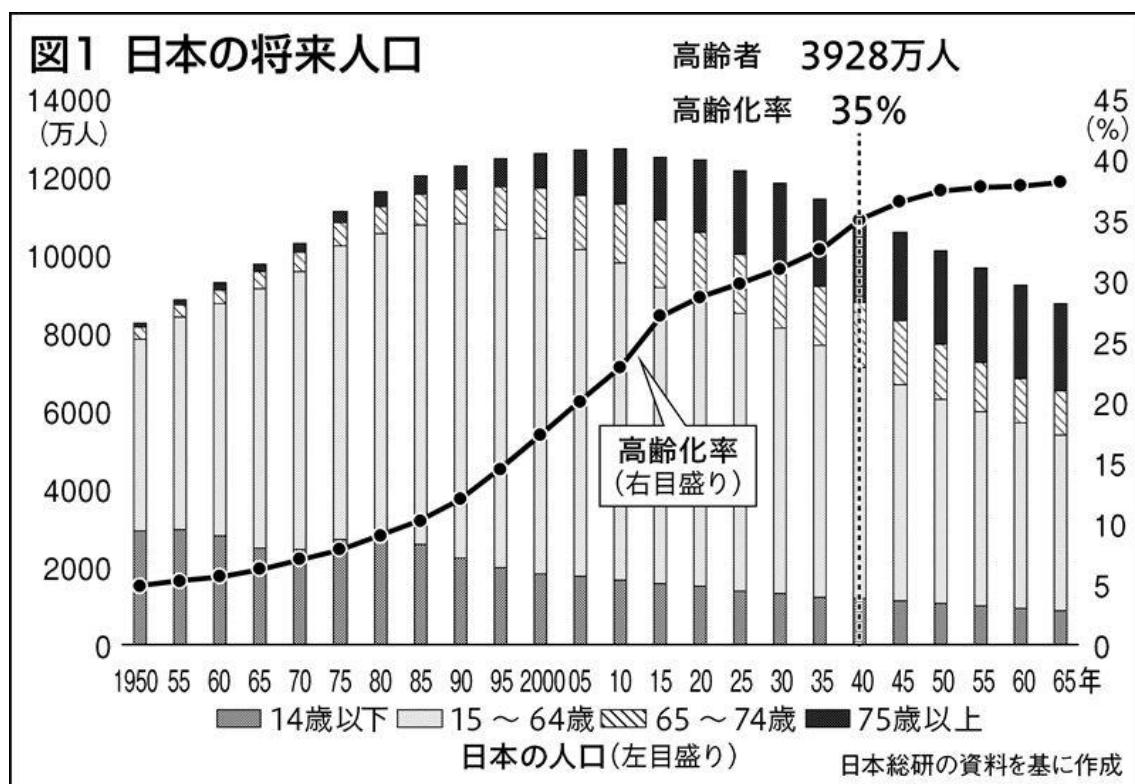


産業 TREND／縮小社会ニッポンの航海図（2）“超・超高齢化社会”は新事業の好機

暮らし支援 成長モデル

2025年には団塊世代が75歳以上となり、介護が必要な高齢者が増える見込みだ。2040年には高齢者人口は約4000万人に迫り、高齢化率は35%に達すると予測される。高齢化率が21%を超える社会が「超高齢社会」と定義されるが、そのはるかに上をいく高齢社会が到来することになる。

介護に新興参入進む

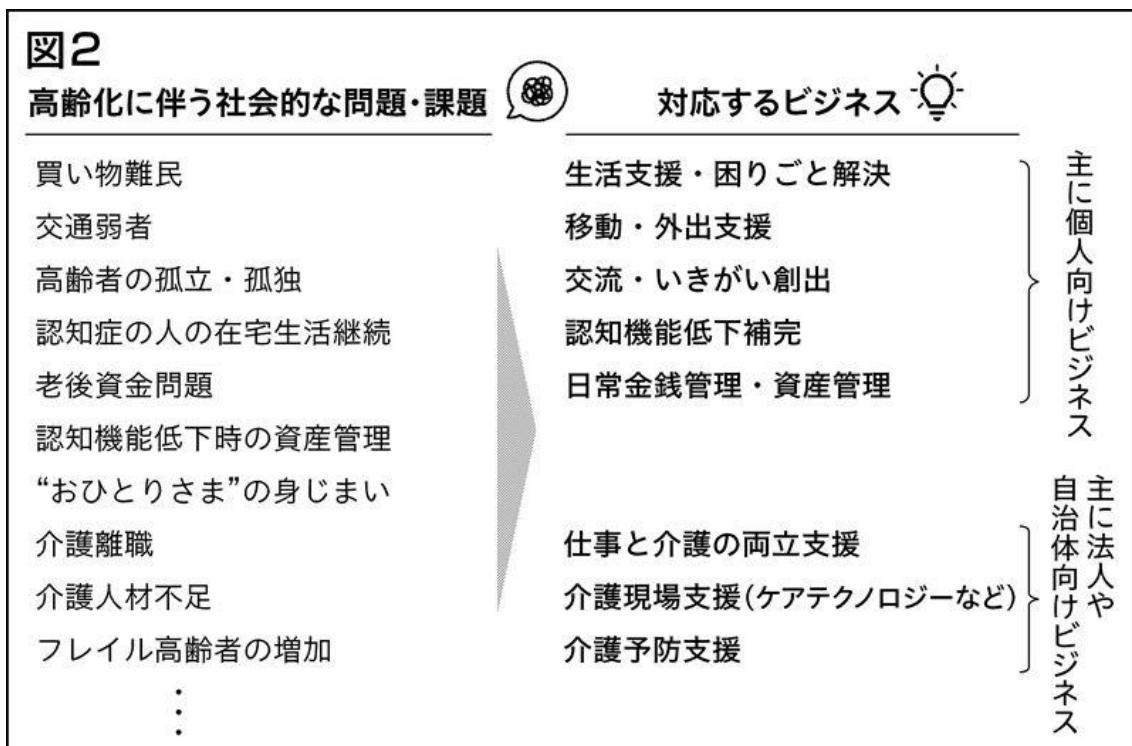


すでに高齢化に伴う課題は顕在化しており、単身世帯や老老世帯の増加により、かつては家族が担っていた移動や買い物の不便を感じる高齢者が増えている。食料品のアクセスに困難を抱える75歳以上高齢者は566万人に上り、75歳以上高齢者の31%を占めると推計される。認知症および軽度認知障害の人の数は25年時点で既に1000万人を超えており、40年には1200万人規模に達すると推計される。単身世帯の増加とも相まって、認知機能低下によって生活上有課題を抱える高齢者は増えていく。

家族側も仕事と介護の両立は大きな課題であり、30年には家族介護をしながら働く人が約318万人に達し、経済損失は約9兆円に上るとされる。介護が必要な高齢者を支える担い手不足も深刻だ。40年度には22年度と比べて57万人増の約272万人の介護職

員が必要とされる中、23年度には介護職員数が減少した。全産業で賃金水準が上昇している中、介護報酬によって処遇が左右される介護業界における人材確保は厳しさを増している（図1）。

しかし、これらの課題は見方を変えれば、ビジネスチャンスである。課題を抱える主体が多いほど、それを解決するためのビジネスの市場が成長する可能性を秘めているからだ。実際、さまざまな領域で成長するビジネスが出てきている（図2）。



第1に挙げられるのは、独居高齢者らの「暮らしの困りごと解決」である。家の片付けや通院の同行など、従来は家族がやっていたであろうことが、市場サービスとして成長しつつある。これまでNPO法人や住民ボランティアが主な担い手であったが、営利事業として幅広いプレーヤーが取り組み始めている。

SOMP Oケアやツクイなどの介護事業者が関連事業として取り組むほか、ダスキンなどの大手企業に加えて、スタートアップの参入も進む。急な依頼や長時間の介護など公的介護保険では対応できないニーズに対して、ヘルパーや看護師などの資格保有者を派遣するイチロウ（東京都渋谷区、水野友喜社長）は、9月に10億円規模の資金調達を成立させており、投資家や市場関係者からの注目度も高い。

25年2月にはこれらの公的保険外サービスの民間事業者による業界団体「介護関連サービス事業協会」も発足し、業界自主ガイドラインの策定やそれに基づく認証制度が開始されるなど、業界としての基盤整備が始まつつある。

また、高齢者の暮らしにおける大きな課題の一つである免許返納後の移動についても、ビジネスでの解決を目指す動きがある。代表例は、アイシンが提供する「チョイソコ」というオンデマンド型の乗り合い送迎サービスだ。利用者は指定された停留所から乗車し、他の利用者と乗り合わせながら最適な経路で目的地へ向かうことができる。この運用にかかる費用は、利用者と自治体に加え、地域の企業などが「エリアスponsサー」となり協賛金を支払う形で負担することで、事業としての持続可能性が担保されている。①移動が難しい高齢者が出かけたい時に出かけたい場所に出かけられる②sponsサーとなった企業はそれまで集客できていなかった高齢者に来てもらうことができる③自治体は住民の交通手段確保の費用を削減できる—という「三方よし」のモデルとなっており、全国の自治体で導入が進んでいる。

「生きがい」 社会参加促す

これらの暮らし困りごとに加え、いかに高齢者が「生きがい」をもって生きられるか、という点も課題である。他国に比べて、長生きしたいと思う人が少ない、過去に比べて生きがいを感じる高齢者が減っている、といった調査結果もある。老いることをポジティブに捉えられないことは、高齢化が進むわが国においては由々しき事態だ。これに対して、介護保険の内外で、高齢者の「生きがい」「活躍・社会参加」に関わるビジネスが成長している。要支援・要介護者は既に700万人を超え、小学校の児童数を超える巨大市場となつており、訪問理美容やネイルサービス、介護旅行など、公的介護保険の対象外となる趣味や余暇の部分を保険外サービスの形で提供する企業の成長が目立つ。

また、介護保険サービス事業者の中でも、「できないことを支援する」のではなく、「できること」に着目し、就労などの社会参加を活動の中核に据える事業者が出てきている。例えば、DAYS BLG！（東京都町田市、前田隆行代表）というデイサービスでは、認知症などで要介護認定を受けた高齢者が自動車販売店の洗車やフリーペーパーのポスティングなどの「仕事」を行い、有償ボランティアとして謝礼を受け取る。まだ少数派ではあるが、こうした事業者が全国に広がりつつあるなど、介護の形も少しづつ変わり始めている。

課題解決と収益両立 「商助」のススメ

高齢化に関わるさまざまな課題に対して、政府や自治体も民間企業のビジネスの力に期待を寄せる。高齢者が住み慣れた地域で自分らしく暮らし続けるための地域包括ケアシステムの構築が各地で進められているが、課題も多い。単身世帯の増加で「自助」の力が弱まり、ボランティアによる「互助」も担い手不足だ。

「共助」も介護人材不足が続いている、特に訪問介護のヘルパー不足は深刻である。人口減少と高齢化が進む中で、生活保護などの「公助」の拡充は期待しにくい。そこで期待されるのが、民間企業の製品・サービスの提供を通じて、高齢者の生活上の多様な課題を解

決する「商助」の考え方だ。前述のような高齢者向けに特化したビジネスだけでなく、スーパーなどの小売業、薬局・ドラッグストア、フィットネス事業者、交通事業者、金融機関などの幅広い事業者が商助の担い手になり得る。高齢化率が35%に迫る時代においては、既存の事業・製品・サービスを高齢者が使いやすいものにすることは、顧客獲得・利用継続というビジネス上の意義も極めて大きい。従来、高齢化というと、地域の見守り等のCSR（企業の社会的責任）の文脈でとらえられることが多かったが、企業は、収益事業としてCSV（共有価値の創造）の見地から取り組むべきだ。

実際、買った荷物を持ち帰るのが負担だという高齢者の声を受けて、購入商品の無償配達サービスを導入し、集客と購入単価の向上につながる、といった例もある。接客などにおいて認知症の人でも使いやすい店づくりを行い、地域から支持されているコンビニエンスストアもある。

商助を実現するには企業が行政や福祉関係者と共に課題認識と目標を持ち、課題解決と持続可能な事業収益の両立に取り組むことが求められる。愛知県豊明市のように、住民と企業の間に立ち、企業の事業創造・展開を支援する自治体もある。

ウエルシアが各地で展開する移動販売では、ルート設定や市民への告知、自治帰途の調整などを自治体が担い、持続可能な事業展開につなげている。経済産業省では、こうした産業と福祉関係者・自治体との連携による事業モデルを「産福協創」と呼び、その普及を進める（図3）。

図3 「地域の高齢者福祉課題解決」と 「事業収益確保」の両立を実現する **「産福協創」**

①持続可能な地域福祉の実現



②地域資源開発 機能の強化

③地元産業の 活性化

高齢化の進展は数少ない成長産業の誕生でもある。日本と同様に世界各国でも高齢化が進行する中で、日本で生まれたビジネスを国際的に展開できる可能性も秘めている。企業は、

高齢化をビジネスチャンスと捉え、市場の未充足なニーズを積極的に捉える姿勢が求められる。今後、多くの業種において、行政や福祉関係者の課題を理解しながら、高齢者の身体機能や認知機能の低下という特性を踏まえた事業展開やマーケティング戦略が不可欠なものとなるだろう。

**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部長
紀伊信之**

きい・のぶゆき 京大卒業後、日本総合研究所入社。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部長。民間企業の事業開発支援等を経て、高齢者・介護分野の調査研究・コンサルティングに従事。