

## 福祉の仕事イメージアップキャンペーン事業

目的：福祉業界のマイナスイメージを払しょくし、将来に渡り安定的に福祉人材の確保を図る。

対象：主に18歳から20歳代及び転職を考える30歳代を主の対象

内容：

- 民間事業者による企画提案事業を展開。  
ふくむすびのロゴを制作して認知向上を図るとともに、ふくむすびの登録に結び付けるショートムービーを制作、WEB上等で活用し、更なるふくむすびの認知向上及びマイページ登録者数増を目指す。
- 6年度作成した動画を中心に都内主要駅の大型街頭ビジョンで放映
- イメージキャラクターとして、(株)サンリオとのライセンス協定に基づき、ハローキティを起用（平成31年1月に「TOKYO福祉のお仕事アンバサダー」に任命）し広報展開を図る。



※「自分らしく生きる、福祉・介護から」  
福祉・介護の仕事魅力発信動画公開中

## マーケティングツールを活用した情報発信

目的：効果的なデジタルマーケティングツールを活用し、都の福祉人材確保施策の認知度向上と利用者増加に向けた情報発信を行う。

内容：

- WEB広告：ふくむすびHPを遷移先とした、ディスプレイ広告、検索広告、SNS広告、動画広告を展開。GA・サーチコンソール等を駆使し、常時広告結果を分析→改善→実装しPDCAサイクルを形成。
- SEO対策：ふくむすびHPが検索結果で上位に表示されるよう、HP内を分析し改善。
- SNS投稿：東京都公式Xおよび事業Instagramにて、ハローキティを活用し、定期的に情報発信を行う。



※6年度実績（効果）

## 事業スケジュール

