

人口減少未来における成長視点

世界の高齢者市場を射程に入れたイノベーション



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

maeda@nli-research.co.jp



まえだ・のびひろ

04年ニッセイ基礎研究所、14年より現職。
09年より東京大学高齢社会総合研究機構客員研究員。
高齢社会エキスパート（総合）※特別認定者、MBAなど。

日本の人口は2008年(1億2808万人)をピークに減少局面に入った。市場を支える産業界(企業)の立場からこの局面を展望すると、「人口減少=市場及び経済の縮小」とネガティブに捉えられやすい。実際、日本の未来を悲観視する産業界の人は少なくない。しかしながら、世界の高齢者市場を展望すれば、見方は一変するであろう。世界の高齢者人口は爆発的に増加していく。

1—— 世界は高齢化と人口爆発、高齢者市場はとてつもない規模の市場へ拡大

経済成長において必要な要素は「イノベーション」と「市場の広がり」だ。「市場=人口」と捉えたときに、国内市場は全体として縮小していくが、その中でも、高齢者市場は拡大し続けていく。少なくとも2040年まで増加していく見通しである。さらに世界に目を転じれば、世界の人口は爆発的に増加を続け、その中で高齢者人口も増え続けていく。世界各国も日本と同様に高齢化が進んでいくためだ。その規模は日本とは比較にならない大きさである。

2015年の日本の高齢者人口は約3400万人であるが、世界の高齢者人口は「6億人」、うちアジアだけで3.2億人である。さらに、例えば2030年では、日本の高齢者人口は約3700万人であるものの、世界の高齢者人口は「9.7億人」、2050年には「14億人」に達する見通しである。経済成長をはかっていく上で、何でもグローバルに展開すればよいということを主張するつもりはないが、世界にはとてつもなく大きな高齢者市場が待ち構えていることは

確かである。日本は「高齢化最先進国」であり、国内の高齢者市場において成功できたイノベーションの事例(モノ・サービス等)は、そのまま世界で通用する可能性が高い。これから重要なことは、如何にイノベーションを生み出せるか、とりわけ高齢者市場においてどのようなイノベーションを創出できるかだ。

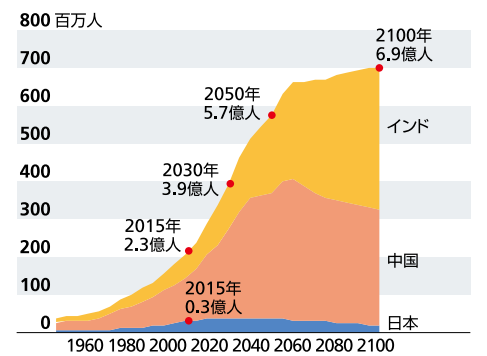
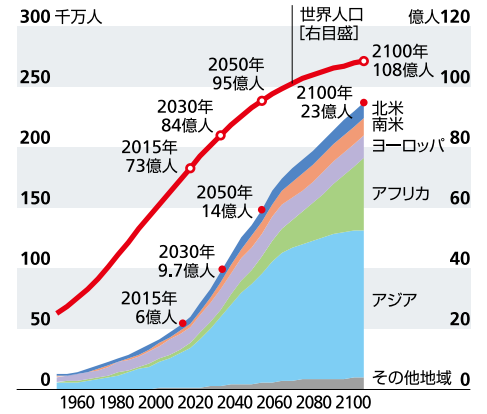
2—— 高齢者市場開拓に向けたイノベーションの視点

その視点は様々考えられるが、重要で期待されるイノベーションは、「豊かな長寿を支援し創造する商品サービス」の開発と考えている。言い換えれば、高齢期の「安心」と「生きがい」を提供するサービス等だ。既存の事例で挙げれば、介護ロボット、超小型電気自動車(高齢者の移動サポート)、サービス付高齢者向け住宅、ユニバーサル食品、生活支援・見守りサービス等は「安心」に貢献するものであろうし、旅行や高齢者向けスポーツ、高齢者の参加と交流を促すサービス等は「生きがい」に貢献することであろう。いくつかの事例は確認できるが、高齢者の不安とニーズに応える商品サービスの開発視点はまだまだ数多くある。高齢期の将来不安を「希望」に変えるような商品サービスが待たれている。筆者も微力ながら、そのようなイノベーションの具体策づくりに貢献していきたい。

【*1】日本は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計」(平成24年1月推計)、出生・死亡中位推計、世界はUnited nations: World Population Prospects: The 2012 Revisionより

【図表1】世界人口及び高齢者人口の推移と推計(1950~2100年)

資料: 高齢者人口は65歳以上の人口。
「世界人口」以外はすべて高齢者人口を表している



【図表2】世界の地域及び国の高齢化率の推移と推計(1950~2100年)

資料: United nations: World Population Prospects: The 2012 Revisionより作成
(ただし日本は、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計」(平成24年1月推計)、出生・死亡中位推計値を使用)

