

# 創発 Mail Magazine

創発は‘インキュベーション’のプロ集団。-問題解決のための新しい戦略・進化-

当メールマガジンは、日本総研/創発戦略センターの研究者と名刺交換させていただいた方に配信させていただいています。>> [登録解除はこちら](#)  
当メールマガジンは、HTML形式で配信させていただいております。うまく表示されない方は>> [こちらからご覧ください](#)

[日本総研/創発戦略センター](#) | [研究員紹介](#) | [セミナー・イベント](#) | [書籍](#) | [掲載情報](#) |

創発戦略センターの研究者は現場での活動を重視しています。  
地方創生で新しい事業が生まれている日本各地だけでなく、成長著しいアジアのフロンティアまで。  
今週の記事もそれら研究者が現場で感じた内容満載です。ご覧ください！

## 1. Ikuma Message

・[電力自由化で真に求められるもの](#)

## 2. 創発Eyes

・[タイ・ベトナムにおける日本企業の成長投資の場づくり](#)

## 3. 連載\_次世代交通

・[第4回\\_ワンウェイ方式のカーシェアリングは、なぜ日本で普及していないのか](#)

## 4. 連載\_シニア

・[第4回\\_ギャップシニアの日常生活](#)



創発戦略センター

所長

[井熊均](#)

## IKUMA Message

### 電力自由化で真に求められるもの

4月から電力小売りの全面自由化が始まるためか、最近、テレビ、ラジオ、新聞、雑誌からの依頼等が増えています。今回自由化される対象市場規模が8兆円ということもあり、産業界の関心も高まっています。過去自由化された範囲でも電力料金は下がっていますから、今回の自由化でも、参加企業間の切磋琢磨で需要家のメリットが増えることになるでしょう。

ただし、どこの会社が一番安い、といった料金比較に注目が集まり過ぎていることが気になります。省エネが普及したことで日本の電力需要は減っています。また、燃料の殆どを海外に依存する日本では、本来事業者の電力の原価に大きな差はありません。こうした市場で価格だけの競争が広まれば、体力のある事業者がシェアを高め、市場はいずれ寡占化することになるでしょう。価格偏重の競争には、競争の果てに事業者が価格を低下させるモチベーションを落とす、という矛盾があるのです。

期待したいのは異業種間のコラボレーションです。ポイントを付与する、スポーツチームを応援する、特定の地域でのファンを増やす、等々色々なアイデアが出ているのが日本の自由化の特徴です。こうした動きが広がれば、自由化が内需を後押しする効果も期待できるのではないのでしょうか。技術的に見ても、電力が異業種とコラボレーションし顧客向けのシステムを組み上げることで、関係する分野でのIoT(Internet of Things)が具現化されるでしょう。

規制緩和は日本にとって成長に向けた大事な種です。価格だけの競争に陥ることなく、コラボレーションで付加価値を生み出せば、8兆円市場の自由化は日本

に大きな果実をもたらすはずで



創発戦略センター  
マネジャー  
副島 功寛

## 創発eyes

### タイ・ベトナムにおける日本企業の成長投資の場づくり

2015年末、アセアン経済共同体（AEC）がスタートし、アセアンは新たな時代を迎えました。一人あたりGDPなど経済面での格差、宗教など社会制度における多様性、新興国としての成長性を併せ持つAECの今後の発展に注目が集まっています。そのなかでもメコン地域は、世界人口の過半を占めるマーケットであり、巨大な成長市場である中国・インドと隣接し、地政学的な要衝となっています。これまで日本企業の拠点投資の多くはタイに集中してきました。その結果、分厚い産業集積が実現しました。ただ、昨今では政府の優遇政策も背景に、現地開発拠点や地域統括拠点への投資が増加しています。こうした変化は、産業構造の高度化としてタイの人々から歓迎されています。AECスタート後もこの基調は変わらないでしょう。

一方、人件費の上昇や政情、洪水等への備えもあり、周辺国への投資の分散も進んでいます。タイからの分散投資の受け皿のひとつが、ベトナムです。9000万を超える人口、タイに対する相対的な人件費の低さや人材の質等から、投資拠点としての魅力が高まっています。タイと比べて産業の集積が弱く、裾野の狭さが課題とされていますが、例えばベトナム南部では、日本電産やサムスンといった企業の集中投資が進み、近年では精密機器、家電等の生産部品の高度化と供給先の多様化も促されて、産業の裾野に変化が見られつつあります。ベトナム商工省も2016～2025年を対象に、裾野産業に対する支援プログラムを策定しており、こうした動きを後押しする意向です。

タイで産業の高度化が進み、その付加価値がベトナムへと波及していくこうした動きが一体的に進んでいけば、日本企業の域内サプライチェーン形成も進むでしょう。とはいえ、日本企業がタイで現地開発拠点への投資を行う、あるいはベトナムでより高度化な生産拠点への投資を行う際に、各々の事業活動を支援する環境が現地側で十分には整っていないことも事実です。数多くの工業団地が開発されていても、有能な人材の供給を担保する都市機能、安定した基盤インフラや個社の活動に即したビジネスサービスなどを、日本企業に提供できる事業者がほとんどいないのが実態です。現地側で不足する機能を担える日本の事業者が、現地事業者と共同で事業を立上げ、進出する日本企業をサポートする状況が、早急に求められています。

日本総研は、タイ・ベトナムにおいて、タイの有力デベロッパーであるアマタコーポレーションが進めるサイエンスシティ開発やハイテクパーク開発を支援しています。ここでのミッションは、他の日本企業とコンソーシアムを形成して、日本企業の現地活動をサポートする機能を備えた産業エリアの開発を実現することです。今後の産業発展の中核エリアであり、日本企業の成長投資の場となるタイ・ベトナムにおいて、日本の技術・ノウハウを活かした開発プロジェクトの推進に、今後も取り組みたいと思います。

## 連載プログラム

## — 次世代交通 —

第4回 ワンウェイ方式のカーシェアリングは、なぜ日本で普及していないのか  
街中で「カーシェアリング」の看板を見かけることが多くなった。カーシェアリ



創発戦略センター  
コンサルタント  
[泰平 苑子](#)

ング事業には、車の借受場所と返却場所が同じ「ラウンドトリップ方式」と車の借受場所と返却場所が異なる「ワンウェイ方式（乗り捨て方式）」とがあるが、日本のカーシェアリング事業の多くは、ラウンドトリップ方式を採用している。他方、近年、海外で注目されているのが、ワンウェイ方式のカーシェア事業である。本稿では、ワンウェイ方式のカーシェアリングは、なぜ日本で普及しないのかを考えてみたい。

ダイムラーが欧米を中心に積極展開し、成功しているカーシェアリング事業Car2Goはワンウェイ方式の代表だ。Car2Goは、許可された域内の路上であればどこでも乗り捨て可能なフリーポート型で、ワンウェイ方式の中でも極めて利便性が高い。しかし、路上駐車が認められていない国・都市では、フリーポート型は実施できないため、Car2Goの展開は、ドイツ・イタリア・オランダ・アメリカなど路上駐車が認められている国が、条例等によってフリーポート型を承認している自治体の区域内かに限られる。日本の場合、路上駐車できるような道路は極めて限られるため、フリーポート型は実現不可能だ。このことがまず、ワンウェイ方式のカーシェアリングが日本で普及していない理由である。

他にも、ワンウェイ方式を阻む法律上の制約がある。日本でカーシェアリング事業を行う場合、法律上はレンタカー事業と位置づけられる。レンタカー事業者としての登録には、貸渡しのための有人の営業所を置いた上で（道路運送法）、「使用の本拠の位置」を定める必要があり（道路運送車両法）、有人の営業事務所（配置事務所）の設置が義務づけられている。また、車両の保管場所は、「使用の本拠の位置」から2km以内（車庫法）であることが求められる。

そもそも、こうした法律の存在から車両が登録された車庫以外に返却されるワンウェイ方式は許容されてこなかったのである。もっとも、2014年の国土交通省の通達により、無人の借受場所であってもITの活用等により利用状況や整備状況を的確に把握できるなら、ワンウェイ方式を採用できるようになる規制緩和が実現した。この通達により、オリックス自動車とメルセデス・ベンツ日本、駐車場管制システムのアマノは、国内初のワンウェイ方式のカーシェアリング「smaco（スマコ）」を開始したが、2015年9月末にはこのサービスの運用を終了してしまう。大手カーシェアリング事業者はワンウェイ方式を実証に留め、今でもステーション固定型のラウンド方式を採用している。

こうなると、法律の存在以外に、ワンウェイ方式が普及しない日本特有の理由を考えざるを得ない。そうした理由として、次の3つが考えられる。

まず、ワンウェイ方式を採用するには車両以上の駐車場数の確保が必要であり、追加の駐車場費用がかかるという点があげられる。特にコインパーキング事業も行う事業者は、稼働率の下がるカーシェアリングに車両以上の駐車場を割くことに二の足を踏む。

次にワンウェイ方式では、目的地になりやすい駐車場と出発地になりやすい駐車場に偏りが生じ、稼働率を上げるために車両の再配置が必要という問題もある。配車のための人件費や車両配備のシステム設計もコスト負担になる。

最後に、日本は欧米の自動車社会と異なり、公共交通機関が発達しており、バスや電車が地域住民の日常の足になっている現状がある。カーシェアリングへのニーズが顕在化するためには、鉄道やバスの本数も少ない地域に駐車場を設置するなど、地域公共交通機関の課題を踏まえた、きめ細かい配慮とサービス展開が必要といえる。

では、日本において、ワンウェイ方式の事例を全く見つけることが出来ないのかといえばそうでもない。ワンウェイ方式を用いたカーシェアリングの実証事例として、豊田市の「Ha:mo」や安城市の「き～☆モビ」などがある。ここでは、地元住民の足として通勤や通学、通院や買い物に利用されている。ポイントは限定された域内において、十分な車両数と駐車場数を整備することのようだ。レンタカー事業やコインパーキング事業の延長として捉えてしまうと採算の観点から実現に至らないシステムでも、これをコミュニティのインフラもしくは公共財と捉

えれば、継続の可能性があることをこれらの事例は物語っている。手軽で便利な移動サービスであるはずのワンウェイ方式をどうしたら実現できるのか、その検討を今後も続けていきたい。

<バックナンバー>

[「第1回.ライドシェアの解禁はなるか? \(その1\)」](#)

[「第2回.ライドシェアの解禁はなるか? \(その2\)」](#)

[「第3回.わが国のコネクティッドカー推進にむけた1つの手法」](#)



創発戦略センター  
マネジャー  
[岡元 真希子](#)

## 連載プログラム

## — シニア —

### 第4回 ギャップシニアの日常生活

ギャップシニアはどのような生活を送っているのだろうか。アクティブシニアと異なり、既存のネットアンケートやグループインタビューの調査モニターのなかにギャップシニアを見つけるのは難しい。また、要介護者であれば介護事業者などと連携して、施設入所者に話を聞いたり、在宅モニターを抽出することもできるが、ギャップシニアはそのようなアプローチルートもない。把握しづらいギャップシニアの日常生活は、これまで、あまり浮き彫りにされてこなかった。

これを把握するために、日本総研では、全国19の自治体の協力を得て、約148万人の高齢者を代表する「全国パネルデータ」を構築した。これは、介護保険の保険者である自治体が、要介護になる手前の高齢者を見つけ出して、体操や認知症予防などのサービスを提供していることに着目したものである。自治体は、調査票を郵送したり、あるいは住民健診などの場で調査票への記入を依頼したりすることによって、高齢住民のなかから、ハイリスクのギャップシニアを見つけ出し、介護予防教室の案内をしている。

#### 基本属性と暮らし

全国パネルデータに基づき推計すると、ギャップシニアの平均年齢は75.8歳である。年齢階級別に見ると、79歳まではギャップシニアよりもアクティブシニアが多数を占め、要介護者は1割未満である。80～84歳になると、アクティブシニアとギャップシニアがほぼ均衡すると同時に、要介護者が約2割を占める。85歳以上の層では、要介護者の割合が約半数に上り、ギャップシニアが3割、アクティブシニアが2割という構成比になる。

典型的なギャップシニアとして、75歳～84歳という年齢階層に注目すると、女性が59%、男性が41%である。世帯構成は、子などとの同居が69%、夫婦二人暮らしが34%、ひとり暮らしが26%という構成比になっている。

#### 身体機能の低下

在宅で、基本的に自立した生活を送っているはずのギャップシニアだが、身体機能は少しずつ低下している。75歳～84歳のギャップシニアのうち、椅子に座った状態から立ち上がるときに、何かにつかまって立ち上がる人が50%に上り、直近の1年間に転んだことがある人が43%、転倒に対する不安がある人が79%に上る。外出するときに杖を使う人が25%、歩く速度が遅くなってきたと感じている人が87%に上る。

食事の介助などは必要ないものの、固いものが食べにくくなったと感じている人が60%、お茶や汁物などでむせることがあるという人が50%など、食事の面でも、少しずつ身体機能が低下してきている。

#### 認知機能の低下

認知機能の低下の兆候も少しずつ現れており、75歳～84歳のギャップシニアのうち、周りの人から「いつも同じことを聞く」などのもの忘れがあるという指摘を受けるという人は30%、5分前のことが思い出せないという人が13%に上る。認知機能の低下によって日常生活に支障が発生するレベルにあたる認知機能尺度(CPS)が2以上が15%に上る。ただし、アルツハイマー病として診断を受けてい

る人は3%未満である。

#### 健康

75歳～84歳のギャップシニアの89%が日常的に通院しており、5種類以上の薬を処方されている人が42%に上るが、自分自身の健康について「とても健康」「まあまあ健康」であると感じている人が61%である。多い病気は、高血圧、関節症などの筋骨格の病気、白内障などの目の病気である。

日常生活のデータから、ギャップシニア像が少しずつ見えてきただろうか。次回連載では、ギャップシニアの消費行動について引き続きデータを中心に分析していきたい。

<バックナンバー>

[「第1回.ギャップシニアとはどんな人か」](#)

[「第2回.ギャップシニア市場を創造する」](#)

[「第3回.ギャップシニア市場は公民連携で拓ける」](#)

---

### 株式会社日本総合研究所 創発戦略センター Mail Magazine (第2・第4火曜日配信)

このメールは創発戦略センターメールマガジンにご登録いただいた方、シンポジウム・セミナーなどにご参加いただきました方、また研究員と名刺交換した方に配信させていただいております。

【発行】 株式会社日本総合研究所 創発戦略センター  
【編集】 株式会社日本総合研究所 創発戦略センター編集部  
〒141-0022 東京都品川区東五反田2丁目18番1号  
大崎フォレストビルディング  
TEL：03-6833-1511 FAX：03-6833-9479  
<配信中止・配信先変更・配信形式変更>  
<http://www.jri.co.jp/company/business/incubation/mailmagazine/>

※記事は執筆者の個人的見解であり、日本総研の公式見解を示すものではありません。

Copyright (C) 2016 The Japan Research Institute, Limited.