

令和6年度
介護のしごと魅力発信等事業
情報発信事業(介護職発信事業)
企画提案書

一般社団法人KAiGO PRiDE

KAiGO[®]
PRiDE

企画提案

KAiGO[®]
PRiDE

ロゴに込められた我々のコミットメント

私たちの社名でありプロジェクト名でもある「KAiGO PRiDE」。この名称・ロゴの中で中心の「i」は小文字になっている。これは物事を広める際にはその中心からというPRの鉄則に立った時に、「i = me/myself/love」つまり「現場で活躍する介護職一人一人のマインド」こそが介護の魅力の中心であるという強い想いを表したものである。本事業の主眼に対して、当法人の理念が強く合致していると信じ、本企画提案に対しては皆様と一緒に日本の介護を変えていくという決意のもと応募するものである。



「私たちは日本の介護職です。」
全国で200名以上の現役介護職の
声を形にしてきました

KAiGO X Creative 現場からの声で紡ぐ、介護のブランディング

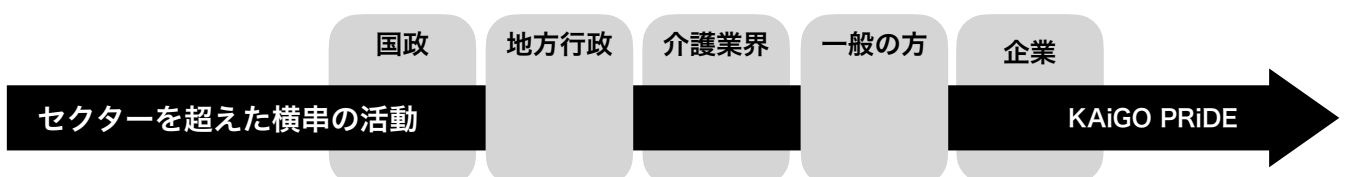
「KAiGO PRiDE」は、厚生労働省が主導する介護施設の生産性向上を目指すパイロット事業の一部としてスタートした魅力発信プロジェクト。このプロジェクトは「KAiGO X Creative」をコンセプトに、現役介護職の真実の声を核にしたコンテンツを通して介護の魅力を全国に発信し、ブランディングを強化していくものである。2020年12月に一般社団法人として法人化。全国の介護職のポートレート撮影を始めとする様々なコンテンツを作成し、それらをトークショーや展示会、TV-CMなどのPR活動に活用するなど多様な魅力発信活動を行なっている。地域活動を全国的な運動に昇華させ、行政や業界団体との協力により介護職の魅力を一体感を持って発信し続けている。

事業仕様「介護職の声を」という取り組みを、 私たちはこれまで日本中で実践

- ・ 介護職の誇りと自己尊敬（Self-respect）を中心に活動
- ・ 数々の実績を持つ組織として介護業界のイメージ変革を牽引
- ・ 社会の好奇心を刺激し、人材定着と新規参入を促進
- ・ 10年間の経験と介護職との強固な関係を基にした魅力の発信
- ・ 介護職の共感と社会のマインドセット変革を促す活動
- ・ 業界のイメージ改善と社会的評価の向上に貢献

全国の様々な団体と共に歩んできました。

行政や業界団体、地元メディアなど複数のセクターをKAiGO PRiDEが横串を刺すことで一体感と連続性を持って魅力発信活動を行う土壌作りを行ってきた。



連携団体：日本介護福祉士会、各都道府県介護福祉士会、全国ホームヘルパー協会、社会福祉協議会、ハローワーク、など

(1) 本提案事業全体の基本方針

本事業において、要綱・主眼に記載される「介護職など自らが主体となり、自らの声で介護の仕事の魅力・やりがい・誇りを発信する」を最も重要な方法論として位置付け、ロジックモデルにおける”活動”の基本方針に据える。当法人としては「介護職自らの声」を現役介護職が発信するメッセージ・発言・文章など広義でのコンテンツと定義し、かつロジックモデルの”資源”の一つと捉え、活動の中で如何に効果的に活用できるかを重視しつつ、アウトカムからのバックキャストिंगによって事業内容を定めていく。

(2) 事業アウトカムに対する活動の概要

各指定アウトカムに対して、該当する活動の概要を下記にまとめる。また、本事業の特性を鑑みた場合に、介護職による発信をより一層効果的にするために、また人材定着の促進という長期的アウトカムにつなげるために独自に5番目のアウトカムを設定する。

① 介護の仕事に関する情報に触れたことのある人が増える

▶活動①：（直接発信事業を担わない中で）本事業の実施またはコンテンツ制作の過程においても介護職が自らの声で発信する情報に触れる新たな機会を創出する。

② 介護の仕事内容に興味・関心を持つ人が増える

▶活動②：無関心層からの誘引を図れるような「現役介護職が自らの声で語る共感できるコンテンツ」を創出する。

③ 介護の仕事について理解する人が増える

▶活動③：まずは現役介護職が自らの仕事の魅力を改めて理解する機会を創出する。そして、その介護職による発信を受けて有関心層が納得感を持って理解の深化をはかろうとするコンテンツを創出する。

④ 介護の仕事に関する社会的評価が高まる（イメージアップ）

▶活動④：見た人が尊敬を抱くような介護職のプロフェッショナリズムに見える化するコンテンツを創出する。

独自追加アウトカム

⑤ 介護の仕事に対して介護職自身の自己評価が高まる（セルフリスペクト）

▶活動⑤：介護職が自らの声で発信できるよう研修等の形でスキルアップを促し、それによる成功体験や本事業における業界内外の人たちとの交流により、介護職自身がその仕事への誇りをアップさせる仕組みを創出する。

(3) 活動の具体的な取り組み

前項で列記した各アウトカムにつながる活動について、具体的に以下の取り組みを行う。なお各取り組みの詳細は次項以降で詳しく述べる。

4つの取り組みにより、介護職の声を広く届けるコンテンツの創出のためその骨子となる自らの声で魅力発信できるアンバサダーの育成から始める

取り組み①：発信できる介護職（アンバサダー）の育成

全国で本取り組みに賛同する現役介護職を募り、発信に関わる研修を行うことで自らの声で発信ができる介護職として「魅力発信アンバサダー（仮称、以下アンバサダー）」を育成・認定する。

取り組み②：発信できる介護職（アンバサダー）による連携発信活動

取り組み①で養成されたアンバサダーは、本事業における他の情報発信事業とも連携し、必要に応じてイベントやコンテンツの制作に協力する。また、各地方自治体や関連団体によって実施される介護の魅力発信に資する事業へも協力する。

アウトカムへのつながり：

取り組み①/取り組み②

活動⑤

アウトカム⑤

取り組み③：アンバサダートークシリーズ

全国のアンバサダー3～4名が実際に集い、身の回りの介護に関するトークを繰り広げる様子を高品質な映像に納めて動画コンテンツとして制作し配信する。また、同じく全国のアンバサダーが3～4名がオンライン上でトークを行い、その様子をWebライブ配信または動画コンテンツとして制作し、配信する。

アウトカムへのつながり：

取り組み③

活動③

アウトカム③

取り組み④：プロフェッショナルトークシリーズ

アンバサダーと異業種のプロフェッショナルが対談し、プロ同士だから見えてくる職業意識の高さや職業を超えた共通点を浮き彫りにすることで、介護の仕事の魅力が高いレベルで伝わる映像コンテンツを制作し、配信する。

アウトカムへのつながり：

取り組み④

活動①/②/④

アウトカム①/②/④

(4) 具体的な取り組みの枠組み

前項で列記した具体的な取り組みの枠組みについて、おおまかな時系列にそってフローチャートの下に示す。

企画委員会による意見を踏まえ内容を決定

取り組み①： アンバサダーの育成

介護職が自らの声で発信する技術を学ぶワークショップ。介護職の内なる誇りを言語化し、他に共有するマインドセットを学ぶ。

行政・業界と一緒に
発信していく

業界内の人たちから
発信していく

業界外の人たちとも
発信していく

取り組み②： アンバサダーによる 連携発信活動

行政や団体と連携して発信活動
を行うプラットフォーム

取り組み③： アンバサダー トークシリーズ

アンバサダー同士がトークする
プラットフォームとコンテンツ

取り組み④： プロフェッショナル トークシリーズ

異業種のプロ同士がトークする
コンテンツ

提供されるコンテンツの例

Web動画
(横or長い)

SNS動画
(縦or短い)

Web記事

出前講座

リアルイベント
アーカイブ

インタビュー
記事

都道府県等
との連携発信

- ① 情報発信事業 (全国へ向けた情報発信事業)
- ② 情報発信事業 (WEBを活用した広報事業)
との連携発信

取り組み①

アンバサダーの育成

魅力を感じていても
言語化できていない
職員が多い。

■概要

「アンバサダーの育成」は、現役介護職員からの公募を通じて、情報発信のスキルを養成し、その能力を認定するための全国規模の取り組みである。全国7地域/計7ヶ所で実施されるワークショップにより、介護業界の魅力と重要性を社会に広く伝えるためのアンバサダーを育成する。1日の集中研修を通じて、参加者は効果的な情報発信のマインドセットを学びつつ、自らに向き合う時間を通して本人が気づいていない介護の魅力と言語化し仲間と共有することで、介護職の誇りとプロフェッショナルリズムを社会に向けて発信する力を身につける。

令和5年度、山形県で類似実績あり。

詳細は次項参照

■課題

本事業の基本方針である「介護職など自らが主体となり、自らの声で」というコンセプトにおいて、一番初めに課題になるのが**“魅力を感じていても言語化できていない職員が多い”**ということである。本課題を解決すると同時にそれ自体を仕組み化・コンテンツ化するための取り組みにする。

業界内外のプロが講師陣となり、一人一人の魅力を形にする。

講師①：小口理事

これまで類似ワークショップ
を多数開催した実績。

講師②：マンジョット 理事

コミュニケーションのプロと
して伝え方について担当。

講師③：石本理事

介護のプロとして、改めて介
護の魅力を伝える。

■目的

- ・介護職の魅力と社会的意義を広く伝えられる現役介護職を育成する。
- ・現役介護職員の情報発信スキルを向上させ、業界のイメージアップに貢献する。
- ・介護業界に対する理解を深め、新たな関心や人材を引き寄せる。

■実施内容

- ・参加募集：対象は自身の業界の魅力発信に意欲のある現役介護職。経験や国籍は問わない。企画委員会等の意見も踏まえ、厚生労働省様や各自治体等と連携して実施。
例えば、各自治体や介護関連団体の協力を経て、管轄事業所や会員等に広報をしていただく。告知・募集のための特設サイト/チラシ等を作成する。
- ・募集人数：1ヶ所10～最大20名程度を想定し、**全国で計100名**のアンバサダー育成を目指す。
応募数が規定以上になった場合は先着順とする。
- ・実施時期：募集期間1ヶ月程度を経て令和6年度8～9月にかけて順次実施。
- ・実施地域：全国7地域（北海道・東北、関東、中部、近畿、中国・四国、九州）において地域ごとの特性に応じた研修会場等で実施することを想定。
- ・実施日程：ワークショップ形式で実施し、1日/箇所の集中研修スタイルで実施。これまで類似研修の経験が豊富な講師が対応する。
- ・研修内容：
 - 事業説明 ■「介護の魅力とは何か」の講義 ■自身の内にある魅力の言語化
 - 言語化した魅力の共有 ■肖像権等の権利について ■今後の活動について 等を想定。

STEP 1 公募



山形県における令和5年度「やまがたKAiGO PRIDE キャンペーン」推進事業において類似事業を実施。当法人で応募チラシを作成し、県の協力を経て管轄事業所・団体に対して配信。

<https://www.pref.yamagata.jp/090002/korei/kaigopride/kpa.html>

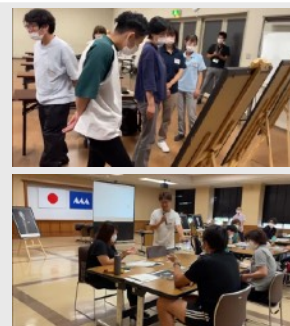


STEP 2 応募管理



公募にもかかわらず県内全域で**計23名**から応募があった。現役の介護職のほか、福祉系学校の教師も参加。

STEP 3 ワークショップ



県内2会場で集中研修を実施。ワークショップを通して同じ想いの仲間と「介護の魅力」を言語化。

STEP 4 認定



研修修了者を「KAiGO PRIDEアンバサダー」として認定し、独自の認定証を授与。事業所によっては自職員が認定を受けたことをホームページで公開するなど、認定自体をPRツールとして活用。

介護職の”スイッチ”を入れることではじめて、
社会に対してプライドを持って魅力を語る事ができるのです。

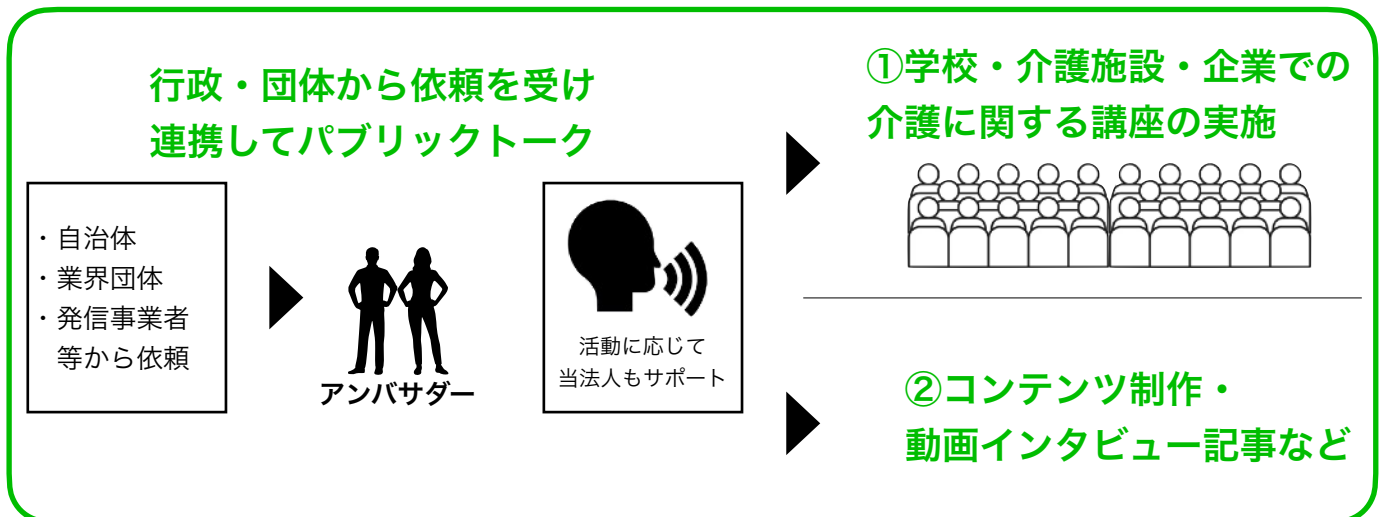
取り組み②

アンバサダーによる連携発信活動

スイッチが入ったからこそ
介護職が自信をもつて
自ら社会に発信できる

■概要

「アンバサダーによる連携発信活動」は、介護の魅力を言語化し情報発信スキルを学んだ介護職アンバサダーが、自治体や介護関連団体からの依頼に基づき、出前講座・イベント出演・コンテンツ制作などに積極的に参加し、介護業界の情報発信と教育的活動を担う取り組みである。この活動を通じて、介護業界への理解と関心を深め、ポジティブなイメージを社会に広めることを目指す。参加アンバサダーには規定の謝礼と交通費を支給する。



■目的

- ・アンバサダーの積極的な関わりを促進し、介護業界の情報発信と教育的活動を強化する。
- ・地域社会と介護業界との連携を深め、介護の仕事への理解を促進する。
- ・アンバサダーが魅力発信領域で活躍できるプラットフォームを構築し、その声を広く届ける。

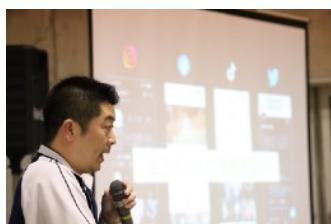
■実施内容

- ・出前講座：学校・介護施設・企業での介護に関する講座の実施。
- ・イベント出演：地域イベント・介護関連の展示会・就職イベント（例えば、ハローワークや社会福祉協議会等）・シンポジウムでのパネリストやスピーカーとしての活動。
- ・コンテンツ制作：動画、インタビュー記事など、魅力発信コンテンツの制作（出演）協力。

■派遣フロー

- 1 依頼：当法人が一元窓口となり、アンバサダーへの活動依頼を調整・管理。
- 2 準備：依頼内容やアンバサダーの属性を鑑みて適正な人材を選出。
トーク内容の整理等、必要な事前準備をサポートする。
- 3 実施：依頼に応じた活用を実施。
- 4 謝礼：アンバサダーに対して内容に応じた謝礼及び交通費を支給。
なお、詳細については厚生労働省様及び企画委員会にて意見を諮りたい。

取り組み②：類似事業例



ハローワーク等主催の就職フェアで魅力発信



介護労働安定センターの研修内で魅力発信



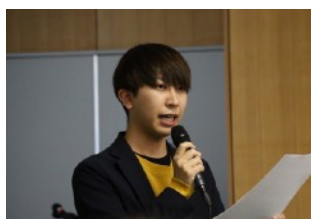
福祉系大学の
オープンキャンパスで魅力発信



高校への出前授業で魅力発信



これまでの継続した取り組みの積み上げの結果、
アンバサダーによる声の発信がメディアや業界内にも響いている。



県全域を対象にしたハイブリッドイベントで、運営・司会・トークショーを担当



社会福祉協議会主催の若手職員研修会にて、先輩職員としてトークイベントやワークショップサポートを実施



当法人主催のイベントにて全国各地のアンバサダーが「司会なし」でトークし交流するなど地域の垣根を越えて活動



介護職主体という話題性からメディアの取材が行われることも多い。

「KAiGO PRiDEアンバサダー」では、オフライン・オンライン・ハイブリッド、様々な形式での活動に現役介護職が参加。実際の介護職の話に対して派遣先の満足度も高く、また対応したアンバサダー自身の達成感も高い。

取り組み③

アンバサダートークシリーズ

魅力的なコンテンツに
なっていないければ
誰も見てくれない。



■概要

「アンバサダートークシリーズ」は、介護業界で活躍するアンバサダーが集い、介護に関する様々なテーマについて自由に話し合う動画コンテンツとライブ配信コンテンツである。この企画は、介護の現場からのリアルな声を通じて、業界の課題や魅力、日々の業務での心温まるエピソードや真似したくなる介護スキルなど、幅広い話題をカバーする。**テレビ番組風のエデュテイメント映像**（娯楽を通じた教育）コンテンツとして事前収録されたものを配信するほか、オンラインでのライブ配信も行い視聴者との双方向コミュニケーションを図る。

■目的

- ・介護職のリアルな声を直接社会に届け、介護業界への理解を深める。
- ・トーク番組風のテイストにすることで、エデュテイメントの手法により、ライトな有関心層の視聴を促す。
- ・他のアンバサダーとの交流を通じ、介護の誇りへの新たな気づきと魅力発信の機運を高める。

■実施内容

リッチコンテンツとライブによる2つの形式でコンテンツ化していく。なお、トークテーマとして、「ロボット、ICT、外国人材、生産性」等の昨今の重点項目も盛り込んでいく。

リッチコンテンツ形式

アンバサダーが複数テーマに沿ってフリートーク



内容：3人のアンバサダーが集まり、アンバサダー自身が気になる複数テーマに沿ってフリートークを展開。あえて司会者を置かないスタイルにより、よりリアルな姿を演出する。テーマについてはネット等を通じて得られる時事性の高いものや本音の困りごとなども扱うことで、双方向性を持たせる。収録はリラックスした雰囲気のセットで行い、30分程度に編集したのち配信。

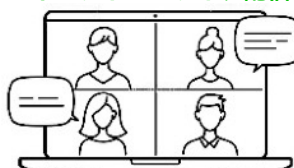
実施スケジュール：月1回の頻度でテレビ番組風映像コンテンツの配信を行う。事業年度中に4本程度の制作・配信を想定する。配信について別情報発信事業者と連携して行う。

■ライブ形式

全国から育成した
アンバサダーが参加



オンラインでライブ配信



アーカイブ動画コンテンツ



内容：アンバサダーがZoom等のオンライン上で会話できるプラットフォームに集まり、その様子をリアルタイムでYouTubeライブ等で配信する。手法はコンテンツ形式と同様。ライブ配信終了後はアーカイブとして視聴可能。

実施スケジュール：月1回程度の頻度で開催する。



約1分のダイジェスト動画

※「ライブ形式」の参考動画としてご覧ください。

司会者不在の中で、全国のアンバサダーそれぞれがテーマを持ち寄り情報共有や意見交換を行うオンライントークを実施。テーマは「ワークシェア」「外国人財」「報酬改定」「被災地支援」など、時事性が高く幅広く関心を集めやすい内容であった。

KAiGO PRiDEが育成した全国のアンバサダー達の数年間の事例



地域を跨いだ現役介護職同士のトークイベントを数多く実施。様々なトーク、様々な地域の介護職とともに、魅力発信の文脈を理解した上で、その専門性の高さや誇りとやりがいを持って職務に臨んでいる雰囲気を発信してきた。

取り組み④

プロフェッショナルトークシリーズ

他の仕事と比較した時
見落とされがちな
介護の仕事の価値。

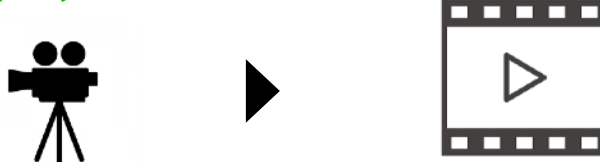
■概要

「プロフェッショナルトークシリーズ」は、介護職と様々な業界のプロフェッショナルが集い、静かで落ち着いた大人な雰囲気に対談を展開し、その様子を動画コンテンツとして編集・配信する企画である。この対話を通じて、介護職の深いプロフェッショナリズムを浮き彫りにし、異業種からの新鮮な視点で介護の仕事を再発見する。異業種のプロフェッショナルがインタビュアーとなり、介護職の日々の挑戦、成果、仕事への情熱を深掘りしていく。

プロフェッショナリズムを掘り下げるトーク



エデュテインメント動画コンテンツ



■目的

- ・異業種プロフェッショナルとの対話を通じて、介護職の多面的な魅力を伝える。
- ・異なる職業間の共感と学びを促進し、相互理解を深める。
- ・介護ではない別の入り口を設けることで、無関心層へアプローチする。

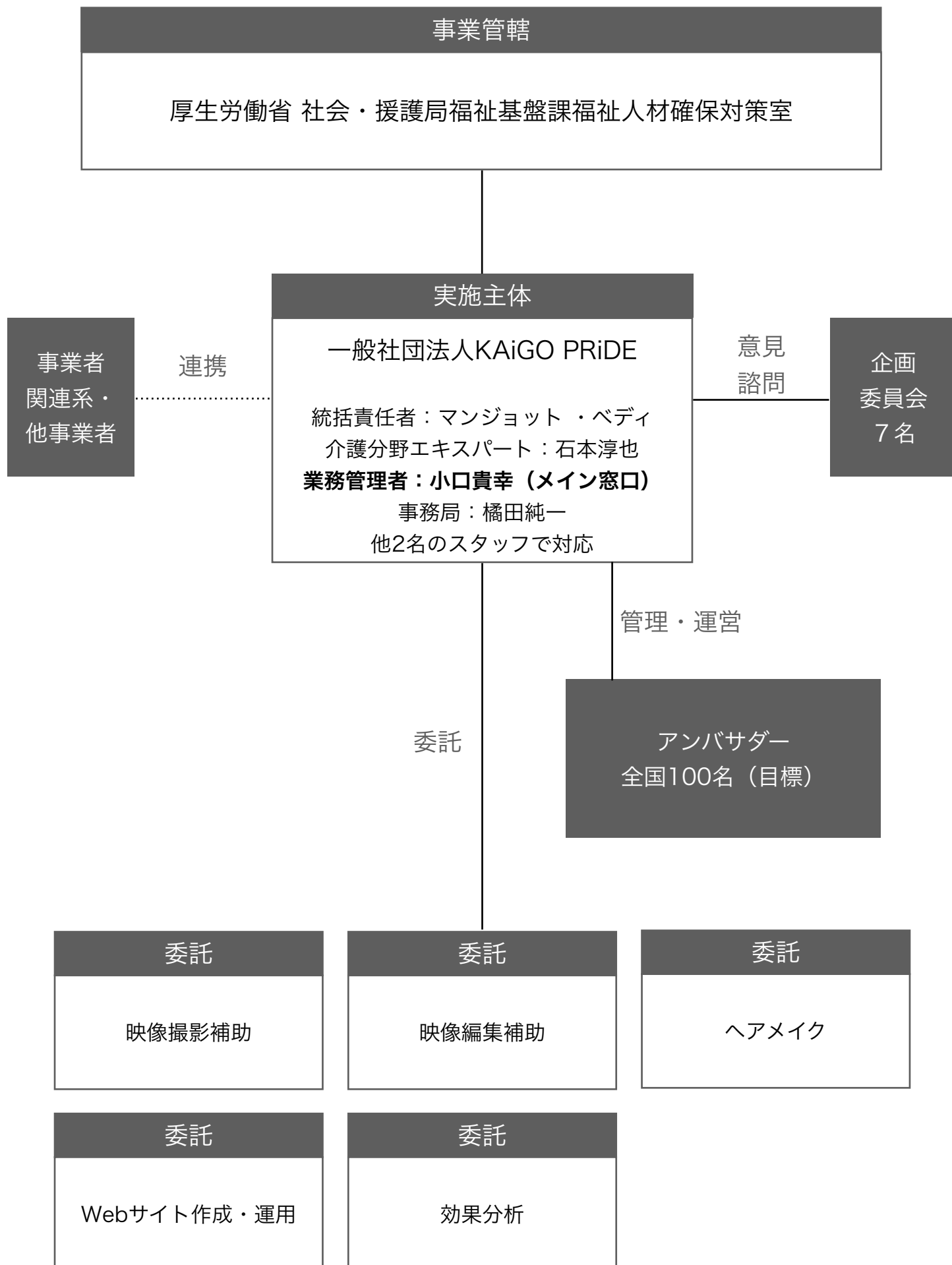
■実施内容

プロフェッショナルの二人が、お互いの仕事を尊重し合いながら語る企画。介護の仕事に負けにくい職業意識の高い異業種のプロフェッショナルたちから、介護の話を聞いてもらい驚きや共感を感じてもらいつつ、それが転じて介護という仕事への誇りと社会的評価の向上に繋げていく。一般的に「カッコいい」と思われる職業と比較した時に見落とされがちな介護職の深い価値と魅力を再発見し、社会に伝える。異業種のプロフェッショナルが介護職の深いプロフェッショナリズムを掘り下げることで、介護職の持つ本質的な「カッコよさ」を浮き彫りにする。

演出としては、静かな大人な雰囲気での初対面の対談形式。カジュアルでありながらも、深い内容に触れる対話を目指す。様々な背景を持つプロフェッショナルを招き、彼らがインタビュアーになる1対1の対話を行う。30分程度に編集したのち配信。

対談相手：建築家、農家、美容師、など

実施スケジュール：月1回の頻度でコンテンツの配信を行う。事業年度中に5本程度の制作・配信を想定する。配信について別情報発信事業者と連携して行う。



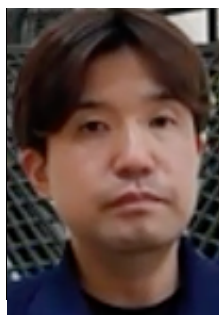


田尻 亨氏

訪問介護の専門家

全国ホームヘルパー協議会 会長
熊本県ホームヘルパー協議会 会長

訪問介護分野における広い知見を持ち、メディア等での提言も行なっている。「Hm. KAiGO PRIDE」（訪問介護プライド）として、自身が会長を務める熊本県ホームヘルパー協議会の活動の一環として、県内高校への出前講座なども積極的に行なっている。



加藤 幸夫氏

実践的な学識経験者

社会福祉法人壽陽会
城西国際大学 福祉総合学部福祉総合学科 教員
千葉県介護福祉士会 キャリアアップ支援委員

介護福祉士・社会福祉士として介護現場で活躍。
城西国際大学で介護スキルの教育にも携わっている。
学識的視点と福祉を志す若者に触れる立場としての視点から本企画へのアドバイスを期待する



瓜生 律子氏

福祉人材育成の専門家

社会福祉法人 世田谷社会福祉事業団
世田谷区福祉人材育成・研究センター センター長

世田谷区ケアマネジメントシステムの構築、高齢者見守り施策や地域包括ケアシステムの構築などの多くの福祉事業に従事。世田谷区高齢福祉部長を歴任し、平成31年4月より現職。介護支援専門員、社会福祉士の資格を持つ。



藤巻 佳祐氏

施設経営の専門家

社会福祉法人 奉優会
特別養護老人ホーム 弦巻の家 施設長

施設長としてICT/IoTの積極的な活用による次世代型特養の実現に取り組む他、SNSや外国人材の活用など様々な方法でブランディング観点で施設経営に臨む。介護職による発信にも理解があり、施設長の立場として本事業への効果的なアドバイスを期待する。

これまで当法人のアンバサダーとして実際活躍してきた現役介護職も委員に起用



並木 裕太郎氏

社会福祉法人
世田谷社会事業団
特別養護老人ホーム 芦花ホーム



藤田 麻衣子氏

公益財団法人
湯浅報恩会
寿泉堂香久山病院



岡村 瑞葵氏

社会福祉法人
岡山中央福祉会

	全体	取り組み①	取り組み②	取り組み③ リッチコンテンツ	取り組み③ ライブ	取り組み④
4月						
5月						
6月						
7月						
	7/19 企画委員会	募集				
8月					配信	
					アーカイブ	
9月	企画委員会	ワークショップ 順次開催			配信	
				撮影	アーカイブ	
10月					配信	撮影
	企画委員会				アーカイブ	
11月	「介護の日」		アンバサダー派遣 順次活動	配信	配信	配信
					アーカイブ	
12月				撮影	配信	撮影
				配信	アーカイブ	配信
1月	企画委員会				配信	
				配信	アーカイブ	配信
2月						
	「KAiGO PRIDE DAY」			配信	配信	配信
3月	企画委員会				アーカイブ	
	事業総括					
4月	成果報告			合計4個	合計7個	合計4個

■概要

企画委員会：事業年度中に5回の開催を想定。

取り組みの事前事後に意見を諮問する。

取り組み①：7月から募集し、8～9月で全国で養成ワークショップを順次実施。

取り組み②：既存のアンバサダーに加え、養成を受けたアンバサダーを順次派遣。

取り組み③：アンバサダー養成を受け、9～2月の間に毎月のコンテンツ公開を行う。

取り組み④：アンバサダー養成を受け、9～2月の間に毎月のコンテンツ公開を行う。

全合計15個の
コンテンツを
創出

■「介護の日」

11月11日の介護の日に合わせ、各種コンテンツの公開タイミングを合わせていき、一体感を持った介護の魅力発信に繋がっていきたい。

■独自提案「KAiGO PRIDE DAY」（ページ38を参照）

当法人も介護の魅力発信の新たな機会創出を目的に2月22日を「KAiGO PRIDE DAY」として記念日登録している。毎年国や県を跨いで現役介護職が様々な魅力・情報発信を行う主催イベント「KAiGO PRIDE WEEK」を開催しており、介護の日同様にコンテンツ発信のタイミングを合わせて相乗効果を図っていく。