

プラチナ社会の実現に向けて

シニアの活躍が超高齢社会の課題を解決
シニアの活躍支援ビジネス

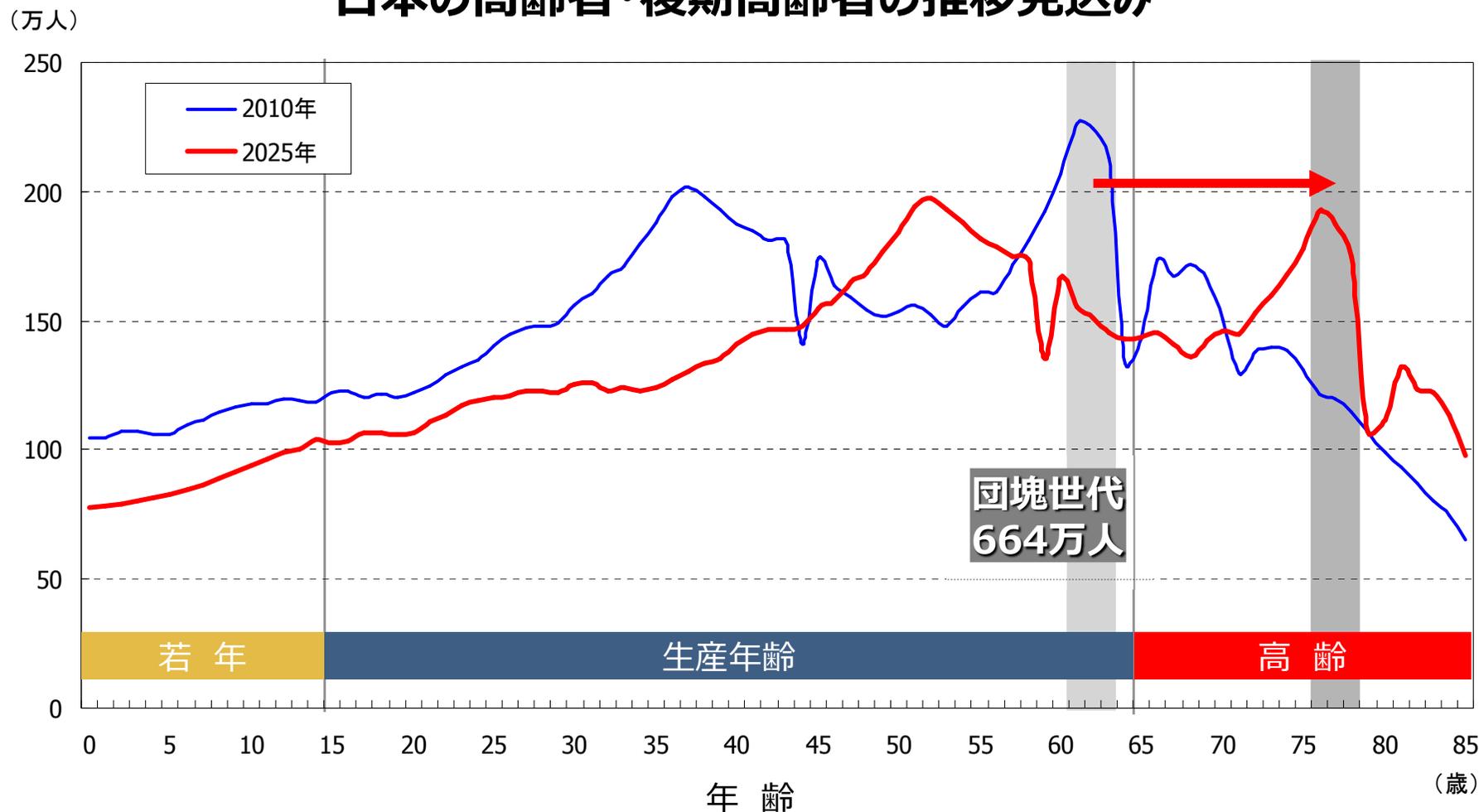
2014年2月26日

 株式会社三菱総合研究所

664万人の団塊世代が65歳に到達、2025年には後期高齢者に

健康寿命の延伸・自律的生活の維持が重要課題

日本の高齢者・後期高齢者の推移見込み

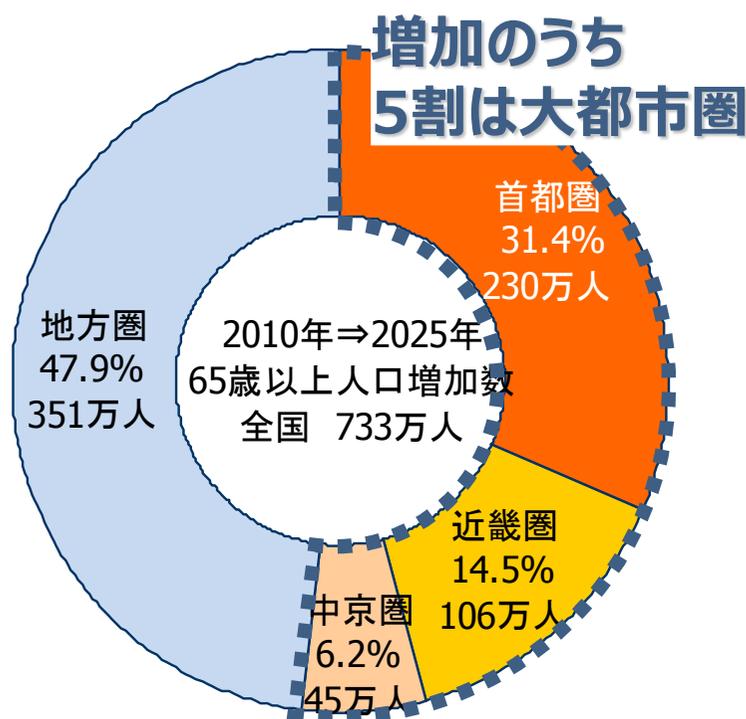


資料：実績（2010年）は総務省「国勢調査」、
推計（2025年）は国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(2013年1月推計)」より三菱総研作成。

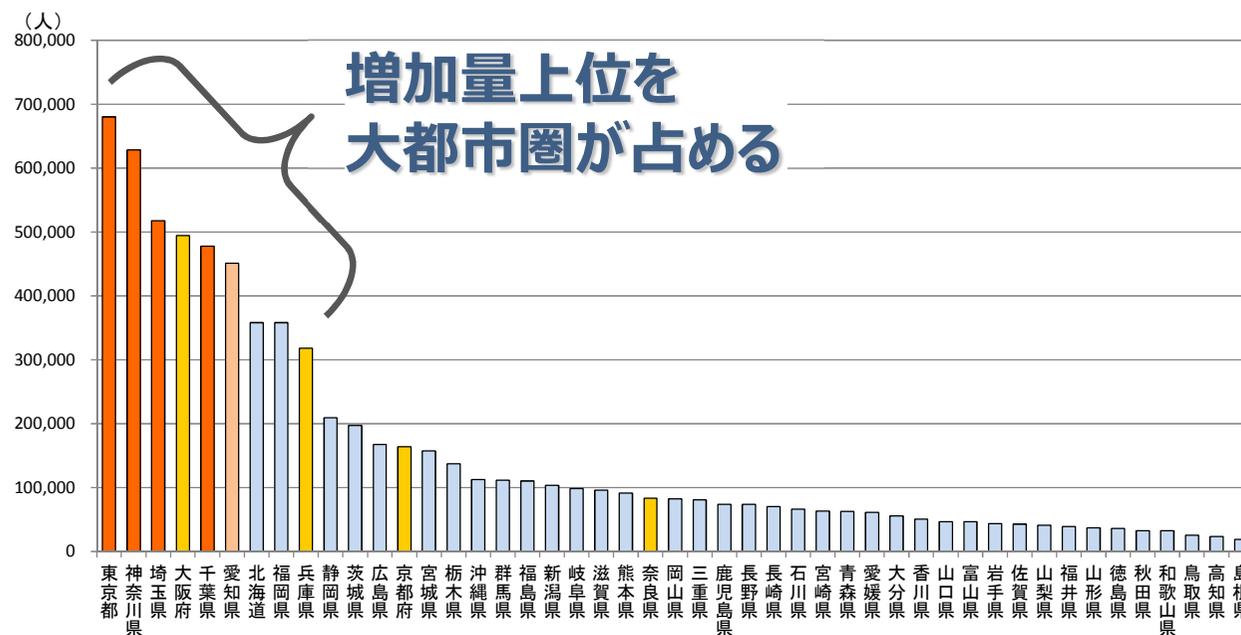
急増する大都市圏の高齢者

高齢人口増加量の5割は大都市圏。2025年には介護難民発生？

高齢者人口増加数に占める 各地域の比率



地域別高齢人口増加量 (2010年⇒2025年)

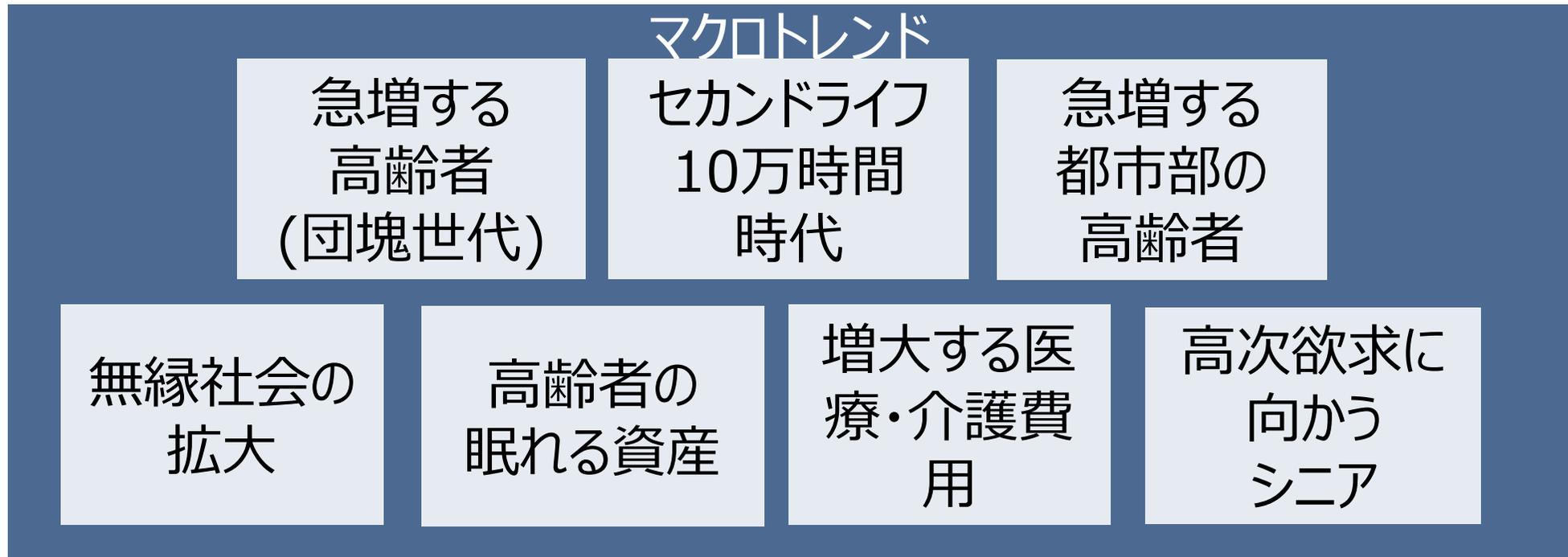


- ※ 〇 首都圏：東京都、埼玉県、神奈川県、千葉県
 〇 近畿：大阪府、京都府、奈良県、兵庫県
 〇 中京：愛知県
 〇 地方：その他合計

資料：2010年実績は総務省統計局「国勢調査報告」、

2025年推計は国立社会保障・人口問題研究所「日本の地域別将来推計人口（平成25年3月推計）より三菱総研作成。

これからのシニア



従来のシニア

退職後余生をのんびり過ごす
家族・地域・社会に
支えられる人

これからのシニア

人生の第2幕を積極的にチャレンジ
いつまでも光り輝く
社会を支える人へ

これからのシニアが社会を変える

超高齢化問題の解決へ

プラチナ
社会へ

新たなビジネス創出
消費拡大

多世代で
支え合う社会へ

財政コストの
削減へ

眠れる
資産が動く

支えられるから支える側へ
女性・若者との補完関係

医療・介護費削減

シニアの活躍
～アンコールライフ～

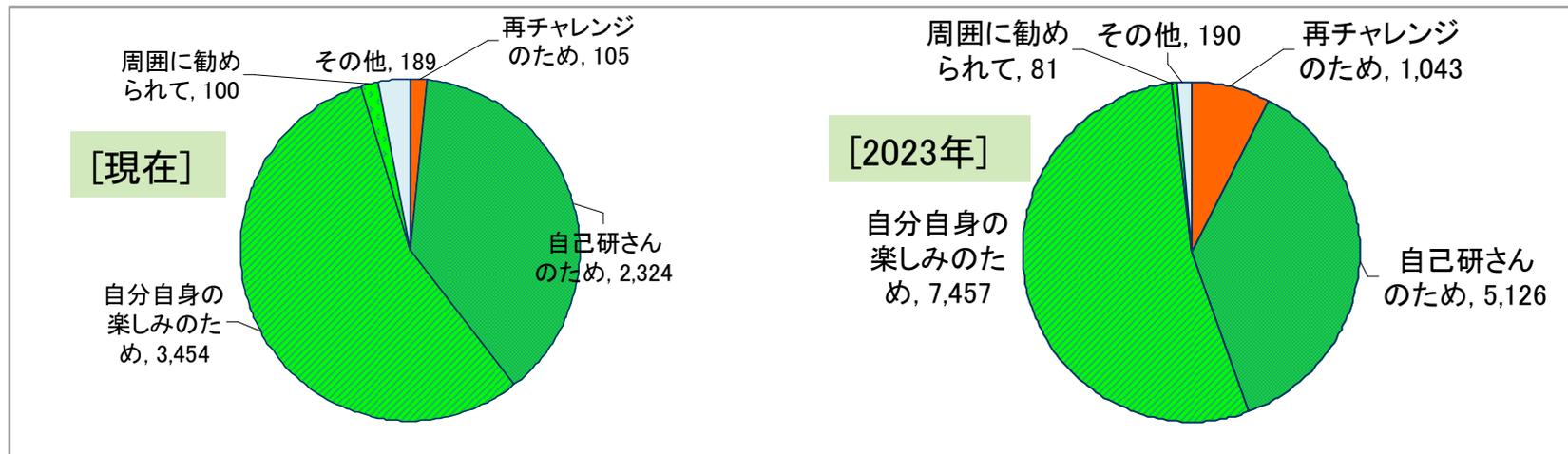
アンコールライフビジネス一覧

対象	ビジネス領域	キーワード	ビジネス
活躍の対象となる ビジネス	Second Challenge ～社会参加 セカンドチャレンジ支援ビジネス	学ぶ	シニアビジネススクール
		働く	プチ就労・起業支援
	Story Create～余暇・レジャー ライフスタイル演出ビジネス	極める	コト追求ビジネス
		集う・出会う	絆支援ビジネス
活躍の土台となる ビジネス	Smart life～暮らし スマートライフ応援ビジネス	暮らす	ホームコンビニエンスサービス
		出かける	高齢者モビリティ
	Sustainable Development ～住まい 生活空間リノベーションビジネス	改める	健幸リフォームビジネス
		住み替える	健幸移住支援ビジネス
活躍を維持する ビジネス	Staying Power～健康 ヘルスライフ応援ビジネス	診る	健康コンシェルジェ
		若返る	アンチエイジングビジネス

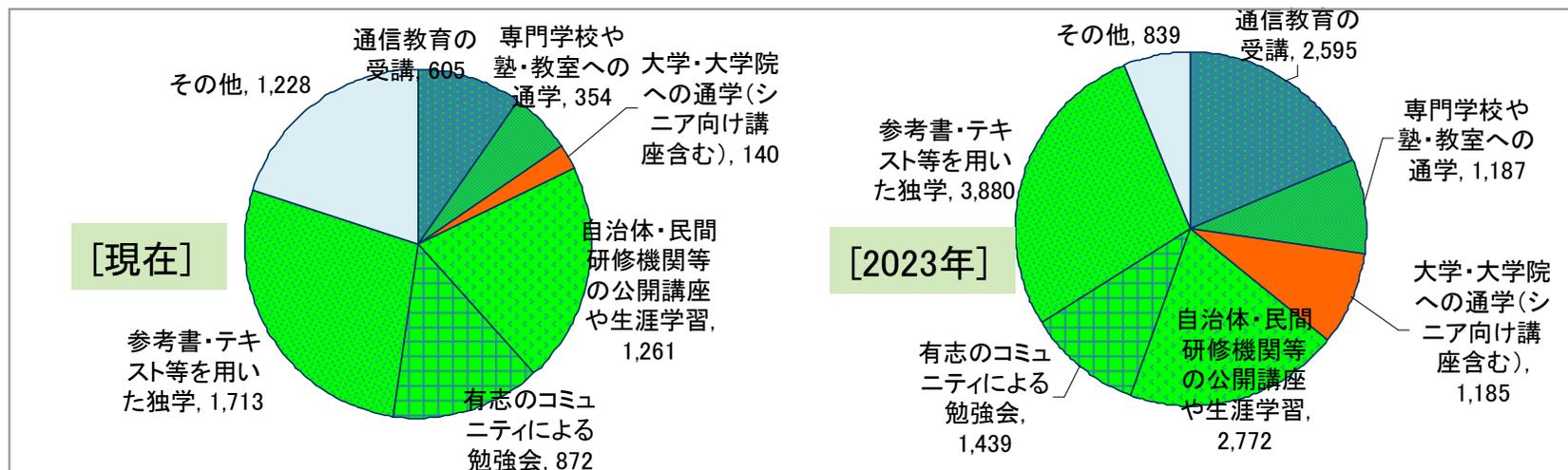
◆学ぶ シニア大学ビジネス（生きがいを求めて再投資）

- 「再チャレンジのため」に学ぶシニア市場は10倍に拡大
- 「大学・大学院で学ぶ」シニア市場は8倍に拡大

「学び」の目的別 市場規模(億円)



「学び」の手段別 市場規模(億円)



◆学ぶ 再挑戦のためのシニア・ビジネススクールビジネス事例

立教セカンドステージ大学

リタイア後の再挑戦のため、
年間30万円の学費を自己投資

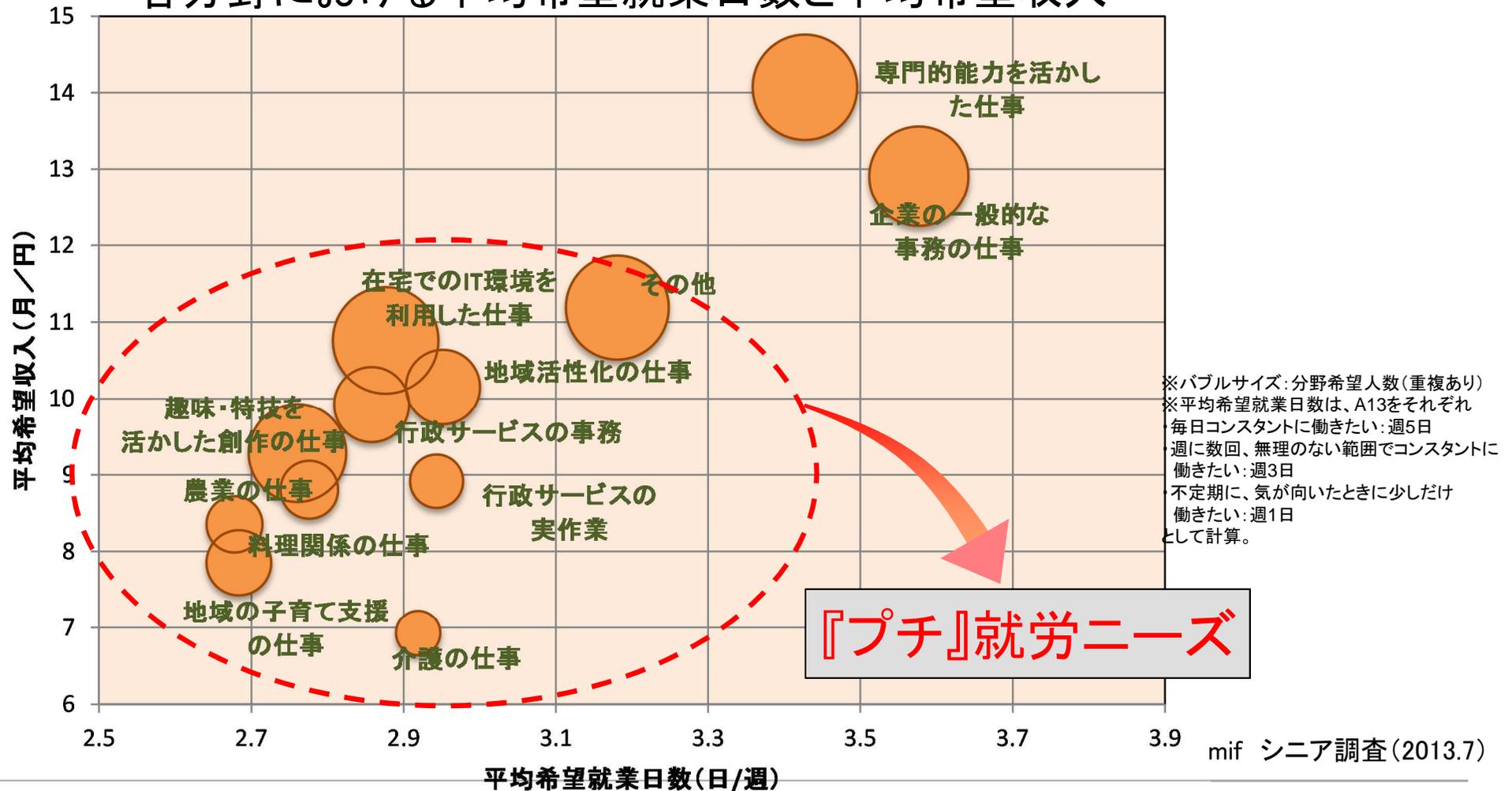
【ビジネス概要】

- 大学の魅力と、シニアのニーズに特化した工夫（ゼミ合宿、フィールドワーク等）
- キャンパスライフを通じた仲間との交流
- 従来の大学ではできなかったことを非正規課程という形で実現
- 入試倍率は約1.5倍。50歳以上のシニアを対象に、「学び直し」と「再チャレンジ」のサポートを目的とした新たな学びの場を立教大学池袋キャンパスにて提供。

◆働く シニアマッチングビジネス（プチ就労・起業支援）

- 収入はわずかでも、無理のない範囲で働けるプチ就労を希望するシニア層は多い
- 在宅でIT環境を利用した仕事、趣味・特技を活かした創作の仕事、行政サービスや地域活性化の仕事などのプチ就労ニーズが高い

各分野における平均希望就業日数と平均希望収入



◆働く プチ就労・起業の支援ビジネス事例

シニア人材派遣ビジネス (ex.マイスター60)

必要なスキル・経験を持つシニアを企業に派遣、紹介、インターンシップ

クラウドソーシング (ex.ランサーズ)

仕事をしたい人とお願いしたい人をインターネット上でマッチング

ワーカーズコレクティブ

こんな事業をやりたいと同じ思いを持った人が集まり、皆が出資し、一緒に起業する仕組み

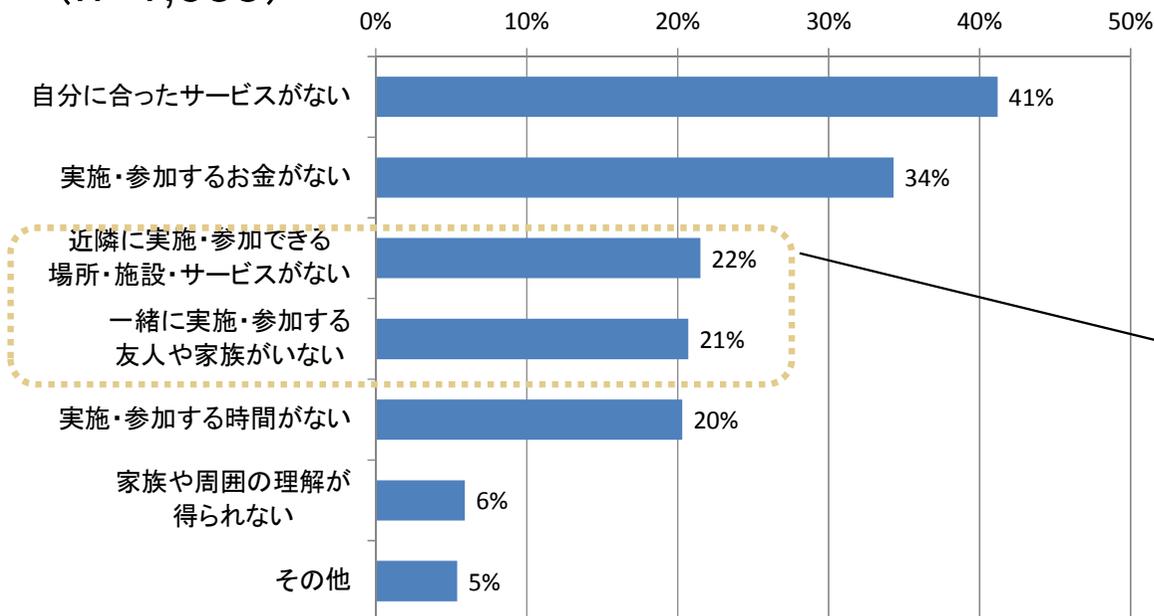
ナノコープフランチャイズ (ex.愛犬の散歩屋さん)

仕事をしたい人とお願いしたい人をインターネット上でマッチング

◆集う・出会う 絆支援ビジネス 家族・会社を超えた新たな繋がり

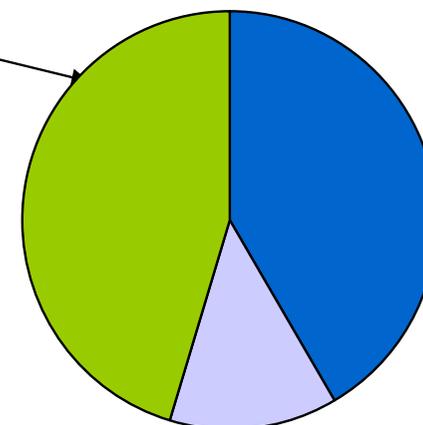
- 一緒に実施・参加する友人や家族がいない、近隣に施設がないために参加を控えているシニアも存在
- 趣味などの特定目的の集いではなく、なんとなくそこに行くと居心地がよい、誰かと緩やかに時間を共有できるというクラブハウスの空間を求めるニーズあり

自分のこだわりを阻害する・阻害しそうな要因 (n=1,955)



クラブハウスのような場所(近所)の利用意向

喫茶・食事、温泉、フィットネス、読書、囲碁将棋、イベントなど友人とのんびりと時間を過ごし仲間と交流できる場



■ したい
■ したくない
■ どちらとも言えない

mif シニア調査(2013.7)

◆集う・出会う 誰かとつながる絆支援ビジネス事例

「会員制シニア向けドラマチックアクティ
ブメンバーズDAM倶楽部」

(運営会社：第一興商)

楽しく仲間と歌うことで健康づくり

趣味人倶楽部 (しゅみーとくらぶ)

クラブツーリズムとDeNAが共同事業として開
始した中高年向けの趣味交流SNSサイト

＜サービス概要＞

- カラオケルームとスタジオがあり、ヨ
ガやダンス、歌や楽器の講座を開
催
- 体に良い料理を出すカフェや体内
の水分量や骨密度を計測ラウンジ
を併設
- 会員料金は月3,500円～1万円
- 歌うことの効能をアピール
- 友人同士で来て楽しむ場を提供
- 会員制としてリピーターを獲得

【ビジネス概要】

- 会員数約30万人 (団塊・シニア中心)
- 写真投稿や日記を通じて新しい趣味を見
つけたり、友人と連絡を取り合ったりして、
生活をちょっと豊かにすることを目指す
- 共通の趣味を持つ会員とのネットワーク構
築
- 幅広い趣味・余暇活動に対応
- イベントの企画や写真の投稿などが可能

◆暮らす『ホームコンビニエンスサービス』 シニアの自立を支援

収益モデルの確立と信頼ブランドの確立
が課題！ 課題解決のポイント

- コアサービス(ハウスクリーニング等)を
起点にロングテールサービスに誘導し
利用頻度アップ
- 訪問時に話相手になる、重たいモノ
を移動するなど、さりげない思いやり
が信頼感醸成

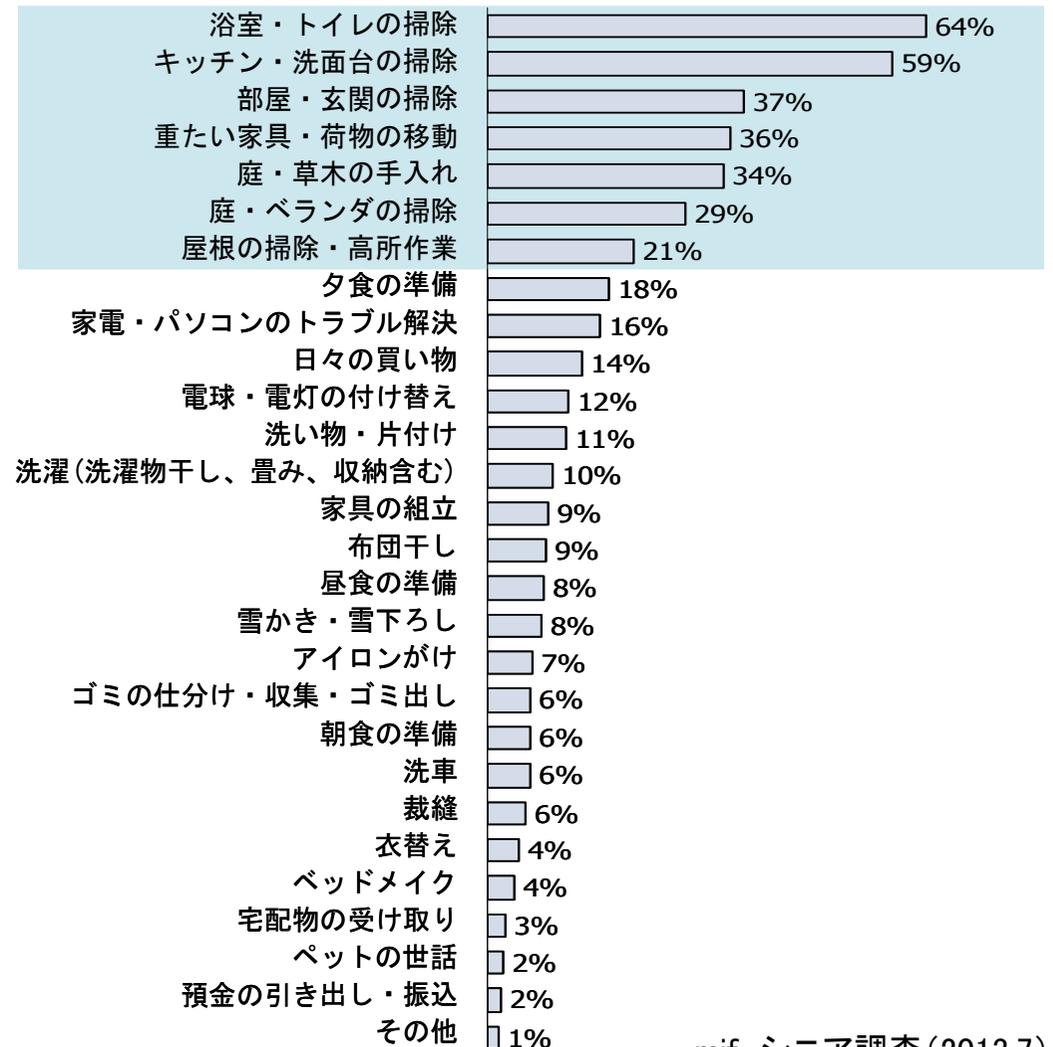
mif調査 [支払意向額]

サービス	月支払意思額
家事支援	2.1
買物代行	0.5
配食	2.2
見守り	0.8

(万円/月)

mif調査 [利用したいサービス]

何を? =サービス内容 回答率 (N=270)



mif シニア調査(2013.7)

◆暮らす ホームコンビニエンスサービスビジネス事例

ホームコンビニエンス（東急ベル）
家庭の困りごと解決サービス

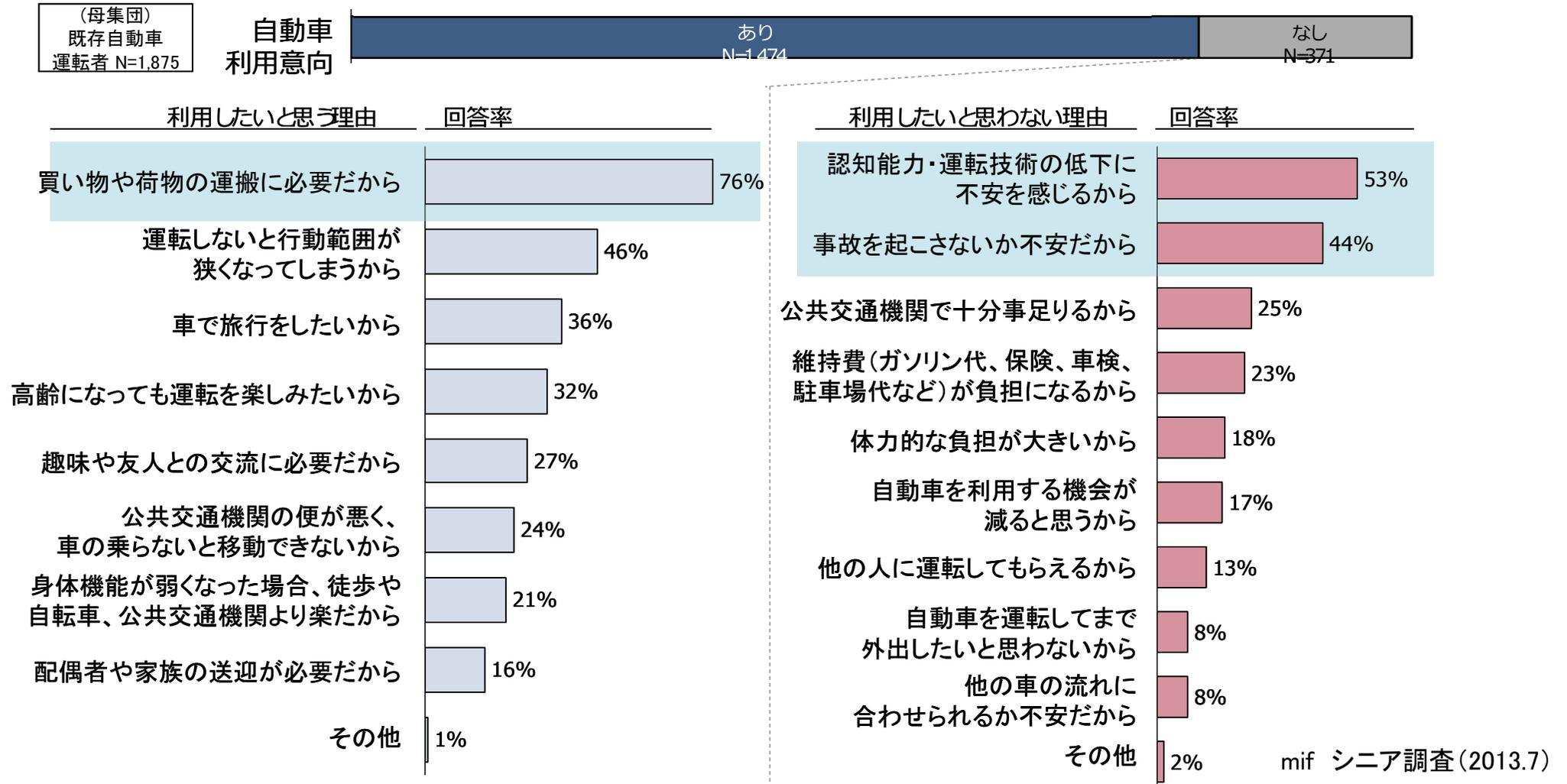
【ビジネス概要】

- 専門的な技術による徹底した掃除から、スポット・定期的家事サポートまで、お客様のニーズに合わせて、幅広いメニューを用意
- お客様との信頼関係を大切に、東急ブランドの地域住民向けトータルサービスを目指す。2012年6月事業開始。
- 東急百貨店のデパ地下お惣菜、東急ストアの食品・日用品の注文配達に加えて、「家ナカお助けサービス」を展開
- 東高齢者見守りサービス「シニアセキュリティ」利用者を対象に、東急ベルのベルキャストが定期訪問し「御用聞き」サービスを実施
- 近日サービスメニューを30に拡大予定

◆ 出かける『運転支援システム』 アクティブな行動を支援

- 多くのシニアは自動車を運転したい。一方、認知能力・運転技術の低下や事故への不安から将来運転をしたくないシニアも存在。

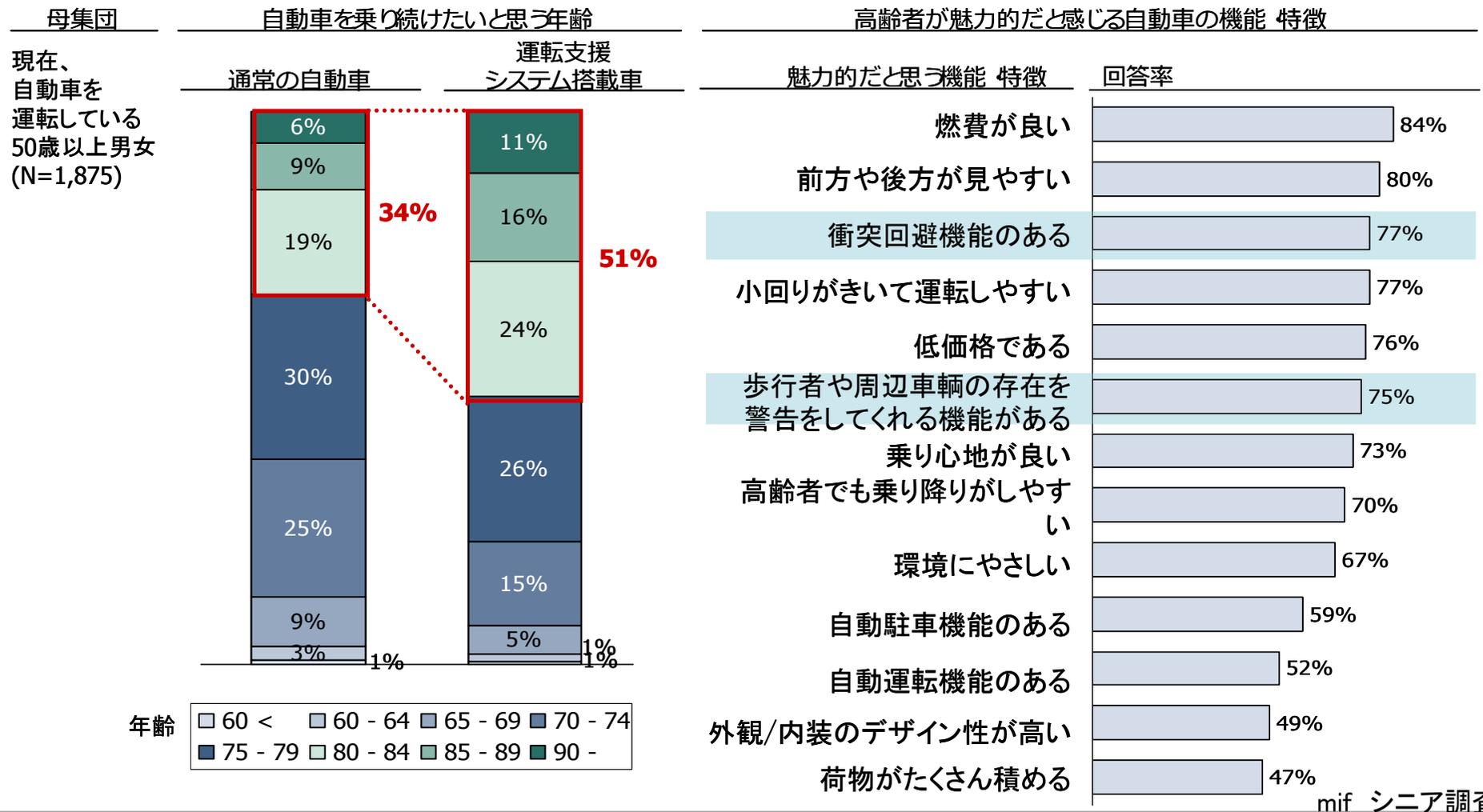
mif調査 [自動車の利用意向]



◆ 出かける 『運転支援システム』

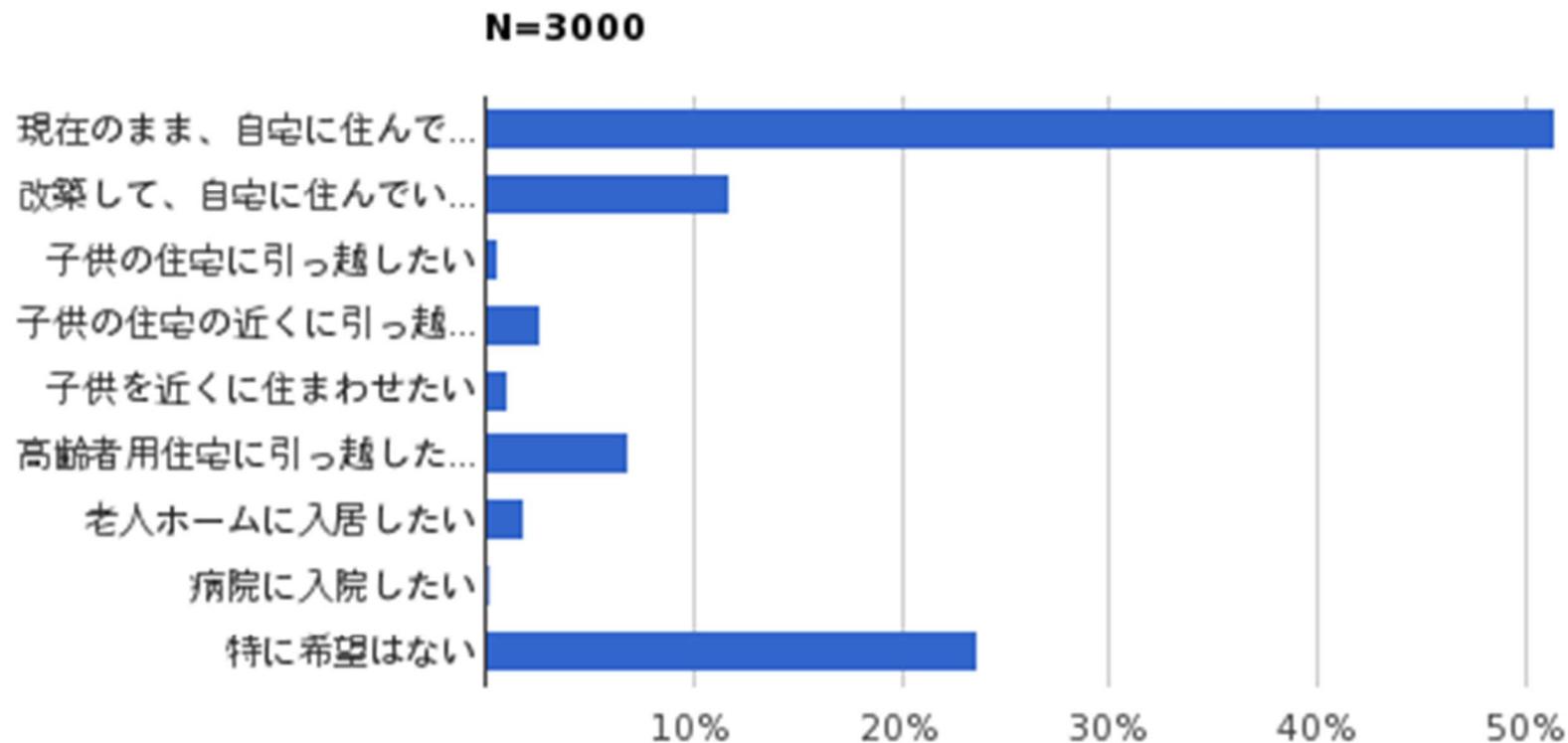
- 80歳以上でも運転し続けたいシニアは運転支援システムがあると34%から51%に増加
- 衝突回避機能や歩行者・車輻検知機能を魅力的と考えるシニアが75%以上

mif調査



◆ 住み替える 『健幸移住』 生きがいと安心を提供

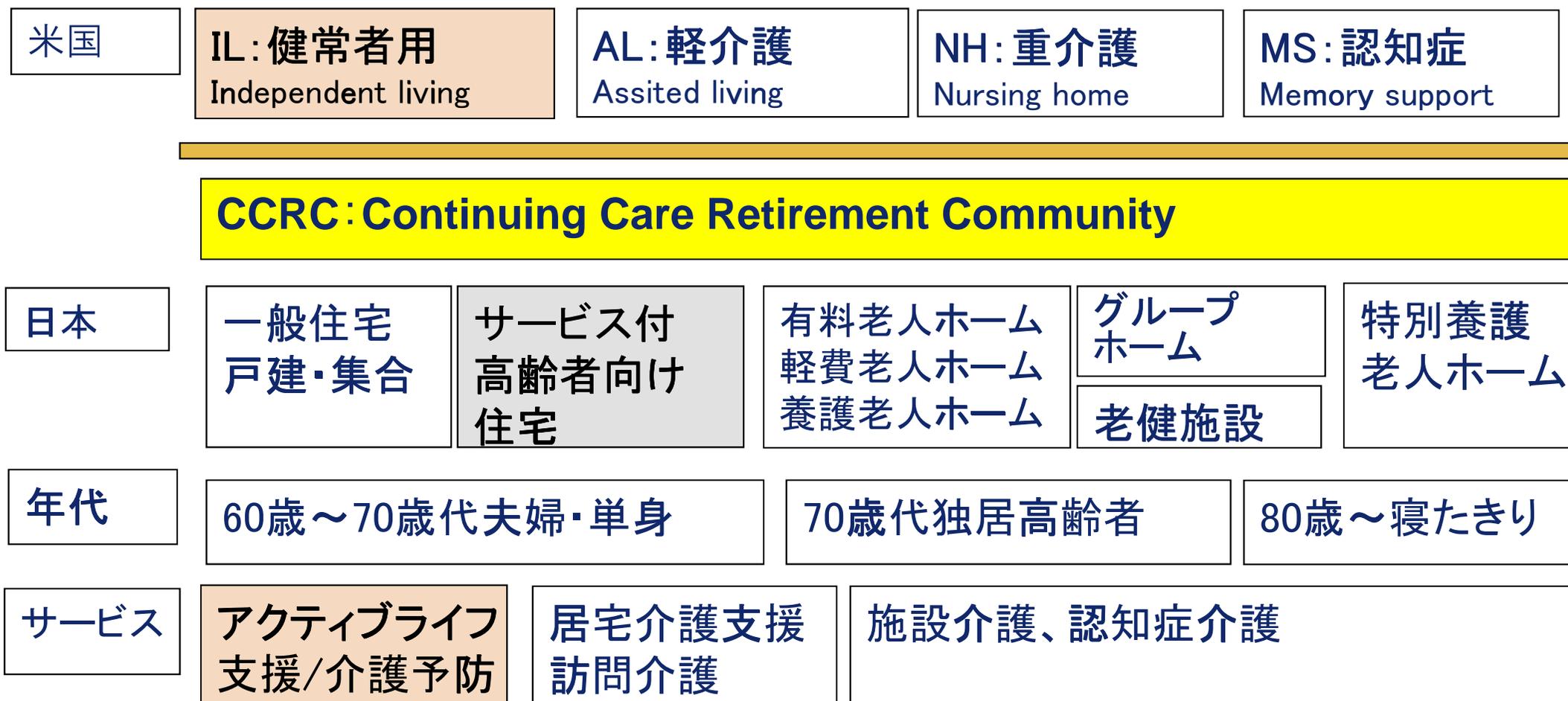
- 改築も含め自宅で暮らしたいニーズが圧倒的に多い
- 高齢者用の住宅や施設へのニーズを一定程度あり
→ 高齢者数の増加・単身世帯の増加から増加の可能性



MIF シニア調査(2013.7) n=3000

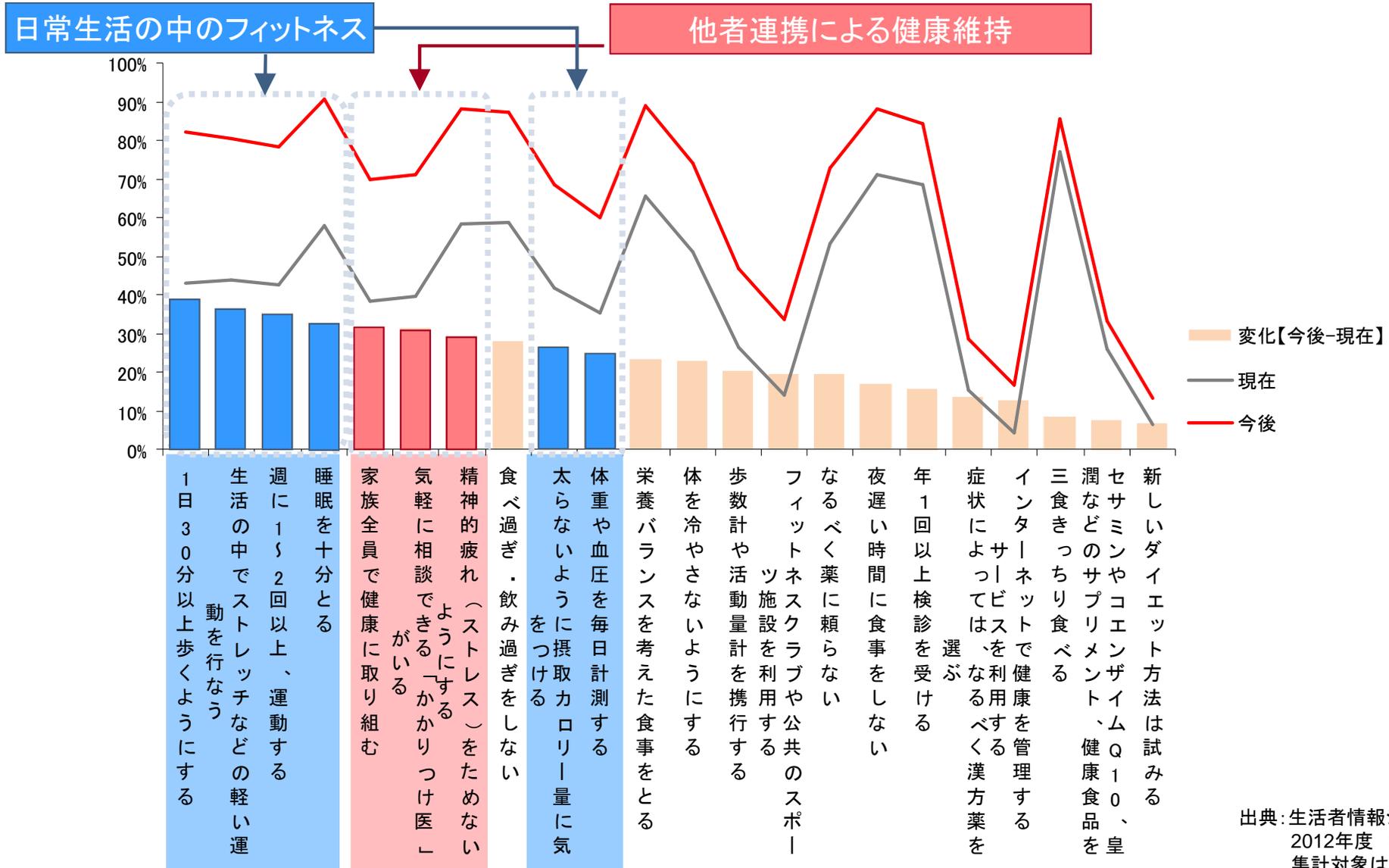
◆ 住み替える 健幸移住ビジネス事例『CCRC』

- シニアの方が健康で充実した暮らしを続けることを目指し、もしもの場合でも、継続的なケアで最期まで暮らしを保障してくれるコミュニティ
- 全米に2000か所、大学連携型70か所、幸せで安心なシニアライフを実現



◆ 診る パーソナル健康コンシェルジュ データに基づいた健康指導

今後ニーズが伸びるのは、軽い運動や食事・睡眠のモニタリングといった「日常生活の中のフィットネス」と家族連携やかかりつけ医を巻き込んだ「他者連携による健康維持」ニーズが高い



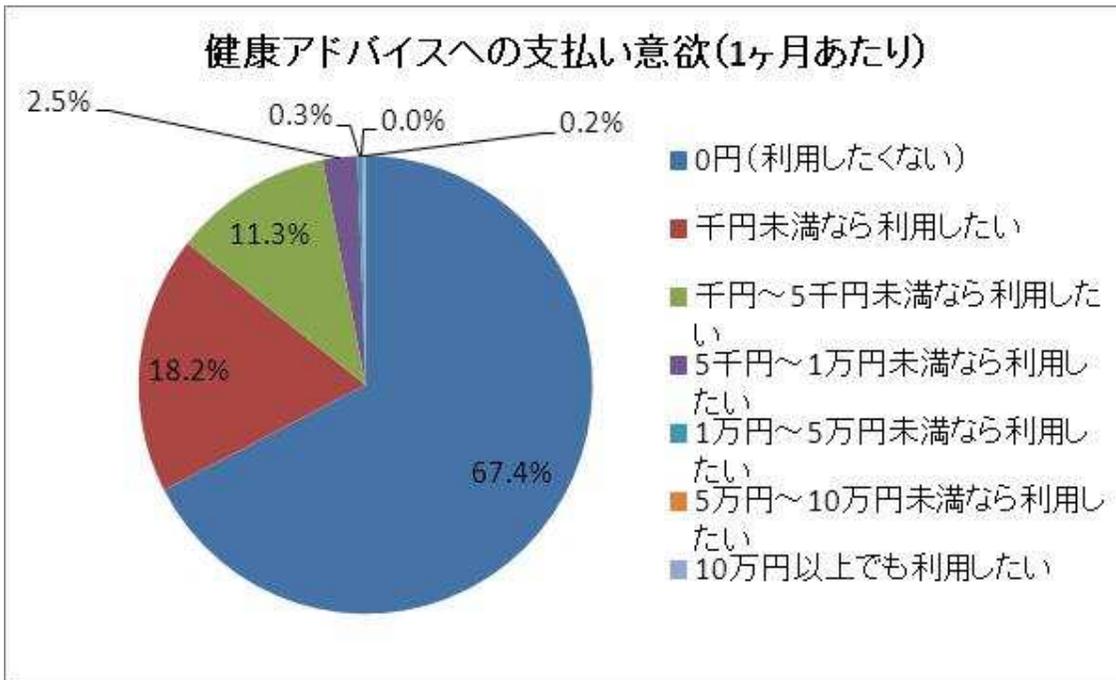
出典：生活者情報システム(MIF)
2012年度 (Top2box、
集計対象は55歳以上)

◆ 診る パーソナル健幸コンシェルジュ データに基づいた健康指導

- 3割のシニアは健幸コンシェルジュサービスへの支払意向あり。
- 一方、管理されたくないシニア、サービス内容次第と考えているシニアも多い

mif

MROC



✓ 「食事や旅行などは自分で計画して実行する方が制約もなく自由でよいと思う」

✓ 「専任健康カウンセラーの具体的な内容や利用例がなくわからない」

✓ 「『食』と『運動サポート』に興味あり。ダイエットになり、栄養も偏らない1週間のメニューリストをもらえるといい」

◆ 診る パーソナル健康コンシェルジュ事例

「Healthcare Concierge」

医療専門員による健康支援事業、コンサルティングサービス

＜サービス概要＞

- 専門職員チームによる健康ワンストップサービス、日々の電話コール
- 訪問サービスやレジデンスサービス
- 総合健康相談（コンサルティング）
- 生活習慣病予防
- 食事・栄養相談、ダイエット相談
- メンタル相談、睡眠相談
- アロマや音楽療法によるリラックス
- ウォーキング、旅行への付き添い
- トレーナーによる運動サポート

「ルクシー在宅遺伝子検査」

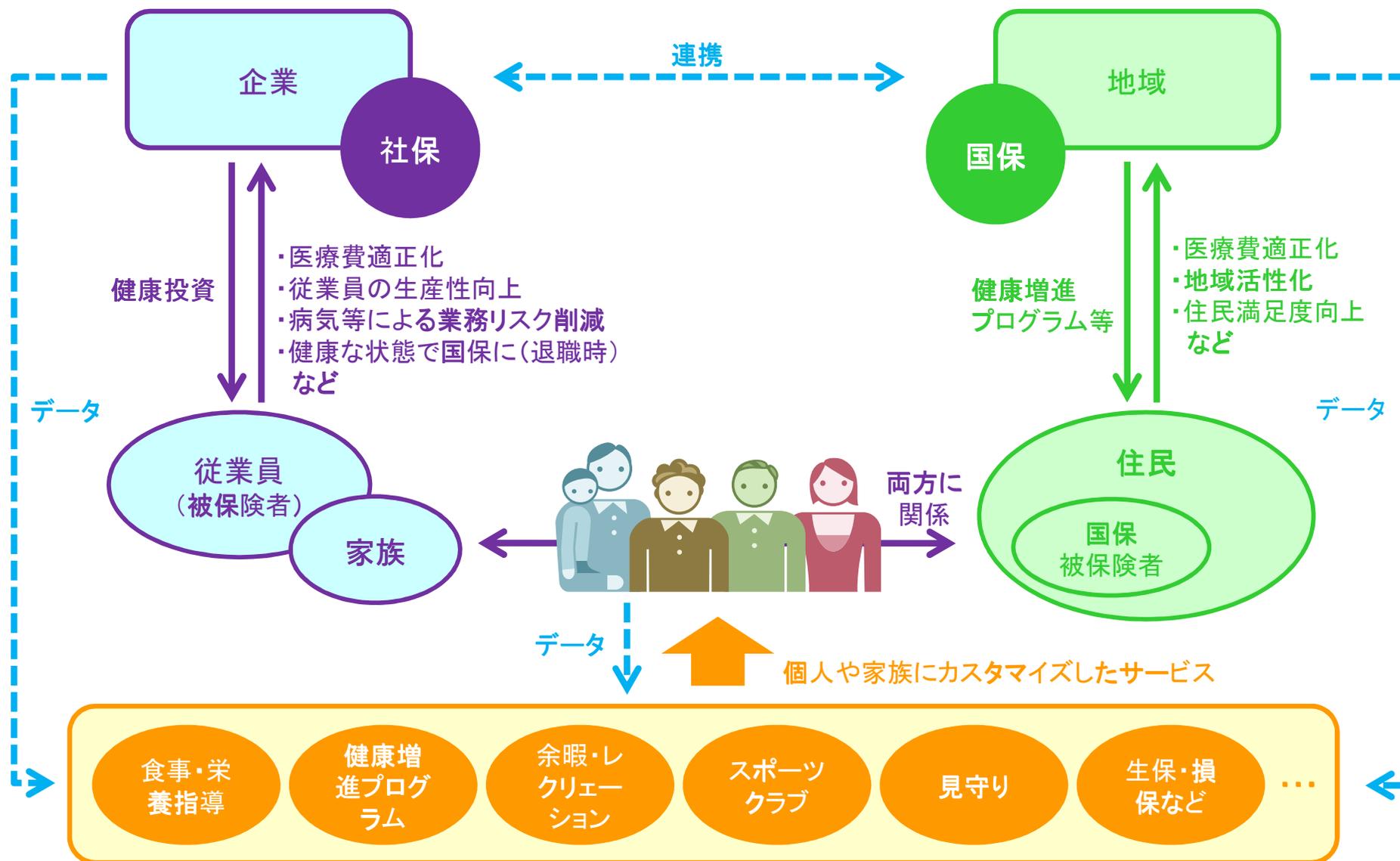
遺伝子情報を在宅で検査し 健康・美容・アンチエイジングのアドバイス

＜サービス概要＞

- 在宅で遺伝子を頬粘膜の細胞を綿棒で擦って採取して送付
- 10,000例を超える日本人のデータベースをもとに理論的な計算を行った各疾患についてリスク判定を研究成果に基づいて提供
- リスク判定に基づいた食事指導、運動指導、サプリメント提供

データに基づく健康経営（企業経営・地域経営）

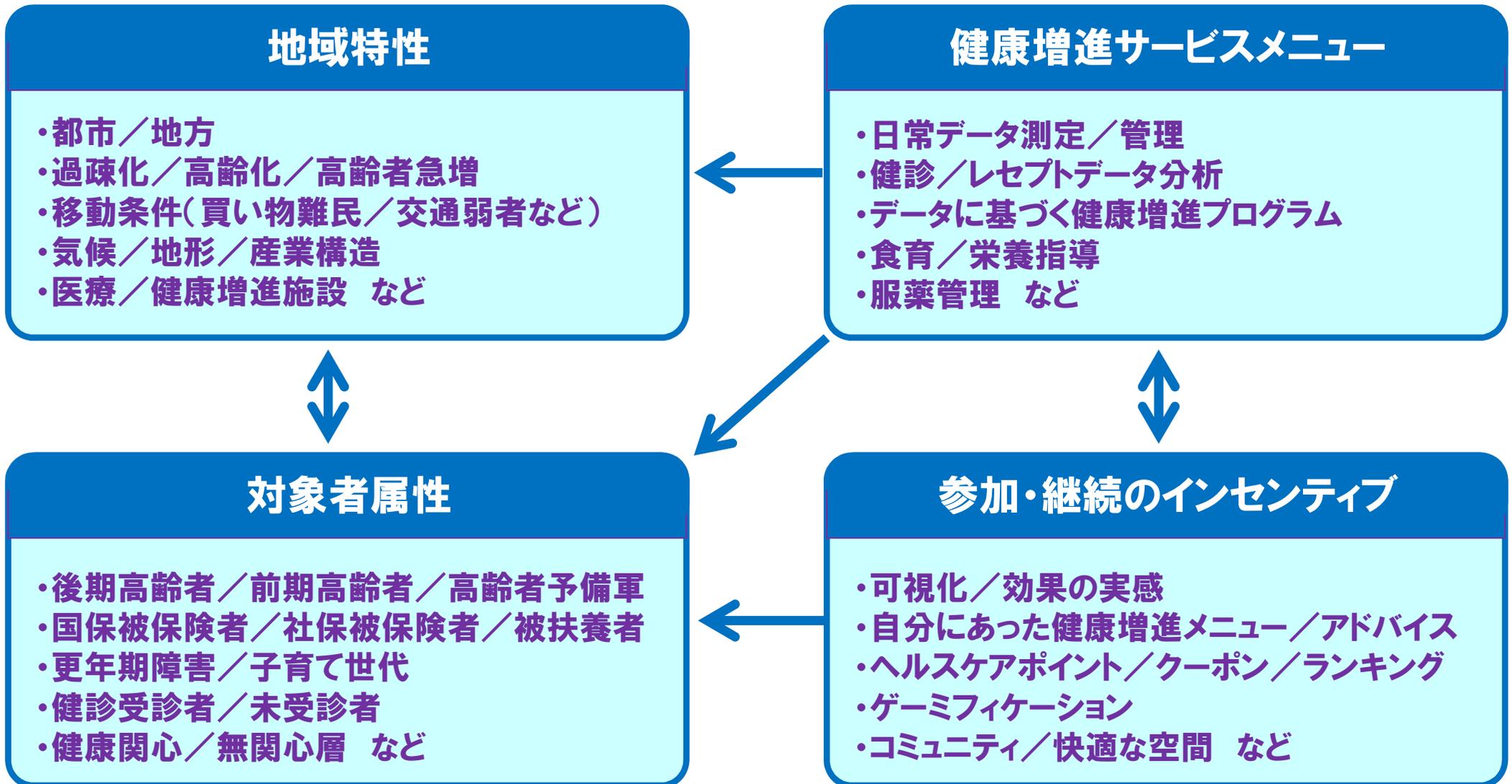
これからは、企業も地域も、積極的な「健康投資」を。



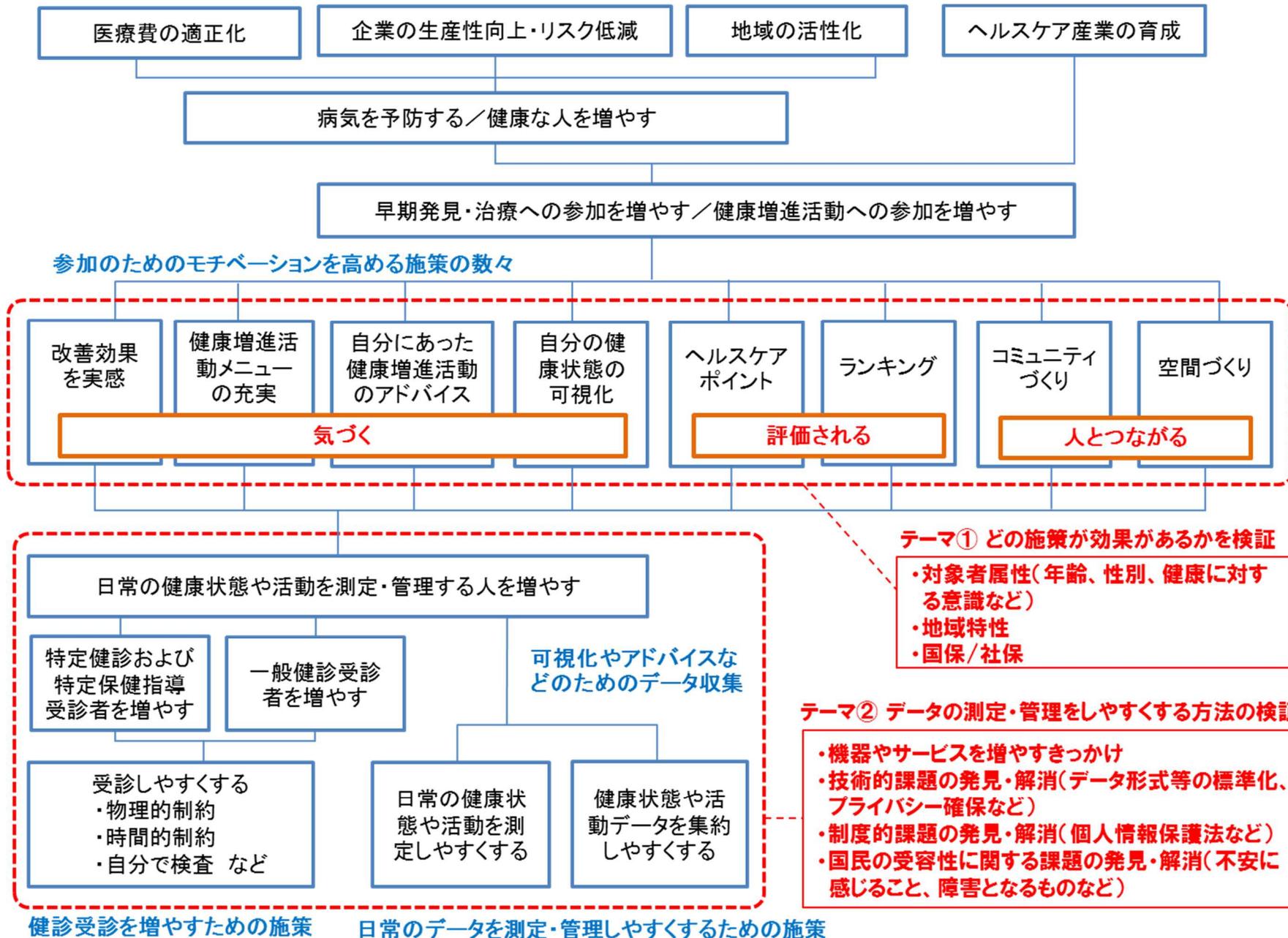
官民の様々な健康関連サービス

データに基づくサービスと参加・継続のインセンティブ

地域特性や対象者属性に応じた、データに基づく個別サービスと、参加・継続のためのインセンティブが重要。



ヘルスケア・ロジックモデル（例）



超高齢化社会に向けて

<課題>

1. 団塊世代の高齢化は今後の大きな社会問題
→ 社会保障コスト増大の恐れ
2. 特に大都市圏での介護難民発生の懸念



<対応方向>

1. 増大する介護需要への対応（高齢者住宅の整備、在宅介護医療等の仕組み）
2. 健康寿命の延伸（介護需要の縮減）



<健康寿命の延伸の方策>

1. 健康管理の促進（健康経営・インセンティブ・データ解析）
2. 社会参加等のアクティブな生活を促進
3. 自律的生活を支援するサービス