

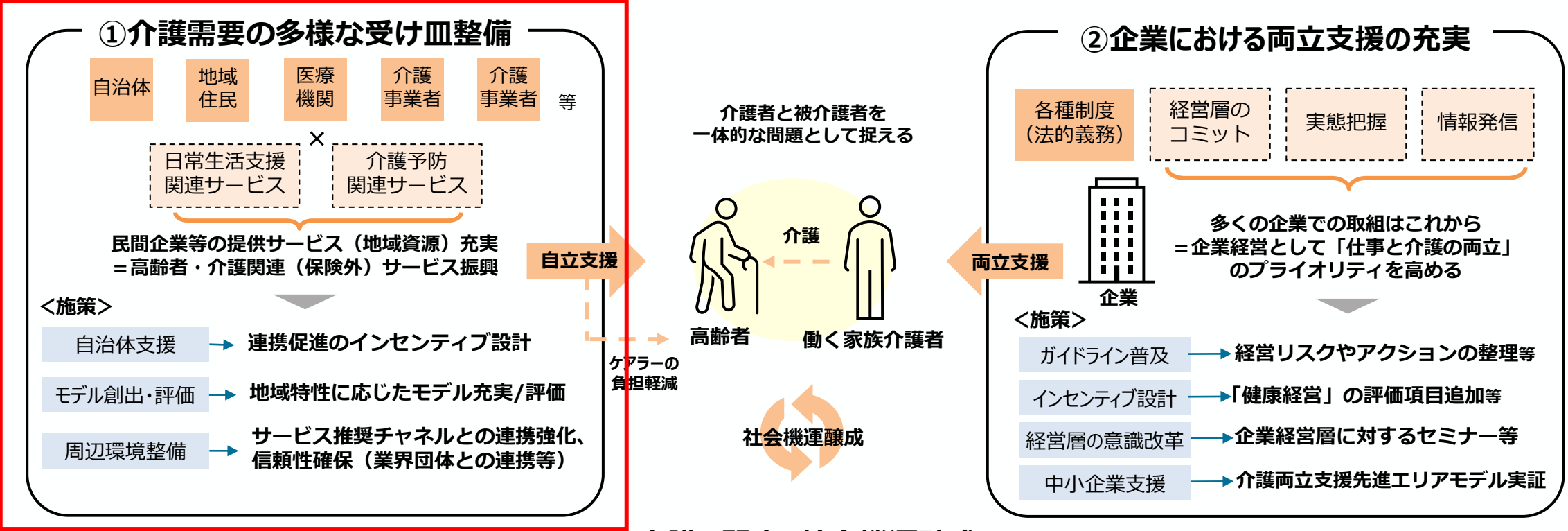
令和7年度「産福共創モデル創出事業」 公募説明会

2025年6月24日
ヘルスケア産業課

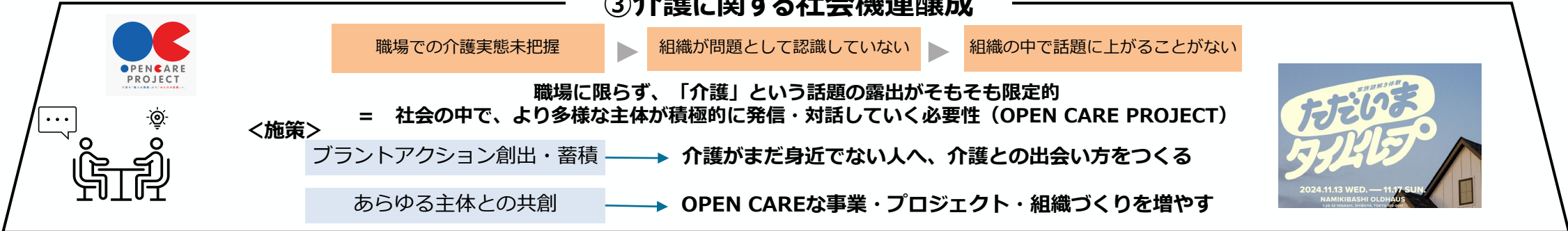
公募事業の背景（経済産業省における介護政策について）

経済産業省における介護分野の施策について

- 経済産業省としては、①介護需要の新たな受け皿整備（介護保険外サービスの振興）、②企業における両立支援の充実、③介護に関する社会機運醸成を推進。

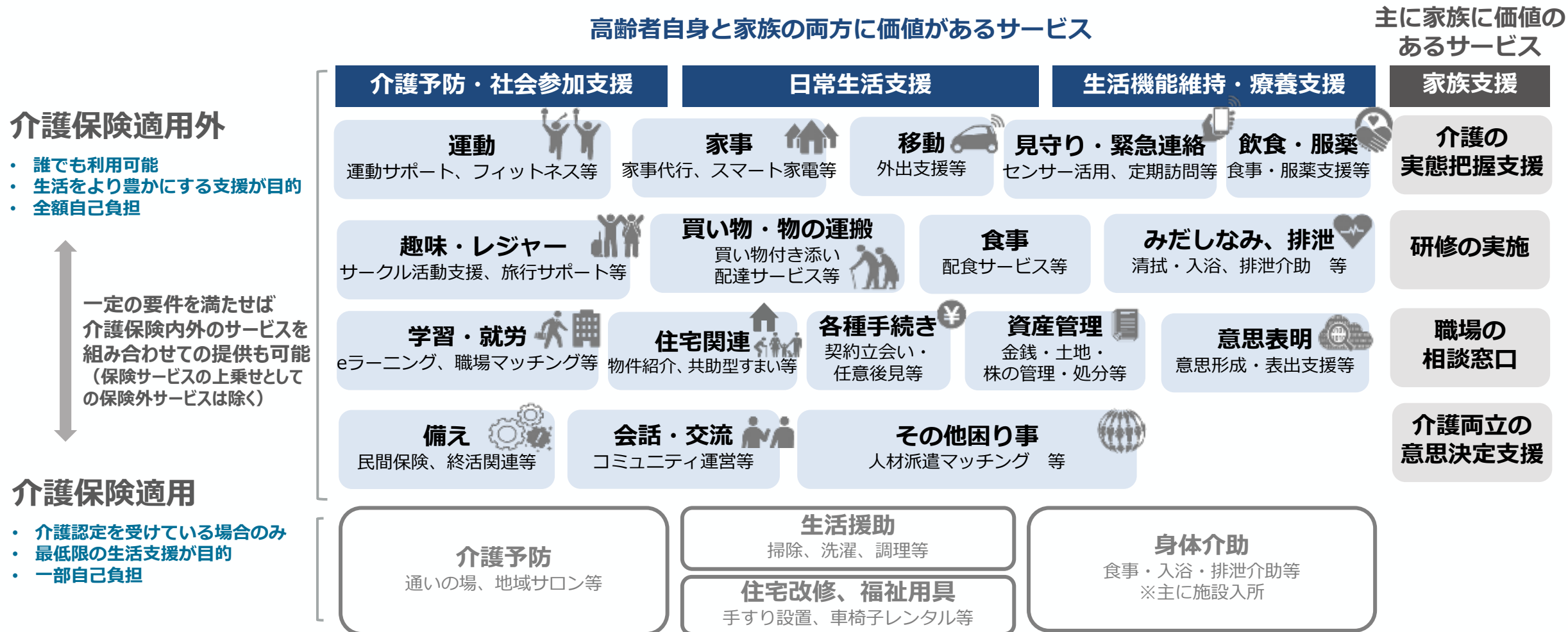


③介護に関する社会機運醸成



(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】保険外サービスを活用した豊明市の事例

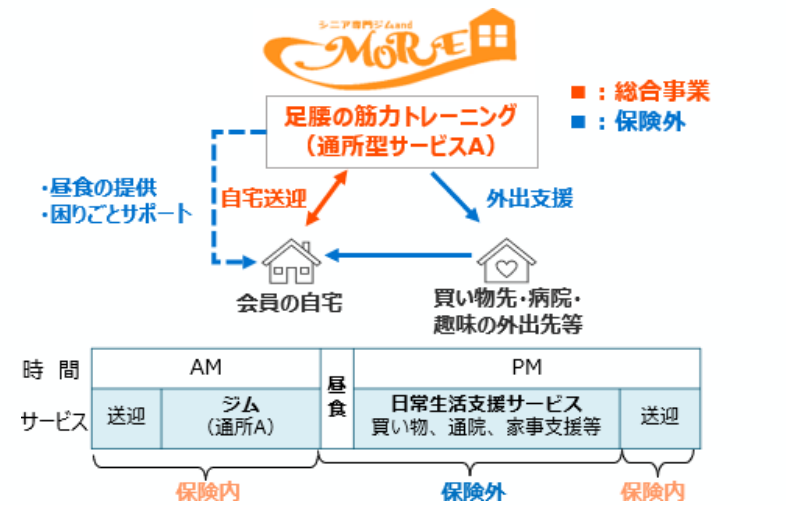
- 豊明市では、（自立支援型）地域ケア会議等で取り扱った個別ケースから、「豊明市によくある課題」を検討し、それを民間企業と連携して解決するための取組が複数行われている。
- 企業側にとっても、事業利益や企業価値拡大につながる取組である点が特徴。

	購入商品の無料配送サービスの開始・普及	市外温浴施設への無料送迎バスの周知	オンデマンド型乗り合い送迎サービスの開発
連携先	地域のスーパー	隣接市の温浴施設	自動車関連メーカー
概要	・ 店舗で購入した商品を無料で当日配送するサービスを開発 ・ 市がケアマネジャーや住民へのサービス周知	・ 既存の送迎バスのチラシ、割引チケット等、販促ツールを共同制作。市が住民に配布	・ 地域のタクシー会社が運行するオンデマンド型送迎サービスを開発 ・ 利用者からの乗車料金と、事業に賛同する地域の企業からのスポンサー料で運営
経緯	・ 直接を見て商品を選びたいが、購入品を持って帰ることが難しく、一度に多くの商品を購入できないというニーズを市が把握した。 ・ 市が依頼し、従来の個人宅配の使いにくさ等の高齢者のニーズや新たなサービスの検討を地元スーパーと行った。 	・ 隣接市の温浴施設の送迎バスが市内を走行しており、乗車率が非常に低いことを市職員が発見した。 ・ 送迎バスがある民間施設は高齢者の毎日の外出先になり得ると考え、バスの乗車率向上の協力（住民への周知）を市が温浴施設に提案。 	・ 温浴施設の送迎サービスから発案。共同運行とした方が良いと市職員が考えた。 ・ 移動サービス開発を検討していた自動車関連メーカーの新規事業開発部門と市が構想段階から開発に取り組んだ。 ・ 市が住民説明や実証の立ち合い、スポンサーへの営業支援も実施。 
効果	・ 事業開始後の約2年間で利用者数は3.2倍に増加。客単価も21%増加し、6,600円を超えた。（対事業開始月）	・ 周知開始後すぐに送迎バスの利用者数が2.5倍に増加。（対前年比）	・ 2019グッドデザイン特別賞「グッフォーカス賞（新ビジネスデザイン）」を受賞。 ・ 全国の市町村にサービスが拡大中

民間企業等が提供する地域資源の振興（2024年度事業）

新しいビジネスモデルの構築

総合事業×保険外サービス収益化モデル
andMORE/宮崎県小林市



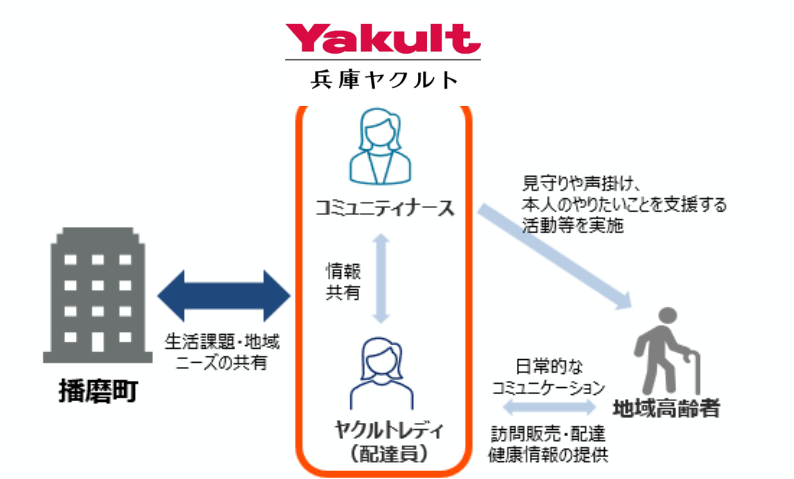
※午前は保険サービス、午後は生活支援を保険外サービスで提供
※利用者は月額制。保険サービス対象外の場合、終日利用者の全額負担のプラン

- <従来の課題>
- ✓ 従来型の総合事業では、外出支援や生活支援の同時提供は不可。また、サービス利用料の上限規制により収益性が乏しい
 - ✓ 生活支援単独の保険外サービスは、地方都市においては十分な利用者数の確保（ビジネスモデルとしての成立）が困難

- <2025年度の実証>
- ✓ 総合事業（通所A）×保険外サービスの「ハイブリッドモデル」で、地方都市での成立要件の整理・分析を行い、ビジネスモデルを構築～近隣事業者へノウハウを共有し、再現性を検証
⇒ノウハウをまとめたハンドブックを作成し、公開

地域の情報インフラとしての官民連携

ヤクルトレディ×自治体
兵庫ヤクルト販売株式会社/兵庫県播磨町

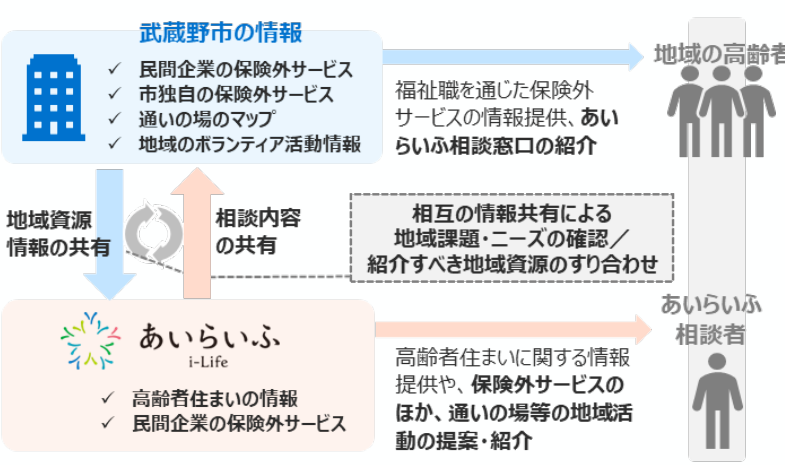


※YLが地域単位で、地域住民に宅配等を行いながら健康に関する情報を案内
※(株)CNCと連携し、1名CNを配置、地域の健康づくりの取組を行う

- <従来の課題>
- ✓ 民間企業が要介護認定前の高齢者ニーズや困り事検知する機会があっても、行政側に伝える仕組みが無い
 - ✓ 各自治体の福祉関係者は、住民ニーズに対して、民間の社会資源ではなく公的サービスを紹介する傾向にあり、要介護認定前の高齢者には民間サービスの情報が届きにくい

- <2025年度の実証>
- ✓ 民間企業が生活支援コーディネーター等の地域資源開発のサポート役を担うことの効果や課題を整理
 - ✓ 本モデルが持続的な事業活動として他地域・他業種への展開が可能なものとなり得るか、ビジネスモデル等の観点から検証

施設紹介業×自治体
株式会社あいらいふ/東京都武蔵野市



※行政から特定サービス紹介は困難なため、あいらいふがサービス紹介等を行う
※あいらいふも相談者へのサービスの幅が広がり、顧客基盤拡大となる

- <従来の課題>
- ✓ 民間企業が要介護認定前の高齢者ニーズや困り事検知する機会があっても、行政側に伝える仕組みが無い
 - ✓ 各自治体の福祉関係者は、住民ニーズに対して、民間の社会資源ではなく公的サービスを紹介する傾向にあり、要介護認定前の高齢者には民間サービスの情報が届きにくい

- <2025年度の実証>
- ✓ 民間企業が生活支援コーディネーター等の地域資源開発のサポート役を担うことの効果や課題を整理
 - ✓ 本モデルが持続的な事業活動として他地域・他業種への展開が可能なものとなり得るか、ビジネスモデル等の観点から検証

高齢者・介護関連サービス産業振興に関する戦略検討会について

- 政府としては、高齢者の多様なニーズへの対応や社会保障費適正化の観点から、介護保険サービスに加えて、介護保険外サービスの活用も視野に入れているものの、保険外サービスの主たる担い手になり得る民間企業からすれば、介護保険サービスとの競合や顧客である高齢者や専門職等へのアクセスの困難さ、人材確保や地理的条件のハードルなどから、収益化までに至る事例が限られているのが実情
- 介護予防や生活支援、身体介助等の分野を横断した「高齢者・介護関連サービス」を戦略的に振興していくことが必要
- 本検討会においては、高齢者・介護関連サービスの全体像を改めて整理したうえで、地域分類や、それぞれの地域における高齢者・介護関連サービス産業振興の在り方、具体的施策などを議論したうえで、次年度以降の政策検討に繋げることとしたい

委員等

<委員>

- 株式会社コーミン 代表取締役 入江智子氏
- 慶應義塾大学 経済学部 教授 駒村康平氏（座長）
- 医療経済研究機構 政策推進部 副部長 中村一朗氏
- 生活協同組合コープさっぽろ 組織本部 地域政策室 室長 成田 智哉氏
- ウエルシア薬局株式会社 営業企画本部 地域包括推進部 星 晶博氏
- 東京都立大学 東京都立大学人文社会学部 人間社会学科 社会福祉学教室
人文科学研究科 社会行動学専攻 社会福祉学分野 准教授 室田信一氏

<オブザーバー>

- 厚生労働省 老健局 認知症施策・地域介護推進課
- 国土交通省 総合政策局 地域交通課

スケジュール

第1回：1月31日(金)13：00－15：00

第2回：3月6日(木)10：00－12：00

第3回：3月25日(火)10：00－12：00

取りまとめの方向性

1. 検討会実施に当たっての背景
2. 本検討会における「高齢者・介護関連サービス」の定義・範囲・提供主体
3. 高齢者・介護関連サービス振興の意義
4. 高齢者・介護関連サービスを巡る現状・課題
5. 高齢者・介護関連サービス産業振興に向けた目指すべき姿
6. 目指すべき姿を実現するための戦略及び具体的施策

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

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) 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

地域の高齢者
とその家族等



居宅介護
支援事業所



地域包括支援
センター

サービス情報伝達

サービス情報伝達

- 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

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

(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

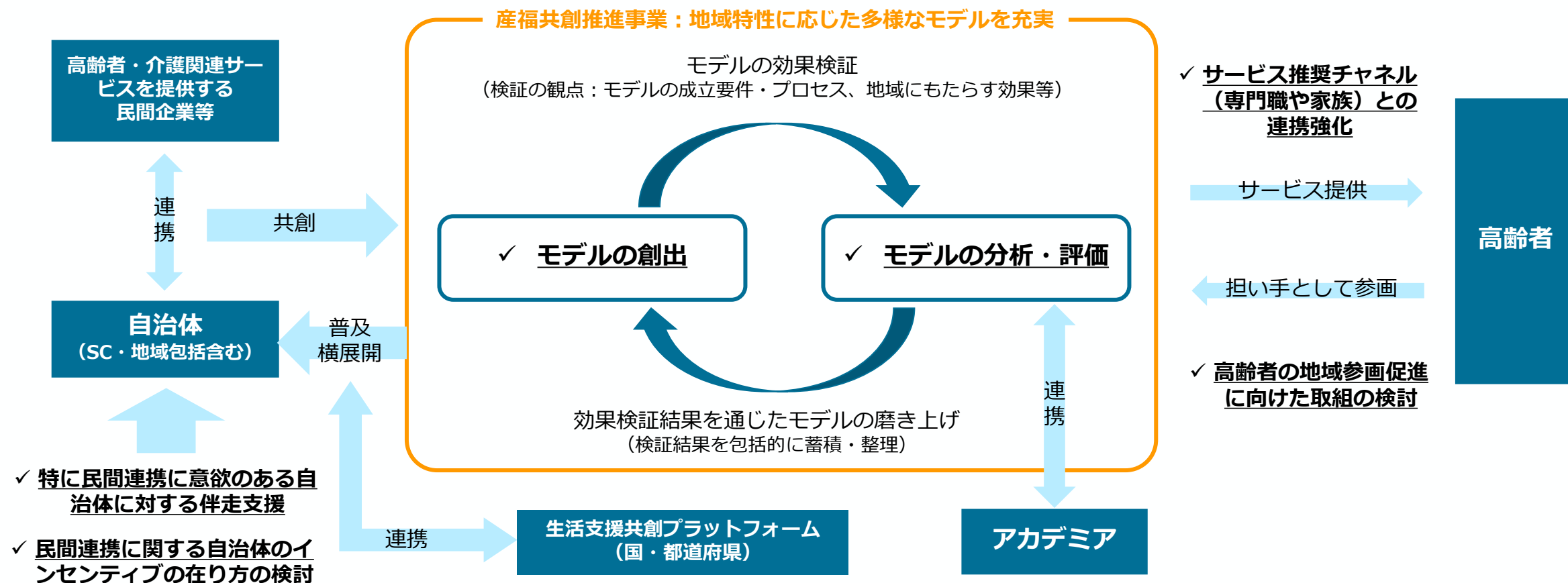
(参考) 高齢者・介護関連サービス振興に向けた戦略

- 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



公募事業の内容

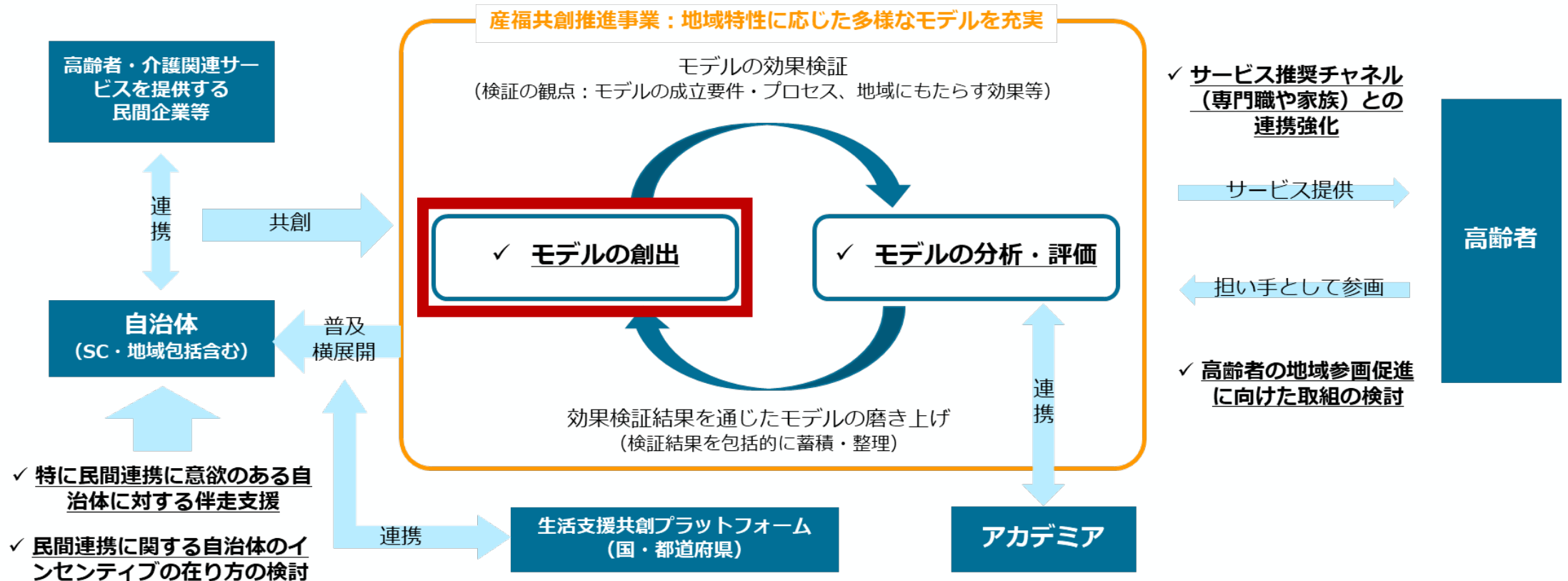
(参考) 高齢者・介護関連サービス産業振興戦略との関係

- ・ 検討会での議論を踏まえて、3つの戦略を立案し、2つ目の戦略として「先進的な産福共創モデルの創出・評価・普及」を位置づけ。
- ・ 今般、本戦略に基づき、モデル創出に向けた公募事業を実施する。

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



本事業の目的

- 産福共創を通じて、①複数地域で展開可能なサービス開発や、②地域資源開発体制の強化が可能となる。
- 一方で、産福共創の実現に向けては、ステークホルダーごとの課題や、地域特性を踏まえる必要があり、具体的なモデルが不足しているところ。
- したがって、本事業においては、サービス開発や地域体制整備の観点から、新たな産福共創のモデルを創出することを目的とする。

＜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（抜粋）＞

- 地域特性や高齢者・介護関連サービスの類型といった観点を考慮しつつ、**事例創出の必要性が高い領域を特定したうえで、当該領域に関する産福共創モデルの候補を選定し、一定期間、モデルの実証を行う。**

本事業の目的

①産福共創による新たなサービスの開発（サービスモデル）

- 複数地域で展開可能な高齢者・介護関連サービス開発

②産福共創による地域資源開発体制の強化（地域体制モデル）

- 地域資源開発体制の強化や、当該体制強化を通じた高齢者・介護関連サービスの社会実装促進

応募対象、実施事項

①産福共創による新たなサービスの開発（サービスモデル）

複数地域で展開可能な高齢者・介護関連サービス開発

②産福共創による地域資源開発体制の強化（地域体制モデル）

地域資源開発体制の強化や、当該体制強化を通じた高齢者・介護関連サービスの社会実装促進

本実証における
応募対象

実施事項

(ア) 産福共創による新たなサービスの開発
(サービスモデル実証)

将来的に複数地域で展開可能な新しいサービスモデルの開発を目的とした事業者

- 実証地域の高齢者福祉関係者（自治体を含む）から共有を受けた地域のニーズ・課題に対し、課題解決に資する **新規サービスを開発**する。
- 高齢者福祉関係者（自治体を含む）によるサービス導入やマーケティング支援を受けて、当該地域でのサービス提供を実施する。

実証範囲

高齢者の困り事やニーズはわかるが、適切なサービスがない…

自治体が抱えている高齢者ニーズや課題感に対応した、新しいサービスモデルを開発

まずは情報共有し、新サービスを生み出すための産福共創を目指す

自治体等 (A市)

事業者

将来的には他地域でサービスが展開される

B町

C市

D市

採択事業者が他地域に展開

C市の事業者が展開

D市の事業者が展開

⋮

(イ) 産福共創による地域資源開発体制の強化
(地域体制モデル実証)

すでに特定の地域に根付いた事業を展開しており、自治体等と連携しながら地域のコーディネーター役を担うことで、地域の高齢者福祉課題解決に必要なサービス等の実装を目的とした事業者

- 事業者が地域のコーディネーター役を担い、地域高齢福祉関係者とともに発掘した地域のニーズ・課題に対して、**必要なサービスや事業**（他地域で既に実施されている事業を含む）を**導入・展開**する。
- 地域の高齢者福祉関係者によるサービス導入やマーケティング支援を受けて、当該地域でのサービス提供を実施する。

実証範囲

隣のA市で展開されているサービスがうちにもあればいいのに…

様々なサービスから地域に必要なサービスを導入

まずは情報共有し、地域に必要なサービスを導入するための産福共創を目指す

自治体等 (B町)

事業者

Xサービス
A市で生まれたサービス

Yサービス
C市の事業者が展開

Zサービス
D市の事業者が展開

⋮

16

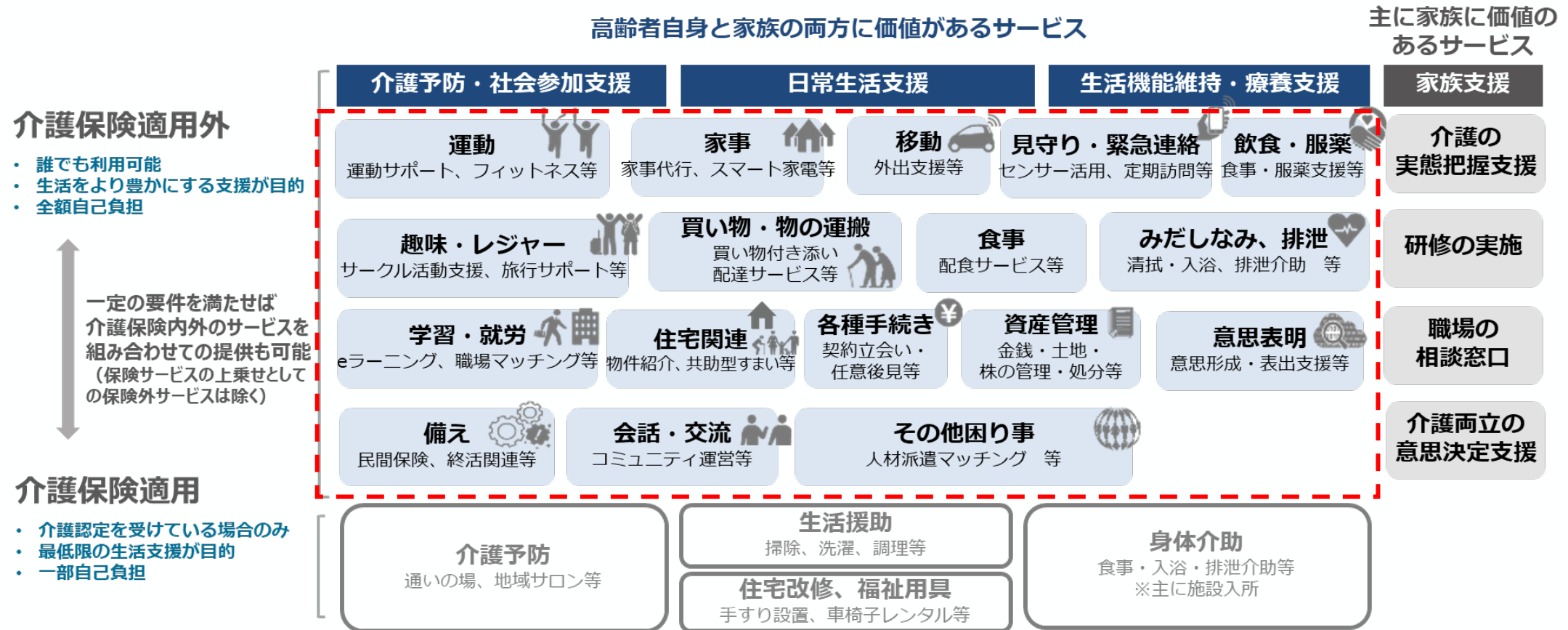
調査項目等

- 本事業では、(ア) 産福共創による新たなサービスの開発（サービスモデル実証）、(イ) 産福共創による地域資源開発体制の強化（地域体制モデル実証）に参加する事業者を公募形式にて募集する。

	(ア) 産福共創による新たなサービスの開発 (サービスモデル実証)	(イ) 産福共創による地域資源開発体制の強化 (地域体制モデル実証)
調査項目	(i)事業の対象とする地域課題 (ii)産福共創モデルの創出プロセス (iii)事業の継続実現手法（収益化手段、収益化に要する期間等） (iv)事業実施効果（高齢者福祉への貢献度合、社会的・経済的インパクト等） (v)事業の実施・継続における課題 (vi)他地域への横展開の可能性及び横展開に当たっての課題 (vii)事業実施に必要なリソース（人員・組織体制、スケジュール、費用等）	
実証費用 採択件数	- 実証費用：上限600万円 - 採択件数：数件程度	- 実証金額：上限400万円 - 採択件数：数件程度
対象経費	人件費、事業費（旅費、会議費、謝金、備品費、消耗品費、印刷製本費、補助員人件費、その他諸経費等）、委託費・外注費、一般管理費	
スケジュール	6/17 公募開始～6/24説明会～7/18公募〆～8月上旬 公募説明会～8月中旬 採択→事業開始～2月下旬成果報告	

対象事業イメージ

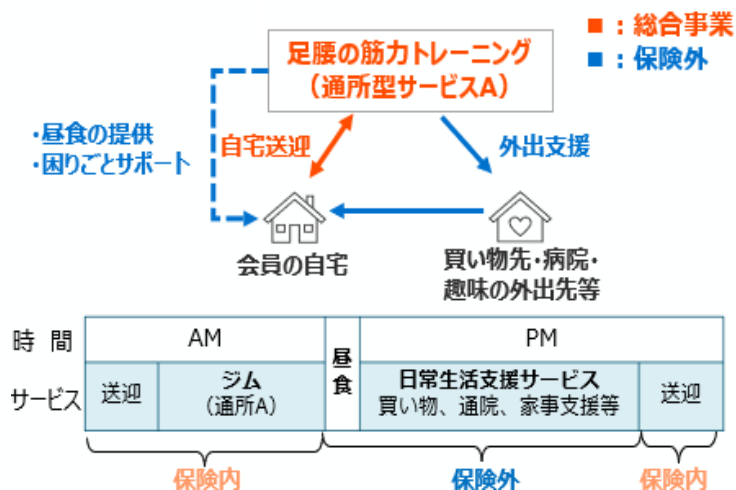
- （ア）産福共創による新たなサービスの開発（サービスモデル実証）における開発サービスや、（イ）産福共創による地域資源開発体制の強化（地域体制モデル実証）における地域に導入されるサービスの類型としては以下、赤枠のものを基本的には想定。



参考事例 | (ア) 産福共創による新たなサービスの開発 (サービスモデル実証)

例①：シニア向けジム (産) × 自治体 (福) モデル

- ✓ 午前保険サービス、午後は生活支援を保険外サービスで提供
- ✓ 利用者は月額制。保険サービス対象外の場合、終日利用者の全額負担のプラン



<従来の課題>

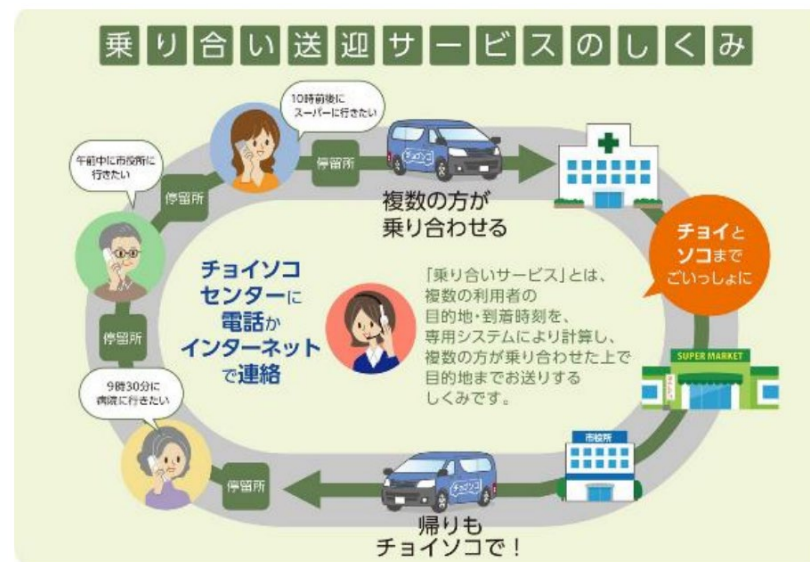
- ・ 住民からの生活支援サービスのニーズがあるものの、サービス提供者がいない
- ・ 生活支援単独の保険外サービスは、地方都市においては十分な利用者数を確保しながの事業継続が困難だった

<産福共創により実現したこと>

- ・ 生活支援単独のサービスはビジネスの成立が困難だが、公的な総合事業サービスと組み合わせて提供を行うことにより、顧客獲得や効率性の観点で、事業継続のハードルが下がり、地域に対して新たな価値提供が可能。

例②：乗り合い送迎サービス (産) × 自治体 (福) モデル

- ✓ 地域のタクシー会社が運行するオンデマンド型送迎サービス
- ✓ 利用者からの乗車料金と、事業に賛同する地域の企業からのスポンサー料で運営



<従来の課題>

- ・ 地方の交通インフラが不十分で、特に高齢者など移動が難しい人々が病院や買い物などの生活圏外に出るのが困難だった
- ・ オンデマンド交通を運営するにはコスト効率や運行ノウハウが問題で、自治体だけでは採算が合わず継続運営が難しいという課題があった

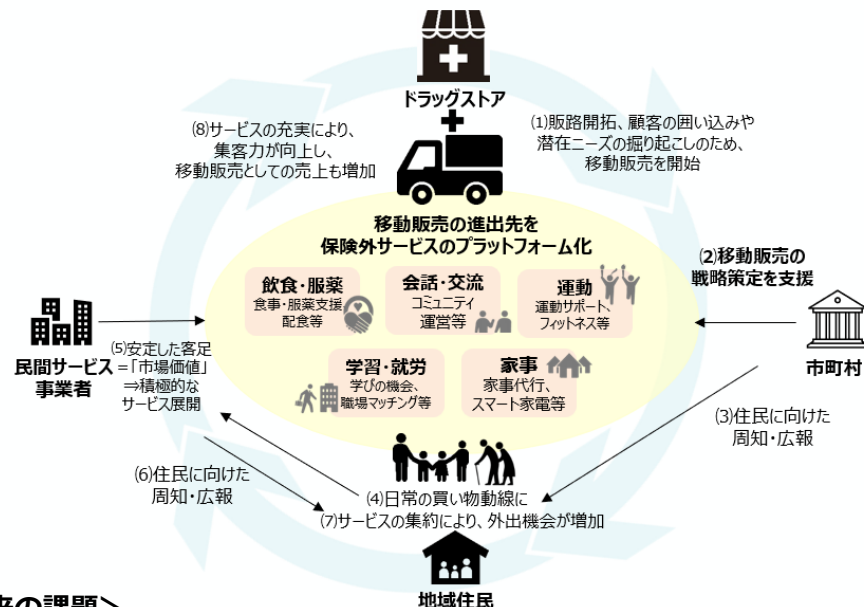
<産福共創により実現したこと>

- ・ 愛知県豊明市が地元企業と連携して行っていた送迎サービスのモデル化を、移動サービス開発を検討していた自動車関連メーカーの新規事業開発部門と構想段階から開発を行い、全国展開できるサービスを誕生させた
- ・ 市が住民説明や実証の立ち合い、スポンサーへの営業支援も実施することで、地元企業と大手企業サービスのマッチングを支援

事例イメージ | (イ) 産福共創による地域資源開発体制の強化 (地域体制モデル実証)

例②：ドラッグストア（産）×自治体（福）体制

- ✓ ドラッグストアを展開する事業者が、地域のコミュニティづくりにも繋がる移動販売を開始
- ✓ ルートや停留先の販売戦略は自治体連携しながら、販売先の地域で求められるサービス事業者もコーディネートし、移動販売の日時に合わせてサービス提供を依頼する



<従来の課題>

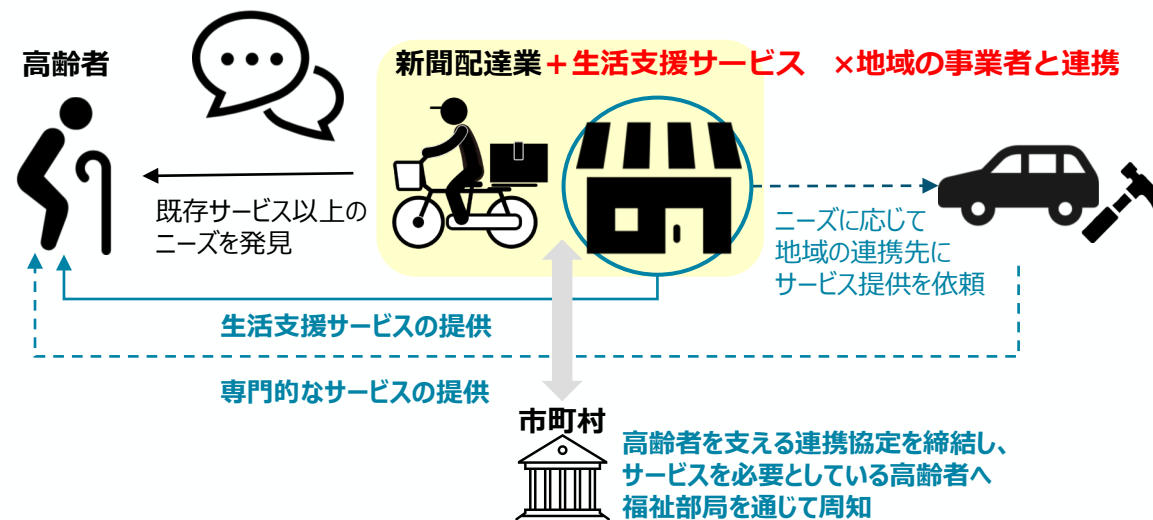
- ・ 自治体としては、独居高齢者の見守りや生活支援サービスの提供も行いたい、公費の拠出に限界がある状況
- ・ 小売店が不足したり移動に車に欠かせない地域にとって、移動販売のニーズは高いものの、事業者としては最適なルート設計や、集客コストが課題で事業継続が困難

<産福共創により実現できること>

- ・ 自治体の課題に対して、民間企業が地域資源開発のサポート役として地域づくりを担い、結果として自社事業にも好影響を与えている
- ・ 自治体としては、個社への支援ではなく、複数の企業のサービスと共に地域課題解決を目的としており、結果として地元企業の活性化にも繋がっている

例②：新聞配達（産）×生活支援サービス（産）×自治体（福）体制

- ✓ ある新聞配達業者は、高齢者から日常的に「電球交換」や「スマホ操作」などの生活支援の依頼を受けており、対応策として生活支援サービスのフランチャイズに加盟。
- ✓ 配達員自身は簡易支援を担い、専門的なニーズは地元事業者が発注するなど、地域の調整役としての機能も果たしている。



<従来の課題>

- ・ 高齢者の生活支援ニーズが顕在化していても、制度の枠外にある“小さな困りごと”には対応の手段が乏しく、自治体・包括支援センターの人的負担が増加していた。
- ・ 一方、地域事業者にとっても、福祉分野への参入には制度理解や調整負荷のハードルがあり、単独でのサービス展開や継続が困難だった。

<産福共創により実現できること>

- ・ 自治体がサービス事業者と連携協定を締結し、対象者の選定や支援内容の調整を包括支援センター等と連携して実施。民間サービスが地域に根付きやすい仕組みが整えられた。
- ・ 新聞配達業をはじめ、地域に根ざした小規模事業者がフランチャイズとして参入し、担えないニーズについては他の地元事業者と連携して対応。結果として、地域全体のサービス力が底上げされ、生活支援のハブ機能も果たす新たな担い手が生まれた