

日本における高齢化の進展と プラチナ産業への期待

2010年12月16日

三菱総合研究所
長澤 光太郎

I 本報告の主旨

高齢化社会への視点1

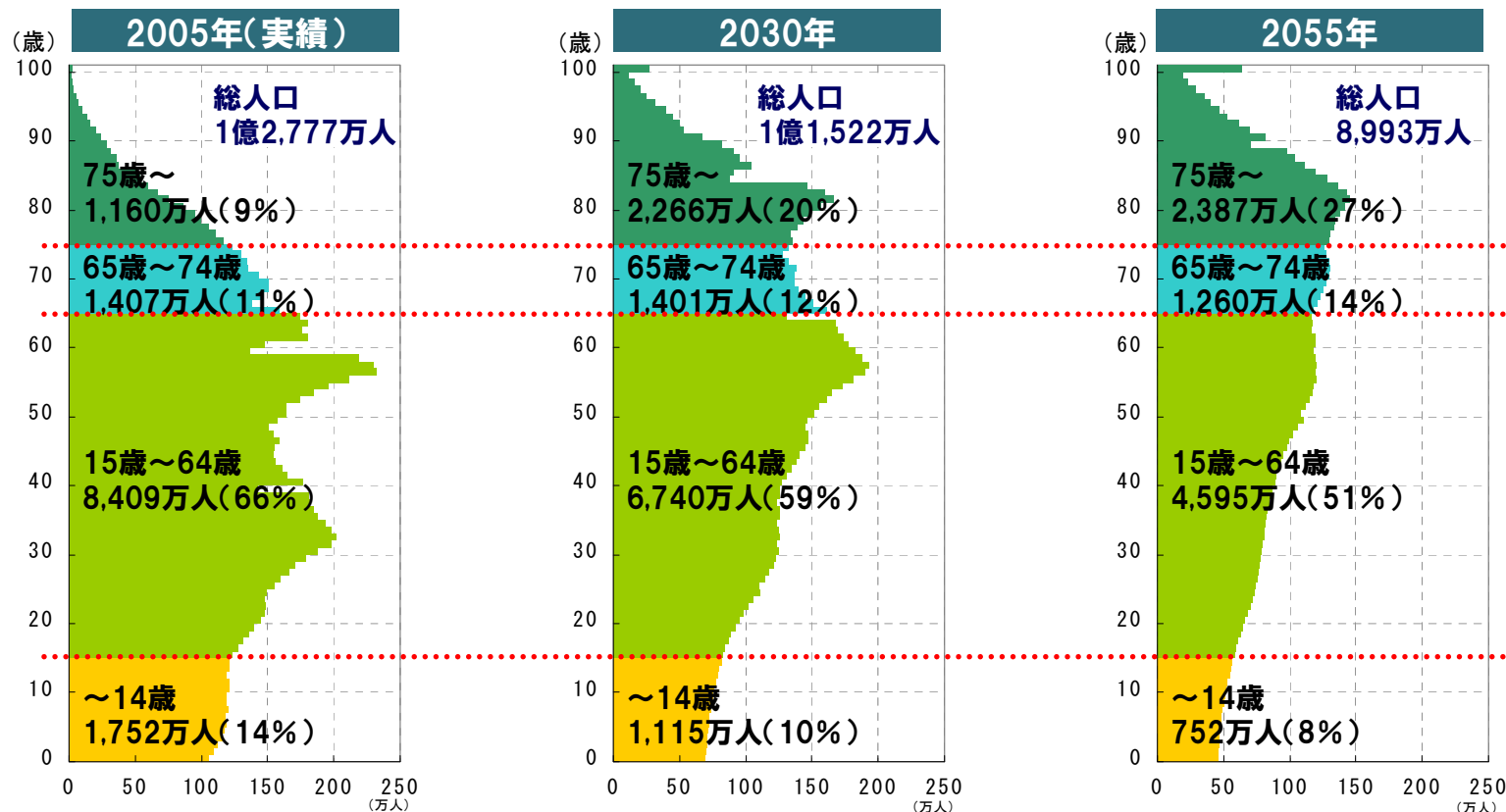
【高齢化は国力を衰退させる】

1. 保険制度の機能維持が困難
2. 個人の介護負担が拡大

今後の人口増は高齢者層だけで生じる

- 今後、特に75歳以上の高齢者が急増する。(25年後には2倍)

人口ピラミッドの変化(2005年、2030年、2055年) -平成18年中位推計-



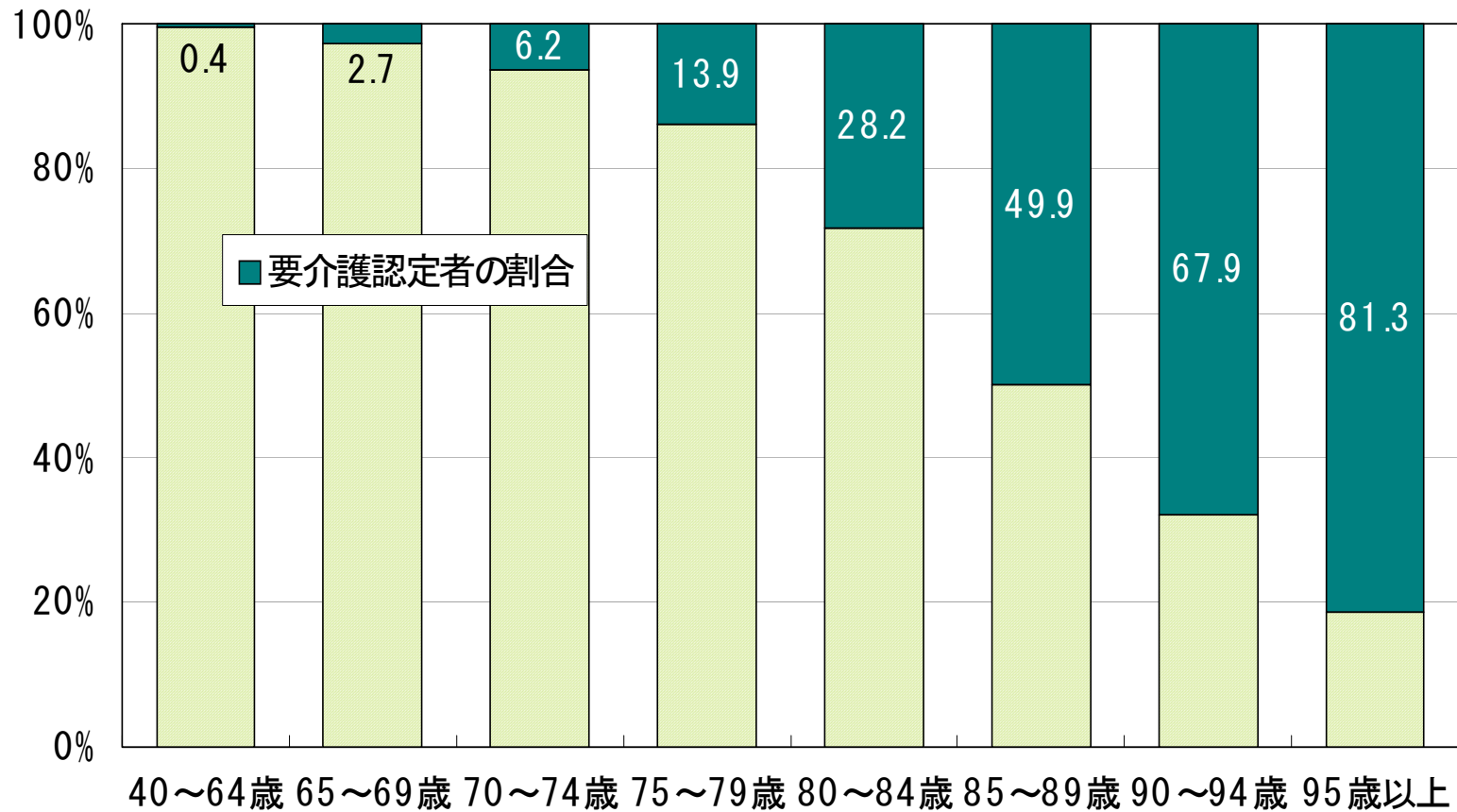
注: 2005年は国勢調査結果。総人口には年齢不詳人口を含むため、年齢階級別人口の合計と一致しない。

(資料) 国立社会保障・人口問題研究所

人口統計資料集(2009年版)を基に、三菱総合研究所作成

高齢者の要介護比率

要介護認定者の割合



(資料)平成20年人口動態統計および介護給付費実態調査(平成21年1月審査分)を基に、三菱総合研究所推計

高齢化がもたらすヘルスケアの課題

- ① 後期高齢者(75歳以上)が増加
2010-2025年間に約1.5倍(約700万人)に急増
- ② 都市部で後期高齢者(単身・夫婦のみ)が急増
高齢者向けの住宅整備が必須
- ③ 年間死亡者数が増加
病院死から多様な場での看取り(end of life care)が課題
- ④ 生産年齢人口(15~64歳)が減少
医療・介護サービス従事者の確保が課題
- ⑤ 2025年には生産年齢人口2人で1人の高齢者を支える必要
保険制度・公費負担・利用者負担のバランスが課題

日本のヘルスケアの取り組み(1)

① 病院や介護施設の機能の見直し

⇒急性期・亜急性期・回復期リハビリテーション・慢性期・介護保険施設 等

⇒病院・施設から在宅ケア(Home Health Care)へ

⇒ただし、「個々の利用者の自宅」ではなく、
見守りなどの機能を有する「集合住宅」

日本のヘルスケアの取り組み(2)

② 高齢者向けケア付き住宅の整備

⇒社会的支出(Social Expenditure)としての把握が困難な「住宅政策」

○多様な種類の高齢者住宅の統配合

⇒「住宅」と「ヘルスケアサービス」の分離

○高齢者の共同住宅に外部からサービスを提供

⇒高齢者の住み替えは、75歳からでは遅く、60歳台に！

③ 看取り(end of life care)の整備

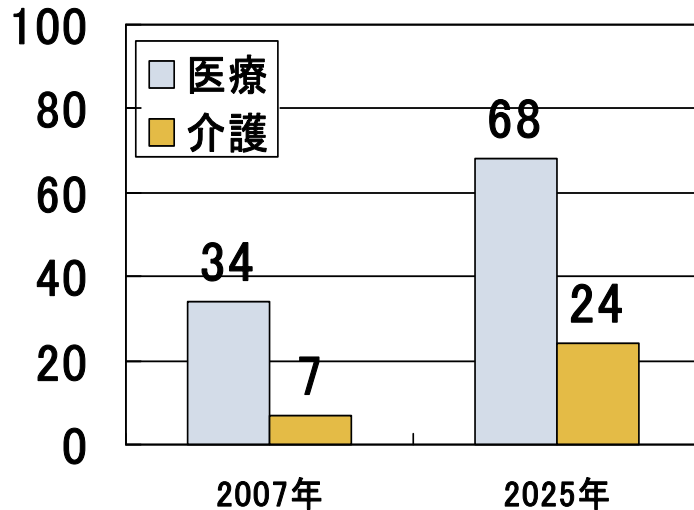
⇒病院死(約80%)から、病院以外の場での「死」

○24時間365日訪問可能な医師・看護師によるサービス

社会保障制度の不安

(1) 医療・介護の将来推計

(兆円)

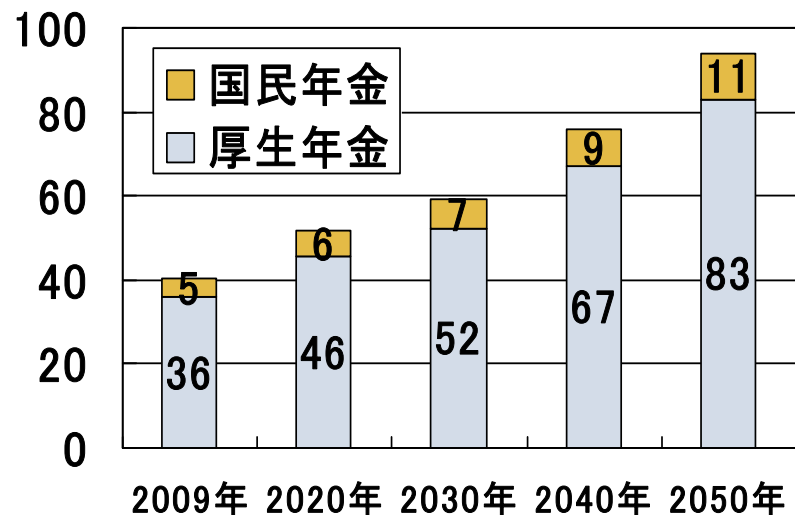


出典：社会保障国民会議 サービス保障分科会(H.20年10月23日)

- 高齢化により、医療費は2025年には70兆円近くにまで増大。
- 介護給付費も25兆円近くにまで増大。

(2) 年金財政見通しによる支出金額

(兆円)

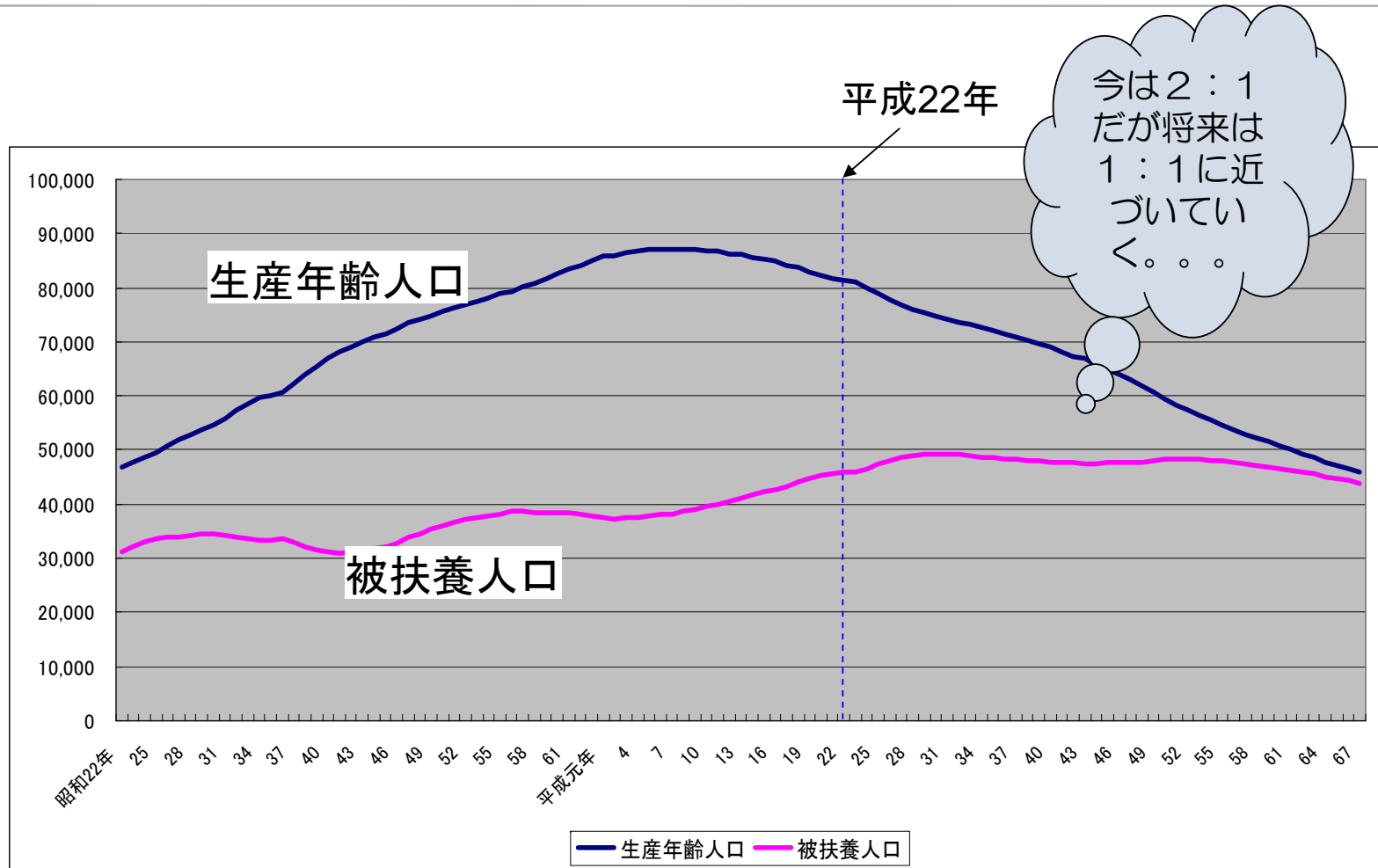


注)上記の金額は、基礎年金拠出金を含む。

出典)厚生労働省「国民年金及び厚生年金に係る財政の現況及び見通し(H.21年2月23日)

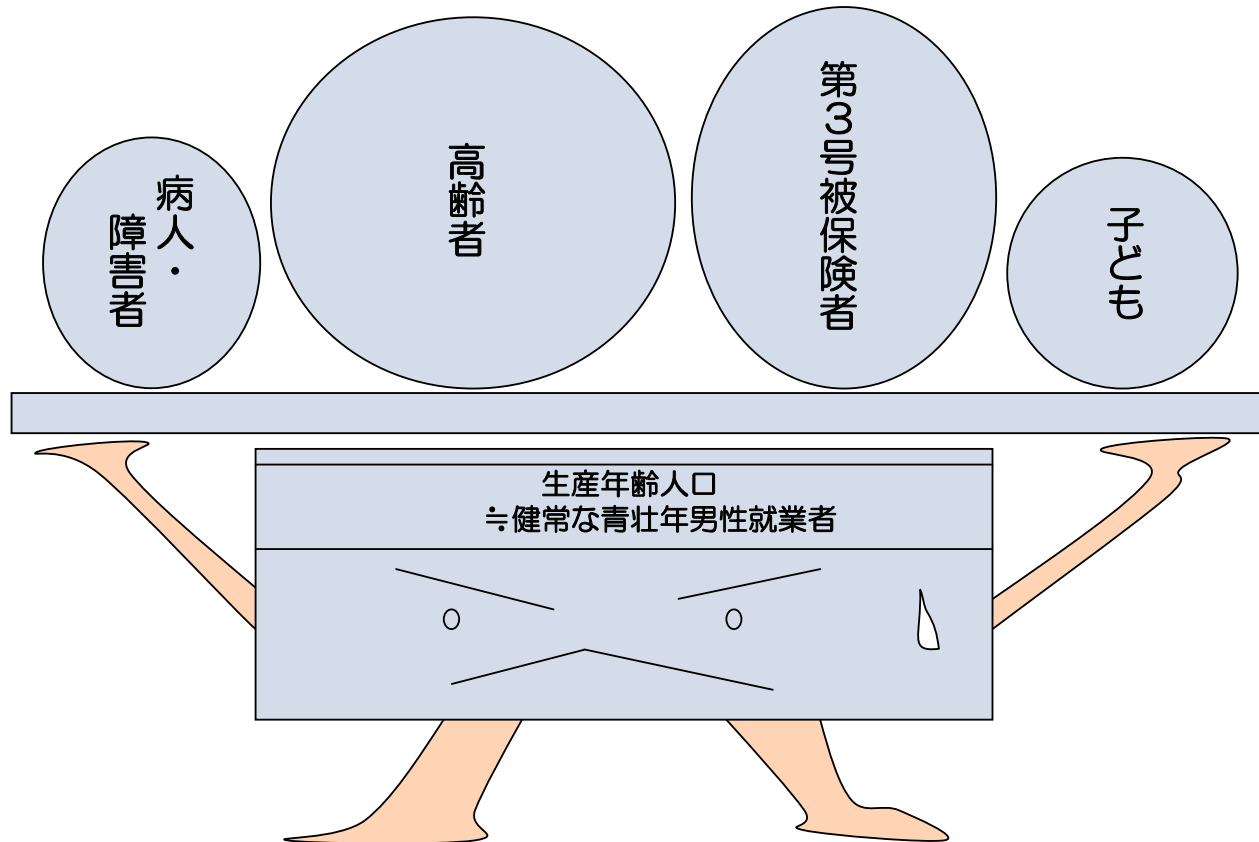
- 年金も100兆円近くにまで増大。
- 医療・介護・年金の制度破綻リスクが顕在化

社会保障制度を支える層の負担は増加の一途



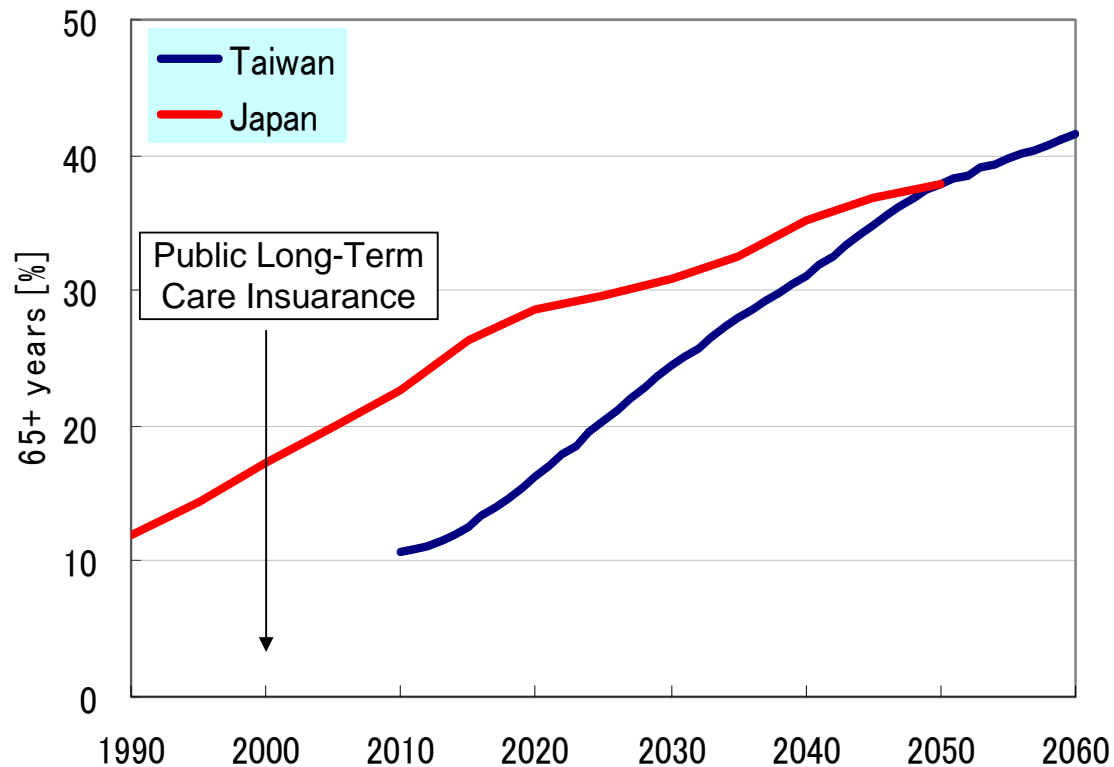
実績値は総務省統計局、将来値は国立社会保障・人口問題研究所中位推計

不安の背景～現状の扶養・被扶養関係の限界



この状況は台湾にとっても他人ごとではありません

- 台湾の65歳以上人口の比率は日本より高速で上昇する見通し



Source

Japan: UN World Population Prospects
The 2008 Revision Population DB

Taiwan: Council for Economic Planning and Development
Population Projections for Taiwan: 2010-2060

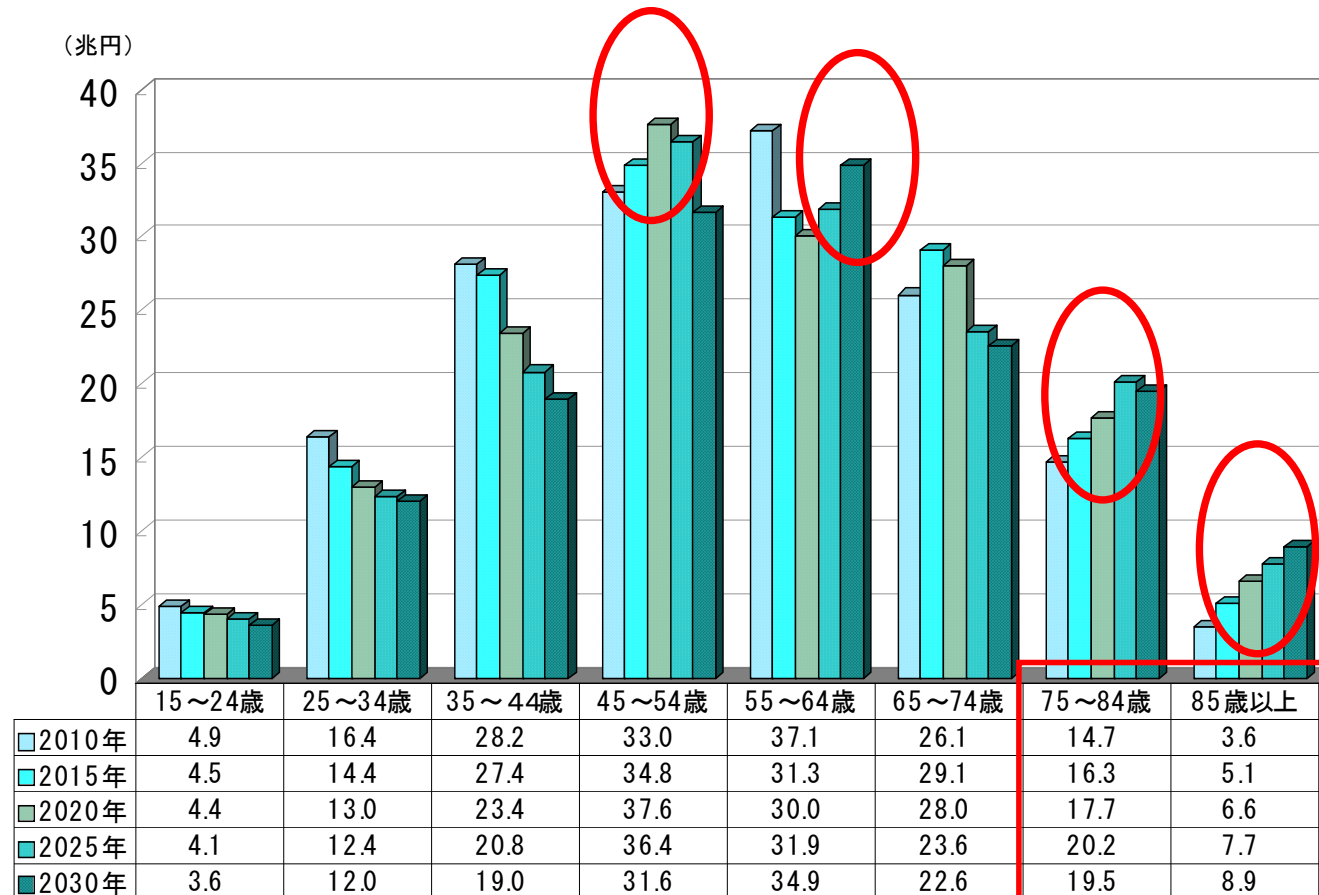
高齢化社会への視点2

【豊かな加齢を実現することが産業創出に繋がる】

1. 高齢化は新しい需要を生み出す
 2. 未充足の需要が新たな産業を創出する
- ⇒新産業の成長が福祉への負担力を向上させる

少子・高齢化は新たな需要を生み出す(1/3)

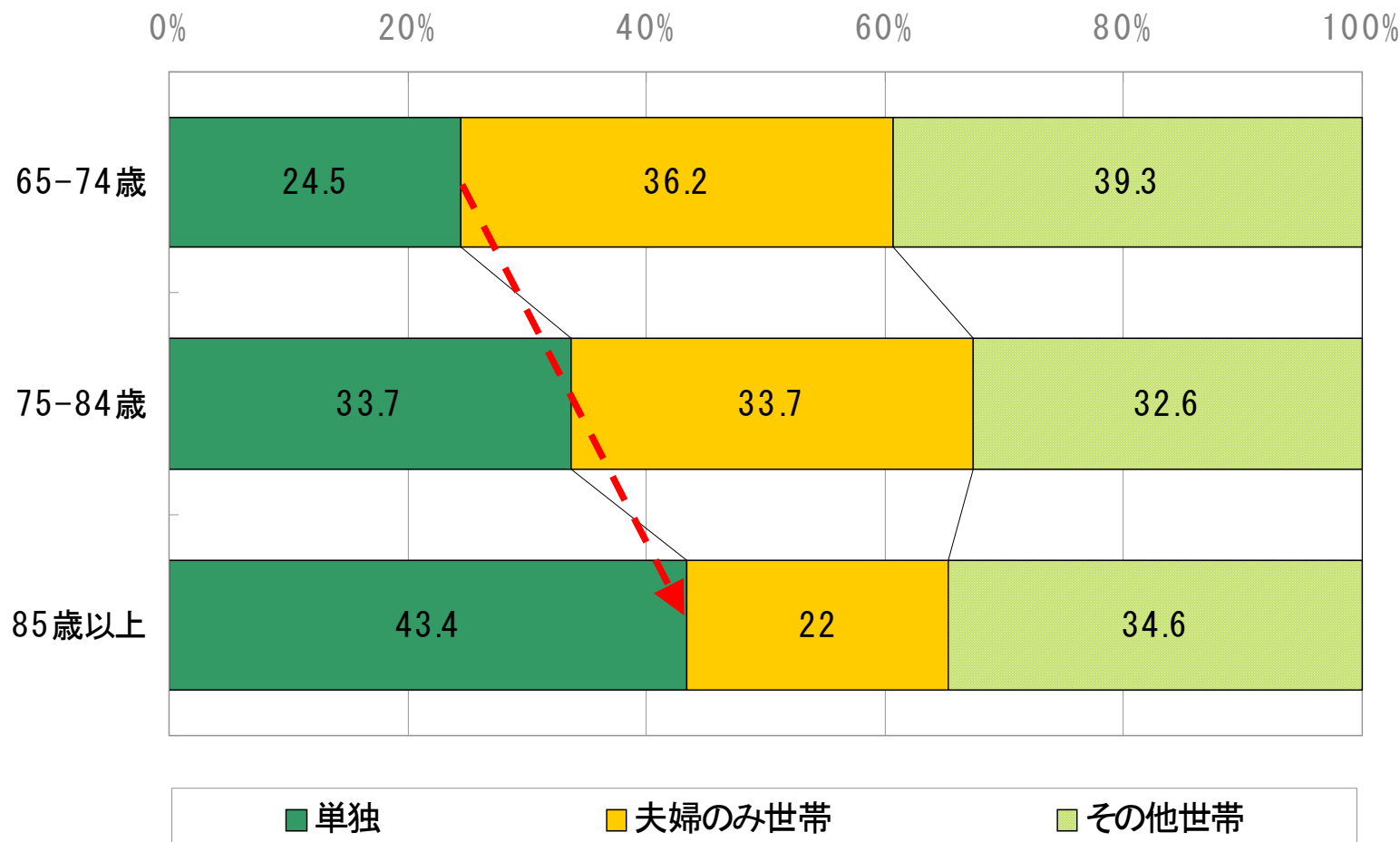
- 少子・高齢化の中で、「世帯消費」が増える鍵は主として高齢世帯



(資料) 全国消費実態調査(2004年)を基に、年齢区分別・世帯類型別の消費額が一定であるとして三菱総合研究所推計

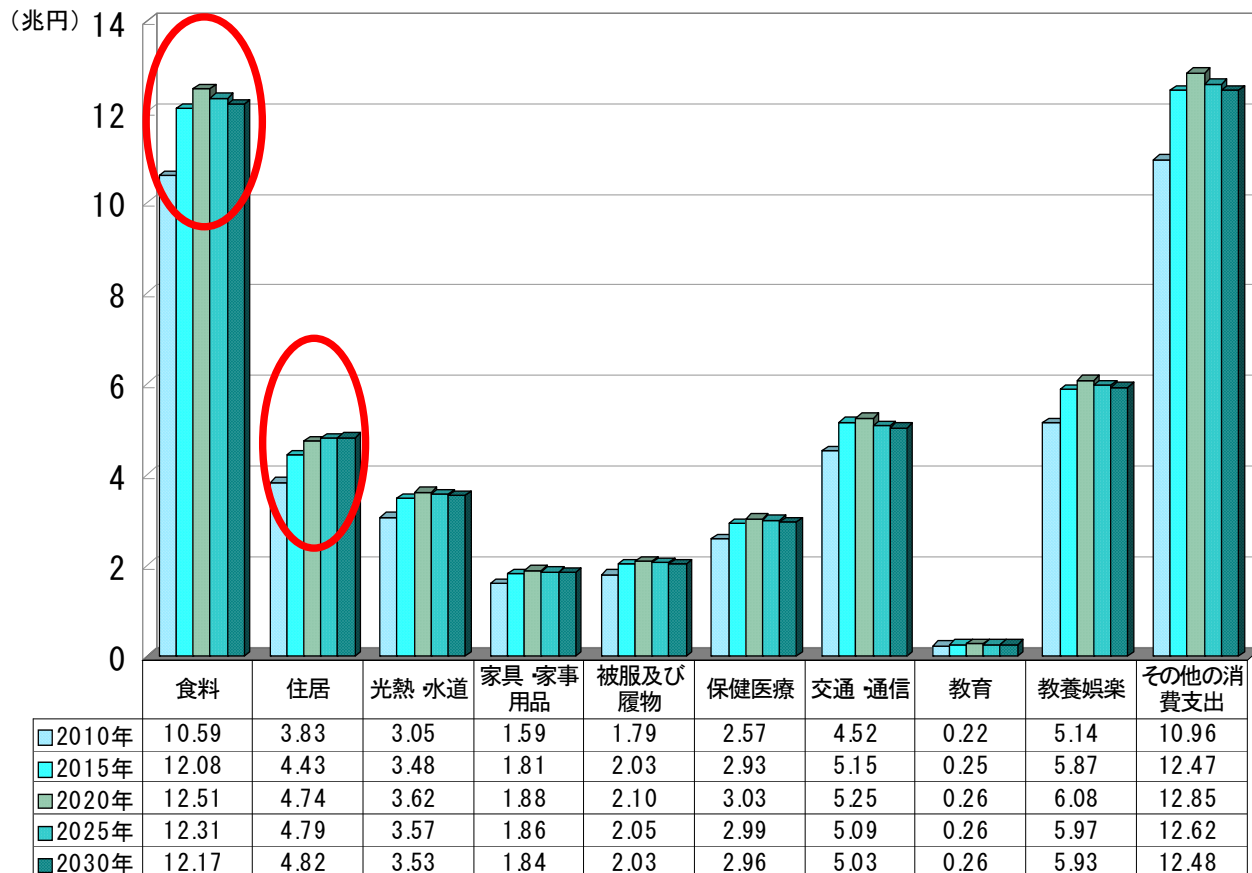
少子・高齢化は新たな需要を生み出す(2/3)

■ 高齢になるにつれ単独世帯の割合が高まる



少子・高齢化は新たな需要を生み出す(3/3)

- 高齢世帯全体では2020年にかけて食料費、住居費、その他の消費支出等が大きく増加する。2020年以降大きな伸びはみられない。



高齢世帯全体の消費は、増加する。
 単独世帯の消費パターンの影響が大きく出る。

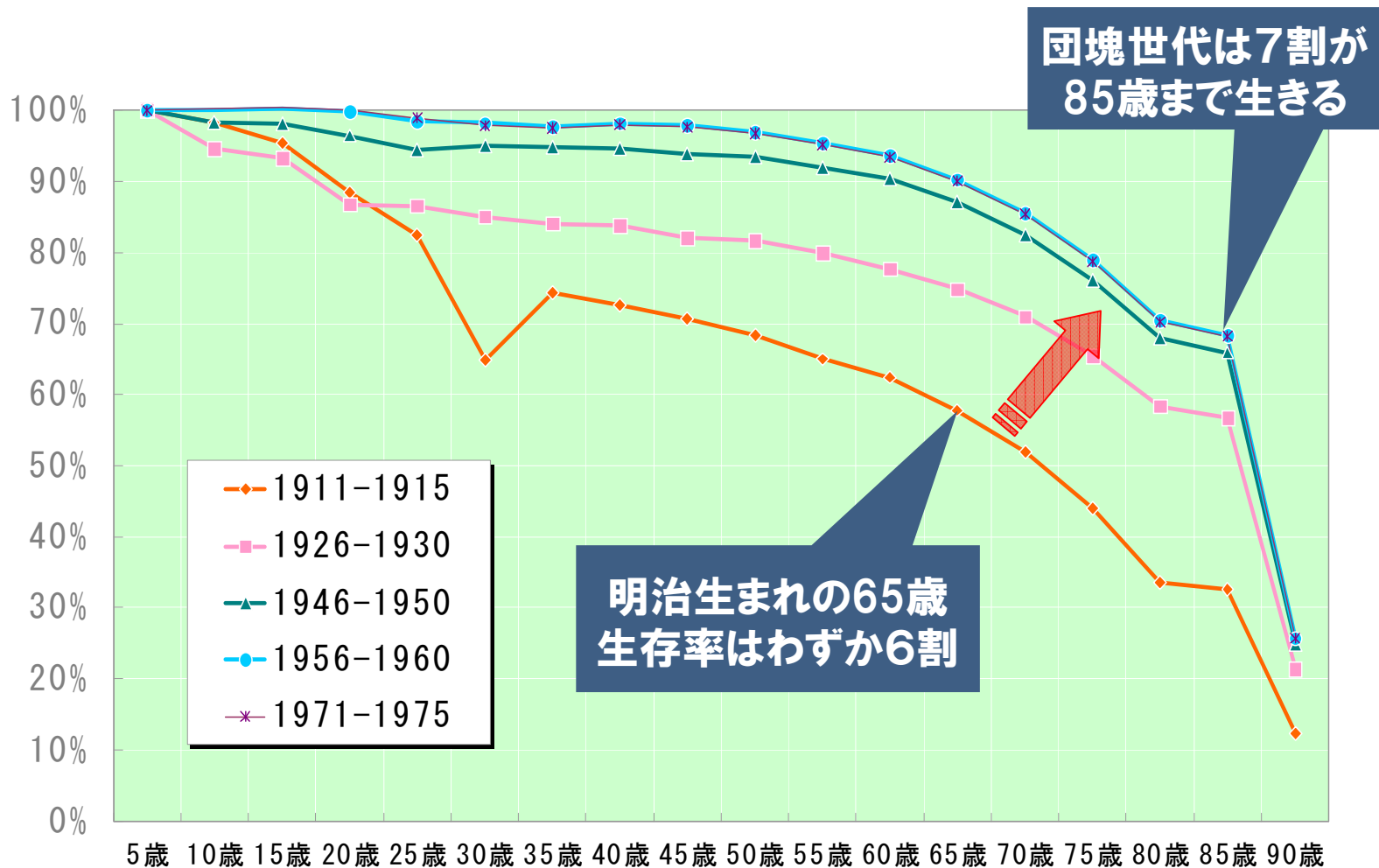
高齢化社会への視点3

【高齢者ニーズの把握が産業創出のカギである】

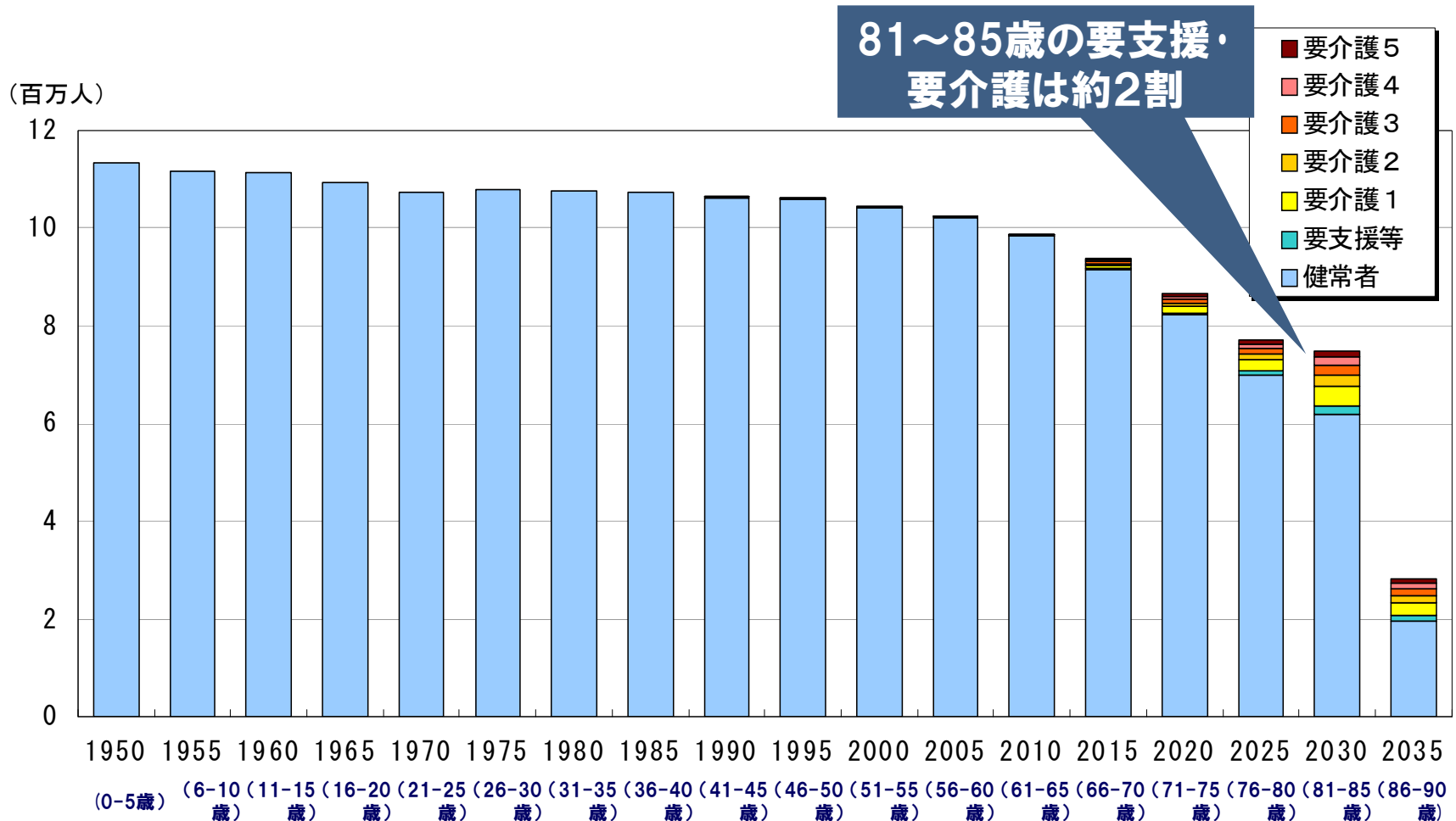
1. 高齢者ニーズのきめ細かな把握が出发点
2. 日本が「課題解決先進国」となる条件

Ⅱ 高齢者の特性について

生年別生存率曲線(実績/推計)

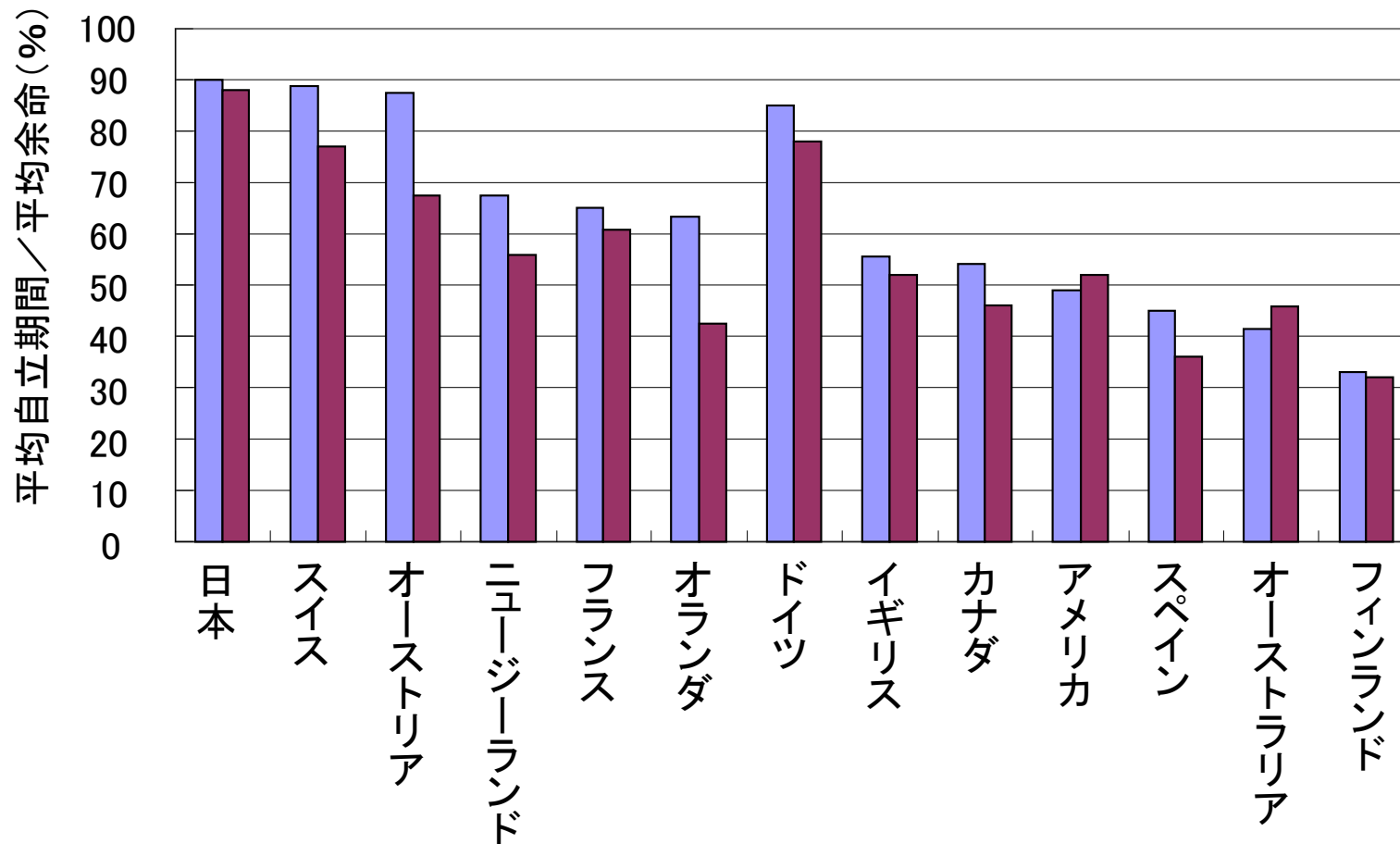


団塊世代の健常者等比率予想



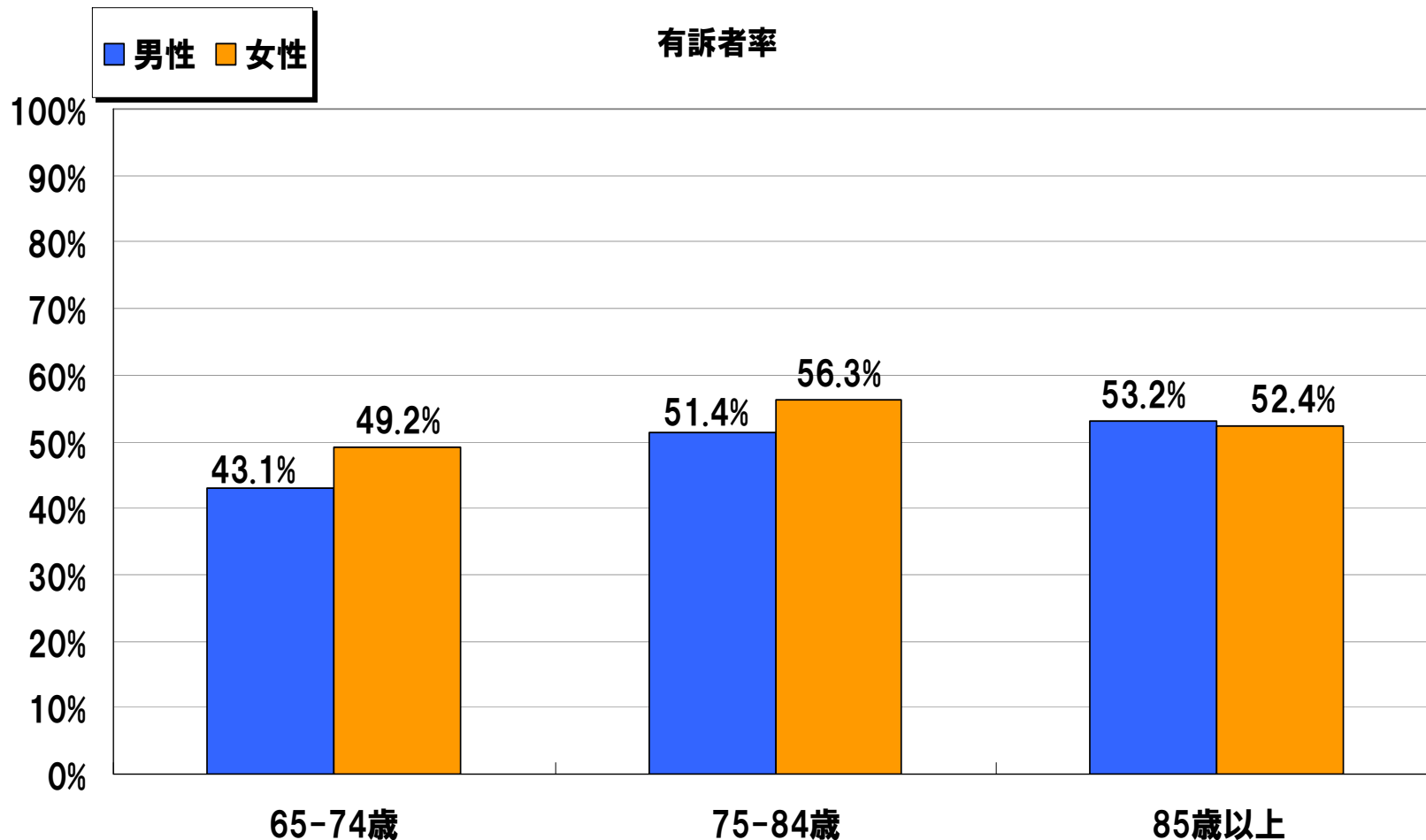
国際比較で見た高齢者の自立度

65歳平均余命中 平均自立期間の割合

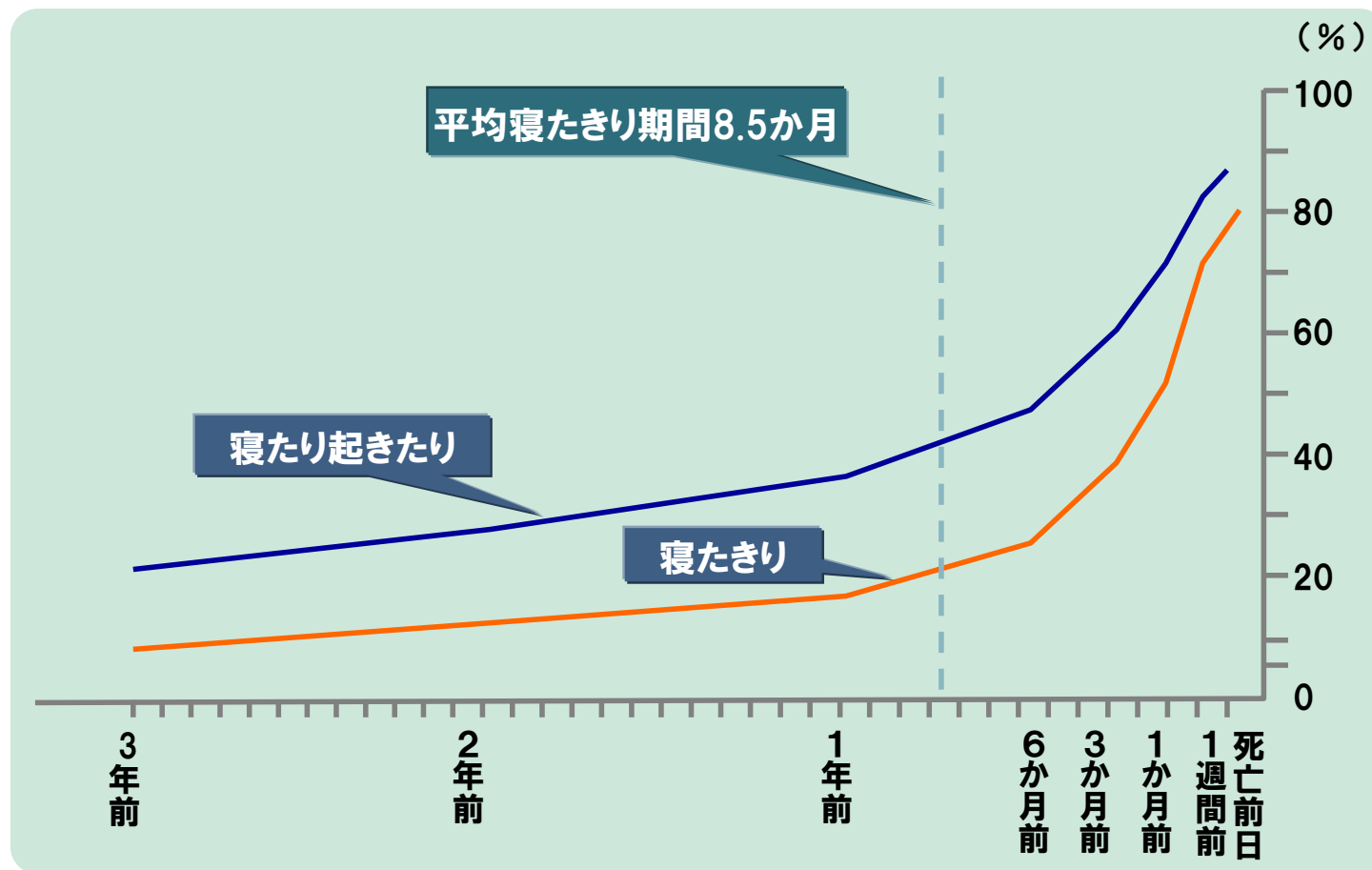


データ：REVES. Health Expectancies in OECD Countries: Supplement to rational description of health expectancies. 1997:317
 (矢野栄二、日医雑誌N0123)

有訴者率



平均寝たきり期間(65歳以上死亡者)



仮説検証のための高齢者意識調査

(1) 調査対象

(株)日本能率協会総合研究所の登録モニター(全国)
(FAXアンケート会員)男女計4,640名

	団塊世代 (60~64歳)	65~74歳	75~84歳	85歳以上	計
男女各	510名	910名	730名	170名	2,320

(2) 調査方法

自記式アンケート、郵送配布、FAX回収

(3) 調査期間

2010年4月8日~22日

(4) 回収状況

有効回答2,832名(有効回収率61.0%)

母集団の代表性について(1/3)

■ 年齢構成

	H22.高齢者意識調査 (MRI)	国立社会保障・ 人口問題研究所 (H22年推計値)
全体(60~89歳)	100%	100%
60~64歳	23%	26%
65~74歳	38%	40%
75~84歳	31%	27%
85~89歳	8%	7%

対象者の年齢構成比は全国値と大差なし。

■ 同居世帯

	H22.高齢者意識調査 (MRI)	国民生活基礎調査 (H19)
高齢世帯全体	100%	100%
夫婦のみ世帯	24%	22%
単身世帯	5%	30%

高齢者アンケート回答者は単身世帯が少ない。

母集団の代表性について(2/3)

■ 健康状態

	H22.高齢者意識調査 (MRI) (回答者に占める割合) ^{注1}	介護保険事業状況報告 (H20) (人口に占める割合) ^{注2}
65歳以上75歳未満人数	1,073(人)	15,189(千人)
要支援1・2	1.0%	1.2%
要介護1	0.6%	0.7%
要介護2	0.9%	0.8%
要介護3	0.4%	0.6%
要介護4	0.7%	0.5%
要介護5	0.4%	0.4%
75歳以上人数	1,095(人)	14,222(千人)
要支援1・2	6.2%	7.1%
要介護1	4.0%	4.7%
要介護2	3.2%	4.7%
要介護3	4.6%	4.3%
要介護4	3.6%	3.5%
要介護5	2.6%	3.0%

要介護度は
全国値と
大差なし。

注1)対象者が89歳までしかいないため、75歳以上の要介護者率は介護保険事業状況報告の比率より低めに出ているのは妥当
注2)対象は75歳以上の高齢者

母集団の代表性について(3/3)

■ 世帯年収

(単位:百万円)

	H22.高齢者意識調査 (MRI)	国民生活基礎調査 (H21)
高齢者全体	407	—
団塊世代	521	—
65~74歳	430	高齢者世帯 297
75~84歳	313	
85~89歳	326	

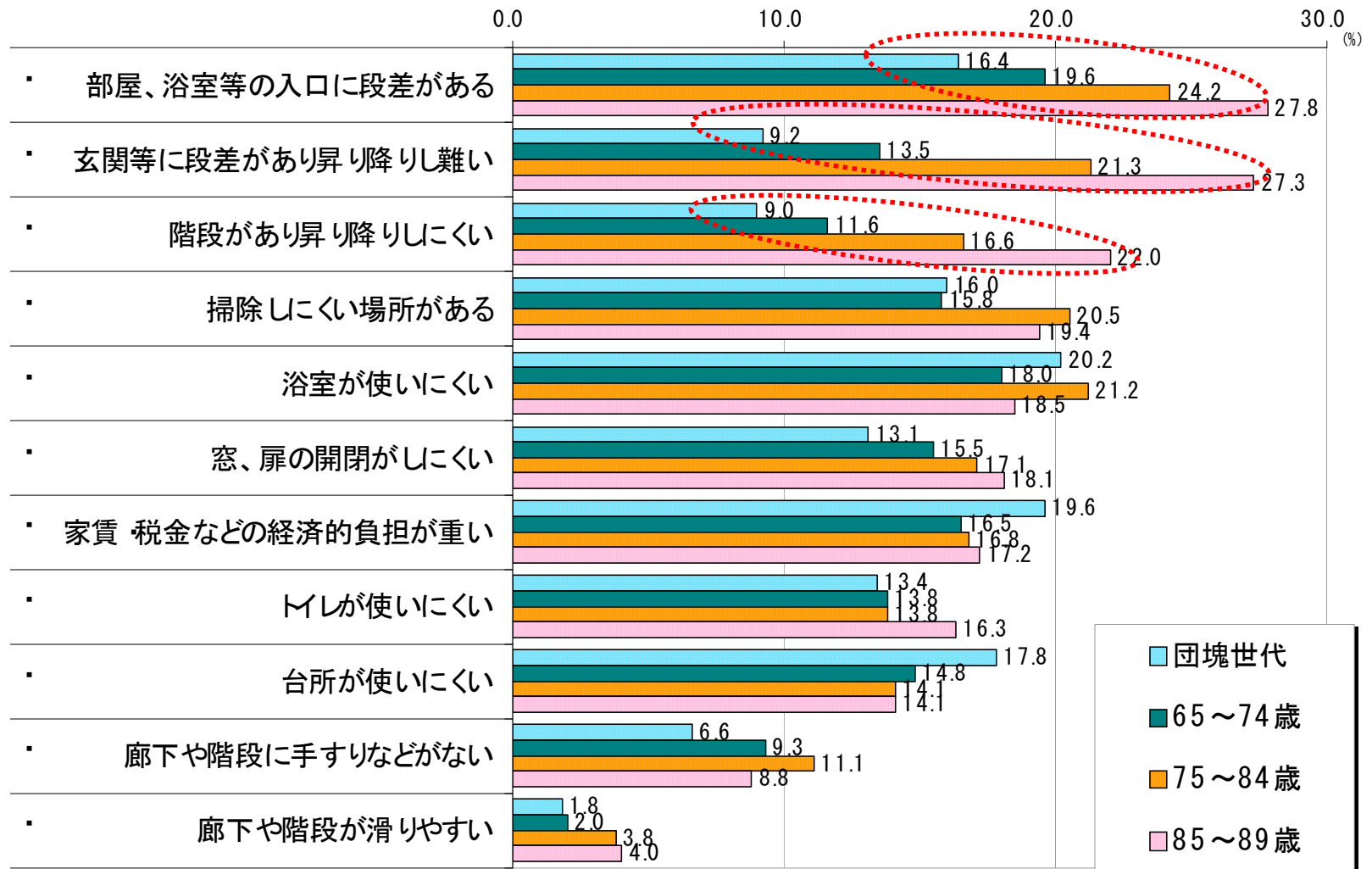
高齢者アンケート
回答者は所得が
多い層に若干
偏っている。

■ 貯蓄額

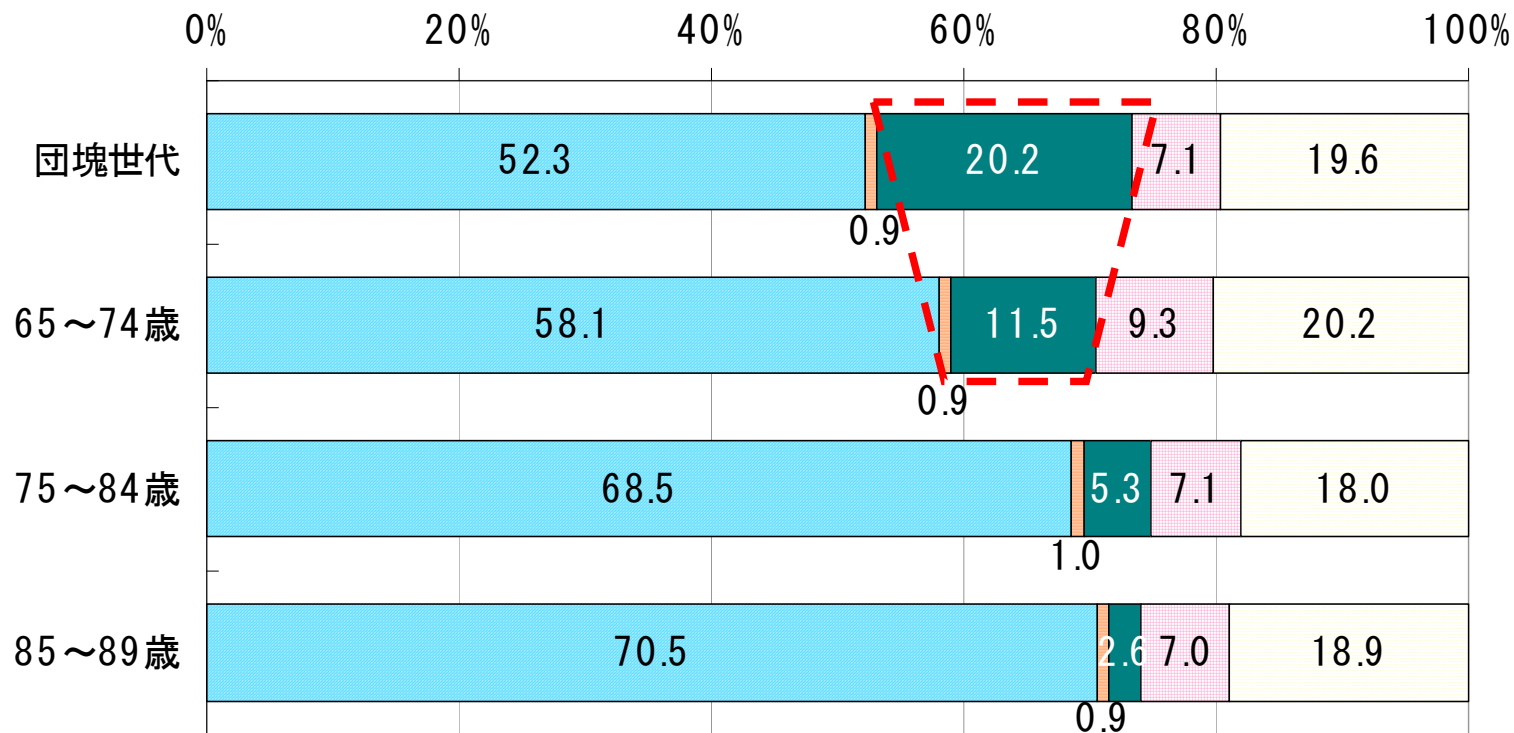
	H22.高齢者意識調査 (MRI)	家計調査 (H21) ^{注3}
60歳以上世帯 (二人以上世帯)	—	平均2,275万円 中央値1,550万円
60歳以上 (夫婦二人のみ世帯)	平均2,176万円	—

注3) 世帯主が60歳以上の世帯では貯蓄現在高が2500万円以上の世帯が約3分の1を占める

住宅の設備で困っていること

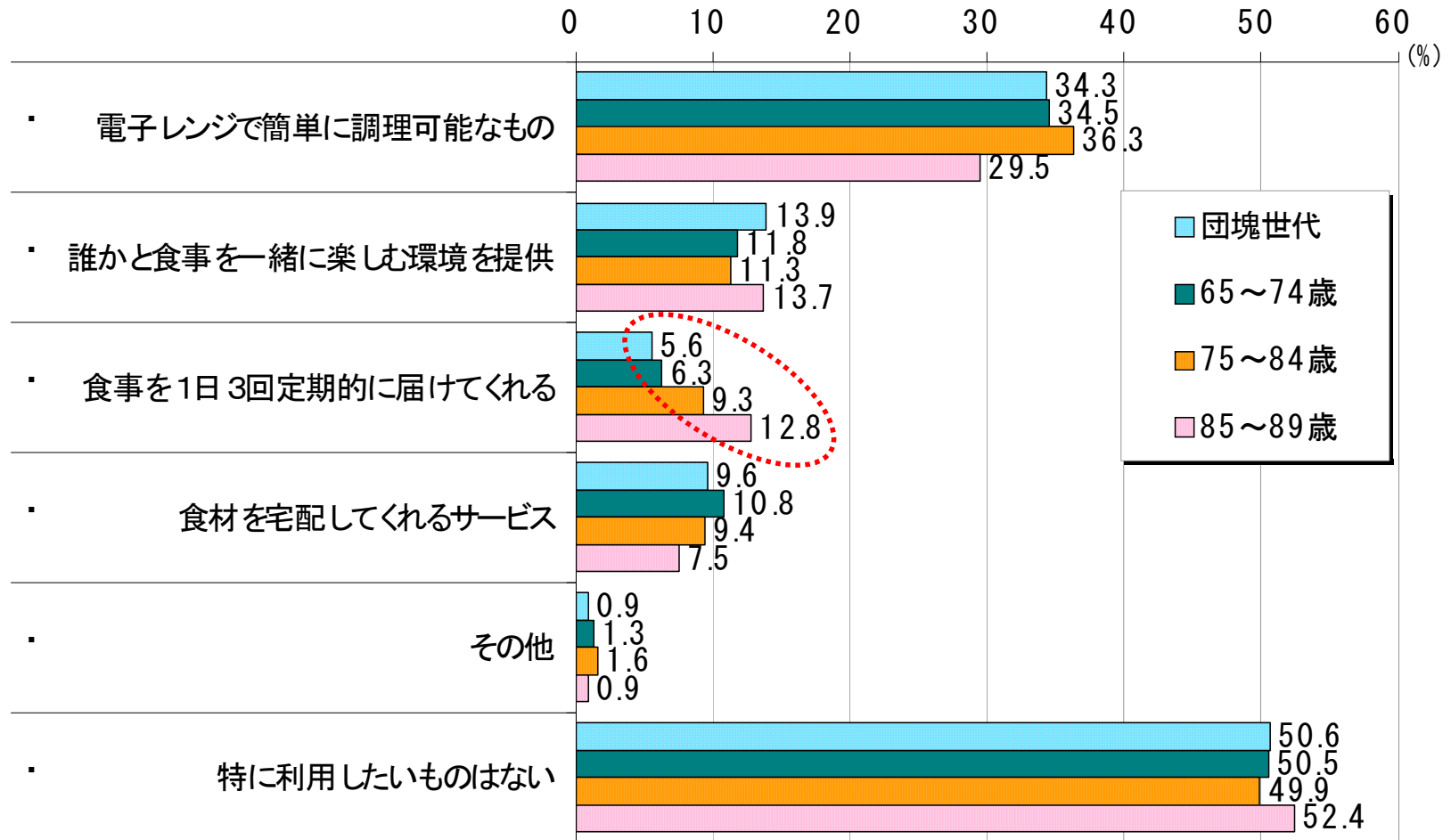


住み替えの意向

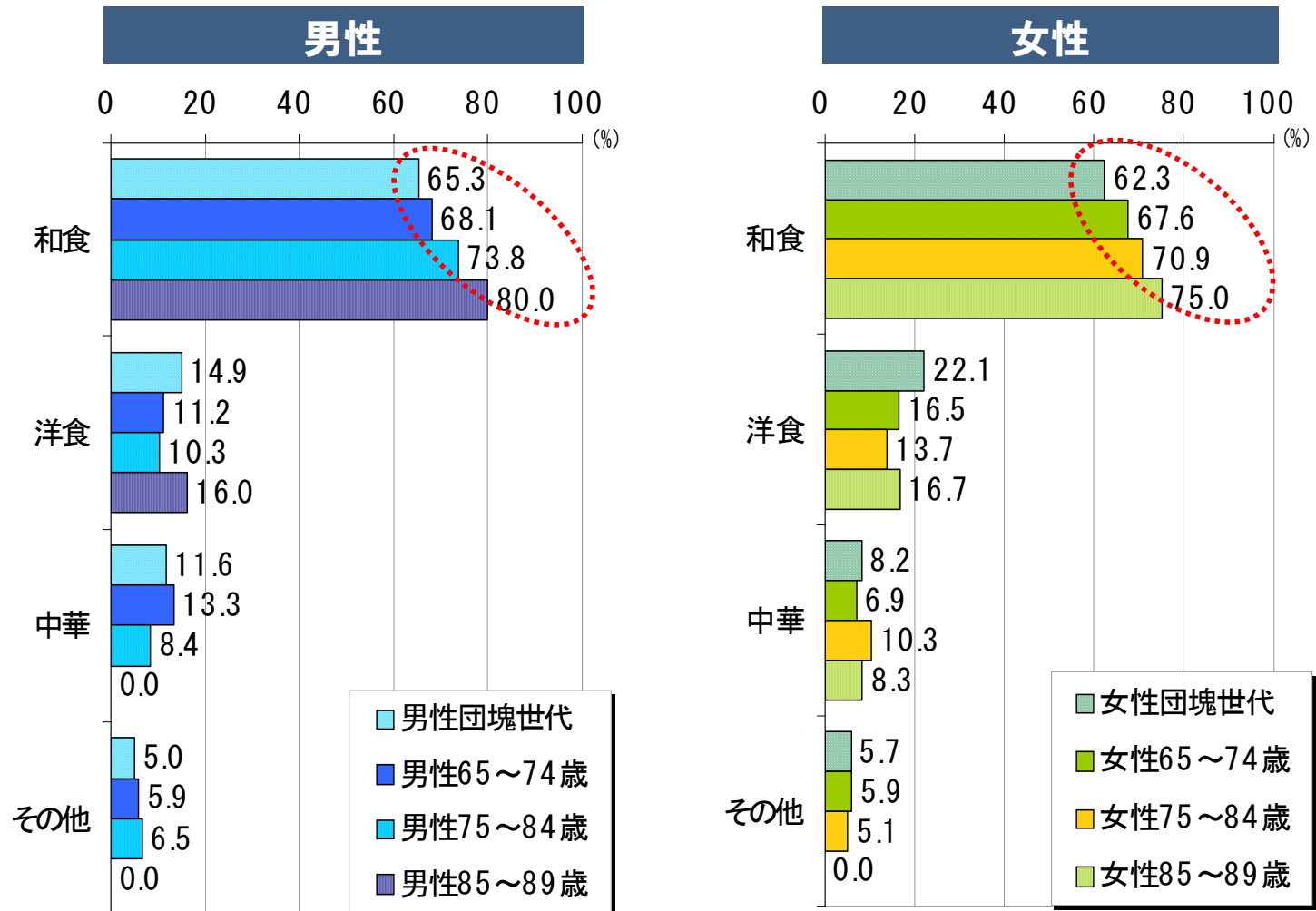


- 今の住宅に住み続けたい
- 健康なうちに住み替えたい
- わからない
- 子どもなどの親族の家に移りたい
- 介護が必要になってから住み替えたい

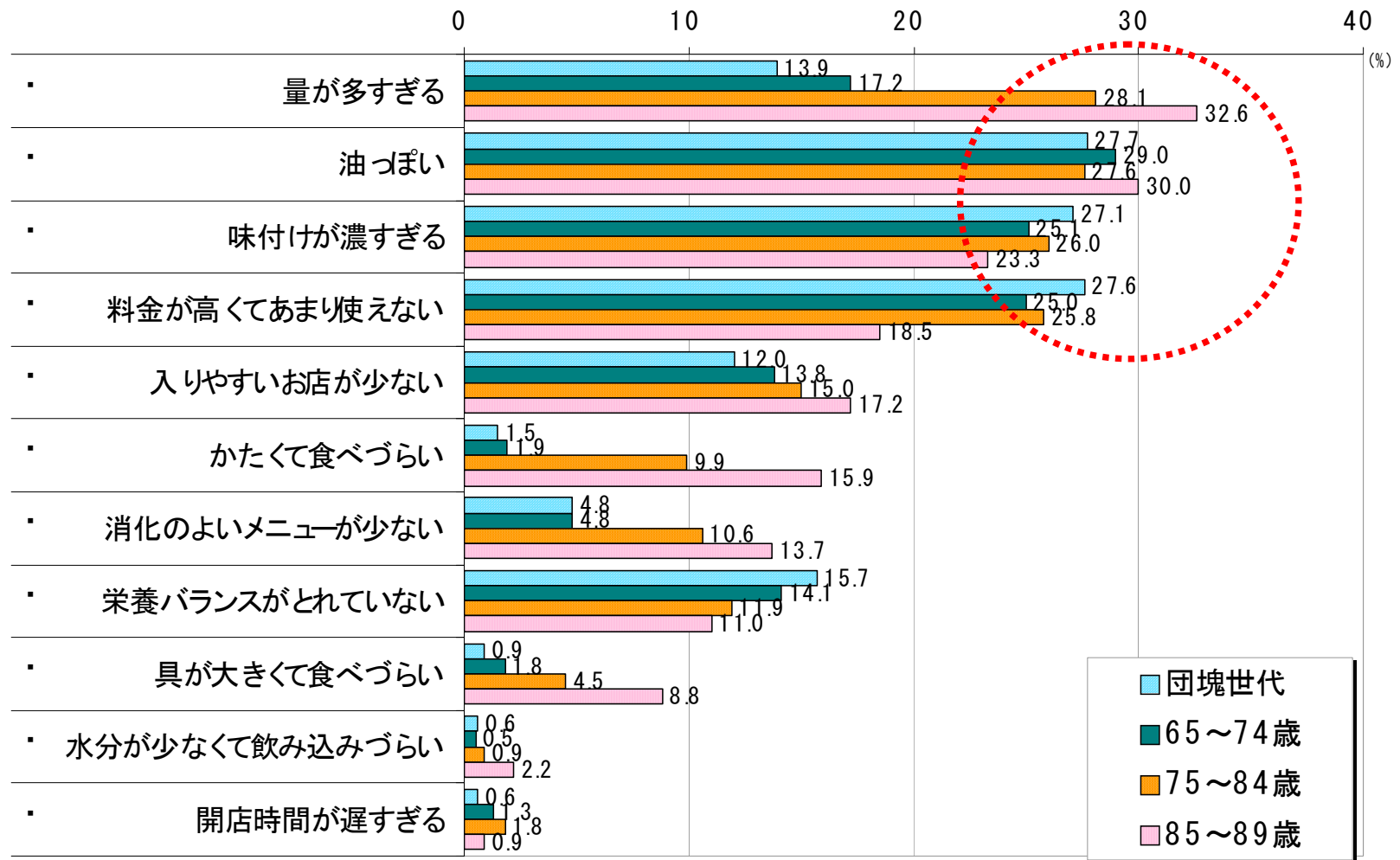
利用したい<食>サービス



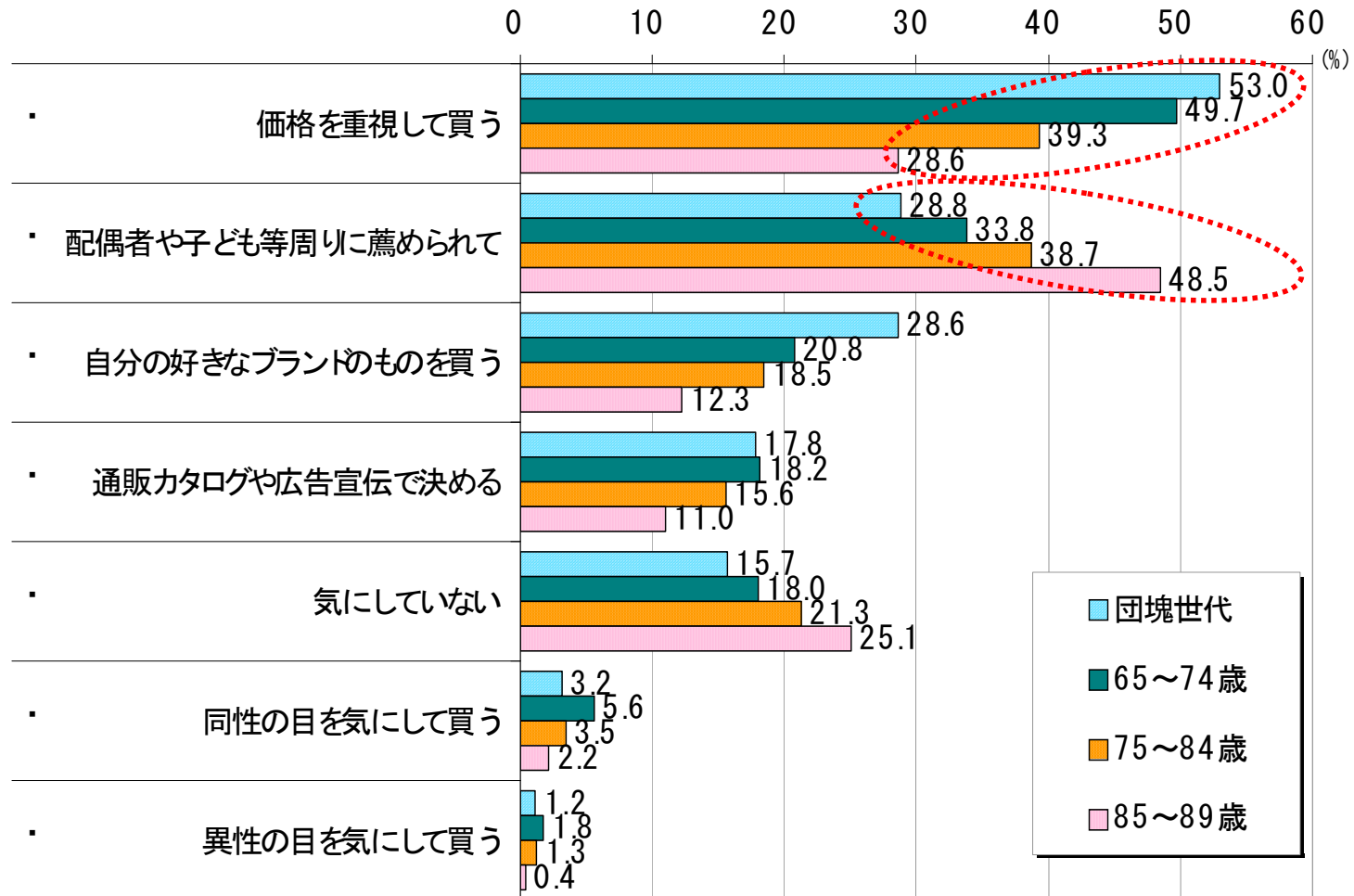
外食の傾向



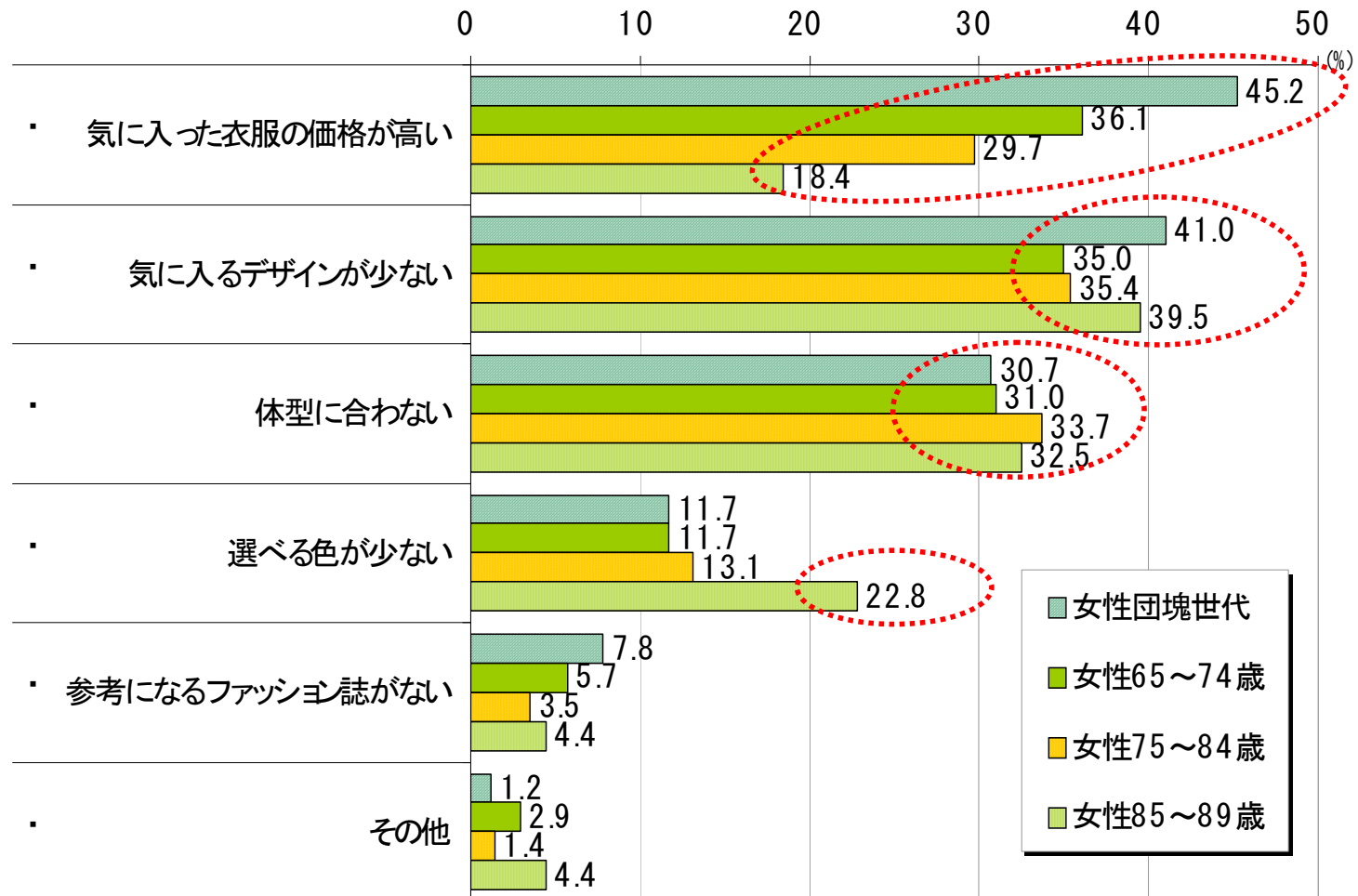
外食に関して高齢者が困っていること



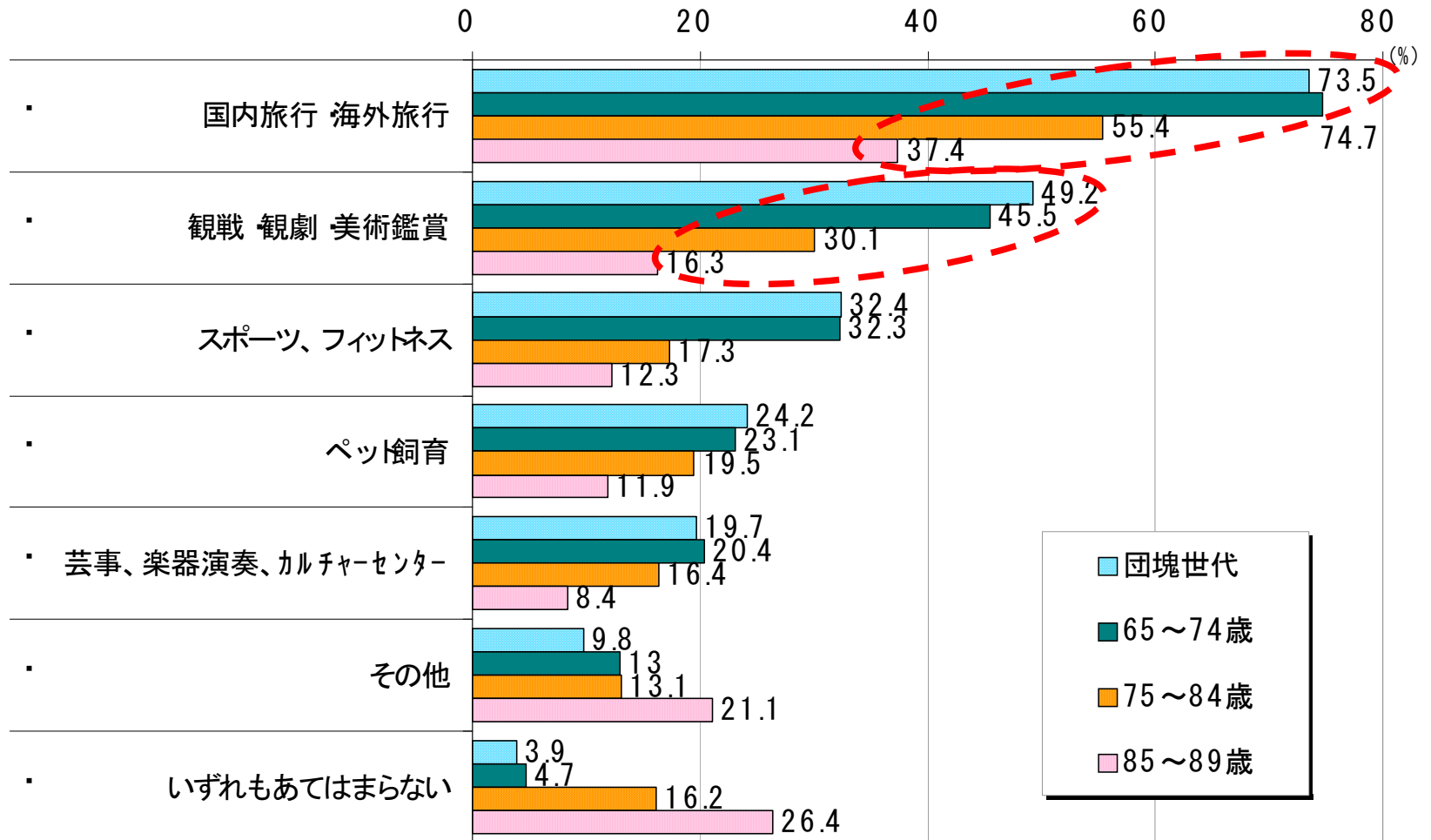
衣服購入時の決め方



市販の衣料品に対する不満(女性)

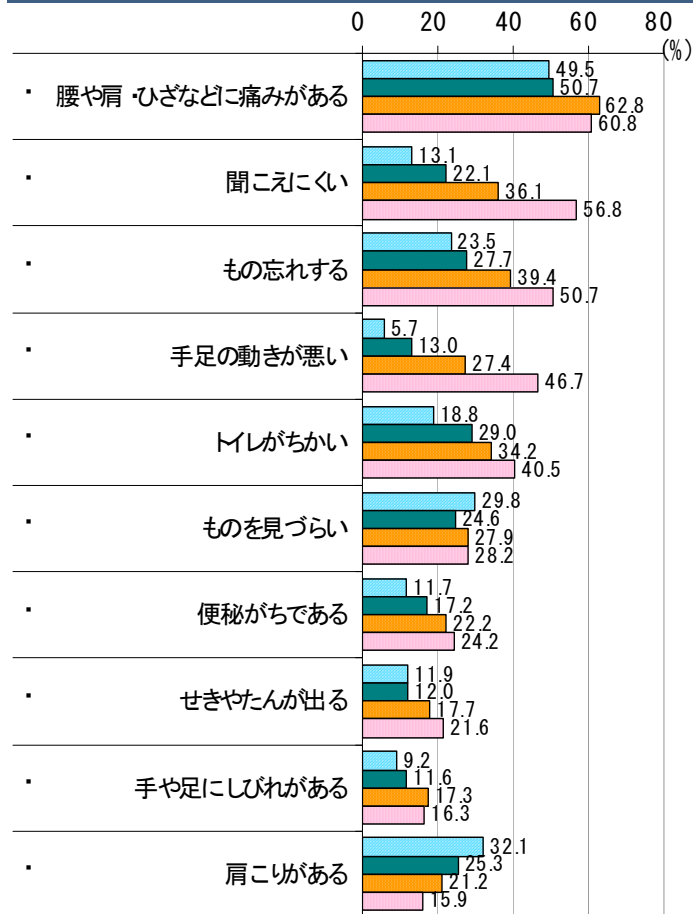


余暇活動



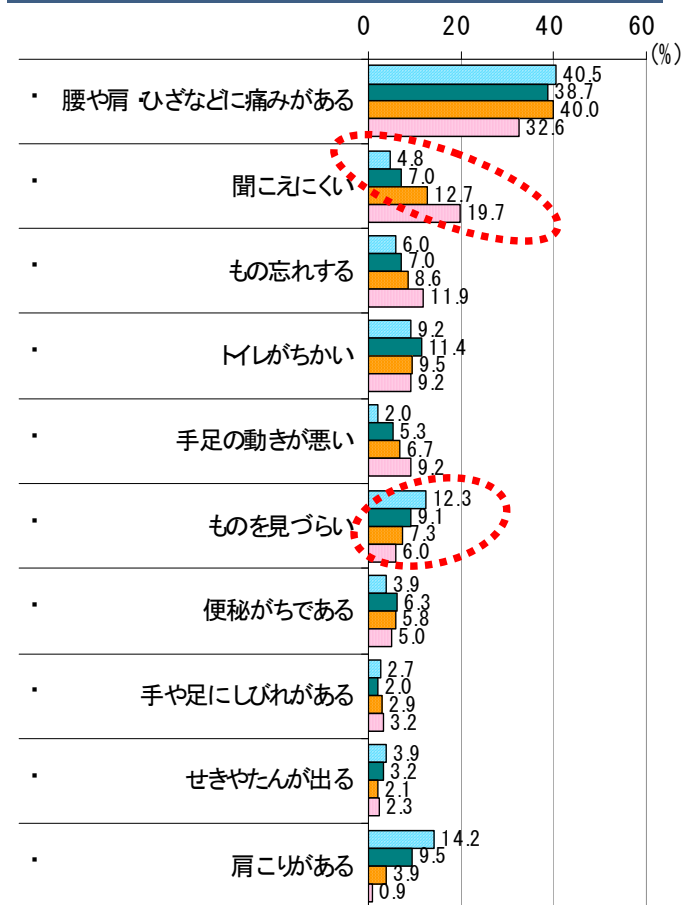
健康面で困っていること

健康面で困っていること(複数回答)



■ 団塊世代 ■ 65~74歳 ■ 75~84歳 ■ 85~89歳

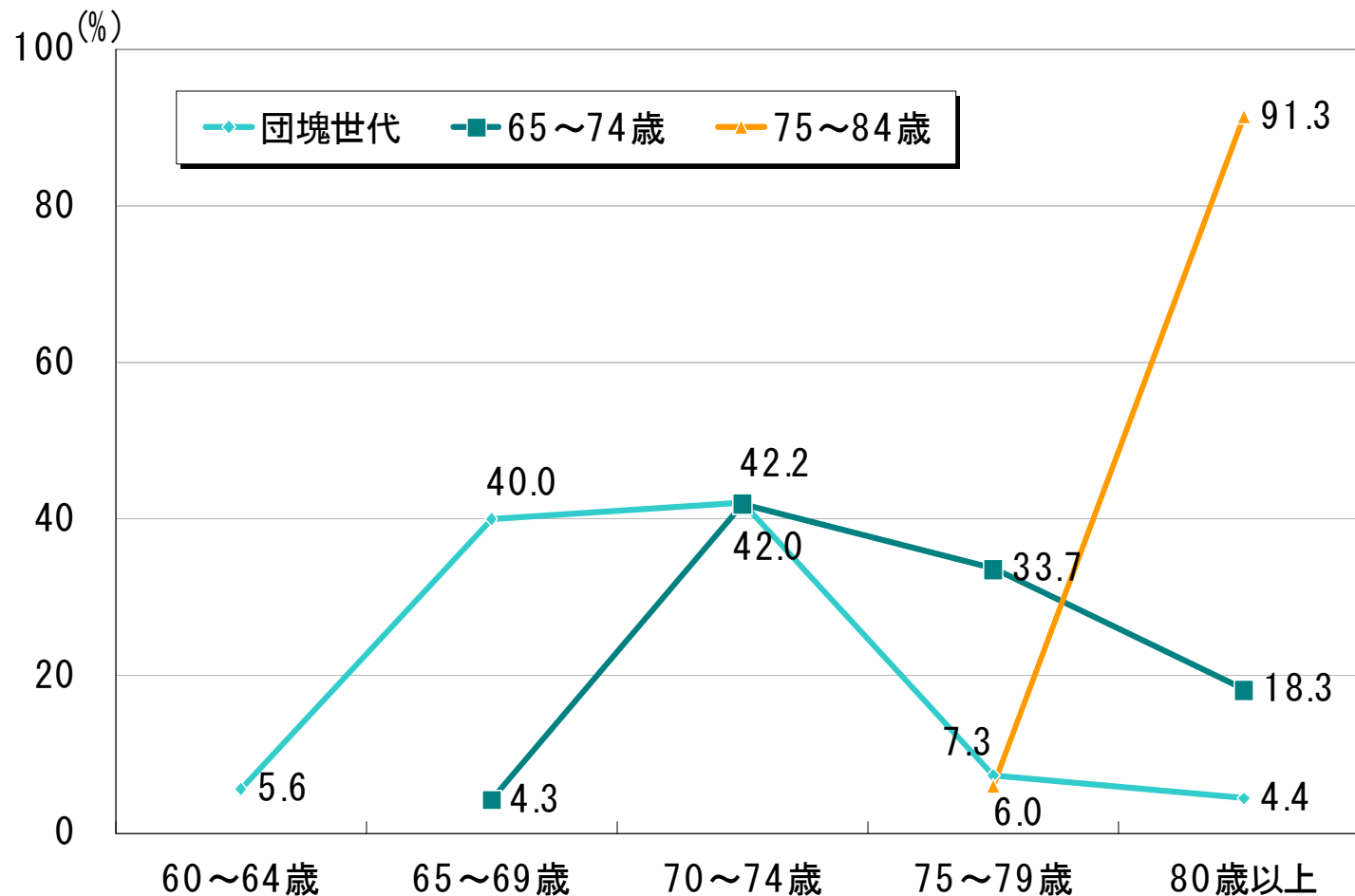
健康面で最も困っていること



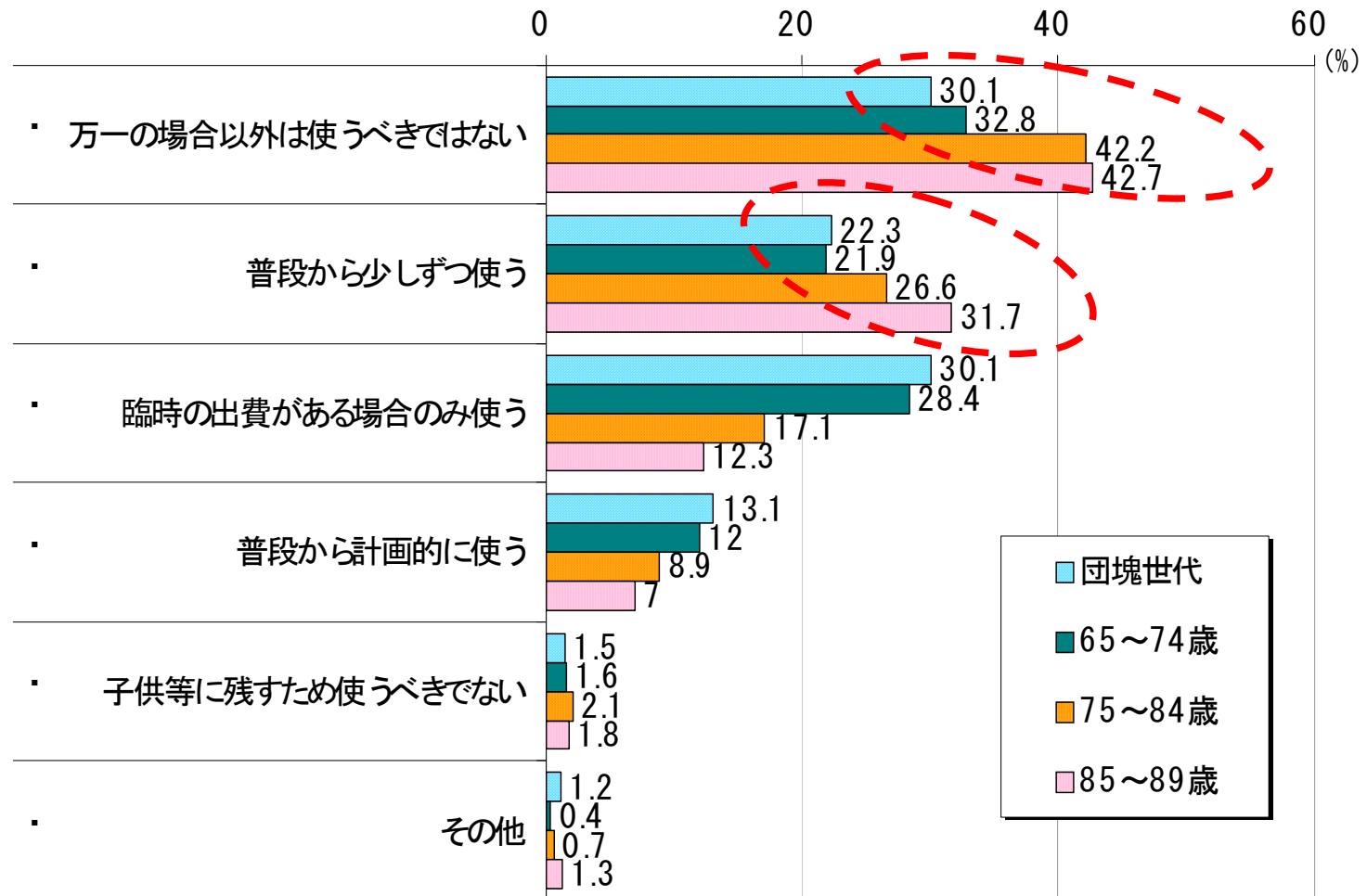
■ 団塊世代 ■ 65~74歳 ■ 75~84歳 ■ 85~89歳

何歳まで働き続けたいか？

現在働いている高齢者

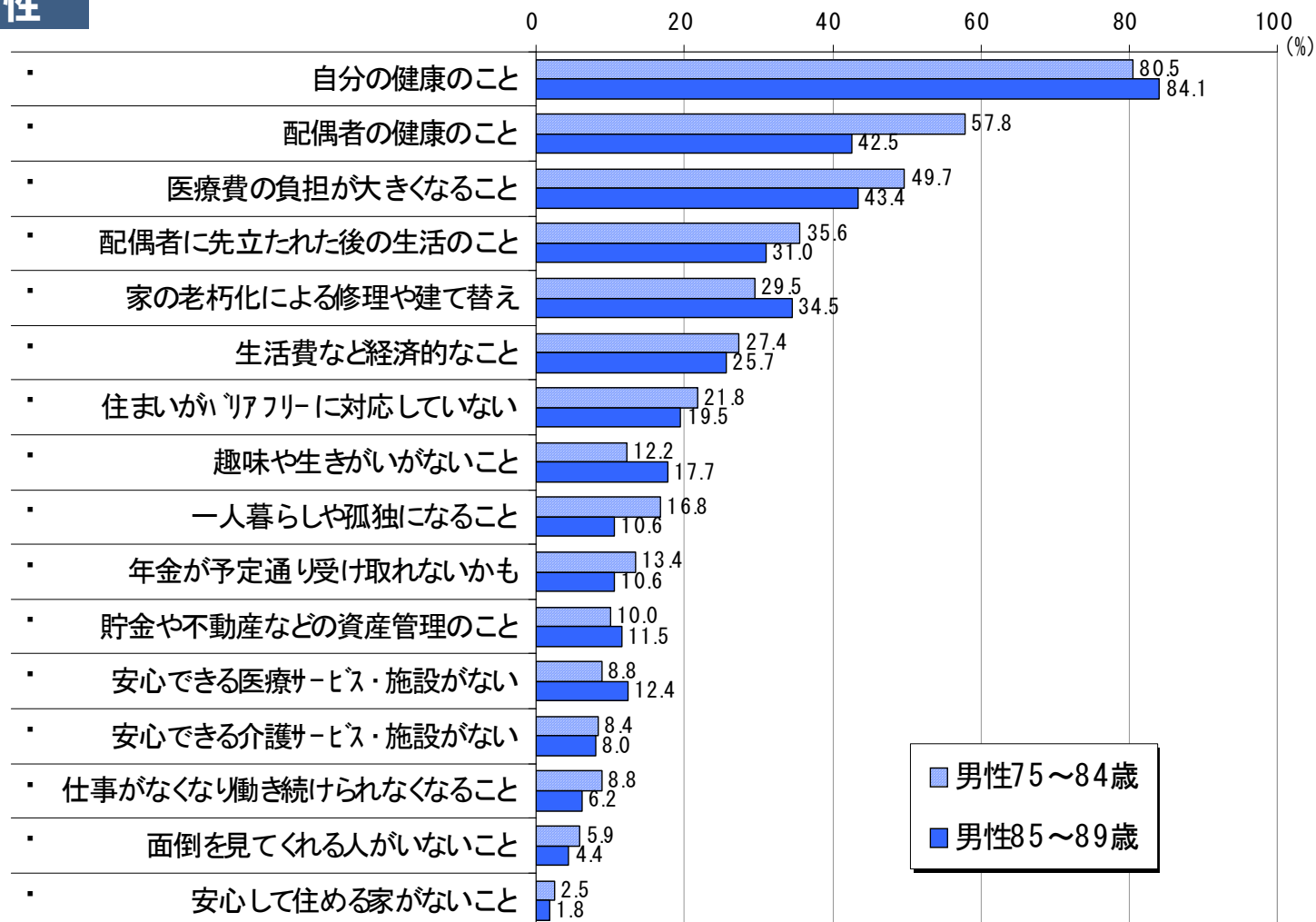


貯蓄についての考え方



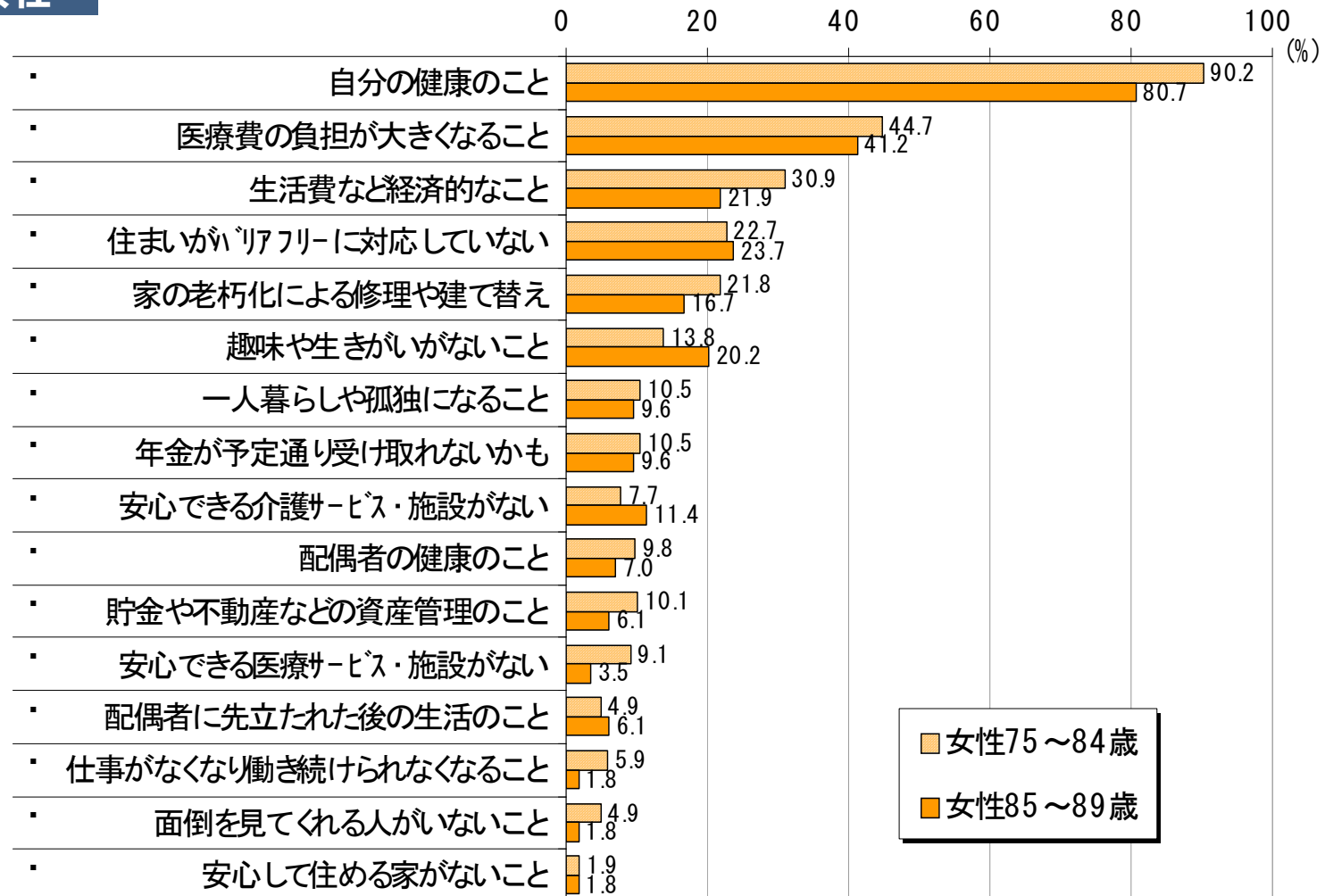
日常生活で気にしていること(75歳以上)(1/2)

男性



日常生活で気にしていること(75歳以上)(2/2)

女性



高齢者の年代別状態像と指向・行動

	65－74歳	75－84歳	85歳以上
状態像	<ul style="list-style-type: none"> ・95%以上が健常者 ・時間的余裕も生じ、行動は活発 	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>徐々に健康面での制約が生活に影響を及ぼす。</u> ・住宅内の段差がきつくなってくる 	<ul style="list-style-type: none"> ・要介護・要支援の人が3割を超える。 ・腰・膝・肩痛、耳が遠くなる
特徴的な指向・行動	<ul style="list-style-type: none"> ・住み替え ・外食(和洋中) ・8割近くが旅行を楽しむなど余暇活動が活発 	<ul style="list-style-type: none"> ・<u>今の住宅で一生暮らしたい</u> ・外食は和食中心 ・余暇活動が不活発に 	<ul style="list-style-type: none"> ・余暇活動する人は少数派に ・衣類は家族に買ってもらう ・少しずつ貯蓄を取り崩す

Ⅲ プラチナ・エイジングを支える産業とは

豊かなエイジングを支える4本柱

■ 高齢者に、生き生きと安心して健康に楽しく暮らしてもらうため・・・

- 住宅リフォーム
- 住み替え
- 遠隔見守り ……ほか

安心・安全な
生活環境

- 食
- 衣料
- 余暇関連サービス ……ほか

生活を楽しむ

高齢者の幸せ

その他

- ▶ アジアの高齢化需要対応するサービス
- ヘルス・ツーリズム

- 健康食品
- フィットネス
- 機能代替商品
- 介護ロボット
- 遠隔見守り ……ほか

健康・医療
・介護

働くことが
できる

IV プラチナ・エイジング産業の市場規模

安全・安心な生活環境の整備と提供

- 住宅リフォーム
- 住み替え
- 遠隔見守り ……ほか

安心・安全な
生活環境

- 食
- 衣料
- 余暇関連サービス ……ほか

生活を楽しむ

高齢者の幸せ

- 健康食品
- フィットネス
- 機能代替商品
- 介護ロボット
- 遠隔見守り ……ほか

健康・医療
・介護

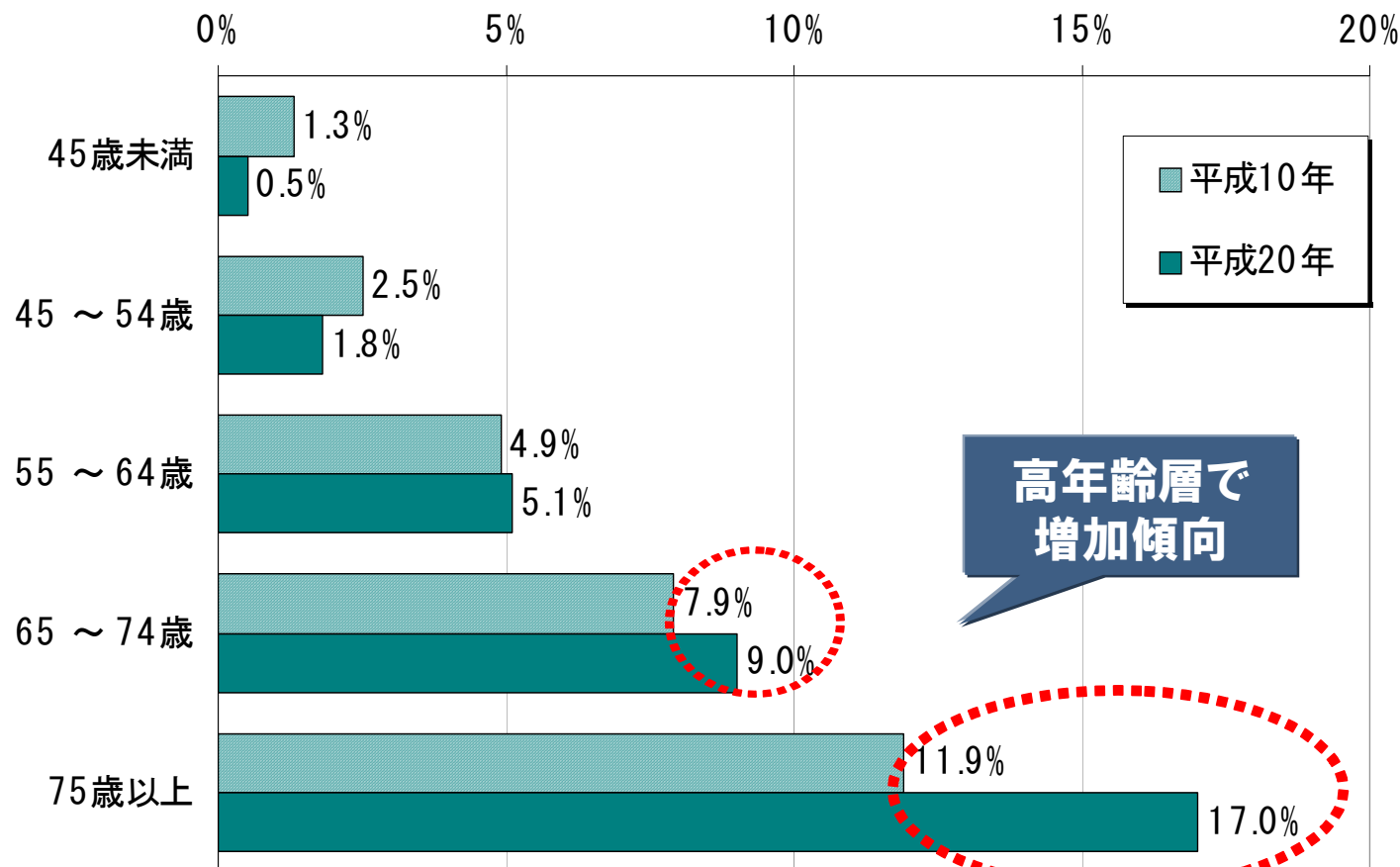
働くことが
できる

その他

- ▶ アジアの高齢化需要対応するサービス
- ヘルス・ツーリズム

高齢者住宅：改修の実績

- 工事を「行った」世帯数の比率は、世帯最高齢者の年齢とともに高まる傾向。
- ただし、75歳以上でも2割足らず。



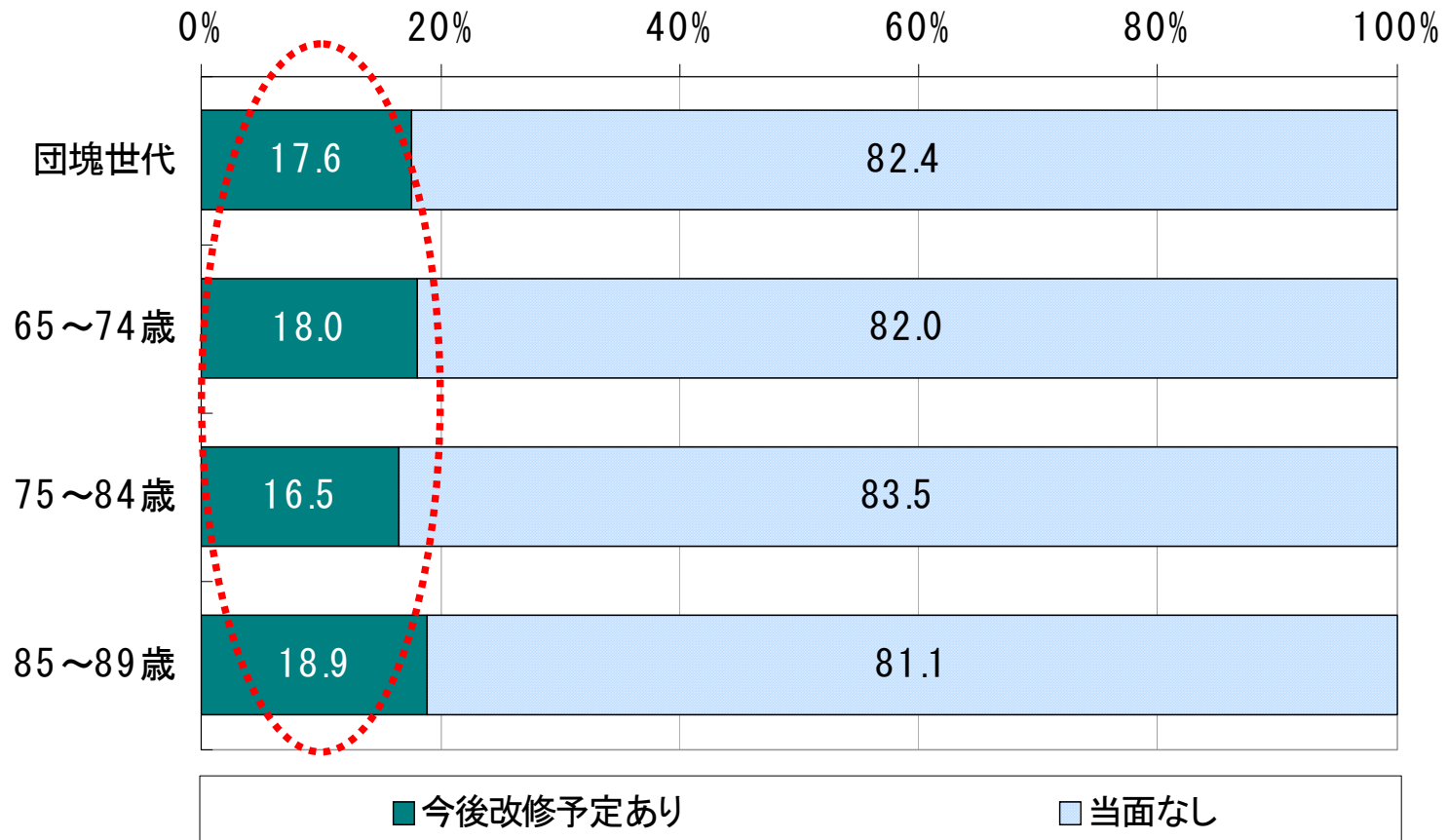
高齢者住宅：今後の要整備世帯数

■ 今後20年以内に、高齢者等の設備の整備が必要な世帯は 1,567万世帯。

世帯員最高 年齢者の年齢	世帯数	高齢者等の設備の整備が必要な世帯比率 (対主世帯全体)	持ち家比率	高齢者等の設備の整備が必要な世帯	
				持ち家	借家等
主世帯総数	4,960万世帯	—	—	—	—
① うち45～64歳		16.6%	69.2%	570万世帯	253万世帯
② うち65～74歳		8.1%	80.4%	323万世帯	79万世帯
③ うち75歳以上		6.9%	86.2%	295万世帯	47万世帯
				1,188万世帯	379万世帯
	計			1,567万世帯	

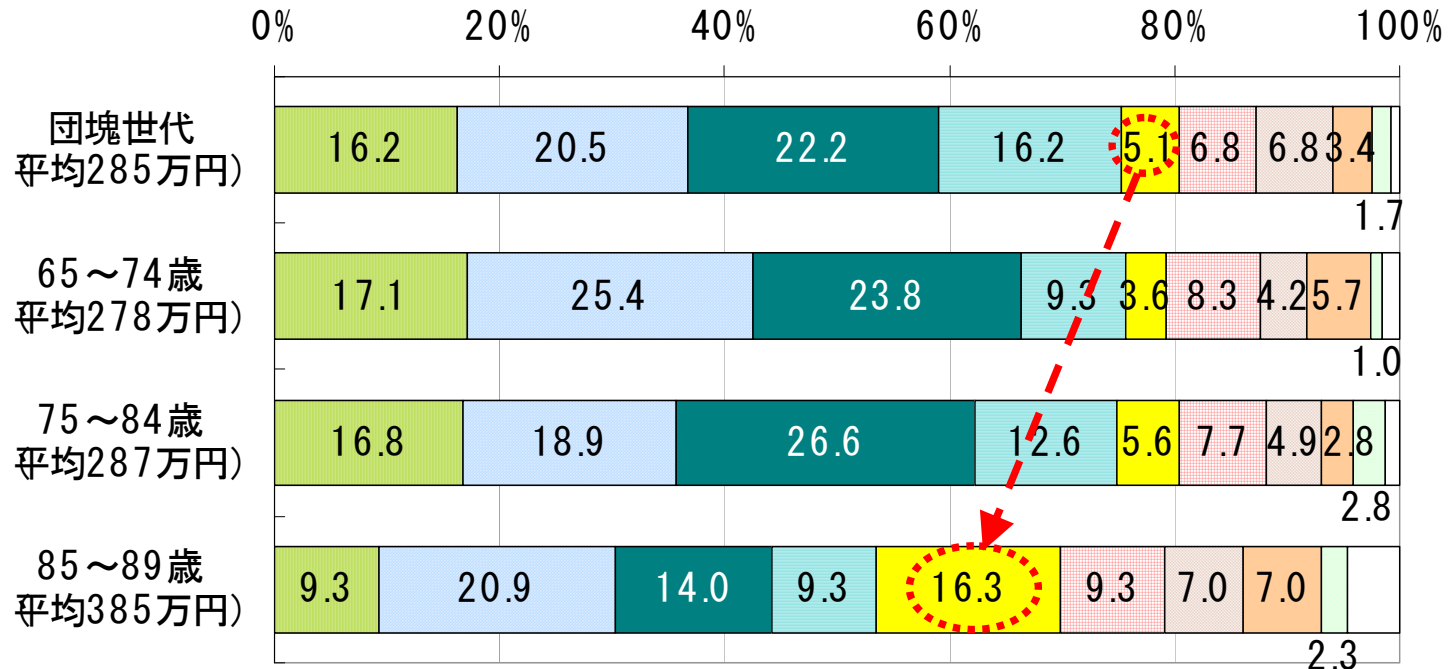
高齢者住宅：改修の意向

■ 改修意向は世代を問わず、2割弱で一定。



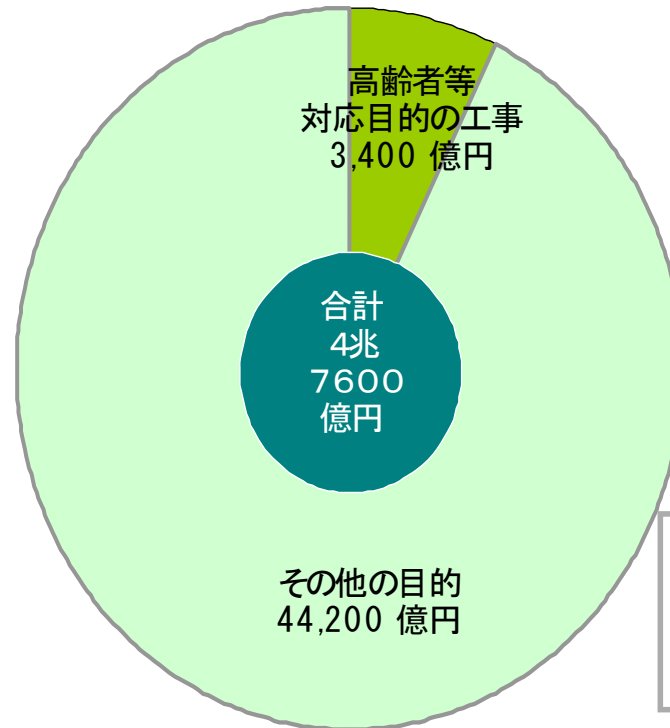
高齢者住宅：住宅改修の予算規模

■ 団塊世代以上の平均支払意思額は291万円



高齢者住宅：リフォーム市場の現在シェアは？

高齢者住宅リフォーム市場規模（2008年）



※合計は、2008年の住宅リフォーム市場
全体額(注1)
※高齢者等対応は、全体の約7%と想定
(注2)

注1) 財団法人 住宅リフォーム・紛争処理支援センター資料より引用

<http://www.chord.or.jp/information/docs/re-shijokibo.pdf>

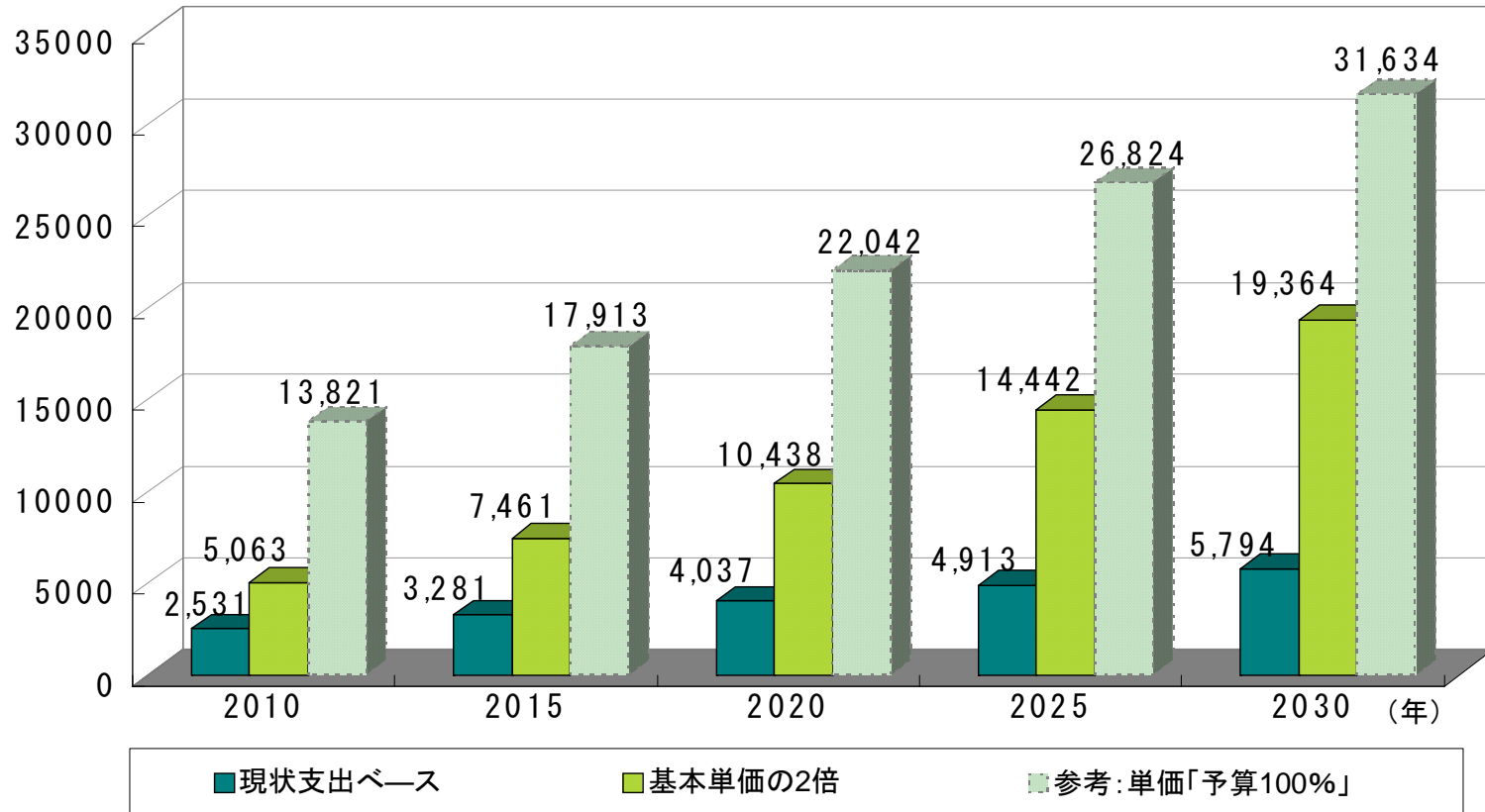
注2) 国土交通省「建築物リフォーム・リニューアル調査報告_平成20年度上半期受注分」より算出

<http://www.mlit.gov.jp/common/000044091.pdf>

高齢者住宅：リフォームの潜在市場は？

リフォーム工事(バリアフリー含む)の潜在市場規模推計

(億円/年)



注1) 財団法人 住宅リフォーム・紛争処理支援センター資料より引用

<http://www.chord.or.jp/information/docs/re-shijokibo.pdf>

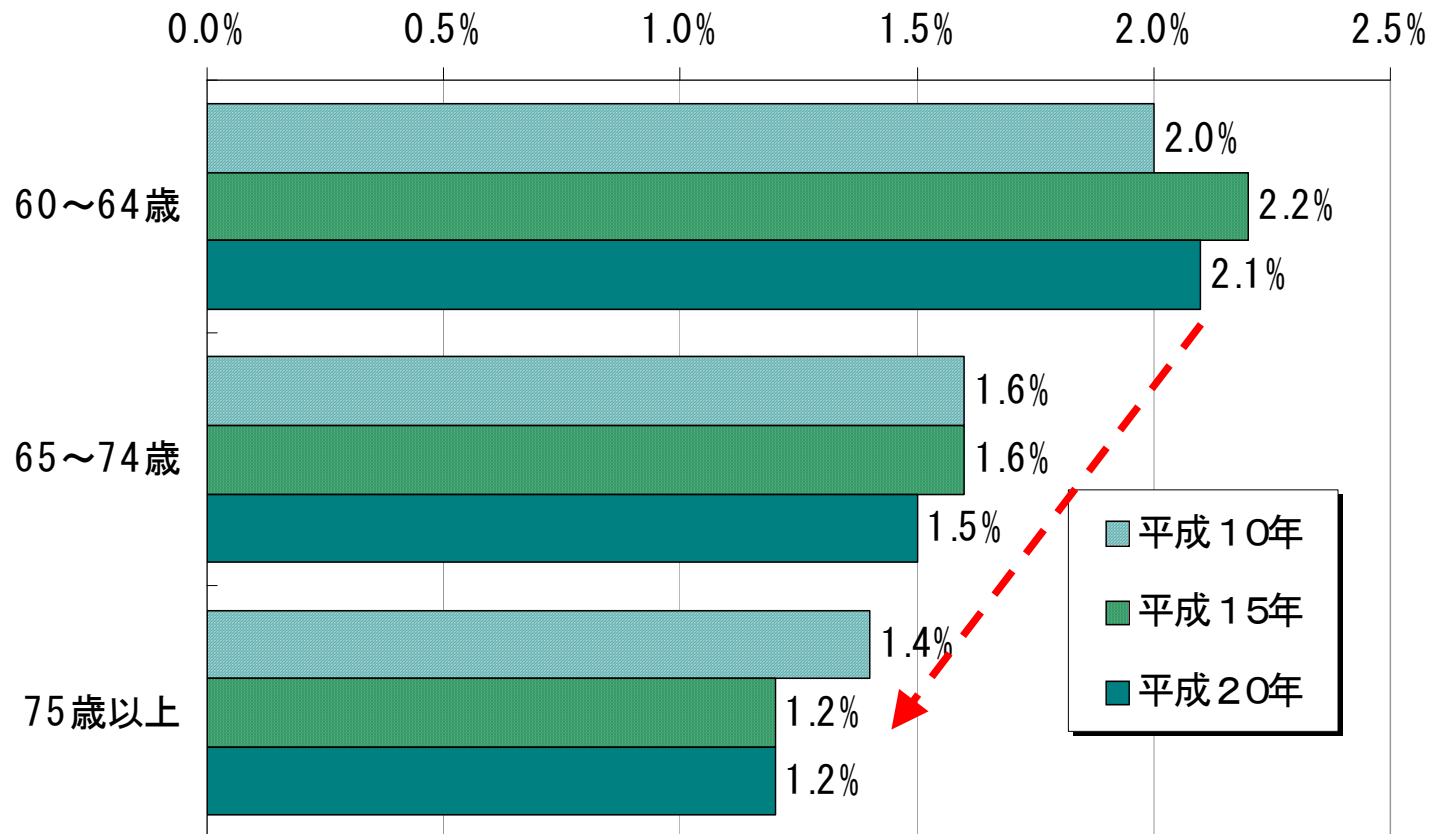
注2) 国土交通省「建築物リフォーム・リニューアル調査報告_平成20年度上半期受注分」より算出

<http://www.mlit.go.jp/common/000044091.pdf>

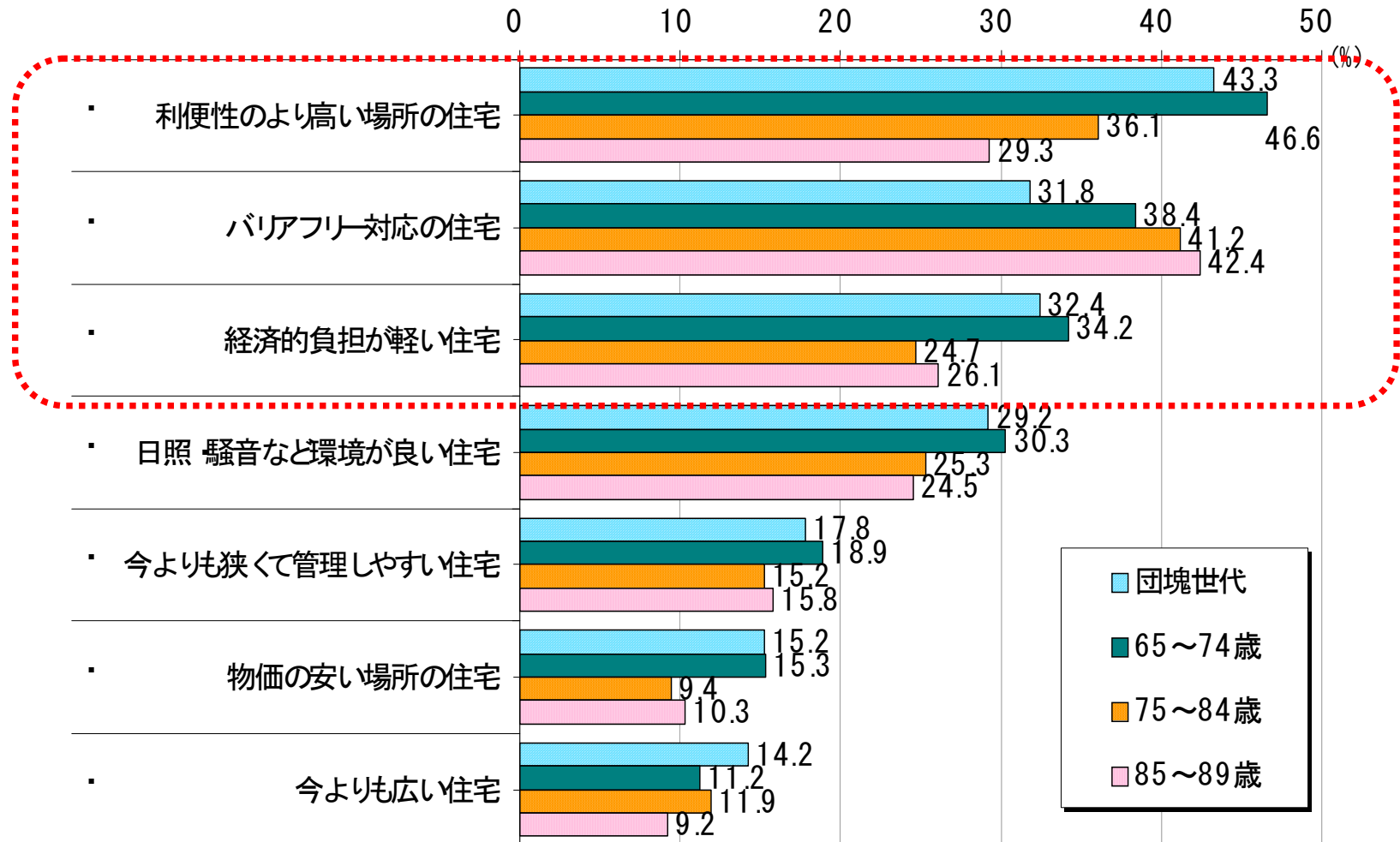
高齢者住宅：住み替えの実態

- 世帯主60歳以上の世帯の転居率は年間2%以下。加齢とともに減少。

世帯主60歳以上の世帯の年間転居率

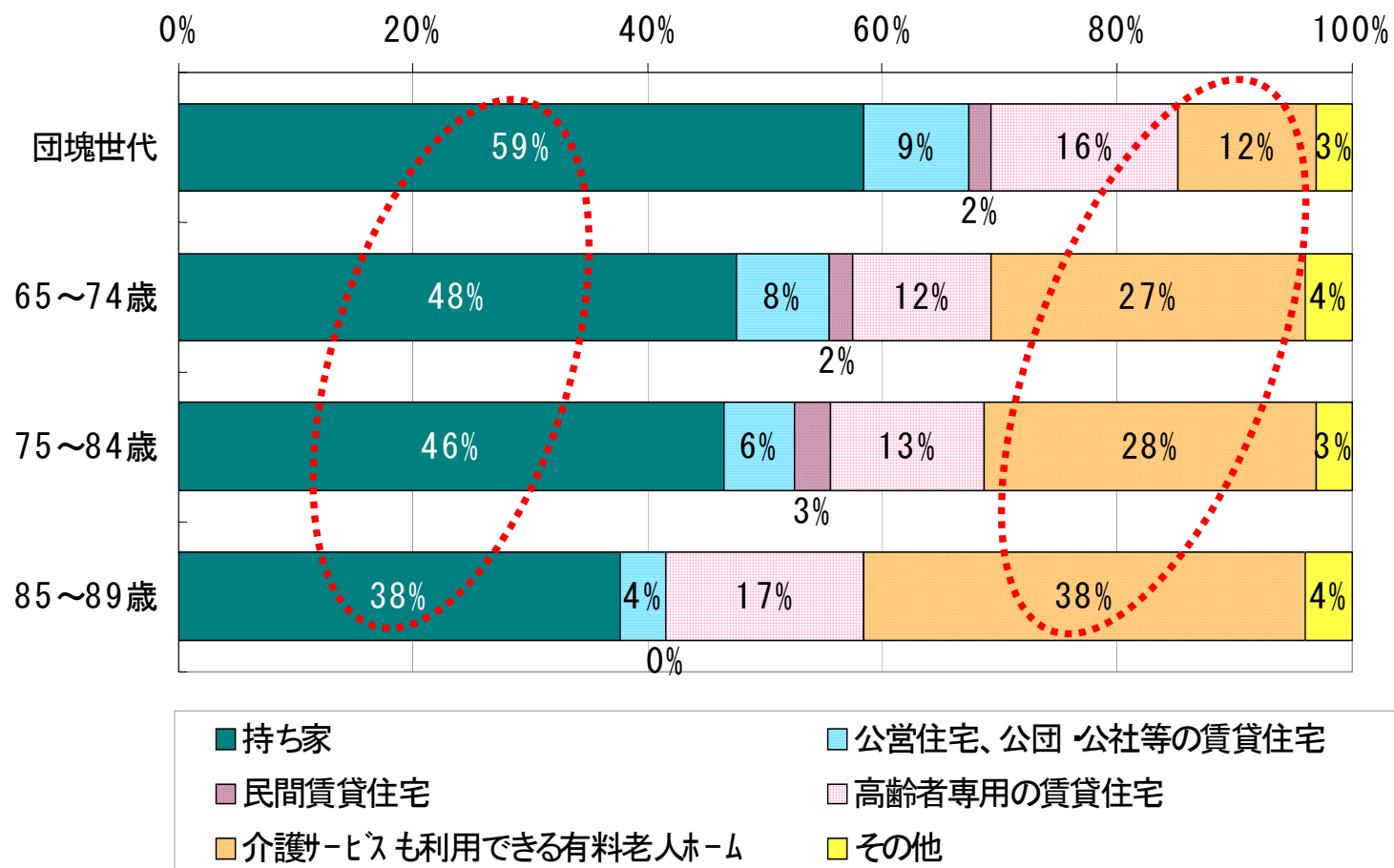


高齢者住宅：住み替えたい住宅



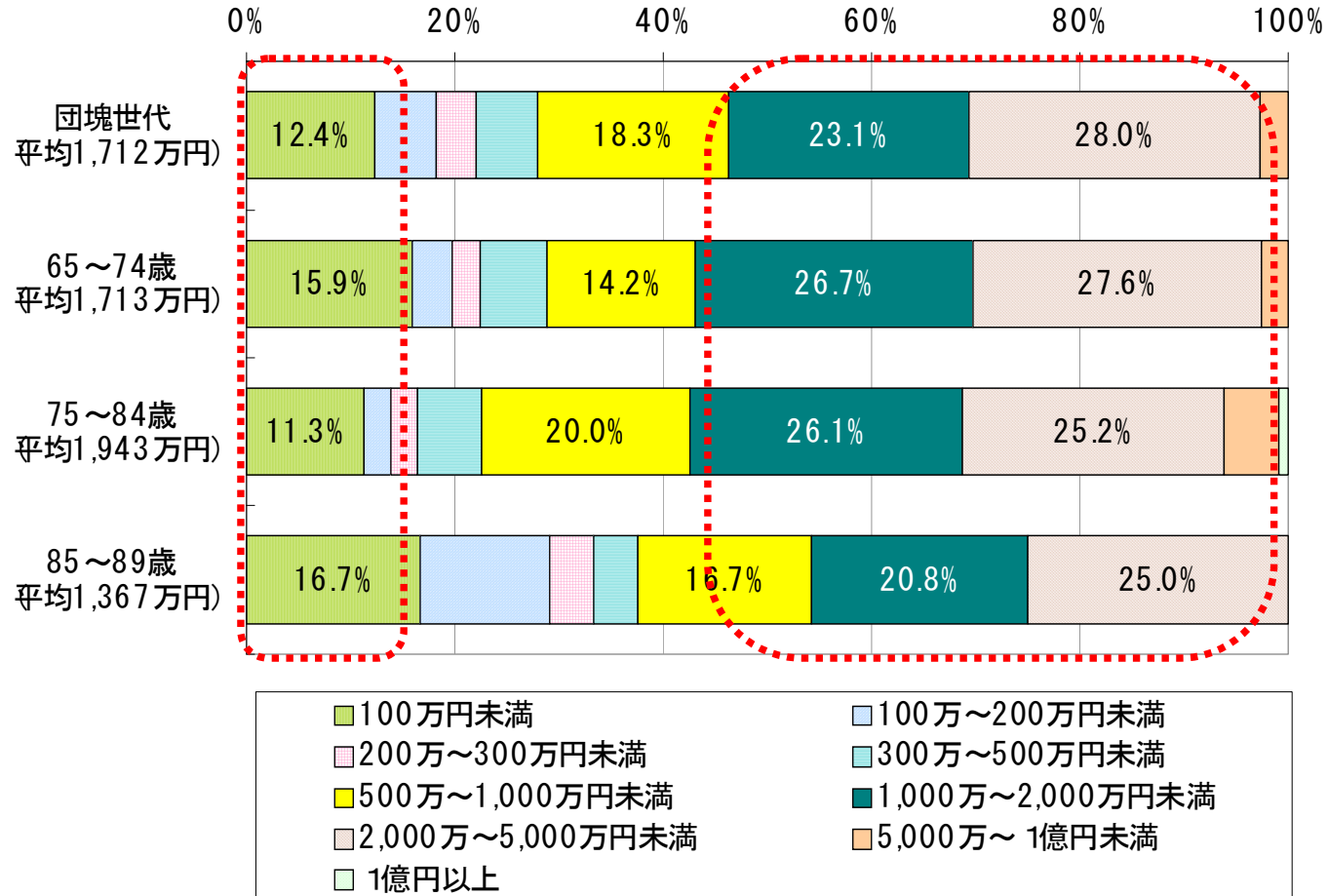
高齢者住宅：希望する住み替え先

■ 85歳以上で「介護サービスつき有料老人ホーム」顕著に増



高齢者住宅：住み替え予算(1/2)

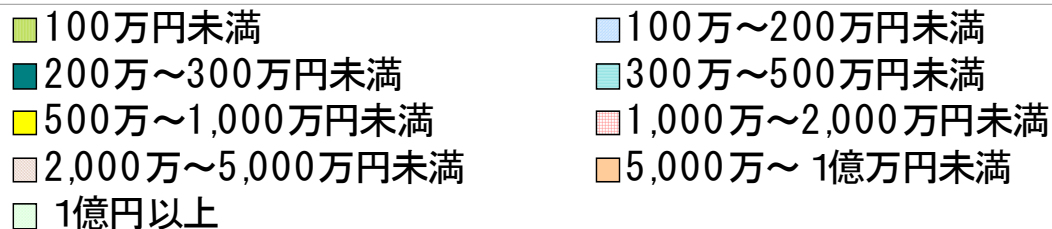
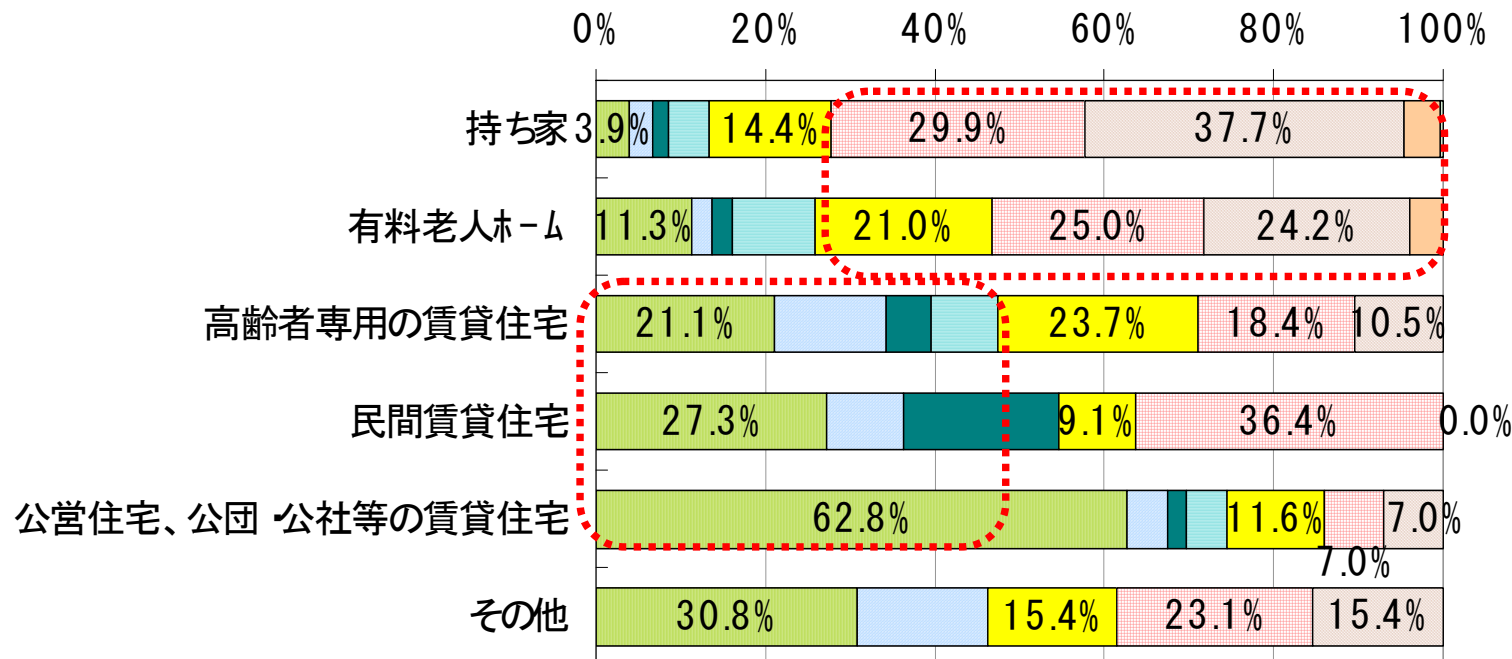
住み替えに予定する費用



※住替え希望あり(n=557)

高齢者住宅：住み替え予算(2/2)

住替え先別 住み替えに予定する費用

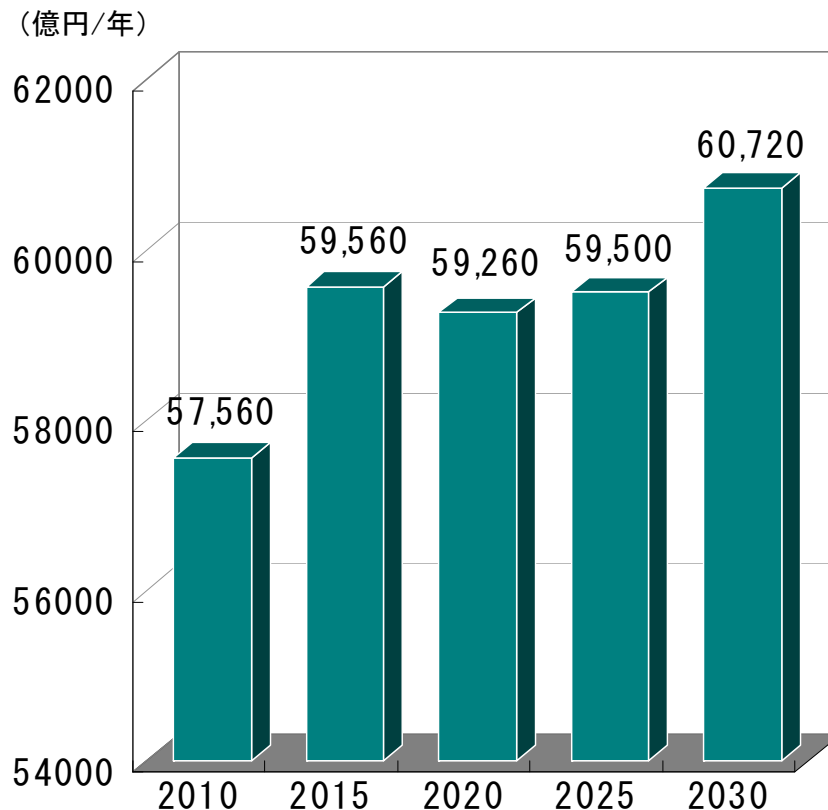


※住替え希望あり(n=551)

高齢者住宅：住み替えの市場規模

■ おおよそ6兆円？

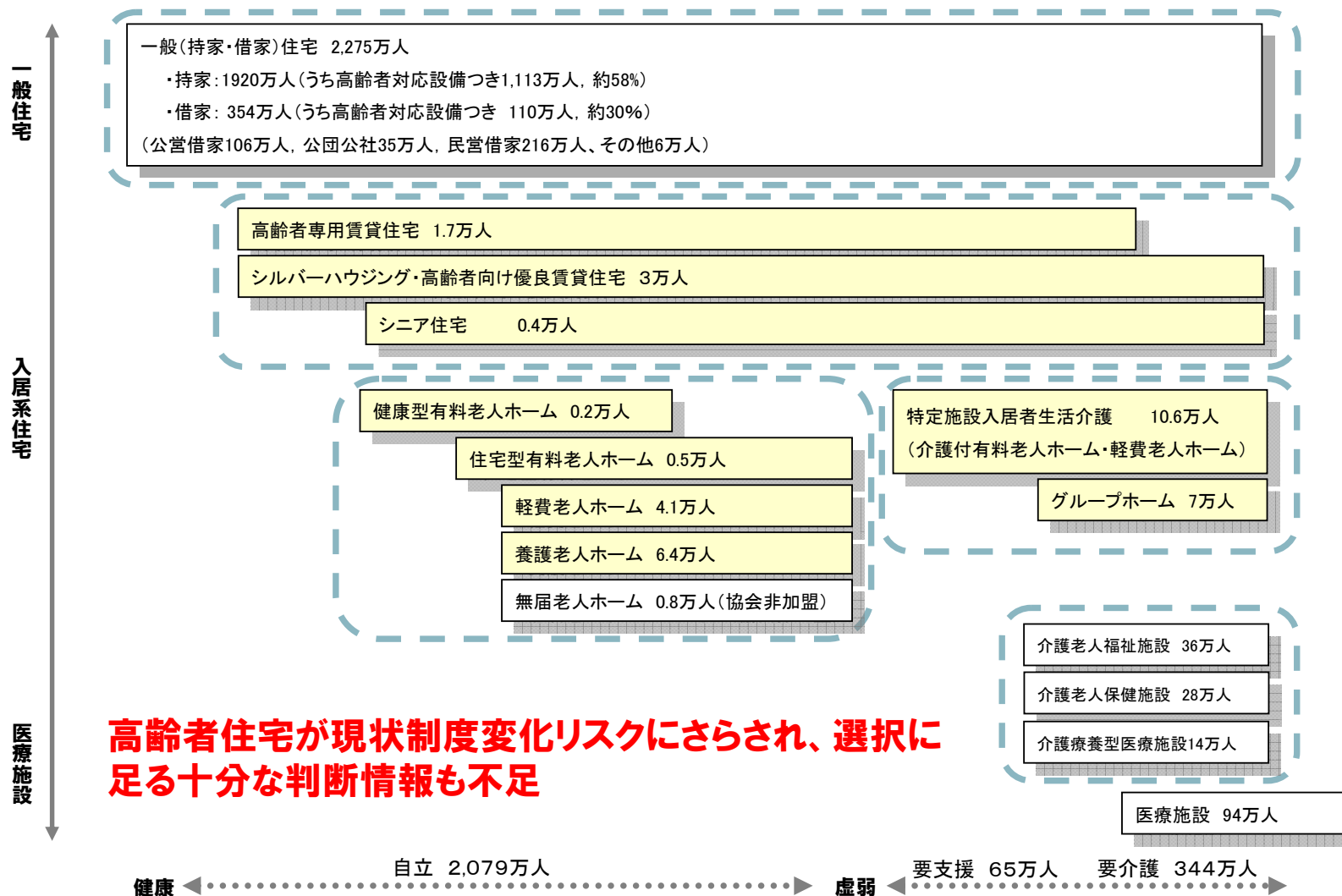
現状世帯数、アンケート支出見込



【推計の考え方】

年齢階級別、高齢者世帯数
×
年齢階級別、住み替え実施比率
×
世帯当たり住み替え費用
(年齢階級別)
↓
住み替え市場規模(推計)

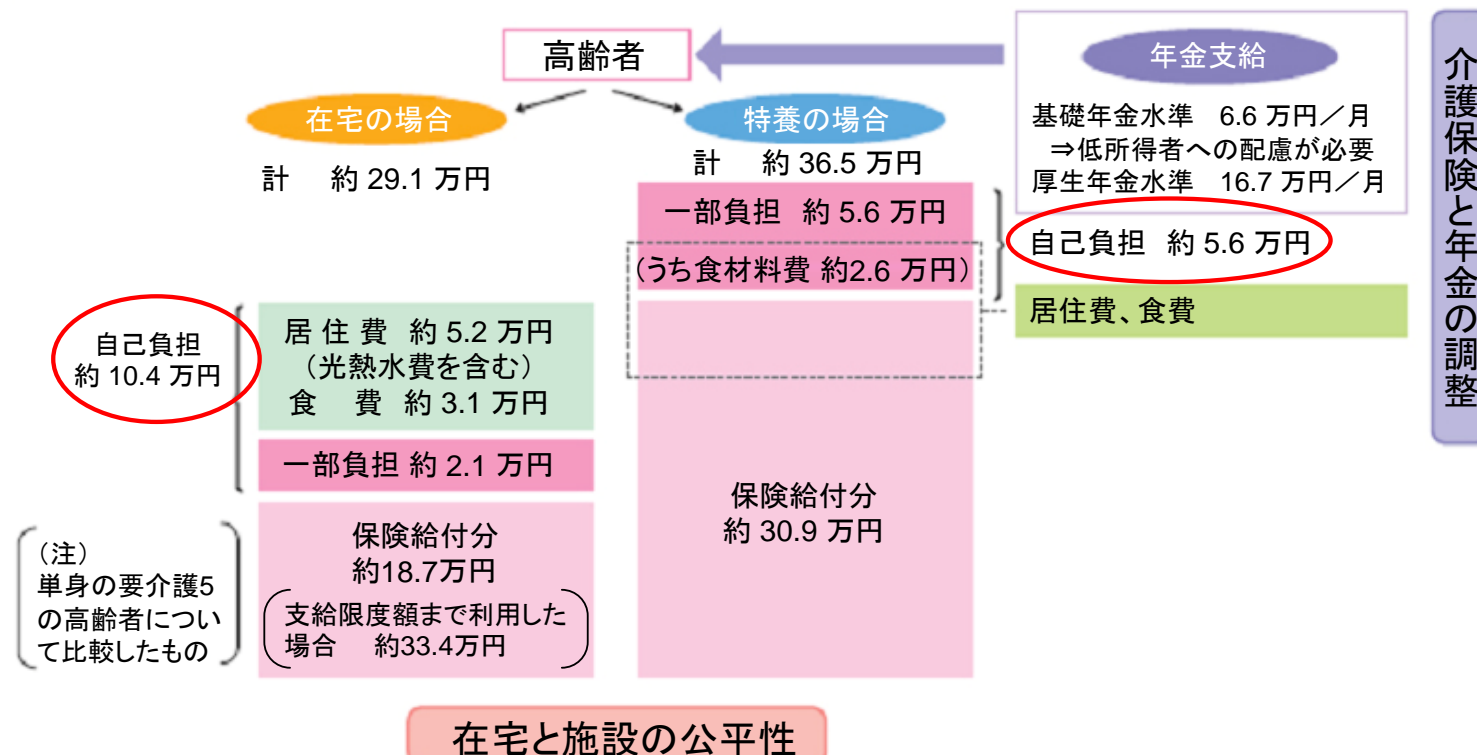
住み替えの課題～制度縦割りで多様すぎる施設・住宅



住み替えの課題～在宅で住む際の自己負担の高さ

■在宅の自己負担額は約10万円で、施設の場合の約2倍

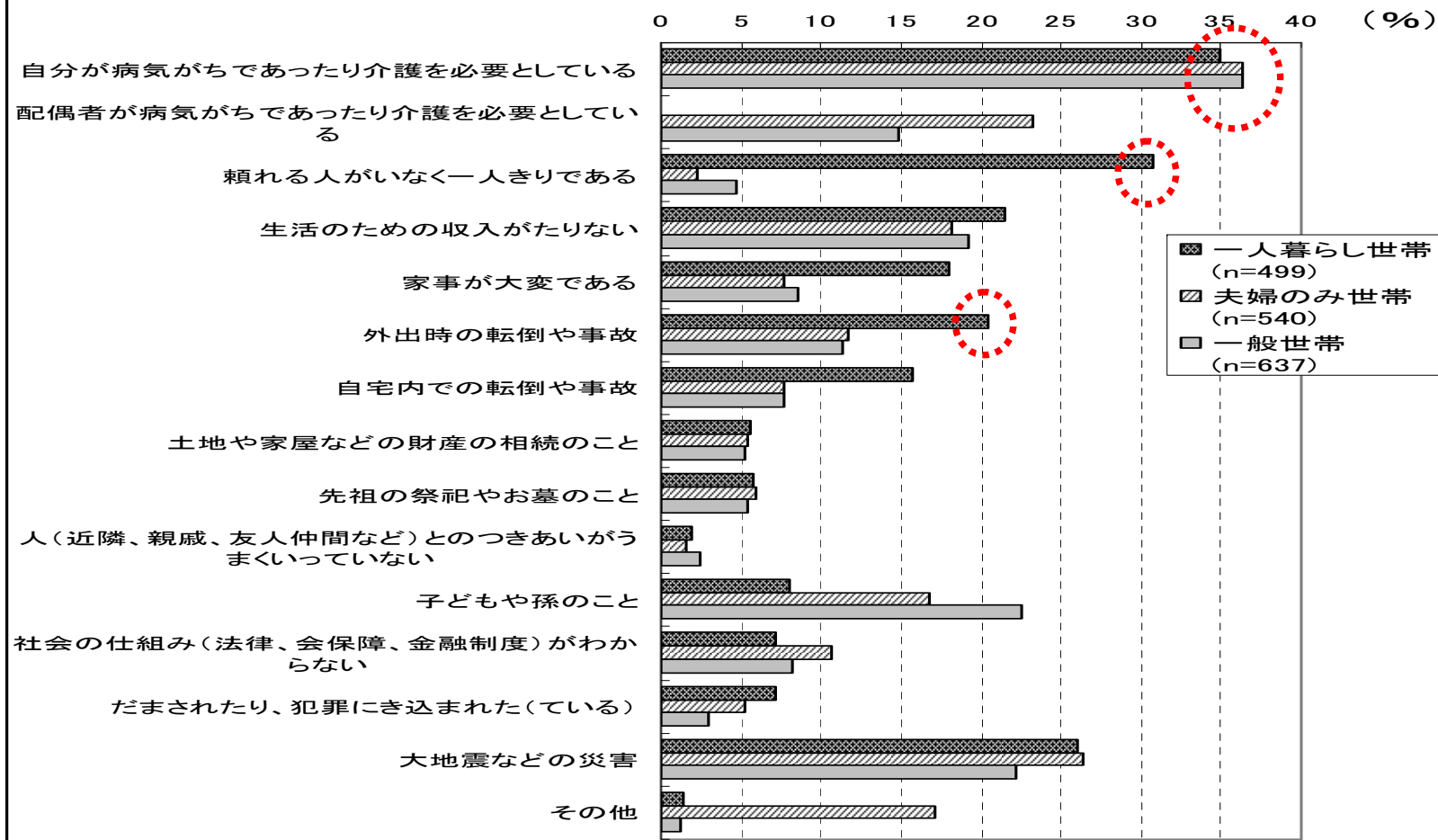
■在宅と施設の場合の費用負担の比較



出典)厚生労働省HP:<http://www.mhlw.go.jp/topics/kaigo/topics/0603/dl/data.pdf>

遠隔見守りの必要性

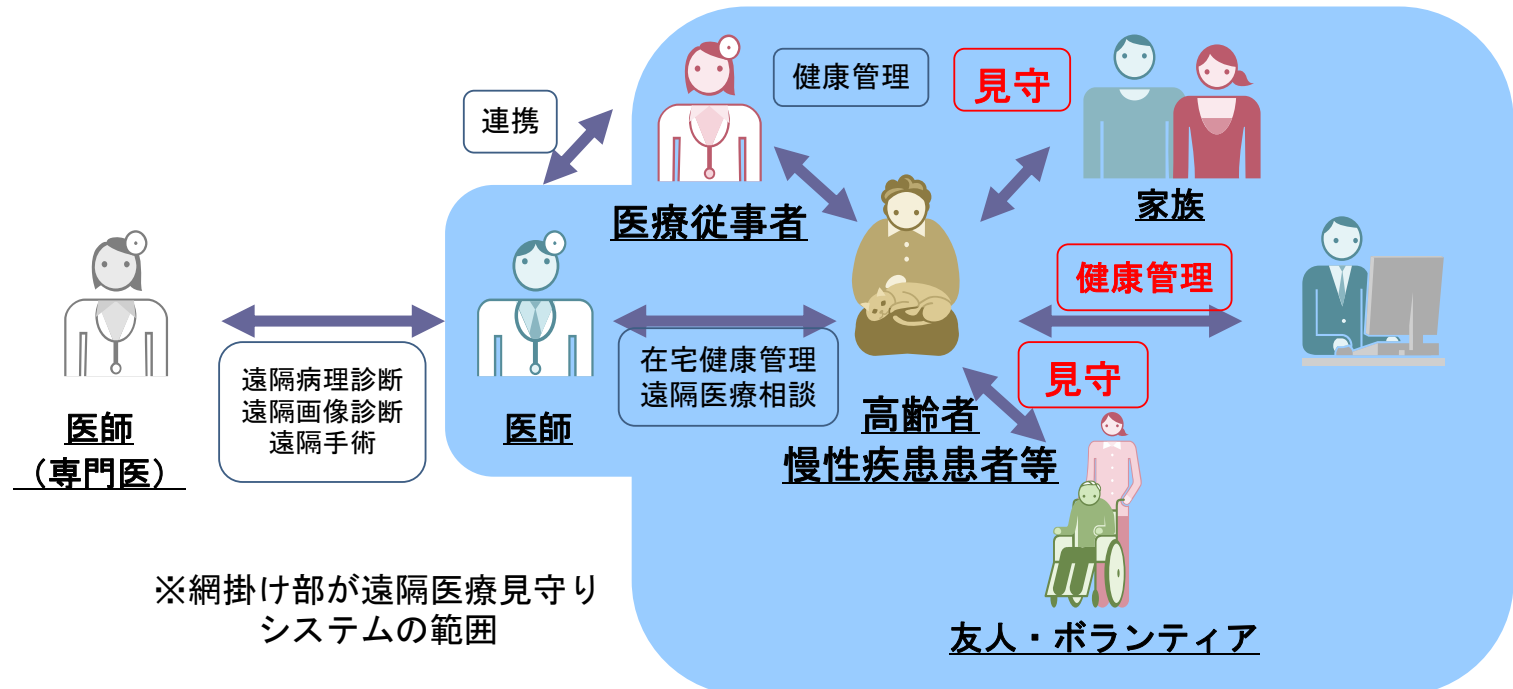
日常生活での心配ごとの内容（複数回答）



出典：平成18年 世帯類型に応じた高齢者の生活実態等に関する意識調査（内閣府）

遠隔見守りとは？

- 背景～住み慣れた自宅・地域で、死ぬまで暮らし続けたいニーズ
- 遠隔見守りとは、
「安否確認、介護、検診・健診、保健指導、リハビリ、医学的指導・管理をカバーする範囲の広いシステムのサービス」である。



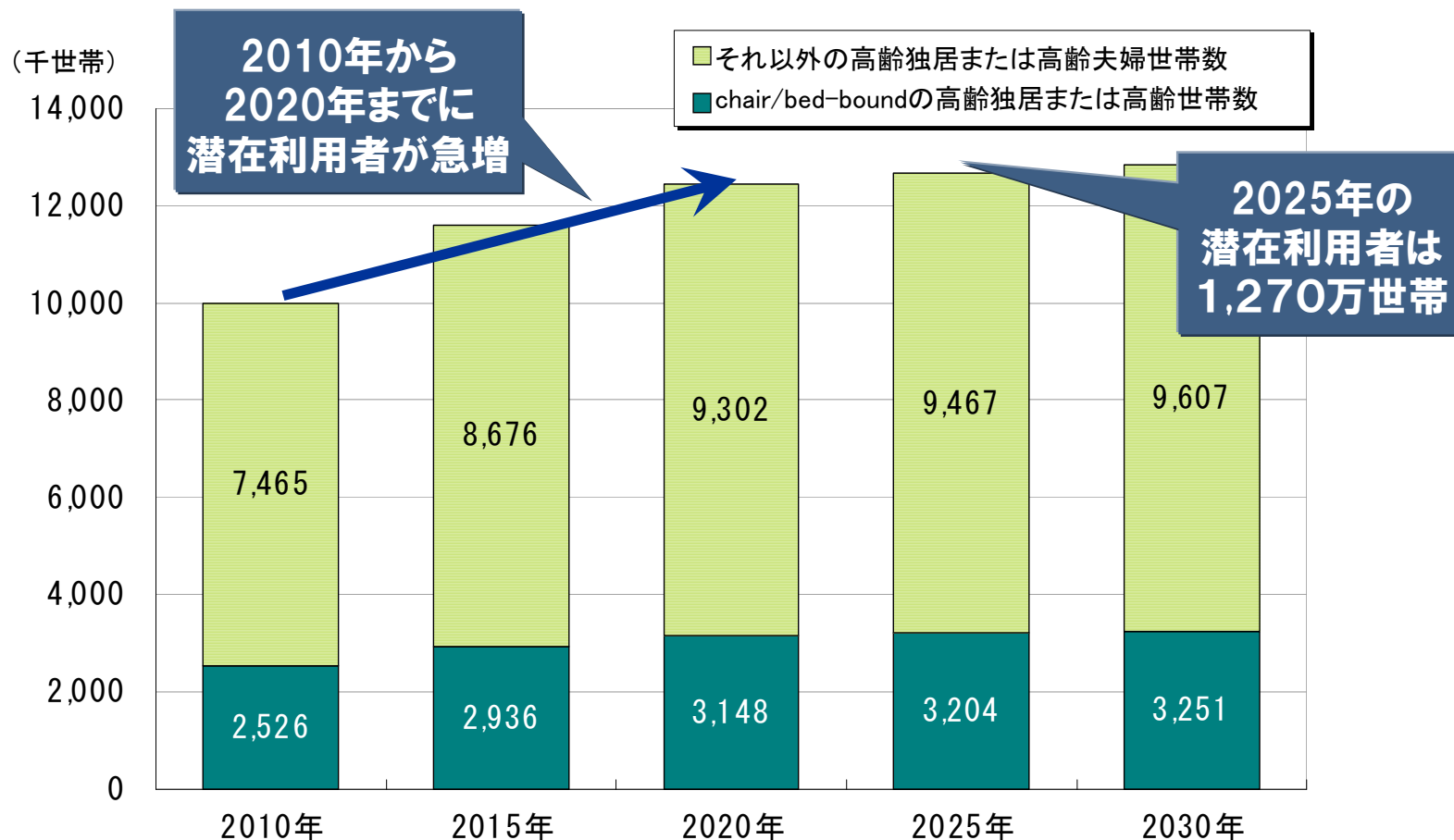
遠隔見守りの市場規模予測の前提

■ 市場規模予測の前提

- ◆ 世帯主65歳以上の高齢世帯のうち、**単独世帯(独居)及び夫婦のみ世帯を潜在利用者と想定**して2030年までの推移を推計
- ◆ このうち、以下に該当する場合はバイタルなどを遠隔的にモニタリングするサービスの対象者と想定
 - 1) 「屋内での生活は何らかの介助を要し、日中もベッド上での生活が主体であるが座位を保つ」(chair-bound)
 - 2) 「1日中ベッド上で過ごし、排せつ、食事、着替において介助を要する」(bed-bound)
- ◆ 上記以外の場合は緊急通報サービスのようなサービスの対象者と想定

遠隔見守りサービスの市場ニーズ

■ 遠隔見守りサービスのニーズ試算



※世帯主65歳以上の単独世帯・夫婦のみ世帯を遠隔見守りサービスの潜在的利用者と想定

遠隔見守りサービスのシナリオ

■ 遠隔見守りサービスのニーズ試算における2つのシナリオ

● シナリオ1:

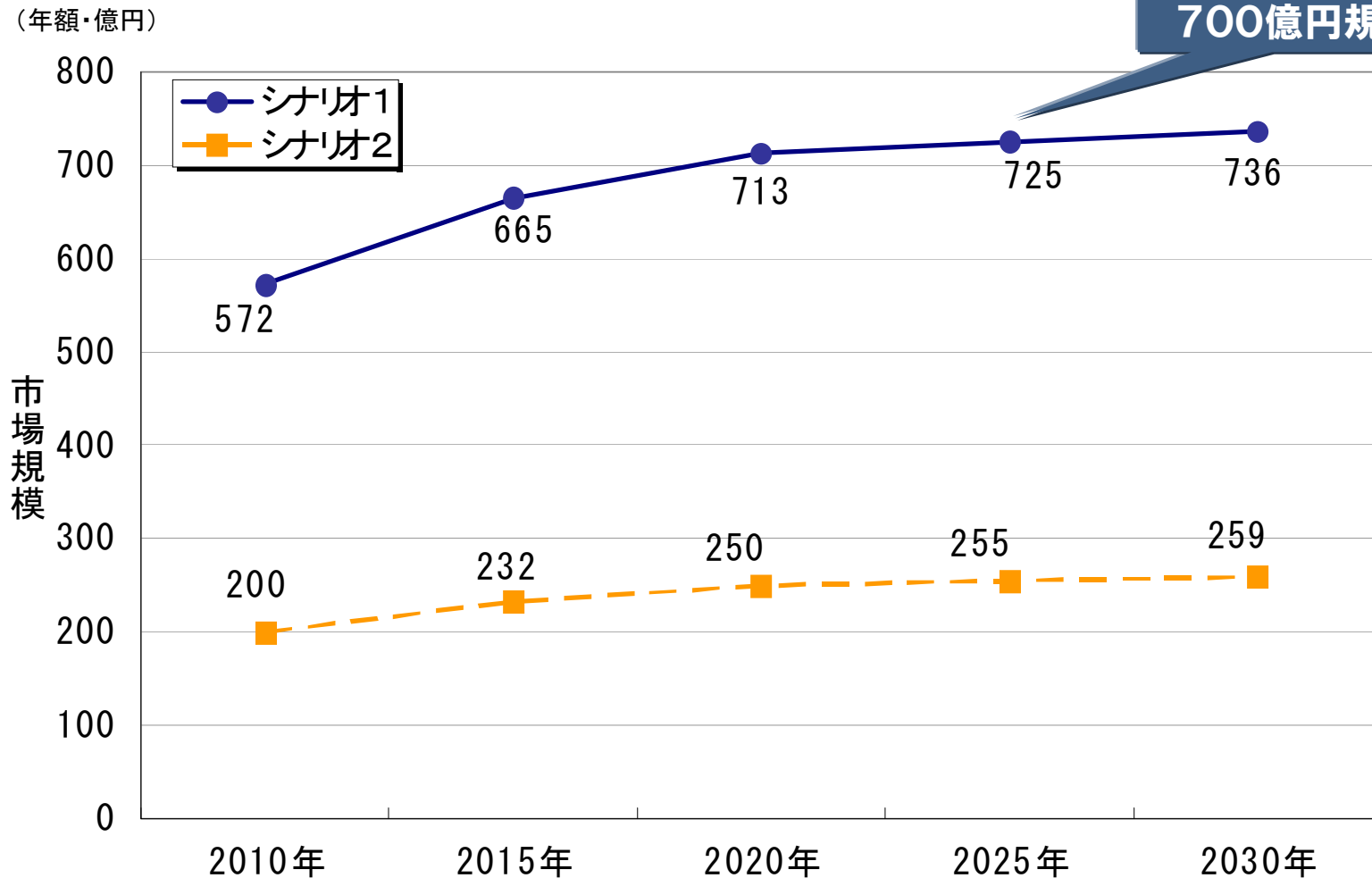
- ◆ 利用者 - 世帯主65歳以上の単独世帯及び夫婦のみ世帯全員
- ◆ 料金 - 緊急通報サービス 月額3,000円
手厚いサービス 月額10,000円

■ シナリオ2:

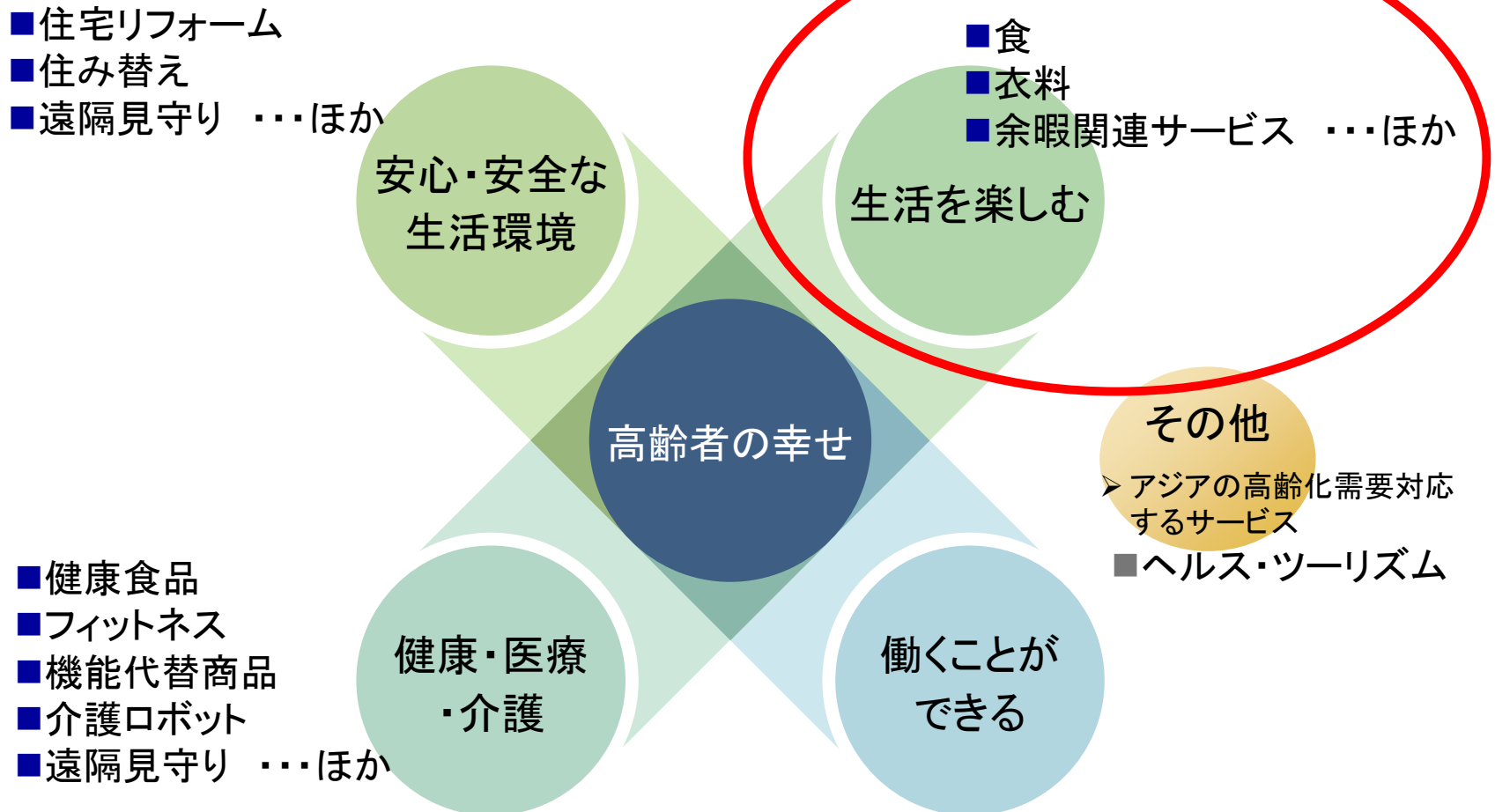
- ◆ 利用者 - 年齢80歳未満の世帯の3割、80歳以上世帯の5割
- ◆ 料金 - シナリオ1と同じ

遠隔見守りサービスのニーズ試算

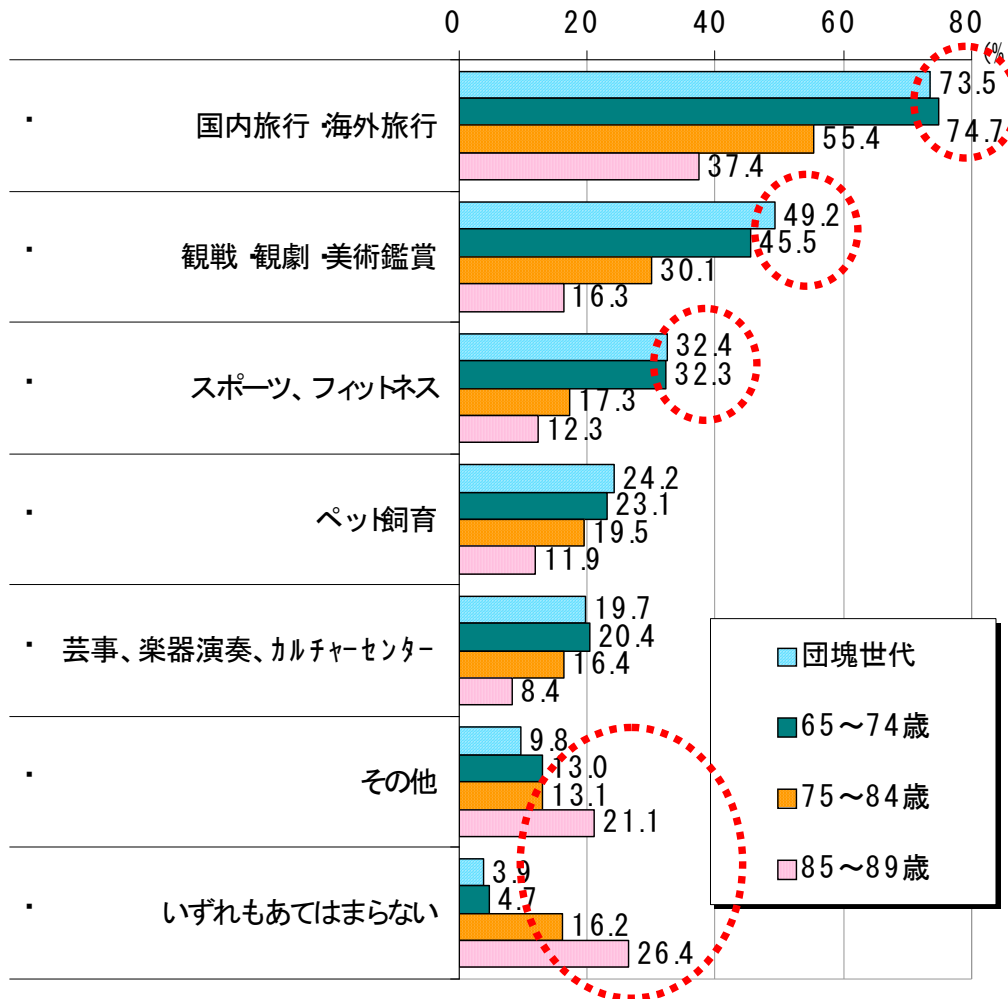
2025年までに
潜在需要として
700億円規模



生活を楽しむためのサービス、商品



高齢者が実施している余暇活動



■ 高齢者に人気が高い余暇

- 国内・海外旅行
(特に、団塊世代、65~74歳)
- 観戦・観劇・美術鑑賞
(特に、団塊世代、65~74歳)
- スポーツ・フィットネス
(特に、団塊世代、65~74歳)

■ 70代後半以降になると、余暇活動を楽しむ高齢者は減少

高齢者が余暇活動にかける金額(年齢区分別)

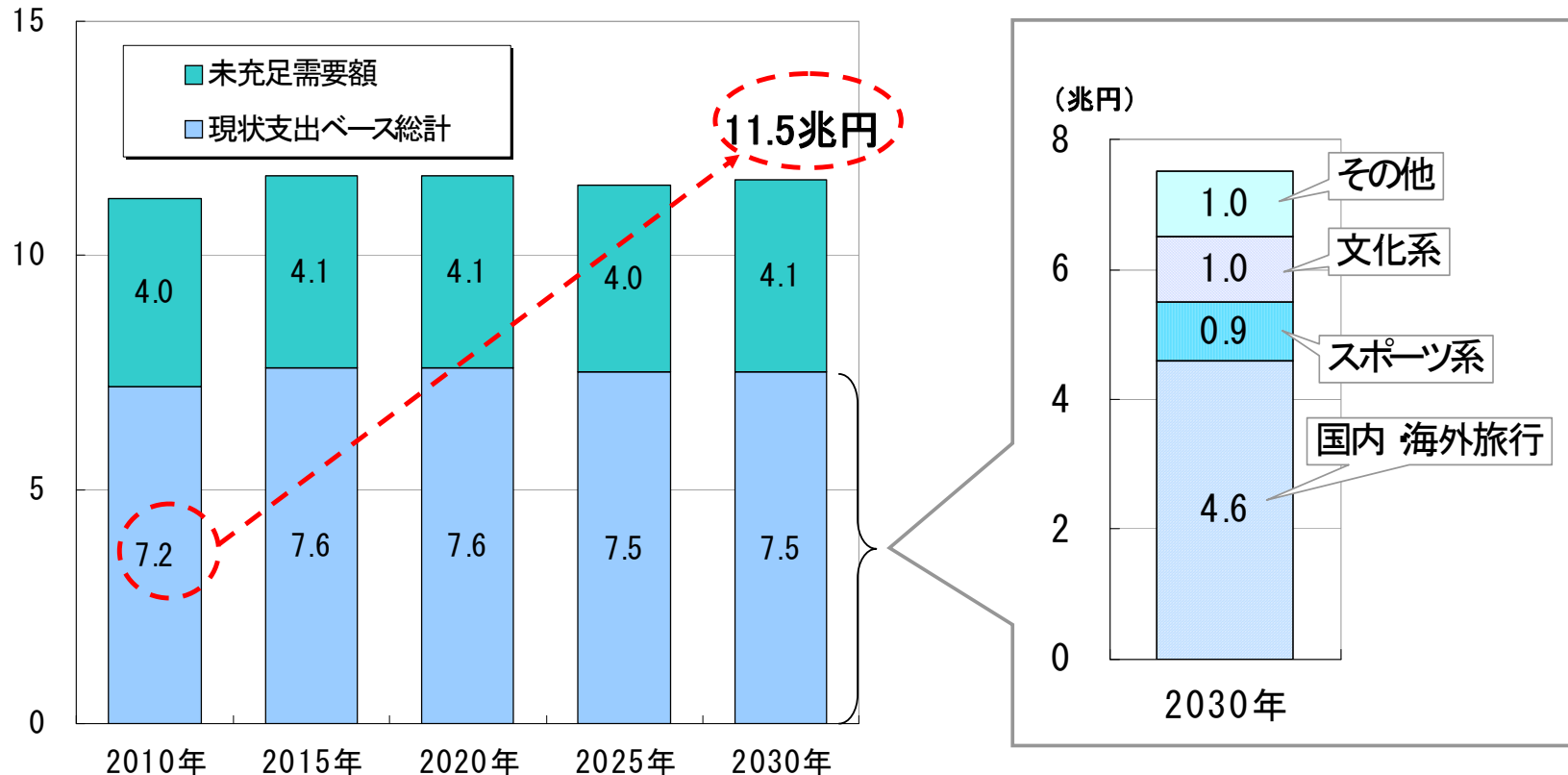
- 70代前半までは、余暇活動に年間20万円の支出がみられる
- 年齢区分によらず、さらに4万円程度使ってもよいと考えている

	年間支出額(現在)	今後使いたい と思う金額(年間)
団塊世代	22.2万円	26.1万円
65~74歳	23.5万円	28.1万円
75~84歳	16.1万円	18.8万円
85歳~89歳	13.6万円	14.9万円

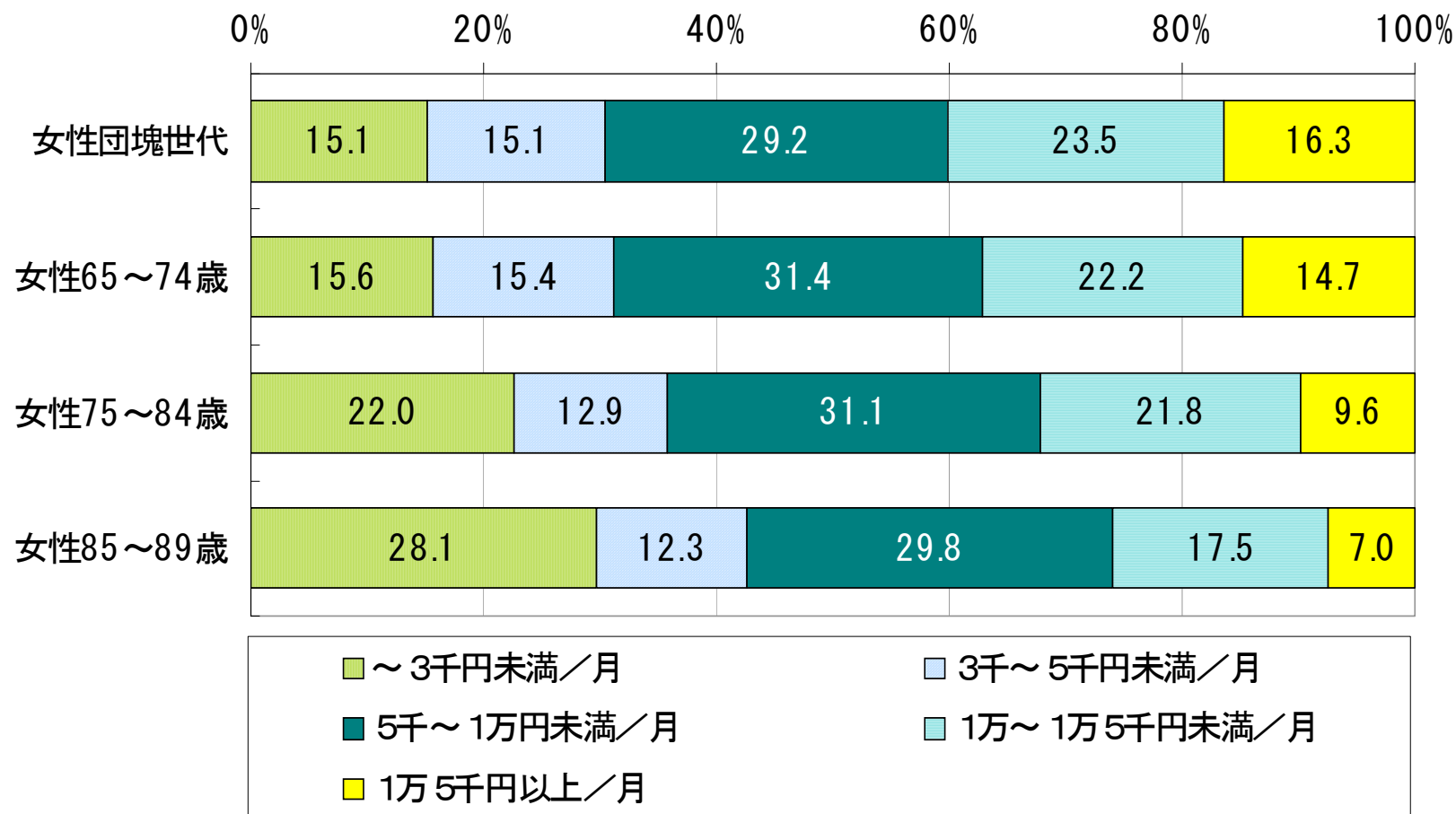
高齢者における余暇活動の市場規模

- 2030年には高齢者だけで**11.5兆円**（現在の1.6倍）の潜在市場がある
- 特に市場規模が大きいのは**旅行サービス（約6割を占めている）**

（兆円）



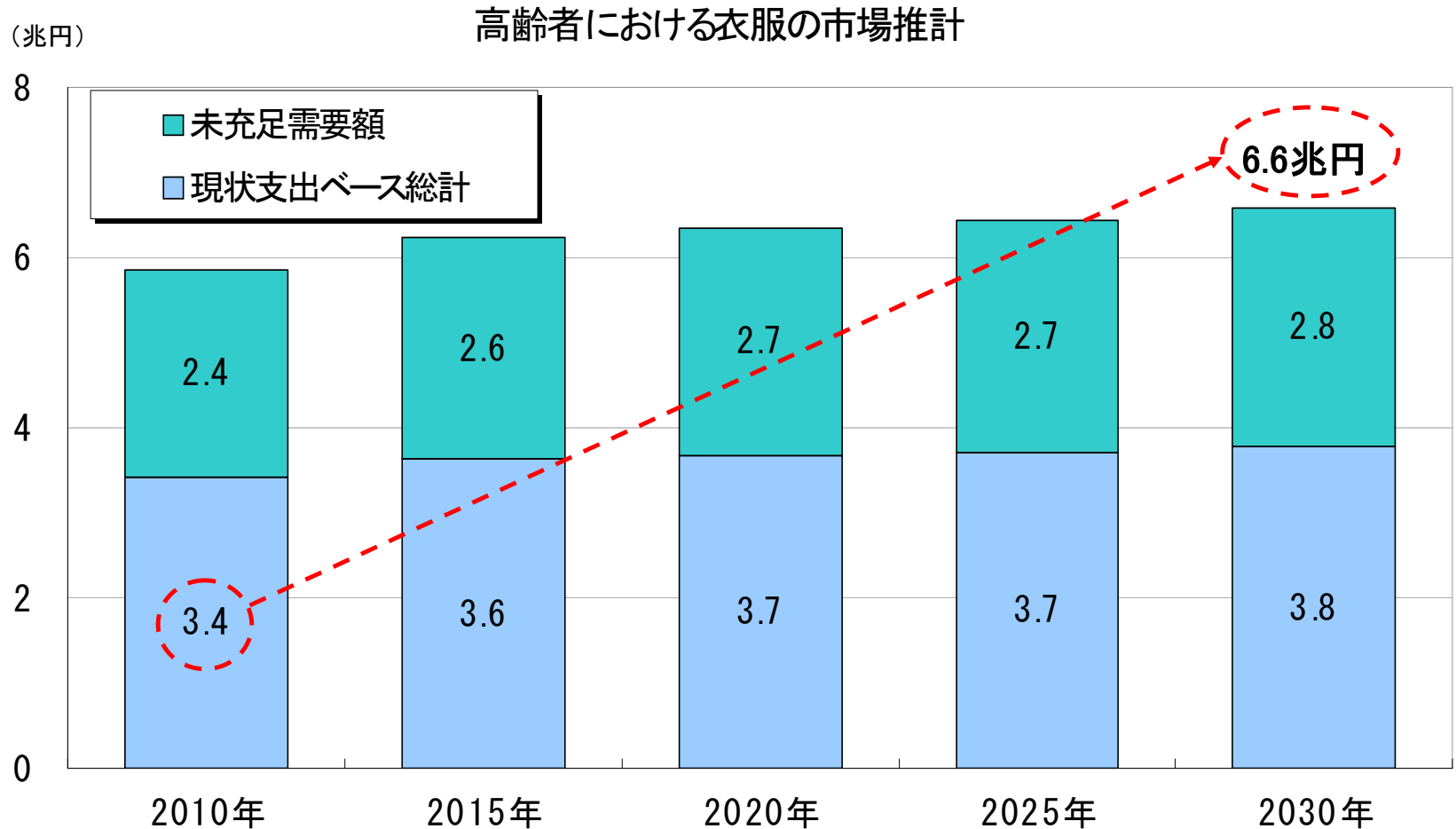
高齢者の被服費の平均月額（女性編）



高齢者が被服費に使えらと考えている金額

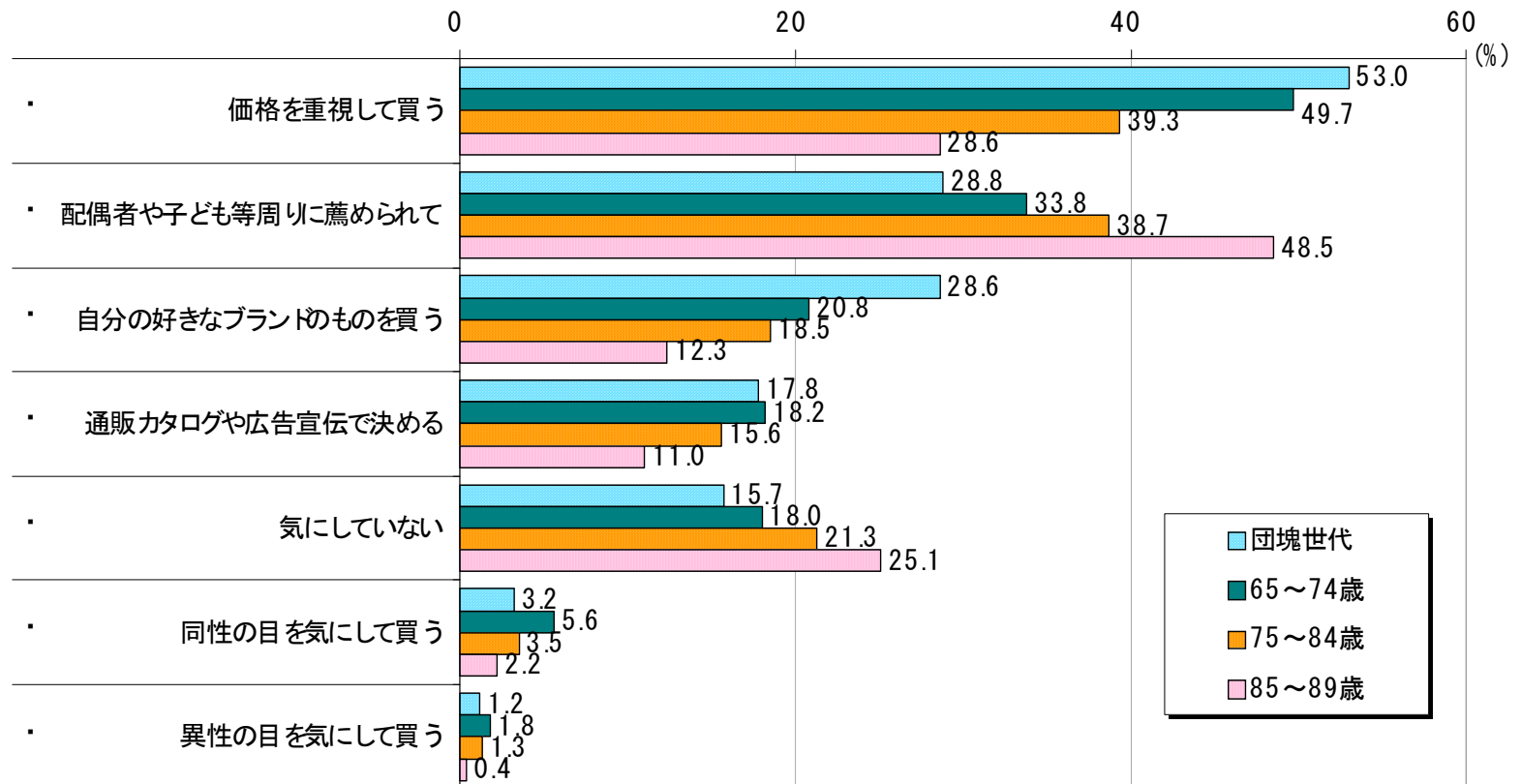
	月間支出額(現在) ①	今後使いたい と思う金額(月間) ②	未充足需要 ②-①
団塊世代	7.3千円	13.2千円	5.9千円
65~74歳	7.1千円	12.4千円	5.3千円
75~84歳	6.2千円	11.4千円	5.3千円
85歳~89歳	6.0千円	11.8千円	6.0千円

高齢者の衣料品将来市場規模



高齢者が衣料品を購入する際のポイント

- 価格重視の傾向は高齢になるほど減る
- 高齢になるほど、配偶者や子どもなど、**周囲に薦められた衣服を買う**傾向が高まる
- 団塊世代の約3割は好きなブランドの衣服を購入している



健康、医療、介護サービス

- 住宅リフォーム
- 住み替え
- 遠隔見守り ……ほか

安心・安全な
生活環境

- 食
- 衣料
- 余暇関連サービス ……ほか

生活を楽しむ

高齢者の幸せ

その他

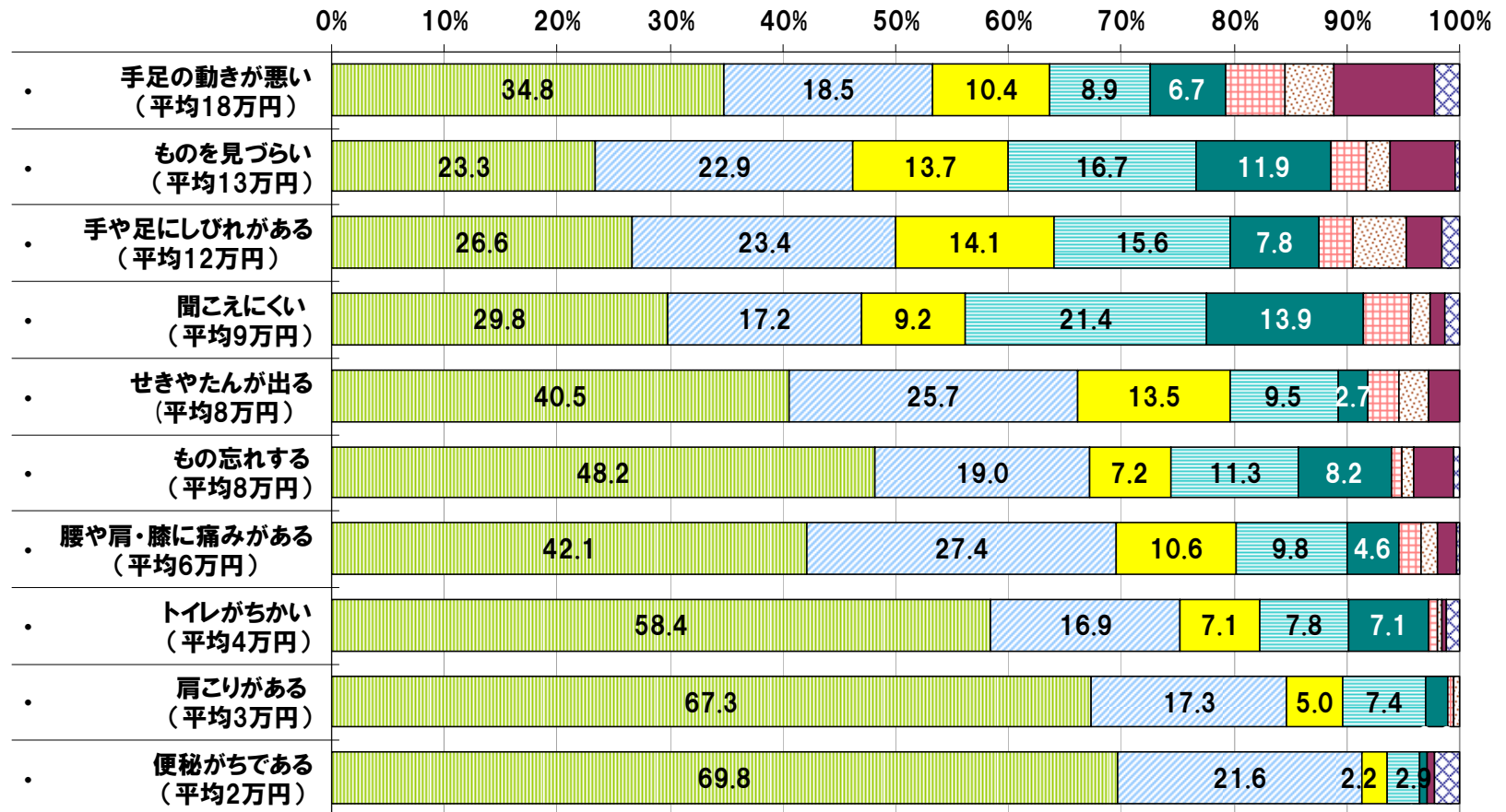
- アジアの高齢化需要対応するサービス
- ヘルス・ツーリズム

- 健康食品
- フィットネス
- 機能代替商品
- 介護ロボット
- 遠隔見守り ……ほか

健康・医療
・介護

働くことが
できる

最も困っている症状改善の支払意思額



■ 1万円未満

■ 1万円以上3万円未満

■ 3万円以上5万円未満

■ 5万円以上10万円未満

■ 10万円以上30万円未満

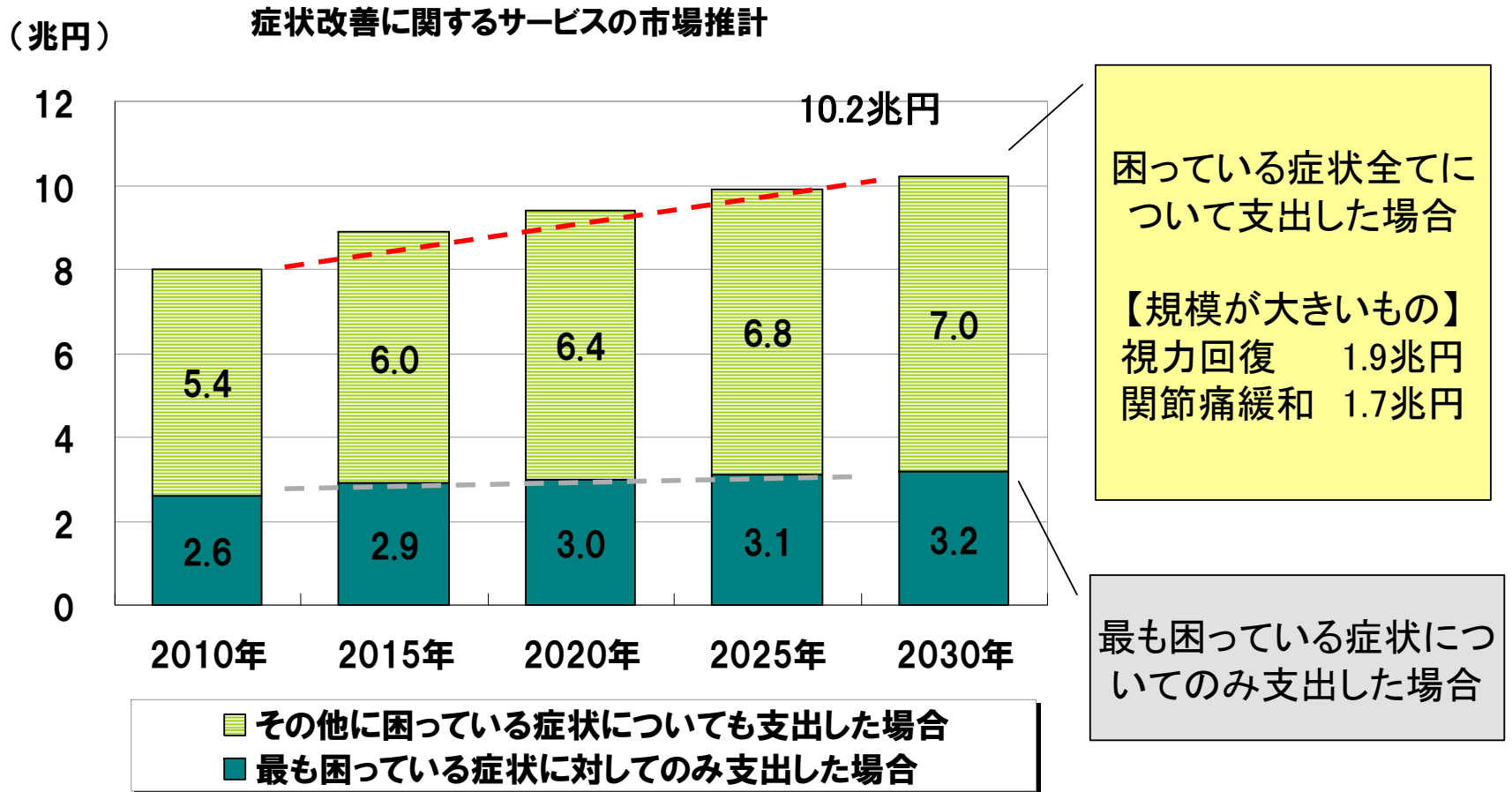
■ 30万円以上50万円未満

■ 50万円以上100万円未満

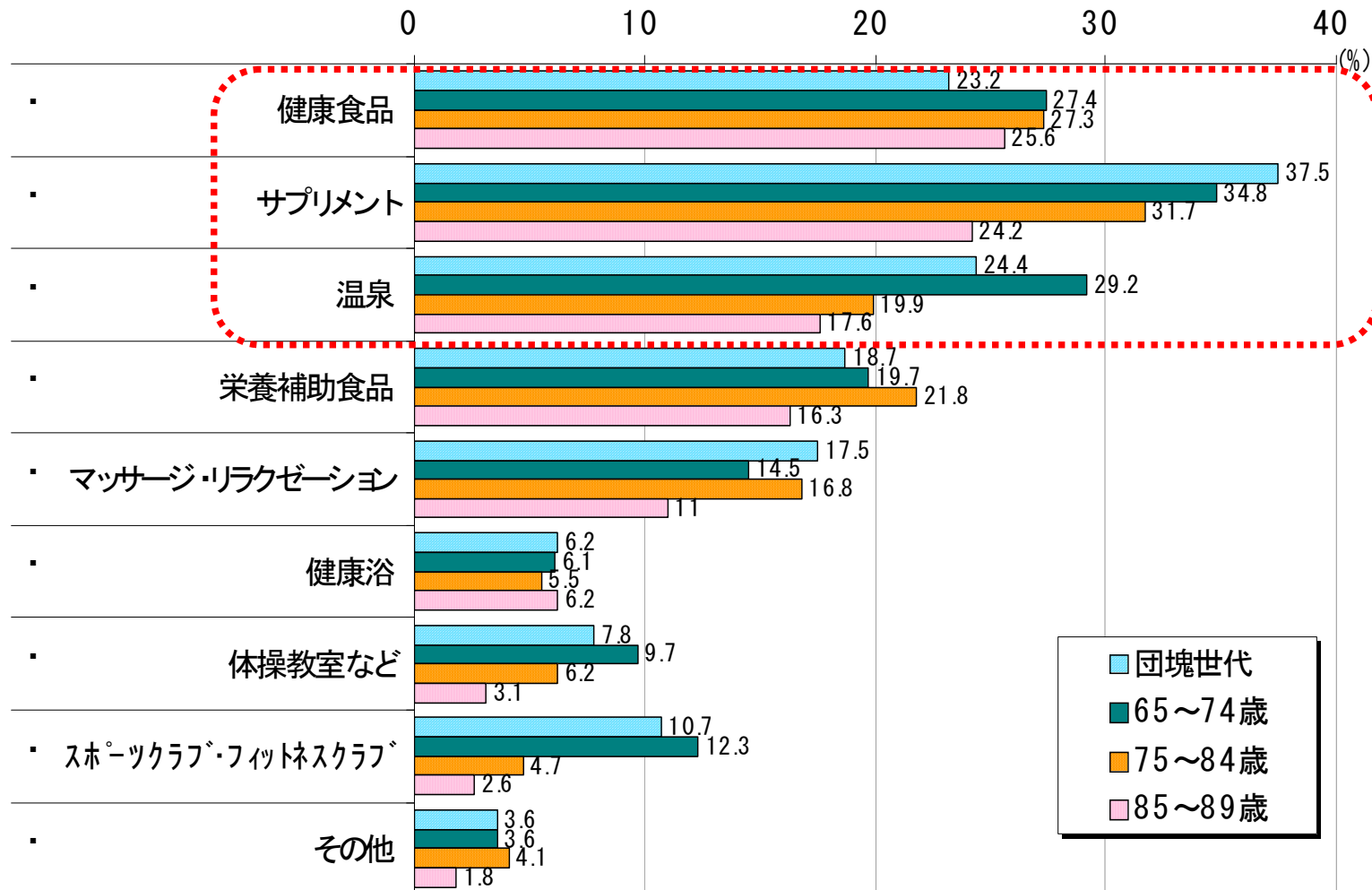
■ 100万円以上

■ 不明

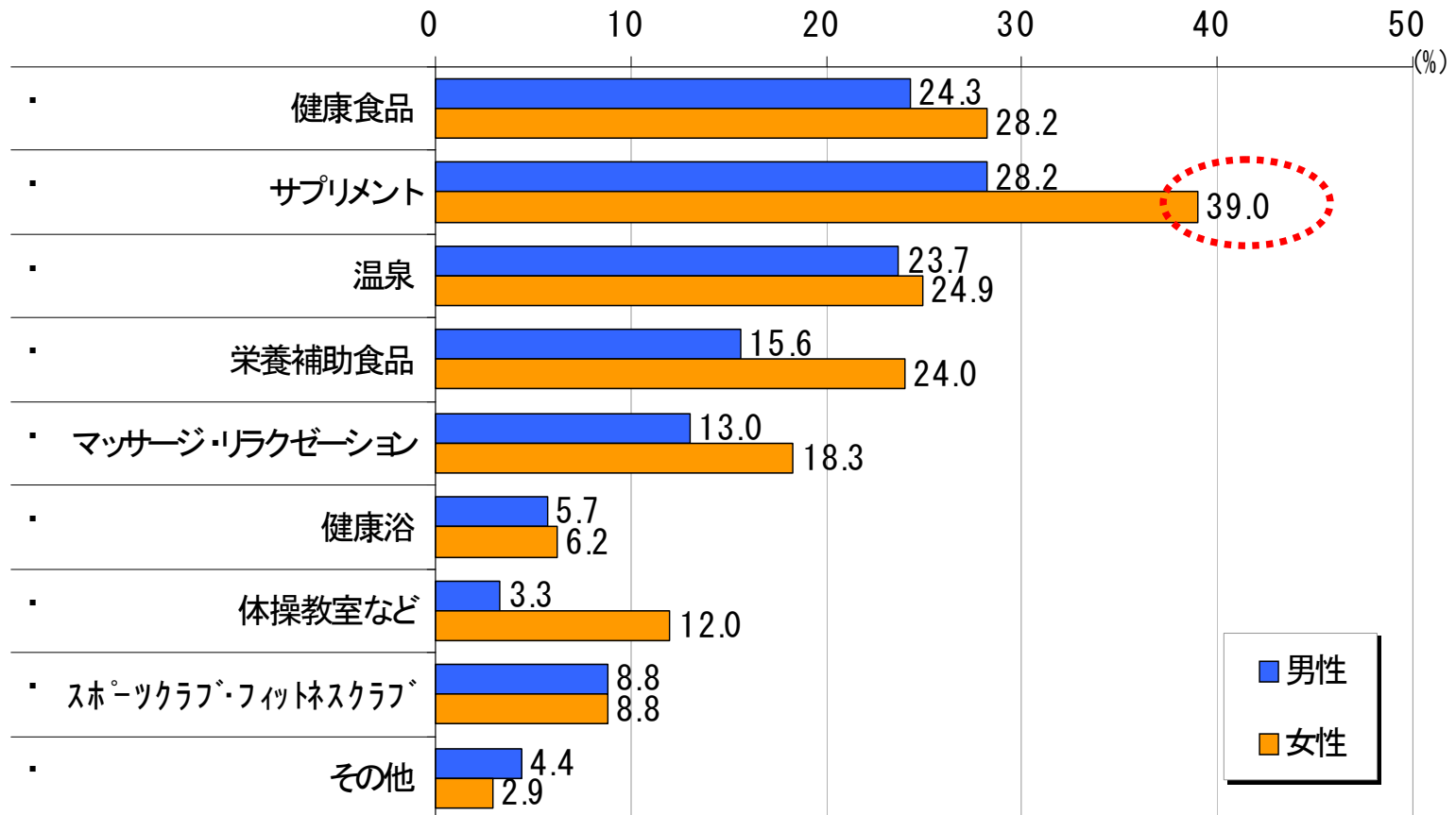
症状改善に関連するサービス市場規模



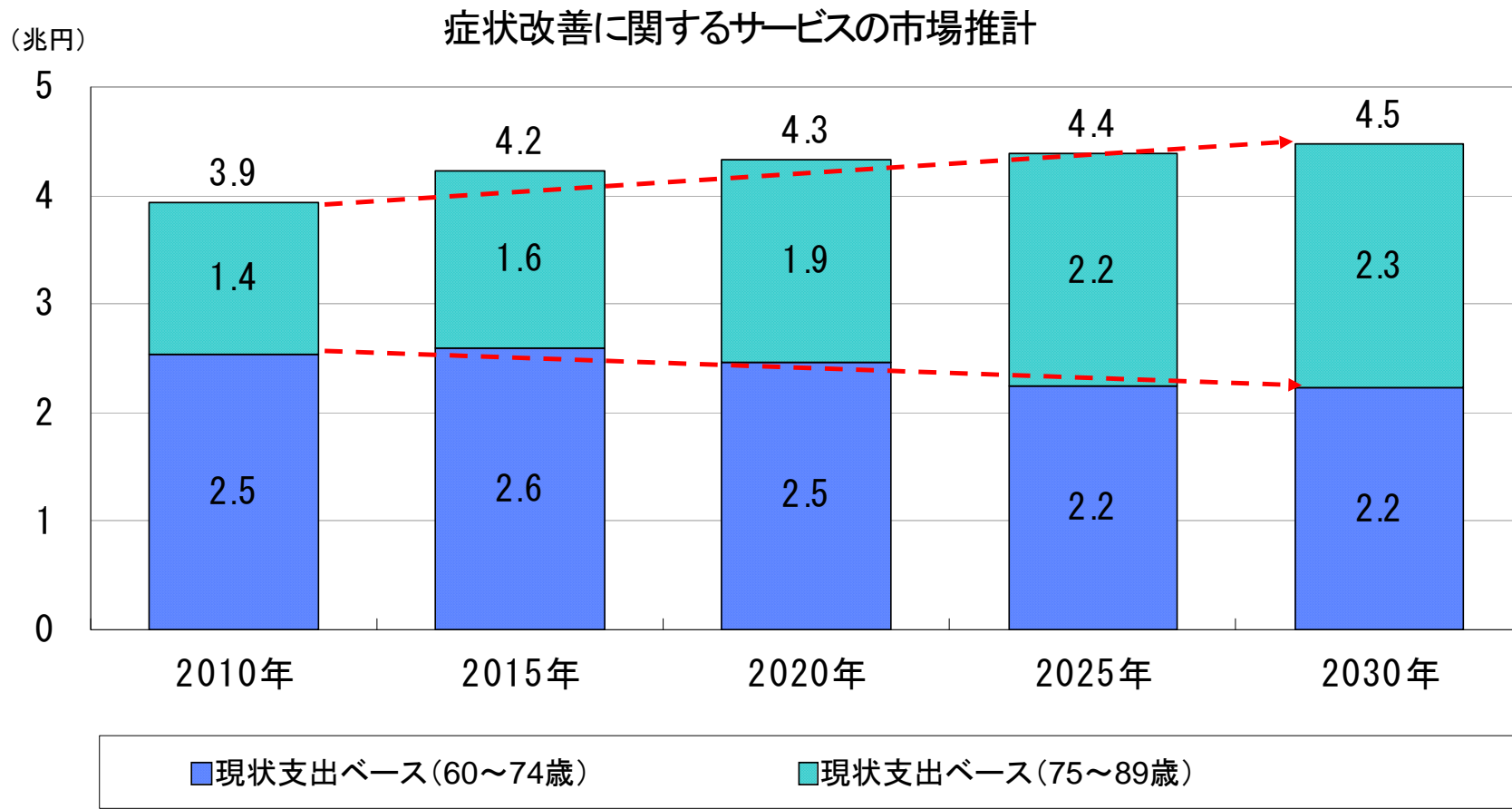
高齢者が健康のために購入・利用しているもの



高齢者が健康のために購入・利用しているもの(男女別)



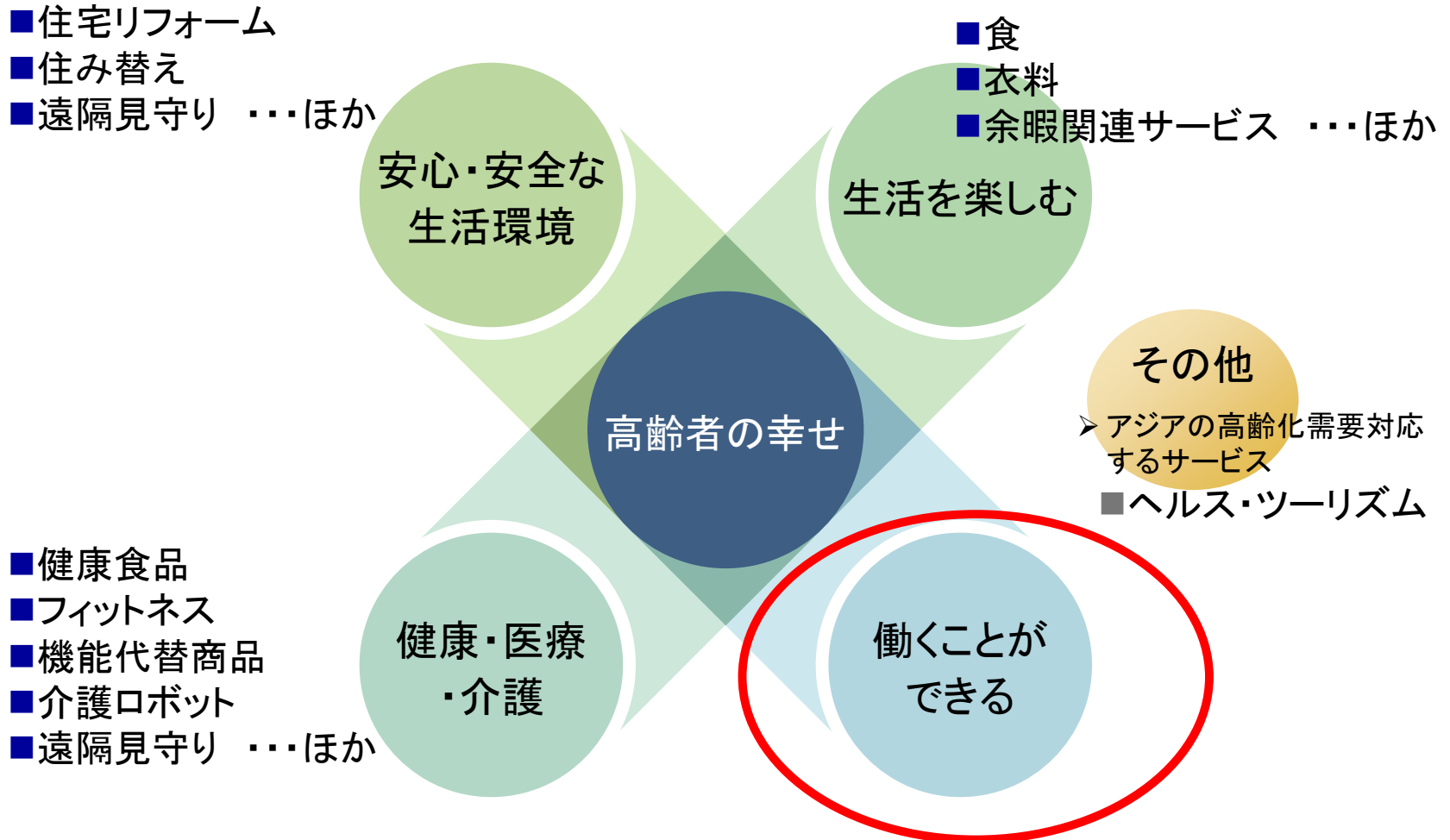
高齢者における健康サービス・商品の市場規模



参考)

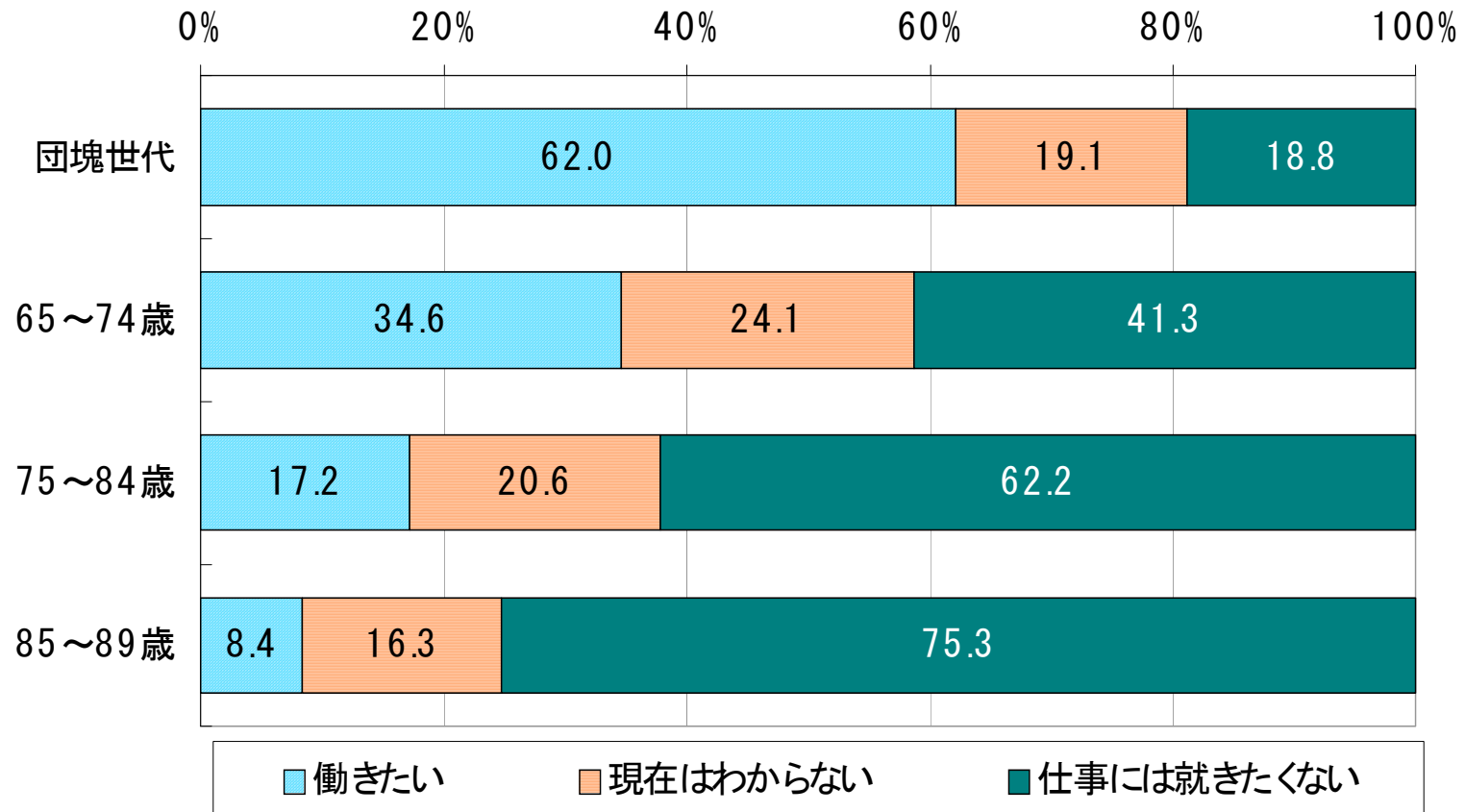
健康サービス・商品:健康食品、サプリメント、栄養補助食品、スポーツクラブ・フィットネスクラブ、体操教室、健康浴、温泉、マッサージ・リラクゼーションなど

高齢者等の就業(そして消費)



高齢者自身が就業者として社会を支える

■ 高齢者の年齢区分別の就業意欲



高齢者世帯の収入と消費の関係

- 世帯主の年齢が65歳以上の勤労者世帯では無職世帯に比べ、実収入も多く、消費支出も多い。

高齢者世帯の収入と消費（単位：円）

	世帯主の年齢が65歳以上の世帯	
	勤労者世帯	無職世帯
実収入	<u>354,243</u>	<u>187,208</u>
うち勤め先収入の占める割合(%)	(61.3)	(5.0)
社会保障給付の占める割合(%)	(34.4)	(88.3)
実支出	323,735	227,752
消費支出	<u>277,474</u>	<u>203,567</u>
非消費支出(税、社会保険料等)	46,260	24,185
可処分所得(実収入－非消費支出)	307,983	163,023

高齢者の労働市場参入が消費を生み出す

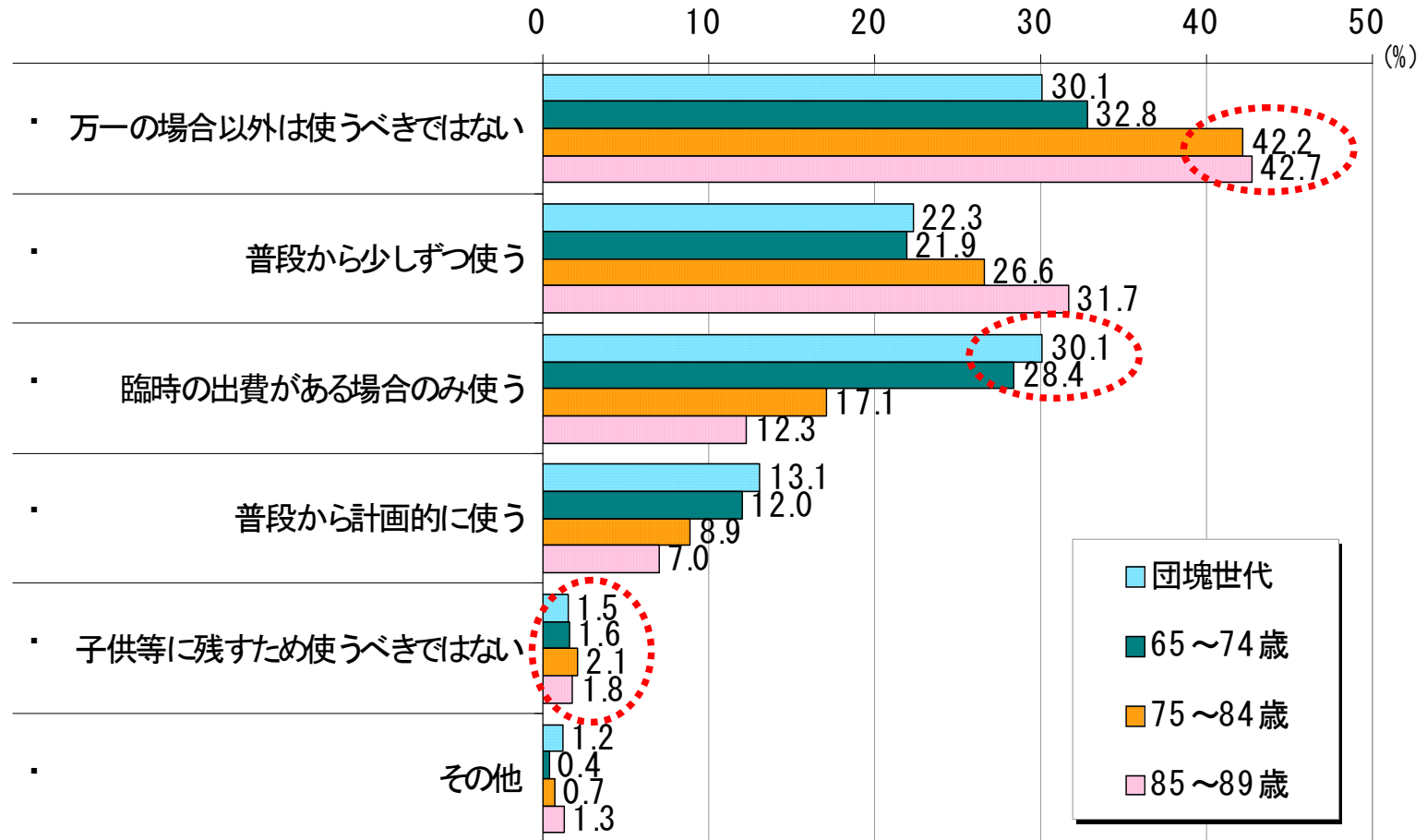
- 企業の高齢者雇用の進展、年金支給開始年齢の引上げ等を背景に高齢者の労働力率が上昇し、所得、消費支出が拡大する。

高齢者の労働市場参入の経済効果

	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年
労働力 (万人)	27	72	117	171	241
所得 (兆円)	1.0	2.7	4.4	6.4	9.0
消費支出 (兆円)	0.8	2.1	3.3	4.9	6.9

(注) 60歳以上の労働力率が2005年(実績)固定ケースと比べた場合の増加額。

ではどんなときに貯蓄を支出にまわすのか？

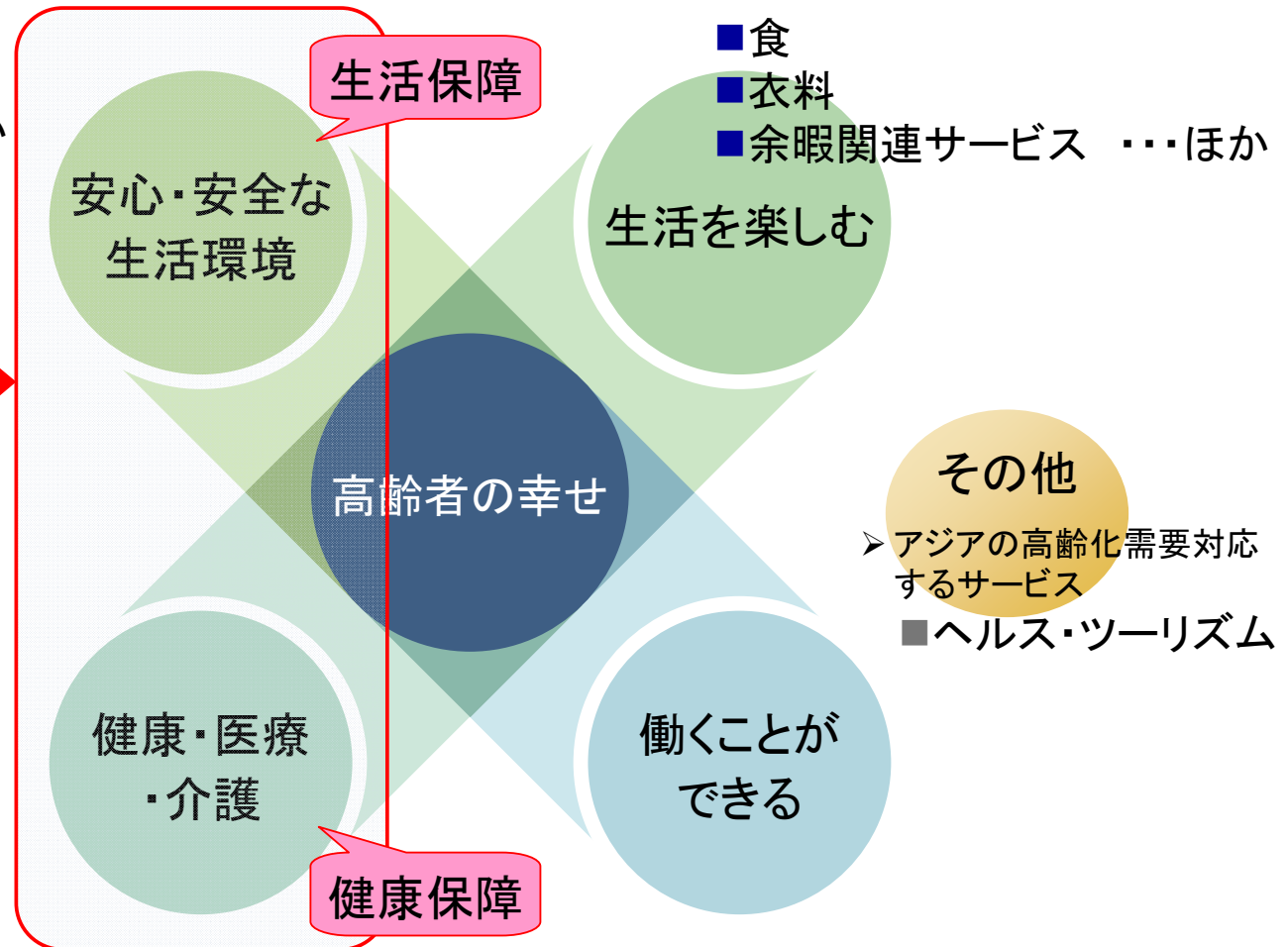


社会保障制度とプラチナ・エイジング産業の相互補完の視点

- 住宅リフォーム
- 住み替え
- 遠隔見守り ……ほか

高齢者が安心して、プラチナ・エイジング産業による商品サービスを消費できるような社会保障制度の整備が必要な範囲

- 健康食品
- フィットネス
- 機能代替商品
- 介護ロボット
- 遠隔見守り ……ほか



参考) 経済成長を支えるプラチナ・エイジング産業

- プラチナ・エイジングを支える産業の市場規模は、2010年の74兆円から、2020年には117兆円、2030年には135兆円への増大が期待できる。(実質ベースで年率3.1%の伸び)
(兆円)

	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年
プラチナインダストリーの市場規模	74	94	117	131	142
安心・安全な生活環境の整備と提供	6	7	8	8	9
住宅リフォーム、住み替え	6	7	7	7	8
遠隔見守り	0	0	1	1	1
生活を楽しむためのサービス・商品	11	15	18	18	18
余暇(旅行、スポーツ、観劇、ペット、その他)	7	10	12	11	12
衣料品	3	5	6	6	7
健康・医療・介護サービス	54	67	82	94	102
健康サービス	4	4	4	4	4
症状改善支出	0	4	9	10	10
医療・保健・介護	50	58	68	79	88
高齢者・女性の社会への参加に伴うサービス・支出増	3	5	10	11	13
家事・育児サービス	0.2	0.2	0.5	0.4	0.4
その他(高齢者・女性の労働参加による消費増加)	3	5	9	10	12

MRI推計(暫定値)

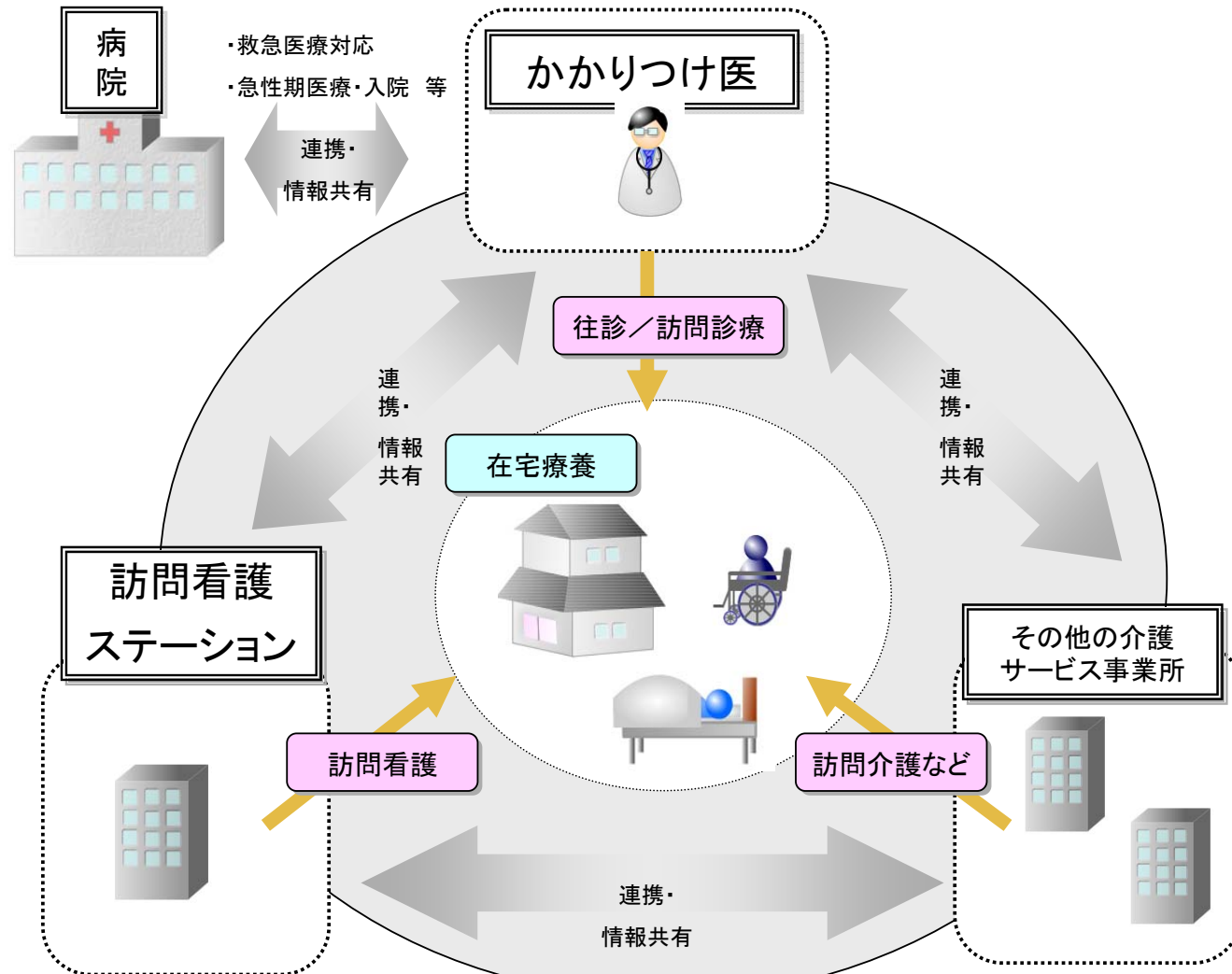
参考) プラチナ・エイジング産業の経済波及効果

プラチナ・エイジングを支える各産業の市場規模を前提に、産業連関分析により産業全体での生産額の増加額(生産波及効果)は、**2020年193兆円、2030年には234兆円**、雇用者の増加人数(雇用創出効果)は**2020年1774万人、2030年2137万人**と試算される。

	2010年	2015年	2020年	2025年	2030年
生産波及効果 (兆円)	120	153	193	215	234
雇用創出効果 (万人)	1,106	1,413	1,774	1,972	2,137

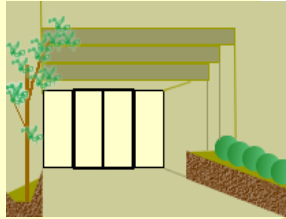
MRI推計(暫定値)

「在宅」を核としたサービスのパッケージ化（医療の例）

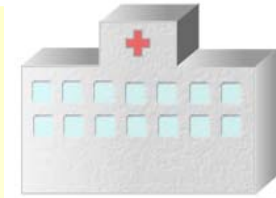


住宅＋まちづくり＋交流＋ロジスティクス＋ヘルスケア

住宅



ヘルスケア

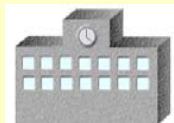


モノ・サービス



交流

まちづくり



プラチナ・シティ・ネットワークを構築していく必要

- ◆ 高齢社会の都市・地域インフラのあるべき姿(プライドが守られる都市・地域)
 - 移動の自由の確保(運動器の衰えを補うもの)
 - 交通のバリアフリー化(視覚障害者と車いすの両者にとってバリアフリー)
(上下そろったエスカレーター、車いす専用路、渡りきれぬ信号)
 - 公共施設・民間施設のバリアフリー化(cf. ハートビル法)
 - コンパクトシティ
 - 公共交通の充実(コミュニティバス/乗り合いタクシー)
 - 一人乗り通勤・ 電動車いす(トヨタi-real、スズキPIXY)
ITSによる交通自動化も視野
 - コミュニケーションの自由の確保(感覚器の衰えを補うもの)
 - ICTのユニバーサルデザイン
 - 先端技術による感覚器の代替(視覚・聴覚)
 - 食の自由の確保
 - 外食・中食
 - 安全・安心の確保
 - 病気・事故等の非常時における安全性
 - 見守り・通報サービス(前掲)

プラチナ・エイジング産業の世界貢献

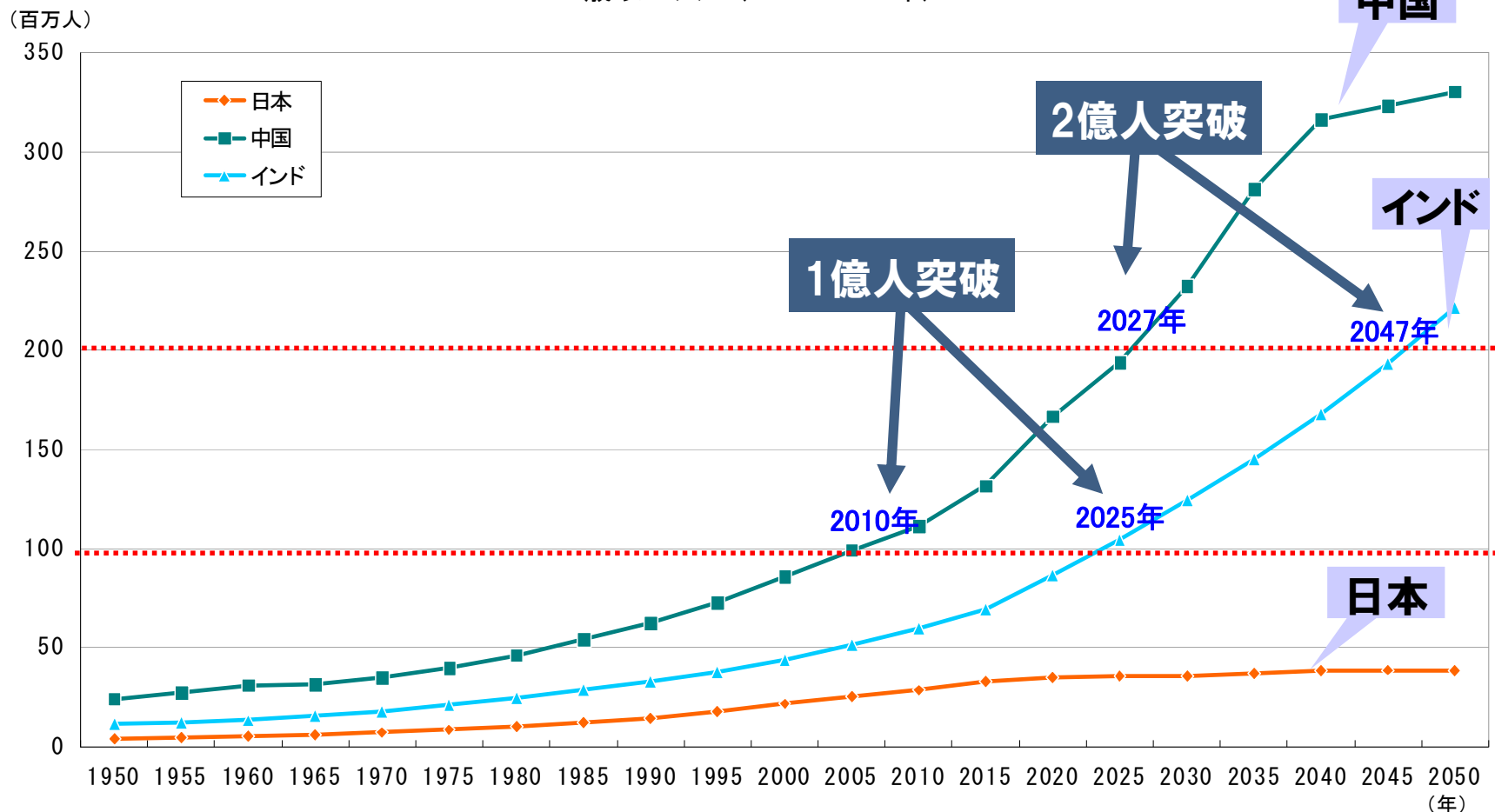
【プラチナ・エイジング産業の役割】

何歳になっても生き生きと暮らせること、それが普通な世の中を作っていくこと

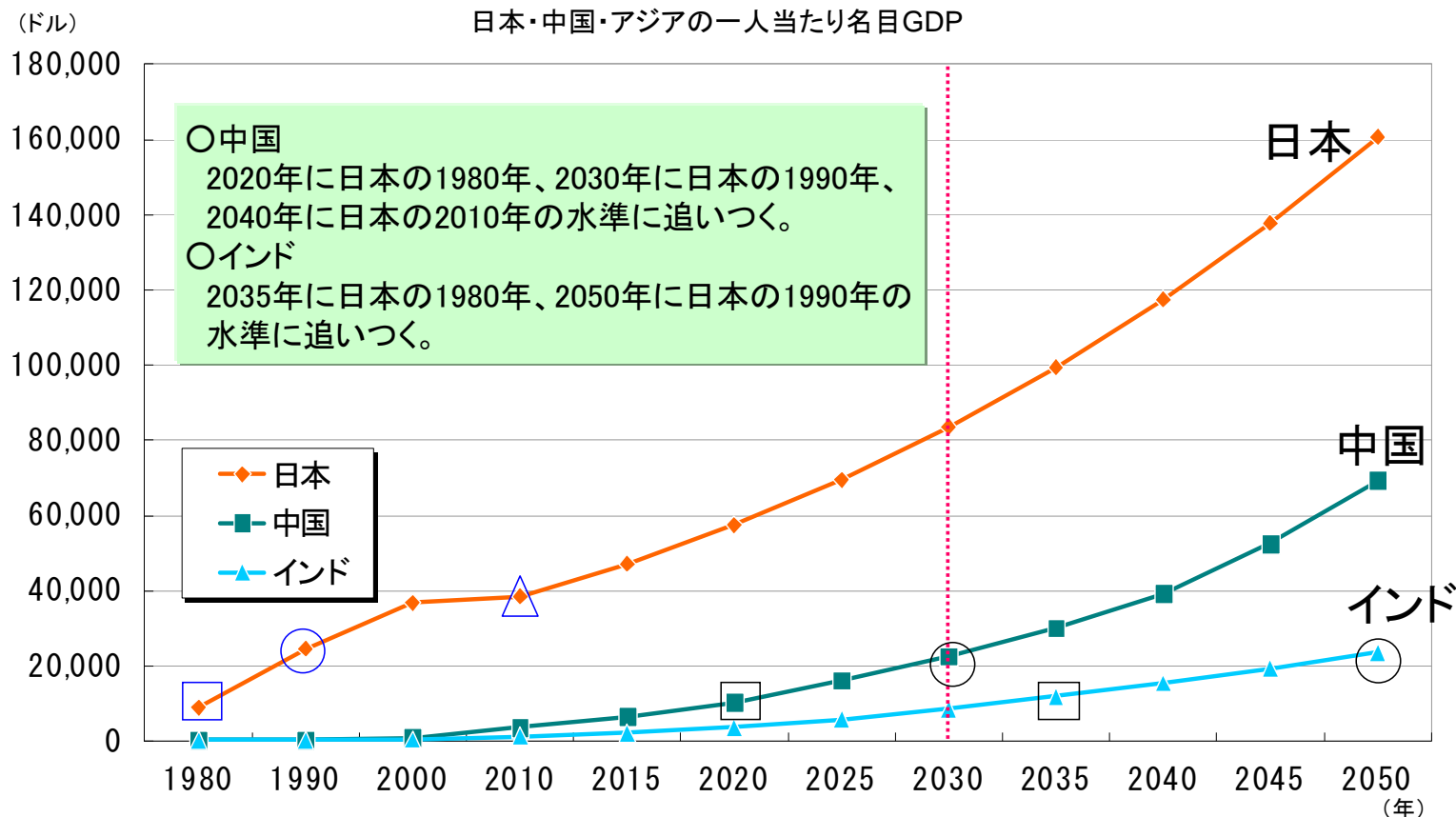
高齢先進国がそれをやれば、きっと世界に貢献できる

中国の65歳以上人口は、実数で既に1億人を超えた

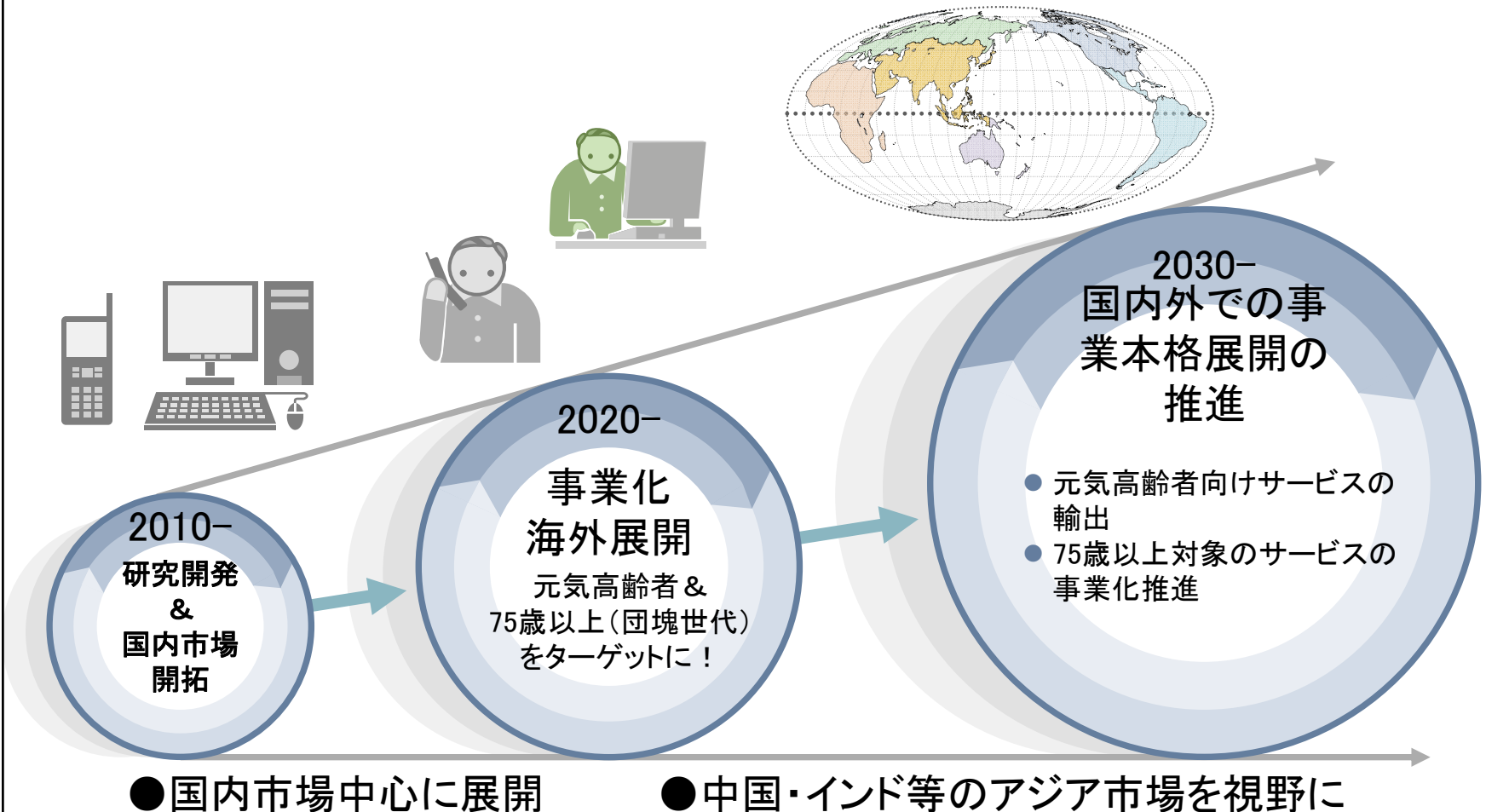
65歳以上人口(1950-2050年)



- 経済力の拡大を背景に、高齢者市場は中国で爆発的に成長、インドが続く。
中国は2030年、インドは2050年に日本の1990年水準に。



プラチナ・エイジング産業の将来展開



ご清聴有難うございました