

プロポーザル参加者向け
参考資料

石川県介護・福祉の仕事の戦略的情報発信事業 委託業務の概要

石川県 健康福祉部 厚生政策課
福祉人材・サービスグループ

マーケティングのノウハウを持つ広告代理店等と連携し、大学生などの若者を中心に**介護・福祉職のネガティブイメージを払拭する広報戦略の検討、ターゲット層ごとの効果的な魅力発信コンテンツの作成、事業効果の検証**等を実施

幅広い層が介護・福祉の仕事に興味を持ち、就職したいと感じてもらうことを目指す



他県の実績でも効果あり

滋賀県の実績「しがけあプロジェクト」



- ✓ 大学生の事業認知度 約25%
 - ✓ しがけあ認知者(大学生以外も含む)の介護職への就労意向 約60%
- ➔ **高い効果を発揮！**

学卒入職者・他業種からの転職者を増やすことで、修学資金・就職支援金等貸与制度や福サポいしかわによる就職マッチング支援などの就職支援施策の活用も促進



(参考) ターゲット設定やアプローチ手法

- ✓ 2040年を見据えた人材の確保が目的であること
- ✓ 介護・福祉業界が若手職員の確保を望んでいること

方針 幅広い層への情報発信

そのうえで **具体的なターゲット層ごとのアプローチについては、広告代理店が市場調査を行い、分析の上、ノウハウを活用して効果的な魅力発信を展開していく**

＜ターゲットごとのアプローチ手法のイメージ＞ ※実際は代理店の提案を踏まえて設定

ターゲット層	市場調査の分析	発信手法・内容
 高校・大学生 10代 ➢ 学卒者層	- 介護職のイメージは「現場で働くイメージがわからない」 - イベントやSNS(TikTok等)で情報収集	介護現場の魅力的な実態を知ってもらえるような内容を、学生向けイベントやSNSを中心に発信
 社会人 20代 ➢ 他業種からの転職者層	- 介護職のイメージは「自分の時間が持てなさそう」 - SNS(X等)やYouTubeで情報収集	多様な働き方で自分らしく楽しく働く職員のイメージなどをPRする内容を、デジタル広告で発信
 主婦 30～40代 ➢ 育児からの復職者層	- 介護職のイメージは「体力的にキツそう」「離職率が高そう」 - 雑誌やテレビCMで情報収集	ICT活用やノーリフティングケアなどによる負担軽減の進展についてPRする内容を、雑誌やテレビなどで発信



しがけあ等を参考とした
取り組みイメージ



学生主体のイベント



インフルエンサーによる
SNSでの情報発信



若手介護職員を活用した広告画像・ショート動画



雑誌やテレビ企画による特集

※画像はイメージ（「しがけあ」とは別の企画）