

令和6年度障害者総合福祉推進事業
製品化した支援機器の販売継続に関する実態及び
障害当事者への普及・購入に関連する要因の分析調査

支援機器普及のポイント

—障害当事者に支援機器を届けるために—

2025年3月
株式会社日本総合研究所

障害者自立支援機器の開発に取り組む企業の皆様へ

障害者が自立した日常生活を送り、社会参加するためには、支援機器は欠かせないものです。

支援機器の開発促進を目的として、さまざまな開発助成事業が行われております。
海外で行われている支援機器開発プロジェクト（Patiant@home）によって
開発された機器の市販化率は23.1%であり、国内においても同じような状況とされています。

一方で、**長期にわたって販売が継続している支援機器**や、**広く普及している支援機器**も存在します。

そこで、本ポイント集では、支援機器開発に取り組む企業の皆様に向けて、
支援機器の普及に向けた工夫事例や工夫のポイントを紹介した
「支援機器普及のポイントー障害当事者に支援機器を届けるためにー」を
作成しました（以降、「本ポイント集」）。

本ポイント集を通じて、支援機器の販売継続・普及に少しでもお役に立てることができたらと考えております。
ぜひ、開発に関わる皆様にご一読いただき、ご活用いただければ幸いです。

本ポイント集は、支援機器開発企業に対するアンケート調査・ヒアリング調査、
および検討委員会での議論を通して作成しました。

本ポイント集における支援機器の定義

本ポイント集では、支援機器を以下のとおり定義しています。

補装具や日常生活用具の範囲にとらわれず、
障害者の生活を支援する幅広い範囲を包含する機器の総称。

※デジタル、ICT、AI、ロボット技術等といった最先端の要素技術が含まれる機器も範囲に含まれる。

※医療専門職が使用する医療機器については対象外とする。

主に、下記の機器が含まれます。

- **義肢装具**（義手、義足、上肢装具、体幹装具、下肢装具など）
- **パーソナルケア関連用具**（トイレ用具、スロープ関連用具、入浴用具、更衣用具など）
- **移動機器**（誘導用ツール、杖、歩行器、車いすなど）
- **家事用具**（炊事用具、飲食用具、掃除用具など）
- **家具・建具・建築設備**（ベッド、手すり、スロープ、座位保持装置など）
- **コミュニケーション・情報支援用具**（文字盤、人工喉頭、補聴器、眼鏡、拡大読書器、拡大鏡、点字器、警報機、報知器、服薬リマインダー、カレンダー、タイマー、記憶支援用具、代替入力装置、キーボードなど）
- **操作用具**（遠隔制御用システム、リーチ延長用具、スイッチなど）
- **環境改善機器・作業用具**（照明コントロール機器など）
- **就労および就労支援機器**（就労用機械・用具など）
- **レクリエーション用具**（スポーツ用具、おもちゃなど）

製品化した支援機器の普及を実現するためのポイント

普及実現に向け、7つのポイントを押さえましょう

製品を
知って
もらう



1 当事者が利用する情報収集手段や所属するコミュニティを活用し、認知を広げよう



2 当事者を身近で支える支援者にも製品を知ってもらおう



3 給付判定を行う機関にも製品の価値を伝えよう

製品に
興味を
持って
もらう



4 製品を使って暮らしが豊かになった当事者のストーリーを広めよう



5 “福祉”らしさを超えた製品デザインとプロモーションとなるよう工夫しよう

製品を
買って
もらう



6 製品の魅力をお試し・デモを通して体感してもらおう



7 個々の当事者に応じた適合（フィッティング）を行える体制をつくろう

企画・開発段階から押さえておくべきポイントもあります

企画・
開発

- 障害当事者のリアルなニーズ・課題を、企画・開発・販売のすべての段階で確認しよう
- 給付制度を活用した製品とするのか、企画段階から入念に検討しよう
- BtoCにとどまらず、多様な主体から収益を生むビジネスモデルを構築しよう
- 他の障害領域や高齢者、一般向け、海外への展開も視野に入れよう

1 当事者が利用する情報収集手段や所属するコミュニティを活用し、認知を広げよう

支援機器分野特有の普及障壁

- 一般的な情報媒体では、当事者の情報収集が困難な場合があります。
- そのため、一般製品と同じ周知手段では情報が当事者に届かない場合があります。

普及を実現するためのポイント

- 当事者が利用する情報媒体や、当事者が所属しているコミュニティを通じて周知すると、認知を広げることができます。
- 例えば、展示会や当事者団体への参加を通じて最新情報を取り入れている方がいます。
- 近年では、障害特性に応じたSNSを使って情報収集する当事者の方も増えています。例えば、視覚障害者は、YouTube等の動画サイトを活用している場合が多いです。
- 当事者が利用する情報媒体をリサーチすることも重要です。



支援機器開発企業の声

当事者同士の絆は非常に強いです。「この人が勧めてくれる製品であれば使ってみたい」と思われているような“当事者インフルエンサー”に製品を使ってもらい、認知度を高めていきました。

(聴覚障害者および一般向け機器開発企業)

視覚障害当事者は、検索サイトだけではなく動画サイトで情報を検索し、さまざまな情報をインプットしていることを、ヒアリングを通して知りました。そのため、YouTubeでの発信に注力しています。

(視覚障害者向け歩行支援アプリ開発企業)

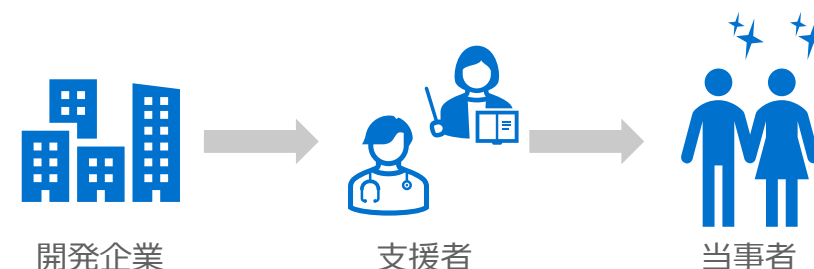
2 当事者を身近で支える支援者にも製品を知ってもらう

支援機器分野特有の普及障壁

- リハビリテーション専門職や特別支援学校職員、就労支援事業所職員などといった当事者を身近で支える支援者も、最新の支援機器について十分把握していないケースが多いです。

普及を実現するためのポイント

- 当事者を身近で支える支援者は、当事者と開発企業をつなぐ中間ユーザーです。
- 中間ユーザーに製品を知ってもらうと、中間ユーザーから当事者に製品を紹介してもらえる場合があります。
- 展示会や学会への参加を通して、中間ユーザーとのつながりを構築しましょう。
- その際、製品の有効性に関するエビデンスを示すことも重要です。



支援機器開発企業の声

SNSで当事者に対する情報発信を積極的に行っているリハビリテーション専門職の方に製品を取り上げてもらったことで、当事者の認知が大きく広がりました。

(嚥下姿勢保持用具開発企業)

リハビリテーション専門職から信頼を獲得できたのは、論文掲載がきっかけです。利用効果や性能・品質のエビデンスを積み重ねたことが、功を奏しました。また、製品に関心のあるリハビリテーション専門職が集まって情報交換ができるよう、オンライン・オフラインでのコミュニティの場を作っています。

(義肢装具開発企業)

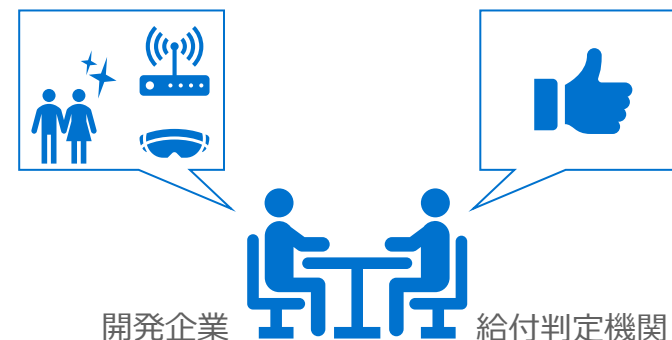
3 給付判定を行う機関にも製品の価値を伝えよう

支援機器分野特有の普及障壁

- 日常生活用具給付等事業や補装具費支給制度の給付判定を行う機関が、製品を制度対象外と判断した場合、当事者はその製品の購入時に補助を受けることができません。

普及を実現するためのポイント

- 市区町村や更生相談所といった**給付判定を行う機関に積極的にアプローチ**し、製品を認知してもらうことが必要です。
- 支援機器開発企業へのアンケートによると、**自治体への情報提供や意見交換**を行っている企業が複数みられました。
- 製品概要や有用性、費用対効果等に関する情報を伝えることで、製品の価値を理解してもらえることがあります。
- 当事者も巻き込んでアプローチすることも有用**です。



支援機器開発企業の声

障害当事者から要望を受け、給付判定を行う機関に当事者と一緒に訪問し、製品の価値を訴えています。

(聴覚障害者向け番組受信機開発企業)

支援機器の給付制度がある日本は、ほとんどの国よりも恵まれていると考えています。
制度を活用していくことは、支援機器開発企業にとって極めて重要だと思います。

(肢体不自由者向けアクセシビリティツール開発・販売企業)

4 製品を使って暮らしが豊かになった当事者のストーリーを広めよう

支援機器分野特有の普及障壁

- 製品情報を説明されただけでは、個々の当事者のニーズを満たすものか、困りごとを解消するものかがわかりにくい場合があります。

普及を実現するためのポイント

- 製品の活用状況を当事者から聞き取り、**収集した活用事例をホームページやパンフレット等に掲載する**ことが効果的です。
- 重要なのは、単なる製品紹介ではなく、製品を使うことで**当事者の生活がどう変わったのかをストーリーで示す**ことです。
- 支援機器開発企業へのアンケートによると、支援機器の使用の実例や好事例をホームページやSNSで公開しているのは、販売継続中の機器では約 6 割だったのに対し、販売中止した機器では 4 割以下でした。



支援機器開発企業の声

製品販売後も当事者と密につながり、生活の変化を聞き取っています。そして、ホームページやパンフレットには、製品を使って暮らしが豊かになった当事者のストーリーを前面に押し出して紹介しています。

(肢体不自由者向けアクセシビリティツール開発・販売企業)

購入者に、製品の活用方法を当社ホームページに投稿してもらっています。当社製品を使って作製した自助具や、それによってできるようになった動作などをシェアすることで、購入を検討している方が具体的なイメージを持てるようにしています。

(自助具自作用ツール開発企業)

5 “福祉”らしさを超えた製品デザインとプロモーションとなるよう工夫しよう

支援機器分野特有の普及障壁

- 当事者は生活を豊かにする便利グッズを求めているため、“福祉”らしさを感じる製品デザインやプロモーションだと興味を持たれづらいことが多いです。

普及を実現するためのポイント

- 近年では、障害らしさ・福祉機器らしさを感じさせる製品や広報は、当事者の方に刺さらないことが多くなってきました。
- 一般製品と同様、当事者の方を引き付けるような製品デザインやホームページ・パンフレットとなるよう工夫すると効果的です。



支援機器開発企業の声

一般製品と同じように見せることは勇気がいります。しかし、いわゆる福祉機器の見た目だと、当事者の方に選んでももらえません。なので、わくわくする見せ方・デザインを心がけています。

(肢体不自由者向けアクセシビリティツール開発・販売企業)

当社製品の購買者は、当事者とともに、家族であるケースも多いです。購買層ごとに製品キャッチコピーを変え、メッセージを伝えていくことが重要だと考えています。

(カレンダーアプリ開発企業)

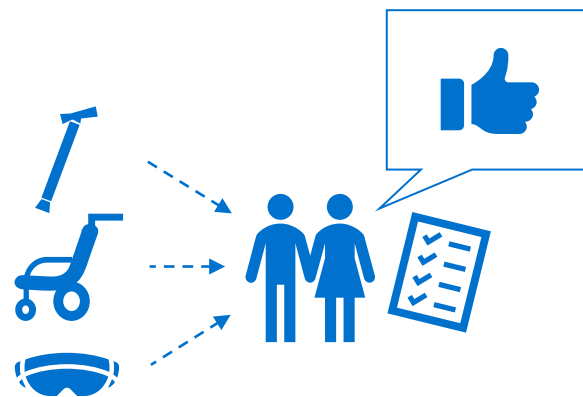
6 製品の魅力をお試し・デモを通して体感してもらおう

支援機器分野特有の普及障壁

- 当事者が実際に支援機器を見たり触れたりする機会が限られています。そのため、**購入前に製品詳細を知ってもらえなかったケースや、購入後に製品が生活に合わずに使えなかった、というケース**が少なくありません。

普及を実現するためのポイント

- 当事者に、自身に合った製品を継続して利用してもらうためにも、**当事者や中間ユーザーが納得したうえで購入してもらう**必要があります。
- デモ機の貸出など、**実際に製品を試してもらう機会**を設け、製品を理解してもらったうえで販売を行うようにしましょう。
- 試してもらう機会を獲得するためにも、展示会や学会なども有効活用しましょう。



支援機器開発企業の声

まずは、自施設で使えるかどうか試してもらうことが最も重要だと考えています。
展示会でデモ機を紹介すると、お試し利用したいという連絡があることが多いため、そこを糸口に繋がりを作っています。
(移乗支援機器開発企業)

インターネットを通して購入希望があったとしても、まずは使い勝手を確認してもらったうえで買ってもらっています。
試すタイミングがないまま購入し、使い勝手が悪いと評価されてしまうと、これまで積み上げてきたものが崩れてしまいます。
(視覚障害者向け筆記具開発企業)

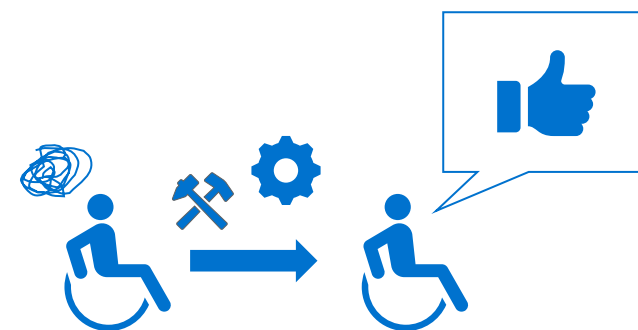
7 個々の当事者に応じた適合（フィッティング）を行える体制をつくらう

支援機器分野特有の普及障壁

- 個々の障害者に応じて支援機器を**適合（フィッティング）**したうえで使用しないと、**十分な効果を発揮できない**場合がほとんどです。

普及を実現するためのポイント

- 障害者の特性・個性はさまざまであるため、個々の当事者に応じて適合（フィッティング）することが不可欠です。
- 当事者のニーズと状況のアセスメントしたうえで**製品を調整**すること、そして、利用開始後もメンテナンス等の**継続的なフォローアップを行う体制**を整えましょう。
- また、当事者を身近で支援している支援者に、**製品の特性や調整方法を理解してもらう**ことも重要です。



支援機器開発企業の声

製品自体がこれまでにない変わった形状であるため、リハビリテーション専門職と会話をしながら、当事者に合った形状になるようにカスタマイズしています。

（嚥下姿勢保持用具開発企業）

当事者支援団体と連携し、製品の使い方が分からない方を対象とした製品講習会を開催する予定です。単なる体験会にとどまらない取組を行うことで、製品を日々活用するユーザーを増やしたいと思っています。

（視覚障害者向け歩行支援システム開発企業）

a 障害当事者のリアルなニーズ・課題を、企画・開発・販売のすべての段階で確認しよう

- ・ 障害当事者の課題・ニーズが千差万別かつ複雑であることが、支援機器分野の特徴です。
- ・ 企画段階はもちろん、実証段階のモニター評価を通して改良を繰り返すことが不可欠です。
- ・ 支援機器開発企業へのアンケートによると、障害当事者との共同開発を行っているのは、販売が継続できている機器では29%だったのに対し、販売中止した機器ではわずか5%でした。
- ・ 障害当事者のニーズを俯瞰的に把握することに長けた人材（リハビリテーション専門職等）とタッグを組むことも有効です。

当事者の困りごとを把握するために、ボランティアとして当事者支援を行いました。その経験をベースに、開発プロジェクトを進めました。

（視覚障害者向け歩行支援機器開発企業）

当初はアプリに機能を盛り込んでいましたが、当事者や支援者のベ数十名へのオンラインヒアリングやベータ版アプリ配布を通して製品をテストしてもらい、機能をそぎ落としていきました。

（視覚障害者向け歩行支援アプリ開発企業）

b 給付制度を活用した製品とするのか、企画段階から入念に検討しよう

- ・ 日本における支援機器の販売・普及は、給付制度と切っても切り離せない関係にあります。
- ・ 制度を活用した製品として参入するのか、それとも給付制度外の製品として売り出すのかによって、販売戦略が大きく異なります。
- ・ 日常生活用具給付等事業や補装具費支給制度といった制度について調査を行い、ビジネスプランを事前検討しておくことが不可欠です。

ゲーム用の支援機器は比較的低価格であり、またゲーム自体が自費で購入されるものであることから、給付制度を利用せずに自費で購入してもらえる可能性がある当初から予想していました。

（肢体不自由者向けアクセシビリティツール開発・販売企業）

製品の価格設定は非常に悩みました。他社製品の価格とともに、制度対象となることを見越した設定が必要でした。

（聴覚障害者向け番組受信機開発企業）

c BtoCにとどまらず、多様な主体から収益を生むビジネスモデルを構築しよう

- ・ 当事者以外を費用負担者とするビジネスモデルを構築することで、多様な主体から収益を得ることができます。
- ・ 例えば、合理的配慮の観点から、当事者が働く企業や普段の活動・生活の場である公共施設や店舗等が支援機器を導入するケースもあるため、企業や行政から対価を得るビジネスも想定されます。

アプリやソフトウェアは無料で使えることが当たり前、と一般消費者から捉えられていることもあるため、当事者ではなく、歯科医から使用料をもらうビジネスモデルとしました。

(発達障害児向けシステム開発企業)

法人向けに特化した販売を行っています。
主な顧客は、聴覚障害者を雇用している企業の人事部や、大学の障害学生支援課です。

(聴覚障害者向けコミュニケーションシステム開発企業)

d 他の障害領域や高齢者、一般向け、海外への展開も視野に入れよう

- ・ 特定の障害領域の国内市場は小さいため、収益化が困難になる場合が少なくありません。
- ・ ある障害領域のニーズを満たす製品は、別の障害領域や高齢者、一般消費者にも適用できる可能性があるため、横展開の検討も重要です。
- ・ ただし、当初から対象像を広げすぎると製品コンセプトがぼやけてしまうため、留意が必要です。
- ・ また、海外に目を広げると市場規模が広がりますが、当事者の特性や製品企画が異なるケースがあるので、事前調査が必須です。

会議の文字起こしは、聴覚障害者のみならず、ビジネスパーソンに対しても価値があるため、文字起こしツールとしての一般展開も行っています。

(聴覚障害者向けコミュニケーションシステム開発企業)

企画段階から国内外の市場規模を試算し、海外展開を前提に置いた製品企画・開発を進めています。障害分野であっても、海外に目を向けると市場規模は大きいと捉えています。

(視覚障害者向け歩行支援システム開発企業)

こんな工夫を行う企業もあります ー普及段階編ー

多面的な製品価値を訴求する

- ・ 聴覚障害者が会話の内容を十分に理解できず、周囲の人々がフォローしなければならない状況があることがわかりました。そこで、製品の価値を「聴覚障害者のコミュニケーション促進」ととどまらず、「聴覚障害者の業務効率化や生産性向上」にも重点を置くようにしました。（聴覚障害者向けコミュニケーションシステム開発企業）

当事者同士の紹介制度を導入する

- ・ 視覚障害者の方々は同じ症状を持つ友人や知り合いが多いため、その方々が満足して紹介する商品に対しては安心感を持ちやすいようです。そのため、既存ユーザーが製品を知人に紹介すると割引を受けられることができる紹介制度を導入しました。この制度により、顧客獲得コストを抑えることができます。（視覚障害者向け歩行支援機器開発企業）

同じ課題に取り組む企業と連携して、製品群の価値を広める

- ・ 他の視覚障害者向け機器開発企業と協力して実証実験を行っています。同じ課題に取り組む企業との協力を通して、歩行支援機器という「製品群」としての価値を広めたいと思っています。（視覚障害者向け歩行支援機器開発企業）

有効性のエビデンスを構築する

- ・ 医療機関と共同研究を行い、製品の有効性に関する論文執筆や学会発表を行っています。（ゲーミフィケーションシステム開発企業）

製品以外の派生素素にもこだわる

- ・ 実際に販売すると、製品を箱から取り出して使用し始める、というプロセスに多くの課題があることに気づきました。そのため、開封後の詳細な手順を示すメールを発送直後に送ることにしました。（視覚障害者向け歩行支援機器開発企業）

自社製品と他社製品とのセット販売を行う

- ・ 企業にはさまざまな障害を持つ当事者が在籍しているため、特定の障害を対象とした製品は導入しづらいです。そのため、言語障害のある方向けの製品と聴覚障害者向けの製品を組み合わせるようなビジネスモデルもありうると考えています。（聴覚障害者向け機器開発企業）

こんな工夫を行う企業もあります ー企画・開発段階編ー

当事者や支援者とともに共創して製品を開発する

- ・リハビリテーション専門職養成校の学生に製品活用場面のアイデアを考えてもらうワークショップを行いました。（自助具自作用ツール開発企業）
- ・クラウドファンディングを通して製品を購入した当事者には、次のモデルを無料で提供するという仕組みを導入しました。フィードバックを通じて製品改善に貢献していると実感してもらうことで、共創しているという意識を持ってもらいました。（視覚障害者向け歩行支援機器開発企業）

既存ハードウェアと連携する製品を開発する

- ・以前はハードウェアも含む機器を開発していましたが、視覚障害者の大多数がスマートフォンを使用しているというデータがあることを知りました。そのため、既存のスマートフォンで使えるアプリ開発に舵を切りました。（視覚障害者向け歩行支援アプリ開発企業）

障害者支援に強い想いを持つ開発・生産パートナーを見つける

- ・障害領域に想いを持つソフトウェア技術者と協業パートナーになったことで、開発が一気に加速しました。（発達障害児向けシステム開発企業）
- ・商社との調整では、障害のある方が使うものであり、世間一般の仕入れとは異なるものだ、ということを繰り返し伝えました。障害のある方に対して貢献したい、という思いを前面に出して交渉を行いました。（聴覚障害者向け番組受信機開発企業）

プラットフォームとしてのビジネスモデルを構築する

- ・視覚障害者のニーズは、移動・外出にとどまりません。今後は、さまざまな企業の製品・サービスと連携したプラットフォームの構築を目指しています。（視覚障害者向け歩行支援アプリ開発企業）

自社の要素技術を他企業に提供する

- ・歩行支援アプリに搭載されている障害物検知技術は、自動運転にも応用可能性があります。（視覚障害者向け歩行支援アプリ開発企業）

ユーザーとの密な継続コミュニケーションを通じた製品改良を行う

- ・利用者の声を、インタビューや電話、メールを通して聞き、製品改善プロセスをできる限り早くしています。使用頻度が高いユーザーは、影響を与えるインフルエンサーとなり得るため、積極的にコンタクトを取っています。（視覚障害者向け歩行支援アプリ開発企業）

事業実施概要

1. 検討委員会の設置・運営
- 右記の4名からなる検討委員会を設置し、調査内容や調査結果の整理・活用に関して確認・助言を得た。
検討委員会は全3回実施した。
2. 先行研究等の調査
- 支援機器の販売・普及の実態および課題の仮説を構築するため、先行研究等の調査を通して、支援機器を手にするまでのプロセスを障害領域ごとに整理した。
3. 支援機器開発企業向けアンケート調査
- 支援機器開発後の製品化、市販化、販売継続等の状況を把握するため、支援機器開発事業者に対するアンケート調査を実施した。
4. 支援機器開発企業向けヒアリング調査
- 支援機器開発事業者に対してヒアリング調査を行い、支援機器開発後の製品化、市販化、販売継続等のポイントを聴取した。
5. 支援機器の普及促進に資するポイントの整理
- 上記の調査・検討を踏まえて、「支援機器普及のポイントー障害当事者に支援機器を届けるためにー」を整理した。

有識者検討委員会 委員一覧

五十音順・敬称略

氏名	所属先・役職名
井上 剛伸	国立障害者リハビリテーションセンター研究所 福祉機器開発室長
五島 清国	公益財団法人テクノエイド協会 企画部 部長
小林 大作	株式会社アシテック・オコ 代表取締役
中村 靖彦	アビリティーズ・ケアネット株式会社 専務取締役
オブザーバー	厚生労働省 社会・援護局 障害保健福祉部 企画課 自立支援振興室
事務局	株式会社日本総合研究所 リサーチ・コンサルティング部門

※事業の詳細な実施事項は、報告書をご覧ください。

令和6年度障害者総合福祉推進事業
製品化した支援機器の販売継続に関する実態及び障害当事者への普及・購入に関連する要因の分析調査

支援機器普及のポイント

ー障害当事者に支援機器を届けるためにー

2025年3月

株式会社日本総合研究所
リサーチ・コンサルティング部門
高齢社会イノベーショングループ

〒141-0022 東京都品川区東五反田 2-18-1 大崎フォレストビルディング
TEL : 080-4175-0397 FAX : 03-6833-9480