

滋賀県介護の魅力等発信部会 (令和5年度 第1回)

○日 時 令和5年7月6日(木)10:00~12:00

○場 所 WEB会議

○出席委員 河岸委員(部会長)、岡戸委員(副部会長)、後藤委員、山岡委員、北川委員、山委員
樋口委員(東委員代理)、堤委員

○途中退席 築地委員

○オブザーバー (株)JR西日本コミュニケーションズ

○議 題

(1) 令和5年度介護のしごと魅力発信事業について

- ・令和5年度事業の提案内容の報告
- ・提案内容に対する意見交換

1. 部会長および副部会長の選任について

- ・事務局から河岸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河岸委員を部会長に互選
- ・河岸部会長が岡戸委員を副部会長に指名

2. 議題(1) 令和5年度介護のしごと魅力発信事業について

【主な事業内容】

①しがけあアンバサダー

- ・Instagramによる発信、しがけあフェスタ出演等
- ・SNSに疎くない若者で基本20歳代の男女を予定

②しがけあ学生プロジェクト

- ・しがけあフェスタの企画運営、ブログでのPR、介護のしごと体験・レポート等

③平和堂との連携

- ・しがけあフェスタのイベント会場、しがけあ展示キャラバン等

④しがけあフェスタ

- ・11/25 ビバシティ彦根にて(ステージ・体験ブース・展示ブース)

⑤著名人によるPR(適職診断の代替案)

- ・動画をしがけあ特設サイトへ

【主な意見】

①しがけあアンバサダー

- WEB、SNSの活用は、高校生、専門学校生、大学生には良いと思う。もっと、ターゲットを絞り、介護の魅力を“WEB、SNS”ではどうすればいいかを考えられればと思う。
- アンバサダーを介護職がすることは、魅力発信が他人事ではなく私事になり、良いと思う。
- 例えば、「異業種から介護の仕事に来ました。」というテーマで募集し、「なぜ、介護業界にきたのか」「どんな魅力を感じたのか」現場で働いて「実際、介護業界はどうだったか」を、発信できても面白いと思う。
- ケアマネ業界は20歳代の方がなかなかいないので、候補が見つかるのかと思うが、介護職の中から魅力のある方が出て貰いたいと思っている。
- 昨年度も学生をポスター等に使っていただいたが、介護を目指す若者をもっと増やして行かないといけないので、アンバサダーの写真の間に、学生が実習中の写真等を織り交ぜて貰えるとよいかと

思う。

- 今の時代、ダイバーシティなので日本人だけでなく外国人就労者もアンバサダーの中で取り上げられないかと思った。
- これからを考えるとアンバサダーは良い取組だと思った。これを、ブランディングというか継続的に取り組む観点でも、ユニフォームを揃えたりして、統一したこれからも継続できるような展開に仕上げていくような形の方が良いと思う。
- 千葉県や静岡県では、アンバサダーと役割がよく似たものがあり、その人達が小学校から大学まで、色んな現場に出向き、出前授業などを魅力発信する活動をしている。そういう地道なことが、実は一番大事だと感じている。
- アンバサダーの発足は簡単ではない。他の長期研修に参加した職員が、最終的に指導者になっていく事に若干似ていると思うが、それには、法人や施設等のバックアップし、アンバサダーが活動できる環境づくりをしてあげる前提があるので、その辺りもきっちり作り込みし、事前開示も必要である。アンバサダーが気持ちよく活動できる場所作りがポイントになると思った。
- 面白そうと言ってくれる介護職員もいると思うが、もう少し対価があればよいと思う。私たちや私たちが所属する団体の理事長等に、探してほしいと依頼すると思うが、声を掛ける側として、メリットや魅力の材料があればと思う。
- アンバサダーとして関わることによって、インスタの使い方、情報発信のノウハウを吸収することで、各事業所に戻った時に情報発信力を向上する為の経験値やノウハウを習得したメリット感はある。採用媒体として、各法人に利用できる人材養成の観点もあると思った。
- 法人や施設の理事長等は、枠組みを結構言うので、研修企画や活動量等を、具体性がないと出さないとと言われる。
- インスタグラムについて勉強してから実施していくと思うが、施設の方針等で協力が得られず、写真や動画がアップできない状況が出てくるかもしれない。
- 以前、介護職員でアイドルグループや劇団を作って活動していければと話をした。アンバサダーが上手く集まり、活動していけるのであれば、すごく大きいアピールになると思う。滋賀県にチームエンパワーメントという存在もあり、曲を作ったり、プロの振り付け師もいると聞いているので、本格的なユニット化も構想としてはできると思う。適任者が集められるか、活動の場をしっかりとバックアップできるかが一番の課題だと思う。
- 特色ある人材を求めて間口を狭くするよりは、自ら介護職の魅力が発信できる意欲があるかどうかを重要と考える。仕事をしながらなので、そこだけは抑えて考えてもらう必要がある。
- 各法人で、採用活動をしている時に、若手職員のキーマンを作ろうとしていることは確かなので、各事業所で、1人はアンバサダーを育成しましょうとメッセージもありと思う。

②しがけあ学生プロジェクト

- 介護職を目指している学生を、前に押し出すと若者に向けて発信できると思う。学生は、機動力・実行力があると思う。学生が実習中の写真や動画を流すということもできる。芸人になった卒業生がいるので活用いただきたい。
- 小学校の先生方も、福祉の教育は小学生から始めないといけないという思いでいる。

③平和堂との連携

- 平和堂でのパネル展示について、労力の割には、伝わらないと思う。一般論として、工夫の余地があると感じた。
- 昨年度の「しがけあ」パネル展示は面白かったと思う。職員紹介パネルは良かった。通りすがりの方も見られていたので良かったと思う。

- 一昨年、昨年と平和堂と連携できたという話がでていたので、今回連携できることになり、よかったです。昨年は、滋賀レイクスと連携できたので、今後もその繋がりを維持できればと思う。
- 平和堂は、地域社会の課題を解決しながら企業成長をめざしておられるので、是非、この地域課題と一緒に解決していただきたい。自走化に向けて、このの繋がりを太くできるかが重要。すごく期待しており、一緒に繋がりを深めていきたいと思う。

④しがけあフェスタ

- 昨年度、イベントに参加したが、若い世代がターゲットであったが、子供が小学生・保育園児のファミリー層が多い印象があった。高校生、専門学校生、大学生の参加は実際どうだったのかと感じた。
- 一昨年からの「しがけあフェスタ」体験ブースが、個別から昨年は複数団体になったが、今年は進化できればと思っている。オール滋賀でやってもいいと思っている。

⑤著名人によるPR（適職診断の代替案）

- 企画全体として、インパクトに弱さを感じる。オブザーバーから提案があった「適職診断」は、費用対効果が薄いのではないかという事で取りやめ、その財源を経費に当てるイメージである。アンバサダーと著名人の二択ではなく、両方というのが前提であるが、著名人も年間を通じて関わって貰うのは予算的にも難しいとオブザーバーから聞いているので、単発的な情報発信になる。
- 介護職員の魅力を発信するのであれば、現場の介護職員の“「しがけあ」アンバサダー”を発信していく方が良いと思う。
- Vチューバーとコラボして、若者に大きな反響があったと実感している。自分の子供たちも、毎日、YouTubeばかりでテレビを見ない生活を送っている。職員からも反響があり、SNSの活用は大きいと感じた。
- 今後を考えた時に、著名人を起用する予算があればいいが、アンバサダーをいかに充実させるかという視点も大事である。
- 1回のインパクトは強いだろうし、幅広い層というのもあると思うが、「しがけあ」として若者世代を主とするのであれば、インフルエンサーを起用するもの良いかなと思う。
- 著名人の起用も、人の目を惹きつける意味では良いと思うが、そこに経費を使うのであれば、アンバサダーの活動に経費を回して貰えると、より良いものが出来上がる。

⑥しがけあサイト（オブザーバーより）

- （今年度計画に漫画コンテンツがないことについて）しがけあサイトにコンテンツはストックできている。コンテンツよりも、自走に向けた活動のコミュニティ作りに注力をしていった方が良いと思いき、コンテンツ案よりも優先しているプランとなっている。
- アンバサダーの企画もそうだが、ポスターに入りきれない情報を、新たにアンバサダーコンテンツとして新設する。
- しがけあ学生プロジェクトは、実際の施設で介護の仕事体験をレポート化し、リアルでのパンフレットにし、デジタルパンフレットをしがけあサイトに新設する。
- 引き続き、びわこ学院大学の学生に協力してもらい、しがけあ学生プロジェクトサイトを更新し、順次ブログ更新を実施できたらと考えている。

⑦介護業界内からの認知度

- コロナ禍を言い訳には良くないが、しがけあプロジェクトの県内認知状況の介護職員の26.7%は、話にならない数字である。業界として盛り上がることを、この1年間で具体的に考えないといけない。団体の役員会でもしがけあプロジェクトの説明をするが、漠然とした意見しか出てこな

い。役員も一緒に歩んでいかないと、自走化は見えてこない。

○しがけあプロジェクトの介護職員の認知度は、はっきりと目標数値を設定し、みんなで達成を目指す方がよいと思う。体感的には、介護職員の半分以上は知ってもらえるような事業にしていきたいと思うので、目指す数値として設定できればと思った。

○昨年度、周囲の介護職に発信したが、興味がなく、「自分たちは、関係ないでしょう。」というスタンスで、知るきっかけにもならないし、名前を調べようとしないう、深堀もしないという印象があった。「やる人がやっていて、自分たちは現場で頑張っているからいいよ。」みたいな雰囲気もあったと思う。

○介護業界内からの認知度が課題である。いかに認知度を高めていけるかで、昨年からも出ているインナー広報がポイントで、業界の中で、この取組を知っていただき、これから、アンバサダーが発信していくSNS等で“いいね”をして、自分たちがやっていくという“当事者性”を持って貰う事が、肝だと思う。

⑧介護の仕事の魅力

○どの業界も、自分の業界が素晴らしいというが、何事も相対的に判断しないといけない事が多く、多職種より、介護の業界のここが良いと、訴えられる方が多い。この業界の良いところは、自分の時間が持てる。従来から、365日24時間、利用者様に対しサービスをしないといけない背景があつてこそ、シフトがしっかり確立されているという事が、強みと思う。共働きが前提として、夫婦共働きで自分の時間が持て人生設計が立てやすいのが、この業界の強みと思っている。

⑨自走化に向けて

○来年度から自走化というところで、1番はお金で、協賛金やスポンサーを増やして行けるのかも課題の一つだと思う。

○協賛金となると、協賛者に対しメリットを提示しないといけないと思う。企業から得ようとする、しがけあサイトへのバーナー等のプランを作って、ホームページでバーナー募集のコンテンツを作ったり展開を作って行かないといけない。

○レイクスターズとも繋がりができているので、活かせるよう到来年度に向けて検討をお願いしたい。

3. 今後の予定

- ・アンバサダー募集要項を作成し、企画や活動スケジュールを示した上で、募集する。
- ・第1回しがけあフェスタ連絡調整会議を開催する。