

## 「高齢社会に対応する産業動向調査」

### －高齢化の急速な進展と高齢者市場への県内産業の対応状況－

千葉経済センター

〔(財) ひまわりベンチャー育成基金〕

千葉県は、2003年4月現在の高齢化率(注1)が15.7%となっており、既に高齢社会である。高齢者市場(注2)への対応は、今後、県内産業が発展するための重要なファクターといえる。本稿では、県内高齢化の現状と高齢者の消費の特徴等を明らかにするとともに、県内産業の高齢社会への対応振りを踏まえ、今後の方向性について考える。

(注1) 65歳以上人口が総人口に占める割合のこと。高齢化率が14%を超えた社会を「高齢社会」、21%を超えた社会を「超高齢社会」という。

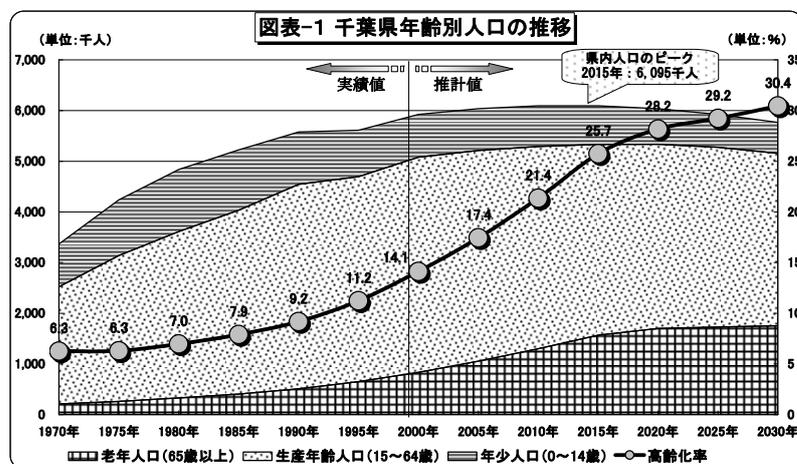
(注2) 高齢者は一般的には65歳以上とされる。しかし、高齢者を市場としてみた場合には、高齢者は経済状況や就業状況、嗜好、健康等の面で多様であり(後述)、年齢区分を特定する意義は小さい。本稿では、60歳定年が多いことから、高齢者市場は、60歳以上の高齢者の消費市場を想定するが、統計をみるときなどは他区分も併用することとする。

## 1. 千葉県の高齢化の現状

### (1) 千葉県人口の推移

千葉県の総人口は、まだ緩やかに増加している(図表-1)。しかし、国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、県内人口は2015年の6,095千人をピークに減少に転じ、2030年には、5,765千人まで減少する見込みとなっている(注3)。県内人口の動向を、年齢区分に分けてみると、年少人口(0～14歳)は、1980年(1,225千人)頃をピークに既に減少しており、2030年に608千人まで半減する見込みである。また、生産年齢人口(15～64歳)は、2000年(4,244千人)には既にピークアウトしており、2030年には3,402千人(2000年比△19.8%)まで落ち込む見通しである。一方、老年人口(65歳以上)は、一貫して増加を続け、2000年(837千人)から2030年(1,755千人)にかけて倍増が見込まれ、県内人口のほぼ3人に1人が高齢者となる。

(注3) 同推計は、全国人口将来推計の中位推計に基づいて算出されたものであり、実際には、同推計より早く人口減少・高齢化が進む可能性が高い。



(注) 出所：総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「都道府県別の将来人口推計(2002年3月推計)」

## (2) 千葉県の高齢化は急速に進展

千葉県は、高齢化率が15.7%（2003年4月現在）となっており、既に高齢社会である（図表-2）。

県内高齢化率を市町村別にみると、79市町村のうち既に44市町村は超高齢社会（65歳以上人口比率21%以上）となっている。高齢化率を市部・郡部別にみると、郡部は御宿町の35.0%を筆頭に市部と比べて高水準かつ上昇率も大きく、高齢化が急速に進んでいる（高齢化率：郡部22.4%、市部14.9%）。

図表-2 千葉県市町村別高齢化率（2003年高齢化率降順）

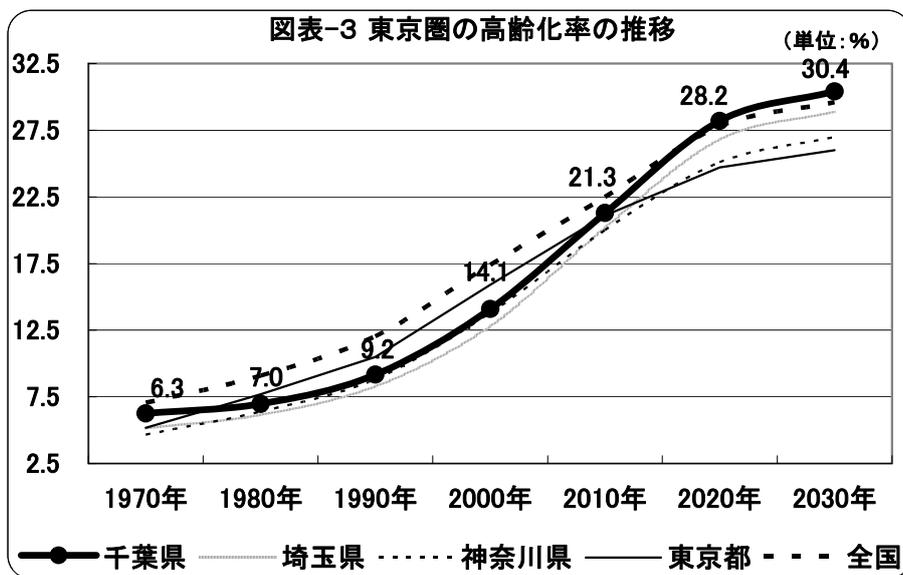
（単位：%）

	1995年	2000年	2003年	増減(Δ)率		1995年	2000年	2003年	増減(Δ)率
御宿町	27.7	31.8	35.0	3.2	成東町	18.0	20.1	21.7	1.6
白浜町	27.1	31.4	34.7	3.3	長生村	17.7	19.6	21.6	2.0
和田町	27.2	32.7	34.6	1.9	小見川町	17.0	19.7	21.2	1.5
丸山町	27.1	31.3	33.2	1.9	大栄町	18.0	20.8	20.8	△0.0
鋸南町	22.5	29.9	32.7	2.8	旭市	16.1	19.0	19.8	0.8
千倉町	25.4	29.5	32.4	2.9	海上町	16.2	18.6	19.6	1.0
富山町	26.8	30.9	31.8	0.9	印旛村	17.4	18.2	18.5	0.3
天津小湊町	24.2	28.8	31.3	2.5	君津市	13.0	16.4	18.4	2.0
富浦町	23.4	27.7	30.9	3.2	大網白里町	15.1	16.9	18.3	1.4
長南町	22.9	27.2	29.5	2.3	茂原市	13.7	16.6	18.0	1.4
夷隅町	24.0	28.1	29.4	1.3	木更津市	12.4	15.5	17.3	1.8
大多喜町	25.4	28.6	29.2	0.6	山武町	13.3	15.3	17.0	1.7
大原町	22.2	25.7	28.3	2.6	東金市	14.1	15.5	16.6	1.1
勝浦市	21.9	25.8	28.1	2.3	本埜村	19.9	14.7	15.9	1.2
岬町	22.8	26.2	28.1	1.9	我孫子市	10.4	13.8	15.9	2.1
鴨川市	23.5	26.9	27.5	0.6	野田市	11.2	14.0	15.8	1.8
千潟町	22.3	25.5	27.2	1.7	栄町	11.4	14.1	15.7	1.6
館山市	22.2	25.5	27.2	1.7	四街道市	9.6	12.7	15.1	2.4
三芳村	26.0	28.7	27.1	△1.6	流山市	10.1	13.1	14.8	1.7
多古町	21.3	24.6	26.7	2.1	袖ヶ浦市	11.2	13.5	14.8	1.3
山田町	21.8	24.9	26.5	1.6	佐倉市	10.1	12.7	14.8	2.1
栗源町	21.4	24.3	26.3	2.0	市原市	10.1	13.0	14.8	1.8
一宮町	20.5	23.7	25.4	1.7	酒々井町	10.1	12.7	14.8	2.1
睦沢町	20.3	23.1	25.3	2.2	船橋市	9.3	12.6	14.5	1.9
光町	21.0	23.7	25.3	1.6	千葉市	9.4	12.6	14.2	1.6
白子町	19.9	22.3	25.0	2.7	八千代市	9.5	12.6	14.2	1.6
銚子市	18.5	22.5	24.7	2.2	鎌ヶ谷市	9.0	12.4	14.2	1.8
蓮沼村	20.8	23.9	24.4	0.5	松戸市	8.8	12.2	14.1	1.9
横芝町	18.5	21.8	24.2	2.4	習志野市	9.1	12.1	14.1	2.0
八日市場市	20.4	23.1	24.1	1.0	柏市	9.3	12.4	14.1	1.7
長柄町	20.8	24.7	24.1	△0.6	八街市	10.6	12.2	13.5	1.3
富津市	18.0	21.6	23.9	2.3	沼南町	8.7	11.8	13.3	1.5
松尾町	18.4	21.9	23.6	1.7	成田市	10.7	12.3	13.2	0.9
佐原市	18.3	21.6	23.6	2.0	市川市	9.1	11.5	12.5	1.0
九十九里町	19.7	21.9	23.5	1.6	富里市	9.1	11.3	12.0	0.7
野栄町	18.5	21.6	23.4	1.8	白井市	7.5	10.3	11.8	1.5
飯岡町	19.0	21.5	23.3	1.8	印西市	8.8	10.4	11.7	1.3
芝山町	19.7	23.1	23.2	0.1	浦安市	5.7	7.6	8.2	0.6
下総町	18.0	21.0	22.8	1.8	市計	10.4	13.4	14.9	1.5
東庄町	17.8	20.9	22.7	1.8	町村計	16.2	19.5	22.4	2.9
神崎町	18.7	20.1	22.3	2.2	合計	11.2	14.1	15.7	1.6

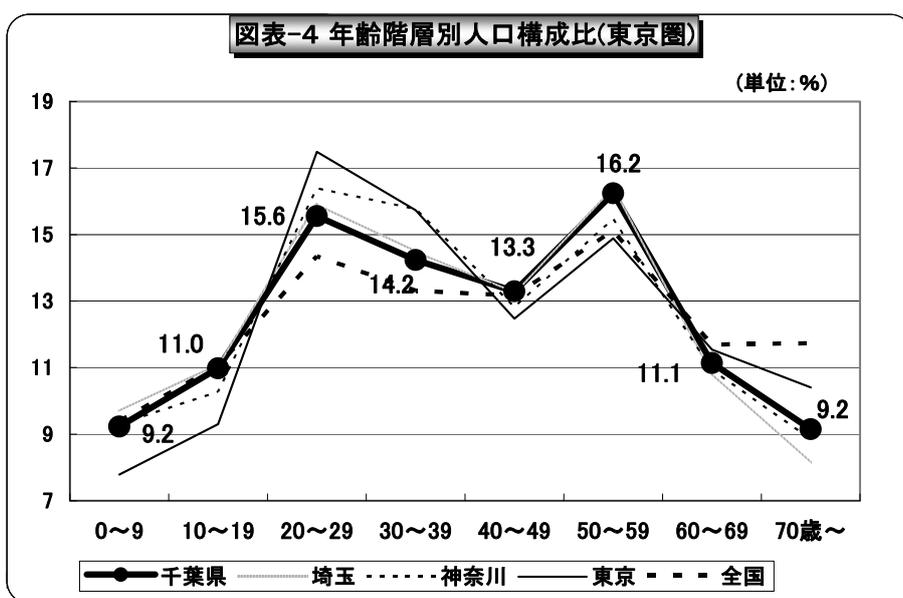
(注) 1. 出所：総務省「1995年・2000年国勢調査」、千葉県健康福祉部「2003年千葉県高齢者人口の調査」  
 2. 野田市は、合併前の野田市と関宿町の人口を合算して計算した。

ここでは、人口動態や経済環境が比較的似ている東京圏（千葉県・埼玉県・神奈川県・東京都）の高齢化率の動きに絞って考えてみたい。東京圏の高齢化率は、各都県とも2010年までは全国平均を下回る見込みとなっている（図表-3）。しかし、2020年以降になると、千葉県の高齢化率のみが全国平均を上回り、東京圏の1都3県で最も急速に高齢化が進む見込みである。

東京圏の年齢階層別人口構成比をみると（図表-4、2000年国勢調査）、千葉県は、高齢者予備軍である40～50歳代の人口割合が比較的高くなっている。また、60歳以上人口は、東京都に次いで多いことから、千葉県は、東京圏のなかで最も高齢化が急速に進む可能性が高い人口構成といえる。



(注) 1. 出所: 1970～2000年は総務省「国勢調査」、2001年以降は国立社会保障・人口問題研究所「都道府県の将来推計人口(2002年3月推計)」  
 2. 表中の数字は千葉県の高齢化率。



(注) 1. 出所: 総務省「2000年国勢調査」  
 2. 表中の数字は千葉県の年齢階層別構成比。

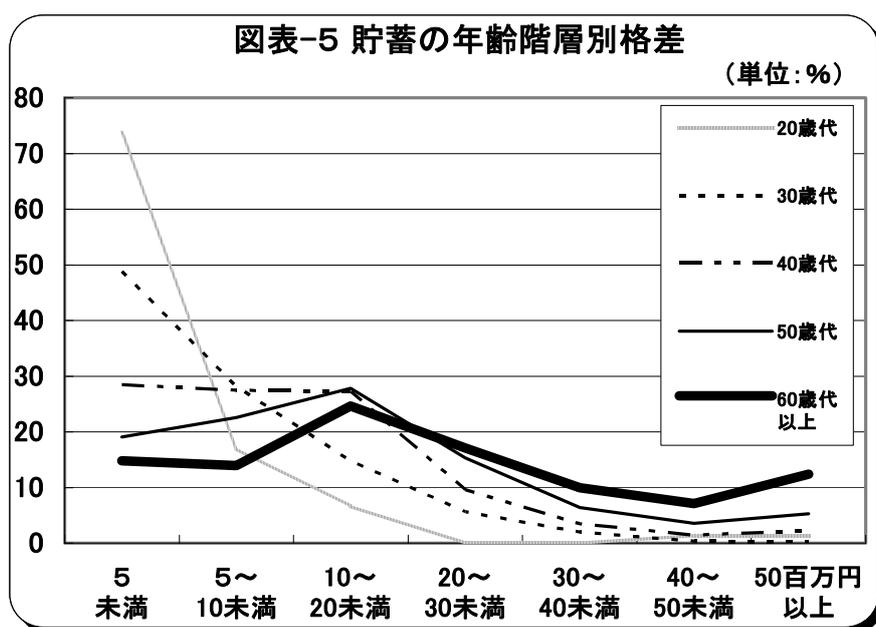
## 2. 高齢者市場と高齢社会に対応する産業の動向

### (1) 注目が高まる高齢者市場

千葉県今後の人口動向をみると、総人口は緩やかに減少に向かうなか、高齢者人口のみが増加を続ける。こうした高齢者の人口増加を背景に、高齢者市場への注目が高まっている。これからは、広範囲にわたる高齢者の貯蓄や消費行動などの特徴を明らかにし、高齢者ニーズを的確に捉え、高齢者市場に取り組むための手掛かりとしたい。

#### ① 高齢者の経済的格差は大きい

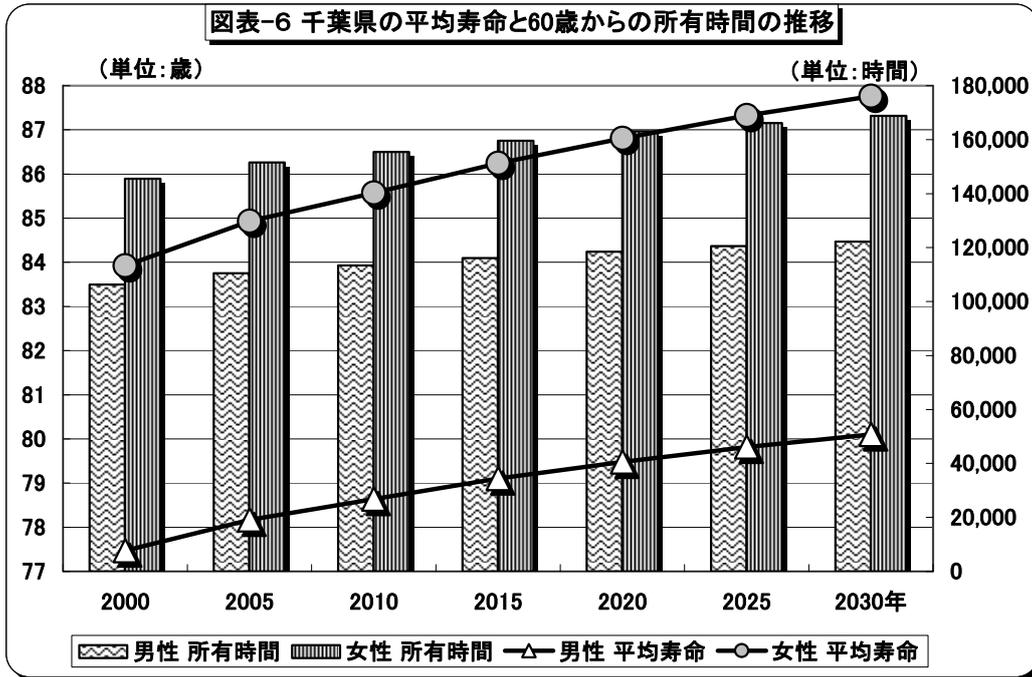
千葉県の金融資産貯蓄額の年齢階層別のシェアをみると、全国（全国平均 50.8%）と同様、60 歳代以上が 45.7%と高くなっている（貯蓄平均額：2,094 万円）。一方、貯蓄額の年齢階層別格差をみると、60 歳代以上では、高貯蓄層（貯蓄額 5,000 万円以上：12.4%）から、低貯蓄層（同 500 万円未満：14.8%）までばらつきがみられる（図表-5）。これらからみて、高齢者の貯蓄額は他の年齢層と比べると総じて多くなっているが、貯蓄額別に全体を眺めると、高齢者の経済的格差は他の年齢層より大きい。このことは、高齢者の消費行動が他の年齢層より多様なものとなっている大きな要因といえる。



(注) 出所: 総務省「2002年貯蓄動向調査」から作成。

#### ② 高齢者は膨大な自由時間を所有

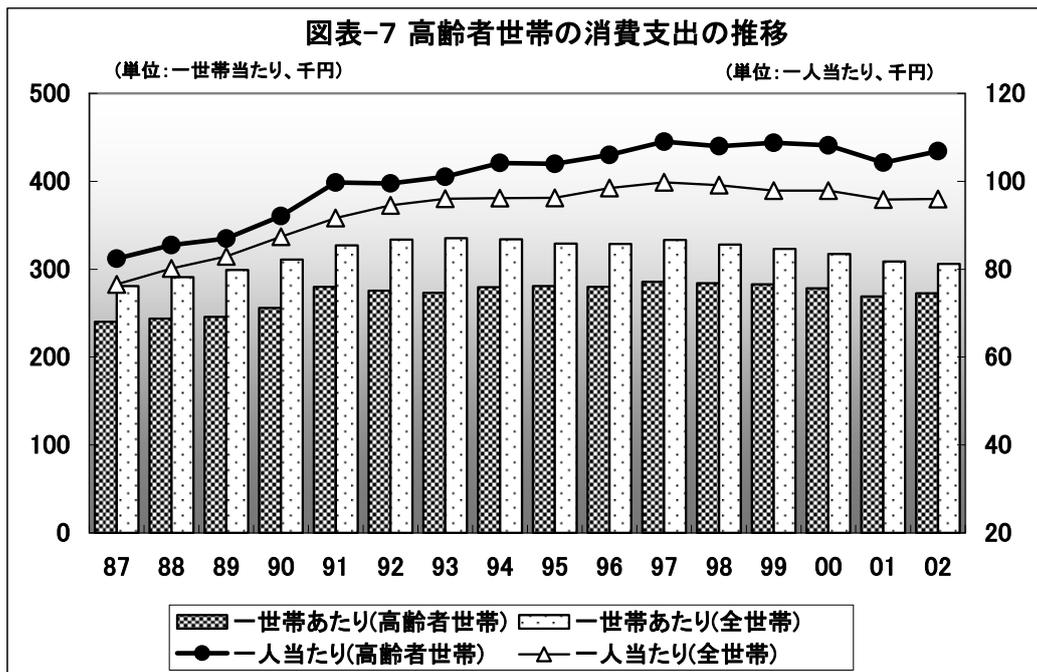
千葉県の平均寿命(1995~2000年平均)は、男性 77.5 歳(全国平均 77.2 歳)、女性 83.9 歳(同 83.9 歳)となっているが、2030 年になると、男性 80.1 歳(同 79.2 歳)、女性 87.8 歳(同 87.7 歳)に伸長する(図表-6、国立社会保障・人口問題研究所)。千葉県の平均寿命から、県内高齢者の定年後の所有時間を算出すると、男性(2000年: 106,233 時間→2030年: 122,226 時間)、女性(同: 145,455 時間→168,806 時間)ともに大幅に増加する。



(注) 1. 出所: 国立社会保障・人口問題研究所「都道府県の将来推計人口(平成14年3月推計)」のデータを基に作成。  
 2. 所有時間は、定年年齢を60歳とし、睡眠時間の7.34時間(2000年国民生活時間調査[NHK]の60代の平均値)を控除して計算した。

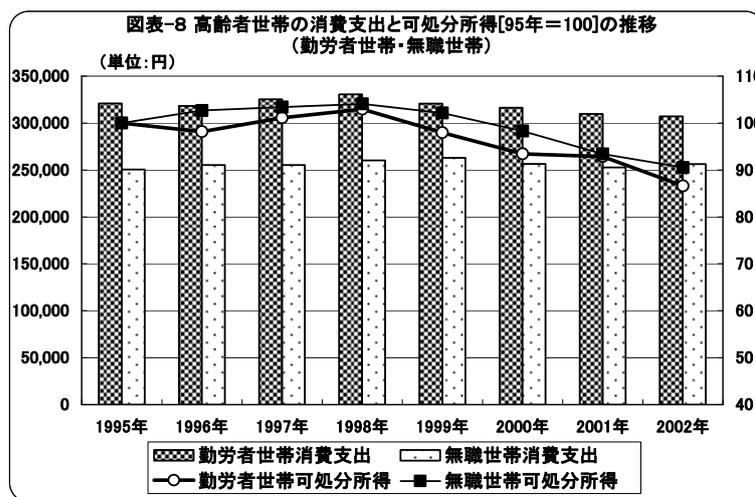
### ③高齢者の消費行動は「コミュニケーション」を重視

全世帯と高齢者世帯(世帯主が60歳以上の世帯)の一人当たり消費支出を比較すると、高齢者世帯の水準は、全世帯より1割程度高い(図表-7)。また、全世帯では近年漸減しているが、高齢者世帯は2002年になって増加するなど、底堅い動きをしている。



(注) 出所: 総務省「家計調査年報」

高齢者世帯を勤労者・無職世帯に分けてみると、勤労者世帯の消費支出は無職世帯より2割程度多くなっている(図表-8)。また、消費支出と可処分所得との相関をみると、ほぼ比例関係となっていることから、就業による所得の有無や増減が高齢者の消費動向に影響を与えていることが分かる。



(注) 1. 出所:総務省「家計調査年報」  
2. 勤労者・無職世帯は世帯主の就業状況により区分した。  
3. 1か月間(年平均)の数値により作成した。

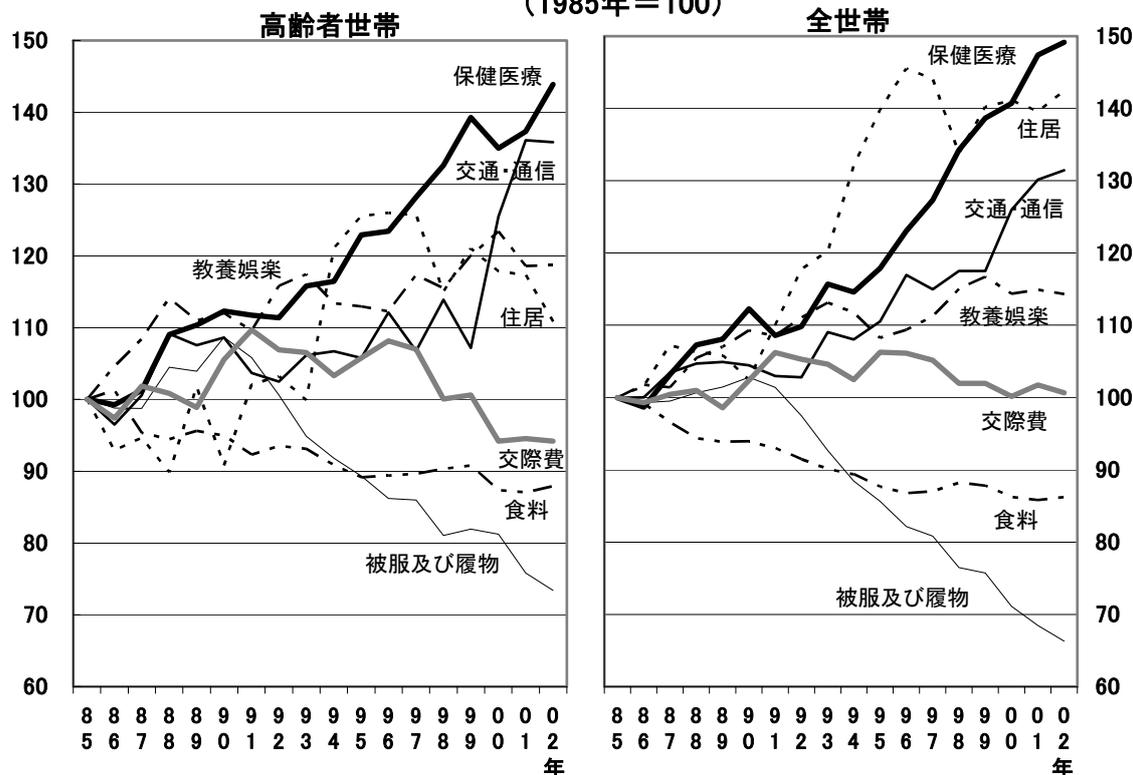
高齢者世帯の消費支出構成比をみると、「食料」、「交際費」、「教養娯楽」、「保健医療」などの項目が全世帯より高くなっている(図表-9)。消費支出構成比を指数化し時系列の動きをみると(図表-10)、高齢者世帯では、健康志向の強まりから「保健医療」が大幅に増加している。また、「交通・通信」も、全世帯より水準が高く1999年以降大幅に増加しており、高齢者は旅行などに積極的にでかける行動派であるといった一面がみてとれる。一方、構成比が近年減少している項目は、「被服及び履物」、「住居」となっている。

図表-9 消費支出額と構成比(高齢者世帯・全世帯)

	高齢者世帯 (60歳以上)		全世帯	
	消費支出	構成比	消費支出	構成比
消費支出	284,253	—	306,129	—
食料	69,739	24.5	71,286	23.3
交際費	37,156	13.1	28,857	9.4
教養娯楽	30,206	10.6	31,000	10.1
交通・通信	29,896	10.5	36,469	11.9
諸雑費	21,236	7.5	20,806	6.8
光熱・水道	20,896	7.4	21,014	6.9
住居	17,369	6.1	20,256	6.6
保健医療	13,774	4.8	11,590	3.8
被服及び履物	13,122	4.6	14,565	4.8
家具・家事用品	10,781	3.8	10,512	3.4
教育	1,558	0.5	12,795	4.2

(注) 1. 出所:総務省「2002年 家計調査年報」  
2. 主要項目のみ掲載しているため、構成比合計は100にならない。  
3. 高齢者世帯の網掛けは全世帯より構成比が大きい項目。

図表-10 消費支出構成比の推移  
(1985年=100)



(注) 1. 出所:総務省「家計調査年報」  
2. 主要項目のみ掲載。

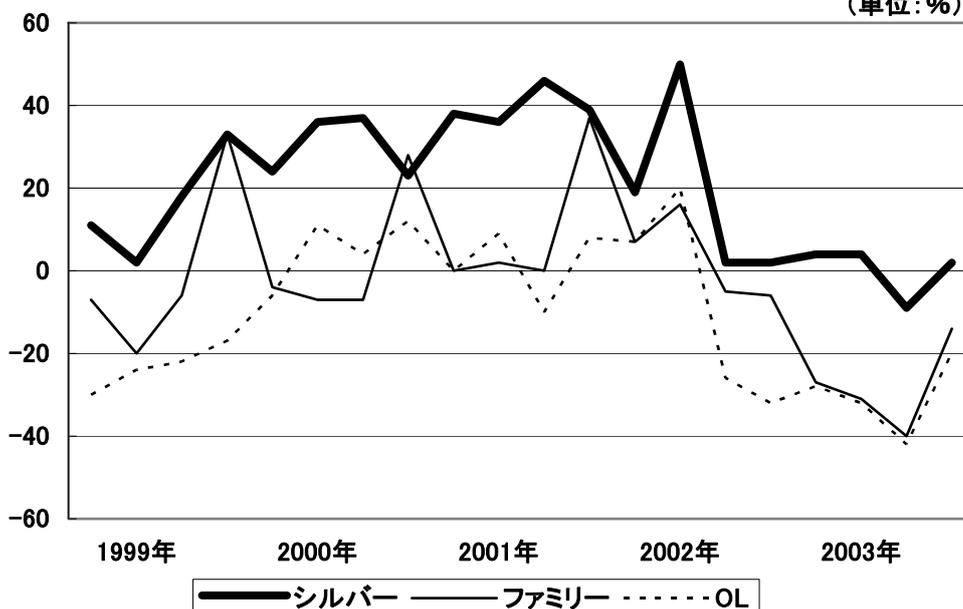
#### ④高まる高齢者の旅行ニーズ

高齢者の旅行ニーズの高まりは、家計調査でも確認できたが、今回のヒアリング調査でも多く聞かれた。ここでは、高齢者の旅行ニーズの高まりを国内・海外に分けてみていきたい。国内旅行商品動向調査によると、シルバー（高齢者）の増加率は、ファミリーやOLと比べて概ね高い水準となっている（図表-11）。国内旅行は、02年初以降はファミリー・OLは前年比2～4割もマイナスとなっているが、高齢者はほぼ前年並みの水準で底堅く推移している。また、海外旅行者の年齢階層別の推移をみると、49歳以下は1997年から2002年にかけて減少しているが、50歳以上は大幅な伸びを示し、特に60歳以上は2割方増加している（図表-12）。

以上、高齢者の消費の特徴をみてきたが、総括すると、「旅」「食」「健」「遊」などに関する消費を通じて、他者との「交際（コミュニケーション）」を図ることを重視しており、高齢者の消費行動は「内向き」ではなく「外向き」といえる。

図表-11 旅行商品動向調査(国内旅行:前年比)

(単位:%)



(注) 1. 出所:社団法人 日本旅行業協会  
2. シルバーは60歳以上。

図表-12 海外旅行者の年齢階層別の推移

(単位:千人、%)

	合計	20歳未満	20~49歳	50~59歳	60歳以上
1992年	11,791	851	7,890	1,794	1,255
1997年	16,803	1,348	10,658	2,724	2,072
2002年	16,523	1,327	9,529	3,134	2,533
97年比増減率	▲ 1.7	▲ 1.6	▲ 10.6	15.1	22.2

(注) 出所:法務省「出入国管理統計」

## (2) 高齢者市場は多様性のある有望市場

このようにみえてくると、高齢者市場は、高齢者の経済的状況や就業状況、嗜好、健康などの違いによってかなりの多様性があることが分かる。今後、高齢者市場に対応する事業を考えていくためには、平均では捉えきれない高齢者市場の多様性に着目し、まずは顧客となるターゲット層を明確にすることが重要なポイントといえる。

高齢者市場というと、一般的には介護市場を想定することが多い。しかし、実際には高齢者の97%が、加齢に伴う身体的機能の緩やかな低下を伴いつつも、特別の介護を必要としない健常高齢者である。高齢者市場を捉えるときには、健常高齢者ニーズへの対応と要

介護高齢者への支援を車の両輪として考える必要がある。介護市場は高齢者の一つの需要に過ぎず、高齢者市場は介護市場以外の分野で多様化し、市場規模も拡大するとみる向きが多い(65歳以上市場規模:2000年34.6兆円→2015年60.1兆円[+73.7%]、電通推計)。

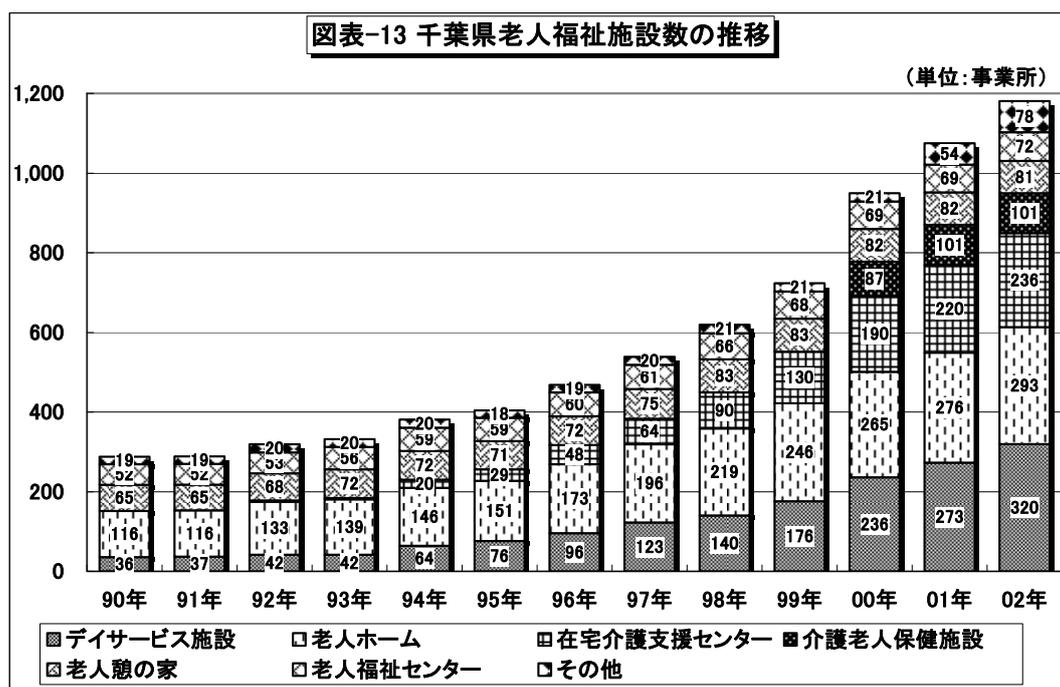
### (3) 高齢社会に対応する県内の産業動向

高齢者市場は、その潜在的な規模からみても、飛躍的に拡大する可能性がある数少ない市場といえる。一方、高齢者は、経済的格差や就業状況などの違いにより多種多様な価値観を持ち、需要が細分化されたニッチな市場であることから、高齢者市場への対応は容易ではないとする向きも少なくない。

県内産業の高齢者への対応状況をみると、介護関連では、2000年の介護保険制度スタート後、民間事業者の参入が活発化する動きが目立っているのをはじめ、その他産業でも、本格的な高齢社会の到来をにらみ、ここへきて高齢者向け事業に積極的に取り組む動きがみられる。ここでは、そうした企業の事例を紹介しながら、最近の県内産業の高齢社会への対応振りについてみていきたい。

#### ①老人福祉施設が大幅増加

県内の老人福祉施設数は、2000年4月の介護保険法施行のあと、急速に増加しており、2002年4月現在1,181事業所となっている(図表-13)。老人福祉施設を種別にみると、軽・中度の介護認定高齢者向けサービスを行なう、デイサービス施設や在宅介護支援センターが、近年大幅増加している。老人福祉施設数を経営主体別に時系列でみると、1991年までは、市町村営が一番多かったが、1992年以降は社会福祉法人が最も多くなり、2000年以降、民間事業者が急増している。2002年4月の老人福祉施設数は、「社会福祉法人」589事業所、民間・NPO法人などの「その他」354事業所、「市町村営」238事業所となっている。このようにみると、高齢者福祉施設の経営主体は、高齢者市場の拡大に併せて、官から民へ次第にその軸足を移してきたといえる。

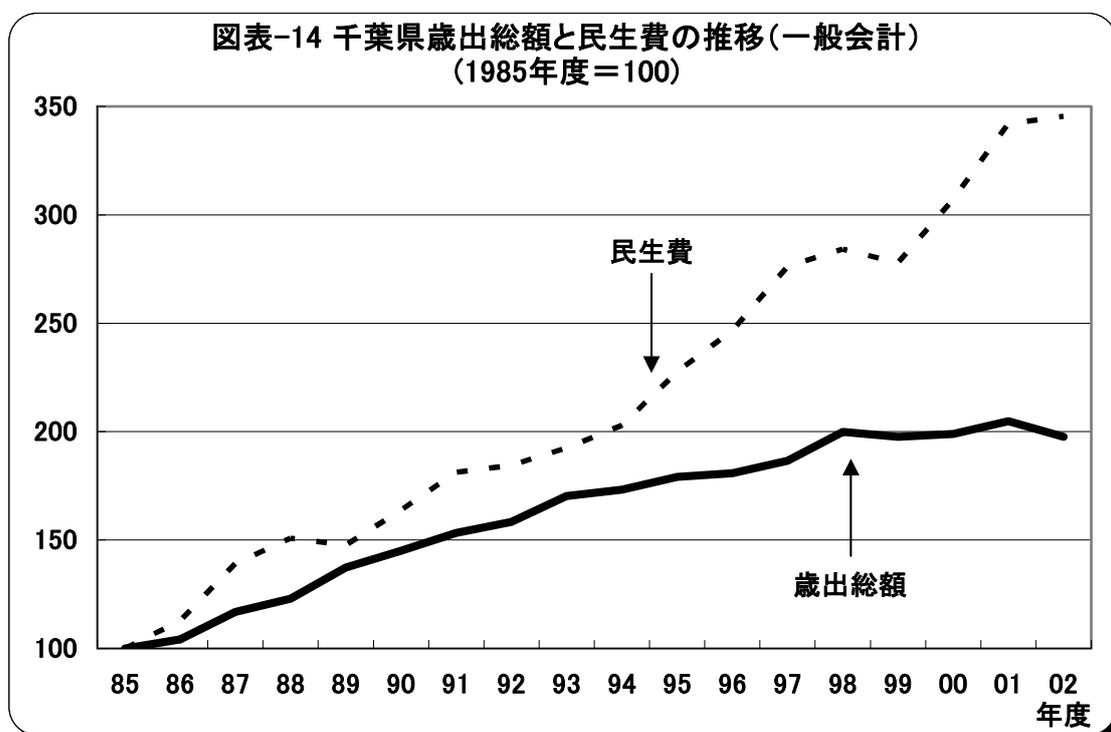


(注) 出所:千葉県健康福祉部「社会福祉施設等一覧表」

その背景には、財政悪化に伴う地方自治体の高齢者等の福祉負担の増加がある。本県の歳出総額は、1998年以降ほぼ横ばいで推移しているのに対し、民生費（社会福祉費等）は、一貫して右肩上がりの増加が続いている（図表-14）。1985年度を100とした指数で見ると、2002年度には歳出総額が198に対し、民生費は345まで膨らんでいる。2001年度における、県と市町村合計の自主財源（地方税＋使用料・手数料など）に占める民生費割合は2割を超え（1996年18.8%→2001年22.2%）、福祉分野が財政上の大きな負担になっている。地方財政が厳しさを増すなか、各自治体では福祉分野において民間との協働を前面に打ち出し、NPO法人などの民間活力への期待感を強めている。また、県内産業の多くは、景気の長期低迷や産業の成熟化に伴い競争が激化し、業況が頭打ちとなっている。このため企業のなかには、事業の再構築や経営の多角化を志向し、将来的な成長が期待される介護市場へ参入する先が増加している。

A社（介護・家電販売）は、老舗の家電販売業者だが、量販店の台頭等から販売高が頭打ちの状態であった。家電の設置や修理などで得意先（高齢者世帯4割）を訪問するなか、訪問介護の需要が大きいことに気づき介護事業に参入した。その後、介護タクシー分野にも事業拡大を図るなか、ヘルパー訪問回数は前年比ほぼ倍増となり、介護部門と家電部門の売上構成は、最近では介護部門が8割を占めるようになった。

B社（介護NPO法人）は、学校区に1件の多機能型小規模介護施設を作るとの目標をかかげNPO法人を設立、高齢化が進展し空き店舗が目立つ駅前商店街にデイサービス施設を開所した。駅前商店街に立地したのは、高齢者が当施設を利用することで、人との出会いの機会が増えればとの考えによるもの。高齢者が安心して利用できるよう普通の民家を利用し、食事やお風呂も好きなききに利用できるアットホームなサービスを行なっている。利用者からは、さながら家にいるようだと呼称を得ている。



- (注) 1. 出所：千葉県統計年鑑  
2. 民生費＝社会福祉費＋児童福祉費＋生活保護費＋災害救助費

## ②高齢者を積極的に雇用する動き

県内の雇用情勢をみると、全体としては厳しい状況に変わりはないが、ひと頃に比べ企業の人員過剰感が薄らいできている。業況が好転している製造業の一部には、一時的に雇用者を増やす先も出てきている。しかし、高齢者の雇用に限ってみれば、依然厳しい状況が続いている（60歳以上有効求人倍率：2003年10月0.15倍）。このような状況下、少数ではあるが、高齢者雇用に積極的に取り組む動きがみられる。これらの先では、高齢者の豊富な知識や経験を有効に活用したり、高齢者ニーズのマーケティングに高齢者を起用してデータベース化するなど、新たなビジネスチャンスにつなげようとするケースもみられる。

C社（旅行代理店）では、顧客の会員組織のなかから高齢者を添乗員として雇用し積極的に活用している。山登りやスケッチなど高齢者の豊富な知識やノウハウを有効活用するとともに、同年代の旅行需要開拓につなげるのが狙い。また、ツアー終了後顧客にアンケートを実施し、得られた情報はデータベース化している。同社は、高齢者は嗜好がはっきりしており、データベース化に基づくワンツーワンのアプローチは有効、としている。

D社（宿泊施設）では、小・中学校の体験学習等の需要に対応し、様々なふるさと体験コースを用意している。わら・竹細工や農業体験などのインストラクターに地元高齢者を雇用し、高齢者の知識・経験を有効活用している。田舎のおじいちゃん、おばあちゃんとのふれ合いが宿泊客からは好評で、熱心なリピーターが見られるなど、宿泊客数は近年堅調に推移している。

## ③高齢者向けの住環境整備や街づくりに向けた動き

本格的な高齢社会の到来をにらみ、住環境整備や街づくりにより高齢者の暮らしやすさを追求するとともに、高齢者により豊かな生活を提案しようとする動きがみられる。この背景には、介護・福祉の問題は、要介護高齢者を身内に持つ家族だけの問題ではなく、地域全体の問題であるとの考え方が根底にある。

E社（ディベロッパー）では、介護施設、福祉系の大学などを配置した高齢者福祉の街整備に向け、医療・介護、教育、住居、運動・レクリエーションの4分野にエリアを分けて開発を行っている。住居は、段差のないバリアフリー化、緊急通報装置など高齢者の安全性に配慮し、高齢者が暮らしやすい環境づくりを行なう。同社は、今後高齢化が進展するなかでは、介護・福祉分野と地域との共生が重要なテーマであり、そのためには、街づくり段階での対応が必要である、としている。

F社（建設・不動産業）では、県内初となる高齢者向け優良賃貸住宅事業に取り組んでいる。この賃貸住宅事業では、県の条例で一般住居を全体戸数の4分の1以上とするよう義務付けられており、高齢者と若年者が共存できる住空間を目指している。今後は県内各市町村に対しても、同事業による取り組みを積極的に働きかけ事業拡大を図りたい、としている。

## ④観光関連では、都市部・郡部で温度差

県内の観光関連（ホテル・旅館等）の動きみると、都市部と郡部では、主要顧客層の違いなどから、高齢者向けの対応に温度差がみられる。郡部では、宿泊者は若年者の減少もあって高齢者が多くなっており、高齢者向けの対応に熱心に取り組む向きがみられる。一

方、都市部では、ディズニーランド向けファミリー層や商用ビジネスマン等を主要ターゲットとしており、高齢者向けの対応を積極的に行なっている先はまだ少ない。

G社（ホテル：郡部立地）では、宿泊客の約6割が高齢者であり、高齢者向けの対応は必要不可欠としている。具体的には、料理に気を使うとともに、アットホームな雰囲気となるような接客を心がけている。今年に入り、バリアフリー施設（客室・トイレ・浴室）への投資を行うなど、高齢者のみならず身障者への対応も進めている。

H社（ホテル：都市部立地）の主要宿泊客は、ディズニーランド等観光向けファミリーか、商用ビジネスマンとなっている。これらの客をいかに取り込むかが経営課題であり、高齢者向けに絞った対応は特に行なっていない。

### ⑤その他高齢者を意識した産業の動き

I社（百貨店）では、店舗の改装に併せ、高齢者向けショップの増床を行なった。既存の衣料品に加え、顧客から要望が強かった肌着部門をはじめ、健康食品や、リラクゼーション施設を新設するとともに、従来はテナントが各階に分かれていた介護用品等の売場を同ショップに集約し、高齢者のワンストップショッピングニーズを満たすよう工夫した。同ショップの売上は、開業以来前年比二桁増加を続けている。

J社（自動車販売）では、介護・福祉車両の専門展示場を設置し同車両の販売に特化している。同展示場では、介護用品（車椅子・ベッド・入浴設備など）の展示も行っており、車両と介護用品を展示することで、相乗効果がみられた。同社では、将来的に、当展示場が介護・福祉の情報発信基地となることを期待している。

## 3. 高齢社会に対応する産業の今後の方向性

### （1） 高齢社会を前向きに捉え行動しよう

千葉県は、東京圏で最も早く高齢化が進展する可能性があるが、高齢化は、日本全体で見ても、世界で類をみない速さで進んでいる。今後は、中国で人口抑制政策の浸透から将来的には未曾有の高齢社会となるなど、高齢化問題は世界的な問題となっている。高齢社会に対応したビジネスモデルの構築は、県内・国内へのビジネスチャンスの拡大にとどまらず、世界規模の成長も期待できる。

従って、これからは、日本を高齢化先進国と前向きに捉え、高齢化を大きなビジネスチャンスとして行動を起こし、的確に対応した企業が飛躍・成長する可能性が高い。

### （2） 高齢社会では中小企業が特性を活かし成長する場が広がる

高齢者市場は、高齢者の多種多様な価値観に伴うニッチな市場である。今後は、団塊世代が高齢者入りすることもあるなど、高齢者のニーズは更に多様化が見込まれている。細分化された高齢者ニーズに対しては、ワンツールのアプローチが有効であるが、この点、大企業は小回りがきかないし、きめ細かな対応はとりづらい。その反面、中小企業は、特有の小回りのきく経営により、活躍の場は広がるとみられる。中小企業が、成長を遂げるためには、新しい市場を積極的に開拓する必要があるが、高齢者ニーズを的確に捉え、多品種少量生産や細やかなサービスの実施などにより、ビジネスチャンスは多方面に拡大する。

### (3) 高齢者を雇用面で活用することは個人消費の嵩上げに寄与する

県内総人口は、将来的には緩やかに減少に向かうが、人口減少の中身を見ると、減少するのは生産年齢・年少人口であり、老年人口は大幅増加する。ここでは、人口の大多数を形成する高齢者を需要面からのみ捉えるのではなく、積極的に供給サイドに立たせるといった視点の重要性を強調しておきたい。高齢者は、将来に備え貯蓄する必要のある若年層と比較すると、既に相応の貯蓄を所有している。従って、高齢者が豊富な人生経験やノウハウを活かして就業し所得を得るということは、高齢者の消費意欲を直接喚起し、個人消費の嵩上げにつながる可能性が高い。このように、高齢者の能力や活力を有効に引き出すことは、今後の県内経済や企業活動の活性化の根源に十分成り得ると考える。

(関 寛之)