

高齢者・介護関連サービス産業振興に関する戦略検討会 取りまとめ（概要）

高齢者・介護関連サービス振興における「意義・現状」

高齢者・介護関連サービス振興の意義

産業振興そのものや、そうしたサービスが普及することによる波及的影響といった観点を踏まえ、主に以下の意義がある。

➤ **産業振興上の意義**

- ①先端技術等を用いた新規性のあるサービスの社会実装促進
- ②高齢者福祉との接点を創出することによる既存サービスの付加価値向上
- ③仕事と介護の両立実現による現役世代のパフォーマンス向上

➤ **社会保障制度（地域包括ケアシステム）上の意義**

- ①高齢者本人のQOL向上
- ②公的介護保険財政及び介護人材不足対策への貢献

ステークホルダーごとの特性

高齢者・介護関連サービスは裾野が広いゆえに、関与するステークホルダーが多岐に渡り、主に民間企業、市町村、ケアマネ、高齢者・家族などが想定。

民間企業等
市町村
地域の高齢者とその家族等
福祉関係者

参入段階、開発段階、流通段階、拡大段階で課題がある

連携が不足／希薄

マインドセット、スキル、ナレッジ、環境に課題がある

情報へのアクセス力の低下 等

地域性ごとの特性

市町村を人口密度を基準に大都市部、一般市、中山間等地域と分類し、エリアの地域資源の状況から「市場性」を可視化。市場性ごとの課題への対応は、自治体による地域デザインも求められるが、実態としてはハードルが高い。

市場性「高」エリア	市場性「中」エリア	市場性「低」エリア
主に人口密度の高い大都市。外部からの新規参画含めて、ビジネス成立が比較の見込める。	主に人口密度が200-2000人/km ² の一般都市。地域企業や全国チェーンが展開。大幅な新規参入は見込まれない。	人口密度が低い中山間地域、一般都市・大都市で資源充足率が低いエリア。純粋な民間ビジネスの成立は比較的困難。

高齢者・介護関連サービス産業振興に向けて「目指すべき姿」

「地域の高齢者福祉課題解決」と「事業収益性確保」の両立を実現する

「産福共創」

①持続可能な地域福祉の実現

福祉関係者「Person Centered Approach」
「人」の生き方に寄り添う

民間企業「Customer Experience」
顧客への価値提供

②地域資源開発機能の強化

③地元産業の活性化

産福共創実現に向けたステップ

- 1 まずは自治体や民間事業者双方が把握している地域情報（高齢者ニーズ、地域の資源等）の共有から始める
- 2 地域特性を踏まえたモデルへ
 - ・ 市場性「高」エリア：「他地域にも展開し得る新たな資源開発を先導していくモデル」
 - ・ 市場性「中」エリア：「地域が有する既存資源を徹底活用するモデル」
 - ・ 市場性「低」エリア：「必要性の高い資源の維持を図るモデル」

目指すべき姿の実現に向けた「戦略・具体的対応の方向性」

戦略1：民間連携に関する自治体のインセンティブ・体制の強化

- ① 特に民間連携に意欲のある自治体に対する伴走支援
- ② 民間連携に関する自治体のインセンティブの在り方の検討

戦略2：先進的な産福共創モデルの創出・評価・普及

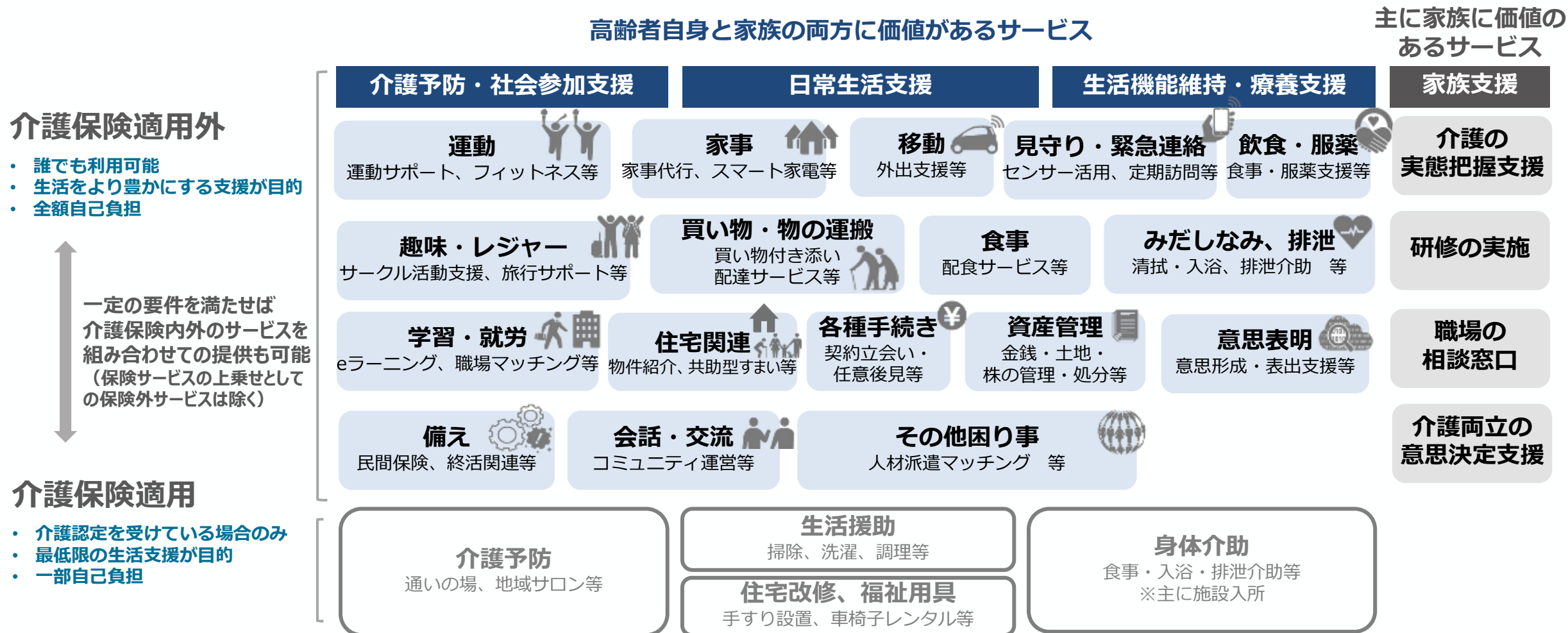
- ① 産福共創モデルの創出に向けた実証事業
- ② 産福共創モデルに関する分析・評価の実施及び知見の体系化・普及

戦略3：サービス提供に関する周辺環境整備

- ① サービス推奨チャネル（専門職や家族）との連携強化
- ② 高齢者の地域参画促進に向けた取組の検討

(参考) 高齢者・介護関連サービスの定義・範囲

- 供給サイドから俯瞰すると、高齢者・介護関連サービスは大きく、介護予防・社会参加支援、日常生活支援、生活機能維持・療養支援、家族支援に大別される。



(参考) 高齢者・介護関連サービスの提供主体

- 公的介護保険に属さない代表的なサービスを、担い手やサービス類型ごとに分けて整理。

	介護予防・社会参加支援	日常生活支援	生活機能維持・療養支援
民間事業者	- フィットネスジム 例) 会員制フィットネス、コンビニ型ジム等 - フレイル・介護予防関連デジタルサービス 例) アプリ事業者等 - 娯楽・趣味活動関連サービス 例) 学習関連事業者、音楽関連事業者、エンタメ・コンテンツ関連事業者等 - 民間介護保険	- 家事代行・民間生活援助 例) 定額家事・雑務代行事業者等 - 小売関連サービス 例) 移動販売支援事業者等 - 交通関連サービス 例) スポンサーシップ型オンデマンド交通等 - 配食関連サービス - 住宅関連サービス 例) 多世代共生型住居サービス等	自費訪問介護サービス 例) 介護士マッチング事業者等
介護保険指定事業者	- デイサービスでの介護予防教室（自費） - 介護付き旅行サービス	保険外の日常生活支援（自費／横出し） 例) 通所系事業＋外出支援等	保険外の追加的身体介助関連サービス（自費／上乗せ）
住民・非営利団体	住民主体の通いの場	- 民間プラットフォームを活用した住民互助 例) 住民の困りごと・担い手マッチング事業者等 - 自治体による住民互助サービス	

民間企業が関与

＝サービス提供だけでなく、
見守り・居場所・活躍の場も提供

(参考) 高齢者・介護関連サービス振興の意義

- 高齢者・介護関連サービスにつき、①産業振興上の意義、②社会保障制度（地域包括ケアシステム）上の意義の2点で整理できる。

産業振興上の意義



①先端技術等を用いた新規性のあるサービスの社会実装促進

- ✓ 競合優位性のある先端技術を用いた高齢者向けサービス（例：AI等の先端技術を用いて認知症・MCI診断を行うサービスやPHRを活用したサービスなど）の地域実装を促進することで、新規性の高いサービスを普及していく契機となる。



②高齢者福祉との接点を創出することによる既存サービスの付加価値向上

- ✓ 従前、必ずしも高齢者だけに事業展開していない民間企業等（移動サービスや小売事業者等）が、高齢者福祉面での貢献が提供サービス自体の付加価値向上に繋がり、結果的に新規顧客の獲得に繋がることも実現、ひいては、市場そのもののパイが拡大していくことにもなり得る。



③仕事と介護の両立実現による現役世代のパフォーマンス向上

- ✓ 働く家族介護者にとっても、高齢者自身が地域において自立的な生活が営めることにより、仕事と介護の両立を実現することになり、自身の職場等におけるパフォーマンスが向上し、企業活動としてもポジティブな影響が見込まれる。

社会保障制度（地域包括ケアシステム）上の意義



①高齢者本人のQOL向上

- ✓ アクティブシニア、プレフレイル、フレイル等の要支援・要介護認定を受ける前の高齢者や、要支援・要介護高齢者の双方にとって、介護予防サービスや生活支援サービスにより自立した生活の継続を支えることは、住み慣れた地域で自分らしく生活することに資する。
- ✓ また、サービス普及に伴い、サービスの受け手だけではなく、担い手として高齢者が参画できるケース（就労的活動の場の提供）も生まれ、社会的健康の向上も期待できる。



②公的介護保険財政及び介護人材不足対策への貢献

- ✓ 公的介護保険制度に依存しない民間サービスが普及することにより、介護保険サービスの供給体制に余裕が生じることにより、また、結果として、介護保険制度下ではより専門性の高いサービスの提供が可能となり、介護保険財政、ひいては自治体財政そのものへの貢献となり得ると同時に、介護専門職が専門性の求められる領域に集中できることを通じて、介護人材不足の対策にもなり得る。

(参考) ステークホルダーごとの特性

- 民間企業等ではニーズ・需要量の把握や集客、市町村・SC等ではそもそもの意識（公平性への配慮等）やノウハウ・ネットワークの不足、ケアマネにおいてはインセンティブ不足、高齢者やその家族では情報アクセスや経済力が課題として挙げられるのではないかな。

参入段階

- 自社が高齢者・介護関連サービスを提供し得るという認識がない
- 介護福祉制度の理解や福祉関係者とのコミュニケーションが困難

開発段階

- 高齢者ニーズ・特性の理解不足
- 競合となる介護保険サービスへの理解不足
- サービス需要の把握が困難
- サービスを担う人材確保が困難

流通段階

- ニーズを持つ高齢者へのアクセスが困難（＝高い集客コスト）

拡大段階

- 個別地域（自治体）ごとのアプローチとなり規模拡大が困難

民間企業等



市町村



連携に向けたネットワークが不足／希薄

購入・利用

委託

生活支援コーディネーター（SC）
就労的活動支援コーディネーター



サービス
提供

サービス情報伝達

地域の高齢者
とその家族等



サービス情報伝達

居宅介護
支援事業所



地域包括支援
センター

マインドセット

- 特定事業者との連携への慎重姿勢（公平性の配慮）や、民間企業への期待値が不明瞭であり、民間企業活用の必要性の意識が希薄

スキル

- 地域課題発の施策立案や事業組成の経験不足

ナレッジ

- （特に福祉系部局における）民間企業の情報・ネットワーク不足

環境

- 定期的な人事異動によりノウハウ蓄積が困難であり、首長や担当者によるポラリティが高い

- 高齢者自身の加齢に伴う情報へのアクセス力低下
- 家族による、情報収集の難しさ
- （自費の場合）一定の経済負担

- 特定事業者の推奨が困難（公平性への配慮、紹介責任発生の懸念）
- 民間サービスの情報不足
- 紹介・情報提供におけるインセンティブが希薄

(参考) 地域ごとの特性

- 地域特性を踏まえた地域分類を行う上で、人口密度に加えて、地域資源充足率*を加味。
- 人口密度による3分類と地域資源充足率から、**市場性（事業成立のハードルや、それに伴うサービスの担い手の傾向）が異なる**と考えられ、以下の3つのセグメントに更に分類。

*地域資源充足率 = 資源にアクセスできる当該市町村在住の在宅高齢者 / 当該市町村在住の在宅高齢者（なお、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）

	中山間等地域（人口密度200人/km ² 未満）	一般市（人口密度200人/km ² 以上、2000人/km ² 未満）	大都市部（人口密度2000人/km ² 以上）
2020年以降における地域特徴	- 生産年齢人口変化率^a：-28.4% - 高齢者人口割合：高い - 高齢人口変化率^a：-12.2% - 独居高齢者の増加率^b：高い - 在宅介護サービスの需要^c：2020年頃ピーク - 在宅介護事業所数^d：少ない→減少 - 地域資源充足率：0~40%が主	- 生産年齢人口変化率^a：-19.1% - 高齢者人口割合：中 - 高齢人口変化率^a：2.4% - 独居高齢者の増加率^b：中間 - 在宅介護サービスの需要^c：2040年頃ピーク - 在宅介護事業所数^d：中間→増加 - 地域資源充足率：40~80%が主	- 生産年齢人口変化率^a：-11.9% - 高齢者人口割合：低い - 高齢人口変化率^a：17.2% - 独居高齢者の増加率^b：低め - 在宅介護サービスの需要^c：2045年以降ピーク - 在宅介護事業所数^d：多い→増加 - 地域資源充足率：80~100%が主



市場性ごとの現状・課題	A：「高」エリア	人口密度が一般都市レベル以上で、地域資源充足率：80~100% = 主に人口密度の高い大都市だが、市区町村全体の人口密度が低くとも人口集積エリアに地域資源が確保されているエリア。利用者、供給者ともに一定数存在しており、外部からの新規参画含めて、ビジネス成立が比較的に見込める。
	B：「中」エリア	人口密度が一般都市レベル以上で、地域資源充足率：40~80%。 = 主に人口密度が200~2000人/km ² の一般都市で構成されるエリア。地域密着企業が所在していることもあり、全国的なチェーン店も一定数展開していると推察されるが、大幅な新規参入は見込まれない。
	C：「低」エリア	地域資源充足率：0~100%の中山間地域、地域資源充足率：0~40%の大都市・一般都市 = 人口密度が低い中山間地域や、一般都市・大都市の中でも資源充足率が低く中山間地域と近い特徴を有するエリア。高齢者含む利用者が少ないことが想定され、また、現時点で人口密度や充足率が高くとも将来的には減少していくことが見込まれ、純粋な民間ビジネスの成立は比較的に困難

a：2025年から2040年の変化率、b：2020年から2050年の増加率、c：2024年以前、'30年時点、'35年時点、'40年時点および2045年以降の5区分で介護サービス需要のピークを推定、d：2020年から2040年の傾向

※買い物拠点としては、スーパーマーケット、コンビニ、ドラッグストア等の日常生活に必要な物資等を調達できる店舗が対象

(参考) 目指すべき姿：「産福共創」

- 地域の高齢者福祉課題解決と事業収益性確保の両立を実現するためには、民間企業等が自治体をはじめとした福祉関係者と連携・共創（「産福共創」）したうえで、経済活動や地域課題へ貢献していくことが重要。

目指すべき姿と地域にもたらされる価値

「地域の高齢者福祉課題解決」と「事業収益性確保」の両立を実現する

「産福共創」

①持続可能な地域福祉の実現

見守り機能・居場所・活躍の場の提供といった民間企業等による高齢者福祉への貢献の持続可能性が高まる



②地域資源開発機能の強化

共創する民間企業等が地域における新たなサービス・製品の開発・実装に向けた呼び水となり地域資源開発が促進される

③地元産業の活性化

共創する民間企業等が地元の商店や事業者と連携を深めることにより、地域の中小企業振興にも繋がる

産福共創実現に向けたステップ

1

まずは自治体や民間事業者双方が把握している地域情報（高齢者ニーズ、地域の資源等）の共有から始める

2

地域特性を踏まえたモデルへ

市場性
「高」
エリア

市場性の高さを生かして、新規性の高いサービスの社会実装や複数企業連携によるサービス創出といった「他地域にも展開し得る新たな資源開発を先導していくモデル」

例：サービス開発のラボ機能、複数企業と連携した支援体制構築 等

市場性
「中」
エリア

地域に根差した企業と連携した地域づくりや自治体が有する多様なアセットを活用したサービス提供支援といった「地域が有する既存資源を徹底活用するモデル」

例：地域資源開発主体としての企業参画、ローカルマーケティング支援を通じた資源充足 等

市場性
「低」
エリア

自然体でのビジネス成立は困難であることから、公的事業との連携や住民互助活動の効率化といった「必要性の高い資源の維持を図るモデル」

例：公的事業との連携、住民互助活動の効率化、経済産業省にて検討を進める「地域協同プラットフォーム」構想との連動 等

(参考) 高齢者・介護関連サービス振興に向けた戦略

- 産福共創実現に向けて、①民間連携に関する自治体のインセンティブ・体制の強化、②先進的な産福共創モデルの創出・評価・普及、③サービス提供に関する周辺環境整備を進めてはどうか。

戦略1：民間連携に関する自治体の
インセンティブ・体制の強化

戦略2：先進的な産福共創モデルの
創出・評価・普及

戦略3：サービス提供の
周辺環境整備

