

関市議会 総務厚生委員会 行政視察報告書

- 1 視察日程 平成27年8月11日(火)～8月12日(水) (2日間)
- 2 視察事項 福井県敦賀市 ○認知症支援について
滋賀県草津市 ○シティセールスについて
- 3 参加者 委員長 田中 巧
副委員長 足立 将裕
委員 土屋 雅義
委員 桜井 幸三
委員 鷲見 勇
委員 西部 雅之
委員 小森 敬直
随 行 林 良 広 (議会事務局)

視察No.1 認知症支援について

訪問日時 平成27年8月11日（火） 13時25分～15時00分

訪問先 所在地 福井県敦賀市中央町2丁目1-1
名称 敦賀市役所
担当部署 保険福祉部介護保険課

説明内容（概要）

○敦賀市の人口構成

生産年齢人口の減少と高齢者人口の増加が顕著であり、急速な少子高齢化が進んでいる状況である。また、基幹産業である原子力発電所の長期運転停止などもあり、平成24年から転出者が増加しただけでなく転入者の減少により、人口は微減となっている。

- ・人口 67,424人（平成27年4月1日現在）
- ・高齢者人口 17,353人（高齢化率 25.7%）
- ・要介護認定者数 3,162人（要介護認定率 18.2%）
- ・認知症高齢者数 1,968人（認知症高齢者日常生活自立度Ⅱ以上）

○認知症支援関係施設

①介護保険事業所（113事業所）

②地域包括支援センター（3センター）

「長寿」「あいあい」「なごみ」の3地域包括支援センターがあり、「長寿」は市直営、「あいあい」及び「なごみ」は委託している。なお「長寿」は、平成26年度から地域包括ケア体制の整備等を中心に行う基幹型地域包括支援センターとして運営している。

③医療機関（41ヶ所）

総合病院5ヶ所、医院・診療所36ヶ所の合計41ヶ所あり、そのうち認知症の相談ができる医療機関として、嶺南認知症疾患医療センター（敦賀温泉病院内）及び精神科医療機関4ヶ所がある。

なお、専門医1名、国の養成研修を受けた認知症サポート医2名、認知症研修を受けたかかりつけ医8名が在籍している。

○認知症支援体制の経過

平成18年度から認知症サポーター養成講座を開催し、のべ4,836人が受講しており、現在は人口の約10パーセントにあたる7,000人のサポーター養成を目標に講座を開催している。また、平成22年度からは小中学校対象の講座も開催し、普及に力を入れている。

平成21～22年度には県モデル事業として採択され、認知症に関する広報やホームページの作成、シンボルマークの全国公募等、普及啓発を中心に認知症地域支援体制づくりを進めてきた。

○認知症アウトリーチ専門チーム（DOST）の設立

平成22年度に嶺南認知症疾患医療センター内に認知症アウトリーチ専門チーム（DOST）を設立、専門医、看護師、精神保健福祉士などの専門職が自宅を訪問し、問診・検査を行い受診勧奨、生活指導などを行ってきた。

DOSTの派遣にあたっては、市内のケアマネージャーの相談を受けた地域包括支援センターがDOSTに依頼するという体制で連携してきた。この体制は、現在、全国でスタートした認知症初期集中支援チームのモデルとなっている。

現在、DOSTは認知症初期集中支援チームに引き継がれている。

○認知症初期集中支援チームの設立

平成25年度に厚生労働省の認知症初期集中支援チーム促進モデル事業として採択され（全14都道府県）、敦賀市では平成26年度から介護保険の地域保健事業として地域包括支援センターに認知症初期集中支援チームを設置している。

チーム員は、保健師や看護師の医療系職員、社会福祉士・介護福祉士の介護系職員、認知症サポート医による1チーム3名以上で構成している。

○認知症初期集中支援チームの支援内容

- ①初回訪問の実施…認知症の程度の確認やアセスメント等情報収集を行う。
- ②チーム員会議の開催…介護保険サービスの導入の必要性、支援の方向性の検討などを協議。かかりつけ医がある場合には主治医の意見を「主治医連絡票」により情報共有する。会議は敦賀温泉病院で行い、月2回ペースで実施している。
- ③初期集中支援の実施…受診勧奨、適切な介護サービスの利用支援を行う。
- ④初期集中支援終了後のモニタリング…ケアマネージャーなどへ引継ぎ、2ヶ月後にモニタリングを実施する。

○独自アセスメントツールの導入

認知症診断に使用するアセスメントツールとして、①地域包括ケアシステムにおける認知症アセスメントシート（DASC）、②認知症行動障害尺度（DBD13）、③Zarit介護負担尺度（J-ZBI_8）及び④身体の様子チェック票が用いられるが、敦賀市は専門医の提案により独自アセスメントツールとして、⑤行動観察シート（AOS）、⑥認知症総合アセスメント（CDR）、⑦脳機能評価（BFB）及び総合アセスメント結果表を導入している。

また、認知症の早期発見、受診、支援のため、医師会・認知症疾患医療センターの協力のもと「認知症早期発見チェックリスト」を作成し、広報誌への掲載や高齢者への通知、チェック点数の高い方には事後フォローとして訪問または電話による状況把握をしている。

○認知症支援推進協議会の設立

平成25年度に医師、看護師、民生委員等の医療、保健、福祉等に携わる関係者で構成する「認知症初期集中支援チーム検討委員会」を設立、平成26年度には「認知症支援推進協議会」を設立・移行し、認知症に関する普及啓発、認知症初期集中事業、認知症ケアパス等、認知症支援について協議を進めている。

主な質疑応答

質問 認知症専門医が少ないなか、認知症の早期発見は難しい。認知症初期集中支援チームを設置したことによる実績は。

回答 認知症早期発見は、平成25年度は44件、平成26年度は18件であった。

質問 チーム員会議は月2回の開催であるが、平均会議時間はどの位かかるのか。

回答 初回の方は、アセスメント結果を確認する時間もかかるため、1ケースに約30分、終了ケースは約15分かかる。

質問 平成25年度に44件の認知症の早期発見があったとのことであるが、早期発見、早期診断ができたことによる効果は。

回答 薬の効果か家族の認知症に対する理解による対応の変化によるものであるかは検証できていないが、認知症の行動症状が落ち着いたという事例がある。

質問 認知症早期発見チェックリストについて、合計59点中17点以上のチェックがあると事後フォローの対象になるということであるが、チェック項目により配点が異なっている。チェックされた項目により違いがあるのか。

回答 項目別に1点、2点、5点と配点があり、合計で59点となる。合計が17点以上となった場合に事後フォローの対象となるが、17点以上にならない場合でも、配点が5点の4項目については、いずれか1つにチェックがあった場合は事後フォローの対象としている。

質問 認知症の早期発見・早期対応の重要性について市民理解は進んでいるか。

回答 早期チェックリストの回収率も低く、また、事後フォロー対象者についても医療機関に受診されるケースは少ない状況であり、今後も啓発が必要と考えている。

質問 専門医療機関である嶺南認知症疾患医療センターには特別な設備があるのか。

回答 県から専門医療機関として指定を受け、敦賀温泉病院内に設置している。特別な設備は無いが、専門医が在籍し、地域（専門職や市民）への認知症に関する教育及び相談機能がある。

質問 認知症早期発見チェックリストの配布・回収方法は。インターネットによる回答も可能か。

回答 平成26年度までは特定健診・後期高齢者健診の通知書に認知症早期発見チェックリストを同封していたが、健診を受けられる方は後期高齢者が多いこともあり、早期の認知症を発見するためには、前期高齢者の方に関心を持ってもらうことが必要であることから、今年度から前期高齢者を対象に認知症早期発見チェックリストと生活機能チェックリストの2種類のチェックリストを返信用封筒と併せて通知している。なおインターネットによる回答の予定は無い。

調査結果のまとめ

- ・ 認知症初期集中支援チームの設置や市民への認知症に関する普及啓発等、認知症支援体制づくりを積極的に進められており、今後の支援の姿であると感じた。認知症専門医、認知症サポート医、認知症研修を終了したかかりつけ医による認知症の早期発見、適切な治療ができる医療体制が整備されており、素晴らしいと思った。
- ・ 認知症初期集中支援チームを設置するにあたり、認知症専門医の協力が重要であることから、関市においても認知症専門医や関係機関との連携により、早期に認知症初期集中支援チームを設置するべきである。
- ・ 敦賀市独自のアセスメントツールや認知症早期発見チェックリストの導入により、本人だけでなく家族もチェックができるようになっており、健康なうちから認知症に関する知識を得ることは生活習慣の改善にも繋がっていくことから、良い取り組みだと思った。
- ・ 一人暮らしの方など、周りが気づいたときには認知症が進行していたということもあることから、地域住民が認知症について理解を深め、地域で見守り支えあうネットワーク作りが大切である。認知症支援のため、地域全体でのサポート体制を進める必要があると感じた。
- ・ 関市では社会福祉協議会、高齢福祉課による認知症カフェを開催しており、認知症支援活動が進められている。今後も関係機関などの協力を得ながら、専門チームの設置や支援活動を進めていくべきであると感じた。
- ・ 敦賀市は、認知症専門医や医師会の協力により市全体として認知症支援体制の確立を進められている。各自治体においても認知症支援対策について取り組みがされているが、今後は初期段階の認知症の早期発見による重症化予防とあわせて認知症になる前段階の認知障がいの発見、予防対策についても取り組んでいく必要がある。
- ・ 認知症支援は、本人はもとより家族、そして地域全体で取り組むものであり、今後さらに推進しなければならない課題である。敦賀市は認知症専門医や認知症サポート医が常駐している好条件のもと、良い環境づくりが進んでいる。専門医の確保、医療機関の協力、そして何より地域の意識づけが大事であると痛感した。

視察No.2 シティセールスについて

訪問日時 平成27年8月12日(水) 9時30分～11時00分

訪問先	所在地	滋賀県草津市草津3丁目13-30
	名称	草津市役所
	担当部署	総合政策部企画調整課

説明内容(概要)

○草津市の概要

草津市は、滋賀県の南東部に位置する、面積67.82平方キロメートル、人口約129,000人の都市である。江戸時代は五街道である東海道と中山道の合流地であり草津宿として栄え、現在は東海道本線、東海道新幹線、国道1号、名神高速道路、新名神高速道路など主要交通網を有する滋賀県下で中心的な役割を果たす都市である。

○シティセールスの取り組みの経緯

草津市は、交通アクセスが良く、暮らしやすい住みやすい所であるが、市民意識調査では「生活のしやすさや利便性」「自然の豊かさや風景の美しさ」に次いで「特に自慢できるものはない」という意見が多く得られた。また、インターネット調査によると近畿圏と比較し首都圏での認知度が低く「草津市が知られていない」という実態であった。このような課題に対し、平成23年度に若手職員を中心にしたワーキンググループを設置、地域資源の掘り起こしや他市のシティセールスの取組事例の研究を開始し、平成24年度に基本プランの策定に向け、観光業、ホテル業、商工会議所、マスコミや公募市民等で組織する外部検討委員会を設置し、シティセールス戦略基本プランを策定した。

○シティセールスの基本的な考え方

シティセールスについては、自治体によって定義に違いがあり、草津市では「市民と行政が協働して草津市ならではにこだわった魅力を創出し、市内外に対して魅力を発信する取り組み」という定義のもと進めている。取組期間は平成25年度から平成32年度までの8年間とし、平成28年度までの4年間は前期、平成32年度までの4年間は後期とし、第5次草津市総合計画と連動している。前期は「できることから一歩ずつ」「輪を広げる」「達成感・誇りの共有」を基本姿勢とし、一つでも成功例を見いだし、市民との達成感を共有することを重要視し、市民が参加しやすい仕組み作りを心がけている。

○シティセールスで用いる都市イメージ

シティセールスの戦略手法として、市の独自性を分かり易くするための統一的なイメージやコンセプトの策定というものがあり、草津市では「出会いがあるまち・草津」を都市イメージとして定め、①まちとの出会い(観光・自然・歴史)、②ひととの出

会い（イベント・交流・連携）、③ものとの出会い（名物・ブランド化）、④くらしとの出会い（施策・利便性のPR）の4つの柱立てにより情報発信等、具体的展開をしている。

○シティセールスの推進体制

シティセールスを推進するにあたり、市民・企業・団体等が主体的・自律的に取り組みを行うような体制として、①シティセールス全体の方向性を検討する主体（懇話会組織）、②具体的な事業を実施し、推進する主体（事業推進主体）、③シティセールスの展開及び事業の実施をサポートする主体（サポート主体）の3種類の主体から構成する推進体制を構築した。

- ①懇話会組織…行政及び民間参加者による複数の代表者により懇話会を構成し、シティセールス全体の意見交換を行う。
- ②事業推進主体…事務局を市企画調整課に設置し、民間参加登録者と共に事業を主体的に実施する。
- ③サポート主体…登録制民間サポーター、登録制民間ファンクラブによる間接的な支援を行う。

○シティセールスの主要事業

（1）KUSATSU BOOSTERS（くさつブースターズ）

草津市では一般的な観光大使、PR大使ではなく、KUSATSU BOOSTERSというチームによりPR活動をしている。平成27年8月現在、27組の草津市出身、草津市にゆかりのある、プロ野球選手、歌手等、様々な著名人がメンバーとなっている。各メンバーは、フェイスブックやブログから草津市の情報発信や草津市の各種イベントへの参加等、イメージアップ活動を行っており、今後もメンバーの増員を計画している。

（2）くさつ魅力発信塾

草津市の魅力発信について市民を対象とした塾スタイルのセミナーを開催。平成25年度は全4回、平成26年度は全6回開催している。

平成26年度に魅力発信方法として市民によるCM制作を企画、完成CMは地元のびわこ放送にて約4ヶ月放映、市ホームページに公開をしている。

（3）シティセールス活動認定事業

企業や各種団体等が実施する取り組みに対して、シティセールスの方向性に合致するものを認定し、支援する事業。支援内容は、①シティセールス活動認定事業であることの表示、②市ホームページ・フェイスブック、市広報誌、びわこ放送での事業紹介、③草津市シティセールスファンクラブによる情報発信、④草津市シティセールスサポーターによる事業支援（ボランティア）がある。なお、事業補助金は無い。

（4）草津市公認キャラクター「たび丸」

全国的なゆるキャラブームも落ち着きを見せているなか、より全国へ浸透させるべく、シティセールスの担い手として「たび丸」を積極的に展開している。

県外イベントへの参加、オリジナルポロシャツ・ジャンパーの作成、公用車にたび丸デザインラッピングの貼付、LINEのたび丸スタンプ販売、情報誌関西ウォーカーとの共同企画による市長とたび丸による市の紹介等、PRを実施している。

主な質疑応答

- 質問 シティセールスサポーター、シティセールスファンクラブの登録者数は何名か。また登録制とした理由は。
- 回答 平成25年度から募集を開始し、シティセールスサポーター、ファンクラブ共に現在十数名の登録がある。登録をしなくても認定事業の参加は可能であるが、継続的に市の活動情報をサポーター、ファンクラブにメールで提供するため登録制としている。
- 質問 シティセールス事業の成果は。
- 回答 シティセールスは市の魅力をいかに広く伝えていくかという手法であり、直接的な成果は見えにくい事業であるが、東洋経済新報社の住みよさランキングにおいて近畿エリアで1位であることやシティセールスのホームページアクセス件数の増加、ふるさと納税寄附金額の増加など成果が出ていると考えている。
- 質問 シティセールス活動認定事業について、民間主体は3事業となっている。補助制度創設の予定は。
- 回答 シティセールスは立ち上がりの状態であり、補助事業とした場合の効果や事業者側の支援ニーズの把握等を検証中であり、補助制度の創設には至っていないが、補助制度の創設は、認定事業増加への誘因になると考えている。
- 質問 チーム「シビック・プライド草津」の企業の参加状況は。
- 回答 登録企業は少ない状況であるが、例えば社員食堂で市の地元産野菜を積極的に取り入れるなど協力企業に対してチーム「シビック・プライド草津」への登録を呼びかけている。
- 質問 シティセールスの効果として、ふるさと納税の寄附金額・件数が増加したということだが、寄附があった地域の傾向は。
- 回答 平成25年度の8件、127万円から平成26年度は5,598件、1億2,000万円に増加した。東京、神奈川、千葉と首都圏が一番多く、次いで愛知や大阪といった都市圏からの寄附金が多くなっている。
- 質問 シティセールスにおける観光戦略は。
- 回答 琵琶湖、草津宿などの街道文化があるが、近隣に京都があることもあり、観光面を比較すると弱いところもあるが、相乗効果が得られるよう、草津市に数多くある観光資源を生かしていきたいと考えている。
- 質問 シティセールスを展開するにあたってどのようなイベントを実施しているか。
- 回答 主なイベントとして、草津宿場まつり、草津街あかり華あかり夢あかり、ハス祭、イナズマロックフェスなどがあり、人との交流、出会いの機会の創出をしている。

調査結果のまとめ

- ・LINEのたび丸スタンプの販売を計画されているということで、関市も「関*はもみん」のLINEスタンプを作成し、無料での配布をPRの一つとして取り組むと良いのではないかと感じた。
- ・市の魅力創出、PRに大変力を入れられており、くさつブースターズのようなチームによる情報発信という手法は、関市においても参考になると感じた。また、シティセールスの推進にあたっては、地元企業の協力を期待するところであり、いかに参加を促していくかが課題であると感じた。
- ・シティセールスの基本姿勢として「できることから一歩ずつ」、「輪を広げる」、「達成感・誇りの共有」が掲げられており、事業を継続的に推進していくため、基礎づくりを大切に考え、市民の参加しやすい体制づくりを進められたことにより、シティセールスが市民に定着していると感じた。
- ・他の多くの自治体が人口減少傾向にある中、草津市は大阪、京都の通勤圏にあり、利便性の良さなどから人口増加を続けているが、将来的な人口減少を見据えてシティセールスに取り組まれており感心した。中部北陸の自治体、観光関係団体等と協働した「昇龍道プロジェクト」もあり、様々な機会を通じて地域PRが必要であると感じた。
- ・関市では、関鍛冶伝承館で開催した「エヴァンゲリオンと日本刀展」や地場産業の体験型見学会「関の工場参観日」など市内外へ情報発信をしており、「日本一の刃物のまち」として全国的に名が知られている。現在は、各事業でのPR活動となっているが、シティセールスという一つの大きな形で関市の魅力を発信していくことも考えてはと感じた。
- ・ふるさと納税について、シティセールスと一体となって実施されるようになってから、寄付金額・件数が大幅に増えたことにインパクトを受けた。関市にも地域資源が多くあることから、シティセールスのような取り組みについて考えていく必要があるのではないかと感じた。