

# 事業レビューシート(EBPM調書)

事業名	民間事業者と連携した高齢者生活支援事業	課・担当	地域包括ケア担当	担当者(内線)
-----	---------------------	------	----------	---------

EBPMによる検証(ロジックモデル)				
① 将来像 (目指す姿)	<p>団塊の世代が75歳以上となる2025年を目的に、民間企業など多様な主体により高齢者をサポートする生活支援体制が整備され、地域包括ケアシステムの構築が進んでおり、高齢者が住み慣れた地域で自分らしい暮らしを人生の最後まで続けることができる。</p>	③ 課題 (将来像と現状との差についての分析)	<p>・本県は、今後、後期高齢者人口が全国トップクラスのスピードで増加すると見込まれており、R2年の約99万人から、いわゆる団塊の世代が後期高齢者となる令和7年(2025年)には約121万人、令和22年(2040年)には約125万人に達する見込みである。</p> <p>・後期高齢者人口の増加に伴い、要介護認定者数は令和2年の約31.1万人から令和7年には約37.5万人、令和22年には約45.3万人と増加する見込みである。</p> <p>・要介護状態の前段階のフレイルは、社会との「つながり」を失うことが最初の入り口といわれており、介護予防のためには、社会参加が重要とされている。日本老年学的評価研究機構による調査研究では、サロンなど通いの場に参加している要介護認定率は7.7%、参加していない人の要介護認定率は14.0%という結果も出ている。</p> <p>・国立社会保障・人口問題研究所の「生活と支え合いに関する調査」によると、「普段どの程度、人と会話や世間話をするか(家族との会話や電話でのあいさつ程度の会話を含む)」では、全体では91.3%が「毎日」となっている。しかしながら、高齢単独世帯では、男性世帯が49.5%、女性世帯が61.1%と低くなっている。また、「介護や看病で頼れる人(娘や息子以外)」がいるかどうかでは、「頼れる人がいる」とする人は、全体では64.1%となっているが、高齢単独世帯では男性が30.6%、女性が42.0%と低くなっている。</p> <p>・高齢者が増える中、民間企業も含め、多様な主体により社会全体で高齢者をサポートし、高齢者が普段の生活の中で、社会との「つながり」を保ち続けることで、フレイル予防につなげ、また、介護度の重度化を抑えていく必要がある。</p>	
② 現状	<p>・地域包括ケアシステムの実現のためには、介護保険によるサービスのみでなく、多様な主体により、社会全体で高齢者の生活を支える生活支援体制の整備を進める必要がある。</p> <p>・ボランティアやNPO等については、生活支援コーディネーターを中心に開発・開拓が進められ、サービスの提供等が行われているものの、民間企業については、各企業の自発的な取組次第となっている。</p>			

④ 投入 (インプット=予算)		⑤ 事業概要 (アクティビティ)	⑥ 事業実績 (アウトプット)	⑦ 事業実績から得られる成果 (アウトカム)
R4 予算額	10,393	<p>1.「プラチナ・サポート・ショップ」情報サイトの運用及び周知</p> <p>・高齢者のイキイキとした暮らしを支える店舗の情報を登録した情報サイトを運用し、高齢者本人はもとより、ケアマネジャーや家族等の支援者へ周知し、普及促進を図る。</p> <p>・サービスを提供している企業と市町村との情報交換会を行い、普及促進を図る。</p> <p>2. 企業への営業、企業向け研修会の開催</p> <p>・情報サイトへの登録について、企業へ営業を行うことで、登録を進め、企業への意識啓発を図る。</p> <p>・企業向けの研修会を行うことで、登録を進め、企業への意識啓発を図る。</p>	<p>【活動指標】</p> <p>1.「プラチナ・サポート・ショップ」情報サイトの運用及び周知</p> <p>①情報サイトの運用(R3.5.18～運用開始)</p> <p>②市町村を通じた高齢者への周知</p> <p>③地域包括支援センターへの周知</p> <p>④情報交換会への参加者数</p> <p>2. 企業への営業、企業向け研修会の開催</p> <p>⑤企業への営業件数</p> <p>⑥企業向け研修会への参加企業数</p> <p>【活動実績】</p> <p>①R4見込 実施 R3 実施</p> <p>②R4見込 63市町村 R3 63市町村</p> <p>③R4見込 286か所 R3 286か所</p> <p>④R4見込 252人 R3 215人</p> <p>⑤R4見込 50件 R3 15件 R2 29件</p> <p>⑥R4見込 200社 R3 104社</p>	<p>【成果指標】</p> <p>①プラチナ・サポート・ショップの認知度の向上 情報サイトの平均PV数1,000回/日(R8年度)</p> <p>②高齢者のイキイキとした暮らしを支える店舗数 情報サイトの登録店舗数10,000店舗(R8年度)</p> <p>③75歳～79歳の要介護認定率 11.6%未満(令和8年)</p> <p>【成果実績】</p> <p>①平均PV数197回/日(令和3年度)</p> <p>②2,259店舗(令和4年4月30日時点)</p> <p>③11.5%(令和3年)</p>
うち一財	0			
R3 予算額	10,393			
うち一財	0			

<p>⑧ 事業実績(アウトプット)が成果(アウトカム)に結び付くことを示すロジック及び根拠</p> <p>【定量的視点】</p> <p>〈プラチナ・サポート・ショップの認知度の向上〉</p> <p>・要介護者37.5万人(令和7年度時点の推計値)が、年に1回は何かしらの民間サービスを利用することを目安とし、サイトの平均PV数1,000回/日という成果指標を設定した。</p> <p>・市町村や地域包括支援センターへ民間サービスや本サイトを周知することにより、高齢者からの相談を受ける中で、本サイトに登録された店舗が紹介がされ、普及が進むと考え、アウトプットを市町村及び地域包括支援センターへの周知とした。</p> <p>〈高齢者のイキイキとした暮らしを支える店舗数〉</p> <p>・県内の小売店等の店舗数が約10万店であることから、令和8年度までにその1割の10,000店舗の登録という成果指標を設定した。</p> <p>・県内にチェーン展開をしている企業へ営業をかけたリ、企業向けの研修会を行うことで、企業への意識啓発が進み、登録店舗数が増えると考え、アウトプットを企業への営業件数、企業向け研修会への参加企業数、企業と市町村との情報交換会への参加者数とした。なお、地域の個人店については、市町村において、生活支援コーディネーターが開拓を進めている。</p> <p>【定性的視点】</p> <p>〈75歳～79歳の要介護認定率〉</p> <p>・上記により、高齢者のイキイキとした暮らしを支える店舗が増え、また、高齢者への普及が進むことで、高齢者を社会全体で支える機運が醸成される。</p> <p>・高齢者と関わりを持つ店舗が増えることにより、高齢者が普段の生活の中で人や社会との「つながり」を保ち続けられる状況になる。</p> <p>・結果、フレイル予防が進むとともに、要介護認定率の上昇を抑えられ、介護度が重度化することなく、高齢者が住み慣れた地域で自分らしい暮らしを人生の最後まで続けることができる。</p>
--

事業手法に係る自己検証

検証項目		評価	評価に関する説明
県費投入の必要性	事業目的が730万県民や社会ニーズを的確に反映しているか。	○	重度な要介護状態となっても住み慣れた地域で自分らしい暮らしを人生の最後まで続けることができるよう、民間企業など多様な主体による高齢者をサポートする生活支援体制が整備され、地域包括ケアシステムを実現が求められており、厚生労働省も進めている。
	市町村、民間等に委ねることができない事業か。	○	民間事業者等企業が提供するサービスは市町村の行政区域内に留まらない。また現状では市町村により取組状況に濃淡があることから委ねることは困難である。さらに、民間事業者等企業によるサービス情報のため、民間のみに委ねることは不可能である。
	政策目的の達成手段として必要かつ適切な事業か。政策体系の中で優先度の高い事業か。	○	地域包括ケアシステムの構築は、団塊の世代が75歳以上となる2025年を目途とされており、集中的に取り組む必要がある。
事業の効率性	一般競争入札、指名競争入札、プロポーザル方式による契約のうち、一者応札となったものではないか。競争性のない随意契約となったものはないか。	△	情報サイトについては継続的利用、安定的運用が必要なため、開発した事業者との随意契約となっている。なお、企業の登録データについては、県が所有しており、構築コストや周知に係るコスト等はかかるが業者を変更することは可能な体制をとっている。
	受益者負担は適切に設定されているか。	○	財源は保険者機能強化推進交付金及び地域医療介護総合確保基金を活用しており、適切に設定されている。
	用途が事業目的達成にあたり必要なものに限定されているか。	○	用途は、情報サイト運営費、事業案内費用及び研修会の費用が多くを占めており、事業目的達成のために必要な経費に限定されている。
	不用率が大きい場合、その理由は妥当か。	○	不用率は大きくない。
	既存事業との重複はないか。国、県、市町村で同様な事業を実施し二重行政となっていないか。	○	令和2年度予算段階で既存事業との整理を行っている。民間事業者等企業との連携を県全体で推進していくためには、県が主導し、市町村・民間事業者と連携を推進する必要がある。
	コスト削減や効率化に向けた工夫は行われているか。	○	運用費用については、登録企業数に応じて契約額を変動することとしており、登録数に見合った委託額となっている。
事業の有効性	成果実績は成果目標に見合ったものとなっているか。	○	民間事業者等企業との連携が推進されることにより、介護保険サービスのほかに多様な主体が高齢者をサポートする体制が整備され、地域包括ケアシステムの構築を促進が期待できる。
	事業実施に当たって他の手段・方法等が考えられる場合、それと比較してより効果的あるいは低コストで実施できているか。	○	一部の市町村に留まらず、県全体で民間事業者等企業との連携を進めていくためには、県が主導する必要がある。このために、情報システムによる登録企業が提供するサービスの見える化が最も効果的な実施方法である。
	活動実績は見込みに見合ったものであるか。	△	新型コロナウイルス感染症の流行により、サイトの立ち上げが遅れたことや、企業の研修会・情報交換会が行えなかったこと等から、目標に対しては出遅れている。情報サイトへのサービス登録件数は着実に増加しているものの、てこ入れが必要である。
	整備された施設や成果物は十分に活用されているか。	△	情報サイトは、公開して間もない(R3.5.18)ため、県民、専門職等への利用を促進していくための更なる周知が必要である。また、登録についても引き続き企業へ促し、サービスの充実を図っていく必要がある。

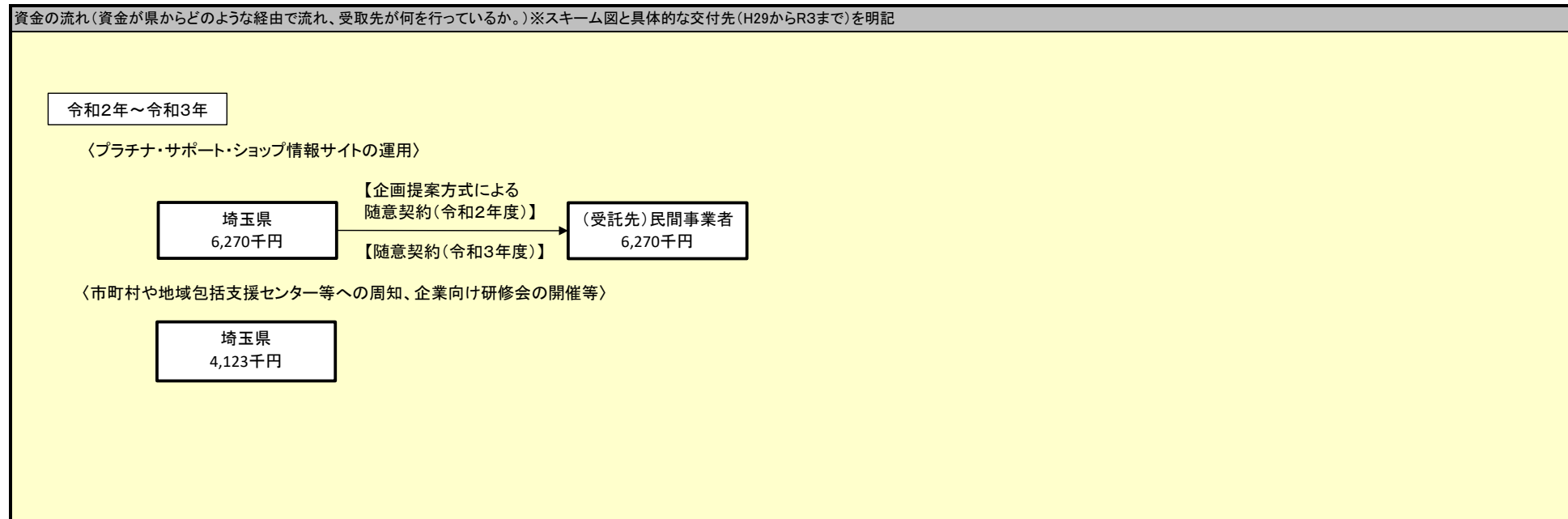
総合評価

A

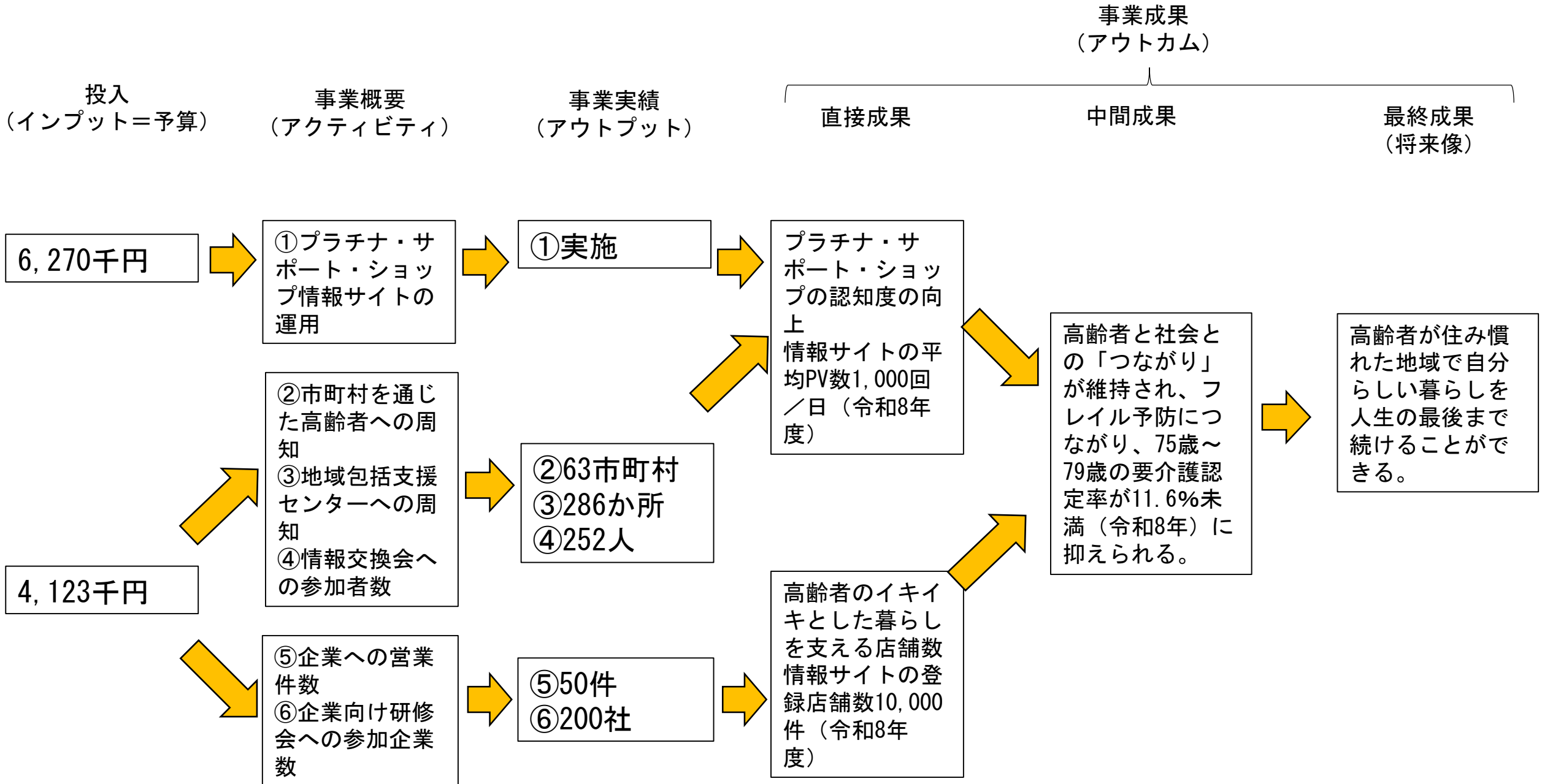
関連事業	関連する事業がある場合、他部局等と適切な役割分担を行っているか。(役割分担の具体的な内容を各事業の右欄に記載)		
	部局・課名	事業名	役割分担の内容

# 事業レビューシート(EBPM調書)

予算執行状況		当初予算額		補正予算額		最終現計予算額		執行額 (決算額)	執行率
		事業費	(うち一財)	事業費	(うち一財)	事業費	(うち一財)		
令和3年度	01 民間事業者と連携した高齢者生活支援事業	10,393	0	-2,030	0	8,363	0	6,981	67.2%
令和2年度	01 民間事業者と連携した高齢者生活支援事業	10,393	0	0	0	10,393	0	9,307	89.6%
令和元年度						0	0		
平成30年度						0	0		
平成29年度						0	0		



# ロジックモデル（フローチャート）



事業名：民間事業者と連携した高齢者生活支援事業(プラチナ・サポート・ショップ) 事業費：10,393 千円 所管課：福祉部地域包括ケア課

### 事業概要

「プラチナ・サポート・ショップ」情報サイトの運用、企業への研修会等の開催により、民間企業など多彩な主体が高齢者をサポートする体制を整備し、地域包括ケアシステムの構築を促進する。

### 事務局の説明

#### <EBPMの観点からの課題>

プラチナ・サポート・ショップの情報サイトのPV数、店舗数をアウトカム指標にしているが、実際の高齢者による活用実態などが把握できていない。直接効果のプラチナ・サポート・ショップの情報サイトのPV数、店舗数が中間効果として記載されている要介護率の低下に繋がっていない。地域包括ケアの主体となる市町村やサービスを利用する高齢者のニーズを踏まえているのか不明確。

### 担当部局の説明

#### <事務局の提示する課題についての説明>

まずは情報サイトを見てもらうことを指標として、1日当たりの平均PV数を1,000回と設定した。併せて、登録店舗が充実しないと利用が進まないと考え、登録店舗数の目標を1万店舗とした。

地域で登録店舗数が増えて情報サイトの認知度が向上し利用が増えることで、高齢者が民間事業のサービスにより支えられ、また、普段の生活の中でも他者との関わりを持ち続けることができるようになることで、要介護状態の前段階であるフレイルを予防することができる。その結果として、介護度の重度化の予防に繋がると考えている。

こうした理由から、75歳から79歳の要介護度認定率を、県の5ヵ年計画の目標と同じく、令和2年度の水準である11.6%未満に抑えるという指標を設定した。

### 議事の概要

#### <A委員>

委員：直接成果から中間成果に直接繋がらないとしても、例えば実績として高齢者の外出が増加した等、事業効果の調査・検証などは行っているか。

担当部局：情報サイトのオープンから約1年しか経過しておらず、これから調査等を行っていく必要があると考えている。

委員：県の役割はプラットフォーマーのようなものだと考える。事業効果についてサービスの利用者と提供者両方の視点での検証が必要ではないか。

担当部局：高齢者自身だけでなく、地域の高齢者と関わりが深い地域包括ケアセンターのケアマネージャーのニーズの聞き取り等を行って、サービスの開拓を行っていきたい。

< B委員 >

委員：他県で類似の取り組みはあるか。また、情報サイトの立ち上げ時にニーズに関する調査等は行ったのか。

担当部局：知る限り先行事例は存在しない。ニーズ把握は特に行わなかった。地域の高齢者向けサービスを見える化することを目的に始めた事業。

委員：そもそも地域のケアマネージャーは高齢者支援について相当に把握しているはず。また情報サイトの使い勝手にも疑問がある。本事業についてケアマネージャーからの需要はあるのか。

担当部局：正確な需要について把握はできていないが、使っていただけるよう今後も働きかけていく。

< C委員 >

委員：情報サイトを運用しているだけでは認知度は向上しない。利用者を増やすためにはまず認知されないと始まらない。

担当部局：まずは登録店舗数を増やして、利用価値を高めることで、認知度の向上を図ることに力を注いでいる段階。

委員：認知度の向上がフレイル予防等に繋がるというのは、ロジックが飛躍している。ロジックモデルの証明のためには、認知度の調査等が必要。

担当部局：過去の調査では、サロン等の通いの場に参加している高齢者の要介護認定率は、参加しない人と比較して下がるという結果が出ている。

委員の評価及び意見

< A委員 > B（廃止又は再構築すべき）

本事業の本来の政策目標は高齢者の外出促進だと考えられる。情報サイトの利用実態を把握し、事業による高齢者等の行動変容について検証すべき。また、要介護認定率の抑制に向けた取り組みは、本来は市町村の役割であり、県の役割は市町村と民間事業者を繋げることではないか。

< B委員 > B（廃止又は再構築すべき）

運用開始から1年で実績の評価は難しいが、事業実施前にニーズ把握がされておらず情報サイトの必要性が示せていない。多くのケアマネージャーは、情報サイトがなくとも一定の地域資源の把握ができていると思われ、通常のウェブ検索で十分ではないか。

< C委員 > A（継続すべき）

情報サイトの運営、プラチナ・サポート・ショップの認知度向上、高齢者の社会とのつながり維持、フレイル予防、といった各要素の因果関係が不明で、ロジックモデルの整合性が低い。現時点で情報サイトの認知度は低いと考えられ、認知度を向上させなければ今後の利用に繋がらないのではないか。今後調査を行い、本事業の有効性を検証した上で事業の継続・廃止を検討すべき。

## 有識者会議を踏まえた評価

### 【B（廃止又は再構築すべき）】

情報サイトが十分活用されていないため、要介護認定率の低下に繋がるロジックが不明瞭である。

情報サイトPV数が少ないことなどからプラチナ・サポート・ショップの認知度が低い。また、利用実態が把握できていないため事業の効果検証が不十分である。

地域包括ケアを担う市町村や利用する高齢者のニーズ把握が不十分である。

現在掲載しているレベルの情報であれば、通常のウェブ検索で代替可能ではないか。

## 有識者の意見から考えられる方向性

情報サイトの利用状況、ターゲットとなる高齢者や事業者のニーズを把握し、事業の検証を行う必要がある。

その上で、事業の廃止又は高齢者に利用してもらうため、地域包括ケアを担う市町村と民間事業者とを繋げる効果的な仕組みに事業を再構築する必要がある。

## 【令和5年度当初予算】

### 予算額

#### 【令和5年度】

事業費	1,196千円
うち一財	598千円

#### 【令和4年度】

事業費	10,393千円
うち一財	0千円

## 評価・意見を踏まえた対応 等

### 【評価・意見を踏まえた対応】

企業と市町村の情報交換会や企業向けセミナー等において、プラチナ・サポート・ショップへの登録について周知を行い認知度の向上を図った。（令和5年度においては、情報交換会は8月に実施。企業向けセミナーは冬頃に実施予定。）

情報サイトの周知及びニーズ把握を図るため、高齢者が参加する埼玉未来大学（50歳以上を対象とした学びの場）や県政出前講座において、プラチナ・サポート・ショップ情報サイトのようなウェブサイトの利用希望に係るアンケートを実施したところ、回答者総数402名に対して87.1%の350名から利用希望と回答があったことから、より運用コストも低く抑えられる全庁共通のGIS基盤での情報発信を検討している。

### 【令和5年度当初予算への反映状況】

既存の情報サイトを廃止し、当該サイトの運用保守費分を削減した。