

令和7年度 民間企業が有する資源等の調査 事業報告書



2026年4月3日

株式会社エムアールビジネス

目 次

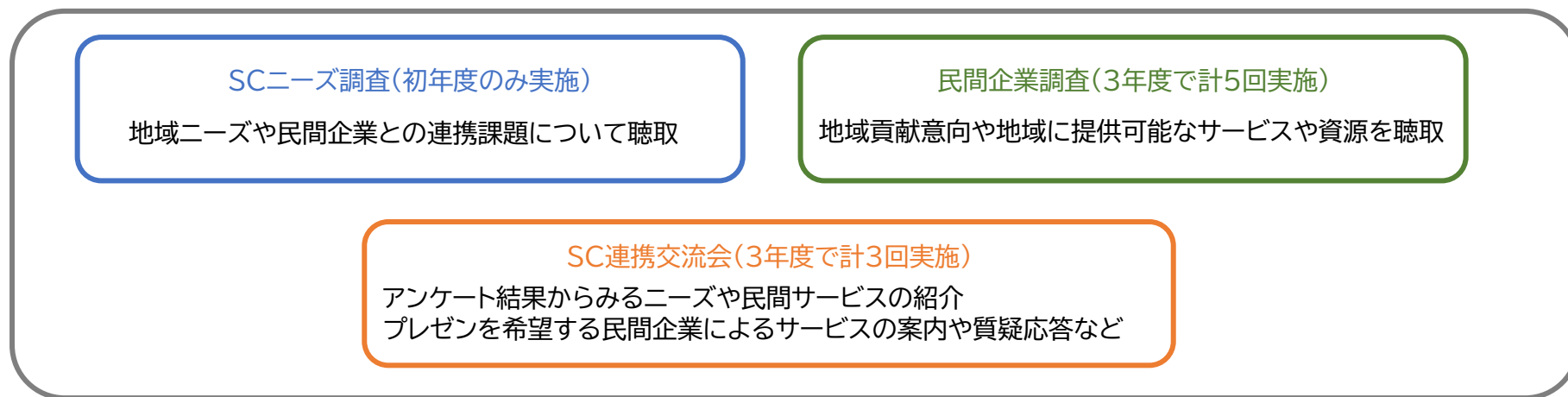
I. 業務の概要	1
II. SCニーズ調査	3
1. SCの属性	4
2. 地域ニーズと資源の状況	6
3. 活動における課題	20
III. 民間企業調査（対象業種：卸売業・小売業）	24
1. 事業者の属性	25
2. 地域に提供可能な民間資源やサービスの状況	28
3. 交流会参加意向	39
IV. SC連携交流会	40
1. 開催概要	41
2. 発表資料	44
3. 事業者の紹介サービス	53

I. 業務の概要

1. 業務目的

大阪市内で活動する民間企業、NPO法人、協同組合、地域の産業等に携わる団体等に対して、地域活動に関する調査と分析等を行い、民間企業等が有するノウハウや資源及び地域活動への潜在的な貢献意欲を掘り起こし、高齢者が介護予防を「楽しむ」ために「多様なメニュー」を充実させ、健康寿命の延伸を図ることを目的に実施した。

2. 業務メニュー



3. 業務スケジュール



4. 調査実施概要

SCニーズ調査

調査方法	インターネットアンケート法 ※ メールで協力を呼びかけ、インターネット上の アンケートフォームで回答
調査対象者	大阪市で活動するすべての生活支援コーディネーター
回収数	90サンプル
調査実施時期	2025年11月26日(金)～ 1月27日(火)

民間企業調査

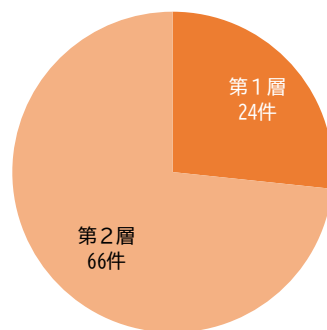
調査方法	郵送アンケート ※ 回収にあたりインターネット回答を併用
調査対象者	大阪市に所在する卸売・小売業事業者 経済センサスの事業所データベースより無作為 抽出
発送数	4,300サンプル 到達数 3,716サンプル
有効回答数	835サンプル(有効回答率 22.5%)
調査実施時期	2025年11月26日(金)～ 12月24日(火)

Ⅱ. SCニーズ調査

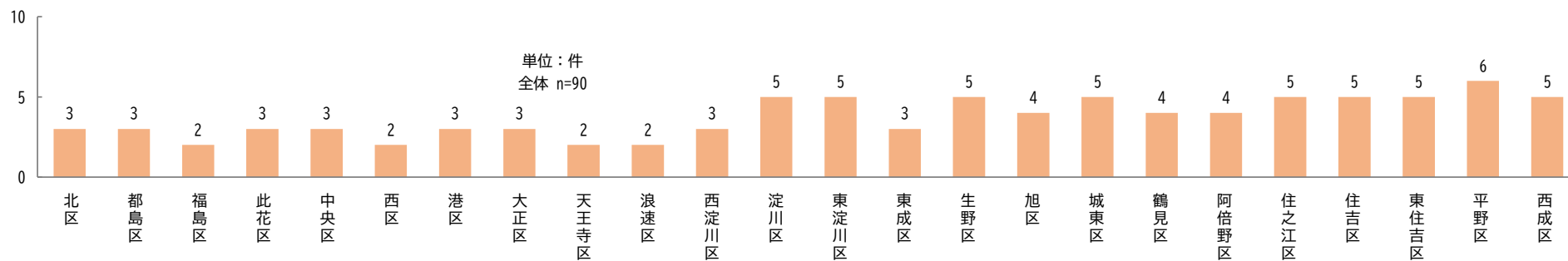


1. SCの属性

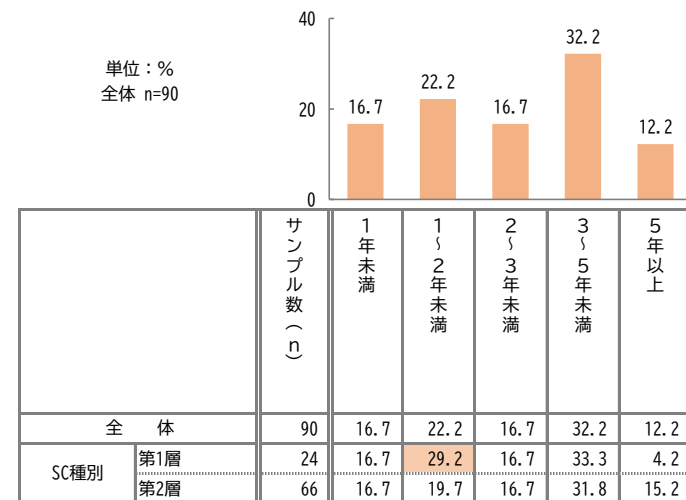
① 種別



② 活動している地域

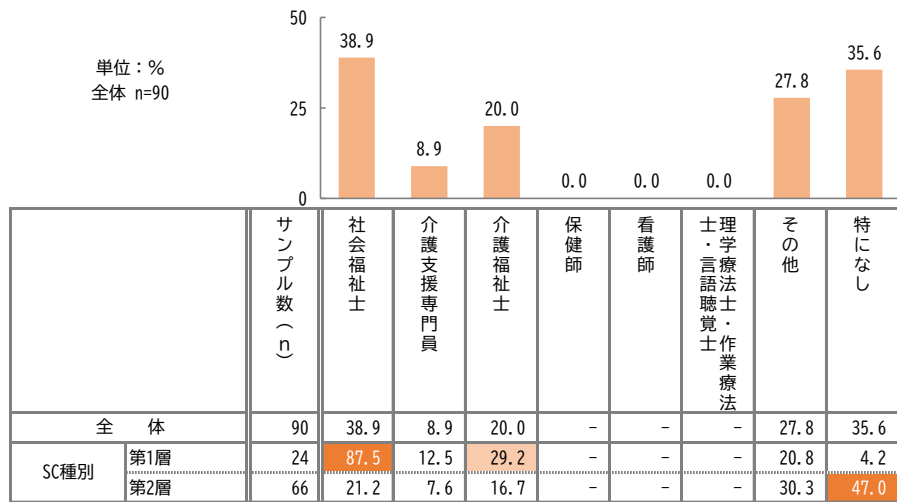


③ 活動年数



※ 濃いオレンジは全体より10ポイント以上、薄いオレンジは全体より5ポイント以上高い 単位：％

④ 保有資格



※ は全体より10ポイント以上、 は全体より5ポイント以上高い

単位：％

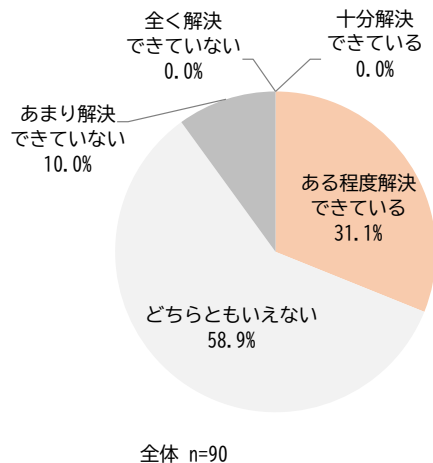
2. 地域ニーズと資源の状況

2-1. 地域ニーズの解決状況

Q7. あなたの活動している地域のニーズはどの程度解決されていると思いますか。（〇は一つ）（SA）

31%が地域ニーズがある程度解決できていると回答。第1層や活動年数の短い層で解決できていないとする割合が高め

- 地域のニーズについては、31.1%が「ある程度解決できている」、58.9%が「どちらともいえない」、10.0%が「あまり解決できていない」。
- SC種別にみると、第1層で「あまり解決できていない」の割合が25.0%と、第2層（4.5%）に比べて高めである。
- 活動年数別にみると、年数が短くなるほど「あまり解決できていない」の割合が高くなっている。



		サンプル数（n）	十分解決できている	ある程度解決できている	どちらともいえない	あまり解決できていない	全く解決できていない
全 体		90	-	31.1	58.9	10.0	-
SC種別	第1層	24	-	20.8	54.2	25.0	-
	第2層	66	-	34.8	60.6	4.5	-
活動年数別	3年未満	50	-	20.0	66.0	14.0	-
	3～5年未満	29	-	48.3	44.8	6.9	-
	5年以上	11	-	36.4	63.6	-	-

※ ■ は全体より10ポイント以上、■ は全体より5ポイント以上高い

単位：%

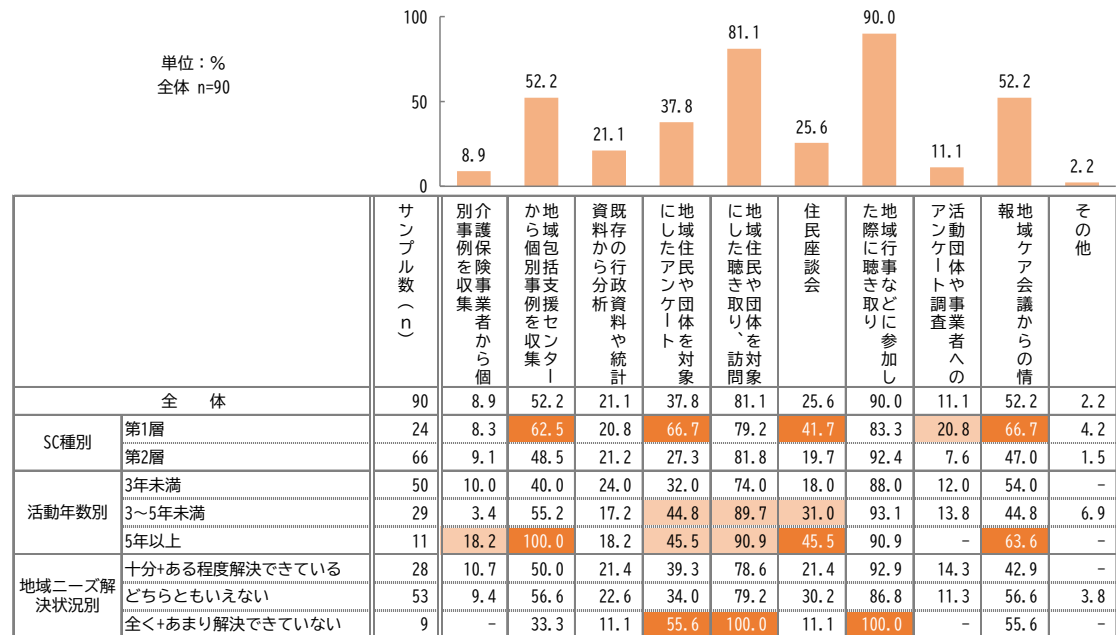
2-2. 地域ニーズを把握する方法

Q6. あなたは、地域住民のニーズをどのように把握していますか。（〇はいくつでも）（MA）

80%以上が地域行事での聴き取り、地域住民や団体への聴き取り訪問から地域ニーズを把握

活動年数の長い層は地域包括支援センターでの個別事例収集、地域ケア会議、住民座談会なども主要な情報源

- 地域住民のニーズの把握方法について、「地域行事などに参加した際に聴き取り」の割合が90.0%で最も高く、「地域住民や団体を対象にした聴き取り、訪問」「地域包括支援センターから個別事例を収集」「地域ケア会議からの情報」が続いている。
- SC種別にみると、第1層で「地域住民や団体を対象にしたアンケート」「地域ケア会議からの情報」「地域包括支援センターから個別事例を収集」「住民座談会」の割合が高めである。
- 活動年数別にみると、5年以上で「地域包括支援センターから個別事例を収集」「地域ケア会議からの情報」「住民座談会」の割合が高めである。



※ ■ は全体より10ポイント以上、■ は全体より5ポイント以上高い

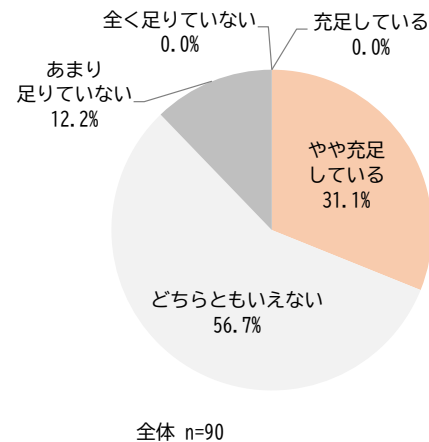
単位：％

2-3. 地域資源の充足状況

Q10. あなたの活動している地域では、地域資源はどの程度充足していますか。（〇は一つ）（SA）

31%が地域資源がやや充足していると回答

- 地域資源の充足状況について、31.1%が「やや充足している」、56.7%が「どちらともいえない」、12.2%が「あまり足りていない」。
- 地域ニーズ解決状況別にみると、当然ではあるが、解決できていない層で「あまり足りていない」の割合が高めである。



		サンプル数（n）	充足している	やや充足している	どちらともいえない	あまり足りていない	全く足りていない
全 体		90	-	31.1	56.7	12.2	-
SC種別	第1層	24	-	33.3	50.0	16.7	-
	第2層	66	-	30.3	59.1	10.6	-
活動年数別	3年未満	50	-	26.0	62.0	12.0	-
	3～5年未満	29	-	41.4	44.8	13.8	-
	5年以上	11	-	27.3	63.6	9.1	-
地域ニーズ解決状況別	十分+ある程度解決できている	28	-	46.4	46.4	7.1	-
	どちらともいえない	53	-	26.4	66.0	7.5	-
	全く+あまり解決できていない	9	-	11.1	33.3	55.6	-

※ 濃いオレンジ色 は全体より10ポイント以上、薄いオレンジ色 は全体より5ポイント以上高い

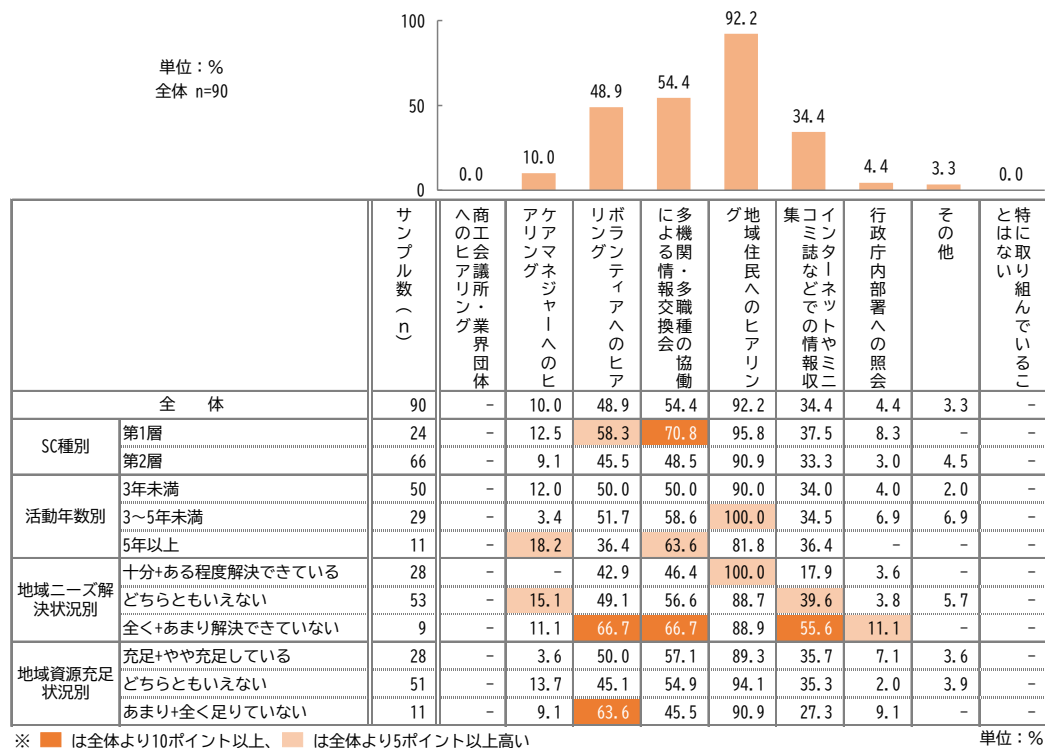
単位：%

2-4. 地域資源を探すために取り組んでいること

Q9. あなたの活動している地域で、地域資源を探すために取り組んでいることはなんですか。（〇はいくつでも）（MA）

地域資源を探すために、92%が地域住民へのヒアリング、54%が多機関・多職種の協働による情報交換会を活用
活動年数が長くなるほど、地域資源の充足度が高い層ほど、多機関・多職種の協働による情報交換会に取り組んでいる

- 地域資源を探すために取り組んでいることは、「地域住民へのヒアリング」の割合が92.2%と最も高く、「多機関・多職種の協働による情報交換会」「ボランティアへのヒアリング」「インターネットやミニコミ誌などでの情報収集」が続いている。
- SC種別にみると、第1層で「多機関・多職種の協働による情報交換会」の割合が高めである。
- 活動年数別にみると、年数が高くなるほど「多機関・多職種の協働による情報交換会」の割合が高めである。
- 地域資源充足状況別にみると、充足しているほど「多機関・多職種の協働による情報交換会」の割合が高くなっている。



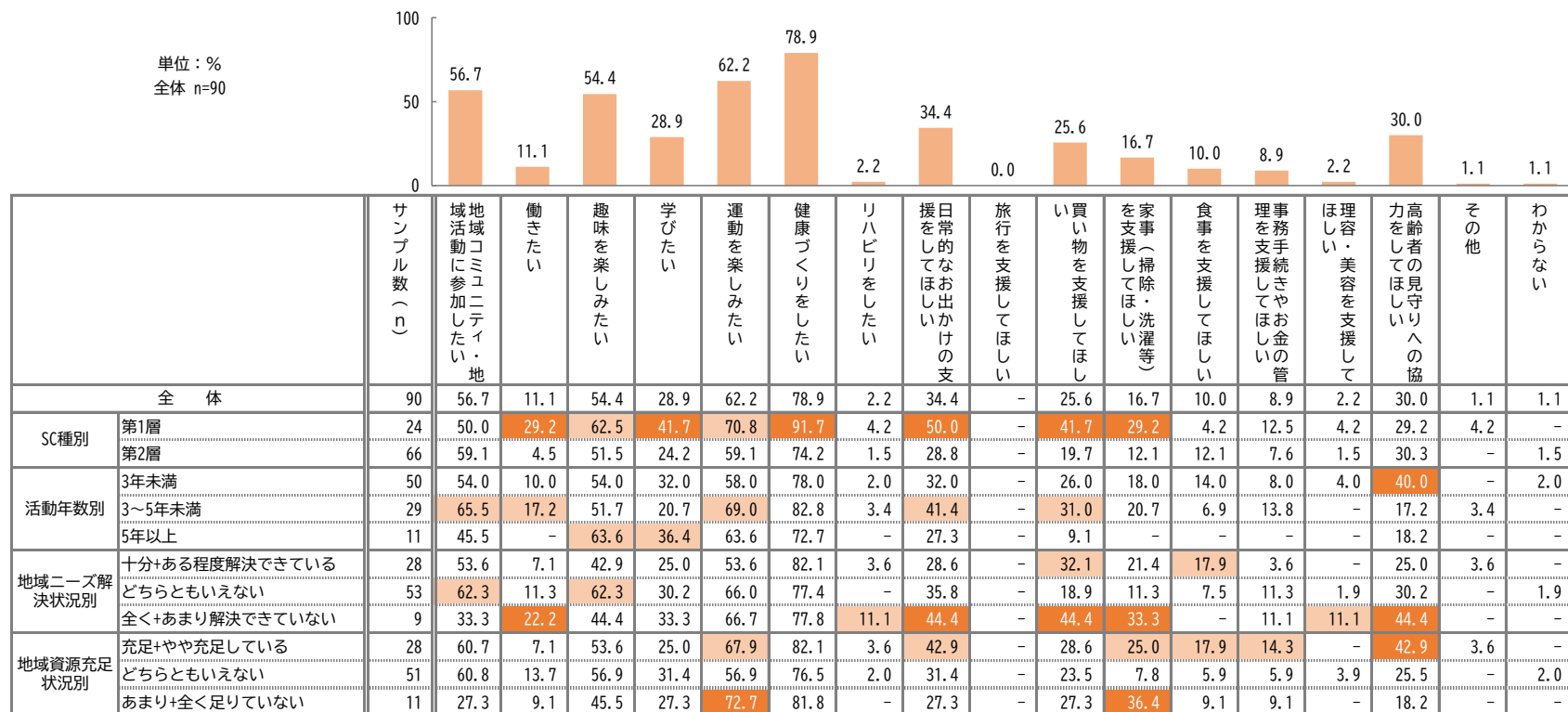
2-5. ニーズの高いもの

Q8. あなたの活動している地域のニーズについて、あてはまるものをお答えください。（〇はそれぞれいくつでも） ①あなたの活動している地域でニーズが高いもの(MA)

健康づくり、運動、地域活動、趣味などのニーズが比較的高い

地域ニーズが解決できていない層では日常なお出かけ、買い物、高齢者の見守り、家事、就労支援などのニーズが高め

- 活動している地域でニーズが高いものは、「健康づくりをしたい」の割合が78.9%で最も高く、「運動を楽しみたい」「地域コミュニティ・地域活動に参加したい」「趣味を楽しみたい」が続いている。
- SC種別にみると、第1層で「健康づくりをしたい」「日常なお出かけの支援をしてほしい」「学びたい」「買い物を支援してほしい」「働きたい」「家事（掃除・洗濯等）を支援してほしい」の割合が高めである。
- 地域ニーズ解決状況別にみると、解決できていない層で「日常なお出かけの支援をしてほしい」「買い物を支援してほしい」「高齢者の見守りへの協力をしてほしい」「家事（掃除・洗濯等）を支援してほしい」「働きたい」の割合が高めである。



※ 〇 は全体より10ポイント以上、 〇 は全体より5ポイント以上高い

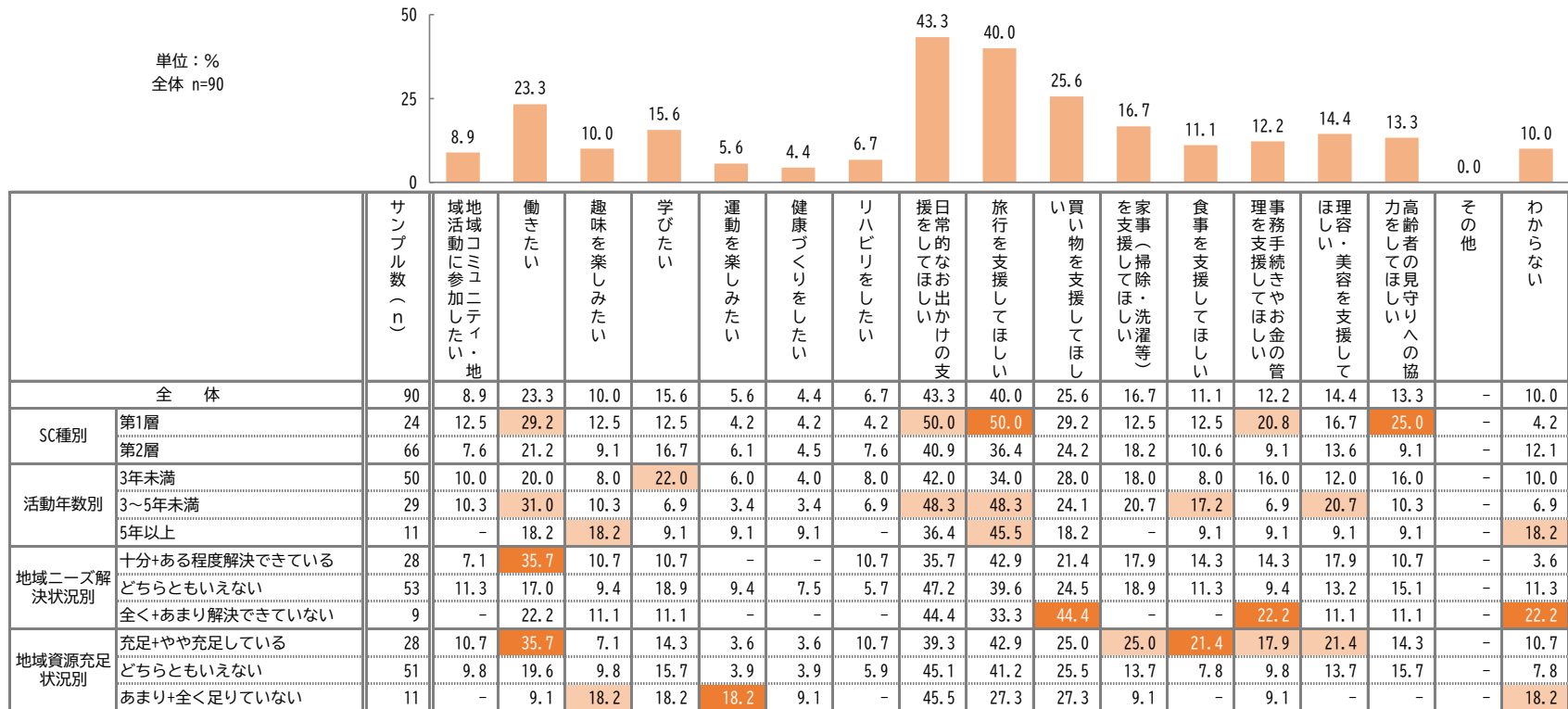
単位：％

2-6. サービスの少ないもの

Q8. あなたの活動している地域のニーズについて、あてはまるものをお答えください。（〇はそれぞれいくつでも） ②あなたの活動している地域でサービスが少ないもの(MA)

日常적인お出かけ、旅行、買い物、就労支援などが不足しているサービスの上位

- 活動している地域でサービスが少ないものは、「日常적인お出かけの支援をしてほしい」の割合が43.3%で最も高く、「旅行を支援してほしい」「買い物を支援してほしい」「働きたい」が続いている。
- SC種別にみると、第1層で「旅行を支援してほしい」「高齢者の見守りへの協力をしてほしい」の割合が高めである。
- 地域ニーズ解決状況別にみると、解決できていない層で「買い物を支援してほしい」「事務手続きやお金の管理を支援してほしい」「わからない」の割合が高めである。



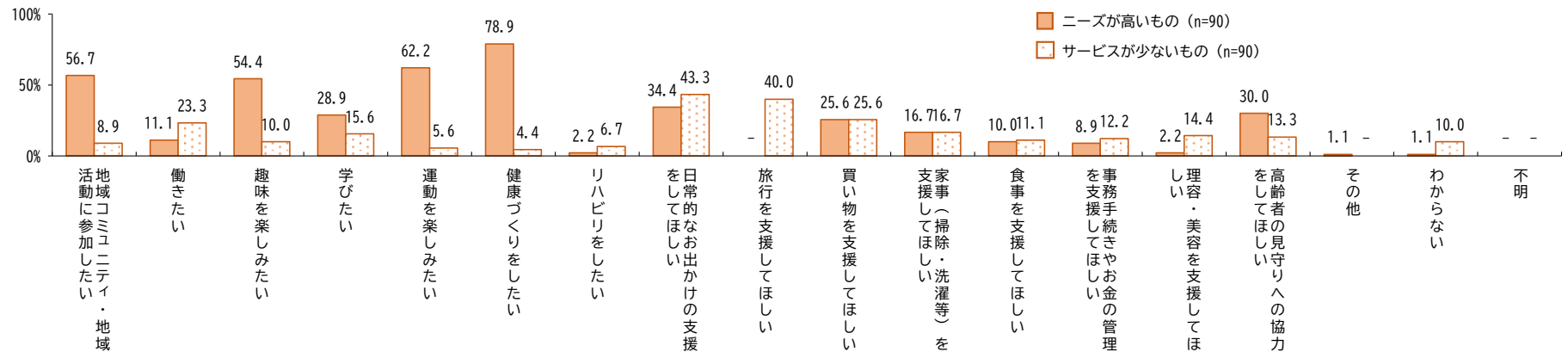
※ 濃いオレンジは全体より10ポイント以上、薄いオレンジは全体より5ポイント以上高い

単位：％

Q8. あなたの活動している地域のニーズについて、あてはまるものをお答えください。（〇はそれぞれいくつでも）

- 地域ニーズとサービス充足状況との関係を見ると、「日常のお出かけの支援をしてほしい」「買い物を支援してほしい」は比較的ニーズが高く、サービスが少ないものとしても割合が高めであることから優先的に供給が望まれる。
- 「旅行を支援してほしい」「働きたい」はニーズが高いものの割合は低めではあるものの、サービスが少ないものとしての割合は高めである。

□ 地域ニーズとサービス充足状況の関係

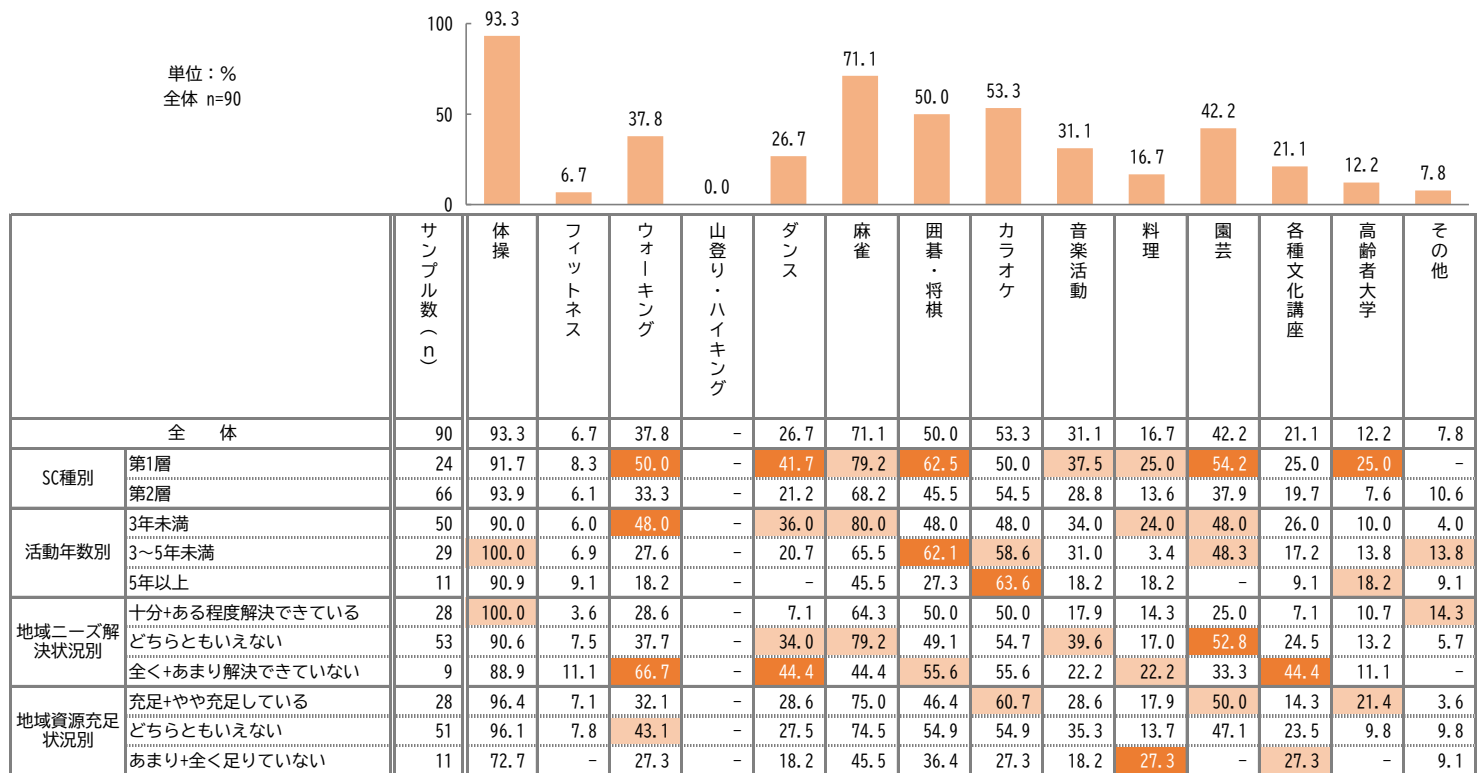


2-7. 紹介できるサービス〔介護予防分野〕

Q11. 介護予防につながるサービスについて、あてはまるものをお答えください。（〇はそれぞれいくつでも） ①あなたの活動している地域で紹介できるサービス(MA)

90%以上が体操を地域で紹介できるサービスとして把握。麻雀、カラオケ、囲碁・将棋は50%以上が把握

- 介護予防につながるサービスで紹介できるものは、「体操」の割合が93.3%で最も高く、「麻雀」「カラオケ」「囲碁・将棋」で50%を超えている。
- 活動年数別にみると、3年未満で「ウォーキング」、3～5年未満で「囲碁・将棋」、5年以上で「カラオケ」の割合が高めである。



※ ■ は全体より10ポイント以上、■ は全体より5ポイント以上高い

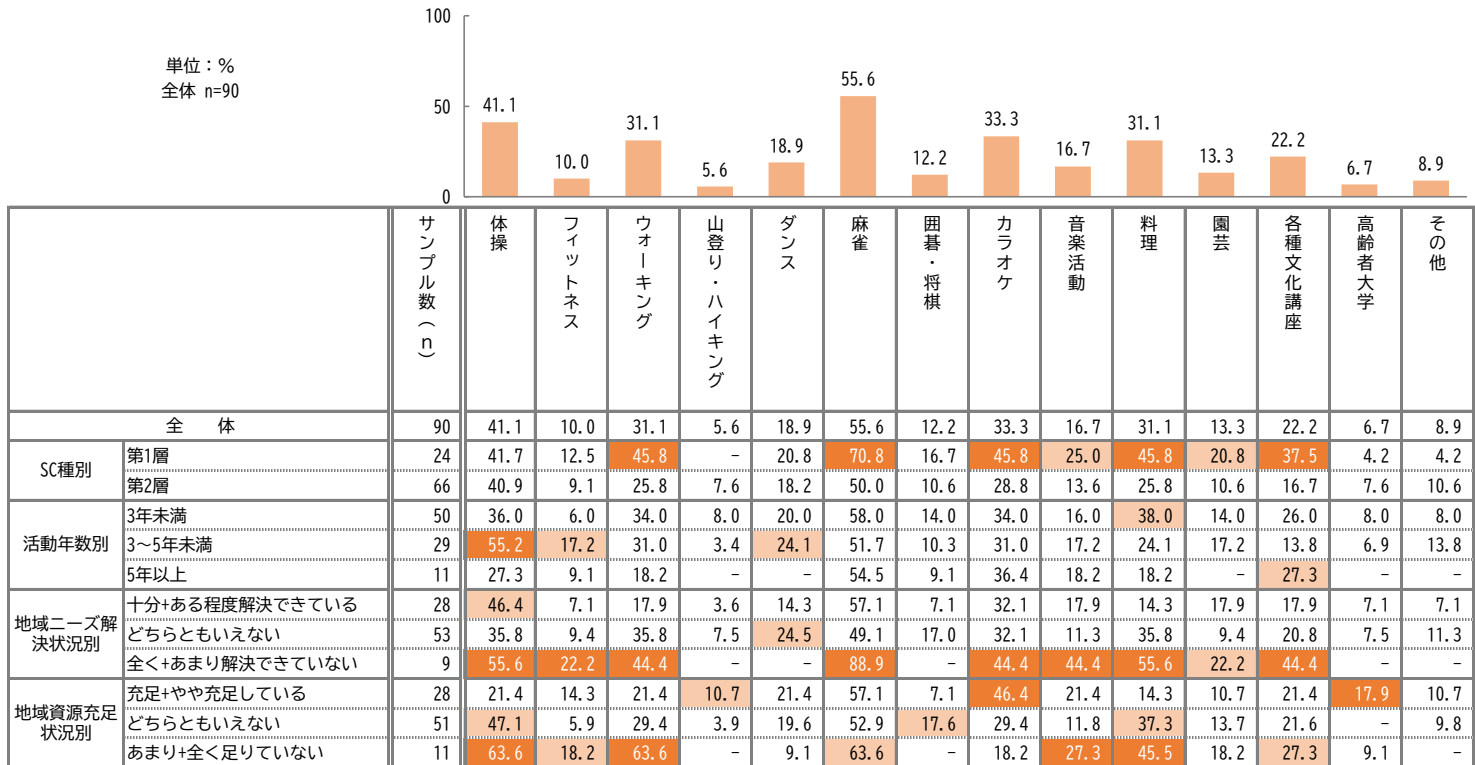
単位：％

2-8. 充実が望まれるサービス〔介護予防分野〕

Q11. 介護予防につながるサービスについて、あてはまるものをお答えください。（〇はそれぞれいくつでも） ②あなたの活動している地域で充実が望まれるサービス(MA)

56%が麻雀の充実を希望。体操、カラオケ、ウォーキング、料理は30%以上が充実を希望

- 介護予防につながるサービスで充実が望まれるものは、「麻雀」の割合が55.6%で最も高く、「体操」「カラオケ」「ウォーキング」「料理」が続いている。
- 地域ニーズ解決状況別にみると、解決できていない層で「麻雀」「体操」「料理」「ウォーキング」「カラオケ」「音楽活動」「各種文化講座」「フィットネス」の割合が高めである。



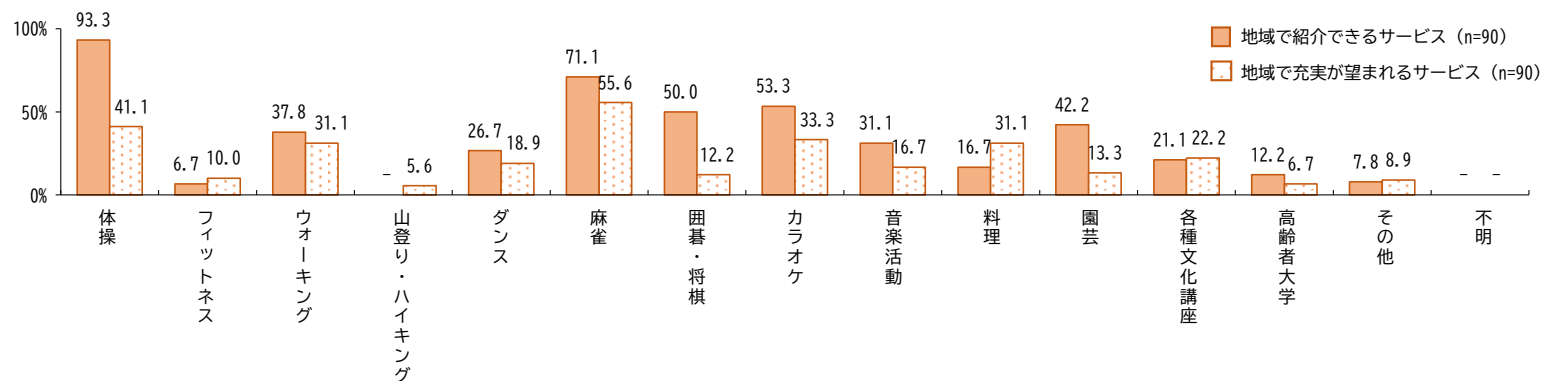
※ 〇 は全体より10ポイント以上、 〇 は全体より5ポイント以上高い

単位：％

Q11. 介護予防につながるサービスについて、あてはまるものをお答えください。（〇はそれぞれいくつでも）

- 紹介できるサービスと充実が望まれるサービスとの関係を見ると、「料理」は紹介できるサービスの割合が低めであるのに対して、充実が望まれる割合が高めであることから優先的に供給が望まれる。
- 「体操」「麻雀」「カラオケ」「ウォーキング」は紹介できるサービスの割合が高めであるものの、充実が望まれる割合も高めであることから高いレベルでの充実が望まれる。

□ 紹介できるサービスと充実が望まれるサービスの関係

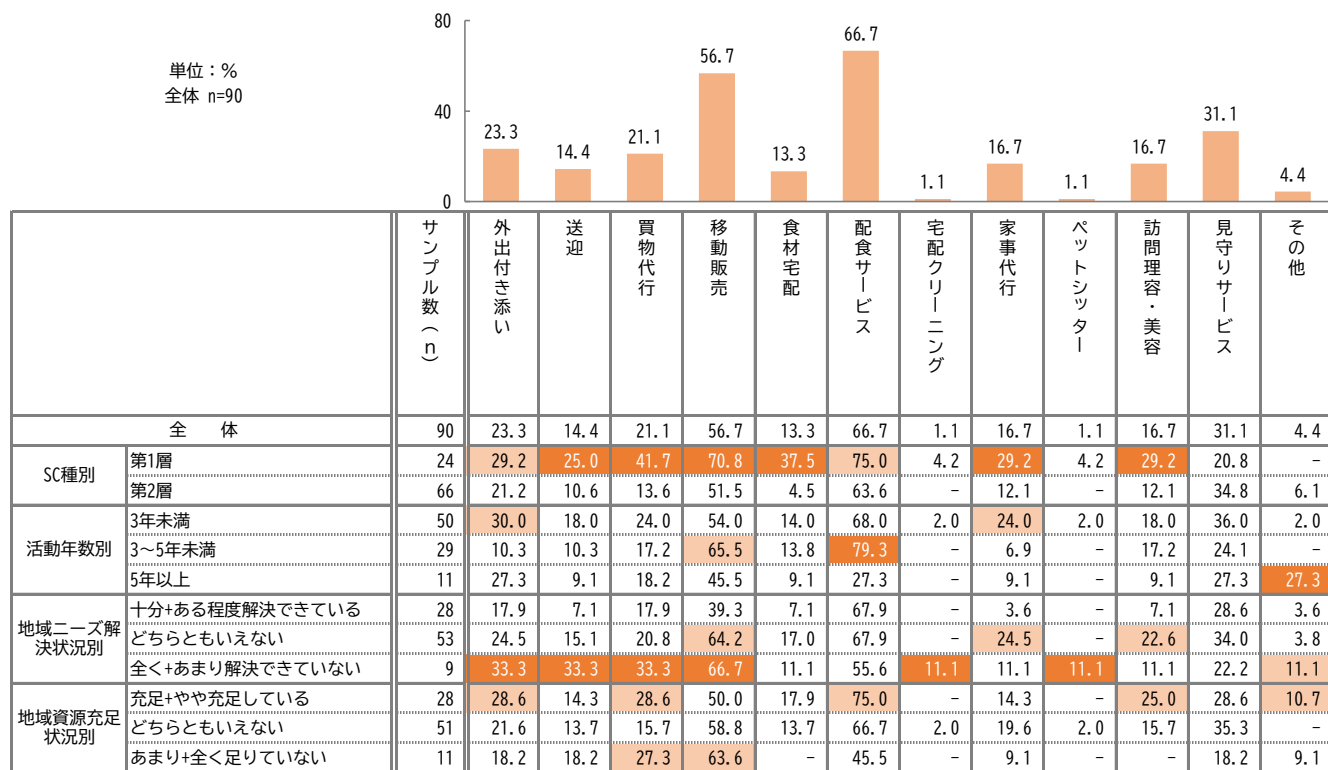


2-9. 紹介できるサービス〔生活支援分野〕

Q12. 生活支援につながるサービスについて、あてはまるものをお答えください。（〇はそれぞれいくつでも） ①あなたの活動している地域で紹介できるサービス(MA)

生活支援につながるサービスについて、50%以上が配食サービスと移動販売を把握

- 生活支援につながるサービスで紹介できるものは、「配食サービス」の割合が66.7%で最も高く、50%を超えているのは「移動販売」である。
- 地域資源充足状況別にみると、充足している層では「配食サービス」「外出付き添い」「買物代行」「訪問理容・美容」の割合がやや高めである。



※ 濃いオレンジは全体より10ポイント以上、薄いオレンジは全体より5ポイント以上高い

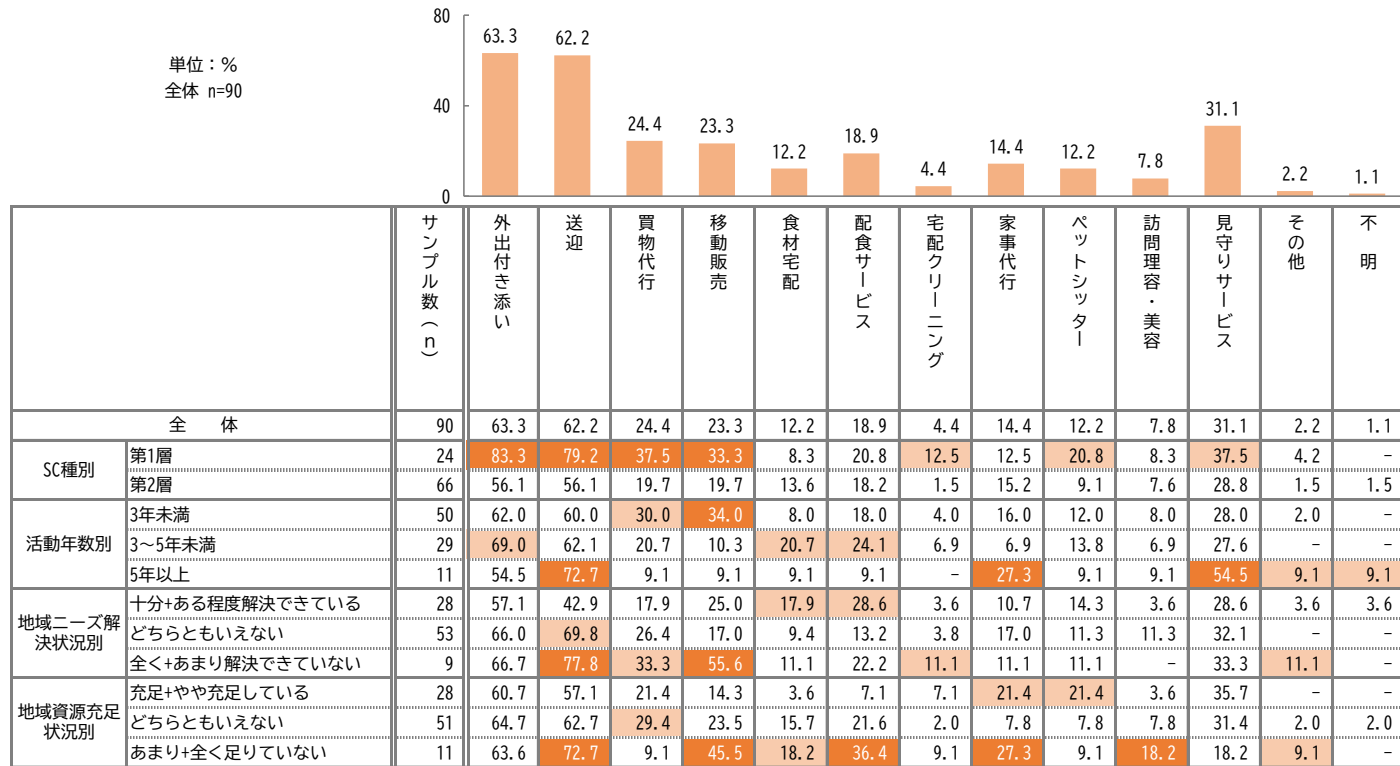
単位：％

2-10. 充実が望まれるサービス〔生活支援分野〕

Q12. 生活支援につながるサービスについて、あてはまるものをお答えください。(〇はそれぞれいくつでも) ②あなたの活動している地域で充実が望まれるサービス(MA)

60%以上が外出付き添い、送迎サービスの充実を希望

- 生活支援につながるサービスで充実が望まれるものは、「外出付き添い」の割合が63.3%で最も高く、僅差で「送迎」が続いている。20%を超えているのは「見守りサービス」「買物代行」「移動販売」である。
- 地域ニーズ解決状況別にみると、解決できていない層で「送迎」「移動販売」の割合が高めである。
- 地域資源充足状況別にみると、足りていない層で「送迎」「移動販売」「配食サービス」「家事代行」「訪問理容・美容」の割合が高めである。



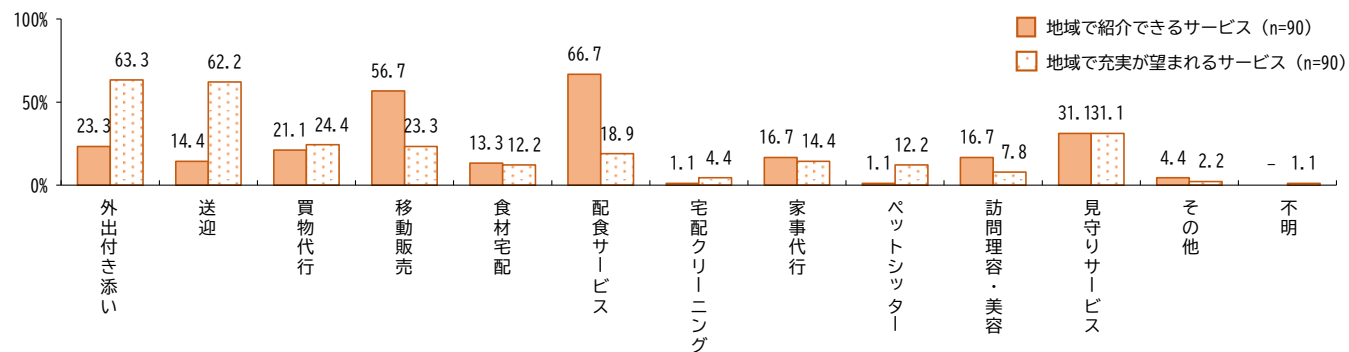
※ ■ は全体より10ポイント以上、■ は全体より5ポイント以上高い

単位：％

Q12. 生活支援につながるサービスについて、あてはまるものをお答えください。（〇はそれぞれいくつでも）

- 紹介できるサービスと充実が望まれるサービスとの関係を見ると、「送迎」「外出付き添い」は紹介できるサービスの割合が低めであるのに対して、充実が望まれる割合が高めであることから優先的にサービスの発掘が望まれる。
- 「見守りサービス」は紹介できるサービスの割合が高めであるものの、充実が望まれる割合も高めであることから高いレベルでの充実が望まれる。

□ 紹介できるサービスと充実が望まれるサービスの関係

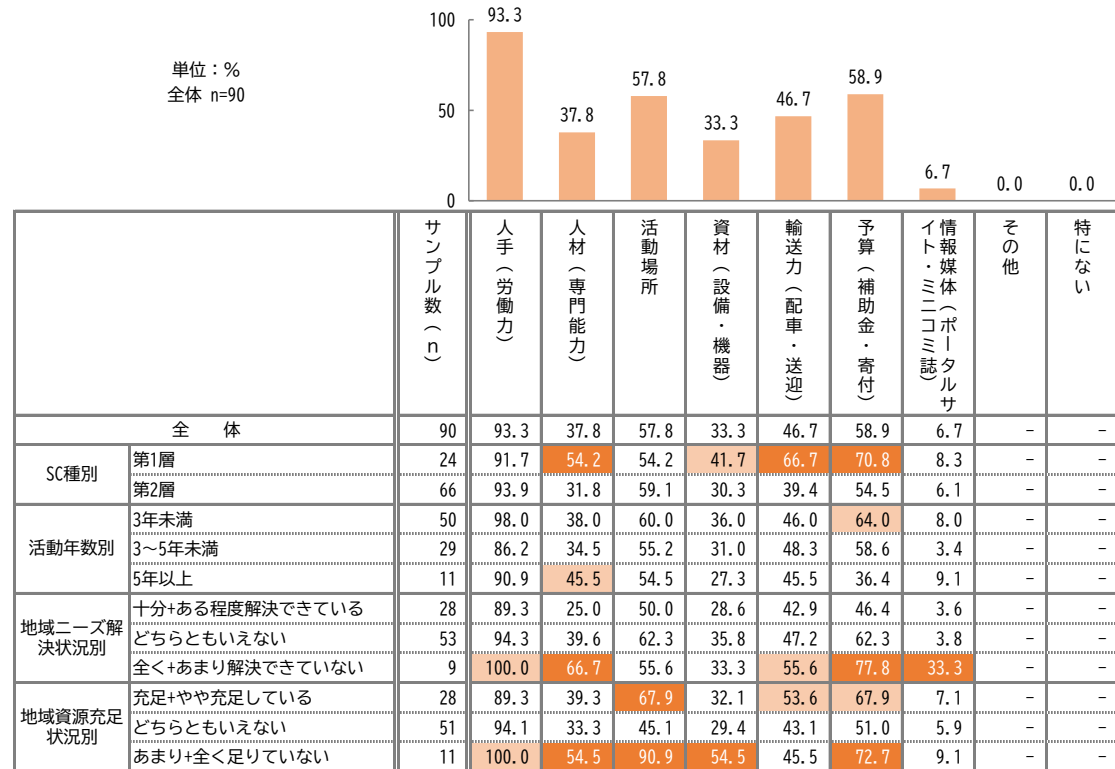


2-11. 不足している地域資源

Q17. あなたの活動している地域で、不足している地域資源について、すべてお答えください。（〇はいくつでも）（MA）

93%が労働力不足。地域資源が不足していると回答した層では活動場所、予算、専門人材、資材などの不足が目立つ

- 不足している地域資源について、「人手（労働力）」の割合が93.3%で最も高く、「予算（補助金・寄付）」「活動場所」「輸送力（配車・送迎）」「人材（専門能力）」「資材（設備・機器）」が続いている。
- SC種別にみると、第1層で「予算（補助金・寄付）」「輸送力（配車・送迎）」「人材（専門能力）」の割合が高めである。
- 地域資源充足状況別にみると、充足している層で「活動場所」に加えて「予算（補助金・寄付）」「人材（専門能力）」「資材（設備・機器）」の割合が高めである。



※ 濃いオレンジは全体より10ポイント以上、薄いオレンジは全体より5ポイント以上高い

単位：％

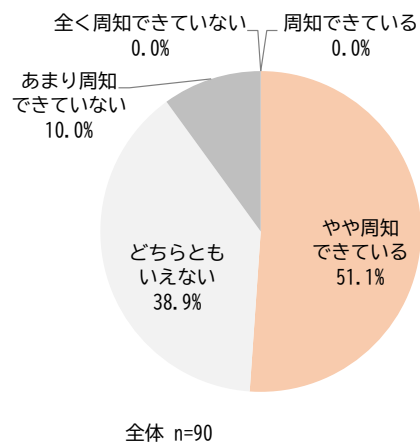
3. 活動における課題

3-1. サービスの周知状況

Q14. あなたの活動している地域では、介護予防・生活支援のサービスについてどの程度周知できていると思いますか。（○は一つ）（SA）

51%が介護予防・生活支援のサービスをやや周知できている

- 介護予防・生活支援のサービスの周知状況について、51.1%が「やや周知できている」、38.9%が「どちらともいえない」、10.0%が「あまり周知できていない」。
- 地域ニーズが解決できているほど、地域支援が充足しているほど、概ね周知できている割合が高めである。



		サンプル数 (n)	周知できている	やや周知できている	どちらともいえない	あまり周知できていない	全く周知できていない
全 体		90	-	51.1	38.9	10.0	-
SC種別	第1層	24	-	58.3	25.0	16.7	-
	第2層	66	-	48.5	43.9	7.6	-
活動年数別	3年未満	50	-	52.0	38.0	10.0	-
	3～5年未満	29	-	55.2	37.9	6.9	-
	5年以上	11	-	36.4	45.5	18.2	-
地域ニーズ解決状況別	十分+ある程度解決できている	28	-	71.4	17.9	10.7	-
	どちらともいえない	53	-	41.5	50.9	7.5	-
	全く+あまり解決できていない	9	-	44.4	33.3	22.2	-
地域資源充足状況別	充足+やや充足している	28	-	85.7	10.7	3.6	-
	どちらともいえない	51	-	37.3	51.0	11.8	-
	あまり+全く足りていない	11	-	27.3	54.5	18.2	-

※ ■ は全体より10ポイント以上、■ は全体より5ポイント以上高い

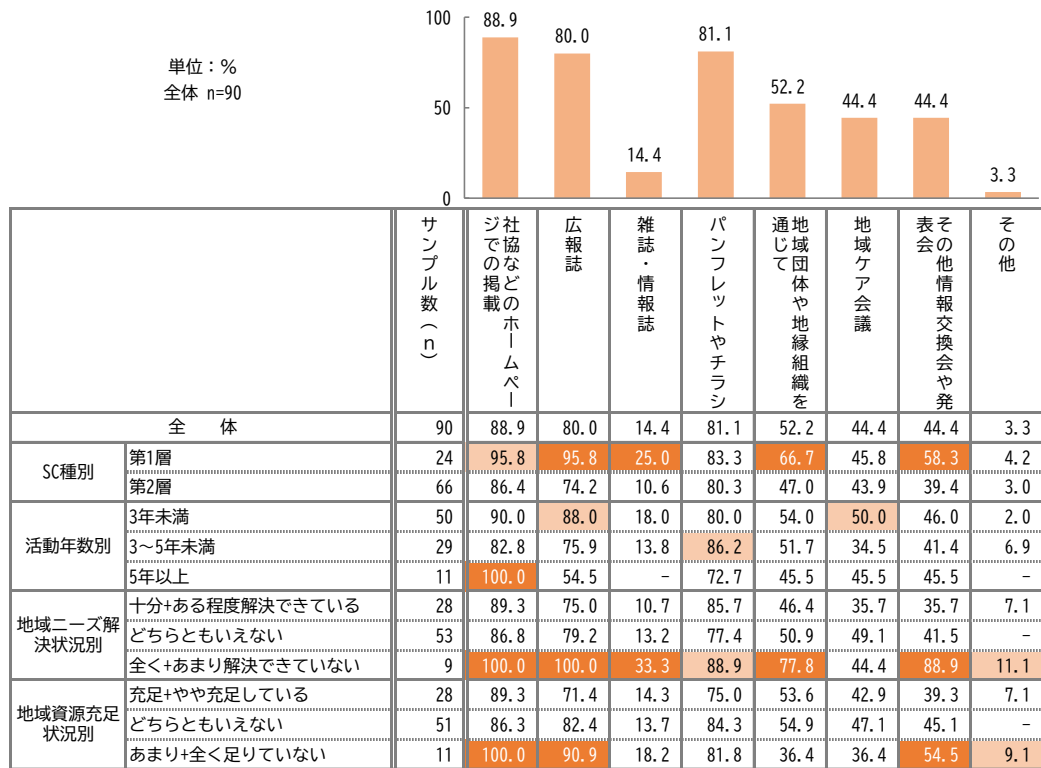
単位：%

3-2. サービスの周知方法

Q13. あなたの活動している地域では、介護予防・生活支援のサービスをどのように周知していますか。（〇はいくつでも）（MA）

80%以上が社協などのホームページ、パンフレット・チラシ、広報誌で介護予防・生活支援のサービスを周知

- 介護予防・生活支援のサービスの周知方法について、「社協などのホームページでの掲載」の割合が88.9%で最も高く、「パンフレットやチラシ」「広報誌」が80%を超えている。
- SC種別にみると、第1層で「広報誌」「地域団体や地縁組織を通じて」「その他情報交換会や発表会」「雑誌・情報誌」の割合が高めである。
- 活動年数別にみると、5年以上で「社協などのホームページでの掲載」の割合が高めである。



※ ■ は全体より10ポイント以上、■ は全体より5ポイント以上高い

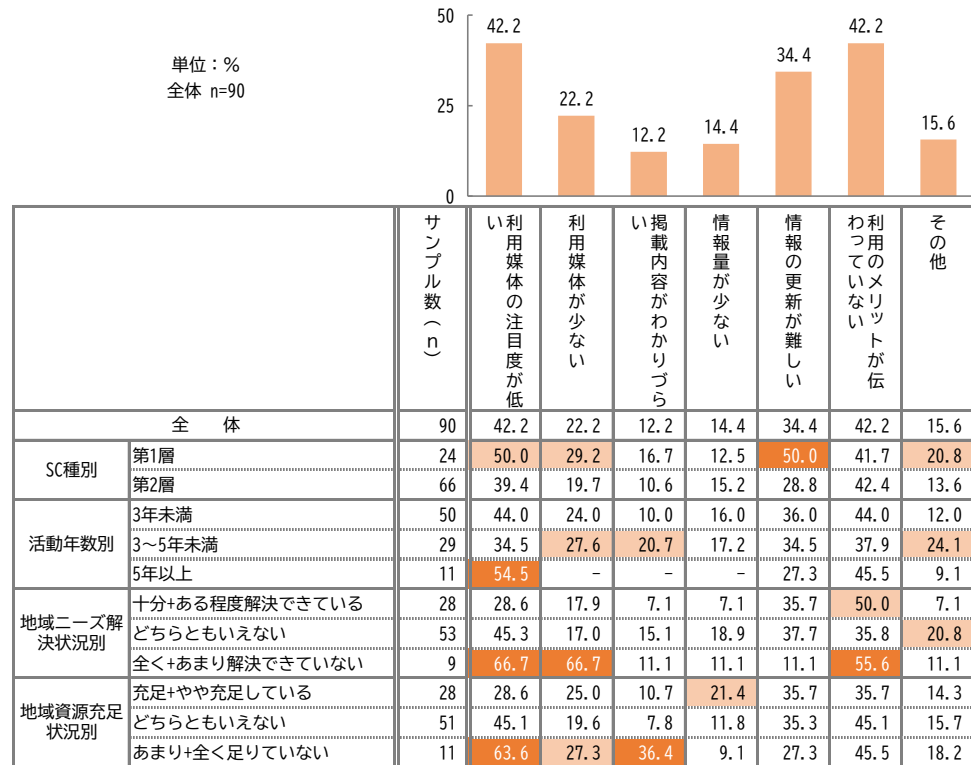
単位：％

3-3. サービスの周知にあたっての問題点

Q15. あなたの活動している地域で、介護予防・生活支援のサービスを周知するにあたっての問題点はどんなことですか。（〇はいくつでも）（MA）

利用媒体の注目度の低さ、利用メリットの伝え方、情報の更新などがサービス周知にあたる主要な問題点

- 介護予防・生活支援のサービスを周知するにあたっての問題点について、「利用媒体の注目度が低い」「利用のメリットが伝わっていない」がそれぞれ42.2%で最も高く、「情報の更新が難しい」「利用媒体が少ない」が続いている。
- SC種別にみると、第1層で「情報の更新が難しい」の割合が高めである。
- 活動年数別にみると、5年以上で「利用媒体の注目度が低い」の割合が高めである。



※ ■ は全体より10ポイント以上、■ は全体より5ポイント以上高い

単位：％

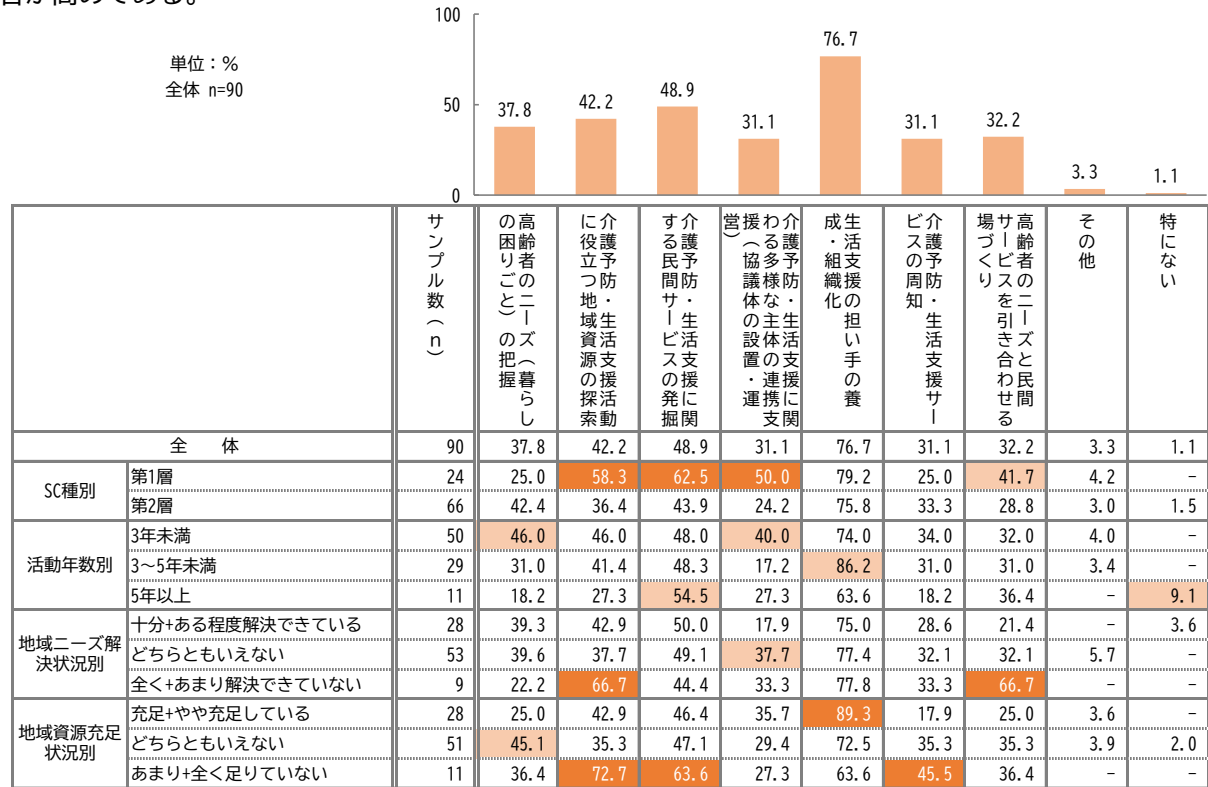
3-4. ニーズとサービスのマッチングにおける課題

Q16. あなたの活動している地域で、ニーズとサービスのマッチングを進めていく上で困っていることや悩んでいることは何ですか。（〇はいくつでも）（MA）

77%が生活支援の担い手の養成・組織化をニーズとサービスのマッチングを進める上での課題としている

民間サービスの発掘、地域資源の探索いずれも40%を超える主要課題

- ニーズとサービスのマッチングを進めていく上での課題は、「生活支援の担い手の養成・組織化」の割合が76.7%で最も高く、「介護予防・生活支援に関する民間サービスの発掘」「介護予防・生活支援活動に役立つ地域資源の探索」「高齢者のニーズ（暮らしの困りごと）の把握」が続いている。
- SC種別にみると、第1層で「介護予防・生活支援に関する民間サービスの発掘」「介護予防・生活支援活動に役立つ地域資源の探索」「介護予防・生活支援に関わる多様な主体の連携支援（協議体の設置・運営）」の割合が高めである。
- 地域ニーズ解決状況別にみると、解決できていない層で「介護予防・生活支援活動に役立つ地域資源の探索」「高齢者のニーズと民間サービスを引き合わせる場づくり」の割合が高めである。



※ 濃いオレンジは全体より10ポイント以上、薄いオレンジは全体より5ポイント以上高い

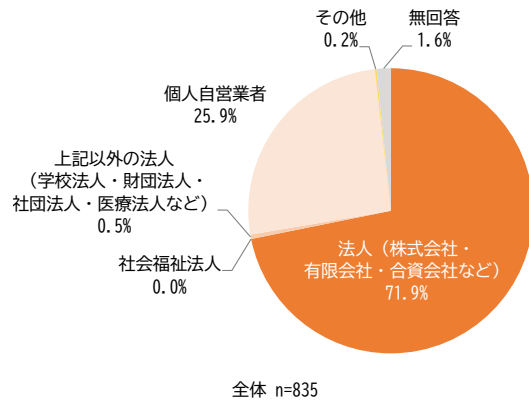
単位：％

Ⅲ. 民間企業調査（対象業種：卸売業・小売業）

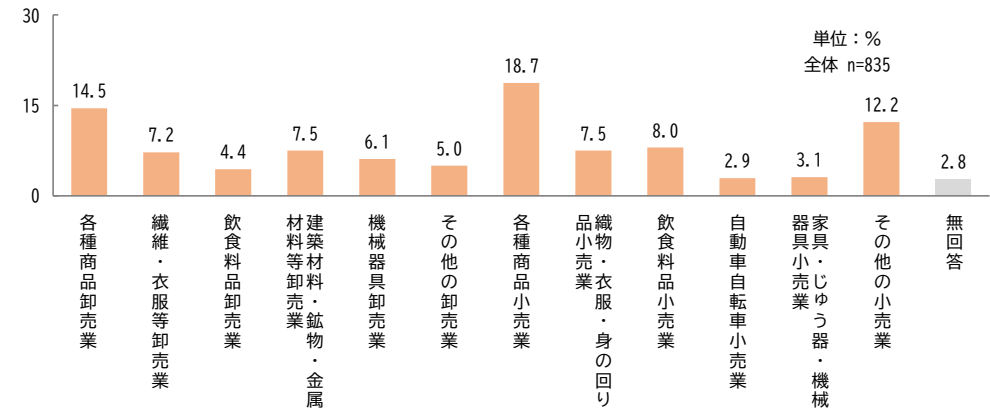


1. 事業者の属性

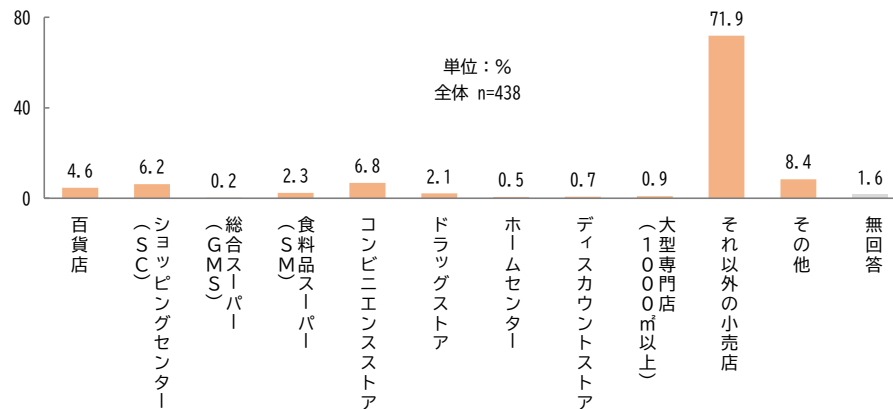
① 法人形態



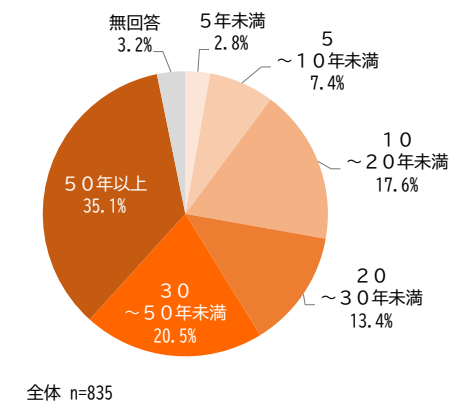
② 主な業種



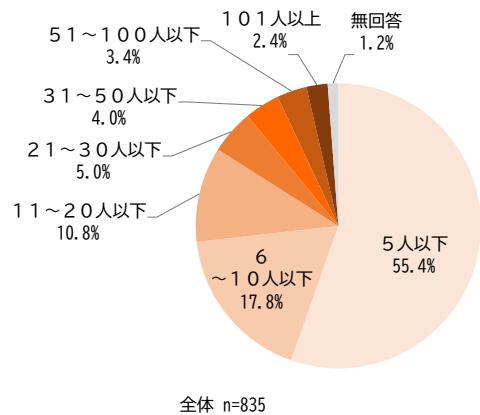
③ 店舗形態



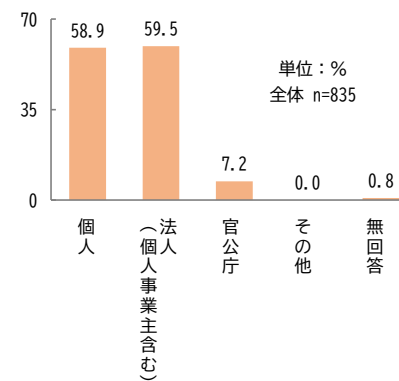
④ 事業年数



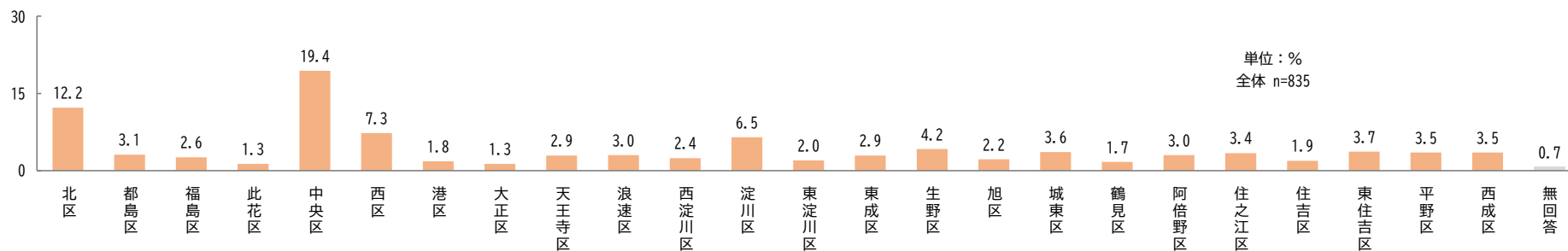
⑤ 従業員規模



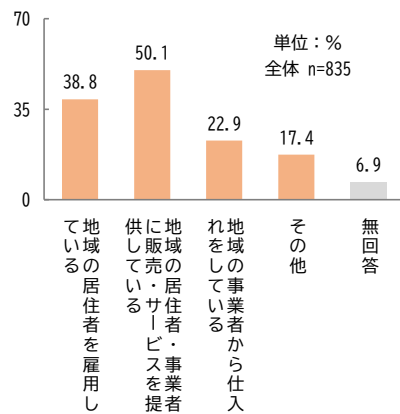
⑥ 主な販売先



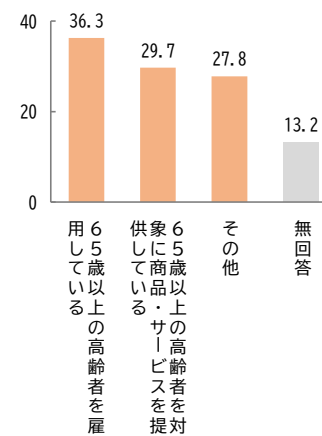
⑦ 所在地区



⑧ 地域との関り



⑨ 65歳以上の高齢者との関り



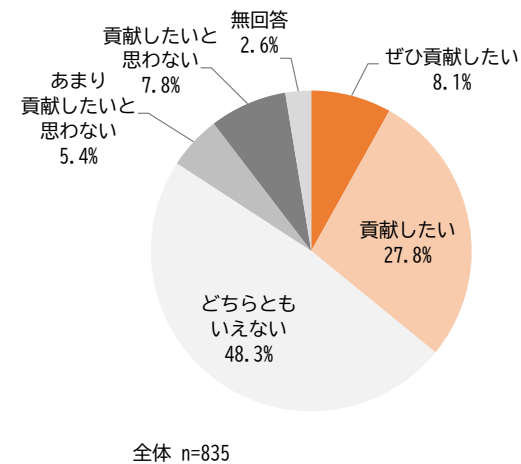
2. 地域に提供可能な民間資源やサービスの状況

2-1. 地域貢献意向

問11. あなたの事業所では、何らかの形で地域に貢献したいと思いますか。（○は一つ）（SA）

調査回答者の36%が地域貢献に前向き。その内8%が「ぜひ貢献したい」

- 調査回答者の地域貢献意向について、「ぜひ貢献したい」8.1%、「貢献したい」が27.8%と、35.9%に地域貢献意向あり。
- 業種別に意向がある割合をみると、小売業で43.2%と卸売業（27.8%）を上回っている。
- 事業所規模別に意向がある割合をみると、6～20人以下、21～50人以下でそれぞれ45%程と他の層に比べて高めである。回答者数が少ないため留意が必要ではあるが、101人以上で意向がある割合が65.0%と高めである。



		サンプル数（n）	ぜひ貢献したい	貢献したい	どちらともいえない	あまり貢献したいと思わない	貢献したいと思わない	無回答	意向あり計	意向なし計も+
全 体		835	8.1	27.8	48.3	5.4	7.8	2.6	35.9	61.4
法人形態別	法人	600	8.5	28.3	48.7	4.8	7.0	2.7	36.8	60.5
	個人自営業	216	6.5	27.3	47.2	6.9	9.7	2.3	33.8	63.9
業種別	卸売業	374	4.0	23.8	57.2	5.6	7.5	1.9	27.8	70.3
	小売業	438	11.6	31.5	41.3	5.3	8.0	2.3	43.2	54.6
事業所規模別	5人以下	463	5.0	24.0	52.1	7.6	9.1	2.4	28.9	68.7
	6～20人以下	239	13.4	32.2	43.9	3.3	5.9	1.3	45.6	53.1
	21～50人以下	75	12.0	33.3	49.3	-	5.3	-	45.3	54.7
	51～100人以下	28	-	35.7	46.4	3.6	10.7	3.6	35.7	60.7
	101人以上	20	20.0	45.0	30.0	-	-	5.0	65.0	30.0

※ 濃いオレンジは全体より10ポイント以上、薄いオレンジは全体より5ポイント以上高い

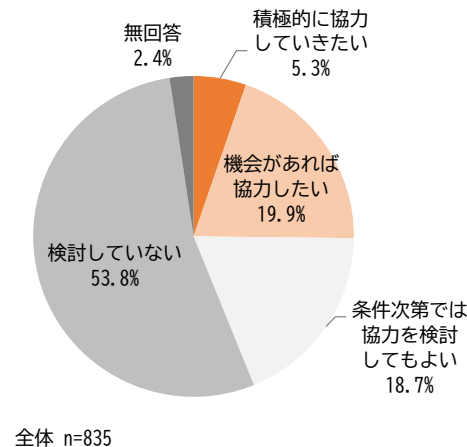
単位：%

2-2. 介護予防・生活支援活動への協力意向

問12. 地域にお住いの高齢者の介護予防・生活支援につながる活動について協力していきたいとお考えですか。（〇は一つ）（SA）

調査回答者の25%が高齢者の介護予防・生活支援につながる活動への協力に前向き。その内5%が「積極的に協力していきたい」

- 高齢者の介護予防・生活支援につながる活動については、「積極的に協力していきたい」が5.3%、「機会があれば協力したい」が19.9%と、25.1%に協力意向あり。「条件次第では協力を検討してもよい」を含めると43.8%に上る。
- 法人形態別では協力に前向きな割合に大きな差はみられないが、「条件次第では協力を検討してもよい」まで含めると個人自営業（53.2%）の割合がやや高めである。
- 業種別に協力に前向きな割合をみると、小売業で35.4%と卸売業（13.6%）に比べて高めである。
- 事業所規模別に協力に前向きな割合をみると、6～20人以下（30.5%）が他の層に比べてやや高めである。「条件次第では協力を検討してもよい」まで含めると21～50人以下（50.7%）の割合がやや高めである。回答者が少ないため留意が必要であるが、101人以上で協力に前向きな割合が40.0%と高めである。



	サンプル数（n）	積極的に協力していきたい	機会があれば協力したい	条件次第では協力を検討してもよい	検討していない	無回答	意向あり（積極的＋検討）	意向あり（積極的）
全 体	835	5.3	19.9	18.7	53.8	2.4	25.1	43.8
法人形態別								
法人	600	5.5	18.5	16.2	57.7	2.2	24.0	40.2
個人自営業	216	4.2	23.6	25.5	44.0	2.8	27.8	53.2
業種別								
卸売業	374	2.1	11.5	16.8	67.9	1.6	13.6	30.5
小売業	438	8.0	27.4	20.3	42.0	2.3	35.4	55.7
事業所規模別								
5人以下	463	3.0	20.1	19.0	55.9	1.9	23.1	42.1
6～20人以下	239	8.4	22.2	15.5	52.3	1.7	30.5	46.0
21～50人以下	75	9.3	14.7	26.7	49.3	-	24.0	50.7
51～100人以下	28	-	14.3	14.3	71.4	-	14.3	28.6
101人以上	20	15.0	25.0	35.0	20.0	5.0	40.0	75.0

※ ■ は全体より10ポイント以上、■ は全体より5ポイント以上高い

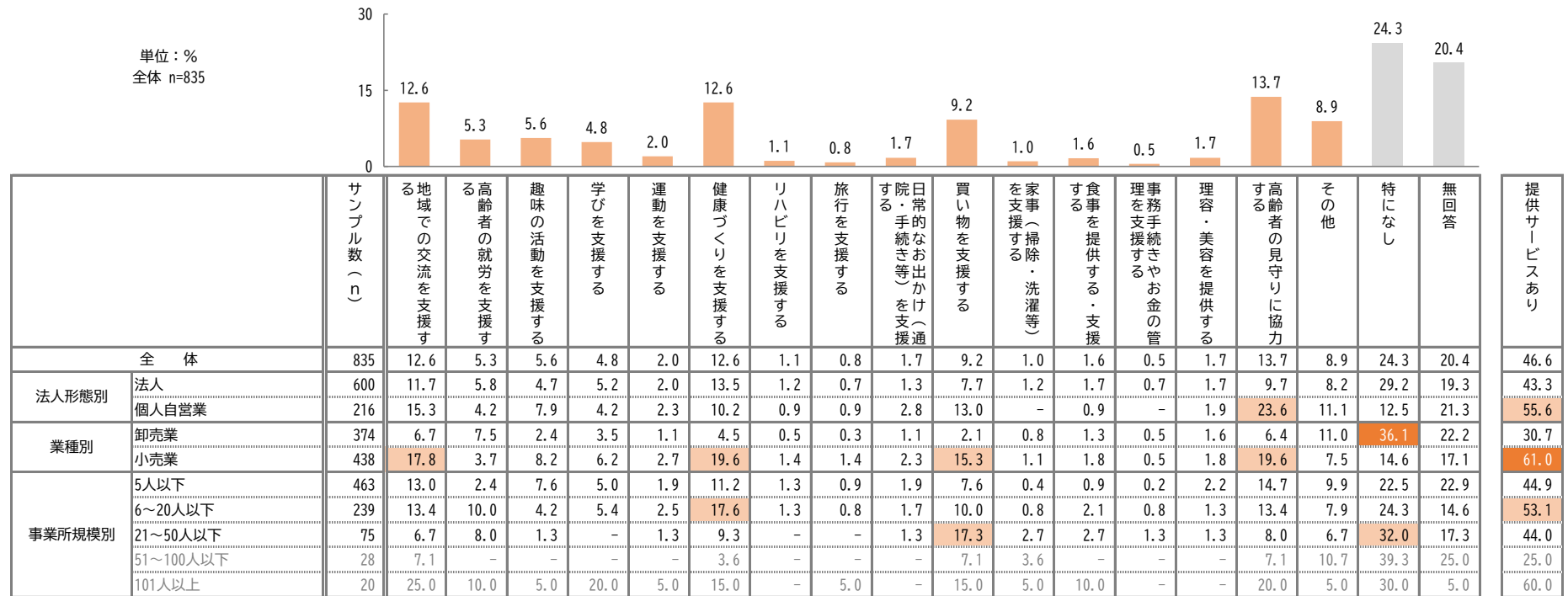
単位：%

2-3. 地域に提供できること

問13. 次のような、地域にお住まいの高齢者のニーズについて、あなたの事業所でサービスを提供できることはありますか。（〇はいくつでも）（MA）

47%の回答者から自社サービスで対応可能な地域の高齢者のニーズについて回答が得られた

- 地域にお住まいの高齢者のニーズで提供できることについて、46.6%から該当するニーズについて回答が得られた。
「高齢者の見守りに協力する」が13.7%で最も高く、「健康づくりを支援する」「地域での交流を支援する」「買い物を支援する」「趣味の活動を支援する」「高齢者の就労を支援する」が続いている。
- 法人形態別にみると、個人自営業で「高齢者の見守りに協力する」の割合がやや高めである。
- 業種別にみると、小売業で「健康づくりを支援する」「高齢者の見守りに協力する」「地域での交流を支援する」「買い物を支援する」の割合がやや高めである。
- 事業所規模別にみると、6～20人以下で「健康づくりを支援する」、21～50人以下で「買い物を支援する」の割合がやや高めである。



単位：％

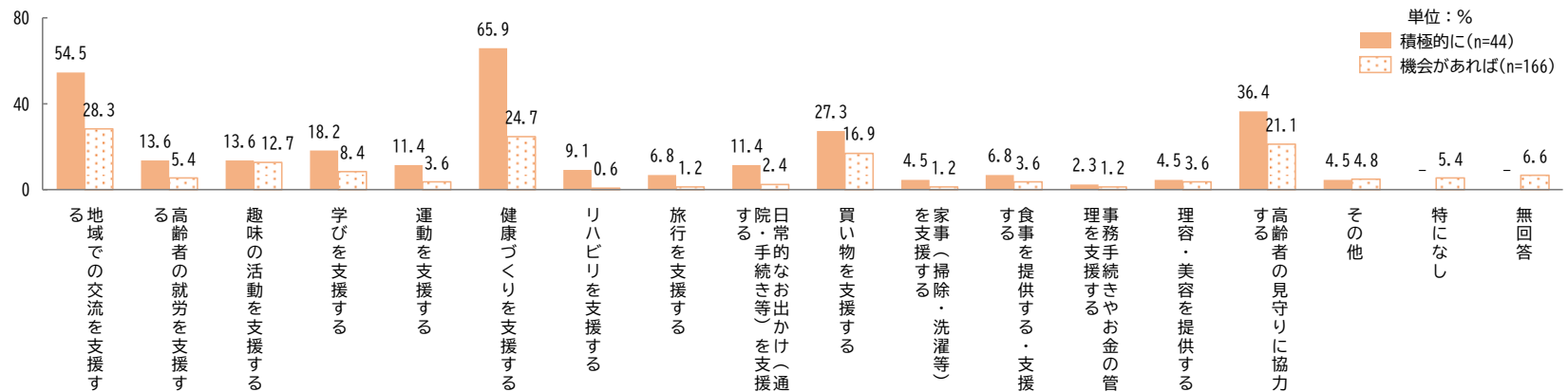
2-3. 地域に提供できること

問13. 次のような、地域にお住いの高齢者のニーズについて、あなたの事業所でサービスを提供できることはありますか。（〇はいくつでも）（MA）

介護予防・生活支援への協力を積極的な層は、健康づくり、地域交流、高齢者の見守りなどの協力意向が高め

- 高齢者の介護予防・生活支援につながる活動に積極的に協力したいと回答した層では、「健康づくりを支援する」「地域での交流を支援する」「高齢者の見守りに協力する」「買い物を支援する」などの割合が高めである。
- 機会があれば協力したいと回答した層では、「地域での交流を支援する」「健康づくりを支援する」「高齢者の見守りに協力する」「買い物を支援する」などの割合が高めである。

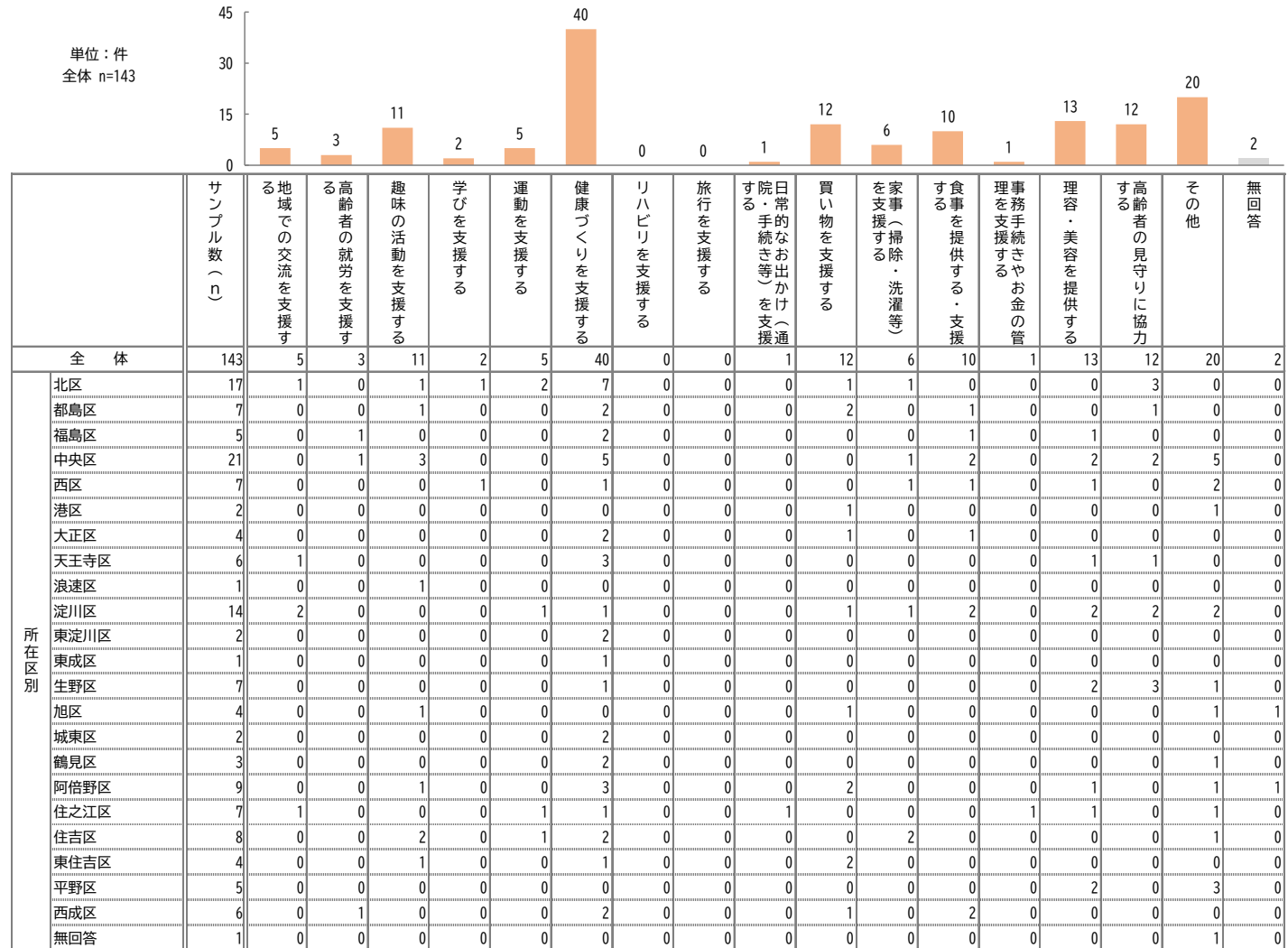
□ 高齢者の介護予防・生活支援につながる活動への協力意向別



2-3. 地域に提供できること

問14. あなたの事業所で提供可能と思われるサービスの具体的な内容をお聞かせください。

- 具体的なサービスの内容について143件の回答が得られた。
- サービスを分類すると、「健康づくりを支援する」が40件で最も多く、「理容・美容を提供する」「買い物を支援する」「高齢者の見守りに協力する」「趣味の活動を支援する」「食事を提供する・支援する」が続いている。



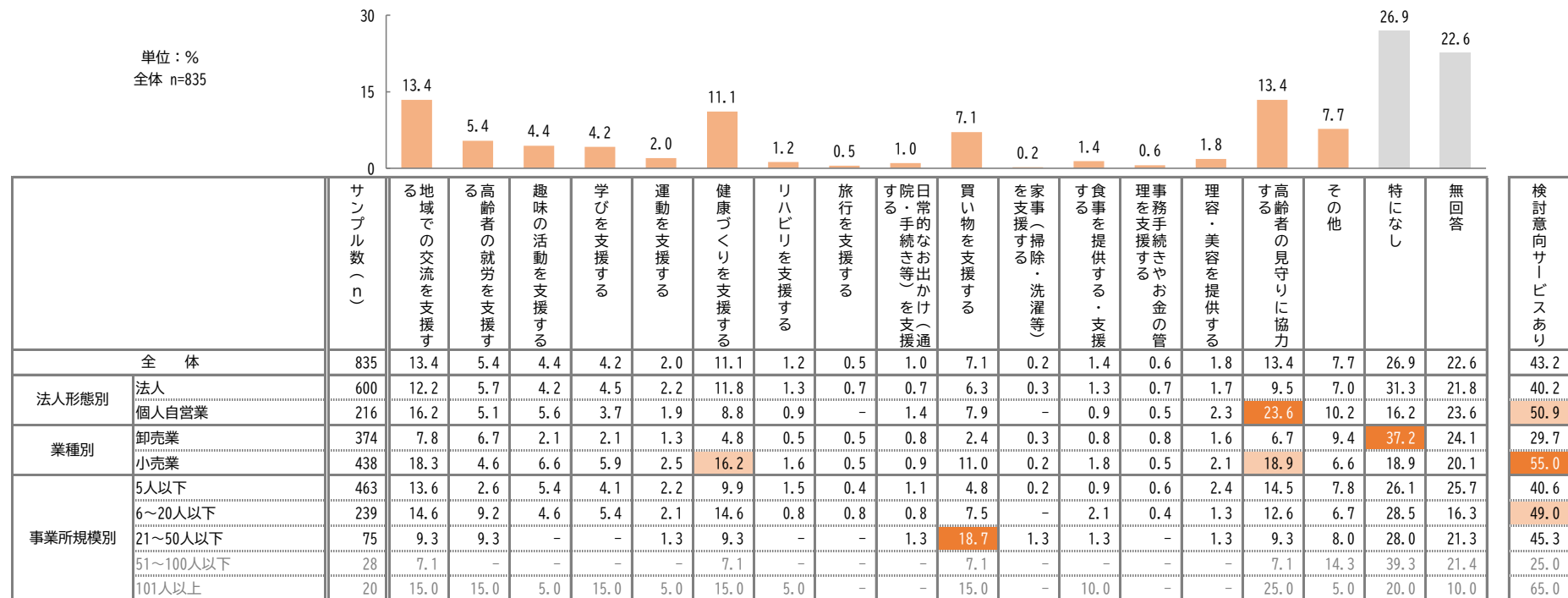
単位：件

2-4. 地域での提供を検討したいこと

問15. 次のような、地域にお住まいの高齢者のニーズについて、今後あなたの事業所で取り組みを検討したいことはありますか。（○はいくつでも）（MA）

43%の回答者から今後サービス提供を検討したいニーズについて回答が得られた

- 今後、地域にお住まいの高齢者のニーズで提供を検討したいことについて、43.2%から該当するニーズについて回答が得られた。
「地域での交流を支援する」「高齢者の見守りに協力する」がそれぞれ13.4%で最も高く、「健康づくりを支援する」「買い物を支援する」が続いている。
- 法人形態別にみると、個人自営業で「高齢者の見守りに協力する」の割合が高めである。
- 業種別にみると、小売業で「高齢者の見守りに協力する」「健康づくりを支援する」の割合がやや高めである。
- 事業所規模別にみると、21～50人以下で「買い物を支援する」の割合が高めである。



※ ■ は全体より10ポイント以上、■ は全体より5ポイント以上高い

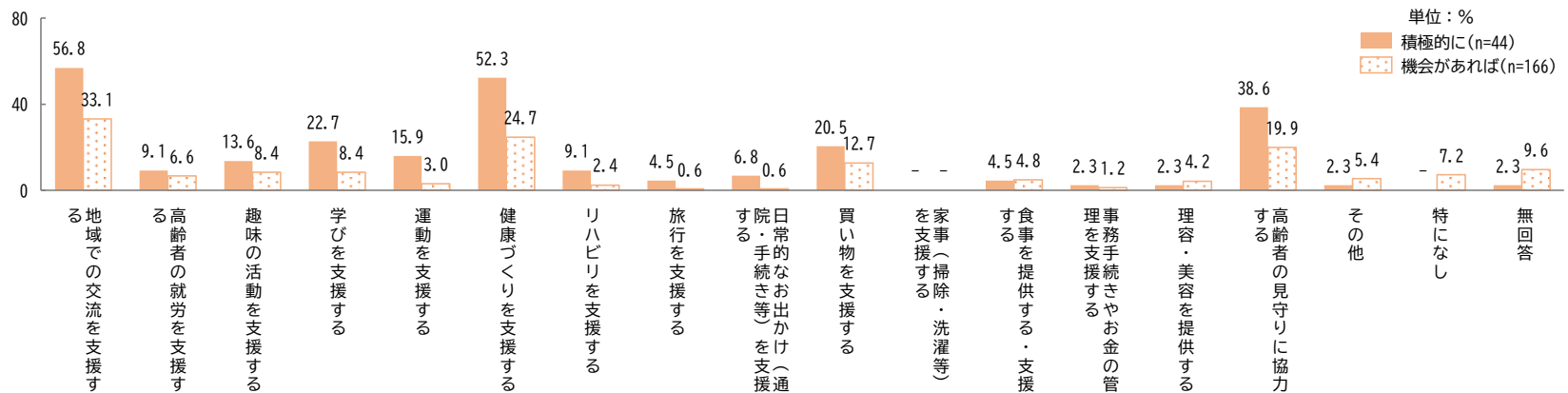
単位：％

2-4. 地域での提供を検討したいこと

問15. 次のような、地域にお住いの高齢者のニーズについて、今後あなたの事業所で取り組みを検討したいことはありますか。（〇はいくつでも）（MA）

介護予防・生活支援への協力に積極的な層では、地域交流、健康づくり、高齢者の見守りなどの取り組みを検討

- 高齢者の介護予防・生活支援につながる活動に積極的に協力したいと回答した層では、「地域での交流を支援する」「健康づくりを支援する」「高齢者の見守りに協力する」「学びを支援する」「買い物支援する」などの割合が高めである。
- 機会があれば協力したいと回答した層では、「地域での交流を支援する」「健康づくりを支援する」「高齢者の見守りに協力する」「買い物支援する」などの割合が高めである。

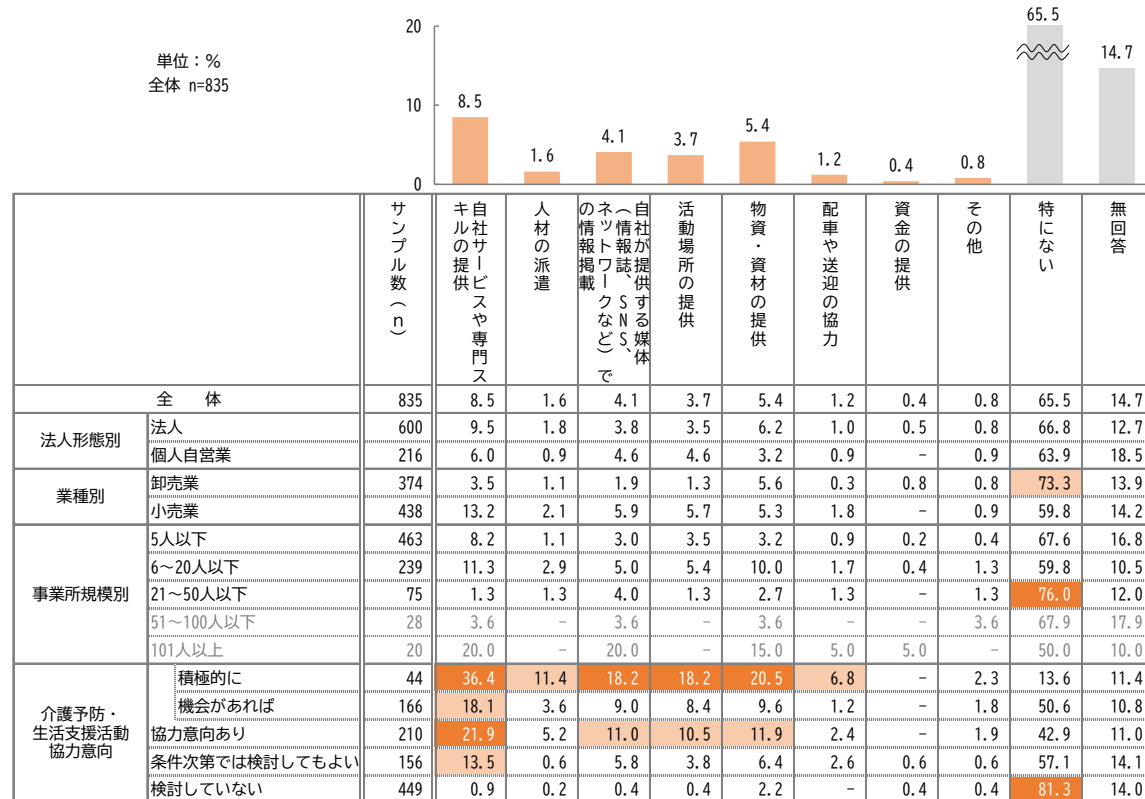


2-5. 直接的なサービスの提供以外で協力できそうなこと

問17. 地域の高齢者の介護予防・生活支援に向けて、直接的なサービスの提供以外で、次にあげるようなことについて貴事業所で協力できそうなことはありますか。
(○はい(いつでも) (MA)

介護予防・生活支援への協力に積極的な層では、36%が「自社サービスや専門スキル」、21%が「物資・資材」の提供を検討

- 直接的なサービスの提供以外で協力できそうなことについて、「自社サービスや専門スキルの提供」の割合が8.5%で最も高く、「物資・資材の提供」「自社が提供する媒体（情報誌、SNS、ネットワークなど）での情報掲載」などが続いている。
- 介護予防・生活支援活動協力意向別にみると、協力に積極的な層で、「自社サービスや専門スキルの提供」「物資・資材の提供」「活動場所の提供」「自社が提供する媒体（情報誌、SNS、ネットワークなど）での情報掲載」の割合が高めである。
- 所在区別ではサンプル数が少ないため留意が必要ではあるが、阿倍野区、旭区、住之江区で「自社サービスや専門スキルの提供」、都島区で「自社が提供する媒体での情報掲載」が20%を超えている。



※ は全体より10ポイント以上、 は全体より5ポイント以上高い

単位：%

〔参考〕 所在地区別潜在資源ヒートマップ

	サンプル数 (n)	自社サービスや専門スキルの提供	人材の派遣	自社が提供する媒体（情報誌、SNS、ネットワークなど）での情報掲載	活動場所の提供	物資・資材の提供	配車や送迎の協力	資金の提供
北区	102	3.9	2.9	3.9	2.0	8.8	-	-
都島区	26	19.2	3.8	23.1	3.8	-	3.8	-
福島区	22	4.5	-	9.1	-	-	-	-
此花区	11	9.1	-	-	-	-	-	-
中央区	162	4.9	-	2.5	1.2	7.4	0.6	1.2
西区	61	8.2	3.3	6.6	1.6	3.3	1.6	1.6
港区	15	6.7	-	-	-	-	-	-
大正区	11	-	9.1	-	18.2	-	-	-
天王寺区	24	12.5	-	4.2	8.3	8.3	4.2	-
浪速区	25	16.0	-	8.0	-	8.0	-	-
西淀川区	20	10.0	-	-	5.0	-	-	-
淀川区	54	3.7	1.9	3.7	7.4	3.7	-	-
東淀川区	17	17.6	-	-	-	5.9	-	-
東成区	24	8.3	-	-	-	-	-	-
生野区	35	-	-	2.9	5.7	2.9	2.9	-
旭区	18	22.2	-	-	5.6	5.6	-	-
城東区	30	10.0	3.3	3.3	6.7	10.0	-	-
鶴見区	14	14.3	7.1	-	7.1	7.1	-	-
阿倍野区	25	24.0	-	-	-	-	-	-
住之江区	28	21.4	7.1	14.3	14.3	10.7	7.1	-
住吉区	16	18.8	-	-	12.5	18.8	-	-
東住吉区	31	6.5	-	3.2	3.2	3.2	-	-
平野区	29	3.4	3.4	3.4	-	6.9	10.3	-
西成区	29	6.9	-	3.4	3.4	-	-	-

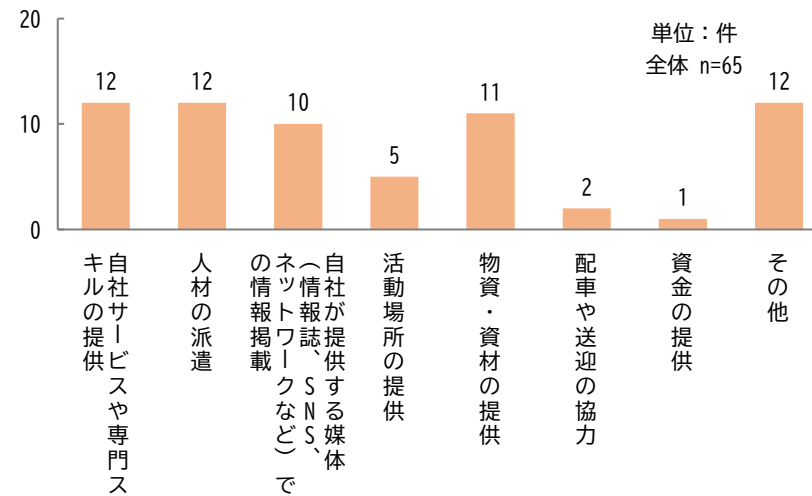
※ は全体より10ポイント以上、 は全体より5ポイント以上高い

単位：%

2-5. 直接的なサービスの提供以外で協力できそうなこと

問18. 直接的なサービスの提供以外で、協力いただけそうな資源について、具体的な内容や利用にあたっての制限事項などあればお聞かせください。

- 具体的な資源について65件の回答が得られた。
- 資源の内容を分類すると、「自社サービスや専門スキルの提供」「人材の派遣」がそれぞれ12件で最も多く、「物資・資材の提供」「自社が提供する媒体（情報誌、SNS、ネットワークなど）での情報掲載」が続いている。

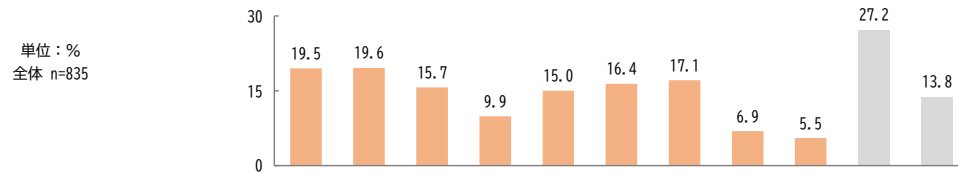


2-6. 介護予防・生活支援につながるサービスの実現に向けて課題となること

問16. 高齢者の介護予防・生活支援につながるサービスの実現に向けて、課題となるのはどのようなことですか。（○はいくつでも）（MA）

介護予防・生活支援への協力に積極的な層は、地域団体・地域住民との調整や地域住民のニーズがわからないことなどがサービス実現に向けた主要課題

- 介護予防・生活支援につながるサービスの実現に向けて、課題となることについて、「地域住民を対象とした事業を推進する人材がいない」の割合が19.6%で最も高く、「地域住民にどのようなニーズがあるかわからない」「事業の継続性が不透明」「採算面の不安」などが続いている。
- 介護予防・生活支援活動協力意向別にみると、積極的な層で「地域団体や地域住民との調整が難しい」「地域住民にどのようなニーズがあるかわからない」「採算面の不安」「事業の継続性が不透明」「費用確保の工面」などの割合が高めである。



【参考】 提供サービス別実現課題ヒートマップ

	サンプル数 (n)	ない	地域住民にどのようなニーズがあるかわからない	地域住民にどのようなニーズがあるかわからない	事業を推進する人材がいない	当社の専門性がわからない	地域団体や地域住民との調整が難しい	費用確保の工面	採算面の不安	事業の継続性が不透明	事業化に時間がかかる	その他	特にな	無回答
全 体	835	19.5	19.6	15.7	9.9	15.0	16.4	17.1	6.9	5.5	27.2	13.8		
法人形態別														
法人	600	19.8	21.0	17.8	10.5	16.3	18.0	15.3	7.2	6.0	28.3	11.5		
個人自営業	216	18.1	15.7	10.2	8.8	12.0	12.5	20.8	6.0	4.6	25.0	19.0		
業種別														
卸売業	374	16.8	22.5	17.9	9.4	17.4	17.1	14.4	7.5	6.4	29.7	13.1		
小売業	438	21.7	17.6	13.9	10.5	13.0	16.0	18.5	6.4	5.0	25.1	13.5		
事業所規模別														
5人以下	463	16.2	19.2	11.7	8.0	14.0	14.5	19.2	6.0	4.1	29.2	16.8		
6～20人以下	239	25.1	23.0	22.2	12.1	16.7	18.8	13.4	8.8	5.9	24.3	8.4		
21～50人以下	75	29.3	16.0	17.3	12.0	13.3	18.7	16.0	6.7	8.0	24.0	9.3		
51～100人以下	28	14.3	17.9	25.0	10.7	21.4	14.3	10.7	7.1	25.0	28.6	14.3		
101人以上	20	10.0	10.0	20.0	20.0	15.0	30.0	25.0	10.0	-	25.0	5.0		
介護予防・生活支援活動協力意向														
積極的に機会があれば	44	34.1	22.7	22.7	38.6	25.0	29.5	27.3	6.8	4.5	6.8	9.1		
協力意向あり	166	28.9	18.7	21.7	12.0	15.7	18.1	19.3	6.6	5.4	13.9	7.8		
条件次第では検討してもよい	210	30.0	19.5	21.9	17.6	17.6	20.5	21.0	6.7	5.2	12.4	8.1		
検討していない	156	26.9	25.6	16.7	13.5	20.5	24.4	21.8	9.0	4.5	23.1	9.0		
検討していない	449	12.7	18.3	12.7	5.3	12.2	12.0	13.8	6.5	6.2	36.5	15.6		

※ 濃いオレンジは全体より10ポイント以上、薄いオレンジは全体より5ポイント以上高い

	サンプル数 (n)	ない	地域住民にどのようなニーズがあるかわからない	地域住民にどのようなニーズがあるかわからない	事業を推進する人材がいない	当社の専門性がわからない	地域団体や地域住民との調整が難しい	費用確保の工面	採算面の不安	事業の継続性が不透明	事業化に時間がかかる
地域交流の支援	105	38.1	28.6	21.9	26.7	17.1	21.9	25.7	10.5		
高齢者の就労支援	44	18.2	18.2	34.1	15.9	27.3	25.0	20.5	4.5		
趣味活動の支援	47	29.8	29.8	23.4	19.1	23.4	38.3	27.7	17.0		
学びの支援	40	37.5	32.5	25.0	25.0	32.5	42.5	37.5	20.0		
運動の支援	17	47.1	29.4	47.1	47.1	11.8	29.4	29.4	17.6		
健康づくりの支援	105	28.6	30.5	19.0	24.8	21.0	24.8	26.7	11.4		
リハビリの支援	9	66.7	66.7	55.6	44.4	33.3	44.4	33.3	11.1		
旅行の支援	7	42.9	42.9	42.9	42.9	14.3	28.6	14.3	14.3		
日常的なお出かけ支援	14	35.7	35.7	35.7	14.3	28.6	35.7	21.4	21.4		
買い物の支援	77	33.8	19.5	13.0	11.7	19.5	31.2	20.8	15.6		
家事（掃除・洗濯等）の支援	8	37.5	-	12.5	12.5	12.5	37.5	-	12.5		
食事の提供・支援	13	30.8	15.4	15.4	23.1	38.5	46.2	23.1	15.4		
事務手続き・お金の管理の支援	4	75.0	75.0	50.0	25.0	25.0	25.0	25.0	-		
理容・美容	14	28.6	42.9	28.6	-	21.4	42.9	14.3	7.1		
高齢者の見守り	114	25.4	19.3	23.7	19.3	14.0	17.5	24.6	7.0		

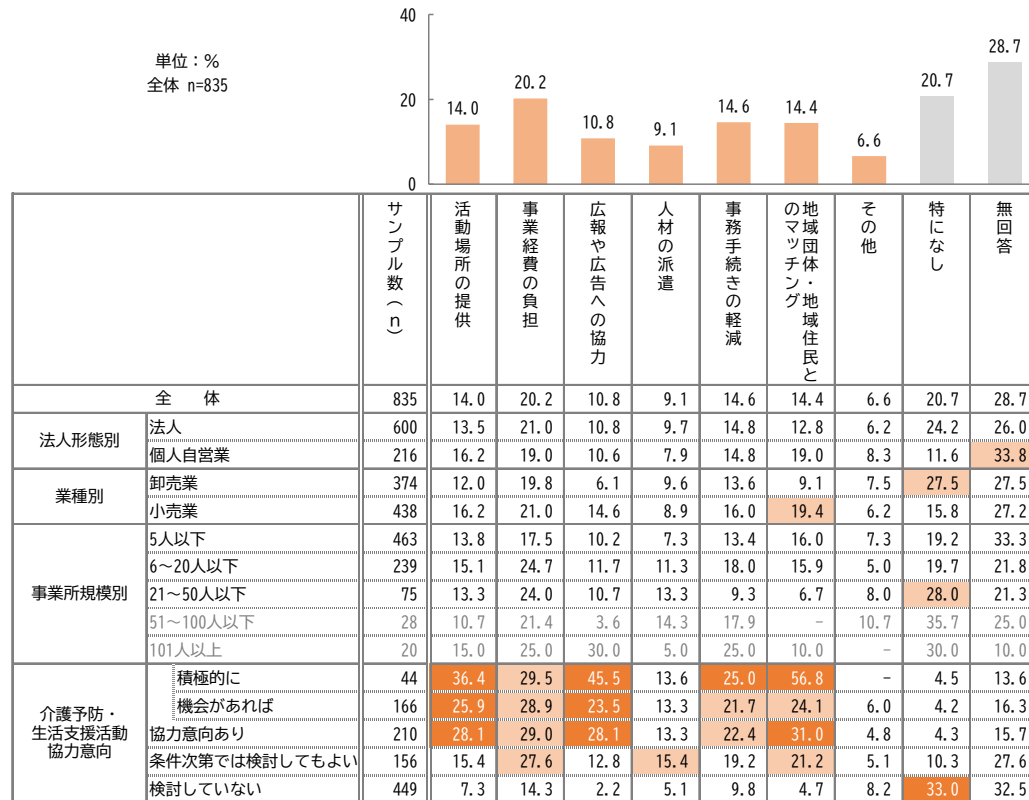
単位：％

2-7. 介護予防・生活支援につながるサービスの実現に向けて行政に望むこと

問19. 高齢者の介護予防・生活支援につながるサービスの提供や資源の協力を進める上で、自治体や社会福祉協議会に望むことはありますか。（○はいくつでも）（MA）

介護予防・生活支援活動に前向きな層では、地域団体・地域住民とのマッチング、活動場所、広報や広告などの支援が望まれている

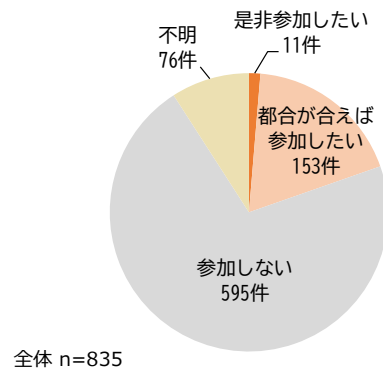
- 自治体や社会福祉協議会に望むことについて、「事業経費の負担」の割合が20.2%で最も高く、「事務手続きの軽減」「地域団体・地域住民とのマッチング」「活動場所の提供」が続いている。
- 業種別にみると、小売業で「地域団体・地域住民とのマッチング」の割合がやや高めである。
- 介護予防・生活支援活動協力意向別にみると、協力意向のある層で、「地域団体・地域住民とのマッチング」「事業経費の負担」「活動場所の提供」「広報や広告への協力」「事務手続きの軽減」の割合が高めである。



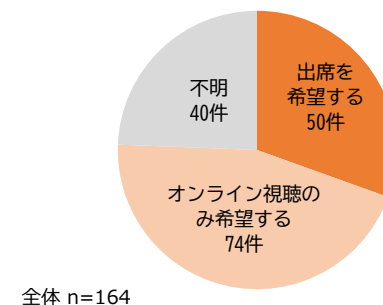
※ 濃いオレンジは全体より10ポイント以上、薄いオレンジは全体より5ポイント以上高い

3. 交流会参加意向

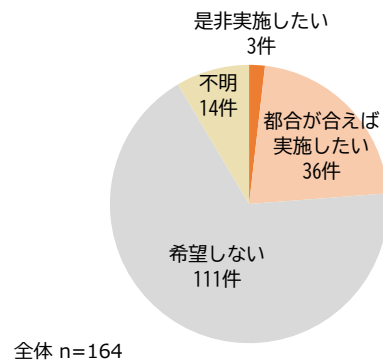
① 参加意向



② 参加方法



③ プレゼンテーション実施意向



□ プレゼンテーション意向者の具体的なプレゼン内容抜粋

業種	店舗形態	プレゼン内容
各種商品卸売業	-	芳香剤で誤魔化す消臭剤や、吸着して分解しない活性炭と違い、生活の嫌なニオイを、長期間吸着分解無臭消臭にする弊社消臭商品
各種商品卸売業	-	トランポリンのパウンスング運動による要介護・要支援者増加の抑制効果について
各種商品小売業	小売店	講演会などの開催
各種商品小売業	ガソリンスタンド	パワーポイントによる資料
各種商品小売業	通信販売	活動に至った経緯や趣旨のお話、演奏と舞の実演
織物・衣服・身の回り品小売業	路面店	靴インソールの調整・説明
織物・衣服・身の回り品小売業	路面店	想定できない
飲食品小売業	米穀小売	要望に答えられるか確認したい
飲食品小売業	通信販売	実際に平野区で実施している、まちの保健室の取り組み、きらめき講座での取り組みなどを紹介
自動車自転車小売業	路面店	交通事故の現状や免許返納や最新の安全基準搭載車両を選ぶ重要性
その他の小売業	調剤薬局	薬のことでの困り事対応について。(薬の整理や相談。在宅の担当等)
その他の小売業	調剤薬局	服薬に関する全般的な情報提供など
その他の小売業	店舗	弊社の事業内容(福祉用具貸与/販売)を紹介。
その他の小売業	調剤薬局	健康やお薬、お食事についての相談イベント開催について。実施方法。店舗の待合室を利用したイベントの企画。

IV. S C連携交流会



1. 開催概要

開催目的	民間事業所とSCとが直接情報交換や交流ができる場を設けることで、地域ニーズを補完する新たなサービスのマッチングを促進することを目的に実施した
参加対象者	① SC ② 民間事業所 ③ 大阪市 ④ 事務局
参加者数	SC 29名 民間事業所 8社 大阪市 3名 事務局 3名 WEB視聴 10名
実施日時	2026年3月13日(金) 14時～16時
開催場所	大阪産業創造館 6階会議室 (所在地:大阪府大阪市中央区本町1丁目4-5)

□ タイムテーブル

プログラム		内容(担当者)	タイム テーブル
①	開会のあいさつ	開催の主旨と進行説明 (大阪市)	5分
②	大阪市の取組み紹介	介護予防・生活支援事業のマッチングなど(大阪市)	15分
③	アンケート結果からみる地域課題	SC調査における地域ニーズや課題(MRB)	10分
④	事業所によるプレゼン	民間事業所による事業紹介やサービス案内(希望者のみ)	30分
休憩			10分
⑤	個別交流会		40分
⑥	閉会のあいさつ	総括と今後の事業予定 (大阪市)	5分

□ SC参加者名簿

区名	1層SC	出席	2層SC①	出席	2層SC②	出席
北区	1層SC	○	2層SC		2層SC	
都島区	1層SC		2層SC	○	2層SC	
福島区	1層SC		2層SC	○	2層SC	
此花区	1層SC	○	2層SC		2層SC	
中央区	1層SC	○	2層SC	○	2層SC	
西区	1層SC		2層SC	○	2層SC	
港区	1層SC		2層SC		2層SC	
大正区	1層SC	○	2層SC		2層SC	
天王寺区	1層SC		2層SC		2層SC	
浪速区	1層SC	○	2層SC	○	2層SC	
西淀川区	1層SC	○	2層SC		2層SC	
淀川区	1層SC		2層SC		2層SC	
東淀川区	1層SC	○	2層SC		2層SC	
東成区	1層SC	○	2層SC	○	2層SC	
生野区	1層SC	○	2層SC		2層SC	
旭区	1層SC	○	2層SC		2層SC	
城東区	1層SC	○	2層SC	○	2層SC	○
鶴見区	1層SC		2層SC	○	2層SC	
阿倍野区	1層SC		2層SC	○	2層SC	
住之江区	1層SC		2層SC	○	2層SC	○
住吉区	1層SC		2層SC	○	2層SC	
東住吉区	1層SC	○	2層SC	○	2層SC	○
平野区	1層SC	○	2層SC		2層SC	
西成区	1層SC	○	2層SC		2層SC	

□ 企業参加者名簿

■事業所名	所在地	業種	取扱商品
A-1	東住吉区	飲食料品小売業	洋菓子
A-2	福島区	各種商品小売業	化粧品、アロマの香り、着る医療機器、健康食品、玄米酵素
A-3	淀川区	飲食料品小売業	治療食(糖尿病、腎臓病、透析、高血圧など)宅配サービス お弁当、おかず、麺類、スイーツ等
A-4	北区	繊維・衣服等卸売業	健康関連衣料品・小物、高機能繊維作業服・安全関連製品
B-1	中央区	各種商品小売業	アフリカの絵画、雑貨を百貨店で催事販売
B-2	西区	各種商品卸売業	スキンケア商品・化粧水・美容液・漢方入り石けん
B-3	福島区	飲食料品小売業	メグミルクの牛乳や乳製品を宅配しています
B-4	住之江区	各種商品卸売業	備長炭塗料 チャコールペイント・トランボリン

□ 案内状

**地域連携
交流会**

2026

3月13日(金)

14:00~16:00

大阪産業創造館
6階会議室

目的 生活支援コーディネーターと地域の介護予防・生活支援に繋がる民間のサービス提供事業者との連携促進を目的とした交流会です

民間のサービス
提供事業者

連携・共創

生活支援
コーディネーター

開催のねらい

- ☒ 地域ニーズの共有
- ☒ 地域の民間サービスを知る
- ☒ 新たな連携づくり

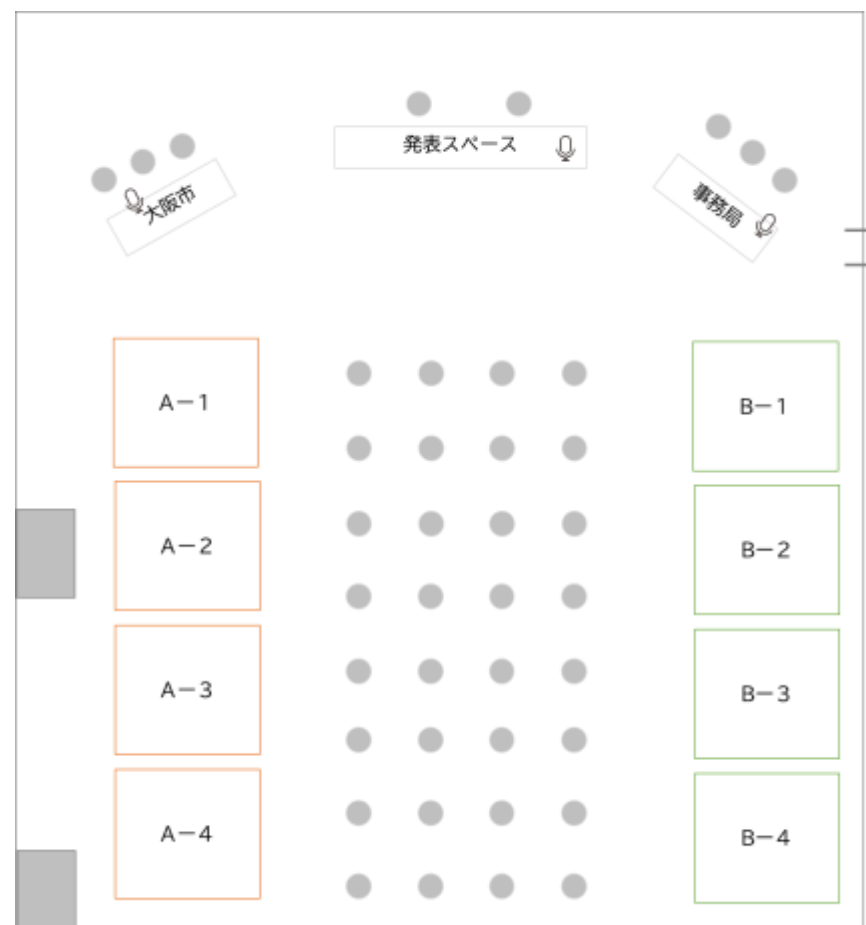
【主なプログラム】

	大阪市の取組紹介
	民間サービス紹介
	交流会

【主催】 大阪市福祉局 地域包括ケア推進課 TEL: 06-6208-8060

【事務局】 (株)エムアールビジネス TEL: 06-6231-9541

□ 会場配置



2. 発表資料

「大阪市の取組みの紹介」や「アンケート結果からみる地域課題」について、スライドによる説明を行った。
資料の内容は次のとおり。

□ 「大阪市の取組みの紹介」

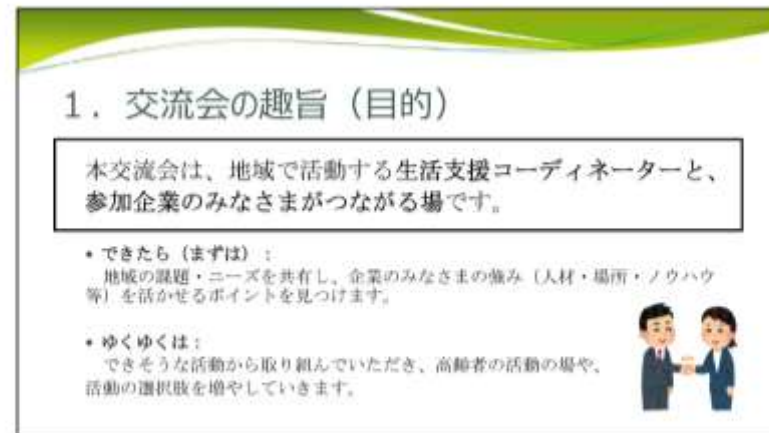


City of Osaka
大阪市

地域連携説明会

「地域活動と企業の力で、介護予防を“楽しく”続けられるまちへ」

大阪市福祉局高齢者施策部地域包括ケア推進課



1. 交流会の趣旨（目的）

本交流会は、地域で活動する生活支援コーディネーターと、参加企業のみなさまがつながる場です。

- できれば（まずは）：
地域の課題・ニーズを共有し、企業のみなさまの強み（人材・場所・ノウハウ等）を活かせるポイントを見つけます。
- ゆくゆくは：
できそうな活動から取り組んでいただき、高齢者の活動の場や、活動の選択肢を増やしていきます。



本日お伝えすること

1. 交流会の趣旨（目的）
2. 地域の状況（なぜ地域連携が必要か）
3. 地域が求めているもの（ニーズ）
4. 企業ができる関わり方
5. 企業にとってのメリット
6. 注意点
7. 連携の進め方（次の一歩）
8. 生活支援コーディネーター（SC）とは
9. おわりに

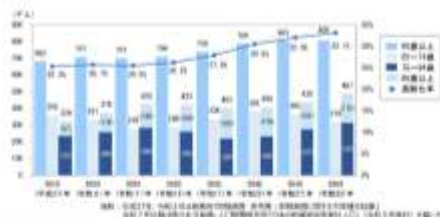


2. 地域の状況（なぜ地域連携が必要か）

大阪市の現状		
高齢化が進行	単身世帯（単独世帯）の割合が高い	要介護認定者が今後増加する見込み
社会参加が多いほど、うつ・要介護リスクが低下	地域活動への参加意向がある人は約5割	地域の場を支える担い手不足が課題

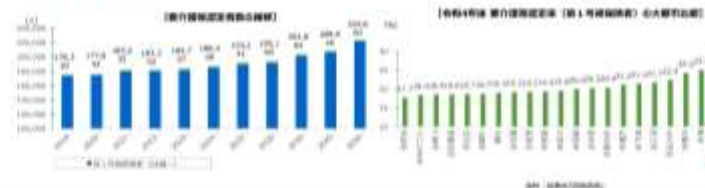
2-1. 高齢化の状況

- 日本の高齢者人口は、2040年まで大幅な増加が予測されています。高齢化率も上昇し、2030年の26.2%から、2040年には30.5%、2050年には33.1%になる見込みです。



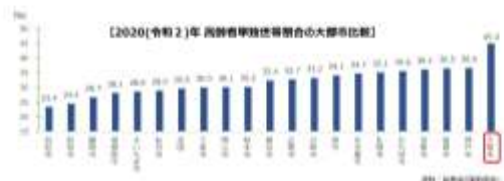
2-3. 要介護認定者の増加

- 大阪市の要介護等認定者数は近年横ばいですが、**今後は増加**が見込まれています。
- また、第1号被保険者（65歳以上）の要介護等認定率は**全国平均を大きく上回り**、大都市の中でも最も高い状況です。



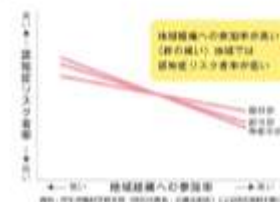
2-2. 単身世帯割合の上昇

- 大阪市内では単身世帯の割合が上昇を続けており、2020（令和2）年に**45.0%**となっています。
- 全国平均と比べても高く、大都市の中でも最も高い水準です。



2-4. 社会参加のメリット

- これまでの研究から、趣味・スポーツ・ボランティア等の**社会参加の機会が多いほど、うつ病リスクや要介護リスクが低下**することが示唆されています。



2-5. 地域活動への参加意向

- 大阪市の調査では、現在参加していないものの、地域の会やグループ等への参加意向がある人は約5割です。



（資料）大阪府社会福祉政策推進部（社会福祉課）

2. 地域の状況（なぜ地域連携が必要か）

大阪市の現状

高齢化が進行

単身世帯（単独世帯）の割合が高い

要介護認定者が今後増加する見込み

社会参加が多いほど、うつ・要介護リスクが低下

地域活動への参加意向がある人は約5割

地域の働きを支える担い手不足が課題



地域活動



企業の力



課題解決

2-6. 地域を支える担い手不足

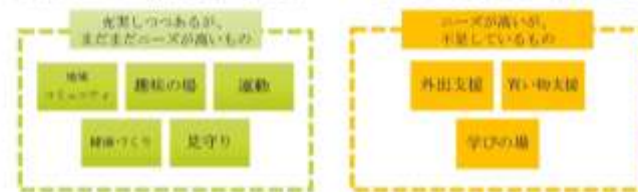
- 地域で活動するコーディネーターへの調査では、地域ニーズとサービスをマッチングする上で困っていることとして、「担い手不足」が最も大きな要因に挙げられています。



（資料）大阪府社会福祉政策推進部（社会福祉課）

3. 地域が求めているもの(ニーズ)

- これまでのSCの活動を基に、地域のニーズをまとめると下図のようになる



いくらあっても助かる

不足しているので充実が望まれる

4. 企業ができる関わり方(スタンス)

基本的な考え方は、『地域住民の福祉ニーズ解決を優先する』ことです。この考え方に賛同いただき、企業の強み（人・モノ等）を活かして関わっていただきます。

- まずは「地域のイベントに1回参加してみる」など、気軽な関わり方で構いません。
- 「何ができるかわからないが、話だけ聞いてみたい」でも問題ありません（大歓迎です）。
- 費用がかからない形でのご協力も歓迎します。

4. 企業ができる関わり方（具体例）

分類	例	ねらい
人（講師・スタッフ）	栄養、口腔ケア、転倒予防、スマホ教室、ボランティア参加 等	楽しく学ぶ・交流
ニーズ	生活の役に立つ様々な講座やイベントを開催してほしい	
関わり方	専門知識をもった人材等が、地域の活動に講師やスタッフとして参加	

<具体例>

- 地域の高齢者の集まりで、栄養講座の講師として参加する
- 本業に関連した「ためになる講座」を開催する
- 清掃や祭りのスタッフなど、地域ボランティアに参加する



4. 企業ができる関わり方（具体例）

分類	例	ねらい
人（講師・スタッフ）	栄養、口腔ケア、転倒予防、スマホ教室、ボランティア参加 等	楽しく学ぶ・交流
場所	会議室、店舗の一角、駐車場の一部 等	身近な場所で参加しやすい
モノ・サービス	健康機器の体験、ハズレや余った食材の提供、安価なサービス提供 等	楽しみ・参加動機
情報発信	店舗掲示、チラシ配付、自社SNS 等	参加者を増やす
仕組み	スタンプラリー、ポイント企画、見守り 等	継続しやすい

4. 企業ができる関わり方（具体例）

分類	例	ねらい
場所	会議室、店舗の一角、駐車場の一部、ベンチ設置	身近な場所で参加しやすい
ニーズ	活動をしたいけど場所がない	
関わり方	空いている時間に事業所のスペース等を提供	

<具体例>

- 決まった日時に店舗の一角を高齢者のサロンとして開放する
- 会議室の空き時間に地域の健康講座を開催する
- 敷地の一部に、誰でも使えるベンチを設置する
- フードコートなどの広いスペースを活用し、地域イベントを開催する



4. 企業ができる関わり方（具体例）

分類	例	ねらい
モノ・サービス	健康機器の体験、ハギレや余った食材の提供、安価なサービス提供	楽しみ・参加動機

ニーズ 地域でイベントや活動を手軽に始めたい
関わり方 社会貢献事業として、余った資材や自社のサービスを安価で提供

<具体例>

- 地域の健康展に機器を貸し出す
- ボランティアグループに余ったハギレや食材等を提供する
- 百歳体障に抵抗のある方も参加しやすいよう、ピラティス等を安価に提供する



4. 企業ができる関わり方（具体例）

分類	例	ねらい
仕組み	スタンプラリー、ポイント企画、見守り	継続しやすい

ニーズ 地域住民が元気で、安心して暮らしていける町にしたい
関わり方 周囲の店舗と協力してイベント実施、既存の活動への参加

<具体例>

- 地域内の複数店舗でスタンプを設置し、高齢者向けスタンプラリーを実施する
- 認知症の方にも利用しやすいよう、声かけ等の「認知症にやさしい取組」（オレンジパートナー）を行う
- 店頭での見守りや、接客を通じた交流によって見守り活動につながる



4. 企業ができる関わり方（具体例）

分類	例	ねらい
情報発信	店頭掲示、チラシ配付、自社SNS	参加者を増やす

ニーズ 地域の情報が知りたい、住民に知らせたい
関わり方 事業所の空きスペースやSNSを使って周知

<具体例>

- 店内掲示板に地域イベントのチラシを掲示する
- 来店者に地域イベントのチラシを配布する
- 自社SNSで便利な制度や取組を周知する



5. 企業にとってのメリット①

●企業価値・信頼の向上

- 高齢者の健康づくり・見守り等の地域課題に取り組むCSR活動として、企業姿勢を示せる
- 地域からの信頼・好感度が高まり、ブランド価値の向上につながる
- 地域との関係性が強化され、有事（災害等）にも協力体制を築きやすい

5. 企業にとってのメリット②

●本業にも活きる／無理なく参加できる

- 高齢者ニーズを「現場」で理解でき、商品・サービス改善のヒントになる
- 余剰資源（資材・食材等）や空きスペース提供など、本業の延長でCSR活動ができる
- 活動実績（回数・参加人数等）を見える化しやすく、社内外へ説明しやすい

7. 連携の進め方（次の一歩）

- まずは具体例を参考に、「自社でできそうなこと」をご検討ください。
- できそうなことが見つければ、各区の社会福祉協議会に配置している生活支援コーディネーター(SC)へご相談ください。
- 「地域貢献をしたいが、何をすればよいかわからない」場合も、意欲があれば気軽にSCへご相談ください。
- SCの連絡先は、大阪市HP「生活支援体制整備事業（生活支援コーディネーター）」ページで公表しています。

6. 注意点

- ご協力いただく企業のみなさまには、「地域住民の福祉ニーズ解決を優先する」という考え方への賛同が重要です。
- 地域貢献の結果として、前述のメリットを享受いただく「win-win」の関係を進めたいと考えています。
- そのため、無関係な勧誘、強引な契約誘導、サービスの押し付け等の不適切な営業は認められません。宣伝・営業が主目的とならないようお願いします。

8. 生活支援コーディネーター（SC）とは

- SCは、高齢者の生活支援・介護予防サービスの実施体制づくりを推進する役割を担います。
- 簡単に言うと、地域の高齢者の「やりたいこと」「困っていること」（＝地域のニーズ）を把握し、支援を行うコーディネーターです。
- SCは、ニーズの把握や支援のために、地域包括支援センターや自治会等、地域の関係者と強いネットワークを築いています。

8-1. 具体的な活動例①

- 誰でも参加できるラジオ体操の立ち上げ・周知を支援
- 住民が一体みできるよう、ベンチを設置する「ベンチプロジェクト」を地域住民と一体で推進
- スーパーがない地域で、移動販売事業者とのマッチングや買い物ツアーを実施
- スマホボランティアを養成し、高齢者向けスマホ講座の実施を支援



7. おわりに

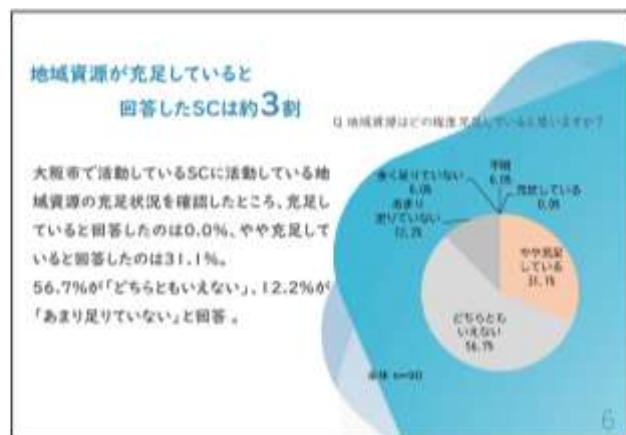
- 今後も高齢化が進む中、大阪市では高齢者が元気でいきいきと暮らせるよう、介護予防に力を入れています。
- 今日ご説明させていただいた内容は、企業のみなさまの力で大阪市の高齢者を元気にすることができる、地域貢献へとつながるものです。
- 企業のみなさまにとっても、貢献するだけの一方的なものではなく、企業価値の向上や現場ニーズの把握などのメリットも感じていただいて、前向きに地域貢献活動に取り組んでいただければと考えています。
- みなさまの参加によって、助けになる方がきっと多くいらっしゃいます。
- ぜひ前向きに、活動への参加をご検討いただけますと幸いです。

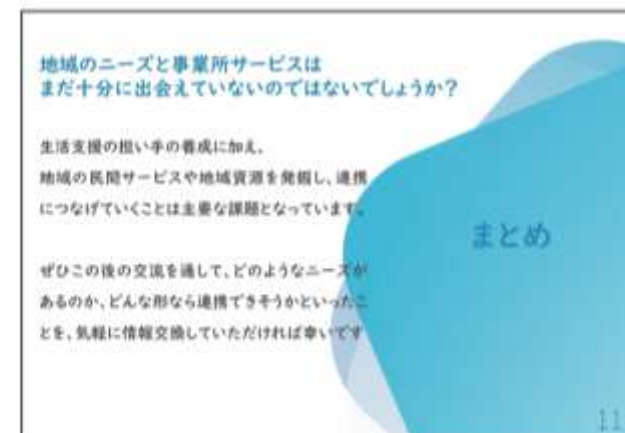
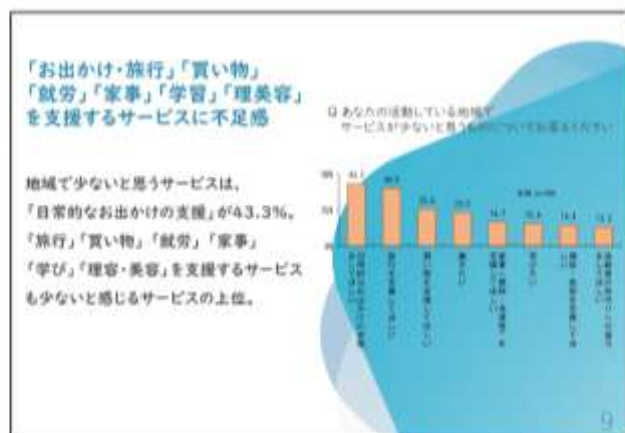
8-2. 具体的な活動例②

- 電球交換や買い物同行等の「ちょっとした助け合い」ボランティアグループを立ち上げ
- 高齢者・障がい者・子どもなど誰でも参加できるスポーツ「ポッチャ」の普及・イベント実施を支援
- 体操の場、趣味活動の場、公共トイレ等をMAP化し、社会資源マップを作製



□ 「アンケート結果からみる地域課題」資料





3. 事業者の紹介サービス

来場いただいた事業者から地域で提供可能なサービスを紹介いただいた。
サービスの概要は次のとおり。

事例1

お菓子教室の開催

平日、少人数制のお菓子教室の開催

事例3

電話での栄養相談、講師派遣

電話での栄養相談

大阪に限っては講座実施や講師派遣などの活動が可能

事例2

健康講座、栄養講座への講師派遣

健康講座の講師派遣、

栄養講座の実施が可能

マッサージや美容支援を通じて認知の向上や精神安定につなぐことができると思う

事例4

躓きを予防する靴下の提供

躓きを予防する靴下の提供が可能

この4月より労働安全衛生法の改正により、高年齢労働者の労災防止対策が事業者の努力義務となった。高年齢労働者の労災原因のトップは躓きによる転倒となっており、躓きを予防する靴下の提供により高齢者の労働をサポートできる

事例5

塗り絵教室の開催

アフリカンアートティンガティンガ塗り絵
教室の開催

サービス提供とは別にアフリカ布のハギレの提供なども可能

事例7

乳製品の宅配

宅配を通じて見守りにもなるという声もあり、継続して利用いただいているところがある

地域の健康のために自分でも何かできることがあればと思い、参加させていただいた

事例6

肌の悩み相談、LINE教室

肌の悩み相談をネット上で行ってきた

高齢者にも肌の悩み相談も可能ではないかと思う

身近な人との交流ツールとしてLINEはよいと感じる。楽しくLINEが学べる教室の開催ができればよいのではないかと思います、提案させていただいた

事例8

トランポリンによるバウンシング運動の提案

高齢者が使用しても怪我をしないようガードを付けたトランポリンをつかって要介護者を減らすプログラムを進めている

バウンシング運動を通じて、筋力・筋持久力の向上、姿勢の改善、骨密度の改善、リラクゼーション効果やストレス改善などが見込めるデータが得られた

デイサービスや介護事業所などさまざまな場所で活用いただけるものと思い、提案させていただいた