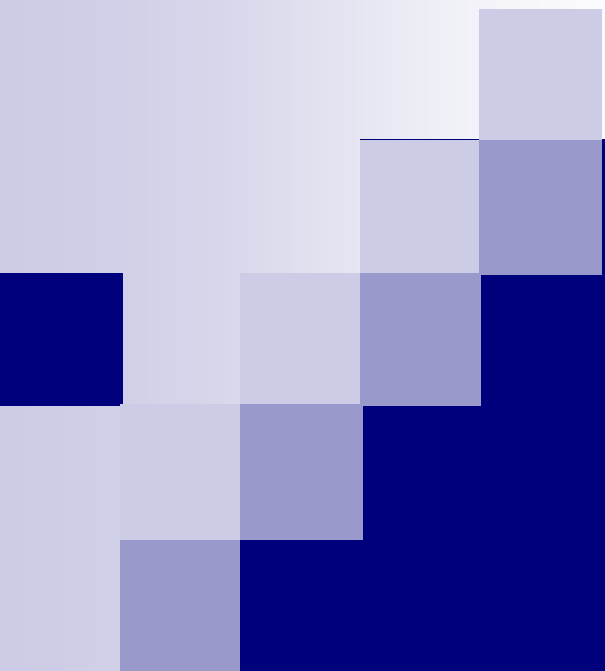




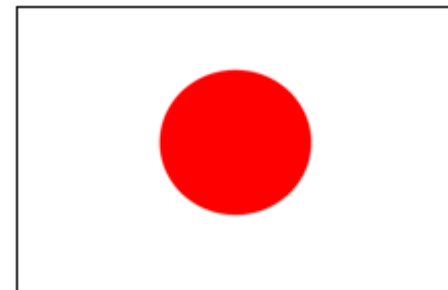
「超高齢社会における サービス産業の発展状況」

2015年7月16日

桜美林大学加齢・発達研究所連携研究員
東京都健康長寿医療センター協力研究員
日本応用老年学会事務局主席研究員
シニアライフデザイン代表
堀内裕子

「超高齢社会における サービス産業の発展状況」

1. 「老年学とは」
2. 「日本」超高齢社会の現状
3. 「日本」超高齢社会への対応
4. 「シニアマーケット」の考え方
5. シニアビジネスの事例



自己紹介

公の仕事

- ・東京都 介護サービス情報公表制度 調査員
- ・東京都 福祉サービス第三者評価 評価員

研究の仕事

- ・日本応用老年学会事務局 主席研究員
- ・桜美林大学加齢・発達研究所 連携研究員
- ・東京都健康長寿医療センター 協力研究員

一般の仕事

- ・コンサルティング(シニアマーケット)
- ・リサーチ(主に定性調査)
- ・企業アドバイザー
- ・講師・講演活動 ・執筆関連

所属学会

- ・日本応用老年学会 ・老年社会科学会
- ・日本市民安全学会 理事
- ・警察政策学会 ・日本セーフティプロモーション学会

1.「老年学とは」 新しい学問(1)

Gerontologyとは……ギリシャ語の……

geronto(老人) } の合成語により
logy(学問) } 命名されたもの

日本では1950年に老人学と訳されてきた経緯もある

出典:Kastenbaum R : Gerontology. In : The Encyclopedia of Aging , Maddox GF et al (eds) , Springer Publishing Company, 1987, P288-290

老年学の構成要素

- 1 加齢変化の科学的研究
- 2 中高年の問題に関する科学的研究
- 3 人文学(Humanities)の見地からの研究
(歴史、哲学、宗教、文学など)
- 4 成人や高齢者に役立つ知識の応用
(Maddox et al eds:The Encyclopedia of Aging、1991)
- 5 世代間問題の研究

出典:柴田博、日本応用老年学会の使命、応用老年学vol.1 2-8 2007

1.「老年学とは」 学際的学問(2)

老年学紹介（学際的内容）

ジェロントロジー（老年学）

各大学・大学院の学部構成(例)

医学部

看護学部

心理学部

社会学部

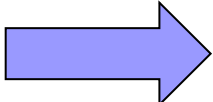
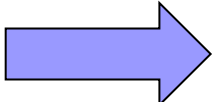
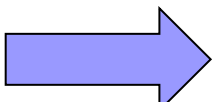
法学部

教養学部

.....

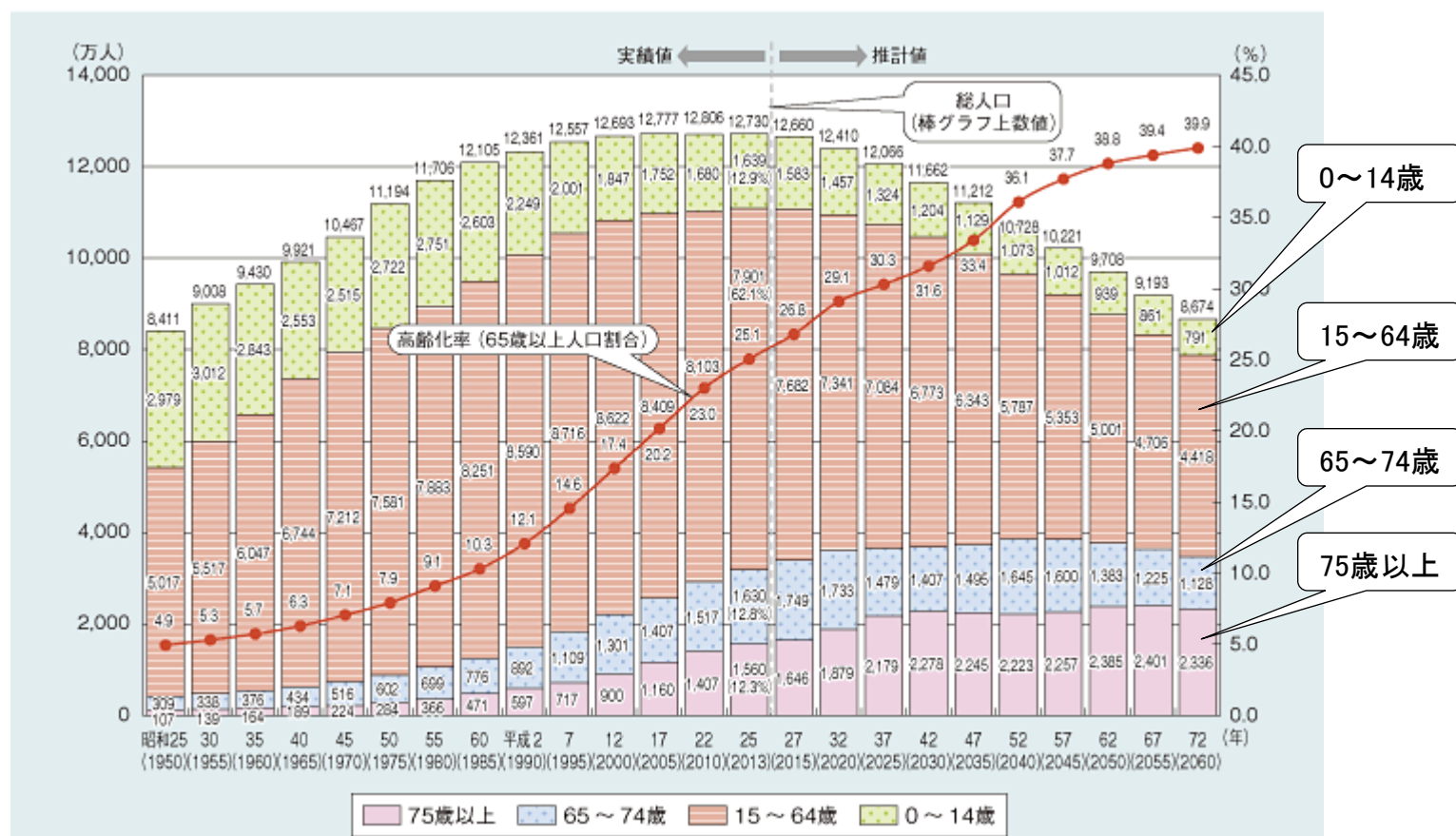
2. 「日本」超高齢社会の現状

2. 「日本」超高齢社会の現状 (高齢率)

	高齢化率 (65歳以上)		日本が到達 した年
高齢化社会	7%以上		1970年
高齢社会	14%以上		1994年
超高齢社会	21%以上		2007年

2. 「日本」超高齢社会の現状 (高齢化の推移)

総人口は減少するも、75歳以上人口は増加を続け、平成29(2017)年には65～74歳人口を上回り、その後も増加傾向が続くものと見込まれている。高齢化率は上昇を続け、現在は65歳以上が4人に1人となっている。47(2035)年には3人に1人となる見込みである。

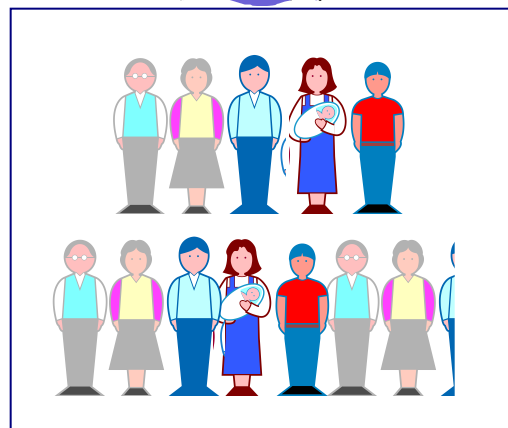


高年齢化の推移と将来推計

2. 「日本」超高齢社会の現状 (高齢者を支える割合)

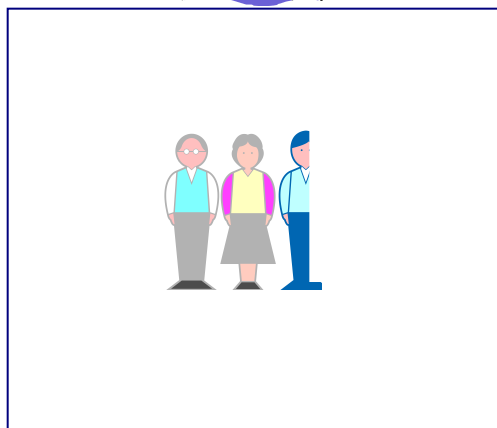
1950年(昭和25年)

高齢者 現役世代
(65歳以上) (15～64歳)
1人 : 12.1人



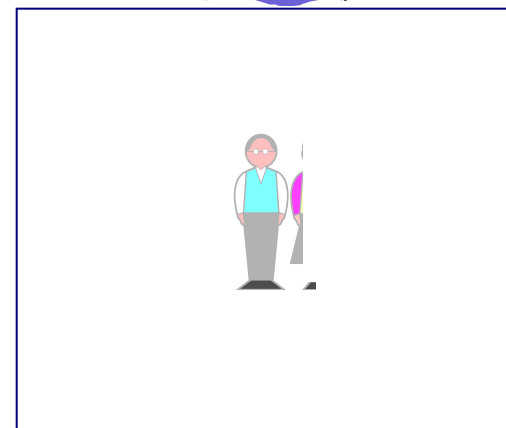
2012年(平成24年)

高齢者 現役世代
(65歳以上) (15～64歳)
1人 : 2.6人



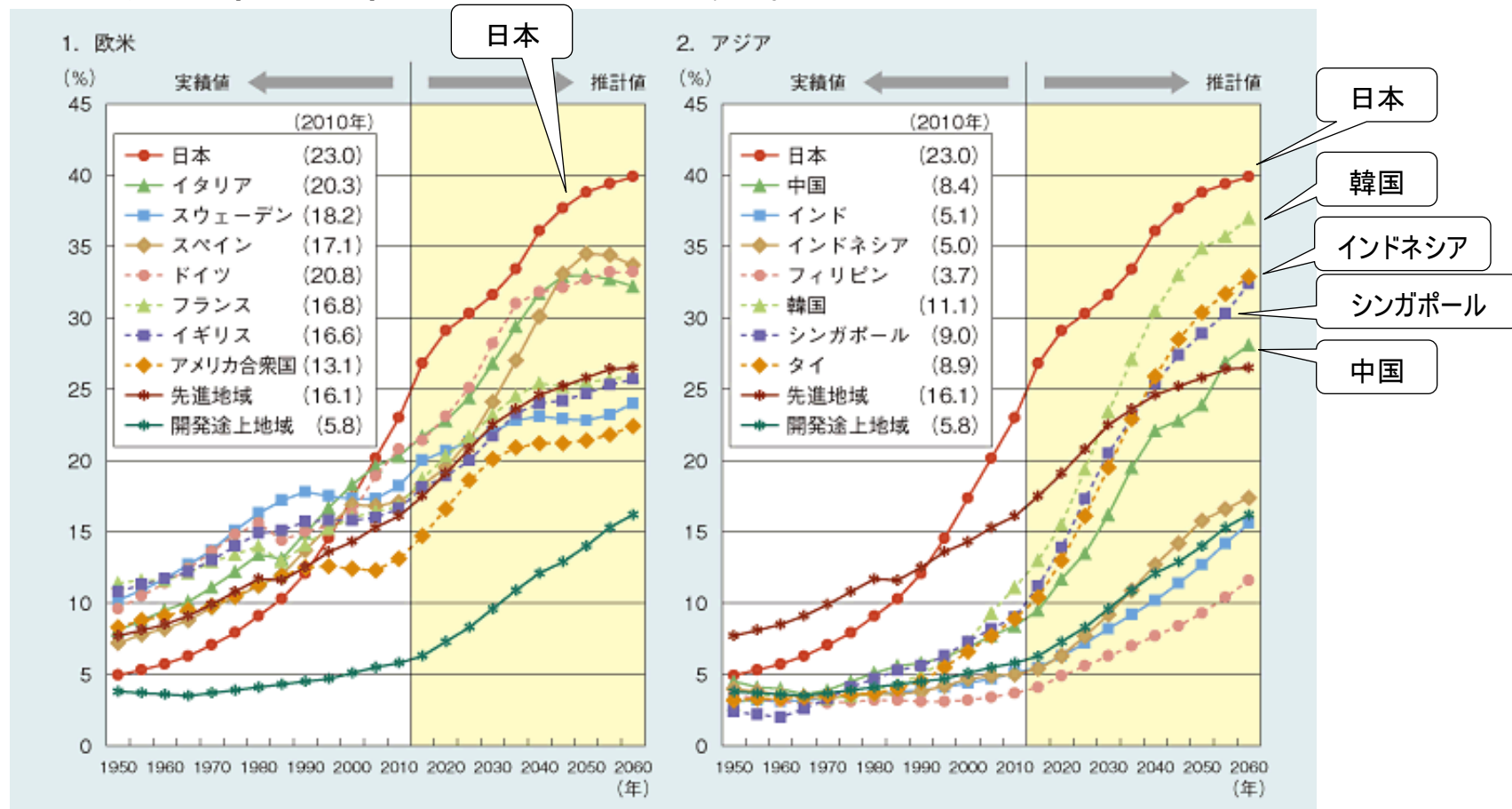
2060年(平成72年)

高齢者 現役世代
(65歳以上) (15～64歳)
1人 : 1.2人



2. 「日本」超高齢社会の現状 (世界の高齢化率の推移)

高齢化率が7%を超えてからその倍の14%に達するまでの所要年数（倍化年数）によって比較すると、フランスが126年、スウェーデンが85年、比較的短いドイツが40年、イギリスが46年であるのに対し、我が国は24年というスピードである。



世界の高齢化率の推移

出典:内閣府. 平成25年版 高齢社会白書

2. 「日本」超高齢社会の現状 (台湾・韓国との比較)

アジア諸国についてみると、今後急速に高齢化が進み、特に韓国・台湾においては日本を上回るスピードで高齢化が進行し、2060年には高齢化率は37.0%にまで達すると見込まれている。

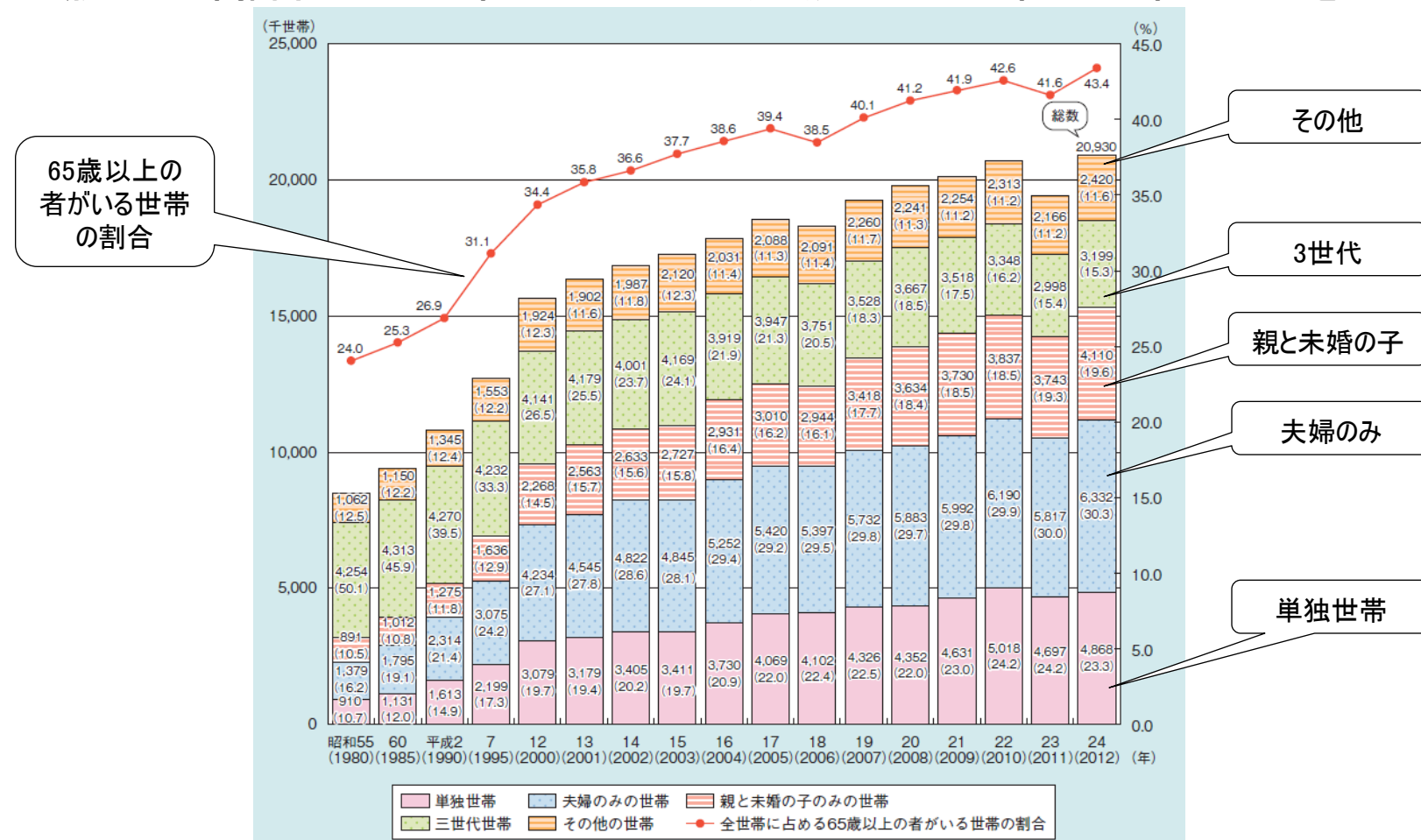
高齢化段階の比較

	日本		台湾		韓国	
	到達年	所用年数	到達年	所用年数	到達年	所用年数
高齢化社会 (7%~)	1970年	↓ 24年	1993年	↓ 25年	2000年	↓ 17年
高齢社会 (14%~)	1994年	-----	2018年	-----	2017年	-----
超高齢社会 (21%~)	2007年	↓ 11年	2025年	↓ 7年	2026年	↓ 9年

2. 「日本」超高齢社会の現状 (65歳以上の者のいる世帯数及び構成割合)

高齢者のいる世帯は全体の4割、そのうち「単独」・「夫婦のみ」世帯が過半数

65歳以上の高齢者のいる世帯についてみると、平成23(2011)年 全世帯 41.6%を占めている

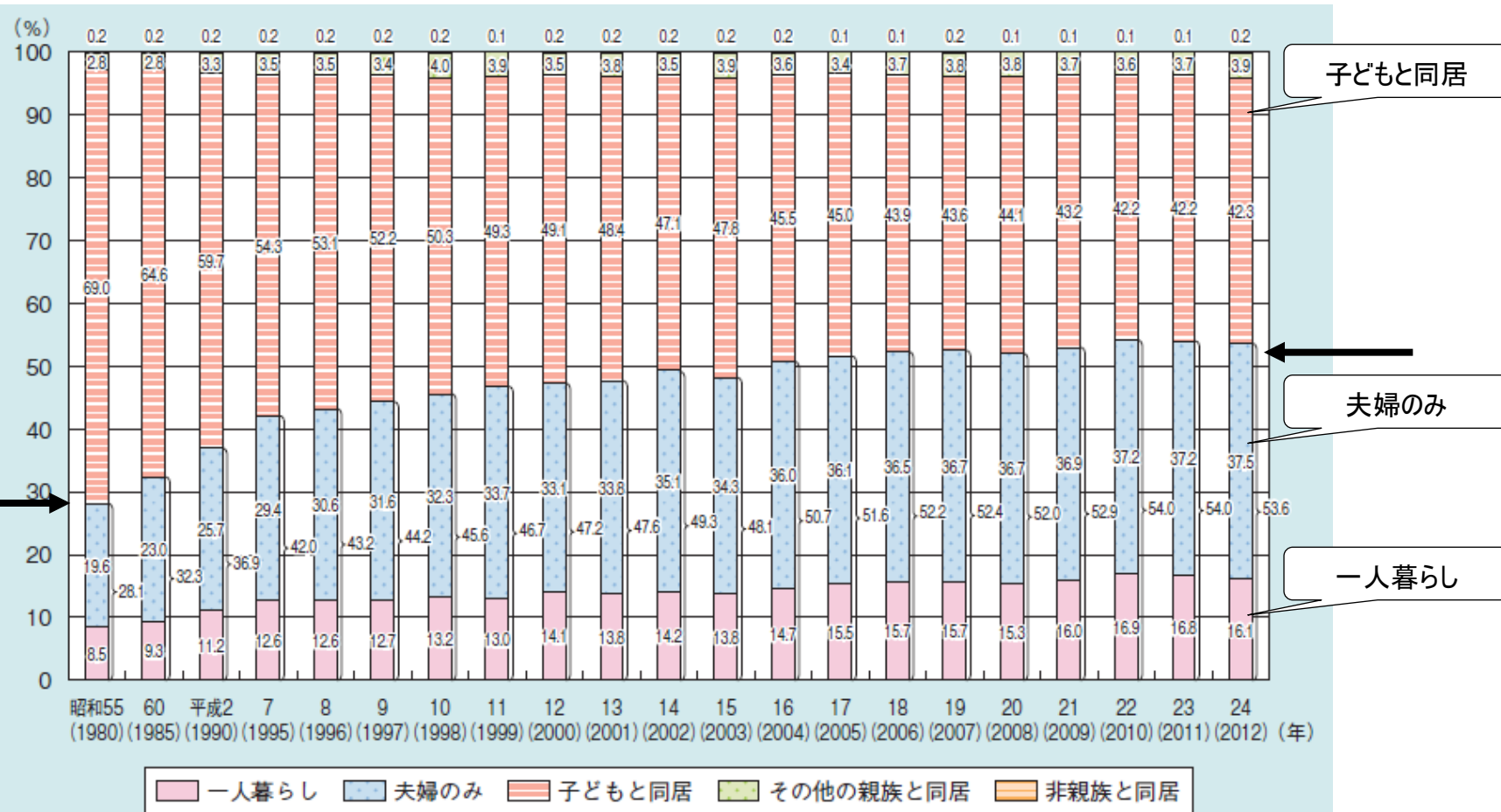


65歳以上の者のいる世帯数及び構成割合（世帯構造別）と全世帯に占める

65歳以上の者がいる世帯の割合

2. 「日本」超高齢社会の現状 (世帯形態別にみた高齢者の割合)

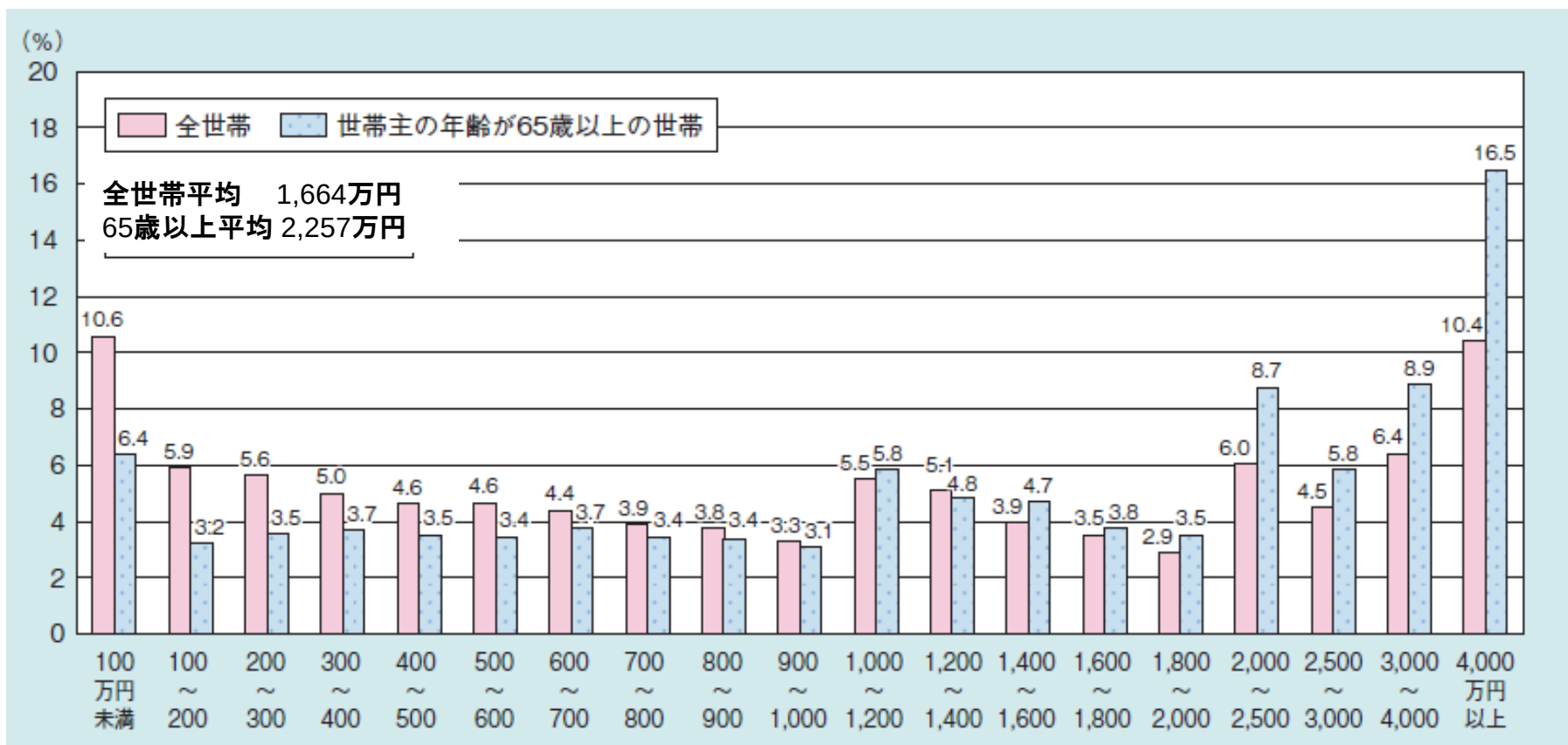
65歳以上の高齢者について子どもとの同居率をみると、昭和55（1980）年にほぼ7割であったものが、23（2011）年には42.2%となっており、子どもとの同居の割合は大幅に減少している。



家族形態別にみた高齢者の割合

2. 「日本」超高齢社会の現状 (高齢者の資産状況)

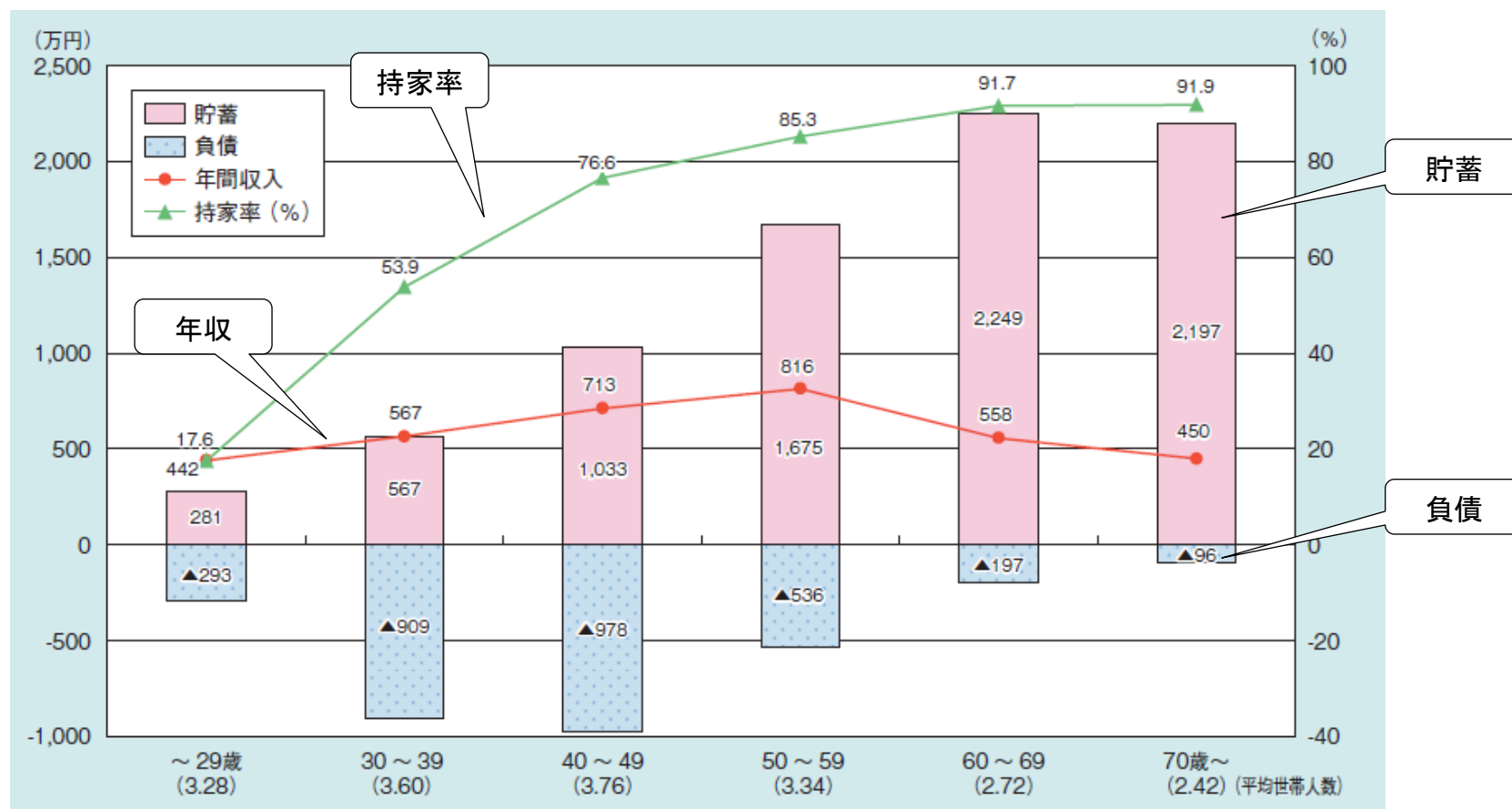
60歳以上は、他の世代と比べて大きな純貯蓄を有しており、65歳以上の世帯の平均貯蓄額は2,257万円で全世帯平均1,664万円の1.4倍となる。



貯蓄現在高階級別世帯分布

2. 「日本」超高齢社会の現状 (高齢者の資産状況)

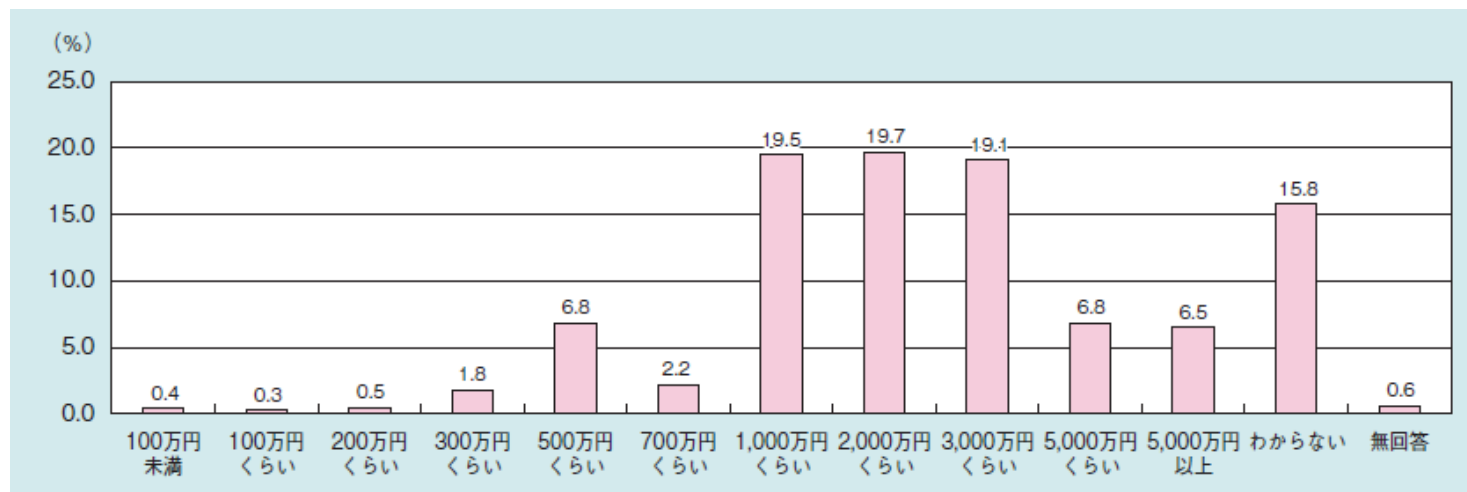
60歳以上は、家のローンが終わり、子どもの学費支出も終わり、負債が少ない。
「貯蓄が多く、負債が少ない」優良な消費者である。



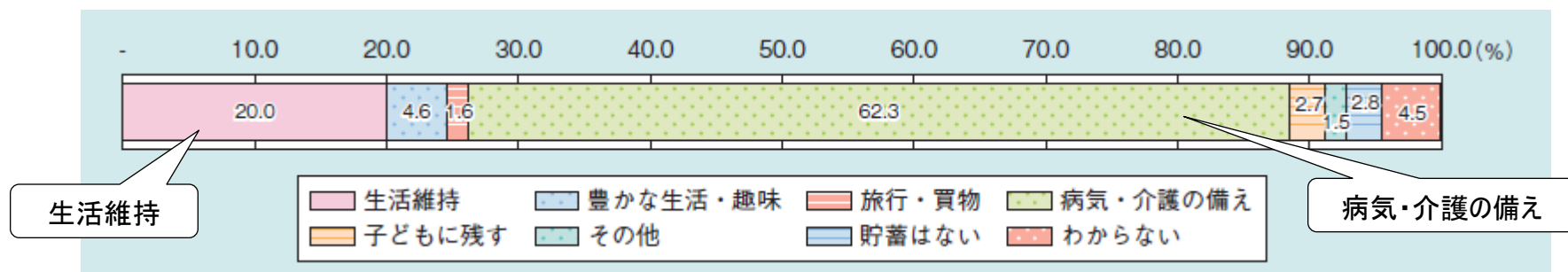
世帯主の年齢階級別 1世帯あたりの貯蓄・負債・年間収入、持ち家率

2. 「日本」超高齢社会の現状 (貯蓄関連)

貯蓄の目的は「病気・介護の備え」。高齢期に向けた供えは1000万円～3000万円までが約6割近くとなっている。



高齢期に備えて必要と思う貯蓄額



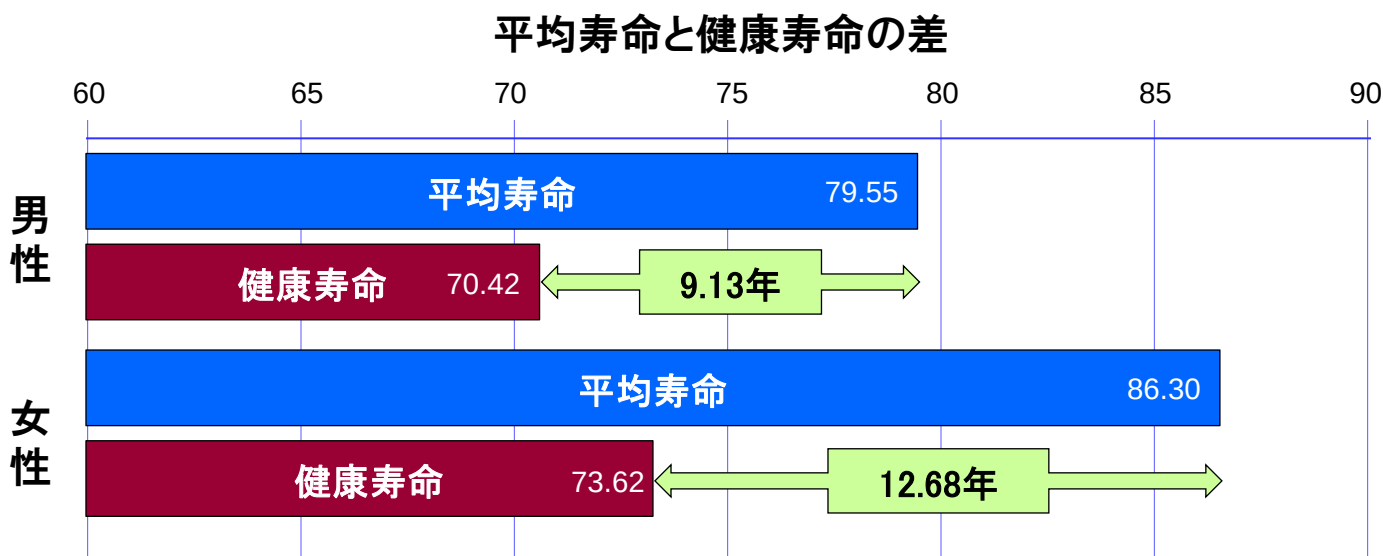
貯蓄の目的

2. 「日本」超高齢社会の現状（平均寿命と健康寿命）

・平均寿命とは、「その年に生まれた0歳の人が平均何歳まで生存するかという期待値。」0歳の平均余命ということである。2014年7月厚生労働省の発表によると、男性は80.21歳、女性は86.61歳となり、男性は初の80歳超えとなった。女性も過去最高を更新し、2060年には女性の平均寿命は90年を超えると見込まれている。

・健康寿命は、「健康上の問題で日常生活が制限されることなく生活できる期間」で、2000年にWHO(世界保健機関)が健康寿命を提唱して以来、寿命を伸ばすだけでなく、いかに健康に生活できる期間を伸ばすかに関心が高まっている。平均寿命と健康寿命との差は、日常生活に制限のある「健康ではない期間」を意味し、要介護状態と考えられる。

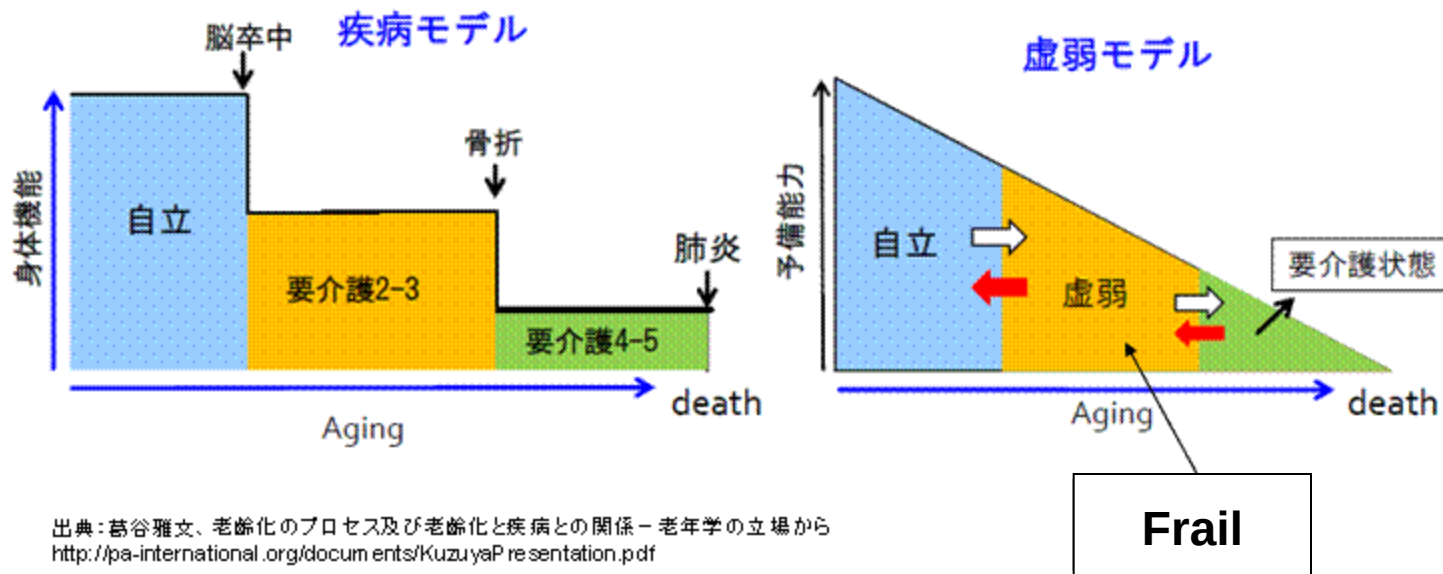
平成22年において、この差は男性9.13年、女性12.68年であるが、問題はこの差が広がっていることにある。介護予防に力を入れてはいるが、この差をいかに縮めるかが今後の課題である。



2. 「日本」超高齢社会の現状 (新しい考え方)

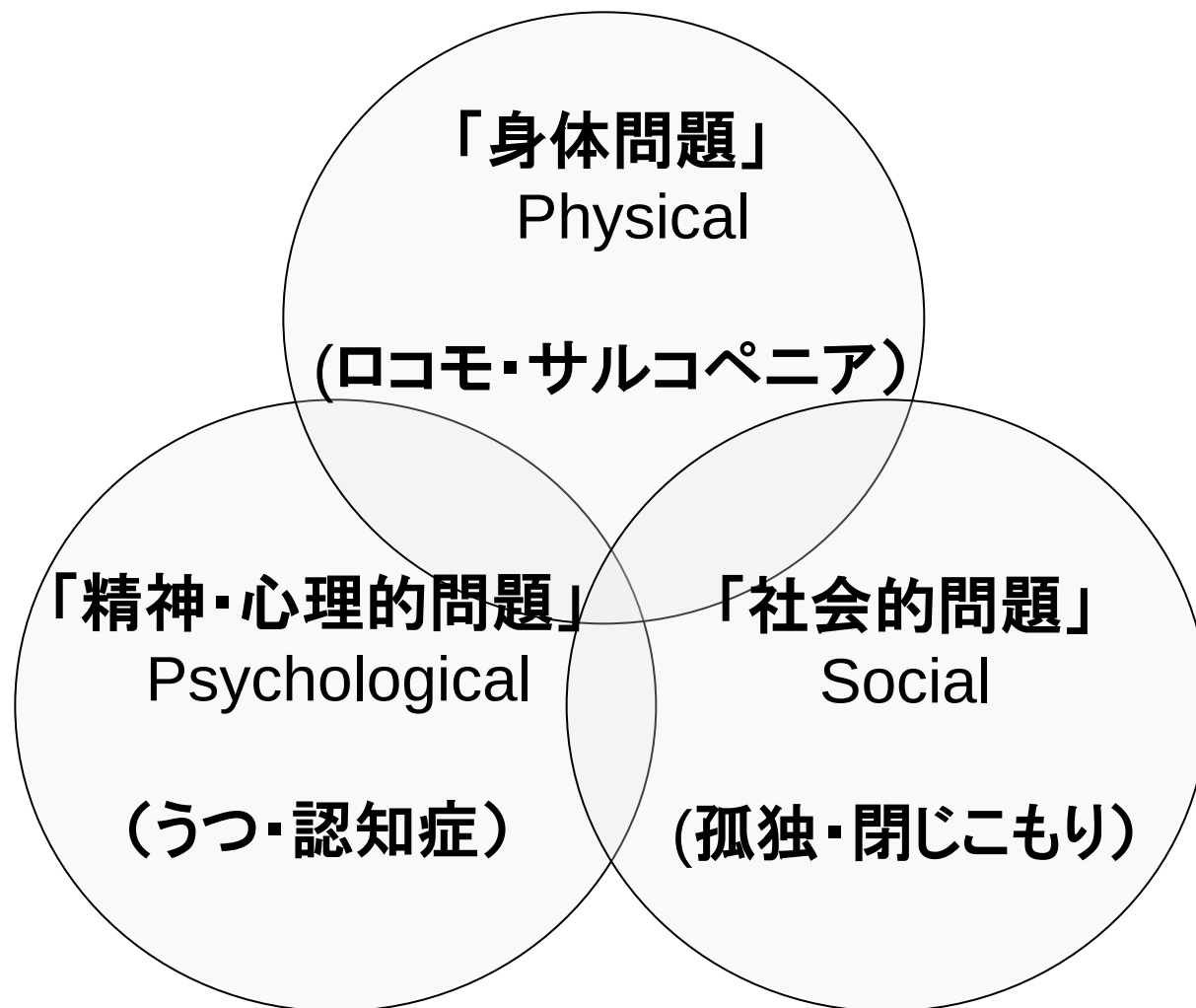
・高齢者は疾病により身体機能障害を起こす「疾病モデル」と虚弱が原因で身体機能障害(要介護状態)になる「虚弱モデル」がある。この「虚弱モデル」の中の「虚弱」部分に注目した新しい呼び方「フレイル」が提唱され、注目されている。2014年、5月「フレイルに関する日本老年医学会からのステートメント」が発表された。

・高齢者の多くは、健常状態から要介護状態に突然移行するのではなく(一部脳卒中等のケースもあるが)「Frailty」という中間的な段階を経て徐々に要介護状態になっていくと考えられている。このフレイルはしかるべき介入により再び健常な状態に戻るという可逆性が含まれており、フレイルに陥った高齢者を早期に発見し、適切な介入をすることにより、生活機能の維持・向上を図ることが期待されている。



「Frail」

・この「フレイル」の特徴的なところは多次元に渡っていることであり、これまで個別に取り上げてこられていた「身体的問題」と「精神・心理的問題」と「社会的問題」全てを含む概念である。



「用語説明」

「ロコモ」とは・・・

- ・日本整形外科学会が2007年に提唱した
- ・運動器症候群：ロコモティブシンドロームの略
- ・運動器の障害により要介護になるリスクの高い状態
→運動器の障害の原因
 - ・「運動器自体の疾患」(変形性関節症・骨粗鬆症等)
 - ・「加齢による運動器機能不全」(筋力・持久力の低下)

「サルコペニア」とは・・・

- ・ギリシャ語で「筋肉」を意味する
- ・診断基準：「筋肉量の低下」「筋力の低下」「身体能力の低下」
- ・骨格筋・筋肉が減少していることで、狭い定義では加齢に伴う筋肉量の低下、つまり老年症候群のひとつ

「Frail」

■フレイルの予防法

- ① 十分なたんぱく質、ビタミン、ミネラルを含む食事
 - ② ストレッチ、ウォーキングなどを定期的に行う
 - ③ 身体の活動量や認知機能を定期的にチェック
 - ④ 感染予防(ワクチン接種を含む)
 - ⑤ 手術の後は栄養やリハビリなど適切なケアを受ける
 - ⑥ 内服薬が多い人(6種類以上)は主治医と相談
- (荒井秀典・京都大教授による)

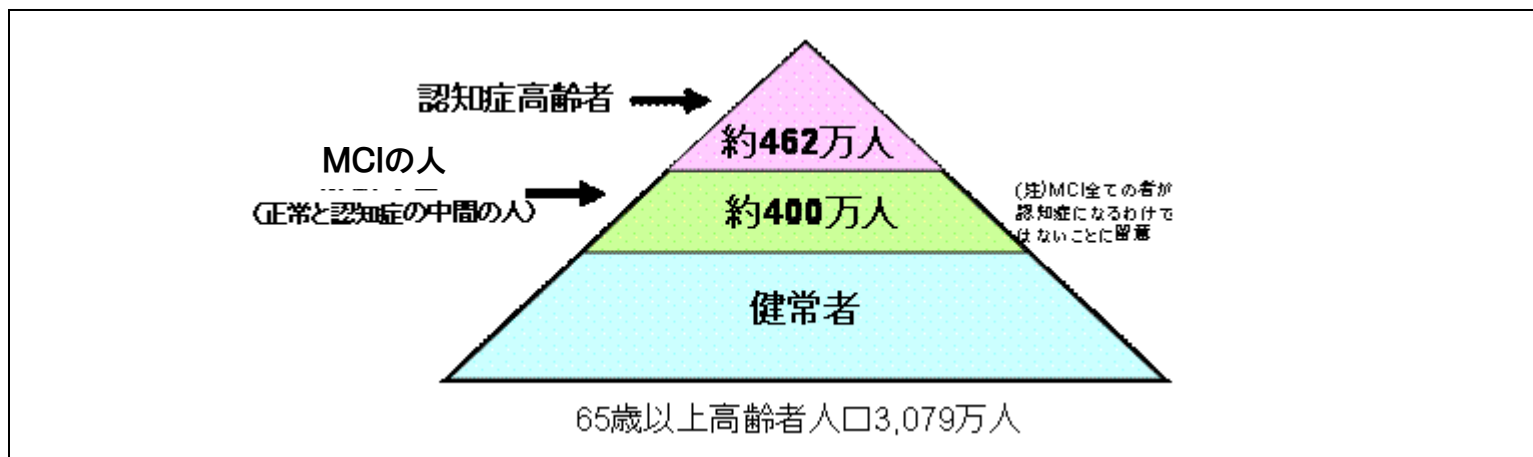
出典:朝日新聞医療サイト

<http://apital.asahi.com/article/news/20140508000006.html>

2. 「日本」超高齢社会の現状 (認知症の問題)

- 愛知県大府市や茨城県つくば市、佐賀県伊万里市など全国10箇所の市町を対象に平成21年～24年の4年間に5,386名の調査が行われた。データの分析結果から、日本全体の認知症患者数は462万人(2012年時点)、MCI(軽度認知障害)は約400万人と推計される。この数字は65歳以上の4人に1人が認知症とMCIとなる。
- 認知症は記憶障害の進行段階により、主に「軽度、中度、重度」に分けることができる。
- 認知症の症状は複雑に出現することが多くみられるが、主に「中核症状」と「行動・心理症状(BPSD)」に分けられる。「中核症状(認知機能障害)」は、脳の機能低下により直接起こる症状で、記憶障害、見当識障害、理解・判断力の低下、実行機能の低下などである。「行動・心理症状(BPSD)」は本人がもともと持っている性格、環境、人間関係などさまざまな要因がからみ合って、うつ状態や妄想のような精神症状や、日常生活への適応を困難にする行動上の問題が起こってくる。

認知症高齢者の現状(2014年)



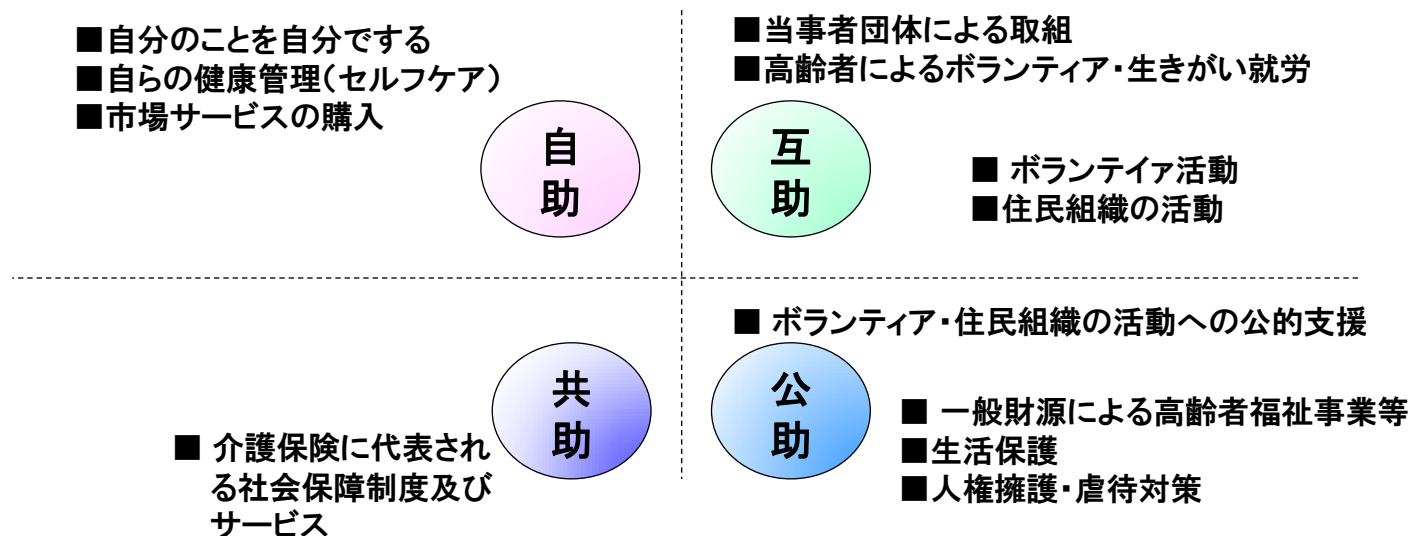
出典: 社保審一介護給付費分科会第115回H26.11.19、厚生労働省

http://www.mhlw.go.jp/file/05-Shingikai-12601000-Seisakutoukatsukan-Sanjikanshitsu_Shakaihoshoutantou/0000065682.pdf

3. 「**超**高齢社会」に対応して

3. 「日本」超高齢社会への対応（自立した生活続けるには）

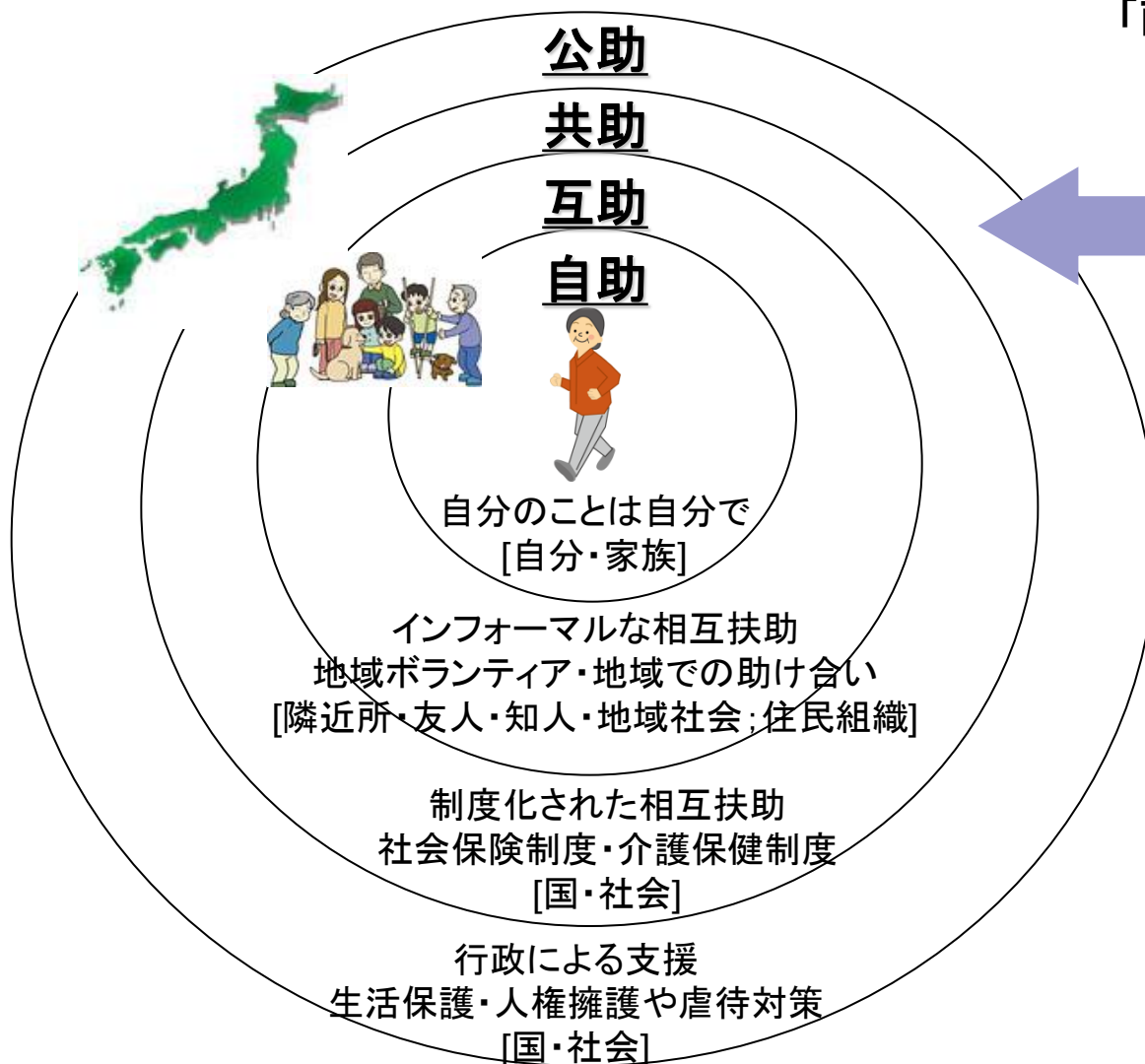
- 高齢者のひとり暮らしや高齢者のみの世帯が一層増加することから「自助」「互助」の概念や、求められる範囲、役割が新しい形になってきている。
- 都市部では互助を期待することが難しい一方、民間サービス市場が大きく「自助」によるサービス購入が可能で、都市部以外の地域は、「互助」の役割が大きくなるとしている。
- 「自助」とは、自立した生活続けるために今後もっと身につけなければならない能力ということであろう。自ら健康管理をし、サービスを購入し、自分のことは自分でする。
- 「互助」という言葉は、同じ意味である「相互扶助」に置き換えるとわかりやすくなる。8割の自立した高齢者の力によりお互い助け合うことで高齢社会を乗り切ることができると考える。



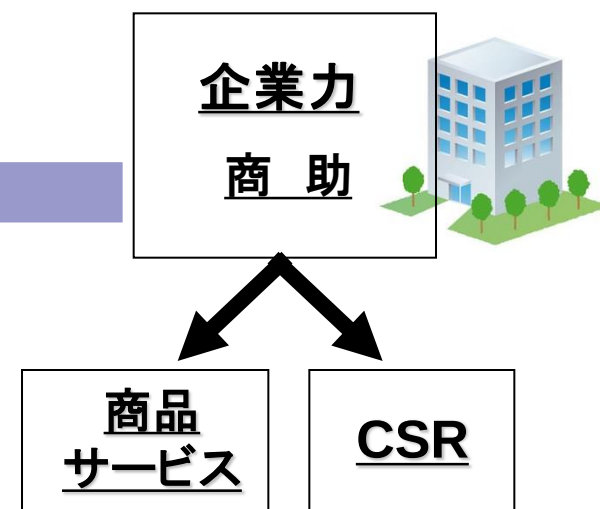
自助・互助・共助・公助の考え方

3. 「日本」超高齢社会への対応 (自助・互助・共助・公助＋商助)

自助・互助・共助・公助の考え方



「自助・互助・共助・公助」に企業力による「商助」が加わり、高齢社会を支えていく。



[介護関連]

- ・福祉用具全般
- ・ユニバーサルデザイン商品
- ・有料老人ホーム
- ・サービス付き高齢者向け住宅
-etc

[予防・アクティブシニア向け]

- ・高齢者に適した衣食住
- ・家電商品
- ・旅行商品
- ・スポーツ関連商品
- ・美関連商品
-etc

3. 「日本」超高齢社会への対応 (TVCMより、高齢化対応トレンド)

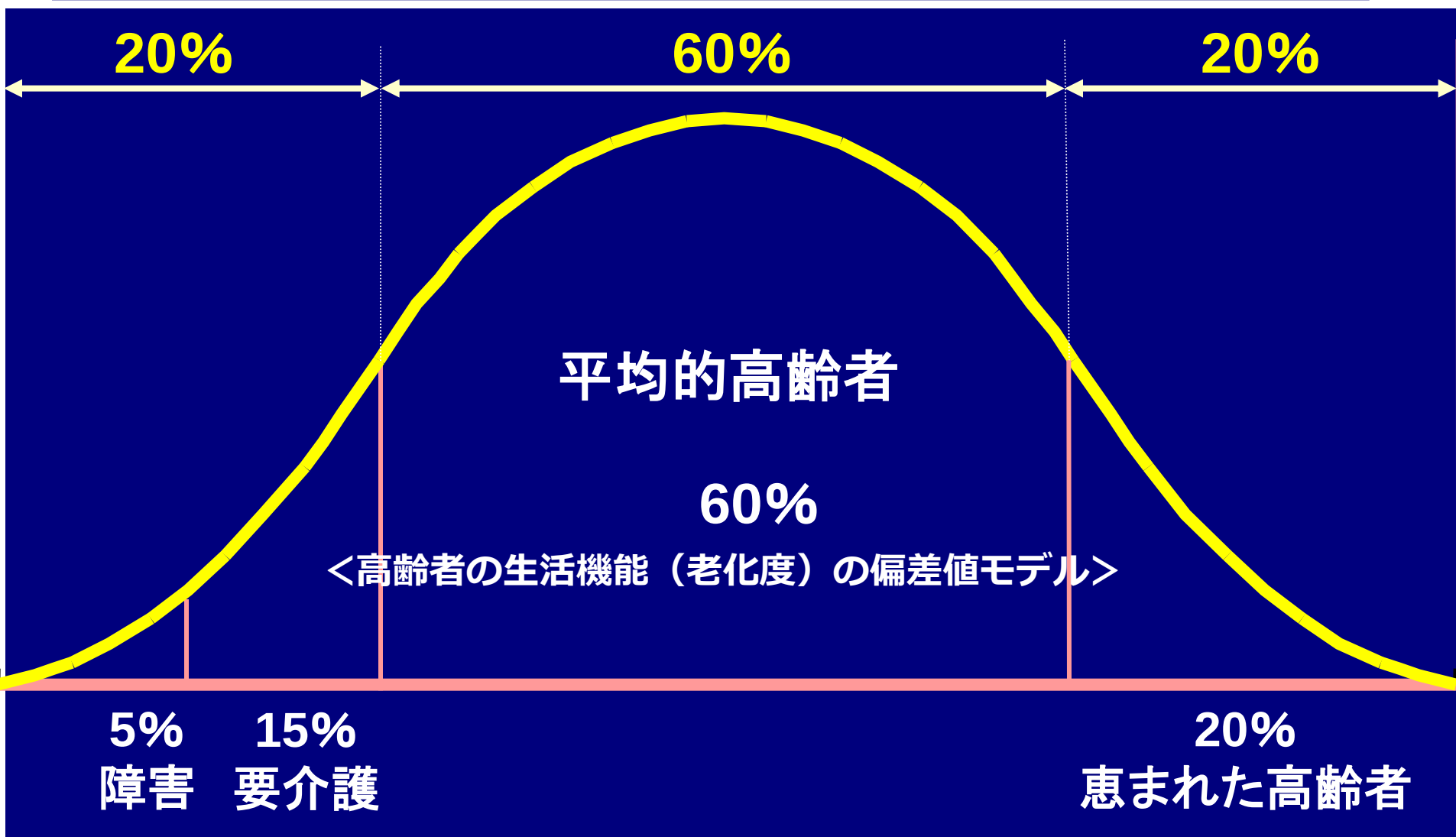
- 業種のシニアシフトを確認するため、テレビコマーシャル(以下TVCM)を代理指標として、日本の高齢社会の中での広告の変遷を見る。高齢者はテレビの視聴回数も時間も共に長いのが特徴である。
- 今回の調査により、テレビコマーシャルの中で「高齢者関連ワード」をナレーションおよびテロップで確認できたものは、2001年から2012年までの12年間で約2倍に増えている。
- 関連ワードを個別にみると、「50代」が最も多く、次いで「60代」、「70代」となっている。商品種類別では、2位を大きく離し、「生命保険」関連が最も多く、次いで「病院・医院・療養所」としている。
- 高齢者関連ワードは2007年にピークをむかえるが、その後減少している。シニアタレントの登場数は右肩上がりになっていることから推測すると、メッセージを送る企業側が、あからさまに高齢者関連ワードを使うのではなく、人(シニアタレント)を通して、言葉ではなく視覚でターゲットがシニアということを伝えていると推測される。

高齢者関連ワード別素材数と、商品種類別素材数

Key Word	素材数	商品種類	素材数
50代(歳)	876	生命保険	1,136
60代(歳)	653	病院・医院・診療所	260
70代(歳)	647	企業グループ	220
80代(歳)	572	他の食品	204
シニア	510	普通乗用車	145
シルバー	440	損害保険	125
おじいさん	405	スーパー・コンビニ	111
おばあさん	342	玩具・テレビゲーム	104
高齢(者)	269	ヘアートニック・育毛剤	83
老人	215	陸運	83

4. 「シニアマーケット」 の考え方

4. 「シニアマーケット」の考え方 （自立している高齢者は8割）



4. 「シニアマーケット」の考え方 (シニアは様々な面でゆとりがある)

年齢と共に「シニア力」UP
 お金にも時間にもゆとりのある
 「活動的なシニア出現」

	大学生	30	45	55	65	75+
金銭	△	○	○	◎	◎	△
時間	◎	△	△	○	◎	◎
身体	◎	◎	○	○~△	○~△	△

4. 「シニアマーケット」の考え方 (シニア特有の消費ポイント)

マーケットトリガーポイントは、シニアが将来に対して持つ独特の「不安」。高齢者ならではの「不安」が消費に変わる。

とにかく健康第一、**現状維持!**
どれだけ**貯蓄**があれば一生をまっとうできる?
1人になったらどうしよう・・・
もう、モノは増やしたくない、**自分に投資!**

健康の不安

健康維持

お金の不安

ライフプラン提案
価値の付与

人とのつながり
への不安

コミュニティ
人間関係維持

身辺整理の不安

モノではなくコト
時間消費・他人消費

5. 「シニアビジネス」の事例

5. シニアビジネスの事例（企業によるシニア向けサービス）

企業の動きとしては、高齢者限定のサービスを実施しているものの一部を以下に示す。JR東日本の「大人の休日倶楽部」や航空会社のサービスのようにサービス開始年齢が50歳と早いものもあるが、おおむね60歳位を対象としている。

各社のシニア向けサービス内容

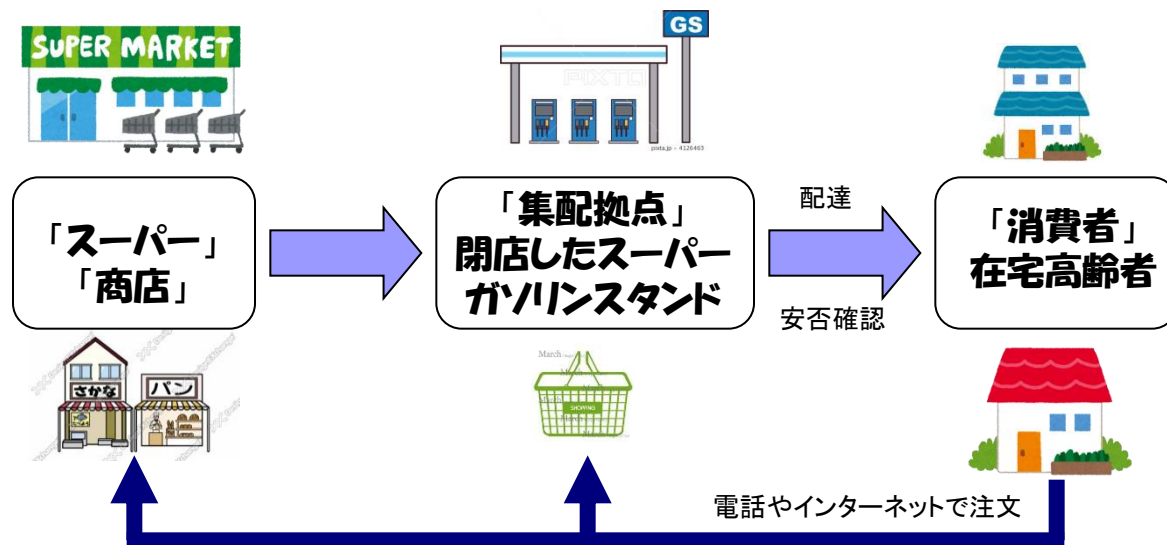
企業名	サービス内容	対象年齢(以上)
ANA	シニアらくのりサービス/シニア空割	65歳
JAL	シニアお出かけサポート/シルバー割引	65歳
JR東日本、JR北海道	切符30%オフ	男性65歳、女性60歳
イオン	買い物を5%オフ(毎月15日)	55歳
イトーヨーカドー	買い物を5%オフ(毎月15日、25日)	65歳
映画館	割引(1800円⇒1100円)一例	60歳
携帯電話	月額基本使用料1000円オフ	55歳
カブドットコム	現物取引の手数料割引	50歳～2%、60歳～4%
タイムズ・カー	レンタカー料金15%オフ	60歳
DELL	金額に応じて割引(15万円以上は2万円オフ)	60歳
ツルハドラッグ	シニア感謝デーポイント(毎月15,16,17日)カード提示で5%オフ、配達5個まで送料無料	60歳
トイザラズ	ポイントカード提示で10%オフ(毎月15日、5000円以上)	60歳

5. シニアビジネスの事例（各業界の動き）

百貨店	高齢者向けカフェを設置したり、パソコン教室等を開催。エレベーターには椅子を置いたり、休憩場所を多く設置するなどシニアに対応している。
総合スーパー	シニアシフトを行い、シニアモデルを登用。シニアに人気としている「お酒」「自転車」「ペット」等に力を入れている。シニアフロアを設置し、シニア向け商品や店舗を入れている。エレベーターを低速にしている。
コンビニ	某コンビニでは「介護コンビニ」一号店を今年オープン。介護用品コーナーの設置や高齢者向け商品を充実。レトルトや小分け商品で、一人暮らしの高齢者を意識した商品を多く取り揃えている。
住宅メーカー	相続税対策として、2世帯住宅等を提案。その他バリアフリー化を充実。
化粧品メーカー	シニア向け商品を多く打ち出している。シニアモデルを起用し、年齢や気になる内容（ほうれい線等）を明確にしている。
寝具メーカー	睡眠障害を訴える高齢者が多い中、睡眠と健康を繋げた商品を用意している。
スポーツ関連	健康に意識の高いシニアが健康維持、又は本格的にスポーツを楽しむことからスポーツクラブが昼ににぎわっている。最近ではビーリング場のオープン時間を8時に早め、シニア層を取り込んでいる。
外食産業	シニア向けの量や和食の対応。昼のコーヒーショップはシニアのコミュニティスペースになっている。
カラオケ	介護予防にも参入。カラオケ機器で、様々なことができるようなものを開発し、施設も取り入れている。
旅行	海外では豪華客船の旅、九州の七つ星（鉄道の旅）は50万円以上の旅行が半年待ち。抽選のため、狭き門。
旅行（首都圏）	日帰りのはとバスツアーもシニアでいっぱい。昔の懐かしい歌をみんなで歌うツアーも人気。
介護事業	介護保険以外、ロボットや自費でのサービス、新しい高齢者向けサービス付き住宅等も多く建築されている。
学び	カルチャースクールや市が主催している市民大学、大学が行っているシニア大学等、シニアの学びは人気がある。
サプリメント	健康に一番敏感なシニアはサプリメントも多く利用している。

「国と企業とNPO等との取り組み」

- ・政府は人口減が進む地域の「買い物難民」対策として、高齢者らの自宅に食材等を届ける新たな宅配サービスを来年度から全国5箇所程度でモデル事業を始める。
- ・費用や運営方法は国が支援する。
- ・NPOはスーパーや商店から商品を仕入れて集配拠点に一旦運び、宅配業者や日本郵政・NPO等が配達を行う。
- ・配達の際には安否確認も行う。



「買い物難民」に宅配網

NPOなど運営 国が支援

政府は、人口減が進む地域のない高齢者が日々の生活に困らないようにする狙い。対策として、高齢者らの自宅に食材や日用品などを届ける新たな宅配サービスを始め、廃業したスーパーやガソリンスタンドなどの跡地に商品の集配拠点を設け、運営や配送は非営利組織（NPO）や物流業者

政府は、人口減が進む地域のない高齢者が日々の生活に困らないようにする狙い。対策として、高齢者らの自宅に食材や日用品などを届ける新たな宅配サービスを始め、廃業したスーパーやガソリンスタンドなどの跡地に商品の集配拠点を設け、運営や配送は非営利組織（NPO）や物流業者

政府は来年度から全国5か所程度でモデル事業を始め、運営方法などを検証し、2016年度以降、全国各地で行いたい考えだ。

具体的には、まず消費者がスーパーや集配拠点などに電話やインターネット経由で商品を注文する。物流業者やNPOがスーパーなどから商品を集配拠点に届ける方式などを想定している。集配拠点の運営はNPOが行う。それぞれの費用や運営方法は国が支援する。

業者らが自宅に商品を届けた際には高齢者の安否確認も行う。地元産の農産物なども宅配網で扱うことで地域経済の活性化も図る。ヤマトホールディングスや佐川急便を運営するSG

人口が減る地域では今後小売店などの撤退が相次ぐ可能性があり、国土交通省は宅配サービスが地方での生活を維持するために欠かせないとみている。国交省は、NPOが宅配関連の業務をしやすいするため、物流事業の免許の特例を設けるなどの規制緩和も検討する。

出典：読売新聞2014年8月23日

「市と地元の信用金庫との取組み」

- ・市民が健康診断の受診をすると、「健康寿命延伸 特別金利 定期積金」に加入できる商品を開発。
- ・個人を対象に、利率0.03%の商品を、0.2%で販売。
- ・半年で契約者1,646人。契約額約10億円。
- ・その他特典はプール無料券6回分。また、健康をテーマとした講演会へ招待したり、健康情報誌を提供。さらにがん検診を受けた人には抽選で5組に東京ディズニーランドのペアチケットを贈呈。

出典：松本市 商工観光部 健康産業・企業立地課

Face to Face

健康寿命延伸 特別金利定期積金

※対象期間：平成25年9月2日(月)～平成26年3月31日(月)

◆健康診断の受診者への特典
 ◆健康診断の受診者への特典
 ◆健康診断の受診者への特典

健康寿命延伸 特別金利定期積金 + 健康診断の受診 = 健康寿命延伸特別金利定期積金に加入いただけます

特典1 「ララ松本プール」へご招待
 毎年の健康診断受診者全員に6枚の無料入場券をプレゼントします。

特典2 「講演会」へご招待
 毎年の健康診断受診者全員に講演会へご招待いたします。

特典3 情報誌をお届け
 毎年の健康診断受診者全員に健康情報誌をお届けいたします。

特典4 記念品プレゼント！
 健康診断の受診者全員に記念品をプレゼントいたします。

特典5 ディズニーランドチケットプレゼント！
 2年連続で健康診断を受診された方で、1回でもがん検診を受診された方に抽選で東京ディズニーランドのペアチケットを5組にプレゼントします。

毎年の健康診断受診と上記特典利用による「体」と「心」の「健康寿命延伸」を目指しましょう！

松本信用金庫 × 松本地域健康産業推進協議会
 (松本市「健康寿命延伸」の実現を推進)

目 的

主力金融商品「定期積金」を活用し、契約者へのインセンティブと、健診受診に向けた「健康」に関する意識・行動変容を促す

効 果

- ・民間のチャネルを活用した行政情報の提供
- ・住所や関心度など顧客属性に応じた対応
- ・各種検診の受診率向上のための受診勧奨
- ・公共施設の利用者増加、集客エリア拡大
- ・官民連携による健康産業サービスの展開

「コンビニと介護」

- コンビニ大手のローソンは、介護事業者がフランチャイズオーナーとなって運営する「介護(ケア)ローソン」の1号店を2015年4月にオープンした。
- ケアマネージャーによる介護相談スペースを設置している
- 高齢者向け商品を取り揃えている。(カットキャベツや和菓子を多くするなど)
- 介護関連商品コーナーも設置
- おむつ等かさばるものも、配食サービスと一緒に配達が可能。
- 万人にやさしい「ユニバーサルデザインフード」を揃えている。これらは、レトルトパック等の食品で、「容易にかめる」「歯ぐきでつぶせる」など、硬さや粘度に応じて4区分に分類されており、利用者の状況に合わせて選べる。
- 店内に椅子とテーブルを置き、買ったものが食べられるサロンスペースを設置。
- 血圧計も設置している。
- 松本市ではこのコンビニの駐車場で健康相談を市と共同で実施した。

介護ローソン1号店



出典: 日経デジタルヘルス

ローソン店舗駐車場で健康相談



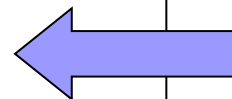
出典: 松本市 商工観光部 健康産業・企業立地課

「食品会社のシニア向け商品」

- ・ 高齢になるに伴い、筋肉の量が減少していく現象「サルコペニア」というものがあり、高齢者の活動能力の低下や、転倒の原因にもなっている。
- ・ サルコペニアは筋肉の量が減少していく老化現象のことで、老年症候群のひとつ。
- ・ 25～30歳頃から進行が始まり生涯を通して進行する。
- ・ ロイシン(アミノ酸の一種)を摂取することにより、筋肉を維持、増強する効果がある。
- ・ シニア女性は骨と筋肉が弱くなることから、このロイシンを摂取することにより自立した生活につなげることが考えられる。

こんな方にオススメです

- ◎ 最近前かがみが気になる方
- ◎ よくつまづいたりすべったりする方
- ◎ 野菜中心の食事でも肉や魚を食べる機会が少ない方
- ◎ 年齢とともに食が細くなっている方
- ◎ 年齢とともに仕事や家事がおっくうに感じるが増えた方



シニア向け商品



出典：株式会社味の素HP

「旅行のシニア向け商品」

- 50万円以上の鉄道の旅が半年待ち、即売の人気(倍率37倍)。
- 60歳代が中心。
- ゆったり、自由、地元の食材を使った有名店での食事等。

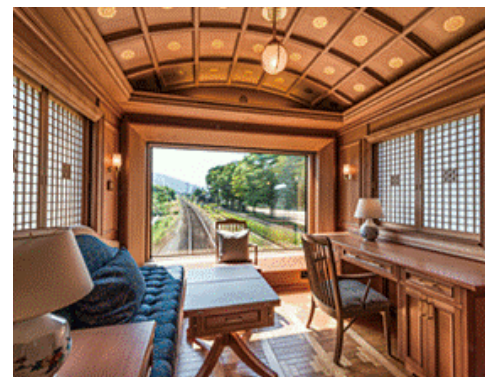
名前の由来

- 九州の7つの県を表現 九州の主な7つの観光素材を表現
- 自然、食、温泉、歴史文化、パワースポット、人情、列車
- 7両編成の客車を表現

<ご旅行代金> おひとり様あたり

■3泊4日コース

車内客室	旅館(2日目)	部屋タイプ	3名様1室	2名様1室	1名様1室
スイート	忘れの里 かじょえん 雅叙苑	部屋指定なし (7室)	—	480,000円	750,000円
		「椿」指定 (1室)	—	500,000円	780,000円
	みょうけんいしはらそう 妙見石原荘	いしくら 「石蔵」洋室 (2室)	—	505,000円	790,000円
		いしくら 「石蔵」和洋室 (2室)	—	515,000円	800,000円
DXスイートB	天空の森	茜さす丘または りんろ 霖雨の森 (1室)	600,000円	650,000円	1,100,000円
DXスイートA		天空 (1室)	650,000円	750,000円	1,300,000円



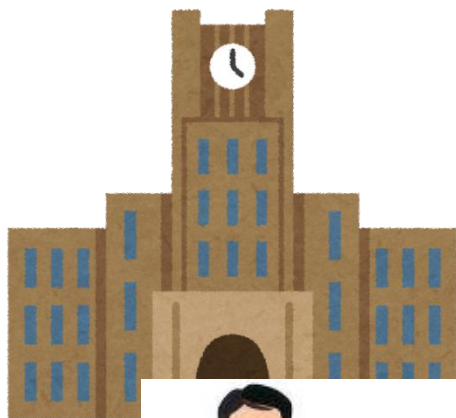
出典: JR九州企画

高齢社会



「高齢化した集合住宅と大学との連携」

- 高齢化が進み空き家が目立ってきた大型団地の空き部屋を活用し、学生寮としている。
- 団地内にコミュニティカフェを運営したり、地域貢献活動に参加するなど、大学生が多文化共生と多世代交流を行い、高齢化が進む団地の活性化の一翼を担っている。



上階の空家を学生寮として活用

コミュニティカフェ運営



韓国事例(保険会社と高齢化)

【サムスン生命】 サムスンリタイアメント ジェロントロジーセンター



- 高齢化が進む中、企業の社会的役割として、また、国に対しての政策提言(シンクタンク役割)も担うためにサムスン生命はリタイアメントジェロントロジーセンターを作った。
- 国民の老後準備ができていない中で、お金以外にどう老後の準備をするか、教育プログラムを開発し、顧客を支援することを目的としている。
- 長寿社会でどう生きるかということ、家族・健康・時間・余暇活動等全体を見渡して老後生活全体を学ぶこと、が必要なのだと(サムスン生命は)考えた。
- 20代で求めている内容と、30代、40代で求めているものが違うと考え、年代別にプログラムを用意している。
- 2013年末までの3年間で1000回教育を開催し、約10万人が受講している。対象組織は、主に社内、グループ会社等。社内、グループ会社の新入社員は新人教育の一部として必ず受講することになっている。
- コンテンツは著作権登録を行い、企業秘密としている。

韓国事例(保険会社と高齢化)

- 今まで忙しく老後を考えたことがなかった受講者には、あらためて人生の長さを認識し、自分の生き方を考える機会となっている。
- 現在、韓国の保険福祉部(厚労省)と協力し、国民向けの教育プログラムを開発している。
- 問題点は企業色が強く、受講者がサムスングループ内のみとなっていること。(保険商品やサムスン関連の商品を売りつけられるのではないかと外部からは警戒される。企業間の関係性やしがらみ等の影響も考えられる)
- 今後は補助金がなくても国の機関と連携し、企業色を払拭しようとしていると思われる。

コンテンツの構成は、二つに分かれており、20代、30代は財務中心プログラム、40代～60代まではライフデザインアカデミー(財務・非財務)で構成している。



20代30代対象のコース

1. 消費そのものを考え、どう賢く消費するか、過剰消費をなくするための教育
2. 貯蓄、貯蓄と投資の違い、リスクの問題、富を蓄積するには(投資信託、株式投資等の紹介)、貯金について(金利)
3. 投資信託、株式等について(財テク、2をさらに詳しく)
4. 1～3をうまく組み合わせて、ライフデザインや生涯設計の話をしながら問題提起していく

40代～60代対象のコース

1. ライフデザイン: 100歳まで生きるということに認識転換と問題提起していく
2. 人間関係デザイン(ネットワーク): 老後をデザインする際の人間関係(社会人間、地域の人、家族(夫婦と親子)をよくするため、どう人と接していくか。
3. 時間のデザイン: 意義のある老後の時間をどう過ごすか。豊かな老後のため、何をやりたいのか準備する。
4. 財務デザイン: いま、どのように準備しているのか。年金の確認、消費の確認、先を見据えての計画
5. ウェルダイ: 相続等

END