

滋賀県介護の魅力等発信部会 (令和2年度 第1回)

- 日 時 令和2年10月7日(水) 13:00~15:10
- 場 所 WEB 会議
- 出席委員 後藤委員(部会長)、東委員(副部会長)、本條委員、樋口委員、平尾委員、
中村秀樹委員、山岡委員、上村委員、河岸委員、岡戸委員、築地委員、原田委員
- 議題
 - (1) 介護のしごと魅力発信事業について
 - (2) 人材確保のための広報のあり方について

1. 挨拶

【事務局】

- 昨年度、この部会でどういった介護の魅力を発信していくかについて様々なご意見をいただき、イベントやテレビ放送の案としてアイデアをいただいたが、今年度は新型コロナウイルス感染症の影響により多くの事業が行えなくなり残念に思っている。
- 他方、感染症の流行の中で新たな問題も発生している。例えば、介護職員が家族から介護事業所で働くことをやめたらどうかと言われてたり、県外のクラスター発生を見たことにより理由なく危険な場所であるという風評被害もあると聞いている。
- そのあたりについても皆様がどのように思っておられるか、また来年度に向けてどのように事業を作っていくかについても忌憚のないご意見をいただきたい。

【各委員自己紹介】

2. 部会長および副部会長の選任について

- ・事務局から後藤委員を部会長に推薦する旨提案し、出席委員全員異議なく後藤委員を会長に互選
- ・後藤部会長が東委員を副部会長に指名

【部会長】

- 課長の挨拶にもあったように、今年度は皆様各々の立場でコロナ禍の激動の中でここまでやってこられたと思う。一方で、人材確保については待ったなしの状況である。
- 今期は半分以上新たな委員となったことから、新たな視点も加えて進めていきたいと思うので、積極的な参画をお願いしたい。

※議事の公開について昨年度と同様に県のホームページでも掲載することを確認

3. 議題(1) 介護のしごと魅力発信事業について

※資料2~6により事務局から説明

【部会長】

- 今年度実施予定であった事業を、令和3年度にスライドさせて実施するという。来年度の

今頃の状況はわからないところもあるが、皆様の総意をいただきたい。

- それを前提に皆様のご意見や、現時点の各団体での検討経過や今後の方針等をうかがいながら検討できればと思う。

【副部長】

- 事業内容をスライドさせることについては、新しい案を持っていなくどうすれば良いかは悩んでいるところなので、今の案に何か加えて実施できればと思っている。
- ちなみに老健協会の事業の現状としては、研修や派遣事業がほとんど行えない状況だった。自粛が緩和された時期あたりからオンラインで徐々に実施してきて、今はそれに加えてソーシャルディスタンスを取った集合研修も行っている。
- まだ計画段階だが、来年3月に老健協会の滋賀大会を開催しようと考えている。その中で毎年の研究発表に加えて、10年表彰やホテルでの懇親会を考えている。少し息が抜ける機会をつくり業界の楽しさもアピールできたらと思う。
- 先ほど滋賀大学経済学部3回生の学生2名が外国人の雇用について調査に来られていた。ついでに介護に対するイメージを聞いたところ、やはりあまり良いイメージは持っていないようだった。小学生の頃は祖父母を見ていて介護に対して嫌なイメージはなかったが、その後の成長過程でマスメディアによる影響を受けているように感じた。虐待などの報道による悪いイメージが植え付けられていると本人たちも言っていた。就職は安定した一般企業に勤めたいとのことだが、具体的な安定の定義は持っていないようだ。介護業界における安定を説明すると驚いていた。
- 若者をターゲットにイメージチェンジしていきたいと考えている中に、若者の考えを取り入れてできないのかということについて継続して考えていきたい。
- イベントに関して、昨年のイオンモール鈴鹿の介護フェアでも、イオンモールに人は集まっているが、イベントに人が集まっているかということは別なので、当事業においてもイベントに人が集まるような何かが必要。介護を前面に出しすぎると集まらないと思う。ロボット体験なんかは一般の人はあまりやりたいと思わないのではないかな。老健協会でも何か面白いことをできないかと考えている。

【委員】

- 先ほどの話の安定した企業について、学生からすると公務員などになるかもしれないが、介護はこれからずっと必要で、言葉は悪いが食いっぱぐれない。そのような話はイベントの中には入っていないので、例えばコロナ禍において一般企業が厳しい状況になる中、介護は常に人材を求めているというというような話もできたらと思った。

【委員】

- シニアファッションショーを連合会で予定していたことについて、今年度はコロナの影響で検討できていない。私自身としては来年度に実施できたらと思っている。
- ファッションショーのコーディネーターのフェイスブックによれば、10月9日の14時から小豆島の軽費老人ホームにおいて、オンラインでファッションショーを実施されるので、事務局や皆さんに情報提供させていただく。新型コロナの影響で開催をストップされていたが、最近動き始められた。

○それに伴い、連合会としても来年度に向けては動き出せると思う。

【委員】

○イベントについて、介護福祉士会の4月の会報で私と澤村委員を含めた実行委員を立ち上げるべく募集を考えていたが、緊急事態もあり現在は保留中となっている。

○介護福祉士会としては実演を行うということで、介護のイメージが無い方に対してはどういう実演が良いのか考えて行きたいと思っている。

【委員】

○社会福祉士会の現状としては、ようやく研修のあり方などについてWEBで開催するかどうかという段階なので、会議もなかなかできない状況にある。

○事業については昨年度から部会で検討してきた中で、せっかく原案としてまとめたものを実行せずに全く新しいもので、というのはもったいないので、まずは第1回をこうしたイベントが開催できるようにと思っている。

○イオンモール全体を使っていくということだが、介護の団体だけで進めるよりは店舗も巻き込んで一体となって開催している雰囲気が出せると良いと思う。

○昨年に視察に行った三重の介護技術コンテストはとても印象に残っているので、そうした企画が滋賀県だけじゃなくて全国大会のような開催もあれば面白いと思う。

○学生に関して、今年の春に高校を卒業して工場で働いていた方が介護で働きたいということで、うちの施設に見学に来ていた。高校の時から介護に興味は持っていたようだが、先生から勧められなかったのが工場に勤めたとのこと。やっぱり人と関わる仕事がしたいので転職したいという話を今日聞いていた。先生たちに対するイメージアップということも大事だと思う。

【委員】

○ケアマネ協については、コロナ禍の中でオンライン等により会議、研修などを行っていて、延びていた研修も少し再開している状況。来年度はケアマネの研修も大きく態勢が変わるという話も出ている中なので、ケアマネも落ち着けない状況かもしれない。

○人材確保について、こうした企画があるということは聞いていて、今年度できなかったものが来年度できればと思っている。ケアマネ協が担当するところは堅そうなところやなと思って見ている。なんとか通じるものがあたら良いなと思う。また、先ほどの話で店の人を巻き込むということで、例えばハロウィンの様にみんな同じ格好や同じものを身につけるなど、皆が楽しめるイベントが良いと思う。また、ファッションショーについては、見せてもらうだけではなくてバーチャルで疑似体験できるような要素もあればどうかとも思った。

○教育関連について、私も年1回高校にイメージアップで仕事の説明に行っている。教育現場や企業の方にも仕事を知らせてもらえば良いと思う。

○マスメディアの活用についても大事だと思う。YouTubeなどで簡単にアクセスできて身近に介護の事を知ることができると思う。

【委員】

○滋老協は3月の理事会で、イベントとマスメディア活用について会員の意見をいただくために文書も作っていたが、4月の状況になってから停止中。滋老協の研修もほとんど止まっている。

状況。人材委員会ではやっとオンラインで研修をしようという段階で、講師に依頼しているところ。オンデマンドの様にして各施設で一定期間視聴してもらえるようにする。研修内容は、他業種の方の中途採用の仕方やその後の定着を考えている。

- 事業について、来年度同じような形ですという中で、今の学生は就活などでもオンラインを上手に活用しているので、何らかの形でこれをオンラインで学生などに繋げることができれば、また違った参加者も見込めるのではないかと思う。県の就職フェアがオンラインでされたときに、学生が普段聞かないようなことを聞くなど積極的な姿勢が見受けられたとのこと。オンラインでもこのイベントに参加できるようなものがあれば、学生が魅力を感じて学校にも広がるのではと思う。
- また、福祉科でない学生の見学が結構ある。デザインなど特殊な学科の専門学校の先生の中には、学生の就職口がなくなってきている中で、むしろ福祉職も選択肢に入れるように勧めているようだ。

【部会長】

- 滋老協は、理事会と正副会長会という主要メンバーの会議以外は活動できていない中であるが、8月のクラスター発生施設への応援派遣を契機に、滋老協としての応援体制の構築が進んだあたりは、ひとつ大きな活動としてあった。これによって今後のクラスター発生に対してある程度対応できる状況がつくれた。
- うちの施設でも就職説明会にオンラインを取り入れているが、インターンシップもオンラインになってきていると聞いている。学生の参加のしやすさもあって相当広がっていると聞いている。現時点での話かもしれないが、そういったところの対応もスピーディにしていかないと人材確保が難しくなっていると思う。

【委員】

- 人材センターでも、7/18にオンラインの就職説明会を開催した。学生の皆さんはオンラインに慣れているが社会人にとっては難しそうという印象を持った。10月はリアル就職説明会を実施する。
- 他の取組においてもオンラインとリアルを選択に迷う中、介護は人と人とのふれあいの中で生まれるものなので、オンラインで伝わらないこともたくさんあるなど感じた。
- こうしたイベントは職員の方々も元気になるし、皆さんのイメージもアップするようなものになれば良いと思っている。
- 就職説明会において、初めて法人に1分程度の動画を作成いただいてYouTubeで公開した。法人においてもとても慣れており、とても上手で、再生回数も上がった。ほかにもLINE公式アカウントやTwitterを開設し挑戦しているところ。

【部会長】

- 介護のしごと魅力発信事業についてはこの部会でも検討していくが、ぜひ各団体のほうでも令和3年度の開催に向けて、検討の再開をよろしく願いたい。

4. 議題（2）人材確保のための広報のあり方について

※資料7により事務局から説明

※資料8により築地委員から解説

【委員】

- まず、皆さんがお互いの信頼関係を持って和やかに会議をされており、いわゆる役所の審議会とは雰囲気違って驚くとともに嬉しく感じている。仲間に入れていただければありがたい。私の専攻分野はいくつかあるが、その内のひとつが広報で、日本広報学会において滋賀県では唯一私が会員であるので、滋賀県においてこのような話をする機会をいただいたと思っている。
- 議題1での議論をうかがっている中で気になることがあった。介護人材の確保がこの部会の大きなテーマだと思うが、人材確保というのは他の業界との競争原理が働いているところなので、職場の魅力や業界内における人間関係の良さなどはメッセージとしては弱いものである。皆さんの仕事のイメージ向上と人材確保の問題とは切り分けて戦略を立てるのが大切ではないかと思いながら聞いていた。
- 安定について学生からの話があったということだが、委員の皆さんが認識している安定という言葉と学生たちが知っている安定という言葉とは、相当ずれがあるといえると思う。例えば学生は事業者を相手にしている企業、つまり消費者から見えない企業のことはほとんど知らない。学生たちが持っている情報というのは物凄く限定的であり、そうした中で、学生における安定という言葉は会社の名前が知れていることや規模が大きいことなどの程度の認識である。
- 広告を生業にしている会社が広告主の一番都合の良い情報を流している。その中に学生や大学の就職支援は組み込まれ、巻き込まれており、それ以外の情報が入ってこないようになっている。ここのところが人材確保の戦略を考えていくうえで重要なことだと思った。そういう意味で、イベントや特集番組というのは人材確保とは切り離して実施するほうが良い効果が現れるのではと考える。というのは、広報活動の最も中核的な目的に繋がっていくからである。
- 広報活動は信頼関係や信頼感を作り出していくことが目的であり、従業員に来てもらうことや商品を売ることは全く違うものである。後者は広告や宣伝という活動である。イベントの実施にあたっては、当事者の皆さんが自分たちの関係性や信頼感をより深めていくことを目的・目標にさせていただくことでより良いものになると思う。例えばテレビ番組の人物紹介は、学生たちに向けてではなくて、顔見知りの隣人や関係者の中の面白い人のより面白い話を引き出すということを通じて自分たちの仕事はこういう意味があるのかということお互いに考えるというような活動として実施されるのが良いと思う。
- 内輪をより濃いものにしていく中で、そこから漏れ出る情報というのは実はすごく魅力的なものである。人間は隠されたところにこそ魅力を感じるもの。どんどん見せれば良いというものでもないし、見せられすぎると嫌になる。やはり皆さんの分野が皆さんにとってどれだけ魅力的かというのをより深めていただければ、それをちらっと見た人が自然と深く踏み込んでくる。皆さんが面白がるのが一番大事。
- 戦略的には、そういうところを高校、大学の教員等にちらっと見せて興味を引かせる。食い込んできた人が伝道者となってくれると思う。
- 私も瀬田のフォレオの協力を得て何度もイベントしているが、施商業設を運営している側の人間は大きな問題意識を持っていて、視野も広く物事を理解する力も深くて、良い人材が担当している。そういう方たちを上手く味方につけられるよう、自分たちが面白がっているこ

とを彼らにも面白がらせるという戦略でイオンなども活用していくと、自然と担当者の方も他に声をかけてくれる。

【副部長】

○YouTube やテレビなどで広告していくにあたって、最初に考えていたのはCMの作成。企業の最近のCMは、企業とあまり関係のない内容を流していると感じるが、介護分野においてもアニメで作成できないかと思っている。アニメですることによって業界のイメージは変わると思うがどうか。

【委員】

- 賛成する。それは広告活動に当たるが、広告の中に広報的戦術が組み込まれるようになってきているということ。某建設会社のCMでいうと女性が主役であることが、男性だけの仕事ではないよという企業からの重要なメッセージになっていると思う。また、海外でのシチュエーションが海外志向の方へのメッセージにもなっている。
- ただ、この広告の場合は、好意的な印象を作り出すために、情報の取捨選択を意図的に行っている。広告においては、事実をある程度曲げていても許してもらえるが、広報においては、事実に基づくことが非常に重要。広報にそのような要素が入ってくるとすぐばれる。
- 実在の人物をアニメに置き換えたら伝わりやすいと思う。
- 介護のしごと魅力発信事業の予算はいくらか。

【事務局】

○令和2年度は1,500万円。

【副部長】

○イオンモールでイベントする中で、実施する側も楽しくすることはとてもいい案と思っているが、そのほうが効果的だということか。

【委員】

- 排泄の介護の方法などは、やはりプロが教えるとすごいと思うことがきつとあるのだろうと思う。それを互いに競争しあっているところを見せるなどもひとつ。また、綺麗に見せないということは実は大事じゃないかなという気はしている。見せ方については専門がいるので、テレビ局に頼むなら有能なプロデューサー等を獲得できるかが大事。
- 滋賀県の場合、マスメディア的に不利なところがあって、地域の放送は2局しかない。あるいはフリーのプロデューサーを探してその人経由でメディアを選んでもらうこともひとつ。

【委員】

○議題について、今までの認識を改めていく部分と今後どうしていくか、あるいは県に求めたいことなどどうか。

【委員】

○団体ですとなると難しいのかなと思う。社会福祉法人は地域に出ていることも多いが、意

見を吸い上げているかということ、なかなか難しい。地域から希望されたことをこちらが提供するようには増えているが、地域の中でも様々な団体もあり、ひとりひとりの意見もどのように拾うのか、なかなか今は思いつかない。

【委員】

○事務局から問題提起のあったのは聞く活動についてだが、実は私からはあまりその話をしていなかった。聞くという態度は大事だがその活動は難しいので、その話をし始めると混乱してしまうので、ここでは切り分けて話をしたほうが良いと思う。

【委員】

○連合会においても会員に対してはあるが、一般の方に意見をいただいたことはない。介護に関わっていない方に対する声を拾うのは難しいと思う。

○だからこういったイベントが、参加者や立ち寄っていただいた方に声を聞くきっかけになるのではと思う。築地委員の話聞いて今回のイベントは、広報的、長期的なものとして実施するのが良いと感じた。

○個人的な経験で7、8年前に青年会議所で子どもたちの夢を実現しようという事業をしていて、長浜市1,000人の小学生を対象に学校に訪問し夢を書いてもらった。当時の私たちは、子どもたちに夢はないのではないかと思っていたが、持っていた。恥ずかしいとか大人にばかにされたら嫌だとか、実現するわけないと思っている子ども、大人が真摯に向き合って声を拾うことで、子どもたちは自分の夢をオープンにしても良いのだと自信を持ってくれた。子どもはどのような職業があるのか知らない。スポーツ選手や美容師など、触れ合って輝いている人をイメージする。中にはスーパーのレジ打ちと書いた子がいて、理由を聞くと笑顔で楽しそうに仕事をしていたからとのこと。大人の私たちが楽しそうに輝いて仕事をすると、それに触れた方たちが憧れるのではないかと思ったので、今回のイベントもまずは自分たちが楽しんで継続的に実施していくのが大事ではと思った。継続してする中で、ぜひ長浜、彦根でも実施していただくことも考えてもらえたらありがたい。

【委員】

○介護福祉士同士の横のつながりはできていると思うが、当会としても県民の方に意見をいただいているかということ、できていないと思う。

○今回草津のイオンだが、継続して色々な場所で実施できたらと思う。

【委員】

○当会も一般の方に対する発信は少ないが、唯一ソーシャルワーカーデイというのが年1回あって、県民の方も参加できるような研修会を実施しているが、参加者の1%いくかどうか。結局、専門の方ばかりが参加されている。

○介護や福祉の業界は、広報でも宣伝でも下手な業界だと思っている、どこもノウハウを持っておらず難しく感じている。どういう形が良いのかはわからないが、良い形ができれば団体や事業所単位でも同様に使える道筋になれば良いなと思っている。

○来場者へのアンケートも興味のある方なら書いてくれるが、結局は目の前にメリットを出さないと食いついてもらえないと思う。就職フェアのクオカードのようなきっかけが必要では

ないかと思う。

【委員】

○ケアマネが利用者と接することはあるが、当会としても一般の方に話を聞く機会はない。ある利用者から話を聞く中で、言っても無駄だから言わないわ、と言われたか継続して話を聞くといろいろな地域の事情を話していただいたことがあったので、聞く場所というのは作っていかないといけないのかなと思った。今後、広聴というところも意識して取り組んでいければと思う。

【委員】

- 先月、採用における動画の話を聞いたら、最近の若い方は活字を読むことがなくて、動画だとずっと頭に入ってくるとのこと。例えば、採用に向けて、社内の連携や仲の良さをノーカットで撮影している企業もある。
- このイベント自体を、動画で撮ってYouTube等で公開していくと、楽しんで実施していることがわかるのではと思う。
- 先日のメンター育成研修の参加者が、君はお年寄りに好かれる笑顔を持っている、と言われたのがすごく嬉しかったと教えてくれた。私はその人にとっても興味がわいた。そういうところをわかりやすい動画などにしていくことがいいのではないかと思う。

【委員】

- 聞くという行動をとるのはもちろん大事だが、それは何のためにするかが大事ということ。いわゆる役所の広聴活動というのは市民を当事者化するための活動である。市民は単に行政サービスを受けるだけではなくて、行政に何を求めるかを語ることによって当事者として自治に参加してほしいという考え方が根っこにあるはず。だから介護に関連して、他者から話を聞くということが、最終的に何をもちたかということ、社会を構成する皆さんが自分事として考えてもらえるようにするということである。それはマーケティング的にお客さんのニーズを知りたいから聞くという程度の聞き方だと、かえって振り回されてしまうし、しんどくて面白くなくなると思う。聞くという方法は色々あるが、方法論に縛られないようにしたほうが良く、しっかり心を向けているということ意識していれば良いと思う。
- 他方、介護の日というのは今回初めて知った。厚労省のホームページで調べていて、介護の日というのは誰のための日なのかとふと思った。フライデーオーバーションのように介護の現場で携わっておられる方々に感謝する日が、11月11日であって良いのではないかと思った。

以上