



成長型長寿社会と シルバー・イノベーション

～ジェロントロジーが超高齢未来をリードする～



生活研究部門 准主任研究員 前田 展弘（東京大学高齢社会総合研究機構 客員研究員）

maeda@nli-research.co.jp

1—はじめに～「危機の中の危機」からの打開に向けて

90年代初頭（1991年）のバブル崩壊から20年が過ぎた。この間、回復の兆しが見えない経済、拡大し続ける財政赤字、グローバル化の中で後退する日本の存在感といった様々な負の要因を背景に、かつて“Japan as No. 1”（1979年）と称されていた日本の輝きと自信は完全に姿を消していた。日本全体に漂う閉塞感も年を経る毎に増してきたなかで遭った東日本大震災。まさに日本社会の危機的状況の中で生じたさらなる危機である。今の日本は、東日本の復興を最優先に成し遂げるとともに、震災前から直面していたあらゆる課題の解決に改めて立ち向かっていかなければならない状況にある。

こうした中で内閣府の新成長戦略実現会議においては、震災からの復興と震災前からの課題への対応をはかる日本再生に向けた戦略構築の議論が進められており、2011年内にその具体案が提示される予定である。8月に公表された「日本再生のための戦略に向けて（中間的整理）」においては、戦略方針の柱として、①革新的エネルギー・環境戦略、②空洞化防止・海外市場開拓^(注1)、③国と国との絆の強化^(注2)、④農林漁業再生、⑤成長型長寿社会・地域再生の5つが掲げられている。

いずれも極めて重要な課題ではあるが、特にジェロントロジーとも密接なテーマである⑤成長型長寿社会・地域再生（以下、成長型長寿社会戦略と称する）については非常に興味深い。周知のとおり、日本は世界が羨む長寿大国であり、世界で最も高齢化の進んだ高齢化最先進国である。人口の高齢化は21世紀のグローバルな人類的課題の一つであり、その先頭を歩む日本の動向は世界から常に注目されている。日本が超高齢・長寿社会のモデル国家となれるのか、反面教師になってしまうのか、日本はその岐路にも立たされている。

本稿では、成長型長寿社会戦略の側面から日本の再生に向けた道筋を見出すべく、戦略の一部として示された「シルバー・イノベーション」の具体展開にあたって参考にしていただきたい取組視点をいくつか示していきたい。

2—成長型長寿社会の実現に向けたシルバー・イノベーション

成長型長寿社会戦略が講じられた背景にあるものは、改めて申し述べるまでもなく、今後の少子高齢化・人口減少がもたらす日本の社会経済への影響である。労働力人口の減少や需要の変化、まちやむらの地域空間の変化や地域活力の衰退等が懸念されるなかで、成長型長寿社会戦略では主に労働力確保、産業復興、地域活力再生の3つの課題を明確化し、その対応方向が検討されている。もちろん、高齢化・長寿化に伴う社会的課題は、社会保障費財政の問題から、医療、介護の諸問題、住宅の老朽化・建替問題、交通システムの再構築の必要性、高齢者の引きこもりと孤独死問題等、細分化していけば幾多もあるが、これらはいずれかの戦略の中に包含されていくことになるのであろう。

成長型長寿社会戦略の中で特に注目されるのが、産業復興の柱として、「シルバー・イノベーション」という新たな戦略が盛り込まれたことである。これまで現政府が示してきた新成長戦略（2009年12月の「基本方針」、2010年6月の「元気な日本復活シナリオ」）においては、明記されなかった内容である。同じイノベーションという表現で注目すれば、これまで明示されてきたグリーン・イノベーション戦略（環境・エネルギー大国戦略）、ライフ・イノベーション戦略（健康大国戦略）に加えて、3つの目のイノベーション戦略が加わった格好である。

このシルバー・イノベーションは、もともと経済産業省が提案していたものであるが^(注3)、その内容は「高齢者向けの新商品・新サービスの開発・普及、また高齢者の生活しやすいコミュニティづくりの推進を通じて、成長産業の発展を促し、その恩恵を国民の生活に還元する戦略」と解釈される。医療や介護といった特定領域に限らない広い意味での「高齢者市場開拓戦略」と言えよう。約800兆円を有すると推計される高齢者の個人金融資産（シルバーストックマネー）の流動化や、さらに今後の海外も含めた高齢者市場の急速な拡大が想定されるなかでは、当該戦略に期待するところは大きい。ただ、安易に高齢者の消費活性化を促すことは高齢者の生活リスクを高めるといった否定論もあり、慎重な運用が求められる。

〔図表-1〕 成長型長寿社会・地域再生の実現に向けた課題と対応



（資料）内閣官房国家戦略室資料（2011.7）をもとにニッセイ基礎研究所作成

では、シルバー・イノベーションの具体的な中身（戦略の方向性）はどのようなものであろうか。現段階で明記されていることは、「高齢者にやさしい自動車の開発・普及、創意工夫あるロボット・福祉機器の開発や生活・社会福祉分野でのロボット等の実用化、リバースモーゲージの利用促進などによる高齢者の資産の有効活用など、生活分野を中心に高齢者向けの商品開発・普及をはかる」という記述に止まる。産業界の知恵、創意工夫を求めるところが戦略上の基本的なスタンスと想像されるが、やや視点が不足していることは否めない。そこで、ニッセイ基礎研究所が参加・協力している東京大学高齢社会総合研究機構におけるジェロントロジーの研究活動から、シルバー・イノベーションの具体展開に向けた取組視点を提示したい。

3—シルバー・イノベーションの実現に向けて

1 | 「2030年超高齢未来に向けた産業界のロードマップ～高齢化課題を日本の飛躍に変える道程」

①東京大学ジェロントロジー・コンソーシアム

2011年3月に東京大学の産学連携組織の一つである東京大学ジェロントロジー・コンソーシアムから標記のロードマップが公表された。文字通り、20年先の2030年の本格的な超高齢社会に向けて、産業界が今からどのような取り組みを行っていくべきかをまとめたロードマップ（行程表）である。当コンソーシアムは、「安心して活力ある長寿社会の実現に向けて、産学連携によるイノベーションを創出すること」を目的に2009年4月に設置され、これに賛同した企業が参加し構成された組織である（なお、筆者は当コンソーシアムの全体事務局を担当した）。

【図表-2】 東京大学ジェロントロジー・コンソーシアム参加企業（2011.3）

No.	業界区分	参加企業名	No.	業界区分	参加企業名
1	自動車・機械メーカー	日産自動車(株)	26	IT・情報通信	フランス・テレコム(株)
2		(株)ジェイテクト	27		(株)電通
3		ヤマハ発動機(株)	28	マスコミ・教育	(株)読売新聞グループ本社
4	ダイキン工業(株)	29	日本放送協会（NHK）		
5	電機・精密機器メーカー	パナソニック(株)	30	運輸	東京急行電鉄(株)
6		富士フイルム(株)	31	素材	J X 日鉱日石エネルギー(株)
7		(株)日立製作所	32		(株)地球快適化インスティテュート(三菱ケミカルHG)
8		シーメンス旭メディテック(株)	33	金融	西武信用金庫
9		GEヘルスケア・ジャパン(株)	34		みずほ銀行
10	P & G ジャパン(株)	35	アメリカンファミリー生命保険会社(アフラック)		
11	食品・生活用品メーカー	花王(株)	36	医療・福祉機関	セントマーガレット病院
12		ネスレ（スイス）	37		(株)ふれあいい在宅マッサージ
13		ハウス食品(株)	38		大正製薬(株)
14		ライオン(株)	39	マーケティング・コンサルティング	(株)リサーチ・アンド・ディベロップメント
15		(株)資生堂	40		ヘルスケアパートナーズ(株)
16		(株)ニチレイフーズ	41	寄付/支援企業	(株)富士通総研
17		味の素(株)	42		(株)ユーディット
18		サンスター(株)	43		UR都市機構
19	流通・外食・総合商社	住友商事(株)／(株)住友商事総合研究所	44		(株)セコム
20		三井物産(株)	45		日本生命保険相互会社
21		(株)ゼンショー			
22	建築・不動産・住空間	大和ハウス工業(株)			
23		三井不動産(株)			
24		オリックス不動産(株)			
25		(株)LIXIL（住生活グループ）			

(計45社・敬称略)

◇主催：東京大学産学連携本部
 ◇運営：東京大学高齢社会総合研究機構
 ◇運営協力：(株)ニッセイ基礎研究所、(株)ユーディット

（資料）東京大学ジェロントロジー・コンソーシアム資料（ニッセイ基礎研究所作成）

②ロードマップの策定経緯

2030年には3人に1人が65歳以上に、5人に1人は75歳以上（2005年対比で倍増）となる本格的な超高齢社会を迎えることになるが^(注4)、参加企業メンバーの多くは、そうした超高齢化の流れを認識しながらも、具体的な対策を考えあぐねていたのが実態であった。そこで今回のロードマップの策定に向けては、バックキャスティング法という未来予測手法にもとづき、「理想の将来社会・生活を想像し、現実とのギャップ・課題を明確にし、2030年に向けた具体的な行動計画を考える」というステップを踏んでいくこととした。毎月1回、約100名に及ぶメンバーが集まり、ジェロントロジーに関する最新知識・研究動向を共有化するとともに、全体会及び分科会に分かれての議論を重ねて策定してきたのである。価値観や企業文化が異なるメンバー間での議論は難しい面があったのも事実であるが、それぞれのメンバーにとっては、議論の過程で互いの持つ情報・知見・価値観等を共有し合えたことは、ロードマップという成果を共有することに加えて、大変有意義であったに違いない。

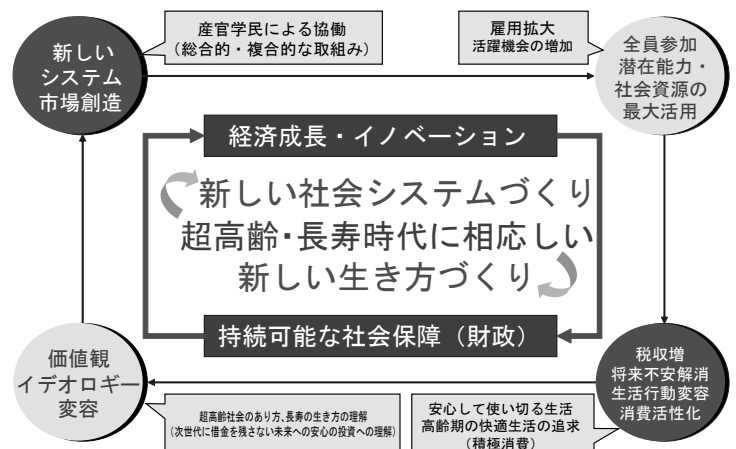
③ロードマップの特徴（基本的な策定スタンス）

これまでも様々な機関から、未来社会に向けたロードマップが公表されてきたが、特定領域に止まるものが多かったなかで、本ロードマップは住環境、住宅、移動・交通システム、ICT、食生活、生活支援、医療・介護システム、就労・生きがい・ライフデザインといった領域までをカバーする。ほぼ社会・生活の全領域を網羅したロードマップであり、これがまず大きな特徴である。

ロードマップのコンセプトは、コンソーシアム設置の目的と同義であるが、「安心で活力ある長寿社会を創造していくこと」である。そのことの実現に向けては、社会・生活の全領域を網羅することが必然となる。筆者もこれまで述べてきたとおり、真に超高齢・長寿社会の課題解決を行っていくには、一部の領域での創意工夫といった限定的な対応では根本解決はできない。社会システム全体及び個人の生き方までを超高齢・長寿社会に相応しい形に変えていく創造・イノベーションが絶対的に求められる。このような前提認識を共有するなかで、社会保障を含めた社会全体の創り直しを目指したということも特徴として挙げたい。

なお、少し概念的なことにはなるが、現在の日本は人もお金も滞っていて、経済不調から脱出できていない。戦後復興からの高度成長の足跡からみても、産業界の力、また国民一人ひとりが有する潜在能力は極めて高いはずであるにも関わらず、社会と国民生活の間における「好循環」ができていない（失ってしまった）。ロードマップは新たな社会システムと生き方を創造することを通じて、超高齢・長寿社会に相応しい新たな好循環を産み出したいという思いも込められている。

〔図表-3〕 経済成長と社会保障の好循環イメージ



(資料) 東京大学ジェロントロジー・コンソーシアム資料（ニッセイ基礎研究所作成）

④ロードマップの概要

当コンソーシアムで行ってきた2030年の理想の超高齢社会をどのように想像するか、そして産業界が今からどのような取り組みを行っていくべきか、という問いに対する2年間をかけた検討は、当紙面では表しがたいボリュームを要する。ただ、議論の拡張と収束を重ねるなかで、収斂したコアな要素は図表-4に示す一覧に集約される。

一部を紹介すれば、真に長寿を喜べる生き方の実現に向けては、高齢者の活躍場所・機会の拡大(生きがい就労^(注5)という働き場所の確保等)、また特に75歳以上の高齢者の暮らしの快適性を高める商品・サービスの開発・普及、人生100年時代を前提にしたライフデザインモデルの創造と普及が必要な取り組み視点として挙げられる。いずれも現代社会に不足した要素である。

また、生涯にわたって本当に安心した長寿を実現するには、Aging in Place社会、つまり住み慣れた地域・自宅で最期まで自分らしく老いることができる社会にしていかなければならない。そのためには、超高齢・長寿社会に相応しい新たな地域マスタープランの策定と整備、その重要なコンセプトとなる地域循環居住の実現をはかっていく必要がある。また高齢期においては移動の問題も極めて重要であり、パーソナル・モビリティ(ハンドル型電動車いす、電動アシスト自転車、超小型電気自動車等)がより自由に走行できる公共インフラの整備が必要である。高齢者に対するICT技術の役立ち方も住環境から就労・社会参加、医療・介護等のあらゆる側面での工夫・創造が求められる。生活支援については、買物難民対策をはじめ自治体及び福祉関係者等による様々な仕組みが講じられてきているところであるが、さらに例えば元気な高齢者がサポートを要する高齢者の生活を支えるといった仕組みづくりを全国にもれなく整備する必要がある。食生活についても、食が有する健康増進、交流促進、生きがい創造といった多面的な機能に注目したさらなる仕組みづくりを社会に浸透させていくことが有益である。

そして、超高齢社会の安心に欠かせない医療・介護の問題については、在宅医療と連動した在宅ケアシステムの構築をはじめ、医療・看護・介護等の一元的でシームレスな新たな連携サービスが全国に早く整備されることが必要であり大いに期待される。

以上、いずれも概括的な記述ではあるが、それぞれの具体的な取り組み内容(ロードマップ)については、下記の東京大学高齢社会総合研究機構のHPに掲載されているのでそれを参照されたい。ただ、いずれにしても重要なことは、それぞれの内容・視点の具体化(イノベーション)を同時に有機的に連動させながら推進していくことである。現在、東京大学ジェロントロジー・コンソーシアム(2011年4月よりジェロントロジー・ネットワークに改称)では、上述のロードマップに沿った形で、複数の企業が連携するなかで、具体的なアクションプランを策定し、イノベーションの創造に取り組んでいる。成長型長寿社会戦略においても、このロードマップも参考にした形で具体的な戦略構築がはかられることを期待したい。

<上記ロードマップの詳細資料登載場所：東京大学高齢社会総合研究機構HP(社会連携のコーナー)>

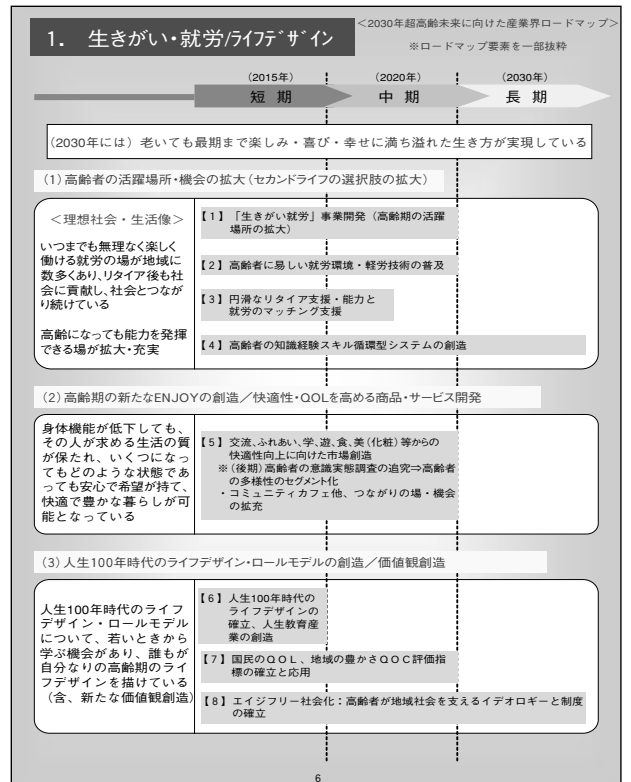
<http://www.iog.u-tokyo.ac.jp/social/consortium.html>

[図表-4] 2030年超高齢未来に向けた産業界のロードマップの全体概要 (一部抜粋)

高齢化課題先進国日本の命題⇒「安心で活力ある長寿社会の実現」

様々なイノベーションを同時に有機的に連動させながら推進していくことが必要

ロードマップのキーファクター		
理想区分	項目	内容・視点
I 人生100年時代に相応しい「真に長寿を喜べる生き方」の実現		
A 生きがい・ENJOY	1	高齢者の活躍場所・機会の拡大 (セカンドライフの選択肢の拡大)
	2	(後期) 高齢者の快適性・QOL向上商品・サービスの拡充
B ライフデザイン	3	人生100年時代のライフデザイン・ロールモデルの創造と価値観創造
II 安心で活力ある超高齢社会創造の鍵を握る「Aging in Place社会」の実現		
C 住まい住環境	4	超高齢社会に対応した地域マスタープランの策定と整備/地域循環居住の実現
	5	住宅の質の向上 (⇒ジェロントロジー住宅の開発)
	6	豊かな住環境の整備・保全
D 移動・交通システム	7	安全で自由な移動を支えるパーソナルモビリティの開発・運用の促進
	8	パーソナルモビリティ運用を支える公共インフラの整備/生活空間の構成
	9	物流支援サービスの向上
E ICT(情報通信技術)	10	高齢者にとってさりげなく役立つICT利用環境の整備
F 生活支援サービス	11	高齢者に対する生活機能サービスの社会化
G 食生活・サービス	12	食事の調達と用意における自立と適度なサポート
	13	栄養改善プログラムの確立と普及
	14	食生活を楽しめる環境づくり
III 健康長寿の推進と真の安心を提供する「新医療・介護・予防システム」の構築		
H 介護予防	15	健康長寿の延伸に向けた仕組みづくり
I 医療・介護システム	16	医療・看護・介護等一元的でシームレスな新たな連携サービスシステムの構築
J 医療・介護ICT・機器	17	「新在宅ケアシステム」を支えるICT・機器開発



(資料) 東京大学ジェロントロジー・コンソーシアム資料 (ニッセイ基礎研究所作成)

2 | 高齢者市場開拓に向けた2つのアプローチ

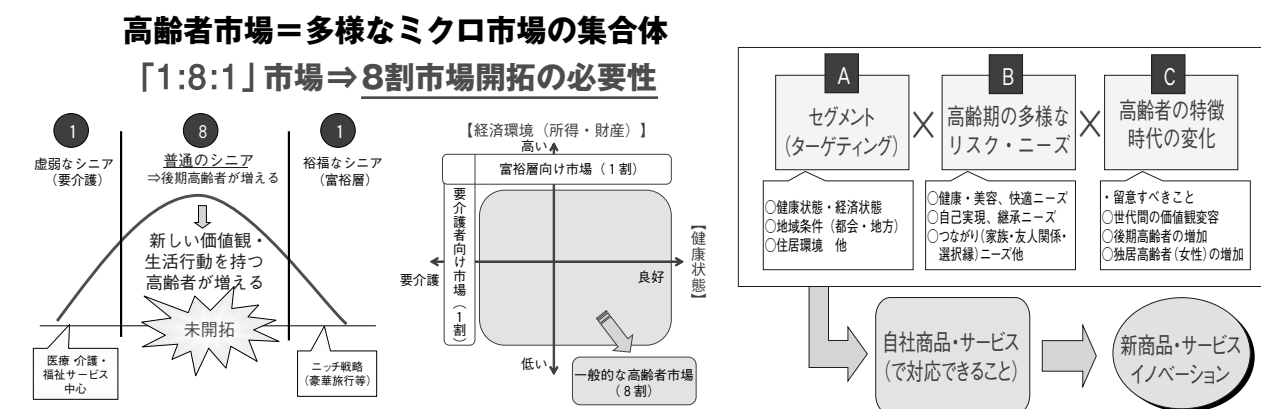
前述のロードマップは社会全体のマクロな見地から展開案を提示したものである。国全体での戦略構築の場面では参考になると考える一方で、個々の企業にとってはやや手がかりになりにくい可能性もある。そこで次の2つの視点から、高齢者市場開拓、つまりシルバー・イノベーションの展開案を提示してみたい。

① 高齢者市場セグメントによるアプローチ

一つは、極めてシンプルな発想になるが、高齢者市場をどのように捉え、具体的にどのような市場が存在するか、そしてその市場の中でどのような生活者のリスクとニーズに応じていくべきかを考えていくアプローチである。

以前に述べたことと重複するが、高齢者市場は非常に捉えづらくセグメントも実は非常に難しい。高齢者は健康状態、経済環境、キャリア形成、価値観といったあらゆる面で極めて多様であり、村田裕之氏^(注6)が述べるように、その市場は「多様なマイクロ市場の集合体」と考えることが妥当である。とはいえ、セグメント化する一つの考え方として、高齢者市場には裕福なシニア、普通のシニア、介護を要するシニアの「1：8：1」（それぞれ割合を示す）の市場があり、そして、8割を占める普通のシニア（約2,400万人）の開拓が重要であって、そのためには「留意する・配慮する・創造する」の視点に立った取り組みが必要である（参考文献④）。

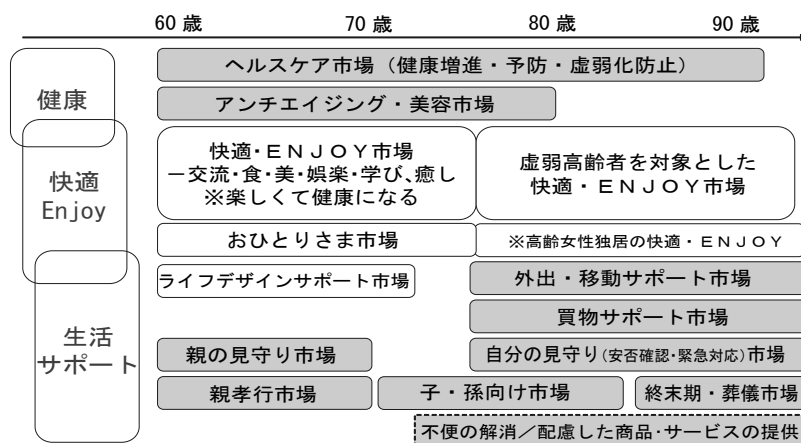
【図表-5】 高齢者市場開拓の視点・イメージ



(資料) ニッセイ基礎研究所作成

今回加えて、その8割の市場については、高齢者のニーズや近年の市場動向等を検証すれば、図表-6に示すようなよりきめ細かな市場にセグメントできる可能性がある。ここで注目すべきは、網掛けされた市場はある程度すでに市場のサービス等が提供されているが、高齢者の快適性や楽しさを追求した商品・サービスは非常に僅少だということである。特に身体的に虚弱化した高齢者に対しては、生活サポートばかりが中心で快適性や楽しさを提供するものが乏しい。ゲームセンターやパチンコが高齢者に人気といった報道もあるが、何歳になってもさらに多くの楽しみの選択肢に満ちた社会であることが望ましく、市場を形成する産業界の役割も非常に大きい。ぜひ、それぞれの市場の中で自社としてどのような新たなサービス提供ができるか、検討が行われることを期待したい。

[図表-6] 高齢者市場のセグメントイメージ

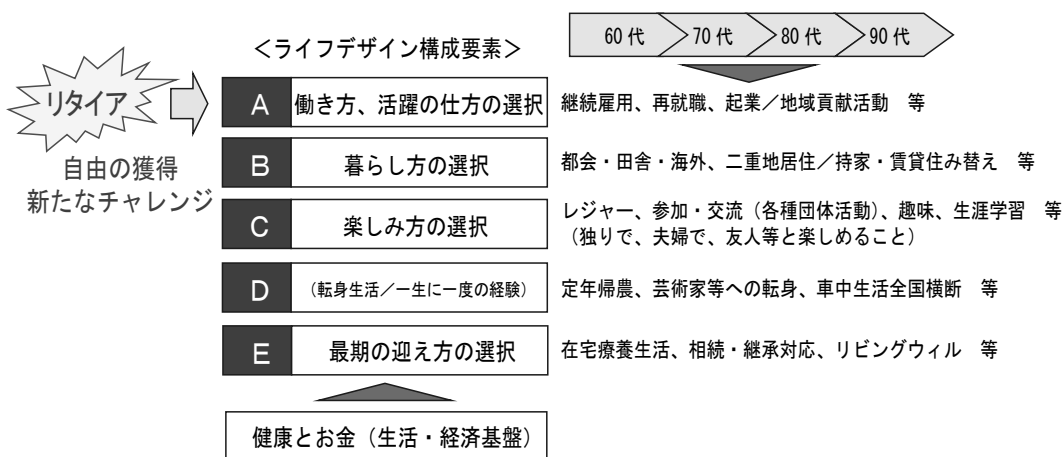


(資料) ニッセイ基礎研究所作成

②長寿時代のライフデザイン創造によるアプローチ

もう一つは、人生100年といった長寿に相応しい生き方（ライフデザイン）を産業界がリードしていくというアプローチである。今の時代に始まった話ではないが、現役生活からリタイアした後の人生の選択は、あくまで個人の判断によるものである。しかし、実際どのように後半の人生を過ごしていけば良いのかを悩む人は多い。そうした後半の人生のライフデザインに関する潜在的ニーズに応える形で、リタイア後の働き方・活躍の仕方、暮らし方、楽しみ方等を総合的に演出するような商品・サービスの開発もシルバー・イノベーションの重要な展開案と考える。

[図表-7] 長寿時代に相応しいライフデザインモデル構築の要素



<参考文献>

- ① 東京大学高齢社会総合研究機構「2030年超高齢未来」(東洋経済新報社、2010年12月)
- ② 前田展弘「ジェロントロジーの役割と期待」(ニッセイ基礎研Report2010年4月号)
- ③ 前田展弘「超高齢社会の新たなセカンドライフの提案」(ニッセイ基礎研Report2011年2月号)
- ④ 前田展弘「高齢者市場開拓に向けた要点」(ニッセイ基礎研Report2010年1月号)

(注1) 空洞化については、産業立地としての日本の魅力の低下に伴う産業拠点・市場の海外移転による日本経済の空洞化のこと
 (注2) 日本とEU等との包括的経済連携の推進や経済安全保障の確立、また環太平洋パートナーシップ(TPP)への参加判断の検討等
 (注3) 経済産業省産業構造審議会基本政策部会「中間とりまとめ」(2011.6.30)他より
 (注4) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(2006年12月推計)」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果
 (注5) 参考文献③参照
 (注6) 東北大学スマート・エイジング国際共同研究センター特任教授