

「新しい介護食品（スマイルケア食）」の提供方法に  
関する基本的考え方  
（事業者等向けガイドライン）（案）

平成 27 年〇月

介護食品のあり方に関する検討会議  
提供方法に関するワーキングチーム

## 目 次

本ガイドラインの位置づけ、対象事業者について	1
1 スマイルケア食の提供時の配慮事項	2
(1) 「スマイルケア食の選び方」の活用	
(2) 提供におけるスクリーニングの実施	
(3) スマイルケア食の販売時における配慮	
(4) 消費者への情報提供	
(5) 購入しやすい環境づくり	
2 「スマイルケア食の提供時の配慮事項」の実現を図るために、取り組むことが望ましい事項	
○業態共通した取組	3
○業態ごとの個々の取組	
(1) 配食サービス等の食事支援	3
(2) 食品製造業者	4
(3) 流通事業者（ドラッグストア、薬局、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、通信販売等）	
① 流通事業者に共通して実現できると望ましい事項	5
ア 売場の展開方法	
イ 販売の際の情報提供	
ウ 購買者の分析	
② ドラッグストア・薬局	6
③ コンビニエンスストア・スーパーマーケット	7
④ 通信販売	7
（付録1）「新しい介護食品（スマイルケア食）」の選び方	9
（付録2）「新しい介護食品（スマイルケア食）」の分類ごとの主な提供方法（イメージ図）	10
（参考1）嚙むこと・飲み込むことの評価・サポートに関する専門職の役割の整理	11
（参考2）ドラッグストア等の販売員向けガイド	12
（参考3）店頭での活用の参考となる栄養・嚙下に関するスクリーニングのツールの例	13

## 本ガイドラインの位置づけ

今後、高齢社会が更に進展すると予測される中で、「新しい介護食品（スマイルケア食）」（以下「スマイルケア食」という。）が必要な方々の手に届くような環境をより実現していくためには、「スマイルケア食」の提供に関わる各事業者等が、自ら実践できることについて、積極的に取り組んで行くことが期待される。

このガイドラインは、介護食品のあり方に関する検討会議「提供方法に関するワーキングチーム」における議論等を踏まえ、「スマイルケア食」の普及のために、「スマイルケア食」を提供する各事業者が取り組むべき課題について、各事業者が共通して取り組むことが望ましいこと、それぞれの事業者の業態に応じて取り組むことが望ましいことに分類し、整理したものである。

なお、利用者が何を選べばよいかを選びやすくするための基準となる「新しい介護食品（スマイルケア食）の選び方」（以下、「スマイルケア食の選び方」という。）（P9参照）では、噛む力、飲み込む力の目安が定性的にしか示されていない。今後、さらにスマイルケア食の製造・販売をする事業者を増やしていくためには、定量的な基準の策定、測定方法の標準化等が課題となる。こうした課題解決の状況に応じて、本ガイドラインも改訂を行うこととする。

また、「スマイルケア食の選び方」で示した各分類を表すマークを使用し、商品の製造や販売を行う際に、配慮すべき点や、講じるべき点等についても、別途、検討を進め、Q&Aを策定する等の対応を行うこととする。

## 対象事業者について

「スマイルケア食」の普及は、食品業界の事業者だけが取組を行っても十分ではなく、「スマイルケア食」に関係する医療・介護等の関係者との連携が不可欠である。従って、本ガイドラインの対象事業者は、「スマイルケア食」の提供を行う食品製造業者、食品小売・サービス事業者等の食品業界の事業者とするが、関係者間の連携の参考となるよう、これらの事業者の取組に付随して必要となる医療・介護等の関係者の取組についても触れることとする。

## 1 「スマイルケア食」の提供時の配慮事項

### (1) 「スマイルケア食の選び方」の活用

「スマイルケア食の選び方」の分類名を、医療・介護等の関係者が安心して要支援・要介護者等にスマイルケア食を勧めることができるようにするため、また、スマイルケア食を必要とする人やその家族が安心してスマイルケア食を購入できるようにするためのツールとして、病院、介護施設、店頭等のあらゆる場の共通言語として利用する。

その際、消費者が、学会、病院、施設等で定められた分類※、「嚥下食ピラミッド」やユニバーサルデザインフード等の既存の分類等について混同せず、分かりやすく商品選びができるツールとなるような活用を心掛ける。

具体的には、提供側のスタッフが、「スマイルケア食の選び方」を用いて分類及びそれに応じた商品を説明できるようにするとともに、医療・介護等の関係者も、スマイルケア食を必要とする人が適切に自分に合った分類を選べるよう説明を行う。

※（一社）日本摂食嚥下リハビリテーション学会嚥下調整食分類 2013 等

### (2) 提供時におけるスクリーニングの実施

スマイルケア食を提供するにあたって、個々の健康・栄養状態等に応じた商品の提供が行えるよう、業態によっては簡易なスクリーニングの実施や、食事記録の共有等により、スマイルケア食を必要とする人に適切な商品が提供できるようにする。

### (3) スマイルケア食の販売時における配慮

スマイルケア食の販売には誤えん等への配慮が必要な場合もあるため、商品の販売者が、消費者に注意を払うべき点を説明できるようにする。

### (4) 消費者への情報提供

スマイルケア食が必要な人に、その必要性が認知されるよう、バランス良く十分な量の食事を食べていくことが健康の維持にとっては大切であり、それが介護予防につながること、スマイルケア食を必要とする人の家族の介護の負担軽減に有効であること等を発信し、幅広い世代の人に知ってもらおう。

### (5) 購入しやすい環境づくり

スマイルケア食が高齢者だけでなく、一時的にでも、嚥むこと、飲み込むことに問題を抱える人たちも含めて抵抗なく利用してもらえるよう、「介護」という色が強くなり過ぎないような提供方法をとるとともに、スマイルケア食を他の食品と垣根のない商品に位置づける。そのために、バリエーションを豊富にし、パッケージや売場等を工夫し購買欲のわくような提供方法をとる等の取組を進める。

また、独居又は高齢者のみの世帯が増加し、自ら店舗に行くことが難しい人が増える中でもスマイルケア食を利用してもらえよう、食品へのアクセスの確保に努める。

## 2 「スマイルケア食の提供時の配慮事項」の実現を図るために、取り組むことが望ましい事項

### ○業態共通した取組

業態横断的に共通して実現できると望ましい事項は以下のとおりである。

- ・ 消費者に、スマイルケア食を抵抗感なく利用してもらえよう、例えば、風邪や歯の治療中など、一時的にでも噛むこと飲み込むことが難しい人の利用についても視野に入れるなど、工夫して商品の提供を行う。
- ・ 飲み込む機能が低下している人に対しては、誤えんの危険性があること、専門家の診断（参考1（p11）参照）を受けた上で購入する必要があること、万が一誤えんした際は速やかに医師に相談すること等を、商品パッケージ、売場、パンフレット等で情報提供する。
- ・ 商品パッケージ、売場、パンフレット、カタログ等を「スマイルケア食の選び方」で示す分類に応じて商品が購入しやすいようにする。
- ・ 商品の提供だけでなく、年齢を問わず、バランス良く十分な量の食事を摂る必要があり、それが介護予防につながることで、噛むこと・飲み込むことに問題がある場合は低栄養につながる恐れがあること等を売場、パンフレット、HP等において情報提供する。
- ・ 既に民間で作成されている食事内容を記録する手帳等を参考に、スマイルケア食を利用する人が「スマイルケア食の選び方」のどの分類の食品を日常的に食べているのか、食の好みや食べられる量はどのくらいなのかを関係者間で把握をし、個々の状態に応じたスマイルケア食が提供できるよう努める。

### ○業態ごとの個々の取組

#### （1）配食サービス等の食事支援

配食サービス等の食事支援事業者は、スマイルケア食の利用者に直接接するだけでなく、食事の摂取状況等の情報を入手することが可能であることも活用し、利用者の状況に応じたきめ細やかな対応を行う事が期待されている。

～既に実践されている例もあるが配食サービスの取組としては以下のような取組を期待

- ・ 配達員に対し、スマイルケア食に関する研修等を行い、食に関する相談に対応できるように努める。
- ・ 特に、初めて配食サービスを利用する人に対しては、食事に関する簡易なスクリーニングを行うことにより日常的な食事の摂取状況に関する情報を入手し、必要に応じて専門家への相談を勧める。

- ・ 配食サービスが持つ、利用者と直接対話ができるという特性を活用して、食事の配達時に安否を確認すると共に、容器の回収も含めて、どのような食事をどれだけ食べられたかを確認し、周囲の人や地域包括支援センターをはじめとする専門機関と共有すること等により、利用する人の栄養改善につなげるよう努める。
- ・ 地産地消や旬の食材を活かし、地域の郷土料理をメニューに活かした配食の提供にも努める。
- ・ 地域に密着した配食サービスとして、近隣の高齢者の介護予防を図るために、元気な高齢者に配食サービスへ参画してもらい、元気なうちから「食」への理解を深めてもらう機会を提供するなどといった取組と一体して事業に取り組むことも検討する。
- ・ 業界全体の取組として、飽きの来ない食事が継続できるよう、複数の配食サービス業者の中から好きなメニューが選択出来るような仕組みを作ることが望ましい。

## (2) 食品製造業者

食品製造業者がバラエティに富んだ多種多様なスマイルケア食を製造することが、スマイルケア食を利用する人の選択肢を増やし、スマイルケア食の市場拡大にもつながることから、食品製造業者のスマイルケア食の開発に向けた積極的な取組が期待されている。

～既に実践されている例もあるが食品製造業者の取組としては以下のような取組を期待

- ・ 商品の表示に関しては、積極的に栄養成分表示を行い、利用者が必要な栄養を摂取できるようにする<sup>\*</sup>。その際、エネルギー、たんぱく質等が栄養素等表示基準値に対し、どの程度をカバーしているのかを食品ごとに示すことが望ましい。

<sup>\*</sup>食品表示法に基づく新たな食品表示制度案においては、原則として栄養成分表示が義務化されることとなっている。しかし、一部の食品においては、栄養成分表示が省略できるという方向で検討が行われている。なお、スマイルケア食においては、全てのものに栄養成分表示がなされるのが望ましい。

- ・ 開発が期待される具体的な商品例としては以下の通り。
  - ◇ 食事の量が減ることにより不足しがちな栄養素を補うことができる食べやすい商品
  - ◇ やわらかさや食感、具材の大きさ等に配慮した商品
  - ◇ 毎日食べても飽きないように工夫し、玉子焼き等のポピュラーな商品から「ハレの日」のための高級な商品等、幅広い商品
  - ◇ 地産地消や旬の食材を活かし、地域の郷土料理をメニューに活かした商品
  - ◇ 各家庭で味付け等の工夫ができる一部調理済み食品（加熱処理済み食品等）な

ど加工度の低い商品

- ◇ 保存性が高いフリーズドライ等の商品
- ◇ 若い人向けのヘルシーな食品としても提案できる商品
- ◇ パッケージの開けやすさ、少量包装、使い勝手の良さ等を考慮した商品
- ◇ 消費者の購買意欲をより喚起するような、中身の見えるパッケージの商品
- ・ 開発された商品が幅広い利用者の手に渡るようにするためには、消費者が抵抗感なく商品を購入できる環境を作る必要があり、おむつや薬の近くの売場ではなく、食品の売場で販売されるよう、食品製造業者側からも積極的に売場の提案を行うことが望ましい。

### (3) 流通事業者（ドラッグストア、薬局、スーパーマーケット、コンビニエンスストア、通信販売等）

多種多様なスマイルケア食を消費者に販売する流通業者は、スマイルケア食が消費者に広く認知されるために「スマイルケア食の選び方」の分類別に分かりやすく、購入しやすい環境づくりを進めることが期待される。

#### ① 流通事業者に通じて実現できると望ましい事項

様々な流通の場において共通して実現できると望ましい事項は以下のとおりである。

##### ア 売場の展開方法

- ・ スマイルケア食が必要な人が、スマイルケア食を店内で見つけやすいよう、食品売場、例えばレトルト食品コーナー等に置く。
- ・ スマイルケア食の普及を図るには、種類が少ない、おいしくない、値段が高い、カロリーが少ないという先行したイメージを払拭する必要があるため、例えば、売場等で試食してもらうなどといった、消費者に興味を持ってもらう機会を検討する。

##### イ 販売の際の情報提供

- ・ 腎臓病、糖尿病、高血圧症といった食事に配慮が必要な疾病を抱えた人には、医師、管理栄養士等の指導の下に食事をとる必要があり、スマイルケア食を必ずしも推奨できないことに注意する等、安全かつ有効な摂取方法に配慮した情報提供を行う。
- ・ 消費者からスマイルケア食の説明を求められた場合にも適切に対応できるよう、スマイルケア食について説明できる販売担当者を各店舗に配置するよう努める。
- ・ 複数のメーカーの商品が売場では1つのコーナーで販売されることを想定して、スマイルケア食がそれだけで1食分の食事として利用するのみではなく、1品・2品追加するために活用されたり、不足しがちな栄養素を補うことを目的として活用されたりするこ

とが多い、といった様々な商品の使い方を情報提供する。

#### ウ 利用者の分析

- ・ 新しい市場としてスマイルケア食を拡大するには、例えば、利用者の年齢や、健康状態等による購買傾向の違いや、POSデータを活用してスマイルケア食がどのような商品と共にどんな人に購入されているのか等の情報を、必要に応じてメーカー等と共有し、市場拡大への分析に努める。

#### ② ドラッグストア・薬局

薬剤師等や登録販売者がいるチェーンドラッグストアは、専門的な相談を受けられることも多く、「スマイルケア食」に関する情報等を提供しやすい環境にあるため、チェーンドラッグストアが先行してスマイルケア食の普及に積極的に取り組んで行くことが期待されている。

～既実践されている例もあるがドラッグストア・薬局の取組としては以下のような取組を期待

- ・ 店員は参考2（p12）も参考にして、「スマイルケア食の選び方」を使って、利用者が自分に合った商品が選択できるよう説明を行う。
- ・ この際、「飲み込みに問題がある」の判断ができず、専門機関での診断を受けたことがない人に対しては、例えば、薬剤師、登録販売者や従業員等が簡易なチェック（参考3（P13）参照）を行い、必要に応じてかかりつけ医等の専門家に相談することを勧める。
- ・ チェックの結果、嚥むこと、飲み込むことに問題のない人や、専門家の診断を受け、「スマイルケア食の選び方」のどの分類に該当するのかが、食事の内容を記録する手帳等で把握できる人に対しては、薬局又はドラッグストアがその人に適した食品を提供できるような仕組みを作るよう努める。
- ・ ドラッグストア・薬局の薬剤師、登録販売者や従業員等は、スマイルケア食に関連した地域の相談機関や専門家等とのネットワークを図るよう努める。
- ・ スマイルケア食の普及をドラッグストア・薬局が先行して図るためには、事業者団体において、専門家の協力を得てドラッグストア等の販売員向けガイドを参考に販売マニュアルの作成や、スマイルケア食に関する研修を行う等により販売員等を育成し、「スマイルケア食アドバイザー（仮称）」として各店舗に配置することが有効である。
- ・ 抵抗感なく購入してもらおう環境を作るために、紙おむつ等が置かれている介護用品売場ではなく、食品やサプリメントコーナーの一角等に売



場を設ける。

- ・ スマイルケア食を必要とする人に対し、なるべく栄養価の高いものを摂取することだけではなく、食事や運動で疾病の重症化を防止することが重要ということをまず店頭で徹底して伝える。

### ③ コンビニエンスストア・スーパーマーケット

コンビニエンスストアやスーパーマーケットは、年齢、性別を問わず、あらゆる人が頻繁に利用するため、スマイルケア食を多くの人に知ってもらうような売り場の展開等が期待されている。

～既実践されている例もあるがコンビニエンスストア・スーパーマーケットの取組としては以下のような取組を期待

- ・ 例えば、風邪や歯の治療中で、一時的に食欲が落ちたり、噛むこと、飲み込むことが難しくなった人が使用することも想定して売場を展開すること等によって、シームレスな食品として位置づける。
- ・ 食事の選択が限られた人でもバリエーションを増やせるよう、市販品に一工夫加えたレシピの提案等を行う。この際、既存のキッチンコーナーなどを有効活用する。
- ・ スマイルケア食の魅力を伝えるために、例えば、試食を行ったり、コンシェルジェのような人を置いたりして、アドバイスが受けられる仕組みを作る。
- ・ 店舗まで足を運ぶことが困難な人が増加している中、スマイルケア食を必要とする人に届ける手段として、例えば、ネットスーパーを開設し、インターネット、FAX、電話で注文を受け付ける仕組みを作るなど、必要に応じて、通常以外の販売方法も検討する。その際に、例えば、関係機関と連携し、配達時に見守り活動を行うなど、新たな事業形態も積極的に検討する。
- ・ 一方で、配達を頼むより自分で取りに行きたいという人もいることを踏まえ、安否の確認や運動も兼ねてスマイルケア食を取りに来てもらうという方法での提供も行う。

### ④ 通信販売

通信販売は、種類が豊富で商品の選択肢が多いため、個々の状態に応じた商品が選択できるよう整理を行い、注意事項等を分かりやすく記載する等、安心して利用できる環境づくりが重要である。

～既実践されている例もあるが通信販売の取組としては以下のような取組を期待

- ・ 顧客が自分にとって適切な食品を選択できるよう、対象によってカタログ

グを分けて提供したり、カタログに掲載する商品を対象ごとに色分けして紹介する等、誤認防止の工夫を行う。

- ・ 医師や歯科医師等の専門家の相談を受けてない利用者に対しては、カタログを提供し、それを医師に見てもらった後に再度注文してもらうという方法をとる等の工夫を行う。
- ・ 特にインターネットでの販売の際は、記載方法に問題がないよう、法令を遵守して販売する。