

令和7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<sup>®</sup>  
PRiDE



## 企画提案

はじめに：KAiGO PRiDEについての紹介	5
令和6年度事業実績	6
事業の基本方針	7
活動の概要	9
取り組みの枠組み	10
取り組み①：アンバサダーの育成	11
取り組み②：アンバサダーによる連携発信活動	17
取り組み③：アンバサダーのコミュニティ形成	20
取り組み④：オンラインプラットフォーム	23
取り組み⑤：ショートムービー制作	27
実施体制	36
スケジュール概要	37

## 団体紹介および実績

プロジェクトプロデューサー紹介	39
形にしてきた介護職の声	40
介護職起用のコンテンツ実績①	41
介護職起用のコンテンツ実績②	42
全国の介護職のポートレートと本人が自らの声で語る介護の魅力	43
直近の活動：東京都委託事業（令和6年度）	44
直近の活動：熊本県委託事業（令和6年度）	45
多彩な魅力発信活動	46
イベント・メディア露出実績	47
各種団体との連携実績	48
KAiGO PRiDE DAY／KAiGO PRiDE WEEK	49



## 企画提案

KAiGO<sup>®</sup>  
PRiDE

### ロゴに込められた我々のコミットメント

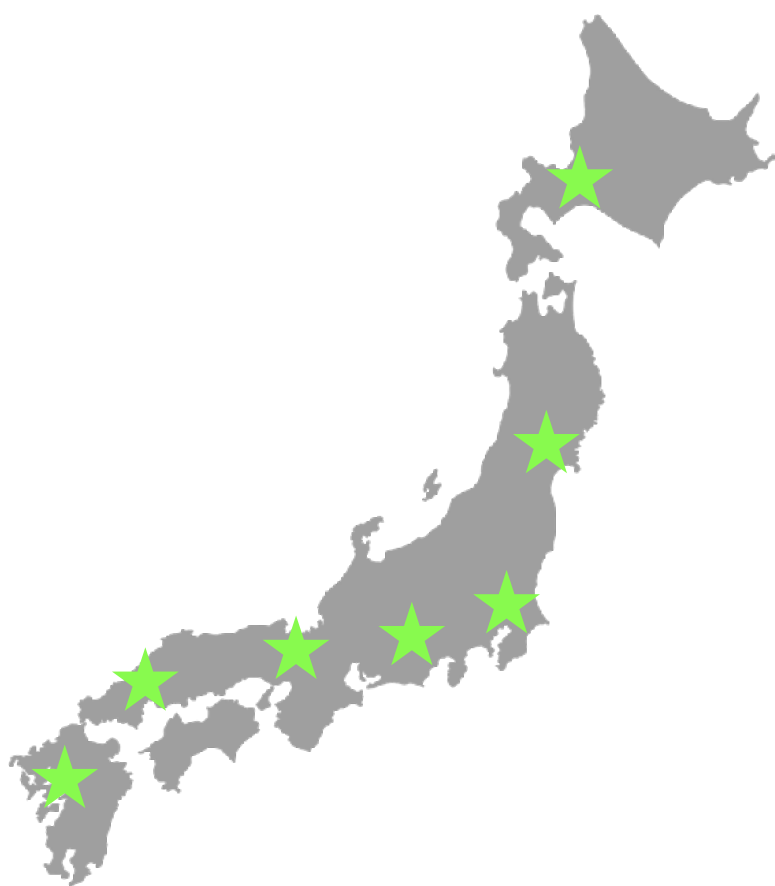
私たちの社名でありプロジェクト名でもある「KAiGO PRiDE」。この名称・ロゴの中で中心の「i」は小文字になっている。これは物事を広める際にはその中心からというPRの鉄則に立った時に、「i = me/myself/love」つまり「現場で活躍する介護職一人一人のマインド」こそが介護の魅力の中心であるという強い想いを表したものである。本事業の主眼に対して、当法人の理念が強く合致していると信じ、本企画提案に対しては皆様と一緒に日本の介護を変えていくという決意のもと応募するものである。





「令和6年度に180名以上の  
アンバサダーが新たに加わりました」

「令和6年度に180名以上の  
アンバサダーが新たに加わりました」





## KAiGO X Creative 現場からの声で紡ぐ、介護のブランディング

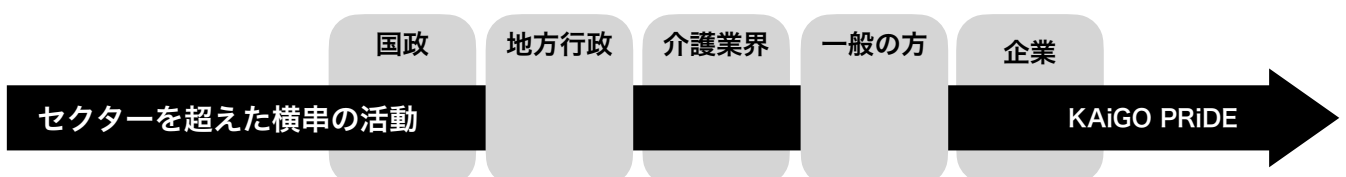
「KAiGO PRiDE」は、厚生労働省が主導する介護施設の生産性向上を目指すパイロット事業の一環としてスタートした魅力発信プロジェクト。このプロジェクトは「KAiGO X Creative」をコンセプトに、現役介護職の真実の声を核にしたコンテンツを通して介護の魅力を全国に発信し、ブランディングを強化していくものである。2020年12月に一般社団法人として法人化。全国の介護職のポートレート撮影を始めとする様々なコンテンツを作成し、それらをトークショーや展示会、TV-CMなどのPR活動に活用するなど多様な魅力発信活動を行っている。地域活動を全国的な運動に昇華させ、行政や業界団体との協力により介護職の魅力を一体感を持って発信し続けている。

### 事業仕様「介護職の声で」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



## ■概要

当法人は「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））」に採択され、自らの声で魅力を発信できる現役介護職（KAiGO PRiDEアンバサダー）の養成を軸とした事業展開を行った。

アンバサダー養成研修会を通じて、魅力発信のノウハウやモチベーションの向上を創出し、アンバサダーの活動から生まれた声や姿をコンテンツ化して発信することでアウトカムに資する効果的な事業展開を実施することができた。

## アウトプットまとめ

### 取組①：発信できる介護職の育成

合計アンバサダー養成参加者数

**188/100人**

全国7会場＋オンライン2回

計画達成

### 取組②：発信できる介護職による連携発信活動

合計派遣人数

**49/21人**

合計派遣件数

**24件**

計画達成

### 取組③：アンバサダートークシリーズ

#### The VOICE of KAiGO

ライブ数

**7/7回**

計画達成

合計ライブ視聴者数

**608**

アーカイブ数

**7/7回**

計画達成

合計アーカイブ視聴数

**1475**

リッチコンテンツ数

**4/4回**

計画達成

合計視聴数

**1138**

### 取組④：プロフェッショナルトークシリーズ

#### The VOICE of PRiDE

コンテンツ数

**4/4回**

計画達成

合計視聴数

**10.7万回**

## アウトカムまとめ

活動前後または活動後のアンケート調査

### 取組①：発信できる介護職の育成

#### 1) 情報発信ノウハウの理解向上

(Q:介護の魅力を発信する方法は把握されていますか?)



リアル研修

**41.1ポイント上昇**  
55.7%→96.8%

オンライン研修

**40.9ポイント上昇**  
52.9%→93.8%

#### 2) 情報発信意欲の向上

(Q:ご自身で介護の魅力を発信していきたいと感じていますか?)



**6.2ポイント上昇**  
90.6%→96.8%

**5.9ポイント上昇**  
94.1%→100%

#### 3) 仕事への誇りの向上

(Q:ご自身の職業に「誇り」や「プライド」を感じますか?)



**3.9ポイント上昇**  
95.3%→99.2%

**17.6ポイント上昇**  
82.4%→100%

### 取組②：発信できる介護職による連携発信活動

#### 1) 仕事への誇りの向上

(Q:ご自身の職業に「誇り」や「プライド」を感じますか?)



活動参加後

**ポジティブ割合 100%**

### 取組③：アンバサダートークシリーズ

#### 1) 介護の魅力発信の価値

(Q:今回の「KAiGO PRiDE」の魅力発信の方法は価値があると思いませんか?)



活動参加後

**ポジティブ割合 89.5%**

#### 2) 多職種・多地域との交流

(Q:他地域、他職種の介護職の方と話すことは楽しかったですか?)



**ポジティブ割合 100%**

### 取組④：プロフェッショナルトークシリーズ

#### 1) 介護の魅力発信の価値

(Q:今回の「KAiGO PRiDE」の魅力発信の方法は価値があると思いませんか?)



活動参加後

**ポジティブ割合 100%**

#### 2) 仕事への誇りの向上

(Q:ご自身の職業に「誇り」や「プライド」を感じますか?)



**ポジティブ割合 100%**

連携事業 (YouTube広告配信)  
による無関心層の誘因

・インプレッション: 7,589,294  
・視聴回数: 85,047  
・視聴率: 1.12%



## (1) 本提案事業全体の基本方針

本事業において、「令和6年度介護のしごと魅力発信等事業」の取り組みにより創出された成果を一部踏襲しながら、課題を踏まえた発展・強化を目指す。

引き続き、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・文章などを含む広義での「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ティングによって事業内容を定めていく。

また、事業間連携の積極的な活用と発展を、事業間連携事業採択事業者を中心に各事業採択者と密に連携しながら行っていく。

## 基本3方針

令和6年度事業より

**1**  
**強化**

前年度事業で創出した成果の強化発展

令和6年度事業より

**2**  
**新規**

アウトカム達成のための更なる挑戦

令和6年度事業より

**3**  
**連携**

事業間連携の積極的な活用と発展



## (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第5および第6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）本事業の実施や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を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。

### ⑥ 介護職が安心して発信できる環境がある

▶活動⑥：複数人によるチーム発信を意識した研修等の実施により、個人での活動に不安ややりにくさを感じる介護職が自らの声を安心して発信できる環境を創出する。

**最も説得力と納得感をもって発信できる「現場の介護職」らが  
”自ら発信したいと思えるマインドシフト”を目指す。**



## (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。

**5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：アンバサダーの育成

強化

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「KAIGO PRIDEアンバサダー（以下アンバサダー）」を育成・認定する。今年度はチーム参加の枠を設け、チームでの発信や発信体制についても学ぶ。また、学生向け研修会も開催する。

### 取り組み②：アンバサダーによる連携発信活動

強化

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ほか、自主的な発信活動も行う。

アウトカムへのつながり：

取り組み①/②

活動⑤/⑥

アウトカム⑤/⑥

### 取り組み③：アンバサダーのコミュニティ形成

新規

全国で養成したアンバサダーらを一定の地域範囲でコミュニティ化し、複数人での活動が行いやすい環境を創出する。事業所や職種の枠を超えて、コミュニケーションを取れる土壌を創り、自主的な発信活動につなげる。また、地域間の交流も創出し、全国的な魅力発信機運醸成の土台にすると共に、発信促進の中核的機能にしていく。

### 取り組み④：オンライントークプラットフォーム運営

強化

全国のアンバサダーら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定期的に配信する。現役介護職が直接対話し社会に発信できる「オンライントークプラットフォーム」として運営し、他事業者との連携の受け皿としても機能させる。

アウトカムへのつながり：

取り組み③/④

活動②/③/⑥

アウトカム②/③/⑥

### 取り組み⑤：ショートムービー制作

新規

アンバサダーらの体験を元にしたショートムービーを制作する。本動画については、Webでの配信だけではなくイベントなど特にアンバサダーの発信活動において「介護職らが使いやすい」ことを意識して制作し、視聴者に見てもらうのを待つのではなく、自ら積極的に見せたいような動画を目指す。

アウトカムへのつながり：

取り組み⑤

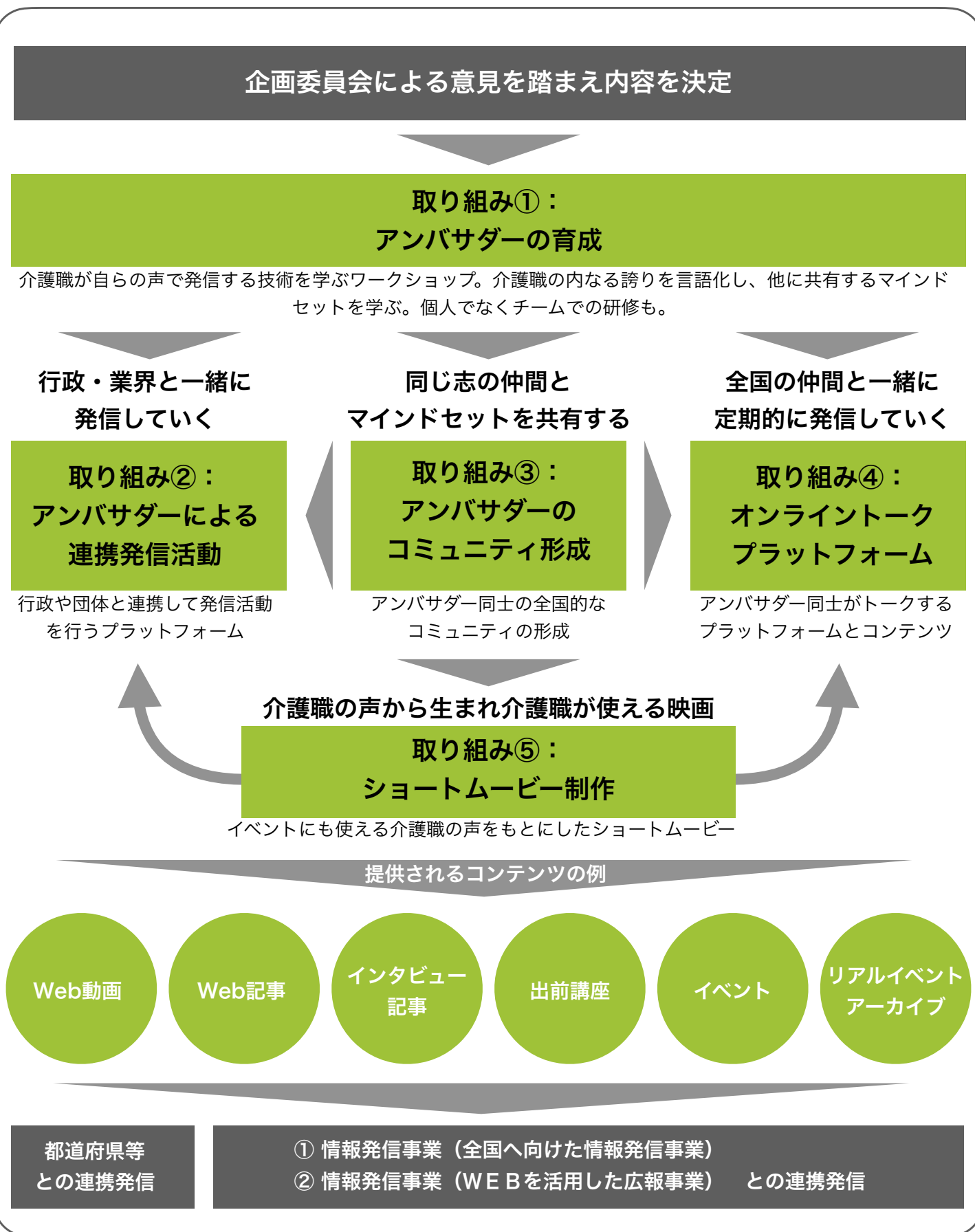
活動①/②/④

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図に示す。





強化

## 取り組み① アンバサダーの育成

早く行きたいなら1人で  
遠くに行きたいならチームで



## ■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ヶ所で実施される対面研修会とオンラインにより実施するオンライン研修会により、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リズムを社会に向けて発信する力を身につける。今年度は「チーム参加」の枠を設け、同一団体・同一法人・同一事業所等からの複数人セットでの参加を呼びかけていく。チームでの発信について学ぶことで、個人単独での活動以上の相乗効果を狙う。また、福祉系学校の生徒を対象とした学生アンバサダー研修（学生の負担を考慮しオンラインのみ）も全国を対象にして実施する。さらに、既に活躍しているアンバサダーの一部については、アンバサダーを養成する側の「インストラクター」として参画してもらう。

## ■課題と対応

### ✓課題①（継続）

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。

### ✓課題②（新規）

昨年度事業の中で、アンバサダー個人に**魅力発信活動への意欲があっても、周囲（職場）からの理解が得られ難かった**場合があった。本課題解決のために、本年度の研修会において「チーム参加」による募集枠を設け、チームビルディングやチームによる発信にも触れる研修内容にしていく。



#### 備考：

公的補助金である本事業の特性を鑑み、特定の民間企業等の宣伝にならないよう、施設としての認定などはせず、参加者はあくまでも「複数人の個人」として取り扱う。

### ✓課題③（新規）

昨年度事業の事業連携会議にて、**福祉系学校における定員割れ**の問題が話題として出た。また、当法人の活動の中でも、意識ある学生の中には所属学校の魅力発信に携わりたい意向を聞くことがあった。よって、本年度は学生向けのアンバサダー研修会を実施し、介護の道の「入口」に立つ人を含めた包括的な魅力発信体制の構築に取り組む。

## ■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。
- ・**介護職自らの発信が仕組み的にも心理的にも行いやすい環境を構築する。**
- ・**介護や福祉の道を目指す学生が魅力発信に関わる仕組みを構築する。**



## ■実施内容

	対象	枠	リアル研修会	オンライン研修会	アウトプット指標
1	介護職等	チーム枠	全国7会場で実施	2回実施	養成チーム数30チーム 養成者数100名
2		個人枠			
3	福祉系学生	個人枠	開催なし	5回実施	養成者数30名

- ・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Webページ等を作成する。
- ・募集人数：介護職向け研修会については1会場あたり10～20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。チーム数としては**全国で計30チーム**を目指す。学生については1回6名程度を想定し、**全国で計30名**の学生アンバサダー育成を目指す。応募数が定員を超え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7年度8～12月にかけて順次実施。
- ・実施地域：全国7地域（北海道、東北、北陸・甲信越、関東、関西、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。**特に昨年度養成者数が少なかった北陸・甲信越エリアへの拡充を図る。**
- ・実施日程：ワークショップ形式で実施し、1日1会場の集中研修スタイルで行う。
- ・実施講師：これまで類似研修の経験が豊富な講師が対応する。また、昨年度以前に養成したアンバサダー（リーダー、P25参照）が「**インストラクター**」として研修会に参加する。

### 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。

メイン講師：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：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：石本理事  
介護のプロとして、  
改めて介護の魅力を伝える。

講師：アンバサダー  
受講者に近い立場として、  
リアルな想いを伝える。



# 取り組み①：アンバサダーの育成

・研修内容：

- 事業説明 ■人材不足の現状 ■魅力とはなにか ■魅力発信の方法論
- コミュニケーションのルール ■魅力発信におけるマインドセットの確認
- 自身の内にある魅力の言語化 ■言語化した魅力の共有 ■今後の活動について 等

研修日程例（昨年実績）

開始時間	所要時間	項目
09:40		受付開始
10:00	15分	オープニングセッション ・講師紹介 ・受講者自己紹介
10:15	75分	レッスン① 介護の魅力発信/KAiGO PRIDEについて ※途中休憩あり
11:30	30分	レッスン② コミュニケーションについて
12:00	60分	昼食休憩
13:00	150分	ワークショップ ※途中休憩あり
15:30	30分	クロージングセッション ・今後の活動について ・書類等記入
16:00		解散

昨年度一定の効果があつたカリキュラムは維持しつつ、チームマインドの醸成や学生向けに内容をカスタマイズして行っていく。

## ■チームビルディングのアウトカム

ひとりでは難しいことも、仲間となら実現できる。  
支え合い、力を掛け合わせ、介護の未来をともに切り拓く。



継続率向上	活動の継続率が向上する → 仲間が存在が、諦めずに進むエネルギーになる。
支援理解の拡大	事業所や地域からの支援・理解が広がる → チーム発信により、活動の正当性・重要性が伝わりやすくなる。
質と量の向上	発信内容の質と量が向上する → 多様な視点と協働により、深く豊かな情報発信ができる。
仲間の増加	新たな仲間が自然に増えていく → チームの姿が、「自分も参加したい」という共感を生む。
ポジティブ インパクト	地域・業界全体へのポジティブなインパクトが拡大する → 小さなチームが、大きなうねりを生み出していく起点となる。



## STEP 1 公募



当法人Web/SNS等による広報、事業採択者や関連団体によるご協力により全国の介護職を対象に募集。

- ・各会場の選定と日時の決定
- ・告知と募集の準備。関連団体等への発信協力依頼。
- ・告知発信
- ・**昨年度アンバサダーからの口コミ発信**

## STEP 2 応募管理



会場ごとに応募を取りまとめ、開催に向けて応募者への事前準備を行う。

- ・テキスト等の送付
- ・各種承諾書や事前アンケートの記入
- ・欠席者/追加出席者コントロール

## STEP 3 研修実施

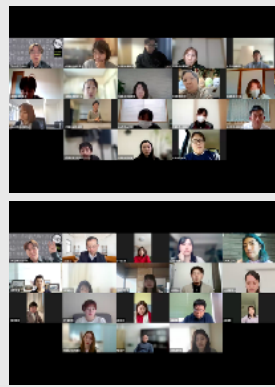
### リアル



介護の魅力や情報発信に関する座学と、仲間とともに自身の内にある魅力と誇りに気づくワークショップで構成。



### オンライン



オンラインのワークショップではブレイクアウトルーム機能を活用。

## 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。

当該介護職の特性や属性を把握するためのデータベースへの情報記入依頼を実施。

## STEP 5 仲間作り支援

### チームビルディングサポートプログラム

チーム参加者が、自施設等に戻って周囲にアンバサダー研修で得た気づきを説明し、魅力発信活動の仲間を増やせるように、研修会のダイジェスト動画を期間限定で自由に視聴できるようにする。また、それによりアンバサダーに関心を持った人が、準アンバサダー(仮)になれる仕組みを新たに設ける。

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ことができるのです。



# 取り組み①：前年度の様子

## 令和6年度養成研修会の様子

養成数

188名

(想定100名)

1) 情報発信ノウハウの理解向上  
(Q:介護の魅力を発信する方法は把握されていますか?)

研修会前後の変化

41.1ポイント上昇

55.7%→96.8%

2) 情報発信意欲の向上  
(Q:ご自身で介護の魅力を発信していきたいと感じていますか?)

6.2ポイント上昇

90.6%→96.8%

3) 仕事への誇りの向上  
(Q:ご自身の職業に「誇り」や「プライド」を感じますか?)

3.9ポイント上昇

95.3%→99.2%



## 令和6年度養成研修会参加者の声



自分のやってきた事は間違いじゃないと感じる事ができる研修でした。



いろんな方の介護を知ることができ、刺激になった。自分がやってる仕事に自信が持てるようになった。  
次世代の介護をになってくれる方々や同世代の方に、介護の魅力を発信して少しでも多くの人に良さを知ってもらおう機会を作れたらと思っています。



私たちが普段受けている介護職の研修とは少し異なる印象を受けました。その分、新しい発見も多くありましたし、参加者の皆さんが知りたいことややってみたいことが、この研修に詰まっていたのではないかと感じました。



知識や技術は他の研修で学ぶことができますが、この研修では 'マインド' の部分を振り返り、言葉にするという経験ができました。そうした機会はこれまであまりなかったので、特に若い世代の職員にぜひ勧めたいと感じています。



強化

## 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  
介護職が自信をもって  
自ら社会に発信できる

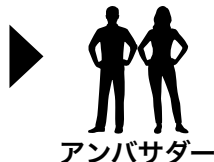


## ■概要

「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。また、昨年度みられたアンバサダーらによる自主的なイベントの開催についても直接支援や他団体との連携支援を行っていく。

行政・団体から依頼を受け  
連携してパブリックトーク

・自治体  
・業界団体  
・発信事業者  
等から依頼



①学校・介護施設・企業での  
介護に関する講座の実施



②コンテンツ制作・  
動画インタビュー記事など

③アンバサダーによる  
自主企画イベントなど

## ■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

以下のような発信事業に対して、アンバサダーによる自主企画も含めて**計25回**を目指す。

- ・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。



# 取り組み②：前年度の様子

## 令和6年度連携活動の様子

派遣件数  
**24件**  
(想定21件)

派遣人数  
**49人**  
(想定21人)

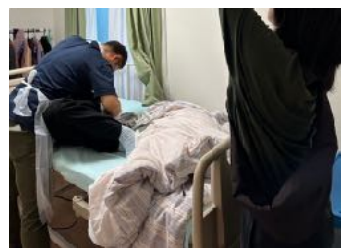
仕事への誇りの向上  
(Q:ご自身の職業に「誇り」や  
「プライド」を感じますか?)

活動参加後  
**ポジティブ割合**  
**100%**

### ①学校等への出前講座



### ②コンテンツ制作への協力や出演



### ③イベント出演



### ④アンバサダー起点での自主活動

**2025年2月に全国14か所で介護職が自らイベントを企画開催！**





新規

## 取り組み③

# アンバサダーのコミュニティ形成

声を束にする。

それが積み重なり、

介護の未来になる。



## ■概要

これまで全国で育成したアンバサダーらと今年度育成するアンバサダーらのコミュニティ形成を図る。研修会の開催エリアと同程度の地域範囲においてリーダー的役割を担うエリアリーダーを設定し、当法人がサポートに入る形で複数のアンバサダーらの連携による魅力発信企画の立案や運営を行うほか、交流も行う。

KAiGO  
PRiDE  
が監修

全国で7つの地域チャプターを作る

それぞれのチャプターにリーダーを設定

地域内の課題を理解してチームで対応

別チャプターとも連携して情報をシェア

## ■課題

### 課題①（新規）

アンバサダーらの中でも、**先駆的に発信活動に関わりたい層から単独での活動に不安を感じる層までばらつきがある**。特に、活動に不安を感じる層のアンバサダーに対しては、きめ細かくフォローする態勢を新たに構築し、より多くのアンバサダーを活動に巻き込む必要がある。そのため、当法人のマネジメントにおいて地域レベルでコミュニティを形成し、特にモチベーションの高い層にモデルケースとして活動していただくことで、より地域の実態とアンバサダーのニーズに即した発信体制を構築していく。



#### 備考：

アンバサダーにとって過度な負担とならないよう留意し、チャプターおよびリーダー個人毎に丁寧にコミュニケーションしながら進めていく。

## ■目的

- ・介護職が同じ思いを持つ仲間との繋がりを通じて魅力発信の動機が強化される。
- ・介護職による自発的な魅力発信活動が起きやすい環境を構築する。
- ・体系的な発信体制を構築することで連携活動で対応できることの幅を広げる。
- ・チャプター活動を通じて協力者や理解者も含めたアンバサダーの裾野拡大につなげる。

## ■実施内容

### ・実施方法：

昨年度アンバサダー養成研修会を行った7地域を「チャプター」と呼び、それぞれの地域にチャプターリーダーとなるアンバサダーを配置する。また、必要に応じてサブリーダー等を配置する。当法人が全チャプターのリーダーと定期的に打ち合わせを実施し、情報交換や意見交換、発信活動の企画・相談などを行う。また、リーダーはLINEグループを活用して他チャプターのリーダーらとも密に連携が取れる環境を用意し、地域跨いだ連携発信を行いやすい体制を作る。



## ■体制概略図



昨年度事業にてコンテンツに出演するなど、魅力発信に対して高いモチベーションを持つアンバサダーらがリーダー内諾済み。  
なお、チャプターおよびリーダー人選については今後の研修会等を進めていく中で適宜変更する可能性がある。



強化

## 取り組み④

# オンライントークプラットフォーム

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。





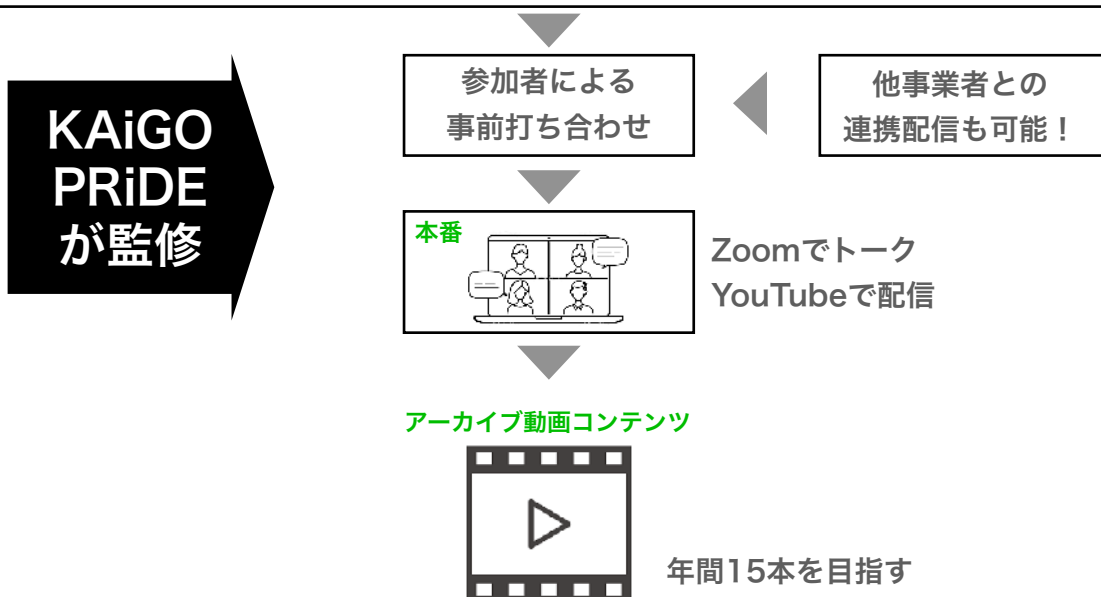
## ■概要

「オンライントークプラットフォーム」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等身大で語り合うライブ配信および動画コンテンツである。昨年度事業でシリーズ化して行った「The VOiCE OF KAiGO」をさらに発展させる。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。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。

### 全国から育成したアンバサダーらが各チャプターから参加

北海道チャプター 東北チャプター 関東チャプター 中部チャプター 関西チャプター 中四国チャプター 九州沖縄チャプター

チャプターリーダーが登壇者を推薦。各チャプターから2~3本発信を目指す。



## ■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。
- ・固くない等身大のトークで、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。
- ・他採択事業者と連携するためのツールとして機能させる。



## ■実施内容

### ・実施方法：

- ①事務局にてテーマや人選を調整。事前の打ち合わせ等を行い負担なく実施できるよう配慮。
- ②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ライブで配信する。
- ③ライブ配信終了後はアーカイブ動画として必要な修正を行い公開していく。

### ・実施スケジュール：

月2回程度の頻度で開催し、**年度内合計15回の配信**を目指す。

### ・トークテーマ：

「災害対応、SDGs、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。  
**テーマとする事柄そのものの有効性などではなく、それを通じて介護という職業がいかに価値のあるものを生み出しているのかを現役介護職等の言葉として発信する。**

なお、**災害対応**については、東日本大震災・熊本地震・能登半島地震など、近年の激甚災害を体験したアンバサダーらがいるため、独自のコンテンツとして展開可能である。

また、**SDGs**についても「多様な人が安心して働ける地域共生社会」という切り口で、地域社会と密接に連携しているアンバサダー等がSDGsへの貢献を意識したトークが可能である。

### ・連携：

- ①全国の現役介護職とトークできる②ライブ配信できる③アーカイブとしてコンテンツ化できる、という大きく3つの機能をもったプラットフォームとして、他採択事業者・関連団体・自治体等との連携事業にも使用いただける。

Zoomでトーク



YouTubeで配信





## 昨年度概要

昨年度は「The VOiCE of KAiGO」シリーズを計7回配信。アンバサダーの調整、テーマ選定、事前のトーク内容整合などの準備を行い、配信当日の本番ではアンバサダーのみでトークを行った。アンバサダーのみで実施することでよりリアルに介護職が何を感じ何を持っているのかを人となりも踏まえて共感して聞くことができた。



## 連携実績

年度途中、連携事業の中で「災害対応」について話題の取り上げが持ち上がった際に、本シリーズを活用してオンライントークショーを実施。関連団体から推薦を得て登壇者を決めるなど、複数事業者による連携があって形になった。扱いの難しいテーマであっても当法人の経験豊富なメンバーがファシリテーターに立つことで広く国民に対して分かりやすい形で話すことができた。



「The VOiCE of KAiGO」シリーズはコチラから。  
当法人の公式YouTubeチャンネルへのリンクです。





新規

## 取り組み⑤

### ショートムービー制作

介護職の声から生まれる  
介護職のすごさに圧倒される映画



## ■概要

本取り組みでは20分程度の短編映画（ショートムービー）を制作する。本映像については、アンバサダーをはじめとする介護職らからヒアリングしたストーリーを基に役者を起用して撮影を行う。“映画”として作り込むことで、20分の視聴に耐え得る品質と内容にする。制作した映像についてはYouTubeなどのWeb媒体で公開するとともに、アンバサダー等がイベントで使用できるようにする。具体的には、「映画上映」と「アンバサダートークショー」をパッケージ化して、効果的な魅力発信イベントが比較的容易に実施できるようにする。

## 介護職の声

介護職の声からインスパイアされて脚本化した、

- ・介護職のすごさに圧倒されるヒューマンドラマストーリー
- ・観た人が「一歩踏み出す人になりたい」と自然に思えるストーリー

## 映画



10年以上介護の世界に携わってきた  
グローバルクリエイティブディレクターによる演出と  
シネマティックフォトグラフィー

### ①WEB展開

WEBコンテンツとして発信事業者と連携して、集中的に全国に発信していく。また、関連団体様の協力を得て強力に展開していく。

- ・学校
- ・養成機関
- ・職能団体や業界団体
- ・ハローワーク
- ・自治体
- ・事業所
- ・アンバサダー
- ・外国人材（字幕対応）

### ②イベント展開

介護職が使える新たなツールに

映画上映

20分

介護職による  
トークショー

40分

P39参照

地域の施設を活用した上映イベントの開催

北海道チャプター

中部チャプター

東北チャプター

関東チャプター

関西チャプター

中四国チャプター

九州沖縄チャプター

生活の中心にある全国のAEONモール  
などで計3回開催を目指す



## ■課題と対応

・魅力発信のツールとして、動画には「1つの映像だけでは介護の魅力をすべてを伝えることはできない」という課題、トークには「介護職のトークだけでは集客力が低い」という課題があった。両方の課題に応える形として、「映画上映+トークショー」というイベントパッケージを新たにデザインする。映画（長尺の映像）だからこそ形成できる共感と、「映画上映」という集客ワードが使えるメリットがある。また、トークのテーマと登壇者を変えることで映像で伝えきれない部分をいかようにでも補足できる柔軟さを持たせることもできる。

・本事業構造において、制作するコンテンツの数が多すぎても発信事業者からの大規模発信には限度が生じることが予想されるため、そのリソースをより効果的なコンテンツに集中させる考え方もできる。本映像を集中して発信することで、映像単体としての効果拡大を図れるとともに、本映像を利用するイベントに対する集客強化の効果も期待できる。

## ■目的

- ・介護職の専門性および社会的意義を広く周知し、介護分野への理解と敬意を促進する。
- ・介護の本質が「本人らしさを支える営み」であることを社会に浸透させる。
- ・介護を社会全体の課題として認識させ、持続可能な支え合いの意識醸成を促進する。
- ・介護職による効果的な魅力発信活動のために使用できる新たなツールを創出する。



## 制作目的

あなたの知らない介護職のすごさに圧倒され、  
“介護”のイメージが見終わった後にまるごと変わる  
ヒューマンドラマを生み出したい。

## 企画背景

人生の最終章、関わる多くの人が「もう一歩」を踏み出せずにいる。  
その一歩を自然に越えていける存在——それが介護職だ。  
介護とは、単なる支援ではなく、その人らしさを最後まで輝かせる仕事であり、  
たった一歩の歩み寄りと一緒に人生を変えていける可能性を持つ。

本企画では、そんな「もう一歩」を踏み出す介護職の  
プロフェッショナリズムと人間力に焦点を当てる。  
また、利用者家族に対しても「自分にもできたかもしれない一歩」と、  
それを支えてくれた存在の尊さに気づくきっかけを提示する。

介護は、誰もが人生のどこかで必要とし、  
誰かを幸せにできる、かけがえのない仕事である。  
この映画を通じて、介護という営みの新たな価値と可能性を社会に広く伝えたい。

## コンセプト

「笑顔も、生きがいも、**もう一歩**の先に生まれる。」



## ■登場人物

利用者、その家族、そして介護職の4人が登場する。画像はすべてイメージである。



### ■ 藤井 美咲 (30代)

施設で田辺を支えた介護職員。介護職歴17年目。  
小学生の息子がおり、休日は一緒にサーフィンに出かけるアウトドア派。特技は料理。  
施設ではリーダー職として、笑顔を絶やさないをモットーに日々業務にあたっている。



### ■ 田辺 昭雄 (享年83)

現役時代は商社に勤務。学生時代はミュージシャンを志した。  
生真面目で無口で、40年間サラリーマンとして勤め上げる。  
妻とは50代の頃に死別。趣味はオシャレと散歩。  
家族の前では控えめな愛情表現だったが・・・。



### ■ 三井 紗英 (55)

若い時は中学校の先生をしていた。現在は主婦として夫と二人暮らし。23歳の息子がいる。  
離れた街で暮らしながら父を支えきれなかったことに、罪悪感と後悔を抱える。  
父の知らなかった姿を介護職から聞き、静かに自分を許していく。



### ■ 田辺 浩介 (58)

昭雄の長男で紗英の兄。45歳まで地元で銀行員として務めたあと、実家の土地を活かして農家に  
転身。共働きの妻と3人の子供と5人暮らし。家庭と仕事に追われる中で、父の介護に関わりたく  
ても関われなかった不器用な面がある。



## 映画ポスターイメージ

最後まで自分らしくおしゃれに生きた昭雄をモチーフにしたポスター。

1点1点に思い出がある服や靴。

“らしさ”はもう一步の先にある。



## ■構成例

コンテンツのイメージを持っていただく目的で、参考として脚本的に構成例を示す。なお、あくまで例であり、内容については厚生労働省様や企画委員会のご意見も伺い効果的な内容にしていく。

## The Light Between Us ～もう一歩～

父の葬儀から数日後。久しぶりに実家を訪れた娘・紗英（55）は、仏間で父を看取った介護職・藤井（30代）と向かい合っていた。湯呑みの茶は冷め、線香は崩れかけ、会話はすでに長い時間続いている。離れた街で暮らしながら、父をひとりにしてしまった罪悪感を紗英は抱え続けていた。

娘の知る父は、まじめで無口な人だった。何も言わず、何も求めず、ただ毎日を淡々と生きていたように見えた。そんな父が施設でどう過ごしていたのか、想像もできなかった。きっと寂しく、つらい毎日だったのではないか——そう思っていた。

しかし藤井の語る父の姿は、まったく違っていた。

施設では、父はハーモニカを手に、毎夕“ミニライブ”を開いていたという。ダジャレノートを書きため、職員や入居者を笑わせていた。共同生活が苦手な人の相談役になり、自らみんなの輪を作っていた。写真立てを磨く時間を「心の整理の時間」と呼び、穏やかな表情で話していた。外出の機会にはお気に入りの洋服を着ていた。

回想シーンとして、現場の介護職等の関わりと施設の日常をみせていく。利用者のその人らしさの裏にある介護職の「もう一歩」を描く。尚、当法人理事・石本をはじめ介護職らの協力を得て適切な表現になるよう留意する。

「楽しんでたんですね、父…」 驚きとともに、少しずつ涙がにじむ。

紗英は過去を思い出す。父の介護について兄・浩介（58）との衝突。「私たちの父親なんだよ！それでいいの!？」「おれだって家族もあるし、仕事もあるんだよ」とぶつかり合った日のこと。割れた茶碗。やり場のない苛立ち。あの時の怒りと悲しみ。ふと現実に戻ると、線香の灰がはらりと落ちる。

そして藤井が語る。

「お兄さん、途中からよく来てくれるようになりましたよね。実はお父さんと話した後、お兄さんと何度か一緒に散歩したんです。」

紗英は驚く。「え？父と？」

藤井は続ける。「最初は私も一緒にお話しさせてもらって。お互い気まずそうだったけど、ある日、どちらからともなく話しはじめて。お兄さん、お父さんの話をちゃんと聞いてくれてたんですよ」

その時、隣室にいた浩介がふすま越しに立ち尽くしている。彼はすべての会話を聞いていた。

「…やりたかったんだよ」

「でも、どうやっていいかわからなかった」

続く



## 続き～

紗英はそつと言う。「お兄ちゃん、あともう一步だったんだね」

浩介「その一步が…ずっとわからなかったんだ」

藤井が優しく補う。「本当に、一步一步なんですよ。お父さんも最初は静かでした。でも、ある時から少しずつ、笑顔が増えてきて。優しく話しかけてくれるようになりました。小さな変化を、少しずつ重ねていくことで、大きく変わっていくんです」

回想シーンとして、現場の介護職等の関わりと施設の日常をみせていく。

藤井は、父の遺品を一つずつ取り出す。

- ・ハーモニカ：父の表現力が発揮された道具
- ・写真立て：浩介から贈られた家族写真。毎日磨いていた
- ・ダジャレノート：職員が密かに笑っていた名作集

それぞれにまつわる父の姿を藤井が語るたびに、紗英の中で父の印象が塗り替えられていく。

「こんなに楽しそうなお父さんだったなんて」

「自分のことより、周りの人のことを考えてたなんて」

静かな沈黙。

「…わたし、小さなこと、してあげればよかったな」

「あと一步、近づけてたら、もっと笑ってくれてたのかな」

藤井は最後に、自分だけが知っている父との記憶を語る。

「お父さん、最期の夜に言ってくれたんです。

『家族がいて、支えてくれる人がいて。おかげで俺らしくいられる気がするよ』って」

紗英はそつと、藤井に歩み寄る。

「本当に、ありがとうございました」

感謝と尊敬がこもった眼差し。 仏間の光が少しだけ差し込む。

——笑顔も、生きがいも、あと一步の先に生まれる。

## 映画を視聴することで生まれるアウトカム

関わり方に  
気づける

介護を  
自分ごと  
にできる

介護の  
仕事の価値を  
知る

介護職を  
尊敬する



## ■アウトカム

### 映画を視聴することで生まれるアウトカム

#### 関わり方に 気づける

介護とは特別な行動ではなく、小さな一歩を重ねること。  
この映画を通して、誰かを支えるときに本当に大切なのは「何をしてあげるか」やその大小ではなく、「どう寄り添うか」だと気づく。  
無理をしない、押しつけない、でもそばにいる——そんな関わり方を自然に感じ取ることができる。

#### 介護を 自分ごと にできる

介護は、遠い誰かの問題ではない。  
家族を支える場面、友人に寄り添う瞬間、そして自分自身が支えられる立場になる未来。この映画は、「いつかの自分」の物語として介護をとらえ直すきっかけをつくる。  
自分にとっての「もう一歩」が、きっと見えてくる。

#### 介護の 仕事の価値 を知る

介護は単なる「世話」や「作業」ではない。  
人生の最後まで、その人らしさを守るために寄り添い、支える、かけがえのない仕事だ。この映画を通して、介護という営みの中にあるクリエイティブさ、尊厳へのまなざし、そして人間の深い力に気づくことができる。

#### 介護職を 尊敬する

介護職は、人の人生に最後まで寄り添うプロフェッショナルだ。  
この映画は、日常の中で何気なく積み重ねられる「もう一歩」の積み重ねが、どれだけ尊いものかを描く。  
観た人の心に、介護職への純粋な尊敬と感謝の念が自然と芽生える。

介護を“わかる”ではなく、“感じる”物語。  
だから動きたくなる。



## ■イベントの考え方

映画で生まれる共感を、リアルな尊敬に直結

映画上映

介護職によるトークショー

## ■イベント進行例（60分枠の場合）

60分枠での進行例である。トークショーの規模を調整することで柔軟性をもった対応が可能である。また、実施者に映像ファイルを渡せるので少ない機材で実施することが可能である。

所要時間	項目	最低限必要なもの
5分	オープニング	マイク(音響)
20分	映画上映	スクリーン・プロジェクター・PC
10分	休憩&場面転換	
25分	アンバサダートークショー（1～2名）	マイク(音響)・椅子
5分	Q&A	マイク(音響)・椅子
5分	クロージング	マイク(音響)

## ■イベントとしてのアウトカム

介護職のトークが組み合わさることで、映画単体のアウトカムを補強する形で作用し、より一層効果的なものになる。

関わり方に  
気づける

映画で描かれる「もう一歩」の力を、トークショーで具体例として掘り下げること  
で、観客に次の行動を意識させる。

介護を  
自分ごと  
にできる

誰かを支えるとはどういうことかを、感情と理性の両面から捉え、観客自身の人生  
や選択と結びつける。

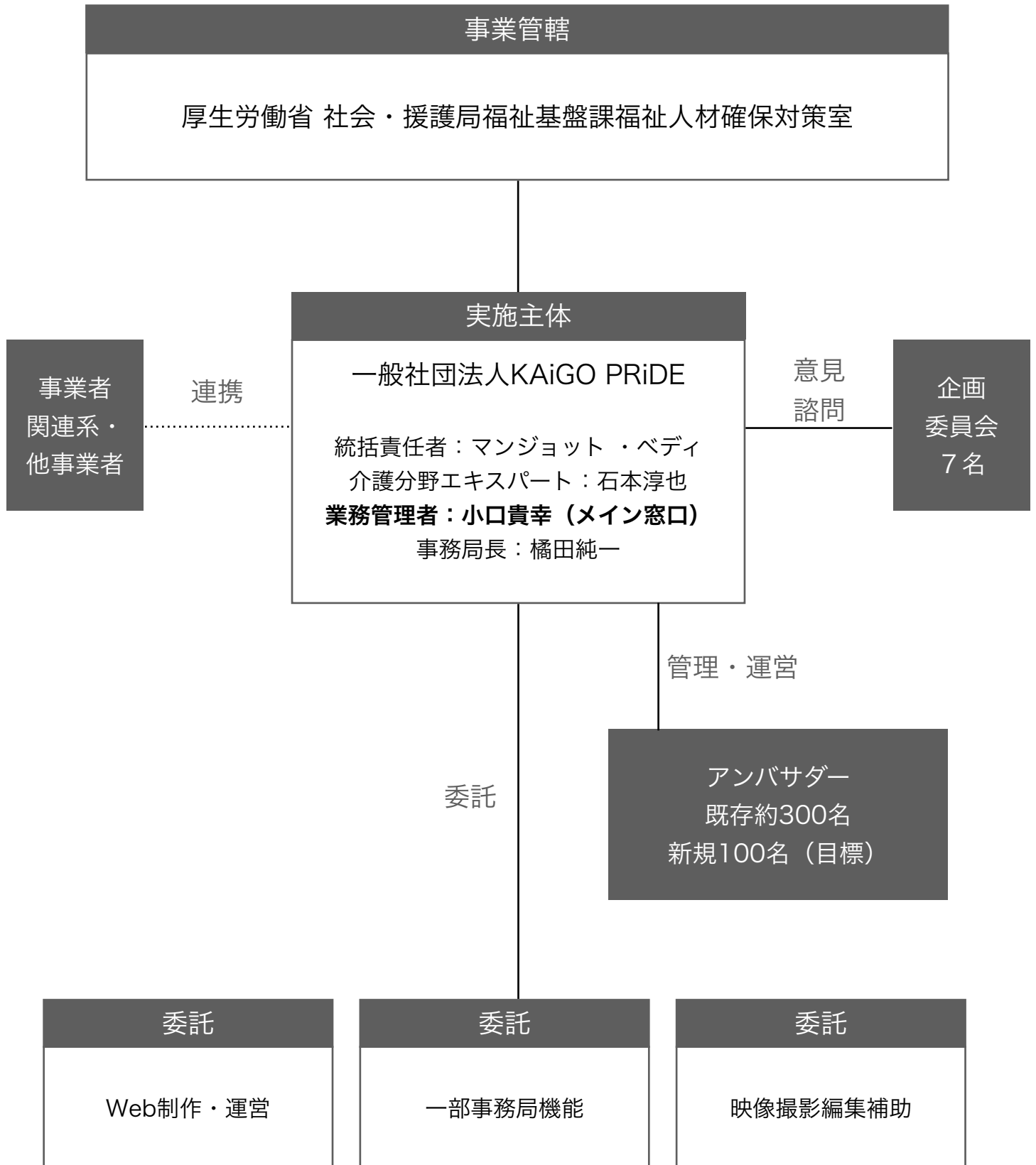
介護の仕事の  
価値を知る

介護は単なるケアではなく人生を支えるクリエイティブな営みであると伝え、業界  
全体のイメージアップに貢献する。

介護職を  
尊敬する

映像で感動を、トークでリアルを伝えることで、介護職のプロフェッショナリズム  
と現場の尊さを立体的に理解させる。







	全体	取り組み①	取り組み②	取り組み③	取り組み④	取り組み⑤
4月						
5月						
6月				体制構築		
7月	企画委員会	募集			配信	
8月					配信 アーカイブ	撮影
9月					配信 アーカイブ	
10月	企画委員会	ワーク ショップ 順次開催	アンバサダー 派遣活動	コミュニティ 運営	配信 アーカイブ	編集
11月	「介護の日」				配信 アーカイブ	
12月					配信 アーカイブ	
1月					配信 アーカイブ	WEB 配信
2月					配信 アーカイブ	イベント
3月	企画委員会 事業総括				配信 アーカイブ	
4月	成果報告				合計15個	

## ■概要

企画委員会：事業年度中に3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①：6月から募集し、7～12月で全国で養成ワークショップを順次実施。

取り組み②：6月以降から順次派遣を開始。

取り組み③：6月に体制構築を図り、7月以降は順次運営。

取り組み④：7月後半に1回目の配信を開始し、以後2週間に1回の頻度で配信。

取り組み⑤：8月から映画撮影を行い、10月末に完成。11月以後に配信・イベントを行っていく。

## ■「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げていきたい。

## ■独自提案「KAiGO PRiDE WEEK」（P54参照）

毎年国や県を跨いで現役介護職が様々な魅力・情報発信を行う独自イベント週間「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。



## 団体紹介および実績

KAiGO®  
PRiDE







## ■KAiGO PRiDEの強み

ボトムアップで現場の  
介護職のリアルと声を  
拾い上げてきたノウハ  
ウと実績

30年の経験と最新のマー  
ケティング戦略を意識した  
ブランディング手法

全国の自治体・団体・  
職員とのネットワーク

## ■形にしてきた声

私たちは一貫して現役介護職の声を形にすることにこだわり、以下のような様々なテーマで動画コンテンツ・Webコンテンツ等の形で社会に広く発信してきた。

### 定着促進

介護職が自らの仕事の誇りを語る  
介護職が介護のスキルについて語る  
マイノリティ介護職がダイバーシティ介護について語る  
三世代にわたって介護に携わる親子が語る

### 参入促進

介護職が介護の働き方について語る  
介護を志す子とそれを反対する親が語る  
介護職が介護の現場がどんな場所かを語る  
介護を学ぶ学生が介護の魅力を語る

### 外国人財

施設長が外国人財の活用について語る  
外国人施設長が日本の介護の未来について語る  
外国人介護職が日本の介護について語る  
デンマークで働く日本人介護職が現地の介護を語る

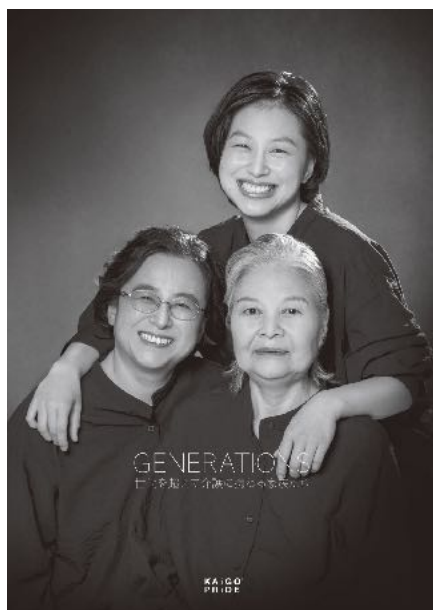
### 生産性向上

現役介護職が生産性向上について語る  
介護職がデジタルやロボットの活用について語る  
現役介護職が施設マネジメントについて語る  
運用担当介護職が施設のSNS発信について語る  
施設長が施設のブランディングについて語る



# 介護職起用のコンテンツ実績①

KAIGO PRIDE



3世代介護職



マイノリティ  
介護職



夫婦で  
介護職



いくつになっても  
介護職



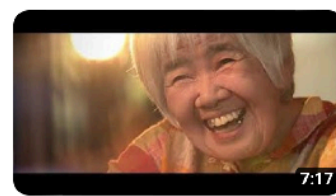
親子で介護職



海外人財介護職



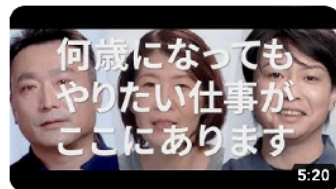
熊本県福祉人材・研修センター様  
介護の魅力発信TV CM



KAIGO PRIDE  
ステイトメントムービー  
「My Story」



マンジョットがプロデュースした  
認知症カフェのコンセプトムービー



熊本県福祉人材・研修センター様  
介護の魅力発信動画



山形市内特別養護老人ホーム施設長  
連絡会様  
介護の魅力発信TV CM



介護分野のテクノロジーについて  
富山県介護福祉士会会長から語る



介護事業所における  
マネジメントについて



日本とデンマークの介護の違いについて  
デンマーク在住の日本人介護職が語る



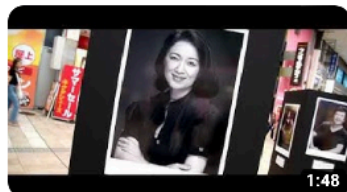
山形県健康福祉部高齢者支援課様  
介護の魅力発信動画



山形市内特別養護老人ホーム施設  
長連絡会様  
介護人材募集TV CM



仕事と介護の両立応援事業  
「介護についての将来の備え」



厚生労働省のパイロット事業の  
現役介護職のポートレート  
撮影のレポート



全国各地のKAIGO PRIDEアンパ  
サーが若者の親世代の介護の認識に  
ついて語る



ご自身がFTMで介護事業所  
を経営されている佐藤氏の  
トークショー



# 介護職起用のコンテンツ実績②

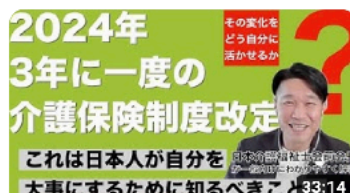
KAiGO  
PRIDE



在宅医である佐々木氏から見た  
医療ではできない介護の力



小説家である高嶋氏から見た  
介護に関するトークショー



介護保険制度改定を  
一般向けに解説



元気高齢者の街づくりについて  
世田谷で開催されたイベントの様子



日本とデンマークの介護の違い  
についてデンマーク在住の  
日本人介護職が語る



仕事と介護の両立応援事業  
「介護休業について」



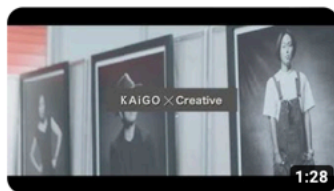
「ARIGATO」キャンペーン  
メッセージムービー



東北福祉大学短期大学部の学生が  
介護職を目指す理由を語る



全国各地のKAiGO PRIDE  
アンバサダーが  
介護職の働き方を語る



山形県で開催された  
写真展のレポート



山形県で開催された介護の魅力  
発信のイベントのレポート



KAiGO PRIDE WEEK 告知  
CM



全国各地のKAiGO PRIDE  
アンバサダーが  
介護の誇りについて語る



仕事と介護の両立応援事業  
「介護サービスについて」



熊本県で撮影された現役介護職の  
ポートレートのスライドムービー



日本とフィンランドの  
介護の違いについてフィンランド  
在住の日本人介護職が語る



介護予防について正しい知識と  
技術を備えるトークショー



熊本県で撮影された現役介護職の  
生の言葉を起用した  
メッセージムービー



全国各地のKAiGO PRIDE  
アンバサダーが  
介護職のスキルを語る



仕事と介護の両立応援事業  
「身近な介護について」



「Together」キャンペーン第一弾



KAiGO PRIDE WEEKについて  
理事の石本からの言葉



山形県介護福祉士会主催  
介護の魅力発信イベントアーカイブ



熊本県福祉人材・研修センター様  
介護の魅力発信動画



写真に添えられた言葉は、モデルの生の言葉。



確かに大変な事はたくさんありますが、  
笑顔や感謝の言葉で全てを忘れて、いつの間にか自分が笑顔になっています。



代表マンジョットが全国で撮影  
様々な施設にスタジオ作って実施



※全国で150名以上撮影した内の一部です。

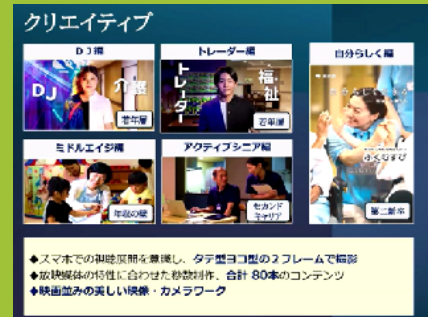


## 動画制作

東京都の「福祉人材集中PR月間」（11月）において、介護職員等の人材を確保するため、5つのPR動画を一般社団法人KAiGO PRiDEが制作。

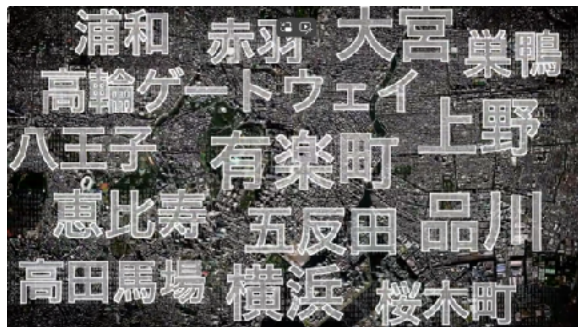
### ターゲットを明確にしたPR動画を制作

就職活動を始める若年層  
転職を考える第二新卒  
年収の壁を意識して就労を控える女性  
定年後のセカンドキャリアを模索するシニア



## 2024年11月東京ジャック

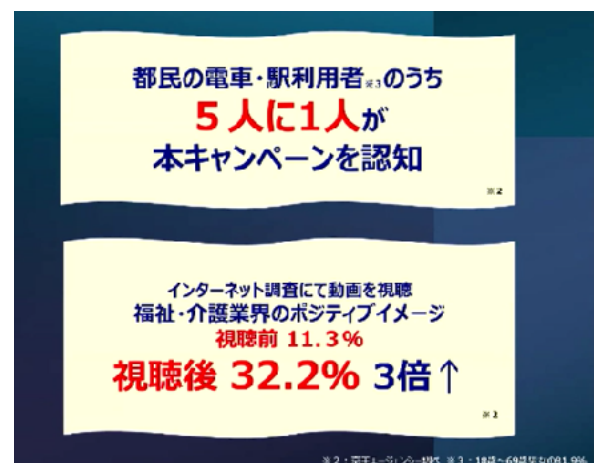
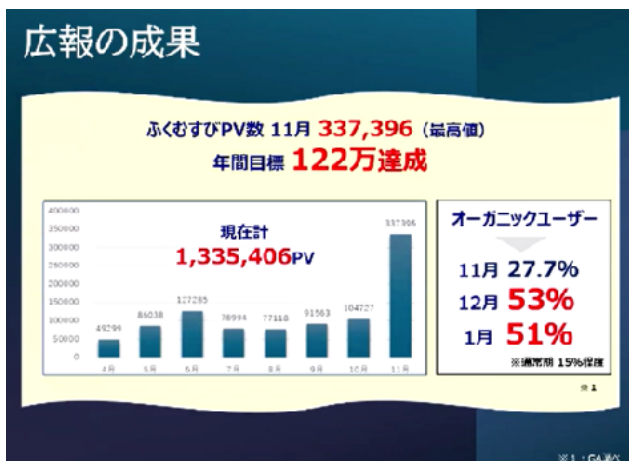
東京都内の主要28駅において動画を流し、動画視聴後に駅構内に飾っているポスター上の二次元バーコードで、「ふくむすび」（東京都福祉人材情報バンクシステム）に誘導。



## 事業成果

2024年11月の「ふくむすび」のPV数が過去最大を記録

動画視聴後は福祉・介護業界のポジティブイメージが約3倍に増加



KAiGO PRiDEのきめ細かく（ヨコ型、タテ型）、高度な動画制作が高い事業成果を生んだ



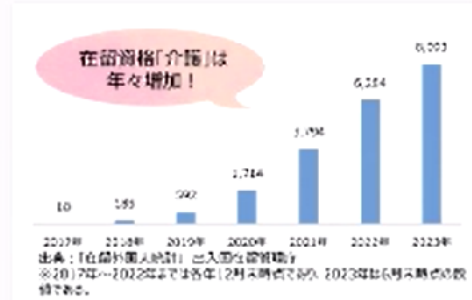
## 事業の背景

介護業界における外国人材の数は年々増加



外国人材に対する根拠のない偏ったイメージ

必要なのはわかるけど、やっぱり外国人は不安（施設長）  
どうせ見てもらうなら日本人の方がいい（利用者・家族）  
母国で稼げないから日本に来てる？（一般）など



## KAiGO PRiDE DIVERSITY @KUMAMOTO

「日本人と共に活躍する多様な外国人材※」  
のブランディングとしてKAiGO PRiDEが動画を制作

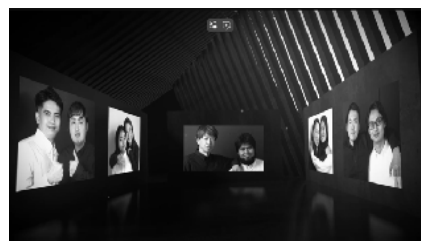
※外国人材の活用 → 外国人材の活躍

**KAiGO<sup>®</sup>**  
**PRiDE**  
**DIVERSITY**  
**@KUMAMOTO**

## 動画の内容

熊本県内の介護現場で共に活躍する「外国人介護職員と日本人介護職員（バディ）」を2人1組で公募・選出

撮影やインタビューを行い、「互いに信頼関係を築きながら熊本県内で活躍する外国人介護職員と日本人介護職員をモデルとしたPR動画を制作







Tokyo  
Creative  
Salon  
2024  
Harajuku

KAIGO  
PRIDE



## 現役介護職と利用者が支え合う社会をファッションの力で象徴！

当法人がプロデュースした現役介護職と利用者によるファッションウォーク「LiNK WALK」。東京クリエイティブサロン2024・原宿エリアで開催からスタートし、現在は全国に広がっている。介護職らが自ら企画し実行する場合もあり、魅力発信の一つのプラットフォームとして機能し始めている。



### LiNK WALK 全国に展開中

@愛知

@福島

@原宿

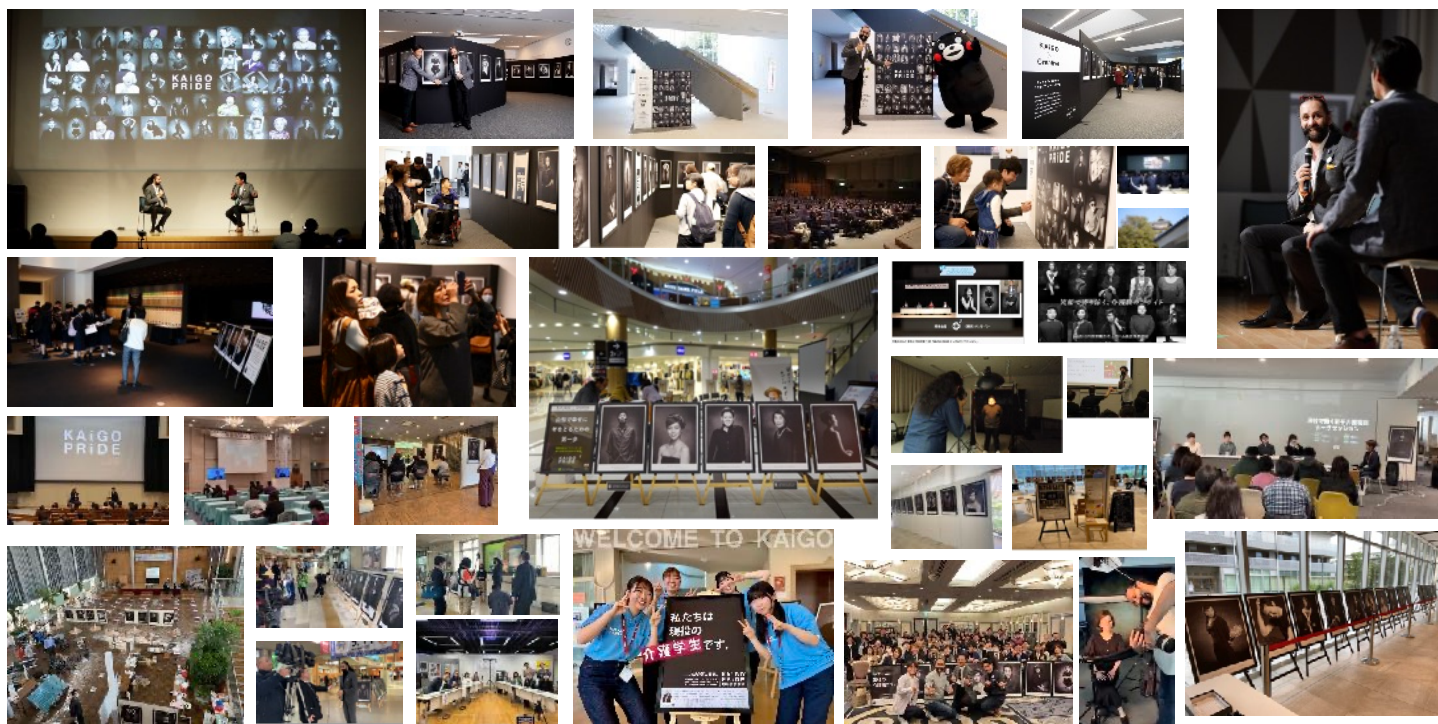
@CSJ

2025年  
6箇所開催予定

愛知と福島はアンバサダーによる地域も巻き込んだ自主開催。



# イベント・メディア露出実績



## 首長等面談（一部）



熊本県知事  
蒲島郁夫 氏



山形市長  
佐藤孝弘 氏



元総務副大臣  
田畑裕明 氏



富山県知事  
新田八郎 氏



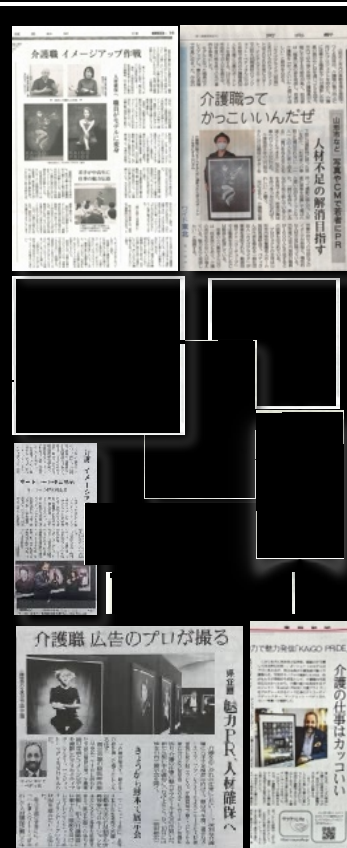
世田谷区長  
保坂展人 氏



福島県知事  
内堀雅雄 氏



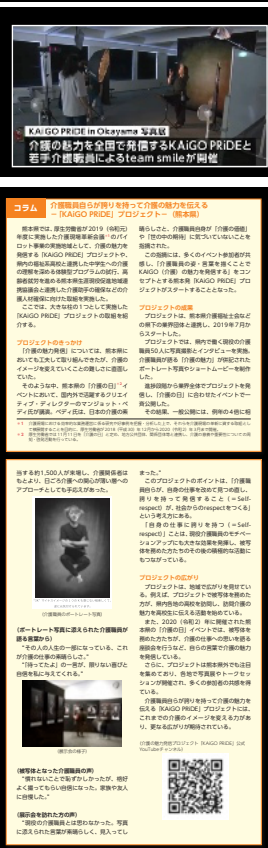
渋谷区長  
長谷部健 氏



新聞記事



インターネット記事



令和4年度版  
厚生労働白書



TV（番組）



現場レベルで、動画制作・写真展・トークショー・イベント支援・出前講座・PR・TV-CMを実施してきた実績。

取り組むターゲット・課題についても様々で、「介護の魅力発信」「介護職のスキルの専門性」「介護休業啓発」「親世代の認識変容」「福祉系学校の入学促進」「ミドルエイジの就業促進」「LGBTQ介護職」「高齢介護職」「外国人介護職」など多様な事項を各自治体・団体と共に取り組む中で、直接当事者からその課題について伺ってきました。その中で得た気づきや学びを活かして、各地域との密な連携を行っていくことができます。

これまで地域ごとに取り組んできたノウハウを、全国に展開します。

北見市保健福祉部介護福祉課
秋田県介護福祉士会
山形県健康福祉部高齢者支援課
山形市福祉推進部長寿支援課
山形県介護福祉士会
山形県社会福祉協議会
山形市内特別養護老人ホーム施設長連絡会
山形市特定施設連絡協議会
ハローワーク山形
介護労働安定センター山形支所
山形県最上総合支庁
山形県寒河江市高齢者支援課
東北文教大学
福島県保険福祉部社会福祉課
群馬県健康福祉部介護高齢課
千葉県介護福祉士会
埼玉県福祉部高齢者福祉課
世田谷区高齢福祉部
世田谷区福祉人材育成・研修センター
千代田区社会福祉協議会

東京都福祉保健局高齢社会対策部介護保険課
富山県介護福祉士会
富山県厚生部厚生企画課
福井県社会福祉協議会
全国介護付きホーム協会
京都府介護福祉士会
岡山県保健福祉部保険福祉課
岡山県社会福祉協議会
岡山県介護福祉士会
広島県介護福祉士会

長崎県県央域介護人材確保対策協議会
熊本県健康福祉部長寿社会局高齢者支援課
熊本県介護福祉士会
熊本県社会福祉協議会
日本介護福祉士会
茨城県介護福祉士会
渋谷区
岩手県社会福祉協議会
岩手県保険福祉部長寿社会課
渋谷区特養施設長連絡会







正式に記念日登録済み

新たな介護の魅力発信の機会を創出するために、2月22日を「KAiGO PRiDE DAY」として正式に記念日登録を行った。厚生労働省様策定の11月11日「介護の日」と合わせ、より多様な魅力発信機会となるよう、自法人だけではなく各地方自治体や介護関連団体にも呼びかけを行い普及を推進している。各地域単位・団体単位の所謂「点の活動」になりがちな魅力発信活動をつなげ、「面の活動」としてより効果的に発信できるようにすることを重要視している。

## KAiGO PRiDE WEEK

### 介護職らが自らの声で発信する全国イベント

2月22日のKAiGO PRiDE DAYを中心に、  
県と県を跨ぎ、**ALL JAPAN ONE TEAM**となって  
KAiGO x 異業種連携をするイベントを2023年からスタート。  
介護職らが自らの声で発信する全国的なイベントとして、  
業界内外を巻き込んで開催している。

2023

18

19

20

21

22

23

24

25

26

SAT

SUN

MON

TUE

WED

THU

FRI

SAT

SUN

01 介護のマネジメントの認識を変える

02 デンマークの介護（現場）への認識を変える

03 デンマークの介護（社会）への認識を変える

04 介護職のスキルの認識を変える

05 介護の働き方の認識を変える

06 介護を志す若者の親世代の認識を変える

07 介護職としての誇りの認識を変える

08 介護を中心とした街づくりの認識を変える

09 デジタルやロボットの活用の認識を変える

10 介護の職業病予防の認識を変える

11 ダイバーシティ介護の認識を変える

12 クリエイター視点から見た介護の認識を変える

13 医師の視点から見た介護の認識を変える

14 日本の介護の認識を変える

2024

17

18

19

20

21

22

SAT

SUN

MON

TUE

WED

THU

1. 発信力の向上

2. 生産性の向上

3. 外国人材の真実

International Japan KAiGO Festival

4. 日本で働く外国人施設長

5. 介護におけるブランディング

6. デンマークから学ぶ

7. フィンランドから学ぶ

8. 介護保険制度改定について

9. アンバサダーサミット

2025

17

18

19

20

21

22

23

24

MON

TUE

WED

THU

FRI

SAT

SUN

MON

多様な魅力発信のより一層の深化と  
グローバルな発信機会への更なる進化を図るために  
International Japan KAiGO Festival  
を本格始動。

International  
KAiGO Festival

QRコード

QRコード



## KAiGO PRiDE WEEK 2025

全国の介護職自らがローカルインパクトに繋がる  
アクティビティを開催！



### 注目

当法人の主催ではなく、アンバサダーらの自主的な魅力発信活動がKAiGO PRiDE WEEK2025中に全国で展開された。地域、職種、職歴、資格の有無も超えて、介護の魅力を発信したいという思いの中で小さいながらも取り組んでいただいことには敬意しかない。この動きを一過性のものにせず、本年度もしっかりとサポートをしていくことで大きなムーブメントとしていきたい。

### 2025年のイベント例

- ・ LiNK WALK
- ・ オンライントークショー（YouTube Live・Instagram Live など）
- ・ トークショー
- ・ 映画上映