

第Ⅲ章

シルバーサービス市場に関するアンケート調査結果

III. シルバーサービス市場に関するアンケート調査結果

1. 調査の枠組み

現在、全国の企業がシルバーサービス市場にどの程度参入しており、今後、どのような参入の意向を持っているかを把握し、シルバーサービスの振興方策を検討するための材料にする目的で、上場企業を対象とするアンケート調査を実施した。

本調査の枠組みは以下のとおりである。

図表 III-1 アンケート調査の枠組み

- アンケート調査名：「企業における高齢社会への対応に関する意識調査」
- 調査目的：上場企業に対するアンケート調査を行い、シルバーサービス市場の現状と意向を把握することを目的に実施
- 主な調査項目：
 - ・ 企業概要
 - ・ シルバーサービスの考え方について
 - ・ シルバーサービスへの参入状況について
 - ・ シルバーサービスの充実について
- ※ 詳細はアンケート調査票を参照
- 調査対象：上場企業 3500 社
(全上場企業 3918 社を 29 業種に分類し、全企業数の割合で按分し抽出)
- 回答数：有効回答数 288 件。回収率 8.2%
- 調査方法：郵送によるアンケート調査（郵送配布、郵送回収）
調査票送付先は「経営企画担当者・広報」
- 調査時期：2007 年 3 月

2. 調査結果

本調査結果で明らかになった“シルバーサービス”の市場動向や実態と課題は以下の通りである。

(1) 全企業の傾向

1) “シルバーサービス”の考え方について

・「全企業」「参入企業」とも、約4割が「65歳以上」、約3割が「60歳以上」をイメージしている。
 ・「全企業」「参入企業」とも、「高齢者を対象としたサービス全般」をイメージしている。「公的介護保険給付サービス」とイコールで結びつけて考えている企業は、「全企業」のうち5.6%と少ない。

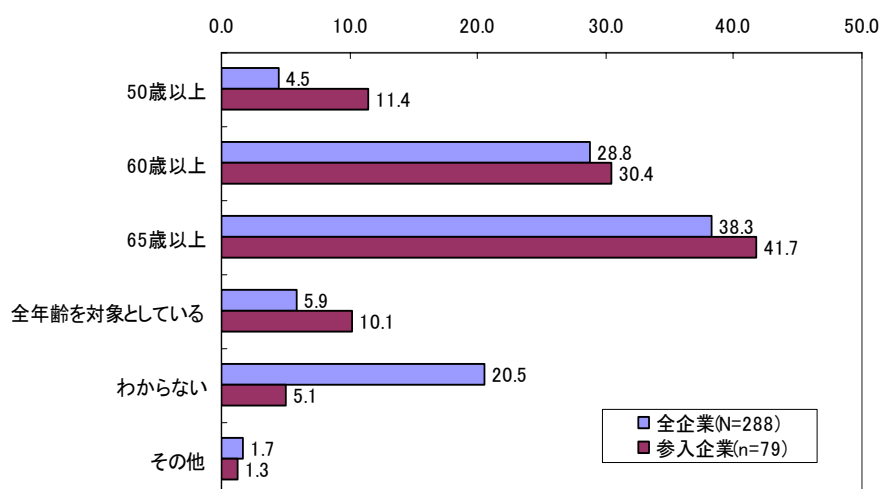
① “シルバーサービス”といった場合の対象年齢

“シルバーサービス”の対象年齢を尋ねたところ、回答企業全体(=「全企業」)でもシルバーサービス分野にすでに参入している企業(=「参入企業」)のみでも、約4割が「65歳以上」、約3割が「60歳以上」と回答している。

図表 III-2 シルバーサービスの対象年齢 (単数回答)

	全企業(N=288)		参入企業(n=79)	
	n	全体 %	n	全体 %
50歳以上	13	4.5	9	11.4
60歳以上	83	28.8	24	30.4
65歳以上	110	38.3	33	41.7
全年齢を対象としている	17	5.9	8	10.1
わからない	59	20.5	4	5.1
その他	5	1.7	1	1.3
無回答	1	0.3	0	0.0
全体	288	100.0	79	100.0

シルバーサービスの対象年齢

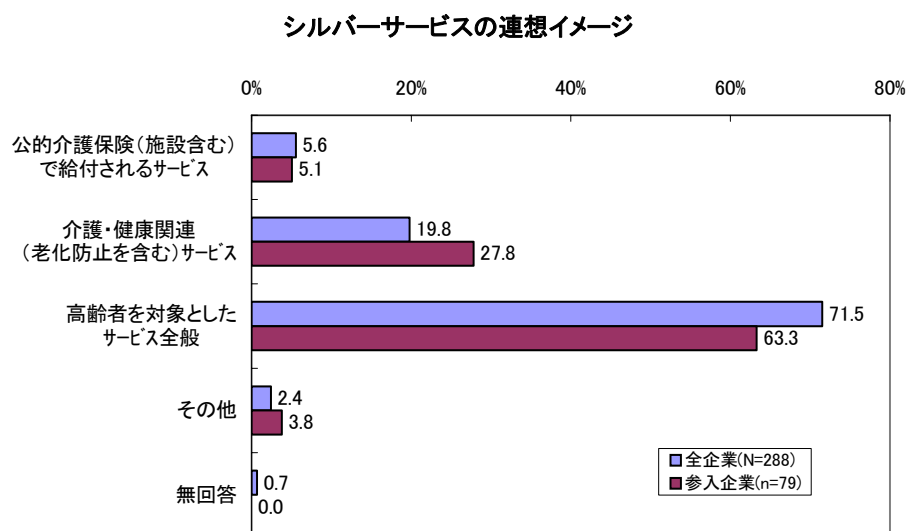


② “シルバーサービス” といった場合に連想するイメージ

“シルバーサービス” に対する連想イメージは、「全企業」、「参入企業」のいずれも、「高齢者を対象としたサービス全般」と回答した企業が過半数を超えた。「その他」の回答（自由記載）としては、「アクティブシニア」、「安全を重視したサービス」など、対象をより広く捉える回答があげられた。

図表 III-3 シルバーサービスの連想イメージ（単数回答）

	全企業(N=288)		参入企業(n=79)	
	n	全体 %	n	全体 %
公的介護保険（施設含む）で給付されるサービス	16	5.6	4	5.1
介護・健康関連（老化防止を含む）サービス	57	19.8	22	27.8
高齢者を対象としたサービス全般	206	71.5	50	63.3
その他	7	2.4	3	3.8
無回答	2	0.7	0	0.0
全体	288	100.0	79	100.0



2) “シルバーサービス”市場に対する考え方

- ・「全企業」では、37.8%の企業が「魅力的な市場である」、36.1%の企業が「普通」と回答。「たいへん魅力的な市場である」と考えている企業は少ない。
- ・「参入企業」では、「たいへん魅力的な市場である」「魅力的な市場である」と考えている企業が多い。

“シルバーサービス”市場に対する考え方について伺ったところ、「全企業」では「魅力的な市場である」が 37.8%で最も多く、次いで「普通」36.1%、「たいへん魅力的な市場である」10.1%、「魅力的な市場でない」8.0%、「あまり魅力的な市場でない」7.3%の順であった。

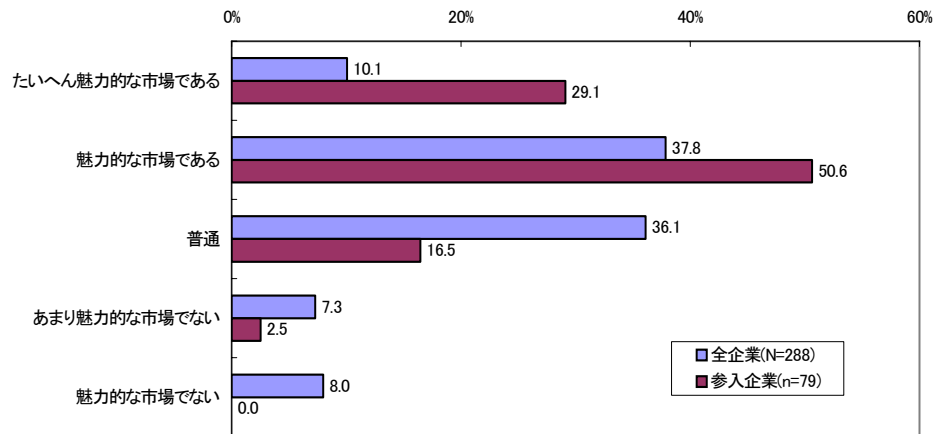
「参入企業」では、「魅力的な市場である」が 50.6%と最も多く、次いで「大変魅力的な市場である」29.1%、「普通」16.5%、「あまり魅力的な市場でない」2.5%の順であった。「魅力的な市場である」と「大変魅力的な市場である」との回答を合わせると、約8割がシルバーサービス市場に魅力を感じている、との結果となった。

回答企業全体 (=「全企業」)のうち、「魅力的な市場でない」「あまり魅力的な市場でない」と回答した理由として、「自社事業との関連性がない」、「シルバーサービスに関するノウハウがない」、「ニーズがない」、「自己投資をしても、どの程度回収可能なのかわからない」、「顧客は個人ではなく企業である」こと、「ボランティアの面を強く感じる」などの回答があげられた。

図表 III-4 シルバーサービス市場に対する考え方 (単数回答)

	全企業 (N=288)		参入企業 (n=79)	
	n	全体 %	n	全体 %
たいへん魅力的な市場である	29	10.1	23	29.1
魅力的な市場である	109	37.8	40	50.6
普通	104	36.1	13	16.5
あまり魅力的な市場でない	21	7.3	2	2.5
魅力的な市場でない	23	8.0	0	0.0
無回答	2	0.7	1	1.3
全体	288	100.0	79	100.0

シルバーサービス市場に対する考え方



3) “シルバーサービス”への参入の状況

- ・「全企業」のうち、3割弱はすでに参入しており、1割強は今後、参入を検討している。
- ・「参入企業」の参入時期は、公的介護保険制度創設後の「2000～2005年」が多く、「1990～1999年」、「1989年以前」の順であった。
- ・「参入企業」のうち、売上に占める公的介護保険(介護保険から給付される報酬)の割合は、「0%」、「20%未満」が多く、「20%以上」の企業は少なかった。
- ・「参入企業」のうち、商品・サービス全体に占める“シルバーサービス”の割合は、「20%未満」が多く、当該企業が市場に提供している商品・サービスのうち、一部となっている。

① “シルバーサービス”への参入状況

“シルバーサービス”への参入状況は、「参入の予定も検討もない」が50.4%で半数を占め、次いで「すでに参入している」27.4%、「参入を検討している」15.3%、「参入していたが撤退した」が1.7%であった。

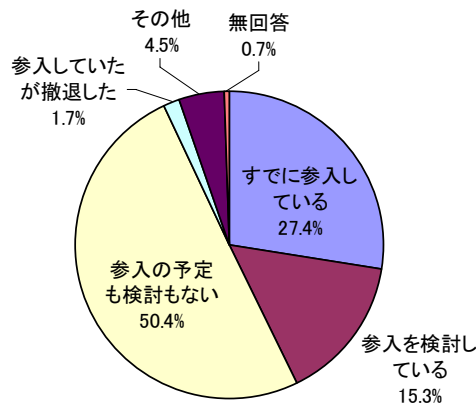
「その他」の回答(自由記載)としては、「業種上、直接参入は無い」、「具体的には検討していないが何らかで参入したい意向がある」、「金融商品の高齢者向け販売方法を策定」、「店内に高齢者向けサロンを開設」などがあげられた。

図表 III-5 シルバーサービスへの参入状況(単数回答)

	n	全体 %
すでに参入している	79	27.4
参入を検討している	44	15.3
参入の予定も検討もない	145	50.4
参入していたが撤退した	5	1.7
その他	13	4.5
無回答	2	0.7
全体	288	100.0

※ 調査票の「参入を予定している」と「参入を検討している」のカテゴリーを統合し、2つのデータを合算し「参入を検討している」として集計・分析を行った。

シルバーサービスへの参入状況(全体=288)



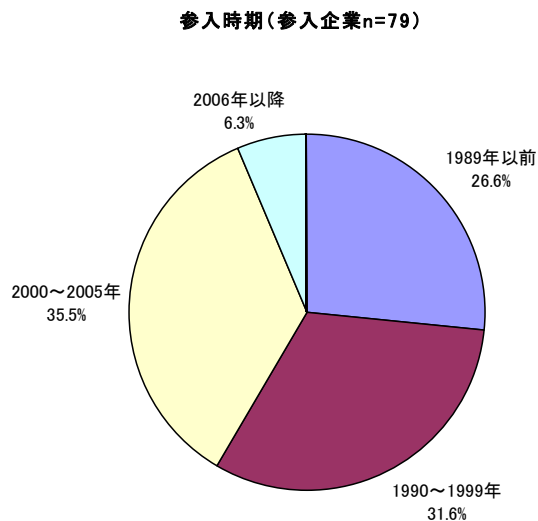
② “シルバーサービス” への参入時期

“シルバーサービス” にすでに参入している企業 (=「参入企業」) の参入時期に関しては、「2000～2005年」が35.5%、「1990～1999年」が31.6%、「1989年以前」が26.6%、「2006年以降」が6.3%との結果であった。介護保険制度施行(2000年)以降に参入した企業が、最も多かった。

図表 III-6 シルバーサービスへの参入時期 (単数回答)

	n	全体 %
1989年以前	21	26.6
1990～1999年	25	31.6
2000～2005年	28	35.5
2006年以降	5	6.3
その他	0	0.0
無回答	0	0.0
全体	79	100.0

※調査票の選択肢に、「1990年」を意味する内容が、「1990年以前」「1990～1999年」の2箇所、「2005年」を意味する内容が、「2000～2005年」「2005年以降」の2箇所あり、それぞれを区別するため、集計・分析にあたっては、「1990年以前」を「1989年以前」に、「2005年以降」を「2006年以降」に変更した。

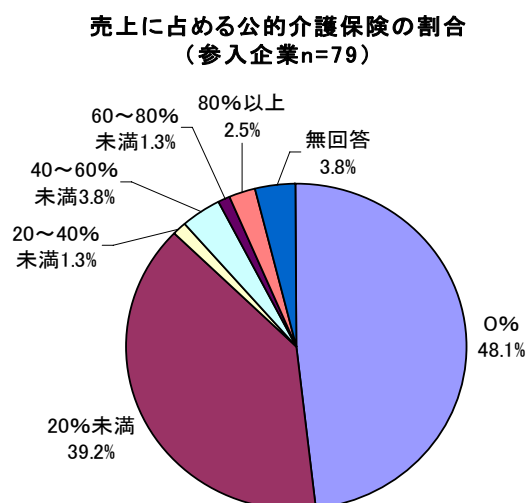


③ 売上に占める公的介護保険（介護保険から給付される報酬）の割合

「参入企業」のうち、売上に占める公的介護保険の割合は、「0%」が48.1%と約半数を占めた。次いで「20%未満」との回答が39.2%であり、「20%以上」との回答した企業は1割未満であった。

図表 III-7 売上に占める公的介護保険の割合（単数回答）

	n	全体 %
0%	38	48.1
20%未満	31	39.2
20～40%未満	1	1.3
40～60%未満	3	3.8
60～80%未満	1	1.3
80%以上	2	2.5
無回答	3	3.8
全体	79	100.0



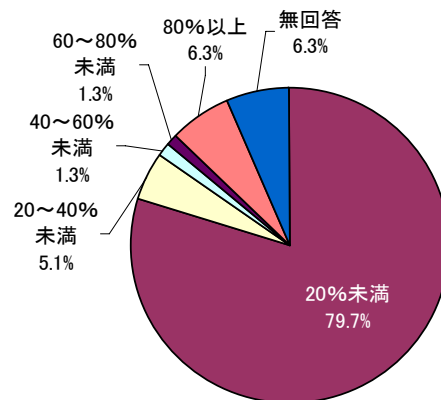
④ 商品・サービスに占める“シルバーサービス”の割合

“シルバーサービス”にすでに参入している企業(=「参入企業」)に対し、自社の商品・サービスにおいて、“シルバーサービス”の占める割合を伺ったところ、「20%未満」が8割で、「20%以上」の企業は1割程度にとどまった。

図表 III-8 商品・サービスに占めるシルバーサービスの割合 (単数回答)

	n	全体 %
0 %	0	0.0
20%未満	63	79.7
20~40%未満	4	5.1
40~60%未満	1	1.3
60~80%未満	1	1.3
80%以上	5	6.3
無回答	5	6.3
全体	79	100.0

商品・サービスに占めるシルバーサービスの割合
(参入企業n=79)



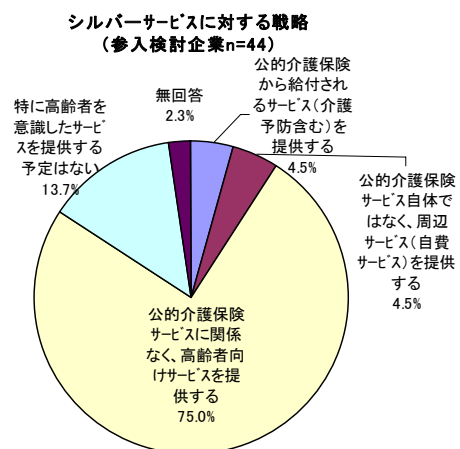
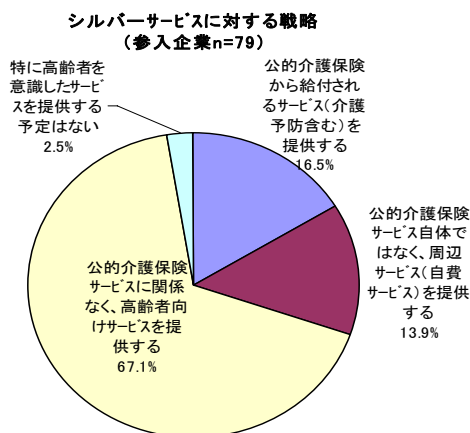
4) “シルバーサービス”に対する戦略

・「参入企業」、「参入検討企業」とも、「公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する」と考えている企業が多い。

“シルバーサービス”に対する戦略について伺ったところ、“シルバーサービス”にすでに参入している企業（＝「参入企業」）の 67.1%、参入を検討している企業（＝「参入検討企業」）の 75.0%が「公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する」と回答し、「介護保険制度」枠内での展開を対象としていない傾向が読み取れた。「参入検討企業」では、「介護」領域ではなく、より広い対象をターゲットとして戦略立てしていることが推測される。

図表 III-9 シルバーサービスに対する戦略（単数回答）

	参入企業 (n=79)		参入検討企業 (n=44)	
	n	全体 %	n	全体 %
公的介護保険から給付されるサービス（介護予防含む）を提供する	13	16.5	2	4.5
公的介護保険サービス自体ではなく、周辺サービス（自費サービス）を提供する	11	13.9	2	4.5
公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する	53	67.1	33	75.0
特に高齢者を意識したサービスを提供する予定はない	2	2.5	6	13.7
無回答	0	0.0	1	2.3
全体	79	100.0	44	100.0



5) “シルバーサービス”における参入分野

- ・「全企業」「参入企業」「参入検討企業」とも、「住生活分野」「福祉用具・介護用品分野」と考えている企業が多い。
- ・「全企業」「参入検討企業」では、「情報・通信分野」「食生活分野」も考えている企業が多い。
- ・「参入企業」では、「施設介護サービス分野」も考えている企業が多い。

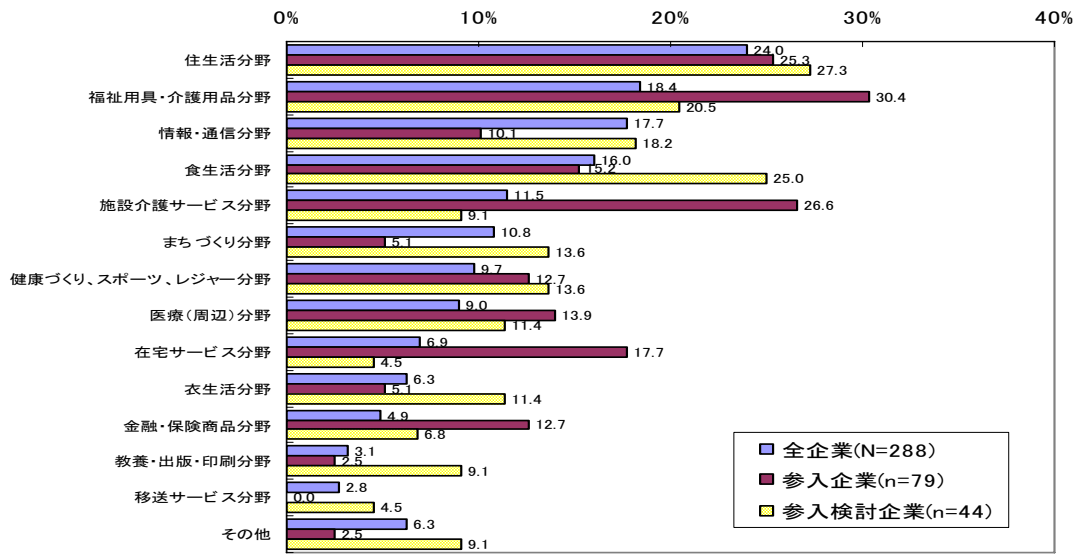
“シルバーサービス”に参入するとした場合の「対象分野」について伺ったところ、「全企業」「参入検討企業」において、「住生活分野」（「全企業」24.0%、「参入検討企業」27.3%）と回答した企業が最も多かった。「参入企業」においては、「福祉用具・介護用品分野」（30.4%）と回答した企業が最も多かった。

「その他」の回答（自由記載）としては、「高齢者向け賃貸住宅」、「シルバーサービスを提供している企業への投融資」、「教養・教育」、「高齢者のセカンドライフをより豊かにするためのサポート全般」、「人材派遣」などがあげられた。

図表 III-10 シルバーサービスにおける参入分野（複数回答）

	全企業(N=288)		参入企業(n=79)		参入検討企業(n=44)	
	n	全体 %	n	全体 %	n	全体 %
住生活分野	69	24.0	20	25.3	12	27.3
福祉用具・介護用品分野	53	18.4	24	30.4	9	20.5
情報・通信分野	51	17.7	8	10.1	8	18.2
食生活分野	46	16.0	12	15.2	11	25.0
施設介護サービス分野	33	11.5	21	26.6	4	9.1
まちづくり分野	31	10.8	4	5.1	6	13.6
健康づくり、スポーツレジャー分野	28	9.7	10	12.7	6	13.6
医療（周辺）分野	26	9.0	11	13.9	5	11.4
在宅サービス分野	20	6.9	14	17.7	2	4.5
衣生活分野	18	6.3	4	5.1	5	11.4
金融・保険商品分野	14	4.9	10	12.7	3	6.8
教養・出版・印刷分野	9	3.1	2	2.5	4	9.1
移送サービス分野	8	2.8	0	0.0	2	4.5
その他	18	6.3	2	2.5	4	9.1
無回答	29	10.1	2	2.5	0	0.0
累計	453	157.5	144	182.3	81	184.1

シルバーサービスの対象分野



6) “シルバーサービス”に参入する場合の課題

・「全企業」「参入企業」「参入検討企業」とも、「高齢者のニーズ把握」「人材の確保・育成」「利益確保」「顧客確保」と考えている企業が多い。

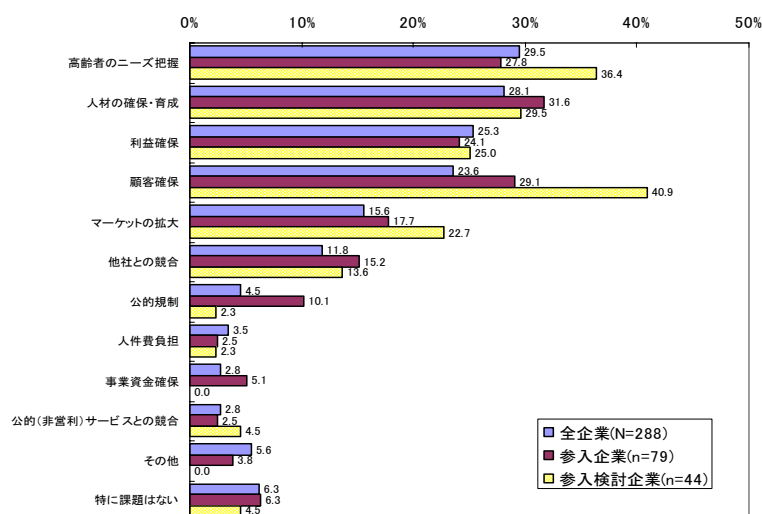
“シルバーサービス”に参入する場合の「課題」について伺ったところ、最多回答としては、回答企業全体(=「全企業」)では「高齢者のニーズ把握」で29.5%、「参入企業」では、「人材の確保・育成」で31.6%、「参入検討企業」では、「顧客確保」で40.9%であった。

「その他」の回答(自由記載)としては、「これからビジネスモデルを構築しなければならない」こと、「事業化する為のノウハウの取得等」、「営業ルートの整備」、「何ができるか」、「高齢者への知名度向上」などがあげられた。

図表 III-11 シルバーサービスに参入する場合の課題(複数回答)

	全企業(N=288)		参入企業(n=79)		参入検討企業(n=44)	
	n	全体 %	n	全体 %	n	全体 %
高齢者のニーズ把握	85	29.5	22	27.8	16	36.4
人材の確保・育成	81	28.1	25	31.6	13	29.5
利益確保	73	25.3	19	24.1	11	25.0
顧客確保	68	23.6	23	29.1	18	40.9
マーケットの拡大	45	15.6	14	17.7	10	22.7
他社との競合	34	11.8	12	15.2	6	13.6
公的規制	13	4.5	8	10.1	1	2.3
人件費負担	10	3.5	2	2.5	1	2.3
事業資金確保	8	2.8	4	5.1	0	0.0
公的(非営利)サービスとの競合	8	2.8	2	2.5	2	4.5
その他	16	5.6	3	3.8	0	0.0
特に課題はない	18	6.3	5	6.3	2	4.5
無回答	26	9.0	2	2.5	0	0.0
累計	485	168.4	141	178.3	80	181.7

シルバーサービスに参入するとした場合の課題



7) “シルバーサービス”に参入する場合に特に重要とする点

・「全企業」「参入企業」「参入検討企業」とも、「収益性」と考えている企業が多い。

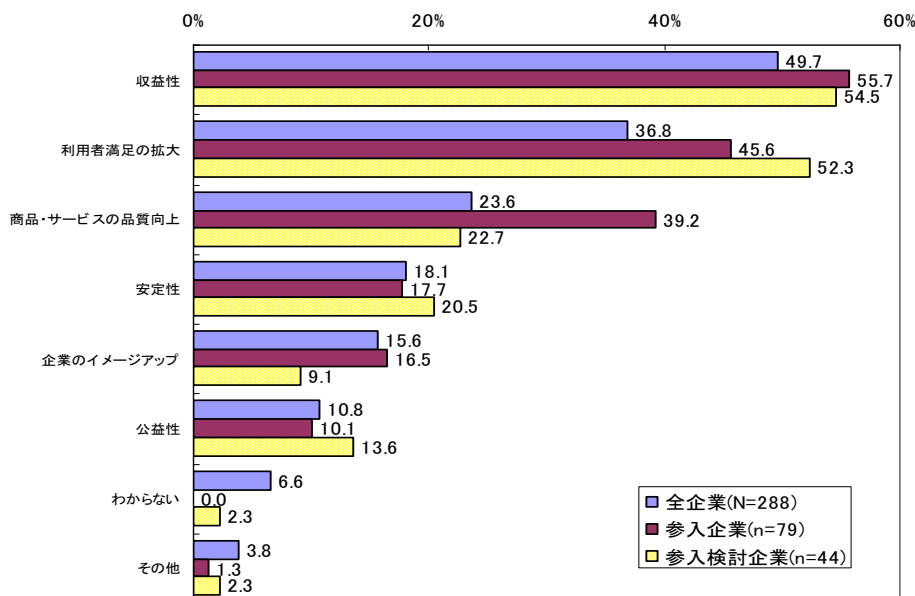
“シルバーサービス”に参入する場合に重要とする点については、回答企業全体（＝「全企業」、「参入企業」および「参入検討企業」別にみても、いずれも「収益性」を重視する企業が最も多く、次いで「利用者満足の拡大」、「商品・サービスの品質向上」の順であった。

「その他」の回答（自由記載）としては、「サービスに従事する人材の確保」、「快適・安全・予防・環境」、「企業理念・ビジョンとの整合性」、「市場規模の拡大」、「社会貢献」などがあげられた。

図表 III-12 シルバーサービスに参入する場合に特に重要とする点（複数回答）

	全企業(N=288)		参入企業(n=79)		参入検討企業(n=44)	
	n	全体 %	n	全体 %	n	全体 %
収益性	143	49.7	44	55.7	24	54.5
利用者満足の拡大	106	36.8	36	45.6	23	52.3
商品・サービスの品質向上	68	23.6	31	39.2	10	22.7
安定性	52	18.1	14	17.7	9	20.5
企業のイメージアップ	45	15.6	13	16.5	4	9.1
公益性	31	10.8	8	10.1	6	13.6
わからない	19	6.6	0	0.0	1	2.3
その他	11	3.8	1	1.3	1	2.3
無回答	22	7.6	2	2.5	0	0.0
累計	497	172.6	149	188.6	78	177.3

シルバーサービスに参入する場合に特に重要とする点



8) “シルバーサービス”の品質確保のために効果的であると思われるもの

【公的介護保険で給付されるサービスの場合】

・「全企業」「参入企業」とも、「国(公的機関)による品質保証制度」が効果的であると考えている企業が多い。

【介護関連サービス(公的介護保険で給付されないサービス)の場合】

・「全企業」「参入企業」とも、「第三者による評価制度」「企業間における競争(利用者による選別)」が効果的であると考えている企業が多い。

【その他高齢者を対象としたサービスの場合】

・「全企業」「参入企業」とも、「企業間における競争(利用者による選別)」と考えている企業が多い。

① 公的介護保険で給付されるサービスの場合

“シルバーサービス”のうち、「公的介護保険で給付されるサービス」の品質確保のために効果的であると思われることを尋ねたところ、回答企業全体(=「全企業」)では「国(公的機関)による品質保証制度」が20.5%で最も高く、次いで「第三者による評価制度」が19.1%であった。

一方、「参入企業」については、「国(公的機関)による品質保証制度」が26.6%で最も高く、次いで「国(公的機関)による監査・指導」が22.8%との結果であった。

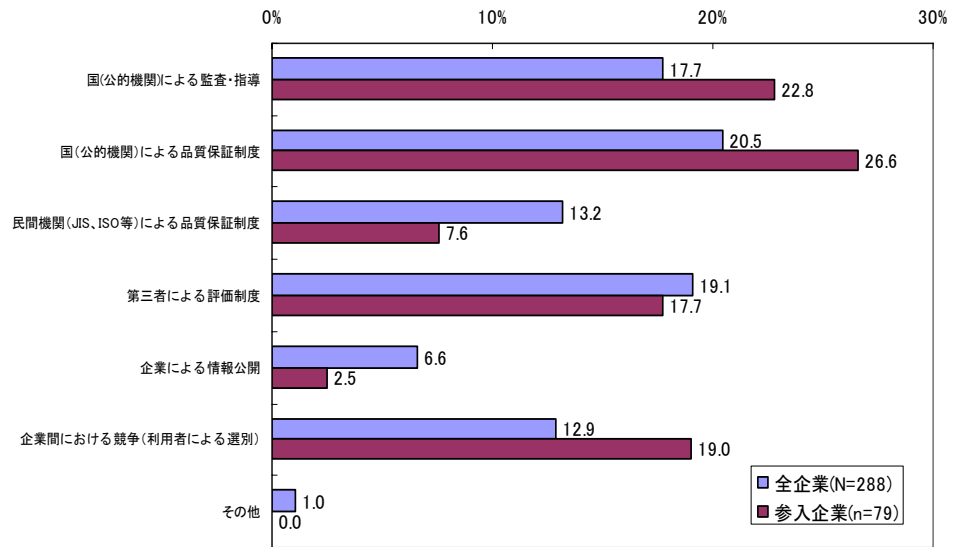
「その他」の回答(自由記載)としては、「第三者による給付者へのアンケート調査」との回答があげられた。

図表 III-13 シルバーサービスの品質確保のために効果的であると思われるもの(公的介護保険で給付されるサービスの場合)

	全企業(N=288)		参入企業(n=79)	
	n	全体 %	n	全体 %
国(公的機関)による監査・指導	51	17.7	18	22.8
国(公的機関)による品質保証制度	59	20.5	21	26.6
民間機関(JIS、ISO等)による品質保証制度	38	13.2	6	7.6
第三者による評価制度	55	19.1	14	17.7
企業による情報公開	19	6.6	2	2.5
企業間における競争(利用者による選別)	37	12.9	15	19.0
その他	3	1.0	0	0.0
無回答	26	9.0	3	3.8
全体	288	100.0	79	100.0

シルバーサービスの品質確保のために効果的と思われるもの

—公的介護保険で給付されるサービスの場合—



② 介護関連サービスの場合

“シルバーサービス”のうち、「介護関連サービス」の品質確保のために効果的であると思われることを尋ねたところ、回答企業全体（＝「全企業」）においても、「参入企業」においても、「第三者による評価制度」が最も高かった（「全企業」（20.9%）、「参入企業」（26.6%））。次いで、「全企業」においては、「民間機関（JIS, ISO 等）による品質保証制度」（20.5%）と「企業間における競争」（19.5%）の順であった。「参入企業」については、「企業間における競争」が25.3%で2番目に多かった。介護関連サービス分野における質の確保としては、「全企業」においても「参入企業」においても、国（公的機関）よりも民間による保証・評価制度や競争を効果的と捉える結果となった。

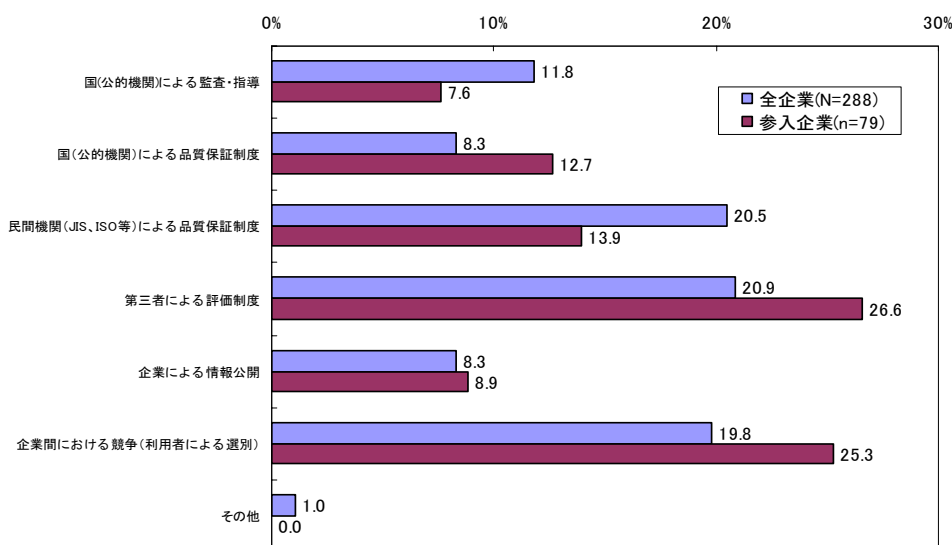
また「その他」の回答（自由記載）としては、「事業開始時における国及び自治体からの補助」、「報道機関による品質ランキングの公表」などがあげられた。

図表 III-14 シルバーサービスの品質確保のために効果的であると思われるもの（介護関連サービスの場合）

	全企業(N=288)		参入企業(n=79)	
	n	全体 %	n	全体 %
国(公的機関)による監査・指導	34	11.8	6	7.6
国(公的機関)による品質保証制度	24	8.3	10	12.7
民間機関(JIS、ISO等)による品質保証制度	59	20.5	11	13.9
第三者による評価制度	60	20.9	21	26.6
企業による情報公開	24	8.3	7	8.9
企業間における競争(利用者による選別)	57	19.8	20	25.3
その他	3	1.0	0	0.0
無回答	27	9.4	4	5.0
全体	288	100.0	79	100.0

シルバーサービスの品質確保のために効果的であると思われるもの

—介護関連サービスの場合—

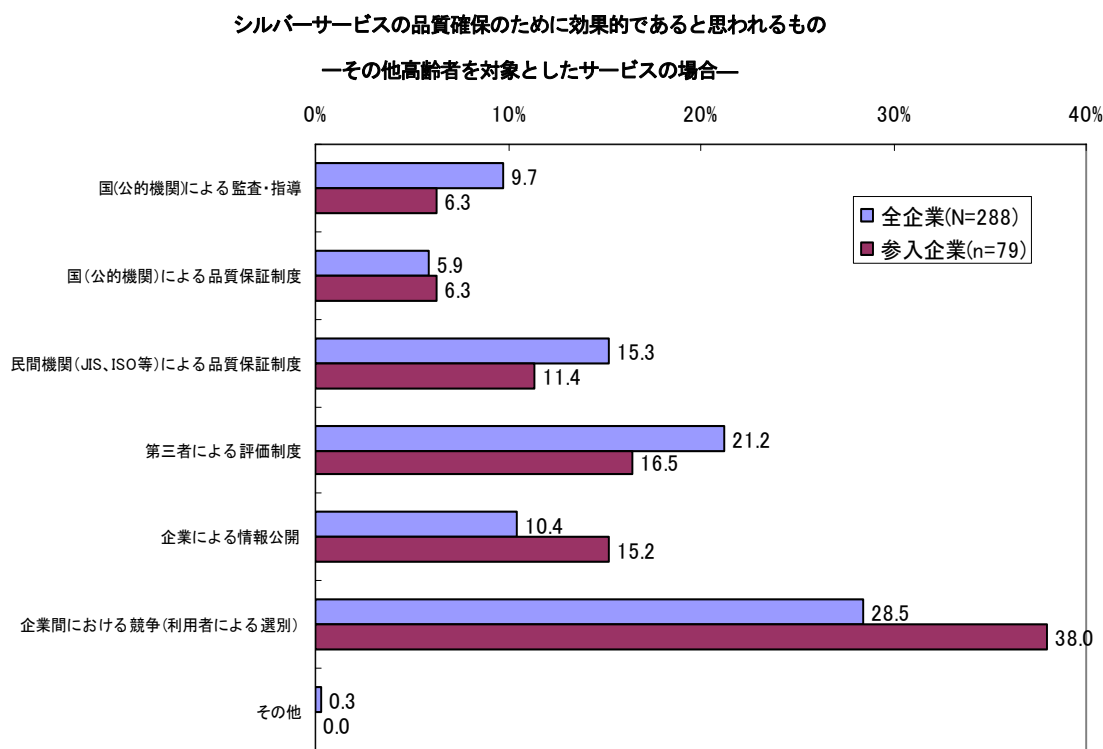


③ その他高齢者を対象としたサービスの場合

“シルバーサービス”のうち、「その他高齢者を対象としたサービス」の品質確保のために効果的であると思われることを尋ねたところ、回答企業全体（＝「全企業」）、「参入企業」ともに、「企業間における競争」が最も多かった。（「全企業」28.5%、「参入企業」38.0%）。次いで、「第三者による評価制度」との結果であった（「全企業」21.2%、「参入企業」16.5%）。介護関連サービスの場合と同様に、民間による保証・評価制度や競争が効果的とする意見が多かった。

図表 III-15 シルバーサービスの品質確保のために効果的であると思われるもの（その他高齢者を対象としたサービスの場合）

	全企業(N=288)		参入企業(n=79)	
	n	全体 %	n	全体 %
国(公的機関)による監査・指導	28	9.7	5	6.3
国(公的機関)による品質保証制度	17	5.9	5	6.3
民間機関(JIS、ISO等)による品質保証制度	44	15.3	9	11.4
第三者による評価制度	61	21.2	13	16.5
企業による情報公開	30	10.4	12	15.2
企業間における競争(利用者による選別)	82	28.5	30	38.0
その他	1	0.3	0	0.0
無回答	25	8.7	5	6.3
全体	288	100.0	79	100.0



9) 高齢者が自由に消費活動を行うために有効であると思われるもの

<p>【公的介護保険で給付されるサービスで有効であると思われるもの】</p> <p>・「全企業」「参入企業」とも、「公的社会保障制度の充実」が有効である、と考えている企業が多い。</p> <p>【介護関連サービスで有効であると思われるもの】</p> <p>・「全企業」「参入企業」とも、「公的社会保障制度の充実」「保険会社による民間保険の充実」が有効である、と考えている企業が多い。</p> <p>【その他高齢者を対象としたサービスで有効であると思われるもの】</p> <p>・「全企業」「参入企業」とも、「公的社会保障制度の充実」「保険会社による民間保険の充実」が有効である、と考えている企業が多い。</p>

高齢者が自由に消費活動を行うために、有効であると思われるものを尋ねたところ、回答企業全体（＝「全企業」）では、「公的社会保障制度の充実」と回答した企業が、「①公的介護保険で給付されるサービス」では約7割、「②介護関連サービスの場合」と「③その他高齢者を対象としたサービスの場合」では約4割であった。

一方、「参入企業」では、「①公的介護保険で給付されるサービスの場合」は、「公的社会保障制度の充実」が7割超と最も多く、「②介護関連サービスの場合」と「③その他高齢者を対象としたサービスの場合」は、「公的社会保障制度の充実」と「保険会社による民間保険の充実」にはほぼ同じ割合で回答が見られた。

図表 III-16 高齢者が自由に消費行動を行うために有効であると思われるもの

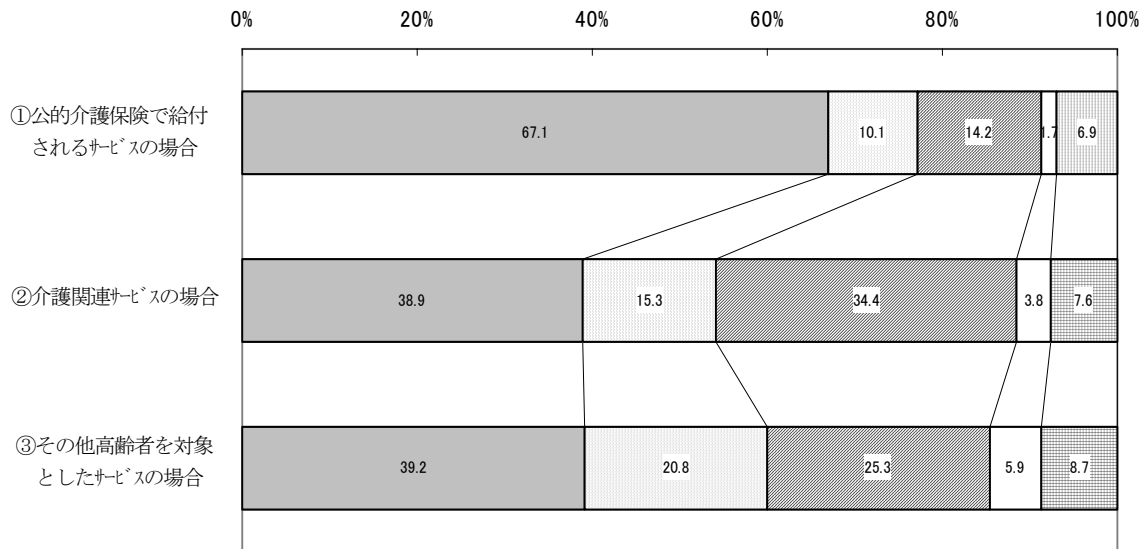
○全企業 (N=288)

	①公的介護保険で給付されるサービスの場合		②介護関連サービスの場合		③その他高齢者を対象としたサービスの場合	
	n	全体 %	n	全体 %	n	全体 %
公的社会保障制度（年金、介護保険）の充実	193	67.1	112	38.9	113	39.3
銀行等金融機関による個人貸付（リバースモーゲージ含む）の充実	29	10.1	44	15.3	60	20.8
保険会社による民間（年金、介護）保険の充実	41	14.2	99	34.4	73	25.3
その他	5	1.7	11	3.8	17	5.9
無回答	20	6.9	22	7.6	25	8.7
全体	288	100.0	288	100.0	288	100.0

○参入企業 (n=79)

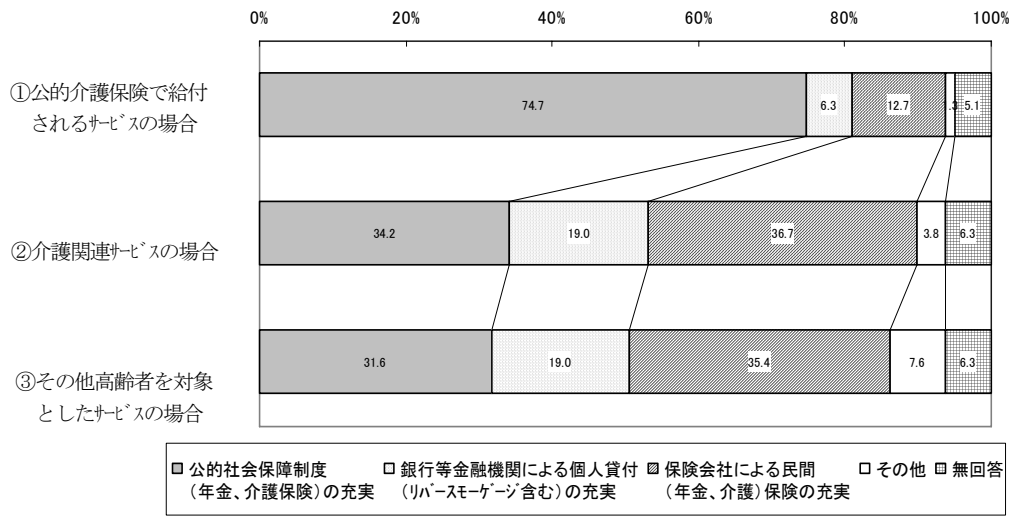
	①公的介護保険で給付されるサービスの場合		②介護関連サービスの場合		③その他高齢者を対象としたサービスの場合	
	n	全体 %	n	全体 %	n	全体 %
公的社会保障制度（年金、介護保険）の充実	59	74.6	27	34.2	25	31.6
銀行等金融機関による個人貸付（リバースモーゲージ含む）の充実	5	6.3	15	19.0	15	19.0
保険会社による民間（年金、介護）保険の充実	10	12.7	29	36.7	28	35.5
その他	1	1.3	3	3.8	6	7.6
無回答	4	5.1	5	6.3	5	6.3
全体	79	100.0	79	100.0	79	100.0

高齢者が自由に消費活動を行うために公的年金以外で有効であると思われるもの (N=288)



公的社会保障制度（年金、介護保険）の充実
 銀行等金融機関による個人貸付（リバースモーゲージ含む）の充実
 保険会社による民間（年金、介護）保険の充実
 その他
 無回答

高齢者が自由に消費活動を行うために公的年金以外で有効であると思われるもの (n=79)



(2) 業種別の傾向（クロス集計結果より）

1) “シルバーサービス”の考え方について

- ・「製造業（メーカー）」「医療・福祉等専門サービス業」では、「65歳以上」と考えている企業が多い。
- ・「金融・保険業」では、「60歳以上」と考えている企業が多い。
- ・「食品・小売業」「情報・通信業、出版業」「建設・不動産業」「サービス業（運輸、電力、レジャーなど）」では、「60歳以上」と「65歳以上」を考えている企業が多い。
- ・「全業種」で、「高齢者を対象としたサービス全般」と考えている企業が多く、特に「金融・保険業」「建設・不動産業」「サービス業（運輸、電力、レジャーなど）」が多い。

① “シルバーサービス”といった場合の対象年齢

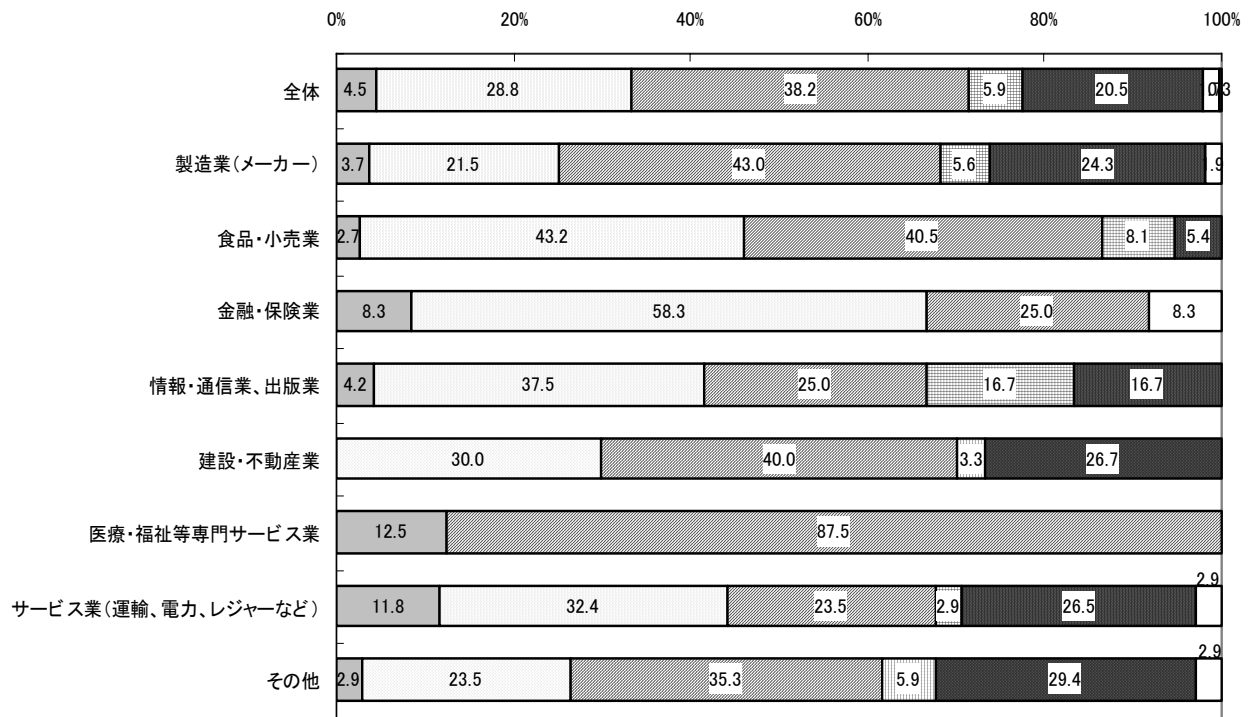
“シルバーサービス”といった場合の対象年齢について、業種別にみると、回答数にばらつきはあるものの、「60歳以上」を対象とする割合が多い業種は、「金融・保険業」58.3%、「情報・通信業、出版業」37.5%、「サービス業（運輸、電力、レジャーなど）」32.4%であった。「65歳以上」を対象とする割合が多い業種としては、「医療・福祉等専門サービス業」87.5%、「製造業（メーカー）」43.0%、「建設・不動産業」40.0%であった。「食品・小売業」については、「60歳以上」と「65歳以上」がいずれも4割程度であった。業種により、“シルバーサービス”の対象年齢に対する考え方が異なることが推測される。

図表 III-17 業種別シルバーサービスの対象年齢

		全体	Q7.「シルバーサービス」の対象年齢						
			50歳以上	60歳以上	65歳以上	全年齢を対象としている	わからない	その他	無回答
合計		288 100.0%	13 4.5%	83 28.8%	110 38.2%	17 5.9%	59 20.5%	5 1.7%	1 0.3%
Q2.業種	製造業（メーカー）	107 100.0%	4 3.7%	23 21.5%	46 43.0%	6 5.6%	26 24.3%	2 1.9%	0 0.0%
	食品・小売業	37 100.0%	1 2.7%	16 43.2%	15 40.5%	3 8.1%	2 5.4%	0 0.0%	0 0.0%
	金融・保険業	12 100.0%	1 8.3%	7 58.3%	3 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 8.3%	0 0.0%
	情報・通信業、出版業	24 100.0%	1 4.2%	9 37.5%	6 25.0%	4 16.7%	4 16.7%	0 0.0%	0 0.0%
	建設・不動産業	30 100.0%	0 0.0%	9 30.0%	12 40.0%	1 3.3%	8 26.7%	0 0.0%	0 0.0%
	医療・福祉等専門サービス業	8 100.0%	1 12.5%	0 0.0%	7 87.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
	サービス業（運輸、電力、レジャーなど）	34 100.0%	4 11.8%	11 32.4%	8 23.5%	1 2.9%	9 26.5%	1 2.9%	0 0.0%
	その他	34 100.0%	1 2.9%	8 23.5%	12 35.3%	2 5.9%	10 29.4%	1 2.9%	0 0.0%

※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が高い部分に網掛けを行っている。

シルバーサービスの対象年齢（業種別）



□ 50歳以上 □ 60歳以上 ■ 65歳以上 ■ 全年齢を対象としている ■ わからない □ その他 □ 無回答

(N=288)

② “シルバーサービス” といった場合に連想するイメージ

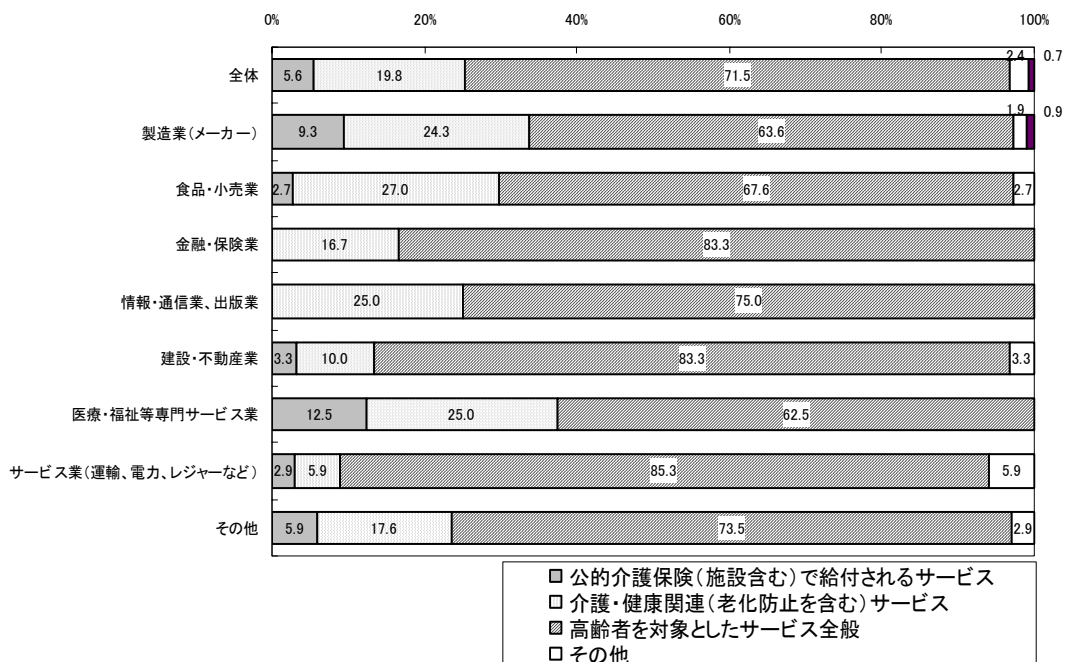
“シルバーサービス” について連想するイメージに関して、業種別にみると、いずれの業種においても「高齢者を対象としたサービス全般」をイメージするとの回答が6割を超え、「金融・保険業」、「建設・不動産業」、「サービス業」においては、8割を超えた。

図表 III-18 業種別シルバーサービスの連想イメージ

		全体	Q8.「シルバーサービス」の連想イメージ				無回答
			公的介護保険（施設含む）で給付されるサービス	介護・健康関連（老化防止を含む）サービス	高齢者を対象としたサービス全般	その他	
合計		288 100.0%	16 5.6%	57 19.8%	206 71.5%	7 2.4%	2 0.7%
Q2. 業種	製造業（メーカー）	107 100.0%	10 9.3%	26 24.3%	68 63.6%	2 1.9%	1 0.9%
	食品・小売業	37 100.0%	1 2.7%	10 27.0%	25 67.6%	1 2.7%	0 0.0%
	金融・保険業	12 100.0%	0 0.0%	2 16.7%	10 83.3%	0 0.0%	0 0.0%
	情報・通信業、出版業	24 100.0%	0 0.0%	6 25.0%	18 75.0%	0 0.0%	0 0.0%
	建設・不動産業	30 100.0%	1 3.3%	3 10.0%	25 83.3%	1 3.3%	0 0.0%
	医療・福祉等専門サービス業	8 100.0%	1 12.5%	2 25.0%	5 62.5%	0 0.0%	0 0.0%
	サービス業（運輸、電力、レジャーなど）	34 100.0%	1 2.9%	2 5.9%	29 85.3%	2 5.9%	0 0.0%
	その他	34 100.0%	2 5.9%	6 17.6%	25 73.5%	1 2.9%	0 0.0%

※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

シルバーサービスの連想イメージ（業種別）



(N=288)

2) “シルバーサービス”市場に対する考え方

- ・「医療・福祉等専門サービス業」では、「たいへん魅力的」と考えている企業が多い。
- ・「食品・小売業」「金融・保険業」「建設・不動産業」「サービス業(運輸、電力、レジャーなど)」では、「魅力的」と考えている企業が多い。

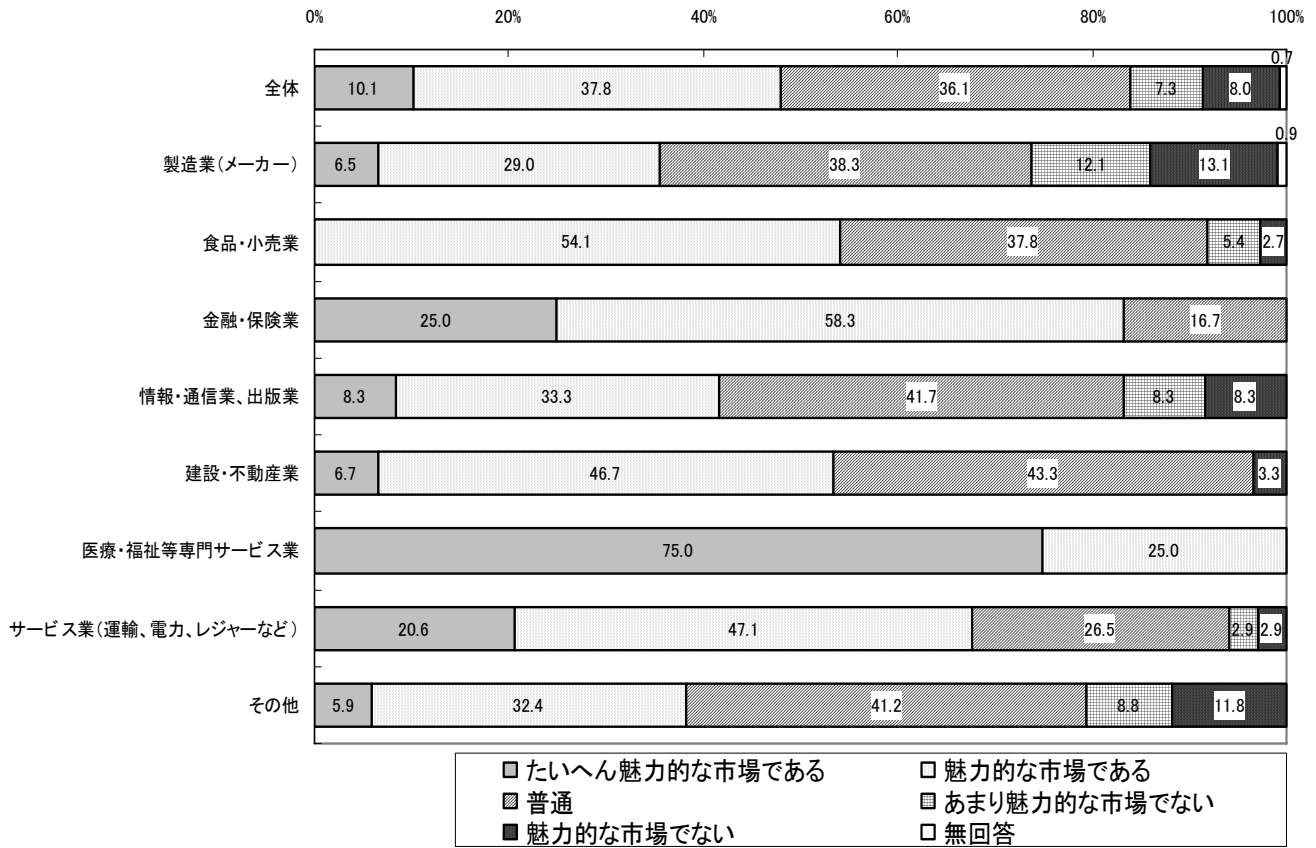
“シルバーサービス”市場に対する考え方について、業種別にみると、「たいへん魅力的な市場である」と答えたのは「医療・福祉等専門サービス業」で75.0%であった。「魅力的な市場である」と回答したのは、「金融・保険業」58.3%、「食品・小売業」54.1%、「サービス業(運輸、電力、レジャーなど)」47.1%、「建設・不動産業」46.7%で、全体の約半数が“シルバーサービス”市場を魅力的な市場と捉えている結果となった。

図表 III-19 業種別シルバーサービス市場に対する考え方

		全体	Q9.「シルバーサービス」市場に対する考え方					無回答
			たいへん魅力的な市場である	魅力的な市場である	普通	あまり魅力的な市場でない	魅力的な市場でない	
合計		288	29	109	104	21	23	2
		100.0%	10.1%	37.8%	36.1%	7.3%	8.0%	0.7%
Q2. 業種	製造業(メーカー)	107	7	31	41	13	14	1
		100.0%	6.5%	29.0%	38.3%	12.1%	13.1%	0.9%
	食品・小売業	37	0	20	14	2	1	0
		100.0%	0.0%	54.1%	37.8%	5.4%	2.7%	0.0%
	金融・保険業	12	3	7	2	0	0	0
		100.0%	25.0%	58.3%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%
	情報・通信業、出版業	24	2	8	10	2	2	0
		100.0%	8.3%	33.3%	41.7%	8.3%	8.3%	0.0%
建設・不動産業	30	2	14	13	0	1	0	
	100.0%	6.7%	46.7%	43.3%	0.0%	3.3%	0.0%	
医療・福祉等専門サービス業	8	6	2	0	0	0	0	
	100.0%	75.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
サービス業(運輸、電力、レジャーなど)	34	7	16	9	1	1	0	
	100.0%	20.6%	47.1%	26.5%	2.9%	2.9%	0.0%	
その他	34	2	11	14	3	4	0	
	100.0%	5.9%	32.4%	41.2%	8.8%	11.8%	0.0%	

※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

シルバーサービス市場に対する考え方(業種別)



(N=288)

3) “シルバーサービス”への参入の状況

・「参入企業」業種としては、「医療・福祉等専門サービス業」、「金融・保険業」、「サービス業(運輸、電力、レジャーなど)」、「建設・不動産業」などが占めた。

・「参入検討企業」業種としては、「建設・不動産業」、「金融・保険業」、「食品・小売業」、「サービス業(運輸、電力、レジャーなど)」などが占めた。

・商品・サービス全体の売上に占める“シルバーサービス”の割合としては、「医療・福祉等専門サービス業」の半数企業が、「80%以上」と回答。「金融・保険業」「建設・不動産」の半数企業が「20%未満」と回答。「製造業(メーカー)」71.0%、「食品・小売業」62.2%、「情報・通信業、出版業」79.2%、「建設・不動産業」56.7%、「サービス業(運輸、電力、レジャーなど)」47.1%の企業が、「0%」と回答。

① “シルバーサービス”への参入状況

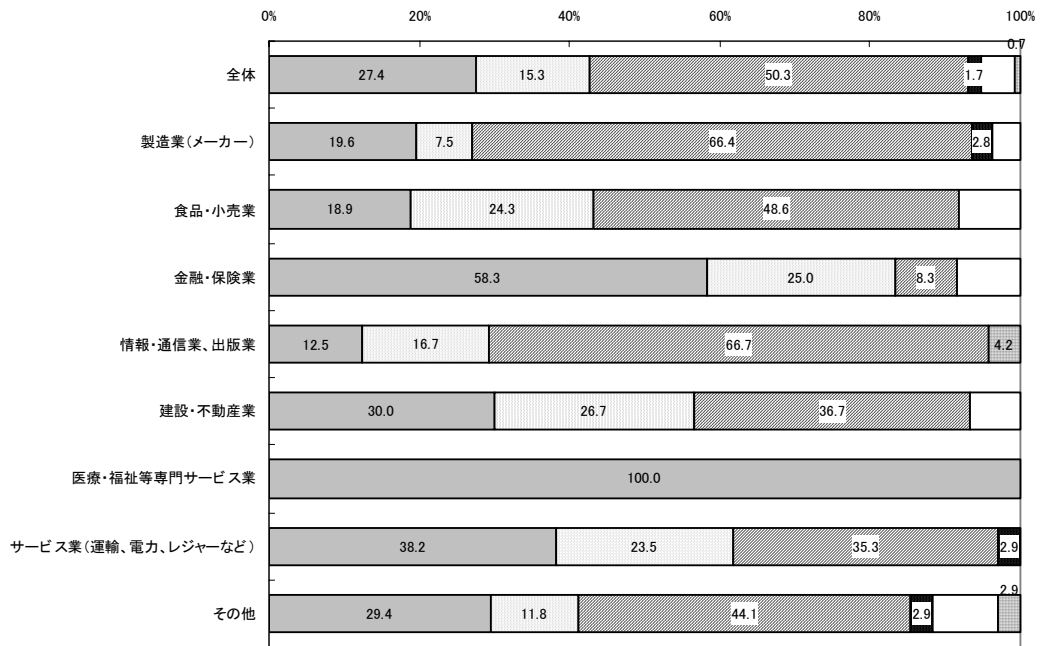
“シルバーサービス”への参入の状況について、業種別にみると、「すでに参入している(=参入企業)」業種としては、「医療・福祉等専門サービス業」100%、「金融・保険業」58.3%、「サービス業」38.2%、「建設・不動産」30.0%の順であった。「参入を検討している(=参入検討企業)」業種としては、「建設・不動産業」26.7%、「金融・保険業」25.0%、「食品・小売業」24.3%、「サービス業」23.5%の順であった。

図表 III-20 業種別シルバーサービスへの参入状況

		全体	Q10.「シルバーサービス」への参入状況					無回答
			すでに参入している	参入を検討している	参入の予定も検討もない	参入していたが撤退した	その他	
合計		288	79	44	145	5	13	2
		100.0%	27.4%	15.3%	50.3%	1.7%	4.5%	0.7%
Q2. 業種	製造業(メーカー)	107	21	8	71	3	4	0
		100.0%	19.6%	7.5%	66.4%	2.8%	3.7%	0.0%
	食品・小売業	37	7	9	18	0	3	0
		100.0%	18.9%	24.3%	48.6%	0.0%	8.1%	0.0%
	金融・保険業	12	7	3	1	0	1	0
		100.0%	58.3%	25.0%	8.3%	0.0%	8.3%	0.0%
	情報・通信業、出版業	24	3	4	16	0	0	1
		100.0%	12.5%	16.7%	66.7%	0.0%	0.0%	4.2%
	建設・不動産業	30	9	8	11	0	2	0
	100.0%	30.0%	26.7%	36.7%	0.0%	6.7%	0.0%	
医療・福祉等専門サービス業	8	8	0	0	0	0	0	
	100.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
サービス業(運輸、電力、レジャーなど)	34	13	8	12	1	0	0	
	100.0%	38.2%	23.5%	35.3%	2.9%	0.0%	0.0%	
その他	34	10	4	15	1	3	1	
	100.0%	29.4%	11.8%	44.1%	2.9%	8.8%	2.9%	

※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

シルバーサービスへの参入状況（業種別）



すでに参入している
 参入を検討している
 参入の予定も検討もない
 参入していたが撤退した
 その他
 無回答

(N=288)

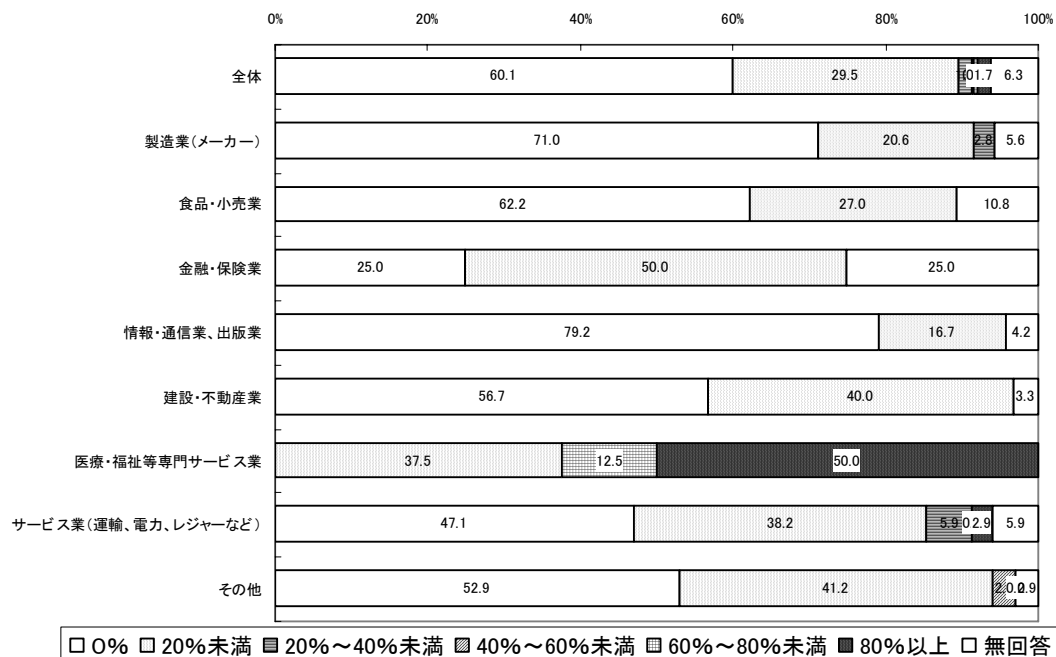
② 商品・サービスに占める“シルバーサービス”の割合

商品・サービスに占める“シルバーサービス”の割合について、業種別にみると、「医療・福祉等専門サービス業」においては、半数企業が、事業に占める“シルバーサービス”の割合を、80%以上と回答した。その他の業種については、事業に占める割合は低く、「金融・保険業」の半数、「建設・不動産」、「サービス業」の約4割が、「20%未満」と回答した。「情報・通信業、出版業」の約8割、「製造業（メーカー）」の7割、「食品・小売業」、「建設・不動産業」の約6割、「サービス業」の約半数が、“シルバーサービス”が事業に占める割合を「0%」と回答した。

図表 III-21 業種別商品・サービスに占めるシルバーサービスの割合

		全体	Q13. 商品・サービスに占める「シルバーサービス」の割合						無回答
			0%	20%未満	20%～40%未満	40%～60%未満	60%～80%未満	80%以上	
合計		288	173	85	5	1	1	5	18
		100.0%	60.1%	29.5%	1.7%	0.3%	0.3%	1.7%	6.3%
Q2. 業種	製造業（メーカー）	107	76	22	3	0	0	0	6
		100.0%	71.0%	20.6%	2.8%	0.0%	0.0%	0.0%	5.6%
	食品・小売業	37	23	10	0	0	0	0	4
		100.0%	62.2%	27.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	10.8%
	金融・保険業	12	3	6	0	0	0	0	3
		100.0%	25.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%
	情報・通信業、出版業	24	19	4	0	0	0	0	1
		100.0%	79.2%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	4.2%
	建設・不動産業	30	17	12	0	0	0	0	1
	100.0%	56.7%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	3.3%	
医療・福祉等専門サービス業	8	0	3	0	0	1	4	0	
	100.0%	0.0%	37.5%	0.0%	0.0%	12.5%	50.0%	0.0%	
サービス業（運輸、電力、レジャーなど）	34	16	13	2	0	0	1	2	
	100.0%	47.1%	38.2%	5.9%	0.0%	0.0%	2.9%	5.9%	
その他	34	18	14	0	1	0	0	1	
	100.0%	52.9%	41.2%	0.0%	2.9%	0.0%	0.0%	2.9%	

商品・サービスに占めるシルバーサービスの割合（業種別）



(N=288)

4) “シルバーサービス”に対する戦略

- ・「特に高齢者を意識したサービスを提供する予定はない」と考えている業種は、「製造業（メーカー）」、「食品・小売業」、「情報・通信業、出版業」が多い。
- ・「公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する」と考えている業種は、「金融・保険業」、「建設・不動産業」、「サービス業（運輸、電力、レジャーなど）」が多い。
- ・「公的介護保険から給付されるサービスを提供する」と考えている業種は、「医療・福祉等専門サービス業」が多い。

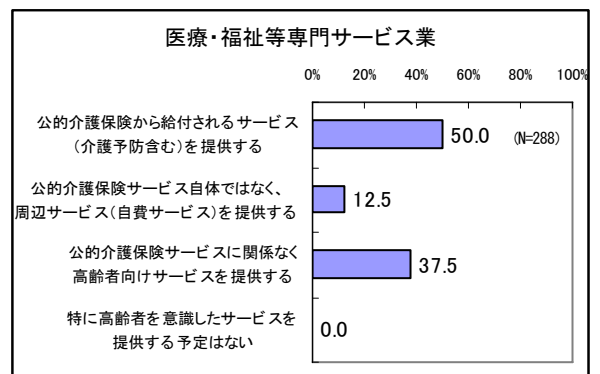
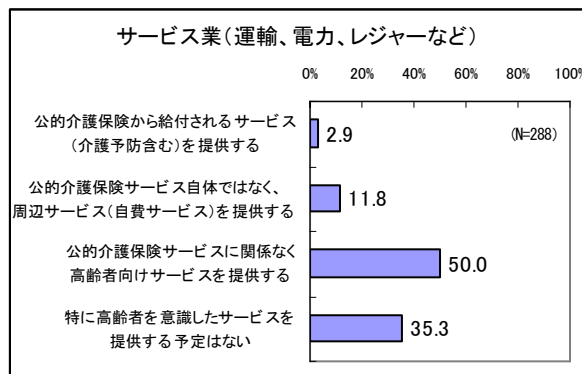
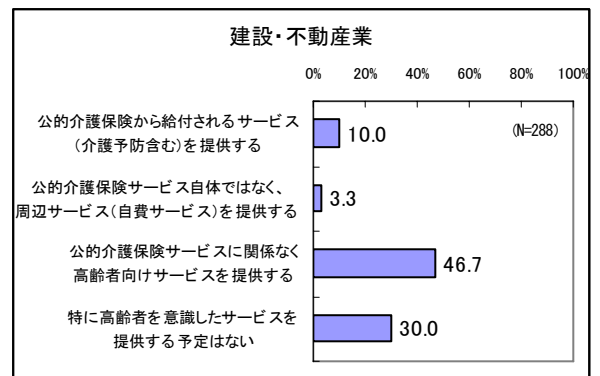
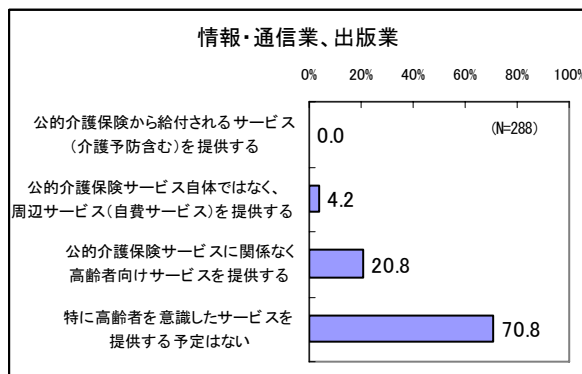
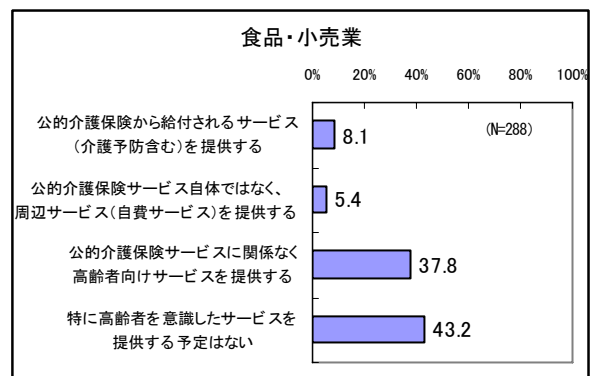
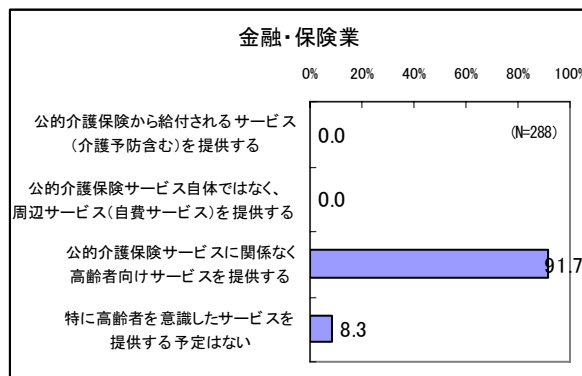
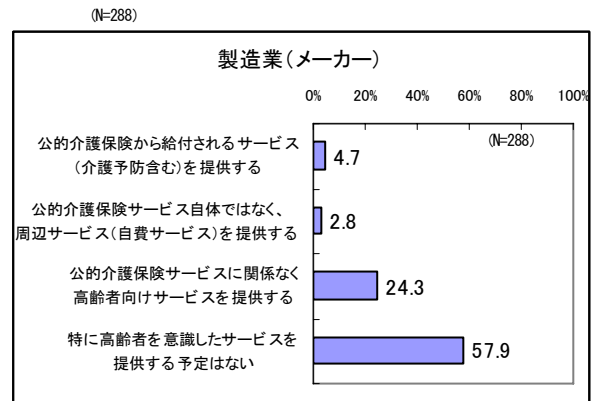
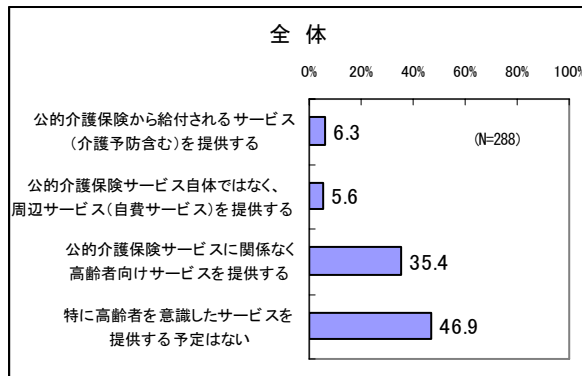
“シルバーサービス”に対する戦略について、業種別にみると、「製造業」の57.9%、「食品・小売業」の43.2%、「情報・通信業、出版業」の70.8%が、「特に高齢者を意識したサービスを提供する予定はない」との回答であった。「金融・保険業」の91.7%、「建設・不動産業」の46.7%、「サービス業」の50.0%が、「公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する」に回答した。一方、「医療・福祉等専門サービス業」のうち半数（50.0%）は、「公的介護保険から給付されるサービスを提供する」に回答した。業種により、“シルバーサービス”に対する戦略が異なることが推測される。

図表 III-22 業種別シルバーサービスに対する戦略

		全体	Q14.「シルバーサービス」に対する戦略				
			公的介護保険から給付されるサービス（介護予防含む）を提供する	公的介護保険サービス自体ではなく、周辺サービス（自費サービス）を提供する	公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する	特に高齢者を意識したサービスを提供する予定はない	無回答
合計		288 100.0%	18 6.3%	16 5.6%	102 35.4%	135 46.9%	17 5.9%
Q2. 業種	製造業（メーカー）	107 100.0%	5 4.7%	3 2.8%	26 24.3%	62 57.9%	11 10.3%
	食品・小売業	37 100.0%	3 8.1%	2 5.4%	14 37.8%	16 43.2%	2 5.4%
	金融・保険業	12 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	11 91.7%	1 8.3%	0 0.0%
	情報・通信業、出版業	24 100.0%	0 0.0%	1 4.2%	5 20.8%	17 70.8%	1 4.2%
	建設・不動産業	30 100.0%	3 10.0%	1 3.3%	14 46.7%	9 30.0%	3 10.0%
	医療・福祉等専門サービス業	8 100.0%	4 50.0%	1 12.5%	3 37.5%	0 0.0%	0 0.0%
	サービス業（運輸、電力、レジャー等）	34 100.0%	1 2.9%	4 11.8%	17 50.0%	12 35.3%	0 0.0%
	その他	34 100.0%	2 5.9%	4 11.8%	11 32.4%	17 50.0%	0 0.0%

※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

“シルバーサービス”に対する戦略（業種別）



5) “シルバーサービス”に参入する場合の課題

- ・「高齢者のニーズ把握」と考えている業種は、「金融・保険業」「情報・通信業、出版業」が多い。
- ・「人材の確保・育成」と考えている業種は、「食品・小売業」「金融・保険業」「建設・不動産業」「医療・福祉等専門サービス業」「サービス業(運輸、電力、レジャーなど)」が多い。
- ・「利益確保」と考えている業種は、「製造業(メーカー)」「金融・保険業」「情報・通信業、出版業」が多い。
- ・「公的規制」と考えている業種は、「医療・福祉等専門サービス業」が多い。
- ・「他社との競争」と考えている業種は、「建設・不動産業」が多い。

“シルバーサービス”に参入する場合の課題について、業種別にみると、「金融・保険業」「情報・通信業、出版業」の過半数の企業が「高齢者のニーズ把握」を課題としている。

また「医療・福祉等専門サービス業」の約6割、「食品・小売業」、「建設・不動産業」、「サービス業」の約4割の企業が、「人材の確保・育成」を課題とみなしている。

「製造業(メーカー)」では、「利益確保」が約3割で最も多い。

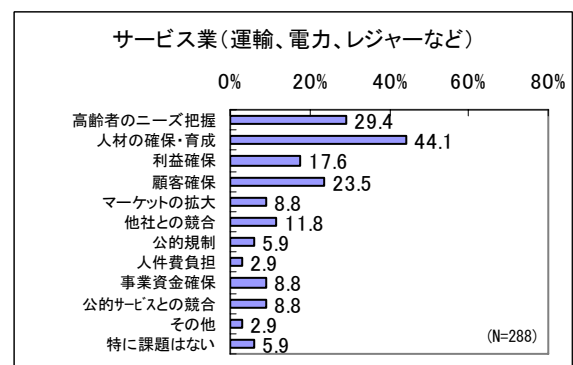
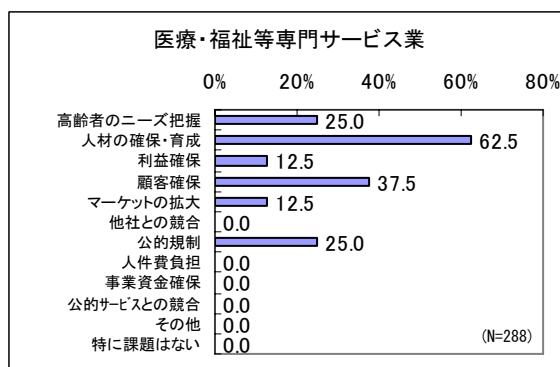
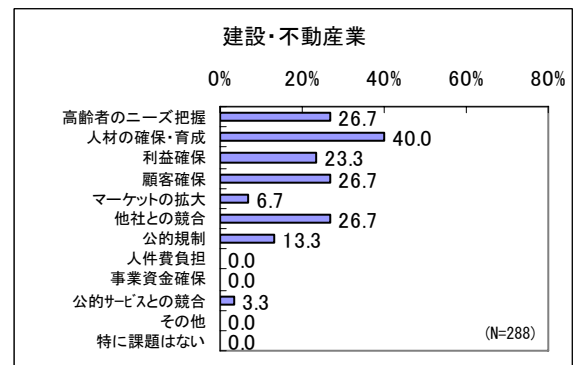
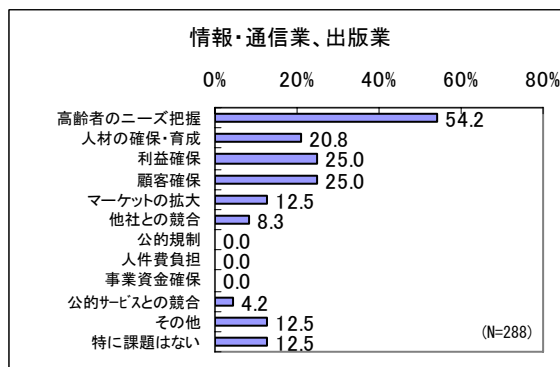
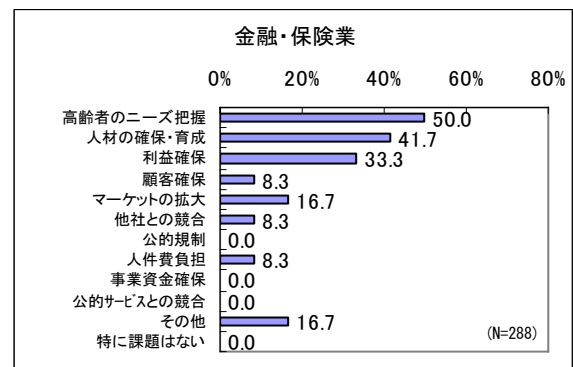
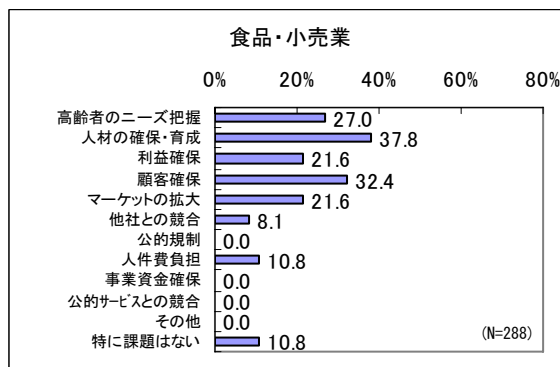
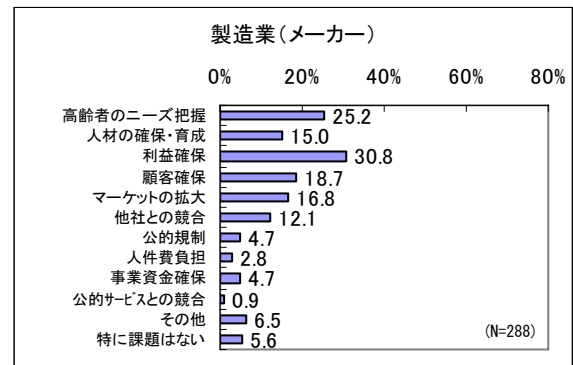
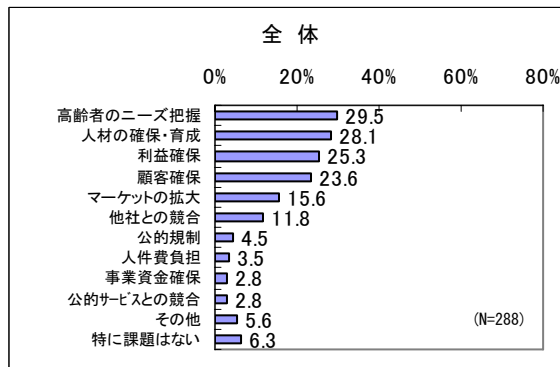
図表 III-23 業種別シルバーサービスの課題

	全体	Q16.「シルバーサービス」の課題							
		高齢者のニーズ把握	顧客確保	マーケットの拡大	人材の確保・育成	人件費負担	事業資金確保	利益確保	
合計	288 100.0%	85 29.5%	68 23.6%	45 15.6%	81 28.1%	10 3.5%	8 2.8%	73 25.3%	
Q2. 業種	製造業（メーカー）	107 100.0%	27 25.2%	20 18.7%	18 16.8%	16 15.0%	3 2.8%	5 4.7%	33 30.8%
	食品・小売業	37 100.0%	10 27.0%	12 32.4%	8 21.6%	14 37.8%	4 10.8%	0 0.0%	8 21.6%
	金融・保険業	12 100.0%	6 50.0%	1 8.3%	2 16.7%	5 41.7%	1 8.3%	0 0.0%	4 33.3%
	情報・通信業、出版業	24 100.0%	13 54.2%	6 25.0%	3 12.5%	5 20.8%	0 0.0%	0 0.0%	6 25.0%
	建設・不動産業	30 100.0%	8 26.7%	8 26.7%	2 6.7%	12 40.0%	0 0.0%	0 0.0%	7 23.3%
	医療・福祉等専門サービス業	8 100.0%	2 25.0%	3 37.5%	1 12.5%	5 62.5%	0 0.0%	0 0.0%	1 12.5%
	サービス業（運輸、電力、レジャーなど）	34 100.0%	10 29.4%	8 23.5%	3 8.8%	15 44.1%	1 2.9%	3 8.8%	6 17.6%
	その他	34 100.0%	8 23.5%	10 29.4%	8 23.5%	9 26.5%	1 2.9%	0 0.0%	7 20.6%

	全体	Q16.「シルバーサービス」の課題						
		公的規制	他社との競合	公的（非営利）サービスとの競合	その他	特に課題はない	無回答	
合計	288 100.0%	13 4.5%	34 11.8%	8 2.8%	16 5.6%	18 6.3%	26 9.0%	
Q2. 業種	製造業（メーカー）	107 100.0%	5 4.7%	13 12.1%	1 0.9%	7 6.5%	6 5.6%	17 15.9%
	食品・小売業	37 100.0%	0 0.0%	3 8.1%	0 0.0%	0 0.0%	4 10.8%	1 2.7%
	金融・保険業	12 100.0%	0 0.0%	1 8.3%	0 0.0%	2 16.7%	0 0.0%	0 0.0%
	情報・通信業、出版業	24 100.0%	0 0.0%	2 8.3%	1 4.2%	3 12.5%	3 12.5%	0 0.0%
	建設・不動産業	30 100.0%	4 13.3%	8 26.7%	1 3.3%	0 0.0%	0 0.0%	3 10.0%
	医療・福祉等専門サービス業	8 100.0%	2 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 12.5%
	サービス業（運輸、電力、レジャーなど）	34 100.0%	2 5.9%	4 11.8%	3 8.8%	1 2.9%	2 5.9%	1 2.9%
	その他	34 100.0%	0 0.0%	3 8.8%	2 5.9%	3 8.8%	3 8.8%	2 5.9%

※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

“シルバーサービス”の課題（業種別）



6) “シルバーサービス”に参入する場合に特に重要とする点

- ・「収益性」と考えている業種は、「全業種」とも多い。
- ・「安定性」と考えている業種は、「金融・保険業」「建設・不動産業」「医療・福祉等専門サービス業」が多い。
- ・「利用者満足の拡大」と考えている業種は、「食品・小売業」「金融・保険業」が多い。
- ・「商品・サービスの品質向上」と考えている業種は、「金融・保険業」が多い。

“シルバーサービス”に参入する場合に特に重要とする点について、業種別にみると、いずれの業種も「収益性」に回答した企業の割合が高かった。「食品・小売業」と「金融・保険業」においては、「利用者満足の拡大」に回答した企業が「食品・小売業」70.3%、「金融・保険業」58.3%と、過半数を超えた。

図表 III-24 業種別シルバーサービスに参入するとした場合の重要ポイント

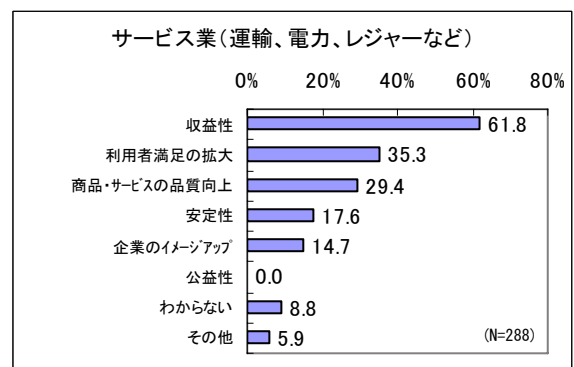
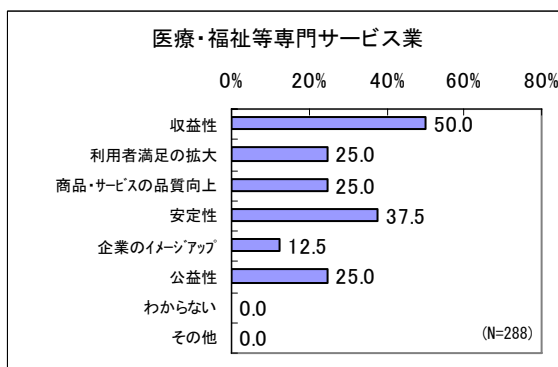
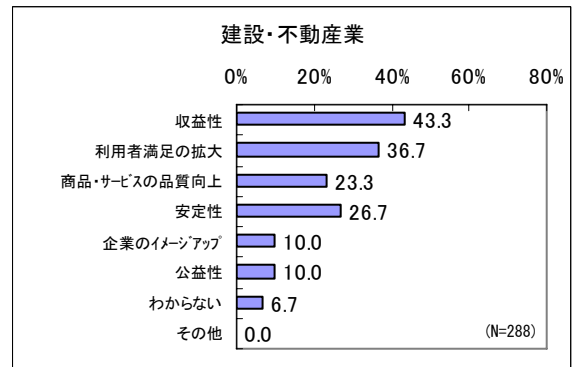
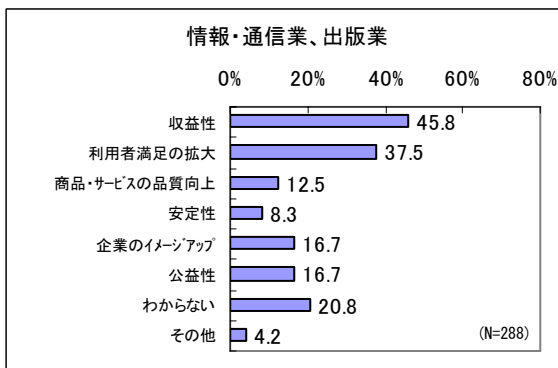
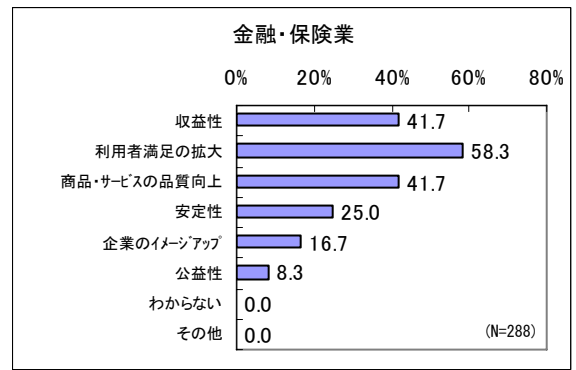
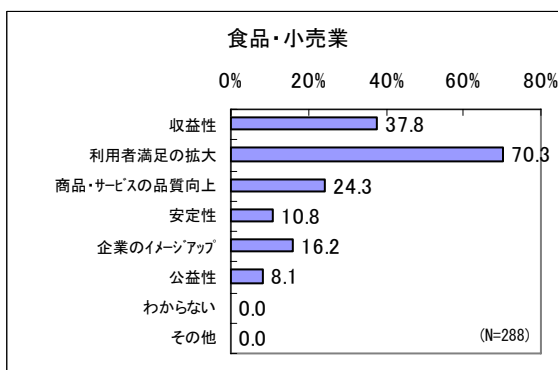
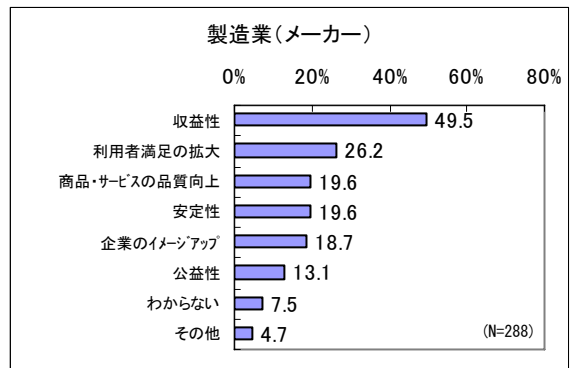
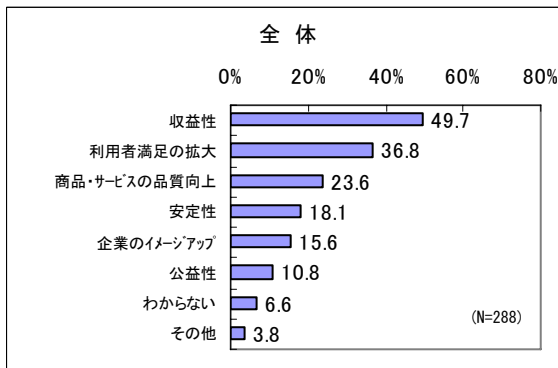
		全体	Q17.「シルバーサービス」の重要視点				
			収益性	安定性	公益性	企業のイメージアップ	利用者満足の拡大
合計		288	143	52	31	45	106
		100.0%	49.7%	18.1%	10.8%	15.6%	36.8%
Q2.業種	製造業（メーカー）	107	53	21	14	20	28
		100.0%	49.5%	19.6%	13.1%	18.7%	26.2%
	食品・小売業	37	14	4	3	6	26
		100.0%	37.8%	10.8%	8.1%	16.2%	70.3%
	金融・保険業	12	5	3	1	2	7
		100.0%	41.7%	25.0%	8.3%	16.7%	58.3%
	情報・通信業、出版業	24	11	2	4	4	9
		100.0%	45.8%	8.3%	16.7%	16.7%	37.5%
	建設・不動産業	30	13	8	3	3	11
	100.0%	43.3%	26.7%	10.0%	10.0%	36.7%	
医療・福祉等専門サービス業	8	4	3	2	1	2	
	100.0%	50.0%	37.5%	25.0%	12.5%	25.0%	
サービス業（運輸、電力、レジャーなど）	34	21	6	0	5	12	
	100.0%	61.8%	17.6%	0.0%	14.7%	35.3%	
その他	34	21	5	4	4	11	
	100.0%	61.8%	14.7%	11.8%	11.8%	32.4%	

		全体	Q17.「シルバーサービス」の重要視点			
			商品・サービスの品質向上	わからない	その他	無回答
合計		288	68	19	11	22
		100.0%	23.6%	6.6%	3.8%	7.6%
Q2.業種	製造業（メーカー）	107	21	8	5	13
		100.0%	19.6%	7.5%	4.7%	12.1%
	食品・小売業	37	9	0	0	1
		100.0%	24.3%	0.0%	0.0%	2.7%
	金融・保険業	12	5	0	0	0
		100.0%	41.7%	0.0%	0.0%	0.0%
	情報・通信業、出版業	24	3	5	1	0
		100.0%	12.5%	20.8%	4.2%	0.0%
	建設・不動産業	30	7	2	0	3
	100.0%	23.3%	6.7%	0.0%	10.0%	
医療・福祉等専門サービス業	8	2	0	0	1	
	100.0%	25.0%	0.0%	0.0%	12.5%	
サービス業（運輸、電力、レジャーなど）	34	10	3	2	1	
	100.0%	29.4%	8.8%	5.9%	2.9%	
その他	34	10	1	3	2	
	100.0%	29.4%	2.9%	8.8%	5.9%	

(N=288)

※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

“シルバーサービス” に参入するとした場合の重要ポイント（業種別）



7) “シルバーサービス”の品質確保のために効果的であると思われるもの

【公的介護保険で給付されるサービスの場合】

- ・「国(公的機関)による監査・指導」と考えている業種は、「金融・保険業」が多い。
- ・「国(公的機関)による品質保証制度」と考えている業種は、「食品・小売業」「金融・保険業」が多い。
- ・「民間機関(JIS、ISO等)による品質保証制度」と考えている業種は、「製造業(メーカー)」が多い。
- ・「第三者による評価制度」と考えている業種は、「建設・不動産業」「医療・福祉等専門サービス業」「サービス業(運輸、電力、レジャーなど)」が多い。
- ・「企業間における競争(利用者による選別)」と考えている業種は、「情報・通信業、出版業」「医療・福祉等専門サービス業」が多い。

【介護関連サービスの場合】

- ・「民間機関(JIS、ISO等)による品質保証制度」と考えている業種は、「金融・保険業」が多い。
- ・「第三者による評価制度」と考えている業種は、「製造業(メーカー)」「サービス業(運輸、電力、レジャーなど)」が多い。
- ・「企業間における競争(利用者による選別)」と考えている業種は、「情報・通信業、出版業」「医療・福祉等専門サービス業」が多い。

【その他高齢者を対象としたサービスの場合】

- ・「第三者による評価制度」と考えている業種は、「金融・保険業」「建設・不動産業」「サービス業(運輸、電力、レジャーなど)」が多い。
- ・「企業間における競争(利用者による選別)」と考えている業種は、「製造業(メーカー)」「食品・小売業」「金融・保険業」「情報・通信業、出版業」「医療・福祉等専門サービス業」が多い。

① 公的介護保険で給付されるサービスの場合

“シルバーサービス”の品質確保のために効果的な要件として最も多かったのは、「製造業(メーカー)」では「民間機関による品質保証制度」が21.5%、「食品・小売業」では「国による品質保証制度」が24.3%、「金融・保険業」では「国による監査・指導」と「国による品質保証制度」が25.0%、「情報・通信、出版業」では「企業間における競争」が25.0%、「建設・不動産」「医療・福祉等専門サービス業」「サービス業」では「第三者による評価制度」がそれぞれ26.7%、37.5%、26.5%で、業種によってばらつきがみられた。

図表 III-25 業種別シルバーサービスの品質確保のために効果的であると思われるもの(公的介護保険で給付されるサービスの場合)

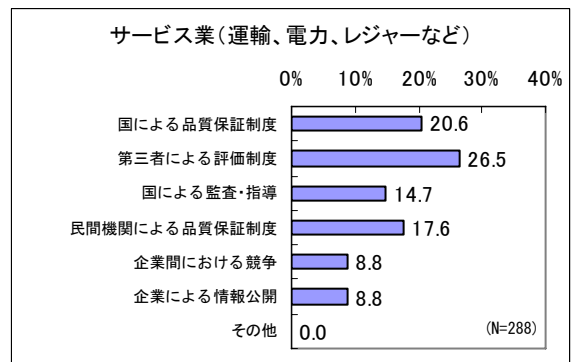
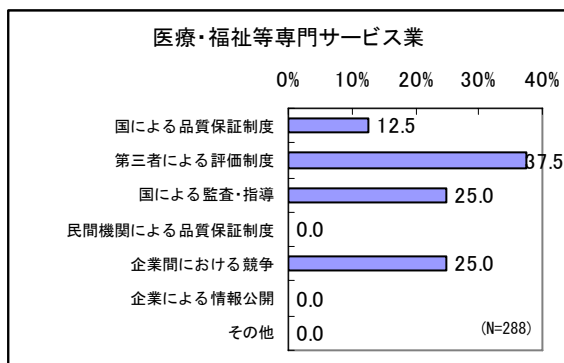
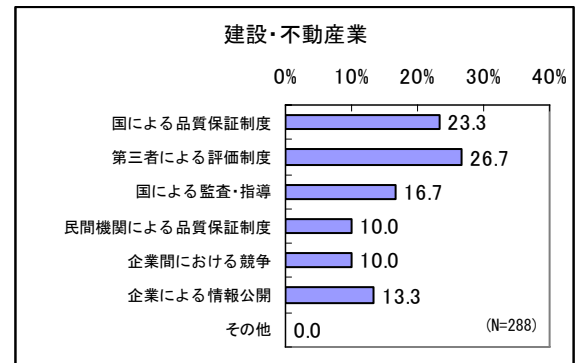
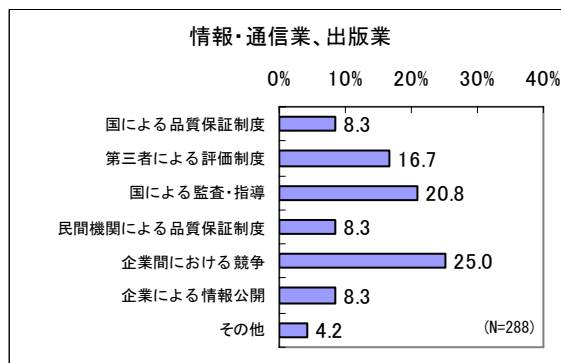
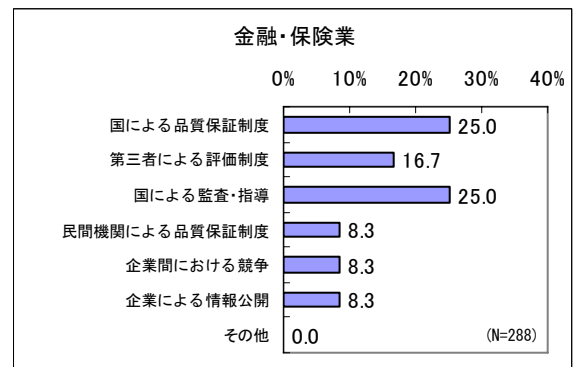
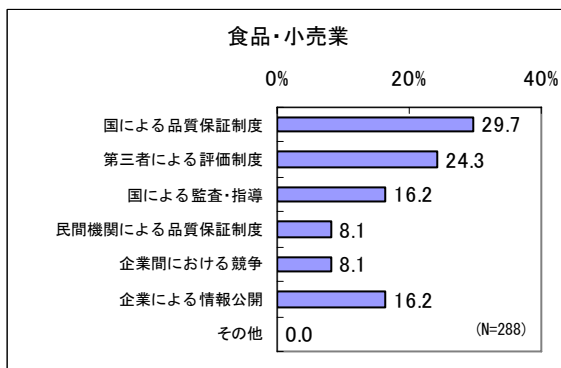
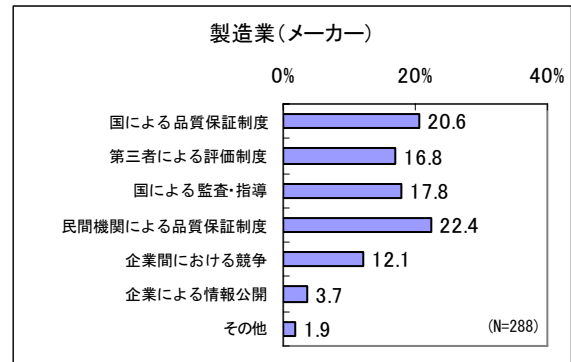
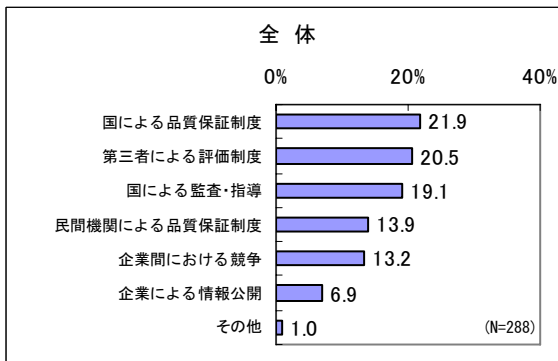
	全体	Q18-1. 公的介護保険で給付されるサービスの場合				
		国(公的機関)による 監査・指導	国(公的機関)による 品質保証制度	民間機関 (JIS、ISO 等)による 品質保証制度	第三者による 評価制度	
合計	288 100.0%	51 17.7%	59 20.5%	38 13.2%	55 19.1%	
Q2. 業種	製造業(メーカー)	107 100.0%	18 16.8%	21 19.6%	23 21.5%	16 15.0%
	食品・小売業	37 100.0%	4 10.8%	9 24.3%	3 8.1%	8 21.6%
	金融・保険業	12 100.0%	3 25.0%	3 25.0%	1 8.3%	2 16.7%
	情報・通信業、出版業	24 100.0%	5 20.8%	2 8.3%	2 8.3%	4 16.7%
	建設・不動産業	30 100.0%	4 13.3%	6 20.0%	3 10.0%	8 26.7%
	医療・福祉等専門サービス業	8 100.0%	2 25.0%	1 12.5%	0 0.0%	3 37.5%
	サービス業(運輸、電力、レジャー等)	34 100.0%	5 14.7%	7 20.6%	5 14.7%	8 23.5%
	その他	34 100.0%	10 29.4%	9 26.5%	1 2.9%	6 17.6%

	全体	Q18-1. 公的介護保険で給付されるサービスの場合				
		企業による 情報公開	企業間における競争 (利用者による選別)	その他	無回答	
合計	288 100.0%	19 6.6%	37 12.8%	3 1.0%	26 9.0%	
Q2. 業種	製造業(メーカー)	107 100.0%	4 3.7%	12 11.2%	2 1.9%	11 10.3%
	食品・小売業	37 100.0%	5 13.5%	3 8.1%	0 0.0%	5 13.5%
	金融・保険業	12 100.0%	1 8.3%	1 8.3%	0 0.0%	1 8.3%
	情報・通信業、出版業	24 100.0%	2 8.3%	6 25.0%	1 4.2%	2 8.3%
	建設・不動産業	30 100.0%	4 13.3%	3 10.0%	0 0.0%	2 6.7%
	医療・福祉等専門サービス業	8 100.0%	0 0.0%	2 25.0%	0 0.0%	0 0.0%
	サービス業(運輸、電力、レジャー等)	34 100.0%	3 8.8%	3 8.8%	0 0.0%	3 8.8%
	その他	34 100.0%	0 0.0%	7 20.6%	0 0.0%	1 2.9%

※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

“シルバーサービス”の品質確保のために効果的であると思われるもの（業種別）

a. 公的介護保険で給付されるサービスの場合



② 介護関連サービスの場合

“シルバーサービス”の品質確保のために効果的な要件について、介護関連サービスの場合は、いずれの業種においても「民間機関による品質保証制度」や「第三者による評価制度」、「企業間における競争」等、民間企業の関与を効果的とする意見が多かった。

図表 III-26 業種別シルバーサービスの品質確保のために効果的であると思われるもの（介護関連サービスの場合）

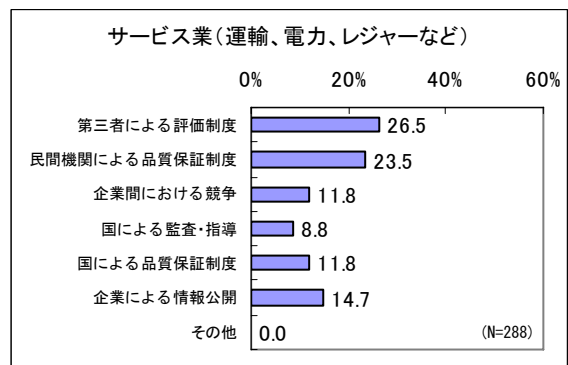
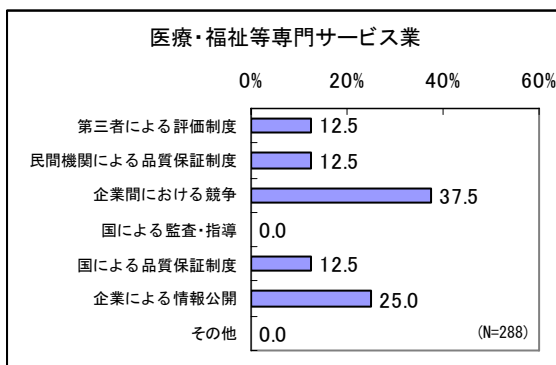
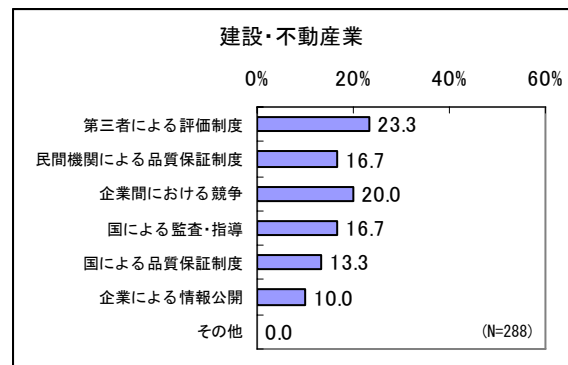
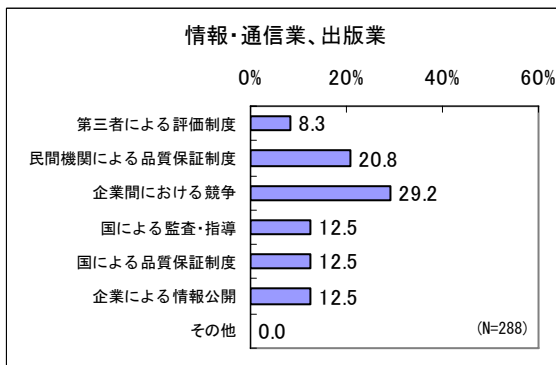
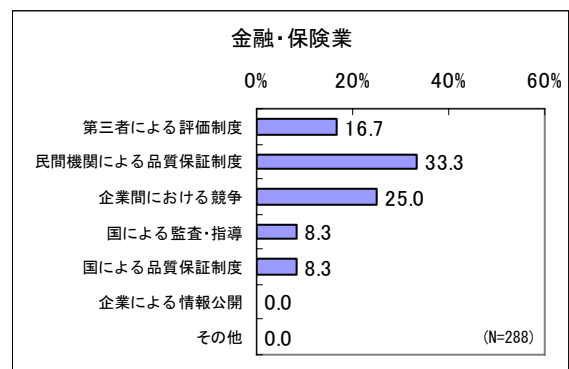
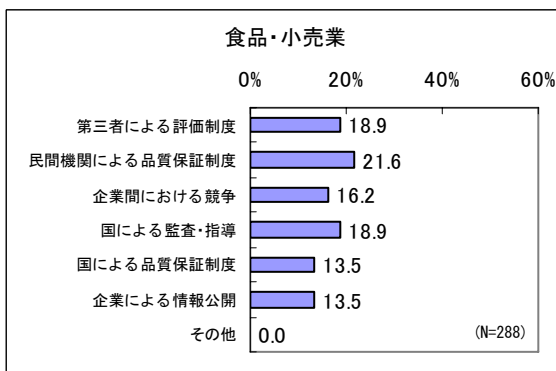
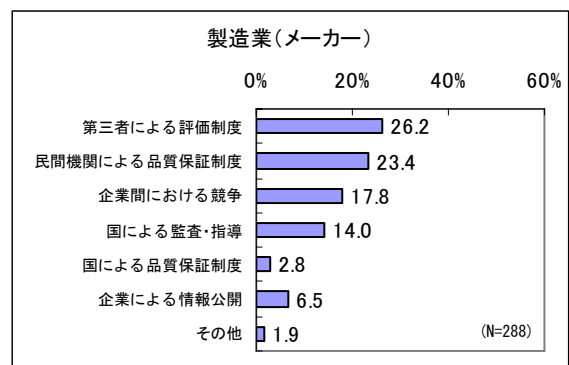
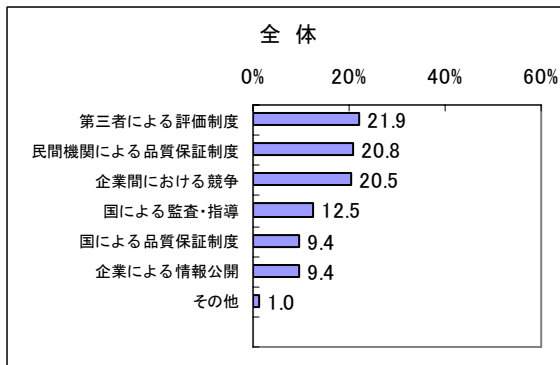
	全体	Q18-2. 介護関連サービスの場合				
		国（公的機関）による 監査・指導	国（公的機関）による 品質保証制度	民間機関 （JIS、ISO 等）による 品質保証制度	第三者による 評価制度	
合計	288 100.0%	34 11.8%	24 8.3%	59 20.5%	60 20.8%	
Q2. 業種	製造業（メーカー）	107 100.0%	15 14.0%	3 2.8%	25 23.4%	27 25.2%
	食品・小売業	37 100.0%	6 16.2%	3 8.1%	8 21.6%	6 16.2%
	金融・保険業	12 100.0%	1 8.3%	1 8.3%	4 33.3%	2 16.7%
	情報・通信業、出版業	24 100.0%	3 12.5%	3 12.5%	5 20.8%	2 8.3%
	建設・不動産業	30 100.0%	4 13.3%	3 10.0%	5 16.7%	7 23.3%
	医療・福祉等専門サービス業	8 100.0%	0 0.0%	1 12.5%	1 12.5%	1 12.5%
	サービス業（運輸、電力、レジャー等）	34 100.0%	3 8.8%	4 11.8%	7 20.6%	8 23.5%
	その他	34 100.0%	2 5.9%	6 17.6%	4 11.8%	6 17.6%

	全体	Q18-2. 介護関連サービスの場合				
		企業による 情報公開	企業間にお ける競争 （利用者による選別）	その他	無回答	
合計	288 100.0%	24 8.3%	57 19.8%	3 1.0%	27 9.4%	
Q2. 業種	製造業（メーカー）	107 100.0%	6 5.6%	17 15.9%	2 1.9%	12 11.2%
	食品・小売業	37 100.0%	3 8.1%	6 16.2%	0 0.0%	5 13.5%
	金融・保険業	12 100.0%	0 0.0%	3 25.0%	0 0.0%	1 8.3%
	情報・通信業、出版業	24 100.0%	3 12.5%	7 29.2%	0 0.0%	1 4.2%
	建設・不動産業	30 100.0%	3 10.0%	6 20.0%	0 0.0%	2 6.7%
	医療・福祉等専門サービス業	8 100.0%	2 25.0%	3 37.5%	0 0.0%	0 0.0%
	サービス業（運輸、電力、レジャー等）	34 100.0%	5 14.7%	4 11.8%	0 0.0%	3 8.8%
	その他	34 100.0%	2 5.9%	11 32.4%	1 2.9%	2 5.9%

※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

“シルバーサービス”の品質確保のために効果的であると思われるもの（業種別）

b. 介護関連サービスの場合



③ その他高齢者を対象としたサービスの場合

“シルバーサービス”の品質確保のために効果的な要件について、その他高齢者を対象としたサービスの場合は、「建設・不動産業」と「サービス業」に関しては、「第三者による評価制度」に回答した企業が約3割で最も多く、その他の業種に関しては「企業間における競争」に回答した企業が約2～5割で最も多かった。

図表 III-27 業種別シルバーサービスの品質確保のために効果的であると思われるもの(その他高齢者を対象としたサービスの場合)

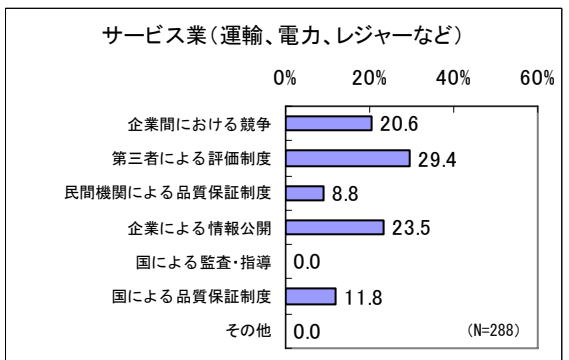
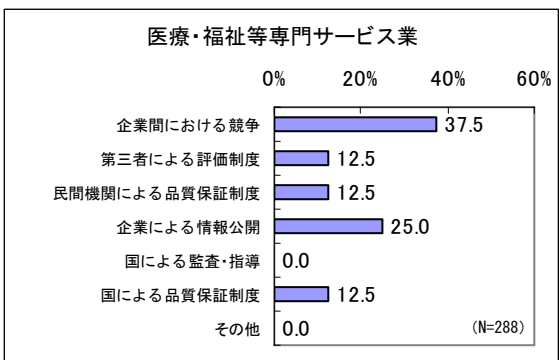
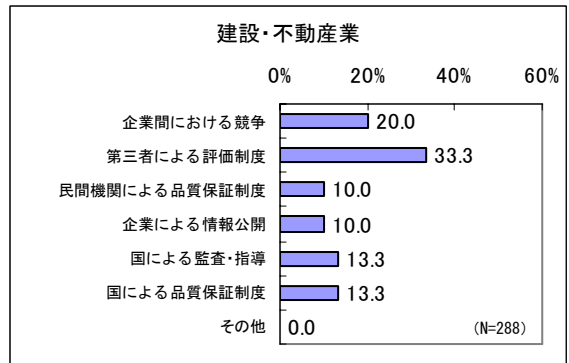
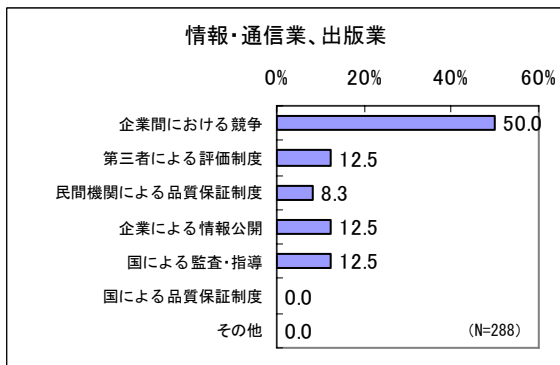
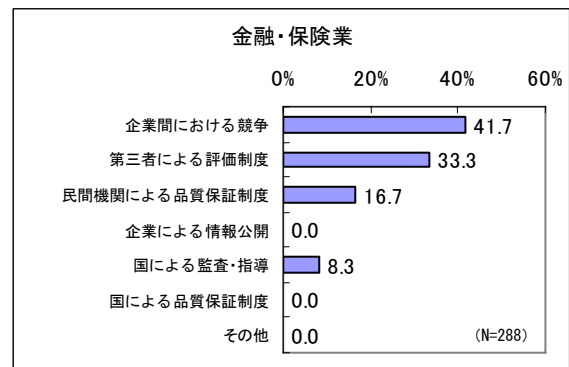
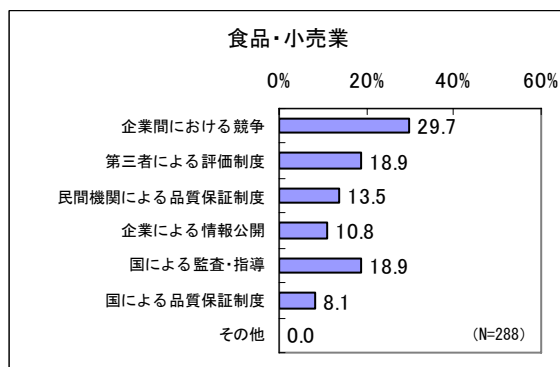
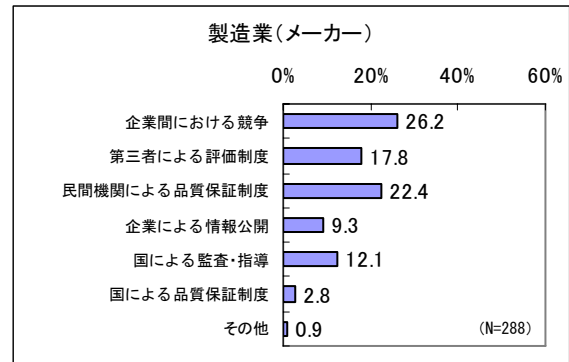
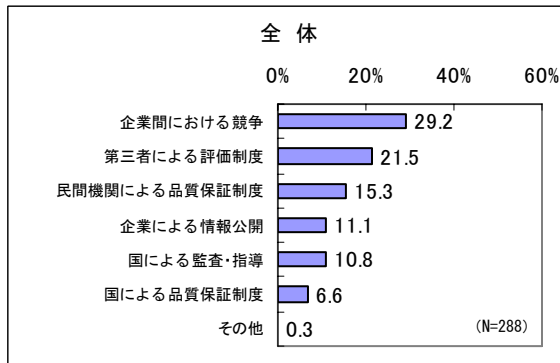
	全体	Q18-3. その他高齢者を対象としたサービス				
		国(公的機関)による 監査・指導	国(公的機関)による 品質保証制度	民間機関 (JIS、ISO 等)による 品質保証制度	第三者による 評価制度	
合計	288 100.0%	28 9.7%	17 5.9%	44 15.3%	61 21.2%	
Q2. 業種	製造業(メーカー)	107 100.0%	13 12.1%	3 2.8%	24 22.4%	18 16.8%
	食品・小売業	37 100.0%	5 13.5%	2 5.4%	5 13.5%	7 18.9%
	金融・保険業	12 100.0%	1 8.3%	0 0.0%	2 16.7%	4 33.3%
	情報・通信業、出版業	24 100.0%	3 12.5%	0 0.0%	2 8.3%	3 12.5%
	建設・不動産業	30 100.0%	3 10.0%	3 10.0%	3 10.0%	10 33.3%
	医療・福祉等専門サービス業	8 100.0%	0 0.0%	1 12.5%	1 12.5%	1 12.5%
	サービス業(運輸、電力、レジャー等)	34 100.0%	0 0.0%	4 11.8%	3 8.8%	10 29.4%
	その他	34 100.0%	3 8.8%	4 11.8%	4 11.8%	7 20.6%

	全体	Q18-3. その他高齢者を対象としたサービス				
		企業による 情報公開	企業間における競争 (利用者による選別)	その他	無回答	
合計	288 100.0%	30 10.4%	82 28.5%	1 0.3%	25 8.7%	
Q2. 業種	製造業(メーカー)	107 100.0%	9 8.4%	26 24.3%	1 0.9%	13 12.1%
	食品・小売業	37 100.0%	3 8.1%	11 29.7%	0 0.0%	4 10.8%
	金融・保険業	12 100.0%	0 0.0%	5 41.7%	0 0.0%	0 0.0%
	情報・通信業、出版業	24 100.0%	3 12.5%	12 50.0%	0 0.0%	1 4.2%
	建設・不動産業	30 100.0%	3 10.0%	6 20.0%	0 0.0%	2 6.7%
	医療・福祉等専門サービス業	8 100.0%	2 25.0%	3 37.5%	0 0.0%	0 0.0%
	サービス業(運輸、電力、レジャー等)	34 100.0%	8 23.5%	7 20.6%	0 0.0%	2 5.9%
	その他	34 100.0%	2 5.9%	12 35.3%	0 0.0%	2 5.9%

※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

“シルバーサービス”の品質確保のために効果的であると思われるもの（業種別）

c. その他高齢者を対象としたサービスの場合



8) “シルバーサービス”に対する対象年齢の考え方別の傾向

① “シルバーサービス”の対象分野

“シルバーサービス”の対象年齢の考え方別に、“シルバーサービス”に参入するとした場合の対象分野をみると、「50歳以上」を対象年齢とする企業は「住生活分野」30.8%、「健康づくり、スポーツ、レジャー分野」30.8%、「衣生活分野」23.1%、「食生活分野」23.1%であった。また、「60歳以上」では「情報・通信分野」が22.9%、「65歳以上」では「住生活分野」が30.0%、「福祉用具・介護用品分野」が25.5%で高かった。

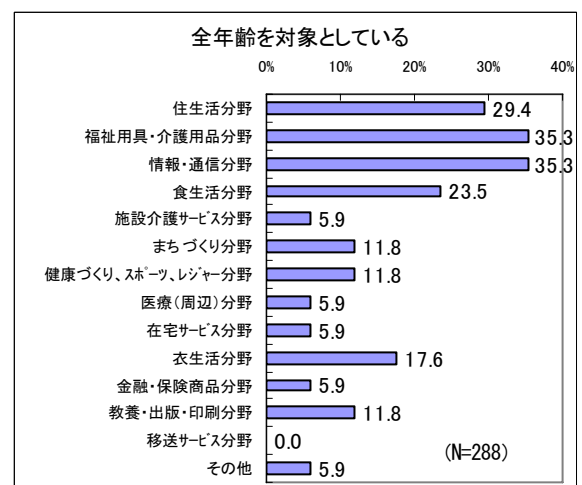
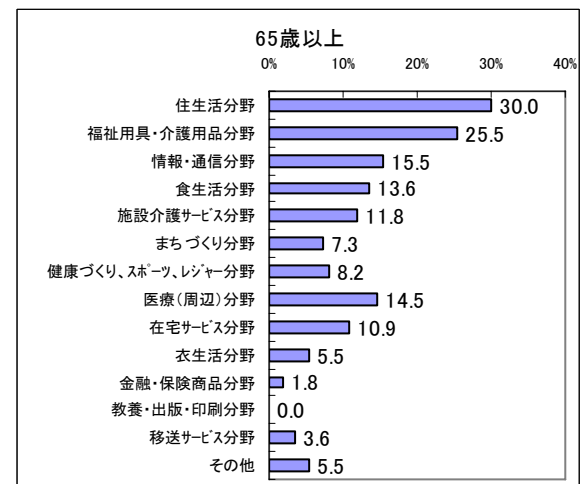
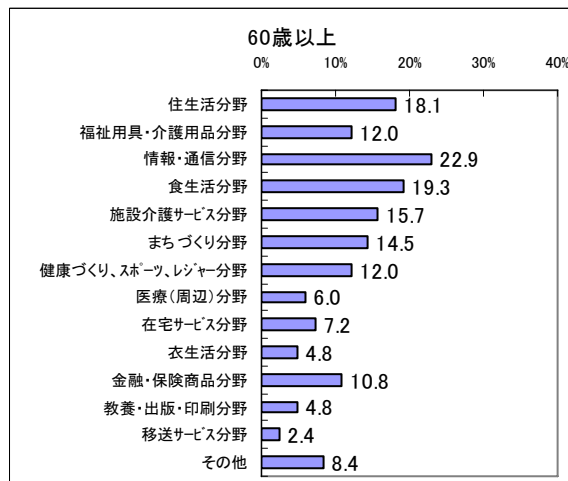
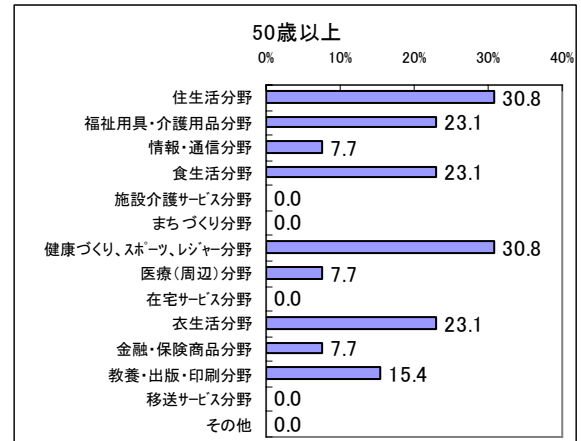
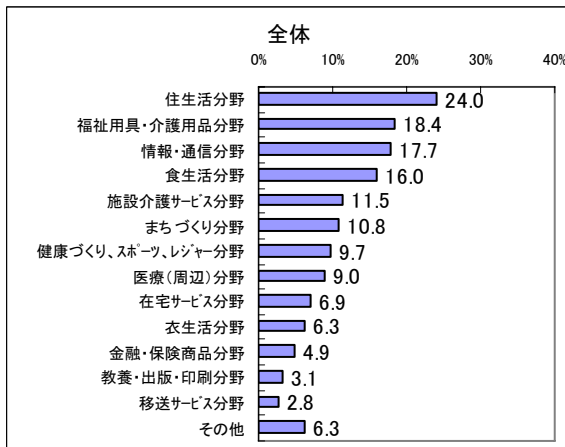
図表 III-28 シルバーサービスの対象年齢別シルバーサービスの対象分野

		全体	Q15.「シルバーサービス」の対象分野							
			衣生活分野	食生活分野	住生活分野	情報・通信分野	まちづくり分野	金融・保険商品分野	医療(周辺)分野	移送サービス分野
合計		288 100.0%	18 6.3%	46 16.0%	69 24.0%	51 17.7%	31 10.8%	14 4.9%	26 9.0%	8 2.8%
Q7.「シルバーサービス」の対象年齢	50歳以上	13 100.0%	3 23.1%	3 23.1%	4 30.8%	1 7.7%	0 0.0%	1 7.7%	1 7.7%	0 0.0%
	60歳以上	83 100.0%	4 4.8%	16 19.3%	15 18.1%	19 22.9%	12 14.5%	9 10.8%	5 6.0%	2 2.4%
	65歳以上	110 100.0%	6 5.5%	15 13.6%	33 30.0%	17 15.5%	8 7.3%	2 1.8%	16 14.5%	4 3.6%
	全年齢を対象としている	17 100.0%	3 17.6%	4 23.5%	5 29.4%	6 35.3%	2 11.8%	1 5.9%	1 5.9%	0 0.0%
	わからない	59 100.0%	2 3.4%	8 13.6%	12 20.3%	7 11.9%	8 13.6%	0 0.0%	2 3.4%	2 3.4%
	その他	5 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	1 20.0%	1 20.0%	1 20.0%	1 20.0%
	その他	5 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	1 20.0%	1 20.0%	1 20.0%	1 20.0%

		全体	Q15.「シルバーサービス」の対象分野						
			在宅サービス分野	施設介護サービス分野	福祉用具・介護用品分野	教養・出版・印刷分野	健康づくり、スポーツ、レジャー分野	その他	無回答
合計		288 100.0%	20 6.9%	33 11.5%	53 18.4%	9 3.1%	28 9.7%	18 6.3%	29 10.1%
Q7.「シルバーサービス」の対象年齢	50歳以上	13 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 23.1%	2 15.4%	4 30.8%	0 0.0%	0 0.0%
	60歳以上	83 100.0%	6 7.2%	13 15.7%	10 12.0%	4 4.8%	10 12.0%	7 8.4%	3 3.6%
	65歳以上	110 100.0%	12 10.9%	13 11.8%	28 25.5%	0 0.0%	9 8.2%	6 5.5%	8 7.3%
	全年齢を対象としている	17 100.0%	1 5.9%	1 5.9%	6 35.3%	2 11.8%	2 11.8%	1 5.9%	0 0.0%
	わからない	59 100.0%	1 1.7%	6 10.2%	5 8.5%	1 1.7%	3 5.1%	3 5.1%	16 27.1%
	その他	5 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	1 20.0%
	その他	5 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	1 20.0%

※対象年齢の考え方別の傾向を明確化させるため、対象年齢別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

“シルバーサービス”の対象分野（“シルバーサービス”に対する対象年齢の考え方別）



(3) “シルバーサービス”市場に対する考え方別の傾向（クロス集計結果より）

1) “シルバーサービス”への参入状況

・「参入企業」では、「たいへん魅力的な市場である」「魅力的な市場である」の考えるところが多い。
 ・「参入検討企業」では、「魅力的な市場である」と考えるところが多い。

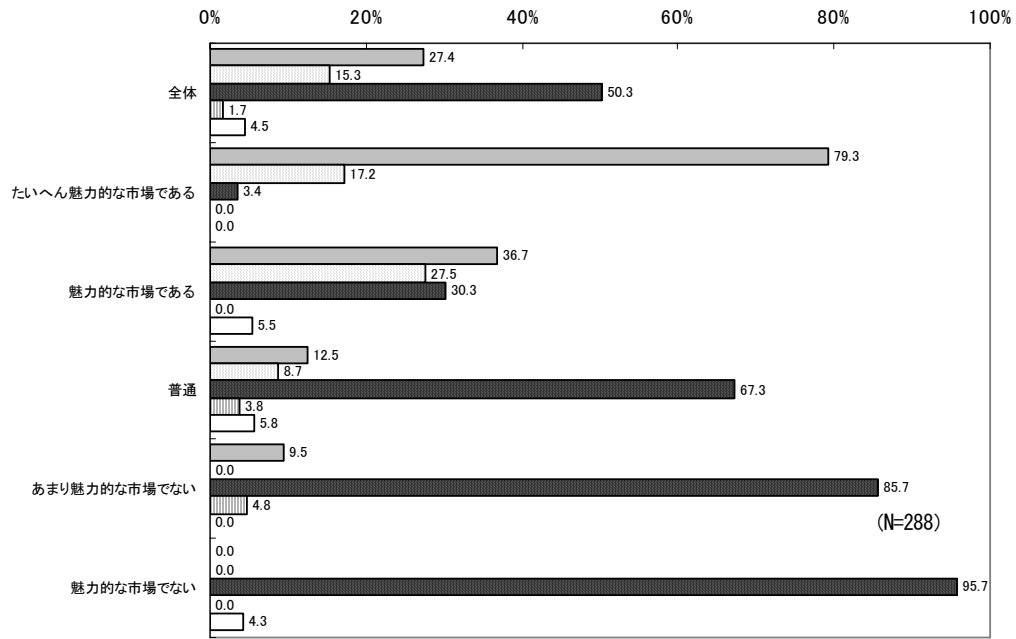
“シルバーサービス”市場に対する考え方別に、“シルバーサービス”への参入状況をみると、「たいへん魅力的な市場である」と回答した企業の79.3%が「すでに参入している」と回答。「魅力的な市場である」と回答した企業については、36.7%が「すでに参入している」、27.5%が「参入を検討している」に回答している。「魅力的な市場である」と回答しつつも、「参入の予定も検討もしていない」との回答は、30.3%にのぼった。

図表 III-29 シルバーサービス市場に対する考え方別シルバーサービスへの参入状況

		全体	Q10.「シルバーサービス」への参入状況					無回答
			すでに参入している	参入を検討している	参入の予定も検討もない	参入していたが撤退した	その他	
合計		288 100.0%	79 27.4%	44 15.3%	145 50.3%	5 1.7%	13 4.5%	2 0.7%
Q9.「シルバーサービス」市場に対する考え方	たいへん魅力的な市場である	29 100.0%	23 79.3%	5 17.2%	1 3.4%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
	魅力的な市場である	109 100.0%	40 36.7%	30 27.5%	33 30.3%	0 0.0%	6 5.5%	0 0.0%
	普通	104 100.0%	13 12.5%	9 8.7%	70 67.3%	4 3.8%	6 5.8%	2 1.9%
	あまり魅力的な市場でない	21 100.0%	2 9.5%	0 0.0%	18 85.7%	1 4.8%	0 0.0%	0 0.0%
	魅力的な市場でない	23 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	22 95.7%	0 0.0%	1 4.3%	0 0.0%

※シルバーサービス市場に対する考え方別の傾向を明確化させるため、考え方別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

シルバーサービスへの参入状況
(シルバーサービス市場に対する考え方別)



すでに参入している
 参入を検討している
 参入の予定も検討もない
 参入していたが撤退した
 その他

2) “シルバーサービス”に対する戦略

・“シルバーサービス”市場を「たいへん魅力的な市場」「魅力的な市場」と回答した企業では、「公的介護保険サービスに関係なく高齢者向けサービスを提供する」との戦略の企業が多い。

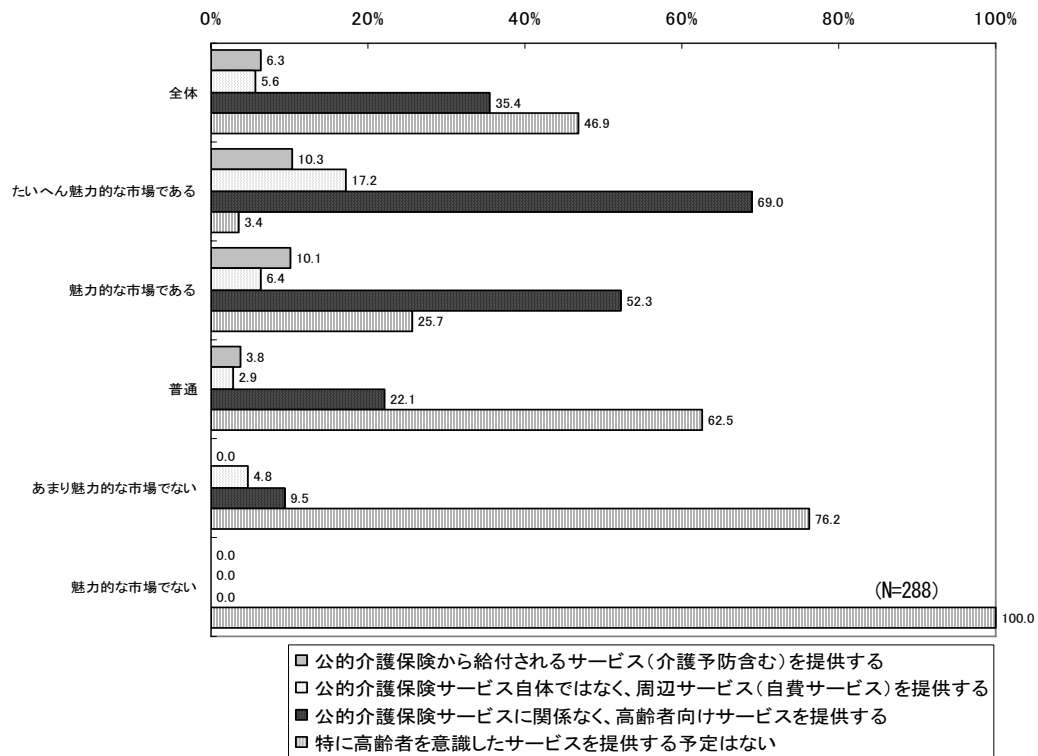
“シルバーサービス”市場に対する考え方別に、“シルバーサービス”に対する戦略をみると、「たいへん魅力的な市場である」および「魅力的な市場である」と回答した企業の過半数が、「公的介護保険サービスに関係なく高齢者向けサービスを提供する」に回答している。

図表 III-30 シルバーサービス市場に対する考え方別シルバーサービスに対する戦略

		全体	Q14.「シルバーサービス」に対する戦略				
			公的介護保険から給付されるサービス（介護予防含む）を提供する	公的介護保険サービス自体ではなく、周辺サービス（自費サービス）を提供する	公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する	特に高齢者を意識したサービスを提供する予定はない	無回答
合計		288 100.0%	18 6.3%	16 5.6%	102 35.4%	135 46.9%	17 5.9%
Q9.「シルバーサービス」市場に対する考え方	たいへん魅力的な市場である	29 100.0%	3 10.3%	5 17.2%	20 69.0%	1 3.4%	0 0.0%
	魅力的な市場である	109 100.0%	11 10.1%	7 6.4%	57 52.3%	28 25.7%	6 5.5%
	普通	104 100.0%	4 3.8%	3 2.9%	23 22.1%	65 62.5%	9 8.7%
	あまり魅力的な市場でない	21 100.0%	0 0.0%	1 4.8%	2 9.5%	16 76.2%	2 9.5%
	魅力的な市場でない	23 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	23 100.0%	0 0.0%

※シルバーサービス市場に対する考え方別の傾向を明確化させるため、考え方別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

シルバーサービスに対する戦略
 (シルバーサービス市場に対する考え方別)



3) “シルバーサービス”の対象分野

- ・「たいへん魅力的な市場である」と企業が考える分野は、「食生活分野」「住生活分野」「施設介護サービス分野」「福祉用具・介護用品分野」が多い。
- ・「魅力的な市場である」と企業が考える分野は、「住生活分野」「福祉用具・介護用品分野」が多い。

“シルバーサービス”市場に対する考え方別に、“シルバーサービス”の対象分野をみると、「たいへん魅力的な市場である」と答えた企業の約3割が「施設介護サービス分野」に、約2割が「住生活分野」、「食生活分野」、「福祉用具・介護用品分野」に回答。「魅力的な市場である」と答えた企業については、約3割が「住生活分野」に、2割が「福祉用具・介護用品分野」に回答している。

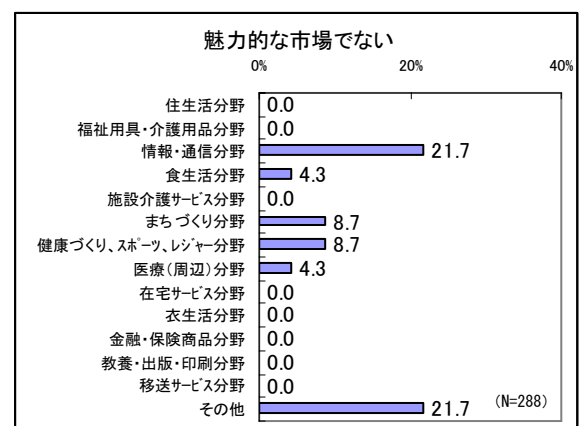
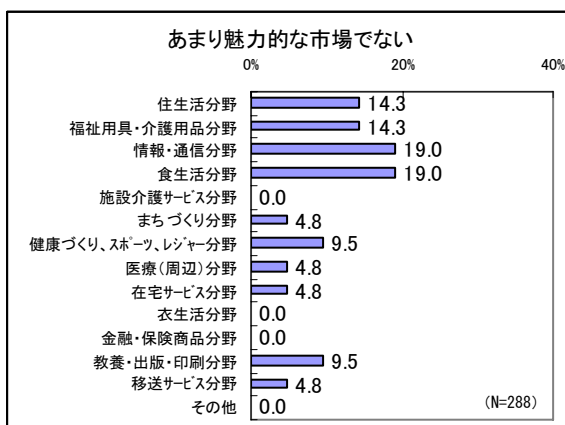
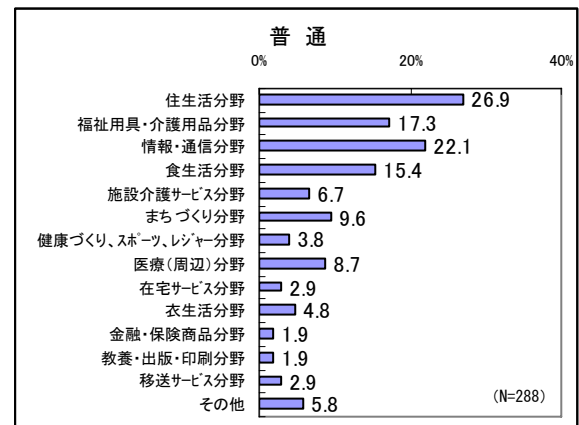
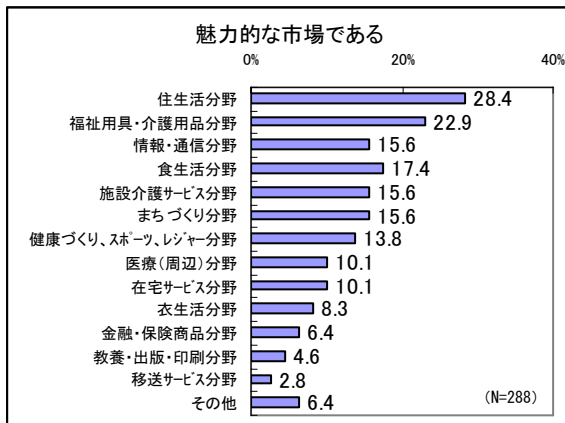
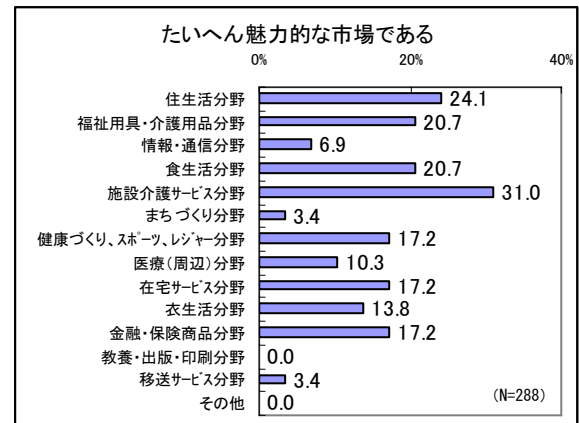
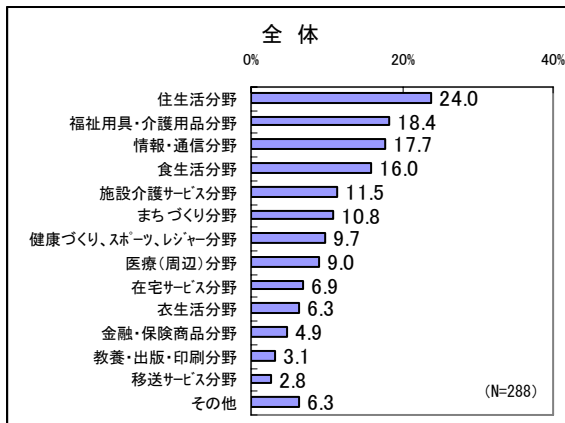
図表 III-31 シルバーサービス市場に対する考え方別シルバーサービスの対象分野

		全体	Q15.「シルバーサービス」の対象分野				
			衣生活分野	食生活分野	住生活分野	情報・通信分野	まちづくり分野
合計		288 100.0%	18 6.3%	46 16.0%	69 24.0%	51 17.7%	31 10.8%
Q9.「シルバーサービス」市場に対する考え方	たいへん魅力的な市場である	29 100.0%	4 13.8%	6 20.7%	7 24.1%	2 6.9%	1 3.4%
	魅力的な市場である	109 100.0%	9 8.3%	19 17.4%	31 28.4%	17 15.6%	17 15.6%
	普通	104 100.0%	5 4.8%	16 15.4%	28 26.9%	23 22.1%	10 9.6%
	あまり魅力的な市場でない	21 100.0%	0 0.0%	4 19.0%	3 14.3%	4 19.0%	1 4.8%
	魅力的な市場でない	23 100.0%	0 0.0%	1 4.3%	0 0.0%	5 21.7%	2 8.7%

		全体	Q15.「シルバーサービス」の対象分野				
			金融・保険商品分野	医療（周辺）分野	移送サービス分野	在宅サービス分野	施設介護サービス分野
合計		288 100.0%	14 4.9%	26 9.0%	8 2.8%	20 6.9%	33 11.5%
Q9.「シルバーサービス」市場に対する考え方	たいへん魅力的な市場である	29 100.0%	5 17.2%	3 10.3%	1 3.4%	5 17.2%	9 31.0%
	魅力的な市場である	109 100.0%	7 6.4%	11 10.1%	3 2.8%	11 10.1%	17 15.6%
	普通	104 100.0%	2 1.9%	9 8.7%	3 2.9%	3 2.9%	7 6.7%
	あまり魅力的な市場でない	21 100.0%	0 0.0%	1 4.8%	1 4.8%	1 4.8%	0 0.0%
	魅力的な市場でない	23 100.0%	0 0.0%	1 4.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%

		全体	Q15.「シルバーサービス」の対象分野				
			福祉用具・介護用品分野	教養・出版・印刷分野	健康づくり、スポーツ、レジャー分野	その他	無回答
合計		288 100.0%	53 18.4%	9 3.1%	28 9.7%	18 6.3%	29 10.1%
Q9.「シルバーサービス」市場に対する考え方	たいへん魅力的な市場である	29 100.0%	6 20.7%	0 0.0%	5 17.2%	0 0.0%	1 3.4%
	魅力的な市場である	109 100.0%	25 22.9%	5 4.6%	15 13.8%	7 6.4%	1 0.9%
	普通	104 100.0%	18 17.3%	2 1.9%	4 3.8%	6 5.8%	11 10.6%
	あまり魅力的な市場でない	21 100.0%	3 14.3%	2 9.5%	2 9.5%	0 0.0%	6 28.6%
	魅力的な市場でない	23 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 8.7%	5 21.7%	9 39.1%

“シルバーサービス”の対象分野（“シルバーサービス”市場に対する考え方別）



4) “シルバーサービス”の課題

- ・「たいへん魅力的な市場である」「魅力的な市場である」と考える企業では、課題として「高齢者のニーズ把握」、「顧客確保」、「人材の確保・育成」をあげている。
- ・「普通」と考える企業では、課題として、「高齢者のニーズ把握」、「人材の確保・育成」「利益確保」をあげている。
- ・「あまり魅力的な市場でない」と考える企業では、課題として、「顧客確保」「利益確保」をあげている。

“シルバーサービス”市場に対する考え方別に、“シルバーサービス”に参入するとした場合の課題をみると、「たいへん魅力的な市場である」、「魅力的な市場である」と答えた企業ともに、「高齢者のニーズ把握」、「顧客確保」、「人材の確保・育成」に回答する割合が多かった。

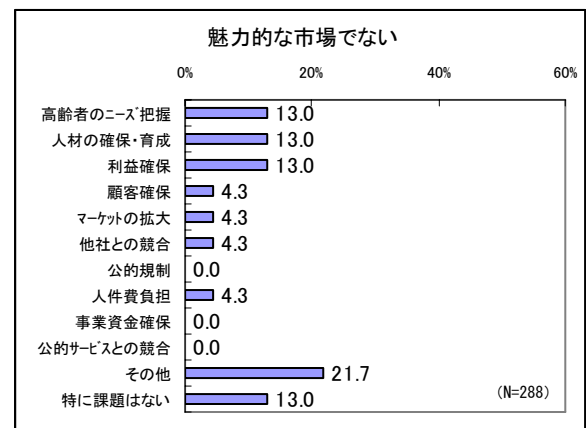
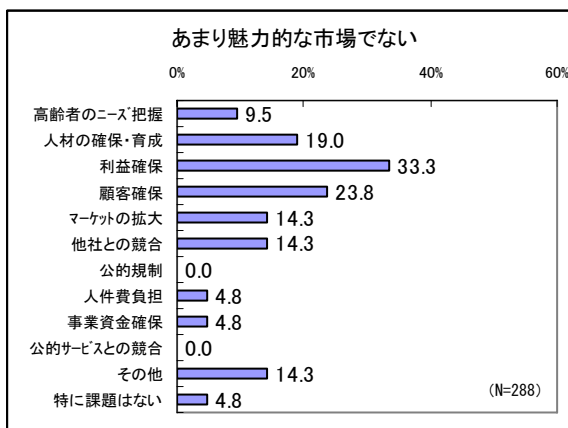
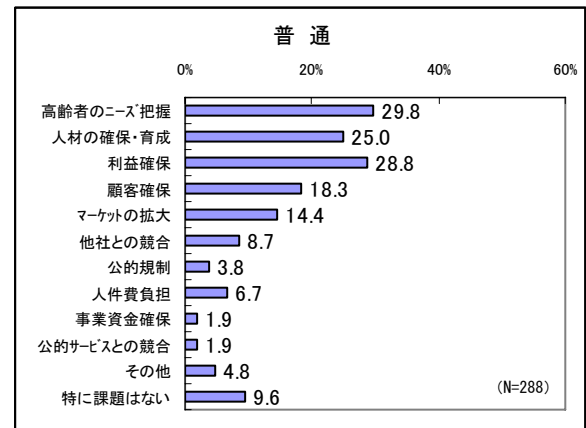
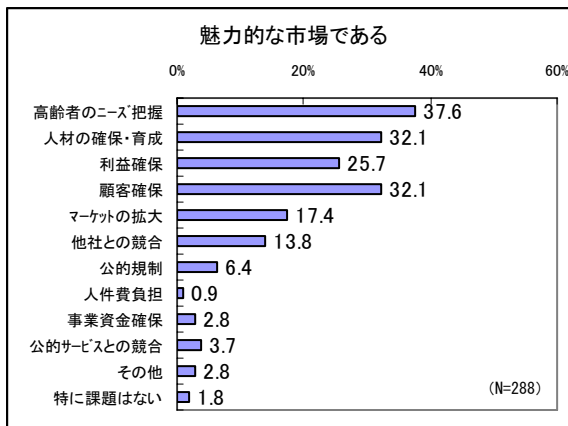
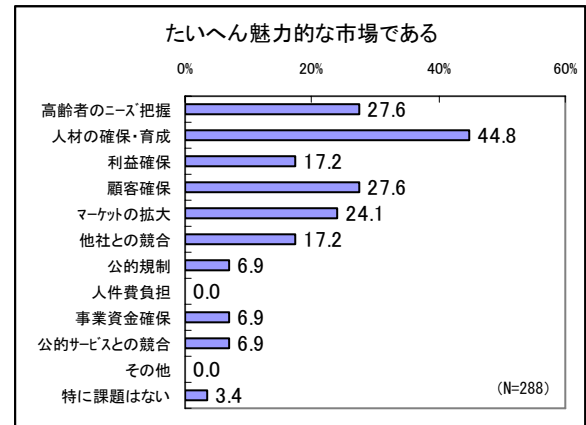
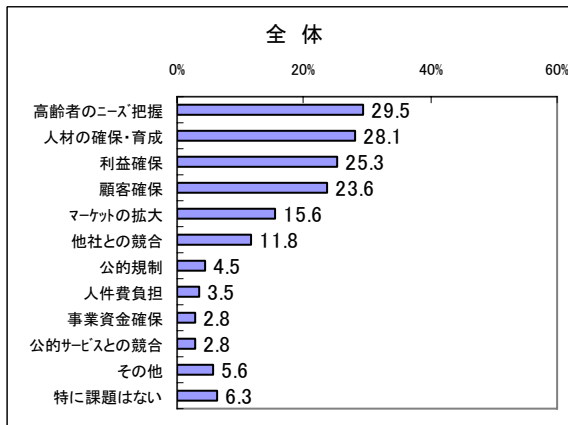
図表 III-32 シルバーサービス市場に対する考え方別シルバーサービスの課題

	全体	Q16.「シルバーサービス」の課題							
		高齢者のニーズ把握	顧客確保	マーケットの拡大	人材の確保・育成	人件費負担	事業資金確保	利益確保	
合計	288 100.0%	85 29.5%	68 23.6%	45 15.6%	81 28.1%	10 3.5%	8 2.8%	73 25.3%	
Q9.「シルバーサービス」市場に対する考え方	たいへん魅力的な市場である	29 100.0%	8 27.6%	8 27.6%	7 24.1%	13 44.8%	0 0.0%	2 6.9%	5 17.2%
	魅力的な市場である	109 100.0%	41 37.6%	35 32.1%	19 17.4%	35 32.1%	1 0.9%	3 2.8%	28 25.7%
	普通	104 100.0%	31 29.8%	19 18.3%	15 14.4%	26 25.0%	7 6.7%	2 1.9%	30 28.8%
	あまり魅力的な市場でない	21 100.0%	2 9.5%	5 23.8%	3 14.3%	4 19.0%	1 4.8%	1 4.8%	7 33.3%
	魅力的な市場でない	23 100.0%	3 13.0%	1 4.3%	1 4.3%	3 13.0%	1 4.3%	0 0.0%	3 13.0%

	全体	Q16.「シルバーサービス」の課題						
		公的規制	他社との競合	公的（非営利）サービスとの競合	その他	特に課題はない	無回答	
合計	288 100.0	13 4.5	34 11.8	8 2.8	16 5.6	18 6.3	26 9.0	
Q9.「シルバーサービス」市場に対する考え方	たいへん魅力的な市場である	29 100.0	2 6.9	5 17.2	2 6.9	0 0.0	1 3.4	1 3.4
	魅力的な市場である	109 100.0	7 6.4	15 13.8	4 3.7	3 2.8	2 1.8	2 1.8
	普通	104 100.0	4 3.8	9 8.7	2 1.9	5 4.8	10 9.6	11 10.6
	あまり魅力的な市場でない	21 100.0	0 0.0	3 14.3	0 0.0	3 14.3	1 4.8	3 14.3
	魅力的な市場でない	23 100.0	0 0.0	1 4.3	0 0.0	5 21.7	3 13.0	8 34.8

※シルバーサービス市場に対する考え方別の傾向を明確化させるため、考え方別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

“シルバーサービス”の課題（“シルバーサービス”市場に対する考え方別）



(4) “シルバーサービス” への参入状況別の傾向（クロス集計結果より）

1) “シルバーサービス” に対する戦略

・「参入企業」、「参入検討企業」ともに、「公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する」と考えている企業が多い。

・「参入の予定も検討もない」と回答した企業では、「特に高齢者を意識したサービスを提供する予定はない」と考えている。

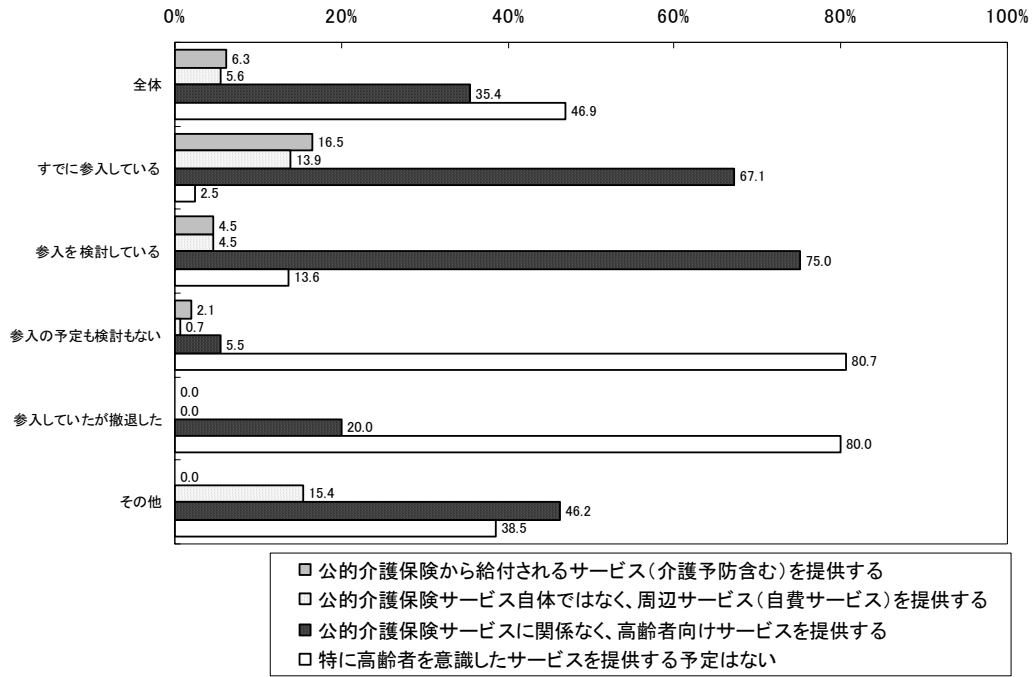
“シルバーサービス” への参入状況別に、“シルバーサービス” に対する戦略をみると、「すでに参入している」企業（＝「参入企業」）の 67.1%と「参入を検討している」企業（＝「参入検討企業」）の 75.0%が、「公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する」に回答している。

図表 III-33 シルバーサービスへの参入状況別シルバーサービスに対する戦略

	全体	Q14.「シルバーサービス」に対する戦略					
		公的介護保険から給付されるサービス（介護予防含む）を提供する	公的介護保険サービス自体ではなく、周辺サービス（自費サービス）を提供する	公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する	特に高齢者を意識したサービスを提供する予定はない	無回答	
合計	288 100.0%	18 6.3%	16 5.6%	102 35.4%	135 46.9%	17 5.9%	
Q10.「シルバーサービス」への参入状況	すでに参入している	79 100.0%	13 16.5%	11 13.9%	53 67.1%	2 2.5%	0 0.0%
	参入を検討している	44 100.0%	2 4.5%	2 4.5%	33 75.0%	6 13.6%	1 2.3%
	参入の予定も検討もない	145 100.0%	3 2.1%	1 0.7%	8 5.5%	117 80.7%	16 11.0%
	参入していたが撤退した	5 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	4 80.0%	0 0.0%
	その他	13 100.0%	0 0.0%	2 15.4%	6 46.2%	5 38.5%	0 0.0%

※シルバーサービスへの参入状況別の傾向を明確化させるため、参入状況別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

シルバーサービスに対する戦略
(シルバーサービスへの参入状況別)



(N=288)

2) “シルバーサービス”の対象分野

・「参入企業」では、対象分野について「住生活」「施設介護サービス」「福祉用具・介護用品」と回答した企業が多い。

・「参入検討企業」では、対象分野について「食生活」「住生活」、「福祉用具・介護用品」と回答した企業が多い。

“シルバーサービス”の参入状況別に対象分野をみると、「すでに参入している」企業（＝「参入企業」）については「福祉用具・介護用品分野（30.4%）」、「施設介護サービス分野（26.6%）」、「住生活分野（25.3%）」を対象と考える企業が多かった。一方「参入を検討している」企業については、2割強が「住生活分野」、「食生活分野」、「福祉用具・介護用品分野」を対象分野と捉えている。

図表 III-34 シルバーサービスへの参入状況別シルバーサービスの対象分野

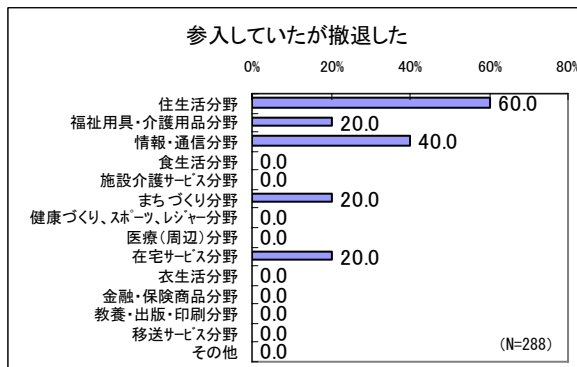
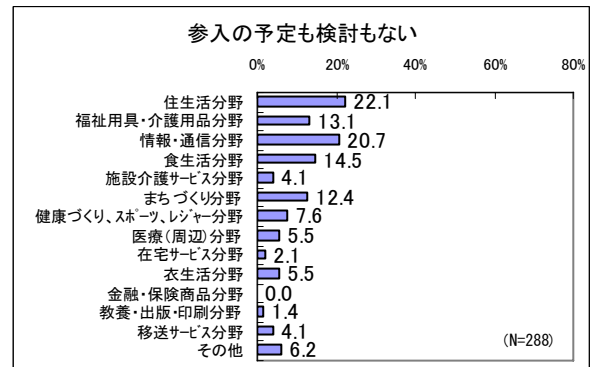
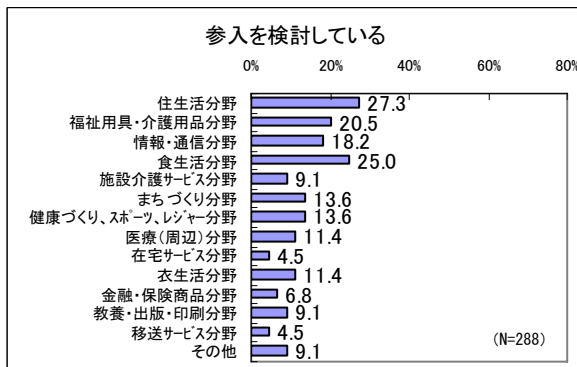
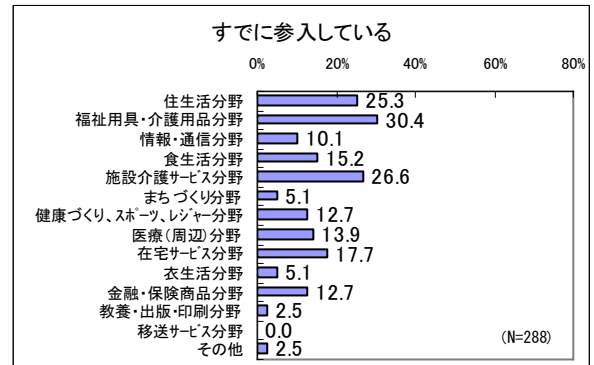
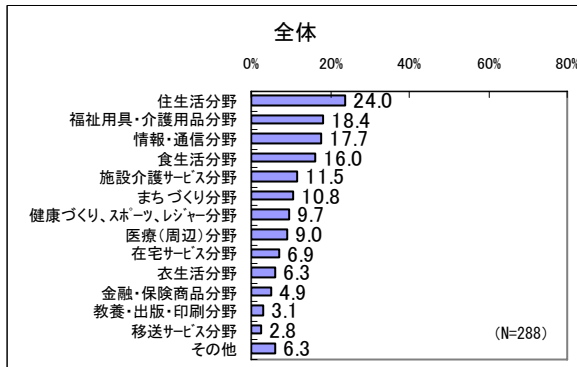
		全体	Q15.「シルバーサービス」の対象分野				
			衣生活分野	食生活分野	住生活分野	情報・通信分野	まちづくり分野
合計		288 100.0%	18 6.3%	46 16.0%	69 24.0%	51 17.7%	31 10.8%
Q10.「シルバーサービス」への参入状況	すでに参入している	79 100.0%	4 5.1%	12 15.2%	20 25.3%	8 10.1%	4 5.1%
	参入を検討している	44 100.0%	5 11.4%	11 25.0%	12 27.3%	8 18.2%	6 13.6%
	参入の予定も検討もない	145 100.0%	8 5.5%	21 14.5%	32 22.1%	30 20.7%	18 12.4%
	参入していたが撤退した	5 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	3 60.0%	2 40.0%	1 20.0%
	その他	13 100.0%	0 0.0%	2 15.4%	2 15.4%	2 15.4%	2 15.4%

		全体	Q15.「シルバーサービス」の対象分野				
			金融・保険商品分野	医療（周辺）分野	移送サービス分野	在宅サービス分野	施設介護サービス分野
合計		288 100.0%	14 4.9%	26 9.0%	8 2.8%	20 6.9%	33 11.5%
Q10.「シルバーサービス」への参入状況	すでに参入している	79 100.0%	10 12.7%	11 13.9%	0 0.0%	14 17.7%	21 26.6%
	参入を検討している	44 100.0%	3 6.8%	5 11.4%	2 4.5%	2 4.5%	4 9.1%
	参入の予定も検討もない	145 100.0%	0 0.0%	8 5.5%	6 4.1%	3 2.1%	6 4.1%
	参入していたが撤退した	5 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%
	その他	13 100.0%	1 7.7%	2 15.4%	0 0.0%	0 0.0%	2 15.4%

		全体	Q15.「シルバーサービス」の対象分野				
			福祉用具・介護用品分野	教養・出版・印刷分野	健康づくり、スポーツ、レジャー分野	その他	無回答
合計		288 100.0%	53 18.4%	9 3.1%	28 9.7%	18 6.3%	29 10.1%
Q10.「シルバーサービス」への参入状況	すでに参入している	79 100.0%	24 30.4%	2 2.5%	10 12.7%	2 2.5%	2 2.5%
	参入を検討している	44 100.0%	9 20.5%	4 9.1%	6 13.6%	4 9.1%	0 0.0%
	参入の予定も検討もない	145 100.0%	19 13.1%	2 1.4%	11 7.6%	9 6.2%	27 18.6%
	参入していたが撤退した	5 100.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
	その他	13 100.0%	0 0.0%	1 7.7%	1 7.7%	3 23.1%	0 0.0%

※シルバーサービスへの参入状況別の傾向を明確化させるため、参入状況別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

“シルバーサービス”の対象分野（“シルバーサービス”への参入状況別）



3) “シルバーサービス”の課題

・「参入企業」、「参入検討企業」とともに、“シルバーサービス”の課題を「高齢者のニーズ把握」「顧客確保」「人材の確保・育成」と回答しているところが多い。

シルバーサービスへの参入状況別に課題をみると、「すでに参入している」企業については約3割の企業が「人材の確保・育成」、「顧客確保」、「高齢者のニーズ把握」に回答した。「参入を検討している」企業については、「顧客確保」が40.9%で最も多く、次いで「高齢者のニーズ把握」36.4%、が「人材の確保・育成」29.5%であった。

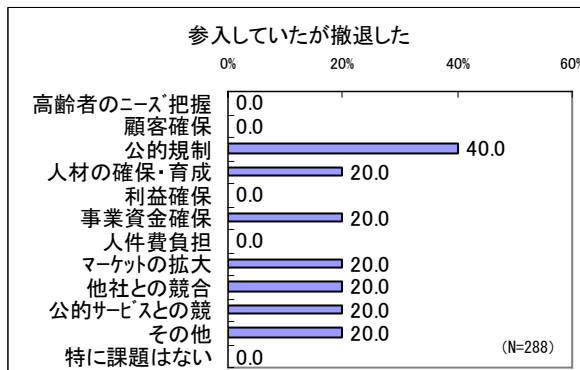
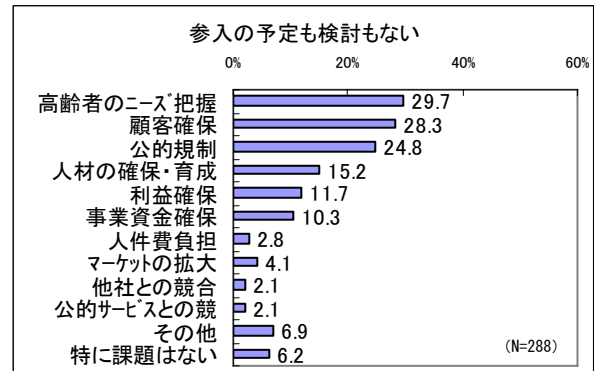
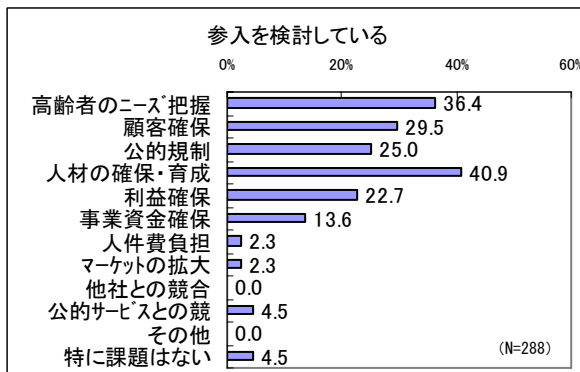
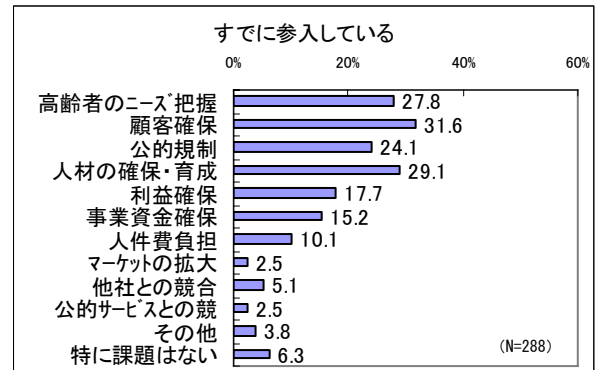
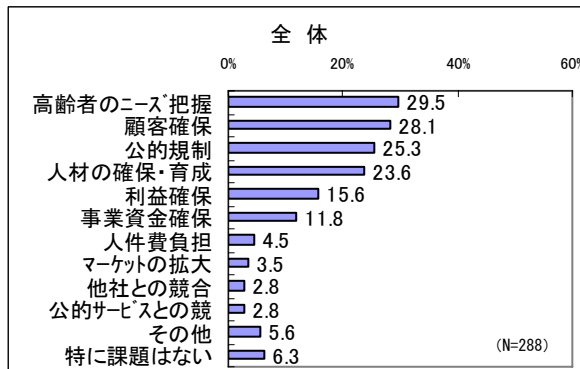
図表 III-35 シルバーサービスへの参入状況別シルバーサービスの課題

	全体	Q16.「シルバーサービス」の課題							
		高齢者のニーズ把握	顧客確保	マーケットの拡大	人材の確保・育成	人件費負担	事業資金確保	利益確保	
合計	288 100.0%	85 29.5%	68 23.6%	45 15.6%	81 28.1%	10 3.5%	8 2.8%	73 25.3%	
Q10.「シルバーサービス」への参入状況	すでに参入している	79 100.0%	22 27.8%	23 29.1%	14 17.7%	25 31.6%	2 2.5%	4 5.1%	19 24.1%
	参入を検討している	44 100.0%	16 36.4%	18 40.9%	10 22.7%	13 29.5%	1 2.3%	0 0.0%	11 25.0%
	参入の予定も検討もない	145 100.0%	43 29.7%	22 15.2%	17 11.7%	41 28.3%	6 4.1%	3 2.1%	36 24.8%
	参入していたが撤退した	5 100.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	1 20.0%	2 40.0%
	その他	13 100.0%	3 23.1%	4 30.8%	3 23.1%	2 15.4%	0 0.0%	0 0.0%	4 30.8%

	全体	Q16.「シルバーサービス」の課題						
		公的規制	他社との競合	公的（非営利）サービスとの競合	その他	特に課題はない	無回答	
合計	288 100.0%	13 4.5%	34 11.8%	8 2.8%	16 5.6%	18 6.3%	26 9.0%	
Q10.「シルバーサービス」への参入状況	すでに参入している	79 100.0%	8 10.1%	12 15.2%	2 2.5%	3 3.8%	5 6.3%	2 2.5%
	参入を検討している	44 100.0%	1 2.3%	6 13.6%	2 4.5%	0 0.0%	2 4.5%	0 0.0%
	参入の予定も検討もない	145 100.0%	4 2.8%	15 10.3%	3 2.1%	10 6.9%	9 6.2%	23 15.9%
	参入していたが撤退した	5 100.0%	0 0.0%	1 20.0%	1 20.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%
	その他	13 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 15.4%	2 15.4%	1 7.7%

※シルバーサービスへの参入状況別の傾向を明確化させるため、参入状況別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

“シルバーサービス”の課題（“シルバーサービス”への参入状況別）



4) “シルバーサービス” に参入するとした場合の重要ポイント

・「参入企業」、「参入検討企業」とも、参入する場合の重要ポイントを「収益性」「利用者満足の拡大」と考えている。

・「参入の予定も検討もない」企業、「参入撤退企業」のいずれも、重要ポイントとして、「収益性」と考えている。

“シルバーサービス” への参入状況別に、“シルバーサービス” に参入する場合の重要ポイントをみると、参入状況に関わらず「収益性」の割合が高い。また「すでに参入している」企業（＝「参入企業」）では、「収益性」に加え「利用者満足の拡大」と「商品・サービスの品質向上」の割合がそれぞれ 45.6%と 39.2%で高い。「参入検討企業」においても、「収益性」に加えて「利用者満足の拡大」を重視している。

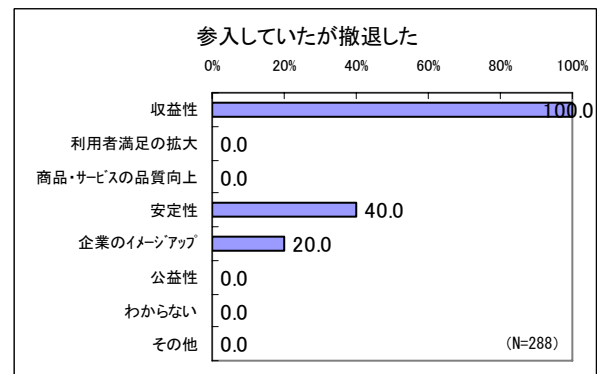
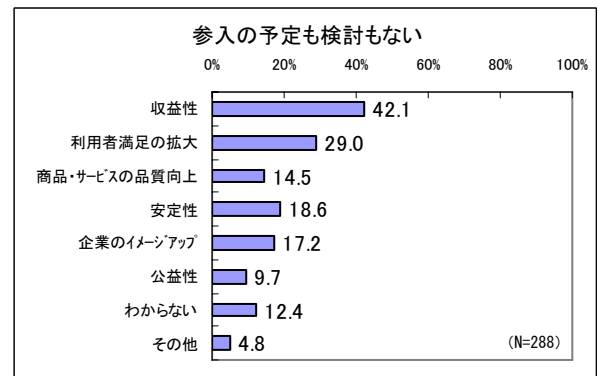
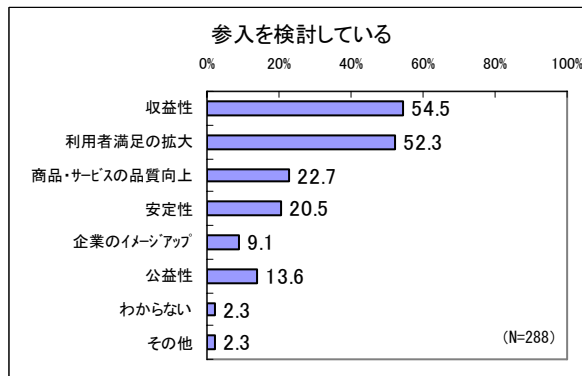
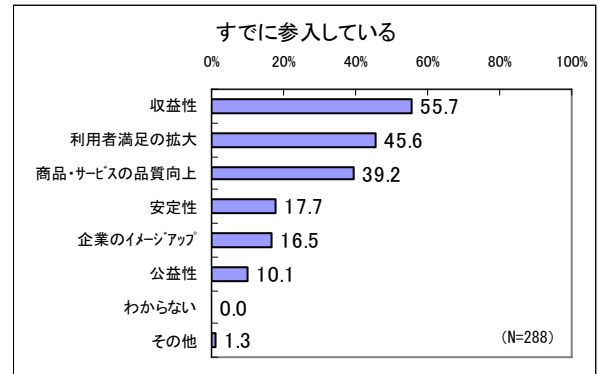
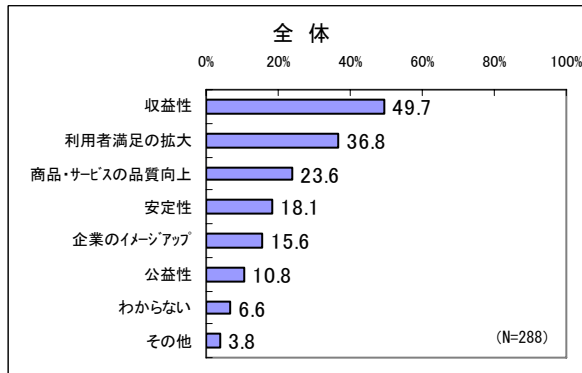
図表 III-36 シルバーサービスへの参入状況別シルバーサービスに参入するとした場合の重要ポイント

		全体	Q17.「シルバーサービス」の重要視点				
			収益性	安定性	公益性	企業のイメージアップ	利用者満足 の拡大
合計		288 100.0%	143 49.7%	52 18.1%	31 10.8%	45 15.6%	106 36.8%
Q10.「シルバーサービス」への参入状況	すでに参入している	79 100.0%	44 55.7%	14 17.7%	8 10.1%	13 16.5%	36 45.6%
	参入を検討している	44 100.0%	24 54.5%	9 20.5%	6 13.6%	4 9.1%	23 52.3%
	参入の予定も検討もない	145 100.0%	61 42.1%	27 18.6%	14 9.7%	25 17.2%	42 29.0%
	参入していたが撤退した	5 100.0%	5 100.0%	2 40.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%
	その他	13 100.0%	7 53.8%	0 0.0%	3 23.1%	2 15.4%	5 38.5%

		全体	Q17.「シルバーサービス」の重要視点			
			商品・サービスの品質向上	わからない	その他	無回答
合計		288 100.0%	68 23.6%	19 6.6%	11 3.8%	22 7.6%
Q10.「シルバーサービス」への参入状況	すでに参入している	79 100.0%	31 39.2%	0 0.0%	1 1.3%	2 2.5%
	参入を検討している	44 100.0%	10 22.7%	1 2.3%	1 2.3%	0 0.0%
	参入の予定も検討もない	145 100.0%	21 14.5%	18 12.4%	7 4.8%	20 13.8%
	参入していたが撤退した	5 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
	その他	13 100.0%	5 38.5%	0 0.0%	2 15.4%	0 0.0%

※シルバーサービスへの参入状況別の傾向を明確化させるため、参入状況別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

“シルバーサービス”に参入するとした場合の重要ポイント（“シルバーサービス”への参入状況別）



5) “シルバーサービス”の品質確保のために効果的であると思われるもの

<p>【公的介護保険で給付されるサービスの場合】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「参入企業」では、「国(公的機関)による監査・指導」「国(公的機関)による品質保証制度」と考えるところが多い。 ・「参入検討企業」では、「国(公的機関)による監査・指導」「第三者による評価制度」と考えるところが多い。 <p>【介護関連サービス(公的介護保険で給付されないサービス)の場合】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「参入企業」では、「第三者による評価制度」「企業間における競争(利用者による選別)」と考えるところが多い。 ・「参入検討企業」では、「民間機関(JIS、ISO等)による品質保証制度」と考えるところが多い。 <p>【その他高齢者を対象としたサービスの場合】</p> <ul style="list-style-type: none"> ・「参入企業」では、「企業間における競争(利用者による選別)」と考えるところが多い。 ・「参入検討企業」では、「第三者による評価制度」と考えるところが多い。
--

① 公的介護保険で給付されるサービスの場合

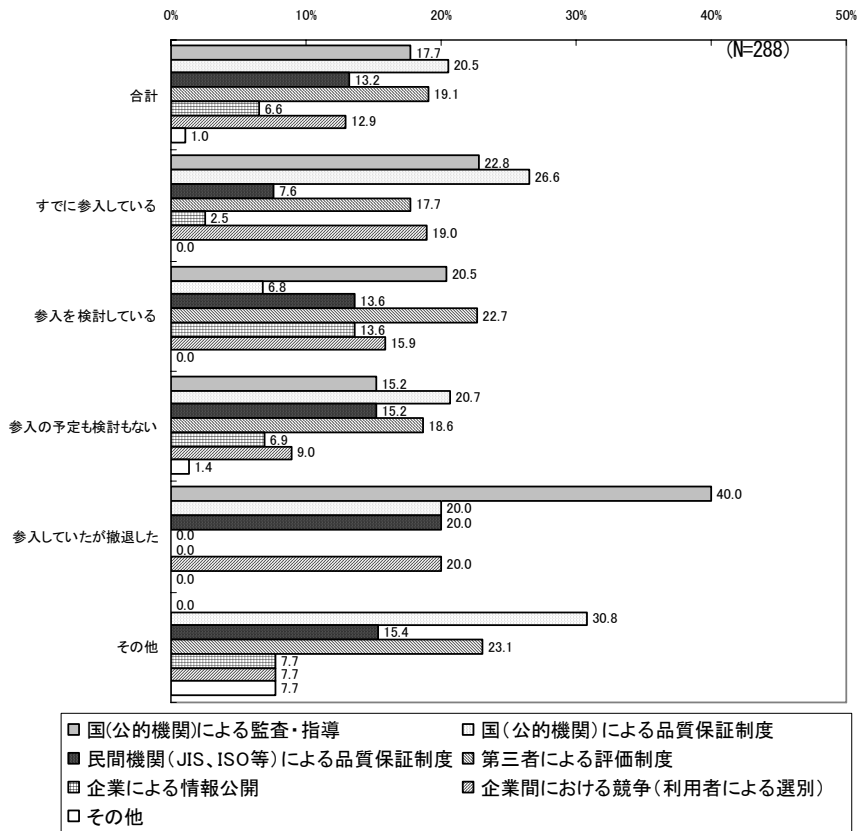
“シルバーサービス”への参入状況別にみると、「すでに参入している」企業(=「参入企業」)は他の項目に比べ、「国(公的機関)による品質保証制度」や、「国(公的機関)による監査・指導」を求める割合が高い。「参入を検討している」企業は、「第三者による評価制度」が22.7%で最も多い。

図表 III-37 シルバーサービスへの参入状況別シルバーサービスの品質確保のために効果的な要件(公的介護保険で給付されるサービスの場合)

	全体	Q18-1. 公的介護保険で給付されるサービスの場合								
		国(公的機関)による監査・指導	国(公的機関)による品質保証制度	民間機関(JIS、ISO等)による品質保証制度	第三者による評価制度	企業による情報公開	企業間における競争(利用者による選別)	その他	無回答	
合計	288 100.0%	51 17.7%	59 20.5%	38 13.2%	55 19.1%	19 6.6%	37 12.9%	3 1.0%	26 9.0%	
Q10. 「シルバーサービス」への参入状況	すでに参入している	79 100.0%	18 22.8%	21 26.6%	6 7.6%	14 17.7%	2 2.5%	15 19.0%	0 0.0%	3 3.8%
	参入を検討している	44 100.0%	9 20.5%	3 6.8%	6 13.6%	10 22.7%	6 13.6%	7 15.9%	0 0.0%	3 6.8%
	参入の予定も検討もない	145 100.0%	22 15.2%	30 20.7%	22 15.2%	27 18.6%	10 6.9%	13 9.0%	2 1.4%	19 13.1%
	参入していたが撤退した	5 100.0%	2 40.0%	1 20.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%
	その他	13 100.0%	0 0.0%	4 30.8%	2 15.4%	3 23.1%	1 7.7%	1 7.7%	1 7.7%	1 7.7%

※シルバーサービスへの参入状況別の傾向を明確化させるため、参入状況別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

シルバーサービスの品質確保のために効果的な要件(参入状況別)
公的介護保険で給付されるサービス



② 介護関連サービスの場合

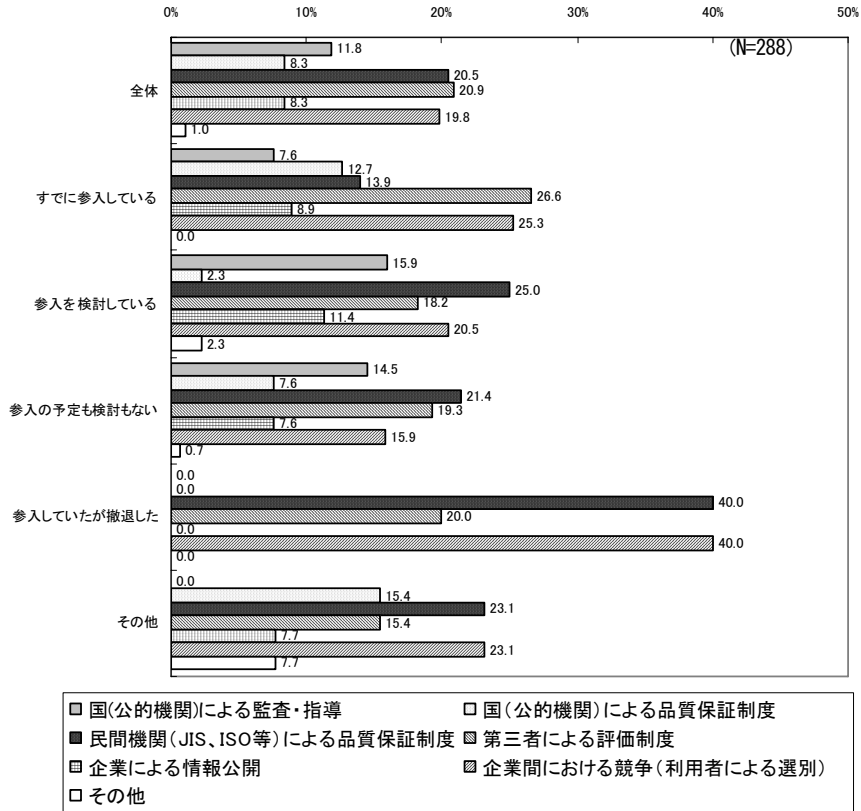
“シルバーサービス”への参入状況別にみると、「すでに参入している」企業（＝「参入企業」）は、「第三者による評価制度」と「企業間における競争」を求める割合が高い。「参入を検討している」企業については「民間機関による品質保証制度」が25.0%で最も多い。公的介護保険で給付されるサービスと違い、民間機関による保証や評価制度、企業間競争が重要視されている。

図表 III-38 シルバーサービスへの参入状況別シルバーサービスの品質確保のために効果的な要件（介護関連サービスの場合）

		全体	Q18-2. 介護関連サービスの場合							無回答
			国（公的機関）による 監査・指導	国（公的機関）による 品質保証制度	民間機関 （JIS、ISO 等）による 品質保証制度	第三者による 評価制度	企業による 情報公開	企業間にお ける競争 （利用者による 選別）	その他	
合計		288	34	24	59	60	24	57	3	27
		100.0%	11.8%	8.3%	20.5%	20.9%	8.3%	19.8%	1.0%	9.4%
Q10. 「シルバーサービス」への参入状況	すでに参入している	79	6	10	11	21	7	20	0	4
		100.0%	7.6%	12.7%	13.9%	26.6%	8.9%	25.3%	0.0%	5.0%
	参入を検討している	44	7	1	11	8	5	9	1	2
		100.0%	15.9%	2.3%	25.0%	18.2%	11.4%	20.5%	2.3%	4.5%
	参入の予定も検討もない	145	21	11	31	28	11	23	1	19
		100.0%	14.5%	7.6%	21.4%	19.3%	7.6%	15.9%	0.7%	13.1%
参入していたが撤退した	5	0	0	2	1	0	2	0	0	
	100.0%	0.0%	0.0%	40.0%	20.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%	
その他	13	0	2	3	2	1	3	1	1	
	100.0%	0.0%	15.4%	23.1%	15.4%	7.7%	23.1%	7.7%	7.7%	

※シルバーサービスへの参入状況別の傾向を明確化させるため、参入状況別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

シルバーサービスの品質確保のために効果的な要件(参入状況別)
介護関連サービスの場合



③ その他高齢者を対象としたサービスの場合

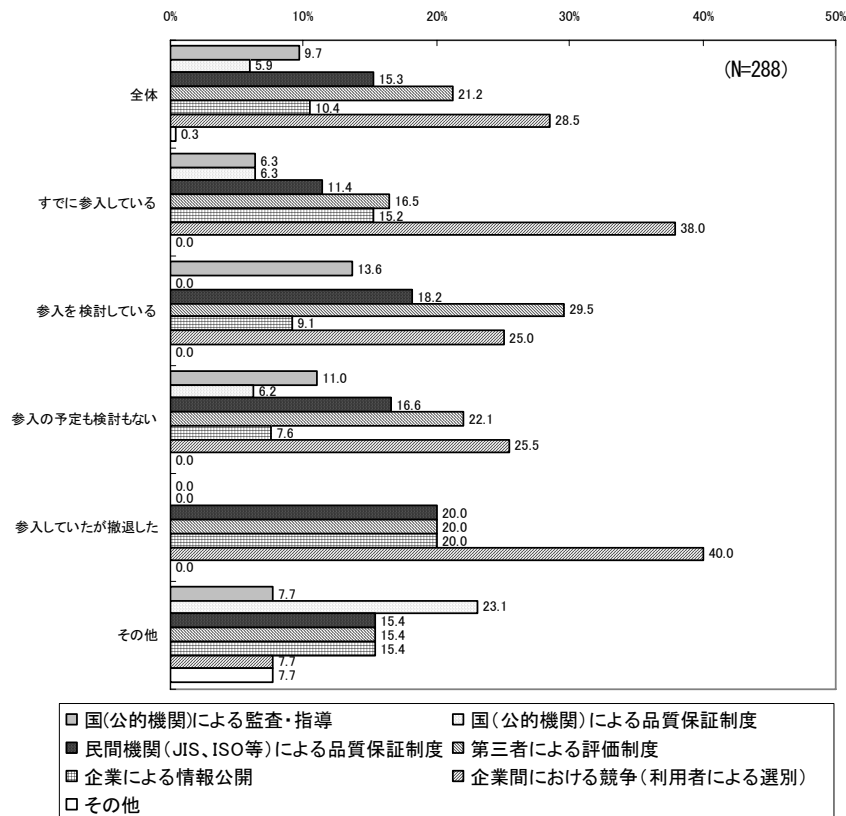
“シルバーサービス”への参入状況別にみると、「すでに参入している」企業は「企業間における競争」が38.0%、「参入を検討している」企業は「第三者による評価」が29.5%で最も多い。介護関連サービス同様、民間機関による保証や評価制度、企業間競争が重要視されている。

図表 III-39 シルバーサービスへの参入状況別シルバーサービスの品質確保のために効果的な要件(その他高齢者を対象としたサービスの場合)

	全体	Q18-3. その他高齢者を対象としたサービス							無回答	
		国(公的機関)による 監査・指導	国(公的機関)による 品質保証制度	民間機関 (JIS、ISO 等)による 品質保証制度	第三者による 評価制度	企業による 情報公開	企業間にお ける競争 (利用者による 選別)	その他		
合計	288 100.0%	28 9.7%	17 5.9%	44 15.3%	61 21.2%	30 10.4%	82 28.5%	1 0.3%	25 8.7%	
Q10.「シルバーサービス」への参入状況	すでに参入している	79 100.0%	5 6.3%	5 6.3%	9 11.4%	13 16.5%	12 15.2%	30 38.0%	0 0.0%	5 6.3%
	参入を検討している	44 100.0%	6 13.6%	0 0.0%	8 18.2%	13 29.5%	4 9.1%	11 25.0%	0 0.0%	2 4.5%
	参入の予定も検討もない	145 100.0%	16 11.0%	9 6.2%	24 16.6%	32 22.1%	11 7.6%	37 25.5%	0 0.0%	16 11.0%
	参入していたが撤退した	5 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	1 20.0%	1 20.0%	2 40.0%	0 0.0%	0 0.0%
	その他	13 100.0%	1 7.7%	3 23.1%	2 15.4%	2 15.4%	2 15.4%	1 7.7%	1 7.7%	1 7.7%

※シルバーサービスへの参入状況別の傾向を明確化させるため、参入状況別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

シルバーサービスの品質確保のために効果的な要件(参入状況別)
その他高齢者を対象としたサービスの場合



3. 参入企業と参入検討企業のプロフィールと課題・方策

1) 「すでに参入している」企業(=「参入企業」)

「すでに参入している」企業(=「参入企業」)は、「医療・福祉等専門サービス業」「金融・保険業」「サービス業(運輸、電力、レジャーなど)」「建設・不動産業」が中心に、「60歳以上」「65歳以上」を対象とした「住生活分野」「施設介護サービス分野」「福祉用具・介護用品分野」を中心に、「公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービス」を提供している企業が多い。

商品・サービス全体に占めるシルバーサービスの割合は、「医療・福祉等専門サービス業」では「公的介護保険から給付されるサービスを提供する」を含め、高く、その他の業種では低い。

課題は、「高齢者のニーズ把握」「顧客確保」「人材の確保・育成」、重要ポイントは「商品・サービスの品質向上」「収益性」「利用者満足の拡大」と考えている企業が多い。

シルバーサービスの品質確保のためには、「国(公的機関)による監査・指導」「国(公的機関)による品質保証制度」「第三者による評価制度」「企業間における競争(利用者による選別)」等の方策が効果的と考える企業が多い。

2) 「参入検討企業」

「参入検討企業」は、「食品・小売業」「金融・保険業」「建設・不動産業」「サービス業(運輸、電力、レジャーなど)」が中心に、「60歳以上」「65歳以上」を対象とした「食生活分野」「住生活分野」「福祉用具・介護用品分野」を中心に、「公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する」ことを検討している企業が多い。

商品・サービス全体に占める“シルバーサービス”の割合は低い。

課題は、「高齢者のニーズ把握」「顧客確保」「人材の確保・育成」、重要ポイントは「収益性」「利用者満足の拡大」と考えている企業が多い。

“シルバーサービス”の品質確保のためは、「国(公的機関)による監査・指導」「第三者による評価制度」、「民間機関(JIS、ISO等)による品質保証制度」、「第三者による評価制度」等の方策が効果的と考える企業が多い。

4. まとめ

○ **“シルバーサービス”への参入状況：関連領域からの参入の傾向、介護保険制度施行前の参入企業が多く、介護保険制度への依存度は低い**

今回の上場企業を対象としたアンケート調査では、回答企業 288 社のうち、約 30% (79 社) がすでに“シルバーサービス”に参入しており、約 15% (44 社) が参入を検討している、と回答した。一方、参入の予定も検討もない企業は約 50% (145 社) にのぼった。

回答企業の業種としては、「製造業」が 37.2%で最も多く、“シルバーサービス”に参入している企業の業種の内訳でも、「製造業」が 26.5%で最も多かった。

“シルバーサービス”参入時期としては、「2000～2005 年」35.5%、「1990～1999 年」31.6%、「1989 年以前」26.6%と続き、介護保険制度施行前の参入が過半数を占めている。

売上にも占める公的介護保険の割合は、「0%」が 48.1%と約半数を占めており、残りのが売上に占める介護保険からの売り上げが 2割未満で、介護保険制度への依存度は低い。

シルバーサービス参入企業の事業のうち、シルバーサービスが占める割合は「20%未満」と回答した企業が約 8割を占め、20%以上を超える企業は約 1割にとどまった。

○ **“シルバーサービス”は、広く高齢者を対象としたサービスと捉えている**

“シルバーサービス”といった場合に連想するイメージについては、「高齢者を対象としたサービス全般」と回答した企業が最も多く、71.5%であった。介護保険で給付されるサービス」をイメージするとの回答は、参入企業 5.1%、全企業 5.6%であり、「介護・健康関連（老化防止を含む）サービス」をイメージするとの回答は、参入企業 27.8%、全企業 19.8%であり、“シルバーサービス”の対象範囲としては、介護保険給付サービス、介護関連サービス分野だけではなく、高齢者を対象としたサービス全般と捉えている。

○ **“シルバーサービス”の対象年齢は、60歳以上と捉えられているが、業種により異なる**

“シルバーサービス”の対象年齢に関しては、回答企業全体、“シルバーサービス”参入企業ともに約 4割が「65 歳以上」、約 3割が「60 歳以上」と回答した。回答企業全体と“シルバーサービス”参入企業を比較すると、“シルバーサービス”参入企業の方がより幅広く対象を捉えている。

業種別にみても、業種により“シルバーサービス”の対象年齢は異なることが推測される。

○ **“シルバーサービス”に対する戦略は、業種により異なる**

“シルバーサービス”に対する戦略について、参入企業の67.1%、参入検討企業の75.0%が「公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する」と回答し、介護保険制度への依存度は低い結果となった。業種別にみると、高齢者を意識した戦略をとる傾向としては、「金融・保険業」があげられる。「情報・通信業、出版業」「製造業」、「食品小売業」では、「特に高齢者を意識したサービスを提供する予定はない」との回答が高く、業種により戦略にばらつきがみられ、背景には、多様化するニーズの存在が推測される。

○ **“シルバーサービス”市場を魅力的な市場と捉えている企業は約半数、自社事業との関連性により捉え方に差がある**

“シルバーサービス”市場に対しては、「たいへん魅力的な市場である」と回答した企業が10.1%、「魅力的な市場である」37.8%であり、回答企業全体では約半数が魅力的な市場と回答した。

“シルバーサービス”にすでに参入している企業でみると、「たいへん魅力的な市場である」29.1%と全企業の3倍程度に増え、さらに「魅力的な市場である」とする50.6%を合わせると、参入企業のうち、約8割が魅力的な市場と捉えている。

一方、魅力の無い市場としてシルバーサービス市場を否定的な視点で捉える企業はシルバーサービス参入企業と回答企業全体を問わず少ない。しかし、「普通」と評価する回答は参入企業に比べ全体では多い。「あまり魅力的な市場でない」、「魅力的な市場でない」と回答した理由としては、「自社事業と関連性がない」、「シルバーサービスに関するノウハウがない」、「ニーズがない」、「自己投資をしてもどの程度回収可能か不確実」、「顧客は個人ではなく企業であるため」、「ボランティアの面を強く感じる」等との回答がなされた。シルバーサービス分野からビジネス領域の遠い企業にとっては市場規模の拡大とは関係なく魅力ある市場ではないことが読み取れる。

回答企業の業種別でみると、「医療・福祉専門サービス業」は近いビジネス領域であることから75.0%が「たいへん魅力的な市場である」と回答している。また、「金融・保険業」、「食品・小売業」、「サービス業（運輸、電力、レジャーなど）」、「建設・不動産業」も魅力的な市場であるとする回答が多く、約半数が「魅力的な市場である」としている。

“シルバーサービス”市場に対して、「魅力的な市場である」と回答しつつも、参入の予定も検討もない企業の割合は、30.3%に及び、「シルバーサービス」振興策にあたって、留意すべき視点といえる。

- **“シルバーサービス”に参入するとした場合の対象分野は、回答企業全体では「住生活分野」、
“シルバーサービス”にすでに参入している企業では、「福祉用具・介護用品分野」**

“シルバーサービス”に参入するとした場合、どの分野に参入するかについて、回答企業全体では「住生活分野」を上げる回答がもっとも多く、一方で“シルバーサービス”に参入している企業では「福祉用具・介護用品分野」を参入候補分野とする回答が多かった。これは“シルバーサービス”に参入している企業の業種に「福祉用具・介護用品分野」が多いことを反映していると考えられる。

- **“シルバーサービス”参入の課題は、「ニーズの把握」と「人材確保・育成」であり、重要とする点は「収益性」**

シルバーサービスに参入するとした場合の課題は、全体では「高齢者のニーズ把握」が29.5%で最も多く、次いで「人材の確保・育成」であった。参入企業に絞ってみると、「人材の確保・育成」が31.6%と最も多く、次いで「顧客の確保」が続く。全体では「人材の確保・育成」が上位に上がっていたが、参入企業ではさらに現実的な課題が上位に来ていることが指摘できる。

シルバーサービスに参入するとした場合、特に重視する点について、回答企業全体でも参入企業のみでも通常の新規参入時に課題となる「収益性」、「利用者満足の拡大」、「商品・サービスの品質向上」の3つを選択する企業が多かった。

- **“シルバーサービス”の質確保のために効果的な要件は、対象サービス領域（介護保険サービス、介護関連サービス、その他のシルバーサービス）により異なる**

“シルバーサービス”の質確保のために効果的と思われるものについては、公的介護保険で給付されるサービスについては、「国（公的機関）による品質保証制度」、「第三者による評価制度」との回答が多かった。介護関連サービスについては、「第三者による評価制度」、「民間機関（JIS, ISO 等）による品質保証制度」、「企業間における競争（利用者による選別）」との回答が多く、その他高齢者を対象としたサービスについては、「企業間における競争（利用者による選別）」との回答が最も多かった。介護保険制度市場においては、行政主導による質の確保が効果的であり、介護関連サービス領域においては、第三者機関からの評価、認証等による質の確保策、その他のシルバーサービス領域においては、競争による質の確保が効果的である、と考える傾向がみうけられる。

