

平成 26 年度 老人保健事業推進費等補助金（老人保健健康増進等事業分）事業
介護人材確保に係るプラットフォーム構築と
採用ブランド確立推進事業

報告書

平成27年
3月

はじめに

○地元でがんばる、愛される・・・介護には、笑顔が、充実感が、未来が溢れています。

我が国では、人口急減と超高齢化が深刻な問題となっています。働き手が減少する一方で、認知症をはじめとする介護の問題はますます膨らみ、2025年には、介護の現場で働く人が約30万人不足すると言われてしています。

こうした状況のなか、介護保険制度においては、平成29年4月に控える消費税の引き上げや、介護保険料の負担割合見直し、給付の適正化などが進められると同時に、認知症ケアの研究や自立支援の取り組み促進、最期まで安心を贈る看取り介護の追求など、質量両面で過不足のない在り方を目指して改革が繰り返されています。

しかしながら、そうした国を挙げた努力も、制度を血の通ったものにしていく「介護人材」がいなければ、国民のもとに届くことはありません。一人でも多くの方とともに、我が国の介護を支えていかなければなりません。そのためには、いま実際に介護の現場で働く方々が「いきいき・きらきら・にこにこ」として利用者と向き合っている姿を等身大でお伝えし、誰もが笑顔で介護に携わることのできる未来を描いていかなければならないのです。

介護は、まさに利用者一人ひとりの生活と向き合い、毎日をともにする仕事です。その方の暮らしを知り、これまでを知り、未来をともにつくっていく尊い仕事です。そのような視点からとらえたとき、生まれ育った地域のぬくもりや思い出とともに、とても居心地の良い介護をしておられる若者達に出会いました。

彼らは、同郷ならではのあたたかな介護を熱心に行うと同時に、やはりそれまで同様、故郷での暮らしを愛し、毎日を大切に過ごしています。その姿は、これからも長く将来を描いていくことの出来る仕事として、また人生をともにする価値のある仕事として、介護の素晴らしい魅力を体現していると思うのです。

公益社団法人全国老人福祉施設協議会（以下、全国老施協）は、これまでも施策への提案、世論へのPR活動に留まらず、様々に介護の魅力を広げる取り組みを重ねてきました。しかし今回、「地元とともにある介護の在り方」をお伝えすることで、新しい視点をもって介護の扉を開くことができるのではないかと考えました。今日、皆さまにお届けする写真集「AROUND20 地元で、がんばる、愛される20代がいる。」は、そうした姿をリアルにとらえたものです。ここには、胸を張って「介護はこんなにも素晴らしい」と言える笑顔が、充実感が、未来への思いが溢れています。

介護の現場で働く方々の処遇改善、働きやすい環境づくりはまだまだ道半ばです。介護保険制度も、真に利用者を支えるものになっているとは言えません。私たちは、その実現に向けて不断の努力を重ねていく所存です。同時に、今回の事業が照らすこれからをしっかりと見つめ、介護現場で一緒にがんばる仲間たちを増やし、支えるために手を尽くしてまいります。

最後になりましたが、本事業の推進にお力を賜りました多くの皆さまに、心から感謝を申し上げます。この写真集を通じて、各地域の特色に富んだ取り組みが展開されることによって、一人でも多くの方が介護の扉を開き、利用者の幸せをつくるきっかけとなることを切に願っています。

平成 27 年 3 月 31 日

公益社団法人 全国老人福祉施設協議会
会 長 石 川 憲

目次

1	事業概要	1
	(1) 事業の目的	1
	(2) 事業の内容	1
2	ワーキングチームでの議論	6
	(1) 地元志向型若手人材へのアプローチ	6
	(2) 地元志向型若手人材の参入促進の方法	8
3	プラットフォーム構想	10
	(1) プラットフォームの定義	10
	(2) プラットフォームの機能	10
	(3) プラットフォーム構築に向けたワーキングチームでの議論	11
4	モデル事業	16
	(1) 対象となる協議体の概要	16
	(2) 実施経過	16
	(3) 効果	18
5	事業の総括	36
資料1	アンケート	39
資料2	写真集	41

1 事業概要

(1) 事業の目的

2025年に向けた介護人材確保の目標は237～249万人と推計されており、雇用や処遇改善をはじめ、介護現場のイメージアップや専門性の確立、適正な社会的評価の獲得等の課題解消が目指されているところである。

具体的には、①参入促進、②キャリアパスの確立、③職場環境の整備・改善、④処遇改善の論点に沿った、行政の政策や関与を前提とし、事業体自らが職場として積極的に選ばれるための自己点検・改革と、的確で戦略的な情報発信に取り込むことが急務である。

介護人材確保と育成については、事業実施主体を問わず、深刻かつ喫緊の課題であり課題及びビジョンを共有する業界全体が積極的に連携・協働し、産業として抜本的改革に取り組むことによって、新たな打開策の模索が期待できる。

本事業では、新しい層の参入促進を進め、介護人材のすそ野を広げることを踏まえつつ、介護の仕事のイメージ変化を促す情報を伝え、介護人材確保に係るプラットフォーム構築と採用ブランドを確立することを目的に実施する。

(2) 事業の内容

①事業実施体制

本事業は、ワーキングチーム、愛知県老人福祉施設協議会21世紀委員会の2つの会議体で事業運営を行った。ワーキングチームは、介護人材確保のためのプラットフォーム構築に向けて、関連な意見交換を行い、介護人材のプラットフォームのアイデアを提案した。愛知県老人福祉施設協議会21世紀委員会はワーキングチームが策定した提案内容をもとに、モデル事業を実施、運営した。

会議体の委員は次のとおりである。

<ワーキングチーム>

役職	氏名	所属
委員長	門野 友彦	株式会社リクルートキャリア HELP MAN ! ● JAPAN 担当
委員	安部 諒一	株式会社セーフセクション 代表取締役
委員	飯田 大輔	株式会社恋する豚研究所 代表取締役
委員	大関 晃一	社会福祉法人神奈川県社会福祉協議会 福祉サービス推進部 ライフサポート担当課長

役職	氏名	所属
委員	河原 至誓	社会福祉法人明照会 理事長 公益社団全国老施協 介護人材対策委員会 幹事
委員	坂本 宗庸	株式会社リクルートジョブズ 営業総括本部
委員	友田 光亮	株式会社リクルートコミュニケーションズ マーケティング局アートディレクター
委員	中山 辰巳	特別養護老人ホームみちのく荘 施設長 公益社団全国老施協 理事、介護人材対策委員会 委員長
委員	馬場 拓也	社会福祉法人愛川舜寿会 特別養護老人ホームミノワホーム 経営企画室室長
委員	三村 恵三	株式会社アストラカン大阪 取締役 クリエイティブディレクター

(委員は 50 音順)

<協力：愛知県老人福祉施設協議会 21 世紀委員会>

②事業実施状況

本事業の実施期間は平成26年6月から平成27年3月までであり、以下の流れで事業を実施した。

a 全体スケジュール

日付	会議名等	内容
平成26年 6月5日	・ワーキングチーム (第1回)	・ワーキングチームの立ち上げ
6月23日	・ワーキングチーム (第2回)	・ワーキングチームの立ち上げ(新委員含む) ・事業概要の共有 ・情報伝達すべき対象の検討
7月25日	・ワーキングチーム (第3回)	・地元志向型若手人材に関する意見交換 ・アプローチ方法の協議
9月3日	・ワーキングチーム (第4回)	・地元志向型若手人材をターゲットとした際の情報 伝達ツールのコンセプトの協議
10月17日	・ワーキングチーム (第5回)	・地元志向型若手人材へのアプローチ方法と情報伝 達方法の協議
12月11日	・ワーキングチーム (第6回)	・地元志向型若手人材へのアプローチ方法と情報伝 達方法の協議
平成27年 1月6日	・ワーキングチーム (第7回)	・採用ブランド構築と写真集作成に向けた協議
1月13日	・打ち合わせ	・写真集撮影に向けた事前打ち合わせ
1月27日	・事前視察	・写真集撮影に向けた事前視察
2月1日 ～3日	・写真集作成のため の撮影会	・写真集掲載予定の6人の写真撮影を実施
2月2日	・21世紀委員会	・ワーキングチームでの協議経過報告 ・愛知県内で実施するための協議
2月28日	・写真集完成	
3月1日 ～8日	・写真集配布、写真集の内容に関する感想を把握	
3月9日 ～20日	・感想内容の把握と集約 ・委員長との意見交換	
3月31日	・報告書校了・発送、事業完了報告書作成	

a ワーキングチームの開催状況

➤ 第1回 (平成26年6月5日)

【内容】ワーキングチームの立ち上げ

- ・ワーキングチームの位置づけの確認
- ・ワーキングチームの委員長選任
株式会社リクルートキャリア HELP MAN ! ● JAPAN担当
門野友彦氏
- ・厚生労働省第1回福祉人材確保対策検討会報告
- ・事業の全体構成、成果物イメージ、進め方等について協議
- ・ワーキングチームの委員構成に関する協議

➤ 第2回 (平成26年6月23日)

【内容】ワーキングチームの立ち上げ(新委員含む)、事業概要の共有、 情報伝達すべき対象の検討

- ・本ワーキングチームの位置づけと本事業の主旨の確認
- ・本事業でターゲットとする人物像に関する協議
- ・地元志向型若手人材の特徴について意見交換
- ・地元志向型若手人材のターゲットについて意見交換
(マネジメント人材や高校の教員、一般学生、福祉系学生、保護者等)

➤ 第3回 (平成26年7月25日)

【内容】地元志向型若手人材に関する意見交換、アプローチ方法の協議

- ・地元志向型若手人材を介護現場に呼び込むための方策について協議
- ・一般学生、福祉系大学生、親・保護者、教員・進路指導担当者、その他を介護の職場に呼び込むための方策について協議

➤ 第4回 (平成26年9月3日)

【内容】地元志向型若手人材をターゲットとした際の情報伝達ツールのコンセプトに関する協議

- ・クリエイターによる地元志向型若手人材をターゲットとした情報伝達ツール(写真集)のコンセプト提案と内容について意見交換
- ・「地元志向」、「若者」をコンセプトとした場合の「介護の仕事」の情報伝達方法に関する協議

➤ 第5回 (平成26年10月17日)

【内容】地元志向型若手人材へのアプローチ方法と情報伝達方法の協議

- ・ターゲットとする地元志向型若手人材に関する意見交換
- ・介護の仕事のイメージを変える方法(テレビや漫画、名刺の裏、写真集など)について協議

- ・先進事例の活動の紹介と地方でのプラットフォーム構築に向けた協議
- ・ターゲットへの情報伝達手段として活用する写真集に関する意見交換
- ・本事業の成果物に関する確認

➤ **第6回** （平成26年12月11日）

【内容】地元志向型若手人材へのアプローチ方法と情報伝達方法の協議

- ・ターゲットとする地元志向型若手人材に関する意見交換
- ・ターゲットへの情報伝達手段として活用する写真集に関する協議
- ・地方でのプラットフォーム構築に関する枠組みの提案
- ・今後の進め方について確認

➤ **第7回** （平成27年1月6日）

【内容】採用ブランド構築と写真集作成に向けた協議

- ・各委員による採用ブランド構築に向けた検討結果の報告とその内容に関する協議
- ・事務局より協議結果を踏まえた写真集作成に向けた今後の予定を報告

b 愛知県老人福祉施設協議会 21世紀委員会の開催状況

➤ **21世紀委員会** （平成27年2月2日）

【内容】ワーキングチームでの協議経過報告、愛知県内で実施するための協議

- ・ワーキングチームでの協議経過の報告
- ・地元志向型若手人材を対象とした介護人材確保対策に関する協議
- ・情報発信する仕組みとして写真集を作成することについて協議
- ・写真集の配布場所に関する協議
- ・今後の展開について確認

2 ワーキングチームでの議論

(1) 地元志向型若手人材へのアプローチ

①「介護人材」参入促進 ～地元志向型若手人材へのアプローチ～

厚生労働省 社会保障審議会福祉部会福祉人材確保専門委員会が 2015 年 2 月に示した「2025 年に向けた介護人材の確保～量と質の好循環の確立に向けて～」(以下、同報告書)によれば、「団塊の世代」が後期高齢者となる 2025 (平成 37) 年には、介護人材が約 30 万人不足する恐れがあり、量・質ともに安定的に介護人材を確保するための道筋を示すことが喫緊の課題であると指摘されている。

また、同報告書では、こうした人材確保の問題の解決に向けて、「持続的な人材確保サイクルの確立」、「介護人材の構造転換(「まんじゅう型」から「富士山型」へ)」、「地域のすべての関係主体が連携し、介護人材を育む体制の整備」、「中長期的視点に立った計画の策定」といった 4 つの基本的な考え方が示されている。この考え方にに基づき、2025 年に向けて示された介護人材の構造転換の方向性が、図表 1 である。

図表 1 2025 年に向けた介護人材の構造転換

参入促進	すそ野を広げる	人材のすそ野の拡大を進め、多様な人材の参入促進を図る
労働環境・ 処遇の改善	道を作る	本人の能力や役割分担に応じたキャリアパスを構築する
	長く歩み続ける	いったん介護の仕事についた者の定着促進を図る
資質の向上	山を高くする	専門性の明確化・高度化で、継続的な質の向上を促す
	標高を定める	限られた人材を有効活用するため、機能分化を進める

(出所) 同報告書 p. 2

図表 1 にある「労働環境・処遇の改善」および「資質の向上」については、業界団体や専門職団体、地方公共団体等により様々な取り組みが実施されており、ある程度研究や実践が進んでいる分野である。しかし、図表 1 に記載した「参入促進」については有効な施策が講じられていないのが現状である。そこで、本事業では特に「介護業界への人材の参入をどう促すか」ということに着目して、介護人材確保のためのプラットフォーム構築を目指した。

同報告書によれば、介護人材の構造的特性として、女性や中高年齢者層の割合が高く、非常勤労働者が多いといった点が挙げられており、こうした既存のボリュームゾ

一の人材に訴求する施策の強化に加えて、新規学卒者や他業界で働く若者等の参入を進めていくことが重要と指摘されている。

しかし、介護業界においては、いわゆる「3K（きつい、汚い、きけん あるいはきつい 帰れない、給料が安い）職場」などといったマイナスイメージが強く、若者自身が職業として選択しづらい面がある。また、保護者や教員においても就職先として薦めることに抵抗があるとの意見もある。そのため、介護人材のすそ野を拓げていくためには、介護職に関する理解促進とイメージ戦略が不可欠となっている。

加えて、同報告書では、介護への理解・関心を高めるべき層として、「地域の若者」が挙げられている。「地域の若者」とは、地元の友人たちとのコミュニティや自身のライフワークを大切にしながら生まれ育った地元に住み続けたいという考えを持つ層である。こうした層と介護の仕事を結びつけることで、介護人材のすそ野を拓げることができると考えられ、そのためには、当該人材の志向に沿った形で介護の職場の魅力を伝えていくことが重要である。

さらに、地元志向の強い若者を介護業界に取り込む視点も重要である。株式会社マイナビ（2014）の調査¹によると、就職活動をする学生のうち、Uターンや地元就職を希望する大学生は 66.3%に上り、介護人材確保の観点から地元志向の強い若者にアプローチすることは意義があるものと考えられる。

ワーキングチームでは、上記のような視点から、地元で暮らし、地元で働くことを志向する若者（以下、地元志向型若手人材と記載）に焦点を当て、その参入を促し、介護人材のすそ野を拡大していくための方策について検討を進めた。

②地元志向型若手人材の職業観

ワーキングチームの委員が所属する施設にも地元志向型若手人材が多数、勤務しているとのことであったが、同ワーキングチームで出された地元志向型若手人材像を整理すると図表2のようになる。この結果を踏まえると、地元志向型若手人材の就業傾向や職業選択の傾向として、「身の丈」、「就労可能（採用してくれる）」、「地元に近いこと」、「若いうちにそれなりに稼げる」といったキーワードが重視されているものと考えられる。

ここに挙げた地元志向型若手人材が持つ「身の丈」、「就労可能（採用してくれる）」、「地元に近いこと」「若いうちにそれなりに稼げる」といった職業観は、介護の職場との親和性が高いと考えられる。介護の現場は、地元（住んでいる地域）に近く、就職も比較的容易で、夜勤等で頑張ればそれなりの賃金が得られ、また、仕事内容も極端に難しいわけではないといった特徴がある。しかし、現時点では介護人材の確保の対象として、地元志向型若手人材に必ずしも目が向けられていない。

したがって、このような特徴を持つ介護の仕事を、地元志向型若手人材が持つ価値

¹ 株式会社マイナビ（2014）「マイナビ大学生 Uターン、地元就職に関する調査」

観と照らし合わせて紹介していくことで、多くの地元志向型若手人材の共感を得られ、介護人材のすそ野を拡げていくことが可能になると考えられる。

図表 2 地元志向型若手人材像（傾向）

職業観	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 仕事は楽なのを好む ▪ 高収入にはこだわらず、地元の友人との時間を確保したい ▪ 忙しいのは好まない ▪ 地元で働き、都心には通勤したくない ▪ 具体的な将来の夢を持たない ▪ 地元の先輩や友人と一緒に働きたい
生活の特徴	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 電車に乗ることを好まない ▪ ITスキルはあまり高くない ▪ PCメールは使わず携帯メールやLINEを使う ▪ 情報収集するのは面倒だと感じる ▪ 広い人間関係を求めない ▪ 子どものころからの友人と長く交友 ▪ 知っているものの中から選ぶとするがハズレを引きたくない ▪ 安定志向（変化を好まず現状維持を好む）
価値観	<ul style="list-style-type: none"> ▪ 仲間との時間と大切にしたい ▪ 家族を大切にしたい（家族愛） ▪ 地元に住み続けたい ▪ 地元の友達と家族ぐるみで付き合いたい ▪ 子ども同士も仲良く平穏な生活を送りたい ▪ 地元に一軒家を持ちたい（強いマイホーム志向）

（出所）ワーキングチームでの議論等より作成

（2）地元志向型若手人材の参入促進の方法

①友人・知人への働きかけ

公益財団法人介護労働安定センター「平成 25 年度 介護労働実態調査」によれば、介護職員が現在働いている事業所を選んだきっかけとして、「友人・知人からの紹介」との回答が 32.9%と最も多くなっている。

図表 2 にもあるように、地元志向型若手人材の価値観等においても「友人・知人」の位置づけは大きく、地元志向型の若者を介護業界に誘導しようとするれば、本人のみならず彼らの「友人・知人」にどうアプローチしていくかがカギになる。すなわち、行政や事業者が直接的に地元志向型若手人材に対して求人情報等を伝えるだけでなく、地元志向型若手人材である自法人の職員などに自身の友人・知人等に介護の仕事に関

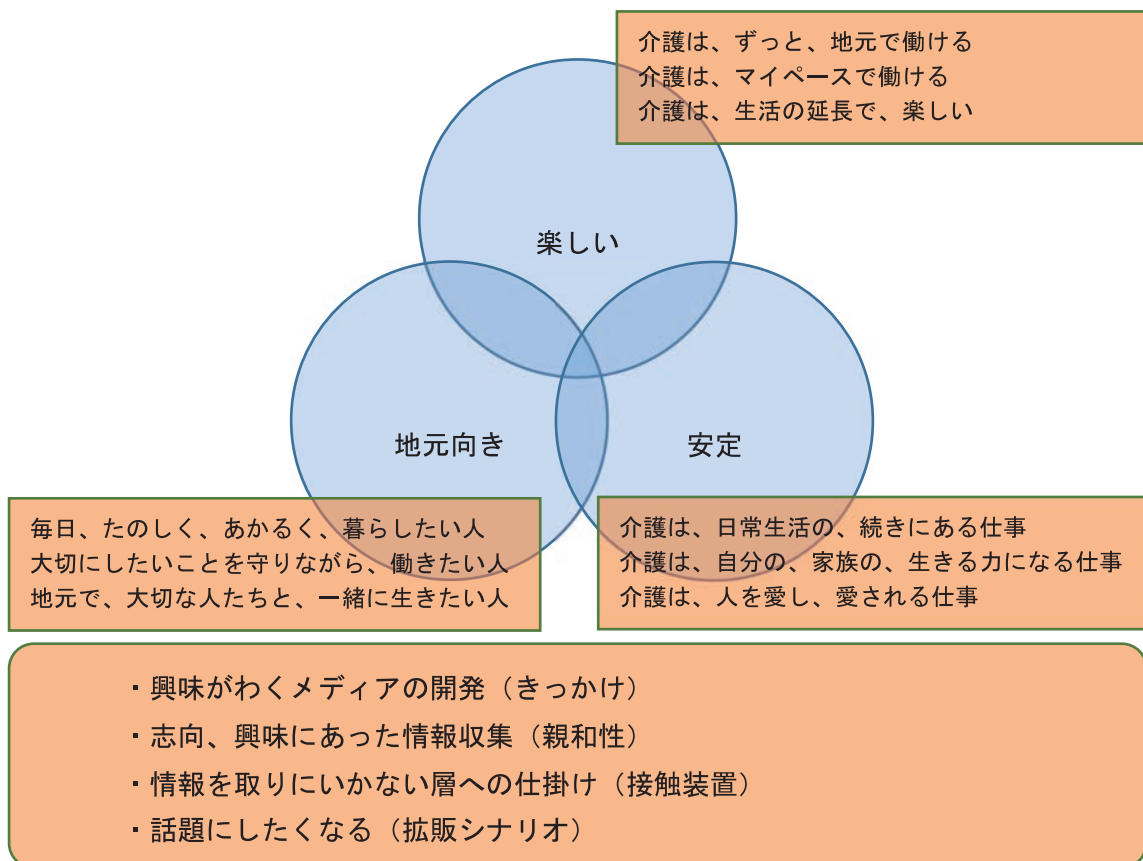
する情報を伝えてもらい、口コミを通じて介護業界に関心を持つ層を拡げていく方策もあると考えられる。

②伝達すると効果的な情報

ワーキングチームでは、「地元で、正社員で、未経験から働ける（学歴不問・機会がある）」、「自分たちに合った働き方ができる（自宅に近い・シフト勤務）」、「地元で、ずっと長く、やっていける（変わらないでいられる）」、「結婚・出産で退職しても復職できる。長く働ける」といった情報を地元志向型若手人材に伝えていくことで、介護の仕事のイメージを変える必要があるとの意見が出された。

同ワーキングチームでの議論の内容を整理すると、伝えるべきキーワードは「楽しい」、「安定」、「地元向き」といった3点であり、こうしたキーワードを伝えていくための方法を検討するための視点が下段に記載した「きっかけ」～「拡販シナリオ」の4点であると考えられる（図表3）。

図表3 介護人材のすそ野を拡げるために地元志向型若手人材に伝達すべき情報イメージ



（出所）ワーキングチームでの議論より事務局作成

3 プラットフォーム構想

(1) プラットフォームの定義

現段階では介護の仕事にあまり良くないイメージのため、結果として介護の仕事を避けてしまっているケースも多いと考えられる。そこで、介護に対する「悪いイメージ」を払しょくし、介護の仕事のイメージを図表3にあるような「楽しい」、「地元向き」、「安定」といったものに変えていく必要がある。

本事業では、このような介護の仕事に対するイメージを変えることにより、図表1にある介護人材への「参入促進」を進め、介護人材のすそ野を拡げることを目的として構築される仕組みのことを「プラットフォーム」と定義して協議を進めてきた。

なお、プラットフォームは地域の社会資源を有効活用し、地元志向型の仕組みを構築していくことで、地域住民の特徴にあったアプローチができると考えられる。

(2) プラットフォームの機能

以上のような定義を踏まえ、ワーキングチームの中で協議したプラットフォームの機能を整理すると図表4の①から⑤のようになる。

図表 4 プラットフォームの機能

① 協議体の設置
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 介護人材への「参入促進」を進めることを目的として協議体を設置 ▪ 既存組織の中から組成することも考えられる
② ターゲットの検討
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 「参入促進」を進めるターゲットを検討 ▪ ワーキングチームの中では、地元志向型若手人材をターゲットにすることで、より幅広い人材にアプローチできると想定した
③ 情報伝達ツールおよび伝達内容の検討
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ②で設定したターゲットに伝わりやすい情報伝達ツールおよび伝達内容を検討 ▪ ワーキングチームでは、「楽しい」、「安定」、「地元向き」といったキーワードを伝えると地元志向型若手人材の関心を得やすいと想定した
④ 情報の拡散方策の検討
<ul style="list-style-type: none"> ▪ ③で作成した情報伝達ツールが、ターゲットのみならずその周辺の人たちにも広がっていくことがポイントとなる ▪ 拡がりやすい方策の検討も行う
⑤ 効果の検討
<ul style="list-style-type: none"> ▪ 拡がり方を含め、情報伝達ツールの効果について、検討する ▪ 検討結果を踏まえ、①～④の実施内容を再検討する

(出所) ワーキングチームでの議論より事務局作成

(3) プラットフォームの構築に向けたワーキングチームでの議論

以上のようなプラットフォームを構築するための方策をワーキングチームの中で検討を重ねた結果を次のように整理した。

①協議体の設置

協議体は図表 4 に挙げた②～⑤の機能について検討する組織である。参加者を介護事業者のみに限定してしまうと情報伝達の範囲が介護関連の人たちに限られてしまうことから、介護事業者に限らない幅広い分野の人たちの参加を促していくことが必要である。

介護人材の多くは地元の介護事業者等に勤務することが多いことから、設置範囲は市町村単位であることが望ましいが、最終的には介護人材の雇用につなげたいことから、所轄するハローワークの単位や都道府県レベルで設置することも考えられる。

②ターゲットの検討

次に、「参入促進」を進めるためのターゲットを検討する。どのようなターゲットを設定するかという点については、地域の実情に合わせて、協議体の中で検討しながら決めていくことが大切である。

ワーキングチームでは、第2章の中にもあるように、特に、介護の仕事と前述した地元志向型若手人材の働き方に対する意向との間には高い親和性があると考えられることから、地元志向型若手人材に「介護の仕事は図表3のような仕事だ」と伝えていくことで、効果的に介護人材のすそ野を拡げることができるとされた。その他にも、一般（福祉系学部以外）の大学生、福祉系学部の大学生、保護者、教員といったターゲットが検討された。

③情報伝達ツールおよび伝達内容の検討

次に、どういった情報をどのようにターゲットに伝えていくかを検討する。協議体の設置目的が介護人材への「参入促進」を進め、介護人材のすそ野を広げることを目的としていることを踏まえつつ、そのために必要な「介護の仕事」のイメージの変化を促すような情報の提供が必要であるといえる。

ワーキングチームでは、地元志向型若手人材を想定した場合の情報伝達ツールに載せた方がよいと考えられる内容を図表5のように整理した。また、情報伝達ツールに掲載する人物の選び方のポイントを整理した。

また、「地元志向」をキーワードとしていることから、情報伝達ツールを作成する際には、地元の印刷会社や制作会社、美容師やカメラマン、スタイリストなど幅広い企業や人材を活用していくことが望ましい。

図表5 情報伝達ツールに載せる情報の内容（写真集の場合）

情報伝達ツールに載せる人物像	<ul style="list-style-type: none">➢ 地元志向型若手人材を想定すると、当該人材と親和性が高い介護現場の若手人材が対象になる➢ 地元での生活が好きで、プライベートを大切にしており、趣味や休日の過ごし方が充実している人を取り上げる➢ また、仕事を楽しんでいる人（具体的なエピソードが話せる人）の様子を掲載することも重要である
----------------	---

掲載する人物の選考ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 口コミの効果を高めるため、市町村単位（またはハローワークの所轄単位）で情報伝達ツールの対象者を選ぶことがポイントである ➤ そうすることで、「地元に近いあの人」が載っている」といったように介護の仕事をより身近に感じてもらうきっかけになると考えられる
---------------	---

（出所）ワーキングチームでの議論より事務局作成

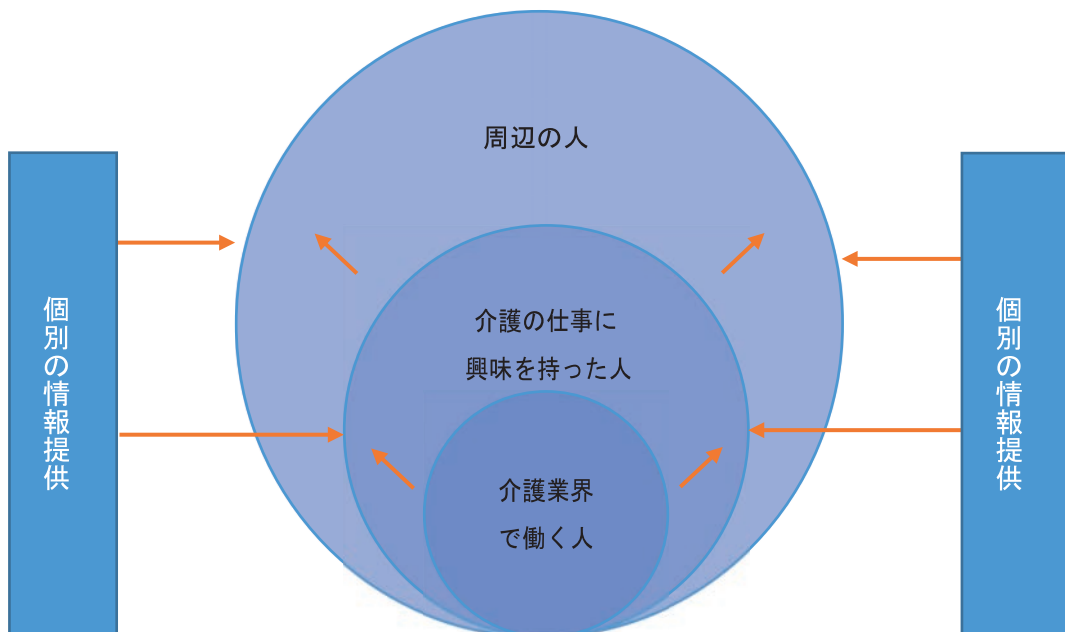
なお、ワーキングチームでは情報伝達ツールとして写真集を選択した。ただし、写真集が情報伝達ツールとして唯一のものということではなく、写真集以外の情報伝達ツールも想定される。ターゲットにより、どのようなツールを用いて、情報を伝達すべきか協議体の中で検討する必要がある。

④情報の拡散方策の検討

次に、情報伝達ツールを活用した「介護の仕事」に関するイメージの拡散方策の検討を行う。図表6は、ワーキングチームで話し合われた地元志向型若手人材を対象とした情報の普及イメージである。「介護業界で働く人」が情報発信源となり、「介護の仕事に興味を持った人」や「周辺の人」に、介護の「楽しい」、「地元向き」、「安定」といったイメージを伝えていくことで介護に対する認識が徐々に変化し、ひいては介護の仕事を就職先として選択する地元志向型若手人材が増加していくというシナリオが想定される。

また、「介護業界で働く人」を中心にアプローチする拡散方策のほかに、「介護の仕事に興味を持った人」、「周辺の人」を対象にした個別のアプローチについても検討することが必要である。

図表6 情報の普及イメージ



（出所）ワーキングチームでの議論より事務局作成

以上の考え方をもとに、ワーキングチームでは情報拡散の方策を検討した結果、情報伝達の対象を「メインターゲット」と「サブターゲット」に分け、まずはメインターゲットに伝達し、そこからサブターゲットに情報が拡散していくことを期待した。それぞれの情報伝達と拡散のイメージは次の通りである。

図表7 情報伝達のターゲット

<p>メイン ターゲット</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 図表6における「介護業界で働く人」をメインターゲットとして情報を伝達する ➤ 同僚などの身近な人が情報伝達ツールに掲載されることで、周辺の人にも紹介しやすくなる ➤ また、職員が情報伝達ツールに掲載されると、地元で注目が集まりやすくなり、雇用にプラスになると考えられる ➤ 職員が掲載されていない施設にも情報伝達ツールを提供し、より広く情報を伝えられる環境を整えることが重要である
<p>サブ ターゲット</p>	<ul style="list-style-type: none"> ➤ 図表6における「介護の仕事に興味を持った人」、「周辺の人」をターゲットにして伝達する <p>【介護の仕事に興味を持った人】</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 「介護の仕事に興味を持った人」については、メインターゲットから情報伝達ツールにより情報が伝達される ➤ また、面接時や見学时、就職フェアの中、学校訪問時などに情報が伝達されることが考えられる ➤ これらの場所では、介護の仕事に関心がある人が集まっており、介護の仕事に対するイメージを変えるきっかけとする <p>【周辺の人】</p> <ul style="list-style-type: none"> ➤ 「周辺の人」に関しては、メインターゲットから情報が伝達されるほか、喫茶店や大型ショッピングモールなど人が多く集まる場で情報伝達ツールを目にすることが想定される ➤ これらの場所では、必ずしも介護に関心があるとは言えない人が集まっているため、広く、不特定多数の方の介護に対する先入観を払しょくすることが期待される ➤ 情報が伝達される場所については、地元企業に協力してもらうことも大切である

(出所) ワーキングチームでの議論より事務局作成

まずメインターゲットに関しては、介護施設職員等が情報伝達ツールを手に取り、その友達や、知人、近所の人などに情報伝達ツールを紹介していくことが拡散のポイントである。介護現場で働く地元志向型若手人材やその家族等から周囲の地元志向型

若手人材へ情報が伝えられることで、介護の仕事の内容を先入観を交えずに伝えることができる。

またサブターゲットについては、友達や、知人、近所の人等の知り合いが情報伝達ツールに載ることで、周囲の関心を引き起こし、そのまた周囲の人に情報が広がっていくことが大切である。その際、介護の仕事に対する誤解を解くとともに、SNS等を含めた別の情報伝達ツール等を介して、さらに、情報が拡散していくことがポイントであると考えられる。地元志向型若手人材が介護の仕事に興味を持っていても、周辺の人が介護の仕事への誤解を持っていると、介護の仕事に就くことをやめることもあることから、そうならないよう誤解を解いていくことが大切である。

このような情報の拡散が進むと、介護自体のイメージが改善し、介護の仕事をしてみたいという人が増え、介護人材のすそ野が広がると想定される。

⑤効果の検討

①から④の実施結果を踏まえ、情報伝達により「介護の仕事」に対するイメージが変化したかどうか、「介護の仕事」をしてみたくなったかどうかを確認する。その結果により、①から④の内容について再検討を行い、必要に改善の処置をする。

4 モデル事業

(1) 対象となる協議体の概要

3章で示した介護人材確保に係るプラットフォームの構築に向けて、愛知県一宮市をおよびその周辺都市を中心とした地域でモデル事業を実施した。

愛知県一宮市の概況 (同市ホームページより)

- ・平成17年に旧一宮市、尾西市、木曾川町が合併してできた市である。
- ・当地域は繊維産業を基盤として栄え、地場産業の強化に取り組んでいる。
- ・市内には東名・名神高速道路と太平洋側と日本海側をつなぐ東海北陸自動車道の結節点として、交通の要衝となっている。
- ・市北部から西部へと約18kmにわたって接する木曾川が流れており、市内文化の基礎となっている。
- ・人口 約39万人 (高齢者割合約25%)

(2) 実施経過

①協議体

愛知県老人福祉施設協議会 21世紀委員会 (以下、21世紀委員会) が中心となって、本モデル事業の協議を進めた。21世紀委員会では、日ごろから介護人材の確保や介護のイメージアップなど総合的な検討を行っており、本事業もその活動の一環として実施した。

②ターゲットの検討

本事業におけるワーキングチームの議論を踏まえ、21世紀委員会でも地元志向型若手人材を対象にした情報伝達等を実施することとした。

③情報伝達ツールおよび伝達内容の検討

本事業はモデル事業であるため、ワーキングチームでの議論を踏まえ、情報伝達ツールはあらかじめ写真集として協議を進めた。ワーキングチームや21世紀委員会の検討内容から、掲載すべき情報を整理すると図表8のようになる。

写真集に掲載する介護人材については、21世紀委員会の意見に基づき数人の候補者の中から対象を選定した。それ以外にも、介護に関する先入観を払しょくするために、介護人材の現状や愛知県内の介護の実態など県や国の統計を活用して、できる限り事実を伝えるようにした。

以上のような検討を経て作成した写真集が資料2である。

図表 8 掲載する情報

掲載情報	概要
介護人材	愛知県一宮市内および周辺都市の特別養護老人ホーム、介護付き有料老人ホームの職員から6人を推薦
上記以外の情報	愛知県内の介護に係る情報を掲載 介護の現状や愛知県内の介護人材の動向などを分かりやすく解説

(出所) 21 世紀委員会での検討結果より事務局作成

④情報の拡散方策の検討

作成した写真集の配布先は、愛知県一宮市内とし、図表 7 の考え方にに基づき、メインターゲットとサブターゲットの両者に配布した。

メインターゲットについては、写真集に掲載された人物が所属する施設職員に配布した。また、当該施設職員が別の施設の職員、友人や家族に情報伝達することを想定した。

サブターゲットについては、自動車販売店や喫茶店等に配布した。配布対象先に対しては、21 世紀委員会より写真集の趣旨等を伝え、趣旨を理解してもらったうえで配布を依頼した。

結果として、21 世紀委員会の委員と関係がある図表 9 の対象 18 か所に配布した。

図表 9 写真集の配布先

区分	配布箇所数	主な対象
メイン ターゲット	3 か所	福祉施設 (特養、介護付き有料老人ホームなど) ※施設職員に配布 施設職員が別の福祉施設職員や友人、家族など見せることを想定
サブ ターゲット	15 か所	自動車販売店、喫茶店、美容院、医療機関 ※来店者に配布 ※なお、医療機関については、窓口にて自由に見てもらえるようにした。 教育機関 ※教員より直接高校生に配布 ハローワークなどの公共機関 ※福祉関係のブースにきた来所者に配布

(出所) 21 世紀委員会での検討結果より事務局作成

(3) 効果

①写真集の効果測定

本事業にて配布した写真集による介護の仕事に対するイメージの改善効果を測定するために、質問紙調査を実施した。なお、調査は質問紙と写真集を一緒に配布し、回答者にその場で写真集を見た印象等について記入してもらう形で実施し、703人から有効回答を得た。

図表 10 調査概要

調査対象	図表 9 の写真集配布先の来所者または所属する人
配布方法	写真集を手にとった人全員に配布 回収したアンケートは、配布場所単位で取りまとめ、事務局に郵送で返送

②回答者の属性

アンケートに回答した人（以下、回答者）の属性は次の通りである。性別を見ると女性の割合（59.5%）が多く、年代では、10歳代（31.4%）が最も多かった。職業別では、介護の仕事以外に従事している回答者が42.4%と最も多く、次いで、学生が35.0%であった。10歳代および学生が多いのは、学校を通じて高校生を対象に写真集を配布したためである。

図表 11 性別

件数	男性	女性	無回答	回答者全体
件数	270	418	15	703
%	38.4%	59.5%	2.1%	100.0%

図表 12 年齢層

件数	10歳代	20歳代	30歳代	40歳代	50歳代以上	無回答	回答者全体
件数	221	118	108	117	134	5	703
%	31.4%	16.8%	15.4%	16.6%	19.1%	0.7%	100.0%

図表 13 職業

件数	学生	介護の仕事	介護の仕事以外	無職	無回答	回答者全体
件数	246	22	298	108	29	703
%	35.0%	3.1%	42.4%	15.4%	4.1%	100.0%

③介護の仕事に対するイメージ

次に、写真集を見る前の介護の仕事に対するイメージを確認するため、以下の2つで1対の各項目について、どちらの言葉の方が回答者自身の介護の仕事に対するイメージに近いかを最低点を1点、最高点を4点の4段階、4点満点で回答してもらった。その結果を従事している職業ごと及び年代ごとに平均値を算出した。最低点を1点、最高点を4点としていることから、中心となる値（中央値）は2.5点となるため、2.5点を超える項目はイメージがよいと解釈され、逆に、2.5点を下回る項目はイメージが悪いと解釈される。なお、値が大きいほうがイメージがよいと判断されるように集計した。

図表 14 介護に対するイメージの変化（数値の見方）

	プラスイメージの判断基準
明るい — 暗い	左側 「明るい」の方がイメージが良い
温かい — 冷たい	左側 「温かい」の方がイメージが良い
重い — 軽い	右側 「軽い」の方がイメージが良い
格好いい — 格好悪い	左側 「格好いい」の方がイメージが良い
厳しい — 優しい	右側 「優しい」の方がイメージが良い
不安定 — 安定	右側 「安定」の方がイメージが良い
きれいな — 汚い	左側 「きれいな」の方がイメージが良い
役立てる — 役立ってない	左側 「役立てる」の方がイメージが良い
成長できない — 成長できる	右側 「成長できる」の方がイメージが良い

写真集を見る前に持っていた介護の仕事に対するイメージが図表 15 である。回答者全体を見ると、2.5 点を超えているのは、「明るい」、「温かい」、「格好いい」、「役立てる」、「成長できる」といった項目であった。特に、「温かい」、「役立てる」、「成長できる」といった項目は 3.0 点を超えており、これらの項目は特に介護に対する良いイメージであると捉えられる。

逆に 2.5 点を下回っているのは、「軽い（重い）」、「優しい（厳しい）」、「安定（不安定）」、「きれいな（汚い）」といった項目であった。特に、「軽い（重い）」、「優しい（厳しい）」といった項目は 2.0 を下回っており、これらの項目は特に介護に対する悪いイメージであると捉えられる。

次に職業別について見ていきたい。特に 3.0 点を超えたイメージの良い特徴的な項目について見ると、学生では、「温かい」、「役立てる」、「成長できる」の値が高かった。介護の仕事に従事している回答者は、「明るい」、「温かい」、「役立てる」の値が高く、介護の仕事以外に従事している回答者は、「温かい」、「役立てる」、「成長できる」の項

目が高かった。無職の回答者は、「明るい」、「温かい」、「格好いい」、「役立つ」、「成長できる」といった項目の値が高かった。職業別のイメージが良い項目についてはおおむね共通しているといえる。

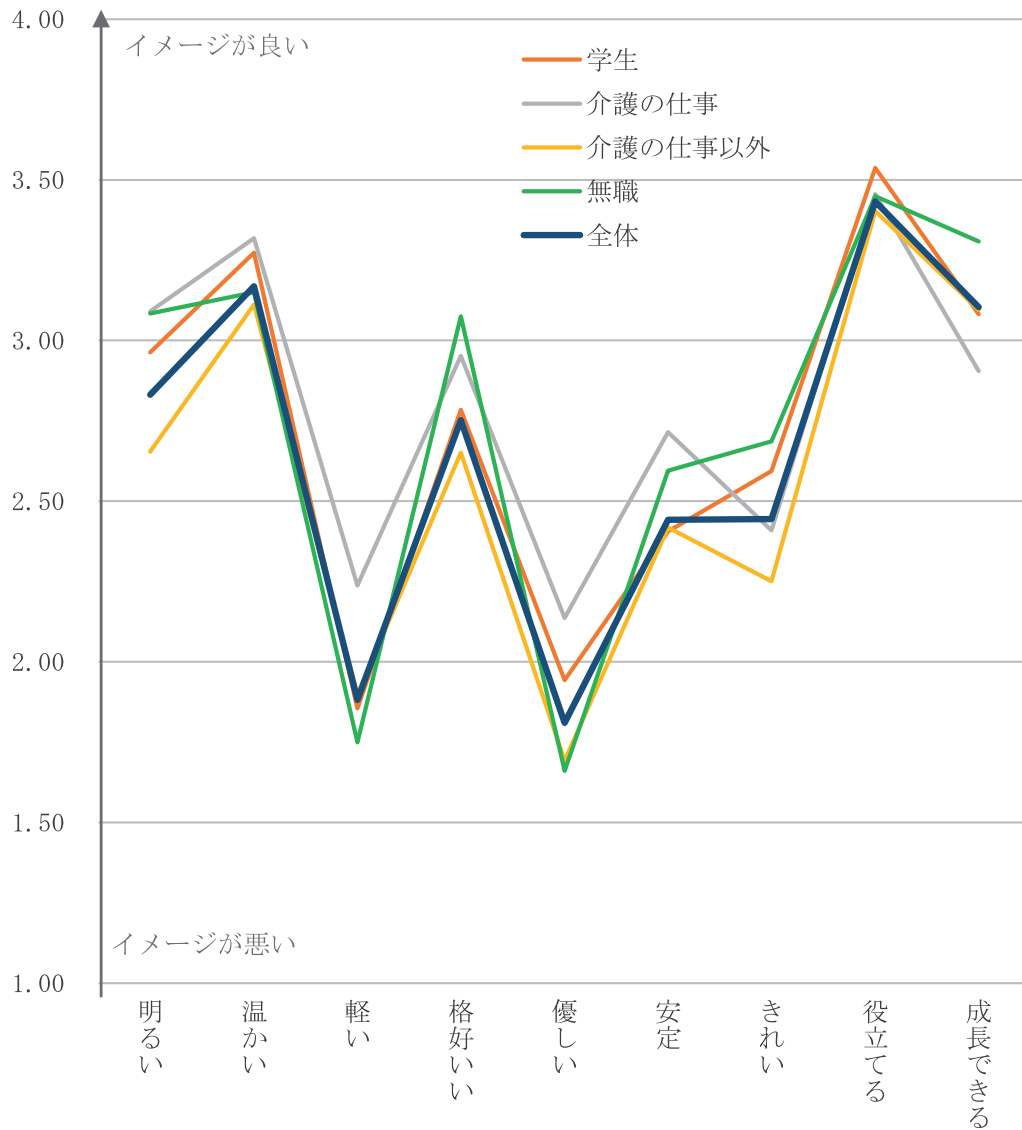
介護の仕事に従事している回答者は、2.0を下回る項目はなかった。職業別のイメージが悪い項目については、介護の仕事に従事する回答者とそれ以外の回答者とで傾向に違いが見られた。前者は特にイメージの悪い項目はなかったものの、後者では「軽い（重い）」、「優しい（厳しい）」の項目のイメージが共通して悪かった（図表 15）。

次に年代別の回答について、特に 3.0 点を超えたイメージのよい特徴的な項目を見ると、10 歳代、20 歳代、40 歳代、50 歳代以上の年代でも、いずれも「温かい」、「役立つ」、「成長できる」の値が高かった。30 歳代では、「役立つ」、「成長できる」の値が高かった。

一方、年代別に 2.0 を下回ったイメージが悪い特徴的な項目について見ると、10 歳代、20 歳代、40 歳代、50 歳代以上で、「軽い（重い）」、「優しい（厳しい）」の値が低く、30 歳では、「優しい（厳しい）」の項目の値が低かった。

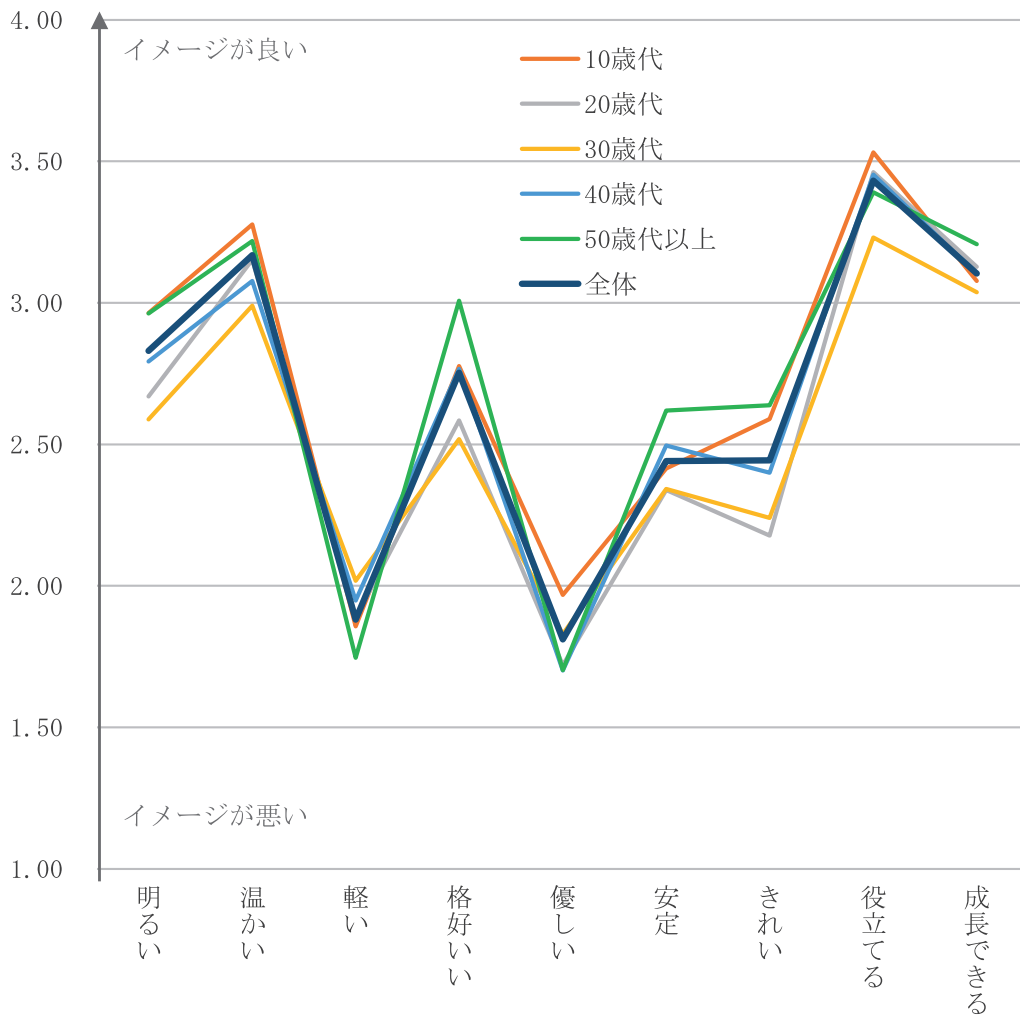
年代別については、イメージが良い項目、悪い項目はおおむね共通しているといえる（図表 16）。

図表 15 介護に対するイメージ（職業別）



	明るい	温かい	軽い	格好いい	優しい	安定	きれい	役立てる	成長できる
学生	2.96	3.27	1.86	2.78	1.94	2.41	2.59	3.54	3.08
介護の仕事	3.09	3.32	2.24	2.95	2.14	2.71	2.41	3.45	2.90
介護の仕事以外	2.65	3.11	1.90	2.65	1.69	2.42	2.25	3.40	3.09
無職	3.08	3.15	1.75	3.07	1.66	2.59	2.69	3.45	3.31
無回答	2.36	2.82	2.14	2.15	2.22	2.21	2.29	2.75	2.75
全体	2.83	3.17	1.88	2.75	1.81	2.44	2.44	3.43	3.10

図表 16 介護に対するイメージ（年代別）



	明るい	温かい	軽い	格好いい	優しい	安定	きれい	役立てる	成長できる
10歳代	2.96	3.28	1.86	2.78	1.97	2.42	2.59	3.53	3.08
20歳代	2.67	3.15	1.89	2.58	1.72	2.34	2.18	3.46	3.13
30歳代	2.59	2.99	2.02	2.52	1.83	2.34	2.24	3.23	3.04
40歳代	2.79	3.08	1.95	2.77	1.70	2.50	2.40	3.45	3.10
50歳代以上	2.96	3.22	1.75	3.01	1.70	2.62	2.64	3.39	3.21
無回答	3.50	3.50	1.75	3.75	2.00	2.25	2.75	3.25	2.25
全体	2.83	3.17	1.88	2.75	1.81	2.44	2.44	3.43	3.10

④介護に対するイメージの変化

次に図表 15 で示した介護の仕事に対するイメージが、写真集を見ることでどのように変化したのかを確認した。図表 15 と同じ項目について、写真集を見た後のイメージを同様に 4 段階で回答してもらった。その結果を 4 点満点に換算し、従事する職業ごと及び年代ごとの平均値を算出し、図表 15 の値を差し引いた。したがって、値が 0.0 を超えた場合は、イメージが良くなったと解釈され、逆に 0.0 を下回った場合はイメージが悪くなったと解釈される。

回答者全体を見るとすべての項目で 0.0 を超えており、イメージが良くなっていた。特に、「明るい」、「優しい」、「きれい」といった項目が 0.5 ポイント以上の値となっており、写真集を見ることでよりイメージが良くなった項目である。

次に職業別について、0.5 点を超えてイメージが良くなった特徴的な項目について見ると、学生では、「明るい」、「格好いい」、「安定」、「きれい」の項目でイメージが良くなった。介護の仕事に従事する回答者では、「優しい」、「きれい」の項目でイメージが良くなっており、介護の仕事以外に従事する回答者では、「明るい」、「優しい」、「きれい」といった項目のイメージが良くなった。無職の回答者では、「明るい」、「きれい」といった項目のイメージが良くなった。

特に「きれい（汚い）」の項目は、図表 15 ではイメージが悪い項目に含まれていたが、写真集を見ることで大幅に改善された。また、「明るい」の項目は図表 15 でもイメージが良い項目に含まれていたが、写真集を見ることでイメージがより改善された。

逆に、介護の仕事に従事する回答者で「安定」、「成長できる」の項目は値が 0.0 を下回っており、若干イメージが悪くなっている。（図表 17）。

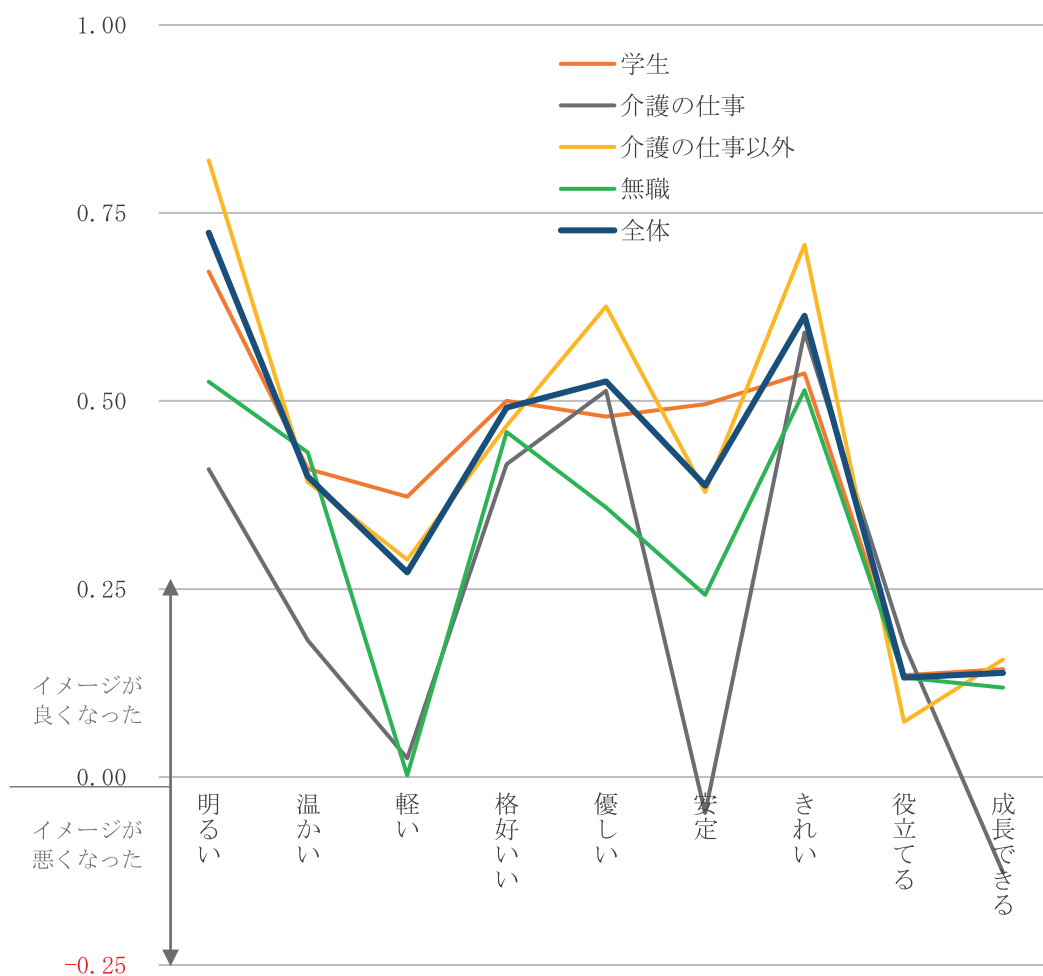
以上の結果を踏まえると、写真集を見ることで介護のイメージが改善される効果があったと考えられる。特に、写真集を見る前はイメージがあまり良くなかった「きれい（汚い）」の項目について、特にその効果が大きい²。

次に年代別について、0.5 点を超えてイメージが良くなった特徴的な項目について見ると、10 歳代～50 歳代のすべての年代で、「明るい」の項目はイメージが良くなっていた。特に 20 歳代、30 歳代では 0.8 ポイントを超えて良くなった。また、10 歳代～40 歳代では、「格好いい」、「優しい」、「きれい」の項目のイメージが良くなった。10 代では、「安定」といった項目のイメージも良くなっている。

以上の結果を踏まえると、年代が若い層でイメージが良くなる項目が多くなっており、写真集は若い世代ほどイメージを改善する効果があると考えられる（図表 18）。

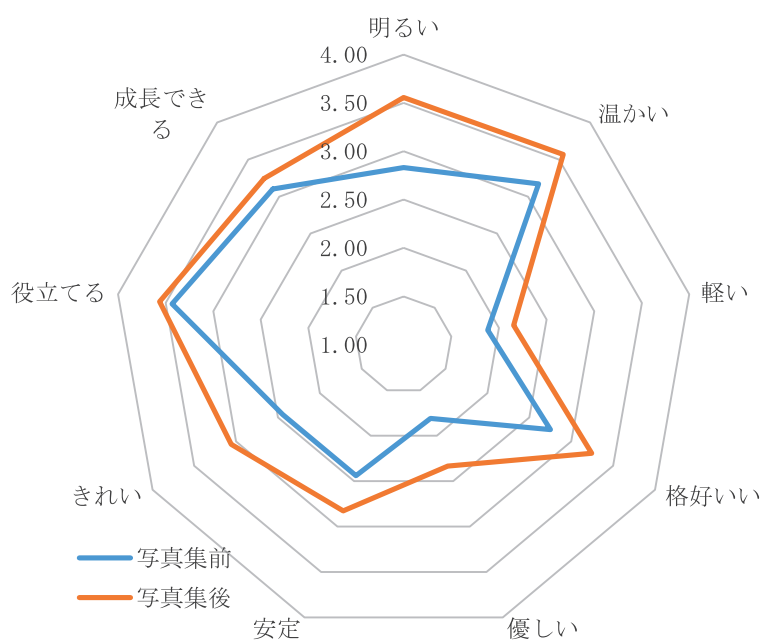
² 詳細な数値の変化は図表 18-1 から図表 18-5 を参照

図表 17 介護に対するイメージの変化（職業別）

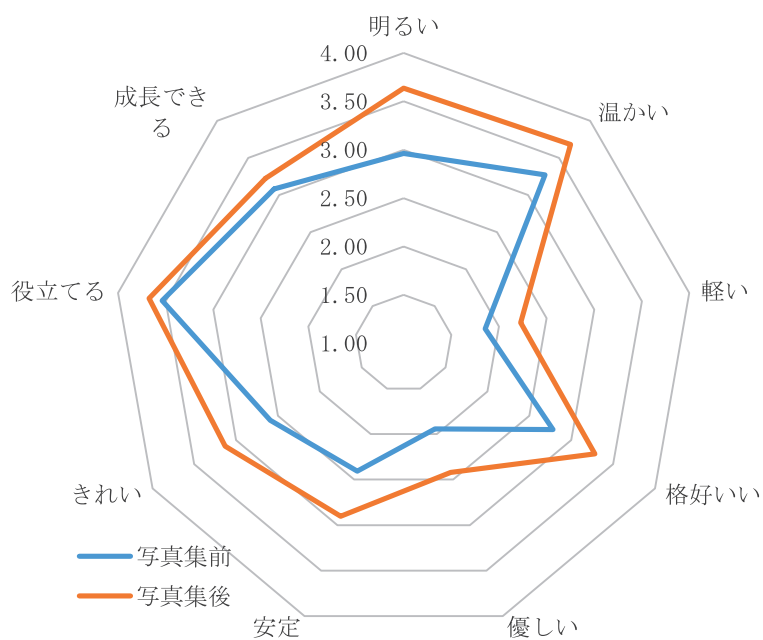


	明るい	温かい	軽い	格好いい	優しい	安定	きれい	役立てる	成長できる
学生	0.67	0.41	0.37	0.50	0.48	0.50	0.54	0.14	0.14
介護の仕事	0.41	0.18	0.03	0.42	0.51	-0.05	0.59	0.18	-0.13
介護の仕事以外	0.82	0.39	0.29	0.47	0.63	0.38	0.71	0.07	0.16
無職	0.53	0.43	0.00	0.46	0.36	0.24	0.51	0.13	0.12
無回答	1.16	0.41	0.47	0.85	0.55	0.36	0.64	0.67	0.13
全体	0.72	0.40	0.27	0.49	0.53	0.39	0.61	0.13	0.14

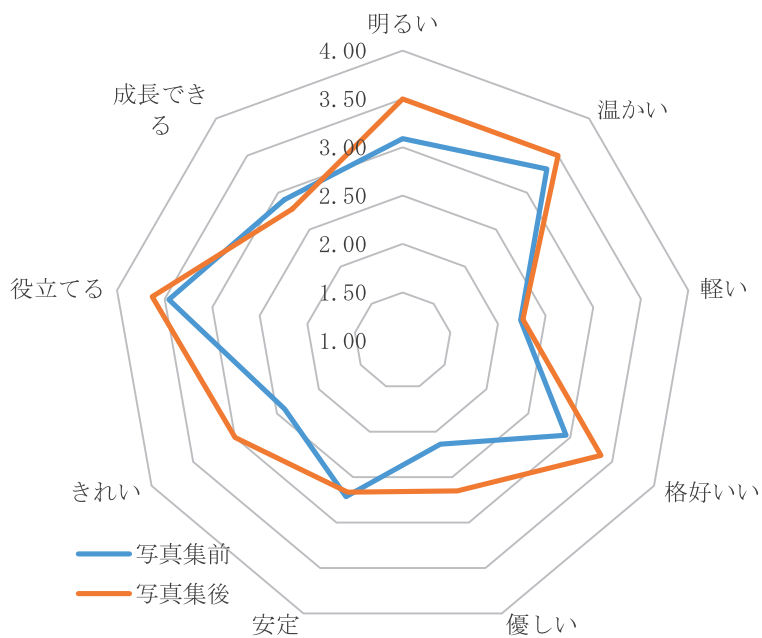
図表 17-1 写真集を見る前後での介護の仕事のイメージの変化 (職業別) (全体)



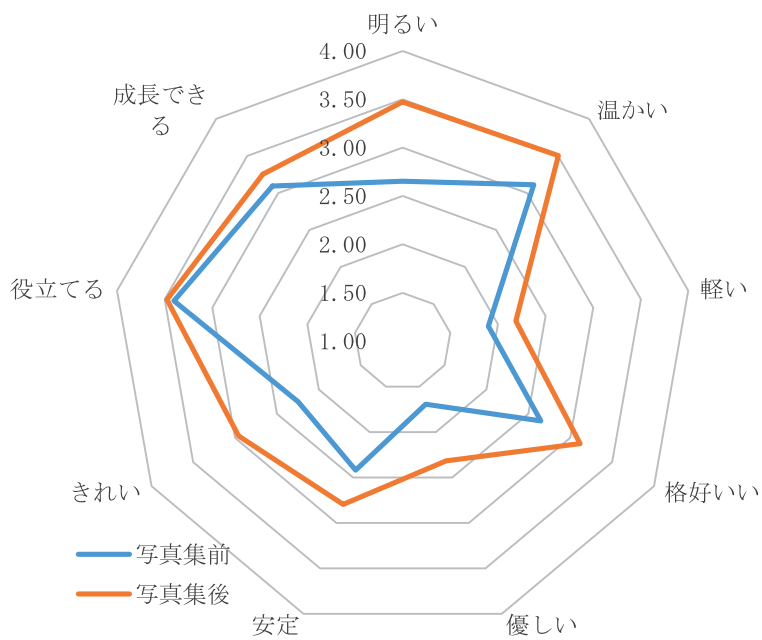
図表 17-2 写真集を見る前後での介護の仕事のイメージの変化 (職業別) (学生)



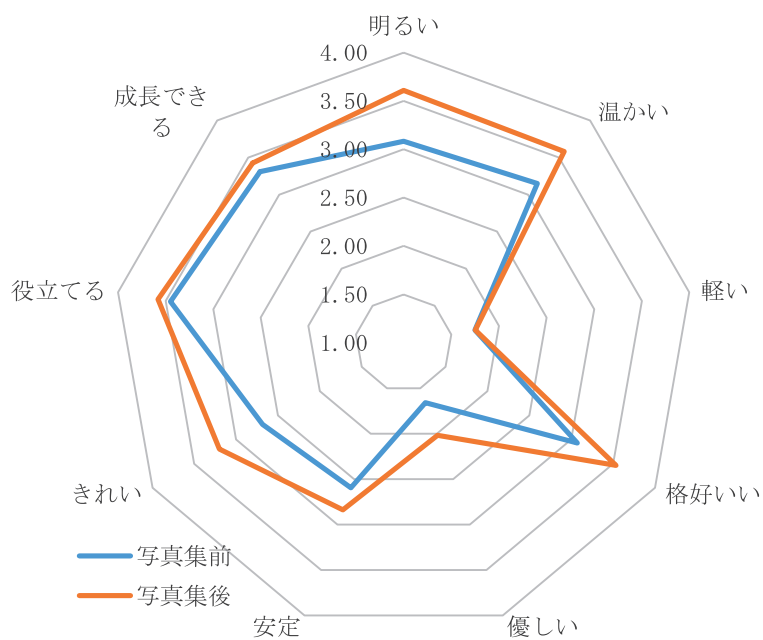
図表 17-3 写真集を見る前後での介護の仕事のイメージの変化
 (職業別) (介護の仕事に従事している回答者)



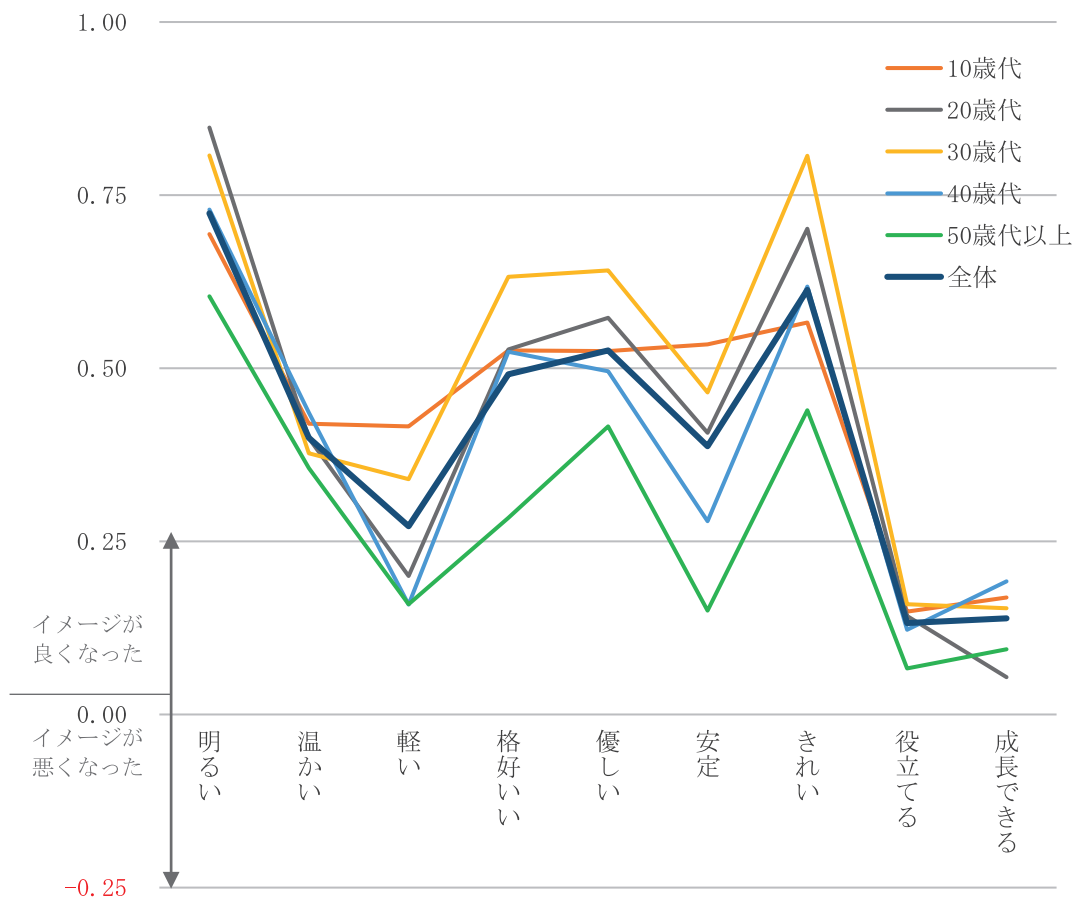
図表 17-4 写真集を見る前後での介護の仕事のイメージの変化
 (職業別) (介護以外の仕事に従事している回答者)



図表 17-5 写真集を見る前後での介護の仕事のイメージの変化
(職業別) (無職の回答者)

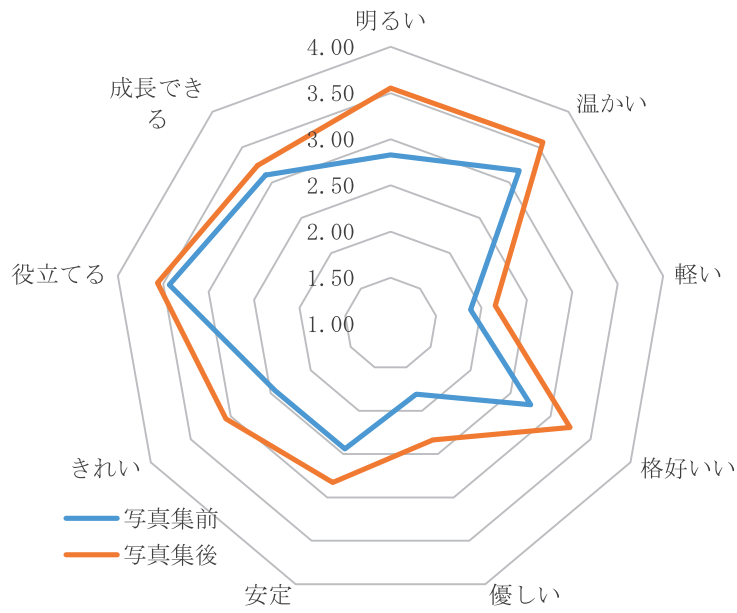


図表 18 介護に対するイメージの変化（年代別）

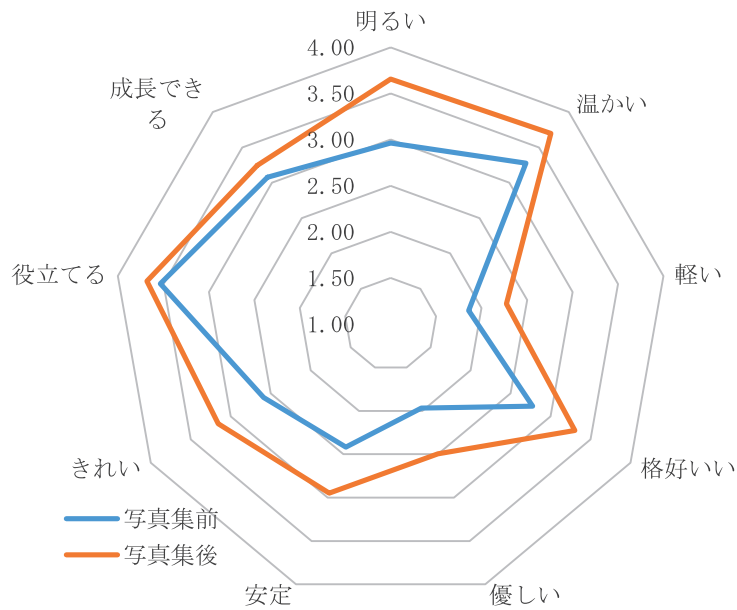


	明るい	温かい	軽い	格好いい	優しい	安定	きれい	役立つ	成長できる
10歳代	0.69	0.42	0.42	0.53	0.52	0.53	0.57	0.15	0.17
20歳代	0.85	0.40	0.20	0.53	0.57	0.41	0.70	0.14	0.05
30歳代	0.81	0.38	0.34	0.63	0.64	0.47	0.81	0.16	0.15
40歳代	0.73	0.44	0.16	0.52	0.50	0.28	0.62	0.12	0.19
50歳代以上	0.60	0.36	0.16	0.28	0.42	0.15	0.44	0.07	0.09
無回答	0.25	0.25	-0.50	-0.25	0.25	0.25	0.75	0.50	0.50
全体	0.72	0.40	0.27	0.49	0.53	0.39	0.61	0.13	0.14

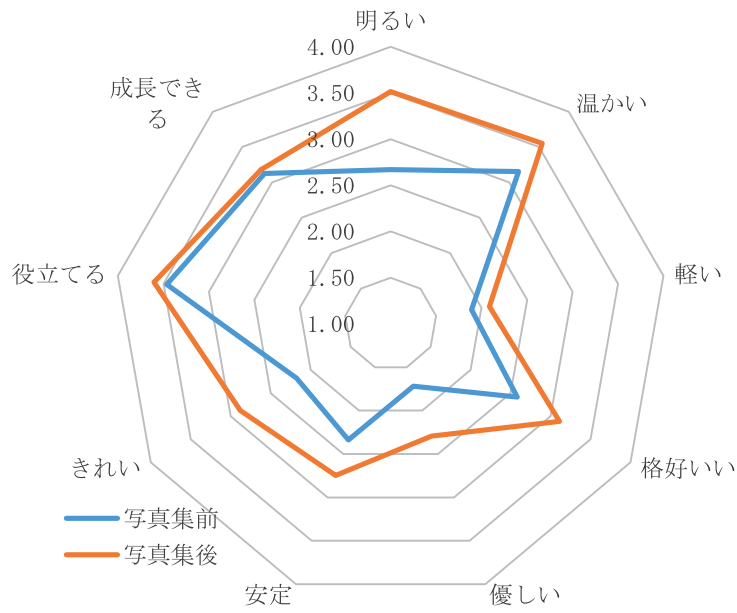
図表 18-1 写真集を見る前後での介護の仕事のイメージの変化（年代別）（全体 再掲）



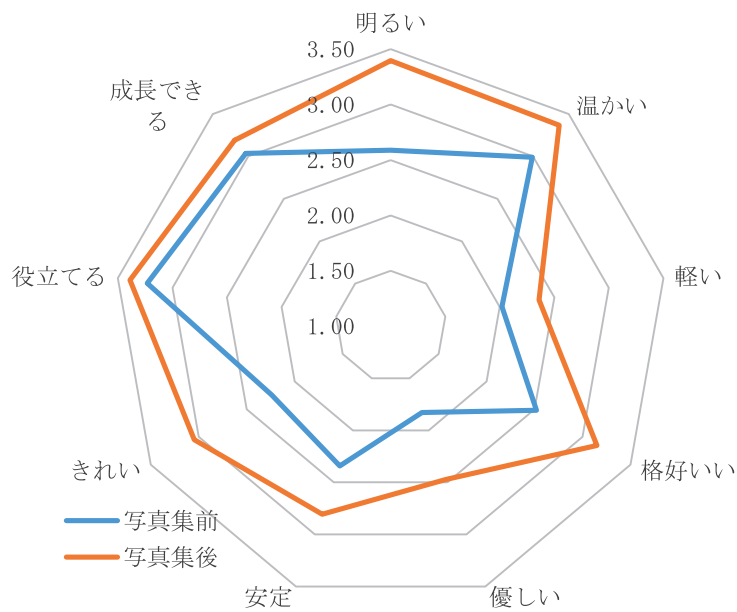
図表 18-2 写真集を見る前後での介護の仕事のイメージの変化（年代別）（10歳代）



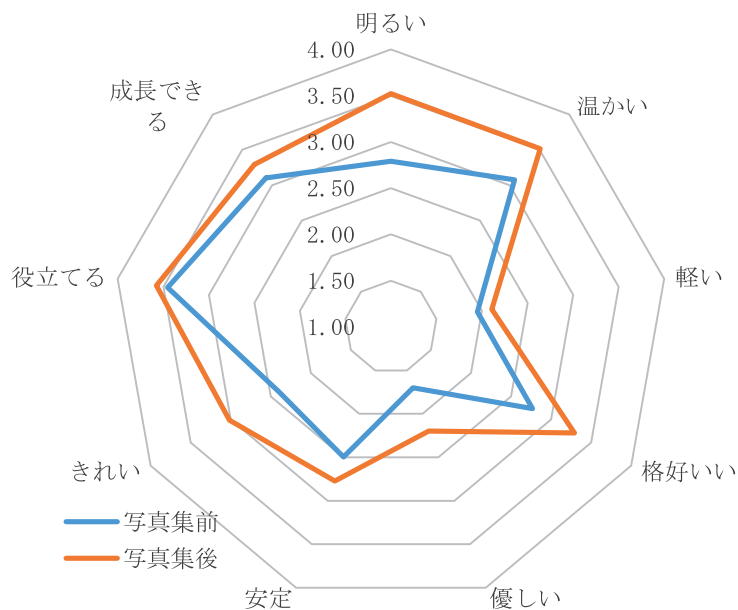
図表 18-3 写真集を見る前後での介護の仕事のイメージの変化（年代別）（20 歳代）



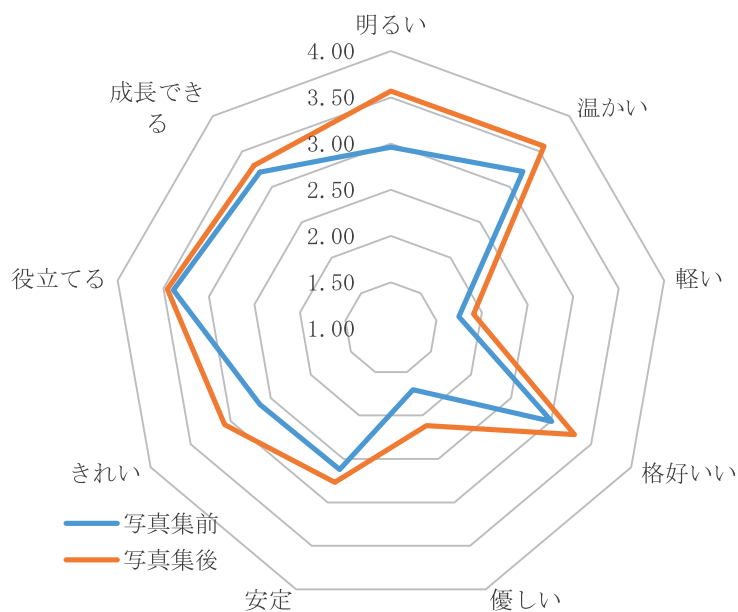
図表 18-4 写真集を見る前後での介護の仕事のイメージの変化（年代別）（30 歳代）



図表 18-5 写真集を見る前後での介護の仕事のイメージの変化（年代別）（40 歳代）



図表 18-6 写真集を見る前後での介護の仕事のイメージの変化（年代別）（50 歳代以上）



⑤介護の仕事への就職

次に、「介護の仕事をやってみたいと思ったことがあるか」と、「写真集を見た結果、介護の仕事をしてみたいと思ったか」についてたずねた。

その結果、回答者全体のうち、27.7%が「介護の仕事をやってみたいと思ったことがある」と回答した。職業別に見ると、「介護の仕事をやってみたいと思ったことがある」と回答したのは、学生で37.0%、介護の仕事に従事する回答者は63.6%、介護以外の仕事に従事する回答者は17.4%、無職の回答者は24.1%であった。

年代別で見ると、10歳代、30歳代では30%台、20歳代、40歳代では20%台、50歳代以上では10%台であった。

図表 19 「介護の仕事をしてみたいと思ったことがあるか」に関する回答結果（職業別）

	回答数				割合			
	ある	ない	無回答	全体	ある	ない	無回答	全体
学生	91	154	1	246	37.0%	62.6%	0.4%	100.0%
介護の仕事	14	4	4	22	63.6%	18.2%	18.2%	100.0%
介護の仕事以外	52	239	7	298	17.4%	80.2%	2.3%	100.0%
無職	26	79	3	108	24.1%	73.1%	2.8%	100.0%
無回答	12	15	2	29	41.4%	51.7%	6.9%	100.0%
全体	195	491	17	703	27.7%	69.8%	2.4%	100.0%

図表 20 「介護の仕事をしてみたいと思ったことがあるか」に関する回答結果（年代別）

	回答数				割合			
	ある	ない	無回答	全体	ある	ない	無回答	全体
10歳代	85	135	1	221	38.5%	61.1%	0.5%	100.0%
20歳代	30	85	3	118	25.4%	72.0%	2.5%	100.0%
30歳代	33	72	3	108	30.6%	66.7%	2.8%	100.0%
40歳代	28	85	4	117	23.9%	72.6%	3.4%	100.0%
50歳代以上	17	112	5	134	12.7%	83.6%	3.7%	100.0%
無回答	2	2	1	5	40.0%	40.0%	20.0%	100.0%
全体	195	491	17	703	27.7%	69.8%	2.4%	100.0%

次に、「写真集を見た結果、介護の仕事をしてみたいと思ったか」を確認すると、「介護の仕事してみたいと思った³」と回答したのは回答者全体のうち、48.1%であった。

職業別に見ると、「介護の仕事してみたいと思った」と回答したのは、学生で50.8%、介護の仕事に従事する回答者は59.1%、介護以外の仕事に従事する回答者は41.0%、無職の回答者は57.4%であった。

³ 「思った」「どちらかというと思った」を合わせた回答を集計した。以下、同様に集計している。

図表 21 「写真集を見て、介護の仕事をしてみたいと思ったか」の回答結果（職業別）

	思った	どちらか という と思った	あまり 思わない	思わない	無回答	回答者全体
学生	29	96	80	35	6	246
介護の仕事	7	6	2	2	5	22
介護の仕事以外	24	98	109	61	6	298
無職	12	50	26	15	5	108
無回答	6	10	8	3	2	29
全体	78	260	225	116	24	703
	思った	どちらか という と思った	あまり 思わない	思わない	無回答	回答者全体
学生	11.8%	39.0%	32.5%	14.2%	2.4%	100.0%
介護の仕事	31.8%	27.3%	9.1%	9.1%	22.7%	100.0%
介護の仕事以外	8.1%	32.9%	36.6%	20.5%	2.0%	100.0%
無職	11.1%	46.3%	24.1%	13.9%	4.6%	100.0%
無回答	20.7%	34.5%	27.6%	10.3%	6.9%	100.0%
全体	11.1%	37.0%	32.0%	16.5%	3.4%	100.0%

図表 22 「写真集を見て、介護の仕事をしてみたいと思ったか」の回答結果（年代別）

	思った	どちらか という と思った	あまり 思わない	思わない	無回答	回答者全体
10歳代	26	84	72	33	6	221
20歳代	10	50	40	16	2	118
30歳代	20	34	30	20	4	108
40歳代	10	47	38	18	4	117
50歳代以上	11	44	44	28	7	134
無回答	1	1	1	1	1	5
合計	78	260	225	116	24	703
	思った	どちらか という と思った	あまり 思わない	思わない	無回答	回答者全体
10歳代	11.8%	38.0%	32.6%	14.9%	2.7%	100.0%
20歳代	8.5%	42.4%	33.9%	13.6%	1.7%	100.0%
30歳代	18.5%	31.5%	27.8%	18.5%	3.7%	100.0%
40歳代	8.5%	40.2%	32.5%	15.4%	3.4%	100.0%
50歳代以上	8.2%	32.8%	32.8%	20.9%	5.2%	100.0%
無回答	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	20.0%	100.0%
合計	11.1%	37.0%	32.0%	16.5%	3.4%	100.0%

年代別に見ると、「介護の仕事してみたいと思った」と回答したのは、10歳代から40歳代までの約半数が「写真集を見た結果、介護の仕事してみたいと思った」と回答した。

続いて、「介護の仕事をやってみたいと思ったことがあるか」と、「写真集を見た結果、介護の仕事してみたいと思ったか」との両者の関係について調べるためにクロス集計を行った。その結果、「介護の仕事をやってみたいと思ったことない」と「写真集を見た結果、介護の仕事してみたいと思わない」との回答割合が46.5%と最も大きく、次いで、「介護の仕事をやってみたいと思ったことない」と「写真集を見た結果、介護の仕事してみたいと思った」との回答者の割合が25.1%と大きかった。

こうしたクロス集計の結果を踏まえると、介護の仕事にあまり興味がない層が、写真集を見てもやってみたいと思わない層が半数弱を占めるものの、やってみたいと思う層も約4分の1いることがわかった。すなわち、写真集を見ることで、介護の仕事をやってみたいと思わせる効果がある程度あることが確認された。

図表 23 「介護の仕事してみたいと思ったことがあるか」と
「写真集を見て、介護の仕事してみたいと思ったか」の回答結果の関係

		写真集を見た結果、介護の仕事してみたいと思ったか		
		思った	思わない	回答者全体
か か か か か か か	ある	168	25	193
	ない	170	315	485
	回答者全体	338	340	678
		思った	思わない	回答者全体
	ある	24.8%	3.7%	28.5%
	ない	25.1%	46.5%	71.5%
	回答者全体	49.9%	50.1%	100.0%

※無回答を除いて集計

⑥写真集の他者への紹介

次に、写真集を他の人にも見せたいかという設問については、「とても思う」との回答が16.4%、「思う」との回答が52.3%となり、両者を合わせて68.7%が他の人にも紹介したいとの結果であった。なお、他者に見せたいと「とても思う」人に対して、その相手をたずねたところ、友達とする割合が70.4%と最も多かった。

図表 24 写真集の他者への紹介

	とても 思う	思う	あまり 思わない	思わない	無回答	回答者 全体
学生	38	128	54	22	4	246
介護の仕事	4	9	5	0	4	22
介護の仕事以外	53	155	59	23	8	298
無職	18	65	18	4	3	108
無回答	2	11	7	0	9	29
回答者全体	115	368	143	49	28	703
	とても 思う	思う	あまり 思わない	思わない	無回答	回答者 全体
学生	15.4%	52.0%	22.0%	8.9%	1.6%	100.0%
介護の仕事	18.2%	40.9%	22.7%	0.0%	18.2%	100.0%
介護の仕事以外	17.8%	52.0%	19.8%	7.7%	2.7%	100.0%
無職	16.7%	60.2%	16.7%	3.7%	2.8%	100.0%
無回答	6.9%	37.9%	24.1%	0.0%	31.0%	100.0%
回答者全体	16.4%	52.3%	20.3%	7.0%	4.0%	100.0%

図表 25 見せたいと思った人（複数回答）

	友達	親	学校の 先生	その他	回答者数
学生	23	24	6	1	38
介護の仕事	4	2	1	3	4
介護の仕事以外	37	17	11	14	53
無職	15	2	0	1	18
無回答	2	0	0	0	2
回答者全体	81	45	18	19	115
	友達	親	学校の 先生	その他	
学生	60.5%	63.2%	15.8%	2.6%	
介護の仕事	100.0%	50.0%	25.0%	75.0%	
介護の仕事以外	69.8%	32.1%	20.8%	26.4%	
無職	83.3%	11.1%	0.0%	5.6%	
無回答	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
全体	70.4%	39.1%	15.7%	16.5%	

5 事業の総括

本章では、今回の事業の成果を踏まえ、介護人材確保に係るプラットフォームの構築と採用ブランド確立を推進していくためのポイントについて整理していく。

①介護人材確保のためターゲット

本事業におけるワーキングチームでは、介護人材を確保していくためのターゲットとして、地元志向型若手人材を設定することで、より効果的に人材確保ができると考え、地元志向型若手人材をターゲットとしたアプローチが進められた。

ワーキングチームによれば、当該人材はこれまでの人材マネジメントシステムにあるように、事業所の中で経験を積み、リーダーや管理職になることを目指してもらったといった従来の枠組みでは捉えきれない面があると指摘がなされた。地元志向型若手人材は自身の趣味や家族といったライフスタイルを大切に、必ずしも昇進や管理職になることを重視しているわけではない。そのため、上司部下といった縦の関係ではなく、先輩後輩、仲間同士といった横のつながりを重視している傾向が強い。

このような人材を介護人材として確保していくためには、「専門性を磨ける」、「管理職になるとたくさんの給料がもらえる」といった情報ではなく、図表3にあるように「楽しい」、「安定」、「地元向き」といった情報を伝え、自身のライフスタイルを大切にできる職業であるということを伝えることがポイントとなる。

②情報伝達ツールである写真集の効果

質問紙調査の結果から、回答者全体の傾向として、介護の仕事に対して「温かい」、「役立つ」、「成長できる」といった良いイメージを持ちつつも、「軽い（重い）」、「優しい（厳しい）」といった悪いイメージも持たれていることが分かった。それが写真集を見ると、特に「きれい（汚い）」に関するイメージが改善されたことから、今回作成した情報伝達ツールである写真集に関しては、介護にかかるイメージの改善に向けて一定の効果があると考えられる。

また、写真集を見ることで、半数弱の閲覧者は特に影響はなかったものの、約4分の1程度の閲覧者は介護の仕事をやってみたいと考えが変化しており、一定の効果があったと考えられる。

半数以上の回答者が写真集を他の人（特に友人）に見せたいと回答しており、図表6に示したような情報の波及についても、ある程度の効果を示唆する結果が得られた。ただし、写真集は、手で持って渡せるという利点があるもの、部数が限られることから、このツールをいかに広く見てもらえるようにするかといった点については、今後、工夫の余地があるものと考えられる。

③プラットフォームの他地域への展開

本事業では愛知県一宮市でモデル事業を実施した。当該市では愛知県老人福祉施設協議会 21 世紀委員会が中心となって協議体を組成し、ターゲット設定や写真集の作成等の検討を進めることによって、地域の事業所等の参加型モデルを確立した。

他地域での展開においては、プラットフォーム構築の中核を担う団体や組織を中心に、地域に密着した協議体を立ち上げ、実情に応じた検討を進めることが期待される。

また、今回、情報伝達ツールとして作成した写真集はシンプルな作りとなっており、掲載人物や掲載する情報を変更することで、他地域で横展開を行うことも可能である

課題としては、写真集の作成においては一定の経費が必要となるため、制作を行う際には本事業の費用対効果をしっかりと精査することが肝要と考えられる。

AROUND20 地元で、がんばる、愛される20代がいる。写真集に関するアンケート

公益社団法人 全国老人福祉施設協議会

ご協力いただき感謝申し上げます。
 本アンケートは「写真集」をご覧になった印象についてお伺いします。
 集計結果は、「写真集」の内容を改善する際に生かされると共に、今後の介護人材の採用活動や人材確保施策を考える上での基礎資料として活用させていただきます。
 また、個人が特定できない形で集計し、厚生労働省への報告及び本会事業にて活用します。

回答場所

1 次の項目についてお答えください。

(1) 性別

(2) 年齢

(3) 職業等

2 写真集を見る前は、「介護の仕事」にどんな印象を持っていましたか。

以下にあげた各言葉の対のうち、どちらか近い方に○をつけてください。

A	Aに近い		Bに近い		B
明るい	A	a	b	B	暗い
温かい	A	a	b	B	冷たい
重い	A	a	b	B	軽い
格好いい	A	a	b	B	格好悪い
厳しい	A	a	b	B	優しい
不安定	A	a	b	B	安定
きれい	A	a	b	B	汚い
役立てる	A	a	b	B	役立てない
成長できない	A	a	b	B	成長できる

裏面にも質問があります。

資料2 写真集(A5版)



25 AGE
 仕事はテキパキ、
 25歳で副主任！仕事の
 できる女性を目指します。
 蒲池 祐希乃さん

20 AGE
 20歳で同期と職場結婚。
 21歳で1児のパパになりました。
 中島 潤さん

21 AGE
 ライバルは3歳の愛息。
 職場に来ると、
 みんなの人気者です。
 泉 景子さん

23 AGE
 もうすぐ、子供が生まれます。
 出産しても、早く、
 この仕事に戻りたいです。
 安田 みなみさん

21 AGE
 趣味はドライブ。
 走行距離は、1年で3万キロ、
 3年で9万キロ走りました。
 野田 恵子さん

29 AGE
 飲食業界から転職。
 未経験から正社員。
 資格も取って、結婚しました。
 武田 健司さん

次の休みは、
親友のしよこさんと、
温泉旅行へ行ってきました。



名前:野田 恵子
年齢:21歳(独身)
職業:介護職員
職歴:3年
通勤手段と時間:車で約45分

入社動機

高校時代に老人ホームへ実習に行ったときに、利用者さんと接したことで優しい気持ちになれたことから。

職場の気に入っていること

私の担当のユニットはとてもゆったりした時間が流れているので、とても働きやすく気に入っています。

大切にしていること

大切な人からもらったカバンや財布など。

休日の過ごし方

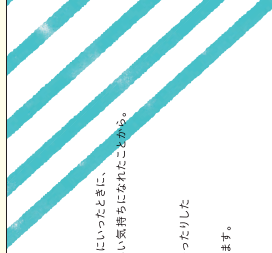
買い物・カラオケ・読書。

ハマっていることは?

大塚や神戸など他県へのドライブ。
1年で3万キロ、3年で9万キロ走るくらいです。(笑)

コメント

結婚願望はわりとあります。(笑)
彼もこの仕事をあまり知らないときは理解がなかったけど、私の日頃の話を聞いてくれるうちに、今ではとても応援してくれています。
好きな人が応援してくれるって、やっぱりうれしいですね。





休みの日は、大阪のテーマパークまで
3時間近くかけて、ビューンといくことも、
彼の自動車にはカーナビがないので、
おでかけはもっぱら、私の運転です。



親女のしよこさんは、
高校時代からの付き合い。
なんと彼女も同じ介護職。
だから仕事の悩みも、恋の悩みも、
ぜんぶ話せる存在。



通勤時間は車で45分ほど。
もう少し近づいたらいいんですけど。(笑)
ただ、早く上がれるときは、一せから名古屋に出て、
買い物してから帰るのも楽しかったです。



服を買うの、好きなんです。
もし、この仕事をしていたら、
ショップの店員さんをしていただけず。



わたしが失恋したとき、
一緒に泣いてくれたのは、
利用者さんでした。

入浴介助の時間は、利用者さんと
普段以上にコミュニケーションを図ることができ
私にとって、大切な時間。
なかでも、失恋した時に一緒に泣いてくださったことは、
忘れられない思い出です。
相談事とか、わりと利用者さんにしますよ。
最近、気づいたんですけど、
この仕事って、利用者さんを支えているようで、
支えられているような関係でもあるなあって。



(写真上)別のユニットの、高齢者を先輩おふたり、優しくって、助ける存在で
す。(写真中・下)私の働くユニットは、日間に近い距離、ダイニングテーブルを
中心に、みんなが集まって暮らしている。いつもにもぎやめたよえるから、シェアハウス
みたいな感じかな。



名前：武田 健司
年齢：29歳（既婚）
職業：介護職員・サブリーダー
職歴：4年
運動手段と時間：車で約2分

最近、資格も取って、
結婚もして。おまけに、
新車も買いました。(笑)

入社動機

祖母と2人暮らしが長かったため、
いつか祖母の役に立てるようになりたかった。

職場の気に入っていること

自宅からとても近い！
家から職場の通勤が楽に見えるくらいです。

大切にしていること

自分でつくったバスケのクラブチーム！
土曜日の夜の練習が一番好きな時間です。

休日の過ごし方

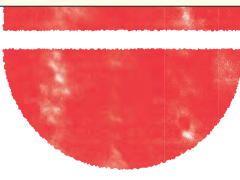
バスケです。

ハマっていることは？

昔からバスケ一筋です。
ちなみにチーム名はモンキーズ！

コメント

飲食業界から転職。店長時代より、
たいい自分の時間が持てるように。
最初はパート、しばらくして正社員へ。
最近、介護士士の試験に合格！
同時に中学から付き合っていた
彼女にプロポーズ！





(写真上)おはみちゃんときくとよく人で暮らした家、車庫を前にリフォーム。今は家と人、中庭で暮らしています。(写真下)14年の頃から14年の卒業まで、原宿の店長時代は自分にもっとなりたててよくアツカシでしたが、東京からの距離が、利用者さんとはなかなかかかたエピソードだから、重宝アツカシなくなりましたね。

なるべく、バスケの練習に出られるようなシフトを お願いしています。

自分でつくったバスケのクラブチームがあるんですけど、バスケの練習は毎週1回土曜日の夜に行っています。昔からの仲間と遊ぶ時間でもあるし、大好きな時間。だから、なるべく練習に出られるようシフトも調整しています。(笑)

もともと飲食店の店長だったんですけど、そのときは、本常に自分の時間がなくて、おそらくその反動が来ているんだと思います。プライベート、かなり充実していますよ。



●①～④のワークショップが多いのも、この行事の楽しいところ。この日は、みんなが大好きなお寿司です。ここで聞いてから、ひとつずつの面も頂きました。よ、●⑤～⑧の方が楽しんでみえ、色の良い方が集って、面白い利用者のイベントは、もっと聞きたい、そろそろ、展開しようかなと思案中。●⑨休憩時間はゆったり日替り、みなみ先輩とお弁当タイム、運営担当は開れていますが、やっぱりうれしいですね。

名前：泉 泉子
年齢：23歳（息子と2人暮らし）
職業：介護職員
職歴：4年
通勤手段と時間：車で約20分

入社動機

もともと介護に興味はなかったのですが、高校3年生の就職セミナーで、今の池原長と出会い、その際に、素敵な仕事だと思い選びました。

職場の気に入っていること

スカイリフトや歩行器など、新しい設備が多いこと。
1階のコミュニティホールが大きく、ご家族の方も参加できる行事が多いこと。
大切にしていること

絆です。私が職場復帰して働いているのも、周りのみなさんがいてくださってこそ。

休日の過ごし方

ランチをしたり、ママ会したり。
あとは、プラネタリアムなど休日に混むところに行ったり、子どもとの時間を大切にしています。

ハマっていることは？

マラソンです。先日、夜神クラウンメロンマラソン（10キロの部）で初マラソンながら完走しました！

コメント

工場高校に通っていたりで、介護業界に行くイメージはまったくなかったのですが、人と深くわかりあえる仕事とお聞きし、就職しました。産休・育休を取明後、育児と仕事を両立しています。

しっかり
仕事した後は、
息子を独り占め。（笑）





3歳の息子が、一番のライバルかも、しません。

現在、3歳の息子を保育園に預けながら働いています。子どもがまだ小さいため、勤務体系は8時～17時までの日勤のみ。たまに遅くなるときは、スタッフが子どもを迎えに行ってくれます。そんな職場、なかなかないですよね？ほんととみなさんに助けていただいています。息子が職場に来た時は、利用者さんみんな笑顔。ひそかに私、嫉妬しています。(笑)



同期の彼女に、1年間
アプローチした甲斐あって、
家族になれました。(笑)



名前：中島 潤
年齢：21歳（既婚）
職業：ケアスタッフ
職歴：3年
通勤手段と時間：車で約15分

入社動機

自分の他に障がいがあったこともあり、以前から人の役に立つ職種に興味がありました。

職場の気に入っていること

みなさん気さくで、悩みなども相談しやすいところです。

大切にしていること

家族の写真です。明るくその胸の思い出がよみがえって来て、「よし、やるぞ!」という気分になります。

休日の過ごし方

食事に行ったり、フットサルに行ったり。

ハマっていることは?

ゲームです。もともとサッカーが好きなので、サッカーゲームが多いです。

コメント

同期の彼女と結婚しました。仲良くなくなったきっかけは、「よさこい祭り」の行事委員を担当したことです。会場の後も打ち合わせをしたりするうちに、付き合うようになりました。

ただいま妊娠8ヶ月。
生んでも、やっぱり、
この仕事をつづけたい。



名前：安田 みなみ
年齢：28歳（既婚・妊娠8ヶ月！）
職業：ケアワーカー
職歴：8年
通勤手段と時間：車で約15分



入社動機

お母さんが保育士で、保育士もいいなと思っていたのですが、今後の需要拡大などを考えて、介護職を選びました。

職場の気に入っていること

行事がたくさんあることです。施設がキレイなこともうれしいです。

大切にしていること

結婚準備と母子手帳。はやく赤ちゃんに会いたい！

休日の過ごし方

友だちと予定があったらごはんを食べたり、旦那さんとまったり過ごしています。

ハマっていることは？

ベビー用品を旦那さんと一緒に見に行くことです。男の子なので、服やグッズを選ぶのも新鮮です。

コメント

利用者さんは年が離れていることもあってか、家族や友だちとは、また違った幅広い関係を築けていると思います。子どもが生まれるのは楽しみです。仕事好きなので、なんとか出産ギリギリまで働きたいと思っています。(笑)



(写真上) 旅行の子ーでは、よくフリスビーが行われます。同じイベントが同時に、先輩までおぞろおぞろ(これも) (写真上) さあ、今日は仲間を撮るかな。休みが合えば、先輩の家だろとかがけかかっています。(写真下) 家族がある友だちも多く、集まることも多いです。(写真下) アフターの誕生日パーティー、大切な家族が、大金及仲間がいることがいい。





孫が生まれるくらい、
楽しみに
待ってられています。

あと2ヶ月で出産。職場では、
 「生まれたらすぐに見せに来てね。」と、
 毎日リクエストされています。(笑)
 この子は、たくさんのおじいちゃん、
 おばあちゃんがいて、幸せだなあ。

妊娠8ヶ月ながら、仕事はこなせています。
 体調に合わせて仕事も
 選んでもらっているのが助かります。
 ママになっても、この仕事は絶対に
 やめないと決めています。



● 出産に夢をつけて、仕事もなの。プライベートでも、友人に言ってしまう。● 仕事にも夢をかけています。おまぐせの作りかえもよくしています。● 今日がゆつぽは1ヶ月。ワタシがゆつぽの誕生にはいいんです。● 早く食べた方がいい。プライベートの時は、みんなが笑っています。(笑) ● 目的のアルビンを販売して、おまぐせの作りかえ、おまぐせの作りかえ、おまぐせの作りかえ。

入社動機

中学生の頃、ボランティアで、今の職場に来た時にとても雰囲気よかったので。

職場の気に入っていること

いろんな部署があること

大切にしていること

寛大のチャアブ(オズ)。ココと言います。

休日の過ごし方

何をやるわけでもないですが、友だちとご飯を食べておしゃべりする感じです。

ハマっていることは？

筋トレ、特に背筋です。(笑)

コメント

副主任という立場上、仕事に対しては厳しい方だと思います。

後輩からも怖いと思われています。(笑)

この仕事は笑顔。

たぶん、総じて他の仕事に転じて、

また介護職に戻ってくるんじゃないかな

と思います。



こう見えても、
副主任。現場では、
さびしいですよ。(笑)

名前：薄地 祐希乃
年齢：25歳(独身)
職業：介護職員・副主任
職歴：もうすぐ7年
通勤手段と時間：車で約20分



目標としている人ですか？

私の前に副主任を

つとめていた先輩です。

介護職に就いて、6年と9ヶ月。
みなさんの指導やご協力もあって、
なんとか頑張ることができています。
今でも、超えられない存在は、前・副主任。
定期に来て定期的に帰るんですけど、

仕事は全部カンベンキにこなして帰っていく。
ときどき、どうしようもないくらいにすねばいいか
迷ったときは、「先輩だっとならどうするかな」と
考えて行動することも。

● 利用者さんの命がけは人と違います。人生経験が豊かなので、知らない世界を教まてもらうような部分です。● タイクの頃の使命感や理想など、同じ一環は勇気を励まします。あまり知られていない業務です。● 先輩のみなさん、食べやすいように、しています。おかげでたくさんの方がおられるようになったり、食べられるようになったり、この仕事って、関わっている自分でも、すごいと思える瞬間が目の前で起ることが多いです。● 利用者さんの今日の状況などは、詳しく記入・スタッフ会議で共有しています。● 先輩で、チームワークが次の副課長と役員で一人ひとりの利用者さんをおつかまつめる仕事だと、思う。● 先輩で、なだ話を聞く、そんなまじかか、と、思っています。● 先輩で、なだ話を聞くと、思っています。● 先輩で、なだ話を聞くと、思っています。● 先輩で、なだ話を聞くと、思っています。



週末のゴコは、おでかけが大好き。休みの日は、一輪はいろんなところへ行っています。



車で友だちと海へ。別に泳いだりしないんですけど。(笑) ぽつぽつとしたり、おしゃべりしたり。そんな時間も、好きですね。



好きな色は黒。服も気がつけば、黒ばかり買ってしまう。30歳くらいまでは、大膽なスタイルを思いだいな。もうさん黒で。

素朴な疑問を解消！

介護のお仕事の ホント

口コミなどの情報ではなく、介護情報の“今”を知りたい。
実際のデータや状況、現場の方のアンケートを交えてご紹介。
これで気づけなかった、本当の介護の働き方が垣間見えるかも！

データ出典：（公財）介護労働安定センター「平成24年度 介護労働実態調査」
※1はBusiness Labor Trend 2012.1110独立行政法人労働政策研究・研修機構調べ

最近の介護事情ってどうなの？

見守る介護から、
自立させる介護へ。
利用者さんの生きる力を
取り戻していきます。

介護と聞くと、「高齢者をお世話する仕事」と思っていますか。最近の介護はそうではありません。利用者さんのことを尊重し、自立する力を取り戻させる動きが変わってきています。たとえば、食事では食べやすいペースト状やごはんだけ食事から私たちが同じ普通食へ。おむつは口運動^①では、排泄のリズムを整えたり、運動量をあげることで、尿たまりにならないようにするなど、即っていくのむただ見守る介護のイメージは、もう古い！即向きの生きることを変える場所として“介護”があります。



※ 平均月給(基本給+手当+夜給)



※ 介護職員(正社員)の場合



※ 介護職員の場合



老人ホーム・介護施設の種類／全国の施設数

高齢者や要介護者を対象にした介護施設や高齢者住宅は種類が多く、サービス内容や目的、費用や料金、入居条件なども施設によってさまざまです。

介護施設施設

特別養護老人ホーム…8,782

介護老人保健施設…4,103

介護療養型医療施設…1,566

施設施設

軽費老人ホーム・ケアハウス…2,014

養護老人ホーム…958

愛知県の今。

東京、大阪に次ぐ日本第三の都市である愛知は、

当然のことながら、人口が多いことでも有名。

平成24年現在の総人口は約740万人で、そのうち65歳以上の高齢者は約160万人。

高齢化率21.4%という数字は沖縄県、東京都に次ぐ第3位の若さを示すもの。

それでも、今後の高齢化は避けられず、

平成52年には高齢化率が32.4%まで上昇することが推測され、

“介護”に注目されるエリアであることがわかります。

今回ご協力いただいたのは、愛知県の3つの介護施設。

ご出演いただいた6名のみなさんは、20代ということそのまれば、

個性も違えば、介護職員になっただけでも違ってくる。

働き方だって、そう。無理せず、自分のペースで、それぞれ働いています。

家の近くで、正社員で、ずっと働くという選択、そこには介護はありません。

22

ご協力いただいた介護施設

アルメンカンパニー(特別養護老人ホーム)愛知県一宮市三条字野田26-1

Viva house(住宅型有料老人ホーム)愛知県一宮市北原町在比方575

第二大和の里(特別養護老人ホーム)愛知県稲沢市井田野目町27

制作・発行 公社社団法人 全国老人福祉施設協議会 <http://www.natsukyo.or.jp>

東京都千代田区千代田2-1-1 稲葉ビル3階 TEL 03-5611-7100 E-mail: prnkyo@natsukyo.or.jp

【データ提供: 国土省 2014年10月時点での公的施設数。その他には民間の有料老人施設も数多くあります/円換算 平成25年換算数(日本国統計局)]



AROUND 20

地元で、がんばる、
愛される20代が
さる。

公益社団法人 全国老人福祉施設協議会

無断複製・転載・引用を禁ず

介護人材確保に係るプラットフォーム構築と採用ブランド確立推進事業 報告書
平成26年度 老人保健事業推進費等補助金（老人保健健康増進等事業分）事業

平成27年3月

発行 公益社団法人 全国老人福祉施設協議会／老施協総研
〒102-0093 東京都千代田区平河町2-7-1 塩崎ビル7F
TEL 03-5211-7700／FAX 03-5211-7705
URL : <http://www.roushikyo.or.jp>
E-mail : js.jimukyoku@roushikyo.or.jp