

平成 29 年度
老人保健事業推進費等補助金
老人保健健康増進等事業

介護人材の確保に向けた
メディア戦略確立のための調査研究事業
結果報告書

平成 30 年 3 月

目次

I. 調査概要	1
II. 調査活動	7
1. 既存データ分析	8
2. 啓発キャンペーン事例分析	14
3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）	19
4. 介護職非選択者調査（Web 調査）	46
5. 若年層ワークショップ（共創型ワークショップ）	66
6. ポテンシャル層 Web 調査	75
III. 調査結果のポイント	98
IV. 調査結果を踏まえてのポイントと提言	110

I . 調査概要

1. 調査の基本方針

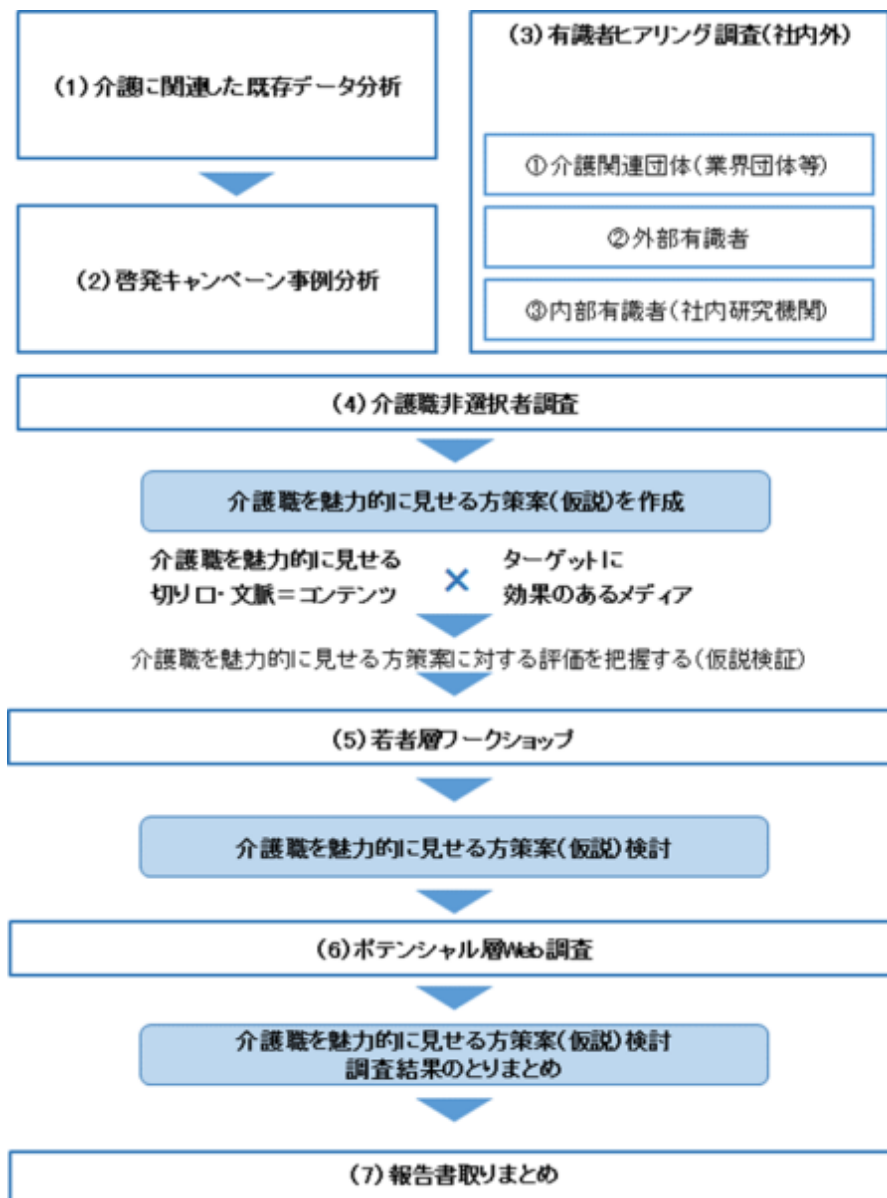
事業実施目的

- 平成 27 年に発表された介護人材の需給推計において、2025 年には約 38 万人の介護人材が不足することが見込まれており、介護人材を量と質の両面から確保していくことは喫緊の課題となっている。
- 更に、政府として新たに掲げた「介護離職ゼロ」の実現に向け、2020 年代初頭に向け、介護サービス基盤約 12 万人分の上乗せ・前倒し整備を進めることとしており、それを支える介護人材を確保するため、約 25 万人※の介護人材を着実に確保すべく、平成 27 年度補正予算案及び平成 28 年度当初予算案において、追加・緊急的に必要となる対策を講じ、引き続き、あらゆる施策を総動員し、総合的・計画的に取り組が進められている。
- ※①同推計で不足すると見込まれる 2020 年に不足することが見込まれている約 20 万人の介護人材と、②今般の上乗せ・前倒し整備に伴い追加的に必要になると見込まれる約 5 万人（一定の仮定をおき試算）の介護人材との合計
- 現在、介護職の人手不足に陥っているのは、介護職が 3K（きつい・汚い・給料安い）の職種であるといったようなネガティブな情報が多く流布していることが要因と考えられる。今後の取組に向けて、そのような意識を払拭し、介護職が魅力的な職業であるという認識を持ってもらう必要がある。
- そのため、各種調査を行い、「介護職を魅力的に見せる方策案（仮説）」を作成し、調査を通じて、精査していく。
- また、ネガティブな意識の背景にある要因や意識（インサイト）を深掘して詳細に分析することで、より効果的な施策の検討に役立てる。

事業概要

- 本事業は、前述した目的を達成するために、以下のステップで推進することを想定。
- 介護職に対するネガティブ意識を払拭し、介護職が魅力的な仕事であること、社会的に尊敬される仕事であるという意識を高めるためには、メディアを活用した戦略が重要になる。そのため、今回の業務に際して、社会課題の克服に向けた国民運動（地球温暖化対策「クールビズ」「チームマイナス 6%」等）の実績のある弊社博報堂が、これまでのメディア活用、コミュニケーションの専門家としての知見を活用する形で、事業に取り組んでいく。

＜実施フロー＞



2. 調査内容

(1) 既存データ分析

- 公的機関が実施している住民を対象とした行事（県民の集い、市民まつり等）の都道府県レベル、市町村レベルでの実態調査。

（収集・分析内容）

- ・ 主要全国紙（朝日・読売・日経新聞等）、業界紙、経済誌等の掲載記事
- ・ 介護情報サイト等の Web サイトに掲載されている記事情報
- ・ 大学教授等、研究者の意見・論文
- ・ 調査・研究機関がおこなった調査データ等

(2) 啓発キャンペーン事例分析

- ネガティブなイメージを持たれている仕事等について、そのイメージの払拭に効果のあった啓発キャンペーン等の取組事例について分析。
- 新聞・雑誌記事データベースや専門雑誌、インターネットを活用して、ネガティブなイメージを持たれている背景・要因や解決に向けた啓発等の取組内容に関する記事等を収集して分析。ネガティブイメージの払拭に効果のある情報の切り口等を整理する。

（収集・分析内容）

- ・ 主要全国紙（朝日・読売・日経新聞等）、業界紙、経済誌等の掲載記事
- ・ 介護情報サイト等の Web サイトに掲載されている記事情報
- ・ 大学教授等、研究者の意見・論文
- ・ 調査・研究機関がおこなった調査データ等

(3) 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

■介護関連団体（業界団体等）

- 介護関連団体（業界団体等）に対するヒアリング調査を通じて、介護人材不足の背景・要因や解決に向けた方策、介護人材確保における課題・論点を整理する。

【ヒアリング対象：3件】

- ・ 公益社団法人 日本介護福祉士会 他、介護関連団体

■外部有識者

- 外部有識者（大学教授、シンクタンク研究員等）に対するヒアリング調査を通じて、介護人材不足の背景・要因や解決に向けた方策、介護人材確保における課題・論点を整理。

【ヒアリング対象：3件】

- ・ 山田尋志氏（地域密着型総合ケアセンターきたおおじ） 他、外部有識者

■博報堂社内研究機関（社内研究機関）

- 弊社内の研究機関スタッフに対するヒアリング調査を通じて、介護人材不足の背景・要因や解決に向けた方策、介護人材確保における課題・論点を整理。
- 特に若者・女性層・シニア層といったターゲットの意識（インサイト）・行動特性といった面も含めて、分析。

【ヒアリング対象：3件】

- ・ 若者研究所
”大人”から見えにくくなってしまった今の若者たちの本質を理解し、ライフスタイル研究や各種マーケティングソリューションの開発に取り組んでいる。若者層を各々の年代層別に精緻に把握し実態を正確に捉えることを重視。
- ・ こそだて家族研究所
「妊娠期から小学生の子どもを持つ家族」の生活を研究し、提案を行う専門組織。妊娠期から小学生の子どもを持つ家族に関する専門知識を元に、調査、商品開発支援、広告、PRなど情報戦略開発支援、コミュニケーション支援、メディア開発、事業開発などを手掛けている。
- ・ 新しい大人文化研究所
40～60代を“新しい大人世代“と呼び、調査研究を行っている。
博報堂エルダービジネス推進室を前身として、発足。15年間のナレッジの蓄積を持っている。

(4) 介護職非選択者調査（Web 調査）

- 介護職への就労を検討しながら、別の職業についていた人を対象に、アンケート調査を実施。介護職への就労を取りやめた理由を詳細に把握することで、就労の障壁になっている事項や意識（インサイト）を把握。

(5) 若者層ワークショップ（共創型ワークショップ）

- 社会問題等に意識の高い若者層を対象にワークショップを実施。介護職に対するネガティブなイメージを払拭するためのアイデアを募る。

⇒介護職（就労）に対するネガティブ意識を払拭し、介護職が魅力的な仕事であること、社会的に尊敬される仕事であるという気運・ムーブメント作り、国民運動化していくことを想定し、前述した調査・分析結果を共有しながら、どのようなメッセージ、アプローチで意識が変容するのか、介護職に対する魅力が高まり、就業意欲が湧くのかを把握。

(6) ポテンシャル層調査（Web アンケート調査）

- 介護職の担い手に成り得る層（若者層・主婦層・シニア層など）のポテンシャル層を対象に Web アンケート調査を実施。介護職に対する評価、介護職での就労意向を把握。
- 加えて、前述した介護職を魅力的に見せる方策案（仮説）を提示して、意識変容、就労意向の変化を把握。

⇒ポテンシャル層が、どのようなメッセージ、アプローチで意識が変容するのか、介護職に対する魅力が高まり、就業意欲が湧くのかを把握。

Ⅱ． 調査活動

1. 既存データ分析

(1) 調査概要

- 新聞・雑誌記事データベースやインターネットを活用して、介護人材不足の背景・要因や解決に向けた方策に関する記事等を収集して分析した。
- 介護人材確保における課題・論点を整理した。

【収集・分析する情報例】

主要全国紙（朝日・読売・日経新聞等）、業界紙、経済紙等の掲載記事
介護情報サイト等の Web サイトに掲載されている記事情報等
大学教授等、研究者の意見・論文
調査・研究機関がおこなった調査データ等

(2) 調査結果

介護人材の現状

- 介護労働者の就業形態は、非正規職員に依存している。
- 介護職員の年齢構成は、施設では30代～40代が主流である一方、訪問介護員は60歳以上が3割を占める。

就業形態

- 正規職員の割合では、介護職員（施設）は58.4%と半数以上であったのに対して、訪問介護員は20.2%に留まっている。
- 非正規職員の割合では、介護職員（施設）が40.4%であったのに対して、訪問介護員は77.1%と、訪問介護の大部分を非正規職員が担っている。
⇒非正規職員の訪問介護員の内、大部分の68.0%が短時間労働者となっている。

介護者の就業形態

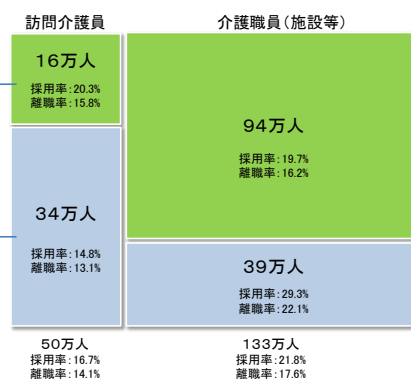
	正規職員	非正規職員	うち常勤労働者	うち短時間労働者
介護職員（施設等）	58.4%	40.4%	14.5%	25.9%
訪問介護員	20.2%	77.1%	9.0%	68.0%

資料：平成28年度介護労働実態調査（（財）介護労働安定センター）

就業構造・年齢構成

- 介護職員の年齢構成は、施設では30代～40代が主流である一方、訪問介護員は60歳以上が3割を占める。
- 就業構造として、訪問は非常勤、施設は常勤職員主体。
⇒施設の方が、常勤・非常勤問わず離職率が高い。
- 男女別にみると、介護職員、訪問介護員いずれも女性の比率が高い。
- 男性については、40歳未満が比較的多い。
- 女性については、40歳以上の割合がいずれの職種も過半数を占めている。

就業構造と採用・離職率



年齢構成（性別・職種別）

	20歳未満	20～29歳	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～64歳	65～69歳	70歳以上
介護職員（施設等）	0.8%	16.4%	22.8%	24.4%	19.8%	8.0%	5.5%	1.8%
男性（23.8%）	0.8%	24.9%	32.6%	20.9%	10.4%	4.7%	3.8%	1.5%
女性（73.9%）	0.9%	13.7%	19.7%	25.6%	22.7%	9.2%	6.0%	1.9%
訪問介護員	0.2%	4.1%	10.6%	21.1%	24.9%	15.2%	14.7%	7.1%
男性（9.7%）	0.8%	13.2%	21.0%	21.2%	16.7%	10.0%	10.1%	4.7%
女性（87.5%）	0.1%	3.1%	9.5%	21.0%	25.8%	15.7%	15.3%	7.4%

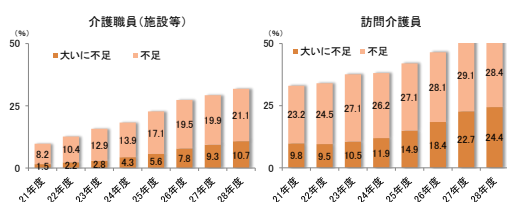
資料：平成28年度介護労働実態調査（（財）介護労働安定センター）結果より、社会・援護局福祉基盤課福祉人材確保対策室において集計。

介護人材不足の原因

- 介護人材不足の主な理由として、①新規採用難による人材不足、②介護職員の離職による介護不足がある。
- 施設職員・訪問介護員ともに、年々不足感は強まっている。
- 人材不足の最大の理由は「採用が困難である」が挙げられている。
- 介護人材の就業者数は非常勤も含めて 171 万人（2013 年度）。
- 2025 年で想定される介護人材の需要は 253 万人。約 38 万人の介護人材が不足する見込み。

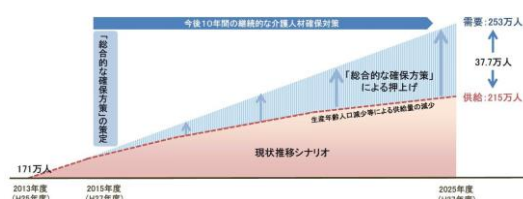
介護人材不足の現況・将来予測

- 職員の不足感は、訪問介護員の方が比較的高いが、施設でも年々不足感は強まっている。
- 2025 年の介護職の供給量は 215 万人にとどまり、需給ギャップは 37.7 万人の予測。



資料：平成 21～28 年度介護労働実態調査（（財）介護労働安定センター）

2025 年に向けた介護人材の需給推計

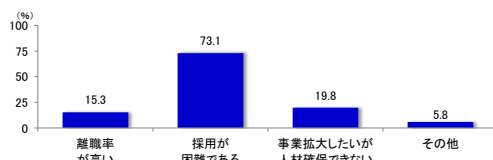


資料：厚生労働省「2025 年に向けた介護人材にかかる需給推計(確定値)」

介護人材不足の要因

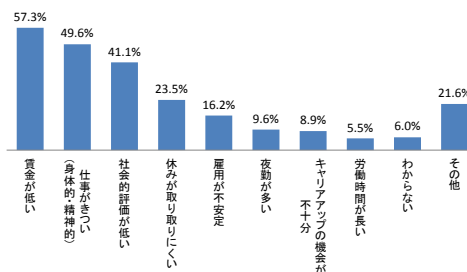
- 介護人材が不足している理由は、「採用が困難である」が7割を占める。採用困難の理由として、低賃金・重労働に加えて「社会的評価が低い」ことも多く挙がる。
- 事業を拡大する意向はあるものの「人材が確保できない」との回答も2割。

不足している理由（複数回答）



資料：平成 21～28 年度介護労働実態調査（（財）介護労働安定センター）

採用が困難である原因（複数回答）



資料：平成 28 年度介護労働実態調査（（財）介護労働安定センター）

介護人材不足の原因

- ・ 介護人材不足の主要な要因である、新規採用難が深刻さを増す要因の1つに、介護職に関する以下のような一面的なマイナスイメージが流布している点が挙げられる。
- ・ 「体力的・精神的なきつさ」「男性が仕事として考えにくい」「専門性の高くない仕事」「キャリアの展望が不透明な仕事」「社会的評判が高くない仕事」「待遇の良くない仕事」の6つのイメージに主に分けることができる。
- ・ これら一面的な見方が流布されることでさらなるマイナスイメージが生じており、人材の参入の阻害要因に繋がっている。

体力的・精神的なきつさ

- ・ **肉体労働で体力的にきつい**
⇒入浴や排泄、食事介護の他、高齢者の体を支えるなど体に過度の負担がかかる。
- ・ **夜勤等がありきつい仕事**
⇒日中時間帯に加えて、夜勤のシフトもあり、不規則な生活になる。
- ・ **シフト制で休みが不規則**
⇒シフト制の事業所の場合、先々まで予定が入れられず、安定して休めない。
- ・ **離職率が高く、職場に落ち着きがない。**
⇒離職率が高いために、職場の入れ替わりが激しく、安定した業務ができない。
- ・ **下の世話をする汚い仕事**
⇒利用者の排泄物を扱うなど汚い仕事である。
- ・ **利用者からの暴言・暴力に耐えなければならない**
⇒特に認知症介護など、利用者からの暴言・暴力に耐えなければならない。
- ・ **食事や投薬等、命に係わる業務に対して気を付けなければならない**
⇒死亡事故に繋がる業務が多く、常に高い緊張感が求められる。
- ・ **利用者の最期に立ち会うこともあり、精神的にきつい**
⇒利用者の死に立ち会う場面が多く、精神的に追い込まれる。

男性の行わない「女性の」仕事

- ・ **働き盛りの男性が就業しない稼ぎの低い仕事**
⇒給与が低く女性が働く仕事であり、働き盛りの男性が働かない職業である。
- ・ **若い人が少なく、年配の女性が多い**
⇒介護職員には若い人は少なく、年配の女性が多い。
- ・ **家事手伝いのような仕事**
⇒食事や掃除といった家事手伝いが介護の仕事であり、女性が行う仕事である。

誰でもできる専門性の低い仕事

- **他の業界では就職できない人が働く仕事**
⇒学歴や職歴の関係から他の業界では働けない人が就労するのが介護職。
- **求められる業務のレベルが低い**
⇒食事・入浴・排泄の世話など、求められる業務が家事手伝いで、誰でもできる仕事。
- **専門的な仕事をすることができない**
⇒医療やリハビリなど専門的な仕事をすることができず、専門性のある仕事にチャレンジできない。

キャリアの展望が持てない仕事

- **将来に不安のある仕事**
⇒待遇や福利厚生がアップする見込みが無く、長く続けられない。
- **キャリアの先行きが見えない**
⇒キャリアアップのイメージが持てず、また他業界への転職が難しい。

社会的地位の低い仕事

- **世間にあまり誇ることができない仕事**
⇒誰でもでき、専門性の無い仕事など、社会的地位の低い仕事であり、世間に誇れる仕事ではない。

待遇の悪い仕事

- **きつい仕事の割に給料で報われない**
⇒体力的・精神的にきつい仕事の割に、他業界に比べて給与水準が低い。

今後の課題

- 「体力的・精神的なきつさ」「男性の行かない『女性の』仕事」「誰でもできる仕事」「キャリアの展望が持てない仕事」「社会的地位の低い仕事」「待遇の悪い仕事」というマイナスイメージを、払拭していく必要がある。
- 介護職員のマイナスイメージを払拭していくことで、介護人材不足の主要な要因である介護職員の「新規採用難」を克服するきっかけになると考えられる。

2. 啓発キャンペーン事例分析

(1) 調査概要

- ネガティブなイメージを持たれている仕事等について、そのイメージが転換するに至った要因や要素を分析した。
- 新聞・雑誌記事データベースや専門雑誌、インターネットを活用して、ネガティブなイメージを持たれている要因やイメージ転換に至った要素などをインターネットや新聞・雑誌記事等を収集して分析した。
⇒イメージ転換に効果のあった情報の取り上げられ方、見せ方等を整理した。

【収集・分析する情報例】

- ・ 主要全国紙（朝日・読売・日経新聞等）、業界紙、経済誌等の掲載記事
- ・ Web サイトに掲載されている記事情報
- ・ 公式 HP の情報等
- ・ 大学教授等、研究者の意見・論文
- ・ 調査・研究機関がおこなった調査データ等

(2) 調査結果

①看護師のイメージ転換事例

- ・ 看護師の 9 割が女性という看護業界では昨今、「看護＝女性の仕事」というイメージを払拭しようとする動きが活発化。未来の看護男子のモデルケースを創るプロジェクト等も進められている。離職中の看護師が最新の器具の使い方を学ぶことができる場をセミナー形式で提供したり、働き方を選んで職場を探すことができるサービスをテレビで紹介。

看護師のこれまでのイメージ

- ・ 女性の仕事(以前の“看護婦”との呼称から)
- ・ 3K（きつい、汚い、危険）の仕事
- ・ 子育てと両立するのが難しい（結婚や出産・育児をきっかけに辞める人が多い） など。

イメージ転換の取り組み／イメージ転換の契機

- 未来の看護男子のモデルケースを創るプロジェクトが発足
- 復職に向けた手厚い講習会を行い、離職中の不安を解消する取組を行う
- ワークライフバランスを考えて、多様な働き方を選べるよう取り組む病院が増加

転換後のイメージ

- ・ 男性も活躍できる仕事
- ・ 年齢や勤続年数に関わらず評価される仕事
- ・ 結婚したり子供ができた後でも、働き続けられる仕事

②清掃員のイメージ転換事例

- ・ 清掃員の仕事への思いや、仕事の専門性が TV で取り上げられ、清掃の仕事がお客様に対して「高いホスピタリティ」を持った、職人的な仕事であると広まった。
- ・ 「気持ちよく過ごせる環境をつくる仕事」が清掃の仕事であることは社会的に広まり、清掃のイメージ転換に繋がっている。

清掃員のこれまでのイメージ

- ・ 「掃除」をする仕事
- ・ 3K（きつい、汚い、危険）の仕事
- ・ 専門性が無く、誰でもできそうな仕事 など・・。

イメージ転換の取り組み／イメージ転換の契機

- 専門性を持って清掃という業務に取り組むプロフェッショナル清掃員（＝カリスマ）が注目を集めた
 - ・ 「家を掃除するように仕事場を掃除する」ことを信念にホスピタリティを持って仕事を行う
 - ・ 多様な汚れの落とし方を熟知しており、80種類以上の洗剤と独自開発のブラシを使用する
- 上記、プロフェッショナル清掃員の技術が認められ、海外において技術指導を展開
- 徹底した清掃により、仕事場が「世界一清潔」という称号を獲得

転換後のイメージ

- ・ 清掃の仕事は、熟練技術を要する専門的な職業、職人的な仕事である
- ・ 清掃の仕事とは、「誰もが気持ちよく過ごせる環境を作る」サービス業である

③葬儀業者のイメージ転換事例

- ・ 納棺師を主人公にした映画のヒットもあり、納棺師という職業の知名度が上昇。映画の影響もあり、多くのメディアで、納棺師が「おくりびと」として紹介された。
- ・ 納棺師が注目を集めたことにより、エンゼルケア、エンゼルメイクといった言葉の置き換え等、葬儀と葬儀業が以前に比べて変化していることが、紹介された。

葬儀従事者のこれまでのイメージ

- ・ 遺体を扱う仕事であるため、穢れを伴う仕事である
- ・ 人が好まない仕事 など・・。

イメージ転換の取り組み／イメージ転換の契機

- 納棺師を主人公にした映画以降から、納棺師を「おくりびと」と表現されることが増加
- 葬儀関係の専門学校では、葬儀を「ヒューマンセレモニー」と表現
- 納棺師を、「死出の旅立ちを支える旅行代理人」と説明
- 死後処理を「エンゼルケア」、死化粧を「エンゼルメイク」と表現する

転換後のイメージ

- ・ 「おくりびと」のイメージから、静謐で尊い仕事とのイメージ
- ・ 葬儀は最期の「セレモニー」であり、穢れを伴うものではない
- ・ 納棺師は、亡くなった人をきちんと送り出す手伝いをする仕事
- ・ 亡くなった人を「ケア」し、「メイク」を施す仕事

④引っ越し業者のイメージ転換事例

- ・ 重い荷物を運ぶ体力勝負の仕事というイメージの強い引っ越し業界だが、「接客業」の側面もあり、住まいや荷物への細心の注意や繊細な作業が必要な仕事であるため女性従業員が活躍していることがテレビ等で紹介された。
- ・ 加えて、特殊な梱包技術を用いたり、再現施設での研修を行ったりと、専門の技術が必要な仕事であることも紹介された。

引っ越し業者のこれまでのイメージ

- ・ 辛い、きつい、体力勝負、体育会系の仕事
- ・ 引越の仕事は女性だと働きづらい など・・。

イメージ転換の取り組み／イメージ転換の契機

- 引っ越し業は「接客業」なので、繊細な心遣いのできる女性も活躍している
- 荷物も住まい自体にも細心の注意を払い専用の道具を使い梱包を行う
- 引っ越し現場を再現した研修施設を完備

転換後のイメージ

- ・ 「接客業」として、お客様への心遣いも必要なため、女性も活躍できる仕事
- ・ 荷物や住まいへの細心の注意が必要な、非常に繊細な仕事
- ・ 荷物の動かし方等、日々研修を行いトレーニングが必要な、プロの仕事

⑤町工場のイメージ転換事例

- 町工場のなかには、世界に誇れる技術力を持つ工場が数多くあり、業界に革命を起こすような開発を行っている所もある。NASA 関連企業や Apple 等、世界規模の企業や組織からもその技術力は認められており、国内でも徐々に「日本の町工場の技術力」を取り上げるメディアが増加している。

町工場労働者のこれまでのイメージ

- ・ 3K（きつい・きたない・きけん）のイメージ
- ・ 退屈で単調でつまらない仕事
- ・ 後継者不足のイメージから魅力の薄い仕事、先のない仕事 など・・。

イメージ転換の取り組み／イメージ転換の契機

- 町工場の開発したねじが、グッドデザイン賞金賞受賞
- ロケット燃料として多く使用されている液体燃料ではなく、固形燃料を使ったロケットの打ち上げに成功。アメリカの宇宙関連企業が視察に訪れた
- 町工場が、ジャマイカ代表のボブスレーの機体を製作。漫画やドラマとして取り上げられた
- 新潟県燕市の町工場が世界一の研磨技術を買われて、有名スマートフォンの重要な工程を任せられた

転換後のイメージ

- ・ 世界に誇れる技術力を持つ会社が多数存在する
- ・ アメリカのNASAやApple等、世界の名だたる大企業に認められている
- ・ 従業員たちは職人であり、極めていけばその業界で第一人者となることできる

⑥漁師のイメージ転換事例

- ・ 漁師の減少に歯止めをかけようと多様な能力を持つ新しい職種として漁師を定義しなおす法人が登場。
- ・ 魚を獲るだけではなく、鮮魚の流通のマーケティングや漁師直営の居酒屋を経営し、職域を超えた新しい水産業の在り方を実践している。

漁師のこれまでのイメージ

- ・ 魚を獲る(だけ)の仕事
- ・ 技術は「見て覚える」、「勘で動く」ので経験が全て
- ・ 後継者不足のイメージから魅力ない仕事、先のない仕事 など・・。

イメージ転換の取り組み／イメージ転換の契機

- 漁師と直接会える、漁師直営の居酒屋を経営
- 「見て覚える」が当たり前だった漁師の技術をマニュアル化し、船長になるまでの期間を短縮
- 勘に頼っていた漁業をITの導入により客観的に把握し作業の効率化を図る

転換後のイメージ

- ・ 若い漁師たちが非常に精力的に活動していて、漁師はカッコいい仕事
- ・ 魚を獲るだけではなく、鮮魚の流通や販売にも関わるレンジの広い職種
- ・ マニュアル化により、わかりやすく技術を習得できる
- ・ IT化の導入も進んでおり、客観的・効率的に漁を行っている

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

（１）調査概要

【調査対象者】

①介護関連団体（業界団体等）

介護事業者の業界団体等を想定。

【ヒアリング対象：3件】

- ・公益社団法人 日本介護福祉士会 他、介護関連団体

②外部有識者

介護現場の労働状況や介護職人材の確保に関する課題に詳しい大学教授等を想定。

【ヒアリング対象：3件】

- ・山田尋志（地域密着型総合ケアセンターきたおおじ）他、外部有識者

③博報堂社内研究機関

【ヒアリング候補：3件】

・若者研究所

”大人”から見えにくくなってしまった今の若者たちの本質を理解し、ライフスタイル研究や各種マーケティングソリューションの開発に取り組んでいる。若者層を各々の年代層別に精緻に把握し実態を正確に捉えることを重視。

・こそだて家族研究所

「妊娠期から小学生の子どもを持つ家族」の生活を研究し、提案を行う専門組織。妊娠期から小学生の子どもを持つ家族に関する専門知識を元に、調査、商品開発支援、広告、PRなど情報戦略開発支援、コミュニケーション支援、メディア開発、事業開発などを手掛けている。

・新しい大人文化研究所

40～60代を“新しい大人世代”と呼び、調査研究を行っている。

博報堂エルダービジネス推進室を前身として、発足。18年間のナレッジの蓄積を持っている。

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

【調査方法】

専門調査員による聞き取り調査（インタビュー調査）

【調査内容】

①介護関連団体（業界団体等）

介護関連団体（業界団体等）に対するヒアリング調査を通じて、介護人材不足の背景・要因や解決に向けた方策、介護人材確保における課題・論点を整理。

②外部有識者

外部有識者（大学教授、シンクタンク研究員等）に対するヒアリング調査を通じて、介護人材不足の背景・要因や解決に向けた方策、介護人材確保における課題・論点を整理。

③博報堂社内研究機関（社内研究機関）

博報堂社内の研究機関スタッフに対するヒアリング調査を通じて、介護人材不足の背景・要因や解決に向けた方策、介護人材確保における課題・論点を整理。特に若者・女性層・シニア層といったターゲットの意識（インサイト）・行動特性といった面も含めて、分析。

【設問項目】

- ・ 介護人材不足の背景・要因
- ・ 介護人材不足の解決に向けた方策
- ・ 介護人材確保における課題
- ・ 現在の介護職従事者の特徴
- ・ 現在の介護職従事者の動機付け
- ・ 介護に対する一般生活者の印象・イメージ
- ・ 介護職に対する一般生活者の印象・イメージ など

（２）調査結果（ヒアリングサマリー）

①介護関連団体（業界団体等）

イ）公益社団法人 日本介護福祉士会

日時 平成 29 年 8 月 24 日（水） 13：30～14：30

場所 日本介護福祉士会

対象者 石本淳也様（日本介護福祉士会会長）

● 現場の状況

- ・ 現場の介護人材は足りない。熊本はもちろん、全国的に足りていない。かつ、肌感覚的には、ここ 5 年で急激に足りなくなっている。
- ・ 元々人手が慢性的に足りない業界ではあったが、それでも常勤非常勤問わず求人を出せば人がシームレスに来ていた。
→ところが、介護保険制度ができ、サービスを提供する主体が増えたことで、法定定数のルールを満たすため、ここ 5、6 年様々な事業所が苦慮している。実際人事として現場で働いていても、人が来ない。
- ・ 何故そうなったのか。明確ではないが、メディアの取り上げ方がマイナス面ばかり強調していたのでは、という声もあり、また給与の基準や、世間の景気の動向のサイクルが重なっている（この業界は昔から「不景気だと人が来て、景気がいいと人が来ない」と言われているため）からかもしれない。
- ・ 自分の見解としては、事業所数が増えすぎたのでは。確かに高齢者が増え、それに合わせ担い手を増やさねばならないが、現状実数より事業所が多すぎる感がある。
→当然働き手としては、高い給料や新しい事業所を選ぶ。そのような状況下で、（人材が）分散してしまっている気がする。
→今は人手不足だと言われてはいるが、本当に実数に対して人手が不足しているのか。一度精査する必要がある。
- ・ 全ての入所・入居・在宅系サービスが定員いっぱいと言われれば、決してそうではない。近年は、特養ですら定員割れが出てきている。
→どこも満床にしたいが、人が足りなくて満床にできない。皆が人材を取り合っているのだから当然こうなる。
- ・ このミスマッチを整理すれば（増えすぎた施設を集約し人材をきちんと振れば）、今叫ばれているより「人材不足」ではないかもしれない。例えば現状の人材不足を 100 としたら、整理すれば 70 くらいに収まるかもしれない。
- ・ 今後いたずらにサービス提供主体を増やしていくのではなく、制度的にも制限をかける必要があるかもしれない。
- ・ 介護業界は起業がしやすく、また「お年寄りの住む少しでも傍に施設があるべき」という考え方もあるが、増えすぎても意味がない。バランスをとっていく必要がある。
- ・ 介護保険制度の目玉が民営化。競争原理を働かせサービスの質を高め、利用者の選択の権利を担

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

保しよう、という考え方がある。

→これはもともとだ。だが他方で、福祉や介護に対する理念が希薄でビジネスとしてのもうけを優先する施設が無いとは言えない。離職理由についての調査では、職場の方針や理念と考え方が合わず離職した、という理由が出ている。本当は利用者とゆっくり関わりたいけれど、施設が売上優先で提供したいサービスが提供できない、という例を実際に現場で見た。

→このようなことは、それまでの介護の現場ではありえない。これは離職というか、介護業界から離れていく理由になっている。

- ・ また、営利追求のためのサービス残業や長時間労働、転勤等、民間の厳しさを耐性のない業界に放り込み、ハレーションが起きている。
- ・ かといって、ビジネスとしての介護を否定するわけではない。やる中で守らなきゃいけないラインをきちんと守った上で、ビジネスとして成立させるべき。
- 介護保険制度ができて 17 年なので、まだそこが成熟しきっていない。
- ・ 併せて、国の財政の問題で、現場で創意工夫が出来るほど潤沢な予算も組めない。結果としてしわ寄せが現場利用者にきている。
- ・ このように、様々なデメリットが重なりあって現状がある。
- ・ ビジネスとしての介護を否定はしないが、現状を生む理由になっているなら、何か対策を考える必要があるかもしれない。

→だが、社会福祉法人等だからといって全部シロかと言われれば、そうでもないし、営利法人だってちゃんとやっているところもたくさんある。

→市区町村等の行政が絡んできちんと把握していくということは至難の業。

→そんな中、今回の事業（介護 PR 事業）みたいなことで、どれだけ効果的にやれるか。あとは国がどれだけ本気でやってくれるか。その辺りがカギになる。

● 介護職の層

- ・ 平成 4 年に業界へ飛び込んだ時は 20 代男性などほぼいなかった。
- ・ 介護職は、当時「寮母さん」という呼び名だった。
- ・ 「介護＝身の回りの世話」という認識があり、これまで主婦経験者が重宝されてきた。
- 訪問介護だとなおのこと若い子よりも人生経験を積んだ人を重宝するという歴史があった。
- 他方で、他人様を扱う仕事だからこそ、知識・技術・専門性が必要だ、という考え方が平成に入って生まれてくる。
- この二つがうまく統合化されていくところを目指す。
- ・ しかし、例えば訪問介護の中には、家事支援と身体介護が位置づけられている中に置いて、若い子に一から家事を教えるよりは、ヘルパー 2 級程度で家事の出来る人の方が即戦力になる、という価値観がいまだにある。
- 利用する側としても家事がさっと出来る人の方が便利。こういう価値観で制度が進んできていることがそもそも問題。
- ・ 公的な制度の中で行う仕組みで、専門性がありプロが行う、という価値に公的資金がつくことが本来あるべき姿。

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

→ここを目指すべきだったが、現場ではそれより即戦力を求めてきていた。

● 「介護」の価値

- ・ 今は「介護」というものの価値観を変えていく必要がある。「介護」は「看護」「医療」と同じく、プロの仕事である、ということにしないといけない。誰でもできるものではないものにしないといけない。
→つまり、「誰でもできるよね」「誰でもなれるよね」と言われてきたことが良くない。
- ・ 教育プロセスの見直しなど、段階的に手は加えられている。
- ・ 我々が目指すのは、国民が安心して質の高い介護サービスが受けられること。故に介護職は、本来「誰でも目指せる」ものではない。プロとしてやるなら尚のこと、その部分で保障しなければならない。
→責任が伴う以上、介護の知識・技術・理論が体系化されたうえで、大事な命と人生を預かることが大事。
→にもかかわらず、歴史上の制度の中で、数を増やすことが先行してしまった。（現在 150 万人）
- ・ 介護職が、他の職種のようなプロセスで 150 万人いるならば、もっと評価も高いと思う。しかし介護は、学校に通わなくても取れる道があったり、2 年学校に通えば資格が取れたり、資格取得のための方法がたくさんある。
→そのため、「介護福祉士」という資格のブランド価値があまり高くない現状がある。

● 介護職の専門性の上げ方

- ・ （家事支援と身体介護の分離について）考え方は割とメジャー。自分達も理解はある。
→一方で、家事支援にしても身体介護にしても、その行為はあくまで手段であり、目的はその人のその人らしい幸福・人生のあり方をどう支えるか。全て「これができればいい」ではなく、「これをやった先に何を見るか」が大事。何か見据えている先があるからこそ、ここに専門性が必要。
→でもここを理解してくれ、というのは正直わかりづらい。表現しづらい。
- ・ 介護職は行為の方に視点が当たるが、それが目的ではない。
→では「目的は何か」と言われれば「国民福祉の向上」であり、利用者の「幸福追求権」「生存権」を守るために手段として介護を用いる。
→そのため、「介護士」ではなく「福祉士」でないとダメなんだ、と言っている。
- ・ 現在介護に従事している人間が自分の仕事に胸を張れるようになると、下まで降りてくると思う。
→当事者たちに自分たちの専門性に対する認識がなく、作業をこなせばいい、という感覚だといけな。まずは従事している人達の意識改革をして、自分の言葉で言ってもらえることが凄く大事。

● PR 媒体・方法

- ・ （「やりがい」ではなく、その目的意識にこそ「専門性」があり、それを言語化することが PR に繋がる？に対して）刺さる人には刺さるだろう。少なくとも、協会はうまく発信できていなか

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

った。介護のドラマ化も、(方法として) ないことはないが、そんな簡単な問題でもない。

→少なくとも自分(石本会長)は、信念を持って講演等を行い行脚している。このような活動が市民権を得るにはもう少し時間はかかるだろう。

- ・ CM等は一般大衆向け。同時に、従事者向けの切り口も大事。当事者たちが自分の仕事を胸張って説明すれば、大きく変わるような気がする。
- ・ 給与待遇の面はよく取り上げられがちだが、昔に比べれば随分良くなった。
→大体の仕事は初年度から500万1000万ももらえないものが殆どだし、医者等はそれまでに努力がある。その積み上げをしないと伴わない。
→一方で劣悪な環境の事業所の存在も否定できないから、そういうところは、淘汰もしくは是正されるべき。
- ・ 給料や定着率の良い法人もあるが、あまりフューチャーされていない。そもそもあまりひけらかすことではない。だが、このような状況下、そういう例はフューチャーされていくべきだと思う。
→そもそも、どの業界だって良いところもある。何故介護だけつつかれるのかわからない。余計なお世話。
- ・ 介護業界は、良いか悪いかで言えば、良くはないが悪すぎる事もないと思う。ちゃんとした現状をまっすぐ発信することが大事。変に下方に脚色されたり、やたらいいように美化しすぎたりされている。美化しすぎると、叩く人達がいる。「平均賃金にも満たないのに綺麗ごとばかり並べて若い人達に入ってほしいなんて無責任だ!」という世論もある。
- ・ 介護職みんなが爪に火をともして暮らしているような騒ぎ方は解せない。贅沢しなければ暮らしていける。

● ターゲット

- ・ 「我が事丸ごと」(地域共生社会実現本部)の中での方向性としては全世代が対象。だが、70代の新人には、違和感がある。
- ・ 子育てしながら働ける、という切り口は大事。実際パートで働いている人もたくさんいる。そういう人達をフューチャーすることも有効か。
- ・ 子供はいないけど、週末趣味のサーフィンをやりながら、介護の仕事をやって充実している人とかもいる。子供を育てながら、家を持ち、夫婦で車を一台ずつ持ち、人並みに暮らしていける人もいる。
- ・ 定年後デイサービスで第二の人生として働くおじさん達がいてもいい。こういう人達もなんだかんだお金、という人もいる(やりがいだけではなく)
- ・ 自分達が目指そうとしていること、専門職として介護福祉士がちゃんと世間に認識されるための流れとして、国家資格である「介護福祉士」だからできることと、無資格者でもできることの整理をする、というものがある。「機能分化」「役割の明確化」と表現している。
→こう分類すると、資格を持って「介護福祉士」の仕事を担ってほしいのは若い層。そのための発信をし、そのための学校や研修のルートを作らねばならない

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

→一方で、資格が無くても担える部分、人生経験を含めたその人の特性・特技を生かして支えることが出来る部分（家事、事前のものの準備等）を区分し、そこは定年後のシニア層に担ってもらう。「介護アシスタント」「介護助手制度」という名前と呼ばれている。

→これが理想。どちらにしろ、若い人だけでは担えない時代ではあるので、多様な世代層に支えてもらうのは、避けられない事実。

- ・ まとめると、広がりすぎた提供主体の整理と、介護福祉士の確立のため機能分化を勧める。
 - ・ 他の職種と同じように、メリハリをつけていくことが大事。例えばリハだと、直接的なりハビリはセラピストが行い、そのサポートをリハ助手が行う。
- 一方介護は、今までは全ての業務をみんなでやっていた。これを明確にすべき。

● 「介護福祉」「介護福祉士」の仕事

- ・ 介護過程（介護プロセス）の展開をするのが介護福祉士。根拠をもって計画を立てその計画に沿ってケアを提供し、振り返りを行う。いわば「介護のマネジメント」。看護だと「看護計画」にあたる。これができるのは「介護福祉士」。
- ・ 介護福祉とは、その人が「何故」こういう生活をしているのか、ちゃんと考えてそのサポートをすること。それを担保するのが介護福祉士。
- ・ 「ケアマネ」はあくまで介護保険制度の中の資格。彼らも利用者の生活について考えマネジメントするが、介護福祉士は制度のための資格ではないし、高齢者だけのための資格でもない。障害者等、いわば国民を対象にしている。その人達が望む暮らしを見据えて、利用者のライフスタイルや理由を分かった上で必要なケアをしていくのが、介護福祉士。
- ・ 介護職はピンポイントではなく、継続的に関わっていく専門職。医療は怪我等のときに生活の一部のみを見るが、介護福祉士は生活にずっと寄り添う。関わり方の時間軸が他の職種と違う。
- ・ 現在の介護従事者は自分達にプライドを持って働いているように思えない。だから、介護福祉士たちが自覚を持って、仕事内容について一般の人達にちゃんと周知がされていて、福祉とは何か、がきちんと理解されていれば、介護職の訴求力はぐんと上がる。

→まずは現在の介護職員にプライドを持たせないと。現状、業界やメディアが介護従事者のプライドをズタズタにしている。「そんなことやっているのに給料もらえないんでしょう？」とささやかれていることに、従事者たちは気付いた。ここが改善されなければ、親や教師も子どもを介護職に就かせたくない。

→石本さんの子どもは介護福祉士を目指している。それは、石本さんが、仕事が楽しいと自信を持って言っているから。

- ・ （介護を目指そうとする子どもを親や先生が止める状況について）今はそう。だから、今世の中を動かす大人の層にど真ん中の情報や福祉の大切さが伝わっていないが故に、ちょっと歪曲した、ごく一部だけ取り上げたような介護の情報が発信がされた結果が今だ、というのは否定しきれない。
- ・ この仕事をしている人をちゃんと取り上げ、かつその人自身の言葉でこの仕事の魅力ややりがいとか内容がばしんと届くようなものがあるべき。
- ・ 中核のところを介護福祉士が担ったら、他の人達はその指示に基づいてやる。すると給料も高い

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

人と低い人に分かれる。それが機能分化で、給与も傾斜して配分されるとしたら、資格を持っている人達に高く払われるはず。となると、下の人達が上を目指すようになる、という効果もあるはず。積み重ねがあった人に多く払われる、ドクターの話と一緒にされる。

- ・ 資格を取ったあともっとその道を極めていくなれば、その目指すべき道が必要であり、他の職種と同様に、道筋をはっきりさせるべき（認定介護福祉士）。
→今は、介護福祉士の資格のあと、ケアマネを目指すのがスタンダード。
→だが、ケアマネはマネジメントの専門職で介護の専門職ではない。
- ・ 無資格→介護福祉士→認定介護福祉士、と目指す道筋に沿って整理すれば、全てごちゃまぜで質の高低を判断するより、給料の差も目に見える形で整理ができる。

● 若者層への訴求のタイミング

- ・ 個人的には義務教育の段階から、福祉や介護や認知症について学ぶ機会をもっと持つべきだと思う。
- ・ もっと言えば義務教育の前から。教育として取り入れるのと、日頃から（お年寄りと）接するのとは別の話。教育として行われる前から経験として接点を持たせ、教育としては義務教育くらいからするのがいい。
- ・ 訴求は、年代問わず幅広く、というのが現実的なところ。
→大学・専門の福祉系が苦戦しているので、そこに流れを作るなら、その手前の高校生からか、将来の人生設計が固まる子が増えてくる前の中学生から。
- ・ 生産年齢人口と求められる人材の数から、約40人に1人くらい介護職に就かなくてはいけない。悠長なことは言っていない。
- ・ 「介護」「福祉」についてみんなわかっていないわけがない。自分が将来受けたい福祉の話になったとき、医療体制の話ではなく、「安心して幸せに暮らしたい」みたいな話になり、そこから自分達が目指す介護が何となくわかるはず。
- ・ リーダーにしても、ちゃんと介護を勉強してきた人をそこに据えようと決めたら、そういう方針を打ち出し、そうすれば福祉系の大学に行くしかなくなる等、国としての国策を全体で描かなければ答えは出ない。
→今増やしている介護職だが、30年後にはこんなに必要ない。本来そこまで考えなくてはいけない。
- ・ 熊本地震の時、介護職不足が問題になった。介護職は「誰でもできる」と思われている面があるが、実際にはできなかったのが介護人材は不足した。つまりみんな「介護は誰でも出来ることではない」ことを本当は知っているはずで、それを無視しているだけ。知らないフリをしているだけ。
- ・ 実際被災地で介護福祉士の活躍は有難がられた。「生活に寄り添う専門性」は、当たり前の生活が送れなくなったときどれだけ重要か、被災者は感じてくれた。
→このように、「さりげなく支える」という福祉の視点は非常に大事。だが言語化が難しい。
- ・ 誰でもやれない仕事としての価値をきちんと確立していきたい。

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

→難しいことだが、今までゼロに近いくらいやってこなかったので、少しずつでもやっていく必要がある。せめて現場の人たちの言葉だけでも発信していく必要がある。

- ・メディアでよく取り上げられる人達は、伝えることに慣れていて、伝えるための言葉をそれぞれが持っている。そうではなくて、現場の人たちの言葉の中に宝になるようなものがあるはずなので、そういうところがフューチャーされるといいと思う。

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

②外部有識者

イ) 山田尋志氏（地域密着型総合ケアセンターきたおおじ代表）

日時 平成 29 年 8 月 23 日（水） 14：00～15：00

場所 地域密着型総合ケアセンター きたおおじ

対象者 山田尋志氏（地域密着型総合ケアセンターきたおおじ代表）

● 現在の従業員の傾向

- ・ 福祉分野の中でも、児童・障害等の分野に比べて、高齢者福祉分野は、特に 2000 年に介護保険制度がスタートしてから、働く人の中に「福祉」へのこだわりが薄い層が拡大してきた印象がある。
→入り口では福祉専門職として仕事を捉えていない層も、他の福祉分野に比べると多い。
→サービス業の中で福祉を選ぶきっかけ（理由）は、おじいちゃん、おばあちゃんの介護や、役に立つ仕事がしたい、人に喜んでもらう仕事がしたい、という意識。
- ・ 人の暮らしや体に係る特徴を見ると、看護が最も類似している。
- ・ 仕事を続ける上での動機付け・継続のモチベーションは、何かの役に立つ、人の暮らしを支えるというやりがい。やめていく理由は別にある。
- ・ 働いている人達からは「こんなにやりがいがあり、給料も悪くなく、深い仕事なのに、3K 職場と言われるのは不本意」という声も多い。

● 介護職が悪く言われる原因

- ・ 職場環境・就業環境・所属事業所が何を目指していて、その目標のためにそれなりの条件づけを適切に行っていたり、整えていれば良いが、そういう意識が薄かったり、理念がよく見えない事業者・経営者が増えている。
- ・ ビジネスとして介護業界に参入してきている人も増えている。これにより 3K 職場的なイメージをもたれ、業界全体の印象を悪くする原因のひとつになっている可能性がある。
- ・ マーケットのシェアは株式会社等が増大してきている。営利法人であっても理念の高い事業者もたくさんあるが、ビジネスとして入ってきて儲からなければ撤退、というスタンスで参入してきている事業者も目に付く。
→そういう事業者が顧客満足や地域満足ではなく、儲かるか儲からないかで施設を運営し、働く人のやる気を阻害することに繋がりがかねない。このような事業者が増えれば、介護全体に悪い印象を与えることになる。
- ・ 法人の 5 割は離職率が低い。一方で、法人の 1/4 は離職率が非常に高い。
→二極化が起きている。問題は当然 1/4 の方。

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

● 資格・報酬制度の未確立

- ・ 大きな問題の一つは経営だが、問題はそれだけではない。
- ・ 専門職の報酬・資格等しっかりした国の制度が、医療にはある。病院の経営者の中にも、あまり良くない経営をする人もいる。そういう経営者はどの分野にもいる。
→それでも医療分野が成功しているのは、専門職の資格・報酬の仕組みを確立したため。専門職の職業倫理・知識・技術を担保されている。これが経営者にかかわらず医療が信頼されている理由。
- ・ 一方介護の現場は、まだ資格制度や報酬体系、存在意義が未確立であることが大きな課題である。

● 職能化について

- ・ 介護福祉士という資格制度ができて 30 年位。歴史的にもまだ浅く仕方ない部分もあるが、その社会的認知、職能化に成功していない。
→その大きな理由は、予防の人・軽度の人・中重度の人を支えるための具体的な方法、専門性を区別せず、すべてを「介護」としたこと。中重度の人を支える人材の職能化に真剣に取り組む必要がある。
- ・ これに対する改善策としては、まず報酬。実際に介護職の手に渡るようにする。
- ・ ただ、もう報酬の改善だけではとても無理。全てを「介護人材」と呼んでいることが問題。
→やるべきことは、介護職のあるべき専門職像・着地点をはっきりさせること。着地点としては、認知症と身体障害の複合障害を持ち、さらに何らかの疾病を有する要介護 3,4,5 の人たちを介護する人材を「介護専門職」として整理してみても。
→「介護専門職」の資質・社会的なあり方・必要な人数・養成の仕組み・報酬などをはっきりさせ、20 年以上かかるかもしれないが、そこへ着地するための動きを始めること。

● 介護特有の支え方と「認定介護福祉士」

- ・ 急性期医療の現場においては、一定のヒエラルキーにより指示管理される仕組み。
- ・ 一方で、福祉の現場では価値観が全く違い、様々な専門職がフラットに生活主体を支える仕組み。
- ・ 個々の生活主体の尊厳ある暮らしを支える仕組みが必要なのに、介護の現場に急性期医療のヒエラルキーを持ち込んではいけない。
→介護は、一番上位にいるのは個々の生活者であるモデル（ICF モデル）の中で実践される必要がある。
→そのうえ、生活者と、サポートするフラットなチームを繋ぐ役割が必要であり、現状ではケアマネがその役割を担っているが、将来は訪問看護師、認定介護福祉士などの役割とすることも視野に入れる検討する必要がある。
- ・ 介護福祉士は、資格も更新制にし、医療やリハをしっかりと勉強した、医療との共通言語で語られる「介護福祉士」に移行していった方が良くと思う。
→これにより介護福祉士の職能化・職業化が確立するだろう。そのためには、カリキュラムや時間数の見直しが必要になってくる。
- ・ 更にその上に「認定介護福祉士」を設ける。認定介護福祉士が、地域包括ケアを担うスタッフの

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

リーダー的ポジションになっていくことを目指す。このリーダーたちが、各生活圏域に複数名（2名）存在する仕組みを将来目指したらどうか。

● 圏域について

- ・ 今、地域包括支援センター圏域に2名ずつ、カリスマ的な介護人材を養成・配置してはどうかを京都市に提案している。
→地域の会議に介護を代表して出るのは大体ケアマネ止まり。小規模多機能やグループホームの人材が出ないと、リアリティのある発言が出ない。そのような役割を務めることができる介護人材を養成、配置の試みをすることが、結果的には前述した認定介護福祉士の目指すべき姿を明確にする可能性もあると考えている。

● 課題点まとめ

- ・ 経営の問題は当然。前提。
- ・ 介護人材の確保についての課題・改善点は三つ。一つ目は報酬を含めた社会的評価。二つ目は介護福祉士の事業所及び地域での役割を明確にすること。三つ目は資格制度と養成課題。

● メディアの扱い

- ・ メディアは、今あることや今起こっていることを報道したり、特に先進的な事例を取り扱ったりすることが大切。同時に、着地点からの視点で今を見る報道や見出し・アピールをしてもらいたい。
- ・ メディアは、「街から少し外れた大きな施設」「デイサービスとホームヘルプ」「ショートステイ」という、既に大量にできたもの、今の視点に引きずられがち。
- ・ そうではなく、例えば介護離職の問題について報じる際に、家族のように常に見守ってくれて予測もしてくれる、安心な水先案内人みたいな人が横にいれば、介護離職を防止できる可能性が高いこと、そしてこれは、24時間365日、職員は連絡を受ければ短時間で駆けつけられる小規模多機能のようなサービスが当てはまることを伝えて欲しい。
- ・ このように、今起こっている問題を、解決策や先進事例から最後に読み解いて、「こういう方向が期待されるのではないか」というような提案してくれれば、「ではそういう現場に必要な人材はどんな人か」等色々なことが見えてくる。
→メディアの方々には、着地点からひも解くような視点で今起こっていることを整理したり、先を見通すような意見が言える学識者を起用していただきたい。
- ・ 問題になっていることを叩くことは大事。ただ、そういう場合でも、コメントをつけたり、見出しに「着地点」をにおわせるようなものが必要。
- ・ 介護は、当事者、実際に直面している人にしか見えない世界。家族が要介護となっても、世話をしている、例えばお嫁さん以外は無関心。日常伴走している当事者にしかわからないのが介護の特徴。
- ・ 高齢者も元気なうちは他人事。自分がそういうことにならないと問題と認識しないし、実際にどんな人材に介護してもらいたい、というリアルな意見も出てこないため、やはりメディアの役割

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

は大きい。

● 認知症初期集中支援チーム

- ・ まだケアマネにもかかっていないため包括も医療も接点がなく、専門職と接点がないが、周りは支援を必要なのは、と感じる人へのサポートとして、「初期集中支援チーム」というものがある。MCI の状態の人（診断がついてないし、要介護認定もない人）に一定のアセスメントツールを使って医師を含む複数の人が訪問して、判断する。
- ・ （初期段階の人と）出会う場が必要。例えば、「地域サロン」などが有効な場のひとつで、「きたおおじ」にもサロンがある。小規模多機能など地域密着型介護事業所にサロン併設するなどの方法も有効だと考えている。
→出かける場所、居場所、仲間、役割があって、自発的に出かけ、そこでたまたま専門職と出会う形を作ることが大切。
→そういった仕組みが小学校区単位に2カ所くらいずつあるといいと考えている。

● 今後人材として期待できる層

- ・ 京都府が行っている「きょうと福祉人材育成認証制度」は、若者に福祉の職場の実際をしってもらいアピールするための制度。福祉・介護を若者が目指す職業となるためのひとつの方法である。
- ・ 子育てが終わった主婦層やリタイアした高齢者層などにすそ野を拡大する試みも大切だが、若者には、高度な魅力ある専門職としての介護福祉士を目指してほしい。
- ・ 両親や学校の先生方が将来の道として勧めるような仕事にしていく必要がある。
- ・ 「きたおおじ」では空家と、入居を断られるなど住まいの確保が困難な高齢者をマッチングさせる取組を行っている。
→このように、いろんな形で幅の広い世界を介護事業者も広げると、いい人材が関心を持ってくれるという側面もある。

● これから目指す介護の在り方

- ・ これからは、介護事業者が地域づくりの中で大きな役割を果たす仕組みを作って行かないと面白くない。
→同時に高度な人材を育成する仕組みを作って行かないといけない。繰り返しになるが、そのための養成システム、報酬を含めた社会的評価を構築していく流れをつくる必要がある。
- ・ そのためには、時間のかかる話ではあるが、介護理論の構築、それを通した介護に関する指導者の養成にとりかかることが急務ではないか。そのためには予算を投入する必要がある。例えば、国立大学、県立大学に介護学部及び大学院を設け、若手の研究者が集まる仕組みづくりにとりかかるべきだと考えている。時間はかかるが、これからの全世界的な課題である高齢化と介護に関する理論構築をわが国で行う、くらいの熱意がないと、超高齢化社会を成熟社会にしていくことは難しいのではないかと。

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

③博報堂社内研究機関

イ) 博報堂ブランドデザイン 若者研究所ヒアリングサマリー

日時 平成 29 年 8 月 24 日（木） 17:00～18:00

場所 博報堂 13 階

対象者 原田曜平氏（博報堂ブランドデザイン若者研究所 リーダー）

● 現在の若者層の構造について

- ・ 今の若者層は、SNS で人とつながりやすくなっている。
- ・ 昔だと東大生であれば東大生としか過ごさず、就職後も同じネットワーク、職場の人としかつるまなかった。
- ・ 今は SNS の登場により、小学校、中学校時代の友人とも卒業後繋がることができるようになり、様々な社会階層の人たちとつながりやすい時代になっている。
- ・ 若者層を対象に家庭訪問調査を実施してきたが、どの地方にいても車の話で盛り上がらなくなっている。
→東京に限らず、かつては都会への憧れがあったが、身の丈の生活を志向するようになってきたという印象。
- ・ 若者が全体的にマイルドヤンキー化しており、皆カジュアル。
- ・ 安定していて楽な仕事が良いという考え方が増えている。
→成熟社会で、上昇志向を持ってもしょうがないという意識が根底にある。
- ・ 団塊の世代以降、社長になりたいという人が少なくなり、40 代からは専門職志向が増えた。
- ・ 今の若者層は、社長になったとしてももうま味がないことを実感している上に、手に職を持っている専門職も NG。
→コミュニケーション能力が重要であることが謳われており、職人タイプは嫌われる傾向にある。
- ・ 今の若者層はブランド離れしていると言われていたが、実際は使い分けしている。
- ・ マイルドヤンキーに代表される地元族は、地元への郷土愛を持っているのではなく、SNS で繋がる地元の仲間愛に根差している。
- ・ 郷土愛を持って、地元を良くしていきたいと思う若者層はかなり少数。

● 介護の PR について

- ・ 介護は3K 職場というマイナスイメージを持たれている影響が大きい。
- ・ また、就職が今は良くなっているので、介護職としてはアウェーな状況。
- ・ 同世代の母数が少ないため、競争にさらされていない環境にある。移民も入ってこない国なので、今若い人達は最も就職し放題。
- ・ 現状よっぽど大きくイメージを変えたり、良い条件でなければ介護人材獲得の PR にならない。
- ・ 若い時期は、とにかく自分のことしか考えていない時期。その上、就職や大学入試等で常に人手不足の恩恵を受けてきた世代で、かなり緩やかに育ってきていて、よりちやほやされてきているので、「社会のため」などと言われても、響かない。

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

→福祉系大学やもともと介護に興味がある子でも「地域社会のため」と言われて刺さるのは、相当意識の高い子だけ。

- ・ この世代は、「地元愛」は強いが、「郷土愛」が強いわけではない。彼らが好きなのは実家と LINE で繋がっている友人のみ。退職後の近所のおじさんと地域を盛り上げよう、などという子は超少数派。
- ・ 以上の理由から、「地域の為」と言われて響く子もいるし、時代柄増えてもいる。しかし、母数(実数)は非常に少ない。増えてはいるので注目しておくのはいいが、決してマスではない。

→一日中 LINE でしゃべり続けている子たちにとって、地域社会なんて関係ない。

- ・ 本当は地元に残りたいが、仕事が無いため諦めて都会(東京)に出てきている若者は多い。特に高学歴の女性は地元で居場所がない。大学・雇用の問題で都会に出ざるを得ない。

→その点で介護職の仕事は、数少ない地元で就ける仕事の1つだが、介護職に対するマイナスイメージと若い子たちの「ラクしたい」という傾向が、介護への就職を阻んでいるといえる。

- ・ 現在は未曾有の人手不足。トラック業界でも成り手がいないことが問題になっている。短距離ドライバーは収入もそこそこいいし、まだ成り手がいるが、特に長距離トラックドライバーがいない。地元志向が強いから、日帰りで夜には地元で飲めれば良いが、何日も運転するのはしんどい、という若者のニーズがあるため。

→国交省が中継輸送の実験を行っている。長距離運転手がいないので、ドライバーを地域ごとで変えていく、という実験で、ネット通販等で物流は増える中、ドライバー不足の対応策である。

- ・ まずは、苦しい状況の中でも人材を確保できている同業界の会社や、似た業界の会社のノウハウを共有してはどうか。

→トラックの会社の話だと、「友達と一緒に就職できる」という点を強く打ち出した。今の若者は友達関係がオリエンテッドなので、例えばバイトも募集が3人だと喜んで応募してくる(「連れバイト」)。

→本来「バイト」とは、お金が目的なので1人だろうがハードだろうが、短時間でお金を稼ぎ、欲しいものを買うために行われていたもの。一方、今の子はそんなにがつがつしないので、辛いことをしてお金をもらうよりも、多少時給が低くても友達とだらだら仕事がしたい。要は、結果のお金を求めるのではなく、バイト中のプロセスの楽しさを求める傾向がある。美容院でも友人と2,3人で予約するケースが増えている。

- ・ 他には、寮をコンビニの近くに作るとその会社の人気が出る等、小さなことでも若者のニーズを PR にも生かすというのは大事。

● 企業の人材確保難について

- ・ 土日休みではなく、みんなと時間がずれることに対する不満は昔からあったが、昨今はよりその傾向が強くなっている。人と合わせられないというのが、すごくストレスになっている。

・

- ・ 人材不足がどの業界でも問題となっている中で、若い子のニーズを吸い上げた、介護業界で「こんなことまでやるの？」みたいな PR をやらないとあまり効果はない。相当ドラスチックなことをやらないといけない。

- ・ 例えば、飲食店には珍しく、髪やネイルの規定がなかったり、若者に優しい雰囲気がする居酒屋のバイトは人気。自分達を必要としているのではないかと、自分たちの自由を奪わないでくれるんじ

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

やないか、という雰囲気を感じて若者は感じる。

→また、コスプレという若者要素で、かわいい浴衣を着たり、売り上げの何%かを各店舗が自由に使えるお金として配分しており、メニュー開発等を店やバイトの子の裁量でやらせている。

→若い子に裁量を持たせていて、全体として若い子のことを本当に考えているという雰囲気が出ている。

- ・ この居酒屋では、従業員向けの就活セミナーなど、従業員の就職をサポートするようなこともやっていて、人手不足に陥らないように、コストと労力をかけている。

- 若者層への訴求ポイント

- ・ 今の若者層が欲しいのは莫大な給料や働き甲斐ではない。
→企業側は、自分達が与えたら良いと考えているものは与えているが、本当に若者が欲しいものは与えていない。
- ・ ごく一部の成功例では、今の若者は動かない。それに乗るほどギャンブラーではないので、あまり意味がない。
→それよりも、2,3年上の先輩が楽しそうにしている動画の方が効果的。バイトの求人でも、比較的若い従業員の写真を掲載する方が良い。

- 媒体について

- ・ マイルドヤンキー層への求人媒体で最も響いたのは、テレビ(番組は偏るが)か店に貼ってある求人。地元しか見ていない上に様々な情報を集めることも面倒。あとは、リアル口コミなども有効。
- ・ SNSだとTwitterが強い。SNSを介してでも、リアルな人からの情報がポイント。
- ・ 口コミはコントロールしにくい分大変ではあるが、媒体としては非常に有効。

- 今の若者のインサイト

- ・ 今の若者は「マイノリティ」の感覚を持っている。人口的にも明らかにマイノリティ。
→生まれた時から自民党が「生活を保障します」と演説していた世代。そんな遠い話は自分達には関係ないし、何となく世間からちゃんと見られていない、という意識が強い。消費者としてもマイノリティになってしまっている。
- ・ 何となく社会が自分達を見てくれていない、と感じている。
→昔の若者は、勘違いも含めて、「俺たちが社会の中心だ」と感じていたと思う。今の子にそれはない。前の世代のやったことを補う存在に過ぎない、という意識がある。
- ・ そんな中「貴方達が主役ですよ」「貴方達が中心ですよ」「貴方達の感覚を大事にしますよ」という顔つきをするだけで、だいぶ印象が変わる。まずそういう姿勢を組織なり施設なりが示すことが大事。
- ・ 今の若者は、良くも悪くも先入観が少ないので、打てば響く。打ってないだけ。
- ・ 日本全体が高齢化してしまっている。
- ・ 日本企業でちゃんと若者を見ているところが少なくなっているが、きちんと施策を打てば、意外に響く。

3．関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

- ・ 昔の若者の方が生意気でひねくれものも多かった。今の子はすごくピュア。
→今の若者のインサイトをちゃんと見るのが大事。例えば「お金」を打ち出すにせよ、お金が必要な理由が昔と今では違う。昔はスポーツカーが欲しかったかもしれないが、今は、例えば週に一回友人とカフェに行くために必要かもしれない。

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

ロ）博報堂こそだて家族研究所ヒアリングサマリー

日時 平成 29 年 8 月 31 日（木） 14：30～15：00

場所 博報堂 13 階

対象者 脇田英津子氏（博報堂こそだて家族研究所 上席研究員）

● 現在の主婦層が働き出すタイミング

- ・ 主婦が働き出すタイミングは、子どもが小学 2 年生くらいになってからが多い。子どもが小学校入学前から漠然と「そろそろ働こうか」と考え出すが、幼稚園は帰宅が非常に早く、13 時くらいには子どもが帰ってくる。また、子どもが小学校 1 年生だと、子どもも親も生活のパターンがつかめず大変なうえ、14 時くらいには帰ってくる。そのため、生活リズムがつかめてくる小学校 1 年生の秋～小学校 2 年生くらいになってから、働き出す主婦が多い。
- ・ 子どもが小学生になる時期まで専業主婦を選んでいる人は、子どもという時間が欲しくて専業主婦をしているが、そういう人でも、子どもが小学校に上がれば働くことを考え出す。
- ・ 一方で、本格的に仕事をしようとなるのは、子どもが小学校高学年になってからの人も多い。

● 子どもが小学生のときにママが重要視する就労条件

- ・ 就労時間は、子どもが帰ってくる時間を考えると 14-15 時くらいまで。子どもが学童などで遊んでいてくれれば、16-17 時くらいまでなら働ける。
- ・ ママが働くうえで欲しいサポートは、子どもが病気の時のサポート。病気の子どもの預ける先がないので、突発的な休みが取れる仕事が良い。子供が病気のときなど、どうしても休みたいときに休める仕事。病児保育は今すごく高い。お母さんたちは「子どもが病気のときどうにもならない」と言っている。
→そのため、テレワークは非常に良い。一方介護は現場に行って直接サービスを提供する仕事なので、ちょっときつい。
- ・ それでもどうしても仕事を休めない、となるかもしれないことを考えると、やはり 3-4 時間くらいの仕事が良い。

● 介護職への参入の壁

- ・ 主婦層に介護職は人気があるとは言えない。職業の選択肢入っていないのではないかと。
- ・ 社会的ニーズがあることはわかるし、子育て期と介護期がだんだん重なってきているので、認知はされているが、若いパパママには、自分事にならない。小学校低学年の子の親はまだ自分の両親の介護には早い。若いパパママは、介護を見聞きはしていない。
- ・ ママが仕事を選ぶ際には、まず自分がやっていた仕事関連、次に子育て経験を活かせる仕事を調べる。
- ・ 今まで（もしくは今）散々家で子どもの世話をしているのに、外でもお年寄りの世話をするのは気分転換にならない。
- ・ ただ、子育てと介護は類似点が多い。例えば、本を読んであげる、ゆっくり歩く、ゆっくり話す、

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

食べやすい食事を作る、おむつのたたみ方等。自分のペースを相手に合わせ、相手の立場に立って予測しながらお世話していくという、子育てで手に入れた能力を活かせる部分が多い。

→子育てとの類似点を見せて、なるほどと理解してもらえれば、主婦層へのプッシュが出来る。

- ・ 介護は「ひっ迫しているところ」「キツイ」と問題になると、そのイメージが強くなるし、実際経験してみてもそのイメージがすごく大きい。

● 情報を発信する媒体

- ・ タッチポイントとして、市役所や保健所、地区センターはどうか。多くの人にとっては普段よく行く場所ではないが、子どもが生まれる前から2-3歳までママたちは頻繁に行く。
- ・ 他には、ママポータル。子育てしながらちょっと読みたくなるスマホニュース等がニュースフィードとして配信されるサイトが人気。
→記事に関しては、見出しに「介護」と書いてあったら絶対読まない。「そろそろちょっと働きたい」みたいなときに読みたい見出しから、介護をうまく紹介するような形が良いと思う。
- ・ また、ママたちは家の近くで働きたい。家族に「おかえり」と言いたい、夕飯をきちんと作りたい、と思っているし、子どもが体調を崩して休んでいるときに、合間に見に行けるくらいの距離だと安心。子どもにも「どうしても困ったら電話しなさい」と言える。
→啓蒙・啓発はマスメディアが良いが、実際の職探しはローカル。

● 仕事探しのポイント

- ・ 数時間ずつでも、積み上げていったものが資格になると良い。たとえば、ケアマネは大変な仕事だが、需要も社会的意味もある仕事で、ずっと続けていける。実際にケアマネになるかどうかはわからないが、今2-3時間ずつでもやっていくことが、その資格への積み上げになりますよ、と言われるととても良い。
- ・ ヘルパーさんもきつそうなイメージがある。料理や買い物みたいな仕事ならできる。
- ・ 介護のネックは、自分が子供を抱えながら働くので、突然お休みすることもあるが、一方でお年寄りも自分が行かないと困るだろう、というところ。
- ・ それに加え、介護は遠いと感じてしまう。今は地域のママをママが助けるサービスがあるが、これは自分の経験を通じて、すごく自分事として、近く感じられる。
→その点、介護はやはり遠い。

● 地域と介護について

- ・ 幼稚園と介護施設が同じ敷地にあるのが理想。
- ・ 子どもを見守りたい、一人ぼっちのカギっ子にたくないという気持ちがある。なので、理想だが、施設（の一部）が老人も子どももみんないていい空間になっていて、幼稚園が終わったら同じ敷地にある介護施設に子どもが「帰ってくる」形になるととても良い。
→子どもは様々な人間関係を経験できるし、自分はそこで働けるし、自分が子どもをずっと見ていなくても他の人が目配りしてくれて安心。
- ・ 地域貢献するなら、子ども食堂みたいなところが良い。地域に協力したい。

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

- ・ 子育てが始まって初めて地域の重要性に気付く。地震とか大雨があったとき「地域に助けてもらいたい」という気持ちも強くなる。
→こういった問題意識と同じように、自分のちょっとした能力や時間を介護的なことに役立てていきたい、という気持ちはある。
→「職」として介護はハードルも高く大変だが、自分と子どものためにも「地域を良くしよう」という意識と近いところに、お年寄りのお世話があると良い。
- ・ 地域包括ケアシステムの「ラストワンマイル」みたいなところに、子育てママをどれだけ取り込めるか、という話になると思う。
- ・ 例えば、通学前にお年寄りの家を訪問して新聞を郵便受けから取ってあげたり、挨拶しにいったり。こういうことだけで良いなら始めやすい。
→1日1ポイント1円でも。やっている気持ち良さもある。
- ・ マンションで「右斜め前の部屋のおじいちゃん、ここ3日くらい見ないなあ」と気になっても、いきなり訪問は中々できない。自分の買い物のときに「牛乳よろしく」くらいなら買ってくるよ、と思う。
- ・ スキルを交換する SNS みたいに、できることとしてほしいことのマッチングは需要がありそう。
→それが子どものちょっとしたお小遣い稼ぎになったりすれば良いと思う。

● 仕事探しの切り口、参入しやすい「介護」の仕事形態

- ・ 口コミは良い。ママ友との話の中で仕事のことは結構出る。例えば、訪問看護の仕事をするママにみんな根掘り葉掘り色々聞きたがっていた。
→子どもが高校生まで大きいと、こういう話はあまり出ない。
- ・ 特に都心部では、子どもの受験が子育てにおける大きな山場。高校・大学受験期は、高1の間にいっぱい働き教育費を稼いで、高2～高3期は仕事をセーブして子どものサポートに徹するママもいる。
- ・ ママが仕事を探す上で、一番重要なのは、お金よりまず条件。特に家に直ぐ帰れるかどうか。テレワークは本当に良い。
- ・ 介護に関して言うと、事務のサポートとか。声かけて回るだけなら良いが、そこで具合の悪い人がいた時に、その対応を自分が任されるとなると重い。見て報告するだけで良いとやりやすい。
- ・ お金がすぐもらえなくても、介護の仕事をもっと分解して、できることだけやれるようにしたらどうか。
→例えば、ある子供用品を扱う流通の店長は、地域で5店舗ほど担当を持っているが、彼らは各店舗を回って問題点をひたすら本社へ報告する役割に徹していると聞く。報告された内容をもとに本社が必要なタスクを各担当者に振っていく形式。極力書類を削減したことと、この分業システムが功を奏し、増収増益している。
- ・ あとは時間が小分けで選べると良い。スーパーのレジなどは、30分区分切りとかになっており、空いている時間・都合の良い時間が選べる。「1日6時間」と言われると難しい。

3．関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

- **今の子育てママの特徴**

- ・ 今の子育てママは頭が良くて有能。子育て界に、働いた経験のあるお母さんが増えてきている。パパを説得するのにポートフォリオを用意して説得するなど、ビジネスの考え方を持った人が多い。

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

ハ) 新しい大人文化研究所 ヒアリングサマリー

日時 平成 29 年 8 月 25 日（金） 13：30～14：30

場所 博報堂 9 階会議室

対象者 阪本節郎氏（博報堂 新しい大人文化研究所 統括プロデューサー）

● シニア層の介護観

- ・ 「介護家族」として大変で、介護離職等が問題となる年齢でもあるため、介護に対して色々な思いを持っている。一番介護を背負っている世代。介護当事者世代。仕方なく老老介護にしまっている世代でもある。
→介護保険制度当初の大きな問題は、義父母の介護。特に嫁がやるべき仕事、というイメージが強かった。
- ・ ところが最近あまり言われなくなり、件数も減っている。現在の介護家族は団塊の世代以降。義父母の介護をしていた一世代前（現在の 70 代）は、基本的に見合い結婚で社会通念として夫唱婦随が当たり前。その中で嫁が旦那の母親の面倒を見て当然、という風潮があった。
一方、団塊の世代からは恋愛婚で、男女共に主体的に相手を選んでいる。女性も主体性を持っている世代であるため、旦那に「母の面倒を見て欲しい」と言われても「嫌だ」という女性が出てきた。
→そこで、「母親の貯金は自分のために使ってもらおう」という旦那の考えにこたえる形で、介護付き有料老人ホームが登場する。これは介護する方もされる方もラクサービス。
→上記の理由により、介護付き有料老人ホームは 10 年くらいで一気に増えた。
- ・ 今は在宅介護が基本だが、これを「家族でやります」とはっきり言っていたのが、今の 70 歳以上の人達。今の家族はあまりそう思わない。施設を使えるなら使いたい、と思っている。
→今は在宅が基本方針なので施設系の場所は減らす方向だが、値段が高くても民間の施設を利用したいという家族はたくさんいる。
→今の介護家族は、非常に合理的。
- ・ 介護される側も、されていること自体に申し訳なさを感じている。
→介護する方・される方両方が肉体的にも精神的にもラクでありたいと思っている。
→以上のニーズに、施設介護はうまく応えている。介護される側も、24 時間嫁に面倒を見てもらうより、施設に入る方がラクだからだ。
- ・ 今介護されている側の人達は嫁には自由にしていってほしいと考えている。
- ・ 介護家族の 5 大負担は ①肉体的な負担 ②精神的な負担 ③金銭的な負担 ④情報の不足 ⑤時間的な負担。この中で一番重いのは、②精神的な負担。
→対策としては、コミュニケーションと施設利用が挙げられる。一つ目のポイントは、コミュニケーション。周りの親族やヘルパーさんとコミュニケーションをとって解消していく。もう一つのポイントは施設利用。ショートステイ等の施設をうまく活用し、24 時間抱え込まない。
→在宅介護も、全体介護と方向性は変わらない。
- ・ 介護は 24 時間人と人の向き合いなので、煮詰まる。それを施設活用で、煮詰まらせず、リフレ

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

ッシュ後はまた新たな気持ちで介護ができるようにする。

- ・ 介護の負担はどうしても女性にいつてしまう。そこは変わらない。もともとは家のことで、かつこの世代は専業主婦率が高いため、自然女性の仕事になりやすい。ただ、団塊世代から旦那も「やらなくては」という気持ちがあるので、それより上の世代よりは協力的。
- ・ 義両親に施設利用は勧めにくい。

● 再就職について

- ・ 貯金が減っていくだけ、というのは心理的に「稼ぎたい」という気持ちにさせる。だが、高額なギャラを求めているわけではない。生きがいも兼ねてお金も入ってくればいい、くらいの感じ。朝から晩まで働きたいわけではない。一応年金も出るので、経済状況がひっ迫してしまう人が多いわけでもない。
→現役世代の延長でものを考え、定年後の経済状況について語られることが大半だが、実はリタイア後の生活はそもそもお金がかからない。一番お金のかかる子育ても終わると途端に楽になる。リタイア後には家計簿をつけなくなる等、どんぶり勘定でも問題が無くなる。こういう人達は何でもかんでも金を使うというわけではないが、余裕の持ち方が全然違う。
→退職後、仕事をしなければ食べていけない、などということは全然ない。故に働く理由は、減っていく貯金への不安感軽減と、社会的な生きがい・社会参加のため。
- ・ シルバー人材センターは、世代が変わり現在のシニア層と合わなくなっている。今の団塊世代は駐輪場の整理等はしない。仕事とニーズのミスマッチが起こっている。

● 介護現場のシニア層

- ・ 介護現場で働くシニア層は、今は割と増えている。若い人だけでは回らない。
- ・ 介護を仕事としてやろうと思うとしんどいし、覚悟が必要で、そこまで頑張れるか？というひっかかりはあると思う。
- ・ 団塊世代が介護現場に入っていくことは大きなポイント。現状だと、自分達が入っていけるのか、何をやるのかわからない。これが一番のハードル。資格を取るのが大変、資格を取って施設で働きだしたら 24 時間働かなきゃいけない気がする、くらいのイメージしかない。そのため、入ってから彼らに何をしてもらおうのか、もう少しクリアにする必要がある。
- ・ 団塊の世代の介護の世界の入り方はいろいろ。ヘルパーとしての働き方の他、若い人のサポートとして入っていく（パートタイム介護職員）、ボランティア（有償が望ましい）、生活支援コーディネーター等。介護というより地域のコーディネーターとして支える。この 3 つだと思う。
→「介護職」と聞くと本職を思い浮かべる人が多いが、団塊の世代に求める役割は上記 3 つ。ここが充実すれば、介護現場も絶対変わる（ラクになる）。
→「こういう働き方がある」ということを、給料体系含め、きちんと整理し伝えることが重要。

● 表現・PR について

- ・ 本職の補助業務でも「補助」と言っては誰も来ない。「パートタイム介護」とかの表現（もう少し

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

しいい呼び名があるといいけど）にしないと。

→団塊の世代はプライドが高い。ゆえに全体をコーディネートする立場の「生活支援コーディネーター」が人気。これには「やってやろう」という気持ちになる。本人がやろう、と思うことでないと。

- ・ 「介護される側からする側へ」「貴方達の力で介護現場を支えてくれ」というスタンスで、ギャランティを支払い、「貴方達が介護の現場を支えるのだ」と伝えれば団塊世代には刺さる。

→団塊世代とのコミュニケーションの基本は「持ち上げてあげる」。持ち上げてあげないと彼らは絶対に動かない。

（→「社会の担い手」「社会の変革者」みたいな言葉も刺さりそう）

→地域包括ケアは団塊の世代の手があって初めて成立するんですよ、とか、貴方達が地域包括ケアの担い手です、とか。

- ・ 彼らは若かりし頃学校で暴力的行為を行った際、新聞に「腐った体制に対する反乱」と書かれれば一気に盛り上がり、「暴力集団」と書かれればさっと引いていった世代。わかりやすく、持ち上げてあげればノリでやりだす。いかにこの「ノリ」を作り出すかがカギ。これが団塊の世代を動かす際の非常に重要なポイント。
- ・ 生活支援コーディネーターはもっともっと団塊の世代のコーディネーターが増えていけばいいと思うし、増えればまた興味を持ち出す人も出てくると思う。

● 施設の「コミュニケーションカフェ」化

- ・ 介護（施設）がもっと地域に開かれたものになると、本当はもっと良い。
→現状の施設は、中がどうなっているのかよくわからない。
→今提唱しているのは、施設を、気楽に行ける地域のコミュニケーションカフェにしようという案。
→カフェにすると、気楽に行けて中の状況も分かるので、「じゃあ俺がこれやってあげるよ」となりやすい。
- ・ また、来た人たちが利用者の話し相手（聞き役）になれる。すると、若い介護職員たちが自分たちの他の業務をすることができる。
- ・ カフェになると、介護離職をしようか悩んでいる人達が来ることもできる。介護離職・介護家族の、一番の問題は、相談相手がいないということ。地域包括支援センターへの電話では、中々込み入った相談は難しい。愚痴を聞いてほしい、みたいなことも結構ある。また、解決の糸口が、生活のちょっとしたことだったりすると、包括支援センターの「情報」より、経験からの「アドバイス」みたいなことが必要だったりする。デイサービス施設のカフェ化は、そういう人達のセーフティネットにもなっていく。
- ・ （「介護職の職能は、地域ケア、地域の困りごとを解決していくことをこれからは求められる。その循環の中でシニア層を引き込みたい」について）その通りで、今後デイサービスセンターがそういう機能を持っていけると良い。

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

→デイサービスとしては、場所だけ提供すれば、そこでの作業（コーヒー入れたり）は訪問してきた人が自分達でやってくれるので、手を掛けなくてよい。うまくやると、団塊は自分達でやりだす。

- ・ 今後のデイサービス・介護付き老人ホームでは、歌が変わっていく。15 年前施設で歌われていたのは、「どんぐりころころ」だった。今でも多少こういうニュアンスのものは残っている。だが、今主に歌われているのは文部省唱歌。要するに、その世代の歌が歌われている。
→昔問題だったのは、介護職員が利用者を叱る、という行為。15 年前くらいから、「利用者は人生の先輩」という意識づけがされはじめ、今では「さん」づけが当たり前になった。
→団塊の世代が施設に入っていく頃には、フォークやニューミュージックが歌われるようになる。
→日常的にコミュニケーションカフェにして、団塊の世代にはギター持ってきてください、となれば、利用者の相手になってもらえて、介護職員たちは本来の作業を進めることができる。
- ・ 秋の文化祭を行った施設は、新宿区から表彰された。
- ・ 「介護される側からする側へ」という流れで、その担い手は団塊。

● 媒体

- ・ 一番はコミュニケーションカフェ。
- ・ メディア媒体だと、圧倒的にテレビと新聞。特にテレビ（お金はかかる）。一番早いしわかりやすい。あとは、疑似コミュニティとなっているメディア。
→あとは SNS をうまく使っていく等。今ヒットしているのは大人向けの音楽教室。デイサービスのコミュニケーションカフェをこういう場にしていくとよい。人助けにもなるし社会貢献にもなると言われると、「行かなきゃな」という気持ちになる。

● 介護のこれからと訴求時のキーワード

- ・ 介護は今後大きく変わる可能性がある。2025 年問題とは、現在の後期高齢者（75 才以上）の年齢に団塊の世代がなって今と同じように介護を必要としたら大変だ、ということ。
→今の団塊の世代は何らかの介護予防を行っている人が 83.5%。今の 75 歳以上は介護予防という考え方が無く何もせずここまで来た人達。つまり、今問題となっている数字は変わるかもしれない。団塊は今、自助という方法で、介護を変える可能性がものすごく高い。
- ・ 団塊世代が弱まると、大量の要介護者や老人病患者を生み社会保障費や医療費が増大し、若い世代がそれを負担する。
一方団塊世代が互助・自助で元気だと、大量の消費を生み、若者の雇用も生む、その結果経済（ビジネス）が活性化。
→今後どちらになるかは、団塊がカギを握るし、後者に変える可能性がきわめて高い。これを含めて「貴方達が担い手」と訴求できるのでは。「日本の社会保障費や介護の状況を変える担い手だ」と言ってあげる。
- ・ 介護予防は、今は個人が好き勝手やっているが、本当はこれが最大の社会貢献。団塊が弱ることが 2025 年問題であり、それにより社会保障費が 1.5 倍に膨れ上がる。これが今の日本の最大の問題と言っていい。日本の最大の問題を解決するのは団塊の世代だ。

3. 関係団体・有識者調査（ヒアリング調査）

→「貴方が要介護にならないことが最大の社会貢献」「それをするためにも、介護される側からする側になりましょう」と言われれば、団塊の世代は「俺か。やらなきゃダメか」となる。「変革者」というイメージを自分に持っている人達なので「昔そんなようなこと言っていた気がする」みたいな気持ちになる。「思い出してくださいよ」と、そこをくすぐる。

- ・ 大人世代としては（若者と交流しながら社会に参画）したいが、手段もなければ回路もない。今はシニアが増えすぎて若者に負担がのしかかるという図になってしまっている。であれば、大人世代が若者をサポートするもう一つの回路を作ればいい。具体的には、幼児学童保育支援とかフリーター就職支援とか。
- ・ 団塊の世代を「主体者」として扱う。
→そうすると、生産性も向上するし感謝の気持ちも生まれてくる。
- ・ （スポットライトを当ててあげて「貴方達が必要なんです」と言ってあげるのが大事。）
中には、「若者たちに言わせると」と批判的な人もいるだろうが、それでも続けて発信していくことが、そういう人達をその気にさせていく。

4. 介護職非選択者調査（Web 調査）

（１）調査概要**【調査目的】**

介護職への就労を検討しながら、別の職業についた人を対象に、アンケート調査を実施。介護職への就労を取りやめた理由を詳細に把握することで、就労の障壁になっている事項や意識（インサイト）を把握。特に一般に言われている待遇の悪さ以外の要素について幅広く、詳細に把握できるように工夫。

【調査対象】

介護職の担い手に成り得る層（若者層・ママ層・シニア層を設定）

【対象者条件】

- 若者層：** 20-30 代男女×女性は子どもなし×新卒・転職時に介護職に就くことを検討×3 年以内に介護職に就くことを検討×介護職に就くことを断念・見送りした人
- ママ層：** 20 代-40 代女性×子ども有り×結婚・子育て後に介護職に就くことを検討×3 年以内に介護職に就くことを検討×介護職に就くことを断念・見送りした人
- シニア層：** 50 代 - 60 代男女×リタイア後の再就職先として介護職を検討（女性の場合は子育て後に検討）×3 年以内に再就職先として介護職を検討×再就職先として介護職に就くことを断念・見送りした人

【サンプル数】 200 サンプル

【サンプル構成】

	男性	女性	合計
若者層	61	39	100
ママ層（子ども有り）	0	50	50
シニア層（50代-60代）	25	25	50
合計	86	114	200

【設問項目】

- ・これまでの介護経験・介護職への関わり方
- ・介護職に対する印象・イメージ
- ・介護職への就労を検討した理由
- ・介護職への就労検討時に活用した情報源
- ・介護職への就労を見送った理由
 - 待遇面の悪さ（＝給料が安い）以外に様々な理由を幅広く聴取
- ・介護職を見送って就労した業種・分野
- ・「介護職を魅力的に見せる方策案（仮説）」に対する評価
- ・評価の理由 など

【調査方法】

Web アンケート調査

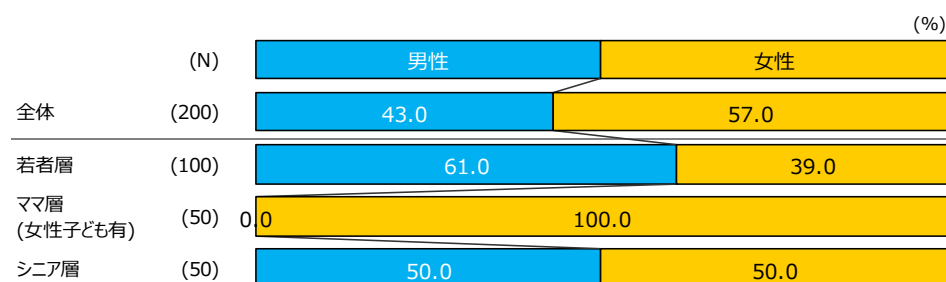
【調査期間】

2017 年 9 月 29 日（金）～2017 年 10 月 1 日（日）

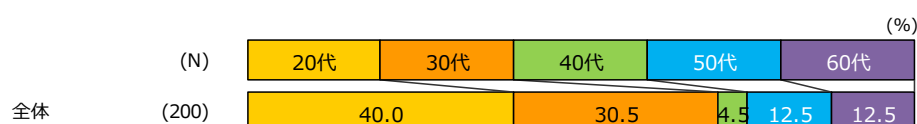
4. 介護職非選択者調査 (Web 調査)

【回答者属性】

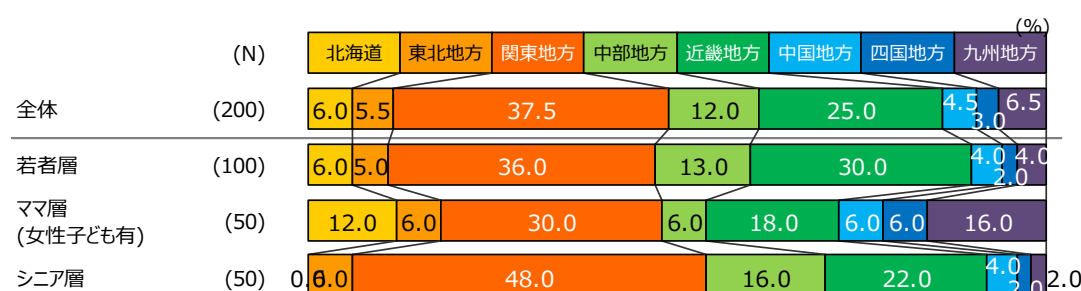
<性別>



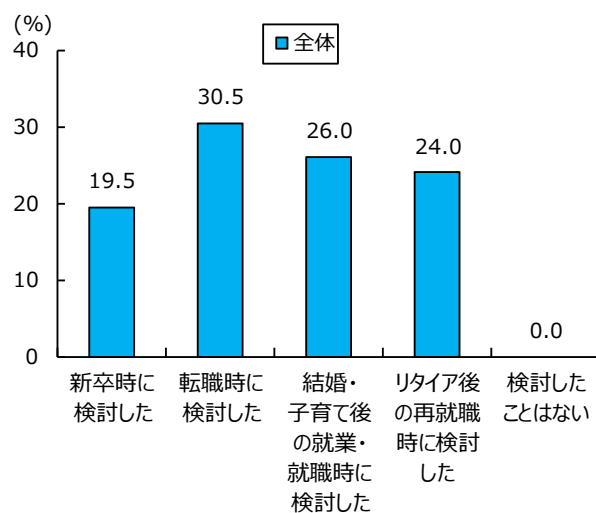
<年代別>



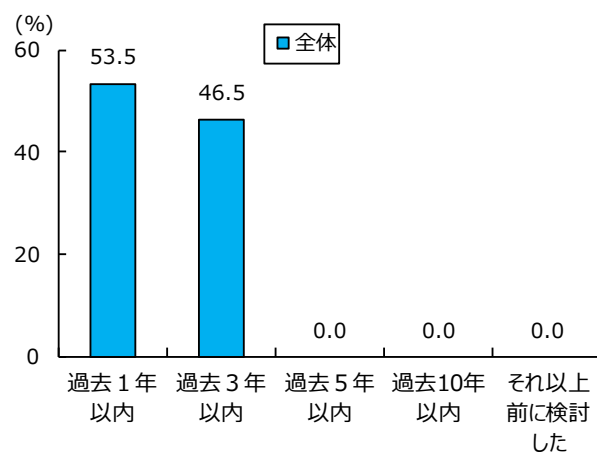
<居住地域別>



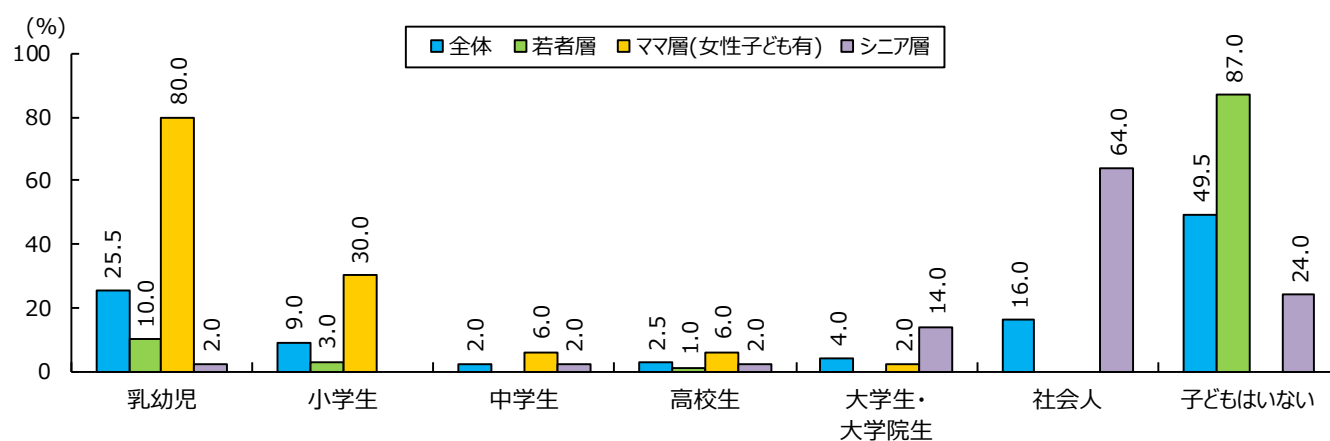
<介護職検討有無別(Q1)>



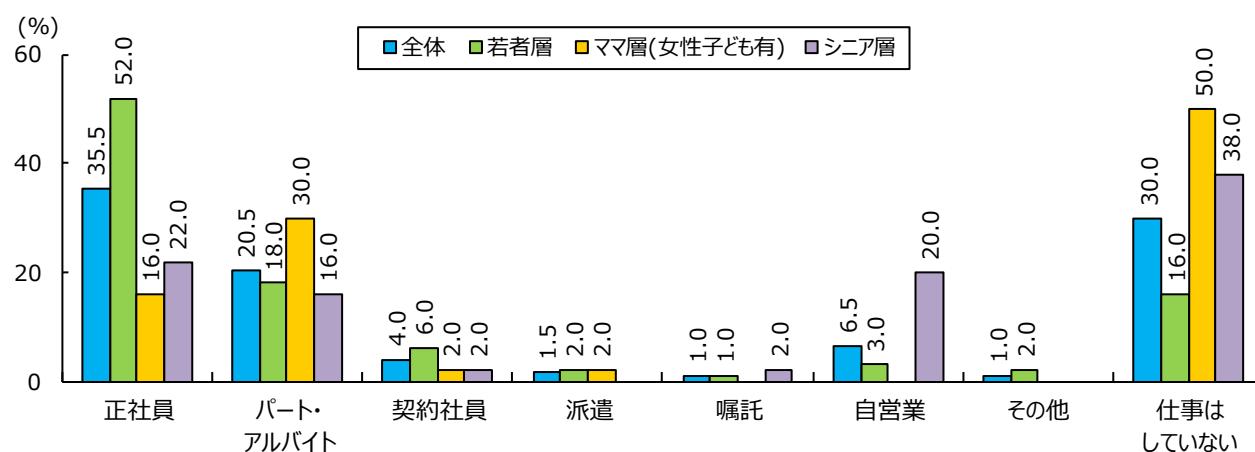
<介護職検討時期別(Q2)>



＜子どもの属性別 (Q9)＞



＜就業形態別 (Q10)＞

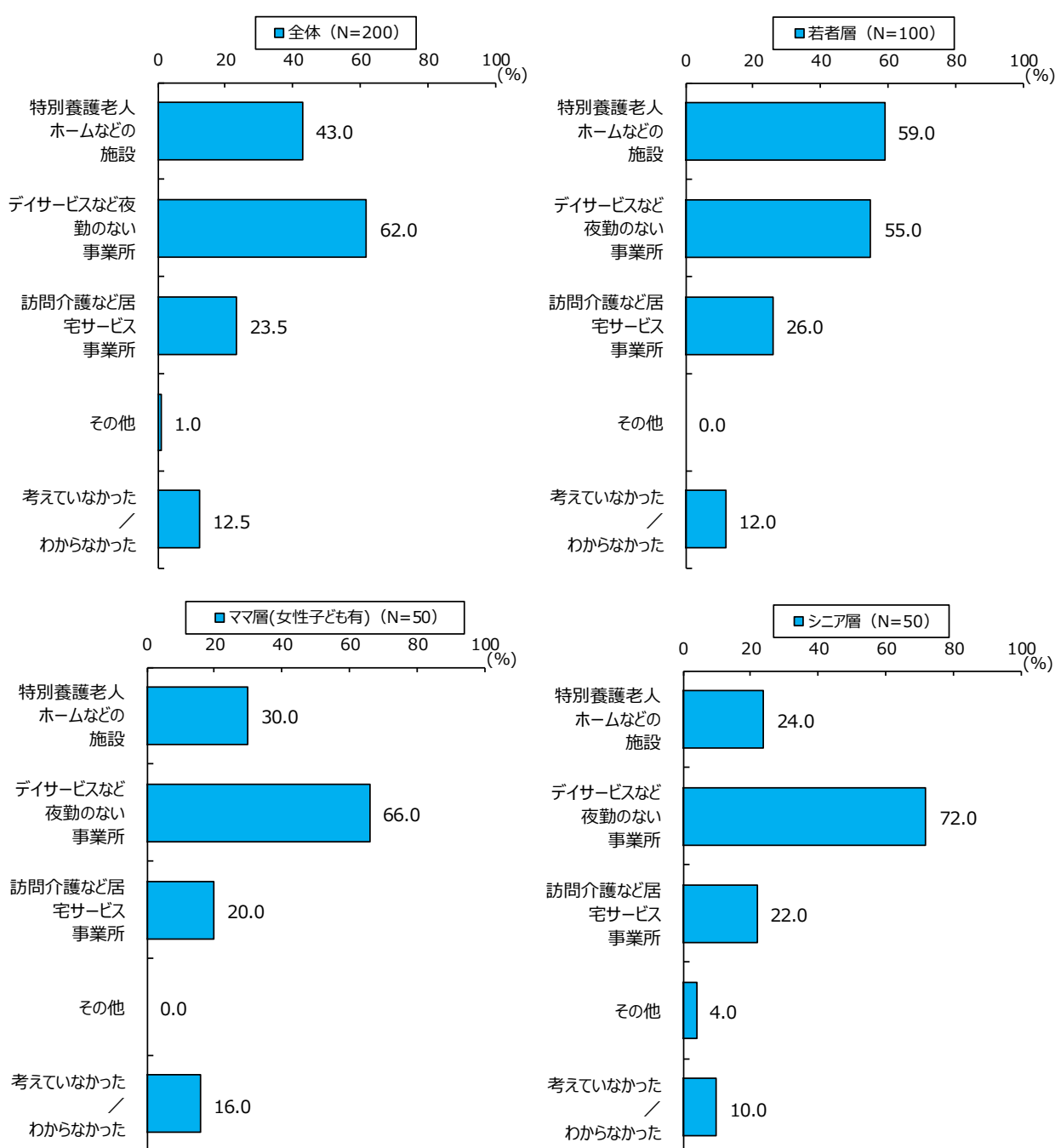


(2) 調査結果

① 就職先として検討した事業者

- ・ 就職先として検討した事業者では、「デイサービスなど夜勤のない事業所」が 62.0%と最も高く、次いで、「特別養護老人ホームなどの施設」が 43.0%、「訪問介護など居宅サービス事業所」が 23.5%と続いている。
- ・ 若者層では、「特別養護老人ホームなどの施設」(59.0%)、「デイサービスなど夜勤のない事業所」(55.0%) が同程度の割合。
- ・ 一方、ママ層・シニア層では、「デイサービスなど夜勤のない事業所」に回答が高くなっている。(ママ層：66.0%、シニア層：72.0%)

Q3 あなたが、介護職としての就職先として検討していたのはどのような事業者ですか？ (MA)

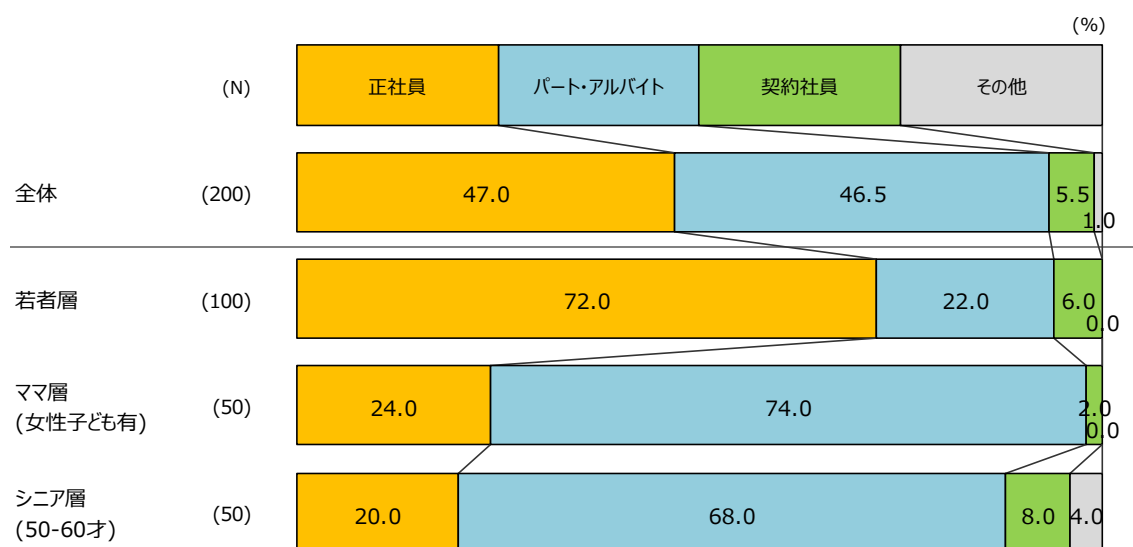


4. 介護職非選択者調査（Web 調査）

② 就職検討時に想定していた就労形態

- ・ 想定していた就労形態としては、「正社員」（47.0%）と「パート・アルバイト」（46.5%）が同程度の割合となっている。
- ・ 若者層では、「正社員」を想定した割合が 72.0%と 7 割を超えている。
- ・ 一方、ママ層とシニア層では、「パート・アルバイト」の割合が特に高い（ママ層：74.0%、シニア層：68.0%）。

Q4 あなたが、介護職を検討したとき、想定していた就労形態は何ですか？（SA）

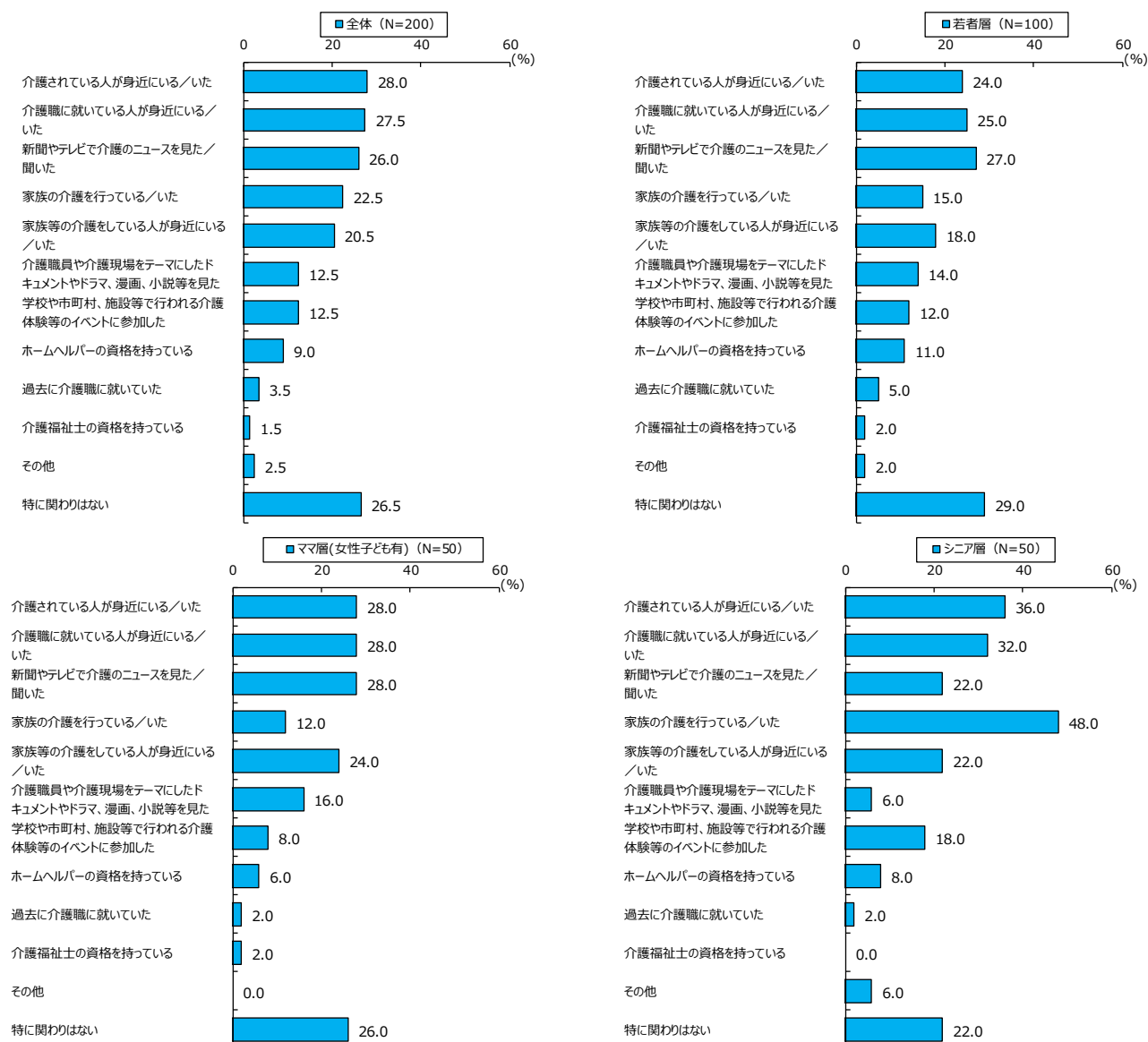


4. 介護職非選択者調査 (Web 調査)

③ 介護・介護職との関わり方

- ・ 介護・介護職との関わり方としては、「介護されている人が身近にいる／いた」(28.0%)、「介護職に就いている人が身近にいる／いた」(27.5%)、「新聞やテレビで介護のニュースを見た／聞いた」(26.0%)の3項目で、回答している割合が高い。
- ・ 若者層では、「介護されている人が身近にいる／いた」(24.0%)や「介護職に就いている人が身近にいる／いた」(25.0%)よりも、「新聞やテレビで介護のニュースを見た／聞いた」(27.0%)が高く、メディアを通じた関わり方が目立っている。加えて、介護と「特に関わりはない」が29.0%を占めている。
- ・ ママ層では、「介護されている人が身近にいる／いた」、「介護職に就いている人が身近にいる／いた」、「新聞やテレビで介護のニュースを見た／聞いた」との3項目がそれぞれ28.0%と、同じ割合を示している。
- ・ シニア層では、実際に「家族の介護を行っている／いた」が48.0%と高くなっている。

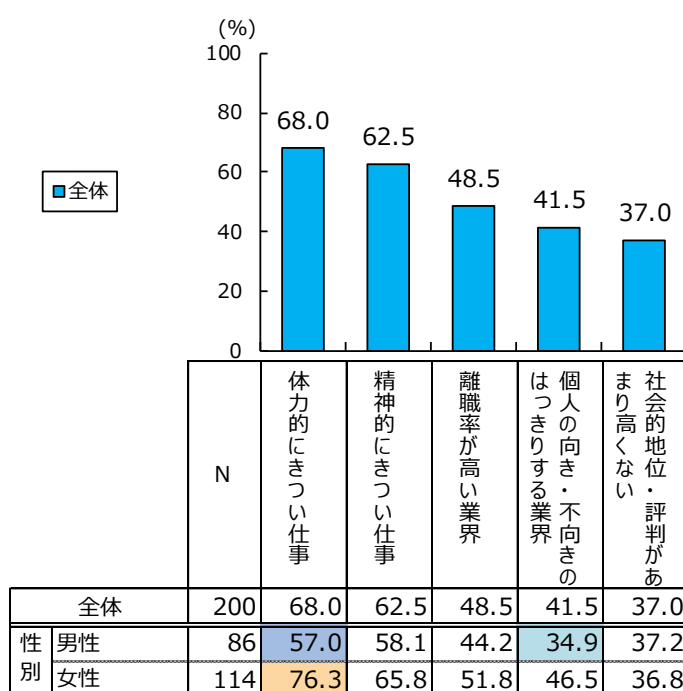
Q11 あなたは、これまで介護・介護職とどのような関わり方をしてきた経験がありますか？(MA)



④ 介護職に対して抱くイメージ

- ・ 介護職に対して抱くイメージとして、「体力的にきつい仕事」(68.0%)、「精神的にきつい仕事」(62.5%)、「離職率が高い業界」(48.5%)といったネガティブなイメージが強い。一方、ポジティブなイメージにおいて最も高いスコアを示している、「社会的な意義の大きい仕事」は、30.5%にとどまっている。
- ・ 性別でみると、「給与体系が明確でない会社や施設が多い」(36.0%)、「知名度や規模の小さい会社が多い」(29.1%)、「評価基準が明確ではない会社や施設が多い」(25.6%)といった項目が、女性よりも男性の方で高く、介護職ではなく介護業界に対するイメージが強く持たれている。女性では、「体力的にきつい仕事」(76.3%)が、男性と比較してイメージが強くなっている。

Q12 あなたが、介護職に対して抱くイメージを以下の中からお選びください。(MA)

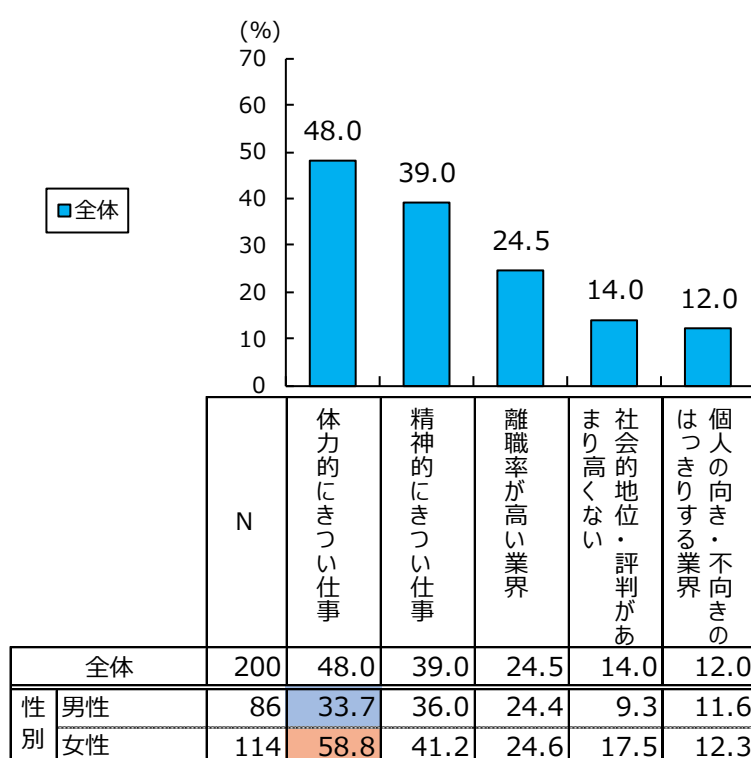


- ・ 若者層では、「体力的にきつい仕事」(58.0%)、「精神的にきつい仕事」(58.0%)、「離職率が高い業界」(42.0%)に加えて、「社会的地位・評判があまり高くない」(38.0%)とのイメージが強く、特に「社会的地位・評判があまり高くない」は、ママ層よりもイメージが強くなっている。一方、ポジティブなイメージにおいて最も高いスコアを示している「社会的意義の高い仕事」は、27.0%にとどまっている。
- ・ ママ層では、「体力的にきつい仕事」が最も強く、76.0%。次いで「精神的にきつい仕事」が66.0%、「離職率が高い業界」が48.0%と続いている。
- ・ シニア層では、「体力的にきつい仕事」(80.0%)、「精神的にきつい仕事」(68.0%)、「離職率の高い仕事」(62.0%)といったネガティブなイメージが強い。一方、「社会的な意義の大きい仕事」(42.0%)、「今後成長していく業界」(38.0%)といった、介護職に対するポジティブなイメージも目立っている。

⑤ 介護職に対して特に強く抱くイメージ

- ・ 介護職に対して特に強く抱くイメージとして、「体力的にきつい仕事」（48.0％）のイメージが特に強く、次いで「精神的にきつい仕事」（39.0％）、「離職率が高い業界」（24.5％）が続いている。
- ・ 性別でみると、男性よりも女性の方で、「体力的にきつい仕事」（58.8％）というイメージが強く、20pt 以上の差となっている。

Q13 あなたが、介護職に対して抱くイメージのなかで、特に強く抱くイメージを3つ以内でお選びください。（MA）



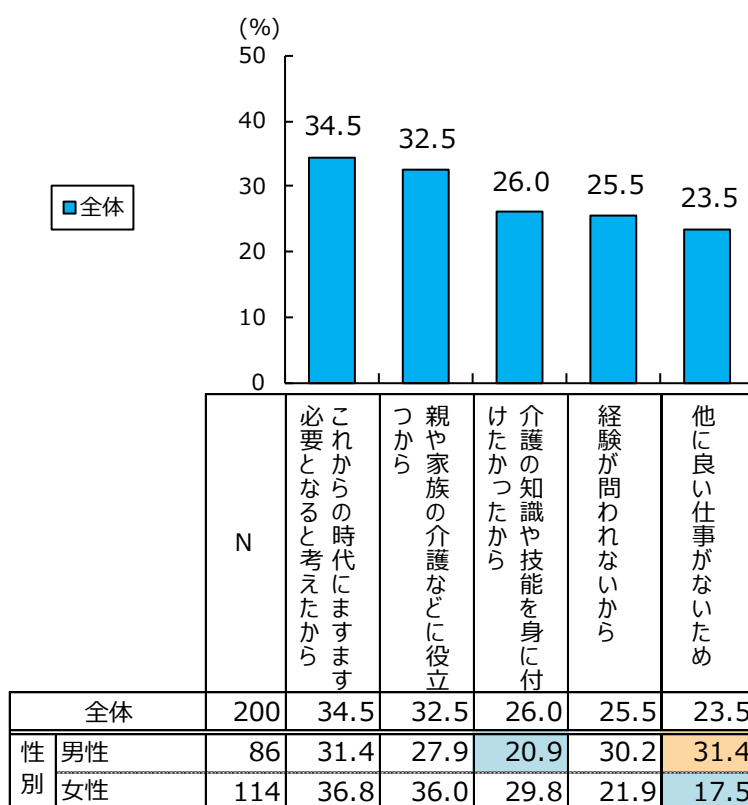
- ・ 若者層では、「精神的にきつい仕事」（41.0％）、「体力的にきつい仕事」（39.0％）とのイメージに加えて、「離職率が高い業界」（27.0％）といったネガティブなイメージが特に強くなっている。
- ・ ママ層では、「体力的にきつい仕事」とのイメージが特に強く、60.0％。次いで「精神的にきつい仕事」とのイメージが、36.0％と続いている。
- ・ シニア層では、「体力的にきつい仕事」とのイメージが強くなっており、54.0％。次いで「精神的にきつい仕事」とのイメージが、38.0％。次いで「今後成長していく業界」が26.0％と、ポジティブなイメージも強くなっている。

4. 介護職非選択者調査（Web 調査）

⑥ 介護職を検討した理由

- 介護職を検討した理由として、「これからの時代にますます必要となると考えたから」（34.5%）、「親や家族の介護などに役立つから」（32.5%）が目立っており、加えて、「介護の知識や技能を身に付けたかったから」（26.0%）、「経験が問われないから」（25.5%）、「他に良い仕事がないため」（23.5%）が続いている。
上記5項目を見ると、介護の知識や技能を身に付ける・親や家族の介護の介護などに役立てるといった理由や、就職するのに都合がいいという理由が目立っている。
- 性別でみると、男性より女性の方で、「親や家族の介護などに役立つから」（36.0%）、「介護の知識や技能を身に付けたかったから」（29.8%）の割合が高くなっており、一方で、女性よりも男性の方で、「他に良い仕事がないため」（31.4%）が高くなっている。

Q14 あなたが、介護職を検討した理由は何ですか？（MA）

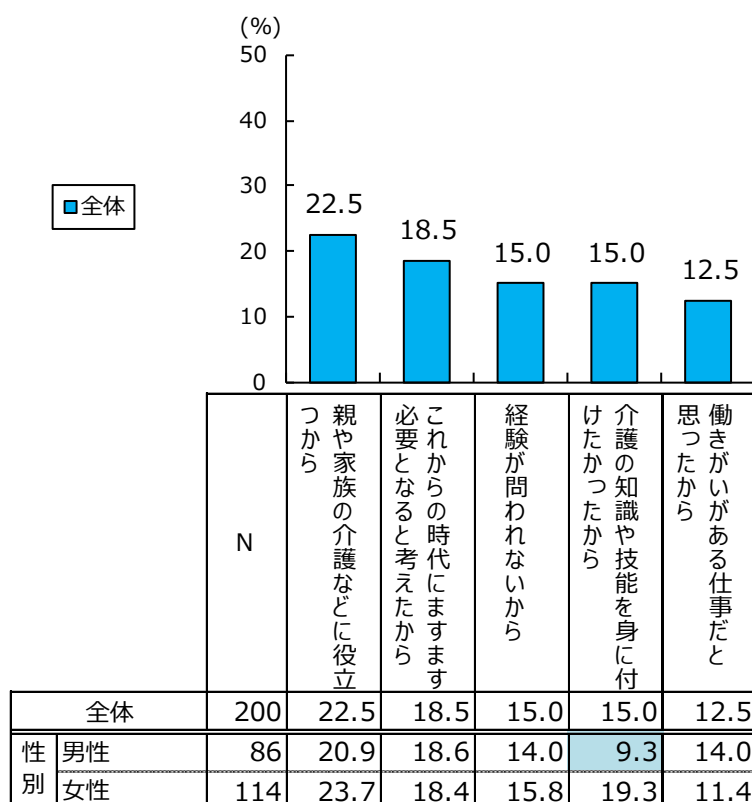


- 若者層では、「経験が問われないから」（31.0%）、「これからの時代にますます必要となると考えたから」（30.0%）が目立っており、加えて、「他に良い仕事がないため」（27.0%）が続いている。
- ママ層では、「親や家族の介護などに役立つから」（40.0%）、「これからの時代にますます必要となると考えたから」（38.0%）、「介護の知識や技能を身に付けたかったから」（34.0%）の3項目が目立っている。
- シニア層では、「親や家族の介護などに役立つから」（46.0%）、「これからの時代にますます必要となると考えたから」（40.0%）の2項目が特に目立っている。

⑦ 介護職を検討した特に大きな理由

- ・ 介護職を検討した特に大きな理由として、「親や家族の介護などに役立つから」（22.5%）、「これからの時代にますます必要となると考えたから」（18.5%）が他の項目を若干上回っており、加えて、「経験が問われないから」（15.0%）、「介護の知識や技能を身につけたかったから」（15.0%）が続いている。
- ・ 性別でみると、「介護の知識や技能を身につけたかったから」は、男性よりも女性の方で、若干高くなっているが、それ以外の項目では、性別による差は小さいものになっている。

Q15 あなたが、介護職を検討した、特に大きな理由を3つ以内でお選びください。（MA）

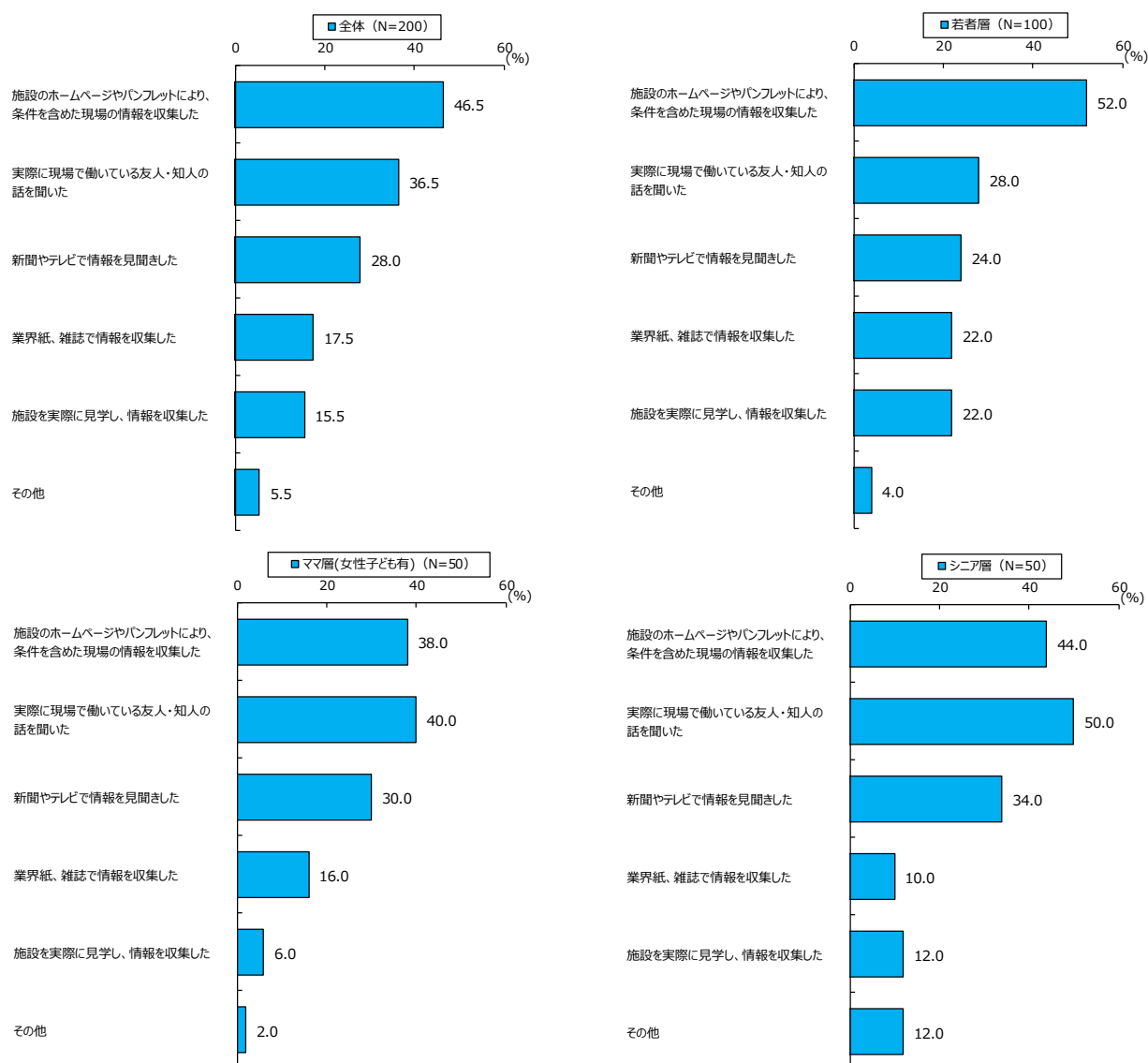


- ・ 若者層では、「経験が問われないから」（20.0%）、「これからの時代にますます必要となると考えたから」（19.0%）、「親や家族の介護などに役立つから」（18.0%）の3項目が他の項目より若干高くなっている。
- ・ ママ層では、「親や家族の介護などに役立つから」（24.0%）、「介護の知識や技能を身につけたかったから」（20.0%）との項目の割合が高く、加えて「これからの時代にますます必要となると考えたから」（16.0%）が続いている。
- ・ シニア層では、「親や家族の介護などに役立つから」（30.0%）との理由が目立っており、加えて「これからの時代にますます必要になると考えたから」（20.0%）が続いている。

⑧ 介護職を検討した際の情報源

- ・ 介護職を検討した際の情報源として、「施設のホームページやパンフレットにより、条件を含めた現場の情報を収集した」との項目が最も高く、46.5%。次いで「実際に現場で働いている友人・知人の話を聞いた」(36.5%)、「新聞やテレビで情報を見聞きした」(28.0%)との項目が続いている。
- ・ 若者層では、「施設のホームページやパンフレットにより、条件を含めた現場の情報を収集した」(52.0%)との項目を情報源として回答した割合が、若者層全体の約半数にのぼっている。
- ・ 一方ママ層とシニア層では、「施設のホームページやパンフレットにより、条件を含めた現場の情報を収集した」と「実際に現場で働いている友人・知人の話を聞いた」の割合が同程度であり、施設の公式HPやパンフレットの他、口コミ情報も情報源となっている。
- ・ 「施設を実際に見学し、情報を収集した」の項目では、若者層の22.0%が情報源としているのに対して、ママ層(6.0%)とシニア層(12.0%)は若者層より低くなっている。

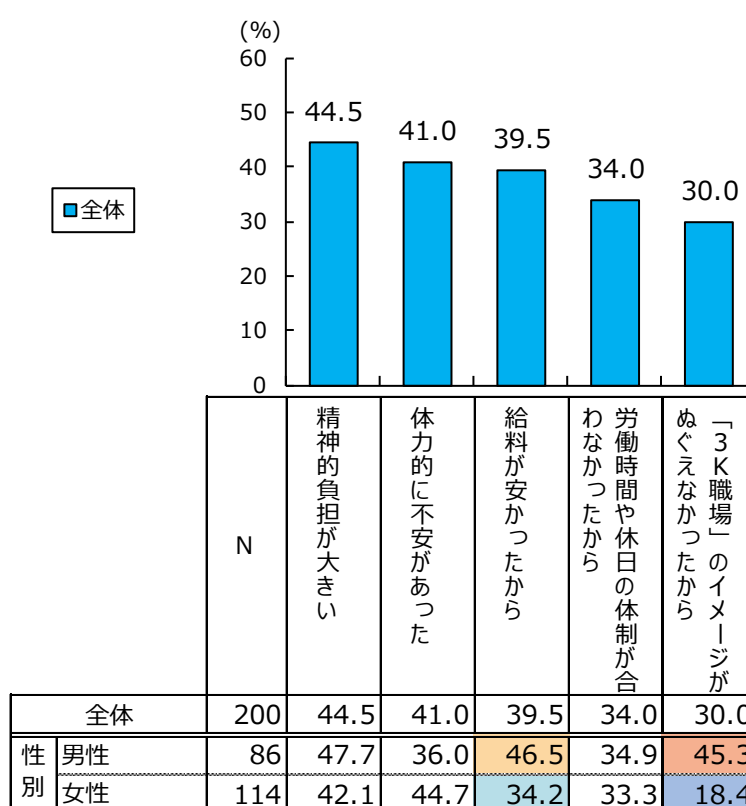
Q16 あなたが、介護職を検討したとき、どのように情報収集を行いましたか？ (MA)



⑨ 介護職に就くことを見送った理由

- ・ 介護職に就くことを見送った理由として、「精神的負担が大きい」(44.5%)、「体力的に不安があった」(41.0%)、「給料が安かったから」(39.5%)との理由が目立っており、加えて、「労働時間や休日の体制が合わなかったから」(34.0%)、「『3K職場』のイメージがぬぐえなかったから」(30.0%)が続いている。
- ・ 性別でみると、「『3K職場』のイメージがぬぐえなかったから」(45.3%)や、「給料が安かったから」(46.5%)、「業務に対する社会的評価が低い」(24.4%)、「将来のキャリアアップが見込めないから」(17.4%)との理由が、女性よりも男性の方で目立っている。

Q17 あなたが、介護職に就くことを見送った理由は、何ですか？ (MA)

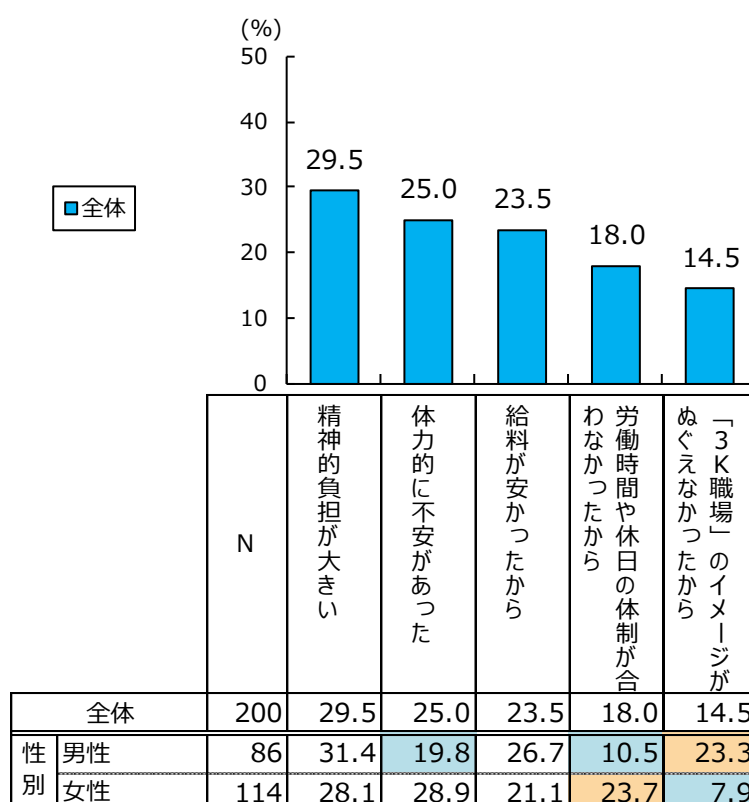


- ・ 若者層では、「精神的負担が大きい」(47.0%)、「給料が安かったから」(43.0%)という理由に加えて、「労働時間や休日の体制が合わなかったから」(34.0%)、「体力的に不安があった」(32.0%)との理由が目立っている。
- ・ 介護職に就くことを見送った理由として、ママ層では、「体力的に不安があった」(46.0%)という理由に加えて、「給料が安かったから」(38.0%)、「精神的負担が大きい」(38.0%)、「労働時間や休日の体制が合わなかったから」(32.0%)との理由が目立っている。
- ・ 介護職に就くことを見送った理由として、シニア層では、「体力的に不安があった」(54.0%)、「『3K職場』のイメージがぬぐえなかったから」(52.0%)との理由が目立っている。

⑩ 介護職に就くことを見送った特に大きな理由

- ・ 介護職に就くことを見送った特に大きな理由として、「精神的な負担が大きい」(29.5%)、「体力的な不安があった」(25.0%)、「給料が安かったから」(23.5%) との理由が目立っている。
- ・ 性別でみると、『『3K 職場』のイメージがぬぐえなかったから』(23.3%) との理由は、女性よりも男性の方で目立っており、一方、「労働時間や休日の体制が合わなかったから」(23.7%) との理由は、男性よりも女性の方で目立っている。

Q18 あなたが、介護職に就くことを見送った特に大きな理由を3つ以内でお選びください。(MA)



- ・ 若者層では、「精神的負担が大きい」(33.0%)、「給料が安かったから」(28.0%) との理由が目立っている。
- ・ ママ層では、「体力的に不安があった」(34.0%) との理由に加え、「労働時間や休日の体制が合わなかったから」(26.0%)、「給料が安かったから」(22.0%)、「精神的負担が大きい」(20.0%) との理由が目立っている。
- ・ シニア層では、「体力的に不安があった」(38.0%) との理由に加えて、「精神的負担が大きい」(32.0%)、『『3K 職場』のイメージがぬぐえなかったから』(26.0%) との理由が目立っている。

⑪ 介護職に就くことを見送った際の具体的なエピソードや感じたこと

- ・ 「自分の想定した勤務スタイルに合わなさそう」、「身体的・精神的につらそう」、「給料が安い」、「実際に介護現場で働いている人の話を聞いてやめた」、「周囲からの反対があった」といった項目についての、具体的なエピソードが寄せられている。

Q19 前の設問で、介護職に就くことを見送った理由を伺いましたが、そのときの具体的なエピソードや、その時に感じたこと等をお聞かせください。

【見送った理由（一部抜粋）】

1. 自分の想定した勤務スタイルに合わなさそう

- ・ 休日は趣味に時間を使いたかったが休みが不規則だったため（若者層）
- ・ 休みが取りづらいから、子供たちに迷惑かけそうだから諦めました（ママ層）
- ・ 子供の学校送迎の時間が合わなかった（ママ層）
- ・ 隙間時間で活動したかったが朝早いのと長時間勤務がネック（シニア層）

2. 身体的・精神的につらそう

- ・ 下の世話や介護の仕事にプレッシャーを感じたから。給料はよくても絶対に精神的に持たないと思ったから（若者層）
- ・ 本当、体力的にも、精神的にも、大変なんだと、強いメンタルも必要なんだと、もう少し自分自身強くならなきゃ無理だと思いました（ママ層）
- ・ 色々な人がいて、風呂介助は大変だと思ったから（ママ層）

3. 給料が安い

- ・ 一流大学を出た人間が月給16万円で働くとかバカバカしいから（若者層）
- ・ きつそうなイメージの割にバイトからしか雇ってもらえないらしいし給料も安いつて聞いたから普通の会社に就職した（若者層）

4. 実際に介護現場で働いている人の話を聞いてやめた

- ・ 将来結婚し家族を持つことを考えると転職をしないと厳しいと本職の方から話を聞いた（若者層）
- ・ 身近で介護職をしている人から仕事の話をよく聞くことがあり、体力的に厳しいし色々な性格の人を介護するので大変だという話を聞いた（若者層）
- ・ 知人が介護職で働いているが、看護の方と仕事でうまく合わず、人の命を預かっているにも関わらず無責任になりそうな自分がつらいと聞き、自分ではできないと感じた（若者層）

5. 周囲からの反対があった

- ・ 精神的な負担が大きいと周囲に止められた（若者層）
- ・ やはり周囲からの反対が大きかった。他に良い職を勧められた（若者層）
- ・ 家族や同級生からすごい反対を受けて考え直すことにした（若者層）

6. 介護職に対するネガティブイメージが強かった

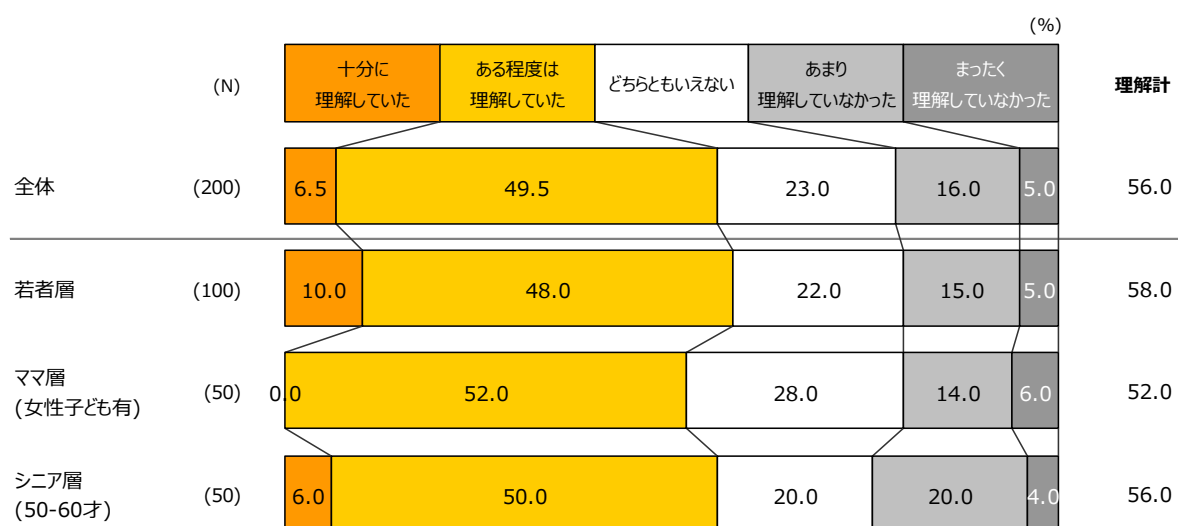
- ・ 介護職と元々働いていたITエンジニアと両方の求人を見ていましたが、テレビで介護職員と入居者の事件が相次いでおり、いまいち就職には前向きになれませんでした。（若者層）
- ・ 3Kのイメージがどうしてもぬぐえなかったから（若者層）
- ・ テレビのニュースで介護施設で虐待等の報道がされていて不安を感じやめました（シニア層）

4. 介護職非選択者調査 (Web 調査)

⑫ 就職検討時における介護職に対する理解度

- ・ 就職検討時における介護職に対する理解度として、「十分に理解していた」が 6.5%、「ある程度は理解していた」が 49.5%と、「理解していた (十分+ある程度)」との回答は、56.0%にのぼる。
一方、「あまり理解していなかった」「まったく理解していなかった」を合わせた割合では、21.0%にとどまっている。
- ・ 若者層・シニア層で「理解していた (十分+ある程度)」の割合は、約 6 割 (若者層 : 58.0%、シニア層 : 56.0%)。「十分理解していた」との回答は約 1 割 (若者層層 : 10.0%、シニア層 : 6.0%)。
- ・ 一方、ママ層では、「理解していた (十分+ある程度)」の割合は 52.0%となっており、「十分理解していた」は 0% となっている。

Q19SQ1 あなたが介護職に就くことを検討した際に、「介護職 (介護の仕事)」について、詳しい内容は理解していましたか？ (SA)

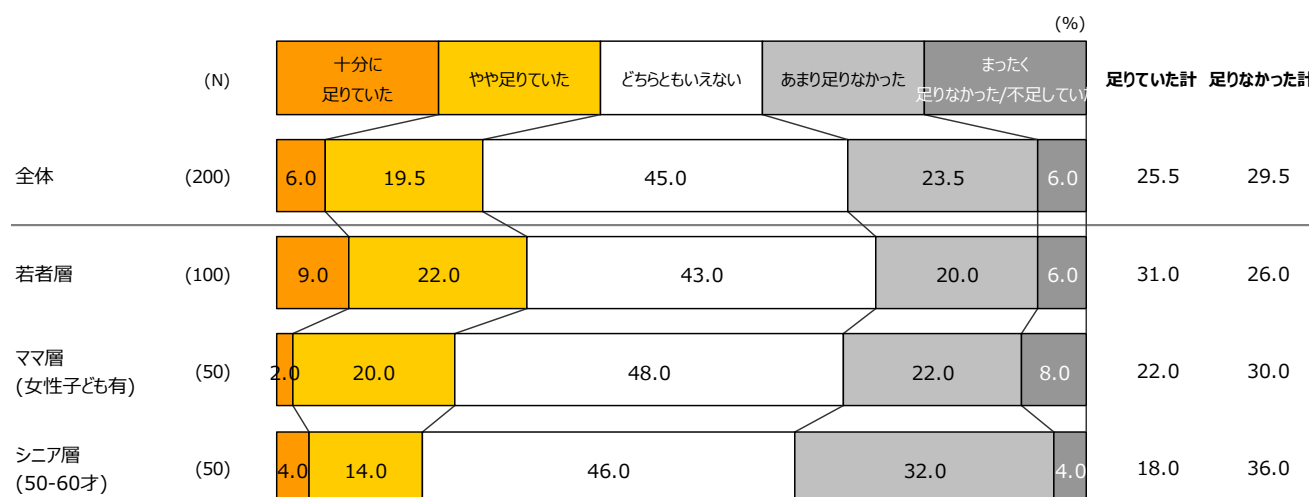


4. 介護職非選択者調査 (Web 調査)

⑬ 就職検討時における介護職に関する情報充足度

- ・ 就職検討時において、介護職に関する情報が、「十分に足りていた」との回答が 6.0%、「やや足りていた」との回答が 19.5%となっており、「足りていた (十分+やや)」との回答は、全体の 25.5%を占めている。
- ・ 一方、介護職に関する情報について、「足りなかった (あまり+まったく)」との回答は、29.5%となっており、不足だと感じている割合の方が、若干高くなっている。
- ・ 若者層では、「足りていた (十分+やや)」との回答割合の方が若干高くなっているが、ママ層・シニア層の方では、「足りなかった (あまり+まったく)」の回答割合の方が高くなっている。
- ・ 特にシニア層では、「足りなかった (あまり+まったく)」の割合が 36.0%と、シニア層の 3 分の 1 を占めている。

Q19SQ2 あなたが介護職に就くことを検討した際に、「介護職 (介護の仕事)」に関する情報は十分に足りていましたか？ (SA)



⑭ 介護職の魅力や特長に対する評価

- ・ 介護職の魅力や特長に対する評価として、魅力を感じると回答した割合では、「未経験からでもスタートできる職種である」(52.0%)、「時間に融通を利かせた働き方も可能である」(51.5%)といった点や、「働き方やキャリアプランを選べる制度が検討されている」(47.5%)、「生涯働ける環境になっている」(47.0%)、「専門的な仕事である」(46.5%)といった点が、比較的魅力度が高くなっている。
- ・ 一方、給料の高さや、企業のしやすい点については、それほど魅力的には感じられていない。

Q20 以下に、介護職の魅力や特長について整理しています。それぞれについて、どの程度魅力に感じるか、お答えください。(SA)

⑮ 「介護職の魅力や特長」について、魅力を感じる理由

- ・ Q20 において提示した項目について、特に評価の高かった項目の理由を見てみると、「未経験からでもスタートできる職種である」との項目では、「専門的な知識が無くても始められそう」といった理由、「時間に融通を利かせた働き方も可能である」との項目では、「育児との両立ができそう」といった理由が挙げられている。

Q21 あなたが、Q20 の「介護職の魅力や特長」について、魅力を感じるとお答えになった理由をお聞かせください。

【魅力を感じる理由（一部抜粋）】

1. 専門性が高すぎる、という声もあるが、資格の有無に関わらず、未経験からでもスタートできる職種である（全体：52.0%）
 - ・ 体さえ健康であれば、働くことも可能な職種（シニア層）
 - ・ 専門的な知識が無くても始められそう。（シニア層）
 - ・ じつは資格がなくてもできる仕事などの情報は職を探す場面において魅力を感じたから（若者層）
 - ・ 私にも出来るかなと感じたから（ママ層）
2. 長時間拘束される働き方がイメージされるが、登録ヘルパーで家事の合間に訪問介護を行う等、時間に融通を利かせた働き方も可能である（全体 51.5%）
 - ・ 育児との両立ができそう（ママ層）
 - ・ 都合の良い時間に働くことができる（シニア層）
 - ・ アルバイトであれば休みを取りやすい（シニア層）
 - ・ 子育て中の主婦にもやりがいを感じながら、時間の融通がきくのは魅力的であると思うから（ママ層）
3. 介護職は単純労働のイメージが持たれやすいが、実際は、専門的な仕事である（全体：46.5%）
 - ・ 専門性がある職業であり人の役に立てる職業のため、魅力を感じる（若者層）
 - ・ 手につく仕事なのでいつまでもなくなることはないことです（若者層）
4. 介護職＝身体介護のイメージが強く持たれるが、介護事業者にも、人事・総務・営業・企画などの部門がある（全体：42.0%）
 - ・ 思いの他職業の幅が広く期待できる（若者層）
 - ・ 重労働以外のセクションの仕事も多数ある点（若者層）
5. 現場職だけでなく、マネジメントや介護にかかわる様々なポスト、グローバル展開する等、様々な選択肢がある（全体：38.0%）
 - ・ ケアマネなどの様々な職種など幅が広がる（シニア層）
 - ・ 介護だけではなくケアマネジャーとかの仕事の方が長期続けられそうで良いとおもった（若者層）
 - ・ 現場職だけではない、というのは一番ネックだった人間関係の部分に大きく関わるので魅力を感じた（若者層）
 - ・ 介護職にもいろいろ種類があって身体的精神的に辛いイメージが少しなくなった（ママ層）

⑩ 「介護職の魅力や特長」について、魅力を感じない理由

- ・ 介護職の魅力や特長について、魅力を感じないという評価が目立った項目の、具体的な理由を見ると、「年収 1000 万円も目指せる法人がある」との項目では、「局所的で非現実的」、「一般的な社員の収入が向上しないと意味が無い」といった理由、「マンションの一室からでも起業することが可能な業界である」の項目では、「裏がありすぎるように感じる」、「起業には興味が無い」といった理由が挙げられている。

Q22 あなたが、Q20 の「介護職の魅力や特長」について、魅力を感じないとお答えになった理由をお聞かせください。

【魅力を感じない理由（一部抜粋）】

- 1. 低賃金が問題視されるが、施設長になると、年収 1000 万円も目指せる法人がある(全体:21.5%)**
 - ・ 年収においては、施設長クラスで 1000 万と記載がありますが、局所的で非現実的です（若者層）
 - ・ 一般的な社員の収入が向上しないと意味がない。求人が多いのはそれだけ希望する人が少ないからだと思うから（シニア層）
 - ・ 施設長になれるのなんてコネのある人だけと思う（若者層）
 - ・ 施設長などには興味がない（ママ層）
 - ・ 根本的な問題はなくなるわけではないから（若者層）
- 2. 技術さえあれば起業できるため、初期投資が必要なく、マンションの一室からでも起業することが可能な業界である（全体：20.0%）**
 - ・ 裏がありすぎるように感じる。年寄りをビジネスの道具にしているような噂も聞く（若者層）
 - ・ 起業には興味が無い（ママ層）
- 3. 離職率が高いと感じるが、実態は、業界全体の離職率は産業全体と大きく変わらない（全体：18.5%）**
 - ・ 離職率は、そんなに高くないのは、他にやる仕事がないからだと思う（ママ層）
 - ・ 人の出入りが激しい職業であるというイメージがぬぐえなかった（若者層）
 - ・ 他の業界との比較には魅力を感じないから（若者層）
- 4. 看護等、他業種と同等の立場で連携し、地域づくりの担い手としての役割が、介護職に期待されている（全体：14.5%）**
 - ・ 同じ現場で働いたことがあるため実際はやはり介護職は下に見られているし、実際適当な人が多くいいイメージがない（若者層）
 - ・ 介護職は看護職よりも下の立場のイメージが強すぎるから（ママ層）
- 5. 残業が多いイメージに反して、介護業界で働く人の 5 割強は残業がない（全体：13.0 %）**
 - ・ 残業が少ないとか嘘が多いと感じたので、魅力はまったく感じなかった。（若者層）

●

5. 若年層ワークショップ（共創型ワークショップ）

（１）調査概要

【調査対象地区】

首都圏（主として東京）

【調査対象者】

社会問題等に意識の高い若者層

- ・社会問題に対する関心の高い若者層のうち、介護問題（人材不足等）に対する関心度の高い層を抽出する。

【悉皆・抽出の別】抽出

調査パネル（Webアンケート調査会員）のなかから、上記の条件に合致する人を抽出する。

【調査方法】

ワークショップ

【調査客対数】

10サンプルを想定

【調査内容】

社会問題等に意識の高い若者層を対象にワークショップを実施。介護職に対するネガティブなイメージを払拭するためのアイデアを募る。

介護職（就労）に対するネガティブ意識を払拭し、介護職が魅力的な仕事であること、社会的に尊敬される仕事であるという気運・ムーブメント作り、国民運動化していくことを想定し、前述した調査・分析結果を共有しながら、どのようなメッセージ、アプローチで意識が変容するのか、介護職に対する魅力が高まり、就業意欲が湧くのかを把握する。

【各セッションにおける検討内容】

- ・介護人材不足の背景・要因
- ・介護人材確保における課題
- ・現在の介護職従事者の特徴
- ・介護に対するネガティブな印象・イメージ
→介護職就労検討者が見送った理由
- ・「介護職を魅力的に見せる方策案（仮説）」に対する評価
- ・評価の理由 など
- ・介護人材確保につながる方策案の検討 など

【調査結果の主要集計項目】

定性的な意見聴取が中心となるため、集計という形での処理は行わないが人材確保につながる方策案とその背景にある介護職に対する印象・イメージ（インサイト）の連携に注目して分析を行う。

（2）調査結果

当日の流れ

19:00 オリエンテーション

【issue share time】

19:05 介護士をめぐる状況の共有・イメージチェンジの事例

19:20 パネルトークもんじゅ飯塚氏

19:35 HEISEI KAIGO LEADERS 秋本氏トーク

～ 若い世代にとっての現役介護士たちのジレンマ

【idea seeds time】

19:50 MY IMPACT CONTENTS 書き出し

20:00 CROSS WORK

20:05 STANDING SHARE

20:20 IDEA BUILDING

20:30休憩 → 投票

20:40上位の3案発表 TEAM BUILDING

21:10発表

ミッション

介護士の仕事を
高い付加価値のある仕事として
世間一般に認知させ、
介護士を希望する若者を増やす
広報企画orブランド戦略を考える。

オブザーバー 厚生労働省のみなさんに見てもらおう

5minutes thinking

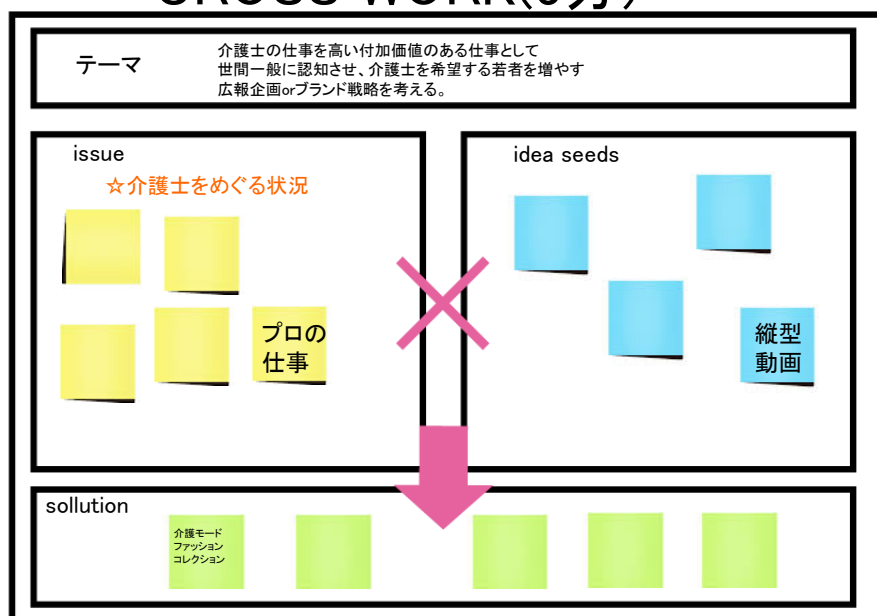
マイインパクトコンテンツ

※最近、衝撃を受けたコンテンツ。それにより印象が変わったこと・常識を覆されたこと

ex山田の場合

AIR BNB、タクシースマホで、縦型動画、前の選挙の時に、有名な政治家のトークショーに参加してみたら面白かった。アベマTVのニュースラップが面白い。

CROSS WORK(5分)



5. 若年層ワークショップ（共創型ワークショップ）

STANDING SHARE

※二重の輪になりシェア 1:30でプレゼン交代 3セット

IDEA BUILDING （5分）

企画タイトル
内容

5. 若年層ワークショップ（共創型ワークショップ）



投票

5. 若年層ワークショップ（共創型ワークショップ）

上位アイデア発表
TEAM BUILDING

上位4アイデア

ドラクエイ護(パーティー)

- 仲の良い4人で、ドラクエのパーティーのようにグループで介護に関わってみよう。
- それぞれの得意技のレベルが上がる↑
- 仲間と一緒にだから続く。

ホーナスお宝い宝

介護事業所が、サービス内容やマンパワーの取り組みをアピーして、ヘルパー(職員)士に達するポイントに到達する。

500円以上
事業所に企業や個人(団体)から協賛金を入れる仕組み

副業で介護、勉強

・「離職」の原因(ポイント)は、人間関係とされている。
(職場内)
・共感性の高い人は Sensitive の人がほとんど。→ 感情に敏感
・心で接する仕事だから、~~感情~~ 時々ストレスに悩まされ、環境大切

医師 看護師 介護士
ヘルパー
→
医師 看護師 介護士
ヘルパー

第3金曜はカゴ割

・第3金曜日に介護関連の職で働く人と一緒に行くとお得なサービスが受けられる。ex) 食事が10%オフ、映画が1,000円...

→ 介護職の人同士ではなく、他業種の人と一緒に
→ 定額制の定額制、①の話と外の人がおきかけ、
→ 定額制の定額制、1,000円...

発表

第三金曜は介護割

第三金曜日、介護の人と一緒にいくとお得になるみたいなサービスがもっとあると、介護の人たちは引っ張りだこ。異業種の人と話すときって、介護の仕事の愚痴を話すと思うが、実はこういうところはやりがいがあるんだよねとか、こういうところが好きなんだよねみたいな話が生まれると思う。

副業で介護

先ほど介護士の人は共感性が高い人を求めるという話があったが、つまり、センシティブな人が多いということ。いろいろなコミュニティがあったり、違うコミュニティにも属している方が続けやすいのかなと思う。それと、副業 OK になっていくこれからの社会ということで、介護は今はストレスになると言われていると思うが、心で接する仕事だから、逆にリフレッシュする仕事になるのかなと思ったので副業を考えた。

ドラクエ介護

一人でやるのってちょっと不安だったり、踏み込めなかったり、止めたくなったりする。仲の良い仲間を作って、その仲間と取り組んでいこうというドラクエのパーティみたいに、戦士がいて魔法使いがいて聖人がいて。それぞれのレベルが上がっていくと強いチームになっていくのではなく、辞めたいと思ったときも、仲間なのでちょっと支えになったりするのかなと思う。ドラクエと書いたが、一人じゃなくてみんなで塊でやろうという意味で書いた。ゲームソフトではなくて、チーム介護をスポーツみたいにやれたらいいかなという意味で書いた。

ボーナスちょうだいアプリ（情熱梓）

夜中に今頑張っているんだ、みたいなことを介護士の人が言うと、それに反応して、ポイントだったり、企業の協賛金だったりが入る、みたいな。アプリで言うショーケースの介護版みたいな感じ。クラウドファンディングみたいな発想もあったり。頑張っているんだよと言った人にお金が反応して動くみたいなところが面白いんじゃないか。

（上記のアイデアを考えた人）

夜働いている人たち、休みがないとかお正月も働いているという人たちがいて、今自分がやりたいというものに集まって投資するみたいなのがあって、企業も助成金とか加算をやってくれるんだけど、一個人にも投資というか。できるかできないかよくわからないが、イベントか何かにも、どこかの企業が協賛してくれる。お金がある人まわしてくださいみたいな、そんな感じ。

5. 若年層ワークショップ（共創型ワークショップ）

<ワークショップの結果から作成した呈示素材>

1

介護を受けている高齢者の方に、『最高の最期を迎えてもらう』。
介護職は、人生の「ハッピーエンド」をお手伝いするコンシェルジュ。

介護職に対して、どのようなイメージを持っていますか？

介護の仕事内容として、介護を受けている高齢者の方にごはんを食べさせる、着替えを手伝うなどありますが、この仕事は、介護を受けている高齢者の方に、『最高の最期を迎えてもらう』ためのコンシェルジュだと思います。

介護職は、高齢者の最期を迎えるまで、そばに寄り添い、
「以前、家族で食べた○○を食べに行きたい…」「若い頃、おじいさんと見た桜が見たい…」
といった、介護を受けている高齢者の方の願いを拾い上げ、できるだけ叶えるためにお手伝いする。

それが、「介護の仕事」だと考えます。

2

介護はみんなで考えるべき問題。
多くの人に、『副業』として、介護の仕事に携わってもらう。

今後、介護に携わる人が今以上に不足するという予測が出ています。

介護の問題はみんなで考えるべき問題。「みんなで支える介護」が一番の理想形と言えます。

副業を解禁にする企業が増えている昨今、介護の仕事に、『副業』として携わるのはどうですか？

介護職は、介護を必要とする人に寄り添い、その人の気持ちを推し量って行動する必要があるため、「心で接する仕事」と言われています。介護現場での経験が、必ずや、本業の方でも役に立つものと思われれます。

3

介護職員が「介護職の実態」を動画コンテンツで発信。

介護の仕事内容や介護に携わる人について、あまり知られていないのが現状です。

介護職の実態、教えます。介護職員YouTuberが「介護の今とこれから」を熱く解説。

ショートムービーも事業所アカウントからお届け。

介護職員や事業者の本当のトコロ、見て知ってシェアして下さい。

- 介護職員YouTuberが専用チャンネルを開設。介護職員と利用者のショートムービーを作成し、専用チャンネル、Instagramのストーリーなどにアップする。
- 介護現場にカメラが導入して、InstagramやYouTubeで写真や動画の形で配信。
- SNSでアップした動画にはハッシュタグなどをつけて、シェアしてもらう。

4

実情を知られずイメージで語られる介護職について
知ってもらいやすくなる機会を提供する。

毎月第3金曜日は「カイゴ割」。

介護職員の方と一緒に、お得なサービスが受けられるシステムです。食事や映画の割引やサービスが受けられます。

これを、休みが不定期な介護職員との交流のきっかけにしたい。介護職について知る機会にしています。

イメージは、固くなりすぎない異業種交流。介護職の話のハードルをもっと下げていきましょう。

- 毎月第3金曜日を「カイゴ割」の日とし、様々なレストランや映画館などの施設で割引などのサービスを提供。
- 介護職員と、介護職員と一緒にいる客が対象。
- これをきっかけに、普段話を聞く機会が持ちづらい介護職員との交流を促進し、イメージではない、現場の情報を聞く機会とする。

5

介護を担当する高齢者の満足度を上げて得点を競う福祉ゲーム

「介護ってよくわからない」そんなあなたのために、介護をゲームにしてみました。

スマホのアプリをダウンロードして気軽にスタート。あなたが介護を担当する高齢者を満足させることに介護職員レベルが上がります。

おじいちゃん、おばあちゃんを幸せにして世界一の介護職員を目指そう。

- スマホのアプリゲームとして配信。より身近に「介護」を感じられる。
- ランキングシステムを導入して、他のユーザーとスコアを競う。
- 他のユーザーと協力する場面もあり、チームとして介護を行う実態が学べる。
- 過去の試験問題とリンクしており、遊びながら資格取得の勉強ができる。

6. ポテンシャル層 Web 調査

(1) 調査概要**【調査対象地区】**

全国

【調査対象者】

介護職の担い手に成り得る層(若者層・主婦層・シニア層を想定)

- ・若者層:若者:20-30代前半の男女
- ・女性層:30代後半-50代・女性
- ・シニア層:60-74歳

※いずれも現在無職で今後働きたいと考えている層

【悉皆・抽出の別】抽出

調査パネル(Webアンケート調査会員)のなかから、上記の条件に合致する人を抽出する。

→事前調査メールを配信して、条件に合致するか否かを選定。

【調査方法】

Webアンケート調査

【調査客対数】

各200サンプル(計:600サンプル)

→若者層:200サンプル/主婦層:200サンプル/シニア層:200サンプル

【調査内容】

介護職の担い手に成り得る層(若者層・主婦層・シニア層など)のポテンシャル層を対象に Web アンケート調査を実施。介護職に対する評価、介護職での就労意向を把握する。

加えて、前述した「介護職を魅力的に見せる方策案(仮説)」を提示して、意識変容、就労意向の変化を把握する。

ポテンシャル層が、どのようなメッセージ、アプローチで意識が変容するのか、介護職に対する魅力が高まり、就業意欲が湧くのかを把握する。

【設問項目】

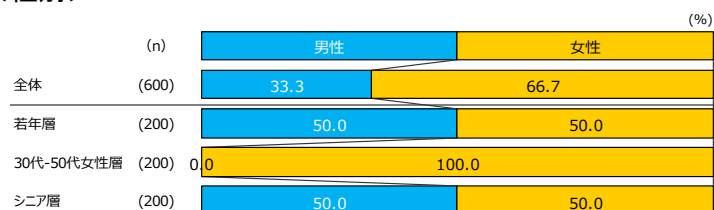
- ・今後、就業したいと考えている業種・分野
- ・これまでの介護経験
- ・介護職に対する印象・イメージ
- ・介護職就労意向
- ・「介護職を魅力的に見せる方策案(仮説)」に対する評価
- ・評価の理由 など

【調査結果の主要集計項目】

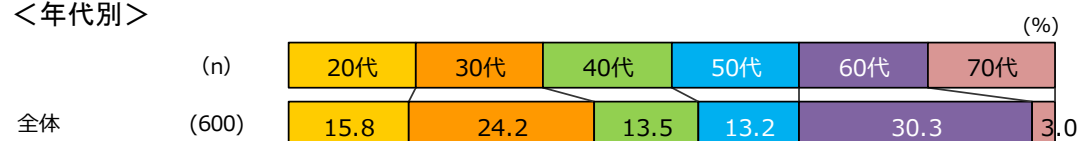
「介護職就労意向」の高・低を主要な集計軸に、集計作業を行い、就労意向の高い理由、低い理由を探るとともに、就労意向を高めるための課題を把握する。

【回答者属性】

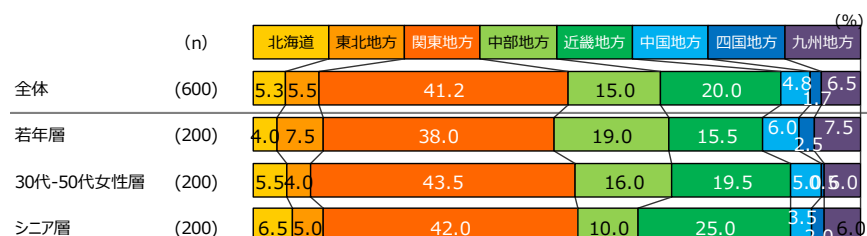
<性別>



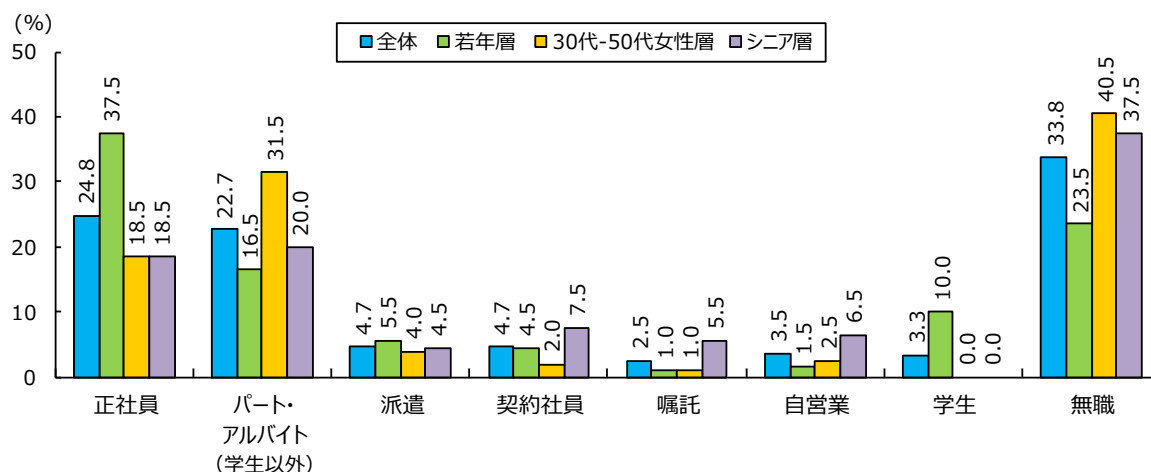
<年代別>



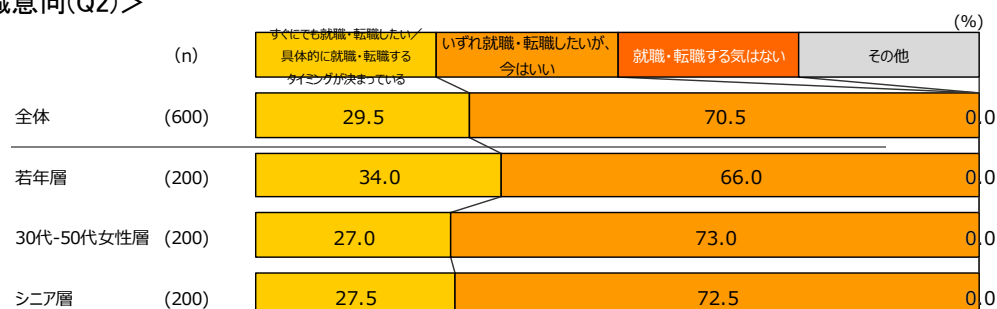
<居住地域別>



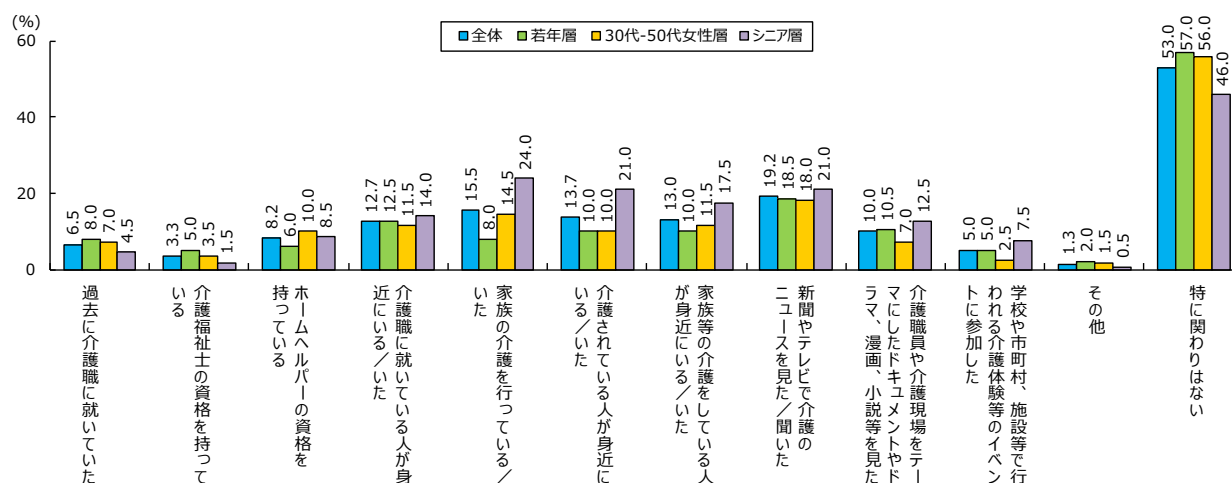
<就業形態別(Q1)>



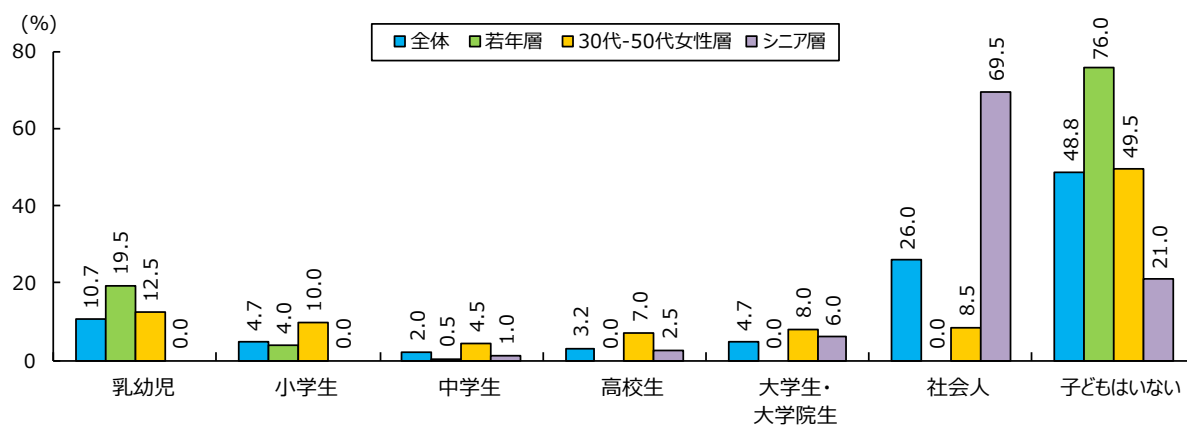
<転職意向(Q2)>



<介護・介護職とのかかわり経験(Q6)>



<子どもの属性別(Q5)>

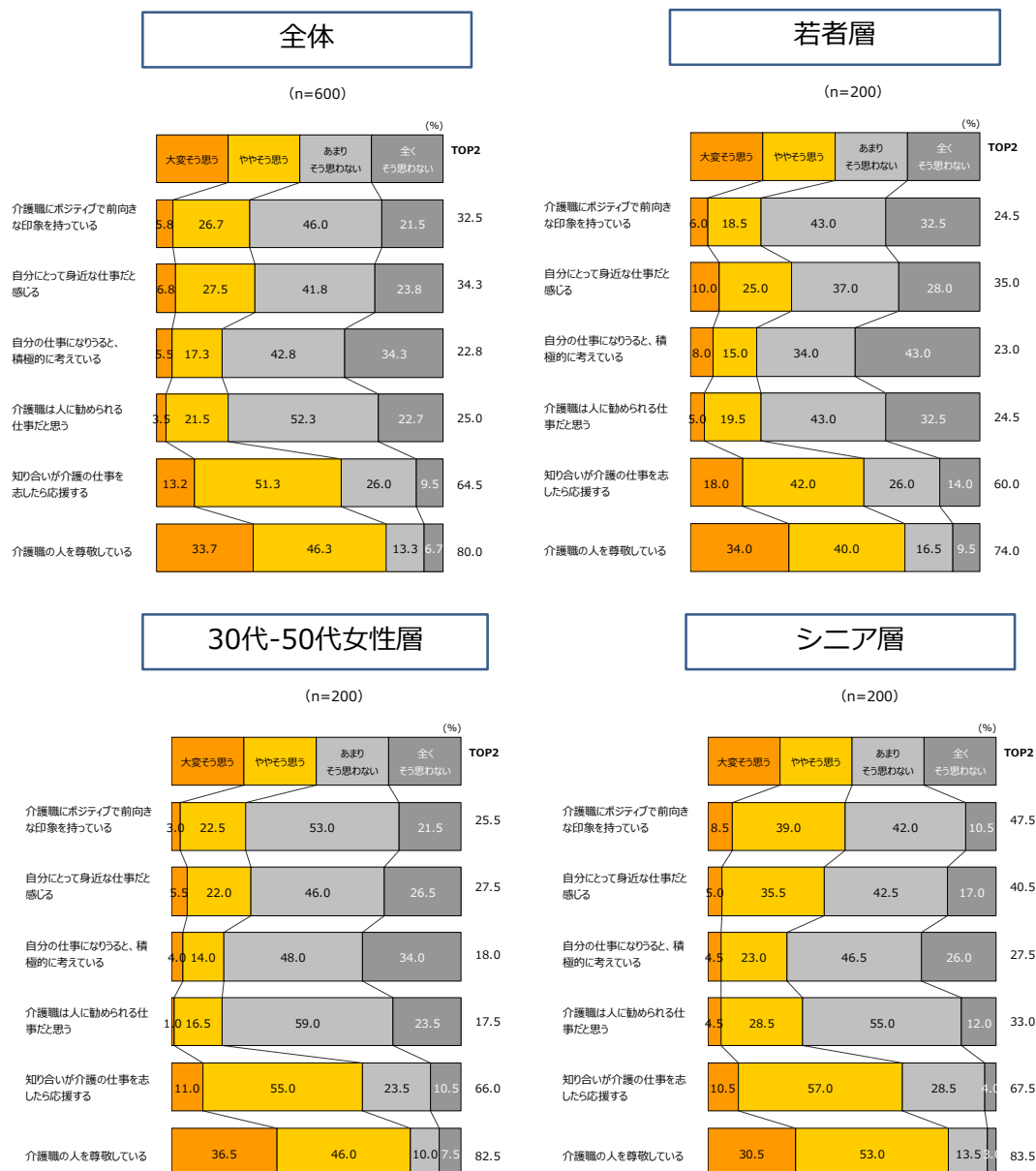


(2) 調査結果

① 介護職に対するイメージ

- ・ 介護職に対するイメージとして、「大変そう思う」と「そう思う」の合計の割合が最も高かったのは「介護職の人を尊敬している」で80.0%。ついで「知り合いが介護の仕事を目指したら応援する」が64.5%。下位2項目は、「介護職は人に勧められる仕事だと思う」で25.0%と、「自分の仕事になりうると、積極的に考えている」で22.8%。
- ・ 若年層、30代-50代女性層、シニア層も割合の高い項目と低い項目は全体と同じだが、特に30代-50代女性層の「介護職は人に勧められる仕事だと思う」割合が17.5%と、特に低い。

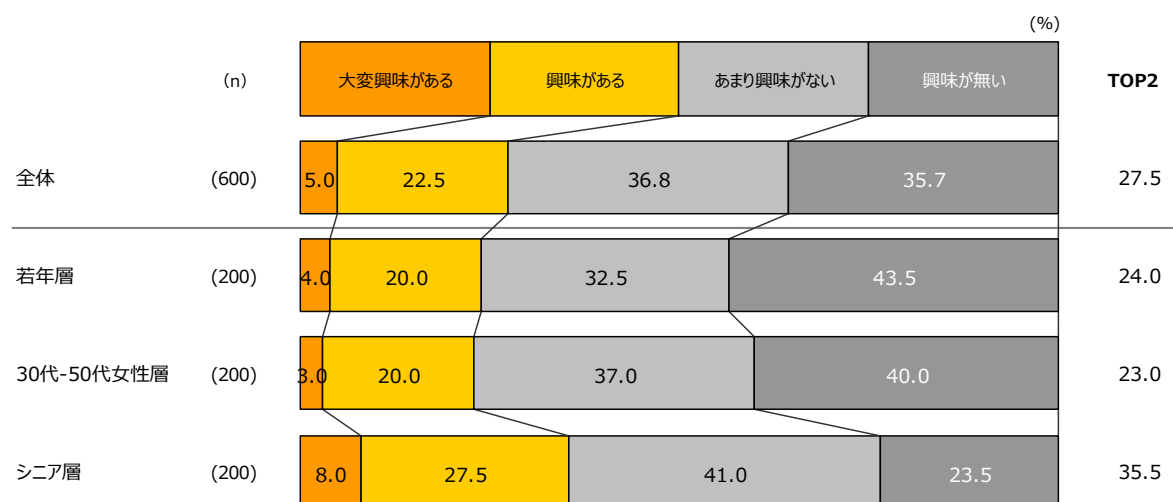
Q7 あなたが、介護職に対して抱くイメージはどのようなものですか。それぞれの項目について、あてはまるものをお答えください。(SA)



② 介護職に対する興味

- ・ 介護職に対する興味について、「大変興味がある」と「興味がある」の割合は、全体で 27.5%。
クラスター別で見ると、シニア層の割合が若干高くなっている。

Q8 あなたは、介護職に対してどの程度興味を持っていますか？以下の中であてはまるものをお答えください。(SA)

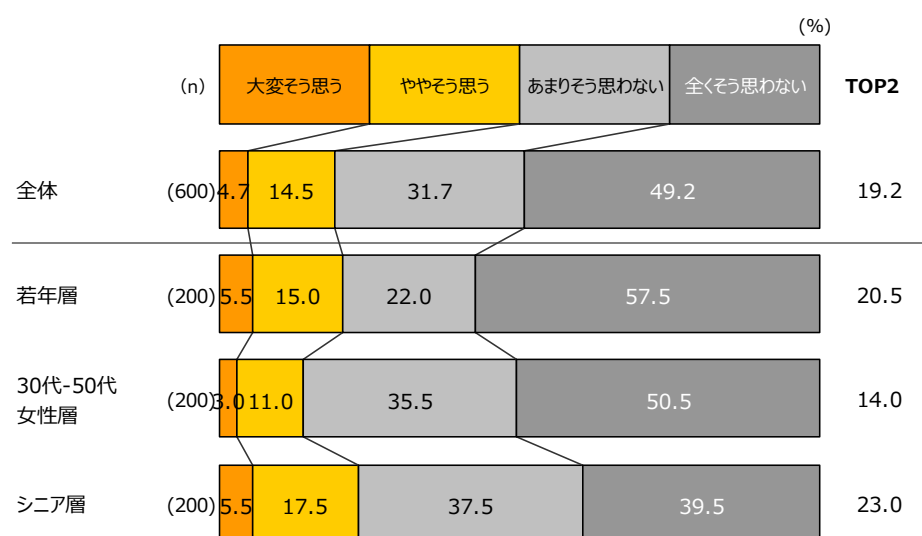


③ 介護職への就職意識

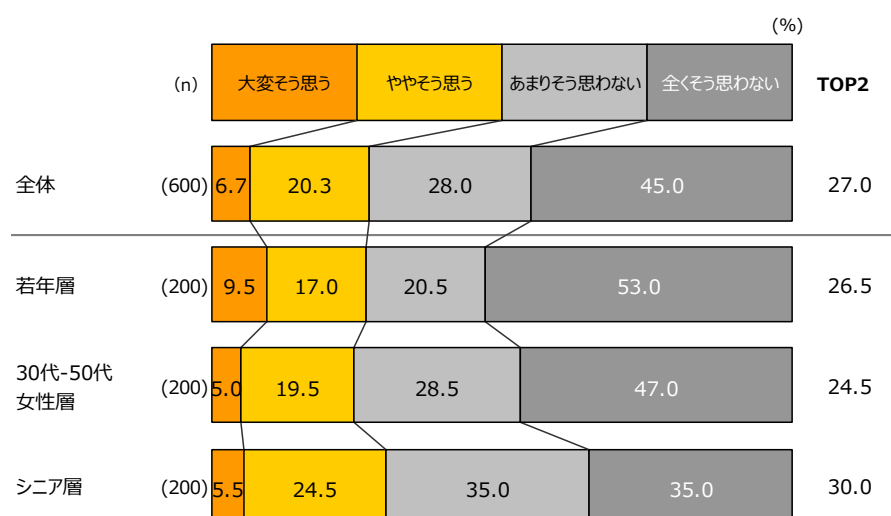
- ・ 介護職への就職意識について、「積極的に介護職への就職を考えている」割合は、全体で 19.2%。若年層とシニア層では 2 割を超えている一方、30 代-50 代女性層は 14.0% と低くなっている。
- ・ 「仕事を探す際には、介護職も選択肢の一つとして考えている」割合は、全体で 27.0%。シニア層が 30.0% と若干高いが、若年層で 26.5%、30 代-50 代女性で 24.5% と大きくは変わらない。

Q9 あなたは、介護職への就職についてどう考えていますか。それぞれの項目について、あてはまるものをお答えください (SA)。

<積極的に介護職への就職を考えている>



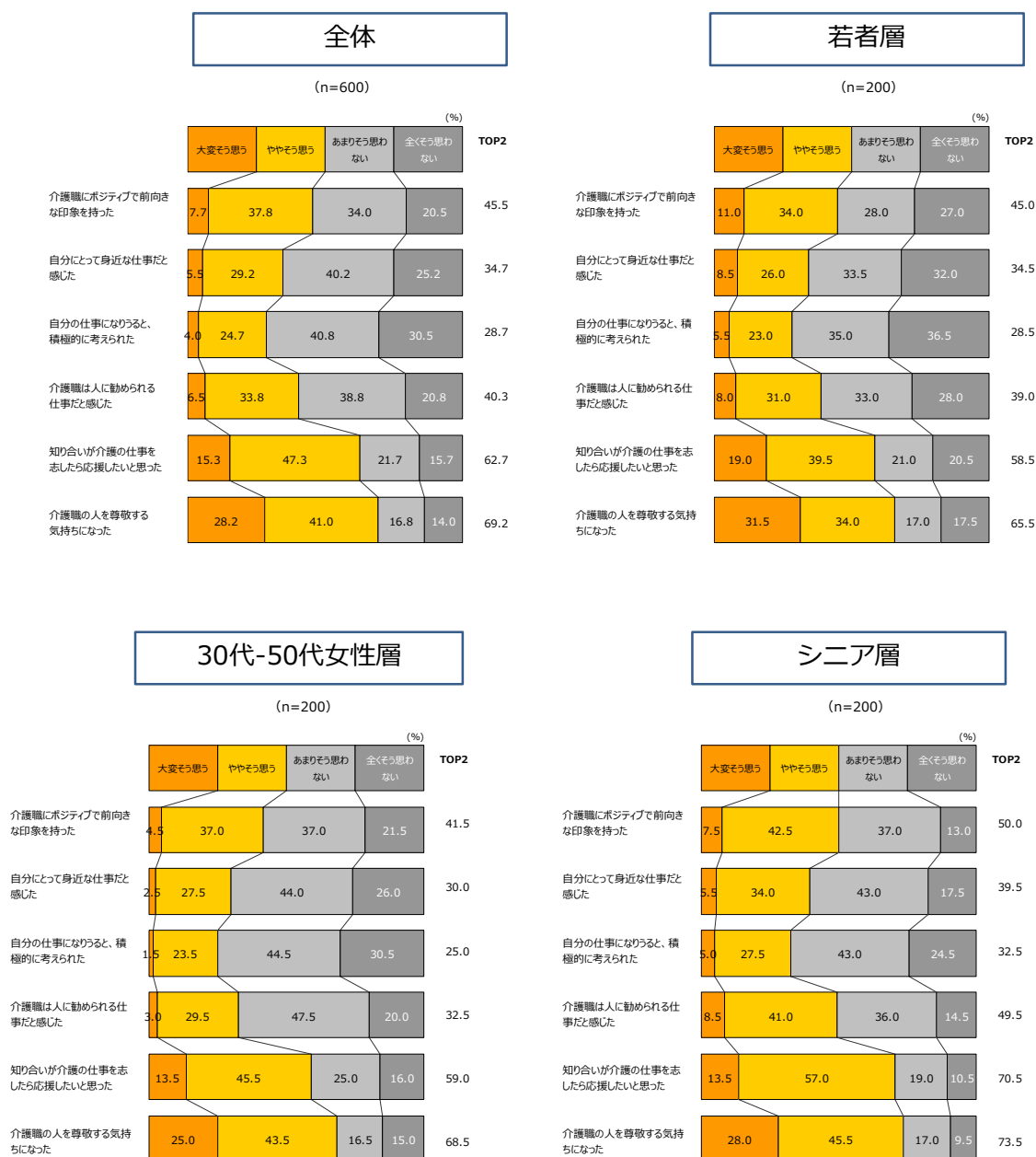
<仕事を探す際には、介護職も選択肢の一つとして考えている>



④ 素材P 呈示後の介護職イメージ

- ・ 素材P 呈示後の介護職イメージについて、「大変そう思う」と「ややそう思う」の合計の割合が最も高かったのは、「介護職の人を尊敬する気持ちになった」で、69.2%。ついで「知り合いが介護の仕事をしたら応援したいと思った」が62.7%とつづく。下位2項目は、「自分にとって身近な仕事だと感じた」で34.7%と、「自分の仕事になりうると、積極的に考えられた」で28.7%。
- ・ 全ての項目で、シニア層は全体よりも高い割合になっている。
- ・ 若年層は全体とほぼ変わらないが、30代-50代女性層は、全ての項目で全体よりやや低い割合になっている。

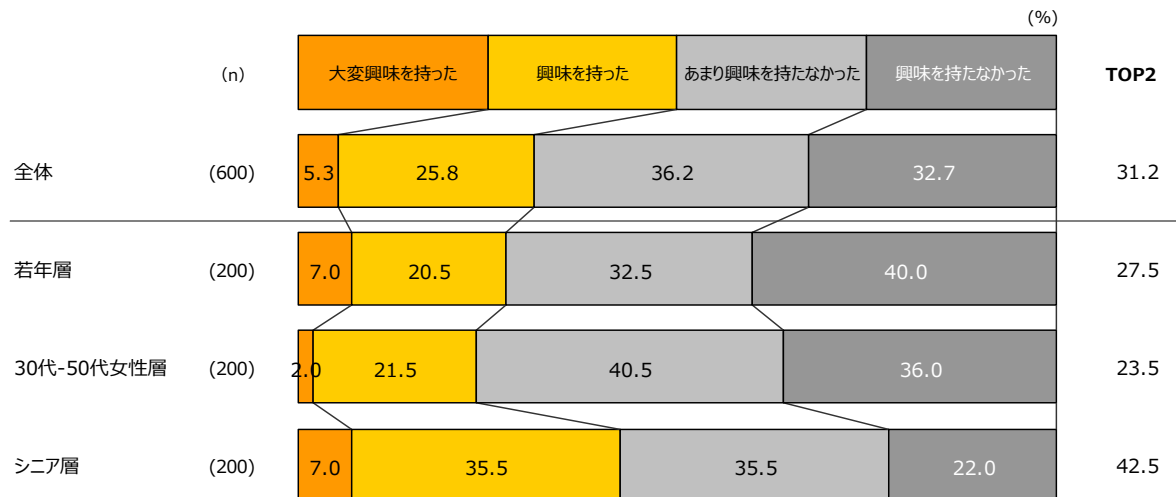
Q101 素材Pを見て、あなたはどのようなイメージを持ちましたか。それぞれの項目について、あてはまるものをお答えください。(SA)



⑤ 素材P呈示後の介護職への興味変化

- 素材P呈示後の介護職への興味変化について、「大変興味を持った」と「興味を持った」の合計の割合は、全体で31.2%。
- 若年層で27.5%、30代-50代女性層が23.5%なのに対して、シニア層は42.5%と高い。

Q11 素材Pを見て、あなたは介護職に対して興味を持ちましたか。(SA)

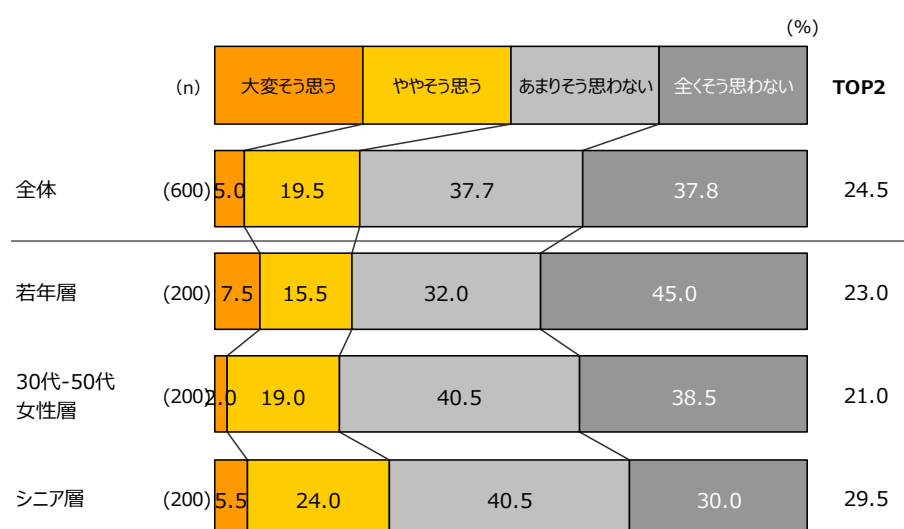


⑥ 素材P提示後の介護職への就職意識変化

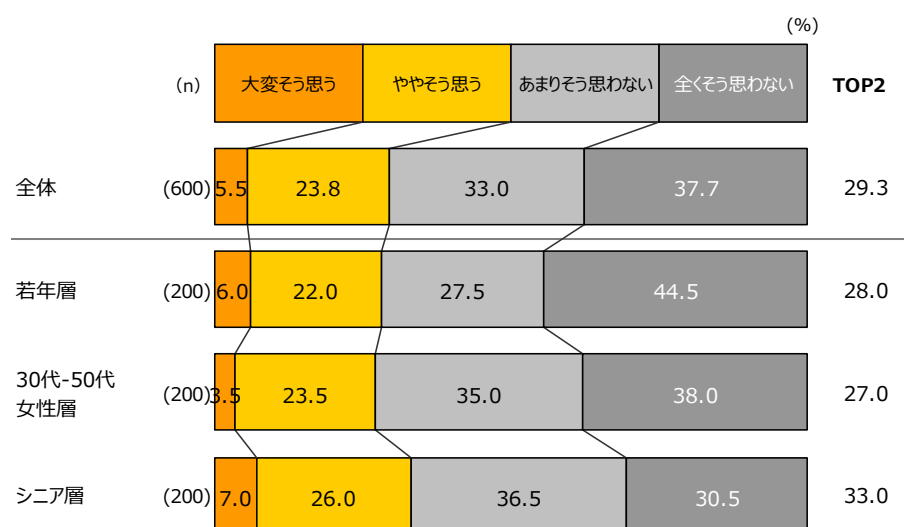
- ・ 素材P提示後の会食への就職意識変化について、「積極的に介護職への就職を考えるようになった」割合は、24.5%。若年層、30代-50代女性層に比べ、シニア層の割合が若干高い。
- ・ 「仕事探す際には、介護職も選択肢の一つとして考えたい」割合は、29.3%。若年層と30代-50代女性層で3割弱、シニア層で3割強となっている。

Q12 素材Pを見て、あなたは、介護職への就職についてどう考えましたか。それぞれの項目について、あてはまるものをお答えください（SA）

＜積極的に介護職への就職を考えるようになった＞



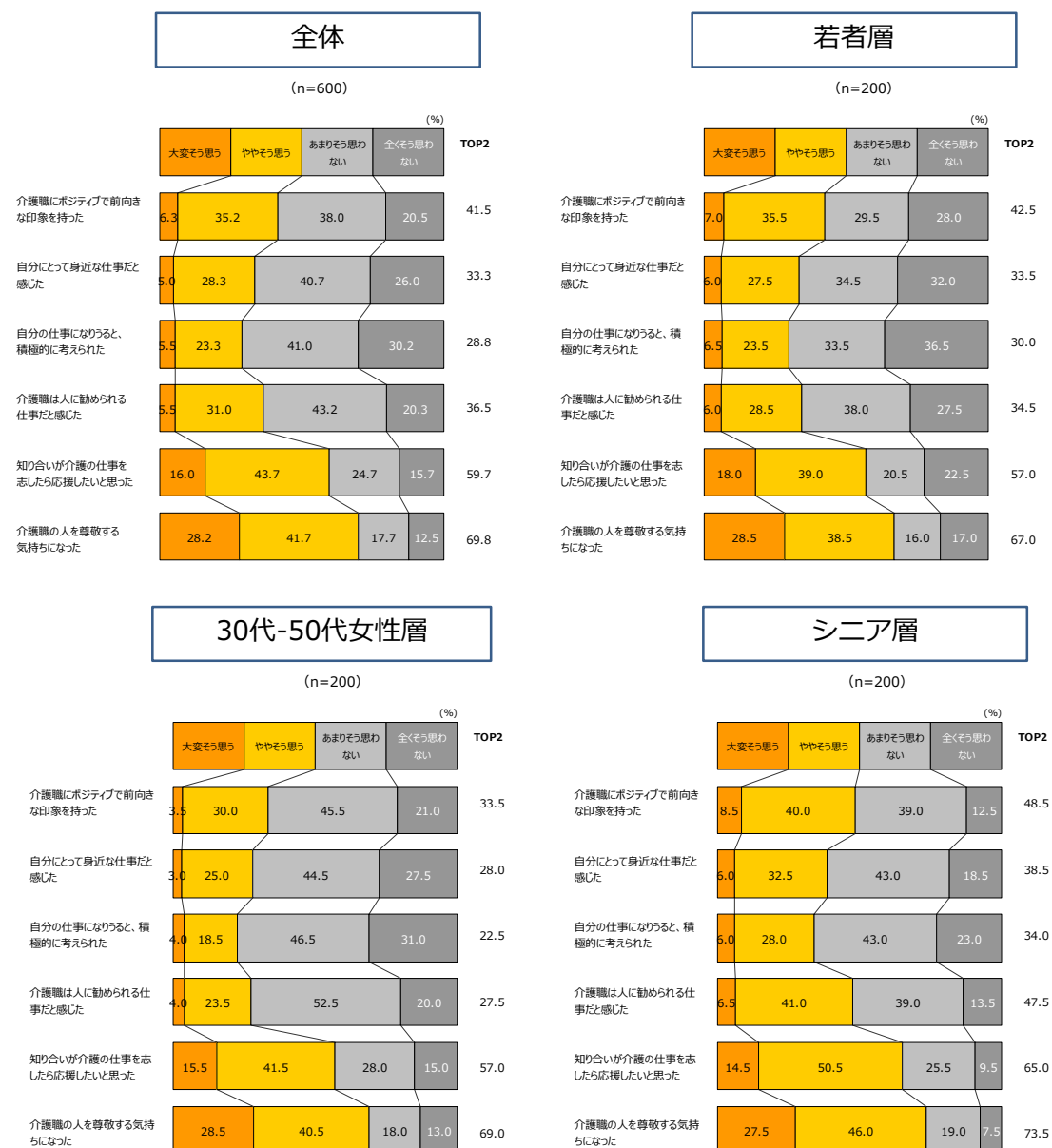
＜仕事を探す際には、介護職も選択肢の一つとして考えたい＞



⑦ 素材Q呈示後の介護職イメージ

- 素材Q呈示後の介護職のイメージについて、「大変そう思う」と「ややそう思う」の合計の割合が最も高かったのは、「介護職の人を尊敬する気持ちになった」で69.8%。次いで「知り合いが介護の仕事をしたら応援したいと思った」で59.7%、「介護職にポジティブで前向きな印象を持った」が41.5%とつづく。下位2項目は、「自分にとって身近な仕事だと感じた」で33.3%と、「自分の仕事になりうると、積極的に考えられた」で28.8%。
- 最も割合の低い項目「自分の仕事になりうると、積極的に考えられた」以外の項目で、シニア層の割合が若干高いが、若年層、30代-50代女性層ともに、全体の割合と大きくは変わらない。

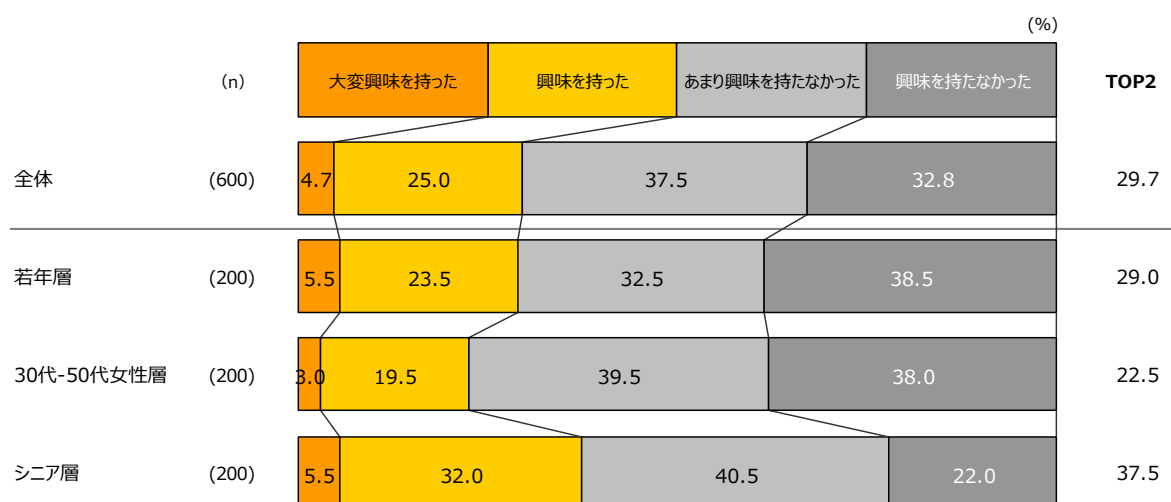
Q13 素材Qを見て、あなたはどのようなイメージを持ちましたか。それぞれの項目について、あてはまるものをお答えください。(SA)



⑧ 素材Q呈示後の介護職への興味変化

- ・ 素材Q呈示後の介護職への興味変化について、「大変興味を持った」と「興味を持った」の合計の割合は、29.7%。
- ・ クラスター別にみると、シニア層が最も高く、37.5%。ついで若年層が29.0%、30代-50代女性層が22.5%とつづく。

Q14 素材Qを見て、あなたは介護職に対して興味を持ちましたか。(SA)

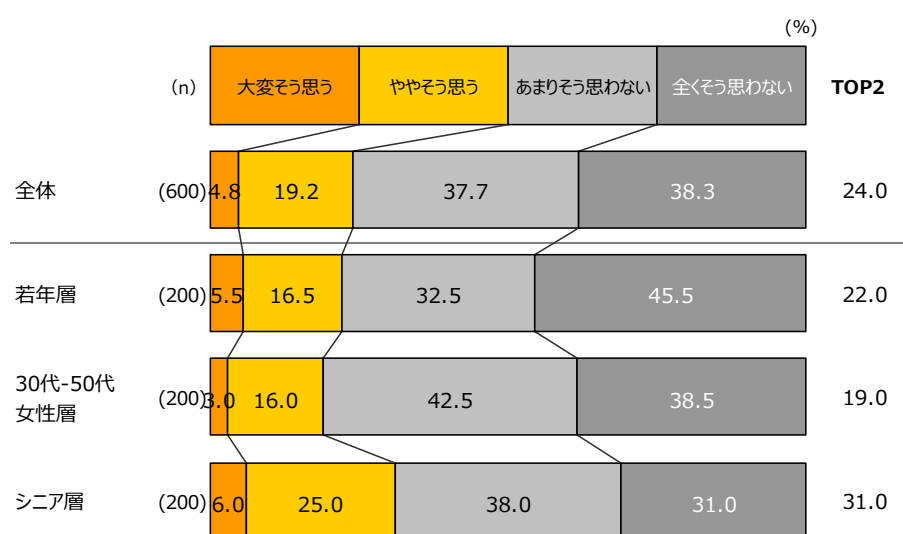


⑨ 素材Q呈示後の介護職への就職意識変化

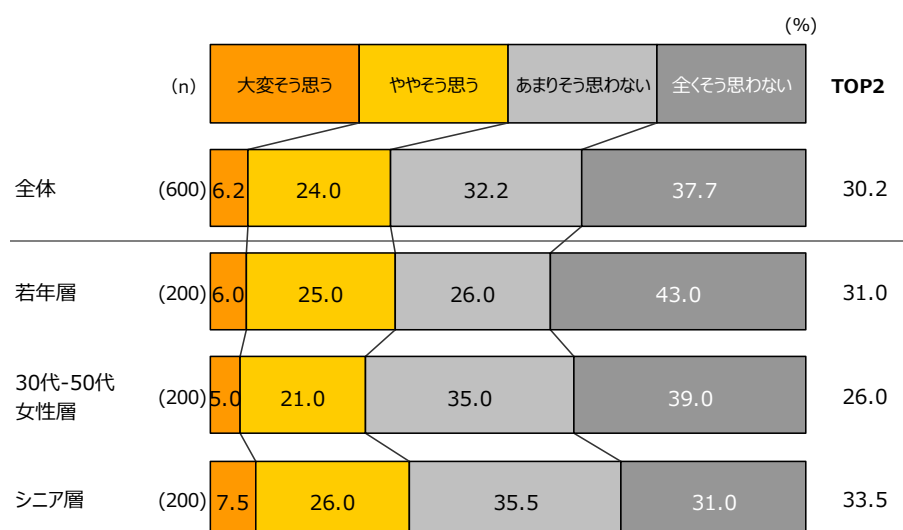
- ・ 素材Q呈示後の介護職への就職意識変化について、「積極的に介護職への就職を考えるようになった」割合は、24.0%。クラスター別に見ると、シニア層が最も高く 31.0%。若年層は 22.0%、30代-50代女性層は 19.0%となっている。
- ・ 「仕事を探す際には、介護職も選択肢の一つとして考えたい」割合は、30.2%。クラスター別にみると、シニア層と若年層は 3割を超えるが、30代-50代女性は 26.0%とやや低い。

Q15 素材Qを見て、あなたは、介護職への就職についてどう考えましたか。それぞれの項目について、あてはまるものをお答えください。

＜積極的に介護職への就職を考えるようになった＞



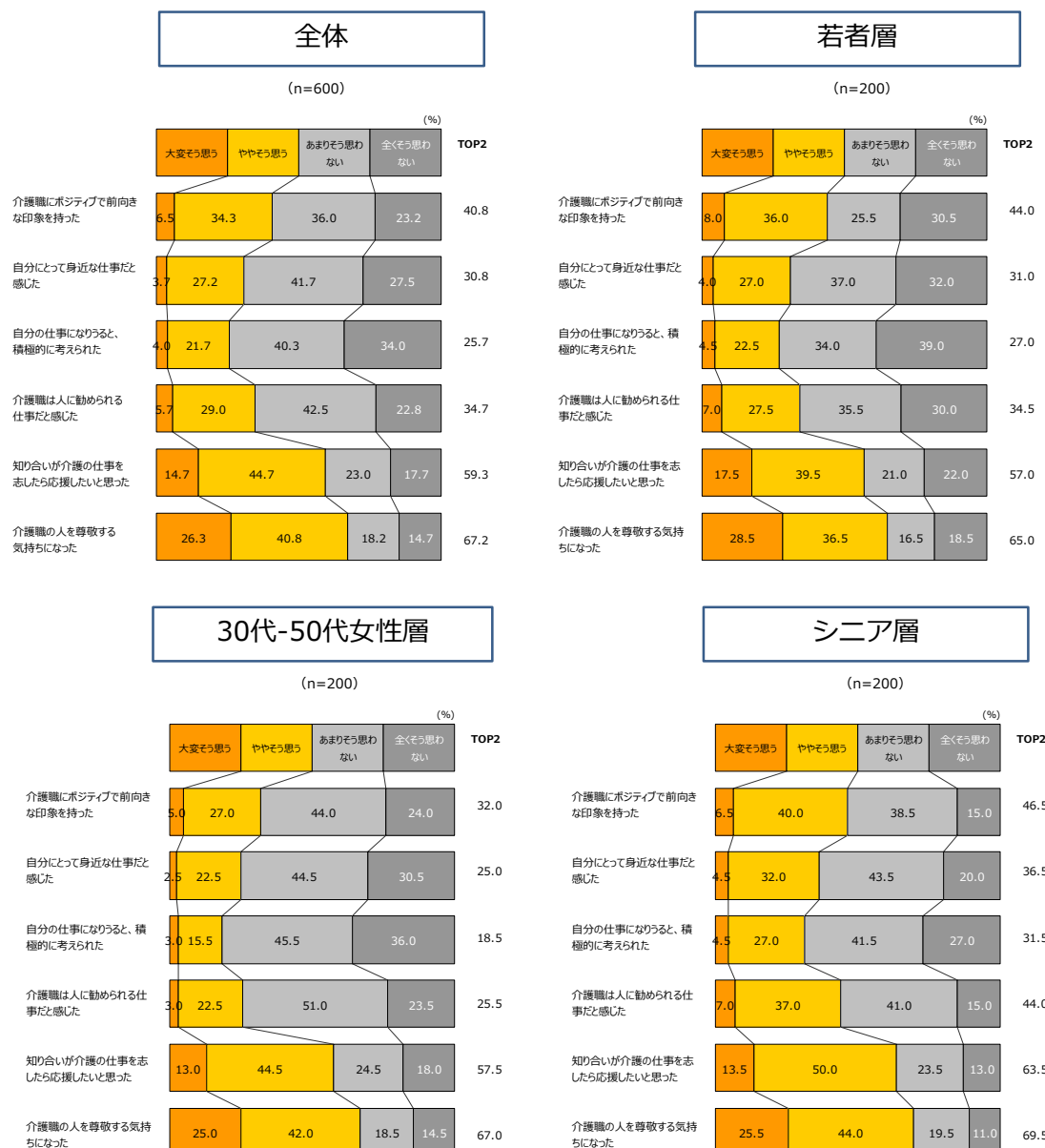
＜仕事を探す際には、介護職も選択肢の一つとして考えたい＞



⑩ 素材R呈示後の介護職イメージ

- 素材R呈示後の介護職イメージについて、「大変そう思う」と「ややそう思う」の合計の割合が最も高かったのは、「介護職の人を尊敬する気持ちになった」で、67.2%。ついで「知り合いが介護の仕事をしたら応援したいと思った」が59.3%、「介護職にポジティブで前向きな印象を持った」が40.8%とつづく。下位2項目は、「自分にとって身近な仕事だと感じた」で30.8%と、「自分の仕事になりうると、積極的に考えられた」で25.7%。
- 全ての項目で、シニア層は全体よりも割合が高い。若年層は全体とほぼ変わらない。30代-50代女性層も全体とあまり変わらないが、「介護職は人に勧められる仕事だと感じた」が25.5%、「自分の仕事になりうると、積極的に感じられた」が18.5%と、全体と比べて低くなっている。

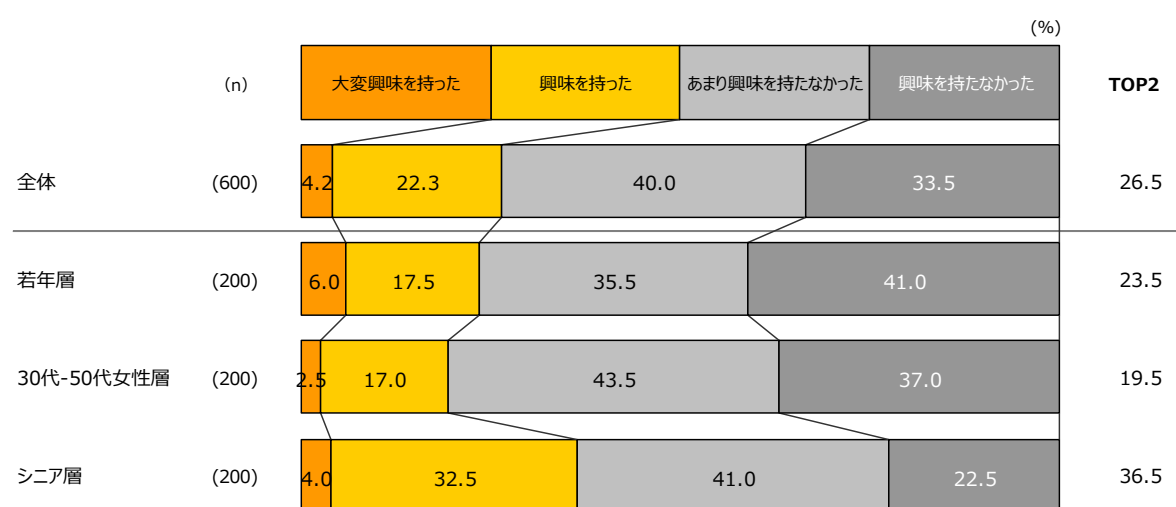
Q16 素材Rを見て、あなたはどのようなイメージを持ちましたか。それぞれの項目について、あてはまるものをお答えください。(SA)



⑪ 素材R呈示後の介護職への興味変化

- ・ 素材R呈示後の介護職への興味変化について、「大変興味を持った」と「興味を持った」の合計の割合は、26.5%。
- ・ クラスター別にみると、シニア層が最も高く、36.5%。ついで若年層が23.5%、30代-50代女性層が19.5%とつづく。

Q17 素材Rを見て、あなたは介護職に対して興味を持ちましたか。(SA)

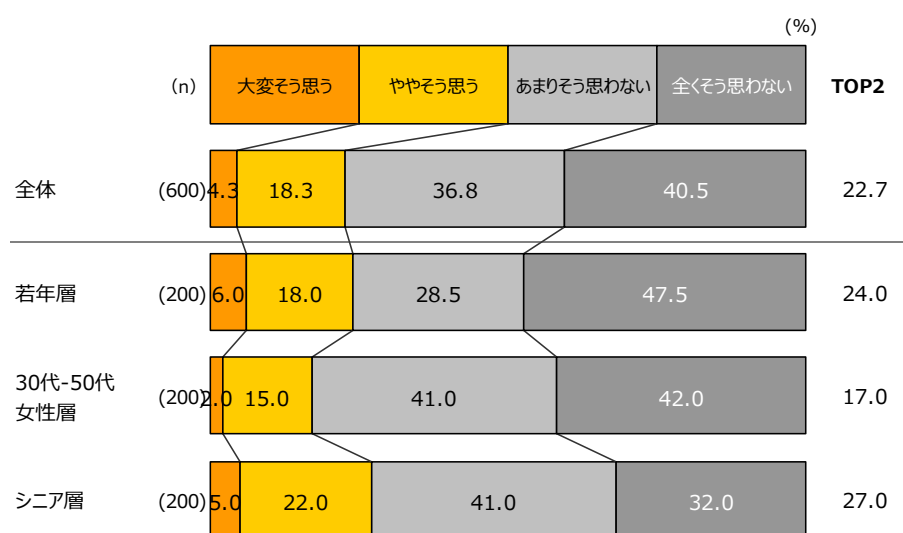


⑫ 素材R呈示後の介護職への就職意識変化

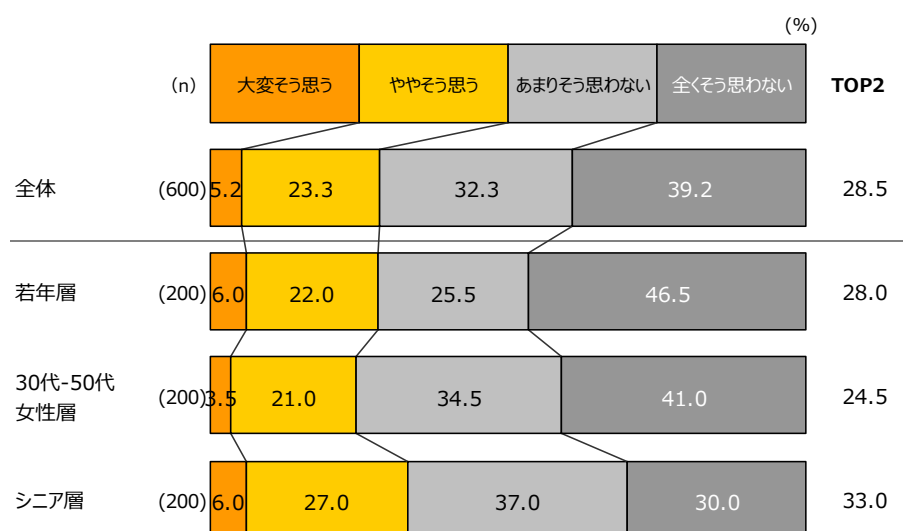
- ・ 素材R呈示後の介護職への就職意識変化について、「積極的に介護職への就職を考えるようになった」割合は、22.7%。クラスター別に見ると、シニア層が最も高く 27.0%。若年層は 24.0%、30代-50代女性層は 17.0%となっている。
- ・ 「仕事を探す際には、介護職も選択肢の一つとして考えたい」割合は、28.5%。クラスター別にみると、シニア層が最も高く 33.0%、ついで若年層が 28.0%、30代-50代女性は 24.5%とつづく。

Q18 素材Rを見て、あなたは、介護職への就職についてどう考えましたか。それぞれの項目について、あてはまるものをお答えください。(SA)

<積極的に介護職への就職を考えるようになった>



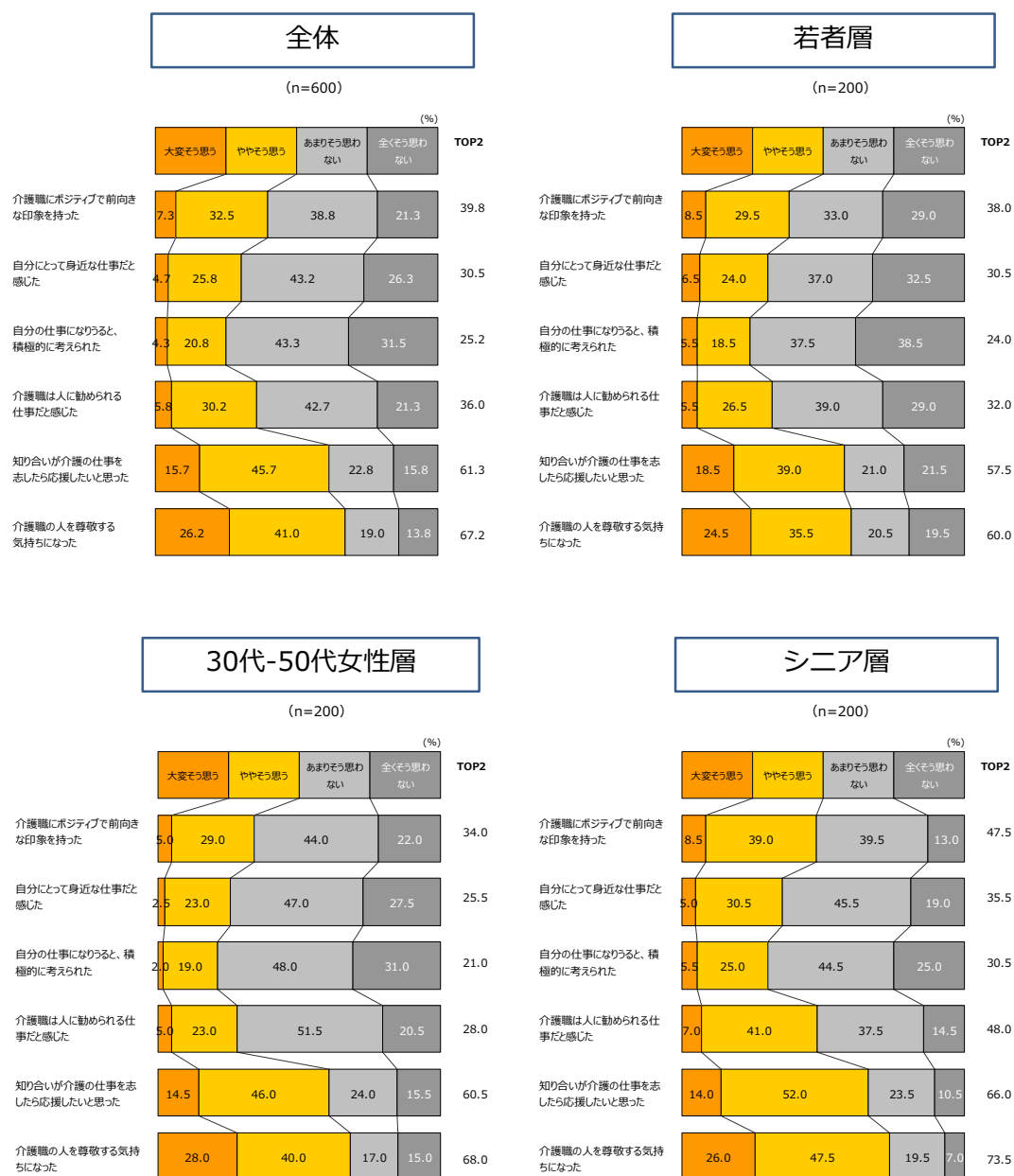
<仕事を探す際には、介護職も選択肢の一つとして考えたい>



⑬ 素材S呈示後の介護職イメージ

- 素材S呈示後の介護職イメージについて、「大変そう思う」と「ややそう思う」の合計の割合が最も高かったのは、「介護職の人を尊敬する気持ちになった」で、67.2%。ついで、「知り合いが介護の仕事をしたら応援したいと思った」が61.3%とつづく。下位2項目は、「自分にとって身近な仕事だと感じた」で30.5%と、「自分の仕事になりうると、積極的に考えられた」で25.2%。
- 全ての項目で、シニア層は全体よりも高い割合となっている。
- 若年層と30代-50代女性層は、全体よりやや低い割合となっている。

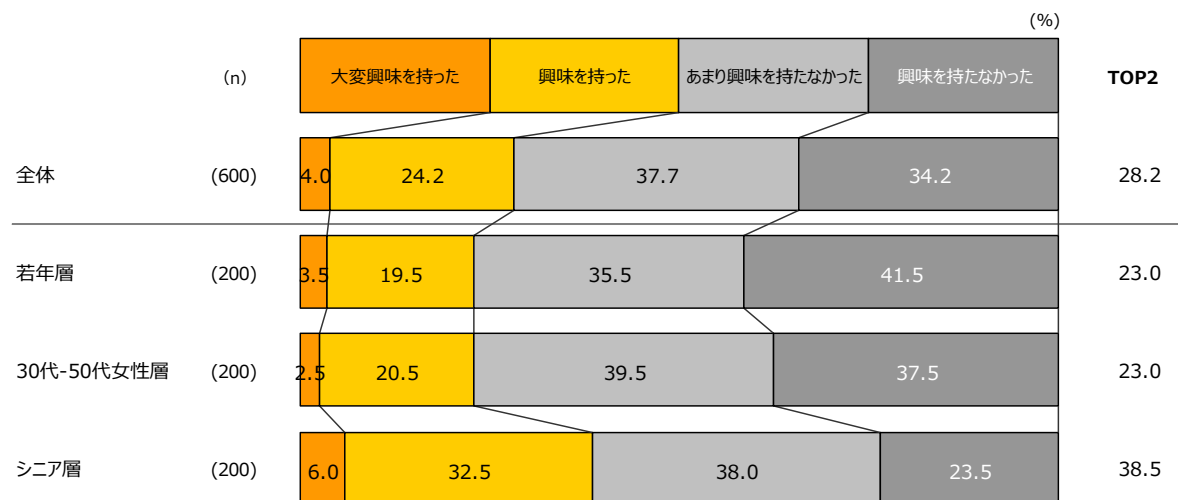
Q19 素材Sを見て、あなたはどのようなイメージを持ちましたか。それぞれの項目について、あてはまるものをお答えください (SA)



⑭ 素材 S 呈示後の介護職への興味変化

- ・ 素材 S 呈示後の介護職への興味変化について、「大変興味を持った」と「興味を持った」の合計の割合は、28.2%。
- ・ クラスター別にみると、シニア層が最も高く、38.5%。若年層と 30 代-50 代女性層はどちらも 23.0%。

Q20 素材 S を見て、あなたは介護職に対して興味を持ちましたか。(SA)

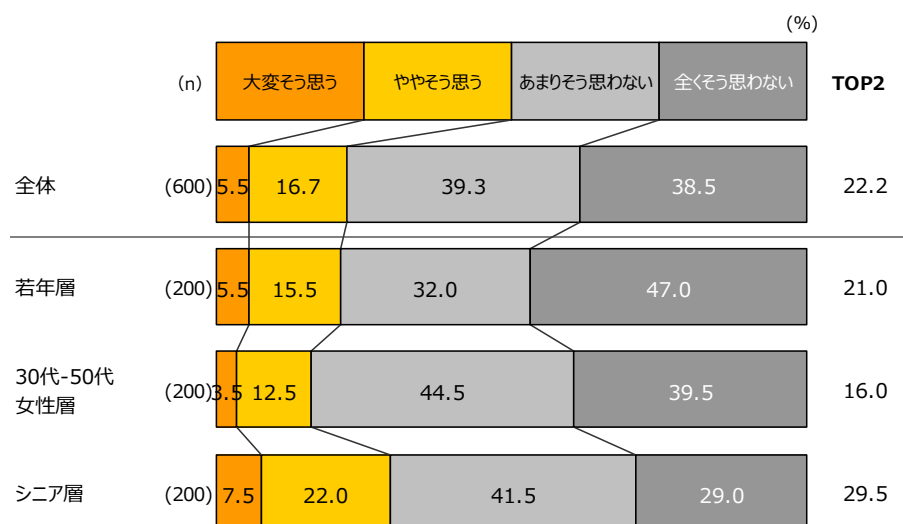


⑮ 素材S呈示後の介護職への就職意識変化

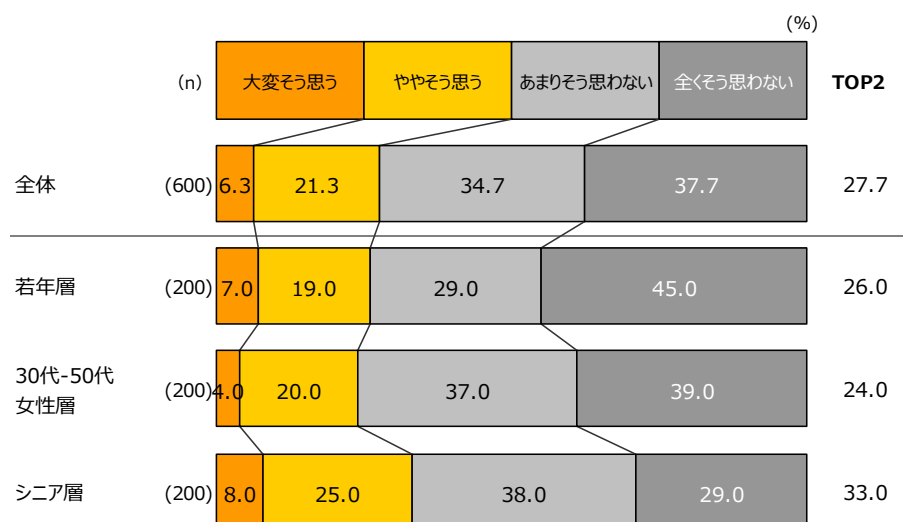
- ・ 素材S呈示後の介護職への就職意識変化について、「積極的に介護職への就職を考えるようになった」割合は、22.2%。クラスター別に見ると、シニア層が最も高く 29.5%。若年層は 21.0%、30代-50代女性層は 16.0%となっている。
- ・ 「仕事を探す際には、介護職も選択肢の一つとして考えたい」割合は、27.2%。クラスター別にみると、シニア層は 33.0%と高い。若年層は 26.0%、30代-50代女性は 24.0%となっている。

Q21 素材Sを見て、あなたは、介護職への就職についてどう考えましたか。それぞれの項目について、あてはまるものをお答えください。(SA)

＜積極的に介護職への就職を考えるようになった＞



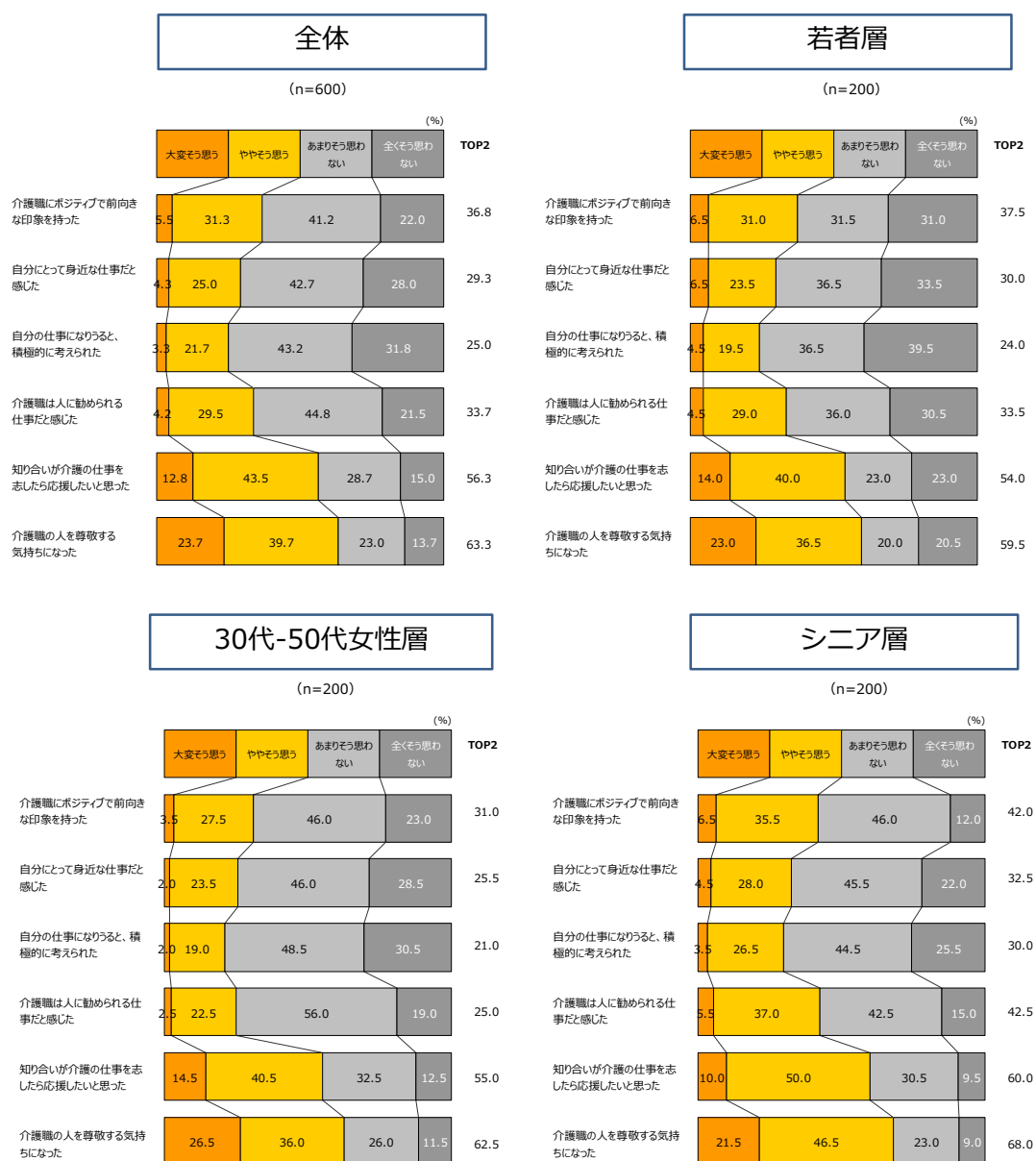
＜仕事を探す際には、介護職も選択肢の一つとして考えたい＞



⑩ 素材 T 呈示後の介護職イメージ

- 素材 T 呈示後の介護職イメージについて、「大変そう思う」と「ややそう思う」の合計の割合が最も高かったのは、「介護職の人を尊敬する気持ちになった」で、63.3%。ついで「知り合いが介護の仕事をしたら応援したいと思った」が 56.3%、「介護職にポジティブで前向きな印象を持った」が 36.8%とつづく。下位 2 項目は、「自分にとって身近な仕事だと感じた」で 29.3%と、「自分の仕事になりうると、積極的に考えられた」で 25.0%。
- どのクラスターも全体と大きく変わらない割合となっている。

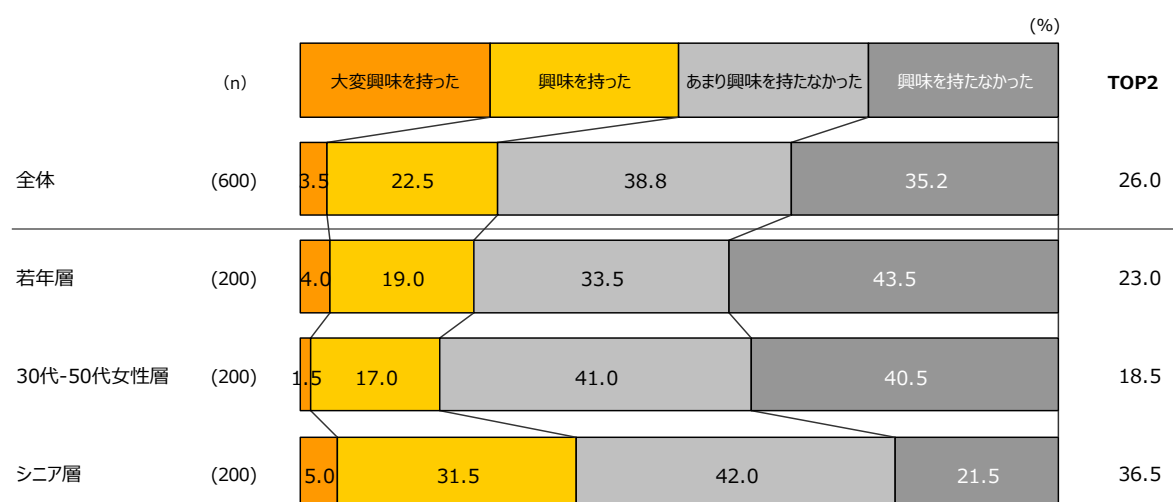
Q22 素材 T を見て、あなたはどのようなイメージを持ちましたか。それぞれの項目について、あてはまるものをお答えください。(SA)



⑰ 素材 T 呈示後の介護職への興味変化

- ・ 素材 T 呈示後の介護職への興味変化について、「大変興味を持った」と「興味を持った」の合計の割合は、26.0%。
- ・ クラスター別にみると、シニア層は全体より 10 ポイント以上高く 36.5%。若年層は 23.0%と全体よりやや低い程度だが、30 代-50 代女性層は 18.5%と顕著に低い。

Q23 素材 T を見て、あなたは介護職に対して興味を持ちましたか。(SA)

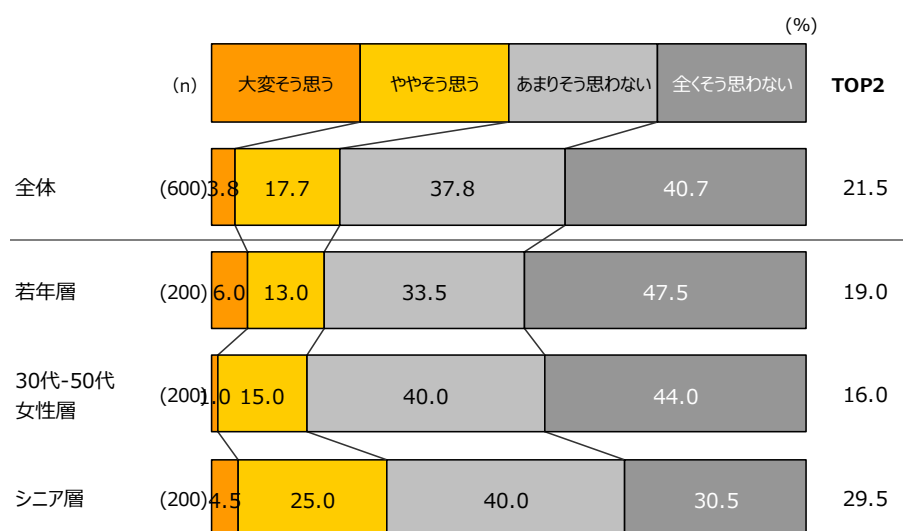


⑱ 素材 T 呈示後の介護職への就職意識変化

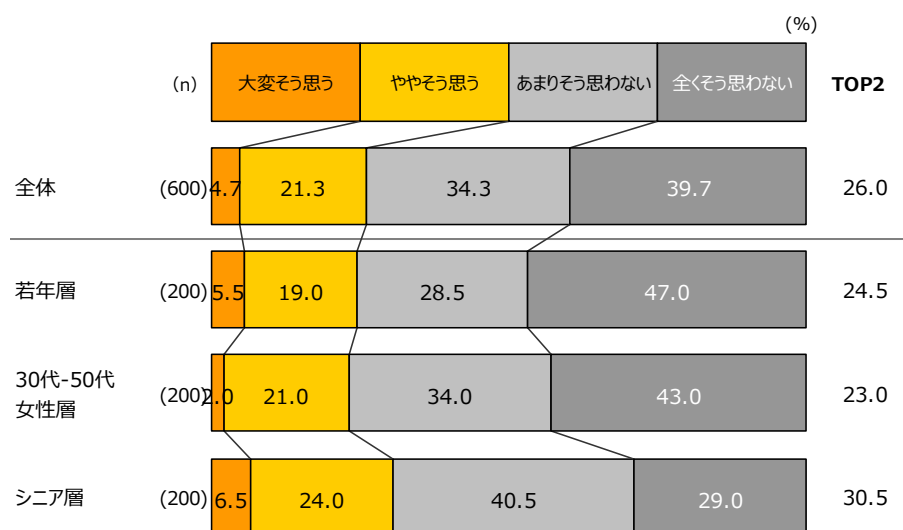
- ・ 素材 T 呈示後の介護職への就職意識変化について、「積極的に介護職への就職を考えるようになった」割合は、21.5%。クラスター別に見ると、シニア層が最も高く 29.5%、若年層は 19.0%、30代-50代女性層は 16.0%となっている。
- ・ 「仕事を探す際には、介護職も選択肢の一つとして考えたい」割合は、26.0%。クラスター別にみると、シニア層が最も高く 30.5%、若年層は 24.5%、30代-50代女性層は 23.0%となっている。

Q24 素材 T を見て、あなたは、介護職への就職についてどう考えましたか。それぞれの項目について、あてはまるものをお答えください。(SA)

＜積極的に介護職への就職を考えるようになった＞



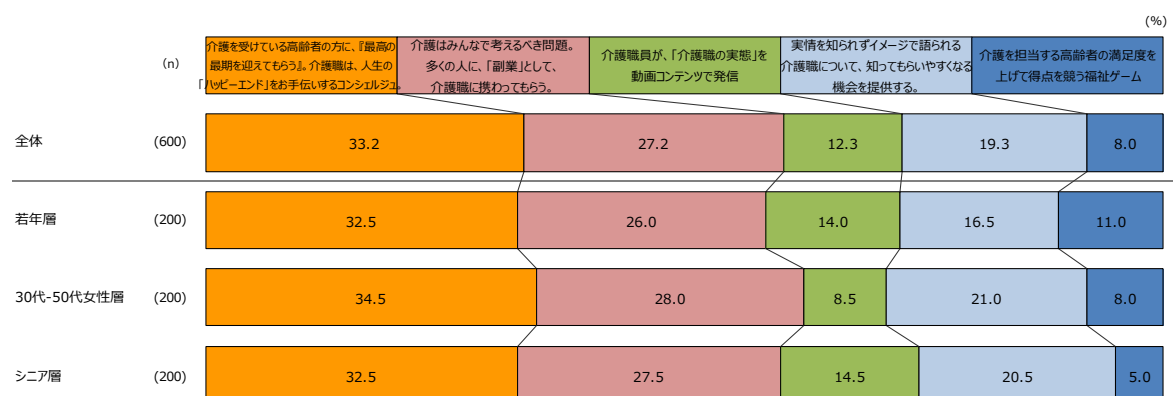
＜仕事を探す際には、介護職も選択肢の一つとして考えたい＞



⑬ 最も「介護へのイメージが良くなった」呈示素材

- 最も「介護へのイメージが良くなった」呈示素材について、割合が最も高かったのは素材P「介護を受けている高齢者の方に『最高の最期を迎えてもらう。介護職は人生の「ハッピーエンド」をお手伝いするコンシェルジュ』で、33.2%。ついで、素材Qが27.2%、素材Sが19.3%、素材Tが8.0%とつづく。
- クラスター別にみても、各項目の割合に目立った違いはない。

Q25 素材P～Tの中で、あなたが最も「介護へのイメージが良くなった」と感じたものはどれですか？（SA）



Ⅲ. 調査結果のポイント

1. 介護関係者に対するヒアリングポイント

(1) 介護職に対する（一般生活者の）イメージ

介護のイメージとして、①「しんどい、キツイ、3K」といった職務内容からのイメージ、②「社会貢献、優しい人」といった福祉から連想されるイメージ、③「地位が低い（賃金安い、若者がいない）」といった条件や環境に対するイメージ、そして④「自分事として考えられない」といった遠い話というイメージである。

①全世代共通

- ・ 「介護」と聞いたとき、社会的には「トイレの世話」「食事介助」といった「業務行為」をイメージする人が多い。(介護関連団体)
- ・ 介護現場での様々な事件がマスコミによってクローズアップされることが、イメージ悪化に繋がっている。(介護関連団体)
- ・ 介護現場は「人手が足りないため、ひっ迫している」「キツイ」という「問題」が取り上げられるため、そのイメージが強い。(博報堂社内研究機関)
- ・ 「給料は低いけど、やりがいやモチベーションは保てる」では、他産業でも人手不足が深刻化しているなかでは、通用しなくなってきた。(外部有識者)
- ・ 介護を「ビジネス」と見る待遇の悪い事業者が増えたことで「3K 職場的なイメージ」をもたれ、業界全体の印象を悪くしている。(外部有識者)
- ・ 介護職に嫌々就いている人の存在が、介護職のイメージダウンに繋がっている。(介護関連団体)
- ・ 介護職は「社会貢献」というイメージが強い。訪問介護系の職員は、空き時間を使って社会貢献をしていきたいという人が多い。(外部有識者)
- ・ 福祉職はボランティアでみんな優しいという認識(＝誤解)が、利用する人、働く人双方で当たり前になっている。(介護関連団体)
- ・ 熊本地震の時、介護職不足が問題になった。みんな「介護は誰でも出来ることではない」ことを本当は知っているはずで、それを無視しているだけ。知らないフリをしているだけ。(介護関連団体)
- ・ 介護＝「生活を支える」という、非常に漠然としたイメージ。(介護関連団体)
- ・ 介護職は単純労働であるという考えがマイナスイメージにつながっている(介護関連団体)

②シニア層

- ・ 自分達(団塊世代)が介護の世界に入っていけるのか、入って何をするのかがわからない。仕事としてやるには、しんどいし覚悟が必要で、「そこまで頑張れるか?」とひっかかる。(博報堂社内研究機関)
- ・ 資格を取るのが大変、資格を取って施設で働きだしたら 24 時間働かなきゃいけない気がする、くらしいイメージしかない。(博報堂社内研究機関)

③子育てママ層

- ・ 主婦層に介護職は人気が無い。職業の選択肢に入らない。(博報堂社内研究機関)
- ・ 認知はされているが、若いパパ、ママには、介護が自分事にならない。小学校低学年の子の親はまだ自分の両親の介護には早く介護を身近で経験していない。(博報堂社内研究機関)
- ・ ママが仕事を選ぶ際には、まず自分がやっていた仕事関連、次に子育て経験を活かせる仕事を調べるため、介護は非常に遠い。(博報堂社内研究機関)
- ・ 「お年寄りの世話」と理解されているため、「家で散々子どもの世話をしているのに、外でもお年寄りの世話をするのは気分転換にならない」と、敬遠される。(博報堂社内研究機関)
- ・ 「職」として介護はハードルが高い一方、子育て中は地域の重要性も身に染みるため、「地域貢献」として、軽い負担でお年寄りに、ちょっとした「お手伝い」をしたい、という気持ちはある。(博報堂社内研究機関)
- ・ ケアマネは大変な仕事だが、需要も社会的意味もある仕事で、ずっと続けていける、というイメージがある。(博報堂社内研究機関)

④若者層

- ・ 介護は女性が多く、お婆さんが多く、高卒が多いという根拠のないイメージが流布している。(外部有識者)
- ・ 介護は「意外に起業しやすく、意外に離職率が低い」といった実態が知られていない。(外部有識者)
- ・ ゼミ生は今年 14 人だが、(社会福祉のゼミにも関わらず)介護職に進むのは 6 人。その他は介護以外の業界に就職している。周りが、「賃金が低い割に重労働だ」と辞めさせようとしているのも一因。(外部有識者)
- ・ 介護職の仕事は、数少ない地元で就ける仕事の 1 つだが、介護職に対するマイナスイメージと若い子たちの「楽したい」という傾向が、介護への就職を阻んでいる。(博報堂社内研究機関)
- ・ (意外に稼げることや、年収 1,000 万円も目指せることをアピールすることについて)今の若者は、ごく一部の成功例では、動かない。それに乗るほどギャンブラーじゃない。(博報堂社内研究機関)
- ・ 子どもが介護職を目指そうとしても、親や教師が「3K」のイメージから反対するパターンも。興味を持つ若者に対して大人がサポートできていない。(介護関連団体)
- ・ 本人が介護職をやりたいくても、周りが止めてくる場合が多い。食えるか食えないか、キャリアとしての先行きがあるかないかを周りは見ている。(外部有識者)
- ・ 介護事業者の不正問題が起きたとき、「賃金が安い」「劣悪な環境」というイメージから、生徒に介護職を勧められないという教師の声が多く挙がった。(介護関連団体)

(2) 介護の魅力をアピールするために高めたい介護職のイメージ

「介護の専門性」を確立し、訴えていくことで、「誰でもできるものではないプロの仕事」というイメージを高めていくことは非常に重要。その一方で、シニア層や子育て層の有識者からは、彼らが介護を「自分こそが求められている仕事」だと認識することが重要だと語る。若者に対しては、他業種と比べて、突出して劣悪な環境ではないことをアピールすることが大切。

①全世代共通

- ・ 介護は「看護」「医療」と同じく、プロの仕事である、ということにしないといけない。誰でもできるものではないものにしないといけない。(介護関連団体)
- ・ 被災地で介護福祉士は有難がられた。介護は、「生活に寄り添う専門性」が特長。当たり前の生活が送れなくなったときの重要性を被災者は感じてくれた。(介護関連団体)
- ・ 「さりげなく支える」という福祉の視点は非常に大事。(介護関連団体)
- ・ 「誰でもやれない仕事」としての価値をきちんと確立していきたい。(介護関連団体)
- ・ これからの介護事業所が地域づくりの仕組みの中に飛び込んでいける仕組みを作って行かないと面白くない。(外部有識者)
- ・ 民放の番組で「介護の仕事は自立支援をする仕事、利用者の生き方の可能性を広げる仕事だ」という介護士の言葉が反響を呼んだ。(介護関連団体)
- ・ 介護職の業務行為ではなく、その先の理念や目的をイメージさせたい。(介護関連団体)

②シニア層

- ・ 団塊世代の介護職員＝「介護の世界を変える変革者」といったイメージを持たせる。(博報堂社内研究機関)

③子育てママ層

- ・ ヘルパーさんもきつそうなイメージがあるが、料理や買い物みたいな仕事ならできるしやっあってあげたい、という気持ちがある。(博報堂社内研究機関)
- ・ 食べやすい食事を作る、ゆっくり話す等、子育てと介護の類似点は多く、そのイメージを持ってもらうことが、子育てママ層を取り込むポイント。(博報堂社内研究機関)

④若者層

- ・ 訪問介護事業の過半数は離職率 10%未満。(外部有識者)
- ・ 介護が「起業しやすい業界」であることは世の中には意外に知られていない。国際展開もしやすく、他業種とのコラボレーションも頻繁になされている。(外部有識者)
- ・ 介護職は食えないというイメージだが、地方では市役所よりも安定産業として認知されている。(外部有識者)
- ・ 介護業界は他業界に比べて優秀な人材は集まっていない分、ライバルは少ない。しっかりした事業者であれば使い捨てではなく優しく扱ってくれるし、他産業と比べて神経をすり減らして働く必要が無い。(外部有識者)

(3) イメージを高めていくために有効な情報発信内容・方法

内容は、専門性の高さや働き方の多様さを示すと同時に、職員の私生活などの情報も重要。また、見出しに「介護」の言葉を使わない、補助要員についても「補助」という言葉を使わず、「あくまであなたが主役だ」というニュアンスを出す等の工夫が必要。

方法については、全世代に強いのは口コミ。媒体が SNS でも、リアルな人からの情報は訴求力が高い。また、マスに情報を拡散していくには、年代問わず圧倒的にテレビが強い。

①全世代共通

- ・ 入職経路の第一位は口コミ。職場のやりがい、良さは、現場で働いている介護職員からの口コミで広がりやすい。(外部有識者)
- ・ 賃金・キャリアの数字・データを示していくことでマイナスイメージを取り払うことができる。(外部有識者)
- ・ 街の掲示板等はみんな見ない。今はみんなネットや口コミ等の SNS での拡散。(外部有識者)
- ・ 現場の人たちの言葉を発信していく必要がある。メディアでよく取り上げられる人達は、伝えることに慣れているが、現場の人たちの言葉の中に宝になるようなものがあるはずなので、そういうところがフューチャーされるといいと思う。(介護関連団体)
- ・ 多世代に広く網をかけて PR してもうまく魅力を訴求できない。できるだけ層を分けて、訴求ポイントを作っていく必要がある。(介護関連団体)
- ・ どの世代でもキャリアアップを働く目的にしている人は多いため、介護職の専門性を PR していくことが大事。(介護関連団体)

②シニア層

- ・ メディア媒体だと、圧倒的にテレビと新聞。特にテレビ。一番早いしわかりやすい。あとは、疑似コミュニティとなっているメディア。(博報堂社内研究機関)
- ・ 「補助」と言っては、団塊世代は誰も来ない。「パートタイム介護」や「生活支援コーディネーター」といった表現方法で「やってやろう」という気持ちになる。(博報堂社内研究機関)
- ・ 「介護される側からする側へ」「貴方達の力で介護現場を支えてくれ」というスタンスで、ギャランティを支払い貴方達が介護の現場を支えるのだと伝えれば団塊世代には刺さる。(博報堂社内研究機関)
- ・ シニア層は「地域・社会貢献」「孫の小遣い稼ぎ」「お金」等、働く理由も様々でかつ身体負担を気にする人が多いので、短時間の働き方の PR や、ボランティアとして就労予備軍に門戸を開く等の施策が効果的。(介護関連団体)

③子育てママ層

- ・ タッチポイントとして、市役所や保健所、地区センターはどうか。普段よく行くところでもないが、子どもが生まれる前から 2-3 歳までは頻繁に行く。(博報堂社内研究機関)
- ・ ママポータルサイト、子育てしながらちょっと読みたくなるといった スマホニュース等も人気。(博報堂)

社内研究機関)

- ・ 記事に関しては、見出しに「介護」と書いてあったら絶対読まない。「そろそろちょっと働きたい」みたいなときに読みたい見出しから、介護をうまく紹介するような形が良いと思う。(博報堂社内研究機関)
- ・ 今 2-3 時間ずつでもやっていくことが、その資格への積み上げになる、と言われると、同じ仕事でもやろうかな、という気になる。(博報堂社内研究機関)

④若者層

- ・ 介護職として働いている人たちの働き方の多様さ、やりがいの多様さを情報発信していくことが、魅力向上に繋がる。(外部有識者)
- ・ イメージアップの方向性として、やりがいや理念にフォーカスするのではなく、「介護の仕事をしていても、こんな充実した私生活が送れる」という一部の介護事業者、介護職の働きぶり、生活ぶりを PR していくことがとても有効。(外部有識者)
- ・ 介護職の「勝ち組介護士」のような成功事例をイベントのパネリストとして登壇させたり、経済誌に掲載してもらうことなどは有効。(外部有識者)
- ・ 「しっかり介護の勉強をして、就職先も間違えないよう選べば、介護の仕事をしてながらこんなにいい生活ができるよ」という点を PR することが、マイナスイメージ払拭に繋がる。(外部有識者)
- ・ 一部の成功事例をプッシュする情報発信ではなく、「現状のまま、まったり過ごせたらいい」という今の若者層にハマるような、多くの人が程良く過ごしているという例を示した方がいい。(博報堂社内研究機関)
- ・ マイルドヤンキー層への求人媒体で最も響くのはテレビ(番組は偏るが)か店に貼ってある求人。地元の求人しか見ていない上にスマホの使い方が難しいので、求人サイトはあまり活用していない。あとは、リアルロコミとかも有効。(博報堂社内研究機関)
- ・ SNS だとつぶやき型投稿サービスが強い。私たちが人を集める際にも認知獲得のツールとしての強さを感じる。(博報堂社内研究機関)
- ・ 高校卒業後働きだす若者層に対しては、学校の先生を味方につけて介護職の魅力を PR してもらうよう働きかけることが重要。(介護関連団体)

(4) 実際に効果のあった広報の事例

介護職の情報をそれぞれ訴求したい層の目にきちんと触れさせていくことが、成功事例の特徴。具体的には、SNS やブログで情報を発信したり、高校の先生向けに冊子を作る等。特に、若者に対しては、音楽やアート等のエンターテインメントとのコラボや、地域づくりとしての介護を見せていく等、介護×〇〇といった切り口で介護を見せていくことが重要。

①全世代共通

- ・ 介護人材の採用に苦勞していない事業所は、事業所内の取組を SNS やブログを通じて PR している。それを見て応募してくる場合が多い。(介護関連団体)

②若者層

- ・ 高校の校長先生や進路指導の先生向けに介護職の魅力を伝える冊子を製作、送付した。そして実際に高校まで説明しに来てほしいなどの反響を頂いた。(介護関連団体)
- ・ 若者層に介護職の魅力を情報発信している好事例。若者層向けの求職イベントを多数実施している。(外部有識者)
- ・ 音楽×アート×医療福祉を行う NPO が開催するイベントでは、エンターテインメントとして福祉を題材にイベントを実施しており、若者層で医療福祉のイメージを変える実践をしている。(外部有識者)
- ・ 旧来の福祉系の就職説明会を変えていこうとする実践を行っている事例もある。(外部有識者)
- ・ 現在、私たちの行っているもので、学生が高齢者の在宅を訪問し、週に一回見守りを行う取組がある。福祉以外で地域づくりに関心を持つ若い人材も関心を持ってくれ、結果的に参加してくれた学生のなかから、私たちの事業所への就職を決めてくれた人もいる。(外部有識者)

③シニア層

- ・ SNS 等をうまく使っていくことは有効。今シニア層の間でヒットしているのは、SNS で上手く情報発信している。(博報堂社内研究機関)

2. 有識者ヒアリング調査結果のポイント

(1) 若者層

- ・「今の若者層が欲しいのは莫大な給料や働き甲斐ではない」（博報堂社内研究機関）
- ・「今の若者は社会全体からみるとマイノリティ。逆に彼らを主役・中心として扱うときちんと響く」（博報堂社内研究機関）
- ・「20代にしっかりPRしていくことで業界全体を支える人材を増やすことに繋がる」（外部有識者）
- ・「「カリスマ美容師」みたいな人ではなく、ちゃんとしたプロセスを踏んだ介護士の充実した生活をアピールする」（外部有識者）
- ・「介護を「看護」「医療」と並ぶプロの仕事にしなければならない」（介護関連団体）
- ・「介護福祉士は。介護過程（プロセス）の展開を、根拠をもって立て実行する人」（介護関連団体）
- ・「資格を持った『介護福祉士』を担ってほしいのは若者層」（介護関連団体）
- ・「介護の仕事の「普通の仕事としての面白み」にフォーカスしてPRしていくことも必要」（外部有識者）
- ・「介護×〇〇というように、これまでの領域を超えて事業を展開していくことも、介護を魅力的な仕事だと思ってもらえるきっかけとなる。」（外部有識者）
- ・「介護職の良い部分をマスコミにもっと取り上げて欲しい」（介護関連団体）
- ・「若い世代に見てもらえるような発信の仕方が重要」（介護関連団体）

(2) 子育て層

- ・「時間は16-17時くらいまで。子どもが病気になった時突発的に休みが取れる仕事が良い」（博報堂社内研究機関）
- ・「社会的ニーズがあることはわかるが、若いパパママにとって自分事にならない」（博報堂社内研究機関）
- ・「ママたちは家の近くで働きたい」（博報堂社内研究機関）
- ・「口コミは、ママ友との話の中で仕事のことは結構出る」（博報堂社内研究機関）
- ・「お金よりまず条件」（博報堂社内研究機関）
- ・「社協では子育てママが多い。登録ヘルパーなら空いた時間に1時間でも働ける。急に休む場合でも、交代してくれるヘルパーさんが比較的すぐ見つかる」（介護関連団体）

(3) シニア層

- ・「現状だと自分が入って行けるのか、何をやるのかがわからない。これが一番のハードル」(博報堂社内研究機関)
- ・「団塊世代の介護職の入り方として、パートとして若い職員のサポートに入る、有償ボランティア、生活支援コーディネーターが挙げられる」(博報堂社内研究機関)
- ・「『介護される側からする側へ』『貴方達の力で介護を支えて』というスタンスで給料を払えば団塊世代に刺さる」(博報堂社内研究機関)
- ・「団塊世代はプライドが高い。『社会の担い手／変革者』のような、持ち上げる表現が良い。“補助”では人が来ない」(博報堂社内研究機関)
- ・「介護施設をコミュニケーションカフェとして活用するのは、中がどうなっているかわかるため媒体として良い」(博報堂社内研究機関)
- ・「疑似コミュニティとなっているメディアも良い」(博報堂社内研究機関)
- ・「主体者として扱い、気持ちよくさせる」(博報堂社内研究機関)
- ・「3K のマイナスイメージに関しては、賃金・キャリアの数字といったデータを示していくしかない」(外部有識者)
- ・「まずはマイナスイメージをゼロにしていくことが大事」(外部有識者)
- ・「専門職の資格・報酬の仕組みを確立すべき」(外部有識者)

3. 介護職非選択者調査結果のポイント

(1) 若者層

■雇用形態

「正社員」を想定している割合が7割。特に男性は8割以上が想定。
女性も「正社員」「パート・アルバイト」がどちらも5割程度。

■介護職の検討理由

「経験が問われないから」(31.0%)
「これからの時代にますます必要と考えたから」(30.0%)

■魅力

「未経験からでもスタートできる職種である」(46.0%)
「専門的な仕事である」(45.0%)
「介護業界で働く人の5割強は残業がない」(44.0%)
「他職種との連携が期待できる」(44.0%)
「介護の現場では、全ての職種がフラットに利用者を支える考え方が基本である」
(43.0%)

■魅力（男性）

「介護の現場では、全ての職種がフラットに利用者を支える考え方が基本である」
(49.2%)
「マンションの一室からでも起業することが可能な業界である」(47.5%)
「年収1000万円も目指せる法人もある」(45.9%)

■魅力（女性）

「未経験からでもスタートできる職種である」(51.3%)

■断念要因

「精神的負担が大きい」(47.0%)
「給料が安かったから」(43.0%)
「労働時間や休日の体制が合わなかったから」(34.0%)

■就職検討時の情報源

「施設のHPやパンフレット」で、約5割が活用

(2) 子育て層

■雇用形態

「パート・アルバイト」が74.0%。

■検討の理由

「親や家族の介護などに役立つから」(40.0%)

「これからの時代にますます必要となると考えたから」(38.0%)

「介護の知識や技術を身に付けたかったから」(34.0%)。

■魅力

「時間に融通を利かせた働き方も可能である」(64.0%)

「未経験からでもスタートできる職種である」(62.0%)

「地域づくりの担い手としての役割が、介護職に期待されている」(54.0%)

「介護業界で働く人の5割強は残業がない」(54.0%)

「人事・総務・営業・企画などの部門がある」(54.0%)

■断念要因

「体力的に不安があった」(46.0%)

「給料が安かったから」(38.0%)

「精神的負担が大きい」(38.0%)

「時間や休日の体制が合わない」(32.0%)

■就職検討時の情報源

「施設のHPやパンフレット」(38.0%)

「実際に働いている人の話」(40.0%) も高く、口コミが多い。

(3) シニア層

■雇用形態

「パート・アルバイト」が全体で 68.0%。特に女性では、88.6%と高い。
男性では、36.0%が正社員を想定。パート・アルバイトは 48.0%。

■検討理由

「親や家族の介護などに役立つから」(46.0%)
「これからの時代にますます必要な仕事になると考えたから」(40.0%)

■検討理由（女性）

「これまでの家事や介護の経験が活かせるから」(36.0%)
「人と接する仕事がしたかったから」(32.0%)

■魅力

「時間に融通を利かせた働き方も可能である」(58.0%)
「未経験からでもスタートできる職種である」(54.0%)
「『さりげなく支える』という福祉の視点が重要な仕事である」(52.0%)
「働き方やキャリアプランを選べる制度が検討されている」(52.0%)
「負担の重くないボランティア活動もある」(50.0%)

■魅力（女性）

「未経験からでもスタートできる職種である」(80.0%)
「時間に融通を利かせた働き方も可能である」(76.9%)

■断念要因

「体力的に不安があった」(54.0%)
「『3K 職場』のイメージがぬぐえなかったから」(52.0%)

■断念要因（男性）

「精神的負担が大きい」(60.0%)
「『3K 職場』のイメージがぬぐえなかったから」(64.0%)
「人間関係が大変そう」(44.0%)

■断念要因（女性）

「労働時間や休日の体制が合わなかったから」が、男性と比べて多い。

■就職検討時の情報源

「施設の HP やパンフレット」(44.0%)
「実際に働いている人の話」(50.0%)
「新聞やテレビの情報」についても、34.0%と比較的高め。

IV. 調査結果を踏まえてのポイントと提言

1. これからの方策に向けて

(1) 介護の抱える問題点と課題

- **介護、介護職に関する情報が圧倒的に不足しているなか、介護に対する正しいイメージが持たれていない。ネガティブ情報だけが流通するなか、介護に対する正しいイメージが持たれていない。**
 - メディアで取り上げられるのもネガティブな話題が中心となり、介護に対する「3K 職業」(キツイ、給料が安い、汚い)のイメージが固定化
 - 介護殺人、介護職では生活できないというニュースが多く流通
- **情報が少ないなか、間違ったイメージが増幅。「誰でもできる仕事」(＝専門性がない職業)との誤解も生じている。**
 - 情報が少ないため、介護は女性、おばさん、高卒が多いという根拠のないイメージも流布。
 - そのこともあり、「誰でもできる仕事」(＝専門性がない職業)との誤解が生じている。
- **2007 年の民間介護事業者の不正事件で、民間介護事業者の経営状況(特に利益を上げる事)に対して、胡散臭く感じる意識や不信感が生じた。そのような状況のなか、介護に関するポジティブな情報が圧倒的に不足。**
 - そのような背景もあり、介護に関する情報、特にポジティブな情報が圧倒的に不足
 - 安定的に経営している事業者が多いこと、「介護は起業しやすい」ということ、国際展開もしやすく、他業種とのコラボレーションも頻繁になされていることが世の中に知られていない
- **一般生活者、特に介護との接点がない層は、介護に対する関心が薄く、自分ごと化していない。そのため、「介護」というワードだけでスルーしてしまう(＝関心を示さない)傾向に。**
 - 福祉に関心のある人しか興味を持たない領域
 - 関心のある人も限られるため、マスコミも含め、情報を積極的に得ようとしていない
- **介護分野への就職意向を持つ学生に対して、介護職を正しく理解していない(知識を持たない)周囲の大人(家族・親戚・先生)が反対。就業を断念するケースが多い。**
 - 大学で“介護を学ぶ学生”でさえ、介護事業者への就職を断念するケースが起きている。
 - 周囲の大人は、「食えるか食えないか」「キャリアとしての先行きがあるか」という点を見ている

(2) これまでの効果的な取り組みとして

- **高校に対して、介護職に対する理解を深める小冊子を配布。**
 - 高校からは、生徒たちに、介護に対する理解を深めてもらうために、説明会を実施して欲しいとの要望も寄せられた。
 - 高校の先生は、介護職を志す生徒の足を引っ張る存在にも、応援する味方にもなり得る存在
- **社会福祉協議会に対して、経営体質が弱いという懸念を払拭するため、関西地域の社会福祉協議会を含め 8 法人によるグループ化を実施。**
 - 一つの大きなグループとして見せることが、安心感の醸成に寄与。採用面で効果を発揮。
- **ゼミ生に経営のしっかりした事業者の見極め方を伝授。介護職への入職を手助けに奏功。**
- **音楽×アート×医療福祉を行う NPO が開催するソーシャルイベント。**
 - 20 代～30 代の介護職イメージ転換に向けた取り組みとして注目
- **大学の福祉系以外の学生に働きかけ、高齢者宅を訪問する見守り活動への協力で連携。**
 - 福祉系以外の学生の興味喚起と連携に成功。協力した学生が入職にもつながっている。
- **事業所の取組を SNS・ブログを通じて発信。その情報を見て、応募してもらえるケースも多い。**
- **介護に関する取組内容をネットや口コミ等の SNS を通じた情報拡散。**
 - 街の掲示板等は見てもらえない。

(3) 方針

- **介護・介護職に対する情報量を増やし、介護・介護職に対する正しい理解を促す**
→介護・介護職に関する一般への情報が不足しているため、ネガティブ情報が増幅
- **現在、介護に携わる人／介護職を志向する人が「介護職を選択したこと」に、誇りを持てる情報環境を整備する**
→介護を志す人が外部からのノイズのよって、脱落しない仕組みは最低限必要
- **介護や福祉という切り口以外での見せ方を検討する(社会課題・地域課題としての見せ方)**
→「介護」に関心のない層が多数存在。「介護」という言葉がつくものをスルーしてしまっている。
→社会問題、地域問題に関心のある大学生が、介護分野に興味を示す例がある

(4) 方策

- **ターゲット層のなかでの優先順位を付けて上での取り組みを行う**
→今回、若者層、子育てママ層、シニア層を広報ターゲットとして設定しているが、現場だけでなく、経営を支え、マネジメントを行う層として、介護業界を担う「若者層」への期待は大きい。
ターゲット層のなかでは、特に若者層を重点ターゲットと位置付ける。
 - **重要ターゲット:若い世代(高校生～大学生)の囲い込みに向けた情報環境整備**
 - ①介護分野への就職を志す若者層の妨げとなることを避けるため、一般層に対して、介護に関する誤解を払拭するための情報環境を整備
 - ②介護・福祉関係に興味のある学生の離脱阻止に向けた情報の発信
 - ・前述したように、介護分野への就職意向を持つ学生に対して、介護職を正しく理解していない(知識を持たない)周囲の大人(家族・親戚・先生)が反対して、就業を断念するケースが多い。
 - 大学で“介護を学ぶ学生”でさえ、介護事業者への就職を断念するケースが起きている。
- ⇒周辺からの雑音を排除できる(説得できる)情報整備と発信／資料の提供
→介護と介護職に関するデータ(エビデンス)を整理して活用

2. 介護の魅力を発信する際のアプローチ案（ターゲット別）

（1）若者層へのアプローチ案

【訴求内容／アプローチ方法】

- ・介護を志す若者層は、敷居の低さを求める層と、正社員として介護の道を究める層の2層に分かれると想定していたが、調査の結果、上記2つの意識はある程度重複していることがわかった。専門的な仕事として介護職を目指す層も、「未経験から始められる」点を高く評価している。
- ・介護に関心の薄い層も含まれることを考えるとアプローチの切り口として、「介護職のやりがい」という側面だけではなく、「介護職がいかに専門的で、その専門性が現場でどのように求められ、他の専門職と変わらず、プロとして扱われているか」をアピールする必要がある。
- ・現場の仕事だけではないことを伝えるため、「介護事業者にも、人事・総務・営業・企画などの部門がある」や「現場職だけではなく、マネジメントや介護にかかわる様々なポスト、グローバル展開する等、様々な選択肢がある」、「介護福祉士の専門性を高め、医療分野と同等の資格制度の整備が検討されている」等の情報を提供していくことも有効だと考えられる。
- ・女性に対しては、「働き方が選べる」点を強調し、特に正社員としての働き方を紹介する必要がある。男性に対しては、「起業のしやすさ」「高収入が目指せる」といった条件面もアピールできる。
- ・「残業が少ない」や「給料が飛びぬけて悪くはない」等、悪いイメージの払拭も必要。

【活用メディア】

- ・対象には、現時点で介護に関心の薄い層も含まれるため、「介護」ということを前面に出し過ぎない工夫が必要。そのため、若者層の来訪が見込まれる街中のオープンスペースでのイベントも有効といえる。
- ・介護の知られざる側面を Web サイトにまとめ、Web バナーから誘引する方法も有効と考えられる。

（2）子育て層へのアプローチ案

【訴求内容／アプローチ方法】

- ・雇用形態は「パート・アルバイト」を想定し、短時間から働ける等、職場の柔軟性を伝える必要がある。
- ・アピールすべき点は、「体力的・時間的に負担がない」融通の利きやすさと、「親の介護に役立つ」、「知識と技術が身につく」、「地域づくりも担える」着実にスキルが身につく点。
- ・介護が、負担のかかる仕事、しどい仕事というイメージを払拭する必要がある。
- ・この層の二大懸念事項は、「時間的負担」と「体力的負担」。実際にどの程度時間の融通が利くかや、肉体労働ではない仕事を示すアピールは有効と考えられる。
- ・給料や時間、休日の体制についても明確に示し、不安感を取り除く必要がある。

【活用メディア】

- ・この世代はネットと同程度以上に口コミの影響力が強い。メディア戦略と並行して介護の現場や仕事を「自分事」に捉えてもらう必要がある。その一環として、施設の一部をカフェとして開放し（コミュニケーションカフェ）、敷居の低い接点を設けることで、話題にしてもらいやすくする等の方法が考えられる。

（３）シニア層へのアプローチ案

【訴求内容／アプローチ方法】

- ・雇用形態は、「パート・アルバイト」を想定。
- ・アピールすべき点は、「時間的・体力的負担のない」融通の利く働き方と、世の中やコミュニティを『さりげなく支える』といった視点を含めた介護職の理念。
- ・この世代は、「3K 職場のイメージ」が他の層よりも強いため、その払拭が第一条件。そのため手法として、介護職の理念や考え方についての情報を充実させていくことは有効だと考えられる。
- ・周りの目を気にする傾向があるため、介護職を「専門的でかっこいい仕事」として紹介するのは、若者層よりシニア層への効果が高い可能性がある。
- ・シニア層（特に団塊世代）は自分たちが時代を創って来たという自負があるため、「若手（正社員）の補助」という訴求の仕方は避ける必要がある。介護を新しい形で支える「変革者」として持ち上げることが、この世代を動かすには効果的といえる。
- ・女性については、経験を活かせる点もアピールできる。

【活用メディア】

- ・この世代は新聞や雑誌が効く世代である。そのため、シニア層から支持されている雑誌等のなかで、介護に対する新しい取り組みを行っている同世代の人たちを紹介することが効果的。
- ・この世代は、口コミの影響力が強い。メディア戦略と同時に、施設をコミュニケーションカフェとして開放し、様子を知ってもらうことで、話題にもらいやすくする。