
高齢者の生活支援及び見守りネットワークの
構築における民間企業等の機能に関する
調査研究事業報告書

平成22年3月

はじめに

高齢者が、住み慣れた地域で安心して住み続けるためには、個々の生活に即したニーズと地域の状況に対応しながら、見守りをはじめ各種サービスを重層的に提供していくことが求められます。

しかしながら、核家族化や地域のつながりの希薄化等により従来型の地域コミュニティーは衰退してきており、高齢者の中には地域社会の中で孤立し十分な支援を受けられないでいる人びとが増加している状況も見受けられます。こうした問題は、地方のみならず、今後、急速に高齢化が進む都市部においても顕在化することが懸念されています。

一方、既に「団塊の世代」が退職年齢に達しており、今後は多様な価値観と、これまでの職場での知識・経験をもった人々が地域に根ざし、これらを生かしながら積極的に活動していくことが期待されており、NPOを組織したり、起業するケースも増加しつつあります。

こうした中、厚生労働省社会・援護局の「これからの地域福祉のあり方に関する研究会」報告書が平成20年3月に示されるなど、地域における「新たな支え合い」の構築が提唱されています。

当振興会では、これまで「健康長寿のまちづくり」を実現するため調査研究をはじめ各種事業を実施してまいりましたが、この度、平成21年度厚生労働省老人保健事業推進費等補助金事業の一環として、「高齢者の生活支援及び見守りネットワークの構築における民間企業等の機能に関する調査研究事業」を実施致しました。

本事業では、企業等の取り組みとして、地域の見守りネットワークへの参加や高齢者等への支援活動を行っている事例を分析しながら、企業の持つ人的・物的資源、機能等を、高齢者の生活支援及び見守りネットワークの構築にどう生かしていけるかについて検討しました。具体的には、全国の取り組み事例についての情報収集・分析、ヒアリングなどを行い、これら一連の調査を通して得られた成果をもとに、地域でネットワークの中心となる組織や企業参加のための取り組み手法、情報発信、参加促進の方策等について検討委員会(委員長:森本 佳樹氏[立教大学コミュニティ福祉学部教授])を中心に検討いただきました。さらには、福島県において「地域で支える高齢者の暮らしと安心シンポジウム」を開催し、地域において活動している企業等の報告などを踏まえさらに議論を深めました。

本報告書は、こうした調査研究事業の取り組みの概要を取り纏めたものです。この報告書が、全国の自治体や企業等において、高齢者生活支援及び見守り等のための地域ネットワーク構築への一助となれば幸いです。

最後に、委員長はじめとする検討委員会委員の皆様、また、シンポジウムにご参加いただいた皆様、ヒアリング調査にご協力いただいた皆様に厚く御礼申し上げますとともに、事務局にご協力頂きました株式会社明治安田生活福祉研究所、NPO 法人福島県シルバーサービス振興会ほか、関係各位の皆様のご尽力に深く感謝申し上げます。

2010年3月

社団法人シルバーサービス振興会

高齢者の生活支援及び見守りネットワークの構築における民間企業等の機能に関する
調査研究事業報告書

目次

はじめに

第1章 調査研究の概要	3
1. 調査の目的	3
2. 実施体制	4
3. 実施内容	5
第2章 高齢者の生活支援及び見守りネットワークの現状と課題	9
1. 社会の変化	9
2. 企業の高齢者支援への取り組みの現状	13
3. 高齢者の地域における生活支援についての施策動向	14
第3章 ヒアリング結果	19
1. 調査概要	19
2. ポイント整理	21
第4章 企業とのパートナーシップによる高齢者の生活支援及び見守りネットワーク の構築に求められるもの	45
1. めざすべきネットワークの基本的な考え方	45
2. ネットワークの構築に向けた取り組み	56
第5章 新たな地域づくりに向けた関係者のパートナーシップ	69
1. 企業を巻き込んだ新たな地域づくりが求められる背景について	72
2. 新たな地域づくりに向けた方向性	73
参考資料	
1. ヒアリング調査事例報告	81
2. 「地域で支える高齢者の暮らしと安心シンポジウム」概要報告	129

第1章 調査研究の概要

第1章 調査研究の概要

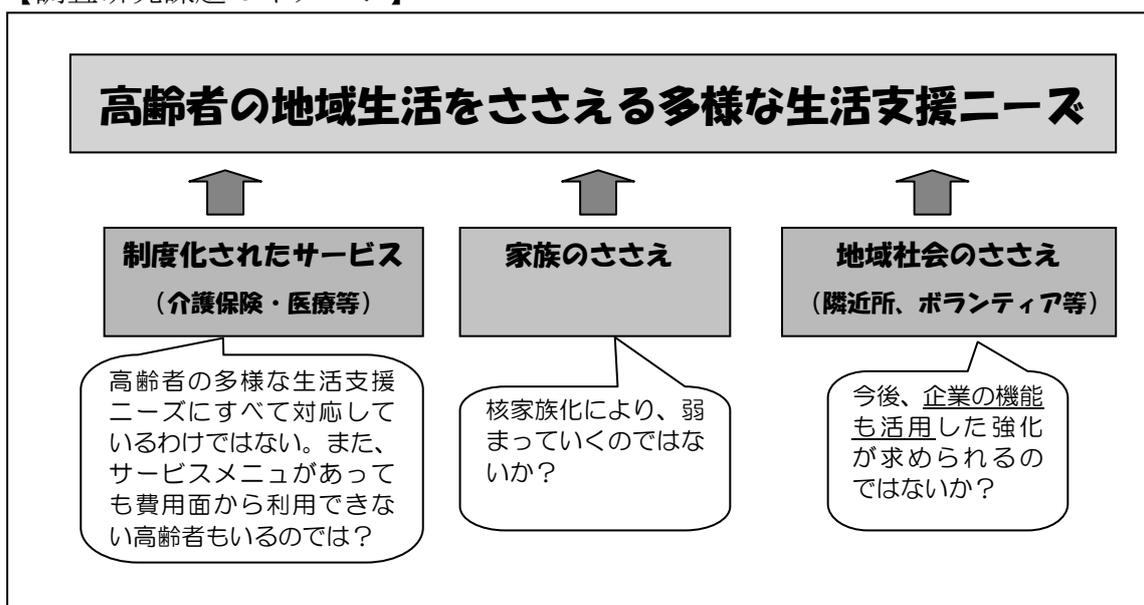
1. 調査研究の目的

現在、わが国は本格的な高齢社会の到来を迎えているが、核家族化の進展や人々のつながりの希薄化から、高齢者が地域において必要な支援を受けられない等、高齢者が社会的に孤立する状況がある。既に深刻な高齢化が進む中山間地域等では、介護や医療サービスのみならず、日常の買い物、家屋の維持・修繕といったことにも問題が生じている。また、今後、急速に高齢化が進む都市部であっても、移動をはじめ様々な問題が生じることが懸念されている。このような中で、改めて、各地において、高齢者が安心して住み慣れた地域で暮らし続けるための支援の方策づくりが緊急の課題となっている。

従来、これらの対応は、行政やボランティア活動等によって取り組まれていることが多かった。しかし、高齢者が必要とする多様な生活ニーズに対応するためには今後、民間企業も地域社会の一員・パートナーとして、地域の住民、様々な組織、行政等とともに、地域での支え合いを強化していく方向性が求められる。

そこで、従来の福祉社会としての公的な物的・人的資源だけではなく、企業等が持つ様々な資源や機能を地域社会で活用している事例や自治体等の取り組みに着目し、これらの取り組みの調査分析を通じて、今後の地域福祉における民間企業の活用のあり方について研究する。さらにこうした取り組みを通じて得られた事例分析等を踏まえ、これらを広く市町村や地域住民、企業活動等に普及促進していくことを目的とする。

【調査研究課題のイメージ】



2. 実施体制

(1) 検討委員会

(敬称略・順不同)

委員長	森本佳樹	立教大学コミュニティ福祉学部	福祉学科	教授
委員	小川泰子	社会福祉法人	いきいき福祉会	専務理事
	國保博敬	武蔵野市	健康福祉部	高齢者支援課 課長補佐
	塚田公香	イオン株式会社	グループ環境・社会貢献部	
	苗木 清	住宅サービス企業組合	健工館	理事長
	広瀬寛人	株式会社富良野タクシー		代表取締役
オブザーバー	菊池芳久	厚生労働省	老健局振興課	課長補佐

(2) 検討経過

第1回検討委員会（平成21年11月10日）

- ・調査研究事業の概要について
- ・高齢者の生活支援をめぐる背景
- ・調査研究の視点について

第2回検討委員会（平成22年1月21日）

- ・ヒアリング調査等事例報告
- ・企業が参加しやすい生活支援及び見守りネットワークのあり方

第3回検討委員会（平成22年3月5日）

- ・ヒアリング調査等事例追加報告
- ・シンポジウム報告
- ・報告書（素案）について

3. 実施内容

(1) ヒアリング調査

ヒアリングの目的

- ・企業との協力のもと、生活支援・見守りのネットワークを構築・展開している地域のネットワークの現状と課題を調査し、企業と地域とがパートナーシップを結び、ともに高齢者の地域生活を支えていくあり方について示唆を得ることを目的とした。

実施期間

- ・平成21年11月～平成22年2月

ヒアリング対象選定の考え方

- ・企業との協力のもと、生活支援・見守りのネットワークを構築・展開している地域を選定した。
- ・地域の規模は「大都市圏」「都市近郊」「地方部」の3エリアに分類した。

※(参考) 企業ヒアリング

- ・企業が地域の高齢者支援に関わっていく際の課題やその解決の方向性について示唆を得ることを目的に、社会貢献活動を積極的に推進・展開している企業に対してヒアリングを実施した。

【ヒアリング先一覧】

(順不同)

対象地域		人口(高齢化率) ※平成20年現在	ヒアリング対象機関
大都市圏	・東京都千代田区	約5万人(19.8%)	千代田区保健福祉部高齢介護課
	・東京都中央区	約11万人(16.7%)	中央区社会福祉協議会
	・東京都中野区	約31万人(19.0%)	中野区保健福祉部福祉推進担当
都市近郊	・埼玉県所沢市	約34万人(18.6%)	所沢市保健福祉部高齢者支援課
	・東京都調布市	約21万人(18.2%)	調布市福祉健康部高齢者支援室 財団法人調布市ゆうあい福祉公社
地方部	・富山県黒部市	約4万人(24.9%)	黒部市社会福祉協議会
	・福島県南相馬市(小高区)	約1万人(28.1%)	小高商工会
対象企業名		業種	本社所在地
・イオン株式会社		小売業	千葉県千葉市
・富士ゼロックス株式会社		製造業	東京都港区

(2) シンポジウム・パネルディスカッションの実施

タイトル

- ・地域で支える高齢者の暮らしと安心シンポジウム
～高齢者の安心を支える見守りや生活支援ネットワークの構築に向けて～

開催日時

- ・平成22年1月29日（金） 13時～16時30分

開催場所

- ・福島県福島市 コラッセふくしま 多目的ホール

参加人数

- ・152人

プログラム

- ・基調講演（厚生労働省社会・援護局地域福祉課長 寺尾 徹 氏）
「これからの地域福祉を考える」～自分たちが創る自分たちの地域～
- ・パネルディスカッション
「企業が地域の中で果たす役割」
「地域ネットワーク構築のポイント」

(敬称略・順不同)

○コーディネーター

社会福祉法人いきいき福祉会 専務理事 小川 泰子 氏

○パネリスト（5名）

「有識者」特定非営利活動法人NPO事業サポートセンター 宇都木法男 氏

「行政」福島市健康福祉部 長寿福祉課長 佐藤 卓也 氏

「民間企業」小高商工会 副会長 鈴木 一男 氏

「民間企業」東北電力（株）会津若松支社 総務課長 清野 好江 氏

「民間企業」イオン（株）グループ環境・社会貢献部 塚田 公香 氏

第2章 高齢者の生活支援及び見守りネットワークの現状と課題

第2章 高齢者の生活支援及び見守りネットワークの現状と課題

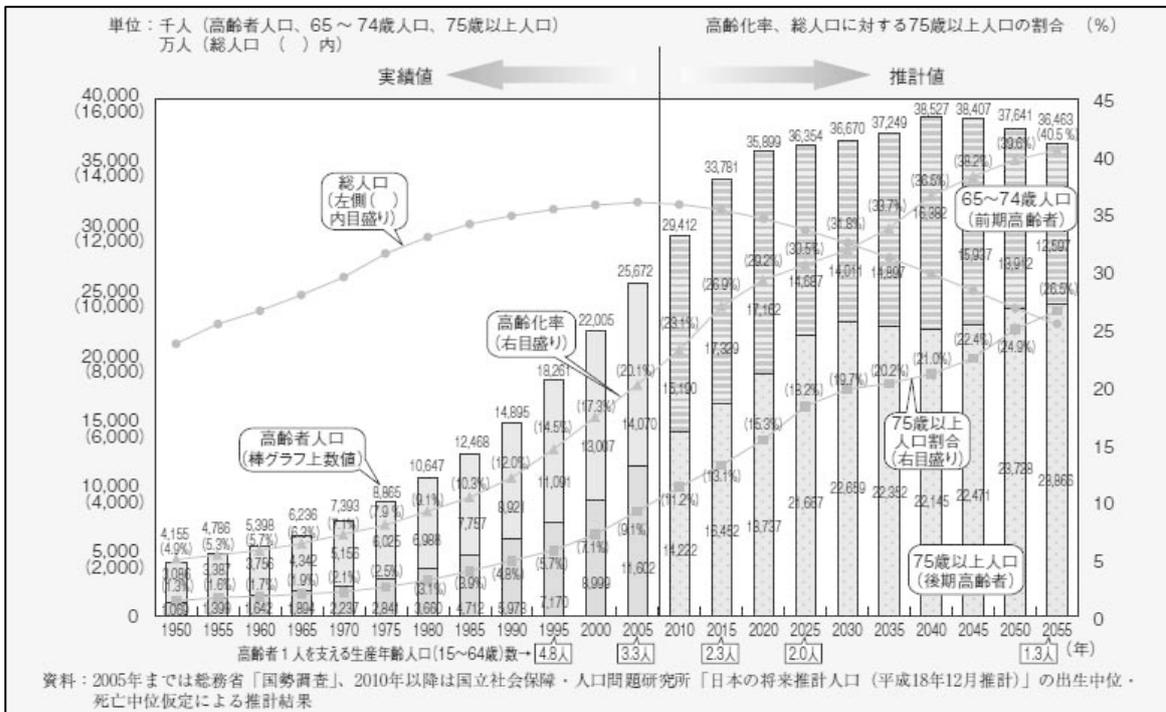
1. 社会の変化

人口構造の変化（図表1）

- ・我が国の将来推計人口によると、我が国の総人口は今後、人口減少過程に入り、団塊の世代が75歳以上の後期高齢者となる2025年（平成37）に1億2千万人を下回る。
- ・総人口が減少する一方で、高齢化率は上昇し、2013年（平成25）には高齢化率が25.2%で4人に1人となり、2035年（平成47）に33.7%で3人に1人となる。
- ・後期高齢者の人口は増加を続け、2017年（平成29）には前期高齢者である65～74歳人口を上回り、その後も増加傾向が続くと見込まれている。
- ・高齢者1人を支える生産年齢人口（15～64歳）数は、2015年（平成27）には2.3人、2025年（平成37）には2.0人、団塊ジュニア世代が後期高齢者となる2055年（平成67）には1.3人となる。
- ・このように、高齢化が一層進展していく一方で、高齢者を地域で支える担い手は減少していくことが予期されており、その対応は喫緊の課題である。

（図表1）

（平成21年版 高齢社会白書より）

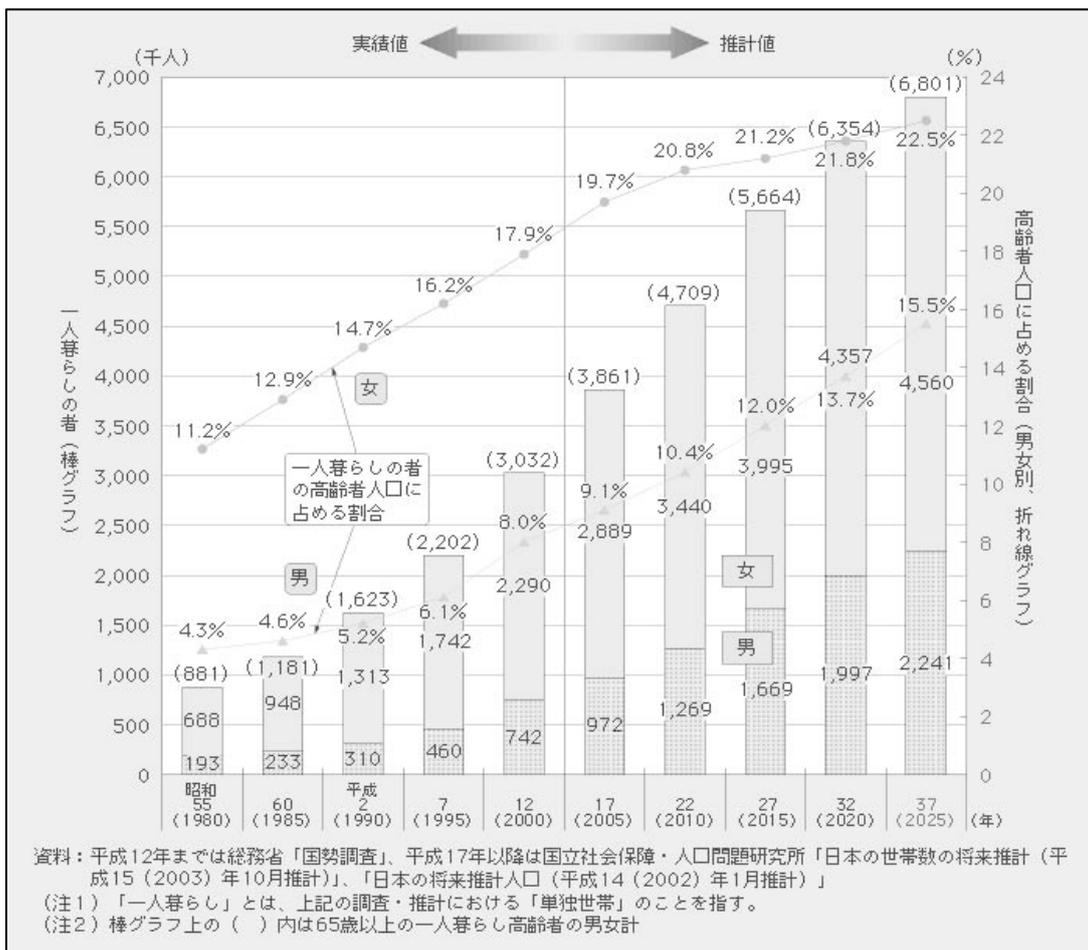


1人暮らし高齢者の状況（図表2）

- 1人暮らし高齢者の増加が見込まれている。2015年（平成27）には、高齢者人口の12.0%、2025年（平成37）には15.5%を占めるものと推計されている。
- 1人暮らし高齢者の男女比率をみると、女性が多いが、今後は、男性の増加も見込まれている。
- 地域社会とのつながりが希薄であった男性が、早期から地域社会との関係を深めていく必要も示唆される。

（図表2）

（平成21年版 高齢社会白書より）



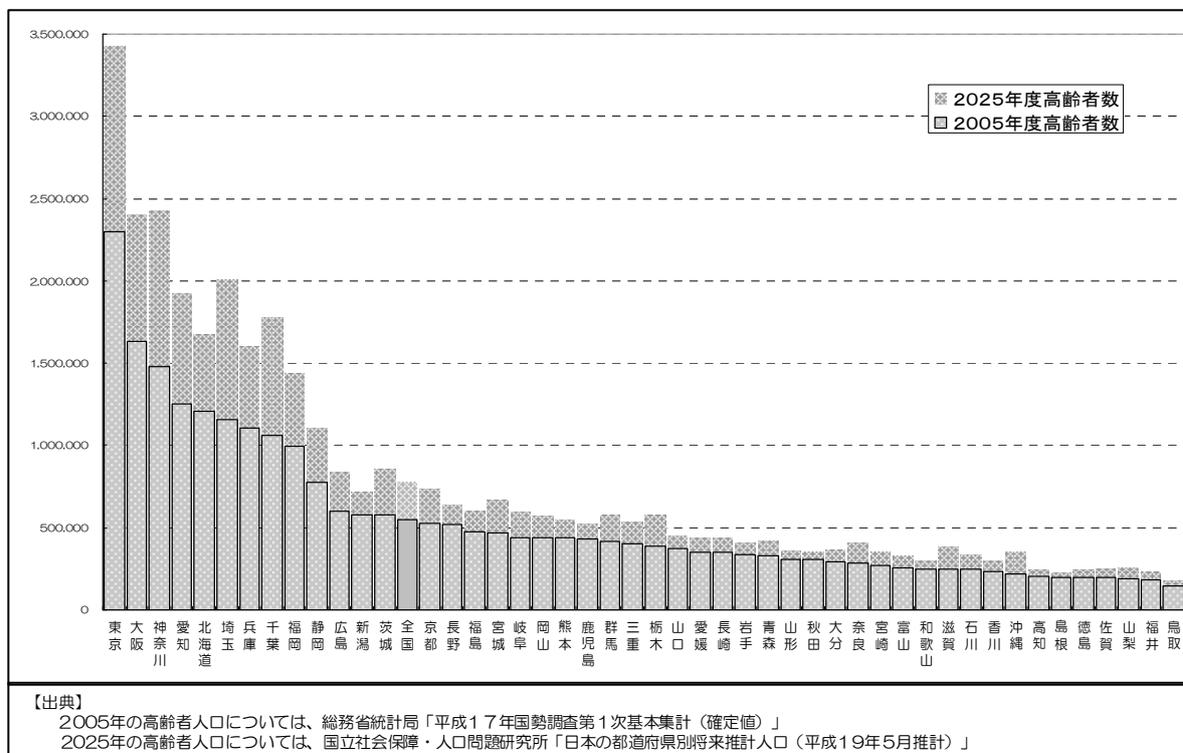
都市部での高齢者人口の増加（図表3）

- 高齢者の人口は、今後20年間、首都圏を始めとする都市部を中心に増加が見込まれている。
- 今後は、都市部における高齢者、とりわけ1人暮らし高齢者への対応も不可欠であることが示唆される。

(図表3)

(平成22年シルバーサービス振興会開催：地域で支える高齢者の暮らしと安心シンポジウム

厚生労働省基調講演資料より)

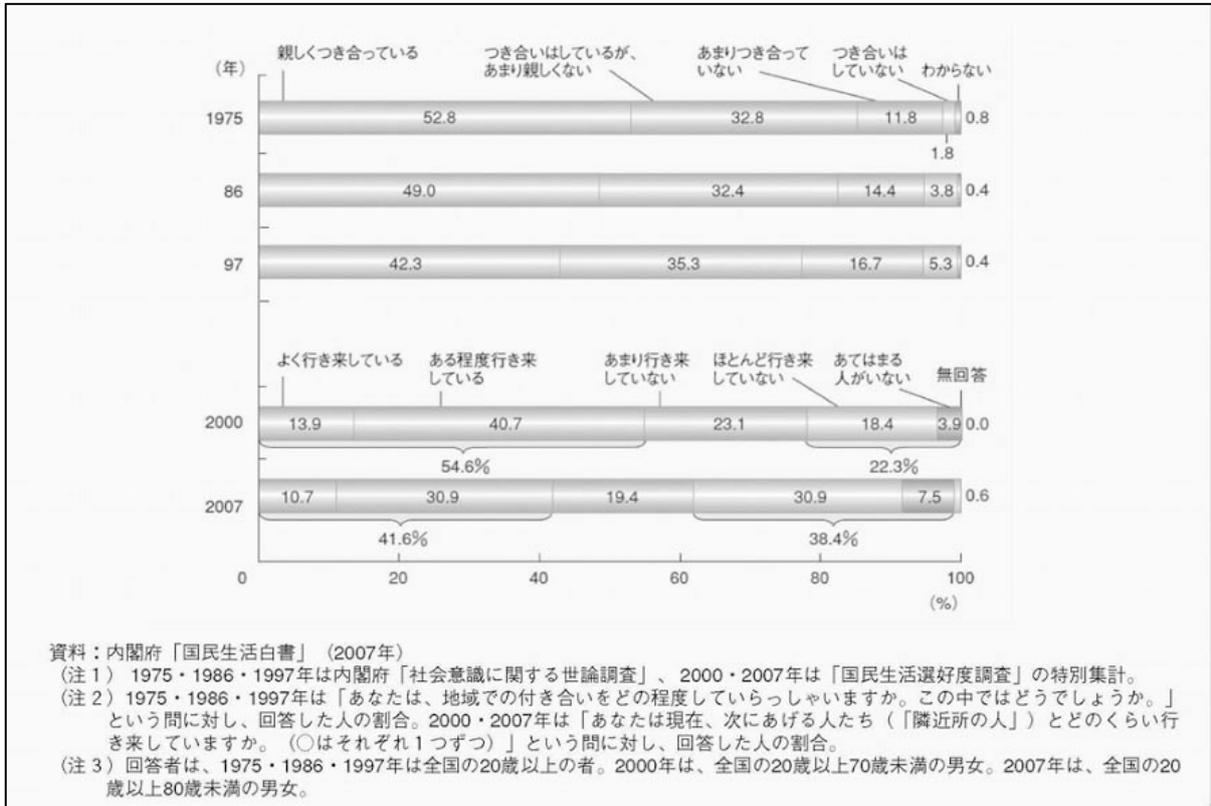


地域社会の変化（図表4）、家庭内での相互扶助機能の低下（図表5）

- ・近所と「親しくつき合っている」人の割合は、1975年（昭和50）では52.8%であったところ、1986年（昭和61）には49.0%、1997年（平成9）には42.3%となり、低下の傾向にある。
- ・近所と「よく行き来している」「ある程度行き来している」人の割合は、2000年（平成12）では54.6%、2007年（平成19）では41.6%と、これも低下の傾向にある。
- ・さらに、子どもと同居している高齢者は減少の傾向にある。また、高齢者の1人暮らし世帯で、15分以内くらいの距離に居住している親族が「いない」人も、増加の傾向にある。
- ・地域での人と人とのつながりが希薄化しており、日常生活の中で親族からの支援をすぐに受けることが難しい1人暮らし高齢者も増加していく中で、高齢者の地域生活を支えていくための対応が早急に求められるといえる。

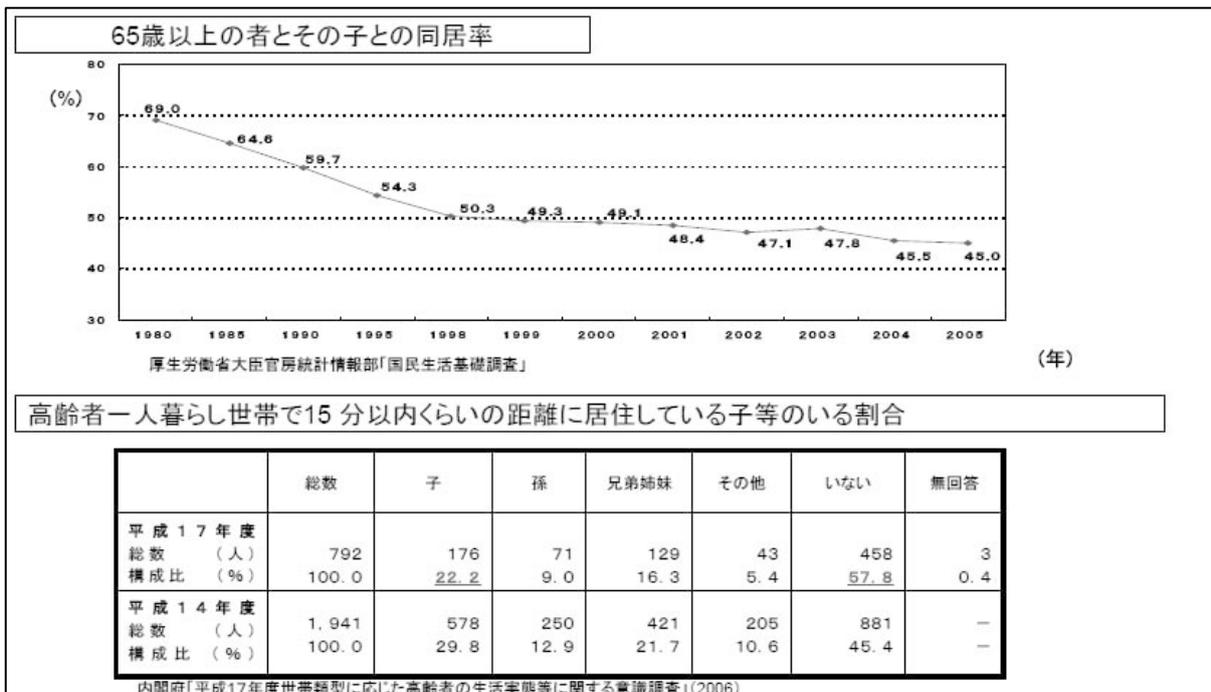
(図表 4)

(平成 21 年版 厚生労働白書より)



(図表 5)

(平成 20 年 社会保障国民会議最終報告より)



2. 企業の高齢者支援への取り組みの現状

(1) 企業の高齢者支援に対する取り組みの現状や社会貢献活動の状況

- ・日本経済団体連合会社会貢献推進委員会・1%（ワンパーセント）クラブの2007年度社会貢献活動実績調査結果（事例調査編、調査対象：1,405社の内299社が回答）によると、299社の取り組み分野では「子ども」「障害」「震災対応」「国際協力」「環境保護」が多く、「高齢」関係への取り組みは少なかった（但し、これらの結果は日本経団連の加入企業を対象としている）。
- ・高齢関係の取り組み例を分類すると、「人員の提供」「物品の提供」「情報の提供」「活動団体等への資金提供」の4つに分類された（図表6）。また、企業の取り組みは、本社所在地、支社・営業所、工場立地地域など、様々なレベルで実施されていた。退職OBによる活動も注目された。

（※1%クラブとは、日本経団連に設立された、経常利益や可処分所得の1%相当額以上を自主的に社会貢献活動に支出しようと努める企業や個人会員により構成された組織である。）

（図表6） (2007年度社会貢献活動実績調査結果（日本経団連）をもとに整理)

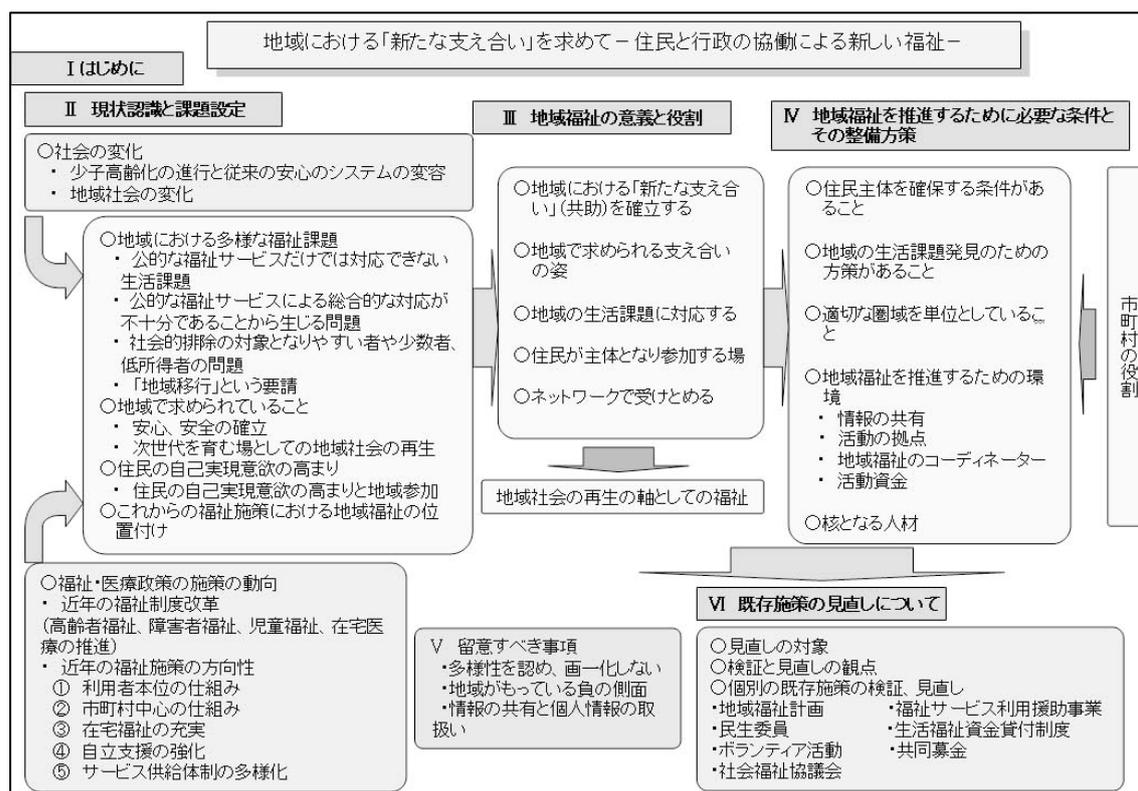
分類	活動の概要	特記	業種
人員の提供	地域で行われるお祭りに、社員が路上清掃および高齢者施設の利用者の観覧介助	本社所在地で活動	電気・機械メーカー
	地域の1人暮らし高齢者を訪問し、地震に備えて家具が転落しないよう、防止処置を実施	本社所在地で活動	自動車メーカー
	地元の1人暮らし高齢者を対象に食事会を開催	ホテル所在地で活動	ホテル業
	1人暮らし高齢者宅へ電気配線・設備の安全診断	支社・営業所の活動	電力
	高齢者施設、病院における清掃活動	退職OBの活動	通信事業
	美容講習の実施	退職OBも活動	化粧品メーカー
	高齢者施設への訪問ボランティア、利用者との交流	自社建設施設を対象	住宅事業
	高齢者に携帯電話の便利な利用シーン等を紹介	—	通信事業
	日頃、外出機会の少ない高齢障害者への外出介助	—	ガス
物品の提供	・自社製品を年2回寄贈 ・全国の高齢者世帯を対象とした給食サービスを実施するNPOへ、食料品を寄贈	工場立地地域対象	家庭用品メーカー
	敬老の日に高齢者施設へお祝い品の贈呈	—	銀行
情報の提供	介護情報の総合サイトを企画・運営	—	電気・機械メーカー
活動団体等への資金助成	主な助成先は以下のとおり ・NPO（活動助成、立ち上げ支援） ・社会福祉協議会 ・高齢者施設	—	保険
	「ねんりんピック」への協賛	—	証券

3. 高齢者の地域における生活支援についての施策動向

(1) これからの地域福祉のあり方に関する研究会報告

- ・厚生労働省社会・援護局は、地域住民のつながりを再構築し、お互いに支え合う体制を実現するための方策について検討するため、平成19年に社会・援護局長のもとに研究会を設置した。
- ・当研究会では、11回にわたる検討を重ね、平成20年3月に「地域における『新たな支え合い』」を求めて「住民と行政の協働による新しい福祉」を公表した。
- ・報告書は、少子高齢化が進展し、地域のつながりが希薄化する中で、地域における「新たな支え合い」（共助）確立の重要性を説いている。また、地域福祉を推進するための必要な条件とその整備方策や既存施策の見直しを提言している。

(地域における『新たな支え合い』を求めて「住民と行政の協働による新しい福祉」概要)



- ・前記「社会の変化」の項の各種データで考察したように、今後、高齢者の地域生活を支えていくためには、地域のあり方を再考していくことが求められている。このような中で、この「新たな支え合い」報告書より次のような示唆を与えてくれる。

【示唆される点】

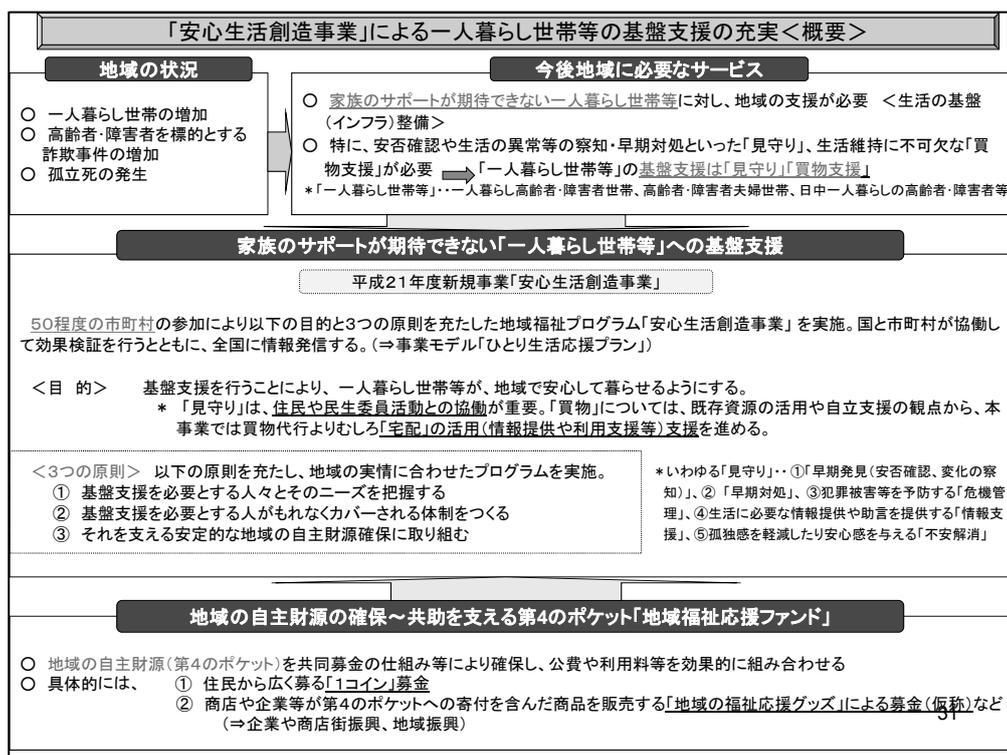
- 地域福祉は、地域に「新しい福祉」を創出することである。
- 地域福祉は、従来の福祉の枠にとらわれない、総合的なコミュニティ施策が必要となる。
- 地域福祉は、地域社会の再生の軸にもなりうる。
- 地域福祉は、幅広い分野との連携が必要となる。
- 生活課題に対応するには、方法や対象をあらかじめ限定することなく、柔軟さが求められる。
- 地域福祉の根底には、地域でお互いに顔がみえる環境づくりがある。
- 団塊の世代が地域社会に戻ってくることを視野に入れておくこと。
- 地域福祉のコーディネーターは、地域に必要な資源の開発も担う。
- 地域福祉活動の資金は、各地域内での工夫が基本である。
- 個人情報保護を巡って「過剰反応」といわれる状況があることに注意すること。

- ・ このように、地域における「新たな支え合い」を創り上げていく上で、企業も地域の一員であり、地域福祉の担い手としての認識を強め、地域とともに活動していく重要性が改めて理解できる。

(2) 安心生活創造事業

- 厚生労働省は、平成21年度より新規事業として、安心生活創造事業を開始した。当事業は、少子高齢化が急速に進行する中で、住み慣れた地域において安心した生活を営むことができるよう、生活課題を抱えた者を早期に発見し、必要な対応を図っていく体制を整備することを目的としている。
- 平成21年度に、全国50程度の市町村を「地域福祉推進市町村」に指定し、家族のサポートが期待できない1人暮らし高齢者らの見守りや買い物支援を実施する中で、その課題を検証し、全国に情報発信しながら、地域福祉推進方策の確立を目指すものとしている。その際、①基盤支援を必要とする人々とそのニーズを把握する、②基盤支援を必要とする人がもれなくカバーされる体制をつくる、③それを支える安定的な地域の自主財源確保に取り組む、の3点の原則を充たし、地域の実情に応じたプログラムを作成するものとされている。
- さらに、これらの活動を支える、地域福祉推進のための安定的な財源の確保のために、将来的には住民からの募金や企業からの寄付等からなる「地域福祉応援ファンド」による自主財源での運営の方向性も打ち出されている。
- 企業の関わり方としては、寄付行為が一例としてあげられているが、さらに具体的な活動にどのように協働して取り組んでいくのか、今後の動向が注目される。

(平成22年シルバーサービス振興会開催：地域で支える高齢者の暮らしと安心シンポジウム
厚生労働省基調講演資料より)



第3章 ヒアリングの結果

第3章 ヒアリングの結果

本章では、企業と地域とがネットワークを構築して、高齢者の地域生活を支えている、7箇所先進事例についてのヒアリング結果を提示する。調査概要は以下のとおりである。

また、企業が地域の高齢者の生活支援に関わっていく際の課題等を明確にするために、企業側の視点を補強する見地から、社会貢献活動に積極的に取り組んでいる企業にヒアリングを実施した。その結果を参考として提示する。

またヒアリング結果から、企業と地域とがパートナーシップに基づき、高齢者の地域生活の継続のために、企業の持つ人的・物的資源を地域で有効に活用しながら、企業と地域がともに様々な活動を展開していく上での課題を整理する。

1. 調査概要

実施期間

- ・平成21年11月～平成22年2月

ヒアリング対象と対象選定の考え方

- ・地域ヒアリング 7箇所

→企業との協力のもと、生活支援・見守りのネットワークを構築・展開している地域を選定した。地域の規模は、「大都市圏」「都市近郊」「地方部」の3エリアに分類した。

- ※（参考）企業ヒアリング 2箇所

→社会貢献活動に積極的に取り組んでいる企業を選定した。

ヒアリングの主な視点

【地域ヒアリング】

- ・ネットワークの概要
- ・取り組みの背景
- ・ネットワーク構築のプロセス
- ・中心となる組織の役割
- ・企業とのパートナーシップ
- ・運営上の課題やその克服方法
- ・今後の展望 等

（参考）企業ヒアリング

- ・社会貢献活動の取り組み概要
- ・取り組みの背景
- ・活動決定のプロセス
- ・中心となる部署の役割
- ・地域とのパートナーシップ
- ・運営上の課題やその克服方法
- ・今後の展望 等

ヒアリング対象と取り組みの特徴

・ヒアリングの対象地域と、その取り組みの特徴等は、以下の表のとおりである。

【ヒアリング対象地域と取り組みの特徴】

規模	対象地域 人口（高齢化率） ※平成20年現在	地域特性・ネットワークの特徴	開始年	基幹組織
大都市圏	①東京都千代田区 約5万人 (19.8%)	<ul style="list-style-type: none"> ・昼夜間人口の差異が激しく、また23区中、高齢化率（1人暮らし高齢者数）が非常に高い。 ・区内には、大企業の本社が多く立地しており、大学や病院等の機関も多い一方、生鮮食料品店が少ない等、生活支援の幅を広げていくことが課題。 	平成21年	区、 地域包括支援センター
	②東京都中央区 約11万人 (16.7%)	<ul style="list-style-type: none"> ・区内に大企業が多数立地しており、高層マンションの建設ラッシュにより近年人口増（特に子育て世代）の傾向。新しい住民層の転入による、地域での人々のつながりの希薄化・孤立化が課題。 ・地域の見守りについては、従来からの社協での取り組みと昨今区が開始したネットワークの2種あり。いずれも企業の参加協力はこれからの課題。 ・なお社協に設置された「中央ふらねっと」において、区内企業の社会貢献活動の組織化を図っている。 	平成20年 (モデル事業)	区、 地域包括支援センター ※社会福祉協議会での「ふれあい福祉委員会」の活動は平成8年から。
	③東京都中野区 約31万人 (19.0%)	<ul style="list-style-type: none"> ・都心部に近い住宅街であり、人口密度が23区中で高く、世帯の半数以上は単身世帯、20代の人口比率が高い。 ・1人暮らし高齢者のための見守りネットを平成16年より取り組んでいたが、現在、さらに対象を拡大し、見守りだけではなく地域の社会資源の結びつけを企図した新たなネットワークの構築に取り組んでいる。 	平成16年	区、 地域包括支援センター

規模	対象地域 人口（高齢化率） ※平成20年現在	地域特性・ネットワークの特徴	開始年	基幹組織
都市近郊	④東京都調布市 約21万人 (18.2%)	<ul style="list-style-type: none"> ・23区に隣接し、従来より市街地を形成。 ・「ソフトな見守り」を基本に、見守りネットワークを構築。 ・地域包括支援センターを単位とした地域のネットワークと市内全域を統括するネットワークの2段階により構成。 	平成16 (15年にモデル事業)	市、 地域包括支援センター
	⑤埼玉県所沢市 約34万人 (18.6%)	<ul style="list-style-type: none"> ・東京のベッドタウンとして、近年マンション建設等により人口増の傾向。 ・「さりげない気づき」を基本に、多くの協力事業者の参加のもと、見守りネットワークを構築。 	平成20年	市、 地域包括支援センター
地方部	⑥富山県黒部市 約4万人 (24.9%)	<ul style="list-style-type: none"> ・山間部と平野部（海岸部含む）を含み、第2次産業比が高い。人口減少の傾向あり。多雪地帯。 ・市町村合併前の旧宇奈月町にて、社会福祉協議会が中心となり、見守りネットワークを展開。 ・民生委員が収集した地域の要支援者の情報を社会福祉協議会にてデータベース化。これらの情報をもとに地域の1人暮らし高齢者への見守り活動を実施。 	平成5年	社会福祉協議会
	⑦福島県南相馬市（小高区） 約1万人 (28.1%)	<ul style="list-style-type: none"> ・平成18年1月1日に旧小高町、旧原町市、旧相馬郡鹿島町が合併し、南相馬市となる。 ・旧小高町にて、路線バスの廃止に伴う交通手段の確保の必要性及び商店街の活性化の手段として、小高商工会議所が中心となりタクシーを利用した乗り合い交通である、おだかe-まちタクシーの運行を開始。高齢者の移動の確保につながっている。 	平成13年	市 商工会

2. ポイント整理（※ヒアリングの詳細は、巻末の参考資料を参照のこと）

企業と地域とが生活支援・見守りのネットワークを構築・展開している7事例について、そのネットワークの概要と企業と地域とのパートナーシップを深めるヒントを、以下整理する。

① 東京都千代田区 (高齢者安心生活見守り隊)

【ネットワークの概要】

- ・ 1人暮らし高齢者が増加している中、千代田区内で死ぬまで暮らしたいという区民ニーズに応えるため、区長の指示のもと、平成 21 年度よりネットワークの運用を開始。
- ・ 区が、ネットワークの全体調整を実施（連絡会の設置、研修の実施等）。
- ・ 協力事業者等は、何か異変を感じたら、地域包括支援センターに通報する。
- ・ 区は、コントロールタワーとして、地域の実態やニーズの把握をすることが重要。特に実際に暮らしている高齢者の細やかなニーズ（苦情や不満も含めて）を受けとめ、さらにそれらを制度化していく姿勢が大切である。企業に協力を求める「営業」の際には、区が全面に出て行く必要あり（信用力の点から）。
- ・ 区内には、生鮮食料品店が少ない。この点からコンビニ業者と連携していくことが重要と考えている。
- ・ 協力事業者への研修を実施しているが、日中の参加は難しいとの意見がある。そのため夜間帯での開催も企図。

【高齢者安心生活見守り隊 構成図】

(広報千代田より)



★企業と地域とのパートナーシップを深めるヒント

○ 企業の商品に付加価値を付与

- ・新聞配達に、「見守り」という付加価値をつけることで、販売店が、新聞購読者（特に1人暮らし高齢者）を新規獲得する際の宣伝材料になる。行政は、広告チラシの費用を補助する。
- ・また、新聞配達員（特に学生のアルバイト）が高齢者と交流することで、従業員（若者）のコミュニケーション能力の向上や接遇の向上も期待できる。

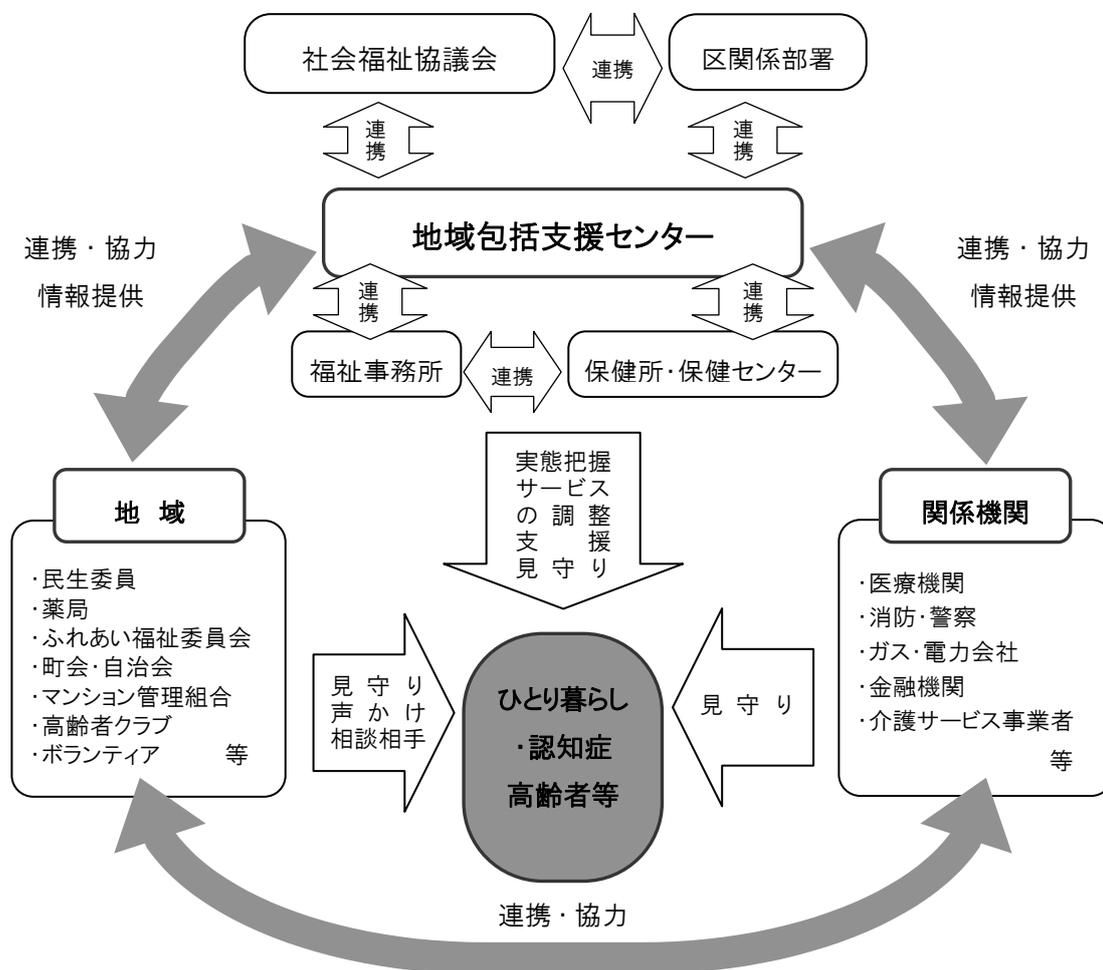
② 東京都中央区 (地域見守り活動支援モデル事業)

【ネットワークの概要】

- ・平成 20 年よりモデル事業として展開。
- ・住み慣れた地域で安心して暮らし続けられるよう、「おとしより相談センター（地域包括支援センター、区内 3 箇所設置）」を核とした、地域見守りネットワークを構築。
- ・対象者は、65 歳以上のひとり暮らし高齢者、65 歳以上の高齢者のみの世帯、その他生活に支援を要する者とする。
- ・まだ開始して日が浅いので、実績はこれからである。
- ・地域で暮らす住民の活動が主体であり、企業の参加はこれからの課題。
- ・区として、見守りの対象となる人に関する個人情報を提供することが難しく、その点が活動のネックとなっている。
- ・なお、区内には、大企業が 400 事業所あり、地域貢献のために「中央ぷらねっと」を平成 6 年に立ち上げ、現在 16 社が参加している（中央区社会福祉協議会）。
- ・近年では、隅田川護岸の緑化活動などの環境保全や、次世代育成支援に力を入れているが、高齢者支援関係は弱いとのこと。企業側に支援内容が分かりづらいということがあられるようである。
- ・継続的また義務的な活動は、企業にとっては難しいようである。イベント系の活動が多くなる傾向がある。
- ・大企業が中心であるが、今後は、中小企業の取り込みが課題である。

【地域の見守りネットワークイメージ図】

(中央区高齢者保健福祉計画・介護保険事業計画より)



★企業と地域とのパートナーシップを深めるヒント

○ 企業間の横のつながりの構築

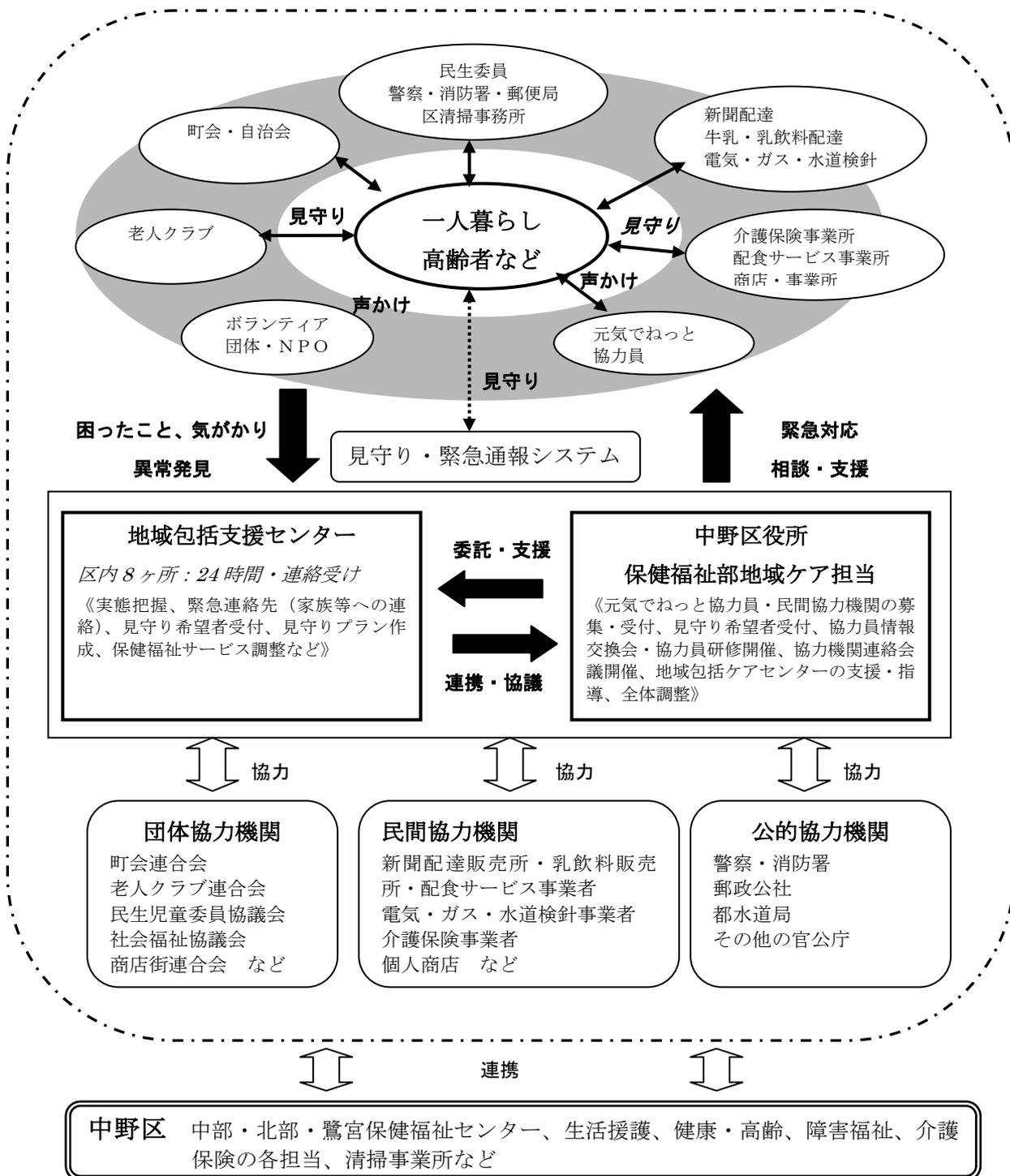
- ・地域の企業の横のつながりをささえるための「情報交換の場」を設置する。
- ・企業にとっては、地域内の他企業の社会貢献活動の取り組み情報を収集できる。また、企業が共同で地域貢献活動を企画・実施することで、活動への動員力を増強することが可能となり、活動内容の幅も広がる。
- ・このような「情報交換の場」で、地域の NPO と企業との橋渡しを実施することで、企業にとっては、新たに社会貢献活動を実施する際の情報収集や連携のパートナーを得ることもできる。

【ネットワークの概要】

- ・平成16年より「元気でねっと（見守り支援ネットワーク）」は、区民ボランティアによる声かけ・見守りと事業者（協力機関）による異常発見・通報を主とした、地域の見守り体制として実施。
- ・1人暮らし高齢者の見守りを基本。何かあった際には、区内8ヶ所の地域包括支援センターが第一次通報機関として24時間365日対応。
- ・協力事業者は現在170程度。電気・ガス等のライフライン系企業や介護保険事業者、配食サービス事業者などが協力。業務を行う中で気がついたときの通報への協力を依頼。
- ・ただし、現在は、区の地域支えあいの推進を踏まえ、以下の視点で見直し中とのこと。
 - ①地域の既存の活動団体の理解が不十分であった。
 - ②高齢者だけではなく、地域で支援を必要とする区民に対象を拡大する必要がある。
 - ③地域団体と連携することにより、地域全体への拡がりを持った制度にするとともに、各団体の活動情報を共有することにより、より効果的な支援が可能となる。
- ・企業の参加は多ければ多いほど、異常の発見の幅が広がるので良い。ただし、多くの企業の協力があると、逆に、一同が会する機会を設定することが難しくなる。
- ・参加企業の名簿管理に留意が必要。事業所の改廃などメンテナンスが行われていないと実際に使えない（その点、メール機能は便利）。
- ・企業が参加するメリットとしては、区の事業に協力していることへのアピール（区のHPへの掲載、ステッカーの貼付等）もさることながら、連絡会において異業種交流ができることなども大きいと思う。
- ・区の職員が実際に地域に出向き、暮らしている人と同じ目線で実情を把握する必要がある。そのことで区民との信頼関係も深まっていく。地域包括支援センターに任せるだけではなく、区としても24時間365日の対応体制を構築していく必要があるのではないか。

【元気でねっと（見守り支援ネットワーク） 構成図】

(中野区元気でねっと民間協力機関・活動の手引きより)



★企業と地域とのパートナーシップを深めるヒント

- 異業種交流により企業のつながりをひろげる
 - ・1人暮らし高齢者への見守りを目的としたネットワーク構築をしつつ、将来的には、地域内の様々な企業（規模・業種）が交流する広範なネットワークに広げていくことを企図する。
 - ・このようなネットワークでは、参加企業間において、例えば、運送会社が新たに融資を受けて新規ビジネスを開始したり、地域の小売業と工場が共同で新製品を開発したり、業種や企業規模に関係なく新たな結びつき（コラボレーション）が生じていくことが期待できる。
 - ・当初の見守りネットワークが、地域の企業にとってはビジネスパートナー探しの場にもなることで、さらに多くの企業の参加を見込む。

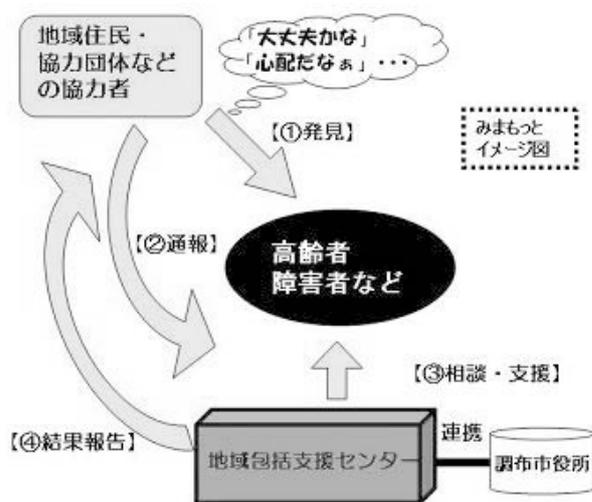
【ネットワークの概要】

- ・平成15年よりモデル事業を実施し取り組みを開始。
- ・高齢者を中心としつつ、障害者や生活困窮者等支援が必要な方すべてを対象。
- ・ネットワークは2段構造（市内全域と各地域の9つのネットワーク）。
- ・地域のネットワークが基本的な活動の単位（地域包括支援センターの設置地域に対応）。
- ・市はそれらを全体調整する役割。
- ・「ソフトな見守り」を基本。不審なことがあったら、地域包括支援センターの窓口に通報することを企業や地域住民に周知。その後の対応は、地域包括支援センターや行政で行う。
- ・地域住民、協力団体等の協力者等が担うのはあくまで通報まで。通報後対応を行うことまで要請していない。
- ・協力団体は、電力・ガス等のライフライン系企業だけではなく、商工会や金融機関等もあり。
- ・市内の事業所を統括する上部組織との協力関係の構築は、市の役割。協定書を取り交わしている。
- ・市と協定書を交わしても、企業の担当者が異動した後など、うまく引き継がれていないケースあり。また、支社と協定を結んでいても、営業所単位までは伝わっていないケースもある。これらについては、Bゾーン連絡会の際に、組織内での周知をあらためて依頼することで対応。

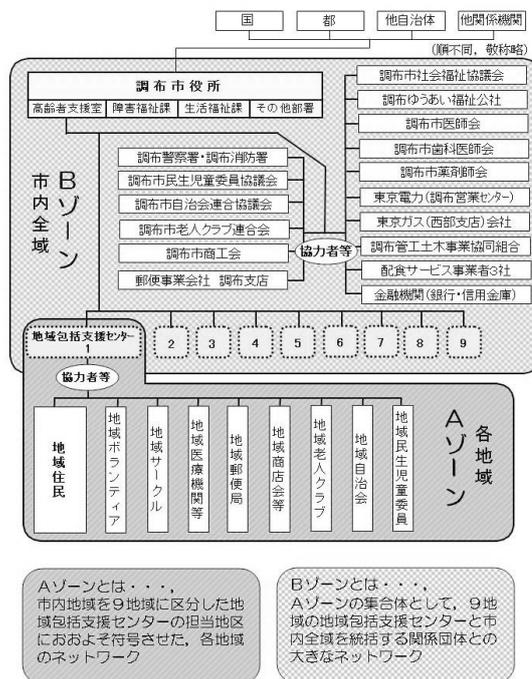
★地域包括支援センターによるコーディネート業務について

- ・地域の中で見守りネットワーク事業を周知すべくPRを行っている。PRに際しては、市が協定を結んでいる団体であると（Bゾーン）、事前の理解があるため、話が早い。
- ・各協力団体とセンターとの関係は出来てきたが、協力団体間の横の連携を生み出すには至っていない。
- ・ネットワークの運営にあたっては、地域で従来から活動してきた組織等がもつネットワークと連携していくことが重要である（例えば、民生委員や団地の自治会など）。
- ・様々な業種の協力を求めていく必要がある。
- ・地域包括支援センターの現体制では、地域のネットワークをつくる余裕がない現実がある。
- ・若い世代への啓発にも努めたい。

【みまもっとイメージ図】（調布市 HP より）



【関係機関の概要図】（調布市 HP より）



★企業と地域とのパートナーシップを深めるヒント

- 企業の組織ラインに対応したネットワーク構築
 - ・地域のネットワークを2段階で構築する。第1段階は、日常生活圏域（各地域包括支援センターが中心的役割を担う）でのネットワークであり、第2段階は、行政区画全体でのネットワークである。
 - ・第1段階では、実際に地域で活動する企業（各店舗、営業所等）が参加し、第2段階では第1段階の企業を統括する上部組織や事業者団体等が参加する。
 - ・企業の指揮・命令系統に対応したネットワーク構造をとることで、第1段階の現場レベルでの事業所と地域との協力関係が築きやすく、地域内の関連事業所の円滑な協力が見込まれることになる。

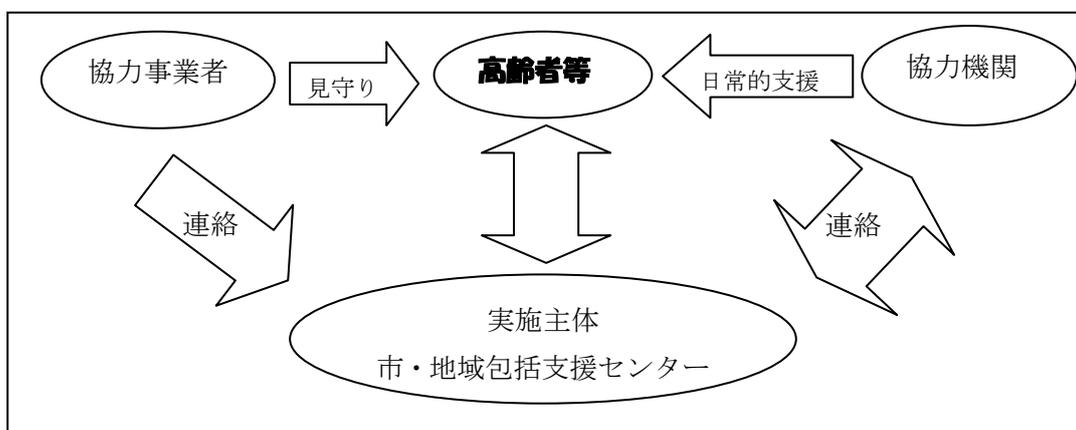
⑤ 埼玉県所沢市 (トコロみまもりネット)

【ネットワークの概要】

- ・平成 20 年 9 月に立ち上げ。
- ・地域住民や協力企業からの「さりげない気づき」を拾い上げ、市や地域包括支援センターに情報をつなげることを目的。
- ・市内 14 カ所の地域包括支援センターを基本単位に、各地域でネットワークを構築。
- ・基本的な活動単位は、各地域のネットワーク。市は全体を調整する役割。
- ・協力事業所は 122 事業所（平成 21 年 12 月 1 日現在）。新聞、電気、ガス等、高齢者宅に訪問する業種をもとに選定。協力事業所の選定は市が実施。
- ・企業への協力を求める際は、事業内容（全体像、企業に求めること等）を明確に説明できること、他の地域のネットワークとのちがいを、そして何よりも継続性（ただ協定を取り交わすだけではダメ）をどう図っていくのか、という点が重要。
- ・企業のメリットとしては、広報等による実績（実際に高齢者が救われた例）の紹介が重要。そのことにより、企業側のモチベーションも上がってくるのではないかと。
- ・研修では、実際に支援に携わっている人に参加してもらうことが大事。
- ・ネットワークを構築する際には、民生委員等、旧来より、このような仕事を地域で担ってきた人々との協力が重要。新たに作るという発想ではダメ。
- ・企業の規模は地域の方からみればあまり関係はない。地域で営業している店舗が実際の活動を担っている。

【トコロみまもりネット連絡体制フロー図】

(所沢市資料より)



★企業と地域とのパートナーシップを深めるヒント

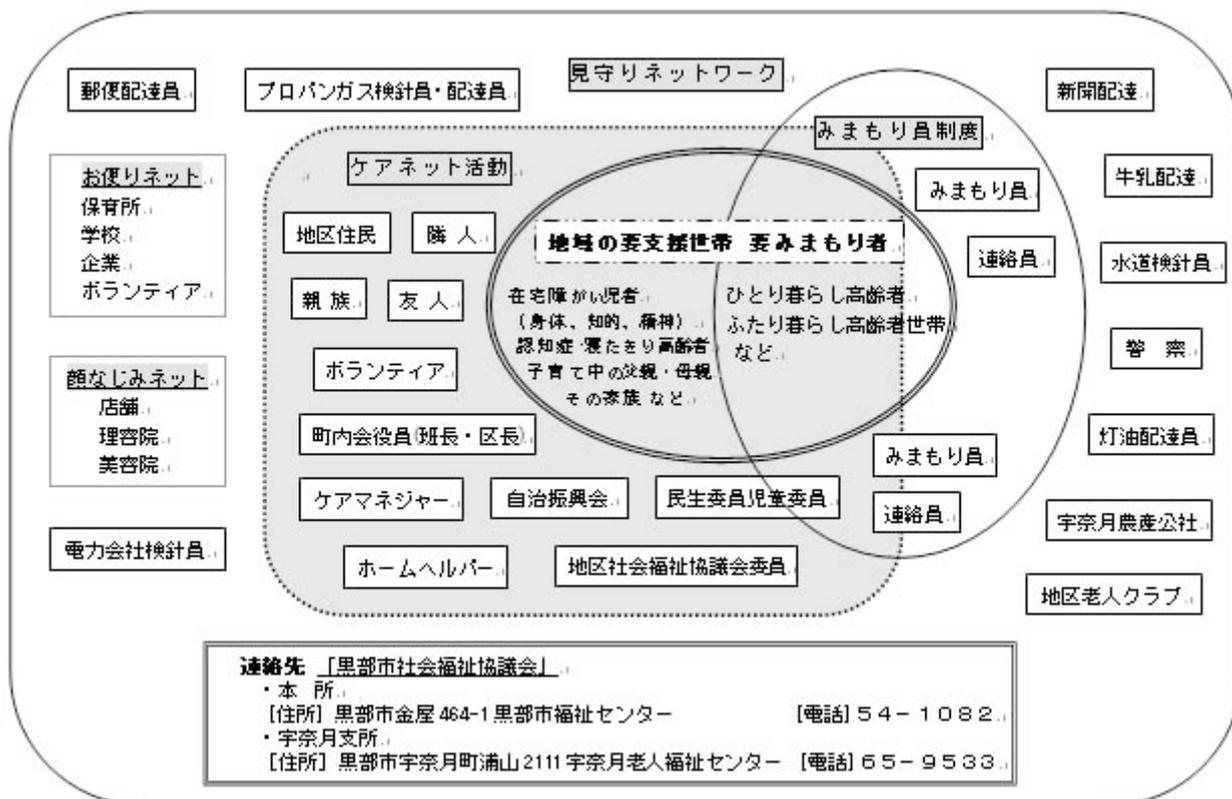
- 企業評価による企業価値の向上
 - ・ネットワークに参加している企業の地域における活動や取り組み状況等を、広報等で住民にPRする。
 - ・企業は、地域内での、企業ブランド力の強化、同業他社との差異化、従業員のモラル（士気）向上、収益の増大等の効果を期待できる。

【ネットワークの概要】

- ・平成5年に立ち上げ。平成8年より本格的に実施（市町村合併前の旧宇奈月町）。
- ・開始当初は、郵便、新聞、牛乳の3事業に協力依頼。しかしこれらの事業だけでは拾い上げられないケースがある（新聞を取っていない高齢者など）との判断から、高齢者が必ず利用する電気、ガス、水道事業等のライフライン関係者への協力を要請。
- ・平成9年より「お便りネット」を開始。保育所や企業等による、1人暮らし高齢者へはがきを送付。これにより、郵便配達員による定期的な見守りを強化。
- ・平成19年より「顔なじみネット」を開始。高齢者がよく利用する近所の店舗（食品、理美容等）にも協力を要請し見守り体制を強化。
- ・企業が参加しやすいのは、義務感なし、負担なしということ。地域で気になることがあったらただ連絡をしてくれるようお願いする、年に1回の説明会にはなるべく参加していただければ、ということをお願いしている。
- ・協力を継続してもらうためには、定期的な企業訪問も重要。
- ・最初から多くの事業者の協力を求めることは困難。一定程度協力事業者が集まると、協力依頼を取り付けやすい。
- ・見守りが必要な方についての情報を社協において管理。このようなデータがないと、地域の見守りはうまく機能しない（例えば、お便りネットのはがきを送付できない）。
- ・情報は民生委員からが主。平成3年より、民生委員からの情報をデータベース化。本年度中に、地図情報システムとも連動させ、全市のデータベース化を図る予定とのこと（約6,000件）。
- ・個人情報保護については、「オプト・アウト（本人から拒否の求めがあった場合に第三者への情報提供を停止する方法、そのことが出来る旨をあらかじめ住民に周知）」により問題はないと考えている。

【黒部市の見守り体制】

(黒部市社会福祉協議会提供の資料より)



★企業と地域とのパートナーシップを深めるヒント

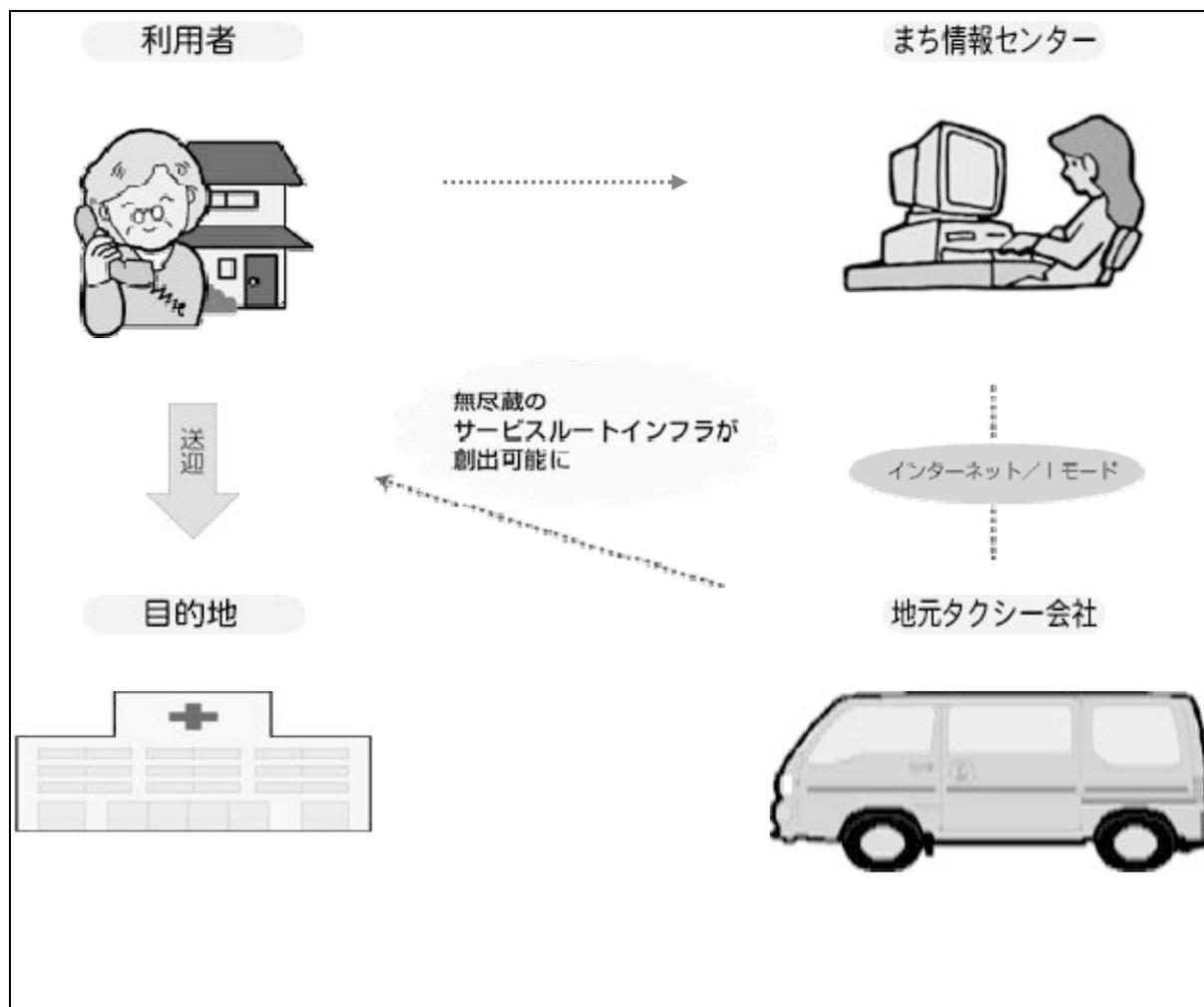
- 企業の本業を充実させながらの仕組みづくり
 - ・高齢者宅を訪問する業種であっても、頻度にばらつきがあり、継続的に1人暮らし高齢者を見守ることは困難である。そこで、郵便配達の頻度を上げることで、見守りの密度を高くしている。
 - ・はがきの文面は、地域の子供たち等によって書かれており、また書き損じはがきを回収し交換し活用することで、コストの削減を図っている。

【ネットワークの概要】

- ・路線バスの廃止に伴い、商工会から小高町へ「おだか e-まちタクシー」を提案。福祉バスを導入するコストよりも安価で対応できることから、コスト削減と住民の足の確保という両者の考えが一致し、平成 13 年より運行開始。
- ・タクシーを利用した乗合交通。利用者を戸口から戸口まで届ける。
- ・タクシー会社からタクシーを借り上げ、運行。行政からの補助有り。
- ・既述のとおりタクシーについては、タクシー会社（小高区内の 2 業者）からの借り上げで運行を行っている。通常のタクシーに比べ、安価なサービスが提供されることに対し、タクシー会社からの不満が出ると考えられがちであるが、借り上げという形式を取ることで、タクシー業界の競争激化の中、企業にとっては、当該システム参加により「固定収入」を得られるというメリットがある。
- ・高齢者にとっては、外出機会増加による生きがいの創出と健康の維持という自立支援効果がある。タクシーを乗合利用することで知り合った友人宅への訪問や、生涯学習、カルチャー教室の受講など、高齢者同士の交流と生きがい創出に寄与している。
- ・低料金であるため、短期間に集中して病院へ通院することが可能となり、症状の早期回復による健康の維持や老人医療費の抑制が期待できる。
- ・利用者を限定しないため、孫の保育園・幼稚園への送迎等にも利用できるということなど、利用者からの満足度は高く、リピーターとなる方が多い。
- ・利用者増を図る必要がある。利用者減少の要因は、車を持たない世代の高齢者が減ってきていることなど。また、農業サイクルによって、利用者の増減がみられる。
- ・高齢者の安全という観点から、各地で運転免許証自主返納制度が進められているが、小高商工会では、返納した方に対し、5,000 円分の乗車券をプレゼントし、さらに買い物時のポイントが 2 倍になるという制度を導入。高齢者の方が安心して買い物や病院通いができ、かつ利用者が増えるような取り組みを実施している。

【おだか e-まちタクシー イメージ図】

(福島県商工会連合会HPより)



★企業と地域とのパートナーシップを深めるヒント

- 企業・住民・行政の3者がプラスの関係
 - ・地域の企業、住民、行政の3者が皆「得」をする「三方一両得」の関係を構築していく。
 - ・この例では、商店街は買い物客の増加が見込め、タクシー事業者は安定した収入を獲得できた。住民（高齢者）は、路線バスよりもきめの細かい移動の手段（オン・デマンド）が確保され、外出機会が増加することで生きがいの創出と健康の維持という自立支援効果も創出された。行政は、当初考えていた福祉バス運行の費用の3分の1程度で運行できた、という点が指摘できる。

※（参考）企業が地域の高齢者支援に関わる際の課題について

今後、企業が地域の高齢者支援に関わる際の課題やその解決の方向性について示唆を得ることを目的に、社会貢献活動を積極的に推進・展開している2企業に対してヒアリングを実施した。各企業の主な取り組みとその特徴は、以下のとおりである。

企業名	主な取り組み、特徴
<p>イオン株式会社 (小売業)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 活動の理念 <ul style="list-style-type: none"> ・イオンの基本理念である「お客さまを原点に平和を追求し、人間を尊重し、地域社会に貢献する」に則り、社会貢献活動を展開。 ○ 高齢者支援関連の主な活動例 <ul style="list-style-type: none"> ・認知症サポーターの養成、サービス介助士の育成などによる接遇向上。 ・「イオン幸せの黄色いレシートキャンペーン」によるNPO等の活動支援。 ・「イオン社会福祉基金」による福祉施設等でのボランティア活動。 ・店舗での高齢者向け駐車場の設置（一部店舗）。 ○ 取り組みについての考え方 <ul style="list-style-type: none"> ・本業を通じて出来ることを追求することが大事。例えば安全な製品づくり、バリアフリー化なども一つの支援の在り方。 ・活動は多様な効果の創出が望ましい。認知症サポーターは、認知症のお客さまへの還元だけではなく、従業員の接客レベルの向上、従業員の家族への対応にも役立つ、地域との協力体制が構築できる等、多様な効果がある。 ・お客さまと一緒に活動することが基本。
<p>富士ゼロックス株式会社 (製造業)</p>	<ul style="list-style-type: none"> ○ 活動の理念 <ul style="list-style-type: none"> ・「良い会社構想」（つよい・やさしい・おもしろい）に基づき、経営方針が、「品質重視」から「社員の個の重視」に転換。このような企業風土の中から、多様な社会貢献活動が展開されて今日に至る。 ○ 社会貢献活動の主な取り組み例 <ul style="list-style-type: none"> ・休暇等、従業員の社会貢献活動への参加を支えるしくみの整備にも注力。 ・「1社1テーマ運動」。今年度より、全社共通テーマを設定し、国内外各社・各事業所の従業員が一斉に全国各地域のニーズに密着した貢献活動を行うことを推進。活動を「点」から「面」に拡大することを目的。 ○ 取り組みについての考え方 <ul style="list-style-type: none"> ・従業員の自発的な活動が基本。 ・一定の条件下、上司の許可を得れば、活動を業務とみなすことは可能。 ・社会貢献活動は、「ゼロックスにとっての意義」と「社会にとっての意義」の両者の位置づけが必要。

またヒアリングから、今後、他の多くの企業が地域とパートナーシップを結び、様々な活動を地域とともに展開していく上で示唆される点は、以下のように整理された。

【企業からは地域のニーズが分かりづらい】

- 高齢者支援について、企業として何をして良いのか、またどのようなニーズがあるのか、不明確な点がある。
- 高齢者支援は、公的なサービスが基本的に対応するという意識が強いのではないか。

→地域から企業への情報発信が重要

【活動のきっかけは地域との情報共有】

- 企業が、社会貢献活動の内容を決める際には、担当者が地域の行政機関等に出向き情報収集を行うこともある。
- 地域によっては、行政等が、地域内の企業の社会貢献活動担当者のための連絡会を設置しているところがあり、非常に有意義である

→企業と地域との交流の活性化が重要

【取り組みは、当初から高齢者支援をターゲットとしていたわけではない】

- お客様への従業員の接遇向上を図ることから、「認知症サポーター」や「サービス介助士」資格の取得を奨励している。結果としてそれが高齢者の支援になっている。
- 店舗のバリアフリー化、製品のユニバーサルデザイン化、地域のNPOへ売り上げの一部を寄付することなどにも取り組んでいる。高齢者にとっても（＝誰にとっても）使い勝手がよいというユニバーサルデザインの発想が重要ではないか。
- 本業を通じて出来ることを追求すること。例えば安全な製品づくり、バリアフリー化なども一つの支援の在り方である

→企業の活動が、実は高齢者支援と結びついているという企業の「気づき」の促進が重要

【取り組みは、本業との両立が課題】

- 社会貢献活動に当たっては、営利企業であるという前提は外せない。
- 社会貢献活動は企業ブランドの向上や地域社会への貢献度から位置づけが必要である。

→企業が地域で活動しやすい環境づくりが重要

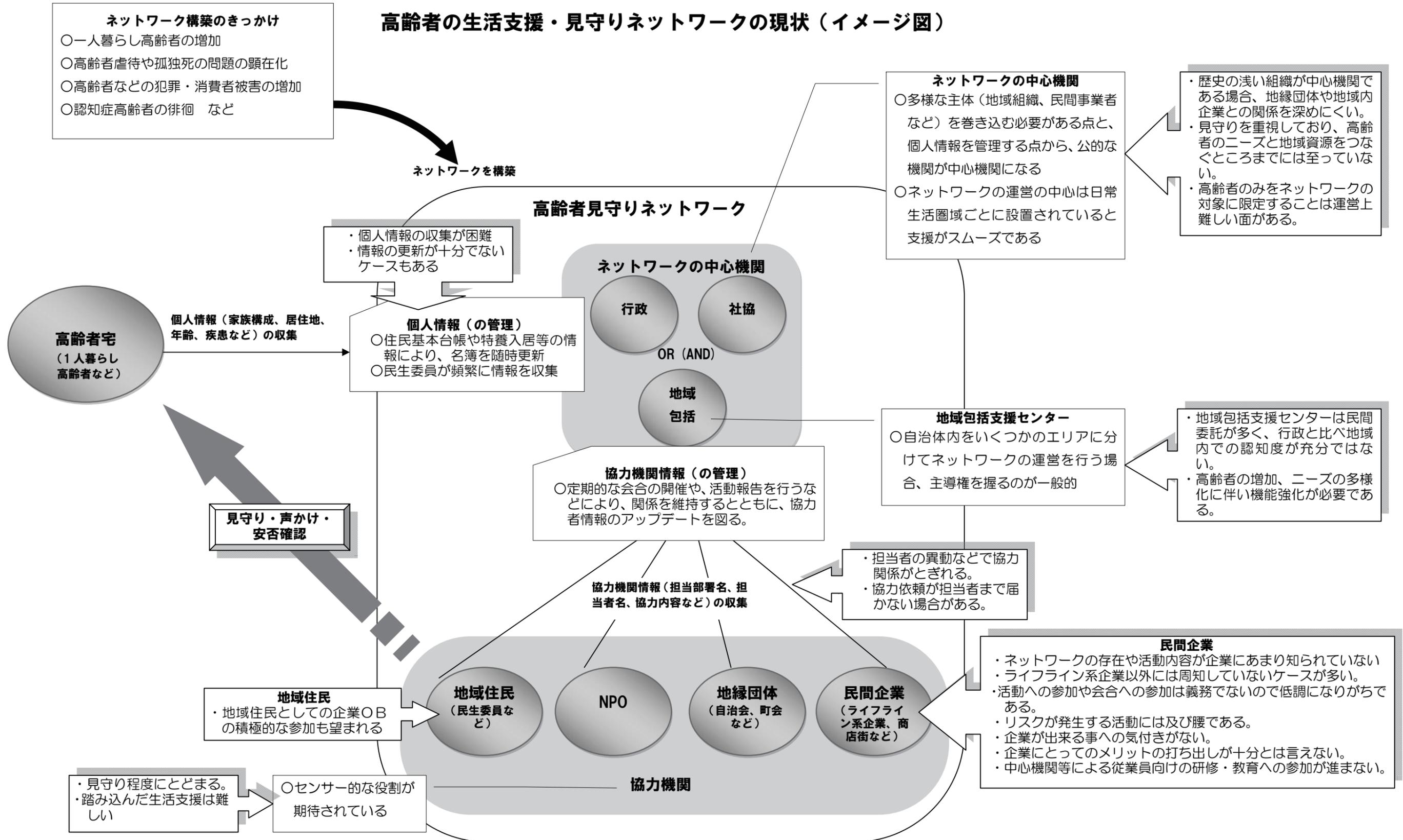
【企業は、従業員のライフサイクルをみることも必要】

- 企業が、従業員間の世代交流の視点を取り入れていくことも重要。特に団塊の世代の方たちは多くの知識、ノウハウをもっている。
- 企業は、従業員が退職した後のことも視野に入れ、現役時代から地域社会とのつながりをもてるような取り組みが必要ではないか。

→従業員が早期から地域で活動しやすい環境づくりが重要

以上の、地域のネットワークの取り組み事例や、企業ヒアリングを通して、今後、企業と地域とが、パートナーシップに基づき、ともに高齢者の地域生活の支えを強化していくための課題を、次の図表に整理した。

高齢者の生活支援・見守りネットワークの現状（イメージ図）



高齢者の生活支援及び見守りネットワークをめぐり背景や取り組みの現状

<社会の変化>

- ・地域で高齢者を支える担い手の減少
- ・1人暮らし高齢者の増加
(特に大都市部で顕著、男性の1人暮らしも増加)

<施策動向>

- ・地域での支え合いを強化していく必要性を提言(厚労省「新たな支え合い」報告書)
- ・1人暮らし高齢者の見守り・買い物支援を市町村でモデル実施(安心生活創造事業)

<企業の高齢者支援の取り組み状況>

- ・企業は、高齢者支援に人員提供、物品提供、情報の提供、資金の供与、というかたちで様々な関わり方をしている。退職〇日の活動もある。
- ・企業からは、高齢者への支援について何がもとめられているのか見えにくい。
- ・当初から高齢者支援を目的に取り組んだというよりは、接遇の向上など、企業として取り組むべきことを自然に行っていた結果、それが高齢者支援になっていったという状態がある。
- ・企業の社会貢献活動は、本業の強みを生かしつつ、地域での企業ブランドが高まることを期待している。

<地域でのネットワークづくりの取り組み>

(ヒアリング)

【ネットワークの概要】

- ・1人暮らし高齢者の見守りを目的としている。
- ・協力企業は業として、高齢者宅を訪問する業種が多い。
- ・企業は、不審なことを発見した際の通報の役割を担う。

【ネットワークの中心】

- ・地域包括支援センター、行政、社会福祉協議会

【ネットワーク構築のポイント】

- ・企業に協力を依頼するのは、行政の役割である。
- ・多くの企業との連携により、見守りの密度を高める。
- ・企業と地域との情報共有を強化する(特に担当者間)。
- ・本業に負担にならないよう、出来る範囲で活動する。

★企業との協働のヒント

- ・企業の商品に付加価値を付与
- ・企業間の横のつながりの構築
- ・異業種交流により企業間のつながりをひろげる
- ・企業の組織ラインに対応したネットワーク構築
- ・企業評価による企業価値の向上
- ・企業の本業を充実させながらの仕組みづくり
- ・企業・住民・行政の3者がプラスの関係

【地域の側からみた企業の効果】

- ・従業員の地域への関心が高まってきたとの声を聞く。
- ・困った時の地域の窓口が明確になったとの声を聞く。

【個人情報】

- ・見守りの対象となる高齢者の個人情報、協力企業に開示していない例がほとんどである。
- ・地域の高齢者は顧客でありその顧客情報を第三者に開示できないことから協力をためらう事業所もある。

企業も地域社会の一員・パートナーとして、地域の住民、様々な組織、行政等とともに、地域でのささえあいを強化していく方向性

<示唆されること>

○地域は、地域で困っていることを明確化すること

- ・見守りネットワーク構築の発端が、孤独死問題があったように、まず地域で解決すべき問題があって、その解決をきっかけに、企業は地域と関わりを開始する。

- ・地域の側は、地域の高齢者に求められることを明確にすることが必要である。ニーズが明確になってはじめて、企業の関わり方を考えることができる。

○地域から企業へ「気づき」を促すことが必要である

- ・今日の企業は社会貢献活動に積極的であり、高齢者支援への関心が低いわけではない。実際に、多くの企業が見守りに協力している。また、すでに取り組んでいた活動が、実は高齢者支援につながっていたということもあり、企業は自身の活動の高齢者支援との結びつきを強くは意識していない。

- ・企業は自社が持っている人的・物的資源をちよつと工夫すれば、地域の高齢者支援につながり、地域での企業評価を高めていくことにもつながることを気づくように促すことも大事である。

○企業と地域とを橋渡しする役割が必要である

- ・地域からの発信、企業からの発信を受けとめ、両者を対等な関係性に結びつけていくことが必要である。
- ・企業と地域の仲介を担うのは、両者から信用があり、第三者的・中立的な立場であることが望ましい。また責任の観点から継続性があることが重要である。

○企業が地域とともに活動しやすい環境をつくること

- ・地域で高齢者支援を行っている企業のブランド向上を支援し、パートナーシップの維持に努める。
- ・地域で活動する従業員と地域との交流を強化する。企業在中早期の地域との関係構築は退職後も両者に有意義となる。
- ・個人情報保護への過剰な反応を抑制する必要がある。

第4章 企業とのパートナーシップによる高齢者の生活支援 及び見守りネットワークの構築の求められるもの

第4章 企業とのパートナーシップによる高齢者の生活支援及び見守りネットワークの構築に求められるもの

1 めざすべきネットワークの基本的な考え方

○ 高齢者の多様な生活支援ニーズに対応したネットワーク

- ・高齢者の価値観、生活スタイル、所得水準、居住環境は多様であり、声かけや安否確認などを目的としたネットワークにとどまらず、様々な生活支援ニーズに対応したネットワークを構築していくことが望ましい。
- ・地域のネットワークは、24時間365日の高齢者の地域生活を支えていくために、地域でどのようなサービスが求められているのかを明確にした上で、活動に取り組むことが大切である。
- ・高齢者の生活支援ニーズの把握においては、地域からの発信を待つのみでなく、自治会、民生委員等の協力の下、高齢者が抱えている課題や現状を高齢者自身や、その高齢者と付き合いのある周辺住民等から必要に応じて直接聞き取り、的確に把握することも大切である。また、地域の状況は時間の経過とともに変化するため、定期的にニーズを把握し情報を更新することも重要と考えられる。

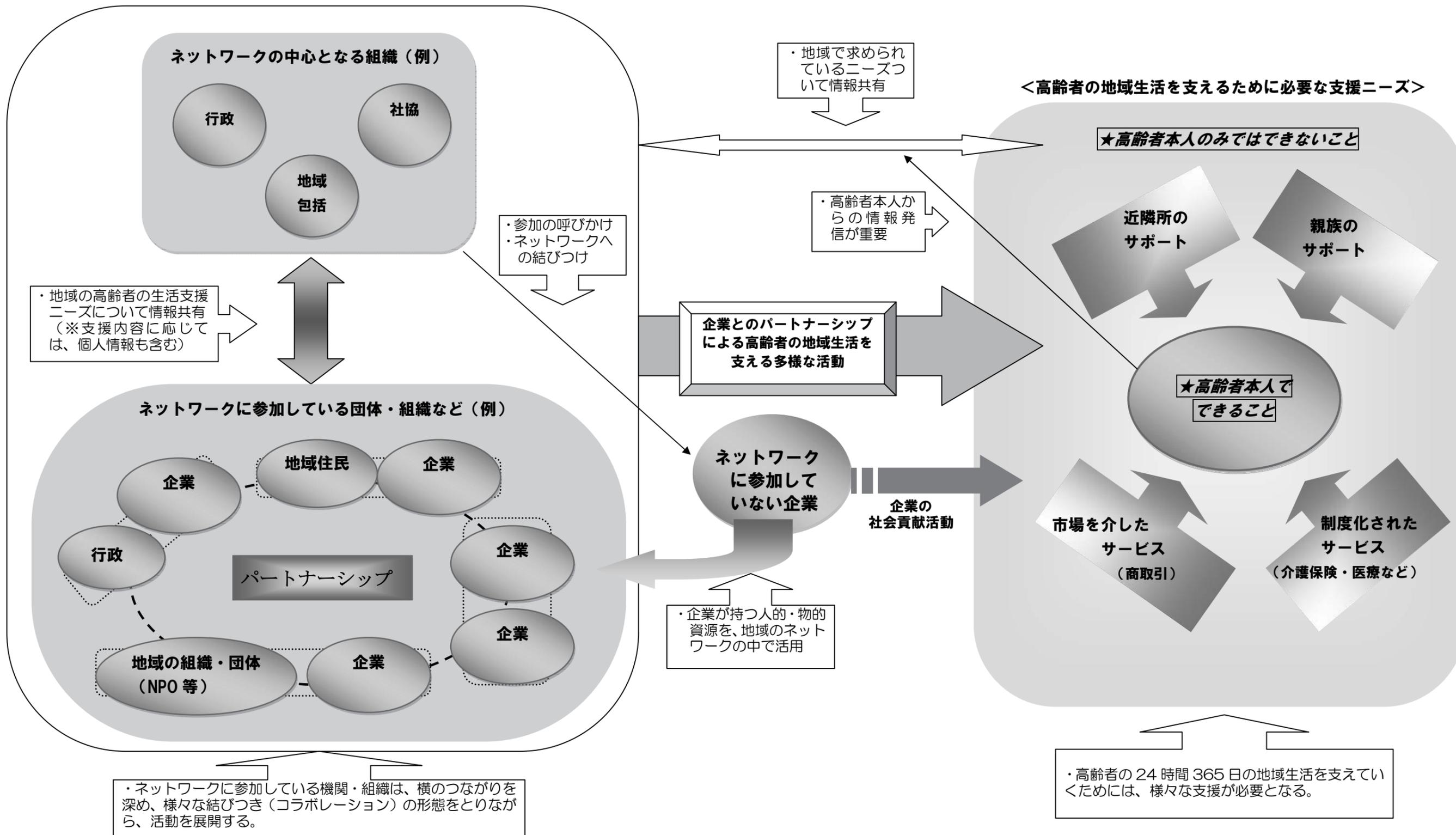
○ 個別の取り組みが重層的に重なり合ったネットワーク

- ・地域には高齢者の生活支援に関わる様々な人や組織・機関があり、それぞれの取り組みがあるが、現状ではそれらは個々の取り組みで終わっているケースが多い。その中には民間の企業も含まれるが、単独で社会貢献活動を行っている企業に対しては、地域の側よりネットワークへの参加を呼びかけ、他の組織等の活動と重層的に重ね合わせ、複合的に地域の高齢者支援を展開していく体制を地域で構築することが望まれる。
- ・そのためにはネットワークに参加している企業などが、横のつながりを深め、様々な結びつき（コラボレーション）を持ち、多様な活動を展開していく視点が重要と考えられる。

以上を整理したイメージ図は次ページのとおりである。

企業とのパートナーシップによる高齢者の地域生活の支え（あり方のイメージ図）

<企業とのパートナーシップによる地域ネットワークのイメージ>



(1) ネットワークの構造について

① ネットワークの中心となる組織に求められること

高齢者の生活支援などを行う活動においては、ネットワークに参加している企業、地域の様々な団体や組織等がそれぞれの役割を明確にしながら、継続的に協働していくことが求められる。また、そのためには全体の連絡調整や情報発信等を行う中心となる組織が不可欠となる。また、ネットワークの活動内容により、必要に応じて、地域の高齢者等の個人情報を取り扱う場合も想定される。

これらから、ネットワークの中心となる組織には、次のような能力が求められる。

「信用力」

- ・企業も含め、地域の様々な団体や組織に対し、新たにネットワークへの協力を求める場合には、中心となる組織の信用が重要となる。
- ・ネットワークに参加している団体・組織間の意見や利害の調整には、各団体・組織からの信用が必要となる。
- ・支援の内容に応じて、地域の高齢者等の個人情報を管理する場合には、個人情報を提供する高齢者等のみならず、ネットワークに参加している団体・組織からも信用が求められるため、適正な管理を行える組織である必要がある。

「調整力」

- ・ネットワークに参加している団体・組織間をつなぐとともに、高齢者のニーズとそれに対応する機能をもった企業との結びつけ、調整を行う能力が必要となる。

「情報発信力・受信力」

- ・ネットワークの目的、活動内容等を、地域内外に広く発信していくことで、地域の多様な団体・組織のネットワークへの理解と参加を促進する必要がある。
- ・地域の高齢者のニーズに対応した、ネットワークの運営が不可欠であるため、ニーズの収集能力が必要である。
- ・他の地域の取り組み事例や、企業の社会貢献等の活動状況を踏まえた、ネットワークの運営も重要である。

「継続力」

- ・中心となる組織は安定的且つ継続して運営を行える必要がある。
- ・高齢者の地域生活を支えるためには、様々な組織と連携し24時間365日活動が途切れず維持されることが望ましい。

「企画提案力（開発力）」（※企画提案の例 参照）

- ・企業が地域での活動を、継続的に行うためには本業に負荷をかけることなく、ちょっとした工夫で参加できることが重要である。また、活動を通じた企業価値の向上も期待されている。従って、企業の今ある人的・物的資源の活用（ニーズとのマッチング）方策と、それによる地域貢献や地域での評価向上といった効果を企業に提案できるか否かが、企業がネットワークに参加する上で重要となる。

（※企画提案の例）

「従業員への研修」

- ・接客、サービス業において、顧客満足度向上の一環として高齢者・障害者・子供が利用しやすいといった視点での店舗作り、従業員の接客教育を行う。
また、高齢者数が増加していく中で、高齢者に即した接客の技術を身につけるために、認知症サポーター養成講座等の研修を行う。

「場所の提供」

- ・小学校の空き教室を地域の高齢者に向けたサロンとして提供することにより、近隣住民の関係が希薄化している都心部では、地域住民の繋がりや再構築が図れる。また、地域には様々なノウハウを持った高齢者がいるため、道徳、社会教育の授業の一環としてそういった地域の「人財」を講師として招くことで社会勉強が可能になる。また、核家族化により祖父母との接点が減った子供への心理的な教育にもつながる。

「自社資源等の活用」

- ・現在、多くの企業でパソコンやプリンター、コピー機等を使用している。それらの入れ替え時等に、処分するのではなく、地域でパソコン教室を行うNPO等へ贈与するといったことで使える資源を必要とする人につなぐことが社会貢献活動になる。

「事業の提案」

- ・高齢者の増加に伴い、外出に介助が必要な人であっても旅行等の需要はあることから、日帰りツアーといったバス旅行の為のリフト付き高速バスの開発や、介護事業所と連携した介助者付の旅行プラン作成を働きかけることで、企業の本業を活かした高齢者支援サービスを提案する。

以上のようなことをもとに、想定される中心となる組織を検討整理すると以下のような機関が候補として考えられる。

中心となる組織（想定）	主な特徴
行政	<ul style="list-style-type: none">・ 個人情報を取り扱う場合には適切な組織・ 社会的周知度が高く、信用力もある
地域包括支援センター	<ul style="list-style-type: none">・ 地域のネットワークづくりの中心組織として期待されている・ 現行の体制の強化が求められている
社会福祉協議会	<ul style="list-style-type: none">・ 地域のボランティアを組織化してきた歴史・ノウハウがある・ 専門知識を持ったスタッフが配置されている場合が多い

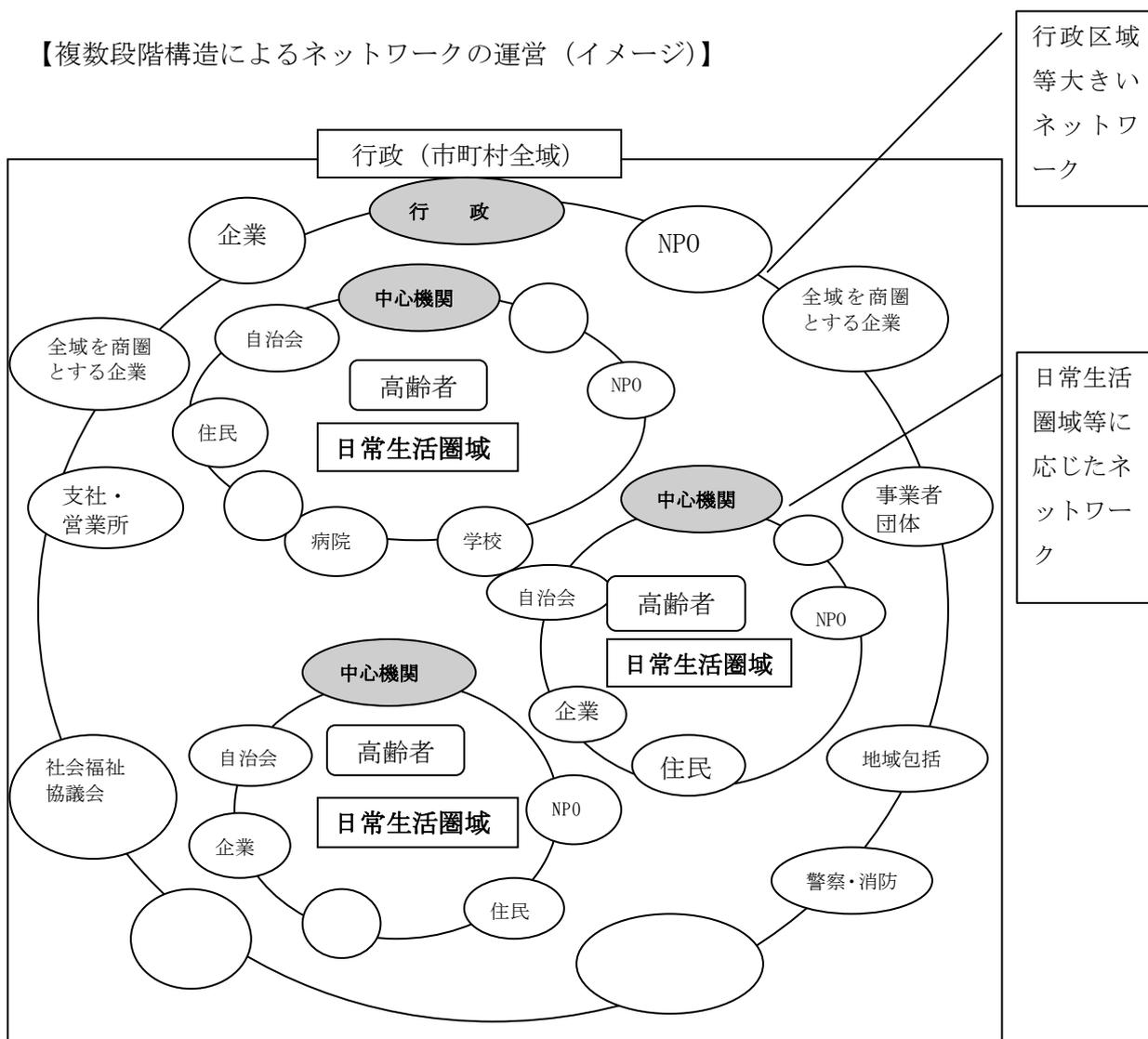
他にも、小地域として考える場合、そこには自治会や町内会といった活動があり、地域の特性に応じて、中心となる組織や人を想定することが望ましい。

② エリア設定の考え方

高齢者の生活を支援する際には、必要な時に必要なサービスを提供することが求められる（地産地消）。すなわち、ニーズが発生する場所（地域）において、そのニーズに対応していかなければならない。そのためネットワークは、高齢者の日常生活圏域をもとに、地域に根ざした活動が可能となる範囲を基本に考えていくべきである。

なお、行政区分の大きい圏域と、高齢者の日常生活圏域といった小さい圏域の段階的なネットワークを運営していくことも想定される。この場合、市町村全域は例えば行政が中心となってネットワークを構築し、そこには、企業の支社・営業所レベル、事業者団体、また市町村全域を営業エリアとする企業等の参加を想定しておく。他方、日常生活圏域では、地域包括支援センター等が中心となり、地域で活動する事業所等が参加するネットワークを構築するなどの段階的なネットワークの方策も考えられる。

【複数段階構造によるネットワークの運営（イメージ）】



(2) ネットワークのあり方

① ネットワークの構成メンバーに求められること

ネットワークは、1つのかたちに固定されるものではなく、そのネットワークに参加している地域の多様な団体や組織の協働の結果、多面的な広がりを持つ可能性がある。このひろがりを保障していくことがネットワークの構築においては重要であるが、その際の基本的な前提として、ネットワーク構成メンバーに求められる事項としては以下の3点が挙げられる。

- 目的の共有化
 - ・地域の高齢者支援を行う等の活動の目的をメンバー間で共有する。

- 横のつながりの重視
 - ・ネットワークに参加する企業や地域の多様な団体・組織は、高齢者支援のための連携を推進していく上で、それぞれが出来る限り対等な立場で参加するように努め、自由に提案し協力していくことが重要であることを理解する。

- 情報の共有化
 - ・地域の課題の情報が構成メンバーに届き、支援に必要な情報を共有化する。

② 企業の機能を活かしたネットワーク

ネットワークの中で、企業の機能を活かして高齢者支援を行っていくには様々な協力の仕方が想定され、地域の実情に応じて、適したかたちを構築していくことが望ましい。

<企業の機能を活かした協力方法（イメージ例）>

（高齢者宅の日常生活の見守り）

・高齢者宅への定期訪問

高齢者の自宅を多様な企業が定期的に訪問することにより、企業の日常業務の延長で高齢者の日々の生活を見守る。

例) ライフライン関係企業（電気、ガス、水道検針等）や、配達企業（郵便、新聞、乳飲料等）の個別の家庭と繋がっている機能を活かし、高齢者宅の日常生活上での異常を察知し、地域包括支援センター等に連絡するといったセンサー的機能が担える。

（企業の店舗等で行う支援）

・業務の円滑化、顧客サービスの向上

高齢者を顧客の一部に含む小売業・サービス業などにおいて、高齢者のニーズや特徴を理解することで、店舗設備や、接客といった面で工夫することにより、顧客サービスの向上を図る。

例1) スーパーマーケットや飲食店等で、顧客としての高齢者の増加を踏まえて、NPO等と連携し高齢者理解に関する研修等を行うことで、接客能力の向上、顧客満足度の向上に繋がる。

例2) 地域包括支援センターと連携をはかることにより、高齢者に関するトラブル発生時の相談や対応のアドバイスを受け、業務の円滑化に繋がる。

・災害時の高齢者支援

例) 災害等の緊急時に高齢者等の避難所、生活物資の提供をコンビニエンスストアやスーパーマーケット等が店舗や駐車場といった場所を提供する、もしくは支援物資の備蓄機能等を担うことも想定される。

(日常業務の中で行える支援)

・ 地域の見守り

直接的には高齢者と接点を持たない企業であっても、そこで働く従業員は日々の通勤等で地域を定期的に移動しているため、地域の異変に気づくといった機能が担える。

例1) 通勤時等にも高齢者の徘徊等気づいた時に、地域包括支援センター、もしくは行政、警察といった部署に連絡する。

例2) 積雪地域においては、高齢者宅等で除雪が困難と気づいた時に、自治体に連絡する。

(その他)

・ 高齢者向け商品・サービスの開発

企業と地域が繋がることにより、高齢者支援の活動を通じて地域のニーズを企業が把握し、新たな商品・サービスの開発を行う。

例) 製造業やサービス業において、地域の課題を把握している市民団体やNPO、老人クラブといった団体との繋がりにより、高齢者のニーズを把握し、それに対応した商品やサービスを開発することにより、地域の課題に対応した商品・サービスの提供が可能になるとともに新たな事業活動に繋がる。

・ 高齢者支援に関する行政サービス情報の提供

地域の住民等に、高齢者支援に関する行政サービスの情報が周知されていないことがある。地域によっては、高齢者の自宅のそばに行政機関がないなど、行政の窓口へのアクセスが悪い場合もある。このような場合に、企業の資源を活用することで、住民等に高齢者支援に関する行政サービス情報の提供を行うことに企業が協力する。

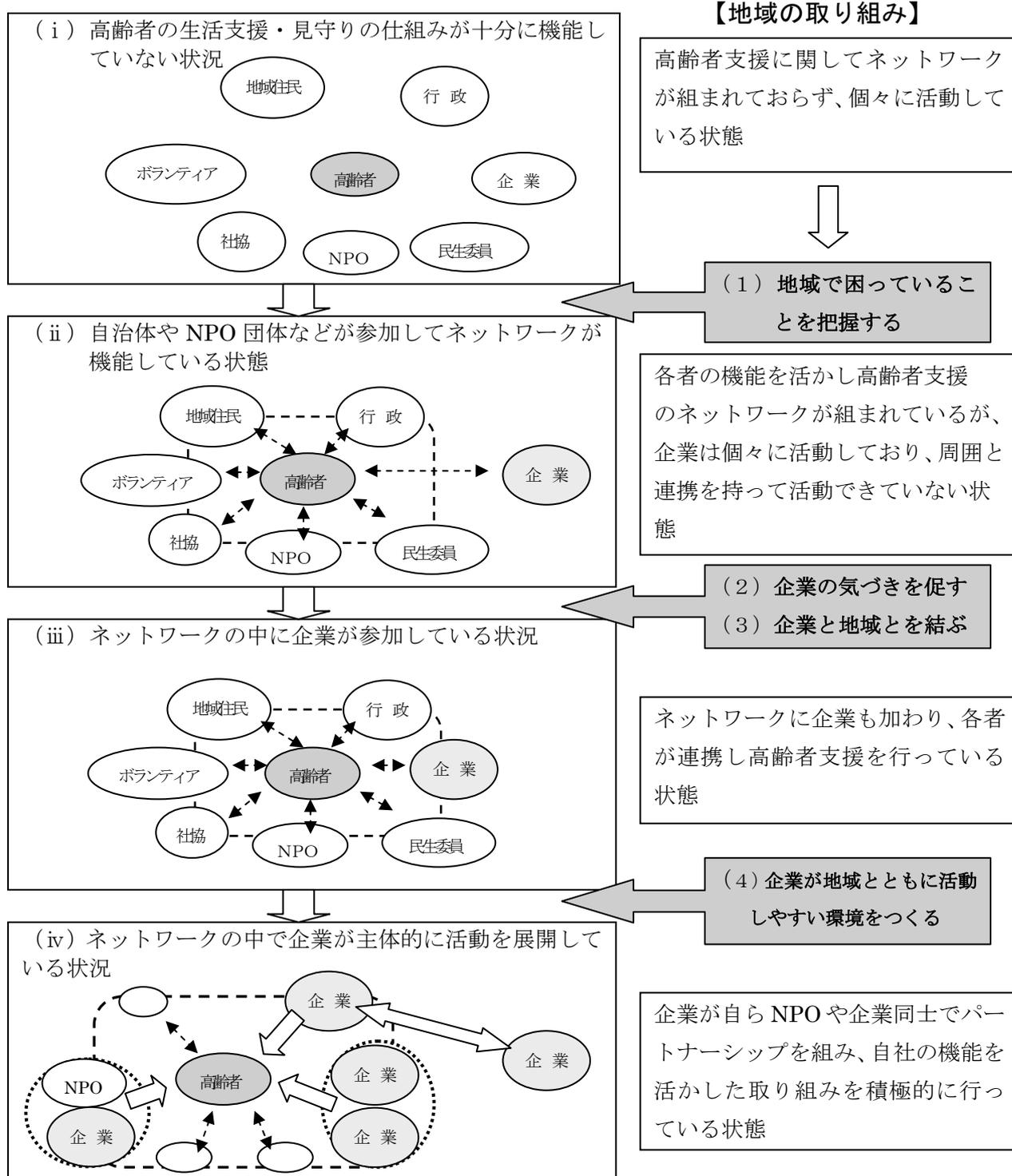
例1) 店舗に高齢者支援に関する行政サービスについてのパンフレット等を置くコーナーを開設する。

例2) 食べ物の出前などデリバリーを業とする商店が、商品配達の際に、地域の住民宅に高齢者支援に関する行政サービスのパンフレットを配布する。

2 ネットワークの構築に向けた取り組み

ネットワークの構築・運営の状況にはいくつかの段階（水準）が想定されるため、それぞれの地域の状況に照らした取り組みが求められる。

<ネットワーク構築のステップ（イメージ）>



(1) 地域で困っていることを把握する

ネットワークの中心となる組織は、新しく地域のネットワークを構築するために、地域で暮らす高齢者が地域生活を継続していく上で、求められる生活支援ニーズを明確にする。

【取り組みのポイント】

○ 今ある地域資源をチャンネルとして活用する

高齢者の生活支援ニーズと一口にいても、それぞれの高齢者によって、ニーズは異なる上、生活上の課題を抱えていても、必ずしも明確なニーズとして本人が自覚しているとは限らない。地域のニーズ把握のためには、下記に示すように既に地域にある多くの機関や組織などと連携し、それらが地域で気づいたことを発信することが望ましい。

【専門機関・専門職の例】

- ・ 行政（担当課）（関連部局）
- ・ 地域包括支援センターの総合相談窓口
- ・ 社会福祉協議会のボランティアセンター
- ・ 介護サービス事業者
- ・ 保健師や医療機関 等

【各種委員会等の例】

- ・ 地域ケア会議
- ・ 自治体が設置する各種委員会
- ・ 介護サービス事業者（所）連絡会 等

【地域の住民や様々な組織等の例】

- ・ 民生委員
- ・ 町会、自治会、消防団
- ・ 高齢者のサロン（集まり）
- ・ ボランティア団体
- ・ 市民団体
- ・ 地域の商店
- ・ 交通機関
- ・ 教育機関（小、中、高、大学）
- ・ P T A
- ・ ライフライン企業
（水道、ガス、電気会社等）

※ 特にサービスとつながっていない高齢者のニーズの把握を考慮する必要がある。

○ 中立的な組織・機関で情報を集約する

高齢者の生活支援ニーズに関する情報を出来るだけ、公正かつ客観的に収集・集約するため、各チャンネルから中立的、第三者的な組織・機関がこのような役割を担うことが望ましい。また高齢者の個人情報を含む場合には、情報の集約・管理は信用のある組織・機関によって行われることが適切と考えられる。

【情報を集約する組織・機関の例】

- ・ 行政、社会福祉協議会、地域包括支援センター等



企業には何が求められているか？

- 企業は、地域社会の一員として、例えば、営業活動を通じて地域で高齢者が困っていることなどを知ったときは、その情報をネットワークの中心となる組織に、伝達すること等が求められる。

(例) A商店に買い物に来た高齢者のお客が、ちょっと立ち話をした際に、雨の日は道が滑って危ないから買い物に行きにくいという話があった。また病院に通院しているが、それも一苦勞であるとの話もあった。A商店は、地域包括支援センターに電話をし、そのことを伝えた。

(例) B社の営業員が、昼休み中に、飲食店で会合をしている地域の高齢者と同席になった。高齢者から、パソコンの使い方を勉強する機会を設けたいが、場所もパソコンも見あたらなくて困っていると話しかけられた。営業員からその話を聞いたB社は、市役所の窓口にそのことを伝えた。

(2) 企業の気づきを促す

ネットワークの中心となる組織は、企業の今ある人的・物的資源を活用することが、地域に住む高齢者の生活に役立ち、ひいては地域での企業価値を高めていくということに企業自身が気づけるように、企業に対して働きかけを行う。

【取り組みのポイント】

○ 企業の資源を知る

企業に気づきを促すためには、地域の企業が持つ資源を把握する必要がある。

【企業の持つ資源を把握する工夫の例】

- ・商工会、事業者団体等の会合に行政等の中心となる組織が出席し情報収集する
- ・地域の企業との定期的な会合を持ち、情報交換をする
- ・インターネット等で公表されている情報を収集する

○ 企業に高齢者の生活支援ニーズを伝える

地域ネットワークへの参加の重要性を企業に気づいてもらうためには、地域から企業に対して高齢者が生活上で困っていることなどを積極的に発信する必要がある。

【高齢者の生活支援ニーズを企業に伝える機会・方法の例】

- ・地域の様々な資源と企業等との定期的な会合をもち、地域の課題を伝える
- ・高齢者が抱える課題とは何かといったことを説明会等で伝える
- ・行政 HP 等にて、地域に必要なサービスを公表する
- ・地域にどのようなニーズがあるのかを提示し、企業が出来ること、やって欲しいことを見えやすくする

○ 企業の組織ラインを活用する

高齢者の生活支援ニーズに関する企業への情報提供は、現場担当者に対してのみではなく、企業本社、商工会、組合といった上部組織、団体への情報提供も行う。

【情報提供の方法の例】

- ・本社の社会貢献活動担当セクションとミーティングを実施する
- ・事業者団体、エリア統括組織等とミーティングを実施する

○ 地域内のより多くの企業に働きかける

高齢者の生活を支援しうる企業は特に限定されるものではなく企業規模の大小や業種、業態を問わず、地域内の出来るだけ多くの企業に働きかけることが望ましい。

【企業の機能に応じた協力の例】

- ・地域の商店等は、該当地域の課題となる内容を把握していることがあり、そういった課題情報の提供をしてもらう役割を担ってもらう
- ・企業規模が大きい場合には、本社への協力依頼のみならず、地域の支店といったレベルまで周知されるようにする。また、支社・営業所の担当者では協力判断が困難な場合もあるため、本社や統括部署への依頼を行う



企業には何が求められているか？

- 企業は、自社の持つ人的・物的資源を地域の高齢者に有効に活用できる方策を、日常的に検討しておくことが求められる。

(例) D工場は、24時間365日の生産ラインを備えており、昼夜を通して、職員が常駐している。また勤務時間は交替制であり、1日に数回、従業員が地域内を通勤のため往来する。休日や夜間も操業していることから、これらを強みとした地域での取り組みがないか、検討を開始した。

(例) E社の社員食堂は、昼食と夕食をメインに営業しているが、午後の時間帯はあまり利用がない。また座席数にも比較的余裕がある。そこで、社員だけではなく、地域の高齢者の利用も可能にできないか、検討を開始した。

(3) 企業と地域とを結ぶ

ネットワークの中心となる組織は、高齢者の生活支援ニーズと、企業ができること、この両者を結びつけ、地域のネットワークを形作る。その際のポイントは、以下のとおりである。

<取り組みのポイント>

○ 企業の特徴に合わせて協力依頼を行う

企業への協力依頼に関しては、見守りであれば新聞や郵便といった本業の特性を活かした内容から協力依頼をすることが有効と考えられる。また、企業側にとって高齢者の支援においてどのような役割を担ってもらいたいのかを伝えることも重要である。

【依頼時の工夫の例】

- ・企業に義務や責任といった負担感を与えないようにする
- ・既に地域に密着した取り組みを行っている商店等に対しては、依頼する取り組みの継続性とその為の方針を明らかにする
- ・企業の上部団体、上層部等へ協力依頼を行った上で、地域の商店や支店にも協力依頼を行うといった段階で依頼を行う
- ・企業に具体的に何を協力して欲しいかを明確にした上で依頼する

○ 企業資源の活用を促す

企業が保有する施設等の活用を促して、地域のニーズに結びつけることで新たな活動を引き出すことが望まれる。

【企業の施設等の活用の例】

- ・美術館等を所有する企業が、休館日に地元の小学生等を招待し、館内案内や講師役に企業OBが担当する
- ・企業の福利厚生施設（スポーツ施設等）を地域住民やNPOに貸し出す

○ 企業が参加しやすい仕組みを作る

業務の延長上で行える活動であれば継続的に実施しやすい。また、義務や責任を負わせない、負担感の少ない活動も企業が参加しやすい。また、小売業や流通業などの高齢者を顧客に含む企業に対して認知症高齢者向けの接客技術を高める支援を行うなど、本業にプラスとなる活動であればなお望ましい。

【企業が参加しやすい活動の例】

- ・継続的な義務や責任を負うような内容は協力を得づらい場合があるため無理なく出来る内容である
- ・本業の延長上であり、ちょっとした工夫で出来る内容である
- ・本業に活かせる内容であれば、継続的且つ組織的な協力が得られやすい

○ 既存のコーディネート組織の活用

NPO 等の民間組織の活動をコーディネートするといった実績を有する組織が持つ経験や情報を活用することで、ネットワーク構築の効率的なヒントを得る方法も想定される。

【関連するコーディネート組織の例】

- ・ 特定非営利活動法人日本 NPO センター（NPO に関する幅広い情報の収集と発信）
- ・ 公益社団法人日本フィランソロピー協会（企業の社会貢献活動に関する情報提供）
- ・ 市民協働センター、NPO、ボランティア支援センターなどの地域内の中間支援組織

○ 中心的な組織、・ 機関における専門人材の養成・ 配置

企業と地域の結びつきを効果的に深める上で、中心的な組織・ 機関において人材を養成したり、配置したりすることが効果的である。

【養成・ 配置の例】

- ・ 企業と地域を結ぶためには、コーディネーターとしての機能が属人的ではなく、継承されるようにその仕組みづくりや人材の養成を行う
- ・ 地域の退職 OB を配置することにより、その知識や経験を活かし、企業が持つ機能の情報把握や、企業への協力提案といったことが可能にする



企業には何が求められているか？

- 企業は、地域の窓口となる担当部署・ 担当者を明確にしておくとともに、地域で行われる様々な集まりや会議等に積極的に参加し、地域との交流を強化していくことが求められる。

(例) F 社では、地域からの問い合わせには、従来個々の職員が個別に対応していたが、新たに地域担当となる職員を決め、行政、地域包括支援センター、社会福祉協議会等のネットワークの中心となる組織と情報共有を図るため、電話番号やメールアドレスの交換を行った。

(例) G 社は、地域行事への協賛を契機に、町会や自治会の責任者との定期的な意見交換会を、それぞれ持ち回りで開催することとした。

(4) 地域で活動しやすい環境をつくる

ネットワークの中心となる組織は、ネットワークの中で、企業が主体的に活動を展開していくために、企業が活動しやすい環境整備を行うことが求められる。

<取り組みのポイント>

○ ネットワーク参加企業との関係を持続する

企業に高齢者支援に向けた取り組みに関する意識が途絶えないよう、定期的な情報提供や、内容によって時限的な参加も出来るような工夫が必要である。

【活動継続の工夫の例】

- ・担当者の変更に伴う協力関係の寸断を防ぐため、定例会議や、取り組みの効果の情報配信等の工夫をする
- ・固定、継続的な取り組みのみでなく、プロジェクト毎でその時協力出来る企業が参加するといった時限的な内容の配信を出来るようにする

○ 企業の従業員に向けた情報提供を行う

企業に対し、従業員に向けての福利厚生の一環として社内研修やイベントで高齢者に関する講演等の開催を提案する。それにより高齢者支援への意識付けのきっかけを作る。特に、早期から地域との交流を開始すれば、従業員の退職後の地域生活へのスムーズな移行も期待できる。

【従業員向けの情報提供の例】

- ・従業員本人の将来、もしくは親に対しての知識として、NPOの活動情報の提供を行う
- ・介護について、認知症についての研修を実施する(高齢者支援についての基本知識)

○ 地域で活動している企業の社会的評価を高める

地域で活動している企業にとって日々の取り組みが見えることが、意識の向上につながるため、ネットワークに参加している企業の活動内容をアピールする事が大切であると考えられる。

【ネットワークに参加している企業のアピール方策の例】

- ・協力企業の商品への活動マークの貼付、協力事業所等へステッカーを配布する
- ・企業の取り組みについて行政等の広報紙やホームページ等でのPRを行う
- ・取り組みによる効果を、協力企業をはじめ社会にフィードバックすることで、企業評価の向上や、企業の地域貢献意識を向上させる

○ 活動支援基金の創設

組織の活動目的や内容によっては、活動資金が必要な場合が多いので、資金の確保について考慮する必要がある。

【活動資金を確保する方法の例】

- ・住民や企業等への寄付金の募集する
- ・地域通貨（活動ポイント制）の導入する

○ 個人情報保護への対応

個人情報の扱いについては、一定のルールが必要とされるが、活動目的によっては、過敏な対応を緩和する必要性も考えられる。また、企業が個人情報を扱うのではなく、その情報をもっている機関と協働で活動することにより、高齢者個人に向けた活動が可能になる。

【個人情報保護への対応の例】

- ・個人情報の提供に関しては原則本人同意が重要だが、自ら支援の必要性を主張出来ない人を支援しやすいという点では、「オプト・アウト方式」（本人の求めがあった場合事後的に第三者提供を停止）の検討も考えられる
- ・電球の交換や照明器具の清掃といった高齢者が行いづらい作業について、専門的な知識を持つ電力会社、電気店と、独居高齢者の情報を持つ行政や社会福祉協議会が連携することにより、電球の交換から事故防止の為の漏電調査を実施する

○ リスク管理のための情報提供

企業の社会貢献活動や、従業員がボランティア活動をする場合、業務または、個人として参加する場合があるが、どちらであっても、活動中の事故等のリスクヘッジは重要であると考えられる。その場合、どこがリスク管理を行うかといった役割分担や、リスク管理の仕組みを構築しておく必要がある。

【リスク管理の主な工夫の例】

- ・ボランティア保険、レクリエーション保険といった活動時のリスクヘッジを行うための情報を企業や、その従業員に向けて広く提供する
- ・企業がボランティアとして人員を派遣する場合、その際の保険を誰が負担するのかといった役割分担を明確にしておく



企業には何が求められているか？

- 企業は、地域で様々な活動を行っている際に、活動継続の支障となる事項が生じた場合は、いち早く、ネットワークの中心となる組織に伝えることが求められる。企業が問題をひとりで抱え込むことなく、地域全体で問題を共有化し、解決の方向性を検討していく体制を構築していくことが期待される。
- また、企業は、地域での活動支援資金の創出のため、寄付行為はもとより、様々な資金創出活動に積極的に協力していくことが期待される。

(例) H商店は、商品配達の際に、地域の1人暮らし高齢者の安否確認を行っている。今度、定休日を増加することとなり、その曜日の安否確認が手薄になるため、ネットワークの中心となる組織に相談した。ネットワークの中心となる組織が、ネットワークを構成する団体に照会したところ、その曜日に活動できる地域団体が、安否確認に取り組むことになった。

(例) I社では、受付に募金箱を設置するとともに、使用済み物品等を回収し有効利用している団体等の活動に、全社を挙げて協力することになった。

第5章 新たな地域づくりに向けた関係者のパートナーシップ

第5章 新たな地域づくりに向けた関係者のパートナーシップ

前章においては、企業とのパートナーシップを図りながら、地域の高齢者の生活を支えていくためのネットワークのあり方について検討を行った。将来的には、多くの企業が地域とパートナーシップを結び、その持っている多様な人的・物的資源を地域で活用していくことで、ネットワークの結びつきが大きくひろがれば地域社会全体を変え、新たな地域を創出する可能性を秘めている。

本章では、このような視点から、高齢者の生活支援に限定することなく、企業と地域とのパートナーシップのひろがりの可能性について検討を行う。そこでまず、前章までの総括を行う。

○ 企業と地域とのパートナーシップによる高齢者の地域生活の支えー社会的背景ー

【少子高齢化による高齢者を支える担い手の減少】

我が国では、今後急速に高齢化が進展し、将来的には、3人に1人が高齢者となる社会の到来が予想されている。他方、少子化や核家族化により、高齢者の地域生活を支える担い手はさらに減少していくこととなる。

高齢者が支援の必要な状態とならないように、元気に健康で暮らし続けるための「予防」の視点が重要であることはいままでもないが、このようなアンバランスな人口構成のもとでは、もはや社会全体が、何らかのかたちで、地域の高齢者の生活支援に関わらざるをえない状況が見込まれる。

このような中で、企業も地域社会の一員・パートナーとして、地域の住民、様々な組織、行政等とともに、地域での支えあいを強化していく方向性が求められている。

【現行ネットワークは高齢者の多様な生活支援ニーズに対応しきれていない】

現在、先行的に、地域において地域と企業が協力しながら高齢者の地域生活を支えているネットワークをみると、内容的には、1人暮らしの高齢者の見守りや安否確認を主目的としているネットワークがほとんどであった。ネットワークの存在や活動内容が地域にあまり知られておらず、協力企業も高齢者宅を業として訪問する機会が多いライフライン系企業のケースが多い。他の企業が、自分たちも工夫すれば出来るということへの気付きが少ないようである。企業が参加することへの地域側からのメリットの打ち出しが十分とは言えない。また、ネットワークの中心機関等による従業員向けの研修・教育への企業の参加も進んでいない。

○ 企業と地域とのネットワークのあり方

【高齢者の多様な生活支援ニーズに対応すること】

高齢者の価値観、生活スタイル、所得水準、居住環境は多様である。また、高齢者の地域生活は24時間365日である。声かけや安否確認にとどまらず、様々な生活支援ニーズに対応したネットワークを構築していくことが望ましい。

【ひろがりをもたせること】

ネットワークのかたちは、1つではない。ネットワークを構成している企業や地域の様々な団体が、目的を共有化し、横のつながりを重視し、情報を共有化していくことで、様々な結びつき（コラボレーション）を持ち、多様な活動を展開していく視点が重要と考えられる。

【中心となる組織を明確にすること】

ネットワークを構成している企業、地域の様々な団体や組織等がそれぞれの役割を明確にしなが、継続的に協働していくためには全体の連絡調整や情報発信等を行う中心となる組織が不可欠である。

この中心となる組織には、信用力、調整力、情報発信力・受信力、継続力が期待されるが、特に、企業の今ある人的・物的資源の活用方策と、それによる地域貢献や地域での評価向上といった効果を企業に提案できる能力（企画提案力（開発力））が重要である。

【高齢者の日常生活圏域を中心にエリアを考えること】

高齢者の生活を支援する際には、必要な時に必要なサービスを提供することが求められる（地産地消）。ニーズが発生する場所（地域）において、そのニーズに対応していかなければならない。そのためネットワークは、高齢者の日常生活圏域をもとに、地域に根ざした活動が可能となる範囲を基本に考えていくべきである。

○ ネットワークの構築に向けた取り組み

ネットワークの構築・運営の状況にはいくつかの段階（水準）が想定されるため、それぞれの地域の状況に照らした取り組みが求められる。その取り組みの段階は4段階に整理され、それぞれのポイントは次のようになる。

① 地域で困っていることを把握する

ネットワークの中心となる組織は、新しく地域のネットワークを構築するために、地域で暮らす高齢者が地域生活を継続していく上で、求められる生活支援ニ

ーズを明確にする。

企業も、地域社会の一員として、例えば、営業活動を通じて地域で高齢者が困っていることなどを知ったときは、その情報をネットワークの中心となる組織に、伝達すること等が求められる。

② 企業の気づきを促す

ネットワークの中心となる組織は、企業の今ある人的・物的資源を活用することが、地域に住む高齢者の生活に役立ち、ひいては地域での企業評価を高めていくということに企業自身が気づけるように、企業に働きかけを行う。

企業も、自社の持つ人的・物的資源を地域の高齢者に有効に活用できる方策を、日常的に検討しておくことが求められる。

③ 企業と地域とを結ぶ

ネットワークの中心となる組織は、高齢者の生活支援ニーズと、企業ができること、この両者を結びつけ、地域のネットワークを形作る。

企業も、地域の窓口となる担当部署・担当者を明確にしておくとともに、地域で行われる様々な集まりや会議等に積極的に参加し、地域との交流を強化していくことが求められる。

④ 地域で活動しやすい環境をつくる

ネットワークの中心となる組織は、ネットワークの中で、企業が主体的に活動を展開していくために、企業が活動しやすい環境整備を行うことが求められる。

企業も、地域で様々な活動を行っている際に、活動継続の支障となる事項が生じた場合は、いち早く、ネットワークの中心となる組織に伝えることが求められる。企業が問題をひとりで抱え込むことなく、地域全体で問題を共有化し、解決の方向性を検討していく体制を構築していくことが期待される。また、地域での活動支援資金の創出のため、寄付行為はもとより、様々な資金創出活動に積極的に協力していくことも期待される。

以上、企業と地域とがパートナーシップにより高齢者の地域生活を支えていくことについて、社会的背景、そのためのネットワークのあり方、ネットワークの構築に向けた取り組みを、前章までの記述をもとに総括した。

これを受けて、以下、企業と地域とのパートナーシップに焦点を当て、高齢者の生活支援のみならず、広くまちづくりの視点から、企業を巻き込んだ新たな地域づくりが求められる背景と新たな地域づくりに向けた方向性を整理する。

1. 企業を巻き込んだ新たな地域づくりが求められる背景について

○ 地域づくりへの参加意識の高まり

地方分権の流れにおいて、地方自治を形成していく上では、自らが暮らす地域の生活課題については、自らが解決に取り組むという、自立した市民像（企業市民を含め）が求められている。

○ 行政等による単独でのサービス提供の限界

社会情勢の変化に伴い、住民ニーズが多様化し地域課題が複雑化する中で、従来のような、行政による公平性・平等性の原則に基づく画一的なサービスでは、そのようなニーズや課題に的確に対応していくことが難しくなっている。また、電気・ガスなどの民間単体による公共サービス提供では、高齢者をはじめとした地域住民の生活を連続的に支援することは出来ず、多様な主体によるサービスを組み合わせる視点が重要になってきている。

○ 民間企業や市民活動グループの地域づくりへの参加意識の高まり

これまで行政が実施してきた公共サービスの中には、民間が主体となって行った方が効果的と思われる例もあり、民間の持つ専門性などを地域づくりに活かした公益的な活動が出てきている。

このような中で、企業がもつ社会的資源や専門的な経験・人材が必要とされてきている。

2. 新たな地域づくりに向けた方向性

最後に、企業と地域とがパートナーシップに基づき、新たな地域づくりを展開していく際の方向性を以下の5点に整理する。

(1) 「当事者」として高齢者が地域づくりに参画し、自ら情報発信する

これからの社会においては、高齢者が地域の中で大勢を占めるようになり、地域づくりの「当事者」は、まさに高齢者自身となる。

高齢者は地域の中で支援を受ける立場に固定されるわけではなく、地域づくりの担い手となることもまた期待されている。元気な高齢者であればもちろんのこと、介護やその他生活上の支援が求められる高齢者であっても、保有している技能や知識、経験を若い世代に伝えるなど、さまざまな地域参画のあり方が想定される。

とりわけ、企業に勤めていた高齢者が現役時代に培った多様なスキルやノウハウなどを地域に還元していくことが望まれる。

また、高齢者自身も、地域生活を継続していく上で、不安なこと、困っていること、必要となる支援等について、積極的に情報発信していくことが求められる。地域づくりは、あくまでも「当事者」のニーズから出発するからである。

(2) 地域自らが積極的に情報発信を行う

地域づくりの実績を積み重ねることで、その構成メンバーである行政や企業、NPOなどは、さまざまな運営ノウハウを蓄積することになると想定される。地域づくりの具体的な実情やノウハウなどを地域外に積極的に情報発信していくことは、これから始めていこうと考えている地域にとって有益と考えられる。また、地域づくりの活動を行っている企業にとっては、地域外にその取り組みをアピールすることで、地域貢献の企業として社会的に認知されることが期待される。このようなことから、地域外への積極的な情報発信が望まれる。

(3) 企業の視点を地域づくりに活かす

多くの企業は一般に日々の業務の中で、自社の商品ないしサービスの評価や改善の取り組みを行っているが、地域づくりにおいても活動の評価や改善を行うことは大切であり、継続的に地域づくりを進める上では、このような企業経営の発想が大切であり、積極的に地域づくりに活かすことが望まれる。

地域づくりに評価・改善のプロセスを導入する場合に、たとえば、地域づくりの関係者間（企業、行政、NPOなど）で活動のプロセスと結果を振り返り、実施状況・問題点・課題・改善策などについて確認、検証し、自己評価を行うことが考えられる。

また、支援の対象者や一般住民からの意見や要望等を収集して満足度等を必要に応じて把握すること、あるいは当事者以外の第三者機関に、評価をしてもらうことなどが考えられる。

さらに、企業の持つ創造性や品質管理のノウハウの導入も重要である。企業は、常に顧客のニーズや反応を受けとめながら、商品やサービスの開発・改善を行っている。このような企業の取り組みの姿勢は、住民ニーズが多様化し地域課題が複雑化する中で、当事者の視点に立脚しながら住民にとって暮らしやすく住み続けたいと思う地域づくりを進めていく上で、不可欠となる。

(4) 企業が継続して取り組める環境を整備する

企業が地域づくりに継続的に関わるためには企業内部の体制を整備するとともに、働き方を多様化・柔軟化するための政府等による取り組みも重要と考えられる。具体的な方策としては、以下のものが上げられる。

- ・第1に広報活動があげられる。これにより、企業の社会貢献活動の対外的なアピールや、従業員の意識啓発などが期待される。
- ・第2に在職時の研修があげられる。専門的な知識や多様な経験を持った、従業員が、退職後に地域づくりに円滑に参加しやすくなることが期待される。
- ・第3に働き方の見直し（休暇制度の整備）である。企業においては、業務時間の短縮やフレックスタイム制度などの柔軟な就業ルールの整備、ボランティア休暇制度の整備や、業務外（休みの日など）で地域づくりに関わっている従業員の社内表彰を行うなど、また、政府においては、家庭生活と仕事の両立を図りやすい雇用政策を推進することが考えられる。
- ・第4に公的機関による活動の側面的支援である。たとえば高齢者に関する企業の活動を支援する公的な組織などが、企業が単独で地域づくりに参画したり、複数の企業が共同で、地域づくりを行ったりする上で、企業と地域、企業と企業をつなぐ活動をサポートしたり地域づくりを行う際に参考となる事例の情報提供などを担うことが考えられる。

(5) 官民の役割分担ではなく、相互のパートナーシップを構築する

公共性のある事業については行政が担うことを主とし、営利を目的とする企業がそれを実施することには抵抗があるとの声を聞くが、現に介護保険制度においては、公共性のある介護という領域に、多くの民間企業が参入し、サービス供給の担い手として大きな位置を占めている。また企業も社会貢献の一環として、街の清掃や環境保護など、公共性の高い領域での活動に参加している。公共は、必ずしも行政のみに担われているわけではない。

これからは、公共性や営利性から、官民の活動領域・役割を限定するのではなく、

地域をつくるという共通の目的に対し、企業も行政もともに問題意識を共有し、相互のパートナーシップを深め、その解決に取り組んでいく姿勢が求められる。これは、財政支出を軽減するために企業を活用するといった、いわゆる安上がりの発想のもとで民間活力を導入するというような発想と相容れないものでもある。

(6) 意識改革

企業と地域とがパートナーシップに基づき、新たな地域づくりを展開していくには、企業も行政も地域も、それぞれ従来の発想や考え方を見直していく必要がある。

- ・企業には、生産性の向上だけではなく、高齢社会の中で、それぞれが位置する地域で何が求められ、自社の資源で何が出来るのかを常に検討し、そのような取り組みを通じて地域における企業価値の向上を図っていくことが期待される。
- ・行政には公共的な領域は行政のみが担うという意識ではなく、企業も含め様々な地域の組織・団体等が協働してそれを担っていく必要性を認識していくことが求められる。また地域の複合的な問題に対応していくためには、現行の縦割りの組織体制を再考していくことも望まれる。
- ・地域の住民や組織・団体は、従来の活動をより充実・活性化し、住民相互の顔の見える関係づくりと地域での支え合いを強化するとともに、企業や行政との新たなつながりを積極的に推進し、活動をひろげていくことが期待される。

参 考 资 料

ヒアリング調査事例報告

【ヒアリング対象と取り組みの特徴】

規模	対象地域 人口（高齢化率） ※平成20年現在	地域特性・ネットワークの特徴	開始年	基幹組織
大都市圏	①東京都千代田区 約5万人 (19.8%)	<ul style="list-style-type: none"> ・昼夜間人口の差異が激しく、また23区中、高齢化率（1人暮らし高齢者数）が非常に高い。 ・区内には、大企業の本社が多く立地しており、大学や病院等の機関も多い一方、生鮮食料品店が少ない等、生活支援の幅を広げていくことが課題。 	平成21年	区、 地域包括支援センター
	②東京都中央区 約11万人 (16.7%)	<ul style="list-style-type: none"> ・区内に大企業が多数立地しており、高層マンションの建設ラッシュにより近年人口増（特に子育て世代）の傾向。新しい住民層の転入による、地域での人々のつながりの希薄化・孤立化が課題。 ・地域の見守りについては、従来からの社協での取り組みと昨今区が開始したネットワークの2種あり。いずれも企業の参加協力はこれからの課題。 ・なお社協に設置された「中央ふらねっと」において、区内企業の社会貢献活動の組織化を図っている。 	平成20年 (モデル事業)	区、 地域包括支援センター ※社会福祉協議会での「ふれあい福祉委員会」の活動は平成8年から。
	③東京都中野区 約31万人 (19.0%)	<ul style="list-style-type: none"> ・都心部に近い住宅街であり、人口密度が23区中で最も多く、世帯の半数以上は単身世帯、20代の人口比率が高い。 ・1人暮らし高齢者のための見守りネットを平成16年より取り組んでいたが、現在、さらに対象を拡大し、見守りだけではなく地域の社会資源の結びつけを企図した新たなネットワークの構築に取り組んでいる。 	平成16年	区、 地域包括支援センター

規模	対象地域 人口(高齢化率) ※平成20年現在	地域特性・ネットワークの特徴	開始年	基幹組織
都市近郊	④東京都調布市 約21万人 (18.2%)	<ul style="list-style-type: none"> ・23区に隣接し、従来より市街地を形成。 ・「ソフトな見守り」を基本に、見守りネットワークを構築。 ・地域包括支援センターを単位とした地域のネットワークと市内全域を統括するネットワークの2段階により構成。 	平成16年 (15年にモデル事業)	市、 地域包括支援センター
	⑤埼玉県所沢市 約34万人 (18.6%)	<ul style="list-style-type: none"> ・東京のベッドタウンとして、近年マンション建設等により人口増の傾向。 ・「さりげない気づき」を基本に、多くの協力事業者の参加のもと、見守りネットワークを構築。 	平成20年	市、 地域包括支援センター
地方部	⑥富山県黒部市 約4万人 (24.9%)	<ul style="list-style-type: none"> ・山間部と平野部(海岸部含む)を含み、第2次産業比が高い。人口減少の傾向あり。多雪地帯。 ・市町村合併前の旧宇奈月町にて、社協が中心となり、見守りネットワークを展開。 ・民生委員が収集した地域の要支援者の情報を社協にてデータベース化。これらの情報をもとに地域の1人暮らし高齢者への見守り活動を実施。 	平成5年	社会福祉協議会
	⑦福島県南相馬市(小高区) 約1万人 (28.1%)	<ul style="list-style-type: none"> ・平成18年1月1日に旧小高町、旧原町市、旧相馬郡鹿島町が合併し、南相馬市となる。 ・旧小高町にて、路線バスの廃止に伴う交通手段の確保の必要性及び商店街の活性化の手段として、小高商工会議所が中心となりタクシーを利用した乗り合い交通である、おだか e-まちタクシーの運行を開始。 	平成13年	市 商工会

【※参考 企業ヒアリング】

企業名	主な取り組み、特徴
イオン株式会社 (小売業)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 活動の理念 <ul style="list-style-type: none"> ・イオンの基本理念である「お客さまを原点に平和を追求し、人間を尊重し、地域社会に貢献する」に則り、社会貢献活動を展開。 ○ 高齢者支援関連の主な活動例 <ul style="list-style-type: none"> ・認知症サポーターの養成、サービス介助士の育成などによる接遇向上。 ・「イオン幸せの黄色いレシートキャンペーン」による NPO 等の活動支援。 ・「イオン社会福祉基金」による福祉施設等でのボランティア活動。 ・店舗での高齢者向け駐車場の設置（一部店舗）。 ○ 取り組みについての考え方 <ul style="list-style-type: none"> ・本業を通じて出来ることを追求することが大事。例えば安全な製品づくり、バリアフリー化なども一つの支援の在り方。 ・活動は多様な効果の創出が望ましい。認知症サポーターは、認知症のお客さまへの還元だけではなく、従業員の接客レベルの向上、従業員の家族介護に役立つ、地域との協力体制が構築できる等、多様な効果がある。 ・お客さまと一緒に活動することが基本。
富士ゼロックス株式会社 (製造業)	<ul style="list-style-type: none"> ○ 活動の理念 <ul style="list-style-type: none"> ・「良い会社構想」（つよい・やさしい・おもしろい）に基づき、経営方針が、「品質重視」から「社員の個の重視」に転換。このような企業風土の中から、多様な社会貢献活動が展開されて今日に至る。 ○ 社会貢献活動の主な取り組み例 <ul style="list-style-type: none"> ・休暇等、従業員の社会貢献活動への参加を支えるしくみの整備にも注力。 ・「1社1テーマ運動」。今年度より、全社共通テーマを設定し、国内外各社・各事業所の従業員が一斉に各国各地域のニーズに密着した貢献活動を行うことを推進。活動を「点」から「面」に拡大することを目的。 ○ 取り組みについての考え方 <ul style="list-style-type: none"> ・従業員の自発的な活動を基本。 ・一定の条件下、上司の許可を得れば、活動を業務とみなすことは可能。 ・社会貢献活動は、「ゼロックスにとっての意義」と「社会にとっての意義」の両者の位置づけが必要。

【ヒアリングの視点（ヒアリングシート）】

プロセス	ヒアリング目的	質問NO	ヒアリング項目(自治体)	ヒアリング項目(企業)
現状把握	規模の把握、分類を行い、自治体、企業の規模により取り組みが異なるのかを把握する。	Q 1	人口数を教えて下さい。	社員数を教えて下さい。
	取り組みの目的、活用状況を把握する。	Q 2	実施している取り組みのコンセプトを教えてください。また、その取り組みはどのように活用されていますか。	
	その取り組みへ参加することによる企業のメリットを把握し、紹介することにより参加促進を促す。	Q 3	その取り組みに企業が参加するメリットは何ですか。	その取り組みに御社が参加するメリットは何ですか。
以前 取り組み検討	きっかけや問題意識を調査することにより、まだ取り組みを行っていない自治体、企業にも当てはまるのであれば構築・参加促進につなげていく。	Q 4	取り組みを検討するきっかけ（経緯）を教えてください。	取り組みを検討するきっかけ（経緯）を教えてください。
検討段階	検討の起案はトップダウンなのかボトムアップなのか、実態を把握する。	Q 5	取り組みの起案者はどこ（誰）ですか	
	検討するにあたり、自治体、企業はまずどこに声（相談）をかけているのかの実態を把握し、企業参入時の参考となるようにする。	Q 6	取り組みの検討にあたり、まずどこに声（相談）をかけましたか。	
	その取り組みを検討するに当たっての体制作りの事例を把握することにより、今後検討する場合の参考となるようにする。	Q 7	取り組みを検討するにあたり、検討体制はどのようなメンバーで組んでいますか。	取り組みへ参加を検討するにあたり、検討体制はどのようなメンバーで組みましたか。
	取り組みを行うに当たり、様々なメニューからどのように選定し、なぜ対象をそれに決めたのかを把握する。	Q 8	取り組みの対象（独居高齢者、障害者、子供、環境保護等）をどのように決め、何故その対象にしたのですか。	
構築段階	構築の推進はどこが中心になって行っていたかを把握する。また、具体的な方法を収集し参考とする。	Q 9	仕組みの構築に当たってはどこ（誰）が中心になって協力依頼の声かけを行いましたか。また、その具体的な方法はどのように行いましたか。	取り組みの実施（参加）にあたってはどこの部署が中心になって推進しましたか。また、その具体的な方法はどのように行いましたか。
	取り組み構築のため協力者の情報収集事例を把握する。	Q10	協力機関、企業、者の情報をどのように収集しましたか。	協力する機関（行政、NPO等）の情報をどのように収集しましたか。

	取り組みを始めるに当たっての課題を把握する。	Q11	取り組み構築に当たり、協力機関、企業を募集する等どのような課題がありましたか。	その取り組みを始めるに当たってどのような課題がありましたか。
	対象者情報の取得、共有化の方法を把握すると共に、個人情報情報等もあるためその管理方法を把握する。	Q12	対象となる情報はどのように取得しましたか。また、その情報の管理をどのように行いましたか。	
運営段階	取り組みの普及啓発の実施、方法を把握する。	Q13	行っている取り組みの普及啓発はどのように行っていますか。	自社の取り組みの広報はどのように行っていますか。
	取り組みの効果を把握し、構築後機能しているかを確認する。	Q14	取り組みによって発見したこと、効果にはどのようなことがありますか。	
	運営していく中での足りない機能や課題とその対策を把握し、取り纏め今後の参考とする。	Q15	運営していく中での、課題、足りない機能があればそれは何ですか。また、その対策はどのようにしていますか。	取り組みを行っていく（参加する）中での、苦勞（課題）があればそれはどのようなことですか。また、その対策はどのように行なっていますか。
	運営していく中でのリスクヘッジをどのようにおこなっているかを把握する。	Q16	運営（参加）していく上での何らかのリスク管理を行っていれば、それはどのようなことですか。	
	取り組みを作っても実際に機能しない、もしくは継続的に運営できなくては意味がないため、その工夫を把握する。	Q17	取り組みを継続的にしていくためのポイントは何ですか。また、その為にはどのような工夫をされていますか。	
	ニーズの把握をどのように行っているかを把握する。	Q18	利用者ニーズの把握、情報収集はどのように行っていますか。	ニーズの把握、情報収集はどのように行っていますか。
	ニーズはあってもそれに対するサービスがない場合、どのように解決しているかの取り組みを調査。	Q19	何らかのニーズはあったが、その取り組みが不足していたことはありましたか。あった場合はどのように対応しましたか。	ニーズはあったがその取り組みが不足していることはありましたか。あった場合はどのように対応しましたか。
	主な運營業務執行者、協力機関との連携状況を把握する。	Q20	協力機関との連携はどのように行っていますか。また、窓口等のセンター機能（取り纏め役）はどこ（誰）が担っていますか。	協力機関との連携、窓口はこの部署（誰）が担っていますか。
	今後行う場合の具体的なアドバイスを収集して今後の参加者に活かす	Q21	今までの経験から、新たに取り組むを行う場合にポイント、アドバイスがあれば教えてください。	今までの経験から、新たに取り組むを行う場合にポイント、アドバイスがあれば教えてください。

プロセス	ヒアリング目的	質問NO	ヒアリング項目(自治体)	ヒアリング項目(企業)
追加項目	規模により取り組みは異なってくるのか。	Q22	参入している企業は会社規模により取り組みは異なりますか	会社規模により取り組みは異なりますか。また、どのような取り組みであれば参加しやすいですか。
	中心機関になるべきなのほどが適切か。	Q23	ネットワークはどこが(だれが)中心になればうまくいくと思いますか。	
	企業が参加しやすいネットワークとは何か。	Q24	企業が参加しやすいネットワークとはどのようなかたちですか。	どのようなネットワークであれば参加出来ると思いますか
	連携していく上での課題の把握。	Q25	企業等と連携を取っていく上での課題にはどのようなものがありますか。	ネットワークで各者が連携していくための課題は何だと思えますか。
	ネットワーク構築への取り組みで工夫した点	Q26	ネットワーク構築に際し工夫した点は何ですか。	ネットワーク参加に際し工夫した点は何ですか。
	企業商圏と地域ネットワーク規模の関係について	Q27	ネットワークに際し企業の商圏や営業範囲は関係すると思えますか。 (企業の活動エリア【大】に対し地域(地域包括)の範囲【小】)	
	地域に必要とされるサービス内容と企業の役割について	Q28	企業に期待する機能、役割は何ですか。	企業が地域に対して行うべきことは何ですか。
	ネットワークの維持と課題について	Q29	継続的に運営維持していくにあたっての課題は何ですか	

① 東京都千代田区

【ポイント整理】

- ・一人暮らし高齢者が増加している中、千代田区内で死ぬまで暮らしたいという区民ニーズに応えるため、区長の指示のもと、平成21年度よりネットワークの運用を開始。
- ・区が、ネットワークの全体調整を実施（連絡会の設置、研修の実施等）。
- ・協力事業者等は、何か異変を感じたら、地域包括支援センターに通報する。
- ・個人情報の問題から、電力会社の参加は得られていない（電気の使用状況を第三者である区に伝えることに問題があるとのことから）。

- ・新聞販売業の組合については、購読者と本人が契約時に、「新聞が3日間溜まっていたら地域包括支援センターに連絡する」旨、同意するかたちで、問題をクリア、ネットワークに参加。
- ・その他、区内には、移送事業（コミュニティバス）である「風ぐるま」がある。経緯は事業者からの社会貢献の申し出。車が空いているときは、通院や墓参り（鎌倉）のため等、区内の高齢者を実費で乗せている。

- ・区内の防災事業者から火災警報器の寄付の申し出があり、区内の一人暮らし高齢者等に無償交付している。これも企業側からの社会貢献活動の申し出があったことによる。
- ・区は、コントロールタワーとして、地域の実態やニーズの把握をすることが重要。特に実際に暮らしている高齢者の細やかなニーズ（苦情や不満も含めて）を受けとめ、さらにそれらを制度化していく姿勢が大切である。企業に協力を求める「営業」の際には、区が全面に出て行く必要あり（信用力の点から）。

- ・区内には、生鮮食料品店が少ない。この点からコンビニ業者との連携していくことが重要。
- ・協力事業者への研修を実施しているが、日中の参加は難しいとの意見がある。そのため夜間帯での開催も企図。

1. 千代田区の地域特性

- ・都心区であり、昼夜間人口の差異が非常に大きい。
- ・神田地区や麹町地区など、地域によりそれぞれ特長がある。
- ・23区の中でも、高齢化率、一人暮らし高齢者の割合が高い。
- ・介護保険や区独自の高齢者福祉サービスなど制度は充実している。ケアマネジャー数も多い、しかしながら、サービスに結びついていない高齢者も多く、これらの方々への対応が課題。
- ・地域包括支援センターの認知度は低い。区内2ヶ所に設置しており社福法人に委託。なお「よろず相談」の機能を持たせるため、人員を増強している(+3人の6人体制)。
- ・区内には企業が多く、社会貢献活動への申し出も多い。移送事業や火災警報機の寄付(後述)など、企業との協力の下で、様々なサービスを展開している例あり。

2. 「高齢者安心生活見守り隊」の設置の経緯

- ・一人暮らし高齢者が増加しており、区民のニーズは、千代田区内で死ぬまで暮らしたいという意向が強い。在宅支援を強化していくことについての区長の指示もあり。
- ・虐待への対応も含め見守り体制を強化するため、平成19年より方策を検討、平成21年度よりネットワークの運用開始。

3. 「高齢者安心生活見守り隊」について

①概要

- ・「公共機関隊」「介護事業者隊」「医療関係機関隊」「福祉関係機関隊」「ライフライン隊」「地域活動隊」の6つのチームにより、地域の一人暮らし高齢者等の見守り体制を強化(イメージ図参照)。
- ・高齢者に関わっている人々が、何か異変を感じたら、地域包括支援センターに通報。
- ・隊ごとに連絡会を設置し、情報交換・共有を図っている。
- ・区は、ネットワークの全体調整を実施(連絡会の設置、研修の実施等)。
- ・現在、民生委員の協力の下、区において「見守り台帳(9,000人程度)」とそれをもとにした見守り対象者のマップを作成中(当初は実態調査を行ったが回収率が芳しくなかった)。

【高齢者安心生活見守り隊 構成図】 (広報千代田より)



②企業との連携

- ・ 個人情報の問題から、電力会社の参加は得られていない(電気の使用状況を第三者である区に伝えることに問題があるとのことから)。
- ・ 新聞販売業の組合については、購読者と本人が契約時に、「新聞が3日間溜まっていたら地域包括支援センターに連絡する」旨、同意するかたちで、問題をクリア、ネットワークに参加。
- ・ 新聞販売業の立場としては、新聞購読者が減っている昨今、サービスに付加価値をつけられること、また配達員(主に若い学生)のコミュニケーション能力の向上や地域に目を向けることができるなどのメリットを期待。区は、新聞販売店が見守りサービスを開始したことについての宣伝用チラシの作成費用を負担。ただし、地域住民からの反応はまだ低いとのこと。
- ・ 銭湯や理美容等の生活衛生営業施設や飲食店にも協力を求めている。この場合、それぞれの組合を通じて協力を依頼。

③その他

- ・ 区内には多くの大学があることから、ゼミ等との提携も企図しているが、うまく進んでいない。学生は環境保護や国際協力には興味があるが地域のことには関心が薄いようだ。アルバイトも忙しいようだ。なお区と大学は、一般的な協力についての協定は取り交わしている。
- ・ 区内にも「ゴミ屋敷」問題はある。ただマスコミの報道により偏った事実認識がある。実際認知症になると、室内の整理が難しくなり、そのまま「ゴミ屋敷」化する

ことは多い。その場合、区内の清掃業者に市場価格より安価で、協力を要請している。

- 区内には、移送事業（コミュニティバス）である「風ぐるま」がある。経緯は事業者からの社会貢献の申し出。車が空いているときは、通院や墓参り（鎌倉）のため等、区内の高齢者を実費で乗せている。
- 区内の防災事業者から火災警報器の寄付の申し出があり、区内の一人暮らし高齢者等に無償交付している。これも企業側からの社会貢献活動の申し出があったことによる。

④区の役割

- コントロールタワーとして、地域の実態やニーズの把握をすることが重要。特に実際に暮らしている高齢者の細やかなニーズ（苦情や不満も含めて）を受けとめ、さらにそれらを制度化していく姿勢が大切である。
- 例えば、一人暮らし高齢者が急に入院した際には、自宅に病院生活のための物品を取りに行くことができない。このような意見が区民から寄せられたことから、「入院生活支援」というサービスを開始し、1割負担でヘルパー派遣（介護保険事業者と連携）を可能しているなど。
- 企業に協力を求める「営業」の際には、区が全面に出て行く必要があろう（信用力の点から）。

4. 今後の課題等

- 現場からの発想が大事である。例えば、介護予防器具を設置した「介護予防公園」を展開しているが、高齢者の利用はあまり芳しくない。
- 区内には、生鮮食料品店が少ない。この点からコンビニ業者との連携していくことが重要と考えている（近日中に、コンビニの団体に協力を要請する予定）。
- 協力事業者への研修を実施しているが、日中の参加は難しいとの意見がある。そのため夜間帯での開催も企図している。

（実施日：平成22年1月14日）

② 東京都中央区

【ポイント整理】

- ・区内には、大企業が400事業所ある。地域貢献のために「中央ふらねっと」を平成6年に立ち上げ、現在16社が参加。各社持ち回りの定例会を15時～17時に開催（2か月に1度）。
- ・「中央ふらねっと」の立ち上げには、区内の企業（8社）を中心に、地域に何かを還元したいとの意識から、企業側から社協に相談あり。立ち上げ当初2年程度は、企業のCSR担当者が、社会貢献についての定期的な勉強会（施設見学等）と区内のボランティア活動への協力のスタイル。
- ・近年では、隅田川護岸の緑化活動などの環境保全や、次世代育成支援に力を入れている。
- ・高齢者支援関係は弱い。企業側に支援内容が分かりづらいということがあるのではないかと。なお平成19年度に「認知症を知る講座」を開催し好評。
- ・継続的また義務的な活動は、企業にとっては難しいようだ。イベント系の活動が多くなる傾向がある。
- ・企業の活動時間は平日の日中に限られているため、社会貢献活動は土日に実施されることが多いが、人的確保などは困難な面もある。
- ・社協としては、無理なく企業が入りやすいようにしていくことが重要と考えている。
- ・企業の規模や業種はあまり関係ないようだ。企業側の意識による。
- ・地域のニーズと企業の活動とのマッチングが重要。社協で、活動支援を求めているNPO（事前に審査を実施）を、定例会に参加させることにより、マッチングを実施。
- ・ボランティア保険には、イベントごとに加入。
- ・大企業が中心であるが、今後は、中小企業の取り込みが課題である。
- ・地域の見守りについては、社協の「ふれあい福祉委員会」（平成8年～）や市の「地域見守り活動支援モデル事業」（平成20年～）で対応。いずれも地域で暮らす住民の活動が主体であり、企業の参加はこれからの課題。

1. 中央区の地域特性

- ・近年の都心回帰の流れの中で人口増。特に子育て世代が多い（そのため子育て支援施策を強化している状況あり）。
- ・高齢者も、医療へのアクセスの良さもあって増加している。
- ・他人と関わりたくない、地域とのつながりを求めている人が多い傾向がみられる。
- ・高層マンションのセキュリティ対策（オートロック）により、民生委員等の訪問活動に支障が出ている。
- ・町会に加入していないマンションもある。
- ・町会への加入者は、旧来の住民層が中心となっている。地域の福祉活動の担い手も、この層が主。
- ・住民参加型の有償ボランティア（虹のサービス）の協力会員には、最近、企業退職者の参加が見られるようになっている。本人の生きがいにもなっているようで、今後の担い手として期待。
- ・区内には、大企業が400事業所ある。地域貢献のために「中央ふらねっと（後述）」を平成6年に立ち上げ、現在16社が参加。
- ・その他、中小規模の企業も含めれば、中央区には非常に多くの企業が存在。これらの力を生かしていくことは区としての大きな課題。

2. 地域の見守り

①ふれあい福祉委員会（社協）

- ・平成8年に開始。高齢化率の上昇の中で、地域福祉活動の一環として、住民主体で何が出来るのかを検討したことがきっかけ。
- ・現在15地区に委員会が設置。各地区により、様々な活動を展開。主として見守り、声かけ。その他、花束プレゼントや介護予防教室等も展開している地区あり。
- ・活動主体は、町会（旧来からの住民）。
- ・地域に暮らす住民が主体であり、企業の取り込みにまでは至っていない。

②地域見守り活動支援モデル事業（区）

- ・平成20年よりモデル事業として展開。
- ・住み慣れた地域で安心して暮らし続けられるよう、「おとしより相談センター（地域包括支援センター、区内3箇所設置）」を核とした、地域見守りネットワークを構築。

【対象者（1 地域あたりおおむね 10 人以上とする。）】

- (i) 65 歳以上のひとり暮らし高齢者
- (ii) 65 歳以上の高齢者のみの世帯
- (iii) その他生活に支援を要する者

【活動団体の要件】

- ・見守り活動を行う地域住民（あんしん協力員）が 5 人以上で組織する団体

【団体の主な活動内容】

- (i) 月 1 回以上の対象者に対する声かけ・見守り活動（自宅訪問、街中での声かけ、新聞受け確認などの生活確認）
- (ii) 緊急時に警察・消防等へ連絡
- (iii) おとしより相談センターおよび関係機関（警察・消防・町会）との連絡

- ・まだ開始して日が浅いので、実績はこれからである。
- ・社協のふれあい福祉委員会と活動が重なる部分もある。
- ・地域で暮らす住民の活動が主体であり、企業の参加はこれからの課題。
- ・区として、見守りの対象となる人に関する個人情報を提供することが難しく、その点が活動のネックとなっている。

3. 企業との協力体制

①中央ぷらねっと（中央区社会貢献企業連絡会）

- ・平成 6 年に立ち上げ。社協（ボランティアセンター）が事務局を担う。
- ・区内の企業（8 社）を中心に、地域に何かを還元したいとの意識から、企業側から社協に相談あり。社協の呼びかけにより立ち上げ、当初 2 年程度は企業の CSR 担当者が、社会貢献についての定期的な勉強会（施設見学等）と区内ボランティア活動へ協力のスタイル。
- ・現在 16 社が参加。各社持ち回りの定例会を 15 時～17 時に開催（2 か月に 1 度）。
- ・近年では、隅田川護岸の緑化活動などの環境保全や、次世代育成支援に力を入れている。
- ・高齢者支援関係は弱い。企業側に支援内容が分かりづらいということがあるのではないか。なお平成 19 年度に「認知症を知る講座」を開催し、好評を得た。
- ・継続的また義務的な活動は、企業にとっては難しいようだ。従ってイベント系（単発的）の活動が多くなる傾向ある。
- ・企業の活動時間は平日の日中に限られているため、社会貢献活動は土日に実施され

- ることが多いが、人的確保などは困難な面もある。
- ・社協としては、無理なく企業が入りやすいようにしていくことが重要と考えている。
 - ・企業の規模や業種はあまり関係ないようだ。企業の社会貢献活動に対する考え方が大きいのではないか。
 - ・地域のニーズと企業の活動とのマッチングが重要と考えている。社協では、活動支援を求めている NPO（事前に審査を実施）を、定例会に参加させることにより、マッチングも行っている。
 - ・参加企業との連絡体制は、e-mail により、即座に情報をやりとりすることが可能。
 - ・ボランティア保険には、イベントごとに加入。
 - ・近年、活動がマンネリ化（活動内容の固定化）している部分もあり、それを打破する必要を感じている。
 - ・大企業が中心となっているが、今後は、中小企業の取り込みが課題である。
 - ・広報活動を強化することも重要である。現在は、ホームページ、区の広報、都のホームページでの紹介等によっている。

②その他の活動

- ・高齢者支援関連ではないが、区内の広告代理店が会議室を利用して、区内の児童・生徒に、プレゼンテーションの技術を教えた例がある。教育関連ではあるが、企業単体では、区内の学校と提携し、様々な社会貢献活動をしている話は良く聞くとのこと。

（実施日：平成 21 年 12 月 10 日）

③ 東京都中野区

【ポイント整理】

- ・平成 16 年より「元気でねっと（見守り支援ネットワーク）」は、区民ボランティアによる声掛け、見守りと事業者（協力機関）による異常発見・通報を主とした、地域の見守り体制として実施。
- ・一人暮らし高齢者の見守りを基本。何かあった際には、区内 8 ヶ所の地域包括支援センターが第一次通報機関として 24 時間 365 日対応。
- ・協力事業者は現在 170 程度。電気・ガス等のライフライン系企業や介護保険事業者配食サービス事業者などが協力。業務を行う中で気がついたときの通報への協力を依頼。
- ・ただし、現在は、区の地域支えあいの推進を踏まえ、以下の視点で見直し中とのこと。
 - ①地域の既存の活動団体の理解が不十分であった。
 - ②高齢者だけではなく、地域で支援を必要とする区民に対象を拡大する必要がある。
 - ③地域団体と連携することにより、地域全体への拡がりを持った制度にするとともに、各団体の活動情報を共有することにより、より効果的な支援が可能となる。
- ・見守りだけではなく、地域の社会資源の結びつけ・地域のネットワーク化をねらいとしていくべき。
- ・個人情報の取り扱いについて。今後は、原則「嫌な人は手を挙げる方式」にして行く必要あり（現在は「手上げ方式」になっている）。町会・自治会へ地域で見守りが必要な人の情報を提供していくことを検討中。
- ・できる時間に気軽に参加できることが大切。「ポイント制」の導入も検討中。
- ・企業の参加は多ければ多いほど、異常の発見の幅が広がるので良い。ただし、多くの企業の協力があると、逆に、一同が会する機会を設定することが難しくなる。
- ・参加企業の名簿管理に留意が必要。事業所の改廃などメンテナンスが行われていないと実際に使えない（その点、メール機能は便利）。
- ・企業が参加するメリットとしては、区の事業に協力していることへのアピール（区のHPへの掲載、ステッカーの貼付等）もさることながら、連絡会において異業種交流ができることなども大きいと思う。
- ・区の職員が実際に地域に出向き、暮らしている人と同じ目線で実情を把握する必要がある。そのことで区民との信頼関係も深まっていく。地域包括支援センターに任せただけではなく、区としても 24 時間 365 日の対応体制を構築していく必要があるのではないかと。
- ・ネットワークの構築は区が主体となるべき。すべて住民に投げてしまえば、無責任になってしまう。
- ・見守りの機械の設置については、対象者数が多い大都市部での対応は難しいのではないかと。費用面もさることながら、実際に緊急時に出動できる体制を確保することが困難。

1. 「元気でねっと」の設置の経緯

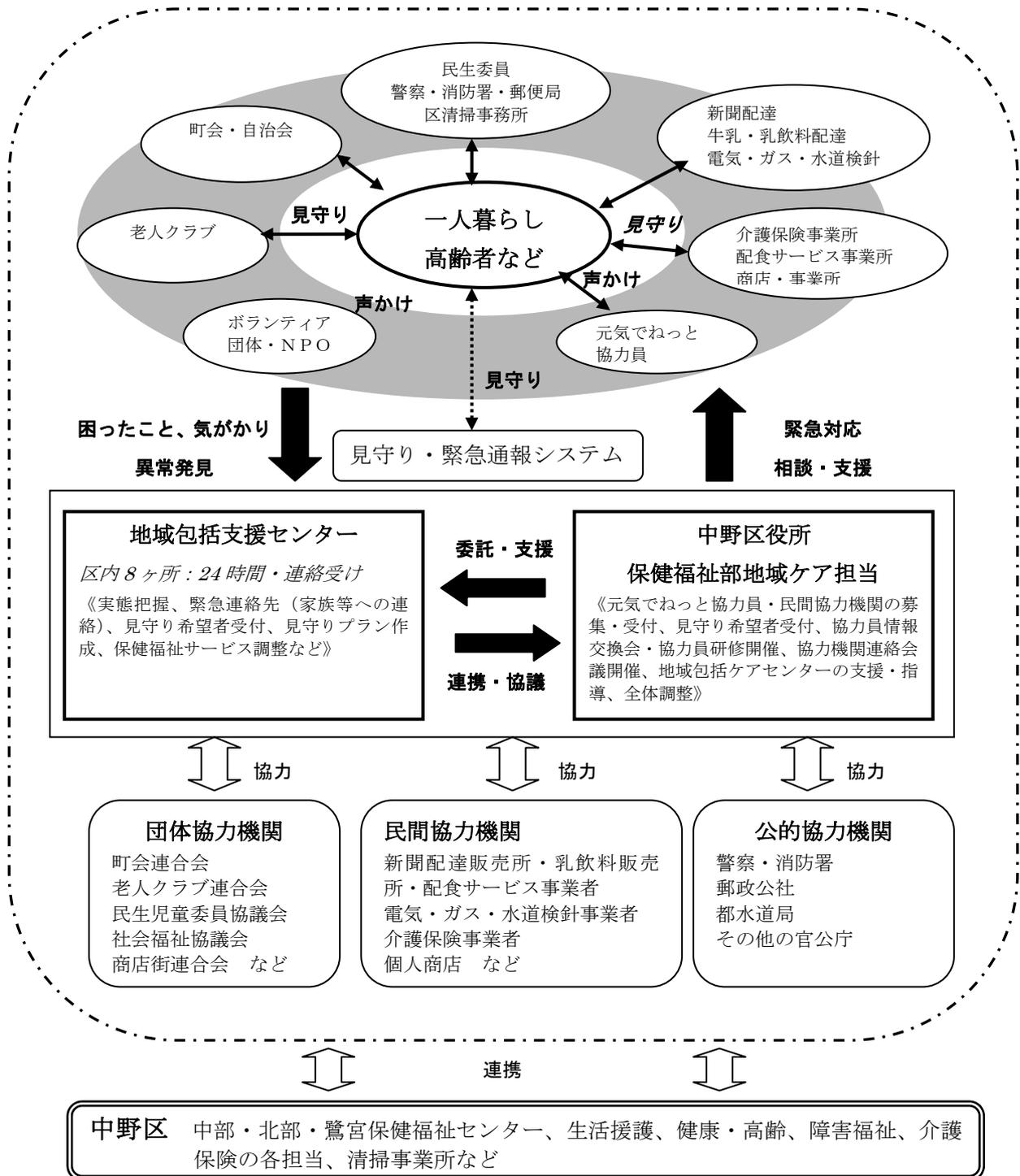
- ・当初は、一人暮らし高齢者への見守り体制を強化するため、在宅介護支援センター事業として「高齢者見守り支援ネットワーク（元気でねっと）」を実施していた（平成16年から）。
- ・平成16年より「元気でねっと（見守り支援ネットワーク）」は、区民ボランティアによる声掛け・見守りと事業者（協力機関）による異常発見・通報を主とした、地域の見守り体制として実施。
- ・ただし、現在は、区の地域支えあいの推進を踏まえ、以下の視点で見直し中とのこと。
 - ①地域の既存の活動団体の理解が不十分であった。
 - ②高齢者だけではなく、地域で支援を必要とする区民に対象を拡大する必要がある。
 - ③地域団体と連携することにより、地域全体への拡がりを持った制度にするとともに、各団体の活動情報を共有することにより、より効果的な支援が可能となる。

2. 「元気でねっと」について

- ・一人暮らし高齢者の見守りを基本。何かあった際には、区内8ヶ所の地域包括支援センターが第一次通報機関として24時間365日対応。
- ・協力事業者は現在約170程度。電気・ガス等のライフライン系企業や介護保険事業者、配食サービス事業者などが協力。業務を行う中で気がついたときの通報への協力を依頼。
- ・その他、協力員（区民ボランティア）が訪問・電話による声掛け・直接的な見守りも実施。
- ・日中に地域社会にいるのは、企業（従業員）である。この力を活用する必要がある。

【元気でねっと（見守り支援ネットワーク） 構成図】

（中野区元気でねっと民間協力機関・活動の手引きより）



3. 「元気でねっと」の見直しの方向性（現段階での案）

①課題

- ①新たな見守り事業の受け入れに対して地域の既存の活動団体の理解が不十分であった。
- ②高齢者だけではなく、地域で支援を必要とする区民に対象を拡大する必要がある。
- ③地域団体と連携することにより、地域全体への拡がりを持った制度にするとともに、各団体の活動情報を共有することにより、より効果的な支援が可能となる。
 - ・「元気でねっと」の構築にあたって、区の事業として「実施要綱」を作成した。協力員による見守りは、見守りプランをもとに行われるので、堅苦しい運用になってしまっている。
 - ・数十年後の社会像を想定していくことが重要（公的サービスだけでは財政的に破綻していくのではないか）。
 - ・地域との結びつきが弱い人（軽い人）を地域社会と結びつける「孤立させない」という観点が必要。
 - ・見守りだけではなく、地域の社会資源の結びつけ・地域のネットワーク化をねらいとしていくべき。
 - ・〇月〇日にどこに出向く、というような方式では、見守る側、見守られる側双方にとって、重荷となってしまう（現在の個人ボランティアの見守り）。
 - ・緊急時の定義を再考。現時点ではなく、将来的な危険も含めなければ意味がないのではないか（→実際の解決は難しいであろうが・・・）。
 - ・個人情報の取り扱いについて。今後は、原則「嫌な人は手を上げる方式」にして行く必要あり（現在は「手上げ方式」になっている）。町会・自治会へ地域で見守りが必要な人の情報を提供していくことを検討中。
 - ・できる時間に気軽に参加できることが大切。「ポイント制」の導入も検討中。

②企業の参加について

- ・企業の参加は多ければ多いほど、異常の発見の幅が広がるので良い。将来的には区内の全事業者を対象としたい。
- ・ただし、多くの企業の協力があると、逆に、一同に会する機会を設定することが難しくなる。情報共有のためには、機関誌の発行やメーリングリストが活用できないか。
- ・参加企業の名簿管理に留意が必要。事業所の改廃などメンテナンスが行われていないと実際に使えない（その点、メール機能は便利）。
- ・協力企業とは定期的なアクセスがないと、協力への意識付けが弱くなり、継続性が失われる。

- ・企業が参加するメリットとしては、区の事業に協力していることへのアピール（区のHPへの掲載、ステッカーの貼付等）もさることながら、連絡会において異業種交流ができることなども大きいのではないかと。そのことにより、新たな商品・サービス開発の出発点にもなりうるかもしれない。
- ・企業の参加においては個々の企業の負担・負担感の軽減が必要。しかし多くの企業が集まれば支援は「厚くなる」。
- ・参加協力にあたっては、区内の業界団体を通してから依頼していくと、一気に協力事業者が増加することになる。実際に、「元気でねっと」においても、新聞、介護サービス、理美容、飲料販売、銭湯等の団体を構成している事業から協力を依頼した。また官公庁等代表者会議も活用できる（特に構成メンバーは防災関連ですでに協定を結んでいることが多い）。
- ・コンビニへは現在は協力依頼をしていない。今後は、本社への問い合わせが必要と考えている。
- ・医療との連携も重要であるが、今後の課題。
- ・企業は何らかの形で、地域と関わっている。通勤ルートの中での気づきということもあるので、それらの情報を取り込んでいくことも必要と考えている。
- ・現在は、区内の様々な企業とネットワークを組んでいこうとしている最中。実態が見えていないのが現実。

③区の役割について

- ・職員が実際に地域に出向き、暮らしている人と同じ目線で実情を把握する必要がある。そのことで区民との信頼関係も深まっていく。
- ・地域包括支援センターに任せるだけではなく、区としても24時間365日の対応体制を構築していく必要があるのではないかと。携帯への転送機能を使用すれば解決できるのではないかと。試験的に実施してみて課題を明らかにできればと思う。
- ・ネットワークの構築は区が主体となるべき。すべて住民に投げてしまえば、無責任となってしまう。
- ・エリア的には、全体調整として「区」、「保健福祉センター」の4地域、さらに「町会連合単位」である14の地域が基本的な単位となるのではないかと。

4. その他

- ・認知症への対応が今後大きな問題となってくる。
- ・見守りの機械の設置については、対象者数が多い大都市部での対応は難しいのではないかと。費用面もさることながら、実際に緊急時に出勤できる体制を確保することが困難（機械の誤報やかぎの保管も問題であるが）。将来的には、携帯電話を活用したシステムもありうるかもしれない。

- ・通学帰宅の際の中学生にも、地域での不審な情報を携帯電話により通報してもらえるとありがたいが、教育委員会との連携を図る必要がある。

(実施日：平成 22 年 1 月 15 日)

④ 調布市

【ポイント整理】

- ・平成 15 年よりモデル事業を実施し取り組みを開始。
- ・高齢者を中心としつつ、障害者や生活困窮者等支援が必要な方すべてを対象。
- ・ネットワークは 2 段構造（市内全域と各地域の 9 つのネットワーク）。
- ・地域のネットワークが基本的な活動の単位（地域包括支援センターの設置地域に対応）。
- ・市はそれらを全体調整する役割。
- ・「ソフトな見守り」を基本。不審なことがあったら、地域包括支援センターの窓口に通報することを企業や地域住民に周知。その後の対応は、地域包括支援センターや行政で行う。
- ・地域住民、協力団体等の協力者等が担うのはあくまで通報まで。通報後対応を行うことまで要請されていない。
- ・協力団体は、電力・ガス等のライフライン系企業だけではなく、商工会や金融機関等もあり。
- ・市内の事業所を統括する上部組織との協力関係の構築は、市の役割。協定書を取り交わしている。
- ・市と協定書を交わしても、企業の担当者が異動した後など、うまく引き継がれていないケースあり。また、支社と協定を結んでいても、営業所単位までは伝わっていないケースもある。これらについては、Bゾーン連絡会の際に、組織内での周知をあらためて依頼することで対応。

★地域包括支援センターによるコーディネート業務について

- ・地域の中で見守りネットワーク事業を周知すべく PR を行っている。PR に際しては、市が協定を結んでいる団体であると（Bゾーン）、事前の理解があるため、話が早い。
- ・ネットワークの運営にあたっては、地域で従来から活動してきた組織等がもつネットワークと連携していくことが重要である（例えば、民生委員や団地の自治会など）。
- ・様々な業種の協力を求めていく必要がある。
- ・地域包括支援センターの現体制では、地域のネットワークをつくる余裕がない現実がある。
- ・若い世代への啓発にも努めたい。

1. 制度導入の背景

①見守りネットワーク構築の経緯

- ・介護保険や成年後見人制度が導入されたが、これらは利用を望む方が手を挙げ、サービスにつなげるという、いわゆる手挙げ方式のものであった。調布市では、サービス利用者を見つけること、掘りおこすことも行政の重要な役割であると捉えた。その際に、サービスを利用すべき方を見つける等のためには、地域の社会資源と連携があった方が望ましいという考えから、制度導入を図った。

②検討開始年と検討体制

- ・平成 15 年に市の福祉関係 6 課で検討を実施。それを受けて、平成 15 年にモデル事業を実施。

2. 調布市見守りネットワーク（以下「みまもっと」）の全体像（図 1、2 参照）

図 1 みまもっとイメージ図
(調布市 HP より)

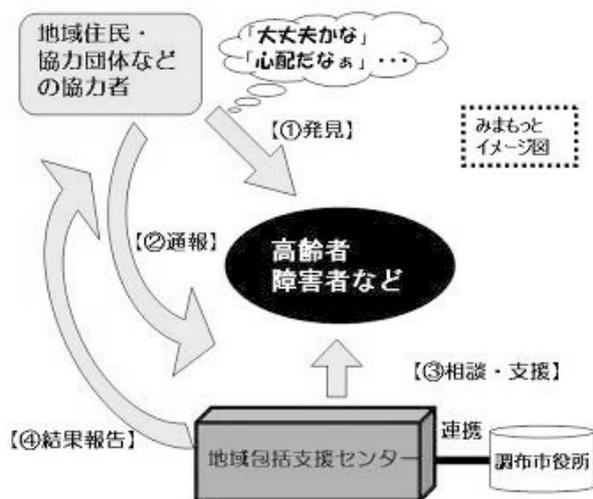
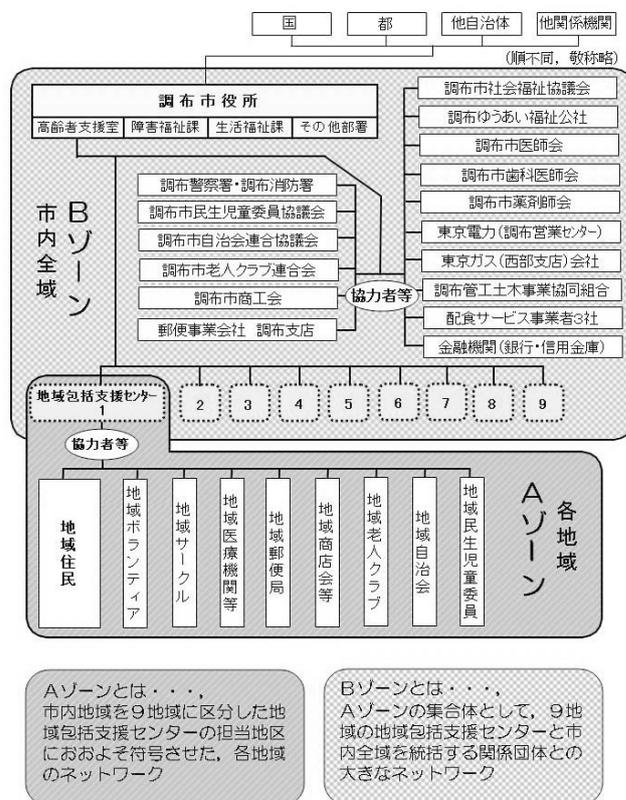


図 2 関係機関の概要図
(調布市 HP より)



①コンセプト

- ・市内のひとりぐらしの高齢者や障害者、生活困窮者など支援の必要な方々が、住み慣れた地域で安全で安心して暮らし続けられるよう、地域支え合いの福祉実現を目指して地域の「地域包括支援センター」を核として、地域住民、関係機関、協力団体及び市が相互に連携し合う。
- ・ソフトな見守りのネットワーク。
- ・高齢者を中心としつつ、障害者や生活困窮者等支援が必要な方すべてを対象としている。

②センター機能（コーディネート機関）について

- ・運営の単位は、調布市を9つの地域に分けた、Aゾーン及び市内全域を一つとしたBゾーンからなる。
- ・活動の中心及び窓口は、各地域の地域包括支援センター。なお、各地域包括支援センターの運営は社会福祉法人等へ委託しているとのこと。
- ・各地域包括支援センターでは、みまもっと専属の職員を最低1名以上配置している。
- ・Bゾーンは、Aゾーンのバックアップ的位置づけ。Aゾーンにおける取り組みが中心。

③協力機関、協力事業者について

- ・図2参照。
- ・市が各団体・企業と協定書を取り交わしている。
- ・Aゾーンでは、特に連絡会をもっていないが、地域包括支援センター業務として実施している年3回の地域ケア会議の中で地域の関係機関との情報の共有等を図っている。Bゾーンは年1回の連絡会を実施。

④協力機関、協力事業者、コーディネート機関の役割

i) コーディネート機関

- ・各地域の地域包括支援センター。24時間365日通報を受け付ける。
- ・協力機関や住民等からの通報を受け、その内容により、担当課や対応方法等について仕分けを行う。
- ・具体的な対応の例としては、各種サービスの紹介等。
- ・みまもっとを認識してもらうことが大切であり、各地域包括支援センターのみまもっと専属職員は、草の根活動に注力している。
- ・各種PR等についても中心は地域包括支援センター。市はあくまで後方支援を担う。

- ・市が行っている浸透策には以下のようなものがある。

市報への掲載

FM ラジオによる広報活動

チラシ・ステッカー・車用マグネットの作成

※なお、各種チラシやステッカー等には各地域包括支援センターの電話番号を記載。

ii) 協力機関、協力事業者、地域住民等

- ・地域包括支援センターへの通報を行う。
- ・通報の際は、高齢者や障害者等の家族構成などは関係なしに、おかしいと思ったらとにかく地域包括支援センターへ連絡をするよう依頼されている（家族構成等について、市から情報提供等を行っていないとのこと）。
- ・協力機関等が担うのはあくまで通報まで。通報後対応を行うことまで要請されていない。
- ・平成 20 年 3 月より金融機関が参加。

3. ネットワークが地域で具体的にどう機能しているか

①取り組みの実績

- ・平成 18～20 年度の通報実績は以下の通り。年間 300～400 件程度。
平成 18 年度：276 件
平成 19 年度：381 件
平成 20 年度：347 件（内訳は表 1 参照）
- ・通報のルートは民生委員からの通報が多い。平成 20 年度の場合、347 件中 105 件（30.3%）。
- ・当初は福祉・医療関係からの通報が多かったが、近年ではそれ以外からの通報も増加している。
- ・民生委員等からは、ネットワークができ活動しやすくなったなど好評を得ている。

表 1 実績

通報元機関等	件数	割合(%)
老人クラブ	12	3.5
民生児童委員	105	30.3
相談協力員	6	1.7
社会福祉協議会	4	1.2
福祉関連施設	23	6.6
社会教育関連	1	0.3
商店会等	13	3.7
医院・薬局	24	6.9
自治会	19	5.5
警察・消防	11	3.2
郵便局	1	0.3
その他協力団体等所属者	24	6.9
個人	100	28.8
匿名	4	1.2
合計	347	100

資料：調布市事務報告書より事務局作成

②情報の流れ

- ・ 図 1 参照。

③取り組みにおける苦労等

- ・ 支援に関して、市や地域包括支援センターに強制権はないため、まずは人間関係作りからスタートする。そういったケースでは、年単位で関ることもある。また、家族から支援を拒否される等があった場合は、ルートに乗せることができず、苦労する。

④今後の課題

- ・ これまでは高齢者に関する組織、困っている組織等を中心に協定を結ぶ声掛けを行ってきたが、
 今後は若い世代（子育て中の親）など、幅広く周知を図る必要を感じているとのこと。

4. 企業について

①企業へ参加協力を求める際の苦労や課題

- ・市と協定書を交わしても、企業の担当者が異動した後など、うまく引き継がれていないケースがみられる。
- ・また、上位団体と協定を結んでいても、その下の下位団体や現場単位までは伝わっていないケースもある。
- ・上記の対策として、先述のBゾーン連絡会を設け、意識の共有を図っている。
- ・コンビニなどは、Bゾーンに該当するような上位団体がないため、地域包括支援センターの職員が個別に協力依頼を行うような形にならざるを得ない。また、みまもっと事業に協力してくれるかどうかは、各店長の意識によるところが大きい。
- ・企業への協力要請に当たっては、あくまで業務の範囲内で行っていただくよう配慮している。
- ・個人情報の兼ね合いから、金融機関等の窓口では、地域包括支援センターの紹介をする、もしくは本人同意のもと地域包括支援センターに連絡するということにとどめている。
- ・企業（金融機関）からの通報で支援につながった具体的ケースは以下の通り。

【金融機関から通報のケース】

- ・銀行の窓口が高齢者が訪れた際、多額の現金を引き出そうとし、家族に殴られるなどと繰り返し話していた。これをみた銀行員が、高齢者に了解をとり、地域包括支援センターへ通報。これがきっかけで支援につながった。
- ・地域包括支援センターの窓口に通報するか、警察に通報するか等の判断レベルは各企業に任せているとのこと。

5. その他

- ・調布市では、調布ゆうあい福祉公社が、日常の生活支援（生活支援コーディネート事業「ちょこっとさん」）を提供している。
- ・「ちょこっとさん」は、登録ボランティアによる有償のサービスで、1回30分程度で300円。サービスの内容としては、電球の取りかえ、簡単な家具の移動、高いところからの荷物の上げ下ろしなどがある。
- ・「ちょこっとさん」は、当初見守りネットワークと一体の事業として構築していったが、現在は別事業として実施。地域包括支援センターが紹介するサービスの一つとなっている。

（実施日：平成21年11月2日）

⑤ 所沢市

【ポイント整理】

- ・平成 20 年 9 月に立ち上げ。
- ・地域住民や協力企業からの「さりげない気づき」を拾い上げ、市や地域包括支援センターに情報をつなげることを目的。
- ・市内 14 カ所の地域包括支援センターを基本単位に、各地域でネットワークを構築。
- ・基本的な活動単位は、地域ネットワーク。市は全体を調整する役割。

- ・協力事業所は 122 事業所（平成 21 年 12 月 1 日現在）。新聞、電気、ガス等、高齢者宅に訪問する業種をもとに選定。協力事業所の選定は市が実施。
- ・企業への協力を求める際は、事業内容（全体像、企業に求めること等）を明確に説明できること、他の地域のネットワークとのちがいが、そして何よりも継続性（ただ協定を取り交わすだけではダメ）をどう図っていくのか、という点が重要。
- ・企業のメリットとしては、広報等による実績（実際に高齢者が救われた例）の紹介が重要。そのことにより、企業側のモチベーションも上がってくるのではないかと。

- ・研修では、特に実際に支援に携わっている人が参加してもらえることが大事。
- ・ネットワークを構築する際には、民生委員等、旧来より、このような仕事を地域で担ってきた人々との協力が重要。新たに作るという発想では駄目。
- ・企業の規模は地域の方からみればあまり関係はない。地域で営業している店舗が実際の活動を担っている。

1. 「トコロみまもりネット」の経緯

- ・1人暮らし高齢者の増加、孤独死、詐欺被害、認知症高齢者の徘徊などへの、地域の対応を強化していく必要性が生じてきた。
- ・市内14カ所の地域包括支援センター（委託）の従来の機能だけでは対応できず、これを中心とした新たなネットワークを構築する方向性を検討。なお、この見守りネットワークの構築は市長の公約でもあった。
- ・平成20年9月に立ち上げ。

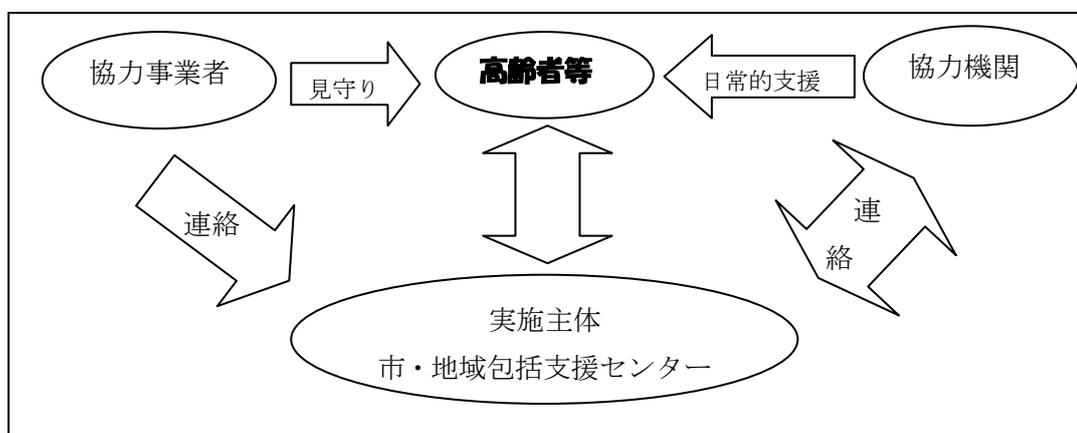
2. 「トコロみまもりネット」について

①概要

- ・地域住民や協力事業所等からの「さりげない気づき」を拾い上げ、市や地域包括支援センターに情報をつなげることを目的。
- ・14カ所の地域包括支援センターごとに、地域でネットワークを構築。主体は地域の方であり、市は全体を調整する役割。
- ・地域包括支援センターは24時間365日対応。
- ・年に1回、地域包括支援センターごとに連絡調整会議実施。民生委員や地域のボランティアとの情報交換。

【トコロみまもりネット連絡体制フロー図】

（所沢市資料より）



②企業との連携

- ・協力事業所は122事業所（平成21年12月1日現在）。
- ・新聞、電気、ガス等、高齢者宅に訪問する業種をもとに選定。当初は9事業所からスタート、徐々に協力事業所を増加していった。
- ・協力事業所の選定は市が実施（地域包括支援センターではない）。なお、地域ケア会議等、地域の方から担い手にふさわしい事業所の紹介はあり。

- ・協力事業所への参加協力は、20年4月から実施。市の方より事業所団体・協会（市をエリア統括する）に、協力を要請にまわった。
- ・企業への協力を求める際は、事業内容（全体像、企業に求めること等）を明確に説明できること、他の地域のネットワークとのちがいが、そして何よりも継続性（ただ協定を取り交わすだけではダメ）をどう図っていくのか、という点が重要。これらが明確でないと、協力を断られてしまうことになりかねない。

③運用の実績・効果等

- ・現時点で26事例の通報状況あり。多くは民生委員等からの通報が多い。なお、企業からの通報としては、ガス会社より、食事をあまりとらず衰弱している高齢者についての通報があった。
- ・見守りネットの二次的な効果としては、高齢者本人だけではなく、ガス漏れや水漏れ等による二次災害の予防にもつながることがある。
- ・ネットワーク構築により、見守り体制が強化されてくことにより、地域ケア会議に参加する人たちの意識の高まりも見られるようになった。

3. 今後の課題, その他特記

- ・企業のメリットとしては、広報等による実績（実際に高齢者が救われた例）の紹介が重要。そのことにより、企業側のモチベーションも上がってくるのではないかと。
- ・研修では、特に実際に支援に携わっている人が参加してもらえることが大事。ただし本業が優先であるので、非常に難しい。
- ・今後は、病院、薬局、管理組合、コンビニへの協力も考えてきたい。
- ・ネットワークを構築する際には、民生委員等、旧来より、このような仕事を地域で担ってきた人々との協力が重要。新たに作るという発想では駄目。
- ・個人情報保護という近年の流れは、行政としては重く認識。
- ・環境保護と同様に高齢化社会における企業の役割について、意識を改革していくことも求められるのではないかと。
- ・さりげない見守りということが重要（当初は協力事業者にステッカーをつけたりすることも考えた）。
- ・ネットワークの中心を、どこが担うかについては、それぞれの地域特性に依るのではないかと。市としては、14箇所を展開している地域包括支援センターの機能に注目した。
- ・企業規模は関係ない。実際に地域で展開している店舗が重要。

（実施日：平成21年12月18日）

⑥ 黒部市

【ポイント整理】

- ・平成5年に立ち上げ。平成8年より本格的に実施（市町村合併前の旧宇奈月町）。
- ・開始当初は、郵便、新聞、牛乳の3事業に協力依頼。しかしこれらの事業だけでは拾い上げられないケースがある（新聞を取っていない高齢者など）との判断から、高齢者が必ず利用する電気、ガス、水道事業等のライフライン関係者への協力を要請）。
- ・平成9年より「お便りネット」を開始。保育所や企業等による、一人暮らし高齢者へのはがきを送付。これにより、郵便配達員による定期的な見守りを強化。
- ・平成19年より「顔なじみネット」を開始。高齢者がよく利用する近所の店舗（食品、理美容等）にも協力を要請し見守り体制を強化。
- ・企業が参加しやすいのは、義務感なし、負担なしということ。地域で気になることがあったらただ連絡をしてくれるようお願いする、年に1回の説明会にはなるべく参加していただければ、ということをお願いしているのみ。
- ・協力を継続してもらうためには、定期的な企業訪問も重要（1年ごと）。
- ・最初から多くの事業所の協力を求めることは困難。一定程度協力事業者が集まると、協力依頼を取り付けやすい
- ・見守りが必要な方についての情報を社協において管理。このようなデータがないと、地域の見守りはうまく機能しない（例えば、お便りネットのはがきを送付できない）。
- ・情報は民生委員からが主。平成3年より、これら民生委員からの情報をデータベース化。
- ・旧宇奈月地区で開始をしたが、市町村合併により、黒部市全域のデータ化は若干遅れている。そのことが、見守りネットの全市展開を妨げている。
- ・ただし、本年度中に、地図情報システムとも連動させ、全市のデータベース化を図る予定とのこと（約6,000件）。
- ・個人情報保護については、「オプト・アウト（本人から拒否の求めがあった場合に第三者への情報提供を停止する方法、そのことが出来る旨をあらかじめ住民に周知）」により問題はないと考えている。
- ・ネットワークの中心は、社協という組織が一番向いているのではないか。地域のボランティアを組織するのはまさに社協の役割。地域包括支援センターの場合は、ネットワーク構築のノウハウが少ないのではないか。また対象者が限定されてしまうのではないか。

1. 経緯

- ・平成5年に立ち上げ。平成8年より本格的に実施。
- ・同法人の役員が、偶然目にした高齢者の孤独死の新聞記事をヒントに取り組みを検討。当時は、まだ当地域において、孤独死は深刻な課題ではなかったが、将来的な課題への対応として、宇奈月区域にて取り組みを開始。
- ・平成5年当初は、郵便、新聞、牛乳の3事業に協力依頼。しかしこれらの事業だけでは拾い上げられないケースがある（新聞を取っていない高齢者など）との判断から、高齢者が必ず利用する電気、ガス、水道事業等のライフライン関係者への協力を要請（平成8年、なおライフラインに着目したのは関西淡路大震災の影響もあり）。
- ・平成9年より「お便りネット」を開始。保育所や企業等による、一人暮らし高齢者へのはがきを送付。郵便配達員による定期的な見守りを強化。
- ・平成19年より「顔なじみネット」を開始。高齢者がよく利用する近所の店舗（食品、理美容等）にも協力を要請し見守り体制を強化。

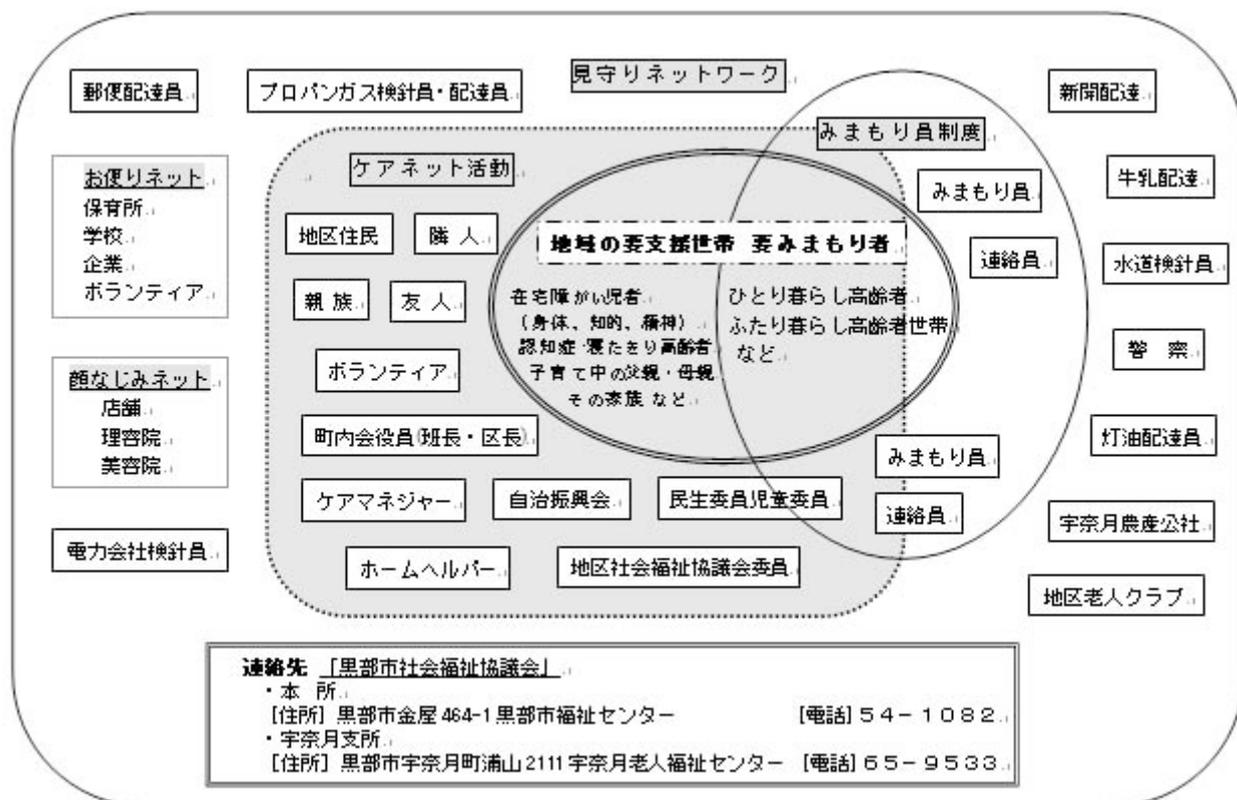
2. 見守りネットワークについて

①概要

- (i) 黒部市内に居住するひとり暮らし・二人暮らし高齢者に、万一の場合が生じることを想定し、仕事などで地域を訪れている関係者などが、日常業務の中での見守り活動を行う。
- (ii) ひとり暮らし・二人暮らし高齢者が、自宅で万一のことがあった場合、新聞や牛乳等が、そのまま放置されると思われる。また、日中でも、電気がつきっぱなしになるなど、不審な状況になることが想定される。
- (iii) 仕事などで地域を訪れている見守りネットワーク協力者が、ひとり暮らし・二人暮らし高齢者宅に、2日以上新聞や牛乳が玄関にたまっているのを見かけた場合。あるいは日中電気がつきっぱなしになっているなど不審な様子を感じた場合。
- (iv) 見守りネットワーク協力者が、黒部市社会福祉協議会、または地区社会福祉協議会へ連絡をする。
- (v) 市社会福祉協議会・地区社会福祉協議会では、担当民生委員に連絡をとり民生委員が、対象の家を訪問し安否の確認を行う。

【黒部市の見守り体制】

(黒部市社会福祉協議会提供の資料より)



- ・市による要支援世帯のための「みまもり員制度」がコアとなる。その「外堀」を埋める形で、当該見守りネットワークが構築され、地域との協力のもとで見守り体制を強化している。
- ・見守りネットワークを補強するために以下のネットワークがある。

※「お便りネット」

保育所・幼稚園児・小学校児童、中学校、高校、養護学校生徒、企業、ボランティア等が地域に住む高齢者宛に「はがき」を出すことで、見守りネットワークにつなげる。なお、宛名書きは社協の方でラベルを添付。

※「顔なじみネット」

店舗・理容院・美容院の関係者は、日頃から利用している地域の高齢者と顔なじみ、定期的に来ていた高齢者などが顔を出さなくなったなど不審に感じた場合や、日中電気がつきっぱなしの家があるなどの情報を得た場合、店から黒部市社会福祉協議会、または地区社会福祉協議会へ連絡する。

②協力事業者

- ・141事業所等（平成21年6月現在）が加入。なお、これらの組織の下に多数の協力者がおり、合わせれば相当数の人々が参加していることになる。
- ・本来であれば、隣近所の人がベストであるが、継続性の問題やお礼の問題が生ずることを懸念。そこで仕事として高齢者宅に訪問する機会のある企業に、仕事の「ついで」に協力を依頼することにした。
- ・企業への協力の際は、各事業所の統括者がいる場合には、その方に協力依頼。相手企業の組織ラインを重視する必要がある。
- ・協力先の企業規模は関係ない。要は、依頼する際の熱意とネットワークの趣旨を明確に伝えることが大事（3人熱意のある人がいれば地域は変わる）。
- ・企業が参加しやすいのは、義務感なし、負担なしということ。地域で気になることがあったらただ連絡をしてくれるようお願いする、年に1回の説明会にはなるべく参加していただければ、ということをお願いしている。
- ・協力を継続してもらうためには、定期的な企業訪問も重要。
- ・現在の協力事業者だけでは、まだ足りないと感じている。もっと増やしたいが、具体的な業種については検討段階（例えば、デパートなどの大型商店では、顔がみえにくいいため無理ではないか。個人商店の方が顔が見えやすい。また宅配便では訪問頻度が弱いのではないか。デパートの配送部門であれば、中元や歳暮の時期を利用できるかもしれない等）。
- ・最初から多くの事業所の協力を求めることは困難。一定程度協力事業者が集まると、協力依頼を取り付けやすい（お隣のお店も協力していますがどうですか？）。
- ・協力依頼を断られた例はほとんどない。なお協力はするが、名簿に名前を載せないでほしい、という店舗はあった。

③対象者

- ・見守りが必要な方についての情報は社協において管理。このようなデータがないと、地域の見守りはうまく機能しない（例えば、お便りネットのはがきを送付できない）。
- ・情報は民生委員からが主。平成3年より、これら民生委員からの情報をデータベース化している。
- ・22年度までに、地図情報システムとも連動させ、全市のデータベース化を図る予定とのこと（約6,000件）。
- ・個人情報保護については、「オプト・アウト（本人から拒否の求めがあった場合に第三者への情報提供を停止する方法、そのことが出来る旨をあらかじめ住民に周知）」により、問題はないと考えている。

④実績（最近の例）

- ・新聞配達員が、不審に思い通報。自宅で倒れており、救急車が出動。
- ・飲料配達員が、不審に思い通報。親戚に連絡、自宅でお亡くなりになっていた。
- ・新聞配達員が、不審に思い通報。地区の民生委員に連絡、自宅でお亡くなりになっていた。

3. 今後の課題, その他特記

- ・継続していくための努力が重要。年に1回の説明会の資料についても、ただ郵送するだけではなく、実際に担当者が訪問して手渡すことなどを検討する必要がある。
- ・広報活動は年に1回の全体会以外は、特に行っていない。平成13年から20年迄、社協主催の映画上映会のちらし(4万枚)に刷り込んでいたが、今は行っていない。
- ・ネットワークの中心は、社協という組織が一番向いているのではないか。地域のボランティアネットワークを組織するのは、まさに社協の役割と考える。地域包括支援センターの場合は、ネットワーク構築のノウハウや対象者の点で、活動が限定される可能性があると思われる。もちろん地域の事情によってちがう。
- ・ネットワークは生き物。作ってしまった後は何もしなければ、死んでしまう。去年と同じでは駄目であり、常に走っていないといけない。積み上げていくことが大事。
- ・見守りネットワーク以外でも、社協がイベントごとに協力を企業等へ依頼している事例はあり（ボランティアフェスティバル、ふれあいまつり、災害時情報ネットワークへの協力等）。社協の方から企業に協力依頼をしなければ無理（待ちの姿勢では駄目）。

（日時：平成21年12月21日）

⑦ 福島県南相馬市（小高区）

【ポイント整理】

- ・路線バスの廃止に伴い、商工会から旧小高町へ「おだか e-まちタクシー」を提案。福祉バスを導入するコストよりも安価で対応できることから、コスト削減と住民の足の確保という両者の考えが一致し、平成 13 年より運行開始。
- ・タクシーを利用した乗り合い交通。利用者を戸口から戸口まで届ける。
- ・タクシー会社からタクシーを借り上げ、運行。行政からの補助有り。
- ・既述のとおりタクシーについては、タクシー会社（小高区内の 2 業者）からの借り上げで運行を行っている。通常のタクシーに比べ、安価なサービスが提供されることに対し、タクシー会社からの不満が出ると考えられがちであるが、借り上げという形式を取ることで、タクシー業界の競争激化の中、企業にとっては、当該システム参加により「固定収入」を得られるというメリットがある。また、年に数回しか利用されない、ジャンボタクシーや駅前空車の有効活用にもなっている。
- ・高齢者にとっては、外出機会増加による生きがいの創出と健康の維持という自立支援効果がある。タクシーを乗合利用することで知り合った友人宅への訪問や、生涯学習、カルチャー教室の受講など、高齢者同士の交流と生きがい創出に寄与している。
- ・低料金であるため、短期間に集中して病院へ通院することが可能となり、症状の早期回復による健康の維持や老人医療費の抑制が期待できる。
- ・利用者を限定しないため、孫の保育園・幼稚園への送迎等にも利用できるということなど、利用者からの満足度は高く、リピーターとなる方が多い。
- ・利用者増を図る必要がある。利用者減少の要因は、車を持たない世代の高齢者が減ってきていることなど。また、農業サイクルによって、利用者の増減がみられる。
- ・高齢者の安全という観点から、各地で運転免許証自主返納制度が進められているが、小高商工会では、返納した方に対し、5,000 円分の乗車券をプレゼントし、さらに買い物時のポイントが 2 倍になるという制度を導入。高齢者の方が安心して買い物や病院通いができ、かつ利用が増えるような取り組みを実施している。

1. 経緯

- ・路線バスの廃止に伴い、今後の対応を旧小高町で協議した。町が新たに福祉バスを導入するためには、年間2～3千万円必要との試算結果が出た。
- ・平成11年、福島県商工連合会と小高商工会が、地域住民へ実態調査を実施。商店街自体の満足度は高かったが、商店への足がないという要望が多数みられた。
- ・商工会から旧小高町へ「おだか e-まちタクシー」を提案。福祉バスを導入するコストよりも安価で対応できることから、コスト削減と住民の足の確保という両者の考えが一致し、平成13年より運行開始。

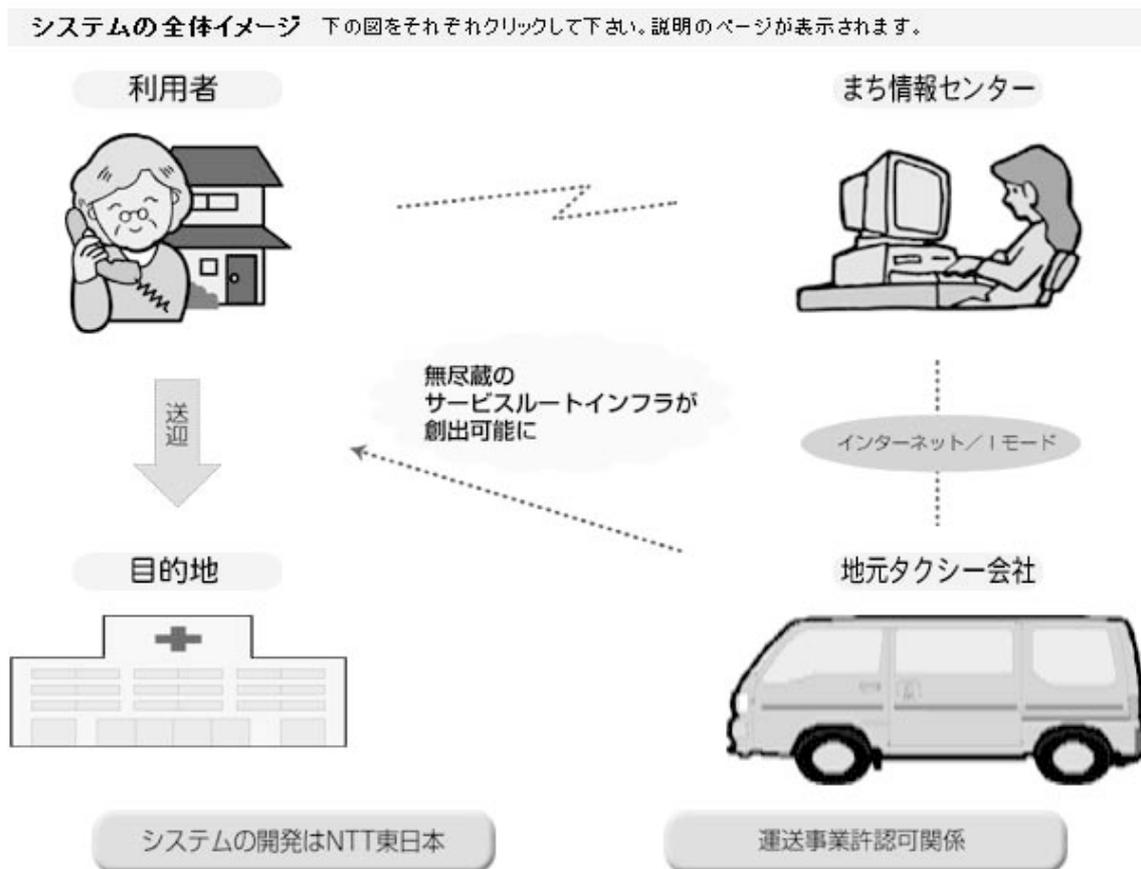
2. おだか e-まちタクシーについて

①概要（図1参照）

- ・タクシーを利用した乗り合い交通。利用者を戸口から戸口まで届ける。
 - ・タクシー会社からタクシーを借り上げ、運行。稼働台数は5台（うち、ジャンボ2台）。運転手（6～7名）の選定は業者に任せている。
 - ・配車のシステム：情報センターがITを活用した配車機能を有し、各車への連絡を円滑化。各車にはGPS機能を搭載。また、利用者の個人の情報（住まい、よく行く場所、利用者家族の名称等）を情報センターで管理している。
 - ・路線・ルート：エリアは小高区の行政区内（10キロ四方程度）
 - ※平成21年9月～3月に、南相馬市公共交通活性化協議会の実証実験を実施。それに伴い、運行のエリアを拡大。
 - ・利用対象：誰でも可（利用制限なし）。ただし、介護事業とのすみわけを図るため、要介護者等は利用の対象としていない。
 - ・利用料：エリアごとに、100円、200円、400円の3価格
- ※利用料は採算ベースの価格設定ではない。
- ・行政からの補助あり（詳細後述）
 - ・タクシーの内外面に企業広告を募り、運営資金としている。広告料は年2万円。

図1 システムのイメージ図

(おだかeーまちタクシーHPより)



②企業協力

- ・ 既述のとおりタクシーについては、タクシー会社（小高区内の2業者）からの借り上げで運行を行っている。通常のタクシーに比べ、安価なサービスが提供されることに対し、タクシー会社からの不満が出ると考えられがちであるが、借り上げという形式を取ることで、タクシー業界の競争激化の中、企業にとっては、当該システム参加により「固定収入」を得られるというメリットがある。また、年に数回しか利用されない、ジャンボタクシーや駅前空車の有効活用にもなっている。

③取り組みの効果（図2参照）

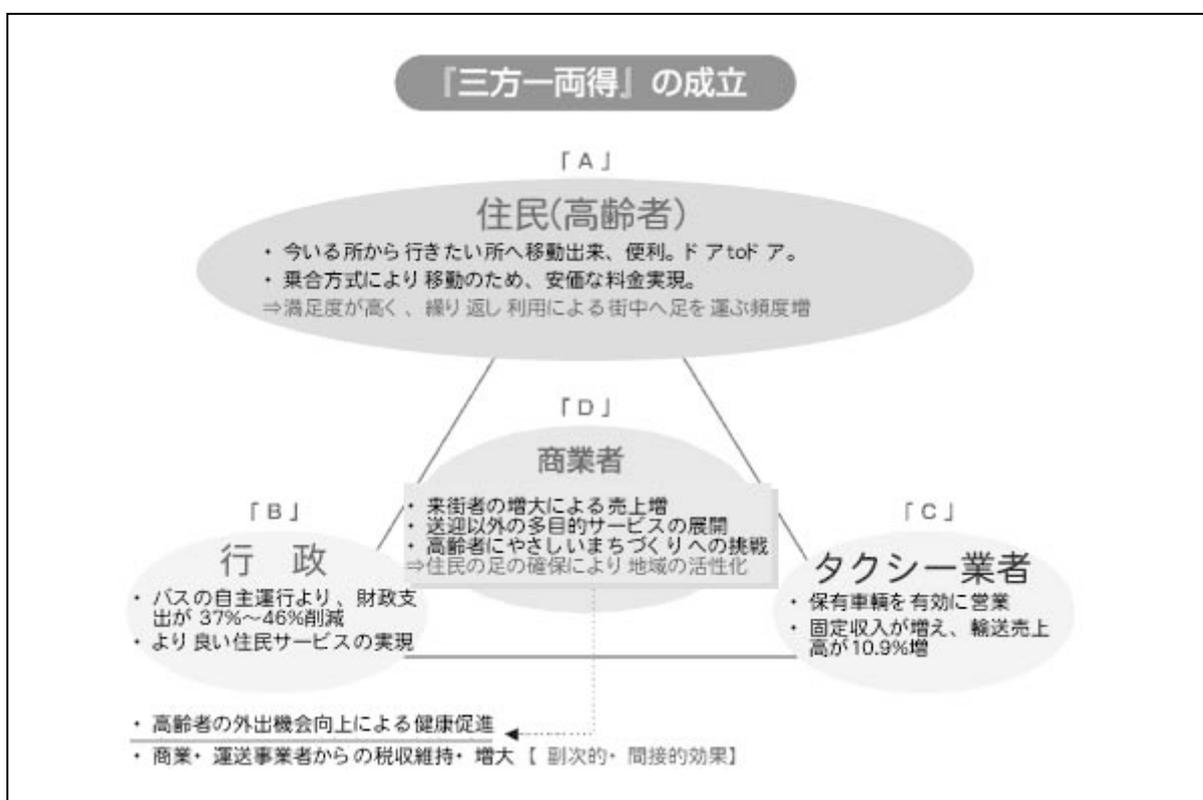
- ・ 企業（タクシー会社）にとっての効果は上述の通り。
- ・ 高齢者にとっては、外出機会増加による生きがいの創出と健康の維持という自立支

援効果がある。タクシーを乗合利用することで知り合った友人宅への訪問や、生涯学習、カルチャー教室の受講など、高齢者同士の交流と生きがい創出に寄与している。

- 低料金であるため、短期間に集中して病院へ通院することが可能となり、症状の早期回復による健康の維持や老人医療費の抑制が期待できる。
- 利用者を限定しないため、孫の保育園・幼稚園への送迎等にも利用できるということなど、利用者からの満足度は高く、リピーターとなる方が多い。

図2 取り組みの効果『三方一両得』

(おだかe-まちタクシーHPより)



④今後の課題、その他特記

- 利用者減少の傾向があり、利用者増を図る必要がある。利用者減少の要因は、車を持たない世代の高齢者が減ってきていることなど。また、農業サイクルによって、利用者の増減がみられる。
- 高齢者の安全という観点から、各地で運転免許証自主返納制度が進められているが、小高商工会では、返納した方に対し、5,000円分の乗車券をプレゼントし、さらに買い物時のポイントが2倍になるという制度を(協)小高スタンプ会と共同で導入。

高齢者の方が安心して買い物や病院通いができ、かつ利用が増えるような取り組みを実施している。

- 利用者増には、広報活動も重要であるが、すでにほとんどの住民がおだか e-まちタクシーを知っており、広報だけで利用者増を図ることは難しいとのこと。
- 採算性の向上が必要。現在、年間経費 2,000 万円のうち、売上が 800 万円、行政補助が 1,200 万円でコストの大半を補助金で賄っているのが現状。独立採算での運営は難しい。
- 利用者の状態変化は、バスの運転手が利用者と接する中で得ることが多いが、その情報を行政へつなぐことはしていない。
- 見守り活動について。かつては、訪問安否を実施（会費 1000 円／月、近隣に住む子供への近況報告）。行政から高齢者の情報を得て、対象となる子供へ申込みを依頼するという仕組みであった。現在は個人情報関係で子供の情報が得られない（積極的な営業がかけられない）ため、実施していない。
- 同様のシステムは全国 50 カ所程度で実施されている。イニシャルコストは 1,000 万円程度。
- 各商店の個別の高齢者支援への取り組みとして、商品の配達や顧客の無料送迎を行っている店もある。

（日時：平成 22 年 1 月 28 日）

イオン(株)ヒアリングメモ

1. イオングループの高齢者支援関係の取り組み（パンフレット）

- ・認知症サポーター
- ・サービス介助士
- ・イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン
毎月1回、客が購入したレシートの金額の1%をNPO等に寄贈。
公募で支援を希望する団体を募る。どの団体に寄付をするのかはお客の選択に任せ
る。）
- ・イオン社会福祉基金：福祉施設等でのボランティア活動
（清掃、クリスマス行事への参加）
- ・高齢者向け駐車場の設置（一部店舗）

2. 取り組みの考え方

- ・営利企業であるという前提は外せない。
- ・本業を通じて出来ることを追求すること。例えば安全な製品づくり、バリアフリー化なども一つの支援の在り方（外出しなかった高齢者が家族と買い物に来ることなど）。
- ・当初は子どもの安全を考えた製品開発であったものが、結果として高齢者にとっても（＝誰にとっても）使い勝手がよいというようなユニバーサルデザインの発想が重要。
- ・例えば認知症サポーターを例にとってみても、認知症のお客様への還元だけではなく、全体として従業員の接客レベルが向上していく、従業員の家族に認知症の方がいた場合の対応にも役立つ、地域との協力体制が構築できる等、様々な効果が見込まれることがよい。活動を実施する際にも、社内の他部署との連携が深まる効果もある。
- ・お客様と一緒に活動するというのが基本（黄色いレシートの例）。

★取り組みの経緯

- ・認知症サポーターについては、店舗より対応の難しい問題事例として、お客様サービス部に持ち込まれ（当時、当部には塚田氏、田中氏が在籍）、その後チェーンストア協会からの呼びかけもあって、取り組むこととなった。

3. 「本社」と「支社・営業所」との関係

- ・そもそも小売業という性格上、実際の活動の主体は地域の店舗である。エンドユーザー（一般消費者）と直接結びついているのも店舗の方である。
→グループ環境社会貢献部は、イオン株式会社（持株会社）内にあり、その下に、各事業に応じた子会社が存在しているグループの組織形態にも注意。
- ・各店舗では、イオンの基本理念である「お客さまを原点に平和を追求し、人間を尊重し、地域社会に貢献する」や、それを受けた「イオン行動規範」に則り、活動を展開している。活動に際しては、各店舗は本社と相談の上、実施。
- ・店長の意識差や地域差はある。
- ・黄色いレシートのような、全社一斉の取り組みについては、本社で活動の標準化を図る。なお、このような一定の方向性を示した方が各店舗も動きやすいとのこと。

4. 今後の展望、その他

- ・自社製品のネット通販は実施しているが、電話注文対応はしていない。ネット環境に慣れていない高齢者への対応は必要と考えている。
- ・地域においては、情報の一元化（困ったときの連絡先等）が重要であり、各店舗でも何か問題が生じたときの相談先が明確であると安心。高齢者の立場からも、情報は単純化されている方がよい。「地域包括支援センター」への期待が高い。
- ・しかしながら、認知症サポーターの取り組みを通じて、「地域包括支援センター」の存在を初めて知ったという従業員が多い。そのような機能を周知していくことも重要ではないか。

（実施日：平成 21 年 11 月 17 日）

<イオンの環境・社会貢献活動 年表>

主な環境保全活動・社会貢献活動

(イオン社 HP より)

年	活動内容
1965	岡崎オカダヤ開店時に1000本の桜を岡崎市に寄贈。
1977	「ジャスコ社会福祉基金(現イオン社会福祉基金)」設立。
1979	財団法人「岡田文化財団」設立。
1989	グループ名をジャスコグループからイオングループへ改称、同時に「イオングループ1%クラブ(現イオン1%クラブ)」創設。
1990	「地球にやさしいジャスコ委員会」発足。 イオン1%クラブ、国際的な文化・人材交流事業の一環として「小さな大使(現ティーンエイジアンパサダー)」事業開始。
1991	「イオンふるさと森づくり」スタート。第1号店はジャヤ・ジャスコストアーズマラッカ店(マレーシア)。 財団法人「イオングループ環境財団(現イオン環境財団)」設立。 「クリーン&グリーン活動」開始。 「買物袋持参運動」実験開始。 「店頭リサイクル(食品トレイの回収)運動」実験開始。
1992	「イオンふるさと森づくり」国内第1号としてジャスコ新久居店(現久居店)で植樹祭実施。
1993	有機栽培などによる農作物を自社ブランド「グリーンアイ(現トップバリュグリーンアイ)」として展開開始。
1994	イオンのプライベートブランド「トップバリュ」販売開始。 「ハートビル法(2006年12月よりバリアフリー新法)」に基づき独自の「イオンハートビル設計基準」を作成。ハートビル法認定国内第1号のジャスコ南方店オープン。
1995	「リターナブルコンテナ・リユースハンガー」導入。
1996	「環境委員会」発足。 「ジャスコこどもエコクラブ(現イオンチアーズクラブ)」発足。
1998	財団法人「イオングループ環境財団」、「万里の長城・森の再生プロジェクト」第1回目の植樹を実施。
2000	「マイバスケット・マイバッグ運動」開始。 「トップバリュ 共環宣言」販売開始。 エコロジーショップ「SELF+SERVICE」展開開始。 「ISO14001」を全社一括で認定取得。
2001	イオン株式会社に社名変更、「イオン・デー」開始。 「イオン幸せの黄色いレシートキャンペーン」スタート。 イオン1%クラブ、カンボジア学校建設支援開始(2001年~2003年 計149校)。
2002	国土交通省の「ボランティア・サポート・プログラム」とタイアップした「イオン・クリーンロード」活動を展開。
2003	「バイオマス包装資材」採用開始。 「イオンサプライヤー CoC」制定。
2004	バルーンシエーターの配備開始。 「地球温暖化防止に関する基本方針」策定。 国連が提唱する「グローバル・コンパクト」への参加を表明。 イオン(株)、トップバリュのサプライヤー管理とイオン本社業務において「SA8000」認証取得。 「トップバリュ」ブランドから「トップバリュ フェアトレードコーヒー」販売開始。 イオン1%クラブ、ネパール学校建設支援開始(2004年~2005年 計57校)。
2005	エコストア1号店「イオン千種SC」オープン。
2006	エコストア2号店「イオン柏SC」オープン。 エコストア3号店「イオン大日SC」オープン。 「トップバリュ」ブランドからMSC認証された魚介類の販売を開始。 「トップバリュ」ブランドからFSC認証された紙製品の販売を開始。 イオン1%クラブ、ラオス学校建設支援開始(2006年~)。
2007	レジ袋提供方法の見直し(食品売場のレジ袋無料配布の中止)をジャスコ東山二条店より開始。 日本の総合小売業で初めて、環境省と「循環型社会構築に向けた取組みに関する協定」締結。 エコストア4号店「イオン鹿児島SC」オープン。
2008	ペットボトルキャップ回収キャンペーンを開始。 CO2の排出削減目標について国内企業で初めて具体的な数値を定めた「イオン温暖化防止宣言」を策定。 「イオン創業250周年」の取組み、「日本縦断 イオン・クリーンキャンペーン」スタート。

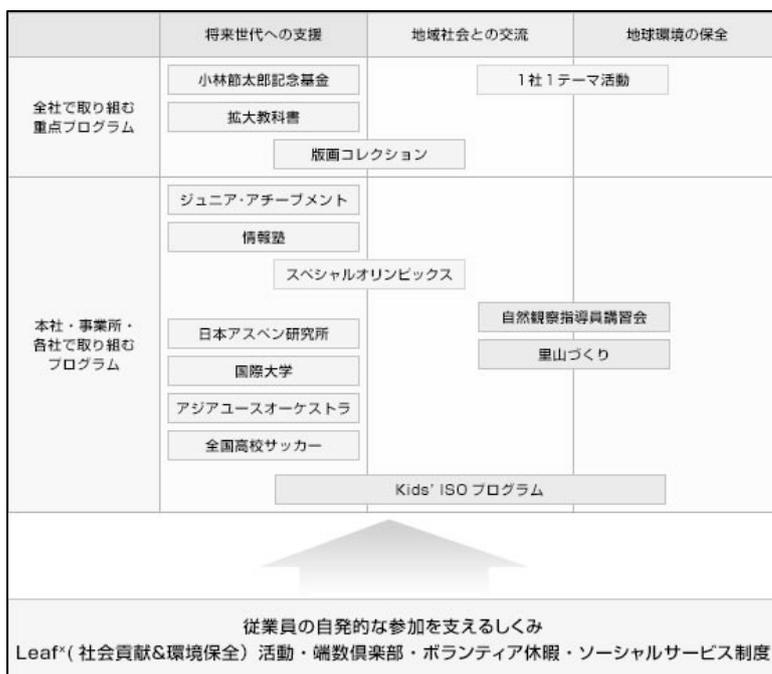
富士ゼロックスヒアリングメモ

ヒアリング内容は以下の通り

1. 富士ゼロックス社の社会貢献活動の取り組み

- ・活動は、全社での取り組み、事業所やグループ会社での取り組みと、グループ全体で様々に行われている。また従業員の社会貢献活動への参加を支えるしくみの整備にも注力している。（※全体の概要は、以下のとおり）

<富士ゼロックス・社会貢献活動の全体概要>（富士ゼロックス社 HP より）



2. 社会貢献活動の取り組みの経緯

- ・もともと企業風土として、社長以下経営トップの社会貢献活動への造詣が強い。1984年にアジアの学生への研究助成（留学）を開始（小林節太郎記念基金）。
- ・90年代に入り、「良い会社構想」（つよい・やさしい・おもしろい）が制定され、品質重視から社員の個の重視に価値転換がなされた。前後して、社会貢献推進室（現 CSR部）も設置され、社員のボランティア組織の設立など社員の発案により多様な社会貢献活動が展開され今日に至る。

3. 社会貢献活動の取り組みについての考え方

- ・社員の自発的な活動を基本としている（ただし、政治・宗教関係は禁止）。
- ・各社の活動状況は、全社で情報共有されている、これによりグループ各社の競争も期待されている（なお、業績評価との連動はなし）。

- ・社員は、一定限度内にて、上司の許可を得れば活動を社の業務とみなすことも可能（労災も適用）。もちろん、業務と一線を引くことは重要と考えている。
- ・現在、CSR部において、様々に実施されている社会貢献活動を、ゼロックスブランドの向上の見地から、再検討しているところである。社会貢献活動は、ゼロックスにとっての意義と社会にとっての意義の両者から位置づける必要があるとのこと。
 - ・社会貢献活動を、上記の観点から自己評価を実施しているところである。今後は第三者の評価のしくみも導入していく。
- ・今年度より、グループ各社は「1社1テーマ」に基づいた活動に取り組んでいる。
 - 全社共通テーマを設定し、国内外各社・各事業所の従業員が一斉にそれぞれの国や地域のニーズに密着した貢献活動を行なうことを推進。共通テーマは「生物多様性の保全」。共通テーマについて、社員が身近な問題であることを理解してもらうと同時に、それへの具体的な貢献を「点」から「面」に拡大することを目指している。

4. 活動にあたっての情報収集

- ・活動内容を決める際には、基本的に各社の取り組みの内容を参考にしており、各社のCSR担当者が社内イントラネットを通じて情報共有を図っている。
- ・地域によっては、自治会や社会福祉協議会、行政等から、地域で求められる事項を聴取している。
- ・本社の所在する港区では、「みなとネット」（港区内に立地する企業各社の社会貢献担当者のネットワーク）が構築されており、月1回の定例会を通じて、各社の情報交換が図られ有意義である。企業とNPOの交流の場にもなっている。

5. 他企業との連携による取り組み

- ・営業部隊の入っている同じビルに本社を構える日本サムスン、隣の日本IBM、地域の商工会と協働で、六本木地区の清掃活動を実施している。今年で4年目となり、行政ともタイアップした、一大イベントとなっている。土曜の午前に実施、社員の家族も参加している。社員同士のつながりが深まっている。

6. 今後の展望等

- ・社会貢献活動のプログラムについて、すべての社員に周知されているわけではなく、社内認知度を高めていく必要性を感じている。
- ・団塊の世代の力を社会がどのように活用していくのかについて、企業はもっと関わっていく必要があるのではないか。
 - 現役時代から、社会貢献活動に積極的に関わっている社員は、定年後もアクティブに地域で活動しているようである。社会貢献活動において、企業は、社員の横

のつながりだけではなく、縦の時間軸（世代交流）の視点も持つ必要があるのではないか。

- 地域の情報を企業に伝達してくれる機能が重要である。多くの情報があれば、社会貢献活動の広がりが期待できるのではないか。企業の立場からいうと、関係性が薄い中で、地域と交渉することは、意外に敷居が高いと感じるものである。
- 地域と企業を仲介する場合は、ただ紹介をするだけではなく、活動全体に付き添い、そこでの課題等について情報共有が図られるような体制が望ましい。
- 拠点間の物流網（ロジスティック）を使い、遊休資材を活用した国際協力支援も一部で実施しているが、担当者間での人的交流の中で対応しており、グループ全体としての組織的な活動には至っていない。大企業としての様々な資源を有効に活用しながら、グループ全体として様々に行われている社会貢献活動を、有機的に結びつけていく必要を痛感している。

（実施日：平成 22 年 2 月 19 日）

「地域で支える高齢者の暮らしと安心シンポジウム」概要報告

「地域で支える高齢者の暮らしと安心シンポジウム」

概要報告

1. 開催概要

テ ー マ : 「高齢者の安心を支える見守りや生活支援ネットワークの構築に向けて」
～地域社会における企業のこれからの役割と可能性について考える～

開催趣旨 : 現在、わが国は本格的な高齢社会の到来を迎えて、核家族化の進展や地域社会の人々のつながりの希薄化から、高齢者等が必要な支援を受けられずに孤立化するなどの問題が深刻化しています。既に深刻な高齢化が進む中山間地域等では、介護や医療サービスのみならず、日常の買い物、家屋の維持・修繕といったことにも問題が生じています。また、今後、急速に高齢化が進む都市部にあっても、移動をはじめ日常生活の維持において様々な問題が生じることが懸念されています。

このような中で、各地において、高齢者等が住み慣れた地域で安心して暮らし続けるための見守りや生活支援ネットワーク構築のための仕組みづくりが始まっています。このような対応は、従来、行政やボランティア活動等によって支えられてきましたが、高齢者が必要とする多様な生活ニーズに的確に対応するためには、民間企業の持つ人的、物的資源を活用することも、地域での支えあいを強化していくために不可欠であり、こうした取り組みは企業のこれからの役割であり、地域社会への貢献によりさらなる企業価値向上の可能性を持っています。

そこで、企業等が持つ様々な資源や機能を地域社会で活用している事例や、自治体等の取り組みに着目し、これらの取り組みの紹介と共に、地域福祉のネットワークへの民間企業の参画に関しての可能性や課題を考えることを目的にシンポジウムを福島県で開催いたしました。

日 時 : 平成22年1月29日(金) 13:00～16:30

場 所 : コラッセふくしま 4階 多目的ホール

〒960-8053 福島県福島市三河南町1番20号

参加者 : 152名

主催 : 社団法人 シルバーサービス振興会

共催 : NPO 法人福島県シルバーサービス振興会

後援 : 厚生労働省、福島県、福島市、社会福祉法人 福島県社会福祉協議会

プログラム

	内 容
□基調講演	厚生労働省 社会・援護局 地域福祉課 課長 寺尾 徹 氏 テーマ「これからの地域福祉を考える」 ～自分たちが創る自分たちの地域～
□パネルディスカッション	○コーディネーター ・社会福祉法人いきいき福祉会 専務理事 小川 泰子 氏 ○パネリスト(5名) 「有識者」 ・特定非営利活動法人 NPO 事業サポートセンター 常務理事 宇都木 法男 氏 「行政」 ・福島市健康福祉部 長寿福祉課長 佐藤 卓也 氏 「民間企業」 ・小高商工会 副会長 鈴木 一男 氏 「民間企業」 ・東北電力(株) 会津若松支社 総務課長 清野 好江 氏 「民間企業」 ・イオン(株) グループ環境・社会貢献部 塚田 公香 氏

2. 基調講演の要旨

「これからの地域福祉を考える」

～自分たちが創る自分たちの地域～

厚生労働省社会・援護局地域福祉課長 寺尾 徹 氏



【社会の状況】

- 社会における人々の絆をいかに築いていくかが重要となる。
- 今後、大都市圏で高齢化が急速に進み都市部の限界集落といった現象も見受けられる。
- 新政権において「新しい公共」という考え方、検討も始まっている。

- ・きずなが本当に崩れてきているのが今の日本の社会ではないかと思う。どうやってその人のひきこもりの心を開いていくかというところが非常に大切となる。
- ・稼働年齢層が非常に減ってきている。国民総生産というか生産力が落ちる、結局、税収も減れば売り上げも減る。他方で、高齢者が増加していくため、そこを支えていくことが大変になっていく。
- ・東京、大阪、神奈川、愛知、首都圏とか大都市圏で、これから高齢化が一気に進んでいく。都市部の限界集落という状況にも立ち至ってきている。
- ・集合住宅では、オートロックになっており、民生委員の活動に大変支障を来している。悪徳商法も出てきている。
- ・ひとり暮らしの男性は24.3%、女性は1人残されると完全に孤立化してしまう。
- ・孤立死が非常に増えてきている。徘徊死をされる方もいる。
- ・今回の新しい政権で、「新しい公共」という動きが出ている。これは、市場とか行政とか非営利のセクターが、それぞれの役割で福祉ニーズに対して福祉サービスを供給し、同時に、住民との協働で、地域住民の福祉活動の中でそういうものを支え合っていくことである。

【高齢者を支えるネットワークづくりについて】

- 高齢者を支えるエリアの設定は、1万人くらいの規模（小学校区程度）が望ましい。
- 地域の様々な組織が、地域の課題を検討し共有できる場の設置が重要となる。
- 地域内の情報や資源をつなぐコーディネーターの果たす役割が大きい。
- 活動を資金面から支えるファンドのような仕組みも必要である。

- ・エリア的には小学校区ぐらいが一番いいのではないかと思う。大体2中学校区だと2万人ぐらいの人口があるので、それは大き過ぎるのではないか。1中学校区1万人ぐらいか、それともやはり小学校区ぐらいがいいのではないかという感覚である。

- ・地域のニーズをしっかりと把握することである。そのために、行政、地域住民、商店街、企業、また消防、警察、学校、あらゆるインフラが共同して地域のニーズに対応できるかということを検討してもらうテーブルを1つにして考えていくことが大切となる。
- ・住民のニーズを把握するには、どこにひとり暮らしの高齢者あるいはひとり暮らしの障害者の方々がいるのかということ、しっかりと把握をしてマップをつくらなければいけない。行政が責任を持ってマップをつくる必要がある。
- ・企業が参入していく一つの機会をこの中でつくっていくということも大切である。例えばプラットホーム方式というのがある。関係機関の人たちが一堂に会して、そこへ住民の方々も入り、これをプラットホームのテーブルの上で、誰がどのように支援をしていくのかということを決める。そして、それをつないでいくコーディネーターが非常に大切な役割をする。その育成が大切である。主任チーフは情報を一手に集約して交通整理をし、情報をつないでいくというコントロールタワーの役割をする。また、地域の寄付とか企業からの支援等で毎年賄っていただこうような仕組みをつくる。あとは地域のボランティア活動等でカバーしていく、そういうことをやろうというのがこの安心生活創造事業である。
- ・21年度から立ち上げ、去年1年かけて検討してきた。22年度に入って実際にこれから動かし出すことになっている。

【新たなビジネスモデルのヒント】

■ 今後のビジネス活動には顧客との、心のふれあい・コミュニケーションを重視するビジネスへの転換が求められている。

- ・昔は、医療でいうと往診、それから御用聞き、いわゆる宅配、そういうシステムがあった。これらが今新たなビジネスチャンスとして出てきていて、各企業も取り組み始めてきている。
- ・お年寄り、障害者の方、引きこもっておられる方の心を開かせるためには顔と顔を見合わせて会話をすることが非常に大切だと思う。一声かけられると、そこに社会のコミュニケーションが生まれて、人間関係が初めて生まれてくる。そういう人間関係があれば、昔の御用聞きと同じような話で、それによって顧客をきちっと把握していけるという一つの新しいビジネスモデルでもあるのではないかと。そういうものをつくっていかないと、これからの日本社会で、コミュニティーが崩壊している中で「新しい公共」というものはつくっていけないのではないかと。思う。



3. パネルディスカッションの要旨

「高齢者の安心を支える見守りや生活支援ネットワークの構築に向けて」
～地域社会における企業のこれからの役割と可能性について考える～



【シンポジウムをはじめるにあたりこれからの地域社会を考える】

■ 企業も行政も地域の住民も、それぞれが地域の中で役割を果たしていくことが、これからの高齢社会では重要であり、企業はものづくりから生活づくりへの発想の転換が必要となってきた。

○ 小川氏（コーディネーター）

・「新しい公共」という言葉を聞いたときに、これからの少子高齢社会のつくりかえは市民にボールが投げられたと思った。人と人の目を合わせて、そして言葉を交わして、自分の住んでいる地域の中でどのように支え合うか、このボールがいよいよ投げられたのではないかと。



- ・景気が急落し、暮らしも、経済的弱者になっていくことを実感している日々である。それでも、かつての高度成長のような経済成長をにらんでいくのか、ものづくりに特化してきた企業が生活サービスづくりに地域の中で取り組むのか、そこが重要なテーマである。
- ・そういう意味で、きょうパネリストに来ていただいた皆さんは、全国あるいはこの福島県、福島市の中で、具体的に活動している皆さんである。ぜひ、それぞれの活動をまず知っていただき、そこから会場とのやりとりに移りたいと思う。

(1)小高商工会の取り組み（鈴木 一男 氏）

【デマンド交通システム「おだかe-まちタクシー」について】

- ・デマンド交通システムというのは、バスよりも便利がよくて、タクシーよりも安く、戸口から戸口までお運びをするという仕組みである。
- ・商工会でタクシーを一定程度安く借り上げ、利用したい方々のデマンドを、時間に合わせて一定程度まとめて、それをオペレーターがコーディネートすることで、戸口から戸口へ、サービスがよくて、利用料金が安いという仕組みである。
- ・小高は路線バスが1便も走らない全くの交通空白地帯であった。行政で福祉バスを運行する場合2,000万以上かかり、前に進まなかった。他方、地域の高齢者の多くは、地元の顔なじみのお店で買い物をしたいのだけれども行く足がない、という声があった。商工会としても、商店が疲弊している状況がある中で、これに対応できる仕組みをつくることできれば商店街の活性化につながるのではないかとの思いがあり、それが契機となった。



【「おだかe-まちタクシー」の導入の効果について】

- ・高齢者の方々の自立の支援に寄与している。外出機会の増加が図られている。
- ・費用面では、行政が当初考えていたバス運行の3分の1程度で運行できている。
- ・タクシー事業者にとっては、安定した経営の元になっている。
- ・商工会としては、買い物客の増加がみられる。
- ・地域全体としてみれば、中山間地の生活基盤の確保に資している。
- ・小高では、8%が高齢者のひとり暮らし世帯である。この方々は地元小高に住み続けることを望んでいる。高齢者が自分の意思で自分で行動できるということが、今、小高では当たり前のことになってきている。

【今後の展望】

- ・今、この仕組みが、国土交通省の発表で全国158の自治体で導入されている。小高と同じ仕組みは全国で50カ所である。中山間地域あるいは交通の空白地帯ということが大きな問題になっている。当たり前に、気兼ねなく、自分の思った時間に出かけられるような地域が多くできるように、日々努力をしているところである。

(2) (株)東北電力会津若松支社の取り組み (清野 好江 氏)

【東北電力の経営理念】

- ・当社は「地域社会との共栄」を経営理念に掲げており、従業員一人ひとりが地域社会の一員として、お客様や地域社会との協調・協力を図り、相互の信頼関係を図るべく、地域の皆様と共にさまざまな活動を行っている。



【会津若松市ひとり暮らし高齢者宅訪問清掃活動について】

- ・平成7年から毎年1回実施しており、21年度は15回目となっている。内容は、訪問する高齢者宅の照明器具の清掃とか手直し、また破損している場合は危険防止のための修繕を行っている。併せて、電気工事士の資格を持った社員などが漏電調査等を行っている。また、活動の一つの重要な内容としては、「ふれあい対話」というものがある。ひとり暮らしの方に、訪問者が話し相手となって、ちょっとした対話・会話というものを行うだけでも、訪問先の方の活力になると考えている。
- ・訪問対象は、会津若松市内にお住いの80歳以上のひとり暮らしの方、約40名程度としている。毎年違った地区を訪問することを心がけている。
- ・活動を行うに当たっては、「電気」という当社のノウハウを生かしながら社会貢献策を模索した結果、地元の社会福祉協議会との連携により本活動を実施することになった。
- ・本活動のポイントは、社会福祉協議会との連携である。訪問先の選定に際しては、各地区のニーズなどを見極めつつ、毎年地区が変わるように配慮いただいている。訪問する場合、訪問先の民生委員の方も派遣していただいております。訪問者と訪問先の橋渡しを行っていただくなどお骨折りをいただいている。日常的に高齢者福祉に携わって各種ノウハウを備えている社会福祉協議会の協力をいただくことで活動の円滑化が図られている。
- ・人様のお宅におじゃまして照明器具などを扱うので、慎重な対応が必要である。また、訪問者一人ひとりが地域社会の一員として、強い自覚を持って活動に当たることが大事かと思う。活動時には訪問先の方との対話を行うことになるが、やはり地域の一員であるという気持ちがあれば、自然的に親身な態度で接することができると思う。さらに時間を指定してお伺いすることになるので、事前周知も含めて社会福祉協議会との連携を密に図っていくことが重要と思う。

(3) イオン(株)の取り組み (塚田 公香 氏)

【イオンの経営理念】

- ・当社は、小売業を中心とした企業であり、経営理念に「平和・人間・地域」とあって、地域の暮らしに根ざし、地域社会に貢献し続ける企業でありたいと願っている。



【イオンの社会貢献活動の取り組み例】

- ・小売業とは、不特定多数のお客様をお迎えする仕事である。イオンでは、ご高齢の方をはじめ多くのお客様に安心してご利用いただけるようにユニバーサルデザインの考え方を店舗づくりに取り入れている。
- ・ご高齢の方や介助の必要な方が安心して買い物をしていただくためには、店舗や設備のハード面に加えて、そこで働く従業員自身がお客様の立場やお気持ちに立ってお買い物のお手伝いをさせていただくということも重要であり、ソフト面でも、取り組んでいる。

「サービス介助士」の育成

→ご高齢の方や介助が必要な方に安心してお買い物を楽しんでいただくことを実現することを目指している。現在 8,882 名の従業員がサービス介助士 2 級を取得している。

「認知症サポーター」の養成

→お買い物にいらっしゃるお客様の中にも認知症の方がいらっしゃる可能性が非常に高いということを知り、現実として、各店舗でも、認知症のお客様への対応というのが現実として発生している。グループ全体で 1 万 6,440 名の認知症サポーターを、キャラバンメイト、認知症サポーターの講師役であるキャラバンメイトについては 279 名を養成している。

【取り組みの効果と今後の展望】

- ・地域包括支援センターの存在自体を初めて知った、困ったときの相談先がわかってよかった、職場だけではなくて地域や家庭でも役に立つ、日常のお客様も安心して買い物していただけるような店にしたいとか、普段の接客を見直すいい機会になったというような従業員の声が多く寄せられている。
- ・さまざまな取り組みをとおして、各地域の店舗で、地域の方との連携が速やかにできる体制をつかって、高齢者の方が安心して暮らせるまちづくりのお手伝いをさせていただければと思っている。また、お客様への気配りとか心配りがきちんとできる従業員を育成して、店全体のホスピタリティの向上などにもつなげていければと思っている。

(4)福島市の取り組み（佐藤 卓也 氏）

【福島市の状況】

・福島市は人口およそ 29 万人、高齢化率は 23.1%、県の平均よりは低い。高齢化率の上昇に伴い、ひとり暮らし高齢者や高齢者だけの世帯、あるいは虚弱高齢者、認知症高齢者が年々増加傾向にある。



【福島市の取り組み(安否確認を中心に)】

「食の自立支援事業」

→事前にチケットを購入してもらい、希望する曜日に宅配業者が弁当を届ける。事前の連絡がないにもかかわらず当日不在であった場合、あらかじめ登録していただいた家族等の緊急連絡先に、その配達の実業者から不在であった旨の連絡を行う。

「緊急通報装置」

→ボタンを押せば電話回線を通して委託先の警備会社に緊急通報が届く。また、機器の点検も兼ねて、安心コールを 1 月に 1 度、警備会社より高齢者宅に行っている。

「ふれあい訪問収集」

→自らごみを搬出できない高齢者や障害者の方のため、ごみ収集担当者が、そのお宅まで直接ごみを受け取り、安否確認を行う。本人が不在であった場合には、担当職員が登録されている緊急連絡先に電話を入れるなどして、所在を確認する。在宅の気配があり戸が開けっ放しになっているなどの場合は、家族と連絡をとり、入ってよいか確認をして、緊急性が判断されれば家に立ち入って確認すると聞いている。また、付加サービスとして、素人ができるようなサービス、例えば灯油の補給であるとか、電球の交換であるとか、あとは簡単な支援とか、そういった作業を行っていると言っている。

「地域ネットワーク支援事業」

→行政がやれることには限界があり、県民、住民が相互に支え、安心して暮らせる地域づくりが理想である。市内の多くの町内会では、高齢者が気兼ねなく立ち寄り、語り合いながら 1 日を過ごせるような「いきいきふれあいサロン」があり、市では、一部の町会にとどめず、市内全域に広げていくことを目的に、各種補助制度を設けている。

「認知症サポーター養成講座」

→現在 7,000 名余の受講者がいる。認知症の理解を深め温かく見守れる人を増やしたい。

(5)NPO事業サポートセンターの取り組み（宇都木 法男 氏）

【NPO 事業サポートセンターの取り組み】

- ・私たちはNPO法人の設立の手伝いをしている。
今まで10年間で600団体、結成のお手伝いをしてきた。自分たちの生活する場所、あるいは自分たちが安心して生活できる地域社会づくりに取り組む団体や市民がたくさんいればいるほど、いい社会ができていくということになる。



- ・地域で、本当に困ったときに「お互いさま」という日本社会の文化、まちのあり方が壊れてしまった。地域社会づくり、まちづくりをどうしていくか、そういう市民活動が広がり、今やNPOは4万団体に達している。

【団塊の世代の問題】

- ・団塊の世代と言われるが、この団塊の世代の問題は男性である。男性は仕事で社会を支えてきた。この社会で支えてきた仕事がなくなった途端にこの人たちは行き場がなくなってしまう。そこをどうつくりかえていくか、地域社会の中に生き生きとした社会をつくっていくための担い手になっていくかということが問題である。
- ・企業に対して、在職中に退職後の人生設計をつくってほしいと思う。年休を使って1年に1カ月ぐらいNPOに研修に行ったり、地域社会でボランティアの体験をしたりして、退職前に退職後の人生設計を描いたらどうか。企業の中でいろいろ経験された方々がもう一度、地域社会の在り方を設計し、そこの主人公になったら、すばらしい力になるのではないか。それが地域の人的資源であり、資産であり、地域社会が持つ新しいパワーになる。

【市民活動への参加の重要性と企業への期待】

- ・今までサービスを受ける側だった市民が、市民活動に参加することで、今度はサービスを提供する側に回っていくことが重要である。一方的な行政のサービスではなくて、自分たちにどのようなサービスが必要なのかを、自分たちの生活に準じ、即して、体験して、新しいサービスを生み出しつつっていくことが、これからの市民活動の中心的課題である。
- ・そこに企業も応分の社会貢献、新しい言葉ではコンプライアンス（社会的責任）といわれるが、企業にももう少し頑張ってもらい、一緒に新しい社会をつくっていききたいと思う。

4. 質疑応答の要旨

【ネットワークは横の連携が重要となる】

■ 高齢者支援のネットワークに参加している企業や組織間の協働体制をいかに築くかが重要である。

○ 小川氏（コーディネーター）

現在、地域ネットワークにおいて横の連携がきていない。そこで今後の地域包括支援センターの取り組みが期待される。



○ 塚田氏（イオン株式会社）

認知症サポーター養成講座の取り組みを通じて、地域包括支援センターという存在を知った店舗が多い。そういったことをきっかけに、企業と行政あるいはNPOなどが一体となって、一つの流れにしていけたらいいと思う。

○ 鈴木氏（小高町商工会）

難しく考えることは全然ない。どんなことでも一生懸命やっていると、結果的に地域全体に波及効果が出て、福祉であったり、教育であったり、いろいろな部分に波及していくのだなということを実感している。

○ 清野氏（東北電力）

高齢者福祉などのノウハウを十分持っている地域の団体等と連携をとっていくことが重要である。そこと連携していくことが、企業の高齢者福祉活動の展開の入り口になっていくのではないかな。

また、自分の会社の資源をいかに高齢者福祉に生かせるかという視点も大切である。会社の特性を生かすということが無理なく活動が行えることにつながり、対象の方に喜んでいただくということにもつながる。

○ 宇都木氏（NPO）

ネットワークというのは単なるお友達同士が、あの人を知っている、ということではなくて、どのような事業が協働でできるか、あるいはどういう事業なら支援できるか、お互いにそういう関係をつくっていくことである。

【活動を支えるコーディネーター・ファンドが必要である】

- ネットワークの運営においては、資源をつなぐ「人」と活動を支える「資金」も必要となる。

○ 会場（介護事業者）

新しいサービスを考えるに当たって運転するための最初の資金、初期投資のところを何とかして協力していただくとか、もしくはコーディネーターの存在というものがすごく必要だなと感じている。企業が市と温泉組合と交渉しても、なかなか事業化できない。



○ 小川氏（コーディネーター）

活動した人に対してポイントを付与して、それこそ生活支援ファンドみたいなものをつくっていこうということを地域に問題提起させていただいている。

○ 塚田氏（イオン株式会社）

2001年から「イオン幸せの黄色いレシートキャンペーン」というキャンペーンを実施している。これがまさにファンドに当たるような活動なのではないかと思っている。

【社会福祉法人のありかたも再考すべきである】

- 社会福祉法人は、その存在意義を踏まえた地域との関わり方が求められている。また専門的知識や経験を地域の人的資源として地域ネットワーク構築に役立てることが必要になる。

○ 会場（NPO 法人会長、社会福祉法人理事）

社会福祉法人は非課税法人である。その非課税の部分は地域に還元すべきでないのか。

○ 小川氏（コーディネーター）

非課税ということは税金をかなり使っている話。その分、何をどのようにこき使われるかというのが私たちの立場。自分たちのサービスをもっと、10倍、20倍にするノウハウがあるはずである。

【行政は地域とともに活動していくことが重要である】

■ 行政と地域住民、企業とは、地域をつくる対等なパートナーとの認識が重要である。

○ 佐藤氏（福島市）

企業との連携に関して、そのような申し出があれば、事業にもよるが、お互いに利益になるというか、そういうところで連携をさせていただきたいと思う。

○ 宇都木氏（NPO）

市民参加協働ということ行政からかなりいろいろ提案されている。行政の中にある予算を有効活用して、市民が参加をするまちづくりをしていく。5年後、6年後にどういうまちに変わっていくかということ、その提案を通じて議論して新しいまちづくりの設計図をつくる。これが、市民と行政との協働事業だと思う。ここに企業が参入してもいい。

【地域包括支援センターを中核とした地域づくりの推進が求められる】

■ 高齢者の暮らしを支える地域づくりは、地域包括支援センターを中核に進めていく。

■ 各エリアの社会資源の差異を埋めていくのは行政の役割である。

○ 佐藤氏（福島市）

地域で高齢者の方がいつまでも安心して暮らせるというためには、地域力というか、町内会単位になると思うが、町内会といっても、1,000世帯を超えるようなところから、40世帯ぐらいしかないとか、そういった小さいところまでいろいろある。お金の面では大変な力の差があり、この部分をどうしていくかということは行政の一つの課題である。

地域包括支援センターが19あり、それを核として地域づくりに努めていく、その中で、地域に企業があるかどうか、企業といっても大から小からあると思うが、そこで協力いただけるようなこと、例えば高齢者の方の寄り合い所の場所がないということがある。そういった場合には、店舗なり工場なり、そういったところを貸していただくとか、そういったことで協力いただければ大変ありがたいと思う。



【シンポジウムを終えるにあたって】

- これからの社会は、「一緒に」「共に」という姿勢が重要となる。
- 自分たちの地域を、自分たちでつくりかえるという意識が求められる。
- 高齢者の 24 時間 365 日の生活を支えていくため、企業も住民も持っている資源を有効に活用していくことが大事である。

○ 小川氏（コーディネーター）

時代は成長時代ではなくて成熟時代に移っていく。競争ではなくて、ナンバーワンではなくて、一緒に、共にという時代に、私たちは生きるということ、暮らし方、生き方を切り替えなければならない時代に入っていると思う。そういう意味で、改めて「新しい公共」とは何かという、公共サービスはつくりかえなければならないことが、今日、共有できたのではないかな。

自助・共助・公助という言葉が使われてきたが、市民団体や民間が頑張ってくれればいいといっているわけではない。公助も、もう一度見直してつくりかえなければならない。そして自助、例えば家族単位で頑張れることも限界がある。そうすると、一番重要なのは共助がどれだけ根を張って広がるかということ。そういう意味で、一事業団体が頑張ること、この自立は重要。しかし、その頑張り方、「共に」の協力や協働があって、さらに大きく頑張れる、やれるということで、一人ひとりのその人の生き方、暮らし方がそれを支える仕組みが、自分たちの手でつくれるのではないかな。公共サービスは市民の手で、自分の手で、自分たちの地域をつくりかえるところから、その意識からスタートする。そのことによって初めて税金の使い方にも責任ある発言や提言ができるのではないかな。

NPO も実は縦割りで、非常に横のネットワークが弱い。そこを横軸にどうしていくのか、異業種交流をやはりつくっていく、この仕掛けを誰がやるのか。社協かもしれない、あるいは地元の経済何とか連絡会かもしれない、そこをぜひつくる必要がある。

サービスがまだ 9 時 - 5 時で終わっていないか。24 時間、365 日をどうするのかという問題である。夜動けるネットワークを広げていくというのも一つ。私たちが持っている知恵や知識をネットワーク化していく。ぜひ、それで支える仕組み、そして見守る仕組みをつくっていかうのではないかな。



「地域で支える高齢者の暮らしと安心シンポジウム」
参加者アンケート結果

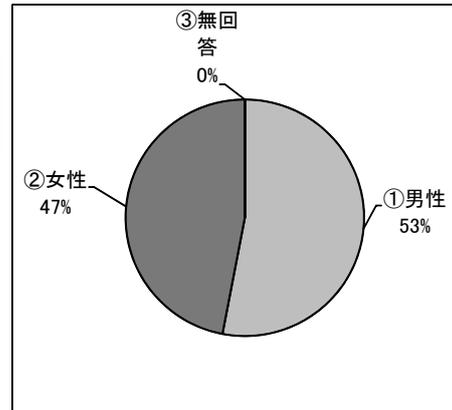
平成21年度「地域で支える高齢者の暮らしと安心シンポジウム」
参加者アンケート結果

○出席率 最終申込人数 160人 参加者152人 95.0%

○回答数 83人(参加者数 152人 回収率 54.6%)

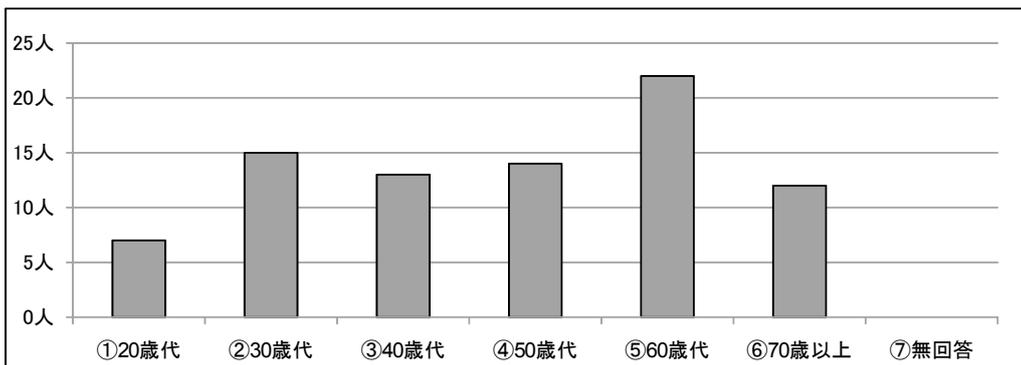
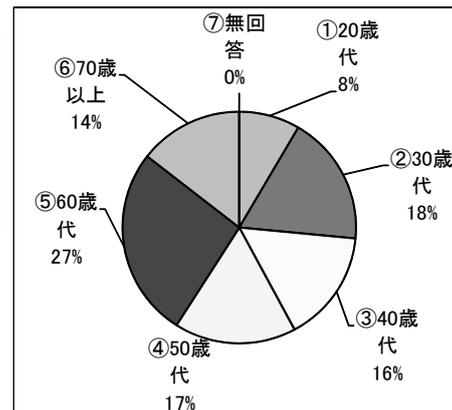
○性別

①男性	44人	53%
②女性	39人	47%
③無回答	0人	0%
合計	83人	100%



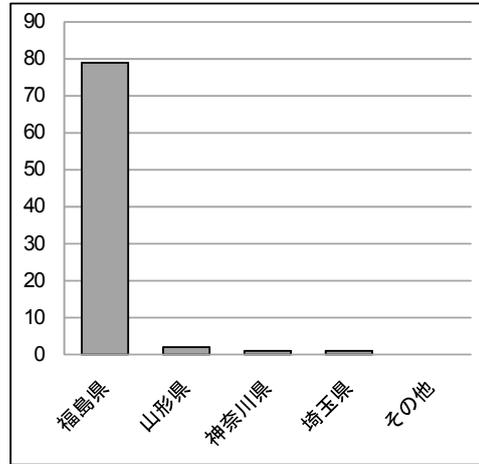
○年齢

①20歳代	7人	8%
②30歳代	15人	18%
③40歳代	13人	16%
④50歳代	14人	17%
⑤60歳代	22人	27%
⑥70歳以上	12人	14%
⑦無回答	0人	0%
合計	83人	100%



○住所

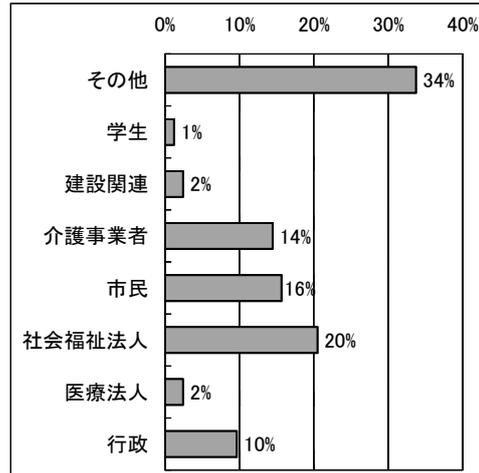
福島県 79 山形県 2 神奈川県 1 埼玉県 1 その他 0



○職種

行政	8人	10%
医療法人	2人	2%
社会福祉法人	17人	20%
市民	13人	16%
介護事業者	12人	14%
建設関連	2人	2%
学生	1人	1%
その他	28人	34%
合計	83人	100%

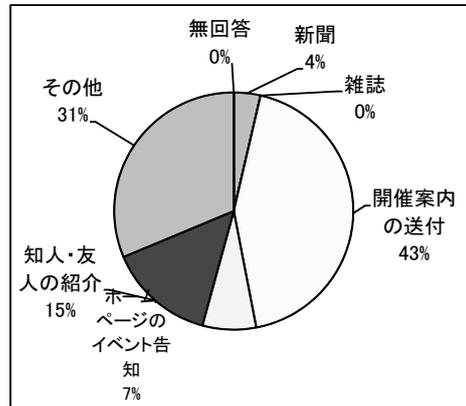
※その他: 団体職員、出版関係、サービス業、燃料販売



1 シンポジウムの開催について

○シンポジウムを何でお知りになりましたか

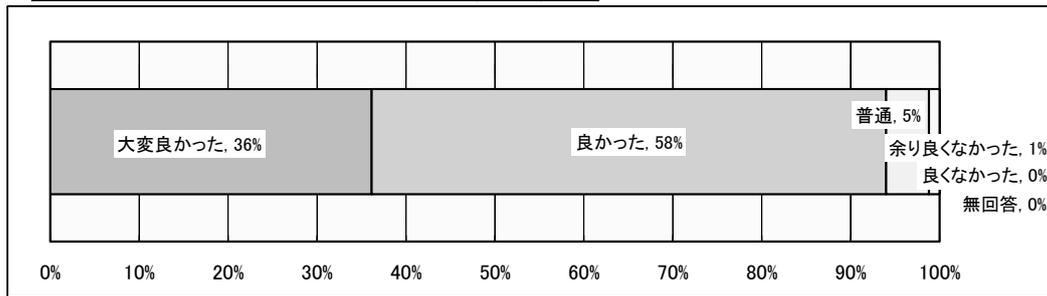
新聞	3人	4%
雑誌	0人	0%
開催案内の送付	36人	43%
ホームページのイベント告知	6人	7%
知人・友人の紹介	12人	14%
その他	26人	31%
無回答	0人	0%
合計	83人	100%



2 シンポジウムの内容について

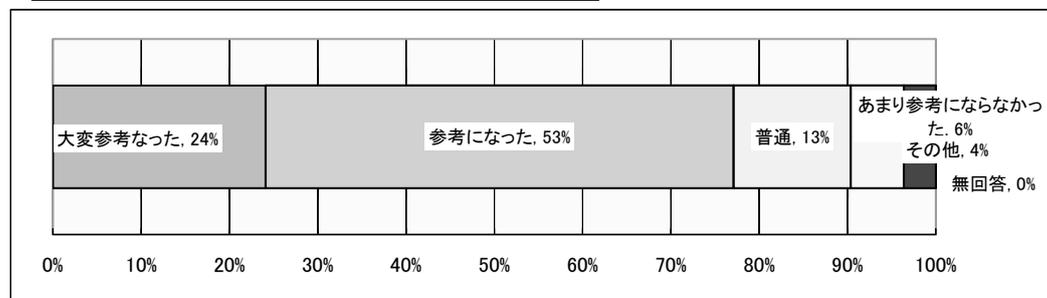
○シンポジウムの内容について全体の印象

大変良かった	30人	36%
良かった	48人	58%
普通	4人	5%
余り良くなかった	1人	1%
良くなかった	0人	0%
無回答	0人	0%
合計	83人	100%



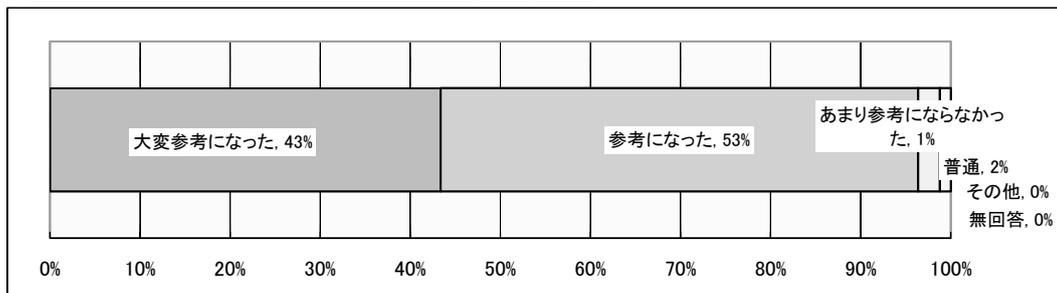
○基調講演の内容について

大変参考になった	20人	24%
参考になった	44人	53%
普通	11人	13%
あまり参考にならなかった	5人	6%
その他	3人	4%
無回答	0人	0%
合計	83人	100%



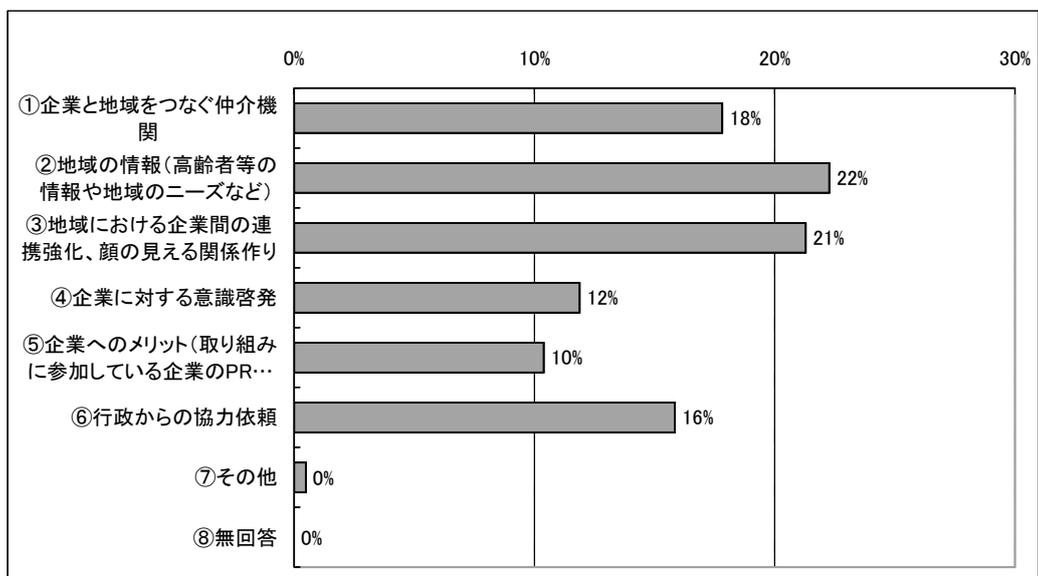
○ パネルディスカッションの内容について

大変参考になった	36人	43%
参考になった	44人	53%
普通	2人	2%
あまり参考にならなかった	1人	1%
その他	0人	0%
無回答	0人	0%
合計	83人	100%



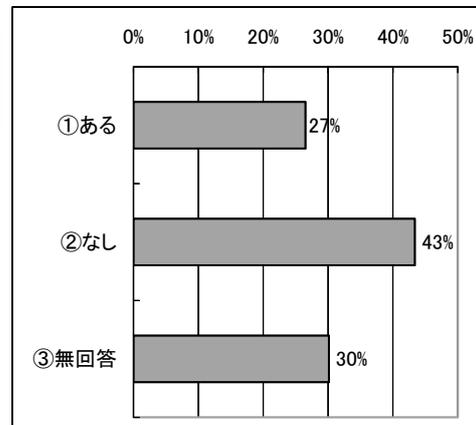
○ 企業が地域の高齢者への見守りや生活支援ネットワークに積極的に取り組むには、どのような環境整備が必要だと思われますか。
(複数回答可)

	(回答数)	
① 企業と地域をつなぐ仲介機関	36	18%
② 地域の情報(高齢者等の情報や地域のニーズなど)	45	22%
③ 地域における企業間の連携強化、顔の見える関係作り	43	21%
④ 企業に対する意識啓発	24	12%
⑤ 企業へのメリット(取り組みに参加している企業のPRなど)	21	10%
⑥ 行政からの協力依頼	32	16%
⑦ その他	1	0%
⑧ 無回答	0	0%
合計	202	100%



○あなたの周りで、企業が地域の高齢者への見守りや生活支援に参加している例はありますか。ある場合、どのような活動を行っていますか。

①ある	22人	27%
②なし	36人	43%
③無回答	25人	30%
	合計	83人 100%



※「ある」の事例

- ・ヤクルトの見守り活動
- ・NPOのふる里支援 10時～4時までお年寄りが集まり、昼食も希望で会食が出来る(全部手作り)配食も受け付けている。
- ・郵便局の配達員の声かけ
- ・JA配食サービス、乗り合いタクシー
- ・弁当の配食(地域福祉会で作ったものを年6回配る)
- ・地元スーパーが、僻地への食料や日用品の宅配サービスを始めた。
- ・居酒屋が地域の高齢者にお弁当宅配サービスを行う
- ・地元商店街でサロンを開設
- ・まちなかタクシー(小高町のような事例)
- ・婦人会が中心になって近隣の高齢者に定期的に弁当を配っている
- ・認知症サポーター養成講座を実施しています。
- ・企業の集会所を地域住民に定期的に貸しだしている

「地域で支える高齢者の暮らしと安心シンポジウム」
基調講演資料



これからの地域福祉を考える ～自分たちが創る自分たちの地域～

2010年1月29日
厚生労働省社会・援護局
寺尾 徹

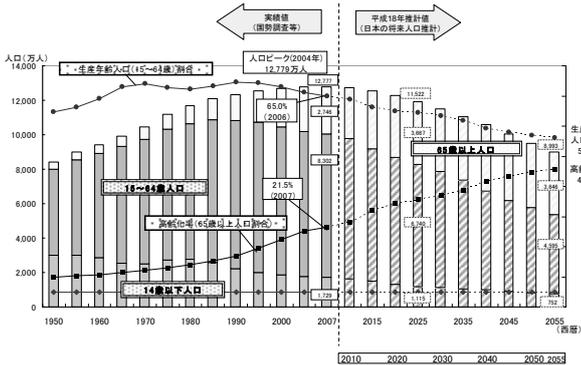
最近の福祉・医療改革の動向

	高齢者施策	障害者施策	児童関係施策	低所得者施策その他
1990	ゴールドプラン ・施設整備等の整備目標を設定 福祉8法改正 ・在宅福祉サービスの位置付けの明確化			
1995	新ゴールドプラン		エンゼルプラン	
1996		障害者プラン		
2000	介護保険法施行 ゴールドプラン21		新エンゼルプラン	
2002			特権児童ゼロ作戦	
2003		支援費制度開始 ・「措置」から「契約」による利用制度への変更 新障害者プラン	次世代育成支援対策推進法	
2005	介護保険制度改正 ・新予防給付の創設 ・地域支援型サービスの創設 ・地域包括支援センターの創設	障害者自立支援法制定 ・3障害(身体・知的・精神)の一元化 ・利用者本位のサービス体系に再編 ・就労支援の根本的強化	子ども・子育て応援プラン	【生活保護】 自立支援プログラムの導入

○分野別の制度的なサービスの整備が進んでいる中、介護保険制度改正では、地域密着型サービスの創設、医療制度改革では、在宅医療の推進、障害者自立支援法では、障害者の地域での自立、精神障害者の地域への移行などが進められ、地域への移行がキーワードとなっており、地域で支える仕組みの構築が重要。

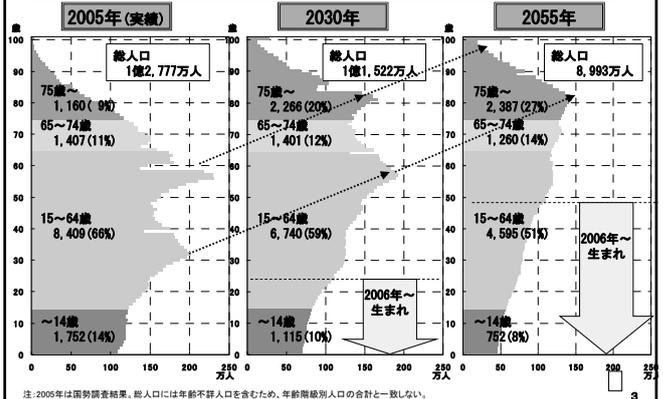
我が国の人口の推移

○我が国の人口は2004年にピークを迎え、減少局面に入っている。2055年には9000万人を割り込み、高齢化率は40%を超えると推計されている



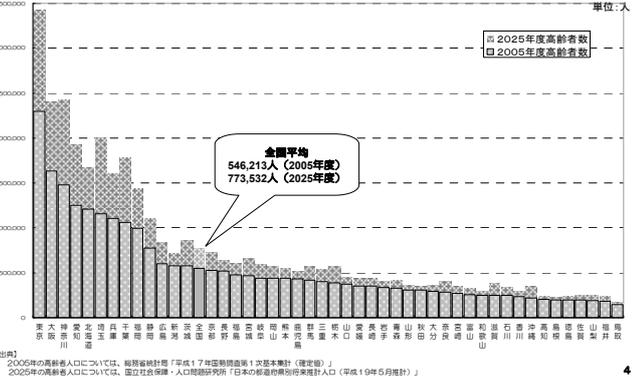
今後、特に75歳以上の高齢者が急増する。(25年後には2倍)

人口ピラミッドの変化(2005, 2030, 2055) -平成18年中位推計-

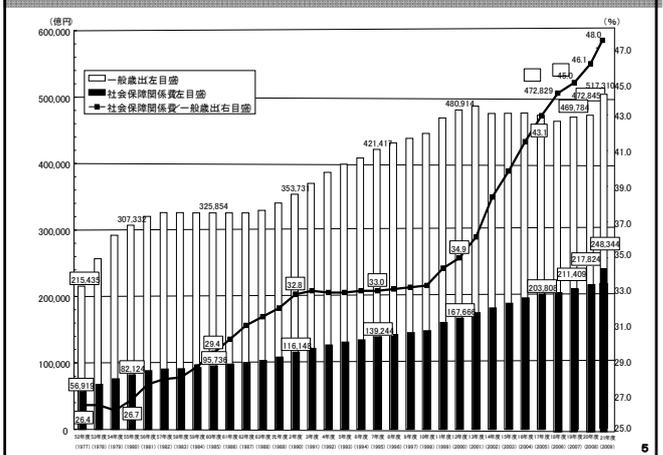


都道府県別高齢者数の増加状況

高齢者人口は、今後20年間、首都圏を始めとする都市部を中心に増加し、高齢者への介護サービス量の増加が見込まれるとともに、高齢者の「住まい」の問題等への対応が不可欠になる。



一般歳出とその中に占める社会保障関係費の推移(国の一般会計)



一般歳出等の推移(当初ベース)

(単位:億円、%)

	1985(昭和60)年		2002(平成14)年		2009(平成21)年	
	金額	構成比	金額	構成比	金額	構成比
一般歳出	325,854	100.0	475,472	100.0	517,310	100.0
社会保障関係費	95,736	29.4	182,795	38.4	248,344	48.0
文教及び科学振興費	48,409	14.9	66,998	14.1	53,104	10.3
防衛関係費	31,371	9.6	49,560	10.4	47,741	9.2
公共事業関係費	63,689	19.5	84,239	17.7	70,701	13.7
一般会計税収	381,988		438,332		461,030	
昭60→平14 伸び率						
昭60→平21 伸び率						

6

世帯の状況

世帯構造及び世帯類型の状況

平成20年6月5日現在における我が国の世帯総数は4795万7千世帯。世帯構造別にみると、「夫婦と未婚の子のみの世帯」が最も多く、次いで「単独世帯」、「夫婦のみの世帯」の順。

世帯主が65歳以上または75歳以上の世帯(将来推計)

世帯主が65歳以上の世帯は、2000年の1114万世帯から2025年の1843万世帯まで、ほぼ730万世帯増加。単独世帯の割合が増え「その他の世帯」の割合が低下する。特に75歳以上の「単独世帯」は、2000年の139万世帯から2025年の422万世帯までほぼ3倍になる。

65歳以上の者のいる世帯数の構成割合の年次推移

65歳以上の者のいる世帯は1977万7千世帯(全世帯の41.2%)。世帯構造別では、「夫婦のみの世帯」が588万3千世帯(65歳以上の者のいる世帯の29.7%)で最も多く、次いで「単独世帯」435万2千世帯(同22.0%)、「三世帯世帯」366万7千世帯(同18.5%)の順。

7

高齢者世帯と近隣関係

一人暮らし世帯で15分以内の距離に住んでいる子のいる割合

前回調査(平成14年12月)より7.6ポイント減少し、15分以内の距離に住んでいる親族がいない割合が57.8%と過半数を超えた。

平成17年度	総数	子	孫	兄弟姉妹	その他	いない	無回答
一人暮らし世帯	792	176	71	129	45	458	3
構成比(%)	100.0	22.2	9.0	16.3	5.7	57.8	0.4
平成14年度	1,941	578	250	421	205	881	-
構成比(%)	100.0	29.8	12.9	21.7	10.6	45.4	-

内閣府「平成17年度世帯類型に応じた高齢者の生活実態等に関する意識調査」(2006)

8

近所のひととの程度つきあいをしているか

・「つきあいはない」割合は、夫婦のみ世帯(4.4%)、一般世帯(6.8%)に比べ一人暮らし世帯(11.2%)で高くなっており、一人暮らし世帯の男性(24.3%)では特に高くなってきている。

・前回調査と比較すると、一人暮らし世帯で「お互いに訪問しあう人がいる」は7.9ポイント減少し、「つきあいはない」が2.3ポイント増加している。

家族や親族以外の人で相談しあったり、世話をしあう親しい友人がいるか

「親しい友人はいない」割合は、一人暮らし世帯(26.9%)、夫婦のみ世帯(27.3%)、一般世帯(26.2%)でほとんど差がないが、一人暮らし世帯の男性(41.3%)については、特に高くなってきている。

内閣府「平成17年度世帯類型に応じた高齢者の生活実態等に関する意識調査」(2006)

9

地域の意識

<近隣関係> 深い近隣関係を望まない人が増えてきている。しかしながら、多くの人は日常的には深い付き合いは望まないものの、困ったときには助け合いたいとの希望を持ち、いざというときには近隣関係を頼りにしている。

近所付き合いの程度の推移

○親しくつき合っている (1975) 52.8% → (1997) 42.3% (内閣府「社会意識に関する意識調査」より)

○よく行き来している+ある程度行き来している (2000) 54.6% → (2007) 41.6% (内閣府「国民生活意識調査」より)

近隣近所との望ましい付き合い方

○なにかにつけ相談したり、助け合えるような付き合い (1973) 34.5% → (2003) 19.6% (NHK文化研究所「日本人の意識調査」より)

地域での望ましい付き合い

○住民全ての間で困ったときに互いに助け合う 36.7%

○気の合う住民の間で困ったときに助け合う 25.8%

⇒ 計 62.5% (内閣府「社会意識に関する意識調査」(2004年)より)

10

超少子高齢化社会の影響

○経済社会への影響

- 1) 社会保障費用の増大
- 2) 労働力不足
- 3) 経済活動の停滞

○地域社会への影響

- 1) 過疎高齢化
- 2) 地域活力の喪失
- 3) 地域社会の脆弱化

○家族への影響

- 1) 家族規模の縮小
- 2) 家族ネットワークの縮小
- 3) 育児・介護負担増大

○深刻化する介護問題

- 1) 介護の長期化
- 2) 老老介護
- 3) 介護虐待、心中

11

地域で課題となっていること

- <孤立死> 死亡後長期間発見されない孤立死が各地において発生しており、社会問題となっている。その背景として、単身高齢者や高齢者夫婦のみ世帯の増加や、支援を望まない単身者の増加等、様々な要因が考えられる。
⇒ **単身者の孤立の問題。(特に中年喪年を含めた男性単身者)**
- <徘徊死・不明者> 屋外を徘徊中の認知症高齢者等が行方不明や死亡するケースがみられるが、地域の理解不足などもあり、発見・保護に時間がかかることが原因の一つと考えられる。
⇒ **地域の人々による発見が必要**
- <高齢者虐待の発見> 被虐待者のうち虐待されている自覚がないものも少なくない。
⇒ **被虐待者自ら訴えることが少ないため、周囲による発見が必要**
- <児童虐待の発見> 児童相談所における相談者は増加の一途(H9年度5,352⇒H19年度40,639件)。虐待が行われた家族の特徴として、賃貸の集合住宅居住が多く、「経済的困難」と「親族・近隣・友人からの孤立」があることが指摘されている。
⇒ **孤立している子育て家庭の問題と発見の困難性**
- <障害者の地域移行> H23年度末までの見込みとして、福祉施設から地域への移行は1.9万人、入院中の精神障害者の退院は3.7万人が見込まれている。(厚生労働省障害保健福祉部調べ)
⇒ **地域の受け皿づくりが必要**

12

- <消費者被害> 近年、高齢者・障害者の消費者被害が増加。特に、一人暮らしの高齢者が格好の標的になっている。被害にあった自覚のない人も多い。
⇒ **身近な相談者、生活変化を察知できる関係が必要**
- <災害時要援護者> 近年の風水害や地震では犠牲者の多くを高齢者が占めており、高齢者、障害者更には、日本語のわからない外国人などの災害時要援護者の避難支援等が課題となっている。
⇒ **災害時に力を発揮する日常的なつながりや支えあう活動の必要**
- <時々、ちょっとしたことの手助けに困る人々> 一人暮らし高齢者や障害者には、ゴミだし、電球の交換のような「時々」「ちょっとしたこと」の手伝いを頼める相手がなく困っている人々がいる。
⇒ **制度の外にあるニーズへの対応が必要**
- <軽度者や一時的な要支援者> 要支援・要介護にならない軽度障害、病気や怪我による一時的な要支援状態等は制度の対象にならないため、買物や外出支援などのニーズ充足が困難
⇒ **制度の谷間にある者への対応が必要**
- <重なり合う問題> 要介護の親と障害のある子の世帯など、ひとつの世帯に問題が重なる場合に、必要なサービスを組み合わせさせてひとつの世帯に責任をもって関わっていない

13

特に支援が必要な人々

ひとり暮らし、あるいは家族がいても支えにならない。その上、地域から孤立していたり、判断能力が不十分等により自ら問題解決に向かうことができない状態にある人々(問題解決能力が不十分かつ家族や友人、地域などの身近なセーフティネットがうまく働かない状態にある人々)

- ⇒ 問題が潜在化、深刻化しやすい。
- ⇒ 特に意識して周囲から働きかけ、必要な支援に結びつけることが必要

ひとり暮らしである

* 本人の訴えがないと問題が見えない

あるいは

家族がいるが支えにならない

* かつて周囲が関与しにくい
* 問題が重なり合い増幅することがある

- 自分で問題解決できない、自分からは助けを求めない
- 地域から孤立。偏見にさらされている
- 低所得であることが多い

日常的な関係づくり等の支援が必要

(例えば)

- 一人暮らしで、消費者被害にあっても自覚がない。
- 一人暮らしで、困ったときに手助けを頼める関係を持っていない。
- 長期失業で引きこもってしまい親族や地域の付き合いが断絶し、身近に手助けを求められる人がいない。
- 認知症の母と精神障害の息子の世帯で、問題が生じてもどちらも問題解決能力がなく解決に向かえない。
- 家族による虐待や権利侵害があるが、サービス利用を拒絶し外との接触をもたない。

など

14

これからの福祉について

- 介護保険、障害者自立支援法等
→ 各分野のサービス量は増大(フォーマル・サービス)
- 入院期間の短縮の要請、ノーマライゼーションの観点から地域移行、「地域で普通の暮らし」が政策の目標
→ 「受け皿」の整備が急務
- あらゆるニーズをすべてフォーマル・サービスでカバーすることには限界
・ 「制度の谷間」
・ 「制度外のニーズ」

15

これからの地域福祉のあり方に関する研究会

- 地域住民のつながりを再構築し、支え合う体制を実現するための方策について検討するため社会・援護局長のもとに設置
- 2007年10月3日に第1回、全11回を開催
- 2008年 3月31日に報告書公表

16

委員

- ◆ 今田高俊 東京工業大学教授(社会学)
- ◆ 大橋謙策 日本社会事業大学長(福祉):座長
- ◆ 河西英彦 平安町町内会長
- ◆ 金井利之 東京大学教授(政治学)
- ◆ 木原孝久 住民流福祉総合研究所所長
- ◆ 清原慶子 三鷹市長
- ◆ 小林良二 東洋大学教授(福祉)
- ◆ 榊原智子 読売新聞記者
- ◆ 佐藤寿一 宝塚市社会福祉協議会事務局次長
- ◆ 三本松政之 立教大学教授(福祉)
- ◆ 長谷川正義 横浜市民生委員児童委員協議会長
- ◆ 和田敏明 ルーテル学院大学教授(福祉)

17

地域における「新たな支え合い」を求めて—住民と行政の協働による新しい福祉— (これからの地域福祉のあり方に關する研究報告書 2008年3月31日)

- 公的な福祉サービスは、分野ごとに整備され、高齢者福祉や障害者福祉の分野では飛躍的に充実しかし、地域には多様な課題がある
 - ・ 制度では扱いきれないニーズや制度の谷間にある者への対応
 - ・ 問題解決能力が不十分で、公的サービスをうまく使えない人への対応
 - ・ 公的な福祉サービスでの総合的な対応の不十分から生まれる問題
 - ・ 社会的排除や低所得の問題
 - ・ 「地域移行」という要請
- 少子高齢化が進む中、地域の多様な課題の全てに公的福祉サービスだけで対応することは困難

○ 地域では、安心、安全の確保、次世代をたくむ場が求められている。○ 住民の意欲の自己実現の高まり

○ 多様な生活課題に対応するため、**地域福祉**をこれからの福祉施策に位置づける必要

地域における「新たな支え合い」(共助)の領域を拡大、強化することが求められている

- ・ 基本的なニーズは公的福祉サービスが対応する原則
- ・ 「新たな支え合い」は自立した個人が主体的に関わり、支えあうもの
- ・ 市場・行政・非営利がそれぞれの弱点を補い合う

市町村の役割

- ・ 従来の福祉の枠にとらわれず、地域の生活課題を受け止める総合的なコミュニティ施策
- ・ 住民の地域福祉活動のための基礎を整備
- ・ 分野を限定しない一元対応のできる体制(公的サービスの見直しや運用の弾力化)
- ・ (住民では対応が難しい)困難な問題に対処できる専門的対応
- ・ 低所得者への支援

18

地域福祉の意義と役割

- 地域における「新たな支え合い」(共助)の確立
- エンパワメントとしての支援
- 横の広い福祉概念
- 方法と対象をあらかじめ限定することなく、生活課題に幅広く柔軟に対応
- 住民主体の場
- 様々な関係者のネットワークで受け止める
- 活発な住民の地域福祉活動が地域のつながりを強化。地域福祉は地域社会再生の軸になる

地域福祉を推進するために必要な条件とその整備方法

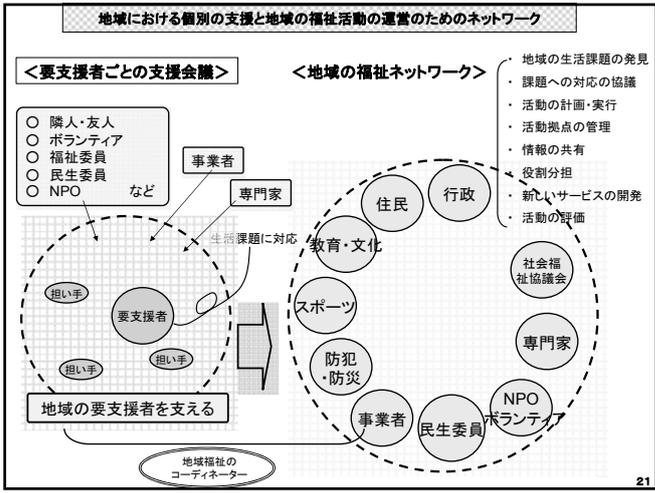
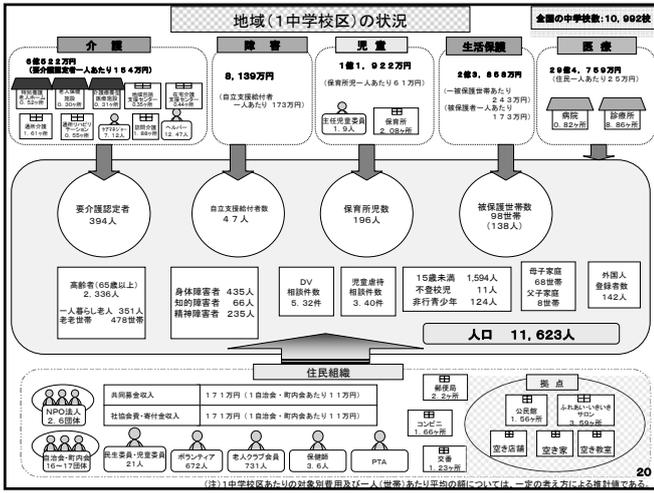
- 住民主体を醸成する条件があること
 - ・ 住民の意思を反映させる仕組みを整備(施策の形成、地域福祉計画の策定など)
- 地域の生活課題発見のための方法があること
 - ・ 重要なのは、見えにくい地域の生活課題をどのように見つけるか
 - ・ 地域の住民による、生活の中や多様な活動を通じて、地域の生活課題の発見
- 適切な領域を単位としていること
 - ・ 地域の生活課題を発見できる顔のみえる環境づくり
 - ・ 市町村の中で重層的に圏域を設定
- 地域福祉を推進するための環境
 - ・ 信頼の共有 ・ 活動の拠点 ・ 活動資金 ・ 地域福祉のコーディネーター
- 核となる人材
 - ・ 安定的かつ継続的な地域福祉活動には、活動の核となる人材が必要
 - ・ 様々な分野から見出す(PTAや青少年団体等)
 - ・ 若い世代への働きかけ

住民の福祉活動を支援するため市町村が一定の圏域に整備

- 専門的対応が必要な事例への対応
- ネットワークづくり
- 地域に必要な資源の調査

多様性を認め画一化しない
地域の負の側面
関係者間の積極的な情報共有
留意すべき事項

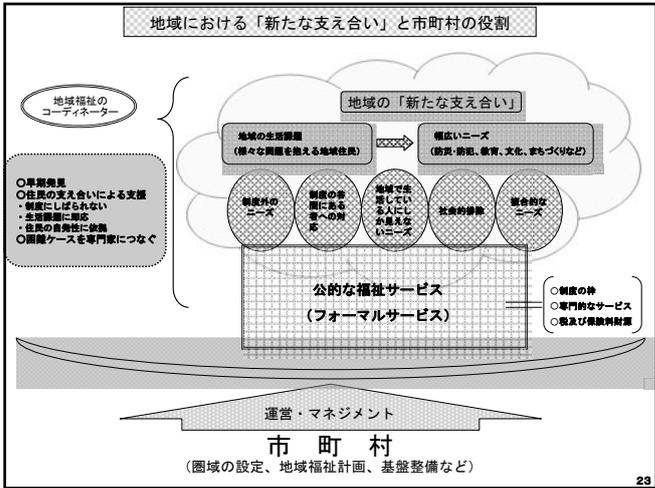
19

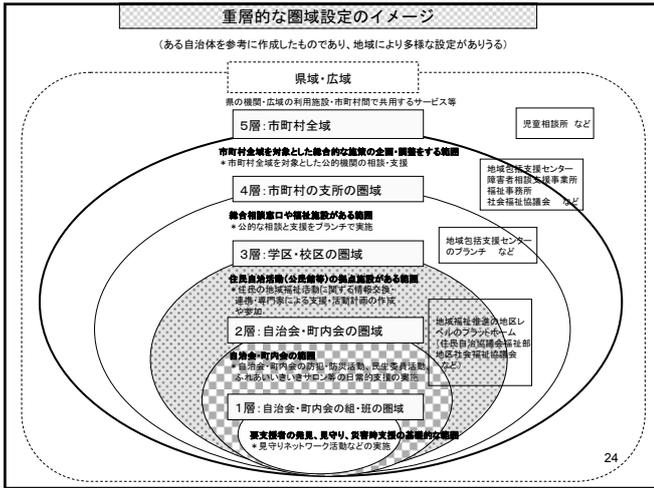


自立した個人が主体的に関わり、支えあう 地域における「新たな支え合い」(共助)

- ・ 基本的な福祉ニーズは公的な福祉サービスで対応
- ・ 「新たな公」を創出
- ・ 市場、行政、非営利セクターが補い合う
- ・ 市町村の役割は、
 - 公的な福祉サービスを適切に運営
 - 住民との協働の相手方として、
 - ・ 住民の地域福祉活動の基盤整備
 - ・ 困難な事例に対応
 - ・ 住民の地域福祉活動と公的な福祉サービスのつながり

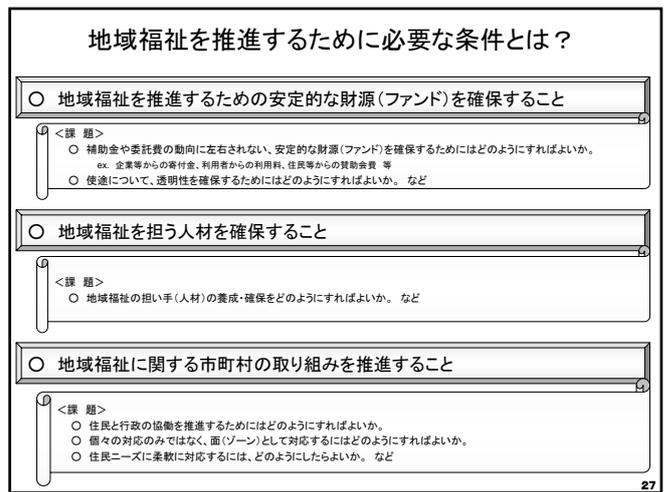
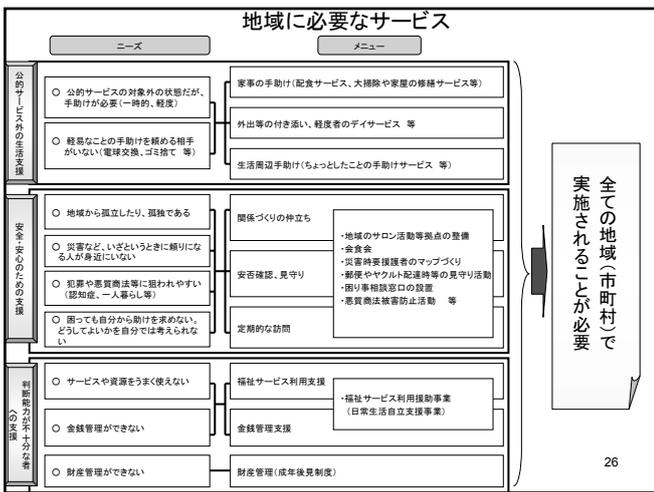
22





これからの地域福祉の取り組み ～安心生活創造事業の実施～

25



高齢者単独・夫婦世帯の増加

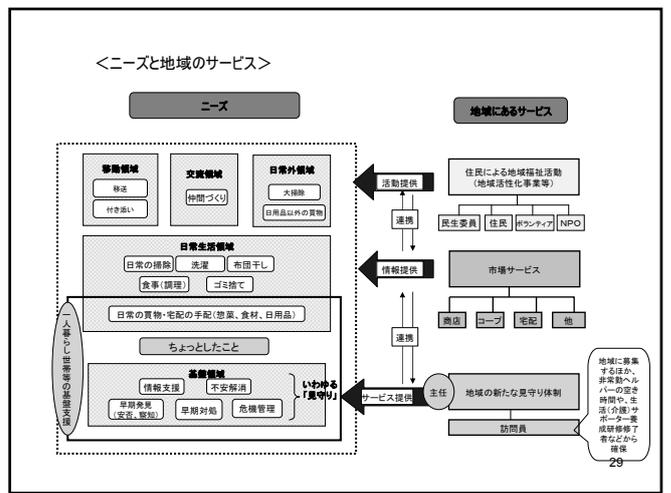
(万世帯)

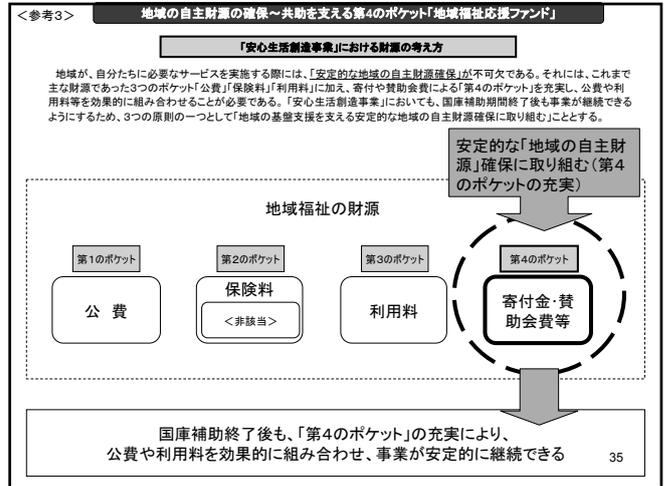
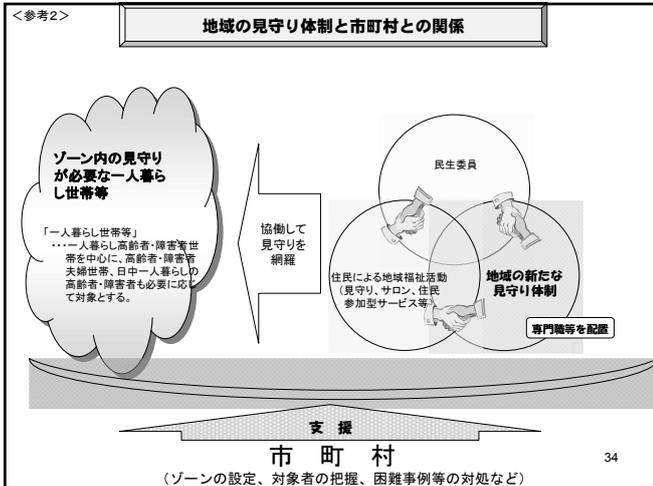
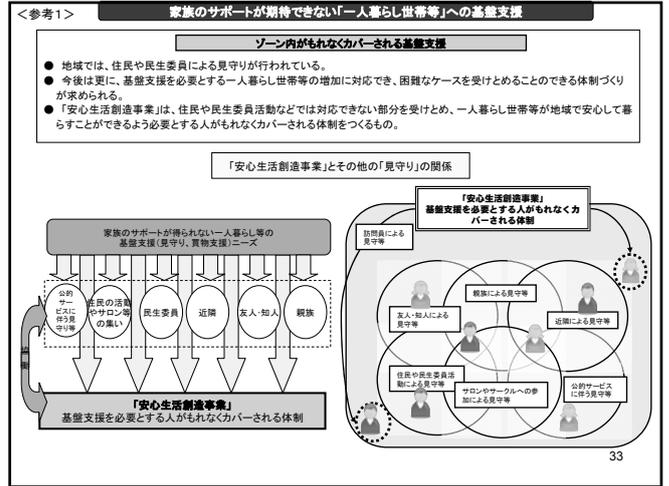
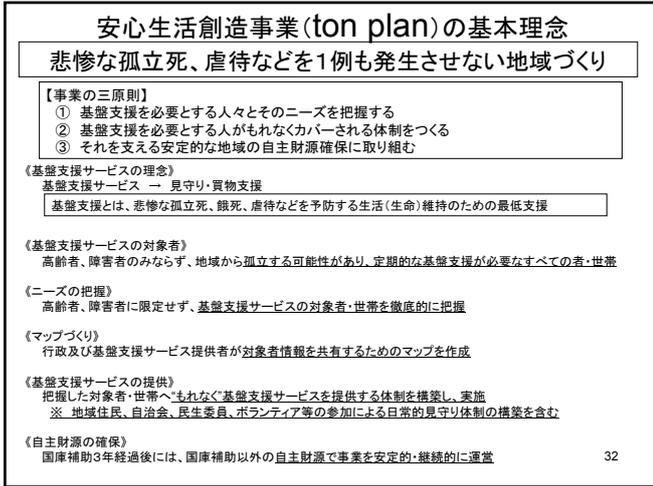
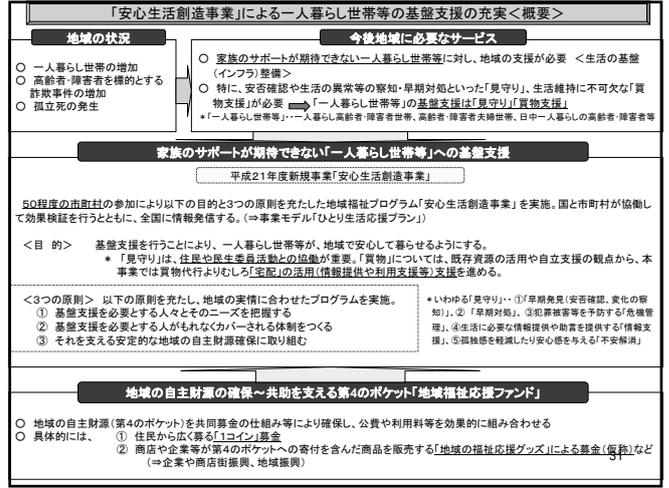
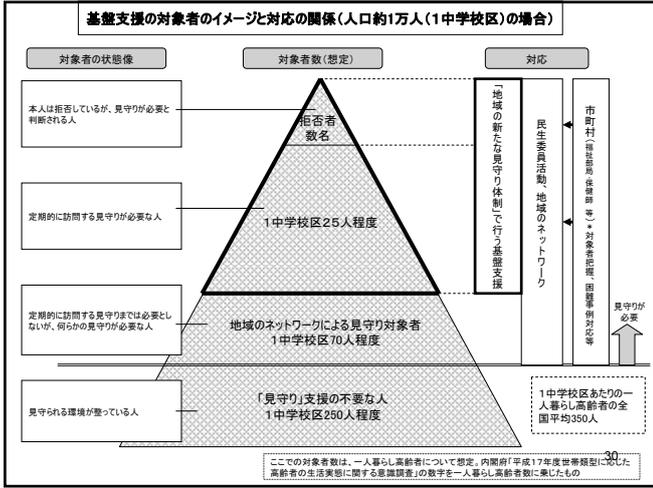
区分	1960年	1990年	2000年	2010年	2015年	2025年
一般世帯	2,257	4,104	4,706	5,029	5,060	4,984
65歳以上親族のいる世帯	446	1,073	1,505	-	-	-
世帯主が65歳以上の世帯	-	-	-	1,568	1,803	1,901
単独	23	162	303	466	562	673
(比率)	(5.2%)	(15.1%)	(20.2%)	(29.7%)	(31.2%)	(35.4%)
夫婦	26	222	398	534	599	594
(比率)	(5.8%)	(20.7%)	(26.4%)	(34.1%)	(33.2%)	(31.2%)
単独・夫婦計	49	384	701	1,000	1,161	1,267
(比率)	(11.0%)	(35.8%)	(46.4%)	(63.8%)	(64.4%)	(66.6%)

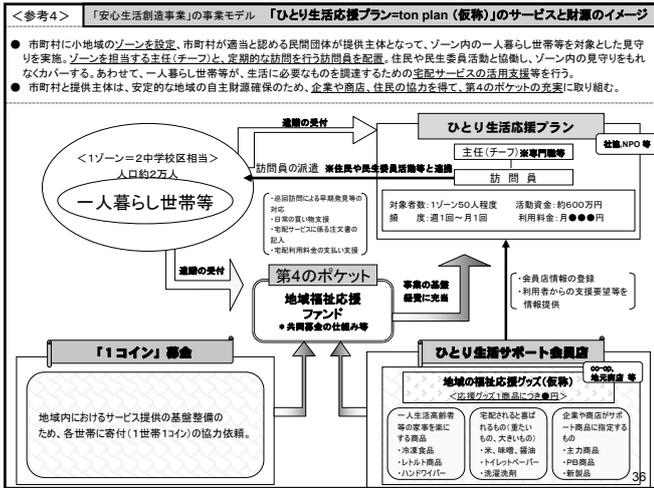
(注1) 2000年以前は、総務省統計局「国勢調査報告」による。
(注2) 2010年以降は、国立社会保険・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計—平成20年9月—推計」による。
(注3) 比率は、65歳以上親族のいる世帯(2000年以降)及び世帯主が65歳以上の世帯(2010年以降)に占める割合。

「家族同居」モデル → 「同居+単居」モデル

28







地域福祉推進市町村について (案)

1. 趣旨
今後、市町村と国が協働して地域福祉推進に取り組むため、モデル事業の実施やその効果検証、地域福祉推進ネットワークの形成、意見交換の実施、先駆的取組の情報発信等を行うことを目的とする。

2. 役割
(1)「安心生活創造事業」(国のモデル事業)の実施
(2)各地の先進的取組事例や地域福祉に関する各種データの提供(国との意見交換会の実施)
(3)地域住民への地域福祉活動に関する周知広報

3. 安心生活創造事業の内容
安心生活創造事業は、以下の3事項を必須の取組とするが、地域の実情に応じた様々な手法で実施することができるものとする。

- ① 基礎支援を必要とする人々とそのニーズを把握する
- ② 基礎支援を必要とする人がもれなくカバーされる体制をつくる
- ③ それを支える安定的な地域の自主財源確保に取り組み

なお、実施した取組については定期的な状況報告とともに、3年次目には一定の指標(別途連絡)に基づき、その効果等を検証し報告していただく。

地域福祉推進市町村について (案)

4. イメージ
地域福祉推進市町村

1. 安心生活創造事業の実施
2. 先進的取組事例や地域福祉に関する各種データの提供、国との意見交換会の実施
3. 地域住民への地域福祉活動に関する周知広報

原則 ① 基礎支援を必要とする人々とそのニーズを把握する
原則 ② 基礎支援を必要とする人がもれなくカバーされる体制をつくる
原則 ③ それを支える安定的な地域の自主財源確保に取り組み

5. 留意点
・安心生活創造事業の実施主体は市町村とする。ただし、ゾーン内の把握・見守り等の取組については、地域の実情に応じて適切に事業ができると認められる社会福祉法人等に事業の一部を委託することができることとする。
・地域に設定するゾーンの範囲は、市町村が地域の実情に応じて設定できることとする。
・地域福祉推進市町村の協力期間は3年を基本とするが、活動の状況等により5年まで延長する場合もある。

6. 今後のスケジュール案
平成21年3月中 地域福祉推進市町村の決定
4月 地域福祉推進市町村への説明会の開催
5月～10月 事業実施の為の準備期間
10月以降 事業開始

地域福祉の推進を応援する国庫補助事業について

地域福祉等推進特別支援事業	安心生活創造事業	社会福祉推進事業
<p>【目的】 地域社会における今日の課題の解決を目指す先駆的・試行的取組に対する支援。</p> <p>【本事業における取組例】 ・災害者の要援護者支援に向けた取組み ・生活立て直しに関する相談、援助等の取組み ・NPO等の組織化支援やボランティア団体のネットワークづくり など</p>	<p>【目的】 市町村と国が協働して地域福祉推進に取り組む、モデル事業の実施やその効果検証、情報発信等を実施。</p> <p>【本事業における3つの原則】 ・基礎支援を必要とする人々とそのニーズを把握する ・基礎支援を必要とする人がもれなくカバーされる体制をつくる ・それを支える安定的な地域の自主財源確保に取り組み</p>	<p>【目的】 地域福祉の推進、福祉基盤の確保、低所得者対象等に取組む先駆的・革新的な事業に対する助成。</p> <p>【本事業における助成対象事業例】 ・宅急便業者と民生委員の連携による1人暮らし高齢者のニーズ把握方法の調査研究事業 ・原簿等における携帯電話を利用した効果的な募金システムの開発事業 など</p>
各実施主体における独自の取組を支援	市町村と国の協働による、3つの原則を充たす地域福祉プログラムの実施等	地域福祉に関する調査研究や開発事業を支援

各事業が、それぞれ異なる目的をもって地域福祉の推進を応援

【参考資料】

<「安心生活創造事業」の事業モデル>

「ひとり生活応援プラン」

「安心生活創造事業」の事業モデル

ton plan(仏)=your plan(英)
plan(仏)=計画・地図

ton plan 「ひとり生活応援プラン(仮称)」

基本コンセプト

「安心生活創造事業」の目的と3つの原則を充たす事業として以下を基本コンセプトとして実施。

1. 基礎支援(「見守り」と宅配利用支援等の「買物支援」)を必要とする人とニーズを把握するため、訪問調査やマップづくりなどにより必要な人の発見とニーズ把握を行う。
2. 基礎支援を必要とする人がもれなくカバーされる体制をつくるため、
(1)地域に小地域のゾーンを設定。(例えば人口2万人程度(2中学校区相当))
(2)ゾーンを担当する主任(チーフ)を常設し、そのもとで訪問活動を行う訪問員を配置する。
(3)住民や民生委員活動と協働しきめ細かく対応する。
3. 「ひとり生活応援プラン(仮称)」を支える安定的な地域の自主財源確保に取り組みするため、
●これまで主な財源であった3つのポケット「公費」「保険料」「利用料」に加え、寄付や賛助会費による「第4のポケット」を充実し、公費や利用料等を効果的に組み合わせる。
●第4のポケットを、共同募金の仕組み等により確保する。
●「第4のポケット」の充足は、これまでにない新しい取り組みとして
① 住民に広く募る「1コイン」募金
② 商店や企業が第4のポケットへの寄付を含んだ商品を販売する「地域の福祉応援グッズ」による募金(仮称)を進める。

「ひとり生活応援プラン(仮称)」の内容について

<概要>
市町村に小地域のゾーンを設定、市町村が適当と認める民間団体が提供主体となり、ゾーン内の一人暮らし世帯等を対象とした見守りを実施。各ゾーンには、ゾーン内を見渡し、民生委員や住民の活動と協働し、各種の手段を組み合わせて見守りを提供する主任(チーフ)と、そのももて定期的な訪問を行う訪問員を配置。最低月1回、希望し契約する人には週1回以上の職員による訪問を実施することにより、ゾーンをもれなくカバーする。あわせて、一人暮らし世帯等が、生活に必要なものを調達するための宅配サービスの活用支援等を行う。
財源は、地域の自主財源(第4のポケット)・公費・利用料を組み合わせる。市町村と提供主体は、安定的な財源確保のため、企業や商店、住民の協力を得て、第4のポケットの充実に取り組む。

*「一人暮らし世帯等」…一人暮らし高齢者・障害者世帯、高齢者・障害者夫婦世帯、日中一人暮らしの高齢者・障害者など

■市町村の役割
① 提供主体の選定 ② ゾーンの設定 ③ 提供主体への情報提供、助言、協力
④ 対象者の把握 ⑤ 困難事例等への対応 ⑥ 第4のポケットの充実に取り組む

■提供主体
住民の地域福祉活動と公的サービスに円滑につなぐことができ、市町村が本事業の実施主体として適当と認める団体
* 事業を安定的かつ継続的に実施するために、共同募金配分を受けられ、寄付金控除の対象となる団体(社会福祉法人、公益社団法人、公益財団法人、認定特定非営利活動法人等)が望ましい

■提供主体の役割
① 対象者の把握 ② ゾーンを担当する主任(チーフ)と訪問員の配置 ③ 見守りと買物支援
④ 住民や民生委員活動・関係機関との協働・連携 ⑤ 個別・宅配サービスの情報収集
⑥ 第4のポケットの充実に取り組む

■所要額
1ゾーン 年間約600万円

主任(チーフ)配置	約 440万円
訪問員配置	約 90万円
通信運搬等事務費	約 70万円

■財源 第4のポケット、利用料、公費の組み合わせ 42

■対象者 一人暮らし高齢者・障害者世帯、高齢者・障害者夫婦世帯、日中一人暮らしの高齢者・障害者などで「見守りが必要な人(以下「一人暮らし世帯等」)参照

■サービス内容
以下をあわせて行う。
(1) 「早期発見(安否確認・変化の察知)」、「早期対応」、「危機管理」、「情報支援」、「不安解消」
(2) 生活に必要なものを市場サービスから調達するための買物支援(市場サービスを活用するための情報提供、宅配の活用など)。

■提供体制
市町村にゾーン(例えば人口2万人程度(2中学校区相当))を設定、ゾーンを担当する主任(チーフ)と、そのももて訪問活動を行う訪問員を配置し、住民や民生委員の活動と協働して、ゾーン内をもれなくカバーする。
(1)主任(チーフ)は、利用者や対象者の見守りが保障されるよう本事業の提供プランを作成(必要に応じて他の見守り手段を組み合わせる)。「訪問員」からの報告、民生委員等との協働により対象者の状況を把握し、状態に応じ関係機関と協力し解決を図る。
(2)「訪問員」は、プランに基づいて訪問(①「契約訪問」、②「巡回訪問」)を行う。

■担い手の確保
(1)主任(チーフ)・対象者の心身や生活変化を察知し適切に対応できる専門性のある者。例えば、地域包括支援センターの在宅に関する相談支援経験のある者、日常生活自立支援事業の専門員として相談支援の経験のある者など。
原則、社会福祉士とする。
(2)地域に募集するほか、非常勤ヘルパーの空き時間や、生活(介護)サポーター養成研修修了者などから確保

<体制>
43

■方法 「契約訪問」と「巡回訪問」を行う。民生委員や住民、社会福祉法人や事業所による見守り、あるいは商店などの市場サービスと見守りを組み合わせる等により、その機能を高める。
① 「契約訪問」…希望する対象者を訪問員が、週1回以上定期的に訪問(有料)
* 利用料の金額は、実施主体の判断
② 「巡回訪問」…「契約訪問」を希望しないが、実施主体が「見守り」が必要と認める対象者を月1回短時間訪問(無料)
<図A>参照

■留意点 「一人暮らし世帯等」の「見守り」は、訪問のみによってカバーされるのではなく、地域のサークルやサロン活動への参加など地域の多様ななかかわりも重要なことから、対象者・契約者の個別の状態に応じて適切な情報提供や支援を実施する。

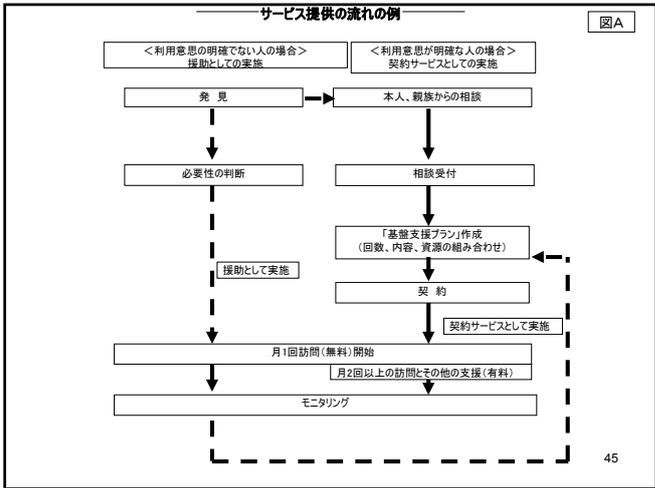
契約訪問(有料)

<対象>	一人暮らし世帯等で契約による定期的な訪問を希望する人	<訪問者>	訪問員(非常勤)
<頻度>	週1回程度、1回1時間以内		
<料金>	月額基本料 ●●●●円(週1回、週1回を超える場合は、超えた分1回につきプラス●●●●円)		
<利用方法>	申し込み(契約)		
<内容>	《共通》①身体変化・生活変化察知、②安否確認、③生活上のアドバイス(宅配の活用等) 《契約訪問のみ》④室内でのちょっとしたことの手助け(ゴミ分別、電球交換、宅配の発注書の記入) ⑤主任(チーフ)の定期訪問 《オプション》⑥親族に利用者の状態を定期的に報告 ⑦その他(例えば買物の代行、死後の処理など) * 漠然と広がることのないよう契約書にサービス内容を明記する		

巡回訪問(無料)

<対象>	「契約訪問」を希望しない一人暮らし世帯等で定期的な訪問が必要な人	<訪問者>	訪問員(非常勤)
<頻度>	原則月1回、1回10分~20分程度		
<料金>	なし		
<利用方法>	実施者の判断		
<内容>	《共通》①身体変化・生活変化察知、②安否確認、③生活上のアドバイス(宅配の活用等)		

44



「一人生活応援プラン」における財源の考え方と確保方策例

第1のポケット: 公費
第2のポケット: 保険料 <非該当>
第3のポケット: 利用料 (利用訪問、利用者利用料)
第4のポケット: 寄付金・賛助会費等

地域福祉応援ファンド(仮称)の創設 取り組みの例

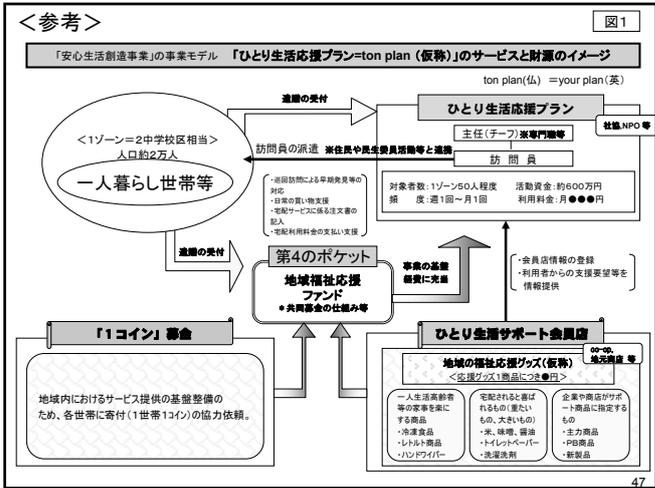
地域

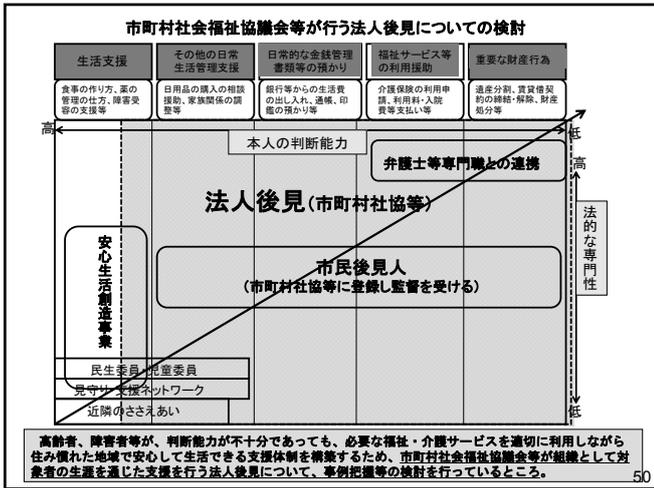
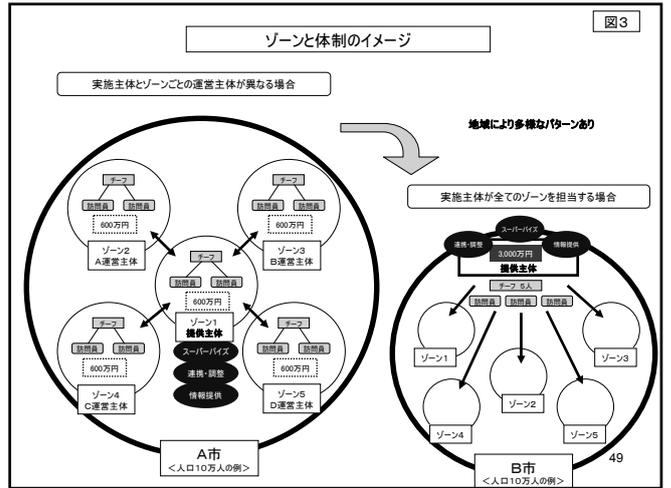
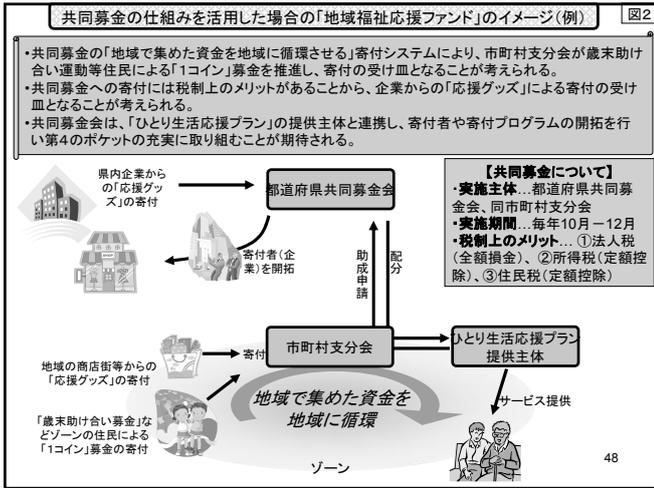
- 〇住民に広く募る「1コイン」募金(1世帯あたり1コインを募金)を実施。
- 〇商店や企業が寄付を食んだ商品を販売する「地域の福祉応援グッズ」による募金を実施。
- 〇「遺贈」の受けを推進。
- 〇賛助会費の設定や、募金箱の設置等募金活動を実施。

広域

- 〇共同募金ファンド創設した寄付プログラムの開発。
- 〇ふるさと応援型ショップ(あるいはブースやポップ)を設置し、その売り上げの一部をファンドに拠出。
- 〇福祉関係事業へ助成している団体との賛助会費の連携。

第4のポケットに協力する地域事業者が、顧客データやイメージアップ、商店街振興につながる関係が重要 46





小高商工会 おだか e-まちタクシー

南相馬市小高区

生活便利

おだか^いe-^いまちタクシー



小高商工会

おだか^いe-^いまちタクシー運行委員会

新多目的交通システムへの取り組み

1. 背景

平成18年1月1日に旧小高町・旧鹿島町・旧原町市の1市2町が合併して誕生した福島県南相馬市小高区は、太平洋に面した浜通り地方の北部に位置しており、平成11年の商業統計調査によりますと、小売業商店数は175店、年間商品販売額は99億37百万円で年々減少傾向にあります。当時、町内を走る路線バスは1路線を除き既に廃止され、車の運転ができない高齢者をはじめとする交通弱者の移動手段確保が課題となっておりました。

旧小高町では平成11年9月、住民1,300名の署名提出を受け、助役を中心とした検討委員会を設置し、福祉バス導入の検討を行い、シュミレーションした結果、バス2台を町が所有し直営で運行した場合、2,700万円、運行を民間業者に委託した場合2,300万円の経費がかかることがわかった。**(別紙資料:1)**

一方、町内のタクシー業者は、利用者と実車率が伸び悩んでおり、空車の有効活用が課題となっており、中心商店街も集客力の低下、空き店舗の増加などの問題を抱えておりました。

このことから、福島県商工会連合会が高齢者の外出機会の増加による商店・商店街の振興策に着手。(これからの商店経営は、高齢化社会への対応がキーワードであるとの認識)小高商工会がモデル商工会の指定を受け、福島大学経済学部の奥山助教授(現教授)のアドバイスのもと平成11年から3カ年に渡り高齢化対策事業を進めることとなりました。

2. 経緯

平成11年度は、ニーズ調査(商店経営者実態調査、高齢者等消費実態調査、高齢者グループインタビュー調査)を実施し、女性の高齢者の方々を中心に、まちなかへのアクセスに大変不便を感じていることが、明らかになりました。**(別紙資料:2)**

ニーズ調査の結果をもとに、平成12年度は委員会で検討を重ね、交通不便者の女性の高齢者(つまりおばあちゃん)を支援する交通システムの構築に着手いたしました。

委員である奥山教授から『利用したい人の要望(デマンド予約)を時間ごとにプールし、それを効率良く乗り合い配車できる台数分だけ待機車両(空車)を借り上げ、低料金で戸口から戸口まで送迎する便利な乗り合い交通手段が確保できないか』との考えが提案され、タクシーを利活用することとなりました。新多目的交通システムの誕生です。

デマンド予約管理システムの開発にはNTT東日本の支援をうけ、区内のタクシー会社2社には『一般貸切旅客自動車運送事業に基づく乗り合い旅客運送』の認可を受けて頂き、平成13年6月1日から試験運行に入りました。平成13年6月から8月までは第一期試験運行、9月から12月までが第二期、14年1月から3月までが第三期、そして平成14年4

月から平成15年3月までの1年間に第四期試験運行を行い、運行時間、時刻表、運行車両台数等の最終調整をし、平成15年4月から本運行を実施いたしております。

デマンド予約管理システムの管理サーバの特徴は、CTI、GIS、GPSの3つです。

(別紙資料:3)

また、拠点は「小高浮舟ふれあい広場」内にある「情報センター」です。



小高浮舟ふれあい広場



情報センター

<参考>

『交通不便者のシビルミニマム確保のためのデマンド交通システムモデル実験事業』平成14年1月から3月まで実施、事業実施主体はNTT東日本です。全国で5ヶ所、国補助金2,235万)の採択を受け、ITを活用したデマンド型乗り合いタクシーの実証実験を行いました。

3. 現在の取り組み状況

(1) 概要

小高商工会が事業実施主体となり、小高区内にある2社のタクシー業者からジャンボタクシー2台とセダン型タクシー2台の計4台を借り上げ運行しています。(午前8時から12時までは4台、午後1時から4時までは2台体制で1日の延べ借り上げ時間は24時間)

おだかe-まちタクシーの基本は「バスより便利でタクシーより安く、戸口から戸口までの送迎」です。

おだかe-まちタクシーを利用するときは、予め「情報センター」へ予約の電話をします。予約はおおむね30分前までが原則ですが、現在は臨機応変に対応しております。

その予約状況をオペレーターが判断し、予約の電話を入れたお客様に迎えに行ける時間をお知らせいたします。

※ 決め事（ルール）

- ① だれでも利用できますが、運行は小高区の行政区内に限られます。
- ② 利用料金は、まちなかエリアは100円、まちなか周辺エリアは200円、東部エリア並びに西部エリアは400円で利用券での清算（現金による清算も可能）。
- ③ エリアごとに乗り降りの場所が違う複数人での乗り合いが原則。
- ④ 利用時間は、午前8時から午後4時までで、時刻表に基づいての運行。（土曜日、日曜日、祝祭日、年末年始は運休）（別紙資料:4）

※ 平成18年度より一部地域へのスクール便導入により、タクシー借上げが午前7時からと1時間早くなりました。

※ 南相馬市公共交通活性化協議会の実証実験（平成21年9月～3月）に伴い、以下のとおり変更して運行しております。

- 合併した旧原町市（現 南相馬市原町区）の南部の8行政区（小高区北部に隣接する行政区）に、原町南部エリア（利用料金は400円）を設けて新たに運行をしております。
- 借上げ台数はジャンボタクシー2台とセダン型タクシー3台。
- 運行時間は午前7時から午後5時（借上げ時間38時間/日）。
- 区内のタクシー業者2社は、「一般乗合旅客自動車運送事業」道路運送業第4条の許可を受けております。
- 車両の老朽化また歩行補助器具の積載に対応するため、ジャンボタクシーとセダン型タクシーの入れ替え

(2) 取り組みの特徴

① タクシーを利用した乗り合い交通

従来の既成概念（乗り合い交通手段＝バス）にとらわれず、戸口から戸口まで送迎するのに、より効果的に空車のタクシーを活用することにより、地域住民の移動手段を確保している。

② ITを活用したデマンド予約管理システムの導入。

NTT東日本が開発したCTI, GIS, GPSを管理サーバの柱としたデマンド予約管理システムを導入し、乗合によって生じる移動と時間のロスを最小限に抑え、効率的な配車や人員配置を可能にしている。

③だれでも利用可能

運行ルートの範囲を区内に限定している以外は、特に利用制限をしていないので、高齢者のみならず、小高区民以外の方でも予約の電話を入れていただければ、利用は可能です。

④外部有識者の協力

運行委員会は、福島大学の奥山教授のほか、許認可申請関係で協力をいただいた行政書士、システムを開発したNTT東日本、高齢化対策事業の主体である福島県商工会連合会の専門職員などが参画しており、外部の専門家が大きな役割を果たした。

* システム開発を成功させるポイント

1. 徹底したニーズ調査
2. プロ集団の集結

(3) 取り組みの効果

①自立支援効果・・・高齢者の外出機会増加による生きがい創出と健康の維持

タクシーを利用することで知り合った友人宅を訪問したり、生涯学習やカルチャー教室を受講したりと、高齢者同士の交流と生きがい創出に寄与している。

また、低料金のため、短期間に集中して通院することが可能となり、症状の早期回復による健康の維持や将来的に老人医療費の抑制も期待できる。さらに孫の保育園・幼稚園への送迎に利用している。

最近、利用者の多い午前の便を避け、比較的空いている午後の便を利用するなど、時間的あるいは目的などで利用の工夫をする高齢者がでてきています。

②行政の財政支出削減

おだかe-まちタクシーへの平成18年度の補助金は、子供たちの送迎サービスに係る加算分を除いて、1,000万円/年で町営の福祉バス導入の試算と比較して、1/3程度の負担で済んでいる。**(別紙資料:5)**

③タクシー会社の売上高の増加と空車の有効活用

平成18年度のおだかe-まちタクシー借り上げ料は、1社当たり約700万円強で、スタート時の借り上げ料と比べると120%増となっているほかに、年に数回しか利用されないジャンボタクシーや駅前空車の有効利用に図られている。

④買い物客の増加

平成14年1月から平成18年5月までの11万5597人の乗降場所別データ分析によると、郊外からまちなかに来る利用者は、「医療機関」での降車が66.2%

を占め、「商店」は10.8%にとどまるのに対し、帰りは、逆に商店からの乗車が29.5%と増大している。**(別紙資料:6)**

⑤高齢者の生活基盤の確保

おだかeーまちタクシーの運行により、「車を運転できない生活の不便・不安」の解消につながり、高齢者夫婦世帯や独居老人世帯を含む高齢者の生活基盤確保に資するものとなっている。

⑥他地区への波及

全国でデマンド予約管理システムの導入が始まっています。

島根県雲南市(旧掛合町 14年3月)	石川県宝達志水町(旧志雄町 15年3月)
福島県保原町(15年3月)	福島県浪江町(15年6月)
福島県双葉町(15年11月)	広島県三原市(旧大和町 15年12月)
福島県大熊町(16年1月)	長野県富士見町(16年3月)
千葉県酒々井町(16年3月)	宮城県栗原市(旧一迫町 16年10月)
福島県新地町(16年10月)	長野県安曇野市(旧堀金村 16年10月)
千葉県いすみ市(旧夷隅町 16年12月)	福島県中島村(17年3月)
福島県白沢村(17年4月)	岩手県奥州市(旧前沢町 17年6月)
栃木県芳賀町(17年7月)	山形県飯豊町(17年12月)
福島県田村市(旧船引町 18年1月)	長野県上田市(旧武石村 18年2月)
石川県宝達志水町(旧押水町 18年2月)	埼玉県騎西町(18年6月)
広島県世羅町(18年8月)	長野県東御市(18年10月)
宮城県女川町(18年10月)	福島県只見町(18年10月)
茨城県石岡市(18年10月)	宮城県角田市(19年2月)
長野県佐久穂町(19年3月)	岡山県和気町(19年3月)
長野県安曇野市(全市域)(20年9月)	福島県会津三里町(19年10月)
愛媛県四国中央市(20年1月)	愛媛県伊方町(20年2月)
宮城県丸森町(20年3月)	新潟県胎内市(21年4月)

(4) その他の取り組み

利用登録者に自分の住所・氏名・電話番号を記入する利用者カード「おもいやりカード」を配布しております。「情報センター」の電話番号を忘れても、病院の窓口や商店のレジでこのカードを提示すれば、病院または商店が代わって予約の電話をするようになっております。

おだかe-まちタクシーの車体ボディーや車内にマグネット式ステッカーの広告を実施し、収入の確保を図っている。(20,000円/年)



おもいやりカード



車内広告

『附則』

◎ 平成16年度総務大臣表彰

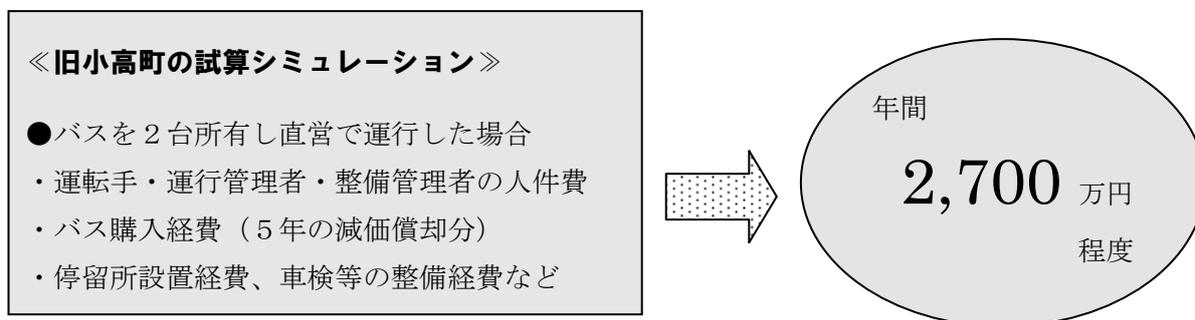
総務省は毎年、個性ある地域の整備・育成に功績があった自治体や地域づくり団体に対し、「地域づくり総務大臣表彰」を行っております。「地域づくり総務大臣表彰」は「地域振興部門」・「国際化部門」・「情報化部門」の3部門があり、「情報化部門」で、旧小高町が16年度総務大臣表彰を授賞しました。

◎ 平成15年10月 NHK「ご近所の底力」放映

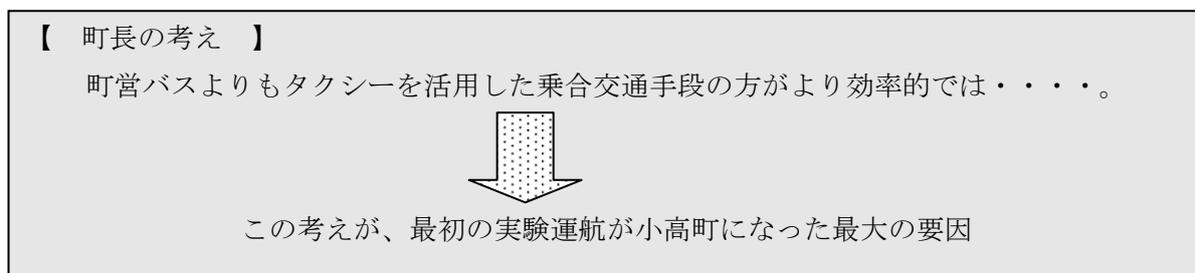
◎ 平成14年度 財団法人日本電信電話ユーザー協会表彰

◎ 平成16年度 国際交通安全学会賞 受賞

[資料 1] 旧小高町で福祉バス導入の検討



- ※ 例え、運行を業者に委託したとしても 2,300 万円程度は掛かると予測
全てを民間業者に委託した場合は、常駐体制確保のため 3,300 万円



●福祉バス運行経費試算（単位：千円）

	A方式 町直営	B方式 業者委託 車両貸与	C方式 全部委託	備 考
総経費	27,136	23,136	32,990	
運行経費	240	240	240	停留所等の費用
車両費	2,496	2,496	3,000	耐用年数 5 年
人件費	24,000	20,000	27,500	
整備費用	400	400	2,250	車検等の費用 C方式は人件費計算

2 台のバス運行（6 路線）に係る経費で算出

[資料 2] 事業のスタートのきっかけ

福島県商工会連合会が、3カ年の高齢化対策事業に着手

平成11年度 調査

- 商店経営者実態調査（13,165通のうち9,610通回収 回収率72.9%）
- 高齢者等消費実態調査（1,090通のうち1,050通回収 回収率96.3%）
- 高齢者グループインタビュー調査（県内8ヶ所）



調査結果から、高齢者（特に車を利用しないおばあちゃん）を中心に、地元の商店・商店街への利用と期待が最も高いのに、その多くは街なかへのアクセスに大変な不便さを感じていることが分かった。

また、街なかに循環バスが走っている地区での調査結果から、「バス停に行く不便さを考えると、少々高くても自宅の前から目的の場所まで運んでくれる便利な乗合サービスが欲しい。」との声が寄せられた。

平成12年度 システム開発

利用したい人の要望（デマンド予約）を時間ごとにプールし、それを効率よく乗合配車できる台数分だけ待機車両（空車）を借上げ低料金で戸口から戸口へと送迎する便利な乗合交通手段を確保できないか。

平成13年度～平成14年度 実証実験

第1期 平成13年6月～8月

第4期 平成14年4月～平成15年3月

第2期 平成13年9月～12月

第3期 平成14年1月～3月

[資料3] デマンド予約管理システムの開発

GPS (位置確認システム)
タクシーの位置情報を取得する。

GIS (地理情報システム)
利用者の住所や目的地等を、地図上に登録・表示できる。

CTI (コンピュータと電話の統合システム)
かかってきた電話番号から、相手の住所等や履歴等の情報が確認できる。



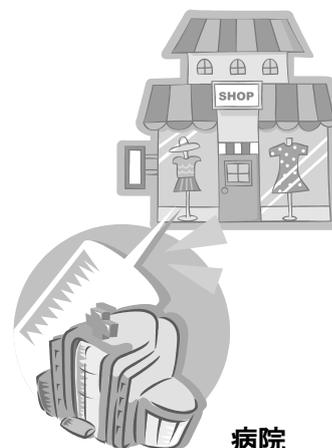
予約情報を
車載PCに
送信

利用の30分前
までに電話予約



自宅

送迎

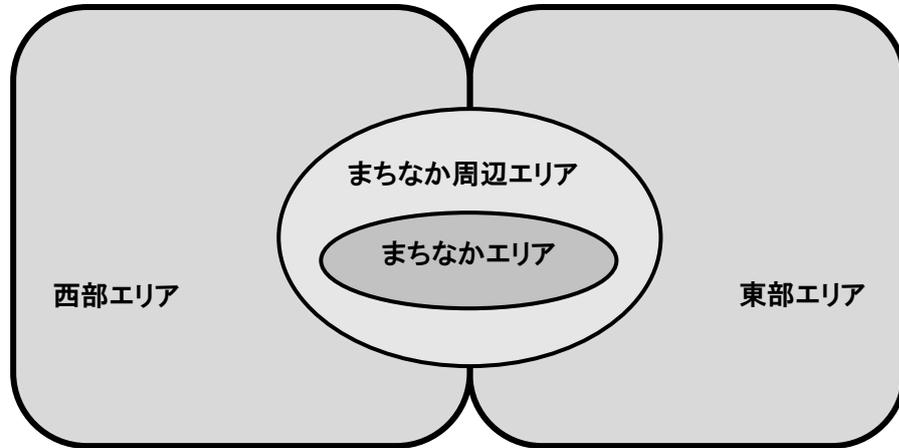


商店

病院

[資料4] エリアと時刻表

●エリア



●時刻表

まち行き	東部・西部・まちなか周辺	まちなかエリア
7:00		随時運行
8:00		
9:00		
	9:30	
10:00		
	10:30	
11:00		
	11:30	
12:00		
	12:30	
13:00	13:00	
13:30	13:30	
14:00	14:00	
14:30	14:30	
15:00	15:00	
15:30	15:30	
16:00	16:00	
16:30	16:30	

[資料5] 8年間の利用実績

年度	利用人数	運行日数	1日平均 利用数	利用券収入	その他の収入	行政負担
13	17,139	208	82.4	4,908,900	6,544,750	7,736,200
14	24,252	269	90.2	6,740,600	840,673	8,400,000
15	27,927	246	113.5	7,740,700	698,076	9,166,000
16	26,127	243	107.5	7,338,500	1,318,679	10,000,000
17	26,406	244	108.2	7,076,500	582,258	10,000,000
18	30,511	245	124.5	6,884,000	953,493	11,596,000
19	30,243	243	123.4	6,898,800	978,146	11,800,000
20	27,656	242	114.3	6,632,800	802,453	11,980,000
	210,261	1,940	108.3	54,220,800	12,718,528	80,678,200

※ 13年度 ほっとステーション設置補助金

町補助金 1,384,700円 県補助金 2,767,000円

13年度 福島県商工会連合会・NTT東日本(株)補助 3,735,750円

[資料6] 行動分析

● (平成14年1月～平成18年5月までの115,597人分のデータ分析)

	まちなかでの下車場所	帰りの乗車場所
医療機関	66.2%	50.9%
商店	10.8%	29.5%
公共施設	7.2%	6.2%
金融機関	5.3%	1.0%
教育	3.5%	3.8%
サービス	3.1%	2.3%
その他	3.9%	6.3%

●利用者の性別 女性 84.1%

●利用者の年代構成

1. 80歳代…46.1%

2. 70歳代…34.0%

3. 60歳代… 6.9%

4. 90歳代… 5.8%

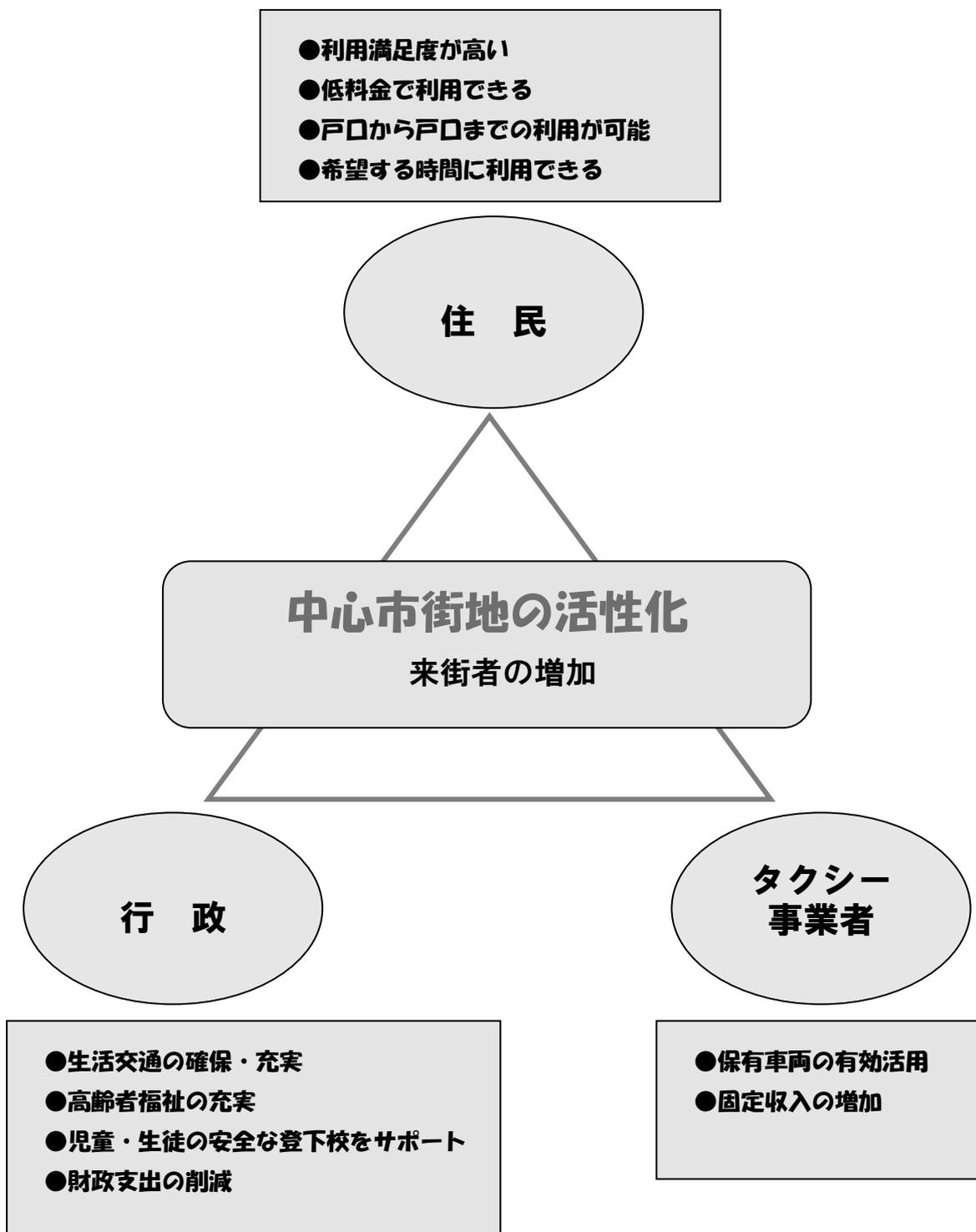
●利用回数 100回以上 314人

●利用回数 1,000回以上 3人
(最多利用 1,874人)

●個人の行動分析(Nさん 女性 80歳代)

年度	医療機関	自宅	飲食	商店	その他	合計
14	70	88	2	19	4	183
15	62	74	11	47	7	201
16	88	65	12	66	10	241
17	91	26	7	78	11	213

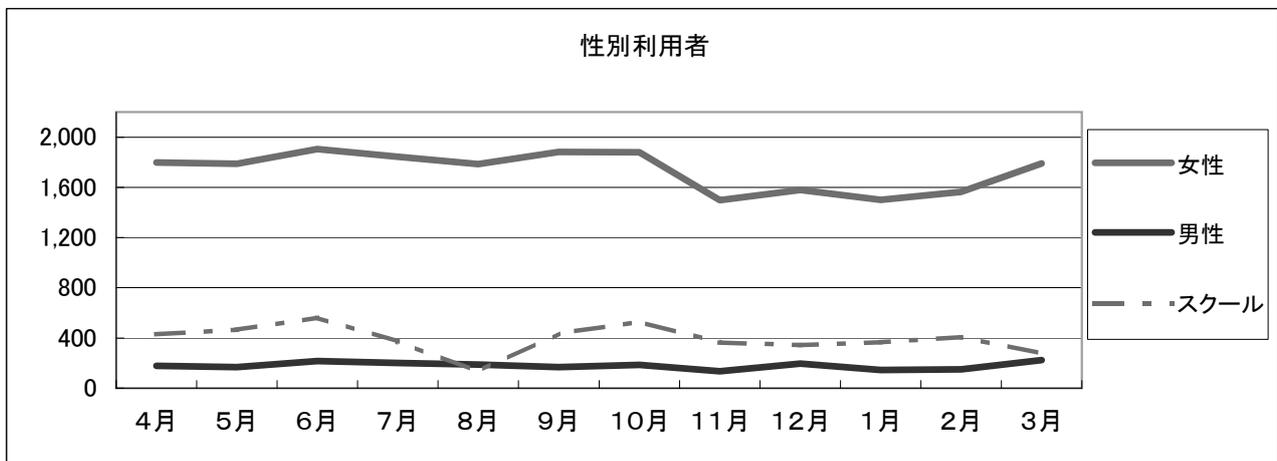
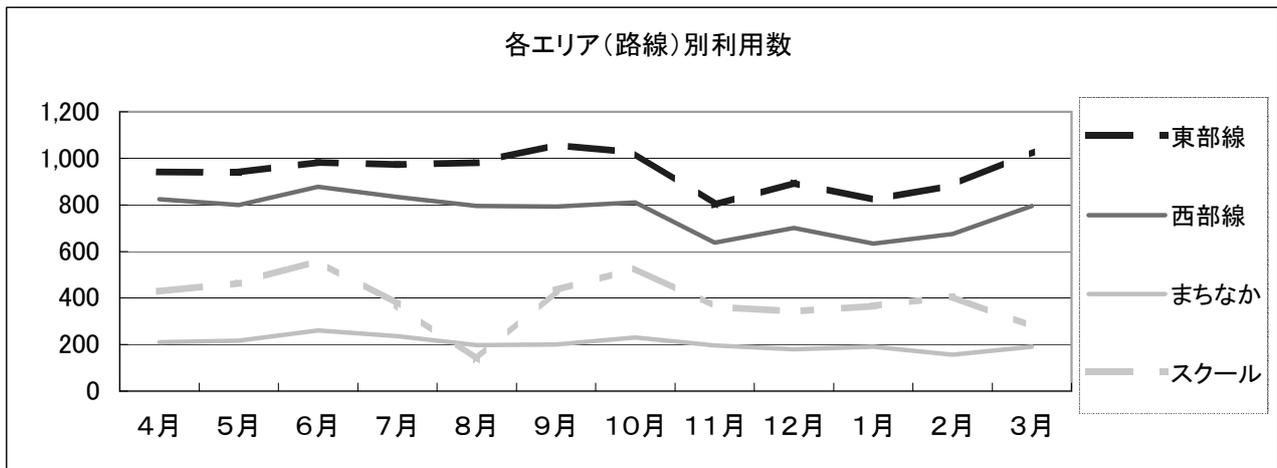
[資料 7] 「三方一両得」の成立



「おだかe-まちタクシー」月別利用状況

平成20年度

月	利用者数	運行 日数	1日平均 乗車数	各エリア(路線)別利用数				性別利用者		
				東部線	西部線	まちなか	スクール	女性	男性	スクール
4月	2,405	20	120.3	942	824	210	429	1,798	178	429
5月	2,423	20	121.2	941	800	217	465	1,789	169	465
6月	2,684	21	127.8	984	878	261	561	1,906	217	561
7月	2,415	22	109.8	974	834	236	371	1,843	201	371
8月	2,108	21	100.4	982	796	197	133	1,786	189	133
9月	2,484	20	124.2	1,057	793	200	434	1,882	168	434
10月	2,593	22	117.9	1,024	811	230	528	1,880	185	528
11月	1,998	18	111.0	800	638	196	364	1,498	136	364
12月	2,119	19	111.5	896	701	179	343	1,579	197	343
1月	2,013	19	105.9	823	634	190	366	1,501	146	366
2月	2,123	19	111.7	884	675	156	408	1,565	150	408
3月	2,291	21	109.1	1,028	795	191	277	1,790	224	277
合計	27,656	242	114.3	11,335	9,179	2,463	4,679	20,817	2,160	4,679
%				41.0%	33.2%	8.9%	16.9%	75.3%	7.8%	16.9%



時間帯別乗車・キャンセル人数(人) (日 報)

平成21年3月

※左欄が乗車人数、右欄がキャンセル人数

日	曜日	8時～	9時～	10時～	11時～	12時～	13時～	14時～	15時～	合 計
1	日									
2	月	14 0	26 0	21 0	14 0	6 0	2 0	3 0	5 0	91 0
3	火	8 0	14 1	33 0	12 0	9 0	7 0	1 0	7 0	91 1
4	水	16 0	21 0	25 0	12 0	5 0	6 0	5 0	9 0	99 0
5	木	15 0	20 0	28 0	20 0	9 0	7 0	5 0	2 0	106 0
6	金	13 0	23 0	33 0	14 0	9 0	4 0	5 0	8 0	109 0
7	土									
8	日									
9	月	10 0	24 0	33 0	13 0	8 0	6 0	0 0	5 0	99 0
10	火	9 0	21 0	31 0	11 0	6 0	5 0	2 0	3 0	88 0
11	水	16 0	21 0	28 0	16 0	8 0	8 0	5 0	7 0	109 0
12	木	10 0	22 1	35 1	17 0	5 0	6 1	8 0	7 0	110 3
13	金	8 0	17 0	20 0	8 0	3 0	9 0	10 0	4 0	79 0
14	土									
15	日									
16	月	8 0	25 2	23 0	20 0	2 0	7 0	3 0	3 0	91 2
17	火	9 0	17 0	13 0	12 0	5 0	7 0	1 0	4 0	68 0
18	水	17 0	26 0	40 0	26 0	10 0	10 0	6 0	6 0	141 0
19	木	8 0	24 0	24 0	10 0	6 0	3 0	8 0	4 0	87 0
20	祝									
21	土									
22	日									
23	月	17 0	28 0	28 2	13 0	7 0	6 0	5 0	4 0	108 2
24	火	13 0	22 0	23 0	15 0	6 0	5 0	6 0	2 0	92 0
25	水	14 0	16 0	36 1	9 0	4 0	4 0	9 0	6 0	98 1
26	木	4 0	12 0	13 0	8 0	4 0	3 0	6 0	5 0	55 0
27	金	12 0	29 0	23 0	21 1	6 0	10 0	3 0	13 1	117 2
28	土									
29	日									
30	月	10 0	26 0	14 0	19 0	7 0	4 0	3 0	3 0	86 0
31	火	8 0	20 1	29 0	19 0	6 0	5 0	2 0	1 1	90 2
合 計		239 0	454 5	553 4	309 1	131 0	124 1	96 0	108 2	2014 13
%		11.9%	22.5%	27.5%	15.3%	6.5%	6.2%	4.8%	5.4%	

東北電力 福島県での取り組み

会津若松市一人暮らし高齢者宅 訪問清掃活動について

東北電力(株)会津若松支社
総務課 清野 好江

当社の理念

「地域社会との共栄」

当社は1951年の創立当初から、「地域社会との共栄」という経営理念の下に地域社会の一員として地域のみなさまとともに様々な活動を行っております。

社員一人ひとりが地域社会を構成する一員であるとの認識を持ち、お客さまや地域社会との協調・協力を図り、相互の理解に基づく信頼関係を構築しようとする考え方です。

この理念を体現するための活動として、「地域の清掃活動」や「地域の未来を担う子供たちへの支援活動」等を行っており、高齢者福祉活動も取り組みの一つとなっています。



会津若松市一人暮らし高齢者宅 訪問清掃活動

活動概要①

1. 活動時期

毎年12月ころ実施

平成7年度より毎年実施しており、今年度で15回目

2. 活動の経緯

平成3年頃より「企業市民」をキーワードに掲げて活動

「電気」という当社の持つノウハウを活かせる活動を模索した結果、本活動を実施することとなった

活動概要②

3. 活動者

- (1) 当社会津若松支社従業員
 - (2) 当社企業グループ社員
 - (3) 全会津電気工事協同組合員
- 計30～40名程度
(1班2～3名編成)

4. 対象者

会津若松市内にお住まいで80歳以上の方約40名
毎年訪問地区を変えながら実施

社会福祉協議会様の協力

活動概要③

5. 訪問時の内容

- (1) 訪問先の灯具の清掃、手直し
- (2) 漏電調査、電気使用に関する安全指導、アンペア変更等諸申込みの取次ぎ
- (3) 訪問先の方との対話活動(ふれあい対話)

「電気」という当社ノウハウを活かした活動
「安全・安心」と「日々の活力」を提供

活動概要④

6. 特徴点

会津若松市社会福祉協議会と協力して実施

- (1) 訪問地区と訪問対象の選定
- (2) 当日の民生委員の立会い
- (3) 訪問先の方と民生委員へ本活動の事前周知など

POINT

日常的に高齢者福祉活動を展開している会津若松市社会福祉協議会様との連携を図ることで、地域の高齢者の方の所在把握や当日の円滑な訪問が可能となる。

活動概要⑤

7. 留意点

- (1) 訪問先の灯具等を清掃することとなるため、慎重に取り扱う必要がある。
- (2) 清掃はもとより対話の時間を楽しみにしていられる方も多いため、地域社会の一員としての自覚を持ち、親身な対応が求められる。
- (3) 社会福祉協議会ならび民生委員の方などとも連携を密に図る。

活動風景①



灯具の清掃



電気使用に関する安全指導

活動風景②



絶縁測定器



測定風景

まとめ①

高齢者福祉活動に長けた団体との連携

一般企業

本業があるため、独力で高齢者福祉活動を実施するのは容易ではない。

社会福祉協議会

高齢者福祉についてのノウハウに長けている。

一般企業が独力でできない部分については、ノウハウを持った団体との連携により補うことが重要

まとめ②

当社の強み



電気に関するノウハウの蓄積

社会福祉協議会の強み



高齢者福祉についての活動経験

お互いが協働することにより、それぞれの特性・強みを生かした活動の展開が可能となる。

自社の強みは何か？連携先の強みは何か？

どのような相乗効果が生まれるか？それは有益か？

ご清聴ありがとうございました



会津若松市一人暮らし高齢者宅訪問ふれあい活動

会津ブロック地域協調推進委員会

会津若松支社では、グループ企業とともに、会津若松市内で一人暮らしをしている高齢者のお宅を年末に訪問。安心して新年を迎えていただけるよう、照明器具の清掃・漏電調査・電気使用に関するアドバイスをを行うとともに、ふれあい対話を行い交流を深めています。



養護施設ふれあい訪問

福島地域協調委員会

福島営業所では、毎年10月、福島市内の養護施設7箇所を訪問し、施設内の花壇等にチューリップの球根を植え付けしています。施設の子どもたちや職員の方々とともに、春の開花を楽しみにしながら作業に汗を流しています。



スクールコンサート

相双地区地域協調推進委員会

相双営業所では、小学校の児童たちにプロの生演奏を聴いていただこうと、プロの演奏家を小学校に招き「スクールコンサート」を開催しました。児童たちは、演奏を聴くだけでなく、指揮者体験やボディパーカッションなどを通じ、音楽を体感し楽しんでいました。



東北電力杯争奪家庭バレーボール大会

県中県南地域協調推進委員会

白河営業所では、地元の家庭バレーボール協会と連携し、毎年、家庭バレーボール大会を開催しています。18回目となる平成20年の大会には、白河市、東白川郡、西白河郡の20チーム、総勢203名余が参加し、熱戦を繰り広げました。



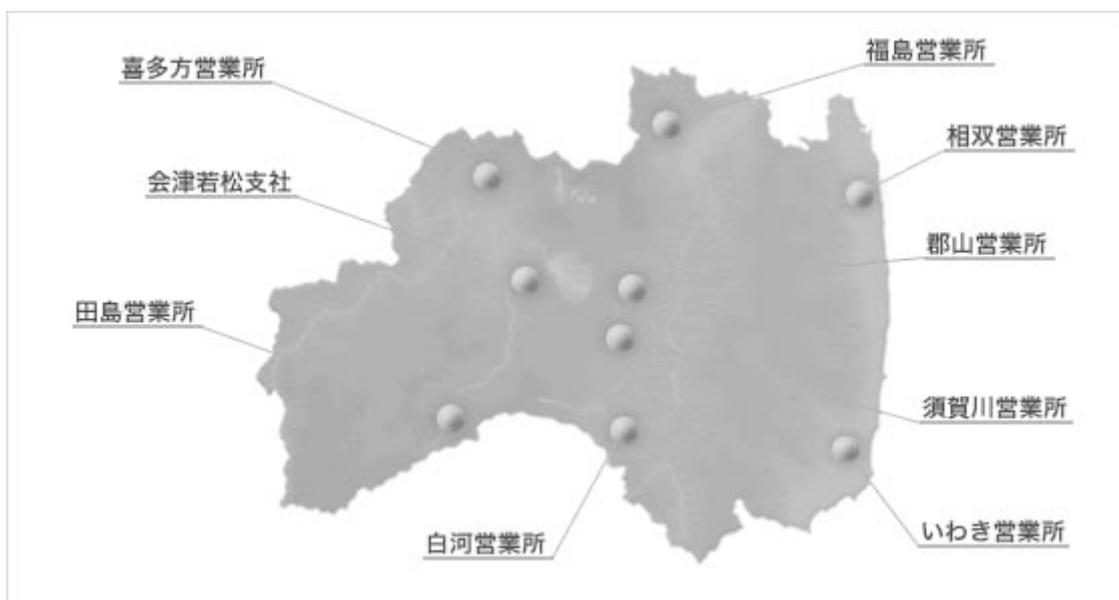
県立勿来自然公園環境整備支援活動

いわき地域協調推進委員会

いわき営業所では、桜の名所を守るため、「県立勿来自然公園を守る会」と連携し、公園内のてんぐす病に感染したソメイヨシノの剪定(枝打ち)を行っています。この活動は30年以上継続しているもので、現在はグループ企業とともに行っています。



福島県内の営業所



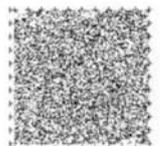
イオン 環境・社会報告書（抜粋）

イオン 環境・社会報告書

Sustainability Report 2009



イオン 環境・社会報告書は、全ページに文書データを記録した「SPコード」を印刷しています。
「SPコード」専用の読み上げ装置「スピーチオ」をご用意いただければ、音声で文書を読み上げますから、目の不自由な方も本レポートの概要を知ることができます。「スピーチオ」は視覚障がい者のための給付対象品に指定されています。



イオン・デー

イオンでは、毎月11日を「イオン・デー」として、エコロジー（環境）とローカル（地域還元）をテーマに、地域社会の一員として環境保全・社会貢献活動を行っています。2001年8月に始まり、今年で8年目を迎えました。

1991年～ クリーン&グリーン活動

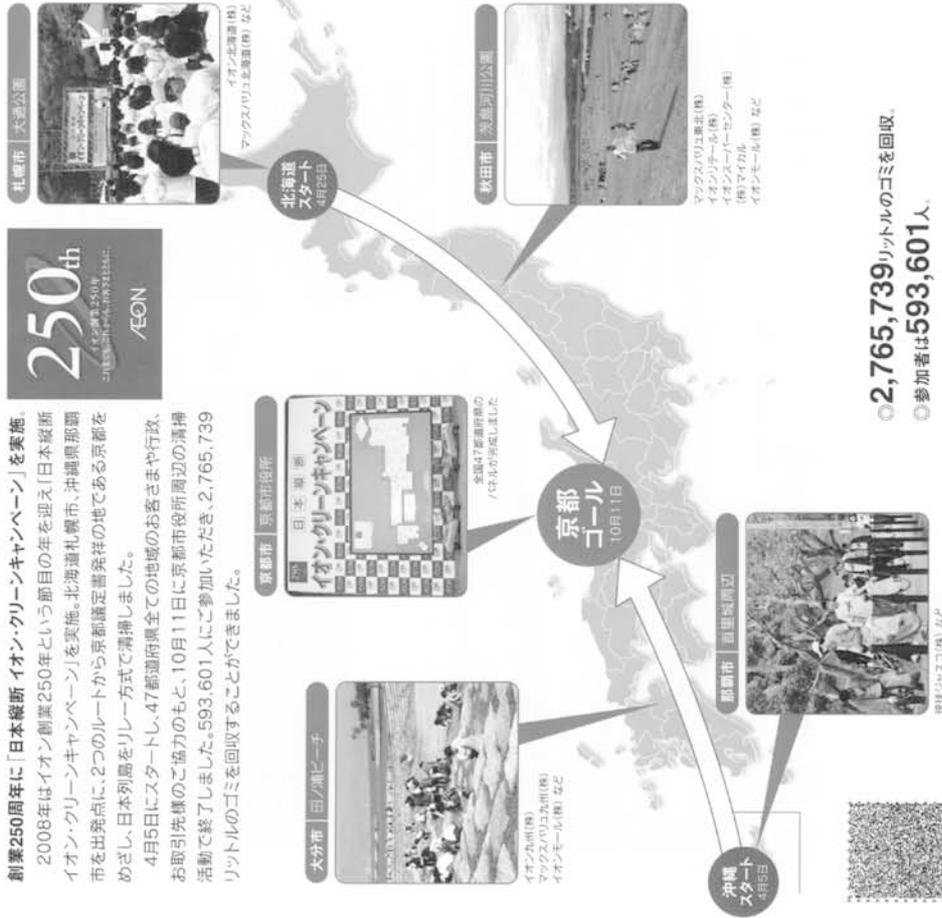
清掃ボランティアで地域に貢献。

イオンの従業員が、ボランティアでお店の周りや近くの公園、河川敷、公共施設周辺の清掃を行う「グリーン&グリーン活動」は、1991年4月に始まり、2001年からは毎月11日の「イオン・デー」に活動を実施しています。

創業250周年に「日本縦断イオン・グリーンキャンペーン」を実施。

2008年はイオン創業250年という節目の年を迎え「日本縦断イオン・グリーンキャンペーン」を実施。北海道札幌市、沖縄県那覇市を出発点に、2つのルートから京都府定書発祥の地である京都をめざし、日本列島をリレー方式で清掃しました。

4月5日にスタートし、47都道府県全ての地域のお客さまや行政、お取引先様のご協力のもと、10月11日に京都市役所周辺の清掃活動が終了しました。593,601人にご参加いただき、2,765,739リットルのゴミを回収することができました。



◎2,765,739リットルのゴミを回収。
◎参加者は593,601人。

毎月 11日 イオン・デー

ずっと続けてきたこと

2001年～ イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン

お客さまとともに地域のボランティア活動を支援。

2001年より実施している「イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン」は、地域で活躍するボランティア団体をお客さまとともに応援する活動です。毎月11日の「イオン・デー」にお客さまにお渡しする黄色いレシートを店内の専用BOXに投函していただき、そのレシート合計金額の1%分を各ボランティア団体の希望する品物で寄贈します。

2008年度の実施店舗は、グループの15社1,355店舗に拡大。26,509団体に総額2億7,216万円相当の品物をお渡ししました。2009年2月までの累計では95,790団体へ総額8億1,869万円相当の品物を寄贈しています。

贈呈実績累計

年	団体数	品物金額(万円)
2001年	2,697	約19億6,615万円 (1,869万円)
2002年	8,882	約59億2,165万円 (5,821万円)
2007年	69,281	約542億9,012万円 (5億4,652万円)
2008年	95,790	約813億9,813万円 (8億1,869万円)



◎2008年度は、グループ1,355店舗で実施。26,509団体に総額2億7,216万円相当の品物を贈呈。
◎2009年2月まで累計で95,790団体へ総額8億1,869万円相当の品物を贈呈。

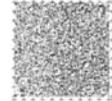
1977年～ イオン社会福祉基金

労使双方で障がい者の方を支援。

イオン社会福祉基金は、1977年に、全国の障がい者の方の自立と社会活動への参加促進、障がい者福祉の向上を図ることを目的に設立されました。イオンの労使による毎月50円(労使双方で100円)の積立金で運営されています。現在、グループの59社が参加し、「ボランティア活動」「福祉車両の贈呈」を往々に活動しています。2008年度は、「ボランティア活動」として650の施設を訪問、全国で5台の福祉車両を贈呈しました。これまで「ボランティア活動」を行った施設数は5,500施設、「福祉車両の贈呈」は17台になります。



◎ボランティア活動を行った施設数は650施設。 ◎2008年度は福祉車両を5台贈呈。



IP イオン幸せの黄色いレシートキャンペーン <http://www.aeon.info/> → 環境・社会貢献活動 → イオン 店舗・社会貢献部 → イオン 幸せの黄色いレシートキャンペーン

IP 募金活動 <http://www.aeon.info/> → 環境・社会貢献活動 → イオン 店舗・社会貢献部 → 募金活動

トップバリュ(環境)

地球温暖化などの環境問題が深刻化する前から、トップバリュはサブブランドとして「トップバリュ 共環宣言」を開発し、お客さまとともに環境負荷の低減に努めています。

2000年～ トップバリュ 共環宣言

環境にやさしく、経済的なくり返し使える充電電池。

「トップバリュ 共環宣言」は、リサイクル・グリーン・ナチュラルの視点で開発したエコロジー商品ブランドです。2008年5月には、「トップバリュ 共環宣言 充電電池」シリーズを発売。くり返し使用が可能なので、環境にやさしく、経済的です。

商品の特徴

- 約1,300回くり返し使えます。*1(アルカリ電池1,300本分のゴミを削減)
- 1回あたりの1本の充電電気代が約0.1円。*2(1,300回充電しても約130円)
- *1 JIS C8708 2007(17.4)02規格に準づく1巻の目安。1巻目は使用条件、巻数により異なります)
- *2 トップバリュ 共環宣言形充電電池を専用充電器で充電した場合の当社計算値。



TOPVALU
共環宣言

約
1300
回 使用可能

2006年～ MSC 認証(海のエコラベル) / FSC 認証

適正に管理された資源を使用

世界的に減少傾向にある水産海洋資源を守るために、適切に管理された持続可能な漁業を認証するのが「MSC認証」です。海のエコラベルと呼ばれ、イオンではアラスカ産紅鮭、イクラなどを販売しています。

また、「FSC(森林管理協議会)認証」を受けた木材を原料としたノートなどを販売しています。伐採を厳しく管理された持続可能な森の木だけを使用しており、お買い求めいただくことは世界の森林保全に間接的に関与することにつながります。



MSC
海のエコラベル

天然産紅鮭
アラスカ産 天然塩紅鮭

A4ノートブック
FSC 認証マーク

2006年～ 5円の木づかい ミニストップ(株)

日本の森林の健全なリサイクルと温暖化抑制をめざして。

ミニストップ(株)が2006年から販売している「5円の木づかい」は、吉野(奈良県)産ヒノキの間伐材などから作られています。お買い上げいただいた5円の一部分が、吉野地域の森林の育成を促進し、日本の森林の健全なリサイクルを取り戻すことにつながり、温暖化防止に貢献できます。



5円の木づかい
森林保全から環境に貢献したいと定めました

食育活動

ずっと続けてきたこと

イオンでは、「食育」を全ての地域で進めていかなければならぬ大切な取り組みと考えています。グループ各社がお店を通して、地域に合わせた独自の取り組みを積極的に進めています。

2004年～ 産地ふれあい収穫体験ツアー

食の大切さを理解していただくために。

イオンリテール(株)は、自然に触れ、おいしさを体験することで、野菜・果物を食べることの大切さを学んでほしい、という思いから、「産地ふれあい収穫体験ツアー」を行っています。2008年は、農林水産省の補助事業として認可を受け、農林水産省の指導のもと、食育活動の一環である「教育ファーム」を取り入れました。実際に農林漁業を営んでいる方々の指導を受け、作物を育てる体験を通して、自然の恩恵や「食」にかかわる人々の活動に興味を持ち、理解を深めることを期待しています。

「イオンの教育ファーム「イオンふれあい農場」」茨城県鉾田市で行われた大根栽培体験ツアー



1 2008年9月14日にジャスコ水戸内路店と茨城県内の他5店のお客さま親子15組30人で大根の種まきを行いました。



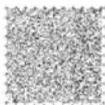
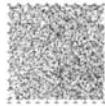
2 2008年12月7日にみんなで大根を収穫しました。



3 大根の収穫をがんばったみんなが集合!



4 1本100円～の大根を子どもたちが一生懸命売り込み、33,821円を売り上げました。



ユニバーサルデザイン

1994年～ ユニバーサルデザイン

だれもが便利に快適に利用できる店舗づくり。

イオンは、だれもが便利に快適に利用できる「ユニバーサルデザイン」を店舗づくりに積極的に取り入れています。1994年に施行された「ハートビル法（2006年より「バリアフリー新法」）」に基づき、イオンでは独自の「イオンハートビル設計基準」を作成して、新店舗の建築や既存店舗の改築時に導入しています。2008年10月にオープンしたイオンレイクタウンでは、介助が必要な方、高齢の方、妊娠されている方、お子様連れの方など、すべてのお客さまに安心してご利用いただけるユニバーサルデザインに取り組みました。摂南大学・田中直人教授を中心に、越谷市の障がい者団体の皆さんや市民団体の方々とタウンミーティングを実施し、ハードな側面だけでなくソフトな側面までユニバーサルデザインを幅広く検討しました。

※高齢者、身体障がい、聴覚が円滑に利用できる特設講義部の受講に関する法律である。「ハートビル法」が2006年12月に「バリアフリー新法」に改定。



AEON LakeTown

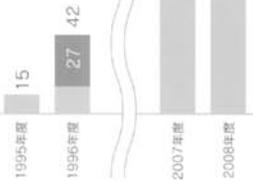


イオンレイクタウンのユニバーサルデザイン

「迷わない」「使いやすい」「疲れない」「安心・安全」をコンセプトに、すべてのお客さまに心強い店舗づくりをめざしています。

ずっと続けてきたこと

イオンの「バリアフリー新法」認定施設の推移



2008年度は42施設で新たに「バリアフリー新法」の認定を取得しました。これまで572の施設が認定を受けています。

新法認定施設 施設数

迷わない



立体駐車場の大型誘導サイン
運転する人の見通しの妨げにならない、駐車場の壁を利用して大型の誘導サイン。誰にでも分かりやすいようにサイズにも配慮しました。

館内案内
インフォメーションパネルは、現在位置を赤が点滅してお知らせする分かりやすい設計になっています。

使いやすい



身障者専用リモコン駐車場
登録された身障者の方にお貸しするリモコンでゲートを上げて入庫できる専用駐車場です。

使いやすいトイレ
介助が必要な方にも使いやすいように、十分な広さや手すりなどの位置を調整したトイレを用意しています。

疲れない



エレベーター内の誘かけられる手すり
エレベーター内に誘かけられる手すりを設置しました。ショウピングで働かないための入に優しいアイデアです。

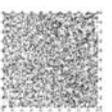
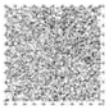
優先ベンチ
介助が必要な方、高齢の方などが優先的に利用いただけるベンチです。ショウピングの合間の休憩に。

安心・安全



誘導手すり付きエスカレーター
エスカレーターの昇降口には、足をつまずいたりしないよう、に手すりを設けました。

段差のない入り口
車椅子の方がスムーズに入館できるよう、すべての入り口に段差のないスロープを設けました。



緊急時の対応

1978年～ 防災協定

地域と一体となった災害対策。

イオンの店舗は、災害などが発生したときも、地域の一人として行動することを基本としています。万一の際に地域の皆さまのお役に立てるよう、地方自治体と協力支援を約束する防災協定の締結を全国で進めています。

2009年2月28日現在、グループで1,046の店舗・事業所が防災協定を結んでおり、災害時の救援物資の供給、避難場所として駐車場の提供、防災訓練の共同実施など、地域の防災活動に協力しています。

岩手・宮城内陸地震被災地へ救援物資を送付

2008年6月14日に発生した「岩手・宮城内陸地震」の現地災害対策本部の要請を受け、イオン(株)、(株)マイカル、イオンズ・パーセーター(株)の3社は、地域防災協定に基づき、水や食料などの救援物資を緊急手配し、宮城県栗原市と岩手県一関市に送付しました。

今後、イオンは、防災協定に基づき、各自治体の要請に応じて、グループの総力を挙げて復旧に協力していきます。

貢献協定締結式



イオンモール岩手県岩手市の岩手県市長に
協定を締結。この中で推進防災協定も締結。
イオンモール(株)イオン九州(株)

()内数字は防災協定締結自治体数
●パルーンシエルター配備場所

北海道 (29)

青森県 (10)

岩手県 (10)

秋田県 (16)

山形県 (8)

福島県 (8)

茨城県 (19)

栃木県 (9)

群馬県 (5)

埼玉県 (21)

千葉県 (31)

東京都 (30)

神奈川県 (32)

新潟県 (14)

長野県 (19)

富山県 (2)

石川県 (5)

福井県 (7)

岐阜県 (5)

大分県 (22)

京都府 (5)

大阪府 (4)

兵庫県 (48)

奈良県 (12)

和歌山県 (3)

鳥取県 (1)

山口県 (16)

徳島県 (16)

高知県 (3)

香川県 (6)

愛媛県 (4)

大分県 (6)

佐賀県 (5)

福岡県 (16)

佐賀県 (5)

熊本県 (8)

鹿児島県 (2)

宮崎県 (5)

沖縄県 (2)

2004年～ パルーンシエルター

災害時の緊急避難施設として。

イオンでは、地震などの際の被災者の避難スペースとして利用できる緊急避難用大型テナント「パルーンシエルター」の配備を進めています。

設置を担当しているのは、グループのビルメンテナンスを手掛けるイオンテイルライト(株)。2008年度はイオンモール秋田、イオンレイクタウン、イオン各務原SC、イオンかほくSC、イオンモール草津、マイカル茨木、イオン日吉津SCの合計7店舗に配備しました。

これまで全国のショッピングセンターを中心に、計28カ所に「パルーンシエルター」を配備しています。



パルーンシエルター

◎全国、計28カ所に配備。

2003年～ 110番の店/セーフティステーション マックスパリュエ中部(株)/ミニストップ(株)

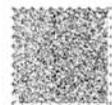
地域の安全・安心を守るために。

マックスパリュエ中部(株)では、2004年に三重県警察本部と地域の安全を守る「110番の店」に関する協定を締結しています。愛知県警察本部との相互協力により、店舗周辺で犯罪などが発生した場合、警察への通報や被害者の一時的な保護も行っています。

また、ミニストップ(株)は、2003年から社団法人「日本フランチャイズチェーン協会」に加盟するコンビニエンスストアと地域の警察、自治体の協力体制のもと、地域の「セーフティステーション(生活安全拠点)」活動に取り組んでいます。強盗や万引きなどの自主防犯体制強化とともに、災害や事故、急病人などの通報、女性や子どもへの駆けつけやみへの対応などを行っています。



セーフティステーション
ポスト
ミニストップ(株)



◎防災協定を全国566の自治体と締結。(2009年2月28日現在)

イオンビープル

イオンビープルとは、イオンの従業員のことで、商品やサービス、接客を通して、イオンの理念を具体的に示し、環境・社会貢献活動率先して実行するイオンのDNAを受け継いでいく人々です。

2003年～ イオン行動規範

「イオンの基本理念」を実現するための指針として。

2003年4月に制定した「イオン行動規範」は、イオンビープルが「イオンの基本理念」「イオン宣言」を実践していくうえで、取るべき行動を示したものです。この中には、「イオンビープルは、地域の発展を願い、よき企業市民として社会への奉仕につとめること」「お客様の安全を最優先し、イオンだからできる安心を提供すること」を明文化しています。

「イオン行動規範」がイオンビープルに浸透していく中で、お客さまにイオンのお店を安心してご利用いただくために必要な資格の取得者が年々増えています。「すべてはお客さまのために」という理念は、イオンビープル一人ひとりに確実に根付いていきます。



イオン行動規範 重宝

- 一、イオンビープルは、常に多くの人々から支えられていることに感謝し、ひとときも謙虚な気持ちをお忘れません。
- 一、イオンビープルは、人々との信頼をなによりも重んじ、いかなる時も正しく謙虚な行動を続けます。
- 一、イオンビープルは、お客さまの期待を感動に高めるため、常に自らを磨きます。
- 一、イオンビープルは、イオンの理想を実現するため、ためらうことなくお客さまへの貢献を続けます。
- 一、イオンビープルは、地域の発展を願い、よき企業市民として社会への奉仕につとめます。

2006年～ サービス介助士

正しい介助技術を接客応対に。

イオンは、介助が必要な方、ご高齢の方に安心してお買物を楽しんでいただくため、2006年より従業員の「サービス介助士」取得を推奨しています。建物や設備などハード面のバリアフリー対策だけでなく、正しい介助技術を身に付けることによる心のバリアフリーをめざしています。

「サービス介助士」とは、「おもてなしの心」と「適切な介助技術」を身につけるためのNPO法人「日本ケアアソシエイトサービス協会」が主催認定する資格です。2009年2月28日現在、グループ各社のイオンビープル8,882名が「サービス介助士2級」を取得しています。

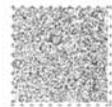


本町の店員がサービス介助士としてお客様 イオン(株)内(株)



高層階店員が車いす利用者 イオン(株)内(株)

◎2008年度まで8,882名が「サービス介助士2級」を取得。



サービス介助士の認定証

ずっと続けてきたこと

2007年～ 認知症サポーター

安心して暮らせる町づくりをめざして。

イオンは、2007年から高齢化社会への対応として、厚生労働省とNPO法人「地域ケア政策ネットワーク」が推進する「認知症サポーター100万人キャラバン」に小売業として初めて全社的に参加しています。認知症を正しく理解し、認知症の方とご家族を適切にサポートするために、イオンビープル向け「認知症サポーター養成講座」を開催しています。

2008年度は浜松市・三重県・北海道の各地区や、新店舗オープン時の従業員教育として「認知症サポーター養成講座」を開催。2009年2月28日現在「認知症サポーター」は8,054名、養成講座の講師役を担う「キャラバン・メイト」は221名に達しました。



認知症サポーター養成講座 北海道イオン北見支店(株) マツダ(株)内(株)開催(株)



認知症サポーター養成講座 三重県イオン津市南店(株) (株)マツカ、マツカが(株)内(株)開催(株)



◎2008年度まで「認知症サポーター」は8,054名、「キャラバン・メイト」は221名。

2008年～ ECO検定

環境問題に率先して取り組んでいくために。

イオンは、イオンビープルの環境への意識向上と循環型社会構築をめざし、2008年度から新たに「ECO検定(正式名称は環境社会検定試験)」の受験を推奨しています。ECO検定は、環境問題への幅広い基本的知識を有し、問題意識を日常の行動に活かす「人づくり」、そして環境と経済を両立させた「持続可能な社会」構築をめざして、東京商工会議所が主催する検定試験です。

合格者は「エコビープル」と呼ばれ、イオンでは2008年度1,903名のエコビープルが誕生しました。

◎2008年度は1,903名がエコビープルに。

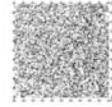


職場としてのイオン

イオンビープル一人ひとりの「働きがい」に広げるために。

イオンは、2008年8月21日の純粋株式会社への移行に伴い、イオンビープル一人ひとりの「働きがい」に広げることを目的に、再度「人事の基本理念」及び「人事の基本的な考え方」を再確認しました。

- 人事の基本理念
「人間の尊厳」を志向するイオングループは、従業員の「心」を尊重し、はるかなる「心」を「人間尊重の経営」を志向することから人事の基本理念として「イオンビープル一人ひとりの「会社・家庭・地域」生活をともに充実させること」を人事の行動理念とする。
- 人事の基本的な考え方
「人間尊重の経営」を志向するイオングループは、従業員の「心」を尊重し、はるかなる「心」を「人間尊重の経営」を志向することから人事の基本理念として「イオンビープル一人ひとりの「会社・家庭・地域」生活をともに充実させること」を人事の行動理念とする。
- 環境・年齢・性別・就業区分を押し、能力と成果に買われた人事。



できることから いっしょに

1989年～ イオン1%クラブ

イオンは「環境保全」「国際的な文化・人材交流、人材育成」「地域の文化・社会振興」を柱に、向き企業市民として地域社会への貢献活動を推進するため「イオン1%クラブ」を設立し、「イオン チャアーズクラブ」「学校建設支援」などの活動を行っています。

イオン チャアーズクラブ

子どもたちの健全な育成をサポート

イオンでは2002年より子どもたちの健全な育成を目的に、イオンの店舗の周りでエコを中心とした活動を行っています。活動を通して、環境に興味を持ち、考える力を育てるとともに社会的なルールやマナーを学ぶ機会になっています。2008年度は「太陽と自然」をテーマに活動を行いました。



イオン 豊谷キッズクラブ



イオン 活小電子キッズクラブ豊和園

◎全国で**3,421人**の子どもたちが参加。
160クラブが活動を実施 (2008年12月31日現在)

学校建設支援

教育施設が不足している地域のために、「学校に通える喜びを、子どもたちへ」をテーマに教育施設が深刻な地域で、学校建設を支援する事業を2000年より行っています。財団法人「日本ユニセフ協会」とのパートナーシップのもと、これまで、カンボジアで149校、ネパールで57校の学校を建設。たくさん子どもたちが通学しています。2006年から3カ年計画で行っていたラオスの学校建設は目標の100校を達成することができました。



以前の教室



新しい教室での授業風景

◎カンボジア**149**校、ネパール**57**校、ラオス**100**校、合計**306**校の建設を支援。

「エコロジー」と「エコノミー」の両立をめざして

イオンは2008年3月14日に、企業の成長と環境負荷低減の両立をめざし、「イオン温暖化防止宣言」を発表。2012年度までにCO₂総排出量を2006年度比30%削減することを宣言しました。

2008年度は取り組み初年度として、グループ横断的な14のプロジェクトチームを結成し、CO₂削減に向けたロードマップを作成、目標達成に向けた議論と対策の実践を開始しました。

部署や会社の枠を超えたメンバーがCO₂削減について議論し、プロジェクトメンバー一人ひとりが、真摯に環境負荷の削減について考え組みました。このような取り組みを受け、現場においても、従業員一人ひとりの意識が高まり、ハード面、ソフト面でのさまざまな活動が広がり、2008年度は削減目標を達成することができました。また同時に、電気代などのコスト削減効果も実感しました。このことが2009年度目標達成に向かう力となっており、また断続しい経済環境となりまじからこそ「エコロジー」と「エコノミー」の両立を図るべく、お客さまをはじめステークホルダーの皆さまとともに、2012年30%削減に向けてさらに努力してまいります。



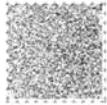
土谷美津子

イオン株式会社
執行役 グループ環境副責任者

イオン温暖化防止宣言 ～2008年度の進捗報告～

目標 「イオンは2012年度に2006年度比でCO₂総排出量を30%削減する」

削減目標と主な取り組み



福島市の取り組み

《 食事サービス 》

【内容】

屋食を訪問により手渡し配食することにより、安否の確認をします。
安否が確認できない場合は、家族またはあらかじめ指定された協力員に連絡します。

【対象者】

ひとり暮らし高齢者や高齢者世帯、日中独居高齢者等で調理することが困難な方。

【費用】

1食 400円(事前に10枚綴りチケットを購入して配食の際に1枚ずつ
使用します。～チケット販売方式)

【実施】

福島市弁当惣菜協会



《 緊急通報装置の設置 》



【内容】

緊急時にペンダント型の緊急通報装置(受信機からおおむね20メートル以内有効)を利用し、緊急通報受信室へ通報します。緊急通報受信室から折り返し利用者宅へ電話をおこない、状況を確認し対応します。

状況により救急車の手配や家族、緊急通報協力員への連絡をおこないます。
また月に1度は緊急通報受信室から連絡をとり、利用者の状況確認をおこないます。

【対象者】

市民税非課税世帯で下記の要件に該当する者

1 単身世帯

- 1) 心疾患、脳疾患、喘息等により通院、既往症があり発作の恐れがある65歳以上75歳未満の者
- 2) 日常生活動作の低下(要介護2以上)により、適切な対応が困難な65歳以上の75歳未満の者
- 3) 不安神経症等の精神疾患があり、不安緩和措置の必要がある65歳以上75歳未満の者
- 4) 75歳以上未満85歳未満の者
- 5) 所得要件にかかわらず、85歳以上の者
- 6) 重度身体障害者
- 7) 今後も継続が予想される心身の状態低下により、適切な対応が困難な者

2 単身以外の世帯

上記1)から7)のいずれかに該当し、且つ対象者以外の全世帯員が寝たきり状態、認知症、知的障害や精神障害等により緊急時の対応ができないこと。

【費用】

無料(但し工事費を伴う場合は、個人負担があります。)

【実施】

民間救急警備株式会社

《 ふれあい訪問収集 》

【内容】

市では、家庭ごみを集積所に出すことが困難な高齢者又は障がい者の世帯に対し、家庭ごみを戸別に訪問して収集し、併せて安否確認する事業を実施しています。
この訪問収集を希望される方は、下記の要領により、お申し込みください。

【対象者】

次に掲げる世帯で、**ごみを集積所まで持ち出すことが困難な世帯に限り**ます。

- (1) 高齢者又は障がい者の単身の世帯
- (2) 高齢者又は障がい者のみで構成される世帯
- (3) 上の(2)で家族がいる場合において、虚弱者又は年少者で構成されている世帯で、ごみを持ち出すことが困難な世帯
- (4) その他市長が特に必要であると認めた世帯ひとり暮らし高齢者や高齢者世帯、日中独居高齢者等で調理することが困難な方。

【費用】

無料

【実施】

清掃管理課



【 地域ネットワーク支援事業 】

高齢者が住み慣れた地域や家庭で、生きがいを持ち、可能な限り自立した生活が送れるよう「共に支え合う地域づくり」を支援します。具体的な活動を展開しようとしている町内会等へ学習会、情報交換会等の支援を行います。

★自主的な地域づくりの支援★

- (1) 市民への普及啓発
- (2) 地区組織等の実態調査
- (3) 地区組織との連携と活動支援
- (4) 世代間交流事業への支援
- (5) ひとり暮らし高齢者等との昼食会への支援



【 認知症サポーター養成講座 】

認知症の正しい知識を広めるために、キャラバン・メイトとして登録のある地域包括支援センターの職員や施設の職員を講師として、受講を希望する団体へ派遣いたします。

認知症サポーター養成講座の受講生には、受講した証として助け合いの目印となるオレンジリングを授与します。認知症サポーターは、認知症の人や家族を温かく見守る応援者として、学んだ知識を友人や家族に伝えるなど、自分のできる範囲で活動します。



つくる・広がる・市民の力 NPO

つ く る ・ 広 げ る ・ 市 民 の 力

NPO



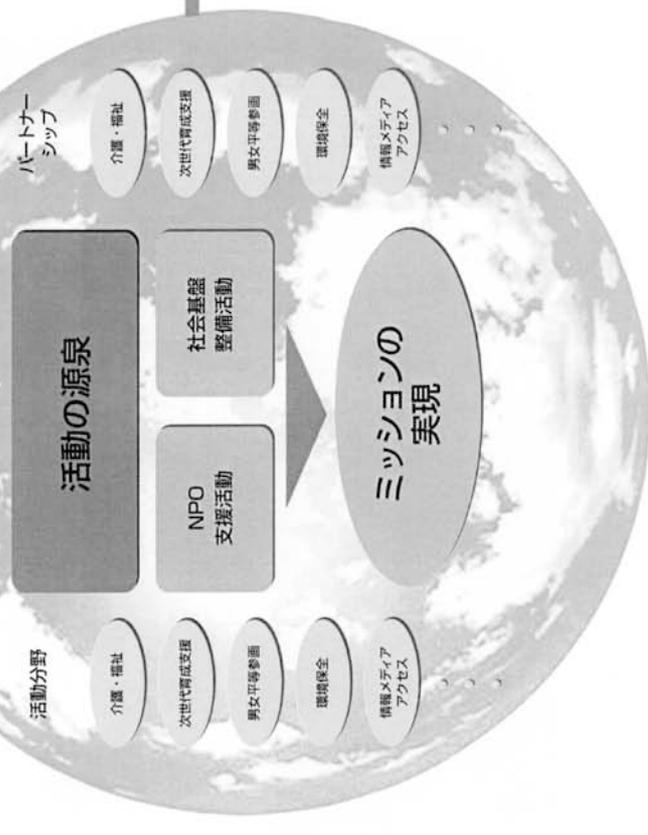
特定非営利活動法人
NPO事業サポートセンター

NPO事業サポートセンターが目指すもの

市民やNPOの皆さまが挑戦する公共・公益活動や助け合い活動を、NPO事業サポートセンターはお手伝いします。

21世紀に入り、市民やNPOの行う公共・公益活動は、従来の介護福祉の領域だけにとどまらず、環境問題や地域の安全、国際協力、生涯学習など、目を見張るほどの拡がりを見えています。また、企業の社会貢献活動に対する意欲の高まり、労働組合や自治会による地域貢献活動の始まりなど、市民セクターやNPO以外の分野における公共・公益活動の胎動も見られます。

その一方で、少子高齢化の進行や、グローバル化による競争・選別の激化など、従来のように国家が私たち市民の生活を保障してくれる時代は終わりを迎えています。これからの市民社会における生活上のセーフティネットは、私たち市民自らが主体的に参加する相互扶助のシステム、助け合いのためのシステムを、いかに築き上げていくことができるかに掛かっているといえます。



市民が主体的に参加する新しい公共・公益の実現。

NPO事業サポートセンターは、NPOを支援（サポート）するための全国的な支援組織として、特定非営利活動促進法（NPO法）施行とともに活動を開始しました。市民団体やNPOの設立支援や法人の運営上の実務支援を行うほか、日本における政治、経済、情報の中心地である首都圏に活動拠点を置く利点を活かして、政策提言や情報発信など、市民公益やNPOに関する活動に総合的な取り組みを行っています。

私たちNPO事業サポートセンターが志向するナショナルセンターは、地域や活動分野、所属の違いを超えて、市民自身が主体的に参加する新しい公共・公益の実現という社会的使命の達成のために連携・ネットワークを構築していくためのコンセプトです。

NPO支援サービス

NPO支援サービスは、NPO事業サポートセンターが提供する機能・サービスの中核とも言えるサービスです。

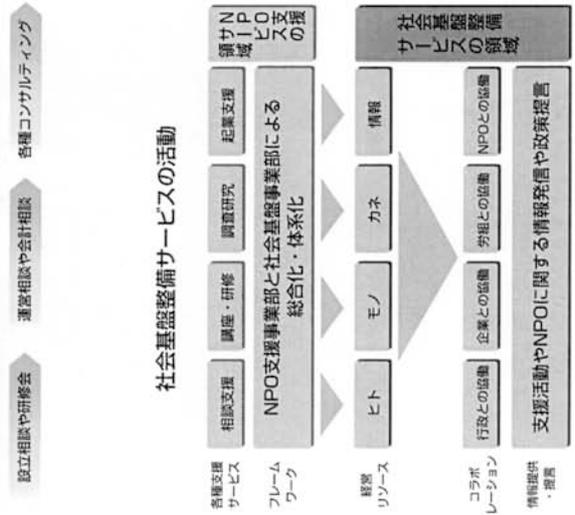
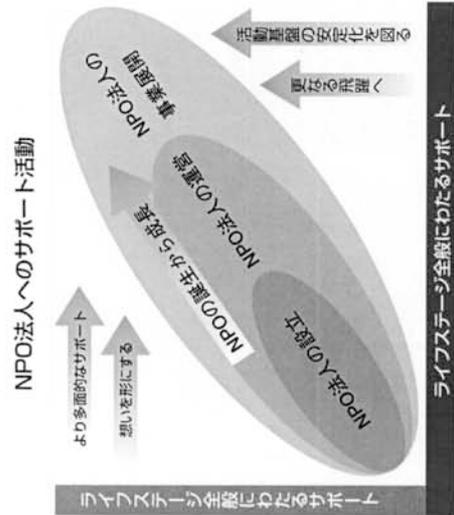
NPO法の発足以来、一貫して現場密着型の支援活動の経験を通して培ったノウハウに基づき相談事業や講座・研修事業は、他のNPO支援組織にはない、NPO事業サポートセンターの強みであり、最も得意とするところです。

また、相談事業や研修事業での経験・ノウハウを取りまとめた書籍やマニュアルの出版事業、NPO法人の申請書類の作成支援、行政など他セクターの機関・団体の業務のアウトソーシングなど、バラエティに富んだメニューをとり揃えています。

社会基盤整備サービス

NPO事業サポートセンターでは、市民団体やNPOに関する情報提供や、NPO法やNPO/NGO支援税制の改正に向けた政策提言、NPO向け支援融資やリスクマネジメントプログラムの実現に向けた企業との協働事業など、市民やNPOが活動しやすい環境を整備するための取り組みを早くから実施してきました。

こうした活動・サービスを一元向かつ体系的に提供していくために組織化されたのが社会基盤整備サービスで、NPO支援サービスが市民団体やNPOに対して直接的な支援を行うのに対して「縁の下」での支援活動を行います。



皆さまのご協力・ご参加をお待ちしています。

NPOの運営や経営のあり方、財政基盤のあり方については、様々な考え方があります。行政等の補助に頼ることが、必ずしも悪いとは思いません。しかしながら、私たちNPO事業サポートセンターは、我が国における民設民営のNPO支援組織のバイオニアの一人として、広く市民の皆さまのご支援ご協力により成り立つ組織でありたい・あり続けたいと考えています。

皆様からいただいたご支援ご協力は、NPO事業サポートセンターの行う活動の基盤として、市民が主役の助け合い社会の実現へと繋がります。NPO事業サポートセンターの理念や活動主旨にご賛同頂ける方であれば、市民活動やNPO関係者の方はもちろんのこと、企業の皆さまや労働組合の皆さまとも協働して、掲げた社会的使命を達成すべく邁進してまいります。



懇切・丁寧がモットーの相談支援サービス



各種講座・研修



現場や事務で役立つ書籍やマニュアル



調査研究



民間法制・税制調査会やNPO/NGOに関する税・法人制度改革連絡会への参画



企業や労働組合などとの連携・交流

連携・協力を密に、NPO・市民活動をサポートします。



代表
小山内美江子 おさないみえこ
NPO法人JHP・学校をつくる会 代表理事

全国各地でのNPOの活動は、法人数の増加とあわせてその内容も多岐にわたってきています。今後も、安心して生活できる地域社会を作るための活動の場、自己実現の場、あるいは若者の社会参加の場というように、多様な活動の場としてNPOの活動はますます広がっていくことでしょう。NPO事業サポートセンターでは、これまでに培ったノウハウを活かして、NPO活動に参加する多くの方々をこれからも応援していきます。



代表
古賀伸明 こがのぶあき
日本労働組合総連合会 事務局長

NPO法施行とともに、多くのNPOが誕生しています。地域社会が必要としている様々な活動を、市民が自らの力で「非営利事業」として取り組むことは、これからの日本社会にとって大変有意義なことです。しかしながら、その理念や目的は素晴らしいとしても、マネジメント能力の不足などから事業継続が困難になる事例もみられます。NPO事業サポートセンターは、NPOを支援する組織として、これからも取り組みを強化していきたいと考えています。



特定非営利活動法人 NPO事業サポートセンター

〒105-0014 東京都港区芝2-8-18 HSビル2階
TEL03-3456-1611 FAX03-6808-3788
E-mail npo@npo-support.jp
ホーム <http://www.npo-support.jp/>

この調査研究事業は厚生労働省の老人保健事業
推進費等補助金(老人保健健康推進等事業分)事
業の一環として行われたものです。

高齢者の生活支援及び見守りネットワークの構築における民間企業等の
機能に関する調査研究事業

平成 22 年 3 月発行

内容照会先 社団法人シルバーサービス振興会

〒102-0083 東京都千代田区麴町3丁目1番地1

TEL:03-5276-1600 FAX:03-5276-1601