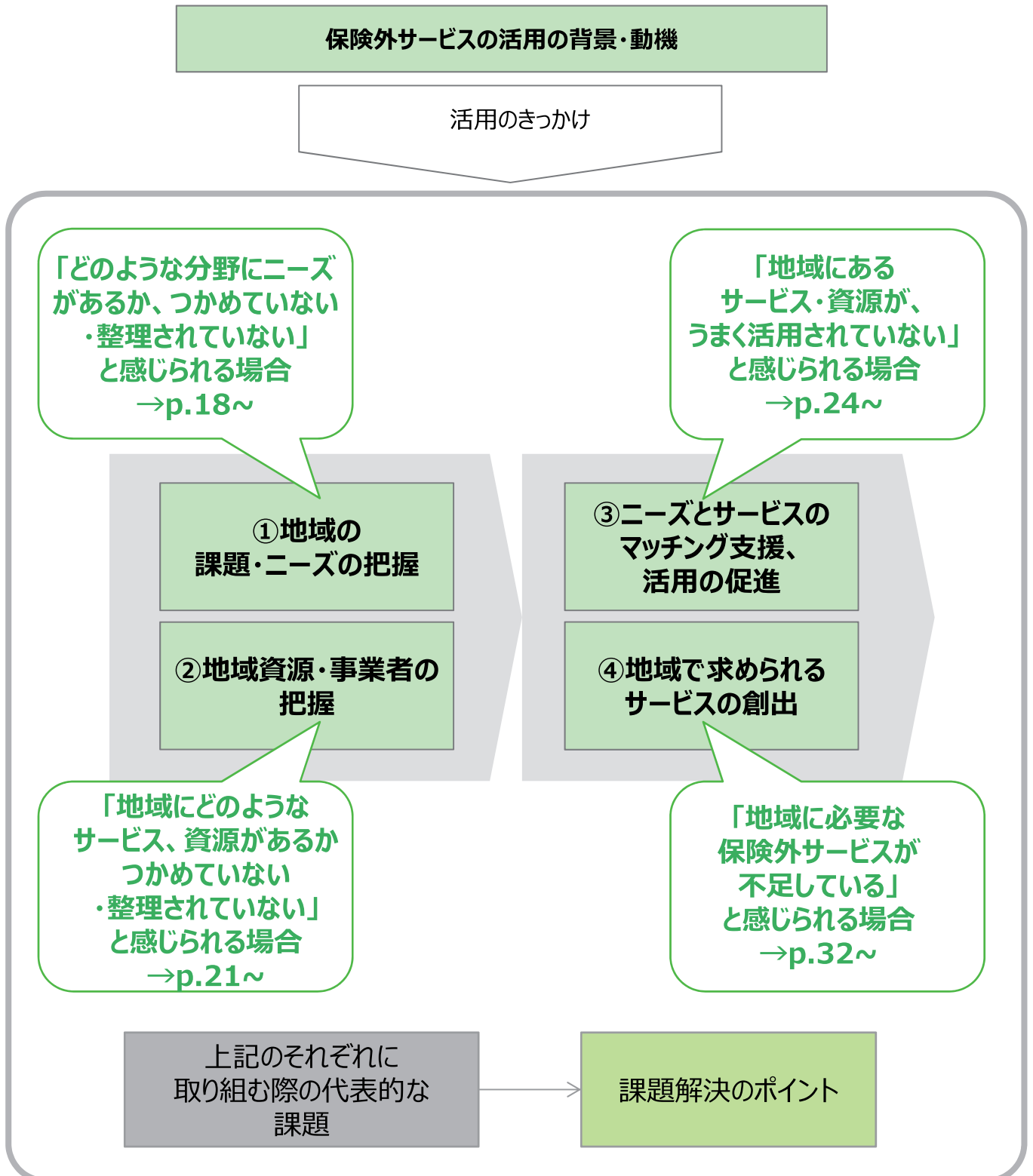
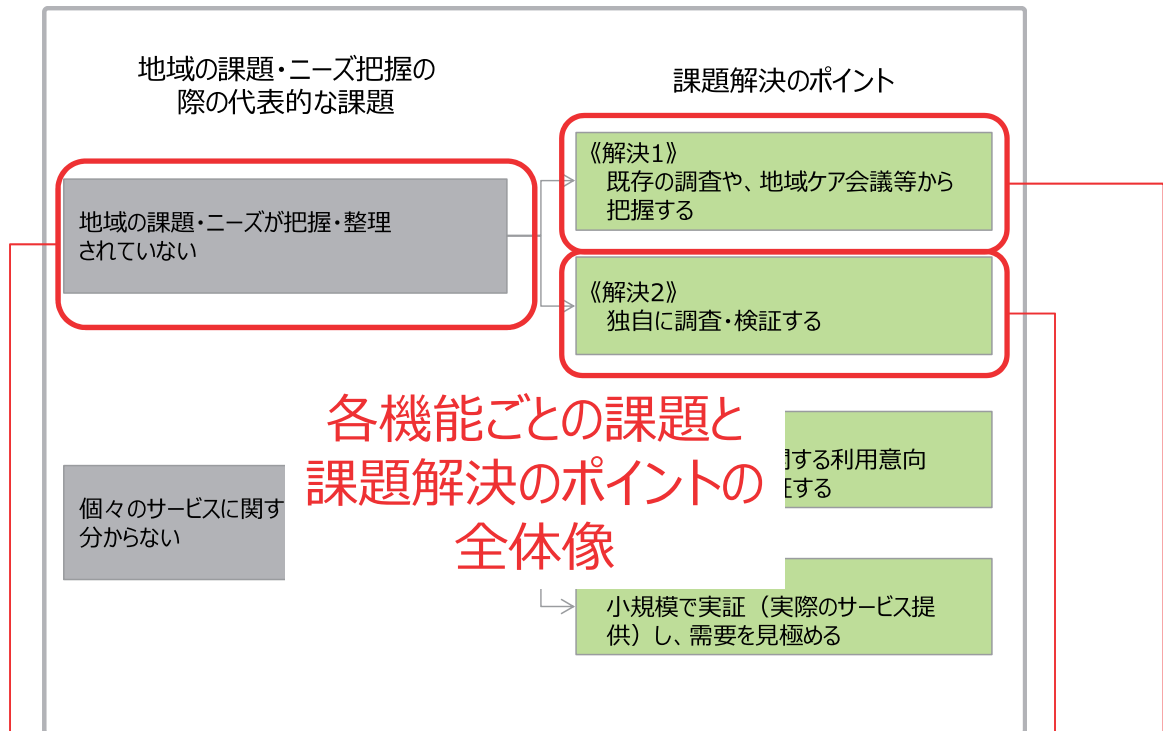


### 3. 保険外サービスを活用する際のポイント、留意点 (課題と解決に向けたヒント)

ここからは、「2. 地域の保険外サービスの充実において、自治体に期待される役割」で取り上げた4つの機能ごとに、それらの機能を自治体が果たそうとした際に想定される課題と、それを乗り越えるためのポイントについて、実際の自治体の取り組み事例を通じて、整理しています。



### 3. 保険外サービスを活用する際のポイント、留意点 (課題と解決に向けたヒント) の考え方



#### 3-1. ①地域の課題・ニーズの把握

**地域の課題に関する解説**

人や部...ら、地域の課題やニーズの把握が「なんとなく」にとどまるケースなどが考えられる

**解決1** → 既存の調査や、地域ケア会議等から把握する

**課題解決のポイント**

しましう。  
担当者等、

- 地域ケア会議における個別のケースの積み上げによる地域の課題
- 地域別の介護保険認定状況、社会資源の整理

**豊明市** →p.66 **地域ケア会議を通じた課題の把握**

・地域ケア会議での個別ケース検討を通じて、介護保険サービス終了後の外出機会の確保等の地域の課題

**課題解決の参考事例**

**中野** →p.67

・生活におけるリスクをチェックするための「基本チェックリスト」を、個々人の介護予防に利用するだけでなく、集計することで「引きこもりが多い傾向」などを読み取る。

**解決2** → 独自に調査・検証する

エリア別の詳細な状況把握やより絞り込んだテーマに関する実態把握には、独自調査の実施も有効です。目的を明確にすれば適した方法や内容で実施ができ、その後の活用につながります。

- アンケート等の定量調査：地域の傾向を調べたり客観的に第三者に示す際に有効
- インタビュー等の定性調査：「潜在的なニーズ」や「住民の本音」を引き出す際に有効

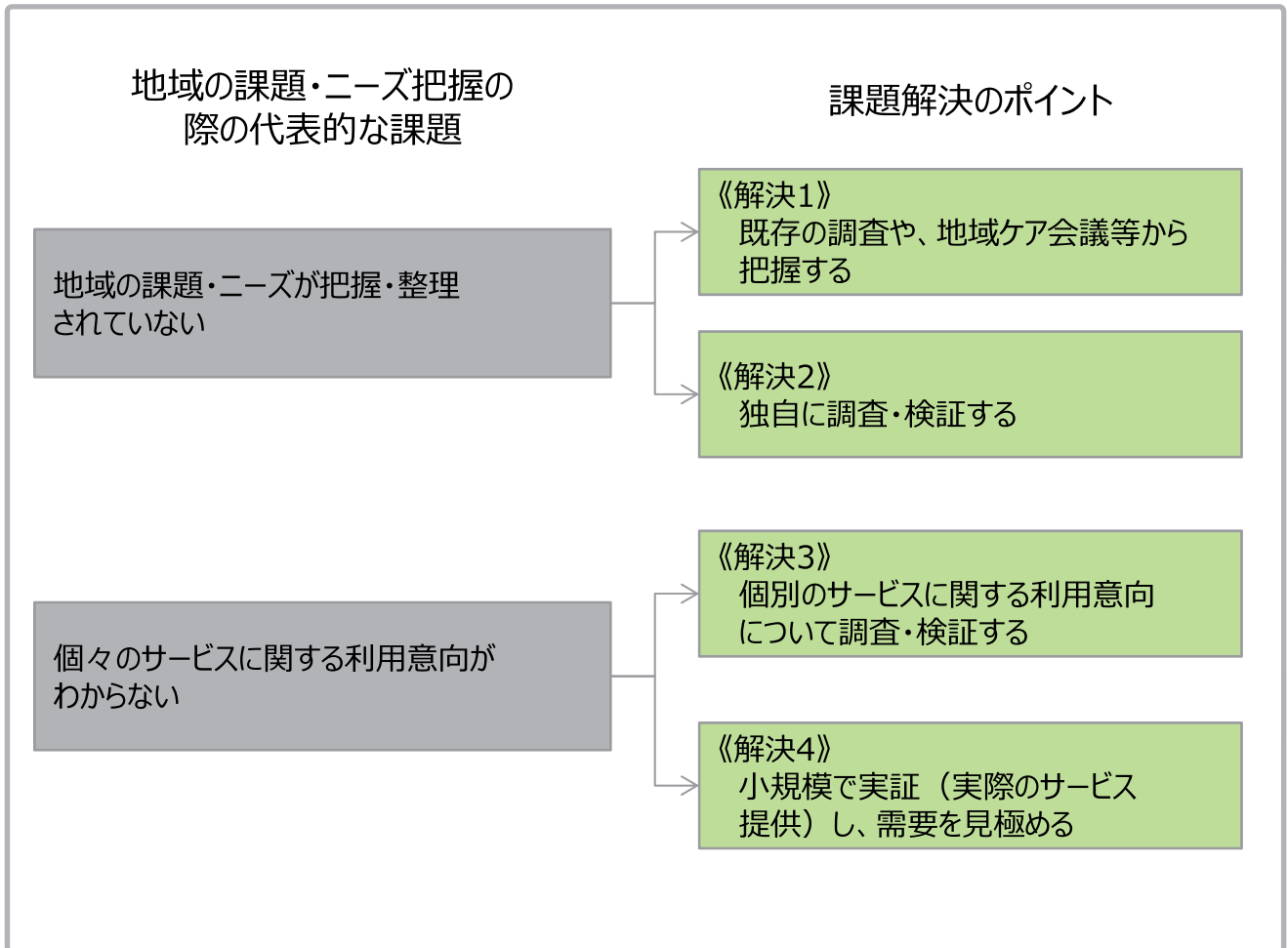
**生駒市** →p.60 **具体的なニーズ把握のために、独自の市民意識調査を実施**

・第7期介護保険計画策定に際し、市で独自に調査票を作成し、市内在住の高齢者に対して郵送アンケート調査（「介護予防・日常生活圏域市民意識調査」と「生活支援サービスニーズ調査」）を実施。

**尾道市** →p.76 **地域包括センターが自らサロンや民生委員の会合に出向き、高齢者のニーズについて聞き取り調査を実施**

・地域包括支援センターが、点在する集いに自ら出かけ、困りごとや利用している生活支援等のサービスについて聞き取り調査を実施。  
・地域の高齢者の困りごととして、買い物、通院、掃除等が上位にあがった。

### 3-1. ①地域の課題・ニーズの把握



### 3-1. ①地域の課題・ニーズの把握

#### 地域の課題・ニーズが把握・整理されていない

人や部署に情報が偏っている、体系的に整理されていない(見える化できていない)などから、地域の課題やニーズの把握が「なんとなく」にとどまるケースなどが考えられる

解決1

#### 既存の調査や、地域ケア会議等から把握する

「あるもの」「つかえるもの」を整理し、情報を持っている人の声や意見を活用しましょう。  
例えば・・・

- 日常生活圏域ニーズ調査等の既存の調査やデータ
- 生活支援コーディネーター、地域包括支援センターのスタッフ、行政の窓口担当者等、日々住民と接している関係者
- 地域ケア会議における個別のケースの積み上げによる地域の課題
- 地域別の介護保険認定状況、社会資源の整理

**豊明市**  
→p.68

#### 地域ケア会議を通じた課題の把握

- ・地域ケア会議での個別ケース検討を通じて、介護保険サービス終了後の外出機会の確保等の地域の課題を把握。

**中野区**  
→p.56

#### 「基本チェックリスト」から地域別の課題傾向を把握

- ・生活におけるリスクをチェックするための「基本チェックリスト」を、個々人の介護予防に利用するだけでなく、集計することで「引きこもりが多い傾向」などを読み取る。

解決2

#### 独自に調査・検証する

エリア別の詳細な状況把握やより絞り込んだテーマに関する実態把握には、独自調査の実施も有効です。目的を明確にすれば適した方法や内容で実施ができ、その後の活用につながります。

- アンケート等の定量調査: 地域の傾向を調べたり客観的に第三者に示す際に有効
- インタビュー等の定性調査: 「潜在的なニーズ」や「住民の本音」を引き出す際に有効

**生駒市**  
→p.62

#### 具体的なニーズ把握のために、独自の市民意識調査を実施

- ・第7期介護保険計画策定に際し、市で独自に調査票を作成し、市内在住の高齢者に対して郵送アンケート調査(「介護予防・日常生活圏域市民意識調査」と「生活支援サービスニーズ調査)を実施。

**尾道市**  
→p.78

#### 地域包括支援センターが自らサロンや民生委員の会合に出向き、高齢者のニーズについて聞き取り調査を実施

- ・地域包括支援センターが、点在する集いに自ら出かけ、困りごとや利用している生活支援等のサービスについて聞き取り調査を実施。
- ・地域の高齢者の困りごととして、買い物、通院、掃除等が上位にあがった。

### 3-1. ①地域の課題・ニーズの把握

個々のサービスに関する利用意向がわからない

特定の「保険外」「自費」のサービスに関して、具体的に何人くらいが利用するのがわからないと、事業者や担い手が参入しにくい

解決3

**個々のサービスに関する利用意向については必要に応じて、調査・検証する**

地域包括支援センター、生活支援コーディネーターに届いている声から需要を推し量ることもできますが、具体的なサービスを展開する際には、別途、個別のサービスに関する利用意向を調査をすることも有効です。

**川崎市**  
→p.48

**移動販売の実践にあたり、地域包括支援センターが利用意向を確認・検証**

・地域みまもり支援センター（地域包括支援センター）が、相談業務の中で「買い物に困っている」という課題を把握しており、コンビニエンスストアとの移動販売の実践にあたり、実際の利用意向を定量的にも検証。

解決4

**小規模で実証（実際のサービス提供）を行って、需要を見極める**

「アンケートではいい結果が出ていたが、実際にサービス提供を行ったところ、想定したほど利用されなかった」といったことは民間企業でも珍しくありません。アンケートやヒアリングといった調査と、実際の購買行動との間に生じる「ずれ」を最小限に抑え、軌道に乗せるためには、最初から完成形を目指したり、広域でいきなり展開せずに、小さく始めることが成功の鍵です。

○小規模で始めることで、実際のサービス提供を通じて、住民・利用者から意見を吸い上げ、サービスを磨く

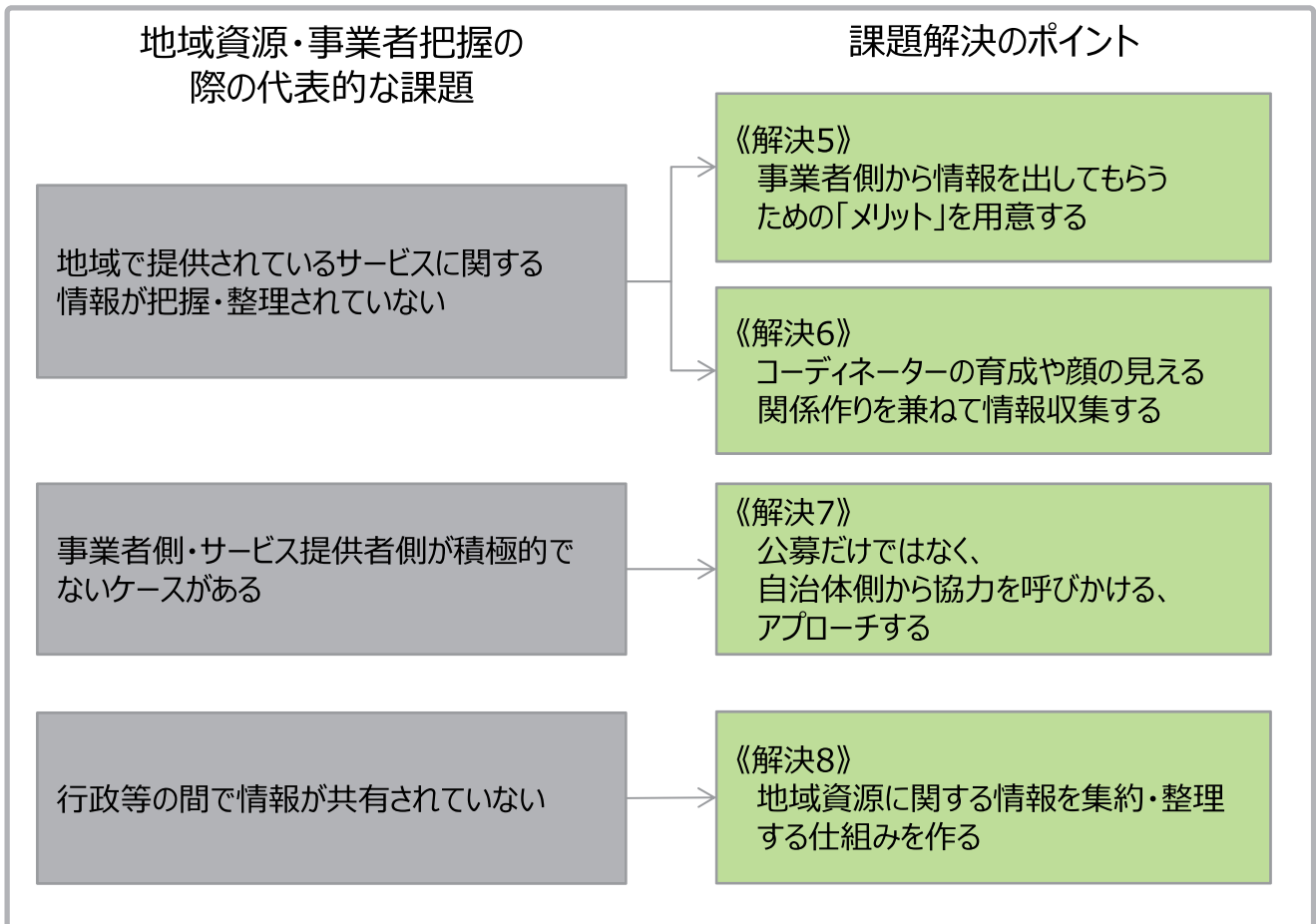
○「実証」という位置付け・姿勢を理解してくれる事業者を、連携先として選ぶ

**多摩市**  
→p.40

**団地内コミュニティ拠点にて、様々な生活支援サービスを実証実験**

・多摩団地内のコミュニティ拠点（「ネコサポステーション」）2ヶ所に、相談窓口を設置し、イベント、日用品の宅配、スーパーで買い物した後の商品のおとどけ、家事サポート等を実施。  
・「ステーションからの送迎付き買い物サービス」など新たなサービスの実証実験も行いながら、地域住民のニーズを見極めている。

### 3-2. ②地域資源・事業者の把握



#### 地域で提供されているサービスに関する情報が把握・整理されていない

自治体に指定を受ける介護保険サービスと異なり、保険外サービスに関する情報は意図して収集しないと集まらない。また、介護保険制度に基づいて提供されるサービスと異なり、提供側の事情が変われば、サービス内容や価格もそれに応じて変わるため、常に情報は更新する必要がある

解決5

#### 事業者側から情報を出してもらうための「メリット」を用意する

最新で正確な情報を把握するためには、事業者自ら「こういうサービスをやっています」「ここまでならできます」といった最新の情報を発信してもらうことが有効です。保険外サービスでは、自治体に対して、団体・事業者側に情報を出す義務はありませんので、「団体・事業者側が情報を出すメリット」への配慮が求められます。例えば、事業者のサービス告知・情報発信を支援するなどの取り組みが方法の一つとして考えられます。

**福岡市**  
→p.74

**市が運営するWebサイト「ケアインフォ」で住民に対して情報提供することで、サービスを提供する団体・事業者から情報が集まる仕組みを目指す**

- ・生活援助、見守り、送迎、配食などの保険外サービスに関する情報を、市が運営するサイト「ケアインフォ」を通じて発信。
- ・事業者は必要事項を自ら入力・登録することで、掲載料無料で同サイトに情報が掲載できる。住民への情報提供に加えて、事業者が掲載申請をしてくれることにより、地域のサービス資源が把握できることも期待する。

### 3-2. ②地域資源・事業者の把握

地域で提供されているサービスに関する情報が把握・整理されていない

規模が大きい自治体や、日常生活圏域(第2層)では、大掛かりな仕組みによる情報収集が難しいことがある

解決6

#### コーディネーターの育成や顔の見える関係作りを兼ねて情報収集する

規模が小さいことは、「顔が見える範囲」「足で情報を収集できる範囲」とポジティブにとらえることができます。  
実際に訪問し、顔の見える関係になることで情報の鮮度が維持できます。

#### 東かがわ市

→p.44

#### 地域資源マップの作成・改訂が生活支援コーディネーター育成や、地元のサービス利用者との関係構築につながっている

- ・ケアマネ連絡協議会にて要望が出たことをきっかけで簡易版作成。
- ・「地域を知り、ニーズを知ってもらう」ために、生活支援コーディネーターが掲載候補の団体・事業者を1件1件まわって確認する作業を行い、住民向けに改訂。



#### 中野区

→p.56

#### 多職種によるアウトリーチチームを生活支援コーディネーターとして位置づけ、地域資源の把握に取り組む

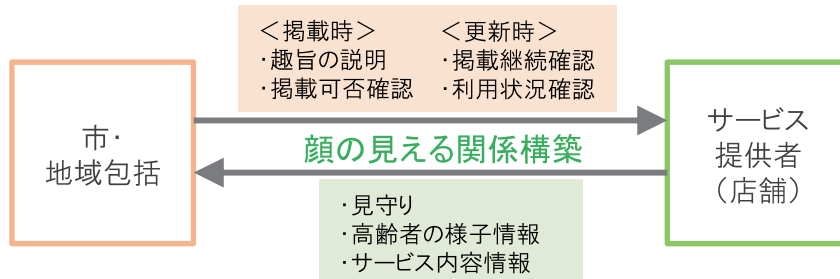
- ・15箇所の区民活動センターにアウトリーチチームを設置。
- ・事務職、保健師、福祉職の多職種がチームになって地域資源の情報を収集していく。(2018年度地域資源の見える化・一元化に着手予定)

#### 尾道市

→p.78

#### 高齢者にやさしいお店の情報誌「ねこのて手帳」作成を通じて、商店と地域包括支援センター・市の「顔の見える関係」作りにつなげる

- ・地域包括支援センタースタッフが、民生委員会合やふれあいサロンに出向き、「高齢者のニーズ」と「利用サービス実態＝提供事業者」の双方について地域資源に関する情報を収集。
- ・掲載時は電話か訪問、更新時は訪問など、直接コンタクトを取るかたちで商店との関係を構築。



## 3-2. ②地域資源・事業者の把握

事業者側・サービス提供者側が積極的でないケースがある

地域の商店などの事業者が、  
「そもそも地域包括ケアシステムとは何か」、「自身の事業と何か関係があるのか」  
「高齢の顧客に提供している現在のサービスは、“お得意様”以外に広げるとつもりがない」  
「人手があるときに提供しているもので、今後どうするかははっきりしていない」  
などの疑問や懸念を持つ場合がある

解決7

**公募だけではなく、自治体側から協力を呼びかける、アプローチする**

サービス提供者のメリットを考えつつ、地域の現状、協力の必要性や有効性を自治体側から丁寧に伝えていくことが重要です。

**東浦町**

→p.72

**地域資源マップの作成に当たり、公募だけではなく、町からアプローチし40以上の事業者の協力を得た**

- ・暮らしに関わる地域資源(まちな電気店、理美容店、弁当店、大手スーパーなど)マップの作成にあたり、公募だけでなく、「声掛け」や「ロコミ」で積極的に情報収集。
- ・掲載に消極的な事業者に対しては、町民への情報提供の必要性を伝達。
- ・資源マップ掲載事業者・団体と「東浦町における高齢者の健康寿命延伸及び生活支援等のインフォーマルサービスの創出促進に関する公民連携協定」締結。

**台東区**

→p.80

**区から呼びかけで、区内を定期的に巡回、訪問している事業者等に、業務の中で見守りを実施してもらおうネットワークを構築**

- ・もともと行っていた地域包括支援センター、区役所、警察消防、民生委員等による見守りに加え、業務の中で見守りを実施できる事業者(介護サービス、浴場、新聞販売、牛乳宅配、乳飲料宅配、食材宅配など)を中心に、積極的によびかけ、「見守りネットワーク協定」を締結。

行政等の間で情報が共有されていない

生活支援コーディネーターや地域包括のスタッフなど各スタッフの記憶・記録方法が様々だと、人によって対応にばらつきが出やすい  
スタッフが転任や退職をした場合、情報が引き継がれないことも懸念される

解決8

**地域資源に関する情報を集約・整理する仕組みを作る**

仕組みづくりのポイントとして、現場で対応するスタッフが無理なく記録できることや、スタッフ同士や部門横断で共有しやすいことなどがあげられます。

**立川市**

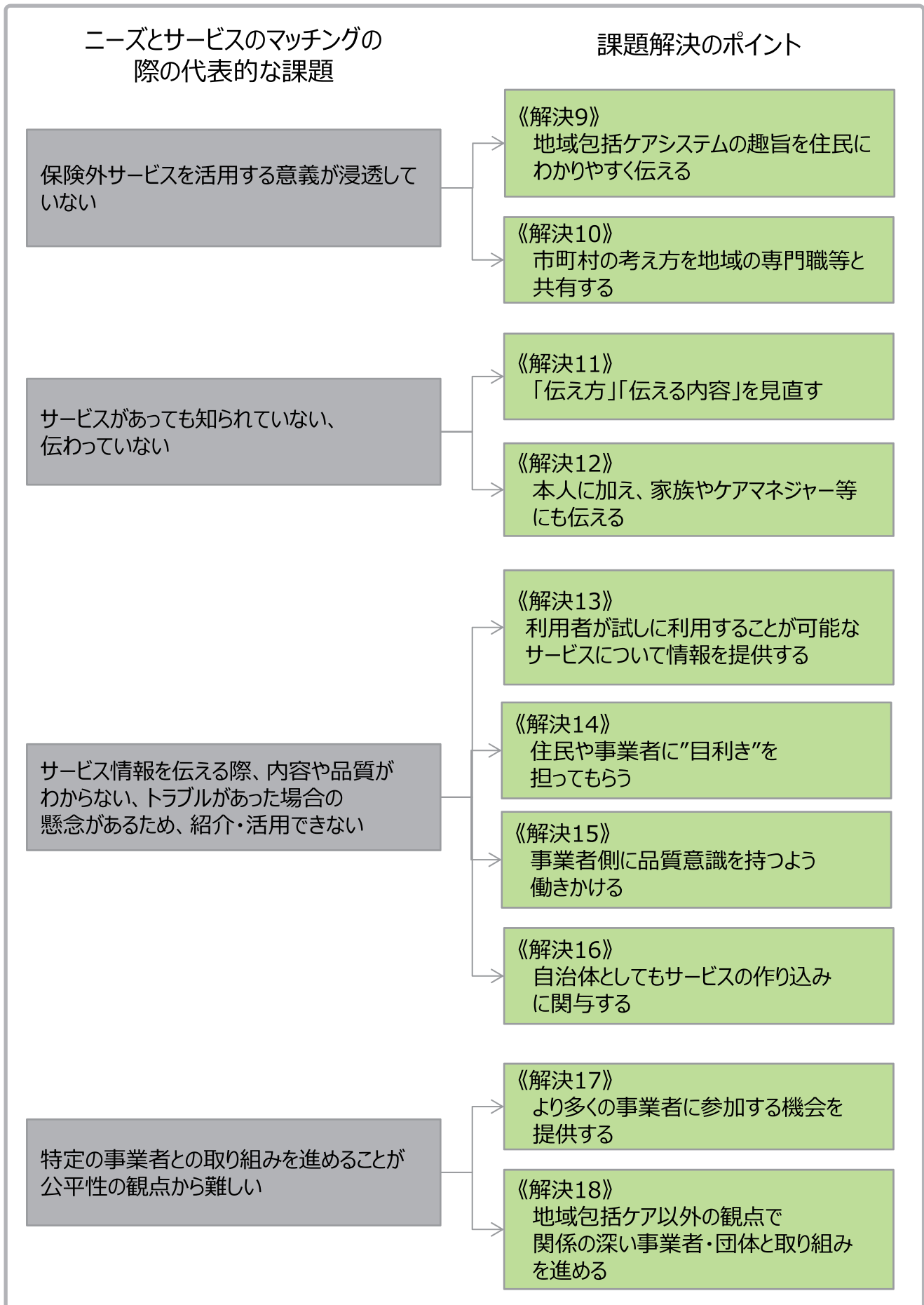
→p.76

**民間サービスを活用して、生活支援コーディネーターが個々に収集していた通いの場などの地域資源に関する情報を管理・共有**

- ・社協の生活支援コーディネーターが、個々にエクセルファイルで管理していた地域の通いの場の情報(団体の特徴や特記事項)などを民間の情報共有サービス上に記録・共有することで、市を含めた関係者間で共有しやすくなっている。



### 3-3. ③活用の促進、ニーズとサービスのマッチング



### 3-3. ③活用の促進、ニーズとサービスのマッチング

保険外サービスを活用する意義が浸透していない

保険外サービスの活用が進まない背景として、  
 保険外サービスについての知識や認識が本人や家族に不足していること、  
 ケアマネジャーをはじめとする専門職も、多様なニーズに対して介護保険サービスだけで  
 対応しようとする意識があること等が考えられる

解決9

#### 地域包括ケアシステムの趣旨を住民にわかりやすく伝える

要介護状態になっても、「地域包括ケアシステム」のもとで  
 “自分らしい生活を追求できる”ことを、住民に広く知ってもらう必要があります。  
 同時に、自治体が目指す姿、地域で利用できるサービスなどを総合的に伝え、  
 啓発や意識醸成につなげることも重要です。

宮崎市  
 →p.64

「地域包括ケアシステム」を「ぐるみん宮崎」と名付け、  
 親しみやすさを醸成  
 情報誌『ぐるみん宮崎』を60歳以上の方が住む世帯全戸配布

- ・宮崎市は、自立支援に軸足を置いて、予防を中心に展開。
- ・地域ケア会議のなかで、地域包括ケアとは何か、何をを目指すのか、わかりやすく示すツールがほしいとの声があったことから、情報誌を作成。取り組みの全体像を見せて住民の理解を促進。  
 A4オールカラー、152ページと情報はふんだん、取り組みの全体像を見せて住民の理解促進を狙う。  
 イラスト、写真、漫画などを多く取り入れ、読みやすさにも配慮した。
- ・「ぐるみん宮崎」という愛称は公募。
- ・「ご近所の支え合い」、「専門職や民間のサービス」の二重の支援で地域ぐるみの支え合いをすることを明示、住民の介護予防・支え合いの意識醸成にもつなげる目的。
- ・地域、関係機関、専門職等の活動を掲載し、地域資源情報や取り組みの周知。



### 3-3. ③活用の促進、ニーズとサービスのマッチング

保険外サービスを活用する意義が浸透していない

解決10

#### 市町村の考え方を地域の専門職等と共有する

どこまでを公的サービス(介護保険や総合事業)でカバーし、どのあたりから保険外サービスを活用するのかについて、地域での意見を統一し、利用者に伝えておくことが必要です。

本人や家族に情報提供する立場の専門職に対して、地域ケア会議などを通じて、地域の現状や自治体の考え方を伝えていくことを通し、広く知らしめていくことが考えられます。

#### 豊明市

→p.68

保険外サービスの創出・活用促進と同時並行で、  
地域の専門職の意識改革に取り組む  
= 地域ケア会議を通じて、「社会保障がカバーすべき範囲」について認識の共有を図る

- ・保険外サービスの活用には
  - サービスの創出・充実化
  - サービスを提供する専門職側の意識変革
- が両輪となるとの考え
- ・「社会保障がカバーすべき範囲」  
=「専門職の引き時」について、  
地域ケア会議等を通じて、認識を共有。

#### 「普通の生活を取り戻す」ところまでが 当市の「社会保障がカバーすべき範囲」として明示



### 3-3. ③活用の促進、ニーズとサービスのマッチング

サービスがあっても、知られていない、伝わっていない

保険外サービスについての情報が広まらない要因として、  
事業者には「高齢者本人や家族に絞り込んだ情報発信」に関する経験やノウハウがない  
事業者が宣伝や広告に多くの経営資源を割くことができない  
自治体の既存の広報誌などの媒体が、保険外サービスの浸透に力を発揮できていない  
などが考えられる  
また、サービスの情報について、「伝えるべき相手」に「伝わりやすい方法」で情報を発信しないと  
伝わらないことがある

解決11

#### 「伝え方」「伝える内容」を見直す

地域資源を最大限活用するために重要なのは、地域密着の中小事業者・商店をサービスの担い手として迎え入れることです。  
個々の事業者自身が持つ情報発信力に頼るのではなく、事業者と自治体が共同で「どのようにサービスを住民に伝えるか」を検討する取り組みが必要な場面があります。  
例えば「伝え方」に関してノウハウを持つ民間の力を活用して、地域における意識の醸成や啓発をはかったり、実際の住民との接点をつくることによって、事業者の存在を知らせるといった取り組みが考えられます。

**東浦町**  
→p.72

**地域資源マップへの掲載内容・表現について、自治体職員・コーディネーターと事業者が打合せをしながら、丁寧に作り込む**

- ・家事手伝い、理美容、弁当・日用品宅配、電球交換、通いの場等の地域資源に関する一覧表（「地域資源マップ」、サービス・価格など掲載）を作成。
- ・資源マップを読む地域住民や関係者にわかりやすい内容・表現となるように、町の職員、生活支援コーディネーターが事業者と打合せをしながら仕上げる等、丁寧に作り込んでいる。

**大牟田市**  
→p.60

**認知症高齢者見守りのための模擬訓練の事務局を地域密着型サービスの介護事業所に担ってもらい、地域との関係構築につなげる**

- ・地域での見守り力を強化するために、1年に1回程度、認知症高齢者見守りのための模擬訓練（認知症SOSネットワーク模擬訓練）を実施。
- ・この事務局を地域密着型サービスの介護事業者に担ってもらい、地域住民との関係構築につなげてもらう。

### 3-3. ③活用の促進、ニーズとサービスのマッチング

サービスがあっても、知られていない、伝わっていない

解決12

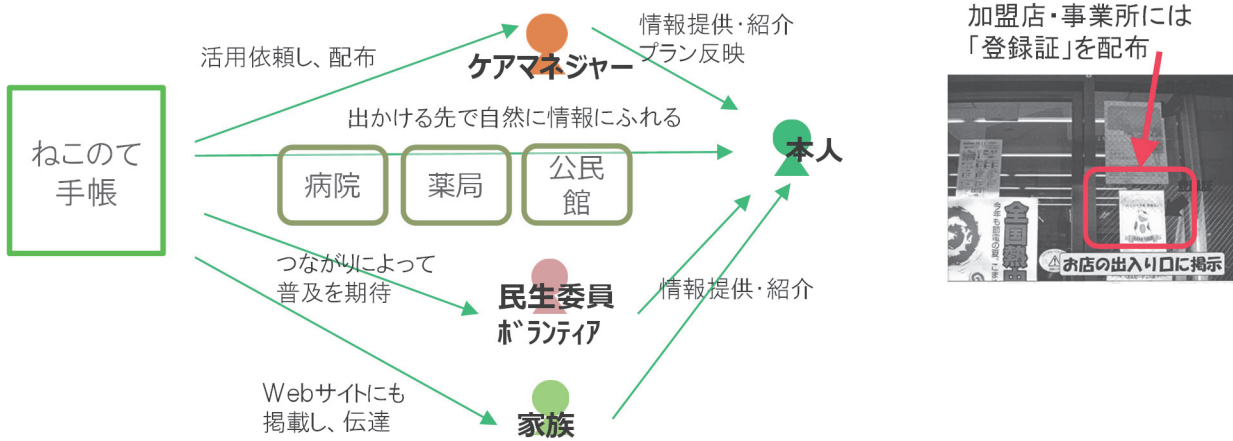
#### 本人に加え、家族やケアマネジャー等にも伝える

保険外サービスについて、本人に加えて、家族(子世代や孫世代)に知ってもらうことで活用が促進される可能性があります。また、ケアマネジャー、民生委員、ボランティアスタッフなど地域の支援者に保険外サービスの情報を届けることも重要です。その際の媒体は、伝えたい相手に確実に届くものを検討する必要があります。

伝える対象	適していると考えられる媒体	理由
高齢者本人、窓口の相談者	冊子やチラシ	持って帰って検討できる
ケアマネジャー	冊子や印刷できる形のWebサイト	本人・家族に見せることができる
民生委員・ボランティア	コンパクトな冊子やチラシ	すぐ見せることができる
(市町村外など)離れて暮らす家族	Webサイト、メールなど	時間・場所に関係なく検討できる

#### 尾道市 →p.78

高齢者にやさしいお店の情報誌「ねこのて手帳」は、加盟する商店・事業所と、民生委員、ケアマネ、ボランティア等地域の支援者に配布  
支援者（人と人とのつながり）によって高齢者に情報が届くことを重視



#### 立川市 →p.76

民間のサービスを活用してWeb上で保険外サービスに関する情報を発信  
Web媒体を活用し、市外など離れて暮らす家族にも届ける

- ・民間事業者(カシオ計算機)との官民共同事業として、保険外サービスの情報をWebサイト上でケアマネ等の関係者や地域住民に発信。
- ・離れて暮らす子世帯等に情報を伝えやすくすることも狙いの一つ。



### 3-3. ③活用の促進、ニーズとサービスのマッチング

サービス情報を伝える際、品質や内容がわからない、  
トラブルがあった場合の懸念があるため、紹介・活用できない

保険外サービスを活用する際の自治体側の懸念として、  
介護保険サービスとは違い、明確な品質基準がないこと、  
トラブルの際の解決方法がはっきりしていないこと等が考えられる

解決13

#### 利用者が試しに利用することが可能なサービスについて 情報を提供する

「1回の利用ごとに支払う」や「お試しができる」などで判断できるサービスや、  
契約が高額でないサービスの紹介に限定することにより、大きなトラブルを  
回避するなどの方法があります。

福岡市  
→p.74

市のWebサイトでの保険外サービスの情報提供にあたり  
住民が「ためしに使ってみて中身を判断しやすい」分野を  
選んで紹介

・「ケアインフォ」という市のサイトで保険外サービスに関する情報を提供  
地域でニーズがあり、試しやすい、利用してから良し悪しを判断しやすいものを中心に紹介。



解決14

#### 住民や事業者に“目利き”を担ってもらう

事業者同士が互いに「顔がみえる」関係ができている地域では、  
それを活用して、事業者間で相互に評価してもらったり、住民に“目利き”をしてもらうの  
も一つの方法です。

東かがわ市  
→p.44

業種のリーダーが情報収集、品質の維持を図る

・理容やドラッグストアなど、事業者側に業種ごとのリーダーが、とりまとめや情報収集を担当。  
・業界として相互にモニタリングの機能を果たし、品質の維持につなげている。

### 3-3. ③活用の促進、ニーズとサービスのマッチング

サービス情報を伝える際、品質や内容がわからない、  
トラブルがあった場合の懸念があるため、紹介・活用できない

解決15

#### 事業者側に品質意識を持つよう働きかける

例えば自治体が紹介する事業者を登録制とするなど、一定の制度やルールによって事業者側にも品質意識を持ってもらうことも有効です。

#### 近江八幡市

→p.52

#### 地元商店と連携した「商助」の推進にあたり、登録制度を創設

- ・「自立支援につながる事業を実施している」「認知症の勉強会を定期的に行っている」「高齢者に対して生活支援につながる情報提供ができる」ことの基本3要件として満たす事業者に登録証交付。

解決16

#### 自治体としてもサービスの作り込みに関与する

自治体自らが、地域の現状・課題や高齢者のニーズ、サービス利用におけるハードルなどを具体的に事業者伝え、ニーズにマッチしたサービスに近づけていくことも、品質の担保や向上につながります。

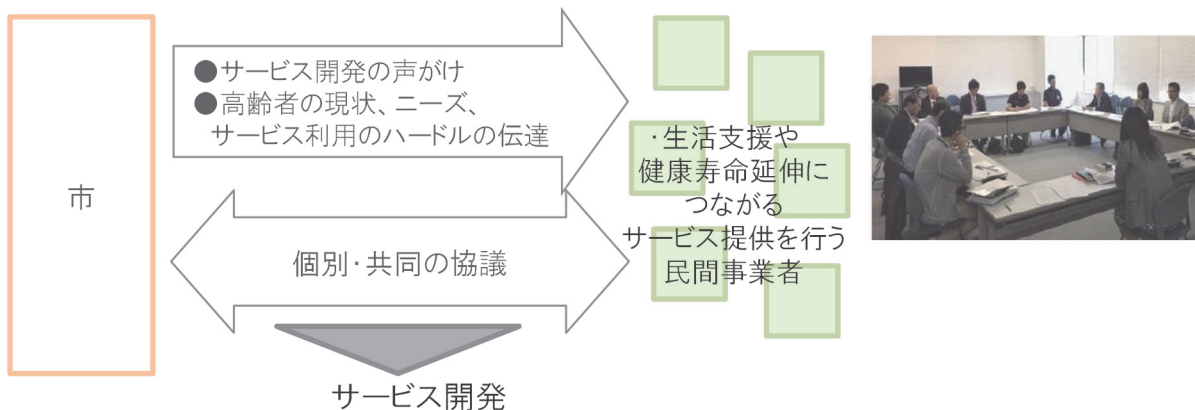
懸念事項などを事業者伝えることで、トラブルの防止にもつながります。

#### 豊明市

→p.68

#### 市からの声掛けによる民間事業者との連携 事業者との共同、個別による協議の場を通じてのサービス開発

- ・高齢者の生活支援や健康寿命延伸につながるサービス提供を行う民間事業者に市から声掛け。
- ・高齢者の現状・ニーズ、サービス利用のハードルを伝えるなど、市と事業者とで協議を重ねる。
- ・市としてもサービス開発に深くかかわることが、結果として、品質担保につながる、という考え。



### 3-3. ③活用の促進、ニーズとサービスのマッチング

特定の事業者との取り組みを進めることが公平性の観点から難しい

解決17

#### より多くの事業者に参加する機会を提供する

多くの事業者が参加できる仕組み、機会を提供し、「参加する、しない」は事業者側の判断にゆだねる形をとる方法があります。

#### 北アルプス 広域連合

→p.42

規模の大小を問わず、地域内の事業者に事業への参加意向をアンケートで確認  
参加意向を示したコンビニエンスストア各店と連携協定を締結

- ・配食サービスの担い手確保のために、まず商工会議所を通じて、広く仕出し業者等を紹介いただき、各社に対してアンケートを実施して、配食事業への参加意向を確認。
- ・参加意向を示したセブン-イレブン各店と高齢者等の見守り活動に関する協定を締結。

#### 尾道市

→p.78

商工会議所からの会報誌を活用した掲載希望事業者募集チラシの配布と、市の公募を併用した事業者募集

- ・高齢者にやさしいお店の情報誌「ねこのて手帳」掲載の店舗・事業者の選定に当たり、高齢者が実際に使用している店舗・事業者の情報収集の他、商工会議所の会報誌を活用したチラシの配布や、市広報を通じた公募も併用し、事業者に対し広く周知を図る。

解決18

#### 地域包括ケア以外の観点で関係の深い事業者・団体と 取り組みを進める

自治体内の他部門ですでに支援したり共同取り組みを行っている事業者・団体であれば、地域の課題について認識が共有できており、連携もしやすいといえます。

#### 多摩市

→p.40

市全体での包括協定先である電鉄グループとの連携  
自治体内の他部門と連携し、経産省・国交省などのモデル事業も活用

- ・企画部門にて包括連携協定を結んだことをきっかけに、団地住民の高齢化対策の一つとして、京王電鉄グループによる移動販売を実施。  
○スキームづくり⇒経済観光部門 ○サービス告知⇒福祉介護部門
- ・京王電鉄グループやヤマト運輸との取り組みではそれぞれ、経産省や国交省のモデル事業も活用。

#### 伊達市

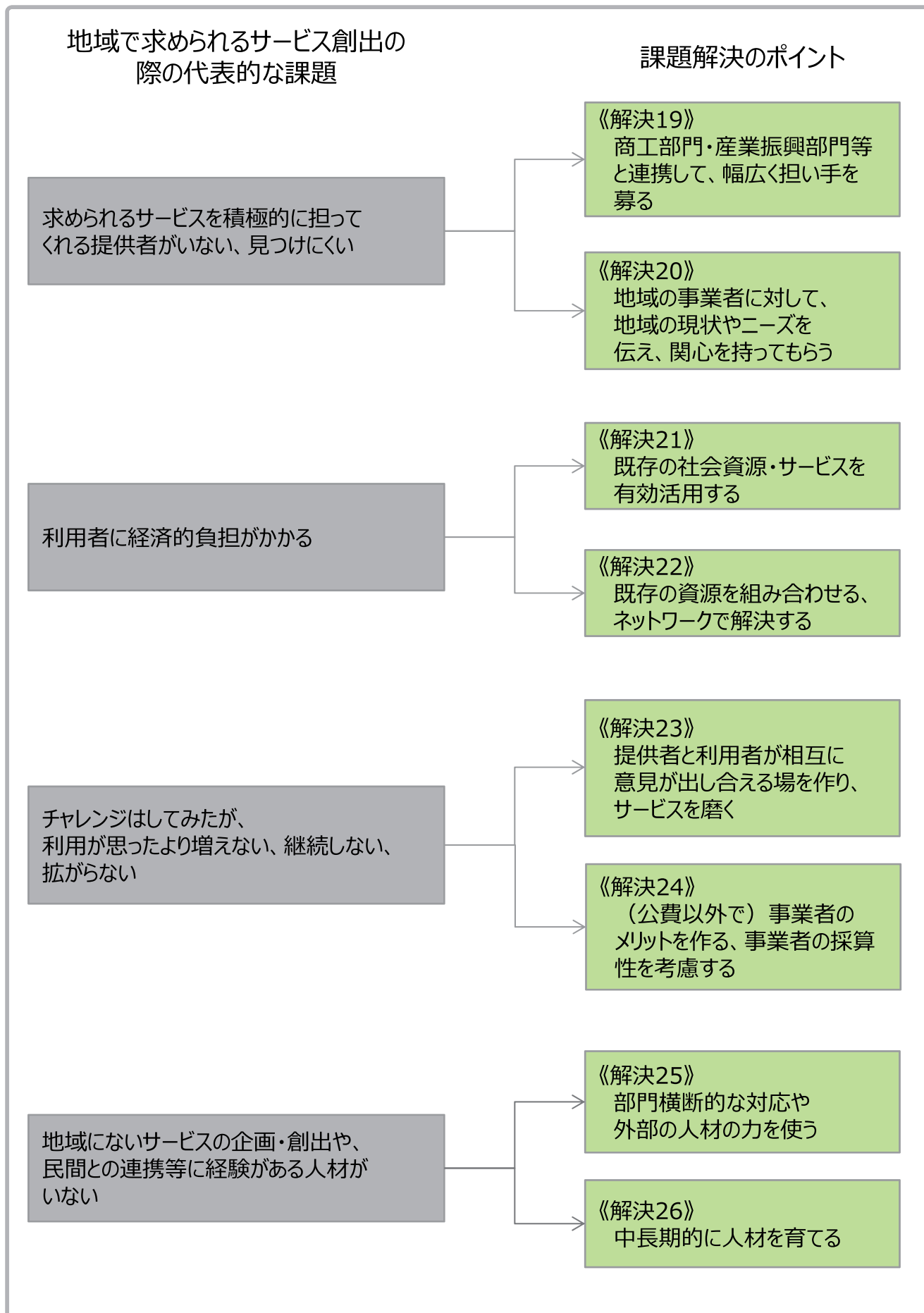
→p.54

官民連携して「高齢者が暮らしやすいまちづくり」の推進

- ・少子高齢化が進む中で、高齢者が安心・安全に暮らせるまちづくりを、官民共同で進めるという主旨で「伊達ウェルシーランド構想」を推進。
- ・市長の呼びかけで、地元の若手経営者を集めて「協議会」を組成。具体的に高齢者住宅や乗合いタクシーなどの事業が実現。



### 3-4. ④地域で求められるサービスの創出



### 3-4. ④地域で求められるサービスの創出

求められるサービスを積極的に担ってくれる提供者がいない、見つけにくい

地域における介護事業者が少ない、介護事業者がサービスの担い手になってくれない、NPOやボランティアが不足している、サービスが足りない場所や層は営利企業にとって採算性が低いなど、様々な要因により、サービス提供の担い手やサービス自体が不足していることが考えられる

解決19

#### 商工部門・産業振興部門等と連携して、幅広く担い手を募る

地域の商店や、鉄道・電気・ガスなどのインフラ事業者なども担い手候補です。自治体内に本社のある企業は、地域貢献の一環として協力してもらえる可能性があります。

<保険外サービスの担い手候補（例）>

- 社協、NPO・ボランティア、医療機関、介護保険サービス事業者
- 地域の商店・スーパー・コンビニエンスストア・ドラッグストア・調剤薬局
- 理美容・フィットネス
- 家事代行等サービス事業者
- 鉄道・電気・ガスなどのインフラ事業者
- 自治体内に本社・本店をおく企業など

#### 近江八幡市

→p.52

#### 「近江商人発祥の地」の認知を活かして、地元商店による「商助」の推進

- ・近江八幡らしい社会資源として、地元商店に注目＝自助、互助、共助、公助に加えて「商助」。
- ・個人商店を社会資源として十分に活用できるような仕組みをつくることが目標。
- ・民間事業者との推進会議や、セミナー・シンポジウムなどの情報発信、啓発活動を実施。
- ・「商助推進事業者登録制度」開始。（基本要件は以下）
  - 「自立支援につながる事業を実施している」
  - 「認知症の勉強会を定期的に行っている」
  - 「高齢者に対して生活支援につながる情報提供ができる」

#### 函館市

→p.50

#### 函館朝市を核に、地元の百貨店、スーパーなどが協議会をつくり、高齢者の外出を通じた「おでかけリハビリ」を実践

- ・“おでかけ先”として、発起人である函館朝市と、市が包括連携協定を結ぶ、イオン、イトーヨーカ堂、道南ラルズといった朝市以外の商業団体との協議の場をセット。
- ・「おでかけリハビリ推進協議会」が発足し、複数の地元商業者が参画。
- ・上記の推進に当たって商工部門と連携した。

#### 神戸市

→p.58

#### 地元企業との連携により、住民主体の通いの場の立ち上げ・運営を支援

- ・地元企業であるネスレ日本が民間企業のCSV（共通価値の創造）事業として、市で課題となっていた介護予防と関連させて、介護予防サロンを推進。
- ・NPOや集いの場を運営する住民（＝カフェマネジャー）にコーヒーマシンが貸し出される。
- ・曜日・時間・運営方法は様々ながら、約55ヶ所で運営されている。

ネスレがコーヒーマシンを無償で貸し出し



（カートリッジ代は別途必要）

### 3-4. ④地域で求められるサービスの創出

求められるサービスを積極的に担ってくれる提供者がない、見つけにくい

解決20

**地域の事業者に対して、地域の現状やニーズを伝え、関心を持ってもらう**

セミナーや住民との交流の場、広報誌での情報発信などを通じて、地域・高齢者の実態やニーズについて、事業者が触れたり理解できる機会をつくり、地域を理解することで意識を高めてもらうことができます。

**近江八幡市**

→p.52

**“商助”の担い手となる地元事業者の協力・参加を促すべく、シンポジウム等により地域の現状や課題について情報を発信**

- ・「ささえあいのしくみづくり」の一環として、多様な主体の参画を促すべく、企業、特に地元事業者のCSR・地域貢献活動に期待。
- ・幅広い事業者に参画してもらうための取り組みの一つとして、「超高齢社会の支え合いビジネス『商助』について考えるシンポジウム」と題したシンポジウムを開催するなど啓発活動を実施。事業者を交えた「商助推進会議」も不定期ながら継続、5回を数えている。

### 3-4. ④地域で求められるサービスの創出

利用者に経済的負担がかかる

利用者から見て、介護保険サービスと比較して価格が高いと感じられるケースや、自分たちでできていたことをサービスとして提供して購入するには負担が大きいと感じられるケースなどがある

解決21

#### 既存の社会資源・サービスを有効活用する

多くの人々が利用しやすい価格で提供するには、事業者の企業努力や社会貢献意識頼みに終始せず、すでに行っているサービスとの相乗効果で、送迎コスト・家賃・人件費を低減するなどの工夫が必要となります。

**大川市**  
→p.70

**総合事業のC型短期集中サービスと同じ場所の午後、  
同じ事業者が自費サービスを展開、C型サービス後の  
受け皿として機能**

- ・総合事業として短期集中のC型サービス(「元気が出る学校」くまもと健康支援研究所による運営)による介護予防を展開しているが、終了後の定期的外出や人との交流場所が少ないことが課題。
- ・くまもと健康支援研究所は、C型と同じ場所の午後に保険外の自費サービス「元気が出る大学」を運営し、終了後の受け皿として機能。自費サービスをC型と同じ場所、同じスタッフで運営することにより、送迎コスト、人件費、家賃等を低く抑えることができ、比較的利用しやすい価格でのサービス提供が可能となっている。

**大牟田市**  
→p.60

**地域密着型の介護事業所が、認知症SOSネットワーク模擬  
訓練の事務局や地域の交流拠点運営の担い手になることで、  
地域との結びつきを強化**

- ・小規模多機能、グループホームといった地域密着の介護事業所に、地域の交流拠点の併設を義務付け。開設費用の一部は補助するが、運営については、介護事業所の負担。
- ・定期的に開催する認知症高齢者の検索に関する模擬訓練の事務局を担ってもらい、住民との結び付きを強めることも狙う。

解決22

#### 既存の資源を組み合わせる、ネットワークで解決する

これまでつながりのなかった事業者・団体・住民をうまく結びつけることで、関係者のメリットを創出し、「無理なく継続できる」仕組みを作るなどが考えられます。

**函館市**  
→p.50

**介護施設利用者や外出が困難な高齢者向けに、朝市、スーパー、  
百貨店、商店街等で「買い物・食事・レクリエーション」を  
組み合わせたりハビリを提供  
外出のタクシー費用は、商業施設が「集客費用」として負担する  
ことで公費を投入することなく、継続的な運営が可能となっている**

- ・介護施設・サービスの利用者や、地域の高齢者を、地域の商業施設に連れ出し、「買い物・食事・レクリエーション」を組み合わせたりハビリを実現。
- ・送迎にかかるタクシー代は、商業施設が「集客費用」として負担。市が一般介護予防事業で養成するボランティア「くらしのサポーター」にもこの取り組みを紹介し、担い手確保を側面支援。新たな公費・補助は投入しないで運営できる仕組み。

### 3-4. ④地域で求められるサービスの創出

チャレンジはしてみたが、利用が思ったより増えない、継続しない、広がらない

市場サービスである以上、短期間で成功事例が生まれにくく、定着に時間を要することがある

解決23

**提供者と利用者が相互に意見を出し合える場を作り、サービスを磨く**

利用者に喜ばれるサービスを作るためには、売り手と買い手の継続的な対話が必要です。住民や事業者と一緒に、サービスを成功させるための長期的な視点を持つことが重要です。

**高石市**

→p.66

**市民のニーズに合致した商品・サービス開発の場作りを目指し、リビング・ラボを開設**

- ・本格的な稼働はこれからだが、市民向けのニーズに合致した商品サービスを、住民と事業者が一体となって開発する場として「リビングラボ」を設置。
- ・健幸づくり事業でリーチできた層をモニターとして抱え、月1回のワークショップを開催。

解決24

**(公費以外で) 事業者のメリットを作る、事業者の採算性を考慮する**

持続的なサービス提供を可能とするため、公費以外での、事業者に対する支援・メリットづくりが必要です。具体的には、働き手の確保やサービスに関する告知、住民との関係づくりなどが考えられます。

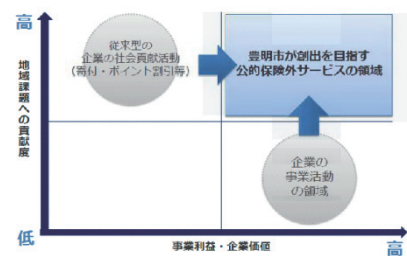
**豊明市**

→p.68

**民間事業者との連携にあたり、地域貢献と事業利益が両立できるゾーンを「豊明市が目指す公的保険外サービス領域」として各参加事業者に明示**

- ・民間企業と公的保険外サービス創出・促進に関する協定締結し、サービス創出に取り組む。
- ・サービス継続には「社会性・地域貢献度は高いが、事業利益は低い」領域ではなく、「社会性・地域貢献度が高く、同時に事業利益が確保できるもの」(地域貢献と事業利益の両立)が必要だとして明示。
- ・実際、サービス開発の際にも、事業者側の採算性を意識して議論を進めている。

豊明市が目指す公的保険外サービスの領域



**川崎市**

→p.48

**利用者像の設定や利用意向の検証を自治体で実施、事業者の事業性に配慮**

- ・利用者数が予測しにくい地域での展開に先立ち、1回あたりの利用者数についての見込みが立てやすい施設入居者を対象に移動販売のノウハウや基盤作りを実施。
- ・地域での展開に当たっては、地域包括支援センターのスタッフが地域住民の利用意向を確認。採算確保が可能と見込まれる有力候補地を抽出して、移動販売事業をスタート。

**北アルプス  
広域連合**

→p.42

**コンビニエンスストアとの連携で配食を進めるにあたり、担い手確保に協力**

- ・配食実施に当たっての最大のネックは担い手の人材。
- ・高齢者等の見守り活動に関する協定を結び、大町市として高齢者の短時間雇用や、配達の担い手確保にも協力することで、通常の店舗周辺1.5km以上への配達行ってもらうことにした。

### 3-4. ④地域で求められるサービスの創出

地域にないサービスの企画・創出や、民間との連携等に経験がある人材がいない

サービスの企画・創出には、「ニーズの把握」「多様な主体間の連携」「事業化に向けた推進・実践」など、これまでの自治体業務では得ることが難しい多くの経験・能力が求められる

解決25

#### 部門横断的な対応や、外部の人材の力を使う

医療・介護以外の事業者との接点を充実・拡大するためには、民間企業との連携経験がある他部門や、サービス企画開発経験者と協力してすすめることが必要です。

**多摩市**

→p.40

**保険外サービスにおける民間企業との連携には、福祉や介護部門だけではなく全庁横断的な取り組みが必要**

- ・団地内でのスーパーの移動販売などで連携する京王電鉄とは企画政策部が窓口で包括連携協定を結んでおり、人事交流も実施。
- ・京王電鉄グループとの移動販売は企画課及び経済観光課が窓口となってスキームを検討。
- ・市が取り組みを進めている「健幸まちづくり」では、庁内の横断的な連携や民間企業などの庁外との連携が必要であり、職員には、こうした連携をスムーズに進めることができるセンスが求められると認識。

解決26

#### 中長期的に人材を育てる

「この人がいたからできた」という属人的な形ではなく、サービス創出や部門連携が、自治体全体で当たり前に進捗できるようになるためには、人材の育成が重要です。

**豊中市**

→p.46

**ソーシャルビジネス、コミュニティビジネスに関する研究会を実施**

- ・「グループ研究事業」という人事課の制度を活用して、2017年7月から、コミュニティビジネス、ソーシャルビジネスに関する研究会(新しい社会福祉サービスの発展に関する研究)を実施している。CB/SBの概念、地域課題に対して、ビジネスの手法でどのように解決できるか、発展するための条件や仕組みについて研究。地域課題に対して、ビジネスという手法で解決していくかを学んでおり、保険外サービスもそのテーマの一つ。

## まとめ. 地域の様々な産業との連携・協調による「地域づくり」の重要性

- 「地域包括ケアシステム」の構築は、「自分らしい暮らし」を支えるという観点から、一人ひとりの生活者としてのニーズに光を当てることのできるサービスの拡充が必要です。そのために、多様な主体・担い手にサービスを提供してもらえるような仕組み・枠組みづくりが必要となります。
- 地域の様々な産業と連携・協調していくためには、自治体としては「地域づくり・まちづくり」の観点で取り組んでいく必要があります。高齢者福祉部局のみの課題と捉えるのではなく、商工、観光、企画といった部門との部門横断的な取り組みが求められます。

地域住民が住み慣れた地域で、自分らしく豊かな暮らしを続けるためには、健康状態に応じた医療・介護を基盤としつつも、暮らしに関わる様々なサービス(保険外サービス)を充実させていくことが必要です。

自治体には、住民とサービス提供事業者、あるいはサービス事業者同士を結びつけることで、地域で求められるサービスが継続的に創出され、活用されるように働きかけていくことが求められます。

その際、医療・介護の事業者だけではなく、地域の商業、サービス業者、運輸、住まい・不動産の事業者などを中心に様々な関係事業者との連携が必要となります。

従って、自治体側も高齢者福祉部局だけに限らず、商工・産業振興・観光部門や都市計画部門、企画部門など、関連する様々な部門との連携をした部門横断的な取り組みが必要となるでしょう。

