

# KAiGO<sup>®</sup> PRiDE

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) 報告書

一般社団法人KAiGO PRiDE



# CONTENTS

## 目次

---

<b>01</b>	はじめに：プロジェクト趣旨（全体像）	・・・	p.3	<b>03</b>	事業連携の取り組み	・・・	p.98
	事業概要	・・・	p.4		事業間連携・情報発信	・・・	p.100
	戦略とアウトカム	・・・	p.7	<b>04</b>	事業効果の分析等	・・・	p.106
	実施スケジュール	・・・	p.10		取り組み① アンバサダー育成	・・・	p.108
	実施体制・企画委員会	・・・	p.11		取り組み② アンバサダーによる連携発信事業	・・・	p.111
	事業主体／企業プロフィール	・・・	p.12		取り組み③ アンバサダーのコミュニティ形成	・・・	p.113
	構成委員会プロフィール	・・・	p.13		取り組み④ オンラインプラットフォーム	・・・	p.116
<b>02</b>	Webを活用した広報の実施	・・・	p.16		取り組み⑤ ショートムービー制作	・・・	p.118
	取り組み① アンバサダーの育成	・・・	p.18		総評	・・・	p.123
	取り組み② アンバサダーによる連携発信	・・・	p.34				
	取り組み③ アンバサダーのコミュニティ形成	・・・	p.53				
	取り組み④ オンラインプラットフォーム	・・・	p.62				
	取り組み⑤ ショートムービー制作	・・・	p.74				

# 01

## はじめに ：プロジェクト趣旨（全体像）

## 01 事業概要／与件整理

### 事業目的

本事業は、福祉・介護の仕事に対して新たに関心を持つ層を広げるとともに、実際に働く人々の声や実体験を通じて、その魅力や価値への理解を促進することを目的とするものである。特に、介護の現場で働く職員自らが情報発信を行う機会を創出し、Web広告や各種コンテンツを活用した広報活動と連動させることで、より多くの国民に対して多角的かつ継続的に情報を届けることを目指した。

### 実施内容

本事業では、令和6年度の取り組みを基盤としつつ、発信人材の育成から情報発信、さらには発信の継続・拡張につながる仕組みづくりまでを視野に入れ、以下の取り組みを実施した。

- ・ 取り組み① 発信できる介護職（アンバサダー）の育成
- ・ 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動
- ・ 取り組み③ アンバサダーを起点としたコミュニティ形成
- ・ 取り組み④ オンラインを活用したトークプラットフォームの運営
- ・ 取り組み⑤ ショートムービーの制作および発信

これらの取り組みを通じて、個人による発信を起点としながら、発信の広がりや継続性を両立する事業構造の構築を図った。

### 留意事項

本事業の実施にあたっては、単なる情報発信にとどまらず、受け手の関心や理解を深めるための表現や導線設計に配慮し、ターゲット層に応じた適切な手法を組み合わせることで展開した。また、全国的な情報発信事業や関連施策との連携を意識し各主体との協働やネットワークの活用を図ることで、情報の到達範囲および事業効果の最大化を目指した。さらに、各施策の実施結果については適切に分析・評価を行い、今後の取り組みの改善や発展につなげるとともに、本事業で創出されたコンテンツや成果物については広く国民がアクセス可能な形での公開を前提とした。

## (1) 事業全体の基本方針

本事業では、令和6年度事業の成果を基盤とし、3つの観点から事業を展開した。

### 1. 強化

前年度事業で創出した  
成果の強化発展

### 2. 新規

アウトカム達成のための  
更なる挑戦

### 3. 連携

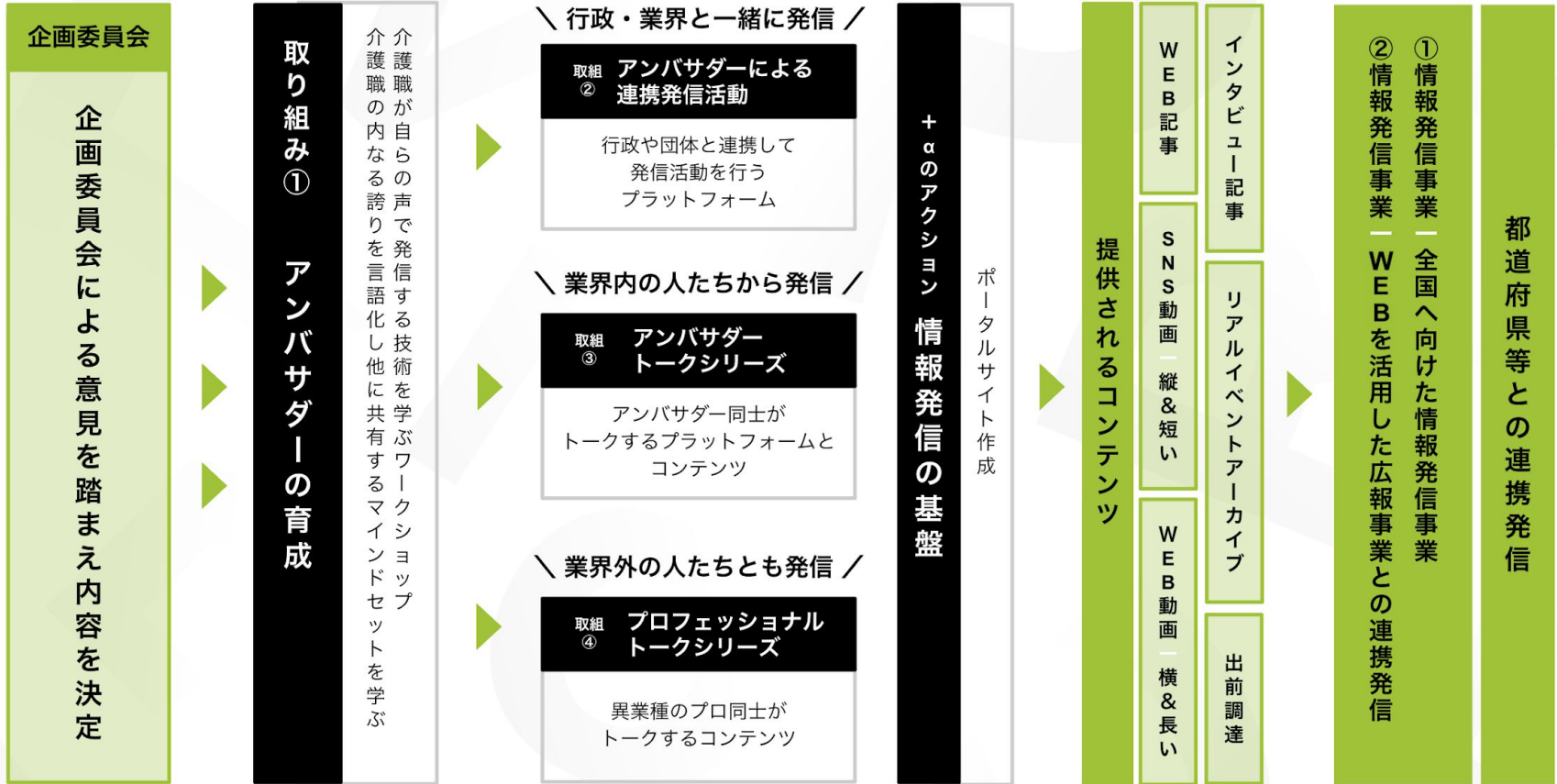
事業間連携の積極的な  
活用と発展

本方針は、ロジックモデルにおける「活動」の基本方針として位置付ける。  
「介護職自らの声」を広義のコンテンツとして捉え  
アウトカムからのバックキャストिंगの視点で各施策を設計した。



令和6年度事業の報告書

# 01 事業概要／全体像



## 01 戦略とアウトカム／アウトカムに対する活動概要

各指定アウトカムに対して、本事業における主な取り組みを整理した。また、本事業の特性を踏まえ、介護職による発信をより効果的に推進するとともに、人材定着等の長期的な成果につなげる観点から、第5および第6のアウトカムを独自に設定した。

### アウトカム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：本事業の実施およびコンテンツ制作の過程を通じて、現役介護職が自らの声で発信する情報に触れる機会を創出した。

### アウトカム2

介護の仕事内容に興味・関心を持つ人が増える

▶ 活動：「現役介護職が自らの声で語る共感性の高いコンテンツ」を制作・発信し、関心層の喚起を図った。

### アウトカム3

介護の仕事について理解する人が増える

▶ 活動：現役介護職が自身の仕事の魅力を再認識する機会を創出するとともに、その発信を通じて受け手の理解促進を図った

### アウトカム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：介護職の専門性やプロフェッショナルリズムが伝わるコンテンツを制作・発信した。

### アウトカム5

(独自のアウトカム)

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：研修や発信機会の提供、関係者との交流を通じて、介護職自身が仕事への誇りを高める機会を創出した。

### アウトカム6

(独自のアウトカム)

介護職が安心して発信できる環境がある

▶ 活動：チームでの発信を意識した取り組み等を通じて、個人に依存しない発信環境を整備した。

## 01 戦略とアウトカム／アウトカムと連携する取り組み

6つのアウトカムと5つの取り組みの連携について以下のように整理した。

<b>アウトカム1</b>	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
<b>アウトカム2</b>	介護の仕事内容に興味・関心を持つ人が増える
<b>アウトカム3</b>	介護の仕事について理解する人が増える
<b>アウトカム4</b>	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）
<b>アウトカム5</b> (独自のアウトカム)	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）
<b>アウトカム6</b> (独自のアウトカム)	介護職が安心して発信できる環境がある

取り組み④：オンライントークプラットフォーム  
取り組み⑤：ショートムービー制作

取り組み④：オンライントークプラットフォーム  
取り組み⑤：ショートムービー制作

取り組み②：アンバサダーによる連携発信活動  
取り組み④：オンライントークプラットフォーム

取り組み②：アンバサダーによる連携発信活動  
取り組み⑤：ショートムービー制作

取り組み①：アンバサダー育成  
取り組み②：連携発信活動  
取り組み③：コミュニティ形成

取り組み①：アンバサダー育成  
取り組み③：コミュニティ形成

## 01 戦略とアウトカム／取り組みの具体的な活動

前項で列記した各アウトカムにつながる取り組みについて、以下に詳細を記載する。

### 5つの取り組み

#### 取り組み①： アンバサダーの育成

全国から現役介護職を募集し、発信に関する研修を実施することで、自らの言葉で発信ができる介護職として「KAiGO PRiDEアンバサダー」を育成・認定した。また、今年度はチームでの参加枠を設け、複数人での発信や体制づくりについて学ぶ機会を創出するとともに、学生向け研修も実施した。

#### 取り組み②： アンバサダーによる 連携発信活動

育成したアンバサダーは、本事業における他の情報発信施策と連携し、イベントやコンテンツ制作への協力をを行った。また、各地方自治体や関係団体による介護の魅力発信に資する事業にも参画するとともに、自主的な発信活動にも取り組み、多様な接点を通じた情報発信を実施した。

#### 取り組み③： アンバサダーの コミュニティ形成

全国で育成したアンバサダーを地域単位でコミュニティ化し、複数人での活動が可能となる環境を整備した。また、事業所や職種を越えた交流の機会を創出し、自主的な発信活動の促進を図るとともに、地域内外のつながりを活かした発信の広がりを生み出した。

#### 取り組み④： オンライントークプラット フォーム運営

アンバサダーによるオンライントークを実施し、その内容をWebライブ配信および動画コンテンツとして定期的に発信した。これにより、現役介護職が自らの言葉で社会に向けて発信する場を創出するとともに、他事業との連携の受け皿としても機能するプラットフォームを運営した。

#### 取り組み⑤： ショートムービー制作

アンバサダーの体験をもとにショートムービーを制作し、Web配信およびイベント等を通じて発信した。本施策では、「介護職らが使いたい」と感じる表現を意識し、視聴者に受動的に見てもらうだけでなく、自ら積極的に共有・発信したくなるコンテンツとして展開した。

## 上記5つの取り組みで介護職の声を広く届ける

その骨子として取り組み①となる魅力発信できるアンバサダーの育成からスタートさせた

# 01 実施スケジュール

	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				撮影
8月						
9月						編集
10月	企画委員会	ワーク ショップ 開催	アンバサダー 派遣活動	コミュニティ 運営	ライブ 配信 vol.8-22	
11月	「介護の日」					
12月						
1月					アーカイブ 配信 vol.8-22	WEB 配信
2月	「KAiGO PRiDE WEEK」 / 「International KAiGO Festival」					
3月	企画委員会 事業総括 成果報告					イベント
4月					合計15本	

## 概要

企画委員会：事業年度中に3回開催済み。

取り組みの事前事後に意見を諮問する。

取組①：6月から募集、7~2月で全国で養成ワークショップを順次実施。

取組②：6月以降から順次派遣を開始。

取組③：6月に体制構築を図り、7月以降は順次運営。

取組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。

取組⑤：7月から映画撮影を行い、10月末に完成。  
11月10日完成披露試写会実施。以降、配信・イベントを行う。

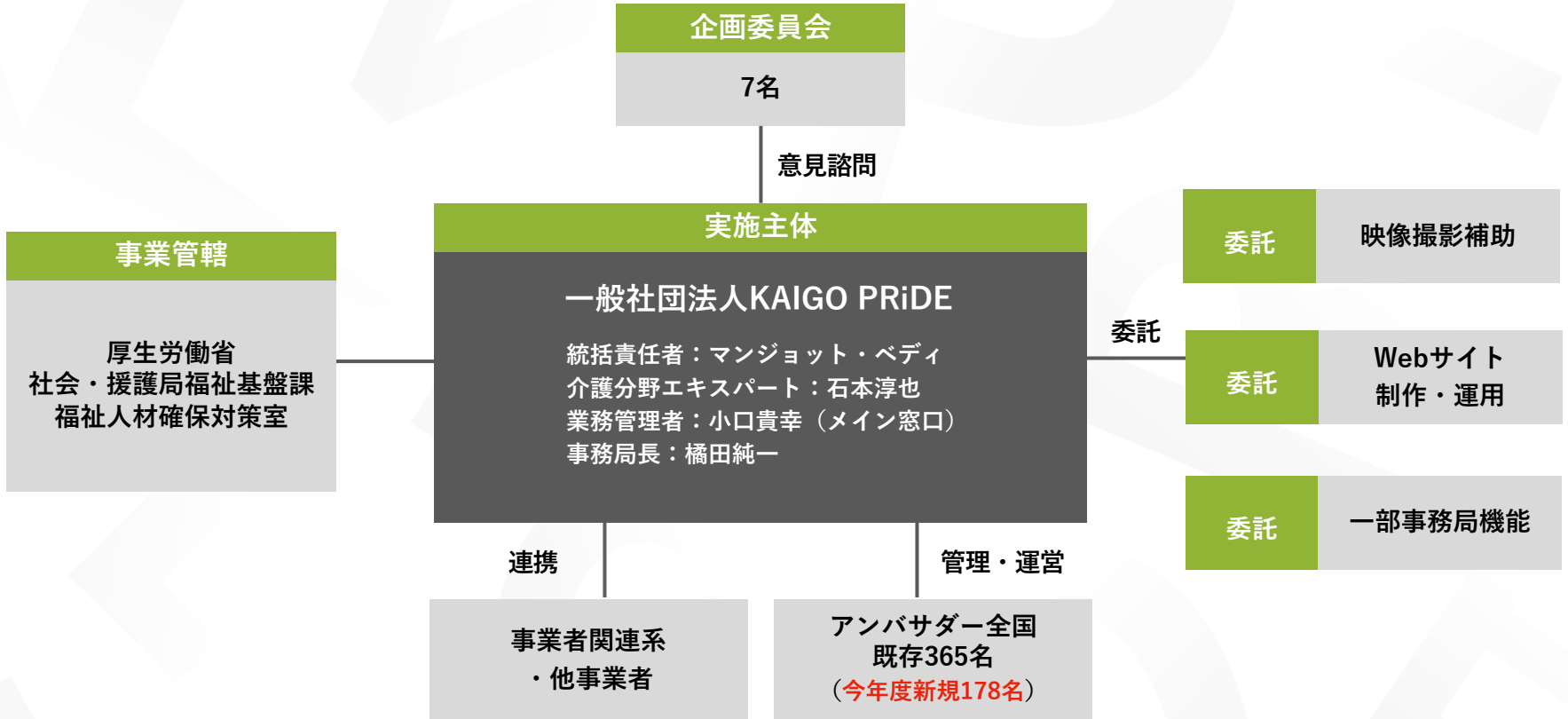
## 介護の日

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った。

## 独自提案「KAiGO PRiDE DAY」 / 「International KAiGO Festival」

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、現役介護職が情報発信を行う主催イベント「KAiGO PRiDE WEEK」を開催している。さらに、今年は東京ビッグサイトで開催された日本最大級の介護イベントCARE SHOW JAPANの中で「International KAiGO Festival」を主催し、映画上映及びトークショーをはじめ、情報発信や交流の機会を創出した。

# 01 実施体制・企画委員会



## 01 事業主体／企業プロフィール

**KAiGO<sup>®</sup>  
PRiDE**

**KAiGO × Creative**  
現場からの声で紡ぐ、介護をブランディング  
するKAiGO PRiDEが本事業を実施した

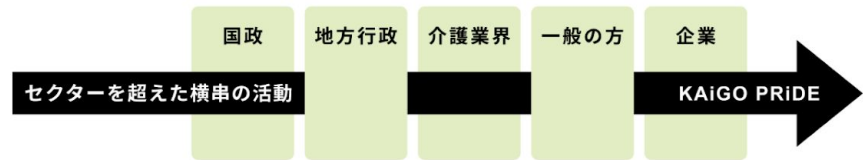


ホームページ

「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 × 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。

### 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づくりを行ってきた。



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

## 01 構成委員会プロフィール（有識者）



### 訪問介護の専門家

#### 田尻 亨氏（企画委員長）

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



### Well-beingの専門家

#### グスタフ ストランドル氏

武蔵野大学  
ウェルビーイング学部教授



### ビジネス・広告の専門家

#### 深澤 博氏

株式会社日本経済社  
執行役員  
ストラテジックソリューション担当補佐



### イベント・集客の専門家

#### 駒井 一郎氏

イオンリテール株式会社  
経営企画本部 MySCUE事業部 事業部長

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



北海道 **丹内 大貴** 氏

社会福祉法人礼文町  
社会福祉協議会指定  
居宅介護支援事業所  
管理者



大阪 **上地 智枝** 氏

株式会社Takarafu  
代表取締役  
一般社団法人国際介護士協会  
代表理事



広島 **古森 正和** 氏

医療法人翠清会  
介護老人保健施設ひばり  
介護主任

クリエイティブのプロと介護のプロがタッグを組み、介護の魅力を見える形にします



### 代表理事

#### マンジョット・ベディ

エグゼクティブクリエイティブディレクター  
カメラマン

広告業界で30年の経験を持ち、伊勢神宮の日本魅力発信やトヨタ自動車/レクサスのグローバル施策に携わるプロフェッショナル。経営者視点でのクリエイティブ戦略立案に長け、認知症カフェ「as a cafe」をデザイン・プロデュース。



### 理事

#### 石本 淳也

(社) 熊本県介護福祉士会会長  
(公社) 日本介護福祉士会相談役

2008年度より(社)熊本県介護福祉士会会長に就任(現職)2016年度より(公社)日本介護福祉士会 会長に史上最年少で就任。2020年6月に退任し、現在は熊本市内の特別養護老人ホームの施設長を務める。2025年に熊本県からの推薦を経て、社会福祉功労者厚生労働大臣表彰を受賞。

# 02

## Webを活用した広報の実施 —事業の実績（取り組み①～⑤の紹介）

## 02 Webを活用した広報活動の実施概要

Webを活用した広報活動により、「福祉・介護の仕事」への認知・関心の向上を目的に、複数の接点を横断した情報発信を展開した。  
本年度は、アンバサダーの育成を基盤としながら、コンテンツ・発信機会・流通導線を一体的に設計し、発信の量と質の両面で拡張を図った。

取  
り  
組  
み  
の  
枠  
組  
み

### 取組①

### アンバサダーの育成

介護職が自らの言葉で魅力を発信する力を育成。  
現場のリアルな声を言語化し、共感を生む発信の起点を形成。

＼ 行政・業界と一緒に発信 ／

#### 取組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

同じ志の仲間と  
＼ マインドセットを共有する ／

#### 取組③ アンバサダーのコミュニティ形成

アンバサダー同士の全国的な  
コミュニティ形成


＼ 全国の仲間と一緒に  
定期的に発信していく ／

#### 取組④ オンライントークプラットフォーム

アンバサダー動詞がトークする  
プラットフォームとコンテンツ

### 取組み⑤ ショートムービー制作

イベントにも使える介護職の声をもとにしたショートムービー



## 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

## 02 取り組み①アンバサダーの育成／実施背景

### 現状の課題

介護職自身が魅力を感じていながらも、それを社会に向けて言語化・発信できていない点が課題であった。その結果、現場のリアルな価値が十分に伝わらず、介護のイメージ向上や関心喚起につながりにくい状況があった。

### 実施の目的

- 介護職が魅力を自らの言葉で発信できる状態の構築
- 発信スキルとマインドセットの強化
- 継続的な発信につながる基盤の形成

### 取組概要

全国の現役介護職を対象に、発信力と内省力を高める研修・ワークショップを実施した。

- 全国9地域での対面研修およびオンライン研修
- ワークショップによる魅力の言語化
- チーム参加枠の新設
- 学生アンバサダーの育成

### 特徴狙い

本施策では「発信スキルの習得」ではなく、「内面の気づき」を起点とした設計とした。これにより、実感に基づく言葉として社会に届く発信の土台を形成した。

### アウトカム 接続

本取組は、その後の発信活動の基盤形成に寄与した。

## 02 取り組み①アンバサダーの育成/ワークショップ概要

参加募集	<p>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。</p>
募集人数	<p>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。</p>
実施時期	<p>令和7年9月から令和8年2月にかけて実施</p>
実施地域	<p>全国8地域（北海道、東北、関東、中部、北陸甲信越、関西、中国・四国、九州・沖縄）のそれぞれの地域の会場で実施した。介護職向けの研修会は、これら8地域での対面開催に加え、オンラインで2回実施した。さらに、学生向けについては別枠を設け、オンラインで3回実施した。</p>
実施日程	<p>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。</p>
研修内容	<p>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 学生向けについては、介護の仕事の魅力を理解し、自身の視点でその価値を言語化・共有する内容で実施した。</p>

## 02 取り組み①アンバサダーの育成／研修の流れ

### 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。

## 02 取り組み①アンバサダーの育成／研修の流れ

### 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。

## 02 取り組み①アンバサダーの育成/受講の流れ

<p>STEP 1 公募</p>		<p>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</p>	
<p>STEP 2 応募管理</p>		<p>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</p>	
<p>STEP 3 研修実施</p>		<p><b>リアル</b> → 介護者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ほこりに気づくワークショップで構成</p>	 <p><b>オンライン</b> → 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</p>
<p>STEP 4 認定</p>		<p>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。</p>	
<p>STEP 5 仲間作り支援</p>	<p>チームビルディング サポートプログラム</p>	<p>→ 今年度より導入した「チーム参加」により、同一法人・事業所の複数名で研修に参加し、介護現場発の対外的な魅力発信を見据えた学びの機会を創出した。これにより、個人に留まらない発信や職場内での理解促進・協力体制の醸成を図った。また、研修で得た学びを組織内で共有しやすい環境を整え、発信に関心を持つ仲間の広がり、その後のコミュニティ形成につながる基盤づくりを支援した。</p>	

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

## 02 取り組み①アンバサダーの育成／講師紹介

### 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



小口 貴幸

一般社団法人KAIGO PRIDE  
理事



マンジョット・ベディ

一般社団法人KAIGO PRIDE  
代表理事



石本 淳也

一般社団法人KAIGO PRIDE  
理事

これまで多数のワークショップを開催し、豊富なファシリテーター経験を持つ。研修会では、受講者一人ひとりが主体的に学べるよう、講座全体の進行を担当。議論を活性化させる工夫を取り入れながら、知識の定着をサポートする。また、研修内容が実際の現場で活かせるよう、具体的な事例やケーススタディを交えながら講義を行う。

コミュニケーションのプロフェッショナルとして、企業研修や講演を数多く手掛ける。KAIGO PRIDEの研修会では、「伝える力」の重要性に焦点を当て、相手にわかりやすく伝える技術や、効果的なプレゼンテーションのコツを指導する。実践的なワークを取り入れながら指導を行い、研修全体の監修を担当。受講者が自身の強みを活かしながら、自信を持って発信できるよう支援する。

介護業界の第一線で活躍し、現場で培った豊富な経験を持つ。研修では、介護職として求められるマインドやプロフェッショナルとしての姿勢について伝え、受講者が現場で実践できるよう指導を行う。また、介護業界の最新動向を踏まえながら、今後の課題や可能性についても発信し、受講者が業界の未来を見据えて成長できるようサポートする。介護職の立場から、日々の業務に活かせる実践的な考え方を伝え、受講者の意識改革を促す役割を担う。

## 02 取り組み①アンバサダーの育成／研修会開催結果概要

アンバサダー向け研修会は**11**回、学生向けはオンラインで**3**回実施した  
全国各地からアンバサダーは合計**178**名**37**チーム、学生は**54**名参加した

開催日	開催場所	参加者数	会場
2025年09月11日（木）	北海道	10人 チーム数：2	旭川市民文化会館
2025年09月24日（水）	京都	38人 チーム数：8	京都市国際交流協会館
2025年09月25日（木）	富山	6人 チーム数：2	富山農協会館
2025年10月07日（火）	静岡	18人 チーム数：2	グランシップ
2025年10月08日（水）	東京	37人 チーム数：7	渋谷区文化総合センター大和田
2025年10月15日（水）	香川	22人 チーム数：5	レグザムホール
2025年10月16日（木）	鹿児島	8人 チーム数：1	カクイックス交流センター
2025年10月20日（月）	新潟	33人 チーム数：9	新潟ユニゾンプラザ
2025年10月21日（火）	山形	5人 チーム数：0	山形県生涯学習センター遊学館
2025年12月13日（土）	オンライン/学生向け	1人	オンライン
2026年01月06日（火）	オンライン/学生向け	43人	オンライン
2026年01月26日（月）	オンライン1	4人 チーム数：0	オンライン
2026年02月09日（月）	オンライン/学生向け	10人	オンライン
2026年02月12日（木）	オンライン2	13人 チーム数：1	オンライン

## 02 取り組み①アンバサダーの育成 研修会の様子

### 北海道会場

日時 : 2025年9月11日 (木)  
 参加人数 : 10人 (2チーム)  
 会場名 : 旭川市民文化会館 第2会議室



Chapter 1

Chapter 2

Chapter 3

Chapter 4

### 京都會場

日時 : 2025年9月24日 (水)  
 参加人数 : 38人 (8チーム)  
 会場名 : 京都市国際交流協会館 研修室



## 02 取り組み①アンバサダーの育成 研修会の様子

### 富山会場

日時 : 2025年9月25日 (木)  
 参加人数 : 6人 (2チーム)  
 会場名 : 富山農協会館 802号室



### 静岡会場

日時 : 2025年10月7日 (火)  
 参加人数 : 18人 (2チーム)  
 会場名 : グランシップ 会議室1101



## 02 取り組み①アンバサダーの育成 研修会の様子

### 東京会場

日時 : 2025年10月8日 (水)  
 参加人数 : 37人 (7チーム)  
 会場名 : 渋谷区文化総合センター大和田 学習室1



### 香川会場

日時 : 2025年10月15日 (水)  
 参加人数 : 22人 (5チーム)  
 会場名 : レグザムホール 第2会議室



## 02 取り組み①アンバサダーの育成 研修会の様子

### 鹿児島会場

日時 : 2025年10月16日 (木)  
 参加人数 : 8人 (1チーム)  
 会場名 : カクイックス交流センター 小研修室第2



### 新潟会場

日時 : 2025年10月20日 (月)  
 参加人数 : 33人 (9チーム)  
 会場名 : 新潟ユニゾンプラザ 小研修室2



## 02 取り組み①アンバサダーの育成 研修会の様子

### 山形会場

日時 : 2025年10月21日 (火)  
 参加人数 : 5人 (0チーム)  
 会場名 : 山形県生涯学習センター遊学館  
 第2研修室



### 学生向け①

日時 : 2025年12月13日 (土)  
 参加人数 : 1人  
 会場名 : オンライン



山形会場の様子

## 02 取り組み①アンバサダーの育成 研修会の様子

### 学生向け②

日時 : 2026年1月6日 (火)  
 参加人数 : 43人  
 会場名 : オンライン



### オンライン①

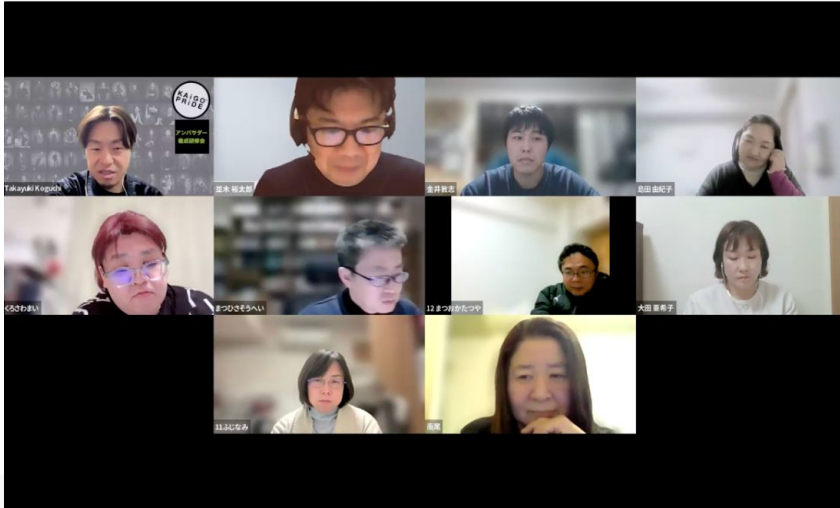
日時 : 2026年1月26日 (月)  
 参加人数 : 4人 (0チーム)  
 会場名 : オンライン



## 02 取り組み①アンバサダーの育成 研修会の様子

### 学生向け③

日時 : 2026年2月9日 (月)  
 参加人数 : 10人  
 会場名 : オンライン



### オンライン②

日時 : 2026年2月12日 (木)  
 参加人数 : 13人 (1チーム)  
 会場名 : オンライン



## 02 取り組み①アンバサダーの育成 主な参加者の声

### 介護職の声

- 参加する前よりも、介護の仕事に対してより誇りを持てるようになりました。
- 「なぜ介護の仕事を始めたのか」という原点を思い出すことができました。
- 自分が思っていた以上に、介護の仕事に誇りを持っていることに気づきました。
- 改めて自分の介護の仕事を振り返り、その魅力に気づくことができました。
- 自分の仕事の価値を改めて見つめ直すことができました。
- 介護の仕事は奥が深く、人の笑顔を見ることができる大切な仕事だと改めて感じました。
- 介護の仕事を続けていること自体が誇りであると気づかされました。
- 他の参加者の話を聞くことで、より前向きに仕事に向き合えたと感じました。
- 自分の仕事の意味や価値を再確認することができました。
- 普段気づいていなかった介護の魅力に気づくことができました。

### 学生の声

- 知る機会が少ない介護のリアルを知ることができ、将来について考えるきっかけになった。
- このような学びの機会を通して、介護という職業と改めて向き合うことができました。
- 経験や想いを聞くことで、介護の仕事の魅力をより深く理解することができました。
- 介護の魅力や意義について改めて考える良い機会になりました。
- 将来に向けて、介護という仕事の価値を改めて感じるすることができました。





## 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

## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

<p>実施概要</p>	<p>取組①に育成したアンバサダーにより発信の担い手は生まれる一方で、個々の発信が単発で終わりやすく、社会への広がりや継続性に課題があった。 また、発信の機会が個人に依存しており、社会との接点が十分に設計されていない状況であった。</p>
<p>実施の目的</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● アンバサダーの発信を他事業や地域施策と連動させ、発信機会を拡張</li> <li>● 多様な接点を通じた情報発信により、介護の魅力の到達範囲を拡大</li> <li>● 継続的に発信が生まれる仕組みの構築</li> </ul>
<p>実施内容</p>	<p>アンバサダーが自治体・企業・教育機関等と連携し、イベントや講座、コンテンツ制作を通じて社会に発信する機会を創出</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 出前講座（学校・企業等）への派遣</li> <li>● イベント出演（展示会・シンポジウム等）</li> <li>● 動画・記事等のコンテンツ制作への参画</li> <li>● 自主企画イベントの支援</li> </ul>
<p>特徴</p>	<p>本施策では、個人の発信を単発で終わらせず、「社会と接続された発信」へと転換する設計とした。 法人がハブとなり発信機会を構造化することで、アンバサダーの活動を継続的かつ広がりのあるものへと発展させた。</p>
<p>アウトカム 接続</p>	<p>本取組により、アウトカム①②（認知・関心）の拡大に寄与した。</p>

## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

アンバサダーたち自らのアクションによる発信活動企画&実施

# 全国 計28回の自主企画の開催



自治体や関係団体からの依頼に基づく発信活動に加え、アンバサダー自身による自主企画も含め、計28回の発信活動を実施した。活動内容としては学校や施設等での出前講座、地域イベントや介護関連イベントでの登壇、就職イベントでのトークセッション出演、動画や記事等のコンテンツ制作協力など多様な形で実施された。アンバサダーが各地域で主体的に活動することで、介護職の経験や想いを直接社会に伝える機会となり、介護の仕事への理解促進と魅力発信につながる取り組みとなった。

## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動（補足資料：派遣活動一覧）

ジャンル	実施日	依頼者	参加アンバサダー	内容
イベント出演	2025/6/1	イオンリテール株式会社	丹内大貴さん 中川幸子さん 新谷洋介さん 光永幸恵さん 阿部匡秀さん 関口由美さん 木幡佳さん	MySCUE体験イベント@イオンモール札幌平岡（北海道）
イベント出演	2025/6/22	イオンリテール株式会社	籠友紀さん 上地智枝さん 畑中里佳さん	MySCUE体験イベント@イオンモール和歌山（和歌山県）
イベント出演	2025/7/10,11	インフォマ マーケッツ ジャパン株式会社	眞弓愛加さん 大中和也さん 上田和代さん 佐藤まどかさん 盛田ちひろさん	Care Show Japan 介護フォーラム in 福岡
オンライン・自主企画	2025/7/25, 11/28, 2026/1/30, 3/27	アンバサダー自主企画	満永啓太さん 西村志保さん 辻百合さん	オンラインサロンKAIGOチェリッシュ（Instagram）
コンテンツ出演	2025/8/8	楽天グループ株式会社	井出愛香さん 大村龍也さん	楽天グループ株式会社様コンテンツ出演
イベント出演	2025/9/19	イオンリテール株式会社	満永啓太さん 水谷彩香さん	MySCUE体験イベント@イオンモール草津（滋賀県）
メディア出演	2025年10月より継続中	FMはつかいち	古森正和さん	FMはつかいち ラジオレギュラー出演
出張授業	2025/11/11	株式会社朝日新聞社	関口由美さん	株式会社朝日新聞社様連携 出張授業 北海道札幌市立太平小学校
出張授業	2025/11/19	渋谷区立上原小学校	二瓶裕二さん	渋谷区立上原小学校 出張授業（東京都）
イベント出演	2025/11/2,3	イオンリテール株式会社	山崎朱美さん 森川武彦さん 松井亮さん 山崎七瀬さん 森弥生さん	MySCUE体験イベント@イオンモール熱田（愛知県）
出張授業	2025/11/21	株式会社朝日新聞社	松浦健太さん	株式会社朝日新聞社様連携 出張授業 滋賀県湖南市立石部小学校
イベント出演・自主企画	2025/12/10	アンバサダー自主企画	関口由美さん	映画上映会+トークショー 苫小牧福祉ふれあいセンター（北海道）
イベント出演	2025/12/14	イオンリテール株式会社	橋本麻衣さん 松本蒼空さん 満永啓太さん	映画上映会+トークショー@イオンモール大日（大阪府）
イベント出演・自主企画	2025/12/20	アンバサダー自主企画	丹内大貴さん	映画上映会+トークショー 礼文町町民活動総合センター ビスカ2 1（北海道）
イベント出演	2025/12/27	イオンリテール株式会社	佐藤まどかさん 上西輝幸さん 大中和也さん	映画上映会+トークショー@イオンモール福岡伊都（福岡県）
イベント出演	2026/1/12	イオンリテール株式会社	小林和彦さん 加藤駿さん 島田一潤さん	映画上映会+トークショー@イオンモールとなみ（富山県）
出張授業	2026/1/22	株式会社朝日新聞社	福盛かおりさん	株式会社朝日新聞社様連携 出張授業 島根県立松江農林高等学校
イベント出演・自主企画	2026/2/1	アンバサダー自主企画	古森正和さん 岡村瑞葵さん 宮澤善子さん 江國梨香さん 前川真衣さん 福盛かおりさん	映画上映会+トークショー 岡山県立図書館（岡山県）
イベント出演・自主企画	2026/2/14	アンバサダー自主企画	菊池小百合さん 藤田麻衣子さん 宗像有美さん 矢吹あゆみさん 丸山陽子さん 星健一さん 大越由貴さん 本田知美さん 鈴木智美さん	映画上映会+トークショー 郡山公会堂（福島県）
イベント出演・自主企画	2026/2/15	アンバサダー自主企画	山崎朱美さん 森川武彦さん 山中武彦さん 森生さん 水谷なおみさん	映画上映会+トークショー 日本福祉大学 半田キャンパス（愛知県）
イベント出演	2026/2/21,22	イオンリテール株式会社	遠田悟さん 塚本愛子さん 並木裕太郎さん 富田充貴さん	MySCUE体験イベント@イオンモール津田沼（千葉県）
イベント出演	2026/2/26	一般社団法人KAIGO PRIDE	遠田悟さん 成田雲乃さん 小島正統さん	映画上映会+トークショー 東京ビッグサイト（東京都）
イベント出演・自主企画	2026/2/28	アンバサダー自主企画	眞弓愛加さん 大中和也さん 前田彩乃さん 池野亮太さん 川口隆大さん	映画上映会+トークショー メルカつきまち（長崎県）
イベント出演・自主企画	2026/2/6	アンバサダー自主企画	眞弓愛加さん 上西輝幸さん 前田彩乃さん 池野亮太さん	映画上映会+トークショー なみきスクエア（福岡県）
イベント出演・自主企画	2026/2/7	アンバサダー自主企画	丹内大貴さん 阿部匡秀さん 関口由美さん 新谷洋介さん	映画上映会+トークショー Space札幌EAST（北海道）
イベント出演・自主企画	2026/3/1	アンバサダー自主企画	上地智枝さん 辻百合さん 篠田大朗さん 瀬上雄大さん 熊富寛志さん 熊越浩平さん 畑中里佳さん	映画上映会+トークショー 守口市図書館円形ホール（大阪府）
出前講座	2026/3/14	社会福祉法人 新潟県社会福祉協議会	堀智雄さん	新潟県社会福祉協議会 「福祉・介護の魅力を伝えるセミナー」

## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

### イベント出演

タイトル : MySCUE体験イベント  
 日程 : 2025年6月1日  
 開催場所 : イオンモール札幌平岡 (北海道)  
 参加アンバサダー : 丹内大貴さん、中川幸子さん、新谷洋介さん  
 光永幸恵さん、阿部匡秀さん、関口由美さん  
 木幡柗さん



### イベント出演

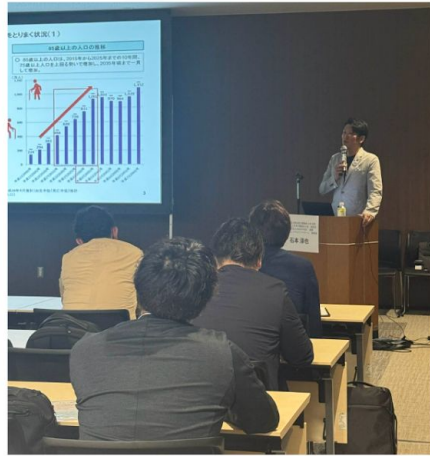
タイトル : MySCUE体験イベント  
 日程 : 2025年6月22日  
 開催場所 : イオンモール和歌山 (和歌山県)  
 参加アンバサダー : 麓友紀さん、上地智枝さん、畑中里佳さん



## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

### イベント出演

- タイトル : Care Show Japan 介護フォーラム  
 日程 : 2025年7月10日～7月11日  
 開催場所 : 博多国際展示場&カンファレンスセンター 2F  
 参加アンバサダー : 大串和也さん、上田和代さん、佐藤まどかさん、  
 盛田ちひろさん、眞弓愛加さん



### オンライン・自主企画

- タイトル : オンラインサロンKAiGOチェリッシュ  
 日程 : 2025年7月25日、11月28日  
 開催場所 : 2026年1月30日、3月27日  
 参加アンバサダー : オンライン  
 : 満永啓太さん、西村志保さん、  
 辻百合さん、古森正和

KAIGO PRIDEアンバサダー presents  
認知症予防講座「介護の最新情報と最新サービス」に参加するアンバサダーがケアする人がケアされる企画を行います！

ケアする人が、ケアされるONLINEサロン  
**KAiGOチェリッシュ**

開催日時 令和7年5月23日(金)  
 20時～21時30分

参加費 **OK** **FREE**

ご家族などを介護されている月間士がZOOM上で繋がり、自分の悩みを話したり、情報交換など行えます。何かお話を聞かされたい方や、何か介護を求めている方がお話を聞いてあげたい！と聞かれます！是非ご参加下さい。参加無料です。

※ご抽選「しつぽカード」を持ってきてみよう！  
 しつぽカードファンタジーカード 2枚 両方とも  
 定員 15名  
 (先着順になります。定員に達した時点で応募を締め切らせて頂きます。)  
 (申込み方法) 二次元バーコードよりお申込み

抽選メールアドレスに届着費より  
 入室に必要な2DもしくはQRコードを  
 提供させていただきます。

※参加には、無料アプリZOOMが必要ですよ。  
 事前に各自でダウンロードをお願い致します。

問い合わせ KAIGO チェリッシュ実行委員会  
 E-mail: cherish\_salon2025@gmail.com supported by KAIGO

オンラインサロン  
**KAiGOチェリッシュ**  
 ～ケアする人がケアされる交流会～

ご家族や、誰かの介護をしている方が  
 お互いの悩みを相談したり、息抜きしたり  
 情報交換できるような場があれば・・・と  
 ケアマネジャー、社会福祉士、公認心理師が  
 企画したオンラインサロンです。

令和8年3月27日(金)  
 20:00～21:00 ZOOMにて  
 参加無料・申込不要・途中退席も可能です  
 ミーティングID :869 36823818  
 パスコード :764558

こちらから  
 入室できます

QRコード

KAIGOチェリッシュ実行委員会  
 mail: cherish.salon2025@gmail.com

## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

### コンテンツ出演

タイトル : 楽天グループ株式会社様 コンテンツ出演  
 日程 : 2025年8月8日  
 参加アンバサダー : 井出愛香さん、大村龍也さん



### イベント出演

タイトル : MySCUE体験イベント  
 日程 : 2025年9月19日  
 開催場所 : イオンモール草津（滋賀県）  
 参加アンバサダー : 満永啓太さん、水谷彩香さん



## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

### メディア出演

- タイトル : FMはつかいち ラジオレギュラー出演  
 日程 : 2025年10月より  
 参加アンバサダー : 古森正和さん



### イベント出演

- タイトル : MySCUE体験イベント  
 日程 : 2025年11月2日～11月3日  
 開催場所 : イオンモール熱田（愛知県）  
 参加アンバサダー : 山崎朱美さん、森川武彦さん、松井亮さん  
 山崎七瀬さん、森弥生さん



## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

### 出張授業

タイトル : 株式会社朝日新聞社様連携 出張授業  
 日程 : 2025年11月11日  
 開催場所 : 北海道札幌市立太平小学校  
 参加アンバサダー : 関口由美さん



### 出張授業

タイトル : 渋谷区立上原小学校 出張授業  
 日程 : 2025年11月19日  
 開催場所 : 渋谷区立上原小学校  
 参加アンバサダー : 二瓶裕二さん



## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

### 出張授業

タイトル	: 株式会社朝日新聞社様連携 出張授業
日程	: 2025年11月21日
開催場所	: 滋賀県湖南市立石部小学校
参加アンバサダー	: 松浦健太さん

### イベント出演・自主企画

タイトル	: 映画上映会+トークショー
日程	: 2025年12月10日
開催場所	: 苫小牧福祉ふれあいセンター（北海道）
参加アンバサダー	: 関口由美さん



株式会社朝日新聞社様連携 出張授業

## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

### イベント出演

- タイトル : 映画上映会+トークショー  
 日程 : 2025年12月14日  
 開催場所 : イオンモール大日 (大阪府)  
 参加アンバサダー : 橋本麻衣さん、松本蒼空さん、満永啓太さん



### イベント出演・自主企画

- タイトル : 映画上映会+トークショー  
 日程 : 2025年12月20日  
 開催場所 : 礼文町町民活動総合センター  
 ピスカ21 (北海道)  
 参加アンバサダー : 丹内大貴さん



## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

### イベント出演

タイトル : 映画上映会+トークショー  
 日程 : 2025年12月27日  
 開催場所 : イオンモール福岡伊都 (福岡県)  
 参加アンバサダー : 佐藤まどかさん、上西輝幸さん、  
 大串和也さん



### イベント出演

タイトル : 映画上映会+トークショー  
 日程 : 2026年1月12日  
 開催場所 : イオンモールとなみ (富山県)  
 参加アンバサダー : 小林和彦さん、加藤駿さん、島田一潤さん



## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

### 出張授業

タイトル : 株式会社朝日新聞社様連携 出張授業  
 日程 : 2026年1月22日  
 開催場所 : 島根県立松江農林高等学校  
 参加アンバサダー : 福盛かおりさん



### イベント出演・自主企画

タイトル : 映画上映会+トークショー  
 日程 : 2026年2月1日  
 開催場所 : 岡山県立図書館 (岡山県)  
 参加アンバサダー : 古森正和さん、岡村瑞葵さん、  
 宮澤蓉子さん、江國梨香さん、  
 前川真衣さん、福盛かおりさん



## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

### イベント出演・自主企画

- タイトル : 映画上映会+トークショー  
 日程 : 2026年2月6日  
 開催場所 : なみきスクエア (福岡県)  
 参加アンバサダー : 眞弓愛加さん、上西輝幸さん、  
 前田彩乃さん、池野亮太さん



### イベント出演・自主企画

- タイトル : 映画上映会+トークショー  
 日程 : 2026年2月7日  
 開催場所 : Space札幌EAST (北海道)  
 参加アンバサダー : 丹内大貴さん、阿部匡秀さん、  
 関口由美さん、新谷洋介さん



## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

### イベント出演・自主企画

- タイトル : 映画上映会+トークショー  
 日程 : 2026年2月14日  
 開催場所 : 郡山公会堂 (福島県)  
 参加アンバサダー : 菊池小百合さん、藤田麻衣子さん、宗像有美さん  
 丸山陽子さん、星健一さん、大越由貴さん  
 本田知美さん、矢吹あゆみさん、鈴木智美さん



### イベント出演・自主企画

- タイトル : 映画上映会+トークショー  
 日程 : 2026年2月15日  
 開催場所 : 日本福祉大学 半田キャンパス (愛知県)  
 参加アンバサダー : 山崎朱美さん、森川武彦さん、山中武彦さん  
 森弥生さん、水谷なおみさん



## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

### イベント出演

- タイトル : MySCUE体験イベント  
 日程 : 2026年2月21日～2月22日  
 開催場所 : イオンモール津田沼 (千葉県)  
 参加アンバサダー : 遠田悟さん、塚本愛子さん、並木裕太郎さん  
 富田充貴さん



### イベント出演

- タイトル : 映画上映会+トークショー  
 日程 : 2026年2月26日  
 開催場所 : 東京ビッグサイト (東京都)  
 参加アンバサダー : 遠田悟さん、成田雲乃さん、小島正統さん



## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

### イベント出演・自主企画

- タイトル : 映画上映会+トークショー  
 日程 : 2026年2月28日  
 開催場所 : メルカつきまち (長崎県)  
 参加アンバサダー : 眞弓愛加さん、大串和也さん、前田彩乃さん  
 池野亮太さん、川口隆大さん



### イベント出演・自主企画

- タイトル : 映画上映会+トークショー  
 日程 : 2026年3月1日  
 開催場所 : 守口市図書館円形ホール (大阪府)  
 参加アンバサダー : 上地智枝さん、辻百合さん、條晋太郎さん  
 濱上雄大さん、稲富貴志さん、熊越浩平さん  
 畑中里佳さん



## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

### 出前講座

**あなたの優しさが、誰かの力になる。**

**福祉のしごと 就職フェア in 新潟**

学生も、社会人も、プランクありも歓迎！新潟で「福祉のしごと」と出会う

**3.14 sat**

会場：新潟ユニゾンプラザ

参加無料 | 履歴書不要 | 服装自由 | 未経験・学生OK | ハローワーク業務委託証明発行

新潟県内求人企業を募集している高齢・障がい・児童分野などの20法人の出展

参加費無料で気軽に参加できます！

「福祉のしごと就職フェア新潟」は、福祉・介護業界の就職先を拡大し、びびりや不安を取り除くためのフェアです。新卒者の就職活動のサポート、社会福祉系企業・ブスネリア相談コーナー、業界の魅力を伝えるセミナー開催、福祉の魅力を伝えるための出展企業を募集するフェアです。参加費無料で気軽に参加できます。ぜひお気軽にお申し込みください。福祉の未来をともに築きましょう！

社会福祉法人 新潟県社会福祉協議会  
新潟県福祉人材センター  
TEL 025-281-5523 FAX 025-282-0548

**第1部 福祉・介護の魅力を伝えるセミナー**  
「介護職の「リアル」と福祉業界の「新たな魅力」が聞ける」  
時間 12:00～13:20(受付 12:00～) 会場 新潟ユニゾンプラザ 4階 大会議室

**参加方法**  
第1部「福祉・介護の魅力を伝えるセミナー」の参加は事前申込が必要です。  
第2部「就職説明会への参加は事前申込不要です。」

費用 無料  
申し込み 必須  
申し込み先 新潟県福祉人材センター  
ご遠征ください。

開催日時 **3月13日(金)**まで  
ご参加の人数は定員を超過する場合は抽選となります。

出展法人一覧 (計14社/新潟ユニゾンプラザ)	分類	① 高齢	② 障がい	③ 児童	④ 障害	⑤ その他
社会福祉法人 中東福祉会	仕事と私生活の両立、働きやすさに関する	高	高	高	高	高
社会福祉法人 更生舎仁会	児童・障害・高齢の様々な事業があります	高	高	高	高	高
社会福祉法人 長岡三吉老人福祉会	地域と、人と、心がつながる仕事	高	高	高	高	高
社会福祉法人 のぞみの家福祉会	「笑顔のために」を大切にしています	高	高	高	高	高
社会福祉法人 中瀬原福祉会	素直な笑顔が魅力！将来安心な給与体系	高	高	高	高	高
社会福祉法人 上越老人福祉協会	「若いことが強き社会に」	高	高	高	高	高
株式会社 東日本福祉経営サービス	私たちが「最大限」しているのは「心」です	高	高	高	高	高
社会福祉法人 ロングラン	明日をつくる、ひびきしよう	高	高	高	高	高
社会福祉法人 さかえ福祉会	未来の介護と一緒に歩む仲間を募集!	高	高	高	高	高
社会福祉法人 村上船橋福祉会	あなたの笑顔は、ご利用者の暮らしを支える	高	高	高	高	高
社会福祉法人 豊春福祉会	新潟県内約50店舗で採用しています	高	高	高	高	高
社会福祉法人 啓幸福祉会	就職体験等、議決書まで対応いたします	高	高	高	高	高
社会福祉法人 長岡福祉協会	福祉と介護、福祉らしく、働き	高	高	高	高	高
社会福祉法人 柏崎河羽福祉事業協会	笑顔あふれる職場づくりを目指しています!	高	高	高	高	高
社会福祉法人 新潟太陽福祉会	市の保有者、互の専任入浴施設オープン!	高	高	高	高	高
社会福祉法人 かつづ福祉会	重要を重視! 笑顔あふれる職場を目指しましょう!	高	高	高	高	高
株式会社 ビジュアルビジョン	「やってみよう」そんな思いを大切に!	高	高	高	高	高
社会福祉法人 新潟県経済生活文化支部 新潟県済生会	出社して就業を通して成長できる職場です	高	高	高	高	高
社会福祉法人 広栄福祉会	障害・介護の現場を志望者歓迎です!	高	高	高	高	高
社会福祉法人 上越あて福祉会	上越市・秋葉町・朝日町の福祉を担います!	高	高	高	高	高

**福祉の仕事総合相談コーナー** 説明や相談・質問が受けられます。ぜひご参加ください!

福祉人材センター | 保育サポートセンター | ひとり親家庭等就業支援センター | ナースセンター

「福祉のしごと就職フェアin新潟」の詳細情報は特設サイトをチェック!

フェア詳細の案内 | フェアの有無を振り返りガイド | スタッフ募集 | 福祉系企業一覧 | フェアの詳細情報を確認できる特設サイトを開設。ぜひ事前にご覧ください。

**タイトル** : 新潟県社会福祉協議会  
「福祉・介護の魅力を伝えるセミナー」

**日程** : 2026年3月14日

**開催場所** : 新潟ユニゾンプラザ 4階 大会議室

**参加アンバサダー** : 堀哲雄さん

## 02 取り組み② アンバサダーによる連携発信活動

参加アンバサダーから活動を通じて介護の仕事への誇りや魅力発信の意義を再認識したという声が多く寄せられた。

### 参加アンバサダーの声

- 発信することで、前向きに主体的に活動する意欲が湧きました。
- 自分がこれまで行ってきた仕事を伝えることができ、やりがいと誇りを感じました。
- 介護の魅力は日常の何気ない関わりの中にあると感じ、それを言葉にして発信することの大切さを実感しました。
- 実際に人を前にして発信することで、言葉の重みや想いの伝わり方を実感しました。
- イベントを通して一般の方と触れ合い、介護の魅力を伝えるきっかけになりました。
- 現場で働いているからこそ伝えられる介護の魅力があると感じました。
- 言葉にして発信することで、介護の仕事をより誇らしく感じるようになりました。
- 活動を通して、自分の仕事への誇りやプライドがより強くなりました。
- 介護の素晴らしさを改めて実感することができました。
- 介護という仕事が社会にとって大切な役割を担っていることを改めて感じました。





## 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。

## 02 取り組み③ アンバサダーのコミュニティ形成

課題	アンバサダー間で発信意欲や活動量にばらつきがあり、個人での発信に不安を感じる層も存在していた。その結果、発信が継続せず、単発的な取り組みに留まるケースが見られた。
実施の目的	<ul style="list-style-type: none"> <li>● アンバサダー同士のつながりを強化し、発信の継続性を高める</li> <li>● 自発的な発信活動が生まれる環境を構築する</li> <li>● 地域単位での発信体制を確立する</li> </ul>
実施内容	<p>アンバサダー同士が交流・連携できるコミュニティを形成し、継続的な発信活動を支える基盤を整備した。</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 全国7地域でのチャプター形成</li> <li>● チャプターリーダーの配置</li> <li>● 定期的な情報共有・交流機会の創出</li> <li>● 地域およびチャプター間の連携促進</li> </ul>
体制整備	当初は北海道、東北、関東、中部、関西、中国四国、九州・沖縄の7チャプター体制を想定していたが本年度の研修会を契機に北陸エリアでの広がりが見られたことから、中部チャプターを「北陸・甲信越」と「東海」に再編した。これにより北海道、東北、関東、北陸・甲信越、東海、関西、中国四国、九州・沖縄の8チャプターによる地域コミュニティ体制を構築した。
特徴	本施策では、個人単位の発信から「チームとしての発信」へと転換する設計とした。コミュニティ内での相互作用により、発信のハードルを下げるとともに、自発的な活動が生まれる環境を構築した。
アウトカム接続	本取組により、アウトカム②③（関心の深化・行動の促進）に寄与した。

## 02 取り組み③ アンバサダーのコミュニティ形成

各チャプターにはコミュニティ活動の中心となるアンバサダーを配置し、リーダー、サブリーダーのほか、広報、育成、企画、地域連携などの役割を担いながら活動を進める体制とした。

現在は、8地域に配置された36名のアンバサダーが中心となり、地域の実情に応じた魅力発信活動や企画立案を進めている。

日本全国 **8** 地域、**36** 名のアンバサダーが中心となり各チャプターをリード！

体制概略図



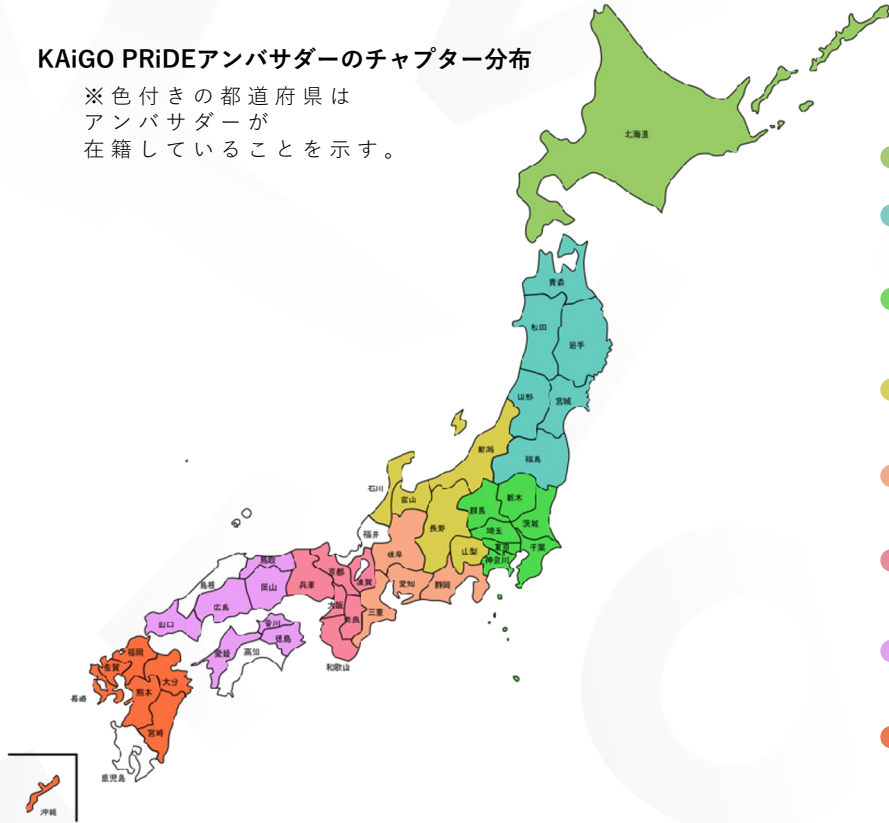
各チャプターのアンバサダーを中心に、地域内での情報共有や活動相談、魅力発信企画の検討などを行いながらコミュニティ運営を進めた。

また、オンラインツールを活用することで地域を越えた交流や情報交換も行われ、アンバサダーによる発信活動を支える基盤づくりにつながり、本コミュニティを通じて、アンバサダーによる魅力発信活動を継続的に支える体制を整えることができた。

## 02 取り組み③ アンバサダーのコミュニティ形成

### KAiGO PRIDEアンバサダーのチャプター分布

※色付きの都道府県は  
アンバサダーが  
在籍していることを示す。



地域ごとの連携を促進するため、  
全国を8つのチャプターに分けて活動している。

- 北海道チャプター 38名
- 東北チャプター 111名  
(青森県 3、岩手県 4、宮城県 7、秋田県 4、山形県 55、福島県 38)
- 関東チャプター 81名  
(東京都 57、神奈川県 10、茨城県 2、栃木県 1、群馬県 3、埼玉県 1、千葉県 7)
- 北陸・甲信越チャプター 56名  
(新潟県 23、富山県 28、石川県 2、山梨県 1、長野県 2)
- 東海チャプター 37名  
(岐阜県 6、静岡県 9、愛知県 10、三重県 12)
- 関西チャプター 73名  
(滋賀県 5、京都府 5、大阪府 35、兵庫県 18、奈良県 8、和歌山県 2)
- 中国四国チャプター 49名  
(鳥取県 5、岡山県 11、広島県 13、山口県 1、徳島県 3、香川県 14、愛媛県 2)
- 九州・沖縄チャプター 93名  
(福岡県 14、佐賀県 3、長崎県 12、熊本県 56、大分県 4、宮崎県 3、沖縄県 1)

## 02 取り組み③ アンバサダーのコミュニティ形成

### 映画上映会及び アンバサダートークショー

- ・岡山県立図書館（岡山県）
- ・なみきスクエア（福岡県）
- ・Space札幌EAST（北海道）
- ・郡山公会堂（福島県）
- ・日本福祉大学 半田キャンパス（愛知県）
- ・メルカつきまち（長崎県）
- ・守口市図書館 円形ホール（大阪府）



### MySCUE体験イベント

- ・イオンモール札幌平岡（北海道）
- ・イオンモール和歌山（和歌山県）
- ・イオンモール草津（滋賀県）
- ・イオンモール熱田（愛知県）
- ・イオンモールとなみ（富山県）
- ・イオンモール大日（大阪府）
- ・イオンモール福岡伊都（福岡県）
- ・イオンモール津田沼（千葉県）



### イベント

Care Show Japan 介護フォーラム in 福岡



### オンライン配信



The VOiCE of KAiGO Vol.8～Vol.14

## 02 取り組み③ アンバサダーのコミュニティ形成/アンケート回答①

### Q1,同じ地域・他地域の介護職、同職種・他職種の介護職との交流は、有意義だと感じましたか？

- それぞれの想いを共有し共感することができ、今後の活動意欲につながる。自身の仕事や今後の活動に対するモチベーションが向上しているのを感じることができた。
- 異なる地域や背景で集っている皆さんですが、同じマインドを共有できることがとても素晴らしい学びや刺激になっている。
- 小さな地域なので、介護に対する熱い想いを持った仲間がすぐそばにいることを知れること。また今後業務上でのお付き合いの可能性もあるため、良い機会でした。
- 自分の事業所外での関わりはないため、情報交換やたくさんの価値観に触れることができるため、自身の介護観をさらによくできると感じた。
- 新卒から続けており、他法人等との関わりが少ない職場毎の力を入れている所や職員間の熱量が見れる事は新鮮でとても刺激になります。
- さまざまな地域や職種の方と交流することで、自分の知見や視野が広がったと感じました。他地域の取り組みや他職種の視点を聞くことで、新しい気づきや学びが多くありました。
- 普段なかなか話す事ができない遠方の地域の人たちと関わりが持てたから
- 悩みの共有や問題の解決方法、同じ目的（介護が好きで介護職の魅力を多くの方に知ってもらいたい）を持つ方と交流があることで1人では出来ないことでもチームでなら出来る気がしました。
- 仕事で自分が体験したことが他の介護職の人のためになり、他の介護職が体験したことが自分の勉強になったこと。
- **（課題・要望）**参加できるイベントも少なく、一部のアンバサダーの方がよく活動されているイメージがある。イベント以外にも何かしらの活動で役割を頂けると、やりがいを感じられると思いました。

### ▼サマリー

多くのアンバサダーが、他施設や他地域、他職種の仲間と交流することで「新しい価値観や知識を得られた」「視野が広がった」と高く評価。また、同じ熱量やマインドを持つ仲間と出会えたことが、日々の業務や今後の活動に対するモチベーション向上につながった。一方で、まだ活動に参加できていない層からは、情報共有のあり方に関する課題も挙げられています。

## 02 取り組み③ アンバサダーのコミュニティ形成/アンケート回答②

### Q2,チャプター活動になることで活動参加への安心感は向上しましたか？

- 研修で一緒になった方や、YouTubeを見て知っている人がいたから（安心できた）。
- ある程度、顔見知りになると参加するハードルは下がって関わりやすくなると思う。そういう意味では、いい機会をいただけたと感じてる。
- チャプターの仲間がいたからこそ今回のイベントが開催することができた。もしもいなかったら開催すらできなかったと思うと仲間がいることの影響力は計り知れないと心から思った。
- 個人としての発信力や求心力がなく、やりたいと思っていても活動や行動にすらならなかった事でも、チームとして取り組む事で、仲間に背中を押されたり、仲間を応援できたり、個人では持ち得なかった発想や展開を創れる。
- 仲間意識が強くなり、個々の強みを活かすにはと考える中で、よりメンバーに興味が出て知りたい欲にかられている。知れば知るほど面白く、信頼と安心感が増している。
- 同じメンバーや地域のつながりができ、誰がどのような活動をしているのかが見えやすくなった点で安心感が向上したと感じました。
- 活動の目的や役割が整理されていることで、自分がどのように関わればよいのかが分かりやすくなり、安心して参加できる環境になったと感じています。
- 名前も顔も知らない方達が、活動に参加する事に応援や助言をしてくれる。
- やはり、個人や個人のコンテンツでは限りがあるが、チームでメンバーで共有する事で、価値が広がっていく。

### ▼サマリー

「顔見知りが増えたこと」「役割が明確になったこと」で参加のハードルが大きく下がったという声が多数寄せられた。特に、個人では実現が難しかったイベント開催などのアクションが、チーム（チャプター）の仲間の後押しや助言によって実現できたという具体的な成功体験が、安心感と結束力の強化につながった。

## 02 取り組み③ アンバサダーのコミュニティ形成/アンケート回答③

### Q3,チャプター活動になることで活動参加への意欲は向上しましたか？

- 同じ思いを持っている人たちと何かを作り上げるのは、自分にとってもすごく勉強になりそうだから。
- 一つのコミュニティと言う『場』が拓ける事で人と繋がる魅力的な場所になるから。
- 何かあってもみんなで助けあえるという環境が次なる挑戦の促進となり、好循環を生み出しやすくなったと感じた。
- コミュニティが自分たちの地域や息づいているエリアでもあるので、より身近からアクションを起こせるチャンスとなった。地域の特性を活かしたアプローチなどにも期待ができる。
- 北海道を盛り上げようと、地域単位で考えることができるため、何か活動しようと思えることができる。
- 実際に動いている方を見て、素敵だなあと感じるからです。ならないかもしれませんが、この人たちの力になりたいと感じます。
- 活動することで、継続した関係づくりができ、次みなさんとなにをやるうか、楽しみになりました。
- リーダーを任されて広い地域の繋がりを持てるようになったから。
- 活動の規模が小さくなることでより密になったと感じたから。

### ▼サマリー

「チャプターという「場」ができたことで、地域に根ざした身近なアクションを起こすチャンスと捉える前向きな声が多く見られた。また、実際に活動している他の仲間の姿を見て「自分も力になりたい」「自分もやってみたい」と刺激を受け、好循環が生まれていることが確認できた。

## 02 取り組み③ アンバサダーのコミュニティ形成/アンケート回答①

### Q3,チャプター活動になることで活動参加への意欲は向上しましたか？

- チャプターや他チャプターの仲間がいるから安心感をもって活動に参加できる。一人では難しいことでも負担なく参加することができるものだと強く感じた。
- 同じ志を持つ仲間とつながることで、介護の仕事に対するモチベーションも高まり、改めてこの仕事の価値や可能性を感じる機会にもなりました。
- 日常業務がある中で単発でイベント企画するほどの余力も経済力もないのが正直なところであり、今回のように全国で多発的に同じテーマで企画することで、他地域のチャプターと連絡取る機会もつくれるし、何よりお金の心配をしなくて良いのは助かったのが本音です。
- 地域や所属が違って、介護に対する想いや課題には共通する部分が多いと感じました。交流することで新しい視点や考え方に触れることができ、とても良い刺激になりました。
- 他県の顔も名前も存じ上げない方と、オープンチャットを通じて交流できるのがとても楽しいし、勉強になります。
- もっと介護職の魅力を沢山の方に知っていただきたいです。カイゴプライドの更なる知名度の向上にアンバサダー達の皆さんがもっと多く関われる機会があればと感じています。
- チャプターによっては規模や発信力など差があり、リーダーさんやサブリーダーさんの負担やプレッシャーもあると思います。チャプターの中でのコミュニティ創り、チャプター間でのサポート体制など必要になってくるのかと感じています。
- 全国区での交流や発信は続けていき、『会社の指示でなんとなく研修に来た方々の、その心根の中にあるもの』を引き出して繋げていくことが課題。

### ▼サマリー

同じ志を持つ仲間とのつながりが、日々のモチベーション向上や新たな視点の獲得に大きく寄与しているという感謝の声が目立ちます。また、リーダー層からはチャプター間でのサポート体制の必要性が挙げられ、一般メンバーからは「もっと多くの人を巻き込みたい」「一部の人の活動で終わらせたくない」といった、組織運営の成熟と更なる展開を望む声も寄せられています。



## 取り組み③

# 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ければ  
誰も見てくれない。

## 02 取り組み④ オンライントークプラットフォーム

課題	介護の現場のリアルな声は、従来の情報発信では十分に社会に届いておらず、理解や共感の深化に課題があった。また、一方向的な発信では、関心層の拡大や態度変容につながりにくい状況であった。
実施の目的	<ul style="list-style-type: none"><li>● 現役介護職のリアルな声を社会に届ける</li><li>● 共感を軸とした情報発信により理解を深める</li><li>● 継続的に発信できるプラットフォームを構築する</li></ul>
実施内容	<p>アンバサダーによるオンライントークを定期的に配信し、ライブおよびアーカイブを通じてコンテンツとして展開した。</p> <ul style="list-style-type: none"><li>● Zoomを活用したトーク配信</li><li>● YouTubeライブ配信およびアーカイブ化</li><li>● 年間を通じた定期配信</li><li>● 他事業者との連携配信</li></ul>
特徴	本施策では、編集された情報ではなく、現場の等身大の言葉を届けることを重視した。ライブ配信による双方向性を取り入れることで、単なる情報提供にとどまらず、共感や関心を喚起する設計とした。
アウトカム 接続	本取組により、アウトカム①②③（認知・関心・行動）の創出に寄与した。

## 02 取り組み④：オンライントークプラットフォーム

### LIVEコンテンツ

#### THE VOICE of KAiGO in LIVE



実施スケジュール

月1回程度の頻度

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。  
ライブ配信終了後はアーカイブとして視聴可能。

### 配信テーマ

#### ■ 多様なトークテーマの設定

介護観が変わった瞬間や介護職としての夢、若手介護職が感じる魅力、チームでつくるケアの在り方など、現場の実感や価値観に基づくテーマに加え、ケアする人自身のケアや働き方、好きなこととケアのつながりといった新たな視点のテーマも取り上げた。また、「介護の未来」「SDGs」「都心における介護の可能性」「経営」「ケアマネジャー」「訪問介護」「介護医療院」など、介護を取り巻く多様な領域についても幅広く取り上げた

#### ■ 他事業者との連携拠点として

このプラットフォームは、他の厚生労働省補助事業の採択事業者や関連団体との連携配信を行うための「受け皿（ツール）」としても活用され、発信力の相乗効果を生み出した

## 02 取り組み④：オンライントークプラットフォーム イベント詳細

【KAiGO PRiDE】The VOiCE of KAiGO in LIVE vol.8  
＜北海道チャプター＞



【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=alMXgKafXOQ>

テーマ : 介護観が変わった瞬間  
 日時 : 2025年7月31日 (木) 20:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 92人  
 アーカイブ視聴人数 : 143人

「介護観が変わった瞬間」をテーマに、現役介護職がそれぞれの転機や原体験を共有。日々の関わりの中で生まれる気づきや価値観の変化を通じて、介護という仕事の本質的な魅力に迫ります。

【KAiGO PRiDE】The VOiCE of KAiGO in LIVE vol.9  
＜中国・四国チャプター＞



【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=wlx60Xl4YeY>

テーマ : 25年後の介護の未来は？  
 日時 : 2025年8月20日 (水) 20:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 122人  
 アーカイブ視聴人数 : 97人

「25年後の介護の未来は？」をテーマに、これからの社会や技術の変化を見据えながら、介護の在り方を多角的に議論。現場の視点から描く未来像と、その中で広がる可能性を探ります。

## 02 取り組み④：オンライントークプラットフォーム イベント詳細

【KAiGO PRiDE】The VOiCE of KAiGO in LIVE vol.10  
＜関西チャプター＞



【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=y5lqTrqhQiY>

テーマ : 介護職の夢 ~DREAMS COME TRUE~  
 日時 : 2025年8月26日 (火) 20:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 103人  
 アーカイブ視聴人数 : 100人

「介護職の夢～DREAMS COME TRUE～」をテーマに、現役介護職がそれぞれの目標や理想の姿を語る。個人の想いから広がる未来像を通じて、介護という仕事の可能性と希望を描き出します。

【KAiGO PRiDE】The VOiCE of KAiGO in LIVE vol.11  
＜九州・沖縄チャプター＞



【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=5j2jnYxMcps>

テーマ : 介護はクリエイティブ!  
 ~発想1つで変わる介護の現場~  
 日時 : 2025年9月16日 (火) 20:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 127人  
 アーカイブ視聴人数 : 80人

「介護はクリエイティブ!」をテーマに、現場での工夫やアイデアを通じて生まれる新たな価値に着目。日々のケアの中にある創造性を言語化し、介護の新たな魅力に気づきます。

## 02 取り組み④：オンライントークプラットフォーム イベント詳細

【KAiGO PRiDE】The VOiCE of KAiGO in LIVE vol.12  
＜関東チャプター＞



【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=UMsVARxCbM8>

テーマ : 都心の介護 ～広がる可能性と未来～  
 日時 : 2025年9月28日(日) 20:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 122  
 アーカイブ視聴人数 : 84人

「都心の介護～広がる可能性と未来～」をテーマに、都市部ならではの課題や強みをもとに介護のあり方を考察。多様な資源が交差する環境の中で生まれる可能性を見つめます。

【KAiGO PRiDE】The VOiCE of KAiGO in LIVE vol.13  
＜東北チャプター＞



【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=71j9FNDU1g0>

テーマ : ありがとうがくれた力 ～第2のふるさとをここに～  
 日時 : 2025年10月28日(火) 20:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 127  
 アーカイブ視聴人数 : 100人

「ありがとうがくれた力」をテーマに、利用者や家族からの言葉がもたらす影響に焦点を当てる。日々の実践の中で感じるやりがいや原動力を振り返り、仕事の意味を見つめ直します。

## 02 取り組み④：オンライントークプラットフォーム イベント詳細

[KAiGO PRiDE] The VOiCE of KAiGO in LIVE vol.14  
＜中部チャプター＞



【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=AnDvLHq5p6E>

テーマ : チームでつくる介護の世界  
 日時 : 2025年11月21日 (金) 20:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 91  
 アーカイブ視聴人数 : 263人

「チームでつくる介護の世界」をテーマに、多職種連携やチームワークの重要性を掘り下げる。支え合いの中で生まれるケアの価値と可能性を実感します。

[KAiGO PRiDE] The VOiCE of KAiGO in LIVE vol.15  
＜介護医療院＞



【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=EZU0c0kcwX0>

テーマ : 介護医療院って知ってる？  
 日時 : 2025年11月28日 (金) 20:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 53  
 アーカイブ視聴人数 : 81人

「介護医療院って知ってる？」をテーマに、制度や役割への理解を深めながら、その現場の実態や魅力を紹介。多様な選択肢としての介護の広がりを伝えます。

## 02 取り組み④：オンライントークプラットフォーム イベント詳細

[KAiGO PRiDE] The VOiCE of KAiGO in LIVE vol.16  
<SDGs>



【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=jNLXWD1RV6s>

テーマ : KAiGO × SDGs  
 日時 : 2026年1月28日 (水) 20:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 81人  
 アーカイブ視聴人数 : 74人

「KAiGO × SDGs」をテーマに、介護と持続可能な社会との関係性に着目。日々のケアが社会課題の解決につながっていることを捉え、その意義を考えます。

[KAiGO PRiDE] The VOiCE of KAiGO in LIVE vol.17  
<ケアマネ>



【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=7kMbuzcmnWM>

テーマ : ケアマネって知ってる？  
 日時 : 2026年1月30日 (金) 19:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 93人  
 アーカイブ視聴人数 : 93人

「ケアマネって知ってる？」をテーマに、ケアマネジャーの役割や実務のリアルに迫る。支援の要となる存在としての重要性を伝えます。

## 02 取り組み④：オンライントークプラットフォーム イベント詳細

[KAI GO PRIDE] The VOICE of KAI GO in LIVE vol.18  
＜訪問介護＞



【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=wfeQh6mZiE>

テーマ : 訪問介護って知ってる？  
 日時 : 2026年2月11日（水・祝）20:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 111人  
 アーカイブ視聴人数 : 68人

「訪問介護って知ってる？」をテーマに、在宅での支援の実態ややりがいを共有。暮らしに寄り添うケアの魅力と難しさを紐解きます。

[KAI GO PRIDE] The VOICE of KAI GO in LIVE vol.19  
＜経営者＞



【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=34G5jCGr4qs>

テーマ : 経営者って何してる？  
 日時 : 2026年2月17日（火）20:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 104人  
 アーカイブ視聴人数 : 70人

「経営者って何してる？」をテーマに、介護事業所の運営や意思決定の裏側に迫る。現場と経営をつなぐ視点から、介護の持続性について考えます。

## 02 取り組み④：オンライントークプラットフォーム イベント詳細

【KAiGO PRIDE×社会福祉HERO'S】 The VOiCE of KAiGO  
in LIVE vol.20 <ケアする人のケアとは>



【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=-MoXKs6mPWE>

テーマ : ケアする人のケアとは  
 日時 : 2026年3月3日 (火) 20:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 41人  
 アーカイブ視聴人数 : 205人

「ケアする人のケアとは」をテーマに、支える側の心身の状態やケアの重要性に焦点を当てる。介護職が長く働き続けるための視点や環境について考えます。

【KAiGO PRIDE×KAiGO LEADERS】 The VOiCE of  
KAiGO in LIVE vol.21 <好きなことはケアにつながる>



【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=Uvdl2bJC1c>

テーマ : 好きなことはケアに繋がる  
 日時 : 2026年3月10日 (火) 21:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 53人  
 アーカイブ視聴人数 : 994人

「好きなことはケアに繋がる」をテーマに、個人の趣味や得意なことがケアに活かされる瞬間に着目。それぞれの個性が現場にもたらす価値を見つめます。

## 02 取り組み④：オンライントークプラットフォーム イベント詳細

【KAiGO PRiDE】The VOiCE of KAiGO in LIVE vol.22 <若手介護職>



テーマ : 若手介護職が思う介護の魅力  
 日時 : 2026年3月16日 (月) 20:00  
 開催場所 : YouTube Live  
 ライブ視聴人数 : 76人  
 アーカイブ視聴人数 : 9人

### 【動画リンク】



<https://www.youtube.com/watch?v=lcGWaXwXniw>

「若手介護職が思う介護の魅力」をテーマに、これからの担い手である若手の視点を中心に展開。仕事を通じて感じるやりがいや可能性に触れ、未来への希望を描きます。

## 02 取り組み④：オンライントークプラットフォーム 連携実績

### 連携実績

社会福祉法人全国社会福祉協議会 全国社会福祉法人経営者協議会様  
および株式会社Blanket様と連携し、オンライントーク企画を実施した。

「ケアする人のケアとは」「好きなことはケアに繋がる」を  
テーマに、KAiGOPRiDEアンバサダーと、  
社会福祉HERO'S様およびKAiGO LEADERS様それぞれの  
登壇者との対談を行い異なる立場で介護の魅力発信に取り組む  
団体様との連携により、介護職の経験や想いを多様な視点から  
語る機会となり、発信内容の広がりと共に共感の創出につながった。



「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。



株式会社Blanket (KAiGO LEADERS) 様より  
林田堯之様



社会福祉法人全国社会福祉協議会全国社会福祉  
法人経営者協議会 (社会福祉HERO'S) 様より  
西条 大地様



取り組み⑤  
ショートムービー制作

介護の声から生まれた  
介護職のすごさに圧倒される映画

## 02 取り組み⑤ショートムービー制作

### 実施概要

アンバサダーの実体験をもとに、介護の仕事の魅力や価値を伝えるショートムービーを制作し、YouTube等でのWeb配信および上映イベントを通じて発信した。本施策では、従来のテキストやイベント中心の情報発信に加え、映像コンテンツを活用することで、より多くの人に介護の仕事を「自分ごと」として捉えてもらうことを目的に、新たな接点の創出を実現した。

### 課題と設計

動画コンテンツは広くリーチできる一方で、単体では介護の魅力や価値を十分に伝えきれないという課題があった。また、視聴のみで終わる場合、理解の深化や行動変容につながりにくい側面もある。この課題に対し、本事業では映画上映とトークショーを組み合わせた発信手法を設計し、映像によって生まれた共感を起点に、現場の声によって理解を補完する構造を構築した。

### 実施の目的

- 介護職の専門性および社会的意義の認知拡大
- 現場のリアルな声を通じた理解の促進
- 無関心層を含む幅広い層への関心喚起
- 介護を社会全体の課題として捉える意識の醸成
- 映像コンテンツを活用した新たな発信手法の確立

### 実施内容

アンバサダーの体験をもとにストーリーを構築し、ショートムービーを制作した。制作した映像はYouTube等でのWeb配信に加え、上映イベントを通じて発信を行った。また、本施策では「視聴されるコンテンツ」ではなく、「自ら見たくなる・共有したくなるコンテンツ」となることを重視し、ストーリー性や共感性を軸とした映像表現とした。これにより、発信の広がりや継続性の両立を図った。

## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／全体設計

### 介護職の声 からインスパイアされて脚本化

- 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

### 映画化



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

#### ① WEB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

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		

#### ③ 認知拡大施策

PR活動

試写会の開催⇒リリース配信

デジタル広告運用

行動変容調査

## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／コンテンツ設計 1

本取組では「自ら見たくなる・共有したくなるコンテンツ」であることを重要な軸とし、ストーリー性や共感性を重視した映像表現の実現を目指した。そのため、アンバサダーである全国各地の介護職者へのヒアリングおよびミーティングを重ね、現場の声を起点に、映画のコンセプトからストーリーまでを一貫して設計した。



## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／コンテンツ設計2

## コンセプト

## 笑顔も、生きがいも、もう一步の先に生まれる

## 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「もう一步」を踏み出せずにいる。  
その一步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、  
たった一步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「もう一步」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步」と、  
それを支えてくれた存在の尊さに気づき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。

## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／制作内容1



誰もが直面する「介護の選択」をテーマに  
家族と介護職、それぞれの想いを紡いだ物語。  
現役介護職の声をもとに生まれた、リアルであたたかな映画です。

## ストーリー

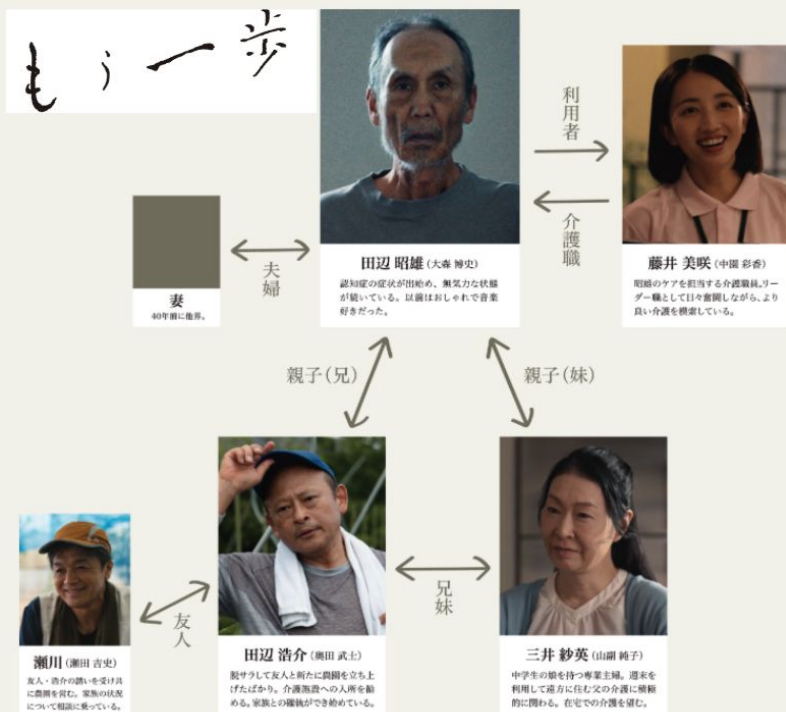
父が少しずつ変わっていく。  
その姿に揺れる家族。  
在宅か、施設か——正解のない介護の選択に葛藤する日々。

やがて出会った介護職との時間が、  
失われかけた“その人らしさ”を取り戻していく。  
これは、いつか誰もが直面する人生の選択。

自分らしくあること。  
家族であること。  
その間に必要だった“もう一步”の物語。

## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／制作内容2

### 人物相関図



### あらすじ

栈橋を笑顔で歩く家族、田辺家。  
妻を早くに無くした父・昭雄と長男（兄）・浩介、  
長女（妹）・紗英の3人はどこにでもいる“普通”の家族だった。  
10年後、昭雄が亡くなり葬儀後の整理をする紗英。

浩介はもう農業の仕事に戻っている。  
そんな田辺家に昭雄のケアを担当していた  
介護施設職員的美咲が訪れる。

そこで語られるのは昭雄の老いに向き合った田辺家の葛藤。  
そして施設で過ごした昭雄の最期の在り方だった。



## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／制作風景



Chapter 1

Chapter 2

Chapter 3

Chapter 4



## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／制作物

ティザー



ティザームービー (1分23秒) →



ポスター



## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／上映会実施成果サマリー

# 全国各地での上映展開により、**1550**名以上が視聴

上映会実績		展開の広がり	
開催数	<b>26</b> 会場	<b>全国（北海道～九州）で展開</b>  商業施設・図書館・大学・イベント会場など多様な場 都市部・地方双方で実施	
	商業施設等：19箇所 アンバサダー企画：7箇所		
来場者数	約 <b>850</b> 名		
自主上映	約 <b>788</b> 名（申請ベース）		

- 本施策では、全国26会場にて上映会を実施し、延べ約1550名以上来場、さらに自主上映申請を通じて約788名へと視聴機会が拡大した。
- 商業施設・公共施設・教育機関など多様な場で展開することで、都市部から地方まで幅広い層への接触を実現した。
- また、映像視聴に加えトークショーを組み合わせることで、受動的な視聴にとどまらず、対話を通じた理解深化を促進。
- その結果、介護を「自分ごと」として捉える意識変容を生み出し、関心喚起から行動意欲へとつながる接点を創出した。

## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／上映会実績

全国 **11** 会場にて上映会を実施し、アンケートおよび会場報告による集計で、延べ **850** 人が視聴した商業施設・公共施設・教育機関など多様な場で展開することで、幅広い層に対して介護を「自分ごと」として捉える接点を創出した。

日付	上映会会場	来場者数
12月14日	イオンモール大日（大阪府）	110
12月27日	イオンモール福岡伊都（福岡県）	140
1月12日	イオンモールとなみ（富山県）	130
2月1日	岡山県立図書館（岡山県）	64
2月6日	なみきスクエア（福岡県）	81
2月7日	Space札幌EAST（北海道）	8
2月14日	郡山公会堂（福島県）	89
2月16日	日本福祉大学 半田キャンパス（愛知県）	78
2月26日	東京ビッグサイト東ホール（東京都）	100
2月28日	メルカつきまち（長崎県）	33
3月1日	守口市図書館円形ホール（大阪府）	21



## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／ダウンロード申請の実績

全国 **16** 企業・団体から上映申請を受け、約 **800** 人が視聴（※一部予定を含む）

映画コンテンツが現場や地域において自主的に活用され、情報発信の枠を超えて“広がり続けるコンテンツ”として機能した。

上映日	申請団体・企業	上映場所	視聴予定人数
2026/1/21	日本鋼管株式会社	名古屋トヨペット港店	30
2025/12/10	(株) 尚進	吉小牧福祉ふれあいセンター	8
2025/12/20	礼文町社会福祉協議会	礼文町町民活動総合センター ビスカ 2 1	100
2026/1/21	港区東部いきいき支援センター	名古屋トヨペット港・名四店	100
2026/1/23	合同会社 HORIKAWA BASE	熊本総合リハビリテーション学院	15
2026/1/28	社会福祉法人亀保の里	社会福祉法人亀保の里 施設内	30
2026/2/7	県央圏域介護人材育成確保対策地域連絡協議会 長崎県介護福祉士会	たらみ図書館海のホール	70
2026/2/18	登別市地域包括支援センターあおい（愛桜）	特別養護老人ホームニルカの里	20
2026/2/22	大久保北地区人権教育研究協議会（兵庫県、明石市）	明石市 山の下自治会館	30
2026/2/24	下松市役所 高齢福祉課	ほしらんどくたまつ	70
2026/2/26	岡山中央福祉会 中野けんせいえん	岡山中央福祉会 中野けんせいえん 施設内	15
2026/3/10	通所介護事業所 げんきサロン Gill nexus	江南公民館	10
2026/3/10	社会福祉法人 山栄会	ケアハウス佐久だいら南	10
2026/3/14	新潟県社会福祉協議会	新潟ユニゾンプラザ	30
2026/4/9	金城大学 ※予定	金城大学 大学授業内での活用	50
2026/7/17	株式会社最中屋 ※予定	熊本城ホール	200

### 申請企業からのコメント

「イメージが変わった」  
「感動した」などの声が多数

満足度77%（43名中33名）

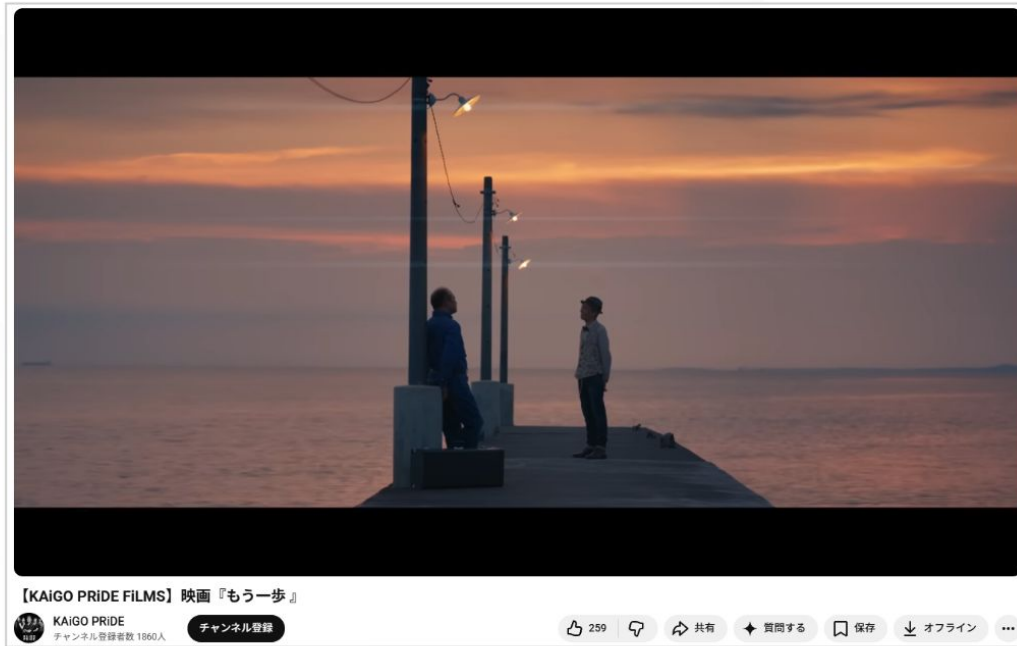
- 介護は大変なイメージだったけど、それだけじゃないと分かりました（10代女性）
- 感動しました（40代女性）
- 介護職の方をリスペクトする気持ちが生まれました（50代女性）
- 頑張ってるね、と伝えたくくなりました（70代女性）

上映を通じて、介護に対する  
認識の変化と共感の創出が確認された

## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／YouTube配信の成果

YouTube再生回数 **1,285,997** 回、高評価 **98.4** %、フル視聴率 **9.4** %

映画コンテンツが現場や地域において自主的に活用され、情報発信の枠を超えて“**広がり続けるコンテンツ**”として機能した。



## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／コンテンツ評価サマリー

楽天グループ株式会社様と連携し、動画視聴者に対するコンテンツ評価調査を実施し、視聴による意識変化を分析した。

動画コンテンツ接触前後の 「介護職」に対する魅力度	動画コンテンツ接触前後の 共感・価値理解	動画コンテンツ接触前後の 行動変容
<p>■認識変化</p> <p>介護職への理解度：+41.6pt 向上 介護職の就業意向：+17.0pt 向上</p> <p>■イメージ変化</p> <p>ネガティブ印象の大幅低減</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>残業が多い ▲16pt</li> <li>給与が低い ▲14pt</li> </ul> <p>ポジティブ価値の向上</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>深い関わりができる +10pt</li> <li>充実感 +10pt</li> </ul>	<p>■印象評価</p> <p>社会的意義が伝わった：58.0% 優しさ・思いやりの再認識：61.5% やりがいと大変さの両立理解：56.0%</p> <p>■特徴</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>○女性・若年層で特に高い共感</li> <li>○最大：76.7%が社会的意義を実感</li> </ul>	<p>■行動意欲</p> <p>「家族や友人と話したい」 ：最も多く確認された</p> <p>.....</p> <p>「調べたい・SNSで見たい」などの 情報探索行動も発生</p>

“大変な仕事”から“価値ある仕事”へ認識転換

ターゲット層への強い刺さり (楽天グループ株式会社様「コンテンツ評価調査について」より)

映像コンテンツにより、認知から理解・共感・行動意欲まで一貫した変化を創出し  
介護職の社会的価値の再認識と態度変容を実現した

## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／コンテンツ評価1

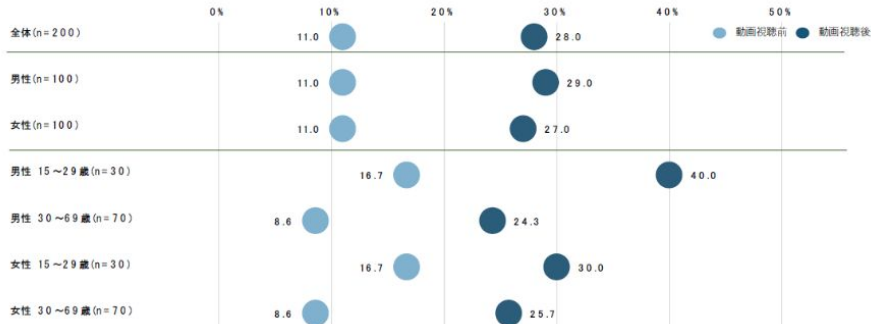
### 動画コンテンツ接触前後の「介護職（介護のしごと）」に対する魅力度

1

設問Q3.「介護職（介護のしごと）」に対する、現在のあなたのお気持ちに近いものをお選びください。（ひとつだけ）  
設問Q9.以下の動画を視聴いただいた後、「介護職（介護のしごと）」に対する、現在のあなたのお気持ちに近いものをお選びください。（ひとつだけ）

- ・ 全体では「介護職（介護のしごと）」に対する就業意向が17.0ptの向上
- ・ 「男性 15～29歳」では接触後の就業意向が23.3pt向上し、40.0%

■ 「女性 15～29歳」では就業意向が13.3ptの向上がみられ、30.0%となっている。



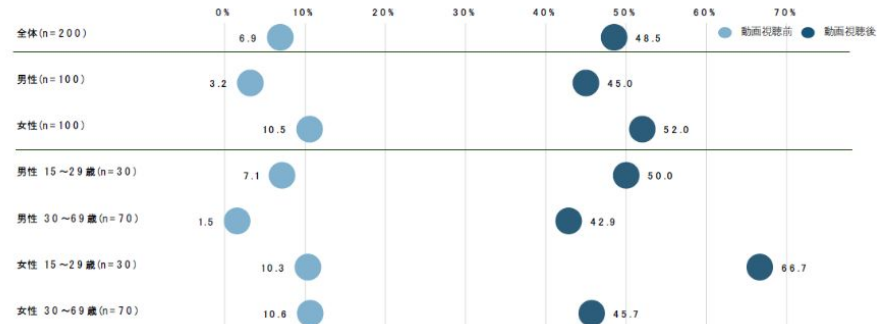
### 動画コンテンツ接触前後の「介護職（介護のしごと）」に対する理解度

2

設問Q1.あなたは介護職（介護のしごと）に対して、どの程度ご存知ですか。  
設問Q10.前回の動画またはWEBサイトを視聴いただいた後、「介護職（介護のしごと）」に対して、どの程度理解が深まりましたか。現在のあなたのお気持ちに近いものをお選びください。（ひとつだけ）

- ・ 全体では「介護職（介護のしごと）」に対する理解度が41.6ptの向上
- ・ 「女性 15～29歳」では接触後の理解度が56.4pt向上し、66.7%

■ 「男性 15～29歳」では就業意向が42.9ptの向上がみられ、50.0%となっている。



(楽天グループ株式会社様「コンテンツ評価調査について」より)

## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／コンテンツ評価2

### 動画コンテンツの印象評価

3

設問Q11.動画を視聴した感想について、以下の中からあなたのお気持ちに近いものをお選びください。(それぞれとつず)  
※「介護を通じて社会に貢献している実感が、自分の生きがいにつながる」「介護職としての誇りややりがいを改めて思い出した」「介護職」のみに表示

- 「女性」では比較的、印象に対する想起率が高い
- 「女性 15～29歳」では「介護の社会的意義がよく伝わってきた」が76.7%と最も多い

- 「女性」では「利用者からの感謝の言葉が、自己肯定感を育んでくれたと感じた」「介護の大変さとやりがいの両方が伝わってきた」が全体を10.0pt以上超える。
- 「介護職」のみに表示した選択肢ではあるが、「介護を通じて社会に貢献している実感が、自分の生きがいにつながっている」が介護職者のうち66.7%が肯定している。



		介護を通じて社会に貢献している実感が、自分の生きがいにつながる	介護の現場に立ち寄り、自分自身の生きかたを再認識した	利用者からの感謝の言葉が、自己肯定感を育んでくれたと感じた	介護の社会的意義がよく伝わってきた	介護の大変さとやりがいの両方が伝わってきた	利用者との関わりが、自分自身の生きかたに改めて思い出した	介護は利用者のために必要不可欠な仕事だと改めて思った	介護現場のリアルな状況が、自分自身の仕事に対する意識を高めた	介護スキルやノウハウが、自分の仕事に活かされた	介護への向き合い方や考え方が、自分の仕事に活かされた	介護職としての誇りややりがいを改めて思い出した	介護を通じて社会に貢献している実感が、自分の生きがいにつながる				
全体	200	66.7	62.8	61.5	59.5	58.0	56.0	56.0	55.5	52.5	50.5	48.5	48.5	45.5	44.4	29.0	
性別	男性	100	60.0	57.0	54.0	49.0	51.0	45.0	47.0	46.0	52.0	45.0	41.0	44.0	37.0	24.0	
	女性	100	76.0	67.0	69.0	70.0	65.0	67.0	65.0	65.0	52.0	56.0	56.0	53.0	54.0	50.0	34.0
性年代別	男性 15～29歳	30	50.0	63.0	63.0	56.7	56.7	54.7	53.3	43.3	60.0	53.3	36.7	53.3	46.7	59.0	33.3
	男性 30～49歳	70	86.7	54.3	50.0	45.7	48.6	40.0	44.3	47.1	48.6	41.4	42.9	40.0	32.9	33.3	29.0
	男性 15～29歳	30	0.0	59.7	70.0	70.0	74.7	63.3	63.3	60.0	54.7	60.0	53.3	63.3	50.0	0.0	43.3
	女性 30～49歳	70	100.0	71.4	55.8	70.0	69.0	64.4	65.7	67.1	51.4	54.3	57.1	48.6	58.7	66.7	39.0

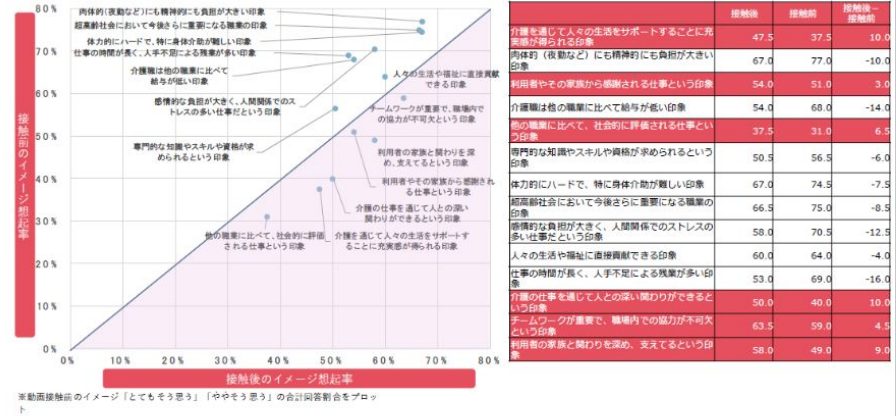
### 介護職（介護のしごと）に対するイメージ 動画接触前VS動画接触後の分析

4

設問Q4.あなたは介護職（介護のしごと）にどのようなイメージを持っていますか。以下のイメージについて、あなたの考えに近いものをお選びください。(それぞれとつず)  
設問Q12.動画を視聴、いただいた後の、あなたの介護職（介護のしごと）に対するイメージについて、以下の中からあなたの考えに近いものをお選びください。(それぞれとつず)

- 動画コンテンツの効果として、ポジティブなイメージの向上よりも、ネガティブなイメージの解消に寄与している
- 接触後は「介護を通じた充実感」「介護を通じた深い関わり」が大きなプラスとなっている

- 動画コンテンツの効果として、ポジティブなイメージの向上よりも、ネガティブなイメージの解消に寄与しているといえる。



(楽天グループ株式会社様「コンテンツ評価調査について」より)

## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／コンテンツ評価3

### 動画コンテンツ接触前後の「介護職（介護のしごと）」に対する就業意向

5

設問Q6.あなたの「介護職（介護のしごと）」への就業意向について、現在のお気持ちに近いものをお選びください。（0は「決して」とつじ）  
設問Q13.動画を視聴いただいた後の、あなたの「介護職（介護のしごと）」への就業意向について、現在のお気持ちに近いものをお選びください。（0は「決して」とつじ）

- ・ 全体では「介護職（介護のしごと）」に対する就業意向が2.5ptの向上
- ・ 「女性 15～29歳」では接触後の就業意向が6.4pt向上し、16.7%

■ 「女性」全体でみると、就業意向が2.6ptの向上がみられ、10.0%となっている。



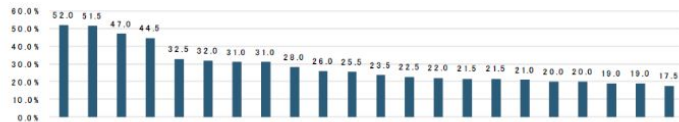
### 就業意向が高まる要件

6

設問Q15.以下に挙げることの中で、あなたにとって「介護職（介護のしごと）」への就業意向が高まることをお選びください。（それぞれ1つずつ）

- ・ 全体では「幅広い年代の人が働いている」が最多、次いで「多様な背景を持つ人が働いている」
- ・ 「女性 15～29歳」では肯定度が比較的高く、「多様な背景を持つ人が働いている」が最も多い

■ 「男性 15～29歳」では「安定した業界である」「勤務時間を自分で調整できる」がともに43.3%と全体を10.0pt以上上回っている。



要件	n	全体	性別	性年代別
幅広い年代の人が働いている	200	52.0	男性 48.0 / 女性 58.0	男性 15～29歳 28.7 / 男性 30～69歳 54.3 / 女性 15～29歳 50.0 / 女性 30～69歳 61.4
多様な背景を持つ人が働いている	200	51.5	男性 43.0 / 女性 60.0	男性 15～29歳 40.0 / 男性 30～69歳 44.3 / 女性 15～29歳 50.0 / 女性 30～69歳 59.6
仕事にやりがいを感じる	200	47.0	男性 45.0 / 女性 49.0	男性 15～29歳 43.3 / 男性 30～69歳 45.7 / 女性 15～29歳 50.0 / 女性 30～69歳 48.6
地域に密着した仕事ができる	200	44.5	男性 29.0 / 女性 49.0	男性 15～29歳 36.7 / 男性 30～69歳 41.4 / 女性 15～29歳 33.3 / 女性 30～69歳 48.6
自身のスキルアップにつながる	200	32.5	男性 28.0 / 女性 36.0	男性 15～29歳 26.7 / 男性 30～69歳 42.3 / 女性 15～29歳 33.3 / 女性 30～69歳 37.1
未経験でも働ける	200	32.0	男性 31.0 / 女性 33.0	男性 15～29歳 26.7 / 男性 30～69歳 32.9 / 女性 15～29歳 40.0 / 女性 30～69歳 27.1
研修やプログラムが豊富にある	200	31.0	男性 23.0 / 女性 25.0	男性 15～29歳 26.7 / 男性 30～69歳 21.4 / 女性 15～29歳 40.0 / 女性 30～69歳 21.4
社会的な評価が高い	200	28.0	男性 27.0 / 女性 27.0	男性 15～29歳 43.3 / 男性 30～69歳 20.0 / 女性 15～29歳 36.7 / 女性 30～69歳 25.7
キャリアアップが期待できる	200	26.0	男性 20.0 / 女性 20.0	男性 15～29歳 20.0 / 男性 30～69歳 12.9 / 女性 15～29歳 40.0 / 女性 30～69歳 18.6
安定した業界である	200	25.5	男性 17.0 / 女性 27.0	男性 15～29歳 36.7 / 男性 30～69歳 14.3 / 女性 15～29歳 33.3 / 女性 30～69歳 21.4
専門的な知識が身につけられる	200	22.5	男性 19.0 / 女性 24.0	男性 15～29歳 30.0 / 男性 30～69歳 14.3 / 女性 15～29歳 40.0 / 女性 30～69歳 17.1
働き方（シフト）が好ましい	200	21.5	男性 21.0 / 女性 20.0	男性 15～29歳 43.3 / 男性 30～69歳 18.6 / 女性 15～29歳 33.3 / 女性 30～69歳 15.7
通勤時間が短い	200	21.0	男性 18.0 / 女性 23.0	男性 15～29歳 26.7 / 男性 30～69歳 14.3 / 女性 15～29歳 46.7 / 女性 30～69歳 11.4
長期休暇が取りやすい	200	20.0	男性 23.0 / 女性 17.0	男性 15～29歳 33.3 / 男性 30～69歳 18.6 / 女性 15～29歳 30.0 / 女性 30～69歳 11.4
残業が少ない	200	20.0	男性 19.0 / 女性 23.0	男性 15～29歳 33.3 / 男性 30～69歳 14.3 / 女性 15～29歳 30.0 / 女性 30～69歳 13.2
給与水準が高い	200	19.0	男性 19.0 / 女性 19.0	男性 15～29歳 20.0 / 男性 30～69歳 11.4 / 女性 15～29歳 33.3 / 女性 30～69歳 10.0
多様なバックグラウンドがある	200	19.0	男性 19.0 / 女性 19.0	男性 15～29歳 30.0 / 男性 30～69歳 11.4 / 女性 15～29歳 33.3 / 女性 30～69歳 10.0
給与が高い	200	17.5	男性 17.0 / 女性 18.0	男性 15～29歳 30.0 / 男性 30～69歳 15.7 / 女性 15～29歳 30.0 / 女性 30～69歳 10.0

■ 全体を10.0pt以上上回る  
■ 全体を5.0pt以上上回る

(楽天グループ株式会社様「コンテンツ評価調査について」より)

## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／コンテンツ評価4

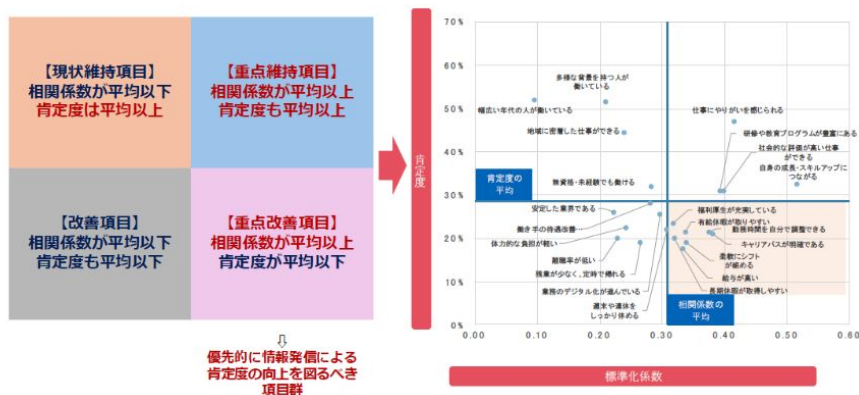
### 介護職（介護のしごと）の特徴と就業意向に寄与する要件のポートフォリオ分析

7

設問Q13.動画を視聴いただいた後の、あなたの「介護職（介護のしごと）」への就業意向について、現在のお気持ちに近いものをお選びください。（ひとつだけ）  
設問Q15.以下に挙げるの中で、あなたにとって「介護職（介護のしごと）」への就業意向が高まることをお選びください。（それぞれひとつずつ）

- 「肯定度」の向上を図るべき項目は「明確なキャリアパス」「勤務時間の調整」「有給休暇の取得しやすさ」「柔軟なシフト」「給与の高さ」「長期休暇の取得しやすさ」「充実した福利厚生」

- 就業意向との関連性の強さを示す相関係数をX軸、各要件の肯定度をY軸に設定し、就業意向への影響が相対的に強い肯定度が低い要件を抽出した。



### 動画視聴後の行動変容

8

設問Q16.動画コンテンツをご覧になって、どのように思いましたか。（いくつでも）

- 全体では「友人や家族と介護の仕事の話をしようと思った」が最多
- 「男性 15～29歳」では「ブログ・SNSなどへの書き込み」が最も多く、全体を10.0pt以上上回る

- 「女性 15～29歳」では「友人や家族と介護の仕事の話をしようと思った」「介護に関するセミナーや講座に参加しようと思った」が全体を5.0pt以上上回っている。



性別	n	友人や家族と介護の仕事の話をしようと思った	ブログ、SNSなどで介護の仕事の情報を発信しようと思った	介護の仕事について関心をもった	介護業に関心をもった	ブログ・SNSなどで介護の仕事について書き込みしようと思った	介護に関するセミナーや講座に参加しようと思った	介護の魅力を伝えるコンテンツにアクセスしようと思った	動画コンテンツの発信者へのコメントを書き込みたいと思った	動画コンテンツの発信者のホームページにアクセスしようと思った	介護の採用ページを開きようと思った	介護に関するセミナーや講座に参加しようと思った	その他	介護に関するセミナーや講座に参加しようと思った	上記のいずれも当てはまらない
		pt	pt	pt	pt	pt	pt	pt	pt	pt	pt	pt	pt	pt	pt
全体	200	19.5	8.5	7.0	7.0	6.5	5.0	5.0	4.5	4.5	4.5	3.0	2.0	0.5	65.0
性別	男性	100	10.0	11.0	9.0	8.0	8.0	6.0	6.0	7.0	6.0	3.0	0.0	0.0	62.0
	女性	100	11.0	6.0	6.0	6.0	3.0	4.0	4.0	2.0	3.0	2.0	4.0	1.0	66.0
性別年代	男性 15～29歳	30	3.3	13.3	13.3	3.3	16.7	3.3	13.3	10.0	13.3	13.3	6.7	0.0	53.3
	男性 30～49歳	70	12.9	10.0	7.1	10.0	4.3	7.1	2.9	5.7	2.9	4.3	1.4	0.0	65.7
	女性 15～29歳	30	16.7	10.0	3.3	10.0	6.7	3.3	3.3	0.0	3.3	6.7	10.0	0.0	60.0
	女性 30～49歳	70	8.6	4.3	5.7	4.3	1.4	4.3	4.3	2.9	2.9	0.0	5.7	0.0	73.4

※pt: 10.0pt以上上回る  
全体を10.0pt以上上回る

(楽天グループ株式会社様「コンテンツ評価調査について」より)

## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／広告配信結果サマリー

本事業では制作したショートムービー「もう一歩」の認知拡大を目的として楽天グループ株式会社様の協力のもと動画広告配信を実施した。

### 成果

再生回数 **100** 万回以上 / インプレッション **908,030** 回 / 視聴回数 **586,928** 回

視聴率 (View Rate) **64.64%** / フル視聴維持率 **9%** ※長尺動画(10分以上)平均:1~3%

23分の長尺動画でありながら高い視聴率と視聴維持率を記録し広告としてではなく映像コンテンツとして視聴者に受容された結果と考えられる。

#### 成功要因

- コンテンツの質の高さにより、視聴者の離脱を抑制
- ターゲット設計とテーマの普遍性により、幅広い層に受容
- ドキュメンタリー／映画としての構成が、感情移入を促進

→ 広告的訴求ではなく“物語”として成立したことが要因

#### 波及効果

- 高い視聴率・維持率により、YouTubeアルゴリズムに評価
- 入札依存ではない自然拡散が発生
- 想定を上回る再生数の増加につながった

→ コンテンツの質が配信効率を押し上げる好循環を形成

本施策は、長尺映像でありながら“最後まで観られるコンテンツ”として成立し、  
広告配信の枠を超えた高いエンゲージメントと拡散を実現した。

## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／PR広報配信結果サマリー

本施策では、映画「もう一步」を起点とした広報活動を展開し、試写会を起点に段階的な情報発信を実施した。



11月10日に完成披露試写会をユナイテッドシネマ豊洲にて実施  
本試写会ではメディア関係者への誘致を行い、  
映画の公開に先駆けて情報接点を創出した。

※本試写会自体は本事業の対象外として実施した、  
映画の認知拡大および発信効果の最大化を目的とした自主施策

### ■ 成果

- 複数のWebメディアでの記事掲載を通じ、広範な情報露出を実現
- 広告換算：約3,600万円規模のメディア露出を創出
- 専門メディアを中心に高い関心・共感を獲得し、テーマの有効性を確認

本施策は、介護をテーマとした広報活動の初動として、  
メディアとの関係構築および継続的な発信基盤の形成に実現した。



## 02 取り組み⑤ショートムービー制作／PR広報配信実績2

### 掲載一覧

No	取得日	ジャンル	サイト名
1	2025/10/30	WEB	PR TIMES
2	2025/10/30	WEB	東洋経済オンライン
3	2025/10/30	WEB	現代ビジネス
4	2025/10/30	WEB	NIKKEI COMPASS
5	2025/10/30	WEB	ORICON NEWS
6	2025/10/30	WEB	東京新聞TOKYO Web
7	2025/10/30	WEB	朝日新聞デジタルマガジン& [and]
8	2025/10/30	WEB	ASCII.jp
9	2025/10/30	WEB	エンタメラッシュ
10	2025/10/30	WEB	ジョルダンニュース!
11	2025/10/30	WEB	シネマカフェnet
12	2025/10/30	WEB	dメニューマナー
13	2025/10/30	WEB	TRAIKY (トライシー)
14	2025/10/30	WEB	エキサイトニュース
15	2025/10/30	WEB	時事メディカル
16	2025/10/30	WEB	eltha (エルザ)
17	2025/10/30	WEB	ウレびあ総研
18	2025/10/30	WEB	Infoseek ニュース
19	2025/10/30	WEB	PHILE WEB
20	2025/10/30	WEB	ニフティニュース
21	2025/10/30	WEB	とれまがニュース
22	2025/10/30	WEB	ニコニコニュース
23	2025/10/30	WEB	暮らしニスタ (クラシニスタ)
24	2025/10/30	WEB	ハビママ*
25	2025/10/30	WEB	宮崎日日新聞社
26	2025/10/30	WEB	大分合同新聞

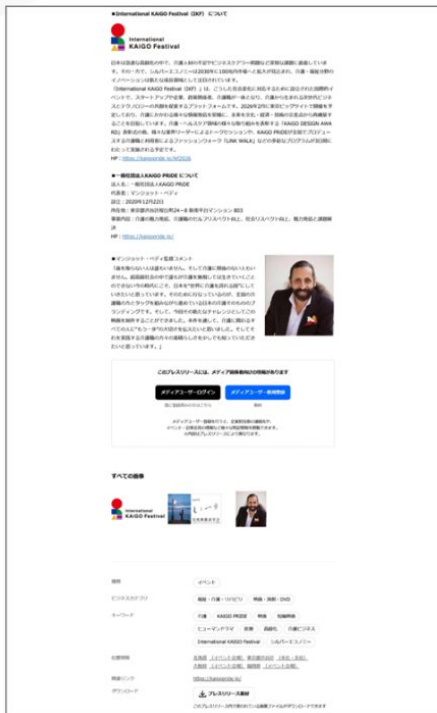
No	取得日	ジャンル	サイト名
27	2025/10/30	WEB	南日本新聞
28	2025/10/30	WEB	AGARA 紀伊民報
29	2025/10/30	WEB	茨城新聞クロスアイ
30	2025/10/30	WEB	山口新聞
31	2025/10/30	WEB	山梨日日新聞電子版
32	2025/10/30	WEB	中国新聞デジタル
33	2025/10/30	WEB	財経新聞
34	2025/10/30	WEB	徳島新聞電子版
35	2025/10/30	WEB	Web東奥
44	2025/10/30	SNS	PR TIMESスタートアップ (X)
45	2025/10/31	WEB	知る。わかる。介護の仕事
46	2025/11/3	SNS	【介護の相談】ケアプランにいつでも相談 (X)
47	2025/11/11	WEB	tokyo chips
48	2025/11/11	WEB	dメニューニュース
49	2025/11/12	WEB	チパテレ+プラス
50	2025/11/12	WEB	newsjp
51	2025/11/14	WEB	週刊 高齢者住宅新聞 Online
52	2025/11/14	WEB	シルバー産業新聞
53	2025/11/14	SNS	シルバー産業新聞 (X)
54	2025/11/16	WEB	ライブドアニュース
55	2025/11/21	WEB	AERA dot. (アエラドット)
56	2025/11/21	WEB	Yahoo!ニュース
57	2025/11/21	SNS	AERA DIGITAL (X)
58	2025/11/22	WEB	msnニュース

計 **58** メディアに掲載され、広範な情報露出を実現した

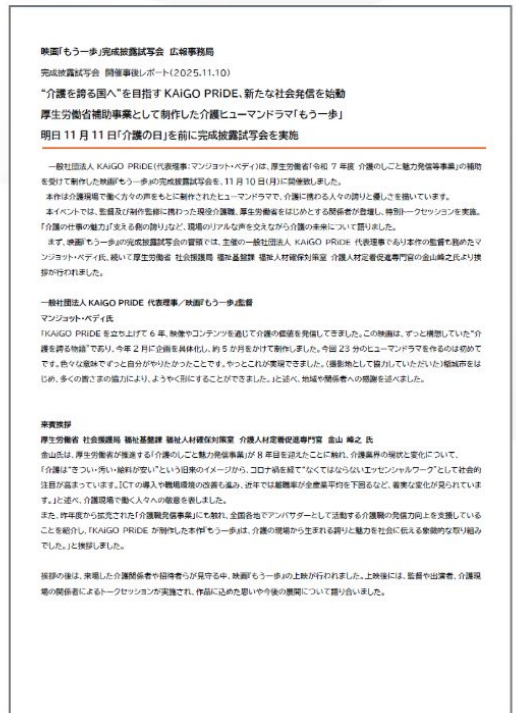
## 02 取り組み⑤ ショートムービー制作／PR広報配信実績3

PR TIMES配信により、メディア掲載後の情報拡散および検索流入の強化を実現

### PR TIMES掲載配信サポート



### 試写イベント事後レポート (速報)



# 03

## 事業連携の取り組み

## 03 事業間連携・情報発信

### 他事業者との強固な連携により、事業効果を最大化し、介護の魅力発信の新たな広がりを出

厚生労働省補助事業を実施する他の採択事業者や各種メディアと積極的に連携し、「事業間連携会議でのナレッジ共有」と「情報発信連携による露出の最大化」の2軸で取り組みを展開した

#### 1. 事業間連携会議を通じた強化

他団体との会議を通じて  
自法人の取り組みが他事業へも良い影響を与えた

##### 実績：

厚生労働省および各採択事業者が集う連携会議に計3回参加し、アンバサダー活動やショートムービー制作の成果を報告

##### 成果：

- 自法人が提案した共通ハッシュタグ「#介護のしごと」が採択され、各事業者のSNS発信における一体感の醸成を主導した
- 他団体から「アンバサダーを活用したい」という要望が寄せられるなど、他事業者の企画にアンバサダーが参画する横断的な連携が実現した

#### 2. 情報発信連携による露出の最大化

多様なプラットフォームと協働することで、単独ではリーチが難しい層への情報到達が可能となり本事業で制作したコンテンツの波及力と事業効果が飛躍的に向上した

##### 実績：

- 楽天グループ株式会社様
- 株式会社朝日新聞社様
- 株式会社マガジンハウス様
- PwCコンサルティング合同会社様

株式会社Blanket合同説明会

KAiGO ストーリーズ アrchive

@kaigoleaders 様

アーカイブコースの締切が  
12/25までとのこと！

是非チェックしてみてください

SNS・文章・場の企画など、  
伝える・届ける力を磨きたい方へ



無料です  
KAiGO LEADERS SCHOOL アーカイブ視聴できます

Heisei-kaigo-leaders.com

KAiGO LEADERS SCHOOL 開校説明会!

<p><b>Chapter 1.</b> <b>8.15日</b> 20:00~21:00</p> <p>SNSで介護のしごとの面白さの伝え方</p>  <p>是たつん 介護士インフルエンサー</p>	<p><b>Chapter 2.</b> <b>8.21日</b> 20:00~21:00</p> <p>なぜ今、介護職が“伝える力”を育む場が必要なのか？</p> <p>KAiGO PRiDE x KAiGO LEADERS.</p>
<p><b>Chapter 3.</b> <b>8.27日</b> 20:00~21:00</p> <p>小さな事業所でインスタフォロワー数11万越えの運用術</p>  <p>稲葉 夏輝 稲葉 耕太 介護士人脈地盤建設 株式会社ひまわり介護 代表取締役 代表取締役</p>	<p><b>Chapter 4.</b> <b>8.29日</b> 20:00~21:00</p> <p>地域とはぐくむ届ける力</p>  <p>加藤 忠相 佐伯 美智子 株式会社森田・守あ 富岡福祉施設 代表取締役 代表</p>

介護のしごとの魅力を伝える先駆者から学ぼう！

伝える力が、介護の未来をつくる！

The VOiCE of KAiGO

The VOICE of KAiGO

in LIVE vol.20

KAiGO PRiDE



神奈川



広島

社会福祉 HERO'S

ケアする人のケアとは？

The VOICE of KAiGO

in LIVE vol.21

KAiGO PRiDE



山形



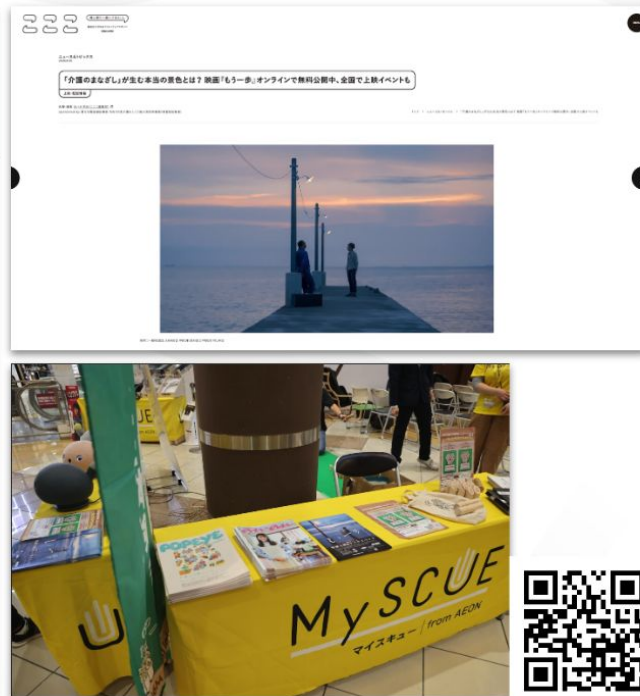
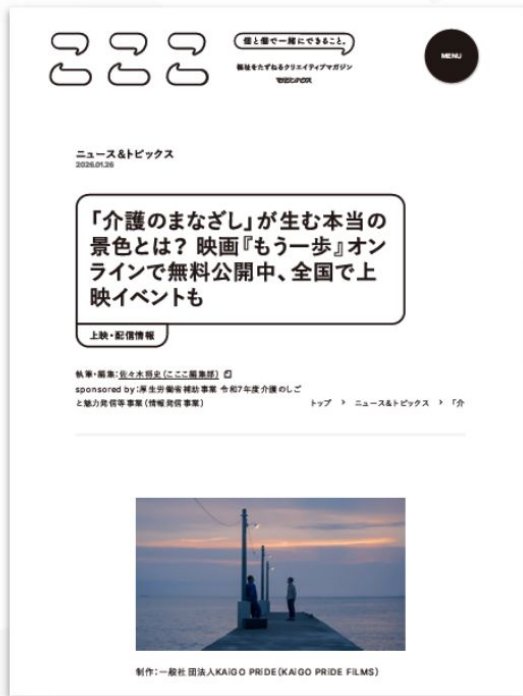
神奈川

好きなことはケアにつながる





福祉系ポータルサイト「こここ」への掲載を通じ、関心層に深くアプローチ  
また、上映会上で「anan・popye」のスペシャルブックレット配布等を行った



### 03 事業間連携・情報発信／楽天グループ株式会社

ポータルサイト「知る。わかる。介護のしごと」での特設コンテンツ掲載や、ショートムービーの動画広告配信での協働により、再生回数100万回超という圧倒的な拡散を実現



### 03 事業間連携・情報発信／朝日新聞社

「朝日小学生新聞」「朝日中高生新聞」への掲載や、サマースクール・出張授業へのアンバサダー派遣を通じ、次世代を担う若年層・教育現場への直接的なアプローチを実現



# 04

## 事業効果の分析等

## 04 各取り組みの数字実績

### 概要

当法人は「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）」に採択され

現役介護職の声や姿を通じて介護の仕事の魅力を社会へ伝えるための情報発信に取り組んだ。

アンバサダー養成研修会の実施や地域チャプターによる発信活動に加え、短編映画「もう一步」を制作・公開した。

映画は多くの反響を得て上映会やトークイベントなどの機会を通じ、現場で働く介護職の思いや仕事の価値を広く社会へ届けることができた。

これらの取り組みにより、介護の仕事に対する理解促進とイメージ向上に資する情報発信を展開することができた。

#### 取り組み①：アンバサダーの育成

合計アンバサダー養成参加者数

**178** / 100人

計画達成

合計チーム数

**37** / 30チーム

計画達成

学生アンバサダー養成参加者数

**54** / 30人

計画達成

#### 取り組み②：アンバサダーによる連携発信活動

合計実施件数

**28** / 25件

計画達成

#### 取り組み③：コミュニティの形成

チャプター数

**8** / 7地域

計画達成

#### 取り組み④：オンライントークプラットフォーム

ライブ配信数

**15** / 15回

計画達成

合計ライブ視聴者数

**1,396**

計画達成

#### 取り組み⑤：ショートムービー制作

YouTube再生回数

**128** 万回以上

計画達成

観客動員数

**850** 人以上

計画達成

## 04 取り組み①：アンバサダー育成

アウトカム5  
(独自のアウトカム)

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）

アウトカム6  
(独自のアウトカム)

介護職が安心して発信できる環境がある

アウトカムに対する

指標・目標

測定方法

### 個人枠

- 指標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？） / 目標：40ポイント上昇
- 指標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？） / 目標：5ポイント上昇
- 指標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？） / 目標：5ポイント上昇

### 学生枠

- 指標1：情報発信ノウハウ理解向上（Q:介護・福祉の魅力を発信する方法は把握されていますか？） / 目標：10ポイント上昇
- 指標2：情報発信意欲の向上（Q:ご自身で介護・福祉の魅力を発信していきたいと感じていますか？） / 目標：5ポイント上昇
- 指標3：仕事への誇りの向上（Q:ご自身の進路・学びに「誇り」や「プライド」を感じますか？） / 目標：5ポイント上昇

### チーム参加

- 指標1：活動参画への安心感（Q:自組織内での魅力発信活動への抵抗感を感じますか？） / 目標：5ポイント上昇
- 指標2：情報発信意欲の向上（Q:自組織内で介護の魅力を発信していきたいと感じていますか？） / 目標：5ポイント上昇
- 指標3：結束力の向上（Q:他メンバーの想いを聞くことが自身の職務や職場での連携にポジティブな影響を与えると感じますか？） / 目標：5ポイント上昇

参加したアンバサダーへ「研修会当日の前後での紙面アンケート比較

## 04 取り組み①：アンバサダー育成

本研修は令和6年度より実施している取り組みであり、介護職が仕事の魅力ややりがいを言語化し主体的に発信できる人材（アンバサダー）の育成を目的として継続的に実施している。

前年度の参加者からは、「個人での発信は継続が難しい」「チームとして活動できる仕組みがあると発信しやすい」といった声が寄せられた。これを受け令和7年度は新たにチームでの参加・活動を前提とした仕組みを導入した。

本年度は、全国9会場および、オンラインにてアンバサダー養成研修会を実施し、新たに178人のアンバサダーが誕生した。

また、施設や地域単位で発信活動を行う37チームが形成された。

今年度より新たに学生向けアンバサダー養成研修会を実施し、3回のオンライン研修により54人の学生アンバサダーが誕生した。

令和6年度までの取り組みおよび令和7年度事業を通じ、  
**全国43都道府県・538人**のアンバサダーが誕生した。

北海道 38	青森県 3	岩手県 4	宮城県 7	秋田県 4	山形県 55	福島県 38
茨城県 2	栃木県 1	群馬県 3	埼玉県 1	千葉県 7	東京都 57	神奈川県 10
新潟県 23	富山県 28	石川県 2	山梨県 1	長野県 2	岐阜県 6	静岡県 9
愛知県 10	三重県 12	滋賀県 5	京都府 5	大阪府 35	兵庫県 18	奈良県 8
和歌山県 2	鳥取県 5	岡山県 11	広島県 13	山口県 1	徳島県 3	香川県 14
愛媛県 2	福岡県 14	佐賀県 3	長崎県 12	熊本県 56	大分県 4	宮崎県 3
沖縄県 1	各都道府県別 KAI GO PRiDE アンバサダーの人数（単位：人）					

全国のKAI GO PRiDE  
アンバサダーの分布

※色付きの都道府県は  
アンバサダーが  
在籍していることを示す。



## 04 取り組み①：アンバサダー育成

研修会前後の変化

### 介護職

養成数  
165人

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)
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)
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)



### 介護職

養成数  
35チーム

4. 活動参画への安心感 (チーム) (Q:自組織内での魅力発信活動への抵抗感を感じますか)
5. 情報発信意欲の向上 (チーム) (Q:自組織内で介護の魅力を発信していきたいと感じていますか)
6. 結束力の向上 (チーム)  
(Q:他メンバーの想いを聞くことが職務や職場での連携にポジティブな影響を与えると感じますか)



### 学生

養成数  
54人

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)
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)
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)



## 01 取り組み②：アンバサダーによる連携発信事業

アウトカム5  
(独自のアウトカム)

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）

アウトカムに対する

指標  
・  
目標

### ① 参加アンバサダー（発信者）向け

指標：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？）  
目標：ポジティブ割合 70%

### ② 来場者（受け手）向け

指標：介護の魅力発信の価値（Q:介護職のプロフェッショナリズムを感じましたか？）  
目標：ポジティブ割合 60%

測定  
方法

- ①測定方法：参加したアンバサダーに対して活動後にアンケートを実施（5段階評価のうちポジティブ方向の回答割合を比較）
- ②派遣先事業の実施時、またはその前後でのアンケートを実施（5段階評価のうちポジティブ方向の回答割合を比較）

## 04 取り組み②：アンバサダーによる連携発信事業

連携発信の積み重ねにより、介護職としての誇りと仕事の価値への実感が着実に醸成された。

アンバサダーによる連携発信活動

目標25回に対して

→ **28回** 開催

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?)

目標70%に対して

→ **100%** ポジティブな回答に

介護の魅力発信の価値

(Q:介護職のプロフェッショナリズムを感じましたか?)

目標60%に対して

→ **90.6%**

プロフェッショナリズムを感じたと回答した

## 04 取り組み③：アンバサダーのコミュニティ形成

アウトカム6  
(独自のアウトカム)

介護職が安心して発信できる環境がある

アウトカムに対する

指標・  
目標

指標1：活動参画への安心感（Q:チャプター活動になることで活動参加への安心感は向上したか）

目標：ポジティブ割合 70%

指標2：情報発信意欲の向上（Q:チャプター活動になることで活動参加への意欲は向上したか）

目標：ポジティブ割合 60%

指標3：情報発信活動の促進（Q:チャプター活動をすることによって、新たに発生した広報活動があるか）

目標：ポジティブ割合 60%

測定  
方法

チャプターに参画したアンバサダーに対してアンケートを実施  
(回答者主観による5段階評価のうち、4～5段階目（ポジティブ方向）の回答割合を比較)

## 04 取り組み③：アンバサダーのコミュニティ形成

チャプターを起点とした発信活動により、交流を通じた共感形成と発信意欲の向上が促進され、主体的な情報発信の広がりにつながった。

チャプター設置数

目標全国7地域に対し

実績全国 **8** 地域

チャプター発案による  
活動数

目標10回に対し

実績 **23** 回

### 指標1：活動参画への安心感

Q: チャプター活動になることで活動参加への安心感は向上したか？

目標70%に対して **目標達成**

→ **約77%** が満足・非常に満足と回答

### 指標2：情報発信意欲の向上

Q: チャプター活動になることで活動参加への意欲は向上したか？

目標60%に対して **目標達成**

→ **61.9%** ポジティブな回答に

### 指標3：情報発信活動の促進

Q: チャプター活動をすることによって、新たに発生した  
広報活動があるか？

目標60%に対して **目標達成**

→ **93.3%** ポジティブな回答に

## 04 取り組み③：アンバサダーのコミュニティ形成

### ① ストーリー型コンテンツの有効性

介護の魅力は情報として伝えるだけでなく、ストーリーを通じた体験的理解により、共感と関心の喚起につながることが確認された。

### ② 自分ごと化による関心喚起

視聴者の反応から、「自分だったらどうするか」と考える行動が生まれており、社会課題としての認識形成に寄与している。

### ③ 発信者の内発的動機の重要性

チャプター活動により、発信への心理的ハードルが低減し、主体的な発信意欲の向上が見られた。「育成+場の設計」が発信の継続性に寄与することが示唆された。

### ④ 双方向構造の有効性

本事業は「視聴→共感→発信→拡散」という循環構造を形成しており、単発施策ではなく継続的な認知拡大モデルとして機能している。

## 01 取り組み④：オンラインプラットフォーム

### アウトカム3

### 介護の仕事について理解する人が増える

アウトカムに対する

指標・  
目標

- 指標1（アンバサダー向け）：仕事への誇りの向上  
 設問：活動参加を通して、ご自身の職業への「誇り」や「プライド」の向上を感じますか？  
 目標：ポジティブ割合 70%  
 結果：100%（目標達成）
- 指標2（視聴者向け）：ライブ視聴者からのポジティブなコメント数  
 目標：コメント数 5件/回  
 結果：168件/22回（目標達成）

測定  
方法

- 指標1：参加したアンバサダーに対して参加後にアンケートを実施  
 （4～5段階目のポジティブ回答割合を比較）
- 指標2：ライブ当日に取得

## 04 取り組み④：オンラインプラットフォーム

ライブ配信とアーカイブ視聴を組み合わせることで、継続的な接触機会を創出し介護のリアルな声を広く届ける発信基盤を構築した。

LIVE配信回数

目標15回に対して  
目標達成

15回配信

LIVE視聴者数

目標延べ500人に対して  
目標達成

1,396人視聴

アーカイブ視聴者数

目標1500回に対して  
目標達成

2,478回視聴

他事業者との連携配信

目標2回に対して  
目標達成

2回配信

## 04 取り組み⑤：ショートムービー制作

### アウトカム2

### 介護の仕事内容に興味・関心を持つ人が増える

#### アウトカムに対する

#### 指標 ・ 目標

指標1：介護職の魅力発信

設問：介護職のプロフェッショナリズムを感じましたか？

目標：ポジティブ割合 60%

指標2：介護職の魅力発信

設問：介護という仕事の価値や必要性を感じましたか？

目標：ポジティブ割合 60%

指標3：理解促進

設問：「介護」や「支えること」について、考え方が変わった・関心が高まったと思いますか？

目標：ポジティブ割合 60%

#### 測定 方法

イベント来場時の紙面またはWebアンケートにて実施。回答者主観による5段階評価のうち、4～5段階目（ポジティブ方向）の回答割合で測定

## 04 取り組み⑤：ショートムービー制作

共感を起点とした映像体験により、介護の価値理解と行動喚起につながる広範なリーチを実現した。

コンテンツ視聴数

目標10万回に対して  
大幅目標達成

128 万回  
視聴

YouTube  
高評価

98.4 %

※フル視聴維持率も長尺動画の業界平均1~3%を大きく上回る9%を記録

上映イベント開催数

目標3箇所に対して  
大幅目標達成

19 箇所 実施

上映イベント来場者数

目標500人に対して  
目標達成

1,200 回 来場

アンバサダー企画での  
開催と来場者数

目標7箇所/350人  
目標達成

7 回 箇所

350 人 来場

## 04 取り組み⑤：ショートムービー制作

視聴本事業では制作したショートムービー「もう一步」の認知拡大を目的として楽天グループ株式会社様の協力のもと動画広告配信を実施した。また、動画視聴者に対するコンテンツ評価調査を実施し、視聴による意識変化を分析した。

### 動画広告配信結果

再生回数

**100** 万回以上

インプレッション

**908,030** 回

視聴回数

**586,928** 回

視聴率

**64.64** %

フル視聴  
維持率

**9** %

(長尺動画 10分以上の業界平均：1~3%)

動画広告配信結果 (楽天グループ株式会社様 連携)

23分の長尺動画でありながら高い視聴率と視聴維持率を記録し広告としてではなく映像コンテンツとして視聴者に受容された結果と考えられる。

## 04 取り組み⑤：ショートムービー制作

### コンテンツ接触前後の「介護職（介護のしごと）に対する魅力度」

全体(n=200)	→	17ポイント上昇	11.0%→28.0%
男性(n=100)	→	18ポイント上昇	11.0%→29.0%
女性(n=100)	→	16ポイント上昇	11.0%→27.0%
男性 15~29歳(n=30)	→	23.3ポイント上昇	16.7%→40.0%
男性 30~69歳(n=70)	→	15.7ポイント上昇	8.6%→24.3%
女性 15~29歳(n=30)	→	13.3ポイント上昇	16.7%→30.0%
女性 30~69歳(n=70)	→	17.1ポイント上昇	8.6%→25.7%

### コンテンツ接触前後の「介護職（介護のしごと）に対する理解度」

全体(n=200)	→	41.6ポイント上昇	6.9%→48.5%
男性(n=100)	→	41.8ポイント上昇	3.2%→45.0%
女性(n=100)	→	41.5ポイント上昇	10.5%→52.0%
男性 15~29歳(n=30)	→	42.9ポイント上昇	7.1%→50.0%
男性 30~69歳(n=70)	→	41.4ポイント上昇	1.5%→42.9%
女性 15~29歳(n=30)	→	56.4ポイント上昇	10.3%→66.7%
女性 30~69歳(n=70)	→	35.1ポイント上昇	10.6%→45.7%

### コンテンツ接触前後の「介護職（介護のしごと）に対する就業意向」

全体(n=200)	→	2.5ポイント上昇	9.0%→11.5%
男性(n=100)	→	2.4ポイント上昇	10.6%→13.0%
女性(n=100)	→	2.6ポイント上昇	7.4%→10.0%
男性 15~29歳(n=30)	→	1.4ポイント上昇	20.0%→21.4%
男性 30~69歳(n=70)	→	3.9ポイント上昇	6.1%→10.0%
女性 15~29歳(n=30)	→	6.4ポイント上昇	10.3%→16.7%
女性 30~69歳(n=70)	→	1.0ポイント上昇	6.1%→7.1%

### コンテンツ評価調査結果（n=200）

理解度 **+41.6**ポイント向上

就業意向 **+17.0**ポイント向上

（※楽天グループ株式会社様「コンテンツ評価調査について」より）

視聴者に対してコンテンツ評価調査を行い、映像コンテンツ接触が「介護」に対する好意・理解・就業意向のすべてにおいて向上をもたらし、認識変容を促す有効な手法であることが確認された。



## 04 まとめ（総評）

今年度は「介護職自らの声での発信」を軸とした全5つの取り組みにおいて、すべてのKPI（目標値）を達成・超過した。

特に目玉施策であるショートムービーは128万回再生を超え、大規模なアウトリーチに成功。

また、新設した「チーム枠」「学生枠」「地域チャプター」により、アンバサダーの活動が個人の単発発信から「組織的・継続的な発信」へと大きく進化し、発信者・受け手双方の意識を劇的に変容させる成果を達成した。

### 取り組み①：アンバサダーの育成（発信の担い手創出）

#### 実績

- ・全国9箇所+オンライン開催を通じ、178人（目標100人）のアンバサダーを育成
- ・今年度新設の「チーム参加枠」で37チーム、「学生枠」で54人を育成し、目標を大幅に超過

#### 成果

参加者の「仕事への誇り」が大きく向上したほか、チーム参加により自組織内での「活動参画への安心感」が22.9pt上昇し職場ぐるみでの発信体制構築に寄与しました

### 取り組み②：アンバサダーによる連携発信活動（社会との直接的な接点）

#### 実績

- ・自治体や企業からの依頼、およびアンバサダーの自主企画（13回）により、出前講座やイベント登壇などを計28回実施（目標25回）

#### 成果

- ・参加したアンバサダーの100%が「仕事への誇りが向上した」と回答
- ・派遣先のイベント来場者の90.6%が「介護職のプロフェッショナルリズムを感じた」と回答し、一般層のイメージアップに直結しました

## 取り組み③：アンバサダーコミュニティの形成（自発的・継続的な情報基盤）

実績	全国に8つの地域チャプターを設置（目標7地域）し、36名のリーダー層を中心に活動を展開
成果	コミュニティへの参加により、73.8%が「活動参加への安心感が向上」したと回答 さらに、93.3%が「新たに広報活動が発生した」と回答しており、地域主体の自発的なアクションを生み出す強力な基盤となりました

## 取り組み④：オンライントークプラットフォーム（双方向の対話と共感の場）

実績	全国各地のアンバサダーによる対談ライブを15回配信。ライブ視聴者1,396人、アーカイブ視聴2,478回を記録
成果	<ul style="list-style-type: none"><li>・他事業者（社会福祉HERO'S等）との連携配信も実現</li><li>・視聴者からは「共感した」「自分も頑張りたい」といったポジティブなコメントが1回平均10件以上寄せられ、介護職のリアルな想いを共有する場として機能しました</li></ul>

## 取り組み④：ショートムービー制作（感情に訴える大規模アウトリーチ）

実績	<ul style="list-style-type: none"><li>・映画「もう一歩」を制作し、YouTubeでの動画広告配信等により128万回以上の再生を記録（目標10万回）</li><li>・商業施設等での上映会・自主上映会を通じて延べ1,500人以上が視聴</li></ul>
成果	<ul style="list-style-type: none"><li>・長尺（23分）ながら9%という驚異的なフル視聴維持率を記録</li><li>・楽天グループの調査では、視聴後の「介護職への理解度」が41.6pt、「就業意向」が17.0pt向上</li><li>・上映会アンケートでも96.0%が「仕事の価値や必要性を感じた」と回答しており、見た人の価値観を大きく変容させる大成功を収めました</li></ul>

## 04 まとめ（総評）

### 取り組み③：アンバサダーコミュニティの形成（自発的・継続的な情報基盤）

実績	全国に8つの地域チャプターを設置（目標7地域）し、36名のリーダー層を中心に活動を展開
成果	コミュニティへの参加により、73.8%が「活動参加への安心感が向上」と回答 さらに、93.3%が「新たに広報活動が発生した」と回答しており、地域主体の自発的なアクションを生み出す強力な基盤となりました

### 取り組み④：オンライントークプラットフォーム（双方向の対話と共感の場）

実績	全国各地のアンバサダーによる対談ライブを15回配信。ライブ視聴者1,396人、アーカイブ視聴2,478回を記録
成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>他事業者（社会福祉HERO'S等）との連携配信も実現</li> <li>視聴者からは「共感した」「自分も頑張りたい」といったポジティブなコメントが1回平均10件以上寄せられ、介護職のリアルな想いを共有する場として機能しました</li> </ul>

### 取り組み④：ショートムービー制作（感情に訴える大規模会うとリーチ）

実績	<ul style="list-style-type: none"> <li>映画「もう一歩」を制作し、YouTubeでの動画広告配信等により128万回以上の再生を記録（目標10万回）</li> <li>商業施設等での上映会・自主上映会を通じて延べ1,500人以上が視聴</li> </ul>
成果	<ul style="list-style-type: none"> <li>長尺（23分）ながら9%という驚異的なフル視聴維持率を記録</li> <li>楽天グループの調査では、視聴後の「介護職への理解度」が41.6pt、「就業意向」が17.0pt向上</li> <li>上映会アンケートでも96.0%が「仕事の価値や必要性を感じた」と回答しており、見た人の価値観を大きく変容させる大成功を収めました</li> </ul>

## 成果の活用とこれから

本事業は、前年度の成果を踏まえ、「拡張」と「深化」を軸に推進した結果、計画を上回る成果を達成した。アンバサダー養成を通じて、介護職自らが魅力を発信する担い手の創出が進み、発信の基盤が全国各地において強化された。

その上で、ショートムービー（映画「もう一步」）をはじめとしたコンテンツを活用した情報発信を展開することで、介護の魅力を多くの人に届ける新たな導線を創出した。映画を通じて、現場の介護職の想いや実態が可視化され、受け手の共感や理解を生むとともに、介護職に対するイメージの変化や行動変容につながる成果が確認された。

こうしたコンテンツを起点とした発信は、チャプターによる地域単位の活動へと展開され、

上映会や連携イベント等の実施を通じて、各地域における主体的な発信活動へと発展した。チャプターの形成により、個人では実現が難しい企画の実施や、メンバー同士の連携による柔軟な対応が可能となり、発信活動の継続性および実効性が高まった。

また、これらの取り組みを通じて、現場の介護職自身による発信は、当事者の誇りややりがいの再認識を促すとともに、発信の主体としての意識の醸成にも寄与している。さらに、オンラインでの発信（The VOiCE of KAiGO等）を通じて、

地域を超えた情報発信の広がりが生まれ、継続的に接点を持つ仕組みとして機能している。

今後は、本事業で構築したコンテンツおよびネットワークを活用しながら、オンライン・オフライン双方の発信機会を通じて、

より多様な層への波及を推進していく。また、チャプターを中心としたコミュニティの活性化を図りつつ、

関係機関との連携を通じた発信の広がりについても検討していく。さらに、各地域・各主体が自発的に発信活動を展開できる環境を整備することで、介護業界全体における持続的な人材確保と定着促進につなげていく。

**KAiGO PRiDE®**