

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
第 1 回 議事録

日時：令和 6 年 11 月 19 日（火）13：00～15：00

場所：オンライン開催

委員出席者（委員名簿順）

渡邊委員、笥委員、内藤委員（代理出席：伊藤様）、羽間委員、牧野委員（出席代理：成田様）、岡村委員、朝倉委員、山田委員、岩坪委員、乗竹委員、篠原委員、藤田委員、鎌田委員、根本委員、笠井委員、瀧委員、八谷委員、大石委員、飯田委員、五十嵐委員

※成本委員、佐渡委員、堀田委員、荒井委員、小峰委員、江澤委員、鈴木委員、秋山委員は欠席

議題

議題 1：今年度の取組み状況等の報告

議題 2：企業向け手引きの改定について

議事概要

【議題 1：今年度の取組み状況等の報告】

オレンジイノベーション・プロジェクトの意義・成果

- 非常に深みや広がりのある取組になってきた。経済産業省が旗振り役となったことで、靴下から自動車、ガスコンロまで幅広い産業界から企業が集まっている。自治体の参画が促されたことより、産官学の連携事例も出てきている。産業界にとって、自治体等と連携した実証実験にはハードルがあり、産官学の連携の場として本プロジェクトが機能している点は大きな成果である。認知症の人が増えていく中で、認知症の人の声を聞くことはビジネスモデルとして当然のことである。今回、経済産業省が主導したことにより、効率的な意見収集の方法や思わぬ形での異業種連携が生まれる素地ができている。
- プロジェクトの立ち上げから数年を経て、活動の基盤ができつつある。認知症の人との対話から生まれる企業側の気付きは、質が重視される。通常のユーザーヒアリングは量が重視される傾向がある。本取組では 1 人の認知症の人との対話の質を重視しているという違いもユニークである。
- 本取組は認知症の人のためだけに実施しているものではない。認知症の人とともに、誰

もが使いやすい製品・サービスを作っていく取組であり、その成果は全ての人に還元される。その点は共通認識として持つべきと考える。認知症の人は、高齢者のみではない。症状が軽度の人や若い人もいることにも留意が必要である。「〇〇があれば、仕事が続くやすい／子育てしやすい」等の暮らしの様々な場面で役立つものを、認知症の人と考えて創り出していく取組だ。

- プロジェクト全体で取組の広さ・深さが増している。特に、企業が認知症の人とともに開発を始める際のプロセスが整備されていることの意味は大きい。産業界だけでなく、医療機関等とも連携し、バランスをとった進め方ができている点も良い。
- 当事者目線は非常に重要である。日々の生活においてどのような課題があり、どのようなソリューションを提供することが必要かを本ワーキンググループから発信するような動きもできると良い。
- 実践体験型の採択企業向け講座・研修は積極的に進めた方が良い。認知症の人との出会いの機会は重要だ。
- 本取組は、当事者の生きがいを支え、ビジネス的にも成り立つ、ということがポイントだが、事業として何を達成したいのか、それをどこまで広げていくのかを示せるとよい。KPI や評価指標にも影響するため、どこが到達点なのか、より分かりやすくなるとよい。ただ、KPI や評価指標と言いながら、量的にとらえられないことは多くあるため、質的な評価も強調していく必要がある。

一般向けの普及・拡大

- 様々な人を巻き込み、立体的な取組になってきている。疾患修飾薬の登場を受け、最近では早期に受診する人が増えてきている。受診をすることで少しでも状況が良くなるかもしれないという思いが、個人の行動変容に繋がることを実感している。積極的に将来の行動変容に向けて働きかけていくことができるツールや方法を検討していくことが重要である。
- シンガポールでは、高齢化が進んでおり、LPA（Lasting Power of Attorney）と呼ばれる任意後見（永続的代理）制度が急速に普及している。普及にあたっては、「申請の簡素化」が特に重視されている。また、申請のデジタル化も進んでおり、任意後見制度の申請を15分程度で完了できる。ドイツでは、後見人制度に係る手続きがパンフレットに簡潔にまとめられている。スコットランドでは、公的な取り組みを実施する際に、経済的な裏付けが必ず求められる。例えば、申請のデジタル化にあたっては、紙媒体と比

べて、費用対効果の面でどの程度メリットがあるのかの試算が行われている。これらは別領域の取組ではあるが、簡素化、わかりやすさ、デジタル活用、費用対効果の検討の視点は今後の本プロジェクトの普及にあたっても留意すべきである。

- 本取組で開発された製品・サービスが購入できる、あるいはカタログを手に入れられたり、スタッフから製品・サービスに関する説明を受けられたりするアンテナショップのような施設を常設で作れるとよい。

パートナー団体への普及・拡大

- 比較的規模の小さな自治体も本取組に関心をもつことが想定される。そのような自治体も後押しできるような仕組みがつくれると良い。
- 医師や医療機関等との連携を強める上では、当事者参画型開発によって開発された製品・サービスを知ってもらうことが重要と考える。ユーザーの目に触れるようになると、担当医や担当職員に関心喚起に繋がるのではないか。認知症疾患医療センターで実施している認知症カフェ等に当事者参画型開発を通じて開発・改良した製品・サービスを紹介したり、学会やシンポジウム等で製品・サービスに関する写真や動画等の展示ブースを設けたりすることが有効と考える。
- 認知症施策推進基本計画が閣議決定し、各自治体が計画策定に向けて動き始めるこの1～2年は、取組を全国に広げる良いタイミングであり、自治体に一齐に働きかけるアプローチが必要だ。声掛けがあればぜひ参画したいと考える自治体が全国に多数あるのではないか。
- 各都道府県で試行錯誤ができる取組として進めながら、現場との連携を深める必要がある。国から取り組むよう促されるか、自治体職員自身が取組の意義に納得できなければ、自治体として連携するモチベーションに繋がりにくい。また、新たな事業に取り組むことへの負担感等も想定される。試行錯誤が可能な部署を有している自治体は少なく、挑戦的な事業には取り組みづらい現状もある。地域でチャレンジングな取組を行っている主体との繋がりも重要だ。本取組への参画を通じて地域との関係性を構築できれば、企業が参画する動機づけになる。また、地域との関係性を通じて、本取組が関係者に中長期的にどのような影響を与えているかをモニタリングするコホートの研究の視点も重要だ。行政がアカデミアの知見を吸収し、エビデンスの構築や、マネタイズに向けた価値の可視化に取り組まなければ、自走化は難しい。
- 企業の実践事例が東京（都市部）に偏っている印象。全国展開・普及を考えると、地方

の状況も踏まえた取組も進められると良い。現在の医療・介護従事者で本取組を知っている人は限られる。情報が十分に届いていないことを踏まえ、取組の普及・拡大にあたっては、どこに、どのように発信するかを検討が必要。また、介護従事者の声を聞いた方が良い。生活を支える場は、「介護現場」であり、生活をどのように組み立てるか、どのように継続させるかを日々考えているのは、介護従事者（看護師も含む）だ。本取組で開発された製品・サービスは、暮らしに密着したものが多く、そのヒントは介護現場あるいは在宅にある。

企業への普及・拡大

- 現時点では、企業が個別に取り組んでいるが、各企業が属する業界団体と経済産業省が連携することで、業界全体としての動きへ広げることができるのではないかと。
- イギリスの場合、国家戦略として認知症の人及び認知症の人を支える人をどのように社会にインクルードして、その人たちにとっても過ごしやすい社会をつくっていくのかを検討している。スターリング大学をはじめとしたいくつかの大学では、専門の研究機関を設置し、学術的な研究を国の予算で推進している。アカデミアが企業と連携し、製品・サービスを共創し、認証する体制も整えている。多くの企業が、認証制度に経済的メリットがあると判断し、参画している状況がある。イギリスの取組が機能している要因は主に3点ある。1つは、非常に多くの学術的な研究を行い、論文化しているため、その論文がある種の土台となっていることである。各企業は論文等に整理された知見に基づき、製品・サービスに取り組むことができ、0から製品・サービスの開発をする必要がない。2つ目は、認知症の人だけでなく、ケアする人も対象に含めていることだ。最後に、論文等で検証された科学的に証明された基準に基づく認証制度があり、認証の有無が業界内での競争優位性を確保するための指標として機能していることだ。最終的には、消費者が良し悪しの判断をするが、その前段階としての業界内での競争において、認証制度がポジティブに機能している。日本に全て適用できるとは限らないが、イギリスで既に論文化されている原則があるなかで、それらを翻訳し、日本と合う部分を活用する余地があるのではないかと。
- 海外の事例の紹介もあったが、認知症の人のためだけに取り組まれているわけではないという、日本のアプローチは大事にしたい。今後は本取組から生まれた製品・サービスや事例を関係者だけでなく、一般国民に広く知ってもらうことが非常に重要になる。そのことによって、今後の普及・拡大につながっていく。実績や取組の現状を、メディア等も通じて積極的に発信していく必要がある。認知症の人と一緒に開発したものではあるが、色々な人が使いやすいと感じて、みんなの役に立つものが多く生まれることが理想だ。そのような取組であることをPRしながら、より多くの人に関心を持ってもらいたい。

らえると良い。

- 今後より多くの人に本取組を知ってもらうことが重要だ。認知が高まり、参画企業がマーケットにおいてビジネスを展開し、成長していく過程だろう。それに伴い、今年度から表彰制度の仕組みを始動させる。評価の軸は手探りの状況であり、イギリスの事例ほど論文等による明確な評価にはなっていないが、企業が本取組を知るきっかけになると同時に、参画企業にとってはアワードを活用した情報発信につながることを期待している。
- 本取組を進める中で、企業のなかで「認知症に対して正しく理解しなくては」、「認知症について、より知りたい」と学びが進んでいる事例が多数ある。認知症に関する取組の必要性を感じ、企業内の研修を始めたり、製品・サービスの開発以外の場面で認知症の人との対話を始めたりしている。福岡市では、2019 年頃から取組をスタートし、企業と認知症の人をつなぎ、延べ 700 名程度の認知症の人に活躍してもらっている。規模の大きい都市よりも、小さい都市の方が認知症の人と顔の見える関係性をつくっている場合も多く、自治体の大きさはあまり関係ないのではないかな。ただし、つながり方やつなげ方については、ノウハウを確認したうえで進めていく必要があるため、経験のあるところがノウハウ等を共有していくことが求められる。
- 取組の開始当時は、企業によって認知症に対する理解の差が大きかったが、活動を進める中で、多くの企業で理解が深まったと実感している。それは、本取組に参加している担当者だけではなく、企業全体の認知症への理解促進にもつながる。企業の中にビジネスケアラーや若年性認知症の人がいる可能性はある。本取組をきっかけに、製品・サービスの開発だけでなく、各企業の中でも認知症に対する理解・支援が広まると良い。
- 認知症の人の声を聞く際のノウハウ（基本的な作法～製品・サービスへの活かし方）を取りまとめて、発信すること自体に大きな意味がある。さらに、産官学で連携してきた実証実験等の好事例・教訓も発信すると良い。プラットフォームを基にした異業種連携がある場合には、その知見も有意義だ。さらに、横串としてプライベートセクターの収益は非常に重要だ。その収益がない限り、産業界での広がりは生まれてこない。それぞれの企業がどのようにマネタイズしていったのか、販路を拡大していったのかというノウハウも発信できると参考になるだろう。
- 国立長寿医療研究センターが実施する UniCo（ユニコ）プロジェクトにおいても、ショッピングモールを認知症にやさしい施設にするべく、出入口を含めて、買い物を行うルート等の環境の改善・改修に取り組んでいる。同じように企業と連携した取組が増え

ていくと良い。

- 本取組は、技術・製品・サービスを提供する企業の存在が不可欠であり、本取組への参画が企業の市場価値にどのように影響するのかを訴える必要がある。社会課題がビジネスチャンスになるということは既に先進的な企業には理解されているが、企業の製品・サービスの開発フェーズや当事者参画によって得られるメリットをレベル分けし、参画した企業の生の声とともに周知することが必要だろう。
- 認知症が進行すると ADL も落ちていくが、そのどの部分を支えていくか。製品・サービスの商品化を目指す、中重度の方は取り残される傾向にある。国の事業としては、そのような対象の偏りがあってよいのかも検討が必要だろう。認知症の進行状況によってニーズも異なる。軽度・中度・重度の方の本人・家族から、ヒアリング等を通じて声を拾うところから始めると良いのではないか。

企業の収益性

- 現状は、手厚く専門家が様々な配慮をする中で製品・サービスの導入・開発が行われているフェーズだ。今後、収益性が明らかになり、スケールする際には、専門家を介さない状況生まれうる。そのような状況であったとしても、本取組が大切にしている理念、認知症の人やケアする人のウェルビーイングを守れているかが重要になる。収益性とともに、スケールした際に本取組で大切にしていることを守るためには何が必要かについての問題意識を取組に参画している人の声をもとに考えていくべきである。また、政策的にこのような取組を後押しできる可能性もある。収益性を高めていくための課題を起点に、政策的なインプリケーションも検討する必要がある。
- より多くの企業に参画してもらうためには、認知症という市場に限定する必要はないだろう。限定することにより、マーケット規模は小さくなる。現段階では、CSR として本領域に取り組み始める企業が多い。まずは企業が認知症バリアフリーの理解を主体的に進め、新しい認知症観を広めることが重要だ。また、認知症に限らず、少しもの忘れが気になる方と対象を捉えると、マーケット規模は広がる。説明書が読めない、操作が覚えられない等の課題は、認知症の人に限った課題ではない。認知症の人にとっても暮らしやすい社会をつくるからこそ、認知症の人にこだわらずに進めていく考え方も重要ではないか。
- 認知症の人のためだけの製品・サービスの開発を目指すものではないが、本取組が認知症を切り口にしたものであることは間違いない。製品・サービスがあることで、認知症の人がより自立した生活を送れたり、自由に行動できたりすることは、家族にとっても

嬉しいことだ。ただし、それらは認知症の人だけでなく、色々な人にとっても役立つはずである。製品・サービスをどのようなコンセプトで、どのように人に、どのように使ってほしいのかを、企業が明確にした上で取り組むことが重要である。本取組が拡大することは、認知症の人が経済を回していくことにもつながる。

- 福岡市では、企業に対して「企業の CSR としての参画はしないで欲しい」と伝えている。日本は高齢化先進国であり、認知症の人也非常に多い中で、認知症の人にとっても必要な製品・サービスをつくることは、企業にとっても意味のあることである。様々な企業が1人の顧客として認知症の人を捉え、普通の人と製品・サービスをつくるのと同じように、モニタリングをして、意見を聞き、改良を重ねて、様々な製品・サービスを開発してきている。企業の気づきとしては、出来上がった製品・サービスは、すべての人にとって使いやすいものが出来上がってきているということがある。企業としては、現在の顧客が慣れ親しんでいる、使いやすい製品・サービスをいつまでも使ってもらえるというメリットがある。さらに、直感的に使いやすいものが多いため、幼稚園児や小学生、外国の人にも役立つ。色々な人にとって使いやすい、使い続けやすいものを生み出していくことにも本取組の意義がある。
- 今後の事業展開を考える上では、いかにコストを抑えて価値を生み出す新しいコホートの仕組みを考えるかが重要だ。本取組をパターン化・細分化し、例えば地域主体、アカデミア主体、行政主体という形で分けながら実施していくことが重要。また、事業の拡大においては、市場の発掘に取り組むことも重要だ。

持続的な仕組みの構築

- 出てきた課題を共通の資産として、記録・開示し、課題を抱える地方自治体や民間企業が気軽にアクセスできる仕組みにしていくと、継続性のある仕組みになり、定着していくだろう。表彰制度については、初期段階としては厳しい審査ではなく応援する仕組みが望ましいと思うが、将来的にはサービスを選ぶ側が安心できるような仕組みにすることで、継続性が担保できるのではないか。一般の人への本取組の浸透については、まだまだ課題がある。一般の人でも本取組を当たり前知っている社会を目指すことが、当事者参画の実現につながるように思う。継続して取組を進めてほしい。
- このプロジェクトは、量・質ともに高まってきていると感じている。持続性の観点からは、開発した製品・サービスが市場に出て、販売につながり、収益につながることが重要だ。今後は、参画企業間の連携による広がりも期待したい。地域ごとにまとまって何かを見出していく活動にもつながっていくと良い。防災の世界では、「フェーズフリー（防災の日常化）」という考え方に基づいた製品・サービスも増えてきている。認知症

の方々の利用を念頭に置いた製品・サービスとしつつ、それ以外の人々において日常生活で使うものが、実は本取組で生まれたものであったという形で広がっていくと、より一般の人にも広がっていくように思われる。海外にも一定のニーズはあるのではないだろうか。海外展開は、これからチャレンジしていくものかと思われるが、日本と異なる規格等についての情報収集や対応については、経済産業省をはじめ、政府関係機関にもお願いしたい。

- キーとなるのは、「認知症の人だけでなく、家族やケアする人の負担も含めて、相互的に評価されるべきである」ことだろう。「家族への影響」と言うのは、金銭的な影響だけでなく、家族等の健康状態も合わせて考慮すべきであるということが、世界的な潮流だ。いかに周囲の影響を評価するかという軸と、当事者（家族を含むかどうかは議論が必要）を交えて製品・サービスをつくるという軸は非常に重要になる。当事者が参画することについて、単に形式的に開発の最終段階でコメントをもらうだけであれば、本取組の趣旨が損なわれてしまう。現在、諸外国では、当事者の参画とは何かを評価した上で、意思決定に影響する形で認知症の人あるいはケアする人に参画してもらう取組を進めている。年度を重ねて、事例が積み重なっていく中で、ある程度、ケアする人の健康影響をどのように評価するか、本当の意味で当事者が参画できるシステムとなっているのかの評価基準をつくるのが出来れば、好事例等の提示につながる。評価基準は、当事者参画型開発に取り組み始める人への指針にもなる。ケアする人への影響と当事者参画の評価基準をたてることができると、今後につながるのではないか。
- 今後の持続的な仕組みの構築について、ビジネスの観点とモメンタムをどのようにつくっていくのかという観点からコメントしたい。ビジネスの観点では、収益も大きな課題の1つにはなるが、医療に閉じない色々な産業での成功事例をつくっていけるとよい。健康と医療の間には壁がある。また、デジタルやAI等の無形のサービスにも広がるとよい。さらに、ケアする側の家族等も参画するという形で広がりを持てると良いだろう。独居の人の増加、子供世代と親世代の住んでいる地域の隔たり等の問題もある中、大企業とスタートアップの連携も含め、異業種の連携にもつながる。認証の話もあったが、表彰制度等は経営側としては企業が動くきっかけにはなりうる。モメンタムの観点からも、表彰制度は良い。認知を広げるにあたり、SNS、YouTube等の発信の場をつくることも効果的だ。プロセスを可視化し、ドキュメンタリーのように実際の場を動画として見るだけでいいだけでも効果はあるだろう。さらに、参画者の学び等のインタビューも付け加えることができると、より自分事化されるのではないか。
- 取組に参画した当事者へのフィードバックは本取組の本質であり、当事者参画型開発の位置づけに影響する。認知症の特徴として、進行性の病気であることがある。積極的

に活動されていた希望大使等が、症状が進行することにより、徐々に活動から卒業していくことがある。若年性認知症の場合、1年ほどで会話が難しくなるほど進行してしまうこともある。そうなった場合、医療・介護へ移行していくが、それ以降もなんらかのフォローアップの仕組みがあればよい。各地域で様々な取組が広がっており、各取組が連動することが望ましい。

【議題2：企業向け手引きの改定について】

- ビジネススクールでケースを作っている方に参画いただき、ケーススタディとして取り組むのもよいのではないか。好事例や教訓等を収集した手引きを作るのも一案だが、より現場で使いやすくするためケーススタディ型のケースを創り上げ、将来的には日本国内に限らず、ビジネススクールで発表するような方法もありうるのではないか。
- 読みやすい手引きを作っていただければありがたい。加えて、最近は、手引き・マニュアル等を簡潔に解説する動画も作られるケースが増えている。今回の手引きの改定と併せ、動画の制作も検討されてはどうか。これにより、周知普及の効果がより高まることが期待できると思う。
- 他産業の類似例だが、テクノロジー系の企業では、近年、ウェブサイトにおけるアクセシビリティ対応に注力している。法改正に伴う対応でもあるが、せっかく開発するのであれば、より便利なものを作りたいという機運が醸成されている。アクセシビリティの場合、色盲の方や目の見えない方でも我々と同じようにサービスを使うための工夫が求められているが、ミニマムな配慮のレベルではなく、さらに使いやすくするためにはどうすべきか、各企業が競い合い開発し、各社がアクセシビリティの本を出版するような動きも出てきている。当事者参画型開発の手引きは、初心者向けのガイドとして作成されているが、特に優れている事例を凝縮して紹介することも開発者にとってはインセンティブになるのではないか。特に良い事例を競争させ、より良い開発に繋げるかという観点で検討してみるのもよいのではないか。
- 手引き等により開発の基準を設けた場合、最低ラインを満たせばよいという考え方と、せっかくだから良いものを開発したいという考え方に二極化するのではないか。手引きの内容を最低限満たすという考え方ではなく、本来の趣旨に則り、手引きの内容に基づいて充実した対応をとる必要があると啓蒙するためには、表彰や認証等で好事例をアピールすることは重要だ。一方で、経済産業省事業として取り組む場合、業種やサービスの種類によっては、特定の項目においてそもそも最低ラインに達することしかできない場合もある。そのため、最低ラインと理想ラインの両方を提示したほ

うがよいのかもしれない。より良い製品・サービスを目指して取り組んだところに対しては、認定や表彰、コンペ等、なんらかの報酬があれば、手引きを活用した開発に繋がっていくのではないかな。

- 認知症等の社会課題に関するテーマに反応するのは、若い世代ではないか。企業にとっても、優良な人員を採用することは大きな課題であり、インセンティブになる。例えば、大学生が企業のインターンの中で、コンテスト形式で当事者参画型開発に取り組むことも一案ではないか。若い世代にも手に取りやすい手引きや SNS の活用により、若い世代からムーブメントを起こせればよい。そのようなことに取り組んでいる企業に対して良い印象を持つ学生もいるのではないかな。また、インターンで当事者参画型開発に取り組み、実際に製品化された場合、学生のモチベーションにも繋がると考えている。
- 企業向け手引きの見直し方針（案）として挙げられている①新しい認知症観や②認知症の基礎知識については、京都府の異業種連携協議会等の研修でも伝えている内容だ。③当事者参画型開発を行うことの企業にとってのメリットや⑤これまでの実践を踏まえた学び、具体的な事例については、特定の自治体で情報収集を行い、解説を行うことは難しいため、全国規模で取組を実施している経済産業省の手引きにおいて内容が充実することを期待している。従業員の規模やビジネスモデル等、企業にも様々あり、小規模の企業の場合はすぐに全社で合意がとれることもあるが、大企業では決裁を通すためのハードルが高いと聞いている。様々なパターンを事例として示し、研修等を通じて、企業に対して広く知らせることができないか。京都府の異業種連携協議会の中では③当事者参画型開発を行うことの企業にとってのメリットが見えにくく、取組がなかなか進まないという課題がある。また、京都府でも大学生から認知症施策の取組を一緒に行いたいという声があがっている。企業だけではなく、学生に対しても本事業に関する情報提供ができるような手引きとなればよい。
- 周辺領域で製品・サービスを知ってもらう工夫として、例えば、書籍で行われるように、第三者に見てもらい、応援コメントや解釈も含めた推薦文のコメントをもらうことも一案。本取組についても、認知症の人のためだけではなく、ユニバーサルデザインの観点から広く製品開発につながるものだということが語れるような有識者の方からレビューやコメントをもらうとよいのではないかな。企業の中でプロジェクトを実現するために決裁をもらえないという課題は根強くあるが、有識者からの推薦のある分野や注目の高い分野ということが客観的に示されれば、企業内でも伝えていきやすくなるのではないかな。

- 企業向け手引きの見直し方針（案）②認知症の基礎知識の充実とあるが、認知症の人との関わり方のノウハウだけを伝えてほしいとは考えていない。普通の人と同じように、関わる中で感じたことや思いを互いに伝えあう自然な関係性を作りたい。医学的な認知症の知識ではなく、企業の視点で当事者との取組がうまく進んだ際の工夫や、取組の中で気を付けたことに関する内容を充実させてほしい。
- 企業の担当者に認知症の人に対する固定概念があり、手引きの中に記載があったとしても、実際に相対したときにどのように接すればよいのか分からないと思っているのではないか。まずは友人や顧客と会話をするときと同じようにコミュニケーションをとりながら、会話の理解度や不得意なことを見極めていく方法を取ることが望ましい。文章だけではなく、動画があると分かりやすいかもしれない。
- 一昨年に、当事者参画型開発の手引きを作成した際に、当事者参画型開発を実践している企業にヒアリングを実施していたと記憶している。今年度も同様に、各企業がどのようなフェーズで、どのような目的で本事業に参画しているのか、開発を進めるにあたりどのような情報が必要か、ヒアリングをした上で、必要な情報を充実させていくのがよいのではないかと。
- 企業向け手引きについては、現行のような誰もが手に取れるようなものは入口として必要であるものの、企業担当者の立場であればさらに情報が必要だ。企業向け手引きですべてを網羅する必要はないが、担当者が段階的に学べるよう、階層的な学びのシステムを用意するのが良いだろう。すべて経済産業省事業で行う必要はなく、他の事業で作成されているものを活用しつつ、必要なリソースにたどり着けるような構成にしてほしい。
- 関わっている企業には、大企業やベンチャー、企業の中の役割も様々な方がいるため、それぞれの立場からヒアリング等で意見を確認するのがよいのではないかと。大企業の場合は、社内合意をとることが難しいことが課題と想定されるが、手引きに事例が掲載されていれば、社内への説明もスムーズかもしれない。ベンチャーは存続のために必死で取り組んでおり、本取組への参画によりブランディングに繋がっていることもあるため、大企業とは全く異なる意見が出る可能性がある。
- 企業向けという点では、経営的なインパクトを前面に出しすぎることに注意がいるが、認知症分野での当事者参画の取組がビジネスに貢献するものであることを示すことは、企業にとっても、取組を行いたい企業の担当者の上層部への説得材料としても重要ではないかと。現状、ビジネスとして取り組んでいることができている、もしくは取り

組んでいきたいと考えている企業は少ないかもしれないが、社会的にも役立ち、ビジネスとして成立する開発事例が出てくると変わってくるのではないか。

- ③企業にとっての意義・メリットに関する記述の充実についても、目指す方向性が明確になると売上やブランディング等も明確になるのではないか。評価を意識しつつ、気にかけていく、示せたら書き込んでいく、というサイクルがよいのではないか。

以上