

令和2年度 老人保健事業推進費等補助金

老人保健健康増進等事業

認知症の人本人の意見を企業等へつなぐ仕組みの構築等に

関する調査研究事業

株式会社 野村総合研究所

令和3(2021)年3月

第1章 本調査研究の背景・目的及び手法	2
1. 背景・目的	3
第2章 認知症の人の意見を取り入れるための仕組みの好事例調査.....	9
1. 認知症の人の意見を取り入れるための仕組み	10
2. 商品・サービスの登録や好事例の発信の手法に関する調査.....	17
第3章 有識者ヒアリング	23
1. ヒアリング調査の概要.....	24
2. ヒアリング調査の結果.....	26
第4章 好取組事例へのヒアリング調査.....	30
0. ヒアリング調査の概要.....	31
1. 京都府 認知症にやさしい異業種連携協議会.....	33
2. 福岡県福岡市 福岡版認知症アクション・アライアンス	40
第5章 総括	49
1. 総括	50

第1章

本調査研究の背景・目的及び手法

1. 背景・目的

1-1 本調査研究の背景

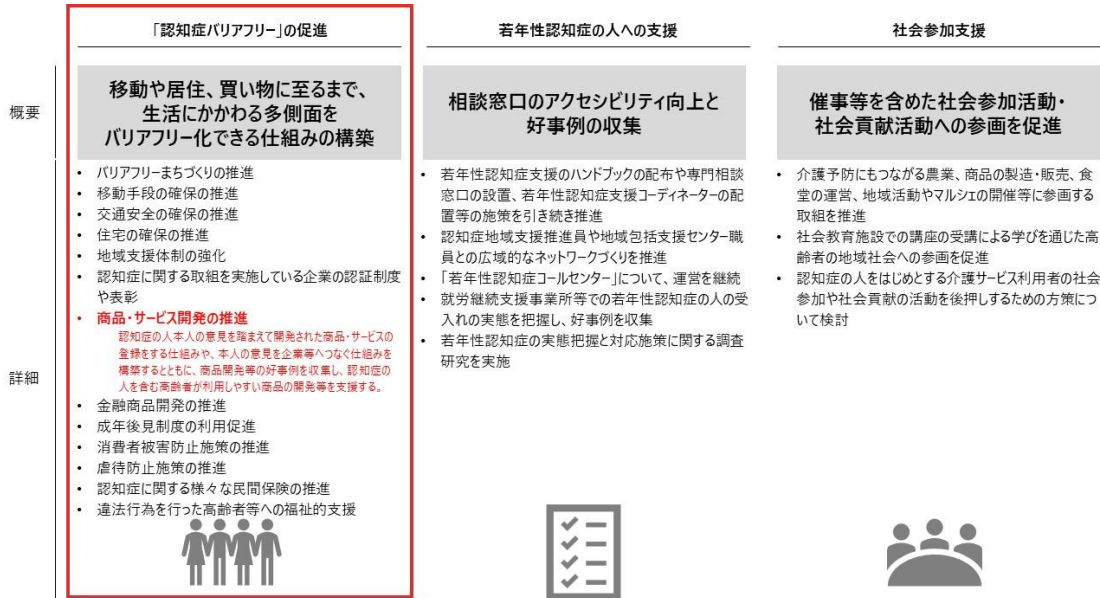
わが国では今後高齢化の進展に伴い、これまで以上に認知症の人が増えていくことが予測され、地域における認知症への対応が課題となっている。厚生労働省は関係省庁と共同で「認知症施策推進総合戦略～認知症高齢者等にやさしい地域づくりに向けて～（新オレンジプラン）」を平成27（2015）年1月27日に公表した。

さらに令和元（2019）年6月には、厚労省を中心に議論されてきたこれまでの枠組みを刷新し、政府主導のもと、「認知症施策推進大綱」がまとめられた。そのなかで、認知症バリアフリーの推進が謳われ、本人の意見を踏まえた商品・サービスの開発の推進と、それらの登録制度の新設が目標として掲げられている。

図1 認知症推進施策大綱(2019～2025)の概要

目指す社会と 施策の大筋	認知症の発症を遅らせ、認知症になっても希望を持って日常生活を過ごせる社会				
	認知症の人や家族の視点を重視しながら、「共生」と「予防」を車の両輪として施策を推進				
施策推進の柱	①普及啓発・本人発信支援 <ul style="list-style-type: none"> 認知症に関する理解促進 相談先の周知 認知症の本人本人からの発信支援 	②予防 <ul style="list-style-type: none"> 認知症予防に資する可能性のある活動の推進 予防に関するエビデンス収集の推進 民間の商品やサービスの評価・認証の仕組みの検討 	③医療・ケア・介護サービス・介護者への支援 <ul style="list-style-type: none"> 早期発見・早期対応、医療体制の整備 医療従事者等の認知症対応力向上の促進 介護サービス基盤整備・介護人材確保・介護従事者の認知症対応力向上の促進 医療・介護の手法の普及・開発 認知症の人の介護者の負担軽減の推進 	④認知症バリアフリーの推進・若年性認知症の人への支援・社会参加支援 <ul style="list-style-type: none"> <li style="color: red;">「認知症バリアフリー」の推進 若年性認知症の人への支援 社会参加支援 	⑤研究開発・産業促進・国際展開 <ul style="list-style-type: none"> 認知症の予防、診断、治療、ケア等のための研究 研究基盤の構築 産業促進・国際展開

図 2 認知症バリアフリーの推進・若年性認知症の人への支援・社会参加支援施策の概要



一方で、認知症の人にとって使いやすい商品・サービスや、認知症による生活障害に対応する商品・サービスの開発を、当事者の意見を取り入れて推進するにあたっては、課題も多い。商品開発を行う企業にとっては、そうした認知症の方本人のニーズを把握する機会は限られている。一方認知症患者も生活に様々な不便を抱えながらもそれを企業側に発信し、自らの生活における障壁を少しでも減らせるようにすることは1個人には難しい。

そうした現状を打破するため、近年は民間企業・大学・団体などを集めた協議会を組織し、製品開発を支援するとともに、製品や試作品を現場で実際に使用してもらおう実証フィールドを提供するといった取組も見られる。

また、本人のニーズを反映させた商品開発を推進する上で、それらの商品・サービス、あるいはその取組自体を登録し、広く世の中に発信するといった仕組みも必要になる。

こうした社会的ニーズや政策的な動向を踏まえ、認知症当事者が実現したいことやその実現に向けた課題を把握し、地域の企業や団体と共有し、課題の乗り越え方を検討する方法を模索することは意義が大きいと言えるだろう。

1-2 本調査研究の目的

このような問題意識に鑑み、認知症の人が暮らしやすい社会を作るとともに、その社会づくりに本人自身も企業も参画するような仕組みを作ること目的として、本調査研究ではデスクリサーチを通じて、認知症向けに開発された商品開発などにおける好事例を把握した。特に、好事例における体制構築の方法や、工夫についての情報を収集することで、今後そうした取組を展開していく上での参考となる情報を収集する。

また、今後の取組のあり方を模索するとともに、さらに広めていくための登録制度についても検討するため、すでに同様の取組に関与している方や専門家に対してヒアリングを行い、現状の課題や理想的なあり方についてのご意見をいただいた。さらに、有識者による検討会を開催し、認知症の本人の意見を収集し、企業などにつなぐための仕組みとして求められる機能や、今後の施策についても、次年度以降の活動に資するような形で取りまとめることを目的とした。

1-3 調査手法

(1) デスクリサーチの実施

認知症の方の意見を反映するための仕組みとして、現時点でどういったものがあるのかをWebサイトや記事などから調査した。調査の対象としては、すでに商品やサービスの開発に至ったものにとどまらず、協議会やヒアリングの場を開催しているものも含めて調査した。

(2) 有識者ヒアリング調査の実施

認知症の方のご意見を企業などにつなぐための仕組みを検討するにあたり、すでにそうした取組を主催する方や、当事者団体などで当事者の意見を聞いている方、民間事業者の方など、様々な立場の方にお話しを伺った。

ヒアリングでは、認知症の方の意見を企業につなぐためのプラットフォームとしてどういった仕組みが求められるか、認知症の方の意見をうかがう上での注意点・必要な工夫などはどういったものが求められるかといった視点でご意見を頂戴した。

また、ヒアリングの内容を踏まえ、事業の取組のステップごとに想定される課題についてもとりまとめ、今後の施策検討に役立てられるようにした。

さらに、企業側の参画を促進し、認知症の方の意見を取り入れていくためにも、商品・サービスなどを登録するためにはどういった仕組みや配慮が必要かについてもご意見を伺った。

(3) 好取組事例へのヒアリング調査

企業などが認知症の方の意見を直接聞くための場を設ける意味で、今後は自治体の役割が非常に重要になってくると思われる。そこで、自治体が主体となって先進的な取組をされている、京都府、福岡県福岡市の2自治体については、詳細なヒアリングをさせていただいた上で、事例を取りまとめた。双方ヒアリングの機会をいただいたほか、開催されたミーティングや発表会などにも参加させていただき、実施の上での工夫や課題、将来展望などについても調査をした。

(4) 検討会の開催

認知症の日本人の意見を企業等へつなぐ仕組みの構築等に関して、商品開発を行った企業及び会議事業所などへのヒアリングや、他分野も含めた商品開発における認証・登録制度のあり方のデスクリサーチを基に、認知症の人の意見を反映した商品開発の仕組みとして望ましいあり方や登録制度のあり方を検討するために、有識者からの学術的な意見や民間企業及び当事者団体の現場の声を取り入れることは重要である。

本調査研究では、上述の直近の情勢変化なども踏まえ、本事業がより効果的に認知症の日本人の意見を企業等へつなぐ仕組みを構築できるよう、また、認知症の人が暮らしやすい社

会を作るために、認知症の人向けに開発された好事例や認知症の人本人の意見を踏まえて開発された商品・サービスを登録する仕組みのあり方についての検討を行うことを目的として、次頁の構成による「認知症の人本人の意見を企業等へつなぐ仕組みの構築等に関する検討会」を設置し、検討を行った。

本検討会では、下記の論点とした上で議論を行った。

図 3 開催日程および論点

回数	日程	論点・議題
第1回	令和3（2021）年 2月15日	<ul style="list-style-type: none"> ・認知症の方の意見を集約し、企業の活動に反映させるために必要な仕組み ・仕組みを実現するうえで想定される課題と、それを乗り越えるうえで求められる取組や工夫
第2回	令和3（2021）年 3月10日	<ul style="list-style-type: none"> ・認知症当事者・企業双方の参画の促すための工夫 ・取組を広げるために必要な事例や情報の提供 ・取組を深化・発展させ、課題のプラットフォーム化を進めるための工夫
第3回	令和3（2021）年 3月16日	<ul style="list-style-type: none"> ・認知症の方本人の意見を聞き、企業の商品・サービス開発に生かすための仕組みとして望ましい形 ・取組を広げるための事例や情報の在り方、今後の課題

**認知症の人本人の意見を企業等へつなぐ仕組みの構築等に関する検討会
構成員名簿**

<委員> ※敬称略

座長	堀田 聰子	慶應義塾大学大学院 健康マネジメント研究科 教授
委員	鈴木 森夫	公益社団法人 認知症の人と家族の会 代表理事
	藤田 和子	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
	鬼頭 史樹	名古屋市北区地域包括支援センター
	中村 早苗	京都府 健康福祉部 高齢者支援課
	高原 達也	一般社団法人 セーフティネットリンケージ 代表理事
	塚田 公香	イオン株式会社 環境・社会貢献部
	小沼 亮太	第一生命保険株式会社 Dai-ichi Life Innovation Lab マネージャー
	下田 健太	第一生命ホールディングス株式会社 イノベーション推進ユニット マネージャー

第2章

認知症の人の意見を取り入れるための 仕組みの好事例調査







1. 認知症の人の意見を取り入れるための仕組み

1-1 認知症の人の意見を取り入れている組織・団体などの調査

調査を開始する上に、認知症の方の意見を取り入れるような場を設けているような組織・団体などはどういったあるのかについて公開情報から調査を行った。

(1) 認知症の人の意見を取り入れるための仕組みのパターン

図 4 仕組みの主な分類

	 A. インターネット上でのニーズ収集	 B. 行政等による公募	 C. 協議会・イベント等でのマッチング
	<ul style="list-style-type: none"> インターネット上に専用サイト等を受け、多くのユーザーのニーズを収集する。 Webサイト上の入力フォームに従って、要望等を書き込むとともに、書き込まれた要望をリスト化して公開。 	<ul style="list-style-type: none"> 行政などの公共性・代表性の高い主体が、特定のテーマを設定し、それに関連するニーズを募集する。 募集されたニーズは個人が分からない形で公開されるケースが多いが、掲載方法は様々である。 	<ul style="list-style-type: none"> 当事者と企業担当者が交流する場を設け、直接ニーズを開き、商品開発の参考にする。 幅広く自由に意見交換を行うケースや、事前に主催者が双方のニーズを聞いた上でマッチングさせるケースもある。
メリット	<ul style="list-style-type: none"> 全国的に幅広く多くの意見を収集できる。 少数の意見ではなく、数が集まることで、ビジネスへの検討につながりやすくなる。 	<ul style="list-style-type: none"> 地域課題や事業可能性を踏まえた募集ができる。 	<ul style="list-style-type: none"> 事業アイデアや自社のケイパビリティに応じて柔軟な質問ができる。 関心のある事柄について深くニーズを聞くなども可能になる。
デメリット	<ul style="list-style-type: none"> インターネットを使って意見を発信できる人に利用が限定される。(認知症当事者の方に発信してもらうためには工夫が必要) 情報の整理・審査等の仕組みが必要となる。 	<ul style="list-style-type: none"> 情報量に乏しい可能性がある。 期間が限定的のことが多く、継続性がない。 	<ul style="list-style-type: none"> 意見収集できる人数に限りがある。 イベントが実施できる場所や日時が限定される。
事例	AMED 医療機器アイデアボックス 公開中のニーズ  (AMED「医療機器アイデアボックスHP」より)	静岡県 「社会ニーズを踏まえたテーマ設定型新技術」の公募  (静岡県HPより)	京都府「認知症にやさしい」異業種連携協議会 認知症未来共創ハブ など  (「認知症にやさしい」異業種連携協議会HPより)

(出所) 国立研究開発法人日本医療研究開発機構、静岡県、京都府 HP より

(2) 認知症の人の意見を取り入れるための仕組みの運営パターン

認知症の人の意見を取り入れるための仕組みとして、協議会などの場を設けていたり、企業などが積極的に当事者と協働していたりするような仕組みについて調査した。

好取組事例には大きく分けて行政主導、学術団体・NPO 主導型・民間企業主導型の 3 パターンがある。基礎自治体や都道府県が主体となる行政主導型は、単発イベントのみならず、継続的な協議会を開催しているケースも見られる。学術団体や民間企業主導の場合、サービスの実現まで一貫通貫で行っている事例が多い。

具体的な調査事例については下図に示す。継続的に協議会を開催していたり、多くの企業を巻き込んでの実施ができていたりするような先進的な事例については、内容についての詳細調査を行った（下図の青く色づけされたもの）。

図 5 主体別の取組の動き

■ 行政主導型

時期	協議会名	主導団体・企業	参加団体・企業	取組概要
2016年3月	認知症アクションアライアンス れもねいど	宇治市（京都府）	学校やNPO法人、自営業者等を含めた約60の 団体・企業	<ul style="list-style-type: none"> 毎年3月に、各年度の取り組みを報告するフォーラムを実施 2019年度は、認知症当事者の声を各企業が事業活動に生かせるよう、企業・団体に加え認知症当事者を交えたグループミーティングを実施
2018年11月	まちだDサミット	町田市（東京都）	鶴川サナトリウム病院 交通エコロジー・モビリティ財団 スターバックス 桜美林大学 などに加え、 町田市の市民約400人	<ul style="list-style-type: none"> 当事者の講演やパネルディスカッションを実施したのちにテーマを分けて事業者と当事者でセッションを実施
2018年12月	“認知症にやさしい” 異業種連携協議会	京都府	京都高齢者あんしんサポート企業を中心とした 19企業に加え、当事者団体「認知症の人と家 族の会京都支部」も参加	<ul style="list-style-type: none"> 検討会の実施 シンポジウムの実施
2019年8月	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	経済産業省	イオンモールなどの民間企業担当者や学識者等 を中心に26名	<ul style="list-style-type: none"> 生活を支える広範な産業（例：金融・IT・住まい・食・見守り等）と公的機関・医療・福祉・当事者関係者等が連携したイノベーション創出に向けた検討を行う場として報告書を取りまとめるための検討会を実施 当事者にはアンケート調査を実施
2019年11月	福岡版認知症 アクションアライアンス	福岡市（福岡県）	多種多様な業種を含む約40社	<ul style="list-style-type: none"> 企業向けの勉強会を実施

■ 学術団体・医師会主導型

時期	協議会名	主導団体・企業	参加団体・企業	取組概要
2018年12月	認知症未来共創ハブ	慶應義塾大学エルビーイング リサーチセンター 日本医療政策機構 (NPO法人) 認知症フレンドシップクラブ (NPO法人) Issue+ design (NPO法人)	(パートナー自治体) 福岡県福岡市など6自治体 (パートナー企業) SILVER WOOD 武田薬品工業株式会社	<ul style="list-style-type: none"> 共創ワークショップの実施 当事者ナレッジライブラリーの構築 認知症 + DESIGN（認知症デザインの理論研究・国内外の事例分析・フィールドワークの実施）
2019年2月	なし (企業と医師会が一体となり、サービス提供)	一般社団法人 岩手西医師会 (やまぼうしネットワーク)	スーパーマイヤ滝沢店	<ul style="list-style-type: none"> 店員・パートナーの育成・体制づくり スローショッピングの実施 「くつろぎサロン」の設置
2019年9月	金融機関高齢顧客対応ワー キンググループ (COLTEM)	弘前大学COI	マネーフォワード・アスコパートナーズ 京都府立医科大学・京都銀行など銀行各社 第一生命保険株式会社など保険会社各社 みずほ情報総研	<ul style="list-style-type: none"> 当事者が安心して資産管理ができるようなサービスの検討

※COLTEMとは認知機能が衰えても財産管理ができるよう、高齢者の意思決定を支えるシステム作りを金融機関を巻き込んで進めているプロジェクトのことである。

■ 民間企業主導型

時期	協議会名	主導団体・企業	参加団体・企業	取組概要
2017年7月	なし (企業同士の協力関係)	株式会社メディアヴァ	東急不動産	<ul style="list-style-type: none"> 認知症デザインの原則（英国スターリング大学認知症サービス開発センター作成）をもとに、介護施設の認知症デザイン導入とDSDC認証取得を支援
2018年10月	なし (直接商品開発を実現)	京都福祉サービス協会「高齢者福祉施設 西院」	左記施設スタッフと在籍する当事者 販売は地域のカフェ等が協力	<ul style="list-style-type: none"> Siteプロジェクトと名付け、当事者の意見を反映しながら一般市場でも利用可能な商品を開発・販売
2018年12月	なし (直接商品開発を実現)	DFCパートナーズ ※NPO法人「認知症フレンド シップクラブ」の関連法人	朝日新聞社、アルフレッサ株式会社、アフラック 生命保険株式会社、メットライフ生命保険株式 会社	<ul style="list-style-type: none"> 認知症当事者に実際に使用してもらいながら、認知症にやさしい財布の開発を実現
2019年7月	湘南会議	湘南ヘルスイノベーションパーク ※武田薬品工業株式会社が 設立	朝日新聞社、アルフレッサ株式会社、アフラック 生命保険株式会社、メットライフ生命保険株式 会社	<ul style="list-style-type: none"> 協議会・座談会の実施 認知症に関する新しいビジネスモデルを考案

(出所) 宇治市れもねいど HP、「認知症に関する官民連携プラットフォームの作成に関する報告書」、まちだ D サミット HP、「認知症バリアフリー社会の実現等に関する調査研究事業報告書」、日本認知症官民連携協議会「認知症アクションアライアンスワーキンググループ（経済産業省）中間報告書及び HP、福岡市 HP、認知症未来共創ハブ HP、「認知症バリアフリー社会の実現等に関する調査研究事業報告書」、「スローショッピングははじめました」～認知症になってもやさしいまちは誰にとってもやさしい～岩手県滝沢市」記事、社会福祉法人京都福祉サービス協会高齢者福祉施設西院 HP、dfshop 財布プロジェクト 報告会議レポート、湘南ヘルスイノベーションパーク HP より

(3) 認知症の人の意見を取り入れるための好事例

① 京都府「認知症にやさしい異業種連携協議会」

京都府では、他の自治体に先駆けて異業種連携協議会が設置され、多くの異業種企業に加えて認知症の人と家族の会も参加している点に特徴がある。異業種連携協議会には、認知症の人と家族の会が検討会やシンポジウムに参加しており、当事者の声が企業に直接届く仕組みとなっている。詳細については第4章に記載する。

図 6 京都府の事例詳細



認知症当事者の意見を聞き、反映する方法

- 当事者団体「公益社団法人 認知症の人と家族の会」が協議会メンバーとして参加し、共同宣言の作成等の検討会に関与
- 企業の担当者が行う認知症の人にやさしい商品デザインについてのディスカッションに、認知症当事者や介護専門員がフィードバックを実施

今後の方針

- 協議会に参加する企業の輪をさらに拡大し、活動の幅を広げる
 - 7月に、興味のある人はだれでも参加できる「認知症にやさしいサービスをみんなで考えてみる会」をオンライン上で実施予定

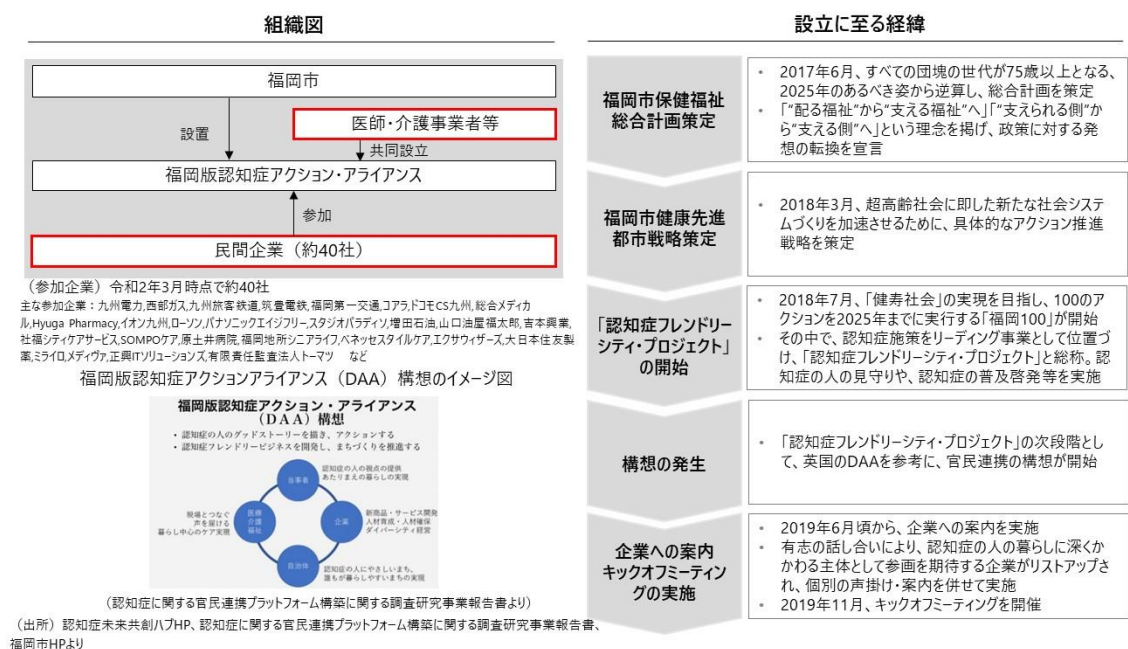
(出所) 認知症にやさしい異業種連携協議会 HP、認知症施策における官民連携の好事例に関する調査研究事業報告書、

COLTEM HP、日経ビジネス記事より

② 福岡県福岡市「福岡版認知症アクション・アライアンス」

福岡市では、英国の事例を参考に、医師・介護事業者なども発起人となって、約40社にも及ぶ民間企業を巻き込み、認知症にやさしいまちづくりの準備を行っている。新型コロナウイルス感染拡大の影響を受けて、一部オンラインでの開催となっているが、当事者の希望を叶えるための取組など様々な工夫をしている。こちらについても詳細については第4章に記載する。

図7 福岡市の事例詳細



取組内容

検討会・勉強会等

キックオフミーティング	<ul style="list-style-type: none"> ①参加企業が来週からのプログラムの一部を体験 ②主催者が企業と対話し、企業ニーズや現状を知る ③認知症当事者への質問募集と回答 ④グループディスカッションの実施
-------------	---

認知症当事者の意見を聞き、反映する方法

- 若年性認知症当事者も含めた認知症当事者と企業担当者との対話・ディスカッションを実施
 - 自己紹介
 - 認知症の人から見えている世界・生活で困っていること
 - 伝えたいこと
 など語る
- 認知症当事者への質問を募集し、次回の協議会にて回答を実施

今後の方針

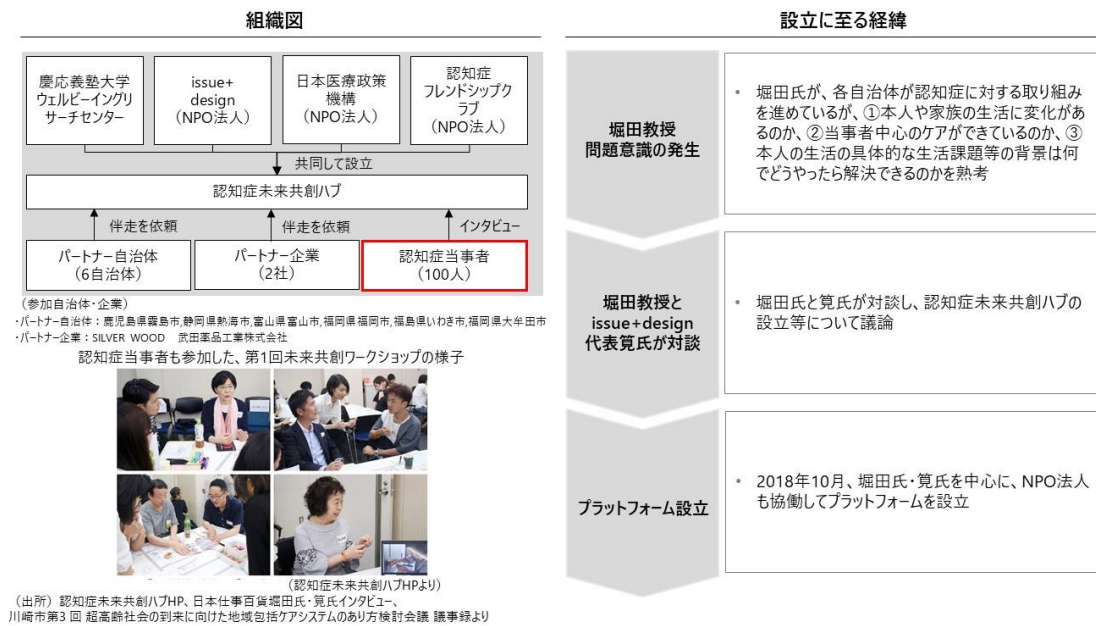
- 「認知症フレンドリーシティ・プロジェクト NEXT」として、内容を発展・継続
 - 企業に対する認知症に関する勉強会の実施
 - 企業との認知症の人等とのミーティング
 - 企業ネットワークの構築の場の設定
 - 各企業の取組の支援
 - 交通機関での外出のサポート
 etc...

(出所) 認知症未来共創ハブHP、認知症に関する官民連携プラットフォーム構築に関する調査研究事業報告書、福岡市HPより

③ 認知症未来共創ハブ

認知症未来共創ハブは、本人中心の政策提言や企業との実証を目的に、認知症当事者 100 人インタビューの実施や、自治体・企業のコンサルティングを実行している。インタビューやワークショップに認知症当事者を巻き込み、その声を伝達・発信する仕組みや、生活課題や心身機能障害を可視化している仕組みに特徴がある。

図 8 認知症未来共創ハブの事例詳細



取組内容

検討会・勉強会等

共創ワークショップ	①学生・チームを作成し、衣食住などの多分野で、認知症にやさしい商品・サービスの在り方を議論 ②チーム内の認知症当事者から、困りごとやエピソード等を聴講
パートナー自治体・企業の支援	地域の現状と課題を洗い出し、講座を実施したうえで、各地域・各企業に合ったプロジェクトを支援

発信活動、商品化・サービス化

当事者ナレッジライブラリー	当事者100人インタビューを実施し、発症から現在に至るまでの様々な出来事や生活課題等の情報をあつめ、それを記事化して集積・発信することに加え、生活課題や心身機能障害をマッピングするなどして整理
認知症 + DESIGN	デザイン理論研究や事例分析、フィールドワーク、当事者の声をもとに、認知症デザインの方法論を記事化

認知症当事者の意見を聞き反映する方法

- ・当事者ナレッジライブラリーにおいて、当事者の日常の要望や困難を記載、発信し、また当事者が抱える生活課題・心身機能障害を整理
- ・共創ワークショップにおいて、認知症当事者も交えたチームを作成
 - ・その当事者から各チームごとに認知症に関するストーリーをインプット
 - ・認知症当事者も交えたディスカッションを実施

今後の方針

- ・発信活動を継続するとともに、継続的にパートナー自治体・企業・市民を募集していることから、活動をさらに広げるものと考えられる。

（出所）認知症未来共創ハブ HP、日本仕事百貨堀田氏・寛氏インタビュー、

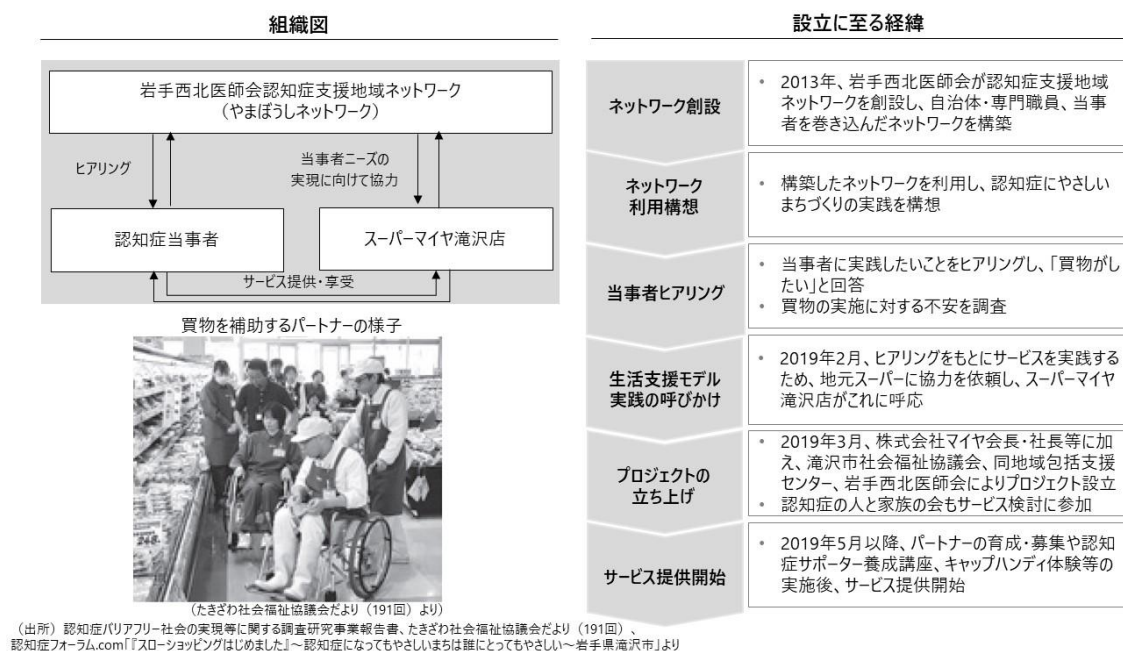
川崎市第3回超高齢社会の到来に向けた地域包括ケアシステムのあり方検討会議議事録より

④ 認知症支援地域ネットワークとスーパーマイヤ滝沢店

認知症支援地域ネットワークでは、医師会発の地域ネットワークにより、サービス提供者を巻き込んで実際にサービスを提供することを実現している。

具体的には、認知症の人が滞りなく買物ができるスローショッピングの実施や、当事者同士や専門職員と会話できるくつろぎサロンといった取組を実現している。

図 9 認知症支援地域ネットワークの事例詳細



(出所) 認知症バリアフリー社会の実現等に関する調査研究事業報告書、たきざわ社会福祉協議会だより (191回)、認知症フォーラム「スローショッピングはじめました」～認知症になってもやさしいまちは誰にとってもやさしい～岩手県滝沢市より

取組内容

検討会・勉強会等	
研修の実施	店員・パートナーが認知症の人の買い物を補助できるよう、準備段階として認知症サポーター養成講座やキャップハンディ体験などを開催
発信活動、商品化・サービス化	
スローショッピング	①パートナーによる買物の支援 ②認知症サポーター養成講座を受講した従業員による、専用のスローレジを使った会計
くつろぎサロン	店舗内のカフェコーナーにて、パートナーや地域包括支援センター、社会福祉協議会のスタッフや医師、看護師などが参加し、認知症当事者同士や家族、また専門職に相談する場として活用

認知症当事者の意見を聞き、反映する方法

- やまぼうしネットワークが認知症当事者にヒアリングを実施
 - 生活の中で実践したいことや、買い物をするにあたっての不安要素は何かといった点を調査
- 認知症の人と家族の会も参加し、サービス検討

今後の方針

- 本取組は継続的に実施 (毎週木曜日13時～15時)
- 取組を住民全体の市民運動に展開し、地元の自治会や社会福祉協議会、認知症の人と家族の会、認知症サポーターが主体的に活動できる状況を創出
- 取組の横展開も想定

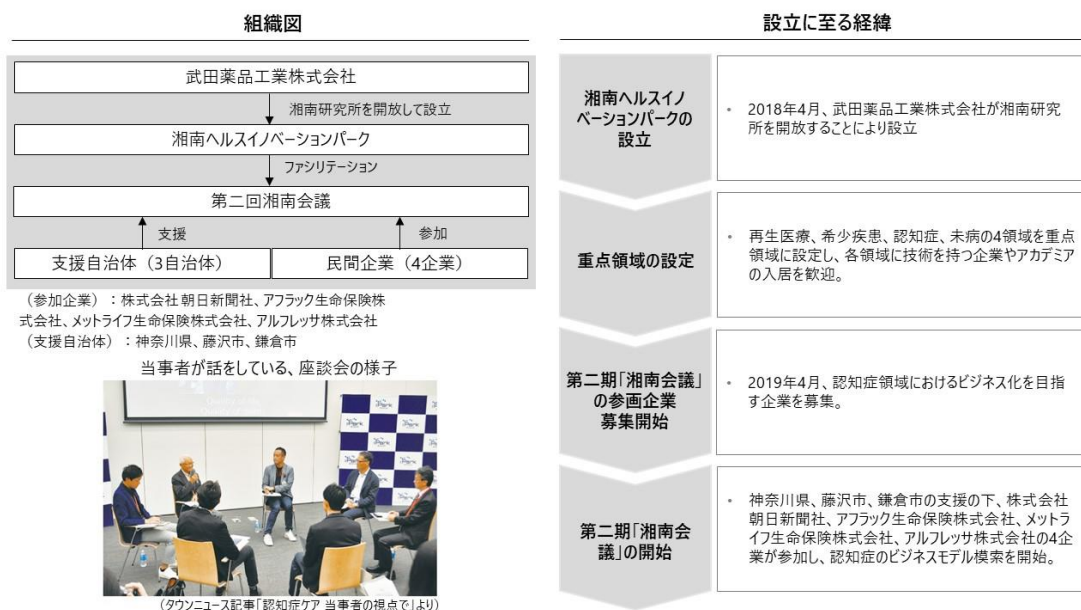
(出所) 認知症バリアフリー社会の実現等に関する調査研究時局報告書、たきざわ社会福祉協議会だより (191回)、認知症フォーラム.com、「スローショッピングはじめました」～認知症になってもやさしいまちは誰にとってもやさしい～岩手県滝沢市より

⑤ 湘南会議

第二回湘南会議では、湘南ヘルスイノベーションパークの重点領域の一つである、認知症領域のビジネス化を目指し、4つの民間企業が参加してビジネスモデルの考案を行った。

参加企業3社が主体となって3つの新しいビジネスモデルを考案し、認知症当事者を巻き込んでビジネス化を目指すと宣言している。

図 10 湘南会議の事例詳細



取組内容

検討会・勉強会等

協議会	認知症領域におけるビジネス構築を目指した協議を実施
座談会	開発プログラムの構築を目的に、株式会社あおいけあ、ワーキングデイわかば、一般社団法人かまくら認知症ネットワークなど、認知症当事者および、認知症にかかわりの深い方々との直接のディスカッションを実施
発信活動、商品化・サービス化	
啓発Pass Wayプロジェクト （主体：アルフレッサ株式会社）	認知症啓発イベントへの参加により人々が起こす行動変容を、ARやVRなどを活用し検証 検証結果をもとに、人々が興味を持って継続して関わる場所を作ることにより、認知症早期発見への道へとつなげる。 将来的には地域と連携する連携Pass Wayとして拡大していく。
湘南会議版 オレンジリング活動プロジェクト （主体：アフラック生命保険株式会社）	認知症とともに生きる人々が、地域コミュニティや趣味コミュニティとの関係を築いたり、 またケアサポートなどを気軽に活用できるサービスを検討
本人視点の映像化プロジェクト （主体：朝日新聞社）	認知症に関心を持たない人達を含めて、容易にアクセスできるエンターテインメント性のある映像作品を制作 認知症とともに生きる人の立場で物語を作り、感動や共感を生むことで、誤解や思い込みを取り除き、認知症に対する見方を変えていく。

認知症当事者の意見を聞き反映する方法

- 座談会において、当事者や関係者との直接のディスカッションを実施

今後の方針

- 会議自体は2019年11月に終了
- 各主体企業のもと、認知症当事者、家族、関係者、自治体などと密に連携しながら、商品化や事業化を目指す。

（出所）湘南ヘルスイノベーションパーク HP、アルフレッサヘルスケア HP、タウンニュース記事より

2. 商品・サービスの登録や好事例の発信の手法に関する調査

2-1 商品・サービスの登録制度のあり方

(1) 商品・サービスの登録制度のあり方に関する調査

商品・サービスを紹介するためのプラットフォームとしては、多くのパターンが存在するが、運営主体や登録基準、公開方法によりその特性が異なる。特に、運営主体によって設置目的が異なり、その目的に合わせて基準や公開方法を選択している。

図 11 商品・サービスの紹介・登録プラットフォーム分類とその特徴

① 運営 主体	A. 民間企業		B. 行政機関		C. 官民連携グループ	
	<ul style="list-style-type: none"> サービス利用者と企業をつなぐことでビジネス上の大きなインパクトが発生する分野や、CSR的側面の大きい分野に多い。 		<ul style="list-style-type: none"> 民間企業に実施してほしいSDGsなどの社会課題や地産地消など地域課題に対する取組や先進事例について紹介する側面が大きい。 		<ul style="list-style-type: none"> 多くの場合は国や自治体が発起人となり、国・自治体や企業のみでは基準作成や規模の確保が難しい場合に設置されることが多い。 	
	事例1,事例2		事例3,事例4		事例5,事例6	
② 登録 基準	a. 行政機関作成	b. 第三者機関作成	c. 業界団体作成	d. 官民連携グループ作成	e. 民間企業作成	
	<ul style="list-style-type: none"> 法律やガイドラインが基準となる場合が多く、客観性が保たれている場合が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 登録主体の考えが波及しにくく、客観性が保たれている場合が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 業界特性を踏まえた、細やかな指標を作成している場合が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> 研究会などで、議論を経て基準が作成されることが多く、官民両方からの意見を反映した基準となる場合が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ビジネスとして成立することや、CSR的側面を重視するため、客観的指標である場合は少ない。 	
	事例3,事例4,事例6	事例1	事例4	事例5,事例6	事例2	
	I. ロゴマーク作成等		II. 検索可能リスト（検索サイト等）		III. 検索不可能リスト（Excel・PDF等）	
	<ul style="list-style-type: none"> 制度や商品・サービスの認知度を高めるために掲示されることが多い。 ロゴやステッカーであれば、登録主体各自で印刷可能である場合が多い。 		<ul style="list-style-type: none"> 特定の情報を得たい消費者や企業が商品・サービスを発見しやすく設計されており、購入まで可能な場合もある。 		<ul style="list-style-type: none"> 運営主体の修正したリストを、そのまま発表している場合が多い。 	
事例3,事例4,事例5,事例6		事例1,事例4,事例6		事例3,事例5		
③ 公開 方法						

楽天株式会社は、SDGsに合致する商品を登録しており、その際に他の認証を利用して
いるほか、独自に審査を行っている。またプラットフォームを盛り上げるため企業と消費
者両者に啓発を行っている。

図 12 楽天株式会社の事例詳細

事例1：EARTH MALL with Rakuten				
事例分類	①運営主体	A. 民間企業主体型（楽天株式会社）	スキーム	
	②登録基準	b. 第三者機関作成（海洋管理協議会や水産養殖管理協議会など）、e. 民間企業作成		
③公開方法	II. 検索可能リスト（購入まで可能）			
特徴	<ul style="list-style-type: none"> 客観性を確保するために第三者機関に認められた商品を流通させている。 企業独自の基準での商品紹介も行っている。 一方で、プラットフォームの活性化のため、企業と消費者両者に啓発を行っている。 		イメージ	
事例詳細	<ul style="list-style-type: none"> SDGsへの貢献のため、MSCなどの第三者機関から環境や人権への配慮をしていると認証を受けた商品や、原料や製造の過程で環境や社会に配慮している商品だけを紹介、販売している。 認証を受けていない場合は、EARTH MALL with Rakutenの編集部およびキュレーターにより、「未来を変える買い物」であると判断された場合は紹介される。 企業向けにサステナビリティに関するeラーニングを実施するとともに、消費者向けにはオリジナル記事を掲載するなど、利用者の増大施策も実施している。 			

（出所）EARTH MALL with RAKUTEN サイト、日経新聞記事より

東和銀行は、取引先の商品を登録し、消費者に購入してもらうサイトを運営している。
一定の審査はあるものの、取引先であれば基本的に掲載できるようになっている。

図 13 東和銀行の事例詳細

事例2：TOWAお客様応援サイト				
事例分類	①運営主体	A. 民間企業主体型（東和銀行）	スキーム	
	②登録基準	e. 民間企業作成		
	③公開方法	II. 検索可能リスト（購入まで可能）		
特徴	<ul style="list-style-type: none"> 東和銀行の取引先であれば申請を行うことができ、銀行側で法令違反等が無いかの審査を行った後に掲載が可能となる比較的寛大なルールとなっている。 銀行のホームページ上に取り組みが強調されており、消費者認知を高めようとしている。 		イメージ	
事例詳細	<ul style="list-style-type: none"> 東和銀行の取引先であれば申請を行うことができ、銀行側で法令違反等が無いかの審査を行った後に掲載が可能となる。 食品や日用品、の観光サービスなど幅広い商品やサービスが掲載されており、事業者数は小規模事業者を中心に約80社にわたる。 新型コロナウイルスで売上が減少する企業への支援の側面が大きい。 			

（出所）東和銀行 HP、日経新聞記事より

広島県は、県が作成した基準をもとに各企業の商品を登録しており、登録された商品を公共事業において率先して使用する取組を実施している。

図 14 広島県の事例詳細

事例3：広島県リサイクル製品登録制度			
事例分類	①運営主体	B. 行政機関主体型（広島県）	スキーム
	②登録基準	a. 行政機関作成	
	③公開方法	I. ロゴマークの付与、III. 検索不可能リスト	
特徴	<ul style="list-style-type: none"> 地方自治体が主体となり、独自に基準を作成して登録を促している。 登録された商品は県が使用するというインセンティブがある点に特徴があり、その使用量も毎年発表される。 		イメージ
事例詳細	<ul style="list-style-type: none"> 広島県内で製造されるリサイクル製品の登録を実施。登録された製品は「登録マーク」および「広島県リサイクル製品（第一種・第二種）」の表示を製品等に表示することが可能となる。 登録製品は県の事務・事業で優先的に使用されるというインセンティブも存在している。 広島県の公共工事を受注した事業者には、工事で使用した登録リサイクル製品の実績等について報告を依頼している。 		

(出所) 広島県 HP より

東京都は、都が作成した基準のほかに業界団体の作成した基準も用いて各企業の対策を啓発しているとともに、ステッカーやマップなどの公開にも力を入れている。

図 15 東京都の事例詳細

事例4：東京都感染防止徹底宣言ステッカー			
事例分類	①運営主体	B. 行政機関主体型（東京都）	スキーム
	②登録基準	a. 行政機関作成、c. 業界団体作成	
	③公開方法	I. ステッカーの付与、II. 検索可能リスト	
特徴	<ul style="list-style-type: none"> 東京都が作成した基準のほかに、業界別のNPO・NGOが主体となって策定したガイドラインの代用が認められており、各業界の細かなチェック項目が存在している。 		イメージ
事例詳細	<ul style="list-style-type: none"> 東京都内の事業者が、業種ごとのチェックシートをもとに感染防止対策が十分かチェックを実施する。 登録された店舗は「感染防止徹底宣言ステッカー」が掲示可能となるうえ、東京都ホームページ上に検索可能な形で掲載される。 ステッカーは各自で印刷し、店の店頭等に掲示している。 現在、約17万の事業者が登録している。 		

(出所) 東京都 HP より

せとうち DMO では、独自に作成した基準に合致する商品をリスト化し、ロゴマークを付与して消費者に分かりやすい形でブランディングを行っている。

図 16 せとうち DMO の事例詳細

事例5：瀬戸内ブランド登録制度			
事例分類	①運営主体	C. 官民連携グループ主体型（せとうちDMO） ※瀬戸内海周辺の都道府県と企業との共同観光協会	スキーム
	②登録基準	d. 官民連携グループ作成	
	③公開方法	I. ロゴマーク、III. 検索不可能リスト	
特徴	<ul style="list-style-type: none"> 「せとうちブランド」を定着させるため、コンセプトと合致しているか等、基準と合致する商品が多いよう適度な基準を設け、幅広く商品を集積している。 		
事例詳細	<ul style="list-style-type: none"> 瀬戸内に根差した商品のブランディングと販売促進のために商品の登録を実施。 登録するとリストに掲載されるうえ、ロゴマークを商品に貼付して販売することができる。 現在、約1000の商品が登録されている。 比較的小規模な事業者も利用しており、販路拡大につながっていると考えられる。 		

(出所) 日経新聞記事、せとうち GMOHP より

GPN は、独自に作成したガイドラインのほかに法律を登録基準として客観性を担保している。サイト上では検索がしやすいようにカテゴリー別検索などの工夫を行っている。

図 17 グリーン購入ネットワークの事例詳細

事例6：エコ商品ねっと			
事例分類	①運営主体	C. 官民連携グループ主体型（グリーン購入ネットワーク（GPN））	スキーム
	②登録基準	a. 行政機関作成、d. 官民連携グループ作成	
	③公開方法	I. ロゴマーク作成、II. 検索可能リスト（購入も可能）	
特徴	<ul style="list-style-type: none"> 官民連携グループが研究会等を経て作成された登録基準（GPNグリーン購入ガイドライン）と法律（グリーン購入法）とを登録基準として併せて使うことで、客観性を高めている。 		
事例詳細	<ul style="list-style-type: none"> GPNガイドラインに基づく環境型配慮製品をネット上に集積し、検索できるようになっている。 ガイドラインの適合に加え、グリーン購入法への適合も併せて表記しており、申請すればエコ商品ねっとに掲載されていることを製品に表示できる。 商品検索時は、リストが商品名での検索や・カテゴリー別の検索などが可能で、商品を見つけやすくなっている。 現在約1万5千にも及ぶ商品が掲載されている。 		

(出所) GPNHP、エコ商品ねっとより

3. 当事者が商品・サービスを評価するための仕組み

3-1 当事者による評価制度の仕組みのあり方

利用者の参加を促進するための工夫の一つとして、当事者の意見を活用して作られた商品・サービスを掲載して利用者に情報を提供する仕組みが考えられる。実際の利用者からのレビューなども掲載することで、双方向型の仕組みを構築できるのではないかとの観点から、消費者による評価を行うプラットフォームの仕組みについても調査を行った。

図 18 消費者による評価を行うプラットフォームのまとめ


企業名	登録対象	名称	概要	消費者の声を聴く仕組み	サービスの登録・集積方法
プラススタイル株式会社	商品 (IoT商品)	+Style		企業が投稿したアイデアや商品を、サイト上に掲載し、興味を持った一般ユーザーや購入希望者から意見を募集し、ともに商品を作り上げることが可能。	+ Styleサイト上で購入が可能な形で集積されている。その後、一般販売前の完成商品などを、先行や数量限定で販売し、購入者の意見を聞く場としても活用可能。
(株) Be-project・(有)ライフ・エモーション (共同運営)	サービス (多目的トイレ)	多目的トイレマップ		マップ上に示されている多目的トイレについて、ユーザーがレビューやコメントを登録可能。登録ユーザーの声は直接、非登録ユーザーの声は事務局の認証を得たうえで掲載される。	左記のレビュー・コメントをマップ上で閲覧可能。また、現在地情報を利用できるとともに、利用可能時間やオストメイト対応かどうかといった情報も集積されており、利便性が高い形で登録・提供されている。
(株) ミライロ・日本財団 (共同運営)	サービス (バリアフリー店舗・施設)	Bmaps		実際に店舗に赴いた消費者が、点数を含むレビューを誰でも投稿することができる (ただし、自身の身体特性等をプロフィール上で必須記入)。その際、階段数や通路のゆとりなどの16項目の機能についても登録する。(項目は「ミライロ・リサーチ」の障がい者モニターの声をもとに選定)	左記のレビュー・コメントを地図上で閲覧できるとともに、その際自分と同じ障害 (身体特性) や状況の方のレビューに絞って閲覧することも可能。マネタイズについては、日本財団からの助成を受けているほか、個人・法人からの協賛を募っている。

特に今回の認知症の当事者の意見を集約する仕組みに近いのが、株式会社ミライロと公益社団法人日本財団が運営する Bmaps というサービスであろう。

当該サービスは東京五輪に向けたバリアフリーマップの開発をしたもので、事前に登録した障がい者などの生活に不自由を感じる人々が店舗や施設の情報を登録している。自身の身体特性に応じた使いやすさや提供サービス・施設などについて評価・コメントしている。投稿者の属性ごとに検索できるなど、閲覧する当事者が利用しやすい工夫がなされている。

当該サービスは財団からの助成に加えてスポンサー企業・個人からの協賛費により運営されている。

図 19 株式会社ミライロの事例詳細

Bmaps		
<p>会社概要</p> <p>(株)ミライロ</p> <ul style="list-style-type: none"> 障がい者価値に変える「バリアバリュー」という視点から、企業・自治体・教育機関におけるユニバーサルデザインの導入・実践・発展を実施。 代表の垣内俊哉さんは、幼少期から車いす生活であり、本会社を設立。一般社団法人日本ユニバーサルマナー協会代表理事、日本財団パラリンピックサポートセンター顧問、東京オリンピック・パラリンピック競技大会組織委員会アドバイザーとしても活動中。 <p>(公益財団法人日本財団)</p> <ul style="list-style-type: none"> 海洋船舶の支援事業や文化・環境などの支援事業を実施しており、その中で、障がい者の社会参加のための活動を世界中で行っている。 	<p>事例概要</p> <p>東京五輪・パラリンピックに向けて、バリアフリーマップを作ると日本財団と(株)ミライロが共同開発。主に外出に不安を感じる障がいのある方が安心して外出できるよう、地図上にお店や施設などのバリアフリー情報を集積。「食べログ」のバリアフリー版のように機能。</p> 	
<p>ミライロの他事業</p> <p>社会における意識・環境・情報の3つの大きなバリアを緩和するため、以下の6つのソリューションを提供している。</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. ユニバーサルマナー 高齢者・障がい者等の視点に立ち、行動するための研修 2. ミライロ・リサーチ 障がいのある当事者モニターを活用し、製品やサービスをよりよくするための調査やフィードバック 3. ミライロ・アーキテクチャー ユニバーサルデザインの知見から、誰もが安心して過ごせる空間づくりのプロデュース 4. ミライロ・クリエイティブ 色覚以上や白内障の方に配慮したカラーリング・フォントの活用などを通して、環境や状況に応じたデザイン制作 5. ミライロ・コネクト 聴覚言語障害の方向けに、手話や音声アナウンスによる情報取得などのサポート 6. ビーマップ (本事例) 	<p>事例詳細</p> <p>(閲覧時)</p> <ul style="list-style-type: none"> マップ上に情報が集積しており、例えば位置情報を利用して現在地から近いバリアフリーなお店を検索可能。 段差の数や投稿者の身体特性ごと(車いすユーザーなど)のレビューを閲覧可能。 また、お店や施設の特徴項目・設備項目が16項目準備されており、各特徴や設備を持つ施設に条件設定することが可能。 <p>(投稿時)</p> <ul style="list-style-type: none"> 自分自身の身体特性等の登録を行う必要がある。(非匿名性) 一般的な点数を含むレビューに加え、施設の特徴・設備を登録。その際、発信した項目の多さで「Bコイン」を獲得可能。 <ul style="list-style-type: none"> 施設の特徴・設備項目は、左記②「ミライロ・リサーチ」の障がい者モニターの見解をもとに作成。 「Bmapsグランプリ」において、「Bコイン」を最も多く集めた企業(団体)と個人を表彰する取り組みが実施されている。 <p>(その他)</p> <ul style="list-style-type: none"> 自治体がBmapsに料金を払ってローカル版を提供している例もある。 	

Bmaps		
<p>スキーム・マネタイズ</p> 	<p>スポンサー企業</p> <p>スポンサー企業は以下が可能。スポンサー企業一覧</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. バリアフリー情報収集イベントの実施 2. 店舗・施設のバリアフリー情報の提供 3. アプリケーション連携 4. WEBサイトへのBmapsの埋め込み 	
<p>イメージ(投稿)</p> <ol style="list-style-type: none"> ①名称・地図で検索可能 ②レビュー・段差の数の登録 ③障がい者モニターの声をもとに選定された16項目についても投稿 	<p>イメージ(閲覧)</p> <ol style="list-style-type: none"> ①地図上で検索可能 ②段差や設備、投稿者を限定することも可能 ③詳細なレビューを項目別に閲覧可能 	

(出所) 株式会社ミライロ HP、公益財団法人日本財団東和銀行 HP、日本財団図書館、Bmaps サイトより

第3章

有識者ヒアリング

1. ヒアリング調査の概要

1-1 ヒアリング調査の概要

(1) 調査対象

認知症当事者の意見を企業に反映する活動をされている方や、当事者の意見を踏まえた企業活動をされている方を中心にお話を聞かせていただいた。

図 20 ヒアリング対象者一覧

種別	所属	お名前	ヒアリング日
NPO 団体	issue+design	寛裕介 代表	令和2（2020）年9月8日
NPO 団体	認知症の人と家族の会	鈴木森夫 代表理事	令和2年9月14日
NPO 団体	認知症フレンドシップクラブ	徳田雄人 理事	令和2年9月15日
民間団体	borderless -with dementia-	鬼頭史樹 様	令和2年9月18日
NPO 団体	セーフティネットリンケージ	高原達也 代表理事 塩崎卓巳様	令和2年10月20日
民間企業	マイヤ	辻野晃寛 様	令和2年11月11日
民間企業	エクサウィーズ	高柳智美 様	令和2年11月16日

(2) ヒアリング項目

1. 認知症の方のニーズを集約する仕組みについて

- 認知症の人のニーズ
 - ・ 認知症の方のニーズとして挙がる項目
 - ・ 支援が求められる業界 など
- ニーズを集約する仕組みを実現するにあたって考えられる課題
 - ・ 認知症の方本人がニーズを投稿する際の課題
 - ・ 認知症の方本人の意見を集約する際の課題 など
- ニーズを集約する際に必要な工夫
 - ・ 認知症の方特有の留意事項 など

2. 登録制度のあり方について

- 登録制度の是非について
 - ・ 登録制度に対するご意見 など
- 登録制度に求められる条件
 - ・ 登録すべき取組・製品・サービスの例
 - ・ 登録する際の要件 など
- 登録制度を実現するにあたって考えられる課題
 - ・ 認知症の方からの見え方
 - ・ 認知症の方が参照する際の課題 など
- 必要となる工夫
 - ・ 認知症の方特有の留意事項 など
- 登録の方法について
 - ・ リスト掲載場所や主導すべき団体・機関について など

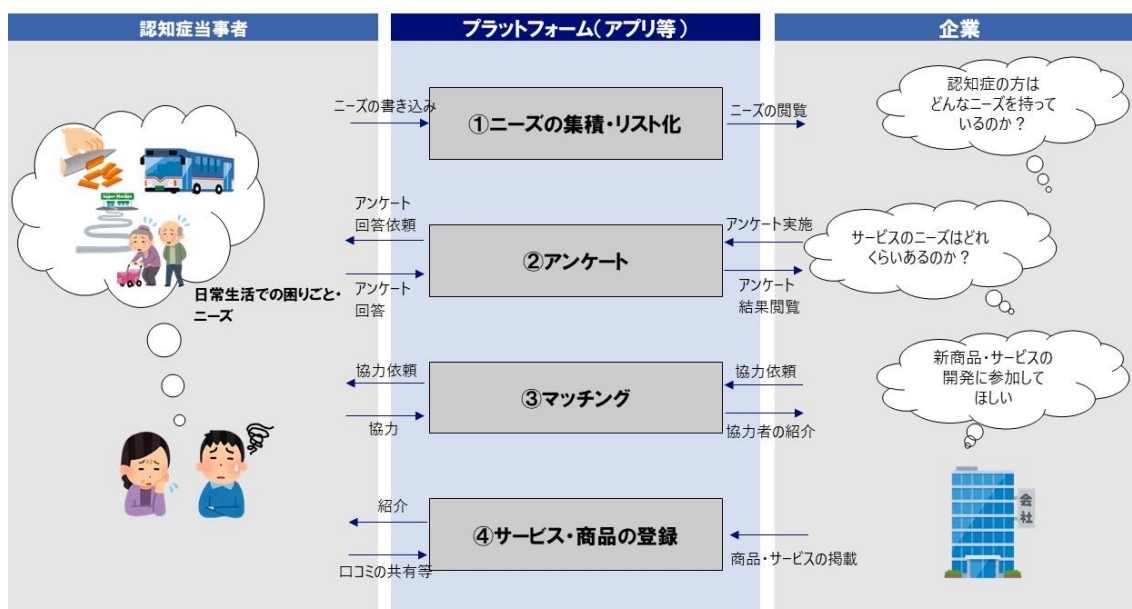
2. ヒアリング調査の結果

2-1 ヒアリング調査の結果

(0) 想定されるプラットフォーム

先述の通りニーズ集約の仕組みとしては、A.インターネットによるニーズ収集、B.行政などによる公募、C.協議会・イベントなどでのマッチングの3パターンが想定される。特に認知症当事者の意見を企業につなぐという仕組みを想定する場合には、AとCの形が想定しやすい。Cの協議会やイベントについては後述の京都府や福岡市の取組など、すでに事例があるが、Aのインターネットを通じたニーズ収集については事例がないため、下図のような仕組みを想定した。

図 21 認知症当事者と企業をつなぐプラットフォームのイメージ



現状のスマホ保有率や開発期間などを検討すると、認知症当事者を巻き込んだ双方向型のオンラインプラットフォームの構成はすぐに実装できるものではないが、将来的には、オフラインとオンラインを組み合わせた実施が必要になるとの考えから、協議会などでのマッチングに限定せず、オンラインプラットフォームでのニーズ収集についても認知症当事者・企業双方のニーズや導入する上での課題などについてヒアリングした。

(1) 認知症当事者のニーズについて

認知症の当事者が企業の方に伝えたいというニーズは大きいという点については誰もが同意していた。特に、認知症の領域においては、他と異なり、認知症の当事者と支援をする方（ご家族・パートナー）ではニーズの内容に差があることも事実であるため、当事者自身のニーズを聞くことが重要である。

しかしながら、認知症当事者の意見や語りが、企業に望まない形で使われたという声も一定数存在する。当事者とのやり取りの方法や当事者からの意見の利活用には細心の注意を払う必要がある。

また、認知症当事者といってもその症状や生活環境にはかなり幅があるため、こういった当事者に焦点を当ててるのか、を明確にする必要があるとの意見もあった。

当事者ニーズを収集する上では、工夫が必要である。特に認知症当事者にとっては、現状の生活が当たり前となってしまうため、ただ課題を聞くだけではニーズが顕在化しにくい。そのため、ニーズのみを注視するのではなく、当事者の生活がどのように変わったかをモニタリングするなどして、想定ニーズをとらえるなどの手法もありうる。

最も重要なポイントとしては、認知症当事者が「実現したいこと」について対話することであり、困りごとを解決するという視点にとらわれず、認知症当事者の生の声を踏まえた明るいストーリーの中に企業も参画してもらうことであろう。

(2) 企業側のニーズについて

企業側は多くの場合認知症当事者のニーズを欲していないというのが最大の問題であろう。認知症当事者の生活と深くかかわっている一般企業に対して調査をしても、認知症当事者の方を特定の顧客としてみていないことも多く、企業が「自分ごと」としてとらえきれていないという現状がある。

また、自分ごととしてとらえて取組に参画している企業でも、ビジネスとして成立させるのに苦慮している企業も多い。当事者の立場からすると属性を細かく分けて、そのニーズにマッチするような形でも検討が望ましい一方で、焦点を絞りすぎると、企業としてのターゲットが減り、市場規模が小さくなってしまう。企業として商品・サービスなどの検討を行うに当たっては、エビデンスの収集や規模の担保が必要となる。企業側の意思決定を促進するためにも、数字や規模感などの情報も収集できるような形の取組が求められるであろう。

(3) 取組を進める上での課題

当事者の意見を企業につなぐための取組を進めるためには、依然として課題も多い。

対面・非対面に限らず、認知症当事者と企業を集め、双方の意見やニーズを集約するプラットフォームを構築するケースを想定し、その実現に向けたステップごとに想定される課題を下図の通りとりまとめた。

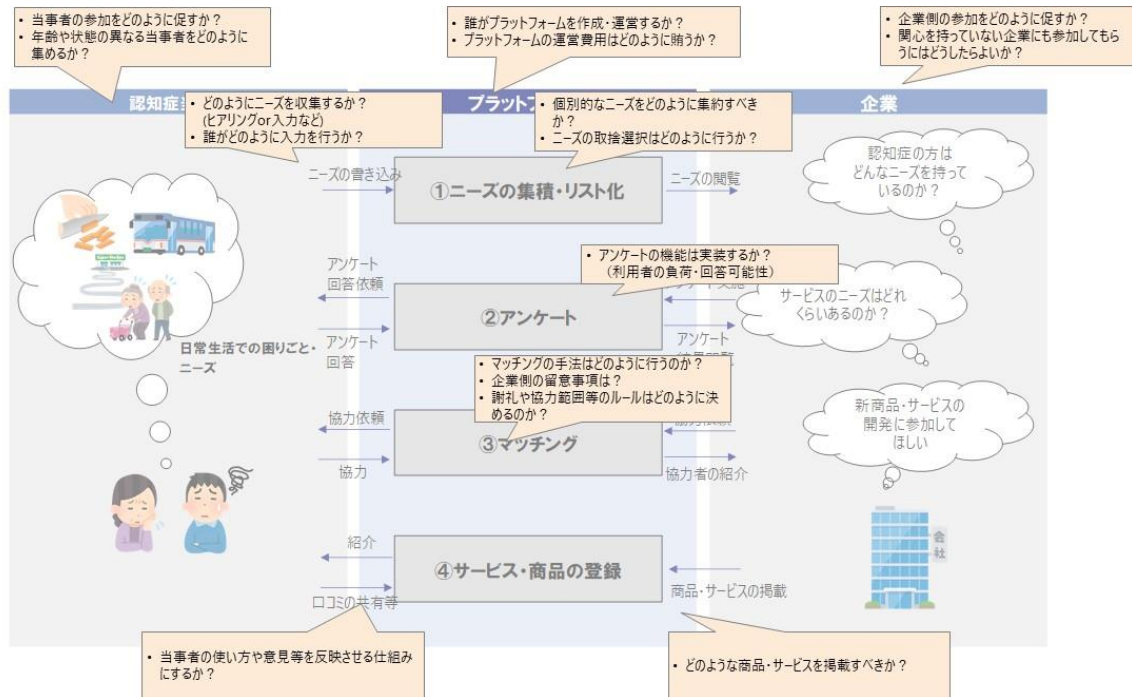
図 22 フローごとの主体別の課題

	認知症当事者	企業	行政・プラットフォーム運営主体
参加募集	<ul style="list-style-type: none"> ・ご自身で意見を発出できる方は、比較的若年層の方が多く、年齢層が偏る可能性が高い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・ある程度意見の数・質が担保されないと、事業を開始しづらい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・認知症に関心を持つ企業が少ない中で、参加企業を集めるのが難しい。
意見聴取	<ul style="list-style-type: none"> ・自身で上手くニーズを伝えることが難しい。現状の生活が当たり前になっているため、問題が顕在化しにくい。 ・自身の意見が恣意的に扱われるのではないかという恐怖感がある。 ・ICTに対する抵抗が強い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・当事者とのやりとりの方法や、意見の利活用方法における注意点を知らない。 ・広いニーズの中から自社との接点を見つけ出すことのできるような仕組みが必要である。 ・こういったニーズがどれだけの数いるのか、といった数値的な議論が必要である。 ・対象がソートされていると本来の気づきが得られない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・操作が必要なものについては、行政によるサポートの体制が必要である。 ・認知症当事者の支援をする方（ご家族・パートナーなど）のニーズと認知症当事者のニーズに差があるため、切り分ける必要がある。 ・当事者の意見をうまく引き出すための工夫や技術が必要となる。
意見反映	<ul style="list-style-type: none"> ・モニターとして試作品を利用するなどを通じて、社会参加の一環として実施しないと、本来の意味での意見の反映につながらない。 	<ul style="list-style-type: none"> ・もらった意見の全体性・汎用性の判断が難しい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・当事者をオーソライズのために利用されないようにする仕組みが必要である。
商品・サービス登録	<ul style="list-style-type: none"> ・商品それぞれについて、当事者が実際に利用してみた感想などを共有する方法が望ましいが、発信できる人が限定される。 	<ul style="list-style-type: none"> ・プラットフォームに企業名が掲載されることで、営利目的で行っているのではないかというマイナスイメージに繋がり得る。 	<ul style="list-style-type: none"> ・当事者・企業双方の数が担保されないと、プラットフォームに係るインセンティブが発生しない。 ・掲載すべきサービス・商品の判断が難しい。
プラットフォームの構築・運用	<ul style="list-style-type: none"> ・個人情報の取り扱い等について不安がある。 ・そもそもオンラインでの情報提供に適さない高齢等の当事者が多い。 	<ul style="list-style-type: none"> ・企業側にプラットフォームを利用する目的がない。 ・同じ目的・ゴールを目指す企業同士のマッチング機能や当事者から評判の良い事例提供などもあったり良い。 ・対象とならない若者等への消費者に向けた啓発活動も含んでほしい。 	<ul style="list-style-type: none"> ・プラットフォームの作成・運営主体の選定が難しい。公的な機関でない不安がある。 ・行政の援助なしで自走できるマネタイズモデルの検討や、プラットフォームが形骸化しない工夫が必要である。

特に、オンライン上でニーズや意見の収集を行うためには、配慮すべき点や乗り越えなければならない点がある。特に、認知症当事者には高齢の方も多く、ICT ツールを使い慣れている方ばかりではない。そのため、周囲のサポートによる参加を促すだけでなく、そもそも簡単に使うことができるようなアプリケーションやツールを作ることが重要になる。

また、オンラインプラットフォームの作成や運営についても課題が残る。特に持続的な運営を想定する上では、行政の援助なしで自走できるようなマネタイズモデルの構築が必須となる。さらに、個人情報などを扱うことも踏まえ、認知症当事者が安心して利用できるような環境・運営主体であることも必要となるだろうとの指摘がされていた。

図 23 プラットフォーム上で想定される課題



第4章

好取組事例へのヒアリング調査

0. ヒアリング調査の概要

0-1 ヒアリング調査の概要

(1) 調査対象

先述の通り、文献調査を実施し、その中で先進的な取組をされている京都府と福岡県福岡市の事例について、ヒアリング調査の対象とし、調査項目の検討を行った。

京都府には実際に訪問の上ヒアリングを実施し、福岡市については電話でのヒアリングを実施した。その他、両自治体の実施している報告会やミーティングにも参加させていただき、取組の詳細を把握した。

(2) 調査項目

ヒアリングの項目としては下記の通りである。

1. 取組を始めた背景・目的

- 取組もうと考えた背景・目的
 - ・ 取組の背景・経緯
 - ・ 事前に認識していた事業実施上の課題 など
- 取組開始時の目標
 - ・ 取組を行う上での目標 など

2. 実践している取組内容・工夫

- 具体的な取組内容と予算
 - ・ 協議体などの体制・協力している機関
 - ・ 取組内容・検討内容
 - ・ 利用財源 など
- 参考にした取組
 - ・ 参考にした他の事例
 - ・ 上記を参考にした背景・理由 など
- 工夫のあり方
 - ・ 仕組みづくり上の工夫
 - ・ 認知症の本人の意見を聞く上での工夫
 - ・ 企業とのマッチングの手法 など

3. 取組を通じて得られた効果・成果（取組途中のものを含む）

- 取組の結果
 - ・ サービス化・商品化に至った事例
 - ・ 取組を通じてもたらされた変化

- 取組のうち効果的だった手法・施策
- 本取組がもたらした定性的な効果・成果（の見込み） など

4. 求められる体制や支援

- 認知症の人のニーズ
 - 認知症の方のニーズとして挙がる項目
 - 支援が求められる業界 など
- 企業側のニーズ
 - 意見収集の方法や求められる意見のレベル など

5. 認知症の人本人の意見を企業に反映する仕組みの将来展望

- 今後の取組方針
 - 新たに取り組もうとしていること
- 課題・期待する支援など
 - 取組の過程で見いだされた課題・残された課題
 - 国・専門家・都道府県に期待する支援 など

1. 京都府 認知症にやさしい異業種連携協議会

1-1 京都府の取組について

(1) 京都府の基本情報・京都府認知症にやさしい異業種連携協議会の概要

人口	146.9 万人
世帯数	72.2 万世帯
高齢化率	21.9%
要介護（要支援）認定者数	16.1 万人

京都府では、「新・京都式オレンジプラン」を作成し、認知症当事者の意思が尊重され、安心して生活できる社会の実現を目指し、医療・福祉・介護関係者と行政とが一体となって取組を進めている。

その取組の一環として、認知症にやさしいモノ・サービスを実現するため、令和元年度より認知症にやさしい異業種連携協議会が開催されている。本協議会には高齢者や認知症の方に身近なモノ・サービスを提供する金融・保険業や運輸業、小売業など様々な業種の企業が参画しており、その数は53社（令和3（2021）年3月17日現在）にのぼる。

図 24 認知症にやさしい異業種連携協議会の参加企業

認知症にやさしい異業種連携協議会参画企業(認知症にやさしい異業種連携共同宣言賛同企業)

令和3年3月17日現在53企業(順不同)

業種	企業名	業種	企業名	
建設業	インテリアオフィス匠	金融業、保険業	株式会社京都銀行	
	有限会社キムラ建宅		三井住友信託銀行株式会社	
	株式会社クレマ		京都信用金庫	
	株式会社宮野商事		京都中央信用金庫	
製造業	株式会社青木プラス		住友生命保険相互会社	
	株式会社アロマジョイン		第一生命保険株式会社	
	エーザイ株式会社		損害保険ジャパン株式会社	
	株式会社エージェンシーアシスト		東京海上日動火災保険株式会社	
	株式会社桜井金物		不動産業	株式会社エフサポート
	サンケイデザイン株式会社			株式会社エルハウジング
	凸版印刷株式会社	株式会社フラットエージェンシー		
情報通信業	株式会社ヤマコー	学術研究、専門・技術サービス業	非特定営利活動法人日本医療経営機構	
	京セラコミュニケーションシステム株式会社		非特定営利活動法人フラワーサイコロジー協会	
	株式会社COCO・WA・DOCO		一般社団法人みやこシニアサポート	
	株式会社スリーエース		司法書士法人おおさか法務事務所	
	一般社団法人セーフティネットリンケージ		司法書士法人山西福村事務所	
	ソフトバンク株式会社		林計理事務所	
運輸業	株式会社UB-BIZZ	生活関連サービス業、娯楽業	一級建築士事務所 スーク創生事務所	
	株式会社キャビック		有限会社INFINITY、非特定営利活動法人なでい	
	都タクシー株式会社	医療・福祉サービス業	ソーケンメディカル株式会社	
卸売業、小売業	アルフレッサ株式会社		SOMPOホールディングス株式会社	
	株式会社大垣書店		株式会社HAPPY LEAF	
	京都生活協同組合		京都エレベーター株式会社	
	株式会社セブン-イレブン・ジャパン	サービス業(他に分類されないもの)	株式会社 漆芸舎	
	株式会社ハートフレンド(スーパーフレスコ)		総合警備保障株式会社	
ゆう薬局グループ株式会社ゆうホールディングス	株式会社プライムアシスタンス			

(出所) 京都府提供資料

(2) 取組を始めた背景・目的

京都府は、公益社団法人「認知症の人と家族の会」の本部が設置されていることもあり、認知症支援を積極的に取り組んできた地域である。そのため、認知症当事者のための取組を他都道府県に先駆けて開始している。京都府の認知症対策推進計画である「新・京都式オレンジプラン」では、認知症のご本人とその家族が望む社会の姿を指標化した「認知症の人とその家族が望む10のアイメッセージ」を作成し、各項目について認知症のご本人やその家族、支援者を対象としたアンケートにより達成度の評価を行っている。

図 25 「新・京都式オレンジプラン」10のアイメッセージ



(出所) 京都地域包括ケア推進機構ホームページより

上述の「新・京都式オレンジプラン」の中には、「認知症の本人の意思が尊重され、住み慣れた地域で暮らし続けられる社会の実現」が掲げられている。認知症当事者の生活には、医療・福祉・介護関係者だけでなく一般企業も深く関与しているため、企業との連携も不可欠である。しかしながら、府政の他分野とは違い、認知症分野では企業との連携が全く進んでおらず、その現状に問題意識を持っていた。

また、近年は認知症の早期発見・早期診断・早期対応の取組が推進されるようになり、軽度から認知症と診断される事例も増加してきている。軽度の方は、病院で認知症と診断されたのちも一般企業のモノ・サービスを利用して生活することとなる。このように、認知症当事者が一般企業のモノ・サービスを利用する機会が増加してきている状況を踏まえると、一

般企業との連携によって認知症当事者の生活を支える必要性がさらに高まっていると考
えている。

このような状況下で、企業が主体となった認知症当事者のためのモノ・サービスの考
案を
通して、認知症当事者の住みよい社会を実現するという福祉的側面を重視し、本協議会を
発
足させた。

図 26 認知症にやさしい異業種連携協議会設立のきっかけ

■高齢化の先進国である日本において、高齢者のうち、認知症の方は
将来、5人に一人が認知症になるという推計が発表されています。



■京都市は、早くから、医療・介護・福祉などの支援者と行政とがともに
認知症の施策を検討し、取組を実施してきました。



※「認知症の人と家族の会」は京都で発足しました。
※全国的にも珍しく、医療・介護・福祉・行政等オール京都で、認知症総合対策推進計
画「京都式オレンジプラン」を策定



■京都式オレンジプランに掲げる「認知症の本人の意思が尊重され、住み慣
れた地域で暮らし続けられる社会の実現」には、企業や事業所とも連携する
ことが必要



高齢者・認知症の方の普段の生活を支える様々な業種の皆さんが、集まっ
て認知症にやさしいサービスについて考える会を立ち上げてみてはどうか。



令和元年6月「認知症にやさしい異業種連携協議会」スタート

(出所) 京都府提供資料

(3) 実践している取組内容・工夫

令和元年度の発足以来、本協議会では主に2つの取組を実施した。1つは、認知症にやさしいモノ・サービスを創出する際の企業に求められる条件や留意点などをまとめた認知症にやさしい異業種連携共同宣言の検討・作成である。もう1つは、企業が実際に認知症にやさしいサービスアイデアの検討・作成である。

認知症にやさしい異業種連携共同宣言については、令和2（2020）年9月末に共同宣言の発表会が実施された。同年11月には令和2年度第1回認知症にやさしい異業種連携協議会をオンラインで開催し、共同宣言の実践について意見交換を行った。

認知症にやさしいサービスアイデアについては、令和元年度に認知症にやさしい異業種連携協議会に参画した19企業がチームに分かれて検討を行った。検討の結果を踏まえ、令和3（2021）年1月には、「認知症にやさしいサービスアイデア」の発表会が開催された。サービス検討の要件として「認知症当事者（本人・家族）にニーズ調査を行い、その結果を反映させていること」が含まれており、各企業は認知症当事者へのヒアリングなどを通じて意見を聴取した。「最も“認知症にやさしく”、「課題解決」「地域・社会貢献性」「新規性・革新性」「成長性」などの観点から優れたサービスアイデア」という評価基準から実際に出てきたアイデアの評価も行った。

本協議会の発足にあたり、認知症当事者向けの取組が進んでいる金融・保険業者のみならず、認知症当事者や高齢者に直接サービスを提供している小売業者や運輸業者などに幅広く参加を要請した。そのため、異業種でのグループワークの実施ができています。

取組が成功している要因としては、参加費を無料としたこと、上記の通り業種を超えて企業同士が情報交換や議論する機会を創出したこと、さらに「認知症の人と家族の会」の方を毎回協議会に招聘するなど、認知症当事者の話を聞く機会を設けていることが挙げられる。

特に3点目の認知症当事者の話を聞く機会の創出については、企業による検討が進んだ段階で、認知症のご本人にも家族と共にグループワークに参加してもらい、直接企業と対話できる仕組みとなっている。その際、認知症のご本人一人では企業側からの質問への対応に不安を感じる方もおられるため、認知症のご本人だけでなくそのご家族やパートナーと共に参加していただいた。令和3年度は、興味のあるテーマに認知症当事者が参加し、企業の検討の当初から意見を述べるビジネスアイデアワークショップの開催を予定している。

また、共同宣言やサービスの検討時に行った工夫として、認知症のご本人を対象としたモノ・サービスを考えてもらうよう参加者を誘導したことが挙げられる。特に要件などを定めず認知症にやさしいサービスの検討を実施すると、認知症のご本人向けではなく、家族向けのサービスアイデアが大半を占める場合が多い。そのため、京都府では、認知症のご本人の生活上の困りごとやニーズを伝える機会などを意図的に設けた。

図 27 認知症にやさしい異業種連携協議会の主な取組

<認知症にやさしい異業種連携共同宣言の検討>

異業種連携による認知症にやさしいモノやサービスを創出する動きを促進するために、企業が実践すべきことを、10の宣言の形で取りまとめました。



<認知症にやさしいサービスアイデアの検討>

認知症の当事者(本人・家族)からお話を聞きながら、異業種による認知症にやさしいサービスアイデアを5チームが完成させました。各チームの検討には、医療・介護・福祉関係者がオブザーバーとして参加しています。



(出所) 京都府提供資料

(4) 取組を通じて得られた効果・成果

認知症にやさしい異業種連携共同宣言は令和元年度に既に完成しており、令和2年度9月末には共同宣言の発表会が実施された。宣言には、「多様な認知症の方々の声を聴きます」という全体を通じた目標のもと、10のチェック項目が存在している。

また、企業による認知症にやさしいサービスの考案については既に5つのサービスアイデアが完成しており、経済産業省の「認知症共生社会に向けた製品・サービスの効果検証事業」に採択された企業も存在する。

このように、モノ・サービスを検討する中で実際に経済産業省事業への提出につながるなど成功した要因は、事業化を目指して本協議会に参加した企業が存在し、その企業が他の企業をけん引したことが大きかったと考えている。

また、約1年の取組が終了し、企業担当者と令和2年度以降の取組内容について議論を行うなかで、企業側からは高齢者、特に認知症のご本人向けのモノ・サービスを考案し、新たな事業として取り組むたいと考えているという声も聞かれた。

(5) 求められる体制や支援

企業側と認知症当事者のニーズが必ずしも合致しない中、それぞれのニーズに合った形での体制づくりや支援が必要になってくると考えている。

企業はビジネスとしての可能性を見いだせることが前提となるため、認知症のご本人やその家族がどのようなモノ・サービスであれば購入・利用するのか、ニーズのある認知症当事者はどの程度いるのかといった情報を聞きたいと考えている。特に認知症の方の大半を占める高齢者を対象にしたいと考える企業も多いが、現状は認知症高齢者の方のニーズを聴く機会はほとんど無い。実際は認知症のご本人を対象にしたアンケートは数十人が限界であり、また軽度認知症の方や、若年性認知症の方に限定されてしまうという問題がある。また、京都府は広域自治体であるため、京都市などの大都市とそこから距離の大きく離れた丹後地域などが存在しており、両者では、認知症のご本人のニーズが異なってくるのではないかと考えている。そのため、より多くの認知症のご本人に参加してもらえよう働きかけは必要だと思っている。

一方で、認知症のご本人のニーズとしては、認知症と診断されるとこれまでの日常生活や友人関係と切り離されてしまう場合もあるため、通常通りの日常生活を送りたいという意味で、買い物や移動、社会参加についてのニーズが多く聞かれる。

ただし、日常生活に関するニーズは生活を比較的健康に送ることのできている若年性認知症や、比較的軽度な認知症の方のニーズであり、80歳以降の認知症高齢者はまた異なるニーズをお持ちかもしれないと考えている。しかしながら、上述のように認知症高齢者の方のニーズを聞く機会はほとんど無いというのが現状である。

こうした課題も踏まえ、より企業・当事者双方の参画を促すためにも、認知症があらゆる世代の関心事となり、特に若い世代に継続的に関心を持ってもらえるきっかけとなるようなキャンペーンや、誰でも認知症をオープンにし、思いやニーズについて自由に語ることができるよう啓発活動が国をあげて実施されることを期待している。

(6) 認知症の本人の意見を企業に反映する仕組みの将来展望

認知症にやさしい異業種連携共同宣言への賛同企業を増やしたいと考えており、現在は京都府公式 HP 上の認知症にやさしい異業種連携協議会のページ上にて応募を受け付けている。また、共同宣言内に、「多様な認知症当事者の声を聴きます」という項目がある。この項目に基づき、全ての企業に、協議会への参加や企業独自のボランティアなどを通じて認知症のご本人に意見を聞く機会を持ってもらいたいと考えているとのことであった。

協議会については、現状参加している企業はサービス提供を行う企業が大半なこともあり、商品開発を行っている企業を中心にさらに参加企業を増やしたいと考えている。加えて、認知症当事者向けの取組を実施していないが、何らか認知症について知見を得たいという企業にも参加してもらいたい。

その場合、参加企業間で認知症への理解度が大きく異なることが想定される。したがって、全ての企業が参加でき、認知症専門医や介護福祉関係者、また認知症当事者から話を聞く機会を設けるといった認知症に対する理解を深める基礎編と、認知症当事者向けのビジネスを創出したいと考えている企業がビジネスアイデア構築を行うためのワークショップや、ビジネスマッチングを行う発展編とにレベル分けをすることを想定している。

今後の協議会運営に際しての課題は、上述のとおり認知症のご本人の意見の収集方法である。社会に向けてニーズを発信できるのは若年性認知症のご本人や、比較的軽度な認知症のご本人であることが多い。また、比較的ニーズを聞きやすい都市に居住している認知症のご本人のニーズにも限定されてしまっているため、今後はより多くの市町村への働きかけ、多様な認知症の方のニーズを収集できるようにしたい。

2. 福岡県福岡市 福岡版認知症アクション・アライアンス

2-1 福岡県福岡市の取組について

(1) 福岡県福岡市の基本情報・福岡市が取り組む認知症関連の事業概要

人口	160.3 万人
世帯数	83.2 万世帯
高齢化率	21.9%
要介護（要支援）認定者数	7.0 万人

福岡市では人生 100 年時代を見据え、誰もが心身ともに健康で自分らしく生きていける個人の幸せと持続可能な社会を両立できる健寿社会のモデルをつくるプロジェクトである「福岡 100」を推進している。「福岡 100」では、健康づくり・介護予防・医療など 14 のカテゴリーから、令和 7（2025）年までに 100 のアクションを実践することを目指している。

「福岡 100」の 1 つとして、認知症の人やその家族がいきいきと暮らせる認知症にやさしいまちとしての「認知症フレンドリーシティ」を掲げ、認知症フレンドリーシティ・プロジェクトを行っている。このプロジェクトには、認知症カフェの開設促進や「認知症にやさしいデザイン」ガイドラインの策定などが含まれる。

また、認知症当事者が活躍する場の創出を課題として挙げており、今後は認知症にフレンドリーな商品・サービスを開発する体制（福岡版認知症アクションアライアンス）の構築などに取り組むとしている。

(2) 取組を始めた背景・目的

福岡市は、2017（平成 29）年 6 月に「福岡市保健福祉総合計画」を策定した。これは、超高齢者社会を迎えるにあたり、「持続可能で生活の質の高いまち」を構築し、また、「10 年後の将来に向けたあるべき姿」を達成するために今後の道筋を示すものである。計画の中では同市の動向として、認知症高齢者数が平成 25（2013）年の 2.9 万人から令和 7（2025）年には 5.5 万人まで増えると推計されており、高齢者分野における基本目標 3 では「認知症施策の推進」が掲げられた。主な取組は「認知症に関する啓発の推進」であり、認知症サポーター（認知症を正しく理解し、認知症の人やその家族を温かい目で見守る人）の養成や認知症の人にやさしい地域づくりに取り組むと示されている。

平成 30（2018）年 3 月には、超高齢社会に即した新たな社会システムづくりを加速させるための具体的なアクション推進戦略である「福岡市健康先進都市戦略」を策定した。注力する領域としての 7 つの柱の 1 本目には「155 万人がケアに参加するまち」とあり、企業や市民など社会を構成するさまざまな主体がそれぞれの立場において認知症に係る支援的な取組を推進することで認知症の人や家族が安心して暮らせる地域づくりを目指すとしている。

平成 30 (2018) 年 2 月の「認知症フレンドリー宣言」を経て、同年 7 月には、「福岡 100」の中でも社会的ニーズや効果が高いとされるリーディング事業として、認知症フレンドリーシティ・プロジェクトが開始した。この目的としては、上述の個人の幸せと持続可能な社会を両立のほか、認知症の人やその家族がいきいきと暮らせる認知症にやさしいまちづくりである。

(3) 実践している取組内容・工夫

認知症フレンドリーシティ・プロジェクトでの取組内容は多岐に渡る。各取組の内容は下記の図表に記載し、代表的な 3 つの取組の詳細を述べる。

図 28 「認知症フレンドリーシティ」の実現に向けたプロジェクト内容

認知症コミュニケーション・ケア技法	認知症フレンドリーシティの基礎となる、人づくり・地域づくりのため、認知症コミュニケーション・ケア技法「ユマニチュード®」の普及を推進する
見守り実証実験	デバイスによる認知症の人の見守りの実証実験を実施し、検索可能なシステムの有効性を検証する
「認知症の人にもやさしいデザインの手引き」の策定	認知症の人がストレスなく安心して生活できる環境を整備し、症状の悪化防止や介護負担軽減を図るために認知症の人にもやさしいデザインの手引きを策定する
認知症カフェの設置促進	認知症の人やその家族、地域住民などが気軽に集い情報交換やお互いを理解する「認知症カフェ」を開設したり、運営費の一部を補助したりする。
ICT を活用した認知症の早期発見	認知機能の簡易検査ができるタブレットを活用し、認知症の早期発見と認知症予防の啓発を実施する
認知症サポートチーム（認知症初期集中支援チーム）の拡大	認知症サポート医や医療・介護の専門職が認知症の人を訪問し、適切な医療・介護につなぐという、認知症の早期発見・早期対応の体制づくりを行う
認知症本人のピアサポート活動支援事業	認知症本人が、自分以外の認知症の「仲間」とのつながりを通して思いを共有するほか、同じような不安を抱える人の暮らしを支える担い手である「ピアサポーター」として活動できるよう支援を行う

(出所) 福岡県福岡市 HP より

令和2（2020）年3月に策定された「認知症の人にもやさしいデザインの手引き」は、認知症当事者を含む多くの人が、より過ごしやすい環境を整える30のポイントをまとめたものである。認知症当事者が居住する自宅や施設などだけでなく、外出先などの多くの建物で認知症の人にもやさしいデザインが取り入れられることで、認知症の人が暮らしやすい環境の整備を促進することを目的としている。「認知症の人にもやさしいデザイン」とは、認知症の人が周囲の環境を即座に理解でき、持っている能力を引き出すようなデザインを指す。

平成30年（2018）4月に、有識者や施設従業者などで構成される「福岡市認知症にやさしいデザインガイドライン策定委員会」を設置。令和元年度にかけて6回の委員会を開催し、株式会社メディヴァの協力を得ながら検討を行った。また、デザインの一部を同市の公民館に試験導入の上、認知症の人や公民館利用者などに対するアンケート調査も実施した。ガイドラインでは「記憶に頼らず行動できる空間づくり」や「安心して自分で選べる居場所づくり」を基本的な考え方として、簡単な工夫で対応できる具体的なデザインのポイントをまとめている。

図 29 認知症の人にもやさしいデザインの例



（出所）福岡県福岡市 HP より

福岡市には、認知症の人及びその家族・地域住民が気軽に集い、専門家などを交えた相談や相互交流・情報交換ができる活動拠点としての「認知症カフェ」がある。「福岡100」の一つとして、認知症カフェを新たに開設する団体に対し、一定の条件下で開設や運営にかかる経費の一部を補助する事業を平成30年度から開始した。目的は、認知症の人が住み慣れた地域で安心して生活が継続できること、認知症の人への効果的な支援を行うこと、認知症の人の家族の介護負担を軽減すること、地域住民への認知症の啓発を促進することの4つである。令和3（2021）年3月時点では、市内約40か所弱に設置されており、認知症などに関する講座や相談の実施以外にも、若年性認知症に特化していたり、介護者の集いを開催していたりと、様々な特徴を持つカフェがある。なお、認知症本人や家族からの相談に対

応できる運営スタッフとして、認知症に対する正しい知識と具体的な対応方法などを市民に伝える講師役である「キャラバン・メイト」の紹介を同市で行っている。

図 30 認知症カフェの例

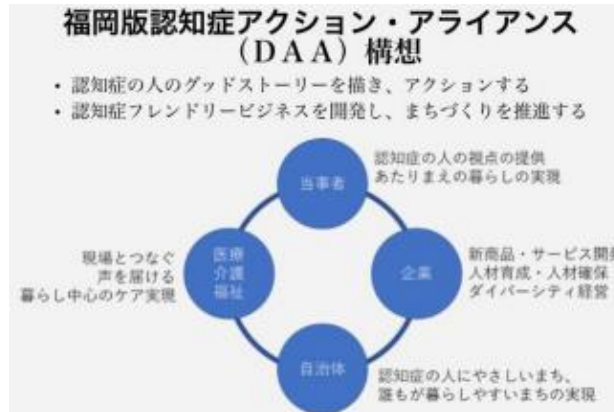


(出所) 福岡県福岡市 HP より

認知症本人のピアサポート活動支援では、認知症本人が自分以外の認知症の「仲間」とのつながりを通して思いを共有するほか、同じような不安を抱える方の暮らしを支える担い手「ピアサポーター」として活動できるよう支援を行っている。主な事業内容は次の3点である。1点目は、認知症本人が集い、自らの体験や希望・必要としていることを語り合うほか、自分たちのこれからの暮らしや、暮らしやすい地域のあり方を一緒に話し合う「本人ミーティング」の開催である。2点目は、医療・介護の専門職だけでなく、企業や市民に認知症の人の声を発信する機会を設けるといふ、認知症本人の声を共有する場の実施である。そして3点目として、認知症本人が他の認知症の人の相談や寄り添う支援を行う「ピアサポート」活動である。

そして、認知症の人の見守りや、認知症の普及啓発などを実施する認知症フレンドリーシティ・プロジェクトの次段階として、「認知症フレンドリーシティ・プロジェクト NEXT」が行われている。『「支援」から「飛躍」へ』と謳い、認知症の人及び介護者が自分らしく暮らすためには認知症とともに社会参加できる場が重要であり、産官学民のオール福岡で現行プロジェクトの施策をさらに加速させるとともに、認知症の人の活躍の場の創出などにも注力するとしている。このプロジェクトの柱となるのが、「福岡版認知症アクション・アライアンス (DAA) 構想」である。認知症アクション・アライアンス (DAA/ Dementia Action Alliance) は、イギリスで平成 22 (2010) 年に設立された、国家戦略として認知症ケア改善に集中的に取り組むための産官学連携型のプラットフォームである。DAA には National DAA と Local DAA に分かれており、後者は各地域特有の課題やニーズに沿って各地域の主体で設立されるものである。令和元年度から、福岡市でも同様の組織づくりを目指している。

図 31 福岡市版 DAA 構想について



(出所) 認知症に関する官民連携プラットフォーム構築に関する調査研究事業報告書より

令和元年度初めから話し合いの場が設けられ、令和 2 年度以降の福岡版 DAA のコンセプトや具体的な活動内容、立上げの準備のための勉強会などについて、福岡市や医療・介護事業者、有識者により繰り返し検討が行われた。また、福岡市版 DAA 立ち上げに向けて企業への打診などが行われた。令和元年度末までに、インフラや交通、飲食・サービス業などから約 40 社が参加している。

DAA 構想の実現に向けた検討が進められる中で、企業側がいかにして「認知症フレンドリーシティ」というコンセプトを理解し、自分事として参画してもらうかが大きな課題であった。認知症に関する理解を深め、「認知症フレンドリー」であることの重要性を啓発する勉強会の開催や、認知症の人の暮らしに深く関わる主体として参画を期待される企業の選定などを経て、DAA 構想に向けた「NEXT ミーティング」が実施された。令和元 (2019) 年 11 月のキックオフミーティングから令和 3 (2021) 年 3 月の第 8 回までの実施に関する詳細は図表の通りである。

図 32 NEXT ミーティングの実施状況

	開催日時	プログラム
キックオフ (第 1 回)	令和元 (2019) 年 11 月 25 日	基調講演、当事者とのディスカッション、参加者によるグループディスカッションとその共有
第 2 回	令和 2 (2020) 年 1 月 20 日	講演、第 1 回での質疑に対する回答、認知症本人の登壇、参加者によるグループディスカッション
第 3 回	令和 2 年 6 月 17 日 (オンライン)	新型コロナウイルスが認知症の人に与える影響について、当事者・医療・介護関係者によるセッション
第 4 回	令和 2 年 6 月 18 日 (オンライン)	経済産業省における認知症施策について 企業の取組事例の紹介
第 5 回	令和 2 年 7 月 31 日 (オンライン)	グループワーク (認知症フレンドリーなビジネスの企画・検討)

第6回	令和2年9月4日 (オンライン)	第5回で検討したプログラム内容の実施報告、フリートーク
第7回	令和2年12月18日 (オンライン)	これまでの取組の振り返り、福岡市版 DAA についてのセミナー
第8回	令和3(2021)年3月19日 (オンライン)	これまでの取組の振り返り、D アクティブ及び商品開発の実践報告、福岡市版 DAA についてのセミナー

(出所) 福岡県福岡市提供資料より

全8回のミーティングを通して、参加企業に福岡版 DAA の来春からのプログラムの一部を体験してもらい、参加者が DAA への関わり方や活動の具体的なイメージをもったり、主催者側が企業との対話の中で具体的なプログラムづくりに向けた企業の現状やニーズを知ったりする機会となった。参加者からは、「認知症の方の気持ちに寄り添い、暮らしやすいまちづくりを一緒に考える方向性は素晴らしい」や「他社の意見を聞くことで、異業種連携の契機になりうるのではないかと思う。もっと色々な意見を聞きたかった」などの声が上がった。

取組での工夫点としては、継続的な活動とするために、CSR などではなく、あくまで事業として本業の中で何ができるかを考えてもらうよう促している点が挙げられる。また、民間企業である以上、ビジネスとして成立しなければ続かないので、どのようなサービスならマネタイズできるかという点も含めて検討してもらっている。

図 33 NEXT ミーティングでの様子



(出所) 福岡県福岡市 HP より

(4) 取組を通じて得られた効果・成果

令和元年度から続いた NEXT ミーティングでは具体的な成果は出ていないものの、経産省の職員による講演を通して、補助事業について紹介の紹介もしてもらっている。制度を活用した事例がこれから出るかもしれない。

また、福岡市は認知症フレンドリーシティ・プロジェクト NEXT の更なる発展を描いている。認知症当事者や有識者、企業などから意見を聴取し、福岡市版 DAA の構築・促進による認知症にやさしいまちづくりを目指している。令和2年度には、産学官民オール福岡で現行施策をさらに加速し、「支援」から「活躍」へステップアップすることを掲げた。

NEXT ミーティングをきっかけとして、福岡市版 DAA 構想の趣旨に賛同し事業化に至った「D アクティブ」がある。これは、認知症当事者が自分らしく暮らしていくためには、生活支援・安全確保などを進めるだけでなく、認知症とともに生きる人の社会参画・活躍できる場をつくっていくことが重要であるという考えから、認知症本人の働く場を企業と行政が一緒になって創り出していく取組である。最初の事例として、2021（令和2）年10月より、市内の書店において、認知症当事者がその支援を行うパートナーと一緒に、月1回、2時間程度の就労を開始した。市民や企業の認知症に対する理解促進だけでなく、認知症の人が希望を持って生きる「共生社会」の推進にも繋がる。

図 34 D アクティブで就労している認知症当事者の様子



(出所) 福岡県福岡市 HP より

(5) 求められる体制や支援

福岡市版 DAA 構想が進められる中で、認知症とともに生きる人の社会参画・活躍できる場を広げていくためには、認知症当事者と企業のニーズの双方を満たしていく必要がある。

認知症当事者も最も多いのは日常生活の中でのニーズである。特に、外出（移動）、外食、買い物の3点の意見が集まっていた。

外出については、日常的な食料品の買い物だけでなく大きな施設への外出なども含まれる。家から離れたショッピングモール内の携帯ショップや百円ショップで趣味のものを買いたいという意見もあった。また、移動手段としては、電車よりもバスの方が良いという声が多い。認知症の方は、不安になった際にすぐに聞ける人がいる方が安心することと、バスでは運転手さんにすぐ聞くことができるほか、電車は乗ると景色が同じで不安になるとのことである。ただし、バスに乗ること自体が目的ではなく、本人の実現したいことを行う中でどのような不安があり、その不安をどう解消するかに力点を置くべきと考えている。

企業側のニーズとしては、当事者の日常生活について知りたいという声が多い。たとえば、以前 NEXT ミーティングで登壇された認知症当事者の方から、携帯電話をスマートフォンに変更し LINE を使うようになったことで、会話の履歴が遡ることができて便利になったとの話があった。そうした具体的な話からヒントを得ることができるのではないかと。実際にタクシー会社などでは、LINE でタクシーを呼べるようにしたり、自宅を登録して外出先で困っても家に帰れるようにしたりするなどのアイデアが出ていた。また、企業からは、どういったシーンでどのような困り事があるのか、細かいステップに分解してどこでどのような不安を抱くのかについて具体的に知りたいという声が上がった。

(6) 認知症の人本人の意見を企業に反映する仕組みの将来展望

認知症当事者の声を企業に繋げる仕組みは、福岡市版 DAA の構築・促進により実現されうると考える。認知症フレンドリーシティ・プロジェクトでは、DAA のサイクルを通じて認知症当事者の意見を企業に反映し、認知症フレンドリーな商品・サービスの開発、認知症の人や介護者の活躍の場の創出、他企業との商品開発コラボを目指している。実際に、NEXT ミーティング後には、交通機関で利用するヘルプカードの導入や認知症の人にもわかりやすい器具の開発といった案件が、福岡市と企業で協議されている。また、単にヒアリングやミーティングなどで意見を聴取するだけではなく、今後は認知症当事者が周囲のサポートを受けながらも可能な範囲で社会参画や就労を行うことで、企業側の立場から認知症当事者としての意見を反映させていくことも考えられる。

第5章

総括

1. 総括

1-1 認知症当事者の意見を企業等につなぐ仕組みを作る目的

これまでも記載した通り、認知症当事者の意見を反映できるプラットフォームを創設し、認知症当事者が暮らしやすい社会を作ることが重要となる。

この仕組みは

- ① 認知症当事者の意見を発信できる場を作るとともに、認知症当事者が感じている困りごとやニーズに対する理解を促進する。
- ② 認知症当事者の社会参加の機会を創出する。
- ③ 認知症当事者に対する企業側の認知を高めるとともに、意見を反映した商品・サービスの開発を促進する。

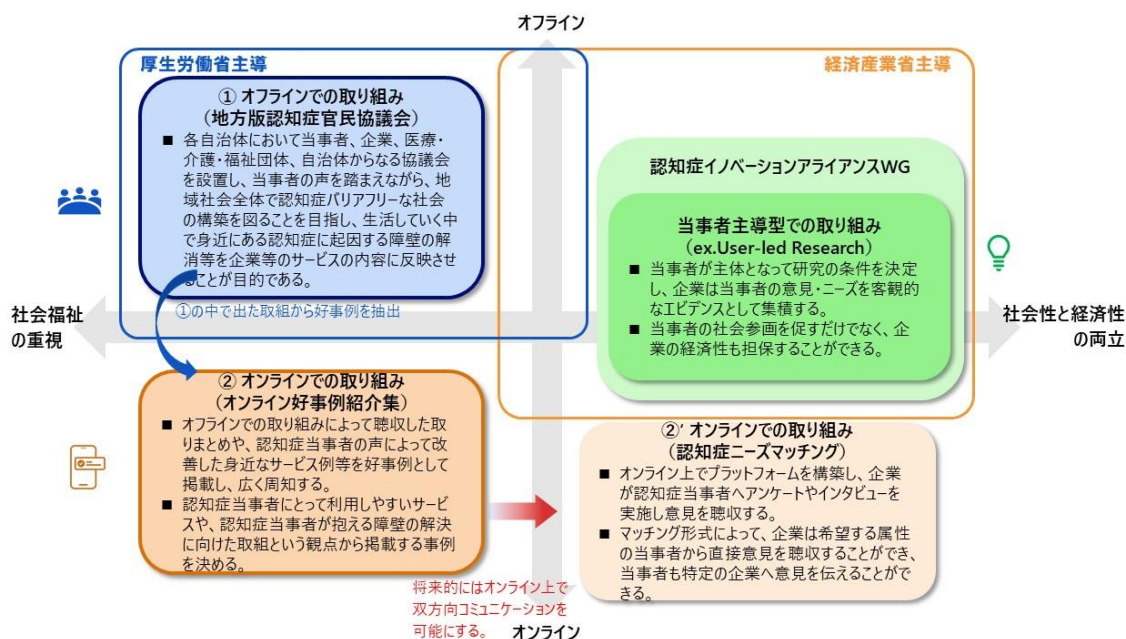
ことを目的とし、認知症当事者・企業双方の参加を促すことが必要不可欠である。

また、認知症の方の意見を聞くというのは、単に認知症当事者が感じている困難や困りごとを解決するにとどまらない。むしろ、現状の社会課題の解決にとどまらず、認知症の方が実現したいことを踏まえ、それを様々な主体が一緒になって取り組んでいくという視点を念頭に置くべきであるという指摘もいただいた。こと認知症分野については、正しく目的を理解してもらうことが非常に重要となる。ただ認知症について話すという漠然としたお題が決まっているだけだと、介護問題に話がいきがちになってしまう。何のための協議会かは常に意識した会議運営が必要である。認知症当事者にとって生きやすい社会を作るという目的意識を全国に広めることも重要であろう。

1-2 認知症当事者の意見を企業等につなぐ仕組みの展開ステップ

現状認知症当事者と企業をつなぐための仕組みとしては、厚生労働省と経済産業省がそれぞれ取組を開始している。オンライン・オフラインの取組がある中で、将来的には、オフラインで得た知見やノウハウをオンラインに反映し、最終的にはオンライン上で双方向型のコミュニケーションを実現することが望ましいのではないかと考える。

図 35 認知症当事者と企業をつなぐ仕組の全体像



まずその初段階としては、京都府をはじめとして全国各地で広がりつつある、官民連携のプラットフォームの構築を推進する。基礎自治体を中心として、当事者の生活の中での困りごとの解決や実現したいことを協働して実現していくような仕組みを構築する。

その中で、当事者のやりたいことを実現する上での障壁の解消事例など、好取組を抽出して、全国に展開し、他地域での取組の実施に役立てるような情報プラットフォームを作る。特に認知症当事者は症状や生活環境、経験、特技など当事者によって希望や対応方法も様々である。どのような障壁をどのように解決したか、解決のためにはどういった体制を構築したかがわかるような形で掲載するのが望ましい。

1-3 実現の上での課題と必要な工夫

オフライン・オンラインどちらのケースであったとしても、当事者と企業のニーズをマッチングするようなプラットフォームを形成するためには、できるだけ多くの当事者・企業に参画してもらう必要がある。認知症当事者の参画を促す上では、認知症の方に当事者意識を醸成することが課題となるだろう。特に認知症当事者は自らが意見を言ってよい、求められているという意識を持っていないこともある。そうした当事者意識の醸成のためにも、まずは当事者どうしがつながるピアプラットフォームや当事者プラットフォームといった仕組みもあわせて検討することが重要であろうとの意見もいただいた。

また、当事者の意見自体に価値があるということを明示的に示すためにも、意見をいただいた当事者に対して、報酬を支払えるような仕組みを導入することも必要となってくるだろう。

また、当事者のみならず、当事者との関わりを持つ自治体に対しての働きかけも重要であろう。現状、自治体は意見を発したい当事者をすくいきれておらず、当事者のごく一部しかこうした取組に参加できていない。より多くの当事者に参加を呼び掛けるためにも、日ごろから当事者に接している基礎自治体に対して、当事者への声かけや地方版認知症官民協議会・本人ミーティングなどの場の設置を促す必要がある。

他方、企業に対しても参画を促す上では、自社の事業と関連があることを認識してもらう必要がある。現状取組を進めている自治体では、企業側が自社の事業と関係があると認識してもらえず、参加意向が低いケースもあるとの意見があった。認知症当事者が生活のシーンでどういった課題があるのか、それにかかわる製品・サービスはどういったものがあるのかについての情報を蓄積することで、より多くの企業に自分ごととしてとらえてもらうことが必要であろう。また、企業側の参加を促すためには、企業側のハードルを下げる必要がある。本人ミーティングを見学する機会を広く設けるなど、まずは当事者の悩みや思い、取組についてのイメージを持ってもらうことが重要である。さらに、現状の活動の場としてどういったところがあるのか、どのような方が参加しているのかなどの情報を公開することで、参画ハードルを下げることもつながるだろう。企業はその特性上、意見を聞いてもすぐに事業に反映できるとは限らない。その点をご理解いただいた上で、フラットに気軽に意見を聞く場を設けることで、最終的な機会の拡大につながるのではないかと。

さらに、当事者・企業の両者をつなぐための立場となる、ファシリテーター・コーディネーターが不足しているという課題もある。基礎自治体で本人ミーティングや協議会などができていない理由の多くが、コーディネーターがいないからであるとの意見もあった。そうした課題を乗り越えるためにも元専門職や介護家族など、比較的当事者に近い立場にいる方にボランティアとして参画してもらい、取組を進めることができると、より全国的に広げることができるだろう。

昨今の新型コロナウイルス感染症の状況下で、こうした福祉分野でもオンラインの活用が始まっている。オンライン会議システムなどを活用すれば、地域や距離を超えて参加ができるため、より参画ハードルも下がるうえ、これまでは場がなくて参画できなかった当事者も巻き込むことができるだろう。オンラインとオフラインの仕組みをうまく組み合わせながら、より広く意見をうかがえる場を作っていくことが今後求められる。

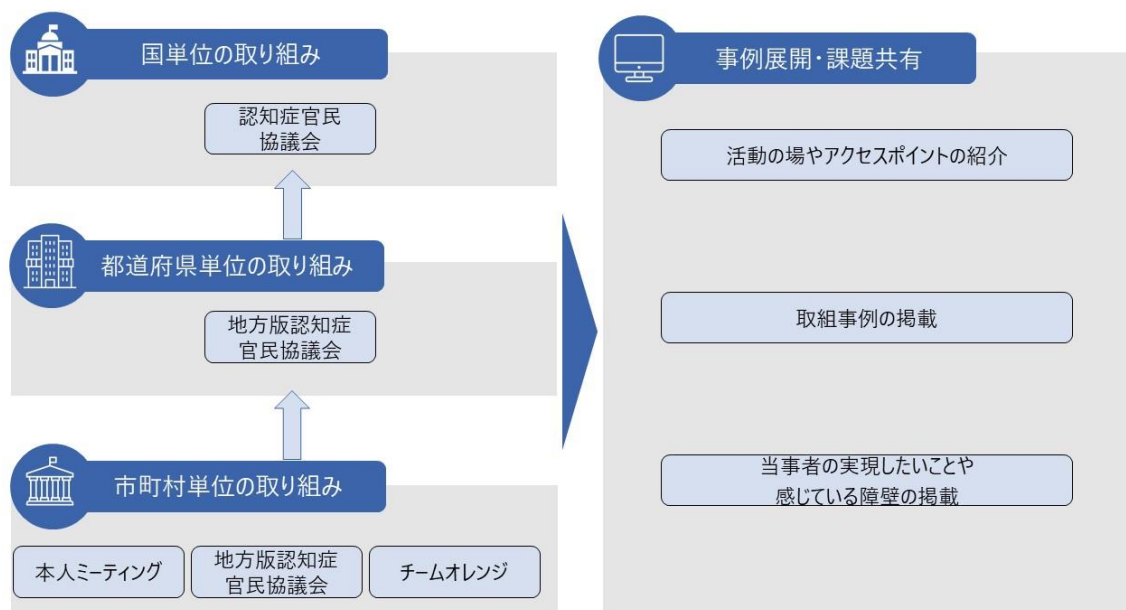
1-4 事例展開・課題共有のための仕組みづくり

これまでも述べてきた通り、取組を全国的に広げるためには、基礎自治体での取組にとどめるのではなく、よい事例や学びを展開・共有することが重要である。

今後地方版認知症官民協議会の開催が推進されていく中で、市町村単位で行っている取組の内容やそこで挙げた意見などを都道府県・国へと挙げていくことで、各地での知見の集積を図ることができるとともに、これから取組に参画しようとする当事者や企業、自治体にとっても参考となるだろう。

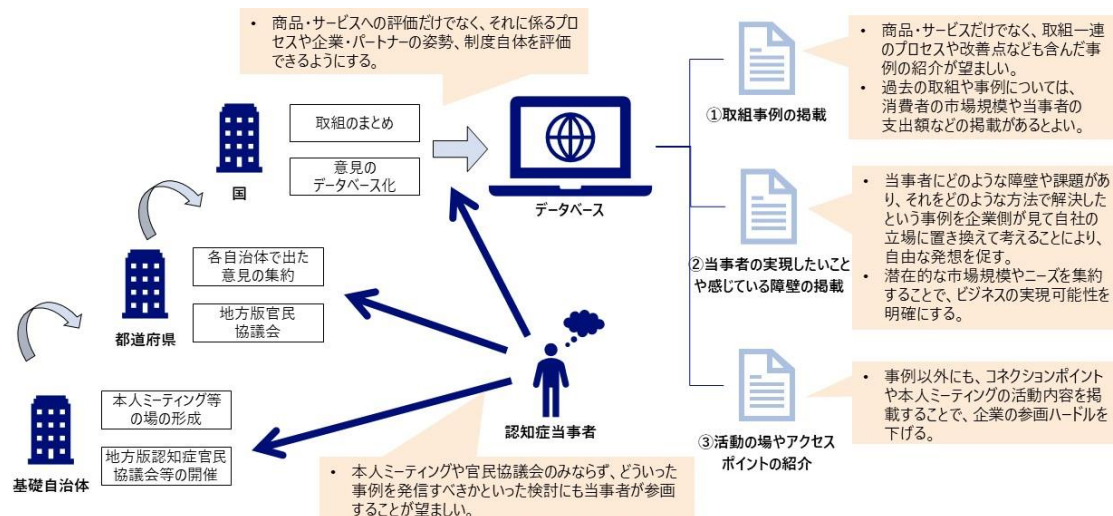
そのため、より多くの主体の参加を促す意味でも、取組事例を掲載するだけでなく、当事者が今どういったことを実現したいと考えているのか、どういった障壁を感じているかといったポイントや、現在の活動の場やアクセスポイントについての情報も提供するべきであると考えている。

図 36 行政の取組の内訳と展開内容



こうした事例収集・展開を行っていく上で、その各プロセスに当事者が直接参加することが重要であろう。取組の結果生まれた商品・サービスへの評価のみならず、それに係るプロセスやきぎょう・パートナーの姿勢、制度自体を評価できるような枠組みを作ることで、認知症の人本人も含めて「これからの社会をどう作るのか」というコンセプトからデザインしていくことができるだろう。

図 37 事例展開・課題共有のための仕組みにおいて必要な機能



上図にもある通り、事例展開・課題共有のための仕組みには、3つの機能が必要だと考えている。それぞれに必要な機能や求められる情報は下記の通りである。

① 取組事例の掲載

取組事例を掲載する上では、取組の結果生まれた商品やサービスを登録するのみならず、取組一連のプロセスやその改善点なども含んだ形での事例の紹介が望ましい。

特に、好事例については多く見かけるものであるが、より取組を深化・発展させるためには反省点から学ぶ必要がある。先駆的な自治体や団体が感じる反省点は今後事業を展開しようとする自治体などにとっても有益な情報となるだろう。

また、企業の参画促進が課題となる中で、過去の事例については、どの程度の市場規模や当事者の支出額を見込んだのかなど、可能な範囲で数値を掲載することも必要であろう。民間企業である以上、ビジネスとして成立させることは継続的な事業実施のためにも必要不可欠であるため、投資判断がしやすくなるような工夫も必要であると考えている。

図 38 取組事例を掲載する上で発信すべきと思われる情報の内容

発信すべき情報	主なターゲット	活用方法
実施した取組の概要		
実施・運営主体	行政 当事者 企業	同様の取組を始める自治体の体制確保の参考にする。
参加者・参加企業・団体の種別や数、特徴など	行政 当事者 企業	同様の取組を始める自治体の体制確保の参考にするとともに、企業の参加を促す。
取組の目的、目指す社会	行政 当事者 企業	自治体が参考にするとともに、目的に共感する当事者・企業の参加を促す。
取組の内容		
取組の契機	行政 当事者 企業	同様の取組を始める自治体の体制確保の参考にする。
取組のプロセス	行政 当事者 企業	自治体の体制確保の参考にするとともに、当事者・企業の参加ハードルを下げる。
企業からの質問	行政 当事者 企業	当事者・企業の不安感を払拭し、具体的なイメージを持たせる。
当事者が感じている障壁・実現したいこと	行政 当事者 企業	各地の取組の中で挙げたものを集積し、②に反映する。
障壁を感じるシーン	行政 当事者 企業	各地の取組の中で挙げたものを集積し、②に反映する。
当事者・企業等から集まった意見・アイデア	行政 当事者 企業	当事者・企業の不安感を払拭し、具体的なイメージを持たせる。
解決の手法	行政 当事者 企業	当事者や企業に自分事として認識してもらうとともに、参加意欲を高める。
工夫・改善の方法		
取組を行う上で工夫	行政 当事者 企業	行政が同様の取組を実施するうえで参考にする。
改善ポイント・反省点	行政 当事者 企業	各地での経験や反省を活かして、同じ轍は踏まないように工夫を凝らす。
取組の成果		
当事者の生活・意識の変化	行政 当事者 企業	取組によるメリットを理解してもらい、参加意欲を高める。
取組の結果により誕生した製品・サービス	行政 当事者 企業	企業に自分事として認識してもらうとともに、商品・サービスを当事者にも広める。
製品・サービスの活用方法	行政 当事者 企業	企業に自分事として認識してもらうとともに、商品・サービスを当事者にも広める。
参加者の声	行政 当事者 企業	当事者の意見が求められているという認識を持ってもらい、参加のハードルを下げる。

② 当事者の実現したいことや感じている障壁の掲載

当事者にとって普段の生活の中でどのような障壁があり、それをどのような方法で解決したか、どのような生活を望むかといった情報を生活シーンごとに取りまとめることが望ましい。企業側が見て自社の立場に置き換えて考えることで、自由な発想を促すことができるようになれば、より当事者の意見を聞いて商品やサービスへと反映させるような動きにつながりうると考えている。

また、困りごとだけではなく、実現したいことも含めることで、より企業・当事者双方が、より良い生活を送るために何ができるかといったポジティブな検討につなげることができるだろう。

図 39 当事者の実現したいことや感じている障壁の掲載内容

発信すべき情報	主なターゲット	活用方法
当事者の実現したいこと		
普段の生活の中で、実現したいと感じていること	行政 当事者 企業	他の当事者がどういった思いを持つかを見ることで、参加意欲を高める。
現状の対応策	行政 当事者 企業	企業側が自社の事業範囲の悩みや思いを探し、当事者意識を持つ。
実現にかかっている時間やコスト	行政 当事者 企業	事業規模を想定し、企業が事業を検討するにあたり必要な情報を提供する。
感じている障壁		
障壁を感じるシーン	行政 当事者 企業	他の当事者がどういった思いを持つかを見ることで、参加意欲を高める。
障壁を感じる理由	行政 当事者 企業	企業側が自社の事業範囲の悩みや思いを探し、当事者意識を持つ。
障壁を感じる方（同様の症状等を持つ方）の数	行政 当事者 企業	事業規模を想定し、企業が事業を検討するにあたり必要な情報を提供する。

③ 活動の場やアクセスポイントの紹介

一般的な企業に勤めている方や、これまで本人ミーティングや協議会に参加したことがない当事者にとっては、そもそも現状どこでこういった取組をしているのか、イメージがつかないことも多い。知らないが故に参加に向けたハードルが上がってしまい、なかなか一歩踏み出すことができない方も多いと想定される。そうした方の不安を解消するためにも、まずは見学できるような場を設けたり、問合せができるような形を作ること、より多くの方に活動のすそ野を広げることができるだろう。

図 40 活動の場やアクセスポイントの紹介内容

発信すべき情報	主なターゲット	活用方法
活動の場に関する情報		
当事者の声が聴ける場	行政 当事者 企業	活動の場を示し、意欲のある当事者及び企業が参加できるように広める。
各取組の中でどういった会話・検討がされているかの紹介	行政 当事者 企業	活動内容がわからないことによる不安感を払しょくし、当事者・企業の参加を促す。
アクセスポイントの紹介		
コーディネーター・問い合わせ窓口の紹介	行政 当事者 企業	自社事業に関して当事者の意見が聞きたいときにアクセスできるような環境を整える。

1-5 今後の展望について

これまで認知症の方の意見を企業につなぎ、商品やサービスの開発に役立てるための仕組みについて述べてきたが、そもそもこの仕組みを通じて目指すべきは、認知症の有無にかかわらず、誰もが尊厳を持ち暮らしやすい社会をつくることである。しかしながら、現状では認知症はネガティブな印象でとらえられてしまうことが多い。認知症は誰もがなりうるものであり、今後は認知症当事者の方が認知症になっても、それまでと変わらないような生活ができるよう、より多くの方に興味関心を持ってもらい、取組への参画を促していくことが重要である。

より企業の参画を促す上では、取組に参画する企業を評価するような制度設計も必要である。認知症バリアフリーワーキンググループで検討されている認証制度の一項目に認知症当事者の声を踏まえた取組を行っていることを要件に含めるなど、他の事業とも連動した、有機的な仕組み・制度の設計を行うことが必要となると考えている。

また、認知症に関する取組は医療や介護・福祉という観点で語られることが多く、現在自治体の中での取組は高齢者支援課などの高齢福祉部門が中心となっている。しかしながら、本調査研究事業における仕組みは、医療・介護にとどまるものではなく、社会生活全般を対象としている。その意味で、自治体の中でも他部署との連携を図り、多面的な角度から充実させていくことが重要であろう。

この調査研究を通して、認知症当事者や企業・自治体の各部局が連携を深め、より認知症当事者が暮らしやすい社会の実現に向けて動き出す契機となることを願っている。

令和2年度 老人保健事業推進費等補助金
(老人保健健康増進等事業分)

認知症の人本人の意見を企業等へつなぐ仕組みの構築等に
関する調査研究事業

報告書

令和3年3月

株式会社 野村総合研究所

〒100-0004 東京都千代田区大手町 1-9-2
大手町フィナンシャルシティ グランキューブ
TEL : 03-5533-2111(代表)