

日本経済新聞の「経済教室」（2010年8月6日）で長沢光太郎氏（三菱総合研究所 執行役員）に、「**豊かな加齢を支える産業・世界に先駆け育成を**」が掲載されており、非常に参考になる内容でしたので参考かつ加筆させていただきました。

2010年現在、日本の75歳以上の人口は1,400万人で、2030年には2,300万人と900万人の増加が見込まれ、このような急速かつ大規模で本格的な高齢化は世界で初めてであり、解明すべき点も多い。例えば、身体機能の低下を抑え、できる限り自立を維持して安心して快適な生活を送るためには、どのようなライフスタイルが良いのか。それを支える商品・サービスや住環境は今後どうあるべきなのだろうか。今こそ「**豊かなエイジング（加齢）を支える仕組みづくり**」の重要性を認識すべきであろう。**高齢化に対応したリアリティのある成長産業像を描くことは、我が国の経済成長実現の大きなポイント**でもある。60歳以上の6割はほとんど毎日外出するなど活動的で、65歳以上世帯の金融資産は平均2,400万円と全世帯平均1,800万円よりかなり多い。

三菱総合研究所が2010年4月に60～89歳を対象にアンケートを実施した結果によれば、70代後半から身体能力や嗜好が大きく変化し、消費傾向も変わる。これを適切に対応した商品・サービスを生み出せば需要はかなり大きい。

①高齢者の各種症状改善の潜在需要は「8兆円」

高齢者が最も困っている健康上の問題は「腰・肩・ひざの痛み」や「音が聞こえにくい」（ものが見えづらいのは加齢とともに減少する）の身体機能の補完や回復のための潜在需要（様々な健康支援サービス、機能補完器具やロボットなどの商品化）は8兆円が想定される。

②高齢者用の住宅改修・住み替えの潜在需要は「5.8兆円」

体力の衰えて自宅改修や住み替えの潜在需要は高まり、その額は5.8兆円が想定される。

③高齢者の余暇活動の顕在・潜在需要は「11.2兆円」

余暇活動は70代後半から大きく変わる。圈内旅行や海外旅行、スポーツ観戦、観劇、美術館等の余暇活動費用は年間7.2兆円、未実現の潜在需要は4兆円と想定される。

④高齢者の被服費支出の顕在・潜在需要は「5.8兆円」

65歳以上の女性の3割は「気に入るデザインの服がない」「体型に合う服がない」と感じ、70代後半からも配偶者や子供からすすめられて購入を決める人が多く、価格への関心が薄れる傾向がある。60歳以上の被服費支出は年間3.4兆円に及び、推計した未実現の潜在需要は2.4兆円と想定される。

⑤高齢者の医療・保健・介護の需要は現状で「50兆円」

⑥高齢者の“食”の需要も多い

以上の団塊の世代以上の消費者が形成する市場は少なくとも74兆円、この他に潜在需要を20兆円強と想定され、今後豊かなエイジングを支える産業の市場は年率3%で成長し、2020年には「100兆円」を超える予想される。すでに述べた潜在需要が顕在化すれば市場規模はさらに大きくなる。

家計調査年報から算出すると、世帯主が60歳以上（2人以上の世帯）の家計の消費が我が国の消費支出額に占める比率は2009年で4割を占めていることから驚くには当たらない。

また、行動範囲が狭くなる75歳以上に対しては、個々の商品・サービスが「潜在」を核とした1つのシステムとして構成されることが重要である。例えば、バリアフリー化は住宅だけでなく居住地域全体で対応しなければ、むしろ室内が快適になる分だけ外出意欲を減退させる可能性もある。そのための地域セキュリティサービスや地域コミュニティの充実も必要である。しかし、高齢者の消費態度は慎重である。いずれにしても、**世界の中で真っ先に高齢化の洗礼を受ける日本市場の価値は高い。豊かなエイジングを支える新商品・サービスは今後10年、おそらく日本の市場から生まれる。**