

高齢者・介護関連ビジネスのブルーオーシャン 4000万人マーケットをチャンスに変える戦略論

株式会社日本総合研究所 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/プリンシパル 紀伊信之

自己紹介

紀伊 信之 きののぶゆき



株式会社日本総合研究所
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 プリンシパル

略歴

京都大学経済学部卒業。株式会社日本総合研究所入社。在職中、神戸大学にてMBA取得。

専門分野

新商品開発、営業力強化、ブランディング、新規事業開発等マーケティング戦略全般

注力テーマ

近年、シニア・介護領域の調査・コンサルティングに注力。有料老人ホーム・介護事業のコンサルティングや、シニア向けの商品・サービス開発に従事。ホームヘルパー2級資格保有。

委員等

内閣府「規制改革推進会議 健康・医療・介護ワーキンググループ」専門委員、東京都「認知症のある人の社会参加推進事業」委員
介護関連サービス事業協会理事など

執筆

「超高齢社会に挑む希望のシニアビジネス」（共著）「国民の介護白書2022年度版」（共著）

主なプロジェクト実績

経済産業省（認知症共生・予防、公的保険外サービス、ビジネスケアラー支援等に関する調査研究、介護テクノロジー・福祉用具開発に関する調査研究）
厚生労働省（認知症、老人ホーム・高齢者住まい、介護テクノロジー、公的保険外サービス、介護人材等に関わる調査研究）
介護ICT実証モデル事業におけるコンサルティング業務（介護業界団体）
有料老人ホーム・介護サービス事業者（事業戦略、出店戦略、顧客満足度・サービス品質向上） など

高齢社会イノベーショングループ

「超高齢社会に最適化された社会システム作り」に向けて、官民の調査研究・コンサルティングプログラムを提供しています。

Well-Beingがあふれる超高齢社会の実現

国（厚労省・経産省・総務省）、自治体、民間（介護・一般）の「ハブ」となり、
ビジネス・マーケティング※の力で社会課題を解決する
 ※未充足のニーズを捉え、持続可能な形で解決する仕組みをつくる力

認知症の人を含む 共生社会づくり	次世代の介護への アップデート	介護予防の革新 介護関連サービスの産業化	家族介護者支援の普及 (ケアする人をケアする仕組み)
共生に向けた社会のR・デザイン <ul style="list-style-type: none"> ● 認知症当事者参画型の製品・サービス開発・普及促進 ● 認知症の人も含めた共生社会に向けた自治体支援 「真の予防＝備え」の社会実装 <ul style="list-style-type: none"> ● 社会機能低下や生活上の不便を解消する民間サービス、公的支援の開発 ● 認知機能面でのバリアフリー、金融ジェロントロジーの促進 	生産性とケアの質の向上 <ul style="list-style-type: none"> ● 介護×テクノロジー活用 ● 障がい者福祉×テクノロジー活用 ● 介護におけるエビデンス、サイエンスの確立・普及 ● 介護・医療の連携促進 介護人材確保 <ul style="list-style-type: none"> ● 介護人材確保に向けた自治体支援 経営の高度化 <ul style="list-style-type: none"> ● 法人・施設の経営・組織強化 ● 法人間連携や統合支援 	介護予防の民間サービス開発 <ul style="list-style-type: none"> ● 予防・重度化防止サービスの開発・普及支援 介護保険外・介護関連サービスの産業化 <ul style="list-style-type: none"> ● 介護保険外サービスの普及促進 官民連携モデル開発・普及 <ul style="list-style-type: none"> ● 官民連携の効果的なモデルづくり ● PFSモデルの普及促進 	仕事と介護の両立支援 (ビジネスケアラー支援) <ul style="list-style-type: none"> ● 勤務先での支援の拡充 ● 受け皿となるサービス振興 認知症の家族介護者支援 <ul style="list-style-type: none"> ● 支援プログラム開発・社会実装 ヤングケアラー支援 <ul style="list-style-type: none"> ● 地域での支援体制や人材育成の支援

人生100年時代の 地域共生コミュニティづくり

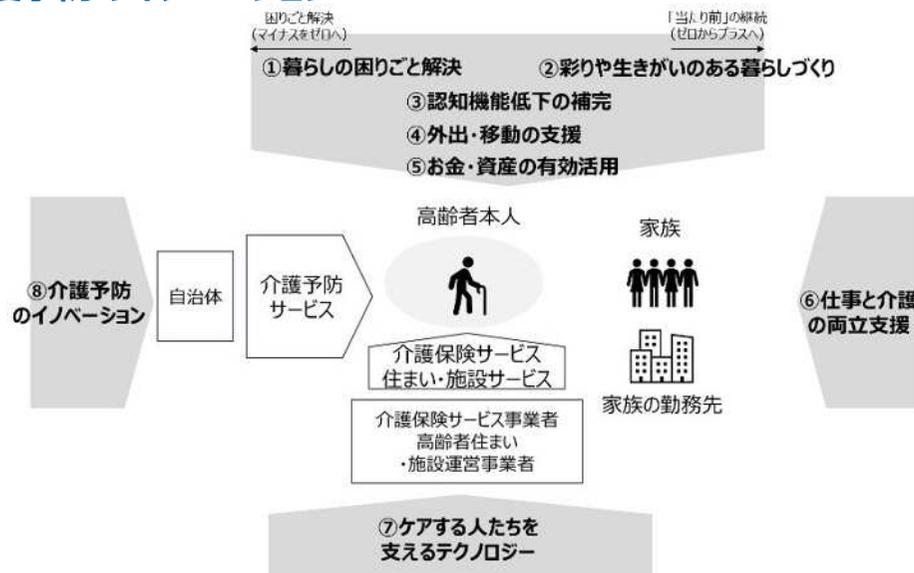
● 自治体・民間事業者によるコミュニティづくり支援

書籍 超高齢社会に挑む希望のシニアビジネス 4000万人マーケットをチャンスに変える戦略論

産官学での様々な調査研究・コンサルティング経験を通じて触れた最新のビジネス事例や得られた知見を書籍化



- 序章：超高齢社会で伸びる新ビジネス領域
- 第1章：暮らしの困りごと解決
- 第2章：彩りや生きがいのある暮らしづくり
- 第3章：認知機能低下の補完
- 第4章：移動・外出の支援
- 第5章：お金・資産の有効活用
- 第6章：仕事と介護の両立支援ビジネス
- 第7章：ケアする人たちを支えるテクノロジー
- 第8章：介護予防のイノベーション

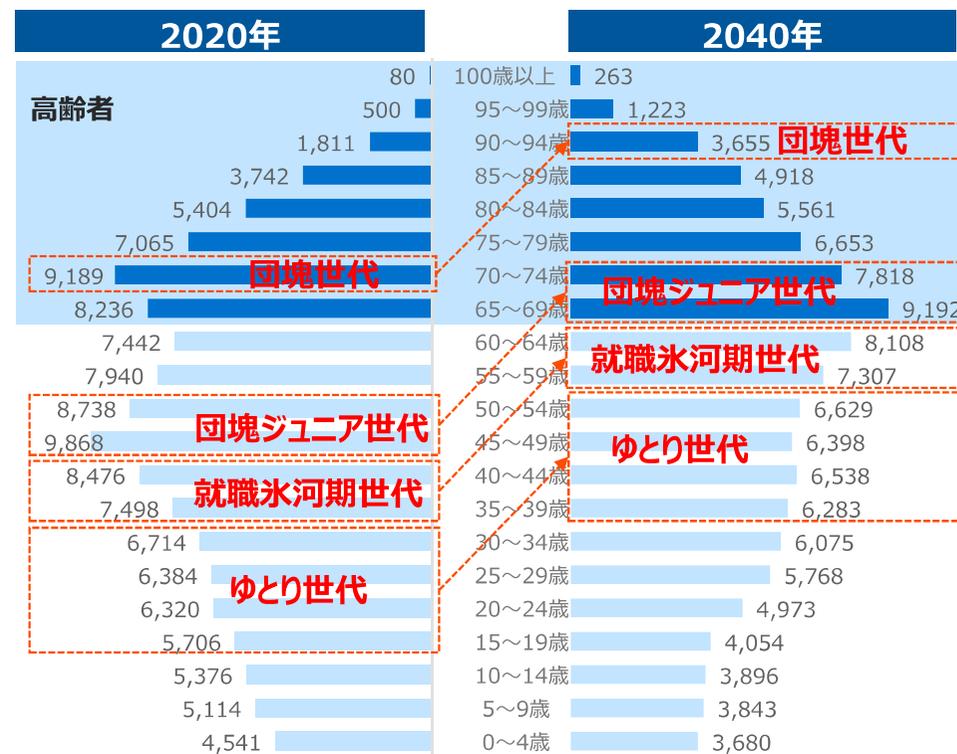
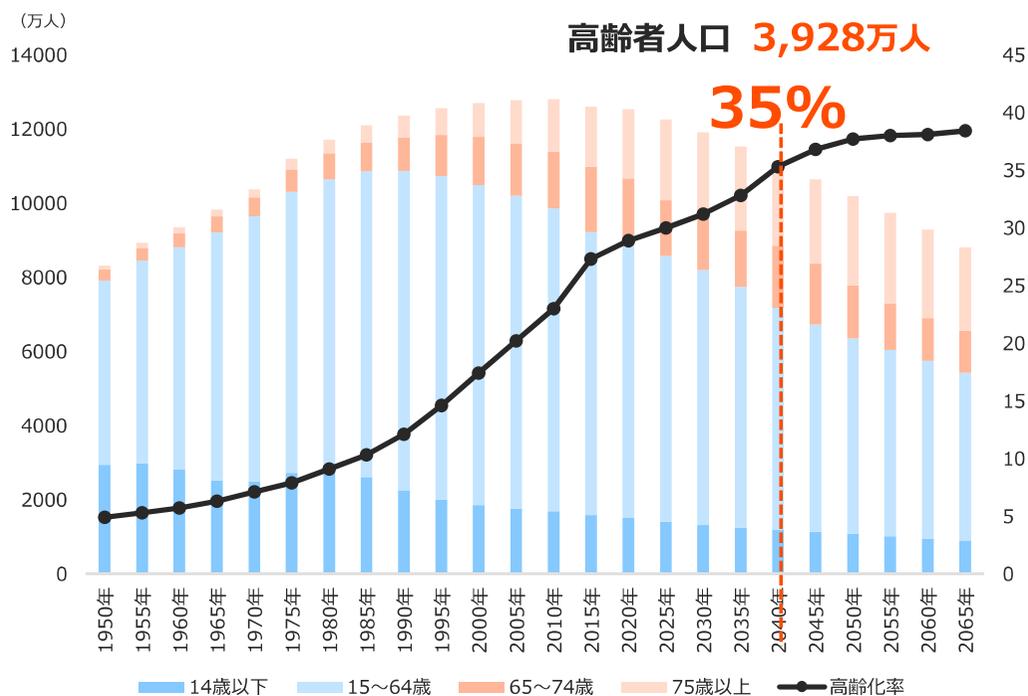


高齢化の実態とビジネスへの期待

2040年 高齢者4,000万人時代

- 2040年には高齢化率35%、65歳以上の高齢者数は3,928万人と、**4,000万人**に迫る。
- ボリュームの大きい、団塊ジュニア世代が65歳以上になり、就職氷河期やゆとり世代が支える構造へ。

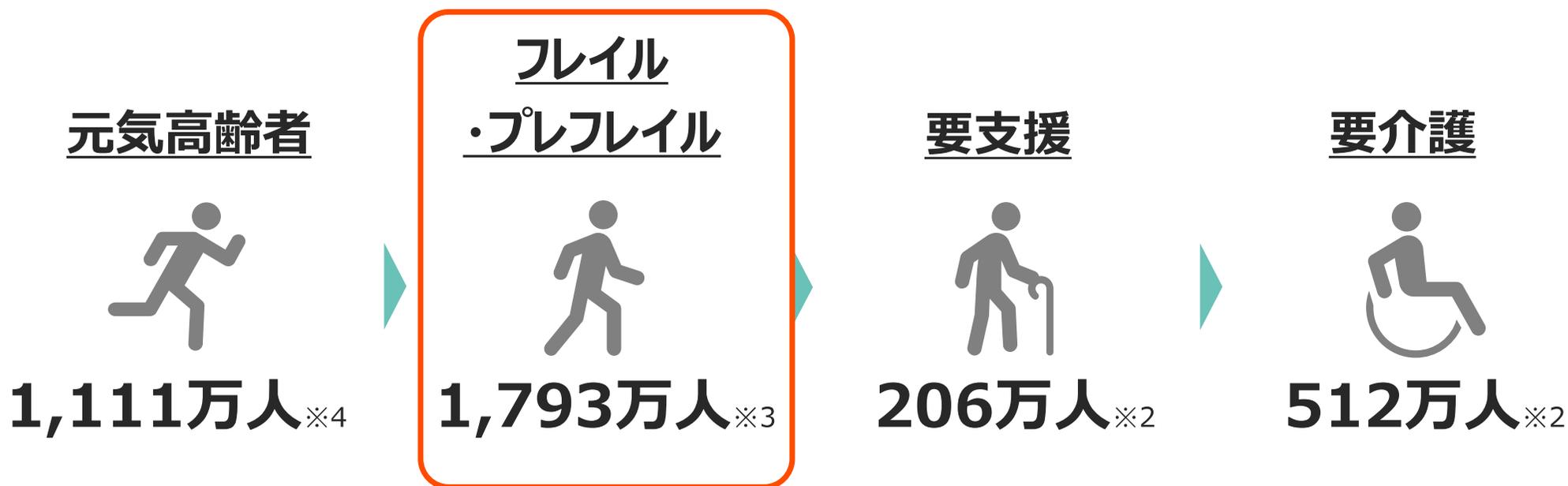
日本の将来人口推計



出所) 内閣府「令和6年版高齢社会白書」を基に日本総研作成

“高齢者”の内訳

65歳以上人口 **3,622万人** (2024年7月) ※1



※1 総務省統計局 人口推計 2024年(令和6年)7月報

※2 厚生労働省 介護保険状況報告(暫定) 令和6年7月分

※3 東京都健康長寿医療センター調査の「フレイル8.7%、プレフレイル40.8%」より、65歳以上人口をかけて、フレイル315万人、1,478万人 あわせて1,793万人と試算
<https://www.tmg Hig.jp/research/release/2020/0903.html>

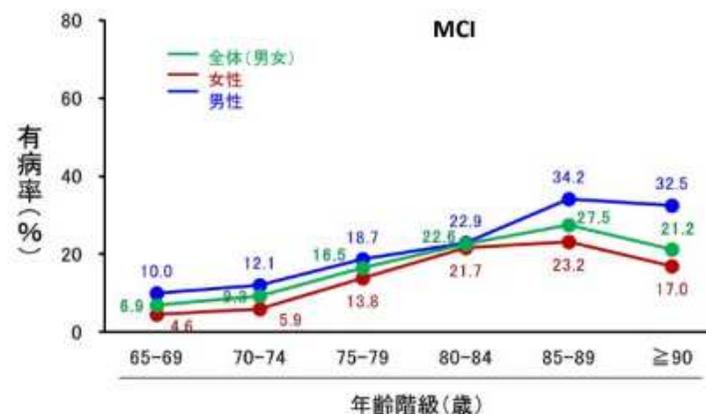
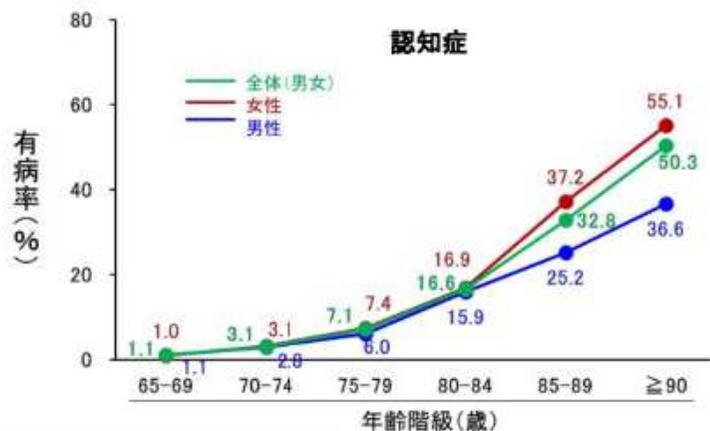
※フレイルに「要支援者」は含まれていないものとして試算

※4 65歳以上人口から、フレイル・プレフレイル、要支援、要介護を差し引いて算出

認知症1,000万人時代（＝認知症がごく当たり前の時代）の到来

- 国内の認知症の人の数は2022年時点は443万人、MCIも併せると**2025年には1000万人を突破、2040年には65歳以上の3人に一人が認知症になると試算。**
- 既に我々は「**認知症がごく当たり前の社会**」「**認知症とともに歩む時代**」に生きている。

年齢階級別の有病率(2022年時点)



高齢者数と有病率の将来推計

年	令和4年 (2022)	令和7年 (2025)	令和12年 (2030)	令和22年 (2040)	令和32年 (2050)	令和42年 (2060)
認知症高齢者数	443.2万人	471.6万人	523.1万人	584.2万人	586.6万人	645.1万人
高齢者における 認知症有病率	12.3%	12.9%	14.2%	14.9%	15.1%	17.7%

年	令和4年 (2022)	令和7年 (2025)	令和12年 (2030)	令和22年 (2040)	令和32年 (2050)	令和42年 (2060)
MCI高齢者数	558.5万人	564.3万人	593.1万人	612.8万人	631.2万人	632.2万人
高齢者における MCI有病率	15.5%	15.4%	16.0%	15.6%	16.2%	17.4%

軽度認知障害（MCI）を合わせると
2040年には30.5%、高齢者のおよそ3人に1人が認知症に

出所：厚生労働省「認知症および軽度認知障害（MCI）の高齢者数と有病率の将来推計」より日本総研作成

世帯構成の変化

2040年には単身世帯が最大世帯類型へ。その半数弱は高齢者単身世帯

【図1-9】2040年には「単身世帯」が最大世帯類型へ

○ 2040年には、かつて家族類型の主流であった「夫婦と子」からなる世帯の割合は23.3%まで低下。他方、単身世帯の割合が39.3%まで拡大し、最大世帯類型となる。



【出典】1980年～2015年は総務省「国勢調査」、2020年～2040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(全国推計)」「2040年推計」を基に作成。

【注】1. 平成22年国勢調査(2010年)より、家族類型ごとの集計方法が一部変更されており、1980年～2005年は旧分類、2010年～2015年は新分類に基づく集計値。

2. グラフ中の()内の数字は、各年の総世帯数、「世帯割合」は、各年の総世帯数に占める当該世帯数の割合を示す。なお、2010年及び2015年の総世帯数は、世帯総数不詳を含む。

二極化した経済状況

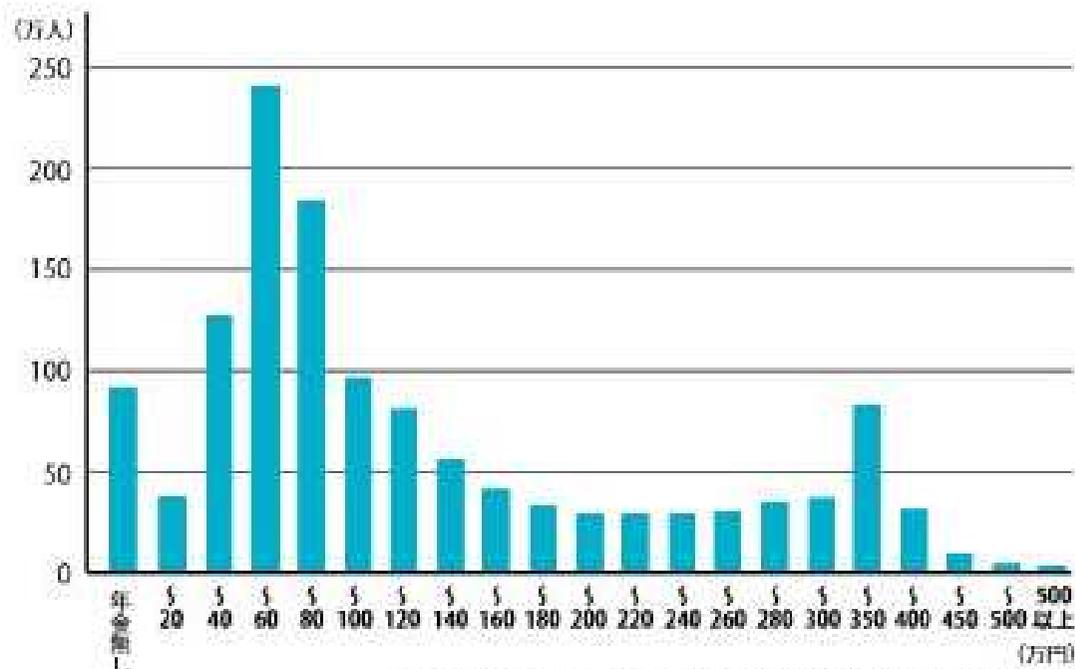
70歳以上の**1/4が金融資産2,000万円以上**を持つ一方で、
「資産無し」も3割弱 = 2極化

図表1 高齢者の金融資産保有額割合 (額の低い人と高い人が両極分布している)



出所：金融広報中央委員会『家計の金融行動に関する世論調査』2011年

図表2 高齢者の年金額分布



出所：厚生労働省『後期高齢者医療制度被保険者実態調査』2008年度

高齢化に伴う社会課題 = 見方を変えれば、ビジネスチャンス

- 高齢化に伴う様々な社会課題は、見方を変えればビジネスチャンスである。
- ビジネス = 社会保障に依存しない、持続可能性の高い課題解決手段となり得る

高齢化に伴う社会的な問題・課題



対応するビジネス



買い物難民

交通弱者

高齢者の孤立・孤独

認知症の人の在宅生活継続

老後資金問題 認知機能低下時の資産管理

“おひとりさま”の身じまい

介護離職

介護人材不足

フレイル高齢者の増加

⋮

生活支援・困りごと解決

移動・外出支援

交流・いきがい創出

認知機能低下補完

日常金銭管理・資産管理

仕事と介護の両立支援

介護現場支援（ケアテクノロジー等）

介護予防支援

主に
個人向けビジネス

主に
法人や自治体
向けビジネス

成長するビジネス領域

成長するビジネス領域例 ①暮らしの困りごと解決

- 高齢者単身世帯の増加により、これまで家族が担ってきた「ちょっとした支援」を社会で担う必要が出てきており、「片付け」や「外出付き添い」、「介護保険を補完する自費サービス」等が、一定の収益ビジネスとして成り立ちつつある。

ニーズの背景

○2040年には**単身世帯が最大世帯類型**へ世帯全体の**約18%**が**単身高齢者世帯**

○**食料品の買物が困難**な75歳以上高齢者は**535万人**（75歳以上高齢者の3人に一人）

○高齢の**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。

ビジネス事例

	主な利用シーン	人材	単価（1時間）	その他
イチロウ	深夜・緊急時 介助等	専門職	3,190円～	類型登録 10,000名超
クラウドケア	外出付き添い 家事支援等	一部専門職	2,500円～	
御用聞き	片付け 家事支援等	学生等	4,000円～	
ダスキンライフケア	長時間の 見守り等	非専門職	4,400円～	全国95拠点
ヘルパーリンク	外出付き添い 家事支援等	非専門職	1,500円～	千葉市と連携

出所) 各種情報を基に日本総研作成

成長するビジネス領域例 ①暮らしの困りごと解決 介護関連サービス事業協会（CSBA）

- ・ 経済産業省の支援の下、民間事業者での「介護保険外」サービスの産業振興に向けた業界団体が発足。弊社も会員企業として活動を推進。

〈活動目的〉

- (1) 公的介護保険外サービスの社会的認知度の向上
- (2) 適切なサービス選択ができる環境づくり
- (3) 公的介護保険外サービスへの信頼を獲得できる仕組みづくり

〈活動内容〉

- ・ 介護保険外サービスの普及・啓発活動
 - ・ **サービス別のガイドライン策定**
 - ・ **認証制度の設計・運営**
 - ・ 調査研究活動
 - ・ サービススキル向上を目的とした研修・教育プログラムの開発・実施
 - ・ 労働環境改善に向けた検討や従業員からの相談窓口の設置
- など

【発足時協会参加企業】

イチロウ株式会社、株式会社クラウドケア、株式会社シニアライフクリエイト、株式会社シルバーライフ、SOMPOケア株式会社、株式会社ダスキン、株式会社チェンジウェブグループ、株式会社ツクイ、株式会社やさしい手、ワタミ株式会社



100年人生サポートサービスロゴ

出所) 介護関連サービス事業協会
プレスリリース「介護関連サービス事業協会 設立式およびカンファレンス」を行いました」

- 2025.2 : 介護関連サービス事業協会発足
設立記念シンポジウム
- 2025.5 : ガイドライン（**生活支援、配食**）公開
会員募集開始
- 2025.10 : ガイドラインを基準とした認証制度
「**100年人生サポート認証**」
受付開始

成長するビジネス領域例 ③介護予防のイノベーション

- 高齢者のQOL・社会保障費の双方からフレイル状態から介護状態への進行を予防（先延ばし）することは、重要な課題であり、「産業」としての成長余地大。公費＋自費の組み合わせや、従来の「運動・体操」に留まらない多様な形に可能性あり。

ニーズの背景

○プレフレイル・フレイル状態

の高齢者数は

1,793万人と推計

(2024年)

○住民主体の通いの場の

参加率は65歳以上高齢者

のわずか**6.2%**

○本気で予防に取り組む

事業者の不在：

総合事業の短期集中の

サービス実施自治体は**4割**

事業所数も2,440件

ビジネス事例

公的な総合事業＋自費サービス

宮崎県小林市のandMORE

午前：総合事業の通所A 午後：自費の買い物支援



出所) 合同会社MOREGROUP提供資料

くもと健康支援研究所

総合事業の通所Cの「卒業後」に自費のサービスにて

受け皿を用意… 4～5割が継続

元気が出る学校
(短期集中の
通所C)

卒業

元気が出る大学
= 自費サービス
1回1,000～1,500円

3～4ヶ月

買い物をリハビリに

ショッピングリハビリカンパニー

商業施設での買い物をリハビリ・介護予防として活用



出所) ショッピングリハビリカンパニー(株)提供資料

成長するビジネス領域例 ④ 認知機能低下の補完

- 当社では、経済産業省事業の一環として、認知症の人の日々の生活を支える製品・サービスの開発を行う企業・団体の支援を継続的に行っている。今年度、多様な業界・業種の58の企業・団体が全国で開発活動を実施中。
- 認知症をテーマにした事業開発にこれまで行った経験がない企業が大多数を占める。
 - 新しい事業領域として「認知症」を捉えている企業が着実に増加。

令和7年度 オレンジイノベーション・プロジェクト 実践企業・団体 (58企業・団体)

朝日カルチャーセンター | アディリ株式会社 | イトヨカド | welzo | Otsuka 大塚製薬 | Sheer Happiness | つなぎ | テコドコドリーム研究所 SOCC Society of Career Consultant | TOWA 東和薬品 | TOTO | TOPPAN

株式会社小谷常 | KAERU | Kittoi | 牛乳石鹸 | GROOVE X | TOYOSHIMA 豊島株式会社 | TOYOTA | 豊橋鉄道株式会社 | Travelcareふくおか | ナチハマ

GROOVER | 経済産業省 Ministry of Economy, Trade and Industry | CogSma | COWA | Cosmotec | 一般社団法人 日本介護美容セラピスト協会 NeuroCOSMETICS | KNOCK ON THE DOOR | Hubbit | おぼえている手帳 | Pharmarise GROUP

自然とつながり、人とつながる明日を 再春館製薬所 | 西部ガス Rinnai | さくらほりきり | 主婦の友社 | FELISSIMO | オールライト研究所 ALL NIGHT LABORATORY BY FELISSIMO | 北國銀行 | MAGEVER | MARUMITSU | SMBC | Y・U・K・A・I E-N-G-I-N-E-E-R-I-N-G

SAFETY NET LINKAGE | みまもりあいプロジェクト | SEKISUI 積水メディカル株式会社 Confidence Inspired by Quality | セブン&アイ Food Systems | ZOJIRUSHI | softdevice inc. | universal sound design | LION 今日を愛する。 | Remote Robotics | LOVIC AUGMENTED REALITY | RENAISSANCE

SoftBank | 第一興商 | 大商 DAIGO CO., LTD. | 太陽生命少子高齢社会研究所 | Chiyoda

オレンジイノベーション・プロジェクト 主催・参画団体・事務局

経済産業省 Ministry of Economy, Trade and Industry | 厚生労働省 Ministry of Health, Labour and Welfare | JDWG | 公益社団法人 認知症の人と家族の会 | 日本総研 The Japan Research Institute, Limited

出所：経済産業省「オレンジイノベーション・プロジェクト 特設ウェブサイト」 <https://www.dementia-pr.com/>

成長するビジネス領域例 ④ 認知機能低下の補完

大翻



株式会社チヨダ

株式会社コスモテック

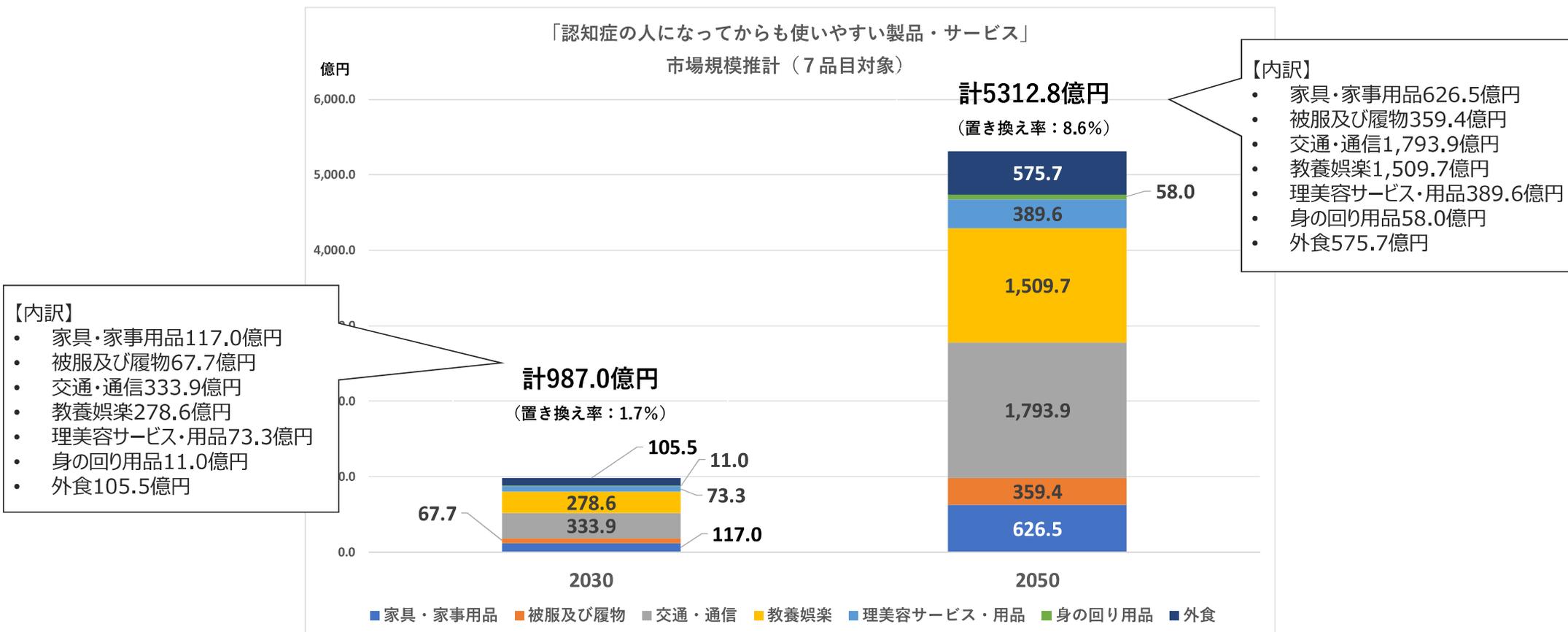


株式会社ソフトデバイス

リンナイ株式会社

成長するビジネス領域例 ④ 認知機能低下の補完

- 2030年時点で、「認知症になってからも使いやすい製品・サービス」に市場規模（7品目対象）は987.0億円と推計される。認知症およびMCIの高齢者の増加や「認知症になってからも使いやすい製品・サービス」の普及（＝「置き換え率」の高まり）を受け、2050年時点では5,312.8億円まで成長すると推計される。



（注）2025年時点においても「認知症になってからも使いやすい製品・サービス」の販売等を実施している企業が存在しているが、現時点では市場が黎明期にあることから、2025年の置き換え率は「0.0%」と仮定した。

成長するビジネス領域例 ④ 認知機能低下の補完 「認知症バリアフリー社会」実現に向けた手引き

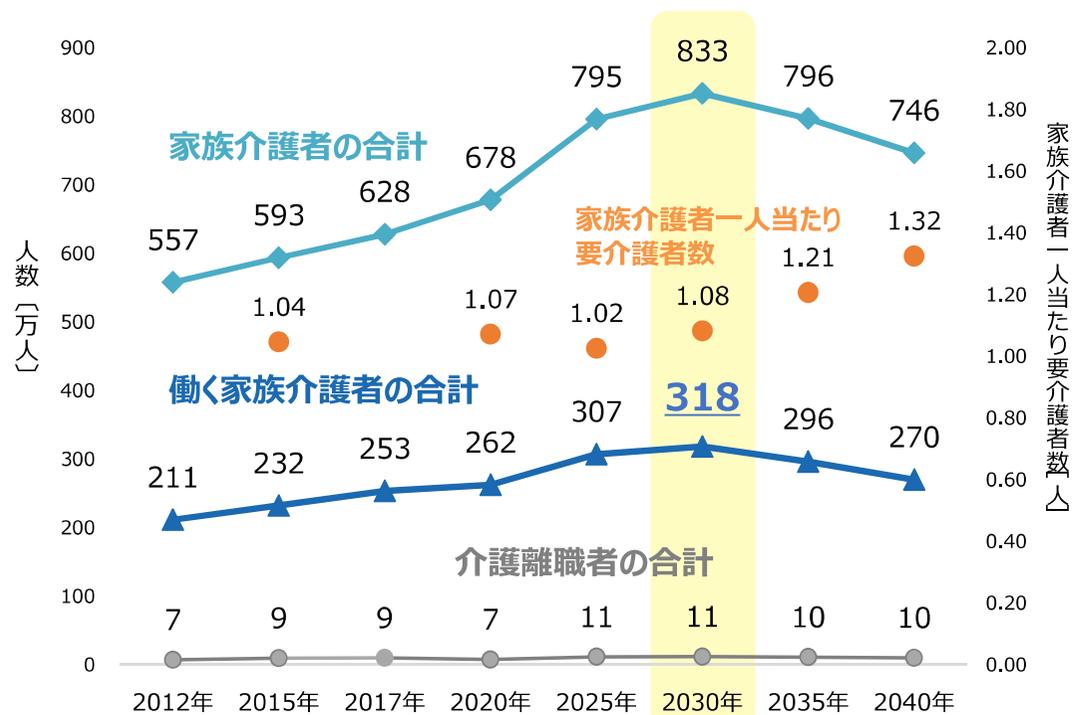
- 厚生労働省が進める認知症バリアフリーWGでは、業種ごとの接遇等の手引きが作成されている。



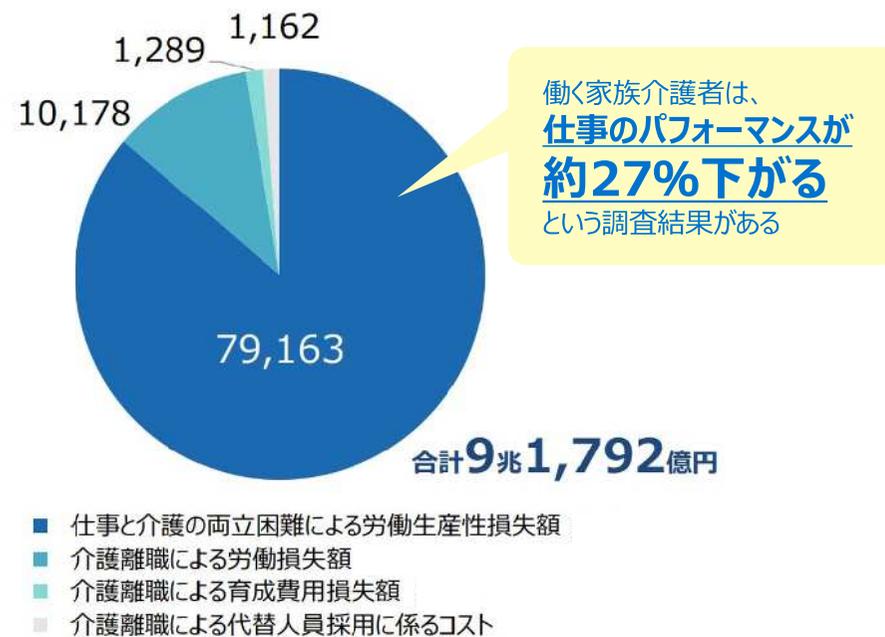
成長するビジネス領域例 ⑤ 仕事と介護の両立支援 家族介護負担による影響

- 2030年には**家族介護者833万人**に対してその約4割の約**318万人**が働きながら家族介護をされる方になることが予想され、介護離職や仕事と介護の両立困難による労働生産性の低下に伴う**経済損失額は、約9.2兆円**と試算されている。
- もはや家族介護は、「**個人**」の問題ではなく、「**組織**」「**企業**」における**大きな課題**であると言える。

家族介護者の人数の推移



2030年における経済損失（億円）の推計



出所：経済産業省 第13回経済産業政策新機軸部会資料「新しい健康社会の実現」（2023年）

成長するビジネス領域例 ⑤ 仕事と介護の両立支援 企業における仕事と介護の両立支援の実情

- 従業員は自身の家族介護状況を表に出しづらい実情、それに対して経営者は介護に関するリテラシー不足が課題として存在
- 各施策に先んじて**経営層が仕事と介護の両立に対してコミットメントを行い、従業員が自身の家族介護状況・事情を話しやすい組織文化づくり**が求められる

従業員



表に出しづらい実情

- ✓ キャリアのマイナスになってしまうのでは
- ✓ 家族の問題を他人に話すのは恥ずかしい
- ✓ 周りに迷惑をかけてしまうのでは（有給使ってカバー）

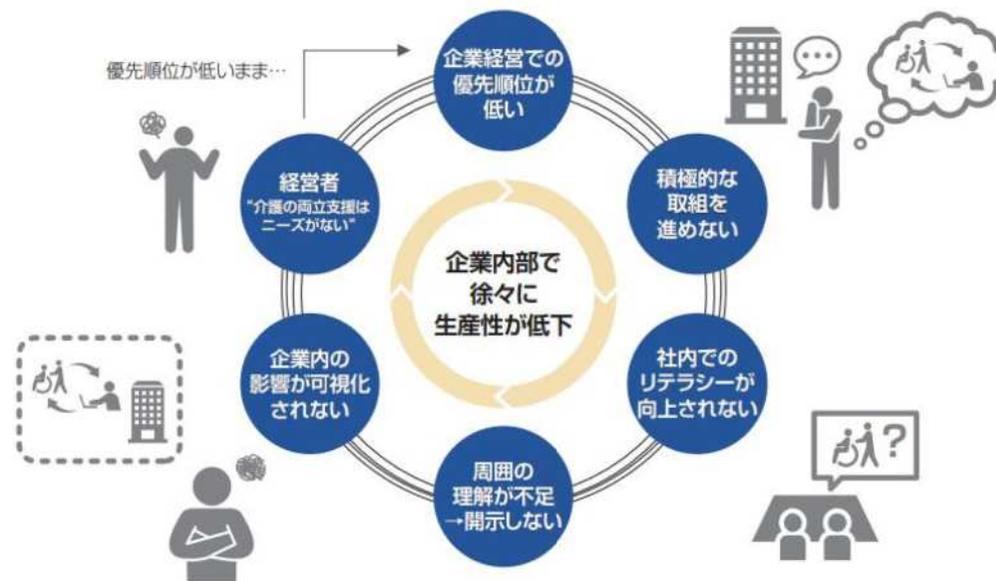
経営者



リテラシー不足の実情

- ✓ 必要性を感じるものの、何をしたら良いかわからない
- ✓ 家族介護の問題はプライベートな問題。触れづらい。
- ✓ 従業員が何も言っていないので、うちでは問題ないのでは

企業において、組織内で両立支援を実施していくことが求められるが、**積極的に推進していきづらい構造的な課題が存在**



この負のサイクルを断ち切ることがまず求められる

出所：経済産業省「仕事と介護の両立支援に関する経営者向けガイドライン（令和4年度）」を基に日本総研作成

成長するビジネス領域例 ⑤ 仕事と介護の両立支援 仕事と介護の両立支援ビジネスとは

- 今後、益々企業が担う両立支援の役割は大きくなっていく中、**仕事と介護の両立支援の必要性とそのテーマの専門性の高さ**から、**企業の仕事と介護の両立支援をサポートするビジネス**への期待が高まってきている

仕事と介護の両立支援ビジネスの特徴

介護の知見を活かしたビジネス展開

- 両立支援を行うためには介護における基本的な知識だけでなく、様々な介護のケースを知り、その人に合った助言を行うことが求められるため、**長年の介護の経験や介護に関する深い知見**が重要
- 介護事業者で介護事業で蓄積された知見を基に、**新規事業・派生事業として両立支援サービスを展開**



自社で展開する介護事業や「ケアマネジメントオンライン」というケアマネのコミュニティポータルサイトに蓄積された情報を基に、「わかるかいご」という両立支援サービスを展開



長年、在宅介護サービスを中心に展開する大手介護事業者であり、その中で蓄積されたノウハウを基に、「よりそいコンシェル for Business」というサービスを展開

企業人事の知見やネットワークを活用

- 企業の仕事と介護の両立をサポートするためには、**組織改革や人事労務制度、キャリア形成における知見**が求められる
- 企業経営や組織・人事の知見を持ったコンサルティング会社や、企業とネットワークを持つ金融機関、人材紹介や派遣サービスを提供する**人材関連企業が介護の知見と組み合わせ、両立支援のサービスを展開**



大手企業に対して経営・組織変革支援、DE & I推進支援などを展開していたが、両立に関する経営者自身の当事者意識が高まってきたことがきっかけで、「LCAT」という支援サービスを展開

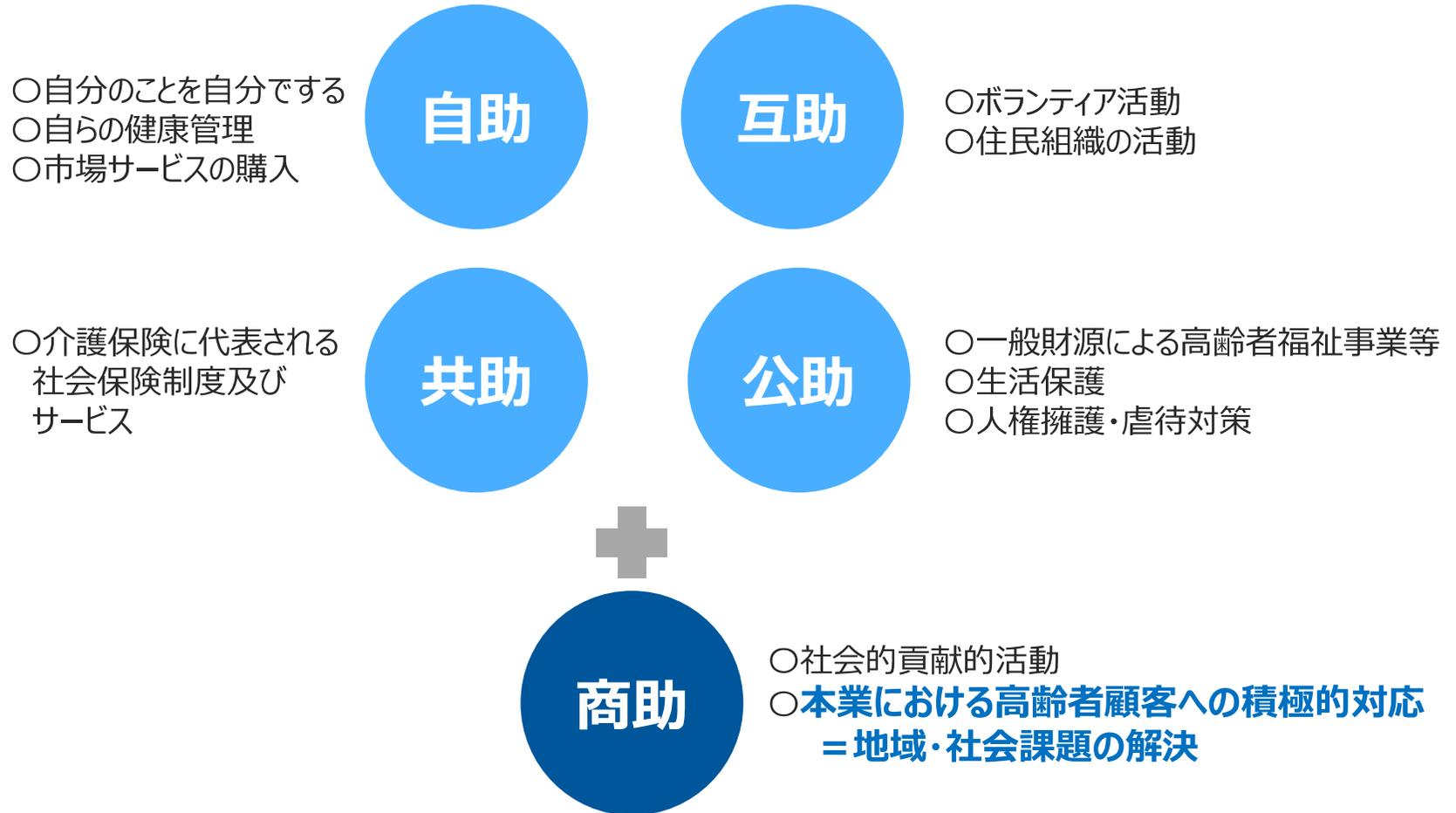


グループの保険顧客から介護に関する情報提供の相談があったことがきっかけとなり、グループの保険顧客ネットワークと東京海上日動ベターライフサービスが展開する介護事業の知見を活かして、両立支援サービスを提供

自治体/福祉との協創による事業継続性の確保

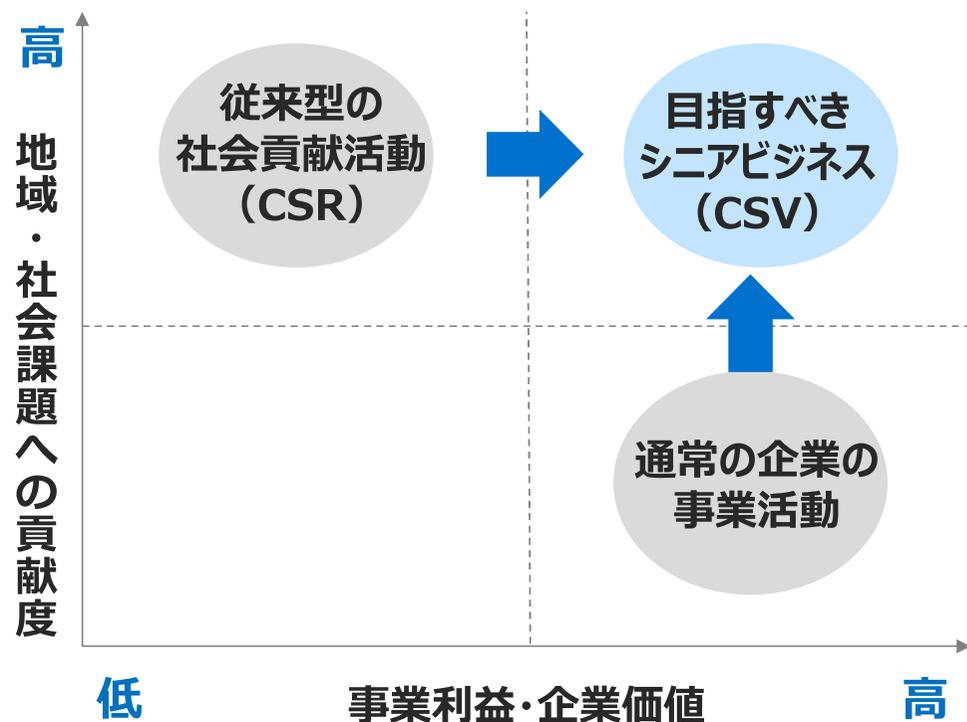
高齢化・人口減少社会における企業・ビジネスの力＝「商助」への期待

- 前頁のような社会課題へ対応するビジネスは「地域包括ケアシステム」を補完するものとしても期待される。
＝「自助」「互助」「共助」「公助」に次ぐ、**企業・ビジネスの力「商助」**への期待



シニアビジネスにおける収益確保に向けた課題

- 理想は「地域・社会課題解決への貢献」と「事業利益」の両立だが、個人負担のモデル、自治体負担のモデル、いずれも一筋縄ではいかない。



利用者負担（B2C）モデルにおける課題

● 経済力における利用者の限定

- 全家計資産に占める60代以上の割合**64.5%**
- 60代以上の金融資産2,000万円以上が1/4である一方で、**貯蓄なしが3割 = 二極化**

● 需要喚起と利用者獲得の高いハードル

- 新規製品・サービスに関する情報入手が相対的に困難
- 「諦め」や「周囲の遠慮」からくる需要の潜在化

自治体負担（B2G）モデルにおける課題

● 「予防」等にかかる予算規模の小ささ

- ある自治体の例 **介護サービス：総合事業（予防） = 24 : 1**
- 総合事業 = 予算キャップあり

● 「費用対効果」に対する感度

- 介護保険財源の場合、市町村負担は12.5% = **受益者の分散**
- 成果連動型民間委託契約方式（**PFS**：Pay For Success）は全国でも**年間50件弱**で推移

産福共創のパターン

- 産福共創によって展開される事業には、民間企業等と福祉関係者にて新規事業を開発するパターンと、民間企業が提供している既存事業を福祉関係者とともに高齢者顧客向けにカスタマイズするパターンが想定される。

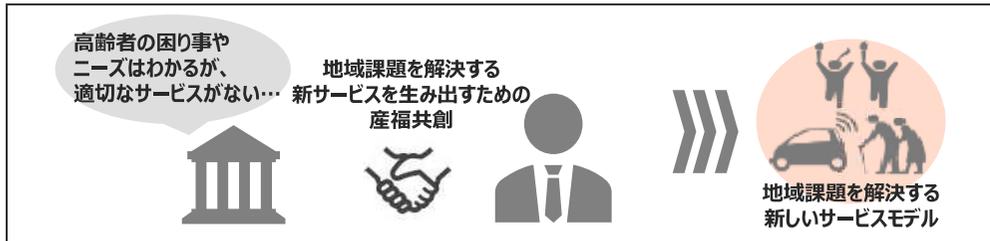
「産福共創」のパターン

民間企業等が提供している既存事業を福祉関係者とともに高齢者向けにカスタマイズする

民間企業等と福祉関係者が地域課題を解決するため新規事業を開発する

民間企業等と福祉関係者がともに地域課題解決に必要なサービス等を実装する

実施のイメージ



産福協創事例 豊明市における買い物支援＝コープの協力

公的保険外サービス創出の取組のきっかけ②



買った商品を無料配送するスーパー  生活協同組合 コープあいち

団地プロジェクトで、買い物は自分の目で見て選びたいが、買った商品を持って階段を昇ることが難しく、一度にたくさん購入できないというニーズを把握。

駅前に店舗を構えるコープに市からプロジェクト会議への参加を依頼。従来の個人宅配の使いにくさ等、高齢者のニーズを共に検討、新たなサービスの検討を重ねる。

店舗で購入した商品を無料でその日のうちに配達する「ふれあい便」をスタート。その後電話注文も対応。サービスを使った買物方法を市がケアマネジャーや住民に周知し利用を促した。

20

生活協同組合 コープあいち ふれあい便



21

出典) 日本総研シンポジウム「地方自治体における地域包括ケアシステム構築に向けた公的保険外サービスの創出・活用促進」
 「ふつうに暮らせるしあわせをどう守り支えるか」

産福協創事例 ウェルシア 移動販売「うえたん号」

News Release

2023年12月22日
ウェルシア薬局株式会社

**埼玉県行田市で移動販売車「うえたん号」を始動
地域のコミュニティづくりを支援**
～地域福祉の推進、健康増進および世代を超えた交流機会の創出～

ウェルシア薬局株式会社(本社:東京都千代田区、代表取締役社長:田中純一、以下「ウェルシア薬局」)は、2023年12月15日(金)より埼玉県行田市における高齢者等の買い物支援と交流と健康増進の機会を増やすため、同市にて移動販売車「うえたん号」の運行を開始しましたのでお知らせします。



埼玉県行田市での移動販売の様子

ウェルシア薬局はウェルシアグループ会社として 2021年11月に策定した「サステナビリティ基本方針」に則り、「だれひとり取り残さないまち」の実現、地域社会へ安心・安全を提供するインフラ機能を担うべく、2022年5月に静岡県島田市で初めて移動販売車「うえたん号」を運行開始しました。以降、埼玉県秩父市長瀬町、秩父郡横瀬町、加須市、愛知県岡崎市、新潟県佐渡市、宮城県取手市、大阪府枚方市においても移動販売の開始に至っており、行田市で10台目の稼働開始となります。

埼玉県行田市とウェルシア薬局は10月に「地域福祉の推進及び健康増進に関する協定」を締結しています。行田市が取り組む交流の場の不足や高齢者における買い物困難などの地域課題の解決に向けて、ウェルシア薬局内で運営する地域協働コミュニティスペース「ウェルカフェ」^{※1}の利用や移動販売車での巡回等を通じた「地域共生型」の連携を目指すために協力をしており、この度の「うえたん号」の始動に至りました。

※1 ウェルカフェ:地域社会の課題を解決する場＝地域協働「コミュニティ」スペースとして、ウェルシア薬局内に設置されており、健康増進、福祉、文化活動等に無料でご利用いただけます。

移動販売車「うえたん号」は、食品・生活日用品に加え、化粧品と第一類医薬品を含む一般用医薬品^{※2}(要事前注文)を販売します。また、車両に搭載した大型モニターによる店舗の薬剤師や管理栄養士等とのオンライン健康相談、クレジット・キャッシュレス決済、Tポイント付与、公共料金等の収納代行サービスなどの付加価値を提供します。「うえたん号」の運営で、行田市の目指す「誰もがお互いに支えあい、自分らしく生き生きと暮らせる共生のまち行田」の実現にむけて、住民同士の支え合い活動、地域コミュニティ創出事業への寄与に努めます。

※2 事前にウェルシア行田店に注文いただいた商品を移動販売車で運びます。

ウェルシアグループでは、2030年のありたい姿として「地域 No.1 の健康ステーションの実現」を目指しており、地域社会の皆様の健康増進にお役に立てよう取り組んでまいります。



移動販売運行スケジュール

※販売時間は15分程度ですが、道路状況等によりやや変動します
※悪天候時、運休させていただく場合がございます
※祝日も運行します

月曜日	火曜日	水曜日	木曜日	金曜日
【星河地区】 小橋団地集会所 10:00～	【荒木地区】 愛の港 駐車場 10:00～	【南河原地区】 大塚第二集会所 10:10～	【長野地区】 一般公園 10:00～	【長野地区】 児童交通公園 10:05～
【星宮地区】 子安神社 10:35～	【荒木地区】 閑たまりの幸楽屋 駐車場 10:15～	【南河原地区】 ついで広場のみがわら 10:30～	【忍野地区】 地域交流センター 10:20～	【長野地区】 ピーナック行田 10:20～
【星宮地区】 菅原さん宅前(小笠田) 10:50～	【荒木地区】 荒木第五区自治会集会所 10:25～	【南河原地区】 南河原公民館 10:55～	【持田地区】 二持田第二子供広場 10:50～	【長野地区】 ほくさい園 大下会館 10:40～
【星宮地区】 木村さん宅前(小笠田) 11:10～	【荒木地区】 聖徳会 行田 駐車場 10:40～	【南河原地区】 新河原地区 公民館 11:15～	【持田地区】 持田砂原自治会館 11:05～	【長野地区】 なかまの 家 駐車場 11:05～
【太田地区】 若小五木自治会集会所 13:30～	【荒木地区】 新河原地区 公民館 11:00～	【北河原地区】 新田自治会こま集会所 11:50～	【下忍野地区】 下忍野 下忍野社 11:45～	【佐間地区】 沼田 沼田 沼田 11:20～
【太田地区】 ふあみゆめ館 駐車場 13:45～	【荒木地区】 まきば回 駐車場 11:15～	【北河原地区】 新田自治会こま集会所 14:35～	【埼玉地区】 かがやき共同作業所 駐車場 13:55～	【太井地区】 志保山町自治会集会所 13:40～
【太田地区】 真名板屋産直敷地内 14:15～	【星野地区】 高桑団地自治会館 11:35～	【南河原地区】 南河原第二区集会所 14:55～	【埼玉地区】 正福寺本堂前 14:15～	【太井地区】 清水町自治会集会所 13:55～
【太田地区】 行田さくらそう 駐車場 14:40～	【荒木地区】 聖徳会 プリモカンボ 14:05～	【南河原地区】 在家集会所 15:05～	【埼玉地区】 杉原会館 14:35～	【太井地区】 清水町公園 14:10～
【忍野地区】 矢場会館 15:05～	【荒木地区】 荒木八王子集会所 14:25～	【南河原地区】 中野モーターズ 15:25～	【埼玉地区】 片原会館 14:55～	【持田地区】 介護保険施設 心春 14:30～
【行田地区】 エクセル行田中央 15:25～	【須加地区】 緑風苑 駐車場 14:50～	【南河原地区】 晴見塚第二集会所 15:45～	【埼玉地区】 百華自治会集会所 15:15～	【忍野地区】 会田さん宅前(矢場) 15:00～
	【須加地区】 永沼英敏教室 駐車場 15:20～	【荒木地区】 荒木郷地蔵センター 15:40～	【埼玉地区】 相模川総合 オープンサロン横 15:35～	【忍野地区】 城西子園 聖さん(がきんか) 15:20～

お問い合わせ先
商品に関するお問い合わせ・ご注文
welcia ウェルシア 行田店 電話 048-564-2151
販売場所に関するお問い合わせ
行田市役所 地域共生社会推進課 電話 048-556-1111 (内線 354)

出典) ウェルシア プレスリリース 及び 行田市 Webサイト

産福協創事例 認知症になっても買い物ができるスーパー マイヤ

クリニック・住民×スーパー →2023年からスローショッピング活動はNPO法人化

I スローショッピングとパートナー活動：概要

- マイヤ滝沢店で開発した、「スローショッピング」、「パートナー活動」および「くつろぎサロン」で構成するサービスである。
 - ・「スローショッピング」：店舗ごとに設定した、指定曜日の時間帯に優先レジを設け、認知症サポーター養成講座を受講した店舗職員等が、認知症の人の求めるペースで買い物ができる環境を提供するもの。
 - ・「パートナー活動」：近隣住民が、店舗内で認知症の人が買い物をする場面に立ち合い、相談を受けたり、商品の選択等のサポート、梱包等を支援するもの。
 - ・「くつろぎサロン」：店舗内に設置されたスペースにおいて、認知症の人が買い物の途中休憩すること。また、認知症の人、家族等、パートナー、地域包括支援センター等の専門職が、交流を行うもの。
- 認知症の人が、これらのサービスを活用し、日曜品の買い物を継続することで、楽しみの時間、店舗内等を歩く、会話、商品の選択、お金の計算等を行い、経済活動の参加、家族内での役割、社会的コミュニケーション等の機会を得ることを目指す。
- 認知症の人が、一人で買い物を続けることを実現することで、消費者としての存在感を取り戻し、家庭や地域の中での自分の役割を再確認することにつながることを後押しする。

「スローショッピング」

- 指定曜日の時間帯に優先レジを設け、認知症サポーター養成講座を受講した店舗職員等が、認知症の人の求めるペースで買い物ができる環境を提供。



「パートナー活動」

- 近隣住民が、店舗内で認知症の人が買い物をする場面に立ち合い、相談を受けたり、商品の選択等のサポート、梱包等を支援。歓談やコミュニケーションにも対応。



「くつろぎサロン」

- 店舗内に設置されたスペースで、認知症の人が買い物の途中休憩したり、認知症の人、家族等、パートナー、地域包括支援センター等の専門職と相互交流を行う。給茶機を設け水分補給も可能。



出所) 経産省令和4年度サービス産業強化事業費補助金 認知症共生社会に向けた製品・サービスの効果検証事業 報告書別紙 間接補助事業者事業成果 (株式会社日本総合研究所)

高齢者4,000万人時代のビジネスに求められる視座

- 「シニアビジネス」事業者に限らず、高齢者4,000万人時代においては、脆弱な経済主体が市場の一定割を占めることを前提としたビジネスのあり方への転換が求められる。

これまで

身体・認知機能が健常な消費者
相対的に明確なニーズ



トレンド追求・創造

デジタル化

官と民、福祉と産業の分業

2040年に向けて

身体・認知機能（意思決定能力）が脆弱な
経済主体が市場の一定割合
曖昧で潜在化しがちなニーズ



“スロー”なマーケティング

ユニバーサルデザイン・バリアフリー

産副共創、官民連携
⇒社会・地域課題の理解

ご清聴ありがとうございました

株式会社日本総合研究所
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・プリンシパル 紀伊 信之
E-mail: kii.nobuyuki@jri.co.jp
Tel: 080-1203-5178 (直通)

株式会社
日本総合研究所

〒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

〒550-0001
大阪市西区土佐堀2丁目2番4号 土佐堀ダイビル

本資料の著作権は株式会社日本総合研究所に帰属します。