

認知症バリアフリー企業 へのメッセージ

共生社会実現へのパートナーシップ

認知症の人と家族の会 共同代表 和田誠

2025年11月21日

なぜ、今、企業にメッセージを伝えるのか

認知症は「自分ごと」

認知症は誰もがなりうる病気です。
会場の皆様の中にも、認知症の方やそのご家族がいらっしゃるかもしれません。
認知症を「対岸の火事」ではなく、『**自分ごと**』として捉えていただくことが、すべての始まりです。

企業との接点での困難

買い物、金融取引、交通機関など、企業との接点での理解不足や接遇上のギャップが、認知症の人や家族の『**社会的な孤立**』を深めています。

企業の力が不可欠

「共生社会」の実現には、行政や医療、介護だけでなく、商品・サービスを提供する企業の皆様の力が『**不可欠**』です。

社会の意識はどのように変化したか？

過去10年間で、認知症の人と接する機会が増加しています。
これは**社会における認知症への関心の高まり**と、
高齢化社会の進展を反映しています。

平成27年9月

56.4%

令和元年12月

62.2%

令和7年8月

60.5%



依然として半数以上の国民が認知症の人と接する機会を持っており、認知症は決して遠い存在ではなくなっています。

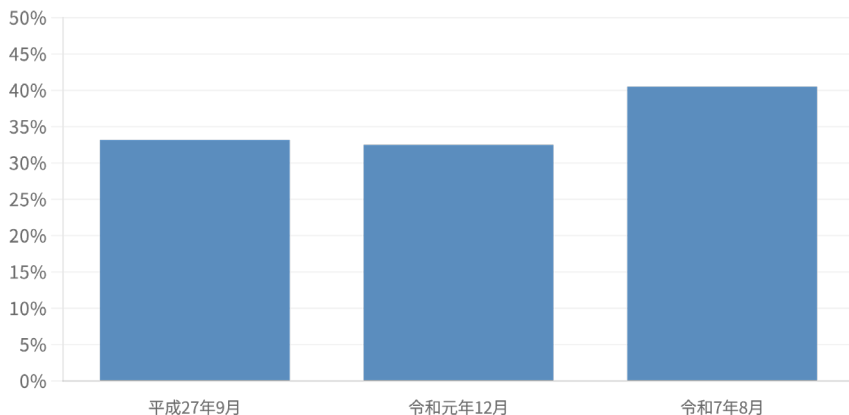
令和7年9月 内閣府「認知症世論調査」より

認知症に対する「イメージ」の変遷

社会における認知症に対するイメージが大きく変わっています。**肯定的なイメージが増加し、悲観的なイメージが減少する傾向が見られます。**

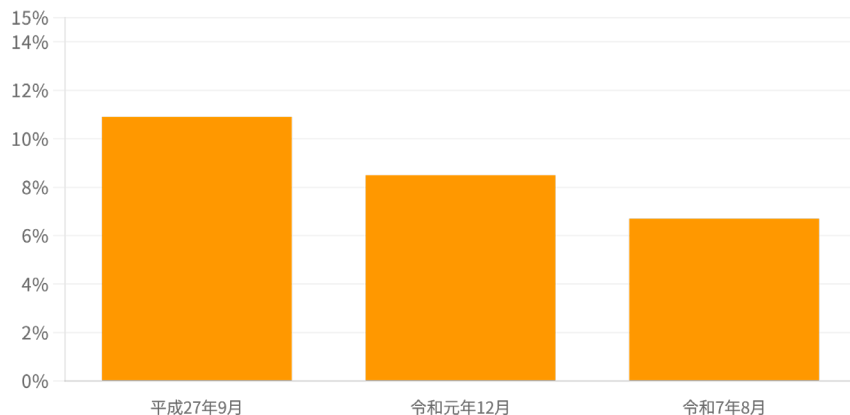
肯定的イメージの増加

「周りのサポートを利用し地域で生活できる」

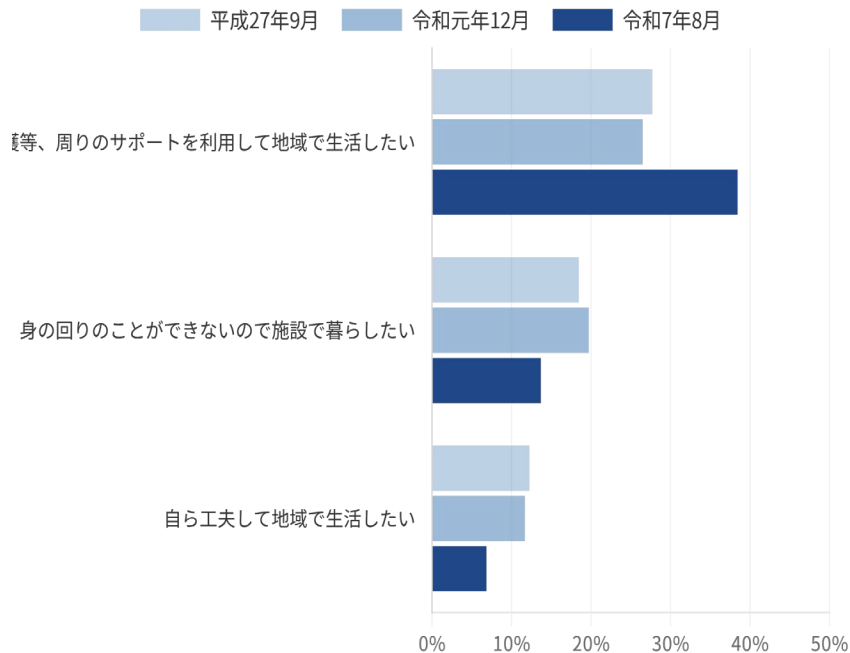


悲観的イメージの減少

「症状が進行してゆき、何もできなくなってしまう」



認知症になっても「地域で暮らしたい」という強い希望



医療介護等、周りのサポートを利用して地域で生活したい

42.1%

↑ H27比 +11.8%

認知症になった場合の暮らしの希望として、「医療介護等、周りのサポートを利用して地域で生活したい」という選択肢を選ぶ人が大幅に増加しています。

施設で暮らしたい

H27年: 20.2%

R7年: 15.0%

↓ -5.2%

地域での生活を望む傾向が強まり、適切なサポート体制があれば、認知症になっても地域社会の中で生活を継続したいという国民の強い願いが表れています。

認知症への正しい理解

一人一人異なり、グラデーション上に存在する

認知症の多様性

認知症の型によって症状が異なり、軽度から重度まで段階的に変化します。

「できること」と「できないこと」が混在

・重要な認識： 認知症＝何もできない、ではありません。

買い物で品物は選べても、支払い方法がわからなくなる

過去の記憶は鮮明だが、さっき食べたことを忘れる

家族の顔は覚えていても、今日が何月何日かわからない

診断までに時間がかかっている現実

認知症の兆候に気づいてから、医療機関を受診するまでに平均

9.5ヶ月 かかります。

15
ヶ月

兆候から
確定診断まで

そして確定診断までには、さらに時間がかかり、合計で

15ヶ月以上 の期間が経過してしまいます。

これは、変化に気づいてから **1年以上が経過**
して、ようやく診断に至っているということです。

この長い期間の間に、本人と家族の困難はどんどん深刻化していきます。

診断を遅らせる4つの大きな壁

38.7%

本人の受診への抵抗

「本人が受診に行きたがらなかった」という回答が最も多くを占めています。

心理

病気を認めたくない心理

「年齢のせいだと思っていた」「そのうち治ると思っていた」という認識が障害になります。

25.9%

専門科受診への抵抗

偏見が根強く残っています。

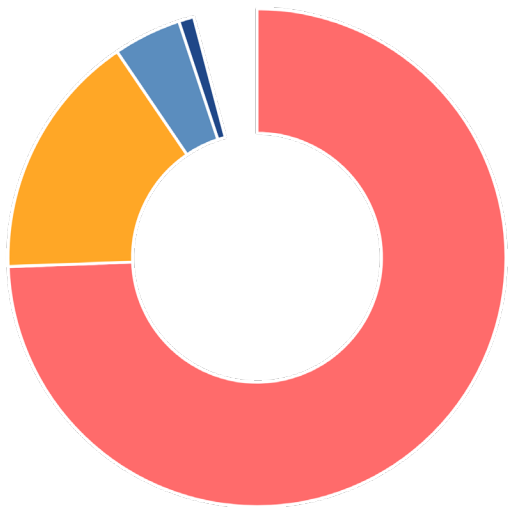
16%以上

医療機関の選択が不明確

「どの医療機関を受診すればよいか分からない」という声が多くあります。

法整備の現状と認知度の課題

令和5年に認知症基本法が成立しましたが、国民への認知度は依然として低い状況が続いています。



■ 法成立を知らない ■ 成立のみ知る ■ 成立・内容ある程度知る ■ 成立・内容詳細

成立・内容詳細	1.0%
成立・内容ある程度知る	4.5%
成立のみ知る	16.4%
法成立を知らない	75.8%

課題：法整備が進む一方で、国民への浸透が大きな課題です。認知症基本法の内容と意義についての啓発活動の強化が急務です。

診断後も「自分らしく」生きるための 企業の役割

本人の想い

診断後も「自分らしく生きたい」という強い想いを抱えています。

周囲のサポートがあれば、メモやスマートフォンの活用などで、独立した生活を継続することは可能です。

社会参画の場があることで、自己効力感が高まり、希望を持って暮らせます。

家族の葛藤

介護と仕事の両立(ビジネスケアラー)の困難。

- 仕事に何が起こるかわからないという不安が常にあります
- 社会的な偏見や隔離による心理的負担も大きい

企業の支援制度や認知症フレンドリーなサービスが強く求められています。

企業が直面する「認知症の時代」の現実

2025年

472万人

認知症のひと推計人数

2030年

318万人

介護と仕事を両立するビジネスケアラーの見込み

企業への影響

従業員が認知症本人や家族になる可能性が高まり、**離職リスク**や**生産性の低下**に直結します。

市場機会の視点

顧客としても、認知症の人や家族のニーズを無視することは、大きな市場機会の損失につながります。

結論:リスクマネジメントであり、成長戦略である

認知症への理解は、企業のリスク管理であると同時に、新たな市場開拓と顧客満足度向上への成長戦略でもあります。

介護家族の深刻な負担

5～10 年
介護期間

43.5%
一人で
介護している

41%
仕事を
辞めざるを得ない

介護家族が直面する具体的な困難

- ・行方不明や暴言への対応による疲労
- ・精神的なストレスと孤立感
- ・自分の時間がない状況
- ・同じことを何度も聞かれるストレス
- ・身体的な負担と疲弊
- ・外出ができず、眠れない日々

成功事例に学ぶ「当事者参画型イノベーション」

当事者の声に耳を傾けることが、革新を生みます。

オレンジイノベーション・プロジェクトでは、多くの企業が当事者との対話からイノベーションを生み出しています。

YKK

ファスナーの工夫

認知症の人でも開けやすい、ユニバーサルデザインのファスナー開発により、衣類の着脱が容易になりました。

豊島

衣料品の工夫

色分けされたボタンホールなど、着脱を容易にする衣料品開発。視覚的な工夫で、自分で着替えることが可能になります。

KAERU

決済サービスの工夫

使いすぎを防げるプリペイドカード型の決済サービス。認知症の人が安心して買い物ができる環境を実現しました。

リンナイ

生活家電の工夫

当事者との対話から生まれた、使いやすく安全な家電設計。日常生活の質を向上させる工夫が施されています。

認知症の人との対話から生まれた製品やサービスは、すべての人にとって使いやすいユニバーサルデザインへと進化します。

認知症の人や家族に対して何ができるか



認知症の人や家族とともに何ができるか

これが私の考える「共生社会の実現」です。

企業に期待する3つの具体的なアクション

共生社会を「ともに創る」ためのロードマップ

1

認知症を「自分ごと」として
理解する

従業員全体への認知症サポーター養成講座の実施など、企業全体で理解を深めてください。

2

「当事者の声」に耳を傾ける

商品・サービス開発、業務改善のプロセスに、認知症の人や家族を積極的に参画させてください。

3

「自分らしく暮らせる」商品・サービスを創る

スローショッピングの導入、ヘルプカードへの対応など、業務改善やスタッフの接遇向上に具体的に取り組んでください。

企業力なしに、 共生社会は実現 しません

認知症になっても「自分らしく地域で暮らす」ことは可能です。

そのためには、企業の皆様の理解と工夫が不可欠です。

私たちの願い

当事者の声に耳を傾け、対話し、私たちと一緒に、認知症になってからも安心して暮らせる社会を共に創っていきましょう。

パートナーシップの継続

認知症の人と家族の会は、引き続き皆様とのパートナーシップを大切に、共生社会の実現に向けて歩んでいきます。