

滋賀県介護の魅力等発信部会 (令和2年度 第2回)

- 日 時 令和3年2月2日(火) 15:00~16:40
- 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、平尾委員、中村秀樹委員、山岡委員、中村真理委員、上村委員、澤村委員、河岸委員、岡戸委員、築地委員
- 議題
 - (1) 広報のあり方について
 - (2) 介護のしごと魅力発信事業について

1. 挨拶

【事務局】

- 今年度は、滋賀県レイカディア滋賀高齢者福祉プランの見直しの年で、パブリックコメントも終了し大詰めを迎えている。介護予防や重度化防止の取組、共生社会の観点も含めた認知症の人やその家族に対する取組、サービス提供環境の整備等々、2040年を見据えて進めることとなるが、改めて最重要は人材と思われ知らされた。
- 現時点では2040年に本県で9千人を超える人材不足の見込みで、これは生産年齢人口の減少に伴うもので、入職者数よりも退職者数が多くなることが理由。2030年頃に頭打ち、その後、減少に転じる見込み。
- 前回、広報・宣伝・広告について議論いただいたが、こうした見込みの中で、当部会の果たす役割は大きいのではないかと考えている。
- ワクチン接種も始まるが、秋ごろには、感染症が一定収束していることを願いながらも、そのときそのときの状況に応じた開催も見据える必要もあると思うが、今後とも皆さまのお力添え、様々な観点でのご意見・ご提案をお願いしたい。

【部会長】

- 現場では相当緊張感がある中ではあるが、今日は切り替えていただいて、厳しい状況であるこれからの人材確保を何とかしていかなければならないので、自由に活発にご意見いただければと思う。

2. 議題(1) 広報のあり方について

※資料1により事務局から説明

【部会長】

- 前回の議論を踏まえて整理いただいた。我々事業者には自らの魅力を高める活動の一環として参画してほしいということ。また、我々自身が魅力を理解していくということで、目標であるイメージ向上に向かってはどうかという提案であると思う。
- 特に前回、委員からご指摘いただく中でこういった一部修正をしていただいた。
- 今回、初参加の委員はどうか。

【委員】

○どうしても自分の都合の良い発信に偏りがちなので、そこを意識して伝える方法を考えていく必要があると思った。

【委員】

- 前回配布の資料で広報学の分野で、広報と宣伝と広告を分けて議論いただいた。少なくとも宣伝広告と広報は大分違うのだと皆さんに理解していただいたところ。我々大学の業界でも宣伝のことを広報と呼んでいる。それはやはり学生募集において、宣伝臭がしたら嫌だというような危機感があって広報という言葉を使いがちだが、よくよく考えると大分違う。
- 広報の一義的な目標というのは、信頼を作る、信頼を獲得するということ。そのために正直なコミュニケーションをとるとというのが基本。正直なコミュニケーションをすれば、自ずと信頼は作り得るということ。
- それに対して広告というのは、自分たちの良いところをよりよく見せる。そのために演出をしたり、あるいは見えないようにしたりするのも許される。それは発信する側と受ける側が相互理解の上で、お金が動いていることを前提にして行われるもの。
- 広報と広告はごっちゃにしがちだが、根本的に違うというところはよくよく理解いただきたい。
- そのうえで、それぞれ進めて行こうというのが今回のご提案。一の項目は信頼を得るために正直に実態や思いを伝えることを通じて、より多くの方に当事者になってもらおうという趣旨。それは単純にその職に就こうという人達だけではなくて、社会全体だと思う。例えば、納税者が税金の中から介護、福祉関係にお金が流れていくことに対して、当事者として理解すること。一方、二の項目は、良いところをより良く見せる、悪い部分も上手に伝えるということが大切だと思う。
- 議題と少しずれるが、二の項目での安定した職業であるということについて、この中身の伝え方は工夫が必要で、あるいは伝え方によっては面白いことになるなど感じた。具体的には安定した職業というのは、人によって受け止め方が違うと思う。特に介護職の場合、毎月の報酬が安いという印象が社会的に浸透していると思うし、実態もそうだと思う。しかし、安定しているということは、例えば生涯働き続ければ生涯報酬がどうかということ。大学教員は給料高いように思われるが、実は正社員になるのは平均45歳なので働ける期間は短く、それに至るためのコストは高い。安定ということの伝え方で、例えば生涯報酬で伝えるのもひとつと思う。そのあたりを工夫していくと、金銭的にも魅力があるというか、金銭的な不利もさほど大きくない、なども見えてくるかもしれない。さらには、広報の側から伝えていくとすれば、そんなに安いのかということで、だったら自分たちが納めている税金からもっときちっと負担しようという世論形成にも繋がっていくと思うので、事実を把握して伝えていくことは広告と広報の両面において重要と思う。

【部会長】

○広報に関する整理は、各団体に持ち帰って伝えていただいて、出発点を作るというのは大事と思うので、各委員にはよろしく願いしたい。

【副部会長】

○先日、学生からお話を聞いて、やはり私たちが考える安定と学生の安定のイメージは違うと感

じた。安定の具体は無いようだ。介護に関してはイメージが無い。

○当部会において、広報と広告に分けてどのように伝えていくかは大事であり、長年業界にいる私は頭が固くなってしまっているの、今の若者たちが何を求めているかを感じながらこの事業も進めないと、これからの人材確保にもつながらないのではと思う。

○学生が言うには、TikTok を使ったらどうかとのこと。体操している様子を写すだけでもイメージ変わるのではとのこと。

【委員】

○今年度はコロナ一色なので、団体内で魅力発信の部分を話す機会があまりなかった。

○当会は、色んなサービス事業所が会員となっており、事業所によって事業所のイメージが違うと思うが、介護としての部分は変わらないと思うので、若い方に魅力を発信していくことについてなど、来年度まで時間がある中で議論して内容の濃いものにしたい。

【部会長】

○コロナ後になっても元に戻らないと言われる中で、介護現場の今がどのように映っているのか、学生や一般の方々にどのように映っているのか、というのは私の中では気になる部分。そういう中で、具体をどうしていくかを考えないといけないと思う。

【委員】

○イメージアップと人材確保が混同した話になるが、コロナ禍で飲食業界などの仕事が減っていく中で、予想では介護業界に流れてくると思っていたが、自法人だけかもしれないが無しに等しいほど人が来ない状況。

○病院や施設でクラスターが発生する中で、メディアの発信の仕方にもよるかもしれないが、その職場は怖いというイメージによって人が来ないのではと思う。この事業の話はコロナ禍の前から進めていたものだが、コロナ禍以前から出ていたイメージアップという捉え方と、今後もコロナ禍を引きずるだろうという中でイメージアップというのも考えないといけないと思う。

3. 議題（2）介護のしごと魅力発信事業

※資料2～5、参考資料により事務局から説明

・イベント関連

【部会長】

○各団体の検討状況や考えていることを、進捗が難しいことも含めて発言いただきたい。

【副部会長】

○老健協については、会議で話し合いを重ねてきたが、やはりコロナの話題が中心なので中々進んでいない。以前からあった案は、マスク作りと手洗い指導をソーシャルディスタンスとりながら看護師等が実施するもの。また介護の日をアピールできるような景品なども考えている。

○ついでにお話したいのが、昨年度に見に行った三重県のフェアでは、イオンモールには人が

いるが介護のイベントには人は集まっていなかったのもったいないと思った。介護をしている人には興味持てるが、そうでない人にはロボット等見せられても通り過ぎている様だったので、もっと一般の企業を入れたらどうかと思う。やはり若い子たちに来てほしいと思っていたので、知人がいる人材紹介会社にも入ってもらえないかという話もしている。ギブアンドテイクなどところがあるが、人材紹介会社にとっては事業所と接触できる、一方で人材紹介会社の顧客に対して周知をお願いするという事。そうすることで若者たちが集まるのではないか。人材確保でなくて良いので介護をアピールできないかと考えている。実際に呼ぶかどうかは決まっていないが、そういうところからアイデアをもらうことは必要ではないかと思いついていた。

【委員】

○委員とはビンゴゲームはどうかや、ケアワーカーの一日の働き方をプライベートも含めて動画に撮るのはどうかと話していた。

【委員】

○団体内で当事業の報告はしているが、理事会でもコロナと応援派遣が中心になっているのが現状。滋老協の人材委員会において検討の準備はしたが、一切集まれている。一年前の理事会ではいろいろ提案等も出ていたが、そこで止まっている。

【部会長】

○各役員にはこの事業を共有しているが、進んでいない。集まればコロナや応援派遣の話題。形として実行委員会を立ち上げて取り組もうということは決まっているので、一部の者が関わるのではなくて、極力多くの会員に参画いただくような取組にしたいと考えている。
○副部会長が言われたように、様々なネットワークを使ってより広くきっかけが掴めるようなことは大事と思う。

【委員】

○連合会の役員会でもこのテーマは中々話せていないが、当会としてはシニアファッションショーを運営するという事とそのコーディネート会社を見ていると、ファッションショーは軒並み中止されている。その代わりに、オンラインファッションショーを始められて、会場に多くが集まるのを避けて、オンラインでの映像で高齢者等の姿を見るという展開に切り替えておられるので、その方向も含めてコーディネート会社と協議していきたいと考えている。
○アフターコロナの中で、ファッションショーの会場に多くの人が集まってもらうのが可能なのは非常に心配している。
○輝いている高齢者を見ていただきたいし、関わる人も楽しそうにしていることも見ていただきたい思いはある。

【委員】

○介護福祉士会ではイベントの実行委員を会員から募っていかうとなったが、去年の緊急事態宣言が出た中やコロナ禍の中で、イベントに参加するような前向きな返事をいただけないのが現状。
○イベントで人に集まっていた方法として、子ども連れの親に覗いてもらえるように風船を

配ったらどうか等の意見はあるが、今の状況を思うと手渡しがどうなのかと悩ましい。

【委員】

○社会福祉士会でも去年に理事会で、社会福祉士は相談援助の部分だから、何でも相談のようなブースくらいかなと話していたが、東副部長が言われたように三重県のフェアでは、ブースの集客に偏りがあり、集まっているところは試食や測定、ビンゴだったことを考えると、誰がこのイベントで相談しに来るのだろうかと思った。相談援助にこだわるのではなくて、もっと違う形の関わり方で、社会福祉士らしいというよりも福祉業界として何か楽しみの部分で関われないか再度考えたいと思う。三重県のようなビンゴやウォークラリー形式も参考になると思う。

【委員】

○前回の部会について団体で報告はしたが、具体的な相談はできていない。
○現状において、ブースにどのように人が来るのかということや、相談自体は難しいと思うので一般的な説明になると思うが、どのような方法で伝えるか、何ができるかを考えたいと思うので、他の団体とも足並みを揃えさせてもらえればと思う。

【部会長】

○現状の中で、絞り出していただいている感じである。イベント会場やレンタルスペースに特に変更はないと思うが、事務局どうか。

【事務局】

○コロナ対策については、オンライン等の通信技術を使っていくことになるだろうと考えている。そのための環境整備はイベント運営委託の仕様の中にも含めたいと考えている。
○今年度中に、どのような項目をしたいかをお示しいただければと考えている。

【副部会長】

○あと2か月では難しい。とりあえず挙げておいて、後で変更するしかないのかな。
○コロナの中で中々考えられないだろうし、空席にしておくわけにもいかないし。うちも手洗いは一応挙げておいて、また変更するかもしれない。連合会のファッションショーもリアルでしたいが、当日のコロナの状況もわからないし、ファッションショーをするという形で置いておいて、各団体でもブースをとるなど案の中でできることを挙げていただくしか今年度は仕方ないと思う。来年度進めて行く中で変更は可能と思う。

【委員】

○去年同様に今年もコロナの状況で、体制が難しいという判断もあり得るか。中止もあり得るか、やり方を変えて必ずするという事か。

【事務局】

○次年度にはできるようにやり方を考えて実施したい。他のイベントで言う完全オンラインで視聴するのみのものもある。

【委員】

○広報というところだけを考えれば、リアルな対面でのやりとりというのもそうだが、TikTok や SNS などでも広報は可能かなと思う。そこは一緒だと思うので、リアルが難しければ、YouTube などの5秒程度の広告などの活用も一つと思う。

【委員】

○一つはターゲットが介護のイメージがない若者となっていることについて。私も普段学生に触れているが、彼らの進路選択において親御さんの意見の占める比重はめちゃくちゃ大きく、親に忖度して決めているみたいなどころがある。だから親御さんの目にどう見えるかを意識して、そこを変えていくという戦略が必要と思うので、今回のターゲットは将来介護職に就くであろう人たちの親御さんの世代にするのも一つの手と思う。

○もう一つが見せる中身の話について。私も介護の当事者であり施設を利用しているが、そこで目の当たりにした一つに、感染防止のための具体的な消毒などの施策についてプロフェッショナルとしての知識や意識を当然お持ちで、徹底した対応をされているというのが大変印象的だった。そこから思うのは、もしも来年度も今のような状況が続くとして、イオンモールでやるのなら色んなことを言うよりも、とにかく消毒の仕方や手洗いの仕方、感染防止の方法などに絞ってプレゼンというか体験コーナーを開くのも一つではと思った。その際に介護関係の皆さんだけだけではなくて医師会や看護師会などの人たちも横にいてもらって。消毒、感染防止と言えば介護もプロなんですよというメッセージを伝えるのもありかなと思った。感染防止は今後、状況が動いていくと思うので、10月だと感染防止ではなくてまた違う問題が出ているのだと思うが。個々の団体がそれぞれやるというよりも、全体として絞り込んで、一般の皆さんが今一番悩んでいることに焦点を合わせるようなアプローチがありかなと思った。

○三つめはTikTok や SNS の活用について。これはやはり積極的に活用していくべきだと思う。それこそ若い人たちがどんどんやってくれるので、任せてしまったらよい。ただ一つだけ約束事を決めておいて、この一言必ず入れてね、とかでやっていく。また同じような発想で会場でするなら、若い介護職の方々に何か一言メッセージを出してもらうようなコーナーを作る。その際にこれも文字数決めて、五七五七七では古臭いので20文字とか面積とかフォーマットを決めてそれに合わせて出さないと伝えると、意外と色々発想して工夫してくれるものだと思う。それはTikTok が流行っている理由とほぼ同じ。フォーマットを決めてそれに合わせさせることでむしろ発想が広がるし、受ける人とのコミュニケーションも展開していくものと思う。

【委員】

○昨年度の委員の方はご存知かと思うが、コロナが流行る以前に、むすびフェスアンドマルシェということで半年に一回、福祉関係者が中心になってブースやマルシェを開催したりCDを出していたが、今年は中々できなかったの、今般、Heart of the worldというYouTubeチャンネルを設立した。1月17日に作ったが、今日現在で再生回数は2,000回程度で関係者以外にも伝わっていると思う。

【部会長】

○締めとして、最低限のレンタルスペースは変更せずに手配していくということ。追加で声をか

けていく関連団体や一般企業等は、コロナ禍で難しい面もあるが事務局に一任するという
ことで確認させていただく。

・テレビ放送関連

【部会長】

- 資料を見ながらちょっと妄想が膨らんだ感じはあるが、介護現場やそれぞれの職場でこんなことあるの、みたいなこともあるので、それを再現ドラマにするのかインタビューにするのかわからないが、面白い話は介護現場や職場にあるのではと思うので、そういうところから発信できるものがあればと思う。実際にあったことを上手く発信できると良いのかなとも思う。
- あと、副部会長のほうでアニメについて追求していただいたので、それについていかがか。

【副部会長】

- アニメにこだわっている理由としては、若者に伝えるという方法として入りやすいのではないと思う。事務局が考えた例も、全てアニメーション化すれば綺麗に見せることができると思う。
- 先日、京都精華大学や京都国際マンガミュージアムにも話を聞いてきた。アニメは非常にお金がかかるといのは痛感した。また、学生にはなかなかできなくて、やはりプロでないと作業できないようだ。ただ、大学やミュージアムにも、今後の介護のためにという考えを伝えたところ、その仕事自体には乗り気であったし、そうする方が良いとのことであった。
- テレビで県内に放送するという案であったが見てもらえないと思うことと、介護職をしている我々にとっては面白かったり共感できたりすると思うが介護を知らない人たちにとってはそうではないのではと思う。YouTubeで流すだけで十分ではないかと思う。私の提案としては予算の範囲内で、テーマを絞ってアニメーション化して、YouTubeや各団体から発信していった方が良いかなと思っている。
- 紙芝居形式のアニメなら予算を抑えられるが、それならあまり伝わらないと思う。どこまでの質を求めることができるかわからないが、県内にもアニメーション会社があるようだ。実現できるかわからないが、ノンフィクションのストーリーをアニメ化してもらおう。テーマも皆さんに絞っていただいたもので。

【部会長】

- アニメだと予算がかかり、これだけのテーマ数は難しいので、三つかいくつかに絞ることになるかという話であった。大きく変わる提案だが、皆様のご意見はどうか。

【委員】

- 良いと思う。京都デザイン専門学校の学生がインターンシップに来るが、アニメーション科の子たちも多くてそういうことには興味を示す。
- 私なら、他職種の映像がテレビで放送されたからといってきつと見ないと思う。私はこの業界にいますので、こういうものをすれば面白いかなとか思うが、他の人が興味を示すかイメージが湧かない。アニメであれば若い人がYouTubeで見たときに良いのではと思う。
- そういうアニメをアップした時に、例えばインスタグラムの広告は有効だと聞いているので、

併せてそういうお知らせを載せておくと、学生も動画を見てくれるのではと思う。

○たくさんのテーマはいらな思っていた。ある程度絞って出してあげた方がイメージしやすいこと、実物よりアニメの方がイメージは広がると思う。

【委員】

○先程言われたように、私もInstagramやYouTubeのコマーシャルで福祉の動画等をあげたほうがイメージはつくと思う。今の学生はあまりテレビ見ないと聞いている。

【委員】

○私も同意見。YouTubeは若者だけではなくて実際私もよく見る。先程出ている親世代も見るので、そこにも届くのではないかと思う。

【委員】

○反対はない。制作段階で若い人たちも巻き込んでやっていくことも良いことと思う。また今の段階で事業者協議会の各圏域から推薦者を挙げるのも中々難しい状況もあるので、その計画ならスムーズに進めて行けるのではないかと思う。

【委員】

○5分を12話というのはテレビで流すには尺がもったいないと思う。それならばYouTubeで事業所ごとにみんなで踊りながら発信してもらおうと、広告になるが事業所にとっては仲良しアピールができる。大変そうだけど楽しそうだというアピールに繋がるのではと思った。

【委員】

○実物の人にお願することも可能だとは思いますが、いつからつまで放送されるのかということも、当人にとってはプレッシャーになると思っていた。

○やはりテレビよりはSNSを使うのが良いと思う。

【委員】

○一番とつきやすいのがYouTubeで、さらにアニメ化ということでした方がみんな見やすいと思う。

【委員】

○建設会社のCMを見ていてもやはり目を引く。今、人が出る動画は色んなところで取組みも進んでいて、色んな団体があげているので、あまり目を引かず流れるよりは、アニメのような新たな形は今の段階であれば目を引くと思う。

○またアニメなら一定この部会の想いが反映できるし、美しいものが作りやすい気がする。この場で意図したことを出演者ができるかどうかは難しい場合もある。

【委員】

○反対はない。私はYouTube世代ではないが、最近実はケアマネ協でもYouTubeを始めた。

○ストーリーがあれば見るとし、皆さんの出来事を織り込んでもらって作ってもらえればい

いのではと思う。うちも誰に頼むのかは難しかった。エピソードは出せるが、自分が出るのはとてもじゃないが、という状況。

【部会長】

○問題はストーリーを考えていかないといけない。

【副部会長】

○質の高いものは難しいと思うが、少しでも見やすいものができればと思う。皆さんの方からはいろいろなストーリーを出してきてもらって、それを皆で選べたら良いと思っている。

【部会長】

○予算はどうしても限られるが、滋賀県の介護業界はアニメつくったらしいよ、というのは単純にすごくインパクトがあると思うので、良い話だと改めて思っている。

【委員】

○今あったようにアニメはとてもお金がかかるので、これを学生やアマチュアの力を上手に誘導することなどによって、予算の範囲内で工夫することがポイントという感じがする。

○アニメというとスムーズに動くものを思われがちだが、かまぼこ屋さんのキャラクターなどは一切動かないで表現している。あるいは4コマ漫画。広い意味での漫画を活用することは非常に良いことと思うし、それをコストを抑えてする方法はいくらでもあると思うので、発想を広げていただければと思った。

【部会長】

○事務局どうか。

【事務局】

○最近、草津に県内唯一と言われるアニメスタジオがあることを知ったので、一度訪問したいと考えていたところ。実現可能か正直わからないが、引続き調査を続けたい。

【委員】

○一つこういうものを作る時の心得だが、プロデューサーや特に監督にあたる人を決めたら、その人にやりたいようにさせるという風に腹をくくることが、いいものを作る基本。後から、色々な立場の色々な人から、あれこれ言い出すと絶対つまらないものになるので、任せた以上は徹底的に任せきる。あかんかったら一緒に、という覚悟で臨むのが成功する秘訣。

【部会長】

○テレビ放送については、そのように形を変えてアニメ制作の方にシフトしてくことでよろしいか。ご意見を踏まえて、また事務局の方でまとめていただきたい。

以上