

皆様こんにちは。株式会社日本総合研究所の紀伊と申します。このような貴重な機会にお話をさせていただくこと、改めて感謝申し上げます。着座にて失礼いたします。

スライド1

先ほど福田市長からもお話がありましたけれども、今日は高齢者介護関連ビジネスのブルーオーシャンということで、ブルーオーシャンの反対はレッドオーシャンでございますが、まだまだ未充足、満たされていないニーズが、高齢者や介護、それから田中先生のお話にもございました認知症、こうした領域においては企業・ビジネスが果たす役割というのは非常に大きいんじゃないかなというふうに思っております。また、市長からもございましたが、気持ちは貢献なんだけれども、持続可能性、ちゃんと収益を一定程度上げて、持続可能性を担保していくということが非常に大事かと思っておりますが、ちゃんと事業としても回るんだということの事例がですね、少しずつ増えてきてるんじゃないかなと思っております。川崎市さんはこのような形で、地域包括ケアという文脈の中で様々な企業の皆様、主体の皆様が御参画されて、問題意識を共有し、良い取組が進んでいるというのは非常に素晴らしいなと思っておりますが、そうした皆様の素晴らしい取組が一步でも前に進むような、そんなヒントの一つになればなというふうに思っております。

スライド2

簡単に自己紹介でございますが、弊社、三井住友フィナンシャルグループのシンクタンクでございます。私の方では主に介護分野、高齢者分野の調査研究、官公庁、経産省様、厚労省様、それから自治体さんの仕事と、民間事業者様のコンサルティングも実施しております。ただ、私は元々介護とか福祉の分野で仕事をしてきたわけではなくて、10年ぐらい民間事業者の、今日お越しのような業種の方々も含めて、様々な業種さんの事業開発とかブランディングとか、どうやったらモノが売れていくのかというマーケティングといったお仕事をさせていただいてまして、10年ほど前に有料老人ホームの仕事をしてから、介護とか高齢領域というのは非常に課題も大きく、また様々な解決すべき課題がある領域だと思って、この10年以上はこうした領域に注力しております。

スライド3

ですので、弊社、私のグループでは、ウェルビーイングあふれる超高齢社会の実現をビジネスやマーケティングの力で実現できないかということをコンサルティング調査のテーマにしております、何がしか企業の皆様のお力を借りながらよい地域づくりをやっていく、あるいは高齢化にまつわる課題を解決していくということに注力しております。そうしますと、やはり認知症というテーマは、まさに後ほどもお話ししますが、生活に密着した様々な業種の方々に関わるところだと思っております。また、今日は介護予防であるとか介護関連サービス、いわゆる今日ブルーオーシャンとしてお話しするのは、介護保険を使わない様々

な民間ビジネスでまだまだやれることがあるんじゃないかと、こういうことをお話しさせていただこうかと思っております、この辺りの介護福祉に関わる人からすると保険外と言われるんですが、逆に言うと世の中的には保険外サービスがほとんどメインでございすので、そこを高齢者向けに見方を変えることによって、まだまだできることがあるんじゃないかというふうなお話をさせていただこうと思っております。

スライド4

やや宣伝になりますが、「超高齢社会に挑む 希望のシニアビジネス」という本を今年の8月に出させていただきまして、これも官公庁様のお仕事や民間のお仕事と様々接している中で、これはいいビジネスモデルだなとか、まさに三方よし、売り手よし・買い手よし・社会よしということで、御高齢の方や家族の方は喜んでくれているし、ちゃんと事業として回っているし、社会課題を解決しているっていう、そういうビジネスが出てきていて、私としては、こんないいビジネスをしっかりといろんな方から真似ていただいて、若しくはそれを元にブラッシュアップしていただいて、社会課題を解決するいいビジネスが社会に広がっていったらいいなというふうな希望を込めて、「希望のシニアビジネス」というタイトルを打たせていただいて、様々な領域でこんなにビジネスできてますよということを御紹介させてもらってます。今日はこの本のエッセンスをざっとお伝えできたらと思っております。

スライド5

スライド6

さて、高齢化の状況については皆様よく御承知のところかと思っております。今日のタイトルにも高齢者4,000万人時代というふうに書かせていただきましたけれども、2040年には高齢者人口が3,928万人ということで、ほぼ4,000万人に迫るというふうに推計されています。高齢者は65歳以上という定義で良いのかというのは、それはそれとして別途の議論があらうかと思いますが、単純にボリュームでいうと総人口の35%が65歳以上という社会がもう目前に迫っております。世代で見ると団塊の世代の方々が2040年には90代になってまいりまして、大きく世代の構成も変わってくるということでございます。

スライド7

そして、介護保険が医療だけじゃないというのは、この人口の構成も大きいと思っています。直近の3,600万人の高齢者人口を考えたときに、要介護・要支援の方は700万人を超える、小学生の数を超えるボリューム感になってまいりましたが、もっと多いのがいわゆるフレイル・プレフレイルと言われる、お元気ではないんだけどもなにがしか御支援が必要な方が約1,800万人というふうに推計がされます。介護保険の対象外ではありますが、全部が全部お一人で完結するかというふうでもないという方々が、これから日々のいろんな片づけ、家事であったり、移動であったり、又はスケジュールどおりのことをこなすということ

の認知機能低下の補完であったり、そんなことが必要になる方がこれからますます増えていくし、大きなボリュームを占めていくということでございます。

スライド 8

そして、認知症について、私どもの今の注力テーマ、最大のテーマがこの認知症の共生といえますか、認知症があってもなくても暮らしやすい社会をどう作っていくのかというのは、我々も最重点テーマとして取り組んでいるところでございます。是非皆様、今日は医療や介護・福祉関係じゃない方もいらっしゃるの、是非御認識いただけたらと思うのですが、既に最新の推計によると、2025年には認知症とその手前の状態である軽度認知障害、MCI と言われますが、この認知症と MCI を合わせると既に 1,000 万人を超えていますというふうに推計されていて、2040年には1,200万人ぐらいになりますが、65歳以上の3人に1人がこうした状態になると試算がされていて、ほぼもう認知症とはごく当たり前に一緒に過ごしていく社会が出てきているということでございます。この数字を改めて見比べていただくと、要支援、要介護は足して700万人です。なにがしか介護が必要だというふうに判定されている方が700万人ですが、MCIと認知症を合わせると1,000万人なんですね。つまり300万人ぐらいの方は認定しても自立だということです。ただ、少しずつ認知機能低下があって何か暮らしの中でお困りごとが発生している方が、それぐらい地域で多く暮らしていらっしゃるということだと思います。それから、この年齢別の有病率もぜひ見ていただきたいんですけども、80代後半を超えると50%以上の方が認知症もしくはMCIというふうに推計されますので、90代に入ってくるともう多数派ですね。ですので、今お薬が出てきたり、様々なリスク低減をするということの要素は明らかにはなっておりますけれども、やはり一定年齢を超えるとなにがしか認知機能が低下してしまうというのはなかなか防ぎづらいということ、考えていかななくてはいけない時代かなというところでございます。

スライド 9

それから、非常に大きな影響があるのが、やはり世帯構成の変化ではないかと思えます。2040年には、単身世帯が世帯最大類型になるという推計がなされています。また、この半数が高齢者世帯ですので、なかなかもうファミリー層というのは少数派になってまいりまして、御夫婦二人高齢者、若しくはお一人高齢者という方が非常に増えていく世の中になっていくということでございます。ですので、ここを補うものがビジネスとしては可能性があるということでございます。

スライド 10

そして、なかなか難しいですが、お金のある方も結構いらっしゃるということです。二極化しているのが非常にビジネスとしては難しいところではありますが、左側が資産で右側は年金になりますけれども、資産2,000万円以上お持ちの方のとか、3,000万円以上の方も結構

一定数いらっしゃるというところが見て取れます。日本の金融資産の6割から7割は御高齢の方が持っているというふうに推計もされておりますので、なるべく御高齢の方にお金を使っていただいて、今の人生をより明るくしていただきながら、それが若者世代に回っていくということが、実はやはり日本経済成長、成長といいますか、経済をよくしていく面でもとても大事なポイントなんじゃないかと思います。ただ、貯蓄のない方とか非常に年金が少ない方もいらっしゃいますので、福祉的なアプローチが必要な層と一定程度民間のビジネスで日々の暮らしをよりよくしていただく方と、そこが分かれていくということが高齢化市場においては念頭に置いておくべきことかなとは思っております。

スライド 11

さて、高齢化に関しては、地域包括ケアでよく出てくる様々な課題があるかと思います。なかなか買い物に行くことが困難である買い物難民であったり、交通弱者といわれたり、高齢者の孤立・孤独、そして認知症の方がどう暮らしを継続していくか。あと、お一人様のごことも最近よく話題になっております。介護離職とか、介護人材不足とかこういったお話も出てきているかと思いますが、これだけ見ると、なんかもう日本は高齢化進んでとっても大変で明るい感じがあまりしないかもしれませんが、こうして困っている方がたくさんいらっしゃるということは、見方を変えると、それを解決し得るビジネスがまだまだあるんじゃないかというのが今日お伝えしたいブルーオーシャンというか、ビジネスチャンスという言葉もできるんじゃないかと思います。

スライド 10

背景としては一定程度払えるは払えるということもありますので、全てを全て、福祉的アプローチを取るのではなく、

スライド 11

ある部分は行政や福祉関係者、そして民間事業者が一体になってですね、持続可能な形というのを考えていくということを考えていけるといいんじゃないかというふうに思っています。今日は、高齢化に伴う社会的な問題・課題に対応するビジネスということで、こんなところが割といろんな新しい動きとして出てきてますよということをお伝えできたらと思っています。

スライド 12

成長するビジネス領域ということで、本の方でも取り上げているいくつかジャンルについて御紹介できたらと思います。

スライド 13

代表的なものが、従来御家族の方がやっていたであろうこと、あるいは有償無償のボランティアで対応していたような暮らしの中のちょっとした困りごと、ゴミを出す、電球を交換する、家を片付ける、それから病院の通院に誰かに付き添ってもらう、こうしたことが、これまでは家族がやっていたり地域の方の力を借りてということもあったかもしれませんが、これ自身がビジネスになってきています。背景は先ほどお伝えしたとおり、単身世帯が非常に増えてきている、移動に困難を抱える方もいらっしやる。それから、ちょっと気になるデータですけども、独居男性の3割が日頃のちょっとした手助けを頼める人がいないそうです。こんな中、単価は見ていただいたとおり様々といいつつ結構高いんですけれども、外出の付き添いであったり、家事の支援だったり、片付けであったり、そうしたことをサポートいただける事業者さんがたくさん出てきています。イチロウさんというところはスタートアップなんですけれども、深夜とか緊急時とか、夜中ずっとヘルパーさんに付き添ってほしいとか、看護師さんに付き添ってほしいといってもですね、介護保険制度は1時間とかでするので、なかなか対応しきれない。あとは、明日から一週間見といてほしいんだけどいっても介護保険はケアプランに基づいていますので急な依頼には対応できないということで、イチロウさんは専門職の方々をプールして、主にはどこかの事業所で働いていらっしやる方の副業だそうですけれども、1万人以上の方を超える専門職が登録していて、利用者さんからのニーズに応じてそうした方々を派遣するというビジネスをやっていらっしやいます。昨年11月には30億円の資金調達もされて、金融市場というか投資家からも非常に注目されているビジネスになっています。同じようなモデルはクラウドケアさんというところがやっていたり、後で御紹介するんですが、御用聞きさんという、川崎ももしかしたら展開されていらっしやるかもしれませんが、学生さんを主な働き手として片付け等をやっていらっしやる事業さんも出てきています。それからダスキンさんは割と老舗なんですけど、以前はホームインステッドという屋号でやってらっしゃいましたが、全国95拠点で介護保険に関わらない長時間の見守りであったりケアを提供されています。千葉ではヘルパーリンクさんというところが地包括支援センターとかなり連携する形で、3,000円とかまでは払えないんだけど1,500円ぐらいだったらという方は結構いらっしやるそうで、千葉市内は30ヶ所の地域包括支援センターにほぼヘルパーリンクのチラシが置いてあるそうでした。介護保険でカバーできないところを埋めていらっしやるというようなお話もお聞きしています。各社結構ちゃんと利益を出して事業をやってらっしゃるところですね。

スライド 14

いわゆる介護側から見ると保険外サービスと言われますけれども、ケアマネジャーの方とか包括の方もいらっしやるかもしれませんが、なかなか指定を受けていない民間サービスをケアマネさんや包括の方が御紹介するっていうのは、何かあった時にどうするんだとか、正直、玉石混淆なところはありますので、どこが安心な事業者か分からないという声もたくさんいただいていた。こちら経済産業省の方々からも御支援をいただいて、介護関連サ

ービス事業協会という、いわゆる保険外サービスの業界団体を昨年の2月に発足しております。弊社も会員の一社であったり、私も理事を務めていたりするんですけども、昨年10月からは人生100年サポート認証という自主ガイドラインを設定して、ちゃんとしたサービスをやっているところを認証して行って、ある種信頼感を持っていただくという取組も始めたところがございます。少しずつ、いわゆる介護保険外サービスも業界としてまとまりながら、産業としてこれから大きくなっていくという動きも出てきたところがございます。

スライド 15

それから大きなニーズがあるのが移動や外出の部分じゃないかなというふうに思っています。こちらは調査としてありますけれども、食料品の買い物が困難な方が535万人いると推計がされていらっしゃいます。これ田舎だけの話なのかというところでもなくて、実は三大都市圏で400万人以上いらっしゃって、おそらく川崎市の中でもですね、ある地域に行くと車がないとなかなか買い物行くのが不便だよなっていう地域にお住まいの方もたくさんいらっしゃると思うんですね。日本はどうしても車社会になってしまいましたので、免許を返納した後の生活をどうしていくんだというのは各地で課題になっているかと思います。アイシンのチョイソコというサービスは、今、全国90以上の拠点で地域展開されていますが、これは本当に三方よし四方よしのモデルになっているかと思っています。乗り合い型のオンデマンド型の送迎サービスになっているんですけども、行政もコミュニティバスを、コミュニティバスって大体赤字ですので、その赤字幅が削減でき、また利用者も一部お金を負担する形で運行費用を出して、それからもう一つ、地域の薬局さんとかスーパーとかクリニックとか、そういうところが地元協賛スポンサーという形で運行費用を出して、スポンサーになると自分のお店の前が停留所になったりするので集客支援になる、ということでスポンサー費用を払っているんですね。行政、住民、地域企業がそれぞれお金を出すことによって運行費用を賄うというモデルで全国に広がってきたりしています。あと、博報堂さんが朝日町という北陸でやってらっしゃるノッカルという取組は、住民さんが乗っているマイカーにちょっと乗っけてもらうっていう住民同士のつながりのサービスをやってらっしゃって、公共交通サービスとして朝日町では展開していらっしゃいます。いずれも既存の資源を有効活用したりニーズに応じた運行をしたり、いろんな担い手にお金を出していただくとか、これは結構工夫によって移動の問題というのも解決し得る余地があるんじゃないかなという、そんな例として御紹介できたらと思いました。

スライド 16

それから、今日はスポーツ系の企業の方々もいらっしゃいますが、介護予防の部分も、様々、まだ民間の活力がいかせるところなんじゃないかなと思っています。地域包括ケアの大きなテーマでもありますが、やはりこう出かける場所を作っていく、集いの場を作っていくと

というのは非常に大きな課題にはなっています。ただ、通いの場合は全国的に見ても参加率が6.2%になると言われていて、まだまだ出てきていない方がたくさんいらっしゃるということです。それから、なかなか総合事業では新しい多様な主体の参加ということが目指されましたけれども、短期集中サービスをやっているところが少なかったり、もう従来の介護事業者さんが予防に取り組まれていて、どうしてもやっぱり介護サービスの延長だとですね、介護予防というところは、見方を変えると単価が安い人、介護保険をいづれ使っていただく人の青田買いみたいになってしまうところもあってですね、ただ、予防だけでビジネスが成り立っている例が結構出てきてまして、これは川崎のような都市型で成り立つかどうかは分からないんですが、最近九州では公的な総合事業と自費のサービスを組み合わせて、きちんと利益を出している事例が結構出てきています。宮崎県小林市の andMORE さんというところは、午前中は総合事業の通所で公的サービスとしてサービス提供しながら午後は自費をいただいてお買い物等に連れて差し上げる、そんなサービスを展開していらっしゃる、ちゃんと黒字が出ています。この地域でいうと、車がないとお買い物も困難なところなので、運動もできて買い物もできてとても助かるということで、総合事業の公的なお金ではなく完全に自費でここに通ってらっしゃる方が結構いらっしゃいます。小林市という自治体ですけど、月々15,000円ぐらい払っている方が数10人いらっしゃるんですね。やっぱり持ってらっしゃる方は持ってらっしゃるんだなというふうに思ったところでもあります。熊本健康支援研究所さんは、短期集中サービスの卒業後、自費で展開するという形で、これは午前午後みたいな形で運営されていらっしゃいますが、送迎スタッフと場所は共用化しながら自費のところでは利益を上乗せするというモデルをやっていらっしゃる、これもよくあるお話だと思いますけど、短期集中が終わって家に一回戻ると出かける機会がなくなるので悪くなってしまうということがありますので、そこを埋めるようなサービスも出てきています。あとはショッピングリハビリとして普通のリハビリとは違うような事例なんかもあるんじゃないかなと思います。

スライド 17

それから、認知機能低下の補完というところがこれから大きなチャンスになっていくんじゃないかなと思っています。我々が経産省さんから委託を受けて事務局として担っている「オレンジイノベーションプロジェクト」というプロジェクトがあって、川崎市の御関係の方々にも御協力いただいているんですが、これは何をやっているかという、認知症になったり認知機能が低下しても使いやすい製品やサービスを、実際のユーザーである認知症の方の御意見をお聞きしながら作ったり改善していくという事業をやっていきます。弊社の親会社である三井住友銀行だったりトヨタさんだったり、いろんな会社さんがスタートアップから大企業まで、今、50数社の企業が参画いただいて取組を進めています。

スライド 18

例えばですが、こちらは認知機能、特に視空間認知機能といって位置関係が分かりづらくなる方がいらっしゃいますが、そういう方がなかなかこう靴下がうまく履けないので外に出かけるのが難しくなったという声を受けて、じゃあどうやったらいいだろうかということを実験者の方と一緒に話し合っただけで、この写真だとわかりづらいですけど、実は筒状の靴下なんです。前後ろがないんです。なので、足に通ってしまえば失敗しない。履き口に印がついているので、どこから履けばいいのかわかりやすいというものが作られていて、誰でも履ける魔法の靴下ということで実際に売られています。また、これはチヨダさんというところが作っているスパットシューズという、これは妊婦さんたちも使っているんですけど、障害の方が使ってますが、ひもを使わないでスッと履ける。これも、より認知症の方が使いやすいためにはどんなふうにしていったらいいかという御意見をいただいて改善をしたりしています。こちらのコンロも実際に認知症の方と料理をして、どういうところがどう変わっていったら、よく聞く話として認知症になると火が危ない、火事になったら大変なんでIHにしましょう。IHに切り替えると大体使い方が分からないので料理しなくなっちゃうという悪循環があるので、従来から使い慣れているガスでの料理をやってほしいということで、ちょっとわかりづらいかもしれませんが、五徳っていう鍋を置く所がすごく大きくなって失敗しない形になっていたり、これは実際実験者の方と料理して分かったことなんですけど、色が見えづらくなる方が結構多いので青白い火が見えづらいうお声があって、背景を黒くしたら火が見えやすくなるんじゃないかという発想に立っていますね、リンナイさんというところが実際に開発して、セイフプラスという製品で売り出しています。こんなものが少しずつ生まれてきていて、今までない差別化の切り口ですよ。こんなものはまだまだ出てくる余地があるんじゃないかなと思っています。

スライド 19

弊社のメンバーがこういう認知症フレンドリーな製品ってどれぐらいの市場規模があるのかというのを推計も推計なんですが出してしまっていて、2050年には従来のものが認知症フレンドリーなものに置き換わることによって、例えば仮に8%ぐらいユニバーサル、認知症フレンドリーに置き換わったら、衣服だとかインテリアとか、そんなものが5,000億ぐらいの規模になるんじゃないかと推計も出したりしているところでもあります。こういうものって日本だけでなく海外も含めて需要があるんじゃないかと思っています、川崎市さんでいうとウェルフェア、ウェルテックさんといったところとも連携しながらこういうものが生まれていくといいなと思ったりもしています。

スライド 20

また、こちら田中先生にもワーキングの座長として御指導いただいておりますが、厚生労働省さんの取組としてですね、様々な業種で認知症バリアフリーを広めていこうという取組をやっているところです。今日お越しの皆様が関わる業種もたくさんあるんじゃないかと

思っていますが、薬局だとか携帯ショップ、配食、小売り、いろんな業種ごとに、こういうふうなバリアフリー対応、特に身体バリアフリーじゃなく、認知症、認知機能バリアフリーってどういうことに留意していったらいいのかということについて、業種ごとにポイントを取組としてまとめています。こういう従来の業種が認知症バリアフリー対応していくというのも、非常にこれから大事になってくるということじゃないかと思っています。

スライド 21

それから5つ目ですね。仕事と介護の両立支援というのも、これから大きな課題になってくるだろうということを、経産省さんと一緒になって今いろんな形で訴求をしています。ビジネスケアラーとかワーキングケアラーと言われたりもしますが、以前から介護離職ということが言われていて、年間10万人ぐらいの方はですね、介護が原因で仕事を離れていらっしゃいます。ただ、この離職に至らずとも、仕事をしながら介護をしていることによって出張に行けない、転勤ができない、若しくは日々介護の事業所から電話がかかってきたりするので集中して仕事ができないということも含めて、いろんなお困りごともあるんじゃないかなということで、仕事をしながら介護をしている人に注目していくべきじゃないか、そしてこういった方々の仕事と介護の両立を支援していくべきじゃないか、こんな議論をしているところです。ビジネスケアラー、ワーキングケアラーと言われますけど、2030年には318万人に達するんじゃないか、そしてそのことによる経済損失は9兆円になるんじゃないかという推計もしているところがございます。調査したんですけども、働く家族介護者はだいたい平均して仕事のパフォーマンスが27%下がる、これ自覚なんですけど、通常と比べてどれぐらいパフォーマンス下がりましたかと聞いてみると、平均して27%下がっていました。ここを少しでも下げていくというのは、経済にとっても大きな影響があるんじゃないかと思っています。

スライド 22

ただ、なかなか介護って育児と違いまして、育児だと育児休業とかみなさん普通取れるようになってますし、会社に届けますので会社としても把握しやすいんですが、介護ってなかなかオープンになっていなかったり、企業人事部の方々も従業員の介護ってどうサポートしていったらいいのみたいなところがなかなか分かりづらいところもあるというのが、介護の難しいところじゃないかなと思っています。

スライド 23

最近はこの部分を外部の企業がサポートするような例も出てきています。保険会社系のところだとか介護事業者といったところが仕事と介護の両立、皆さんの企業の従業員さんの仕事と介護の両立をサポートしますよと法人向けのサービスをやり始めていたりもします。人事部さんの代わりにサポートするビジネスです。この辺りは介護事業者さんが取り

組まれてもいいんじゃないかなという領域でもありまして、保険を使わないところですが、介護のノウハウが生きる新規事業というものんじゃないかなと思ったりもしています。

スライド 24

ということで、いろんところでちゃんと事業として回る例が出てきています。ただ、そんなに簡単でもないかなというところで、どうやって持続性を担保していくのかというのは民間・行政が一緒になってですね、あるいは地域住民も巻き込みながら一緒になってやっていくということが大事かと思っています。

スライド 25

最近ちょっと、我々もあの、地域包括ケアは自助、互助、共助、公助というふうに言いますが、この5つ目として「商助」、商いによるサポートというのもしっかり加えた上で地域包括ケアを考えていったらどうでしょうかということ、いろいろなところでも発信をし始めたところがございます。ビジネスのサポートも、単なる社会貢献ではなく、民間事業者の皆様の本業でしっかり高齢者の方や認知症のある方に対応してもらうことによって、ちゃんと事業としては成り立ちつつ地域社会の課題解決にもつながっている、こんなところになっていくとですね、なかなか自助、互助、特に互助の部分なんかは地域の力が弱まっているところもありますので、ビジネスの力というのも加えていくと、より良い地域に近づいていくんじゃないか、まさに川崎市さんはこういう考え方でいち早く取り組んでいらっしゃるのではと思っています。

スライド 26

ただ、やはり事業としてやっていくのはなかなか難しいところがあるのも事実かなと思っています。理想は収益性もちゃんと担保できていて、社会課題の解決にも貢献性が高いという右上の領域だと思いますが、右下の領域は各企業がやっていけばいいということだと思いますし、左上の領域は良いことなんだけど儲からないというのが従来の CSR かなと思っています、ちゃんと儲かるし社会課題も解決できる、ここを目指していきましょうということなんです。B2C 消費者向け、B2G 自治体にお金を出していただく、いずれにしても難しいなというふうに思います。B2C で難しいのは、先ほど御紹介したみたいに資産が二極化することとともに、御高齢の方に必要なサービスを知ってもらう、届けていくっていうことは、一般的には非常にハードルが高いと思います。多くの企業が集客とか周知に苦しんで、なかなか利益が出ないということをよくお聞きします。それから、残念ながら自治体さんの総合事業を含めて予防にかけられる予算というのは非常に限定的でございますので、ここだけをアテにするとなかなかビジネスは厳しいんじゃないかなと思います。

スライド 27

ですので、こうしたものをうまく補足しながらということについて言うと、やはり企業と福祉関係者、あるいは行政の皆さんがしっかり手を取り合って一緒に課題解決と、そして企業さんにも貢献だけしてねというよりは事業収益性を一緒に考えながら共通のゴールでやっていきましょうということが大事なんじゃないかと考えておりました、これは滝口さんにもアドバイザリーボードに入らせていただいているんですが、経産省では産福共創、産業と福祉が共に創るというコンセプトで連携を促進していこうということもやっていますし、厚生労働省さん側でも生活支援共創プラットフォームということを作られて、民間事業者と福祉関係者を結びつける、そんな動きが出てきたところかなというふうに思っております。

スライド 28

どう連携していくか、いろんなパターンがあるかと思っております、従来やっているビジネスを高齢者向けにカスタマイズするということがあれば、新規事業で高齢者向けにするとか、あとは他の地域だとこんなのをやっているけど、うちの地域でやれないかといった取り組み方も色々あるかと思っております。じゃどういう形で連携していったらいいのかと、いくつか例を御紹介できたらと思っております。

スライド 29

愛知県の豊明市という自治体さんでは、こうした民間事業者の力を使って高齢者の課題を解決していく、かつそれをちゃんとビジネスとして回していくということにいち早く取り組まれています。コープあいちさんでは、ふれあい便ということで、買い物された荷物を無償でお届けするというサービスをやられています。これが出てきたきっかけは、地域ケア会議で、ここは団地が多いところなので、「スーパーに行って買い物はできるんだけど、お水とか重たいものを買って帰るときに階段で団地の4階まで持って上がるのがしんどいんです、だから買い物困ってるんだ。」という声を聞いた行政の方が、コープの方々に「こういう課題があるんだけど何とかありませんか？」と言ったところ、無料で運んでいただけるサービスを展開されたということです。結果どうなったかっていうと、それをやってくれるのが最初はコープさんだけだったので、他のスーパーじゃなくコープで買い物をするようになり、そして1回当たりの買い上げ点数が上がったんで、コープさん的には商売的にもプラスでしたという話なんです。地域課題を発見し、民間につないでそれを持続可能な形でやっていった良い例だなと思っております。豊明市がすごいなというのは生み出すというのもそうですし、実際に出来たサービスを利用者の方、高齢の方に知ってもらってということもかなり力を入れていらっしゃるって、豊明市の高齢者相談窓口に行くと、民間事業者さんのチラシがめっちゃめっちゃ置いてあります。しっかり使ってもらわないと民間側も成り立ちませんので、そこにもしっかり注力していらっしゃる。行政がこうつなぐ役割を果たしていらっしゃるの大きいと思ったりしています。

スライド 30

それからこちらの移動販売は川崎でも取り組まれています、ウエルシアさんの「うえたん号」というのが各地域の行政の方々とうまく連携されながらやられている良い例だと思っています。行田市の場合になりますが、運行ルートをしっかり作られていて、月曜日から金曜日まで移動販売されていらっしゃる。これは買い物の支援であると同時に、コミュニティづくりだということも、各関係者で合意をしながらですけれども、何をウエルシアさんと行政関係者で合意しているかということ、ちゃんとそこに人が来て買い物をしてくれるという利用者数を共通の目標としてこの事業をやっている。行政は、お金は出していないですけれども、ルート設定、中には公民館のようなパブリックスペースで移動販売を行っているケースもあって、このあたりの調整とか自治会さんとの調整とか市民への告知とか、こういうところを行政が担いつつ、ウエルシアさんは移動販売車を走らせる。そこは一定の利用者さんがいないと赤字になってしまうので、そうならないように地域の方とも協議をしながらルートを微調整したり、使う人が少ないところで告知をしたり、そういうことをお互い協力しながら進めていらっしゃると思います。

スライド 31

あと、こちらは東北のスーパー、マイヤさんというところで、認知症になってからも買い物しやすいスーパーということで、これもかなり今全国的に広がってきてますが、スローレジとかスローショッピングと呼ばれるような、認知症になるとなかなか小銭を計算して出すことが難しくなったりしますので、大体1万円札出してお釣りがガバッと来て財布がパンパンになっている方もたくさんいらっしゃいますけど、焦らないでゆっくりでいいんですよというレジを作ったり、パートナー活動という形でボランティアの方が付き添ったり、そんなことをやっていらっしゃるスーパーになっています。これは、行政というより福祉関係者、医療関係者、元々やられているのは認知症のクリニックの先生が中心になって、地域のボランティアの方とこのスーパーマイヤさんがうまく連携をして買い物サポートをしている例になっています。

スライド 32

それから杉並区の御用聞きさんと杉並区が取組んで、楽しい見守りというのはやられているんですけど、通いの場に出てきたくない御高齢の方が杉並って結構いらっしゃるそうで、非常に学歴の高い方も結構いらっしゃる。みんなが行くところだったら自分で行くのが嫌だということも結構いらっしゃる。来てもらって活動をしてということが何かできないかということも杉並の地域包括支援センターの方々がいろんな民間事業者さんに問い合わせたときに、先ほど御紹介した学生さんを中心とする担い手として活動している御用聞きさんが「じゃあその課題、うちで何とかしましょう。」ということで、この楽しい見守りという訪問型の活動サービスを新しく作られたという事例になっています。

す。御用聞きさんがこれ単体で儲かってるかどうか分からないんですけども、御用聞きさん側から見れば、これによって潜在的に片付けが必要な御高齢の方の集客にもつながるし、プラスにもなっているというところですよ。杉並の地域包括の方が仰ってたんですけど、なんでこれを御用聞きさんとやってるかという、他社は自分のところのサービスの売り込みばかりだったと。御用聞きさんはそうではなくて、杉並の課題なんですか、それを解決するために自分たち何ができるか一緒に考えましょうというスタンスで一緒に考えて、このサービスを作ってくれたと仰っていて、民間事業者さん側の取組スタンスとしても、自社サービスありきでいかにそれを使ってもらおうかということではなく、今日、本当にこういう場がすごく素晴らしいなと思うんですけど、地域の課題は何で、行政の方や福祉関係の方が何に困っていて、何に悩んでいて、自分たちの持っているリソースで何ができるのかという発想で考えていただき、共通のゴールに向かって取組が進んでいくと新しいサービスが生まれたり、それが使ってもらえたりっていうことに広がってつながっていくんじゃないかと思っています。

スライド 33

まとめ的なところになるんですが、今後様々な企業の皆様にとっては、やはり消費者というお客様が像が大きく変わっていくんだらうなと思っています。本当に体も頭もしっかりして明確なニーズを持った消費者から、認知機能だとか意思決定能力がやや弱った経済主体が一定の割合を占める。そして、いろんなこれが欲しいあれが欲しいということが自分では気付かなかったり潜在化しがちな御高齢の方を中心に、トレンドを追求していくというよりは、ある種スローなマーケティングということがこれから求められるかなと思いますし、ユニバーサルデザインとか認知症バリアフリーということを考えていかないと、何せ 30 数パーセントが 65 歳以上になってきますし、認知症や MCI の方は 1,000 万人いらっしゃいますので、そういう方々がお客さんでなくなってしまうということですよ。そうじゃないっていうところをこれから目指していく必要があるかなと思っています。

そして、これまではどちらかというとお金がある方は民間で、そうじゃないところは官とか福祉だよなと分業されてきたところがあるのだと思っています。ただ、これからは本当に連携とか共創とか、地域や社会の課題を一緒に解いていきながら、それを一緒に持続可能な活動にしていきながら続けていく、こんなことが社会全体で求められていくようになるんじゃないかなと思っています。川崎ではもうすでにいろんな取組が進んでいるんだと思いますけれども、それをさらに仕組み化し、いろんな取組がこれから広がっていくということになるととても良いなと思っていますし、私自身もこれからいろんな川崎市さんの取組を見させていただいて、学ぶことができると良いなと思っています。

スライド 34

御清聴ありがとうございました。