

令和3年度生活困窮者就労準備支援事業費等補助金

介護のしごと魅力発信等事業

(ターゲット別魅力発信事業 (子育てを終えた層向け))

報告書

令和4年4月

株式会社産業経済新聞社

目次

第1章 事業概要

- 1.1 事業全体の主旨・目的
- 1.2 事業の構成
 - 1.2.1 事業実施体制
 - 1.2.2 事業の内容
 - 1.2.3 スケジュール

第2章 企画委員会

- 2.1 立ち上げまで
 - 2.1.1 企画委員会実施スケジュール
企画委員
- 2.2 各回の課題と論点
 - 2.2.1 第一回企画委員
 - 2.2.2 第二回企画委員
 - 2.2.3 第三回企画委員

第3章 入門的動画事業

- 3.1 動画化の狙い
 - 3.1.1 動画シラバス
- 3.2 モデル事業の展開
 - 3.2.1 募集と顔認証システム
 - 3.2.2 講座の運営
 - 3.2.3 結果と課題
 - 3.2.4 研修動画の推進事業

第4章 ファンコミュニティ

- 4.1 ファンコミュニティ「きっかけ」とは（狙い）
- 4.2 きっかけ内「ゆうゆう Life」の概要
- 4.3 アウトプット（投稿等実施した内容）
- 4.4 アウトカム（成果）および分析

第5章 オンラインイベント

- 5.1 企画の背景
- 5.2 イベント概要
 - 5.2.1 DISCOVERY 介護 ～3人のトップランナーに密着～
 - 5.2.2 介護のおしごとのリアル

第6章 ウェブサイトの狙いと構成

- 6.1 ウェブサイトの狙い
- 6.2 ウェブサイトの構成
 - 6.2.1 主なコンテンツ

第7章 ゆうゆう Life コンテンツについて

7.1.1 取材・記事の狙い

(掲載事例)

7.1.2 【ひとから】6年半の在宅介護を語る—新田恵利さん

7.1.3 【ひとから】元力士たちが選んだセカンドキャリア

7.1.4 【しごとから】介護はクリエイティブな仕事

7.1.5 【まちから】子ども食堂で地域とつながり

7.1.6 【まちから】コロナ禍で「生きる力」をつなげる

7.1.7 【まちから】福祉現場の「ヒーロー」に秋田の若狭さん

7.1.8 【先輩から】梅ちゃんの介護のおしごと入門

第8章 SNS

8.1 SNS ページの目的と製作

8.2 SNS の運営

8.3 拡散支援

8.4 SNS 活用のまとめと今後の施策展開時の提案

第9章 新聞・他媒体によるPR 施策

9.1 媒体の多様化による情報発信

9.2 各施策の特集およびコンテンツ

9.2.1 季刊誌「終活読本 ソナエ」

9.2.2 産経ニュースと産経 iD

9.2.3 産経新聞

第10章 効果検証

10.1 ウェブサイト「ゆうゆう Life」記事閲覧による「介護のしごと」に対する意識変化

10.1.1 調査の目的と概要

まとめ 事業の振り返りと今後への考察

第1章 事業概要

1.1 事業全体の主旨・目的

事業を通じて目指したい未来像

・「子育てを終えた層(子育て中の層も含む)が、ウェブサイト「ゆうゆう Life」の記事等のコンテンツやオンラインイベントで介護や福祉に関わる仕事に関心を持ち、介護のしごとのイメージを変え、入門的研修などに関心を持ってもらうことを目指す」

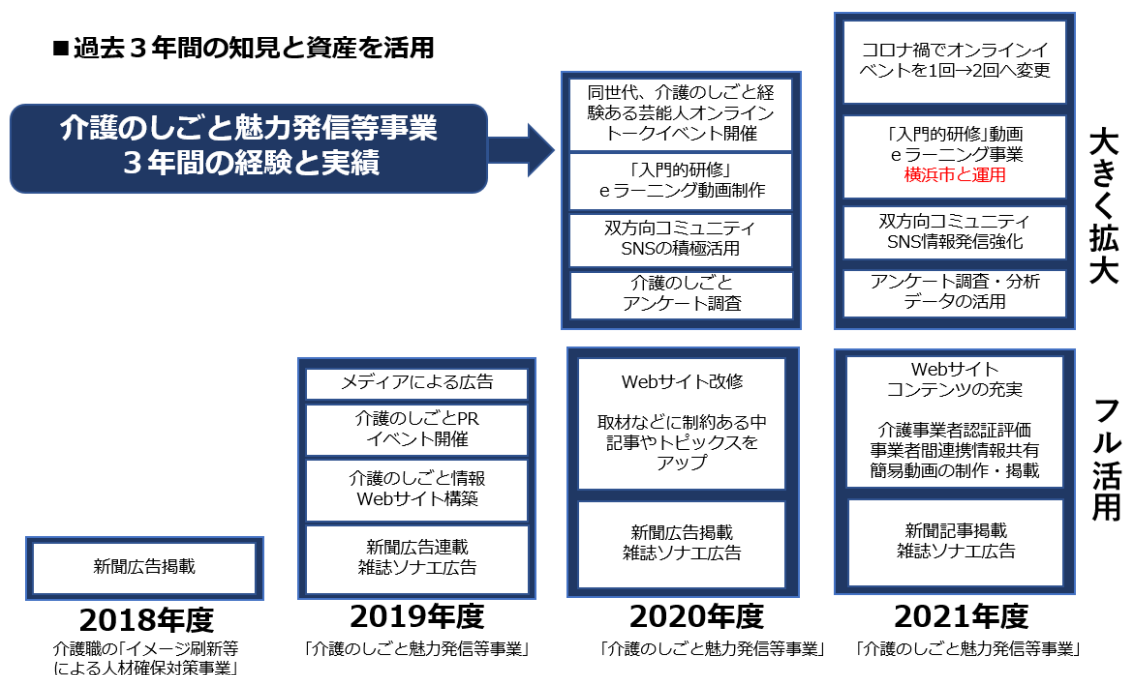


図 1-1 当事業の全体概略図

■目的

- ・介護のしごとの魅力を伝え、一般の人々が福祉・介護に抱いているイメージを向上

■手法

- ・コロナ禍による影響を考慮して、制作した「入門的研修」動画をモデル事業として受講支援を実施
- ・介護への無関心層、特に子育てが終わった層をターゲットにオンラインイベントの企画でアプローチ

■ターゲット

- ・子育てを終えた層(子育て中の層も含む)をメインターゲットに、無関心層をサブターゲットに新聞社ならではの企画でアプローチ




図 1-2 当事業の目的

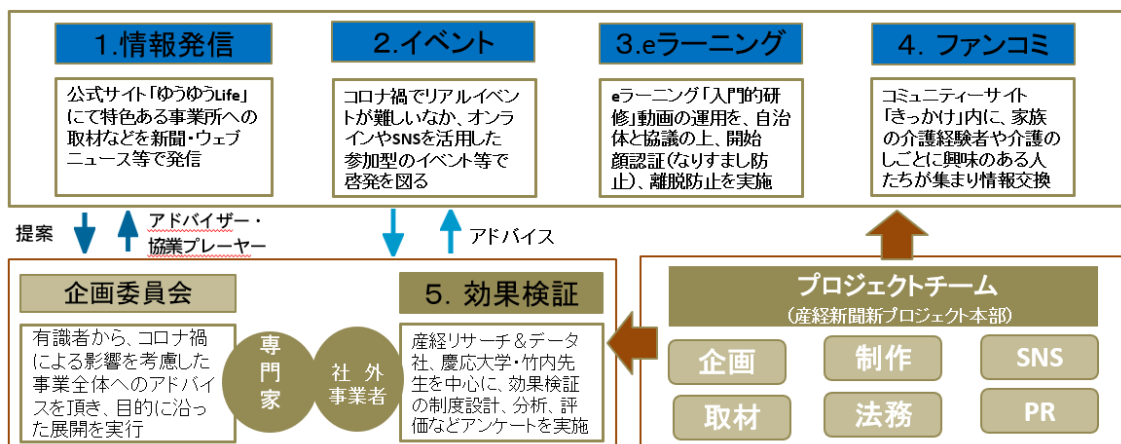
産経新聞社は、令和3年度「介護のしごと魅力発信等事業（子育てを終えた層向け）」において、「主に30～60歳代の女性」＋「介護に無関心な層」をターゲットとし、子育てを終えた層のみならず、子育て中の層に向けて、かながわ福祉サービス振興会などの連携事業者や介護分野の協力を得ながら、介護のしごとの魅力を伝える施策を工夫して展開した。

昨年度に引き続き、コロナ禍の影響により、親子体験会などのリアルなイベントや介護事業所などへ取材ができない等制約が多い中での展開となった。そうした中、介護福祉士の資格がある有名人や介護の現場で、DX（デジタルフォーメーション）に積極的に取り組む医療福祉法人の経営者らによるオンラインのトークイベント、令和2年度に制作した「介護に関する入門的研修」のeラーニング(動画)教材を使って受講生の募集、運営などの事業を実施した。

福祉・介護現場には、「きつい・汚い・危険・給料が安い」という4Kのイメージがあると言われており、一般の人の中には、介護の仕事を「おむつを替える仕事」としか認識していない人も少なくない。その一方で、介護現場で活躍する人たちは、「感謝・感動・感激・クリエイティブ」の4Kであるという声も多く、介護職の多くが、やりがいや楽しみを感じて働いている。このギャップをそのままにしておくと、意欲的な人材も流出してしまう。世の中の先入観と、当事者の現実との間にあるギャップを埋め、現場の介護職の実態を知ってもらい、ひいては「介護のしごと」に関心を持ってもらうことが、本事業の狙いであることを再確認した。

・令和3年度主要事業は以下の5本柱で実施した。

1. 入門的研修動画事業
2. 双方向ファンコミュニティ運用
3. オンラインイベント制作と配信
4. コンテンツ制作（取材）と公式サイトへ「ゆうゆうLife」に掲載
5. 効果検証（入門的研修、イベントなど参加者アンケート）アウトカムの分析



1. 入門的研修動画事業

- ・ターゲットとする子育てを終えた層並びに子育て中の層がより簡単・身近に介護のしごとeラーニングで学べるように令和2年度に制作した「介護のしごとに関する入門的研修動画」43本を横浜市の協力で、市報やSNSで受講生を募集、7割弱が修了し、大きな成果をだせた。

2. 双方向コミュニティの運用

- ・産経新聞社が令和2年10月にスタートした双方向コミュニティーサイト「きっかけ」内に介護のしごとや親の介護経験などの情報交換ができる「きっかけ・ゆうゆうLife」を設置、運用した。

目的は、ファンコミュニティー内での双方向による情報交換で興味や気づきを広げることやオンラインイベントへの参加誘導、入門的研修動画を受講したメンバーの意欲向上や脱落防止を目標とした。参加登録者は、15,000人を超える結果(3月末)となった。親の介護経験や介護のしごとに関する投稿を呼びかけたり、入門的研修動画の一部を視聴してもらうことで「介護のしごと」への興味や意識の変化を促した。

3. イベントの開催

- ・コロナ禍の影響で当初予定していた親子で介護施設を訪問するイベントが2年連続で中止となり、代替案として準備していたオンラインイベントを1回から2回に変更して実施した。モデルで介護福祉士でもある上条百里奈さんと3人の介護福祉士を招き、フリーアナウンサーの町亞聖さんの司会で、トークイベントを実施、また、青嵐会グループの阿武幸美副代表と町亞聖さんのトークイベントを実施した。介護現場でのデジタルトランスフォーメーション(DX)が進んでいることをアピールした。

4. コンテンツ制作

- ・公式ウェブサイト「ゆうゆうLife」の運営を行った。

「ゆうゆうLife」のコンテンツ作成では、施設や介護職、サービス利用者らへの取材ができず、発信が限られたが、介護福祉士、梅本聡さんに「介護のおしごと入門」と題して、介護現場のリアルを連載してもらった。企画会議で委員から、「介護の賃金、有休、働き方などの基本的な情報提供が必要」との指摘があったことを踏まえた。

産経新聞本紙・生活面とのタイアップも継続し、最終的に132万PVを達成した。「ひとから」・「まちから」・「先輩から」・「しごとから」をテーマにして22本のコンテンツを公開、また、産経新聞に過去連載され共感呼んだ介護のリアルを描いた漫画「のんびりいこうよ」を52本を公開して、イメージアップを図った。

5. 効果検証

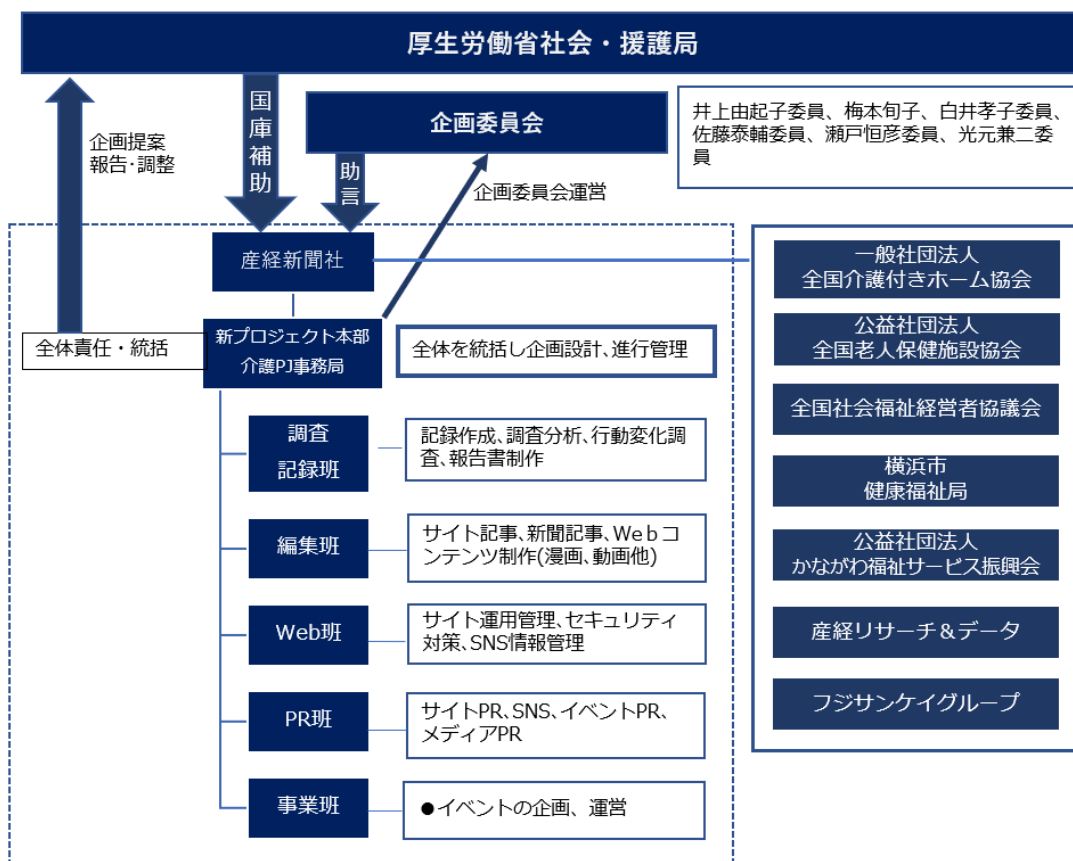
- ・今年度は、慶応大学・竹内円雅（まどか）講師の監修、アドバイスにより、入門的研修動画やオンラインイベント、公式サイトなどを対象としたアンケートの設計と分析を産経リサーチ&データ社が実施した。

1. 2 事業の構成

1.2.1 事業実施体制

- ・産経新聞社が、横浜市、かながわ福祉サービス振興会などと連携して事業を実施した。
- ・オンラインイベント制作は、新東通信、EMCヘルスケアなどと連携して事業を実施した。
- ・有識者による企画委員会を設置し、事業実施に向けた企画の検討、情報発信などについて協議した。

■令和3年度 介護のしごと魅力発信等事業 体制図



1.2.2 事業の内容

1) 入門的研修動画事業

・令和2年度事業で制作した「介護に関する入門的研修」をオンラインで学ぶ講座として横浜市の協力で60人の参加枠で募集を開始した。9月から市報や公式ツイッター、公式LINEで募集、216人の応募があり、146人（終了率68%）が終了期限までに動画視聴を完了した。横浜市はこの146人に修了書を発行した。産経新聞横浜版などでも周知した。事業開始時には、これだけ多くの方が視聴完了するとは思っていなかった。弊社の「介護に関する入門的研修動画」の完成度に自信を持つことが出来た。42本の動画本編は、講師と生徒役が掛け合いで講義を進めている。介護現場の魅力を伝える1分動画や介護に関する漫画を入れることで見飽きぬよう工夫したことも奉公したと考えている。

また、本人のなりすまし防止のために顔認証のソフトウェアを導入した事により、確実に視聴することの証明となり、修了書の発行を安心して実行することが出来た。

さらに、オンライン上のコミュニティサイト「きっかけ」に介護のしごとの魅力を発信するファンコミュニティ「ゆうゆう Life」を開設した。参加者登録は、3月末時点で15000人以上に上っている。このコミュニティ内で介護の話題を提供したり、横浜市の研修動画視聴者を呼び込んで、視聴の後押しをしたり、かながわ福祉サービス振興会が担当した事務局から受講生へ電話をする事で視聴の継続を後押ししたことも有効だったと考えている。

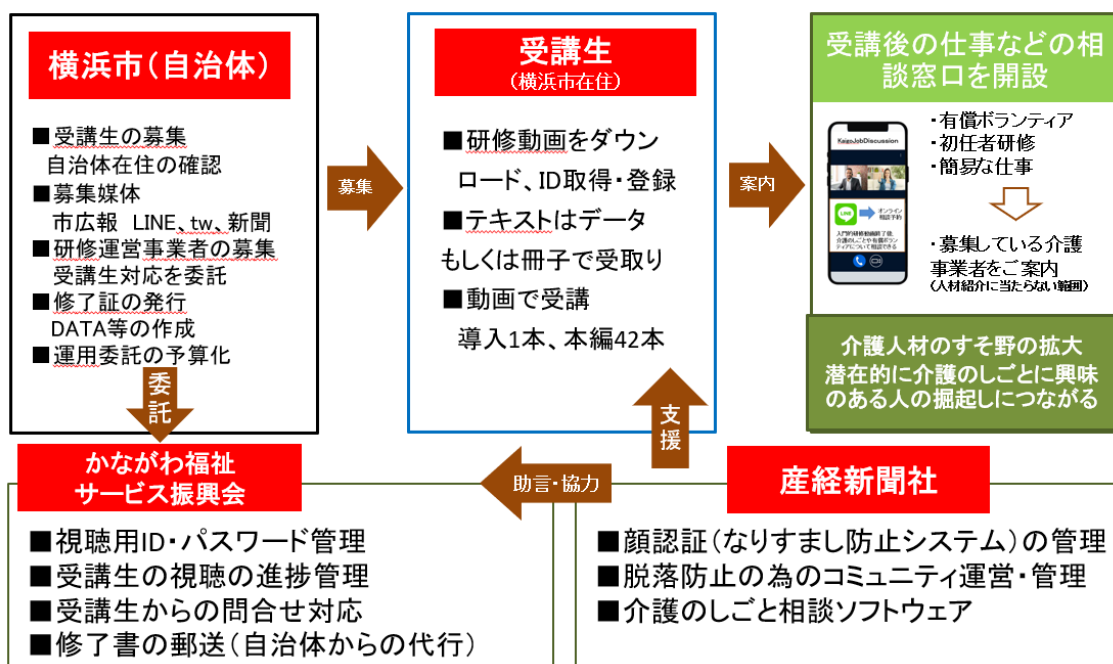


図1-3 介護に関する入門的研修動画事業

本事業で実施した「介護に関する入門的研修オンライン講座」の視聴後に、介護のしごとに興味を持ち初任者研修などの上位研修や有償ボランティア、デイサービスなど簡易な業務（仕事）に就労するなどを案内する方策が必要と感じた。そこで、介護のしごと等に関する相談などができるソフトウェアを開発し、運用まで至らなかった為、公式サイト「ゆうゆう Life」内で紹介している「介護事業者認証評価制度」の適用を受けている事業者との連携の検討や運用に関する課題などを次年度以降に横浜市と運用を協議することとした。

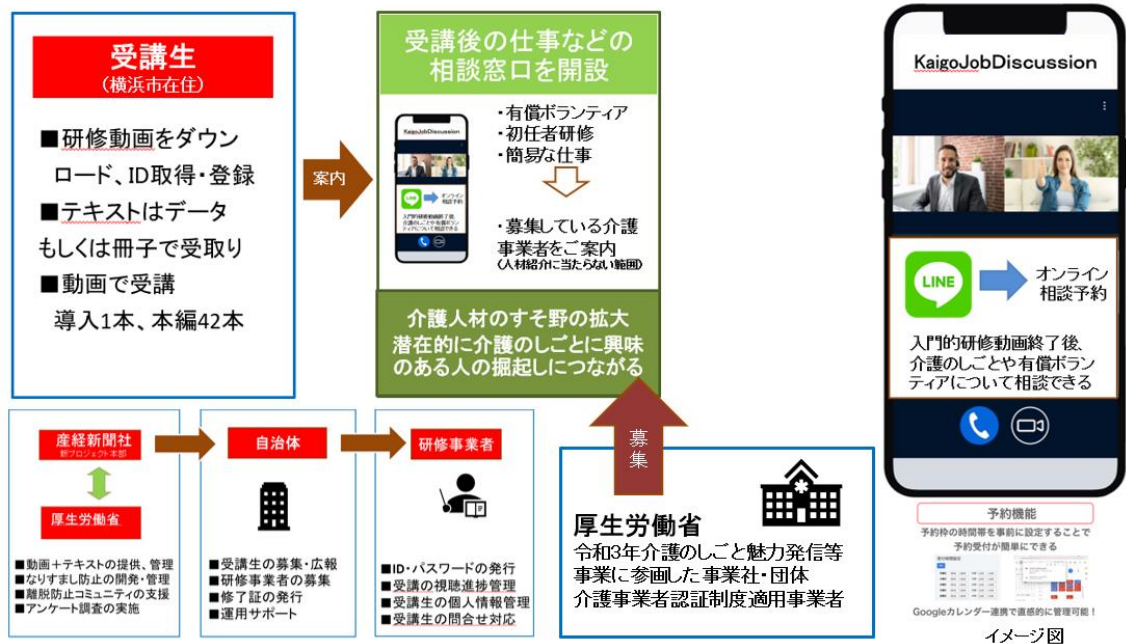


図1-4 介護に関する入門的研修動画介護のしごと相談

2) 双方向コミュニティー「きっかけ」事業

産経新聞社が令和2年10月にスタートした双方向のコミュニティーサイト「きっかけ」内に介護のしごとや親の介護経験などの情報交換ができる「きっかけ・ゆうゆう Life」を設置、運用した。目的は、ファンコミュニティー内での双方向による情報交換で興味や気づきを広げることやオンラインイベントへの参加誘導、入門的研修動画を受講したメンバーの意欲向上や脱落防止を目標とした。参加登録者は、15,000人を超える結果（3月末）となった。

親の介護経験や介護のしごとに関する投稿を呼び掛けたり、入門的研修動画の一部を視聴してもらうことで”介護のしごと”への興味や意識の変化を促した。



図1-5 コミュニティ「きっかけ」内「ゆうゆうLife」

3) オンラインイベント

コロナ禍の影響で当初予定していた親子で介護施設を訪問するイベントが2年連続で中止となり、代替案として準備していたオンラインイベントを1回から2回に変更して実施した。モデルで介護福祉士でもある上条百里奈さんと3人の介護福祉士を招き、フリーアナウンサーの町亞聖さんの司会で、トークイベントを実施、また、青嵐会グループの阿武幸美副代表と町亞聖さんのトークイベントを実施した。介護現場でのDX（デジタルトランスフォーメーション）が進んでいることをアピールした。

第1回「介護のおしごとのリアル DISCOVERY 介護 3人のトップランナーに密着」令和3年12月20日から公開、広報を依頼した業界団体の依頼により、令和4年1月31日終了を2月18日まで公開延長した。



写真：第1回オンライントークイベントの様子（収録）

第2回「介護の沿いごとのリアル〜介護DXのトップランナーに聞く」

※令和4年2月21日から3月31日まで限定公開した。



写真：第2回オンライントークイベントの様子（収録）

4) 公式サイトコンテンツ

公式ウェブサイト「ゆうゆう Life」の運営を行った。「ゆうゆう Life」のコンテンツ作成では、施設や介護職、サービス利用者らへの取材ができず、発信が限られたが、介護福祉士、梅本聡さんに「介護のおしごと入門」と題して、介護現場のリアルを連載してもらった。企画会議で委員から、「介護の賃金、有休、働き方などの基本的な情報提供が必要」との指摘があったことを踏まえた。産経新聞本紙・生活面とのタイアップも継続。最終的に132万PVを達成した。

「ひとから」・「まちから」・「先輩から」・「しごとか」をテーマにして22本のコンテンツを公開、また、産経新聞に過去連載され共感を呼んだ介護のリアルを描いた漫画「のんびりいこうよ」を52本公開して、イメージアップを図った。

1	2	3	4	5
				
まちから	まちから 先輩から	まちから	まちから	ところから
ウォーキングと糸電話で「コロナに負けない！」 多摩川源流の山村、山梨県小菅村で新型コロナウイルス対策として始まった「コロナに負けない！カラダ・・・」 >> もっと見る	「ちょいワルじいさん、の行ける取り組み」 地域のサロンを嫌い、引きこもりがちな高齢男性への働きかけは、どこの町でも悩みの種。だが、そんな・・・ >> もっと見る	介護の世界はワクワクがいっぱい 「介護はワクワクがいっぱい。そのことを介護者自身が発信することが大切」10月15日にオンラインで・・・ >> もっと見る	人生の最期にそっと寄り添う「看取り犬」のいるホーム 玄関で手指の消毒と検温を済ませて待っていると、まもなくつぶらな瞳が印象的な中型犬がしっぽを振り・・・ >> もっと見る	のんびりいこうよ<62> =2020年11月13日更新 赤羽みちえさんの漫画「のんびりいこうよ」。特養ホームに入所した母親、1人暮らしの父親を近居で見・・・ >> もっと見る

図1-8 公式サイト「ゆうゆう Life」のコンテンツ

5) 新聞広告と終活雑誌へ広告掲載

産経新聞全国版に事業報告を兼ねて、全面広告を1回、1頁と終活雑誌「ソナエ」に4回記事広告を掲載した。



令和4年3月21日 産経新聞全国版

雑誌ソナエ春号

図1-9 新聞全面広告・産経新聞1頁と終活雑誌「ソナエ」広告

1.2.2 スケジュール

- ・5月13日に受託後、企画委員の選任(6月)、企画委員会の開催(6月、10月、2月)、企画内容の討議を実施して本年度の事業骨格を決定後、着手した。
- ・当事業のおおまかなスケジュールを以下に示す。

実施事項	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
企画委員会			会議 ●				会議 ●				会議 ●	
入門的研修動画モデル事業 (横浜市で実施)		連携会議				募集	視聴開始	サポート	SNS告知			視聴終了
双方向コミュニティ 「きっかけ」		投稿 ●							入門的研修動画受講生誘導			
オンラインイベント (2回実施)				企画 ●	撮影 ●	企画 ●	撮影 ●		第1回 ●		第2回 ●	
新聞広告、終活雑誌広告		雑誌 ●			雑誌 ●				雑誌 ●			新聞・雑誌 ●
効果検証				設計 ●			研修動画調査 ●		オンラインイベント調査 ●			報告 ●

図 1-10 スケジュール(全体)

第2章 企画委員会

2.1 立ち上げまで

2.1.1 企画委員会実施スケジュール







企画委員会を以下の日程で実施した。

表2-1 企画委員会実施スケジュール

開催回	日程	議題
第一回	令和3年6月11日(金) 15:00~17:00	<ul style="list-style-type: none">・事業計画案(全体)・コンテンツ 公式サイト・イベント オンライン&リアル・入門的研修動画・コミュニティ「きっかけ」・効果検証について 設計、分析、評価
第二回	令和3年10月26日(火) 15:00~17:00	<ul style="list-style-type: none">・今年度の全体状況・コンテンツ 公式サイト「ゆうゆう Life」・入門的研修動画事業・コミュニティサイト「きっかけ・ゆうゆう Life」・効果検証
第三回	令和4年2月16日(水) 15:00~17:00	<ul style="list-style-type: none">・入門的研修動画事業・コミュニティサイト「きっかけ・ゆうゆう Life」・オンライン配信イベント・コンテンツ 公式サイト「ゆうゆう Life」・効果検証について

※第一・三回は産経新聞社本社7階A会議室にて、第二回は産経新聞社本社7A会議室でハイブリット会議にて実施された

表 2-2 企画委員一覧

委員名称	所属	写真
井上 由起子	日本社会事業大学 専門職大学院 教授	
梅本 旬子	社会福祉法人こうほうえん東京事業本部	
佐藤 泰輔	横浜市健康福祉局高齢健康福祉部長	
白井 孝子	東京福祉専門学校副学校長	
瀬戸 恒彦	公益財団法人かながわ福祉サービス振興会 理事長	
光元 兼二	高齢者住まい事業者団体連合会 事務局長	

2. 2 各会の課題と論点

2. 2. 1 第一回企画委員

■ 【協議事項1】コンテンツ・イベント

● 意見 起用する人選、方向性などについて

・安藤なつさん、ブログもチェックしていて介護に対して好意的な発信が多い。子育てをする年代層はどんな人達が好きなのかに興味があり、芸能人の好き嫌いは年代によって違って来るため人選の根拠を考える必要がある。安藤さんと相方のカズレーザーさんは幅広く活動していてよい。コンテンツについてはよい。親子イベントは大事で、小学校での出前授業、外に出ていくことではじめて興味を持ってくれた、自分の経験が生かせる、母親からの反応もあり重要。コロナ禍で SNS 発信も重要だが（大衆が）疲れ始めているので、実際に何かを一緒に活動すること、体験できて感じられる場が必要である（白井）

・職員が話しやすい方で安藤なつさんが年代的にちょうどいい。コンテンツで職場の雰囲気や職員同士の関係性が伝わるものがあつたほうがよい。採用時には福祉系の学生でない方も多く、知識がない心配より、職場の雰囲気を心配する学生が多いので子育て世代もそうだと思う。人間同士の関係性（声の掛け合いやどのような相談の場所があるかなども含む）があると現場に入ったときのイメージがわく（梅本）

・KPI の設定について。コンテンツとイベントと入門的研修の KPI は実際に何を行ったのかなどアクティビティの内容（が大事だが）これに対して公式サイトへのアクセス数はパフォーマンスに近く、結果に近い内容なので KPI の設定の仕方の整理が必要である。アクティビティとパフォーマンスの設定をどうするのか PWC にも確認が必要。働く側の立場になるともう少しベースのことを伝える必要がある。学生を教えている立場として、福祉の職場、給与体系などのメリットがほとんど伝わっていない。やりがい、職員同士のチームのやり取り、働く時間が選べる、中途採用されても給与体系はよいこと、法人はきちんと選んだほうがよいと伝えたほうがよい。このことについて意見がもらいたい。介護現場で働く時の基本の情報をサイト記事に入る前にまとめて掲載しているといい（井上）

・イベントに芸能人が必要なのか。子育て中、子育てが終わった方にアプローチするには、仕事の魅力をきちんとフローチャートにしてナビゲートしていく仕組みが必要。介護の学校を卒業した人たち、少し現場から離れてしまった人たちがもう一回現場に出るためのフローチャートやナビゲートが欲しい。現場の環境をわかりやすく伝えるため体系的にすると検索がしやすい。現場に足を踏み込んで、職員の笑顔と生の声をコンテンツにしたいと臨場感が出てこない。学ぶ＝働くーを全部繋げていく。事業をインテグレートするような仕掛けが欲しい。イベントをしてどこに繋がるのかが KPI を見てもよくわからない。今回の事業を自走化に繋げるには、自走のゴールを明確するとわかりやすい。現場重視、働く環境や働く方の声、場所を発信する。コロナをキーワードとして現場は創意工夫して介護を実践しているので、それを伝え届けていってもらいたい（瀬戸）

・若い方に介護の仕事に興味を持ってもらえるかに苦労している。高校生向けに介護の仕事の宣伝すると先生や保護者から反対があるので保護者にも興味を持ってもらうことから始めないといけない。そのため親子イベントは大変重要である。キャスティングに女性しかおらず男性も介護の仕事で頑張っていることを発信して欲しい（佐藤）

● 今後の対応

- ・芸能人の人選は慎重に検討する
- ・親子イベントが本年度から復帰できないかギリギリまで検討していく

■ 【協議事項2】入門的研修動画の運用、ファンコミュニティサイト「きっかけ」

● 意見

- ・どの層へ向けて魅力を発信していくのかを引き継いたが、この企画のターゲット層と

取り組みがまだ結びつかない。現場（損保ケア）に案内して潜在的な就労者を増やしていく、現場に説明をして喜んで参加してくれるものを企画していきたい（光元）

- ・「きっかけ」は有効である。関心のない層には仕掛けが必要で、サイトを有効にいろいろなネットワークを活用していく。学ぶ仲間がいる。最後に終了してインセンティブがある。仕事を斡旋するなどの形にもっていけるようにする（瀬戸）

- ・最後のインセンティブが明確であればいい。モチベーションを高めるものが必要（梅本）

- ・ファンコミュニティに期待。長年広報活動をしているが、ここ数年は SNS が絶対的なものとなっている。Instagram でパッと見でをどう伝えるかが有効的である。「きっかけ」のようなコミュニティからデータを取りながら、若者は一つ当たるとそのサイトの中で盛り上がっていつてくれる。SNS をうまく活用できればいい。リアルを見てそこから考えてもらえるといい、と考え方が変わってきた（白井）

- ・横浜市で実施するにあたり、その後横浜市で体験や働けるようにつなげていく流れを作っていくべき。取材なども横浜市で固めたほうがよい。どの SNS を選んだらよいのか。職場は年齢層が高めで仕事を兼ねているため Facebook だが、子育て世代は Instagram なのかわからないため検討したほうがよい（井上）

- 今後の対応

- ・ SNS を活用した戦略を引き続き工夫していく
- ・ 明確なインセンティブを検討していく

■ 【協議事項 3】 効果検証

- 意見

- ・ イメージがしづらく再度調査方法の説明が欲しい。ファンコミュニティ「きっかけ」でも効果検証を行うのか。コンテンツ、イベント、入門的研修動画がファンコミュニティ「きっかけ」に集まってくるのでその絵を描いてもらおうとよい（井上）

- ・ KPI がそもそも事業全体の指標になっているのかももう一度検証していく。最終的に介護の現場に人を集めてこないといけな。魅力を発信するのはなぜか。多くの方に介護の現場のやりがい、自分でもできそうだな—という共感、意識変容から行動変容を起こすことがこの事業の肝になっていく。若い女性に対してどのくらい影響を与えられたのか、与えた結果どこまで介護の現場に人が集まったのかが、この事業の最終目標になる。ロジカルに設計しておく（瀬戸）

- ・ KPI と効果検証が整理できてない。一連のプログラムの評価を考えるため、一連の絵を描いたほうが良い。それが自走する仕組みへ繋がっていく（井上）

- 今後の対応

- ・ 効果検証のイメージがうまく説明できなかったため次回以降再度説明をする

■ 全体を通して

- ・ 今年で 3 年目になるため全体の大きな絵を描きながら自走へ向けてサポートできればよい（井上）

- ・ 体系的にまとめたものがあるとよい。働く条件をある程度まとめたものを用意しておくるとよい。介護の仕事は給与が安いなどブラックなイメージがあり、年齢ではなく経験年数で比較したものがあるとよい。子育て層に向けて休みの取り方などまとめたものがあるとよい（梅本）

- ・ 入門的研修動画を多くの方に参加してもらい成果に結びつけることが大事。インセンティブをうまくまとめるようにしたい（佐藤）

- ・ 介護の魅力をどう伝えたらよいかをずっと悩んでいる。爆発的に当たることなく悩んでいるが、今年は原点に立ち返り、給料など見えてきれいなところではないところを聞きたい人がいる。10 年前に「介護 100 の魅力」のイベントを行ったときに満足度が高かつ

た。コンテンツとして聞きたいこと知りたいことを自分で選べて仕事に繋げ介護の魅力をわかってもらえる人が多くなるといい。いい筋道が見つけられるようにしていきたい（白井）

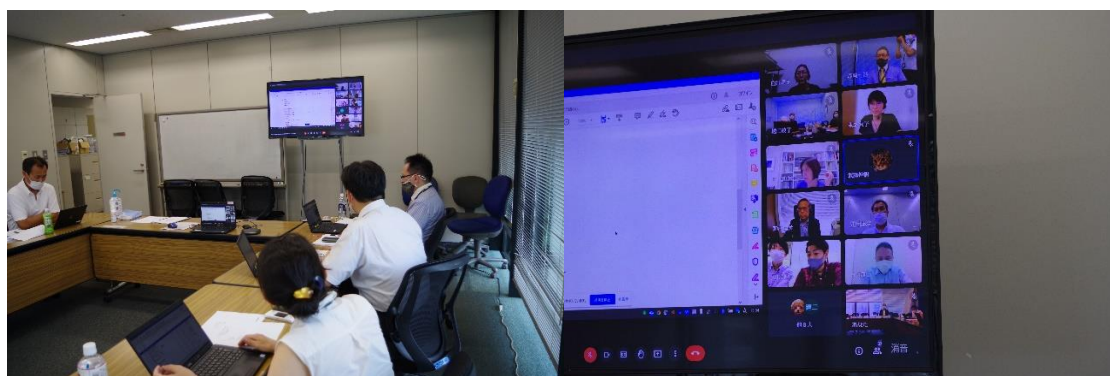
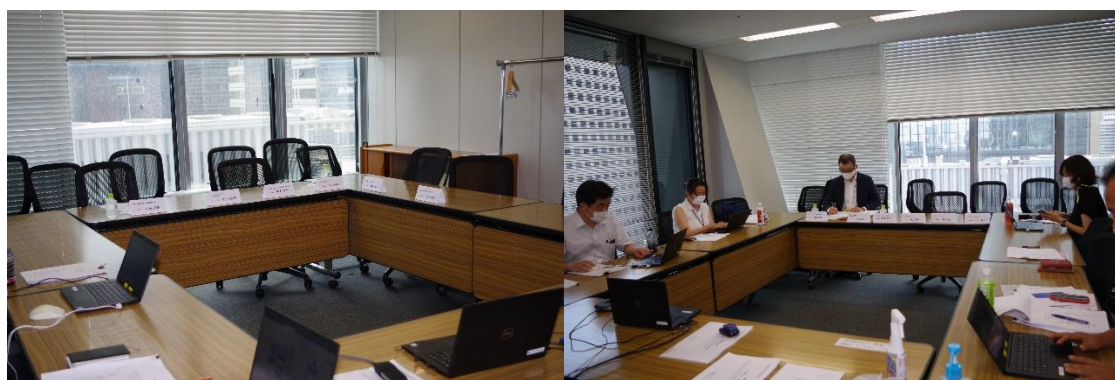
- ・すそ野を広げること。地域で支えあいながら、女性の力を少しの時間でも活用してもらい福祉や介護の現場で実践してもらい成果をあげるようなことを一緒にやっていくこと。現場がよくなることが大事。現場は一生懸命に頑張っているのを笑顔とともに伝えてもらいたい（瀬戸）

- ・意識変容からどう行動変容していくか大事（厚労省森田）

- ・企画委員会で評価スキームについて非常に議論されているので、有効な評価スキームを確立してほしい（厚労省鈴木）

● 今後の対応

- ・ゆうゆう Life のサイト記事に介護福祉士、梅本聡さんの「介護福祉士 梅ちゃんの介護のおしごと入門」を連載。介護現場の実態をわかりやすく発信してもらう予定



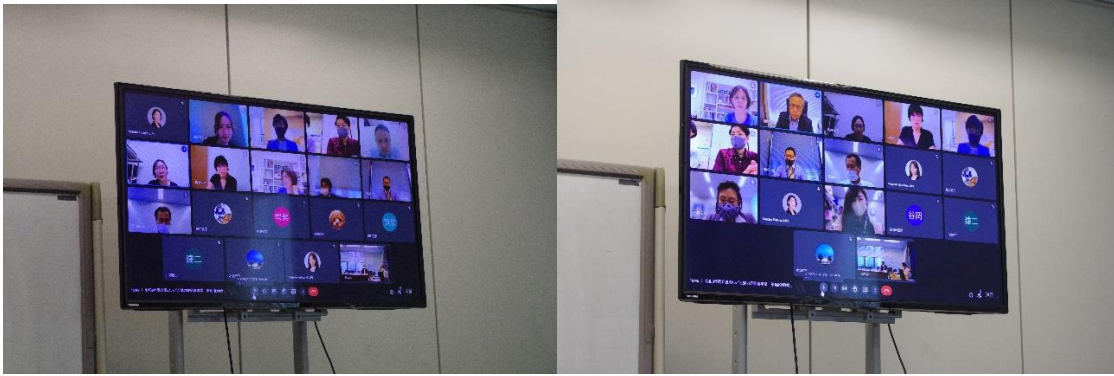


図 2-1 第一回企画委員会の様子

2. 2. 2 第二回企画委員

■ 【協議事項 1】 入門的研修動画事業

● 意見

・入門的研修の申し込みが2週間で100人を超えている。当初60人の予定に対して1週間ほどで埋まり急遽枠を広げた。この結果に正直驚いている。横浜市では令和元年度からリアルで入門的研修をやっていたがなかなか申し込みがなく、初任者研修と一緒に募集をすると初任者研修の方には多く申し込みがあるが、入門的研修には申し込みは少なかった。就労支援をしていて就労とセットで受講者を募集していたので申し込みが少なかったと分析。今回オンラインで入門的研修を募集したところ多数の応募があり、就労のことは考えていないが介護のことは勉強してみたいというニーズにちょうど合った。介護の人材のすそ野を広げるという意味では成功した。今後200人を目指していく（早川）

・60人から200人に枠が広がり多くの方に視聴してもらいたい。苦労した点を担当から話させたい。（瀬戸）

・苦労したところはアプリの使い方を誰にでもわかるように理解してもらうことが大事で、まだスマートフォンに慣れていない人たちも使いやすくなるように注意しながら進めていくようにしている。先週末89人から本日の会議の前に確認して102人まで増えていた。受付状況、年代、ターゲットは40代50代が多く女性が7割以上。子育てを終えた層にピッタリ合っているように感じる。研修を受けるときの申し込み時のアンケートでは親や家族の介護が気になる方が多い。受講理由についても介護に関する知識をつけたい方が多く見受けられる。タウンページや広報紙からの申込が多数。入門的研修を選んだきっかけは横浜市からの修了証がもらえる、無料である、オンラインで手軽に受講できることが大きなメリットとなっている。すべて視聴済みは7人。先週まだ視聴が終わっていない方々にアンケートを取っている。順調に進められている方は20%程度。ほぼ順調に進められている方は40%程度。あまり順調ではない方は20%程度。全くダメな方はアンケートにも回答できていないのかもしれないのでこれからサポートしていきたい（中林）

・サポートの仕方は？（森田）

・まずはアンケートをとった方から使い方についての問い合わせがきているものに個別にメールや電話でサポート（中林）

・（横浜市外在住の）鎌倉市の方への対応は？（藤野）

・事情を説明してお断りしている（中林）

・今回は横浜市在住限定だったのでお断りしたが、来年度からは広げていきたい（早川）

・顔認証システムについての説明。使い始めから終わりまで誰が見ているのかをバック

グラウンドで確認している。バックグラウンド認証は世界で初めてのもの。動画を他の人が見ることができない仕組みになっている。お客様の使い勝手などの意見を参考に改善していきたい（徳山）

・暗闇の中ではどう作動するのか？（森田）

・真っ暗なところだと認証は難しい。顔認証がうまくいったときに場所や時間など本人の行動パターンのデータを蓄積しているのでも少しずつ改善されていく機能はある。追加で音声も足すとより使い勝手がよくなるが今回は映像だけ。

・世の中の雇用の状況が悪くなると介護現場に人が集まってくる傾向にあり横浜市ではどうか。自治体に住んでいる方の雇用の改善としてもいいのではないかと（佐藤）

・そこまで分析はできてないが初任者研修の申し込みがものすごく増えているのでその傾向にあるように感じる（中川）

・具体的なことはこれから検討したいが、コロナ禍の中にオンラインでどのくらいの質が担保されているのか検証が必要。あとどのくらいの数が就職に結びついていくのかも確認が必要（藤野）

● 今後の対応

・横浜市での入門的研修の申し込みが予想以上の反響であり、今後受講修了者の数を増やすための工夫したい

・オンラインでどれくらいの質が保たれているかを検証していく

■ 【協議事項2】効果検証

● 意見

・介護の経験がないので、データ・サイエンティストとしてどのようなデータを集めたいのかを考えると、まずはベースラインでどんなバックグラウンドの人がいるのか—介護に関しての興味、認証、認識があるかが必要。アンケートをとっていき実際ターゲットは700人くらい。意識や行動がどのように変わったのかを統計学ほどではないが解析していきたい。（竹内）

・閉じた空間の中でのアンケートは、エコシステムを考えた時の空間は全然違うものが見え方がしてくる。いま介護福祉士として働いていて、過去子育てをされた方がどういうきっかけでこの職についてのか—などをこれから検証していくと、今回の施策により深みができる。ベースラインをきちんと確認していく、他の定款と合わせていく、設問の順番や内容に引っ張られないように客観性をもってやっていく。KPIとして客観的に評価していきたい（伊達）

・結果が楽しみ（白井）

・マーケティングの手法として無関心層に対してどういうきっかけで関心・興味をもちってもらうのか。入門的研修を受講される方はかなり意思が固いと思われる。ある程度の無関心層といわれている方々の属性を把握して、今回の事業に関わった中で意識変容、行動変容があったのか分析ができると面白いが、どのような設計になっているのか（瀬戸）

・マーケティングのところは我々の範疇ではない。マーケティングサイドに寄っていけばいくほど恣意的なアンケートになっていく可能性もあるため、厚労省も含めて客観的なKPI、指標を評価して欲しいとのことだったのでさきほど説明したことにとどめている。次の施策に繋がるようにこれからの範囲の中で修正していけるが、施策に携わらないことで客観的に判断できると思っている（伊達）

・コロナ禍の中でどう意識が変わっていくのか。介護の現場で働く意識が芽生えるのが施策的に非常に重要（瀬戸）

・趣旨はよく理解できる。それをやるのであればそれにより近いヒアリングが必要。アンケートをとるならどういったきっかけで職に就くことになったのか、アフターから入っていきながらビフォーと結びつけていく。ビフォーの推定になるので統計的にまず検証して

いきながらその中での傾向を掴んだうえで、これから介護職に就こうとしている方にアンケートをとり、この差分を検証していきながら施策に反映していくことがベスト。すでに産経側にも指摘済。次年度以降の施策にしてプロジェクト化していけばよい。この事業は女性ということであったが、アンケートを取って見たら男性の方にも興味があり、女性に限定しなくてはいいいのではないかという仮説も立てられる。ゴールをもう少し明確にしていくとアンケートでアプローチできる（伊達）

- ・ターゲット層 692 人に対して協力してくれた人にアンケートをとるのか（井上）
- ・現段階では①③は別のアンケートだと理解している。①横浜市③イベントアンケート（伊達）

・予備調査は 3826 人を対象にその中で 692 人がターゲット層であった。①②③別々のアンケートをとり、全体を通して見るところこれから整理していく。（伊達）

- ・ターゲット層の 692 人に働きがけをしているのか（井上）
- ・我々として、こうするべきとは言えない。全体像を掴んで別の事業の中で起きていくことをフォローしていく 2 段組になっている。別々の調査になると考えている（伊達）
- ・今回は細かく ID を追ってはいかない（伊達）
- 今後の対応
- ・アンケートを確実に取っていくための工夫をしていく

■ 【協議事項 3】 KPI 進捗報告

● 意見

・事業の説明。数字が埋まっていないところは今後産経新聞社と話して結果を整理して埋めていく予定（初見）

■ 全体を通して

・子育て中、子育てを終えた方、最終的に介護の現場に入るのに大きなハードルとなることは、知識はあっても技術は大丈夫なのかと不安に思ってしまう。迷っている方にとってみると現場の技術は敷居が高い。子育て中の方がメインになるが、働き方をサポートしてくれるところを含めながら短時間のヘルパーさんから始めることもできると伝えてもいい。正社員からは始めるとしても時短制度があることなど、きちんした情報を伝えていくことが重要（梅本）

・すそ野を広げるにはどのように介護の楽しさを伝えていくか。第 1 回のオンライン動画配信が楽しみなのは働き方をリアルに聞いてもらえて具体的にイメージできたらいいので期待している。コロナ禍で学校もオンラインになり思ったことは、相談系の資格を目指す話すが話すことが不得意な子にオンラインでの発信が響いてうまくいき、新しい発見もあった（白井）

・無関心層に対してのアプローチは良かった、成功している。今後仕事の魅力を発信しながら無関心層が関心を少しずつ段階的に一定の資格を取りながら現場に入っていくナビゲートが必要になっていく。関心の中心に進んでいくためには、入門的研修、初任者研修を行い現場でのいろんな働き方を認めていく。笑顔で働いている、笑顔が一番大事なので笑顔をキャッチアップしていき発信していく。あまり芸能人に頼らず現場の人たちのキャラクターを生かしながら対応していければいい（瀬戸）

・介護人材が不足している中でリアルの入門的研修だと人が集まらなかったが、オンラインを始めたことでこれだけ集まっていることで無関心層に対してアプローチができた。まだ仕事は考えられないが勉強をしてみようという層にマッチした。隙間時間を活用できたのが非常によかった。コンテンツの内容もとてもよく考えられている。受講アンケートを見ると自分のため、家族の介護のための知識を得る目的が多いが、最終的に資格取得のため、人材確保のため、就労にまで結びついてくれたらいい。横浜市では入門的研修を修了した方もサービスを受けることができるように今年の 4 月から制度を変更したので、ど

んどん受講してもらいたい。入門的研修をオンラインでやらせてもらいこれからもより成果がでることを期待している（早川）

・いろいろなことを手広くやっていてとても良い。介護福祉士の梅ちゃんの入門の紹介で介護の仕事のリアルについてのコンテンツを入れてもらい、これを通して介護の仕事に対してのイメージが変わりそうか。あと介護のやりがい（ゆうゆう Life や動画）の両方でどのくらいイメージプラスの効果が出るか。効果が出ると良い方向にまとまる（井上）

・幅広く広報することでたくさんの方に届いている。大変うまくやってくれている。中身もこれから見ながら事業を進めていきたい（藤野）

・単年度事業であるので今年度でどれだけの魅力が発信されてどれほど意識行動変容が行われたかということが当室としても大事なところであるのでまた一緒になって考えていきながら事業推進していきたい（森田）

■ 【協議事項5】効果検証

● 意見

・スキーム検討段階。オンラインイベントは手あかがついてない分やってみる価値がある

・始めと終わったあとにインセンティブ（謝礼）があれば数字が伸びる。2-3 カ月で実際に施設に見学や介護職員になった方がいたら、介護とは関係ない集団にどのくらい効果があるのかが見えてくるよい機会である（藤井）

● 今後の対応

・これからオンラインイベントが行われるため、インセンティブをうまく活用しアンケート調査をして評価スキームを実施していく

・プレゼント企画として、ゆうゆう Life 公式ロゴのマスクケース・テーブルフラワー・竹歯ブラシケース及びエコショッピングバッグを用意した

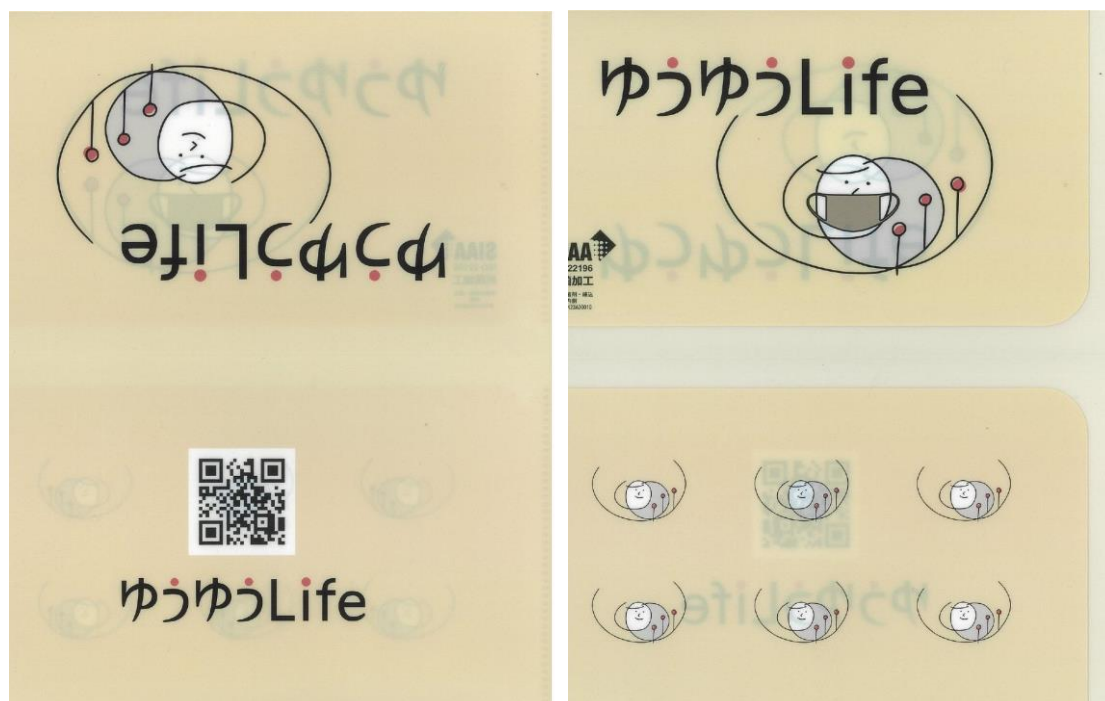


図 2-2 「ゆうゆう Life」公式ロゴのマスクケース



図2-3 【プレゼント応募】介護オンラインイベント DISCOVERY 介護～3人のトップランナーを密着～



図2-4 【プレゼント応募】介護オンラインイベント「介護のおしごとリアル～介護DXのトップランナーに聞く～」





図 2-5 第二回企画委員会の様子

2. 2. 3 第三回企画委員

■ 【協議事項 1】 入門的研修動画事業

・当初 60 人の募集に 200 人を超える応募があり非常に驚いている。現在視聴終了者は 53 人。未視聴者が 38 人。オンラインで無料というので気軽に申し込めるメリットがある一方で、全く受講が進まない方も出てきてしまうことが課題である。あと 1 カ月間も視聴期間があるため(3/21 迄)何人終了にもっていきけるか。今後は途中の方に受講を促すように努力したい (早川)

・終了した方には「修了証」とスキルアップを目指したい方への研修の受講料を助成する案内チラシを同封するのと合わせて就労を希望している方へは総合事業に従事が可能になる。就労をフォローをしているかの質問には今のところはできていないので今後フォローしていきたい。(早川)

・入門的研修自体は無資格のまま働くのではなく、何かしら研修を受けて就労に繋ぐためできたものである。魅力発信事業なので魅力を発信することが主眼であること、入門的研修を受講することにより初任者研修の履修科目の一部免除があり、初任者研修は市町村ごとに受講するときに研修費用の一部補助の制度があると研修の最後に伝えてもらい意欲・能力がある方はその次へいけばよいので、そこまでいかず周辺業務でよければそういう働き方もあり選択肢がより多くなればよい(厚生労働省藤野)

・早川さんへ質問。始めに募集するときに、今後介護の仕事に従事する予定なのか、すでに従事されているのかなどのデータを取っているかを知りたい(井上)

・データは取っている(早川)

・今後横展開しようと思ったときに成果のデータがないとほかの自治体が使いたいとは思わない(井上)

・今回は魅力発信事業ということで横浜市の負担はなかったが、今後横展開をしようと思うときに地域医療介護総合確保基金を使えるのか(井上)

・研修パッケージの1~6の5と6は受託をした介護の団体、3と4は産経が仕組みを作っているのでできそう、4は具体的にどのようなことをやっているのか(井上)

・地域医療介護総合確保基金の中で入門的研修が行われているため可能。都道府県に申請するため都道府県とやり取りすることになる。1と2は無償で、どれを補助対象にしてもらうのか、地域医療介護総合確保基金のパッケージとして使うのは難しい(藤野)

・地域医療介護総合確保基金がある程度使えるような形にしてパッケージにしたほうがよい(井上)

・未視聴の方にはIDパスワードを再発行してメールを送り促す。途中で止まっている方には入門的研修のダイジェスト版を作ってゴールを見せて頑張ってもらうように促す。途中で止まってしまう理由としては、システムでなかなかうまくいかないという方がいてアンカーズの担当者がシステム面でサポートしてくれるようになり少し動き始めてきた。月に1回はアクションを起こしてサポートしていた(中林)

・受講前アンケートの結果、受講後のアンケート結果のN値を知りたい。ファンコミュニティが励みになっているのかを確認したい(井上)

● 今後の対応

・視聴終了者を増やすため、もっと工夫をしていく

・入門的研修受講後から次の初任者研修へ、その先の就労までの流れをよりわかりやすく伝えていく必要がある

■ 【協議事項2】コミュニティサイト「きっかけ・ゆうゆうLife」

● 意見

・ほぼ皆さんがファンコミュニティを見ていて励みになっている(井上)

・終わらなかった方へのアンケートもとりたい。今回は全体的にはポジティブな結果になったと思っている(竹内)

・ファンコミュニティはどれくらい効果があるのかを伝えるためにとってもらいたいデータがあり、受講後のアンケートで終了した方にアンケートに答えてもらい、ファンコミュニティにアクセスしたのかどうか、アクセスしていたらその頻度はどのくらいだったかも確認してもらいたい(井上)

● 今後の対応

・今回の受講後アンケートはとてもポジティブな結果となり、その後の効果も併せて引き続き検証していく

■ 【協議事項3】 イベント・効果検証

・掲載9つの関係各所へ広報・宣伝（SNS、公式ホームページ、メルマガ）の依頼をしている（初見）

・受講者は多いがなかなか終了への道のりが長い。いろいろとサポートをしていかないといけない中、コミュニティの中にイベントを情報として入れていた方がよい。YouTubeで気軽に視聴できるのもよい。受講された方が最終的にどこをゴールにするのか。就職をしたいのか、さらなるスキルアップをしたいのか。研修の受講期間だけで完結するものではなく、その後ずっと並走していけるような環境、ナビゲートが必要。脱落防止だけでなく、就職の相談、サポートを並走していくサイトが必要。ひとりでオンラインを受講していくことはなかなか厳しいと思うので、コミュニティをいかに有効に活用していくかを次のステップにしていく。自治体に対して情報を届けることも大事。自治体の要望も受けてカスタマイズしていけたらよい（瀬戸）

■ 【協議事項4】 効果検証・今後のスケジュール

・今後可能ならサンプル数を増やして効果検証をしていきたい（竹内）

・非常に多くの方が興味を持ってくれたこと、若い層にはとても効果があったことがよかった。横展開できたらよい。研修動画の本数や長さがネガティブに見えてくる。集合研修はその場で微調整できるが、オンラインで出来上がったものを使うときは結果をどう生かすのかは長期的に見ないといけない。脱落防止でコミュニティを利用している人たちは支え合える、利用していない人たちに工夫することで終了者が増える（白井）

・オンライン研修の流れを見させてもらい、現場を巻き込めないか。最後の決め手は現場の雰囲気になるため、それがプログラムの中に入っているとよい。現場に相談を手伝ってもらえるのもよい。就職を斡旋する要件には初任者研修の方がよりよい。入門的研修→初任者研修の流れがあるとよい（梅本）

● 今後の対応

・来年度はサンプル数を増やせるようにもっと工夫が必要

・現場を巻き込みながら何かできないか、親子事業の復活を検討していきたい



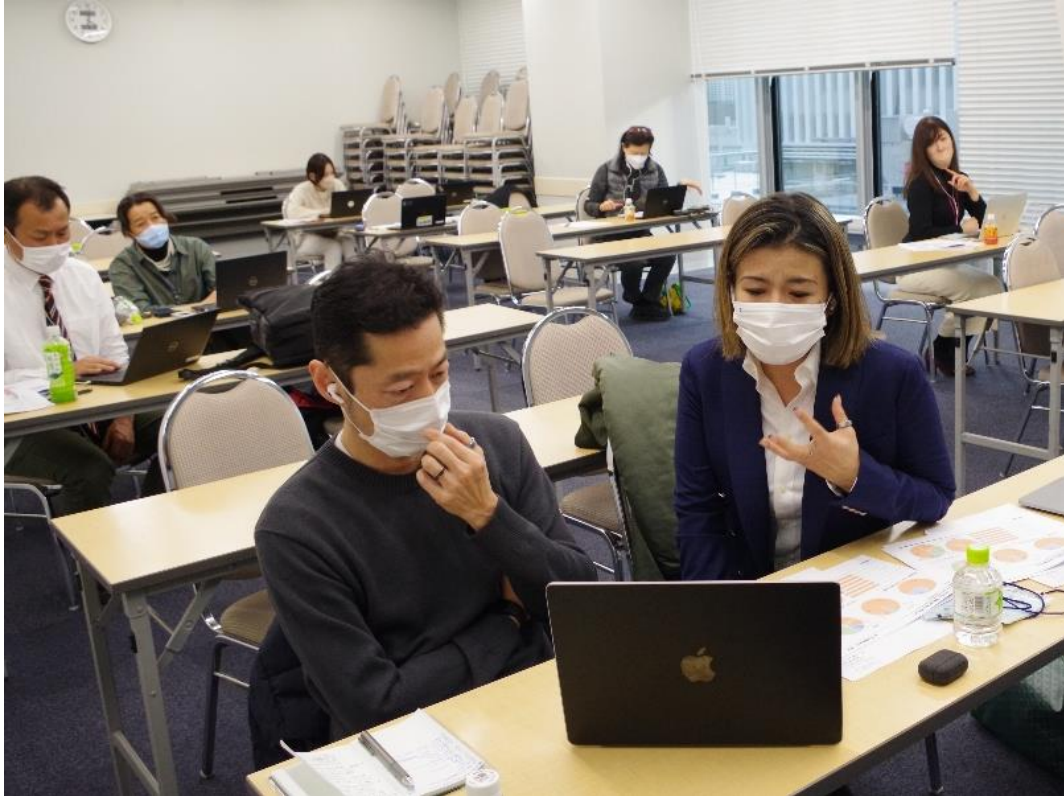


図 2-6 第三企画委員会の様子

第3章 入門的研修動画事業

3.1. 動画化の狙い

本動画のターゲットは、子育て中、および子育てが終わった層（主に30歳～60歳の女性）で、仕事としてはもちろん、家族などの介護も未経験である層として企画した。

介護保険制度の概要や生活支援技術の基本、認知症の理解など、介護業務に関する基礎的な知識を学ぶ内容を、21時間で網羅する入門的研修であるが、eラーニング教材用の動画化する際に大きく4点に注力した。

第1点は、ターゲット視聴者層の共感を得ることである。そのため、番組内の受講生に子育て中のアナウンサーをメインにキャスティングした。このターゲットでもある受講生が、講師とともに会話しながら講義を進めていく、対話講義形式を採用した。これにより、ターゲット視点の素朴な疑問を挟みながら講義進行させることで、視聴者が共感を得ることができる教材動画にすることを狙った。この結果、研修動画ではあるが、ところどころ情報番組的な要素も生まれた。

第2点は、現場の声を、ターゲット層に届く内容で伝えることである。講師陣が、講義を通して、「介護のしごとの魅力」をエピソードとともに語ることで、一般的によく言われている福祉・介護のネガティブなイメージを払拭することも狙いの一つである。

第3点は、受講のしやすさを工夫することである。eラーニングはどこでも受講できる利点があるが、反対に集中するのが難しいデメリットもある。特に子育て中となると、まとまった時間を確保することが難しいとの意見があった。そこで、スキマ時間に短時間で学べるよう、各話30分（42話）で構成している。その内容をさらに短時間で直感的にとらえることができるように、本編を前にチュートリアル動画を予告編として制作した。チュートリアルの内容は、入門的研修の概要、この研修終了後には次のステップにすすめることを会話形式で伝え、お笑いコンビ、EXITのりんたろー。さんの介護経験インタビューをアクセントとして構成している。

また、1話30分の中には、約10分視聴する毎に小休憩となる演出を挿入した。内容は、講義に付随するクイズや豆知識、同事業内での別コンテンツ「ケアするウェブマガジン ゆうゆうLife」内にある情報の紹介等、視聴時の気分転換となるように工夫している。

第4点は、動画のみの情報発信にしないことである。各話には、動画内で使用された専門用語や、動画のみで理解するには少し複雑な内容をフォローするためにテキストを制作し

ている。このテキスト構成は、予習や復習にも活用できるようにしている。

また、各話に復習テストを準備した。これは、次のステップである生活援助従事者研修、介護職員初任者研修に進む際に必要となるポイントにも対応する内容とした。

このようにターゲット層が、興味を持つこと、気軽に始められること、短い時間で受講できること、内容を「自分事」として受け入れられること、そして継続できること——に応じた企画を取り入れた。これらにより、ターゲットである子育てを終えた層（子育て中も含む）が、最後まで楽しみながら視聴を継続できるように制作した。

なお、この動画の内容についての総合監修は、東京福祉専門学校副学校長で介護支援専門員（ケアマネジャー）、看護師でもある白井孝子先生が担当した。

産経新聞社新プロジェクト本部では、令和2年度厚生労働省介護のしごと魅力発信等事業において、「介護に関する入門的研修動画」を制作、顔認証(なりすまし防止機能)を併せて使用できるシステムを作成した。

厚生労働省の入門的研修に準拠、白井孝子先生(東京福祉専門学校)監修 導入1本、講座42本1 講座約30分

※講座内容	
0. 介護のしごとについて導入	1回
1. 介護に関する基礎知識	3回
2. 介護の基本	3回
3. 基本的な介護の方法	20回
4. 認知症の理解	8回
5. 障害の理解	4回
6. 介護における安全確保	4回




図 1-1 入門的研修動画 講座内容

3.1.1 動画のシラバス

動画のシラバスは、平成30年3月30日の社援基発0330第1号「介護に関する入門的研修の実施について」(厚生労働省社会・援護局)の研修の趣旨や目的に添った形で構築した。

動画は、入門的研修の「基礎講座」と「入門講座」の両方を含み展開している。それぞれの講座に指定された内容は42番組に分割した。番組を視聴する順番は、介護未経験者にとって身近に感じる内容から始め、段階的に専門的に学んでいくことができるようにした。

動画に出演する講師は、介護現場で活躍している人の中から介護に関する研修講師としても実績があり、知識だけでなく、視聴者の介護への関心を獲得し、介護の魅力への展開を期待できる人を選んだ。さらに、視聴者が知識や技術を介護の現場をイメージしながら体感的に学べるように、講師の経験に基づくエピソード等とあわせて介護に関する基本的な知識を説明し、知っておくべき基本的な技術は、番組内の「受講生」が講師の説明とあわせて実演を行った。

また、視聴者が42話のすべての動画を視聴することで入門的研修の指定研修時間を満たすことはできるが、本シラバスでは、視聴者の知識の習得の確認をするために、動画視聴の

他に、テキストを印刷して受講生に提供した。

介護に関する入門的研修 テーマ一覧			
話	研修科目	テーマ	講師
1	【入門講座】 基本的な介護の方法	介護の世界で 自分の可能性をみつける	白井孝子
2	【基礎講座】 介護に関する基礎知識	突然やってくる介護のために	鷺見よしみ
3	【入門講座】 介護における安全確保	あなたならどうする！？ 身近な危険から身を守るために	井上巖臣
4	【基礎講座】 介護に関する基礎知識	知って安心。介護を支える社会環境	栗原恵子
5	【入門講座】 基本的な介護の方法	加齢によるカラダの変化とココロの変化	大澤智恵子
6	【入門講座】 基本的な介護の方法	年齢を重ねると病気になるやすい？ ～身体の機能の変化～	大澤智恵子
7	【入門講座】 基本的な介護の方法	年齢を重ねると病気になるやすい？ ～精神的機能の変化～	大澤智恵子
8	【入門講座】 基本的な介護の方法	ちょっとした カラダの変化を見逃さないで	大澤智恵子
9	【入門講座】 基本的な介護の方法	高齢者の命を守り、望まれる最期を迎える ために	大澤智恵子
10	【基礎講座】 介護の基本	いつまでも健康に暮らすために	中野まり
11	【基礎講座】 介護の基本	「若返り」は永遠のテーマ	中野まり
12	【基礎講座】 介護の基本	私生活で役立つ身体の楽な使い方	岡田慎一郎 /白井孝子
13	【入門講座】 基本的な介護の方法	「介護の世界」 ～介護の目指すもの～	山出貴宏
14	【入門講座】 基本的な介護の方法	「介護の世界」～介護の専門性～	中西敬子
15	【入門講座】 基本的な介護の方法	「介護の世界」介護サービスとは？ 《自宅で利用する場合》	鷺見よしみ
16	【入門講座】 基本的な介護の方法	「介護の世界」介護サービスとは？ 《施設等に入院して利用する場合》	鷺見よしみ
17	【入門講座】 基本的な介護の方法	「介護の世界」チームで支える介護	鷺見よしみ
18	【入門】 基本的な介護の方法	コミュニケーション能力を高め、人間関係 づくりで立てる	玉置妙美 /白井孝子
19	【入門】 基本的な介護の方法	～生活の営みを支える技術～	山出貴宏
20	【入門】 基本的な介護の方法	「プロのテクニク・移動、移乗編①」 ～座布団やマットのやり、歩行、車イス、 杖～	岡田慎一郎
21	【入門】 基本的な介護の方法	「プロのテクニク・移動、移乗編②」 ～ベッドでの移動・移乗、ホシジョニツ	岡田慎一郎
22	【入門】 基本的な介護の方法	食事を支える	小谷洋子
23	【入門】 基本的な介護の方法	清潔に保つために	坂田さち子
24	【入門】 基本的な介護の方法	身体のメカニズムを整えるために	坂田さち子
25	【入門】 基本的な介護の方法	日常生活の援助	岡田康子
26	【入門】 認知症の理解	認知症の人を支えるために	木本明恵
27	【入門】 認知症の理解	認知症の人とはみな同じ病気じゃない	木本明恵
28	【入門】 認知症の理解	認知症によるこころの変化	木本明恵
29	【入門】 認知症の理解	認知症は、 高齢者だけの病気じゃない	村井モスエ
30	【入門】 認知症の理解	認知症の発症・進行を遅らせる ためにできること	井上巖臣
31	【入門】 認知症の理解	認知症の人の関わり方	高田美奈
32	【入門】 認知症の理解	「家族が認知症になった時」	川原俊一郎
33	【入門】 認知症の理解	「地域で支える認知症ケア」	川原俊一郎
34	【入門】 障害の理解	障害者であることを学ぶ	池田陽子
35	【入門】 障害の理解	身体に障害がある生活とは？	池田陽子
36	【入門】 障害の理解	知的障害と精神障害	池田陽子
37	【入門】 障害の理解	障害者とその家族の気持ちと関わり方	池田陽子
38	【入門】 介護における安全確保	ストレスに負けない！ 自分の心のケアの仕方	玉置妙美 /白井孝子
39	【入門】 介護における安全確保	腰痛になりにくい・卒業したい！	今井英理
40	【入門】 介護における安全確保	身体が基本 だから感地予防をしっかりと	小谷洋子
41	【基礎】 介護に関する基礎知識	介護の未来を考える	瀬戸 恒彦
42	【入門】 基本的な介護の方法	「エビログ」 子育てと介護、先輩からのメッセージ	白井孝子 /講師18人

※研修時間は15分単位（フェードアウトあり）

図 1-2 入門的研修動画 テーマ一覧

3.1.2 モデル事業の展開

横浜市の協力を得て、産経新聞や並びに事業パートナー（かながわ福祉サービス振興会、アンカーズ）と連絡協議会を設置して、モデル事業の構築、運営を図った。

「介護に関する入門的研修オンライン講座」の実施にあたり、横浜市は60人の参加枠で募集を開始した。市報をはじめ、産経新聞横浜版などでも周知したところ、受講希望者が予想以上に多かったため参加枠を拡大。最終的に216人が受講登録し、終了期限までに146人（68%）が動画視聴を完了した。横浜市はこの146人に修了証を発行した。

私たちが、これだけ多くの人が視聴完了するとは思っておらず、弊社の「介護に関する入門的研修動画」の完成度に自信を持つことができた。42本の動画は、講師と生徒役の掛け合いで講義が進められている。介護現場の魅力を伝える1分動画や漫画を入れ込み、見飽きぬよう工夫したことも奏功したと考えている。また、今年度はオンライン上のコミュニティサイト「きっかけ」に、介護のしごとの魅力を発信するファンコミュニティ「ゆうゆうLife」を開設した。参加登録者は3月31日時点で15,000人以上に上っている。ここで介護の話題を提供するとともに、横浜市の動画視聴者を呼び込んで、視聴の継続を後押ししたことも有効だったと考えている。受講動機については、親の介護のために、知識を身に付けたいと考えて受講した人が多い。「親の介護に備えたい」と考える人をターゲットにアプローチして介護のしごとへの具体的なイメージを持ってもらう事で、介護のしごとへの入職につながる可能性が見えてきた。

介護に関する入門的研修動画の推進を令和3年度、横浜市において先駆的に運用を実施した。受講生の応募は、216名。修了者は、146名(68%)の大きな結果を出すことが出来た。

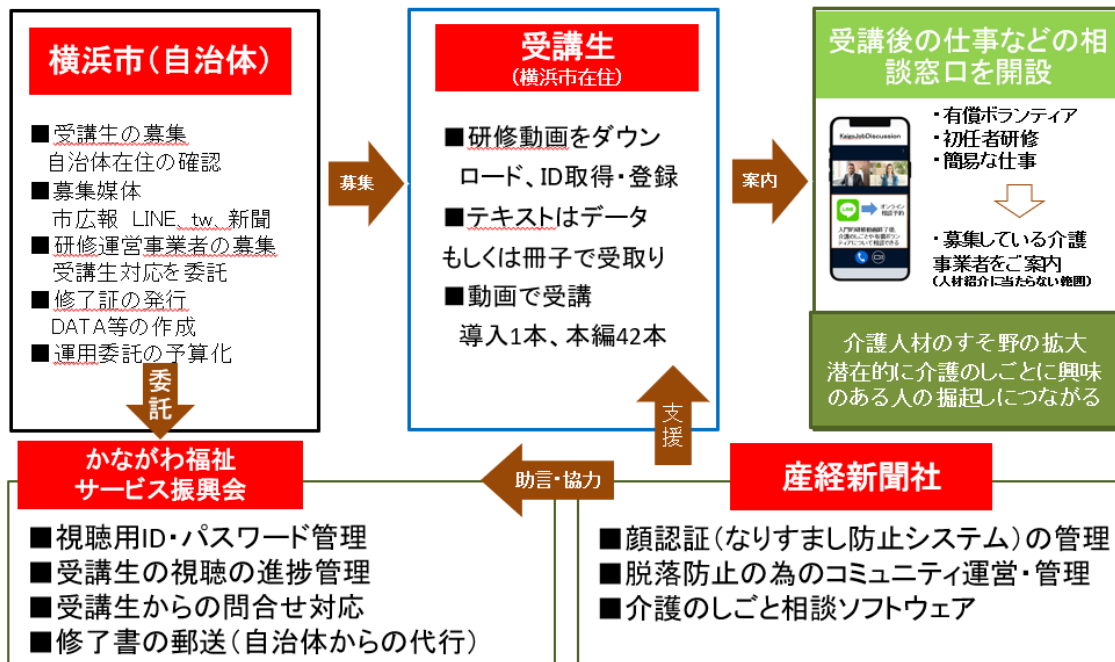


図 1-3 入門的研修動画 横浜モデル

3.2.1 募集と顔認証システム

横浜市は、令和3年9月から市報による募集からスタートした。修了書の発行を実施するために、本人確認のソフトウェアを導入し実施することとなった。

また、10月には、公式ツイッター、11月には公式LINEなどのSNSで募集したところ、最終的には、216人が応募した。

本人確認の顔認証システムは、株式会社Anchorz(アンカーズ、徳山真旭代表)に開発を依頼、Windows、android、IOSの各デバイスで認証ができるように開発を行った。

顔認証ソフトウェアを採用したことで、本人認証が担保され、修了書の発行をスムーズに実施できる環境を作れたことは非常に良かった。

顔認証アプリ操作方法

1 アプリの初期登録

(1) (公社)かながわ福祉サービス振興会から届いたメールに記載されたURLをクリックし、

「誰でも介護 入門的研修アプリがダウンロードできます。——メール受信は、視聴する端末で
横浜市入門的研修受講生として決定しました。受信してください。」

誰でも介護 入門的研修 (Android版) Ver 0.2.0
 ■入門的研修動画 視聴アプリでも介護 入門的研修 (Android版) Ver 0.2.0
 ・URL: <https://sp.anchorz.co.jp/sankei/>
 ・ID: YK210001
 ・PW: A02xa3ow

(2) ダウンロードされたアプリのアイコンをクリックし、IDとPASSを入力します。①

(3) 顔を5方向から撮影し、動画を視聴するスマホやタブレットに自分の顔を登録します。②

(4) 顔登録後は、ID PASSを入力しないでも、顔認証でアプリから動画が視聴できます。



■なりすまし防止(顔認証)の操作の方法

- ◇ 動画は導入1話と本編42話分あります。
- ◇ 動画一覧から0話から順番に動画を選択(クリック)し、視聴してください。
- ◇ 動画は登録した顔を認証しながら再生しますので、画面から顔が見えなくなると動画が「本人確認ができるまで利用を一時停止」という画面でロックします。
- ◇ 一度最後まで視聴した話の動画を再度視聴する場合には、早送りをすることができます。
- ◇ 一つの動画視聴が終わりましたら、動画一覧に戻り、次の話を選択(クリック)し、視聴してください。
- ◇ 視聴を続けることができない状況になった場合には、必ず一時停止をしてください。
- ◇ 画面がロックされ、そのまま視聴を継続しない場合には、アプリを停止してください。
- ◇ 1動画は、最後まで視聴しないと早送りはできません。(一時停止のみ)
- ◇ 一度最後まで視聴した話の動画を再度視聴する場合には、早送りをすることができます。
- ◇ 視聴を終えた動画には、「視聴完了」と表示されます。
- ◇ 動画視聴は、順番に関係なく動画一覧から選択し視聴することができますが、出来るだけ順番に視聴して下さい。
- ◇ すべての動画が「視聴完了」となると「視聴完了のお知らせ」がメールで届き、アプリでも動画視聴は終了となります。

図 1-4 入門的研修動画 顔認証システム

3.2.2 講座の運営

横浜市は、「介護に関する入門的研修」のオンライン講座を運用するあたり、運営事業者を公募、結果としてかながわ福祉サービス振興会が事業を受託し、運営に当たった。

運営内容は、受講生への申込受付、テキスト送付、問い合わせ対応、修了書の発行代行と送付や受講前後のアンケートを実施、視聴の進捗管理、情報の共有と課題解決に当たった。

受講生には、受講前に本事業の効果検証事業にのっとったアンケートを設計し、実施した。また、視聴が終了した受講生にも、再度、講座の内容に対する意見や視聴が進むためのコミュニティ「きっかけ」内の介護のしごとや介護に関するコミュニティのほか、「ゆうゆう Life」の紹介をおこない、なかなか視聴が進まない受講生を促す対応は、一定の効果が得られた。当初は、顔認証システムの不具合や IOT への理解不足の受講生に対して、運営事業者である、かながわ福祉サービス振興会が丁寧に対応することで大きなトラブルも発生せずスムーズな運営となった。

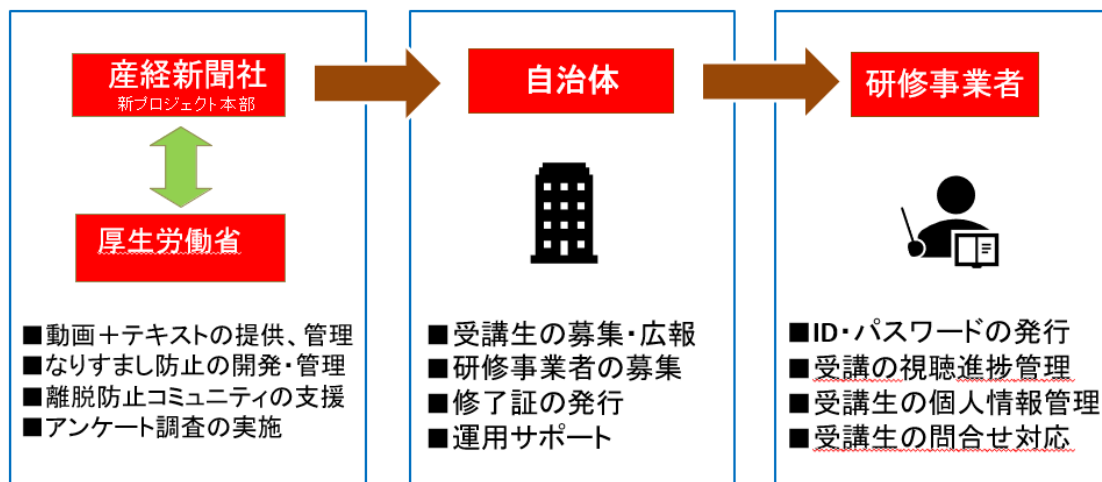


図 1-5 入門的研修動画 運営までの流れ

3.2.3 結果と課題

当初、横浜市と想定していた受講生の募集目標は60人であったが、予想以上に反響、申し込みが多く、216人が申し込んで募集期限前に締め切った。アンケートの結果からわかったことは、通常、リアルで3日間の時間的な制約がある入門的研修よりは、自分の都合かつ携帯電話などで簡単に受講できることが大きな要因として考えられた。また、受講のきっかけは、親の介護が身近に迫ったことで、基礎的な介護知識の習得への欲求が高く、受講のきっかけとなった。

146人が横浜市の発行する修了書を手にすることが出来た点も大きな驚きであった。これは、なかなか視聴が進まないメンバーに運営事務局から視聴終了期限のメールや直接の電話による視聴推進が効果を発揮したと考えられる。

課題としては、修了書までたどり着いた146人への終了後の対応が描き切れていない点だ。今回の修了者に、横浜市は、修了書を届けると同時に、市内の介護事業者を案内することをを行った。しかしながら、受講生への介護のしごとへの誘導が必ずしもうまく案内されていなかったように見受けられる。その為、修了者が介護のしごとについて相談できるソフトウェアの開発に着手した。運用面の対応については、横浜市と協議することとした。

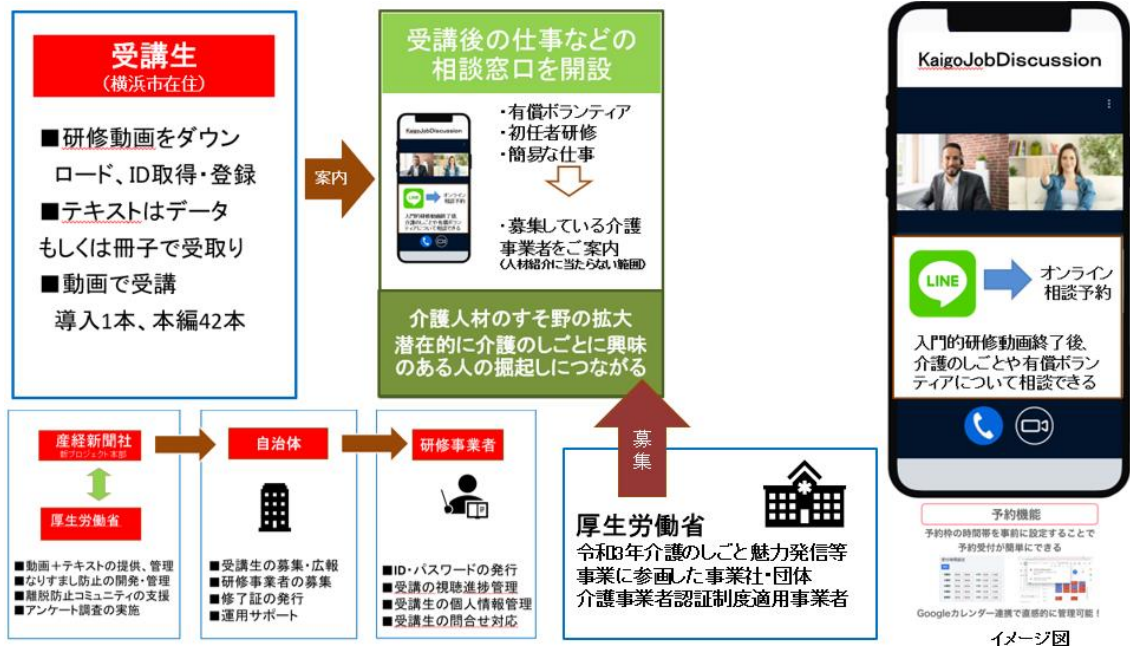


図 1-6 入門的研修動画 しごとやボランティアの相談

・3. 2. 4 研修動画の推進事業

入門的研修動画とテキストを各都道府県へ案内状と共に紹介して、入門的研修を推進する事業を展開した。岩手県、埼玉県、千葉県、京都府、愛媛県、香川県、熊本県、新潟県、滋賀県の 9 府県から問い合わせがあり、動画のデータと共に、印刷したテキストを送付した。

次年度以降の、採用については、香川県から実施したいとの意向を受けた。

第4章 ファンコミュニティ

4.1 ファンコミュニティ「きっかけ」とは（狙い）

産経新聞社のオンライン上のコミュニティ「きっかけ」内に、介護や介護のしごとに興味を持つ人を集め、介護のしごとへの理解を深めてもらうことを目的としたコミュニティサイト「ゆうゆうLifeコミュニティ」を1年間運営。介護のしごとを知るための“きっかけ”となるよう、参加者にテーマを投げかけて投稿を促したり、イベントと連動してコメント投稿を促した。「きっかけ」では参加者の持つイメージや介護にまつわる体験が語られ、仕事と育児、家事などの両立、やりがいを感じた瞬間などについて、ほかの参加者と情報交換できる場となった。また、「介護に関する入門的研修」と連動したテーマも投げかけ、介護や介護のしごとについてみんなが話せるコミュニティとして、受講を促す役割も果たした。



図 「ゆうゆうLifeコミュニティ」サイト

4.2 きっかけ内「ゆうゆうLife」の概要

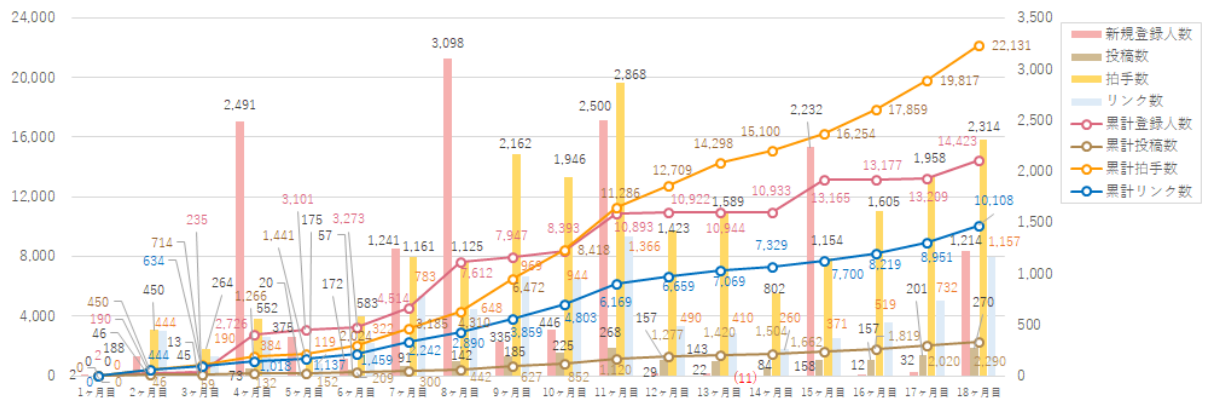
- ・サイトURL: <https://www.beach.jp/circleboard/af08100/topictitle>
- ・開設時期: 2020年10月1日
- ・登録人数: 14423人(2022年2月時点)
- ・目的: 介護や介護のしごとに少しでも興味のある人同士でコミュニケーションを交わすことで、より介護への理解を深める場所とし、介護のしごとにも興味を持ってもらう。介護や介護のしごとについてみんなが話せるコミュニティとしての機能を果たし、「介護に関する入門的研修」の受講を促す。

■ネットワークの状況 コミュニティでの活動データの蓄積

コミュニティでの活動データの蓄積として、リンク数(※)、登録人数、投稿数、拍手数の推移を示す。

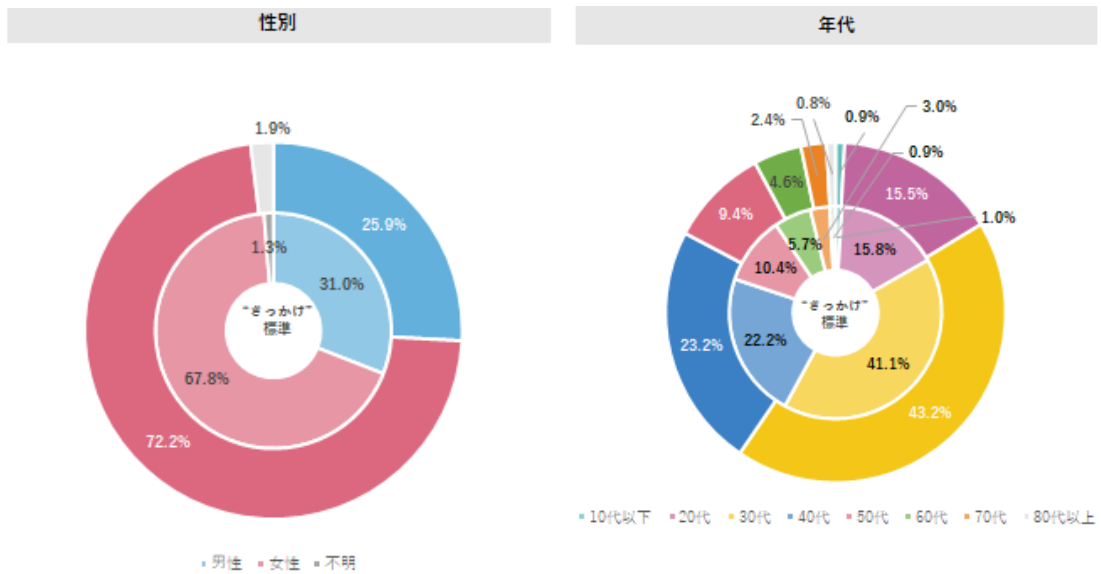
※ リンク数：投稿または拍手により、ユーザー間に生じた関係性の総数。

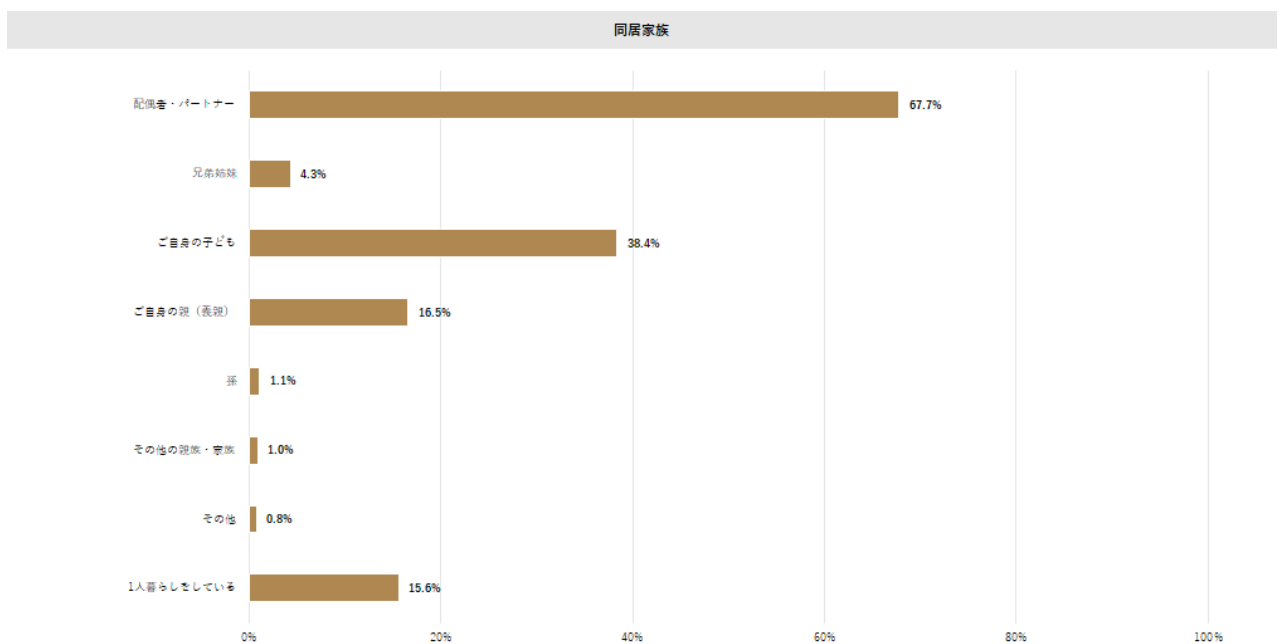
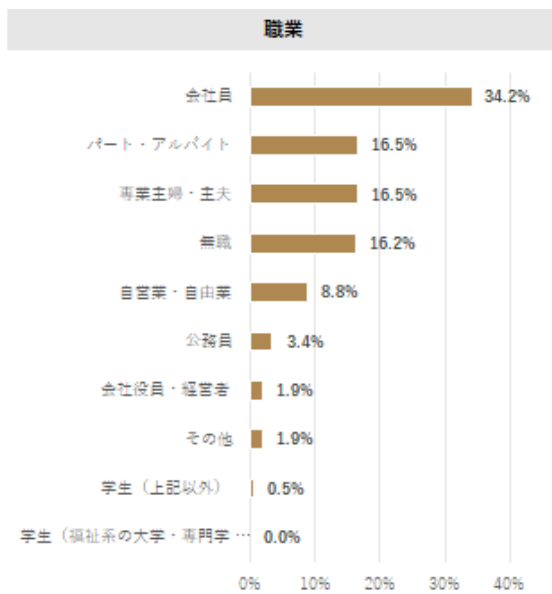
・データ抽出期間：2020年9月～2022年2月



参加者の属性

参加者の性別は女性が約7割。年代は30代～40代が6割超を占める。





4.3 アウトプット（投稿等実施した内容）

コミュニティ内で介護にまつわるテーマを投げかけ、参加者がそれに対してコメント投稿をしたり、他の参加者のコメントに拍手や返信などを行うことで、コミュニケーションを活性化させた。

年間の投稿

	テーマ名
施策 1	【常設テーマ】「やりがいを持っていること」はある？
施策 2	\無料オンラインイベントに参加しよう／黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと
施策 3	\無料オンラインイベントに参加しよう／りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル
施策 4	【無料オンラインイベント】「人生 100 年時代を豊かにする kaigo」参加者募集！
施策 5	<教えて！介護のおしごと>「やりがいを感じた瞬間」ってどんなとき？
施策 6	【無料オンラインイベントに参加しよう】2/26（金）開催「自分らしい働き方を見つけるには」
施策 7	【お知らせ】ゆうゆう Life 公式スタッフによる新しい連載が始まります！
施策 8	家族に「介護が必要？」と思ったのはどんな時？
施策 9	在宅でスキルアップ！将来に活かせる・身近な人の介護にも活かせる「介護の資格」って？
施策 10	<私にもできる？介護のおしごと>「家事をしながら、子育てをしながら」でも働けるの？
施策 11	<私にもできる？介護のおしごと>介護未経験・異業種で働いていても介護職に就けるの？
施策 12	オンラインイベント参加者募集！「DISCOVERY 介護～3 人のトップランナーに密着～」
施策 13	ロボットや IT が介護を変える！介護する人・される人にとって“快適な介護”って？
施策 14	介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？
施策 15	今までの仕事で「やりがいを感じたとき」ってどんなとき？

■介護漫画「やっぴりのんびりいこうよ」を新規掲載

ゆうゆう Life 公式サイトに掲載している介護漫画「のんびりいこうよ」の続編にあたる「やっぴりのんびりいこうよ」をきっかけに新規連載。

冒頭に作者の赤羽みちえさんからのメッセージも掲載し、公式サイト運営だけでは補いきれない双方向のコミュニケーションを実現した。

2022 年 2 月までの投稿数 32 話。

事例

2022 年 11 月 2 日掲載 題名：「赤羽みちえさんの介護まんが第 19 話、20 話です！」

▼赤羽みちえさんからのコメント

【赤羽みちえさんからのコメント】

ステキな医師というのは能力も高くないといけません！

熱心な治療をして下さる医師に出会うと私はみんなステキに見えてしまいます（笑）

そして相性もとても大切。

それはケアマネさんも同じです。

夫のケアマネさんは夫の性格を熟知しているのでとても助かります。

患者と信頼出来る医師とケアマネは三位一体です。

▼漫画 19 話、20 話



▼寄せられたコメント

- from: よっしさん 2022年01月15日 21時17分37秒

漫画だと、分かりやすく、共感しやすいですね。私も柔軟な医師との出会いがありました。3年で先生が転院。胃カメラが上手な先生だったので、本当に残念でした。

コメントする 拍手する 1
- from: 真が欲しい虎さん 2021年12月26日 14時32分23秒

毎回、楽しみにしています。まんがが読めるのが、とてもイイです。

コメントする 拍手する 2
- from: ミダヤンさん 2021年11月19日 11時10分30秒

見やすい漫画でいいですね(*ω*)

コメントする 拍手する 1
- from: ガーデニングママさん 2021年11月09日 11時37分49秒

介護を続けるには、周囲の方の支えが必要だと感じました。自分の健康も大切にして、介護してほしいです。

コメントする 拍手する 5
- from: aiさん 2021年11月07日 17時24分18秒

とてもわかりやすかったです！！

コメントする 拍手する 5

- from: 詩音さん 2021年11月07日 16時00分11秒

とても読みやすく分かりやすかったです。信頼できる方がいいと安心です。私も良い出会いがあればいいなと感じました。

コメントする 拍手する 6
- from: ガーデニングママさん 2021年11月06日 16時12分15秒

介護に対する意識が変わります。マンガは見やすく良いですね。

コメントする 拍手する 8
- from: かあかさん 2021年11月05日 13時48分15秒

「信頼」たいせつですね。

コメントする 拍手する 6
- from: ゆずさん 2021年11月03日 23時58分58秒

色々考えさせられますね。言葉や協力一つで気持ちも変わりますし、少しの支えでも精神的に大きな安心感につながったり、良い出会いとか相性は本当に重要ですね

コメントする 拍手する 6
- from: あくあさん 2021年11月03日 17時54分14秒

在宅介護は周りの支えが大事ですね。漫画で表してくださると分かりやすいですし、色々気がされます。

コメントする 拍手する 6

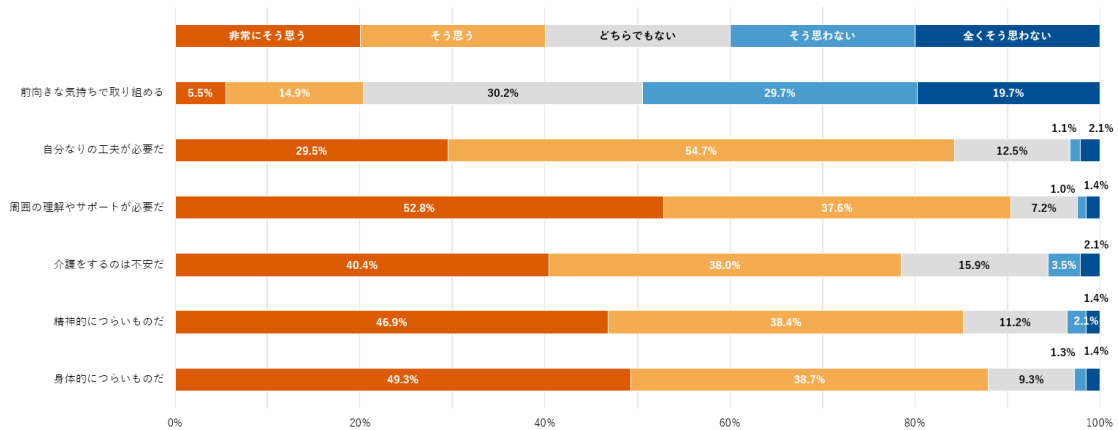


4. 4 アウトカム（成果）および分析

■ファン化の状況

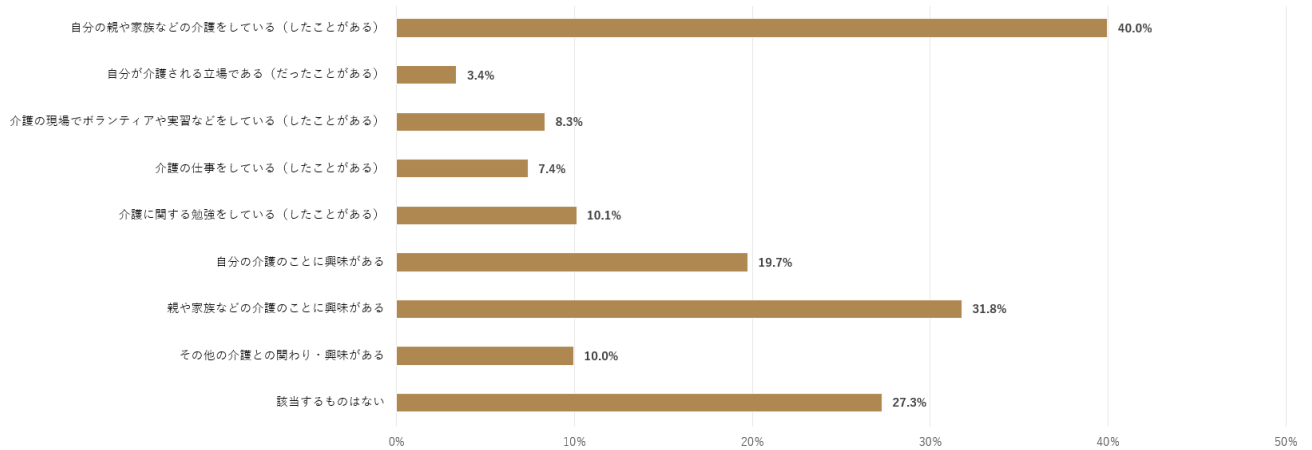
「介護」のイメージ

「介護」について、90.4%のユーザーが、「周囲の理解やサポートが必要だ」と回答した。



「介護」との関わり

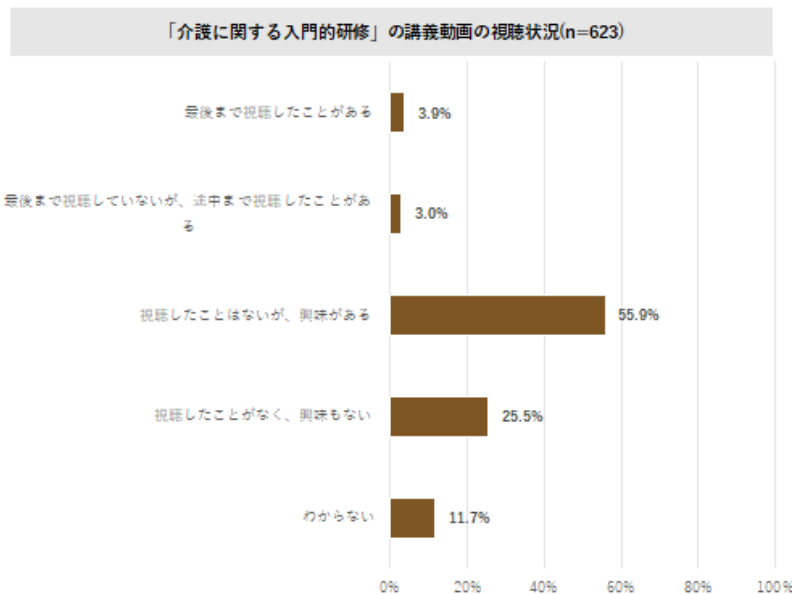
31.8%が「親や家族などの介護のことに興味がある。」



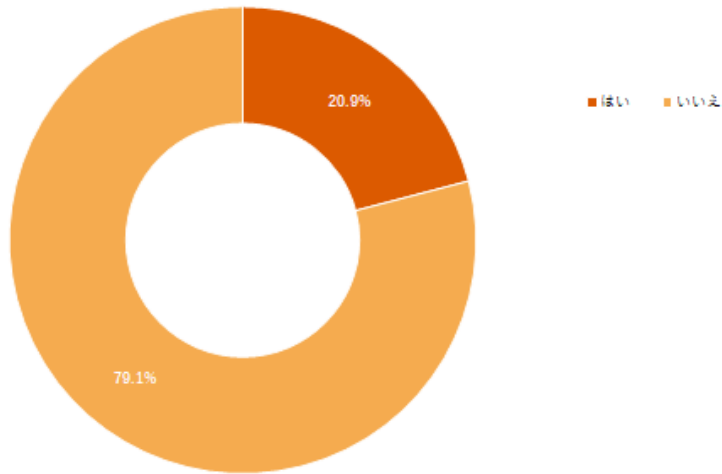
「介護に関する入門的研修」の講義動画の視聴、受講状況

55.9%が「介護に関する入門的研修」の講義動画を「視聴したことはないが、興味がある」と回答。

「介護に関する入門的研修」の講義動画を「最後まで視聴したことがある」「最後まで視聴していないが、途中まで視聴したことがある」と回答したユーザー43人の内、20.9%が横浜市の「介護に関する入門的研修」を受講した。



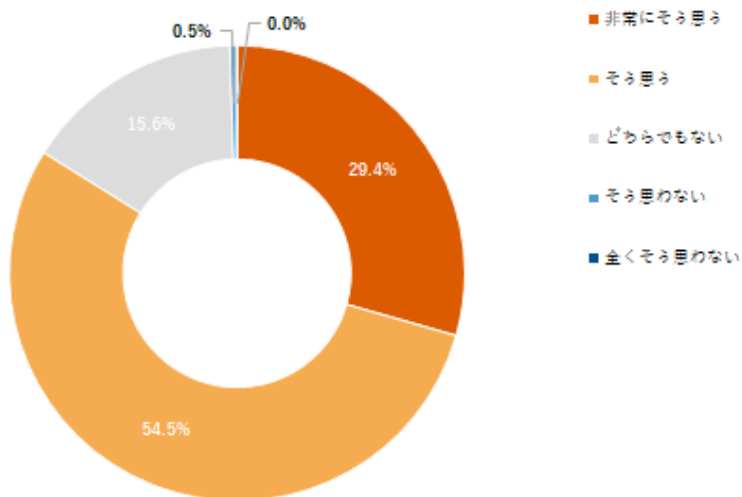
横浜市の「介護に関する入門的研修」の受講状況(n=43)



コミュニティが「介護に関する入門的研修」の受講に果たす役割

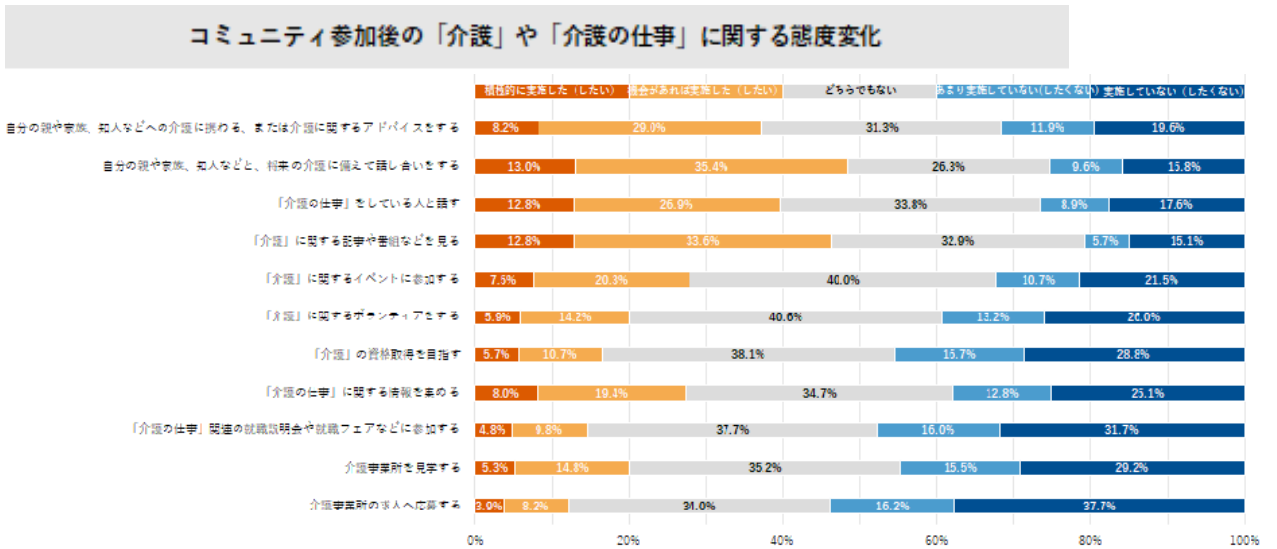
83.9%が「みんなが集まるコミュニティが受講を進めることに役に立つ」と回答した。

Q. 「介護に関する入門的研修」を受講していくにあたって、「介護」や「介護の仕事」について話せる、みんなが集まるコミュニティが受講を進めることに役に立つと思いますか？



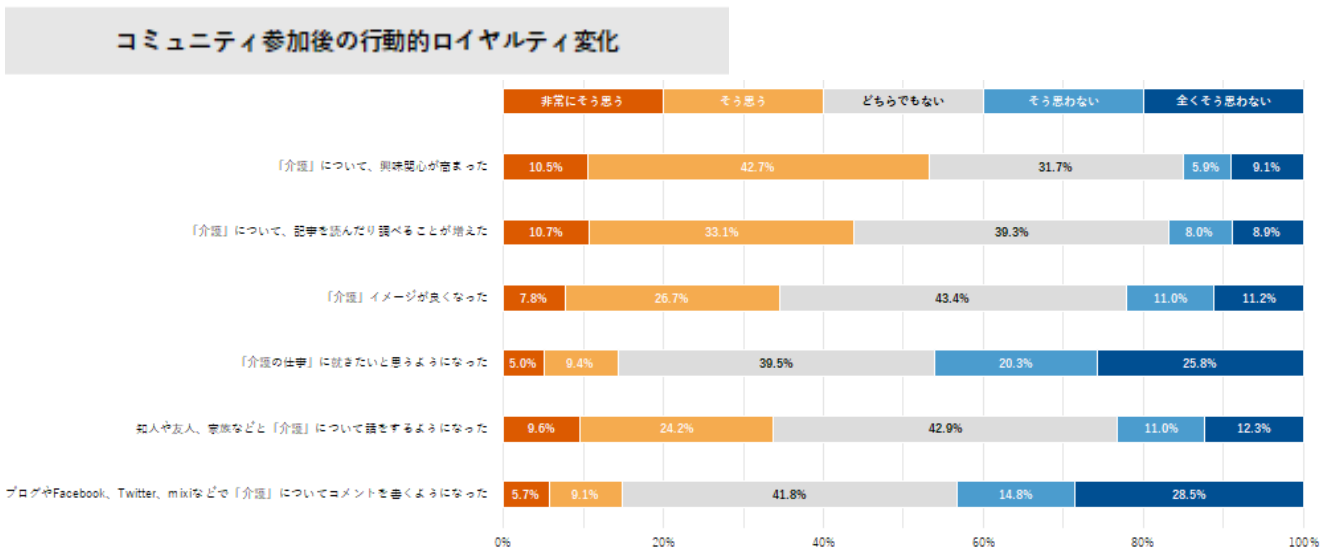
コミュニティ参加による態度変化(1/3)

コミュニティ参加により、48.4%が「自分の親や家族、知人などと、将来の介護に備えて話し合いをする」について、「積極的に実施した(したい)」「機会があれば実施した(したい)」と回答した。



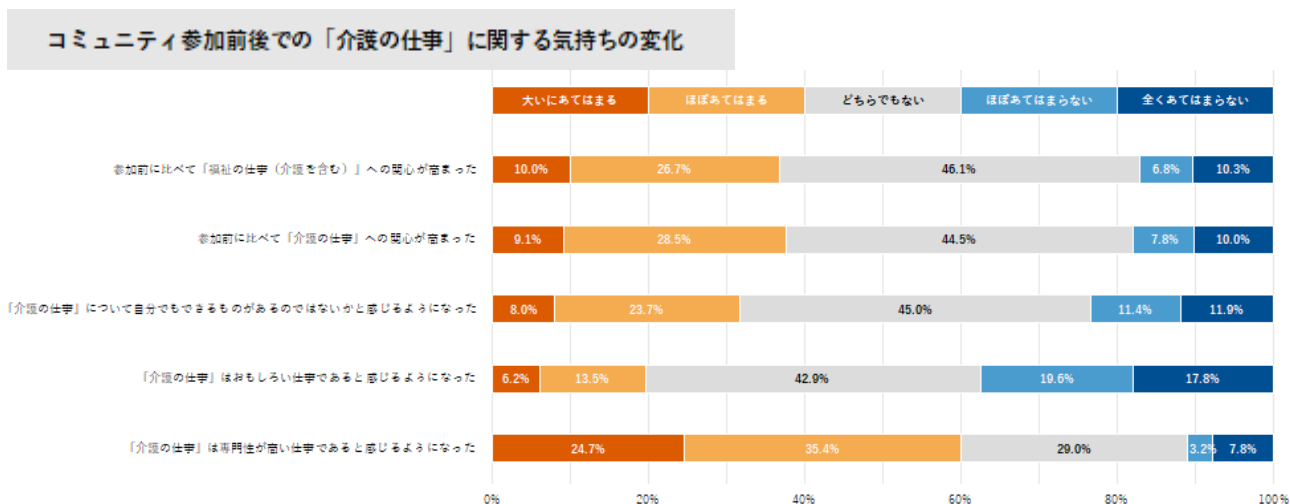
コミュニティ参加による態度変化(2/3)

コミュニティ参加により、53.2%が「『介護』について、興味関心が高まった」。



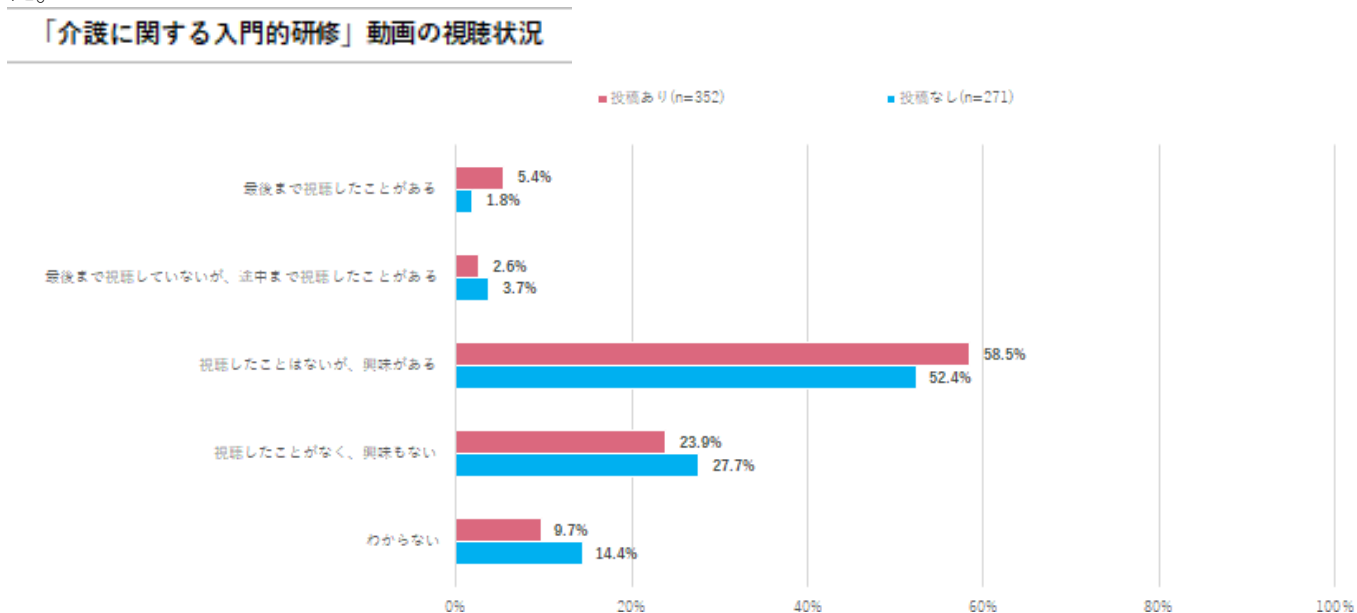
コミュニティ参加による態度変化(3/3)

コミュニティ参加により、60.0%が「『介護の仕事』は専門性が高い仕事であると感じるようになった」。



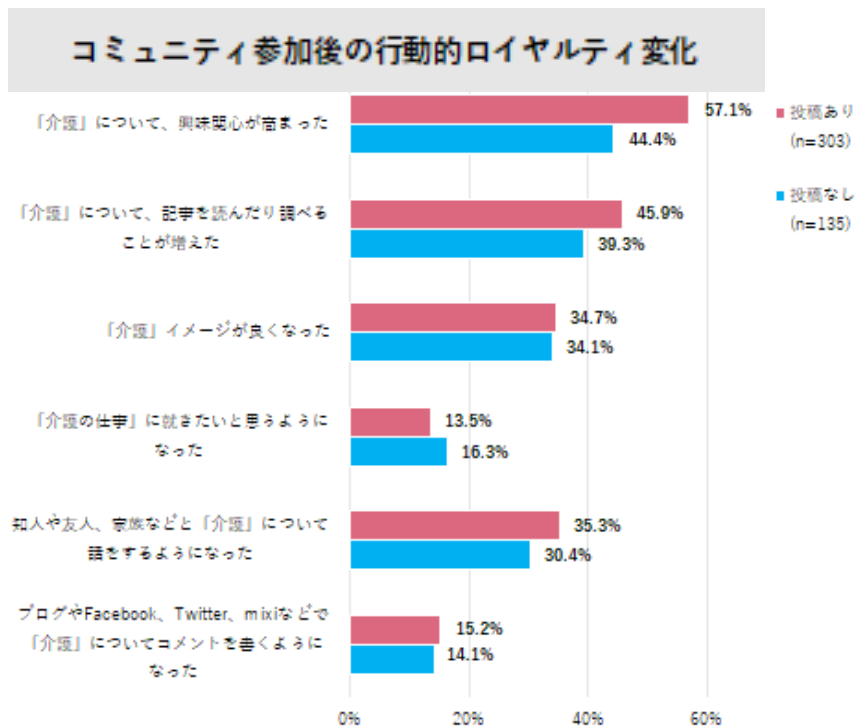
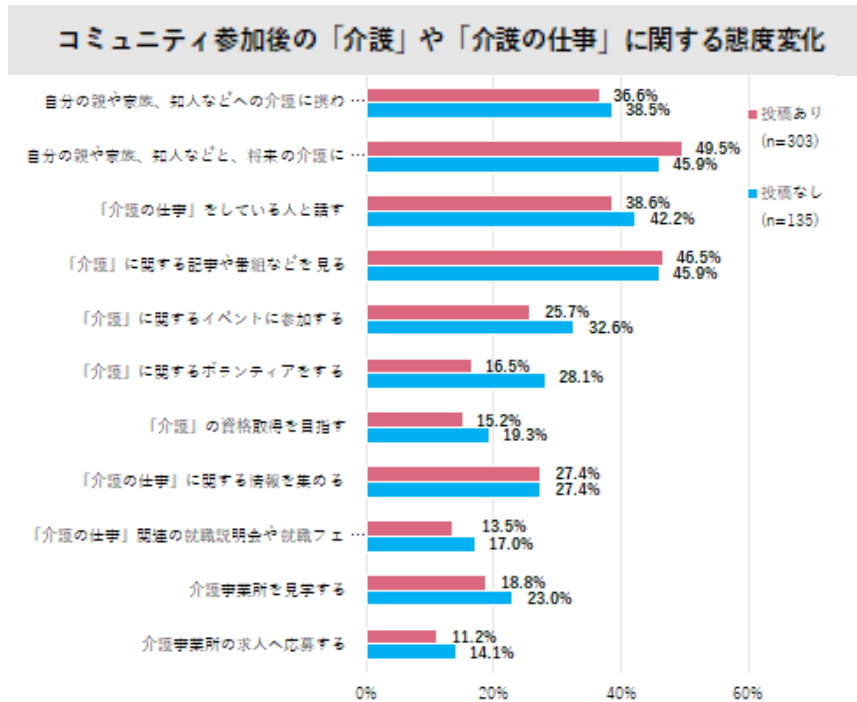
活動と「介護に関する入門的研修」動画の視聴状況

コミュニティで積極的に活動しているユーザーは、活動量が少ないユーザーよりも、「最後まで視聴したことがある」「視聴したことはないが、興味がある」の割合が高かった。



活動とファン化の関係

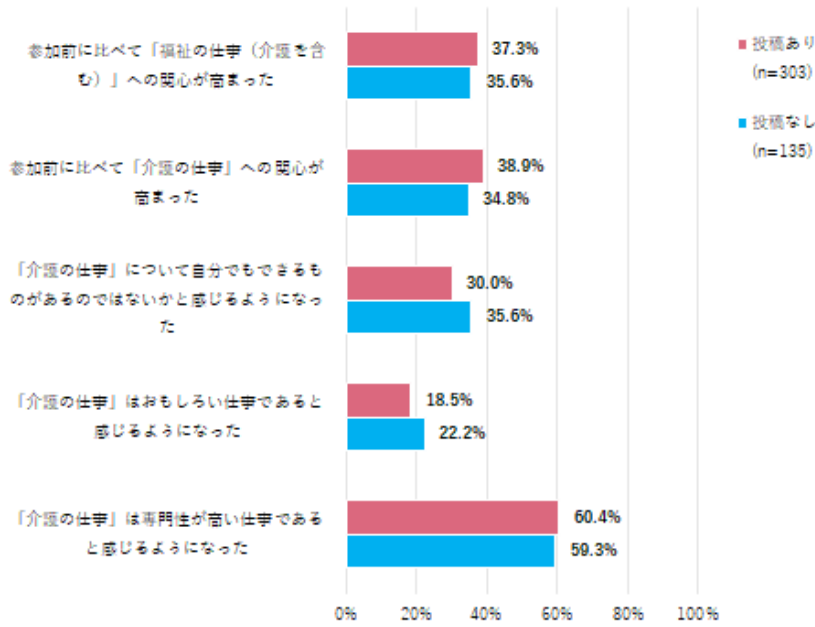
コミュニティで積極的に活動しているユーザーは、活動量が少ないユーザーよりも、行動的ロイヤルティがおおむね高かった。一方で、閲覧のみのユーザーの方が「介護」や「介護の仕事」に関する態度変化が起こりやすい。



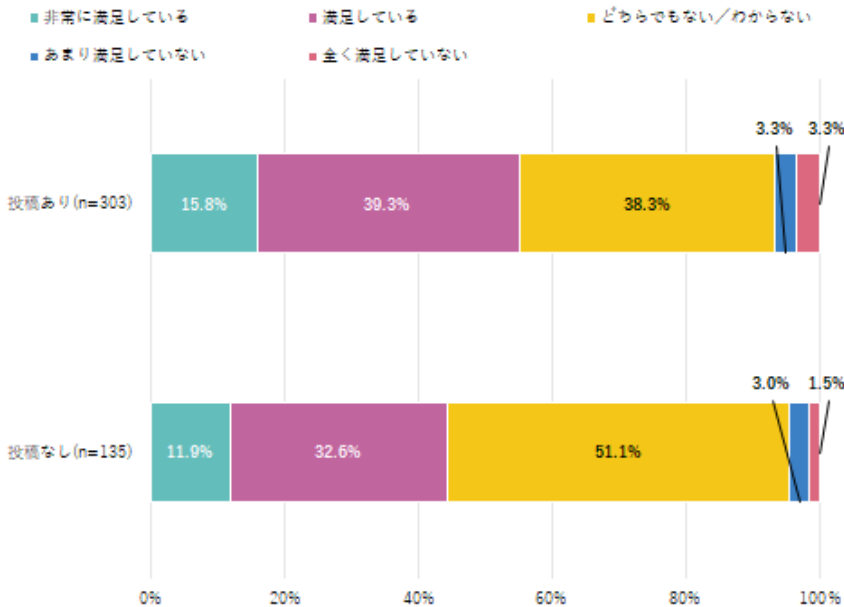
活動とファン化の関係

コミュニティで積極的に活動しているユーザーは、活動量が少ないユーザーよりも、コミュニティ満足度が高かった。

コミュニティ参加前後での「介護の仕事」に関する気持ちの変化

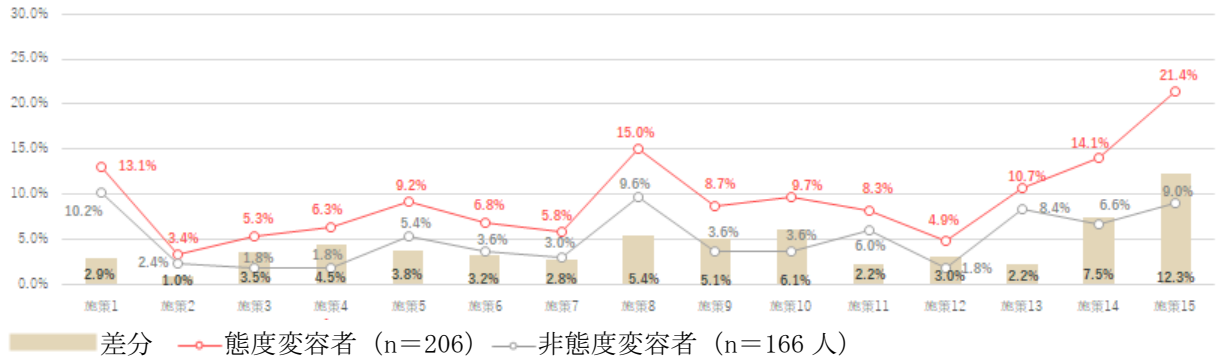


コミュニティ満足度



ファン化に影響した施策

多くの人に参加したのは、施策 15。ファン化した人とそうでない人の差分が大きかったのも施策 15 であった。



	テーマ名
施策 1	【常設テーマ】「やりがいを持っていること」はある？
施策 2	＼無料オンラインイベントに参加しよう／黒木瞳さんと学ぶ介護のおしごと
施策 3	＼無料オンラインイベントに参加しよう／りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル
施策 4	【無料オンラインイベント】「人生 100 年時代を豊かにする kaigo」参加者募集！
施策 5	<教えて！介護のおしごと>「やりがいを感じた瞬間」ってどんなとき？
施策 6	【無料オンラインイベントに参加しよう】2/26（金）開催「自分らしい働き方を見つけるには」
施策 7	【お知らせ】ゆうゆう Life 公式スタッフによる新しい連載がはじまります！
施策 8	家族に「介護が必要？」と思ったのはどんな時？
施策 9	在宅でスキルアップ！将来に活かせる・身近な人の介護にも活かせる「介護の資格」って？
施策 10	<私にもできる？介護のおしごと>「家事をしながら、子育てをしながら」でも働けるの？
施策 11	<私にもできる？介護のおしごと>介護未経験・異業種で働いていても介護職に就けるの？
施策 12	オンラインイベント参加者募集！「DISCOVERY 介護～3 人のトップランナーに密着～」
施策 13	ロボットやIT が介護を変える！介護する人・される人にとって“快適な介護”って？
施策 14	介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？
施策 15	今までの仕事で「やりがいを感じたとき」ってどんなとき？

全体を通して最も多くのユーザーが参加した施策は、「今までの仕事で『やりがいを感じたとき』ってどんなとき？」であり、態度変容調査回答者の 2 割超が参加していた。

一方で、態度変容者のみが特徴的に多く参加していた施策は全部で 4 つあり、なかでも参加割合の開きが大きかったのは、

「今までの仕事で『やりがいを感じたとき』ってどんなとき？」

「介護する人もされる人も安心できる！『頑張りすぎない介護』の現場とは？」

「在宅でスキルアップ！将来に活かせる・身近な人の介護にも活かせる『介護の資格』って？」

「【無料オンラインイベント】『人生 100 年時代を豊かにする kaigo』」参加者募集！

であった。

全体として態度変容者は、頑張りすぎない介護や、介護の資格の話に関する施策への参加が多くみられた。

■「介護に関する入門的研修」受講にコミュニティが役立つと思うユーザーによる共感(拍手)が特に多く集まったコメントを抽出

トピック：「介護する人もされる人も安心できる！『頑張りすぎない介護』の現場とは？」

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？

ロボットの維持費や補助なども知りたいです。

めがっぺさん(40代 女性) 5回/19回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？

体力がある介護はロボットに任せるべきです。

y.hamaさん(60代 男性) 5回/18回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？

介護の体力的にきつそうというので介護ロボットや電動介護リフト、入浴サービスを利用して頑張りすぎない介護を目指すのは良いと思います。

くりゆみさん(50代 女性) 6回/17回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？

頑張りすぎると余裕がなくなってきて介護する相手にもそれが伝わってしまうので、無理せず穏やかな気持ちでいることが大切だと思いました。

ゆんちゃんさん(50代 女性) 5回/17回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？

介護助手の新設はとても良いと思います。頑張り過ぎないことは大切です。

sirotibさん(50代 女性) 5回/17回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？

負担を上手く軽減できるようになれば良いのですが…頼れるものは頼って。

ゆずさん(40代 女性) 5回/17回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？

介護職、看護助手どちらも経験しました。どちらの職も、ともかく時間に追われて利用者さまとコミュニケーションをとるゆとりがありません。どうしてなのか。仕事量に対し職員数が圧倒的に不足しています。求人に応募がなく、少ない人員で日々絶対に欠かせない業務を回さなければなりません。テクノロジー導入で職員の労働は軽減され、時間に余裕が生まれるのかもしれませんが。けれど機械を操作するのは職員、きめ細かい心配り、利用者さまへのいたわりの気持ちは欠かせません。ロボットには感情はありません。暮らし心地のよい施設か否かはやはり職員一人一人の人間性と介護技術力にかかっていると思います。

ららさん(60代 女性) 5回/16回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？

「頑張りすぎない介護」って何だろう人それぞれ立場や環境で違うと思うのですが？私は30代より祖父の介護らしきことをしていました結論から言えば、家族親せきで分担することなのでしょうか？施設に入所していても限界があります役割分担を決めてみんなで見守ることが一番ではないかと過去を振りかえって考えています。

真実のダーリンさん(60代 男性) 5回/17回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？

料金があまり高くなければいざ利用できるかなと何となく安心感があります。

ニャロメさん(60代 女性) 5回/17回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？

父は年2回ショートステイに行っていました。離職が少ないようでいつも同じスタッフの方々にお世話になりました。離職でスタッフの人がころころかわると利用者は戸惑うので離職者が減る取り組みはいいですね。

べこりさん(40代 男性) 5回/16回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？

参考になります。介護ロボット、期待したいです。

sarisariさん(40代 女性) 5回/16回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？

介護する人もされる人も頑張りすぎないことが大事だと思いました。子供から手が離れたら介護助手などのお仕事が自分でもできるなら始めやすそうと思いました。

ばなさん(40代 女性) 5回/16回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？

無理をしないことも大切ですね。。。わかっているのですが。

ともきーさん(30代 女性) 5回/16回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」の現場とは？

気持ちの上で無理しないことが一番ですね。介護に携わっている方々のストレス発散方法お聞きしたいです

ひまわりママさん(60代 女性) 6回/15回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」
の現場とは？

無資格でもできる介護助手や看護補助、看護助手を雇
うことによって、介護の現場の人材不足を補うことが
できると思います(*^-^*)

fwさん (30代 女性) 5回/15回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」
の現場とは？

道具の導入により心に余裕が生まれる温かな介護が今
後広がっていくよう願っています。

ALLENさん (40代 女性) 5回/14回

介護する人もされる人も安心できる！「頑張りすぎない介護」
の現場とは？

農家の手助けは介護ロボットが手伝う

teruteruwasiさん (70代 男性) 5回/14回

■介護のイメージがよくなったユーザーの意思決定過程

「介護に関する入門的研修」受講にコミュニティが役立つと思ったユーザーはどのように
意思決定したのか、その意思決定に至るプロセスを観察した。

CASE: ひまわりママさん (60代 女性)

介護について前向きに明るくとらえることができるし、
希望も持てる気がしてきた

相手に感謝されたと
きって自分のしたこと
に誇りを持てる瞬間で
すね

感謝されるお仕事はや
りがいがありますね。

60代女性のみまわりママさんは、主婦で、配偶者や子どもと同居しているユーザー。「ゆうゆうLifeコミュニティ」には、2020年10月に登録し、投稿・拍手を中心に活動していた。コミュニティ登録直後に「最後まで自活できるよう健康に気をつけたいですね」と投稿。2020年12月には「りんたろー。さんと語る介護のおしごとのリアル」の施策に参加して、「華やかな世界にいるりんたろーさん、介護という世界も知ってらっしゃるんですね。経験を生かしてもっと介護の世界を伝えてほしいですね」とコメントしており、さらに、2021年2月には介護の仕事のやりがいについて「相手に感謝されたときって自分のしたこと誇りを持てる瞬間ですね」と、やりがいのある「介護の仕事」への関心の様子がうかがえる。6月「赤羽みちえさんの介護まんが」に関する施策に参加後に「明るくて前向きになれますね」と投稿。翌月、介護の仕事について「人様のお役に立てる職業はいいですね」「興味がありますが、体力的にも大変だと思う事、逆に体を痛めてしまったことなどの体験談もお聞きしたいですね」「介護職の働きやすさが増すといいなと思います。自分も少しお役に立てるようにしたい」と人のお役に立つ介護の職業に興味が高まっている一方で、自分も介護職の働きやすさに貢献したい様子であった。

また、10月「りんたろー。チャラ男×介護『ほっこりする瞬間に出会える』」の施策において、「現場を知ってる方の発信力は強いですね。どんどん発信してほしいです」と回答。介護の現場を知ってる方の情報に興味を持ち、介護への興味の向上や介護の情報をもっと広がってほしいと思っている様子がうかがえる。

こうした活動の結果、2022年3月の第1回調査では、「『介護に関する入門的研修』を受講していくにあたって、『介護』や『介護の仕事』について話せる、みんなが集まるコミュニティが受講を進めることに役に立つと思いますか?」に「そう思う」と回答。コミュニティ参加後、「介護」や「介護の仕事」に対する意識が変わった理由として、「前向きで元気をもらえます。やがては誰もがされるかするか通る道。知識と理解を深めたいです」「介護について前向きに明るくもらえることができるし、希望も持てる気がしてきました」と回答しており、コミュニティを通じて介護への印象がよくなり、介護について学ぶ意欲が向上したと考えられる。

第5章 オンラインイベント

5.1 企画の背景

本事業において、ターゲット層である「子育てを終えた層」に対し、介護に関連する仕事の魅力を伝えるには、公式サイトを含めたメディアによる情報発信だけでなく、ターゲット層が実際に参加できるイベントを開催することが必要であると考えた。

本来は、介護施設などの協力を得て体験型イベントを開催するなどし、実際の現場や介護職の方々に触れることで、介護未経験のターゲット層にもより深くリーチすることが期待された。しかし、新型コロナウイルスの終息が見通せず、リアルイベントの実施は困難となった。コロナ禍において、実際に会場に足を運んでもらうリアル開催のイベントでは、参加者数の制限だけでなく、感染対策を徹底しても介護施設の許可がおりないため、オンラインで配信する番組を制作することにした。

新型コロナの状況に配慮し、最少クルーで現場取材をし、より正確にわかりやすく介護の仕事の現状を伝えるために、改めてスタジオで取材対象者を招いて取材し、より分かりやすい番組構成を目指した。

5.2 イベント概要

イベントは2回実施し、東京都内と山口県内でそれぞれオンライン形式で行った。東京では収録会場に介護現場で働く男女3人の介護福祉士を招き、自身の経験を踏まえて介護職に関心を持つ層に「介護のトップランナー」として生の声を語ってもらった。

また、山口では、高齢者、障がい者向けの介護施設だけでなく、病院や保育園も経営するグループの経営者から「おしごとのリアル」を語ってもらった。

いずれも収録した動画をアーカイブ化し、それをネット上に配信した。

5.2.1 DISCOVERY 介護 3人のトップランナーに密着



介護のおしごとリアル 1

(1) 出演者

司会は実母を10年にわたって介護し、医療・介護問題について取材、発信を続けているフリーアナウンサーの町亞聖さんを司会に迎え、アシスタントにはファッションモデルであり自らも介護福祉士として現場にも立つ上条百里奈さんを起用した。

また、ベテランの現役介護職3人を取材する番組構成にした。

表1 DISCOVERY 介護～3人のトップランナーにきく～ 出演者一覧

 <p>司会：町亞聖さん</p>	<p>フリーアナウンサー 18歳から10年間、母の介護を経験 元日本テレビアナウンサー。医療・介護問題を中心に取材・発信</p>	<p>18歳から10年間、母の介護を経験 元日本テレビアナウンサー。医療・介護問題を中心に取材・発信</p>
 <p>アシスタント：上条百里奈</p>	<p>介護福祉士・モデル</p>	<p>介護現場で働きながら介護福祉に関する講演会の講師、テレビの情報番組出演、ドラマ監修、白梅学園大学非常勤講師など幅広く活躍中。</p>
<p>小川 真奈美</p>	<p>ラフテル株式会社</p>	<p>エルキューブデイサービス西東京西原</p>
<p>小関 宵子</p>	<p>株式会社太平洋シルバーサービス</p>	<p>シルバーシティ武蔵境</p>
<p>三津木 伸一</p>	<p>社福法人三幸福社会</p>	<p>社の癒しハウス文京関口</p>

(2) 収録会場、方法、告知、集客

収録会場はCARATO71（東京都渋谷区）でおこない、出演者は会場に参集してトークを行い、インターネットを使ったアーカイブ配信形式とした。この際、新型コロナウイルス感染予防として、配信会場、控室ともスタッフは最小限の人数とし、マスクの着用、検温、消毒等を徹底した。ただし、配信中の出演者はマスクを外し、席の間に飛沫防止のためのアクリル板を設置した。

配信はアンケート回収のため産経iDを活用し無料視聴とし、その後、ターゲット層の視聴を促すため、You Tubeに公開した。新聞社サイトを中心に告知した。一般出演者側からの告知活動の申し入れもあり、SNSを中心に告知活動をしてもらった。

また、視聴促進のため参加者のSNSからの情報発信も出演者の了承を得て行った。

表2 DISCOVERY 介護 3人のトップランナーにきく

開催日時	2021年12月15日(水)12:00~1月31日23:59まで 産経iD経由での配信。2月1日以降Youtube配信
開催方式	インターネットによるアーカイブ配信(PC、タブレット、スマートフォンで視聴可)
会場	CARAT071(東京都渋谷区)
協力	全国介護付きホーム協会、(株)太平洋シルバーサービス、社会福祉法人三幸福社会、ラフテル株式会社
告知	産経ニュース 事業公式サイト・ゆうゆうLife コミュニティサイト「きっかけ」
参加費	無料(通信料は参加者負担)
申し込み	必要。産経新聞社の事業システム「産経iD」利用。参加者属性、介護経験、出演者への質問などを尋ねる事後アンケート実施

(3) イベント内容

セキュリティおよび配信内容の安全確保といった面から、リアル配信が厳しいと判断。視聴者に最後まで番組視聴をしてもらうために、飽きのこない構成を検討し、デイサービスと介護付き有料老人ホームで働く3人の現役介護福祉士のスタッフに登場してもらい、より介護の仕事をわかりやすくリアルに伝えるようにした。

実際の介護現場を取材し、具体的な仕事や現役スタッフの仕事への思いを映し出すことで視聴者のイメージが湧きやすいよう構成。司会の町さんとアシスタントの上条さんをワイプで映し出すことで、ビジュアル的にも飽きのこない展開にしている。

ビデオ視聴後に、ビデオ出演者の現役介護福祉士の方にもスタジオ収録に参加してもらい、司会の町さんとのトークで、一本調子の番組にならない構成とした。一般の介護福祉士の方がトークしやすいよう、予め写真などを用意してもらい、それを見ながらのトークで視聴者にも伝わりやすい演出とした。



写真：「DISCOVERY 介護」収録風景



写真：用意した写真をもとにトークを展開する出演者



写真：産経ニュースで告知掲載



写真：収録後の出演者の撮影

5.2.2 介護のおしごとのリアル

(1) 出演者

司会者の町亞聖さんと山口県に医療・介護・保育を展開し地域密着型の経営をしている青藍会グループ副代表 阿武幸美との対談を実施した。施設利用者ファーストの観点から、介護業界の中でも、いち早くDX化をすすめ、業務の効率化を進めることで、従業員の利用者に寄り添う時間を増やすことに成功。また、従業員の安全面の確保からも導入しており、働きやすい職場づくりに注力している。

介護のおしごとのリアル出演者一覧

<p>メインゲスト・阿武幸美さん</p> 	<p>青藍会グループ副代表</p>	<ul style="list-style-type: none"> 山口に医療施設・介護施設・保育園を展開する地域密着型の経営をしているループの副代表
<p>司会・町亞聖さん</p> 	<p>フリーアナウンサー</p>	<ul style="list-style-type: none"> 18歳から10年間、母の介護を経験 元日本テレビアナウンサー。医療・介護問題を中心に取材・発信

(2) 収録会場、方法、告知、集客

収録会場は山口県 青藍会グループ社内で収録した。新型コロナの状況を考慮し、前回の収録同様、最小限の撮影クルーで実施。産経新聞グループのサイトを中心に告知をした。また、アンケート回収を高めるために、回答者に抽選でエコバッグが当たるという施策を実施した。

表5 介護のおしごとのリアル 企業DXのトップランナーにきく

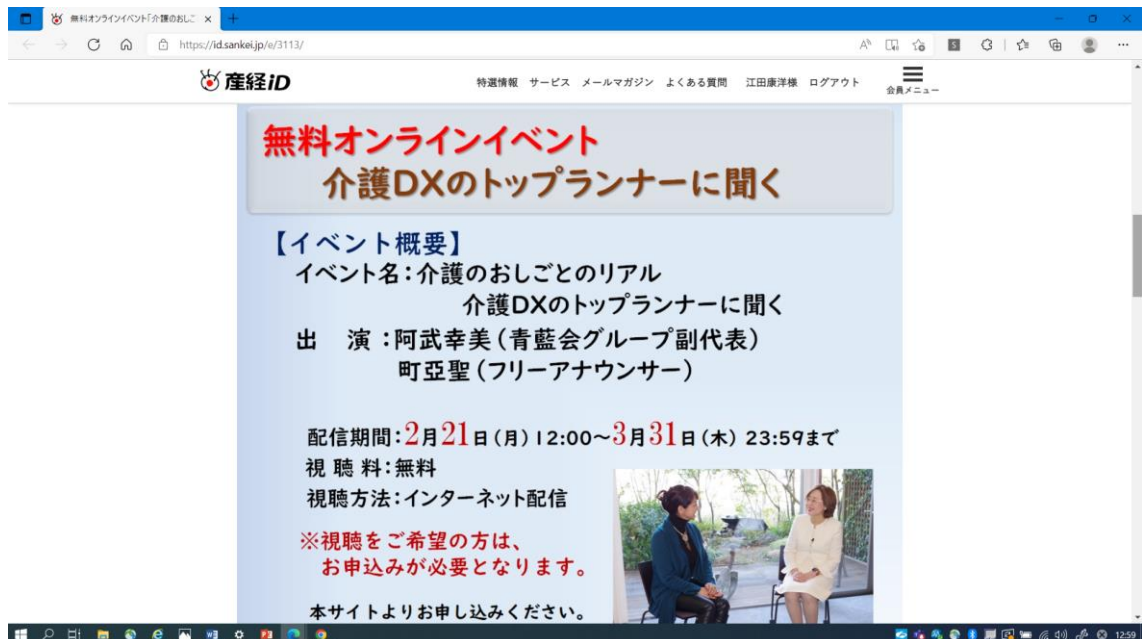
開催日時	2022年2月21日～3月31日
開催方式	インターネットによるアーカイブ配信
会場	青藍会グループ（山口県）
協力	青藍会グループ
告知	産経 iD 事業公式サイト・ゆうゆう Life 事業公式 SNS (Twitter、Facebook) コミュニティサイト「きっかけ」
参加費	無料（通信料は参加者負担）
申し込み	必要。産経新聞社の事業システム「産経 iD」利用。参加者属性、介護経験、出演者への質問などを尋ねる事後アンケート実施
視聴促進策	事後アンケートに回答者にエコバッグをプレゼント

画像1 告知用 サムネイル画像



画像2

産経 iD 募集告知画面



第6章 ウェブサイトの狙いと構成

6.1 ウェブサイトの狙い

介護のしごとの「楽しさ」や「現場のリアル・やりがい」を伝える情報発信サイト「ゆうゆうLife」はケアするウェブマガジンと称し、下記の「4つの伝えること」をコンセプトに介護のしごとをわかりやすく情報発信している。

「4つの伝えること」

1. 介護のやりがい（自立支援、看取り支援、人生を垣間見る）
2. 介護の広がり（施設で家事や掃除/運転、地域共生の予防や見守り）
3. 働きやすさ（無資格から専門職へ、年齢不問、職住近接、常勤の賃金）
4. 事業所の違い（事業所による働き方や働きやすさの違い）

6.2 ウェブサイトの構成

- ・サイト名称：「ゆうゆうLife」
- ・ドメイン名：<https://youyoulife.jp/>
- ・サイトロゴ



6.2.1 主なコンテンツ

(1) 記事コンテンツ

「先輩から」記事コンテンツは6つのテーマ（「ひとから」、「まちから」、「しごとから」、「ところから」、「親子から」）に分類した。

「ひとから」は、介護職の働き方や、仕事の魅力を伝えるコンテンツであり、もっとも伝えたいのは、「介護のしごと」の魅力である。

「まちから」は、介護の「周辺」を紹介するコンテンツである。地域包括ケアに広がる仕事にフォーカスし、介護の仕事の裾野を広げて見せることで、介護の働き方のハードルを下げることを狙いとした。

「しごとから」では、介護職の働きやすさを追求する事業所と、その取り組みなどを取り上げた。また、事業所の違いを紹介する役割なども持たせようと努めている。

「先輩から」は、高齢者の生活をイメージできるようにと設けた。こんな風に年を重ねたい、とモデルになる高齢者と、介護を受けながらイキイキと暮らす高齢者を取り交ぜ、元気な高齢者だけでなく、介護を受けている高齢者もまた、魅力ある人生を現在進行形で送っていることを伝えたかった。

「こころから」では、コラムや漫画、エッセーなどの手法をとり、「介護とは人生を伴走する仕事だから、そこには多くの笑いや涙がある」という感情をかきたてることを狙った。

「親子から」は、令和元年度に産経新聞社の親子事業「こどもと一緒に介護のしごと体験」に参加してくれた事業者を紹介する狙いで始まった。同2年度、同3年度は、残念ながら、コロナ禍で親子事業が実施できていない。

なお、それぞれのインデックスを選択すると切り替え表示が可能となっている。※詳細は、第7章「ゆうゆうLife コンテンツについて」を参照

これによりサイトを訪れた閲覧者の関心度が高い記事をまとめて掲出でき、上記の「4つの伝えること」をコンセプトとした情報発信が効率よくできるように工夫した。

(2) 都道府県の介護事業者認証評価

介護事業者認証評価制度を広く告知することを目的に、各自治体（都道府県）の介護事業者認証評価制度のホームページに遷移できるページとなっている。※詳細は、6.2.2 都道府県の介護事業者認証評価制度を参照

(3) 他事業者連携

「介護のしごと魅力発信事業」相互情報発信の目的で他事業者のバナーをサイト内に掲出した。

ウェブサイト構成

サイト名称：「ゆうゆうLife」
URL：https://youyoulife.jp/



①ヘッダー

イチオシの記事を表示

②サイト概要説明

「ゆうゆうLife」とは…

③記事コンテンツ一覧

おススメ記事と6つのテーマ別にタグを
設けて一覧形式で表示
記事をクリックすると詳細ページへ遷移
する



詳細ページ

クリック

④都道府県の介護事業者認証評価

⑤Topics

イベント告知などのお知らせ

⑥Pick Up

過去のコンテンツで記者がおススメの
コンテンツ

⑦他事業者連携

本事業関連の他事業者のHPリン
ク用タグを掲載

6.2.2 都道府県の介護事業者認証評価制度

都道府県が職員の人材育成や就労環境等の改善に取り組むなど、一定の水準を満たす介護事業者に対し、認証を付与する「介護事業者認証評価制度」。サイト内に都道府県のホームページにリンクする専用ページを追加した。このページ内の各都道府県（地図）をクリックすると、自治体のホームページへ遷移する。

トップページ

クリック

地図をクリック

東京都ホームページ

各都道府県の介護事業者評価制度の関連ページとリンクされている ※赤色：自治体の関連ページあり

「介護のしごと」には多くの魅力がある。その魅力を実感するには、介護の質が高く、働きやすい職場を選ぶことが欠かせない。

なかには、離職率が割を極す事業所もあり、質のパラツキが大きいのだ。働きやすい職場の指標の一つになるのが、「介護事業者認証評価制度」。

厚生労働省が都道府県に、人材育成に熱心な事業者を評価・認証するよう求めている。都道府県によって取り組みには差があり、優良事業者が少ない地域もあるが、職場を探すときの参考にしたい。

下記都道府県名をクリックすると各都道府県のサイトへ移行します。

北海道	青森	岩手	秋田	山形	宮城	福島
茨城	栃木	群馬	埼玉	千葉	東京都	神奈川県
新潟	富山	石川	福井	山梨	長野	岐阜
静岡県	愛知県	三重	滋賀	京都府	大阪府	兵庫県
奈良	和歌山	徳島	香川	高松	愛媛	高知県
福岡県	佐賀	長門	熊本	大分	宮崎	鹿児島
沖縄						

第7章 ゆうゆうLife コンテンツについて

7.1.1 取材・記事の狙い

介護職とは何か。「ゆうゆうLife」はこれまで、介護に関係する人々や、できごとに迫るだけでなく、介護をテーマにした漫画、人生相談など多様なコンテンツを掲載してきた。「ゆうゆうLife」は、介護職が「一人ひとりの人生に最後まで寄り添ってくれる伴走者」であると考えている。令和3年度も、「ひと」「まち」「しごと」「こころ」などの切り口から、身近に感じられる介護の在り方についてさまざまな取材を行い、記事を提供してきた（記事一覧は巻末資料）。

昨年度に引き続き、対面での取材には制約がある中、多数の関係者が取材に応じてくれ、オンラインイベントに参加するなどの協力を得られることができた。「ゆうゆうLife」が取り上げてきた、それらコンテンツについて、改めて振り返りたい。

7.1.2 【ひとから】6年半の在宅介護を語る—新田恵利さん



往年の人気アイドルグループ「おニャン子クラブ」のメンバーだったタレントの新田恵利さんが登場（2021年9月10日付）し、同年3月に6年半の在宅介護の末に、母のひで子さん（享年92）を看取った経験を語ってもらった。前年度には元日本テレビアナウンサーで、現在はフリーで活躍する町亞聖さんが高校生時代に、母親の介護を担った「ヤングケアラー」だった話を掲載した。いずれも知名度の高い人たちの介護体験は、読む側の共感を得られることが多く、有名人、タレントの発信力の大きさを再認識した。

新田さんは、自宅での介護の体験と、支えてくれた人たちとの付き合い方をつづった。

写真：リハビリの効果も目に見えて出てきた

■突然始まった介護生活 準備もないまま…

骨粗しょう症による腰椎の骨折で入院し、退院時に立てないことが判明。何の準備もないままのスタートでした。ケアマネジャーさんと作ったプランは「訪問リハビリ」「訪問看護」

「週1回の訪問入浴」「隔週の訪問ドクター」。リハビリに重点を置いたプランが始まって半年もたつと、寝返りすら打てなかった母は、ベッドの縁に座れるまでになりました。

ケアマネさんと次のリハビリプランを考えました。ただ、本人はトレーニングに不安と怖さが先立ち、「女性スタッフでは、安心して身体を預けられない」と思ったようでした。

私は、そんなことはないと思いながらも、本人の気持ちが大切なので、訪問リハビリのスタッフを、男性スタッフに替えて頂きました。主役は母です。その意思を反映させることは大事なことだと思ったからです。母は満足だったのでしょう。リハビリの効果も目に見えて出てきました。

■お互いに納得し介護の質を上げていく

デイサービスを諦めて、当初のように訪問看護、訪問入浴、訪問診療を利用しました。問題は、どの医師に来ていただくか…。

介護の過程では、本人や家族が必ずしも必要としていないことを勧められることもあります。「決まりだから」と受け入れるのではなく、希望や気持ちを伝えながら、お互いに納得して介護の質を上げていくのは大切なことだと思います。



写真：介護職に任せきりにせず、できるだけ母の近くにいることを心がけた

7.1.3 【ひとから】元力士たちが選んだセカンドキャリア

東京都墨田区は、両国の国技館がある、いわば相撲の聖地。その地で、相撲界を引退した元力士たちが介護職でキャリアを再スタートした姿を取り上げた（21年8月13日付）。

■ 15年の土俵生活から転身

東京スカイツリーにほど近い東京の下町にある介護事業所「デイサービス花咲」（東京都墨田区）。お年寄りが日中やってきて、食事をしたり、入浴をしたり、アクティビティをしたりして過ごす。ここは、利用者のケアを大相撲の元力士たちが担っている。元「お相撲さん」だけに、その体力を生かしたケアが評判かと思えば、実は、相撲界で身に着けた「付け人」のような目配り、気配りを生かしたケアが評価されている。

介護職として働く中板秀二さん（39）は2年前まで、「駿馬赤兎（しゅんばせきと）」の四股名（しこな）で知られた元力士。最高位は幕下22枚目で、15年間土俵に上がって活躍し、力士生活に幕を閉じた。

デイサービス事業を運営する上河啓介社長（43）に声をかけられたが、上河さんも最高位十両2枚目の元関取。引退力士たちのセカンドキャリアに役立てたい、と会社を設立し、デイサービス事業のほか、元力士らが相撲解説やショーを行う「お相撲さんプロモーションズ」も経営する。中板さんは社長の勧めもあって介護の現場に入った。



写真：利用者目線で語り掛ける中板さん（右）

■付け人感覚でのケアに注目

デイサービス事業所の責任者で、中板さんの上司でもある阿嘉（あか）宗彦さん（48）も最高位前頭6枚目の元関取。2004年5月場所で12年間の土俵生活に別れを告げ、プロ野球マスターズリーグなどで働いたが、2013年2月にデイサービス花咲が開業した時から介護にかかわっている。

「元相撲取りに何ができるのか、という目で見られることもありましたが、私自身、通信教育を受けて社会福祉主事の資格を取るなど、勉強しました。力士たちは相撲部屋で共同生活を送った経験があります。番付が上だったり、先輩力士の世話をしたりすることが身につけており、協調性もある。そういう点は介護の仕事に向いていると思います。そうしたところが、利用者の方々にも安心してもらえているんじゃないでしょうか」と話す。デイサービスの利用者らの人間関係に目配りしたり、気持ちを察して声をかけたりするのも得意技だ。



写真：身長190センチを超える阿嘉さん（右）と中板さん

7.1.4 【しごとから】介護はクリエイティブな仕事

介護のしごとに対して、様々な取り組みを伝えてきたが、実際に従事する人から共通して聞こえるのは、「介護のしごとは、一方通行の作業ではない」ということ。介護を受ける側の人も共に役割を担うケースについて取材した（22年2月4日付）。

■料理を教える利用者があるデイサービス

埼玉県蓮田市の介護事業所「和が家のくらしとシゴトバデイ うるひら」は、要介護の高齢者が日中を過ごすデイサービス（デイ）事業所だ。

介護福祉士で生活相談員の照井益美さん（46）は、「私自身は干し柿も切り干し大根も作ったことがない。皆さんから教わりながら、毎日のオモシロイを大事に、当たり前のことをしています」と笑う。家事経験豊富な利用者らでも、認知症や要介護だと、家族に包丁を持つことを止められてしまう人もいる。だが、料理が得意な人はデイのキッチンに立ち、手順をスタッフや仲間に教えることで自尊心が満たされる。

一般的なデイには予定表があるが、ここにはスケジュールがない。「今日、何をするか決めず、今、気持ちいいことをしようというのがモットー」。その日の天気や、参加した一人ひとりの特技や趣味を活用できれば、本人も周りも楽しい。



写真：今、気持ちいいことをしようをモットーに利用者と触れ合う

スタッフの介護福祉士の中村良子さん（45）も、それがやりがいだという。「このスタッフは利用者の気持ちを大切にして、危ないことがあってもクリアしようとする人が多い。でも、世の中には、自分の提供したい介護をできていない人も多いと思う」と言う。

日々の活動だけではない。認知症の人の気分転換を図ったり、淋しさやもどかしさを受け止めたり、利用者と介護職の数だけ対応方法がある一。

■介護はクリエイティブで難易度の高い仕事

うるひらの主力介護職は 30～40 代のママさんたち。責任者の直井誠さんはその特性を、「相手の変化に気付いて柔軟に対応する人間力がある。すごく、いい人材」と絶賛し、「介護はすごいクリエイティブで難易度の高い仕事だと思う」と語る。

直井さんは、同市の駅前で「ショッピングリハビリ」と称して、スーパーマーケットの2階で小規模デイサービス「ひかりサロン蓮田」を運営する。このデイのセールスポイントは、スーパーマーケットでの買い物。要介護の高齢者らが、介護職に付き添われてカートを押す。歩くのが得意でない人もエレベーターでスーパーに降り、カートを押しながら歩けば転倒せずに済む。この日、参加した女性（76）はカートにイチゴ、ハウレンソウ、食パンなどを入れた。

介護が必要になって買い物がおっくうになると、生活の質は途端に落ちる。1人暮らしなら尚更だ。

直井さんは「デイの支援で家で暮らせる日々をできる限り伸ばしたい。介護の仕事は人の一生に最後まで付き合う尊い仕事です」と話す。



写真：利用者とスーパーで買い物する直井さん（左）

7.1.5 【まちから】子ども食堂で地域とつながり

栃木県宇都宮市の障がい福祉サービス事業所「コミュニティサポートセンターひかり」が目指すのは、「顔の見える福祉施設」。週に1回、施設の一部で「若草ひかり食堂」を開設。地元の子どもたちに食事を提供し、地元に溶け込み、「相互理解」につながる試み取材した（21年8月27日付）。

■子どもたちの居場所づくりなどで枠を広げたい

スタッフの社会福祉士、山口綾佳さん(33)は「食堂を始めるまでは、ここにはどういう人がいて、何をしているか分からないとか、近寄りがたい感じとかもあったようです。それが、職員はこんな人で、こういう施設で、と分かってもらえるようになったのかなと思っています」と地元に溶け込んでいることを説明する。

施設は社会福祉法人運営の多機能型事業所で、障がい者の就労支援や生活介護などを行う。平成25年オープンだが、「福祉施設で地域社会に貢献したい」という目的から29年5月に子ども食堂を開設した。



写真：手作りの弁当を手に笑顔のスタッフ

施設長の社会福祉士、伊藤淳一さん(48)によると、社会福祉法人は地域への貢献を求められている。「障がい者支援だけではなく、子どもたちの居場所づくりなどで枠を広げたいね、とスタッフと話し合っていた」。地元の自治会からの「学習支援をやってほしい」とのリクエストが開設を後押ししたという。

■子どもたちも福祉の仕事に興味

もともと、利用者に昼食を提供しており、食堂は取り組みやすい事業だった。毎週水曜の夕方から、勉強や遊びの時間のあと夕食を提供（参加費大人200円、子ども100円）。近くにこども園があり、当初は未就学児とその保護者の利用が多かった。

山口さんは、保育士と介護福祉士の資格も持つ。「仕事は障がい者施設を選んだんですが、心のどこかに保育士の自分もいて（笑）。資格を生かしてよかったです。子どもの中には、『ここでお昼は何してるの』とか『どんな人が来るの』とか、私たちの仕事に興味を持ってくれる子もいる。こうやって福祉の仕事の魅力を伝えていくこともできるんだなって感じています」

食堂を通じて、地元とのつながりも深まった。最近では、スタッフが地域のまちづくり会議に誘われたり、自治会の運動会やお祭りへの参加を頼まれたりすることもある。今では、近隣の社会福祉法人が見学に来るなど、注目を集めるように。県内の姉妹法人でも子ども食堂がスタートするなど、広がりもみせていた。ただ、コロナ

禍で昨春から食堂は開けず、今は水曜夕方、希望者に弁当を提供している。



写真：子どもたちにも頼れる存在になっている

子どもたちははしゃいで走り回る。子ども2人を連れた保護者は「週一食でも助かっています。子どもは友達と会えるし、親も子育ての相談ができるし、こういう場所があるのは本当にありがたい」と話していた。

7.1.6 【まちから】コロナ禍で「生きる力」をつなげる

新型コロナウイルスの流行で、各地のサロンや茶話会が中止に。高齢者の心身機能の低下が心配される中、知恵を絞って交流の場・サロンを運営する取り組みを紹介（21年9月3日付）。

■外出しないことが高齢者にとってリスク

東京都新宿区の大規模住宅「戸山ハイツ」に住む矢沢正春さん（66）は、仲間と一緒に高齢者向けサロン「カフェあうねっと」を運営する。最近、仲間の話を聞いたたびに、新型コロナによる「巣ごもり生活」が心身に及ぼした影響を実感する。

コロナ前には週1回、定期的にサロンを開いていた。団地の一角にある会議室に40人程度のメンバーが集まり、運動をしたり、ゲームをしたりしたが、休止を余儀なくされた。

緊急事態宣言下ではサロンを休止し、宣言が明けると再開してきたが、そのたびに参加者の機能低下に直面する。自力で歩いていた人がつえで歩くようになっていたり、階段を上れなくなっていたり。高齢者には、外に出ないこと自体がリスクになる。



写真：週に一度、友人に会って体操をして、おしゃべりをするのが元気の秘訣

気持ちを引き立てようと、宣言下ではお便りを配布。おしゃべり好きのメンバー4、5人は「電話班」を結成し、参加者に電話をかけ始めた。狙いは会話の活性化。表情が分かるといいが、昭和初期の世代はオンラインミーティングというわけにもいかない。もどかしい思いが募る。

電話班には、東京家政大学の松岡洋子准教授（高齢福祉論）のゼミの学生らも参加する。かねて運営に協力しており、前回の緊急事態宣言下での電話作戦では、ワクチンの接種予約を話題にした。

同大3年の中村綾乃さんは、「(率直に)話ができるよう、事前に学生の写真入りのチラシを配布してから電話した。いろいろな話を聞くことができた」と言う。

■居場所があれば待っている人がいる…

ワクチンの予約ができずにいた人は地域の支援者につないだ。きちんと予約できていたのは、子どもや孫に代行してもらった人たち。つながりがあるかないかで生活していく力に差が出るのは、コロナ禍でも平時でも変わらない。

あうねっと参加者の平均年齢は83歳。支える住民ボランティア「シスターズ」の平均年齢は73歳。今はほぼ全員がワクチン接種を終えたこともあり、矢沢さんは、もう少し流行が落ち着けば活動を再開できるか、と思いをめぐねる。

「居場所があれば待っている人がいる。あうねっとに行くために前々日から体調を整え、当日はストレスを発散し、終了後の余韻も含めて週3、4日は元気でいられる」と話している。



写真：記憶のトレーニングでは、草かんむりの漢字を出しあった

7.1.7 【まちから】福祉現場の「ヒーロー」に秋田の若狭さん

高齢者や障がい者の介護、乳幼児の保育など社会福祉の最前線で活躍する若手職員を表彰する全国大会「社会福祉HERO'S（ヒーローズ） TOKYO 2021」が開催された。会場には福祉に関心を持つ俳優、神尾楓珠（ふうじゅ）さん（23）もゲストとして登場し、参加者にエールを送るなど、福祉や介護職を目指す若手人材に働きかけるイベントの様子を伝えた（22年3月19日付）。

■ eスポーツ活用でリハビリにつなげる

イベントは全国社会福祉法人経営者協議会が主催。社会福祉、介護事業での担い手不足が指摘される中、その印象を変えることを狙いに企画された。2018年に始まり、今回で4回目。「福祉の仕事の魅力を広く若者に伝え、離職率の改善、人材確保につなげたい」（主催者）という狙いがある。全国の社会福祉法人で働く20-30歳代の若手スタッフを募り、「社会福祉版の甲子園」として、その挑戦者をヒーローとして表彰する。

この日は、各地から応募があった中から選ばれたファイナリスト6人がオンラインで登場。各福祉施設で働く若手職員が、福祉現場での実際の取り組みについて巧みにプレゼンテーションを行った。



写真：「ベストヒーロー」賞に輝いた秋田市の若狭利伸さん（モニター内）

会場の6人の有識者と全国からオンライン中継を視聴した大学生や福祉専門学生らがファイナリストを審査した。その結果、2021年のグランプリ「ベストヒーロー」賞には秋田市の若狭利伸さん(32)が選ばれた。若狭さんは同市内の障がい者支援施設「ほくと」で作業療法士として勤務。入居する利用者にリハビリの一環としてゲーム対戦競技である「eスポーツ」を2年前から活用している。この日のプレゼンでは、「ゲームをすることが認知機能に働き、リハビリにもつながっている」と説明し、利用者向けにゲームのコントローラーをカスタマイズしていることなどを話した。昨年1月には、施設利用者がeスポーツの全国大会に出場するなど、リハビリにとどまらない存在になっている。

若狭さんは受賞について「びっくりしました。でもうれしいです」と喜びを語り、「福祉の仕事は本当に自分の職場だけでなく、住んでいる県や、大きく言えば世界とつながれる、すごく面白い職業だと思います。これからも、自分がやってきた活動を続け、どんどん発展させていきたいです」抱負を語った。

■強みを生かす活躍が印象深いー神尾さん

この日、スペシャルゲストで登場した、神尾さんは両親が医療や介護関係の仕事をしていることから、福祉にも関心があるとしたうえで、「それぞれの方がその得意なことや強みを生かして活躍しているのが印象深く、聞き入ってしまいました。(福祉の現場で)やれることは限られていると思っていたけれど、音楽療法やeスポーツなどを取り入れ、発想の転換でいろいろな可能性が広がるのが分かりました」と感想を話した。

俳優としては、過去に高校教師の役を演じたことがある神尾さんは、今回のプレゼンを見て「保育士を演じたいと思いました。パンチの強い個性的な人物を演じたい。子どもたちと一緒に走り回ったり…」と笑顔で話した。そして、「プレゼンを見て、福祉の仕事に興味を持てるように感じましたし、これが広がっていくことに期待したいです」と福祉の現場で働く人たちにエールを送った。



ゲストで登場した神尾さん

7.1.8 【先輩から】梅ちゃんの 介護のおしごと入門

介護職の待遇や資格などについて、介護福祉士の梅本聡さんがやさしく解説する連載を掲載した。第1回の「介護職の給料は安いのか？」(21年9月17日付)から最終回「就職がすべてではない専門性」(22年1月19日付)まで8回にわたり、図表なども使って説明し、介護職の実態に迫り、その理解を深めてた。



梅本聡さん

筆者の梅本さんは1974年生まれで、介護コンサルティング、研修会講師などを行う「キューシップ」代表。一般社団法人「千葉県認知症介護指導者の会」会長。身体障害者施設、特別養護老人ホームに介護職、生活相談員として勤務。認知症グループホームではホーム長を務め、入居者が掃除・洗濯・炊事などの日常生活行為から「自分でできることは自分で頑張る」を基本とした自立型支援を実践してきた経験を踏まえ、仕事の実際を解説していただいた。



おすすめ

先輩から

■給料や休み、資格についても説明

各回のテーマは下記のとおり。

第1回＝介護職の給料は安いのか

第2回＝介護で給料を上げる方法

第3回＝体力的にきついのか

第4回＝介護業界は休みが取りにくい？

第5回＝休みが取りにくそうなイメージ

第6回＝どうスタートする？

第7回＝資格取得のメリット

最終回＝就職がすべてではない専門性

第8章 SNS

8.1 SNS ページの目的と制作

本プロジェクトのターゲットが介護無関心層もいることを視野に、その層が「ゆうゆうLife」のウェブサイトアクセスしやすい環境をつくるには工夫を要する。ターゲット層が普段から情報収集のために利用している SNS の活用を考えた。コンテンツを投稿することで、イベントや記事コンテンツに興味関心をもたせ、ウェブサイト「ゆうゆうLife」への誘導を目指した。まず、SNS (Facebook、Twitter) による子育てを終えた世代の女性層にアプローチ。ユーザーと交流し、ファンを増やすことを狙った。

企業とユーザーが直接コミュニケーションをとることは困難なものだったが、SNS の一般化でそれが可能になりつつある。積極的にフォロワーと交流を図り、自社のファンを増やす目的には、企業 SNS は非常に有用である。

SNS を活発に利用している世代でもあり、SNS との親和性が高いと見込み、それによる情報発信に努めた。

(1) ユーザーとの接点を増やし、認知拡大できる

企業の SNS 活用の最大のメリットは、SNS を通じてユーザーとの接点を増やし認知拡大ができることである。スマートフォンの普及によって、生活の中で SNS の利用者は増加している。総務省の「平成 29 年版情報通信白書」によると、SNS の利用率は 2016 年で 71.2% となっており、社会の中で定着が進んでいる。

SNS で発信した情報はシェアなどで情報が拡散されると、さらなる認知拡大や新たな顧客獲得へ繋がることも期待できる。

商品やサービスの情報収集のために SNS を利用するという人も増えており、SNS 上での情報は購買行動も左右する重要な役割を担っている。

(2) 自社のファンを作ることができる

SNS を通じて自社のファン作り、育成ができるのもメリットとなる。

企業とユーザーは SNS 上では直接コミュニケーションができる。

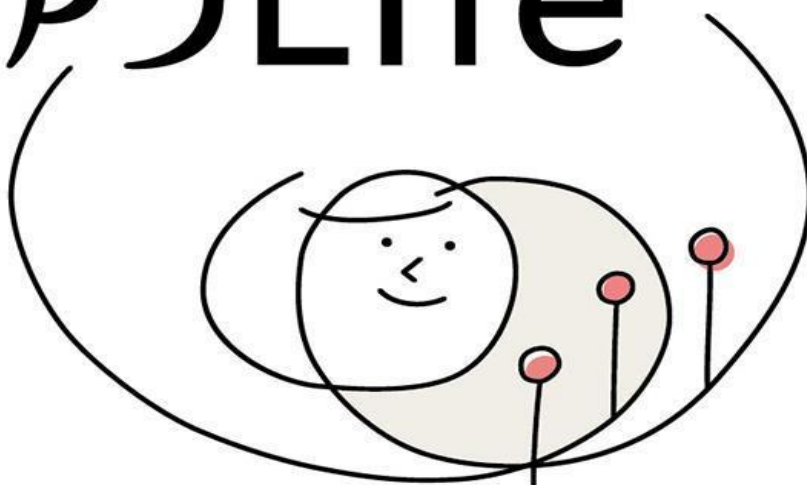
コメントや「いいね！」など企業側からの直接アプローチによって、ユーザーの参加意識の向上も見込める。

特に、企業がアカウントの人格を公開して、共感されるコミュニケーションを継続しているアカウントは熱狂的なファンを作り、LTV (Life Time Value=顧客生涯価値) の高い顧客へと育成することに成功している。

(3) ユーザーや他社と共創することができる

ユーザーはもちろん、業界を問わずに様々な企業と共にイベントや時流を作り出すことができる。SNSで行われる双方向なコミュニケーションでは、企業からの発信に対してユーザーからリアルタイムに反応が期待でき、生の声や意見を吸い上げられる。それによって吸い上げた意見を商品に反映した事例も少なくない。

ゆうゆうLife



8.2 SNSの運営

■Facebook

Facebookはもともと、30代～50代のユーザーが最も多く、今回の事業ターゲット層と合致する。そのため、オンラインイベントに出演するゲストのファン層を考慮して、イベントの開催を予告したり、周知するための媒体としても運用した。投稿を読むことで、リンク先の情報の概要がつかめるような文章を心がけた。イベントの周知などにおいて、Facebook広告も随時出稿した。ちなみに、Facebookビジネスアカウントでは、企業のFacebookページを作成できる。ページ内にイベントや広告を作成でき、Facebook上でシームレスに情報を公開することが可能である。コミュニティ機能を利用すると、フォロワー同士がグループ内で交流できるようになるので、属性ごとに交流して意見を吸い上げられる。

■Twitter

Twitterは、Facebookに比べて若い世代の利用が多いが、情報拡散力は圧倒的に高い。

こちらも、オンラインイベントに出演するゲストのファン層を考え、イベント開催を予告したり、周知するための媒体として運用し、Twitter広告も出稿した。なお、Twitterは特

にテキストが短文なため、画像で目を引くなど工夫した。イベント開催中も情報を発信し、介護のしごとの魅力を伝達するように務めた。

なお、Twitter は、リプライ機能や RT (リツイート) など、リアルタイムでユーザーとコミュニケーションが取れる。Twitter の企業アカウントの強みは、直接コミュニケーションを通じて企業アカウントとしての人格に好意を抱いてもらうこと、そして企業の存在を身近に感じてもらうことである。産経新聞社らしく、有益な情報をユーザーが比較的に来やすい時間帯に発信するようにした。



■各 SNS 運営で気をつけていた注意点

SNS を利用した情報発信を行うことには、炎上リスクがを伴う。炎上を未然に防ぎ、リスク回避をするためにぜひ策定しておいたのが、ソーシャルメディアガイドラインである。

SNS は全世界に対して発信しているという自覚や心構えを明確にすることで、不用意な投稿の防止に繋がる。SNS はリアルタイム性が強いため、問題発生後の対応を迅速に行えるかどうか、それが悪い影響を最小限に抑えるためのポイントとなる。

問題発生時に即対応できる体制を整えておいた。

■ユーザーにとって魅力的な投稿が必須

SNS は自社の宣伝ができる無料ツールではなく、コミュニケーションによって生活者と関係を築いていくためのツールである。そのため、ユーザーにとって魅力的な投稿をしなければ

ばならない。SNS 上のトレンドをキャッチアップして、生活者と一緒を楽しみながら自社の魅力を発信した。

■長期的に継続した運用を実施

SNS は関係構築がカギとなるが、そのためには継続的な更新が必要である。

更新頻度が落ちたり、停止してしまったりするとコミュニティの中で疎遠になってしまいがちとなる。「ユーザーとの関係値」という資産は、更新を続けているからこそ得ることができるものだ。

最初は週に 2~3 の更新から始め、だんだんと更新頻度を高め（毎日 1~3 記事）、長期的に継続可能な更新態勢を作るようにした。

ユーザーから「いいね」やリツイート、コメントをもらった際は、可能な限り反応、交流をし、ファン獲得にも努めた。

8.3 拡散支援

SNS 広告（Twitter、Facebook）、産経ニュース広告（おすすめ情報欄、インフィード欄）、Taboola、Outbrain 上記のツールを駆使して拡散。

クリック率が格段にあがった

令和 3 年 12 月 15 日から、モデルで介護福祉士の上条百里奈さんとフリーアナウンサーの町亞星さんによるオンラインイベント配信のため、Facebook 広告に出稿。

上条さんのファン層や、町さんのファンも意識し、拡散した。

オンラインイベント開催約 1 カ月前から各 SNS で PR した。



12/15(水)から期間限定で無料オンラインイベント「介護のおしごとのリアル DISCOVERY 介護～3人のトップランナーに密着～」をインターネット配信します🌟
介護の仕事に興味のある方、また現役介護業界で働く方も必見！
下記よりご登録してご視聴ください！

youyoulife.jp/topics/5330/

ゆうゆうLife
無料オンラインイベント
介護のおしごとのリアル
DISCOVERY 介護～3人のトップランナーに密着～
12月15日(水) 12:00より 配信開始
◆出演者
ゲスト/上条百里奈
司会進行/町亞聖
3名の介護職の方々

産経新聞社コンシューマ事業部
広告
12月15日(水)から期間限定配信！
介護の仕事に興味のある方、現役介護業界で働く方も必見の無料オンラインイベント！

「DISCOVERY介護～3人のトップラ...」
詳しくはこちら

令和3年2月21日から、介護DXのトップランナーをゲストに、介護のおしごとのリアルを聞くオンラインイベント配信のため、Facebook 広告、Twitter 広告に出稿。

オンラインイベント開催約1カ月前から各SNSでPRした。



無料オンラインイベント
【介護のおしごとのリアル～介護DXのトップランナーに聞く】
2/21より配信開始！！

詳細、お申し込みはこちら
youyoulife.jp/topics/5490/

ゆうゆうLife
無料オンラインイベント
介護のおしごとのリアル
介護DXのトップランナーに聞く
◆出演者
ゲスト/阿武幸美(青藍会グループ副代表)
司会進行/町亞聖

8.4 SNS 活用のまとめと今後の施策展開時の提案

単に SNS に告知を出すだけでなく、SNS 広告を活用することで、より広く情報を伝えることができた。これは SNS の特性でもあるが、twitter におけるリツイート等はある一定数を超えることで拡散効果が発生し、情報の伝達スピードが格段に上がる。

実際に今回 SNS 広告を用いた前後では、クリック率など大きく変化していることが分かり、適切な SNS 広告の投入は有効であると考えられる。

告知においては動画投稿の効果が大きいと考えられる。実際に動画投稿により多くアプローチができており、当日のオンラインイベントのイメージを伝える上でも効果的だったと考えられる。

また、今回の結果（第1回と第2回の違い）から、イベントのゲストと活用する媒体の種類には相性があることがより明確になった。

ゲストに合わせて選択することはより強い情報拡散につながると考えられる。

これらを踏まえ、今後の施策展開時に有効なのは、以下が考えられる。

(1) SNS だけに留まらないメディアの活用

イベント情報の提供においては、インターネット上のメディアツールである SNS の活用に留まらず、紙やラジオなどの他メディアを併せて活用することが、より強い好方向を得られると予想される。特に今回のイベントの性質上、メインターゲット層に対して有効なメディアは顧客層に併せた戦略を立てることがより有効であると考えられる。

(2) 顧客層を広げ留めるための SNS の活用

顧客層の属性にかかわらず、SNS を活用した広報は一般に広くアプローチするために有効なツールだ。何かしらの機会に情報に触れていることで、関心が無かった層も見込み顧客に変わることが長期的には期待できる。また SNS はイベントへの入り口としても有効であり、情報を見た当人はイベントに関心を持たなくても、家族や友人に伝える効果も期待できる。

この時、重要となるのが SNS 以外のツールとなる。

(3) 多メディアを利用したシナジー効果による情報拡散

ラジオや紙媒体は比較的中・高年齢層に有効なツールである。SNS で情報を見た家族にイベントを勧められても、当人としてはラジオや紙媒体で確認したいと考える事も予想されるほか、実際にその情報をラジオで聞くなどすれば、イベントへの関心が非常に高くなることが予想される。このようにメディアミックス的に展開するのは有効と考えられる。

多媒体を活用する場合、その準備が課題となるが、SNS で用意した動画広告の音声を流すなど、予めメディアミックスを考えて戦略を練り進めることで、低コストで高いパフォーマンスの広報を行うことは可能となる。従ってメディアミックスによる広報シナジー効果を踏まえた広報戦略策定は現実的で有効であると考えられる。

(4) 誰が情報へアプローチしているかの分析の必要性と情報収集方法

これらの広報戦略推進において鍵となることは、顧客層の属性がどのようになっているかである。これを明らかにすることも今後の戦略策定に重要だ。

属性分析においてはイベント時のアンケートなど従来の方法も有効だが、対象者がイベント出席者に留まってしまうという欠点もある。誰が本当に情報を必要としているかを知ることが、イベント集客において非常に重要であり、この情報は可能な限り多くから得たい。

情報を取得するために実施可能で現実的かつ有効なツールは Google Analytics 等の web ツールの活用である。もちろん web ツールなのでインターネットを活用する層が中心となることは注意が必要だが、高齢者によるインターネット利用率も上昇している現状を踏まえても情報収集に有効であることは間違いない。

SNS や web ページに設置した情報分析ツールから情報を得て解析を行うことは、広報効果の結果を見るだけに留まらず今後のイベント実施における広報戦略に有効な情報を得ることが可能となるため、これらの活用を考えた展開が有効といえる。

以上から、今後の広報戦略について提案する。

広報においては SNS の活用をはじめ、ラジオや紙媒体と連携したメディアミックス的な広報戦略の実施が有効であり、多メディアを利用したシナジー効果を踏まえた広報展開が有益と考える。

広報で用いる情報は、動画を用いることが今後の鍵といえる。動画で関心を高め、広くアプローチすることが可能になるからだ。

また単に情報を発信するだけでなく、Google Analytics 等を用いた情報分析の活用も効果があると考えられる。

現状においては情報発信ごとの量的な効果測定に留まっている側面は否めないが、さらに一歩進めて取得した情報を次のイベント成功に繋げるという考えを加えることが重要だ。

情報の分析・活用について注意しないといけないことは、戦略を立てることだ。事前に実施するイベントを踏まえ、どんな情報が必要で、次に繋げるためには何を知りたいかを明らかにした上で分析項目を設定。そこから情報収集しなければ効果的な戦略は立てることができない。これらの戦略策定は綿密な準備が必要なため即応性に欠けるが、長期的な視点で見れば大きな財産になると言える。

第9章 新聞・他媒体によるPR施策

9.1 媒体の多様化による情報発信

これまで述べてきたウェブサイトや SNS、イベント以外にも、季刊誌、新聞などの媒体で、介護の魅力に関する情報を発信してきた。

狙いは、多様な媒体を活用することで、より広範囲に介護のしごとの魅力を伝え、入門的研修にも興味を持ってもらうことだ。ウェブや SNS はインターネット上の情報発信であり、産経関連の別のウェブサイトを利用するとともに、ターゲット層である「子育てを終えた層」に広く情報を届けるには、紙媒体や特性をもった媒体も併用する必要があると考えた。また、オンラインイベントへの告知掲載で、参加を広く呼び掛けることを考えた。

そこで、産経新聞社が属するメディアグループの多様な機能を活用することとした。

具体的には、①季刊誌「終活読本 ソナエ」 ②産経 iD (産経新聞グループのサービスを便利に利用できる共通オンライン ID) 公式HP ③産経ニュース (ウェブサイト) ④産経新聞全面広告を全国版で掲載したのをはじめ、本紙生活面では元アイドルグループのタレント、新田恵利さんが介護経験をつづった記事などのほか、「ウェブ産経」面ではオンラインイベントの配信についての告知を掲載した。

ターゲットは、SNS、イベントなど他の施策と同様に「30代から60代の主に女性」を中心に、60代以上も視野に入れた。マスメディアやそれに類する媒体を利用するため、ターゲット層の中でも「介護への無関心層」にアプローチすることも意識して取り組んだ。

内容は、介護サイト「ゆうゆうLife」で記事化した、コロナ禍においても、工夫しながら介護活動を展開し、心身のケアに知恵を絞ったグループや未経験で介護のしごとを選んだ元力士を紹介するなど、ターゲット層が興味をひくケースを取り上げた。

また、無料オンラインイベントの告知をはじめ、全面広告では介護現場で働く人物の紹介や漫画を掲載し、介護職へのイメージアップを図った。

以下、各施策について解説する。



図9-1 新聞・他媒体によるPR施策

9. 2 各施策の特集およびコンテンツ

9. 2. 1 季刊誌「終活読本 ソナエ」

季刊誌「終活読本 ソナエ」（産経新聞出版）には、介護サイト「ゆうゆうLife」で紹介した記事を再掲載した。同誌の主なターゲットは、50代以上の男女であり、本事業のターゲット「30代～60代の主に女性」と重なる。また、介護と終活は関連性も高く、読者の関心を引くと考えた。

内容は、無料オンラインイベントの司会を務め、自身も介護現場の経験のあるフリーアナウンサー、町亞聖さんのコラム（2021年2月19日と26日に「ゆうゆうLife」に公開）を抜粋した記事をはじめ、未経験で介護の仕事を選んだ元力士の紹介（2021年8月13日に「ゆうゆうLife」に公開）、コロナ禍においても工夫しながら介護活動を展開するグループの紹介（2021年9月3日に「ゆうゆうLife」に公開）、また要介護者の高齢者が日中を過ごすデイサービス事業所の活動の紹介（2022年2月4日「ゆうゆうLife」に公開）など、幅広いテーマで取り上げた。

完全保存版 プロが回答「お墓の悩み」 買い方 跡継ぎ 墓じまい

2021年 夏号

終活
読本

ソナエ

vol.33

定価970円(本体882円+税)
NIKKO MOOK

お墓の悩み

30の疑問に
プロが回答に

買い方から跡継ぎ、
永代供養、墓じまいまで

俳優 赤井英和

ヘルパーと
上手につきあう心得

目

寿命を延ばす

白内障、緑内障に負けない生活習慣

どうする 親の不動産

実家を「放置空き家」にするな

図9-2 「終活読本 ソナエ」 2021年夏号表紙

定年後の生前整理 年齢別「片付けマニュアル」で予習・復習

2021年 秋号

終活読本

ソナエ

vol.34

定価970円(本体882円+税)
NIKKO MOOK

終活の最前線
青山葬儀所が閉鎖中
檀家は大変 寺に住職不在
同居世帯で孤独死多数

入門
イスラムの葬儀
コロナ・ストレス発散法
イライラ募る高齢者



定年後の生前整理

年齢別「片付けマニュアル」で予習・復習

服、本、ブランド品 読者投稿から学ぶ整理術

読者プレゼント 「坐禅専用クッション」

舞の海秀平さん
相撲・葬儀 墓の伝統を語る

図9-4 「終活読本 ソナエ」 2021年秋号表紙

第一の土俵は介護職

気配り、目配りが「得意技」

介護事業がブレイクした後は、東京都品川区、利用者のケアを担う元力たちが世と向き合い始めた。元在相模さんには、その体力を注ぎながら介護が面白くなるまで、推挙も受け入れた。元在相模さん「介護が面白くなるまで、推挙も受け入れた。元在相模さん「介護が面白くなるまで、推挙も受け入れた。元在相模さん「介護が面白くなるまで、推挙も受け入れた。」

力の世界への仕事「通じ」

介護事業がブレイクした後は、東京都品川区、利用者のケアを担う元力たちが世と向き合い始めた。元在相模さんには、その体力を注ぎながら介護が面白くなるまで、推挙も受け入れた。元在相模さん「介護が面白くなるまで、推挙も受け入れた。元在相模さん「介護が面白くなるまで、推挙も受け入れた。」



右隣りに寄り添うように語りかける中相模さん

100歳時代の新介護

2001年5月、介護職は12年間の土俵生活に別れを告げ、介護業界で活躍する元力たちが世と向き合い始めた。元在相模さんには、その体力を注ぎながら介護が面白くなるまで、推挙も受け入れた。元在相模さん「介護が面白くなるまで、推挙も受け入れた。」



身長190センチを超える岡田さん(左)と中相模さん

これができるれば人生満足！

介護保険でかなわない願い、ボランティアで

介護保険制度でカバーできない年寄りの願いを、地域のボランティアと一緒にかなえる取り組み。東京都千代田区の高齢者福祉施設「かんたん」のボランティアグループ「すみれ会」が行っている。元在相模さん「介護が面白くなるまで、推挙も受け入れた。」



想定のケア人に思われた女性(右)。ボランティアの介護士(左)と会話しています

優しい祖母が福祉へのきつかけ
福本さんが福祉の道に入ったきっかけ



店舗で高齢者を介助する福本さん(前列中央)、ボランティアさん(前列右側)

介護保険制度でカバーできない年寄りの願いを、地域のボランティアと一緒にかなえる取り組み。東京都千代田区の高齢者福祉施設「かんたん」のボランティアグループ「すみれ会」が行っている。元在相模さん「介護が面白くなるまで、推挙も受け入れた。」

忘れられない出会い
最初に介護士のお年寄りのグループホームで、大きな声にふつふつと元在相模さんは身を任せ、お年寄りが、福本さんの食事を担当する。一本頼

ゆうゆうLife
高齢者専門のケアを専門とする介護施設「ゆうゆうLife」のグループホームです。
https://yuyoulife.jp

図9-5 「終活読本 ソナエ」 2021年秋号

おひとり様必見 「死後事務」の予習 一番困るのは保証人探し

2022年 新春号

終活
読本

ソナエ

vol.35

定価970円(本体882円+税)
NIKKO MOOK

最新終活事情

コロナ鎮静「お別れの会」開催が相次ぐ
相続・贈与が大きく変わる 税制改革情報

未来に託す 人生最後の恩返し
遺贈寄付 入門

おひとり様必見

誰に?どこに託す?

「死後事務」の予習
終末期の入院保証、死亡届、葬儀・納骨、年金各種事務…

初めて手にする「終活カード」
ゲーム感覚で死生観を学ぶ

デジタル遺言

流行の理由と、アプリの賢い選び方

俳優 堤真一さん
家族を命がけで守りたい

図9-6 「終活読本 ソナエ」 2022年新春号表紙

生きる力はつながり次第

「コロナフレイル」電話班が立ち向かう

新型コロナウイルス感染症が止まらない中、高齢者の心身の健康が心配されている。いわゆる「コロナフレイル」(新型コロナウイルス感染症によるフレイル)の増加が懸念されている。



東京大学大学院学生も参加。若い人は大人も。心輪が失防止委員会

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

100歳時代の新介護

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

介護は体力的にきついのか？

「持ち上げない」技術に注目



終老介護のための機能を試す人たちも(イメージ)

「体力的にきつい」と感じる人も多い。介護の仕事に、そんなイメージを持っていてはならない。介護の仕事は、持ち上げる技術が重要だ。持ち上げる技術は、介護の仕事で最も重要な技術の一つである。持ち上げる技術は、介護の仕事で最も重要な技術の一つである。持ち上げる技術は、介護の仕事で最も重要な技術の一つである。

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」「誰かが出なくてはならない」

ゆうゆうLife

高齢者福祉のケアするウェーブマガジン

1998年創刊。福祉の専門知識を有する介護従事者の経験豊富なスタッフが、読者のために、最新の介護情報をお届けします。

https://youyuu.life.jp

図9-7 「終活読本 ソナエ」 2022年新春号

完全保存版 5年後、10年後の終活 いつか来る「その日」のために

2022年 春号

終活
読本

ソナエ

vol.36

定価970円(本体882円+税)
NIKKO MOOK

完全
保存版

これからの
終活

長く、つきあう
腰痛・ひざ痛
徹底解説
話題の「痛みナビ体操」

サブスクのお墓

弔い直し

頼りは自治体

お寺が窓口

女優作家 申江有里さん

世界3位 日本でも急増中
ヒンドゥー教の死生観

図9-8 「終活読本 ソナエ」 2022年春号表紙

9. 2. 2 産経ニュースと産経iD

産経ニュースと、産経iDの公式サイトには、無料オンラインイベントの告知を掲載した。産経ニュースは産経新聞社のニュースサイトで、同サイトの「おすすめイベント情報」枠に同イベント第1回を掲載した。

PC(パソコン)の月間ページビュー(PV)は2254万9000PV、SP(スマホ)の月間PVは、3600万9000PV(2020年10月-2021年9月平均 Google Analytics)。男女別においては、PCでは約3割が女性で、25歳から64歳までが全体の7割を超す。SPでは5割近くが女性を占めており、25歳から64歳までが全体の8割となっており、本事業のターゲット層である「30代~60代の主に女性層」に合致している。

産経iDとは、産経新聞グループの各サービスを便利に利用できる共通オンラインID(会員組織)。登録者数は約30万人(2022年1月時点)を超えており、その3割超が女性の登録者にあたる。うち30代から60代が7割を超えており、こちらも、本事業のターゲット層である「30代~60代の主に女性層」と合致している。

内容は、産経ニュースには、無料オンラインイベント第1回にあたる、11月24日収録の「介護のおしごとのリアル DISCOVERY 介護~トップランナー3人に密着~」の告知を掲載した。産経iDのサイトには、「介護のおしごとのリアル DISCOVERY 介護~トップランナー3人に密着~」と、同イベント第2回となる、2022年1月17日収録の「介護のおしごとのリアル 介護DXのトップランナーに聞く」の告知を掲載した。前者は2021年12月18日に初配信し、後者は2022年2月21日に初配信した。



図9-11 産経iDの公式サイト トップ画面の第1回無料オンラインイベントのバナー



無料オンラインイベント

介護のおしごとのリアル

 DISCOVERY 介護 ～3人のトップランナーに密着～

◆出演者 ゲスト／上条百里奈
 司会進行／町亞聖
 3名の介護職の方々





**上条百里奈さん、無料オンラインイベント
 「介護のおしごとのリアル」にメインゲストで出演!**

【イベント概要】

イベント名：「介護のおしごとのリアル」

DISCOVERY 介護～3人のトップランナーに密着～」

出演：上条百里奈（介護福祉士・研究員・モデル）

町亞聖（フリーアナウンサー）

3名の介護職に就いている方々

配信期間：12月15日（水）12:00～2月18日（金）23:59まで

視聴料：無料

視聴方法：インターネット配信

**※視聴をご希望の方は、
 お申込みが必要となります。**

視聴 お申込みサイト
 (<https://id.sankei.jp/>)
 よりお申し込みください。

お申込みいただいた方に視聴用のURLをメールでお知らせいたします。



ゲスト 上条百里奈 司会進行 町亞聖



図9-12 産経ID公式サイトで告知した第1回オンラインイベント概要

ゆづりLife  

無料オンラインイベント

介護のおしごとのリアル

介護DXのトップランナーに聞く

◆出演者

ゲスト／阿武幸美(青藍会グループ副代表)

司会進行／町亞聖



図9-13 産経IDの公式サイト トップ画面の第2回無料オンラインイベントのバナー

9. 2. 3 産経新聞

「産経新聞」全国版朝刊には、介護職のイメージアップを図る全面広告を出稿した（2022年3月21日掲載）。購読者の年代や発行地域が広く、これまで使用した各媒体で到達できない層など幅広く網をかけられるためだ。

内容は、介護現場で活躍する人物の紹介をはじめ、介護サイト「ゆうゆう Life」で好評の赤羽みちえさんの漫画「のんびりいこうよ」で全面広告用の新作書き下ろし、介護職の魅力を伝える記事で構成した。写真は、いきいきとして働く瞬間の表情をとらえ、やりがいを感じさせた。さらに、各者の「現場での生きたコメント」を掲載し、幅広い読者に介護の仕事の魅力を訴求できるように努めた。

記事部分では、介護のしごとの「本音」に迫り、やりがいや介護の仕事内容などに触れ、幅広い世代に呼びかけようと考えた。

また、本紙生活面では、未経験で介護の仕事を選んだ元力士らの紹介（2021年8月20日）ほか、かつてアイドルグループ「おニャン子クラブ」で活躍したタレント、新田恵利さんが介護経験をつづった記事（2021年10月29日）などを掲載した。

さらに、イベントなどの情報面「ウェーブ産経」（東京版、毎月第4日曜掲載）に、第1回オンラインイベントの配信情報の告知記事（2021年12月26日）を掲載した。こちらでも本事業のターゲット層「30代から60代の主に女性」をはじめ、幅広い世代に呼びかけると考えた。

支えられ、支える。

介護福祉士
小嶋育子さん(37) 東京都在住
株式会社 太平システムサービス

ご入居者様から「ありがとう」と言われたとき、笑顔を引き出されたとき、昔話をお聞かせ頂いたとき、そしてご家族様にも笑顔が見えたとき... 介護にはお礼の「感謝」「感謝」「感謝」があります。

介護福祉士、社会福祉士
上田隆文さん(41) 山口県在住
社会福祉法人 青森会

この仕事に就いて18年余り。いろいろな変化はありますが、「ありがとう」と言うていただけるとき、ありがたさを感じ、いい仕事だと思える瞬間に変わります。

介護福祉士
三津木伸一さん(27) 東京都在住
社会福祉法人 三井物産

入居者の方の声掛けや支援の様子を見て、だんだん慣れてきたと思える瞬間に、ありがたさを感じます。「ありがとう」と必要とされているのは嬉しいですね。

介護福祉士
小川真奈美さん(37) 東京都在住
Laugh Talk(ラフトーク)株式会社

ご本人やご家族の困りごとと一緒に考え、一日一日を自分らしく大切に過ごしていただけたら幸いです。ご利用者の方やご家族が笑顔になってくださることで、ありがたさを感じます。

のんびりいこうよ
赤羽みちえ (番外編)

① わたしのおうち
② 最期のじかん

介護のしごと 伝えてます

魅力的な仕事なのに、それが伝わらない。介護職の本音からは、そんなもどかしさが伝わってくる。介護は、人が生きることに伴走する仕事だ。日々の暮らしの中で楽しみや生きがいを共有する。ときには人生のドラマを共にし、家族と一緒に最期の瞬間に立ち会うことも。「人の人生、こんな瞬間に見られる仕事はありません。」(介護福祉士、47)

相手は百人百様で、暗黙に感じる言葉も違えば、反応も違う。表情を見ながら、反応を見ながら距離を縮めていく。相手にかけた言葉や対応が、バチッと「はまる」ときがある。それが充実感! (介護福祉士、47)

「介護はすごいクリエイティブで難易度の高い仕事です。」(介護福祉士、48)

キャリアアップの道筋が明確だから、無資格で働き始めて、国家資格の「介護福祉士」を取得する人が少なくない。国は「入門的研修」や「初任者研修」などのカリキュラムを用意している。関心があれば自治体に相談してほしい。

実際に介護に関わる以外にも、多くの周辺業務がある。介護予防プログラムに協力したり、事業所で食事作りをしたり、勤務形態もリフレッシュがある。ケアするウェブマガジン「ゆゆうLife」で紹介しているので参考にしてほしい。

ゆゆうLife 産経新聞社のケアするウェブマガジン「ゆゆうLife」は、介護を必要とする一人ひとりの人生に寄り添い、つながる関係や暮らしを提案します。

このページは、令和3年度厚生労働省「介護のしごと魅力発信等事業(子育てを終えた層向け)」として制作・掲載しています。

<https://yoyoulife.jp/>

図9-15 産経新聞全国版朝刊 2022年3月21日掲載

介護、みとった新田恵利さん

主役は母 その意思を反映



存じし日の母、新田ひで子さんと新田恵利さん（いずれも提供写真）

にった・えり 昭和43年生まれ、埼玉県出身。60年、アイドルグループ「おニャン子クラブ」で芸能界デビューし、中心メンバーとして活躍。61年、ソロ曲「冬のオペラグラス」がヒット。現在はタレントとしてテレビ出演のほか、執筆や講演活動なども行っている。

かつてアイドルグループ「おニャン子クラブ」で世を風靡したタレントの新田恵利さん53。今年3月に6年半の在籍介護の末、82歳の母ひで子さんをみとった。その介護の日々をまとめた「梅いなし介護」(主婦の友社)を月に出版。新田さんに介護経験が豊富だと支えられていたことがよくうかがえていた。



介護職に任せきりでなく、できるだけ母の近くにいることを心がけた

「40日間のリハビリ入院をした」と言いつつ、母がままな母が好きな病室に耐えつづけた。そんな心配を全く入院中、スタッフさんと良い関係が築けたことで、退院時には寄せ書きも写真入

「かっこいい」は、2番目に重い「要介護4」と認定された。ケマネジャさんと作られた「訪問リハビリテーション」訪問看護「週1回の訪問入浴」。リ安と梅さんが先立ち「女性

「かわいくなつて」 新年が明け3年になると、母の食欲はみるみる減退。衰弱し短期入院したことが、ひどい舞踏床すれ、がででしい、棉毛後は毎日、訪問看護をお願いしました。

「かわいくなつて」 新年が明け3年になると、母の食欲はみるみる減退。衰弱し短期入院したことが、ひどい舞踏床すれ、がででしい、棉毛後は毎日、訪問看護をお願いしました。

Advertisement for 'youyouLife' (ゆうゆうLife) with a QR code and website URL: https://youyoulife.jp/

図9-17 産経新聞全国版朝刊 2021年10月29日掲載

ウェブ産経

新規登録 募集しています

登録・年会費 無料



産経ID会員登録、
掲載イベント、
商品情報の詳細は
こちらから



お問い合わせ 0570-033-433 (午前10時~午後6時)
申し込み <https://id.sankei.jp>

産経ID
産経IDとは、産経新聞の各種サービスを利用し利用できる共通オンライン会員証です。さまざまなイベントの優待や割引の案内を受けられたり、会員登録プレゼントに応募できたりするほか、ニュースサイト「産経ニュース」の会員登録記事(有料会員登録は除く)を読むことができます。登録は上のQRコードから「産経ID」のホームページにアクセスして、ご登録ください。

紙面に掲載されているイベント、プレゼントなどのお申し込みには会員登録(入会金、年会費無料)が必要です。旧ウェブ産経会員の方も、ウェブ上で会員登録手続きが必要です。購読者のQRコードから「産経ID」のホームページにアクセスして、ご登録ください。

産経Podcast

上野のパンダ、洗足栄一…
年末年始は音声作品で
東京・上野動物園で誕生した赤ちゃんパンダが、今年1月12日から一般公開されるのを前に、産経新聞社は、昭和47年にパンダが初めて日本にやってきたときの経緯を音声コンテンツで配信しています。また、好評配信の「神田麩の5分おぼろ」の神田史実列伝は、NHK大河ドラマ「青天を衝け」の主人公となり、令和6年度からは一円札のデザインになる御供米を再現しています。

アイコンの説明 食べる 最新情報 おすすめ
今回は 1月23日(日) 掲載予定です

おこたわり 新型コロナウイルス感染症対策で、ツアーやイベント、講座などは内容を変更、中止とする場合があります。あらかじめご了承ください。

落語の春 来年4月のおすすめ落語会

落語の春を先取り、産経新聞社が令和4(2022)年4月に主催する落語会3公演をご紹介します。
まずは4月2日午後1時から「けんこう一番! 春スペシャル 第二十回三選学業好演会」=写真左=を、よみうり大手町ホール(地下鉄大手町駅直結)で開催します。人気の独演会「けんこう一番!」の年に一度のスペシャル公演。恒例の音楽界からのゲストは落語界の佐藤和哉さんです。チケットは産経IDで、今月28日から販売開始です。



なかなか味わうことのできる民謡をじっくり、たっぷりとお届け。今回は「小歌の生い立ち」&「歌」を予定。珠玉の2席をお楽しみください。チケットは産経IDで販売中です。最後は4月23日午後1時に日経ホール(国)で開催される「第七十二回大手町落語会」=写真右=です。毎回多彩な顔ぶれでおなじみの本シリーズ、今回の出演は柳家さん、柳家権太楼、三選学業好、柳亭こちろ、三選平ん丈。チケットは産経IDで、来年1月7

日から販売開始です。チケットの購入と公演の詳細は右のQRコードから「産経ID」で売り切れた場合でも、一般プレイガイドに残額がある場合があります。

日から販売開始です。チケットの購入と公演の詳細は右のQRコードから「産経ID」で売り切れた場合でも、一般プレイガイドに残額がある場合があります。

「印象派・光の系譜」展 公式図録

日本とイスラエルの外交関係70周年を記念し、東京都千代田区三軒三郎美術館で開催中の「印象派・光の系譜」=モネ・ルノワール・ゴッホ・ゴッホ一展の公式図録を販売中です。日本初出の作品の彩色を含む全60点をカラーで掲載。本展の予習・復習だけでなく、会場に足を運ばない方にも最適な1冊です。代金は3500円(税・送料・配送手数料込み)。詳細は右のQRコードから。



船印帳「日本丸の巻」とガイドブック セットで

公式船印帳「日本丸の巻」と「船印めぐりプロジェクト公式ガイドブック」のセットを販売中です。「日本丸の巻」は船旅教育機関を支援する「船旅の巻」の最新号です。今回は数量限定で、在庫がなくなり次第販売終了となります。「船印めぐりプロジェクト公式ガイドブック」は香港の土産品、グルメ情報などを掲載。船旅の巻に必須です。代金は4200円(税・送料込み)。詳細は右のQRコードから。



「とちおとめ」予約販売受け付け中

いちごの収穫量で55年連続日本一を誇る栃木県から、ブランドいちご「とちおとめ」の予約販売を受け付けています。「とちおとめ」4P3500円(税込み、送料別)、栃木県から品種登録済みの新品種「とちおとめ」と三重県の「かおりの」の食べ比べセット5500円(国)などをご用意しています。詳細は右のQRコードから。



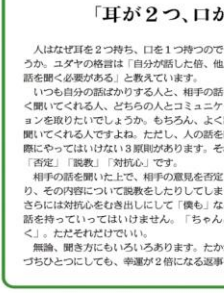
介護に迫る オンラインイベント

産経新聞社では、無料オンラインイベント「DISCOVERY 介護〜3人のトップランナーに密着〜」を配信中です。現在はフリーランスワーカーの町田望生さん、ゲストにモリゾウ、介護福祉士としても活躍する上条西里奈さん=写真左=を迎え、3人の現役介護職の方々と介護の仕事のリアルと魅力を語り合います。配信期間は令和4(2022)年1月31日まで、右のQRコードから視聴ください。



人見知り画家「さもちの美術」

「耳が2つ、口が1つ」から学ぶ傾聴力
人はなぜ耳を2つ持ち、口を1つ持つのでしょうか。ユダヤの格言は「自分が話した話、他人の話を聞く必要がある」と教えています。いつも自分の話ばかりする人と、相手の話をよく聞いてくれる人、どちらの人とコミュニケーションを取りたいでしょうか。もちろん、よく話を聞いてくれる人です。ただし、人の話を聞く際には「聞き手」の姿勢が重要です。それは「否定」「脱線」「批判」です。相手の話を聞いた上で、相手の意見を否定したり、その内容について脱線したりしてしまったり、さらには対話心をむき出しにして「僕も」と話を持っていくのは避けたい。「ちゃんと聞く」。ただそれだけでいい。無論、聞き方にもいろいろあります。たかが相手ひとつひとつにしても、幸運が2倍になる運命もある。



かつら・みやび 東京出身。45歳。化粧品店のトップセールスマンから落語家へ転身。令和3年2月、5人抜きで真打ちに昇進。

ポストに届くミニ花束 ロスフラワー活用

ポストに届く「テールフラワー」を1束888円(税込み)で販売中です。縦28cm、横12cm、厚さ2.7cmの箱に3〜4種類の花やグリーンを入れてお届けします。産経新聞社の「スマイルフラワープロジェクト」は、花を売る専らしを廃止しながら、コロナ禍で生花需要が大幅に減少している花業界の生産者や販売業者から生花を、格安で送ってもらう「ロスフラワー」の活用も推進しています。詳細は右のQRコードから。



お試しサイト「モラタメ.net」とコラボ企画 1月9日締め切り

会員数約110万人を誇るお試しサイト「モラタメ.net」は食品、日用品、飲料など幅広い商品が無料で「もろ、えたり、送料別償済のみで」タメ、せたりします。ホームページは右のQRコードからご覧いただけます。なお、今回の企画でご紹介している商品は「モラタメ.net」から提供を受けています。締め切りは令和4(2022)年1月9日です。産経ID印から応募ください。このコーナーは来月から不定期開催となります。

- ① 第一三共ヘルスケア「プラスラテ マルチケア アクリスタルケア ミント」1瓶を10人に ※医薬部外品
- ② オタフクソース「テンプツ めしもの素」1袋を10人に。
- ③ 大正製薬「リポビタンD X 60粒」1箱を10人に。 ※ビタミン含有保健剤、指定医薬部外品
- ④ 合資「青森産ドライアップル3種入り」1箱を10人に。
- ⑤ アース製薬「温素 薬明の湯」1本を10人に。 ※医薬部外品

【注】従来の「ウェブ産経」会員の方は、はがきでの応募も可能です。はがきに郵便番号、住所、氏名、年齢、電話番号、ウェブ産経会員番号、希望の商品を書き、〒100-8078 産経新聞社 産経ID事務局「プレゼント」係へ

図9-18 産経新聞東京版朝刊 2021年12月26日掲載

【媒体概要】

媒体名：産経新聞
形態：日刊新聞
体裁：プランケット判
発行部数：1,205,916部(日本ABC協会「新聞発行社レポート半期」2021年1月~6月平均)
価格：月ぎめ3,400円(税込み)

目次

	効果検証	2
	ウェブサイト「ゆうゆう Life」記事閲読による「介護のしごと」に対する意識変化	2
第10章	10.1.1 調査の目的と概要.....	2
10.1	10.1.2 調査結果.....	2
	ウェブサイト「ゆうゆう Life」新聞全面広告出稿後の効果測定	10
	10.2.1 調査の目的と概要.....	10
10.2	10.2.2 集計および効果の分析.....	10
	オンライントークイベント.....	19
	10.3.1 調査の目的と概要.....	19
10.3	10.3.2 集計および効果の分析.....	19
	(1) 第1回イベント「介護のおしごとのリアル DISCOVERY 介護～3人のトップランナーに密着～」	19
	(2) 介護のおしごとリアル ～介護DXのトップランナーに聞く～」	29
	(3) オンラインイベント第1回・第2回視聴モニター.....	41
10.4	入門的研修動画.....	58
	10.4.1 調査の目的と概要.....	58
	10.4.2 調査結果.....	59
10.5	10.4.3 入門的研修未修了者の状況.....	77
	きっかけコミュニティ.....	79
10.6	10.5.1 調査の概要と目的.....	79
	10.5.2 調査の結果.....	81
	事前調査.....	88
	10.6.1 調査の目的と概要.....	88
	10.6.2 集計結果.....	88

効果検証

ウェブサイト「ゆうゆう Life」記事閲読による「介護のしごと」に対する意識変化

10.1.1 調査の目的と概要

第10章

10.1

本事業が目的とする、「介護と地域づくりをめぐる様々な記事に触れることで、介護に関心を持ってもらう」ことがウェブサイト「ゆうゆう Life」によって実現されているか、効果の検証をネットリサーチにより実施した。

全国の2125人に、「介護業界」「介護に関わる仕事」への就労意向を尋ねた上で、ウェブサイト掲載記事を読んでもらう。そののち、あらためて「介護業界」「介護に関わる仕事」への就労意向を尋ね、回答の変化量を測定した。

調査の概要は以下の通り。

■調査方法 インターネットリサーチ

■実施機関 株式会社産経リサーチ&データ

■実施期間 2022年3月11日(月)～2022年3月15日(火)

■調査対象 産経ID会員(※)

有効サンプル(人)

対象1：【末子の学齢】未就学児	53
対象2：【末子の学齢】小学校1～3年生	25
対象3：【末子の学齢】小学校4～6年生	30
対象4：【末子の学齢】中学生	34
対象5：【末子の学齢】高校生・高専生	67
対象6：【末子の学齢】大学生・大学院生・短大・専門学校生などの学生	107
対象7：【末子の学齢】社会人・その他	415
合計	731

(※) 事前調査によって、対象1～対象7をあらかじめ抽出した。抽出条件は、「20～69歳」「子どもあり」「今後の就労意欲がある」

10.1.2 調査結果

■基本属性

調査対象731サンプルの基本的な属性は以下の通り。

性別	人	%
男性	456	62.4
女性	274	37.5
その他	1	0.1
全体	731	100.0

年齢	人	%
20～29 歳	5	0.7
30～39 歳	30	4.1
40～49 歳	101	13.8
50～59 歳	257	35.2
60～69 歳	338	46.2
全体	731	100.0

職業	人	%
会社員	314	43.0
公務員	60	8.2
自営業・自由業	74	10.1
会社役員・経営者	34	4.7
パート・アルバイト	133	18.2
専業主婦・主夫	51	7.0
無職	49	6.7
その他	16	2.2
全体	731	100.0

「介護」との関わり (複数回答)	人	%
自分の親や家族などの介護をしたことがある	283	38.7
自分が介護される立場(だったことがある)	4	0.5
介護の現場でボランティアや実習などを行っている (したことがある)	38	5.2
介護の仕事をしている(したことがある)	48	6.6
介護に関する勉強をしている(勉強したことがある)	65	8.9
自分の介護のことに興味がある	127	17.4
親や家族などの介護のことに興味がある	251	34.3
その他、介護との関わり・興味がある	84	11.5
該当するものはない	201	27.5
全体	731	100.0

■ 調査サンプルが閲読した「ゆうゆうLife」の記事コンテンツ

ゆうゆうLife



デイの利用者と焚き火を楽しむ介護福祉士の中村員子さん（中央）

おススメ ところから ひとから

「介護はクリエイティブな仕事」

2022/02/04

介護が必要になると、生活の中でできないことが増えてくる。だが、日々の暮らしに少しの助けと、果たすべき「役割」があれば、穏やかに暮らしていけるのでは。そんな介護を実践する事業所に、やりがいや夢を求めて介護職が集まってくる。

◆切り下し大根と干し柿と

埼玉県蓮田市の介護事業所「和が家のくらしとシゴトパティ うるむら」は、要介護の高齢者が日中を過ごすサービス（デイ）事業所だ。

落ち葉が積もった雑木林に隣接するアラスには、干し柿とダイコンがつるされていた。いずれデイの食卓に上るはずだ。

ゆうゆうLife



介護福祉士の藤田麻子さん（左）はも歳の男の子のママと一歳差年齢差の看護師レジデンス

ところから ひとから

生きるためのケア=抱きしめられて感謝される仕事

2019/12/17

特別養護老人ホーム（特養）への入所要件が、介護保険の要介護3以上に高齢化され、入所者の重度化が進んでいる。介護職には、「看取りケア」も身近な課題になっているが、どう受け止めているのだろうか。

ゆうゆうLife

のんびりいこうよ<96> = 2021年7月16日更新

2021/07/16

のんびりいこうよ

赤羽みえ



このボツッしめせんが... 介護中... 介護はクリエイティブな仕事... 落ち葉が積もった雑木林に隣接するアラスには、干し柿とダイコンがつるされていた...

ゆうゆうLife

のんびりいこうよ<111> = 2021年10月29日更新

2021/10/29

のんびりいこうよ

赤羽みえ



介護が必要になると、生活の中でできないことが増えてくる。だが、日々の暮らしに少しの助けと、果たすべき「役割」があれば、穏やかに暮らしていけるのでは。そんな介護を実践する事業所に、やりがいや夢を求めて介護職が集まってくる。

■ 設問「今後のお仕事として、興味・関心がある業種をお選びください」（いくつでも）

この設問を、「ゆうゆう Life」の記事を読む前と読んだ後の2回くりかえした。

「福祉・介護」を選択した回答者は、読む前では 91（12.4%）だったが、読んだ後では 131（17.9%）に増加した。

	「ゆうゆう Life」 記事閱讀前		⇒	「ゆうゆう Life」 記事閱讀後	
	人	%		人	%
複数回答					
水産・農林・鉱業	66	9.0		63	8.6
建設	37	5.1		39	5.3
製造業	96	13.1		89	12.2
卸（卸売り業）	37	5.1		35	4.8
小売業	72	9.8		65	8.9
通信・IT	103	14.1		104	14.2
病院・医療	82	11.2		107	14.6
福祉・介護 ★	91	12.4	→	131	17.9
不動産	65	8.9		61	8.3
金融・証券・保険	61	8.3		62	8.5
電気・ガス・水道	33	4.5		35	4.8
運送・運輸	55	7.5		51	7.0
放送・報道	46	6.3		51	7.0
広告・調査	62	8.5		63	8.6
官公庁	127	17.4		118	16.1
飲食/飲食サービス	90	12.3		80	10.9
アパレル/ファッション	19	2.6		21	2.9
コスメ/美容	21	2.9		24	3.3
学校/教育	184	25.2		187	25.6
娯楽	58	7.9		48	6.6
宿泊	55	7.5		58	7.9
その他サービス業	125	17.1		130	17.8
上記以外のその他【自由記述】	30	4.1		33	4.5
興味・関心がある業種は特にない	73	10.0		87	11.9
全体	731	100.0		731	100.0

■ 設問「今後のお仕事として、興味・関心がある就労先をお選びください」（いくつでも）

この設問を、「ゆうゆう Life」の記事を読む前と読んだ後の2回くりかえした。

「福祉・介護」に関連する就労先を選択した回答者は、読む前では104（14.2%）だったが、読んだ後では175（23.9%）に増加した。

複数回答	「ゆうゆう Life」 記事閱讀前			「ゆうゆう Life」 記事閱讀後	
	人	%		人	%
ファミレス・レストラン・ファーストフード・カフェ	41	5.6		42	5.7
居酒屋	21	2.9		20	2.7
宅配・デリバリー・出前	15	2.1		18	2.5
食品製造・調理	60	8.2		65	8.9
その他の飲食業界	30	4.1		30	4.1
美容関連（エステ・ネイル・美容師・メイク）	19	2.6		21	2.9
介護職員（介護施設の職員・ホームヘルパーなど）★	43	5.9	→	76	10.4
その他の福祉・介護業界	61	8.3	→	99	13.5
看護師・准看護師	12	1.6		13	1.8
その他医療・医療事務	72	9.8		86	11.8
コンビニ・レジ・スーパー・ドラッグストア	56	7.7		52	7.1
家電量販店・携帯ショップ	14	1.9		12	1.6
アパレル関連	14	1.9		19	2.6
警備員・監視員	62	8.5		68	9.3
清掃員	40	5.5		42	5.7
パチンコスタッフ・カラオケスタッフ・アミューズメントスタッフ	6	0.8		4	0.5
スポーツ関連（ジムスタッフ・インストラクター・ゴルフ場キャディなど）	39	5.3		32	4.4
ホテル・ペンション・民宿スタッフ	62	8.5		62	8.5
イベントスタッフ・コンサートスタッフ	47	6.4		49	6.7
ドライバー（タクシーなど）	34	4.7		29	4.0
電話対応・コールセンター・テレアポ	39	5.3		40	5.5
事務・庶務	191	26.1		191	26.1
その他の事務（受付など）	71	9.7		77	10.5
塾講師・家庭教師	76	10.4		80	10.9
保育士・幼稚園教諭	32	4.4		34	4.7
その他教育（英会話など）	81	11.1		83	11.4
工場・倉庫内作業（検品・商品管理・仕訳・梱包など）	101	13.8		98	13.4
宅配便の配送・バイク便・新聞配達	30	4.1		34	4.7
データ入力・SE（システムエンジニア）・プログラマー	75	10.3		63	8.6
その他のIT・コンピュータ関連（ゲーム・ユーザーサポートなど）	56	7.7		45	6.2
上記以外のその他【自由記述】	78	10.7		57	7.8
興味・関心がある就労先や職種は特にない	115	15.7		128	17.5
全体	731	100.0		731	100.0

■ 設問「このコンテンツを読んで、次の項目について、あなたの現在の気持ちとして、最もあてはまるものをそれぞれ教えてください」

続いて、3本の記事に対する評価を5段階で尋ねた。それぞれに対する回答は以下の通り。



上段：人 下段：% 単一回答	全体	大いにあてはまる	ほぼあてはまる	どちらでもない	ほぼあてはまらない	全くあてはまらない
記事を読む前に比べて「福祉の仕事（介護を含む）」への関心が高まった	731	61	268	301	67	34
	100.0	8.3	36.7	41.2	9.2	4.7
記事を読む前に比べて「介護の仕事」への関心が高まった	731	54	266	306	66	39
	100.0	7.4	36.4	41.9	9.0	5.3
「介護の仕事」について自分でもできるものがあるのではないかと感じた	731	62	223	283	119	44
	100.0	8.5	30.5	38.7	16.3	6.0
「介護の仕事」はおもしろい仕事であると感じるようになった	731	44	151	327	147	62
	100.0	6.0	20.7	44.7	20.1	8.5
「介護の仕事」は専門性が高い仕事であると感じるようになった	731	175	348	152	37	19
	100.0	23.9	47.6	20.8	5.1	2.6

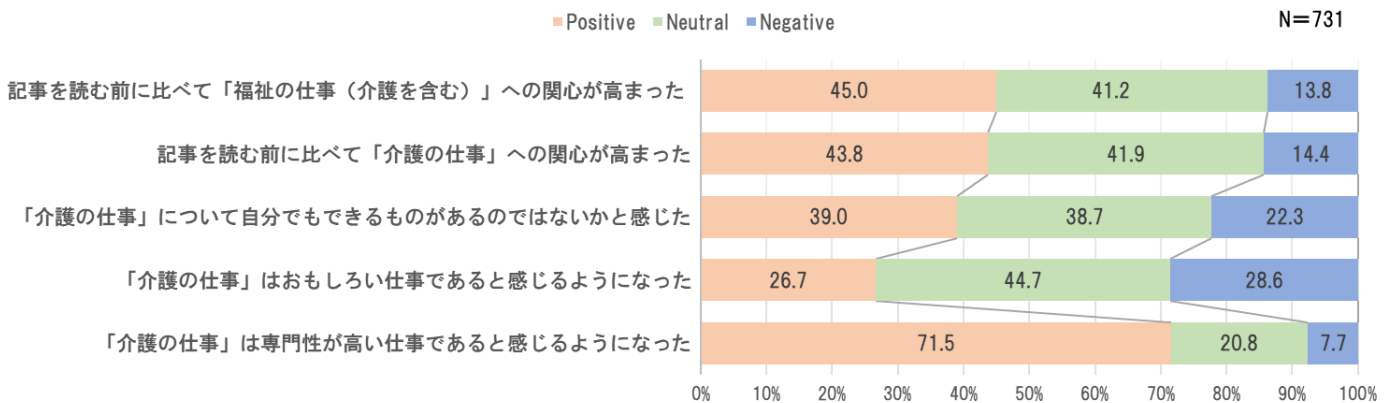


図 1-1 コンテンツ閲覧による意識変容 一般記事「介護はクリエイティブな仕事」



上段：人 下段：% 単一回答	全体	大いにあてはまる	ほぼあてはまる	どちらでもない	ほぼあてはまらない	全くあてはまらない
記事を読む前に比べて「福祉の仕事（介護を含む）」への関心が高まった	731	51	292	269	84	35
	100.0	7.0	39.9	36.8	11.5	4.8
記事を読む前に比べて「介護の仕事」への関心が高まった	731	47	270	284	88	42
	100.0	6.4	36.9	38.9	12.0	5.7
「介護の仕事」について自分でもできるものがあるのではないかと感じた	731	54	199	288	125	65
	100.0	7.4	27.2	39.4	17.1	8.9
「介護の仕事」はおもしろい仕事であると感じるようになった	731	31	158	297	160	85
	100.0	4.2	21.6	40.6	21.9	11.6
「介護の仕事」は専門性が高い仕事であると感じるようになった	731	180	338	155	36	22
	100.0	24.6	46.2	21.2	4.9	3.0

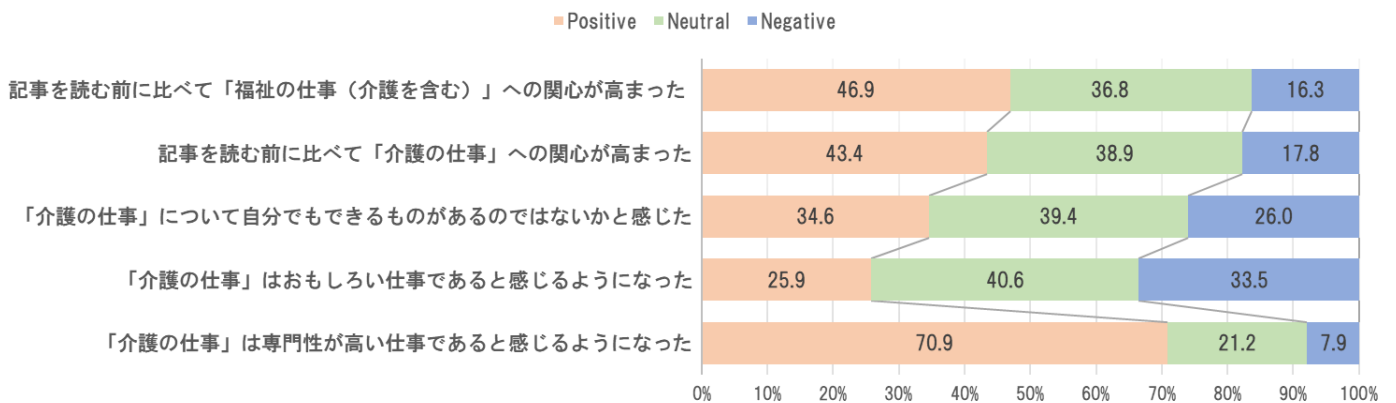


図 1-2 コンテンツ閲覧による意識変容 一般記事「生きるためのケア」

	全体	大いにあてはまる	ほぼあてはまる	どちらでもない	ほぼあてはまらない	全くあてはまらない
		人	%	人	%	人
記事を読む前に比べて「福祉の仕事（介護を含む）」への関心が高まった	731	73	262	269	84	43
	100.0	10.0	35.8	36.8	11.5	5.9
記事を読む前に比べて「介護の仕事」への関心が高まった	731	54	240	294	94	49
	100.0	7.4	32.8	40.2	12.9	6.7
「介護の仕事」について自分でもできるものがあるのではないかと感じた	731	55	210	282	122	62
	100.0	7.5	28.7	38.6	16.7	8.5
「介護の仕事」はおもしろい仕事であると感じるようになった	731	41	130	314	156	90
	100.0	5.6	17.8	43.0	21.3	12.3
「介護の仕事」は専門性が高い仕事であると感じるようになった	731	156	295	199	51	30
	100.0	21.3	40.4	27.2	7.0	4.1

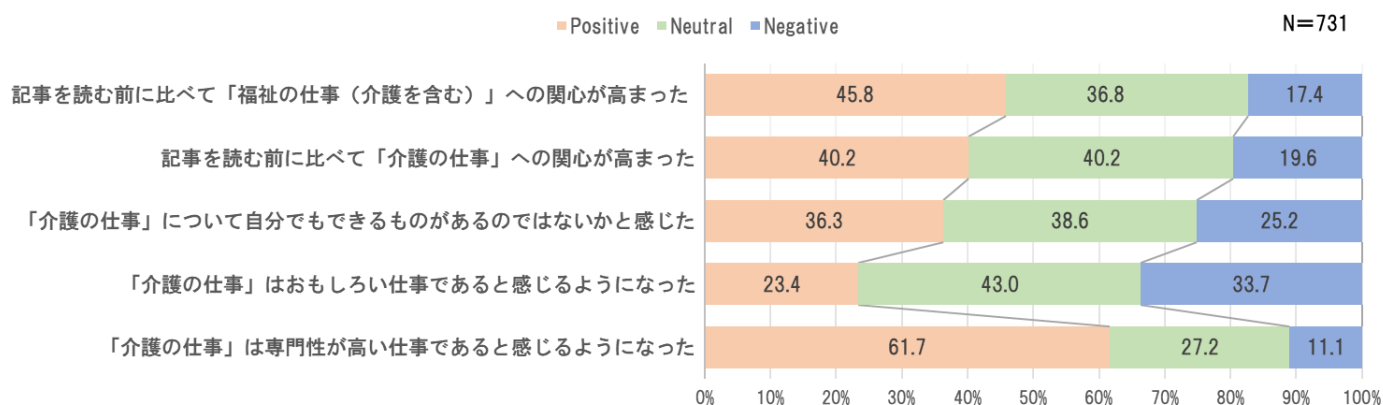


図 1-3 コンテンツ閲覧による意識変容 漫画「のんびりいこうよ」

いずれのコンテンツも記事を読む前に比べて『「介護の仕事への関心が高まった』との回答が4割以上を占め、肯定的な評価を得た。

ウェブサイト「ゆうゆう Life」新聞全面広告出稿後の効果測定

10.2.1 調査の目的と概要

ウェブサイト「ゆうゆう Life」で「介護のしごとを伝えてます」という内容とともに、介護職のイメージアップを図る全面広告（全15段）を3月21日付で出稿した。本事業のターゲット層である「介護無関心層」への効果の検証を実施するため、新聞広告共通調査プラットフォーム「J-MONITOR（ジェイ・モニター）」を利用し、首都圏、近畿圏に居住する産経新聞を定期購読する15～69歳に対し、広告接触状況や広告評価などについて尋ねた。調査の概要は以下の通り。

■調査方法 パソコンを利用したウェブ調査

（新聞紙面に関する設問は原則として新聞紙面を手元に用意回答する再認法）

■実施機関 株式会社ビデオリサーチ

■実施期間 2022年3月22日(火)

■調査地域 首都圏（東京・神奈川・埼玉・千葉）

近畿圏（大阪府・京都府・兵庫県・滋賀県・奈良県・和歌山県）

■調査対象者 調査対象地域に居住し、産経新聞を定期購読する15-69歳の男女個人

■標本サイズ 1パネルあたり約300人の複数パネルを交互に運用

10.2.2 集計および効果の分析

■基本属性

調査対象449サンプル（当該広告掲載新聞保有者）の基本的な属性は以下の通り。

性別	首都圏		近畿圏		全体	
	人	%	人	%	人	%
男性	124	53.9	94	42.9	218	48.6
女性	106	46.1	125	57.1	231	51.4
全体	230	100.0	219	100.0	449	100.0

年代	首都圏		近畿圏		全体	
	人	%	人	%	人	%
15～19歳	8	3.5	8	3.7	16	3.6
20代	31	13.5	31	14.2	62	13.8
30代	18	7.8	16	7.3	34	7.6
40代	57	24.8	45	20.5	102	22.7
50代	71	30.9	45	20.5	116	25.8
60代	45	19.6	74	33.8	119	26.5
全体	230	100.0	219	100.0	371	100.0

職業	首都圏		近畿圏		全体	
	人	%	人	%	人	%
給料事務・研究職	42	18.3	28	12.8	70	15.6
給料労務・作業職	23	10.0	23	10.5	46	10.2
販売・サービス職	32	13.9	39	17.8	71	15.8
経営・管理職	13	5.7	9	4.1	22	4.9
専門職・自由業	20	8.7	23	10.5	43	9.6
商工自営業	6	2.6	5	2.3	11	2.4
農・林・漁業	1	0.4	1	0.5	2	0.4
学生	17	7.4	14	6.4	31	6.9
主婦	54	23.5	49	22.4	103	22.9
その他	5	2.2	14	6.4	19	4.2
無職	17	7.4	14	6.4	31	6.9
全体	230	100.0	219	100.0	449	100.0

●アンケート結果のサマリー（要約）

■ 広告接触・注目状況

広告接触率は 82.9%、広告注目率は 75.1%だった。新聞の定期広告調査結果によると、カラー全 15 段の広告接触率は 82.0%であり、平均より若干上回る接触状況だった。

※有効回答者<新聞購読者>ベース

※新聞閲読かつ保有者ベース

	当該広告接触状況					当該刊閲読・保有状況		当該広告注目状況			
	上段：人 下段：% 単一回答	(確かに+見たような) 広告接触率	確かに見た	見たような気がする	見た覚えがない	新聞を用意できない	当該刊を讀んだが	当該刊を讀んでいない	(確かに見た)	広告注目率	見たような気がする
全体	455	377	310	67	36	4	38	413	310	67	36
	100.0	82.9	68.1	14.7	7.9	0.9	8.4	100.0	75.1	16.2	8.7

■ 設問「あなたは『介護のしごと伝えてます』の広告をご覧になって、どのように感じましたか」

この設問を「広告が理解できた」「広告に興味を持った」「広告に好感を持った」「広告が信頼できる」という項目軸で、当該広告掲載新聞保有者に4段階評価で尋ねた。

※当該刊保有者ベース

			あてはまる	ややあてはまる	あまりあてはまらない	あてはまらない
上段：人 下段：% 単一回答						
広告理解度	全体	449	222	192	27	8
		100.0	49.4	42.8	6.0	1.8
広告興味度	全体	449	162	188	78	21
		100.0	36.1	41.9	17.4	4.7
広告好感度	全体	449	181	197	56	15
		100.0	40.3	43.9	12.5	3.3
広告信頼度	全体	449	163	211	61	14
		100.0	36.3	47.0	13.6	3.1

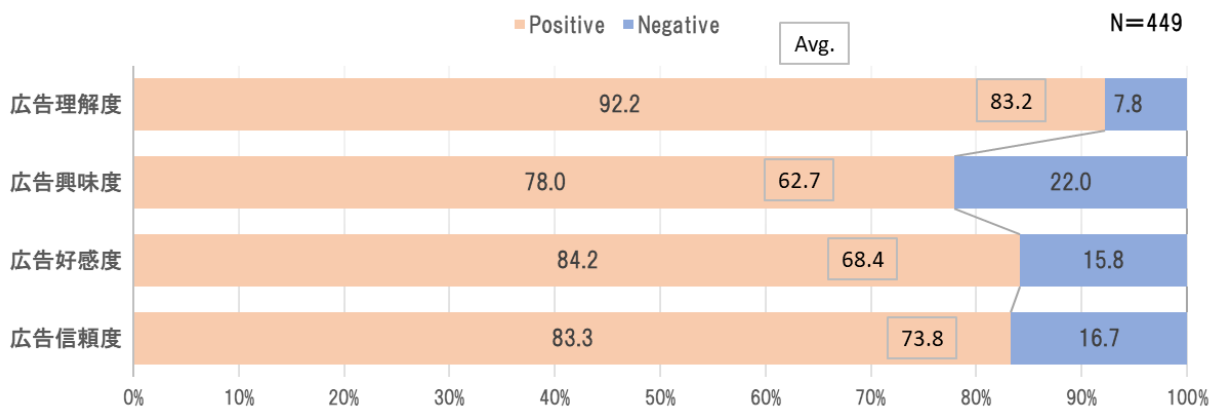


図 2-1 新聞広告評価 (当該刊保有者 n=449)

広告理解度 92.2%、広告興味度は 78.0%、広告好感度 84.2%、広告信頼度 83.3%という結果だった。新聞の定期広告調査結果によると、カラー全 15 段の平均値は広告理解度 83.2%、広告興味度 62.7%、広告好感度 68.4%、広告信頼度 73.8%であり、いずれの項目も平均以上の結果だった。

■ 設問「あなたは『介護のしごと伝えてます』の広告をご覧になって、どのような印象をお持ちになりましたか。あてはまるものをすべてお選びください」（複数回答）

広告の印象をデザイン、コピー、心理的受容度、関与度、オリジナリティ、タイミングの観点から尋ねた。

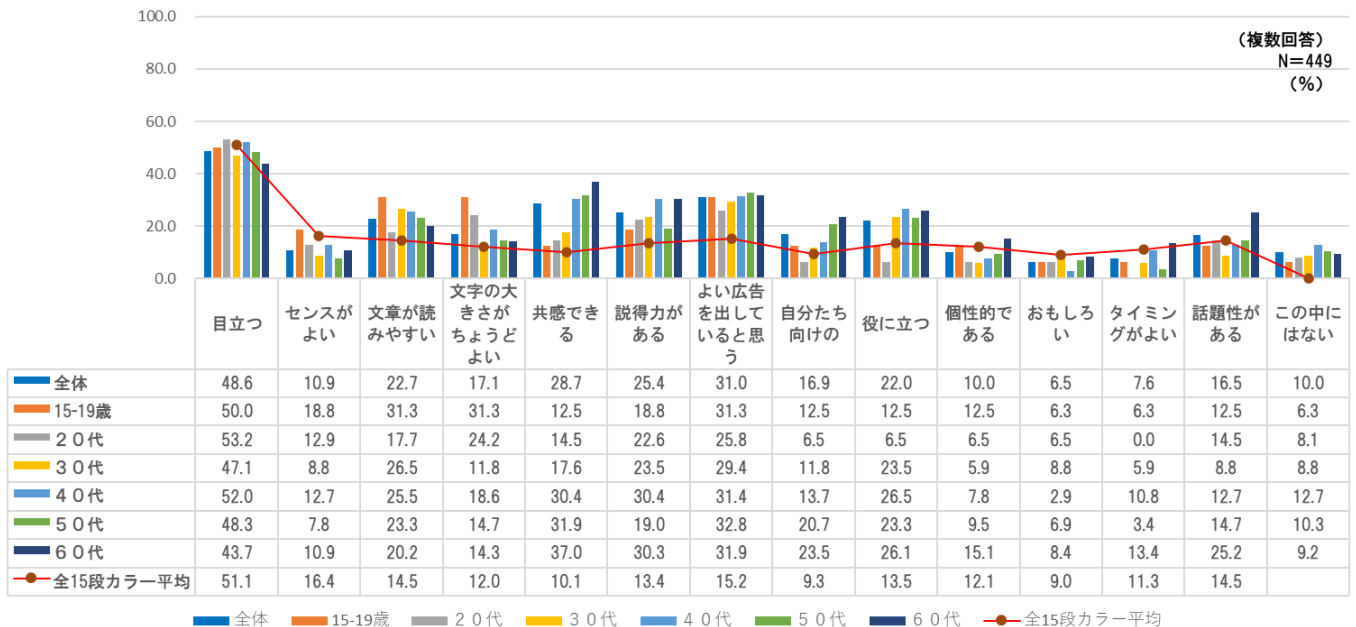


図 2-2 広告の印象（当該刊保有者 n=449）（複数回答）

新聞の定期広告調査結果によるカラー全 15 段の平均値と比べて数値が上回った項目は、「文章が読みやすい」は 22.7%、（平均 14.5%）、「文字の大きさがちょうどよい」17.1%（同 12.0%）、「共感できる」28.7%（同 10.1%）、「説得力がある」25.4%（同 13.4%）、「よい広告を出していると思う」31.0%（同 15.2%）、「自分たち向けの」16.9%（同 9.3%）、「役に立つ」22.0%（同 13.5%）、「話題性がある」16.5%（同 14.5%）の 8 項目であった。年代によりばらつきがあるものの、心理的受容度を測る「共感できる」「説得力がある」「よい広告を出していると思う」の 3 項目で平均を大幅に上回っていることから、広告は好意的に見られたといえる。

■ 設問「この広告をご覧になって、あてはまるものをすべてお選びください」（複数回答）

当該全面広告では、ウェブサイト「ゆうゆう Life」へ誘導した内容となっている。広告による態度変容を測る項目のうち、当該広告掲載新聞保有者が『『介護のしごと伝えてます』のホームページを見たいと思った』を選択したかに注目する。

『介護のしごと伝えてます』のホームページを見たいと思った

N=449
(%)

20.0

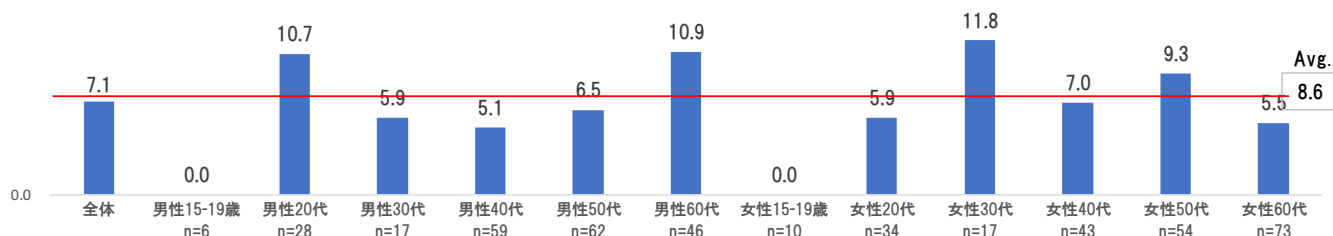


図 2-3 広告による態度変容 (当該刊保有者 n=449) (複数回答)

「ホームページを見たいと思った」を選択した回答者は7.1%。新聞の定期広告調査結果によるカラー全15段の平均値は8.6%。平均より下回る結果となった。また性年代別に見ても、介護というテーマから若年層の低さは想定されたものの、女性60代が平均より3.1ポイント低かった。

■ 設問「この広告についての感想や意見を自由にご記入ください」

当該広告に対する主な意見や感想は、以下の通りであった。

介護職のイメージアップ、介護に対する共感や回答者自身の介護を振り返るなど、心理的受容度は高かった。また、漫画の掲載について肯定的なコメントが多数見られた。他方、一部の回答者に介護施設の広告と伝わっていたこと、ウェブサイト「ゆうゆう Life」で介護のしごとを伝えているというメッセージが伝わっておらず、その点について指摘する声も見られた。

回答内容

【デザインに関連する肯定的な意見】

- ・ほんわかした雰囲気の写真や字体、イラストから伝わってきて親近感がある広告だと思った。(29歳以下女性)
- ・文章が読みやすく漫画なども載っていて、内容が伝わりやすい広告だと思った。また写真の笑顔が良く、信頼感が感じられた。(29歳以下女性)
- ・人手不足と言われている介護業界なので、このような広告を掲載することで多くの人が目にする機会となり、いいと思う。マンガや介護業界で働いている職員の声も掲載してあるので良い(29歳以下男性)
- ・介護の仕事について理解を深めることができた。現場で働いている人たちの声で説得力がある。漫画があることでとっかかりやすく、内容も適切だった(29歳以下男性)
- ・これから役立つと思われるので丹念に読んだ。こうした広告はもっと早く知らせるべきだと思う。非常に役立つし、様々な情報が得られた。文章もわかりやすく読みやすか

った。優れた広告だと思う。(30代女性)

- ・漫画なので読んでみようと思えたし内容も入ってきやすい。介護を受ける側、その家族、サービスを提供する側のリアルな姿を深刻になりすぎないように上手く伝えられているので、抵抗なく目を向けることができた。(30代女性)
- ・眩しい笑顔の綺麗な写真、全体的に柔らかい黄色を使っていて、とても柔らかい気持ちになりました。広告に書いてあるように、確かに介護職員さんの方がお年寄りのより身近な所に存在していると、とても良く考えさせられました。イラストのマンガも楽しく、感動しながら見る事が出来、とても素晴らしい広告だと感じました。(40代男性)
- ・柔らかな色使いでホンワカした雰囲気がある。介護＝ツライ、大変というイメージがあるので、柔らかい印象の良い広告だと思う。(50代女性)

【デザインに関連する否定的な意見】

- ・イマイチ何を伝えたいのかが分からなかった。漫画は目を引くが、伝えたい事が伝わらないと意味が無いと思う。(29歳以下女性)
- ・介護の仕事について知っている様で知らない部分もあり、社会に必要な職なのに3Kのイメージが強いので、明るく柔らかなフォント、一部漫画で親しみやすく感じました。ただ少し全体的に柔らかい雰囲気のせい、大きな見出しがぼやけているような気がして印象が薄く感じました。(40代女性)
- ・漫画になっているので読む気がわいた。が、介護の仕事の紹介なのか人材募集なのか何のための広告なのかもひとつよくわからない。(50代女性)
- ・全体的に明るいイメージ。何の広告なのかがよくわかりません。「ゆうゆう Life」の広告？のようですが介護福祉士の募集？ 介護の学校？ という印象。「ゆうゆう Life」というのをもう少し強調したほうが良いと思います。(50代男性)
- ・パッと見たときに、笑顔の写真が目飛び込んで来て、広告内容は分からないままに好印象を抱く広告。4人の笑顔とその真ん中にある太陽のマークと「支えられ、支える。」の言葉は好感度が高いし目を引く。内容も共感できるものだから良い。だが、なんかイマイチ感もある。まず、赤羽さんの漫画だが、絵が綺麗で字も綺麗で読む気になるし、実際に見やすく読み易くて内容も素敵なのだが、なぜか心に刺さらない。グッとこない漫画になっている。なんだろう…カラフルすぎるのと、2つの漫画の間にある季節ごとのイラストが蛇足な感じする。別の場所にあればゴチャゴチャ感もなく、良いイラストだと思えるのだが、漫画と漫画との間にあると、なまじ絵が綺麗でカラフルだけに漫画に集中しにくくて目障りというか鬱陶しい感じも少々する。あと、笑顔の各写真の下にある手書きの文章は、それぞれの人が書いた文字を使用すべきだった。全部同じ筆跡だから文章内容が嘘くさく感じる。サクラが書いたレビューみたいな感じを受ける。せっかく良い内容の良い広告なのに、細部で失敗しているように思う。惜しい。春の明るい日差しにピッタリな広告であるのに、グッとこないんだもの。一個人の感想だけれど。惜しいよなあと思ってしまった。(50代女性)

- ・介護事業のアピール宣伝だとも思いました。広告の目的がすこし曖昧かもしれません。介護のお仕事ご紹介なのか、介護利用は身近で楽しいなのかが不明。漫画を描かれている人のお母様の介護漫画を以前読んだので親しみやすかった。もう少し、具体的な詳細があると、意味がわかって良いかもしれません。新聞を読む時間は限られているので、自分でアクセスとか、言っている意味が不明だとそのまま（読み）とばして次のページにいて忘れてしまうので。（60代女性）
- ・この広告で何を伝えたいのかよくわからなかった。細かい字を読んで介護士募集とわかった。母が長年施設でお世話になったので、だいたいことはわかります。確かに心ある介護士さんは、入居者から「ありがとう」と言われるとやりがいがあると言っていた。これだけだと、介護士になろうと思う人が増えるかよくわからない。4人とも同じような経験談なので、少し変えたほうが良い気がする。（60代女性）
- ・とても価値のある情報・メッセージを届けようとしている広告だということは理解できます。一方で「文字情報を受け手にきちんと伝えるための配慮」が著しく不足していると感じます。とくに、上部インタビュー「コメント」の文字表記部分に「白抜き」処理を施したことで、せつかくの文字メッセージに対して全く読む気が起きません。せめて「白枠」ないし「吹き出し」で構成することで、そのような支障は起きないのではないのでしょうか。もうひとつは、この「マンガ」は不要と思います。その代わりに、この広告を見た読者にして広告主は「何をしてほしいのか」をもっと大きなスペースを使ってきちんと説明することで、この広告本来の目的を達成するように仕向けるのが良いのではないのでしょうか。（60代男性）

【漫画に関連する肯定的な意見】

- ・漫画は、伝播力が大きい。一言一句読んでしまった。（40代女性）
- ・漫画が読みやすく、介護職のことが分かりやすい（50代女性）
- ・介護福祉士、ケアマネなど、介護職についての言葉はよく目にしますが、それぞれの具体的な仕事内容を知る機会って確かに少ないなと思いました。以前産経新聞に掲載されていた、赤羽みちえさんの連載マンガはいつも楽しみに読んでいました。深刻になりがちな内容も、明るいタッチのイラストで親しみやすく、今回久しぶりに拝見できて嬉しかったです。ぜひまた再開して欲しいです。ウェブマガジンという形態ももちろん良いと思いますが、実際に介護に関わる年代の中高年向けに、週1回でも新聞連載マンガなどがあれば良いなあとと思います。（ウェブマガジンへの誘導も期待できるのでは？）
実際の仕事内容が具体的にイメージできれば、私にもできるかも、と中高年で介護職を目指す方も増えると思いますし、今後介護を受ける立場になっても、サービス内容や申し込み方法などを知る機会になります。エピソード付きマンガなら難しい文章よりも記憶に残りやすいのではないのでしょうか。（50代女性）

【漫画に関する否定的な意見】

- ・マンガの内容と広告の主旨がマッチしていない（真に伝えたい事とマンガの内容が少し

ズレてる!?) ような気がします。先ずマンガに目が行くので。(50代男性)

- ・この広告で産経新聞社が介護の仕事伝えるウェブマガジンを出していることを知り、好感を持った。実際に介護職に就いている人の写真と自筆のコメントも良いと感じた。マンガの②「最期のじかん」は、ややネガティブなラストなのは、ちょっと良くないなと思った。(①のマンガもややブラックな感じがあるが)(50代男性)
- ・漫画「のんびりいこうよ」の意図がよくわかりません。結局、施設で最期を迎えさせたことを後悔しているということなら、漫画の上にある介護職の人たちの思いと矛盾していませんか?あるいは、最期を施設で送らせてしまったことを後悔しているということ、自宅で最期まで看取るということを推奨されているのでしょうか? まったく、意図がわかりません。(60代男性)

【広告印象に関する肯定的な意見】

- ・介護に対してプラスの印象を受けることができた。(29歳以下女性)
- ・社会福祉士に対して、ネガティブなイメージが洗練されていたが、最期まで携わることができる唯一の職種だと強く感じた。(女性29歳以下)
- ・なかなか実態を知れることがない分、良い広告だと思う(29歳以下男性)
- ・介護職のイメージを変える一助になる広告だと思う。(男性40代)
- ・超高齢化社会となった今、国民の皆が考え始めた「介護問題」。これから重要な課題となるので明るく解りやすい広告で良いかと思います。(50代女性)
- ・最近よく話題になる分野ではあるが、具体的なイメージを持ち切れない面があるので、それを補完することのできる内容だったと感じる。(50代男性)
- ・介護福祉士というお仕事、少し身近に感じられるようになった気がしました。(50代男性)
- ・介護職の方々のプロとしての仕事の大変さばかりが聞こえてくるが、魅力と楽しみもあるのだということを知ることが出来た。(女性60代)
- ・介護をするという仕事に高い壁がある。仕事の難易度、資格、情報の少なさ等々。仕事内容が分かり易く読みやすい広告を出していると思う。(60代男性)

【広告印象に関する否定的な意見】

- ・良い側面ばかりすぎて何となくやらせっぽい感じがする(29歳以下男性)
- ・何だか胡散臭い(40代女性)

【回答者自身に関する感想】

- ・介護の仕事をしているのですごく共感できる内容でした。(29歳以下女性)
- ・新しいジャンルを知る、いいきっかけになった。(29歳以下男性)
- ・誰もが避けられない未来、あらためて色々考えさせられました。(40代女性)
- ・介護の事は自分にはまだ無縁のような気がして関心が持てない(40代男性)
- ・自分自身も両親の介護にかかわっている、この広告は興味深く見ました。在宅での介護なので、現在、デイサービス等で介護福祉士さんにも大変お世話になっています。

「ゆうゆうLife」も読んでみたいです（50代女性）

- ・昨年亡くなった父を見送りましたが、7年に及ぶ介護生活のため介護初任者教育、介護福祉士実務者研修を受けた介護士です。現在は警備員をしていますが、医療機関に派遣されているのでその際の仕事で介護士の知識が活かされています。いずれは誰も介護生活を送ります。うちの社長はお互いの生活を守るため、親の介護は施設に預けてプロに任せるのが一番面倒がないと言われています。しかしながら、介護生活は受ける個人の性格が大きく左右されるため一概に施設に預けるのは得策とは言えず、またその家庭の経済事情もあるのでできれば介護初任者教育を受けておけば後が楽なのは間違いありません。複雑極まりない介護保険制度や介護が必要になる病気や怪我の知識、介護技術などが学べます。なので今回の広告はすごく有益と思いました（50代男性）
- ・漫画の「最期のじかん」を見て確かにそうだと思います。特に今はコロナ禍で、入院ですら家族と会えなくてZoomでの面会ができればいい方で、面会謝絶のケースが多いようです。介護福祉士さんや施設の職員さんが仕事にやりがいを感じられるという事に共感を覚えます。巷のニュースでは給与の面ばかりが目立っているように思いますが、介護の仕事はやりがい・充実感があふれるものなんだとあらためて知りました。（60代女性）
- ・改めて介護のことについて関心を持ちました。非常に我が家でも関心が高い話題で、興味を持ってみました。（60代男性）

【介護・広告に関する意見】

- ・マンガになっているのでとてもわかりやすく内容が頭に入ってきた。今後高齢化社会がますます進み、介護職の需要がますます大きくなると思うがまだまだ介護士が、足りていないと思う。もっと介護職の給料をあげ、介護職の仕事を若い人に知ってもらわなければならないと思う。（40代女性）
- ・介護職は給料も安くきつい仕事でなかなか成り手がないので、今回の広告のようにアピールが必要と思う。（40代男性）
- ・介護職を広める意義は伝わりますが、実際の介護の身体的負担や排泄介助など、一番しんどい部分を伝えずにいるから、介護職に就職してもすぐ辞めてしまう人のなんと多いことか。やんわりとでも良いので、綺麗事だけの仕事では無いとっと現実を伝えるべきだと現介護職は思います。（50代女性）
- ・社会に必須のインフラであるにもかかわらず、その実態はブラックで低賃金の職場。この広告だけで負の印象が払拭されるわけではないが、地道な啓もう活動が必要であると思った。（50代男性）
- ・これからますます高齢化が進む中で、介護職人材が不足しているし、かなり大変な仕事であるにもかかわらず、給与がその労働に見合っていない。折角介護職を目指そうとしても、生活できない人もいますので、待遇改善も必要だと思うが、介護職のなり手を増やすためにもこのような広告を定期的に出すことは必要だと思う（60代女性）

オンライントークイベント

10.3.1 調査の目的と概要

イベント開催によって、当事業のターゲットである「子育てを終えた（子育て中を含む）層」が「イベント動画を見る機会を作ることによって、『介護のしごと』に理解を深め、魅力を感じてもらえたか」についての効果検証のため、イベント動画視聴者へ動画視聴前、10.3 視聴後のアンケート調査を実施し、その結果を分析することとした。

10.3.2 集計および効果の分析

(1) 第1回イベント「介護のおしごとのリアル DISCOVERY 介護～3人のトップランナーに密着～」

「介護の仕事のリアルと魅力」をテーマとし、芸能人らを起用したオンライントークイベントを開催した。イベント視聴申込時に事前アンケート、イベント視聴可能期間中にイベント視聴者を対象にした事後アンケートと2回に分けて、ウェブ調査を実施した。

調査の概要は以下の通り。

- | | |
|-------|--------------------------------|
| ■調査方法 | インターネットリサーチ |
| ■実施期間 | 株式会社産経リサーチ&データ |
| ■実施期間 | 2021年12月15日(水)～2022年2月18日(金) |
| ■回収状況 | イベント視聴申込者数137人 うちデータ紐づけ有効回答28人 |

■ 第1回オンラインイベント視聴申込者の基本属性

イベント視聴申込者137サンプルの基本的な属性は以下の通り。

性別	人	%
男性	67	48.9
女性	70	51.1
全体	137	100.0

年齢	人	%
20～29歳	5	3.6
30～39歳	16	11.7
40～49歳	39	28.5
50～59歳	53	38.7
60～69歳	17	12.4
70～79歳	5	3.6
80歳以上	2	1.5
全体	137	100.0

職業	人	%
会社員	87	63.5
公務員	4	2.9
自営業・自由業	9	6.6
会社役員・経営者	13	9.5
パート・アルバイト	11	8.0
専業主婦・主夫	5	3.6
学生（福祉系の大学・専門学校など）	3	2.2
無職	5	3.6
全体	137	100.0

子供の有無&末子の学齢	人	%
子どもはいない	50	36.5
末子（未就学児）	7	5.1
末子（小学校低学年（1～3年生））	4	2.9
末子（小学校高学年（4～6年生））	4	2.9
末子（中学生）	11	8.0
末子（高校生・高専生）	5	3.6
末子（大学生・大学院生・短大生・専門学校生などの学生）	24	17.5
末子（社会人・その他）	32	23.4
全体	137	100.0

「介護」との関わり (複数回答)	人	%
自分の親や家族などの介護をしたことがある	40	29.2
自分が介護される立場（だったことがある）	2	1.5
介護の現場でボランティアや実習などを行っている（したことがある）	16	11.7
介護の仕事をしている（したことがある）	53	38.7
介護に関する勉強をしている（勉強したことがある）	37	27.0
自分の介護のことに興味がある	29	21.2
親や家族などの介護のことに興味がある	59	43.1
その他、介護との関わり・興味がある	54	39.4
該当するものはない	5	3.6
全体	137	100.0

イベント申込者内訳は、女性 70 人 (51.1%)、男性 67 人 (48.9%)。世代は 50 代 (38.7%) を中心に、40 代 (28.5%)、60 代 (12.4%) と続く。子供がいる人は 87 人 (63.5%)。

「親や家族などの介護のことに興味がある」人が 4 割以上 (43.1%) を占め、「その他、介護との関わり・興味がある」(39.4%) と続き、介護に関心を持つ人が多い結果となった。

また、「介護の仕事をしている（したことがある）」(38.7%)、「自分の親や家族などの介護をしたことがある」(29.2%) と、何らかの介護経験のある人も多かった。

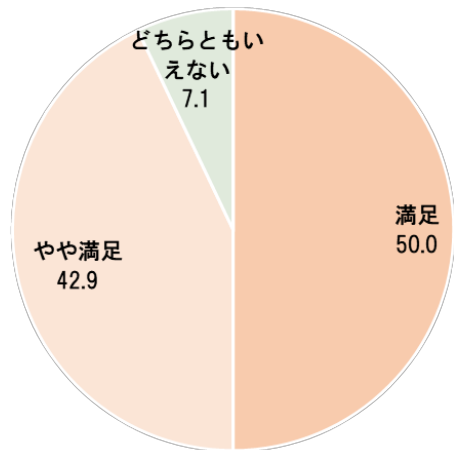
●アンケート結果のサマリー（要約）

■ 第1回オンラインイベント評価

視聴後にイベントへの満足度や評価についてのアンケートを実施し、28人から回答を得られた。

イベント内容について、「満足」から「不満」まで5段階に分けて聞いたところ、「満足」が14人（50.0%）で、「やや満足」の12人（42.9%）と合わせて、全体の9割以上が満足感を得ていた。

満足度	人	%
満足	14	50.0
やや満足	12	42.9
どちらともいえない	2	7.1
やや不満	0	0.0
不満	0	0.0
全体	28	100.0



N=28
(%)

図 3-1-1 第1回オンラインイベント満足度 (n=28)

またイベントについて「イベントへの興味」「全体構成」「長さ」「わかりやすさ」の4つの項目軸について、「非常にそう思う」から「まったくそう思わない」まで5段階評価をしてもらったところ、半数以上が「非常にそう思う」と回答し、肯定的な評価を得ていた。

	全体	非常に そう思う	やや そう思う	わから ない	やや そう思 わない	ま ったく そう思 わ ない	上段：人 下段：% 単一回答
イベントは、興味を持てた内容だった	28	17	11	0	0	0	100.0
		60.7	39.3	0.0	0.0	0.0	
イベントの組み立て方（施設ごとの紹介、トークなど）は適切だった	28	16	11	1	0	0	100.0
		57.1	39.3	3.6	0.0	0.0	
イベントの長さ（〇分）は適切だった	28	16	9	1	2	0	100.0
		57.1	32.1	3.6	7.1	0.0	
イベントの内容はわかりやすいものだった	28	19	9	0	0	0	100.0
		67.9	32.1	0.0	0.0	0.0	

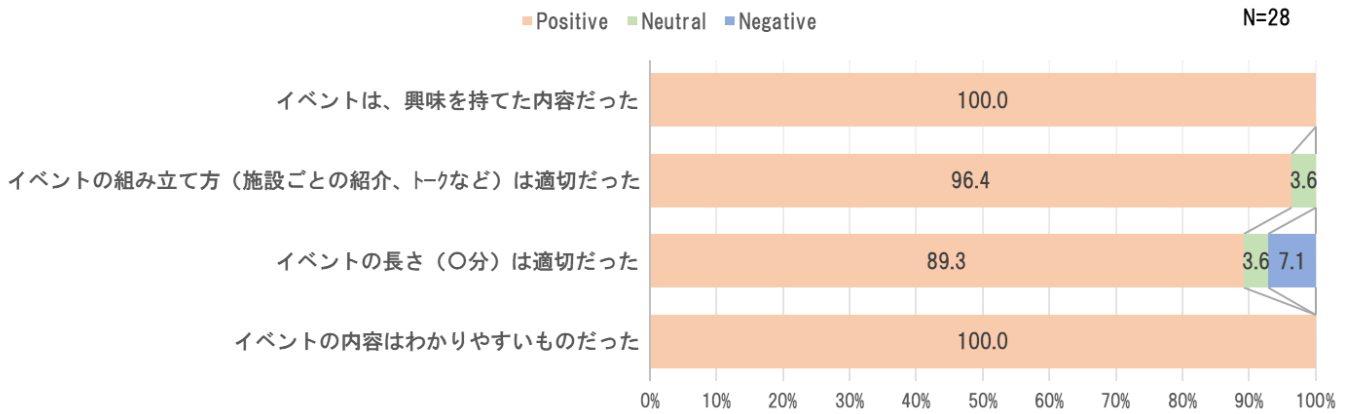


図 3-1-2 第 1 回オンラインイベント評価 (n=28)

■ 設問「あなたはイベント視聴を通じて、「介護のおしごと」を十分に理解できましたか」

第 1 回オンラインイベントを視聴することによって、「介護のしごと」について「理解できた」から「理解できなかった」まで 5 段階に分けた聞いたところ、「理解できた」と答えた人は 12 人 (42.9%)。「ほぼ理解できた」とした 9 人 (32.1%) と合わせて、「介護のしごと」を理解できた人は全体の約 4 分の 3 を占めた。

理解度	人	%
理解できた	12	42.9
ほぼ理解できた	9	32.1
どちらともいえない	6	21.4
あまり理解できなかった	1	3.6
理解できなかった	0	0.0
全体	28	100.0

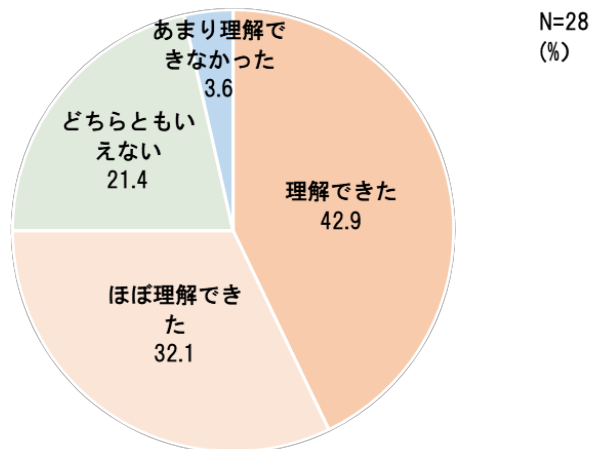


図 3-1-3 「介護のしごと」への理解度 (第 1 回オンラインイベント視聴者 n=28)

■ 設問「介護の仕事」入門的研修（21 時間）がオンライン動画視聴で時間に関係なく一定期間、受けられる場合、あなたは受講したいと思いますか」

入門的研修についての受講意向を尋ねたところ、「受講したい」と答えた人は 10 人（35.7%）。「無料なら受講したい」とした 16 人（57.1%）と合わせると、9 割以上が、入門的研修の受講意向があるという結果となった。

入門的研修 受講意向	人	%
受講したい	10	35.7
無料なら受講したい	16	57.1
受講したくない	2	7.1
全体	28	100.0

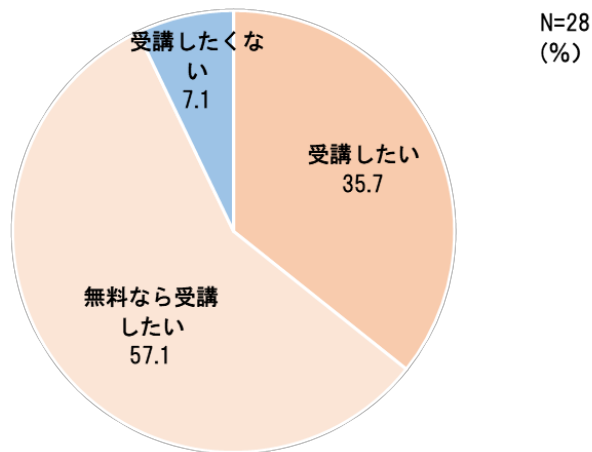


図 3-1-4 入門的研修の受講意向（第 1 回オンラインイベント視聴者 n=28）

■ 設問「産経新聞社では、介護のことや介護の仕事のことについて、匿名で話し合うコミュニティを WEB 上に開設しています。このようなコミュニティに興味をお持ちですか」

「ゆうゆう Life コミュニティ」への関心を聞いたところ、「ある」と答えた人は 23 人（82.1%）。8 割を超える人が、コミュニティに興味があると回答した。

ゆうゆう Life コミュニティへの興味	人	%
ある	23	82.1
ない	5	17.9
全体	28	100.0

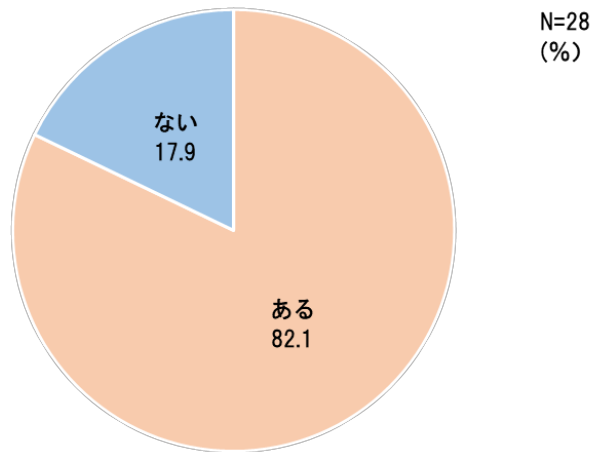


図 3-1-5 「ゆうゆう Life コミュニティ」への興味 (第1回オンラインイベント視聴者 n=28)

■ 設問「今回のイベントについて、ご意見ご感想がありましたら、教えてください」

第1回オンラインイベントに対する主な意見や感想は、以下の通りであった。

回答内容
<p>感想</p> <ul style="list-style-type: none"> ・思っていたよりもさらにおもしろく視聴することができました。介護施設で働いている人の生活を少し見ることで身近に感じることができました。(50代女性、子供末子=大学生・大学院生・短大生・専門学校生などの学生) ・現場で働く人の様子や本人の口から聞ける情報は、嘘偽りないもので、とても参考になりました。言いにくい本音も言っているし、誰かが代弁しているのと違って、働き甲斐を直に感じました。確実にIT化も進んでいることに期待が持てました。(50代男性、子供末子=中学生) ・両親を施設に入れた為、介護職の方には、感謝しています。ただ、良い方に巡り合わないと差がありすぎると実感しています。出演者の方々は、気持ちも笑顔も素晴らしいと思いました。(50代男性、子供=いない) ・出演者様のご経験に基づいたお話が非常に参考になりました。(60代男性、子供末子=社会人その他) ・ITの活用状況、仕事や職場の魅力が伝わる内容で楽しかったです。(60代男性、子供末子=社会人その他) ・仕事内容が分かりやすく、良い企画だと思う。(70代男性、子供末子=社会人その他)
<p>意見</p> <ul style="list-style-type: none"> ・介護の仕事の大変さ、辛いところなども、お聞きしたかったです。(40代女性、子供末子=未就学児) ・もっとメディアにとりあげてもらえる働きかけが必要(40代男性、子供末子=中学生) ・上条さんを応援したいので特集をしてほしい(40代女性、子供=いない)

- ・ことさら介護の良い面だけをPRしているような番組内容になっている。実際の介護現場で起こっている問題や課題、不満に対する意見も聞きたい。(40代女性、子供=いない)
- ・現在、介護福祉士専門学校通学中です。イベントの内容が、通学先や実習先の介護施設とのギャップがありました。例えば、デジタル化が進んでいるのはまだ少数で、アナログがまだ根強いです。学校では、最新テクノロジーの話はなく、根性論ばかりで、厚労省の授業ガイドラインに疑問を抱くばかりです。今回のイベントの内容とかなり違和感を持ちました。司会の方が持っていたボード(データグラフが掲載)をもっと詳しくゆっくり見せていただきたかったです。(50代女性、子供=いない)
- ・イベントの内容は、介護職のイメージをある程度ポジティブなものにできるとは思う。しかし、もっと簡単に速いスピードでアクセスし視聴できるといいと思う。このイベント動画を見るまでの手続きがちょっと面倒に感じたり、動画の視聴スピードを変えられないのは不便に感じたので。(50代男性、子供=いない)
- ・どういった人にみてもらいたいかもう少し明確に分かるように案内してあると良いと感じた。(60代男性、子供末子=社会人その他)

■「子育てを終えた(子育て中を含む)層」の基本属性

イベント視聴前視聴後アンケート有効回答 28 サンプルのうち、本事業のターゲット層である「子育てを終えた(子育て中を含む)層」を絞り込んだ。基本的な属性は以下の通り。

■調査対象 子育てを終えた(子育て中を含む)層(※)

	有効サンプル(人)
対象1:【末子の学齢】未就学児	1
対象2:【末子の学齢】小学校1~3年生	2
対象3:【末子の学齢】小学校4~6年生	0
対象4:【末子の学齢】中学生	5
対象5:【末子の学齢】高校生・高専生	0
対象6:【末子の学齢】大学生・大学院生・短大・専門学校生などの学生	4
対象7:【末子の学齢】社会人・その他	7
合計	19

(※) 対象1~対象7をあらかじめ抽出した。抽出条件は、「20~69歳」「子どもあり」

性別	人	%
男性	12	63.2
女性	7	36.8
全体	19	100.0

年齢	人	%
40～49 歳	8	42.1
50～59 歳	7	36.8
60～69 歳	4	21.1
全体	19	100.0

職業	人	%
会社員	12	63.2
公務員	1	5.3
自営業・自由業	1	5.3
会社役員・経営者	2	10.5
専業主婦・主夫	2	10.5
無職	1	5.3
全体	19	100.0

「介護」との関わり (複数回答)	人	%
自分の親や家族などの介護をしたことがある	8	42.1
介護の現場でボランティアや実習などをしている(したことがある)	2	10.5
介護の仕事をしている(したことがある)	6	31.6
介護に関する勉強をしている(勉強したことがある)	5	26.3
自分の介護のことに興味がある	4	21.1
親や家族などの介護のことに興味がある	9	47.4
その他、介護との関わり・興味がある	7	36.8
該当するものはない	1	5.3
全体	19	100.0

有効回答数が 19 人であったこと、また視聴数が伸び悩み、事業間連携会議にオブザーバーとして参加している業界団体・職能団体に広報を依頼したことにより、視聴のきっかけが「介護関連の団体からの紹介」に偏っている点を踏まえて、結果のみ記載する。

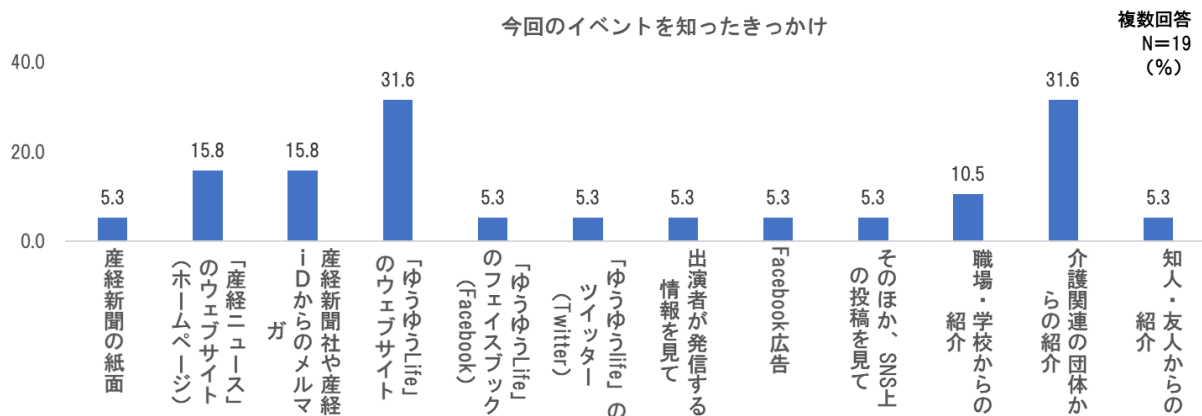


図 3-1-6 第 1 回オンラインイベントを知ったきっかけ (n=19) (複数回答)

■ 設問「次の項目について、あなたの現在の気持ちとして、最もあてはまるものをそれぞれ教えてください」

この設問を福祉・介護の仕事へ関心の高まり、福祉・介護の仕事への理解の深まりなど「介護のしごと」に対する意識変容に関する5項目について、5段階評価で尋ねた。

	上段：人 下段：% 単一回答	全体	はまる	大いにあて まる	ほぼあては まる	ない	どちらでも	まらない	ほぼあては まらない	全くあては まらない
イベント視聴前に比べて「福祉の仕事（介護を含む）」への関心が高まった	19	5	8	6	0	0				
	100.0	26.3	42.1	31.6	0.0	0.0				
イベント視聴前に比べて「介護の仕事」への関心が高まった	19	5	8	6	0	0				
	100.0	26.3	42.1	31.6	0.0	0.0				
「介護の仕事」について自分でもできるものがあるのではないかと感じた	19	8	7	3	1	0				
	100.0	42.1	36.8	15.8	5.3	0.0				
「介護の仕事」はおもしろい仕事であると感じるようになった	19	6	6	6	1	0				
	100.0	31.6	31.6	31.6	5.3	0.0				
「介護の仕事」は専門性が高い仕事であると感じるようになった	19	6	10	1	2	0				
	100.0	31.6	52.6	5.3	10.5	0.0				

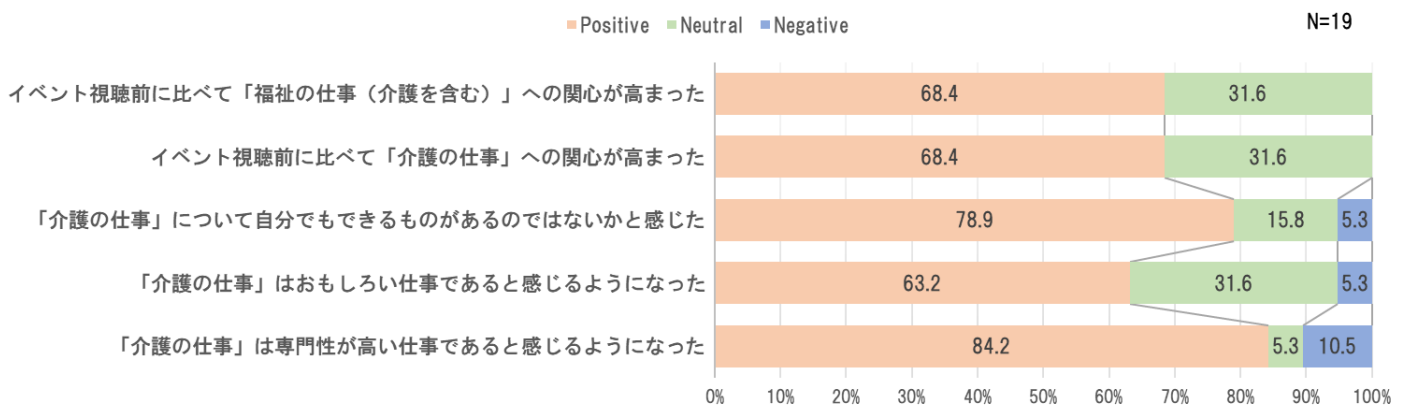


図 3-1-7 第1回オンラインイベント視聴による意識変容 (n=19)

■ 設問「以下の項目について、あなたの今後の行動として、最もあてはまるものをそれぞれ教えてください」

この設問を介護に関わる身近なことから「介護のしごと」に関わることまで、行動変容に関する11項目について、「積極的に実施したい」から「実施したくない」まで5段階に分けて尋ねた。

	全体	積極的に実施したい	機会があれば実施したい	どちらでもない	あまり実施したくない	実施したくない
上段：人 下段：% 単一回答						
自分の親や家族、知人などへの介護に携わる、または介護に関するアドバイスをする	19 100.0	8 42.1	9 47.4	2 10.5	0 0.0	0 0.0
自分の親や家族、知人などと、将来の介護に備えて話し合いをする	19 100.0	8 42.1	10 52.6	1 5.3	0 0.0	0 0.0
「介護の仕事」をしている人と話す	19 100.0	9 47.4	10 52.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0
「介護」に関する記事や番組などを見る	19 100.0	11 57.9	8 42.1	0 0.0	0 0.0	0 0.0
「介護」に関するイベントに参加する	19 100.0	9 47.4	10 52.6	0 0.0	0 0.0	0 0.0
「介護」に関するボランティアをする	19 100.0	5 26.3	11 57.9	1 5.3	1 5.3	1 5.3
「介護」の資格取得を目指す	19 100.0	1 5.3	9 47.4	5 26.3	2 10.5	2 10.5
「介護の仕事」に関する情報を集める	19 100.0	8 42.1	10 52.6	0 0.0	0 0.0	1 5.3
「介護の仕事」関連の就職説明会や就職フェアなどに参加する	19 100.0	2 10.5	6 31.6	6 31.6	2 10.5	3 15.8
介護事業所を見学する	19 100.0	5 26.3	9 47.4	4 21.1	1 5.3	0 0.0
介護事業所の求人へ応募する	19 100.0	1 5.3	3 15.8	8 42.1	2 10.5	5 26.3

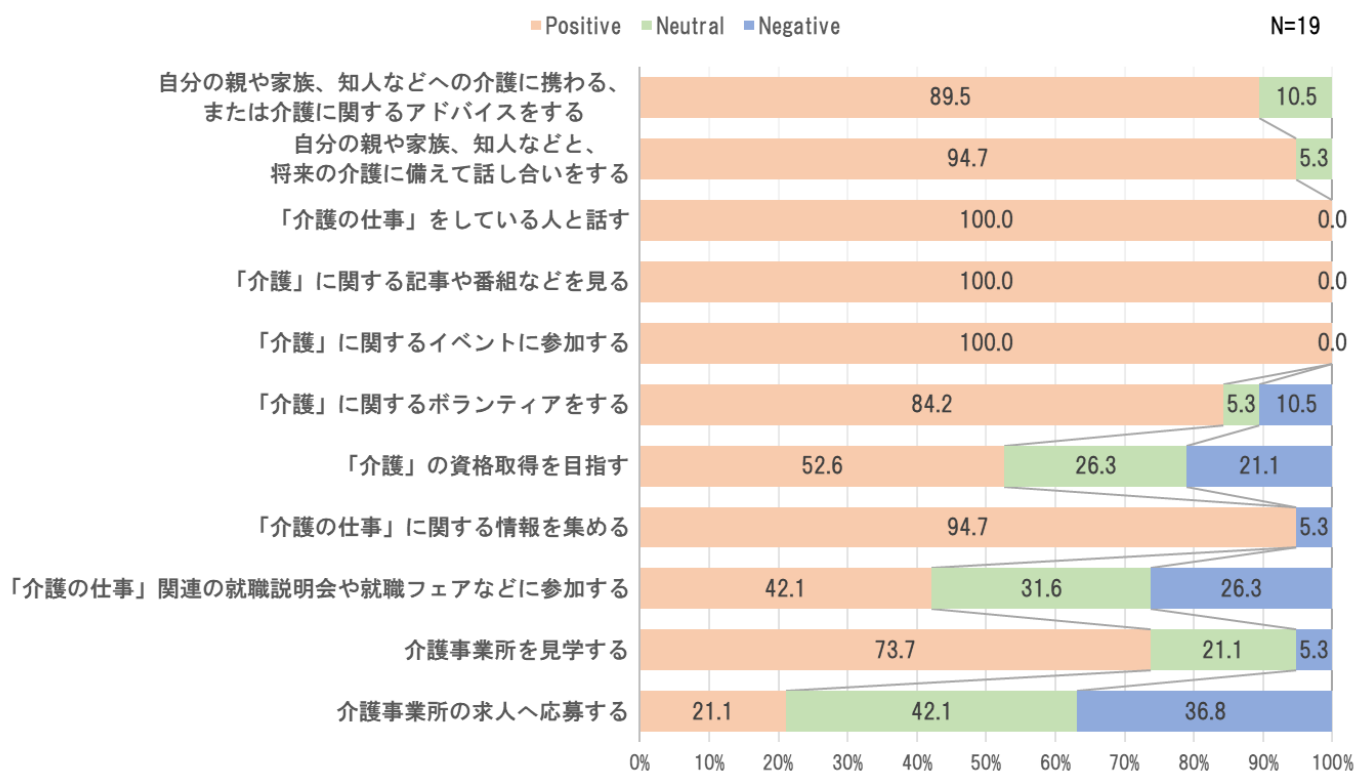


図 3-1-8 第 1 回オンラインイベント視聴による行動変容 (n=19)

(2) 介護のおしごとリアル ～介護DXのトップランナーに聞く～

「介護の仕事の最新事例 (DX)」をテーマとし、文化人を起用したオンライントークイベントを開催した。イベント視聴申込時に事前アンケート、イベント視聴可能期間中にイベント視聴者を対象にした事後アンケートと 2 回に分けて、ウェブ調査を実施した。

調査の概要は以下の通り。

- 調査方法 インターネットリサーチ
- 実施期間 株式会社産経リサーチ&データ
- 実施期間 2022年2月21日(月)～2022年3月31日(木)
- 回収状況 イベント視聴申込者数 110 人 うちデータ紐づけ有効回答 43 人

●第 2 回オンラインイベント視聴申込者の基本属性

イベント視聴申込者 110 サンプルの基本的な属性は以下の通り。

性別	人	%
男性	49	44.5
女性	61	55.5
全体	110	100.0

年齢	人	%
20代	3	2.7
30代	11	10.0
40代	29	26.4
50代	30	27.3
60代	26	23.6
70代	8	7.3
80代	3	2.7
全体	110	100.0

職業	人	%
会社員	70	63.6
公務員	2	1.8
自営業・自由業	7	6.4
会社役員・経営者	2	1.8
パート・アルバイト	11	10.0
専業主婦・主夫	8	7.3
無職	10	9.1
全体	110	100.0

子供の有無&末子の学齢	人	%
子どもはいない	47	42.7
末子（未就学児）	6	5.5
末子（小学校低学年（1～3年生））	3	2.7
末子（中学生）	9	8.2
末子（小学校高学年（4～6年生））	2	1.8
末子（高校生・高専生）	2	1.8
末子（大学生・大学院生・短大生・専門学校生などの学生）	8	7.3
末子（社会人・その他）	33	30.0
全体	110	100.0

「介護」との関わり	(複数回答)	人	%
自分の親や家族などの介護をしたことがある		44	40.0
自分が介護される立場（だったことがある）		1	0.9
介護の現場でボランティアや実習などを行っている（したことがある）		18	16.4
介護の仕事をしている（したことがある）		33	30.0
介護に関する勉強をしている（勉強したことがある）		27	24.5
自分の介護のことに興味がある		22	20.0
親や家族などの介護のことに興味がある		46	41.8
その他、介護との関わり・興味がある		26	23.6
該当するものはない		9	8.2
全体		110	100.0

イベント申込者内訳は、女性 61 人(55.5%)、男性 49 人(44.5%)。世代は 50 代 (27.3%) を中心に、40 代 (26.4%)、60 代 (23.6%) と続く。子供がいる人は 63 人 (57.3%)。

「親や家族などの介護のことに興味がある」人が約 4 割 (41.8%) を占めた。

また、「自分の親や家族などの介護をしたことがある (している)」(40.0%)、「介護の仕事をしている (したことがある)」(30.0%) と、何らかの介護経験のある人も多かった。

「介護」との関わりが全くない人は 9 人 (8.2%)。

●アンケート結果のサマリー (要約)

■ 第 2 回オンラインイベント評価

視聴後にイベントへの満足度や評価についてのアンケートを実施し、43 人から回答を得られた。

イベント内容について、「満足」から「不満」まで 5 段階に分けて聞いたところ、「満足」が 19 人 (44.2%) で、「やや満足」の 15 人 (34.9%) と合わせて、全体の約 8 割が満足感を得ていた。

満足度	人	%
満足	19	44.2
やや満足	15	34.9
どちらともいえない	9	20.9
やや不満	0	0.0
不満	0	0.0
全体	43	100.0

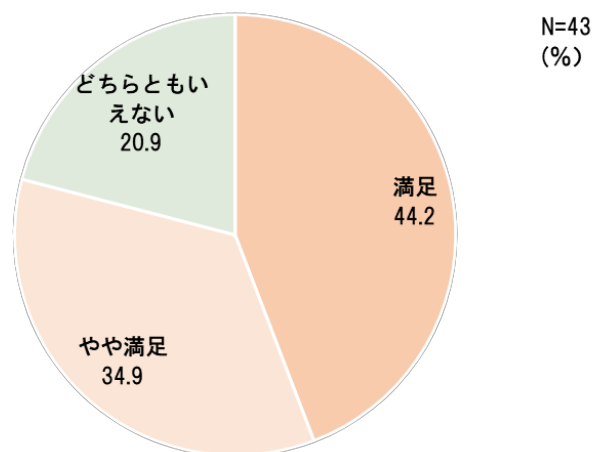


図 3-2-1 第 2 回オンラインイベント満足度 (n=43)

またイベントについて「イベントへの興味」「全体構成」「長さ」「わかりやすさ」の4つの項目軸について、「非常にそう思う」から「まったくそう思わない」まで5段階評価をしてもらったところ、8割以上が肯定的となっており、全体としておおむね肯定的な評価となった。

	全体	評価				
		非常にそう思う	ややそう思う	わからない	ややそう思わない	まったくそう思わない
イベントは、興味を持てた内容だった	43	17	23	2	1	0
	100.0	39.5	53.5	4.7	2.3	0.0
イベントの組み立て方（施設ごとの紹介、トークなど）は適切だった	43	21	20	2	0	0
	100.0	48.8	46.5	4.7	0.0	0.0
イベントの長さ（〇分）は適切だった	43	17	19	4	2	1
	100.0	39.5	44.2	9.3	4.7	2.3
イベントの内容はわかりやすいものだった	43	23	18	2	0	0
	100.0	53.5	41.9	4.7	0.0	0.0

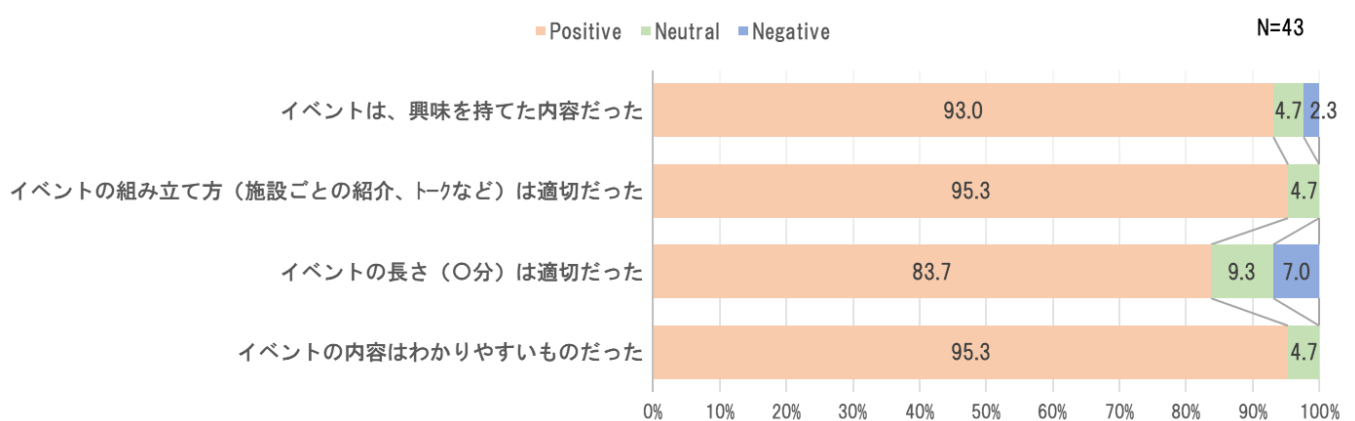


図 3-2-2 第2回オンラインイベント評価 (n=43)

■ 設問「あなたはイベント視聴を通じて、「介護のおしごと」を十分に理解できましたか」

第2回オンラインイベントを視聴することによって、「介護のおしごと」について「理解できた」から「理解できなかった」まで5段階に分けた聞いたところ、「理解できた」と答えた人は15人（34.9%）。「ほぼ理解できた」とした21人（48.8%）と合わせて、「介護のおしごと」を理解できた人は36人（83.7%）であった。

理解度	人	%
理解できた	15	34.9
ほぼ理解できた	21	48.8
どちらともいえない	7	16.3
あまり理解できなかった	0	0.0
理解できなかった	0	0.0
全体	43	100.0

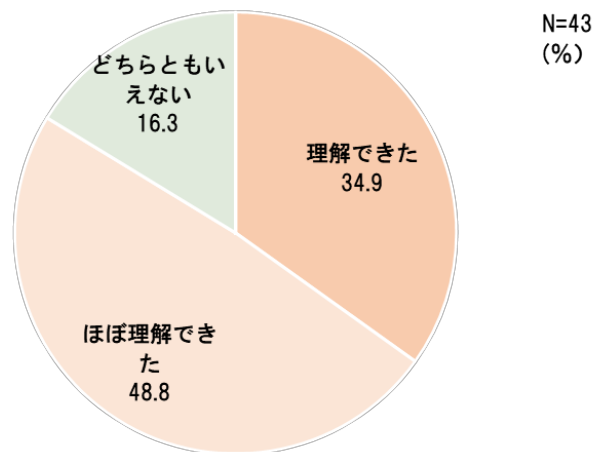


図 3-2-3 「介護のおしごと」への理解度（第2回オンラインイベント視聴者 n=43）

■ 設問『「介護の仕事」入門的研修（21 時間）がオンライン動画視聴で時間に関係なく一定期間、受けられる場合、あなたは受講したいと思いますか』

入門的研修についての受講意向を尋ねたところ、「受講したい」と答えた人は5人（11.6%）。「無料なら受講したい」とした27人（62.8%）と合わせると、入門的研修の受講意向がある人は全体の4分の3を占める結果となった。

入門的研修 受講意向	人	%
受講したい	5	11.6
無料なら受講したい	27	62.8
受講したくない	11	25.6
全体	43	100.0

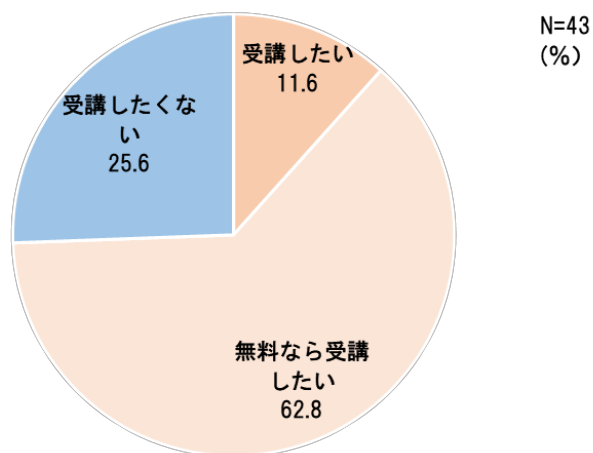


図 3-2-4 入門的研修の受講意向 (第2回オンラインイベント視聴者 n=43)

■ 設問「産経新聞社では、介護のことや介護の仕事のことについて、匿名で話し合うコミュニティを WEB 上に開設しています。このようなコミュニティに興味をお持ちですか」

「ゆうゆう Life コミュニティ」への関心を聞いたところ、「ある」と答えた人は 25 人 (58.1%)。約 6 割がコミュニティに興味があると回答した。

ゆうゆう Life コミュニティへの興味	人	%
ある	25	58.1
ない	18	41.9
全体	43	100.0

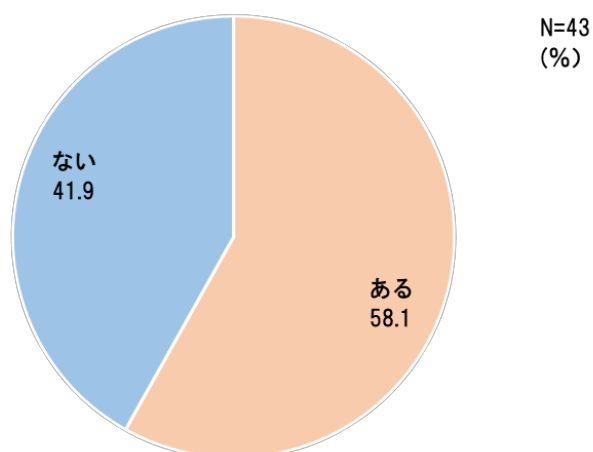


図 3-2-5 「ゆうゆう Life コミュニティ」への興味 (第2回オンラインイベント視聴者 n=43)

■ 設問「今回のイベントについて、ご意見ご感想がありましたら、教えてください」

第2回オンラインイベントに対する主な意見や感想は、以下の通りであった。

回答内容
<p>感想</p> <ul style="list-style-type: none">・介護のDXを初めて知ることができ、貴重なイベントでした。町さんの介護体験に関心があり視聴しましたが、実際のお仕事の様子や具体的なビジョン問題点等をわかりやすく説明して下さいだったので、とても参考になりました。DX、これからもっと発展して欲しい分野だと強く感じました。貴重な機会をありがとうございました。感謝です。(20代女性、子供=いない)・介護の大変さを理解できた。(40代女性、子供末子=小学校高学年)・いい機会でした(40代女性、子供=いない)・勉強になりました。(60代女性、子供末子=社会人その他)・幅広い知識を得ることができた(60代男性、子供=いない)・初歩的な施設紹介のVTRとしてはとても良くできていたと思う。これから介護職を目指す、いわゆる「素人」向けには十分な内容だし、ICT、DXの活用で参加障壁を下げるのにも有効と感じた。(60代男性、子供末子=社会人その他)・介護している現在もっとスキルが必要だと思うと同時に生きがいを感じる自分になりたい(70代男性、子供末子=社会人その他) ”
<p>意見</p> <ul style="list-style-type: none">・デジタルができることはデジタルがする、人にしかできないことは人がするという考えが各事業所や施設に広がっていくとより介護職の方が働きやすい環境ができていくのかなと思います。(DXについては経済面敵に大きな負担にはなるので)(40代男性、子供=いない)・介護DXとの役割でITの役割が大切な時代になったことを改めて勉強しました。介護施設+介護担当者、病院+医師、自治体、政府の介護担当者等の連携及び介護人員不足など解消するためにIT化+(AIのロボット化)で補えるように勤めるべきだと思います。(60代男性、子供=いない)

■ 「子育てを終えた（子育て中を含む）層」の基本属性

イベント視聴前視聴後アンケート有効回答 43 サンプルのうち、本事業のターゲット層である「子育てを終えた（子育て中を含む）層」を絞り込んだ。基本的な属性は以下の通り。

■調査対象 子育てを終えた（子育て中を含む）層（※）		有効サンプル（人）
対象1：【末子の学齢】未就学児		3
対象2：【末子の学齢】小学校1～3年生		1
対象3：【末子の学齢】小学校4～6年生		1
対象4：【末子の学齢】中学生		2
対象5：【末子の学齢】高校生・高専生		1
対象6：【末子の学齢】大学生・大学院生・短大・専門学校生などの学生		2
対象7：【末子の学齢】社会人・その他		9
合計		19

（※）対象1～対象7をあらかじめ抽出した。抽出条件は、「20～69歳」「子どもあり」

性別	人	%
男性	10	63.2
女性	9	36.8
全体	19	100.0

年齢	人	%
20～29歳	1	5.3
40～49歳	5	26.3
50～59歳	7	36.8
60～69歳	6	31.6
全体	19	100.0

職業	人	%
会社員	14	73.7
自営業・自由業	1	5.3
パート・アルバイト	1	5.3
専業主婦・主夫	2	10.5
無職	1	5.3
全体	19	100.0

「介護」との関わり (複数回答)	人	%
自分の親や家族などの介護をしたことがある(している)	5	26.3
自分が介護される立場(だったことがある)	0	0.0
介護の現場でボランティアや実習などをしている(したこと)	5	26.3
介護の仕事をしている(したことがある)	9	47.4
介護に関する勉強をしている(勉強したことがある)	7	36.8
自分の介護のことに興味がある	4	21.1
親や家族などの介護のことに興味がある	9	47.4
その他の介護との関わり・興味がある	3	15.8
全体	19	100.0

有効回答数が19人であったこと、視聴が伸び悩み、視聴を誘引するための手段として抽選で景品をプレゼントすることを前面に出した告知を行ない、視聴を決めた理由が「プレゼントに応募できるから」に偏っている点を踏まえて、結果のみ記載する。

イベント視聴を決めた理由	人	%
プレゼントに応募できるから	7	36.8
無料で視聴できるから	5	26.3
時間に関係なく視聴できるから	4	21.1
オンラインでどこからでも視聴できるから	3	15.8
全体	19	100.0

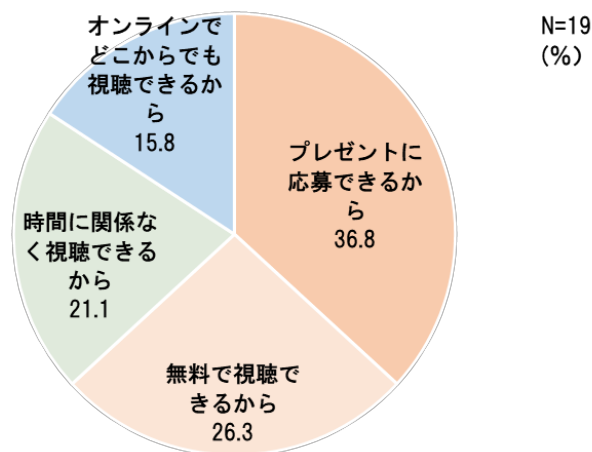


図 3-2-6 第2回オンラインイベント視聴を決めた理由 (n=19)

■ 設問「次の項目について、あなたの現在の気持ちとして、最もあてはまるものをそれぞれ教えてください」

この設問を福祉・介護の仕事へ関心の高まり、福祉・介護の仕事への理解の深まりなど「介護のしごと」に対する意識変容に関する5項目について、5段階評価で尋ねた。

	上段：人 下段：% 単一回答	全体	はまる	大いにあて まる	ほぼあては まる	ない	どちらでも ない	まら ない	ほぼあては まる	まら ない	全くあては まる
イベント視聴前に比べて「福祉の仕事（介護を含む）」への関心が高まった	19	5	9	4	0	1					
	100.0	26.3	47.4	21.1	0.0	5.3					
イベント視聴前に比べて「介護の仕事」への関心が高まった	19	5	9	4	0	1					
	100.0	26.3	47.4	21.1	0.0	5.3					
「介護の仕事」について自分でもできるものがあるのではないかと感じた	19	6	3	7	2	1					
	100.0	31.6	15.8	36.8	10.5	5.3					
「介護の仕事」はおもしろい仕事であると感じるようになった	19	5	6	5	2	1					
	100.0	26.3	31.6	26.3	10.5	5.3					
「介護の仕事」は専門性が高い仕事であると感じるようになった	19	9	8	2	0	0					
	100.0	47.4	42.1	10.5	0.0	0.0					

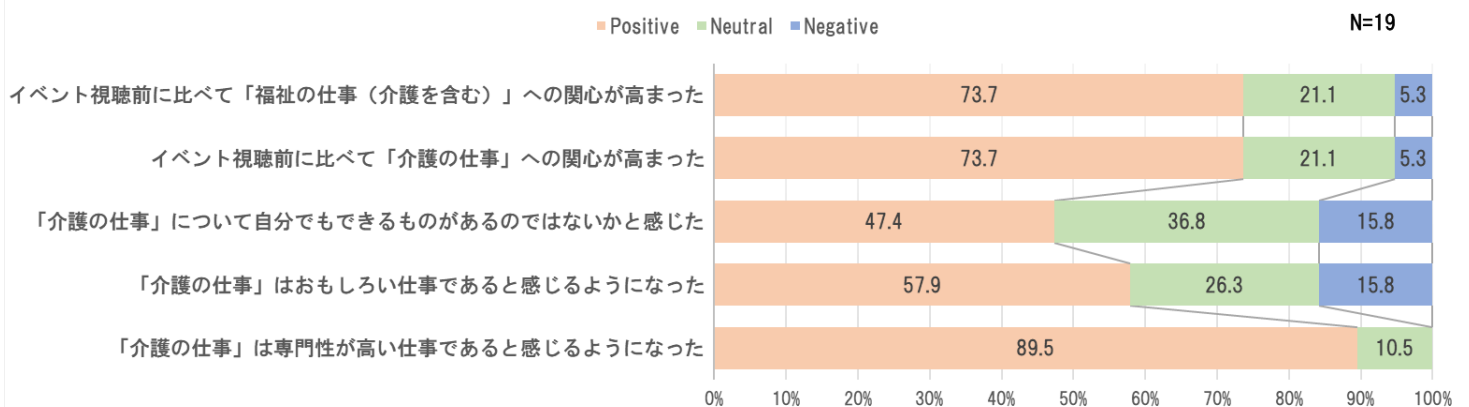


図 3-2-7 第2回オンラインイベント視聴による意識変容 (n=19)

■ 設問「以下の項目について、あなたの今後の行動として、最もあてはまるものをそれぞれ教えてください」

この設問を介護に関わる身近なことから「介護のしごと」に関わることまで、行動変容に関する11項目について、「積極的に実施したい」から「実施したくない」まで5段階に分けて尋ねた。

	上段：人 下段：% 単一回答	全体	積極的に実施したい	機会があれば実施したい	どちらでもない	あまり実施したくない	実施したくない
自分の親や家族、知人などへの介護に携わる、または介護に関するアドバイスをする	19	7	8	3	1	0	
	100.0	36.8	42.1	15.8	5.3	0.0	
自分の親や家族、知人などと、将来の介護に備えて話し合いをする	19	8	8	1	2	0	
	100.0	42.1	42.1	5.3	10.5	0.0	
「介護の仕事」をしている人と話す	19	7	8	4	0	0	
	100.0	36.8	42.1	21.1	0.0	0.0	
「介護」に関する記事や番組などを見る	19	8	9	2	0	0	
	100.0	42.1	47.4	10.5	0.0	0.0	
「介護」に関するイベントに参加する	19	6	8	4	1	0	
	100.0	31.6	42.1	21.1	5.3	0.0	
「介護」に関するボランティアをする	19	5	9	2	2	1	
	100.0	26.3	47.4	10.5	10.5	5.3	
「介護」の資格取得を目指す	19	4	6	4	3	2	
	100.0	21.1	31.6	21.1	15.8	10.5	
「介護の仕事」に関する情報を集める	19	10	4	4	0	1	
	100.0	52.6	21.1	21.1	0.0	5.3	
「介護の仕事」関連の就職説明会や就職フェアなどに参加する	19	2	5	8	2	2	
	100.0	10.5	26.3	42.1	10.5	10.5	
介護事業所を見学する	19	6	7	3	1	2	
	100.0	31.6	36.8	15.8	5.3	10.5	
介護事業所の求人へ応募する	19	1	5	6	2	5	
	100.0	5.3	26.3	31.6	10.5	26.3	

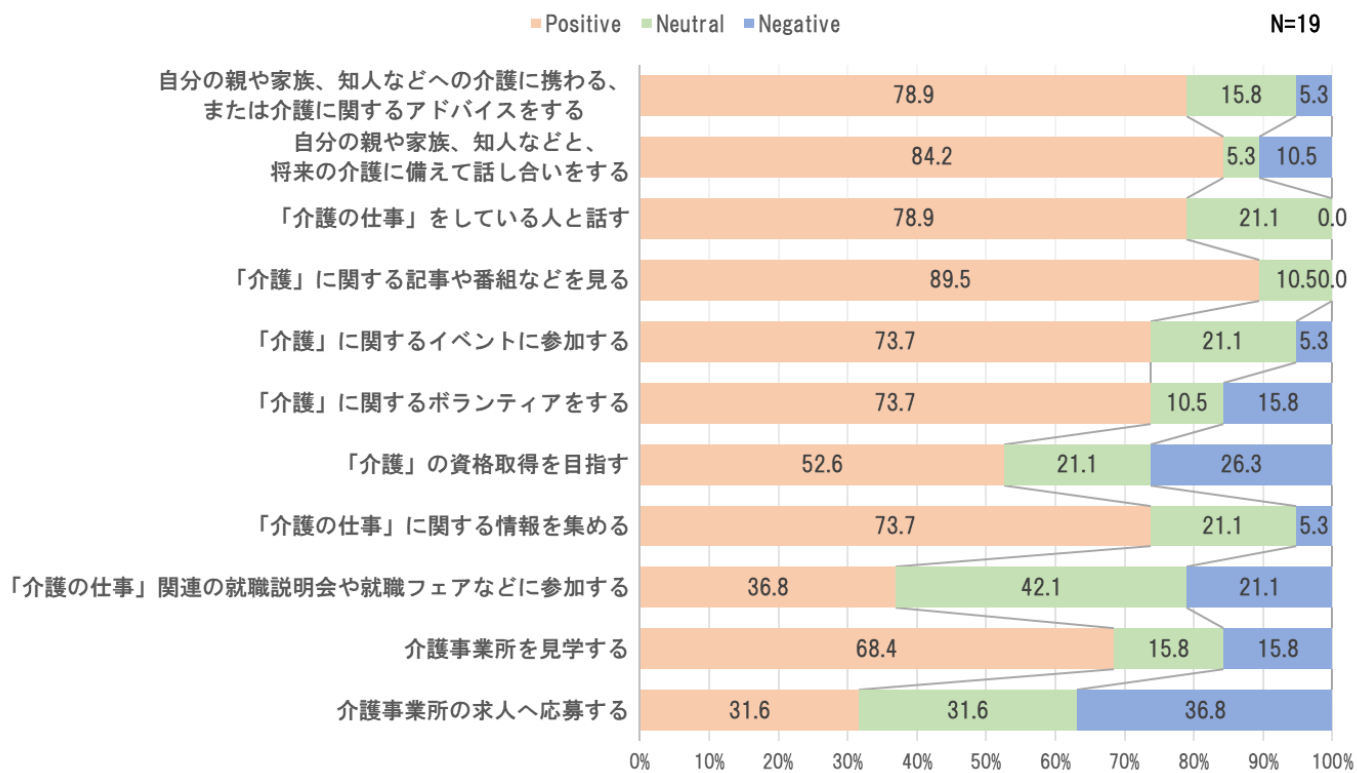


図 3-2-8 第2回オンラインイベント視聴による行動変容 (n=19)

(3) オンラインイベント第1回・第2回視聴モニター

本事業のターゲット層である「子育てを終えた（子育て中を含む）層」「介護無関心層」にイベントの動画を見る機会を作ることで、『介護のしごと』に理解を深め、魅力を感じてもらうことができたか』についての効果検証のため、ネットリサーチを実施した。

オンラインイベント動画を視聴するモニターを募り、モニターを希望した 340 人のうち本事業のターゲット層に該当する 60 人にオンラインイベントの視聴を依頼し、動画を視聴してもらう。その後、オンラインイベント第1回、第2回で実施した視聴後アンケートと同様のウェブ調査を実施し、その結果を分析することとした。

調査の概要は以下の通り。

■調査方法 インターネットリサーチ

■実施機関 株式会社産経リサーチ&データ

■実施期間 2022年3月16日(水)～2022年3月21日(祝)

■調査対象 産経ID会員 60人(※)

有効回答者数 41人(回収率68.3%)

【子育てを終えた（子育て中を含む）層(※1)】

	有効サンプル(人)
対象1：【末子の学齢】未就学児	3
対象2：【末子の学齢】小学校1～3年生	1
対象3：【末子の学齢】小学校4～6年生	1
対象4：【末子の学齢】中学生	2
対象5：【末子の学齢】高校生・高専生	1
対象6：【末子の学齢】大学生・大学院生・短大・専門学校生などの学生	2
対象7：【末子の学齢】社会人・その他	9

(※1) 事前調査で対象1～対象7をイベント動画視聴モニター希望者からあらかじめ抽出した。

抽出条件は、「20～69歳」「子どもあり」「福祉・介護業種で働いたことがない」「今後の就労意欲がある」

【介護無関心層(※2)】

対象8：子供はいない 3

合計 41

(※2) 事前調査で対象8をイベント動画視聴モニター希望者からあらかじめ抽出した。

抽出条件は、「20～69歳」「子どもはいない」「今後の就労意欲がある」「福祉・介護業種で働いたことがない」「家族・親族や友人・知人を介護した経験はない」「家族・親族や友人・知人に介護経験者はいない」「家族・親族や友人・知人に介護施設で働いている人はいない」

■ 回答者属性

調査対象 41 サンプルの基本的な属性は以下の通り。

性別	人	%
男性	22	53.7
女性	19	46.3
全体	41	100.0

年齢	人	%
30～39 歳	6	14.6
40～49 歳	11	26.8
50～59 歳	12	29.3
60～69 歳	12	29.3
全体	137	100.0

働いたことがある業種 (複数回答)	人	%
水産・農林・鉱業	0	0.0
建設	3	7.3
製造業	15	36.6
卸（卸売り業）	4	9.8
小売業	9	22.0
通信・IT	5	12.2
病院・医療	3	7.3
福祉・介護	0	0.0
不動産	2	4.9
金融・証券・保険	6	14.6
電気・ガス・水道	0	0.0
運送・運輸	3	7.3
放送・報道	0	0.0
広告・調査	0	0.0
官公庁	0	0.0
飲食/飲食サービス	6	14.6
アパレル/ファッション	0	0.0
コスメ/美容	1	2.4
学校/教育	7	17.1
娯楽	2	4.9
宿泊	0	0.0
その他サービス業	3	7.3
上記以外のその他	0	0.0
上記に働いたことがある業種はない	2	4.9
全体	41	100.0

就労状況	人	%
現在就労している	34	82.9
現在就労していない	7	17.1
全体	41	100.0

介護との関わり	人	%
家族・親族や友人・知人を介護した経験がある	3	7.3
家族・親族や友人・知人を介護した経験はない	38	92.7
全体	41	100.0
家族・親族や友人・知人に介護経験者がいる	9	22.0
家族・親族や友人・知人に介護経験者はいない	32	78.0
全体	41	100.0
家族・親族や友人・知人に介護施設で働いている人がいる	6	14.6
家族・親族や友人・知人に介護施設で働いている人はいない	35	85.4
全体	41	100.0

● アンケート結果のサマリー（要約）

第1回・第2回のイベント動画を同じページに配置し、視聴状況を尋ねたところ、「1回目を視聴後、2回目を視聴」した人が38人(92.7%)。「1回目のみ視聴」した人は3人(7.3%)であった。

動画視聴の順番	人	%
1回目のみ視聴	3	7.3
2回目のみ視聴	0	0.0
1回目を視聴後、2回目を視聴	38	92.7
2回目を視聴後、1回目を視聴	0	0.0
全体	41	100.0

■ オンラインイベント評価

動画視聴への満足度や評価についてのアンケートを実施し、41人から回答を得られた。イベント内容について、「満足」から「不満」まで5段階に分けて聞いた。

第1回オンラインイベントは「満足」が9人(22.0%)で、「やや満足」の22人(53.7%)と合わせて、31人(75.7%)が満足感を得ていた。

第2回オンラインイベントは「満足」が4人(10.5%)、「やや満足」の21人(55.3%)と合わせて、25人(65.8%)が満足感を得ていた。

満足度	第1回イベント		第2回イベント	
	人	%	人	%
満足	9	22.0	4	10.5
やや満足	22	53.7	21	55.3
どちらともいえない	8	19.5	8	21.1
やや不満	2	4.9	5	13.2
不満	0	0.0	0	0.0
全体	41	100.0	38	100.0

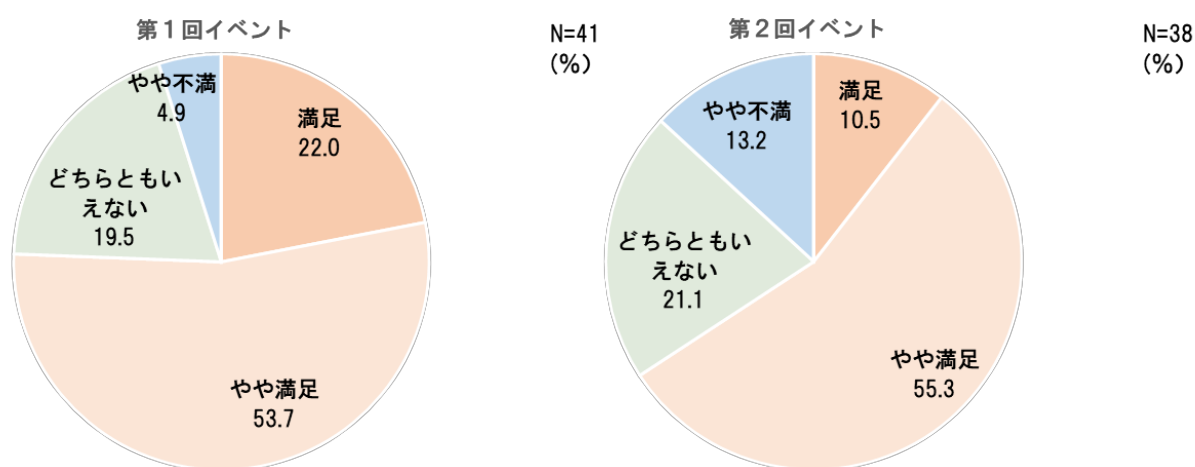


図 3-3-1 オンラインイベント満足度

またイベントについて「イベントへの興味」「全体構成」「長さ」「わかりやすさ」の4つの項目軸について、「非常にそう思う」から「まったくそう思わない」まで5段階評価をもらった。

第1回オンラインイベントは「イベントへの興味」「全体構成」「わかりやすさ」の項目で全体の8割以上が肯定的な評価であった。一方、「長さ」の項目では評価が分かれた。

第2回オンラインイベントは「イベントへの興味」「全体構成」「わかりやすさ」の項目で全体の約3分の2が肯定的な評価であった。また「長さ」については全体の7割が肯定的な評価であった。

第1回オンラインイベントの長さは52分、第2回オンラインイベントの長さは30分となっており、評価の差が生じたと考えられる。

第1回イベント	全体	非常に そう思う	やや そう思う	わから ない	やや そう思 わない	まっ たく そう思 わない	上段：人
							下段：%
							単一回答
イベントは、興味を持てた内容だった	41	5	28	4	3	1	
	100.0	12.2	68.3	9.8	7.3	2.4	
イベントの組み立て方（施設ごとの紹介、トークなど）は適切だった	41	13	23	4	0	1	
	100.0	31.7	56.1	9.8	0.0	2.4	
イベントの長さ（〇分）は適切だった	41	2	17	4	13	5	
	100.0	4.9	41.5	9.8	31.7	12.2	
イベントの内容はわかりやすいものだった	41	14	21	2	3	1	
	100.0	34.1	51.2	4.9	7.3	2.4	

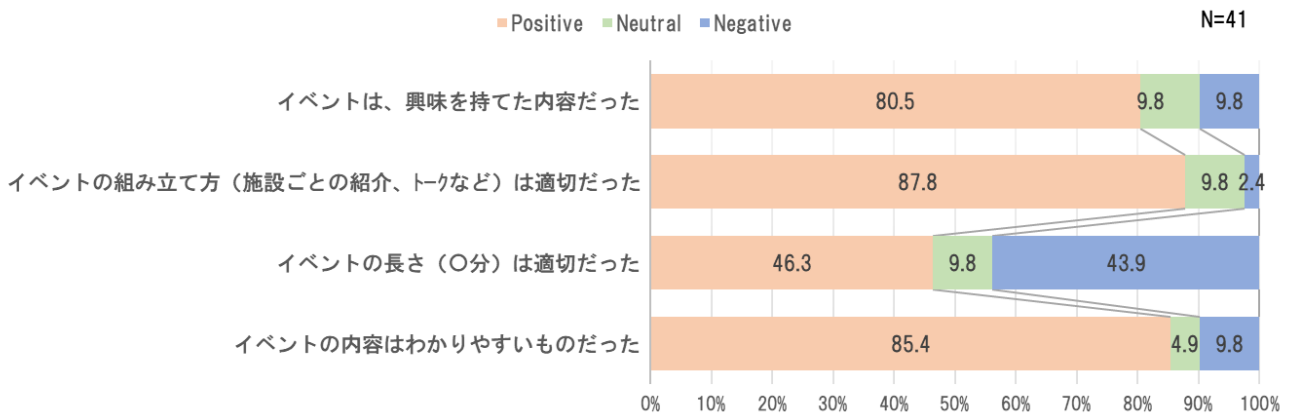


図 3-3-2 第1回オンラインイベント評価 (n=41)

第2回イベント	全体	非常に そう思う	やや そう思う	わから ない	やや そう思 わない	まっ たく そう 思わ ない	上段：人
							下段：%
							単一回答
イベントは、興味を持てた内容だった	38	4	20	7	5	2	
	100.0	10.5	52.6	18.4	13.2	5.3	
イベントの組み立て方（施設ごとの紹介、トークなど）は適切だった	38	6	18	8	5	1	
	100.0	15.8	47.4	21.1	13.2	2.6	
イベントの長さ（〇分）は適切だった	38	7	20	1	7	3	
	100.0	18.4	52.6	2.6	18.4	7.9	
イベントの内容はわかりやすいものだった	38	9	16	7	6	0	
	100.0	23.7	42.1	18.4	15.8	0.0	

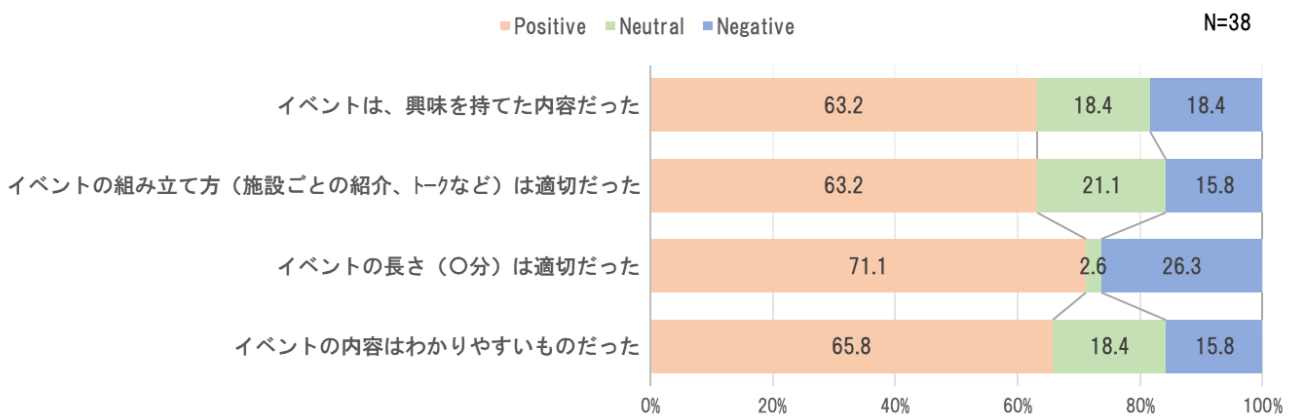


図 3-3-3 第2回オンラインイベント評価 (n=38)

■ 設問「あなたが今回のイベントで視聴したことはどのようなことに役立つと思いますか。あてはまるものをすべて教えてください」（複数回答）

オンラインイベント視聴について、介護のどのようなことに役立つと思うかと尋ねたところ、第1回第2回ともに、「介護職（出演者）への理解」がトップ。次いで「介護経験者（出演者）への理解」「自分の親や家族、知人などの介護」の順となった。

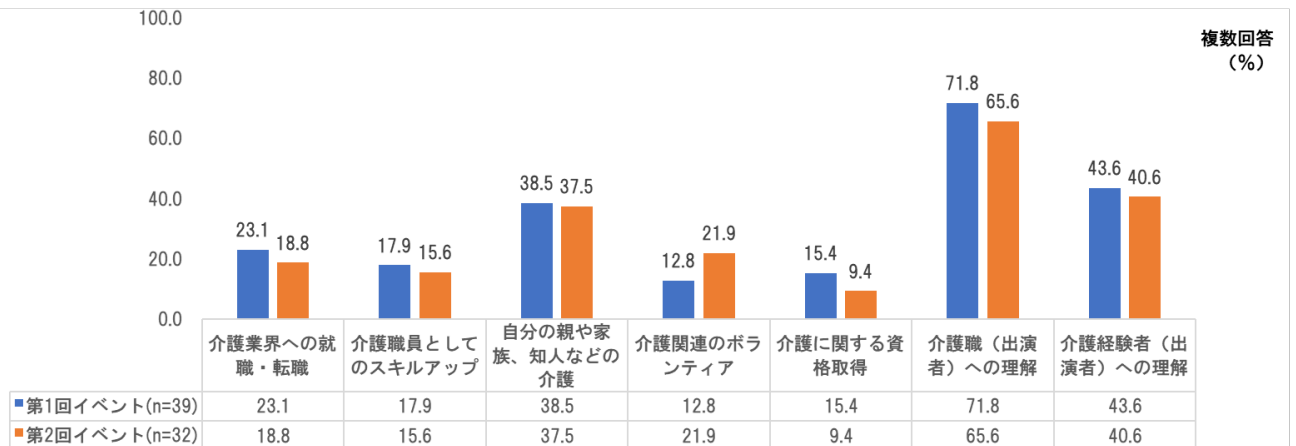


図 3-3-4 オンラインイベント実用度

■ 設問「あなたはイベント視聴を通じて、「介護のおしごと」を十分に理解できましたか」

イベント動画を視聴することによって、「介護のしごと」について「理解できた」から「理解できなかった」まで5段階に分けて聞いた。

第1回オンラインイベントで介護のしごとを「理解できた」と答えた人は3人（7.3%）。「ほぼ理解できた」と答えた25人（61.0%）と合わせて、「介護のしごと」を理解できた人は全体の約7割であった。なお、「どちらともいえない」と答えた人は10人（24.4%）

第2回オンラインイベントで介護のしごとを「理解できた」と答えた人は3人（7.9%）。「ほぼ理解できた」と答えた18人（47.4%）と合わせて、「介護のしごと」を理解できた人は全体の約5割であった。一方、「あまり理解できなかった」と答えた人は6人（15.8%）。なお「どちらともいえない」と答えた人は11人（28.9%）であった。

理解度	第1回イベント		第2回イベント	
	人	%	人	%
理解できた	3	7.3	3	7.9
ほぼ理解できた	25	61.0	18	47.4
どちらともいえない	10	24.4	11	28.9
あまり理解できなかった	2	4.9	6	15.8
理解できなかった	1	2.4	0	0.0
全体	41	100.0	38	100.0

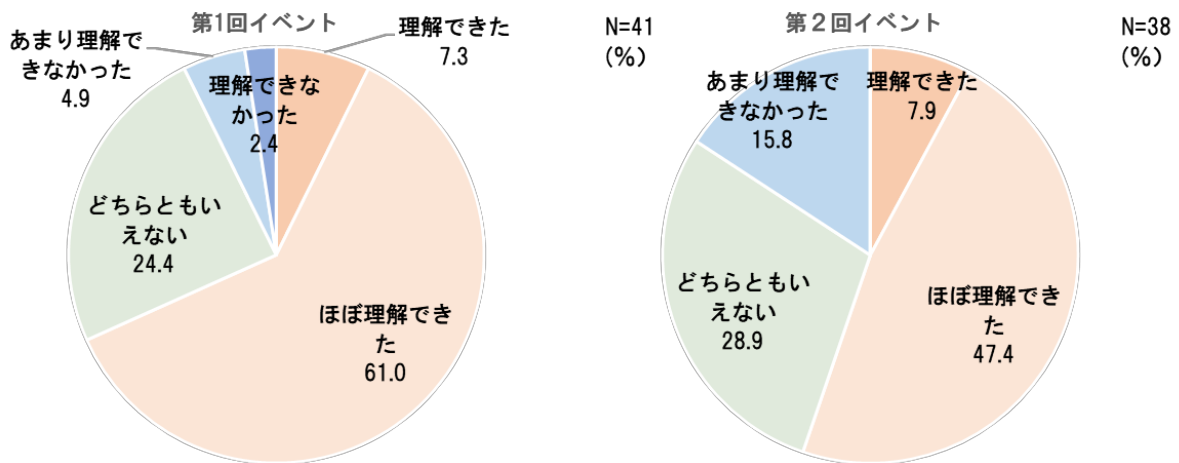


図 3-3-5 「介護のしごと」への理解度

■ 設問「次の項目について、あなたの現在の気持ちとして、最もあてはまるものをそれぞれ教えてください」

この設問を福祉・介護の仕事へ関心の高まり、福祉・介護の仕事への理解の深まりなど「介護のしごと」に対する意識変容に関する5項目について、5段階評価で尋ねた。

第1回オンラインイベント動画視聴者のうち、「動画視聴前に比べて介護の仕事への理解への関心が高まった」と回答した人の割合は53.7%であった。また『「介護の仕事」は専門性が高い仕事であると感じるようになった」と回答した人は75.6%であった。

第2回オンラインイベント動画視聴者のうち、「動画視聴前に比べて介護の仕事への理解への関心が高まった」と回答した人の割合は47.4%であった。また『「介護の仕事」は専門性が高い仕事であると感じるようになった」と回答した人は76.3%であった。

第1回イベント	上段：人 下段：% 単一回答	全体	大いにあてはまる	ほぼあてはまる	どちらでもない	ほぼあてはまらない	全くあてはまらない
イベント視聴前に比べて「福祉の仕事（介護を含む）」への関心が高まった	41	4	18	16	2	1	
	100.0	9.8	43.9	39.0	4.9	2.4	
イベント視聴前に比べて「介護の仕事」への関心が高まった	41	3	19	13	4	2	
	100.0	7.3	46.3	31.7	9.8	4.9	
「介護の仕事」について自分でもできるものがあるのではないかと感じた	41	0	14	17	5	5	
	100.0	0.0	34.1	41.5	12.2	12.2	
「介護の仕事」はおもしろい仕事であると感じるようになった	41	0	15	16	8	2	
	100.0	0.0	36.6	39.0	19.5	4.9	
「介護の仕事」は専門性が高い仕事であると感じるようになった	41	8	23	7	2	1	
	100.0	19.5	56.1	17.1	4.9	2.4	

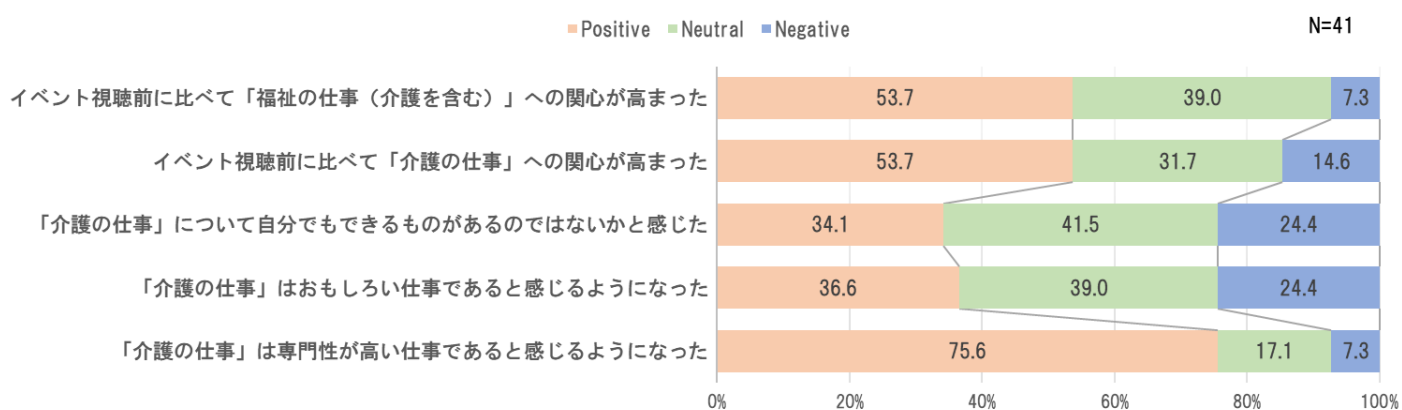


図 3-3-6 第1回オンラインイベント視聴による意識変容 (n=41)

第2回イベント	上段：人 下段：% 単一回答	全体	大いにあてはまる	ほぼあてはまる	どちらでもない	ほぼあてはまらない	全くあてはまらない
イベント視聴前に比べて「福祉の仕事（介護を含む）」への関心が高まった	38	3	14	16	3	2	
	100.0	7.9	36.8	42.1	7.9	5.3	
イベント視聴前に比べて「介護の仕事」への関心が高まった	38	2	16	15	4	1	
	100.0	5.3	42.1	39.5	10.5	2.6	
「介護の仕事」について自分でもできるものがあるのではないかと感じた	38	0	11	19	5	3	
	100.0	0.0	28.9	50.0	13.2	7.9	
「介護の仕事」はおもしろい仕事であると感じるようになった	38	2	11	14	9	2	
	100.0	5.3	28.9	36.8	23.7	5.3	
「介護の仕事」は専門性が高い仕事であると感じるようになった	38	7	22	8	1	0	
	100.0	18.4	57.9	21.1	2.6	0.0	

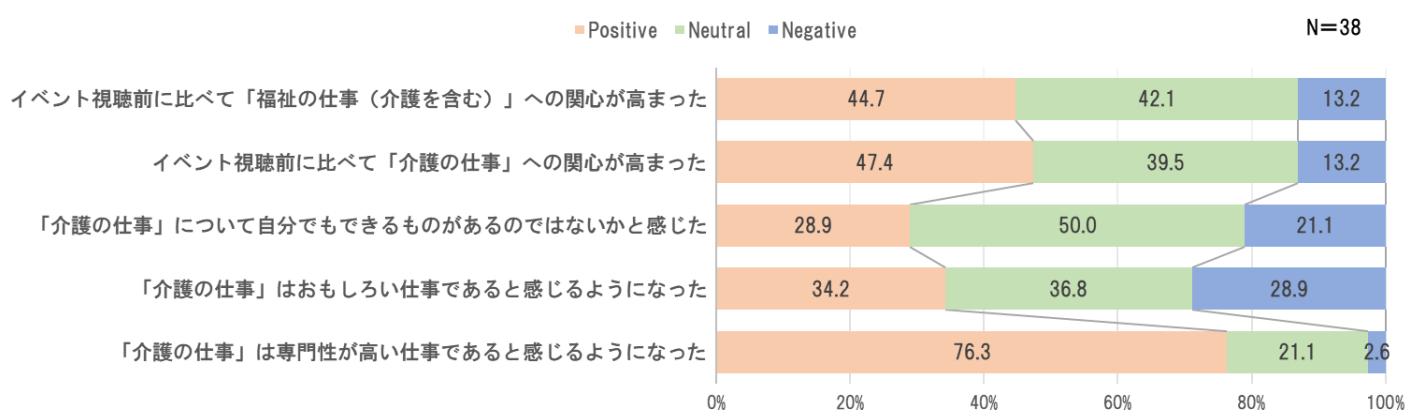


図 3-3-7 第2回オンラインイベント視聴による意識変容 (n=38)

■ 設問「以下の項目について、あなたの今後の行動として、最もあてはまるものをそれぞれ教えてください」

この設問を介護に関わる身近なことから「介護のしごと」に関わることまで、行動変容に関する 11 項目について、「積極的に実施したい」から「実施したくない」まで 5 段階に分けて尋ねた。

第 1 回オンラインイベント動画視聴者のうち、『介護の仕事』に関する情報を集める」と回答した人の割合は 15 人 (36.6%) であった。

第 1 回イベントの肯定的な評価のトップは「自分の親や家族、知人などと、将来の介護に備えて話し合いをする」(75.6%)。次いで『介護』に関する記事や番組などを見る」(68.3%)、『介護の仕事』をしている人と話す」(63.4%) の順。否定的な評価のトップは「介護事業所の求人へ応募する」(51.2%)。次いで『介護』の資格取得を目指す」(43.9%)、『介護の仕事』関連の就職説明会や就職フェアなどに参加する」(41.5%) だった。

第 2 回オンラインイベント動画視聴者のうち、『介護の仕事』に関する情報を集める」と回答した人の割合は 14 人 (36.8%) であった。

第 2 回イベントの肯定的な評価のトップは「自分の親や家族、知人などと、将来の介護に備えて話し合いをする」「『介護』に関する記事や番組などを見る」が同率で 78.7%。否定的な評価のトップは『介護』の資格取得を目指す」(55.3%)。次いで「介護事業所の求人へ応募する」(50.0%)、『介護の仕事』関連の就職説明会や就職フェアなどに参加する」(47.4%) だった。

第1回イベント	全体	積極的に実施したい	機会があれば実施したい	どちらでもない	あまり実施したくない	実施したくない
		上段：人 下段：% 単一回答（人）				
自分の親や家族、知人などへの介護に携わる、または介護に関するアドバイスをする	41	4	20	10	5	2
	100.0	9.8	48.8	24.4	12.2	4.9
自分の親や家族、知人などと、将来の介護に備えて話し合いをする	41	6	25	6	3	1
	100.0	14.6	61.0	14.6	7.3	2.4
「介護の仕事」をしている人と話す	41	4	22	11	2	2
	100.0	9.8	53.7	26.8	4.9	4.9
「介護」に関する記事や番組などを見る	41	3	25	10	1	2
	100.0	7.3	61.0	24.4	2.4	4.9
「介護」に関するイベントに参加する	41	1	19	11	6	4
	100.0	2.4	46.3	26.8	14.6	9.8
「介護」に関するボランティアをする	41	1	17	12	6	5
	100.0	2.4	41.5	29.3	14.6	12.2
「介護」の資格取得を目指す	41	2	9	12	11	7
	100.0	4.9	22.0	29.3	26.8	17.1
「介護の仕事」に関する情報を集める	41	1	14	14	9	3
	100.0	2.4	34.1	34.1	22.0	7.3
「介護の仕事」関連の就職説明会や就職フェアなどに参加する	41	2	8	14	8	9
	100.0	4.9	19.5	34.1	19.5	22.0
介護事業所を見学する	41	2	15	11	9	4
	100.0	4.9	36.6	26.8	22.0	9.8
介護事業所の求人へ応募する	41	2	3	15	12	9
	100.0	4.9	7.3	36.6	29.3	22.0

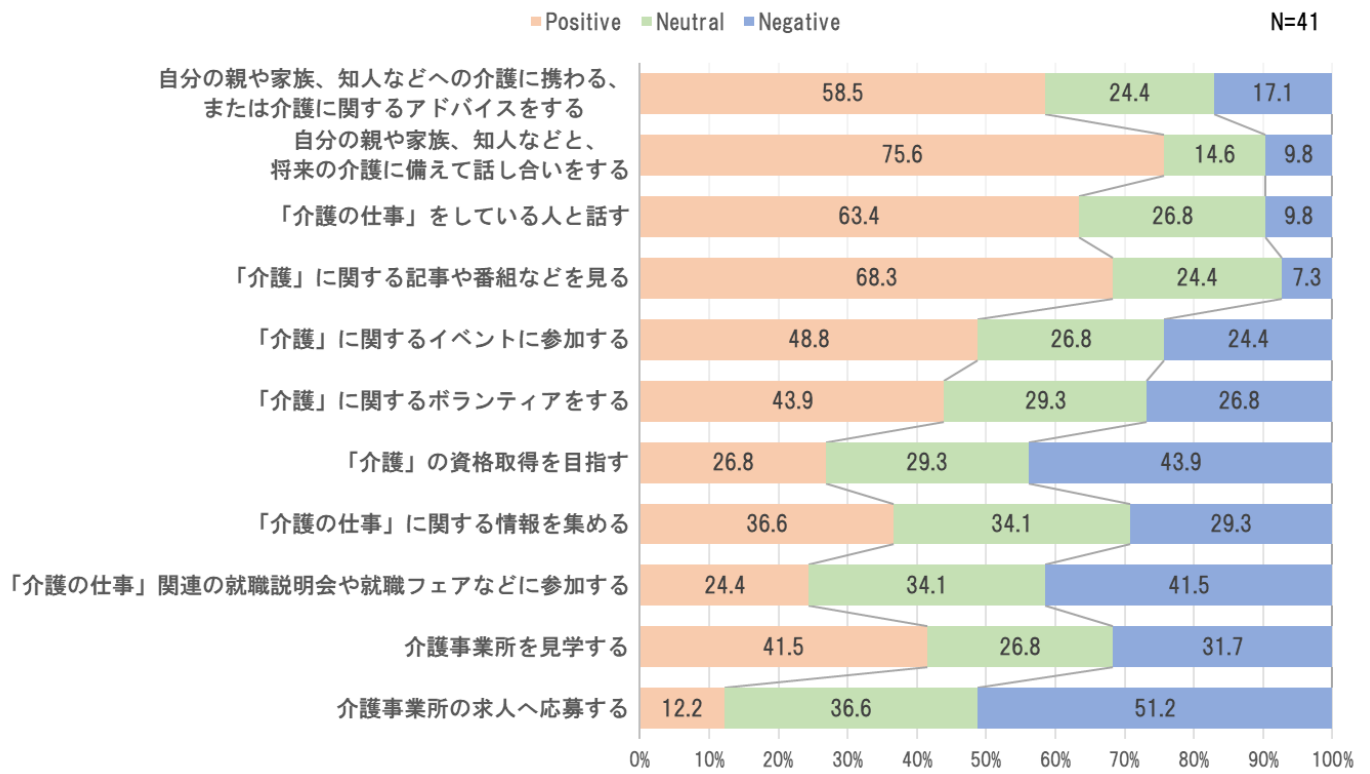


図 3-3-8 第 1 回オンラインイベント視聴による行動変容 (n=41)

第2回イベント	全体	積極的に実施したい	機会があれば実施したい	どちらでもない	あまり実施したくない	実施したくない
自分の親や家族、知人などへの介護に携わる、または介護に関するアドバイスをする	38	2	19	10	5	2
	100.0	5.3	50.0	26.3	13.2	5.3
自分の親や家族、知人などと、将来の介護に備えて話し合いをする	38	4	24	7	2	1
	100.0	10.5	63.2	18.4	5.3	2.6
「介護の仕事」をしている人と話す	38	2	18	12	4	2
	100.0	5.3	47.4	31.6	10.5	5.3
「介護」に関する記事や番組などを見る	38	2	26	9	0	1
	100.0	5.3	68.4	23.7	0.0	2.6
「介護」に関するイベントに参加する	38	0	15	15	5	3
	100.0	0.0	39.5	39.5	13.2	7.9
「介護」に関するボランティアをする	38	1	14	11	7	5
	100.0	2.6	36.8	28.9	18.4	13.2
「介護」の資格取得を目指す	38	0	7	10	15	6
	100.0	0.0	18.4	26.3	39.5	15.8
「介護の仕事」に関する情報を集める	38	2	12	12	7	5
	100.0	5.3	31.6	31.6	18.4	13.2
「介護の仕事」関連の就職説明会や就職フェアなどに参加する	38	1	8	11	10	8
	100.0	2.6	21.1	28.9	26.3	21.1
介護事業所を見学する	38	2	11	11	10	4
	100.0	5.3	28.9	28.9	26.3	10.5
介護事業所の求人へ応募する	38	1	5	13	11	8
	100.0	2.6	13.2	34.2	28.9	21.1

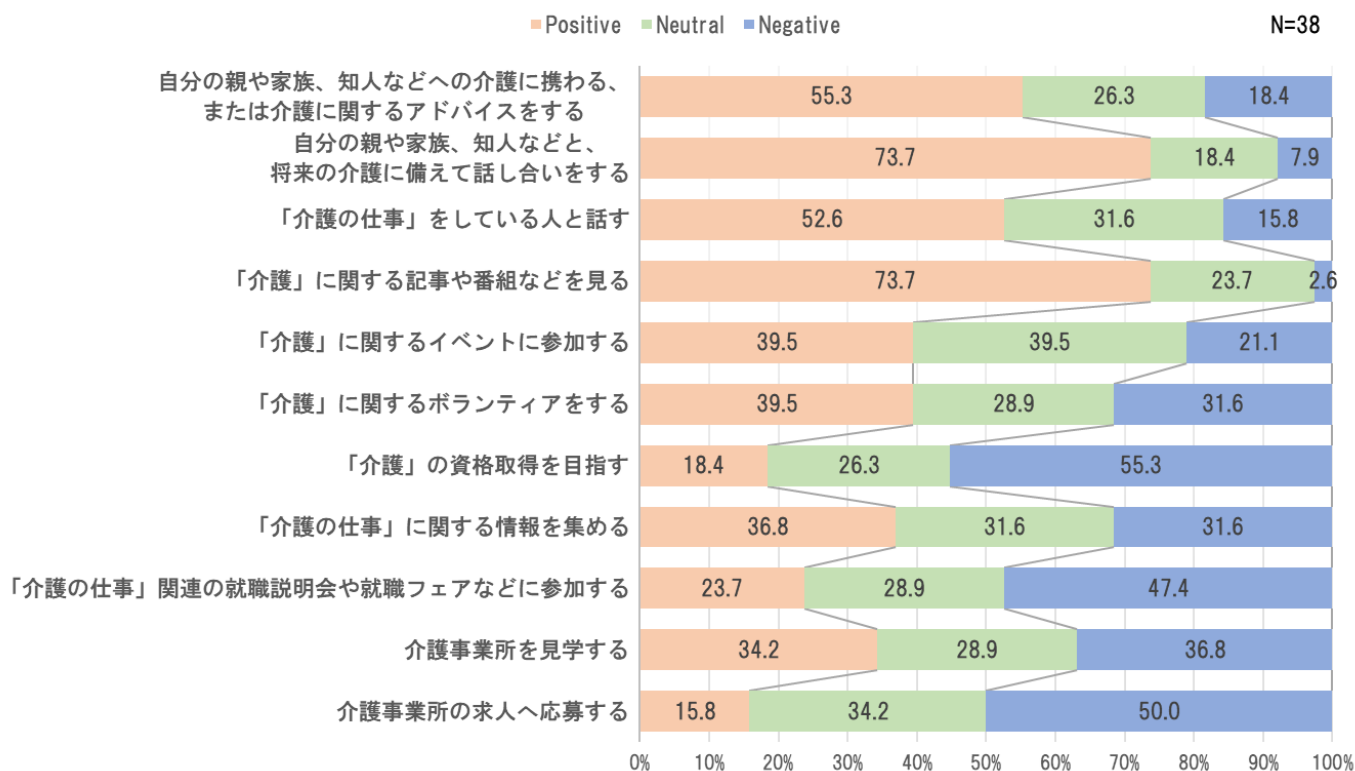


図 3-3-9 第 2 回オンラインイベント視聴による行動変容 (n=38)

■ 設問『「介護の仕事」入門的研修（21 時間）がオンライン動画視聴で時間に関係なく一定期間、受けられる場合、あなたは受講したいと思いますか』

入門的研修についての受講意向を尋ねたところ、「受講したい」と答えた人は 3 人 (7.3%)。「無料なら受講したい」とした 23 人 (56.1%) と合わせると、全体の約 6 割が、入門的研修の受講意向があるという結果となった。

入門的研修 受講意向	人	%
受講したい	3	7.3
無料なら受講したい	23	56.1
受講したくない	15	36.6
全体	41	100.0

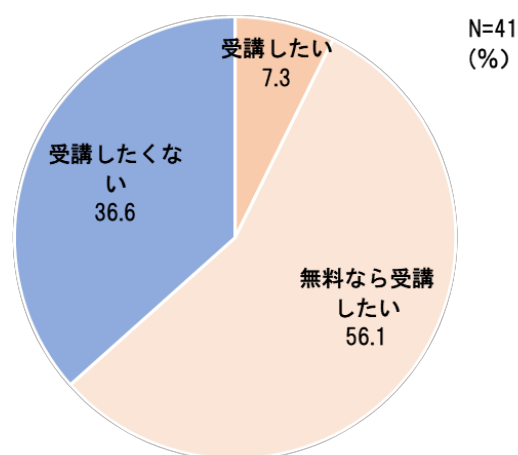


図 3-3-10 入門的研修の受講意向 (n=41)

■ 設問「産経新聞社では、介護のことや介護の仕事のことについて、匿名で話し合うコミュニティを WEB 上に開設しています。このようなコミュニティに興味をお持ちですか」

「ゆうゆう Life コミュニティ」への関心を聞いたところ、「ある」と答えた人は 23 人 (56.1%)。全体で半数以上の人々がコミュニティに興味があると回答した。

ゆうゆう Life コミュニティへの興味	人	%
ある	23	56.1
ない	18	43.9
全体	28	100.0

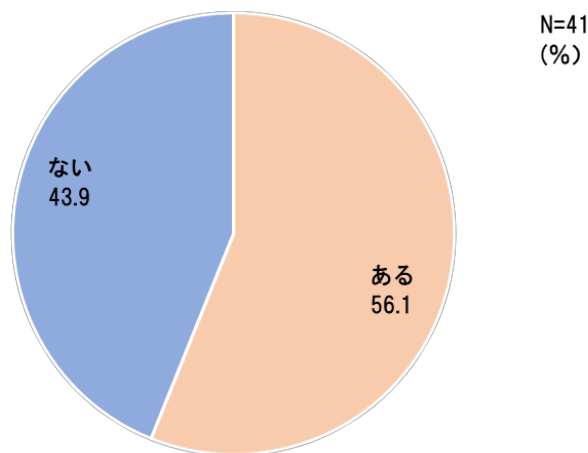


図 3-3-11 「ゆうゆう Life コミュニティ」への興味 (n=41)

■ 設問「今回のイベントについて、ご意見ご感想がありましたら、教えてください」

オンラインイベントに対する主な意見や感想は、以下の通りであった。

回答内容
感想
<ul style="list-style-type: none"> ・実際に介護の当事者になると、もっと関心を持つんだろうと思いました。(30代女性、末子=未就学児、介護経験なし、身近に介護業界で働いている人がいる) ・2回目の動画のデジタルトランスフォーメーション(DX)を介護施設に導入していることがとても新鮮で面白かったです。(40代男性、子供末子=小学校高学年、介護経験あり、身近に介護業界で働いている人がいる) ・今回はこのような機会をありがとうございます。なにかのきっかけになればと思います。コミュニティで勉強して今後を考えたいです。(40代男性、子供=いない、介護経験なし、身近に介護業界で働いている人はいない) ・介護業界のことを、多少は理解が出来て良かったです。(50代女性、子供末子=社会人その他、介護経験なし、身近に介護業界で働いている人はいない)

- ・介護職は身近な仕事なんだと思えました。(50代女性、子供末子＝中学生、介護経験なし、身近に介護業界で働いている人はいない)
- ・身内を介護しているものとして、とてもうれしく思いながらも、現実の介護職の人は、冷たく感情的な人が多いのも現実です。末端での職場だと、邪険にされる人がかわいそうに思うこともあります。ただ、人材不足なので仕方がないと諦めている、管理者や、預けている家族も多いのではないのでしょうか。(50代女性、子供末子＝社会人その他、介護経験あり、身近に介護業界で働いている人はいない)
- ・介護に関する一般的なイメージ、ある種の偏見や誤解を少し解くきっかけになりました。(50代男性、子供末子＝大学生・大学院生・短大生・専門学校生などの学生、介護経験なし、身近に介護業界で働いている人はいない)
- ・介護現場の声を聞く事が出来たので有意義でした(50代男性、子供末子＝大学生・大学院生・短大生・専門学校生などの学生、介護経験なし、身近に介護業界で働いている人はいない)
- ・悩みの情報交換やロボット導入、介護のやりがい、タスクシフト他、今まで知らなかった言葉や世界を覗く事ができて新鮮でした。人は誰も年を取り死に向かっています。その途中経過の大切さをより理解できたような気持ちです。DX やタスクシフト他、今までに聞いたことの無い専門用語があり大変参考になりました。出演された方、皆さんがいきいきとされていて素晴らしいと思います。(60代女性、子供末子＝社会人その他、介護経験なし、身近に介護業界で働いている人はいない)
- ・1本目の動画では実際に介護に携わっている方々の実体験やエピソードなどが紹介され、より身近でこれからの世の中には必須の職業だと感じた。また2本目の動画で福祉関連の施設の一日の流れや目指す方向性が良く把握でき、特にこれからの介護のDXへの取り組みの紹介、目標は単純化、統一化、見える化であるという事にとっても共感できた。(60代女性、子供末子＝社会人その他、介護経験なし、身近に介護業界で働いている人はいない)
- ・とても参考になった(60代男性、子供末子＝社会人その他、介護経験なし、身近に介護業界で働いている人はいない)
- ・介護現場の一端を見られてよかった。介護現場にITやデジタルが導入され役立っていることが分かった。介護職員の給料や休みと言った処遇面が仕事内容に見合っているかどうかわからなかった。高齢者の増加と介護職員の増加がバランスを欠いているのが気になった。(60代男性、子供末子＝社会人その他、介護経験なし、身近に介護業界で働いている人はいない)
- ・介護施設には今回登場した大手ばかりではなく、比較的小規模の団体もあると思います。そのような状況下で働く人たちの現状や苦悩がきっちり描出されているのかどうかについて、少し気になりました。(60代男性、子供末子＝社会人その他、介護経験なし、身近に介護業界で働いている人はいない)

- ・介護の仕事のイベントはとても役に立つと思うが、逆に仕事の現状が分かると、難しさを実感する。(60代男性、子供末子=社会人その他、介護経験なし、身近に介護業界で働いている人はいない)
- ・1回目の出演者の職場はどこも大変恵まれた環境ばかりです。理想はその通りだと思いますが、世の中そんな恵まれた職場ばかりではありませんよね？ キレイ事を並べられても何も心に響かないです。若い世代の方に興味を持ってもらいたいのなら、キチンと悪い面も見せない。例えば被介護者からの暴力、暴言、セクハラなどの被害を受けた時、施設の運営会社が守ってくれるのか。当てにならない場合は駆け込める場所、行政が真摯に受け止め対処してくれるのか。理想と現実のギャップが酷いと結局、離職率が高くなります。お上品におほほとお寒い言葉を並べるばかりの進行に、ひどく違和感があった。(40代女性、子供末子=社会人その他、介護経験あり、身近に介護業界で働いている人はいない)

意見

- ・きついところはあまり表に出さずに表面的な話にとどまっているように思います。「こういうきついこともあるけれども、それでもいいと思う」という本音のところを知りたいです。給料も具体的な額の例を示せればと思います。(60代男性、子供末子=大学生・大学院生・短大生・専門学校生などの学生、介護経験なし、身近に介護業界で働いている人はいない)

10.4 入門的研修動画

10.4.1 調査の目的と概要

本動画の制作にあたりターゲット層とした「子育てを終えた（子育て中を含む）層」（主に30代～60代女性）、仕事としてはもちろん、家族などの介護も未経験である層に「入門的研修の受講を通して、介護の仕事への関心が高まること」が実現されているか、効果の検証をネットリサーチにより実施した。

介護に関する入門的研修（横浜市）受講者基礎データおよび入門的研修修了レポート（アンケート）結果は以下の通り。

■調査方法	インターネットリサーチ
■実施機関	横浜市（公益社団法人かながわ福祉サービス振興会）
■実施期間	2021年9月1日(水)～2022年3月30日(水)
■調査対象	介護に関心があり介護に関する入門的研修受講を希望した横浜市民 216人 うち入門的研修修了者 146人

10.4.2 調査結果

●受講者基礎データ

調査対象 216 サンプルの基本的な属性は以下の通り。

性別	人	%
男性	49	22.7
女性	165	76.4
不明	2	0.9
全体	216	100.0

年代	(生年月日から算出)	人	%
20代		6	2.8
30代		21	9.7
40代		65	30.1
50代		94	43.5
60代		20	9.3
70代		6	2.8
80代		4	1.9
全体		216	100.0

職業	人	%
会社員	78	36.1
公務員	11	5.1
自営業・自由業	13	6.0
会社役員・経営者	2	0.9
パート・アルバイト	52	24.1
専業主婦・主夫	31	14.4
学生（福祉系の大学・専門学校など）	1	0.5
学生（上記以外）	1	0.5
無職	14	6.5
その他	10	4.6
不明	3	1.4
全体	216	100.0

「介護」との関わり (複数回答)	人	%
自分の親や家族などの介護をしたことがある(している)	60	27.8
自分が介護される立場(だったことがある)	3	1.4
介護の現場でボランティアや実習などをしている (したことがある)	11	5.1
介護の仕事をしている(したことがある)	17	7.9
介護に関する勉強をしている(勉強したことがある)	29	13.4
自分の介護のことに興味がある	49	22.7
親や家族などの介護のことに興味がある	166	76.9
その他の介護との関わり・興味がある	60	27.8
不明	3	1.4
全体	216	100.0

受講者内訳は、女性 165 人(76.4%)、男性 49 人(22.7%)。世代は 50 代(43.5%)を中心に、40 代(30.1%)、30 代(9.7%)と続く。子供の有無に関する設問を設定してないため子育て経験は不明。

「親や家族などの介護のことに興味がある」人が約 4 分の 3(76.9%)を占めた。

また、「自分の親や家族などの介護をしたことがある(している)」(27.8%)、「介護の仕事をしている(したことがある)」(7.9%)となっており、介護経験がない人も多かった。

想定していたターゲット層に合致したといえる。

●アンケート結果のサマリー(要約)

■設問「あなたが介護に関する研修を受けようとする理由は何ですか。あてはまるものをすべて教えてください」(複数回答)

研修の受講理由を尋ねたところ、「介護に関する知識を身に付けるため」が 161 人(74.5%)。次いで「自分の親や家族、知人などの介護のため」(63.9%)、「介護業界への就職・転職のため」(11.6%)の順であった。

受講理由	(複数回答)	人	%
介護業界への就職・転職のため		25	11.6
介護職員としてのスキルアップのため		15	6.9
自分の親や家族、知人などの介護のため		138	63.9
介護関連のボランティアに参加するため		19	8.8
介護に関する知識を身に付けるため		161	74.5
資格取得のため		24	11.1
職場・学校で受講を勧められたため		2	0.9
時間に余裕があったため		21	9.7
その他		5	2.3
不明		1	0.5
全体		216	100.0

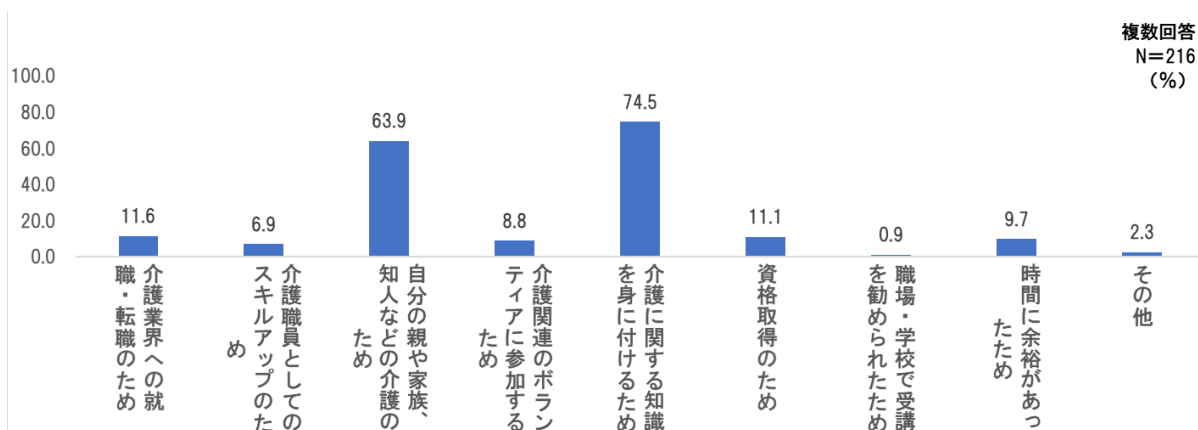


図 4-1-1 入門的研修の受講理由(n=216)

■ 設問「あなたが今回の『入門的研修』を知ったきっかけとして、あてはまるものを教えてください」(複数回答)

入門的研修を知ったきっかけを尋ねたところ、「横浜市のライン(LINE)」が 65 人(30.1%)。次いで「横浜市の広報紙(広報よこはま)」(19.4%)、「横浜市のウェブサイト(ホームページ)」(18.5%)の順であった。横浜市公式 SNS での募集が非常に有効的だった。

研修を知ったきっかけ	(複数回答)	人	%
横浜市の広報紙（広報よこはま）		42	19.4
横浜市のウェブサイト（ホームページ）		40	18.5
横浜市のライン（LINE）		65	30.1
横浜市のツイッター（twitter）		13	6.0
横浜市の市や区のメールマガジン		0	0.0
横浜市のその他広報		14	6.5
産経新聞の紙面		5	2.3
産経新聞社や産経 i Dからのメルマガ		0	0.0
「ゆうゆうLife」のウェブサイト		0	0.0
SNS上の投稿を見て		2	0.9
職場・学校からの紹介		5	2.3
知人・友人からの紹介		9	4.2
その他		38	17.6
不明		1	0.5
全体		216	100.0

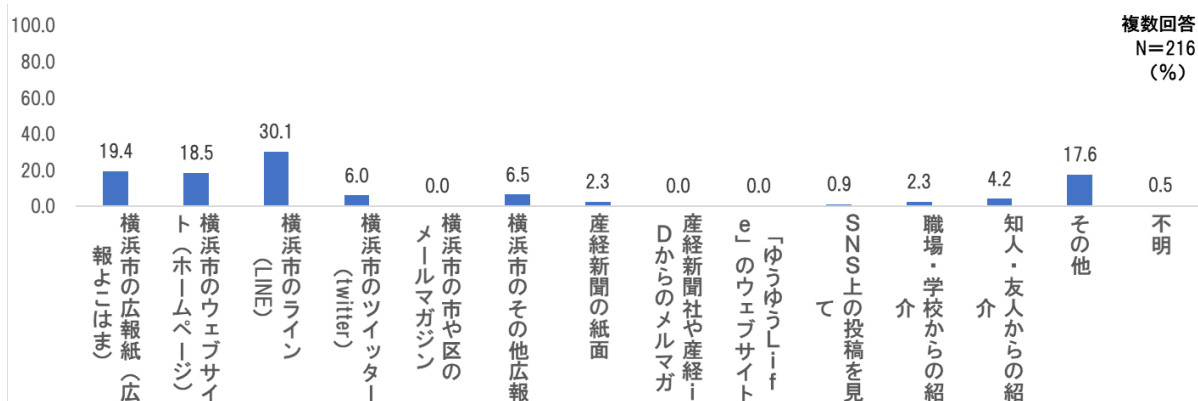


図 4-1-2 入門的研修を知ったきっかけ(n=216)

■ 設問「あなたが今回の『入門的研修』を選んだ理由として、あてはまるものをすべて教えてください」（複数回答）

介護の研修の中から今回の「入門的研修」を選んだ理由を尋ねたところ、「オンラインでどこからでも受講できるから」が182人(84.3%)。次いで「無料で受講できるから」(81.9%)、「動画での研修だから」(49.5%)の順となった。無料でオンライン受講できることが大きな理由となっている。

入門的研修を選んだ理由 (複数回答)	人	%
横浜市から修了証明書の発行が受けられるから	78	36.1
他の研修（生活援助従事者研修・介護職員初任者研修など） に比べて内容が易しそうだから	10	4.6
他の研修（生活援助従事者研修・介護職員初任者研修など） に比べて研修時間数が少ないから	8	3.7
無料で受講できるから	177	81.9
動画での研修だから	107	49.5
オンラインでどこからでも受講できるから	182	84.3
その他	2	0.9
全体	216	100.0

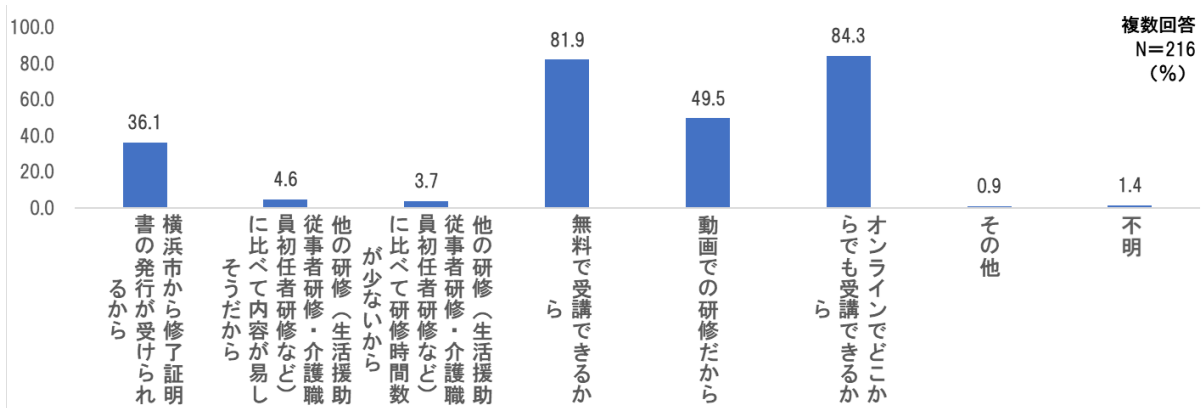


図 4-1-3 入門的研修を選んだ理由(n=216)

■ 入門的研修修了者の属性

研修終了後の修了レポート（アンケート）に146人が回答した。回答者属性は以下の通り。

性別	人	%
男性	33	22.6
女性	113	77.4
全体	146	100.0

年齢	人	%
20代	3	2.1
30代	14	9.6
40代	49	33.6
50代	62	42.5
60代	15	10.3
70代	2	1.4
80代	1	0.7
全体	146	100.0

職業	人	%
会社員	50	34.2
公務員	9	6.2
自営業・自由業	8	5.5
会社役員・経営者	2	1.4
パート・アルバイト	40	27.4
専業主婦・主夫	24	16.4
学生（福祉系の大学・専門学校など）	0	0.0
学生（上記以外）	1	0.7
無職	7	4.8
その他	5	3.4
全体	146	100.0

「介護」との関わり	(複数回答)	人	%
自分の親や家族などの介護をしたことがある（している）		40	27.4
介護の現場でボランティアや実習などを行っている （したことがある）		8	5.5
介護の仕事をしている（したことがある）		9	6.2
介護に関する勉強をしている（勉強したことがある）		17	11.6
自分の介護のことに興味がある		31	21.2
親や家族などの介護のことに興味がある		118	80.8
その他の介護との関わり・興味がある		44	30.1
不明		1	0.7
全体		146	100.0

修了者内訳は、女性 113 人(77.4%)、男性 33 人(22.6%)。世代は 50 代 (42.5%) を中心に、40 代 (33.6%)、60 代 (10.3%) と続く。子供の有無に関する設問を設定してないため子育て経験は不明。職業は「会社員」(34.2%)、「パート・アルバイト」(27.4%)、「専業主婦・主夫」(16.4%) の順となっている。

「親や家族などの介護のことに興味がある」人が約 8 割 (80.8%) を占めた。また、「自分の親や家族などの介護をしたことがある (している)」(27.4%)、「介護の仕事をしている (したことがある)」(6.2%) となっており、介護経験がない人が多かった。

■ 設問「あなたが主に受講に使用した端末を教えてください」

主に受講に使用した端末を尋ねたところ、「スマートフォン (iOS)」が 56 人 (38.4%)、「スマートフォン (Android)」27 人 (18.5%) と「スマートフォン」を主に使用した人が全体の半数以上を占めた (56.8%)。

使用端末	人	%
パソコン (Windows)	38	26.0
スマートフォン (Android)	27	18.5
スマートフォン (iOS)	56	38.4
タブレット (iOS)	18	12.3
不明	7	4.8
全体	146	100.0

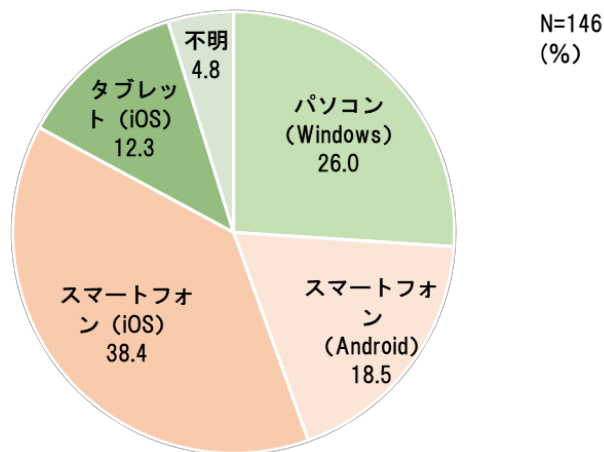


図 4-2-1 入門的研修受講時の使用端末 (n=146)

■ 設問「今回の研修について、あなたはオンラインで順調に受講することができましたか」

オンラインで入門的研修を順調に受講できたかどうかを尋ねたところ、「順調に進めることができた」人は19人(13.0%)。「ほぼ順調に進めることができた」と回答した73人(50.0%)を合わせると、全体の約6割が「順調に進めることができた」と回答した。

受講状況	人	%
順調に進めることができた	19	13.0
ほぼ順調に進めることができた	73	50.0
あまり順調に進めることができなかった	47	32.2
順調に進めることができなかった	7	4.8
全体	146	100.0

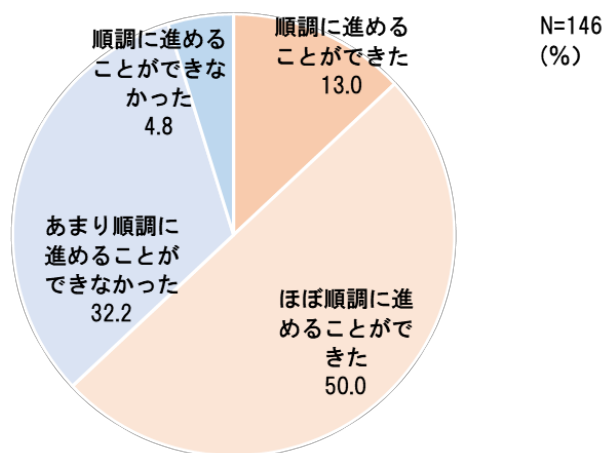


図 4-2-2 入門的研修の受講状況(n=146)

また「順調に進めることができなかった」と回答した54人にその理由を自由回答で尋ねた。主な理由として、「動画が途中で止まってしまった」「動画が止まって集中できなかった」「顔認証がうまくいかなかった」「マスクで認証できず外出先で見られなかった」「動画を見る時間がなかった」などが挙がっていた。また使用したかった端末で見られずに違う端末に変更して受講した、という声もあった。

■ 入門的研修の評価

入門的研修について、「満足」から「不満」まで5段階に分けて聞いたところ、「満足」が90人（61.6%）で、「やや満足」の49人（33.6%）と合わせて、全体の9割以上が満足感を得ていた。

満足度	人	%
満足	90	61.6
やや満足	49	33.6
どちらともいえない	6	4.1
やや不満	1	0.7
不満	0	0.0
全体	146	100.0

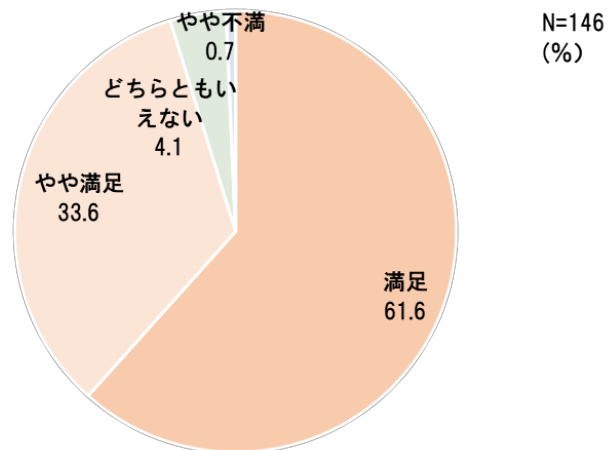


図 4-2-3 入門的研修の満足度 (n=146)

また入門的研修について「目的達成度」「全体構成」「動画本数」「1本あたりの長さ」、「動画のわかりやすさ」「テキストのわかりやすさ」の6つの項目軸について、「非常にそう思う」から「まったくそう思わない」まで5段階評価をしてもらったところ、動画本数について「適切だった」との回答は7割強であったものの、全体の約9割から肯定的な評価が得られた。

「研修動画の内容はわかりやすいものだった」に「非常にそう思う」と回答した人は97人（66.4%）。

上段：人 下段：% 単一回答	全体	非常にそう思う	ややそう思う	わからない	ややそう思わない	まったくそう思わない
研修は、自分の目的を達成させるような内容だった	146	66	70	7	3	0
	100.0	45.2	47.9	4.8	2.1	0.0
研修の組み立て方（動画・テキスト・テスト等）は適切だった	146	61	70	9	5	1
	100.0	41.8	47.9	6.2	3.4	0.7
研修動画の本数（42本）は適切だった	146	52	56	25	13	0
	100.0	35.6	38.4	17.1	8.9	0.0
研修動画1本あたりの長さ（30分）は適切だった	146	80	49	3	14	0
	100.0	54.8	33.6	2.1	9.6	0.0
研修動画の内容はわかりやすいものだった	146	97	44	1	4	0
	100.0	66.4	30.1	0.7	2.7	0.0
研修テキストの内容はわかりやすいものだった	146	77	62	4	3	0
	100.0	52.7	42.5	2.7	2.1	0.0

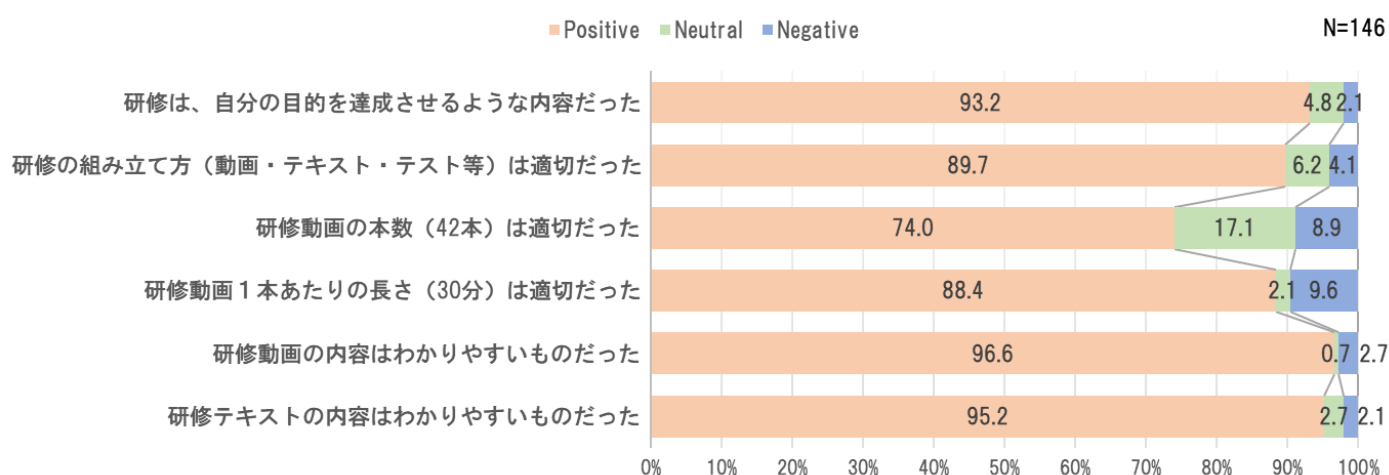


図 4-2-4 入門的研修の評価 (n=146)

■ 設問「あなたが今回の研修で学んだ内容はどのようなことに役立つと思いますか。あてはまるものをすべて教えてください」（複数回答）

入門的研修の受講によって、介護のどのようなことに役立つと思うかと尋ねたところ、「自分の親や家族、知人などの介護」と回答した人は131人（89.7%）で最も多かった。

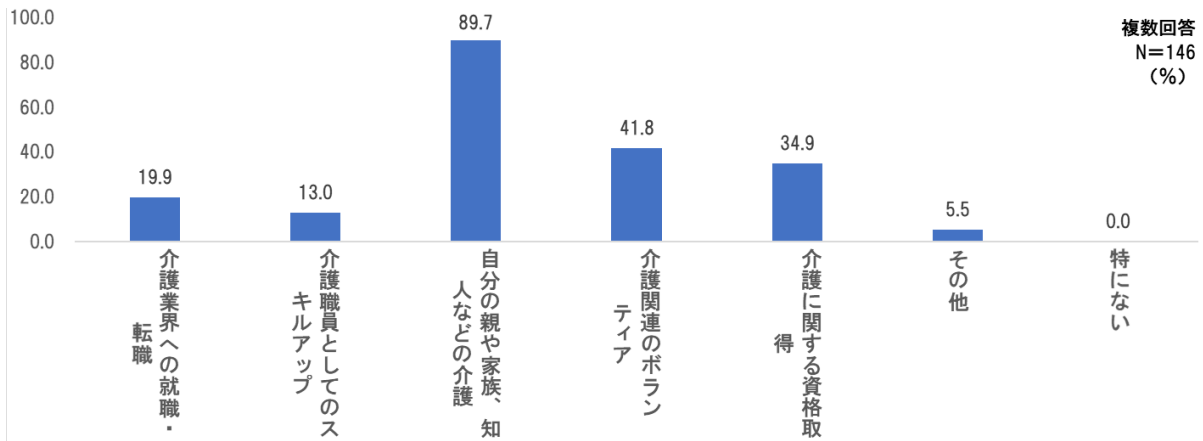


図 4-2-5 入門的研修の実用度 (n=146)

■ 設問「あなたは研修全体を通して、研修の内容を十分に理解できましたか」

入門的研修を受講することによって、研修の内容について「理解できた」から「理解できなかった」まで5段階に分けて聞いた。

研修の内容を「理解できた」と答えた人は54人（37.0%）。「ほぼ理解できた」と答えた85人（58.2%）と合わせて、研修の内容を理解できたと回答した人は139人（95.2%）だった。

理解度	人	%
理解できた	54	37.0
ほぼ理解できた	85	58.2
どちらともいえない	7	4.8
あまり理解できなかった	0	0.0
理解できなかった	0	0.0
全体	146	100.0

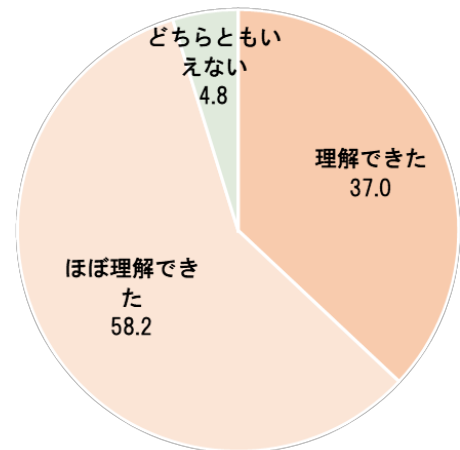


図 4-2-6 入門的研修の内容への理解度 (n=146)

■ 設問「次の項目について、あなたの現在の気持ちとして、最もあてはまるものをそれぞれ教えてください」

この設問を福祉・介護の仕事へ関心の高まり、福祉・介護の仕事への理解の深まりなど「介護のしごと」に対する意識変容に関する5項目について、5段階評価で尋ねた。

入門的研修の修了者のうち、「研修前に比べて『介護の仕事』への関心が高まった」と回答した人の割合は80.8%であった。また「『介護の仕事』は専門性が高い仕事であると感じるようになった」と回答した人は92.5%であった

上段：人 下段：% 単一回答	全体	大いにあてはまる	ほぼあてはまる	どちらでもない	ほぼあてはまらない	全くあてはまらない
研修前に比べて「福祉の仕事（介護を含む）」への関心が高まった	146	41	84	18	3	0
	100.0	28.1	57.5	12.3	2.1	0.0
研修前に比べて「介護の仕事」への関心が高まった	146	37	81	23	4	1
	100.0	25.3	55.5	15.8	2.7	0.7
「介護の仕事」について自分でもできることがあるのではないかと感じた	146	31	78	32	5	0
	100.0	21.2	53.4	21.9	3.4	0.0
「介護の仕事」はおもしろい仕事であると感じるようになった	146	16	72	49	8	1
	100.0	11.0	49.3	33.6	5.5	0.7
「介護の仕事」は専門性が高い仕事であると感じるようになった	146	82	53	8	3	0
	100.0	56.2	36.3	5.5	2.1	0.0

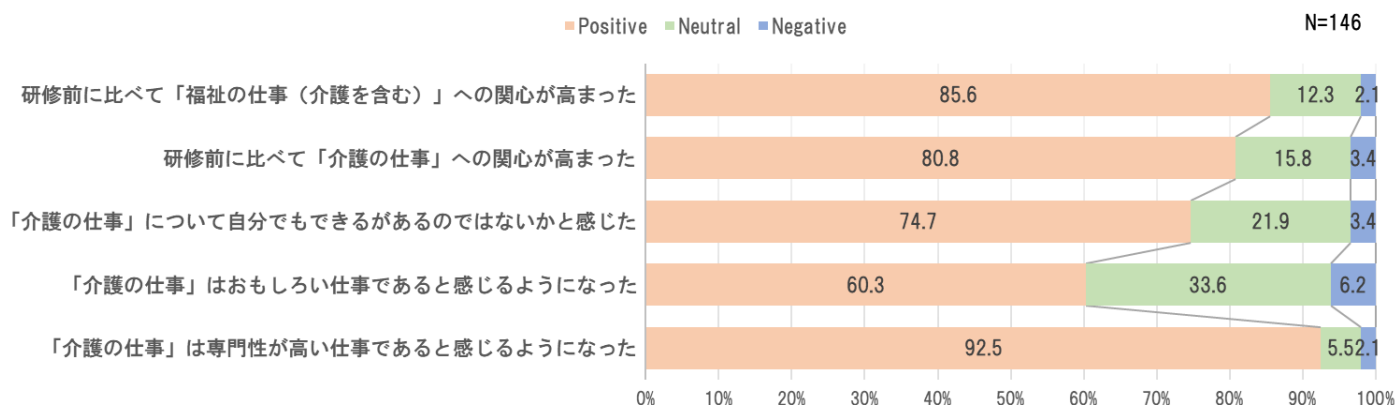


図 4-2-7 入門的研修の受講による意識変容 (n=146)

■ 設問「以下の項目について、あなたの今後の行動として、最もあてはまるものをそれぞれ教えてください」

この設問を介護に関わる身近なことから「介護のしごと」に関わることまで、行動変容に関する 11 項目について、「積極的に実施したい」から「実施したくない」まで 5 段階に分けて尋ねた。

入門的研修修了者のうち、『介護の仕事』に関する情報を集める」ことについて、「積極的に実施したい」と「機会があれば実施したい」とを合わせて、「実施したい（計）」と回答した人の割合は 92 人（63.0%）であった。

肯定的な評価では、「自分の親や家族、知人などへの介護に携わる、または介護に関するアドバイスをする」「自分の親や家族、知人などと、将来の介護に備えて話し合いをする」ことについて「実施したい（計）」と回答した人は同率で 139 人（95.2%）。次いで『介護』に関する記事や番組などを見る」（91.1%）、『介護の仕事』をしている人と話す」（80.1%）の順だった。

「別の介護の研修（生活援助従事者研修・介護職員初任者研修など）を受け、資格取得を目指す」ことを「実施したい（計）」と回答した人は 109 人（74.7%）。一方、「介護事業所の求人へ応募する」ことを「実施したい（計）」と回答した人は 26.0%で、「あまり実施したくない」と「実施したくない」とを合わせた「実施したくない（計）」（29.5%）が上回る結果となった。

	全体	積極的に実施したい	機会があれば実施したい	どちらでもない	あまり実施したくない	実施したくない	上段：人
							下段：%
自分の親や家族、知人などへの介護に携わる、 または介護に関するアドバイスをする	146	47	92	6	1	0	
	100.0	32.2	63.0	4.1	0.7	0.0	
自分の親や家族、知人などと、将来の介護 に備えて話し合いをする	146	56	83	4	1	2	
	100.0	38.4	56.8	2.7	0.7	1.4	
「介護の仕事」をしている人と話す	146	28	89	27	1	1	
	100.0	19.2	61.0	18.5	0.7	0.7	
「介護」に関する記事や番組などを見る	146	51	82	10	2	1	
	100.0	34.9	56.2	6.8	1.4	0.7	
「介護」に関するイベントに参加する	146	14	97	30	2	3	
	100.0	9.6	66.4	20.5	1.4	2.1	
「介護」に関するボランティアをする	146	13	89	31	9	4	
	100.0	8.9	61.0	21.2	6.2	2.7	
別の介護の研修（生活援助従事者研修・介護職 員初任者研修など）を受け、資格取得を目指す	146	22	87	27	7	3	
	100.0	15.1	59.6	18.5	4.8	2.1	
「介護の仕事」に関する情報を集める	146	21	71	40	8	6	
	100.0	14.4	48.6	27.4	5.5	4.1	
「介護の仕事」関連の就職説明会や就職フ ェアなどに参加する	146	4	44	59	16	23	
	100.0	2.7	30.1	40.4	11.0	15.8	
介護事業所を見学する	146	10	68	44	12	12	
	100.0	6.8	46.6	30.1	8.2	8.2	
介護事業所の求人へ応募する	146	1	37	65	12	31	
	100.0	0.7	25.3	44.5	8.2	21.2	

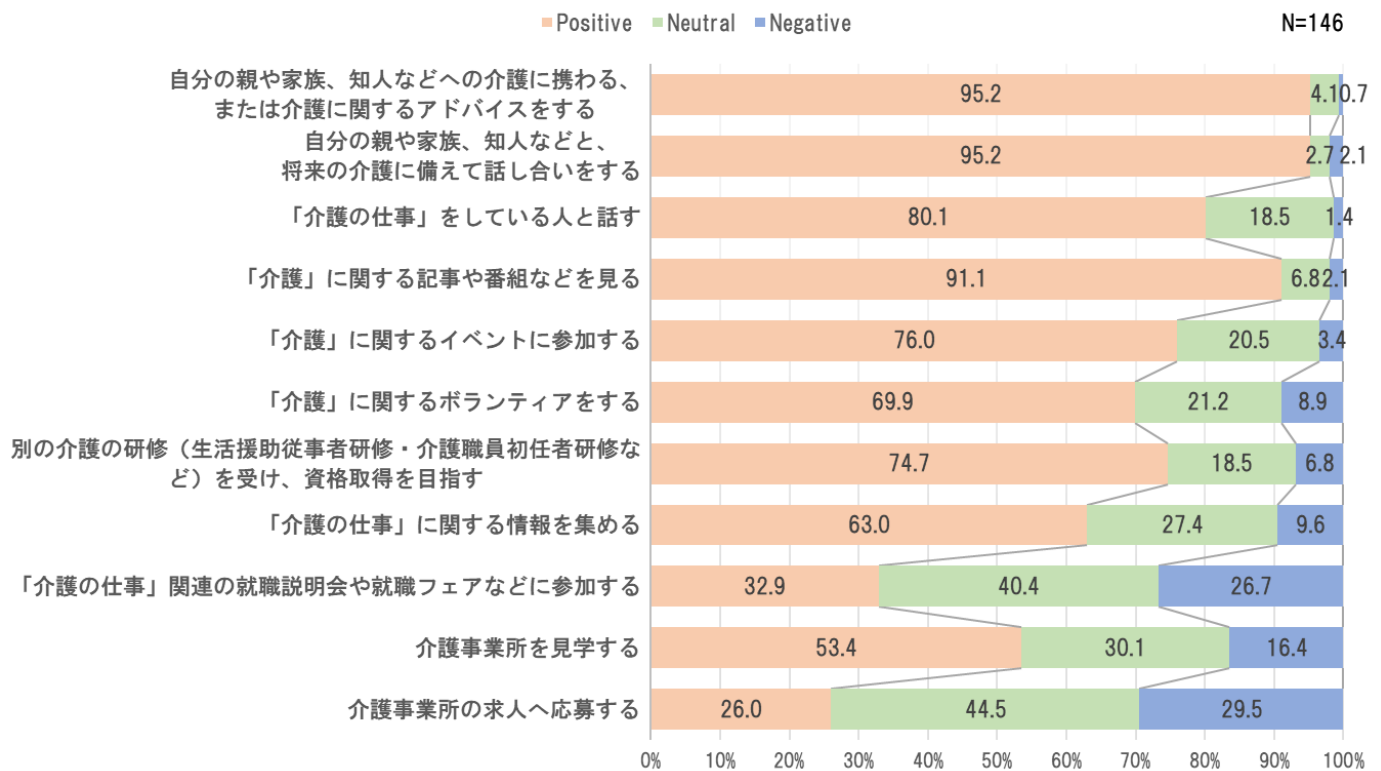


図 4-2-8 入門的研修の受講による行動変容 (n=146)

■ 設問「ファンコミュニティ「ゆうゆう Life (※)」は受講の励みになりましたか」

「ゆうゆう Life コミュニティ」は入門的研修の受講の励みになったか尋ねたところ、「励みになった」と答えた人は 48 人 (32.9%)。「やや励みになった」25 人 (17.1%) を合わせると、受講の励みになったと回答した人は 73 人 (50.0%) だった。

「ゆうゆう Life コミュニティ」は受講の励みになったか	人	%
励みになった	48	32.9
やや励みになった	25	17.1
どちらともいえない	56	38.4
あまり励みにならなかった	7	4.8
励みにならなかった	10	6.8
全体	146	100.0

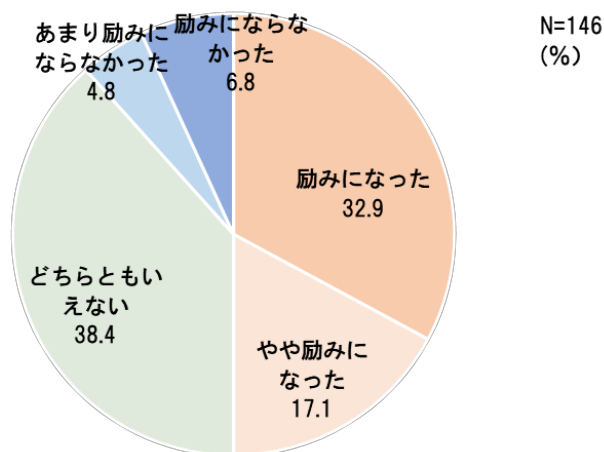


図 4-2-9 「ゆうゆう Life コミュニティ」は受講の励みになったか (n=146)

■ 設問「あなたは同じ研修を受けている受講者と交流ができるコミュニティサイト「ゆうゆう Life」があったことについて、どのように思いましたか」(自由回答)

「ゆうゆう Life コミュニティ」に対する主なコメントなどは、以下の通りであった。

回答内容
<p>「励みになった」「やや励みになった」と回答</p> <ul style="list-style-type: none"> ・オンライン研修のため、他の受講者の様子が何もわからない状況でしたが、ゆうゆう Life で情報共有することができ、安心することができました。(20代男性、会社員) ・息抜きになりました。漫画がととてもわかりやすかったです(30代女性、自営業・自由業) ・同じような仲間がいて、安心感、心強さがあった。(30代女性、パート・アルバイト) ・勉強の励みになり、大変良かった。(30代女性、パート・アルバイト) ・理解を深めるためにもなりましたし研修に意欲が湧きました。(30代女性、パート・アルバイト) ・良い仕組みと思います。(30代男性、公務員) ・今まで知らなかったことをたくさん知ることができました。(30代男性、パート・アルバイト) ・介護にまつわる体験が知れて良かったです。(40代女性、派遣社員) ・介護はまったく知らない業界でしたが、さまざまな経歴の方がいらっしゃることが分かって良かったです。(40代女性、その他) ・学習の励みになりました。(40代女性、パート・アルバイト) ・仲間がいる事は、学ぶ意欲が高まるので、良かったと思います。(40代女性、専業主婦) ・同じ学びをしている人がいることで、やり遂げる力となり、良かったです。(40代女性、公務員) ・ひとりで受講していた為、仲間がいる事で励みになった(40代女性、パート・アルバイト)

- ・心強く、頑張ろうと思えた（40代女性、自営業・自由業）
- ・テキストや動画だけでなく、こちらからアクションを取れるツールがあるということが心強く感じられました。（50代女性、無職）
- ・介護の仕事について、興味がある程度でしたが、「ゆうゆう Life」を見て励まされ、なんだか勇気が湧いてきました。（50代女性、会社員）
- ・介護への関心が深まったし、感動もあった（50代女性、会社役員・経営者）
- ・皆さん、頑張っているんだな、と励みになりました。（50代女性、パート・アルバイト）
- ・色々な方が頑張っているのがわかり、よかったです。（50代女性、会社員）
- ・直面しがちな悩みに積極的に対処している仲間がいる事を、本人の実感と共に意見として寄せられていますので、大変励みになりました。（50代女性、パート・アルバイト）
- ・介護についての情報など、ネットやTVなどで見聞きしていても理解しにくかったので、介護現場からの声や対応などを知ることができ役にたちました。（50代女性、無職）
- ・同じような仲間たちが生き生きと学び働く姿を見て励みになった。（50代女性、パート・アルバイト）
- ・受講の合間にある介護を職業とする方々の動画は、自分が働く姿をイメージできましたし、家族を介護する赤羽みちえさんのマンガでは、共感しすぎて泣きそうになることもありました。サイトの方は受講中に見ることはほとんどありませんでした。（50代女性、専業主婦）
- ・研修を続けていく上でのとても良いモチベーションになった。（50代男性、会社員）
- ・途中の息抜きの要素があり、「のんびりいこうよ」という漫画も実情に即していると思い、とても参考になった。（50代男性、会社員）
- ・介護の仕事に関して理解を深める手助けとなった。（50代男性、会社員）
- ・実際に働いている人の様子や考えなどがよくわかった。体験談なので身近に感じた。（60代女性、パート・アルバイト）
- ・「ゆうゆう Life」がコミュニティサイトという認識がなくて視聴していましたが、テキストにもそのような情報が記載されていればそのような認識で受講できたかなと思いました。内容的には理解を深めるのに良かったと思います。（60代男性、子育て支援ボランティア）

「どちらともいえない」と回答

- ・今回、限られた時間の中で介護の知識を得たいということが優先だったので、ファンコミュニティまで参加できませんでしたが、今後介護に携わることになった際に、そういう交流できる場所があるということを知ることができたのは良かったです。（40代女性、専業主婦）
- ・コミュニティサイトは苦手です。（40代女性、専業主婦）
- ・サイトがあったのは良かったが、ほとんど利用しなかった。（50代女性、パート・アルバイト）
- ・コミュニティサイトで他の受講者さんと交流することはありませんでした。介護関係の

仕事に従事する場合は、ほかの方の経験談などの記事は参考になると思いました。「ゆうゆう Life」の赤羽さんの漫画は、「そうそう・・・」と頷くエピソードが掲載されていて、楽しく読めました。(50代女性、会社員)

- ・研修の中で紹介されていたので存在は知っていたのですが、実際には活用できていないので、もっと皆さんの声を聞きながら受講したらもっと楽しめたのではないかと思います。(50代女性、専業主婦)

「あまり励みにならなかった」「励みにならなかった」と回答

- ・受講最初の頃に関覧してみましたが該当箇所(受講生と交流?)が解らず、その後は研修動画視聴を進めることを優先してあまり見る事はありませんでした。研修動画内の「ゆうゆう Life」のコーナーは実際に働いておられる方の色々な働き方などが参考になりました。(40代女性、専業主婦)
- ・動画の視聴が大変で(止まったりしてしまうので)受講者との交流まで至りませんでした。(40代女性、会社員)
- ・どのように交流したら良いのかわからなかった(50代女性、専業主婦)
- ・他者との交流の必要性を感じなかったので利用していない(50代女性、専業主婦)

10.4.3 入門的研修未修了者の状況

入門的研修を未修了で終えた受講者 70 人の視聴状況は以下の通りであった。

視聴状況	人	%
未視聴	26	37.1
0本/43本	4	5.7
1本/43本	3	4.3
2本/43本	3	4.3
3本/43本	7	10.0
4本/43本	2	2.9
5本/43本	2	2.9
6本/43本	4	5.7
8本/43本	2	2.9
11本/43本	1	1.4
12本/43本	2	2.9
13本/43本	2	2.9
16本/43本	1	1.4
17本/43本	1	1.4
22本/43本	1	1.4
23本/43本	1	1.4
25本/43本	1	1.4
26本/43本	2	2.9
28本/43本	1	1.4
31本/43本	2	2.9
33本/43本	1	1.4
41本/43本	1	1.4
全体	70	100.0

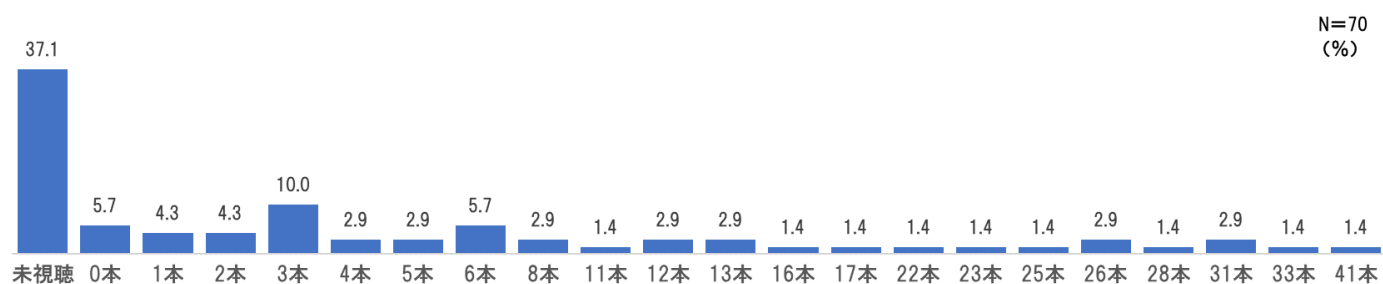


図 4-3-1 入門的研修の視聴状況（未修了者 n=70）

■ 受講が「あまり順調にすすめることができない」「順調に進めることができない」「受講できていない」と回答した理由

「受講が順調に進まなかった」「受講ができなかった」理由が判明した 28 人の状況は以下の通り。

回答内容
視聴環境の問題 14 件
<ul style="list-style-type: none"> ・環境が整いませんでした。(未視聴) ・このたび受講決定のメールをお送りいただきました。申し込む前に確認すべきでしたが、登録したパソコンは windows8.1 バージョンで、ダウンロードができませんでした。また、スマホも android8.0.0 でこちらも推奨環境に合致していません。受講を楽しみにしておりましたが、動画視聴環境が整っていませんので、受講のお取直しをさせていただくことは可能でしょうか。(未視聴) ・MacBookAir では受講できないのでしょうか。アプリのリンクをクリックすると”この App は、iPhone および iPad の AppStore でのみご利用いただけます。”と表示されます。私の iPhone/iPad は海外で購入したもので SIM ロック解除されているものですが、”AppNotAvailable.Thisappiscurrentlynotavailableinyourcountryorregion”.よろしく願い致します。(未視聴) ・アプリのダウンロードができなかった、?アプリの登録ができなかった、?動画再生ができなかった(未視聴)” ・パソコンで、画面が開かない。(0 / 43) ・システム会社に連絡先を伝えて良い(0 / 43) ・アプリがすぐに停止して先に進めず登録出来ない為(0 / 43) ・ご指導通り、ユーザー情報から確認しましたが相違がある様に思われません。視聴する事は難しいようです資料の返却が必要でしょうか?返却不要であれば今後の参考にさせていただきます。(1 / 43) ・※アンドロイドバージョン不足(2 / 43) ・眠っている訳でも、視線を離しているわけでもないのに、数分おきに画面が止まるので、とてもストレスであり、また話も頭に入ってきません。受講したい気持ちはあるものの、イライラの方が強く、続きをすすめる気になれずにいます。(3 / 43) ・ブルーの画面になってしまって視聴が出来ません。iPhoneSEiOS14.8.1(4 / 43) ・ブルーの画面になってしまって視聴が出来ません。(6 / 43) ・動画が止まってしまい(30 回くらい、数秒で止まることも度々)まともに視聴できない。止まらず視聴できたことがない。一本見るのに、1 時間かかる。顔認証もやり直したが効果なし。こんな状況ではモチベーション維持できないし、期限内に、間に合わない。Android バージョン 10(26 / 43) ・上手く視聴できない。iOS14.8.1(31 / 43)

時間が取れない 12件
<ul style="list-style-type: none"> ・11月8日、「研修テキスト」を受領致しまして、予習を始めておりましたところ、家人の体調不良が起り、看護のため動画視聴を始められない状況が続いて居ります。(未視聴) ・エラー画面になったので、そのままにしていた。その後時間が取れない(0 / 43) ・仕事が忙しかったため(1 / 43) ・家族がコロナに感染していたが、最近、落ち着いて来たので、視聴する予定(2 / 43) ・時間が取れない(3 / 43) ・時間が取れない(3 / 43) ・仕事、親族介助・支援等で受講できていない(6 / 43) ・母の介護のため、時間取れなかったが、見たいとは思っているので、頑張る(6 / 43) ・職場で体調不良者、濃厚接触者がでて仕事が激務の日々が続いているため自分の体調管理のためなるべく早めに就寝するようにしているためです。(13 / 43) ・時間を上手く取れていない。(17 / 43) ・想定していたより、視聴する時間がとれない(22 / 43) ・介護福祉士の試験のため時間がとれなかったが、頑張る(25 / 43)
その他 2件
<ul style="list-style-type: none"> ・電話番号会社で、電話したところ退社(5 / 43) ・受講をはじめる時期と同じくして、蔓延防止により家族の仕事がテレワークとなり、思うようにできない状況です。やるきもちではいますが。(16 / 43)

10.5

きっかけコミュニティ

10.5.1 調査の概要と目的

ファンコミュニティ「きっかけ」の登録者がファンコミュニティ内での双方向での情報交換などにより、「『介護のしごと』への興味や気づきを広げることができたか」、また「入門的研修受講者の受講意欲が高まったか」についての効果検証のため、ユーザーを対象にしたウェブ調査を実施し、その結果を分析することとした。

調査の概要は以下の通り。

■調査方法	インターネットリサーチ
■実施機関	クオン株式会社
■実施期間	2022年2月22日(火)～2022年3月2日(水)
■調査対象	きっかけコミュニティ登録者 有効回答 619人

■回答者属性

調査対象619サンプルの基本的な属性は以下の通り。

性別	人	%
男性	286	46.2
女性	330	53.3
無回答	3	0.5
全体	619	100.0

年齢	人	%
10代以下	2	0.3
20代	12	1.9
30代	55	8.9
40代	135	21.8
50代	190	30.7
60代	147	23.7
70代	63	10.2
80代以上	15	2.4
全体	619	100.0

職業	人	%
会社員	212	34.2
公務員	21	3.4
自営業・自由業	55	8.9
会社役員・経営者	11	1.8
パート・アルバイト	103	16.6
専業主婦・主夫	103	16.6
学生（福祉系の大学・専門学校など）	0	—
学生（上記以外）	3	0.5
無職	99	16.0
その他	12	1.9
全体	619	100.0

子供の有無&末子の学齢	人	%
子どもはいない	238	38.4
末子（未就学児）	41	6.6
末子（小学校低学年（1～3年生））	15	2.4
末子（小学校高学年（4～6年生））	22	3.6
末子（中学生）	10	1.6
末子（高校生・高専生）	26	4.2
末子（大学生・大学院生・短大生・専門学校生などの学生）	31	5.0
末子（社会人・その他）	236	38.1
全体	619	100.0

「介護」との関わり (複数回答)	人	%
自分の親や家族などの介護をしたことがある	247	39.9
自分が介護される立場(だったことがある)	20	3.2
介護の現場でボランティアや実習などをしている(したことがある)	52	8.4
介護の仕事をしている(したことがある)	46	7.4
介護に関する勉強をしている(勉強したことがある)	63	10.2
自分の介護のことに興味がある	122	19.7
親や家族などの介護のことに興味がある	197	31.8
その他、介護との関わり・興味がある	62	10.0
該当するものはない	168	27.1
全体	619	100.0

回答者の内訳は、女性 330 人(53.3%)、男性 286 人(46.2%)。世代は 50 代(30.7%)を中心に、60 代(23.7%)、40 代(21.8%)と続く。職業は「会社員」(34.2%)、「パート・アルバイト」「専業主婦・主夫」(16.6%)の順。子供がいる人は 381 人(61.6%)。

介護との関わりについては「自分の親や家族などの介護をしたことがある」人が全体の約 4 割(39.9%)、「自分や家族などの介護のことに興味がある」人が約 3 割(31.8%)を占めている。なお、介護との関わりがない人は 27.1%。

10.5.2 調査の結果

●アンケート結果のサマリー(要約)

入門的研修の動画視聴経験を尋ねたところ、「最後まで視聴したことがある」と回答した人は 24 人(3.9%)。「最後まで視聴していないが、途中まで視聴したことがある」と回答した 19 人と合わせて、「視聴したことがある」人は 43 人(7.0%)だった。

入門的研修の動画視聴経験	人	%
最後まで視聴したことがある	24	3.9
最後まで視聴していないが、途中まで視聴したことがある	19	3.1
視聴したことはないが、興味がある	347	56.1
視聴したことがなく、興味もない	156	25.2
わからない	73	11.8
全体	41	100.0

そのうち、横浜市の入門的研修を受講していた人は 9 人だった。

横浜市の入門的研修を受講しましたか	人	%
はい	9	20.9
いいえ	34	79.1
全体	43	100.0

■ きっかけコミュニティ参加への満足度

きっかけコミュニティへの満足度や評価について、本アンケートに回答する前から「きっかけ」コミュニティに参加していたユーザー（既存ユーザー）437人から回答を得られた。

「きっかけ」コミュニティに参加して満足しているかどうか、「非常に満足している」から「全く不満していない」まで5段階に分けて聞いたところ、「非常に満足している」が64人（14.6%）で、「満足している」の162人（37.1%）と合わせて、半数以上が満足感を得ていた。

既存ユーザーのうち、横浜市の研修受講者で見ると、「非常に満足している」と回答した人は5人。肯定的な評価を得ていた。

満足度	全体		うち横浜市の研修受講者	
	人	%	人	%
非常に満足している	64	14.6	5	62.5
満足している	162	37.1	1	12.5
どちらでもない／わからない	185	42.3	2	25.0
あまり満足していない	14	3.2	0	0.0
全く満足していない	12	2.7	0	0.0
全体	437	100.0	8	100.0

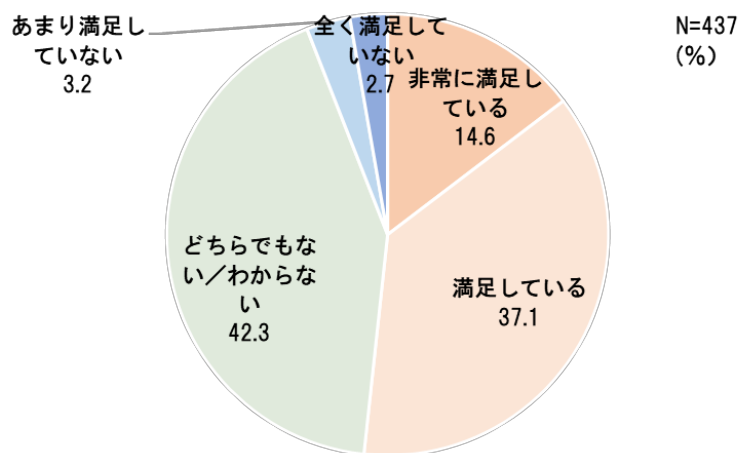


図 5-1-1 きっかけコミュニティの満足度（既存ユーザー n=437）

■ 設問「『介護に関する入門的研修』を受講していくにあたって、『介護』や『介護の仕事』について話せる、みんなが集まるコミュニティが受講を進めることに役に立つと思いますか」

入門的研修の受講に「きっかけ」コミュニティが役に立つと思うか、「非常にそう思う」から「全くそう思わない」まで5段階に分けて尋ねたところ、「非常にそう思う」が115人（29.5%）、「そう思う」と回答した212人と合わせて、全体の約8割が肯定的な評価であった。

横浜市の研修受講者で見ると、「非常にそう思う」と回答した人は8人。ファンコミュニティ「ゆうゆう Life」は受講の励みになっているといえる。

	全体		うち横浜市の研修受講者	
	人	%	人	%
非常にそう思う	115	29.5	8	88.9
そう思う	212	54.4	1	11.1
どちらでもない	61	15.6	0	0.0
そう思わない	2	0.5	0	0.0
全くそう思わない	0	0.0	0	0.0
全体	437	100.0	9	100.0

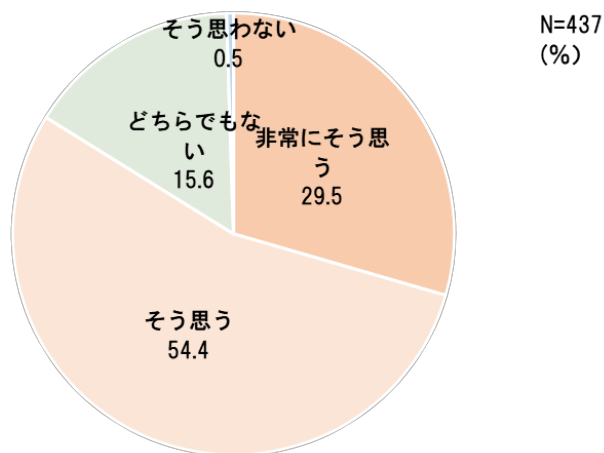


図 5-1-2 入門的研修でのきっかけコミュニティ実用度（既存ユーザー n=437）

■ 設問「『「きっかけ』コミュニティに参加する前と比べて変わった、あなたの現在のお気持ちとして、それぞれもっともあてはまるものを1つお選びください」

この設問を福祉・介護の仕事へ関心の高まり、福祉・介護の仕事への理解の深まりなど「介護のしごと」に対する意識変容に関する5項目について、5段階評価で尋ねた。

既存ユーザーのうち、「参加前に比べて介護の仕事への理解への関心が高まった」に「大いにあてはまる」と「ほぼあてはまる」とを合わせて、「あてはまる（計）」と回答した人の割合は37.8%であった。

また「『介護の仕事』はおもしろい仕事であると感じるようになった」に「ほぼあてはまらない」と「全くあてはまらない」とを合わせて「あてはまらない（計）」と回答した人は37.3%となっており、否定的な評価を得ていた。

	上段：人 下段：% 単一回答	全体	大いにあてはまる	ほぼあてはまる	どちらでもない	ほぼあてはまらない	全くあてはまらない
参加前に比べて「福祉の仕事（介護を含む）」への関心が高まった	437	44	117	201	30	45	
	100.0	10.1	26.8	46.0	6.9	10.3	
参加前に比べて「介護の仕事」への関心が高まった	437	40	125	194	34	44	
	100.0	9.2	28.6	44.4	7.8	10.1	
「介護の仕事」について自分でもできるものがあるのではないかと感じるようになった	437	35	104	196	50	52	
	100.0	8.0	23.8	44.9	11.4	11.9	
「介護の仕事」はおもしろい仕事であると感じるようになった	437	27	59	188	85	78	
	100.0	6.2	13.5	43.0	19.5	17.8	
「介護の仕事」は専門性が高い仕事であると感じるようになった	437	108	155	126	14	34	
	100.0	24.7	35.5	28.8	3.2	7.8	

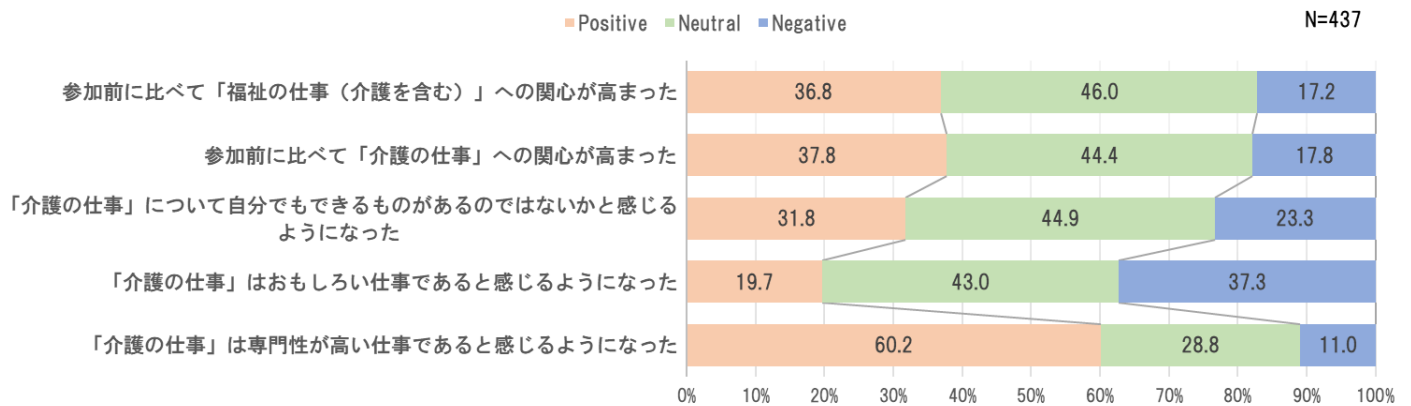


図 5-1-3 きっかけコミュニティによる意識変容（既存ユーザー n=437）

■ 設問「『きっかけ』コミュニティに参加する前と比べて変わった、あなたの意識や行動として、それぞれもっともあてはまるものを1つお選びください」

この設問を介護に関わる身近なことから「介護のしごと」に関わることまで、行動変容に関する11項目について、「積極的に実施したい」から「実施したくない」まで5段階に分けて尋ねた。

既存ユーザーのうち、『介護の仕事』に関する情報を集める」ことを「積極的に実施したい」と「機会があれば実施した」とを合わせて「実施したい（計）」と回答した人の割合は27.5%、「あまり実施したくない」と「実施したくない」とを合わせた「実施したくない（計）」と回答した人の割合は37.8%となっており、否定的な評価が得られた。

肯定的な評価のトップは「自分の親や家族、知人などと、将来の介護に備えて話し合いをする」（48.5%）。次いで『介護』に関する記事や番組などを見る」（46.5%）、『介護の仕事』をしている人と話す」（39.6%）の順。11項目のうち7項目が否定的な評価を得ていた。

	全体	積極的に実施したい	機会があれば実施したい	どちらでもない	あまり実施したくない	実施したくない
自分の親や家族、知人などへの介護に携わる、または介護に関するアドバイスをする	437	36	127	137	52	85
	100.0	8.2	29.1	31.4	11.9	19.5
自分の親や家族、知人などと、将来の介護に備えて話し合いをする	437	57	155	115	42	68
	100.0	13.0	35.5	26.3	9.6	15.6
「介護の仕事」をしている人と話す	437	56	117	148	39	77
	100.0	12.8	26.8	33.9	8.9	17.6
「介護」に関する記事や番組などを見る	437	56	147	143	25	66
	100.0	12.8	33.6	32.7	5.7	15.1
「介護」に関するイベントに参加する	437	33	89	174	47	94
	100.0	7.6	20.4	39.8	10.8	21.5
「介護」に関するボランティアをする	437	26	61	178	58	114
	100.0	5.9	14.0	40.7	13.3	26.1
「介護」の資格取得を目指す	437	25	47	167	73	125
	100.0	5.7	10.8	38.2	16.7	28.6
「介護の仕事」に関する情報を集める	437	35	85	152	56	109
	100.0	8.0	19.5	34.8	12.8	24.9
「介護の仕事」関連の就職説明会や就職フェアなどに参加する	437	21	43	165	70	138
	100.0	4.8	9.8	37.8	16.0	31.6
介護事業所を見学する	437	23	65	154	68	127
	100.0	5.3	14.9	35.2	15.6	29.1
介護事業所の求人へ応募する	437	17	36	149	71	164
	100.0	3.9	8.2	34.1	16.2	37.5

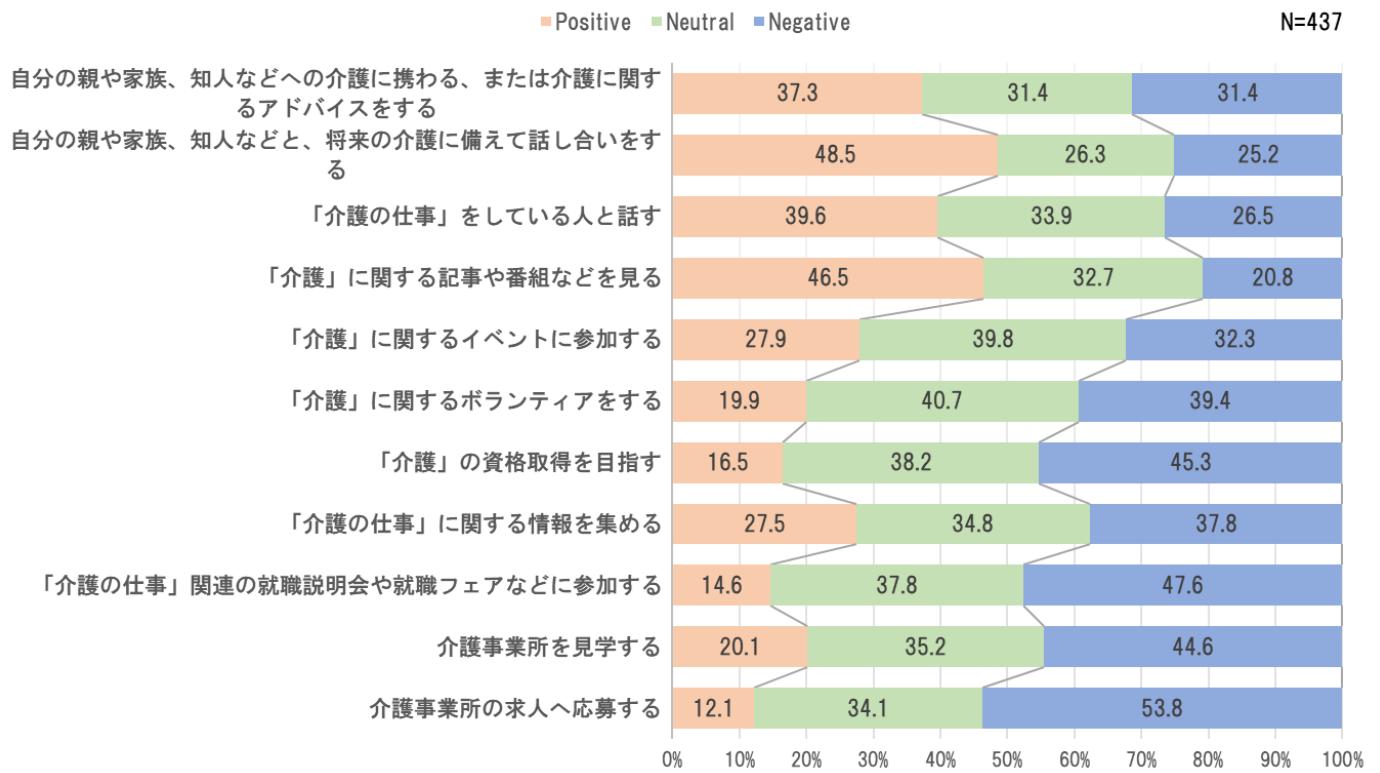


図 5-1-4 きっかけコミュニティによる行動変容（既存ユーザー n=437）

事前調査

10.6.1 調査の目的と概要

本事業に付随する活動として、効果検証における事前調査を行なうことを目的に、産経 iD の会員を対象とした「働き方についてのアンケート」を実施した。

10.6 全国の 3826 人に、就労状況や就労意識、コロナ禍での働き方、今後の就労意向などを尋ねた。調査の概要は以下の通り。

■調査方法	インターネットリサーチ	
■実施機関	株式会社産経リサーチ&データ	
■実施期間	2021年10月7日(木)~2021年10月12日(火)	
■調査対象	産経 iD 会員 (※)	有効サンプル (人)
対象 1 :【末子の学齢】	未就学児	47
対象 2 :【末子の学齢】	小学校 1 ~ 3 年生	34
対象 3 :【末子の学齢】	小学校 4 ~ 6 年生	37
対象 4 :【末子の学齢】	中学生	40
対象 5 :【末子の学齢】	高校生・高専生	61
対象 6 :【末子の学齢】	大学生・大学院生・短大・専門学校生などの学生	100
対象 7 :【末子の学齢】	社会人・その他	373
合計		692

(※) 事前調査によって、対象 1 ~ 対象 7 をあらかじめ抽出した。抽出条件は、「女性」「30 ~ 69 歳」「子どもあり」

10.6.2 集計結果

Q3 年齢	人	%
30代	41	5.9
40代	141	20.4
50代	298	43.1
60代	212	30.6
全体	692	100.0

Q6 あなたは子どもの卒業や就職など「子育てを終えた」場合、どのように過ごそうと思いますか。あなたの気持ちとして最も近いものを教えてください。	人	%
ひとりの時間を楽しみたい	85	12.3
自分の時間を楽しみたい	366	52.9
夫婦・パートナーとの時間を楽しみたい	129	18.6
子どもとの時間を楽しみたい	20	2.9
孫との時間を楽しみたい	12	1.7
親や祖父母との時間を楽しみたい	12	1.7
友人・仲間との時間を楽しみたい	68	9.8
全体	692	100.0

子育てを終えた場合にどのように過ごそうと思うかについて尋ねたところ、「自分の時間を楽しみたい」が52.9%を占めた。

Q7 子育てを終えて、そのように過ごそうと思うのは何年後になりますか。	人	%
すでに過ごしている	322	46.5
1年未満	30	4.3
1年後	15	2.2
2年後	22	3.2
3年後	45	6.5
4年後	12	1.7
5年後	59	8.5
6年後	10	1.4
7年後	16	2.3
8年後	11	1.6
9年後	1	0.1
10年後	60	8.7
11年後	6	0.9
12年後	8	1.2
13年後	4	0.6
14年後	3	0.4
15年後	28	4.0
16年後	4	0.6
17年後	4	0.6
18年後	5	0.7
19年後	0	0.0
20年後	17	2.5
21年後	0	0.0
22年後以上	10	1.4
全体	692	100.0

すでに子育てを終えていると回答した人は46.5%となった。

Q9 あなたのご家族に介護対象者はいますか。 ※現在同居しているかどうかは問いません	人	%
いる	203	29.3
いない	489	70.7
全体	692	100.0

家族に介護対象者がいる人は29.3%。

Q10 あなたは現在、ご家族として介護を担っていますか。 ※介護が必要な家族が施設に入所していたとしても、自身 が関与している場合は「介護を担う」とお考えください	人	%
担っている	123	60.6
担っていない	80	39.4
全体	692	100.0

家族に介護対象者がいる 203 人のうち、介護を担っている人は 60.6%。

Q11 あなたと「介護」との関わりについて、あてはまるものを すべて教えてください。(複数回答)	人	%
自分の親や家族などの介護をしたことがある	189	33.2
自分が介護される立場(だったことがある)	3	0.5
介護の現場でボランティアや実習などを行っている(したことがある)	46	8.1
介護の仕事をしている(したことがある)	48	8.4
介護に関する勉強をしている(勉強したことがある)	57	10.0
自分の介護のことに興味がある	86	15.1
親や家族などの介護のことに興味がある	165	29.0
その他、介護との関わり・興味がある	56	9.8
該当するものはない	163	28.6
全体	569	100.0

「自分の親や家族などの介護をしたことがある」と回答した人は 33.2%、「介護の仕事
をしている(したことがある)」人は 8.4%。なお、介護との関わりがない人は 28.6%。

Q12 現在、一緒にお住まいの方はあなたを含めて全員で何人 かを教えてください。※現在同居している方のみ	人	%
ひとり暮らし	46	6.6
2人	193	27.9
3人	234	33.8
4人	152	22.0
5人	52	7.5
6人	10	1.4
7人	3	0.4
8人	1	0.1
9人以上	1	0.1
全体	692	100.0

同居人数は 3 人 (33.8%) を中心に、2 人 (27.9%)、4 人 (22.0%) であった。

Q13 あなたと現在、同居している方をすべて教えてください。 (複数回答)	人	%
配偶者・パートナー	563	87.2
兄弟姉妹	7	1.1
ご自身の子ども	470	72.8
ご自身の親（義親）	85	13.2
孫	5	0.8
その他の親族・家族	8	1.2
その他	1	0.2
全体	646	100.0

同居人がいる 646 人のうち、同居しているのが「配偶者・パートナー」と回答した人の割合は 87.2%。次いで「ご自身の子ども」（72.8%）であった。

Q14 現在の就労状況	人	%
正社員	156	22.5
契約社員	41	5.9
パート・アルバイト	245	35.4
嘱託社員	14	2.0
経営者（自営業・フリーランスを含む）	45	6.5
派遣社員	18	2.6
その他就業形態	22	3.2
求職・就職活動中	8	1.2
働いていないが、今後働きたい	66	9.5
働いていないし、今後働きたいとも思わない	77	11.1
全体	692	100.0

「パート・アルバイト」で働いている人が 35.4%。正社員で働いている人は 22.5%。

Q15 あなたは現在の会社、勤め先（出向・派遣先）でどのくらいの期間、働いていますか。	人	%
3か月未満	16	3.0
3か月～6か月未満	11	2.0
6か月～1年未満	25	4.6
1年～2年未満	39	7.2
2年～3年未満	43	7.9
3年～5年未満	72	13.3
5年～10年未満	111	20.5
10年～20年未満	125	23.1
20年以上	99	18.3
全体	541	100.0

就労している 541 人に現在の会社の勤続年数を尋ねたところ、「10 年～20 年未満」(20.5%) を中心に「5 年～10 年未満」(20.5%)、「20 年以上」(18.3%) であった。

Q16 あなたの転職回数、平均在職期間を教えてください。 転職したことがない場合は転職回数に「0」を入力してください。							
全体	有効 ケース数	合計	平均	標準偏差	最小値	最大値	中央値
541	541	1664	3.08	2.74	0.00	20.00	3.00
541	541	5297	9.79	9.17	0.00	45.00	6.00

転職の平均回数は 3.08 回、平均在職期間は 9.79 年であった。

Q17 あなたが現在の会社、勤め先（出向・派遣先）になったことに、新型コロナウイルス感染症拡大の影響がありましたか。	人	%
あった	40	44.0
なかった	51	56.0
全体	91	100.0

勤続年数が 2 年未満の人に新型コロナウイルス感染症拡大の影響があったかどうか尋ねると、「あった」と回答した人は 44.0% であった。

Q18 あなたの現在の転職意向を教えてください。	人	%
必ず転職したい	17	3.1
転職したい	70	12.9
あまり転職したくない	146	27.0
転職したくない	213	39.4
わからない	95	17.6
全体	541	100.0

就労している 541 人に転職意向を尋ねたところ、「必ず転職したい」と「転職したい」とを合わせて「転職したい(計)」と回答した人は 16.0% であった。

Q19 あなたはいつまでに転職したいですか。あてはまるものを教えてください。	人	%
3か月以内	7	8.0
6か月以内	11	12.6
1年以内	25	28.7
2年～3年以内	23	26.4
4年～5年以内	3	3.4
6年～9年以内	2	2.3
10年以上先	1	1.1
わからない	15	17.2
全体	87	100.0

転職意向のある87人にいつまでに転職したいか尋ねたところ、3年以内に転職をしたい人は75.9%であった。

Q20 新型コロナウイルス感染症拡大によって、あなたの転職意向に変化はありましたか。あてはまるものを教えてください。	人	%
転職意向が強まった	48	8.9
転職意向は弱まった	46	8.5
変わらない	447	82.6
全体	541	100.0

就労している541人に新型コロナウイルス感染症拡大の影響が転職意向に変化があったか尋ねたところ、「転職意向が強まった」と回答した人の割合は8.9%、「転職意向は弱まった」と回答した人は8.5%であった。

Q21 あなたは現在、何歳くらいまで働きたいと思っていますか。あなたの現在の気持ちとして最もあてはまるものを教えてください。	人	%
30歳くらいまで	0	0.0
40歳くらいまで	5	0.8
45歳くらいまで	2	0.3
50歳くらいまで	7	1.1
55歳くらいまで	26	4.2
60歳くらいまで	98	15.9
65歳くらいまで	199	32.4
70歳くらいまで	165	26.8
75歳くらいまで	50	8.1
80歳くらいまで	28	4.6
わからない	35	5.7
全体	615	100.0

今後の就労意向がある 615 人に何歳まで働きたいと思っているかを尋ねたところ、「65 歳くらいまで」と回答した人の割合が 32.4%。次いで「70 歳くらいまで」(26.8%)、「60 歳くらいまで」(15.9%) の順であった。

Q22 あなたは現在、どのくらいまで働きたいと思っていますか。あなたの現在の気持ちとして最もあてはまるものを教えてください。	人	%
定年まで	44	7.2
定年後も年金を受給できるまで	106	17.2
働けるうちはいつまでも	377	61.3
定年前に早期退職などで辞めたい	16	2.6
結婚、出産などを契機に辞めたい	0	0.0
今すぐにでもできれば辞めたい	27	4.4
わからない	45	7.3
定年まで	44	7.2
全体	615	100.0

今後の就労意向がある 615 人にどのくらいまで働きたいと思っているかを尋ねたところ、「働けるうちはいつまでも」と回答した人は 61.3%であった。

Q23 あなたが現在、働いていない状況に、新型コロナウイルス感染症拡大の影響による雇い止めがありますか。	人	%
ある	20	13.2
ない	131	86.8
全体	151	100.0

現在働いてない 151 人に新型コロナウイルス感染症拡大の影響による雇い止めがあったかどうか尋ねたところ、「ある」と回答した人は 13.2%であった。

Q24 以下の項目について、あなたが今後、仕事を選ぶ際に、あなたの考えとして最もあてはまるものをそれぞれ教えてください。	全体	重要	やや重要	あまり重要でない	重要でない
より収入が多い	615	144	304	152	15
	100.0	23.4	49.4	24.7	2.4
自分に都合のよい時間（日）で働ける	615	438	153	22	2
	100.0	71.2	24.9	3.6	0.3
勤め先までの距離が短い	615	323	252	36	4
	100.0	52.5	41.0	5.9	0.7
仕事のやりがいを感じられる	615	272	278	63	2
	100.0	44.2	45.2	10.2	0.3
自分が身につけた知識や技術、資格が活かせる	615	214	245	146	10
	100.0	34.8	39.8	23.7	1.6
指示されず、自分の責任で決められる	615	87	245	246	37
	100.0	14.1	39.8	40.0	6.0
職場の人間関係、コミュニケーション	615	349	222	41	3
	100.0	56.7	36.1	6.7	0.5
安定して長く働き続けられる	615	343	222	44	6
	100.0	55.8	36.1	7.2	1.0

今後の就労意向がある 615 人に今後の仕事（介護の仕事）を選ぶ際に重要となるであろう 8 項目について、「重要」から「重要でない」までの 4 段階に分けて尋ねたところ、「自分の都合のよい時間（日）で働ける」（71.2%）、「職場の人間関係、コミュニケーション」（56.7%）、「安定して長く働き続けられる」（55.8%）、「勤め先までの距離が短い」（52.5%）の項目で半数以上の人々が「重要」と回答した。

Q25 あなたは「仕事」と、「家庭、プライベート（私生活）」のどちらを優先して働きたいですか。あてはまるものを教えてください。	人	%
「仕事」を優先して働きたい	10	1.6
「家庭、プライベート（私生活）」を優先して働きたい	218	35.4
どちらもバランスよく働きたい	379	61.6
どちらともいえない	8	1.3
全体	615	100.0

今後の就労意向がある 615 人に「仕事」と「家庭、プライベート（私生活）」のどちらを優先して働きたいか尋ねたところ、「どちらもバランスよく働きたい」と回答した人の割合は 61.6%。「家庭、プライベート（私生活）」を優先して働きたいと回答したのは 35.4%。

Q26 あなたは、今後就労したい（今後も就労し続けたい）と考えていますか。今後就労したいと考えている方は、その理由としてあてはまるものをすべてお選びください。（複数回答）	人	%
今後就労したくない	22	3.6
家計・生活費のため	338	55.0
子どもの教育費のため	141	22.9
住宅資金・住宅ローンのため	63	10.2
自分が使えるお金を稼ぐため	381	62.0
時間に余裕がある、または余裕ができるから	124	20.2
自分の趣味・興味を深めるため	139	22.6
社会との関わりを持つため	291	47.3
社会に貢献する行動をしたいため	145	23.6
知識や技術、資格を身に付けるため	47	7.6
知識や技術、資格を活かすため	122	19.8
自分らしさを発揮するため	147	23.9
交友関係を広げるため	84	13.7
その他	17	2.8
特に理由は無い	2	0.3
全体	615	100.0

今後の就労意向がある 615 人に、就労したい理由を尋ねたところ、「自分が使えるお金を稼ぐため」と回答した人の割合は 62.0%。次いで、「家計・生活費のため」（55.0%）、「社会との関わりを持つため」（47.3%）の順であった。

Q27 あなたが今後（も）仕事をする場合、こういった雇用形態で仕事をしたいですか。最もあてはまるものを教えてください。	人	%
正社員	175	29.5
契約社員	38	6.4
パート・アルバイト	269	45.4
嘱託社員	14	2.4
経営者（自営業・フリーランスを含む）	65	11.0
派遣社員	15	2.5
その他就業形態	17	2.9
正社員	175	29.5
全体	593	100.0

今後希望する雇用形態を尋ねたところ、「パート・アルバイト」と回答した割合は45.4%。

「正社員」と回答した人は29.5%であった。

Q28 あなたの今後のお仕事として、興味・関心がある業種をすべて教えてください。 (複数回答)	人	%
水産・農林・鉱業	17	2.9
建設	19	3.2
製造業	35	5.9
卸（卸売り業）	18	3.0
小売業	65	11.0
通信・IT	54	9.1
病院・医療	112	18.9
福祉・介護	104	17.5
不動産	31	5.2
金融・証券・保険	43	7.3
電気・ガス・水道	9	1.5
運送・運輸	13	2.2
放送・報道	28	4.7
広告・調査	42	7.1
官公庁	100	16.9
飲食/飲食サービス	70	11.8
アパレル/ファッション	27	4.6
コスメ/美容	40	6.7
学校/教育	156	26.3
娯楽	45	7.6
宿泊	40	6.7
その他サービス業	76	12.8
上記以外のその他	19	3.2
興味・関心がある業種は特にない	91	15.3
全体	593	100.0

今後のお仕事として興味・関心がある業種を尋ねたところ、「学校/教育」(26.3%)がトップ。次いで「病院・医療」(18.9%)、「福祉・介護」(17.5%)の順となった。

Q29 あなたの今後のお仕事として、興味・関心がある就労先や職種をすべて教えてください。 (複数回答)	人	%
ファミレス・レストラン・ファーストフード・カフェ	36	6.1
居酒屋	15	2.5
宅配・デリバリー・出前	2	0.3
食品製造・調理	50	8.4
その他の飲食業界	20	3.4
美容関連(エステ・ネイル・美容師・メイク)	27	4.6
介護職員(介護施設の職員・ホームヘルパーなど)	39	6.6
その他の福祉・介護業界	64	10.8
看護師・准看護師	31	5.2
その他医療・医療事務	79	13.3
コンビニ・レジ・スーパー・ドラッグストア	53	8.9
家電量販店・携帯ショップ	9	1.5
アパレル関連	23	3.9
警備員・監視員	7	1.2
清掃員	20	3.4
パチンコスタッフ・カラオケスタッフ・アミューズメントスタッフ	7	1.2
スポーツ関連(ジムスタッフ・インストラクター・ゴルフ場キャディなど)	25	4.2
ホテル・ペンション・民宿スタッフ	57	9.6
イベントスタッフ・コンサートスタッフ	53	8.9
ドライバー(タクシーなど)	2	0.3
電話対応・コールセンター・テレアポ	47	7.9
事務・庶務	195	32.9
その他の事務(受付など)	88	14.8
塾講師・家庭教師	36	6.1
保育士・幼稚園教諭	37	6.2
その他教育(英会話など)	55	9.3
工場・倉庫内作業(検品・商品管理・仕訳・梱包など)	63	10.6
宅配便の配送・バイク便・新聞配達	6	1.0
データ入力・SE(システムエンジニア)・プログラマー	63	10.6
その他のIT・コンピュータ関連(ゲーム・ユーザーサポートなど)	24	4.0
上記以外のその他【自由記述】	32	5.4
興味・関心がある就労先や職種は特にない	79	13.3
全体	593	100.0

今後の仕事として興味・関心がある就労先や職種を尋ねたところ、「事務・庶務」と回答した人の割合は32.9%。「介護職員(介護施設の職員・ホームヘルパーなど)」と回答した人の割合は6.6%だった。

Q30 あなたが今後（も）仕事をする場合、テレワークで仕事をしたいですか。あてはまるものを教えてください。	人	%
常にテレワークで働きたい	48	8.1
たまにテレワークで働きたい	225	37.9
テレワークはしたくない	196	33.1
テレワークができない	124	20.9
全体	593	100.0

今後テレワークで仕事をしたいかどうか尋ねたところ、「たまにテレワークで働きたい」と回答した人の割合は37.9%。「テレワークはしたくない」と回答した人は33.1%だった。

Q31 あなたはオンライン動画を見て、仕事に関する研修を受ける機会があれば希望しますか。あてはまるものを教えてください。	人	%
希望する	83	14.0
条件が合えば希望する	364	61.4
希望しない	146	24.6
全体	593	100.0

オンライン研修についての希望を尋ねたところ、「希望する」と回答した人の割合は14.0%。「条件が合えば希望する」（61.4%）と合わせて、「希望する」と回答した割合は全体の約4分の3を占めた。

事業の振り返りと今後への考察

産経新聞社は、令和3年度の厚生労働省「介護のしごとと魅力発信等事業ターゲット別魅力発信事業～子育てを終えた層向け」を実施した。令和元年度から続く3年目の事業である。令和2年に始まった新型コロナウイルスの流行は3年度も取まらず、いくつかの計画変更を余儀なくされた。だが、その分、横浜市と協力して、入門的研修のオンライン講座の実施に力を注ぐことができた。同講座で使った動画は、令和2年度の「介護のしごとと魅力発信等事業」で作成したものだ。予想以上の成果を得られたことは、今年度の事業における特筆すべき点である。

「介護に関する入門的研修オンライン講座」の実施にあたり、横浜市は60人の参加枠で募集を開始した。市報をはじめ、産経新聞横浜版などでも周知したところ、受講希望者が予想以上に多かったため参加枠を拡大。最終的に216人が受講登録し、終了期限までに146人（68%）が動画視聴を完了。横浜市はこの146人に修了証を発行した。

私たちも、これだけ多くの人々が視聴完了するとは思っていなかった。弊社の「介護に関する入門的研修動画」の完成度に自信を持つことができた。42本の動画は、講師と生徒役の掛け合いで講義が進められている。介護現場の魅力を伝える1分動画や漫画を入れ込み、見飽きぬよう工夫したことも奏功したと考えている。

また、今年度はオンライン上のコミュニティサイト「きっかけ」に、介護のしごとの魅力を発信するファンコミュニティ「ゆうゆう Life」を開設した。参加登録者は3月31日時点で15,000人以上に上っている。ここで介護の話題を提供するとともに、横浜市の動画視聴者を呼び込んで、視聴の継続を後押ししたことも有効だったと考えている。

このほか、ウェブサイト「ゆうゆう Life」の運営、オンラインイベントの実施、全面広告の掲載を行った。「ゆうゆう Life」のコンテンツ作成では、施設や介護職、サービス利用者らへの取材ができず、発信が限られたが、介護福祉士、梅本聡さんに「介護のおしごと入門」と題して、介護現場のリアルを連載してもらった。企画会議で委員から、「介護の賃金、有休、働き方などの基本的な情報提供が必要」との指摘があったことを踏まえた。産経新聞本紙・生活面とのタイアップも継続。最終的に132万PVを達成した。

オンラインイベントでは、モデルで介護福祉士、上条百里奈さんと3人の介護福祉士を招き、フリーアナウンサー、町亞聖さんの司会でトークイベントを実施。約140人の視聴者を得た。また、青嵐会グループの阿武幸美副代表と町亞聖さんのトークイベントを実施。介護現場でのデジタルトランスフォーメーション（DX）が進んでいることをアピールした。

4年度以降の課題としては、①入門的研修動画の修了者と優良事業者とのマッチング②横浜市以外の自治体での「入門的研修オンライン講座」の実施③ファンコミュニティ「ゆうゆう Life」のブラッシュアップ④ファンコミュニティ「ゆうゆう Life」とオンラインサイト「ゆうゆう Life」の相互乗り入れによる入門的研修動画の視聴者リクルートなどが考えられる。

最も重要なのは、研修修了者を「しごと」につなげることである。都道府県の「介護事業者認証評価制度」を活用し、研修修了者と優良な介護事業所をマッチングしたい。令和元年度の本事業で立ち上げたオンラインサイト「ゆうゆう Life」で令和2年度から都道府県のマップを掲載し、「介護事業者認証評価制度」を紹介している。入門的研修の修了者

が、これらの認証事業所へ見学会などに出向けるようにしたい。都道府県が同制度を活性化するモチベーションにもなる。

私たちのサイトや動画を観て、介護に魅力を感じた人が、介護の現場で働きたいと思い、介護を良い仕事だと思うかどうかは事業所次第である。介護の仕事に夢を抱いた人に、期待通りだったと満足してもらうには、質の高い事業所に出会うことが不可欠だ。それは事業に携わり、介護の魅力を発信した私たちの譲れぬ一線である。マッチングに全力を挙げたい。

ファンコミュニティ「ゆうゆう Life」のブラッシュアップも重要だ。入門的研修動画の視聴者にはコミュニティへの参加を呼びかけ、アンケート調査でも一定の成果を確認した。ただ、動画視聴者をコミュニティ内で捕捉できておらず、ピアカウンセリング的な機能の発揮には至っていない。さらなる改善を図りたい。

また、横浜市と公益社団法人かながわ福祉サービス振興会、産経新聞社による「介護に関する入門的研修オンライン講座」の枠組みを他の自治体に横展開することも重要だ。

さらに、ウェブサイト「ゆうゆう Life」の閲覧者（132 万 PV）とコミュニティサロン「ゆうゆう Life」の登録者（15,000 人以上）が相互に行き来し、入門的研修動画の視聴に至るよう、すそ野の拡大にも力を入れたいと考えている。

2022 年 4 月 10 日

産経新聞社新プロジェクト本部