

令和5年度 厚生労働省 老人保健事業推進費等補助金
老人保健健康増進等事業

介護ロボットの効果的な導入支援に関する
調査研究事業
報告書

株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所

令和6（2024）年3月

目次

I.	事業概要	3
1	背景・目的.....	3
2	事業内容.....	3
3	事業スケジュール.....	6
II.	介護サービス事業所が開発企業や行政に求める支援等に関する調査	7
1	調査概要.....	7
2	調査結果.....	8
III.	行政機関等が実施する機器の活用方法等の研修に関する調査	10
1	調査概要.....	10
2	調査結果.....	11
IV.	開発企業における製品の購入者に対する支援・販売に関する調査	13
1	調査概要.....	13
2	調査結果.....	15
V.	介護テクノロジーの便覧の更新.....	71
VI.	検討会の設置と開催.....	72
1	第1回検討会.....	72
2	第2回検討会.....	73
3	第3回検討会.....	73
VII.	まとめと考察.....	75
1	本調査の成果.....	75
2	考察	77

I. 事業概要

1 背景・目的

日本の高齢化は、世界に例を見ない速度で進行しており、介護ニーズが増加する一方、労働力人口が減少する状況下で、介護サービスの質の確保を図りながら、介護職員の働く環境改善を推進することは重要である。

現在、介護ロボットや ICT 等のテクノロジーの活用は、生産性向上の取組における効果的な手段として、様々な主体により取り組まれている。これらのテクノロジーについては、地域医療介護総合確保基金等を活用し、その導入費用の補助が行われているが、介護現場においてこうしたテクノロジーを効果的に選定・活用し、生産性向上につなげるためには、単に機器を導入するだけでなく、現場の課題把握や課題に応じた機器の選定、機器導入後の業務の見直し等が重要である。

こうした取組を実現するために、現在、行政機関等を中心として、介護現場において上記の取組を担うことができる人材を育成する研修等を行っている。また、介護ロボットの相談窓口（厚生労働省「介護ロボットの開発・実証・普及のプラットフォーム事業」において設置）による伴走支援等により、一部の介護現場をモデルとして支援し、その成果を全国的に周知啓発する取組を行っているところである。しかしながら、今後、生産性向上の取組をさらに拡大していくにあたり、支援の担い手がさらに必要になると考えられる。

一方、近年では、テクノロジーの開発企業や販売企業等が、サービスの一環として上記の支援を行っている事例がある。これらの企業は、今後の介護現場に対する支援の担い手として期待できる可能性がある。

そこで本事業では、介護ロボット等のテクノロジーの購入者に対する開発企業・販売企業の支援状況、行政機関における支援状況、購入者が開発企業や行政に求める内容を把握し、介護ロボット等の導入・活用支援のあり方を検討し取りまとめることを目的として実施した。

2 事業内容

(1) 介護サービス事業所が開発企業や行政に求める支援等に関する調査

介護ロボット等のテクノロジーを効果的に導入・活用するために、介護サービス事業者が、開発企業（販売企業）や行政からの支援を受ける上での課題、求める支援内容を明らかにすることを目的として、ヒアリング調査を実施した。

(2) 行政機関等が実施する機器の活用方法等の研修に関する調査

行政機関等が実施する介護ロボットや福祉用具の活用に関する研修の実施状況や効果、課題を明らかにすることを目的として、ヒアリング調査を実施した。

(3) 開発企業における製品の購入者に対する支援・販売に関する調査

介護ロボット等のテクノロジーを開発する企業、および販売する企業における販売前後の購入者への支援内容や、支援のための体制整備状況、支援に向けた課題等を明らか

にすることを目的として、アンケート調査を実施した。

アンケート調査では、介護ロボット等に関する展示会の出展企業や各種介護ロボット等に関連する事例集・報告書等から 593 社を抽出して調査客体とした。

(4) 介護テクノロジーの便覧の更新

今後、介護テクノロジーの導入・活用支援に活用される資料を作成することを目的として、令和 3 年度に作成された「介護現場で活用されるテクノロジー便覧」（以下、便覧）を更新した。

便覧に掲載する製品情報は、(3) の調査対象企業に対して提供依頼を行い、結果的に 108 製品の情報提供を得た。

(5) 介護ロボットの効果的な導入支援のあり方に関する有識者検討会（以下、検討会とする）の設置と開催

事業全体の運営やアンケート調査・ヒアリング調査の設計、結果の分析、効果的な支援のあり方等について議論するため、検討会を設置し、事業期間中に計 3 回の検討会を開催した。

検討会の構成員は以下のとおりとした。

図表 1 検討会構成員

氏名（敬称略）	所属・役職
久留 善武	一般社団法人シルバーサービス振興会 事務局長
五島 清国	公益財団法人テクノエイド協会 企画部 部長
柴田 智広	国立大学法人九州工業大学大学院 生命体工学研究科 教授
東 祐二	一般社団法人日本作業療法士協会 事務局長
肥後 一也	一般社団法人 全国福祉用具専門相談員協会 事務局長
舟田 伸司	公益社団法人日本介護福祉士会 常任理事
北條 憲一	公益財団法人介護労働安定センター 事務局長
◎本田 幸夫	国立大学法人東京大学大学院工学系研究科 人工物工学研究センター 特任研究員
宮本 隆史	社会福祉法人善光会 最高執行責任者 兼 統括施設局長 株式会社善光総合研究所 代表取締役社長

（◎：座長、五十音順）

オブザーバーとして、厚生労働省担当者に参加いただいた。

図表 2 オブザーバー（厚生労働省担当者）

氏名（敬称略）	所属・役職
佐々木 憲太	厚生労働省老健局高齢者支援課 介護業務効率化・生産性向上推進室 介護ロボット開発・普及推進室 介護ロボット政策調整官
早川 慎	厚生労働省老健局高齢者支援課 介護業務効率化・生産性向上推進室 介護ロボット開発・普及推進室 介護ロボット専門官
兼子 雄	厚生労働省老健局高齢者支援課 介護業務効率化・生産性向上推進室 介護ロボット開発・普及推進室 主査

事務局は、株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所、および同社より委託を受けた株式会社善光総合研究所が務めた。

図表 3 事務局担当者

氏名（敬称略）	所属・役職
足立 圭司	株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所 先端技術戦略ユニット アソシエイトパートナー
片岡 眞一郎	同 マネージャー
山内 勇輝	同 シニアコンサルタント
太刀川 遼	同 シニアコンサルタント
田中 拓樹	同 コンサルタント
滑川 永	株式会社善光総合研究所 Care Tech ZENKOUKAI Lab 所長

3 事業スケジュール

本事業は、以下のスケジュールにて実施した。

図表 4 本事業のスケジュール

	令和 5 年					令和 6 年		
	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
検討会								
検討会実施			▼ 第 1 回			▼ 第 2 回		▼ 第 3 回
介護サービス事業所が開発企業や行政に 求める支援等に関する調査								
調査設計・調査項目作成								
調査実施								
集計・分析								
行政機関等が実施する機器の活用方法等 の研修に関する調査								
調査設計・調査項目作成								
調査実施								
集計・分析								
開発企業における製品の購入者に対する 支援・販売に関する調査								
調査設計・調査票作成								
調査実施								
集計・分析								
介護テクノロジーの便覧の更新								
製品情報の収集								
内容作成								
報告書の作成								
骨子作成								
内容作成								

II. 介護サービス事業所が開発企業や行政に求める支援等に関する調査

1 調査概要

(1) 調査目的

介護ロボット等のテクノロジーを効果的に導入・活用するために、介護サービス事業者が、開発企業（販売企業）や行政からの支援を受ける上での課題、求める支援内容を明らかにすることを目的として実施した。

(2) 調査方法

以下のとおり、Web を介したヒアリング調査を行った。

○調査対象

- ・ 介護テクノロジーの開発企業や販売企業の支援を受けて、介護テクノロジーを導入した介護サービス事業所 10 事業所

○調査項目

- ・ 事業所の概要
- ・ 介護テクノロジーの導入・活用状況
- ・ 介護テクノロジーの導入・活用に関する課題
- ・ 開発企業・販売企業や行政機関等に求めること 等

○調査方法

- ・ Web を介したインタビュー調査

○調査期間

- ・ 2023 年 11 月～12 月

図表 5 調査対象のサービス種別一覧

No	サービス種別
1	地域密着型特別養護老人ホーム
2	特別養護老人ホーム
3	特別養護老人ホーム
4	特別養護老人ホーム
5	特別養護老人ホーム
6	特別養護老人ホーム
7	特別養護老人ホーム
8	有料老人ホーム
9	養護老人ホーム／グループホーム
10	介護老人保健施設

2 調査結果

○介護テクノロジーを導入したきっかけや施設内の課題

- ・ 職員の見守り業務の負担軽減、利用者の生活状況の把握
- ・ 利用者の転倒防止、ターミナルケア時の利用者の状態把握

○施設内の課題に対する、企業の改善提案の有無

- ・ 施設が主体となって導入・活用のプロジェクトを進め、必要なタイミングで企業の助力を得た。
- ・ 企業から、ケアの品質向上（データ収集・分析による科学的な対応等）や職員の負担軽減を提案された。実際に利用者の QoL 向上に明確につながり、支援を受けた価値があったと感じた。
- ・ 課題の発見・分析の段階では企業は関わらなかったが、課題認識が正しいか、解決策が正しいかを検証するためには企業の力が必要であった。特に導入・活用プロセスの後半で企業との関わりが多くなった。
- ・ あまり提案を受けた印象はない。企業からの提案は製品の宣伝になってしまう。適切で公平なアセスメントはなかなか難しいのではないかな。
- ・ 使用方法の説明のみで、「困ったときに連絡してください」という対応であった。

○デモの実施の有無

- ・ 導入したテクノロジーによって回数や期限等は異なるが、原則すべてのテクノロジーに対してデモを実施した。

○安全面やリスク等の説明の有無

- ・ 企業からの説明もあったが、介護職員自身でもリスク分析等を実施した。
- ・ カメラ型の見守り機器については、リスクやプライバシーの説明において企業の支援を受けた。企業側で同意書のフォーマットを用意しているケースもあった。

○導入プロセスの中で課題に感じたこと

- ・ 導入費用の捻出が課題であった。
- ・ 施設の課題に適したテクノロジーの調査、選択に時間を要した。インターネット上で情報を集めても何を選べば良いのか分からず、試しに使ってみても、なかなか思うように使えず、活用が進まなかった。
- ・ 利用者やその家族、職員等の理解を得るための説明に苦労した。特にテクノロジーの安全面については、企業が説明してくれてよかったという意見があった。
- ・ テクノロジーの導入・活用のプロジェクトの中で、モチベーションを保ち続けるにはエネルギーを要した。新しいテクノロジーを導入すると、通知が多すぎたり、Wi-Fi がつながらなかつたりしてどうしてもモチベーションが下がってしまう。
- ・ 企業からの提案をそのまま受け入れるには運用に不安があった。提案を受け入れるのではなく、自分たちの運用ルールを作った。

○製品導入後の企業との関係性や支援内容

- ・ 実際に導入先で得たデータを見ながら、通知の設定方法について細かくアドバイスしてくれた。
- ・ 標準的な導入プログラムを持っている企業もあり、スケジュールと目標を示してくれた。それに沿ってサポートをしてくれた。
- ・ テクノロジーの使用方法を越えた、介護業務に関するアドバイスも企業から来るが、受け入れるには、テクノロジーの信頼度が高いことが前提となる。信頼度が高くない場合は、「企業にそこまで踏み込まれたくない」と思ってしまう。

○企業からの支援として助かったこと、求めること

- ・ 企業から直接、テクノロジーの使用法の指導に長けた人が来てくれたこと。
- ・ 困った際にすぐに電話で相談できたり、デモ機をレンタルできたりしたことが助かった。伴走してもらえた心強さがあった。
- ・ テクノロジーの使い方の説明等だけではなく、データの見方や分析の仕方も教えてほしい。

○行政機関等の関わり方

- ・ 全国各地で伴走支援機能をもっと高めるべきではないか。ただ単に補助金を出すだけでなく、伴走支援を充実させてほしい。
- ・ 行政機関が、補助金申請のサポートや、支援者となる企業等とのマッチングのサポートをしてくれたことが助かった。
- ・ テクノロジーの導入・活用は、現在働いている介護職員の業務改善だけでなく、介護職員の採用なども含めた複合的な効果がある。行政機関からは、それらの観点も含めた包括的な支援があるとよい。

III. 行政機関等が実施する機器の活用方法等の研修に関する調査

1 調査概要

(1) 調査目的

行政機関等が実施する介護ロボットや福祉用具の活用に関する研修の実施状況や効果、課題を明らかにすることを目的として実施した。

(2) 調査方法

以下のとおり、Web を介したヒアリング調査を行った。

○調査対象

- ・ 介護ロボットや福祉用具等の機器の活用方法に関する研修※を実施する行政機関・教育機関等 10 機関

※調査対象の選定にあたっては、単回のセミナー形式の研修ではなく、中長期的な視点から介護ロボットや福祉用具の導入・活用を行う人材育成を目的としたものを中心に選定した。

○調査項目

- ・ 研修の実施状況
- ・ 研修の実施内容
- ・ 研修の効果
- ・ 今後の展望 等

○調査方法

- ・ Web を介したインタビュー調査

○調査期間

- ・ 2023 年 11 月～12 月

図表 6 調査対象の属性一覧

No	分類	属性
1	行政機関	市町村
2		都道府県
3		都道府県
4		都道府県（都道府県より委託を受けた社会福祉法人）
5	教育機関	学校法人
6		国立大学法人
7		学校法人
8	業界団体等	公益財団法人
9	企業等	企業
10		社会福祉法人

2 調査結果

○研修内容

- ・ 介護ロボットの基礎知識、機器の種類や介護ロボットが必要とされる背景等
- ・ ICT、IoT、AI、データサイエンス等の内容を、情報学の観点と、介護現場での活用
の観点の両面から実施。情報学の部分は外部大学のスペシャリストに作成依頼したが、
その上でなぜ介護福祉分野に必要なのか、介護でどう活用されているか、とい
った分野を加えている。情報学の専門家にとっては基本的なことであっても、介護
分野の方にとっては隔たりがあるため、それを結節させるコンテンツを補った。

○研修を開始したきっかけや問題意識

- ・ テクノロジーの導入時は、企業に支援してもらえているが、なかなか導入後継続的
に使用できていない場合が多かった。その状況を改善するために企画した。
- ・ 介護ロボット向けの補助金があったが、介護ロボットの普及には至っていなかった。
また、ロボットを購入してもうまく活用できていない場合が多かったことから、研
修を開始した。
- ・ 近年、介護職員の養成機関では、テクノロジー活用など内容を教える余裕がなく、
すぐに現場に出すようになっている。介護 DX のような内容を教えるには、既に現
場経験のある方を対象にするのが良いのではないかと考えて、リカレント教育の枠組
みで研修を実施した。

○研修参加者の勤務先・役職・バックグラウンド等

- ・ 介護職員（一般職員、現場リーダー層、施設長等経営層）
- ・ テクノロジー開発企業や介護現場向けコンサルタント、他業種の方

○講師のバックグラウンド

- ・ 行政機関職員
- ・ 教育機関の教員
- ・ 開発企業・アカデミアの方
- ・ 介護ロボットを導入した経験のある介護施設の職員

○特定のテクノロジーを扱う場合、扱うものの分野

- ・ 導入事例が豊富で、効果が出やすいものとして見守り、移乗支援、介護業務支援等
の分野を選定している。
- ・ ロボット技術の介護利用における重点分野全てについて、代表的な製品・サービス
やその使い方を解説し、施設の課題に応じて適切な製品・サービスを選定するよう
促している。
- ・ 特定の製品に偏らず、さまざまな機種を用意して集合研修を行うようにしている。
同じ分野の製品だとしても複数のメーカーによる機種をそろえることが望ましい。
実際のテクノロジー選定においても、機種ごとの細かい違いを意識することが重要

である。

○研修の効果

- ・ 研修実施後のアンケートでは「研修がきっかけで介護ロボット導入を検討し始めた」「企業の担当者と話せてよかった」「興味がわいて自分で情報収集しようと思った」といった声があった。
- ・ 教育を受けた後に初めて介護事業所に就職するような人の場合、学びを活かして就職先を選択することができたという声もあれば、就職した先が全くデジタルに対応しておらず、活躍の機会がなかったという例もある。
- ・ 事業所内での昇格・昇給に結び付いた例がある。研修修了者同士の、多職種からなるネットワークも形成されている。
- ・ 現場で困りごとがあった際、業者を呼ばず、自身で解決できた。また、知識やスキルを活用して、介護 ICT 活用のコンサルティングを始めようと考え始めた方もいる。

○研修の課題

- ・ 研修を受講した上で、自分の施設で実際に介護ロボットの導入や生産性向上を成し遂げられるとは限らない。適切な機器の選定や導入ができていない施設も見受けられる。
- ・ 施設の課題と「導入したい」と言っている機器が整合していないと見受けられる。しかし、施設の「この機器を導入したい」という意思を覆すことは難しい。より適切な機器選定に貢献する研修にしなければならないと考えている。
- ・ 情報学の確認テストで、かなりの受講者が躓いた。介護現場の業務と ICT の馴染みがあまりにもなく、実感を得ることが難しいのではないか。

IV. 開発企業における製品の購入者に対する支援・販売に関する調査

1 調査概要

(1) 調査目的

開発企業・販売企業における販売前後の購入者への支援内容や、支援のための体制整備状況、支援に向けた課題等を明らかにすることを目的として実施した。

(2) 調査方法

以下のとおり、Web アンケート調査を行った。

○調査対象

- ・ 介護テクノロジーを上市済の開発企業、および販売企業として介護テクノロジーを取り扱う企業

○調査客体

- ・ 直近の介護テクノロジー等の展示会への出展企業や各種介護テクノロジーに関する事例集・報告書、一般社団法人日本福祉用具供給協会の HP 等から 593 社を抽出

○調査項目

- ・ 基礎情報
- ・ 実施している支援の内容
- ・ 支援体制
- ・ 支援の効果・課題
- ・ 支援に関する要望 等

○調査方法

- ・ 抽出した企業に対して Web 調査を実施（ログイン用 ID・パスワードを郵送）

○調査期間

- ・ 2023 年 11 月 27 日（ログイン用 ID・パスワード等発送）～2023 年 12 月 22 日

○調査客体及び有効回答数、有効回答率

図表 7 調査客体及び有効回答数、有効回答率

調査客体数	有効回答数	有効回答率 (%)
593	125	21.1%

(3) 集計・分析方法

アンケート調査の集計にあたっては、企業の開発・販売状況による支援の実態の差異等を把握するため、以下の分類で分析を行った。

なお、自由記述については、明らかな誤字脱字の修正と、回答企業が特定されないように文意を変えない程度の調整を行っている。

図表 8 回答企業の分類方法

分類	定義	回答数	有効回答数に対する割合 (%)
自社開発	問 4「製品の開発・販売状況」に対して、「製品を自社で開発・販売している」と回答した企業	64	51.2%
	問 4「製品の開発・販売状況」に対して、「製品を自社開発しているが、販売は他社が行っている」と回答した企業	5	4.0%
販売のみ (他社開発)	問 4「製品の開発・販売状況」に対して、「製品を自社開発していないが、他社が開発した製品を販売している」と回答した企業	56	44.8%

2 調査結果

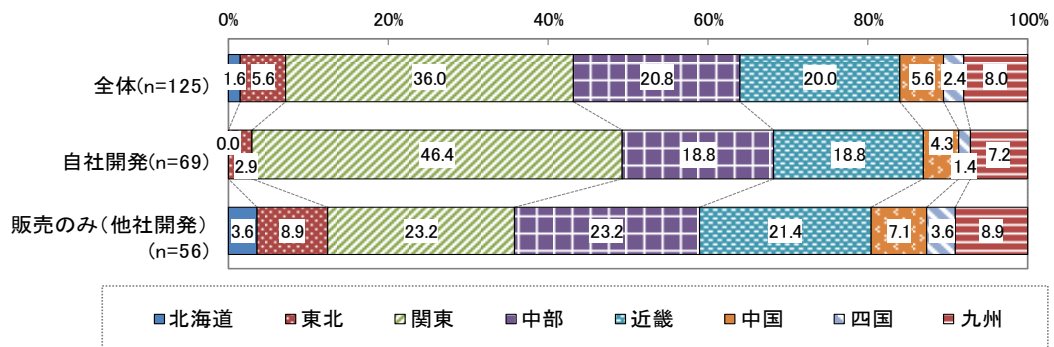
(1) 本社・本店所在地

全体では、「関東」が36.0%と最も高く、次いで「中部」が20.8%であった。

自社開発では、「関東」が46.4%と最も高く、次いで「中部」が18.8%であった。

販売のみ（他社開発）では、「関東」が23.2%と最も高く、次いで「中部」が23.2%であった。

図表 9 本社・本店所在地



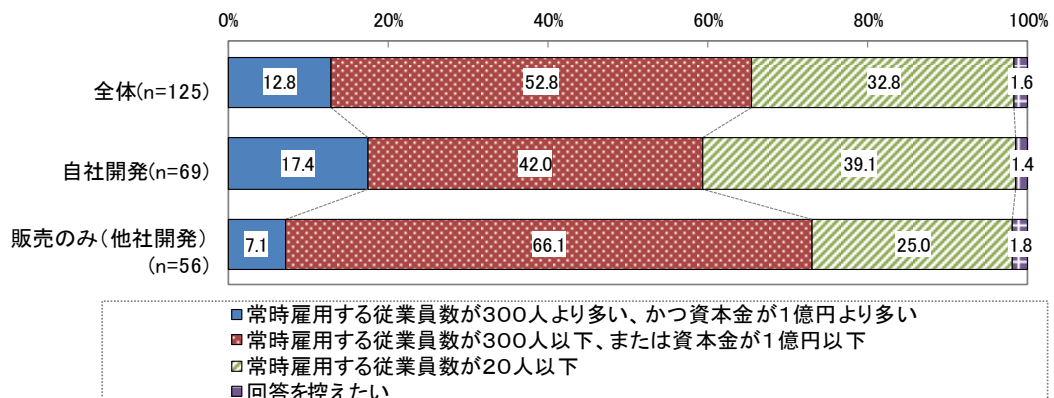
(2) 企業規模

全体では、「常時雇用する従業員数が300人以下、または資本金が1億円以下」が52.8%と最も高く、次いで「常時雇用する従業員数が20人以下」が32.8%であった。

自社開発では、「常時雇用する従業員数が300人以下、または資本金が1億円以下」が42.0%と最も高く、次いで「常時雇用する従業員数が20人以下」が39.1%であった。

販売のみ（他社開発）では、「常時雇用する従業員数が300人以下、または資本金が1億円以下」が66.1%と最も高く、次いで「常時雇用する従業員数が20人以下」が25.0%であった。

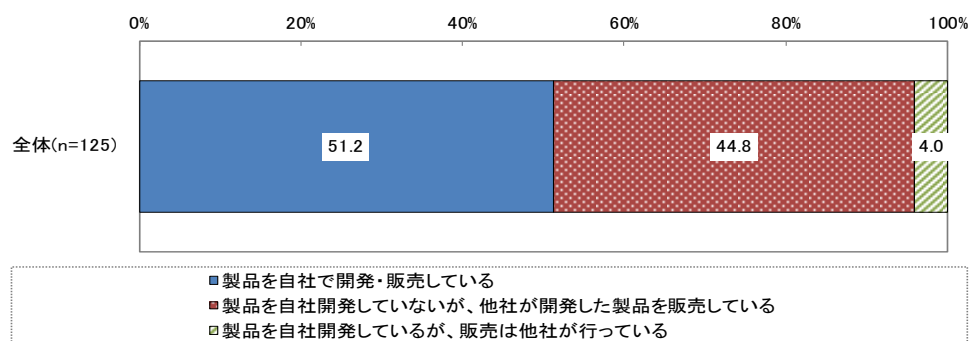
図表 10 企業規模



(3) 開発・販売状況

全体では、「製品を自社で開発・販売している」が 51.2%と最も高く、次いで「製品を自社開発していないが、他社が開発した製品を販売している」が 44.8%であった。

図表 11 開発・販売状況



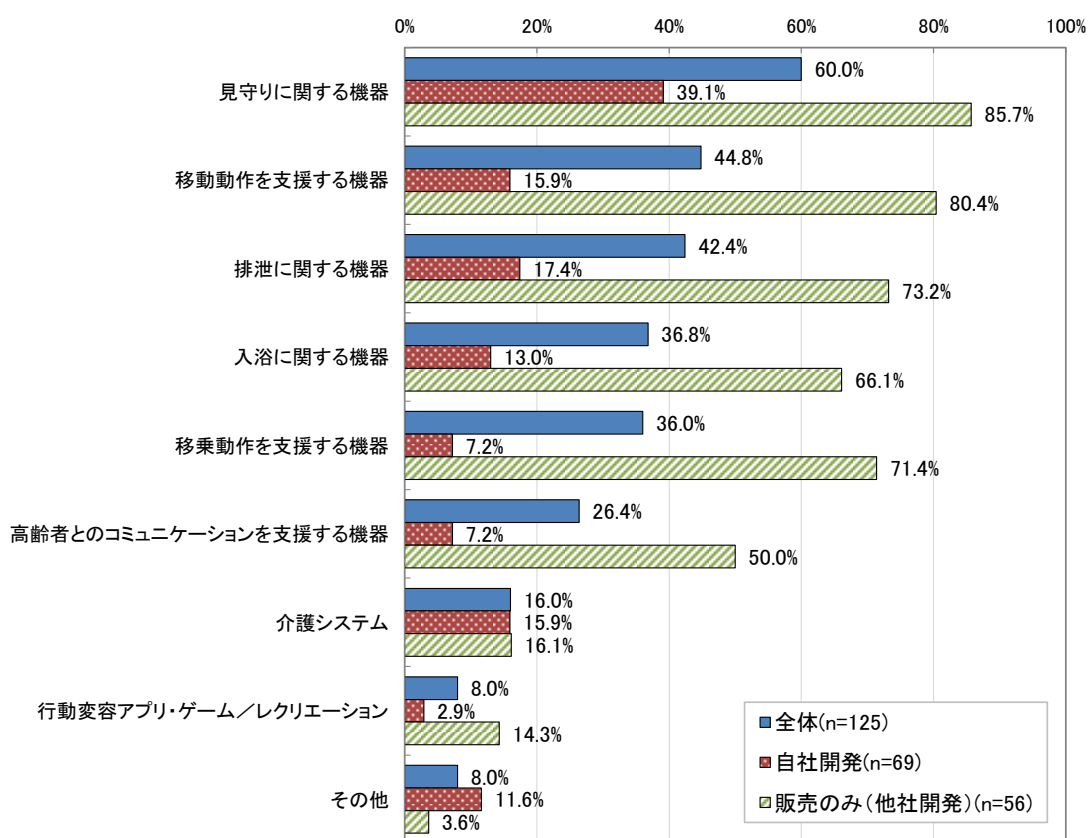
(4) 開発・販売する製品の分野（複数選択）

全体では、「見守りに関する機器」が 60.0%と最も高く、次いで「移動動作を支援する機器」が 44.8%であった。

自社開発では、「見守りに関する機器」が 39.1%と最も高く、次いで「排泄に関する機器」が 17.4%であった。

販売のみ（他社開発）では、「見守りに関する機器」が 85.7%と最も高く、次いで「移動動作を支援する機器」が 80.4%であった。

図表 12 開発・販売する製品の分野（複数選択）



「その他」の内容（抜粋）

- ・ リハビリを補助する機器
- ・ 服薬を支援する機器
- ・ 複数のサービスを提供する人型ロボット

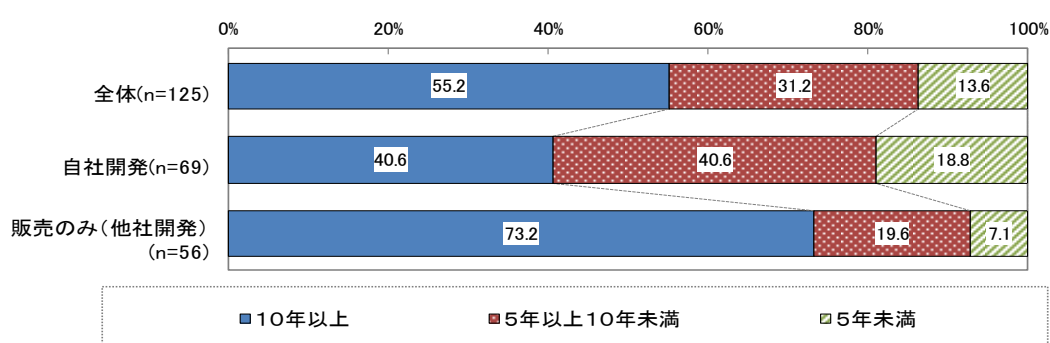
(5) 製品を開発・販売している期間

全体では、「10年以上」が55.2%と最も高く、次いで「5年以上10年未満」が31.2%であった。

自社開発では、「10年以上」が40.6%と最も高く、次いで「5年以上10年未満」が40.6%であった。

販売のみ（他社開発）では、「10年以上」が73.2%と最も高く、次いで「5年以上10年未満」が19.6%であった。

図表 13 製品を開発・販売している期間



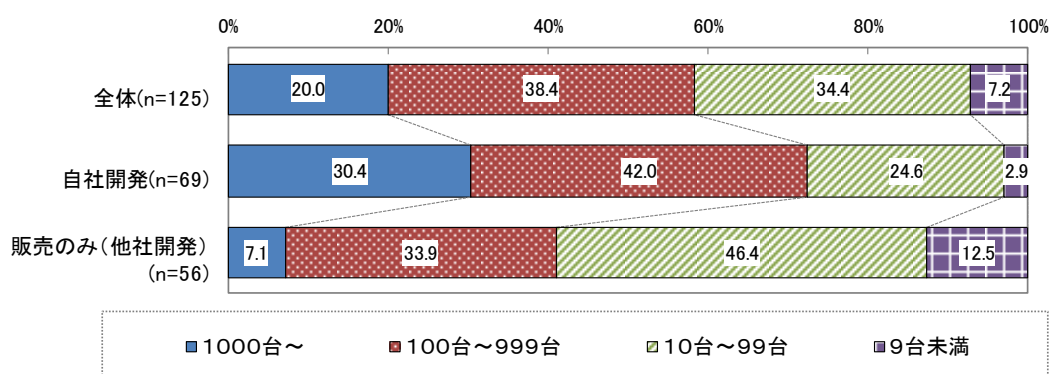
(6) 製品の年間販売台数

全体では、「1000台～999台」が38.4%と最も高く、次いで「10台～99台」が34.4%であった。

自社開発では、「1000台～999台」が42.0%と最も高く、次いで「10000台～」が30.4%であった。

販売のみ（他社開発）では、「10台～99台」が46.4%と最も高く、次いで「1000台～999台」が33.9%であった。

図表 14 製品の年間販売台数



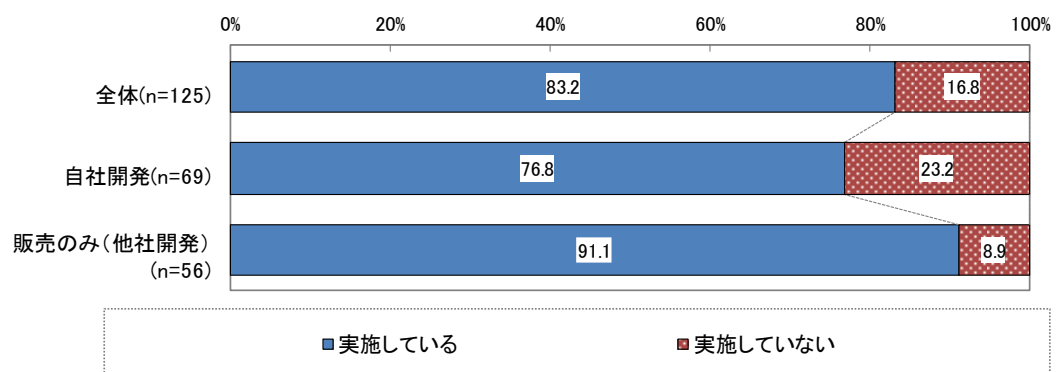
(7) 「製品購入決定前に」「無償で」導入先への支援を実施しているか

全体では、「実施している」が 83.2%、「実施していない」が 16.8%であった。

自社開発では、「実施している」が 76.8%、「実施していない」が 23.2%であった。

販売のみ（他社開発）では、「実施している」が 91.1%、「実施していない」が 8.9%であった。

図表 15 「製品購入決定前に」「無償で」導入先への支援を実施しているか



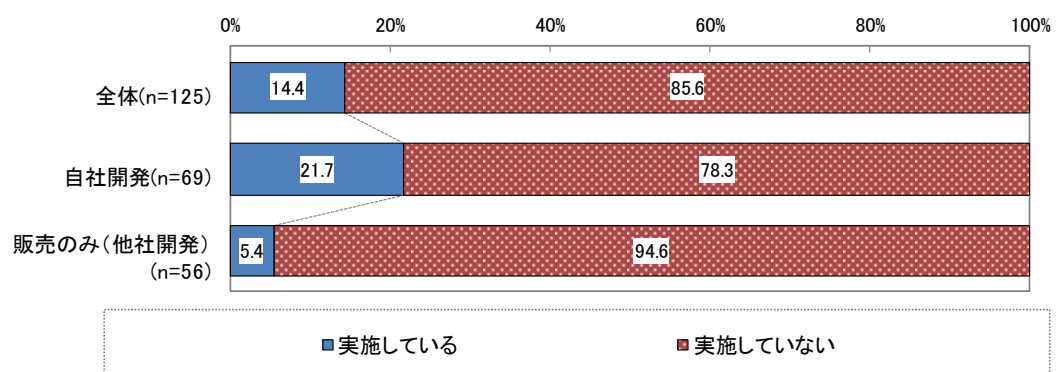
(8) 「製品購入決定前に」「有償で」導入先への支援を実施しているか

全体では、「実施していない」が 85.6%、「実施している」が 14.4%であった。

自社開発では、「実施していない」が 78.3%、「実施している」が 21.7%であった。

販売のみ（他社開発）では、「実施していない」が 94.6%、「実施している」が 5.4%であった。

図表 16 「製品購入決定前に」「有償で」導入先への支援を実施しているか



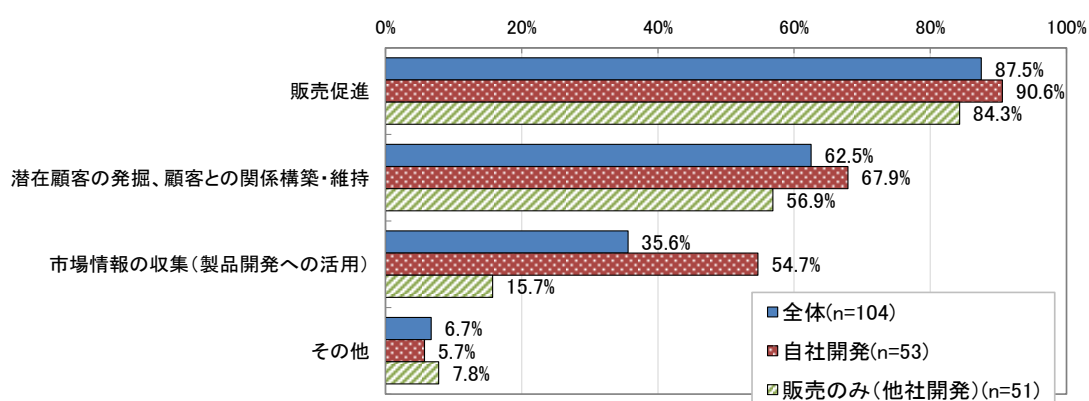
(9) (購入決定前・無償) 支援の目的 (複数選択)

全体では、「販売促進」が 87.5%と最も高く、次いで「潜在顧客の発掘、顧客との関係構築・維持」が 62.5%であった。

自社開発では、「販売促進」が 90.6%と最も高く、次いで「潜在顧客の発掘、顧客との関係構築・維持」が 67.9%であった。

販売のみ(他社開発)では、「販売促進」が 84.3%と最も高く、次いで「潜在顧客の発掘、顧客との関係構築・維持」が 56.9%であった。

図表 17 (購入決定前・無償) 支援の目的 (複数選択)



「その他」の内容(抜粋)

- ・ 社会実験のため
- ・ 現場で活用できるか実際に検証してもらうため
- ・ 対象者の身体状況や使用に関する問題はないか確認するため

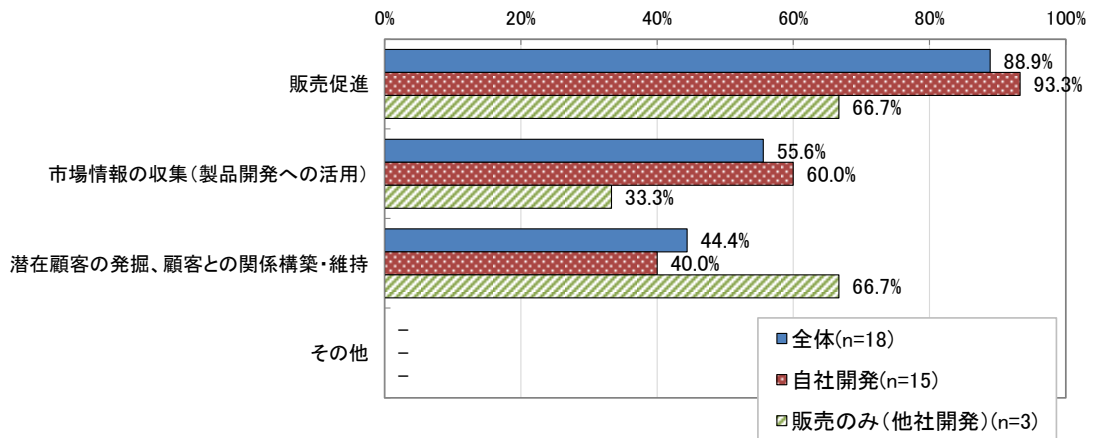
(10) (購入決定前・有償) 支援の目的 (複数選択)

全体では、「販売促進」が 88.9%と最も高く、次いで「市場情報の収集(製品開発への活用)」が 55.6%であった。

自社開発では、「販売促進」が 93.3%と最も高く、次いで「市場情報の収集(製品開発への活用)」が 60.0%であった。

販売のみ(他社開発)では、「販売促進」が 66.7%と最も高く、次いで「潜在顧客の発掘、顧客との関係構築・維持」が 66.7%であった。

図表 18 (購入決定前・有償) 支援の目的 (複数選択)



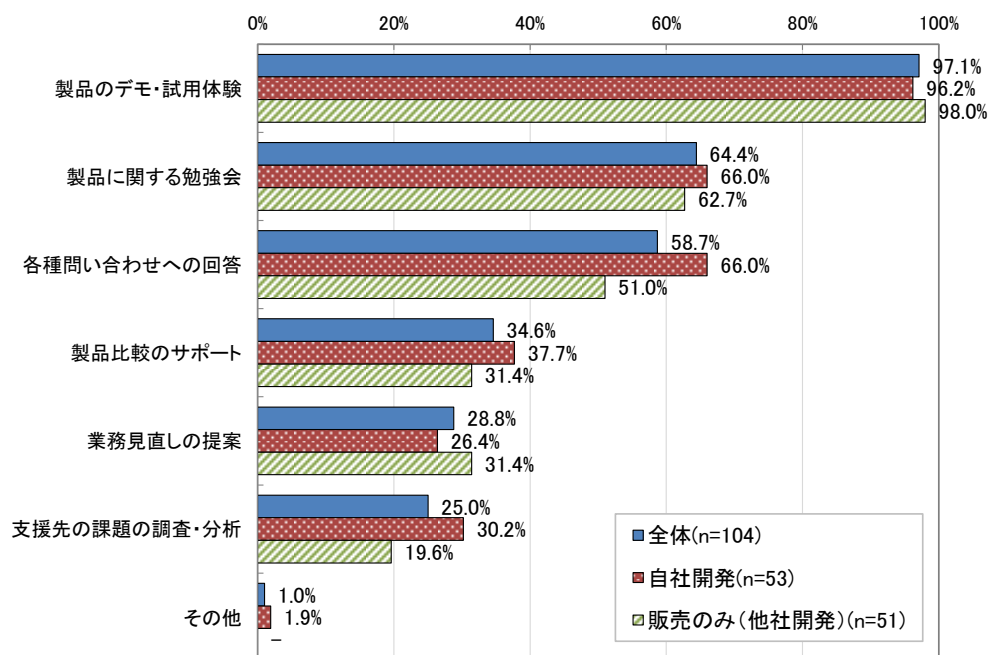
(11) (購入決定前・無償) 支援の内容 (複数選択)

全体では、「製品のデモ・試用体験」が 97.1%と最も高く、次いで「製品に関する勉強会」が 64.4%であった。

自社開発では、「製品のデモ・試用体験」が 96.2%と最も高く、次いで「製品に関する勉強会」が 66.0%であった。

販売のみ(他社開発)では、「製品のデモ・試用体験」が 98.0%と最も高く、次いで「製品に関する勉強会」が 62.7%であった。

図表 19 (購入決定前・無償) 支援の内容 (複数選択)



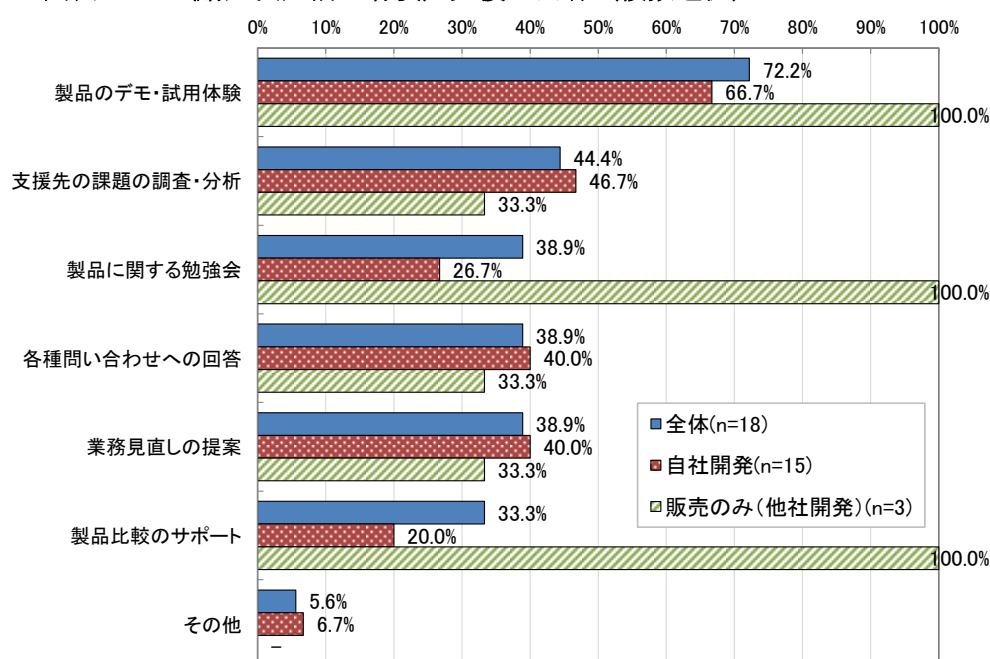
(12) (購入決定前・有償) 支援の内容 (複数選択)

全体では、「製品のデモ・試用体験」が 72.2%と最も高く、次いで「支援先の課題の調査・分析」が 44.4%であった。

自社開発では、「製品のデモ・試用体験」が 66.7%と最も高く、次いで「支援先の課題の調査・分析」が 46.7%であった。

販売のみ(他社開発)では、「製品に関する勉強会」「製品のデモ・試用体験」「製品比較のサポート」が 100.0%で最も高く、次いで「各種問い合わせへの回答」が 33.3%であった。

図表 20 (購入決定前・有償) 支援の内容 (複数選択)



「その他」の内容 (抜粋)

- ・ サンプルの提供

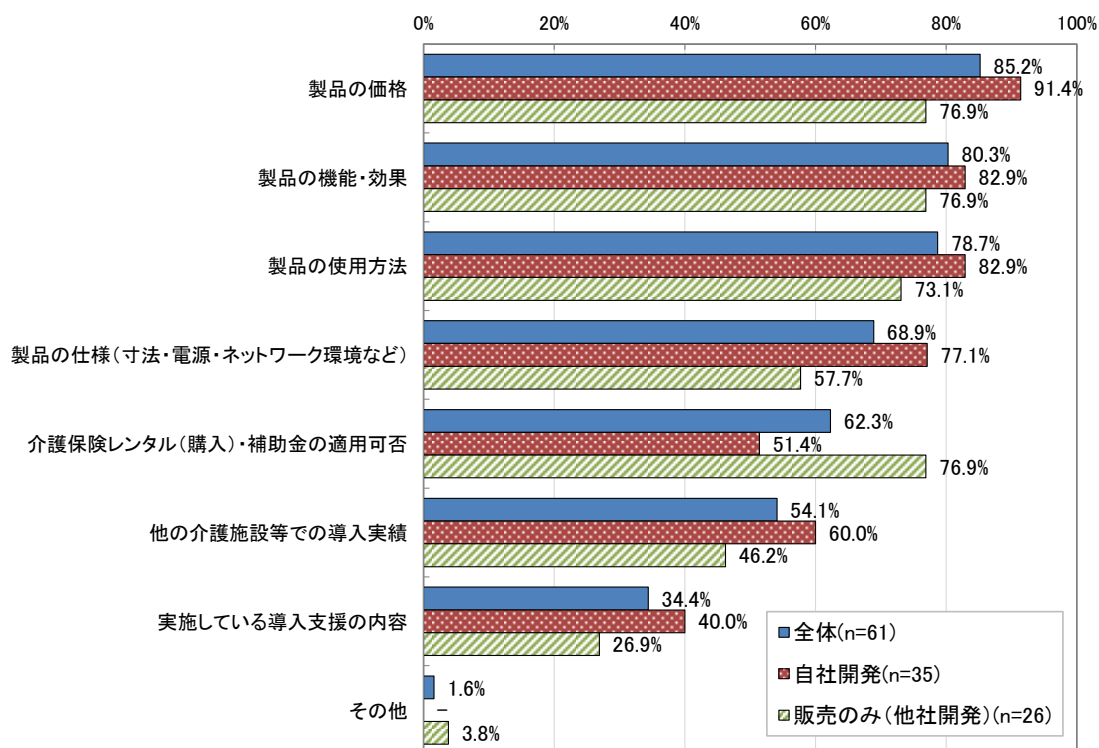
(13) (購入決定前・無償) 多く受ける問い合わせの内容 (複数選択)

全体では、「製品の価格」が 85.2%と最も高く、次いで「製品の機能・効果」が 80.3%であった。

自社開発では、「製品の価格」が 91.4%と最も高く、次いで「製品の機能・効果」「製品の使用手法」が 82.9%であった。

販売のみ(他社開発)では、「製品の機能・効果」が 76.9%と最も高く、次いで「製品の価格」「介護保険レンタル(購入)・補助金の適用可否」が 76.9%であった。

図表 21 （購入決定前・無償）多く受ける問い合わせの内容を教えてください。（複数選択）



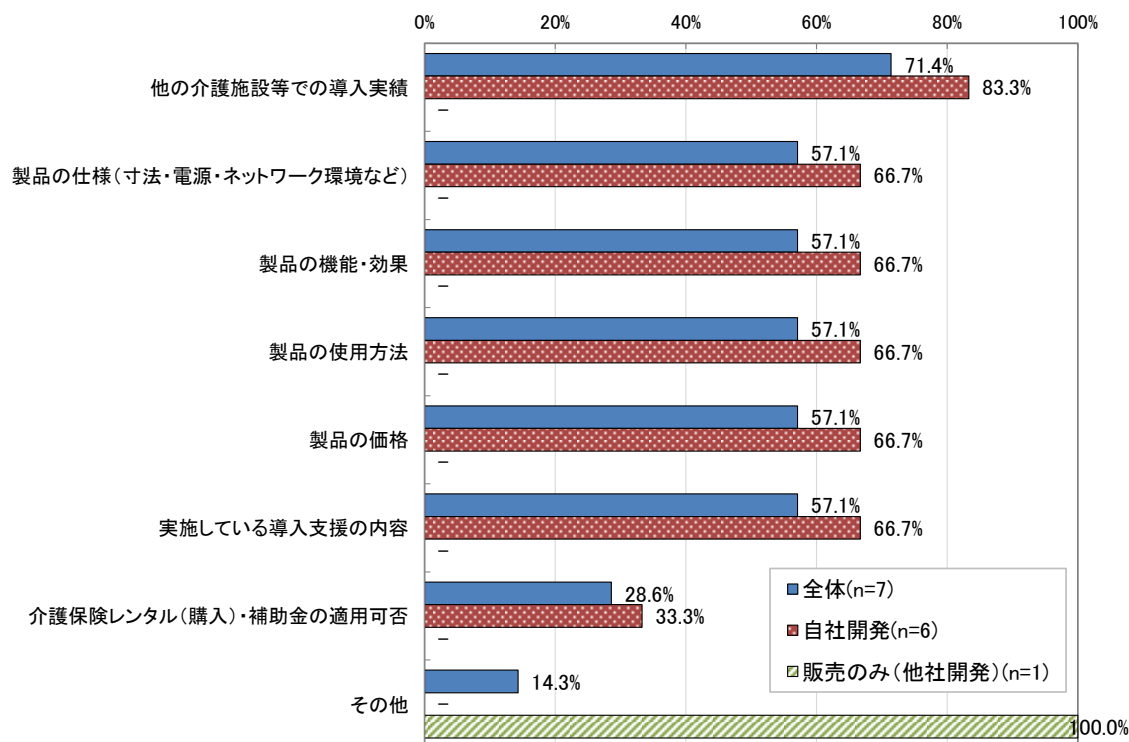
(14) （購入決定前・有償）多く受ける問い合わせの内容（複数選択）

全体では、「他の介護施設等での導入実績」が 71.4%と最も高く、次いで「製品の仕様（寸法・電源・ネットワーク環境など）」「製品の機能・効果」「製品の使用方法」「製品の価格」「実施している導入支援の内容」が 57.1%であった。

自社開発では、「他の介護施設等での導入実績」が 83.3%と最も高く、次いで「製品の仕様（寸法・電源・ネットワーク環境など）」「製品の機能・効果」「製品の使用方法」「製品の価格」「実施している導入支援の内容」が 66.7%であった。

販売のみ（他社開発）では、「その他」が 100.0%であった。

図表 22 （購入決定前・有償）多く受ける問い合わせの内容（複数選択）



「その他」の内容（抜粋）

- ・ 利用者アセスメント方法と介助方法の相談

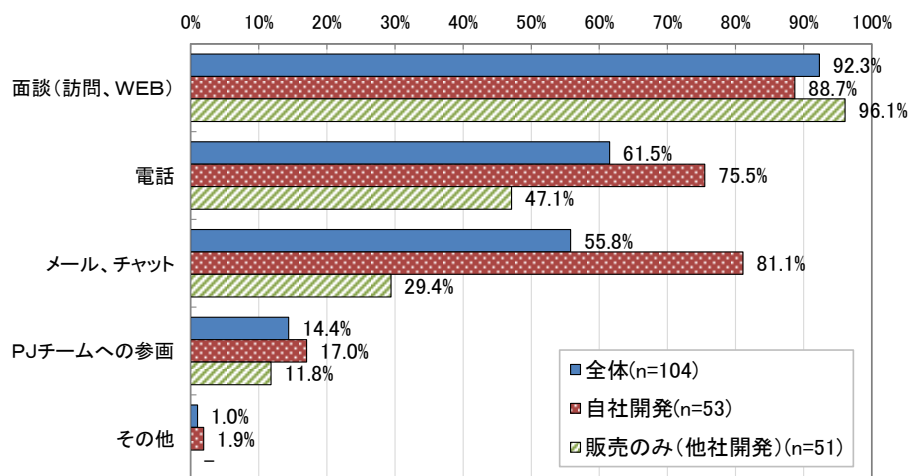
(15) （購入決定前・無償）支援の形態（複数選択）

全体では、「面談（訪問、WEB）」が 92.3%と最も高く、次いで「電話」が 61.5%であった。

自社開発では、「面談（訪問、WEB）」が 88.7%と最も高く、次いで「メール、チャット」が 81.1%であった。

販売のみ（他社開発）では、「面談（訪問、WEB）」が 96.1%と最も高く、次いで「電話」が 47.1%であった。

図表 23 (購入決定前・無償) 支援の形態 (複数選択)



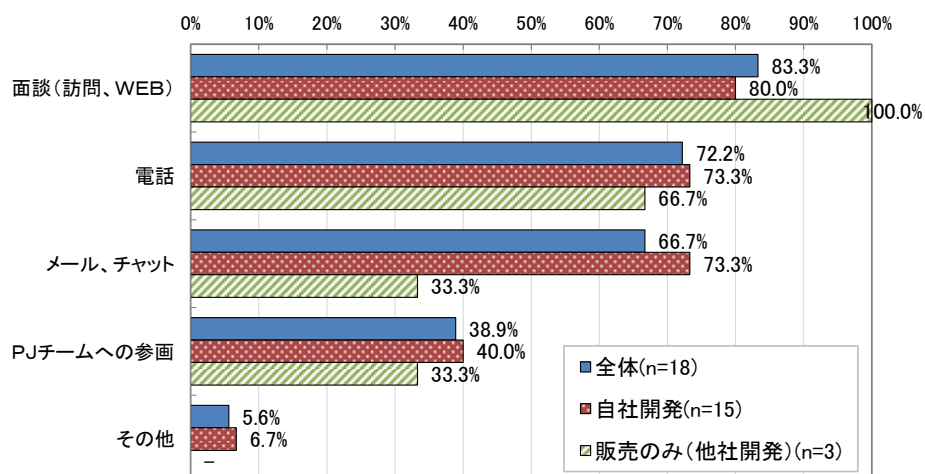
(16) (購入決定前・有償) 支援の形態 (複数選択)

全体では、「面談 (訪問、WEB)」が 83.3%と最も高く、次いで「電話」が 72.2%であった。

自社開発では、「面談 (訪問、WEB)」が 80.0%と最も高く、次いで「電話」が 73.3%であった。

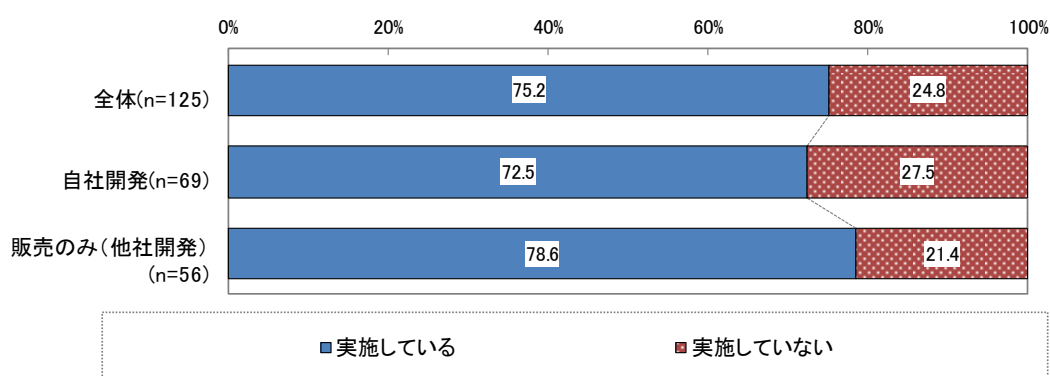
販売のみ (他社開発) では、「面談 (訪問、WEB)」が 100.0%と最も高く、次いで「電話」が 66.7%であった。

図表 24 (購入決定前・有償) 支援の形態 (複数選択)



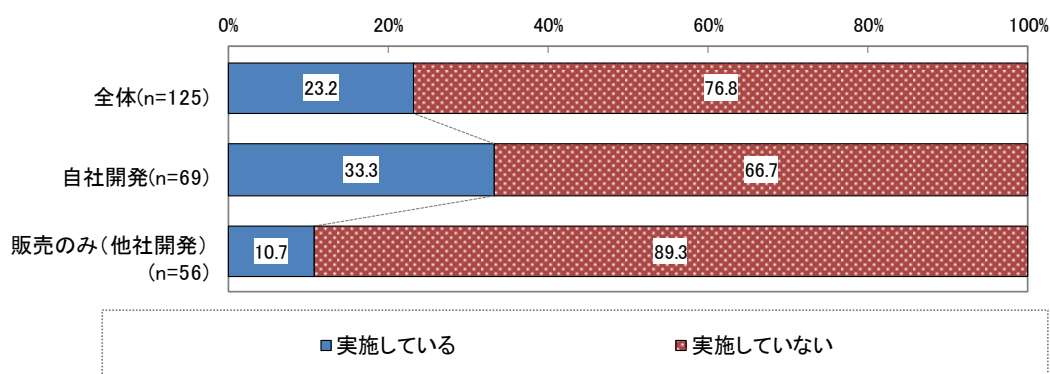
- (17) 「導入先が製品を導入する際に」「無償で」導入先への支援を実施しているか
 全体では、「実施している」が 75.2%、「実施していない」が 24.8%であった。
 自社開発では、「実施している」が 72.5%、「実施していない」が 27.5%であった。
 販売のみ（他社開発）では、「実施している」が 78.6%、「実施していない」が 21.4%であった。

図表 25 「導入先が製品を導入する際に」「無償で」導入先への支援を実施しているか



- (18) 「導入先が製品を導入する際に」「有償で」導入先への支援を実施しているか
 全体では、「実施していない」が 76.8%、「実施している」が 23.2%であった。
 自社開発では、「実施していない」が 66.7%、「実施している」が 33.3%であった。
 販売のみ（他社開発）では、「実施していない」が 89.3%、「実施している」が 10.7%であった。

図表 26 「導入先が製品を導入する際に」「有償で」導入先への支援を実施しているか



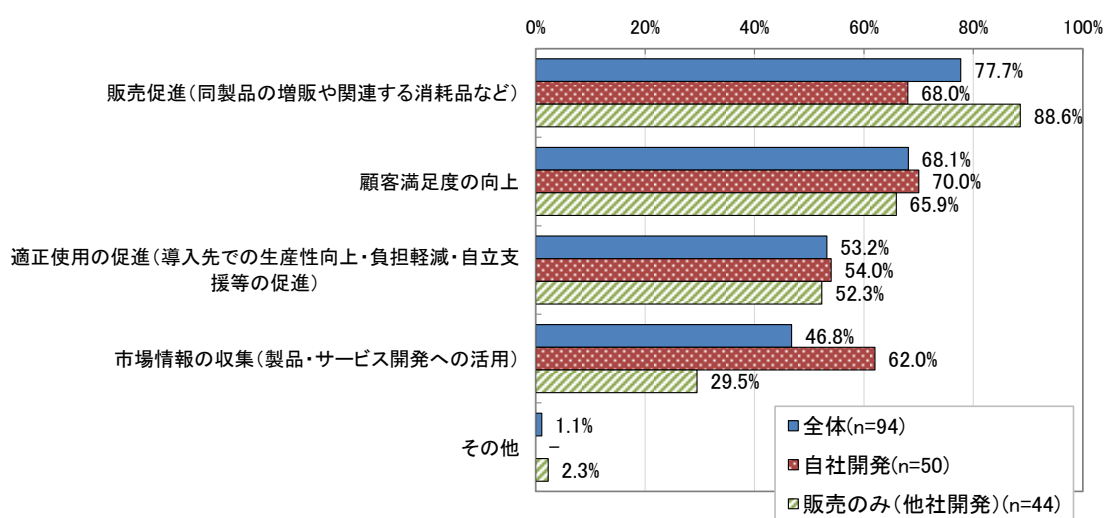
(19) (導入時・無償) 支援の目的 (複数選択)

全体では、「販売促進 (同製品の増販や関連する消耗品など)」が 77.7%と最も高く、次いで「顧客満足度の向上」が 68.1%であった。

自社開発では、「顧客満足度の向上」が 70.0%と最も高く、次いで「販売促進 (同製品の増販や関連する消耗品など)」が 68.0%であった。

販売のみ (他社開発) では、「販売促進 (同製品の増販や関連する消耗品など)」が 88.6%と最も高く、次いで「顧客満足度の向上」が 65.9%であった。

図表 27 (導入時・無償) 支援の目的 (複数選択)



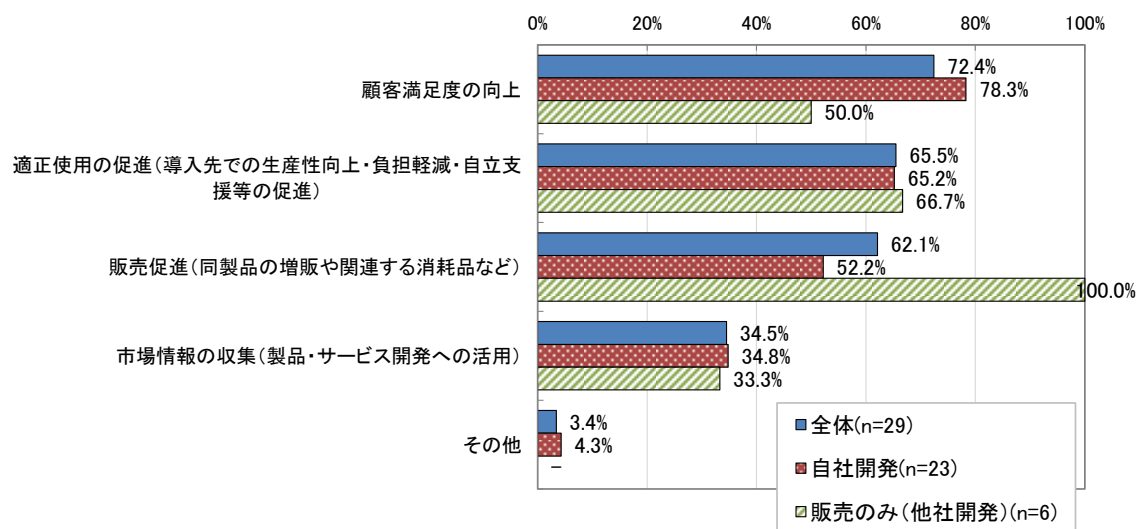
(20) (導入時・有償) 支援の目的 (複数選択)

全体では、「顧客満足度の向上」が 72.4%と最も高く、次いで「適正使用の促進 (導入先での生産性向上・負担軽減・自立支援等の促進)」が 65.5%であった。

自社開発では、「顧客満足度の向上」が 78.3%と最も高く、次いで「適正使用の促進 (導入先での生産性向上・負担軽減・自立支援等の促進)」が 65.2%であった。

販売のみ (他社開発) では、「販売促進 (同製品の増販や関連する消耗品など)」が 100.0%と最も高く、次いで「適正使用の促進 (導入先での生産性向上・負担軽減・自立支援等の促進)」が 66.7%であった。

図表 28 (導入時・有償) 支援の目的 (複数選択)



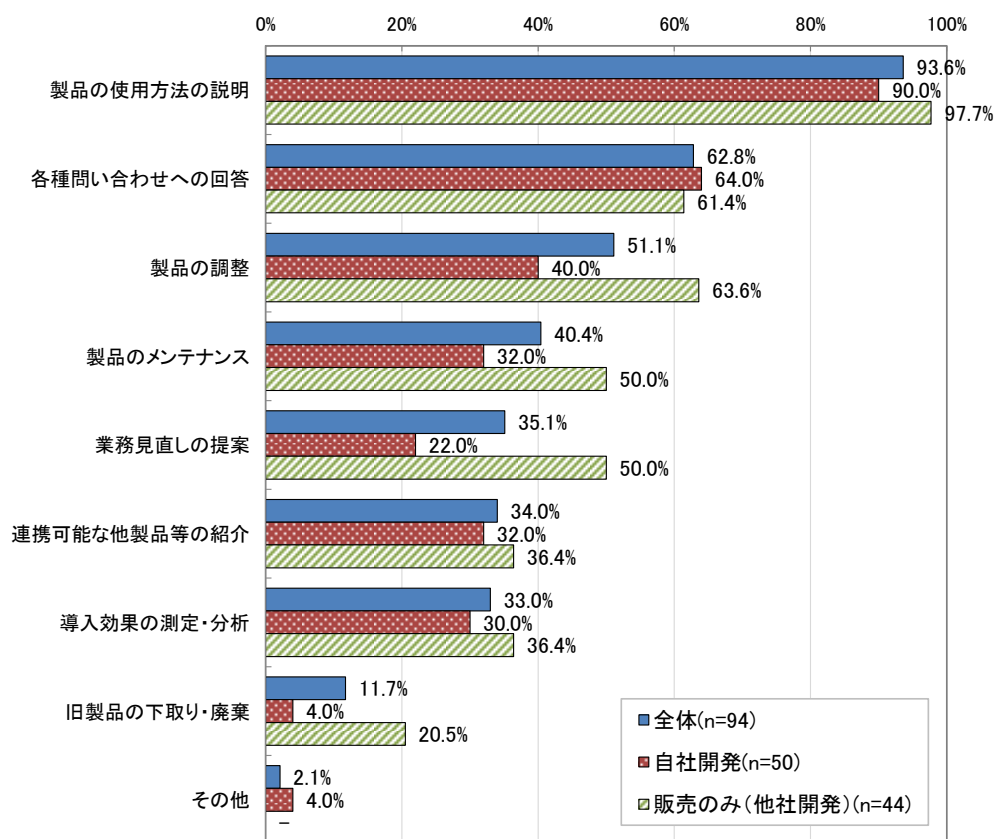
(21) (導入時・無償) 支援の内容 (複数選択)

全体では、「製品の使用方法の説明」が 93.6%と最も高く、次いで「各種問い合わせへの回答」が 62.8%であった。

自社開発では、「製品の使用方法の説明」が 90.0%と最も高く、次いで「各種問い合わせへの回答」が 64.0%であった。

販売のみ(他社開発)では、「製品の使用方法の説明」が 97.7%と最も高く、次いで「製品の調整」が 63.6%であった。

図表 29 (導入時・無償) 支援の内容 (複数選択)



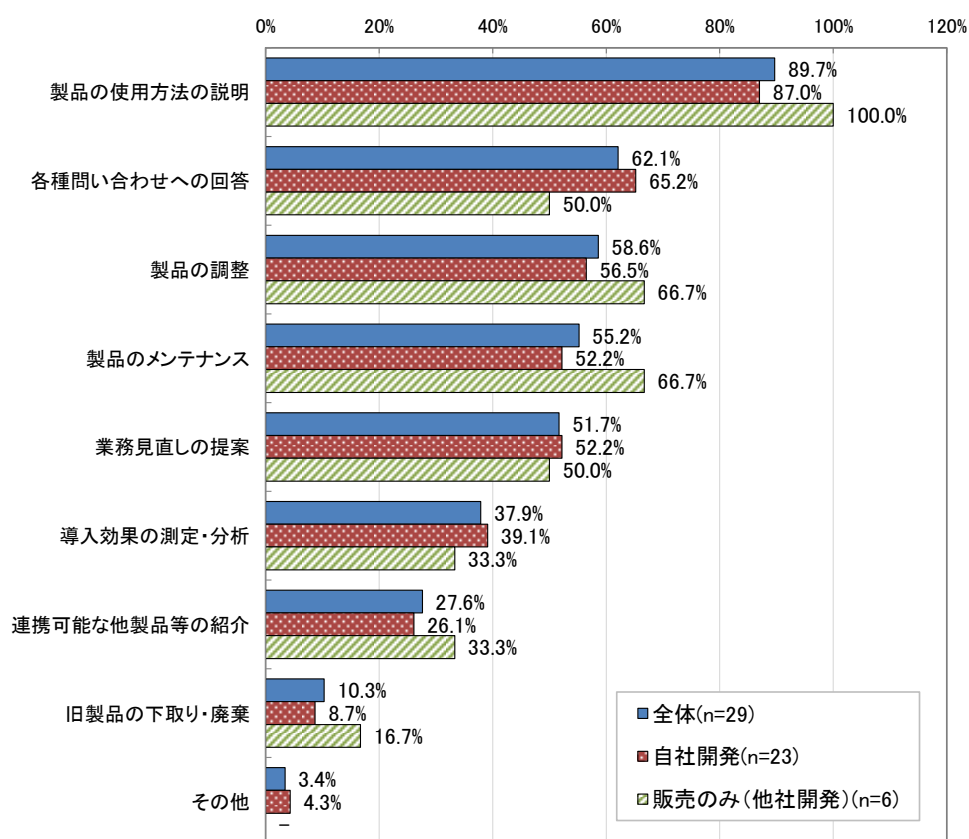
(22) (導入時・有償) 支援の内容 (複数選択)

全体では、「製品の使用方法の説明」が 89.7%と最も高く、次いで「各種問い合わせへの回答」が 62.1%であった。

自社開発では、「製品の使用方法の説明」が 87.0%と最も高く、次いで「各種問い合わせへの回答」が 65.2%であった。

販売のみ (他社開発) では、「製品の使用方法の説明」が 100.0%と最も高く、次いで「製品の調整」「製品のメンテナンス」が 66.7%であった。

図表 30 (導入時・有償) 支援の内容 (複数選択)



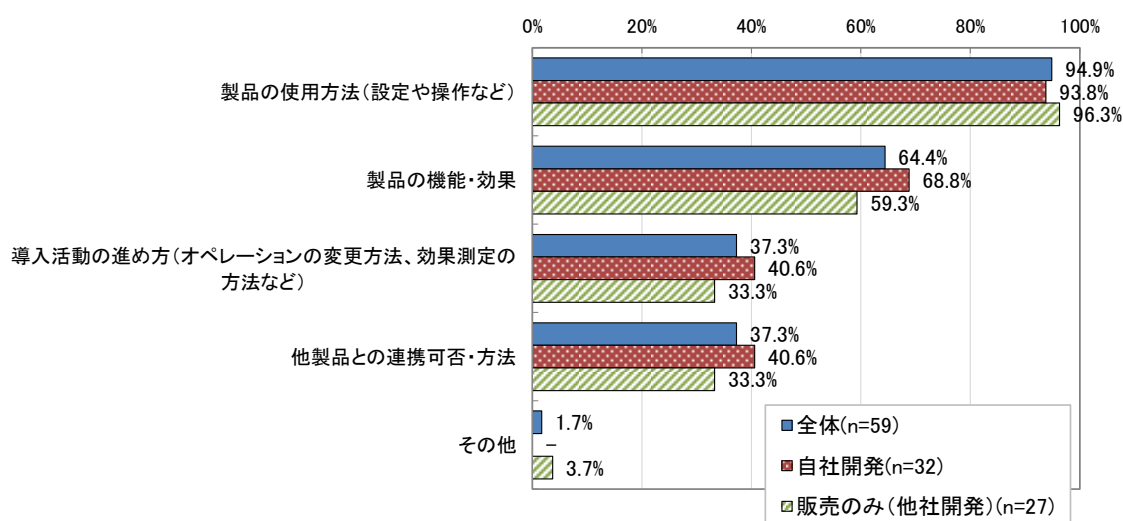
(23) (導入時・無償) 多く受ける問い合わせの内容 (複数選択)

全体では、「製品の使用方法 (設定や操作など)」が 94.9%と最も高く、次いで「製品の機能・効果」が 64.4%であった。

自社開発では、「製品の使用方法 (設定や操作など)」が 93.8%と最も高く、次いで「製品の機能・効果」が 68.8%であった。

販売のみ (他社開発) では、「製品の使用方法 (設定や操作など)」が 96.3%と最も高く、次いで「製品の機能・効果」が 59.3%であった。

図表 31 （導入時・無償）多く受ける問い合わせの内容（複数選択）



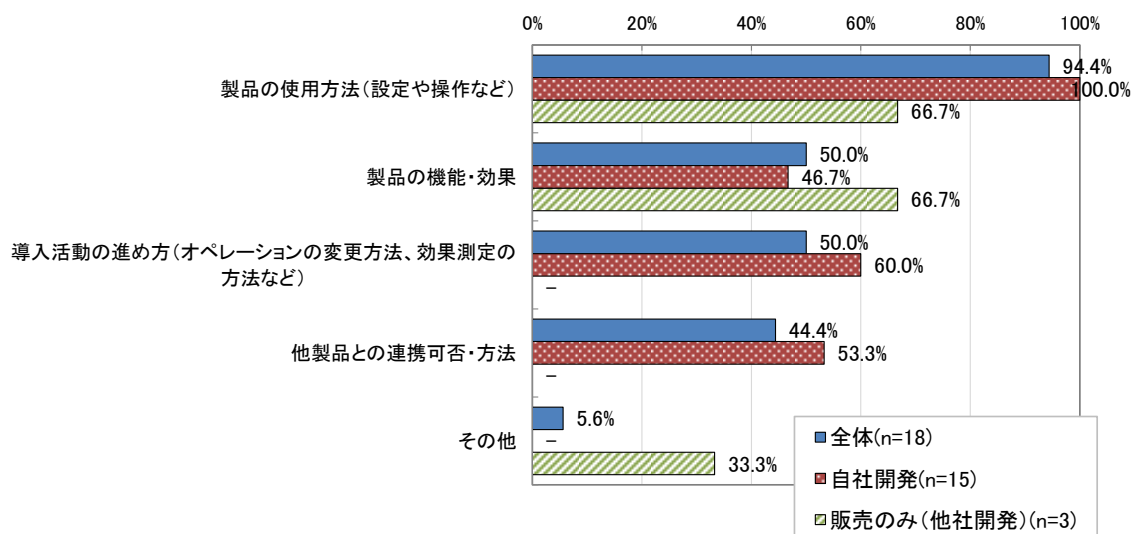
(24) （導入時・有償）多く受ける問い合わせの内容（複数選択）

全体では、「製品の使用方法（設定や操作など）」が 94.4%と最も高く、次いで「製品の機能・効果」「導入活動の進め方（オペレーションの変更方法、効果測定の方法など）」が 50.0%であった。

自社開発では、「製品の使用方法（設定や操作など）」が 100.0%と最も高く、次いで「導入活動の進め方（オペレーションの変更方法、効果測定の方法など）」が 60.0%であった。

販売のみ（他社開発）では、「製品の機能・効果」「製品の使用方法（設定や操作など）」が 66.7%と最も高かった。

図表 32 （導入時・有償）多く受ける問い合わせの内容（複数選択）



「その他」の内容（抜粋）

- ・ 利用者アセスメント方法と介助方法の相談

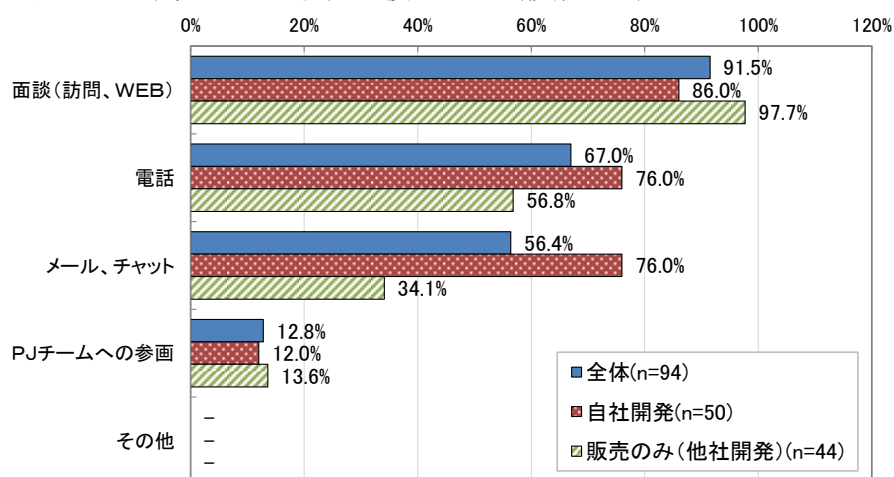
(25) （導入時・無償）支援の形態（複数選択）

全体では、「面談（訪問、WEB）」が 91.5%と最も高く、次いで「電話」が 67.0%であった。

自社開発では、「面談（訪問、WEB）」が 86.0%と最も高く、次いで「電話」が 76.0%であった。

販売のみ（他社開発）では、「面談（訪問、WEB）」が 97.7%と最も高く、次いで「電話」が 56.8%であった。

図表 33 （導入時・無償）支援の形態（複数選択）



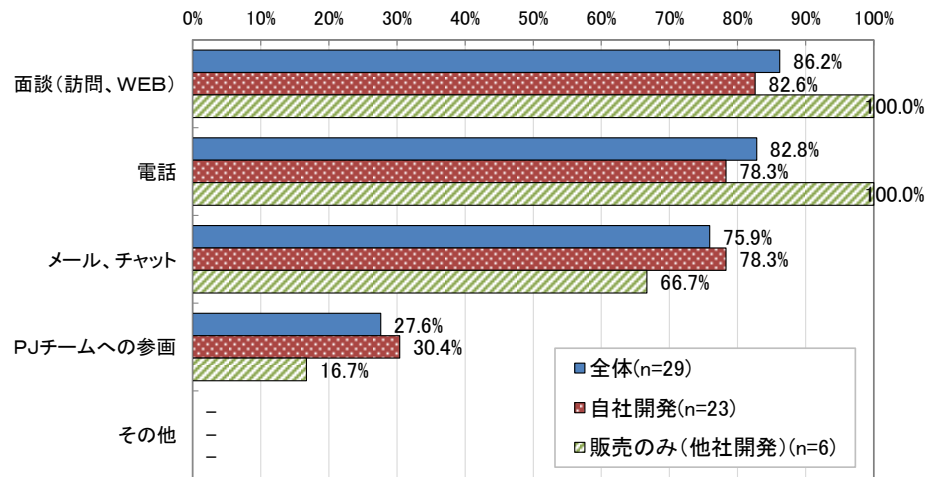
(26) （導入時・有償）支援の形態（複数選択）

全体では、「面談（訪問、WEB）」が 86.2%と最も高く、次いで「電話」が 82.8%であった。

自社開発では、「面談（訪問、WEB）」が 82.6%と最も高く、次いで「電話」「メール、チャット」が 78.3%であった。

販売のみ（他社開発）では、「面談（訪問、WEB）」「電話」が 100.0%と最も高く、次いで「メール、チャット」が 66.7%であった。

図表 34 （導入時・有償）支援の形態（複数選択）



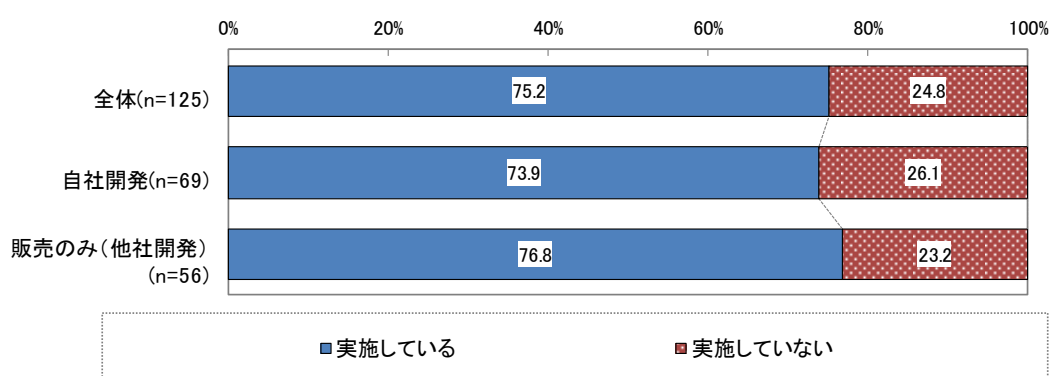
(27) 「製品が導入後、活用されるまでに」「無償で」導入先への支援を実施しているか

全体では、「実施している」が 75.2%、「実施していない」が 24.8%であった。

自社開発では、「実施している」が 73.9%、「実施していない」が 26.1%であった。

販売のみ（他社開発）では、「実施している」が 76.8%、「実施していない」が 23.2%であった。

図表 35 「製品が導入後、活用されるまでに」「無償で」導入先への支援を実施しているか



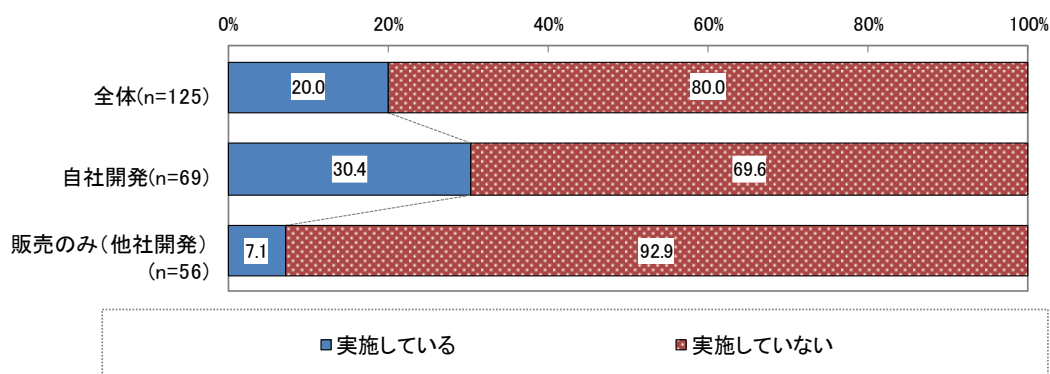
(28) 「製品が導入後、活用されるまでに」「有償で」導入先への支援を実施しているか

全体では、「実施していない」が 80.0%、「実施している」が 20.0%であった。

自社開発では、「実施していない」が 69.6%と最も高く、「実施している」が 30.4%であった。

販売のみ（他社開発）では、「実施していない」が 92.9%と最も高く、「実施している」が 7.1%であった。

図表 36 「製品が導入後、活用されるまでに」「有償で」導入先への支援を実施しているか



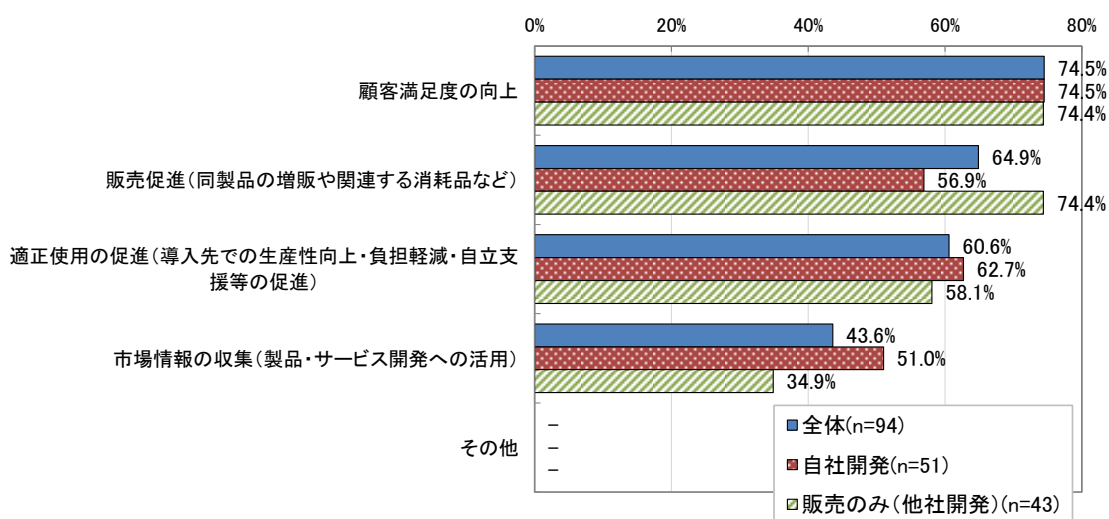
(29) (活用まで・無償) 支援の目的(複数選択)

全体では、「顧客満足度の向上」が 74.5%と最も高く、次いで「販売促進(同製品の増販や関連する消耗品など)」が 64.9%であった。

自社開発では、「顧客満足度の向上」が 74.5%と最も高く、次いで「適正使用の促進(導入先での生産性向上・負担軽減・自立支援等の促進)」が 62.7%であった。

販売のみ(他社開発)では、「販売促進(同製品の増販や関連する消耗品など)」「顧客満足度の向上」が 74.4%と最も高く、次いで「適正使用の促進(導入先での生産性向上・負担軽減・自立支援等の促進)」が 58.1%であった。

図表 37 (活用まで・無償) 支援の目的(複数選択)



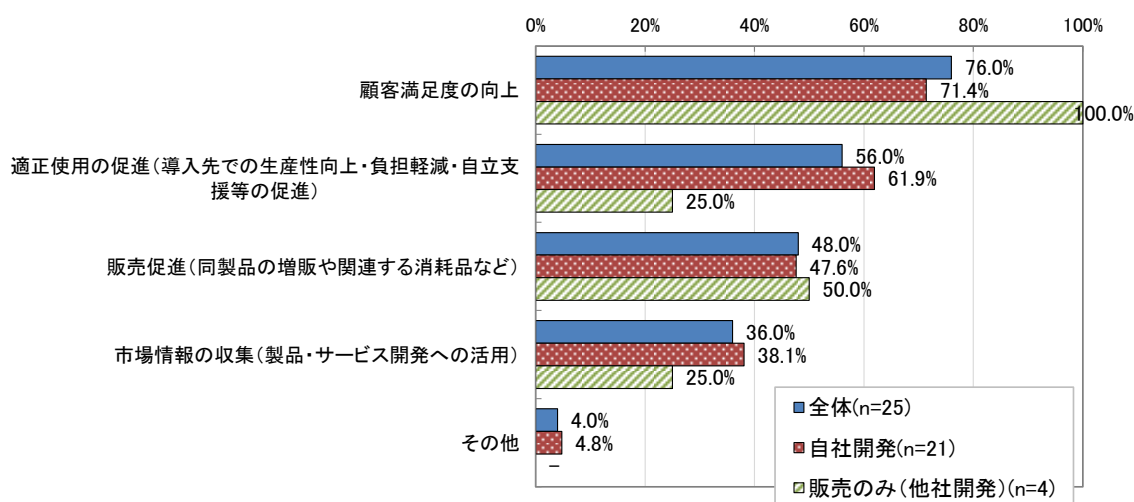
(30) (活用まで・有償) 支援の目的(複数選択)

全体では、「顧客満足度の向上」が 76.0%と最も高く、次いで「適正使用の促進(導入先での生産性向上・負担軽減・自立支援等の促進)」が 56.0%であった。

自社開発では、「顧客満足度の向上」が 71.4%と最も高く、次いで「適正使用の促進(導入先での生産性向上・負担軽減・自立支援等の促進)」が 61.9%であった。

販売のみ(他社開発)では、「顧客満足度の向上」が 100.0%と最も高く、次いで「販売促進(同製品の増販や関連する消耗品など)」が 50.0%であった。

図表 38 (活用まで・有償) 支援の目的(複数選択)



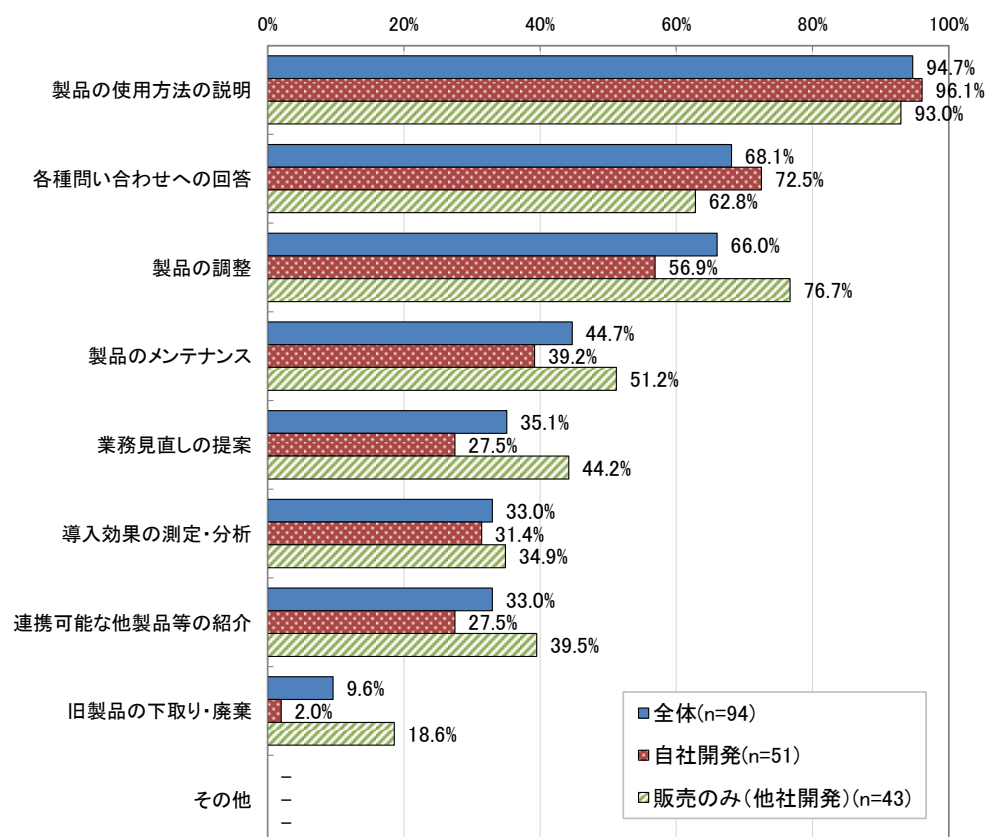
(31) (活用まで・無償) 支援の内容(複数選択)

全体では、「製品の使用方法の説明」が 94.7%と最も高く、次いで「各種問い合わせへの回答」が 68.1%であった。

自社開発では、「製品の使用方法の説明」が 96.1%と最も高く、次いで「各種問い合わせへの回答」が 72.5%であった。

販売のみ(他社開発)では、「製品の使用方法の説明」が 93.0%と最も高く、次いで「製品の調整」が 76.7%であった。

図表 39 （活用まで・無償）支援の内容（複数選択）



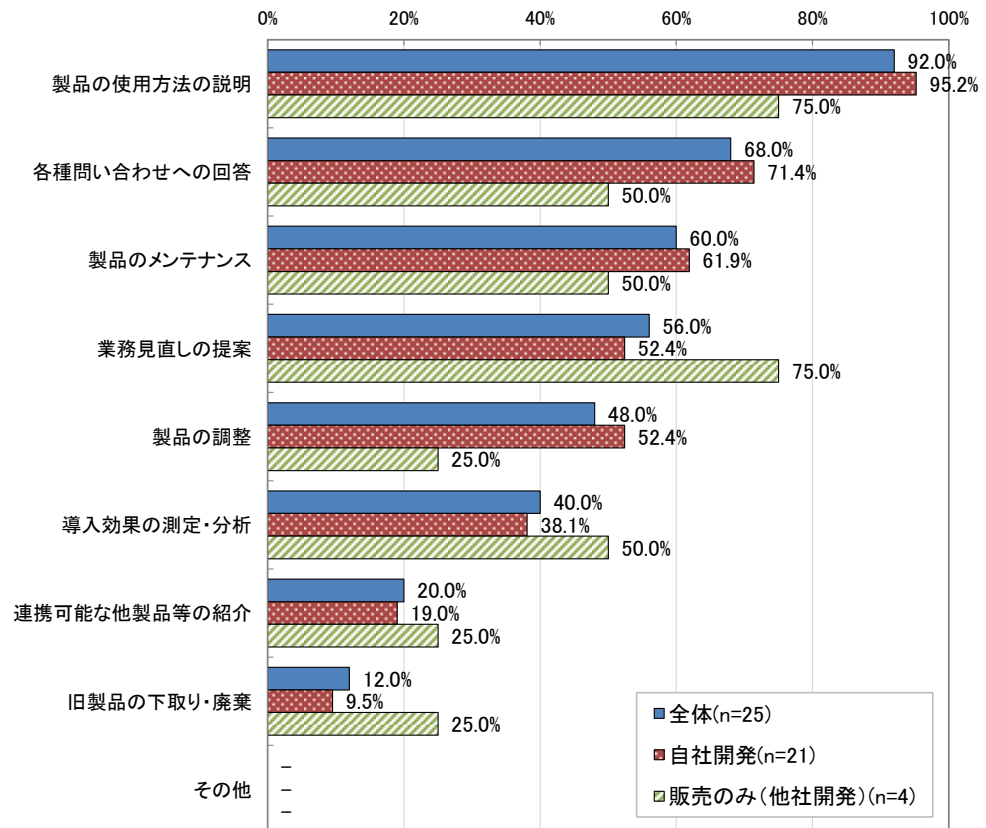
(32) （活用まで・有償）支援の内容（複数選択）

全体では、「製品の使用方法の説明」が 92.0%と最も高く、次いで「各種問い合わせへの回答」が 68.0%であった。

自社開発では、「製品の使用方法の説明」が 95.2%と最も高く、次いで「各種問い合わせへの回答」が 71.4%であった。

販売のみ（他社開発）では、「製品の使用方法の説明」「業務見直しの提案」が 75.0%と最も高く、次いで「効果の測定・分析」「各種問い合わせへの回答」「製品のメンテナンス」が 50.0%であった。

図表 40 （活用まで・有償）支援の内容（複数選択）



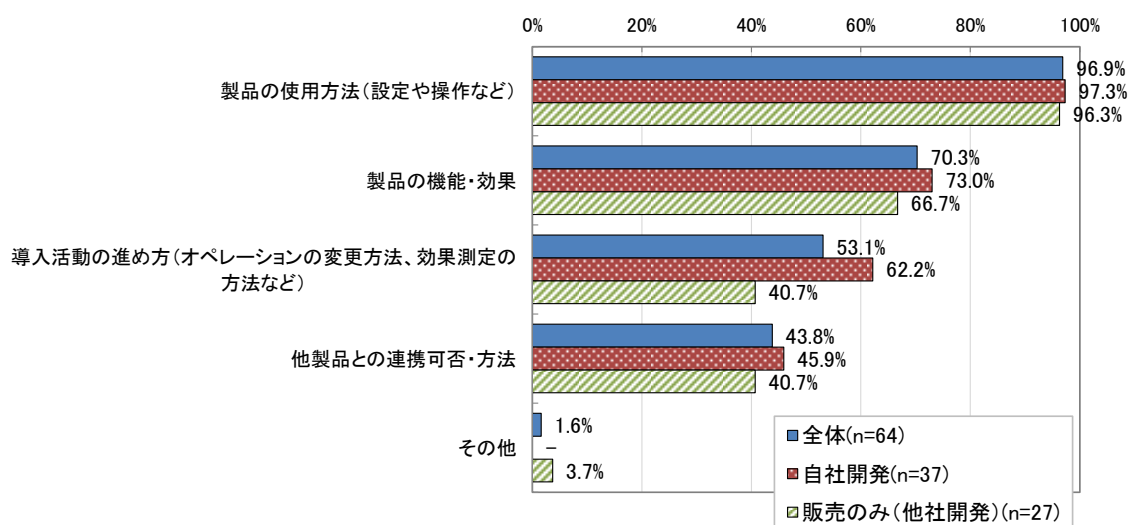
(33) （活用まで・無償）多く受ける問い合わせの内容（複数選択）

全体では、「製品の使用方法（設定や操作など）」が 96.9%と最も高く、次いで「製品の機能・効果」が 70.3%であった。

自社開発では、「製品の使用方法（設定や操作など）」が 97.3%と最も高く、次いで「製品の機能・効果」が 73.0%であった。

販売のみ（他社開発）では、「製品の使用方法（設定や操作など）」が 96.3%と最も高く、次いで「製品の機能・効果」が 66.7%であった。

図表 41 （活用まで・無償）多く受ける問い合わせの内容（複数選択）



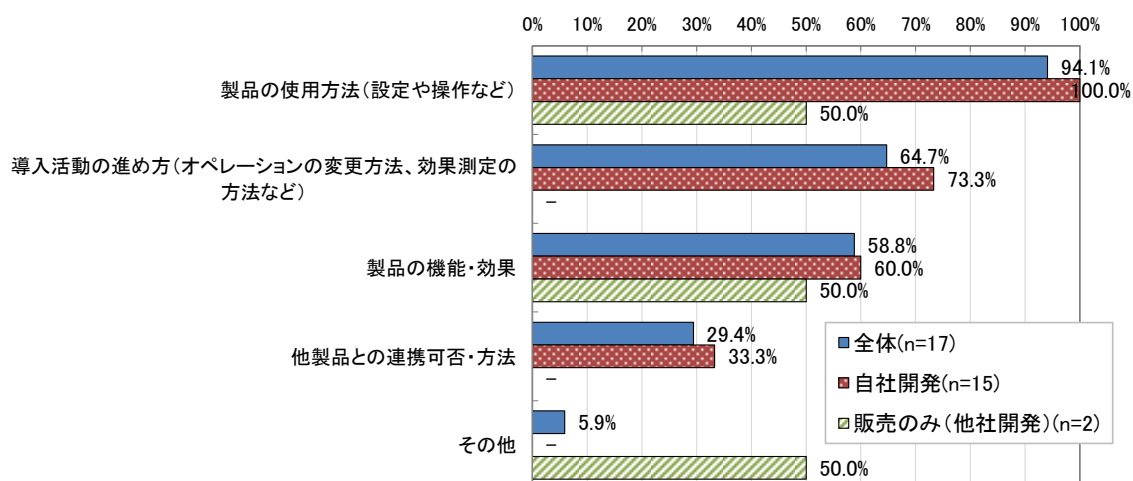
(34) （活用まで・有償）多く受ける問い合わせの内容（複数選択）

全体では、「製品の使用方法（設定や操作など）」が 94.1%と最も高く、次いで「導入活動の進め方（オペレーションの変更方法、効果測定の方法など）」が 64.7%であった。

自社開発では、「製品の使用方法（設定や操作など）」が 100.0%と最も高く、次いで「導入活動の進め方（オペレーションの変更方法、効果測定の方法など）」が 73.3%であった。

販売のみ（他社開発）では、「製品の機能・効果」「製品の使用方法（設定や操作など）」50.0%と最も高かった。

図表 42 （活用まで・有償）多く受ける問い合わせの内容（複数選択）



「その他」の内容（抜粋）

- ・ 利用者アセスメント方法と介助方法の相談

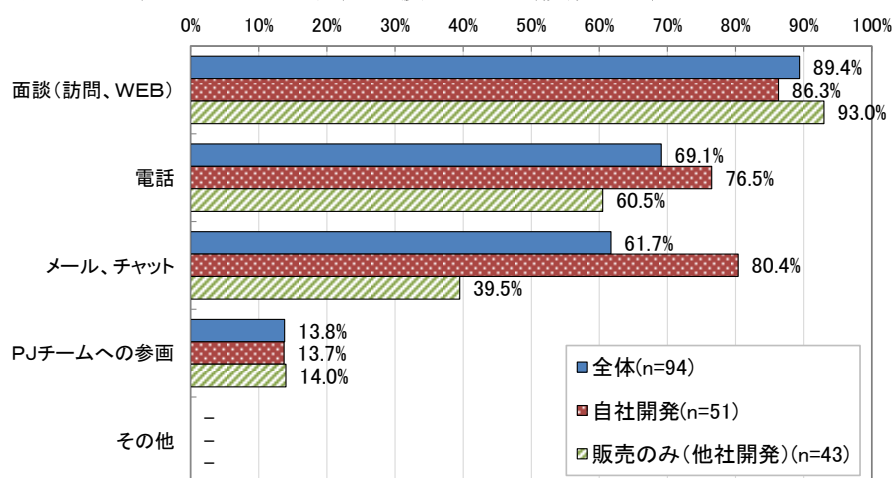
(35) (活用まで・無償) 支援の形態 (複数選択)

全体では、「面談 (訪問、WEB)」が 89.4%と最も高く、次いで「電話」が 69.1%であった。

自社開発では、「面談 (訪問、WEB)」が 86.3%と最も高く、次いで「メール、チャット」が 80.4%であった。

販売のみ (他社開発) では、「面談 (訪問、WEB)」が 93.0%と最も高く、次いで「電話」が 60.5%であった。

図表 43 (活用まで・無償) 支援の形態 (複数選択)



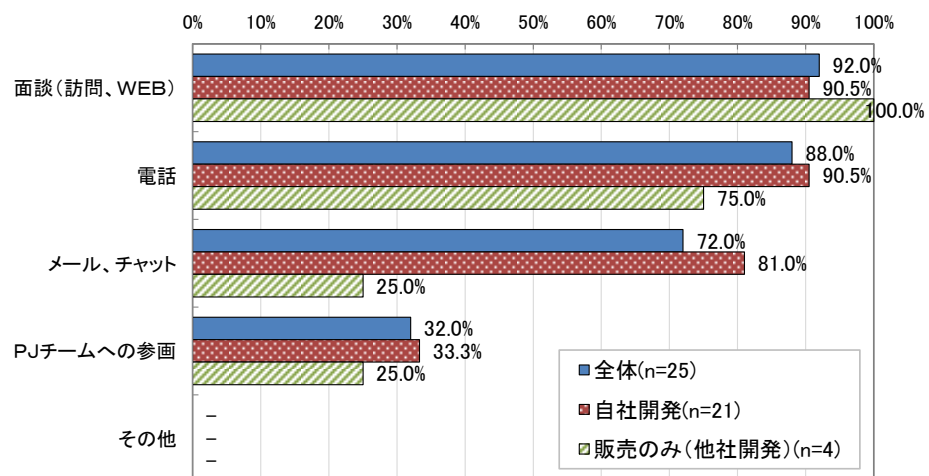
(36) (活用まで・有償) 支援の形態 (複数選択)

全体では、「面談 (訪問、WEB)」が 92.0%と最も高く、次いで「電話」が 88.0%であった。

自社開発では、「面談 (訪問、WEB)」が 90.5%と最も高く、次いで「電話」が 90.5%であった。

販売のみ (他社開発) では、「面談 (訪問、WEB)」が 100.0%と最も高く、次いで「電話」が 75.0%であった。

図表 44 （活用まで・有償）支援の形態（複数選択）



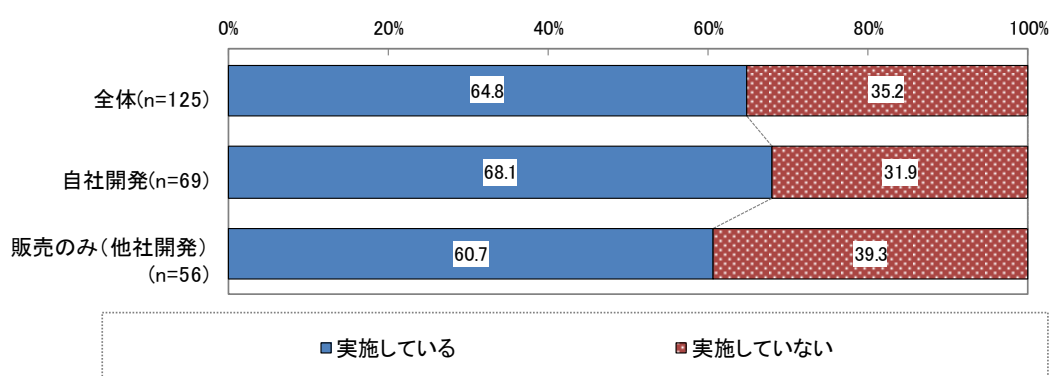
(37) 「製品が活用されるようになった後」「無償で」導入先への支援を実施しているか

全体では、「実施している」が 64.8%、「実施していない」が 35.2%であった。

自社開発では、「実施している」が 68.1%、「実施していない」が 31.9%であった。

販売のみ（他社開発）では、「実施している」が 60.7%、「実施していない」が 39.3%であった。

図表 45 「製品が活用されるようになった後」「無償で」導入先への支援を実施しているか



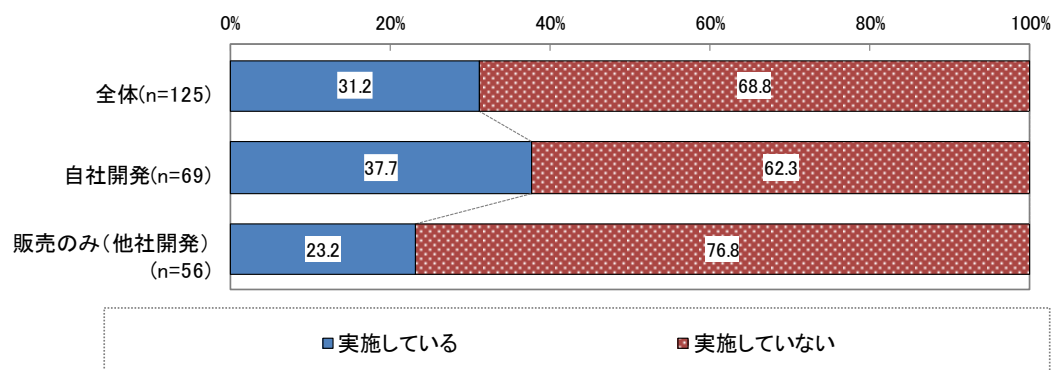
(38) 「製品が活用されるようになった後」「有償で」導入先への支援を実施しているか

全体では、「実施していない」が 68.8%、「実施している」が 31.2%であった。

自社開発では、「実施していない」が 62.3%、「実施している」が 37.7%であった。

販売のみ（他社開発）では、「実施していない」が 76.8%、「実施している」が 23.2%であった。

図表 46 「製品が活用されるようになった後」「有償で」導入先への支援を実施しているか



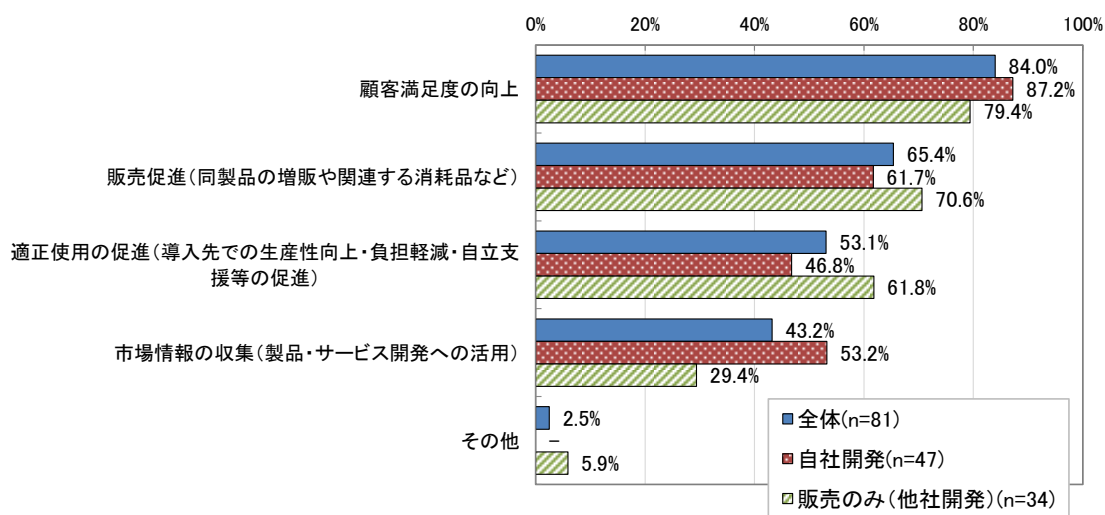
(39) (活用後・無償) 支援の目的 (複数選択)

全体では、「顧客満足度の向上」が 84.0%と最も高く、次いで「販売促進 (同製品の増販や関連する消耗品など)」が 65.4%であった。

自社開発では、「顧客満足度の向上」が 87.2%と最も高く、次いで「販売促進 (同製品の増販や関連する消耗品など)」が 61.7%であった。

販売のみ (他社開発) では、「顧客満足度の向上」が 79.4%と最も高く、次いで「販売促進 (同製品の増販や関連する消耗品など)」が 70.6%であった。

図表 47 (活用後・無償) 支援の目的 (複数選択)



「その他」の内容 (抜粋)

- ・ 新たな課題の確認
- ・ 利用できていないことが多いため

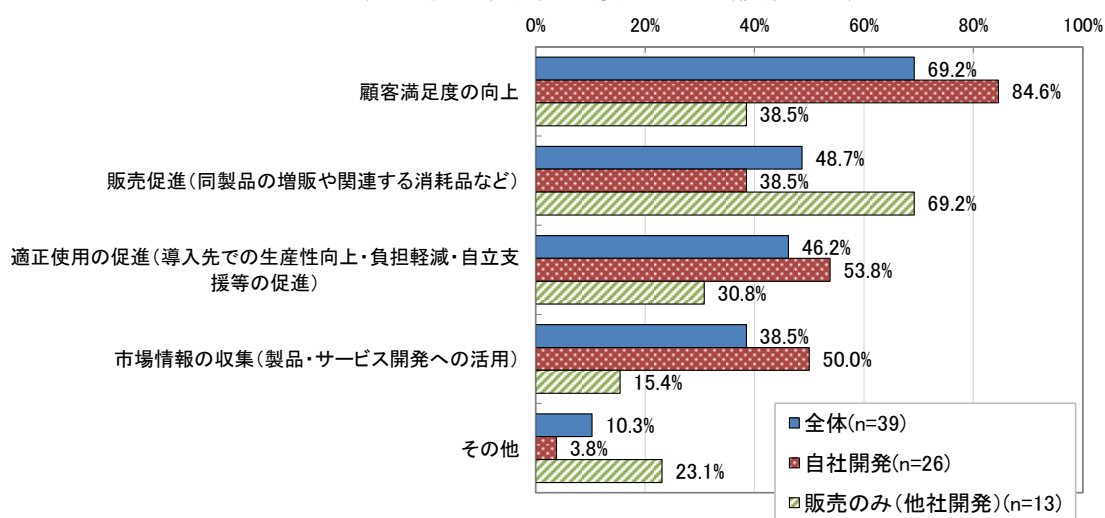
(40) (活用後・有償) 支援の目的 (複数選択)

全体では、「顧客満足度の向上」が 69.2%と最も高く、次いで「販売促進 (同製品の増販や関連する消耗品など)」が 48.7%であった。

自社開発では、「顧客満足度の向上」が 84.6%と最も高く、次いで「適正使用の促進 (導入先での生産性向上・負担軽減・自立支援等の促進)」が 53.8%であった。

販売のみ (他社開発) では、「販売促進 (同製品の増販や関連する消耗品など)」が 69.2%と最も高く、次いで「顧客満足度の向上」が 38.5%であった。

図表 48 (活用後・有償) 支援の目的 (複数選択)



「その他」の内容 (抜粋)

- ・ 新規スタッフへの説明等
- ・ メンテナンス・修理

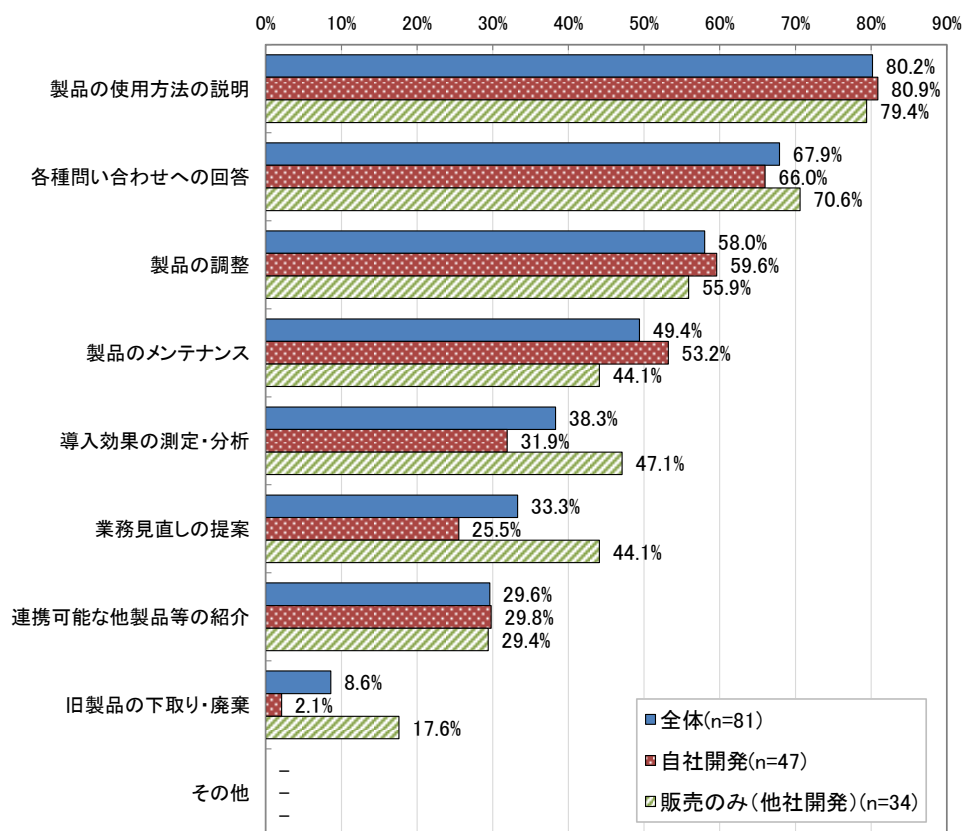
(41) (活用後・無償) 支援の内容 (複数選択)

全体では、「製品の使用方法の説明」が 80.2%と最も高く、次いで「各種問い合わせへの回答」が 67.9%であった。

自社開発では、「製品の使用方法の説明」が 80.9%と最も高く、次いで「各種問い合わせへの回答」が 66.0%であった。

販売のみ (他社開発) では、「製品の使用方法の説明」が 79.4%と最も高く、次いで「各種問い合わせへの回答」が 70.6%であった。

図表 49 （活用後・無償）支援の内容（複数選択）



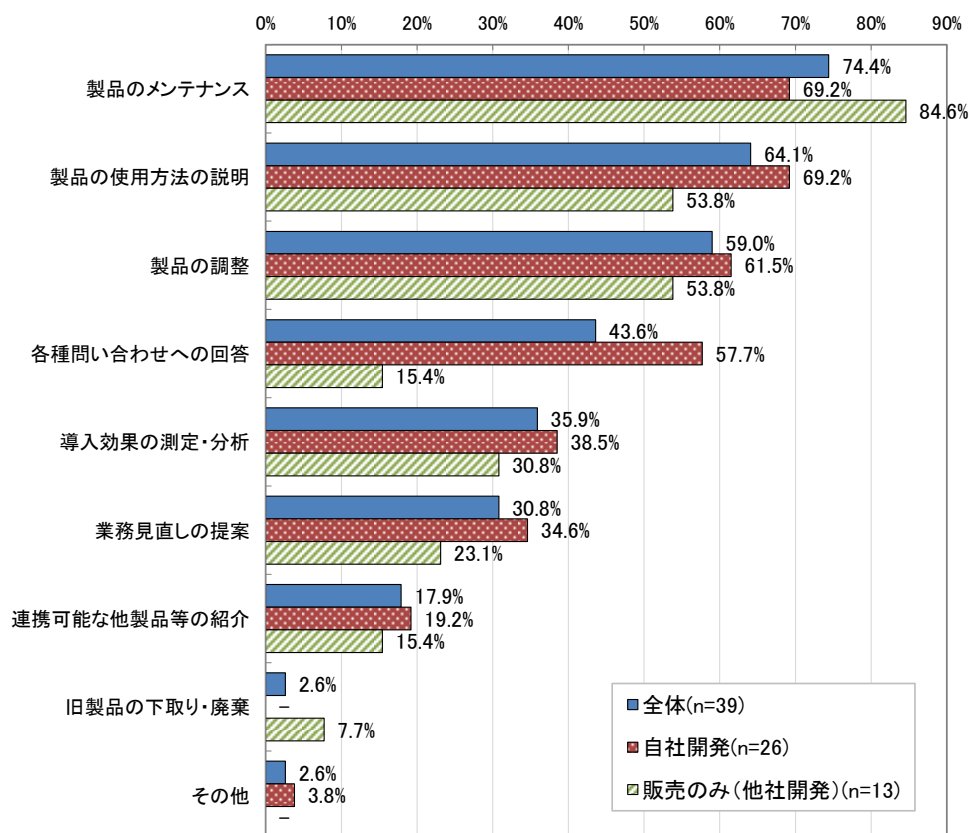
(42) （活用後・有償）支援の内容（複数選択）

全体では、「製品のメンテナンス」が 74.4%と最も高く、次いで「製品の使用方法の説明」が 64.1%であった。

自社開発では、「製品の使用方法の説明」が 69.2%と最も高く、次いで「製品のメンテナンス」が 69.2%であった。

販売のみ（他社開発）では、「製品のメンテナンス」が 84.6%と最も高く、次いで「製品の使用方法の説明」「製品の調整」が 53.8%であった。

図表 50 (活用後・有償) 支援の内容 (複数選択)



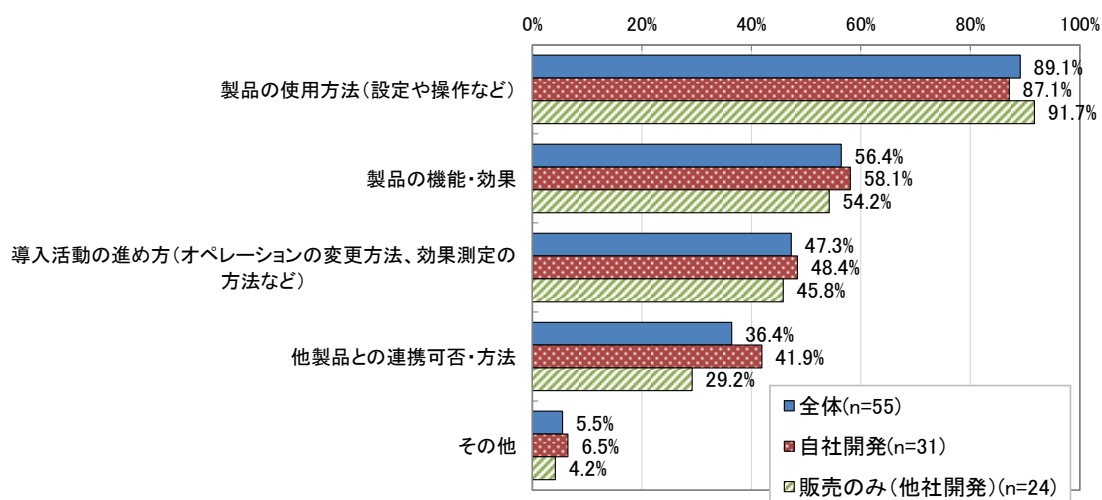
(43) (活用後・無償) 多く受ける問い合わせの内容 (複数選択)

全体では、「製品の使用方法 (設定や操作など)」が 89.1%と最も高く、次いで「製品の機能・効果」が 56.4%であった。

自社開発では、「製品の使用方法 (設定や操作など)」が 87.1%と最も高く、次いで「製品の機能・効果」が 58.1%であった。

販売のみ (他社開発) では、「製品の使用方法 (設定や操作など)」が 91.7%と最も高く、次いで「製品の機能・効果」が 54.2%であった。

図表 51 （活用後・無償）多く受ける問い合わせの内容（複数選択）



「その他」の内容（抜粋）

- ・ 不具合発生時の復旧対応等
- ・ さらに高度な使い方（ビッグデータ活用等）に関する相談
- ・ 利用者アセスメント方法と介助方法の相談

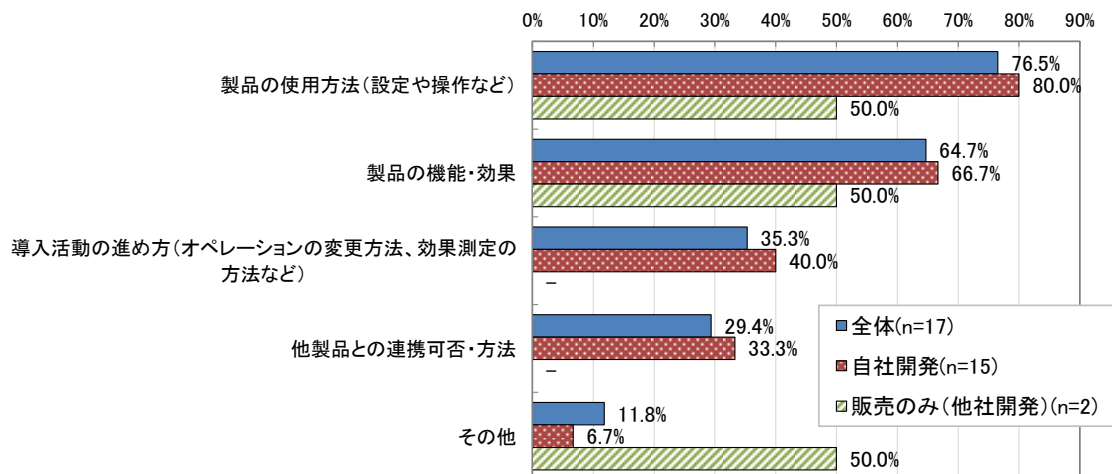
(44) （活用後・有償）多く受ける問い合わせの内容（複数選択）

全体では、「製品の使用方法（設定や操作など）」が 76.5%と最も高く、次いで「製品の機能・効果」が 64.7%であった。

自社開発では、「製品の使用方法（設定や操作など）」が 80.0%と最も高く、次いで「製品の機能・効果」が 66.7%であった。

販売のみ（他社開発）では、「製品の機能・効果」「製品の使用方法（設定や操作など）」が 50.0%と最も高かった。

図表 52 （活用後・有償）多く受ける問い合わせの内容（複数選択）



「その他」の内容（抜粋）

- ・ 機能のカスタマイズ等
- ・ 利用者アセスメント方法と介助方法の相談

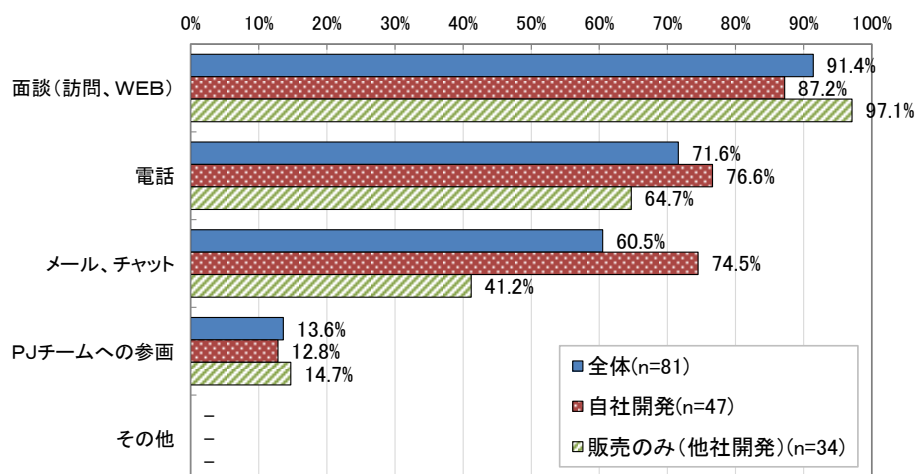
(45) （活用後・無償）支援の形態（複数選択）

全体では、「面談（訪問、WEB）」が 91.4%と最も高く、次いで「電話」が 71.6%であった。

自社開発では、「面談（訪問、WEB）」が 87.2%と最も高く、次いで「電話」が 76.6%であった。

販売のみ（他社開発）では、「面談（訪問、WEB）」が 97.1%と最も高く、次いで「電話」が 64.7%であった。

図表 53 （活用後・無償）支援の形態（複数選択）



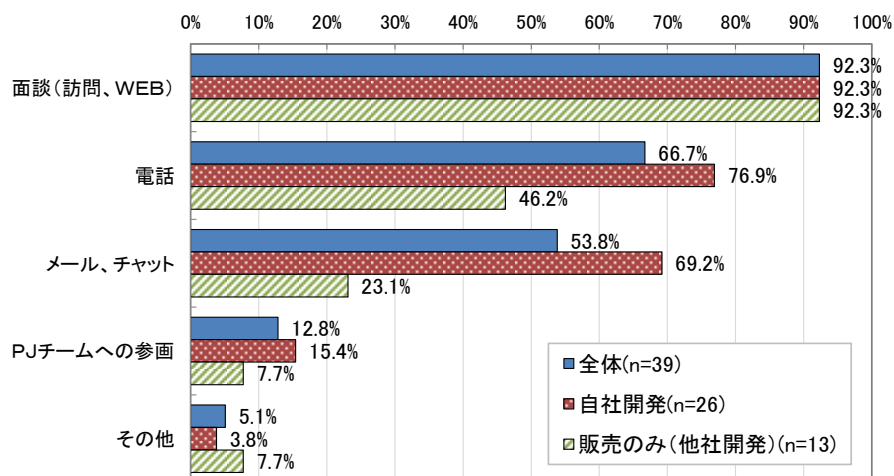
(46) （活用後・有償）支援の形態（複数選択）

全体では、「面談（訪問、WEB）」が 92.3%と最も高く、次いで「電話」が 66.7%であった。

自社開発では、「面談（訪問、WEB）」が 92.3%と最も高く、次いで「電話」が 76.9%であった。

販売のみ（他社開発）では、「面談（訪問、WEB）」が 92.3%と最も高く、次いで「電話」が 46.2%であった。

図表 54 (活用後・有償) 支援の形態 (複数選択)



「その他」の内容 (抜粋)

- ・ クライアントの業務に合わせた機能カスタマイズの提供
- ・ 現物送付

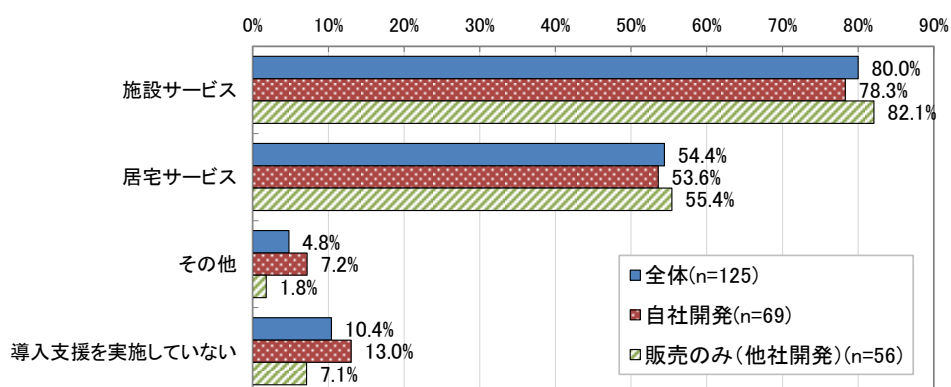
(47) 導入支援を実施しているサービス種別 (複数選択)

全体では、「施設サービス」が 80.0%、「居宅サービス」が 54.4%であった。

自社開発では、「施設サービス」が 78.3%、「居宅サービス」が 53.6%であった。

販売のみ(他社開発)では、「施設サービス」が 82.1%、「居宅サービス」が 55.4%であった。

図表 55 導入支援を実施しているサービス種別 (複数選択)



「その他」の内容 (抜粋)

- ・ 障害サービス
- ・ 親族を介護する個人
- ・ 福祉用具販売店

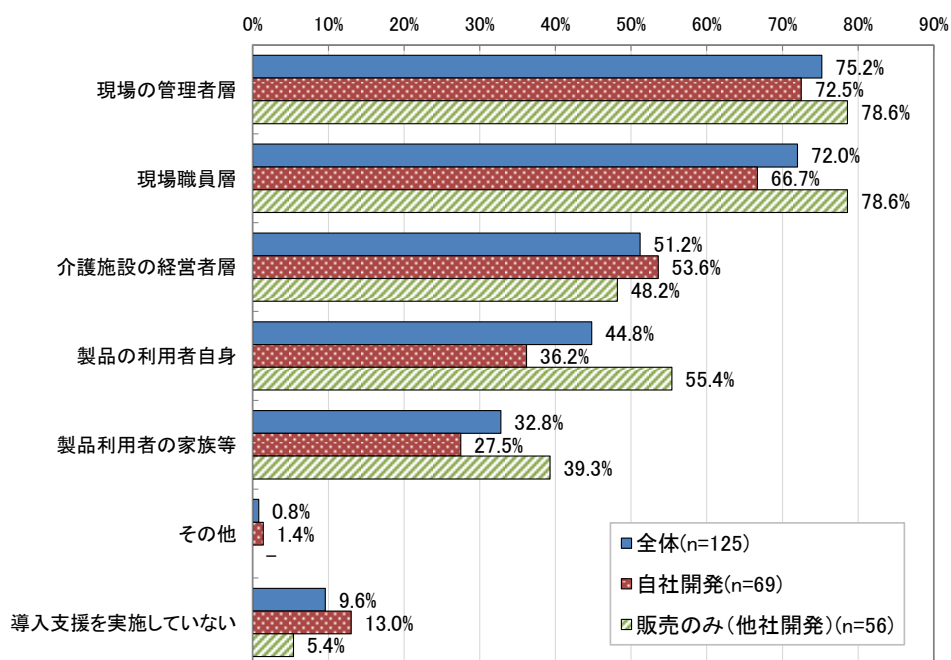
(48) 導入支援を実施している対象者の属性（複数選択）

全体では、「現場の管理者層」が75.2%と最も高く、次いで「現場職員層」が72.0%であった。

自社開発では、「現場の管理者層」が72.5%と最も高く、次いで「現場職員層」が66.7%であった。

販売のみ（他社開発）では、「現場の管理者層」「現場職員層」が78.6%と最も高く、次いで「製品の利用者自身」が55.4%であった。

図表 56 導入支援を実施している対象者の属性（複数選択）



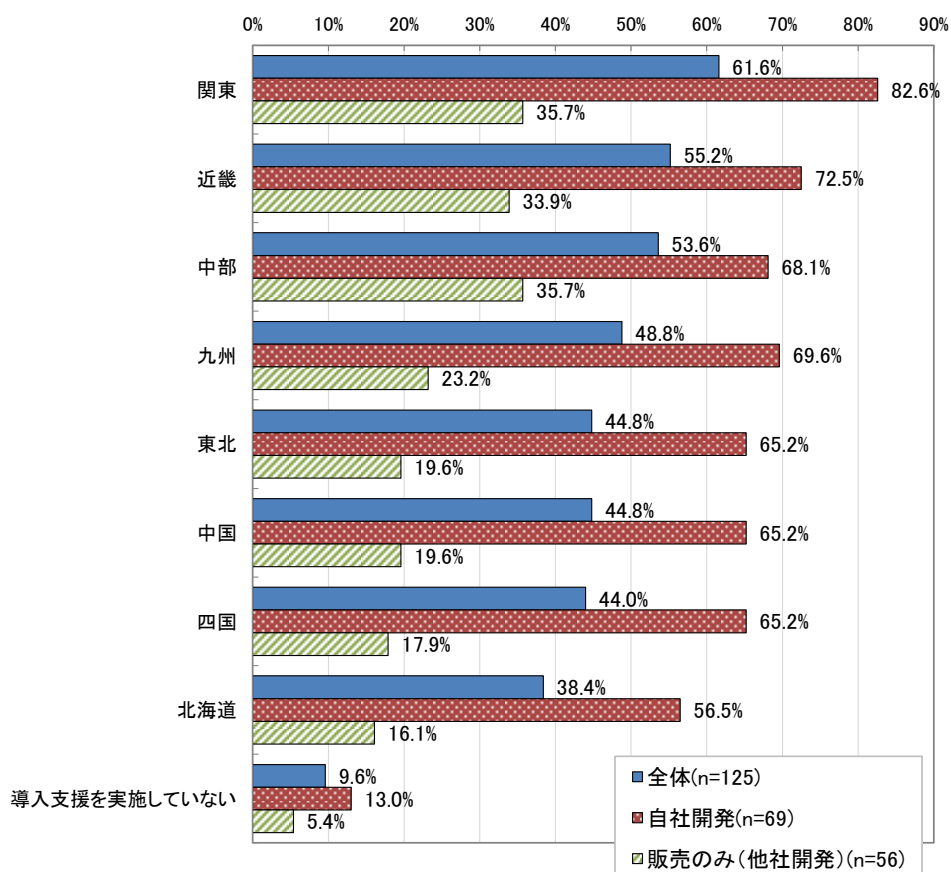
(49) 導入支援を提供しているエリア（複数選択）

全体では、「関東」が 61.6%と最も高く、次いで「近畿」が 55.2%であった。

自社開発では、「関東」が 82.6%と最も高く、次いで「近畿」が 72.5%であった。

販売のみ（他社開発）では、「関東」が 35.7%と最も高く、次いで「中部」が 35.7%であった。

図表 57 導入支援を提供しているエリア（複数選択）



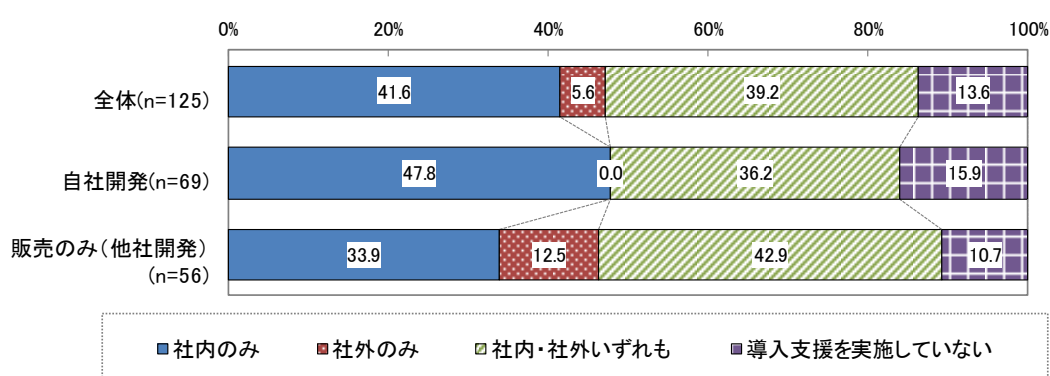
(50) 導入支援者の所属

全体では、「社内のみ」が41.6%と最も高く、次いで「社内・社外いずれも」が39.2%であった。

自社開発では、「社内のみ」が47.8%と最も高く、次いで「社内・社外いずれも」が36.2%であった。

販売のみ（他社開発）では、「社内・社外いずれも」が42.9%と最も高く、次いで「社内のみ」が33.9%であった。

図表 58 導入支援者の所属



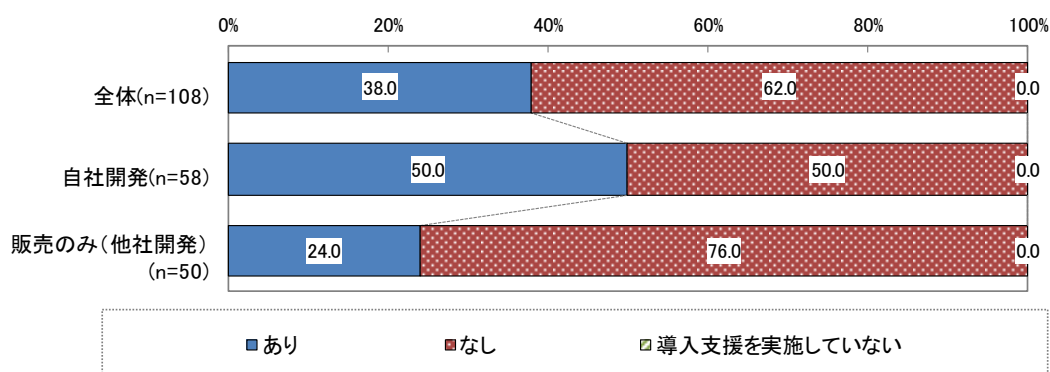
(51) 導入支援を専門に行っている部署や外部組織の有無

全体では、「あり」が38.0%、「なし」が62.0%であった。

自社開発では、「あり」が50.0%、「なし」が50.0%であった。

販売のみ（他社開発）では、「あり」が24.0%、「なし」が76.0%であった。

図表 59 導入支援を専門に行っている部署や外部組織の有無



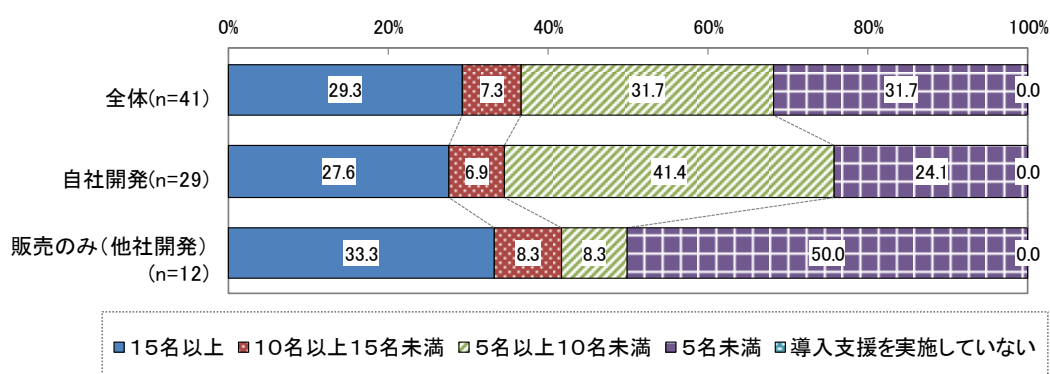
(52) 導入支援を専門に行っている部署や外部組織の人数

全体では、「5名以上10名未満」が31.7%と最も高く、次いで「5名未満」が31.7%であった。

自社開発では、「5名以上10名未満」が41.4%と最も高く、次いで「15名以上」が27.6%であった。

販売のみ（他社開発）では、「5名未満」が50.0%と最も高く、次いで「15名以上」が33.3%であった。

図表 60 導入支援を専門に行っている部署や外部組織の人数



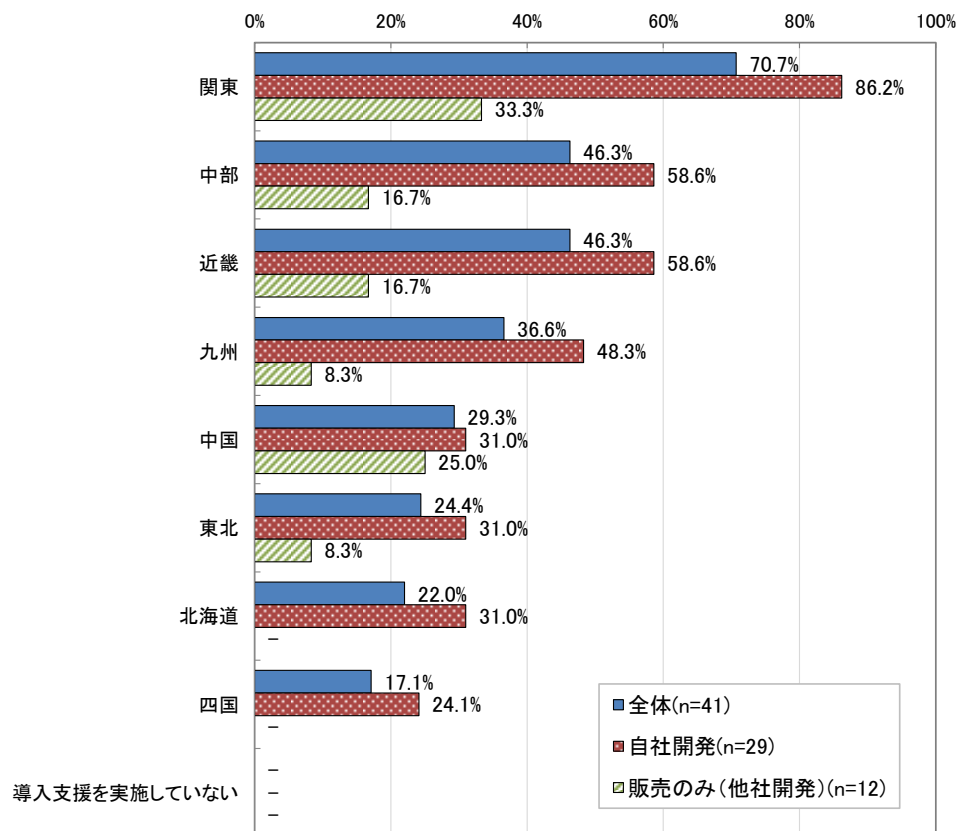
(53) 導入支援を専門に行っている部署や外部組織の所在地（複数選択）

全体では、「関東」が70.7%と最も高く、次いで「中部」「近畿」が46.3%であった。

自社開発では、「関東」が86.2%と最も高く、次いで「中部」「近畿」が58.6%であった。

販売のみ（他社開発）では、「関東」が33.3%と最も高く、次いで「中国」が25.0%であった。

図表 61 導入支援を専門に行っている部署や外部組織の所在地（複数選択）



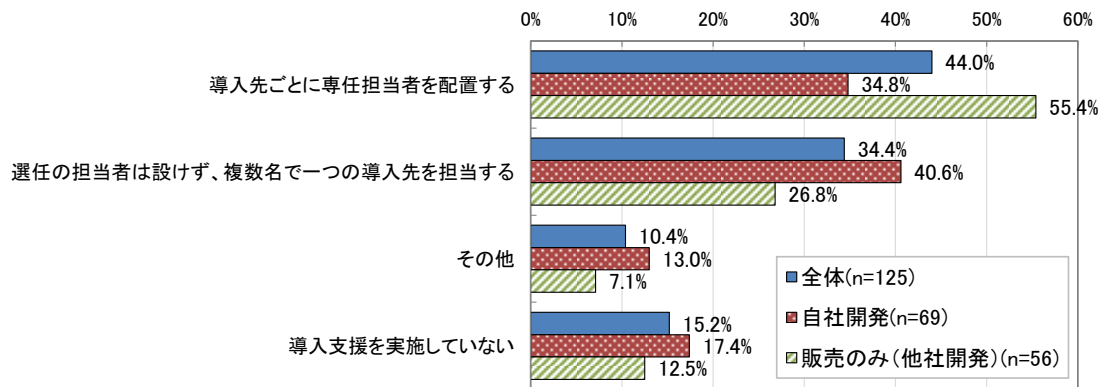
(54) 導入先に対する担当者の配置状況（複数選択）

全体では、「導入先ごとに専任担当者を配置する」が 44.0%と最も高く、次いで「選任の担当者は設けず、複数名で一つの導入先を担当する」が 34.4%であった。

自社開発では、「選任の担当者は設けず、複数名で一つの導入先を担当する」が 40.6%と最も高く、次いで「導入先ごとに専任担当者を配置する」が 34.8%であった。

販売のみ（他社開発）では、「導入先ごとに専任担当者を配置する」が 55.4%と最も高く、次いで「選任の担当者は設けず、複数名で一つの導入先を担当する」が 26.8%であった。

図表 62 導入先に対する担当者の配置状況（複数選択）



「その他」の内容（抜粋）

- ・ 基本的には専任担当者を配置するが、法人の規模や導入先によっては複数名で担当する場合もある
- ・ 問い合わせ毎に対応
- ・ 商品担当者が一括して対応

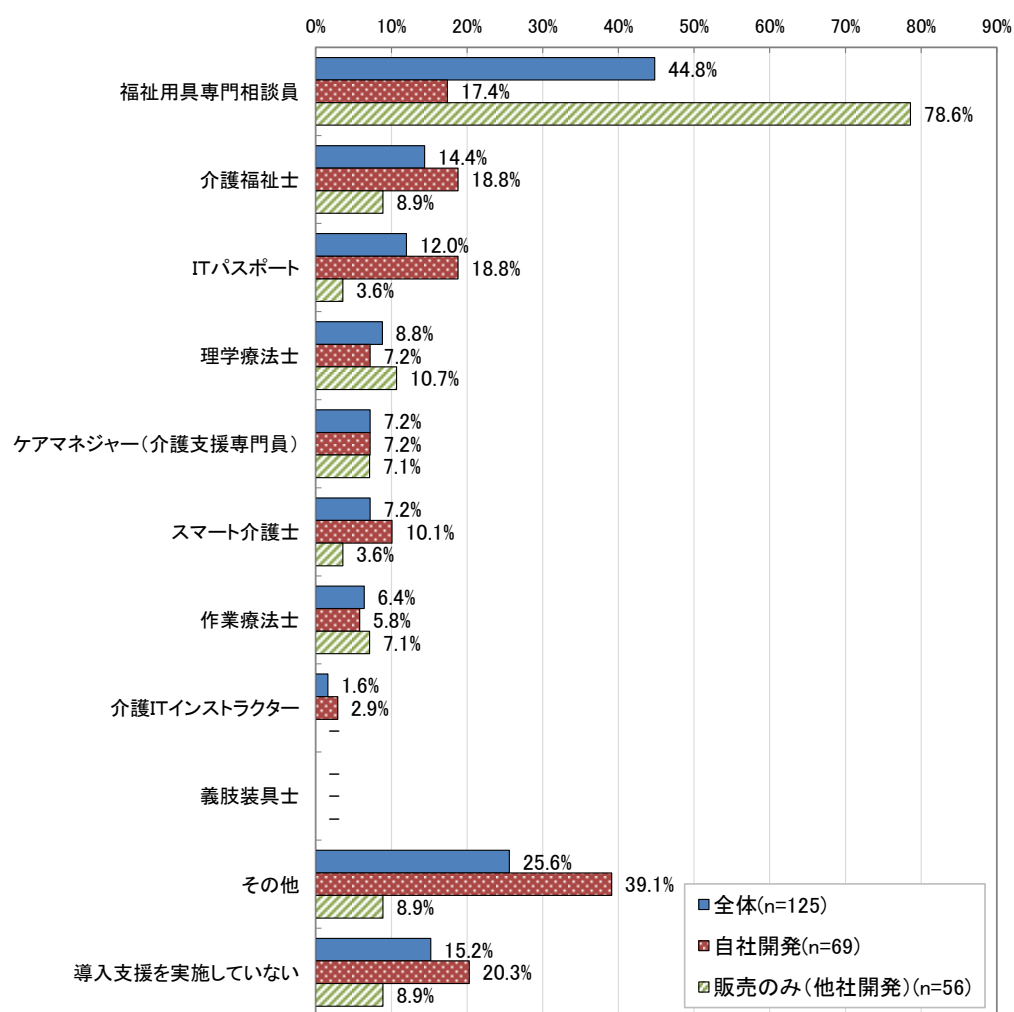
(55) 導入支援者の保有資格（複数選択）

全体では、「福祉用具専門相談員」が 44.8%と最も高く、次いで「介護福祉士」が 14.4%であった。

自社開発では、「介護福祉士」「ITパスポート」が 18.8%と最も高く、次いで「福祉用具専門相談員」が 17.4%であった。

販売のみ（他社開発）では、「福祉用具専門相談員」が 78.6%と最も高く、次いで「理学療法士」が 10.7%であった。

図表 63 導入支援を実施している方の保有資格（複数選択）



「その他」の内容（抜粋）

- ・ 社会福祉士
- ・ 看護師
- ・ 薬剤師

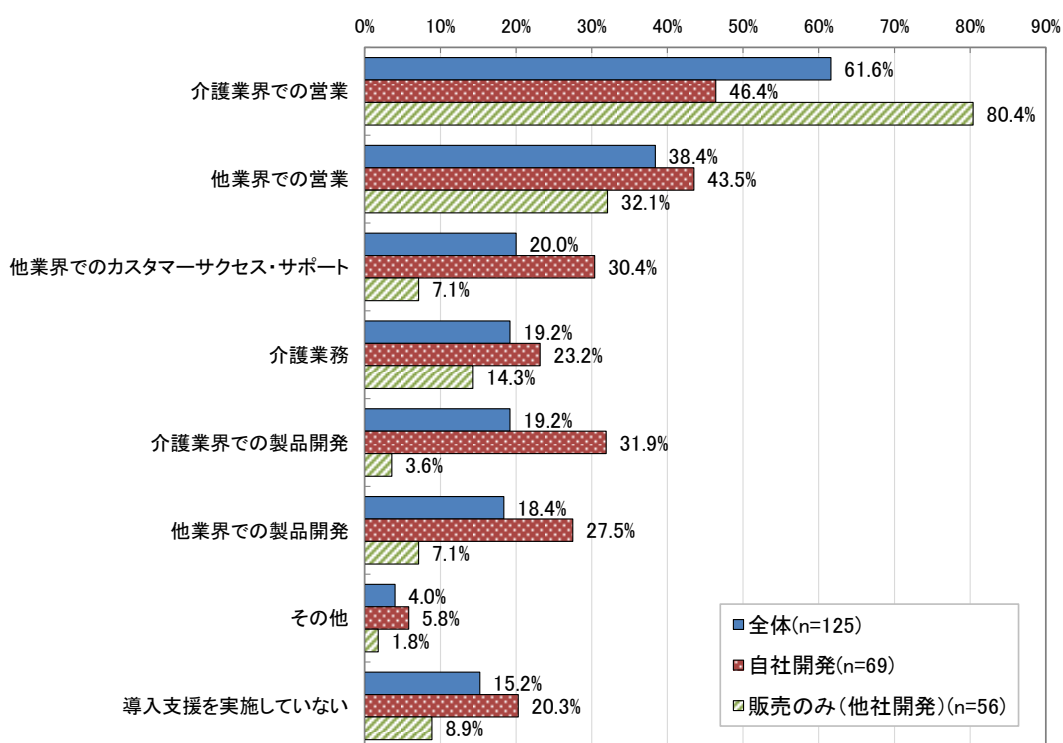
(56) 導入支援者が有する実務経験（複数選択）

全体では、「介護業界での営業」が 61.6%と最も高く、次いで「他業界での営業」が 38.4%であった。

自社開発では、「介護業界での営業」が 46.4%と最も高く、次いで「他業界での営業」が 43.5%であった。

販売のみ（他社開発）では、「介護業界での営業」が 80.4%と最も高く、次いで「他業界での営業」が 32.1%であった。

図表 64 導入支援者が有する実務経験（複数選択）



「その他」の内容（抜粋）

- ・ 営業販売
- ・ 看護業務

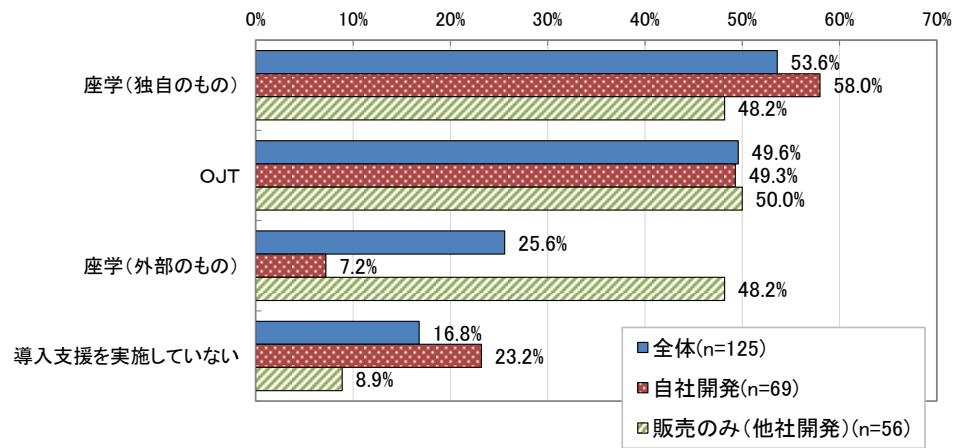
(57) 導入支援者への教育・研修形態（複数選択）

全体では、「座学（独自のもの）」が 53.6%と最も高く、次いで「OJT」が 49.6%であった。

自社開発では、「座学（独自のもの）」が 58.0%と最も高く、次いで「OJT」が 49.3%であった。

販売のみ（他社開発）では、「OJT」が 50.0%と最も高く、次いで「座学（独自のもの）」「座学（外部のもの）」が 48.2%であった。

図表 65 導入支援者への教育・研修形態（複数選択）



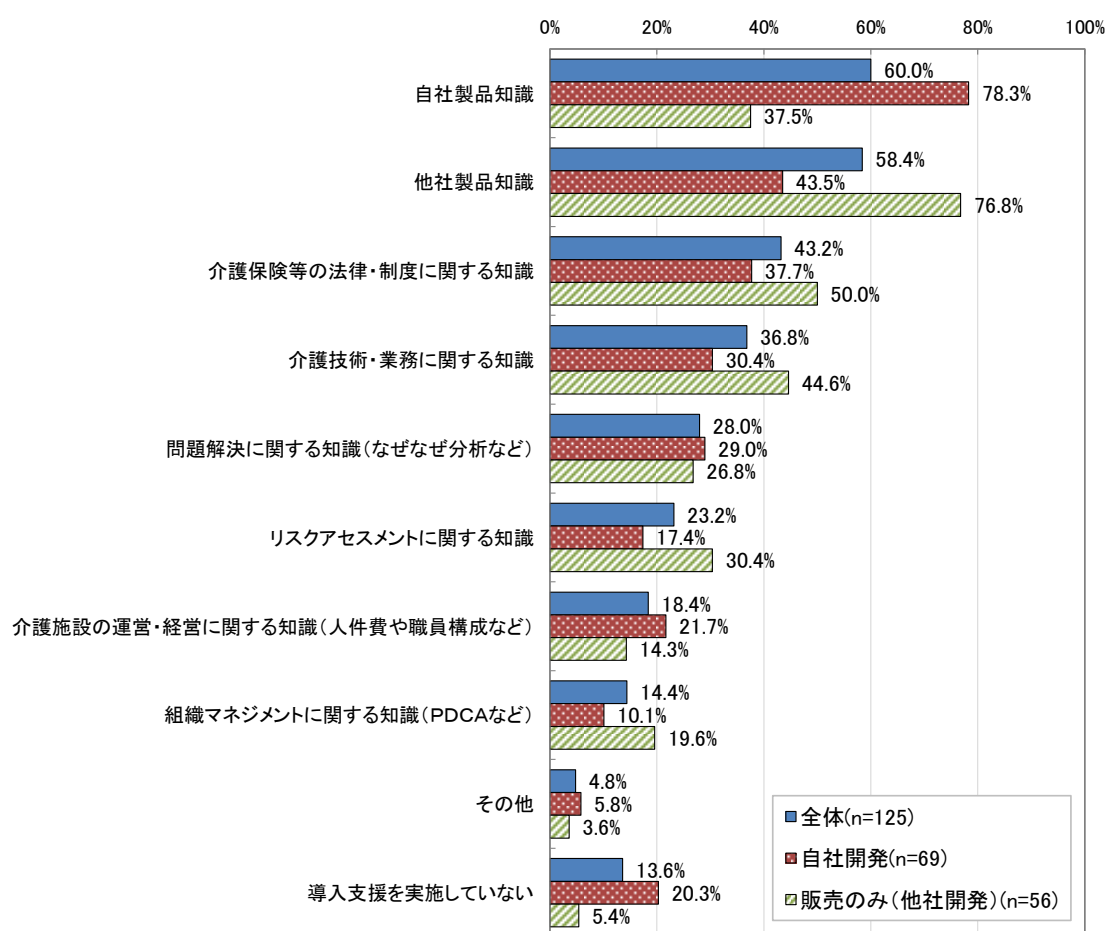
(58) 導入支援者への教育・研修の内容（複数選択）

全体では、「自社製品知識」が 60.0%と最も高く、次いで「他社製品知識」が 58.4%であった。

自社開発では、「自社製品知識」が 78.3%と最も高く、次いで「他社製品知識」が 43.5%であった。

販売のみ（他社開発）では、「他社製品知識」が 76.8%と最も高く、次いで「介護保険等の法律・制度に関する知識」が 50.0%であった。

図表 66 導入支援者への教育・研修の内容（複数選択）



「その他」の内容（抜粋）

- ・ 福祉用具を体験してもらうこと
- ・ 言語聴覚士の知識
- ・ 商品メーカーによる勉強会

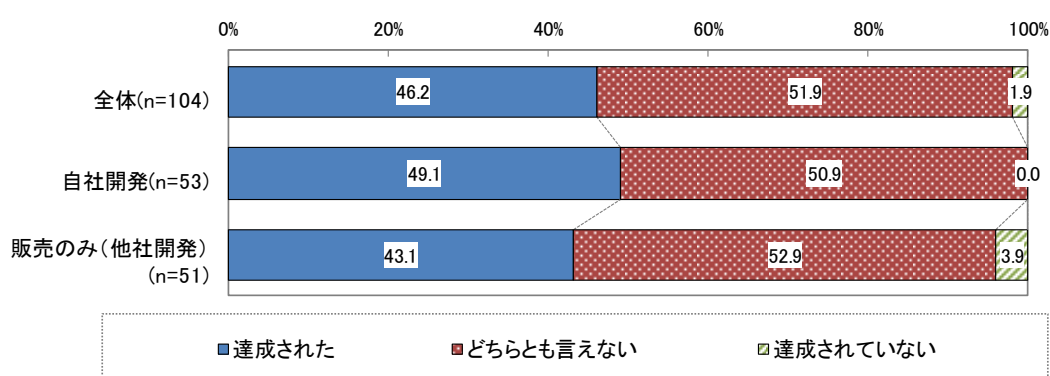
(59) 「製品購入決定前に」「無償で」行っている支援の目的の達成度合い

全体では、「達成された」が 46.2%、「どちらとも言えない」が 51.9%、「達成されていない」が 1.9%であった。

自社開発では、「達成された」が 49.1%、「どちらとも言えない」が 50.9%、「達成されていない」が 0.0%であった。

販売のみ（他社開発）では、「達成された」が 43.1%、「どちらとも言えない」が 52.9%、「達成されていない」が 3.9%であった。

図表 67 「製品購入決定前に」「無償で」行っている支援の目的の達成度合い



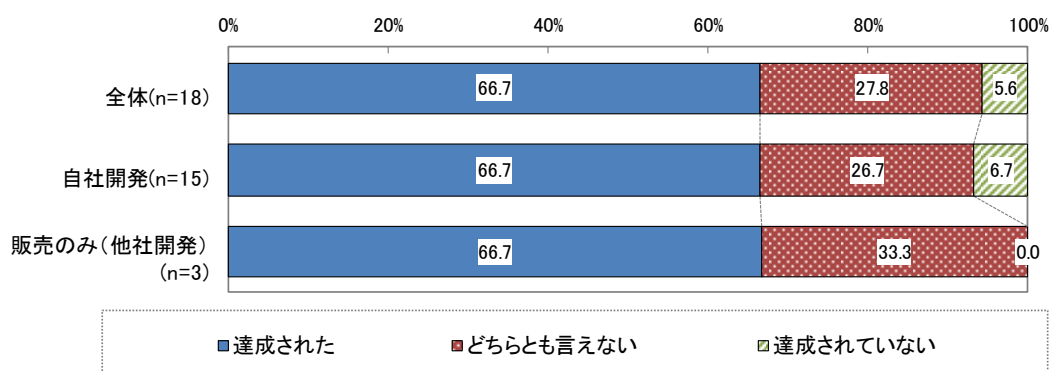
(60) 「製品購入決定前に」「有償で」行っている支援の目的の達成度合い

全体では、「達成された」が 66.7%、「どちらとも言えない」が 27.8%、「達成されていない」が 5.6%であった。

自社開発では、「達成された」が 66.7%、「どちらとも言えない」が 26.7%、「達成されていない」が 6.7%であった。

販売のみ（他社開発）では、「達成された」が 66.7%、「どちらとも言えない」が 33.3%、「達成されていない」が 0.0%であった。

図表 68 「製品購入決定前に」「有償で」行っている支援の目的の達成度合い



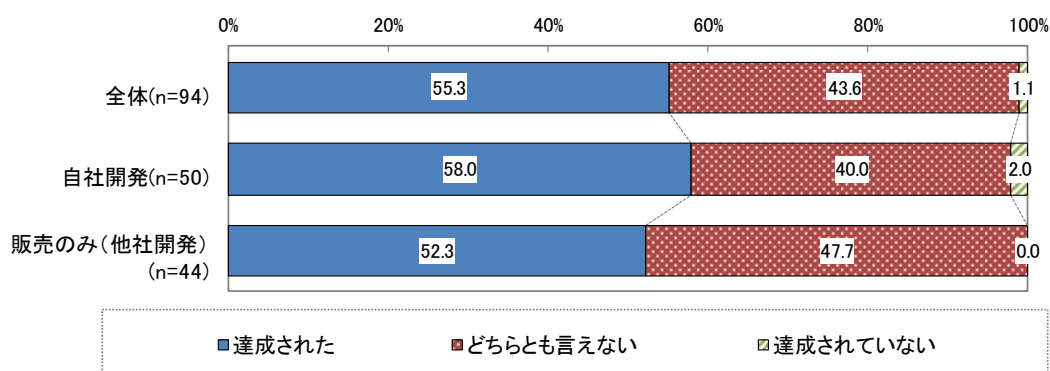
(61) 「製品導入時に」「無償で」行っている支援の目的の達成度合い

全体では、「達成された」が 55.3%、「どちらとも言えない」が 43.6%、「達成されていない」が 1.1%であった。

自社開発では、「達成された」が 58.0%、「どちらとも言えない」が 40.0%、「達成されていない」が 2.0%であった。

販売のみ(他社開発)では、「達成された」が 52.3%、「どちらとも言えない」が 47.7%、「達成されていない」が 0.0%であった。

図表 69 「製品導入時に」「無償で」行っている支援の目的の達成度合い



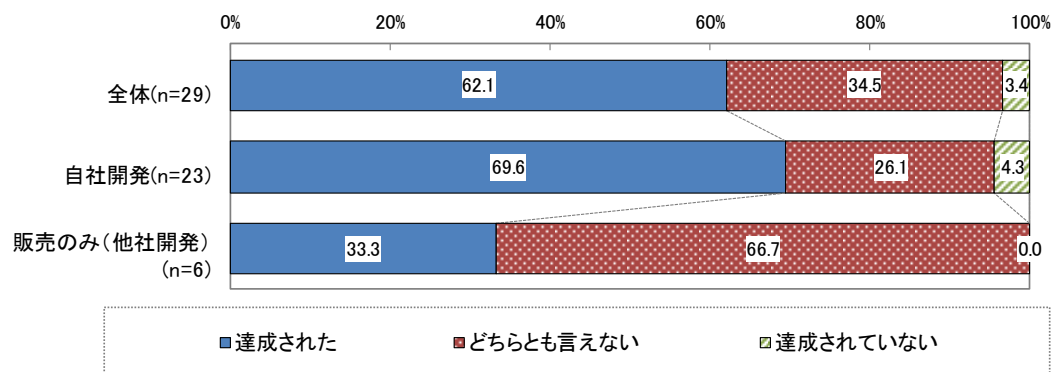
(62) 「製品導入時に」「有償で」行っている支援の目的の達成度合い

全体では、「達成された」が 62.1%、「どちらとも言えない」が 34.5%、「達成されていない」が 3.4%であった。

自社開発では、「達成された」が 69.6%、「どちらとも言えない」が 26.1%、「達成されていない」が 4.3%であった。

販売のみ（他社開発）では、「達成された」が 33.3%、「どちらとも言えない」が 66.7%、「達成されていない」が 0.0%であった。

図表 70 「製品導入時に」「有償で」行っている支援の目的の達成度合い



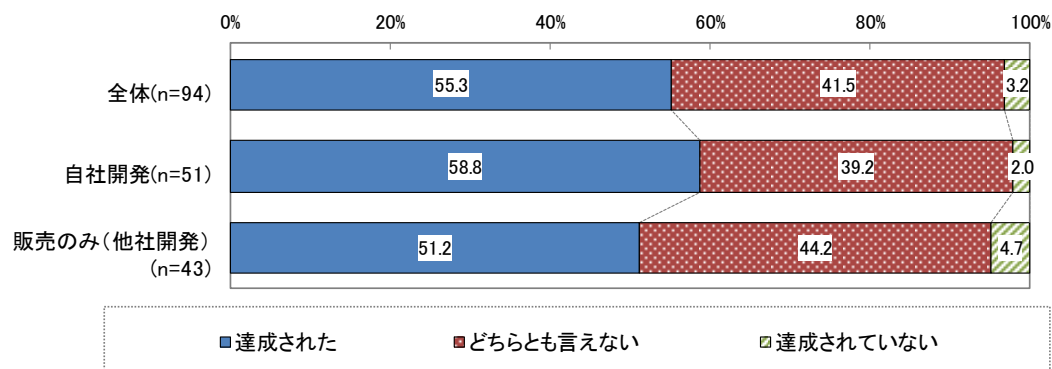
(63) 「製品導入後、活用までに」「無償で」行っている支援の目的の達成度合い

全体では、「達成された」が 55.3%、「どちらとも言えない」が 41.5%、「達成されていない」が 3.2%であった。

自社開発では、「達成された」が 58.8%、「どちらとも言えない」が 39.2%、「達成されていない」が 2.0%であった。

販売のみ（他社開発）では、「達成された」が 51.2%、「どちらとも言えない」が 44.2%、「達成されていない」が 4.7%であった。

図表 71 「製品導入後、活用までに」「無償で」行っている支援の目的の達成度合い



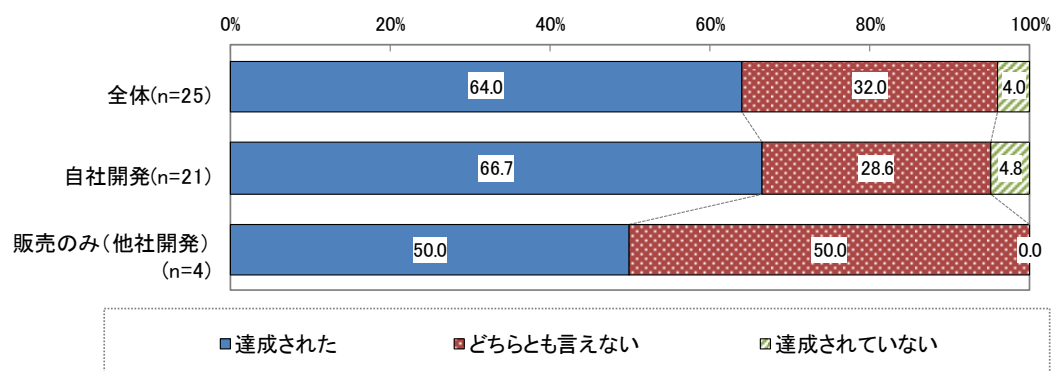
(64) 「製品導入後、活用までに」「有償で」行っている支援の目的の達成度合い

全体では、「達成された」が 64.0%、「どちらとも言えない」が 32.0%、「達成されていない」が 4.0%であった。

自社開発では、「達成された」が 66.7%、「どちらとも言えない」が 28.6%、「達成されていない」が 4.8%であった。

販売のみ(他社開発)では、「達成された」が 50.0%、「どちらとも言えない」が 50.0%、「達成されていない」が 0.0%であった。

図表 72 「製品導入後、活用までに」「有償で」行っている支援の目的の達成度合い



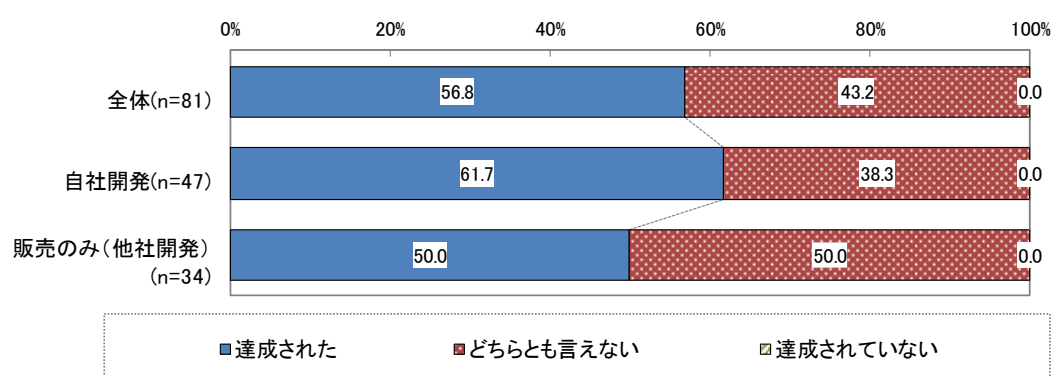
(65) 「製品活用後」「無償で」行っている支援の目的の達成度合い

全体では、「達成された」が 56.8%、「どちらとも言えない」が 43.2%、「達成されていない」が 0.0%であった。

自社開発では、「達成された」が 61.7%、「どちらとも言えない」が 38.3%、「達成されていない」が 0.0%であった。

販売のみ（他社開発）では、「達成された」が 50.0%、「どちらとも言えない」が 50.0%、「達成されていない」が 0.0%であった。

図表 73 「製品活用後」「無償で」行っている支援の目的の達成度合い



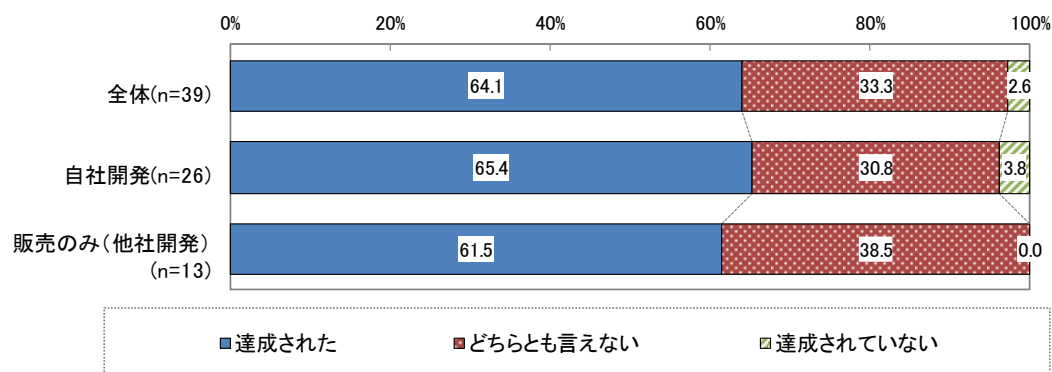
(66) 「製品活用後」「有償で」行っている支援の目的の達成度合い

全体では、「達成された」が 64.1%、「どちらとも言えない」が 33.3%、「達成されていない」が 2.6%であった。

自社開発では、「達成された」が 65.4%、「どちらとも言えない」が 30.8%、「達成されていない」が 3.8%であった。

販売のみ（他社開発）では、「達成された」が 61.5%、「どちらとも言えない」が 38.5%、「達成されていない」が 0.0%であった。

図表 74 「製品活用後」「有償で」行っている支援の目的の達成度合い



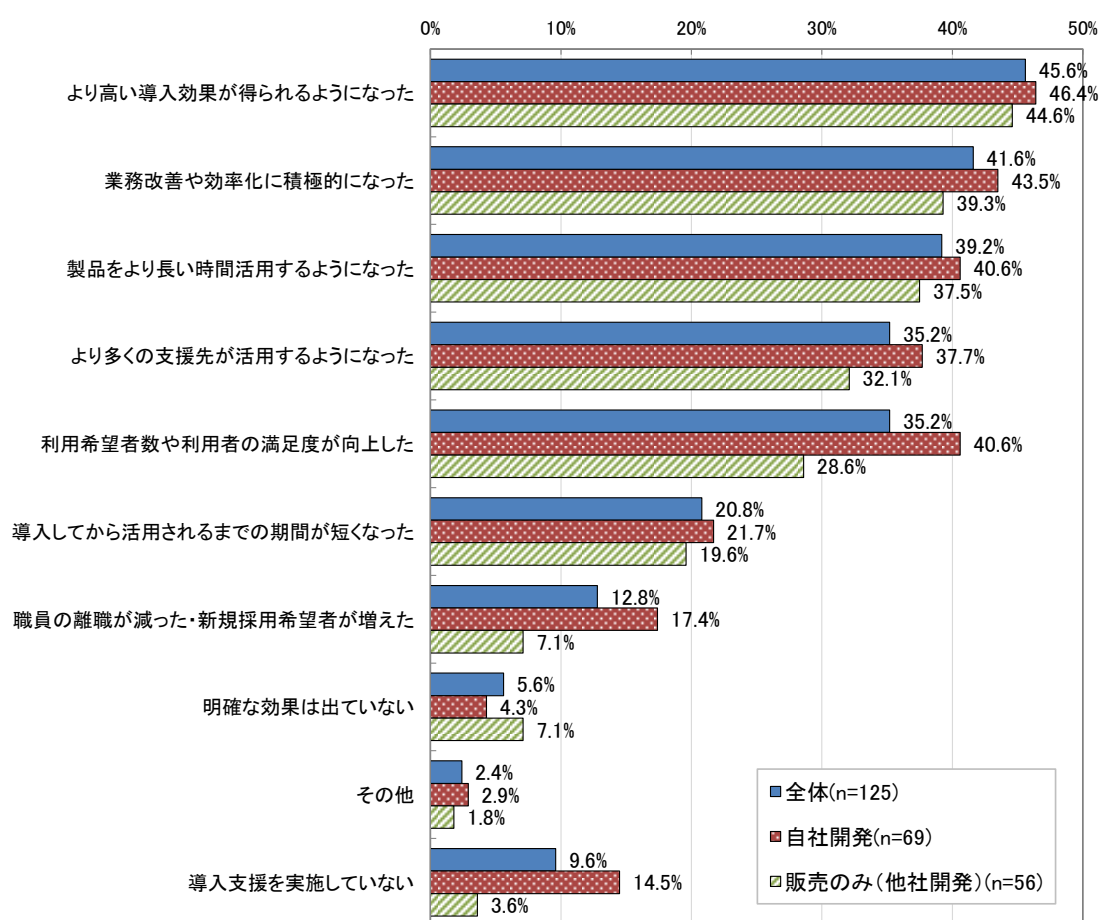
(67) 製品導入先における支援の効果（複数選択）

全体では、「より高い導入効果が得られるようになった」が 45.6%と最も高く、次いで「業務改善や効率化に積極的になった」が 41.6%であった。

自社開発では、「より高い導入効果が得られるようになった」が 46.4%と最も高く、次いで「業務改善や効率化に積極的になった」が 43.5%であった。

販売のみ（他社開発）では、「より高い導入効果が得られるようになった」が 44.6%と最も高く、次いで「業務改善や効率化に積極的になった」が 39.3%であった。

図表 75 製品導入先における支援の効果（複数選択）



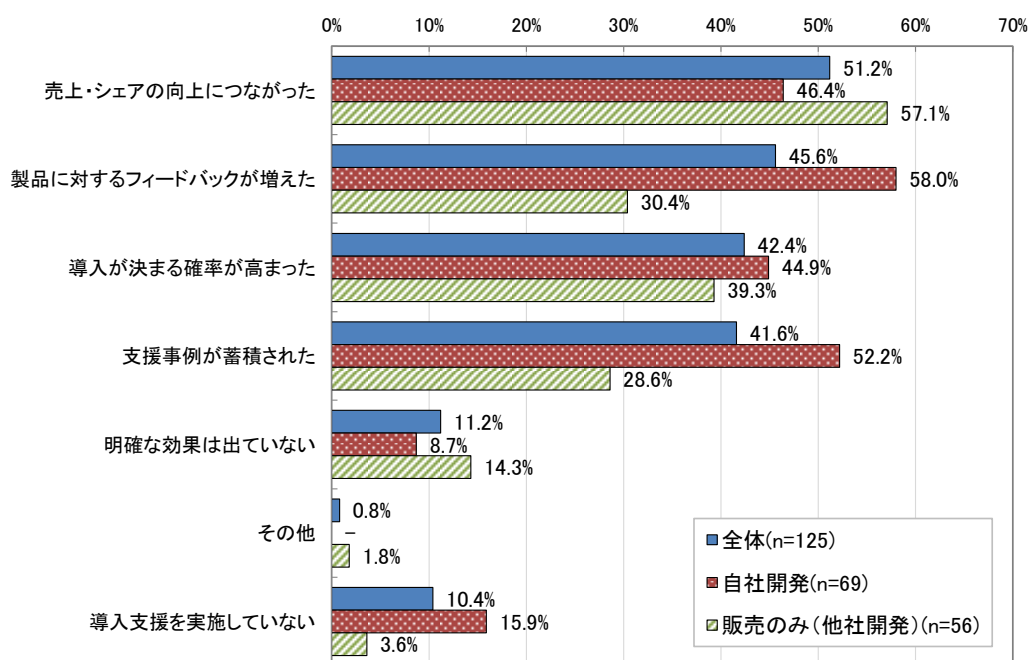
(68) 企業における支援の効果（複数選択）

全体では、「売上・シェアの向上につながった」が 51.2%と最も高く、次いで「製品に対するフィードバックが増えた」が 45.6%であった。

自社開発では、「製品に対するフィードバックが増えた」が 58.0%と最も高く、次いで「支援事例が蓄積された」が 52.2%であった。

販売のみ（他社開発）では、「売上・シェアの向上につながった」が 57.1%と最も高く、次いで「導入が決まる確率が高まった」が 39.3%であった。

図表 76 企業における支援の効果（複数選択）



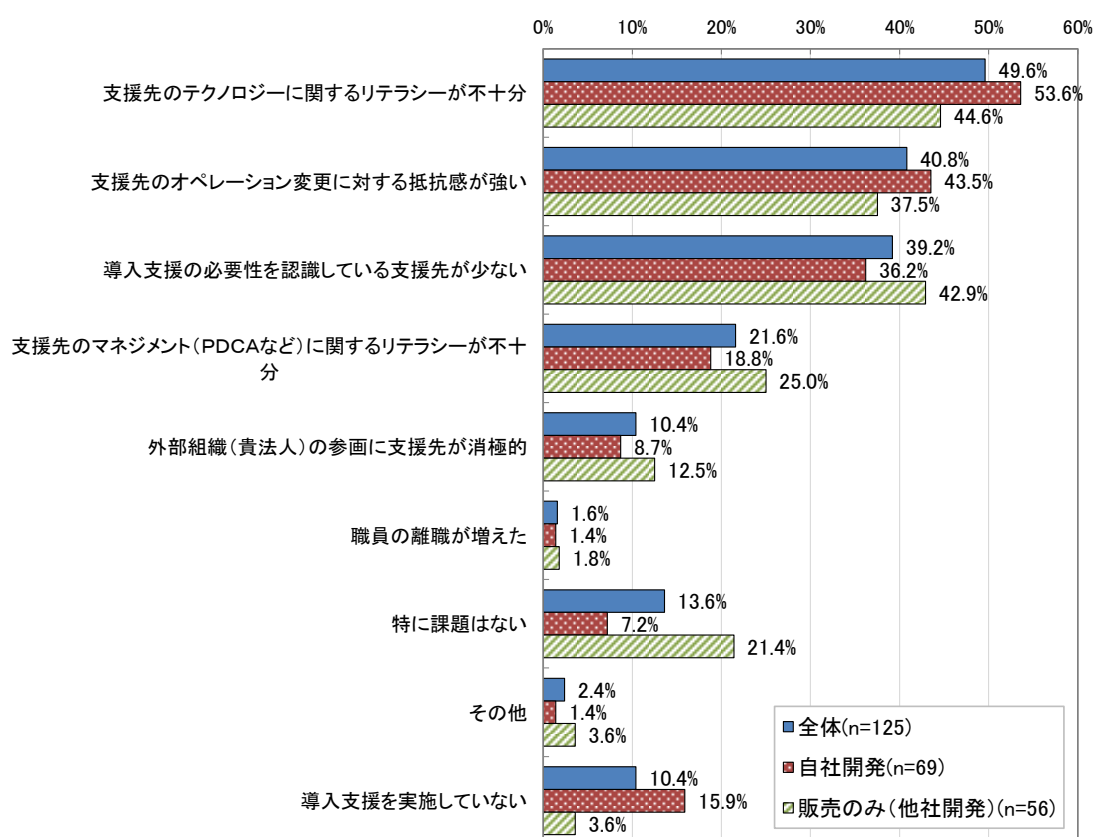
(69) 製品導入先における支援の課題（複数選択）

全体では、「支援先のテクノロジーに関するリテラシーが不十分」が 49.6%と最も高く、次いで「支援先のオペレーション変更に対する抵抗感が強い」が 40.8%であった。

自社開発では、「支援先のテクノロジーに関するリテラシーが不十分」が 53.6%と最も高く、次いで「支援先のオペレーション変更に対する抵抗感が強い」が 43.5%であった。

販売のみ（他社開発）では、「支援先のテクノロジーに関するリテラシーが不十分」が 44.6%と最も高く、次いで「導入支援の必要性を認識している支援先が少ない」が 42.9%であった。

図表 77 製品導入先における支援の課題（複数選択）



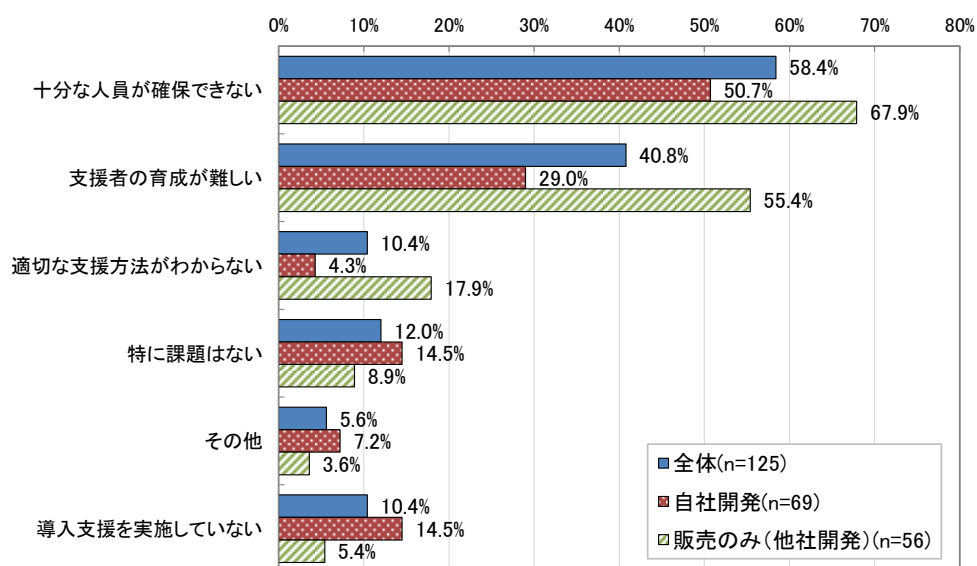
(70) 企業における支援の課題（複数選択）

全体では、「十分な人員が確保できない」が 58.4%と最も高く、次いで「支援者の育成が難しい」が 40.8%であった。

自社開発では、「十分な人員が確保できない」が 50.7%と最も高く、次いで「支援者の育成が難しい」が 29.0%であった。

販売のみ（他社開発）では、「十分な人員が確保できない」が 67.9%と最も高く、次いで「支援者の育成が難しい」が 55.4%であった。

図表 78 企業における支援の課題（複数選択）



「その他」の内容（抜粋）

- ・ 支援先がなかなか見つからない
- ・ 導入支援をしっかりと実施して業務改善、効率化を実現してもらいたい、そのコストを導入先に負担していただくのは難しいと感じている。
- ・ 機器の納入価格が低価格化していて収益にならないうえ、その後の支援も非常に煩雑で人件費もかかるが、支援に対しての対価が請求できないので販売したくないと感じてしまう

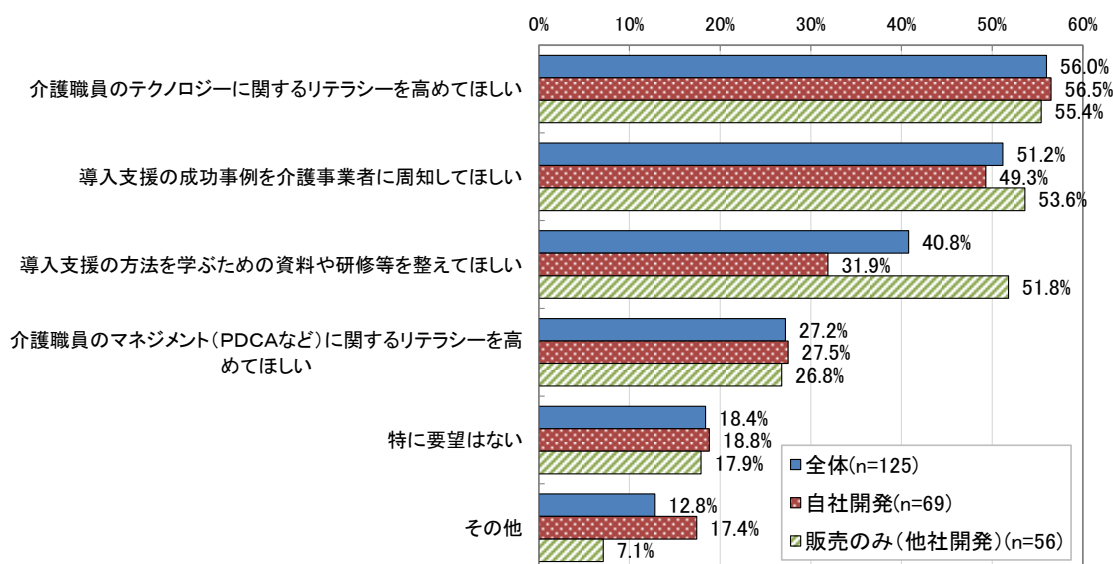
(71) 導入支援に関する国や行政機関等に対する要望（複数選択）

全体では、「介護職員のテクノロジーに関するリテラシーを高めてほしい」が 56.0%と最も高く、次いで「導入支援の成功事例を介護事業者に周知してほしい」が 51.2%であった。

自社開発では、「介護職員のテクノロジーに関するリテラシーを高めてほしい」が 56.5%と最も高く、次いで「導入支援の成功事例を介護事業者に周知してほしい」が 49.3%であった。

販売のみ（他社開発）では、「介護職員のテクノロジーに関するリテラシーを高めてほしい」が 55.4%と最も高く、次いで「導入支援の成功事例を介護事業者に周知してほしい」が 53.6%であった。

図表 79 導入支援に関する国や行政機関等に対する要望（複数選択）



「その他」の内容（抜粋）

- ・ 無償での支援は企業にとって負担が大きい、国や行政の財政面でのサポートが欲しい
- ・ 介護経営者ではなく介護現場で働く方の正確なニーズを汲み取ってほしい
- ・ 支援にも費用が掛かっている。販売側に大変な負担がかかっている。メーカー側に支援体制がとれるような支援を実施し、販売側でなくメーカーからの支援をエンドが受けれるような体制も必要と思う

V. 介護テクノロジーの便覧の更新

(1) 便覧の更新の目的

令和3年度老人保健事業推進費等補助金 老人保健健康増進等事業「介護現場におけるテクノロジーの実態調査研究事業」において、介護テクノロジーを導入しようとする介護事業所等の職員が、介護テクノロジーを俯瞰的に把握できることを目的として、便覧が作成された。

本事業では、介護事業所等の職員、およびテクノロジーの導入・活用支援に関わる行政機関や企業等の担当者が、最新の介護テクノロジーを俯瞰的に把握できることを目的として、便覧の更新を行った。

(2) 製品情報の収集

アンケート調査における調査対象 593 社に対して、便覧に掲載する製品の情報提供依頼を行った。その結果、91 社から計 108 製品の情報を得た。

掲載製品は、令和3年度版と同様に、技術的な分類ではなく介護現場における課題に即して整理した。それぞれの製品数は以下のとおりとなった。

なお、ロボット技術の介護利用における重点分野とされている6分野13項目に限定せず、インカムや服薬支援ロボット等、介護現場で利用されるテクノロジーを活用した製品を掲載対象とした。

図表 80 目次における製品整理の項目と掲載製品数

#	項目	掲載製品数
1	移乗介助の負担軽減	12
2	移動（屋内・屋外）の自立支援	5
3	排泄介助の負担軽減	10
4	排泄の自立支援	4
5	見守り（施設・在宅）の効率化・負担軽減	42
6	コミュニケーション・レクリエーションの充実	9
7	入浴介助の負担軽減	7
8	間接的な業務の効率化・負担軽減	5
9	その他の業務の効率化・負担軽減	11
10	その他の生活動作の自立支援	3

VI. 検討会の設置と開催

本事業では、事業期間中に3回の検討会を開催した。

1 第1回検討会

図表 81 第1回検討会の開催概要

開催日時/形式	2023年10月3日（火） 10：05～11：55 Web 会議
座長	東京大学大学院工学系研究科人工物工学研究センター 特任研究員 本田 幸夫 氏
出席者	・ 構成員 ＜オブザーバー＞ ・ 厚生労働省 ＜事務局＞ ・ 株式会社 NTT データ経営研究所 ・ 株式会社善光総合研究所
アジェンダ	・ 事業概要 ・ 介護サービス事業所が開発企業や行政に求める支援等に関する調査 調査設計 ・ 行政機関等が実施する機器の活用方法等の研修に関する調査 調査設計 ・ 開発企業における製品の購入者に対する支援・販売に関する調査 調査設計

第1回検討会では、本事業の概要説明を行ったのち、各調査の調査設計に関して検討を行った。

「介護サービス事業所が開発企業や行政に求める支援等に関する調査」「行政機関等が実施する機器の活用方法等の研修に関する調査」に関しては、ヒアリング項目及び候補先について構成員より意見を得た。

「開発企業における製品の購入者に対する支援・販売に関する調査」に関しては、調査設計の参考とするために実施した企業へのヒアリング結果およびアンケート調査票（案）について構成員より意見を得た。

2 第2回検討会

図表 82 第2回検討会の開催概要

開催日時/形式	2024年1月19日（金） 16:05～17:55 Web 会議
座長	東京大学大学院工学系研究科人工物工学研究センター 特任研究員 本田 幸夫 氏
出席者	・ 構成員 ＜オブザーバー＞ ・ 厚生労働省 ＜事務局＞ ・ 株式会社 NTT データ経営研究所 ・ 株式会社善光総合研究所
アジェンダ	・ 調査進捗報告 ・ 討議：介護ロボットの導入・活用支援のあり方について

第2回検討会では、各調査の調査結果について報告を行った後、介護ロボットの導入・活用支援のあり方について、以下の論点で討議を行った。

- ① 一部の企業が、課題の調査分析や業務見直しの提案等、導入・活用の伴走支援の機能を担い始めている。好意的に捉えてよいか。
- ② どうすれば、企業が導入・活用支援を担う流れを加速することができるか。
- ③ 企業が導入・活用支援を担う流れを加速するにあたって、留意すべき点はあるか。また、それは何か。

3 第3回検討会

図表 83 第3回検討会の開催概要

開催日時/形式	2024年3月8日（金） 16:05～17:55 Web 会議
座長	東京大学大学院工学系研究科人工物工学研究センター 特任研究員 本田 幸夫 氏
出席者	・ 構成員 ＜オブザーバー＞ ・ 厚生労働省 ＜事務局＞ ・ 株式会社 NTT データ経営研究所 ・ 株式会社善光総合研究所
アジェンダ	・ 第2回検討会の振り返りと報告書のとりまとめ案について ・ 便覧について

第3回検討会では第2回検討会における討議内容について振り返りを行った後、

報告書および便覧のとりまとめ案について検討を行った。

報告書のとりまとめ案の検討においては、介護現場・行政機関・企業の現状と目指すべき姿、今後の介護現場に対する支援の流れについて構成員より意見を得た。

VII. まとめと考察

1 本調査の成果

本調査により、以下が明らかとなった。

(1) 介護現場における導入・活用支援に対するニーズおよび課題

○導入・活用支援のニーズ

行政機関等や企業から導入・活用支援を受けた介護事業所からは、導入・活用支援を評価する意見が挙げられた。「補助金の拡大のみでは不十分であり、支援をさらに充実させてほしい」との意見もあり、行政機関等によるもの、企業によるもののいずれも介護現場からのニーズは強いことが分かった。

介護現場が導入・活用のプロセスのうち特に課題に感じている箇所は以下のとおりである。②～⑥については、行政機関等および企業による支援のニーズが強いと想定された。

- ① 導入費用の捻出
- ② 現場の課題に合った適切なテクノロジーの調査・選択
- ③ 導入・活用の取組への介護職員の巻き込み
- ④ オペレーションの変更・構築による一時的な業務負担増、およびその際の介護職員のモチベーションの維持
- ⑤ テクノロジーの設定
- ⑥ 利用者や介護職員の理解につながる説明

○効果的であった導入・活用支援の内容

介護現場が、行政機関等から受けて特に効果的だったとした支援は以下のとおり。

- ① 支援者とのマッチング
- ② 導入・活用プロセス全般にわたっての支援

また、企業から受けて特に効果的だったとした点は以下のとおり。

- ① 導入・活用プロジェクトのマネジメント
- ② 機器の設定、不具合対応、手厚いサポート
- ③ データ活用による踏み込んだケアの実現

○導入・活用支援を受けるにあたっての課題

企業からの導入・活用支援の内容にはばらつきがあることが分かった。電話相談やデモ機のレンタル等、手厚いものが得られたといった意見がある一方で、売るだけで使い方の説明に終始してしまい不満が残るとの意見もあった。

また、機器選定等中立的な視点が必要になる支援については、企業は自社製品に対するバイアスがかかってしまい効果的な支援が難しいといった意見が挙がった。さらに、機器の信頼度によっては、介護業務に関する企業からの提案について、「そこまで踏み込まれたくない」と感じる、との意見もあった。

(2) 行政機関等による支援（研修を通じた人材育成）の実態

○人材育成の現状

行政機関や教育機関においては、主に介護現場の方向けに、テクノロジーの効果的な導入・活用に関するセミナーや研修会を行い、人材育成を図っていた。これらの研修に対しては、介護現場の方に加え、開発企業やコンサルタントなど、支援者の立場にある方も参加していた。

研修の内容としては、介護ロボットに関する基礎知識や基礎的な ICT リテラシーを伝達するものが中心であったが、課題分析等、導入・活用支援に関連する内容を取り上げていたものもあった。

○人材育成の効果

研修による効果を定量的には把握できていないが、研修が介護現場へのテクノロジーの導入のきっかけとなった等の意見が挙げられた。また、支援者向けの研修については、研修修了者間のネットワーク構築や、所属する組織内での昇給・昇格、また独立・起業の検討等につながった例もあった。

○人材育成の課題

介護現場向けの研修については、「研修を受講したことが必ずしも介護現場における生産性向上に結び付くわけではない」「研修受講者の中には、導入したいテクノロジーと解決したい現場の課題がマッチしていない場合もあるが、導入の決定を覆すことが難しい」との意見があった。

(3) 企業による支援の実態

○企業による支援の現状

回答した企業の3割程度の企業が、一般的なサービスに留まらない「業務見直しの提案」「導入効果の測定・分析」といった導入・活用支援に該当する内容を実施していた。これらの目的は多くが製品の販売促進であり、開発企業においては製品開発への活用、販売企業においては潜在顧客の発掘等を目的としている企業も多かった。

導入している企業担当者への教育・研修内容は製品知識や法律・制度に関する知識が中心であるが、介護技術や問題解決に関する知識等を教育している企業も3割程度あった。

○企業による支援の効果

支援先（介護現場）における支援の効果について、4割程度の企業が「より高い導入効果が得られた」「支援先が業務改善や効率化に積極的になった」といった効果を認識していた。特に開発企業においては、「利用希望者数や利用者の満足度が向上した」といった効果も多くが認識していた。

企業側における支援の効果については、全体の5割程度の企業、および販売のみ行っている企業の6割程度が「売上・シェアの向上につながった」と認識していた。ま

た、開発企業においては、「製品に対するフィードバックが増えた」「支援事例が蓄積された」と認識している企業も多かった。また、有償で支援サービスを提供している企業も一定数あった。

○企業が支援を行うにあたっての課題

支援先（介護現場）における支援の課題について、5割程度の企業が「支援先のテクノロジーに関するリテラシーが不十分」と認識し、4割程度の企業が「支援先のオペレーション変更に対する抵抗感が強い」「導入支援の必要性を認識している支援先が少ない」と認識していた。

企業における支援の課題については、「十分な人員が確保できない」「支援者の育成が難しい」と認識している企業がそれぞれ全体の6割程度、4割程度であった。販売企業においては、それぞれ7割程度、6割程度に上った。

2 考察

(1) 導入支援の担い手としての企業

現在、介護現場における生産性向上の取組を推進するため、行政機関や教育機関は、生産性向上のガイドラインの整備や、ガイドラインに基づいた生産性向上を担う人材の育成等を実施している。しかしながら、行政機関のマンパワーの問題や、教育機関における教育内容が介護現場に反映され、生産性向上に至るまでには時間がかかるといった問題等から、行政機関、教育機関等のみを中心としたテクノロジー導入・活用支援には限界があると考えられる。

今回、一部の企業が「業務見直しの提案」や「導入効果の測定・分析」といった、導入・活用支援に該当する内容を行っており、これらの企業が導入・活用支援の担い手となりつつある実態が確認された。企業の主な目的は、あくまで販売促進や顧客満足度の向上であるが、実際に企業による支援を受けた介護現場からの評価は高く、明確に生産性向上の成果を得られている事例もある。このことから、企業が支援の担い手となることは、生産性向上の取組の推進という目的に照らして好意的に捉えるべきである。

他方、現状では、導入・伴走支援を行うことができる企業は限定的である。今後、生産性向上の取組を一層進めるにあたり、企業による支援の実施を促進する必要があると考えられる。

(2) 企業を含めた導入・活用支援の目指すべき姿

今回の調査において、課題の発見やリスク分析、業務改善等、テクノロジーを効果的に導入・活用するための取組を自ら行うことができる介護サービス事業所があることが確認された。このような介護現場においては、介護現場側が必要に応じて行政機関や企業等の外部支援者を活用していた。

今後、生産性向上の取組を全国に広めていくにあたって、介護現場は、上記のような姿

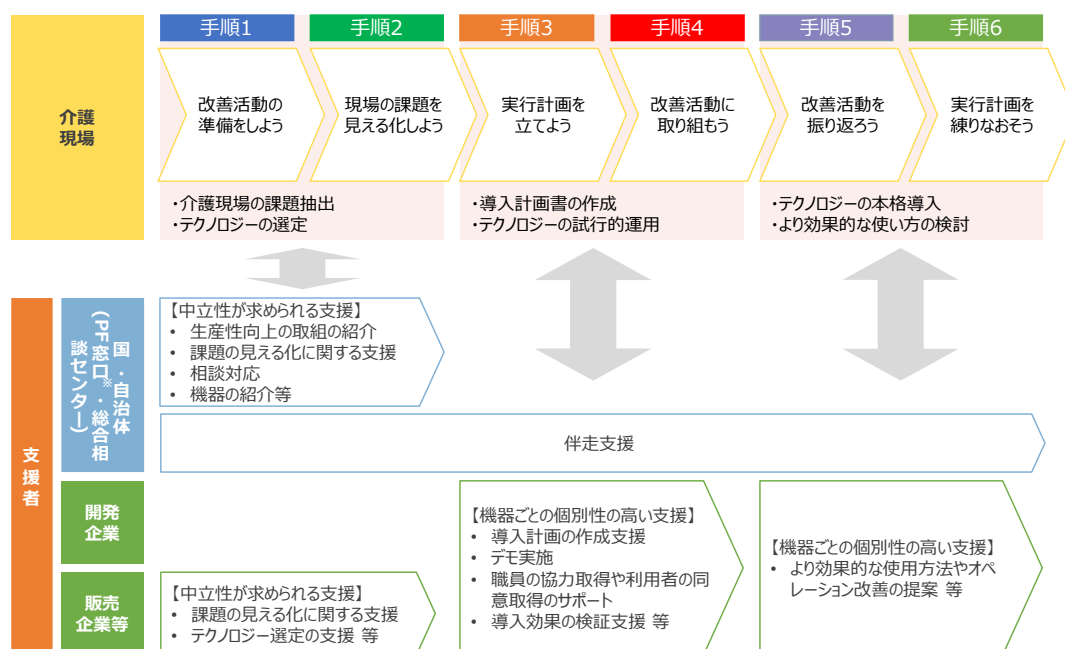
を目指すべきであると考えられる。すなわち、介護現場の中核的人材を中心として、国や行政機関等が示すガイドラインや事例集、モデル事業の成果等を活用しながら、生産性向上の取組を進めることができる姿である。取組を進める中にあっては、行政機関や企業等の外部支援者を活用した方が良いプロセスについては、その費用と効果を見極めながら、適切な支援者を選択、活用することができるとよい。

この場合、開発企業は介護現場に対し、テクノロジー導入効果の検証の支援や、より効果的な使い方の提案等、特に機器ごとの個別性の高い支援を実施することが考えられる。また、販売企業は、その販売網や介護現場とのネットワークを活用し、開発企業と同様に機器ごとの個別性の高い支援を実施するとともに、複数のテクノロジーを取り扱うことができる利点を活かして、課題の見える化や適切なテクノロジーの選定等、中立性が求められる支援を実施することが想定される。

国や自治体等の行政機関は、今後、介護生産性総合相談センターによる伴走支援を中心として、地域のモデル事業所を創出、拡大することとなる。これに加えて、個別の介護現場からの求めに応じて、生産性向上の取組の紹介や課題の見える化や相談対応、機器の紹介等、中立性の求められる支援を幅広く実施することが想定される。

図表 84 に、介護現場に対する国・自治体、開発企業、販売企業等の支援の目指すべき姿を示す。

図表 84 介護現場に対する支援の目指すべき姿

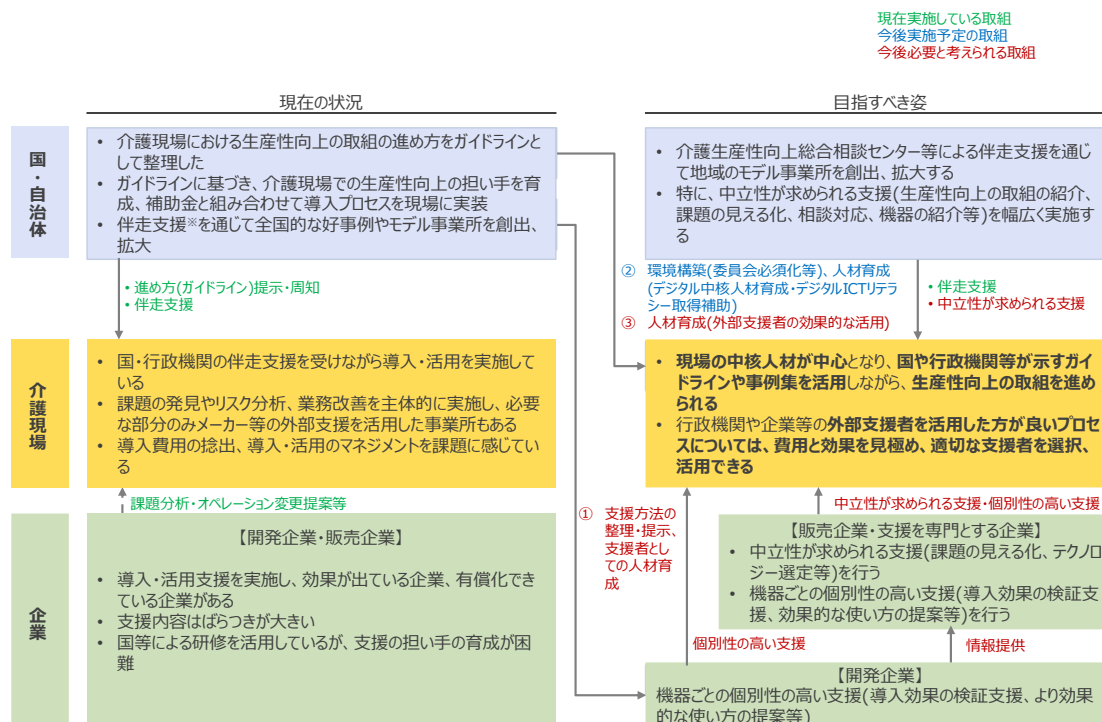


※厚生労働省「介護ロボットの開発・実証・普及のプラットフォーム事業」にて設置される相談窓口
出所)「介護ロボットのパッケージ導入モデル」(令和4年3月 厚生労働省)より一部改変

(3) 目指すべき姿を実現するための取組

上記、目指すべき姿を実現するための取組の全体像を図表 85 に示す。

図表 85 介護現場、行政機関、企業の現在の状況と目指すべき姿および必要な取組



① 企業による支援方法の整理・提示、支援者としての企業の人材育成

現在、企業は、製品知識等を中心とした座学や、主に介護現場におけるテクノロジーの導入・活用の進め方を示す研修等に参加しているが、支援人材の確保、育成に課題を感じている。

そのため、今後は特に、支援者として導入・活用を担うために必要なスキルや方法論を整理し、それを用いて企業の人材育成を推進する必要がある。整理にあたっては、行政機関、開発企業、販売企業の関わり方を改めて見直し、それぞれの機関の強みが活きるような役割分担を検討する必要がある。

今回の調査により、行政機関と販売企業には中立性が、開発企業には機器の個性が高い支援が期待されることが示唆された。今後は、生産性向上の取組の拡大に従い、各企業によるサービスの差別化や、テクノロジーの導入・活用に特化した企業の増加等が想定される。これらの企業の支援内容や強みの変化を踏まえて、適切や役割分担を検討するべきである。

② 企業による支援の効果を得やすくするための介護現場の環境構築・人材育成

企業は、介護現場におけるテクノロジーに対するリテラシーの不足や、オペレーション変更に対する抵抗感を支援における課題であると認識している。そのため、これらの課題を解消し、介護現場がより企業による支援を受けやすくする必要がある。

令和6年度当初予算案においては、地域医療介護総合確保基金による補助対象として、介護ロボットや ICT 等を活用するための ICT リテラシー習得に必要な経費が拡充¹された。また、令和6年度介護報酬改定においては、介護事業所に対して、テクノロジーの導入・活用に関連する委員会の設置²（利用者の安全並びに介護サービスの質の確保及び職員の負担軽減に資する方策を検討するための委員会）が義務付けれた。これらの取組により、前述の支援における課題の解消が進むことが期待される。今後はこれらの取組状況や効果を踏まえつつ、一層、企業による支援の効果を得やすくするための環境構築や人材育成を行っていく必要がある。

③ 外部支援者を効果的に活用するための介護現場の人材育成

前述のとおり、今後、介護現場は、自らテクノロジーの導入・活用の取組を進め、必要に応じて外部支援者を選定、活用する姿を目指すべきであると考えられる。

現在、介護現場の方向けに行われている研修の内容は、テクノロジーの導入・活用の意義やその進め方が中心である。今後介護現場が目指す姿を考慮すると、現在の人材育成の内容等を適宜見直し、特に支援者の効果的な選定や活用といった観点を盛り込んで更新していく必要がある。

¹ 厚生労働省「令和6年度厚生労働省予算案の主要事項」<https://www.mhlw.go.jp/wp/yosan/yosan/24syokanyosan/dl/01-02.pdf>（令和6年3月23日閲覧）

² 厚生労働省「令和6年度介護報酬改定の主な事項について」<https://www.mhlw.go.jp/content/12300000/001195261.pdf>（令和6年3月23日閲覧）

令和5年度 厚生労働省
老人保健事業推進費等補助金 老人保健健康増進等事業

介護ロボットの効果的な導入支援に関する
調査研究事業
報告書

令和6（2024）年3月

発行 株式会社エヌ・ティ・ティ・データ経営研究所
〒102-0093 東京都千代田区平河町 2-7-9 JA 共済ビル 9 階・10 階
Tel 03-3221-7011（代表）
FAX 03-3221-7022