

福祉の仕事イメージアップキャンペーン事業について

1 平成29年度までの展開

都は平成21年度より、介護の日（11月11日）の取組として介護の仕事の普及啓発イベント「介護のコト体験フェア」を実施、平成28年度からは、若年層を中心とした幅広い世代を対象に、介護のみならず保育・障害も含めた福祉の仕事の魅力を発信するエンターテインメント性の高い体験型イベント「TOKYO SOCIAL FES（トーキョー・ソーシャル・フェス）」として再構築した。

その結果、再構築前は40歳以上の家族介護者が約7割を占めていた参加者層を、若年層中心（30歳代以下の方の占める割合：約6割）に転換するなど一定の成果を得ることができた。

2 平成30年度の取組

平成30年度からは、会場・設営等のイメージアップに直結しない固定経費を削減し、かつ、時間的（開催日）、空間的（会場キャパシティ）制約に縛られない広がりを持った普及啓発とするため、従来のイベント方式から、都内全域に波及可能な各種媒体を活用した**キャンペーン方式に転換**

- キャンペーンの“シンボル”として、全世代に知名度が高く親しまれているハローキティを使用し、多様な媒体（インターネット広告、動画、リーフレット配布等）による普及啓発の取組に統一感・一体感を持たせ、訴求力を高める

⇒（株）サンリオと利用許諾協定を締結。

ハローキティを「TOKYO福祉のお仕事アンバサダー」に任命。

<アンバサダー活動内容>

- ・就職活動の時期に合わせ、福祉の仕事の魅力を伝えるイメージアップ動画の発信、就活生向け広告の展開
- ・ライブキャラクターのキティがイベントに登場し、福祉の仕事のPR・応援を実施



（平成31年1月17日に任命式を実施）

3 令和元年度以降の展開

- ・イベント出展による福祉の仕事の魅力、施策情報等の発信
- ・学生の就職活動の時期を見据えた広告展開
- ・ノベルティグッズの作成・頒布

- ・リーフレット等の作成・配布
- ・イメージアップ動画の作成・配信等
- ・「福祉の仕事就職フォーラム」等の広報での活用

