告 • 報告書章立て案の検討
第4回 (2月)	<ul style="list-style-type: none"> • 今年度事業振り返り(他実施主体の取組含む) • 今後の課題検討 • 報告書(案)の検討※

※第4回開催後は、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

評価分析WG

第1回 (5~6月)	<ul style="list-style-type: none"> • 効果分析の実施方針の検討 • 魅力発信等事業の内容・評価デザインの検討
第2回 (2~3月)	<ul style="list-style-type: none"> • 魅力発信等事業の実施結果・評価の検討
評価分析WGの 考え方	<ul style="list-style-type: none"> • 事業の開始時、振り返り時の2回開催を想定(令和7年事業:2回開催) • ただし、評価分析は流動的になりがちな「他の実施主体からの計画・結果の提出状況」により検討が深まるかが左右されるといえる。 • このため、会議日程を固定せず、相談事項が生じたときにWG委員候補への個別相談(メール、または委員会の延長としてのオンライン会議)を行う、またはタイミングが合えば委員会議題として検討する方が実効的・機動的とも考えられる。 • そのため、令和8年度事業でのWG開催は貴省ご意見も踏まえ協議の上、決定としたい。

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

- 全実施主体と業界団体・職能団体、都道府県（任意）が集まり、連携に向けた意見交換やコンテンツ活用のための周知を行う「事業間連携会議」を開催します。

事業間連携会議 実施概要

目的	<ul style="list-style-type: none"> 魅力発信をより効果的にするための意見交換や連携の模索 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 						
開催形式	<ul style="list-style-type: none"> 3回開催を想定 うち2回オンライン（希望に応じ弊社オフィスでの参加も可）、1回は書面開催（第2回を想定） 						
参加者	<ul style="list-style-type: none"> 各事業実施主体 介護に係る業界団体・職能団体 貴省（オブザーバー） 都道府県（オブザーバー・参加任意） <p>※都道府県には令和7年度に引き続き貴省経由で会議案内を送付することを想定。貴省へ事前に周知を依頼いたします。</p>						
議事	<ul style="list-style-type: none"> 業界団体/職能団体や都道府県に対し、事業への協力依頼や、活用可能な魅力発信コンテンツ・ノウハウの共有を行う。議事は右記を想定する。 各回詳細は事業開始後、貴省協議の上で決定する。 						
開催月・基本テーマ	<table border="1"> <tr> <td>第1回 7月ころ</td> <td>事業計画共有・事業への協力依頼</td> </tr> <tr> <td>第2回 12月ころ</td> <td>中間報告・コンテンツ共有/活用依頼</td> </tr> <tr> <td>第3回 2月ころ</td> <td>結果報告・コンテンツ共有/活用依頼</td> </tr> </table>	第1回 7月ころ	事業計画共有・事業への協力依頼	第2回 12月ころ	中間報告・コンテンツ共有/活用依頼	第3回 2月ころ	結果報告・コンテンツ共有/活用依頼
第1回 7月ころ	事業計画共有・事業への協力依頼						
第2回 12月ころ	中間報告・コンテンツ共有/活用依頼						
第3回 2月ころ	結果報告・コンテンツ共有/活用依頼						

議題	スピーカー	時間
1 貴省あいさつ	貴省	0:05(5分)
2 会議趣旨・事業に関する説明等	貴省	0:10(5分)
3 出席者紹介	事務局	0:20(10分)
4 実施主体発表(事業協力依頼・配布コンテンツに関する情報共有) ※コンテンツは具体的に「どう活用できるか/してほしいか」に言及してもらい、活用向上につなげる	実施主体(7団体 各4分)	0:50(30分)
5 魅力発信のポイント・過年度コンテンツ等の紹介	事務局	1:00(10分)
6 ディスカッション(ブレイクアウト)・意見のシェア	事務局(ファシリテーター)	1:30(30分)
7 事務連絡・閉会	全員	1:35(5分)

「6. ディスカッション」補足

- 【グラウンドルール設定】【R8新規】よりよい魅力発信に向けた率直な意見交換の場としたいため、新たに”グラウンドルール”を設けることを検討する。
例)①所属を代表する意見でなく個人の意見でよい、②発言は原則当会議限りとする(万一、報告書等で取り上げる場合は内容確認を行う) 等
- 【ディスカッションテーマ案】①自治体や介護現場での魅力発信の困りごと、②聞いてみたい・取り上げてほしい自治体/社協/介護事業所の取組、③学校関係者と協力するときの難しさ 等

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

- 他の実施主体と、①事業間連携、②評価分析の2つを主な目的とするmtgを設定します。
- 令和8年度は新たに、受け身にならず連携を創出するための**事業開始時の”コラボ企画セッション”**の設定や、実施主体の取組をタイムリーに把握し連携提案や評価分析に活かすための**実施主体と貴省での打ち合わせへの弊社同席形式の実施主体mtg**の実施を提案します。

令和7年度事業での経験・課題意識等	
	<ul style="list-style-type: none"> 事業開始当初に、事業間連携等事業が複数の実施主体に対して連携を積極的に持ち掛けたことでいくつかの広報協力が生まれたことから、同様の機会を令和8年度も引き続き持つことが重要。 年度途中になると、他の実施主体は貴省との打ち合わせは継続している一方で、事業間連携等事業への情報共有機会が少なくなりがちである。 これにより、事業間連携等事業が他の実施主体の事業実施状況を把握しきれず、年度途中での新たな連携の模索・提案や、後述する「事業効果分析フォーマット」を記載してもらうときの記載支援が行いにくくなっている。



令和8年度の実施方針		
目的	各実施主体の顔合わせや事業に関する説明・進捗の確認による、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	以下2パターンでの開催を想定する。 【パターン1:主催形式】 弊社が定期・不定期に主催(または他の実施主体と共催)して実施する 実施主体mtg 初回は連携を模索する”コラボ企画セッション”を実施【R8新規】	
	目的	他の実施主体との連携提案、効果分析に関する助言・支援(例:アンケートの効果測定項目検討支援、効果分析フォーマット(後述)の記入支援等)等
	開催方法	概ね30分~1時間で原則オンライン開催を想定 ただし、初回は”コラボ企画セッション”のため対面参加を推奨
	目的	【パターン2:同席形式】 他の実施主体と貴省が実施する各種打ち合わせへの 弊社同席による実施主体mtg 【R8新規】 ※承諾を得られた打ち合わせに限る。各実施主体には事業開始時に打ち合わせ情報を事前に共有してもらえるよう依頼
開催方法	貴省と実施主体の実施形式に合わせて同席	

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

- 事業冒頭に実施主体の顔合わせ兼事業計画の共有にあわせ、企画・広報面での連携の可能性を探る”コラボ企画セッション”を設けます。
- 年度途中は可能であれば貴省と実施主体の打合せに同席し、情報把握・助言等に努めます。

情報発信事業の実施主体とのタッチポイント(年間スケジュール)

時期	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月	
マイルストン	全体説明 ★	個別打合せ ★	(必要に応じ、連携のための複数社打合せや 評価分析のための個別支援打合せを実施)	★	★	★	★	★	情報発信事業の繁忙期 (「11/11 介護の日」の前後)	★	個別打合せ ★	
	上記のほか、貴省と各実施主体で行われる打ち合わせにも同席し(パターン2:同席形式の実施主体mtg)、進捗把握・事業効果分析への助言を実施											
	事業開始:5月ころ【関係づくり】			事業序盤:5月ころ【計画支援】			事業中盤:9月ころ【進捗フォロー】			事業終盤:2月ころ【結果把握】		
開催方式・趣旨	<ul style="list-style-type: none"> 原則、対面開催 全実施主体合同 事業計画の共有、評価分析の考え方連絡・連携の模索が目的 			<ul style="list-style-type: none"> 対面/オンラインどちらも可 実施主体ごと個別 効果測定や評価計画の個別支援、事業計画の詳細把握が目的 			<ul style="list-style-type: none"> 対面/オンラインどちらも可 実施主体ごと個別 事業進捗の把握、効果分析フォーマットの途中記入支援が目的 			<ul style="list-style-type: none"> 対面/オンラインどちらも可 実施主体ごと個別 効果分析フォーマットの記入支援が目的 		
事業間連携アジェンダ	<ul style="list-style-type: none"> 各実施主体からの自己紹介および事業計画の共有 事業間重点テーマの議論・設定 (p.18)【R8新規】 コラボ企画セッションの実施【R8新規】 			<ul style="list-style-type: none"> 具体的な事業実施スケジュールの聞き取り ※ニュースレター(後述)等のインプット 他実施主体との連携の個別打診 			<ul style="list-style-type: none"> 事業進捗の聞き取り 他実施主体との連携の個別打診 			<ul style="list-style-type: none"> — 		

コラボ企画セッション	目的	<ul style="list-style-type: none"> 各実施主体が実施主体mtgの中で、企画や過去の取材先・作成済コンテンツ等を持ち寄り、事業間の連携を模索し、ひいては年度内に実現させ事業効果を高めることを目的とする。
	実施イメージ	<ul style="list-style-type: none"> 事前に弊社から各実施主体に対し、以下のような“素材”を持ち寄ることを依頼する <ul style="list-style-type: none"> ➢ 他の実施主体が企画・広報で関わる余地があるテーマ(例:登壇者未定枠がある、多媒体で広報を検討したい) ➢ 過去に取材済だが他媒体に出していない、または反応が良かった企画・人物等 ※コラボというよりナレッジ共有 実施主体mtg当日は事業間連携等事業がファシリテーターを務め、「A企画は別フォーマット(動画→記事、記事→SNS施策など)に展開できないか」、「B企画に過年度事業で養成した介護職を派遣できないか」等を議論。 議論で挙げた連携案は議事メモに残し、各実施主体に展開して実現を依頼。その後の実施主体mtgでフォロー。

3. 事業概要 ②実施主体・都道府県の連携を促す取組 c.事業間重点テーマ

- 事業開始時に、各実施主体で共通して取り組む「事業間重点テーマ」(ターゲットでも可)を設定し、各実施主体に事業計画の一部を当該テーマ・ターゲット向けの発信のために確保してもらうことで、特定の観点での発信や特定課題に対する横断的な発信を行うことをねらいます。

令和7年度事業での経験・課題意識等	
<ul style="list-style-type: none"> 「親ブロック」「教員ブロック」といったアンケート・ヒアリング調査で顕在化した入職阻害要因に対して、各実施主体に共有はできていてもその課題への対応は各実施主体の判断に委ねられている。 各実施主体が独立して事業計画を採択され、活動するという背景の中でも、「介護のしごとの魅力発信等事業」全体として、各実施主体が共通して取り組むアジェンダを置くことが実施主体間の連携機運醸成の観点でも、魅力発信等事業全体の取組が評価されるという観点でもよいと考えられる。 各実施主体は独立して事業計画を採択されるため、内示後に事業間連携等事業が事業内容の大幅な見直しを求めることは難しい。小規模の変更であれば許容されうる。 	



令和8年度の実施方針	
実施概要	実施主体間で共通テーマとして発信を行う「事業間重点テーマ」(またはターゲット)を設定し、各実施主体においては「事業間重点テーマ」のための取組枠(スロット)を事業計画の一部で設定してもらう【R8新規】
目的	実施主体で共通した発信のテーマを設定することにより、当該テーマに関する発信の強化を図ること、および魅力発信等事業全体としての一体的な発信の機運醸成を図ることを目的とする。
実施内容	<ul style="list-style-type: none"> 事業開始時に開催する実施主体mtgにおいて「事業間重点テーマ(実施主体横断で発信するテーマ)」または「重点ターゲット」について議論し、1~2個を決める。 各実施主体に事業計画で事業間重点テーマに必ず1本以上のコンテンツや企画を割り当てるように依頼する。 事業間重点テーマとして割り当てられた各実施主体のコンテンツ・企画を一覧化する。 年度末には事業間重点テーマに対するインプット/アウトプット実績を束ねて可視化する。
ポイント	<ul style="list-style-type: none"> 各実施主体がつくる予定のコンテンツの一部を、事業間重点テーマに寄せるため、計画変更は小規模と考えられる。 独立した発信が特定テーマに向けて束ねて見えるようになる。
テーマ案	<ul style="list-style-type: none"> 親ブロック、教員ブロックの認知・解消 SDGsと介護 災害対応に携わる介護職 <p>ほか、政策課題について貴省とも検討を行う。</p>

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

- 主に自治体職員が魅力発信の事例・活用可能なコンテンツの把握、地域での協力相手の発見につながるイベント「魅力発信サミット」を開催します。
- 例年好評のため、新たに西日本開催に挑戦し、参加者のつながり創出機会拡大を図ります。

介護のしごと魅力発信サミット 実施概要

目的	<ul style="list-style-type: none"> 介護のしごとの魅力の再認識・モチベーションの向上 都道府県事業の実施主体が介護のしごとの魅力を再認識し、紹介される取組に触発され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、コンテンツのヒントを得ること 地域での協力相手の発見 都道府県事業の実施主体が事業の進め方の相談を行える、他の自治体や事業者を知ること
参加者	<ul style="list-style-type: none"> 都道府県事業の実施主体、市区町村、社会福祉協議会、業界団体・職能団体、協力事業者 等
開催回数・形式	<ul style="list-style-type: none"> 東京1回、大阪または福岡で1回【R8新規】の計2回開催。いずれもオンライン配信を含むハイブリッド開催を想定。 各回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



開催場所・時期	日時	開催形式	定員(予定)	場所
①東京開催	7~8月 (5月~準備開始)	ハイブリッド	対面70名 オンライン300名	弊社大手町オフィス または周辺の大規模会議室・ホール
②大阪または福岡開催 【R8新規】	9~10月 (6月~準備開始)		対面40名 オンライン300名	弊社大阪オフィス・福岡オフィス、または周辺の大規模会議室・ホール

開催周知	<ul style="list-style-type: none"> 【スケジュール】 周知1回目:採択後早期(参加者の日程確保)、周知2回目:参加申込受付開始時 【方法・対象】 —(弊社より)過年度の参加者および業界団体・職能団体へのメール連絡 —(貴省ご依頼事項)各都道府県担当者へのメール連絡 ※過年度同様、貴省にご協力いただけますと幸いです。 ※都道府県経由で管内関係各所に転送いただくことを想定
------	--



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

- 魅力発信サミット開催目的の達成には、自治体の取組事例の紹介や、自治体同士または自治体と実施主体のつながり形成の機会を創出することが必要と考えられます。
- 令和7年度開催が好評だったことを踏まえ、交流の時間を上乗せしたプログラムを想定します。

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"> 介護人材確保状況の見通しや魅力発信に関する厚生労働省の施策等について紹介 	厚生労働省 社会・援護局 福祉基盤課 福祉人材確保対策室	10分
2	介護職講演・座談会	<ul style="list-style-type: none"> 現役介護職が「介護のしごとの魅力」や「魅力発信のために自治体と取り組みたいこと」について各自プレゼン 座談会形式での意見交換・質疑応答 	介護職発信事業の実施主体が推薦・養成する介護職等(令和7年度実績: KAIIGO PRIDEアンバサダー、社会福祉HERO'S)	30分(プレゼン10分*2、座談会10分)
3	参加者交流・意見交換	<ul style="list-style-type: none"> 対面参加者はテーブル内外、オンライン参加者はブレイクアウトルームで交流 ※オンラインは希望者のみ 自己紹介、「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 対面参加者はテーブル外の名刺交換の時間も設ける 	(進行:事務局)	30分
	(休憩)			10分
4	自治体講演・座談会	<ul style="list-style-type: none"> 魅力発信を積極的に行っている自治体から取組の背景・取組内容・困りごと等について各自プレゼン 座談会形式での意見交換・質疑応答 	次スライドにて紹介 3団体程度	45分(プレゼン10分*3、座談会15分)
5	魅力発信等事業の実施主体説明 利用可能なコンテンツ	<ul style="list-style-type: none"> 実施主体から自治体等が利用可能な魅力発信コンテンツについて紹介 アンケート結果(p.23, 31)も必要に応じて紹介を検討 	実施主体	30分(紹介4分*7団体)
6	振り返り・質疑応答・閉会		事務局	15分

休憩含め、全体で約2時間50分

開催後の対応として、以下の取組も検討する。

- アンケートにて他の自治体・登壇者とのつながり希望を示した参加者のつなぎ
- 実施主体のオウンドメディアでの魅力発信サミット採録記事の掲出(実施主体との事前調整による)

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

- 令和7年度の魅力発信等事業にて精力的な取組が見えた自治体関係者等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※	宮城県	<ul style="list-style-type: none"> ショートドラマ「制服と介護」を制作。「介護の日」から6週にわたり、YouTube、TikTok、Instagram等各種SNSで配信。
	栃木県	<ul style="list-style-type: none"> 介護の魅力発信動画「ミドル世代転職～このままでいいのか?～」を制作。 人材育成や職場定着に取り組む介護事業所を県が認証する「とちぎ介護人材育成認証制度」も実施。
	東京都文京区	<ul style="list-style-type: none"> 動画「オラキオの介護すてき発見!!」を制作。 「アクティブ介護2025文京みんなのつどい」(文京区内介護サービス事業者による実行委員会主催、文京区・社会福祉協議会共催)を毎年開催。
	滋賀県	<ul style="list-style-type: none"> 令和3年度から、滋賀県の若者に介護のしごとの魅力を知ってもらうことを目的に「しがけあプロジェクト」を実施。(令和5年度のサミットに登壇経験あり) 令和3年度から令和5年度までは滋賀県が、令和6年度以降は滋賀県内の介護業界団体が運営を担う。

上記に加え、都道府県事業のアンケート(P.23)の回答を踏まえて打診先を検討します。

※いずれの自治体も、令和7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」のフォームに掲載希望を出しており、積極的に活動

3. 事業概要 ②実施主体・都道府県の連携を促す取組 e. 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。
- 自治体に対して掲載によるメリット等を訴求し、積極的に情報提供いただくことを目指します。

ニュースレター概要

目的	<ul style="list-style-type: none"> 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) 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)
昨年度の活用実績	<ul style="list-style-type: none"> 東京都足立区が「舎人公園 千本桜まつり」医療介護連携課ブースでニュースレターを活用 ニュースレターをきっかけに、山口県防府市内の中学・高校にて、実施主体作成コンテンツの配布が実現
掲載内容	<ul style="list-style-type: none"> 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(A4サイズで1~3枚程度) 最終号となる3月号には、令和8年度に魅力発信等事業で作成されたコンテンツの総集編を掲載
発信・掲載先	<p>【弊社からの発信先】</p> <ul style="list-style-type: none"> 国事業の各実施主体 業界団体・職能団体 企画委員関係先 <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"> 貴省WEBサイト 全国の労働局...ハローワークに掲示 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
発信頻度	<ul style="list-style-type: none"> 原則 月1回 掲載希望が多い月には臨時で月2回発行も検討
発信方法	<ul style="list-style-type: none"> PDF形式のデータ送付

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、カメラ読み取りとクリック(タップ)の両方からアクセスが可能

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

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

今年度は掲載による自治体へのメリット等を訴求し、積極的に情報提供いただくことを目指す

3. 事業概要 ②実施主体・都道府県の連携を促す取組 f. 都道府県アンケート

- 都道府県事業の取組を把握するアンケートを実施します。その分析結果を実施主体に共有し、コンテンツの公開時期等検討の一助とします。
- 回答した都道府県にも結果をフィードバックし、施策検討資料としてもらうことを想定します。

都道府県アンケート実施概要

目的	<ul style="list-style-type: none"> • 令和8年度の都道府県事業の取組予定を把握・分析し、実施主体のコンテンツ配給時期の検討や都道府県の施策検討に役立てる資料を作成することを目的とする。 • 魅力発信サミットの登壇者検討やニュースレターの紙面検討のインプットとする。
対象	<ul style="list-style-type: none"> • 都道府県(悉皆) 47
時期	<ul style="list-style-type: none"> • 5～6月 ※年度中の連携や、翌年度の都道府県の事業検討向けに情報提供することを考慮すると上記期間が妥当
方法	<ul style="list-style-type: none"> • Microsoft forms ※セキュリティで使用できない場合はExcelによる • アンケートの際は、令和7年度介護のしごと魅力発信等事業で作成されたコンテンツ一覧のPDFやリンクを添付し、都道府県が利用可能なコンテンツの周知も図る ※周知媒体として、ニュースレター「なるほどカイゴ」令和7年3月号を想定
項目	<ul style="list-style-type: none"> • 令和8年度に予定している介護のしごとの魅力発信の取組 <ul style="list-style-type: none"> ➢ ターゲット(学生／社会人／家族／地域住民など) ➢ 手法(イベント／出前授業／動画／SNS／冊子など) ➢ 実施時期、実施回数、規模 ➢ 財源(地域医療介護総合確保基金／その他) • 提供を希望する令和7年度の魅力発信コンテンツ／個別コンタクトを希望する実施主体 • 魅力発信で困っていること
成果物イメージ	<ul style="list-style-type: none"> • ターゲットや手法別に、どのような魅力発信が多いかを分析する • 魅力発信の取組の実施時期を見える化する
活用	<ul style="list-style-type: none"> • 各実施主体への結果共有により、コンテンツの共有時期等の検討に活用 • 回答のあった都道府県への結果共有(同上)により、次年度以後の取組検討や予算折衝時資料に活用 • 事業間連携等事業では魅力発信サミットの登壇者検討や情報提供資料、ニュースレターの掲載記事検討に活用
その他	<ul style="list-style-type: none"> • 都道府県の課題特定のため、特徴的な回答が見られる場合にはヒアリングの実施も検討する。 • 令和8年度取組実績を本年度内に把握することは困難であるため、年度内フォローアップ調査は実施しない想定

3. 事業概要 ③事業効果の可視化・改善に向けた取組 a. 情報発信事業の評価

- 情報発信事業の評価は各実施主体が行う自己評価がベースとなりますが、適切な評価がなされるよう事業間連携等事業が伴走支援を実施します。
- 令和7年度は情報発信事業の評価に関する課題として「実施主体の負荷軽減」および「フォローアップの強化」が挙げられました。そのため、令和8年度は個別打ち合わせ等によるフォローアップ強化を行います。

令和7年度の成果と課題

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。
- 事業効果分析フォーマットを提供し、記入状況を定期的に確認することで、各実施主体が自己評価を行うための枠組みを作るとともに、各実施主体の事業進捗状況をモニタリングした。
- 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

- 情報発信事業の各実施主体は情報発信やイベント等を実施することに重点を置いたため、事業効果分析については優先度が低くなる傾向があった。具体的には、回収期限が過ぎても事業効果分析フォーマットが提出されない、フォーマット最終提出のタイミング(3月)になっても効果分析の結果が整理されていないなどの事例があった。
- また、事業効果分析フォーマットの記載項目について、実施主体からは「項目が多くて負荷が高い」や「アウトプットとアウトカムの差異がわかりにくい」、「口頭で相談しながら記入したい」などの意見があり、事業効果分析に係る負荷軽減およびフォローアップ強化が課題となった。



令和8年度の対応方針

【打ち合わせ等による丁寧なフォローアップ(伴走支援)】

- 貴省と各実施主体で行われる打ち合わせに同席し、事業の進捗状況をタイムリーに把握することで、実施主体からのフォーマット提出が遅れていても事業進捗状況を把握できるようにする。
- さらに各実施主体と弊社での打ち合わせを定期的を実施し、事業効果分析計画に関する助言、事業効果分析結果の振り返りのサポートなどを行う。リアルタイムでの会話・助言を通して事業効果分析フォーマットの記入を補助しながら自己評価の質向上を目指す。

タイミング	打ち合わせの概要
年度当初 (5月頃)	各実施主体が提出した別記4(ロジックモデル)の内容を確認し、適宜助言を行う。
年度途中 (9月頃)	事業効果分析の具体的な計画(評価指標設定状況、測定方法等)を確認し、適宜助言を行う。
年度末 (2~3月頃)	事業効果分析の測定状況を確認する。また、測定結果についての振り返りを行う。

【専門性を有するメンバーでの体制構築】

- 日本評価学会認定評価士の資格を有する者(3名)を本事業にアサインし、各実施主体と弊社の打ち合わせ(事業効果分析関連)に認定評価士1名以上が同席することで、評価に関する専門的な助言を行う。

【評価に係る実施主体の負担軽減】

- 詳細な項目の記入・評価を主要な活動のみに絞るなど、事業効果分析フォーマットに記入する情報量の削減を試みる。
- 個別打ち合わせおよび事業効果分析フォーマットの提出時期は実施主体によってずらすことも想定し、各実施主体の繁忙期を勘案しながら事業開始時に個別調整する。

3. 事業概要 ③事業効果の可視化・改善に向けた取組 a. 情報発信事業の評価

- 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打ち合わせを定期的を実施します。事業効果分析計画に関する助言、事業効果分析結果の振り返りのサポートなどを行いながら、リアルタイムでの会話・助言を通して事業効果分析フォーマットの記入を補助し、自己評価の質向上を目指します。

情報発信事業の実施主体とのタッチポイント(年間スケジュール) ※p.17を一部再掲

時期	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
マイルストン	全体説明★ 個別打合せ★	(必要に応じ、連携のための複数社打合せや評価分析のための個別支援打合せを実施) ★ ★ ★ ★ ★			個別打合せ★	情報発信事業の繁忙期 (「11/11 介護の日」の前後)				個別打合せ★	
事業効果分析フォーマット		提出★			提出★						提出★
	上記のほか、貴省と各実施主体で行われる打ち合わせにも同席し(パターン2: 同席形式の実施主体mtg)、進捗把握・事業効果分析への助言を実施										
	貴省と各実施主体で行われる打ち合わせにも同席した際に得た情報を踏まえ、弊社にてフォーマットを一部更新することも検討										
	事業開始:5月ころ【関係づくり】		事業序盤:5月ころ【計画支援】			事業中盤:9月ころ【進捗フォロー】			事業終盤:2月ころ【結果把握】		
開催方式・趣旨	<ul style="list-style-type: none"> 原則、対面開催 全実施主体合同 事業計画の共有、評価分析の考え方連絡・連携の模索が目的 		<ul style="list-style-type: none"> 対面/オンラインどちらも可 実施主体ごと個別 効果測定や評価計画の個別支援、事業計画の詳細把握が目的 			<ul style="list-style-type: none"> 対面/オンラインどちらも可 実施主体ごと個別 事業進捗の把握、効果分析フォーマットの途中記入支援が目的 			<ul style="list-style-type: none"> 対面/オンラインどちらも可 実施主体ごと個別 効果分析フォーマットの記入支援が目的 		
事業間連携アジェンダ	<ul style="list-style-type: none"> 各実施主体からの自己紹介および事業計画の共有 事業間共通テーマの議論・設定 コラボ企画セッションの実施 		<ul style="list-style-type: none"> 具体的な事業実施スケジュールの聞き取り ※ニュースレター(後述)等のインプット 他実施主体との連携の個別打診 			<ul style="list-style-type: none"> 事業進捗の聞き取り 他実施主体との連携の個別打診 			<ul style="list-style-type: none"> — 		
評価分析アジェンダ	<ul style="list-style-type: none"> 事業効果分析の意義、年間の流れ、ポイントの説明 		<ul style="list-style-type: none"> 各活動のアウトプット、アウトカムの確認(各実施主体が応募時に作成した別記4をベースに実施) 各活動で想定しているアウトプット・アウトカム測定方法の方針に関するヒアリング・助言(フォーマット記入支援) 			<ul style="list-style-type: none"> 各活動の進捗状況の確認 各活動で想定しているアウトプット・アウトカム測定方法の具体的な内容に関するヒアリング・助言(フォーマット記入支援) 			<ul style="list-style-type: none"> 各活動の進捗状況・結果の確認 各活動のアウトプット・アウトカム、実施主体としての振り返りに関するヒアリング・助言(フォーマット記入支援) 		

3. 事業概要 ③事業効果の可視化・改善に向けた取組 a. 情報発信事業の評価

- 各実施主体が事業効果に関する自己評価を適切に実施することを補助するとともに、**各事業の事業効果およびその評価方法を可視化する観点から、統一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

フォーマット概要

- Excel形式のフォーマットを想定
- 1つの活動について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6月頃、活動が本格化する前の9月頃、事業終了時期である3月頃の3回に分ける
- 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

具体的なイメージは次ページに掲載

実施主体の負担軽減に向けた方針(案)

- 全ての活動について全項目を詳細に記載いただくのではなく、**以下のような形で項目を絞る**形とする。
 - **事業が計画通りに実施できているかを可視化するため、プロセス評価に係る部分(アウトプット)は全ての活動について記入必須とする。**
 - **アウトカムの丁寧な測定を必須とするのは、各事業のコアとなる活動とする。**「ターゲットリーチのための工夫・振り返り」は、無関心層をターゲットとした事業の場合は必須項目とし、それ以外の場合は任意とする。
- 事業を実施しての振り返りなどについては、**打ち合わせの場で事業間連携等事業からヒアリングを行いながらフォーマットを埋めていく**形とする。
- アウトカムの測定が難しいことが想定される活動について、**どのような形で事業効果を示すかを年度当初の個別打合せにて事業間連携等事業を交えて検討する。**
 - 例:アウトカム測定に高いコスト(金額・工数)に係る活動、不特定多数の人にに向けた発信であるなどコンテンツ接触者を対象とした調査が難しい活動 など

3. 事業概要 ③事業効果の可視化・改善に向けた取組 a. 情報発信事業の評価

- フォーマットのレイアウトは以下のようなものを想定していますが、令和7年度事業の実施主体からのフィードバックを踏まえ、記入しやすさの観点からアップデートを行います。

事業効果分析フォーマットのレイアウトイメージ

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 取組を企画した背景・目的、取組内容を簡単に記載ください。	★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	
			(イ 対 面)	(オ ン ラ イ ン)	テ レ ビ	ラ ジ オ	新 聞 広 告	雑 誌	動 画	W E B 記 事	S N S	そ の 他 (詳 細 記 入)	★計画 (交付申請時点)

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、リーチできた/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、PV、発信回数、開催回数、参加者数等	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
★企画提案時、別記4に紐づけたアウトカム	★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	振り返り		
提案時の様式(別記4 実施事業におけるアウトカムの設定について)にて各活動に紐づけたアウトカムをご記載ください。	左記アウトカムの詳細(誰がどのような状態になるか)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結果をご記載ください。	効果測定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。	効果測定の対象および数値をご記載ください。アンケートの場合は対象者数(配布数)に加えて、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(ポジティブ/ネガティブ問わず)など、活動の結果・成果を定性的に表すものがあればご記載ください。	手ごたえを得られた点や今後の課題をご記載ください。	魅力発信等の他実施主体や業界団体・種別団体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 ③事業効果の可視化・改善に向けた取組 b. 事業間連携等事業の評価

- 事業間連携等事業(本事業)の事業効果を測定するため、事業冒頭でロジックモデルを作成し、各活動の評価デザインを作成します。各活動の終了後、評価デザインに沿ってデータの収集と振り返りを行い、その結果を取りまとめます。

評価デザインイメージ(令和7年度の例)

評価の指標だけでなく
判断基準も設定

No.	活動	種類	アウトカム 内容	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
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、昇進やキャリアアップの機会が多さ、体力的負担、精神的負担、給与、勤務日や勤務時間の融通のしやすさ、働きやすさ、業界の未来(成長性)	介護の仕事の魅力だと感じる人の数。	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	N/A
2	事業間連携会議の開催	直接①	①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(情報発信事業・介護職発信事業)のニーズに基づき、連携支援が提供されること。 (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発信されること。 【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。	①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。	①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80%以上が、「とても思う(5)」「やや思う(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	第3回事業間連携会議開催日 ・2026年2月頃
3	事業間連携会議の開催	直接②	②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。 (2)業界団体・職能団体が国事業と連携した介護のしごとの魅力発信に向けて、具体的な実施イメージを持てること。	②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。 (2) 業界団体・職能団体が国事業と連携した介護のしごとの魅力発信を検討するにあたり、関係者と顔の見える関係ができたかどうか。	②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、「とても思う(5)」「やや思う(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70%以上が、「実施した」「まだ実施していないが、実施予定がある」と回答すること。 (2) アンケート回答者(業界団体・職能団体)の70%以上が会議構成を問う設問において「国事業との連携を検討するにあたり、関係者と顔の見える関係ができた」と選択すること。	業界団体・職能団体を対象としたアンケート調査	第1回事業間連携会議開催日 ・2025年7月頃 第2回事業間連携会議開催日 ・2025年10月頃(書面開催の場合は実施しない) 第3回事業間連携会議開催日 ・2026年2月頃
4	事業間連携会議の開催	直接③	③自治体 (1)自治体が介護のしごとの魅力発信の実施に役立つヒントを得ること。	③自治体 (1)自治体が介護のしごとの魅力発信の実施に役立つヒントを得たと感じただかどうか。	③自治体 (1)アンケート回答者(自治体)の80%以上が、「ヒントを得た」と回答すること。	自治体を対象としたアンケート調査	第1回事業間連携会議開催日 ・2025年7月頃 第2回事業間連携会議開催日 ・2025年10月頃(書面開催の場合は実施しない) 第3回事業間連携会議開催日 ・2026年2月頃
5	事業間連携会議の開催	直接④	④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・自治体 (1)介護のしごとの魅力発信を実施するための協議や相談をすること。	④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・自治体 (1)国事業の実施主体と業界団体・職能団体・自治体の間で介護のしごとの魅力発信に関する協議や相談をしたかどうか。	④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・自治体 (1)アンケート回答者(国事業の実施主体)の60%が業界団体・職能団体・自治体と協議や相談をしたと回答すること。	国事業の実施主体、業界団体・職能団体、自治体を対象としたアンケート調査	第3回事業間連携会議開催日 ・2026年2月頃
6	事業間連携会議の開催	中間①	①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介護のしごとの魅力発信が、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。	①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」と感じただかどうか。	①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	第3回事業間連携会議開催日 ・2026年2月頃
7	事業間連携会議の開催	中間②	②自治体 (1)自治体が事業間連携会議で得たヒントを所属自治体の介護のしごとの魅力発信に取り入れること。	②自治体 (1)自治体が事業間連携会議で得たヒントを所属自治体の介護のしごとの魅力発信に取り入れたらと思ったかどうか。	②自治体 (2)アンケート回答者(自治体)のうち、70%以上が事業間連携会議で得たヒントを所属自治体の魅力発信に取り入れたらいいかという設問に対して「とても思う」「思う」と回答すること。	自治体を対象としたアンケート調査	第3回事業間連携会議開催日 ・2026年2月頃

3. 事業概要 ③事業効果の可視化・改善に向けた取組 b. 事業間連携等事業の評価

- 報告書には、アウトプット・アウトカムの指標、目標値、結果、評価(振り返り)を取組ごとに整理して記載します。

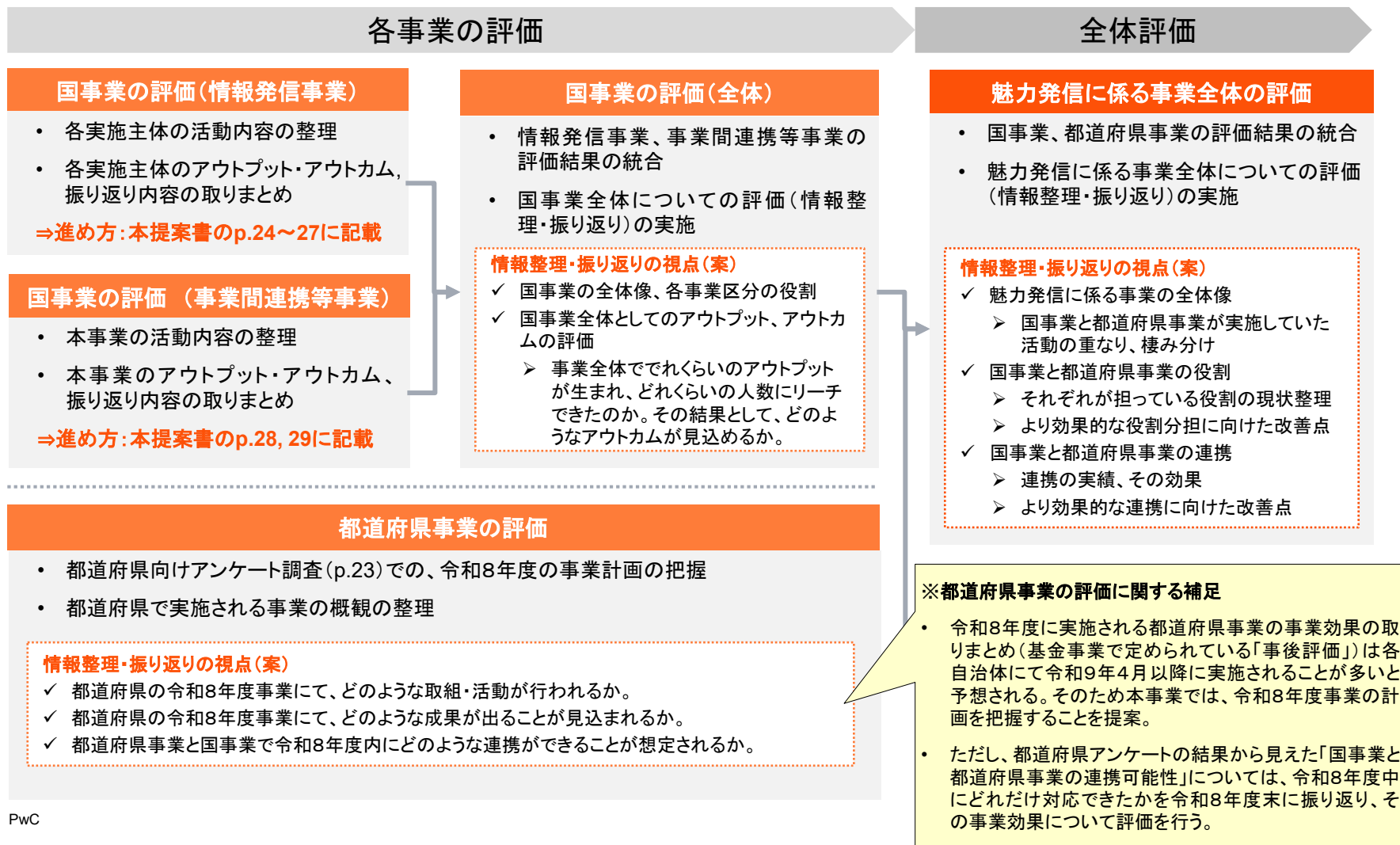
事業間連携等事業の事業効果分析に係る取りまとめイメージ
(令和7年度の魅力発信サミットの例)

記号を使うことで
視覚的にわかりやすく整理

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	140人	162名	○ ・開催3か月前の早い段階から広報を行ったこと、自治体の取組事例等のプログラムが参加者の期待に沿っていたため、多くの参加申込みがあったと考えられる。
アウトカム	聴講者(自治体職員)が介護のしごとの魅力発信に取り組む必要性を再確認すること。	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「介護のしごとの魅力発信」に取り組む必要性を「再確認できた」と回答すること。	介護の魅力発信の必要性に対する理解度が高まったと感じるか。 →上位2項目…92.5%	○ ・冒頭で介護人材確保の現況・見直し等を共有したこと、現役介護職員から介護の魅力を改めて伝えたことで、理解度が高まったものと考えられる。
	聴講者(自治体職員)の介護のしごとの魅力発信に係る事業の実施に向けたモチベーションが高まること。	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。	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。 →上位2項目…94.3%	○ ・参加者にとって親しみやすいプログラムとしたこと、参加者交流の時間を設けたことがモチベーションの高まりにつながったと考えられる。
	聴講者(自治体職員)が他自治体の取り組みや介護職による現場の声等に触れることで、所属自治体の事業計画立案に役立つヒントを得ること。	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「介護のしごとの魅力発信」に係る事業計画立案に役立つヒントを「得られた」と回答すること。	介護の仕事の魅力発信に関する事業に取り組む上でヒントを得られたか。 →得られた…94.3%	○ ・他自治体の取組事例や国事業作成コンテンツ等、所属自治体の事業に活用しやすい情報を提供できたことが要因と考えられる。
	聴講者(自治体職員)が国事業のコンテンツ・媒体を活用する方法が分かること。	アンケート回答者(自治体職員)の70%以上がサミットでの参加によって「国事業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「とても思う」「やや思う」と回答すること。	「介護のしごと魅力発信等事業」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。 →上位2項目…73.6%	○ ・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、参加者の関心を高められたものと考えられる。
	聴講者(自治体職員)がサミットで得たヒントや繋がりを活用し、毎年の都道府県事業の企画・立案に反映すること。	アンケート回答者(自治体職員)の70%以上がサミットで得たヒントや繋がりを活用し、来年度以降の都道府県事業の企画・立案に反映したいと思うかという設問に対し、「とても思う」「やや思う」と回答すること。	今後、本サミットで得たヒントや、つながりを事業に活用しようと思うか。 →上位2項目…90.6%	○ ・他自治体の取組事例や国事業作成コンテンツ等、所属自治体の事業で活用しやすい情報や、参加者交流により新たなつながりを提供できたことが要因と考えられる。
	国事業の実施主体がオウンドメディアでの記事候補・取材先候補等として都道府県の取組を知ること。	アンケート回答者(国事業の実施主体)の70%以上が、オウンドメディアでの記事候補・取材先候補等として都道府県の取組を知ることができた」と回答すること。	サミットの会場・名刺交換等を通じて、記事・取材先・イベント会場依頼候補等となりうる自治体や介護事業所を知ることができたか。 →上位2項目…100%	○ ・参加者交流や自治体講演等のプログラムにより、自治体の現況等を知る機会を提供できたことが要因と考えられる。
	国事業の実施主体がオウンドメディアでの記事・取材先として都道府県を取り上げること。	各国事業の実施主体につき1件以上、オウンドメディアでの記事・取材先として都道府県を取り上げること。	6事業者中1事業者が、1件以上オウンドメディアでの記事・取材先として都道府県を取り上げた。	▲ ・参加者交流等において、国事業の実施主体と自治体職員の交流は見られたが、その後の具体的な連携にはつながりにくかったと考えられる。 ・事後アンケートで連携希望のあった参加者同士は個別に取次ぎを行ったが、連携の希望はあっても、具体的な連携方法のイメージがつかないケースも見られた。

3. 事業概要 ③事業効果の可視化・改善に向けた取組 c. 事業全体の評価

- 国事業(情報発信事業、事業間連携等事業)、都道府県事業を総括し、魅力発信に係る事業全体の効果分析を実施します。
- 各事業の評価の取りまとめにあたっては、企画委員会にて有識者にも意見を求めます。



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(WEBモニター調査)

- ・ 介護の仕事へのイメージ等に係る現状を把握し、よりよい魅力発信のためのヒントを得るためにWEBモニター調査を実施します(令和3年度からの継続で6年目)。
- ・ 調査結果を取りまとめる際には、**都道府県にて活用いただきやすい形でのアウトプットとすることに重点を置きます。**

調査目的

- ・ 介護の仕事の魅力発信を行うための基礎情報として、介護の仕事へのイメージ等に係る現状を把握し、よりよい魅力発信のためのヒントを得ること。



都道府県目線での活用しやすさを重視

集まった回答は地域別に集計を行い
都道府県が参考にしやすい形で整理する

事業間連携会議や魅力発信サミットにて都道府県に展開
また、国事業実施主体、業界団体・職能団体にもメール等で展開予定

調査方法

【調査票の配布・回収方法】

- ・ WEBのアンケートフォームによる調査

【実査時期】

- ・ 令和8年6月

魅力発信サミットでの結果活用を見据えて
例年よりも早期に実施する

【調査対象】

- ・ WEBモニター登録者
 - スクリーニング調査: 約3万人 ※詳細調査の対象者抽出に使用
 - 詳細調査① 現役介護職: 約500~1,000人
 - 詳細調査② 介護職以外: 約500~1,000人

過年度は「学生」と「保護者(就職前の子どもがいる人)」に絞っていたが、
より幅広い情報を得るために調査対象を拡大

調査項目

【スクリーニング調査】 ※最大5問

- ・ 職業、介護との関わり
- ・ 介護の仕事へのイメージ(ポジティブ/ネガティブ)
- ・ 子どもが「介護の仕事に就きたい」と言った場合の反応

【詳細調査① 現役介護職】 ※10問程度

- ・ 通っていた学校の種類 ★新規
- ・ 介護業界で働くことを考え始めた時期
- ・ 介護の仕事を選んだ理由
- ・ 介護の仕事へのポジティブなイメージの形成に影響を与えたもの
- ・ 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ているか
- ・ 介護の仕事に就くことを反対された経験 など

【詳細調査② 介護職以外】 ※10問程度

- ・ 介護の仕事への関心
- ・ 介護の仕事への理解度
- ・ 介護の仕事へのイメージ(就職先として魅力的か否か)
- ・ 介護の仕事へのポジティブなイメージの形成に影響を与えたもの
- ・ 介護施設への訪問経験、介護サービス提供の様子を見た経験
- ・ 就職を検討したことがある業種 など



回答傾向に大きな経年変化がないことや
回答負担軽減の観点から設問のスリム化を実施
過年度調査項目のうち特に重要なものに絞って調査項目を整理する

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

- アンケート調査の結果から得られた情報・示唆はPPT形式にて取りまとめ、魅力発信サミットや事業間連携等事業を通じて、都道府県や国事業の実施主体、業界団体・職能団体に展開します。取りまとめ内容のなかには過年度事業で得られている知見(これまでのアンケート調査等で明らかになっていること)も含めます。

資料イメージ(令和7年度の第1回事業間連携等事業にて配布した資料より抜粋)

なぜ魅力発信が必要なのか？

- 介護の仕事の魅力を伝え、興味・関心を持つ人を増やすことが人材確保につながります。
- 一度きりではなく、継続的に発信を行うことが重要です。

介護の仕事は就職先として魅力的だと感じる人はどれくらい？

年代	20%	40%	60%	80%	100%
学生 (n=500)	18.6	32.8	48.2	51.8	60.0
保護者 (n=500)	7.2	24.2	48.6	50.6	60.0

介護の仕事を知っている人はどれくらい？

年代	20%	40%	60%	80%	100%
学生 (n=500)	14.4	61.2	24.4	24.4	60.0
保護者 (n=500)	17.2	53.4	28.4	28.4	60.0

子どもが介護の仕事に就きたいと言った時の反応

年代	20%	40%	60%	80%	100%
介護職 (n=50)	98.8	34.7	8.7	8.7	60.0
介護職以外 (n=215)	35.5	45.3	19.1	19.1	60.0

就職先として魅力的だと感じている人は2割未満
親の応援意向にも課題あり

どのような発信方法があるのか？

- 狙っている効果やターゲットを踏まえ、どのような方法で魅力発信を行うか検討します。
- イベントやテレビ・ラジオなどは多種多様がありますが、どの方法の場合も、無関心層がターゲットの場合にはアプローチに工夫が必要です。

魅力発信の方法(例)

- 対面やオンラインでのイベント開催
- 登録者の熱量を届けやすい
- 番組を放送
- 幅広い層に情報を届けやすい
- 広告や特集記事などを掲載
- 幅広い層に情報を届けやすい
- 記事や特集を掲載
- ターゲットに合わせた媒体選定がしやすい
- YouTubeやTikTokなどで配信
- コンテンツの再利用が容易
- WEBサイトの作成、記事や広告の配信
- 長期継続して情報発信が可能
- イベントや動画の告知などに使用
- 情報が拡散されやすい

無関心層をターゲットとする際の工夫(例)

届けたい人へのアプローチ

- 多数の人が通りがかる場所でのイベント開催
- 多数の人が通りがかる場所への広告出稿
- 既存の人気イベントへの出展
- 小売店での会計時にタブレット・チラシを配布
- 全国紙や人気雑誌、地上波など読者・視聴者が多い媒体での情報発信
- 多数の媒体での広告配信 etc.

内容の工夫

- キャッチーなコンテンツ作り
- 第三者の声の掲載(参加者の声など)
- 情報を受け取ることにメリットの訴求 etc.

(参考)事業を振り返る際のヒント

- 事業が上手くいかなかったケースは、「活動自体を計画通りに行うことができなかったパターン(実施上の失敗)」と「活動の内容に課題があったパターン(理論上の失敗)」の2つに大別できます。
- 下記の「上手くいかなかった理由(例)」を参考にし、さらに深堀りしてみましょう。

	上手くいった状態	上手くいかなかった状態	上手くいかなかった理由(例)
A アウトプット	計画以上に実施できた(実施回数等が計画以上)	計画を下回った(実施回数等が計画未満)	✓ 予算・体制の問題 ✓ 不測の事態の発生
B ターゲットリーチ	狙っていた人数以上にリーチすることができた	リーチできた人数(総数)が想定よりも少なかった	✓ 周知広報不足 ✓ コンテンツの魅力不足
C アウトカム	コンテンツに触れた人に期待通りの変化(集まる・行動変容等)が見られた	コンテンツに触れた人に期待通りの変化(集まる・行動変容等)が見られなかった	✓ 周知広報の方法とターゲット層の不一致 ✓ コンテンツの内容とターゲット層の不一致

事業設計の最初にやることは？

- 最初に「効果(アウトカム)」と「ターゲット」を具体的に決めることが重要です。
- 事業内容の検討に入る前に「誰にどのような変化をもたらしたいのか」を言語化することで、のちの事業設計がスムーズに進み、事業目的がブレません。

どのような変化を促すのか

誰に変化をもたらすのか

介護の仕事への関心

	なし	あり
子ども	介護の仕事に親近感を持ってもらう	より理解を深めてもらい将来の就職希望者に
若者	介護の仕事に関心を持ってもらう	より理解を深めてもらい就職やキャリアでの入職を後押し
現役世代	悪いイメージを払拭する	より理解を深めてもらい転職やキャリアアップでの入職を後押し
アクティブシニア	魅力を知ってもらう	より理解を深めてもらい

人材不足解消

イメージ向上

興味関心の喚起

理解促進

いま何が必要かを考え、アウトカムを具体的に設定する

アウトカムを達成するためにアプローチすべき層を決める

(参考)メディアの利用実態に関する調査結果

- 総務省情報通信政策研究所が公表している「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」では、主なメディアの利用時間・利用目的などを知ることができます。
- 発信方法に悩んだ際は参考にしてみてください。

魅力発信に役立つ情報(例)

- 主なメディアの利用時間と行為者率
- コンテンツ類型ごとのメディアの利用時間
- 各種サービスの利用率
 - ソーシャルメディア系サービスアプリ、ニュースサービス等
 - 新聞、ニュースサービス
 - 動画共有・配信サービス等
- 目的・情報類型別のメディアの利用状況
- メディアの重要度と信頼度

アクセスはこちら▶
(QRコードを読み込み、ウェブページ)

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 よりよい魅力発信を検討するためのアンケート

- a. 調査概要
- b. 調査結果

3. 考察

- ① 事業間連携の今後のあり方
- ② 都道府県事業との協力の今後のあり方

4. スケジュール

・ おおむね5月から2月までを主な活動期間とし、3月に成果物を報告書にまとめます。

		令和8(2026)年						令和9(2027)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		(企画委員会、または委員個別説明により代替する場合は通年で不開催)								★ 第2回	
②実施主体・都道府県の連携を促す取組 ※c. 事業間重点テーマは実施主体mtgで扱うため省略	a. 事業間連携会議			★ 第1回					★ 第2回(書面)		★ 第3回		
	b. 実施主体mtg	★ 顔合わせ全体説明	★ 計画詳細確認 評価分析支援		★ 事業中盤 進捗フォロー							★ 結果把握・ 評価分まとめ支援	
	d. 介護のしごと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・申込受付準備		参加受付 アンケート検討	★ 東京 開催	アンケート集計 振り返り	参加受付 アンケート検討	★ 大阪/福岡 開催	アンケート集計 振り返り				
	e. ニュースレター	原則月1回発行(8~3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											
	f. 都道府県アンケート	調査設計 発出準備	実査	集計・分析									
③事業効果の可視化・改善に向けた取組	a. 情報発信事業の評価	評価に関する 全体説明	ロジックモデル 評価デザイン(方針) 確認		評価デザイン(詳細) 確認				評価結果の確認 振り返りヒアリング				
	b. 事業間連携等事業の評価	ロジックモデル 評価デザイン作成		実施完了した活動から 順次アウトプット・アウトカムを整理						最終振り返り			
	c. 魅力発信に係る全体の評価	都道府県事業に係る情報収集 (②f. 都道府県アンケートにて実施)			国事業・都道府県事業の 事業内容の整理				評価とりまとめ				
④よりよい魅力発信のあり方を検討するための取組(WEBアンケート)	調査設計 発出準備	実査	集計・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 納品

Thank you

pwc.com

© 2026 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.