

令和7年度
「ヘルスケア産業基盤高度化推進事業
(地域におけるヘルスケア産業推進事業)」
報告書

2026.3.31

株式会社日本総合研究所
リサーチ・コンサルティング部門

目次

1. 本事業の背景・目的	2	5. 実施事項（4）企業における仕事と介護の両立支援の充実に係る事業	133
2. 実施事項（1）認知症イノベーションアライアンスWGの運営等	5	5.1. 取組の目的および全体像	
3. 実施事項（2）認知症における当事者参画型開発（オレンジイノベーション・プロジェクト）の実践や調査等	23	5.2. 仕事と介護の両立に係るガイドラインの普及啓発、広報戦略の検討	
3.1. 取組の目的および全体像		5.3. 中小企業における仕事と介護の両立支援に係る実証事業	
3.2. 当事者参画型開発に取り組む企業や認知症の人等の募集、企業と認知症の人等とのマッチング支援、企業の伴走支援、採択企業向け講座・研修の実施		5.4. 企業と介護両立支援関連サービスの連携促進の検討	
3.3. 購買者が何を求めているのか整理し、販売経路等を検討する。また流通・販売パートナー企業と連携し、新たな販路を開拓		5.5. その他、企業における仕事と介護の両立支援に関して必要な取組	
3.4. 企業の関心喚起・参画促進に向けた取組		6. 実施事項（5）介護領域の機運醸成に係る事業	270
3.5. 企業および当事者の参画拡大に向けた広報等		6.1. 取組の目的および全体像	
3.6. 今年度の成果および今後の取組の方向性		6.2. プロジェクト参加に係るインセンティブ設計の在り方検討	
4. 実施事項（3）介護需要の新たな受け皿の整備（介護保険外サービスの振興等）	100	6.3. OPEN CARE PROJECT の趣旨を踏まえたイベント開催	
4.1. 取組の目的および全体像		6.4. OPEN CARE PROJECT ウェブサイトの改修	
4.2. 地域における自治体と民間企業等との連携促進		6.5. 情報発信のためのメディア連携	
4.3. 介護保険外サービスの信頼性確保			

1. 本事業の背景・目的

本事業の背景・目的

- 本事業の背景・目的は以下の通り。

経済産業省ヘルスケア産業課では、ヘルスケア領域における、産業界の取組の機運を高め、官民連携・イノベーション創出・社会実装を推進することの重要性を鑑み、認知症等に関する取組や介護領域におけるビジネスケアラーへの支援、公的保険外サービスの振興の検討等を実施しているところ。

認知症に関する取組については、令和6年1月に「共生社会の実現を推進するための認知症基本法」が施行され、基本的な概念として、認知症の人を含めた国民一人一人がその個性と能力を十分に発揮し、相互に人格と個性を尊重しつつ支え合いながら共生する活力ある社会（共生社会）の実現の推進に向け、さまざまなステークホルダーが共生社会に向き合うことが求められている。さらには認知症施策の総合的かつ計画的な推進を図るため、認知症施策推進基本計画が策定されたところである。その中で、認知症になったら何もできなくなるのではなく、認知症になってからも、一人一人が個人としてできること・やりたいことがあり、住み慣れた地域で仲間等とつながりながら、希望を持って自分らしく暮らし続けることができるという新しい認知症観に立つことが重要であるとされた。

日本認知症官民協議会の下に設置された「認知症イノベーションアライアンスワーキンググループ」（以下、同WGと記載）では、認知症当事者の尊厳を最大限配慮しながら、認知症に関するイノベーションの創出に向けた検討を実施しているところ。

その中で、特に重要と考える、認知症の人の声を取り入れた製品・サービスの開発や、認知症の人の社会参画を促進することを目的に、認知症の人と企業が共創して製品・サービスを開発する「当事者参画型開発」の推進（オレンジイノベーション・プロジェクト）を主な論点とし、令和7年度の同WGにおいて議論を実施する。また、上記事項を推進する際に必要な調査等の実施を行う。

なお、本プロジェクトは認知症の人のやりたいことの実現や困りごとの解決に資する製品・サービスの開発に取組む企業・団体の公募を実施し、令和6年度は46の企業・団体を採択し実践してきたところ（令和4年度：5社⇒令和5年度：20社）。

介護領域に関する取組については、令和4年度に実施した産業構造審議会経済産業新機軸部会において、経済産業省として働く家族介護者への支援を重点化する方向性を定めたところ。具体的には、①地域における介護需要の新たな受け皿の整備（介護保険外サービスの振興等）、②企業における仕事と介護の両立支援充実に向けた取組、③介護領域の社会機運醸成といった方向性で施策を講じており、本方針は令和7年度においても維持する。なお、令和6年度には、①では、自治体と企業との連携を促す実証事業等を通じた介護保険外サービスの振興や、介護保険外サービスの信頼性確保のため、民間企業主体の業界団体の設立およびガイドライン（認証制度）の設計を支援。②では、令和6年3月に公表した「仕事と介護の両立支援に関する経営者向けガイドライン」の普及のため、企業経営層に向けた向けセミナーや企業間で介護両立支援促進に係る知見共有を行う機会の提供を行うとともに、中小企業の介護両立施策の実行を支援する主体を育成する実証事業を実施した。また、③として、OPEN CARE PROJECT のコンセプトの整理や、ブランドアクション創出の取組を行ったところ。

本事業では、上記事項を推進する際に必要な調査等の実施を目的とする。

2. 実施事項（1）認知症イノベーションアライアンスWGの運営等

認知症イノベーションアライアンスWG：令和7年度協議内容

- 認知症イノベーションアライアンスWGは、認知症の人の尊厳・想いを尊重しながら、産業、公的機関、医療、福祉等さまざまなステークホルダーと連携し、イノベーション創出に向けた検討を行う場であり、主に以下の①②③の取組を推進。令和7年度は特に①当事者参画型開発モデルの推進について進捗を報告し、必要とされる施策等について議論。

令和7年度委員選定および開催日程・方法

- 座長 … 国立研究開発法人 国立精神・神経医療研究センター 神経研究所 所長 岩坪 威
- 委員 … 25名（学識、企業、当事者等）
- オブザーバー … 厚生労働省等
- 第1回：令和7年9月16日@ウェブ開催
- 第2回：令和8年2月25日@ウェブ開催

認知症イノベーションアライアンスWG（事務局：経産省、日本総研）

①当事者参画型開発モデルの推進

オレンジイノベーション・プロジェクトの推進



②認知症予防市場の環境整備

認知症関連6学会による「提言」や「指針」の整備



③研究開発の促進

共生・予防等に関してエビデンスを構築する実証事業を支援



第1回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（1/9）

- 令和7年9月16日に開催した令和7年度 第1回 認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題1：今年度の取組状況等の報告について

本取組の更なる普及・拡大

<認知症の人および家族等への普及・拡大>

- 行政の立場でオレンジイノベーション・プロジェクトについて、地域の関係者に紹介しているが、関心自体はあるものの、「国の取組」という点にハードルを高く感じている印象がある。オレンジイノベーション・プロジェクトの取組自体を分かりやすい形で紹介できる動画や資料、説明会があると良い。
- 認知症の人にとって使いやすい製品・サービスは、誰にとっても使いやすい製品・サービスである。大切な取組であり、より多くの人に広めたい。認知症の人への普及・拡大にも特に力を入れてほしい。
- 認知症の人にも、オレンジイノベーション・プロジェクトについて伝えていく必要がある。同時に、様々な認知症の人と関わりのある専門職にも普及啓発し、認知症の人の声とともに届けることが必要とされているという点を広く伝えたい。
- 認知症の人は400万人、軽度認知障害（MCI）の人は600万人である。MCIの方も対象にすると良いのではないか。今後MCIの人々が増加する。MCIの方へのアプローチとして、自治体でのもの忘れ検診時や抗Aβ抗体薬を実施している医療機関での診断時のパンフレット配布を検討できれば良いのではないか。
- 疾患修飾薬により、MCIや認知症の軽度の段階を継続するようになるため、認知症の人の自立を支援する製品・サービスのニーズはより高まっていくだろう。
- パートナー団体の拡大に関して、介護事業所については、意見を単発で聞くだけでなく、定期的に負担の少ないアンケートを取るなど関わりの幅を広げてはどうか。介護事業所は、既存の専門的な製品に関する知識はあるが、新たな製品・サービスを知る術を探している。意見交換などの場に介護事業所をより積極的に含めることで、新しい視点を得るとともに、出来上がった製品の購入にもつながる可能性がある。
- デンマークでは作業療法士が認知症の人の暮らしの工夫において大きな役割を果たしていると聞く。ぜひ全国の作業療法士会にもオレンジイノベーション・プロジェクトについて伝えてほしい。高知では、認知症月間に「認知症のわたしのくらしのくふう展」を開催する。その中で多様な認知症の人が専門職や家族と工夫している写真を共有する予定である。こうした工夫の中には製品・サービスの開発のヒントが含まれている。
- 我々は現場で動くことを意識し、認知症の人とともに1日過ごし、その中で気づきを得ている。人それぞれ希望は異なるため、1つの方向性を示すのではなく、相手の気持ちに立ち、相手のことを知ることが非常に重要だろう。選択肢を持つ機会を増やすことが重要である。

第1回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（2/9）

- 令和7年9月16日に開催した令和7年度 第1回 認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題1：今年度の取組状況等の報告について

<企業への普及・拡大>

- 企業への影響力をもつという観点でメディアへの発信に注力しているが、次のステップとして業界紙での取り上げを目指すことで、更なる普及・拡大が期待できるのではないかと。一般向けには、テレビ番組等での取り上げが重要だろう。
- 各企業のHPを通じて、認知症の人からどのような声があったのか、どのように開発を進めているのかを宣伝してもらえると良い。また、企業がオレンジイノベーション・プロジェクトに参画したことで、どのように従業員が感じたのか、企業方針が変わったか知りたい。既に参画している企業の変化を知ることにより、新たな企業の参画につながる可能性がある。
- 採択企業が他の採択企業の製品・サービスについて知ったり、各社の取組を融合させたりする取組ができると良いだろう。
- 「認知症の人＝高齢者」という認識を持った方が依然として多い。また、認知症の人とともに介護やケアに関する製品・サービスを開発することを想起する企業も多い。オレンジイノベーション・プロジェクトは認知症の人や高齢者のためだけのものではなく、認知症の人の声を聞きながら、認知症の人とともに、誰もが使いやすい暮らしの中の必需品を改良・開発していく取組であることを丁寧に広めていく必要がある。
- 普及啓発活動について、生活に入り込んでいる配送事業者や生活協同組合、EC事業者等の生活インフラを担う主体等、もう少し生活に踏み込んだフィールドで活動する企業と協業できると良いのではないかと。
- オレンジイノベーション・プロジェクトの製品・サービスのコンセプトは明確であり、ユニバーサルデザインの要素を持つため、社会に発信する意義の高いものである。商工会議所は各地にあり、地域の中小企業の支援や地域おこしを担う中で、地域の認知症の人と共創した製品・サービスであることを打ち出していくこともできる。製品・サービスによっては福祉関連分野での打ち出しの可能性もある。各地商工会議所も広報媒体を持っており、色々な事例を取り上げることも一案ではないかと。
- 小さな会社では工学系・デザイン系の専門家が社内に在籍していないこともあると考えられるため、工学系・デザイン系の専門家から助言が受けられると良いだろう。また、海外展開できるような製品・サービスを育成することも想定したアドバイスもあると良い。
- 作業療法士と連携した取組には期待を寄せている。他都道府県の作業療法士協会にも横展開し、地場の中小企業と連携するという機運が盛り上がりると良い。日本作業療法士学会や日本老年精神医学会等でも事例を発表いただければ、他地域に取組が広まるのではないかと。
- 製品開発につなげるアイデアや知恵は現場に存在している。在宅や介護現場のケアマネジャー等に意見を聞くと、ヒントを得られるように思う。
- オレンジイノベーション・プロジェクトでの取組が都心部に偏っているとのことだが、地方で活動している、あるいは地方に店舗をもつ企業を活用し、周知していく可能性はあるのではないかと。それぞれの地域の中小企業と連携することも考えられる。

第1回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（3／9）

- 令和7年9月16日に開催した令和7年度 第1回 認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題1：今年度の取組状況等の報告について

<イベント開催等の情報発信による取組の普及・拡大>

- 更なる普及・拡大や持続的な仕組みの構築に向けては、福祉を超えたマーケットでの実績づくりが必要である。さらに、それらの実績をどのように周知していくかが重要だろう。三井住友銀行で開催したようなイベントを当事者団体が主催する場で開催することも一案である。
- イベントの対象者として、高齢者だけでなく、40代～50代の若い方に一緒に来場してもらうことも重要だろう。どのような対象にどのような手法でアプローチするかによっても普及啓発の効果は異なるため、対象や手法を意識し、戦略的な発信を行っていくことが必要であろう。例えば、大学主催のシンポジウムなどであれば、比較的多くの人々に集まってもらえると思う。

<製品・サービスの開発にあたっての留意点>

- 認知症の症状の段階に合わせて各段階では何が必要か、という視点が重要である。できるうちから色々なサポートをすると「過剰介護」となり、逆に何もできなくなる。その判断にあたっては、アセスメントが重要になる。バリアフリーの広がりや過剰介護により、本人のできることを奪ってしまうリスクについても考えていくべき段階に入ったのではないかと考える。「自立支援」という考え方を大切にする必要がある。受け身ではなく、自分の意思で決めた行動をつなげていくと生活になる。記憶障害は進行していくが、その中で「どのように自分らしく暮らすか」が重要である。生活の中に自分らしさが残れば良い。そのような観点で検討を進めることが重要である。「簡単に使える」ではなく「考えたら使える」製品・サービスを認知症の人とつくることも考えられる。

<一般向けの取組の普及・拡大>

- 認知症の人からの意見を起点とした製品・サービスは、認知症の人だけでなく、誰もが使いやすいユニバーサルデザインの要素を含む製品・サービスである。認知症の人に届けるためのチャンネルも必要だが、その他の一般の人へ届けるチャンネルの検討も必要である。例えば、ふるさと納税の枠組みに含めることができるかという点ではないか。地域の認知症の人とともに開発した製品・サービスをふるさと納税に上手く組み込めると、自治体での広がりにもつながることが期待される。
- 製品・サービスについて普及する際には、開発に参画した認知症の人の製品・サービスに対する良さや改善に関する声の見せ方について重点的に検討してほしい。
- 「認知症の取組」というと医療介護の枠組みの中での取組というイメージを持たれる傾向にあるが、一般の人が目につくような場でもオレンジイノベーション・プロジェクトを広めていくことが必要だろう。
- 共生社会の実現にあたっては、認知症の人と医療関係者だけでなく、一般の人にも認知症及び認知症の人に関する正しい理解を深めることが重要である。一般向けの周知にも力を入れると良い。
- 最近では、環境教育の一環で学校に授業を提供することがあるが、その中で「認知症」もテーマの1つとして普及啓発に取り組んでいる。共生社会という観点では含まれるテーマであると考えており、教育の中で地域に認知症の人がいることは当たり前であること、共生社会とはどのような社会かを知ってもらうことが重要である。

第1回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（4/9）

- 令和7年9月16日に開催した令和7年度 第1回 認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題1：今年度の取組状況等の報告について

<オレンジイノベーション・アワード>

- 企業やパートナー団体の巻き込みを大きくしていくため、メディアや社会からの注目を集める必要があると認識している。その一環として、アワードもあるが、現時点では当事者参画型開発の中で
の発見や洞察が想定内に収まっている印象。その枠を超えてくると「プロセスが、よりダイナミックで、クリエイティブなものである」ことが伝わり、企業や認知症の人の参画にもつながるのではない
か。アワードの審査の際にも、当事者参画型開発を通じてどのような発見があり、どのような着想があったのかに焦点をあてることができると良いのではないか。
- 「完成品の評価が高い」との記載もあったが、昨年度は「製品・サービスのイノベーションなのか」「構想のイノベーションなのか」迷う場面もあった。当事者参画型開発に主眼を置いているオレンジ
イノベーション・プロジェクトでは、「対話の中から構想のイノベーションが起きた」という後者に光をあてることでユニークさが増すのではないか。
- アワードについて制度にしていくという観点から、もう一段進化し「〇〇銘柄」という位置づけにすることも一案である。

持続的な仕組みの構築

<製品・サービスの対象者を意識した展開>

- 認知症という概念は「誰もが使いやすい」ということにつながる。もう少し大きな枠組みでインクルーシブな取組につなげていけると良いのではないか。認知症だけでなく、その他の当事者グループと
の連携可能性もある。
- 認知症の人に加えて家族にとっても使いやすい製品・サービスが生まれていくと良いのではないか。現在は消費財に関連する取組が多いが、生活インフラ（通信、電力、金融、不動産等）で
の製品・サービスが生まれていくと、より幅広く、サステナブルな取組になるのではないか。
- 販売チャネルの検討が必要。小売や金融店舗等、日常的に利用する場で認知症フレンドリーな製品・サービスに出会える環境を整えることが重要である。その際にカギとなるのは、共通のタグ
付けや認証制度だろう。消費者にとっては分かりやすく、企業の製品・サービスにとっても価値となる。
- オレンジイノベーション・プロジェクトで生まれた製品・サービスが、しっかりと周知され、参画企業にとってメリットのある形にしていくことで、継続性を保つことができるのではないか。

第1回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（5／9）

- 令和7年9月16日に開催した令和7年度 第1回 認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題1：今年度の取組状況等の報告について

<蓄積データの可視化・活用>

- 製品・サービスの利用データの可視化を行うと良い。製品・サービスの利用状況や予防、生活改善の効果を横断的に収集し社会に示すことが、企業の参画の判断材料になる。
- 認知症の人のニーズをデータベース化し、公開することで、認知症の人のニーズに関心を持つ企業が自発的に開発を進められるようになるのではないかと。また、データベース作成については研究の要素が強いため、一定の知見がある主体が推進すべきであろう。
- これまでのオレンジイノベーション・プロジェクト推進の過程で蓄積された声やアイデアを集約し、アクセスできるようにしてはどうか。企業が触発され、新たな製品・サービスや事業の可能性が生まれる。さらに、認知症の人の声を踏まえ、必要と考えられる業種や企業に対して提案することも考えられる。イギリスでは実際に取り組まれている事例もある。
- 近年では、新しい製品・サービスを開発するにあたって生成AIを活用する事例も出てきている。そのような流れを踏まえると、世の中で公開されているAIが読み込みやすい形式でデータを整備することが重要。オレンジイノベーション・プロジェクトについてもAIが読み込みやすい形式でノウハウを蓄積していくことを検討してはどうか。新しい企画の際に、生成AIがデータを読み込み、新しいアイデアを出すという世界もありうるのではないかと。

<認知症の人に関する理解の増進>

- 企業の認知症の人のための製品・サービスの開発に伴走しているが、企業の中で該当の製品・サービスの開発が承認されていくための難易度が高く、実際に流通まで至らない点に課題を感じている。独自の調査では、40～50代のビジネスパーソンでは認知症の自分ごと化が進んでおらず、寛容度が低いとの結果が出た。ビジネスの中核にいるビジネスパーソンに関する理解があまり進んでいないことが、製品・サービス開発が進まない1つの要因となっている。一方で、企業からの認知症の人に関する社員向けの研修の依頼は増えており、企業の中でも認知症の人に関する関心は高まっている印象がある。ビジネスの世界で、製品・サービスの開発の文脈以外でも認知症の人に関する理解が進むことが、オレンジイノベーション・プロジェクトの製品・サービスが流通することにつながるのではないかと。
- 自社では、リテラシーの醸成が重要であると考え、共生社会の実現に資する取組を非財務指標として整理し、評価しようとしている。会社の上層部、若手から中堅まで広く認知症の人に関する理解を進めるような取組も必要だろう。

第1回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（6／9）

- 令和7年9月16日に開催した令和7年度 第1回 認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題1：今年度の取組状況等の報告について

<更なる展開の方向性>

- 海外展開の中で例示されていたデンマークも良い例だが、特定の国に限定せずに、複数の国と並行して協議を行い、国ごとの特徴を理解した上で、戦略を立てられると良いのではないかと。
- オレンジイノベーション・プロジェクトは、製品・サービスの開発という観点で推進されてきたが、臨床研究も含めたPatient and Public Involvement（PPI）の検討が今後より一層必要ではないか。グローバルでは、臨床研究への期待は高まっており、世界認知症審議会（World Dementia Council）においても医療的な議論が増えている。日本から認知症フレンドリーの概念を引き続き押し出しつつも、世界の潮流と歩調を保ちバランスを取っていくことも重要である。
- AIの進展により、開発活動をより効率的に進めることができるようになってきている。企画をして試す段階において、従来は投資の意思決定が必要だったが、問題を適切に定義さえできれば、様々な検証は低コストでできるようになった。オレンジイノベーション・プロジェクトでは、会社やサービス単位でのプロモーションや表彰等を進めているが、会社単位ではなく、小さなプロジェクト・エージェントレベルで検証できることが増えていくように思う。世の中の人々のウェルビーイングを高めているのは小さなエージェント単位であることも多く、小さな困りごとを取り出せるような形での働きかけができると、AIが様々な課題の解決にすぐに役に立てるようになるのではないかと。
- AIについては、本来人間が行うべき倫理的判断を任せることの恐怖感等のマイナスの側面もある。そのため、事業者としてはAIガバナンスを適切に実行しているのかを確認することも重要である。オレンジイノベーション・プロジェクトでは、認知症の人の感度の高い情報を扱うことになるため、取得された情報が認知症の人にとって不利な形で利用されるという懸念があり、AIの登場による恐怖感を生まないための丁寧な説明やガバナンスの整理も重要だろう。オレンジイノベーション・プロジェクトにおいても、あるべきAIガバナンスの要点を整理しても良いかもしれない。
- 持続的な取組とするには、何かの制度に盛り込む方法がある。1つの良い事例は、バリアフリーの取組である。2006年に法律が施行されるまでは、段差の解消や駅でのエレベーターの導入は費用面の課題から取組が広まらなかったが、今日では「入れる/入れない」の議論ではなく、「どこに入れるのか」の議論となっている。例えば、認知症に関する研究を進める際に、行政公募において「認知症の人が研究の企画段階から参画すること」を審査項目に加えたり、「当事者参画型開発」を仕様に含んだりすることも考えられる。

第1回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（7/9）

- 令和7年9月16日に開催した令和7年度 第1回 認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題1：今年度の取組状況等の報告について

オレンジイノベーション・プロジェクトにおける「当事者」の定義

- 今回のオレンジイノベーション・アワードの目的は、「認知症の人」とともに生活課題の解決を目指した製品・サービス開発をしていくことと理解している。改めて「当事者」は認知症の人を指すのか、認知症の人と家族を一括りとして捉えているのかを確認したい。
- オレンジイノベーション・プロジェクトは、認知症の人とともにつくりあげていくという企画である。そのため、企業との共創にあたり、家族や専門職、認知症の人が信頼している地域の人等も参画することは考えられるが、開発に参画する「当事者」とは「認知症の人」を指すのではないか。
- 「認知症当事者」と言った際には、「認知症の人」を指している認識である。ステークホルダーとしてその周りには家族や支援者もいるが、「当事者」については「認知症の人」を指す認識である。
- 認知症の人と家族は互いに影響しあって生活している。認知症の人の立場も尊敬しているが、同じように家族の立場も尊敬している。認知症の人、家族は互いに影響しあっている関係性であり、認知症の人だけではなく、家族も「当事者」としての立場を有すると考えている。
- 認知症の人だけに対象者を限定したい意図ではない。本人、家族等の支援者それぞれの立場で感じるものが異なるので、それをひとくりにしないことがニーズにあった製品・サービス開発では大事ではないか。オレンジイノベーション・プロジェクトでは認知症の人と共に創り上げることが素晴らしいと考えており、皆と共に創り上げていきたい。
- 認知症の人のQOLを上げることがオレンジイノベーション・プロジェクトの目指すところと理解している。認知症の人のQOLを上げる方法は複数あるだろう。認知症の人が使いやすい製品・サービスを開発することで、認知症の人のQOLを上げる方法もある。同様に、周囲の人のパフォーマンスを上げることで、間接的に認知症の人のQOLの向上が実現する可能性もある。

第1回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（8／9）

- 令和7年9月16日に開催した令和7年度 第1回 認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題2：流通・販売に関する検討状況等の報告について

流通・販売の促進について

- 製品・サービスにオレンジイノベーション・プロジェクトのタグがつけられると、一般の人への周知以外にも企業の誇りや意識付けにもつながるため良い取組と考えている。オレンジイノベーション・プロジェクトのタグを契機にして共創が生まれる可能性もある。
- 株式会社イトーヨーカ堂と連携したタグの取組が、認証マークのように広がれば良い。タグをつけることで、社会全体に普及すると良い。
- 情報が一元化されている方がわかりやすい。経済産業省等の公的な機関が情報発信をすることで、国からのお墨付きのある商品としてより安心して手に取ってもらえるのではないかと。経済産業省が取り上げることは、開発企業にとってのインセンティブにもなるだろう。
- 企業や一般の人が持つ認知症の人のイメージが高齢者に偏っている懸念がある。認知症は認知機能が低下している状態を示しており、認知機能を低下している人は40～50代にもいる。開発者・購入者双方の偏見に関する不安などを解消するためにも、高齢者や状態の悪い段階で利用するイメージを払しょくする必要がある。認知症ではない人にとっても利用できるもの・役に立つものと印象付けるように開発・販売できると良い。
- イメージの払拭については、重要な視点である。オレンジイノベーション・プロジェクトのロゴは明るいデザインでどのような人にとっても興味を持ってもらうことを意識して制作されている。更に、ユニバーサルデザイン概念に基づくデザインやコンテンツにも含まれるような工夫ができると一般への普及につながると考えている。また、流通・販売において、実店舗だけでなくオンラインでも購入の相談などができると、様々な情報を集めて検討する時間などを確保したり、家族から認知症の人へのプレゼントとして購入したりすることにもつながる。ロングテールのような少数しか製造していない企業でも販売できる場が確保できる取組につながると良い。
- 対象者に対するイメージの払拭に関する点について、グッドデザイン賞やRed Dot Design Awardなどお洒落なデザインなどは普及にあたり重要な要素である。一方で、MCIの人に購入を検討してもらうためには、MCIや認知症の人が開発に関わっていることを強調していく必要もある。オレンジイノベーション・アワードの設計やチャネルへの掲載の仕方などマーケット以外での工夫ができると良い。
- タグよりもインターネット販売の方が販売促進につながるのではないかと。認知症であることを周囲に知られたくない、認知症の人向けの商品は手を取りづらいと感じる人もいるものと推察する。一方、高齢者の中にはインターネットをあまり使わない人もいると思われるため、手に取りやすさをどのように高めるかは難しい課題だ。各販売経路の効果検証にも取り組めると良いだろう。
- オレンジイノベーション・プロジェクトの製品・サービスの対象者は高齢者などに限定されることなく、ユニバーサルデザインの観点で服や靴が履きにくい場面など年齢層に限らず様々な生活場面での課題を解決するものとして魅力のある製品・サービスである。紹介されたイトーヨーカ堂の事例では、製品・サービスのイメージが高齢者や介護を受けている人向けである第一印象を持った。高齢者や介護を受ける人も外出などでお洒落な靴や服を着たいといったニーズがあり、高級感など高齢者や介護を受ける人に限らないニーズを満たす点を強調できると良い。

第1回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（9/9）

- 令和7年9月16日に開催した令和7年度 第1回 認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題2：流通・販売に関する検討状況等の報告について

流通・販売の促進について

- カタログの取組については、誰がカタログを見ることを想定しているのか。一般の人にカタログを目にしてもらわなければ購入につながらない。通販の雑誌は本屋など、一般の人が広く手にしやすい形で置かれている。
- イトーヨーカ堂のカタログは、イトーヨーカ堂内のシニアケアに関わる製品・サービスを販売している売り場（あんしんサポートショップ）で配布している。今年度からオンライン上でも閲覧できるようになっている。一方で、現時点ではまだカタログを作成した段階であるため、広く一般の人に普及していくための方策は今後検討していく予定である。（事務局）
- 一般の人から見ても良い製品・サービスだと感じてもらえるように、40～50代の人々が利用している写真を掲載したり、一般の人が広く目にして手に取れる場所にカタログを置いたりできると良い。カタログを作成する段階でも認知症の人に積極的に参画してもらうことが重要である。
- 個人の経験上、認知症の人と一緒に実店舗を利用したり、オンライン購入を検討したりしたことがある。介護保険を利用するようになってからは福祉用具で取扱われているカタログから購入を検討していたため、そのようなチャネルと連携し、オレンジイノベーション・プロジェクトの製品・サービスを取り上げてもらうことも一案である。イオンリテール株式会社が検討しているオンラインサイトは認知症の人・家族にとってありがたいツールだと感じている。
- 自分自身の経験を振り返ると、MCIの時が一番混乱していた時期であった。認知症だけでなくMCIの人にも製品・サービスを活用してほしい。企業が地域住民に対して自治体と連携した講演を開催しているが、オレンジイノベーション・プロジェクトについても周知していただきたい。
- 認知症の人にやさしいデザインとして空間づくり等を行っているが、公共施設の空間づくりでは、認知症を対象として打ち出す必要はなく、一般の人にも広く受け入れられやすいデザインが公共性の観点から求められる。デザインの要素としても、認知症の人にやさしいデザインを含みつつも、洗練されているデザインや使いやすいデザインが求められる。新しく製品・サービスを開発しなくても、既に上市されている製品・サービスの中にも認知症の人にとって利用しやすい製品・サービスはあると思われる。認知症の人に評価してもらった結果を周知することにより、より気軽に製品・サービスにアクセスしてもらえるのではないかと。
- 企業が十分な収益を上げる上で値段は高くなってしまおうと思うが、流通しやすくするためには価格を低めに設定することも必要だろう。企業に対して金銭面での助成などがあると良い。
- ESG活動に含められると、IR活動の中でオレンジイノベーション・プロジェクトに参画している活動を発信しやすい。株価やサステナビリティの一環でオレンジイノベーション・プロジェクトに参画していることを企業から発信することも一案である。
- 企業にとって非財務価値を明示化する統合報告書への対応必要性が増している。近年経営トップ層は統合報告書の活動を意識しており、オレンジイノベーション・プロジェクトの活動を統合報告書の活動として含めていくことを支援していくことにより、社内での決裁が得られにくいという課題の解決や、企業のオレンジイノベーション・プロジェクトへの関心度向上につながると考えられる。統合報告書にオレンジイノベーション・プロジェクトの活動を記載し、競合優位性をつくる流れを目指してはどうか。

第2回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（1/7）

- 令和8年2月25日に開催した令和7年度第2回認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題1：今年度の取組状況等の報告について

<オレンジイノベーション・アワードに対する講評>

- 今年度のオレンジイノベーション・アワードでは、新たに若い世代からの応募もあった。受賞した学生の取組については、県の認知症応援大使との交流がきっかけとなっており、意義深い取組だと感じた。
- 学生等の若い世代も参画しながら、新しい認知症観を反映した取組が進んでいることが印象的だった。応募全般を通して、「認知症の人のため」ではなく、「すべての人にとって使いやすい」製品開発への理解が進んでいると感じた。
- 今年度のオレンジイノベーション・アワードにおいては、学生からの応募があったことが嬉しかった。また、私自身、今年度のオレンジイノベーション・プロジェクトを通じて、複数の企業と議論する機会があったが、企業が認知症領域における取組を熱心に考えていると感じ取ることができた。
- 昨年度のオレンジイノベーション・アワードに応募し、受賞に至らなかったものの、今年度さらに認知症の人や支援者との対話を重ね、改良を加えた製品・サービスの応募もいくつか見受けられ、継続的な取組になっていると感じた。
- ファッション領域において受賞に至った製品が多かった印象だ。企業が認知症の人との対話のなかで学びながら、素材・デザイン・形状等について、多くの方に受け入れられるような製品へと仕上げていくという取組が進んでいると感じる。複数の認知症の人との対話を重ねながら、デザイン・商品開発について多角的な視点から、総合的に検討されている。企業視点では、市場形成が進むことにより、認知症市場により参入しやすい環境になっていくことが想定されるため、今後の拡大に期待したい。
- 多くの認知症の人、多くの企業の関わりにより、製品・サービス開発の工夫が深まっていると感じた。

<認知症予防市場の環境整備について>

- 認知症予防市場の環境整備の検討に認知症の人が参画できていないのではないかと危惧している。「認知症にならない」予防だけでなく、「進行を抑制する」予防という考え方が重要である。現状、予防は医学モデルの議論となってしまう、本人とともに予防のあり方を考えるという意識が乏しい。そういった現状を変えていくためにも、認知症イノベーションアライアンスWGにおいて、予防のあり方を多様な主体とともに、一緒に考えていけると良い。認知症に対する正しい理解を進め、予防に対する偏った考え方を取り払うためにも、認知症の人とともに取組を進めてほしい。

<研究開発の促進について>

- 当社は消費者との接点が多い企業でもあり、行動変容のエビデンス構築についてぜひ連携して取り組みたい。また、オレンジイノベーション・アワードについて、応募する企業の広がりや質の向上を感じる。本アワード受賞企業の取組についても、ぜひ当社の店舗を通じて、市民に周知する機会を作っていきたい。

第2回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（2/7）

- 令和8年2月25日に開催した令和7年度第2回認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題1：今年度の取組状況等の報告について

<当事者参画型開発モデルの推進について>

- オレンジイノベーション・プロジェクトが社会に浸透していくことは、認知症の人や家族に限らず、社会全体に対して非常に良い効果があると感じている。取組の拡大にあたっては、多くの企業が参画し、新しい製品・サービスが開発・普及されることが重要だが、企業視点では社会的意義だけでこの取組を推進することは難しい。市場性のある領域に参入し、売上を上げることが重要であり、そのためどのように取り組むのか、ということが企業としての課題である。今後の取組においては、本プロジェクトに参画している企業が、どのようにこの取組を社内で説明し、理解を得ていったか、といったことを明らかにしていくとよい。企業内にキーマンとなる人物が1人いて、周囲を巻き込みながら、理解を得て、取組を推進していくケースが多いと思われるが、その人物が異動等できなくなると、取組が進まなくなる。企業のなかでうまく理解を得ながら、取組を進めているケースについて、どのように企業内で理解を得て広めていったのか、どのような苦労があったのか、といった点を明らかにし、それに対して、国や地方自治体がサポートできることを検討していく必要があるのではないかと感じる。
- オレンジイノベーション・プロジェクトを通じて、認知症の人とともに製品・サービスを開発する取組が進んでいるが、今後開発された製品・サービスの周知が課題になると感じている。研究開発においては関連6学会が関わっているが、学会の中でも認知症の人とともに開発した製品・サービスを周知する機会があるとよいのではないかと感じる。
- オレンジイノベーション・プロジェクトの普及に向けては、メディアへの発信も重要である。メディアにも取り上げてもらうことが取組への注目度の高まりにも繋がると考えられるため、より積極的にアピールしていくことを考えてよいのではないかと感じる。
- 当事者参画型開発は、認知症の人のためだけに推進しているわけではない。しかし、「認知症の人のための取組」と認識されている現状がある。認知症の人と一緒に製品・サービスを開発し、それが誰しもの使いやすさにつながっていくことを伝えていきたい。当事者参画型開発モデルをより発展させていくためには、様々な方に参画してもらう必要があるが、誰しもの使いやすさにつながるように発信することで、多様な企業の関心喚起にも繋がるとは感じないかと感じる。
- 当事者参画型開発と認知症予防をより連続的に捉えることはできないか。認知症は、病理学的にはAD Continuumといわれる連続的なプロセスであることが知られている。MCI、初期、中等度、重度という病理学的な連続的なプロセスと、生活者としての認知症の人のジャーニーを、オレンジイノベーション・プロジェクトに照らし合わせて考えると、現在は、「①当事者参画型開発モデルの推進について」と「②認知症予防市場の環境整備について」が並列の取組として示されているが、実際には発症前後のリスクアプローチと、発症後の生活支援があるべきだ。現状では、その2つが断絶されているようにも捉えられ、混乱に繋がると感じており、それらを繋げるような設計が必要である。予防に関する指針についても、誰にどのタイミングでどの接点から届けていくのか、具体化されていなければ、ただ単にそのステージに対応した製品・サービスが世の中に存在するだけという状態になってしまう。例えば、すでに存在する社会インフラを司る主体と連携する試みがあってもよいのではないかと感じる。そのうえで、それらの主体が自身の取組がどのように連続体としての認知症に関わっているのか、理解しやすいような課題の見取り図があってもよいかもしれない。そうすることで、認知症に対して自社が関わっていけるポイントが具体的にイメージできるのではないかと感じる。
- オレンジイノベーション・プロジェクト参画企業が増加しているが、世間により広く知られ、当たり前なものとなっていくことが重要だ。その結果として、企業の取組が拡大し、継続性にも繋がると考えられる。CSRや1人の担当者に留まらない取組に広げ、CSV（Creating Shared Value）に転換していく民間企業の工夫が重要である。また、認知症サポーターは、他領域におけるサポーター制度のベンチマークとされているケースもある。本プロジェクトにおいても、認知症サポーターのように一般的な取組になっていくとよい。

第2回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（3/7）

- 令和8年2月25日に開催した令和7年度第2回認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題3：今後の本取組の実施方針に関する検討について

<①当事者参画型開発の効果検証について>

- 「当事者参画型開発の効果検証」について、どのような観点から検証を行うのか丁寧に認知症の人と議論する必要がある。認知症の人・家族・企業・これから認知症になる人など様々な視点で効果検証するなかで、生活者・消費者として、認知症になってからも生活を楽しみつつ困りごとを和らげる効果をどのように検証できるか丁寧に議論する必要がある。
- 効果検証にあたっては、認知症の人が関わり、なんらかのアイデアが生まれていくことによって、認知症の人が「医療・介護・福祉のサービスの受け手」から、「日常生活を楽しみ、築ける存在」という立場に変わっていくことがポイントではないか。認知症の人が様々な場面で諦めずに済むことを、企業に対して見せていく必要がある。

<②共創プラットフォームの自走化設計について>

- 健康経営の取組など経済産業省の事業は最終的に自走化を目指す方針があると認識している。一方で、本事業の自走化は時期尚早と考えられる。自走化された健康経営は、10年かけて広く周知し多くの企業が参画するところまでを経済産業省の事業内で達成した後に自走化された。自走化までに長い期間をかける必要はないものの、企業へ周知が十分になされ、企業側の参画意義が確立された段階で自走化することが望ましい。本事業はまだ自走化できる段階に至っておらず、国や基礎自治体などが対応すべきことがあると考えている。

例えば、イギリスは認知症に配慮したデザインや製品・サービスを多く出している点で先進的な国である。イギリスでは、保健師が認知症は今後社会にとって最大の課題となると明確に打ち出している。また、公共団体が建物の建設や資材購入の際に実施するコンペティションにおいて、認知症にやさしいデザインがコンペティションで加点される制度としたことにより、多くの企業が対応するようになった。また、スターリング大学等アカデミアに多くの資金を助成し、国費で各企業が活用できる認知症デザインのフレーム整備や多くの事例を共有するプラットフォーム構築を行った。

日本においても、国として認知症の課題が社会的に解決すべき課題で、認知症の人が自分らしく生活できる国にすることを打ち出していくことが必要である。また、公共団体が当事者参画型開発を重視するようになるとともに、学術的な知見も蓄積すること等を国が進めていくことが求められる。地方公共団体からは認知症当事者参画型開発は「まだ先の話だ」との声もあるため、国としてその認識を改めていく必要がある。

- 自走化について、健康経営の場合、参画企業が自社に健康経営を導入することによる企業価値向上が見えながら自走化できている。公費で実施している内容をマネタイズしていくことは求められていると認識しているものの、認知症領域で自走化をどこまで求めていくのか疑問に感じた。
- 本人参画が本事業の肝であり、認知症の人の声を聴くだけでなく、認知症の人と共に創ることが重要である。プラットフォーム構築の図の事務局体制や実行委員会などの企画・運営部分に本人が含まれておらず、推進に向けた取組の役割分担など含めて不明瞭である。新しい認知症観の実感がないために、認知症の人が議論から外され、これまで積み上げてきた事業が形骸化してしまうことがないようにする必要がある。本プロジェクトの土台となる基本的な考え方や理念等を大切にすることが必要不可欠である。

※議題2については実施期間中の調査に関する報告のため、非公開。

第2回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（4/7）

- 令和8年2月25日に開催した令和7年度第2回認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題3：今後の本取組の実施方針に関する検討について

<②共創プラットフォームの自走化設計について（続き）>

- AIやデジタル技術で対応できる範囲には限りがあり、人が動く仕組みも重要である。プラットフォームも実際に出会い対話し創り上げていくことが重要であり、自走化において人が担うべき領域を確認し定義していくことが必要である。具体的に人が担うべき領域として、信頼性構築や場のファシリテーション、倫理的配慮・判断などが挙げられる。
- 疾病の予防だけでなく、フレイルやMCIの段階から広く予防として捉える必要があると考えており、当県でも認知症未病の取組を実施している。その際に、産業の力を活かすことが重要であり、当県は未病産業研究会においてエビデンスが一定程度ある内容についてピッチイベントなども実施している。テクノロジーの産業での力を活用することにより、薬物療法以外での介入の効果も期待できると考えている。経済産業省で共生社会の実現という文脈の中で確立した本プロジェクトを未病・予防領域にも展開するなかでプラットフォームのあり方を検討できると良い。
- 企業の人・研究者・認知症の人・家族がリアルで対面する場を設ける必要がある。バーチャル組織での推進には限界があると考えている。長期的な観点で、認知症領域に関する認知症の人・産・学連携の拠点となるセンター等を設立できると良いのではないかと。
- 誰もが使いやすい製品・サービスは生まれてきており、「認知症」の枠にとどめないことでマーケットが広がるのではないかと。その点を意識し、各社と議論を進め、認知症のマーケットにとどまらず、生まれてきた製品・サービスを国内外に広めるために何が必要かというストーリーテリングを検討しても良いのではないかと。
- ある程度治療や予防とのアクセスを議論しなければ片手落ち感がある。MCIの人の治療や予防に結びつけつつ、当事者参画型開発の仕組みにつながっていくエコシステムが必要になってきているのではないかと。MCIの診断についても、微量採血やSaMD等でMCIと分かるようになる可能性もある。そこでMCIと分かった人が早期に、当事者参画型開発に参画する機会が提供されるような広義のエコシステムが期待される。薬の臨床開発、SaMDの臨床開発、AI臨床開発等に関する検討とも連携しつつ、当事者参画型開発をグローバルに展開してはどうか。
- 国内でいかに自走化できるかは非常に重要な論点である。ただし、同時に、世の中の流れについてきちんとキャッチアップしておく必要がある。国内だけに目を向けていると、いつの間にか取り残されてしまう可能性があり、国際的な観点も意識すべきである。認知症は色々な段階があり、そのどの部分に着目して世の中が動いているのか、どこに対して人が投資をしようとしているのか等の世の中の流行や潮流を捉えることが重要である。必要に応じてそのような点を抑えられるような調査も実施する必要がある。
- 認知症の人・専門家・有識者等が製品・サービスを評価するプロセスが必要ではないかと。少数ではなく、多くの認知症の人の声を聴く必要がある。生活を支えるアイテムを評価するのであれば、毎日多くの認知症の人と接している介護職員・ケアマネジャー・作業療法士等による評価が求められるのではないかと。
- 本取組のKPI設定は難しい。数値設定がされると、その達成に注力することになるが、本質部分を進めないといけなない。認知症の人にとって本当に有用なのか、という観点を常に持ち続けてほしい。また、介護・医療現場では、その人の生まれ育ち、職業歴、大事にしてきた想い等にもとづき、ケアを提供している。認知症の人は感情をクリアに保っており、不安を感じた際にはそのまま表情に現れる。「新しい認知症観」を念頭に置いた検討が不可欠である。今後は課題を解決する製品・サービスだけではなく、認知症の人の気持ちや心にアプローチできるようなものも考えていけると良い。

※議題2については実施期間中の調査に関する報告のため、非公開。

第2回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（5/7）

- 令和8年2月25日に開催した令和7年度第2回認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題3：今後の本取組の実施方針に関する検討について

<③企業・認知症の人の参画拡大、自走化に向けたブランディングについて>

- 当社グループは介護事業以外に保険事業も展開しており、認知症保険なども販売している。現在開発中の運動プログラムについて認知症の人の意見を伺おうとインタビューを契約者に打診すると、多くのケースで家族から認知症の人が参画することは出来ない、認知症の人は塞ぎ込んでいるなどと断られる。診断前後で本人は変わらないのにも関わらず、家族が過度に心配してしまい、認知症の人と家族との間に溝が生まれている可能性があるかと推察している。「認知症の人の参画は難しい」というのは周囲の人の誤解であることも多いのではないかと推察している。診断時に適切な情報を家族に共有される提供体制が非常に重要になってくる。これまでの生活を継続できる社会をどのように創り上げていくか、次年度検討できると良い。
- 本プロジェクトが数年間取り組まれた中で、成果が生まれている点と、まだ至っていない点があり、後者については社会へ本プロジェクトの意義が伝わり、当事者参画型開発がスタンダードになるまでにはまだ現状至っていない。各注力事項について重要な内容は網羅されているが、最終的に本プロジェクトの目的に対する成果としてのアウトカム・目標値が不明確である。これまで日本認知症官民協議会の官民連携に認知症の人も加わる形で活動している状態であるが、官民一体となった取組の骨格を基に、中長期のアウトカムや企業に求める取組内容を明確化したうえで、体制を見直す時期であると考えられる。これまでの取組を踏まえて、全体のブランドデザインを再定義しステークホルダーである官・民・認知症の人に目標値や目指す姿を提示したうえで本プロジェクトを推進していく必要がある。幅広い人に対してコンセプトなどを伝えていき、参画しようと思えるような機運が生まれる文脈作りが重要である。WG以外の一般の人や企業にとっては認知症領域における文脈の理解や自分ごと化が難しい状況であり、配慮する必要がある。
- 人数規模として、多数を占める高齢期、中等度・重度の認知症の人へよりアプローチしていく必要があるのではないかと推察する。理念だけでは企業としても参画し続けるのが難しいものと推察する。厚生労働省的な福祉的な観点と、経済産業省的な企業としての観点の両方を持ちながら取組を進めていくのが良いだろう。

※議題2については実施期間中の調査に関する報告のため、非公開。

第2回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（6/7）

- 令和8年2月25日に開催した令和7年度第2回認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題3：今後の本取組の実施方針に関する検討について

<⑤新たな製品・サービスアイデアの収集・蓄積、⑦ナレッジの蓄積・活用の促進について>

- AIやデジタル技術でないと対応できない注力事項として「⑦ナレッジの蓄積・活用の促進」が挙げられる。今年度の第1回WGからの半年間の間だけでもAIの技術が大きく進んでいるなかで、データ整理が重要になる。データ整理においてはデータの構造化と新鮮さの維持が求められる。これまでの取組の中で様々な情報が得られていると考えており、認知症の人の声やニーズ、開発のプロセスのノウハウ・工夫・失敗、生み出された製品・サービスの概要や実績等の情報を構造化することが必要である。また、症状の状態のステージ別ソリューションマップとしてラベリングすることにより、情報の共有や今後AIで考えていく際に有効に活用できる。AI技術の活用を前提にプラットフォームに必要な情報を整理することが重要である。更に、将来的にはプラットフォームにおいてマッチングもAI技術で対応することも可能となるのではないかと考えている。AI技術で運営を効率化することにより、企業や認知症の人・パートナー双方の負担を軽減することが期待される。
- 本プロジェクトの推進を通じて沢山のデータが蓄積されている中で、特に肝になるデータは、認知症の人の日頃の生活の中でのつづやきや認知症の人の声を基に考えられた製品・サービスのアイデア、上市された製品・サービス、上市までの開発プロセス・方法論、認知症の人や家族、企業関係者、社会へもたらした価値がある。それらのデータを構造化することが極めて重要である。特に、認知症の人の日頃の生活の中でのつづやきのデータを構造化していくことにより、共生と予防を連続的な配置で捉えることができると考えている。

また、整理した認知症の人のつづやきのなかには、製品・サービス開発に活かす内容と、仲間づくりや地域づくり、医療や介護および福祉関連施策に活かすべき内容もあると考えられる。蓄積されたデータをどのように価値のある形で活用していくか考えるうえで、プラットフォームの接続先をどのように設計するか検討する必要がある。

<⑧海外連携の推進について>

- 海外で当事者参画型の実証や共同開発している実例等を整理したうえで検討を進めることが必要であろう。日本も成年後見制度の法案改正に伴い自己決定の尊重がより重要視されるなか、そのような潮流にも留意しながら、企業への支援を進めることが求められる。
- 当社はASEAN・中国にも日本同様のアセットを持っており、地域の人達と社会課題やありたい街の姿について対話を始めているため、その取組に本プロジェクトのハード面・ソフト面の仕組みを落とし込むことも考えられる。特にインドネシア・カンボジア・ベトナムはほぼ日本と同じアセットが揃っているためコミュニケーションを取ることが可能である。
- 海外展開については、出てきた製品・サービスを好事例として出していくことは重要である。エイジテックの文脈での訴求も選択肢の一つであり、エイジテック・エキスポのようなものを国内外で開催することも考えられる。国際的な場で、経済産業省のオレンジイノベーション・プロジェクト自体をPRしつつ、プロジェクトで出てきた製品・サービスを世界に出していくことは産業創出にあたっては良い手法なのではないか。

※議題2については実施期間中の調査に関する報告のため、非公開。

第2回イノベーションアライアンスWG：主なご意見（7/7）

- 令和8年2月25日に開催した令和7年度第2回認知症イノベーションアライアンスWGでは以下のような意見が出された。

議題3：今後の本取組の実施方針に関する検討について

<その他注力すべき事項について>

- メディアなどに働きかけ幅広く一般に発信することも次年度事業における注力事項のテーマに含めても良いのではないかと。広く周知されなければ企業にとっても本プロジェクトの取組を経済価値に繋ぐことはできない。認知症基本法の重要なポイントとして、認知症の人と共に取り組むこと、共生社会を実現することがあるなかで、本プロジェクトの取組は重要な存在であることから、メディアを通じて発信できると良い。
- 現在、本プロジェクトは認知症の人を入口として取組が実践されているが、今後企業により積極的に本プロジェクトに参画してもらうためには、認知症の診断の有無に限らず、広く認知機能の低下や他の脳機能障害と共通するニーズへの対応や、インクルーシブデザインやユニバーサルデザインとしての取組なども含めることが考えられる。認知症の人が活用できることを第一としつつも、認知症以外の人にも接続することについても、マーケットの可能性の観点を含めて次年度事業における注力事項にすることが望ましい。
- 普段の暮らしのなかでの認知症の人・家族・関係者の声から製品・サービス開発へ繋ぐスピードを加速するために、認知症の人の暮らしの場と工学系・デザイン系の方の接点を作る試みも実施できると良い。開発の初期段階の開発スピードを加速できる可能性がある。
- 当事者参画型開発の真の実践が本プロジェクトで実施されていると認識している。より多くの認知症の人に参画してもらえるようにするための支援ツール等の整備も必要であろう。AMEDにおいて、コミュニケーション手法のエビデンス構築等、研究開発の観点において協力できる余地はあると考える。

※議題2については実施期間中の調査に関する報告のため、非公開。

3. 実施事項（2） 認知症における当事者参画型開発（オレンジイノベーション・プロジェクト）の 実践や調査等

3.1. 取組の目的および全体像

当事者参画型開発の取組の目的

- ・ 認知症の人が企業の開発プロセスに「参画」し、企業とともに新しい価値を生み出す「共創」を行う「当事者参画型開発（＝オレンジイノベーション・プロジェクト）」を推進。本取組の目的は、共生社会の実現に資する質の高いソリューションが創出される仕組みの構築。
- ・ 本プロジェクトは、令和2年度に検討を開始し、認知症の人とともに生活課題の解決ややりたいことの実現に資する製品・サービスの開発に取り組む企業・団体を対象とした開発の支援を継続的に実施。

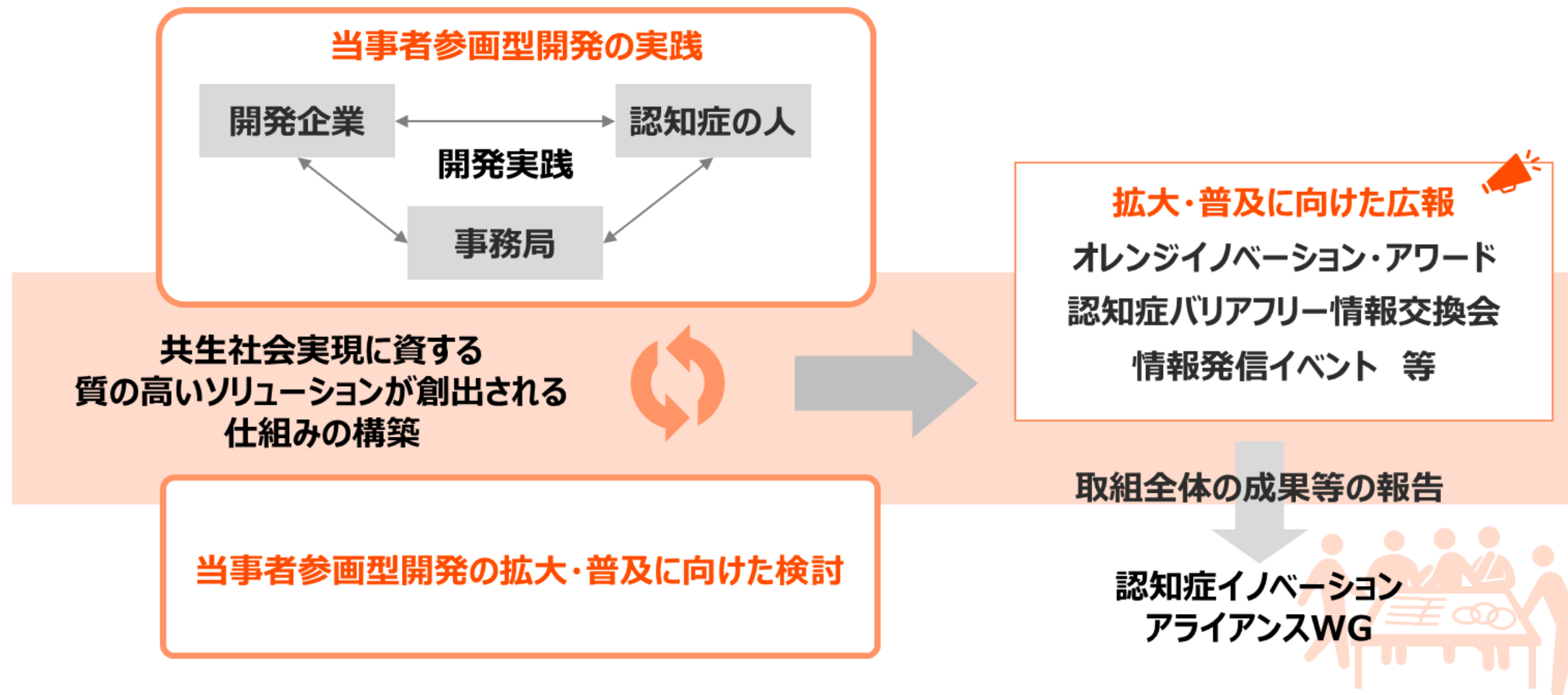


本取組における「当事者参画」、「参画」、「開発」の定義・考え方

- ・ 本取組における「当事者参画」とは、「製品やサービスに対するニーズをもつ **認知症の人自身が、協力の意思を持って、**それらの製品・サービスの開発プロセス（企画、実施、評価等）に『参画』すること」と定義する。
- ・ **認知症の人の主体的な協力意思を伴わない、一方的な観察や意見聴取は「当事者参画」とは言えない。**
- ・ 「認知症の人のニーズを反映した製品・サービス」であること条件として、認知症の人の意見が製品・サービスの「コアあるいはそれに近い部分」への反映を意図したものである必要がある。
- ・ **ここでの「開発」は新しい製品・サービスの創出だけでなく、既存の製品・サービスを認知症の人の意見をもとに改良することも含む。**

令和7年度の取組概要

- 令和7年度は、持続的な仕組みの実現に向け、本プロジェクトの一層の継続・拡大に向けた取組を実施。



【参考】認知症施策推進基本計画における位置づけ

- 令和6年12月3日に閣議決定された「認知症施策推進基本計画」において、認知症の人と家族等が企業の開発活動に参画することについて、基本的施策および重点目標の一部として盛り込まれている。

Ⅲ 基本的施策

2. 認知症の人の生活におけるバリアフリー化の推進

(4) 認知症の人にとって利用しやすい製品・サービスの開発・普及の促進

日本認知症官民協議会による官民連携の下、認知症の人と家族等が参画した、認知症の人が地域で生活する上で利用しやすい製品・サービスの開発・普及を促進するため、モデル的取組を好事例として展開し、そうした取組が自主的、継続的に進むよう取り組む。

【重点目標3】

認知症の人・家族等が他の人々と支え合いながら地域で安心して暮らすことができること

プロセス指標	アウトプット指標	アウトカム指標
<ul style="list-style-type: none"> 部署横断的に認知症施策の検討を実施している地方公共団体の数 認知症の人と家族等が参画して認知症施策の計画を策定し、その計画に達成すべき目標及びKPIを設定している地方公共団体の数 医療・介護従事者に対して実施している認知症対応力向上研修の受講者数 	<ul style="list-style-type: none"> 就労支援も含めて個別の相談・支援を実施していることを明示した認知症地域支援推進員や若年性認知症支援コーディネーターを設置している地方公共団体の数 認知症バリアフリー宣言を行っている事業者の数 製品・サービスの開発に参画している認知症の人と家族等の人数 基本法の趣旨を踏まえた認知症ケアパスの作成・更新・周知を行っている市町村の数 認知症疾患医療センターにおける認知症関連疾患の鑑別診断件数 	<ul style="list-style-type: none"> 自分の思いを伝えることができる家族、友人、仲間がいると感じている認知症の人の割合 地域で役割を果たしていると感じている認知症の人の割合 認知症の人が自分らしく暮らせると考えている認知症の人及び国民の割合 認知症の人の希望に沿った、保健医療サービス及び福祉サービスを受けていると考えている認知症の人の割合

出所：「認知症施策推進基本計画」（令和6年12月3日閣議決定）p10、24より抜粋

3. 実施事項（2）

認知症における当事者参画型開発（オレンジイノベーション・プロジェクト）の 実践や調査等

3.2. 当事者参画型開発に取り組む企業や認知症の人等の募集、 企業と認知症の人等とのマッチング支援、企業の伴走支援、 採択企業向け講座・研修の実施

当事者参画型開発の支援を希望する企業を対象とした公募の実施：公募概要

- 当事者参画型開発の手法を用いて、認知症当事者の生活課題の解決や、やりたいことの実現に資する製品・サービスの開発に取り組む企業・団体を対象とした公募を実施した。

当事者参画型開発実践企業公募概要

募集対象	「当事者参画型開発」の手法を用いて、以下の開発（検討中を含む）に取り組む企業・団体 <ul style="list-style-type: none">認知症の人の生活課題の解決に資する製品・サービス認知症の人の「やりたいこと」の実現に資する製品・サービス
公募時期	令和7年6月2日（月）～6月20日（金）17：00
想定されるテーマ	買い物、移動・交通、金融・財産管理、労働（就労・社会参画）、更衣・身だしなみ、調理・食事、掃除・洗濯、入浴・排泄、交流、趣味、学び、通院・通所、服薬、その他の生活課題等
支援内容	<ol style="list-style-type: none">① 認知症の人及び家族等の紹介やマッチング、共創の実践の支援 【原則、必須】② 認知症及び認知症の人に関する学びの機会、交流の機会の提供 【原則、必須】③ 自治体・団体等や企業同士、有識者等メンタリング企業とのネットワーク構築の支援④ 経済産業省事業としての情報発信・プロモーションの支援 <p>※既に認知症の人の声にもとづく製品・サービスを開発済み、または開発中である場合は、①～④のうち、希望する支援内容を選択して応募することが可能とした</p>

公募に向けた企業向け説明会の開催

- 公募への参加促進を目的として、当事者参画型開発に関心を有する企業を主対象とした説明会を開催した。説明会では、公募内容等への懸念や課題の解消に向け、当事者参画型開発の実践の意義や具体的な実践のイメージ等に関する説明や質疑応答等を実施した。

—なお、公募要領等とともに公募説明会資料を事務局HPに公開し、より多くの企業がアクセスできるようにした。

企業向け説明会開催概要

開催日程

令和7年5月8日(木)14:00-15:00

開催方法

ZOOMウェビナーにて開催
※都合の合わなかった企業にはアーカイブ動画を配信した

内容

- オレンジノベーション・プロジェクトの取組のご紹介
- 認知症になってからも使いやすい製品・サービスを取り巻く現状のご紹介
- 令和7年度の公募概要のご紹介
 - 公募の概要
 - 実践企業への支援内容
 - 審査方法
 - スケジュール
 - 応募資格
 - 応募方法
- 質疑応答

参加企業数

当日参加：18の企業・団体（32名）※自治体含む
アーカイブ動画配信先：10社

公募の概要（1/2）

- 「当事者参画型開発」を実践する企業・団体の公募を令和7年6月2日～20日に実施します。
- 対象、テーマ等は以下の通りです。

対象	「当事者参画型開発」の手法を用いて、以下の開発（検討中を含む）に取り組む企業・団体 ●認知症の人の生活課題の解決に資する製品・サービス ●認知症の人の「やりたいこと」の実現に資する製品・サービス
公募時期	令和7年6月2日（月）～6月20日（金）17:00必着
想定されるテーマ	買い物・移動・交通、金融・財産管理、労働（就労・社会参画）、更衣・身だしなみ、調理・食事、掃除・洗濯、入浴・排泄、交流、趣味、学び、通院・通所、服薬、その他の生活課題等
開発に参画する方	・認知症の人 ➢ 本公募においては、「認知機能の低下により日常生活に支障が生じている方」を指します。 ➢ 認知症の確定診断の有無は問わず、軽度認知障害（MCI）、軽度～中等度認知症、重度認知症、若年性認知症の方を含みます。 ・家族等 ➢ 本公募においては、「認知症の人に対する支援のみならず、その家族その他認知症の人と日常生活において密接な関係を有する者」を指します。 ※本事業では認知症の人の「自覚」での開発を重視しているため、家族等の意向のみを想定した企業は対象外となります。 ※家族等が参画する場合は、必ず認知症の人の同意を事前に得ておく必要があります。

日本総研

31

Copyright (C) 2025 The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved.

実践企業への支援内容

- 採択された実践企業への支援内容は以下のとおりです。原則として、①認知症の人及び家族等の紹介やマッチング、共創の実践の支援、②認知症及び認知症の人に関する学びの機会、交流の機会の提供の活用は必須です。
- 但し、既に認知症の人の声にもとづく製品・サービスを開発済み、または開発中である場合は、①～④のうち、希望する支援内容を選択して応募することが可能です。
- 一例：既に認知症の人の声をもとに開発した製品を上市済みのため、④「情報発信・プロモーションの支援」のみを希望等。

- 認知症の人及び家族等の紹介やマッチング、共創の実践の支援【原則、必須】**
 - 当事者参画型開発の実践にあたり、パートナー団体と連携し、開発に参画する認知症の人等の紹介やマッチングを行います。必要に応じて、当事者参画型開発の実践の進め方への助言等の支援を行います。
- 認知症及び認知症の人に関する学びの機会、交流の機会の提供【原則、必須】**
 - 座学形式の講座：認知症の人と開発を行う際の留意点や心構え等に関する講座（座学・ワークショップ等）を7月下旬頃に開催予定です。
 - 介護事業所に訪問しての体験型研修：介護事業所に訪問し、認知症の人の生活を一緒に体験する研修を8月頃に開催予定です。
- 自治体・団体等や企業同士、有識者等メンタリング企業とのネットワーク構築の支援**
 - 今年度は事業期間中に自治体・団体等や企業同士のネットワーク構築に向けた情報交換会等を実施予定です。必要に応じて、事務局支援企業その他有識者を紹介します。
- 経済産業省事業としての情報発信・プロモーションの支援**
 - 事業期間内において協力自治体等におけるPRイベント、実践企業間や認知症の人及び等との交流イベント、実践企業への取材及び記事化等の情報発信の実施を想定しています。事務局より各種情報発信機会への参加希望の聴取、対応を依頼する可能性があります。

日本総研

33

Copyright (C) 2025 The Japan Research Institute, Limited. All Rights Reserved.

経済産業省「令和7年度ヘルスケア産業基盤高度化事業（地域におけるヘルスケア産業推進事業）」 オレンジノベーション・プロジェクト 当事者参画型開発実践企業公募のご案内

印刷プレビュー

概要

経済産業省は、「令和7年度ヘルスケア産業基盤高度化事業（地域におけるヘルスケア産業推進事業）」の一環として、「オレンジノベーション・プロジェクト」～認知症当事者をつくる、誰もが生きやすい社会～」と題し、認知症になってからも自分らしく暮らし続けられる共生社会の実現を目指し、認知症の人が主体的に企業や社会等と関わり、認知症の人のニーズをとらえた製品・サービスの開発を行う「当事者参画型開発」の普及と、その持続的な仕組みの実現に向けた取組を推進しています。本プロジェクトにおいて認知症の人の生活課題の解決ややりたいことの実現に資する製品・サービスの開発に取り組む企業・団体を公募形式により募集します。なお、本公募の事務局は経済産業省から委託を受けた株式会社日本総合研究所が担います。

《公募期間》

2025年6月2日（月）～6月20日（金）17:00必着


《公募要領等》

※6/2：様式1 公募申請書の内容を一部変更いたしました

公募要領 (PDF) 

様式1 公募申請書 (xlsx)

様式2 提案書 (pptx)

様式3 提案書の作成方法・サンプル (PDF) 

参考資料_公募説明会資料_2025年5月8日開催 (PDF) 

出所：日本総合研究所「セミナー・イベント」情報より抜粋
https://www.jri.co.jp/seminar/250602_671/detail/

案件支援を希望する企業を対象とした公募の実施：審査会の設置及び審査基準

- 採択の客観性を担保することを目的として、審査会を設置。
- 審査基準は、「本事業の趣旨との整合性」、「認知症の人の意思や希望の尊重」の2つとし、提案製品・サービスについて審査を行った。

審査基準

本事業趣旨との整合性

- 提案製品・サービスの提供価値が「共生社会の実現」という本事業の趣旨に沿っているか
- 本事業における「当事者参画」、「開発」の定義や考え方に沿っているか

認知症の人の 意思や希望の尊重

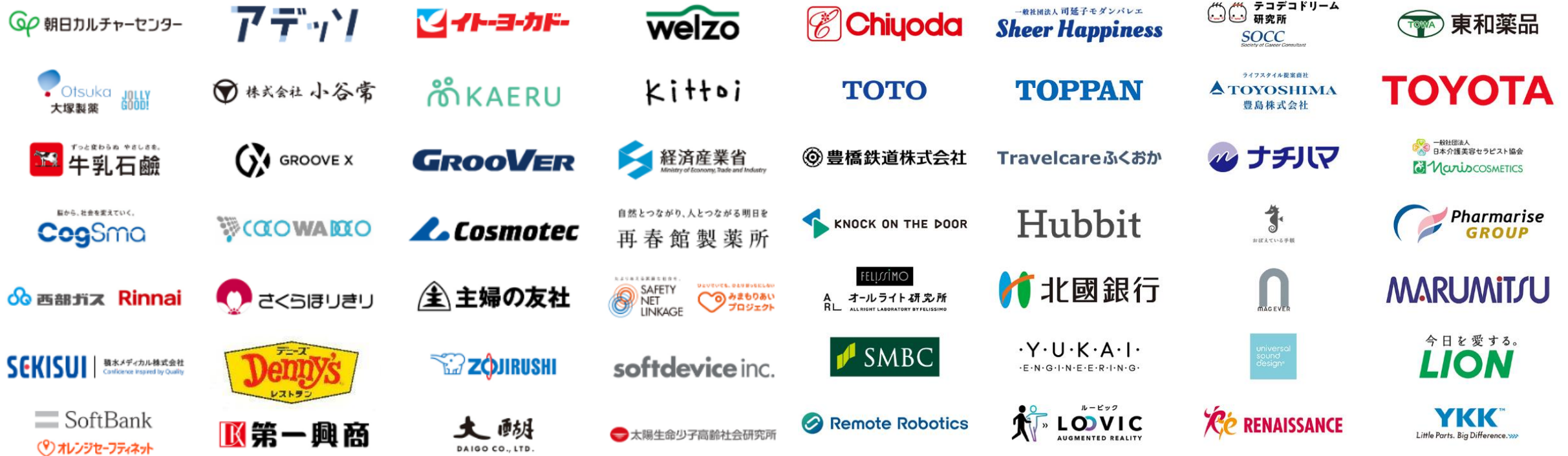
- 提案製品・サービスが認知症の人の課題・ニーズをとらえたもの、もしくはとらえていると想定されるものか
- 提案製品・サービスが認知症の人の生活課題の解決に資するもの、もしくは認知症の人の「やりたいこと」の実現に資するものであるか

※議題2については実施期間中の調査に関する報告のため、非公開。

案件支援を希望する企業を対象とした公募の実施：採択結果（1 / 5）

- 今年度も認知症の人のやりたいことの実現や困りごとの解決に資する製品・サービスの開発に取り組む企業・団体の公募を実施。
- 58の企業・団体を採択した（2022年度:5社⇒2023年度:20社⇒2024年度:46社⇒2025年度:58社）。

令和7年度 オレンジイノベーション・プロジェクト 実践企業・団体（58企業・団体）



出所：経済産業省「オレンジイノベーション・プロジェクト 特設ウェブサイト」 <https://www.dementia-pr.com/>

案件支援を希望する企業を対象とした公募の実施：採択結果（2／5）

- 各社は、多様な生活課題を対象に当事者参画型開発を実践。
- 採択企業各社の具体的な取組内容については後述（取組内容非公開企業を除く）。

※赤字は新規企業

生活課題	企業・団体名	開発している製品・サービスの概要
衣服・靴	株式会社大酬	かかとも、左右・前後ろもない、履き口がわかりやすい靴下「Unicks」
	株式会社チヨダ	手を使わずに、立ったまま、スパッと履ける「スパットシューズ」
	豊島株式会社	当事者が使いやすい衣料品、日用品
	株式会社フェリシモ	片手で扱えるシャツ・アクセサリ・裏表前後のないきれいめパンツ
	YKK株式会社	誰でも開け閉めがしやすいファスナー
	株式会社kittoi	車いすユーザーが開発した誰でも着やすく、動きやすい割烹着
食・料理	株式会社デニーズジャパン	当事者の声を踏まえた、ファミリーレストラン「デニーズ」のメニューブックなどの改良
	西部ガス株式会社	誰でも安心して使えるガスコンロ「SAFULL+（セイフルプラス）」
	リンナイ株式会社	
生活・住環境	TOTO株式会社	多様な利用者に配慮したパブリックトイレ
買い物・小売	株式会社イトーヨーカ堂	誰にとっても使いやすい「みんなのパジャマ/ルームシューズ」
	KAERU株式会社	使いすぎ防止やワンタッチカード停止などの機能を搭載したキャッシュレスサービス「KAERU」
移動	トヨタ自動車株式会社	誰もが不安なく外出できる徒歩用道案内サービス「ツギココ」
	LOOVIC株式会社	ご本人と身近な人でつくる、コエを用いた安全・安心の外出を支援する無人ナビガイド
口腔ケア	ライオン株式会社	生涯を通じて、よく食べ、話し、笑い、自分らしく居続けられるために役立つ製品・サービス

案件支援を希望する企業を対象とした公募の実施：採択結果（3 / 5）

・ 前頁の続き。

※赤字は新規企業

生活課題	企業・団体名	開発している製品・サービスの概要
運動・身体活動	株式会社CogSmart	脳と身体の健康のため、自分の好きな運動や身体活動をサポートする「BrainUp」アプリ
	株式会社ルネサンス	身体と脳の健康づくりを目的とした、オンラインライブで配信する「ルネサンス オンライン体操教室」
生活支援全般	アデッソ株式会社	日付・曜日の表示が大きい「デジタル日めくりカレンダー」
	株式会社コスモテック	いつでもどこでもメモができ、自然に目に入って思い出せる、手首に巻きつける“身につけるメモ帳”「wemo」
	株式会社ソフトデバイス	スケジュール管理を支援する「日めくりカレンダーアプリ yottey(ヨッティ)」
	株式会社マグエバー	強力なネオジム磁石を安全に使用できるようにシリコン樹脂でコーティングした製品「シリコンマグネット」
	丸光産業株式会社	「じぶんケア」を第一とした、縫製と介護のかけあわせで生まれた新しいトータル介護ブランド
金融・財産管理	株式会社三井住友銀行	三井住友銀行の銀行員がコンシェルジュとなる等、皆さまの「年を重ねる」をもっと豊かになるようサポート
	株式会社太陽生命少子高齢社会研究所	「認知症保険の太陽生命」においてより良いサービスを効果的にお客様にご紹介する仕組みの検討
美容・衛生	株式会社北國銀行	シンプルな機能と操作性でどなたでもスムーズに利用できる自社開発ATM「ホックタッチ」
	牛乳石鹸共進社株式会社	服を着たまま洗髪出来るポータブル洗髪デバイスセット『SUSUGU(ススグ)』
	一般社団法人日本介護美容セラピスト協会	どなたでも、いくつになっても、使いやすい・続けやすい高保湿スキンケア「momote（モモテ）」
旅行	株式会社ナチハマ	チカラもいらず、水だけで洗える介護用タオル「ハダピカイゴ」
	株式会社小谷常	ユニバーサルツーリズムを提供する旅館「水屋敷」での宿泊サービスと就労支援
	豊橋鉄道株式会社	安心して楽しめる日帰りバスツアー
	合同会社トラベルケアふくおか	介護タクシー／介護付き旅行／心で伝える福岡ツアー 認知症の方がガイドする、やさしい旅のかたち

案件支援を希望する企業を対象とした公募の実施：採択結果（4 / 5）

・ 前頁の続き。

※赤字は新規企業

生活課題	企業・団体名	開発している製品・サービスの概要
コミュニケーション・交流	象印マホービン株式会社	家族が離れて暮らしていても、安心して一人で生活するための支援サービス
	ユカイ工学株式会社	予定のお知らせなど、日々の暮らしを声でサポートする可愛いロボット「BOCCO emo（ボッコ エモ）」
	ユニバーサル・サウンドデザイン株式会社	独自の特許技術「SoninBrain」を採用した聴覚支援機器「コミュニケーション」「コミュニケーションポケット」
	ノックオンザドア株式会社	同じ境遇の仲間や悩みを相談できる専門家と繋がることのできるオンラインサービス
	Hubbit株式会社	認知症の方も利用できる話せる伝言板「ケアビー」
	株式会社ビークル	日々のできごとを写真とセットで記入して、記憶を手帳に記録する形で保持する「おぼえている手帳」
	みまもりあいプロジェクト	「地域共生支援アプリ」を活用した、1人でいても、ひとりぼっちにしない「福祉SNS」
	GROOVE X株式会社	お世話をすることで日常の楽しさを増やし、ゆるい見守りも可能な家族型ロボット「LOVOT[らぼっと]」
	株式会社再春館製薬所	認知症インクルーシブな通信販売コミュニケーションの構築
	積水メディカル株式会社	AI電話応答により寂しさと不安を和らげ、家族とつながる支援サービス
	TOPPANデジタル株式会社	黒電話型のAIと音声で会話を行うコミュニケーション支援サービス
	ファーマライズ株式会社	近所の薬局から全国の認知症カフェに参加できるサービス「カフェにやーまらいず」
リモートロボティクス株式会社	ヤングケアラー等への就労機会提供、施設職員の負担軽減、高齢者の孤独・不安の解消を実現するサービス	

案件支援を希望する企業を対象とした公募の実施：採択結果（5 / 5）

・ 前頁の続き。

※赤字は新規企業

生活課題	企業・団体名	開発している製品・サービスの概要
趣味・学び	株式会社welzo	「老いるを楽しむ」社会の実現に向けた園芸サービスとユニバーサルデザインの園芸グッズ
	株式会社さくらほりきり	誰もが簡単に完成度の高い作品が作れる手作りキットと、好きな時に見られる作り方の動画サービス
	株式会社第一興商	誰もが一緒に楽しめる音楽コンテンツサービス「FREE DAM」
	大塚製薬株式会社	当事者の理解を深めるための体験型介護支援VRトレーニングプログラム「FACEDUO（フェイスデュオ）」
	株式会社テコデコドリーム研究所	思い出の写真と楽しい会話でふたたび輝く人生まるごと回想アルバム
	株式会社朝日カルチャーセンター	認知症とともに生きるご本人の思いを「本人視点」で理解し、ともに暮らしていく社会を考えるプログラム
	株式会社グローバー	専門講師と「楽しみ」や「生きがい・やりがい」を共有できるものづくり教室「テココロ」
	一般社団法人司延子モダンバレエ	懐かしい音楽に合わせて踊ることを楽しむ、誰もが安心して楽しめるダンスプログラム
	東和薬品株式会社	AI活用による懐かしい音楽の自動配信を通じた、「人生の物語を可視化・記録」するWell-being支援サービス
その他	経済産業省	認知症の人と企業が製品を共創する「オレンジイノベーション・プロジェクト」等、認知症啓発活動
	株式会社COCO・WA・DOCO	電話に後付けできる特殊詐欺防止・生活支援システム（仮称）
	株式会社主婦の友社	認知症当事者とその家族の理解を深めるためのコンテンツ発信
	ソフトバンク株式会社	認知症などによる行方不明者の検索アプリ「オレンジセーフティネット」

企業の取組み事例：株式会社大翻

- 株式会社大翻では、「迷わず履ける靴下 Unicks」について認知症の人とともに改良中。令和7年度の体験会・ヒアリングには認知症の人11名、家族・支援者等2名が参画。
- 誰もが自分らしく一步を踏み出せる社会を目指している。



Unicks
アクリル×ウールで足元ぽかぽか
迷わず履ける 暖かい靴下



Unicks
よく伸びて、柔らかい
迷わず履ける 普通の靴下



Unicks
どんな人でも迷わず履ける
薄手の靴下

株式会社大翻の実践

2年前に実施した当事者参画型開発において、当事者の方々からいただいたご意見をもとに改良を重ねてきました。

今年度の取組みでは、改良版の「Unicks」を実際にお試しいただきました。

靴下の厚さは「暖かい」「普通」「薄手」の3種類に拡充し、そのうち「普通」タイプをご試着いただきました。また、改良前と同様に豊富なカラーバリエーションを取り揃えています。



【改良に向けたご意見】

- 履き続けたあとの履き口のゆるみや耐久性がどうなるか気になる
- ビジネスソックス、ハイソックスくらいの長さがあるとよい
- 義足、義手の方にもニーズがあると思う
- 靴下全般について、似たような靴下がいくつもあるためペアを探すのが大変

実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- 今年度の実践では、認知症ではない人にも試着いただく機会があったほか、メディアを通じて認知症の人以外からの反響も得られた。仕様面における継続的な改善を図りつつ、義足・義手の人や視覚に障がいのある人、知的障がいのある方などのニーズも踏まえ、活用シーンや販路の拡大に加え、サイズを問わず着用できる特性から、防災時の支援物資としての活用可能性についても検討を進めていきたい。

企業の取組み事例：株式会社チヨダ

- 株式会社チヨダでは、手を使わずに立ったままスパット履ける「スパットシューズ」について、認知症の人とともに開発。令和7年度の体験会・ヒアリングには認知症の人3名、家族・支援者等3名が参画。
- 認知症の人も含めすべての人が日常を快適に過ごせるような商品づくりを目指している。

biofitter
スパットシューズ

手を使わずに立ったままスパット履ける!



特許第7317385号
*商品名にご注意下さい



①



履き口が目立つ
カラーリング

②



名前や目印が入る
透明ポケット

③



突起をもうけて
脱ぎやすい設計

株式会社チヨダの実践



【改良に向けたご意見（例）】

- ①履き口を目立つようにしてほしい
- ②他の人の靴と間違えないようにしたい
- ③履きやすいけど脱ぎにくい



実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- ①履き口が分かりやすいカラーリング
- ②名前や目印が入る透明ポケットを搭載
- ③脱ぎやすい設計に改良

企業の取組み事例：フェリシモ オールライト研究所

- フェリシモでは、オールライト研究所の片手で扱えるシャツ・アクセサリ・裏表前後のないきれいめパンツについて、認知症の人とともにブラッシュアップを検討中。令和7年度のヒアリングには認知症の人6名、家族・支援者等6名が参画。
- そのままでいい、そのままがいい社会をみなさんと作ることを目指している。



フェリシモの実践

【実践概要】

片手でも着やすいシャツ、裏表のないきれいめのズボン、片手でも身に付けやすいネックカフいずれかを10日～2週間ほど使用いただき、感想やブラッシュアップする点についてヒアリングを行う。

【改良に向けたご意見】

- ズボン：寒い時期に着られるような、裏表前後のないズボンが欲しい
- シャツ：ボタンの色がシャツと違うほうがわかりやすい／寒い時期は着づらい
- シャツ：着心地はよいが、少し重い／シンプルすぎるのでカラーバリエーションが欲しい



実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- ズボン：裏表前後がない商品の素材を見直す
- シャツ：色については今までもコメントいただいているので、次回があれば明るい色も入れる

企業の取組み事例：YKK株式会社

- YKK株式会社では「誰でも開け閉めがしやすいファスナー」の実現に向け、2024年度はヒアリング結果を基に商品改良し、2025年度はアプリケーション仕様に踏み込んだ商品改良を実施。デイサービス・グループホーム・本人ミーティング等でのフィードバック活動に認知症の人47名が参画。
- 認知症の人の声を基に、誰でも開け閉めがしやすいファスナーの開発を目指している。



① マグネット内蔵ファスナー (click-TRAK® Magnetic) ⇒ 開具が磁力で簡単に組み合わせ



販売に繋げる施策

- 「Amazon」販売開始
- 「金沢福祉用具プラザ」での常設展示



② ユニバーサルデザイン引手 ⇒ 誰でも開け閉めがしやすい引手



※ ベスト (①) とバッグ (②)
⇒ 豊島株式会社と
協働製作

YKK株式会社の実践



【改良に向けたご意見 (例)】

- <マグネット内蔵ファスナー> 通常ファスナーの開閉操作が体に記憶されているため、慣れた操作方法が大きく変わると混乱や誤操作が生じやすい。
- <ユニバーサルデザイン引手> ファスナー両端の紐の新しい使い方が見られた (車椅子の肘掛けに引っ掛けて開閉するなど)。バッグ内部の生地が暗色のため、内容物が見えにくい。



実践でのご意見を踏まえた改良方針 (2026年3月時点)

- <マグネット内蔵ファスナー> 磁力によるファスナー機能を最大限活かし、初見でも正常な操作を誘導するようなガーメント仕様 (デザイン・寸法 など) を検討する。
- <ユニバーサルデザイン引手> 更に使いやすくなるよう、ファスナー両端の紐の改良を検討する。内容物が見えやすくするため、バッグ内部の生地を明色にする。

企業の取組み事例：株式会社kittoi

- 株式会社kittoiでは、「みんなにいい割烹着」の改良版について、認知症の人とともに検討中。令和7年度の体験会・ヒアリングには認知症の人約40名、家族・支援者等約10名が参画。
- 障害者、認知症の人、健常者、さまざまな立場の人が等しく暮らしを楽しむことを目指している。



株式会社kittoi実践



【改良に向けたご意見（例）】

- 表裏を間違えやすい
- 袖を通す部分が分かりづらい
- ポケットの数が多すぎてどこに入れたのか分からなくなる



実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- ポケットの数を減らす
- 裏表のない作りにする
- 袖の入口にパイピングなど目印になるあしらいにする

企業の取組み事例：リンナイ株式会社 西部ガス株式会社

- 2021年12月～、福岡オレンジパートナーズに福岡市、(株)メディヴァとともに4者共同で参画。認知症の人とともに開発した、2024年発売のビルトイン型のセイフル+に続き、2025年度は「卓上型のセイフル+」のモニタリングを実施。2026年1月に関係者に対してお披露目会を実施。
- より安全で、使いやすく、分かりやすいガスコンロをご提案することで、高齢になっても慣れ親しんだガス調理を使い続けていただくことを目指している。

テーブルコンロ



セイフルプラス
SAFULL+

2026年4月15日発売予定
定価145,000円(税抜)

ビルトインコンロ



セイフルプラス
SAFULL+

2024年2月1日発売
定価212,000円(税抜)

リンナイ(株)の実践

2025年3月28日 モニタリング

場所：福岡市西区 なごみの家



Tatsuya Kawagoe

2026年1月15日 お披露目会

場所：福岡市認知症フレンドリーセンター



【改良に向けたご意見（例）】

- ごとくを一度外したあとに再度セットしなおす際、正しい向きに合わせられない。
- 電池がどこに入っているかわかりづらい。上手く引き出せない。



実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- ごとくのセット方法(向き)がわかりやすくなるように、本体シールにごとくのセット方法を記載。
- 電池がなくなった際に、電池交換方法がわかりやすくなるように、つまみの色を変更。また交換時に、電池ケースが引き出しやすいように形状を変更。
- 点火時に光るLED部分についてLEDの横幅を大きくする。

企業の取組み事例：株式会社イトーヨーカ堂

- イトーヨーカ堂では、「あんしんサポートショップ」にて製品を取り扱っているグンゼ・徳武産業と連携し、パジャマ、ルームシューズについて認知症の人とともに開発し25年秋に販売開始。令和7年度のヒアリングには毎回認知症の人約10名、家族・支援者等約5名が参画。次年度に向けて広島化成も加わり、対話を開始している。
- 認知症の人との対話を通じて、どんな人にも使いやすく、幅広い方に使ってもらえる商品開発を目指している。

■ あんしんサポートカタログに掲載（店舗にて配布）



■ 専用タグ



イトーヨーカ堂の実践



【改良に向けたご意見（例）】

①パジャマ

・パンツの前後がわからない。
首回りや袖口の場所がわかりにくい。

②ルームシューズ

・はきぐちがどこにあるか分かりにくく、
着脱がしにくい。

従来品は使いやすさを重視していたが、視認性が高い商品を求める声が多い。

実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

①パジャマ

内側袖口に色をつけてわかりやすくし、
着脱がしやすいように改良した。

②ルームシューズ

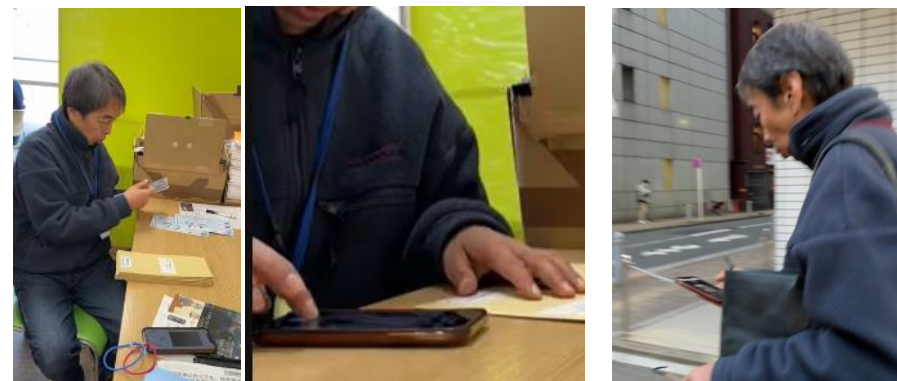
はきぐちの色を変更することで着脱を
しやすいよう改良した。次年度に
向けてハンズフリー仕様に変更予定。

企業の取組み事例：LOOVIC株式会社

- LOOVIC株式会社は、外出を支援する無人ナビガイドと、ワーキングメモリを補うタスク支援技術TASK+ai（タスカル）を、認知症の人とともに開発中。繰り返し「聴き直し」「説明し直し」の負担を減らし、双方のストレスを軽減し、誰もが自立して働ける社会の実現を目指す。
- 令和7年度の体験会・ヒアリングには認知症の人1名、支援者4名が参画。



LOOVIC株式会社の実践



【改良に向けたご意見（例）】

- 手が使えない場合も音声だけで収録を開始し、終了できる仕組み
- 制作の慣れ、コツを意識
- 動画と静止画の組み合わせの考慮



実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- 音声認識で開始できる仕組み
- 制作者に対して、制作のガイドを提供し、直感的に理解しやすいUIを検討する
- 移動においては、徹底して画面を見ることのない、ながら歩きをしない仕組みを取り入れる

企業の取組み事例：株式会社ルネサンス

- 株式会社ルネサンスでは、オンラインライブで配信する体操教室「ルネサンス オンライン体操教室」について、認知症の人とともにサービスを改良中。令和7年度の体験会・ヒアリングには認知症の人26名、家族・支援者等21名が参画。
- 認知症の人が、気兼ねなく周りの人達と一緒に健康づくりに取り組める場所を、全国に広めることを目指している。

「ルネサンス オンライン体操教室」

オンラインで体操や脳の活性化を行う体操教室
ライブ配信で双方向のコミュニケーションが楽しめる



株式会社ルネサンスの実践（体験会の様子）



ハーモニー様（大田区）

初雪会様（三条市）

ふじの木会様（三条市）

【改良に向けたご意見（例）】

- 参加者からは概ね好評で、「楽しかった」「あつという間に感じた」「もっと長くてもいい」「続けて参加したい」という前向きなご意見が多数。「効果を感じた」「自宅でもやろうと思った」とのコメントがあり、運動効果を実感する声もあった。
- 一方で、左右の指示で迷ったというお声や、内容や強度に個別の希望があったのが今後の検討材料。

【実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）】

- （認知症の方に限らず）どなたにも分かりやすく、理解できる視覚や言葉による伝え方の改善。
- 内容や強度に関する個別の希望への対応策の検討。
- 参加者にも役割を持ってもらい、受動的ではなく、能動的に参加していただく工夫。
- 認知症の方々が集まる複数の場所を繋いでのイベント実施や交流。

企業の取組み事例：アデッソ株式会社

- アデッソ株式会社では、デジタル日めくりについて認知症の人とともに検討中。令和7年度の体験会・ヒアリングを複数回実施。
- 認知症の人が主体的に社会とつながり続けられる製品・サービスの実現を目指しています。



アデッソの実践



【改良に向けたご意見】

- 情報量が多いと混乱するため、「ここが時刻」「ここが日付」と明記されていると安心する。
- また、「今日は病院」など予定を音声で知らせてほしいとの要望も多く、視覚より聴覚で情報を得やすい方が一定数いることを確認した。
- さらに、書き込み機能やセンサーでの光・音による気づきの補助も有効との意見が寄せられ、少ない情報を確実に伝える設計が必要だと受け止めた。

実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- 日によって“読める／読めない”が変動するゆらぎがあることを実感し、固定表示ではなく表示方式や情報量を切り替えられる設計が必要。また、数字の“つながり目”が模様に見えるなど、読みやすさが文字の形や隙間に強く影響される点は大きな学びとなった。
- 生活の中で「今日が何日・何曜日か」を知るために使われており、日めくり表示の重要性を再確認。多様な症状に合わせた複数ラインナップの重要性を認識した。さらに、当事者・家族・スタッフの三者による異なる視点からのアイデアが重要。

企業の取組み事例：株式会社コスモテック

- 株式会社コスモテックでは、wemoの改良について認知症の人とともに開発中。令和7年度の体験会・ヒアリングには認知症の人9名、家族・支援者等2名が参画。
- 認知症の人が「記憶に対する不安感」なく安心して社会参画することを可能にする製品を目指している。



株式会社コスモテックの実践



【改良に向けたご意見（例）】

- 幅が広いし、着けているという感覚が邪魔
- 夏は直に巻くとムレて不快感がある
- 書くものを持っていないからすぐに記入が出来なくて使えない

実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

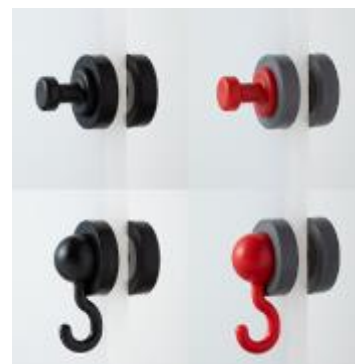
- 装着感の改善、特にムレ防止
- 製品の厚みがあるため、装着感を軽くする必要がある
- 手帳のように、すぐにペンを取り出せる構造が必要

企業の取組み事例：株式会社マグエバー

- 株式会社マグエバーでは、生活に役立つマグネット商品について、認知症の人とともに開発を検討中。令和7年度のワークショップには認知症の人9名、家族・支援者等5名が参画。
- 今後は認知症の人の声を取り入れ、Todoリストなど、より生活を送りやすくなる商品開発を目指している。



株式会社マグエバーの実践



【改良に向けたご意見（例）】

- リストは文字だと読みにくく、分かりにくい
- 家族など複数人で使っていると誰のタスクなのか分からなくなってしまう



実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- 磁石自体にイラストをプリントする（薬を飲んだら薬のイラストが印刷された磁石を貼るなど）
- 色のバリエーションを増やすことで一目で誰のタスクか判別できるようにする

企業の取組み事例：株式会社太陽生命少子高齢社会研究所

- 株式会社太陽生命少子高齢社会研究所では、親会社である太陽生命保険株式会社の認知症保険について、令和6、7年度に認知症の人とご家族へヒアリングを行い、太陽生命保険へ情報提供を実施。
- 太陽生命保険はいただいたご意見をもとに商品改定を行い、「選択緩和型認知症治療年金保険」を発売。
- 太陽生命少子高齢社会研究所では今後も認知症の人やご家族へのニーズにあったサービスを、適切な方法で提供するしくみを検討する。

株式会社太陽生命少子高齢社会研究所の実践



【改良に向けたご意見】

- 大きな金額を一度にもらうより、毎月少しずつもらう方が良い。
- 大きな金額をもらっても、本人はどこに預けたか分からなくなるし、見えない場所に保管すると忘れてしまう。
- 例えば、交通費や通院費を月毎にまとめて請求してもらえそうな仕組みの方が、認知症に関しては嬉しいと思う。がんのような病気だったら手術等で、まとまった金額がもらえると助かるが、認知症は治療期間が長くなり、遠くの施設に通うこともあるため、必要な額が長期間給付される方が良い。
- 認知症は細く長くの長期的な支援が必要。

実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- 認知症の長い治療期間に対応するために、保険金が毎年受け取れる年金型の認知症保険「選択緩和型認知症治療年金保険」を開発し、2025年12月より販売開始。

新登場!

Best MY WAY

既成緩和プラス

ひまわり認知症 **予防** 保険が **大幅リニューアル!**

持病や入院歴等があるお客様にこれまでより幅広く保障を提供するため、告知項目数や告知事項の改定を行いました!
(詳しくは裏表紙をご確認ください)

認知症 選択緩和型認知症治療年金保険

認知症で所定の状態が180日継続したときに、**毎年、年金を受け取れます!**(年金保障期間中、生存時のお支払い)

〈認知症などで介護になるとどれくらいの費用がかかるかご存じですか?〉

<p>介護用ベッド</p> <p>施設入居費用</p> <p>リフォーム代</p> <p>一時的な費用(平均)</p> <p>約47万円</p>	➔	<p>医療費</p> <p>有料老人ホーム、デイサービス</p> <p>生活用品、介護用品</p> <p>継続費用(平均)</p> <p>毎月約9.0万円</p>
---	---	--

※1.生命保険に関するお問い合わせ先は、生命保険文化センター各都道府県より当社へ

企業の取組み事例：株式会社北國銀行

- 株式会社北國銀行は、『シンプルな機能と操作性でどなたでもスムーズにご利用いただけること』、『地域のお客さまの生活スタイルや時代の変化に合わせ、必要な機能を柔軟に搭載できること』をコンセプトに自社開発ATMであるホックタッチを開発。
- このコンセプトを追及することで、認知症であっても安心して、自分らしく暮らせる社会実現への貢献を目指す。



シンプルな操作性

- お引出し（10万円未満・紙幣のみ）に機能を絞っており、操作に迷わない・間違えにくい
- 入力画面もシンプルで簡単に

親しみやすさが感じられる筐体

- デザイン・木材加工は地元企業とコラボし、地域のお客さまとのつながりを大切に
- 木材（県産材・能登ヒバ）を使用しており、触れた時に温かみが感じられる。また、県産材・能登ヒバの活用に顕著な貢献があったとして、2025年度「いしかわ木づかい表彰」を受賞。

フレキシブルな機器

- 内製化により、お客さまの要望に対して柔軟な対応が可能
- 当事者参画でいただいたご意見も含め、今後も継続的に改善していける

株式会社北國銀行の実践

画面イメージ



【改良に向けたご意見】

- 文字が見えにくい
- 静止画では動きが感じられない



実践でのご意見を踏まえた対応実績（2026年3月時点）

- 色覚障害者の方への配慮も踏まえて、画面の色味を全体的にオレンジ色に統一
- 画面に矢印を用いて、動きを感じられる画面に修正

企業の取組み事例：牛乳石鹼共進社株式会社

- 牛乳石鹼共進社株式会社では、服を着たまま洗髪出来るポータブル洗髪デバイスセット『SUSUGU』について認知症の人とともに検討中。令和7年度の体験会・ヒアリングには、認知症の人18名が参画。
- お風呂に入れない方でも心地よい清潔を届ける会社を目指している。



牛乳石鹼共進社株式会社の実践



【改良に向けたご意見（例）】

- 使い方が簡単に分かるようにしてほしい。
- 形状のコンパクト化
- 提供価値がわかりづらい。

実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- 使い方動画の作成
- コンパクト化の検討
- 商品名をYUAGARI→SUSUGUへ変更

企業の取組み事例：日本介護美容セラピスト協会

- 日本介護美容セラピスト協会では、いくつになっても使いやすい化粧品モモテの既存製品や新製品について認知症の人とともに開発 & 改良中。令和7年度の既存品の体験会には15名程度、ヒアリングには2名の認知症の人が参画。
- 年齢を重ねても、認知症になっても、スキンケアやメイクを諦めないことを目指している。

日本介護美容セラピスト協会の実践



【改良に向けたご意見（例）】

- 既存のモモテスキンケア品の感想：使用感はおおむね満足。容器については、乳液のポンプが丸くて滑る、オールインワンジェルのキャップが開けづらいなど使用性に難あり
- 新製品開発の為、現在使用されているメイク品ヒアリング：パウダーファンデーション、口紅、鉛筆タイプのまゆずみを使用されているとのこと。

実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- 既存品の容器に関しては、適した容器を調査していく
- メイク品開発については、使いやすさも含め、まずはヒアリングを重ねていく

企業の取組み事例：株式会社ナチハマ

- 株式会社ナチハマでは、介護用タオル「ハダピカイゴ」について認知症の人ともにより使いやすいよう改善中。令和7年度の体験会・ヒアリングには2事業所、認知症の人約30名、家族・支援者等約20名が参画。
- 誰もが入浴を楽しくでき、タオル一枚で課題解決の手助けができる、そんな商品を目指している。

ハダピカイゴ



タオル3つの特長



水だけで汚れが落ちる

ゴムのチカラを活かした特許取得の独自技術
泡の流し忘れやボディソープの誤飲を防ぐ



綿100%の天然素材のタオル

研磨剤・薬剤も不使用
肌にも人体にも優しい



撫でるように洗うだけ、チカラもいらない

ゴムの摩擦力と吸油性でチカラがいらない
ただ撫でるように洗うだけで簡単

株式会社ナチハマの実践

【改良に向けたご意見】

<サイズ・カラー>

- 介護で拭いてあげるのであれば、洗面器で手軽に洗えるミニサイズが使いやすい、お年寄りでも使いやすいのではないかと
- フェイスタオルサイズが良い（複数回答）
- ミニサイズでピンクがあると嬉しい

<物足りなさ>

- 普段から洗剤でゴシゴシ洗うので、少し物足りない
- 普段からふわふわの泡で体を洗うのが好きなため、洗剤不要という点では、香りがなくリラックスという点では少し物足りなさを感じた、タオルにせっけんの香りなどついていてもいい

<分かりにくさ>

- 洗剤の泡があると「どこを洗ったのか」視覚的にわかる良さもあるので、洗った実感がわかりにくいのではないかと
- 表と裏、どちらの面で肌をこすってよいのか
- 力加減次第では、ゴム製の製品は肌を傷つけてしまう？



実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- 現状ロングとミニの2サイズで展開しているが、さらに小さいハンカチサイズで手軽に使えるように検討中、また、カラー展開についても明るめのピンクなども今後展開予定
- 体を拭いた際にほのかに入浴剤のような匂いがするよう加工を考える、ただし化学薬品などで荒れることが無いよう慎重に検討
- 視覚的な分かりやすさ、使い方やゴムに対する不安面を表記などで解消？要改善

企業の取組み事例：株式会社小谷常「湖畔に佇む離れ小宿 水屋敷」

- 株式会社小谷常の温泉旅館水屋敷では、認知症初期で早々に旅をあきらめてしまわれた人に「心安らぐ滞在」を提案し、認知症の人・高齢者などの就労支援についても開発中。
- 令和7年度のヒアリングには認知症の人32名、家族・支援者等18名が参画。次年度は「民宿レイクサイド琴引」も使い新プロジェクトを実施。
- 認知症の人が気兼ねなく参加できる新たなツーリズムを目指している。



～当館でのお話～

母と旅行に行く事は
今度が最後かもしれない
・
・
・
認知症が進んだ母には
私が娘として映っていない
それでも
一緒に温泉に浸かりたい
母の好物を食べさせたい
夕食時にふと母が言った
『うちの娘も蟹が大好きなの』と
私を見ながら
私の子供時代の話
嬉しそうに話す母
母の中に私は確かにいた
旅に出て良かった

琴引 湖海 株式会社小谷常グループ



株式会社小谷常の実践



【改良に向けたご意見】

- 高速バス、観光バスでの移動が厳しいので、介護士などが同伴する旅を提案してほしい。
- 行くまでの案内サポートをしてほしい。
- 一人旅がすきなので、一人でも行けるプランがあると良い。

実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- 介護福祉タクシーなどと連携した宿泊プランの開発
- ご予約いただいた方向けにサポートを検討中
- オレンジプランでは日帰りプラン、お一人様向けプラン、長期宿泊プランなど季節ごとに開発中

企業の取組み事例：豊橋鉄道株式会社

- 豊橋鉄道株式会社は、認知症の人の若いころのバスツアーを再現する企画を行っている。
- グループホームに入所すると機会が少なくなる「買い物」や「観光」、「普段と違う食事」などを提供し、認知症の人もそうでない方も一緒に楽しめる昭和レトロなバスツアーを企画し、当事者参画型開発の実践を行った。



ポイント① バス車内での昭和レトロな企画

バス車内では、元バスガイドによる様々なイベントを実施。模造紙に書いた地図での行先案内、クイズ大会、紙芝居、カラオケなどを行った。



ポイント② 普段なかなかできないことを体験する

道の駅でのお買い物など、「自分が欲しいものを買う」「皆と一緒に美味しいものを食べる」などグループホームではなかなか体験できないことをツアーで実現。



ポイント③ 昔懐かしい大宴会場での食事と余興

大宴会場での食事と、食後の余興で「ピング大会」と出し物を実施。

豊橋鉄道株式会社の実践



【実証に参加した感想（例）】

- こんなに立派なラフランスを買って嬉しい！ラフランスが大好きなの！
※道の駅での休憩・買い物の場面

【改良に向けたご意見（例）】

- ゆったりした旅程でも1日の外出は疲れてしまう
- 旅先のトイレについて、ユニバーサルトイレの有無、洋式トイレかどうかなどを事前に把握するとともに、トイレ付の車両使用も検討した方がよいのではないか。

実践でのご意見を踏まえた改良方針（2025年2月時点）

- 日頃の活動量を踏まえた旅程、半日旅行も考慮することを検討
- 助ステップの使用や、シルバーカーへの対応を検討
- 車いすも必要時に使用できるように、トランクに数台常備しておくことも検討
- 和式・洋式の数、ユニバーサルトイレの有無の事前情報提供やトイレ付きバスの使用を検討

企業の取組み事例：合同会社トラベルケアふくおか

- 合同会社トラベルケアふくおかは、「認知症当事者が活躍する共創型バリアフリー旅ガイドサービス」を開発中。
- 令和7年度（2025年度）は、若年性認知症のベテランガイド（当事者パートナー）とともに、ニュージーランドからのクルーズ観光客（車椅子利用者のご夫婦）のガイドを実施。
- 認知症になっても培った知識と経験を活かせる場（役割）を創出し、社会との繋がりと生きがいを回復できる社会を目指す。



【日本の美しい景色をご案内】 【知識・伝統を伝える主役】 【日本の食文化を満喫】



【医療視点による継続的な共創体制】 【安全な移動と介護のプロ】

トラベルケアふくおかの実践

実践の様子(2025年10月 クルーズ客対応事例) 16日間の日本・韓国クルーズ船「ウェステルダム」の博多寄港に合わせ、日本で唯一のバリアフリー観光を実現。

ガイド内容：太宰府天満宮(梅が枝餅)、櫛田神社、博多町家ふるさと館、老舗うどん店での食事(親子丼・かつ丼)日本の歴史文化と祭り・グルメをご案内。

サポート体制：当事者ガイドと理学療法士、ケアスタッフが常に同行し、体調や安全を医療的視点で管理しました。

【改良に向けたご意見 共創プロセスでの気づき】

- 当事者ガイドより：「メモを活用することで、認知症であっても日本の文化を案内できることが自信になった」。
- 理学療法士・スタッフより：当事者の「できること(長期記憶の知識)」に着目する重要性を再認識。一方で、体力的負担を考慮した柔軟な業務調整(休憩の挟み方など)が不可欠であると判明した。



【実践でのご意見を踏まえた改良方針(2026年3月時点)】

- マニュアル化：「メモの活用」を容認するセーフティネットの設計と、専門職との連携手順を「オリジナルモデル」として体系化する。
- 連携強化：九州通訳ガイド協会や旅行会社各社とのパイプを強化し、ガイド(添乗員)OB・OGの活躍の場をさらに拡大する。

令和8年度(2026年度)事業計画:数値目標案

2025年度に実施したニュージーランドからのクルーズ客向けガイドの成功事例に基づき、当事者の「役割」と「居場所」を定着させるための目標を設定します。

1. 認知症当事者ガイドの募集・登録目標:5名

内容:九州通訳ガイド協会等のOB・OGを中心に、高度なスキル(語学・専門知識)を持つ当事者を新たに募集・登録。

2. 介護付き旅行(当事者ガイド同行)実施回数:年間12回(月1回ペース)

内容:クルーズ船の寄港やインバウンドのピークシーズンに合わせ、定期的なツアーを企画・実施。

3. 共創ワークショップ・研修の開催数:年間4回

内容:当事者ガイド、理学療法士、事務局による振り返りやスキルアップ研修を実施。

4. パートナーシップ(ガイド協会・旅行会社)提携団体数:2団体

内容:福岡県内外のガイド協会や旅行会社に対し、「トラベルケアふくおか オリジナルモデル」を提案し、業務提携を図る。

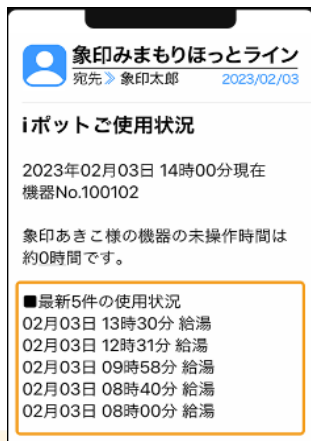
企業の取組み事例：象印マホービン株式会社

- 象印マホービン株式会社では、電気ポットの使用履歴をご家族にメールで通知し、高齢者の安否を確認できるサービスを20年前より展開している。この度、認知症の人向けに、よりご安心して利用いただけるようポット使用性、サービスの改良に向けたヒアリングを実施。
- 本ヒアリングには、支援団体3団体から、認知症の人4名が参画。



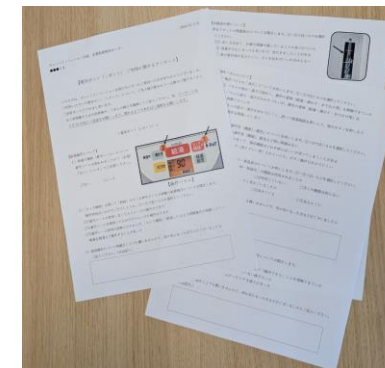
「通信機能」をもった電気ポットを毎日使うだけで、離れて暮らす親の生活をそと見守ることができる「安否確認サービス」です。

サービス開始から20年以上の実績があり、現在までに
14,000人以上*のご契約者様にご利用いただいております。
※2023年9月25日現在



象印マホービン株式会社の実践内容

3ヶ月間、モニターとして当サービスをご利用いただき、当事者さま、団体さまよりポットの使用性、みまもりに関するご意見をアンケートにてご回答いただきました。



【改良に向けたご意見・感想など】 認知症の方 & 支援者

- 操作ボタンの文字は大きくひらがなのほうが良い。漢字がわかりにくい。
- 操作ボタンが多く迷ってしまうのであまり使用しない「温度設定」「おでかけ」ボタンは別の位置に設置したほうが良い。
- 赤玉の水量計が見えにくい
- ポットの使用履歴で生活リズムがわかるところが良い。24時間未操作通知がよかった。

【ご意見を踏まえた回答】

- 事業開始から20年以上経過する中でご利用者様（ご高齢者）の意見を反映しポットの改良をしてきたが、あらためてご利用者様により、さまざまであることを認識した。
- 今後、本サービスの仕様検討時には、貴重なご意見として参考とする。

企業の取組み事例：ノックオンザドア株式会社

- ・ ノックオンザドア株式会社は「認知のある方が、同じ境遇の仲間や、悩みを相談できる専門家と繋がれるオンラインサービス」を、認知症の人やそのご家族とともに企画。
- ・ 昨年度に続き、認知症の人やそのご家族とともに、個々の価値観に根ざしたニーズを特定するための企画検討を進行中。
- ・ 今年度は4組の認知症の人やそのご家族に対して、深掘りインタビューを実施した。

認知症のある方が、同じ境遇の仲間や、悩みを相談できる
専門家と繋がれるオンラインサービス

特徴1 共感し合える仲間との出会い

自分の悩み・気持ちに共感してくれる仲間や
お互いに応援し合える仲間、自分の目標になる
仲間などその時の状況に合った仲間を見つけ
られます。



特徴2 信頼できる専門家への相談

生活や医療、社会保障制度など様々な分野の
専門家に相談することで悩みを解消したり、
新しい気づきを得たりすることができます。



ノックオンザドア株式会社×4組のご本人・ご家族

【取組を通じてうかがったご意見（生の声を抜粋）】

■ つながり・出会いについて

「市内だけでの活動だと、期待するようなつながりが生まれにくい。」
「同じような経験をした方同士が、当時のつらさや嬉しさを共有できる
場があることで、少しでもつながりが生まれると思う。」

■ 「デジタル」との接点について

「ゲームのアプリでよく遊んでいる」
「YouTubeを観るためにスマホを使う」
「仕事でPCをよく使っていたので、オンライン会議もできる」等

「ITはあまり使っていない」「携帯は電話ぐらいしか使わない」
「勤務時代から、PC操作やハンディなどの機器操作が億劫だった」等



ご意見を踏まえた、今後の検討事項（2026年3月時点）

2026年度は特定の地域での実証を計画。

企業の取組み事例：株式会社ビークル

- 株式会社ビークルは、記憶を手帳に記録する形で保持する「おぼえている手帳」を販売中。令和6年度から、製品の改良に向けて体験会やヒアリングを行い、これまでに認知症の人5名、ご家族等7名が参画。
- 今後も引き続き体験会を通じて認知症の人からの意見収集を行い、改良版の開発を進めていく。

「おぼえている手帳」の3つの特徴



記憶を記録の形で残します

その日のできごとについてのご本人の直筆の記録と、周囲の方が撮った写真を一対で保存し、見直すことで、ご自身のことだと認識でき、記憶がない不安がやわらぐことが期待されます。

文字を書く機会を提供します

直筆で記録するという、文字を書く機会を提供します。指を動かし脳の活性化につながることを期待されます。

家族や周囲の方とのコミュニケーションが生まれる

写真や文字を読むことで、ご家族や周囲の介護施設スタッフとの間に会話やコミュニケーションが生まれます。それはご本人の安定感に繋がることが期待されます。



株式会社ビークルの実践

【体験会に参加した感想（例）】

- 日常生活の中で、「失敗してはいけない」という緊張感をずっと持っているが、「おぼえている手帳」を書いている時には、そういった感覚から解放される。
- 写真を見ながら、家族と会話をするきっかけになっている。

【改良に向けたご意見（例）】

- 何を書くのかが、ページごとに逐一印刷されているとよい。

実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

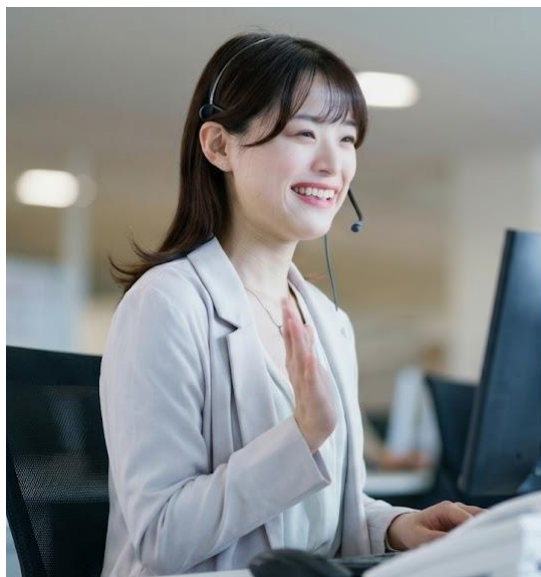
- ページごとに何を書くかを印刷することを次のバージョンに反映したい。
- もしくは、補助的なしおりのようなものを付属させることで暫定的な改善ができるかもしれない。
- さらに、昭和平成の年表や、関連動画QRコードなどの付録を付属させることを検討中。
- ノート自体も、現状のリングタイプ（左）から、より一般的なノートタイプに変更していく予定

企業の取組み事例：株式会社再春館製薬所

- 株式会社再春館製薬所では、年齢を重ねてコミュニケーションに不安を感じる方でも安心して試せる・注文ができる「通信販売コミュニケーション」の構築について検討。ヒアリングと注文体験に、デイサービス利用者4名、支援者（施設職員）等が参画。
- 認知機能への不安から通信販売が敬遠されてしまう現状の壁を越え、認知症になっても気になった商品を気兼ねなく試して、安心して続けることができる社会の実現を目指す。

再春館製薬所の実践

再春館製薬所の商品「歩みのゼリー」の広告閲覧から、電話での注文体験、その後ご自宅で商品もお試しいただき、一連の体験を通じてわかりにくかった点、不安に感じた点のヒアリングを実施。



当事者と共に改善に取り組む 『歩みのゼリー』

お客様プリーザーによる手厚いサポート



【改良に向けたご意見（例）】

- オペレーターの会話で一文の情報がおおく、受け取り手が処理しきれない。
- 当たり前と思っていた認識が双方でずれており会話で食い違いが発生することがあった
 - 例) オペレーターは「ゼリー＝食べるもの」とし話をしていたが、受け取り手は体に塗るものとして認識、他にも砂糖の無糖、加糖などの熟語も理解が難しい
- カタログの文字は白背景に黒文字は見づらく、濃い背景に白抜き文字が見やすい。

実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- 「一問一答」を基本とした会話の組み立て方への変更や、熟語についても生活言語へ変換してコミュニケーションを行うように変更。合わせてコールセンターへの研修も実施。
 - 例) 「無糖・加糖ですか？」→「お砂糖は入っていますか？」
- 今後の販促物にて文字の見やすさについての意見を取り入れたデザインをつくる。

企業の取組み事例：積水メディカル株式会社

- ・ 積水メディカル(株)では、『AI電話応答により寂しさと不安を和らげ、家族とつなぐ支援サービス』について認知症の人とともに検討。令和7年度のヒアリングでは、認知症の人1名が参画。認知症バリアフリー情報交換会では、支援者等6名の方から意見をいただいた。
- ・ 2025年11月に弊社都合により、開発中止。

AIおまかせ電話サービス（3つの特徴）



話したいときにいつでも会話ができる

ご本人は「話したい」ときにいつでも会話ができます（24hr）。ご家族が電話に出られないときは、コミュニケーターAIが応答するため、相手の都合を考える必要はありません。



ご家族へ用件を正確かつタイムリーに伝達

ご家族がご本人の用件を正確に把握できます。コミュニケーターAIが会話の内容を正確に要約し、すぐにご家族へ用件をお伝えします。ご家族から電話をかける機会も促します。



お困りごとや相談ごとの話し相手に

コミュニケーターAIが、あなたの「寂しい/不安」に寄り添い、聞き上手な話し相手となります。ご家族に代わり、困りごとや相談したいことに対してアドバイスします。

会社名の実践

【改良に向けたご意見】

- ・ スマートフォンの機能が徐々に使いこなせなくなっていく。
- ・ 家族に迷惑をかけずに自活したい思いが強い
- ・ 家族に伝わってほしくない会話内容がある



実践でのご意見を踏まえた改良方針（2025年11月時点）

- ・ アプリのワンタッチ化：電話（家族、友達、その他選択）、相談(AI)のみ。
- ・ 自立支援を促す機能：困りごとの解決案をAIが返答（+SMS）
- ・ 家族へ伝える内容の選別：会話の中でAIが判別/本人の意思確認の必要

オレンジノベーション・プロジェクトに参画させていただき、認知症の方とご家族並びに支援者の方との関わりの中で、本サービスの必要性と、社会実装に向けた課題について、改良につながる貴重なご意見をいただくことができました。

残念ながら、本サービスの開発は弊社都合により中止となりましたが、今後も認知症のご本人やそのご家族が自分らしく暮らせる社会の実現に向けた新たなサービスや製品の開発に挑戦していきたいと思っております。

この場を借りて、開発支援の場を提供いただいた皆様に厚く御礼申し上げます。

企業の取り組み事例：TOPPANデジタル株式会社

- TOPPANデジタル株式会社では、認知症の人を含む高齢者の方向けのAI対話型支援サービスについて認知症の人とともに開発中。令和7年度の体験会には認知症の人7名、家族・支援者等4名が参画。
- 一人の時間にも安心感やつながりを感じられるよう会話相手として寄り添うことを目指している。



※画像はイメージです

【注意事項】
本製品はアセスメント支援ツールであり、認知症の治療機器ではありません。
AIは医療診断を行うものではなく、発話内容をもとに支援情報を整理・提示するツールです。

TOPPANデジタル株式会社の実践

【改良に向けたご意見】

- 自発的な発信だけでなく、着信の機能がないと「電話に出る」という役割認識が生まれにくい。
- ステーションなどでは多忙で手が話せないため、利用前の開始操作などは手間を感じる。
- 前回話した内容をAIが覚えていると「育てている感覚」になり、会話のモチベーションに繋がる。



実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- 利用者役割及び手離れを考慮して、「鳴る」機能を実装し、自発的会話に近い状態を作る
- 過去の会話内容を保持し、次回的话题に活かすことで「育成感覚」を促すことを検討

企業の取組み事例：ファーマライズ株式会社

- ファーマライズ株式会社では、近所の薬局から全国の認知症カフェに参加できるサービス「カフェにゃーまらいず」について、認知症の人とともに検討中。令和7年度の体験会には認知症の人10名、家族・支援者等13名が参画。
- お近くの薬局で気軽に認知症カフェに参加できるサービスの開発を目指している。



ファーマライズ株式会社の実践

【実証に参加した感想(例)】

- ゲームやお話など楽しい時間が過ごせた
- 家族だけで悩んでいたが、参加したことで支援者の方々と繋がることができた
- 近所にしゃべり場ができて安心した

【改良に向けたご意見(例)】

- 会場に行くための交通手段がない
- 単発ではなく定期的に年間を通して開催してほしい
- 当事者に役割を与えてほしい

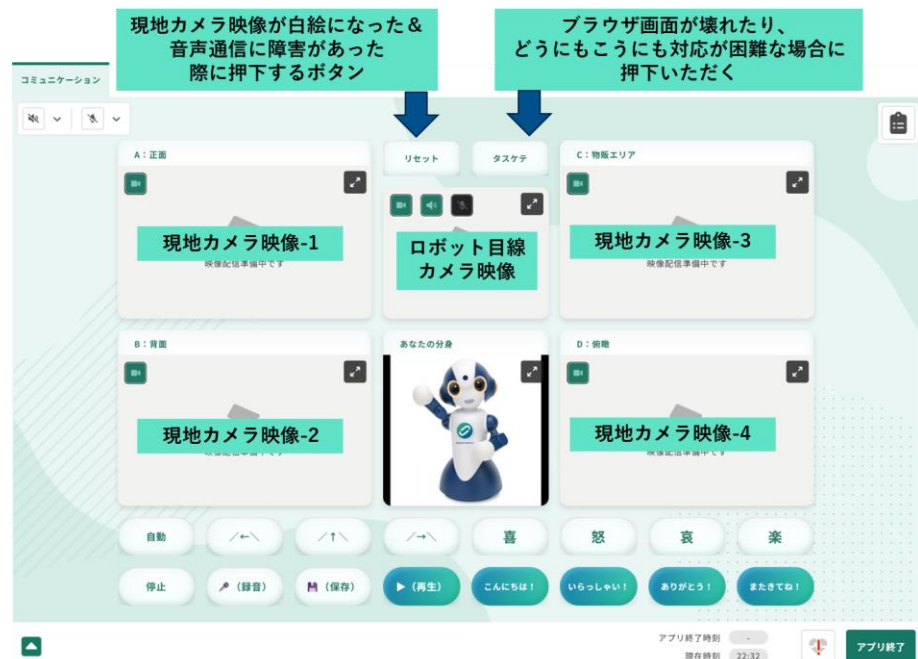


実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

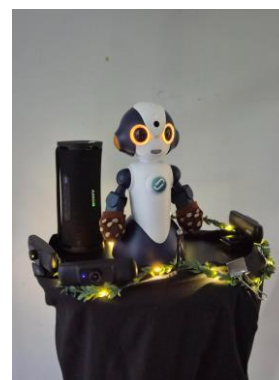
- 定期開催することで安心して通える場を作る
- 地域の支援者、行政へも広く参加を募り、繋がる場として活用していただく
- 当事者にカフェ当日の運用やゲームの進行など役割を担っていただく工夫
- アクセスしやすい会場での開催

企業の取組み事例：リモートロボティクス株式会社

- ・ リモートロボティクス株式会社では、遠隔操作プラットフォーム「Remolink」等を活用したコミュニケーションシステムについて認知症の人とともに開発中／検討中。令和7年度の体験会・ヒアリングには、認知症の人8名、家族・支援者等3名が参画。
- ・ 認知症があっても社会とつながり、役割を持ち続けられる社会を目指している。



リモートロボティクス株式会社の実践



【改良に向けたご意見（例）】

- ・ 認知症の人との対話では、名前を呼ぶことと、相手に向けて話していることが伝わるのが重要。
- ・ ロボットを「新しい友達」とするか「職員の代理」とするかで、受け止められ方が変わる。
- ・ 施設内コミュニケーションだけでなく、見守りや在宅も見据えた使い方が価値が出やすい。

実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- ・ コミュニケーションシステムが職員・利用者双方に受け入れられる条件を具体化する。
- ・ 音声・映像・操作方法を含め、段階的に実装と検証を進める。
- ・ 施設内活用に加え、将来的には在宅見守りや社会参加支援にも広げられる形を検討する。

企業の実践事例：株式会社さくらほりきり

- 株式会社さくらほりきりでは、「オンデマンドくらふと」の活用について、認知症の人とともに改良中。
- 令和7年度は、関係施設において実践を行い、事前に配布したアンケートを通じて、認知症の人39名、家族・支援者等11名から、実際の利用場面に基づく意見をいただいた。

オンデマンドくらふとは？

キットの作り方動画の配信サービスです。動画を見ながら同じように作るだけで完成します。

季節の飾りや実用品など、多彩なラインナップで、初心者でも安心。利用者の満足度向上やQOL改善にも貢献し、スタッフの準備負担も軽減。いつでも好きなタイミングで視聴でき、個々のペースに合わせて取り組めて、より充実した施設活動を実現します。



レクの時間にモニターで動画を見ながらキット製作



自由時間にタブレットやスマホを見ながら個別に製作



インターネットがつながっているPCもしくは、スマホ・タブレット端末のブラウザからサービスサイトにアクセスするだけ！視聴される方の進度に合わせて使える機能も充実。講師が付き添って隣で教えているように細かい部分までフォローします！



さくらほりきりの実践



【改良に向けたご意見（例）】

利用者からは楽しさや達成感に関する肯定的な意見が多く得られ、体験価値が確認された。また、当初は消極的であった利用者が自発的に取り組む様子も見られた。一方で、作業工程や動画の理解に関する課題も確認された。

- ① 動画の説明について、分かりやすさや進行速度に改善の余地があるとの意見があった。
- ② 作業工程の一部において難易度が高く、細かい作業でつまづく利用者が見られた。
- ③ 動画は工程ごとに区切られているものの、見直しのしやすさに関する改善を求める意見があった。
- ④ 利用者によっては作業理解に時間を要し、職員の支援が必要となる場面が見られた。

実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

本サービスは、利用者にとって一定の満足度や達成感を提供できる一方で、利用者の状態に応じた支援や設計上の工夫が必要であることが分かった。

- ① 動画について、音声や表示の工夫を行い、利用者にとって理解しやすい構成となるよう改善を進める。
- ② 作業工程の簡略化や難易度の調整を行い、幅広い利用者を取り組みやすい設計とする。
- ③ 工程ごとの区切りを活かすつつ、視認性や操作性の向上に向けた動画構成の改善を行う。
- ④ 職員による支援を前提とした運用方法の整理および補助情報の充実を図る。

企業の取組み事例：大塚製薬株式会社

- 大塚製薬株式会社では、認知症の人の行動とその背景を知り、具体的にどのようにとも時間を過ごすかよいのかを学ぶこと、体験型VRトレーニングプログラムを開発している。
- 2024年12月には、FACEDUO（フェイスデュオ）「認知症ケア支援VR」の提供を開始した。
- 体験会・ヒアリングに認知症の人や家族等にご協力いただき、体験された人の意見をもとに開発・改良を検討。



【R7年度の体験会・ヒアリングの主な実績】

- オレンジイノベーション・プロジェクトのイベントでの展示：計150名（支援者/ご家族・一般者/ご本人）
- 自治体が開催する市民向けイベントでの展示と体験：計3,000名（家族・一般者/ご本人）
- 地域包括支援センターが実施する認知症サポーター養成講座：計80名（支援者）
- 小売り販売店で開催されるケアラーを対象としたイベントでの展示：計3,000名（ご家族・一般者）
- 認知症疾患医療センターが開催する認知症の当事者とご家族を対象としたセミナー：計2,000名（家族・一般者/ご本人）
- 認知症の人と家族の会（本部）および支部の一部の方の体験：計70名（支援者）
- 病院/介護施設などでの説明・体験会：300名（支援者）
- 学会での展示：計600名（支援者）
- 大塚製薬主催の市民向けイベントでの体験：計300名（支援者/ご家族・一般者/ご本人）
- 企業とのコラボレーションイベントで体験：計100名（支援者/ご家族・一般者）

大塚製薬株式会社の実践

【実証に参加した感想（例）】

- 臨場感があり、実際に体験しているように感じるので学びになった。
- 認知症の方の目線で考えられることで、介護の視点を変えられると思った。

【改良に向けたご意見（例）】

- 認知症を自分事ととらえていない層にも興味を持っていただけると良い。
- 認知症の方のご経験を基に、新しい認知症観の理解を体験できると良いのではないかと。



実践でのご意見を踏まえた気付き、改良方針（2026年3月時点）

- 認知症に対する正しい理解に繋げるため、これまでの概念にとらわれず、認知症の人の意見・経験・体験をコンテンツに反映することで、より理解を深められると気づいた。「新しい認知症観」の理解促進のため、認知症の人の経験を基にした、VRコンテンツの作成を進めていく。
- 認知症を“自分事ととらえていない層”にも関心を持っていただける仕組みが必要であると理解した。より興味喚起しやすいコンテンツや資料の検討を進めていく。

企業の取組み事例：株式会社テコデコドリーム研究所

- 株式会社テコデコドリーム研究所では、高齢者の記憶や体験を呼び起こし、心の活性化や家族や支援者とのコミュニケーションを促す人生まると回想アルバム「TEKODEKO RECOLLECTION」を販売中。
- 令和7年度は、製品改良に向けて都内高齢者支援総合センター（地域包括支援センター）との連携により、同センター紹介のご家族へ「回想アルバム」の体験セッションを実施し、軽度の認知症の人1名、ご家族1名が参画。



（株）テコデコドリーム研究所の実践



認知症ケアで注目される「回想法」の知見を活かし、懐かしい写真を活用して、手引きや動画に沿って楽しく作成できるアルバムです。作成を通じて、ご本人が「自分の人生はこんなに素晴らしいものだったんだ」と改めて誇りを感じることで、失いかけていた自信や輝く笑顔を取り戻すきっかけとなります。また、新たなページを加えることで「これからの未来」への楽しみにも繋がります。「大切な人生の物語」が詰まったこの一冊が、ご家族や介護職の方々との豊かな会話を生み出し、「その人らしさ」を深く理解し尊重し合える関係を築く確かな手助けとなります。



【改良に向けたご意見】

- アルバムのコンパクトさは利点だが、子供から親へとターゲットを限定しすぎる懸念がある。
- アルバム作成動画について、解り易く時間も10分と良かったが、時間が長いと見ないので「簡単に解る回想法」のように見て頂ける仕掛けがあると良い。
- アルバム売っているのではなく、物ではなく体験、コトである事を理解してもらえる工夫が必要。
- 使う人の価値観、人生観を刺激するような事を強調すると良い。

実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

前年度の当事者・ご家族・支援者のご意見を反映し2025年9月にアルバム作成動画5本を完成し商品（キット）に反映した。動画視聴の心理的ハードルを下げるため、キットの導入部に『まずはこれだけ！10分ガイド』といったキャッチの工夫や、ご夫婦やお一人でも楽しめるようなマニュアルを検討する。

企業の取組み事例：株式会社朝日カルチャーセンター（共催：朝日新聞社）

- （株）朝日カルチャーセンターでは、VR技術を生かして認知症ご本人の視点を疑似体験し、インタビュー動画などを通じてその思いや考えを理解する「認知症フレンドリー講座」「認知症VR体験会」や、認知症や介護をテーマにした映画を提供する「認知症フレンドリー市民上映会」を全国各地で展開している。2019年に（株）朝日新聞社で開始し、25年度から運営を移管した。講座・体験会受講者は延べ4.5万人。
- 認知症とともに生きるご本人の思いを「本人視点」で理解し、ともに暮らしていく社会の実現を目指している。



【2025年度の主な実績】

- 「認知症フレンドリー講座」「認知症VR体験会」を約120回開催、約6,000名が受講・参加
- 「認知症フレンドリー市民上映会」は約80回開催
- EXPO2025 大阪・関西万博にて体験会を実施。約6,500名が参加
- （株）日本総研様と連携し、日本認知症官民協議会が発行する「認知症バリアフリー社会実現のための手引き」を制作

株式会社朝日カルチャーセンターの実践



【受講者の声・改良に向けたご意見】

- 認知症の人たちの話を聴き、VR体験をしたことで、しっかり支え助け合うことが大切だと思った
- 受講後のグループディスカッションも踏まえて自分ごととして理解できた
- 若い世代や子どもたちにも体験させたい

実践でのご意見を踏まえた改良（2026年3月時点）

- 小学4～6生を対象に「認知症フレンドリー講座ジュニア」を開始（24年度）
- VRコンテンツを一部更新。見やすく、わかりやすく改良
- 「認知症フレンドリー市民上映会」の提供作品ラインナップを刷新
- さらに幅広い層の方々に受講いただけるよう検討を重ねていく方針

企業の取組み事例：株式会社グローバー

- 株式会社グローバーでは、エビデンスのあるものづくり（手芸）コンテンツ『テココロ』を展開している。
- 認知症の知識と寄り添い方を学習した専門講師を組織化。認知症の人をはじめ大学や専門機関とともに制作・分析し開発したテココロキット。専門講師が寄り添う共生教室に気軽に参加し、日常生活の中で楽しい会話とものづくりにチャレンジできる集いの場がある社会を目指している。



株式会社グローバーの取組み

【これまでの取組み】

認知症共生社会に向けた商品・サービスの効果検証
『MCI・認知症対応型趣味教室』
(検証企業より事業譲渡)

MCI/軽度認知症の方
キット制作とご意見交換
【協力】
NPOともつく（京都）2023

神奈川県主催
認知症ご本人とつながろう！
かながわオレンジ大使との交流会
本人の声を聴き、考える 2025

【これまでにいただいたご意見】(抜粋)

- ・難しいところも先生が助けてくれて完成できてうれしい
- ・友人や家族が褒めてくれたり、欲しいと言われる

- ・できてうれしい
- ・濃い色の生地を使った制作は見づらくて作業しづらい
- ・簡単で早く終わる
- ・色合いが地味。もっと華やかな色の作品を作りたい

既存テココロキット完成品を見て

- ・作るとき誰のために？
自分用80% プレゼント20%
- ・作った作品の使い方は
雑貨25% 身に着ける75%

いただいたご意見を踏まえた製品・サービスへの反映状況（2026年3月時点）

『できないことは手伝って、できることは奪わない』
・ものづくりを通じて社会とつながりながら喜び・笑顔になる場づくりできる講師づくり
・完成した作品が、『驚かれる』『欲しがられる』レベルに評価されるキット

- ・複数の色の素材を使用する場合多めに用意し、作りやすい色と出来上がりの色あいを選択できるようにした
- ・制作難易度を選択できるキットを開発

- ・プレゼントに使えるキット
- ・家に飾って楽しめるキット
- ・身に着けて楽しめるキットをバランスをみながら開発

企業の取組み紹介：司延子モダンバレエ シアーハピネス健康促進部

- シアーハピネスでは、認知症の人とともに実践を重ねながら育ててきた「ハピネスダンス」を展開している。懐かしの音楽とやさしい振付により、認知症の人、ケア関係者、元気なシニアと一緒に楽しめる場づくりを進めている。
- 日常の練習の場から、京都劇場での舞台参加、学びの場、企業ブース体験までをつなぎ、共生・予防・社会参加を地域で継続的に実現できることを目指している。

京都劇場（客席一体型ダンス）



シアーハピネスの取組み「京都劇場 2 DAYS」 ～芸術公演やダンス発表以外に、つながりの場を作る～



京都劇場ロビーにて、参画企業、京都市など展示

シンポジウム 「私たちの健康について学ぼう」

ご登壇いただく先生方



立命館大学 伊坂忠夫先生
順天堂大学 町田修一先生
京都府立医科大学 成木迅先生
京都市立芸術大学 正田修先生

京都劇場にて、シンポジウム



小規模多機能（モニターをみて踊る）



【これまでいただいたご意見（例）】

- 元気な時も仲間と踊れ、介護施設でも変わらず、踊ることができて嬉しい。
- 介護する側もされる側も、一緒に笑顔になれる時間になった。
- 一緒に踊ることで元気を取り戻せて、日々の暮らしを頑張ろうと思えた。

いただいたご意見を踏まえた製品・サービスへの反映状況（26年3月時点）

- 一般クラス・オレンジクラスなど表示。安心して通える練習の場を継続実施。
- 小規模多機能かたぎはら等で、介護職員向けのハピネスダンス研修を行い、施設内で、日常的に練習できる、ダンス実践のための体制づくりを開始。
- 京都劇場2DAYSにて、大学教授による学び、企業ブース体験、舞台参加、学生参加をつなぐ場をつくり、予防と社会参加、多世代のつながりの機会を広げた。

企業の取組み事例：東和薬品株式会社（パートナーVIE株式会社）

- 東和薬品（パートナーVIE）では、うたメモリーについて認知症の人とともに開発中。
- 令和7年度の体験会・ヒアリングには認知症の人9名、家族・支援者等3名が参画。
- その人が自分らしく、心豊かに生きることを後押しする製品・サービス（大切な思い出を呼び覚まし今を生きる力に繋げる）を目指している。

音楽で、
記憶(ジブン)を
旅する。

脳科学と音楽の力で
記憶想起トレーニング。

提供されるパーソナライズされたノ
タルジックな音楽を通して自伝的
記憶の想起を補助すること、ならびに想
自伝的記憶の想起を補助すること。効果
効果や感じ方には個人差がありま



うたメモリー
Brain Music & Memory



東和薬品（パートナーVIE）の実践



【改良に向けたご意見（例）】

- 自分（脳波）の活動を見える化して、脳に良いとされることを積極的に行いたい。
- スマホに親和性の高い50代の方はアプリを使いこなせる一方、60代の方にはスライド操作が難しい。



実践でのご意見を踏まえた改良方針（2026年3月時点）

- 脳波に関わるアプリ内の機能を追加予定。
- アプリの操作性を分かり易く改修予定。

認知症の人の募集に向けたパートナー団体やキーパーソンとの協力体制の構築：参画実績

- 日本認知症本人WG、認知症の人と家族の会、厚生労働省と連携し、開発に参画する認知症の人の募集にご協力いただくパートナー団体、自治体、介護事業者、医療機関等の拡大に向けた取組を実施。
- 令和8年1月末時点で認知症の人811名、家族・支援者等507名の計1,328名が開発活動に参画。

※令和6年4月から令和8年3月末時点までの実績値、延べ人数

近畿
認知症の人205名
家族・支援者等81名

- 自治体**
- 京都府
 - 兵庫県太子町
 - 三重県四日市市

- 介護事業者**
- 特別養護老人ホーム 六甲の館
 - 北区在宅デイサービスセンター かみやま倶楽部
 - 有限会社アルサ会 おもいで郷

- 医療機関**
- 京都府こころのケアセンター
若年性認知症支援チームおれんじブリッジ
 - 社会福祉法人恩賜財団大阪府済生会千里病院

- 当事者団体等**
- 地域共生開発機構 ともつく
 - レイの会
 - NPO法人認知症の人とみんなのサポートセンター
 - ひょうご認知症希望大使活動パートナー
 - 特定非営利活動法人四日市Dサポート
 - 若年性認知症本人交流会おれんじサロンひと・まち
(社会福祉法人京都市社会福祉協議会 京都市長寿すこやかセンター運営)

- 自治体**
- 鳥取県鳥取市

- 自治体**
- 福岡県福岡市
 - 福岡県宗像市
 - 大分県

- 介護事業者**
- ケアグループなでしこ
 - 社会福祉法人水光会
しらぬい荘デイサービスセンター

中国
認知症の人69名
家族・支援者等18名

九州
認知症の人27名
家族・支援者等34名

- 当事者団体等**
- JDWG
 - 認知症の人と家族の会

北陸・東北
認知症の人27名
家族・支援者等36名

- 自治体**
- 山形県天童市
 - 新潟県三条市
- 介護事業者**
- 福井県民生活協同組合（福井市5拠点）
- 当事者団体等**
- NPO法人ニット

関東
認知症の人473名
家族・支援者等328名

- 自治体**
- 静岡県三島市
- 医療機関**
- 国立長寿医療研究センター
- 当事者団体等**
- 一般社団法人ボーダレス

東海
認知症の人10名
家族・支援者等10名

- 自治体**
- 東京都品川区、八王子市、日の出町
 - 埼玉県さいたま市
 - 神奈川県
 - 神奈川県大和市、横須賀市
- 介護事業者**
- 有限会社ハピア オレンジカフェ/ハハ
 - 100BLG株式会社
 - NPO法人シニアライフセラピー研究所『亀吉』
 - 社会福祉法人池上長寿園
大田区若年性認知症支援相談窓口
 - 社会福祉法人東京栄和会 なぎさ和楽苑
 - HYS Space
- 障害福祉事業者**
- 社会福祉法人東京コロニー 東京都大田福祉工場
- 医療機関**
- 東京医科大学病院 認知症カフェ「認茶屋」
 - オレンジほっとクリニック
- 当事者団体等**
- NPO法人マイway
 - リンカフェ
 - さいたま市認知症フレンドリーまちづくりセンター
 - わすれな草の会
 - 一般社団法人ユニオン
 - 一般社団法人Dフレンズ町田
 - ミモザ
(東京都武蔵野市の若年性認知症の仲間と家族の交流の会)
 - NPO法人いきいき福祉ネットワークセンター

出所：株式会社平凡社地図出版 / ROOTS製作委員会

認知症の人の募集に向けたパートナー団体やキーパーソンとの協力体制の構築：パートナー団体向け説明会

- ・パートナー団体の更なる拡大に向け、令和7年5月20日に「パートナー団体向け説明会」をオンラインで開催。自治体、介護事業者、医療機関、当事者団体等の関係者、計388名が参加した。
- ・昨年度、認知症の人と企業の共創を連携して行った自治体、介護事業者が具体的な事例を基に、実践までの詳細な流れやパートナー団体としての留意点、取組を通じた気づき等を発表。本説明会を通じて、新規に13の自治体・団体等が本プロジェクトへ参画意向を表明した。

事例紹介①：神奈川県大和市（自治体）

開催までの準備の流れや、開発活動に参画した認知症の人を自治体の視点から紹介。参加した認知症の人の声として、「自分の感想や意見を反映してよりいいものができたら嬉しい」、「こんな機能があったらいいなど前向きに考えることができた」といった意見が紹介された。

開催場所の設定

体験時間
具体的にどのような実践をしたいか
スケジュール

開催目的

対象者

認知症カフェ（やまとカフェ）

自分の感想や意見を反映してよりいいものができたら、嬉しいなと思います。

実際に触ってみることで、こんな機能があったらいいなど前向きに考えることができた。

こんな便利なタブレットがあったら嬉しいですね。通帳やマイナンバーカードをよく失くすから、それにも連動できたらすごく便利だと思いました。

事例紹介②：池上長寿園（介護事業者）

共創の場の実現に向けて心がけたことや、認知症の人の声を介護事業所の視点から紹介。また、「『自分たちに製品が合わせてくれるという視点で考えたことがなかった』と、楽しみながら意見を出している様子が伺えた」といった介護職員の方の声も紹介された。

参加者の声

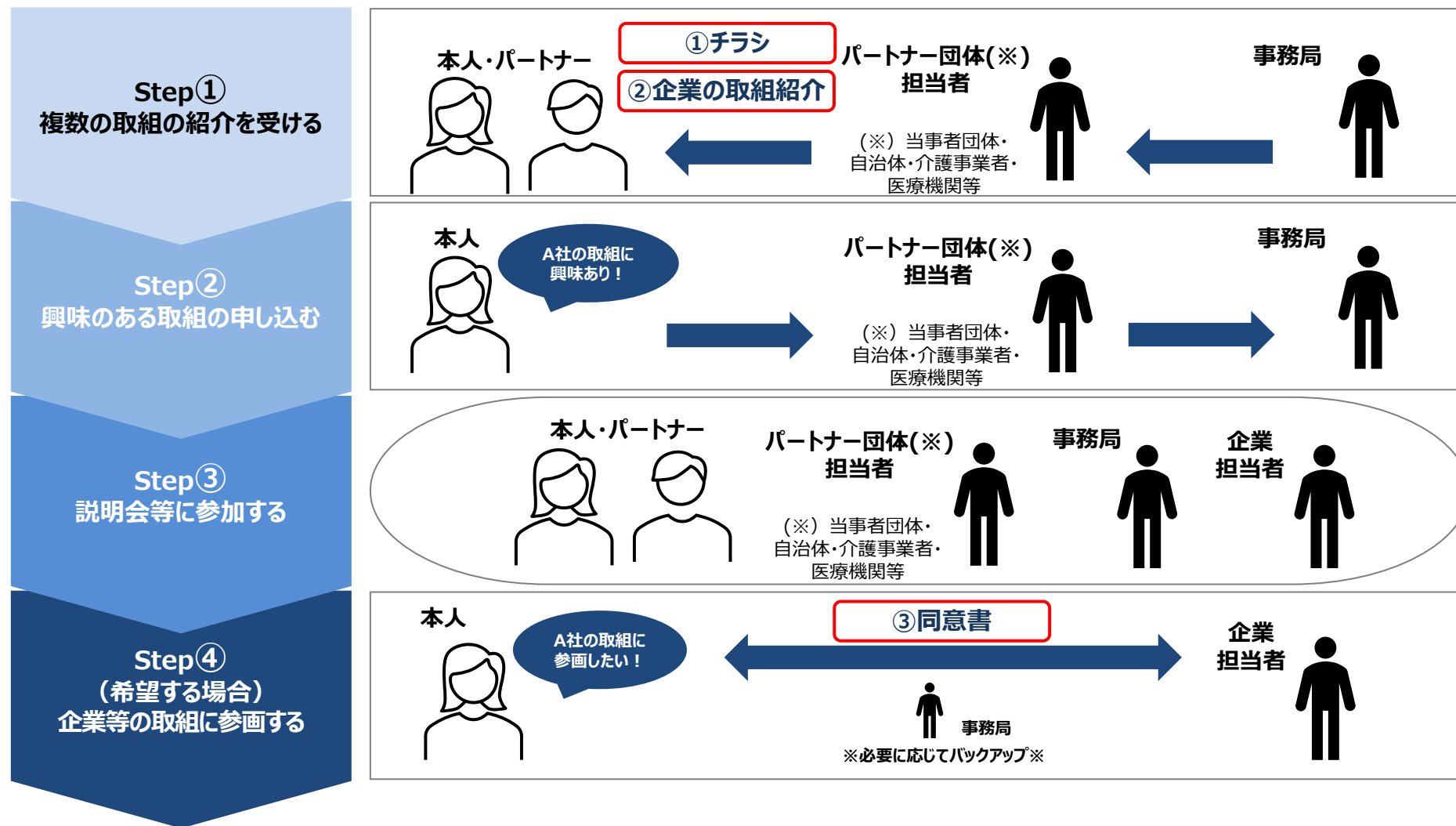
- ・いろいろな形で貢献することができる
- ・今の活動が誰かのためになるのであれば
- ・認知症になったから、いろいろな経
- ・いい商品だなあ 希望が詰まっている
- ・この商品欲しい 90歳の夢を見たい

参加団体（介護事業所）の声

- * あるものに自分たちが合わせるのではなく、自分たちに製品が合わせてくれるという視点で考えたことがなかったと楽しみながら意見を出している様子が伺えた
- * 認知症の方の生活がより安心できるモノづくりをされていることがとても嬉しく感じた
- * できれば認知症の方を直接接している現場の職員の意見を聞いてもらえる機会があると、困りごとや工夫などを知るきっかけになる

公募により採択した企業と認知症の人等の紹介やマッチング

- 採択企業に対しては、マッチングを希望する認知症の人のイメージの確認、実践の進め方に関する助言、認知症の人の声をふまえた今後の開発方針等の相談、進捗管理等を目的とした定期打合せの機会を提供し、伴走支援を行った。マッチングの流れは以下の通り。
- また、採択企業には、メンタリング提供企業（非公開）によるメニュー紹介を受ける機会を提供した。



参画企業と認知症の人等との共創の実践の支援

- 多様な主体と連携した認知症の人との共創を生み出すため、参画企業と認知症の人等の共創の実践支援を行った。
- 牛乳石鹼共進社株式会社およびTOPPANデジタル株式会社はそれぞれ大阪府内の医療機関と、株式会社マグエバーは神奈川県作業療法士会と連携し、認知症の人とともに取組を実施した。

大阪府内の医療機関（医師、看護師）と連携した取組事例

- 牛乳石鹼共進社株式会社は、コップ一杯の水で爽快な湯あがりを提供する『SUSUGU』ポータブル洗髪機&洗浄剤を開発。製品がお風呂の課題解決につながるか、改良点は何かを明確にしていく予定。
- TOPPANデジタル株式会社は、黒電話型のAIと音声で会話を行うコミュニケーション支援サービスを開発。一人の時間にも安心感やつながりを感じられるよう会話相手として寄り添うことを目指し取組を進める予定。

牛乳石鹼共進社株式会社 TOPPANデジタル株式会社

服をきたまま洗髪出来る！
ポータブル洗髪機SUSUGU(スグ)体験会

「ポータブル洗髪デバイスセット SUSUGU(スグ)」の体験会を実施します

服を着たままお部屋で洗髪する洗髪機と洗浄液を開発しました。
体験頂き、皆様のご感想をお聞かせ下さい

こんな方におすすめ
一人て洗髪が難しい方
お風呂に入るのが面倒と感じる方

実際に使用いただき 感想をヒアリングさせていただきます。

SUSUGU(スグ)のご使用方法

①シャンプーを頭皮に吹き付け
②ブラシで梳きながら洗う
③タオルで拭きとる
④乾かす

認知症と診断された方とご家族の方へ

黒電話型音声AI「やさしい黒電話」の会話体験会を実施します！

体験会では黒電話を通してAIとお話いただけます。実際にご使用いただいたご感想やご意見を、ご家族の方へもお聞かせください。

— AIとやさしく話せる、あたたかな日常 —
やさしい黒電話が一人の時間を少しでも埋めるべく会話します

特徴 1 利用者しやすい会話設計
認知症ケアに詳しい専門家のもと、可能な限り不安な気持ちにならないように、話し方や間の取り方について配慮しております

特徴 2 パーソナライズされた応答
利用者の呼び名や会話モード等を登録するだけで、AIが利用者専用の仕様に、利用者好みの会話をします

特徴 3 日々の暮らしのヒントに
会話内容の要約や傾向などが整理されるので、日々の生活ニーズや安心に繋がる暮らしのヒントにもなります

会話の流れ

- 1 受話機を持つ
- 2 開始ボタンを押す
- 3 会話の流れ等で自動終了

※本サービスは、音声 AI であり、認知症の診断機能ではありません。また本サービスは、認知症の人やご家族のサポートを目的としたものではありません。本サービスの利用には、事前に医師や介護職員の指導が必要です。詳しくは、お問い合わせください。



**大阪府内の
医療機関**

神奈川県作業療法士会と連携した取組事例

- 株式会社マグエバーは、強力なネオジム磁石を安全に使用できるようにシリコン樹脂でコーティングした製品「シリコンマグネット」を開発。社会課題を解決するマグネット製品の開発を目指し、取組を進める予定。

株式会社マグエバー

生活の中で、もの忘れに困っている方へ

「安全に使える磁石」を体験するワークショップを開催します

弊社は安全に使える磁石、シリコンマグネットを開発しました。
現在、私たちは生活をより快適にするためのものづくりに取り組んでいます。
皆様の暮らしにどのようなものがあったら便利か、ぜひご意見を聞かせたい。

■ シリコンマグネットの特徴

- 安心して使える安全な強力マグネット**
シリコンで覆っているため、ケガをし取り付けた壁などを傷つける心配がなく、安心して使えます。
- 割れにくく、水にぬれてもサビにくい**
割れにくく、水にぬれてもサビにくいので、お風呂場などの水回りでも使えます。
- ガラス窓やタンスにも取り付けられる**
世界最強の吸着力を誇るネオジム磁石でできています。鉄で使うことで磁石がつかない場所にも取り付けられます。

■ シリコンマグネットを活用した製品例

マグザンド

- シリコンマグネット2つで挟んで使うことで、磁石を隠れ、ガラス、樹脂、木材、布でも利用できるようなったマグザンド
- 今までフックが取り付けられなかった箇所に、傷をつけることなくフックを付ける事が可能
- 日本文具大賞2019 優秀賞受賞 ¥1,452(税込)にて発売中



**神奈川県
作業療法士会**

学生団体と連携した認知症の人等との共創の実践の支援

- 当事者参画型プロダクト開発を行っている学生団体（TOM JAPAN）と大阪市内で介護事業を展開する事業者（かみやま倶楽部）と連携し、認知症の人と学生の共創によるプロダクト開発の実践を支援した。

かみやま倶楽部との実践

1

【継続実施中】 ボランティア訪問

- ボランティア訪問を月1～2回実施
- 本取組にて開発に参画する認知症の人への個別ヒアリングも実施。

2

【実施済み】 困りごと共有WS

- 個別ヒアリングから抽出された「困りごと」の解決方法を話し合うワークショップを実施。
- 参加者は認知症の人10名程度。

3

3Dプリンタによる プロトタイプ製作・ 製品開発

- ②から生まれたアイデアをもとに、3Dプリンタを使用したプロトタイプ製作・製品開発を実施。
- 認知症の人とトライアルしながら共創した。

みんなでつくる 暮らしのアイデア

目的：日常生活の困りごとや工夫のアイデアを認知症の方と学生で共有する

12月18日(木) 13:30～15:00

13:30 グループ分け・自己紹介
WSの説明

13:45 困りごと：お風呂
・テーマ(困りごと)を説明、既存製品の提示
・グループで類似体験・くらしの工夫を共有
・プロダクトへの意見・改善点を検討

14:30 全体で共有

14:45 振り返り・まとめ

困りごと お風呂

シャンプーを使ったか忘れる

お風呂で頭を洗う時にシャンプーやリンスを使うことを忘れることがある。



メインテーマ

グループワークの進行

お風呂に関する困りごとについて段階的にテーマを設定
→各テーマごとに時間を区切って意見を聴取する(各テーマ10～15分間)

テーマ①：「シャンプーやリンスを使い忘れる」場合の対処法

- ・シャンプーを使い忘れないようにするには？
- ・使用済みかどうか分かる方法は？

テーマ②：「1回分ずつに分けられた製品」はどう？

- ・アメニティのような個包装のものは使える？
- ・小さいボトルに詰め替えると使用量が分かりやすい？

テーマ③：「誰でも使いやすいボトル」はどんな形？

- ・上から出るボトルやチューブタイプは使える？
- ・片手でも使えるボトルはどんなもの？

実際に製品を見て
触りながら
アイデアを考える



参画企業への認知症及び認知症の人に関する学びの機会の提供や、交流の機会の提供

- 採択企業に対しては、JDWG、issue+design、100BLGと連携し、認知症の人と企業の共創支援の一環として、企業担当者を対象とした座学形式の講座およびメンタリング提供企業によるメニュー紹介、介護事業所で認知症の人とともに1日を過ごす体験型研修を開催。

目的	参加者同士の対話を通じて、お互いのことを知るとともに、学びや思いを共有し、ともに考えること
日時	令和7年7月31日（木）14:00～18:00
開催方法・開催場所	TKPガーデンシティPREMIUM京橋ANNEX ホールA （※講義部分のみオンライン配信あり）
当日のスケジュール	<ol style="list-style-type: none"> 事務局からの開会の挨拶 先輩企業の取組事例の紹介 本人と企業が語り合うワークショップ 本人・家族から企業へのメッセージ issue+design 寛氏による講義



先輩企業による取組事例の紹介



本人と企業が語り合うワークショップ



企業同士の交流



issue+design 寛氏による講義

自治体・団体等や企業同士のネットワーク構築の支援：認知症バリアフリー情報交換会

- 厚生労働省と共催で、認知症バリアフリーに向けた機運醸成等を目的として、認知症バリアフリー情報交換会を開催。
- 企業、自治体関係者、認知症の人や家族等が計323名（内、現地118名）が参加した。

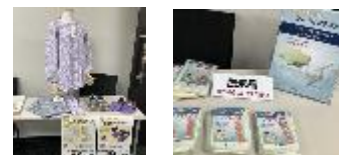
日時	<ul style="list-style-type: none"> 2025年11月21日（金） 企業展示：13時00分～14時00分 講演会：14時00分～16時00分 交流会：16時10分～17時00分
会場	<ul style="list-style-type: none"> TKP新橋カンファレンスセンター ホール16C・D
参加者	<ul style="list-style-type: none"> 情報交換会：323名 現地会場参加者：118名（登壇者、関係者含む） オンライン参加者：205名（事前申込者ベース） 出展企業数：16社

演題	登壇者（敬称略）
厚生労働省における認知症関連施策の動向	厚生労働省 老健局 認知症総合戦略企画官 野村晋氏
経済産業省における認知症関連施策の動向	経済産業省 商務・サービスグループ ヘルスケア産業課 企画官 小野聡志氏
本人から企業へのメッセージ	一般社団法人 日本認知症本人ワーキンググループ 山中しのぶ氏、藤田和子氏 かながわオレンジ大使（認知症本人大使） 前田博樹氏
認知症バリアフリー企業へのメッセージ	公益社団法人 認知症の人と家族の会 和田誠氏
企業の実践事例の紹介	一般社団法人 全国コープ福祉事業連帯機構 本木時久氏
	株式会社福井銀行 伊藤浩美氏
	四日市市介護予防等拠点施設 ステップ四日市 上田奈央氏 四日市市在住 北原浅雄氏
	一般社団法人 日本介護美容セラピスト協会 酒井宗政氏

講演会



交流会・企業展示



情報の一元管理体制の構築

- 当事者参画型開発に参画する認知症の人の募集、円滑な企業とのマッチングを可能とするため、マッチングに必要な情報を一元管理する体制を構築した。具体的には、募集・組織化した認知症の人の及び支援者等の個人情報について、法令その他の規範を遵守し、取扱いについて十分注意した上で、属性・状態像、関心がある開発分野、開発への参画履歴等を一元的に管理し、企業とのマッチングに活用した。
- 管理業務はてんかん領域において当事者の募集・組織化の実績を有するノックオンザドア株式会社と連携して実施し、具体的な情報の取り扱い体制、方法（手順）は手順書として取りまとめた。

KNOCK ON THE DOOR https://knockonthedoor.jp/	
目次	
1. 情報の取り扱い体制	2. 情報の取り扱い方法（手順）
1-1. 役割	2-1. 取り扱う情報の種類
1-2. 情報管理の社内体制	2-2. 個人情報の取扱い手順
1-3. 物理的及び環境的セキュリティ	2-2-1. 個人情報を取り扱う環境
1-4. 運用のセキュリティ	2-2-1. 個人情報の受領
1-5. プロジェクトマネジメントにおける情報セキュリティ	2-2-2. 個人情報の保管
1-6. 委託者への連絡・報告体制	2-2-3. 個人情報の閲覧
1-7. アクセス管理策	2-2-4. 個人情報の編集
1-8. パスワードによるファイルの保護	2-2-5. 個人情報の返却または廃棄
1-9. 委託者への連絡・報告体制	2-2-6. 直接取得した個人情報についての取り扱いについて
1-10. 情報セキュリティのインシデント管理	2-3. 機密情報の取扱い手順
1-11. 順守	2-3-1. 機密情報の受領
	2-3-2. 機密情報の保管
	2-3-3. 機密情報の閲覧
	2-3-4. 機密情報の編集
	2-3-5. 機密情報の返却または廃棄

3. 実施事項（2）

認知症における当事者参画型開発（オレンジイノベーション・プロジェクト）の 実践や調査等

3.3. 購買者が何を求めているのか整理し、販売経路等を検討する。
また流通・販売パートナー企業と連携し、新たな販路を開拓

株式会社イトーヨーカ堂と連携した取組の実施

- 株式会社イトーヨーカ堂の協力のもと、本プロジェクトから生まれた製品・サービスの販売に活用可能な「タグ」を作成し、2026年1月より、利用基準等を定めた上で、採択企業各社での利用を開始。また、株式会社イトーヨーカ堂では、本プロジェクトから生まれた製品のカタログを独自に作成し、顧客向けに配布している。

タグ



ORANGE INNOVATION PROJECT

この商品は「オレンジノベーション・プロジェクト」を通じて高齢者の方々と直接触れ合い、日々感じているお悩みや要望を反映し生まれた商品です。



ORANGE INNOVATION PROJECT

経済産業省は、認知症になってからも自分らしく暮らし続けられる共生社会の実現を目指し、認知症の人が主体的に企業や社会等と関わり、認知症当事者の真のニーズをとらえた製品・サービスの開発を行う「当事者参画型開発」の普及と、その持続的な仕組みの実現に向けた取組を推進しています。

 **経済産業省 認知症政策 詳細はこちら**



カタログ



オレンジノベーション・プロジェクト
~認知症当事者をつくる、誰もが生きやすい社会~

経済産業省が推進しているオレンジノベーション・プロジェクトでは、認知症になってからも自分らしく暮らし続けられる社会の実現を目指し、認知症の人が主体的に企業や社会等と関わり、認知症当事者の真のニーズをとらえた製品・サービスの開発を行う「当事者参画型開発」の普及と、その持続的な仕組みの実現に向けた取組を推進しています。

企業

- ✓ 潜在的な利用者・顧客のニーズを把握して開発ができる

当事者

- ✓ 社会参画の機会や自己啓発の向上の一助となる
- ✓ 欲しいものが入手しやすくなる

当事者の真のニーズに合致する質の高いソリューションの創出

「共生社会」実現への貢献

お悩みやご要望の声から生まれました!
この商品は「オレンジノベーション・プロジェクト」を通じて様々な方々と直接触れ合い、日々感じているお悩みや要望を反映し生まれた商品です。

みんなが使える優しさアイテム
スムーズに着られるやさしいパジャマ

新しいチャレシジ

- 「前」タグ付き
前後が分りやすくはき間違えを防止できます。
- ワンタッチテープ
ワンタッチテープは交互に色が付いてかけ違いが防止。
- もも幅付き
内側には名前書き。
- カラーテープ付きアームホール
アームホールにはカラーステッチの目印があり袖に袖を通しやすい。

履く人も履かせる人にもやさしいルームシューズ

- 分りやすい履き口。
履き口にはバイピングで色分けし足を入れる部分が目立つ様に工夫しています。
- 滑り止め付きで歩きやすい。

イオンリテール株式会社と連携した取組の実施

- イオンリテール株式会社では、2023年9月にシニアケア事業「MySCUE（マイスキュー）」を開始し、イオンスタイル品川シーサイド店での店舗の運営や、情報サイトの運営等を行っている。2026年2月に開設した「MySCUEマーケットプレイス」において、本プロジェクト参画企業の製品・サービスの周知・販売中。

MySCUEマーケットプレイス（MySCUE シニアケア mall）



イオンスタイル品川シーサイド店の店舗

「見る、知る、話せる」をコンセプトに、シニアケアに関わる多様な製品・サービスを展示・販売中。



流通・販売等の在り方についての検討

- 流通・販売等の在り方については、認知症イノベーションアライアンスWGにおいて認知症の人、その家族や支援者、企業等、多様な視点から意見を得た。関連する主な意見は以下の通り（一部再掲）。

流通・販売等に関する認知症イノベーションアライアンスWGにおける主なご意見

- 一般の人から見ても良い製品・サービスだと感じてもらえるように、40～50代の人が利用している写真を掲載したり、一般の人が広く目にして手に取れる場所にカタログを置いたりできると良い。カタログを作成する段階でも認知症の人に積極的に参画してもらうことが重要である。
- オレンジイノベーション・プロジェクトの製品・サービスの対象者は高齢者などに限定されることはなく、ユニバーサルデザインの観点で服や靴が履きにくい場面など年齢層に限らず様々な生活場面での課題を解決するものとして魅力のある製品・サービスである。紹介されたイトーヨーカ堂の事例では、製品・サービスのイメージが高齢者や介護を受けている人向けである第一印象を持った。高齢者や介護を受ける人も外出などでお洒落な靴や服を着たいといったニーズがあり、高級感など高齢者や介護を受ける人に限らないニーズを満たす点を強調できると良い。
- 企業や一般の人が持つ認知症の人のイメージが高齢者に偏っている懸念がある。認知症は認知機能が低下している状態を示しており、認知機能を低下している人は40～50代にもいる。開発者・購入者双方の偏見に関する不安などを解消するためにも、高齢者や状態の悪い段階で利用するイメージを払しょくする必要がある。認知症ではない人にとっても利用できるもの・役に立つものと印象付けるように開発・販売できると良い。
- 公共施設の空間づくりでは、認知症を対象として打ち出す必要はなく、一般の人にも広く受け入れられやすいデザインが公共性の観点から求められる。デザインの要素としても、認知症の人にやさしいデザインを含みつつも、洗練されているデザインや使いやすいデザインが求められる。新しく製品・サービスを開発しなくても、既に上市されている製品・サービスの中にも認知症の人にとって利用しやすい製品・サービスはあると思われる。認知症の人に評価してもらった結果を周知することにより、より気軽に製品・サービスにアクセスしてもらえるのではないか。

3. 実施事項（2）

認知症における当事者参画型開発（オレンジノベーション・プロジェクト）の 実践や調査等

3.4. 企業の関心喚起・参画促進に向けた取組

オレンジノベーション・アワード2025：概要

- 本取組の認知拡大に向け、企業や団体等を対象とした表彰（オレンジノベーション・アワード）を開催。
- 計25件の応募から、受賞企業を決定。2026年2月26日に表彰式を開催。

オレンジノベーション・アワードの概要

目的	<ul style="list-style-type: none"> • 認知症の人とともに、生活課題解決や、やりたいことの実現の助けとなる製品・サービスの開発が、さまざまな業界・領域にて推進され「当事者参画型開発」の認知が広がり、共生社会が実現されることを目指し、開催するもの。
対象	<ul style="list-style-type: none"> • 製品・サービス部門：認知症の人との共創のプロセスを重視して開発され、<u>すでに販売・提供開始しているユーザーフレンドリーな製品やサービス</u> • アイデア部門：認知症の人との共創のプロセスを重視して開発を行っている最中で、<u>発売・提供開始前の製品・サービスのアイデア</u>
日程	<ul style="list-style-type: none"> • 応募締切：令和7年12月5日、表彰式：令和8年2月26日
審査基準	<ul style="list-style-type: none"> ① 製品・サービスの使いやすさ ② 認知症の人との共創のプロセス
賞の種類	<ul style="list-style-type: none"> • 製品・サービス賞、アイデア賞：各部門において総合得点が最も高い企業 • 特別賞：審査基準①②の合計得点が高い企業 • 本人賞：本人審査委員の総合得点が最も高い企業
応募総数	25件（製品・サービス部門17件、アイデア部門8件）

審査員



国立研究開発法人 国立精神・神経医療研究センター 神経研究所 所長
岩坪 威



特定非営利活動法人 イシュープラスデザイン 代表
寛 裕介



フリーキャスター・介護福祉士
駒村 多恵



株式会社HAKUHODO ITTENI取締役 戦略コンサルティング本部統括
根本 豊



一般社団法人 日本認知症本人ワーキンググループ 相談役理事
藤田 和子



慶応義塾大学大学院 健康マネジメント研究科 教授
堀田 聡子



かながわオレンジ大使（認知症本人大使）
前田 博樹



DAYS BLG! はちおうじ 代表
守谷 卓也



一般社団法人 日本認知症本人ワーキンググループ 代表理事
山中 しのぶ



公益社団法人 認知症の人と家族の会 代表理事
和田 誠

オレンジノベーション・アワード2025：審査結果

- 製品・サービス賞は株式会社大翻、アイデア賞は神奈川県立横須賀高等学校・NTT人間情報研究所が受賞した。
- 特別賞は、株式会社kittoi、ソリッドソニック株式会社、株式会社チヨダ、本人賞は神奈川県立横須賀高等学校・NTT人間情報研究所がそれぞれ受賞した。

製品・サービス賞

株式会社 大翻

迷わず履ける靴下 Unicks (ユニックス)



アイデア賞・本人賞*

神奈川県立横須賀高等学校・ NTT人間情報研究所

認知症にやさしい社会へむけたポジティブすごろく ～認知症当事者の気持ちを知って、みんなで考えよう～



※アイデア賞と本人賞のW受賞

特別賞

株式会社kittoi


みんなにいい割烹着



特別賞

ソリッドソニック株式会社

Vibone nezu 3 (バイボーンネズスリー)



Vibone Nezu 3

特別賞

株式会社チヨダ

CEDAR CREST スパットシューズ



受賞企業の取組：株式会社大翻、神奈川県立横須賀高等学校・NTT人間情報研究所

- 株式会社 大翻、神奈川県立横須賀高等学校・NTT人間情報研究所の取組概要は下記のとおり。

製品・サービス賞



株式会社 大翻

迷わず履ける靴下
Unicks (ユニックス)

企業による取組の紹介

- 「Unicks」は、認知症当事者の方の「靴下が履けず外出が億劫」という声から生まれたブランドです。
- 30名以上への試着調査を経て、前後左右のない「かかとなし」設計、視認性の高い配色、軽い力で伸びる生地など、当事者の声を随所に反映しました。
- 一人の“困りごと”から生まれた製品は、誰にとっても履きやすく、デザイン性の高いものになりました。「一人のためにつくること」が「みんなのため」に繋がる。私たちは製品を通じて、誰もが自分らしく日常生活を楽しめる社会を目指しています。

アイデア賞・本人賞



神奈川県立横須賀高等学校・ NTT人間情報研究所

認知症にやさしい社会へむけたポジティブすごろく
～認知症当事者の気持ちを知って、みんなで
考えよう～

企業による取組の紹介

- 神奈川県立横須賀高等学校の生徒が、NTT 株式会社人間情報研究所の支援のもと、若い世代へ「認知症の前向きなイメージ」を伝え「当事者それぞれの希望や能力を尊重する関わり方」を考えるきっかけとなるすごろくを考案。
- かながわオレンジ大使らとの対話を通じて当事者視点で問題を捉え、当事者への直接的な支援から社会のほうを変える間接的アプローチに転換。
- コンセプト段階から当事者や家族、ケアワーカーらの意見を繰り返し反映し試作品を共創。社会展開に向けてさらに改善中。

受賞企業の取組：株式会社kittoi、ソリッドソニック株式会社

- 株式会社kittoi、ソリッドソニック株式会社の取組概要は下記のとおり。

特別賞



株式会社 kittoi みんなにいい割烹着

企業による取組の紹介

- 「みんなにいい割烹着」は、かぶるだけで着脱できる構造や分かりやすい色使いなど、車いすユーザーの課題解決から生まれたユニバーサルデザインの割烹着です。
- 認知症の方々の活動の場で実際に体験いただき、着やすさや快適さの声とともに、「表裏の分かりづらさ」「袖を通す部分が分かりづらい」等の課題も共有いただきました。
- いただいた意見を反映しながらも、「とにかくこれが欲しい！」と思ってもらえることを大切に新しい割烹着を開発していきます。

特別賞



ソリッドソニック株式会社 Vibone nezu 3

企業による取組の紹介

- ソリッドソニック株式会社は、独自の骨伝導技術を用いた集音器を開発するにあたり、数多くの認知症の方やご家族と向き合ってきました。
- そこで目の当たりにしたのは、聞こえの問題そのものよりも、機器の操作を失敗することへの不安だったのです。
- 我々は「迷わない」「壊さない」「無理をしない」を軸に何度も設計を見直しました。そして、いつもの生活で安心して使える骨伝導集音器「Vibone nezu 3」が誕生しました。本製品が、認知症の方々の健やかな人生に貢献できることを切に願っております。

受賞企業の取組：株式会社チヨダ

- 株式会社チヨダの取組概要は下記のとおり。

特別賞



株式会社 チヨダ CEDAR CREST スリッパシューズ

企業による取組の紹介

- 3団体9名の認知症当事者の皆様に「スリッパシューズ」を一定期間使用していただき、ご意見やご要望を反映して改良を重ねました。
- 履き口の色を目立たせ、脱ぎやすさを工夫し、名前を入れられるポケットを設置するなど、使いやすさと見た目の両立を追求。
- 靴の脱ぎ履きの負担を軽減し、外出のハードルを下げることで心身の健康を支援し、日常を快適に過ごせるよう機能性とデザイン性を兼ね備えた製品を共創で開発いたしました。

3. 実施事項（2） 認知症における当事者参画型開発（オレンジノベーション・プロジェクト）の 実践や調査等

3.5. 企業および当事者の参画拡大に向けた広報等

当事者参画型開発の取組を紹介するためのWEBページの制作・運営

- 企業及び認知症の人の参画拡大に向け、当事者参画型開発の取組を紹介するWEBページを制作・運営した。
- 今年度はNEWSの更新、2025年度公募採択企業・団体ページの作成を行った。

▼2025年度実践企業・団体一覧



▼モーダル表示



2023年度の実践企業採択先はこちら
 2024年度の実践企業採択先はこちら
 出所：経済産業省「オレンジイノベーション・プロジェクト 特設ウェブサイト」 <https://www.dementia-pr.com/>

オレンジノバージョン・プロジェクトに関する情報発信：展示会の開催

- 本取組の市民（特にビジネスマン）向け普及啓発および企業のPR等を目的として、令和7年5月21日・22日に、経済産業省、厚生労働省、株式会社三井住友銀行、株式会社日本総合研究所の共催（後援：東京都、千代田区）で、展示会を開催した。

三井住友銀行東館

イベント名	認知症当事者をつくる誰もが生きやすい社会 ～オレンジノバージョン・プロジェクト 開発製品展示会～
会場	三井住友銀行東館 ライジング・スクエア アースガーデン
開催日時	令和7年5月21日（水）・22日（木）9：00～18：00 ※21日（水）18：00～はステージ講演を実施
展示概要	<ul style="list-style-type: none"> オレンジノバージョン・プロジェクト参画企業の製品展示 経済産業省、厚生労働省、自治体の取組み紹介展示 <ul style="list-style-type: none"> ➢ 認知症の人の手紙、写真等の企画展示を含む オレンジノバージョン・プロジェクト、認知症バリアフリー宣言 個別相談ブース
開催主体	<ul style="list-style-type: none"> 共催：三井住友銀行、日本総合研究所、 オレンジノバージョン・プロジェクト事務局（経済産業省）、厚生労働省 後援・協力：千代田区、東京都

入場無料

認知症当事者をつくる 誰もが生きやすい社会

～オレンジノバージョン・プロジェクト
開発製品展示会～

5/21・5/22 9:00～18:00

会場：三井住友銀行東館 ライジング・スクエア 1Fアースガーデン

企画展示

「認知症とともに生きるわたし」写真展
協力：下坂厚（京都市認知症応援大使）
株式会社朝日新聞社なかまある編集部、100BLG株式会社

認知症の人からの手紙展
協力：一般社団法人 日本認知症本人ワーキンググループ
100BLG株式会社

**千代田区「実桜の会（認知症本人ミーティング）」
参加者の絵画・写真展**

特別講演

5月21日（水）
18：00（展示終了後）～19：00頃
会場特設ステージにて特別講演を開催

- 認知症1000万人時代の社会課題解決とビジネスの可能性
株式会社日本総合研究所 部長/プリンシパル 紀伊優之
- オレンジノバージョン・プロジェクトってなに？～認知症の人と一緒にできる、ちょっと便利な明日～
経済産業省 商務・サービスグループ ヘルスクア産業課 企画官 小野聡志
- 東京都における認知症に関する取組（仮題）
東京都 福祉局 高齢者施策推進部 認知症施策推進担当課長 並木敬之
- とうきょう認知症希望大使の講演（仮題）
とうきょう認知症希望大使 若田裕之
社会福祉法人新生寿会 きのこ地域連携室 柴山延子

出展企業

※出展企業は予告なく変更となる可能性がありますので、あらかじめご了承ください。

共催：株式会社三井住友銀行、株式会社日本総合研究所、
認知症イノベーションライアンスワーキンググループ事務局（経済産業省）
認知症バリアフリーワーキンググループ事務局（厚生労働省）
後援：東京都、千代田区

**オレンジノバージョン・プロジェクト
特設サイトはこちら！▶**

URL: <https://www.dementia-pr.com/>



オレンジノベーション・プロジェクトに関する情報発信：情報発信イベント

- 本取組の市民向け普及啓発および企業のPR等を目的として、日本認知症官民協議会 認知症イノベーションアライアンスWG事務局（経済産業省）主催の情報発信イベントを全国で開催した。

京都劇場
令和7年9月19日(金)

主催：一般社団法人司延子モダンバレエ
後援：京都市

大和市文化創造拠点シリウス
令和7年9月25日(木)

共催：大和市
後援：神奈川県

さいたま市生涯学習総合センター
令和8年1月24日(土)

主催：埼玉大学・さいたま市・国立大学協会
後援：埼玉県・埼玉県立大学 等

ORANGE INNOVATION PROJECT
SHEER HAPPINESS 繋がる共生プロジェクト

会場 京都劇場で
さあ踊ろう

お楽しみ相談できる
福祉コーナー
マルシェ
もあるよ

～笑顔でつながる人生を共に～
シアターハピネスで「踊って・学んで・つながろう」

9月19日(金) 14:00 START 京都劇場入場料 + 舞台体験
1,000円 3,000円

ロビー：13時開場・出入り自由・付き添いの方の入場料は無料です！

踊
客席から座ったままでも、一緒に踊ろう
盆踊り!
丸竹夷で踊ろう・炭坑節・Bon-dance
昭和歌謡で踊ろう
川の流れのように、カントリーロード・ダイア・フルライ
ト・今日の日はさよなら (リビンスダンス)

指導：増田晶子
モダンバレエ舞踊家。京都大学からの委託で、KCIの方
向けのダンスプログラムを開発。
地域連携プロジェクトなど多方面
で活動中。

総合アドバイザー 京都府立医科大学 (園地臨 寺門氏)
成本 迅
薬や治療だけでなく「社会的処方」として、シアターハピネス
は高齢者の生活を豊かにする力を持っています。医療の立場から、
その意義を後継者としています。

このプロジェクトは、経済産業省 認知症イノベーション・プロジェクト-認知症当事者をつくる、誰もが生きやすい社会-に採択されています。

協力 このイベントは賛助活動として実施されます。ご賛助ご協力ください！
京都府立医科大学 認知症研究センター、立命館大学スポーツ健康科学研究センター
第一一般社団法人シ延子、小塚舞踊学校、グループ・アーツ・スタジオ、丸
竹夷、株式会社マイスタイル、セブインテック、山崎山崎山崎、丸竹夷
お問い合わせ先 一般社団法人司延子モダンバレエ
シアターハピネス健康推進部 お申込は表へ
TEL 090-9090-7197
www.sheerhappiness.com
https://www.sheerhappiness.com/contact/

入場無料

認知症当事者とともにつくる
製品・サービスが集まります!

認知症当事者をつくる
誰もが生きやすい社会
～オレンジノベーション・プロジェクト
開発製品展示会～

9/25木 12:00～13:30/15:30-17:00

会場：大和市文化創造拠点シリウス サブホール

企画展示

「認知症とともに生きるわたし」写真展
協力：下坂厚(京都府認知症医療大使)
株式会社朝日新聞社なかま編集局、100BLG株式会社

認知症の人からの手紙展
協力：一般社団法人 日本認知症本人ワーキンググループ
100BLG株式会社

13:30～15:30
同会場メインホールにて
講演会「認知症とともに
よりよく生きる」*
を開催予定!

*主催：大和市

体験会

アデッ! Otsuka GYROOVE X
大塚製薬

GROOVER Cosmotec

Chiyoda 東和薬品 RENAISSANCE

展示企業

牛乳石鹸 たくさぽん ZOJIRUSHI
DAIKO CO., LTD.

主催の友社 softdevice inc. 大南製薬
DAIKO CO., LTD.

つなぎ SOCC TOYOSHIMA
BIO-KAZE

ナゾリマ ENDOK ON THE GO

※写真企業は予告なく変更となる
可能性がございますので、あらかじめご了承ください。

共催：日本認知症官民協議会
認知症イノベーションアライアンスワーキンググループ事務局（経済産業省）
大和市
後援：神奈川県

オレンジノベーション・プロジェクト
特設サイトはこちら！
URL: <https://www.dementia-pr.com/>

埼玉大学社会変革研究センター-地域共創研究部門
第1回埼大オレンジシンポジウム
「新たな未来を創る埼玉の挑戦が始まる」

新しい認知症観への
変革を目指して!

～「さいたま」での領域を超えた協働の可能性を探る～

参加無料

日程 2026 1.24 土

時間 13:00 - 16:30 (受付開始 12:00)

場所 さいたま市生涯学習総合センター
(シーノ大宮センタープラザ10階多目的ホール)
(さいたま市大宮区板本町1丁目10-18)
※ 大宮駅西口から徒歩7分

共催 埼玉大学・さいたま市・一般社団法人国立大学協会
後援 埼玉県・埼玉立大学・埼玉医科大学・認知症イノベーションアライアンスワーキング
グループ事務局・株式会社第一興商

下記ウェブサイトまたは右のQRコードよりお申込みください。
<https://forms.office.com/r/vM6k6AteJF>
申込 2025年12月3日(水) 9:00 ~ 2026年1月16日(金) 17:00
埼玉大学社会変革研究センター 埼大オレンジシンポジウム担当
e-Mail: rao@gr.saitama-u.ac.jp Tel: 048-858-3761

オレンジノベーション・プロジェクトに関する情報発信：情報発信・周知用コンテンツ作成

- 本取組の市民向け普及啓発および企業のPR等を目的として、2月25日-27日には「Care Show Japan」に出展。
- 加えて、周知用コンテンツの整備も実施した。

東京ビッグサイト 東ホール
令和8年2月25日(水) -27日(金)

Care Show Japan

超高齢社会の介護・医療・予防と、まちづくりのために

Care Show Japan / ケアショー・ジャパンは
介護や医療、ヘルスケアに関連する4つの展示会で構成されるBtoB展示会です。
新製品・サービスの展示、最新情報を紹介する講演プログラム等で
来場者の皆様に価値ある場・情報を提供し、
超高齢社会における地域課題、社会課題の解決を目指します。

International KAIgo Festival が同時開催！



Care Show Japanは、経済産業省の下記プロジェクトの趣旨に賛同し、その活動を支援します。
「OPEN CARE PROJECT」～介護を「個人の課題」から「みんなの話題」へ～
「オレンジノベーション・プロジェクト」～認知症当事者をつくる、誰もが生きやすい社会へ～



周知用コンテンツ

プロジェクト概要ポスター



採択企業ロゴ一覧ポスター



プロジェクトチラシ



ORANGE INNOVATION PROJECT

～認知症当事者をつくる、誰もが生きやすい社会～

オレンジノベーション・プロジェクトHP 	オレンジノベーション・プロジェクトコンセプトムービー 	みまもりあいアプリ オレンジノベーション・チャンネル
-------------------------	--------------------------------	-----------------------------------

サイト一覧ポスター



プロジェクト コンセプトムービー



コンテンツ配布ページ (経産省HP)

オレンジノベーション・プロジェクトに関する情報発信：記事掲載

- 本取組の認知症の人と家族への普及啓発を目的として、認知症の人と家族の会機関誌『ぼ～れぼ～れ』の9月号にオレンジノベーション・プロジェクトの紹介ページを掲載した。

機関誌『ぼ～れぼ～れ』掲載記事

認知症当事者をつくる、誰もが生きやすい社会
オレンジノベーション・プロジェクトとは

「オレンジノベーション・プロジェクト」は、認知症になってからも自分らしく暮らし続けられる共生社会の実現を目指し、認知症の人が主体的に企業や社会等と関わり、認知症の人の真のニーズをとらえた製品・サービスの開発を行う「当事者参画型開発」の普及と、その持続的な仕組みの実現に向けた取組を推進するプロジェクトです。

オレンジノベーション・プロジェクト
特設サイトはこちら▶
URL: <https://www.dementia-pr.com/>

当事者参画型開発とは?

認知症及びMCI(軽度認知障害)の人の数は、2040年には合計約1,200万人(認知症約584万人、MCI約613万人)に達し、65歳以上の高齢者の約3.3人に1人を占めると推計されています。

住み慣れた地域で仲間等とつながりながら、希望を持って自分らしく暮らし続けることができる社会の実現に向けては、認知症になってからも使いやすい製品・サービスを充実させていく必要があります。オレンジノベーション・プロジェクトで推進する「当事者参画型開発」とは、認知症の人が企業の開発プロセスに「参画」し、誰もが使いやすい製品・サービスの社会実装に向け、企業とともに新しい価値を生み出す「共創」を行う開発手法です。

当事者参画型開発の仕組み

当事者
認知症の人や家族が主体的に参画し、真のニーズを伝える。

企業
認知症の人のニーズを捉え、使いやすい製品・サービスを開発・提供できる。

当事者のニーズに合わせた製品・サービスの開発

「共生社会」実現への貢献

経済産業省事業「オレンジノベーション・プロジェクト」令和7年度参画企業

朝日カルドセンター アディバ株式会社 イトヨカ weizo 株式会社 小谷堂 KAERU kitta+
牛乳石磨 GROOVER 経済産業省 CogSma COWWARIO Cosmotec
西春製菓研究所 西部オス Rinnai e-cosmo 主婦の友社 SENISUI
777PV Foodhouse ZOHROSHI softdevice inc. SoftBank 第一興商 大和
株式会社子爵社 Chiyoda Sheer Happiness 三井物産 東和薬品 TOTO
TOPPAN TONYUNISHIMA TOYOTA 豊橋鉄道株式会社 Travelcareふくおか ナチバ
MAGACHANGES KNOCK ON THE DOOR Hubbit 北都銀行 北都銀行
MARUMITU SMBC 株式会社 LION 株式会社 LOVIC 株式会社 RENAISSANCE YKK

本プロジェクトは経済産業省「認知症イノベーションライアンスワーキンググループ」の取組の一環として実施しております。お問い合わせは、以下の事務局までお願いいたします。
【オレンジノベーション・プロジェクト事務局】メールアドレス oipj.info@knockonthedoor.jp

3. 実施事項（2）

認知症における当事者参画型開発（オレンジノベーション・プロジェクト）の 実践や調査等

3.6. 今年度の成果および今後の取組の方向性

実現したい社会像および必要な事項

- 令和6年度に日本認知症本人WG、認知症の人と家族の会との意見交換や本イノベーションアライアンスWGでの議論等を通じて、本プロジェクトによって実現したい「社会像」およびその「社会像の実現に向けて必要なこと」を下記のとおり整理した。
- 本整理を念頭に、認知症における当事者参画型開発の自走化に向けた検討をバックキャスト的に実施。

オレンジイノベーション・プロジェクトによって実現したい社会像

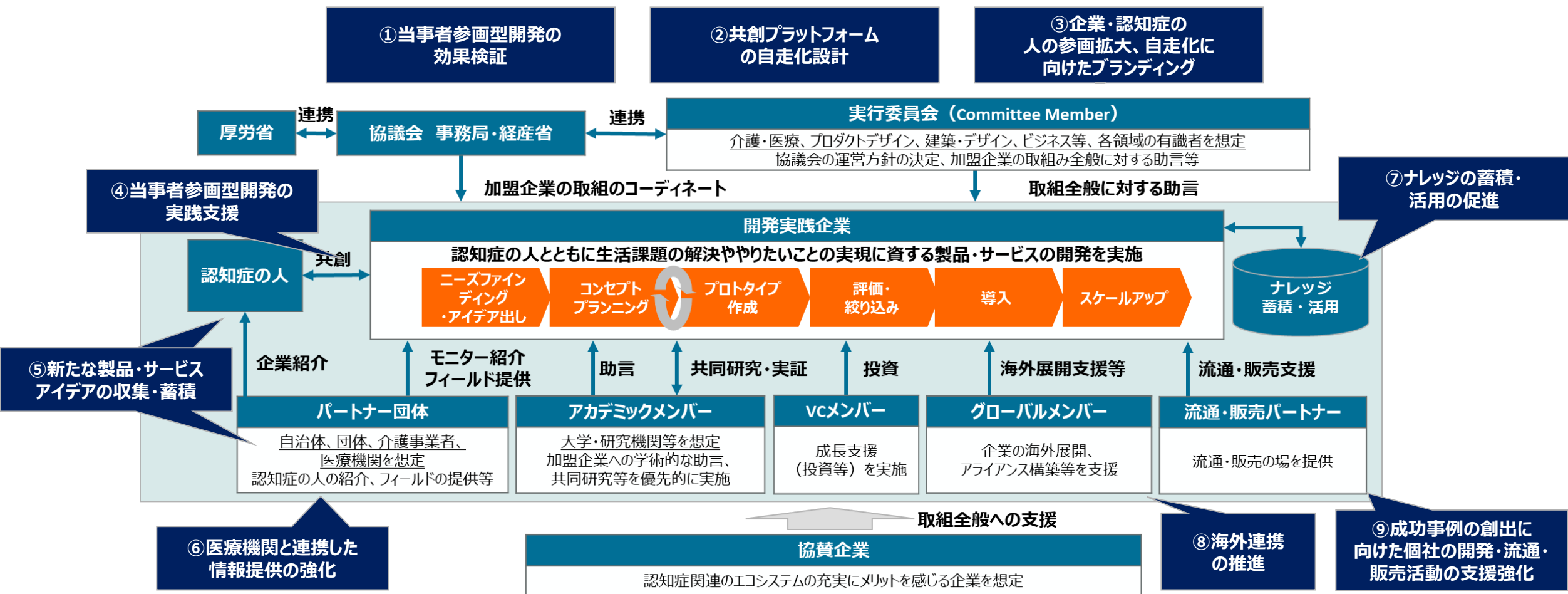
認知症の人のニーズや経験を反映した製品・サービスが身近にあり、
誰もが、自分の力や個性を活かしながら、大切にしたい暮らしを続けることができる社会

上記の社会像の実現のための必要な事項

- ① 多様な認知症の人が企業の開発に安心して参画し、声や思いを伝えることができること
- ② さまざまな地域で当事者参画型開発が実践されており、多くの認知症の人が開発に参画する機会があること
- ③ 認知症の人と企業の関係が「単発のもの（＝聞きっぱなし）」ではなく、適切なフィードバックが行われる「継続的なもの」であること
- ④ 認知症の人やその家族等の日々の生活に関わる多様な企業が当事者参画型開発を行っていること
- ⑤ 認知症の人とともに開発した製品・サービスにより、企業が十分な収益を上げることができていること
- ⑥ 自分にあった製品・サービスを認知症の人やその家族等が日々の生活の中で気軽に購入・利用することができること

次年度事業における注力事項の全体像

- ・ イノベーションアライアンスWG等での議論を踏め、本プロジェクトの自走化に向け、①当事者参画型開発の効果検証・ノウハウ／事例整理、②共創プラットフォームの自走化設計、③企業・認知症の人の参画拡大、自走化に向けたブランディングに特に注力する方針を確認した。



次年度事業における注力事項の概要（1 / 2）

- 前頁の注力事項における具体的な実施事項は以下の通り。

次年度事業における注力事項

① 当事者参画型開発の効果検証

- これまでの成果を振り返り、効果と要因を整理して、次年度以降の設計改善と横展開に使える形で取りまとめる（必要に応じアカデミア連携）。

② 共創プラットフォームの自走化設計（運営主体・マネタイズ等）

- 共創プラットフォームが自走するための運営主体、提供価値、収支（マネタイズ）をバックキャストで設計し、必要調査・検討を進める。
- 「共生」に加え、「予防※」等の観点も含め、検討範囲や機能の拡張も検討する。
※「認知症になるのを遅らせる」「認知症になっても進行を緩やかにする」という意味

③ 企業・認知症の人の参画拡大、自走化に向けたブランディング

- 企業・認知症の人の関心喚起と参画拡大に向け、ブランディングと情報発信を強化する。
- 機運醸成に向け、令和9年度を目途とした自走を視野に入れた効果的なブランディングを実施する。

④ 当事者参画型開発の実践支援（募集・マッチング・伴走）

- 当事者参画型開発に取り組む企業および開発に参画する認知症の人等を募集し、スケジュールを踏まえた適切なマッチングを実施する。
- 運営面の調整・フォローも含めて伴走し、開発プロセスの実装を後押しする。

⑤ 新たな製品・サービスアイデアの収集・蓄積

- 認知症の人との対話を起点に、生活の困りごと・工夫・ニーズを継続的に収集し、開発に資するアイデアとして整理・蓄積する。介護事業所・医療機関等からも定期的に現場知を集め、専門職・家族等も巻き込んだ募集・整理・還元の仕事組みを試行構築する。

次年度事業における注力事項の概要（2 / 2）

- 前頁の続き。

次年度事業における注力事項

⑥ 医療機関と連携した情報提供の強化

- MCI（軽度認知障害）を含む早期段階の認知症の人や家族等への到達経路を拡張するため、医療機関等との連携を強化する。自治体のもの忘れ検診や、医療機関での診断時など、認知症の人や家族等が情報を必要とするタイミングで本プロジェクトの概要や創出された製品・サービスに関する情報等が届くよう、配布用パンフレット／チラシ等のツールを整備する。

⑦ ナレッジの蓄積・活用の促進

- これまでの活動で蓄積された認知症の人の声、実践で得たノウハウや事例（進め方、留意点、つまずきどころ）、開発過程で得られた知見や成功・失敗要因を体系化し、企業等が活用できるナレッジとして整理する。
- 各社が差別化に用いる「競争領域」と、社会全体で共有すべき「協調領域（共通知）」を切り分け、協調領域は社会資源として蓄積・更新する運用設計を行う。また、将来的なアイデア創出支援への展開等を見据え、活用しやすい形式での整理を検討する。

⑧ 海外連携の推進（年度内の具体的連携事例の創出）

- 複数国を対象に制度・市場・文化的背景を整理し、優先国と展開方針を具体化する。現地の企業・研究機関・自治体・支援団体等と協働し、当事者参画型の実証や共同開発、販路・実装に向けた具体的な連携事例を創出する。日本発の取組としての強みを活かしつつ、国際的潮流との整合にも留意して展開方針を具体化する。

⑨ 成功事例の創出に向けた個社の開発・流通・販売活動の支援強化

- 参画企業が当事者参画型での開発を実装し、事業化・普及まで到達する成功事例を創出できるよう伴走支援を強化する。工学・デザイン等の専門性が不足しがちな企業には外部専門家の助言機会を提供し、企画・試作・評価の質を高める。併せて、流通・販売に向けた支援（販路候補の探索、流通事業者とのマッチング、等）を行い、社会実装につなげる。

4. 実施事項（3）

地域における介護需要の新たな受け皿の整備 （介護保険外サービスの振興等）に係る事業

4.1.取組の目的および全体像

地域における自治体と民間企業等との連携促進

- 今年度事業では、地域における自治体と民間企業等との連携促進に向けて課題となっていると考えられる事項に対応するため、①地域資源可視化ツールの活用トライアル、②介護保険外サービスの普及に向けた自治体の取組整理、③自治体における地域資源充実にに向けて求められる施策の検討、④介護保険外サービスの普及・活用促進に向けた福祉職等へのインセンティブモデルの検討、⑤介護保険外サービスを紹介するチャンネルの連携強化の5つの事業を実施した。

	事業	課題	実施事項
1) 地域と民間企業等の連携促進	①地域資源可視化ツールの活用トライアル	昨年度構築した地域資源可視化ツールの実用化に向けて、現時点での活用可能性を確認するとともに、改善点を把握する必要がある	自治体・地域資源管理システムのベンダーに対して、ヒアリングを実施し、ツールの活用可能性・改善点等を聴取した。
	②介護保険外サービスの普及に向けた自治体の取組整理	地域住民に対して民間企業が様々な介護保険外サービスを展開しているが、主体的に民間企業と連携して、地域ニーズや地域課題の情報共有を行っている自治体が少ない現状がある	民間企業と連携して介護保険外サービスの普及に取り組もうとする自治体に対してヒアリング調査を実施し、自治体が行っている取組を整理した。
	③自治体における地域資源充実にに向けて求められる施策の検討	自治体において地域資源を充実させていくために求められる施策や取組が明らかになっていない	有識者へのヒアリング調査を実施し、自治体における地域資源の充実にに向けて求められる施策や取組の検討を行った。
2) 介護保険外サービスに関するチャンネルの強化	④介護保険外サービスの普及・活用促進に向けた福祉職等へのインセンティブモデルの検討	自治体の実施する総合事業や保険外サービスをケアプランに組み込むことについて、福祉職のインセンティブが乏しく、取組が進まない現状がある	他省庁や自治体等における施策の状況を整理し、福祉職等へのインセンティブモデルの検討を行った。
	⑤介護保険外サービスを紹介するチャンネルの連携強化	介護保険外サービスの拡大においては、地域の関係者以外にも介護保険外サービスの信頼性確保の取組との連携や職域等を通じた情報提供が求められるが、十分に実施できていない	介護保険外サービスの信頼性確保の取組や職域等と連携した介護保険外サービスの情報提供を実施した。

介護保険外サービスの信頼性確保に向けた取組の全体像

- 本事業では、1) 民間事業者の活動に対する調査等を通じたサポート、2) 自治体や専門職（ケアマネジャー等）と介護関連サービス事業者との意見交換やマッチング機会等の創出、3) その他、介護保険外サービスの信頼性確保に関して必要な調査を実施した。

事業	課題	実施事項
1) 民間事業者の活動に対する調査等を通じたサポート	介護保険外サービスを認知してもらい、選択してもらうための広報活動や環境整備が必要	複数の自治体でのリスト化のトライアル 都道府県と連携した保険外サービスのリスト化の実証検討 既存のガイドラインの課題の整理とブラッシュアップ 保険外サービスの市場調査および他の業界団体のベンチマーク調査
2) 自治体や専門職（ケアマネジャー等）と介護関連サービス事業者との意見交換やマッチング機会等の創出	自治体や専門職などの関係者と介護保険外サービス事業者の接点を設け、双方の意見交換をしやすい場づくりが必要	保険外サービスに係るオンラインセミナーの運営支援 保険外サービス振興に係るカンファレンスの運営支援
3) その他、介護保険外サービスの信頼性確保に関して必要な調査	先行調査の整理やケアマネ向けのアンケート調査をふまえて、今後の保険外サービスの振興や信頼性確保にかかる課題の洗い出しが必要	ケアマネ向けアンケート調査 ケアマネ向けアンケート調査会社へのヒアリング 関連する先行調査の調査

4. 実施事項（3）

地域における介護需要の新たな受け皿の整備 （介護保険外サービスの振興等）に係る事業

4.2. 地域における自治体と民間企業等との連携促進

①地域資源可視化ツールのトライアル：事業概要

地域資源可視化ツールの実用化に向けて、ツールの活用可能性と改善点について、自治体・企業から意見を聴取した。その結果、ツールの使用のためにはガイドや支援が必要であることから、後続の自治体トライアルで元データを参照しながら活用可能性を検討することとした。

背景・目的

- 地域資源として介護保険外サービスの普及・振興をはかるためには、それぞれの地域（自治体）の特性に合わせた戦略立案が必要であることから、昨年度、地域における保険外サービスのニーズとそれを満たし得る地域資源の充足状況や位置取りを、地図上で可視化する地域資源可視化ツールを構築した。
- 本ツールを、自治体における地域資源の充実を目指した業務において実用化していくためには、昨年度末までに構築したツールの状態で、実際の活用可能性と改善点を把握する必要があると考えた。

実施内容

- 1都道府県、3市町村、2企業の協力を得て、2週間本ツールを試験使用していただき、活用可能性と改善点を聴取した。
- 聴取した結果をもとに、今後の本ツールの改良・取扱いの方針を検討した。

結論

- ヒアリングの結果、現状のツールのみでは活用が難しく、使用するためのガイドや支援が必要という結論が得られた。
- 本ツール上で表示していた元データを手元に保管し、後続の自治体伴走支援の際に使用することで、改めて自治体業務における活用の可能性を検討していくこととした。

(参考) 地域資源可視化ツール概要

- 昨年度構築した、地域資源可視化ツールでは、地域における保険外サービスのニーズとそれを満たし得る地域資源の充足状況や位置取りを、地図上で可視化することを試みた。充足状況については、市町村別の地域資源充足率を比率で算出した。

地域資源充足状況の可視化

- 地域資源充足率を、当該市町村在住の在宅高齢者のうち、資源にアクセスできる当該市町村在住の在宅高齢者の割合として算出し、リストや人口密度との散布図の形で可視化した。
※資源アクセスは市町村内の各町丁字の代表地点から半径500m以内（主に徒歩圏内を想定）に資源が存在するかで判断。また、在宅高齢者は75歳以上の高齢者の内、要介護3以上の高齢者を除いた数として算出。

地域資源充足率 =

500m圏内に特定の地域資源の拠点がない町字
に住んでいる在宅高齢者人口

在宅高齢者人口

地域資源の位置取りと空白地域の可視化

- 市町村において、各町丁字の代表地点から半径500m以内に特定の資源がない場合は、空白地域として青色で表示。
- 各種地域資源が存在する位置を、地域資源のカテゴリに応じた色分けのピンで表示。

千葉県市川市の例



②介護保険外サービスの普及に向けた自治体の取組整理：概要

- 民間企業との地域ニーズや地域課題の情報共有等を通じて、地域に求められる介護保険外サービスの普及に取り組もうとする自治体の拡大を目的として、5つの自治体を対象に、自治体の取組状況の整理を行った。

実施目的・概要

- 民間企業との地域ニーズや地域課題の情報共有等を通じて、地域に求められる介護保険外サービスの普及に取り組もうとする自治体の拡大を目的として、民間企業と連携して介護保険外サービスの普及に取り組もうとしている自治体へのヒアリング調査等を実施し、自治体の取組状況を整理した。

#	対象自治体	連携企業
1	広島県東広島市	NPO法人CLEAR
2	島根県川本町	社会医療法人仁寿会
3	兵庫県播磨町	兵庫ヤクルト販売株式会社
4	広島県竹原市	社会福祉法人宗越福社会
5	北海道日高町	株式会社リージョナルマーケティング

②介護保険外サービスの普及に向けた自治体の取組整理：広島県東広島市

- 広島県東広島市では、社会課題の解決に熱意を持つ人勢を支援するプログラムの実施や地域課題について行政と民間が一体となって協議する場を設ける等、接点を創出。プログラムでは事業プランの磨き上げや実践に向けた伴走支援を行い、終了後も連携を継続している。
- 市民からの身近な相談窓口となる福祉関係機関がサービスについての情報提供等に協力する体制を構築している。

自治体担当課：地域包括支援課、住宅課、産業振興課

企業との関わり の状況	企業との関係性構築 における取組	<ul style="list-style-type: none">• 2023年度より、産業振興課が主催し、社会課題の解決を目指す共創型企业プログラム「円陣」を実施している。このプログラムでは、東広島市を活動の場とし、社会課題の解決に高い熱意をもって取り組む人材を募集している。• 住宅課は住宅と福祉、行政と民間が一体となった「東広島市居住支援協議会」を設立。NPO法人CLEARもこの協議会に参画している。住まいの確保が難しい方々と賃貸人の双方に対する支援を強化し、住宅確保要配慮者が安心して暮らせる住まいの確保を目指している。
	企業と連携した事業設計 における取組	<ul style="list-style-type: none">• 「円陣」を通じて、事業プランをビジネス的手法で磨き上げ、具体的な実践につなげるための伴走支援を行っている。2024年度にはNPO法人CLEARが採択され、伴走支援終了後も連携を継続している。
	企業と連携した事業実施 における取組	<ul style="list-style-type: none">• NPO法人CLEARが行う居住支援などのALLライフサポート事業について、市民からの最初の相談窓口となる、地域包括支援センターやケアマネジャー、病院などの福祉関係機関が、このサービスの情報提供に協力している。また、東広島市は、当事業の説明会を市内数か所で開催した。

②介護保険外サービスの普及に向けた自治体の取組整理：島根県川本町

- これまで築いてきた仁寿会との連携体制を活かし、町内の関係部署や社会福祉協議会も巻き込んで事業を推進。
- 町の総合計画との整合性を図るよう助言を行うとともに、実証場所の提供や集客などの面でも協力を行った。

自治体担当課：健康福祉課

企業との関わり状況

企業との関係性構築 における取組

- 川本町、川本町社会福祉協議会、仁寿会の三者は、日頃から委託事業などを通じて連携しており、顔の見える関係性を築いてきた。この信頼関係が、迅速な合意形成の基盤となった。
- 行政だけでは対応が難しい課題に対し、民間がアイデアを出して実証的に取り組むことで、その成果を行政にも活かすことを目指している。

企業と連携した事業設計 における取組

- 健康福祉課が窓口となり、町内関係部署と横断的な調整を実施。健康福祉課から事業を受託している社会福祉協議会も巻き込みながら、事業設計を進めた。
- 川本町が第6次川本町総合計画の観点をふまえて実証事業にアドバイスを行うことで、総合計画との整合性を図りながら事業設計を行った。
- 町長、課長、仁寿会理事長が定期的に会議を設け、町内の各部門と課題を共有し、密に連携を行った。

企業と連携した事業実施 における取組

- 実証の実施場所の提供やイベントの共同開催、集客などで協力。川本町社会福祉協議会からは車両とドライバーを手配し、共同送迎を実施した。
- 今回の実証においては健康福祉課が窓口を担ったが、今後は事業の進展に応じて、関係各課と連携を図っていく予定である。

②介護保険外サービスの普及に向けた自治体の取組整理：兵庫県播磨町

- 兵庫県播磨町では、孤独・孤立対策の取組をきっかけに、包括連携協定を締結している企業と、孤独孤立の解消に向けた連携を検討してきた。
- 今年度実施した事業においては、健康福祉課が担当課となり、企業と関係者との関係性構築の支援や、双方が保有している地域課題・ニーズの情報共有による事業の検討、事業実施中の密な情報共有を実施した。

自治体担当課：健康福祉課

企業との関わり の状況	企業との関係性構築 における取組	<ul style="list-style-type: none">孤独・孤立対策の取組をきっかけに、令和6年4月に包括連携協定を締結した兵庫ヤクルト販売株式会社とも孤独孤立の解消に向けた連携を検討してきた。社会福祉協議会や地域包括支援センター等の事業に携わる関係者との打合せには、自治体担当者も同行し、関係性構築の支援を行った。
	企業と連携した事業設計 における取組	<ul style="list-style-type: none">自治体が保有する地域課題・ニーズの情報と企業が保有する地域課題・ニーズの情報を照らし合わせながら、地域で実施すべき事業の検討を行った。
	企業と連携した事業実施 における取組	<ul style="list-style-type: none">地域におけるサービス展開中に、企業が見つけた地域の課題や、個別の地域住民の課題について、即時共有できるよう、個人情報掲載しない形で情報共有できるシートを作成し、活用した。自治体・企業のほか、関係者全員が集まる対面での定例ミーティングを2回程度実施し、事業の進捗や地域課題・ニーズを踏まえて今後必要となる事業の検討を行った。

②介護保険外サービスの普及に向けた自治体の取組整理：広島県竹原市

- 広島県竹原市では、企画政策課が中心となって、宗越福祉会などの民間事業者と連携を行ってきた。
- 今年度実施した事業においては、連携事業者との連携として、不特定多数の住民へのチャネルの提供や、法的整理・既存の公的輸送サービスとの棲み分けに関する議論を行った。

自治体担当課：企画部企画政策課、市民福祉部地域支えあい推進課

企業との関わり の状況	企業との関係性構築 における取組	<ul style="list-style-type: none">• オーナー不在となったぶどう園の活用を模索している中で、八天堂、宗越福祉会より生活困窮者の就労訓練を中心とした農福連携事業について提案を受け、竹原市が現所有者とのマッチングを行い、生活困窮者就労訓練事業が開始された。ぶどう園の管理、運営、収穫物の販売を八天堂が担当し、生活困窮者の自立支援を宗越福祉会が担当する。
	企業と連携した事業設計 における取組	<ul style="list-style-type: none">• 竹原市が連携している「農福コンソーシアムひろしま」の名称を用いて、市広報誌へのアンケート用紙に折り込むことにより、自治会を通して各戸（9,000世帯）へのニーズ調査を行った。報酬のないアンケートだったものの、1,052世帯から回答を回収した。• 事業設計に当たっての法的整理や、既存の公的輸送サービスとの棲み分けについて、連携事業者と協議した。
	企業と連携した事業実施 における取組	<ul style="list-style-type: none">• 本事業が実際に不特定多数の住民が参加可能なサービスとして実装した際には、広報チャネルの提供（広報誌への掲載等）を行うこととしている。 （本年度中は実証段階のため、連携事業者のコネクションにより一部の住民に声掛けされた。）

②介護保険外サービスの普及に向けた自治体の取組整理：北海道日高町

- 北海道日高町では、包括連携協定をきっかけにした複数の事業実施による関係性の構築を行ってきた。
- 今年度実施した事業においては、高齢福祉課が担当課となり、地域の健康課題データの共有や地域課題の情報共有を通じた事業設計や、会場確保、地場企業との連携支援、集客の支援といった事業実施における取組を実施した。

自治体担当課：高齢福祉課

企業との関わり の状況	企業との関係性構築 における取組	<ul style="list-style-type: none">令和6年12月に株式会社リージョナルマーケティングの親会社であるサツドラホールディングス株式会社との包括連携協定を締結したことをきっかけにMaaS事業や、自治体独自のポイント制度である「ひだかEAOCA」の共同推進を行ってきた。
	企業と連携した事業設計 における取組	<ul style="list-style-type: none">自治体からの地域の健康課題データ（要介護率等）の情報提供や、自治体における課題の情報共有等を行ったことで、企業として地域課題解決のために行える事業の提案を受けた。
	企業と連携した事業実施 における取組	<ul style="list-style-type: none">事業実施に向けては、町民の生活動線を意識した会場の提供や、地場企業への連携要請、地域包括支援センター等を通じて対象者の集客支援を実施した。実証中は定期的な打合せを通じて、事業の進捗共有および事業実施における課題の共有、それを解決するための手段の検討を行った。

③自治体における地域資源充実に向けて求められる施策の検討：有識者ヒアリングの実施

- 地域資源の充実に向けて、民間事業者等と連携した自治体における取組を全国に展開・普及するための施策検討に資する示唆を得ることを目的に、当該分野に関する知見を有する学識経験者、事業者、自治体担当者に対して有識者ヒアリングを実施した。

有識者ヒアリング 概要

目的	介護保険外サービスを含む地域資源の充実に向けて、民間事業者等と連携した自治体における取組を全国に展開・普及するための施策検討に資する示唆を得ること。
対象者	介護保険外サービスの普及および地域資源の充実に関する知見を有する学識経験者：2名 自治体と連携して介護保険外サービスの展開にや地域資源の充実に取り組む事業者：2名 地域資源の充実に取り組む自治体担当者：2名
ヒアリング 事項	全国への普及展開に向けた有効な方法 <ul style="list-style-type: none">介護保険外サービスを含む地域資源の充実に向け、民間事業者等と連携した自治体の取組を全国に広げていくために、有効な方法は何か（例：手引き・ガイドライン、ワークシート、事例集等）。手引き・ガイドライン、ワークシート、事例集等の全体構成や盛り込むべき具体的なコンテンツは何か。 全国展開にあたっての共通化・実務要素 <ul style="list-style-type: none">全国展開を進める上で共通化できる部分はどこか。実際の業務で必要となる具体的な要素は何か。

④ 介護保険外サービスの普及・活用促進に向けた福祉職等へのインセンティブモデルの検討：実施事項

- すべての自治体が民間事業者等と連携した介護保険外サービスを含めた地域資源開発に積極的に取り組むため、構造的なインセンティブ付与の制度上の位置づけや付与方法を検討した。
- 既存制度との関係を整理・分析し、自治体の行動変容を促す実効性ある誘因設計の方向性を示した。

インセンティブモデル検討 概要

目的	<ul style="list-style-type: none">• すべての自治体（市町村・都道府県含む）において、住民主体の活動に加えて、民間企業等と連携した地域資源開発への取組意欲を高めるためには、構造的なインセンティブ付与が必要であるとの認識のもと、その制度上の位置づけや付与のあり方を検討することを目的とする。• 既存制度との関係性も踏まえ、実効性のある誘因設計の方向性を明らかにする。
実施事項	関連する国の制度や既存の取組を対象に、制度的な枠組みやインセンティブ設計の内容を整理・分析した。そのうえで、自治体の行動変容を促す具体的な仕組みや付与方法のあり方を検討した。

④ 介護保険外サービスの普及・活用促進に向けた福祉職等へのインセンティブモデルの検討：検討結果（1）

- 地域支援事業実施要綱において、地域支援事業の実施状況は「保険者機能強化推進交付金および介護保険保険者努力支援交付金に関する指標により毎年度実施する」と規定されている。そのため、介護保険保険者努力支援交付金の評価指標として「当該市町村の総合事業の需要量に対する多様なサービスの供給割合」を盛り込むことも、有効な方策の一つと考えられる。

介護保険保険者努力支援交付金評価指標（市町村分） （ii）活動指標群 9.総合事業における多様なサービスの実施状況

中項目	指標	配点
(ii) 活動 指標群	<p>9. 総合事業における多様なサービスの実施状況</p> <p>ア 第一号訪問事業及び第一号通所事業実施事業所・団体数に占める多様なサービス実施事業所・団体数の割合 ① 上位7割 ② 上位5割 ③ 上位3割 ④ 上位1割</p> <p>イ 第一号訪問事業及び第一号通所事業の実利用者数に占める多様なサービスに係る実利用者数の割合 ① 上位7割 ② 上位5割 ③ 上位3割 ④ 上位1割</p> <p>ウ 第一号訪問事業及び第一号通所事業の事業費に占める多様なサービスに係る事業費の割合 ① 上位7割 ② 上位5割 ③ 上位3割 ④ 上位1割</p> <p>エ 人口1万人未満の市町村であって、生活支援体制整備事業を活用し、インフォーマルサービス（住民主体の支え合い活動を含む。）を実施している場合</p> <p>※ここでいう「多様なサービス」は、第一号訪問事業及び第一号通所事業のうち、従前相当サービス以外のもの。 ※ア・イの算定に当たっては、生活支援体制整備事業を活用して実施しているインフォーマルサービス（住民主体の支え合い活動を含む。）に係るものを含む。</p>	<p>ア～ウのうち、①～④各1点 ※ア～ウを比較し、より上位となったほうで得点。 ※それぞれ④に該当すれば①～③も得点 ※ア～ウに該当しない場合であつてもエに該当する場合1点 (最大4点)</p>

需要量（総合事業の対象者数等）に対する、多様なサービスの利用者数を指標に盛り込む

④ 介護保険外サービスの普及・活用促進に向けた福祉職等へのインセンティブモデルの検討：検討結果（1）

- 地域支援事業実施要綱においては、総合事業の事業評価の実施が推奨されている。現行では、定性評価として「サービス・活動事業の実施量と需要量の関係を的確に把握しているか」や「一般介護予防事業における地域の多様な主体との連携状況」が含まれているが、今後は需要量に対する実施量について、従前相当サービスと多様なサービスを区別した定量的な評価項目を盛り込むことも有効な方策と考えられる。

総合事業の事業評価（サービス・活動事業）

<プロセス指標>

以下の6項目について、事業を効果的かつ効率的に実施するための企画立案、実施過程等のプロセスについて、適切にできているかどうかを年度ごとに評価する。（4段階で評価する場合の例：「1.できている、2.ある程度できている、3.あまりできていない、4.できていない」）この際、評価した具体的理由についても整理しておくことが望ましい。

- ① 窓口相談にきた高齢者に対し、総合事業の目的、内容、サービスメニュー及び手続方法について十分な説明を行っているか。
- ② 介護予防ケアマネジメントに関する様式が統一されているか。
- ③ サービス・活動事業の実施状況を把握しているか。
- ④ サービス・活動事業の実施量と需要量の関係を的確に把握しているか。
- ⑤ サービス・活動事業の実施状況の検証に基づき、次年度以降の実施計画の見直しを行っているか。
- ⑥ 要支援者、事業対象者及び継続利用要介護者の個人情報共有されることについて、十分な説明を行い、同意を得ているか。

総合事業の事業評価（一般介護予防事業）

<プロセス指標>

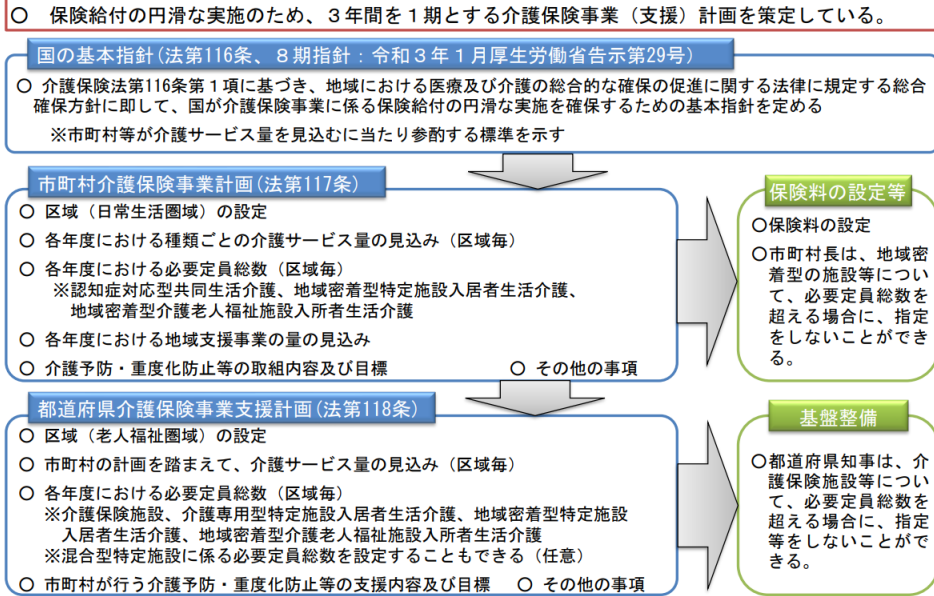
事業を効果的かつ効率的に実施するための企画立案、実施過程等のプロセスについて、適切にできているかどうかを年度ごとに評価する。

指標	評価方法
① 行政内部での連携	<p>介護予防の取組の効果的な推進の観点から、福祉や健康増進、市民協働、教育、産業振興、都市計画等の様々な分野の担当部局との連携が重要であるため、その連携体制と連携した取組の実施状況を評価する。</p> <p>指標の例：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・行政内の他部門と連携して介護予防の取組を進める体制の整備状況（会議等） ・行政内の他部門と連携した取組の実施状況（イベントの実施等） ・他部門が行う通いの場や、その参加状況の把握
② <u>地域の多様な主体との連携</u>	<p>介護予防の取組の効果的な推進の観点から、自治会や医療・介護等関係機関、NPO法人、さらに民間企業、大学等も含めた多様な主体との連携が重要であるため、その連携状況を評価する。</p> <p>指標の例：</p> <ul style="list-style-type: none"> ・多様な主体と連携して介護予防の取組を進める体制の整備状況（会議・イベントの実施等） ・多様な主体が行う通いの場や、その参加状況の把握

④ 介護保険外サービスの普及・活用促進に向けた福祉職等へのインセンティブモデルの検討：検討結果（1）

- 介護保険事業計画の基本指針では、「各年度における地域支援事業の量の見込み」を定めることが規定されているが、具体的な算定方法や目標設定については明記されていない。今後は、総合事業の対象者数などの需要量を考慮した「多様なサービスによる必要提供量の見込み」の記載を新たに定めることも有効な方策の一つと考えられる。

介護保険事業（支援）計画について



介護保険事業計画基本指針（原文）

3 各年度における地域支援事業の量の見込み

各年度における地域支援事業に係る事業の種類ごとの量の見込みを定めること。また、その算定に当たっての考え方を示すことが重要である。この場合、総合事業については、次のとおりとすること。また、介護給付等対象サービスと同様、サービスの量の見込みを定める際には、地域で作成した認知症ケアパスの勘案にも留意することが重要である。

（一）総合事業の量の見込み

各年度における総合事業の種類ごとの量の見込みを定める際には、事業実績に加え、ガイドラインを参考にしながら、従前相当のサービスと多様なサービスのそれぞれについて、**地域のニーズや資源等の地域の実情を踏まえた必要な量を見込む必要がある**こと。その際、費用の額の見込みのほか、サービスを提供する事業者・団体数や利用者数を見込むように努めること。なお、サービスを提供する事業者・団体数を見込むに当たっては、介護給付等対象サービス及び地域支援事業等の公的なサービスの提供状況のみならず、地域における様々な主体によるサービス提供体制も踏まえて検討すること。また、利用者数を見込むに当たっては、要介護認定によるサービスを受ける前から補助形式によるサービスを継続的に利用する居宅要介護被保険者が、補助形式によるサービスの対象者となり得ることに留意すること。

...

出所：厚生労働省 | 基本指針について.pdf、介護保険事業に係る保険給付の円滑な実施を確保するための基本的な指針

⑤地域以外の介護保険外サービスを紹介するチャンネルの連携強化

- 地域以外の介護保険外サービスを紹介するチャンネルの連携強化のために、他パートとも連携しながら、以下を実施した。

地域以外の介護保険外サービスを紹介するチャンネルの連携強化

課題	実施事項
ケアマネ等の専門職と保険外サービス事業者の連携強化	複数の自治体での保険外サービスのリスト化のトライアル
両立支援事業者と保険外サービス事業者の連携強化	保険外サービス振興に係るカンファレンスの運営支援

4. 実施事項 (3)

地域における介護需要の新たな受け皿の整備 (介護保険外サービスの振興等) に係る事業

4.3. 介護保険外サービスの信頼性確保

- 1) 民間事業者の活動に対する調査等を通じたサポート

介護保険外サービスに関するケアマネジャーへのアンケート調査 | 結果の概要・調査の課題

- 介護関連サービス事業協会（以下、「CSBA」という）と連携して、複数の関連団体や直接依頼を通じ、介護保険外サービスを提供する事業者の把握および活用実態に関するケアマネジャーへのアンケート調査を実施した。その結果、市場全体の構造については一定程度明らかになった。一方で、具体的なプレイヤーの把握には限界があり、調査手法や情報収集の観点で、課題も確認された。

調査結果の概要

生活支援サービス事業者の特徴

- 訪問介護等の介護保険サービス事業者が多く含まれる。しかし、情報公開が少なく、保険外サービスの提供有無や内容を外部から把握することは困難。
- 保険外サービスのみを提供する営利企業も一定数存在し、全国展開している事業者よりも、特定地域で活動する地域密着型の事業者が多く見られる。
- ボランティア団体や互助組織、労働者協同組合、家政婦・便利屋等の専門業者も存在。

配食サービス事業者の特徴

- 一部の大手民間企業が全国的に大きな存在感を示している。
- 加えて、地域密着型事業者や福祉系主体、地元商業事業者なども担い手として見られ、地域ごとに多様な主体が存在。
- 高齢者専用サービスだけでなく、一般向けに提供されている宅配サービスも活用されているとみられる。

その他サービス活用の実態

- 多くのケアマネジャーが保険外サービスを活用した経験がある。
- 日常生活のちょっとした困りごとや金銭管理、移動、訪問理美容など、細かな生活ニーズに応じたサービスが提供されており、地域資源が柔軟に活用されているとみられる。

調査の課題

依頼方法

- 関連団体等を通じたアンケート依頼は調整が必要であるが、信頼性の担保や参加意欲の向上により、回答率が高く、多くの事業者情報が集まった。
- 効果的な依頼手法（ルート設計）の検討が必要と考えられる。

実施方法

- 対面形式（書面回収）でのアンケート実施は回答率確保に有効である。
- 一方で、Webアンケート形式では回答率は限定的だが、取得できた事業者情報量が多い。加えて、Webアンケートは集計・整理が容易であり、運用効率が高く、Webアンケート形式の活用余地は大きいとみられる。

アンケート設計

- 全体として一定の事業者情報は取得可能であることが確認された一方、回答の粒度や解釈が混在し、設問ごとの意図が十分に統一されていなかった。その結果、集計・分析において、追加の整理・精査作業が発生した。
- 定義の明確化や回答時の記載ルールを明示することの重要性が示唆された。

介護保険外サービス振興のための座組の検討と計画づくり

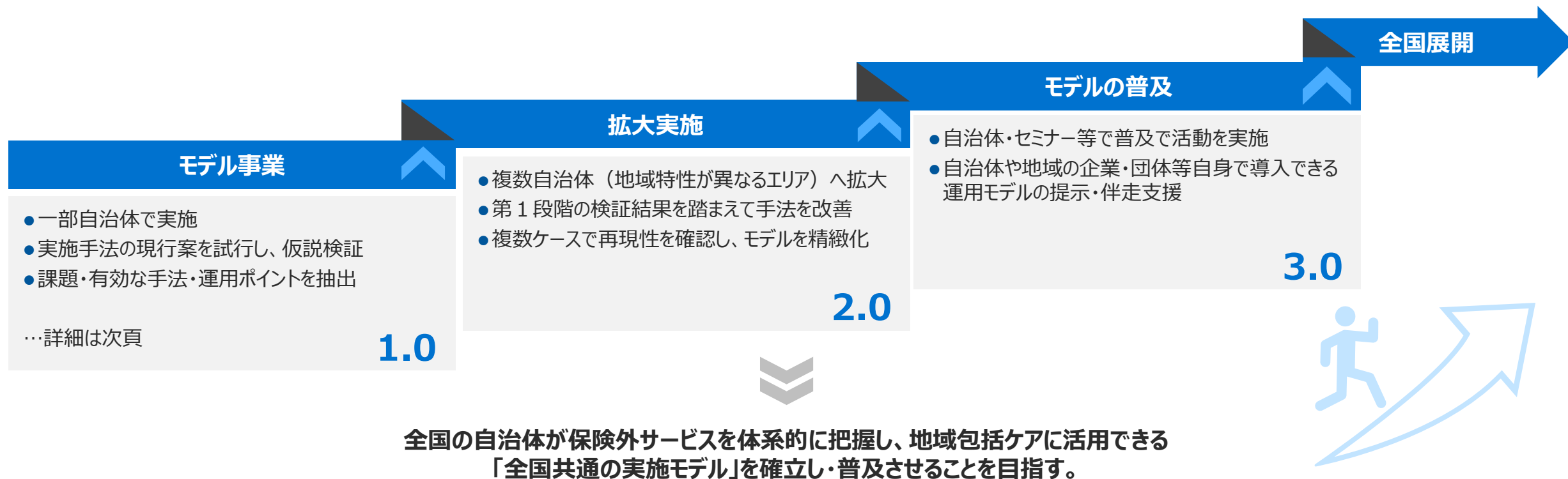
保険外サービス情報リスト化の目的と位置づけ

- 保険外サービス振興にあたっては**情報基盤の構築**が重要であり、業界団体（CSBA）では、認証企業情報リストの一般公開を進めている。
- 今後は、**認証事業者に限らず幅広く情報を収集・整理し、保険外サービス情報リストとして整備する**ことで地域資源の把握や信頼できる情報源の確保につながることを期待される。

	地域における 保険外サービス情報リスト化	CSBAウェブサイトにおける 認証企業情報リストの一般公開
掲載事業者	対象地域における 認証・非認証問わず全ての 保険外サービス事業者（事業所単位）	全国における CSBAが認証した事業者のみ
公開範囲	地域ごとに判断	CSBAウェブサイトにて 一般公開
信頼性	認証なしの事業者も含まれるため差異が生じる→実施手法の工夫により解消 例：参考指標の掲載（ケアマネジャーの紹介実績、利用経験に基づく情報等）	高い
主な用途	<ul style="list-style-type: none"> • 行政による地域資源の把握・分析 <ul style="list-style-type: none"> － 生活支援コーディネーターによる地域資源の把握・マッチング － 協議体・地域ケア会議等での活用可能な地域資源の検討 － その他市町村事業での実態把握を踏まえた施策・支援メニュー検討 • 専門職による紹介・提案の情報源 <ul style="list-style-type: none"> － ケアマネジャーがケアプラン検討時の情報収集 － 地域包括支援センター相談員が利用者へ紹介する際の参照 	<ul style="list-style-type: none"> • 一般消費者（ご高齢者・ご家族）のサービス探し <ul style="list-style-type: none"> － 信頼性が担保された認証事業者を把握 － 料金やサービス内容等を確認し、比較検討する • 支援者（ケアマネジャー・地域包括支援センター等）の信頼できる情報源 <ul style="list-style-type: none"> － 認証事業者として一定の基準を満たしているサービスを把握

全国での保険外サービス情報リスト整備に向けた段階的アプローチ

- 全国での情報基盤整備に向けては、保険外サービス情報リスト化の実施手法の試行を通じて実行可能性と有効性の検証を行うことが重要である。今後は、複数自治体で実施手法を試行・改良し、さらに、確立した手法を全国共通モデルとして普及・定着を図ることが必要と考えられる。



保険外サービス情報リスト化 実施手法（案）

- 情報収集の手法としては、支援者ネットワークを活用する方法と、事業者から直接情報を取得する方法の2つのアプローチが想定される。
- 実際には、地域ごとに事情や体制は異なるため、**実効性・持続可能性を踏まえつつ地域特性に応じた実施体制や更新方法等を検討する必要**があるとみられる。

アプローチ1 | 支援者ネットワークの活用

A案

ケアマネジャー向けアンケート

- 居宅介護支援事業所や職能団体会員へのWebアンケート
- 実際に紹介・連携実績のある保険外サービス情報を収集

【実施・協力主体】 都道府県、市町村、職能団体、システム会社等

B案

地域包括支援センター向けアンケート

- 地域包括支援センターへのWebアンケート
- 実際に紹介・連携実績のある保険外サービス情報を収集

【実施・協力主体】 都道府県、市町村、システム会社等

実施体制・財源は？
情報更新体制は？
収集方法は？
外部PFとの連携可能性は？
品質確保・責任の所在は？
一覧化の形式・UIは？
...

アプローチ2 | 事業者側に情報を直接取りに行く

C案

事業者の手上げ+自己登録方式

- Webフォームで情報を受け付ける
- CSBAの会員に保険外サービスの自己申告・登録を依頼

【実施・協力主体】 CSBA、都道府県、市町村、システム会社等

D案

既存データベースからの逆引き方式

- 厚労省公表システムや市町村が持つ指定事業者名簿から訪問介護事業者等を抽出
- 抽出した事業者に直接アプローチして、「保険外サービスの有無」、「提供内容」を確認

【実施・協力主体】 CSBA、都道府県、市町村、システム会社等



普及・実装にあたっては、
各地域での検討事項が
多数存在するとみられる

有効な実施手法の仮説

- 効率性と信頼性確保の観点から、現場で実際に紹介・連携実績のあるサービスを地域包括支援センター・ケアマネにアンケートするA案/B案が最適と考えられる。加えて、網羅性向上のため事業者からの自己申告（C案）も補足的に活用し、両者を組み合わせることで、実効性・持続可能性が高い保険外サービス情報リストの作成が可能となると考えられる。

	基本方針		実効性・持続可能性
	効率性	信頼性の確保	
A案/B案 ケアマネジャー・地域包括支援センター アンケート	<ul style="list-style-type: none"> 現場で既に紹介・連携実績のあるサービスをまとめて収集できるため、効率的で手間が少ない。 	<ul style="list-style-type: none"> 実際に利用・連携された実績をもとにした情報なので信頼性が高い 	<ul style="list-style-type: none"> 現場で運用されている情報なので、今後もアップデートしやすい。持続可能性が高い 回答者数や協力姿勢に依存し、網羅性に限界がある場合がある点は留意・工夫が必要
C案 事業者の手上げ+自己登録方式	<ul style="list-style-type: none"> 事業者が自ら申告するため、収集作業は比較的簡単 	<ul style="list-style-type: none"> 自己申告なので、サービス内容が実際と異なる場合や、実績がないサービスも含まれる可能性がある 	<ul style="list-style-type: none"> 多様な事業者から広く情報を集めることができる 虚偽情報のリスクや、情報更新の管理負担が増す
D案 既存データベースからの逆引き方式	<ul style="list-style-type: none"> 調査や問い合わせに膨大な手間と人員がかかる 	<ul style="list-style-type: none"> 実績や連携状況など細かい情報は取得しづらい 	<ul style="list-style-type: none"> 運用負担が大きく、継続運用が難しい

ガイドラインのブラッシュアップ

生活支援サービスのガイドライン・認証項目の見直しに係る論点と今後の対応方向性（案）

- CSBAにおいて行われた第1期認証の結果および第三者評価委員の意見も踏まえ、生活支援サービスのガイドライン・認証項目に関する8つの論点について、今後の対応の方向性を検討した。

論点	内容	今後の対応の方向性（案）
①救済措置の取扱い	<ul style="list-style-type: none"> 特定の項目について、まだ運用が始まっていないケースや、実績がない場合には救済措置を設けて認証を行ったが、引き続き「救済措置」を採用して問題ないか、「実施されたこと」まで求めるか。 	<ul style="list-style-type: none"> 引き続き、初回認証と更新時で要求水準を分ける。 例えば、初回は運用実績をベースとしつつ救済措置として体制・仕組みの有無で判断、更新時は運用実績のみ判断など。
②自費サービスにおける“提案”の定義	<ul style="list-style-type: none"> 生活支援サービスにおける「提案」とは何を指すか。 	<ul style="list-style-type: none"> 審査時は、顧客が望むサービス内容を記した書類または予約票を提出してもらうことで“提案”できているとする。 形式は提案書・受領書いずれでも可。
③「身体拘束・虐待防止」の取扱い	<ul style="list-style-type: none"> 生活支援サービスにおける「身体拘束・虐待防止」は、「原則禁止」か、「想定しない」か。 	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者虐待防止法や介護保険制度上等の根拠法令を踏まえ、必要に応じて弁護士等にも相談の上で改めて検討する。
④生活支援サービスに“どこまで”を求めるのか問題	<ul style="list-style-type: none"> 市区町村の介護保険窓口での申請や地域包括支援センター等の紹介・接続について、「望ましい姿」を示すか、「最低限守るべき線」を示すか。 	<ul style="list-style-type: none"> 公的機関の紹介・接続は努力義務として設ける。認証要件は「最低限守るべき線」に設定し、紹介・接続は「望ましい姿」に位置づける。 紹介・接続の「体制の有無」のみを認証要件とする。
⑤「苦情窓口」の基準設定	<ul style="list-style-type: none"> 苦情「等」の相談窓口を設けることとなっているところ、窓口設置は任意でよいか、「苦情窓口」と明記すべきか。 	<ul style="list-style-type: none"> 連絡先が明記されていれば、「苦情窓口」の明記はなくとも認証とする。 「苦情窓口」の明記を必須とする。
⑥「金銭管理」の取扱い	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者等終身サポートを行う事業者の生活支援サービスでは、金銭管理が行われるケースが存在する。一方で、この間、高齢者等終身サポートサービス事業者の業界団体が立ち上がり、認証制度の運用も想定されている状況。 	<ul style="list-style-type: none"> 高齢者等終身サポートサービス事業者による認証制度の立ち上がりまでは、現状維持で認証を進める。 認証制度の立ち上がり後は、団体間での認証の連携等を検討する。
⑦「介護保険の流用」で問題ないのか	<ul style="list-style-type: none"> 感染症対策や身体後続および虐待高リスクおよび虐待の発生・再発防止等に係る対策や研修について、介護保険の流用となっており、生活支援サービス特有の想定すべきリスク最低限の対応レベルが明記されていない 	<ul style="list-style-type: none"> 介護保険向け研修・マニュアルの使用自体は認める。ただし、問いで出てきた項目を審査時のチェック項目として入力する。
⑧「不当勧誘の禁止」を認証でどう扱うか	<ul style="list-style-type: none"> 本項目は、行為そのものが「起きていないこと」を要件としている。一方で、不当勧誘は原則として 外形的証跡が残りやすく、現在の認証審査は書面審査のため、ここの審査が難しい。 	<ul style="list-style-type: none"> 不当勧誘をしないことの判断は「不当勧誘が起きにくい設計か」を基に実施する。（サービスの透明性（例：他の20項目が遵守出来ている）） 「赤信号」が見えた場合のみ減点・非認証とする。

4. 実施事項 (3)

地域における介護需要の新たな受け皿の整備 (介護保険外サービスの振興等) に係る事業

4.3. 介護保険外サービスの信頼性確保

- 2) 自治体や専門職 (ケアマネジャー等) と介護関連サービス事業者との意見交換やマッチング機会等の創出

認証制度説明会の概要

- CSBAでは、以下の内容で認証制度説明会を実施した。

項目	内容
目的	<ul style="list-style-type: none">会員/対外向けの情報提供（運営側と一般会員のコミュニケーションとしても活用）既存会員における認証取得の促進新規入会企業の獲得
対象	<ul style="list-style-type: none">CSBAの会員に限らず一般公開
実施方法	<ul style="list-style-type: none">オンラインセミナー（遠隔地の企業も参加できるように）協会HPにおいて会員限定でZoomウェビナーのアーカイブ配信ありアーカイブ配信視聴用URLを掲載した開催報告は、HP「おしらせ」ページや会員向けメールで案内
実施日程	<ul style="list-style-type: none">2025年10月9日（木）16:00～17:00
プログラム	<ul style="list-style-type: none">①CSBAの活動実績と今後の予定【10分】②認証制度の概要及び申請手続き等の説明【15分】③上記①②に関する質疑応答【15分】④経済産業省からの講演【15分】⑤その他事務連絡【5分】

カンファレンス開催概要

- CSBAでは、以下の内容でカンファレンスを実施した。

項目	内容	
イベント名	介護関連サービス カンファレンス 2026	
開催団体	主催：一般社団法人介護関連サービス事業協会（CSBA）	
目的	<ul style="list-style-type: none">自治体・ケアマネジャー等に向けた保険外サービス（介護関連サービス）の普及・啓発保険外サービス事業者と連携した業界の産業振興	
開催日時	2026年3月12日（木）13:30～17:00	
開催方法	対面（ベルサール虎ノ門）/オンラインでのハイブリッド形式	
プログラム	第1部	第2部
	<u>13:30～13:35</u> <ul style="list-style-type: none">主催者挨拶来賓挨拶 経済産業省（2～3分） 厚生労働省（2～3分）	<u>14:20～15:55</u> <ul style="list-style-type: none">トークセッションA（30分） （入れ替え5分）トークセッションB（25分） （入れ替え5分）トークセッションC（30分）
	<u>13:35～13:45</u> <ul style="list-style-type: none">基調講演 経済産業省 小野企画官「地域・職域における介護関連サービスの活用可能性と経産省の取組」（10分）	
	<u>13:45～13:55</u> <ul style="list-style-type: none">基調講演 厚生労働省「高齢者の生活を地域で支える体制づくりを進めるプラットフォームについて」（10分）	<u>15:55～16:00</u> <ul style="list-style-type: none">事務連絡
<u>13:55～14:10</u> <ul style="list-style-type: none">CSBA活動報告（15分）	<u>16:00～17:00</u> <ul style="list-style-type: none">名刺交換会	

関連する先行調査の整理

介護保険外サービスに関連する調査一覧

・ 介護保険外サービスに関連する調査一覧は以下の通り。

	年度	事業名	事業	受託者	主な調査事項・実施事項
1	R4	保険外サービス活用推進等に関する調査研究事業	厚労省 老健事業	日本総研	・ 保険外サービスの情報収集や発信に関する生活支援コーディネーターを対象としたアンケート調査及び市町村へのヒアリング調査
2	R3	保険外サービス活用推進等に関する調査研究事業	厚労省 老健事業	日本総研	・ 同時一体提供に関する深掘り検討 ・ 保険外サービスの提供実態に関する小多機・看多機・定期巡回事業所を対象としたアンケート調査
3	R2	保険外サービス活用推進に関する調査研究事業	厚労省 老健事業	日本総研	・ 同時一体提供及び指名料・時間指定料に関する利用者ニーズや提供意向に関する訪問介護事業者を対象としたアンケート調査 ・ ケアマネジャーによる保険外サポートの提供実態に関するケアマネジャーを対象としたアンケート調査
4	R2	高齢者向け住まいにおける介護保険サービスと介護保険外サービスの実態に関する調査研究	厚労省 老健事業	日本総研	・ 保険外サービス提供に係る独自指針の有無に関する都道府県及び政令市を対象としたアンケート調査 ・ 保険外サービス提供実態や課題・効果、開発、行政指導の有無に関する高齢者向け住まい事業者へのアンケート及びヒアリング調査
5	R1	保険外サービス活用推進に関する調査研究事業	厚労省 老健事業	日本総研	・ ケアマネジャーや自治体関係者等が保険外サービスに関する情報提供を行う際に参考となる冊子の作成を目的とした保険外サービス提供事業者へのヒアリング調査
6	H30	介護保険サービスと保険外サービスの組合せ等に関する調査研究事業	厚労省 老健事業	日本総研	・ 介護保険サービスと保険外サービスの組合せに関する自治体を対象としたアンケート及びヒアリング調査 ・ 同時一体提供の実態、通知に対する評価に関する介護事業者を対象としたヒアリング調査
7	H30	地域包括ケアシステムの構築に向けた公的介護保険外サービスの活用に関する調査研究事業	厚労省 老健事業	日本総研	・ 地域ケア会議と産業系の部局や地域版次世代ヘルスケア産業協議会との連携状況に関する自治体を対象としたアンケート調査 ・ 要介護者及び家族のニーズや自費サービス利用意向に関する家族及びケアマネジャーを対象としたアンケート調査
8	H29	介護保険サービスと保険外サービスの組合せ等に関する調査研究事業	厚労省 老健事業	日本総研	・ 同時一体提供に係る指導・助言の有無やその内容に関する保険者及び都道府県を対象としたアンケート調査
9	H29	ケアマネジメントにおける自助（保険外サービス）の活用・促進に関する調査研究事業	厚労省 老健事業	日本総研	・ ケアマネジメントにおける保険外サービスの活用実態や課題・効果に関するケアマネジャーを対象としたアンケート調査
10	H29	地域包括ケアシステムの構築に向けた公的介護保険外サービスの質の向上を図るための支援のあり方に関する調査研究事業	厚労省 老健事業	日本総研	・ 身元保証等高齢者サポート事業の実態に関するサポート提供事業者を対象としたアンケート及びヒアリング調査

先行調査の概要

- ・ R2老健事業「保険外サービス活用推進に関する調査研究事業」およびH29老健事業「介護保険サービスと保険外サービスの組合せ等に関する調査研究事業」で実施した、保険外サービスに関するケアマネジャーへのアンケート調査の概要は以下の通り。

調査名	ケアマネジャー調査	保険外サービスの活用に関するケアマネジャーの意識調査
期間	2021年2月17日～3月2日	2018年3月5日～3月14日
方法	ウェブアンケート調査 ※東京都、愛知県、大阪府、福岡県の居宅介護支援事業所 (3,000件) 層化無作為抽出。	ウェブアンケート調査
内容	<ul style="list-style-type: none"> ・ ケアマネジメントに直接関連しないサポートに係る相談・要望の状況 ・ 相談・要望が業務の一環と考えるか否か ・ 料金徴収すべきか否か ・ 提供しているサポートの負担感 ・ 保険者や利用者・家族の考えに関する認識等 	<ul style="list-style-type: none"> ・ 自費サービス（保険外サービス）の利用に対するケアマネジャーの認識・抵抗感等の現状・課題等
対象	ケアマネジャー	ケアマネジャー
回収数	716サンプル	1,009サンプル

5. 実施事項（4）

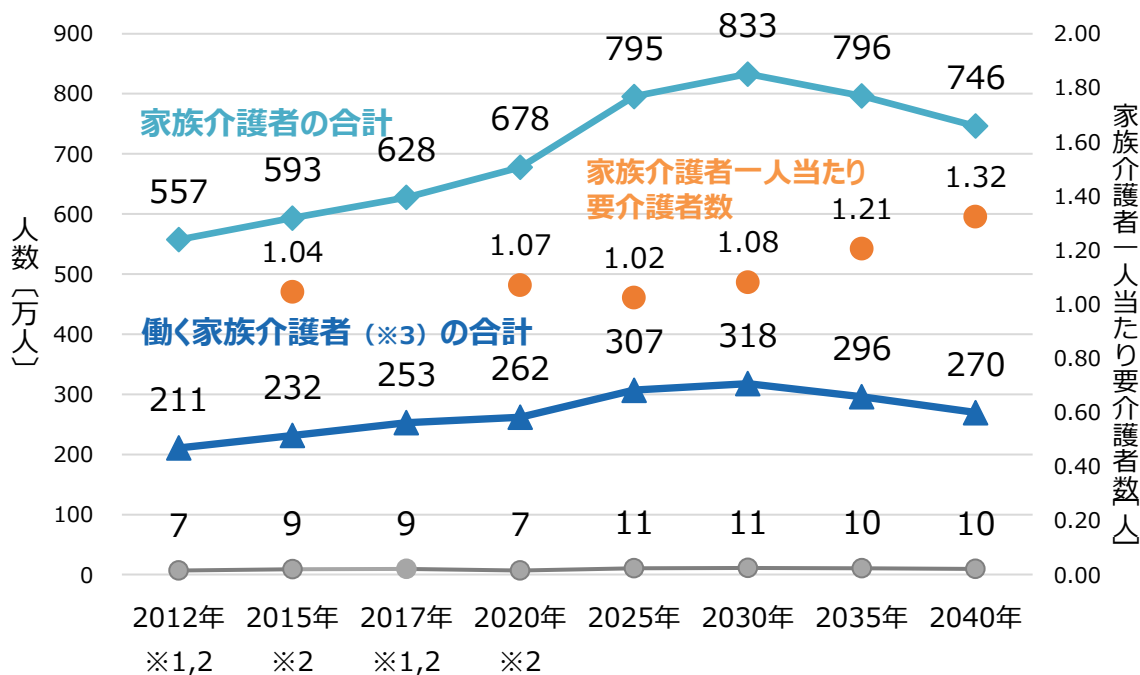
企業における仕事と介護の両立支援の充実に係る事業

5.1. 取組の目的および全体像

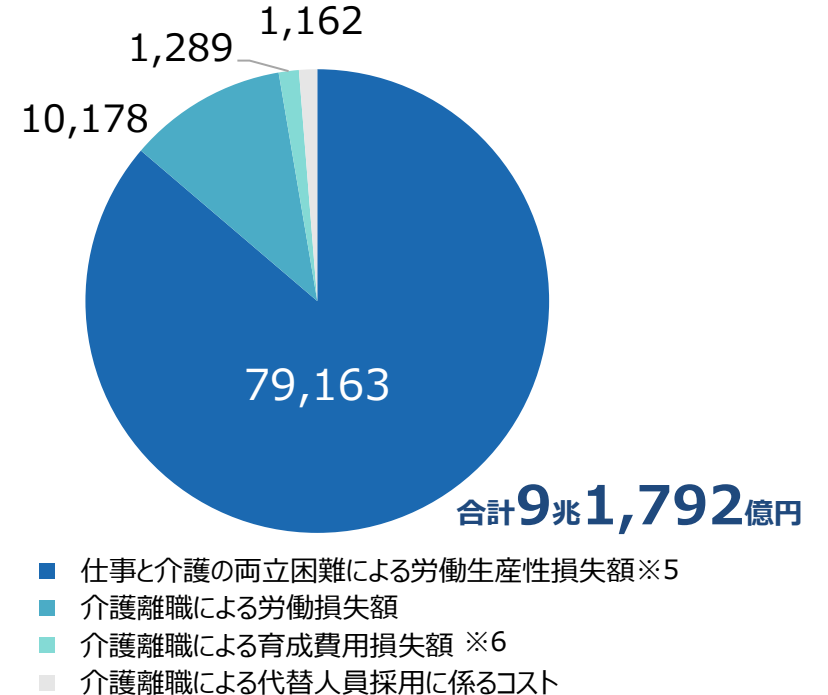
背景：高齢化の進行に伴う家族介護者負担の増大

- 高齡化の進行に伴い、日本全体で仕事をしながら家族介護を行う者（ビジネスケアラーやワーキングケアラーと呼称）の数が増加。**介護離職者は毎年約10万人であり、家族介護者の数がピークに達する2030年には、家族介護者のうち約4割（約318万人）が仕事と介護の両立が必要となっていく。**
- 仕事と介護の両立困難に起因する**労働生産性低下等に伴う経済損失は2030年に約9.2兆円と試算され、介護両立困難が企業活動に対して与える影響は年々増す見込み。**

仕事と介護の両立に関連する指標の推移



2030年における経済損失（億円）の推計



(出所) 国立社会保障 人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成29年4月推計) 中位推計」、総務省統計局「就業構造基本調査(平成24年、平成29年)」、厚生労働省「雇用動向調査(平成25年～令和3年)」、経済産業省「将来の介護需給に対する高齢者ケアシステムに関する研究会」(平成30年3月)
 ※1 2012年及び2017年の家族介護者 働く家族介護者の数は就業構造基本調査結果より ※2 2012～2020年の介護離職者数は雇用動向調査結果より ※3 就業構造基本調査における有業者のうち「仕事が主な者」を基に算出。有業者全体(仕事は従な者を含む)まで広げた場合には、2030年時点で438万人と推計される。今後、女性の社会進出や高齢者の雇用促進等に伴い、数値はさらに上振れする可能性もある。※4 介護離職者数の将来推計は、厚生労働省「雇用動向調査(平成29年～令和3年)」をもとに算出したものであり、将来的な施策効果等は加味していない。その他の推計値は、各調査における年齢階層別人口割合と将来推計人口の掛け合わせにより算出。

(出所) 経済産業省「2022年経済産業省企業活動基本調査速報(2021年度実績) 調査結果の概要」、産労総合研究所「教育研修費の実態調査における2017～2021年の一人あたり研修費(5年平均)」、株式会社リクルートキャリア就職みらい研究所「就職白書2020」より日本総研作成
 ※5 生産性損失は、経済産業省委託調査(日本総研)「介護をしながら働いている方に向けたWEBアンケート調査」(n=2,100)の結果を基に算出(=約27.5%)
 ※6 介護離職者の勤続年数は、大卒年齢である22歳から、雇用動向調査において最も人数が多い55～59歳階層の中央となる57歳まで勤続した場合の年数(=35年)と仮定。

本事業での仕事と介護の両立支援促進の取組

- 2022年度から始まり、仕事と介護の両立に関する実態把握から両立支援施策の検討と企業経営者向けガイドラインを作成
- 昨年度は、企業における仕事と介護の両立支援セミナー、中小企業における「仕事と介護の両立支援ハブ」モデル事業を実施

2022年度

2023年度

2024年度

実態把握

両立のあり方検討

普及啓発&実証

企業向け実態把握調査

- ✓ 人的資本経営やDE&I、リスクマネジメント等の一環として、先進的に仕事と介護の支援に取り組む企業も存在
- ✓ 一方で、両立支援施策のベースになる実態把握を、半数以上の企業が行えていない状況

企業経営と介護両立支援に関する検討会を開催



労働経済、介護領域、両立支援、先進企業の経営陣からなる有識者検討委員会にて、今後の支援の方向性とあり方を協議

企業における仕事と介護の両立支援セミナー



仕事と介護の両立支援の必要性や企業が取り組むべき事項や事例などを開設するセミナーを実施

従業員向け実態把握調査

- ✓ 約30%の方が仕事を続けられるかわからない
- ✓ 約40%の方が勤務先から支援されていない
- ✓ 仕事と介護の両立をした場合、生産性が27.3%下がる

「仕事と介護の両立支援に関する経営者向けガイドライン」作成



中小企業における「仕事と介護の両立支援ハブ」モデル事業

仕事と介護の両立支援に知見を持つ事業者と中小企業にパイプを持つ企業が連携して、地域内で仕事と介護の両立支援メニューをシェアするモデル事業を実施



YMfg

DNP
大日本印刷

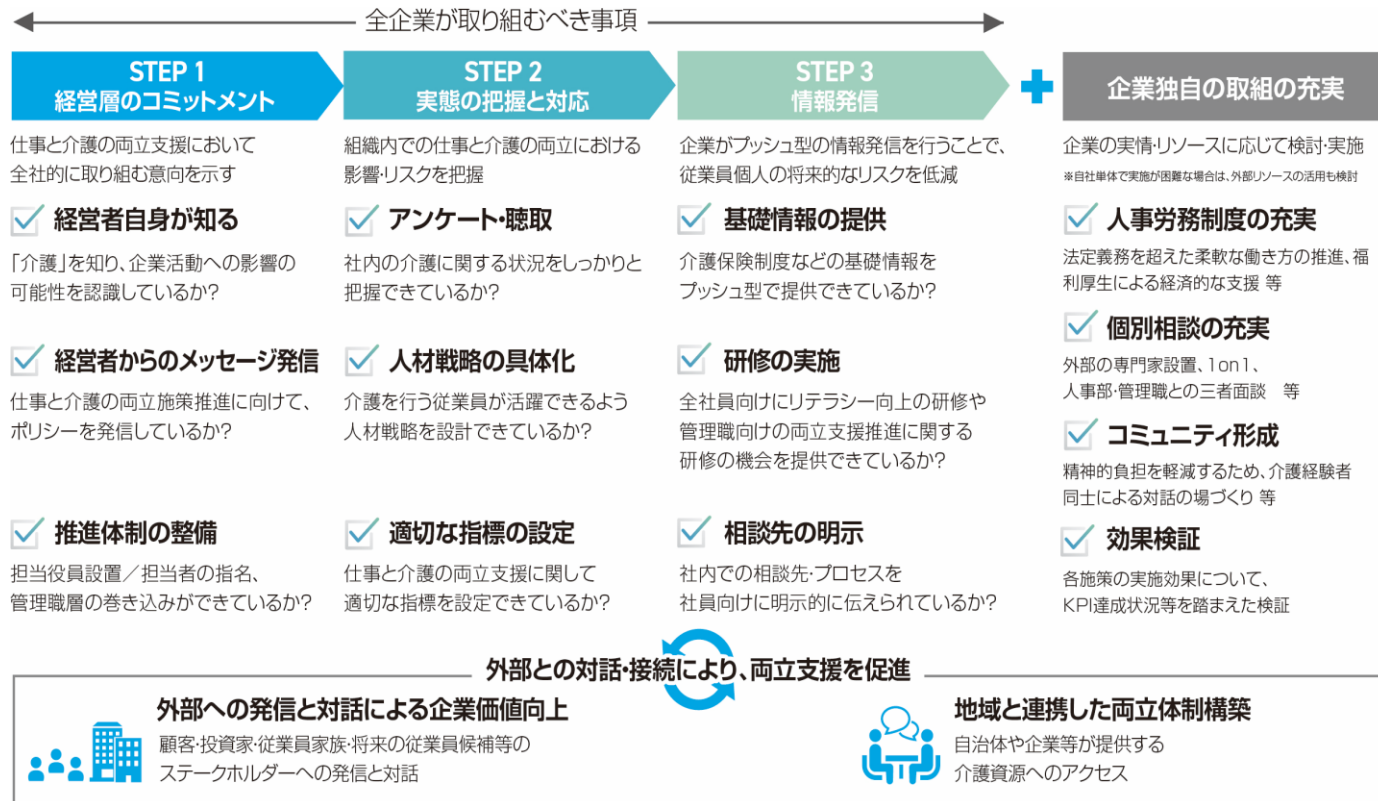


参考 | 2023年度の主な取組：企業における仕事と介護の両立支援に関するあり方をまとめたガイドライン

- ガイドラインでは、企業が仕事と介護の両立支援に取り組む意義や取り組むべき事項を取りまとめた
- また仕事と介護の両立支援において先進的な取組をしている大企業・中小企業にヒアリング調査を通じて事例化
- 紙面のガイドラインに加えて、解説動画、先進企業のCHROに対するインタビュー動画（大成建設、日立製作所等）も作成

仕事と介護の両立支援の取り組むべき事項とそのステップ

- 有識者検討委員会を通じて、企業が取り組むべき両立支援の取組の在り方を検討し、実施事項を整理



大手から中小企業までの好事例を取りまとめ

- ヒアリング調査を通じて、仕事と介護の両立支援先進企業の事例を収集
- 参考事例集として取りまとめるとともに先進企業のCHROのインタビュー動画を作成



参考 | 2024年度の主な取組：企業における仕事と介護の両立支援の普及啓発

- 仕事と介護の両立支援の必要性や企業に取り組むべき事項や事例などを解説するセミナーを実施
- ハイブリッド形式で開催し、1000名近い企業経営者、人事責任者/担当者が参加された

企業における仕事と介護の両立支援セミナー ～経営視点で見る実践事例とその重要性～

企業における

仕事と介護の両立支援セミナー

～経営視点で見る実践事例とその重要性～

参加無料

-受講対象者- 経営者・人事部門管理職クラスの皆様

組織内で介護両立支援の重要性の伝え方に悩んでいる

組織内でこれから介護両立支援を始めていく

具体的な体制整備、効果検証方法を知りたい

介護両立支援の実際の事例を知っておきたい

人材不足が更に加速する中、介護両立支援が十分にできず従業員の生産性が下がることは、企業経営において大きなリスクとなります。

一方、介護両立支援の推進により大切な従業員のキャリア継続が可能となり、DE&Iや人的資本経営の実現に繋がり、より強固な組織を形成を目指すことができます。

開催日時 2024年12月11日(水) 13:30 開場/14:00 開会

第1部 基調講演・解説

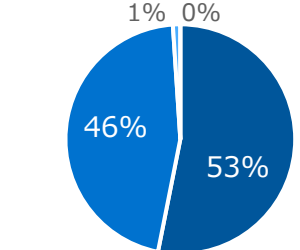
<p>基調講演 生産年齢人口減少時代にも業績向上・エンゲージメント向上を実現する！ 新しい人材マネジメント戦略とは (株)ワーク・ライフバランス 代表取締役社長 小室 淑恵 氏</p>	<p>解説 仕事と介護の両立支援に関する経営者向けガイドライン 経済産業省 商務・サービスグループヘルスケア産業課長 橋本泰輔</p>	<p>解説 育児・介護休業法の改正について 厚生労働省 雇用環境・均等局 職業生活両立課長 菱谷 文彦 氏</p>
---	--	--

第2部 両立支援の取組事例の紹介

<p>第1会場 人的資本経営における仕事と介護の両立支援 仕事と介護の両立支援施策を人的資本経営のテーマの一つとして戦略的にどのように位置付けているか紹介します。 登壇企業 東京海上グループ、(株)日立製作所</p>	<p>第2会場 中小企業こそ取り組みたい、仕事と介護の両立支援 中小企業が両立支援に取り組むことによる、人材確保への好影響・離職防止効果を紹介します。 登壇企業 (株)白川プロ・NPO法人となりのかいご</p>
---	--

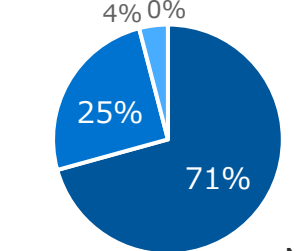


セミナーの満足度



- とても理解できた
- 理解できた

セミナーの理解度



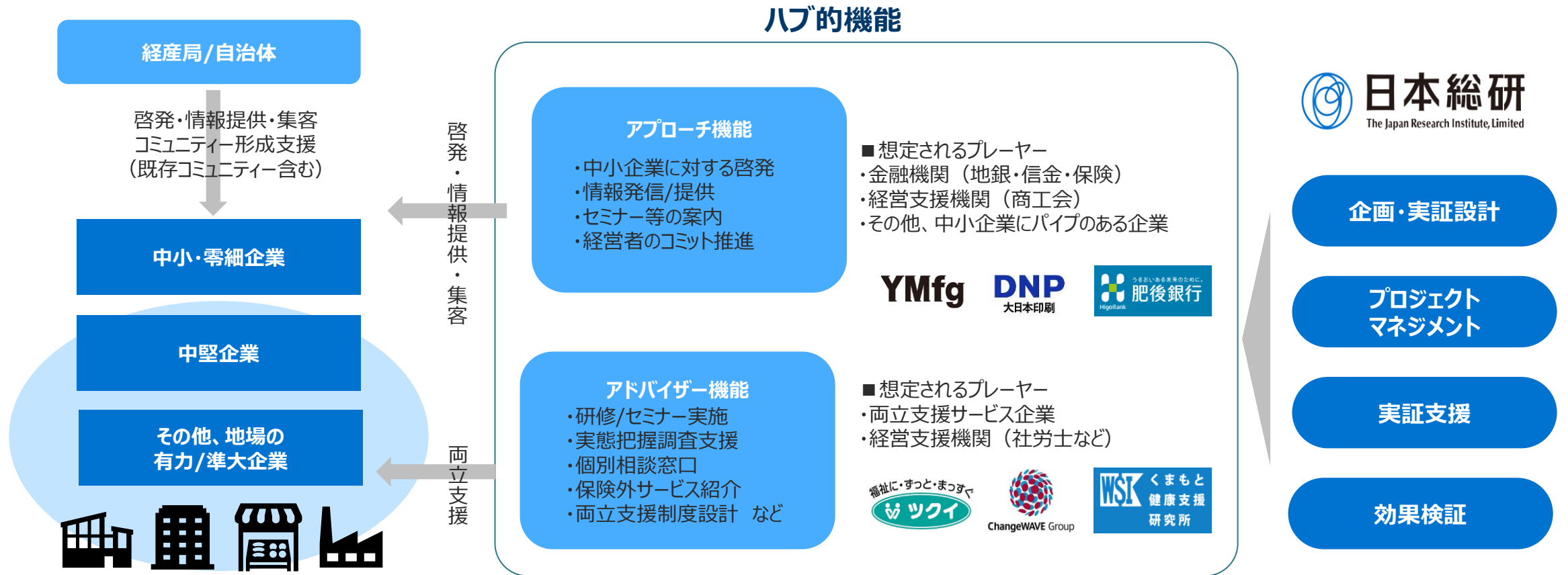
- 満足
- やや満足
- やや不満
- 不満

N = 199人

参考 | 2024年度の主な取組：中小企業における「仕事と介護の介護の両立支援ハブ」モデル実証事業

- 特に中小企業は、仕事と介護の両立支援の推進において、リテラシー/リソース不足が課題となっている
- 中小企業にパイプを持つ企業と仕事と介護の両立支援のサポートができる企業がコンソーシアムを組み、**地域の中小企業が仕事と介護の両立支援サービスをシェアリングできるモデル事業**を実施

モデル事業の実施内容



2024年度までの成果・課題と今年度の実施方針

- 企業における仕事と介護の両立支援の機運醸成や啓発に向けて、企業が両立支援の目的や意義や先進事例など、情報発信できる材料が収集できている
- 一方で、両立支援を進める上での規模や業種に応じた取組方法やその効果については、まだ可視化しきれていない

	2024年度までの成果	課題	今年度事業の実施方針
仕事と介護の両立支援に関する機運醸成	<ul style="list-style-type: none"> ● 有識者や先進企業へのヒアリングにより、企業経営者向けに企業における両立支援の位置づけや取組のポイントについて、整理できた ● また作成されたガイドラインやそれを基にしたセミナー等により、一定の啓発活動を実施 	<ul style="list-style-type: none"> ● 一方で、大企業、中小企業といった規模、または業種ごとに仕事と介護の両立支援における課題は異なり、それに合わせた機運醸成/啓発に向けたアクションが必要 ● 特に中小企業向けに好事例を通じて、取り組む意義等を提示する必要がある 	<p>①更なる啓発と情報発信</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 仕事と介護の両立支援の広報戦略における検討 ● 企業規模や業種を踏まえた好事例の収集と発信
仕事と介護の両立支援における効果の見える化	<ul style="list-style-type: none"> ● 両立支援における先進企業において、その支援制度の推進は、企業経営及び従業員に対する効果は、一定見られた ● 中小企業における「仕事と介護の介護の両立支援ハブ」モデル実証を通じて、中小企業の支援の方策の一つの在り方を検証できた 	<ul style="list-style-type: none"> ● 一方で、定量的に経営者を動かせる効果はそこまで見えてきていない ● また先進企業もまだ少ない状況で、特にリソースとノウハウが少ない中小企業が課題 ● 介護両立支援関連サービスの更なる連携・活用も大企業、中小企業ともに求められる ● 実証においても、中小企業へのアプローチについては有効であったものの、両立支援自体の有効性を示せるほどの成果は見られなかった 	<p>②実証と効果検証</p> <ul style="list-style-type: none"> ● 大企業が仕事と介護の両立支援を推進するための定量的な調査や効果検証の実施 ● 中小企業における仕事と介護の両立支援に係る実証事業のアップデート

今年度の実施事項

昨年度の成果と課題を踏まえて、更なる啓発・情報発信と両立支援における効果検証を目的に、今年度は以下の4点を実施した

目的

実施事項

1. 仕事と介護の両立に係るガイドラインの普及啓発、広報戦略の検討

仕事と介護の両立支援の必要性や取り組む意義について、企業規模を踏まえた啓発・情報発信

- ① 先進企業の経営層・CHROへのインタビュー動画の制作
- ② 中小企業向け「仕事と介護の介護の両立支援」セミナーの実施
- ③ 「仕事と介護の両立支援に関する経営者向けガイドライン」のアップデート

2. 中小企業における仕事と介護の両立支援に係る実証事業

2024年度の課題を踏まえた、中小企業における仕事と介護の両立支援モデルの更なるアップデート

- ④ 中小企業両立支援ハブ事業
自治体・経営支援機関等を巻き込んだ、新たな支援モデルの実証を実施

3. 企業と介護両立支援関連サービスの連携促進の検討

企業と介護両立支援関連サービスの連携促進に向けて、企業が両立支援を推進するための目的・意義を定量的に測定

- ⑤ 企業による両立支援施策の効果検証に関する調査
従業員アンケート調査を実施し、両立支援の取組フェーズ別に結果を比較

4. その他、企業における仕事と介護の両立支援に関して必要な取組

仕事と介護の両立支援を後押しする情報の収集

- ⑥ 仕事と介護の両立支援関連サービスにおける市場環境の調査

今年度の成果と今後の課題

- 本事業を通じて、仕事と介護の両立支援における企業規模別の啓発活動と効果検証において、成果を得ることができた
- 一方で、課題として業種・職種ごとの更なる啓発活動、自治体と連携した従業員やその家族向けの啓発活動が挙げられた

成果

今後の課題

1. 仕事と介護の両立に係るガイドラインの普及啓発、広報戦略の検討

- 主に大手企業向けのCHROによるインタビュー動画、中小企業向けの仕事と介護の両立支援のポイントや好事例に関する動画などの啓発素材を作成したことにより、今後の広報戦略において、企業の規模に合わせた啓発が可能となった

- 今年度は企業規模ごとの啓発活動に注力したが、それ以外に業種や職種ごとに仕事と介護の両立支援に関する課題は異なると思われる
- 今後の更なる啓発として、業種や職種ごとに課題や工夫事例を整理の上、発信していくことが有用であると考え

2. 中小企業における仕事と介護の両立支援に係る実証事業

- 仕事と介護の両立支援に向け、経営層・人事担当者を対象としたセミナーや実態調査を複数地域・企業で実施した
- 多くの従業員が将来の両立に不安を抱えている現状や、企業としての課題の明確化と理解促進、地域連携モデルの実効性・実現性、一部の継続性が確認された
- 取組を普及するためには、状況の異なる4者（経営層・人事担当者・従業員・家族）に対し、連携企業の既存事業の強みを活かしながら、適切なサービスや情報を提供するアプローチが必要であることが示唆された

- 本事業を通じて前述の通りの一定の成果は表れたものの、今後の継続性・実効性の観点からは、地域における両立支援ハブのモデルそのものに対する課題や中小企業・従業員へのアプローチに対する課題、効果及びその検証方法に対する課題が見られた
- 継続性・実効性において、自治体との連携、従業員やその家族向けの啓発活動（すなわち住民への啓発活動）との連携が求められる

3. 企業と介護両立支援関連サービスの連携促進の検討

- 企業による介護両立支援施策の効果を検証することを目的に、大企業のうち①仕事と介護の両立支援を先進的に取り組んでいる企業、②一定推進している企業、③法定・法定以下の取組の企業に対してアンケート調査を実施し、組織的な効果の比較を行った
- 結果としては、従業員全体のコミットメント向上（定性的成果）などが①②の企業で、働く家族介護者におけるパフォーマンス低下の抑制（定量的成果）が①のみで見られた

- ガイドラインに沿い経営層のコミットメントから実態把握、制度設計まで一貫して支援できる包括的体制を整備していく必要がある
- 法定・法定以下の取組をしている企業に対する本調査結果の具体的な啓発施策を検討していく必要がある
- 更なる効果検証として、中小規模や、業種・職種別の両立支援推進における効果や課題の整理する必要がある

5. 実施事項（4）

企業における仕事と介護の両立支援の充実に係る事業

5.2. 仕事と介護の両立に係るガイドラインの普及啓発、広報戦略の検討

仕事と介護の両立に係るガイドラインの普及啓発、広報戦略の検討

- 仕事と介護の両立支援の必要性や取り組む意義について、企業規模を踏まえた啓発・情報発信を実施した

実施事項① 先進企業の経営層・CHROへの インタビュー動画の制作

仕事と介護の両立支援の意義や重要性を経営層の理解を深めてもらうことを目的に、仕事と介護の両立支援を経営戦略として取り組んでいる企業の経営層・CHROにインタビューを行い、メッセージ動画を作成・発信

実施事項② 中小企業向け「仕事と介護の両立支援」 セミナーの実施

中小企業向けに仕事と介護の両立の重要性や意義をご理解いただく基調講演、ガイドライン紹介や育児介護休業法改正のポイント、好事例の発信をオンデマンドセミナー形式で動画配信を実施

実施事項③ 「仕事と介護の両立支援に関する 経営者向けガイドライン」のアップデート

最新の情報を反映させるため、ガイドラインを改訂し、法改正の反映や図表の更新、事例の追加等を実施

大企業向け啓発活動 | 先進企業の経営層・CHROへのインタビュー動画の制作

- 経営層・CHROが「仕事と介護の両立支援」にコミットしている企業（先進企業）のメッセージ動画を作成
- 2024年度に撮影済みだった大成建設の動画を公開するとともに、今年度新たに日立製作所、アフラック生命、ハウス食品グループ本社、ソフトバンクにご協力いただいた

目的

先進企業によるメッセージをまとめ、経営層・CHROによる「仕事と介護の両立支援」へのコミットの重要性を社会全体に広報することで、企業における経営層の理解を深める

■ インタビュー動画概要

- 先進企業の経営層・CHROへ対面インタビュー形式で撮影を実施
 - ① 仕事と介護の両立支援の取組概要
 - ② 人的資本経営における、仕事と介護の両立支援の位置づけ
 - ③ 仕事と介護の両立支援に関するメッセージ

■ インタビュー動画の活用方法

- ガイドラインと共に仕事と介護の両立支援における啓発ツールとして活用
- 経済産業省YouTubeチャンネルに掲載



大成建設株式会社
～仕事と介護の両立支援は会社の使命～
#介護支援は企業の使命 #建設業 #技術と人材を守る



株式会社日立製作所
～多様な従業員一人ひとりがいきいきと働き、活躍できる会社～
#人的資本投資 #電気機器 #制度と風土で支える介護



アフラック生命保険株式会社
～多様な人材一人ひとりが最大限に力を発揮できる環境に向けて～
#人材を大切にする #保険業 #社員からの声



ハウス食品グループ本社株式会社
～介護支援政策は人と組織の成長を支える重要な取組～
#知識を得る、相談する #製造業 #個人の成長を企業の成長へ

仕事と介護の両立支援に関する経営者向けガイドラインのアップデート

- 最新の情報を反映させるため、ガイドラインを改訂し、法改正の反映や図表の更新、事例の追加等を行った

実施目的

2025年4月に施行された改正育児・介護休業法の反映やデータの更新等を行い、最新の情報を反映させるため

主な修正内容

■全体

- ✓ 「全ての経営者に向けたメッセージ」において、法改正について言及
- ✓ 「仕事と介護の両立に関する従業員や企業の現状・課題」において、法改正について言及
- ✓ 「企業が取り組むべき介護両立支援のアクション」において、法改正内容を反映
- ✓ 「ビジネスケアラー」から「働く家族介護者」への文言修正
- ✓ 本文中の最新の数値への更新（共働き世帯数、高齢化率等）

■図表の更新

- ✓ 図表1.日本における今後の人口動態の変化
- ✓ 図表3.各階層の人口増減
- ✓ 図表4.就業人口世帯のタイプ別推移
- ✓ 図表6.企業類型別の雇用人員充足度
- ✓ 図表10.厚生労働省「仕事と介護の両立 ～介護離職を防ぐために～」

■事例の追加

- ✓ ガイドライン公表以降、参考資料集に新規掲載した企業を中心に事例追加

5. 実施事項（4）

企業における仕事と介護の両立支援の充実に係る事業

5.3. 中小企業における仕事と介護の両立支援に係る実証事業

実証目的・概要

- 2024年度事業の課題を踏まえ、地域内の複数の中小企業に対し、仕事と介護の両立支援推進のための継続的な仕組みづくりを目指して実証を実施。

実証目的

- 各事業者は、特定の地域において、**中小企業の取りまとめハブとなり、介護の両立支援を実施し、効果検証を通じてモデル化**する。
- 中小企業における**仕事と介護の両立支援を推進する仕組みの継続性・実現性の検証**を行う。
- 具体的には、本実証事業の事業実施期間後においても、介護両立支援ハブとしての機能を果たすために、**両立支援に取り組む企業への訴求、安定した連携体制、必要な財源確保のスキーム等の観点から、実効性と継続性を担保できるモデルとして設計**する。
- 支援先中小企業に対して、「**仕事と介護の両立支援に関する経営者向けガイドライン**」の「**企業が取り組むべき介護両立支援のアクション**」に則して、**経営者向け・従業員向けにそれぞれの取組を実施**する。

実証内容

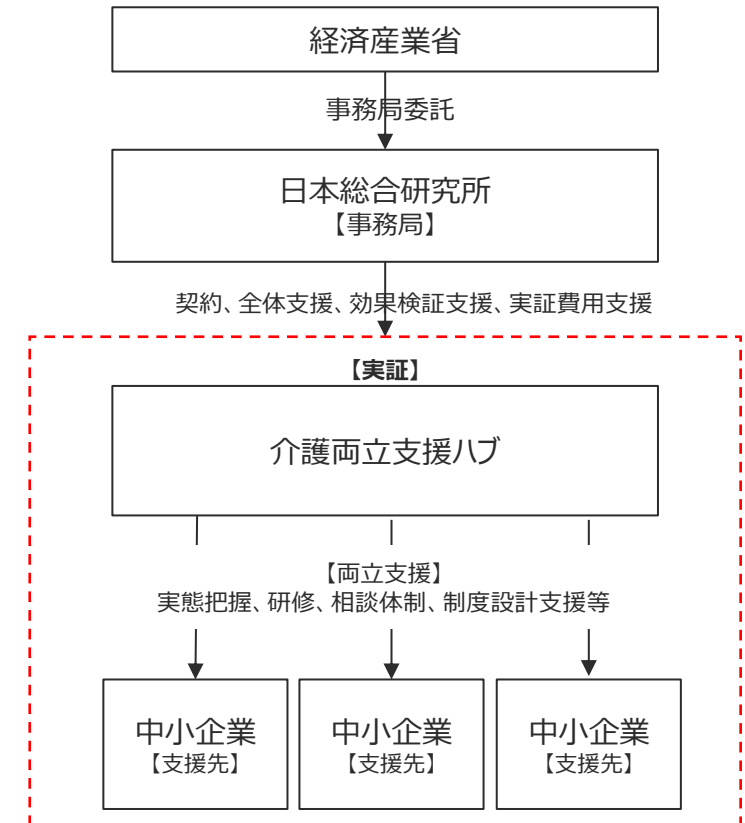
地域において、複数の中小企業等の両立支援を支える継続的な仕組みづくりを目指す。複数事例を実証のうえ仕組みをモデル化し、他地域へ拡大する。

- ① ハブ的機能の仕組みの継続性・実現性の検証
- ② 経営層のコミットメント促進、実態の把握と対応、情報発信、独自の取組の充実
- ③ 地域との連携
- ④ 外部への発信
- ⑤ 実効性や継続性の担保、介護両立支援促進
- ⑥ 効果検証

スケジュール

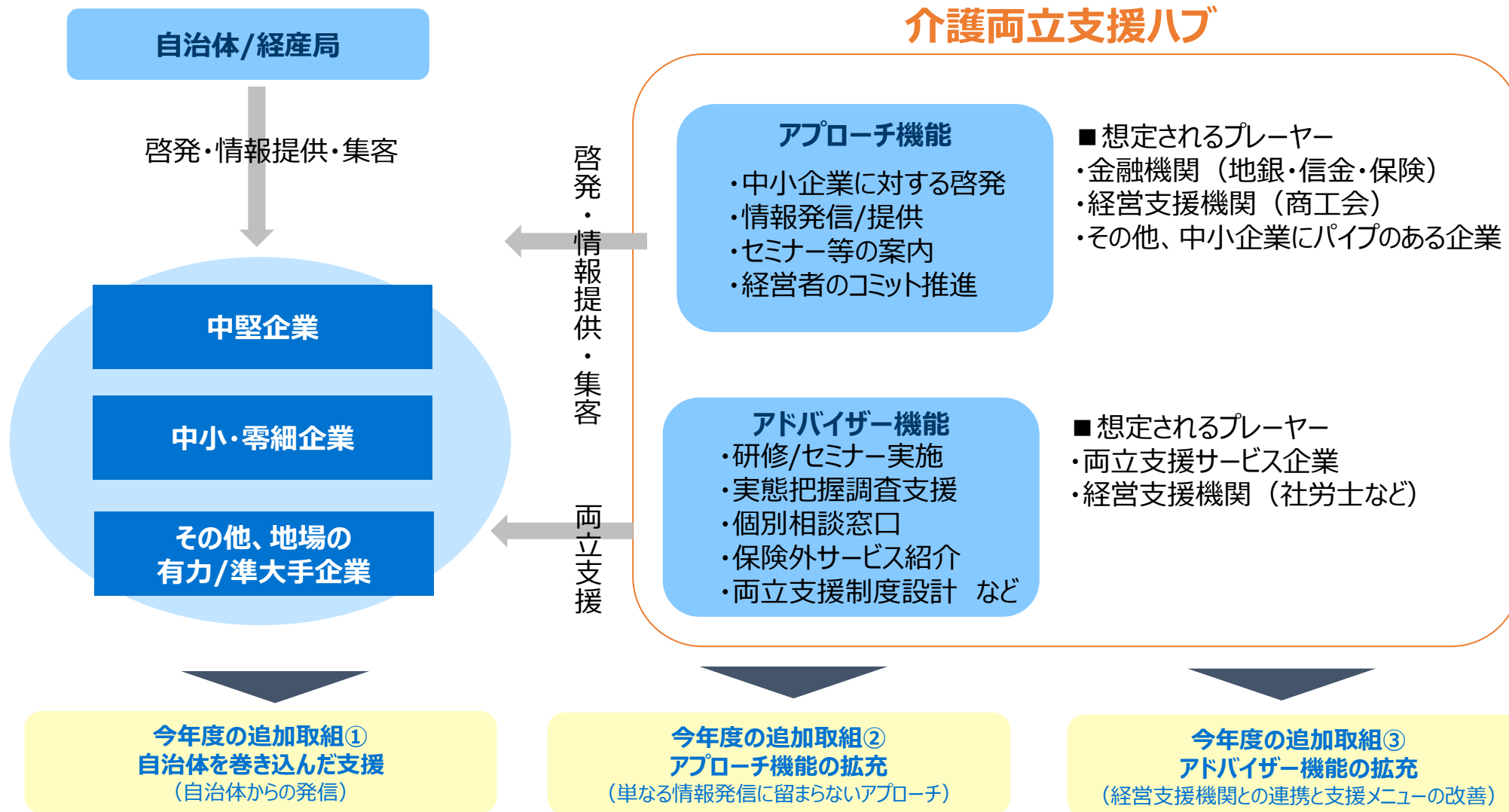
実証開始：2025年7月以降
※各事業者にて契約手続き完了次第開始
効果検証：2026年2月
実証成果報告：2026年3月

実証体制



実証設計

- 昨年度同様、「アプローチ機能」を担うプレイヤーと「アドバイザー機能」を担うプレイヤーが「介護両立支援ハブ」として連携。
- 今年度実証では、新たに自治体を巻き込んだ支援や、アプローチ機能・アドバイザー機能の拡充を図る。



効果検証項目

- 効果検証は、主にサービス提供前後での実態把握調査の結果を用いて実施する。一部、働く家族介護者や経営者・人事担当者へのヒアリングを行うことで、その効果を多面的に把握できるように検証項目を設定。

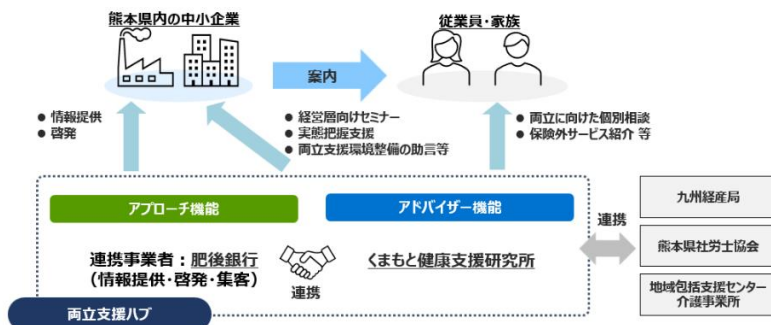
検証項目		内容	対象	方法
1	ハブ的機能の評価	地域内でハブ的な機能によって、中小企業において両立支援が取り組みやすくなったか確認する	従業員 経営者・人事担当者	実態把握調査及び経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握
2	リスクマネジメント (業務への影響)	働く家族介護者本人が、仕事の中でどのような具体的課題を有しているのか、また各種サービスを受けることによってそれらの課題を解消できたのか確認する。	従業員	実態把握調査もしくは従業員へのヒアリングにて把握
3	退職リスク	現在の状況が継続した場合に、自社で働き続けることができるか確認する。またサービスを受けた後の状況も把握する。	従業員	実態把握調査にて把握
4	従業員エンゲージメント	従業員エンゲージメントの状態を、サービス提供の前後で比較する。	従業員	実態把握調査にて把握
5	施策の満足度	施策の全体的な満足度や費用対効果について、ヒアリング等を通じて把握する。	従業員 経営者・人事担当者	実態把握調査及び経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握
6	パフォーマンスの低下	働く家族介護者となっておられる方のパフォーマンスの低下度をサービス提供の事前事後で比較し、サービス利用によるパフォーマンス低下の低減の有無や度合いを確認する。	従業員	実態把握調査の事前事後比較にて把握
7	労働生産性損失の低減	パフォーマンスの低下度合いをふまえて、サービス提供による労働生産性損失の低減額を把握する。(施策全体の費用対効果の把握)	従業員	実際把握調査の事前事後比較の結果を基に算出
8	費用負担意向	中小企業/従業員は、費用負担してでも、両立支援を実施していきたいか確認する。	従業員 経営者・人事担当者	実態把握調査及び経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握
9	マネタイズの評価	中小企業の需要とハブ的機能の運営を踏まえて、横展開及びマネタイズの可能性を評価	—	実証を通じて整理

実証結果サマリ（各事業者の成果比較）

- 仕事と介護の両立支援に向け、経営層・人事担当者を対象としたセミナーや実態調査を複数地域・企業で実施。多くの従業員が将来の両立に不安を抱えている現状や、企業としての課題の明確化と理解促進、地域連携モデルの実効性・実現性、一部の継続性が確認された。

地方銀行×介護両立支援サービスモデル 株式会社くまもと健康支援研究所

- 地方銀行や社労士会と連携して両立支援を推進する仕組みの実効性・継続性を検証

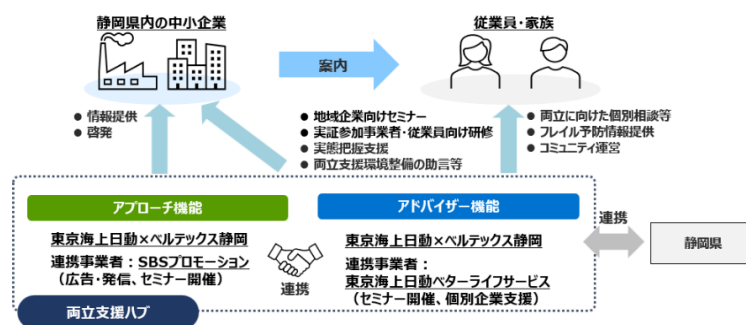


主な成果

- 経営層・人事担当者や社会保険労務士事務所を対象にオンラインセミナーを開催し、**15社が参加**。熊本県産業支援課や地銀・社労士会を通じて周知。
- 実態把握調査を**7社94名に実施**し、潜在層の約6割が将来の仕事と介護の両立に不安を感じ、数年以内に課題が顕在化する可能性が示唆された。
- 介護情報のプッシュ型配信や事例ベースの短編動画を通じた啓発を実施。地銀・社労士会との連携によるハブ型支援モデルの実効性も確認された。

保険会社グループ&プロスポーツチーム ×介護両立支援サービスモデル 東京海上日動火災保険株式会社× 株式会社VELTEXスポーツエンタープライズ

- 地域メディア・スポーツ団体と連携して両立支援を推進する仕組みの継続性・実現性を検証

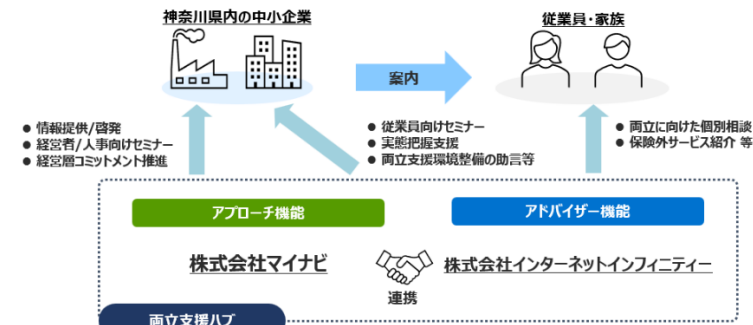


主な成果

- 経営層・人事担当者向けに**対面セミナーを実施し、22社が参加**。東京海上・VELTEXの既存顧客や静岡県庁関係部署を通じて周知。
- 実態把握調査を**3社51名に実施**し、社内体制や制度運営における具体的な課題を把握した。
- 従業員向けセミナーやワークショップ、WEB相談、試合会場での情報周知を実施し、**地域実装への期待や関係者間の協議が進展**した。

人材支援×介護両立支援サービスモデル 株式会社マイナビ×株式会社インターネットインフィニティ

- 人材支援会社と連携して両立支援を推進する仕組みの実効性・継続性を検証



主な成果

- オンラインセミナーを**経営層・人事担当者向けに実施し、23社が参加**。マイナビ社の既存顧客に向けて周知。
- 実態把握調査を**7社491名に実施**。介護前従業員の約63%が今後5年以内に介護に直面する可能性を把握。
- 従業員向けセミナーは**32名が参加、個別相談も2件実施**。実態調査により課題が明確化し、**人事の理解が一定程度促進**された。

実証結果サマリ（各事業者の課題比較）

- ・ 本事業を通じて前述の通りの一定の成果は表れたものの、今後の継続性・実効性の観点からは、モデルそのものやアプローチ、効果検証に関する課題も挙げられた。

地方銀行×介護両立支援サービスモデル 株式会社くまもと健康支援研究所

保険会社グループ&プロスポーツチーム ×介護両立支援サービスモデル 東京海上日動火災保険株式会社× 株式会社VELTEXスポーツエンタープライズ

人材支援×介護両立支援サービスモデル 株式会社マイナビ×株式会社インターネットインフィニティ

地域における両立支援ハブのモデルそのものに対する課題

➤ 事業者間での関与範囲の整理と役割分担

社会保険労務士から関与範囲の整理の課題があげられた。初期接点は金融機関、制度説明は専門機関、制度設計や実装支援は別主体が担うなど、役割と関与段階を明確化し、各機関が無理なく参画できる持続可能な連携体制の構築が必要。

➤ 自治体等とも連携した周知・情報発信

セミナー開催時期や告知タイミング、集客期間によっては、セミナーへの参加率が低い場合もある。発信媒体や連携事業者における更なる工夫が必要。一般の広報で企業に対してニーズを喚起し集客につなげることに課題があるため、自治体の広報等を活用した周知・情報発信の充実が求められる。

➤ 企業に対する支援範囲の不確実さ

仕事と介護の両立支援は“見えない経営課題”であり、明確な要因・実態が可視化されないと何をどこまで支援して良いのかがわかりにくい。特に現場作業に従事する従業員への周知が難しく、各企業ごとの事情に合わせた多様な形での周知方法の模索と検討が必要。

中小企業・従業員へのアプローチに対する課題

➤ 従業員に対する多層的な情報提供の実施

現場中心の業種や小規模事業所ではメールを中心とした情報提供では情報が浸透しづらい。業種・規模・勤務形態別に支援モデルを整理し、対面説明や管理職経由の伝達、紙媒体の活用強化など、多層的な手法を組み合わせた段階的アプローチが必要。

➤ 従業員の家族に対するアプローチの継続性

家族への巻き込みにおいては、家族参加型イベントの継続や、「健康」から「介護」へと段階的に意識を高める仕組みが必要。施策の活用率やサービス利用を高めるには、支援が必要な従業員及びその家族にタイムリーに情報と支援を届ける仕組みを整備すること、継続的に対象層を拡大することも重要。

➤ 経営層へのアプローチ

人事担当者への接触は成果があったものの、経営層との接触に課題があった。人事担当者から経営層へのエスカレーションにも課題があり工夫が必要。より多くの従業員とその家族に情報を届けるには、多様な推進手法の検討や家族向け情報ツールの作成等の工夫も必要。

効果及びその検証方法に対する課題

➤ 効果検証に関わる調査の回答負担の大きさ

小規模事業所においては人員不足や制度理解不足といった構造的課題により介護発生時の経営インパクトが大きいものの、企業の意向・従業員負担により事後調査を実施できなかった。回答負担を下げるための設問の絞り込みなどが求められる。

➤ 効果検証スパンの短さ

退職リスクの変化、従業員エンゲージメントの向上、パフォーマンス低下の抑制といった影響は、短期の実証期間では定量的な成果を検証することが困難。今後の長期的な取組の中で継続的にデータを収集し、効果検証を行うことが必要。

➤ 予備群に対する相談窓口への接続周知

従業員向けセミナーは今後介護が必要となる方への情報提供を目的に実施。セミナー参加者は介護前の層が中心となり、介護中の従業員の参加は限定的であった。そのため、参加者の多くが自分事として介護を捉えにくく、セミナー参加後に相談窓口を利用する行動につながりにくかったと考えられる。

実証を踏まえた考察

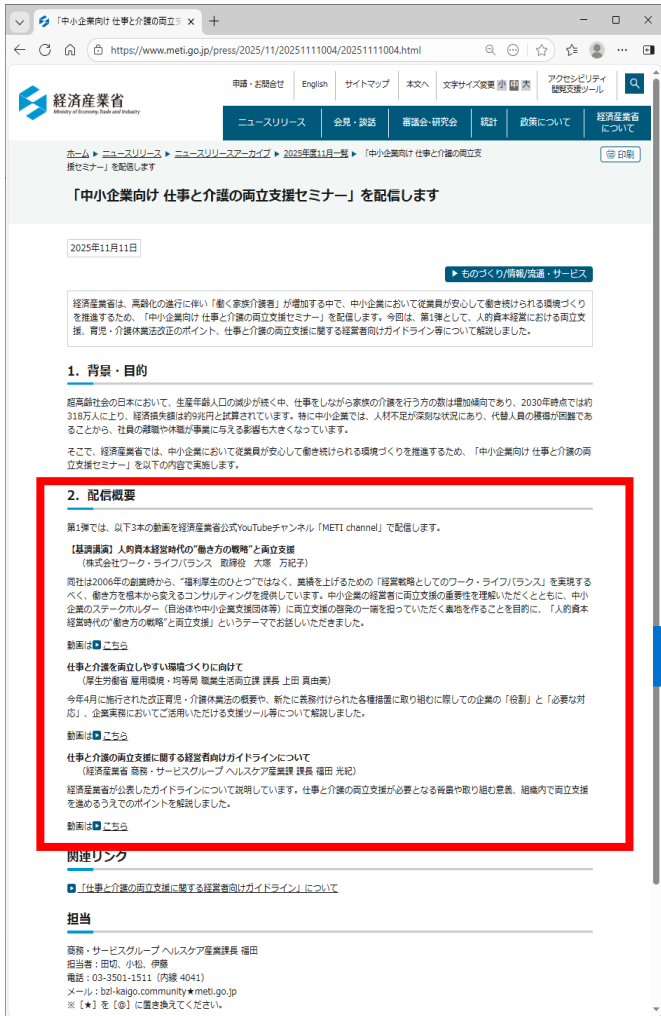
- 取組を普及するためには、状況の異なる4者（経営層・人事担当者・従業員・家族）に対し、連携企業の既存事業の強みを活かしながら、適切なサービスや情報を提供するアプローチが必要であることが示唆された。

アプローチ先	両立支援に関するサービスや情報の利用・周知の課題	本実証における取組と結果
<p>経営層</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 両立困難による経営リスクを過小評価 ✓ 該当者が顕在化しておらず、少ないという実態の誤認 ✓ 各種サービス利用に関わる投資対効果の不確実性 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 株式会社くまもと健康支援研究所：地銀との連携を行うことで、経営層に対して直接アプローチすることができている。 ✓ 東京海上日動火災保険株式会社：自社のネットワークおよび自治体との連携を行うことで経営層に対してもアプローチができている。
<p>人事担当者</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 両立支援制度の構築・運用に関わるリソースの不足 ✓ 介護に関する専門知識の不足 ✓ 従業員への周知や巻き込みの難しさ 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 株式会社マイナビ：既存事業のネットワークを活かして、人事担当者へのアプローチができており、セミナー・実態把握についても多くの企業に参加いただいている。 ✓ 東京海上日動火災保険株式会社：自社の既存事業及び自治体との連携を行うことで、経営層のみならず人事担当者に対してもアプローチができており、セミナーへの参加者も多い。
<p>従業員</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 介護を行うことやその準備について知る機会がない ✓ 介護を行うことやその可能性を公表することへの抵抗感 ✓ 現状維持バイアスにより、行動につながりづらい 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 東京海上日動火災保険株式会社：健康経営等と関連した多様なコンテンツと併せた従業員向けセミナーを行うことで、参加率を高めることができている。不安感の軽減についても一定の効果を得ている。
<p>家族 (従業員の両親)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 介護を行うことやその準備について知る機会がない ✓ 職場における支援の実態がその家族まで浸透していない ✓ 家族への遠慮から自身の介護についても子ども（従業員）と話していない 	<ul style="list-style-type: none"> ✓ 東京海上日動火災保険株式会社：地域のスポーツチームと連携を行うことで、従業員の家族の心理的ハードルを下げた状態で仕事と介護の両立に関する情報提供や、家族と従業員が介護について話し合うきっかけづくりができている。

➤ 連携する企業の既存事業の強みを活用しながら、各アプローチ先へのサービスや情報の提供を行うことが必要

中小企業実証 報告会 動画配信

・ 実証報告として、中小企業経営者や自治体などの担当者向けに、広く情報提供を目的として動画を撮影し、オンデマンド配信を行った



実証事業者の報告書

①株式会社くまもと健康支援研究所

1. 実証概要

実証内容

●事業概要

本事業は、中小企業における仕事と介護の両立支援の普及・定着を目的として実施した。昨年度の取組から、両立支援に関する情報が中小企業へ十分に届いていないこと、介護に関する社内制度や従業員の実態が把握されていないこと、相談ニーズと実際の申込行動に乖離があることが課題として明らかとなった。これらを踏まえ、今年度は健康経営支援機関である地方銀行や社会保険労務士会等との連携による情報発信・理解促進を試行するとともに、中小企業に「届き、行動につながる」支援設計を検証し、両立支援を支える継続的な仕組みづくりを目指した。

●実証内容

(ア) 地域内調整

地銀（肥後銀行）・社会保険労務士会との連携によるハブ機能の強化

(イ) セミナー/研修実施

- ・経営層のコミットメント：県内企業の管理職・人事・労務担当者を対象にしたセミナー
- ・情報配信：将来の備えや介護制度に関する研修動画、プッシュ型情報の提供

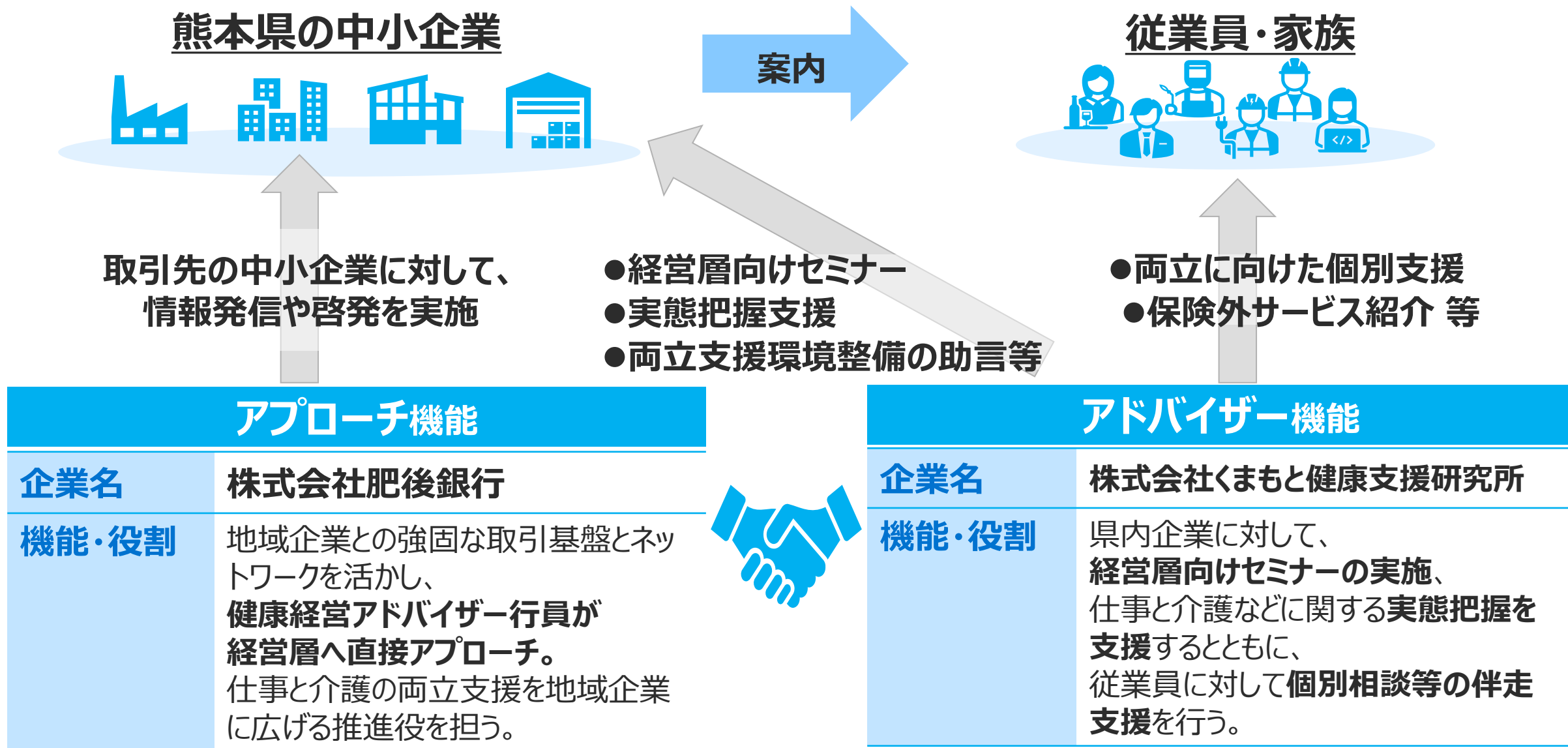
(ウ) 地域内共通/個別両立支援

オンラインによる個別相談の実施

(エ) 効果検証

支援企業の従業員に対して顕在化・潜在化した働く家族介護者の実態把握
支援企業、ハブ機能強化に対するヒアリング

実証スキーム（実施体制、それぞれの役割）



実施スケジュール

実施事項	9月				10月				11月				12月				1月				
	2	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25	2	9	16	23	30	6	13	20	27
Step.1 地域内調整（ハブ機能）																					
肥後銀行連携	→																				
商工会議所へアプローチ		熊本県庁 →			商工会議所 →																
Step.2 セミナー/研修実施																					
セミナー実施					10/10 →																
実態把握調査																					
実態把握調査集計・返却																					
プッシュ型情報配信																					
相談窓口周知																					
Step.3 地域内共通/個別両立支援																					
個別相談支援サービス																					
社会保険労務士会との連携		県社会保険労務士会訪問 →																			
Step.4 効果検証																					
実態把握前後調査																					

ハブ機能の強化による企業アプローチの高度化

- 本事業では、肥後銀行および県社会保険労務士会との連携により地域内ハブ機能を強化し、企業への共同アプローチ体制を構築した。
- 肥後銀行との連携により、金融機関のネットワークを活用した中小企業への展開が進展した。セミナーや情報配信を通じて従業員の介護リテラシー向上と早期相談意識の醸成を図り、地域における持続可能な支援モデルの基盤を形成した。
- 県社会保険労務士会と働く家族介護者支援の意義および社会保険労務士が実務で活用可能な支援内容について協議を重ねた。その結果、本支援が企業の人事労務実務に有効であるとの理解が得られ、連携合意に至った。これにより、社会保険労務士を通じた企業への情報提供および支援拡大の基盤が整備された。

情報配信による基礎知識の底上げ（介護リテラシー向上）

- 管理職向けセミナーの実施に加え、従業員へ月1回・全3回のプッシュ型情報配信（紙・WEB）および約7分間の短編動画を配信し、制度理解と具体的行動イメージの提示を行った。その結果、介護を「自分事」として捉える意識の醸成につながった。一方、PCやメール中心の支援は現場型業種や小規模事業所には届きにくいことが判明し、企業規模や働き方に応じた多層的な支援設計の必要性が示唆された。

実態把握調査による「顕在化・潜在化」の可視化

- セミナー参加企業のうち7社（n=94）を対象に実態把握調査を実施した結果、既に家族介護に直面している従業員（顕在層）が8名確認されたほか、75歳以上の家族を有する潜在層が41名、そのうち将来の両立に不安を抱える層が27名存在した。また、介護準備が不十分と回答した層は約9割に上り、潜在的ビジネスケア層の厚みと今後の顕在化リスクが明らかとなった。
- 特に建設業等の小規模事業所においては、人員余力の不足や制度理解の不足といった構造的課題により、介護発生時の経営インパクトが大きいことが示唆された。介護は将来の可能性ではなく、既に進行中の経営課題であることが実証的に確認された。

実施結果サマリー

検証項目		実施内容	結果まとめ
1	ハブ機能の強化	地銀・社会保険労務士会と連携	<ul style="list-style-type: none"> ・ビジネスマッチングスキームによる企業への共同アプローチを確立 ・社会保険労務士会との連携合意を実現 ・支援が届きにくい企業層へのリーチを確認 ・関係機関との連携を通じ、支援が届きにくい企業層へのアプローチが可能であることを確認
2	管理職・人事労務担当者向けセミナー	管理職・人事労務担当者向けオンラインセミナーを1回（10月10日）に実施。熊本県産業支援課より県内企業等へメール配信及び地銀・社会保険労務士会による関係企業への周知。参加者には満足度調査を実施した。	<ul style="list-style-type: none"> ・当日の参加企業数は15社 ・地銀・社会保険労務士会と連携し周知をおこなったことにより、働く家族介護者対策まで手が回っていない中小企業へのリーチが可能であることがわかった
3	実態把握調査	7社の従業員に対し実態把握調査を実施した。	<ul style="list-style-type: none"> ・既に家族介護に直面している従業員が8名確認され、小規模事業所においても働く家族介護者は顕在化していることが明らかとなった ・潜在化が41名、そのうち約6割が将来の両立に不安を抱えている。今後数年以内に顕在化リスクが高まる可能性が確認された
4	情報配信	<ul style="list-style-type: none"> ●プッシュ型情報配信 潜在化の従業員への仕事と介護の両立支援の備えに関する意識啓発を目的としたWEB・紙媒体の情報を従業員へ月1回（合計3回）配信した。 <ul style="list-style-type: none"> ●啓発動画 意識啓発のツールとして短編動画を作成し、従業員へ配信した。（1回）	<ul style="list-style-type: none"> ・月1回（全3回）の定期配信により、継続的な支援の機会を創出 ・紙媒体とWEB配信の併用により、多様な勤務形態の従業員へ情報提供が可能となった ・プッシュ型配信と短編動画を組み合わせた支援モデルの実装可能性が確認された
5	個別相談	潜在・顕在化した働く家族介護者へのオンラインでの個別相談を実施	実際の相談にまではいたらなかった。 今回、潜在層が多数を占めていたことから、介護に対する不安は抱えていても課題が具体化しておらず、「何を相談すればよいのか分からない」段階であった可能性が高い。そのため、個別相談の必要性を自ら認識できず、利用に至らなかったと考えられる。
6	効果検証	実態把握調査を実施した7社の経営者・人事向けにヒアリング調査を実施 地銀・社会保険労務士会向けにハブ機能強化に向けたヒアリング・アンケート調査を実施。	<ul style="list-style-type: none"> ・地銀・社労士会との連携による「ハブ型支援モデル」は、経営層への到達性・制度対応力の両面で実効性があることが検証された。 ・ハブ機能導入により支援企業側の調整負担が一定数確認された。導入時の負担軽減策の検討が今後の検証課題である。

2. 事業実施結果

実施結果 1 ハブ機能の強化

① 中小企業への展開・啓発

➤ 2024年度の実証における課題

中小企業においては、仕事と介護の両立支援に関する認知度が十分とは言えず、企業に対する効果的な告知・啓発手法の確立が課題となっていた。

➤ 課題解決に向けた取組

金融機関および専門団体と連携した企業アプローチ体制の構築を行った。具体的には、地域企業との接点を有する肥後銀行および人事労務の専門性を有する熊本県社会保険労務士会と連携し、ビジネスマッチングスキームを活用した企業への共同アプローチ体制を整備した。

➤ 取組の結果（成果）

・金融機関や専門団体のネットワークを活用することで、従来の行政からの直接的なアプローチでは接点を持ちにくかった中小企業に対しても情報提供が可能となり、中小企業への展開モデルの有効性を確認することができた。

・働く家族介護者支援の社会的意義に加え、社会保険労務士が企業支援の実務の中で活用可能な支援である点への理解が進み、熊本県社会保険労務士会との連携合意に至った。

実施結果 1 ハブ機能の強化

②企業に実態を理解してもらうための取組

➤ 2024年度の実証における課題

アンケート結果から、管理職を含め介護に関する社内制度の認知度が低いことが明らかとなり、企業における仕事と介護の両立支援への理解促進が課題であった。

➤ 課題解決に向けた取組

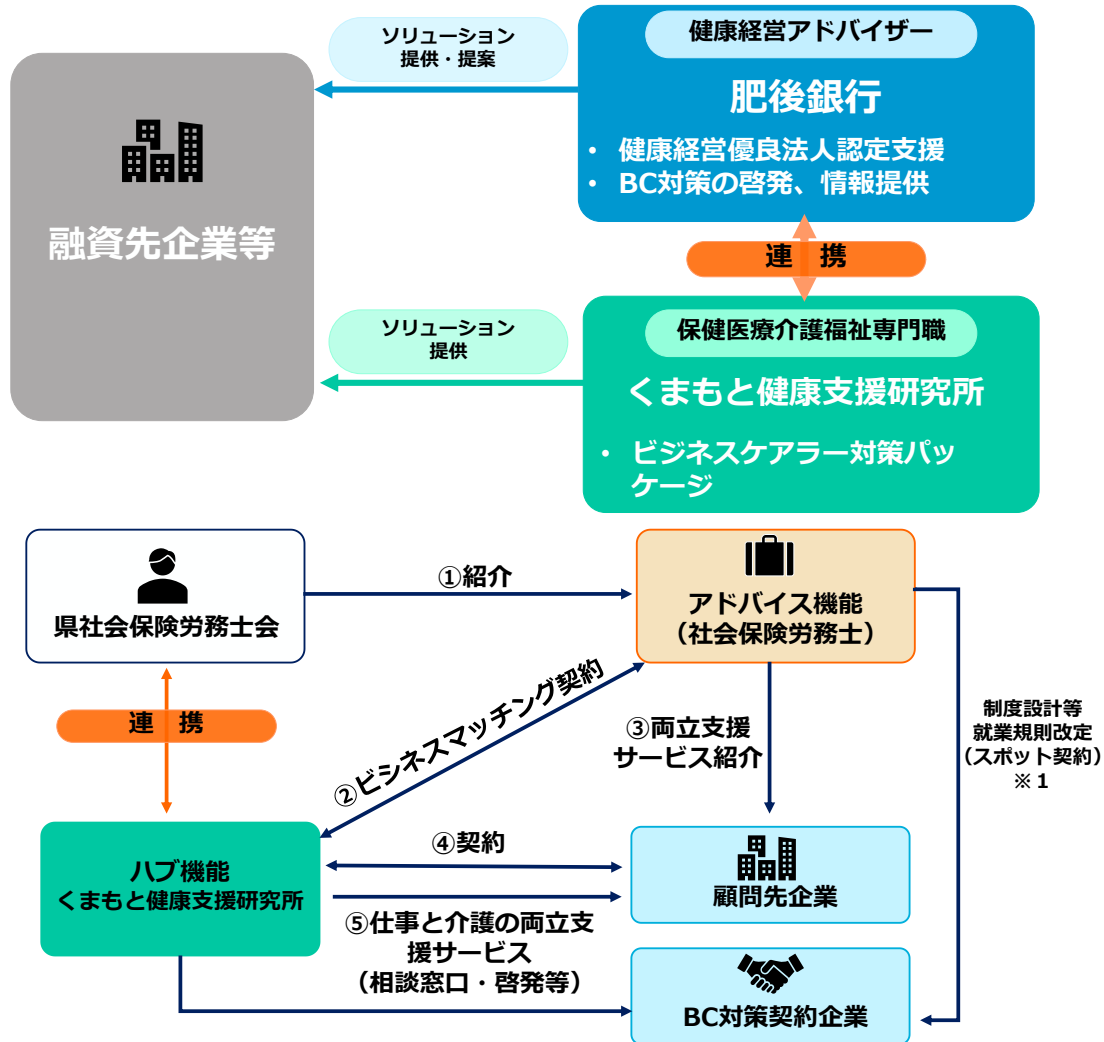
企業の理解促進を図るため、金融機関と連携した企業訪問および管理職・人事労務担当者向けセミナーを実施した。また、企業の経営層との対話を可能とする営業支援ツールとして、仕事と介護の両立支援を人的資本経営および健康経営の観点から説明できる共通トークフレームを整備した。

➤ 取組の結果（成果）

肥後銀行と連携し、取引先企業への同行訪問を実施した。また、管理職・人事労務担当者向けセミナーには15社中12社が参加し、そのうち7社が支援プログラムに参画した。これらの取組を通じて、経営層に対して仕事と介護の両立支援を人材定着に関わる経営課題として説明することが可能となり、企業の理解促進につながった。

実施結果 1 ハブ機能の強化

ハブ機能強化スキーム図



※ 1 制度設計等就業規則改定（スポット契約）は、既にハブ機能（くまもと健康支援研究所）と契約を締結している企業に対して、必要に応じて社会保険労務士がスポット契約を締結し支援を行う仕組みとしている。

営業支援ツール



実施結果 2 管理職・人事担当者向けの取組み【セミナー】 実施概要

- 熊本県内企業の管理者・人事労務担当者を対象とした法改正に伴う仕事と介護の両立支援セミナーをオンラインにて開催した。
- 周知方法として、県・商工会議所からの周知及び肥後銀行、社会保険労務士会を通じて企業へ周知。

- 実施日：令和7年10月10日（金）
- 対象者：熊本県内企業の管理職・人事労務担当
- 周知方法：1）県産業支援課を通じて関係団体等へメール配信、熊本市商工会議所を通じて加盟企業へメール配信
2）県UXプロジェクトスラック投稿
3）肥後銀行、社会保険労務士会に関わる企業へ周知
- 実施方法：オンライン（ZOOMウェビナー）
- プログラム：仕事と介護の両立支援に向けた実践ポイントの解説

セミナー

令和7年度経済産業省「仕事と介護の両立支援 モデル実証事業」の
令和7年度「仕事と介護の両立支援 モデル実証事業」では、以下の3つの取組みを実施します

- 1 ビジネスケアラー実態調査**
従業員様にWEBによるアンケート調査を行い、顕在化・潜在化したビジネスケアラーに関する現状把握を行います。
- 2 従業員様向け啓発**
従業員様向け研修動画配信・プッシュ型情報配信を実施します。
- 3 専門家による相談窓口設置**
医療専門家やケアマネジャーなどの専門家が、ZOOMによる相談支援を行う相談窓口設置を実施します。

お申し込み方法
QRコードを読み取り、セミナー参加アンケートをご回答のうえ、最終項目（支援希望調査）からお申込みください

実証期間：2025年11月～2026年2月頃
参加費：無料

株式会社くまもと健康支援研究所
代表取締役 松尾 洋

チラシ

仕事と介護の
両立支援セミナー
【オンラインセミナー】

10.10 金
14:00 - 15:00

こんなお悩みありませんか？
 介護による社員の高齢
 介護休暇の対応方法が不安
 社内制度がみるみる廃れそう

対象者 熊本県内企業の管理職・人事労務担当者

仕事と介護の両立支援の実践ポイントを解説！

講師 松尾 洋
くまもと健康支援研究所 代表取締役

お問い合わせ
株式会社くまもと健康支援研究所
TEL 096-321-7171 (代)
MAIL info@kri-jp.jp

実施結果 2 管理職・人事担当者向けの取組み【セミナー】 実施結果

- ・ 実施結果・課題・解決の方向性等は以下のとおりである。

本セミナーによる、企業における「仕事と介護の両立支援」への理解促進と課題の可視化が図られた。参加企業からは、制度整備の未着手や従業員の実態把握不足、相談態勢の未整備等が課題として挙げられ、両立支援を経営課題として捉える意識の高まりが見られた。

また、複数社が具体的支援の導入を希望・検討しており、本取組は情報提供にとどまらず、実践的支援へ接続する導線として機能した。

- 参加のきっかけ

参加企業は、仕事と介護の両立支援に関する具体的な取組内容の把握や、自社における課題整理、今後の従業員支援への備えを目的として参加している傾向が見られた。

- 両立支援の状況

自社において両立支援の取組が十分に整備されていない、あるいは検討段階にとどまっている企業が多く、制度整備や運用面での課題が示唆された。

- 主な課題

両立支援を進めるうえで、社内制度の未整備、従業員の実態把握の難しさ、相談体制の不足、管理職・経営層の理解不足などが課題として上げられた。

- 必要な支援

制度設計、実態把握調査の実施、相談窓口の設置支援、他社事例の提供等、具体的かつ実践的な支援へのニーズが確認された。

役職	申込数
代表取締役(所長)	7
総務・管理職	5
その他・従業員	6

業種	申込企業数	参加企業数
社会保険労務士	5	5
建設業	6	6
教育	1	1
福祉(介護)	1	1
製造業(食品)	1	1
金融業	1	1
自動車小売業	1	0
その他	2	0
合計	18	15

実施結果 2 管理職・人事担当者向けの取組み【セミナー】 満足度調査

●アンケート回答役職

代表取締役	2
総務部	1
代表者	1
社会保険労務士	1
なし	3
合計	8

●アンケート回答 従業員規模(従業員数)

1~49人	7
50~99人	0
100~299人	0
300~999人	0
1,000人~	1
合計	8

1) 今回のセミナーをどのようにしてお知りになりましたか(複数回答可)

UXメンバー(Slack)	0
UXメンバーシップ会員からの案内	0
熊本県工業連合会会員からの案内	0
くまもと産業支援財団メルマガ会員からの案内	0
リーディング育成企業からの案内	0
肥後銀行からの案内	6
県社会保険労務士会からの案内	2
その他	0
合計	8

2) 今回のセミナーに参加しようと思われたきっかけを教えてください(複数回答可)

法改正の内容を理解したから	3
自社で制度整備を進める必要があると感じたから	2
管理職としての対応に役立てたいから	2
専門家から直接話を聞ける機会だから	3
その他	0
合計	10

3) 本日のセミナー内容についての理解度を教えてください

よく理解できた	1
概ね理解できた	6
一部理解が難しかった	1
あまり理解できなかった	0
全く理解できなかった	0
合計	8

4) 貴社における「仕事と介護の両立支援」に関する取組状況について

	実施済	検討中	未実施	合計
社内制度・規定の整備状況	3	2	3	8
従業員への介護両立支援制度の情報提供	4	1	3	8
従業員向けの研修会の実施	1	4	3	8
相談窓口の設置	2	4	2	8

5) 仕事と介護の両立支援を進めるうえで、貴社にとって課題となっている点(複数回答可)

管理職・人事担当者の知識不足(制度や法改正の理解が不十分)	6
従業員からの相談体制が不十分(相談窓口 対応部署が整備されていない)	1
管理職の対応スキル不足(相談を受けた際の適切な対応ができない、知識不足など)	2
その他	0
合計	9

6) 仕事と介護の両立支援を進めるうえで、企業としてどのような支援が必要だとお考えですか(複数回答可)

管理職 人事担当者向けの研修や相談対応スキル向上支援	2
従業員向けセミナーの開催支援	5
他社事例や先進的な取組みの情報提供	1
相談窓口の設置支援	1
専門家(社労士 産業医 介護支援専門員等)への相談機会	2
その他	0
合計	11

実施結果 2 管理職・人事担当者向けの取組み【セミナー】 満足度調査

7)本日のセミナー全体のご感想や、仕事と介護の両立支援に関して特に知りたいテーマ 現在お悩みの事があれば教えてください

お仕事をしながら、介護をするとても大変な事だと思います。しかし、これからそういう境遇になる人が増えていくんだろなあと思いました。自分もそうなる可能性が高くなるなあと思いました。そういう状況になったさいに、会社が一緒に考え行動してくれると、心づよいと思いました。

8)貴社として「仕事と介護の両立支援」に関する支援を希望されますか。

希望する	2
検討中	3
希望しない	3
合計	8

【希望する】 2社

【検討中】 2社（3名回答のうち2名は同企業）

実施結果 3 実態把握調査

・熊本県内企業を対象に両立支援に関するセミナーを実施し、その参加企業のうち実態把握調査に関心を示した7社に対して実態把握調査を実施した。

調査の結果、既に家族介護に直面している従業員が一定数存在し、業務負担やパフォーマンスへの影響が示唆された。また、両親の高齢化や将来の両立不安を抱える潜在的ビジネスケアラ層も多数確認された。特に建設業等の小規模事業所においては、人員余力の不足、制度理解の不足、相談しにくい職場風土等の構造的課題が存在し、介護リスクが顕在化した場合の経営影響は大きいと考えられる。

■ 実態把握調査の概要・結果

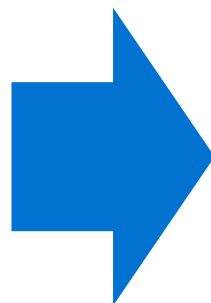
- ・対象企業：7社
- ・業種：建設業を中心とした小規模事業所
- ・回答者数：94名（n=94）
- ・調査方法：WEB回答および紙媒体回答（企業環境に応じて選択）

1. 既に介護に直面している層の存在（顕在化）

- ・家族介護中の従業員が一定数存在（8名）
- ・介護に伴う「休暇取得の必要性」「負担感」を感じている層が確認された
- 小規模事業所においても、働く家族介護者は顕在化している。

2. 将来不安層が多数（潜在化）

- ・両親の高齢者（75歳以上家族の有）（41名）
- ・将来の両立不安を抱える層の存在（27名）
- ・介護準備が十分でない層が9割確認（32名）
- 潜在的ビジネスケアラ層が多数存在。今後数年以内に顕在化するリスク。



	業種	従業員数	回答者数	調査方法
1	建設業	28	27	WEB
2	建設業	26	24	紙
3	建設業	16	14	WEB
4	建設業	13	13	紙
5	建設業	9	8	紙
6	建設業	6	4	WEB
7	建設業	6	4	WEB

■ 調査から見てきた課題

- ✓ 小規模企業においても、介護は既に“将来リスク”ではなく“現在進行形”の経営課題である
- ✓ 潜在化への早期アプローチを行わなければ、今後数年以内に企業経営へ影響が拡大する可能性が高い

実施結果 4 情報配信

- ・従業員の将来的なリスク低減に向けた介護リテラシー向上を目的に、支援プログラム参加企業の従業員を対象として、将来の備えや公的介護保険制度、仕事と介護の両立支援制度等に関するプッシュ型情報配信および短編動画の配信を実施した。
- ・本実証により、既存の社内メールや紙配布を活用することで、新たな投資を伴わず低コストで実施可能なモデルであることが確認された。紙媒体とWEB配信の併用により、多様な勤務形態の従業員へ情報提供が可能であった。また、制度理解や将来への備えに対する関心の高まりが見られ、本モデルの実装可能性と有効性が示唆された。

■ プッシュ型情報配信

配信方法は、紙媒体による社内配布およびWEB版（メール配信）とし、勤務形態や職種を問わず情報が届く仕組みとした。受け身の情報閲覧ではなく、定期的に情報を届けることで、介護を「自分ごと」として考えるきっかけづくりを図った。

- 配信回数：月1回、合計3回配信を行った
- 配信方法：紙媒体（社内配布用）、WEB版（メールによる配信）
- 配信内容
 - 両立サポート通信vol.1「介護の準備～未来のことを考えよう～」
 - ・介護保険制度について
 - ・介護サービスについて
 - ・介護費用について
 - 両立サポート通信vol.2 介護のはじまり～認知症のサイン～
 - ・認知症について
 - ・免許更新（返納）について
 - 両立サポート通信vol.3 今から始める介護予防
 - ・自宅で出来る介護予防（運動）

■ 短編動画

動画時間は約7分とし、業務の合間でも視聴しやすい長さに設定した。また、専門的内容をわかりやすい言葉で解説し、図解やテロップを活用することで、制度理解が進む構成とした。その結果、制度を「知識」として学ぶだけでなく、自身の将来に引き寄せて考えることを促す内容となっている。

- 配信回数：1回
- 配信方法：WEB版（メールによる配信）
- 内容：従業員が自身の状況として具体的にイメージできるよう、「突然、親の介護が始まった」という事例をもとに物語形式で構成した。
 - ・介護開始のきっかけ
 - ・仕事への影響
 - ・情報不足による不安
 - ・公的介護保険制度の活用
 - ・企業内の両立支援制度の活用
 - ・家族との早期相談の重要性

実施結果 4 情報配信

チラシ

《仕事+介護》両立サポート通信 Vol.1



介護の準備～未来のことを考えよう～

今回は、介護保険制度、介護サービス、介護費用についてお届けします。

介護保険制度について

介護保険制度とは？

40歳以上の方が加入し、要介護認定において介護が必要と認定された場合、必要なサービスを受けられる制度です。

介護保険料のお支払い

- 【65歳以上の方】
 - ・年金が18万円以上:年金から天引き(特別徴収)
 - ・年金が18万円未満:納付書や講座振替で市区町村に直接支払い(普通徴収)
- 【40～64歳の方】
 - 加入している医療保険の保険料と一緒にして徴収

だれが申請できる？

- 【第1号被保険者】65歳以上
 - 加齢による心身の衰えて介護・支援が必要な場合
- 【第2号被保険者】40～64歳 医療保険加入者
 - 老化が原因とされる16種類の特定疾病がある場合(例:若年性認知症、脳血管疾患など)

介護保険制度 利用までの流れ <出典:厚生労働省 介護サービス情報公表システム>

- step1 申請 市区町村の介護保険課に「要介護認定」を申請
- step2 認定調査・主治医意見書
 - 市区町村の調査員が自宅や施設等を訪問、心身の状態を確認するための調査。
- step3 審査判定 全国一律の判定方法で要介護度の判定が行われる。
- step4 認定 申請から認定の通知までは原則30日以内に行う。
- step5 介護(介護予防)サービス計画書「ケアプラン」作成
- step6 サービス利用開始 介護サービス計画に基づいた様々なサービスが利用できる。

介護保険制度は、“知っているかどうか”が安心につながる 制度です。事前に理解しておくことで、介護が始まったときに慌てず、仕事との両立を守ることができます。

ケース③ 民間有料老人ホーム+自費サービス併用

- Cさんの場合【要介護3】
 - 自己負担額 月額:約150,000～250,000円程度
 - ※入居一時金100～300万円(施設による差大) ←無い場合もある
 - ※月額利用料:介護サービス+生活支援+家賃相当
 - 施設によっては「ホテル並みサービス」もあるが、その分費用は高額に。自費の買い物代行や外出同行を追加利用する方も。

費用を抑える工夫

- 💡 介護認定(要支援・要介護)を受け、介護保険サービスを優先的に利用する。
- 💡 高額介護サービス費制度や補給給付を活用する。
- 💡 住宅改修・福祉用具の補助を活用する。
- 💡 税金の控除・給付金を確認する。
- 💡 自治体の助成(紙おむつ給付・タクシー券など)を確認する。

介護費用は「在宅」か「施設」か、そして「どのサービスを選ぶか」で、大きく変わります。但し、制度を活用すれば負担を軽減できる仕組みが整っています。家族の希望と家計に合ったプランを考えることが大切です。今のうちから、ご家族に合うかたちを探していきましょう。

今なら無料!

オンライン個別相談窓口 ただいま開設中!

お気軽にケアマネジャーや看護師にご相談ください。

相談のある方は、左記のQRコードより

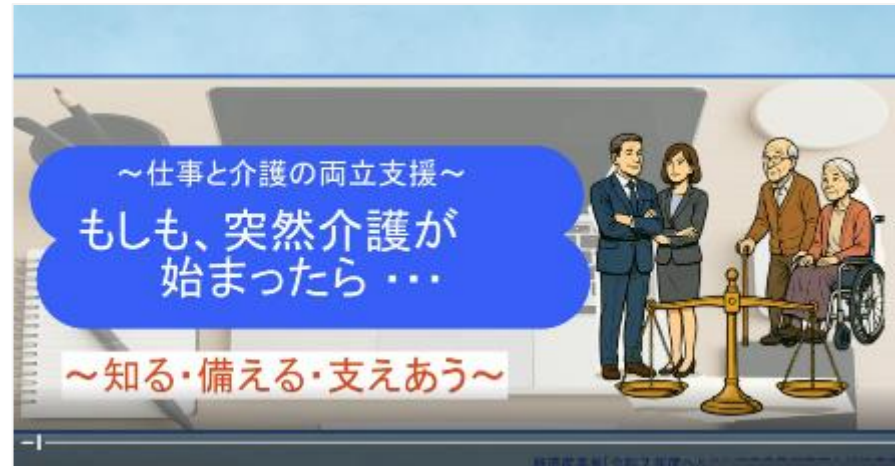


簡単に面談の予約ができます。予約はコチラ▶

WEB版



短編動画



実施結果 5 個別相談

相談につながりやすい仕組みづくり

➤ 2024年度の実証における課題

相談支援に対するニーズは一定程度確認されているものの、実際の相談申込み数との間に乖離が見られた。そのため、相談申込みという具体的な行動につながる仕組みづくりや啓発の工夫が課題となっていた。

➤ 課題解決に向けた取組

個別相談につながりやすい環境を整備するため、SNSやWEBシステムを活用し、面談予約操作の簡素化等を行うなど、個別相談システムの実施フローの円滑化を図った。また、潜在層への啓発を行い、相談支援利用者の拡大に向けた取組を実施した。

取組の結果（成果）

相談につながりやすい仕組みづくりを進めたものの、実際の個別相談の利用には至らないケースが多かった。今回の対象者は潜在層が多数を占めていたことから、介護に対する不安を抱えていても課題が具体化しておらず、「何を相談すればよいのか分からない」段階にあるケースが多かったと考えられる。そのため、個別相談の必要性を自ら認識できず、相談利用には至らなかった可能性が示唆された。

3. 効果検証結果（まとめ）

効果検証実施内容

検証項目		内容	対象	実施方法	検証結果まとめ
1	アプローチ機能の評価	地域内でハブ的な機能によって、中小企業において両立支援が取り組みやすくなったか確認する	従業員 経営者・人事担当者	実態把握調査及び経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握	肥銀の関与により両立支援の情報取得が進み、従業員への声掛け意識が高まるなど一定の前向きな変化が確認された。
2	想定されるリスク (業務への影響)	働きながら介護をしている本人が、仕事の中でどのような具体的課題を有しているのか、また各種サービスを受けることによってそれらの課題を解消できたのか確認する。	従業員	実態把握調査もしくは従業員へのヒアリングにて把握	所定労働時間内の介護対応や通院・買い物付き添い等により、業務調整負担が増大し、生産性低下や休暇取得増加につながるリスクが想定される。
3	退職リスク	現在の状況が継続した場合に、自社で働き続けることができるか確認する。またサービスを受けた後の状況も把握する。	従業員	実態把握調査にて把握	事後調査は実施できなかったが、事前調査では約7割に退職リスクの潜在性が示唆された。
4	従業員エンゲージメント	従業員エンゲージメントの状態を、サービス提供の前後で比較する。	従業員	実態把握調査にて把握	事後調査は実施できなかったが、現時点でエンゲージメントの顕著な低下は確認されなかった。
5	施策の満足度	施策の全体的な満足度や費用対効果について、ヒアリング等を通じて把握する。	従業員 経営者・人事担当者	実態把握調査及び経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握	内容面（理解促進・情報提供）においては一定の評価が得られた。
6	パフォーマンスの低下	働きながら介護をしている方のパフォーマンスの低下度をサービス提供の事前事後で比較し、サービス利用によるパフォーマンス低下の低減の有無や度合いを確認する。	従業員	実態把握調査の事前事後比較にて把握	効果検証不可 企業側の意向および従業員負担への配慮により、個人特定調査及び事後調査を実施できなかった。
7	労働生産性損失の低減	パフォーマンスの低下度合いをふまえて、サービス提供による労働生産性損失の低減額を把握する。（施策全体の費用対効果の把握）	従業員	実態把握調査の事前事後比較の結果を基に算出	効果検証不可 企業側の意向および従業員負担への配慮により、個人特定調査及び事後調査を実施できなかった。
8	費用負担意向	中小企業/従業員は、費用負担してでも、両立支援を実施していきたいか確認する。	従業員 経営者・人事担当者	実態把握調査及び経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握	少額であれば両立支援を継続したい意向は一定程度確認された。

従業員向け |

- 小規模事業所においては、業務への影響や休暇取得の必要性を認識する従業員が一定割合存在し、所定労働時間内に介護対応が発生している実態が確認された。少人数体制ゆえに、個々の介護対応が組織全体の業務運営へ直接的に影響しやすく、代替要員確保や業務分担の柔軟性に制約があることが構造的課題として確認された。

1. 想定されるリスク

①不安の内容

自身が家族の介護を行っていることによる自身が感じる不安

	全体	
	n	割合
自身の体力面	3	37.5%
自身の体調面	2	25.0%
介護にかかる費用	4	50.0%
自身の私生活への影響	1	12.5%
自身の仕事への影響	5	62.5%
介護に関する情報不足	0	0.0%
その他	2	25.0%
不安は特にない	1	12.5%
総計	8	

②仕事を休みたいと感じる事由

家族の介護に関連して仕事で休暇・休業を取得する必要があると感じる場面

	全体	
	n	割合
直接介護を行う時	2	28.6%
通院や買い物の付き添い	6	85.7%
CM等との面談調整	5	71.4%
突発的な緊急事態	5	71.4%
食生活のサポート	4	57.1%
介護環境の整備、介護用具の準備	2	28.6%
行政手続き	1	14.3%
介護計画の立案・サービス手配	1	14.3%
看取りや葬儀の準備	1	14.3%
その他	0	0.0%
必要性は特に感じない	0	0.0%
総計	7	

従業員向け |

③負担を感じる場面

自身が家族の介護を行う時に負担（精神的、身体的、経済的）を感じる場面

	全体	
	n	割合
直接介護を行う時	3	42.9%
通院や買い物の付き添い	4	57.1%
自身の私生活との調整	2	28.6%
自身の仕事との調整	6	85.7%
各種支援機関への相談・調整	1	14.3%
被介護者と介護に関して話し合う場	1	14.3%
兄弟などと家族の介護に関して話し合う場面	1	14.3%
その他	0	0.0%
負担は特に感じない	1	14.3%
総計	7	

④想定されるリスク

家族の介護を始めて以降、現在の状態として当てはまるもの

	全体	
	n	割合
日中の所定労働時間内に家族の介護を行う場合がある	4	57.1%
深夜や休日に介護を行うため、身体的な疲労が溜まった状態で仕事をしている	0	0.0%
深夜や休日に介護を行うため、精神的な疲労が溜まった状態で仕事をしている	0	0.0%
施設等から急な連絡を受ける可能性があり、仕事に集中できない	1	14.3%
要介護者である家族の様態が安定せず、仕事に集中できない	1	14.3%
その他	1	14.3%
仕事の影響は特に感じない	0	0.0%
総計	7	

2. 退職リスク

今後家族の介護が続いたとしてもこの会社で長期的に働くことができると感じますか

	全体	
	n	割合
とてもそう思う	1	25.0%
そう思う	0	0.0%
どちらともいえない	3	75.0%
そうは思わない	0	0.0%
全く思わない	0	0.0%
総計	4	

3. エンゲージメント

仕事のやりがいの変化

	全体	
	n	割合
とても大きくなった	0	0%
大きくなった	0	0.0%
少し大きくなった	1	14.3%
変化していない	5	71.4%
少し小さくなった	1	14.3%
小さくなった	0	0.0%
とても小さくなった	0	0.0%
総計	7	

経営者・人事担当向け |

- 肥後銀行が関与したことで、両立支援に関する情報へのアクセスが向上し、参加企業の多くで制度理解や課題認識が深まった。地域金融機関という信頼性の高い存在が媒介となることで、届きにくい企業層にも情報が届いた点は特徴的である。
- 従業員への声掛けを意識するようになったとの回答が見られ、制度導入以前の段階である「気づき」や「対話の促進」といった行動変容が生じていることが確認された。
- 「取り組みやすくなった」とする回答が過半数であるものの全体ではないことから、理解促進は進んだが制度化・仕組み化には至っていない企業も一定数存在することが示唆された。今後は、情報提供に加え、具体的な制度設計や運用支援まで踏み込んだ伴走型支援が必要である。

●アプローチ機能の評価（事後）

- 参加前の「仕事と介護の両立支援」への理解度を教えてください

	全体	
	n	割合
よく理解していた	0	0.0%
ある程度理解していた	2	40.0%
あまり理解していなかった	3	60.0%
総計	5	

- 参加後の理解度を教えてください

	全体	
	n	割合
大きく深まった	0	0.0%
ある程度深まった	4	80.0%
あまり変わらない	1	20.0%
総計	5	

●施策の満足度（事後）

- 本事業の実施体制について、どのように感じましたか。

	全体	
	n	割合
安心して参加・利用できた	1	20.0%
特に意識しなかった	1	20.0%
分からない	3	60.0%
総計	5	

- 役に立ったと感じた内容を教えてください（複数選択可）

	全体	
	n	割合
管理職向け両立支援セミナー	0	0.0%
実態把握アンケート	3	60.0%
情報提供(制度や介護知識/3回ご提供)	4	80.0%
従業員向け啓発動画	0	0.0%
個別相談支援	0	0.0%
全く役に立たなかった	0	0.0%
総計	5	

●費用負担意向（事後）

- 本施策について、貴社で費用を負担する場合、どの程度の金額までであれば施策を受けたいと感じますか。

	全体	
	n	割合
5千円より多い	0	0.0%
5千円程度	0	0.0%
4千円程度	0	0.0%
3千円程度	0	0.0%
2千円程度	1	20.0%
1千円程度	3	60.0%
500円程度	0	0.0%
500円より少ない	0	0.0%
費用を負担したくない	1	20.0%
総計	5	

ハブ機能強化 | (地銀)

- 地銀との連携は、健康経営支援の延長として位置づけやすく、既存の企業支援との親和性が高いことを確認。
- 経営層との新たな対話テーマの創出につながる取組として一定の評価を得た。
- 金融機関が関与することで、公的性・信頼性の高い枠組みとして受け止められやすいことが示唆された。
- 人事部門・営業部門双方の意見から、本事業の有効性ととも、企業の意識段階や理解度に応じた説明・導線設計の必要性が明確となった。

		人事部	法人コンサルティング部
Q1	本事業の全体的な満足度を教えてください	概ね満足	概ね満足
Q2	健康経営支援との親和性について	ある程度高い	非常に高い
Q3	本事業について、企業へご案内・紹介する際の進めやすさはいかがでしたか	ある程度進めやすかった	どちらともいえない
Q4	企業側の反応として近いものを選んでください(複数選択可)	健康経営の延長として理解されやすかった	・内容が難しいと感じている様子があった ・介護はまだ自社には関係ないという反応があった
Q5	本事業を通じて得られたと感じる効果は何ですか(複数選択可)	企業経営層との新たな対話テーマができた	健康経営支援の幅が広がった
Q6	継続展開に向けて必要だと感じること(複数選択可)	その他	・事業スキームの簡素化 ・企業向け説明ツールの充実 ・他支援施策との連動
Q7	「その他」の内容	スキームの明確化(役割分担・費用負担等)	-

ハブ機能強化 | (県社会保険労務士会)

- 「仕事と介護の両立支援」について一定の理解は得られていることを確認。一方で、顧問業務の中で優先的に扱うテーマとしては位置づけが高くない実態が明らかになった。
- 顧問企業側の関心が高くないとの認識や、事業内容を十分に説明できるか不安がある点が、案内に至らない要因として把握された。
- 「人材定着・離職防止」や「管理職対応」など、経営・人材マネジメントの観点と結びつけた切り口は、顧問企業の関心を得やすいことが確認された。
- 企業にとっての優先度や実務上の意味づけを、より明確に示す必要性が確認された。

- 今回の実証事業（仕事と介護の両立支援モデル実証事業）の内容について、どの程度まで把握できていたと感じられますか。

	全体	
	n	割合
十分把握できていた	0	0.0%
概要は把握できていた	12	75.0%
あまり把握できていなかった	1	6.3%
ほとんど把握できていなかった	3	18.8%
総計	16	

- 顧問業務の中で、今回の実証事業をご案内するにあたり、難しさを感じた点があれば教えてください。（複数選択可）

	全体	
	n	割合
事業内容を十分に説明できるか不安があった	3	18.8%
顧問企業側の関心が高くないと感じた	4	25.0%
既存の顧問業務との切り分けが難しいと感じた	1	6.3%
ビジネスとしての位置づけが見えにくかった	2	12.5%
日常業務が多忙で時間的な余裕がなかった	10	62.5%
その他	2	12.5%
総計	16	

- 社会保険労務士の立場から見て、顧問企業が関心を持ちやすいと感じる切り口はどれだと思いますか。（複数選択可）

	全体	
	n	割合
人材定着・離職防止	12	75.0%
管理職対応(部下の介護への配慮・対応など)	4	25.0%
就業規則・社内制度の整備	2	12.5%
ハラスメント・労務リスク対応	4	25.0%
経営者向け情報提供・啓発	2	12.5%
その他	0	0.0%
総計	16	

4. 今後の課題

企業特性に応じた支援設計の高度化

- 業種や企業規模、勤務形態の違いにより情報接触環境や課題認識に差があることを踏まえ、特性に応じた支援手法の体系化を進める必要がある。
- PCやメール中心の支援では届きにくい企業層が存在するため、紙媒体や対面機会の活用など多様な情報提供手法を組み合わせる検討が求められる。
- 介護課題の顕在化段階に応じて説明内容や導線を変えるなど、企業の理解度に応じた段階的アプローチ設計の高度化が必要である。

連携機関との役割分担の明確化

- 地域金融機関や社会保険労務士会など各機関の関与段階を整理し、初期接点から実装支援までの役割を明確にする必要がある。
- 情報提供、初期相談、制度設計・運用支援といった機能を分担することで、顧問業務との重なりや負担感の軽減を図ることが求められる。
- 各機関の強みを活かした連携体制を構築し、継続的かつ実効性のある支援モデルへと発展させることが重要である。

連携モデルの標準化と広域展開

- 実証事業で得られた支援プロセスや関与段階を整理・標準化し、再現可能なモデルとして体系化する必要がある。
- 九州各地域への展開を見据え、地域特性を踏まえつつも汎用性を持たせたモデル設計を進めることが求められる。
- 他業種への応用可能性を検証し、伴走型支援の仕組みを拡充することで、持続可能な地域支援体制の構築を目指す。

今後の課題（詳細）

1. 企業特性に応じた支援設計の高度化

本実証では、管理職・人事労務担当者向けセミナーの実施に加え、従業員向けに月1回・全3回のプッシュ型情報配信（紙媒体・WEB）および短編動画配信を行い、制度理解と行動イメージの具体化を図った。PCやメールを中心とした情報提供は、現場中心の業種や小規模事業所では十分に浸透しにくいことが明らかとなった。また、企業ごとに介護課題の認識段階が異なり、関心の高い企業と潜在層との間で反応に差が見られた。今後は、業種・規模・勤務形態別に支援モデルを整理するとともに、対面説明や管理職経由の伝達、紙媒体の活用強化など、多層的な手法を組み合わせた段階的アプローチの設計が求められる。

2. 連携機関との役割分担の明確化

肥後銀行および県社会保険労務士会との連携により、金融機関のネットワークを活用した企業への共同アプローチを実施した。同行訪問やセミナー案内を通じて企業参加の拡大につながり、金融機関をハブとした展開の有効性が確認された。一方で、社会保険労務士からは「事業内容を十分に説明できるか不安がある」「顧問業務との位置づけが明確でない」といった声もあり、関与範囲の整理が課題として浮き彫りとなった。今後は、初期接点は金融機関、制度説明は専門機関、制度設計や実装支援は別主体が担うなど、役割と関与段階を明確化することで、各機関が無理なく参画できる持続可能な連携体制を構築する必要がある。

3. 連携モデルの標準化と広域展開

本実証では、金融機関をハブとし、健康経営や人材定着といった経営課題と結び付けながら「仕事と介護の両立支援」を提示するモデルを構築した。その結果、介護課題が顕在化していない企業に対しても、経営テーマとして段階的に理解を促進できる可能性が示された。また、信頼関係を有する立場からの働きかけにより、企業の参加ハードルが低減する効果も確認された。今後は、支援プロセス、関与段階、説明資料等を標準化し、九州各地域への横展開を見据えたモデル化を進めるとともに、業種別支援への応用や伴走型支援体制の強化を図ることが重要である。

実証事業者の報告書

②東京海上グループ・ベルテックス

1. 実証概要

● 事業概要

静岡におけるスポーツチーム連携で実施する「仕事と介護両立支援」「健康経営支援」事業

● 実証内容

(ア) 中小企業における仕事と介護の両立支援を推進する仕組みの継続性・実現性の検証：東京海上日動火災保険

・事業のコントロール、報告業務等

(イ) 経営者向け・従業員向けそれぞれの取組を実施：東京海上日動火災保険

・「仕事と介護の両立」「健康経営」実施に向けたアドバイス：東京海上日動火災保険（ベターライフサービス）

・企業従業員向け勉強会の実施（仕事と介護の両立支援）：東京海上日動火災保険（ベターライフサービス）

・従業員向け相談窓口の設置（仕事と介護の両立支援）：東京海上日動火災保険（ベターライフサービス）

(ウ) 地域との連携：東京海上日動火災保険

・地域自治体、プレイヤーの巻きこみ

(エ) 外部への発信：東京海上日動火災保険およびVELTEXスポーツエンタープライズ

・セミナーの運営・実施：東京海上日動火災保険（SBSプロモーション）

・セミナーへの講師登壇（仕事と介護の両立）：東京海上日動火災保険（ベターライフサービス）

・セミナーへの講師登壇（健康増進関連）：VELTEXスポーツエンタープライズ

(オ) その他、独自の提案：VELTEXスポーツエンタープライズ

・企業従業員向け勉強会の実施（栄養と運動）

(カ) 実証による効果検証への協力：東京海上日動火災保険およびVELTEXスポーツエンタープライズ

(キ) 最終報告会の実施：東京海上日動火災保険およびVELTEXスポーツエンタープライズ

実証スキーム（実施体制、それぞれの役割）

静岡県の中小企業



地域の中小企業に対して、
情報発信や啓発を実施

アプローチ機能を介して、
情報提供・セミナー実施

従業員・家族



両立支援に関する
情報提供・個別相談



アプローチ機能

企業名	VELTEXスポーツエンタープライズ
会社概要	プロバスケットボールチーム運営
機能・役割	試合会場での情報提供、セミナー講師
企業名	SBSプロモーション
会社概要	広告マーケティング事業
機能・役割	セミナー企画、運営、広告実施



アドバイザー機能

企業名	東京海上日動火災保険火災保険
会社概要	損害保険業
機能・役割	全体統括、企画・運営、企業支援
企業名	東京海上日動ベターライフサービス
会社概要	介護サービス、 法人向け介護ソリューション事業
機能・役割	両立支援コンテンツ提供、 セミナー講師

実施スケジュール

実施事項	9月				10月				11月				12月				1月				
	2	16	23	30	7	14	21	28	4	11	18	25	2	9	16	23	30	6	13	20	27
Step.1 地域内調整																					
自治体連携	静岡県庁・連携調整																				
地域内発信													自治体連携発信								
Step.2 セミナー/研修実施																					
セミナー事務関連	開催場所・開催日時検討				開催日時・場所決定				ロジ整理				エントリー受付								
コンテンツ・講師登壇	コンテンツドラフト検討期間				講師決定												セミナー				
広報関連									個別声かけ				広告発信 (SBS、県)								
Step.3 地域内共通/個別両立支援																					
支援企業対応	支援企業選定				キックオフ				支援期間①&キックオフ				支援期間②								
コンテンツ (東京海上日動)	コンテンツ検討				支援①				支援①				支援②				試合②				
コンテンツ (ベルテックス)	コンテンツ検討				支援①				支援①				支援②				試合②				
分析									振り返り・改善				効果検証				効果検証				
試合&情報提供									準備				準備				効果検証				
Step.4 効果検証																					
検証方法検討					検証方法検討																
効果検証実務													1クール目終了後検証								

事業全体サマリー

アプローチ機能

企業向けセミナー開催

地域の中小企業を対象に、「仕事と介護の両立支援」と「健康経営の実践」をテーマとしたセミナーを開催し、集客および参加を通じて、両立支援の重要性とその意義を訴求した。

試合会場での情報提供

試合会場において「介護」および「健康」をテーマとした情報提供を実施し、支援対象企業の従業員だけでなく、スポーツ観戦で来場した一般層に対しても、「仕事と介護の両立」や介護に関する普及啓発を行った。

アドバイザー機能

従業員向け講座

産業ケアマネージャーによる「仕事と介護の両立」セミナーと、トレーナーによる運動ワークショップ、管理栄養士による栄養ワークショップを同時開催することで、介護予備軍や無関心層も巻き込みながら、介護両立に関する基礎知識の提供を行った。

介護相談窓口の設置

介護に関する悩みや不安に対応するため、従業員およびその家族を対象に、Webから申し込み可能な介護相談窓口を設置し、相談サービスを提供した。

試合会場での情報提供

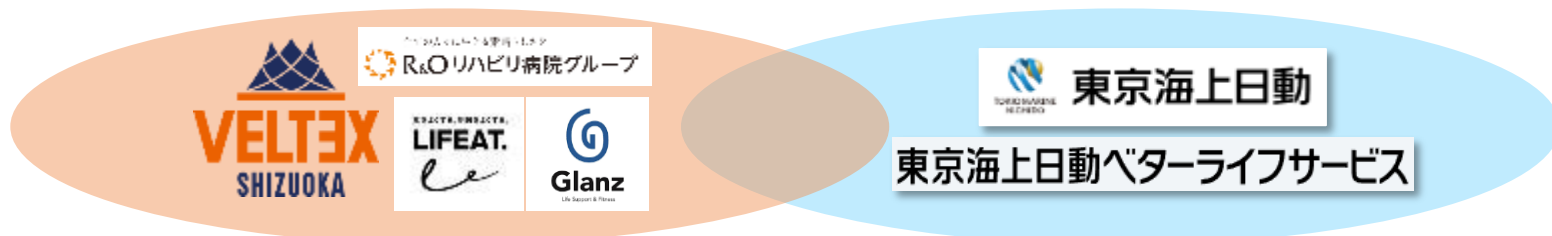
従業員やその家族が「介護」と「健康」について話し合う場を創出し、企業だけでなく従業員家族へも効果を波及させるため、試合観戦と情報提供を実施。

(ご参考) 静岡県における事業イメージ

介護予防段階
(フレイル予防)

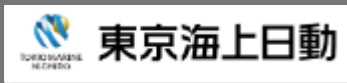
初期対応段階
(啓発・情報提供)

両立支援段階
(制度活用・促進)



健康増進・介護予防プログラムの提供
栄養士による食習慣の見直しセミナー
トレーナーによる運動習慣定着セミナー
スポーツ観戦を通じた認知機能向上

仕事と介護の両立支援プログラムの提供
(管理職/従業員向け) 仕事と介護の両立支援研修
相談窓口の設置
介護コミュニティの運営支援



健康経営支援 (ソフト面)



しずおかスポーツ産業ビジョン～「スポーツ・コネクティッド・フィールド」の実現～

実施結果サマリー

検証項目		実施内容	結果まとめ
1	アプローチ機能の評価	<ul style="list-style-type: none"> ・地域企業向けのセミナー開催 ・試合会場での「介護」「健康」の情報提供 	<ul style="list-style-type: none"> ・保険会社の地域ネットワークを活用することで、企業の人事・総務担当者を効果的に集客することができた。 ・スポーツチームとの連携により、これまで両立支援の関心の低かった企業への波及効果に加え、従業員およびそのご家族にもアプローチができた。
2	リスクマネジメント (業務への影響)	<ul style="list-style-type: none"> ・介護実態把握調査 	介護実態把握アンケートの実施により、従業員が抱える介護に関する生の不安の声や潜在的なリスク要因を把握し、その結果を経営層へフィードバックできた。
3	退職リスク	<ul style="list-style-type: none"> ・介護実態把握調査 ・従業員向け講座 	<ul style="list-style-type: none"> ・従業員向けセミナーを通じて、仕事と介護の両立に必要な基礎知識や保険外サービスの活用方法、費用の見通しについて理解を深めることができた。 ・従業員家族へのアプローチにより退職リスクの抑制にもつながった。
4	従業員エンゲージメント	<ul style="list-style-type: none"> ・従業員向け講座 ・試合会場での「介護」「健康」の情報提供 	「介護」と「健康」をテーマとした従業員参加型セミナーを実施し、高い受講満足度と、介護についてオープンに意見交換できる場を提供することができた。従業員同士のコミュニケーションの活性化や、組織としてのエンゲージメント向上につながったという声をいただいた。
5	施策の満足度	<ul style="list-style-type: none"> ・介護実態把握アンケート ・従業員向け講座 ・経営者、労務総務担当者へのヒアリング 	経営者、人事・総務担当者、そしてセミナー参加従業員のいずれからも高い満足度が得られ、本施策の有効性が確認された。
6	パフォーマンスの低下	<ul style="list-style-type: none"> ・介護実態把握アンケート 	働く家族介護者の人数が限られていたため、業務パフォーマンスの具体的な低下は確認されなかった。一方で、介護当事者以外の従業員に対しても介護リテラシーを向上させることができ、将来的な介護不安を軽減する効果が見られた。
7	労働生産性損失の低減	<ul style="list-style-type: none"> ・介護実態把握アンケート 	働く家族介護者が少数であったため、労働生産性損失の低減額を定量的に把握するには至らなかったが、セミナー会場での個別相談やWEB介護相談を受けた事例も見られ、悩みを相談することによる労働生産性損失の低減につながったとみられる。
8	費用負担意向	<ul style="list-style-type: none"> ・経営者、人事総務担当者へのヒアリング 	<ul style="list-style-type: none"> ・費用負担の意向については、「負担しない」が1社、「検討する」が2社という結果であった。 ・セミナー参加者からは、仕事と介護を両立するために必要な費用に関する相談（民間介護保険の活用）も寄せられた。
9	マネタイズの評価	<ul style="list-style-type: none"> ・実証全体を通じて整理 	<ul style="list-style-type: none"> ・実際に費用負担を検討する企業も見られ、一定のマネタイズの可能性がある。 ・保険会社と全国のスポーツチームとの連携モデルを活用することで、他地域への横展開が可能。

2. 事業実施結果

アプローチ機能の実証（地域企業向けセミナー）

セミナー概要

日時：2026年1月20日（火）15:00～16:30

会場：男女共用あざれあ501会議室

対象：経営者・総務・人事部門ご担当者様

参加者：22社エントリー、参加者48名

アンケート：30件

セミナー内容

第1部：「仕事と介護の両立支援」

介護離職を防ぎ、チームの生産性を守るために必要な情報を提供。

（講師：東京海上日動火災保険ベターライフサービス株式会社 泉 洋枝氏）

第2部：「健康経営セミナー」

ベルテックス静岡によるリアル体験型ウェルビーイングワークショップ。

健康経営の重要性と実践方法を学ぶ。

（講師：株式会社VELTEXスポーツエンタープライズ 山崎繁幸氏 他）



セミナー風景



セミナー風景

セミナー資料（健康経営）

人は、
説明されて変わるのではなく、
体験して、
誰かと共有したときに変わる。

参加費 無料
(事前申し込み)

企業の成長を支える
仕事と介護の両立支援と
健康経営

対象 経営者・総務・人事部門
ご担当者様

2026年1月20日(火)
15:00～16:30(受付/14:30～)
会場/あざれあ501会議室

静岡市駿河区馬淵1丁目17-1 TEL.054-255-8440
※静岡県から電話1号室に直通(受付時間外は留守)
主催者/東京海上日動火災保険(株)・(株)VELTEXスポーツエンタープライズ 後援/静岡県

第1部 15:00～15:50 「仕事と介護の両立支援」セミナー

仕事と介護の両立が求められる時代。介護離職を防ぎ、チームの生産性を守るために必要な情報を提供します。

- 職場における両立支援の必要性
- 従業員の介護の現状把握
- 両立に向けた情報提供
- 介護に直面した従業員への支援

講師/東京海上日動火災保険(株)ベターライフサービス(株)ソリューション事業部 次長 泉 洋枝氏

泉 洋枝氏

資料職としてからアマチュアプレイヤーとして転職し、退職後から介護介護職者として24年。現在は、仕事と介護の両立をテーマとしたウェルビーイングの実践に、企業向けアドバイザーとして仕事と介護の両立をサポートするコンサルタントとして、日本アマチュアプレイヤー協会 副会長の職に就かれています。

第2部 16:00～16:30 「スポーツチームが行うリアル体験型ウェルビーイングワークショップ(健康経営支援サービス)」

講師/ (株)VELTEXスポーツエンタープライズ 営業企画 山崎繁幸氏 / (株)グランフーズスポーツトレーナー 吉田智宏氏

- 健康経営とは
- 健康経営の課題
- VEL-Beingプログラムの実証実験データに基づく健康経営の重要性
- VEL-Beingプログラムの運動のワークショップのデモンストレーション(運動トレーナーと一緒に楽しみながら体験します)

講師/ (株)VELTEXスポーツエンタープライズ 営業企画 山崎繁幸氏 / (株)グランフーズスポーツトレーナー 吉田智宏氏

山崎 繁幸氏

本職はプロフットボール選手で、現在は、ベルテックス静岡が健康経営として行う「健康経営支援サービス(VEL-Beingプログラム)」の事業開発、マネジメントを担当。

吉田 智宏氏

本職はプロフットボール選手で、現在は、ベルテックス静岡が健康経営として行う「健康経営支援サービス(VEL-Beingプログラム)」の事業開発、マネジメントを担当。

【問い合わせ】
(株)SBSプロモーションTHINK&RUNプロジェクト
静岡市駿河区森下町1-25静岡MYタワー10F
TEL.054-270-6990(土日祝は受付時間外)

応募方法

QRコードからお申込みください
※当日のご案内は別途お送りいたします。

応募締切：2026年1月13日(火) ※定員になり次第締め切り

アプローチ機能の実証結果（地域企業向けセミナー）－ 1

集客

エントリー：22社

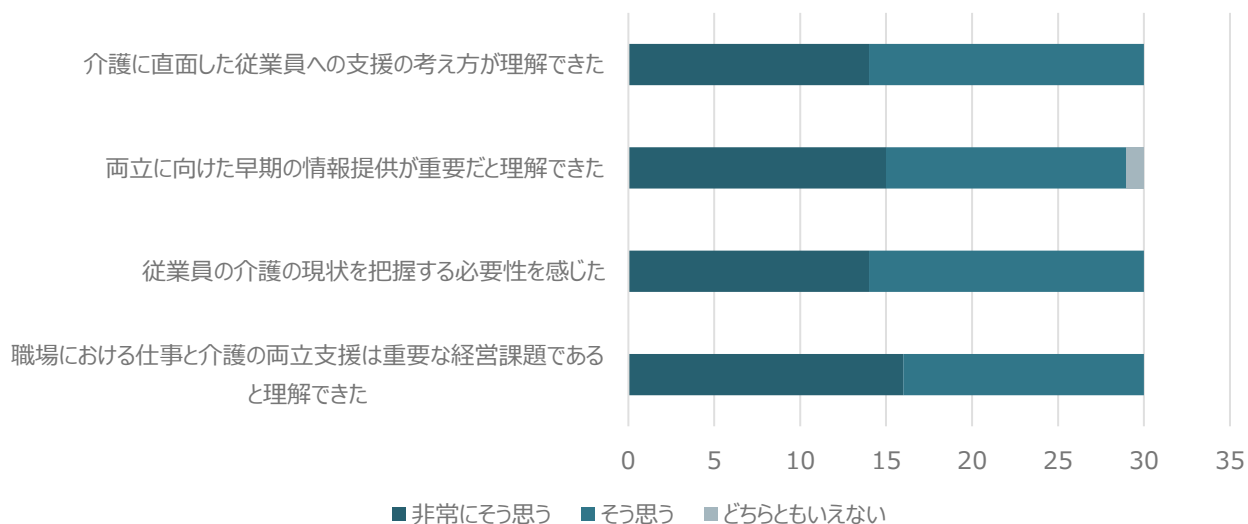
参加者：48名（うち、アンケート回答は30件）

内訳 経営層1名、人事部門10名、総務部門10名、そのほか（営業職、企画、製造部門など）9名

情報発信・提供

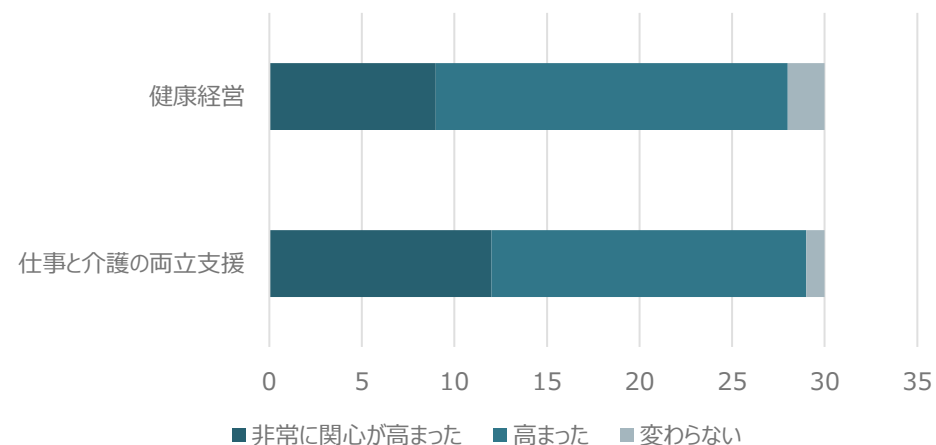
第一部では、企業における「仕事と介護の両立支援」の重要性について情報提供を行い、多くの参加者が支援の考え方や両立に向けた施策の必要性を理解した。

第一部「仕事と介護の両立支援」セミナーについて教えてください



参加後の関心度については、「仕事と介護の両立支援」に対する関心が「非常に高まった」「高まった」と回答した参加者が大半を占めた。

本セミナー参加後の関心度について教えてください



アプローチ機能の実証結果（地域企業向けセミナー）－ 2

セミナー案内

セミナー案内は、東京海上日動火災保険、保険代理店、ベルテックス静岡のスポンサー営業、SBSプロモーションによるWEB広告、静岡県庁の関連部署からの情報発信を通じて実施した。仕事と介護の両立支援や健康経営に関心のある企業だけでなく、スポーツチームの取り組みをきっかけに参加した企業も見受けられた。一方で、案内期間が年末年始と重なったことにより、十分な告知期間が確保できず、集客数が目標に達しなかった点は課題。

今後、地域全体へ広く周知するためには、開催時期や告知期間の設定について改善の必要がある。

本セミナーをどこでお知りになりましたか。（複数回答可）



本セミナーに参加しようと思ったきっかけをお教えてください。（複数回答可）



WEB広告実施

配信期間：2025/12/26～2026/1/12

Impression：319,997回

クリック数：5,788回

WEB広告の実施においては、幅広い層でクリック率が高く、セミナー内容が関心度の高いテーマであったことが確認された。特に、男女とも 30～39歳、35～49歳 の層でクリック率が高い傾向が見られた。

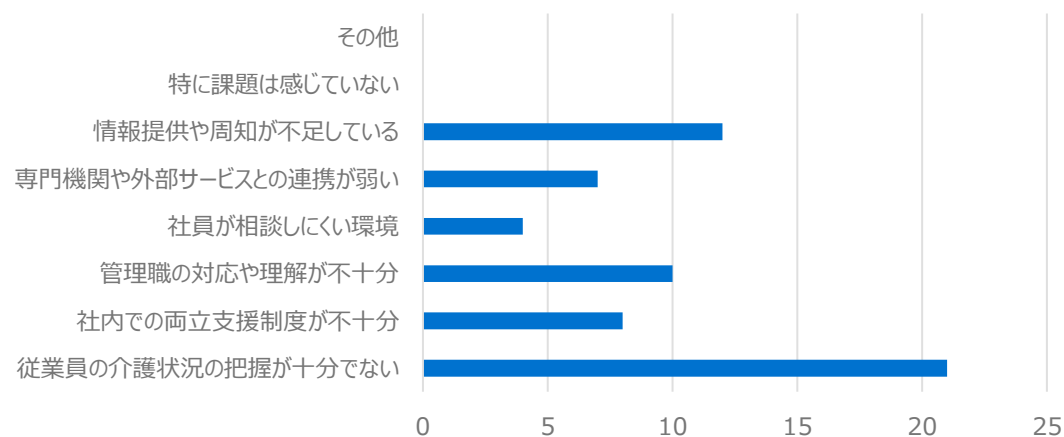
直接的な集客にはつながらなかったものの、認知向上などの波及効果は大きかった。

アプローチ機能の実証結果（地域企業向けセミナー）－3

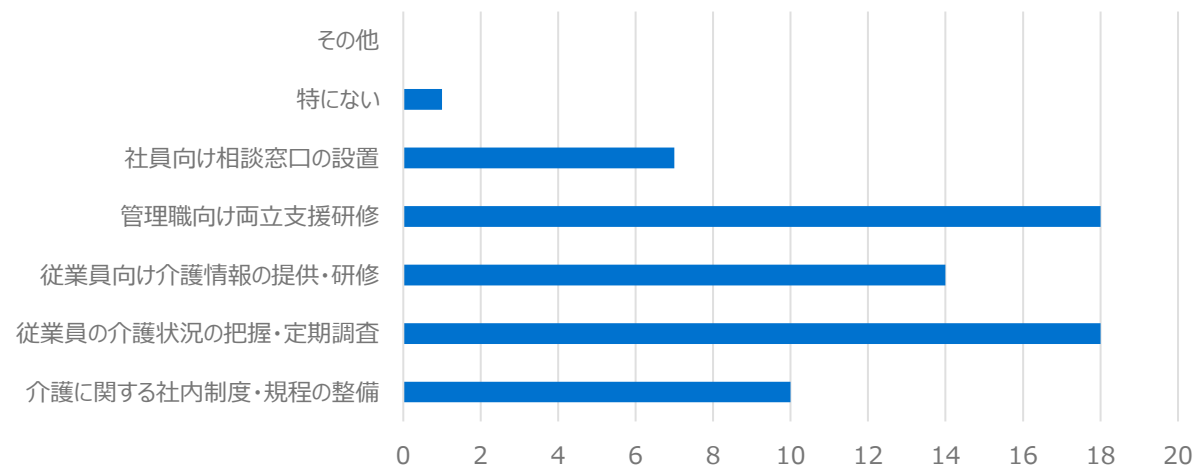
企業のコミット推進

セミナー参加を通じて、企業における今後の検討課題や実施したい取り組みの明確化が進んだ。特に、従業員の介護状況の把握を課題として認識し、取り組みを検討したいと回答する企業が多かった。また、人事・総務部門の参加率が高かったこともあり、管理職の対応や理解に対する課題感も大きく示された。アンケートでも、「もっと早く知りたかった」「情報提供や研修を検討したい」といった意見が寄せられ、さらにセミナー後には「社内向けに同様の内容を実施できないか」といった個別相談もあり、参加企業のコミットメントが高まったことがうかがえた。

「仕事と介護の両立支援」について、現在、自社で課題と感じている点は何ですか（複数選択可）



「仕事と介護の両立支援」に関して今後検討・実施したい取り組みをお教えてください（複数回答可）



アドバイザー機能の実証（個別企業支援の概要）

フレイル予防・健康増進へのアプローチを通じて潜在層の介護リテラシー向上を図り、さらに『仕事と介護の両立支援』施策を展開することで、従業員へのアプローチを強化

参加企業

	業種	従業員数	参加きっかけ
A社	人材派遣	約100名	ヘルテックス静岡スポンサー
B社	自動車整備	約40名	
C社	卸・販売	約30名	仕事と介護の両立支援に関心

支援内容

コンテンツ	A社		B社		C社	
	日程	対象	日程	対象	日程	対象
担当者面談（方針説明、体制整備）	12月11日	総務部・部長	12月17日	副社長	12月12日	社長・労務担当課長
介護実態把握調査	12月23日	全従業員	12月23日	全従業員	12月23日	全従業員
介護相談窓口の設置	12月16日	全従業員	12月19日	全従業員	12月19日	全従業員
従業員向け講座 （仕事と介護の両立&運動ワークショップ）	12月16日	参加者数：22名	12月19日	参加者数：4名	12月19日	参加者数：3名
試合観戦&ブース参加	12月20日	参加者数：10名 （含む従業員家族）	12月21日	参加者数：12名 （含む従業員家族）	12月21日	参加者数：5名 （含む従業員家族）
従業員向け講座 （仕事と介護の両立&栄養ワークショップ）	1月21日	参加者数：17名	1月14日	参加者数：4名	1月15日	参加者数：5名
試合観戦&ブース参加	1月25日	参加者数：10名 （含む従業員家族）	1月25日	参加者数：12名 （含む従業員家族）	1月25日	参加なし
効果検証アンケート	1月27日	全従業員	1月27日	全従業員	1月27日	全従業員

介護実態把握

調査結果（一部）

	A社	B社	C社
回答数	30	12	9
現在介護中	6	1	1
今から5年以内の介護の見通し			
介護をしている可能性がかなり高い	7	0	3
介護をしている可能性が少しある	17	7	2
介護をしながら今の職場で仕事を続けられると思うか			
続けられないと思う	6	3	1

今回の「介護実態把握調査」では、B社・C社はいずれも従業員数50名未満の企業であり、日頃から社長・副社長が従業員と対話を行っていることから、既に一定の介護実態は把握されていた。

一方で、**今後5年間の介護発生の見通し、勤務先の支援制度に対する理解度、仕事と介護の両立に関する不安要因などについては、本アンケートにより可視化**された。

これにより、**社内の体制整備や制度運営における具体的な課題を把握**することができた。

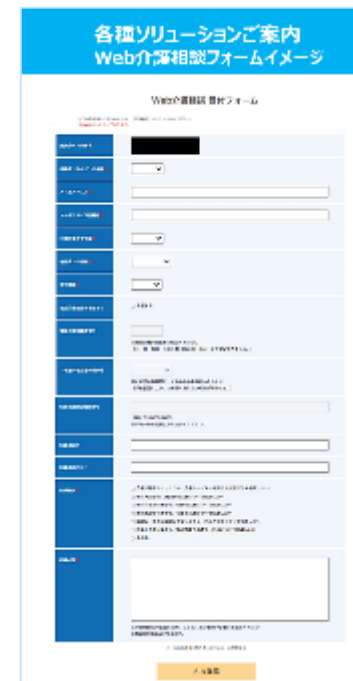
また、「現在の職場では介護を抱えながら働き続けることが難しい」と回答した従業員も存在したことから、経営者・人事総務担当者へのヒアリングでは、改めて仕事と介護の両立支援の重要性を強く認識するきっかけとなった。

アドバイザー機能の実証（介護相談窓口）

WEB介護相談窓口

東京海上日動ベターライフサービスによる WEB介護相談窓口 を設置し、従業員・家族がオンラインで気軽に相談できる体制を構築。

相談回答方法	受付方法	受付時間	相談回答時間
 メール	Web（専用ID）	24時間365日	5営業日以内※
 電話	Web（専用ID）から 相談日時予約	24時間365日	ご希望の時間帯※



- ・各社の第1回従業員向け講座で案内し、社内メール・掲示物・回覧などで継続的に周知を実施。
- ・実証期間中のWEB介護相談窓口の利用は1件（配偶者の介護疲れに関する相談）にとどまり、導入後の**施策の周知不足や利用促進の難しさが課題**として残った。
- ・一方、経営者からは「従業員が困ったときにすぐ情報にアクセスできる体制が必要」との声があり、**介護相談窓口そのものへの期待は高い。**
- ・今後は、サービス導入に加えて、継続的な周知や利用しやすい社内環境づくりなど、従業員が実際に相談につながる仕組みづくりが重要。

アドバイザー機能の実証（従業員向け講座）

実施日程

コンテンツ	A社		B社		C社	
	日程	参加者	日程	対象	日程	対象
従業員向け講座 (仕事と介護の両立&運動ワークショップ)	12月16日	22名	12月19日	4名	12月19日	3名
従業員向け講座 (仕事と介護の両立&栄養ワークショップ)	1月21日	17名	1月14日	4名	1月15日	5名
参考：セミナー参加案内	本社：約100名		事業所：4名		本社：15名	

従業員向けセミナーを各2回実施。

1回目は「仕事と介護の両立の基礎知識」と「運動ワークショップ」、2回目は「仕事と介護の両立のための備え」と「栄養ワークショップ」を対面形式で実施した。

ある企業では、介護を担う従業員から、**介護に関する不安や心理的負担が「少し減った（1～2割）」「大幅に減った（5割）」「全く減った」という回答があり、不安感の軽減が確認できた。**

また、介護当事者以外の従業員からも将来の介護に対する不安が減少したとの回答が得られ、介護未経験層や「5年以内に介護が現実化しそう」と回答した層からもセミナー内容に対し「大変満足」「満足」との評価が寄せられた。さらに、「他の従業員にも聞いてもらいたい」といった声も多く、**介護当事者以外の層に対しても介護リテラシーを向上させ、将来的な不安軽減につながった。**

セミナーは従業員同士の交流の場として機能し、**介護というテーマについて職場全体で考え、オープンに意見交換できる雰囲気**が醸成された点も大きな成果と考える。今回の成果は、保険会社グループのみ、あるいはスポーツチームのみの取り組みでは得られなかったと考えられ、両者の連携による相乗効果が高い満足度につながったと評価できる。

開催概要

試合日：①2025年12月21日（日）②2026年1月25日（日）

参加者：①約100名（内事業参加企業19名）

②約130名（内事業参加企業23名）

チラシ配布約200名

目的：

- ・バスケットボール観戦という非日常空間を活用し、従業員やその家族が「介護」と「健康」について話す場をつくり、将来に備えるきっかけをつくる。
- ・従業員やご家族と一緒に応援する体験によって関係を近づけ、家族の介護・健康の話題を前向きに語りやすい環境をつくる。

①12月21日企画

- ◆静岡県健康増進課：ベジチェック、握力計測、啓発物の配布
- ◆ベルテックス静岡：INBODY測定
- ◆東京海上日動：介護両立情報提供

②1月25日開催企画

- ◆ベルテックス静岡：INBODY測定
- ◆東京海上日動：血管年齢測定、介護両立情報提供、
- ◆東京海上日動ベターライフサービス：高齢者疑似体験、介護相談窓口

<高齢者体験>



<3世代親子の訪問>



<介護相談>



<INBODY>





バスケットボールに関心のある来場者に対し、「介護」や「健康」の重要性を自然な形で伝えることができ、参加者同士の対話も活発に行われた



2～3世代で来場した家族の参加が多く、その場で介護に関する会話が生まれるなど、世代間の気づきや理解促進につながった。参画企業の従業員が家族連れで参加し、従業員から家族へと広がる巻き込み効果も確認された



県との共同出展により、自治体の取り組みと連動した情報発信が可能となり、連携の可視化につながった



試合来場者約2,000名のうち約200名へ直接情報提供し、100～140名が企画に参加するなど、「介護への無関心層」にも働きかけが行えた

中小企業における仕事と介護の両立支援を推進する仕組みの継続性・実現性の検証

静岡での継続性や実現性について

- ・今回の座組においては、地域実装に向けた協議を関係者間で進めており、静岡県からも本取り組みが評価され、**実現に向けた期待が寄せられている。**
- ・参加企業の一部から「費用負担を検討したい」という声も上がっており、**将来的には有償サービスとしての事業化も見込めること**から、地域での継続性・実現性は高いと判断できる。
- ・支援先企業の選定に際しては、スケジュールの都合で参加を断念したが支援を希望する企業や、セミナー参加企業からのサービス相談も寄せられており、**支援を求めるニーズの高さが確認された。**
- ・一方で、本事業は対面ベースでの実施が中心となるため、単独の座組では対応できる企業数に限界があり、地域全体へ広く展開するには追加の連携事業者の参画も検討が必要。

他地域での展開の実現性について

- ・地域ネットワークを持つ保険会社と、トレーナー・管理栄養士などの専門人材を有するスポーツチームが連携することで、**他地域においても同様の支援モデルを構築することが可能**と考える。
- ・一方で、横展開においては「地域課題の解決」に対する関心や取組の度合い、さらに「地域連携」を継続的に推進できる事業基盤を有する組織の参画が不可欠である。
- ・特に中小企業向けの支援においては、その地域に根差した保険会社・スポーツチーム・地域企業との連携が重要であり、**地域密着型の取り組みが実現においては必要。**

3. 効果検証結果（まとめ）

効果検証実施内容

検証項目		内容	対象	実施方法	検証結果まとめ
1	アプローチ機能の評価	地域内でハブ的な機能によって、中小企業において両立支援が取り組みやすくなったか確認する	従業員 経営者・人事担当者	実態把握調査及び経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握	無関心層へのアプローチも効果があり、従業員への訴求力向上にも寄与している
2	想定されるリスク (業務への影響)	働きながら介護をしている本人が、仕事の中でどのような具体的な課題を有しているのか、また各種サービスを受けることによってこれらの課題を解消できたのか確認する。	従業員	実態把握調査もしくは従業員へのヒアリングにて把握	介護に関する不安や心理的負担の軽減に寄与する効果が確認された
3	退職リスク	現在の状況が継続した場合に、自社で働き続けることができるか確認する。またサービスを受けた後の状況も把握する。	従業員	実態把握調査にて把握	定量的な把握は困難だが、将来的な介護離職への効果はあると考える
4	従業員エンゲージメント	従業員エンゲージメントの状態を、サービス提供の前後で比較する。	従業員	実態把握調査にて把握	定量的な把握は困難だが、社内コミュニケーション向上によるエンゲージメント向上効果はあると考える
5	施策の満足度	施策の全体的な満足度や費用対効果について、ヒアリング等を通じて把握する。	従業員 経営者・人事担当者	実態把握調査及び経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握	経営者、人事担当、従業員ともに施策全体の満足度は高い
6	パフォーマンスの低下	働きながら介護をしている方のパフォーマンスの低下度をサービス提供の事前事後で比較し、サービス利用によるパフォーマンス低下の低減の有無や度合いを確認する。	従業員	実態把握調査の事前事後比較にて把握	定量的な把握は困難だが、介護不安への軽減に効果が見られた
7	労働生産性損失の低減	パフォーマンスの低下度合いをふまえて、サービス提供による労働生産性損失の低減額を把握する。(施策全体の費用対効果の把握)	従業員	実際把握調査の事前事後比較の結果を基に算出	定量的な把握は困難だが、個別の介護相談により将来的な低減に効果があると考えられる
8	費用負担意向	中小企業/従業員は、費用負担してでも、両立支援を実施していきたいか確認する。	従業員 経営者・人事担当者	実態把握調査及び経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握	「人材定着」「人材確保」に効果が見込める場合には、費用をかける価値があるとの評価

従業員向けセミナーはいずれの企業でも満足度が高く、参加者からは「早めに知っておきたかった」「不安が軽減した」といった声が多く寄せられた。 アンケート結果においても、介護に関する心理的不安は軽減され、従業員の状態に肯定的な変化が生じたことが確認できる。仕事と介護の両立に必要な基礎知識や心構えへの理解も深まり、将来の介護発生時に急な離職に至るリスクを抑制する効果が期待される。

試合会場での家族向け対話機会や試合観戦イベントを通じて、家族単位での介護理解が促進された。家族が介護の知識や支援策を理解しておくことで、実際に介護が発生した際に家庭内でのコミュニケーションが円滑になり、従業員の心理的・身体的負担が軽減され、従業員が仕事を継続しやすい環境が整うため、離職リスクのさらなる低減につながる効果が期待される。

健康測定（INBODY、ベジチェック、血管年齢）や運動・栄養ワークショップといった“身近な健康”を入り口とするアプローチにより、従業員の健康への関心が高まり、将来の介護への備えにも自然に意識が向いた。 健康施策は従業員が「自分ごと」として受け止めやすく、健康状態の改善は日常のコンディション向上や働く意欲の向上につながる。これにより、パフォーマンス向上や労働生産性損失の低減といった効果も期待される。

経営者・人事担当向けサービスの効果検証

保険会社の地域ネットワークとスポーツチームとの連携により、これまで**両立支援への関心が低かった企業にもアプローチすることができた**。特に、スポーツチームの働きかけは、従来の行政施策や企業向け支援では届きにくい層との接点づくりに寄与し、経営者や人事担当者が「仕事と介護の両立支援」を自社の課題として認識するきっかけとなった。複数の企業から支援希望や個別相談が寄せられたことから、アプローチ手法としての実効性が確認された。

従業員に対しては、身近な「健康」をテーマとすることで参加しやすくアプローチの幅を広げることができた一方、経営層にとっては「健康」や「健康経営」よりも「介護離職」がより喫緊の経営課題として認識されていた。こうした背景から、**本実証事業では、経営層には“介護離職リスク”、従業員には“健康”という異なる切り口からアプローチできた点が特徴**であり、企業と従業員の双方に働きかける二方向のアプローチが実現した。

経営者・人事担当者からの満足度は総じて高く、**「従業員の介護不安や実態が把握できた」「両立支援の方向性が明確になった」「社内啓発のきっかけになった」といった評価**が多く寄せられた。特に、従業員向け介護実態アンケートにより“隠れ介護者”の存在や潜在的リスクを可視化できたことは、企業側の課題認識を一段と高める重要な契機となった。

費用負担意向については、「費用負担を検討したい」と回答する企業が存在し、将来的な有償化の可能性もある。両立支援サービスの料金設定については、**「費用対効果が明確であれば導入を検討したい」という意見が多く**、特に「人材定着」や「離職防止」といった効果が見込める場合には、費用をかける価値があると評価する企業も見られた。一方で、サービス導入にあたって補助制度や後押しがあると取り組みやすいとの声もあり、**費用負担に対する受容度は企業規模や経営状況によってばらつきがある**。

4. 今後の課題

周知・参加促進の強化

セミナー開催時期や告知タイミング、集客期間、発信媒体や連携事業者において、さらなる工夫が必要。スポーツチームを活用したアプローチは有効である一方、スポンサー営業担当者自身が「仕事と介護の両立支援の重要性」を理解し、企業に対して適切にニーズ喚起できれば、より広い層へのアプローチが可能となる。

従業員・家族へのアプローチの継続

「健康」を入口とすることで従業員・家族の関心が高まり、介護への理解も促進された。しかし、家族への巻き込みは単発のイベントだけでは十分ではなく、家族参加型イベントの継続や、「健康」から「介護」へと段階的に意識を高める仕組み、さらに企業内での継続的な情報発信など、持続的な関与を生み出す体制づくりが必要。また、施策の活用率、セミナー参加やサービス利用を高めるには、企業内での継続的な周知・啓発が不可欠であり、支援が必要な従業員にタイムリーに情報と支援を届ける仕組みを整備することが重要。

事業の長期的取組と効果検証

実証期間が短期間であったことから、人事・総務担当者の業務負担が生じたほか、従業員アンケートの繰り返し実施など、企業側に一定の負荷がかかる場面が見られた。退職リスクの変化、従業員エンゲージメントの向上、パフォーマンス低下の抑制といった影響は、短期の実証期間では定量的な成果を検証することが困難であった。今後の長期的な取組の中で継続的にデータを収集し、効果検証を行う必要がある。

実証事業者の報告書

③株式会社マイナビ・株式会社インターネットインフィニティ

1. 実証概要

実証内容

・ “仕事と介護の両立” の現実～社員支援が企業にもたらすメリットとは～

● 事業概要

HRに強みを持つ「マイナビ」と仕事と介護の両立支援に強みを持つ「インターネットインフィニティー」が知る（経営層・人事向けセミナー）考える（実態調査）行動する（情報発信）の3ステップで本テーマの取り組みやすさを実証

● 実証内容

(ア) 経営層・人事向けセミナーの開催

「“仕事と介護の両立” の現実～社員支援が企業にもたらすメリットとは？～」

(イ) 実態調査アンケートの実施

介護に関する実態と支援施策提供による状況の把握

(ウ) 従業員向けセミナーの開催

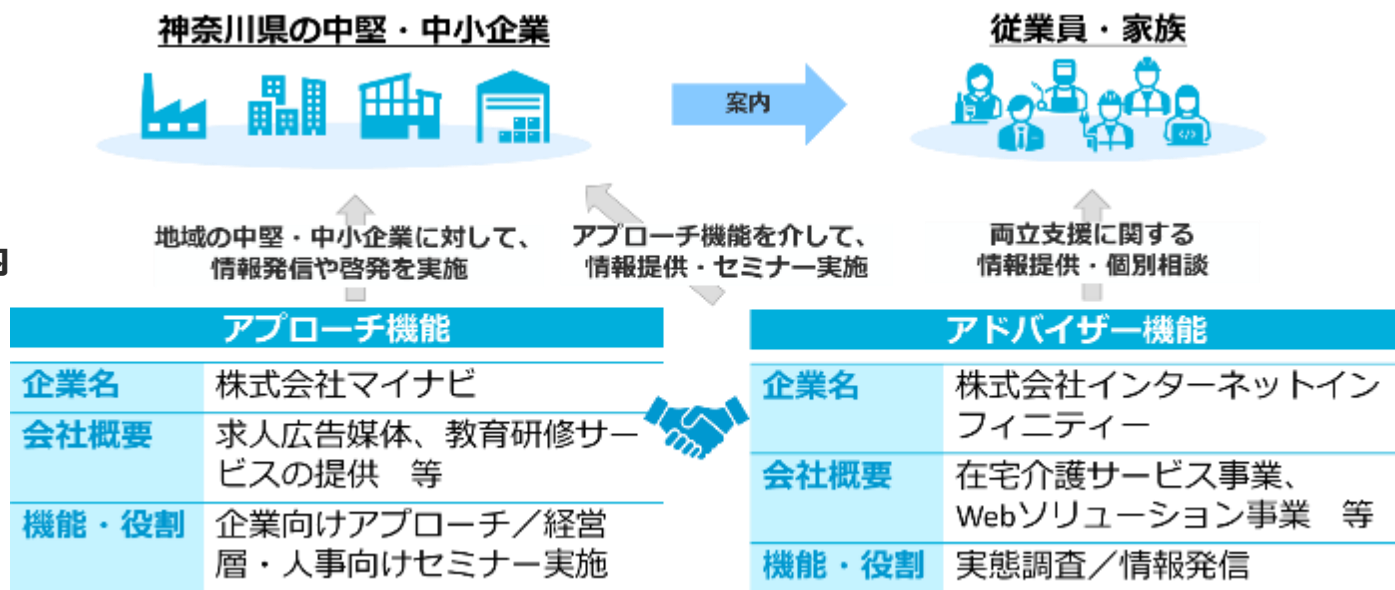
介護リテラシー向上のための機会提供と相談窓口の案内

(エ) 従業員向け相談窓口の対応

専門相談員による、個々の状況に応じた支援

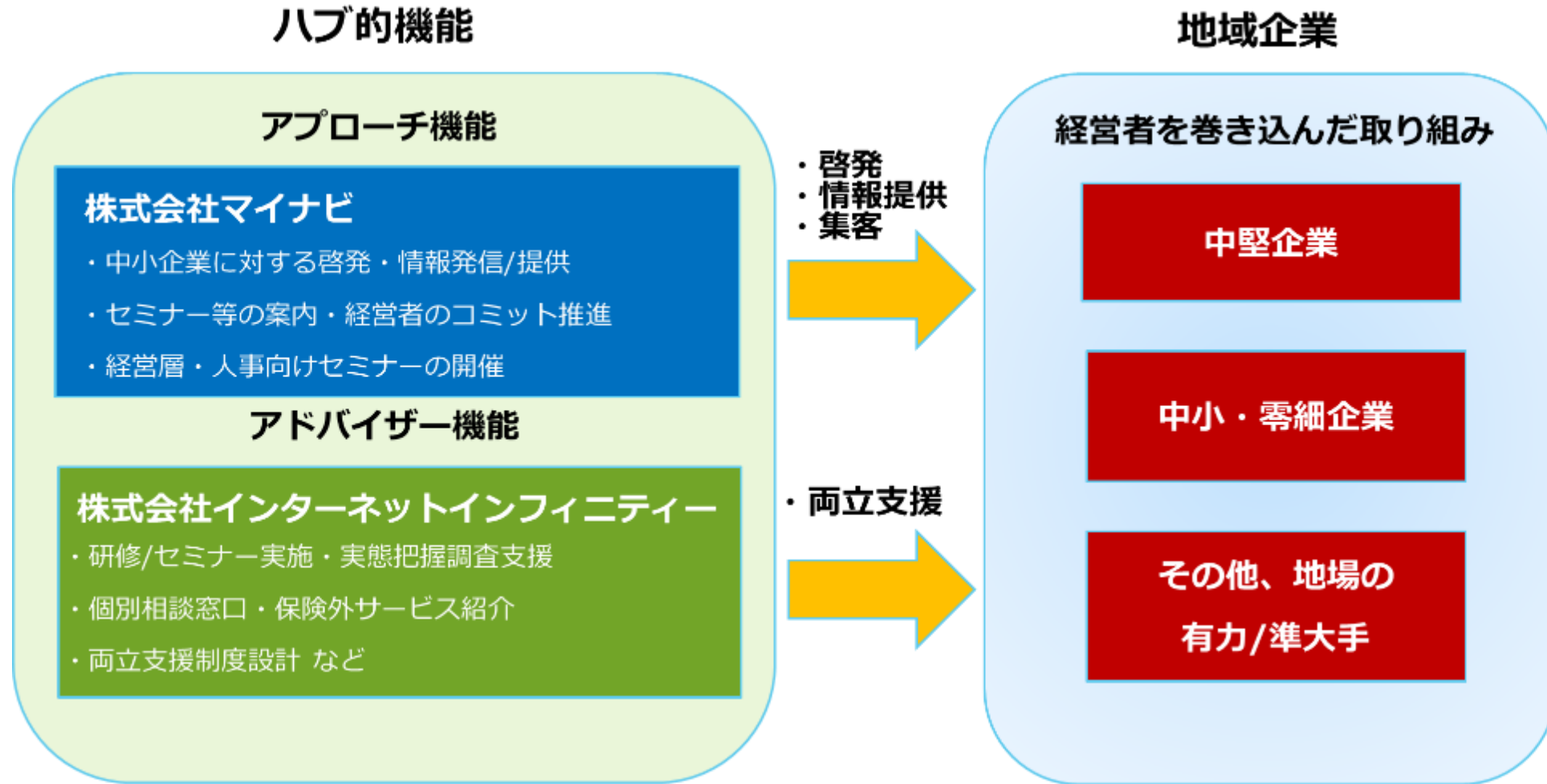
(オ) 効果検証

経営層・人事担当者によるヒアリング



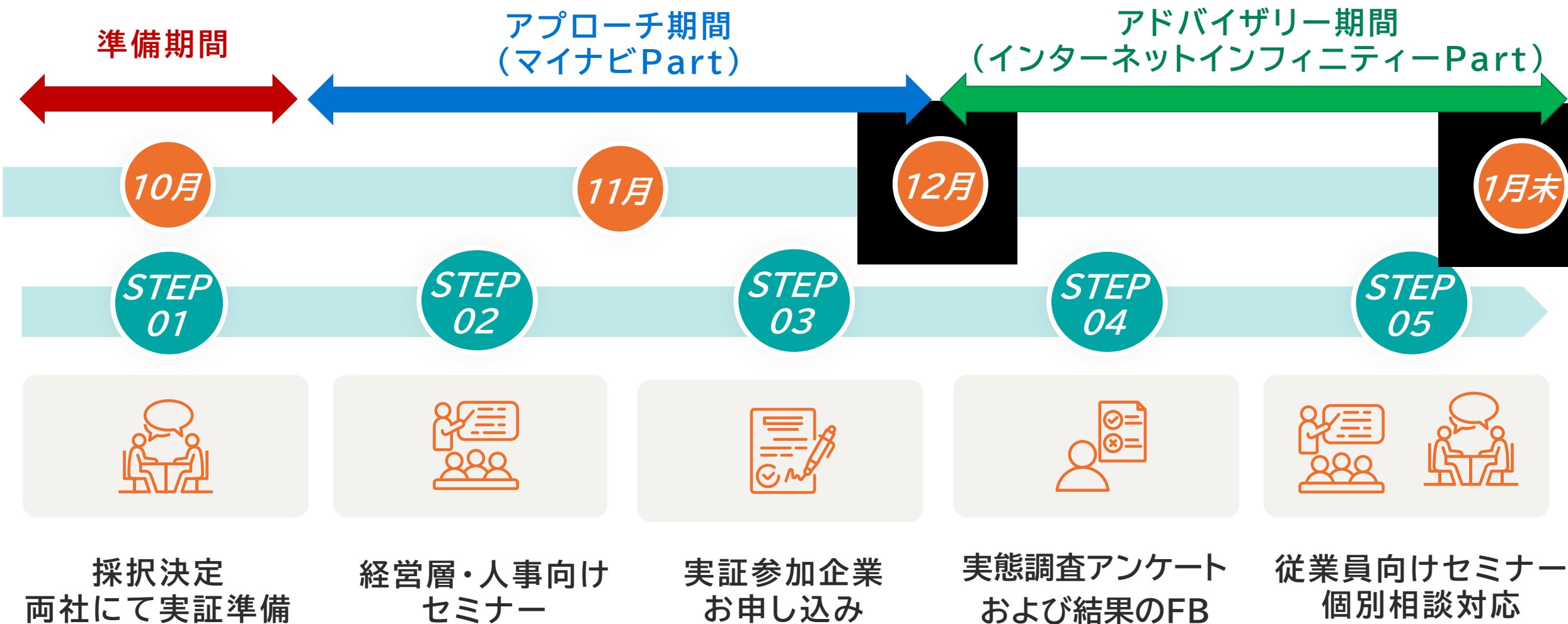
実証スキーム（実施体制、それぞれの役割）

- ハブ的機能として採用や研修と言ったHRに強みを持つ株式会社マイナビがアプローチ機能を、仕事と介護の両立支援に強みを持つ株式会社インターネットインフィニティーがアドバイザー機能を担い、地域企業に対して仕事と介護の両立支援の取り組みを促進。



実施スケジュール

- 2025年10月29日に開催の経営層・人事向けセミナーを起点に、2026年1月31日までの約3ヶ月間に渡り実証を実施。
- 前半はアプローチ期間としてマイナビが企業集客を担当、後半はアドバイザリー期間としてインターネットインフィニティがサービスを提供。



事業全体サマリー

- ・ 知る（経営層・人事向けセミナー） 考える（実態調査） 行動する（情報発信） の3ステップで本テーマの取り組みやすさを実証

知る（経営層・人事向けセミナー）

- ・ 「“仕事と介護の両立” の現実～社員支援が企業にもたらすメリットとは？～」と題して経営層・人事担当者向けにオンラインセミナーをアーカイブ含め計3回実施
- ・ 合計23社が参加し、実証参加へのマインド醸成を行った

考える（実態調査）

- ・ 経営層・人事向けセミナー参加内の7社に実証参加いただき、従業員の介護実態と状況把握を実施した
- ・ 事前調査は7社491名、事後調査は5社25名から回答を取得（Webアンケートにて実施）

行動する（情報発信）

- ・ 介護前の層を対象とした「仕事と介護の両立支援セミナー」を実施。オンラインは10名、アーカイブは22名の参加となった
- ・ 参加者には個別相談窓口を案内。セミナー未参加者には企業担当者を通じて社内周知を行った

実施結果サマリー

- 実証参加企業は7社、本実証を機に仕事と介護の両立支援の取り組みを前向きに進行きたい意向の企業が多かった。
- 従業員向けについては、両立支援が業務継続に不可欠で、適切な支援でエンゲージメントやパフォーマンスの維持が可能であることがわかった。

検証項目		実施内容	結果まとめ
1	アプローチ機能の評価	実態把握調査及び経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握	7社中7社（100%）が本実証を機に仕事と介護の両立支援に取り組みやすくなったと回答。
2	リスクマネジメント （業務への影響）	実態把握調査にて把握	約3割が「勤務時間内の介護」、「疲労を抱えた状態で就業」しており、両立支援は業務継続に不可欠。
3	退職リスク	実態把握調査にて把握	現在介護中の約2割、将来介護をする層の過半数が就業継続に自信がない。潜在的な退職予備軍が多く、両立支援は不可欠。
4	従業員エンゲージメント	実態把握調査にて把握	適切な支援環境が整えば、介護中であっても従業員のエンゲージメントの維持が可能である。
5	施策の満足度	実態把握調査及び経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握	実態調査アンケートについては概ね高評価を受けた一方で、従業員向けセミナーについてはシフト勤務の現場作業系職種の参加が課題となった。
6	パフォーマンスの低下	実態把握調査にて把握	介護開始後のパフォーマンスは約半数が「変わらない」と回答。一方、精神的・身体的負担によるパフォーマンス低下も一定数存在し、介護前の支援や働き方の調整でパフォーマンスは維持できる可能性がある。
7	労働生産性損失の低減	実態把握調査にて把握	企業は従業員の介護に対する心理的・物理的負担を軽減するために、柔軟な働き方の導入や、金銭的サポート、業務量調整といった多様な支援策を検討することが重要であるといえる。
8	費用負担意向	中小企業/従業員は、費用負担してでも、両立支援を実施していきたいか確認する。	実証を機に有料を検討する企業もあれば、そうでない企業もあった。経営層の温度感によるものと思料される。
9	マネタイズの評価	経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握	実証をきっかけに各企業の課題感が浮き彫りになってきた。企業との継続的なリレーションにより、マネタイズの可能性を感じる結果となった。

2. 事業実施結果

経営層・人事向けの取組 <経営層・人事向けセミナー>

- 実証を進める上での工夫として、企業に課題認知をしてもらうための取り組みである『STEP0』工程を設計。
- 『STEP0』工程として、経営層・人事向けセミナー「“仕事と介護の両立”の現実～社員支援が企業にもたらすメリットとは？～」の開催。
- 延べ23社が参加。いきなり施策検討・実施を促すのではなく、この問題の本質的課題を説明。社員支援が企業にもたらすメリットを説明することで取組意義を醸成。また初手として「実態把握」という比較的導入障壁の低いものを提案することで取り組みやすさをアピールした。

STEP 0 企業の課題認知

中小企業が仕事と介護の両立支援を経営課題として認知する

工夫

- 取組意義を感じる**
経営層および人事が参加することを想定とした**セミナーの実施**
- 顕在課題との紐づけ**
セミナーの実施後**アンケート**による課題の可視化
- 企業の意思決定**
経営と人事の目線合わせを実施し**意思決定速度の向上**を図る

※通常営業の中でSTEP0を経ずにSTEP1に進む場合も有

■開催日時：2025年10月29日（水）11:00～12:00
※アーカイブ配信：11月5日（水）6日（木）11:00～12:00

■実施場所：オンラインのみ

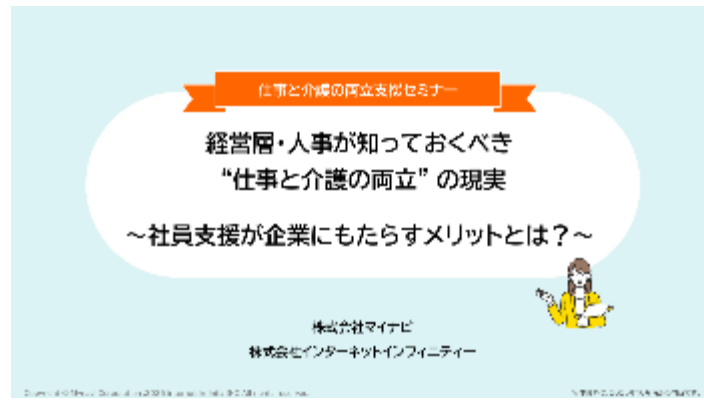
■経営層・人事向けセミナー参加社数

10月29日 申込社数：19社
参加社数：15社（残り4社欠席）

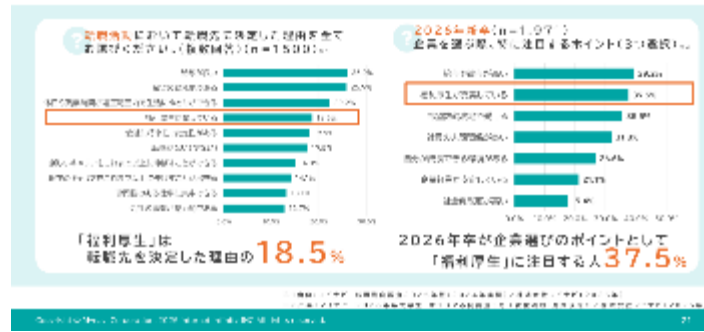
11月5日 申込社数：7社（10/29と重複先2社あり）
参加社数：7社（10/29欠席先2社含む）

11月6日 申込社数：1社（10/29と重複先1社あり）
参加社数：1社（10/29欠席先1社含む）

※アンケート未回答企業5社、アンケート未回答参加者5名（推定）



マイナビリサーチ | 採用における福利厚生



セミナー資料（一部抜粋）

経営層・人事向けの取組 <経営層・人事向けセミナー>

・ アンケート結果の集計（回答企業18社、回答人数23名） ※実証未参加企業且つ両立支援非担当者を含む

■ アンケート回答参加者の役職

⇒23名（18社）の参加者のうち、経営層からの参加は無し（0%）
 ※セミナー参加せず申込企業で1社、代表者からの申し込みあり
 主任以上の役職者が14名（60.8%）、役職なしが9名（39.2%）
参加者の役職（N=23）

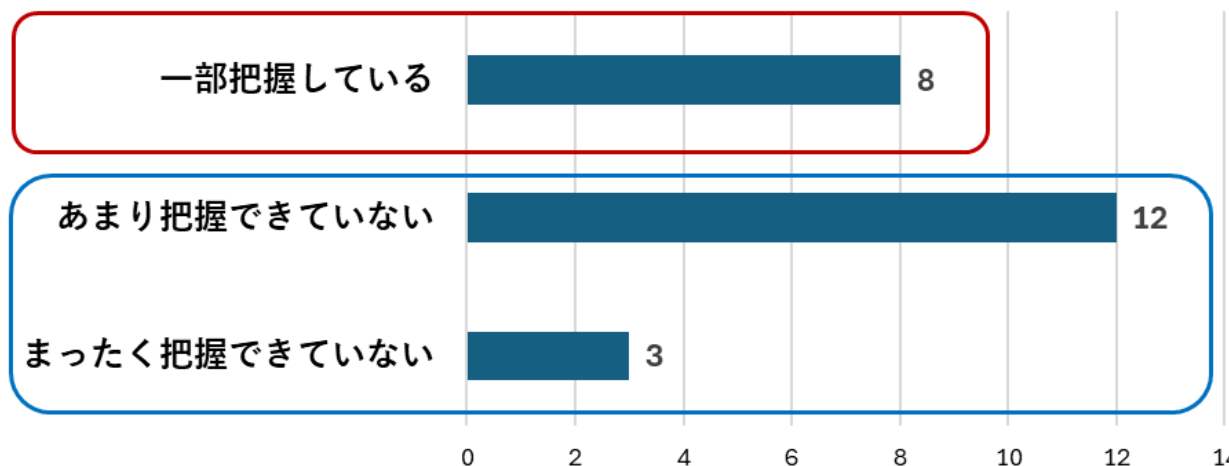


■ 従業員の介護に関する相談や課題を、どの程度把握できていると思いますか？

⇒「一部把握している」が8名（34.7%）「把握できていない」が15名（65.3%）

正確な介護状況を把握するために「**実態調査**」を入り口とした提案は有効なのではないか？

従業員介護に関する相談や課題を、どの程度把握できていると思いますか？ N=23



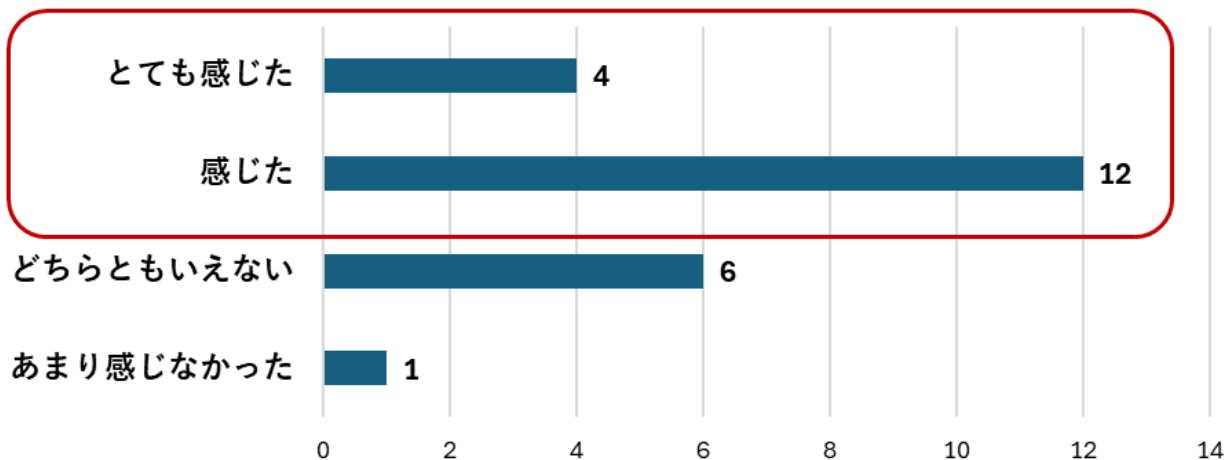
経営層・人事向けの取組 <経営層・人事向けセミナー>

・ アンケート結果の集計（回答企業18社、回答人数23名） ※実証未参加企業且つ両立支援非担当者を含む

■「仕事と介護の両立支援」に取り組むことが
「自社の採用力強化」に繋がると感じましたか？

⇒「自社の採用強化に繋がると感じた」が16名（69.5%）
更なる深堀が必要。

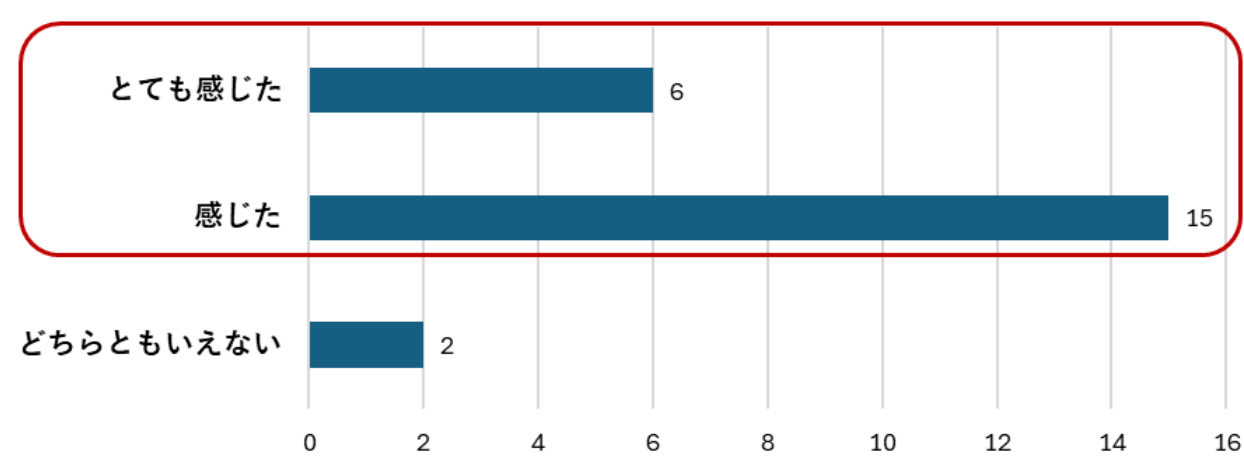
「仕事と介護の両立支援」に取り組むことが
「自社の採用力強化」に繋がると感じましたか？ N=23



■「仕事と介護の両立支援」に取り組むことが
「従業員の定着支援」に繋がると感じましたか？

⇒「従業員の定着支援に繋がると感じた」が21名（91.3%）
否定的な見解なし。

「仕事と介護の両立支援」に取り組むことが
「従業員の定着支援」に繋がると感じましたか？ N=23



従業員向けの取組 <従業員向けセミナー>

- 本事業への参画企業の従業員を対象に「仕事と介護の両立支援セミナー」を開催。
- 参画企業の人事担当者からセミナー開催を社内周知。32名（6社）がセミナー参加。32名中3名が働く家族介護者であった。
- 開催方法はリアル開催、オンライン配信、アーカイブ配信とした。

■開催日時

12月 2日 リアル開催/オンライン配信 11:00～12:00
 12月 9日 アーカイブ配信 11:00～12:00
 12月16日 アーカイブ配信 11:00～12:00

■セミナー参加者数 32名（6社）

12月 2日 申込者：13名 / 参加者：10名 ※リアル参加者ナシ
 12月 9日 申込者：19名 / 参加者：13名
 12月16日 申込者：13名 / 参加者：9名

■プログラム

仕事と介護の両立をするために～突然の介護で困らない！今から備えておきたいこと～

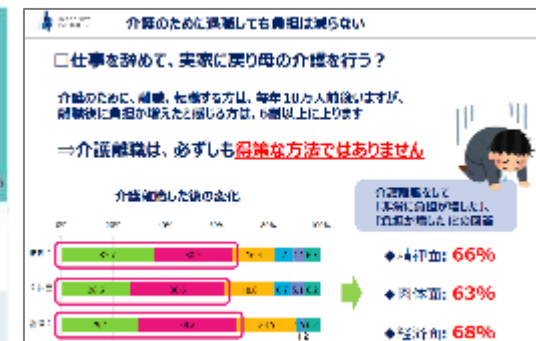
1. 介護に直面した場合、あなたならどうしますか？
2. 両立するために必要な制度を知っておきましょう
3. 両立するための具体的な方法を確認しましょう
4. ご家族がお元気づちから備えておけること

■実施上の課題

多様な参加方法や複数日程開催としたが、業種により集客に苦戦（シフト制等の労働環境により、参加のための時間を確保できない）



セミナー告知チラシ



セミナー資料（一部抜粋）

従業員向けの取組 <実態把握>

- 本事業への参画企業の従業員を対象に実態把握調査（事前・事後）を実施。
- 事前調査は参画企業の人事担当者から社内周知。事後調査は介護セミナー参加者へメールにて周知。
- 事後調査は支援施策提供前後の変化を把握するため、介護セミナー参加者への実施とした。
- 事前調査は491名（7社）、事後調査は25名（5社）が参加。

	事前	事後
■ 調査対象	参画企業7社	参画企業5社
■ 調査方式	WEBアンケート	WEBアンケート
■ 実査時期	2025年11月26日（水）～12月19日（金）	2026年1月16日（金）～1月28日（水）
■ 有効サンプル	491件	25件

<参画企業内訳>

社名	業種	従業員数	実態把握回答者数	
			事前	事後
A社	製造	400	88	-
B社	建設	25	22	-
C社	サービス	150	71	4
D社	製造	600	27	2
E社	情報通信	200	57	4
F社	食品	500	148	9
G社	建設	90	78	6
合計		1965	491	25

※業種についてはインターネットインフィニティー独自の視点で判定
 ※従業員数は概算

従業員向けの取組 <実態把握 結果サマリ>

- 約16%が働く家族介護者であった。多くの働く家族介護者は、介護による仕事や私生活との調整に負担に感じている。①②
- 介護前従業員の約63%は今後5年以内に介護になる可能性。また、将来の仕事と介護の両立に多くの人が不安や困難を感じている。③④
- 介護に関する正確かつ具体的な情報提供が不可欠。特に介護の前段階での予防的な情報提供や相談窓口の周知が、不安軽減と離職防止に繋がる施策と考えられる。⑤

① 介護状況

単一回答	n	%
全体	(491)	
1 現在、家族の介護（要介護認定を受けている家族の介護）を行っている	31	6.3
2 現在、日常生活の支援が必要な家族の支援を行っている	46	9.4
3 介護をしていない	414	84.3

② 介護が負担に感じる場面

複数回答	n	%
全体	(77)	
1 直接介護を行うこと	38	49.4
2 通院や買い物の付き添い	35	45.5
3 自身の私生活との調整	49	63.6
4 自身の仕事との調整	51	66.2
5 各種支援機関への相談や調整	31	40.3
6 被介護者と介護に関して話し合う場面	29	37.7
7 兄弟などと家族の介護に関して話し合う場面	31	40.3
8 その他	3	3.9
9 負担は特に感じない	6	7.8

③(介護前)今後5年間における家族・親族介護の可能性

単一回答	n	%
全体	(414)	
1 介護する可能性がかなり高い	76	18.4
2 介護する可能性が少しある	187	45.2
3 介護することはない	151	36.5

④(介護前)将来の介護に対する不安の程度

単一回答	n	%
全体	(263)	
1 非常に不安を感じる	69	26.2
2 不安を感じる	97	36.9
3 少し不安を感じる	86	32.7
4 不安を感じない	5	1.9
5 わからない	6	2.3

⑤(介護中/介護前)介護についての不安

複数回答	n	%
全体	(491)	
1 公的介護保険制度の仕組みがわからないこと	241	49.1
2 勤務先の介護にかかわる支援制度がない、もしくはわからないこと	164	33.4
3 介護と仕事を両立する際に上司の理解が得られないこと	43	8.8
4 勤務先に介護にかかわる制度はあっても、利用しにくい雰囲気があること	79	16.1
5 介護休職などを職場で取得して仕事をしている人がいないこと	128	26.1
6 代替要員がおらず、介護のために仕事を休めないこと	154	31.4
7 仕事を辞めずに介護と仕事を両立するための仕組みがわからないこと	155	31.6
8 介護と仕事を両立すると、昇進・昇格に影響が出る可能性があること	57	11.6
9 そもそも労働時間が長いこと	84	17.1
10 自分が介護休職を取得すると収入が減ること	218	44.4
11 勤務先や職場に介護に関して相談する部署や担当者がないこと、もしくはわからないこと	58	11.8
12 地域での介護に関する相談先がわからないこと	62	12.6
13 適切な介護サービスが受けられるかどうかわからないこと	146	29.7
14 ほかに介護を分担してくれる家族がいないこと	61	12.4
15 介護がいつまで続くかわからず、将来の見通しを立てにくい	230	46.8
16 特にない	31	6.3
17 その他（具体的にお書きください）	17	3.5

従業員向けの取組 <個別相談>

- 本事業への参画企業の従業員を対象に介護相談窓口を開設。
- 相談は電話、メール、オンライン面談を整備。
- 相談窓口の利用に至ったのは2件（電話、メール 各1件）。

■周知方法

- 人事担当者から相談窓口を周知。相談窓口案内ポスターを作成し社内配布/掲示。
- 介護セミナー終了後に相談窓口の案内。セミナー終了後に相談できる機会も用意。
- 介護セミナー申込者/参加者に利用案内メール配信（窓口の利用促進用チラシ添付）

■実施結果

- 相談件数： 2件
- 相談経路： 社内告知 ※介護セミナーは未参加。
- 相談内容：
 - 今後、遠距離介護する親への対応について
 - 介護が必要なご自身の子供に対する施設探しについて
（⇒参考になる情報や相談先をご案内し相談終了とした）

■実施上の課題

一定のセミナー需要はあるものの、高齢者介護の相談窓口の利用は一部にとどまった。社内周知だけではなく、管理職への研修を通じた「相談しやすい雰囲気」の醸成や長期的な相談窓口の支援といった、体系的な両立支援の推進が必要。また、介護前層への情報提供を主眼としたため、介護中層への相談窓口の周知が不十分となり、結果として相談窓口の利用が限定的であった可能性がある。



相談窓口 案内ポスター



相談窓口 利用促進用チラシ



相談受付 Webフォーム

3. 効果検証結果（まとめ）

効果検証実施内容

検証項目		内容	対象	実施方法	検証結果まとめ
1	アプローチ機能の評価	地域内でハブ的な機能によって、中小企業において両立支援が取り組みやすくなったか確認する	従業員 経営者・人事担当者	実態把握調査及び経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握	7社中7社（100%）が本実証を機に仕事と介護の両立支援に取り組みやすくなったと回答。
2	想定されるリスク（業務への影響）	働きながら介護をしている本人が、仕事の中でどのような具体的課題を有しているのか、また各種サービスを受けることによってそれらの課題を解消できたのか確認する。	従業員	実態把握調査もしくは従業員へのヒアリングにて把握	約3割が「勤務時間内の介護」、「疲労を抱えた状態で就業」しており、両立支援は業務継続に不可欠。
3	退職リスク	現在の状況が継続した場合に、自社で働き続けることができるか確認する。またサービスを受けた後の状況も把握する。	従業員	実態把握調査にて把握	現在介護中の約2割、将来介護をする層の過半数が就業継続に自信がない。潜在的な退職予備軍が多く、両立支援は不可欠。
4	従業員エンゲージメント	従業員エンゲージメントの状態を、サービス提供の前後で比較する。	従業員	実態把握調査にて把握	適切な支援環境が整えば、介護中であっても従業員のエンゲージメントの維持が可能である。
5	施策の満足度	施策の全体的な満足度や費用対効果について、ヒアリング等を通じて把握する。	従業員 経営者・人事担当者	実態把握調査及び経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握	実態調査アンケートについては概ね高評価を受けた一方で、従業員向けセミナーについてはシフト勤務の現場作業系職種の参加が課題となった。
6	パフォーマンスの低下	働きながら介護をしている方のパフォーマンスの低下度をサービス提供の事前事後で比較し、サービス利用によるパフォーマンス低下の低減の有無や度合いを確認する。	従業員	実態把握調査の事前事後比較にて把握	介護開始後のパフォーマンスは約半数が「変わらない」と回答。一方、精神的・身体的負担によるパフォーマンス低下も一定数存在し、介護前の支援や働き方の調整でパフォーマンスは維持できる可能性がある。
7	労働生産性損失の低減	パフォーマンスの低下度合いをふまえて、サービス提供による労働生産性損失の低減額を把握する。（施策全体の費用対効果の把握）	従業員	実際把握調査の事前事後比較の結果を基に算出	企業は従業員の介護に対する心理的・物理的負担を軽減するために、柔軟な働き方の導入や、金銭的サポート、業務量調整といった多様な支援策を検討することが重要であるといえる。
8	費用負担意向	中小企業/従業員は、費用負担してでも、両立支援を実施していきたいか確認する。	従業員 経営者・人事担当者	実態把握調査及び経営者・人事担当者向けのヒアリングで把握	7社中1社がポジティブな反応であったが、残り6社はフラットもしくはネガティブ。経営層の温度感によるものと思料される。

経営者・人事担当向け | アプローチ機能の評価、施策の満足度、費用負担の意向

- アプローチ機能の評価および施策の満足度については、これまで実態を可視化する機会がなかったため実態アンケートを中心に概ね高評価。
- 一方で費用負担をかけて取り組む意向については、企業によって評価が割れる結果となった。

■ アプローチ機能の評価（7社中7社（100%）が取り組みやすくなったと回答）

全参加企業が取り組みやすくなったと回答。特に「実態調査アンケート」への満足度が高く、「今まで見えなかったものが可視化され施策検討のきっかけとなった」「経営層へ問題提起してみたいと思う」等の感想を確認。

また、施策の満足度も概ね高く「無料」で実施できた点も高評価であった。

一方でアンケートで実態を可視化できた点は良かったが、製造業や建設業等、現場作業かつシフト勤務の職種については、決まった時間での従業員セミナー開催に課題を感じている企業もあり、紙媒体を含めた多様な推進手段の検討が必要。

■ 今後費用をかけて取り組む意向はあるか（7社中1社がポジティブな反応）

費用負担の意向については7社中、1社がポジティブな反応。

その他、3社がフラット、3社がネガティブな反応であった。

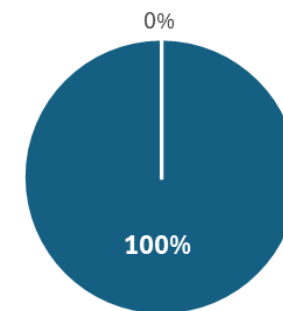
経営層の理解度や温度感により、評価が割れる結果となった。

本実証では経営層との接点があり持ちなかつた点から、課題を残す結果となったが、経営層と人事との間で課題認識をすり合わせる事が取り組み普及の鍵となりそう。

【参考までに】ネガティブなご意見

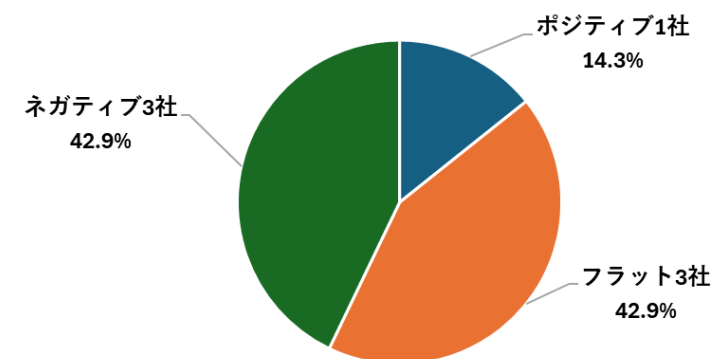
- 育児の方がホットで介護を主眼においてコストを掛けるのは難しい。
- 経営層の理解度が少なく、費用負担は難しそう（担当者は積極推進の意向あり）

両立支援に取り組みやすくなったか N=7



■ 取り組みやすくなった ■ 取り組みやすくなっていない

費用をかけて取り組む意向があるか N=7



■ ポジティブ ■ フラット ■ ネガティブ

経営者・人事担当向け | 社員支援が企業にもたらすメリット～採用ブランディングへの影響～

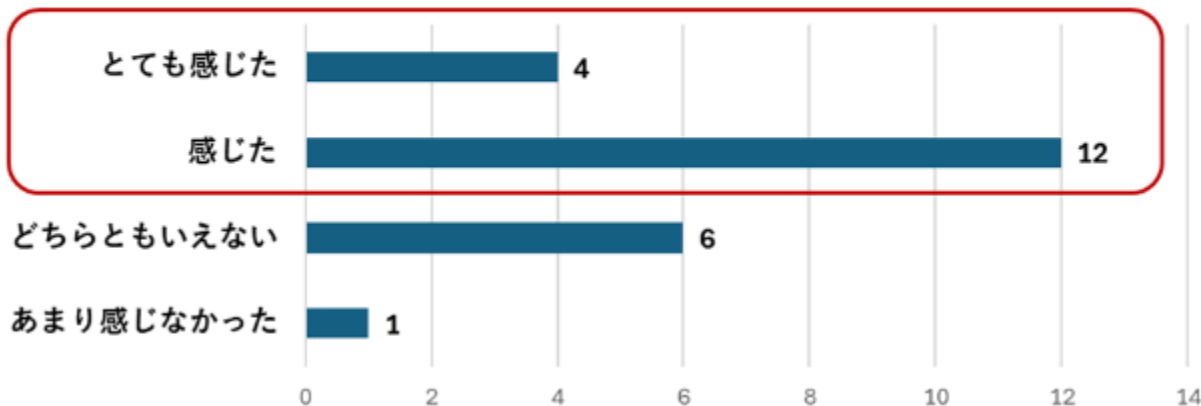
- 「仕事と介護の両立支援」の取り組みを普及させるための一つ的手段として、人事課題の中で優先度が高い「採用」との関連性を検証
- 実証参加企業が思う、採用ブランディングへの影響は各企業によって評価（印象）が分れる結果となった。

検証項目	内容	対象	方法
9 採用ブランディング	「採用ブランディング」のために、両立支援を実施していきたいか確認する。	経営層 人事担当者	経営層・人事向けのヒアリングで把握

■ 実施前（実証未参加企業を含む） スライドP12同様

経営層・人事向けセミナーアンケート回答者のうち、16名（約70%）が仕事と介護の両立支援に取り組むことが「自社の採用力強化」に繋がると回答

「仕事と介護の両立支援」に取り組むことが「自社の採用力強化」に繋がると感じましたか？ N=23



■ 実施後（実証参加企業からヒアリング）

既存従業員への「定着支援」には繋がると思うが、「採用力強化」には繋がらないと思う。
両立支援への取り組みは「採用力強化」に繋がると思う。
等々、反応は企業によって異なる。

■ 考察・示唆

- いまは、“両立支援をやっているか”より、“やっていない理由”を見られる時代
 - 両立支援は
 - ✓ 即効性のある採用施策ではない
 - ✓ 企業の“姿勢”として評価される要素
- 採用への効果は

中長期的・他施策との組み合わせで表れる可能性

従業員向け | 想定されるリスク（業務への影響）

- 実態把握調査における働く家族介護者のうち、**約3割の従業員**が日中の所定労働時間内に家族の介護を行う場合があり、仕事と介護の両立が日常的に発生していることが確認された。
- 介護休暇が必要と感じる場面として、「通院や買い物の付き添い」（77.9%）や「突発的な緊急事態への対応」（76.6%）が特に高く、**業務時間外や緊急時の対応**が大きな課題となっている。
- 深夜や休日の介護により、**精神的な疲労（31.2%）**や**身体的な疲労（24.7%）**が溜まった状態で就業している従業員が一定数見られ、健康リスクが懸念される。

■ 介護者の現在の仕事の状態

	複数回答	事前		事後	
		n	%	n	%
	全体	(77)		(5)	
1	日中の所定労働時間内に家族の介護を行う場合がある	22	28.6	2	40.0
2	深夜や休日に介護を行うため、身体的な疲労が溜まった状態で仕事をしている	19	24.7	1	20.0
3	深夜や休日に介護を行うため、精神的な疲労が溜まった状態で仕事をしている	24	31.2	2	40.0
4	施設等から急な連絡を受ける可能性があり、仕事に集中できていない	13	16.9	1	20.0
5	要介護者である家族の様態が安定せず、仕事に集中できていない	10	13.0	1	20.0
6	その他	5	6.5	1	20.0
7	仕事への影響は特に感じない	24	31.2	1	20.0

■ 介護休暇が必要と感じる場面

	複数回答	事前		事後	
		n	%	n	%
	全体	(77)		(5)	
1	直接介護を行うとき	35	45.5	1	20.0
2	通院や買い物の付き添いを行うとき	60	77.9	3	60.0
3	ケアマネジャーや医療関係者との面談や調整	48	62.3	5	100.0
4	突発的な緊急事態への対応	59	76.6	5	100.0
5	食生活のサポート	23	29.9	0	0.0
6	介護環境の改善や介護用具の準備・設置	27	35.1	0	0.0
7	行政手続き	49	63.6	1	20.0
8	介護計画の立案やサービスの手配	26	33.8	0	0.0
9	看取りや葬儀の準備	27	35.1	2	40.0
10	その他	2	2.6	0	0.0
11	必要性は特に感じない	1	1.3	0	0.0

従業員向け | 退職リスク

- 「介護を続けながら、この会社で長期的に働くことができるか」という設問に対して、現在介護中の従業員の**約2割**が「全く思わない」または「そうは思わない」と回答しており、一定数が明確な退職リスクを抱えている。
- 将来介護を担う可能性のある層では、「続けたいけれど、現実には無理又は難しいと思う」（31.9%）と「続けられる自信はないが、続けなければならないと思っている」（30.4%）を合わせると**過半数（62.3%）**を占め、潜在的な退職予備軍が多い状況にある。
- 事前調査において、現在介護中の従業員の**約7割**が「どちらとも言えない」または「そう思う」と回答しており、就業継続への自信が持てていないことが示唆される。
- 事前調査と事後調査を比較すると、サンプル数は少ないものの、不安層は依然として確認されており、支援が不十分な場合、将来的に退職へと転じる**可能性**があることがわかった。

■ 介護を続けながら、この会社で長期的に働くことができるか

単一回答	事前		事後	
	n	%	n	%
全体	(77)		(5)	
1 とてもそう思う	8	10.4	0	0.0
2 そう思う	23	29.9	1	20.0
3 どちらとも言えない	33	42.9	3	60.0
4 そうは思わない	5	6.5	0	0.0
5 全く思わない	8	10.4	1	20.0

■ 将来介護を担う場合の就業継続意思

単一回答	事前		事後	
	n	%	n	%
全体	(263)		(13)	
1 続けられると思う	28	10.6	1	7.7
2 続けられる自信はないが、続けなければならないと思っている	80	30.4	5	38.5
3 続けたいけれど、現実には無理又は難しいと思う	84	31.9	6	46.2
4 続けるつもりはない	10	3.8	0	0.0
5 続けられるかどうか全く見当がつかない	47	17.9	1	7.7
6 わからない	14	5.3	0	0.0

従業員向け | 従業員エンゲージメント

- 介護開始後の仕事のやりがいの変化について、約**65%**の従業員が「変化していない」と回答しており、一定程度のエンゲージメント維持が示唆された。
- 一方で、やりがいが「すこし小さくなった」「小さくなった」「とても小さくなった」と感じる層が合わせて約**3割**存在し、介護負担が心理面に影響を及ぼす可能性が示された。
- 仕事と介護の両立における働き方の希望では、事前・事後ともに「制度を利用しつつ、できるだけ普通に働き続けながら両立する」という回答が多数を占め、就業継続への**意欲の高さ**（事前56.4%）が確認された。
- 介護を理由に「今の仕事を辞めて介護に専念する」と回答した層は事前で**6.5%**にとどまり、多くの従業員が仕事との両立を前提に考えていることが明らかとなった。

■ 介護開始後の仕事のやりがいの変化

単一回答	事前		事後	
	n	%	n	%
全体	(77)		(5)	
1 とても大きくなった	2	2.6	0	0.0
2 大きくなった	1	1.3	0	0.0
3 すこし大きくなった	1	1.3	0	0.0
4 変化していない	50	64.9	3	60.0
5 すこし小さくなった	9	11.7	1	20.0
6 小さくなった	6	7.8	1	20.0
7 とても小さくなった	8	10.4	0	0.0

■ 仕事と介護の両立における働き方の希望

単一回答	事前		事後	
	n	%	n	%
全体	(491)		(25)	
1 今の仕事を辞めて介護に専念する	32	6.5	1	4.0
2 介護が必要な時期は休職制度を利用して自分が介護をして、その後仕事に復帰する	63	12.8	2	8.0
3 介護休暇や短時間勤務などの制度を利用しつつ、できるだけ普通に働き続けながら、仕事と介護を両立する	277	56.4	16	64.0
4 介護のための支援制度を利用せずに、年次有給休暇などで対処する	42	8.6	2	8.0
5 仕事の仕方を特に変えない	56	11.4	2	8.0
6 その他（具体的にお書きください）	21	4.3	2	8.0

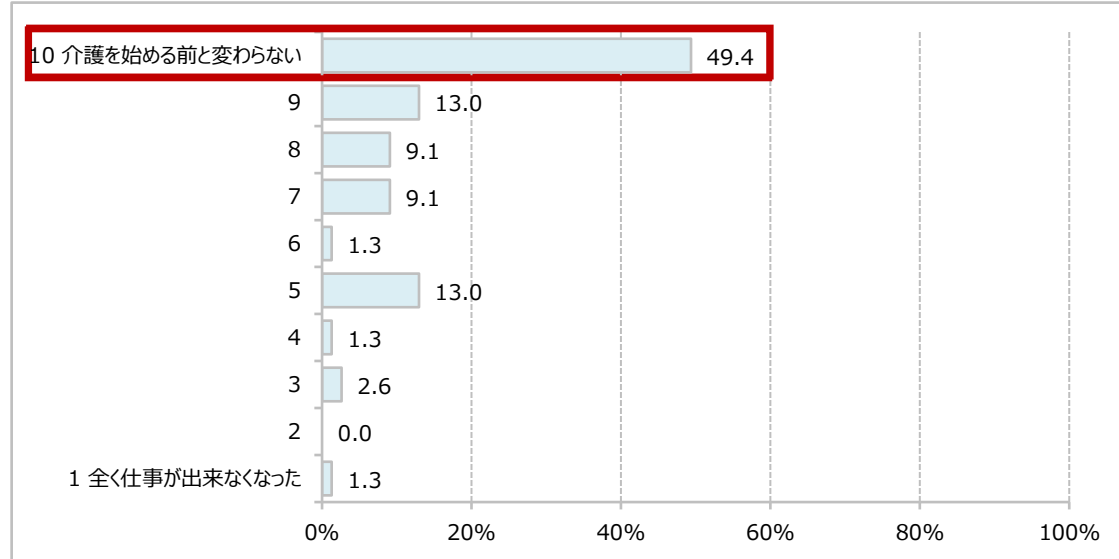
従業員向け | パフォーマンスの低下

- 介護開始後の仕事のパフォーマンスについて、**約半数**が「介護開始前と変わらない」と回答しており、直ちに大幅なパフォーマンス低下を招く状況ではないことが示された。
- 一方、評価を下げた回答も一定数存在し、介護が業務遂行に影響を及ぼしている層が少なくないことが明らかになった。
- パフォーマンス低下の背景には、介護に伴う精神的・身体的負担に加え、突発的な対応による業務の中断等が影響していると考えられる。
- 事後調査はサンプル数が限られるものの、低下傾向が引き続き確認されており、介護発生前からの支援や働き方の調整ができれば、パフォーマンスは維持できる可能性がある。

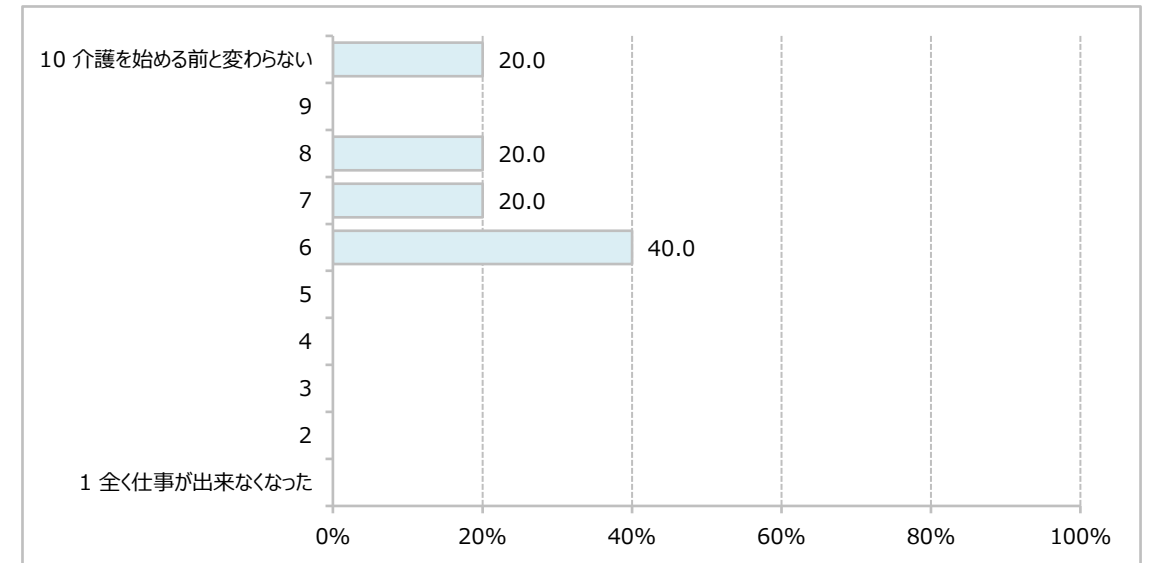
■ 介護開始後の仕事のパフォーマンスの変化

(介護を始める前の仕事のパフォーマンスを10とした場合に、家族の介護を始めてからの仕事のパフォーマンスとして最も近い数値を選択してください。)

事前調査(n=77)



事後調査(n=5)



従業員向け | 労働生産性損失の低減

- 将来介護を担うことへの主なストレスとして、「職場の周囲の人に迷惑をかけること」が事前調査で**24.0%**、「自分の時間がなくなること」が**23.2%**と、心理的負担が上位に挙げられた。
- 事後調査では、「職場の周囲の人に迷惑をかけること」が**46.2%**と最も高く、実際に介護が始まると職場への影響が現実的な懸念となることが示唆される。
- 会社に求める支援方法として、事前調査では「フレックスタイム制度」(48.3%)、「在宅勤務制度」(46.4%)、「金銭的なサポート」(45.8%)が高く、**柔軟な働き方と経済的支援**へのニーズが確認された。
- 事後調査においても、「フレックスタイム制度」(56.0%)や「介護に関する情報提供」(52.0%)のニーズが高く、介護発生前から制度整備を行うことで、不安の軽減を通じた**生産性損失の防止**が期待できる。

■ (現在介護をしていない方) 将来の介護において懸念される主なストレス

単一回答	事前		事後	
	n	%	n	%
全体	(491)		(13)	
1 会社を辞めざるをえないこと	23	8.7	2	15.4
2 退職について考えること	49	18.6	1	7.7
3 介護しない(人任せにする)こと	39	14.8	0	0.0
4 仕事の質が低下すること	8	3.0	0	0.0
5 職場の周囲の人に迷惑をかけること	63	24.0	6	46.2
6 自分の時間がなくなること	61	23.2	2	15.4
7 その他	20	7.6	2	15.4

■ 会社に求める支援方法の希望

複数回答	事前		事後	
	n	%	n	%
全体	(491)		(25)	
1 介護に関する情報提供(会社制度等)	157	32.0	13	52.0
2 フレックスタイム制度	237	48.3	14	56.0
3 在宅勤務制度	228	46.4	11	44.0
4 介護に関するセミナー	18	3.7	3	12.0
5 仕事量の抑制、業務の見直し	208	42.4	7	28.0
6 職場の意識啓蒙	65	13.2	3	12.0
7 金銭的なサポート	225	45.8	8	32.0
8 介護に関する相談窓口	60	12.2	3	12.0
9 その他	18	3.7	1	4.0

実証事業者のシナジー効果について

- 両社が明確に役割分担し、単独では完結し得ない機能を相互に補完することで、「仕事と介護の両立支援」をHR課題として実装レベルで検証した。

アプローチ機能 **(HR支援に強み)**

株式会社マイナビ

- ・中小企業に対する啓発・情報発信/提供
- ・セミナー等の案内・経営者のコミット推進
- ・経営層・人事向けセミナーの開催

■ HRに強みを持つマイナビが「仕事と介護の両立支援」を採用・定着・組織開発の観点から、企業の経営・人事課題として整理し、従業員支援に取り組むメリットを発信。

アドバイザー機能 **(具体的支援に強み)**

株式会社インターネットインフィニティー

- ・研修/セミナー実施・実態把握調査支援
- ・個別相談窓口・保険外サービス紹介
- ・両立支援制度設計 など

■ 「仕事と介護の両立支援」に関する具体的支援に強みを持つインターネットインフィニティーがこれまでのノウハウを生かし、実態調査アンケート・従業員向けセミナー・相談窓口を提供。

■ 仕事と介護の両立支援を、従業員支援施策として完結させるのではなく、**“企業成長”**や**“企業価値向上”**につなげて捉えるという視座を、この2社の座組の中で提示・検証することができた。

4. 今後の課題

今後の課題 サマリー

- 実証で培ったノウハウを基に、企業側も従業員側も「再現性」と「継続性」のある取り組みにしていきたい。

企業側の推進について

- 仕事と介護の両立支援は“見えない経営課題”であり、明確な要因・実態が可視化されないと何をどこまで支援して良いのかがわかりにくい。
- 製造業・建設業などの勤務形態においては集合研修が難しく、業務用端末の支給も限定的であるため、特に現場作業に従事する従業員への周知が難しく、各企業ごとの事情に合わせた多様な形での周知方法の模索と検討が必要。（例：ハンドブック、FAQ・事例集等の紙媒体の活用、人事担当者・管理職リテラシーの向上等）

採用ブランディングへの紐づけについて

- マイナビのデータでは求職者（新卒含む）の企業選びのポイントの一つとして「福利厚生」が充実している会社が上位に来る。
- いまは、“両立支援をやっているか”より、“やっていない理由”を見られる時代。採用への効果は中長期的・他施策との組み合わせで表れる可能性があり、企業側が継続して取り組んでいけるかどうかポイント。

ワーキングケアラー予備軍向けセミナーが相談窓口利用に影響

- 従業員向けセミナーは今後介護が必要となる方への情報提供を目的に実施。セミナー参加者は介護前の層が中心となり、介護中の従業員の参加は限定的であった。そのため、参加者の多くが自分事として介護を捉えにくく、セミナー参加後に相談窓口を利用する行動につながりにくかったと考えられる。
- セミナー自体の目的はある程度達成されたが、相談窓口の利用に繋げる導線としては十分に機能しなかった点が課題である。

経営層・人事担当者・従業員・従業員の家族への接続

- 経営層とほぼ接触できず、人事担当者への接触は成果があったものの、人事担当者から経営層へのエスカレーションに課題があり工夫が必要。
- より多くの従業員とその家族に情報を届けるには、多様な推進手法の検討や家族向け情報ツールの作成等の工夫が必要。

今後の課題（詳細）

- 企業側の推進について（“見えない経営課題”の見える化）

【課題】見えないままでは支援は進まない	【展望】実態調査アンケートで“可視化”し支援に繋げる
<p>企業側（経営側）の視点 ⇒「少子高齢化」、「大介護時代」、「法改正」はわかるが、従業員からまったく相談がないから、うちにはまだ関係ない話。</p>	<p>実態調査アンケートの有効性 ⇒実証を通じて実態調査アンケートにて“見えない課題”を可視化するところから始めると取り組みやすい。</p>
<p>従業員側の視点 ⇒「昇進・昇格に影響があるのではないか」、「自分が休んだら会社に迷惑が掛かるのではないか」等のバイアスから言い出しにくい。</p>	<p>可視化したその先 ⇒感覚や善意ではなく、データに基づく支援設計が可能。自社の実態に合った支援を検討することで「使われる制度」へ。</p>
<p>見えない経営課題 ⇒可視化されないことで何をどこまで支援すればよいか判断できない。しかしながら、ワーキングケアラーは自社にも一定数存在する。</p>	<p>企業側（経営側）と従業員側の距離を縮める ⇒アンケートは単なる実態把握ではなく、経営と従業員をつなぐ対話の起点になる。</p>
<p>結果として ⇒介護離職・パフォーマンス低下の予兆に気づけない。対応が後手・個別対応になり、組織として見えない損失を生む。</p>	<p>再現性と継続性のある取り組みへ ⇒実態調査アンケートは1回やれば良いというものではない。定期的に観測することで両立支援の精度が向上していく。</p>

今後の課題（詳細）

- 企業側の推進について（運用面における現場の課題）

【課題】現場作業系職種への周知の難しさ	【展望】求められる多様な周知手段
交代勤務の困難さ ⇒勤務時間帯が異なり、全員が同時に集合研修に参加するのが難しい。	紙媒体ハンドブックの活用 ⇒現場で手に取れる紙のハンドブックを整備し、いつでも閲覧可能な状態をつくるのが有効な手段の一つ。
現場作業ならではの制約 ⇒勤務時間中は基本的に作業。手が離せず、そもそも研修を設定することが困難。	管理職の意識改革 ⇒全社員を集めるのが難しいのであれば、管理職に限定して研修を実施し、管理職を起点として全社員に浸透させる。
端末・通信の課題 ⇒現場作業職種は会社支給端末がなく、個人スマホ利用はプライバシーの問題や業務時間外での実施等障壁がある。	ミニ研修の挿入 ⇒安全大会や朝礼等で5～10分程度の短時間研修を行い、現場の負担を減らしながら情報を伝える。
情報周知の難しさ ⇒従来の情報周知方法では現場作業者に必要な情報を十分に伝えられない。	多チャネル推進設計 ⇒紙媒体、掲示物、管理職説明、相談窓口告知など複数チャネルを組み合わせた情報発信で確実な伝達を実現する。

今後の課題（詳細）

- 両立支援は採用の“即効薬”ではない。各企業が継続的に取り組むことが採用ブランディングにつながる。

■ 福利厚生と採用情報の相関

マイナビのデータでは求職者（新卒含む）の企業選びのポイントの一つとして「福利厚生」が充実している会社が上位に来る。

※福利厚生 = 従業員支援の一つと定義

一方で実証参加企業の評価は割れており、仕事と介護の両立支援に取り組むことで必ずしも採用に効果があるとは思っていない様子。



仕事と介護の両立支援は、**採用の“即効薬”ではない。**しかし、組織の信頼を深め、**結果として採用力を高める“土台”となる。**

■ 採用は複合要因であり、両立支援が“採用に効くかどうか”という単純な問いでは測れない。

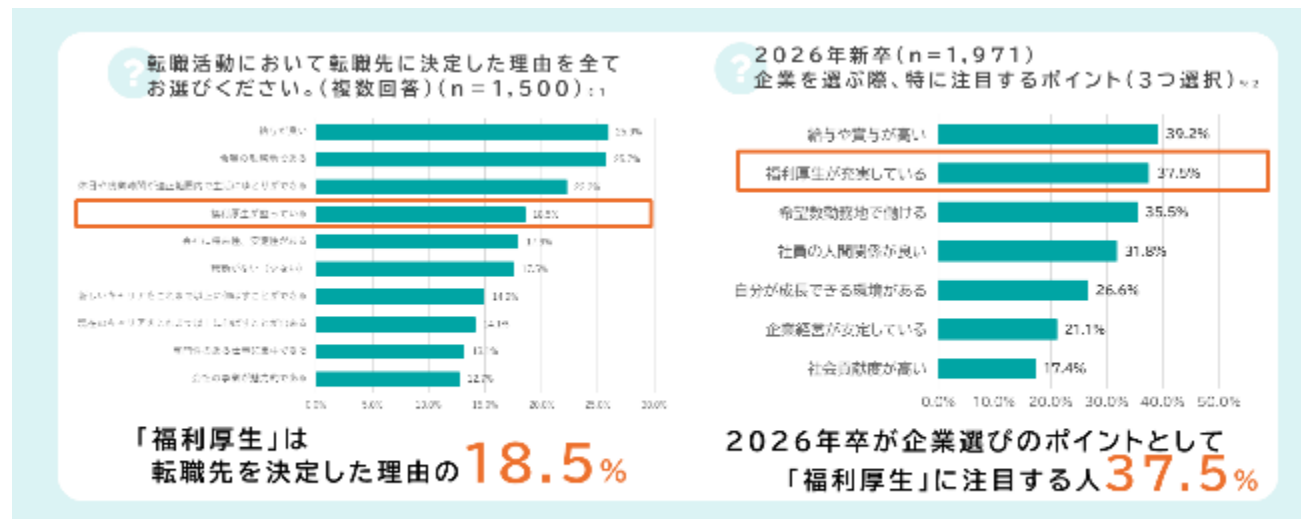
採用成果 = 給与・成長機会・文化・評価制度・働き方などの総合力であり、両立支援だけで応募が急増するわけではない。

しかし、両立支援は“総合力を支える基盤”としての役割が期待できる。

■ 両立支援は応募の“決め手”というより企業を選ぶ際の安心材料・信頼指標（入社意思決定のポイント）

応募者は「この会社は長く働けるか？」「従業員を大切にする会社か？」を重視しており、両立支援は企業の価値観を示す重要なシグナル。採用活動において、人（従業員や求職者）を大切にする姿勢は、入社意思決定の重要なポイント。

■ 人を大切にする姿勢が従業員との信頼を深め、その信頼が新たな人材を呼び、組織をより強くする。



※1出典:マイナビ 転職意向調査2025年版(2024年春版)/株式会社マイナビ(2025年)
※2出典:マイナビ 2026年新卒大学生 キャリア意向調査3月～就職活動・転職決定/株式会社マイナビ(2025年)

今後の課題（詳細）

- ・ 両立支援（情報提供、相談窓口）の活用推進について

- 介護中層へのリーチ不足 : セミナー参加者の多くが「予備軍」であり、切迫感のある「介護中層」の参加が限定的
- 介護中層の「時間・心理的余裕」不足 : 支援が必要な介護中層はセミナーは多忙で余裕がない
- 接触機会の不足 : デスクワーク以外の業種にとって、今回の支援サービスは利用ハードルが高い

【推進施策】

■ 介護フェーズ別の情報提供

- └ 予備軍 : 心理的間口を広げる ※「介護の備え」「相続」等、関心の高いテーマで早期接点を構築。
: 受講後の「介護リスク診断」で不安を可視化。
- └ 介護中層 : 利便性の徹底 ※短編動画やFAQ等、業務の空き時間で完結するコンテンツ配信。
: 40歳・50歳等の節目に合わせたプッシュ案内。

■ 業種や職種に適した支援方法の構築

- └ 休憩室等への「出張相談ブース」設置（工場・店舗向け）。
- └ 管理職への研修を義務化し、部下の変化を察知し窓口へ誘導するしくみを構築。
- └ 携帯端末からでもアクセスできる24時間対応可能な「チャット相談」の導入。

今後の課題（詳細）

・ 経営層と人事担当者へのサービス周知・提供について

■ 本実証において、そもそも経営層とほぼ接触できず、人事担当者に対する課題提起や実態調査アンケートを通じたアプローチについては一定の成果を得たものの、人事担当者から経営層へのエスカレーションに課題を残すなど、全体的に経営層との接続に課題を残す結果となった。

【経営層への周知とサービス提供に向けた課題】

■ ①例えば金融機関の営業は、特に中堅・中小企業において社長自身が決断しなければならない経営の根幹であるため社長が対応。一方でHRの営業は、経営層が直接関わらなくても会社は回る構造。人的資本経営も発展途上段階であり**経営層との接触が課題**。

■ ②人事担当者については実態調査アンケートを通じて両立支援の取り組みに対する意識が向上するなど一定の成果を得たものの、経営層へのエスカレーション時に「メールでの報告のみ」や「経営層が報告の内容を正しく理解していない」と言ったケースを通じて確認しており、**人事から経営層への正しい報告の在り方にも課題**を感じる結果となった。

【経営層への周知とサービス提供に向けた展望】（要検討項目）

■ ①銀行、商工会議所、士業（特に社労士）等とのコラボレーションにより、**まずは経営層との積極的な接触を図る**。

■ ②人事担当者が経営層に正しく情報を伝達し、正しい経営判断を仰ぐためにも障壁となる「見えない」「わからない」「決めづらい」に言及した**経営層エスカレーション用のフレームを用意して提供するなどの工夫**を凝らすことで、両立支援の取り組みを普及させる。

【課題】経営層向けアプローチ

経営層への接触の困難さ

⇒HR領域への営業については、経営層が直接関わらなくても会社は回る構造。（人的資本経営は発展途上段階）

人事担当者から経営層への正しいエスカレーション

⇒せっかく人事担当者の意識が向上したにも関わらず、担当者の属人的な伝え方次第で、経営層の判断が変わる。

【展望】「仕事と介護の両立支援」普及の起点をつくる

第三者とのコラボレーションが有効

⇒HR業者単独での推進に拘ることなく、銀行等の第三者との積極的なコラボレーションを模索することで経営層との接触を図る。

経営層エスカレーション用のフレームの提供

⇒担当者の属人的な伝え方ではなく、「見えない」「わからない」「決めづらい」に言及した画一的なフレームの作成・提供。

今後の課題（詳細）

・ 従業員と従業員家族へのサービス周知・提供について

■ 現状、サービス周知は企業担当者頼りとなっており、個々の従業員への浸透や参加意欲の醸成、さらにはその家族への情報提供をいかに行うかが障壁となっている。

	課題	展望
従業員	周知・リーチの限界 ⇒企業担当者との接点のみとなり、個々の従業員へ直接情報を案内・浸透させることが難しい。	多角的な広報活動 ⇒担当者と連携し、メール、ポスター、社内イントラ等の多様なツールを活用する。また、十分な案内期間を確保し、認知度を高める。
	参加意欲・時間の確保 ⇒日々の業務が優先され、サービスの認識や参加の優先順位が上がりにくい。	業務内での実施の体系化 ⇒「研修」として位置づけ、業務の一環としてスケジュールに組み込むことで、組織的な取り組みを促す。
	ターゲットの明確化 ⇒若年層を含めた全従業員への一律の案内では、当事者意識を持たせることが難しい。	対象を絞った個別周知 ⇒介護保険料の徴収が始まる40歳以上の従業員に対し、将来のリスク管理として個別に周知し、積極的な参加を促す。
従業員 家族	家族へのリーチ困難 ⇒企業を通じた施策であるため、従業員の家族へサービス内容を届ける手法が限られている。	家庭への持ち帰り資料の充実 ⇒家族向けのパンフレットやチラシを充実させる。従業員経由で確実に家族へ渡すよう促し、家庭内での対話を創出する。

5. 実施事項（4）
企業における仕事と介護の両立支援の充実に係る事業

5.4. 企業と介護両立支援関連サービスの連携促進の検討

企業と介護両立支援関連サービスの連携促進の検討

- 企業が仕事と介護の両立支援施策を進める上では、必要に応じて外部サービスを活用し、**仕事と介護の両立支援をサポートする企業（以下、介護両立支援関連サービス事業者）と連携**することが期待される
- 一方で、その市場は未成熟。原因として「両立支援を推進することによる効果」が可視化されていないことが挙げられたため、**企業による両立支援施策が従業員に与える効果（労働生産性やコミットメントへの影響等）を検証する**

課題

- 企業における仕事と介護の両立支援の具体的な施策においては、実態把握やセミナー・研修、介護における基本情報を提供するパンフレットの提供、座談会の運営などが必要
- 一方で、両立支援施策を実行する上で、大半の企業ではリソース・ノウハウが不足。仕事と介護の両立支援に関する専門家の知見が求められ、仕事と介護の両立支援をサポートするサービスの活用や連携が期待されるが、その市場は未成熟であり、まずは大企業向けに普及が必要
- 介護両立支援関連サービス事業者からも、大企業向けに普及活動を行う中で、「企業経営者に両立支援の必要性を理解してもらう上で、その効果が可視化されていないことが課題」といった声があった

実施事項

- 企業と介護両立支援関連サービスの連携を促進するため、企業による両立支援施策が従業員に与える効果（コミットメントやパフォーマンスへの影響等）を検証する
- 具体的には、大企業に勤める従業員にアンケート調査を行い、両立支援の取組フェーズ別に結果を比較する

調査目的・調査設計

- 企業による両立支援施策が従業員に与える効果を検証するため、先進企業向けの調査（調査A）とインターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）を実施し、下記調査対象①・②・③のアンケート結果をそれぞれ比較した。

<p>調査目的</p>	<p>企業による両立支援施策が従業員に与える効果を検証する</p>	
<p>検証内容</p>	<p>仕事と介護の両立支援が与える組織及び従業員（働く家族介護者とその周囲の職員）に対する労働生産性、コミットメントなどの影響を、以下の種類の企業で比較・検証する</p> <p>調査対象① 先進的な両立支援の取組をしている大企業 調査対象② 両立支援を一定推進している大企業 調査対象③ 法定・法定以下の取組となっている大企業</p>	
<p>調査対象先</p>	<p style="text-align: center;">先進企業向けの調査（調査A）</p> <p>「仕事と介護の両立支援に関する経営者向けガイドライン」（以下、ガイドライン）に準じて法定を超える取組を包括的に実施している先進企業にご協力を頂き、当該企業の従業員に対してアンケート調査を実施 （→調査対象①） ・協力企業 2社（回答者合計1,100名程度） ※なお本報告書で掲載している企業調査の結果は、協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値</p>	<p style="text-align: center;">インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）</p> <p>アンケート調査会社を通じてインターネット調査を実施 ※調査Aの協力先と同規模程度の企業に勤める従業員であり、かつ、 ・法定以上の取組みを一定推進している企業（→調査対象②） ・法定レベル、あるいは法定以下の取組み企業（→調査対象③） であると認識している従業員を対象として、調査を実施</p>
<p>調査項目</p>	<p>共通の調査項目：企業の介護支援制度の認識と利用状況、家族の介護の状況、両立支援施策の実施状況や認知度等、両立の影響と職場環境の評価、周囲の従業員への影響や波及効果、働く家族介護者の支援についての意見等</p>	

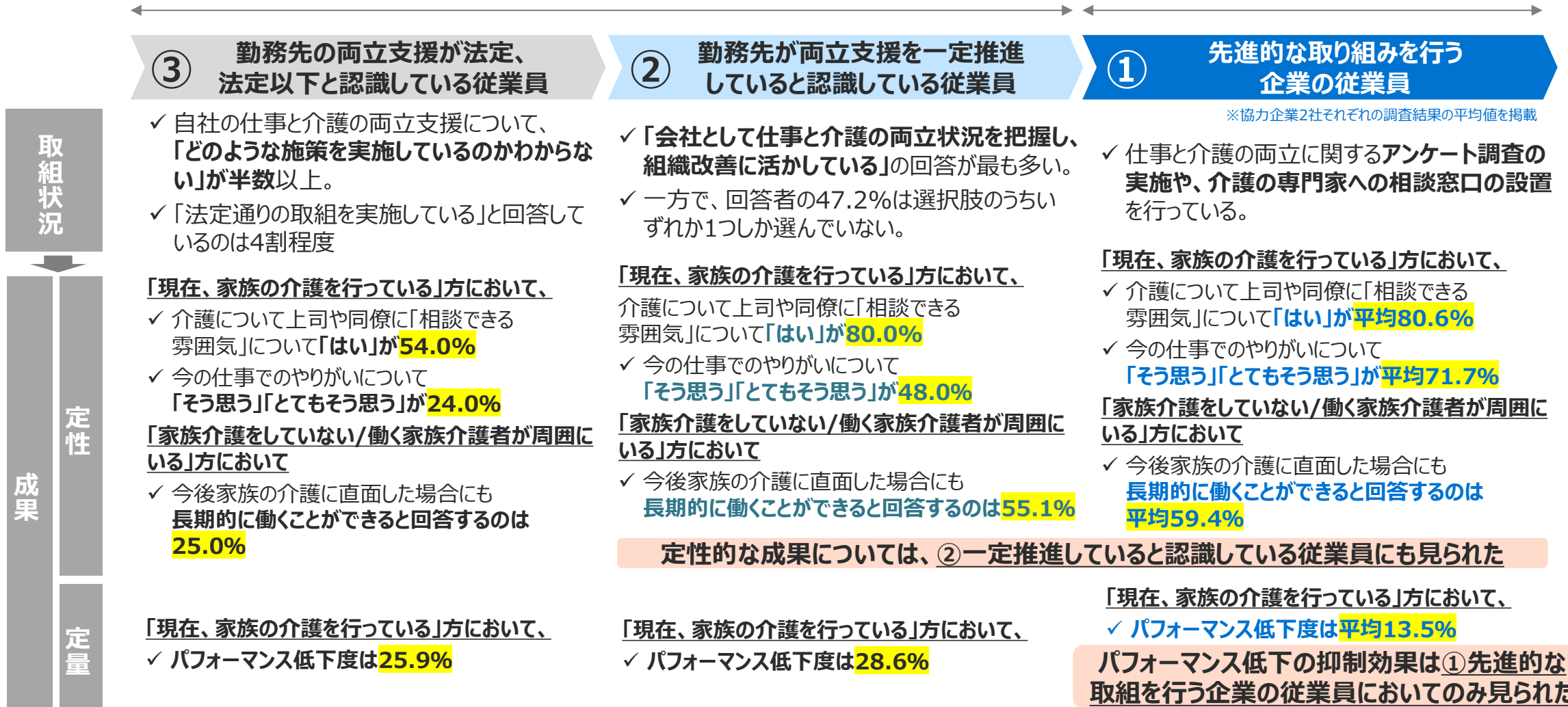
参考：調査の全体像（本報告書では以下オレンジの設問の結果を掲載）



調査結果サマリ

今回のアンケート調査結果では、企業による両立支援施策の効果として、

- ・従業員全体のコミットメント向上など（定性的成果）が、調査対象①・②の両方で見られた。
- ・働く家族介護者におけるパフォーマンス低下の抑制（定量的成果）が、調査対象①のみで見られた。



考察と今後の課題

- 仕事と介護の両立支援に取り組むことは、従業員の心理や職場風土にポジティブな影響を与えることがうかがえる。一方で、働く家族介護者のパフォーマンス低下を抑えるためには、ガイドラインの内容に沿った包括的な取組を行うことが重要。

結果概要

企業による両立支援施策の効果として、

- 従業員全体のコミットメント向上など（定性的成果）が、調査対象①・②の両方で見られた。
- 働く家族介護者におけるパフォーマンス低下の抑制（定量的成果）が、調査対象①のみで見られた。

考察

- ✓ 企業が仕事と介護の両立支援に取り組むことは、従業員の心理や職場風土にポジティブな影響を与えることがうかがえる。一方で、両立支援を部分的に取り組むだけでは、従業員のパフォーマンス低下の抑制など、労働生産性向上に直結する効果は十分に得られないと推測される。
- ✓ 効果検証の方法については、定性的な側面（職場や従業員の雰囲気・認知度、やりがい等）のみで評価すると、仕事の質や量といった定量的な成果に結び付く実効性の検証が不十分となり、施策の評価が偏る可能性がある。したがって、両立支援の効果検証は、定性的・定量的双方の視点を持つことが重要である。

今後の課題

- ✓ ガイドラインに沿い経営層のコミットメントから実態把握、制度設計まで一貫して支援できる包括的体制の整備
- ✓ 法定・法定以下の取組をしている企業に対する本調査結果の具体的な啓発施策の検討
- ✓ 更なる効果検証として、中小規模や、業種・職種別の両立支援推進における効果や課題の整理

調査結果（詳細）

参考：インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）回答者属性（1/2）

- インターネット調査会社を通じた従業員調査において、一定推進していると認識している従業員のいる企業では、両立支援を企業の組織戦略などで言及され、実態把握をしながら、組織改善に活かしているケースもあるが、多くはその一部のみの取り組みにとどまっている。

一定推進していると認識している従業員

[%]	全体
n=	358
仕事と介護の両立支援が中期経営計画や組織戦略などに言及されている	39.1%
社長や役員が仕事と介護の両立支援に取り組む重要性を語っている	27.9%
会社として仕事と介護の両立状況を把握し、組織改善に活かしている	43.0%
仕事と介護の両立やその状況について確認するアンケートを実施している	29.6%
外部専門家に介護のことを相談できるような相談窓口がある	29.6%
仕事と介護の両立している従業員などが参加できるコミュニティや座談会を設けている	20.1%
介護休暇が法定（対象家族1人につき年5日）を上回る制度である	33.0%
介護休業が法定（対象家族1人につき通算93日）を上回る制度である	19.0%

[%]	全体
n=	358
8個	4.2%
7個	1.1%
6個	3.4%
5個	5.3%
4個	7.5%
3個	13.4%
2個	17.9%
1個	47.2%

法定、法定以下と認識している従業員

[%]	全体
n=	390
法定通りの取組を実施している	39.5%
法定通りの取組を実施していない	3.8%
どのような施策を実施しているのかわからない	56.7%

参考：インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）回答者属性（2/2）

- インターネット調査会社を通じた従業員調査の主な回答者属性について、年齢は50代、10,000人以上の大手製造業に勤める方が多い。

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	748	358	390
18-29歳	1.5%	1.4%	1.5%
30-39歳	8.2%	8.1%	8.2%
40-49歳	21.0%	19.3%	22.6%
50-59歳	50.3%	50.3%	50.3%
60歳以上	19.1%	20.9%	17.4%

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	748	358	390
1,000人未満	0.0%	0.0%	0.0%
1,000～2,999人	28.5%	24.3%	32.3%
3,000～4,999人	14.0%	14.5%	13.6%
5,000～9,999人	16.2%	16.2%	16.2%
10,000人以上	41.3%	45.0%	37.9%

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	748	358	390
農業、林業	0.3%	0.0%	0.5%
漁業	0.0%	0.0%	0.0%
鉱業、採石業、砂利採取業	0.0%	0.0%	0.0%
建設業	5.7%	6.4%	5.1%
製造業	36.1%	37.4%	34.9%
電気・ガス・熱供給・水道業	2.8%	3.1%	2.6%
情報通信業	11.8%	12.8%	10.8%
運輸業、郵便業	8.4%	7.3%	9.5%
卸売業、小売業	6.6%	7.3%	5.9%
金融業、保険業	10.4%	11.7%	9.2%
不動産業、物品賃貸業	2.0%	2.5%	1.5%
学術研究、専門・技術サービス業	1.6%	1.1%	2.1%
宿泊業、飲食サービス業	0.5%	0.0%	1.0%
生活関連サービス業、娯楽業	1.1%	1.1%	1.0%
教育、学習支援業	1.3%	1.1%	1.5%
医療、福祉	3.5%	2.8%	4.1%
複合サービス事業	0.8%	0.8%	0.8%
サービス業（他に分類されないもの）	4.4%	2.8%	5.9%
公務（他に分類されるものを除く）	0.4%	0.3%	0.5%
その他	2.3%	1.4%	3.1%

調査間比較 | 両立支援制度に関する認知状況

- 各種支援制度の認知状況は調査Aの従業員及び一定推進していると認識している従業員でも差があるものの、いずれも法定・法定以下と認識している従業員と比べると「制度がない/知らない」の割合が低い。

1-3. 仕事と介護の両立に関する貴社の制度や取組それぞれについて、認識及び知ったきっかけを教えてください。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	a	b	c	d	e
	ハンドブック	セミナー	相談窓口	介護休業	介護休暇
制度がない/知らない	34.3%	22.6%	34.0%	18.9%	5.7%
知っている/上司から	1.9%	1.8%	0.9%	2.3%	4.2%
知っている/社内ポータルサイトから	32.5%	42.9%	34.6%	36.4%	39.2%
知っている/人事部から	22.1%	22.9%	22.3%	27.3%	30.5%
知っている/同僚から	2.0%	1.1%	0.9%	3.4%	4.0%
知っている/その他の方から	7.2%	8.7%	7.3%	11.7%	16.4%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%] (一定推進していると認識している 従業員)	a	b	c	d	e
	仕事と介護の 両立に関する パンフレット	仕事と介護の 両立に関する セミナー	仕事と介護の 両立に関する 相談窓口	介護休業	介護休暇
n=	358	358	358	358	358
制度がない/知らない	20.9%	30.4%	27.1%	12.8%	9.5%
知っている/上司から	13.7%	9.5%	8.1%	7.0%	8.1%
知っている/社内ポータルサイトから	41.3%	36.3%	38.0%	44.4%	45.8%
知っている/人事部から	17.6%	17.0%	20.4%	27.4%	28.5%
知っている/同僚から	2.2%	2.0%	2.2%	2.8%	2.8%
知っている/その他の方から	4.2%	4.7%	4.2%	5.6%	5.3%

[%] (法定、法定以下と認識している 従業員)	a	b	c	d	e
	仕事と介護の 両立に関する パンフレット	仕事と介護の 両立に関する セミナー	仕事と介護の 両立に関する 相談窓口	介護休業	介護休暇
n=	390	390	390	390	390
制度がない/知らない	75.1%	76.9%	76.9%	57.7%	53.8%
知っている/上司から	1.8%	1.5%	2.6%	3.8%	4.9%
知っている/社内ポータルサイトから	12.6%	11.5%	11.8%	21.3%	22.1%
知っている/人事部から	5.4%	5.4%	4.1%	9.0%	10.3%
知っている/同僚から	0.8%	0.5%	0.8%	1.0%	1.0%
知っている/その他の方から	4.4%	4.1%	3.8%	7.2%	7.9%

- 調査Aの従業員及び一定推進していると認識している従業員でも差があるものの、いずれも法定・法定以下と認識している従業員と比べると「把握していない」の割合が低い。

1-4. 部下が家族の介護を行っていることを把握していますか。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	平均
把握している	48.9%
把握していない	10.5%
「部下が家族の介護をしていない」ことを、把握している	40.6%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	237	140	97
把握している	51.5%	66.4%	29.9%
把握していない	24.5%	20.0%	30.9%
「部下が家族の介護をしていない」ことを、把握している	24.1%	13.6%	39.2%

- 調査Aの従業員及び一定推進していると認識している従業員はいずれも、法定・法定以下と認識している従業員と比べて「ある」が2倍以上多い。

1-6. 部下から介護に関する相談があった場合の対応について自信はありますか。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	平均
ある	58.1%
ない	41.9%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	237	140	97
ある	46.8%	67.1%	17.5%
ない	53.2%	32.9%	82.5%

- 調査Aの従業員及び一定推進していると認識している従業員でも差があるものの、いずれも法定・法定以下と認識している従業員と比べると「制度がない/知らない」の割合が低い。

3-1. 仕事と介護の両立に関する貴社の制度や取組それぞれについて、認識及び知ったきっかけを教えてください。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	仕事と介護の両立に関する「介護のしおり」	仕事と介護の両立に関するセミナー	仕事と介護の両立に関する相談窓口	介護休業	介護休暇
介護を始める前から知っており、利用したことがある	15.4%	12.3%	1.9%	1.9%	22.1%
介護を始める前から知っているが、利用したことはない	27.5%	33.7%	29.7%	44.0%	34.2%
介護を始めてから知り、利用した	15.2%	17.3%	3.8%	3.3%	16.2%
介護を始めてから知ったが、利用していない	20.2%	18.8%	36.8%	31.3%	16.9%
制度があることを知らない/制度がない	21.7%	17.9%	27.7%	19.4%	10.6%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%] (一定推進していると認識している従業員)	a	b	c	d	e
	仕事と介護の両立に関するパンフレット	仕事と介護の両立に関するセミナー	仕事と介護の両立に関する相談窓口	介護休業	介護休暇
n=	100	100	100	100	100
介護を始める前から知っており、利用したことがある	21.0%	12.0%	12.0%	8.0%	19.0%
介護を始める前から知っているが、利用したことはない	26.0%	30.0%	28.0%	39.0%	24.0%
介護を始めてから知り、利用した	18.0%	14.0%	20.0%	15.0%	22.0%
介護を始めてから知ったが、利用していない	16.0%	12.0%	14.0%	27.0%	25.0%
制度がない/知らない	19.0%	32.0%	26.0%	11.0%	10.0%

[%] (法定、法定以下と認識している従業員)	a	b	c	d	e
	仕事と介護の両立に関するパンフレット	仕事と介護の両立に関するセミナー	仕事と介護の両立に関する相談窓口	介護休業	介護休暇
n=	100	100	100	100	100
介護を始める前から知っており、利用したことがある	2.0%	2.0%	2.0%	1.0%	2.0%
介護を始める前から知っているが、利用したことはない	4.0%	7.0%	7.0%	18.0%	18.0%
介護を始めてから知り、利用した	7.0%	4.0%	4.0%	2.0%	9.0%
介護を始めてから知ったが、利用していない	16.0%	13.0%	11.0%	28.0%	29.0%
制度がない/知らない	71.0%	74.0%	76.0%	51.0%	42.0%

- 調査Aの従業員、一定推進していると認識している従業員でも差があるものの、いずれも法定・法定以下と認識している従業員と比べると「誰にも相談していない」の割合が低い。

3-3. 介護事由が始まったとき、最初に相談した相手（会社関係者）は誰ですか。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	平均
上司	49.2%
人事・総務部門	0.6%
同僚（部下や先輩を含む）	11.2%
誰にも相談していない	36.3%
その他	2.7%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	200	100	100
上司	49.5%	57.0%	42.0%
人事・総務部門	9.5%	17.0%	2.0%
同僚（部下や先輩を含む）	7.0%	6.0%	8.0%
誰にも相談していない	33.0%	19.0%	47.0%
その他（ ）	1.0%	1.0%	1.0%

- 調査Aの従業員、一定推進していると認識している従業員では「できる」が約8割近くであり、いずれも法定・法定以下と認識している従業員と比べると、「できる」の割合が高い。

3-4.介護について上司や同僚に「相談できる雰囲気」はありますか。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	平均
はい	80.6%
いいえ	19.4%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	200	100	100
はい	67.0%	80.0%	54.0%
いいえ	32.0%	20.0%	44.0%
上司や同僚がない	1.0%	0.0%	2.0%

- パフォーマンス低下度は、インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）では概ね27%程度であるが、先進企業向けの調査（調査A）ではいずれも10%程度であり、より進んだ取り組みを行う企業においてパフォーマンス低下度の抑制が現れている。

- 4-4. 家族の介護を始めてから、仕事の量はどのように変化しましたか。
- 4-5. 家族の介護を始めてから、自身の仕事のパフォーマンス(仕事の効率や質のこと) はどのように変化しましたか。

※質・量のいずれも、変わらないもしくは低下した方のみを対象としている。

上記調査結果を以下のパフォーマンス低下度の算出式にあてはめて算出。
 QQmethod : $\text{パフォーマンスの低下} = 1 - \{(\text{仕事の量} + \text{仕事の質}) / 2 \times 1 / 10\}$

先進企業向けの調査（調査A）

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

[%]	平均
質	11.4%
量	15.6%
合計	13.5%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	197	99	98
質	26.5%	28.4%	24.7%
量	28.0%	28.9%	27.0%
合計	27.3%	28.6%	25.9%

- 「現在、家族の介護を行っている」方の仕事でのやりがいについては、調査Aの従業員、一定推進していると認識している従業員では「そう思う」が最も多く、法定・法定以下と認識している従業員と比べると高い。

4-7.あなたは、今の仕事でのやりがいを感じていますか。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	平均
とてもそう思う	11.3%
そう思う	60.4%
どちらとも言えない	19.8%
そうは思わない	2.7%
全く思わない	5.8%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	200	100	100
とてもそう思う	4.5%	6.0%	3.0%
そう思う	31.5%	42.0%	21.0%
どちらとも言えない	37.5%	34.0%	41.0%
そうは思わない	15.5%	14.0%	17.0%
全く思わない	11.0%	4.0%	18.0%

- 調査Aの従業員、一定推進していると認識している従業員では「とてもそう思う」または「そう思う」と回答した割合が、法定・法定以下と認識している従業員と比べると多い。

4-10.あなたは今後家族の介護が続いたとしても、この会社で長期的に働くことができると感じますか。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	全体
とてもそう思う	7.9%
そう思う	51.5%
どちらとも言えない	34.6%
そうは思わない	4.0%
全く思わない	1.9%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	200	100	100
とてもそう思う	5.0%	7.0%	3.0%
そう思う	40.0%	50.0%	30.0%
どちらとも言えない	34.5%	27.0%	42.0%
そうは思わない	11.5%	10.0%	13.0%
全く思わない	9.0%	6.0%	12.0%

- いずれも「介護がいつまで続くかわからず、将来への見通しが立てづらい」が最も多い。

4-11. 仕事と介護を両立する状態が続くうえで感じている不安として当てはまるものをすべて選んでください。

[%]	先進企業向けの調査（調査A）	インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	-	100	100
介護がいつまで続くかわからず、将来への見通しが立てづらい	62.1%	55.0%	49.0%
自分の時間への制約が生じる	64.2%	45.0%	37.0%
公的介護保険制度だけでは十分なケアが受けられない	40.8%	26.0%	19.0%
代替要員がおらず、介護のために仕事を休めない	18.3%	19.0%	18.0%
自身の健康に悪影響を及ぼす	34.4%	21.0%	24.0%
公的介護保険制度など介護についての知識がない	21.3%	16.0%	12.0%
介護のための金銭的な備えをしていない	28.1%	22.0%	21.0%
介護を一緒に担ってくれる家族がいない	21.5%	18.0%	17.0%
会社の両立支援制度の内容がわからない	18.5%	9.0%	19.0%
「介護等」を必要とする人や兄弟等との意見が食い違う	11.0%	9.0%	7.0%
仕事の評価が下がってしまうのではないかと不安に思う	12.7%	12.0%	9.0%
仕事と介護の両立について相談先がわからない	6.5%	9.0%	9.0%
両立支援制度を利用しづらい雰囲気がある	11.0%	5.0%	12.0%
上司の理解が得られない、または上司に相談しづらい	11.3%	5.0%	14.0%

- 調査Aの従業員、一定推進していると認識している従業員では、法定・法定以下と認識している従業員と比べると「参加・利用したことがある」の割合が高い。

5-1.仕事と介護の両立に関する貴社の制度や取組それぞれについて、認識及び利用の有無を教えてください。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	仕事と介護の両立に関する「介護のしおり」	仕事と介護の両立に関するセミナー	【仕事と介護の両立に関する相談窓口】
参加・利用したことがある	11.3%	10.1%	5.6%
参加・利用したことはない	73.3%	76.6%	79.7%
実施していない／実施しているかどうか知らない	15.4%	13.3%	14.6%

※実際の調査においては選択肢における取組名称を各企業における呼称をそのまま用いて表記している。

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%] (一定推進していると認識している従業員)	a	b	c
	仕事と介護の両立に関するパンフレット	仕事と介護の両立に関するセミナー	仕事と介護の両立に関する相談窓口
n=	258	258	258
参加・利用したことがある	10.9%	13.6%	7.4%
参加・利用したことはない	56.2%	48.8%	57.8%
実施していない／実施しているかどうか知らない	32.9%	37.6%	34.9%

[%] (法定、法定以下と認識している従業員)	a	b	c
	仕事と介護の両立に関するパンフレット	仕事と介護の両立に関するセミナー	仕事と介護の両立に関する相談窓口
n=	290	290	290
参加・利用したことがある	1.0%	2.1%	1.0%
参加・利用したことはない	13.8%	11.7%	13.4%
実施していない／実施しているかどうか知らない	85.2%	86.2%	85.5%

- 介護を始めてから仕事の量の変化について調査Aの従業員、一定推進していると認識している従業員では概ね同様の傾向。法定・法定以下と認識している従業員も「変わらない」の割合が高い。

6-1.一緒に働く周囲の方が家族の介護を始めてから、あなたの仕事の量はどのように変化しましたか。最も近いものを選んでください。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	全体
とても増えた（およそ5割以上の増加）	0.5%
ある程度増えた（およそ2～4割の増加）	4.3%
どちらかといえば増えた（およそ1割以内の増加）	14.4%
変わらない	80.8%
どちらかといえば減った（およそ1割以内の減少）	0.0%
ある程度減った（およそ2～4割の減少）	0.0%
とても減った（およそ5割以上の減少）	0.0%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	193	145	48
とても増えた（およそ5割以上の増加）	4.7%	6.2%	0.0%
ある程度増えた（およそ2～4割の増加）	16.1%	20.7%	2.1%
どちらかといえば増えた（およそ1割以内の増加）	25.4%	26.2%	22.9%
変わらない	51.8%	44.8%	72.9%
どちらかといえば減った（およそ1割以内の減少）	1.6%	1.4%	2.1%
ある程度減った（およそ2～4割の減少）	0.5%	0.7%	0.0%
とても減った（およそ5割以上の減少）	0.0%	0.0%	0.0%

- 介護を始めてから仕事の質の変化について調査Aの従業員、一定推進していると認識している従業員では概ね同様の傾向。法定・法定以下と認識している従業員も「変わらない」の割合が高い。

6-2. 一緒に働く周囲の方が家族の介護を始めてから、あなたの仕事のパフォーマンス（仕事の効率や質のこと）はどのように変化しましたか。最も近いものを選んでください。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	全体
とても高まった（およそ5割以上の向上）	0.2%
ある程度高まった（およそ2～4割の向上）	0.8%
どちらかといえば高まった（およそ1割以内の向上）	5.2%
変わらない	89.0%
どちらかといえば下がった（およそ1割以内の低下）	3.2%
ある程度下がった（およそ2～4割の低下）	1.6%
とても下がった（およそ5割以上の低下）	0.0%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	193	145	48
とても高まった（およそ5割以上の向上）	2.1%	2.8%	0.0%
ある程度高まった（およそ2～4割の向上）	10.9%	14.5%	0.0%
どちらかといえば高まった（およそ1割以内の向上）	16.1%	17.9%	10.4%
変わらない	61.1%	55.2%	79.2%
どちらかといえば下がった（およそ1割以内の低下）	6.7%	6.9%	6.3%
ある程度下がった（およそ2～4割の低下）	2.1%	2.1%	2.1%
とても下がった（およそ5割以上の低下）	1.0%	0.7%	2.1%

- 「家族介護をしていない/働く家族介護者が周囲にいる」方の仕事でのやりがいについては、調査Aの従業員、一定推進していると認識している従業員では「そう思う」が最も多い。

6-4. あなたは、今の仕事でのやりがいを感じていますか。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	平均
とてもそう思う	17.7%
そう思う	56.0%
どちらとも言えない	19.8%
そうは思わない	4.9%
全く思わない	1.6%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	193	145	48
とてもそう思う	8.8%	10.3%	4.2%
そう思う	43.5%	49.0%	27.1%
どちらとも言えない	34.2%	31.7%	41.7%
そうは思わない	9.8%	6.2%	20.8%
全く思わない	3.6%	2.8%	6.3%

調査間比較 | 家族の介護に直面しても長期的に働けると思うか

「家族介護をしていない/
働く家族介護者が周囲にいる」方のみ

- 調査Aの従業員、一定推進していると認識している従業員では「そう思う」が最も多い。一方で、法定・法定以下と認識している従業員では「どちらとも言えない」が半数以上で最も多い。

6-7. あなたが今後家族の介護に直面した場合にも、この会社で長期的に働くことができると感じますか。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	平均
とてもそう思う	15.7%
そう思う	45.1%
どちらとも言えない	35.2%
そうは思わない	3.0%
全く思わない	1.0%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	193	145	48
とてもそう思う	10.4%	11.7%	6.3%
そう思う	38.9%	46.9%	14.6%
どちらとも言えない	42.0%	34.5%	64.6%
そうは思わない	6.7%	5.5%	10.4%
全く思わない	2.1%	1.4%	4.2%

- 先進企業向けの調査（調査A）の従業員では「そう思う」が最も多い。一方で、インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）ではいずれも「どちらとも言えない」が最も多い。

7-4. あなたは、今の仕事でやりがいを感じていますか。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	平均
とてもそう思う	21.0%
そう思う	44.3%
どちらとも言えない	27.9%
そうは思わない	5.8%
全く思わない	1.0%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	355	113	242
とてもそう思う	6.2%	6.2%	6.2%
そう思う	28.5%	36.3%	24.8%
どちらとも言えない	43.4%	41.6%	44.2%
そうは思わない	12.4%	12.4%	12.4%
全く思わない	9.6%	3.5%	12.4%

- 調査Aの従業員、一定推進していると認識している従業員では「そう思う」が最も多い。一方で、法定・法定以下と認識している従業員では「どちらとも言えない」が最も多い。

7-6. あなたはこの会社で長期的に働きたいと感じていますか。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	平均
とてもそう思う	31.8%
そう思う	46.8%
どちらとも言えない	19.7%
そうは思わない	1.5%
全く思わない	0.3%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	355	113	242
とてもそう思う	8.2%	11.5%	6.6%
そう思う	36.1%	40.7%	33.9%
どちらとも言えない	37.7%	36.3%	38.4%
そうは思わない	9.0%	5.3%	10.7%
全く思わない	9.0%	6.2%	10.3%

調査間比較 | 自社に必要な両立支援施策

- いずれの従業員も「介護休業・介護休暇の期間の拡充」が多い。

8-1. 今後、職場内で必要と思われる介護と仕事との両立のために必要な支援策についてご回答ください。

協力企業2社それぞれの調査結果を平均した値

先進企業向けの調査（調査A）

[%]	平均
介護休業・介護休暇の期間の拡充	43.0%
仕事と介護の両立に関するセミナー実施回数の増加	9.8%
家族の介護に関する社内コミュニティの立ち上げを検討	6.1%
介護休業を取得した社員の業務を、代わりに行う社員への支援策を検討	37.7%
その他（家族の介護に関する社内コミュニティの立ち上げを検討）	6.8%

インターネット調査会社を通じた従業員調査（調査B）

[%]	全体	従業員の分類	
		一定推進していると認識している従業員	法定、法定以下と認識している従業員
n=	748	358	390
介護休業・介護休暇の期間の拡充	31.3%	39.1%	24.1%
仕事と介護の両立に関するセミナー実施回数の増加	8.0%	11.2%	5.1%
家族の介護に関する社内コミュニティの立ち上げを検討	7.9%	10.1%	5.9%
介護休業を取得した社員の業務を、代わりに行う社員への支援策を検討	17.5%	20.4%	14.9%
その他（ ）	0.9%	0.6%	1.3%

参考：仕事と介護の両立支援 取組事例 | 株式会社NTTデータ

- 介護と仕事の両立を経営課題の一つと位置づけ、社員がキャリアを継続できる環境整備を推進するなど、実態把握や個別相談体制等の包括的な取り組みの実践を進めています。

企業概要

業種：情報・通信業、従業員数：15,099名（NTTデータ、NTTデータグループ、NTTデータInc 国内社員）、平均年齢：39.7歳

仕事と介護の両立支援の概要

- ✓ NTTデータは、経営層の明確なコミットメントのもと、介護と仕事の両立を経営課題の一つと位置づけ、社員がキャリアを継続できる環境整備を推進しています。
- ✓ 介護休職や各種休暇制度、テレワークやフレックスタイム等の柔軟な働き方に加え、育児・介護の社内相談窓口および外部専門機関と連携した個別相談体制を整備。管理職に対しては、介護を抱える部下への適切な声掛けやチームマネジメントに関する研修を実施しています。
- ✓ さらに、2025年10月に事業化したワーキングケアラー支援サービス「ケアラケア」を導入し、全社員対象の実態調査で現状把握。社員には「介護の現在地」を知らせる個別レポートを配布し、介護ステータスに応じた情報提供やサービス紹介を行い、介護に直面する社員の負担軽減と、これから介護に入る社員の「見えない不安」の解消にも取り組んでいます。

社内調査の結果（一部のみ掲載）

働く介護者の把握

Q. 部下が介護に直面しているかどうかを把握していますか？

	n =	1,977名
回答	回答率	
把握できている		62.0%
把握できていない		27.4%
部下がいない		10.6%

仕事の継続について

Q. 介護をしながらこの職場で仕事を続けられると思いますか？

	n =	550名
回答	回答率	
はい		86.9%
いいえ		13.1%

パフォーマンス低下度（回答結果を基に算出）

Q. 介護が始まる前（通常時）の仕事の量を10とした場合、介護開始後の現在の仕事の量は0～10のどれに該当しますか？

Q. 介護が始まる前（通常時）の仕事の質を10とした場合、介護開始後の現在の仕事の質は0～10のどれに該当しますか？

QQmethodにもとづく
パフォーマンス低下度

14%
(n=550)

会社が両立支援に取り組むことへの評価

Q. 会社が「仕事と介護の両立支援」に取り組むことへの評価

	n =	7,906名
回答	回答率	
とてもよいと思う		68.6%
よいと思う		26.5%
どちらともいえない		4.6%
よいと思わない		0.2%
まったくよいと思わない		0.1%

<調査概要>

対象者
NTTデータ、NTTデータグループ、NTTデータInc 国内社員

調査期間
2025年10月7日～10月28日

調査方法
WEBアンケート調査

回答者
8,478名（有効回答数：7,906件）

6. 実施事項（5） 介護領域の機運醸成に係る事業

6.1. 取組の目的および全体像

実施概要

- 2022年の発足以降、介護を「個人の課題」から「みんなの話題」へ転換することを目指し、トークイベント「OPEN CARE TALKS」や表彰「OPEN CARE PROJECT AWARD 2023」、リアル体験企画「ただいまタイムループ」等の取組を実施。
- 今年度は、公募事業「OPEN CARE CHALLENGE」および表彰「OPEN CARE PROJECT AWARD 2025」を実施するとともに、2つの取組に関する特設サイトを開設した。



OPEN CARE PROJECTとは

現在、個人の課題として閉じてしまいがちな介護を、みんなの話題にすることを目指すプロジェクトです。介護をしている方や介護業界で働く方だけでなく、企業・メディア・クリエイターなど業種や立場を超えて様々な人が交わり話していくことで、介護と社会の新しい関わり方を探求します。また、その取組を通して、介護の課題にともに向き合うプレイヤーを増やしていきます。

2022年

- プロジェクト発足
- OPEN CARE TALKS開催

2023年

- OPEN CARE TALKS開催
- OPEN CARE PROJECT AWARD 2023 開催

2024年

- 体験型謎解きコンテンツ「ただいまタイムループ」開催
- OPEN CARE PROJECT WEBサイト改修版公開

2025年

- 公募事業「OPEN CARE CHALLENGE」実施
- OPEN CARE PROJECT AWARD 2025 開催

6. 実施事項（5） 介護領域の機運醸成に係る事業

6.2. プロジェクト参加に係るインセンティブ設計の在り方検討

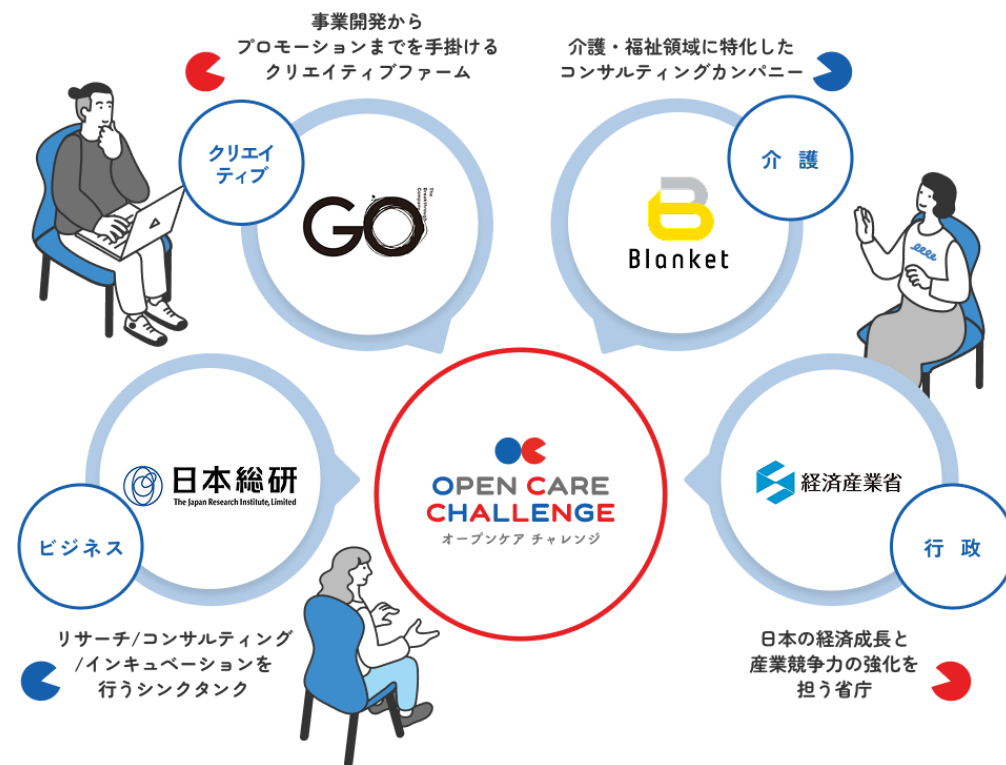
OPEN CARE CHALLENGE | 実施概要

- 介護をより身近で話しやすい話題にするための新しい取組を行う企業・団体・個人に対し、OPEN CARE PROJECT事務局（経済産業省、株式会社日本総合研究所、株式会社GO、株式会社Blanket）との複数回のセッションを通じて、クリエイティブ・ビジネス・介護・行政といった複数の観点から、企画案のブラッシュアップを支援する公募事業「OPEN CARE CHALLENGE」を実施した。

実施概要

目的	<ul style="list-style-type: none"> 介護が身近でない人にも「共感」「気づき」「行動」を促すような企画や事業を広く募集し、共創の場を提供することで、介護の当事者意識を高めていくとともに、従来は個人的に閉じられていた課題を社会全体で捉える機運を醸成すること
対象	<ul style="list-style-type: none"> 「介護をオープンにするための企画」を専門的な観点から更にブラッシュアップしたい企業・団体・個人
日程	<ul style="list-style-type: none"> 応募期間：令和7年6月27日(金)～令和7年7月31日(木)
審査基準	<ul style="list-style-type: none"> ①共感性・波及性：介護に関わりのない人が介護に関わるきっかけとなるような新規性や思う面白さがあるか。介護に関する課題解決や新たな価値創造に貢献し、社会全体への波及効果が期待できるか。 ②独自性・独創性：既存の事業や取組に埋没せず、独自のアイデアやアプローチが提案されているか。応募者の独自性や発想力が十分に活かされているか。 ③実現可能性：既存の技術や人的資源、コミュニティ等、既に存在するリソースを前提とした現実的な計画となっているか。具体的な実施計画や企画の推進体制が明確であり、応募者の専門性や経験が活かされているか。
採択数	<ul style="list-style-type: none"> 3件

支援イメージ



OPEN CARE CHALLENGE | 公募に向けた企業向け説明会の開催

- 公募への参加促進を目的として、本取組に関心を有する企業を主対象とした説明会を開催した。説明会は、広く本取組に関心のある企業が参加できるようハイブリッド形式で開催したほか、公募の周知を目的にメディアによる取材も受け付けた。
- 説明会では、公募内容等への懸念や課題の解消に向け、具体的な支援のイメージ等に関する説明や質疑応答等を実施した。

実施概要

日程	<ul style="list-style-type: none">• 令和7年6月27日(金) 11:00-11:45
会場	<ul style="list-style-type: none">• 対面：経済産業省別館7階 723プレゼンテーションスペース• オンライン：Microsoft Teams
内容	<ul style="list-style-type: none">• OPEN CARE PROJECTの紹介• 公募概要の紹介<ul style="list-style-type: none">➢ 公募の概要➢ 採択企業への支援内容➢ 審査方法➢ スケジュール➢ 応募方法➢ 公募概要の紹介• 質疑応答
参加者数	<ul style="list-style-type: none">• 対面参加：12社、オンライン参加：23社• メディア：8社

当日の様子



OPEN CARE CHALLENGE | 採択結果

- 事務局での審査の結果、下記3社を採択した。

公益財団法人INCLUSION JAPAN

「福祉留学2.0」

— 留学×共創コミュニティで広がる“みんなの福祉”



企画概要

- 留学体験者と多世代がつながるコミュニティの構築
- 企業が従業員を福祉の現場に派遣するプログラム「福祉留学forBUSINESS」の立ち上げ

大塚製薬株式会社

FACEDUO

認知症ケア支援VRを活用した共生社会の実現



企画概要

- 家族で介護の話をするきっかけを提供するための新たなVR体験コンテンツの開発

株式会社想ひ人

介護への備えを促進する『もしミュレーション』プロジェクト



企画概要

- 家族の本音をお互いに当て合い、楽しく遊びながら自然と大切な人の価値観が見えてくるカードゲーム「人生最後の1日ゲーム」の開発

OPEN CARE CHALLENGE | 成果報告会

- ・ 介護や医療、ヘルスケアに関連する4つの展示会で構成されるBtoB展示会「Care Show Japan2025」にて成果報告会を実施した。
- ・ 成果報告の内容については、経済産業省ホームページにて公開を予定。

実施概要

日程	<ul style="list-style-type: none">・ 令和8年2月26日(木)15:20-17:00※OPEN CARE PROJECT AWARD2025表彰式と合同で実施
会場	<ul style="list-style-type: none">・ 東京ビッグサイト 東4ホール セミナー第4会場
内容	<ul style="list-style-type: none">・ OPEN CARE CHALLENGEの紹介・ 採択企業による成果報告<ul style="list-style-type: none">➢ 企業概要・参画した背景➢ 取組概要➢ メンタリング・トライアル概要➢ 検証結果➢ 今後の展望/気付き・ 講評・ 交流会

当日の様子



6. 実施事項（5） 介護領域の機運醸成に係る事業

6.3. OPEN CARE PROJECT の趣旨を踏まえたイベント開催

OPEN CARE PROJECT AWARD2025 | 実施概要

- 介護を「個人の課題」から「みんなの話題」にする取組の一環として、団体・個人を対象とした表彰「OPEN CARE PROJECT AWARD2025」を開催した。

実施概要	
目的	<ul style="list-style-type: none"> 介護を「個人の課題」から「みんなの話題」にするため、エピソードや事例を通じて、よりポジティブな切り口で、介護を取り上げ、社会における露出を上げていくとともに、介護の実態を可視化することで、異業種含めて介護をめぐる課題を解決していくこと
対象	<ul style="list-style-type: none"> OPEN ACTION部門：介護が個人の範囲を超えて、組織や社会の関心ごととなるために行われたアクション（団体のみ） OPEN EPISODE部門：介護について話しやすい雰囲気づくり・介護を知るきっかけづくりに取り組んだ体験や、介護のイメージを変えるような前向きなエピソード（個人のみ）
日程	<ul style="list-style-type: none"> 応募期間：令和7年11月11日(火)～令和8年12月26日(金) 表彰式：令和8年2月26日
審査基準	<ul style="list-style-type: none"> OPEN ACTION部門：①介護に関わっていない人や企業に関わる仕掛けがあるか、②独自性・独創性があるか、③誰かに話したくなる取組であるか OPEN EPISODE部門：①独自性・独創性があるか、②介護に関わっていない人を巻き込むような仕掛けがあるか、③誰かに話したくなるエピソードであるか、④文章が読みやすいものであるか
賞の種類	<ul style="list-style-type: none"> 部門賞：各部門に2件 審査員特別賞：各審査員に1件

審査員



OPEN CARE PROJECT AWARD2025 | 説明会・トークイベント

- 表彰への応募促進を目的として、本取組に関心を有する企業・団体・個人を主対象とした説明会を開催した。説明会は、広く本取組に関心のある企業が参加できるようハイブリッド形式で開催したほか、公募の周知を目的にメディアによる取材も受け付けた。
- 説明会では、公募内容等への懸念や課題の解消に向け、具体的な支援のイメージ等に関する説明や質疑応答等を実施した。

実施概要

日程	<ul style="list-style-type: none">• 令和7年11月10日(月)19:00-20:15
会場	<ul style="list-style-type: none">• Tokyo Innovation Base SQUARE-1
内容	<ul style="list-style-type: none">• トークセッション① 働き方×介護のリアル• トークセッション② 介護はどうしたらオープンになる？アイデア会議• OPEN CARE PROJECTの紹介• OPEN CARE PROJECT AWARDの説明<ul style="list-style-type: none">➢ 採択企業への支援内容➢ 審査方法➢ スケジュール➢ 応募方法➢ 公募概要の紹介• 質疑応答
参加者数	<ul style="list-style-type: none">• 参加企業：16社（23名）• メディア：3社

当日の様子



OPEN CARE PROJECT AWARD2025 | 審査結果

- OPEN ACTION部門31件、OPEN EPISODE部門19件の応募から、部門賞各2件、審査員特別賞各1件を選出した。

		実施概要
部門賞	OPEN ACTION部門	<ul style="list-style-type: none"> ・ サントリーウエルネス株式会社「人生100年時代をどう生きるか 介護施設のシニア1万人と紡ぐ『Beサポーターズ！』の幸せな物語」 ・ 株式会社山勝ライブラリ「CAREする商店街～連携すべきは専門職ではなく人生の関係者だった～」
	OPEN EPISODE部門	<ul style="list-style-type: none"> ・ 北居 梓奈乃「介護の「お守り」を作る準備運動 ～祖父母の人生を綴ったZINEの記録～」 ・ 山田 道朗「枝豆を隠す祖母」
審査員特別賞	小国賞	<ul style="list-style-type: none"> ・ 株式会社GOOD By「つなぐ1m ～“踏み出せなかった一步”を変える2つのアクション～」
	手塚賞	<ul style="list-style-type: none"> ・ 株式会社TakaraDeporte「全国的課題である高齢男性の役割喪失に向き合う 人口減少地域・地方町村での実証実践『Christmas Market in とみくる』」
	土井賞	<ul style="list-style-type: none"> ・ 徳橋 修翔「目の前の人に必死になれる、それが介護の現場。」
	町賞	<ul style="list-style-type: none"> ・ 櫛田 美知子「希望は、車椅子から始まった — 30年の車椅子生活が、世界と未来をひらいたオープンケアの物語—」
	みやぞん賞	<ul style="list-style-type: none"> ・ やべ あい「Dream介護プロジェクト 介護をテーマにしたエンターテインメントの発信で介護と人の架け橋を創る」

OPEN CARE PROJECT AWARD2025 | 受賞者（OPEN ACTION部門）

- OPEN ACTION部門 部門賞を受賞したサントリーウェルネス株式会社、株式会社山勝ライブラリの取組概要は下記のとおり。

サントリーウェルネス株式会社

人生100年時代をどう生きるか 介護施設のシニア1万人と紡ぐ『Beサポーターズ！』の幸せな物語



「Beサポーターズ！（Beサポ！）」は、高齢者施設で過ごす方や認知症の方など、普段は「支えられる」場面が多い方がサッカーのサポーター＝「支える」存在になることで、心身ともに元気になることを目指すプロジェクトです。

施設で試合を観戦し、思い思いの“推し活”を繰り広げる応援プログラムや、介護施設とJリーグクラブが連携して横断幕を制作する企画、介護施設で生まれた幸せな物語の表彰式などを、Jリーグと共同で推進し、参加者は全国230施設・延べ1万人に広がっています。

株式会社山勝ライブラリ

CAREする商店街 ～連携すべきは専門職ではなく人生の関係者だった～



「ケアする商店街ネットワーク」は、ケアプランセンターがまちの人と出会い、信頼関係を作る場として始めたカフェを起点に、商店街の店主達との連携を実現するアクションです。

商店街の店主たちが耳にする、まちのお客さんの生活の困りごとを解決することで、介護相談を早期に受け取ってケアにつなげられるようになり、まちの人が地域での暮らしを続けながら商店街を利用し続けられる、三方よしの好循環を生み出しました。

OPEN CARE PROJECT AWARD2025 | 受賞者 (OPEN EPISODE部門)

- OPEN ACTION部門 部門賞を受賞したエピソード概要は下記のとおり。

北居 梓奈乃

介護の「お守り」を作る準備運動 ～祖父母の人生を綴ったZINEの記録～



「介護」に対する漠然とした不安に対し、まだ介護とは無縁な筆者が選んだのは、祖父母の人生を一冊の「ZINE」にまとめることでした。生い立ちから馴れ初め、将来の願いまでを一冊の形にしたことで見えてきたのは、互いへの深い愛と、二人が望む人生の終い方。介護を「恐れるべき問題」としてではなく、大切な人の心を知ること「迎え入れるべき未来」として捉え直す、そんなエピソードです。

山田 道朗

枝豆を隠す祖母



パジャマのポケットに枝豆を忍ばせていた祖母の小さな謎は、いまま答えは見つからないまま、祖母を心の中で生かし続ける証になりました。学生時代、突然始まった祖母との共同生活をきっかけに、介護を「大切な人を知り、忘れないための営み」と捉え直した思い出をつづったエピソードです。

OPEN CARE PROJECT AWARD2025 | 受賞者（審査員特別賞）

- 審査員特別賞を受賞した株式会社GOOD By、株式会社TakaraDeporteの取組概要は下記のとおり。

小国賞 株式会社GOOD By

つなぐ1m ～“踏み出せなかった一歩”を変える2つのアクション～



「つなぐ1m」は、地域と世代のあいだにある「踏み出せない一歩＝1m」を、関係性の力で越えていくための実践的な取り組みです。私たちは、身寄りのない方の生活支援や老人ホーム紹介を日常的に行う中で見えてきた、制度では拾いきれない「日常の困りごと」に向き合ってきました。その延長線上で、高齢者施設での子ども食堂や、若者の場でシニアの服と想いを次世代につなぐイベント「服おくれ」を開催し、制度の外側だからこそ生まれる、“新族（New Neighbor）”の関係性づくりを地域に広げています。

手塚賞 株式会社TakaraDeporte

全国的課題である高齢男性の役割喪失に向き合う 人口減少地域・地方町村での実証実践『Christmas Market in とみくる』



「Christmas Market in とみくる」は、高齢者を「支援される側」ではなく「地域を支える担い手」として位置づけることで、役割と関係性を通じて自然に高齢者と関わる場を創出し、介護や高齢期を“個人の課題”から“地域全体の関心事”へとひらくアクションです。北海道日高町をフィールドに、社会との接点が失われがちな高齢男性が“サンタクロース”の役割を担い、子どもたちとふれあう地域交流型イベントを開催しました。

OPEN CARE PROJECT AWARD2025 | 受賞者（審査員特別賞）

- 審査員特別賞を受賞したエピソード概要は下記のとおり。

土井賞 徳橋 修翔

「目の前の人に必死になれる、それが介護の現場。」



身寄りのない利用者を看取った講師のエピソードをきっかけに、自身の介護との向き合い方を振り返ったエピソードです。制度や役割に追われる中で、専門職として一人ひとりの言葉にどう心を動かされてきたのか、その迷いや気づきを実体験としてつづり、介護の現場にある答えの出ない葛藤を描くことで、介護を自分事として考えるきっかけになればと、前向きな文章としてまとめています。

町賞 櫛田 美知子

希望は、車椅子から始まった
—30年の車椅子生活が、世界と未来をひらいたオープンケアの物語—



30年前、突然の障害により車椅子生活となった筆者は、当時1歳・4歳・7歳の娘を抱えるシングルマザーでした。バリアフリーという言葉もなく、外出や子育ては常に困難と隣り合わせの生活の中で、重度訪問介護や地域の支えを受けながら、再び社会と再びつながり始めました。その経験が観光地でのモニター活動、三世代での旅、そしてナイジェリアへの車椅子寄贈活動へと広がっていく物語をつづったエピソードです。

OPEN CARE PROJECT AWARD2025 | 受賞者（審査員特別賞）

- 審査員特別賞を受賞したエピソード概要は下記のとおり。

みやぞん賞 やべ あい

Dream介護プロジェクト

介護をテーマにしたエンターテインメントの発信で介護と人の架け橋を創る



Dream介護プロジェクトでは、介護をテーマにした舞台・イベントを福岡市内の劇場で、通常の舞台と同じ様に一般の方に向けて上演し作品を通して介護に触れる機会を提供しています。
このエピソードは、Dream介護プロジェクトの活動内容や5年前に発足した時の想い、活動を続ける中で生じた考え方の変化をつづっています。

OPEN CARE PROJECT AWARD2025 | 表彰式

- 介護や医療、ヘルスケアに関連する4つの展示会で構成されるBtoB展示会「Care Show Japan2025」にて、OPEN CARE CHALLENGE成果報告会と併せて表彰式を開催した。
- OPEN CARE CHALLENGE採択企業およびOPEN CARE PROJECT AWARD受賞者を紹介するパネルを制作し、経済産業省の出展ブースに展示した。

実施概要	
日程	<ul style="list-style-type: none"> 令和8年2月26日(木) 15:20-17:00 ※OPEN CARE CHALLENGE成果報告会と合同で実施
会場	<ul style="list-style-type: none"> 東京ビッグサイト 東4ホール セミナー第4会場
内容	<ul style="list-style-type: none"> OPEN CARE PROJECT AWARDの紹介 受賞記念品の授与 受賞者のコメント講演 フォトセッション 交流会



6. 実施事項 (5) 介護領域の機運醸成に係る事業

6.4. OPEN CARE PROJECT ウェブサイトの改修

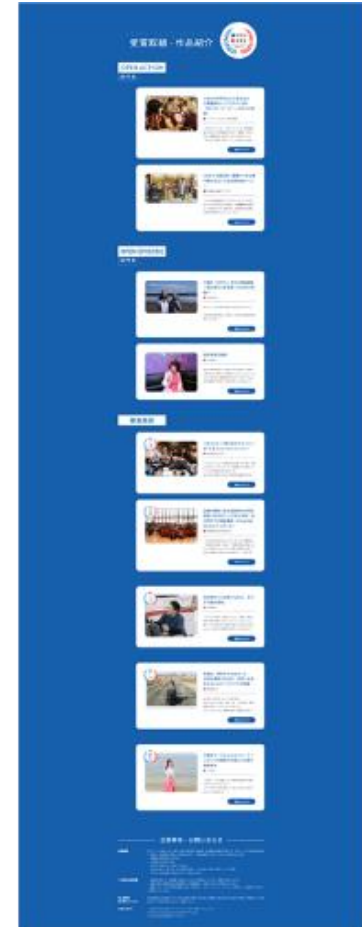
OPEN CARE PROJECTウェブサイトの改修

- OPEN CARE CHALLENGE、OPEN CARE PROJECT AWARD2025の特設ページを開設し、今年度の取組について明確化した。
- OPEN CARE PROJECT AWARD2025の特設ページでは、受賞者について紹介している。

OPEN CARE CHALLENGE 特設サイト



OPEN CARE PROJECT AWARD2025 特設サイト



6. 実施事項（5） 介護領域の機運醸成に係る事業

6.5. 情報発信のための報道量調査・メディア連携

報道量調査の背景・目的

- 本調査は、OPEN CARE PROJECTのこれまでの成果および課題を検討することを目的とする。
- 「仕事と介護」に関する報道件数および内容の傾向（調査対象期間：2023年～2025年）について、「仕事と育児」というテーマと対比しながら、プロジェクト発足時に実施した調査（調査対象期間：2020年～2022年）からの変化および新たな傾向を分析・把握した。

本調査の背景

- OPEN CARE PROJECTは「介護を個人の課題からみんなの話題へ」をコンセプトに、介護に関する社会的認知・関心を高めることを目的に、活動を展開してきた。
- プロジェクト発足時（2022年）には、「仕事と介護」に関する報道件数および内容の傾向について、「仕事と育児」というテーマと対比した調査が実施されている（※）。

本調査の目的

- 本調査は、プロジェクト発足後における報道の変化および新たな傾向を多角的に分析・把握し、取組みの成果と課題を明らかにするとともに、今後の施策および方針の検討に資することを目的とする。
- 具体的には、報道件数の推移を把握する定量分析と、報道内容・テーマ等の傾向を整理する定性分析を行う。

※令和4年度中小企業実態調査事業（仕事と介護の両立に係る機運醸成に向けた関連調査事業）「OPEN CARE PROJECT」

調査方法

- 指定期間における対象媒体（TV、新聞、WEBメディア、SNS）の報道データを用い、所定のキーワードに基づき抽出した記事を分析対象とした。データは日経テレコン等の情報データベースから取得し、件数及び内容の両面から整理・分析を行った。

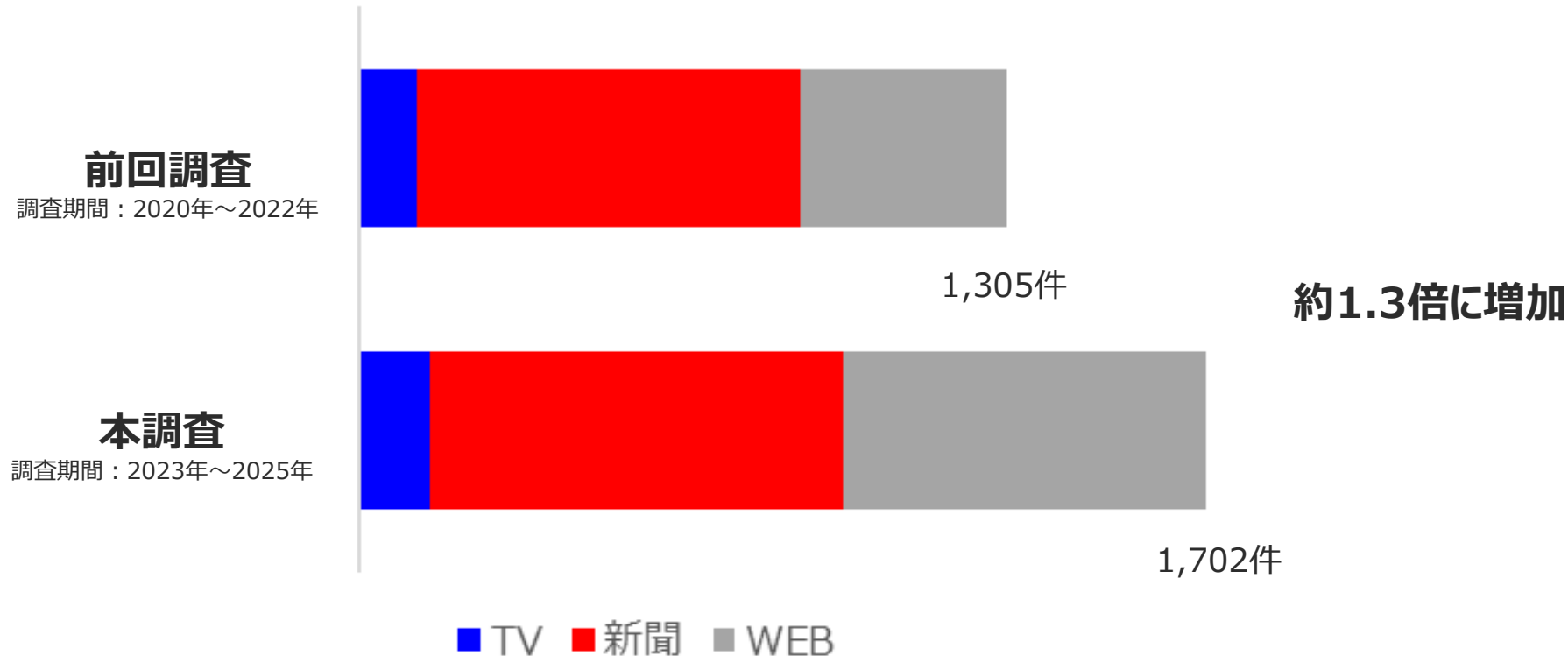
		TV	新聞	WEBメディア
対象範囲	媒体区分	キー局	全国紙 ※日本語のみ ※電子版は含まない	全国紙WEB版、一般ニュース ※日本語のみ
	記事/番組種別	ニュース番組、情報番組/ワイドショー、特集・ドキュメンタリー	記事本文	記事本文
データ取得元DB		Eヌケン	日経テレコン	日経テレコン
抽出条件	対象期間(※)	2023年1月～2025年12月（3カ年）	2022年11月～2025年10月（3カ年）	2022年11月～2025年10月（3カ年）
	キーワード	「仕事 AND 介護 AND 両立」OR「介護休」 ※比較対象テーマ「仕事と育児」：「仕事 AND 育児 AND 両立」OR「育児休」OR「育休」		

※当該期間に報道された記事を対象に抽出。

定量分析結果 | 全体の報道件数（前回調査との比較）

- プロジェクト発足時に実施した調査（調査対象期間：2020年～2022年）と比較して、「仕事と介護」に関するTV・新聞・WEBメディアでの報道件数は、今回の調査期間（調査対象期間：2023年～2025年）において、約1.3倍に増加している。

「仕事と介護」に関するTV・新聞・WEBメディアでの報道件数（前回調査との比較）

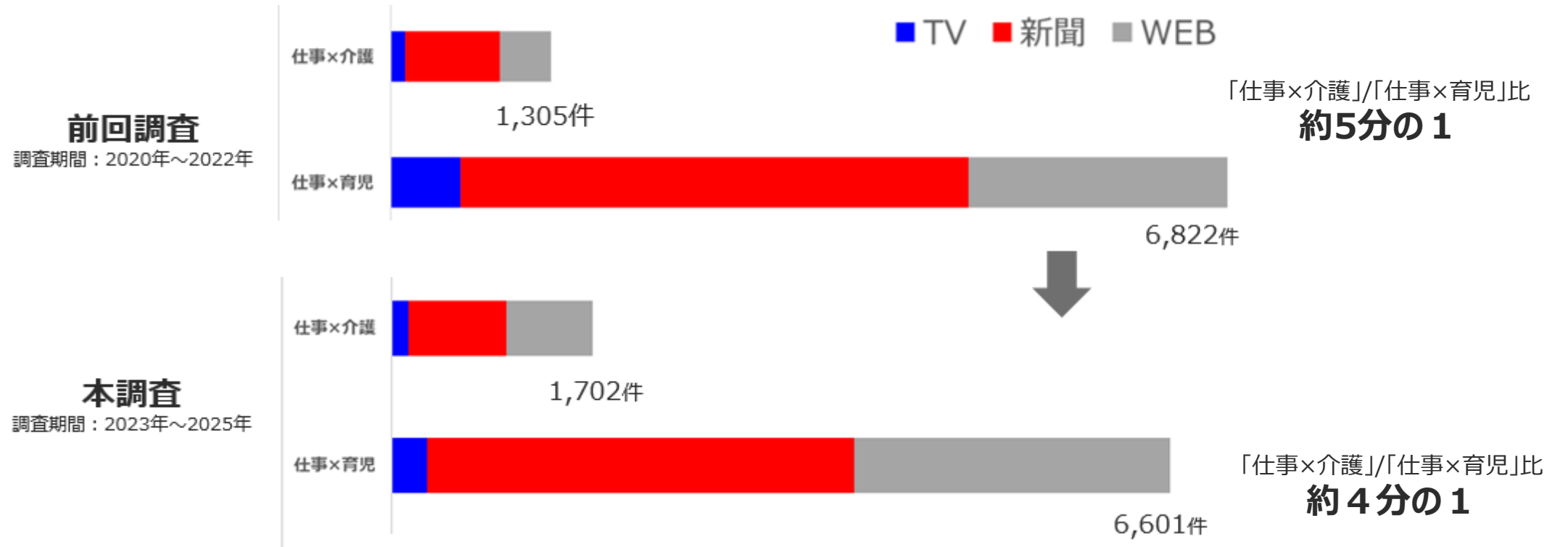


※調査対象期間内に報道された記事を対象に件数を集計している。
※調査対象期間は媒体ごとに日付（開始日・終了日）が異なるが、開始年度は共通として設定している。各媒体の対象期間はP291のとおり。
※前回調査と使用したデータベースが一部異なるため、本調査では同一データベースを用いて前回調査期間（2020年～2022年）の記事を再抽出し、報道件数を再集計している。

定量分析結果 | 「仕事と介護」/「仕事と育児」の報道量件数の比較（前回調査比）

- 「仕事と介護」に関するTV・新聞・WEBメディアでの全体の報道件数が増加している一方で、「仕事と育児」は減少している。
- この結果、「仕事と介護」に関する報道件数は「仕事と育児」に対して相対的に拡大しており、その差は従来の約5分の1から約4分の1まで縮小している。

「育児と仕事」に関する報道量に対する「介護と仕事」の報道量の変化



※調査対象期間内に報道された記事を対象に件数を集計している。
※調査対象期間は媒体ごとに日付（開始日・終了日）が異なるが、開始年度は共通として設定している。各媒体の対象期間はP291のとおり。
※前回調査と使用したデータベースが一部異なるため、本調査では同一データベースを用いて前回調査期間（2020年～2022年）の記事を再抽出し、報道件数を再集計している。

定量分析結果 | 媒体別の報道件数（前回調査および「仕事と育児」との比較）

- 「仕事と介護」に関する媒体別の報道件数は、TV、新聞およびWEBメディアで増加している。
- 比較対象である「仕事と育児」では、WEBメディアのみ増加し、その他媒体は減少しており、特にテレビの減少幅が大きい。

「仕事と介護」に関するTV・新聞・WEBメディアでの媒体別報道件数（前回調査および「仕事と育児」との比較）

媒体名	仕事と介護に関する報道件数		仕事と育児に関する報道件数	
	前回調査 調査対象期間：2020年～2022年	本調査 調査対象期間：2023年～2025年	前回調査 調査対象期間：2020年～2022年	本調査 調査対象期間：2023年～2025年
TV	117件	144件	567件	300件
新聞	772件	829件	4,146件	3,622件
WEBメディア	416件	729件	2,109件	2,679件
合計	1,305件	1,702件	6,822件	6,601件

※調査対象期間内に報道された記事を対象に件数を集計している。

※調査対象期間は媒体ごとに日付（開始日・終了日）が異なるが、開始年度は共通として設定している。各媒体の対象期間はP291のとおり。

※前回調査と使用したデータベースが一部異なるため、本調査では同一データベースを用いて前回調査期間（2020年～2022年）の記事を再抽出し、報道件数を再集計している。

定性分析結果 | キーワード動向と報道文脈の変化 「ケアラー」に関する報道

- 「ケアラー」および関連する広範ワードの使用が増加しており、本テーマに関する報道の広がりが確認される。
- 新聞では、関連テーマの連載や特集企画が開始されるなど、継続的な取り上げが進んでいる。WEBメディアでは、ワーキングケアラー支援の新規事業に関する報道が増加しており、報道の文脈にも変化がみられる。

報道内容・文脈の変化

【TV】

・ケアラーの報道件数は前回調査ではほとんどなかったが、本調査では「ビジネスケアラー」「ワーキングケアラー」として取り上げられる機会が増え、報道件数も大幅に増加した。

【新聞】

- 「ケアラー」に関する連載・特集企画が開始した。
- 従来は主に経済面で報道されることが多かったが、暮らし面でも取り上げられるようになった。

【WEBメディア】

- 企業によるワーキングケアラー支援の新規事業が開始されたことが報道されている。

※抽出した記事のうち、見出しに当該キーワードを含むものを対象に集計している。

※調査対象期間内に報道された記事を対象に件数を集計している。

※調査対象期間は媒体ごとに日付（開始日・終了日）が異なるが、開始年度は共通として設定している。各媒体の対象期間はP291のとおり。

※前回調査と使用したデータベースが一部異なるため、本調査では同一データベースを用いて前回調査期間（2020年～2022年）の記事を再抽出し、報道件数を再集計している。

考察と今後の課題

- OPEN CARE PROJECTが開始された2022年以降、仕事と介護の両立に関する報道量の増加がみられた。一方で、さらなる取組拡大のためには、経済課題としてだけでなく、社会的な関心を高めること、企業の仕事と介護の両立に関する取り組みを成果創出フェーズに移行させることが重要である。

結果概要

- ✓ 仕事と介護の両立に関する報道件数は増加。全数及び仕事と育児の報道に対する相対量も拡大している。
- ✓ 企業の取組の報道が増えているが、制度検討・導入段階の報道が中心であり、多くは大企業である。
- ✓ 報道領域は経済面に加え、生活面に拡大した。連載・特集などで取り上げられ報道件数にもつながった。

考察

- ✓ 介護に関する社会的関心は高まりつつある。一方で、育児分野と比較すると依然として関心層は限定的と考えられる。
- ✓ 報道されている取組は大企業中心で、裾野が広がっていない。多くが導入・検討段階で成果創出フェーズには至っていない。
- ✓ 生活面での報道増加から「個人の生活課題」としての認識が進みつつあると考えられる。

今後の課題

- ✓ 経済課題としてだけでなく、**生活課題としての理解**をさらに深化させ、社会的な関心を高めること。
→仕事と介護の両立に関する連載や特集などを通じた継続的な露出機会の拡大が必要である。
- ✓ 企業の仕事と介護の両立に関する取組を導入段階から**成果創出フェーズに移行させる**こと。大企業中心の取組状況から、**中小規模への展開・普及**を進める。
→そのために、中小規模や、業種・職種別の両立支援推進などと連携したメディア戦略が重要である。