介護保険制度下における
シルバーサービスの振興ビジョンに関する
調査研究事業報告書

平成１９年３月

社団法人　シルバーサービス振興会

目　次

はじめに

第Ⅰ章　研究概要 1

１．　研究の目的 3
２．　研究実施方法と体制 4
⑴　研究委員会委員 4
⑵　作業部会委員 5
⑶　研究内容とフロー 6

第Ⅱ章　シルバーサービス市場をとりまく社会環境と市場の概況 7

１．　人口と世帯構造の変化 9
⑴　少子高齢化の進行 9
⑵　高齢単独世帯の増加 10
⑶　高齢者と所得の関係 11
⑷　高齢者労働力の推移 12
２．　社会保障給付費の拡大 13
３．　シルバーサービス振興の経過 16
４．　シルバーサービス市場の状況 19
⑴　シルバーサービスの範囲 19
⑵　サービス領域別にみるシルバーサービス 20
⑶　民間事業者の取り組み事例 21
５．　まとめ 39

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 43

１．　調査の枠組み 43
２．　調査結果 44
⑴　全企業の傾向 44
⑵　業種別の傾向 64
⑶　シルバーサービス市場に対する考え方別の傾向 88
⑷　シルバーサービスへの参入状況別の傾向 97
３．　既参入企業と参入検討企業のプロフィールと課題・方策 110
４．　まとめ 111

第Ⅳ章　振興ビジョンのあり方に関する検討 117

１．　シルバーサービスを振興する上での基本的な姿勢について 117
２．　振興ビジョン作成にあたって検討の論点 118
⑴　「経営の安定化」について 118
⑵　透明性の確保について 119
⑶　「サービスの多様化と質の向上」について 120
３．　シルバーサービス振興ビジョン作成にあたっての留意事項に関する意見 121

４．　委員会意見の再整理 123
(1)　シルバーサービス振興の基本姿勢について 123
(2)　論点の再整理 123
５．　振興ビジョン作成にむけて 129
(1)　基本的考え方 129
(2)　検討にあたっての視点 129
資料編 133
１）　アンケート票 135
２）　回答企業のプロフィール 142

はじめに

わが国では、昭和 60 年代頃からシルバーサービス分野への民間参入の基盤整備や社会的信頼の確保を目的として、「健全育成」や「質の確保」を主眼とした各種の取り組みを行い、シルバーサービスの振興を図ってきました。

このような動きは平成 12 年の介護保険制度の導入を契機に、より一層進展するとともに、民間事業者によるサービス供給量は大幅に拡大しました。その結果、民間介護保険事業者は、高齢社会におけるサービス提供の担い手として、欠くべからざるものになりました。

今後も、わが国の介護保険を持続的な制度として維持させていくためには、あらゆる介護保険事業者が制度の理念を共有し、方向性を理解しながら事業をさらに発展をさせていくことが重要といえます。

一方、高齢化の進行、特に、団塊世代の高齢化により、高齢者の価値観、生活様式、行動様式に変化が生じつつあります。そのため、それらの変化に応じながら高齢者の生活全般を支えていくためには、介護保険制度のさらなる充実に加え、シルバーサービス市場の拡充と多様化が望まれています。

いいかえれば、介護保険のサービスばかりでなく、それ以外の多様なサービスを視野に入れるとともに、高齢者の行動パターンや価値観を十分に把握した上で、シルバーサービス振興のあり方を考えていく必要があります。

後期高齢者や一人暮らし高齢者、高齢者夫婦のみの世帯の増加が予測される中で、今後も多様化、高度化する高齢者の生活ニーズに的確に対応する上で、「介護保険制度の導入」までをシルバーサービス振興の第１幕とするならば、シルバーサービスの健全な発展を目指した第２幕をあけなければならない時期にさしかかっているといえます。

こうした状況を踏まえ、本調査研究では、アンケート調査等によりシルバーサービスの市場動向や実態を把握するとともに、研究委員会及び作業部会を設置し、シルバーサービスの振興ビジョン策定に向けた幅広い議論を行いました。

本調査研究の実施にあたり、ご多忙の中、アンケート調査にご協力頂きました企業の皆様には、心より御礼申し上げます。また、研究委員会の委員長田中　滋氏（慶應義塾大学大学院　教授）、作業部会委員長　尾形裕也氏（九州大学大学院　教授）をはじめとして、委員としてご協力いただきました皆様には、数多くのご教示をいただきました。この他、多くの方々のご協力を得て、本調査研究を実施できましたことに、深く感謝の意を表します。

平成 19 年３月

社団法人　シルバーサービス振興会

第Ⅰ章

研究概要

Ⅰ. 研究概要

１．　研究の目的

我が国の高齢者福祉分野においては、１９８５（昭和６０）年に厚生労働省（当時「厚生省」）にシルバーサービス振興指導室が設置され、１９８７（昭和６２）年には社団法人シルバーサービス振興会が設立されるなど、官民挙げての本格的なシルバーサービス振興を図るための体制整備が進められた。この背景には、急速な高齢化に伴うシルバーサービスの需要増加、中でも介護ニーズの多様化・高度化に適切に対応していくためには、規制緩和による民間企業等の参入を進め、サービスの供給量を確保することが急務とされたことがあげられる。一方、１９８０年代後半には、豊田商事事件や有料老人ホームの倒産などが相次いで発生したことから、シルバーサービスの健全育成、サービスの質の確保を最優先の課題として取り組まれることとなった。

このため、当時のシルバーサービスの振興にあたっての施策の方向性としては、民間の創造性、柔軟性、即時性を最大限活かすため規制を最小限にとどめ、国・地方を通じ適切な行政指導（「ガイドライン」によるサービス推奨基準の明確化）と、民間自身による自主規制（「シルバーマーク制度」等による第三者評価の導入と事業者団体の組織化等による質の確保へ向けた取組み等）により質の確保を図ることが目指されている。

また、将来の介護需要の増加に的確に対応するために介護サービスの供給量を確保することにとどまらず、多様な主体の参入と利用者の選択を前提としながら、適正な競争に基づく市場機能を活用したサービスの質と事業の効率性の向上を図ることも期待されていた。

こうしたシルバーサービスの振興の取組開始から１５年が経過した２０００（平成１２）年の介護保険制度の導入とともに、在宅サービスについては原則として主体規制が撤廃され、法人格を有し、指定基準を満たしていれば都道府県の指定が受けられることとなり、営利法人やNPO を中心として新規参入が増加し急速にサービス供給量が拡大することとなった。このように、これまでのシルバーサービスの振興により、民間事業者の参入基盤の構築と供給量の確保については一定の成果を挙げたといえる。

しかしながら、不正請求をはじめ指定事業者の取消事例、苦情件数などにおいても民間事業者の比率が高く、質の確保策については今後も最大の課題であるといえる。

また、今後さらなる高齢化の進展に伴い、介護保険制度の導入により創出された「準市場」としての領域にとどまらず、シルバーサービス市場は拡大とともに多様化していくことは確実である。とりわけ今後とも団塊の世代を中心として、高齢者数はさらに増加するとともに、権利意識が高く、多様な価値観を持ち、経済的にも自立度が高い高齢者層が増加していくこともあって、シルバーサービスの事業環境は大きく変容している。

このように、少子・高齢社会の進展の中で措置から介護保険制度導入、そして制度の浸透の変遷とともに、介護サービス事業を中心に、シルバーサービスを取り巻く環境は、大きく変化し続けており、この変化を的確に捉えつつ、社会・経済の仕組みを検討していくことが重要である。高齢者本位・利用者本位に基づき、高齢者の生活全般を支えていくためには、個々人のライフサイクルや価値観に対応しつつ、「準市場」の下で公的に供給されるサービスと、通常の市場として相対契約の下で提供されるサービスとを併せて選択・契約し利用していくことが

重要であるといえる。

そこで、初年度にあたる平成 18 年度事業では、シルバーサービスの市場動向や実態を把握するとともに、シルバーサービス分野の発展や連携にむけて、政策論から創発的な事業を含めて幅広く議論を行い、多様化する高齢者の需要に対して、どのような方法論が考えうるのか、なすべき方策論につなげるための課題の整理を行うことする。

２．　研究実施方法と体制

本研究事業では、介護保険制度下におけるシルバーサービスの振興ビジョンを検討、作成することを目的として、関係諸機関（厚生労働省老健局振興課）との協議結果を踏まえ、介護保険制度、シルバーサービスに係る各界の代表者を委員として招いて研究委員会を設置し、２回にわたり研究委員会を開き、シルバーサービス振興ビジョンのあり方について、幅広く議論をおこなった。また、検討にあたりシルバーサービスの現状に関し、統計資料分析を行うとともに、アンケート調査を実施した。

(1)　研究委員会委員

○：委員長（50 音順、敬称略）

	阿部　信子	ウェル・ナビ株式会社　代表取締役
	猪熊　律子	読売新聞東京本社社会保障部　次長
	尾形　裕也	九州大学大学院医療経営・管理学　教授
	木間　昭子	国民生活センター相談調査部　調査室長
	小山　秀夫	静岡県立大学経営情報学部　教授
	阪本　節郎	株式会社博報堂エルダービジネス推進室　室長
	関　　達雄	株式会社ミレアホールディングス事業開発支援部　部長
	建部　悠	有限責任中間法人日本在宅介護協会　理事 （平成介護株式会社　代表取締役）
○	田中　滋	慶應義塾大学大学院　教授
	対馬　徳昭	有限責任中間法人全国介護事業者協議会　会長 （株式会社ジャパンケアサービス　代表取締役会長）
	筒井　義信	日本生命保険相互会社　取締役執行役員
	前川　一博	松下電工株式会社エイジフリー事業推進部　推進部長
	村田　裕之	村田アソシエイツ代表

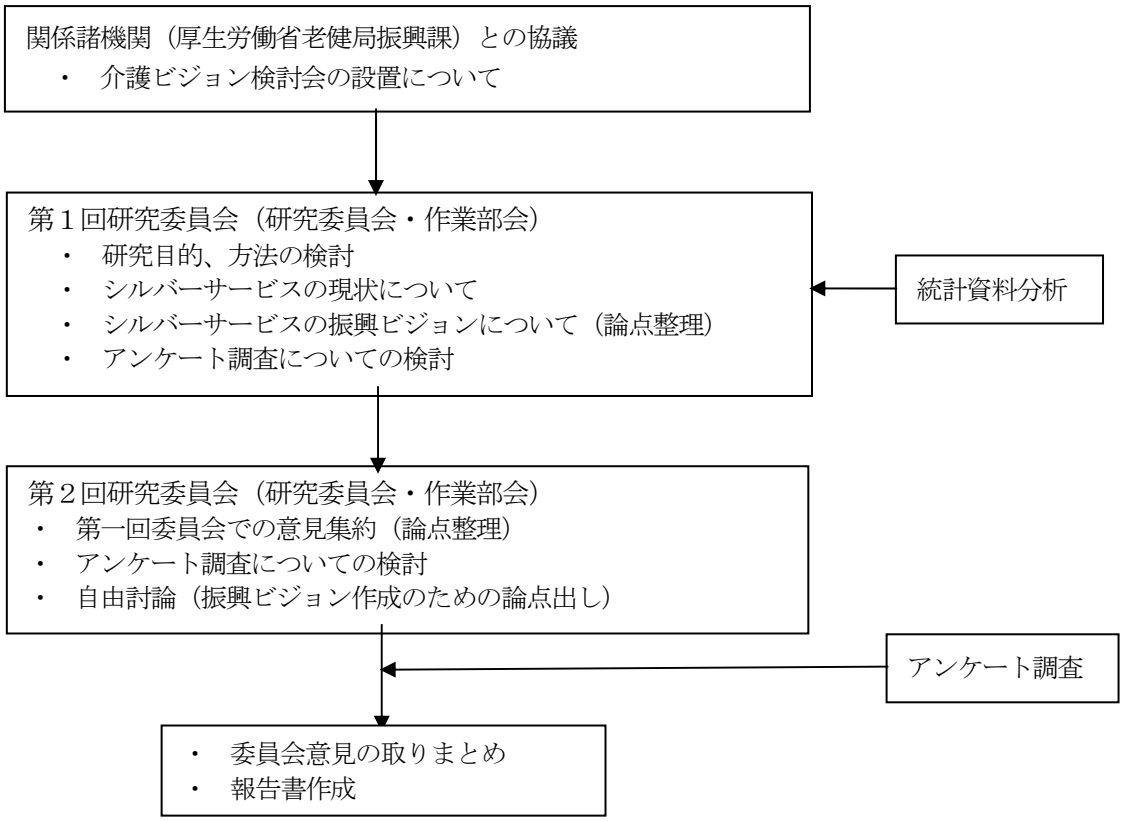
(2)　作業部会委員　　**○：委員長（50 音順、敬称略）**

	石尾　肇	公認会計士
○	尾形　裕也	九州大学大学院医療経営・管理学　教授
	北村　俊幸	有限責任中間法人日本在宅介護協会　研修広報副委員長 （株式会社ニチイ学館　取締役）
	武田　雅弘	特定施設事業者連絡協議会　事務局長 （株式会社ベネッセスタイルケア　法務・コンプライアンス部長）
	内藤　佳津雄	日本大学文理学部　助教授
	馬袋　秀男	有限責任中間法人全国介護事業者協議会　監事 （株式会社クロス・ロード　代表取締役社長）
	東畠　弘子	ジャーナリスト
	藤井　賢一郎	日本社会事業大学大学院　客員教授
	藤林　慶子	東洋大学社会学部　助教授

(3)　研究内容とフロー

本研究は、以下の構成にて、実施し検討を行った。本年度は、シルバーサービスについての現状分析の観点から、統計資料収集、アンケート調査を実施するとともに、研究委員会においては、シルバーサービス振興ビジョン作成にむけて、現状における課題点や検討すべき方向性等、幅広く議論を行い、論点出しを行った。

図表 I-1　調査研究フロー



第Ⅱ章

シルバーサービス市場をとりまく社会環境と市場の概況

II.　シルバーサービス市場をとりまく社会環境と市場の概況

１．　人口と世帯構造の変化

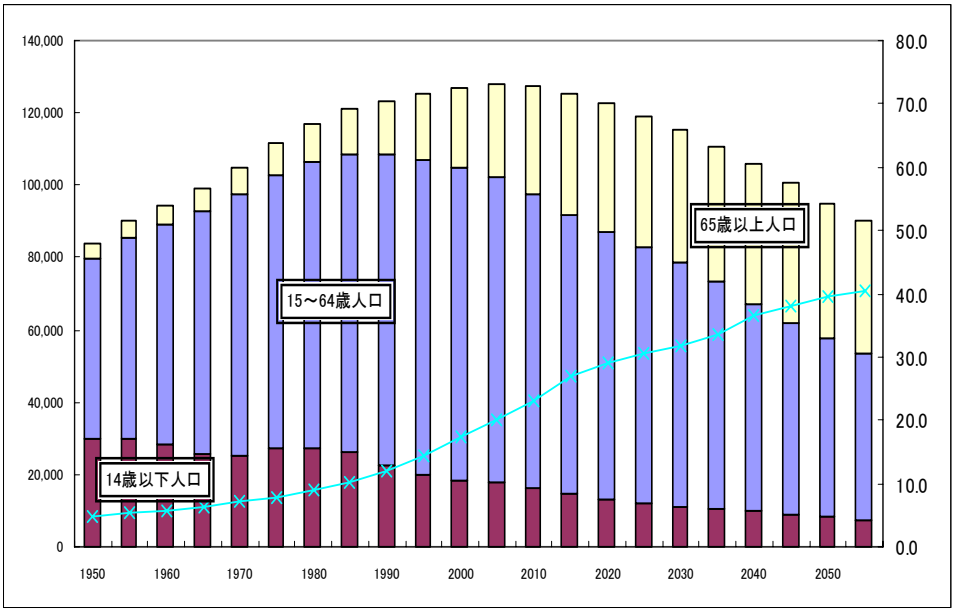
(1)　少子高齢化の進行

国立社会保障・人口問題研究所が 2002 年 1 月に行った「日本の将来推計人口」の中位推計によると、我が国の総人口は、2006 年に 1 億 2,774 万人でピークに達した後は、緩やかに減少しはじめ、2050 年には 1 億 59 万人になると見込まれている。

また、2004 年には高齢化率は 19.5%に達しており、依然として、急速な高齢化が進行している。人口推計によると、高齢化率は今後も上昇を続け、2050 年には 35%を超えると見込まれている。

我が国の 65 歳以上の人口は、2000 年で 2,200 万人であったところが、2030 年には 3,480 万人と 1,280 万人の増加が見込まれている。

図表 II-1　総人口の推移

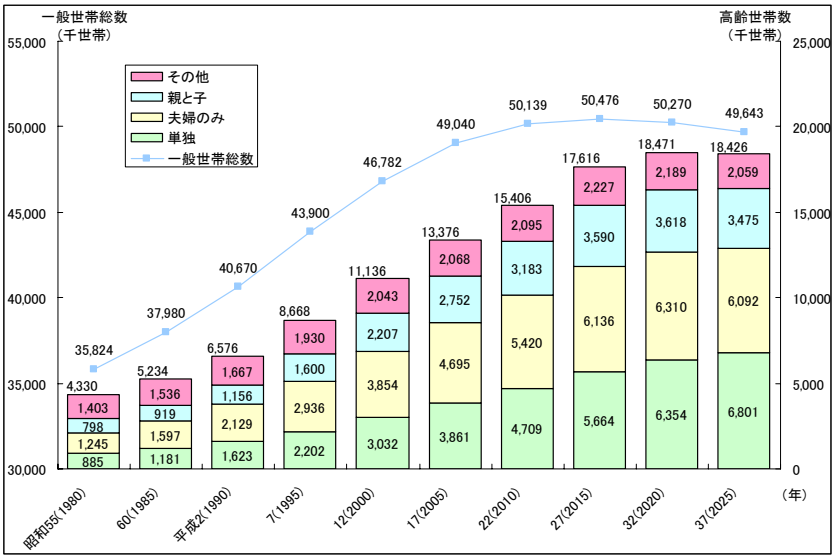


出典：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成 18 年 12 月推計）」

(2) 高齢単独世帯の増加

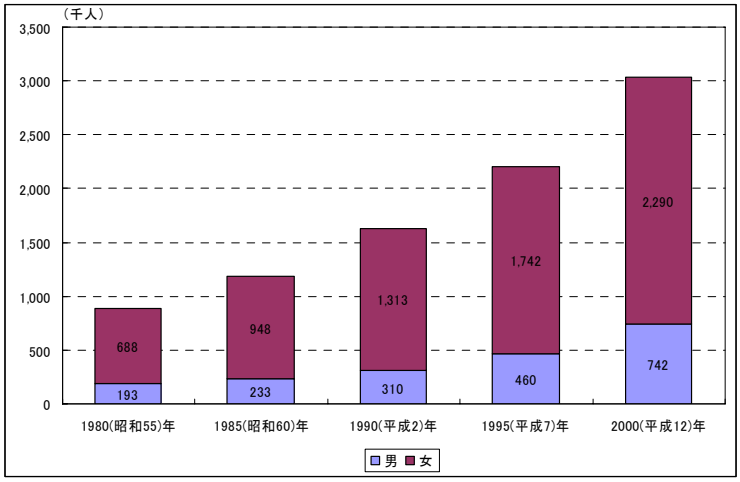
世帯の動向を見ると、子供との同居世帯が減少する一方で、夫婦のみ世帯、ひとり暮らし世帯が増加傾向にあり、今後もこうした傾向は継続すると考えられる。国の将来推計によれば、2015 年には、世帯主が高齢者である夫婦のみ世帯は 614 万世帯、世帯主が高齢者であるひとり暮らし世帯は 566 万世帯となり、2025 年には、世帯主が高齢者である夫婦のみ世帯は 609 万世帯とやや減少するものの、世帯主が高齢者であるひとり暮らし世帯は 680 万世帯になるとされている。

図表 II-2　高齢世帯数（家族類型別）及び一般世帯総数の推移



出典：平成 12 年までは総務省「国勢調査」（昭和 55 年の家族類型別世帯数は 20%抽出推計結果による。）、平成 17 年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」（平成 15 年 10 月推計）

図表 II-3　65 歳以上高齢者単独世帯数の推移

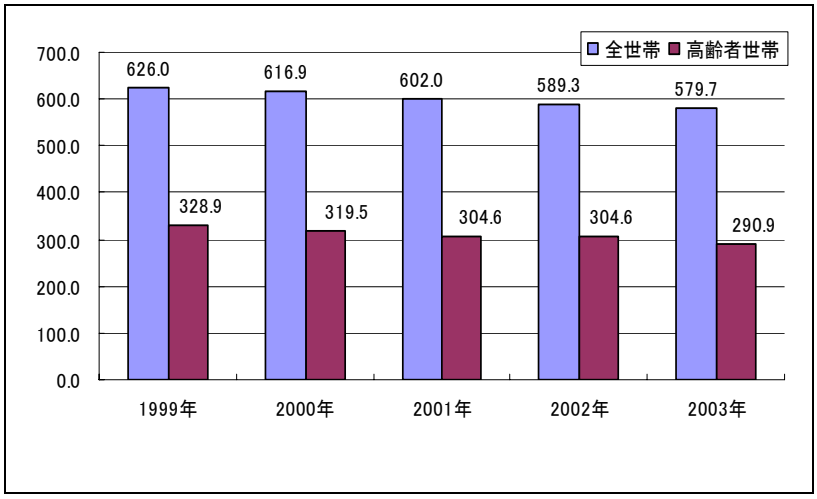


出典：厚生労働省「平成 18 年度厚生労働白書」

(3) 高齢者と所得の関係

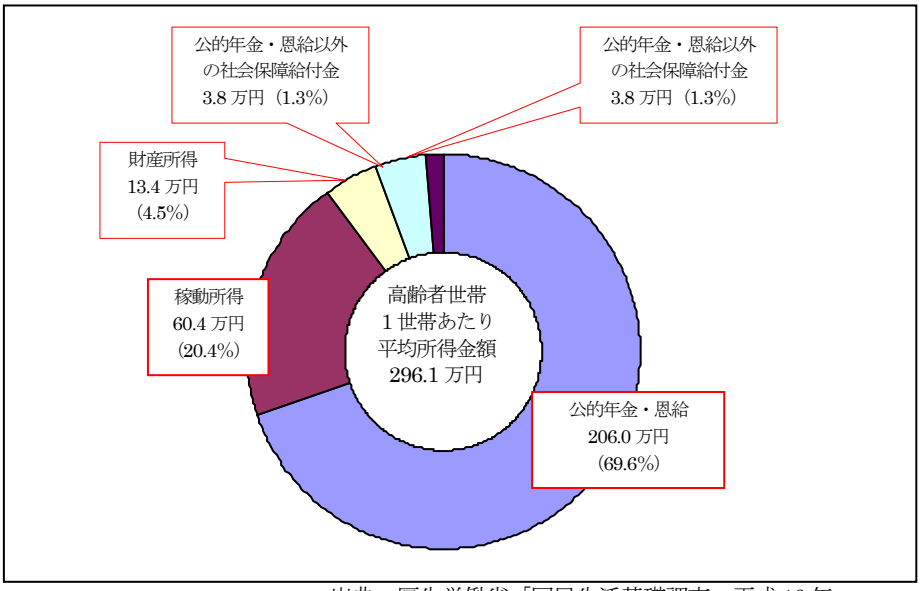
高齢者世帯の平均所得額は全世帯の半分程度の額であり、ここ数年間の推移を見ると、減少を続けている。また、高齢者世帯の所得の７割は公的年金や恩給となっている。

図表 II-4　高齢者世帯の平均所得金額の年次推移



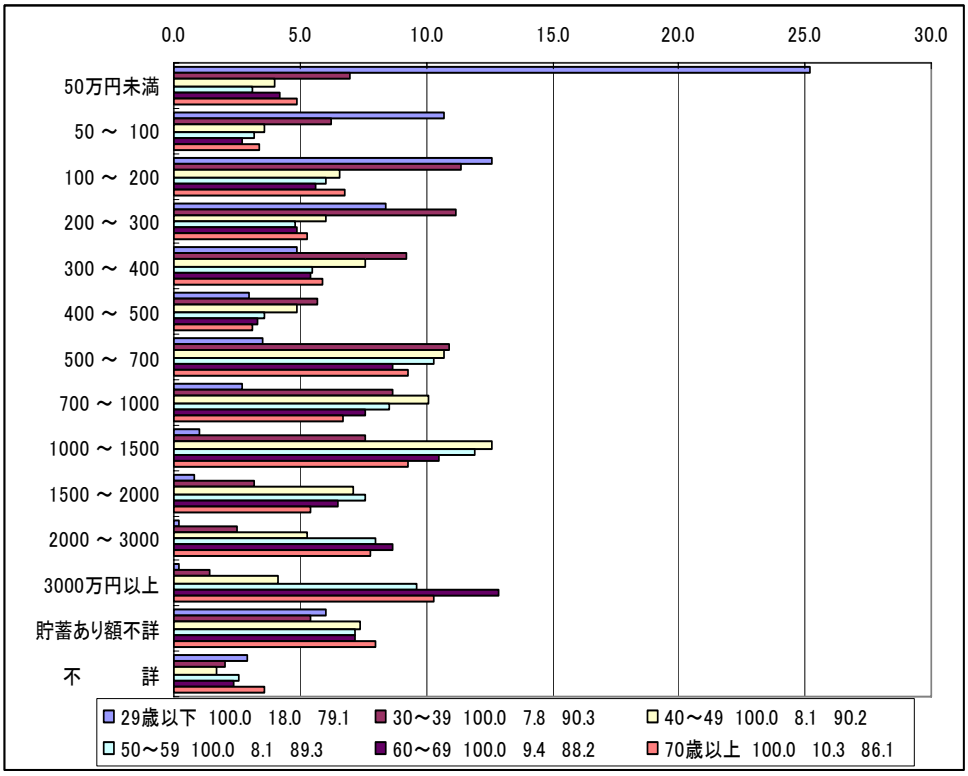
出典：厚生労働省「国民生活基礎調査」平成 16 年

図表 II-5　高齢者世帯の所得内訳



出典：厚生労働省「国民生活基礎調査」平成 16 年

図表 II-6　世帯主の年齢階級別にみた貯蓄額階級別世帯数割合

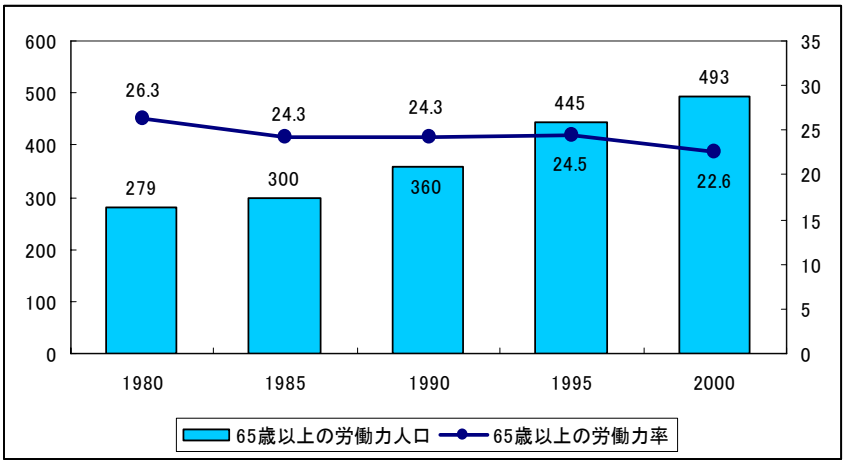


出典：厚生労働省「国民生活基礎調査」（平成 16 年）

(4)　高齢者労働力の推移

雇用比率の増加等を背景に 65 歳以上の高齢者の労働力率は低下してきている。一方、高齢者人口の増大に伴い、高齢者の労働力人口は年々増加傾向にあり、過去 20 年の間において 200 万人以上もの増加が見られる。

図表 II-7　65 歳以上の労働力



出典：総務省統計局「労働力調査」

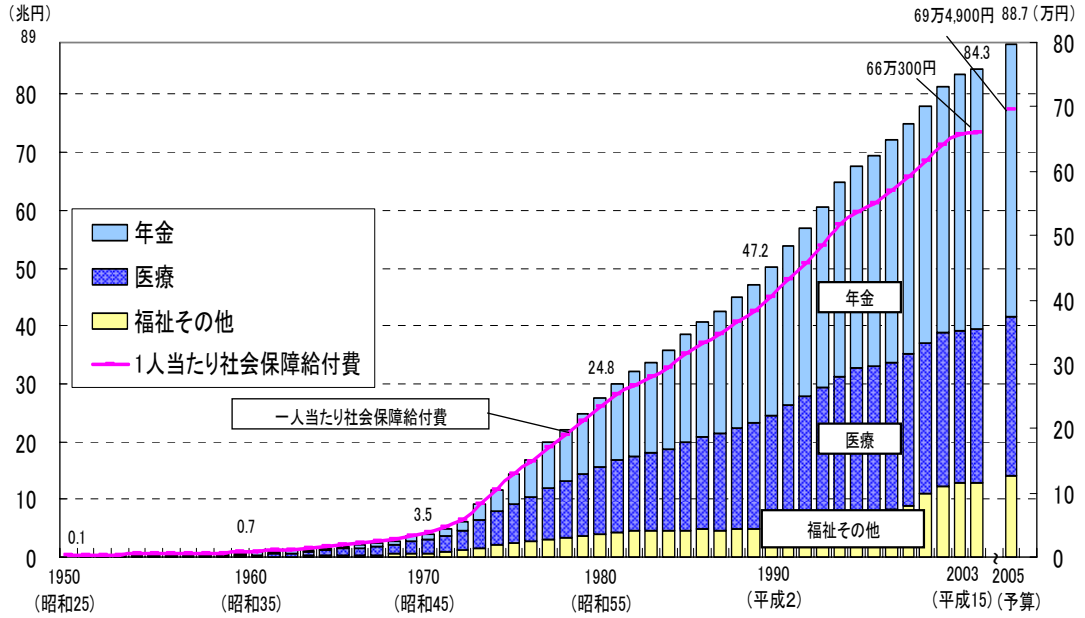
２．　社会保障給付費の拡大

我が国の社会保障制度は、制度の充実と高齢化の進行とともにその規模が大きく拡大し、1970 年当時約 3.5 兆円だった社会保障給付費は、2005 年度（予算ベース）では、約 88.7 兆円、対国民所得比では、1970 年当時の約 5.8%に比べ約 4 倍の約 23.8%に至っている。

今後世界に類を見ない急速な少子高齢化の進展に伴って負担も上昇していく見込みであり、持続可能な制度のあり方が重要な検討課題となっている。

図表 II-8　社会保障給付費の推移

	1970	1980	1990	2002	2003	2005（予算ﾍﾞｰｽ）
国民所得額（兆円） A	61.0	203.2	348.3	362.1	368.7	373.0
給付費総額（兆円） B	3.5（100.0%）	24.8（100.0%）	47.2（100.0%）	83.6（100.0%）	84.3（100.0%）	88.7（100.0%）
（内訳）　年金	0.9（ 24.3%）	10.5（ 42.2%）	24.0（ 50.9%）	44.4（ 53.1%）	44.8（53.1%）	47.1（ 53.1%）
医療	2.1（ 58.9%）	10.7（ 43.3%）	18.4（ 38.9%）	26.3（ 31.4%）	26.6（31.6%）	27.5（ 31.0%）
福祉その他	0.6（ 16.8%）	3.6（ 14.5%）	4.8（ 10.2%）	12.9（ 15.5%）	12.9（15.3%）	14.2（ 16.0%）
B／A	5.77%	12.19%	13.56%	23.08%	22.86%	23.78%

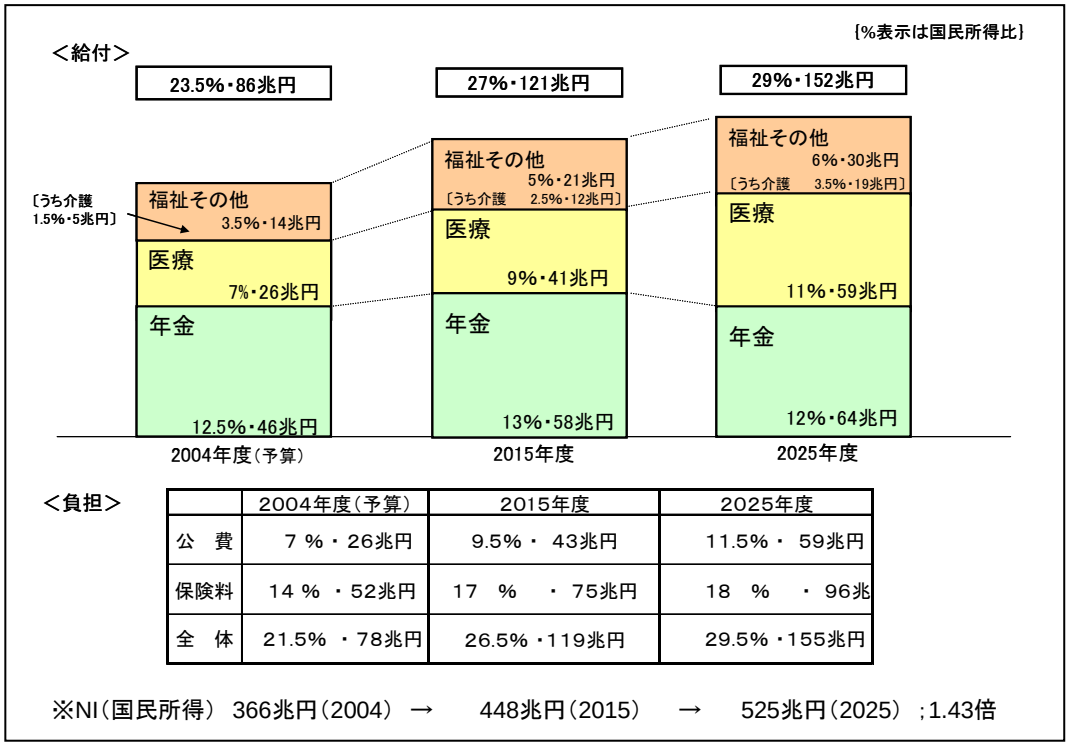


出典：国立社会保障・人口問題研究所「平成15年度社会保障給付費」、2005年（予算ベース）は厚生労働省推計

（注1）図中の数値は1950, 1960, 1970, 1980, 1990, 2002及び2005年（予算ベース）の社会保障給付費（兆円）

（注2）2005年の「一人当たり社会保障給付費」は給付費総額を平成17年1月1日時点（確定値）の人口総数で除したもの。

図表 II-9　社会保障費の増加予測



＜負担＞

	2004年度（予算）	2015年度	2025年度
公　費	7 %・26兆円	9.5%・ 43兆円	11.5%・ 59兆円
保険料	14 %・52兆円	17　%　・ 75兆円	18　%　・ 96兆
全　体	21.5%・78兆円	26.5%・119兆円	29.5%・155兆円

※NI（国民所得） 366兆円（2004） →　448兆円（2015）　→　525兆円（2025） ;1.43倍

図表 II-10　介護保険被保険者数の推移

	2000 年 4 月末	2006 年 2 月末	2015 年	2025 年
被保険者数	2,165 万人	2,579 万人	3,300 万人	3,500 万人

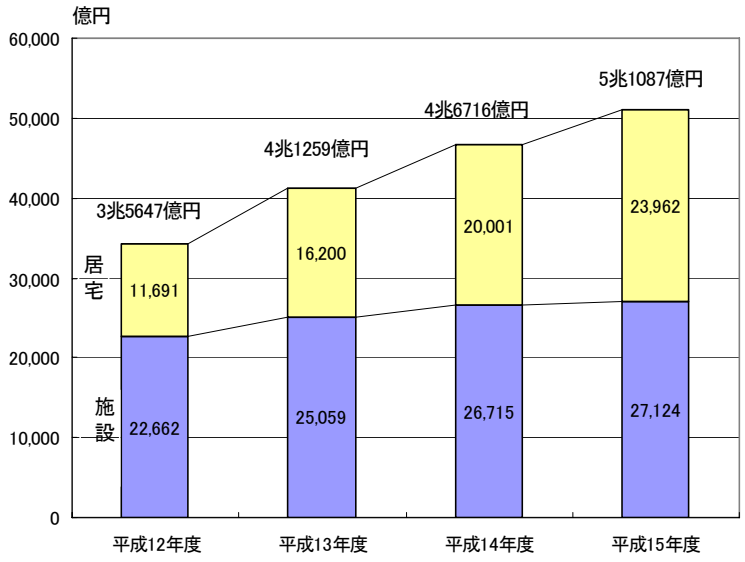
出典:介護保険事業状況報告

図表II-11　　介護保険　要介護認定を受けた人数の推移

	2000 年 4 月末	2006 年 2 月末	2014 年	2025 年
認定者数	218 万人	430 万人	640 万人 (現行推移) 600 万人 (予防効果)	―
利用者 (居宅)	97 万人	265 万人	-	-
利用者 (施設)	52 万人	80 万人	-	-

出典：介護保険事業状況報告

図表 II-12　介護保険のサービス給付額の推移



出典：厚生労働省資料

図表 II-13　介護保険制度施行後の事業所数の増加

	平成 12 年 4 月	平成 18 年 4 月	増加率（%）
訪問介護	全体　11,916	25,123	210.8
	民間事業者（営利法人）　4,507	14,865	329.8
訪問入浴介護	全体　2,501	2,519	100.7
	民間事業者（営利法人）　715	1,065	149.0
通所介護	全体　7,510	19,341	257.5
	民間事業者（営利法人）　244	6,781	2,779.1
特定施設入所者生活介護	全体　271	1,807	666.8
	民間事業者（営利法人）　186	1,436	772.0
福祉用具貸与	全体　3,329	7,308	219.5
	民間事業者（営利法人）　2,863	6,452	225.4

出典：厚生労働省「平成 16 年度介護保険事業状況報告」より編集

３．　シルバーサービス振興の経過

平成 12 年の介護保険制度導入以降、公的介護の仕組みは、わが国における必要不可欠な制度として浸透したといえる。

これまでのシルバーサービス振興策の変遷を振り返ると、戦後の福祉法体系の整備（福祉六法）、措置時代における施設福祉サービスの拡充策から在宅福祉サービスの充実への移行（在宅福祉策）、社会保障費のあり方、官民の役割分担のあり方等行政改革議論、サービス供給主体の拡充とニーズの多様化・高度化への対応としての民間参入促進策、民間参入に伴う質の確保策等の変遷を読み取ることができる。

介護保険制度の導入実現が可能となった背景には、措置時代からの民間によるサービス提供振興策の存在は無視できず、民間事業者の参入基盤があってこそ、成し遂げられたものといえ、今後もシルバーサービスを取り巻く環境は、少子高齢社会の進展とともに、大きく変化をし続けることが予測される。

図表 II-14　シルバーサービスの振興について（審議会、国の動きを中心に）

時期	内容
昭和 60 年	○　「老人福祉のあり方について（建議）」（社会保障制度審議会） ～民間企業の活用と規制～ ・　行政がいたずらに排除や規制を行ったり、民間サービスと競合するようなサービスの提供をすべきでない。 ・　民間企業の社会的責任の自覚が強く望まれる。 ・　行政側も、通常の消費者保護行政以上のきめ細やかな配慮が必要である。 ・　消費者たる老人が正しい選択をすることができるよう、情報提供のシステムを早期整備する必要がある。 ○　厚生省シルバーサービス振興指導室の設置
昭和 61 年	○　「高齢者対策企画推進本部報告」（厚生省） ・　民間活力の導入、活用 ○　「長寿社会対策大綱について」（閣議決定） ・　民間の創意と工夫を生かしたサービスを活用し、多様化しかつ高度化するニーズに対しきめ細やかな対応を図る。 ・　私的サービスの育成、活用 ○　「シルバー産業の振興に関する研究報告書」（高齢化に対応した新しい民間活力の振興に関する研究会）
昭和 62 年	○　シルバーサービス振興会設立 ○　「今後のシルバーサービスのあり方について」（福祉関係３審議会合同企画分科会意見具申） ～シルバーサービスの健全育成の必要性～ 「今後の老人福祉政廉のあり方としては、これまでの公的施策の一層の推進とあいまって、民間部門の創意工夫を生かした多様なサービスの健全な育成が必要である。」 ～健全育成の方策～ 「民間事業者の創造性、効率性を損なうことのないよう十分配慮しつつ、国、地方を通ずる行政による適切な指導とあいまって、サービス供給者である民間事業者自身がその倫理を確立し、高齢者の信頼にこたえるとともに高齢者の心身の特性に十分配慮するという認識のもとでサービスの質の向上を図るための自主的な措置をとることが求められる。」
昭和 63 年	○　シルバーサービス振興会倫理綱領策定
平成元年	○　「当面の有料老人ホームのあり方について」（中社審老人福祉専門分科会意見具申） ・　有料老人ホームについての見直し

	○　「今後の社会福祉のあり方について」（福祉関係３審議会合同企画分科会意見具申） ～民間シルバーサービスの健全育成～ 「今後ますます増大、多様化する国民の福祉需要に対応していくため、公的福祉施策の一層の拡充を図るとともに、有料老人ホームといった民間シルバーサービスに代表される民間福祉サービスについては、その利用者が高齢者や障害者等であることに鑑み、利用者保護の観点に十分考慮しつつ健全育成策を積極的に展開する必要がある。」 ～福祉サービスの供給主体のあり方～ 「シルバーサービス等民間事業者により提供される福祉サービスについては、従来どおり、直接的な規制の強化によってではなく行政指導と相まって民間事業者自身による自主規制を求めるとともに、公的な政策融資等を一層充実することによりその健全な育成に努める必要がある。」 ○　民間事業者による老後の保健及び福祉のための総合的施設の整備の促進に関する法律」 ○　シルバーマーク制度創設 ○　「ゴールドプラン（高齢者保健福祉推進十か年戦略）」の策定
平成２年	○　福祉８法改正
平成３年	○　老人保健法改正
平成４年	○　福祉人材確保法制定
平成５年	○　「高齢者施策の基本方向に関する懇談会」（中社審老人福祉専門分科会、老人保険審議会、公衆衛生審議会老人保健部会） ・　サービスの質と評価 第３者による評価を基本として、サービスを客観的に評価する手法を導入すべき ○　「老人福祉施策において当面講ずべき措置について（意見具申）」（中社審老人福祉専門分科会） ～サービスの質の評価の推進～ ・　民間のシルバーサービスについても利用者本位のサービス提供が重要であり、サービスの質の確保・向上に向けた一層の取組みが求められる。 ・　民間サービス サービス提供主体の拡大と公の責任による消費者保護の立場に立った対策
平成６年	○　「21 世紀福祉ビジョン」（高齢社会福祉ビジョン懇談会） ・　いつでもどこでも受けられる介護サービス 「現在、介護サービスについては、そもそもサービス量が十分でないこと、……ニーズに対応する多様な民間サービスの健全な発達が必ずしも十分でないこと、などの問題がある。」 ・　新ゴールドプランの策定 ・　21 世紀に向けた介護システムの構築 「多様なサービス提供機関の健全な競争により、質の高いサービスが提供されるシステムの構築」 ○　老人福祉法の一部改正 ○　「高齢者保健福祉推進十か年戦略の見直しについて（新ゴールドプラン）（大蔵・厚生・自治３大臣合意） ・　公的サービスに加え、民間サービスの積極的な活用によるサービス供給の多様化・弾力化を推進。 ・　民間サービスの質を確保する観点から、シルバーマーク制度の普及等サービス評価体制の確立。
平成７年	○　「有料老人ホームの健全育成及び処遇の向上に関する検討会」報告（老人保健福祉局長私的諮問機関） ○　シルバーサービス振興長期構想（長期ビジョン）報告書（シルバーサービス振興策定委員会）
平成８年	○　「介護保険制度の制定について」（社会保障審議会答申） 「利用者が選択できる道をひらくためにも、サービス供給の充実、対応が必要でサービスの質を確保しつつ民間部門の活動も導入されなければならない。」 ○　「高齢社会対策大綱」（閣議決定） ・　民間事業者等によるサービスの活用 「健康・福祉に係るサービスに対する需要の高度化及び多様化に的確にこたえるとともに、サービスの効率化を図るため、民間事業者によるサービスを積極的に活用することとし、介護サービスの供給主体に対する規制の緩和を進めて、その参入を促進するとともに、融資制度の活用等により民間事業者の健全な育成を図り、介護関係の市場や雇用の拡大を目指す。また、質の確保の観点から、適切なサービス評価体制の確立を図る。」 ○　「介護保険制度の創設に向けた与党合意事項」（自民・社民・さきがけ与党３党）解決すべき懸念事項 「民間活力の積極的な活用を図るため、規制緩和を積極的に推進するとともに、民間保険・民間非営利サービスとの適切な連携がとれる柔軟な制度の仕組みを検討する。」

	○　「規制緩和の推進に関する意見（第２次）」（行政改革委員会意見） シルバーマーク制度に係る国の関与の撤廃により、競争推進の必要性について言及
平成９年	○　「在宅医療の推進に関する検討会」より報告書（21 世紀に向けての在宅医療について）を公表 ○　「有料老人ホームの設置運営指導指針について」の改定
平成 10 年	○　年金審議会「国民年金・厚生年金保険制度改正に関する意見」取りまとめ ○　医療保険福祉審議会制度企画部会が意見書「高齢者に関する保険医療制度のあり方について」をとりまとめ公表 ○　中央社会福祉審議会社会福祉構造改革分科会が「社会福祉基礎構造改革を進めるに当たって（追加意見）」を公表 ○　介護保険法施行令及び介護保険の国庫負担金の算定等に関する政令の公布
平成 11 年	○　厚生省所管行政に係る規制緩和要望及びその検討状況について発表
平成 12 年	○　「国民年金法等の一部を改正する法律の一部を改正する法律」公布 ○　「有料老人ホームの設置運営指導指針について一部改正 ○　ゴールドプラン 21 スタート ○　介護保険法施行 ○　改訂シルバーマーク制度
平成 13 年	○　「行政機関の保有する情報の公開に関する法律」施行 ○　身体拘束ゼロに役立つ福祉用具・居住環境の工夫（身体拘束ゼロ作戦推進会議ハード改善分科会）
平成 14 年	○　シルバーマーク認定基準・制度実施要綱改訂
平成 15 年	○　「2015 年の高齢者介護」報告書（高齢者介護研究会） ○　高齢者介護に関する世論調査（内閣府大臣官房政府広報室） ○　「有料老人ホームの表示の適正化に向けて」報告書（公正取引委員会／有料老人ホームの表示に関する検討会）
平成 16 年	○　高齢者リハビリテーション研究会報告書 ○　「介護保険見直しに関する意見」（社会保障審議会介護保険部会） ○　「被保険者・受給者の範囲」の拡大に関する意見（社会保障審議会介護保険部会） ○　「介護保険制度改革の全体像～持続可能な介護保険制度の構築～」を構築
平成 17 年	○　「個人情報の保護に関する法律」施行 ○　介護保険改正法公布 ○　介護予防市町村モデル事業報告書 ○　介護保険改正法一部施行（食費、居住費）
平成 18 年	○　介護保険改正法施行 ○　「介護サービス情報の公表」制度導入

シルバーサービス振興会「シルバーサービス展のあゆみ」資料をもとに編集

４．　シルバーサービス市場の状況

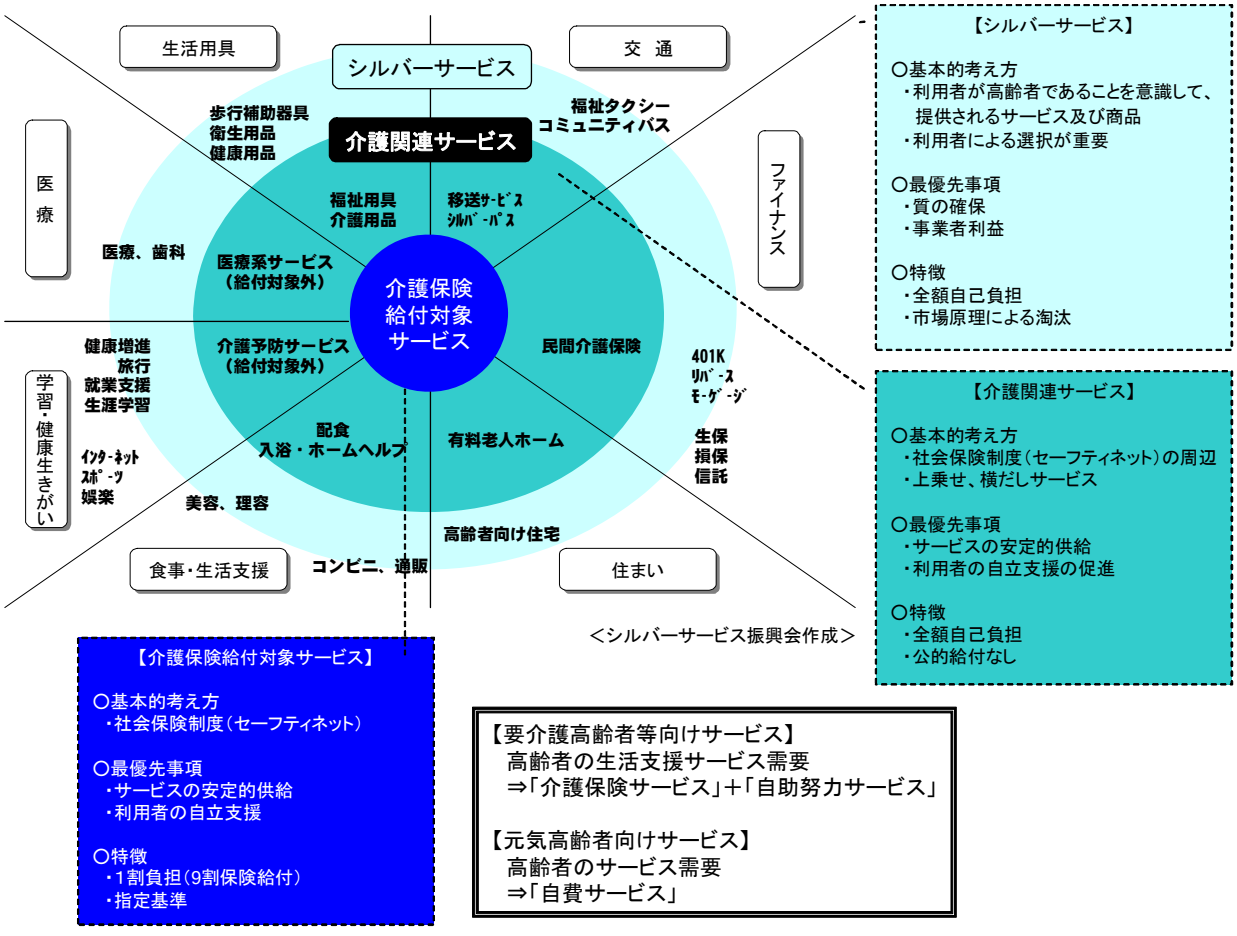
(1)　シルバーサービスの範囲

シルバーサービス振興ビジョンを作成するにあたり、シルバーサービスの現状分析として、以下のような整理を行った。本研究事業において、「シルバーサービス」とは、「利用者が高齢者であることを意識して、提供されるサービス及び商品」を総称してさすこととする。

検討にあたり、本事業では、シルバーサービス市場の範囲を大きく３つに分類し、整理を行った。

以下の図で、①「介護保険給付対象サービス」とは、介護保険制度で給付される高齢者介護サービス分野で、介護保険制度下で提供されるサービス群をさす。②「介護関連サービス」とは、介護サービスを含んだ高齢者の生活支援関連サービス分野であるが、介護保険の給付対象以外のサービス群である。上乗せ、横だしサービスも含む。③「シルバーサービス」とは、利用者が高齢者であることを意識した商品・サービス群であり、①、②以外のシルバーサービス分野のことを示している。

図表 II-15　シルバーサービス市場の範囲（サービス領域別）



出典：研究委員会・作業部会資料

(2) サービス領域別にみるシルバーサービス

1) 介護保険給付対象サービス

介護サービスは通常のサービスに比べると、以下のような共通する特徴を持っている。

介護サービスの取引対象となる「もの」や「役務」は、いずれも高齢者の生活に直接かかわる内容である。劣悪なサービスは、直ちに高齢者の生活、場合によっては生命や身体にさえ打撃を与えるものである。介護サービスの多くは近年急速に増大したニーズに呼応する形で生まれてきたものであり、利用者はサービス内容を必ずしも十分理解していない。

介護サービスは、人生を通して何度も反覆的に取引を経験する者は少なく、初めてシルバーサービス取引にあたる者がほとんどである。サービスの利用者は要介護高齢者である。要介護高齢者に劣悪なサービスを選別・排除したり、これに抗議したりするような行動を期待することが一般成年にもまして難しい。

介護保険給付対象サービスを整理すると、利用者が弱者である、サービスの生産と消費が同時である、無形のサービスである、比較的サービスが新しい、大半の利用者が初めて利用、密室でサービスが提供される、サービス利用者と供給者との情報格差がある、などがあげられる。

2) 介護関連サービス

身体機能がやや衰えた高齢者や一人暮らしの高齢者などの日常生活を支援する介護保険対象外のサービスが中心となる。介護保険給付対象サービスと同様、利用者は弱者が占め、サービスの生産と消費が同時であること、無形のサービスが大半を占めること、比較的サービスが新しい分野であること、大半の利用者が初めて利用、密室でサービスが提供される、サービス利用者と供給者との情報格差があるなどの他、新たな介護ニーズへの対応といった特徴が考えられる。介護保険給付対象サービスの上乗せとなるサービスや、横出しサービスなども当該分野に該当する。

3) 上記以外のシルバーサービス

高齢者が利用の中心となる商品･サービスであり、ファイナンス、住まいの他、高齢者が健康で有意義な生活を送るための多様なサービスがあげられる。当該分野の特徴としては、要介護の区分に依拠しない、利用者（消費者）層に幅がある、一般成人を対象としたサービスとの区分がないもしくはつけにくい、団塊の世代の参入により一層の多様化が予想される、産業領域の拡大が見込まれる、などがあげられる。

(3) 民間事業者の取り組み事例等

次に、多様化する高齢者のニーズに対応した、民間事業者の取り組み事例等について機能別領域毎に紹介する。

1) ファイナンス分野

ファイナンス領域におけるシルバー層向けサービスは、病気や介護になった際の資金を担保するための保険関係、公的年金を補完あるいは上乗せするための個人年金の需要が伸びている。これらの金融商品の需要傾向は、高齢化の進展とほぼ同じように成長する傾向ではあるが、金融商品という性格上、景気や社会経済の状態によって変動を受けているのが特徴といえる。

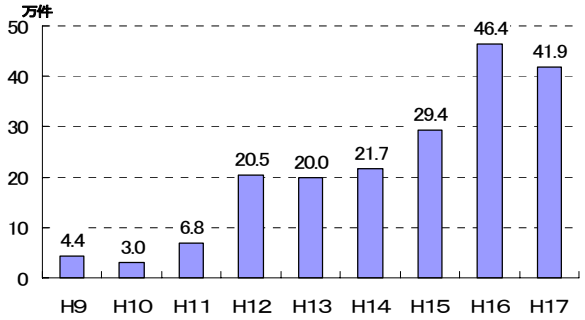
こうした従来の金融商品に加えて、保有の固定資産をフロー資産化するリバースモーゲージが新しいサービスとして台頭している。たとえば、高齢期に生活に便利な都心部のマンションへの住み替えを支援するリバースモーゲージが商品化されている。リバースモーゲージ市場は 178 兆円の潜在市場があるとの推計があげられている[1]。

このように直接高齢者を対象としたファイナンス商品に加え、高齢者住宅を提供する住宅供給者を対象としたファイナンスサービスができている。高齢者住宅財団が高齢者居住支援センターを設け、高齢者家賃債務保証を制度化しているのが特徴である。

[1] UFJ 総合研究所（現三菱 UFJ リサーチ&コンサルティング）「改めて注目されるリバースモーゲージ」調査レポート 04/37

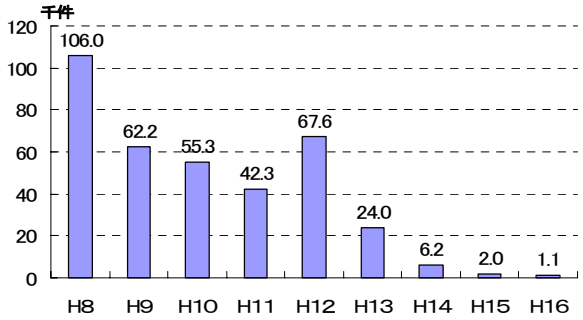
図表 II-16　民間介護保険の状況

【民間介護保険（生命保険）の新契約件数の推移】



出典：Insurance　生命保険統計号

【民間介護保険（損害保険）の新契約件数の推移】

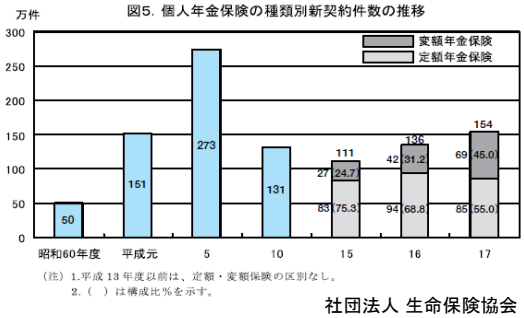


出典：Insurance　損害保険統計号

図表 II-17　個人年金保険、医療保険の状況

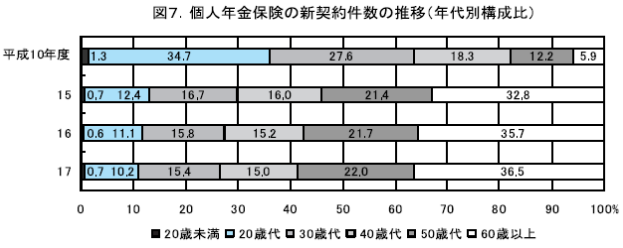
個人年金保険の状況

【民間年金保険の新契約件数の推移】



社団法人 生命保険協会

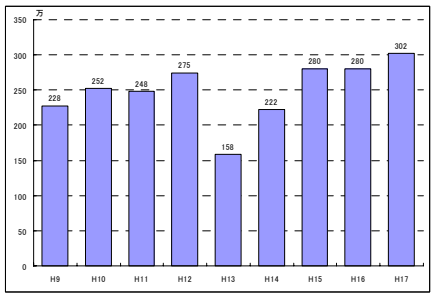
【民間年金保険の新契約件数の推移～年代別】



社団法人 生命保険協会

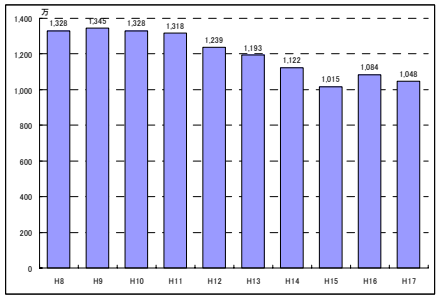
医療保険の状況

【医療保険の新契約件数の推移】



Insurance　損害保険統計号

【傷害保険＋傷害積立保険の元受件数の推移】



社団法人 日本損害保険協会

図表 II-18　リバースモーゲージの状況

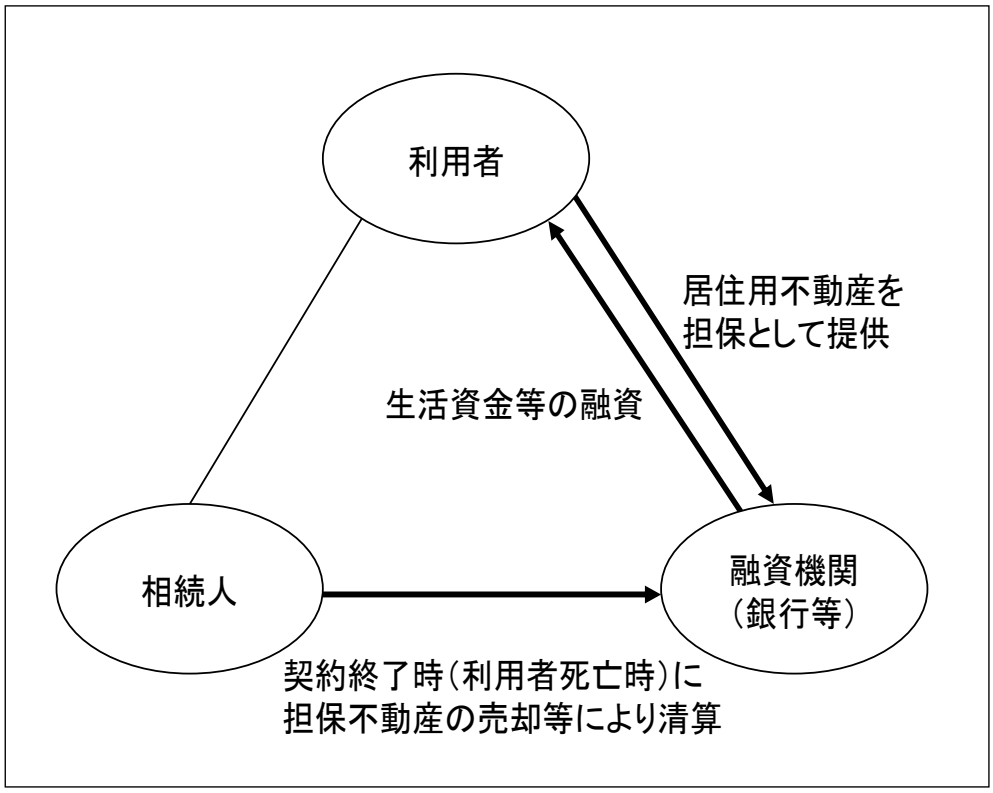
【リバースモーゲージの潜在市場規模の推計】

（兆円）

		公的プラン適格		民間プラン適格		合計
		1,000万～3,000万円	3,000万～5,000万円	5,000万～1億円	1億円以上	
高齢者世帯の住宅・宅地資産		100.9	64.9	70.9	58.5	295.2
	一戸建て	89.7	57.8	63.1	52.1	262.6
	マンション	11.1	7.2	7.8	6.4	32.5
リバースモーゲージの潜在市場規模		3.4	2.2	2.4	2.0	10.0
	一戸建て	3.1	2.0	2.2	1.8	9.2
	マンション	0.3	0.2	0.2	0.2	0.8

出典：みずほ総合研究所「みずほ総研論集　2006 年Ⅳ号」

【リバースモーゲージの基本的な仕組み】



出典：ニッセイ基礎研究所作成

2) 住まいの分野

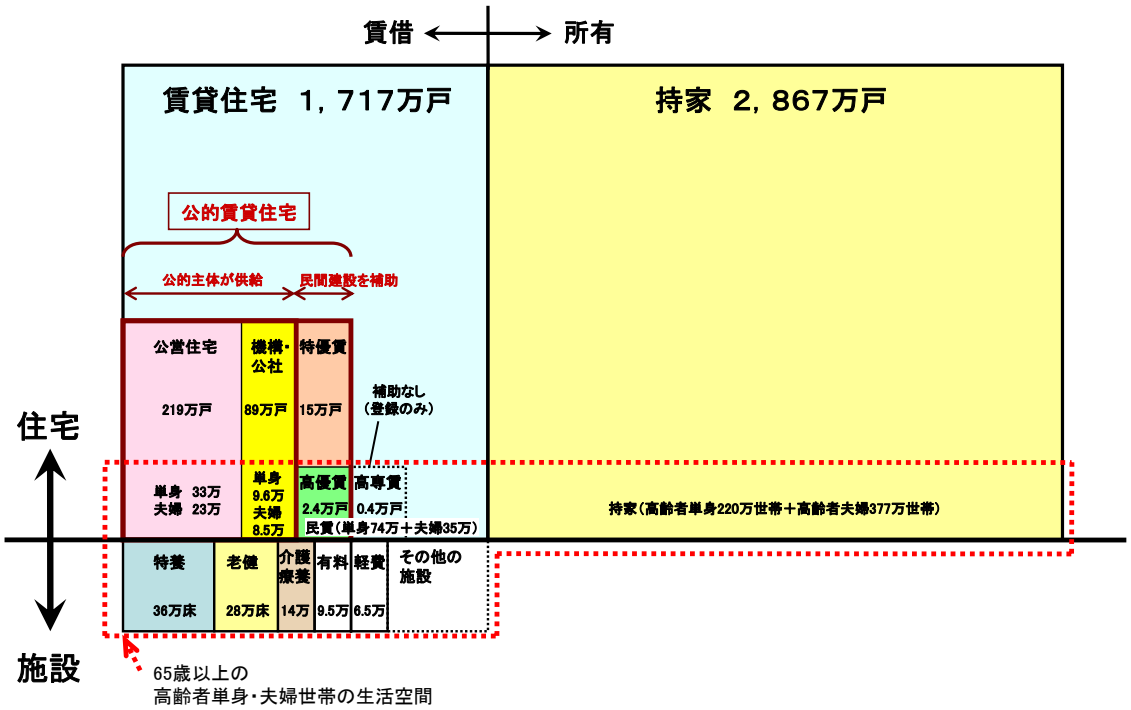
介護保険給付実態から高齢者施設への入居者数を見ると、介護老人福祉施設への入所が最も多い。入居者数が伸びている施設は認知症対応型の共同生活介護施設で、約 119 万 9,000 人が入居している。

高齢期の住まいとして、有料老人ホームの数は急速に増しており、食品、建設、不動産、鉄道業界、住宅メーカー、電力会社など、有料老人ホーム市場へ多様な業種からの参入がみられる。

高齢者の住居の実態をみると、高齢者施設などを含めた賃貸住宅が約４割、持ち家が約６割のである[2]。高齢者向けの賃貸住宅には、様々なものがあり、高齢者向けの優良賃貸住宅、高齢者専用賃貸住宅、高齢者円滑入居賃貸住宅等が供給されている。これらの住宅についても、住宅メーカー、教育産業等、多様な民間事業者が参入している。

今後は、介護福祉施設等の施設か在宅かだけではなく、高齢者専用賃貸住宅をはじめ多様な高齢者向け住宅が供給されるようになると予測される。

図表 II-19 住宅と施設の分類とストック量（イメージ）



※1特優賃（特定優良賃貸住宅）：中堅ファミリー層向けの良質な（比較的広めの）賃貸住宅（建設費補助、家賃補助あり）
※2高優賃（高齢者向け優良賃貸住宅）：高齢者単身・夫婦世帯向け賃貸住宅（バリアフリー仕様。建設費補助、家賃補助あり）
※3高専賃（高齢者専用賃貸住宅）：高齢者の入居を拒否しない住宅で専ら高齢者に賃貸するものとして知事に登録したもの
（注1）住宅戸数等の住宅ストックに関するデータは、平成 15 年住宅・土地統計調査等による。ただし、高優賃については平成 17 年 3 月、高専賃については平成 18 年 8 月のデータである。
（注2）都市再生機構賃貸住宅及び高専賃には、高優賃として供給されているものを含まない。
（注3）公的賃貸住宅には、この他改良住宅等（17 万戸）がある。
（注4）特養、老健、介護療養の定員数・病床数は平成 16 年介護サービス施設・事業所調査、有料老人ホームの定員数は平成 17 年 7 月厚生労働省老健局調べ、軽費老人ホーム（ケアハウス）の定員数は平成 16 年社会福祉施設等調査報告による。

出典：厚生労働省老健局地域ケア療養病床転換推進室「第１回介護施設等の在り方委員会 H18.9.27」資料５

[2] 厚生労働省老健局地域ケア療養病床転換推進室「第１回介護施設等の在り方委員会 H18.9.27」資料５

図表 II-20　高齢者向けの主な賃貸住宅

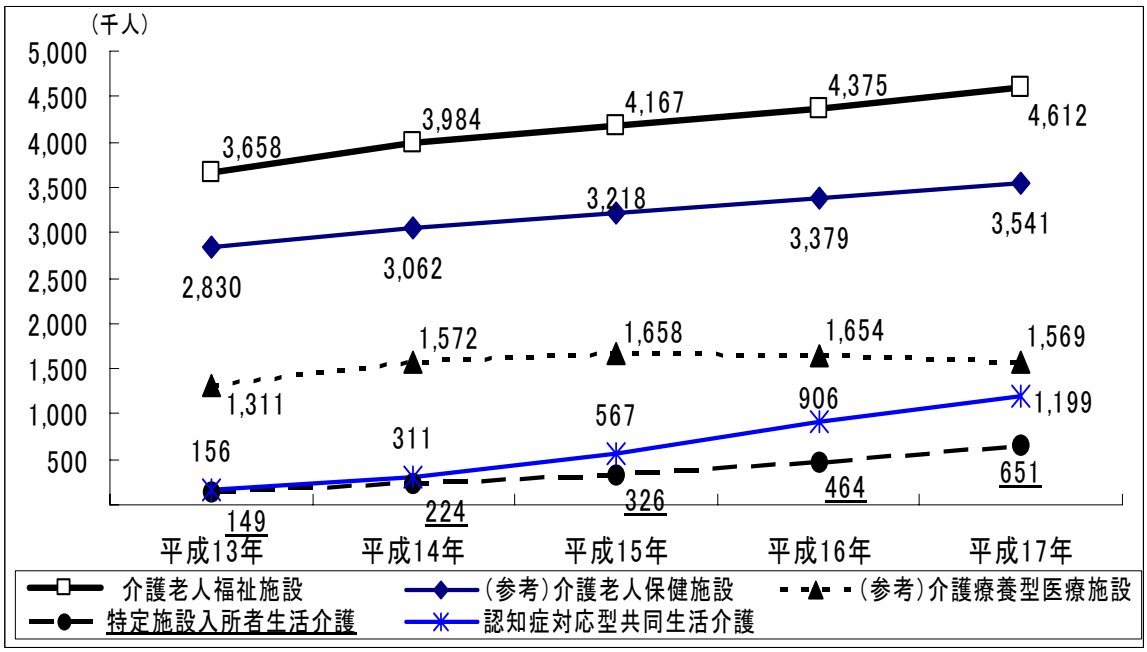
		公営住宅	機構住宅	公社住宅	高齢者向け優良賃貸住宅（高優賃）	高齢者専用賃貸住宅（高専賃）	高齢者円滑入居賃貸住宅（高円賃）
		（公営住宅法）	（独立行政法人都市再生機構法）	（地方住宅供給公社法）	（高齢者の居住の安定確保に関する法律）	（同左）	（同左）
目的		住宅に困窮する低額所得者に対して低廉な家賃の賃貸住宅を供給	主にファミリー世帯に対して良好な居住環境を備えた賃貸住宅の安定的確保	勤労者に対して良好な居住環境の住宅を供給	高齢者の単身・夫婦世帯に対して優良な賃貸住宅を供給	専ら高齢者単身・夫婦世帯に賃貸する住宅の普及	高齢者の入居を拒否しない賃貸住宅の普及
主な供給主体		都道府県 市区町村	都市再生機構（機構）	地方住宅供給公社（公社）	民間、機構、公社	民間	民間
入居者資格	同居要件等	原則同居親族を要する。ただし、60歳以上の者は単身入居可。	原則同居親族を要する	原則同居親族を要する	高齢者（60歳以上）単身世帯、高齢者夫婦世帯	高齢者単身世帯、高齢者夫婦世帯	特になし（個々の事例による）
	収入要件	【原則階層】 収入分位0～25%（4人世帯年収約510万円以下） 【高齢者等に係る裁量階層】 収入分位25～40%（4人世帯年収約510～610万円）	家賃に応じた一定の基準月収を満たしていること、又は一定の基準月収がある親族の連帯保証が受けられること	家賃に応じた一定の基準月収を満たしていること、又は一定の基準月収がある親族の連帯保証が受けられること（東京都公社）	収入制限なし	収入制限なし	収入制限なし
家賃設定		応能応益家賃 （上限は近傍同種家賃）	近傍同種家賃と均衡を失しないこと	近傍同種家賃と均衡を失しないこと	近傍同種家賃と均衡を失しないこと （建設費補助を受けた場合は、建設費、土地取得費等を基準に算定した限度額家賃以下）	市場家賃	市場家賃
公的支援措置		○建設費補助 （国1/2 地方1/2） ○家賃対策補助 （近傍家賃と入居者負担額の差額 国1/2 地方1/2）	－	－	○建設費補助 （共用部分工事費 国1/3 地方1/3） ○家賃対策補助 （家賃と入居者負担額の差額 国1/2 地方1/2）	－	－
都道府県住生活基本計画における供給目標		あり（今後5年間（H18～22）、10年間（H18～27）の供給目標量を設定）				なし	
供給戸数		219万戸	75万戸	15万戸	2.8万戸	0.6万戸	8.8万戸
（うち高齢者世帯数）		（単身33万世帯） （夫婦23万世帯）	（単身9.6万世帯） （夫婦8.5万世帯）				

（注1）供給戸数のデータは平成17年度末、ただし、高専賃、高円賃については平成18年9月末のデータである。
（注2）都市再生機構賃貸住宅には、高優賃として供給されているものを含まない。
（注3）高優賃、高専賃、高円賃には重複しているものがある。
（注4）高齢者世帯数のデータは、平成15年住宅・土地統計調査による。

出典：厚生労働省老健局地域ケア療養病床転換推進室
「第２回介護施設等の在り方委員会 H18.12.15」資料１

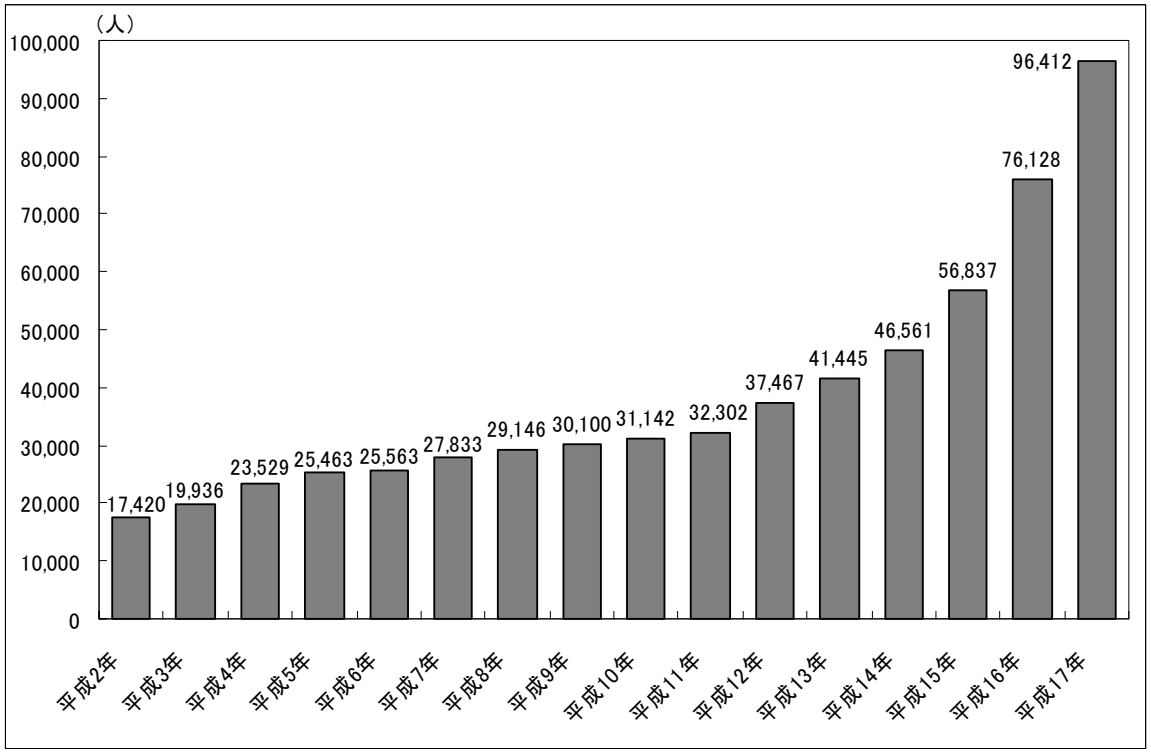
図表 II-21　高齢者向け住まいの状況

【介護給付受給者数の推移】



出典：厚生労働省「介護給付費実態調査報告」

【有料老人ホームの定員数の推移】



出典：厚生労働省「社会福祉施設等調査結果」各年次より作成

図表 II-22　高齢者向け住まいの状況

【高齢者専用賃貸住宅】

高齢者の入居を拒まない「高齢者円滑入居賃貸住宅」のうち、専ら高齢者を賃借人とする賃貸住宅。

高齢者円滑入居賃貸住宅

賃貸住宅の貸主が、都道府県知事または各都道府県の指定登録機関に、高齢者が、安心・円滑に入居できる（高齢者の入居を拒まない）賃貸住宅（高齢者円滑入居賃貸住宅）を登録する制度。

【高齢者専用賃貸住宅の状況】

既存の登録住宅よりも、より詳細な情報提供を行うものとして、高齢者専用賃貸住宅を創設。

一定の要件を満たすことで介護保険の特定施設となることも可能。

登録内容は、以下のとおり。

- 高齢者専用賃貸住宅である旨
- 高齢者専用賃貸住宅の戸数
- 高齢者専用賃貸住宅の敷金その他入居の際に受領する費用の概算額
- 共用する居間、食堂、台所、収納設備及び浴室
- 入浴、排泄、食事等の日常に関わるサービスの有無

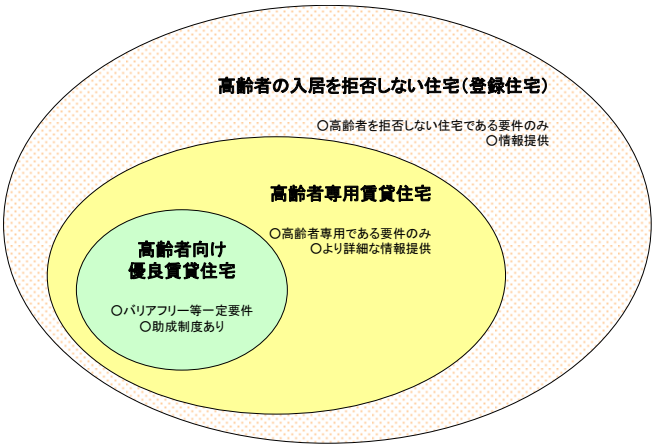
【登録件数および戸数の現状】平成 19 年２月６日現在

	総登録件数	総登録戸数
高齢者の入居を拒否しない住宅	7,556	99,942
高齢者専用賃貸住宅	359	8,956
高齢者向け優良賃貸住宅	290	6,991

＊高齢者向け優良賃貸住宅については、平成18年3月末現在の管理開始物件

出典：高齢者住宅財団ホームページよりニッセイ基礎研究所作成

【高齢者居住法における高齢者専用住宅の位置づけ】



出典：全国有料老人ホーム・特定施設担当者会議資料（平成 18 年６月 20 日開催）より作成

図表 II-23　高齢者居住支援センター（(財) 高齢者住宅財団）が実施する住み替え支援制度

【高齢者居住支援センター（(財) 高齢者住宅財団）が実施する制度】

高齢者居住支援センターは、「高齢者の居住の安定確保に関する法律」(平成 13 年４月６日公布)に基づいて、高齢者の滞納家賃の債務保証を実施するための機関として設置されたもので、(財)高齢者住宅財団が国土交通大臣から「高齢者居住支援センター」の指定を受けている。

高齢者居住支援センターが行う高齢者向けの住み替え支援制度は、高齢者家賃債務保証制度、高齢者向け返済特例制度（バリアフリーリフォーム債務保証)、高齢者向け返済特例制度（マンション建替え等）であり、詳細は以下の表のとおりである。

高齢者家賃債務保証制度	高齢者が、高齢であり保証人も無いため賃貸住宅への入居を断られることが無いように、家賃を保証する制度。この制度により、賃貸住宅の経営者には家賃の不払いの心配がほとんど無くなり、安心して高齢者を入居させることが可能となる。	1. 賃貸人・管理者が、当該賃貸住宅を「高齢者円滑入居賃貸住宅」として登録する。 2. 賃貸人・管理者と財団法人高齢者住宅財団との間で、「高齢者家賃債務保証に関する基本約定書」を締結し本制度の登録住宅となる。 3. その後、実際に高齢者の入居希望があった際に、「家賃債務保証委託申込書」を作成して、審査終了後に家賃保証契約が開始される。保証料は、2年間の保証で月額家賃の35%（一括払い）となる。（2年分の家賃の約1．5%に相当）
高齢者向け返済特例制度 ＜バリアフリーリフォーム債務保証＞	満60歳以上の高齢者が自宅（一戸建て）のバリアフリー工事を行うために住宅金融公庫のリフォーム融資を利用する場合に、高齢者居住支援センター（高齢者住宅財団）が保証することにより、毎月の返済を利息のみとする負担の軽い返済方法を利用できる。	1. 毎月の返済は利息のみと低く抑えられ、年金収入のみの方でも利用しやすくなっている。 2. 元金は、死亡時に、あらかじめ担保として提供した建物・土地の処分などの方法により、相続人によって一括返済。 3. 融資額限度額は500万円。工事内容や収入などの融資基準により、融資額が 500 万円とならない場合がある。また、財団が発行する保証限度額証明書の保証限度額を上回ることはできない。 4. 融資金利は融資申込時の住宅金融公庫の金利が適用され、全期間固定。 5. 高齢者居住支援センター（高齢者住宅財団）が融資の連帯保証人になる。（保証料及び事務手数料がかかる。）
高齢者向け返済特例制度（マンション建替え等）	満 60 歳以上の高齢者が建替後のマンションに住みつづけたい場合に、建替マンション取得のための住宅金融公庫融資について、高齢者住宅財団が保証することにより、毎月の支払いを利息のみとする負担の軽い返済方法を利用できる。	1. 毎月の返済は利息のみと低く抑えられ、年金収入のみの方でも利用しやすくなっている。 2. 元金は、死亡時に、あらかじめ担保として提供した建物・土地の処分などの方法により、相続人によって一括返済。 3. 融資限度額は1000万円。財団が発行する保証限度額証明書の保証限度額を上回ることはできない。 4. 融資金利は融資申込時の住宅金融公庫の金利が適用され、全期間固定。 5. 高齢者住宅財団が融資の連帯保証人になる。（保証料及び事務手数料がかかる。）

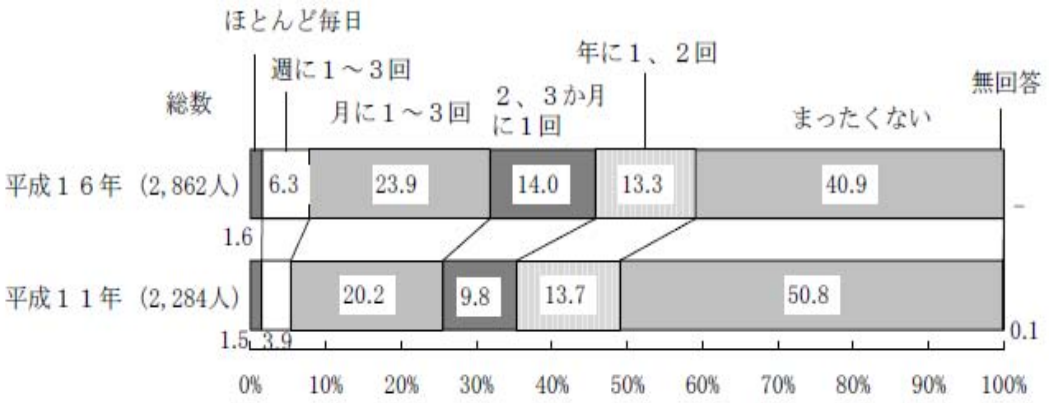
出典：高齢者住宅財団ホームページより作成

3) 食事･生活支援分野

高齢単身世帯、夫婦のみ２人世帯の増加によって、中食、外食の需要が増加傾向にある。高齢期の食生活の課題としては、手間をかけずに栄養バランス取れた食事の確保があり、その需要を満たす形で高齢者の中食、外食の需要が増えている。

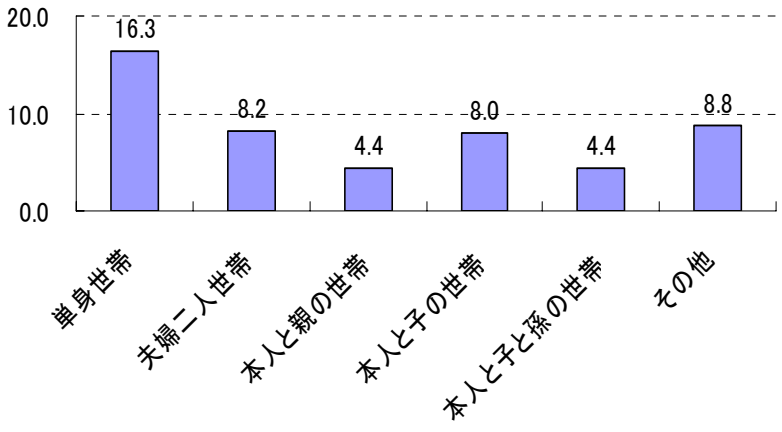
また、ここ数年急速に伸びている食品分野は特定保健用食品である。特定保健用食品は介護予防、疾病予防の観点から注目される生活習慣の改善への効果が期待されて需要が伸びている。

図表 II-24 【外食・弁当・給食サービスの利用状況】 60 歳以上の高齢者



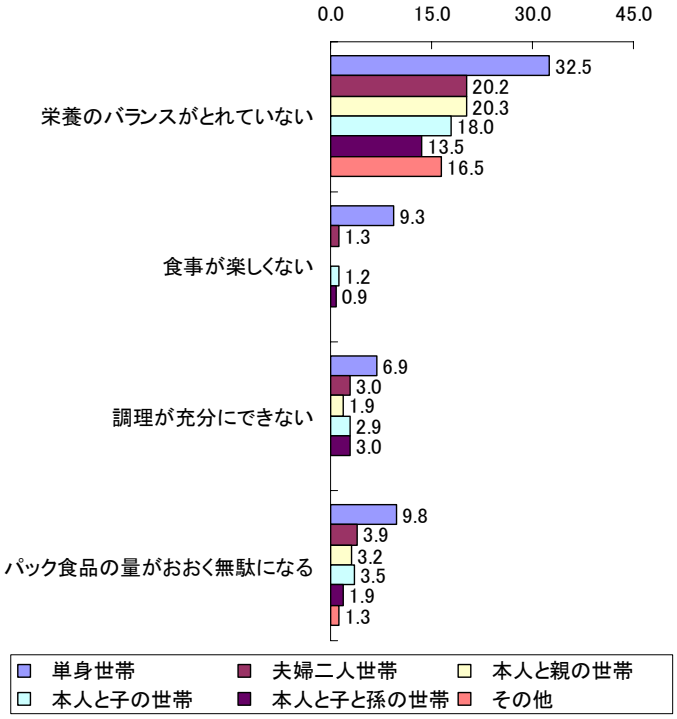
出典：内閣府「平成 16 年度高齢者の日常生活に関する意識調査結果」

図表 II-21 【週に１回以上の外食利用割合】60 歳以上の高齢者



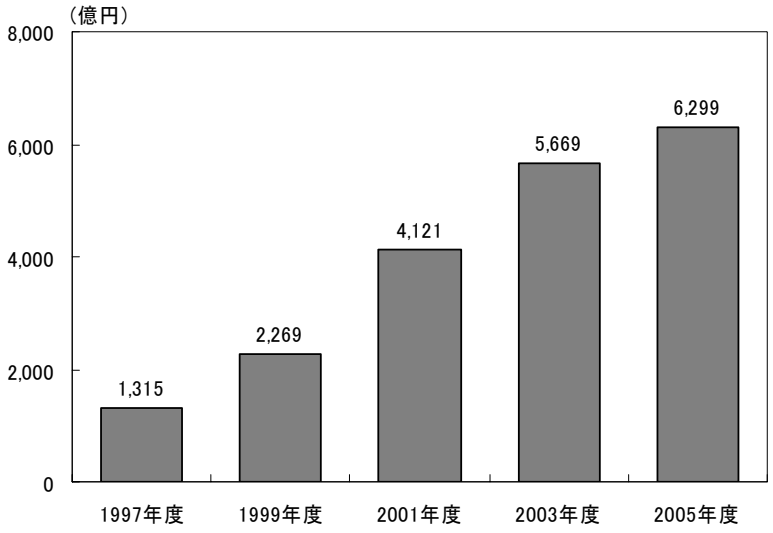
出典：内閣府「平成 16 年度高齢者の日常生活に関する意識調査結果」より作成

図表 II-22　【食生活について気になる点】　60 歳以上の高齢者



出典：内閣府「平成 16 年度高齢者の日常生活に関する意識調査」

図表 II-23　特定保健用食品市場の推計



出典：財団法人 日本健康・栄養食品協会

「表示許可商品を持つ企業に対する品目別アンケート調査」（2005 年度）

図表 II-24　生活支援の状況

【シルバーサービス振興会の理美容系研修取組事例】

研修名称	概要	開始年度	H17年度 受講者数
ケア理容師養成研修	高齢者や障害者に適切な利用サービスを提供するにあたっての心構えや基本的な知識、実践的な技術を習得するための研修会。	H15	559
高齢者・障害者に対する接客サービス従事者研修（ハートフルアドバイザー）	高齢者や障害者に対して接客サービスを提供するために必要となる知識・技術を体系的にまとめた接客サービス従事者のためのオリジナル研修。	H17	429
ハートフル美容師養成研修	高齢のお客様や障害のあるお客様に、質の高い美容サービスを提供するために必要な知識や技術を身につけるための研修。	H17	2,045

出典：シルバーサービス振興会

4)　学習・健康・生きがい分野

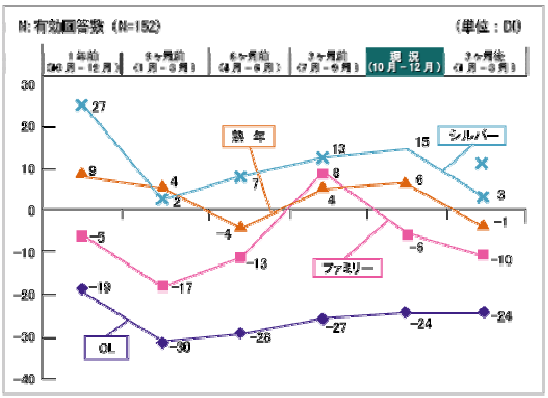
学習・健康・生きがいの分野は高齢者に特定の市場ではなく、若い年代の需要もあるサービス領域であり、年代を超えて需要のある領域である。しかし、中高年層の需要がある市場は堅実な市場といえ、高齢者向けといった世代の括りによる需要ではなく、中高年層に好まれるコンテンツであれば、学習にしろ、旅行にしろ、利用者の大半を高齢者が占めるサービス分野となっており、中高年層を狙った商品、サービスの開発もすすんでいる3。

スポーツ関連サービスでは、フィットネスクラブが若年層マーケットから中高年層マーケットにシフトしている。健康に関心があり、利用時間に幅のある中高年世代をどのように獲得するかは、施設稼働率が売り上げに直結するフィットネスクラブの経営課題とされている。

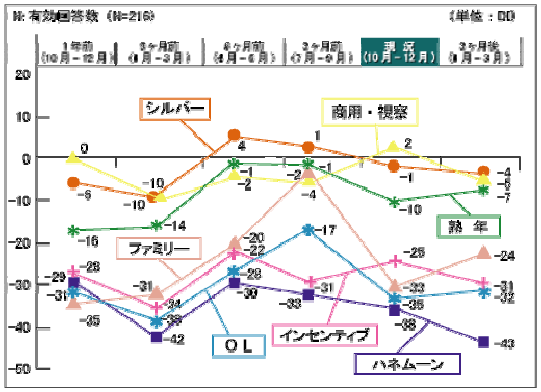
3大手旅行代理店では、高齢者の多様なニーズに対応するためのオーダーメード旅行専用窓口等を設けて需要の取り込みを行っている。

図表 II-25　旅行の状況

【国内旅行の需要動向】



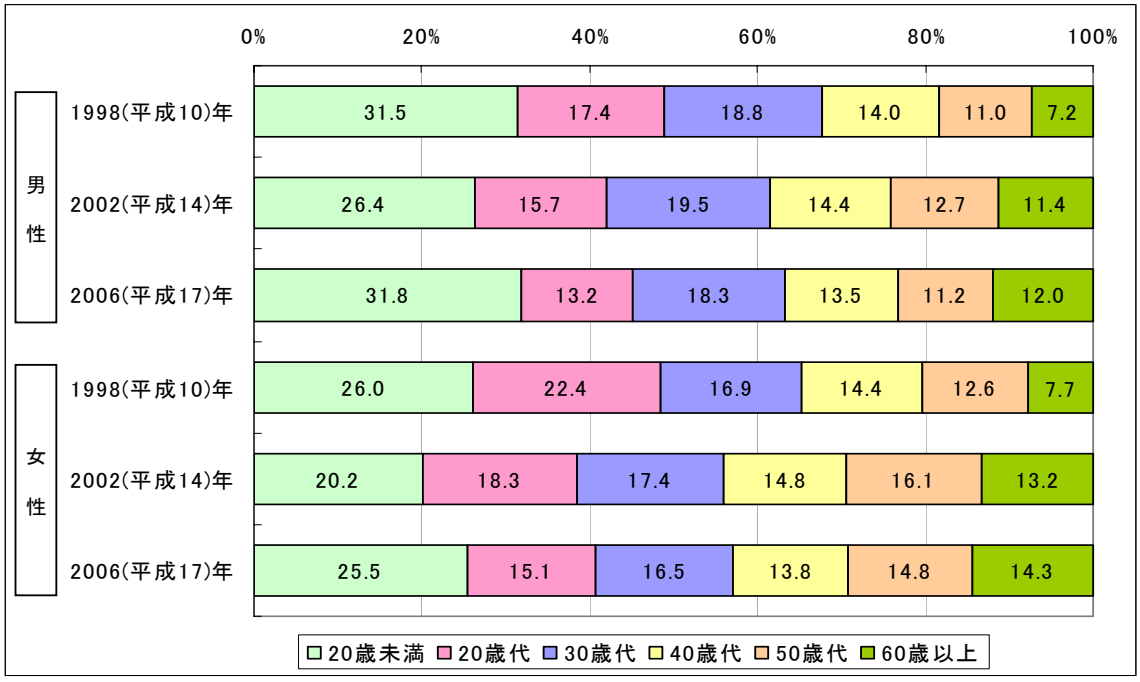
【海外旅行の需要動向】



DI：Diffusion Index（ディフュージョン　インデックス）
回答企業の収益を中心とした業況についての全般的な判断。
1、良い　2、さほど良くない　3、悪い　の3択で回答を求めた場合、
1、良いと答えた割合から3、悪いと答えた割合を引いて求める。
例えば「1、良い」が30%「2、さほど良くない」が50%「3、悪い」が20%であれば
30%－20%＝＋10%となる。良いと悪いが同率であればゼロ、ゼロ以上であれば企業は景気に対して前向きに考えているといえる。
理論上DIの幅はプラスマイナス100%の範囲となる。

出典：JATA（日本旅行業協会）「旅行市場動向調査」

図表 II-26　フィットネスクラブ個人会員の状況



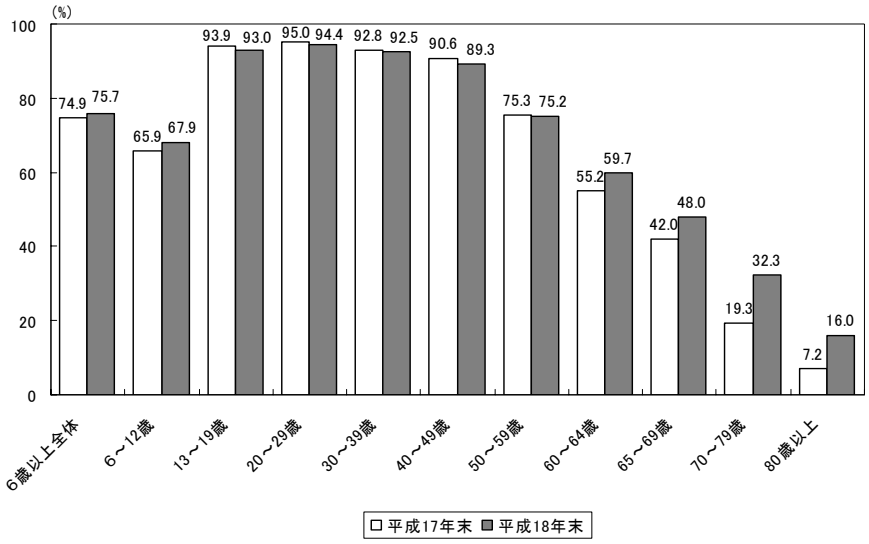
出典：経済産業省「特定サービス産業実態調査　フィットネスクラブ編」
各年次報告書よりニッセイ基礎研究所作成

学習を中心とした知的サービス分野の動向を見ると、通信教育分野において中高年層の需要が増えており、「生涯学習」「ＩＴ関連講座」の需要が増えている。また、昨今の動向では中高年層にインターネットが普及し始めており、既に職場でインターネット環境に親しんでいる団塊の世代がリタイアすることによって、インターネットなどのＩＴ分野において中高年層の需要が伸びると予想される[4]。

出版関係でも中高年読者を狙った雑誌が増加しており、特に団塊の世代をターゲットにした雑誌の出版が続き、中高年層の雑誌としての定着もみられる。また、健康を扱った記事を中心とする雑誌が中高年層を中心に販売部数を伸ばしている。

また、学びの新しい試みとして大学と有料老人ホームが共同し、ホーム入居者に大学の授業が開放されている。アメリカでは大学の敷地内に有料老人ホームを設けているところも珍しくなく、リタイアした高齢者層の知的満足を満たす場所として大学が注目されている。

図表 II-27　インターネット利用率（世帯構成員）・世代別



出典：総務省「平成 18 年通信利用動向調査」

4 シルバーサービス振興会では中高年層の生活を支援するためのサイト「知るＮＡＶＩ」を立ち上げている。

図表 II-28　大学と有料老人ホームの提携の事例

カレッジリンク型シニア住宅：関西大学の事例

有料老人ホームと提携し、入居者は提携大学が開講する科目を自由に選べる仕組み。世代間交流の促進を目指す。

「カレッジリンク型シニア住宅」で実施する教育プログラム

１．オンキャンパス・プログラム（2008 年～）
⑴ 文学部、大学院文学研究科の科目等履修生または聴講生としての受け入れ
⑵ 文学部、大学院文学研究科の社会人学生としての受け入れ
⑶ 各種の公開講座、講演会など大学主催行事への参加
２．オンコミュニティ・プログラム
⑴提携ホームでの講座等の実施
３．プレコース（2007 年～）
⑴プレコースの実施
４．シンポジウム等
⑴ 記念シンポジウム
⑵ 公開セミナー

出典：関西大学ホームページより作成

5) 福祉用具・日常生活用具分野

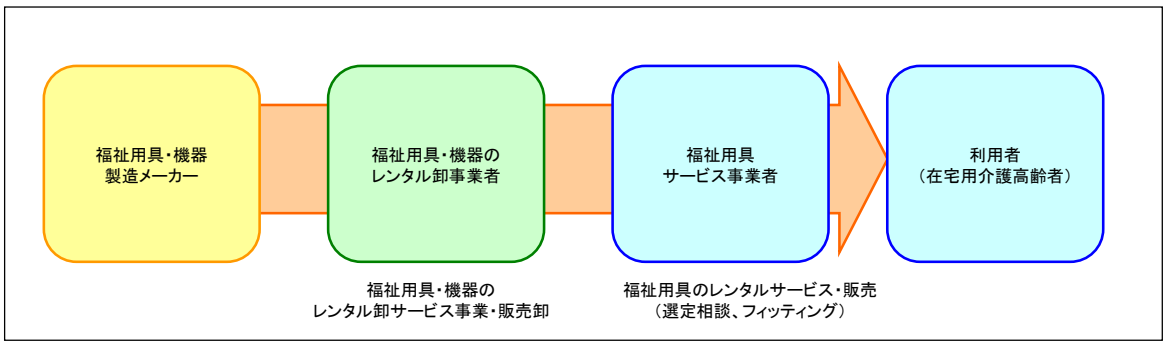
福祉用具の分野では、電動ベッドなど福祉用具を全国の事業者に卸し、さらに事業者が利用者に貸し出す「レンタル卸サービス事業」が展開されている。使用後返却された福祉用具を消毒、点検して再び事業者に貸し出すリサイクルシステムの構築、福祉用具メーカー各社とともに利用者の多様なニーズに応えられる商品の開発等、直接ユーザーである高齢追う者に福祉用具を販売・レンタルするのではなく、福祉用具サービス事業者を対象としたビジネス展開がみうけられ、シルバーサービス分野における「B to B」ビジネスモデルとして着目される。

高齢者層の生活を支援するための生活用具関連のサービスは、例えば、軽い尿漏れの「失禁ケア」、「女性用のかつら」など、新たなマーケットとして需要を伸ばしている。また、従来からある生活用具ではあるが、利用者の増大とともに成長している分野の例としては、眼鏡分野があげられる。加齢による身体機能の変化において最も著しいといわれるのが、視覚、聴覚などの感覚器官の機能低下であるが、これらの機能低下に応える老眼鏡、補聴器等の需要が増えている。

携帯電話は高齢者にとっても生活必需品となりつつある。携帯電話については多機能化、高機能化が進む一方で、機能を限定し、操作を単純化した製品が、高齢者層に受け入れられている。

その他、生活用具関連では福祉車両、いわゆる「ウェルキャブ」の新車の納入台数の増加、既存の車両の改修の増加もみられる。

図表 II-29　福祉用具のレンタル卸事業



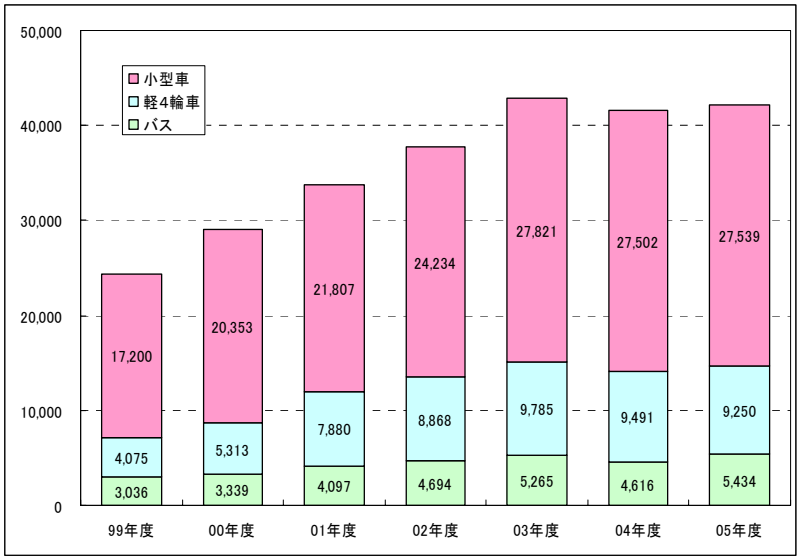
出典：ニッセイ基礎研究所作成

6) 交通分野

交通の領域では、全国において公共交通機関のバリアフリー化が進められているが、交通インフラには地域間格差があり、大都市圏の公共交通機関のバリアフリー化が先行している傾向がある。

これらに加えて、高齢者層の移動手段を確保するために「コミュニティバス」が普及し始めている。1980 年代の東京都武蔵村山市の市内循環バスが先駆けであるが、近年では、浦安市、富山市での取り組みが成功しており、車の免許を持たない高齢者あるいは車に乗るのが身体的に厳しくなった高齢者の需要が伸びている。

図表 II-30　福祉車両の販売台数の推移



出典：日本自動車工業会

図表 II-31　国土交通省バリアフリー目標

【移動等円滑化の促進に関する基本方針の概要】

①移動等円滑化の意義	・ ユニバーサルデザインの考え方に基づいた施設整備の推進。 ・ 知的・精神・発達障害者も法の対象。
②移動等円滑化の目標	・ 交通バリアフリー法施行後５年の実績を踏まえ、平成 22 年の目標値を引き上げ（カッコ内が現在の目標値）。 ➢ 鉄軌道車両：約 50%（約 50%） ➢ ノンステップバス：約 30%（20～25%） ➢ 福祉タクシー：約 18, 000 台 ➢ 航空機：約 65%（約 40%） ・ 建築物、路外駐車場、都市公園について平成２２年の目標値を設定。 ➢ 建築物：約 50% ➢ 路外駐車場：約 40% ➢ 都市公園：①園路：約 45%　②駐車場：約 35%　③便所：約 30%

出典：国土交通省「移動等円滑化の促進に関する基本方針」より

図表 II-32　福祉タクシー[5]の状況（患者等輸送の事業者等及び車両数の推移（平成 18 年３月末現在））

（単位：台）

項目		H元年度	H2年度	H3年度	H4年度	H5年度	H6年度	H7年度	H8年度	H9年度	H10年度	H11年度	H12年度	H13年度	H14年度	H15年度	H16年度	H17年度
事業者数（者）		377	440	470	524	554	586	613	642	696	745	900	1,033	1,206	1,594	2,362	3,771	6,113
車両数	寝台専用車	227	325	330	374	367	369	372	386	382	369	362	351	312	302	335	367	409
	車椅子専用車	47	51	54	76	84	91	108	121	137	165	274	382	433	674	952	1,720	2,508
	兼用車	296	377	429	470	534	582	639	689	796	897	1,176	1,317	1,371	1,628	1,730	1,793	1,691
	その他	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	794	917
	軽自動車	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	－	223	672	1,557	2,581	4,174
	合計	570	753	813	920	985	1,042	1,119	1,196	1,315	1,431	1,812	2,050	2,339	3,276	4,574	7,255	9,699

出典：国土交通省

[5] 福祉タクシーとは、高齢者や身体障害者等の移動制約者の病院・施設等への通院などのニーズに対応したサービスとして、車椅子利用者や寝たきりの者の輸送を目的に車椅子・寝台（ストレッチャー）のまま乗降できるリフトなどを備えた専用のタクシー車両による輸送サービスをいう。
高齢化社会の進展等により、福祉タクシーの車両数等は着実に増加してきている。平成 16 年３月現在、事業者数は 2, 362 者、車両数は 4, 574 台。

7) 医療分野

医療についても、電子カルテのシステムや会員・顧客向け医療サービスをはじめ、幅広い分野で民間企業の参入が行われている。

表 II-33　医療ビジネスの事例

【電子カルテについて】

- 病院内、自宅、訪問先、訪問看護ステーション等、アクセス権があれば、データ閲覧、追加、修正などが可能。チーム医療、カルテ開示による情報提供等、利便性、経済性、安全性の向上を目的とする。

【会員・顧客向けサービスの内容】

- 会員向けに電話やインターネットを用いて、健康相談、医療機関情報の検索サービス、人間ドック紹介サービスを提供。
- 医療法人と提携して会員を対象とした健康管理サービスを実施。日常健康相談、専門医療機関紹介、栄養指導、運動指導、人間ドック、専用サロン等提供。

５．　まとめ

○ シルバーサービス市場の拡大

高齢者人口の増加、高齢者単独世帯や夫婦のみ世帯の増加によってシルバーサービスの需要は急増しており、ニーズの増大がそのままシルバーサービス産業の拡大につながっている。団塊の世代が高齢者に分類される 2015 年には、シルバーサービスはわが国の産業分野で大きな領域を形成していると予想される。今後は、高齢者が増えシルバーサービスの需要が伸びるという単純な市場の拡大だけではなく、社会全体の高齢化とともに高齢者向け商品が年齢に関係なく多様な世代で利用されることにより、市場の拡大が見込まれる。

○ 多様化するシルバーサービス

近年のシルバーサービスは多様化が著しく、サービスの領域は高齢者人口の増加に比例して拡大傾向にある。また、リバースモーゲージのように新たに高齢者の住宅需要に応える新しいサービスの台頭も目覚しい。携帯電話やインターネットなどのＩＴ分野における高齢者向けコンテンツやサービスなどはこれから本格的に開発されると考えられる。

○ シルバー産業支援産業の拡大

高齢者に直接サービスや商品を提供するのではなく、シルバーサービス事業者を対象としたビジネスが台頭し始めている。例えば、シルバーサービス事業者の委託を受けて、介護支援専門員、ホームヘルパー等の教育をビジネスとする事業者が増えてきた。また、介護機器のレンタルサービス事業者を対象として、物流と機器の倉庫を提供するサービスもある。他には介護施設への食事の提供なども進んできており、Ｂ to Ｃを中心としたこれまでのシルバーサービスに加えてＢ to Ｂビジネスが増加すると考えられる。

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

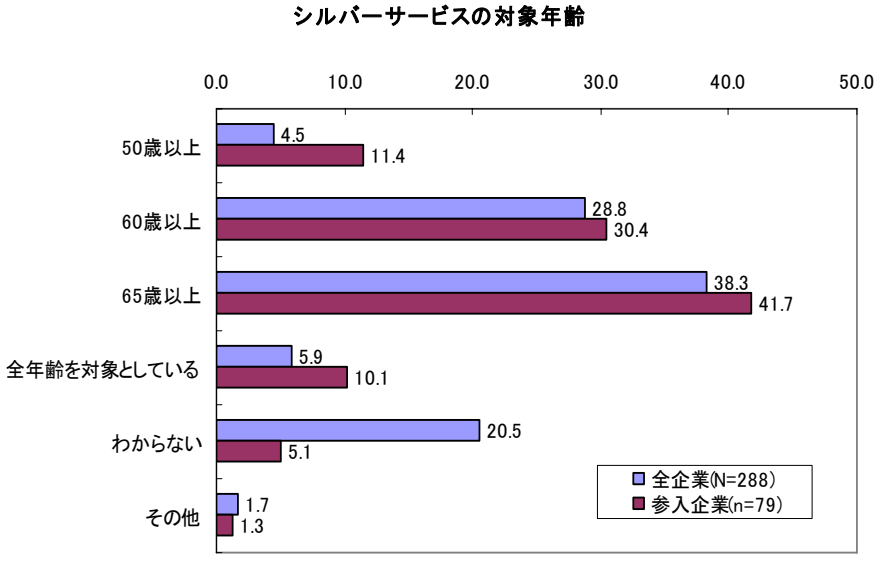
・「全企業」「参入企業」とも、約 4 割が「65 歳以上」、約 3 割が「60 歳以上」をイメージしている。
・「全企業」「参入企業」とも、「高齢者を対象としたサービス全般」をイメージしている。「公的介護保険給付サービス」とイコールで結びつけて考えている企業は、「全企業」のうち 5.6%と少ない。

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

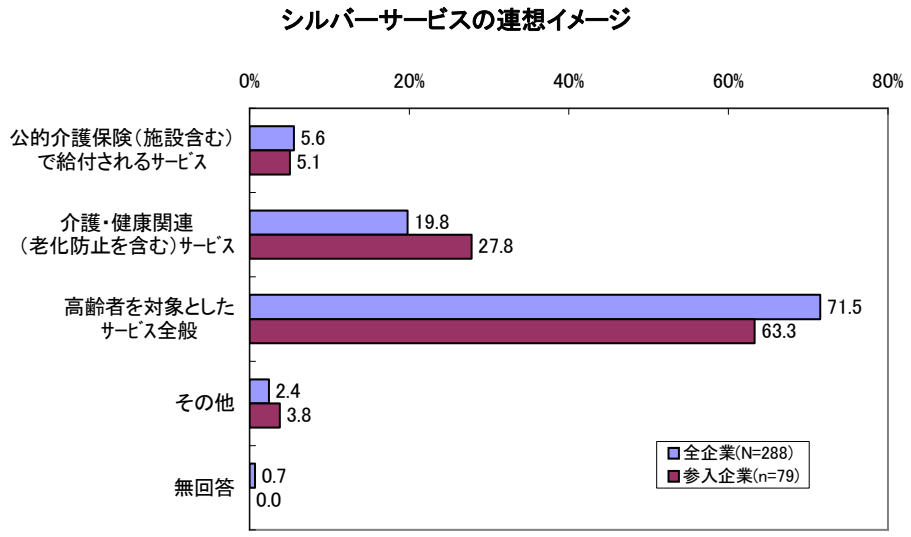


②　“シルバーサービス”といった場合に連想するイメージ

“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。

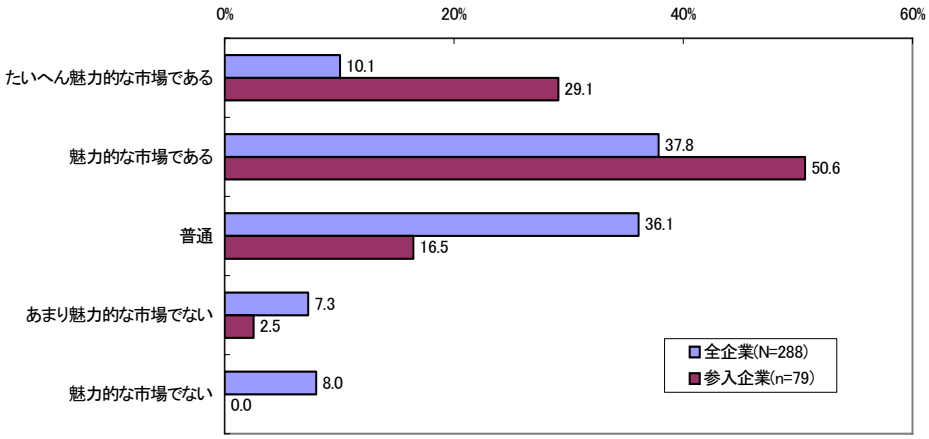
「参入企業」では、「魅力的な市場である」が 50.6%と最も多く、次いで「大変魅力的な市場である」29.1%、「普通」16.5%、「あまり魅力的な市場でない」2.5%の順であった。「魅力的な市場である」と「大変魅力的な市場である」との回答を合わせると、約８割がシルバーサービス市場に魅力を感じている、との結果となった。

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不確実である」、「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

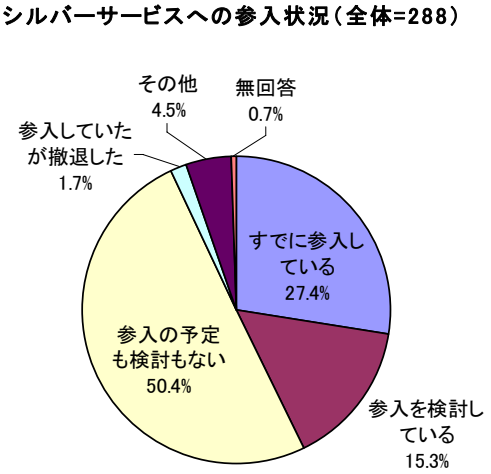
“シルバーサービス”への参入状況は、「参入の予定も検討もない」が 50.4%で半数を占め、次いで「すでに参入している」27.4%、「参入を検討している」15.3%、「参入していたが撤退した」が 1.7%であった。

「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。



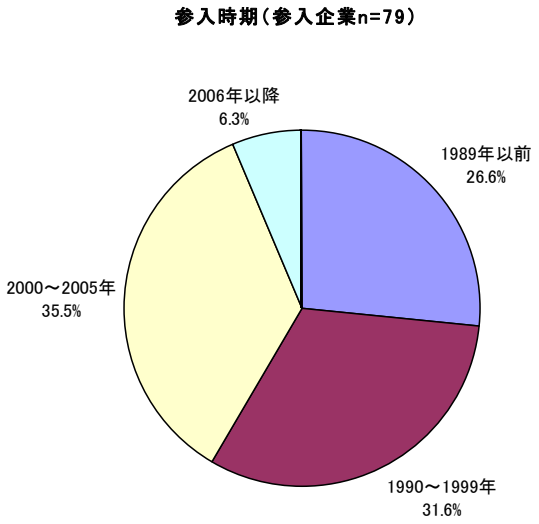
②　“シルバーサービス”への参入時期

“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。

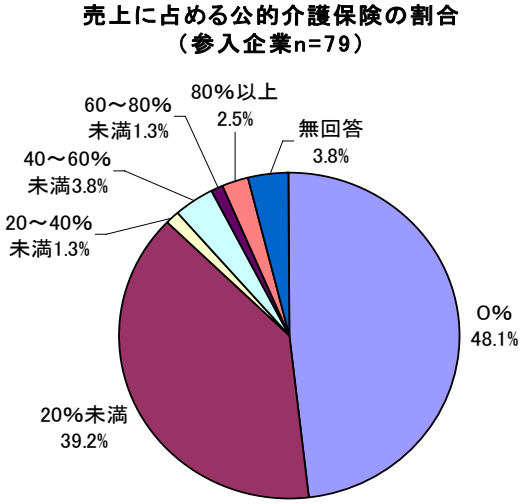


③　売上に占める公的介護保険（介護保険から給付される報酬）の割合

「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

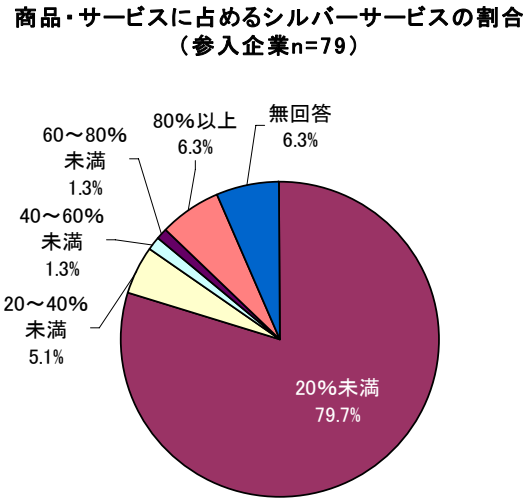


④　商品・サービスに占める“シルバーサービス”の割合

“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



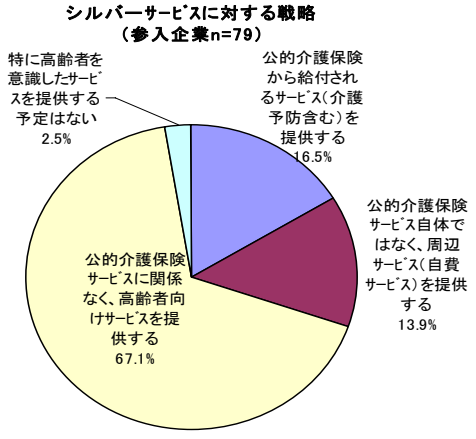
4)　“シルバーサービス”に対する戦略

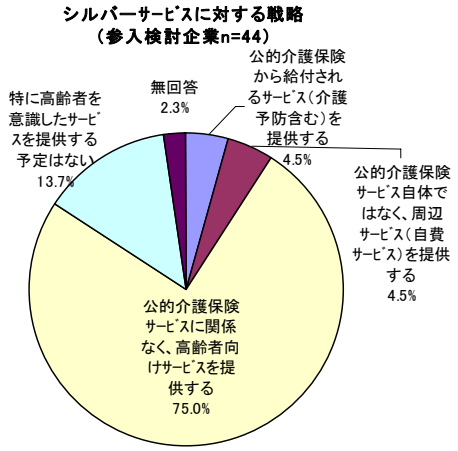
・「参入企業」、「参入検討企業」とも、「公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する」と考えている企業が多い。

“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。

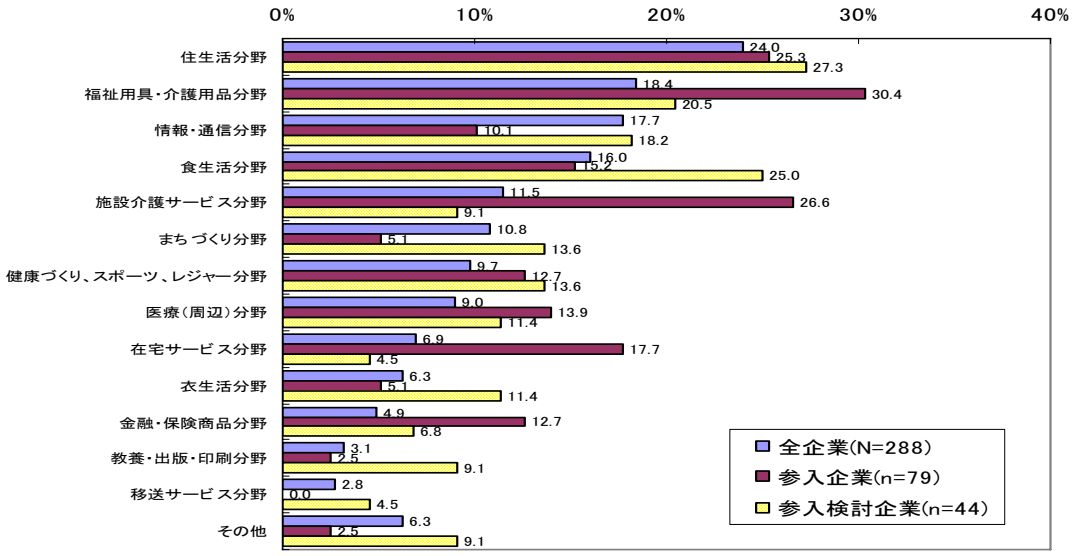
“シルバーサービス”に参入するとした場合の「対象分野」について伺ったところ、「全企業」、「参入検討企業」において、「住生活分野」(「全企業」24.0%、「参入検討企業」27.3%)と回答した企業が最も多かった。「参入企業」においては、「福祉用具・介護用品分野」(30.4%)と回答した企業が最も多かった。

「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

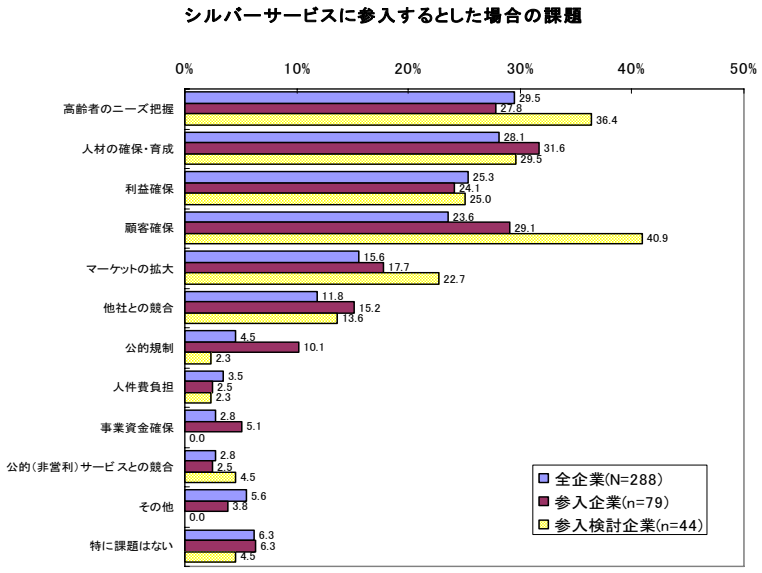
・「全企業」「参入企業」「参入検討企業」とも、「高齢者のニーズ把握」「人材の確保・育成」「利益確保」「顧客確保」と考えている企業が多い。

“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



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

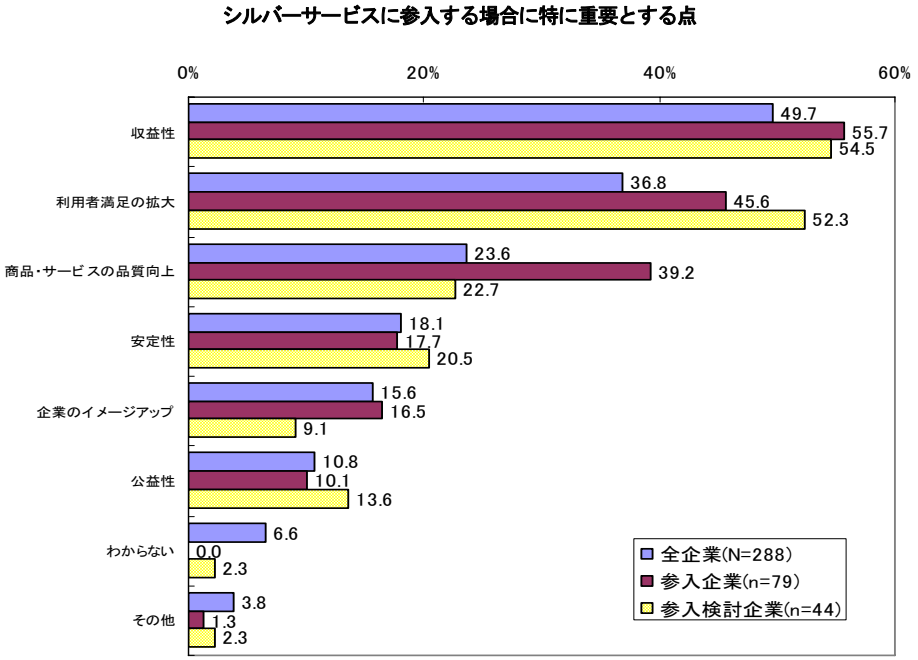
・「全企業」「参入企業」「参入検討企業」とも、「収益性」と考えている企業が多い。

“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



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。

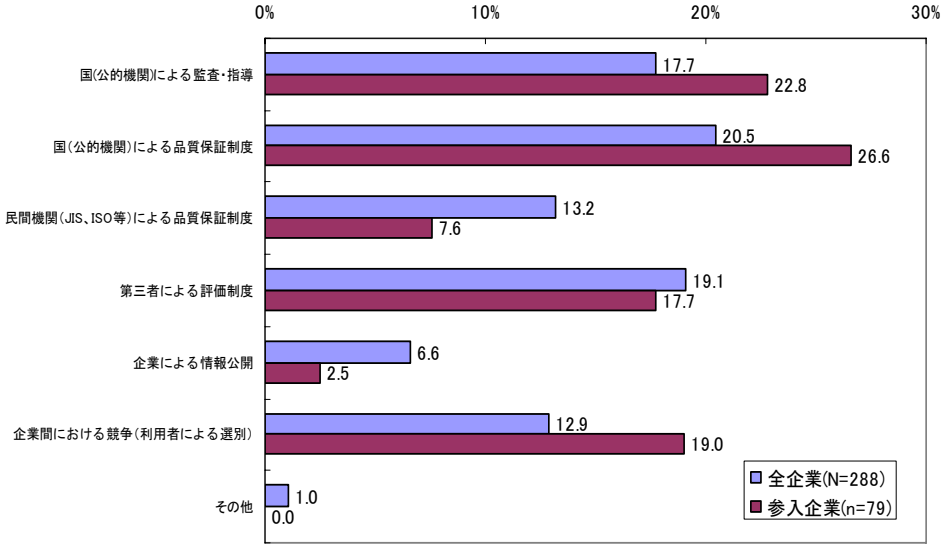
「その他」の回答（自由記載）としては、「第三者による給付者へのアンケート調査」との回答があげられた。

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―



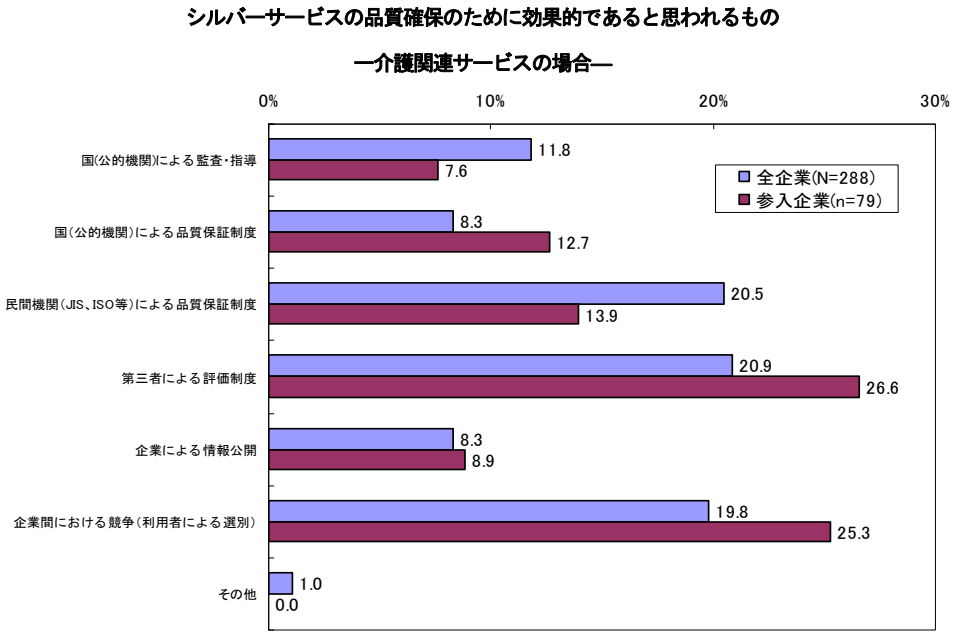
② 介護関連サービスの場合

“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

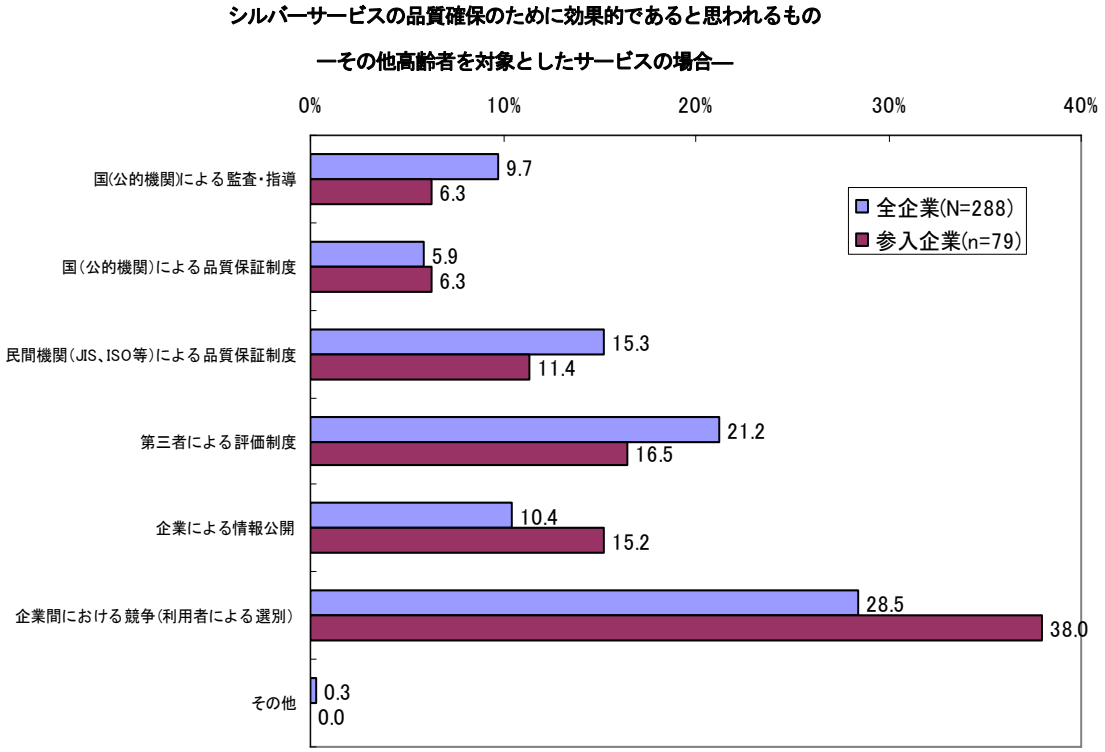


③　その他高齢者を対象としたサービスの場合

“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

【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】
・「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。
【介護関連サービスで有効であると思われるもの】
・「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。
【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】
・「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。

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、「公的社会保証制度の充実」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。

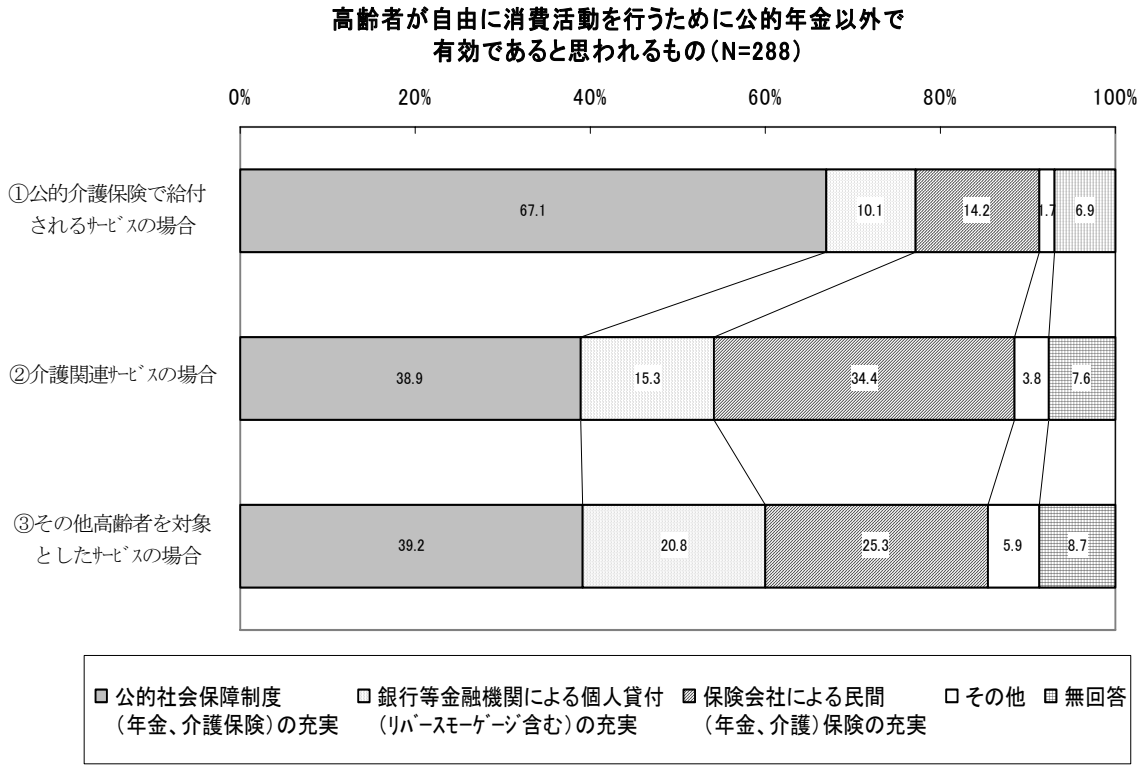
図表 III-16　高齢者が自由に消費行動を行うために有効であると思われるもの

○全企業（N=288）

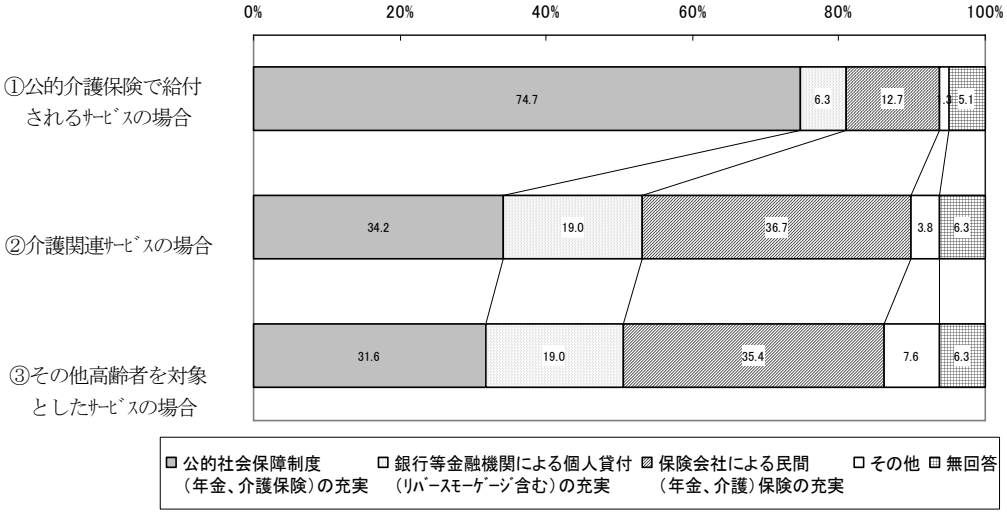
	①公的介護保険で給付されるｻｰﾋﾞｽの場合		②介護関連ｻｰﾋﾞｽの場合		③その他高齢者を対象としたｻｰﾋﾞｽの場合	
	n	全体 %	n	全体 %	n	全体 %
公的社会保障制度（年金、介護保険）の充実	193	67.1	112	38.9	113	39.3
銀行等金融機関による個人貸付（ﾘﾊﾞｰｽﾓｰｹﾞｰｼﾞ含む）の充実	29	10.1	44	15.3	60	20.8
保険会社による民間（年金、介護）保険の充実	41	14.2	99	34.4	73	25.3
その他	5	1.7	11	3.8	17	5.9
無回答	20	6.9	22	7.6	25	8.7
全体	288	100.0	288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

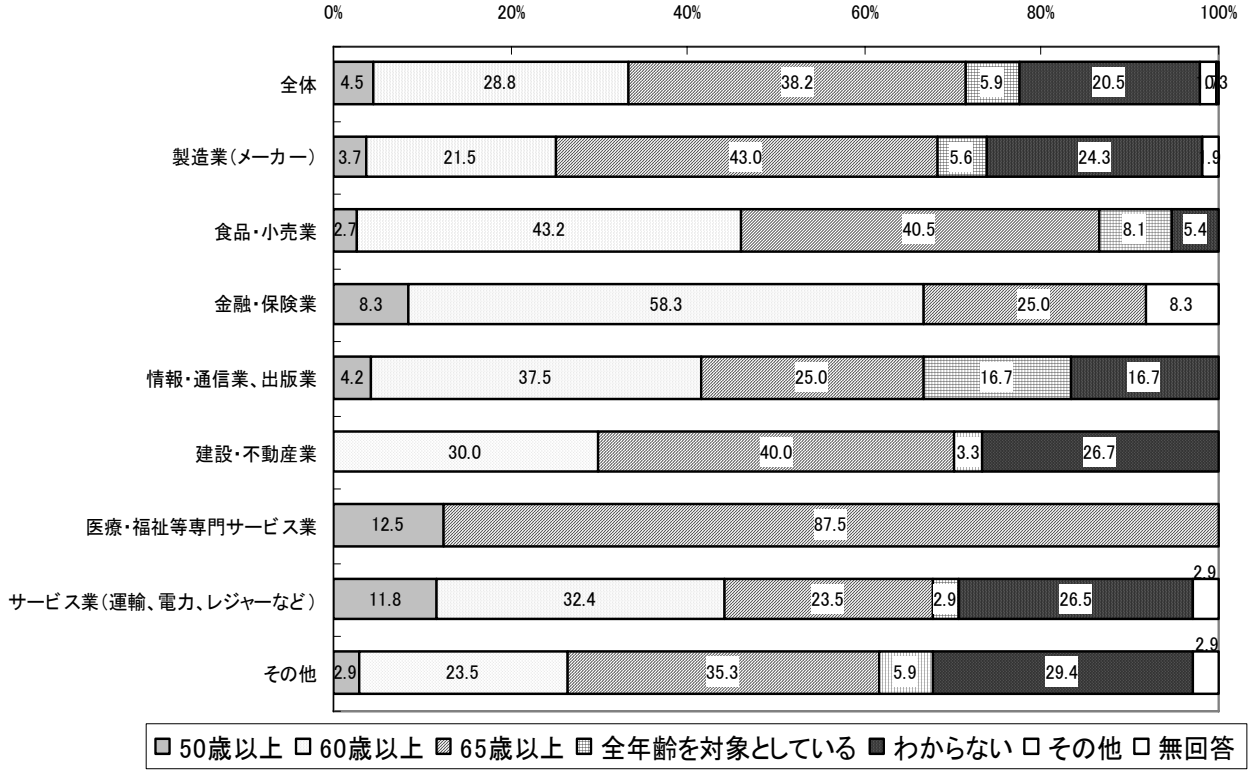
“シルバーサービス”といった場合の対象年齢について、業種別にみると、回答数にばらつきはあるものの、「60 歳以上」を対象とする割合が多い業種は、「金融・保険業」58.3%、「情報・通信業、出版業」37.5%、「サービス業（運輸、電力、レジャーなど）」32.4%であった。「65 歳以上」を対象とする割合が多い業種としては、「医療・福祉等専門サービス業」87.5%、「製造業（メーカー）」43.0%、「建設・不動産業」40.0%であった。「食品・小売業」については、「60 歳以上」と「65 歳以上」がいずれも４割程度であった。業種により、“シルバーサービス”の対象年齢に対する考え方が異なることが推測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

図表 III-17　業種別シルバーサービスの対象年齢

		全体	Q7.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」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	13	83	110	17	59	5	1
		100.0%	4.5%	28.8%	38.2%	5.9%	20.5%	1.7%	0.3%
Q2. 業種	製造業（メーカー）	107	4	23	46	6	26	2	0
		100.0%	3.7%	21.5%	43.0%	5.6%	24.3%	1.9%	0.0%
	食品・小売業	37	1	16	15	3	2	0	0
		100.0%	2.7%	43.2%	40.5%	8.1%	5.4%	0.0%	0.0%
	金融・保険業	12	1	7	3	0	0	1	0
		100.0%	8.3%	58.3%	25.0%	0.0%	0.0%	8.3%	0.0%
	情報・通信業、出版業	24	1	9	6	4	4	0	0
		100.0%	4.2%	37.5%	25.0%	16.7%	16.7%	0.0%	0.0%
	建設・不動産業	30	0	9	12	1	8	0	0
		100.0%	0.0%	30.0%	40.0%	3.3%	26.7%	0.0%	0.0%
	医療・福祉等専門サービス業	8	1	0	7	0	0	0	0
		100.0%	12.5%	0.0%	87.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
	サービス業（運輸、電力、レジャーなど）	34	4	11	8	1	9	1	0
		100.0%	11.8%	32.4%	23.5%	2.9%	26.5%	2.9%	0.0%
	その他	34	1	8	12	2	10	1	0
		100.0%	2.9%	23.5%	35.3%	5.9%	29.4%	2.9%	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）



(N=288)

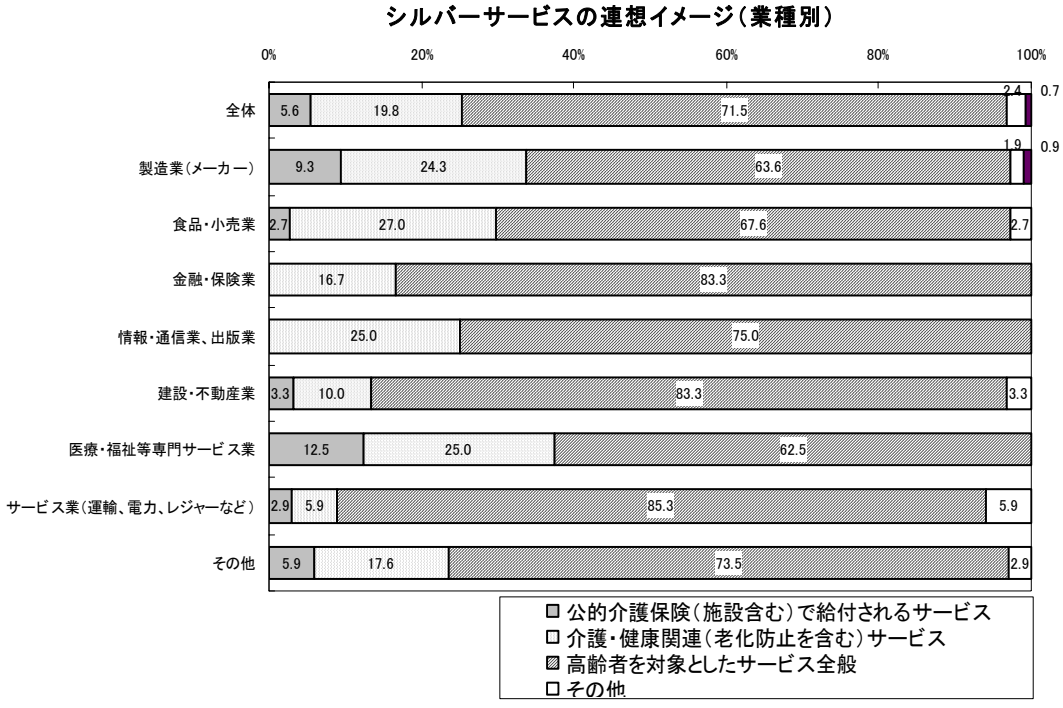
② “シルバーサービス”といった場合に連想するイメージ

“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.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の連想ｲﾒｰｼﾞ				
			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	無回答
合計		288	16	57	206	7	2
		100.0%	5.6%	19.8%	71.5%	2.4%	0.7%
Q2. 業種	製造業（メーカー）	107	10	26	68	2	1
		100.0%	9.3%	24.3%	63.6%	1.9%	0.9%
	食品・小売業	37	1	10	25	1	0
		100.0%	2.7%	27.0%	67.6%	2.7%	0.0%
	金融・保険業	12	0	2	10	0	0
		100.0%	0.0%	16.7%	83.3%	0.0%	0.0%
	情報・通信業、出版業	24	0	6	18	0	0
		100.0%	0.0%	25.0%	75.0%	0.0%	0.0%
	建設・不動産業	30	1	3	25	1	0
		100.0%	3.3%	10.0%	83.3%	3.3%	0.0%
	医療・福祉等専門サービス業	8	1	2	5	0	0
		100.0%	12.5%	25.0%	62.5%	0.0%	0.0%
	サービス業（運輸、電力、レジャーなど）	34	1	2	29	2	0
		100.0%	2.9%	5.9%	85.3%	5.9%	0.0%
	その他	34	2	6	25	1	0
		100.0%	5.9%	17.6%	73.5%	2.9%	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。



(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。

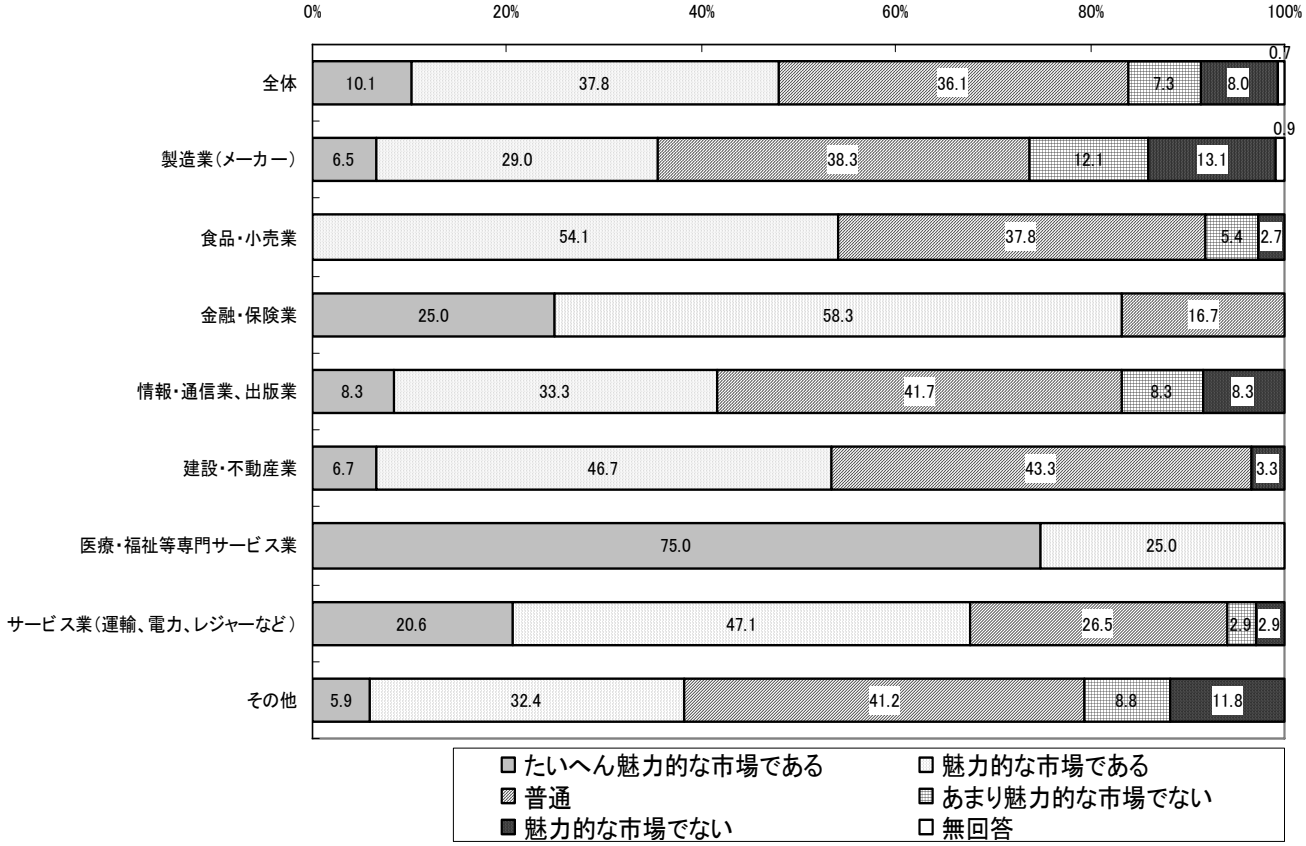
“シルバーサービス”市場に対する考え方について、業種別にみると、「たいへん魅力的な市場である」と答えたのは「医療・福祉等専門サービス業」で 75.0%であった。「魅力的な市場である」と回答したのは、「金融・保険業」58.3%、「食品・小売業」54.1%、「サービス業（運輸、電力、レジャーなど)」47.1%、「建設・不動産業」46.7%で、全体の約半数が“シルバーサービス”市場を魅力的な市場と捉えている結果となった。

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.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」市場に対する考え方					
			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	無回答
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

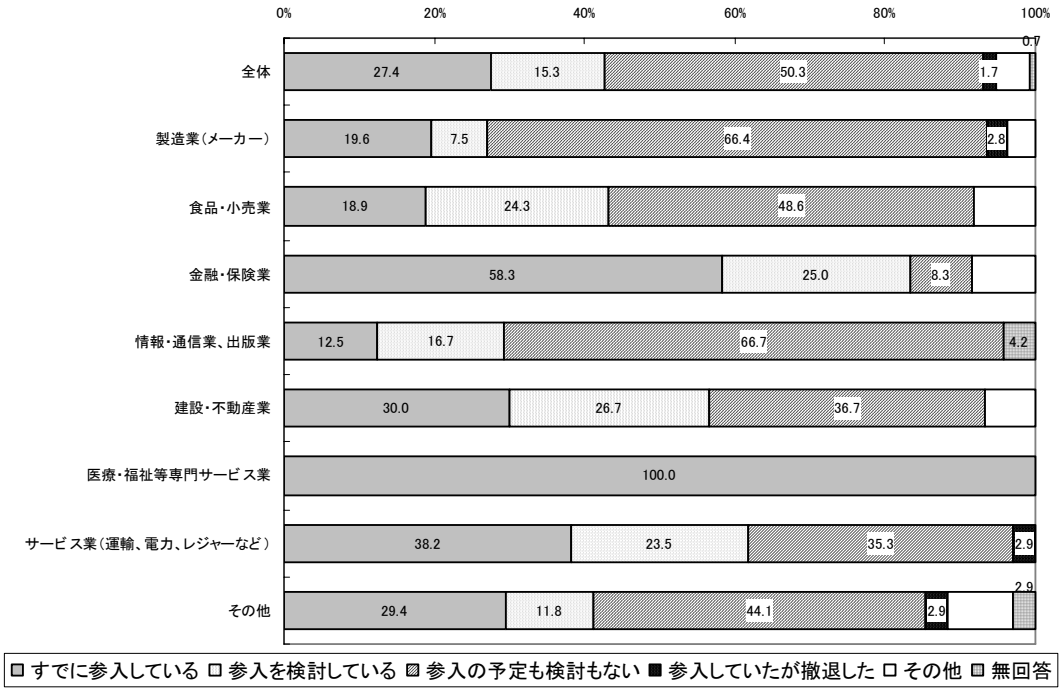
“シルバーサービス”への参入の状況について、業種別にみると、「すでに参入している（＝参入企業)」業種としては、「医療・福祉等専門サービス業」100%、「金融・保険業」58.3%、「サービス業」38.2%、「建設・不動産」30.0%の順であった。「参入を検討している（＝参入検討企業)」業種としては、「建設・不動産業」26.7%、「金融・保険業」25.0%、「食品・小売業」24.3%、「サービス業」23.5%の順であった。

図表 III-20　業種別シルバーサービスへの参入状況

		全体	Q10.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」への参入状況					
			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
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）



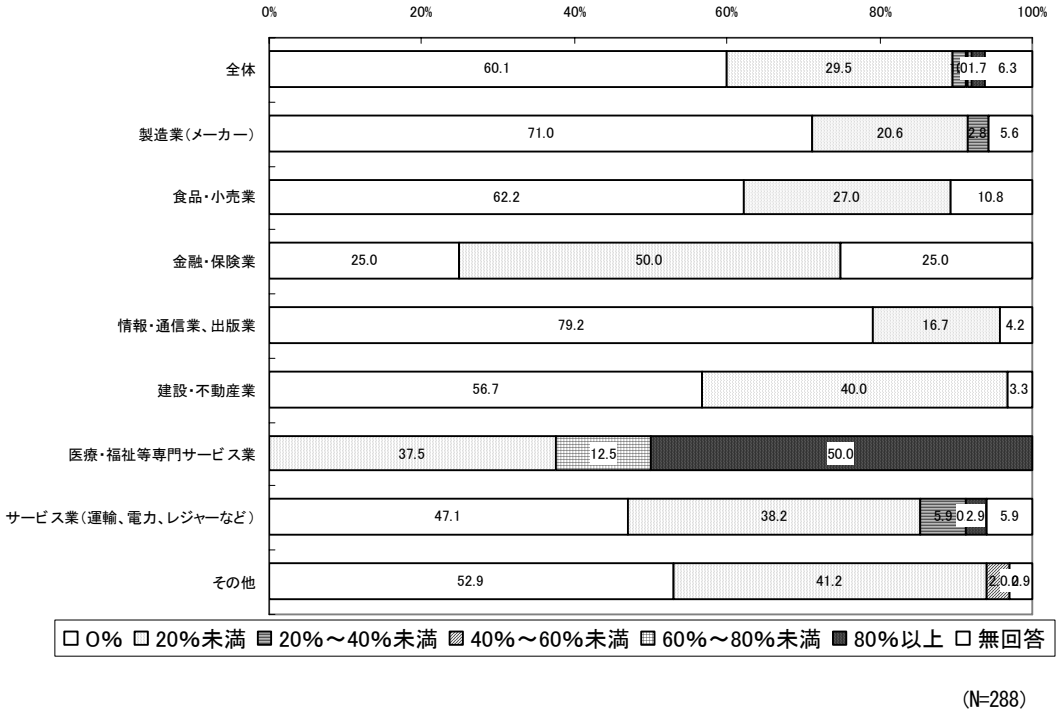
(N=288)

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･ｻｰﾋﾞｽに占める「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の割合						
			０％	20%未満	20%～40%未満	40%～60%未満	60%～80%未満	80%以上	無回答
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%



(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。

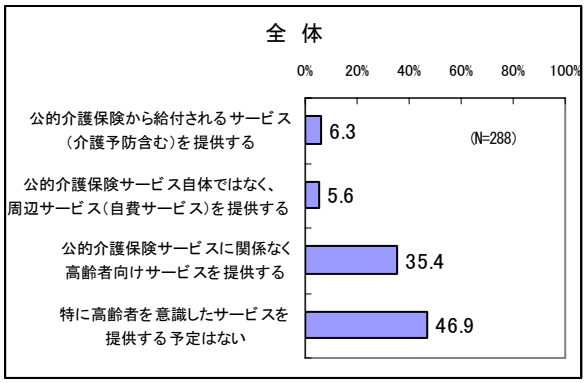
“シルバーサービス”に対する戦略について、業種別にみると、「製造業」の 57.9%、「食品・小売業」の 43.2%、「情報・通信業、出版業」の 70.8%が、「特に高齢者を意識したサービスを提供する予定はない」との回答であった。「金融・保険業」の 91.7%、「建設・不動産業」の 46.7%、「サービス業」の 50.0%が、「公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する」に回答した。一方、「医療・福祉等専門サービス業」のうち半数（50.0%）は、「公的介護保険から給付されるサービスを提供する」に回答した。業種により、“シルバーサービス”に対する戦略が異なることが推測される。

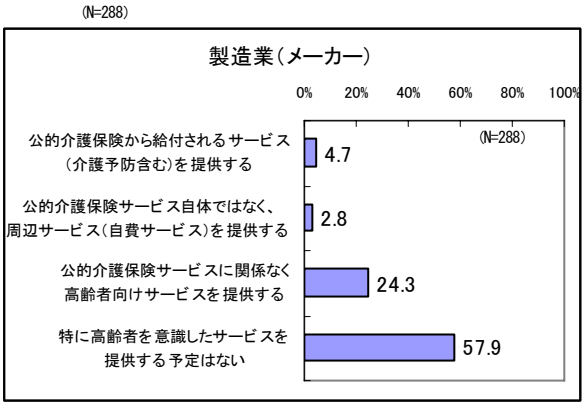
図表 III-22　業種別シルバーサービスに対する戦略

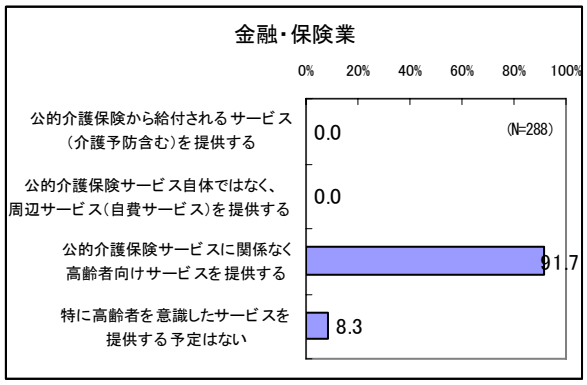
		全体	Q14.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」に対する戦略				
			公的介護保険から給付されるサービス（介護予防含む）を提供する	公的介護保険サービス自体ではなく、周辺サービス（自費サービス）を提供する	公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する	特に高齢者を意識したサービスを提供する予定はない	無回答
合計		288	18	16	102	135	17
		100.0%	6.3%	5.6%	35.4%	46.9%	5.9%
Q2.業種	製造業（メーカー）	107	5	3	26	62	11
		100.0%	4.7%	2.8%	24.3%	57.9%	10.3%
	食品・小売業	37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

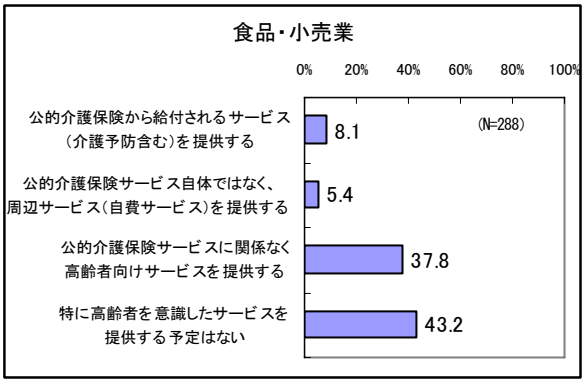
※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

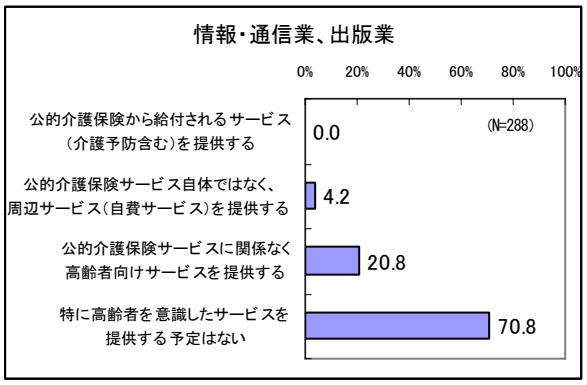
“シルバーサービス”に対する戦略（業種別）

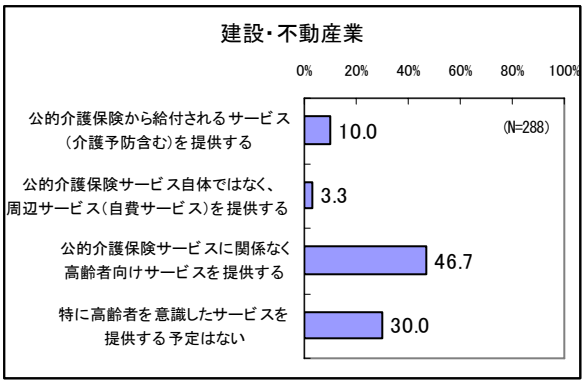


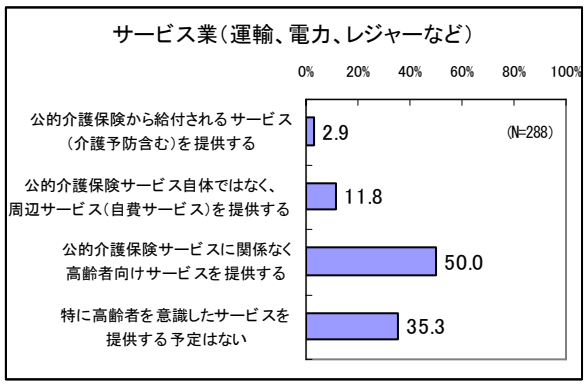


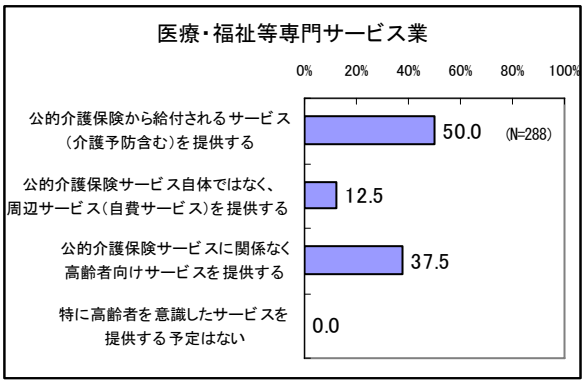












5)　“シルバーサービス”に参入する場合の課題

・「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。
・「他社との競合」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。

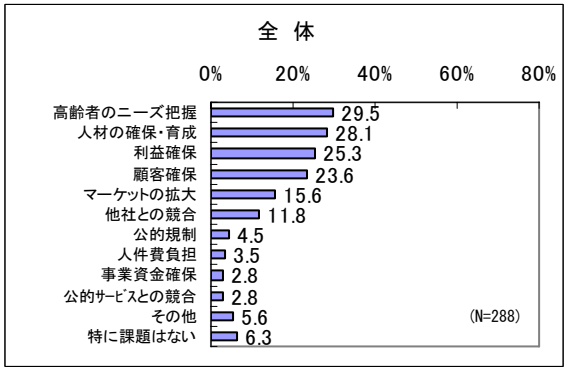
図表 III-23　業種別シルバーサービスの課題

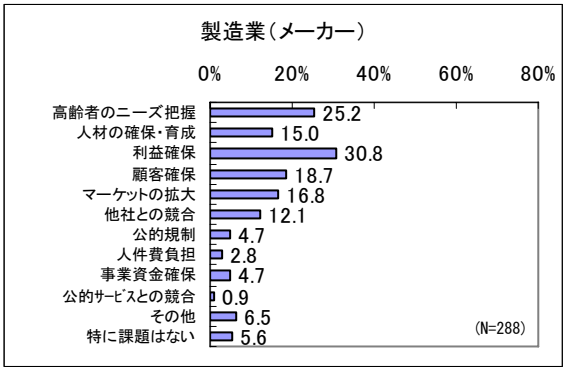
		全体	Q16.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の課題						
			高齢者のニーズ把握	顧客確保	マーケットの拡大	人材の確保・育成	人件費負担	事業資金確保	利益確保
合計		288	85	68	45	81	10	8	73
		100.0%	29.5%	23.6%	15.6%	28.1%	3.5%	2.8%	25.3%
Q2.業種	製造業（メーカー）	107	27	20	18	16	3	5	33
		100.0%	25.2%	18.7%	16.8%	15.0%	2.8%	4.7%	30.8%
	食品・小売業	37	10	12	8	14	4	0	8
		100.0%	27.0%	32.4%	21.6%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

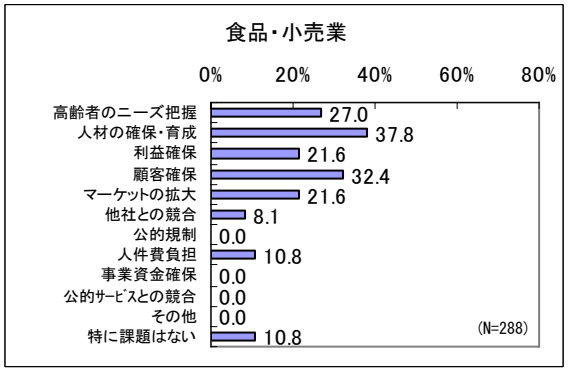
		全体	Q16.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の課題					
			公的規制	他社との競合	公的（非営利）サービスとの競合	その他	特に課題はない	無回答
合計		288	13	34	8	16	18	26
		100.0%	4.5%	11.8%	2.8%	5.6%	6.3%	9.0%
Q2.業種	製造業（メーカー）	107	5	13	1	7	6	17
		100.0%	4.7%	12.1%	0.9%	6.5%	5.6%	15.9%
	食品・小売業	37	0	3	0	0	4	1
		100.0%	0.0%	8.1%	0.0%	0.0%	10.8%	2.7%
	金融・保険業	12	0	1	0	2	0	0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

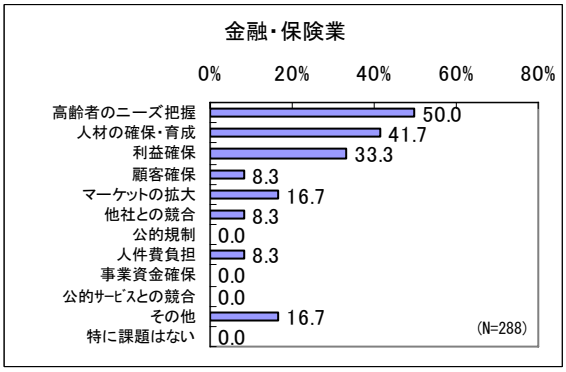
※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

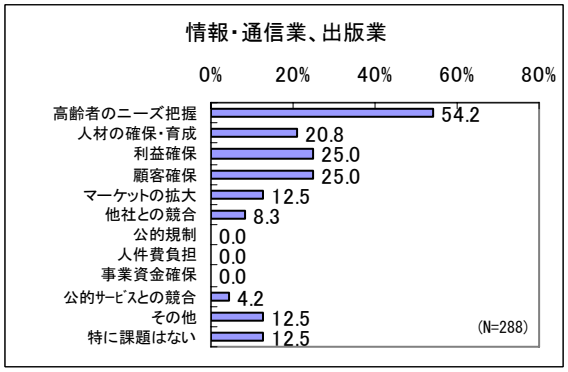
“シルバーサービス”の課題（業種別）

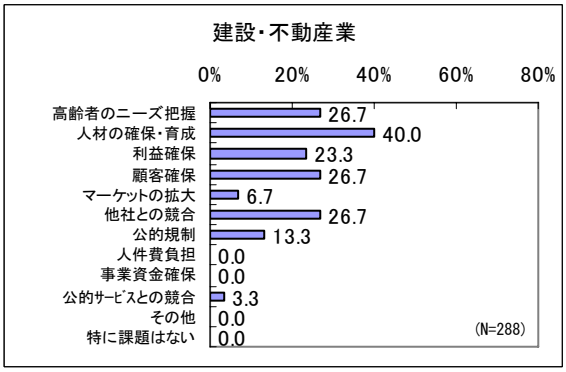


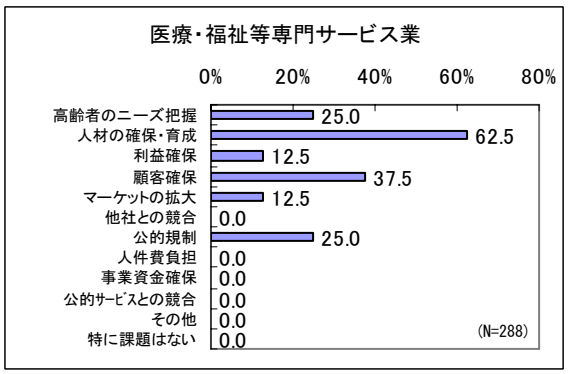


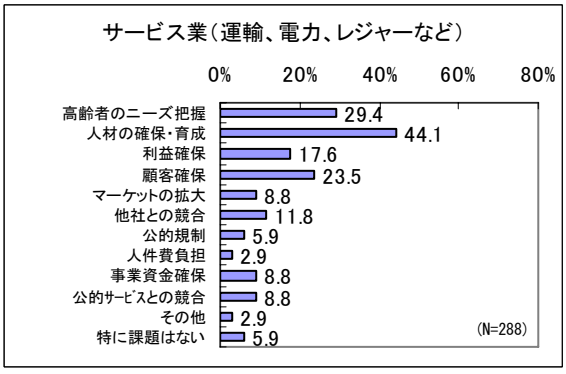












6)　“シルバーサービス”に参入する場合に特に重要とする点

・「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

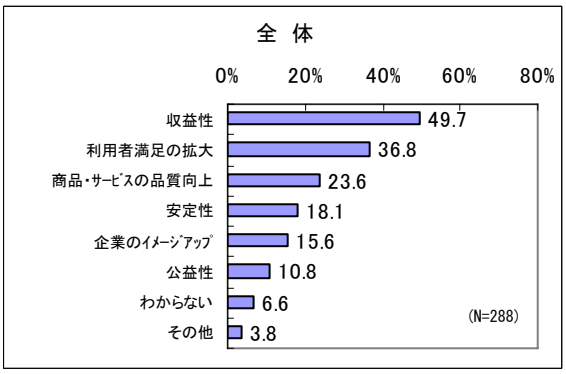
		全体	Q17.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の重要視点				
			収益性	安定性	公益性	企業のイメージアップ	利用者満足の拡大
合計		288	143	52	31	45	106
		100.0%	49.7%	18.1%	10.8%	15.6%	36.8%
Q2.業種	製造業（メーカー）	107	53	21	14	20	28
		100.0%	49.5%	19.6%	13.1%	18.7%	26.2%
	食品・小売業	37	14	4	3	6	26
		100.0%	37.8%	10.8%	8.1%	16.2%	70.3%
	金融・保険業	12	5	3	1	2	7
		100.0%	41.7%	25.0%	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%

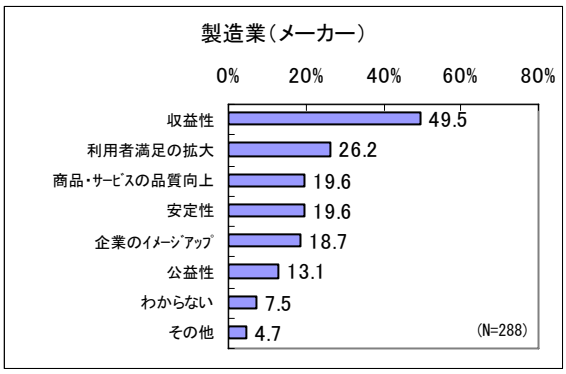
		全体	Q17.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の重要視点			
			商品・サービスの品質向上	わからない	その他	無回答
合計		288	68	19	11	22
		100.0%	23.6%	6.6%	3.8%	7.6%
Q2.業種	製造業（メーカー）	107	21	8	5	13
		100.0%	19.6%	7.5%	4.7%	12.1%
	食品・小売業	37	9	0	0	1
		100.0%	24.3%	0.0%	0.0%	2.7%
	金融・保険業	12	5	0	0	0
		100.0%	41.7%	0.0%	0.0%	0.0%
	情報・通信業、出版業	24	3	5	1	0
		100.0%	12.5%	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%

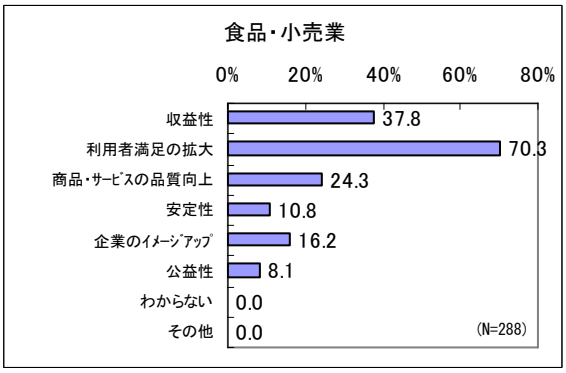
(N=288)

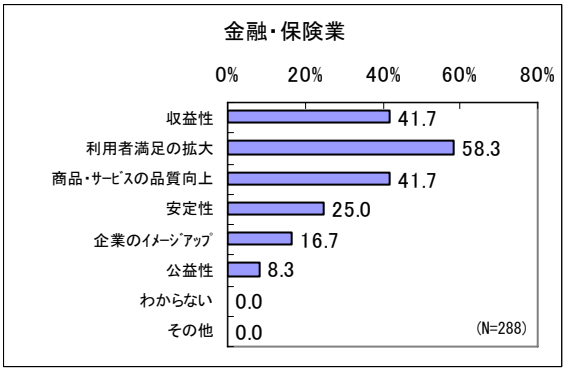
※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

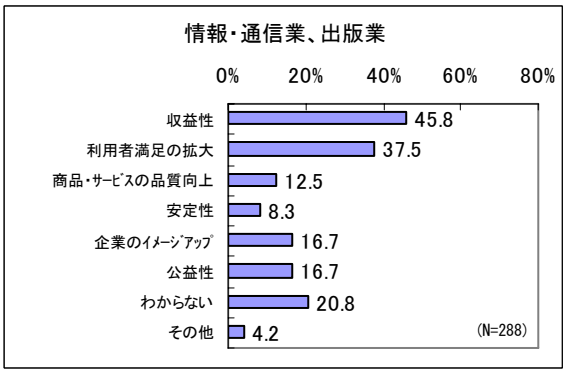
“シルバーサービス”に参入するとした場合の重要ポイント（業種別）

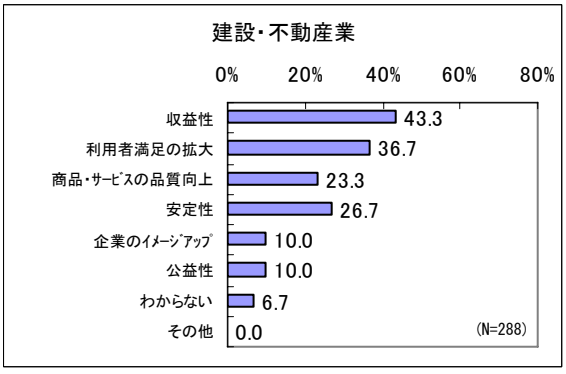


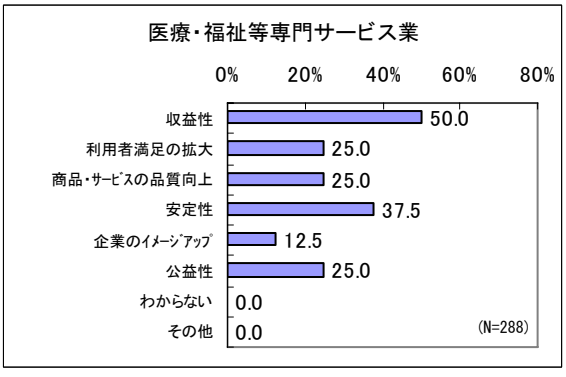


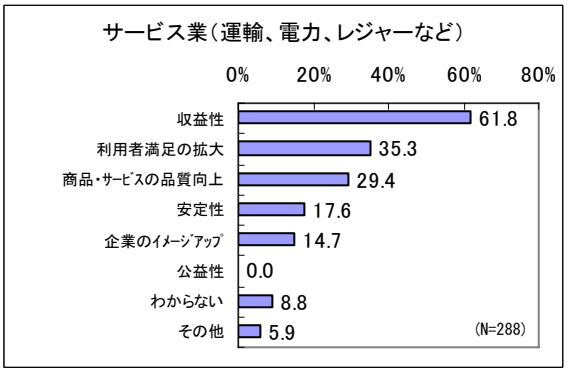












7)　“シルバーサービス”の品質確保のために効果的であると思われるもの

【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)

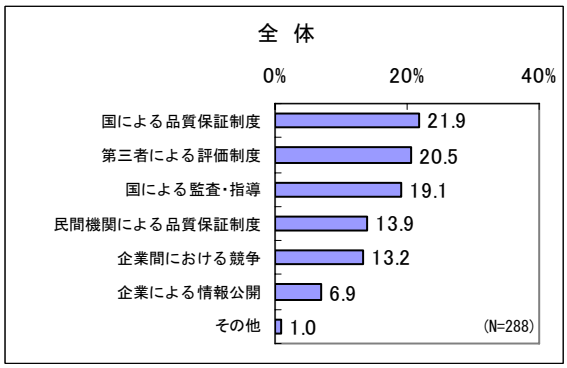
		全体	Q18-1. 公的介護保険で給付されるｻｰﾋﾞｽの場合			
			国(公的機関)による監査・指導	国（公的機関）による品質保証制度	民間機関（JIS、ISO等）による品質保証制度	第三者による評価制度
合計		288	51	59	38	55
		100.0%	17.7%	20.5%	13.2%	19.1%
Q2. 業種	製造業（メーカー）	107	18	21	23	16
		100.0%	16.8%	19.6%	21.5%	15.0%
	食品・小売業	37	4	9	3	8
		100.0%	10.8%	24.3%	8.1%	21.6%
	金融・保険業	12	3	3	1	2
		100.0%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

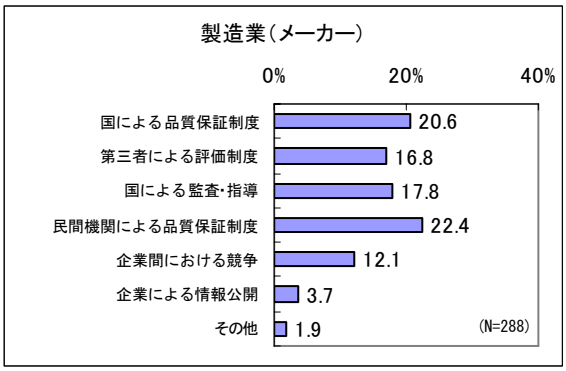
		全体	Q18-1. 公的介護保険で給付されるｻｰﾋﾞｽの場合			
			企業による情報公開	企業間における競争（利用者による選別）	その他	無回答
合計		288	19	37	3	26
		100.0%	6.6%	12.8%	1.0%	9.0%
Q2. 業種	製造業（メーカー）	107	4	12	2	11
		100.0%	3.7%	11.2%	1.9%	10.3%
	食品・小売業	37	5	3	0	5
		100.0%	13.5%	8.1%	0.0%	13.5%
	金融・保険業	12	1	1	0	1
		100.0%	8.3%	8.3%	0.0%	8.3%
	情報・通信業、出版業	24	2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

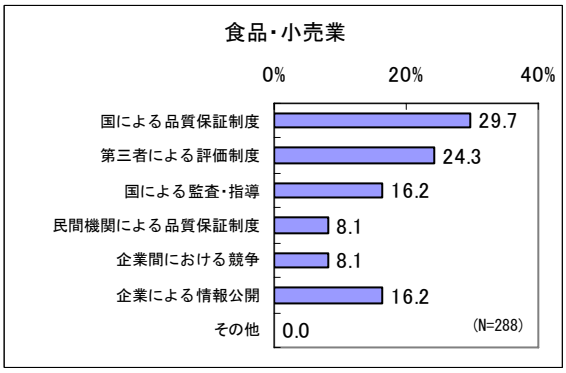
※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

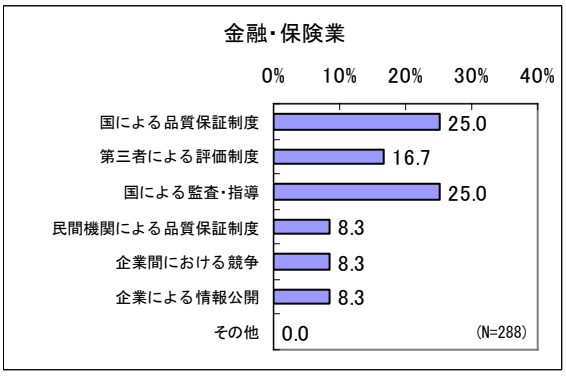
“シルバーサービス”の品質確保のために効果的であると思われるもの（業種別）

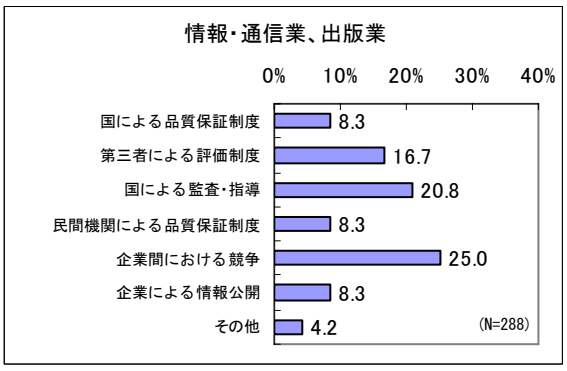
a. 公的介護保険で給付されるサービスの場合

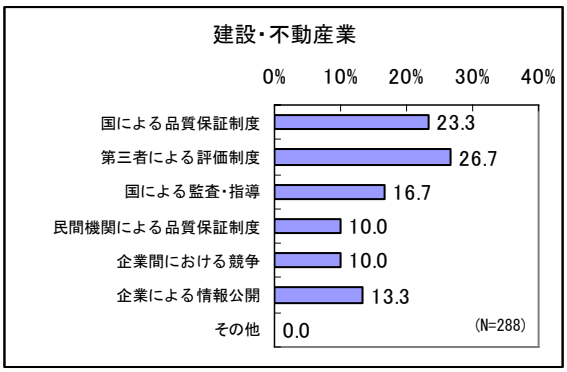


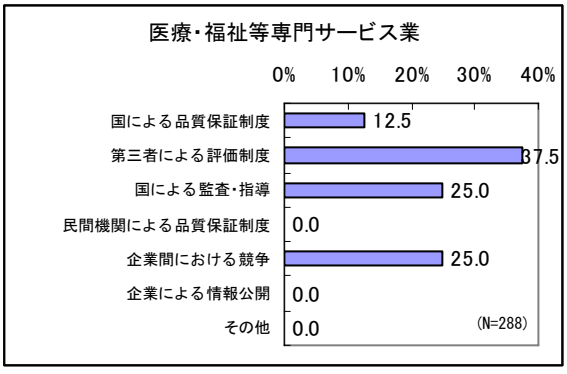


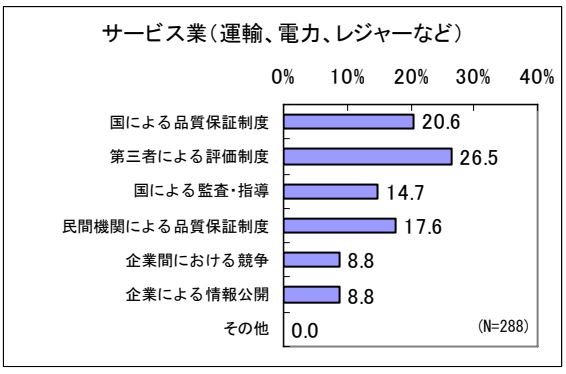












② 介護関連サービスの場合

“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）

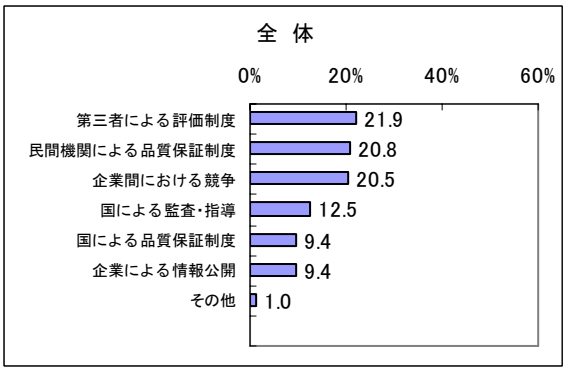
		全体	Q18-2.介護関連ｻｰﾋﾞｽの場合			
			国(公的機関)による監査・指導	国（公的機関）による品質保証制度	民間機関（JIS、ISO等）による品質保証制度	第三者による評価制度
合計		288	34	24	59	60
		100.0%	11.8%	8.3%	20.5%	20.8%
Q2.業種	製造業（メーカー）	107	15	3	25	27
		100.0%	14.0%	2.8%	23.4%	25.2%
	食品・小売業	37	6	3	8	6
		100.0%	16.2%	8.1%	21.6%	16.2%
	金融・保険業	12	1	1	4	2
		100.0%	8.3%	8.3%	33.3%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

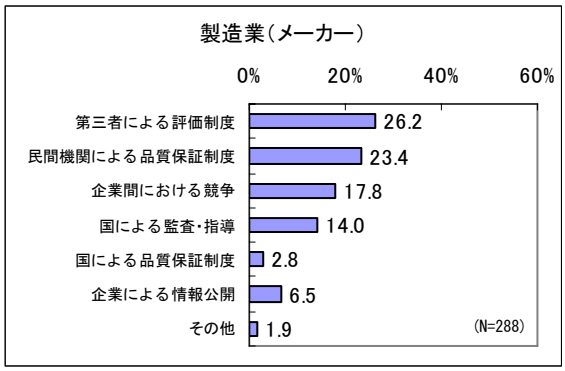
		全体	Q18-2.介護関連ｻｰﾋﾞｽの場合			
			企業による情報公開	企業間における競争（利用者による選別）	その他	無回答
合計		288	24	57	3	27
		100.0%	8.3%	19.8%	1.0%	9.4%
Q2.業種	製造業（メーカー）	107	6	17	2	12
		100.0%	5.6%	15.9%	1.9%	11.2%
	食品・小売業	37	3	6	0	5
		100.0%	8.1%	16.2%	0.0%	13.5%
	金融・保険業	12	0	3	0	1
		100.0%	0.0%	25.0%	0.0%	8.3%
	情報・通信業、出版業	24	3	7	0	1
		100.0%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

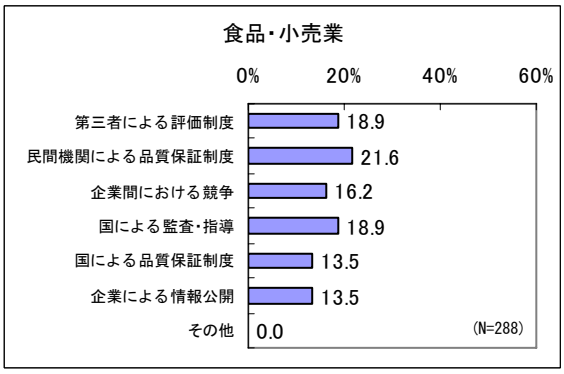
※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

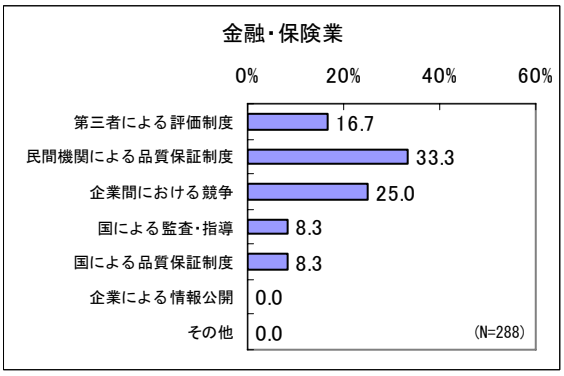
“シルバーサービス”の品質確保のために効果的であると思われるもの（業種別）

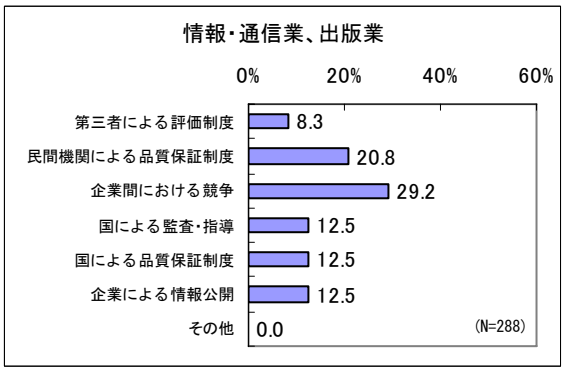
b. 介護関連サービスの場合

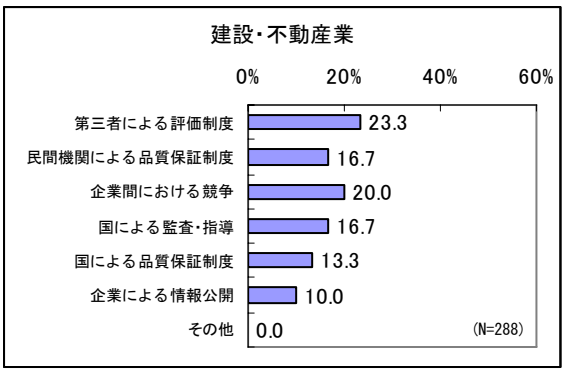


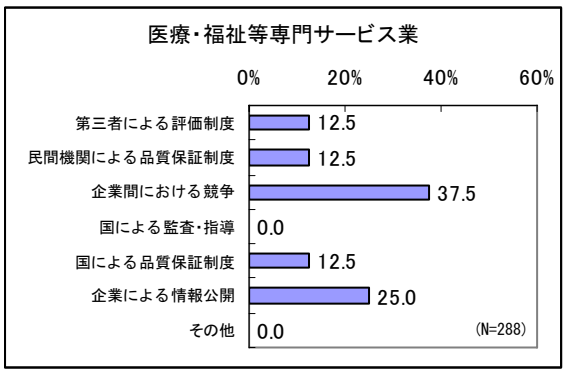


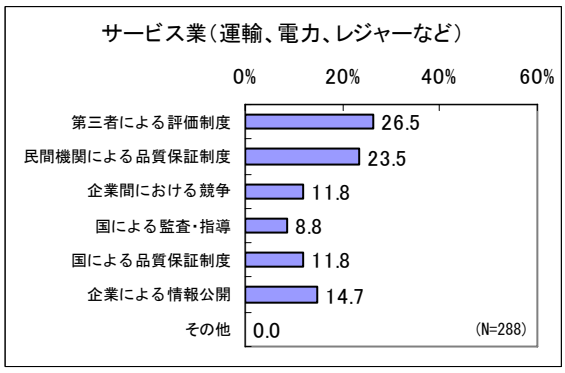












③　その他高齢者を対象としたサービスの場合

“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)

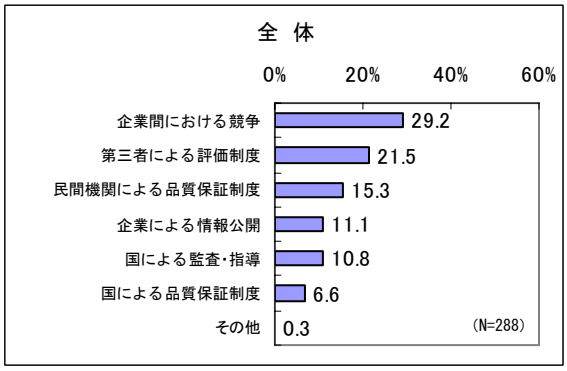
		全体	Q18-3. その他高齢者を対象としたｻｰﾋﾞｽ			
			国(公的機関)による監査・指導	国（公的機関）による品質保証制度	民間機関（JIS、ISO等）による品質保証制度	第三者による評価制度
合計		288	28	17	44	61
		100.0%	9.7%	5.9%	15.3%	21.2%
Q2. 業種	製造業（メーカー）	107	13	3	24	18
		100.0%	12.1%	2.8%	22.4%	16.8%
	食品・小売業	37	5	2	5	7
		100.0%	13.5%	5.4%	13.5%	18.9%
	金融・保険業	12	1	0	2	4
		100.0%	8.3%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

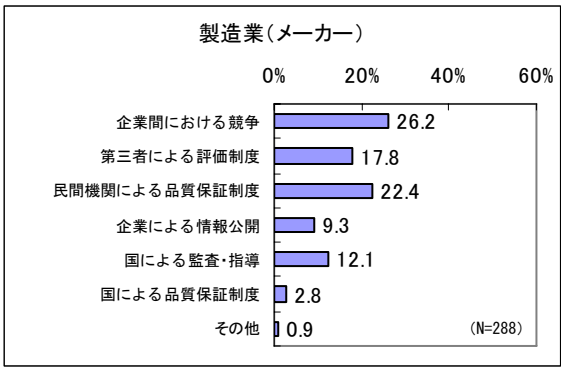
		全体	Q18-3. その他高齢者を対象としたｻｰﾋﾞｽ			
			企業による情報公開	企業間における競争（利用者による選別）	その他	無回答
合計		288	30	82	1	25
		100.0%	10.4%	28.5%	0.3%	8.7%
Q2. 業種	製造業（メーカー）	107	9	26	1	13
		100.0%	8.4%	24.3%	0.9%	12.1%
	食品・小売業	37	3	11	0	4
		100.0%	8.1%	29.7%	0.0%	10.8%
	金融・保険業	12	0	5	0	0
		100.0%	0.0%	41.7%	0.0%	0.0%
	情報・通信業、出版業	24	3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

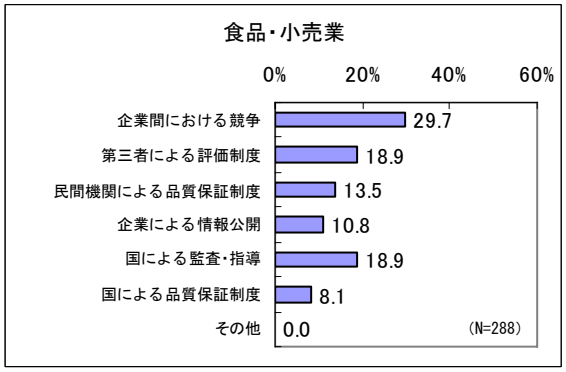
※業種別の傾向を明確化させるため、業種別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

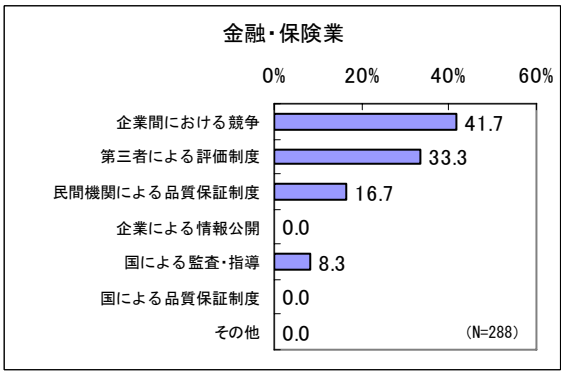
“シルバーサービス”の品質確保のために効果的であると思われるもの（業種別）

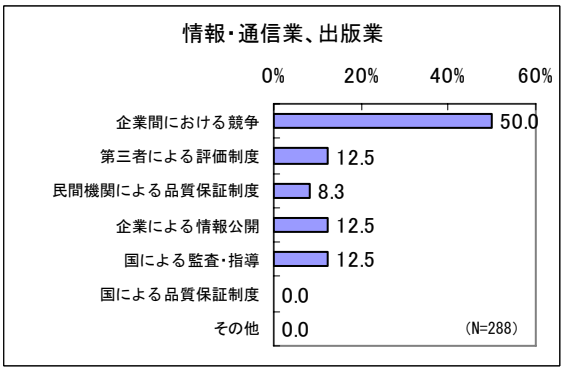
c. その他高齢者を対象としたサービスの場合

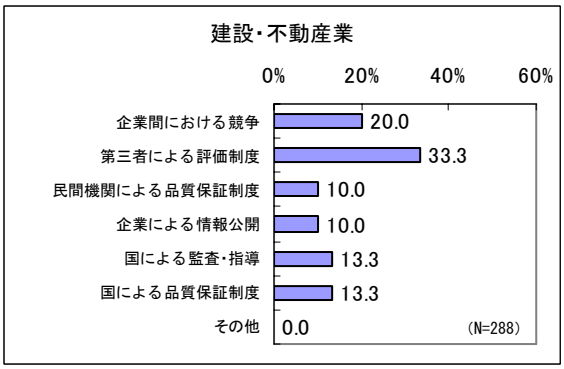


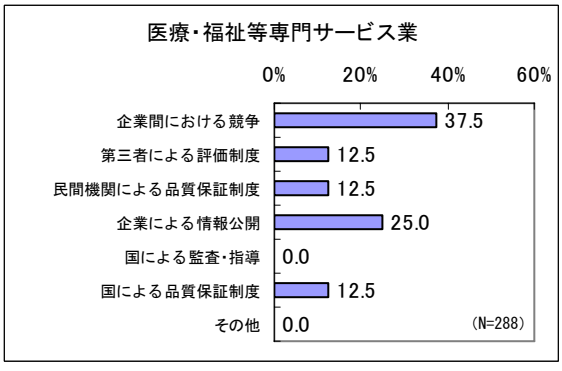


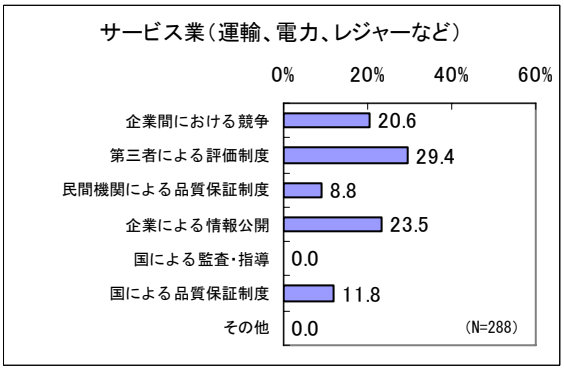












8) “シルバーサービス”に対する対象年齢の考え方別の傾向

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。

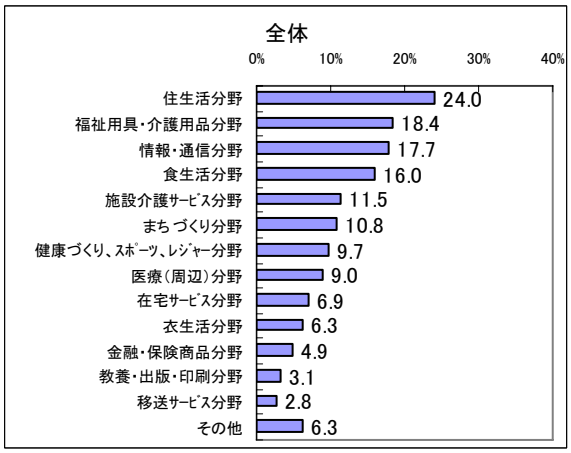
図表 III-28　シルバーサービスの対象年齢別シルバーサービスの対象分野

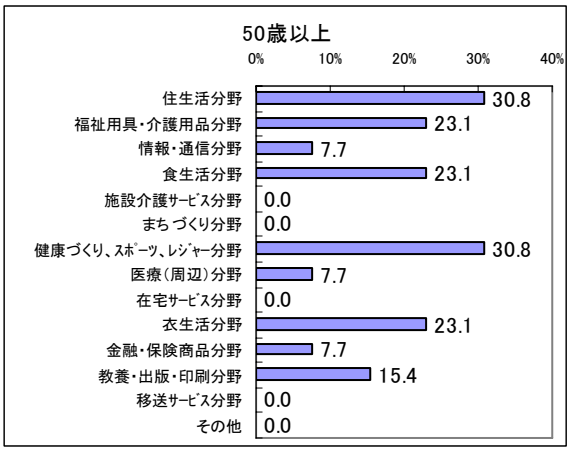
		全体	Q15.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の対象分野							
			衣生活分野	食生活分野	住生活分野	情報・通信分野	まちづくり分野	金融・保険商品分野	医療（周辺）分野	移送サービス分野
合計		288	18	46	69	51	31	14	26	8
		100.0%	6.3%	16.0%	24.0%	17.7%	10.8%	4.9%	9.0%	2.8%
Q7.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の対象年齢	50歳以上	13	3	3	4	1	0	1	1	0
		100.0%	23.1%	23.1%	30.8%	7.7%	0.0%	7.7%	7.7%	0.0%
	60歳以上	83	4	16	15	19	12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

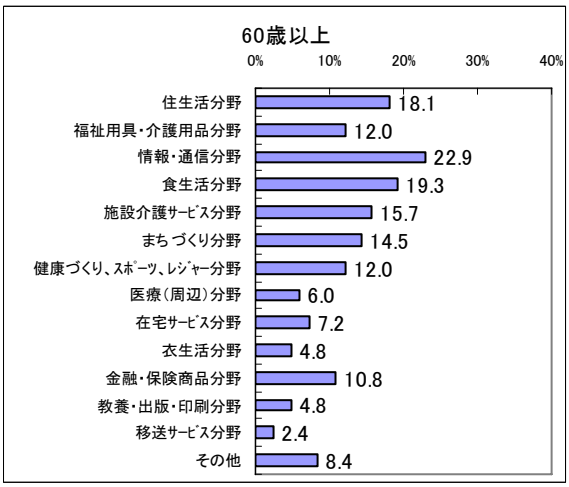
		全体	Q15.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の対象分野						
			在宅サービス分野	施設介護サービス分野	福祉用具・介護用品分野	教養・出版・印刷分野	健康づくり、スポーツ、レジャー分野	その他	無回答
合計		288	20	33	53	9	28	18	29
		100.0%	6.9%	11.5%	18.4%	3.1%	9.7%	6.3%	10.1%
Q7.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の対象年齢	50歳以上	13	0	0	3	2	4	0	0
		100.0%	0.0%	0.0%	23.1%	15.4%	30.8%	0.0%	0.0%
	60歳以上	83	6	13	10	4	10	7	3
		100.0%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

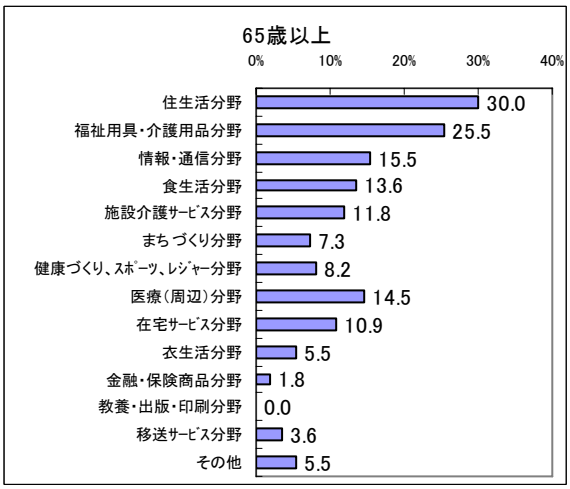
※対象年齢の考え方別の傾向を明確化させるため、対象年齢別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

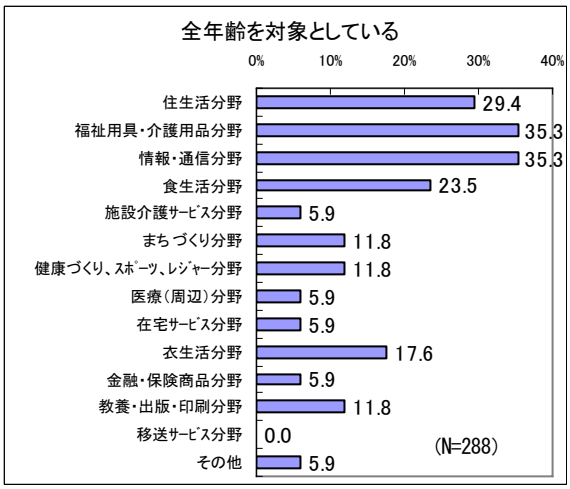
“シルバーサービス”の対象分野（“シルバーサービス”に対する対象年齢の考え方別）











(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。

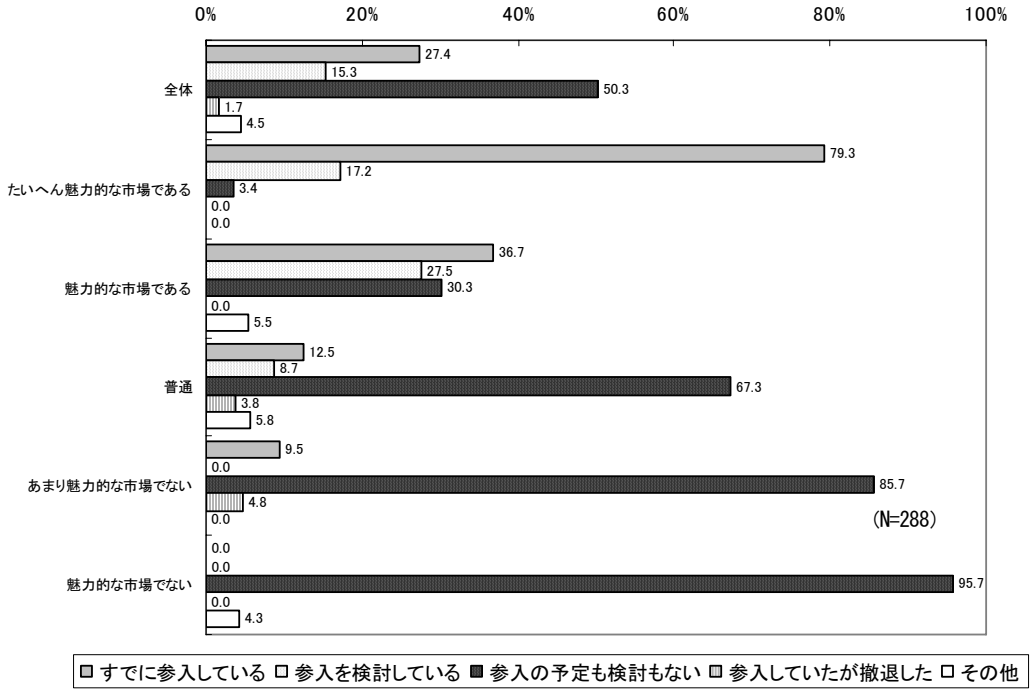
“シルバーサービス”市場に対する考え方別に、“シルバーサービス”への参入状況をみると、「たいへん魅力的な市場である」と回答した企業の 79.3%が「すでに参入している」と回答。「魅力的な市場である」と回答した企業については、36.7%が「すでに参入している」、27.5%が「参入を検討している」に回答している。「魅力的な市場である」と回答しつつも、「参入の予定も検討もしていない」との回答は、30.3%にのぼった。

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.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」への参入状況					
			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
合計		288	79	44	145	5	13	2
		100.0%	27.4%	15.3%	50.3%	1.7%	4.5%	0.7%
Q9.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」市場に対する考え方	たいへん魅力的な市場である	29	23	5	1	0	0	0
		100.0%	79.3%	17.2%	3.4%	0.0%	0.0%	0.0%
	魅力的な市場である	109	40	30	33	0	6	0
		100.0%	36.7%	27.5%	30.3%	0.0%	5.5%	0.0%
	普通	104	13	9	70	4	6	2
		100.0%	12.5%	8.7%	67.3%	3.8%	5.8%	1.9%
	あまり魅力的な市場でない	21	2	0	18	1	0	0
		100.0%	9.5%	0.0%	85.7%	4.8%	0.0%	0.0%
	魅力的な市場でない	23	0	0	22	0	1	0
		100.0%	0.0%	0.0%	95.7%	0.0%	4.3%	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）



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。

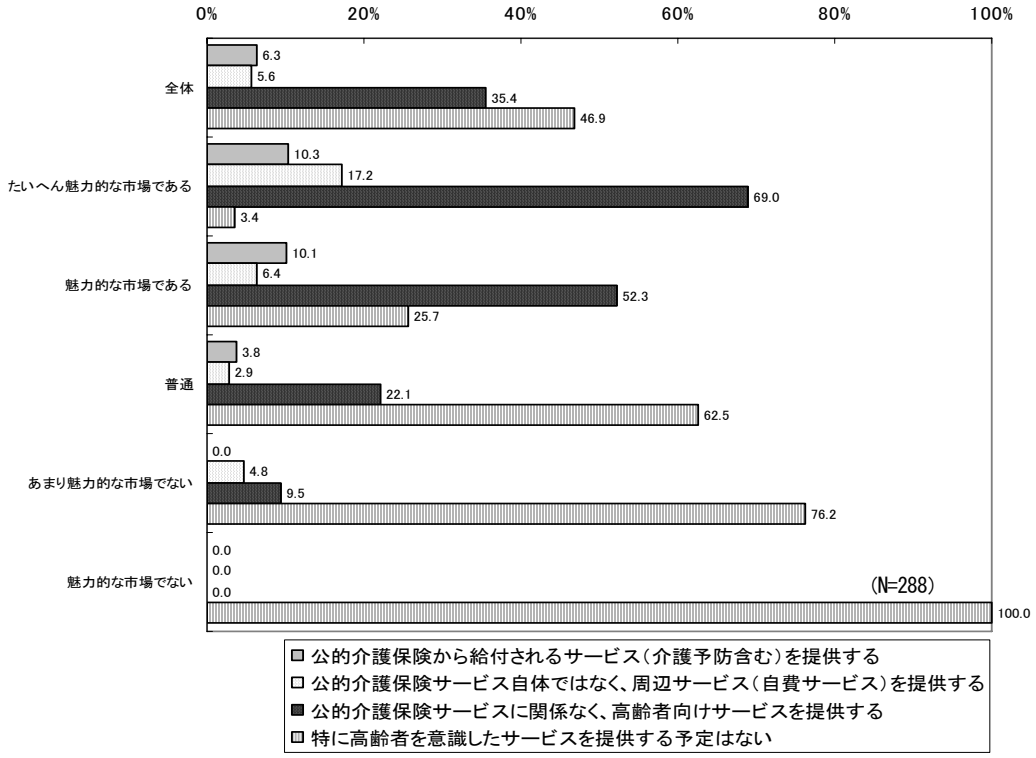
“シルバーサービス”市場に対する考え方別に、“シルバーサービス”に対する戦略をみると、「たいへん魅力的な市場である」および「魅力的な市場である」と回答した企業の過半数が、「公的介護保険サービスに関係なく高齢者向けサービスを提供する」に回答している。

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.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」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.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」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。

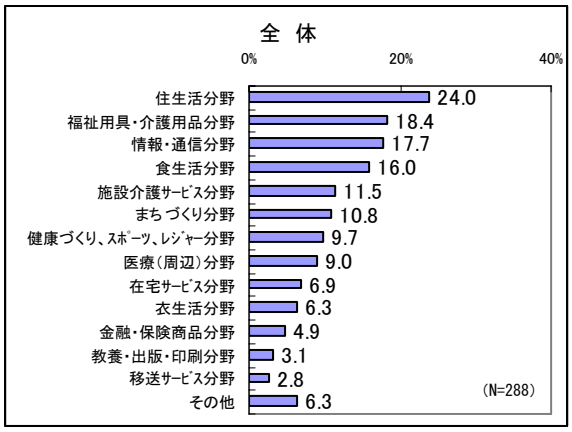
図表 III-31　シルバーサービス市場に対する考え方別シルバーサービスの対象分野

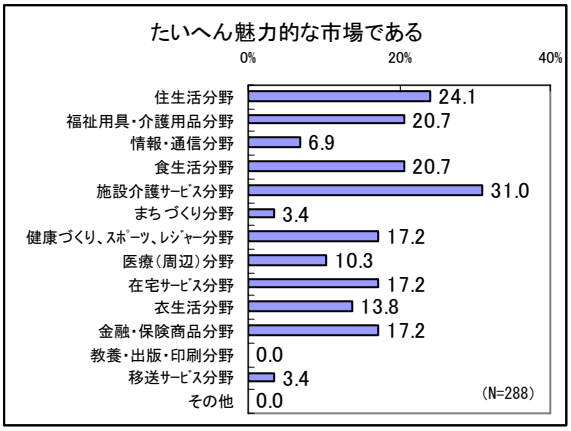
		全体	Q15.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の対象分野				
			衣生活分野	食生活分野	住生活分野	情報・通信分野	まちづくり分野
合計		288	18	46	69	51	31
		100.0%	6.3%	16.0%	24.0%	17.7%	10.8%
Q9.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」市場に対する考え方	たいへん魅力的な市場である	29	4	6	7	2	1
		100.0%	13.8%	20.7%	24.1%	6.9%	3.4%
	魅力的な市場である	109	9	19	31	17	17
		100.0%	8.3%	17.4%	28.4%	15.6%	15.6%
	普通	104	5	16	28	23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

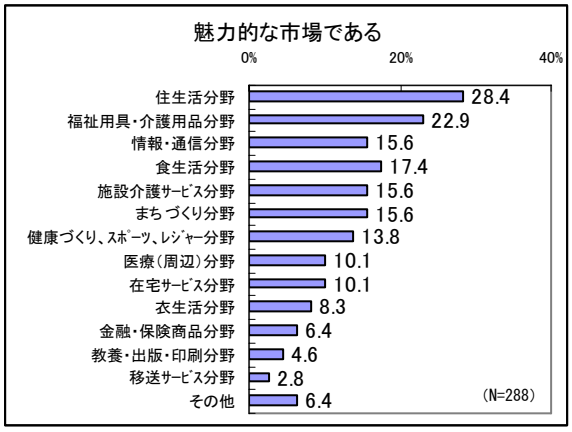
		全体	Q15.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の対象分野				
			金融・保険商品分野	医療（周辺）分野	移送サービス分野	在宅サービス分野	施設介護サービス分野
合計		288	14	26	8	20	33
		100.0%	4.9%	9.0%	2.8%	6.9%	11.5%
Q9.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」市場に対する考え方	たいへん魅力的な市場である	29	5	3	1	5	9
		100.0%	17.2%	10.3%	3.4%	17.2%	31.0%
	魅力的な市場である	109	7	11	3	11	17
		100.0%	6.4%	10.1%	2.8%	10.1%	15.6%
	普通	104	2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

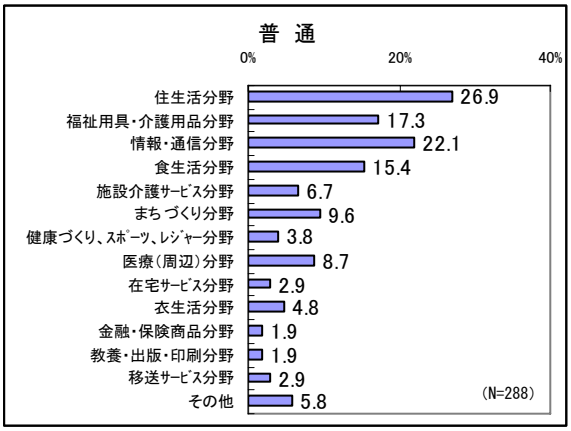
		全体	Q15.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の対象分野				
			福祉用具・介護用品分野	教養・出版・印刷分野	健康づくり、スポーツ、レジャー分野	その他	無回答
合計		288	53	9	28	18	29
		100.0%	18.4%	3.1%	9.7%	6.3%	10.1%
Q9.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」市場に対する考え方	たいへん魅力的な市場である	29	6	0	5	0	1
		100.0%	20.7%	0.0%	17.2%	0.0%	3.4%
	魅力的な市場である	109	25	5	15	7	1
		100.0%	22.9%	4.6%	13.8%	6.4%	0.9%
	普通	104	18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

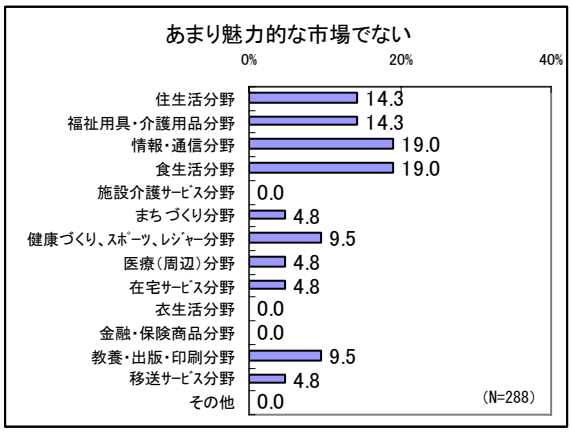
“シルバーサービス”の対象分野（“シルバーサービス”市場に対する考え方別）

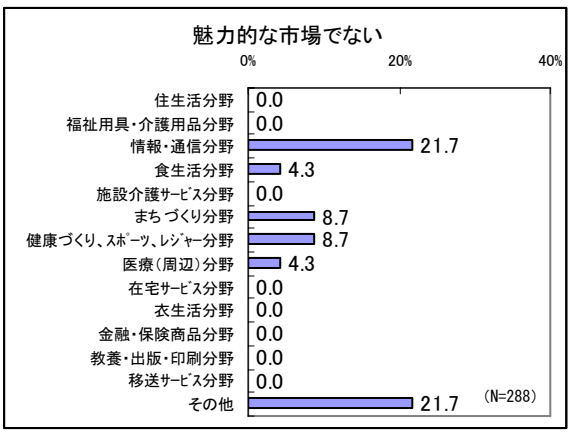












4) “シルバーサービス”の課題

・「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。

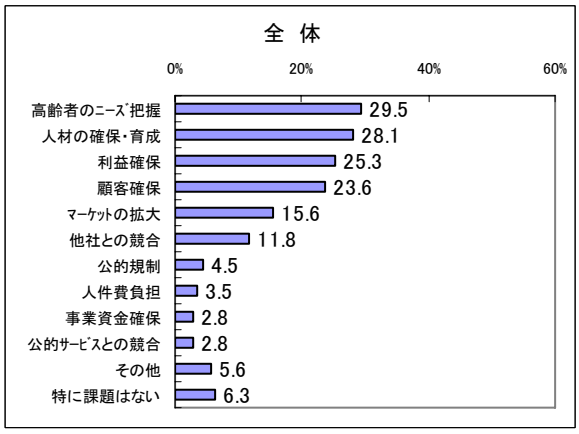
図表 III-32　シルバーサービス市場に対する考え方別シルバーサービスの課題

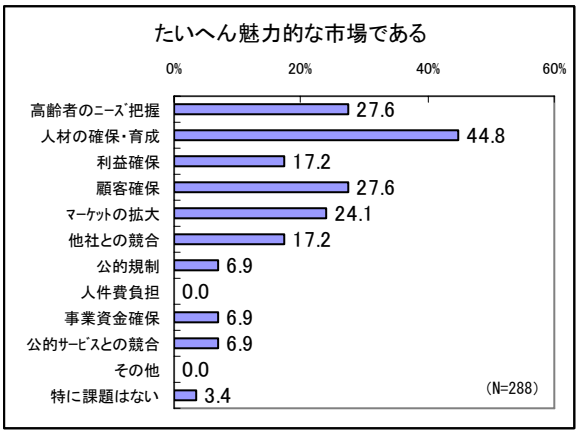
		全体	Q16.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の課題						
			高齢者のニーズ把握	顧客確保	マーケットの拡大	人材の確保・育成	人件費負担	事業資金確保	利益確保
合計		288	85	68	45	81	10	8	73
		100.0%	29.5%	23.6%	15.6%	28.1%	3.5%	2.8%	25.3%
Q9.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」市場に対する考え方	たいへん魅力的な市場である	29	8	8	7	13	0	2	5
		100.0%	27.6%	27.6%	24.1%	44.8%	0.0%	6.9%	17.2%
	魅力的な市場である	109	41	35	19	35	1	3	28
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

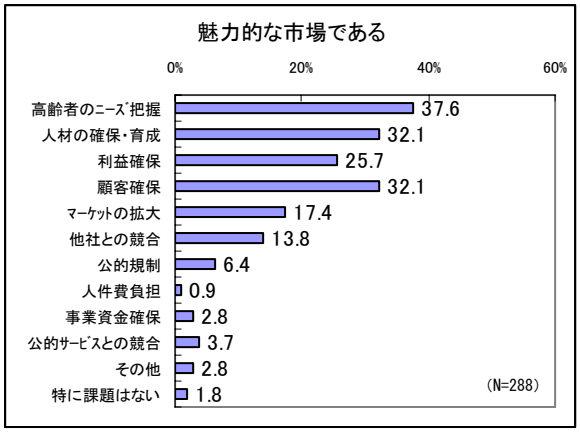
		全体	Q16.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の課題					
			公的規制	他社との競合	公的（非営利）サービスとの競合	その他	特に課題はない	無回答
合計		288	13	34	8	16	18	26
		100.0	4.5	11.8	2.8	5.6	6.3	9.0
Q9.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」市場に対する考え方	たいへん魅力的な市場である	29	2	5	2	0	1	1
		100.0	6.9	17.2	6.9	0.0	3.4	3.4
	魅力的な市場である	109	7	15	4	3	2	2
		100.0	6.4	13.8	3.7	2.8	1.8	1.8
	普通	104	4	9	2	5	10	11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

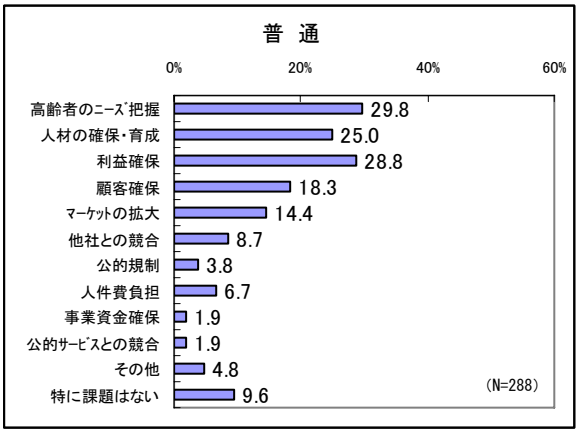
※シルバーサービス市場に対する考え方別の傾向を明確化させるため、考え方別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

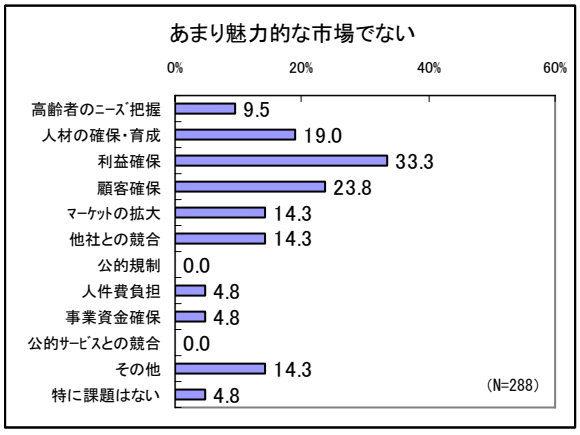
“シルバーサービス”の課題（“シルバーサービス”市場に対する考え方別）

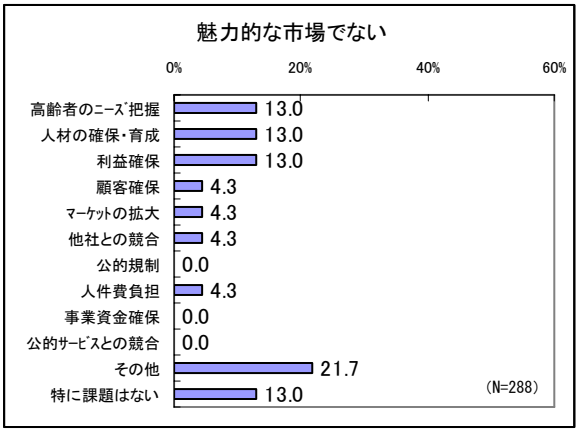












(4) “シルバーサービス”への参入状況別の傾向（クロス集計結果より）

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。

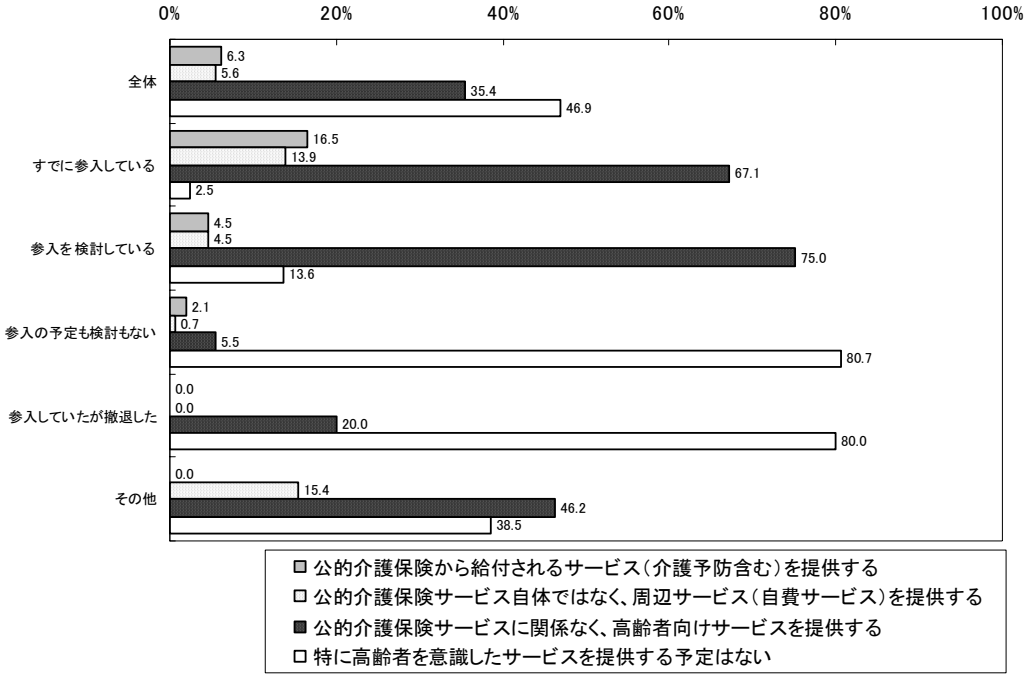
“シルバーサービス”への参入状況別に、“シルバーサービス”に対する戦略をみると、「すでに参入している」企業（＝「参入企業」）の 67.1%と「参入を検討している」企業（＝「参入検討企業」）の 75.0%が、「公的介護保険サービスに関係なく、高齢者向けサービスを提供する」に回答している。

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.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」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.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」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

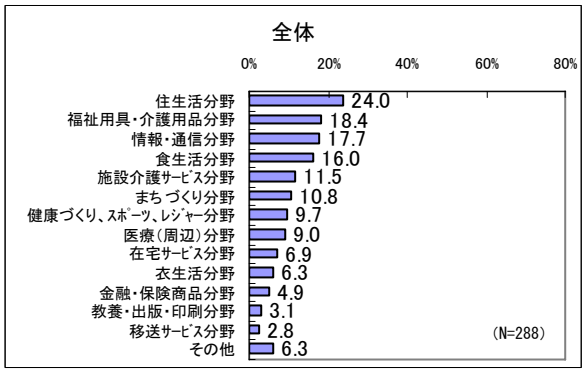
		全体	Q15.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の対象分野				
			衣生活分野	食生活分野	住生活分野	情報・通信分野	まちづくり分野
合計		288	18	46	69	51	31
		100.0%	6.3%	16.0%	24.0%	17.7%	10.8%
Q10.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」への参入状況	すでに参入している	79	4	12	20	8	4
		100.0%	5.1%	15.2%	25.3%	10.1%	5.1%
	参入を検討している	44	5	11	12	8	6
		100.0%	11.4%	25.0%	27.3%	18.2%	13.6%
	参入の予定も検討もない	145	8	21	32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

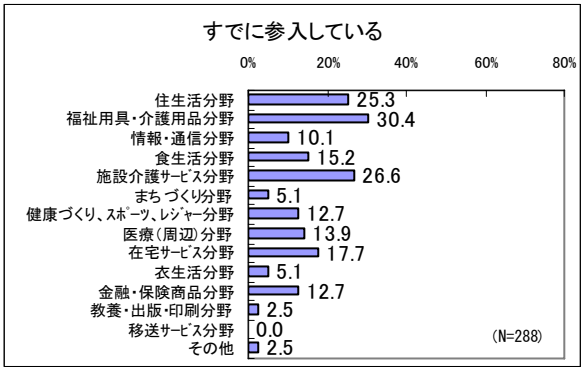
		全体	Q15.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の対象分野				
			金融・保険商品分野	医療（周辺）分野	移送サービス分野	在宅サービス分野	施設介護サービス分野
合計		288	14	26	8	20	33
		100.0%	4.9%	9.0%	2.8%	6.9%	11.5%
Q10.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」への参入状況	すでに参入している	79	10	11	0	14	21
		100.0%	12.7%	13.9%	0.0%	17.7%	26.6%
	参入を検討している	44	3	5	2	2	4
		100.0%	6.8%	11.4%	4.5%	4.5%	9.1%
	参入の予定も検討もない	145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

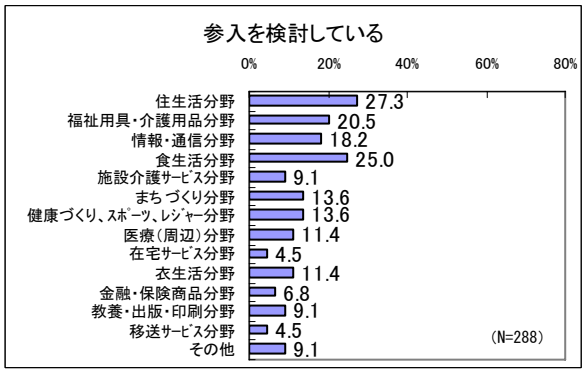
		全体	Q15.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の対象分野				
			福祉用具・介護用品分野	教養・出版・印刷分野	健康づくり、スポーツ、レジャー分野	その他	無回答
合計		288	53	9	28	18	29
		100.0%	18.4%	3.1%	9.7%	6.3%	10.1%
Q10.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」への参入状況	すでに参入している	79	24	2	10	2	2
		100.0%	30.4%	2.5%	12.7%	2.5%	2.5%
	参入を検討している	44	9	4	6	4	0
		100.0%	20.5%	9.1%	13.6%	9.1%	0.0%
	参入の予定も検討もない	145	19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

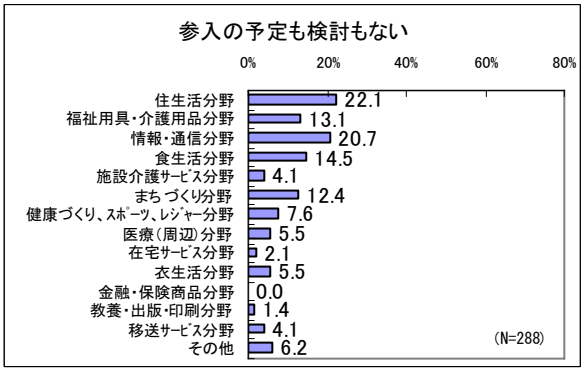
※シルバーサービスへの参入状況別の傾向を明確化させるため、参入状況別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

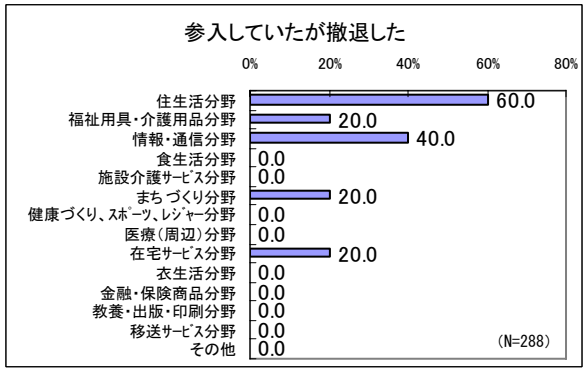
“シルバーサービス”の対象分野（“シルバーサービス”への参入状況別）











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。

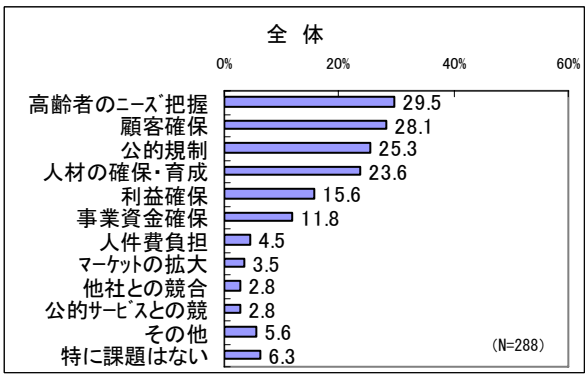
図表 III-35　シルバーサービスへの参入状況別シルバーサービスの課題

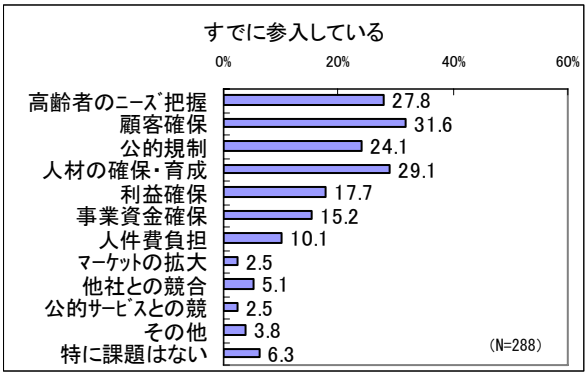
		全体	Q16.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の課題						
			高齢者のニーズ把握	顧客確保	マーケットの拡大	人材の確保・育成	人件費負担	事業資金確保	利益確保
合計		288	85	68	45	81	10	8	73
		100.0%	29.5%	23.6%	15.6%	28.1%	3.5%	2.8%	25.3%
Q10.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」への参入状況	すでに参入している	79	22	23	14	25	2	4	19
		100.0%	27.8%	29.1%	17.7%	31.6%	2.5%	5.1%	24.1%
	参入を検討している	44	16	18	10	13	1	0	11
		100.0%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

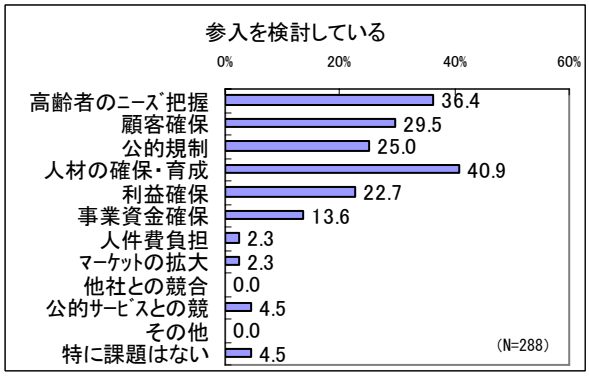
		全体	Q16.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の課題					
			公的規制	他社との競合	公的（非営利）サービスとの競合	その他	特に課題はない	無回答
合計		288	13	34	8	16	18	26
		100.0%	4.5%	11.8%	2.8%	5.6%	6.3%	9.0%
Q10.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」への参入状況	すでに参入している	79	8	12	2	3	5	2
		100.0%	10.1%	15.2%	2.5%	3.8%	6.3%	2.5%
	参入を検討している	44	1	6	2	0	2	0
		100.0%	2.3%	13.6%	4.5%	0.0%	4.5%	0.0%
	参入の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

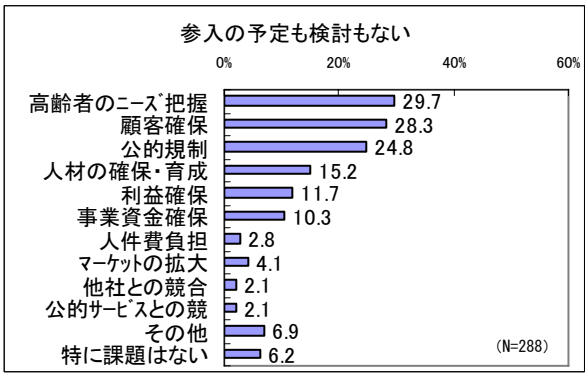
※シルバーサービスへの参入状況別の傾向を明確化させるため、参入状況別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

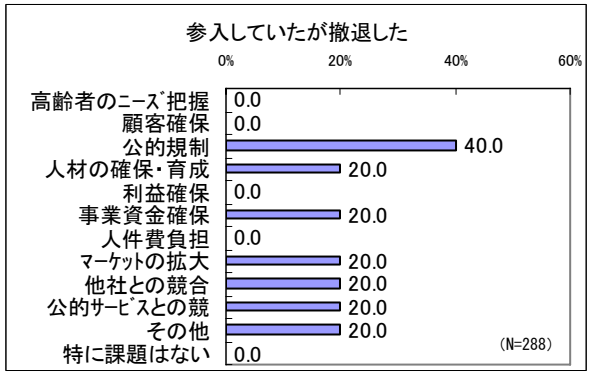
“シルバーサービス”の課題（“シルバーサービス”への参入状況別）











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。

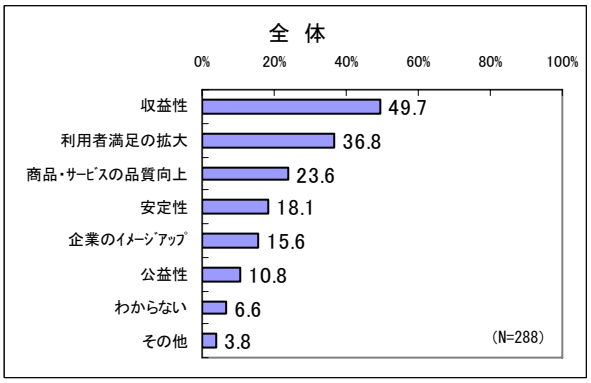
図表 III-36　シルバーサービスへの参入状況別シルバーサービスに参入するとした場合の重要ポイント

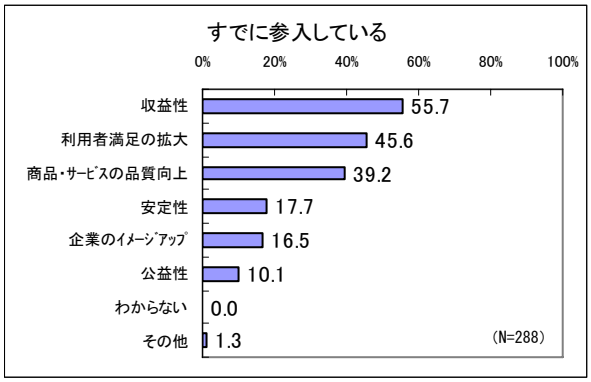
		全体	Q17.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の重要視点				
			収益性	安定性	公益性	企業のイメージアップ	利用者満足の拡大
合計		288	143	52	31	45	106
		100.0%	49.7%	18.1%	10.8%	15.6%	36.8%
Q10.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」への参入状況	すでに参入している	79	44	14	8	13	36
		100.0%	55.7%	17.7%	10.1%	16.5%	45.6%
	参入を検討している	44	24	9	6	4	23
		100.0%	54.5%	20.5%	13.6%	9.1%	52.3%
	参入の予定も検討もない	145	61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

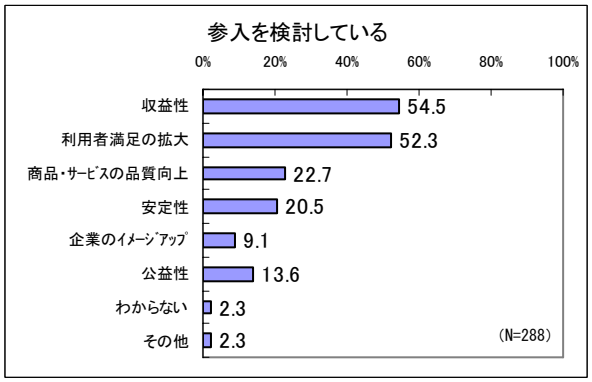
		全体	Q17.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」の重要視点			
			商品・サービスの品質向上	わからない	その他	無回答
合計		288	68	19	11	22
		100.0%	23.6%	6.6%	3.8%	7.6%
Q10.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」への参入状況	すでに参入している	79	31	0	1	2
		100.0%	39.2%	0.0%	1.3%	2.5%
	参入を検討している	44	10	1	1	0
		100.0%	22.7%	2.3%	2.3%	0.0%
	参入の予定も検討もない	145	21	18	7	20
		100.0%	14.5%	12.4%	4.8%	13.8%
	参入し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

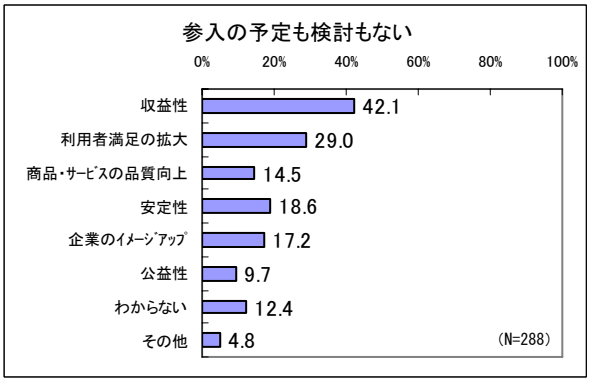
※シルバーサービスへの参入状況別の傾向を明確化させるため、参入状況別に割合が一番高い部分に網掛けを行っている。

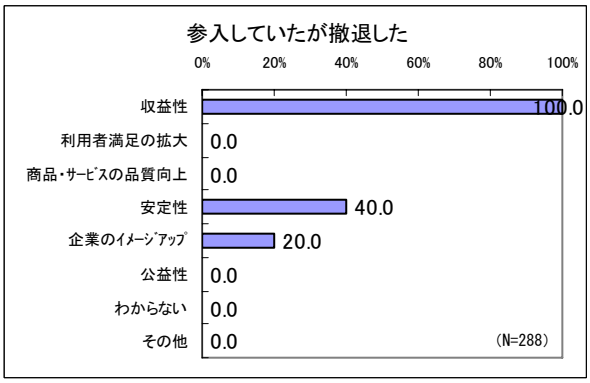
“シルバーサービス”に参入するとした場合の重要ポイント（“シルバーサービス”への参入状況別）











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

【公的介護保険で給付されるサービスの場合】
・「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。
【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】
・「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。
【その他高齢者を対象としたサービスの場合】
・「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

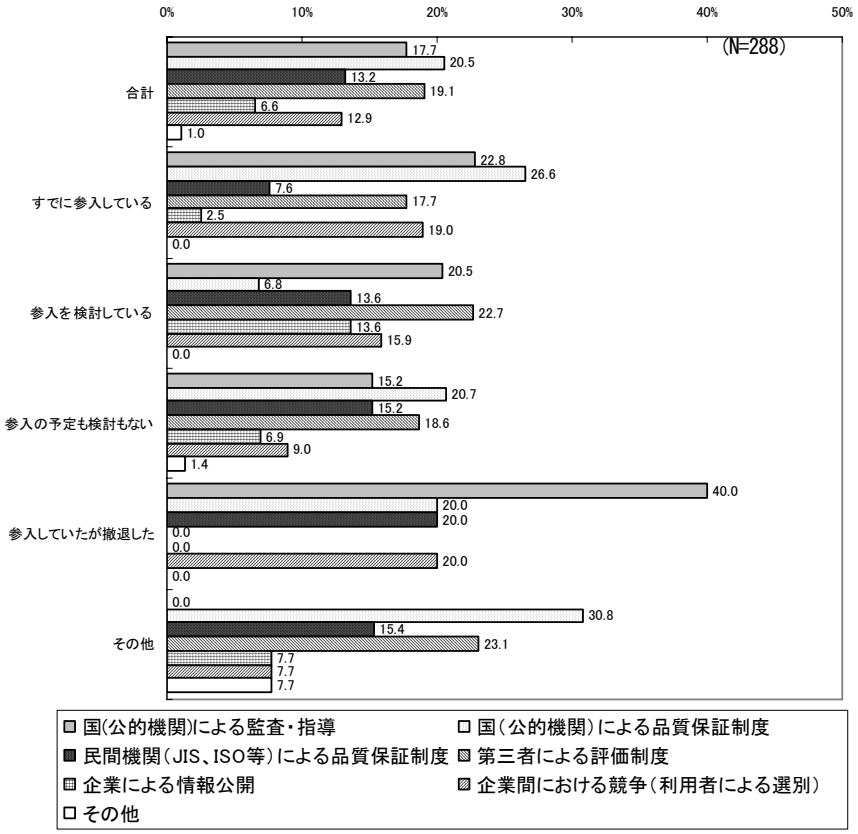
“シルバーサービス”への参入状況別にみると、「すでに参入している」企業（＝「参入企業」）は他の項目に比べ、「国（公的機関）による品質保証制度」や、「国(公的機関)による監査・指導」を求める割合が高い。「参入を検討している」企業は、「第三者による評価制度」が 22.7%で最も多い。

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ﾋﾞｽの場合							
			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	51	59	38	55	19	37	3	26
		100.0%	17.7%	20.5%	13.2%	19.1%	6.6%	12.9%	1.0%	9.0%
Q10.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」への参入状況	すでに参入している	79	18	21	6	14	2	15	0	3
		100.0%	22.8%	26.6%	7.6%	17.7%	2.5%	19.0%	0.0%	3.8%
	参入を検討している	44	9	3	6	10	6	7	0	3
		100.0%	20.5%	6.8%	13.6%	22.7%	13.6%	15.9%	0.0%	6.8%
	参入の予定も検討もない	145	22	30	22	27	10	13	2	19
		100.0%	15.2%	20.7%	15.2%	18.6%	6.9%	9.0%	1.4%	13.1%
	参入していたが撤退した	5	2	1	1	0	0	1	0	0
		100.0%	40.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%
	その他	13	0	4	2	3	1	1	1	1
		100.0%	0.0%	30.8%	15.4%	23.1%	7.7%	7.7%	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）
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

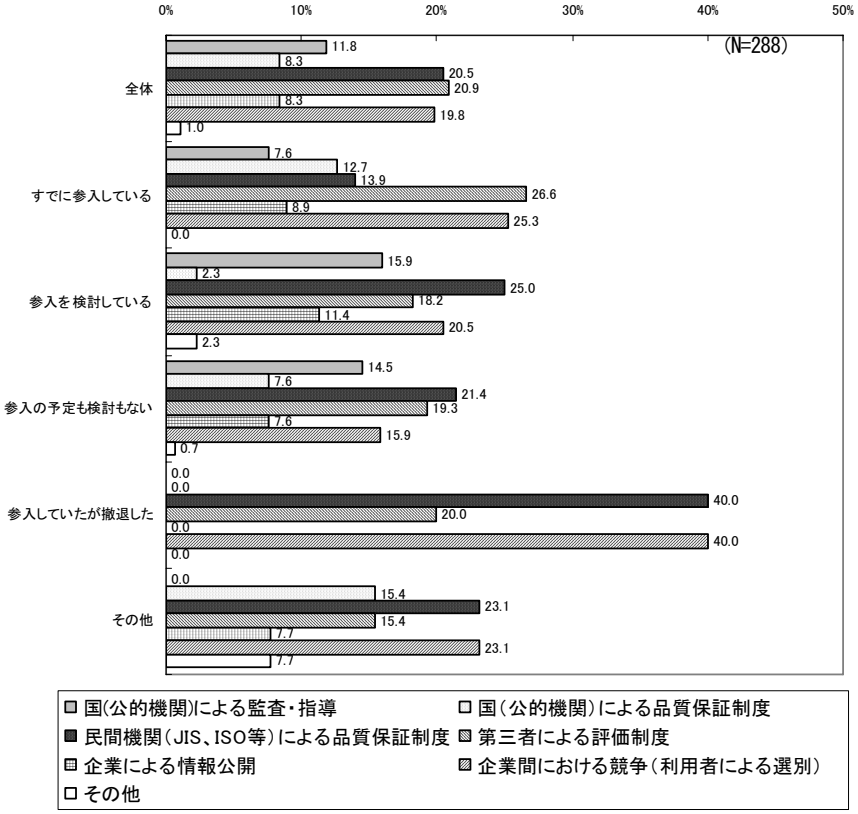
“シルバーサービス”への参入状況別にみると、「すでに参入している」企業（＝「参入企業」は、「第三者による評価制度」と「企業間における競争」を求める割合が高い。「参入を検討している」企業については「民間機関による品質保証制度」が 25.0%で最も多い。公的介護保険で給付されるサービスと違い、民間機関による保証や評価制度、企業間競争が重要視されている。

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. 介護関連ｻｰﾋﾞｽの場合							
			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	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.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」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

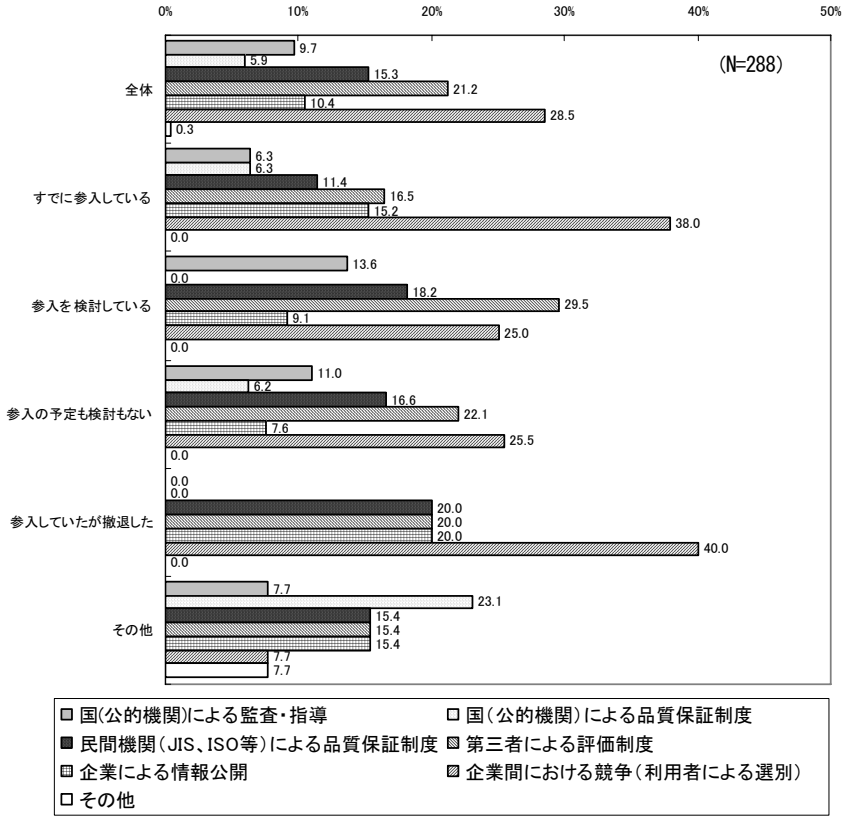
“シルバーサービス”への参入状況別にみると、「すでに参入している」企業は「企業間における競争」が 38.0%、「参入を検討している」企業は「第三者による評価」が 29.5%で最も多い。介護関連サービス同様、民間機関による保証や評価制度、企業間競争が重要視されている。

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ﾋﾞｽ							
			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	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	28	17	44	61	30	82	1	25
		100.0%	9.7%	5.9%	15.3%	21.2%	10.4%	28.5%	0.3%	8.7%
Q10.「ｼﾙﾊﾞｰｻｰﾋﾞｽ」への参入状況	すでに参入している	79	5	5	9	13	12	30	0	5
		100.0%	6.3%	6.3%	11.4%	16.5%	15.2%	38.0%	0.0%	6.3%
	参入を検討している	44	6	0	8	13	4	11	0	2
		100.0%	13.6%	0.0%	18.2%	29.5%	9.1%	25.0%	0.0%	4.5%
	参入の予定も検討もない	145	16	9	24	32	11	37	0	16
		100.0%	11.0%	6.2%	16.6%	22.1%	7.6%	25.5%	0.0%	11.0%
	参入していたが撤退した	5	0	0	1	1	1	2	0	0
		100.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	20.0%	40.0%	0.0%	0.0%
	その他	13	1	3	2	2	2	1	1	1
		100.0%	7.7%	23.1%	15.4%	15.4%	15.4%	7.7%	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）
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。

業種別にみてみると、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、回答企業全体でみても参入企業のみでみて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。

第Ⅳ章

振興ビジョンのあり方に関する検討

Ⅳ.　シルバーサービスの振興ビジョンのあり方に関する検討

本研究事業では、研究委員会・作業部会合同委員会を開催（計２回）し、シルバーサービスの振興ビジョン作成に向けて、シルバーサービスのあり方、現状における課題点、方向性等について幅広い議論を行った。検討にあたっては、介護保険サービス分野にとどまらず、シルバーサービス市場全体を対象に、意見出しを行った。

以下、委員会における主な意見に関して、発言の内容・領域等に整理する。

１．　シルバーサービスを振興する上での基本的な姿勢について

シルバーサービスを振興する上での基本姿勢に関し、委員会においては、以下のような意見が上げられた。

振興にあたっては、「消費者本位・利用者本位の視点を基本とすべきである」との意見、「今後の高齢社会の進展、団塊世代の高齢者像を踏まえると、多様化・高度化するニーズに的確に対応しながら高齢者の生活全般を支えるという視点が必要である（ニーズの多様化、高度化に対応した振興ビジョンを作成する）」との指摘、「介護保険制度は、措置から契約への移行であり、まさに『イノベーション（変革）』であったといえる。シルバーサービスという特定の産業分野を振興していくためには、引き続き、既存の枠組みに捕らわれず創造的な視点を持つべき」、などの意見があげられた。

図表 Ⅳ-1　委員会における主な意見（シルバーサービスを振興する上での基本的な姿勢について）

シルバーサービスを振興する上での基本的な姿勢
・ 多様化・高度化するニーズに的確に対応しながら高齢者の生活全般を支える視点が必要である ・ 市場の声を聞くこと、利用者・消費者本位の視点が重要である。 ・ マーケット振興の視点は、B to B だけでなく、B to C（利用者）も含めて考える必要がある。
・ 介護保険制度以降、介護サービスは、制度依存の傾向にある。介護保険は上乗せ横出しが自由な制度であり、介護保険のみで暮らしが成り立つわけではないということを改めて認識すべきである。 ・ 介護保険制度は公的なサービス提供である。 ・ 制度ビジネスからの発想の転換が必要である。 ・ シルバーサービスを振興するということは、介護をはじめ産業構造の変革（イノベート）を起こすことである。

２．　振興ビジョン作成にあたって検討の論点

振興ビジョン作成にあたっての論点については、以下の３つの論点を事務局より提示し、委員会にて検討を行った。

図表 Ⅳ-2　　振興ビジョン作成にあたって検討の論点（事務局で想定する論点）

①経営の安定化	・　人材の確保 ・　安定経営のモデルづくり ・　経営効率の向上 ・　事業資金確保策
②透明性の確保	・　経営情報の開示 ・　営利性と公益性の整理 ・　民間による自主規制制度の確立 ・　消費者保護
③サービスの多様化と質の確保・向上	・　質の向上のための基盤整備 ・　市場の活性化 ・　介護保険以外の財源の確保 ・　多様なサービスの提供

(1)　経営の安定化について

「経営の安定化」に関する論点に関連しては、「人材の確保」、「安定経営のモデルづくり」、「経営効率の向上」、「事業資金確保策」について、主に以下のような意見があげられた。

図表 Ⅳ-3　委員会における主な意見（経営の安定化について）

	現状ないし問題点	方向性
事業資金確保	・ 介護保険では、売掛代金の回収という点で９割が確実に保証され、事業所側にもメリットがある仕組みである。介護保険外のサービスにおいて、事業資金確保は重要な課題である。	
人材の確保策	・ 介護においては、非常勤や、派遣労働等の形態が多い。労働環境の不満が、介護職員の離職者増加の要因となっているのではないか。 ・ 介護労働者が、仕事に夢を持ちにくい状況にあるのではないか。	・ 介護労働におけ労務環境の改善が必要である。 ・ 高齢者層をサービスや財を提供する側（サプライサイド）として位置づける必要があるのではないか。地域活動への参加の促進に向けて検討をおこなうことも必要である。

	現状ないし問題点	方向性
安定経営のためのモデル	・介護分野において小規模事業者と、大手事業者とはガバナンス等の組み立て方が異なるのではないか。 ・民間企業において経営の将来見通しや安定的経営が見込めないと、簡単に市場撤退する可能性があり、長期利用型サービスの場合、利用者（高齢者）に対しての問題が生じる。	・高齢者向けサービスに対する施策を検討する上では、「シルバーサービス」を限定的にとらえるのではなく、広範囲に捉え、全体としての経営を安定化させることで事業拡大が進むのではないか。
経営効率の向上	・介護保険制度市場内には、旧態依然の非効率な構造、経営体質が残っているのではないか。	

(2) 透明性の確保について

「透明性の確保」の論点として、委員会では、「営利性と公益性の整理」、「民間主体による自主監査・自主規制制度」、「経営情報の開示」、「消費者保護」の４つを示した上で意見出しを行った。

図表 Ⅳ-4　委員会における主な意見（透明性の確保について）

	現状ないし問題点	方向性
営利性と公益性の整理	・介護サービス等継続利用サービスでは、事業者の市場撤退の影響が大きい。 ・介護保険制度における報酬改正等に対する、民間企業としての利益確保の問題をどのように考えるべきか。社会貢献として考えるか、事業として実施するのか。 ・官民の役割分担の考え方として、所得格差からの分類、理念（公共性）からの分類が考えられる。 ・介護サービス事業者は、介護保険の理念（自立支援、尊厳のあるケアの実現）を共有し、方向性を理解しながら事業を発展させていくことが必要である。	・介護サービスにおいて、継続的安定的にサービスを提供するために、経営品質の観点から民間企業の評価の仕組みを構築する必要がある。 ・民間がやるべきサービスについても状況に応じて、税制による優遇を行うという考え方もありうる。

民間主体による自主規制制度	・ シルバーサービス振興にあたっては、自由度の高い市場の中で、公の規制のみではなく、民間団体等による関与として何ができるか、という視点が必要である。 ・ シルバーサービス（介護保険制度内・外）の倫理性、行為規範がどの程度、自主性を持って構築されているのか。	・ 公の規制が及ばない領域でのサービスの質の確保に当たっては、シルバーマークのような民間による自主規制としての評価の仕組みを介護保険近縁のサービス以外にも拡大してはどうか。 ・ 介護保険においても公的規制のみならず民間の自主規制と合わせ重層的に質を確保する仕組みを構築する必要がある。
経営情報の開示	・ 介護サービス情報の公表制度は、情報の非対称性の緩和に重要である。 ・ 地域住民による介護事業者の質のチェックや、介護事業者のCSR(社会的責任)の取り組みなども重要な視点である。	・ 介護サービス情報の公表の取り組みにおいても、利用者向けに経営情報についても情報提供の方策が必要ではないか。
消費者保護	・ 高齢者の悪徳商法被害は、今後も増加が予想される。	・ 悪質業者を早期に排除させる仕組みをつくる必要がある。

(3) サービスの多様化と質の向上について

「サービスの多様化と質の向上」については、「質の向上のための基盤整備」、「市場の活性化」、「介護保険以外の財源の確保」、「多様なサービスの提供」に関して、以下の意見があげられた。

図表 Ⅳ-5　委員会における主な意見（サービスの多様化と質の向上について）

	現状ないし問題点	方向性
多様なサービスの提供	・ 2015年の高齢者像を想定すると、団塊世代の価値観・生活様式、行動様式多様化に対応していく必要がある。 ・ 介護保険から離れて自己負担サービスになるほど、利用者の負担能力格差が拡がる。 ・ 高齢者の消費性向は、身体の状態変化に伴い変化する。 ・ IT や機器を使った介護や住まいに関しては、重要なマーケットである。 ・ 住みか、亡くなり方について、高齢者の意向を満たす市場が充分に確立されていないのではないか。	・ IT を活用した介護に関する振興支援策を検討すべきである ・ 高齢者の住みやすい住宅の整備や振興策を検討すべきである

	現状ないし問題点	方向性
質の向上のための基盤整備	・ シルバーサービス分野における質の安全・安心の確保が重要である	・ 公の規制と相まって、民間による自主規制も重要であり、重層的な質の確保策を構築する必要がある。このためにはシルバーサービス振興会のような、公益性の高い団体が経営品質等をチェックする第三者評価の仕組みを積極的に活用する必要があるのではないか。 ・ 元気高齢者が地域の安全や安心を確保する活動を行えるようにするために、何らかの管理の仕組みや習得すべき技術が必要になってくるかもしれない。
介護保険以外の財源の確保	・ 団塊世代の金融へのニーズが高まっている（貯蓄から運用への転換）。金融の構造変化は、シルバービジネスにも影響するであろう。 ・ わが国の個人金融資産は、介護保険給付費と比較しても、非常に大きい。生活リスクに対する「安心感」があれば、資産は流動化しやすくなるのではないか。	・ 民間金融サービスの活用可能性を検討すべきではないか。 ・ 金融サービスを提供する一環で、その付帯サービスとして、カウンセリングや相談をつける方法も考えられるのでは。 ・ 民間保険の利用促進の観点から、所得控除の仕組みを設けるなど、税制面からの支援が必要ではないか。
市場の活性化	・ 米国では、介護分野も含め日本のテクノロジーに非常に関心を持っている。 ・ 現状においてシルバー産業は他産業との競争力が弱い。	・ 事業主体側でなく、利用者側に税制優遇を実施することも考えられるのではないか。 ・ 民間参入を促す制度の枠組みの構築が必要である。 ・ 世界的な高齢化の進展を考慮すると、海外市場に目を向けてはどうか。

３． シルバーサービス振興ビジョン作成にあたっての留意事項に関する意見

シルバーサービス振興に関する意見の他、シルバーサービスの振興ビジョンの作成にあたって留意すべき観点から、委員よりさまざまな意見があげられた。

図表 Ⅳ-6 委員会における主な意見（シルバーサービス振興ビジョン作成にあたっての留意事項）

【議論にあたって分析すべき事柄】
- 団塊世代及び団塊ジュニア世代のニーズ把握の分析が必要である。
- 税制、社会保険制度、公民の役割等について、海外事例の分析も有用である。
- 経済力別、年齢層別、市場基盤の整備状況別の整理も必要である。
- サービス業種ごとの分類ではなく、高齢者のライフスタイルやニーズに着目した分類をする必要があるのではないか。
- 介護の視点だけではなく、高齢者特有のニーズの特性、消費者（利用者）の特性（身体変化、ライフステージ、世代効果、世代特有の嗜好性、流行、時代の特性等）を踏まえた検討を行なう必

要がある。
・ 元気高齢者：要介護高齢者の割合（８：２）を考えると、元気高齢者の市場は大きい。
・ 過去のイノベーションについて、何が創造的破壊で、何が新結合だったのか、整理することはシルバーサービス振興を考える上で必要な作業である。

【振興ビジョンの検討範囲】
・ 需要があるのに供給がない分野、政策的に作り出さなければならない供給分野に絞り議論をしてはどうか。
・ 何らかの介入がないと市場が育たないこと、需要と供給の双方に対して何らかの介入が必要であることが前提となる。
・ 振興にあたっては、需要があるのに供給がないところをどのように埋めていくかという発想と供給が需要を引き出すという発想がある。両視点が必要ではないか。
・ 「安心」のある市場というのは何なのか、高齢者特有の不安感に対する「安心」とは何か、を整理すべきではないか。
・ 身体能力の衰えのみられる高齢者に対するシルバーサービスをどうすべきかということに議論を絞るべきではないか。
・ 振興ビジョンは、市場のあり方論に絞った方がよいのでは。
・ 医療法人の介護分野参入、介護と医療の連携の問題、施設と在宅の連携という視点も必要である。

【シルバーサービスの範囲（公民の役割分担）】
・ 民間企業が担うサービス範囲をどう定義し、制度として支援するかを検討しなければならない。
・ 介護保険制度をどう見据えていくかで準市場・市場が変わるので、基点をどこに置くかが議論の上で重要となる。
・ 介護サービスにおいて、官民の役割分担（行政指導、監督と自由度の関係）について議論すべきである。
・ 普遍的ニーズ（所得格差がある中で公的サービスが支える部分）への対応が必要である。
・ 官による指導監査と民間が自由度をもって柔軟に対応するというせめぎ合いの中で、市場のあり方を議論する方がよい。
・ 自由競争に任せておいた方がよりよいサービス提供ができるもの、制度下におくべきもの、といった検討が必要である。

【振興方策の推進の枠組み】
・ 介護保険の制度改正をはじめ将来的な方向性を視野に入れておくべきである。
・ 振興ビジョンにＰＤＣＡサイクル、特にチェック、アクションという部分を埋め込んでいくべきではないか。
・ 即実行可能なもの、２、３年先に実施するもの、長期を見通したものといった時間軸の整理が必要である。

【その他】
・ 中高の教育課程で医療・介護についての教育や啓発を行う仕組みづくりを促進していく視点も必要ではないか。
・ 既存のものに引っ張られない、振興ビジョンの作成が必要である。

４．　委員会意見の再整理

(1) シルバーサービス振興の基本姿勢について

研究委員会・作業部会合同委員会（以下、委員会）での検討等を踏まえ、シルバーサービスを振興する上での基本姿勢を以下の２点に集約した。

1) 利用者本位の健全な市場を構築･維持する

シルバーサービス市場の利用者には、要支援･要介護高齢者が多く含まれていることからも、利用者一人ひとりの個性や尊厳を尊重しながら、利用者の立場に立ってサービスを提供することはもとより、健全な市場を構築・維持することが重要である。

2) 制度中心型のビジネスモデルから脱却する

介護保険制度によるサービスの充実に加え、介護保険外の民間介護サービス市場を充実させ上乗せ横出しが自由であるという介護保険制度のメリットを活かし、より手厚い介護サービス環境を整えることが望まれる。その際、上乗せ横出し等のサービスは公的介護保険制度の枠外で提供することになるため、とりわけ上乗せサービス部分については公的介護保険サービスと、民間介護保険サービスの棲み分けを明確化させる必要がある。また、公共と民間の役割のあり方を検討する上では、これからの高齢者の生活像やシルバーサービスのあるべき姿を描くことが重要と言え、シルバーサービスを振興するにあたっては、既存の枠組みを見直す創造的な視点が必要となる。

(2) 論点の再整理

シルバーサービス振興ビジョンを検討するにあたっては、「経営の安定化」、「透明性の確保」、「サービスの多様化と質の向上」の３つの論点をもとに委員会において意見出しを行った。委員会においてあがった様々な視点からの意見をふまえて、以下のように、「経営の安定性の確保」、「経営の効率性の向上」、「サービスの質の確保」、「新市場の開拓および市場の活性化」、「団塊世代の嗜好性を踏まえたサービスの提供」の５つの論点に再整理を行い、ビジョン作成にあたっての方向性について検討を行った。

1) 経営の安定化

委員会では、「人材の確保」の観点として、特に介護職員の離職率の高さが問題視されること、介護労働分野では非常勤職員、派遣労働等の占める割合が高いことから、「介護労働市場に関して議論する必要がある」という指摘や、「介護労働者が仕事に夢を持てる状況にあるのか」、との指摘が出された。

「安定経営のためのモデルづくり」については、例えば、「一部上場の大手と従業員 20 人程度の小規模事業所では業務の進め方や経営情報の開示の仕組みなどが異なり、事業所の規模によって経営のあり方に大きな差が見られる」との意見、「営利企業に運営補助等がつかないと、簡単に市場撤退する可能性があり、長期利用型のサービスの場合、利用者（高齢者）に及ぼす影響が出てしまう」との意見などが出された。

介護分野における持続的な経営基盤を整備するための方策案として、介護労働市場における課題として、介護人材の派遣労働市場の適正化、従業員への教育研修や処遇のあり方、キャリアアップの仕組み、高齢者の人材の活用など、また、安定経営の方策として、事業所規模の違いに着目した支援策等の検討があげられる。

2) 経営の効率性の向上

「経営の安定化」の議論に関連して、「経営効率の向上」に関する議論が数多く出された。とくに、「介護保険制度の市場内では、非効率的経営が見られる」との指摘があり、非効率的な構造を維持している要因の一つに、人員配置基準があげられた。

委員会意見を踏まえると、介護保険制度に関わる事業者は、さらなる経営効率の向上が望まれ、適正な経営環境を確保するための諸方策を検討することが考えられる。具体的な施策の例としては、ＩＴを活用した介護に関する振興支援策の検討について、提案がなされた。

3) サービスの質の確保

委員会意見では、「サービスの質の確保」の観点からも、数多くの意見があげられた。

「経営情報の開示」に関して、「情報というものは幾ら伝えても十分には届かない」という点で、利用者向けの情報提供のあり方についての指摘があった。

「営利性と公益性の整理」については、「長期間、継続して利用するサービスの場合、収益の観点のみで簡単に撤退されてしまうと利用者が安心してサービスを利用できない」という問題点から、「サービスの継続性を担保する仕組みとはどのようなものか」といった問題提起があげられた。これに関連し、シルバーサービスの持つ公益的性質、介護保険制度の考え方、官民どちらの市場による方が、社会利益に結びつくか等、官民の役割分担の整理について検討する必要性が指摘された。

「民間主体の自主監査・自主規制制度」については、「官の指導、監督等を受けながら民がどの程度、自由度を持って柔軟に事業を行えるか」との観点から、民間主体の取り組みの重要性が指摘されたとともに、「シルバーサービスの倫理性（「透明性」「公平性」「客観性」）、行為規範が、どのように自主性を持って立てられているのか」、との問題意識が指摘され、公の規制と相まって民間の取り組みも重要であり、シルバーサービス振興会など公益性の高い民間団体による認証等第三者評価の積極的活用が期待されるという意見があげられた。

「消費者保護」については、「国民生活センターや消費生活センターに寄せられる相談のほとんどが悪徳商法に関するものであり、金融関連の相談が急激に増えている」との指摘が見られた。

「質の向上のための基盤整備」については、「悪徳商法の増加の実態を鑑み、利用者に安心・安全を提供するシルバービジネスの市場の振興を重視すべき」との指摘も見られ、具体的方策案として、認証制度等による仕組みの展開などが提案された。

これらの意見を踏まえると、介護保険内外、あるいは要援護高齢者、元気高齢者の別を問わず、シルバーサービス全般において、安心につながる仕組み、経営倫理を維持する仕組みなど、サービスの質を確保するためのさまざまな取り組みが重要と言える。施策例として、高齢者の権利擁護の仕組みの整備、サービスの質の確保や経営品質に関する第三者評価制度の活用などがあげられた。

4) 新市場の開拓および市場の活性化

「新市場の開拓および市場の活性化」として、「事業資金の確保」と「介護保険以外の資金の確保」、「市場の活性化」の３つの論点に整理をした。

「事業資金の確保」については、売掛代金を確実に回収することが大切であるが、介護保険ビジネスはその９割が保障されているという点で安定経営を行いやすい一方、一般の民間の事業の場合は困難であることが指摘された。

「介護保険以外の資金の確保」については、老後不安の中で高齢者資産がフロー化しない実態が指摘された。

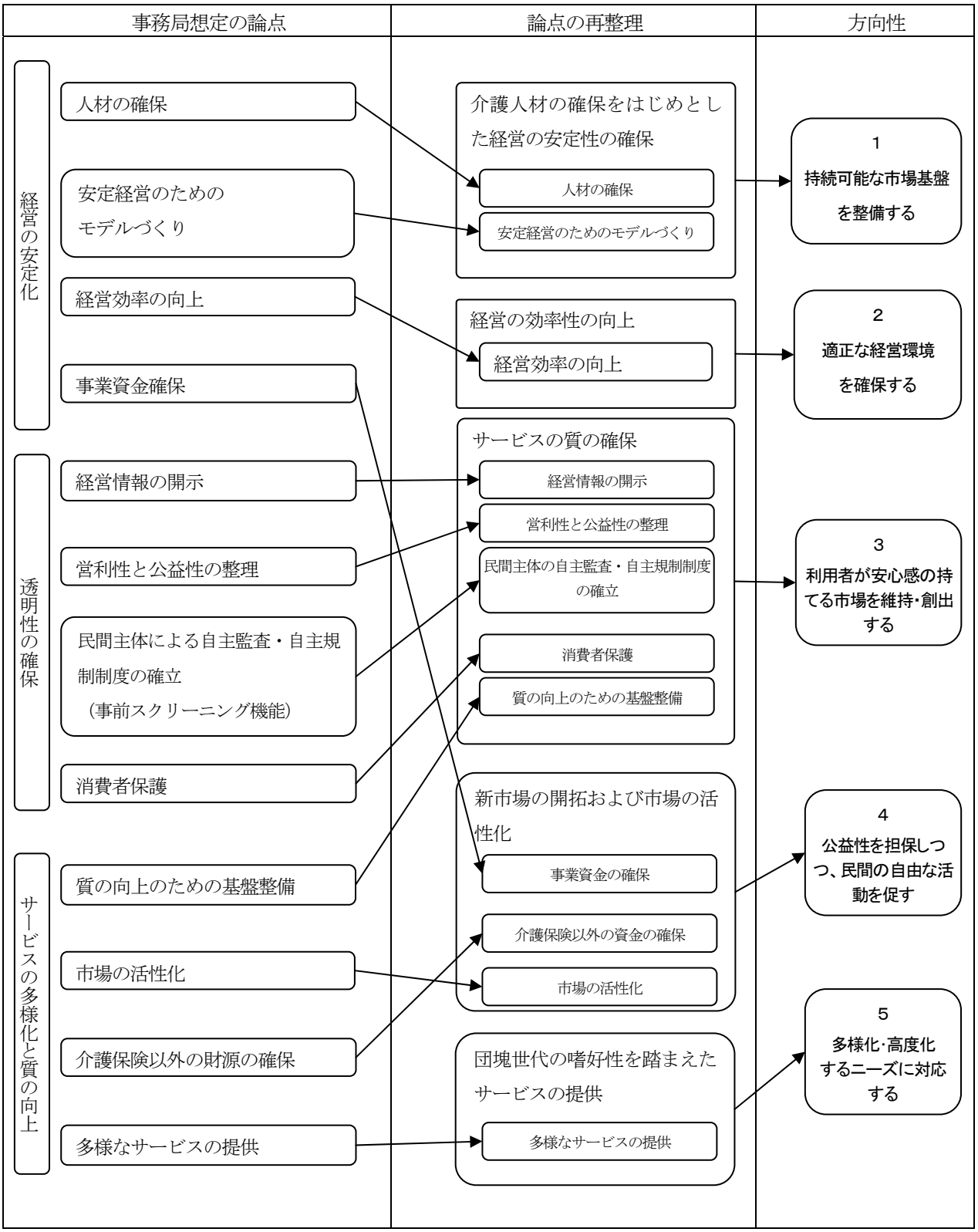
「市場の活性化」については、「日本のベンチャー企業が開発した商品が海外で知られていない」一方で、「海外の介護関連商品が日本に知られていない」ことから、「グローバルな視点でシルバーサービスの振興を図る」ことの重要性が指摘された。

公益性を担保しつつ、民間の自由な活動を促すための施策例として、民間介護保険の活性化や新規事業者の参入促進、海外マーケットの開拓（海外市場への進出支援策の検討）、ストックをフロー化する金融商品の検討があげられた。

5) 団塊世代の嗜好性を踏まえたサービスの提供

「団塊世代の嗜好性を踏まえたサービスの提供」に関しては、団塊の世代は価値観も生活様式も行動様式も人により異なること、サービスを受ける側ばかりでなく提供する側に回る可能性があること、高齢者層は所得や資産の格差が大きく、高齢者層をひとかたまりで捉えるのではなく、細分化してマーケティングを行う必要があること、ＩＴの有効活用の可能性、高齢期に安心して生活できる住宅の供給などの住まい方や、看取り方などの問題が重要であることなどが指摘された。

図表　　論点の再整理


事務局想定の論点
論点の再整理
方向性
経営の安定化
人材の確保
安定経営のための
モデルづくり
経営効率の向上
事業資金確保
透明性の確保
経営情報の開示
営利性と公益性の整理
民間主体による自主監査・自主規制制度の確立
（事前スクリーニング機能）
消費者保護
サービスの多様化と質の向上
質の向上のための基盤整備
市場の活性化
介護保険以外の財源の確保
多様なサービスの提供
介護人材の確保をはじめとした経営の安定性の確保
人材の確保
安定経営のためのモデルづくり
経営の効率性の向上
経営効率の向上
サービスの質の確保
経営情報の開示
営利性と公益性の整理
民間主体の自主監査・自主規制制度の確立
消費者保護
質の向上のための基盤整備
新市場の開拓および市場の活性化
事業資金の確保
介護保険以外の資金の確保
市場の活性化
団塊世代の嗜好性を踏まえたサービスの提供
多様なサービスの提供
1
持続可能な市場基盤を整備する
2
適正な経営環境を確保する
3
利用者が安心感の持てる市場を維持･創出する
4
公益性を担保しつつ、民間の自由な活動を促す
5
多様化･高度化するニーズに対応する

6)　調査研究を踏まえたシルバーサービスの振興の枠組み（図）

平成18年度調査研究を踏まえたシルバーサービスの振興の枠組み（案）

シルバーサービスの現状

- 団塊世代の高齢化が目前に迫っている
- 高齢者のニーズは高度化・多様化している
- 介護保険サービスは、「量」から「質」への転換

シルバーサービスを振興する上での基本姿勢

- 利用者本位の健全な市場を維持・構築する
- 制度中心型のビジネスモデルから脱却する
- 介護の産業構造の変革（イノベート）を促す

シルバーサービス振興がめざすべき社会像

- 加齢を前向きに捉え、その人らしい豊かな生涯を送ることができるようにすること
- 高齢社会に適切に対応するため官民挙げて取り組む

参考：「2015 年の高齢者介護」の目標「高齢者の尊厳を支えるケアの確立」

ビジョン作成にあたっての留意事項

- 市場の変化への対応（団塊世代対応）
- 民間の多様な取組を促す（規制緩和と社会的規制への対応）
- 介護保険の理念（イノベーション）を踏襲
- 利用者選択の支援、負担軽減支援
- 民間の自主的な質の確保策の支援

等

ナショナルミニマム（公的責任）

オプティマム（自己責任）

介護保険給付サービス

要援護高齢者

介護保険関連サービス

元気高齢者

その他のシルバーサービス

委員会・作業部会における意見

経営の安定性の確保

- 介護職員の高い離職率
- 提供主体の差や事業所規模等による経営手法の差異

経営の効率性の向上

- 制度市場内の非効率的経営

サービスの質の確保

- 情報の非対称性
- 市場からの撤退によるサービスの断絶
- 業界団体等による自主的な規律規制（自浄作用）の不足
- 悪質な事業者の存在
- 質の安全、安心に対する信頼感の不足

新市場の開拓及び市場の活性化

- 介護保険以外の資金確保の難しさ
- 老後不安の中でフロー化しにくい高齢者資産

団塊世代の嗜好性を踏まえたサービスの提供

- 価値観、生活様式、行動様式の多様化等への対応

方向性と施策のイメージ

●：委員会で提示された施策
○：その他の施策例

1　持続可能な市場基盤を整備する

＜検討事項の例＞
介護労働環境の改善（介護職員の雇用の在り方等）
安定経営のための支援

＜想定される施策の例＞
- ●介護労働における労務環境改善
- ○介護職のスキルアップ支援制度の整備
- ○介護事業者の経営品質の維持・向上への支援
- ○事業者団体等との連携及び指導体制の強化

2　適正な経営環境を確保する

＜検討事項の例＞
（生産性の向上）
（介護経営特性に配慮した経営指標の確立）

＜想定される施策の例＞
- ●ＩＴを活用した介護に関する振興支援策検討
- ○介護経営の分析と経営モデルの標準化
- ○経営効率指標の開発と評価の仕組みの整備

3　利用者が安心感の持てる市場を維持・創出する

＜検討事項の例＞
利用者向けの情報提供
サービスの継続性を担保する仕組みづくり
（コンプライアンスの重視）
不正行為・悪徳事業者排除の仕組みづくり
（監査、第三者評価の役割と在り方）

＜想定される施策の例＞
- ●高齢者の権利擁護の仕組みの充実強化
- ●公益性の高い民間団体による自主規制としての経営品質確保に向けた第三者評価制度の構築
- ○情報公表制度の拡充、利用者モニター制度の構築
- ○介護サービス事業者参入の事前チェック機能を構築、経営者・管理者の研修制度の充実
- ○市民への制度理解支援策の充実

4　公益性を担保しつつ、民間の自由な活動を促す

＜検討事項の例＞
民間介護保険の活性化
参入促進のための制度の検討
海外マーケットの開拓と対事業所サービスの振興

＜想定される施策の例＞
- ○団塊退職者の地域でのネットワーク化と積極的取組の支援
- ●利用者の自助努力の促進、負担軽減に向けた民間保険の活用や、そのための税制優遇等の支援策の検討
- ○ストックをフロー化する金融商品の検討

5　多様化・高度化するニーズに対応する

＜検討事項の例＞
高齢者の住みやすい住宅の整備とその支援の検討

＜想定される施策の例＞
- ●高齢者の住みやすい住宅整備や振興策の検討
- ○介護予防、健康・生きがい、就労等を重視したまちづくり支援

平成１８年度：　意見、論点出し

次年度：検討領域の絞り込み
振興ビジョンの作成

５．　シルバーサービスの振興ビジョン作成にむけて

(1)　基本的考え方

団塊世代が高齢者となる 2015 年に向けて、シルバーサービス分野へのニーズは、ますます増大かつ多様化していくと予想される。このため、シルバーサービス市場の拡大が期待されていることから、我が国における今日的なシルバーサービスの振興について明確なビジョンを示す必要があり、サービスの質の確保や市場の健全な発展に向けた取組みをさらに進めなければならない。また、今回のアンケート調査によると、「シルバーサービスに参入する場合の課題」として、「高齢者のニーズ把握」と「人材の確保･育成」があげられ、参入するにあたっては、「収益性」、「利用者満足の拡大」、「商品・サービスの品質向上」を重視する傾向が見られた。これらの点は、シルバーサービスの市場拡大を検討する上で重要なポイントと考えられる。

こうした振興ビジョンの検討に当たっては、シルバーサービスの領域をどうとらえるか、また、どのような視点で検討を行うことが必要かが議論となった。このため、委員会では便宜上、その領域を大きく３つに分けるとともに、検討に当たって、①経営の安定化、②透明性の確保、③サービスの多様化と質の向上、という３つの論点で整理しながら、議論を行った。

「介護保険（給付対象）サービス」、「介護保険関連サービス」、「その他のシルバーサービス」のサービス分野別の基本的考え方は次の通りである。

まず、「介護保険（給付対象）サービス」分野は、行政がその安定供給と質の確保に関して、責任を持つ面が大きい。そのため、健全な介護保険サービス市場の基盤整備や維持に向けて、政策の方向性や行政の行うべき事項について、ビジョンの中で明確に示すことが望まれる。

「介護保険関連サービス」分野については、未知数の部分が多いため、現状の市場動向を的確に把握した上で、その拡大・発展に向けた具体的な取り組みをビジョンの中で掲げることが望まれる。

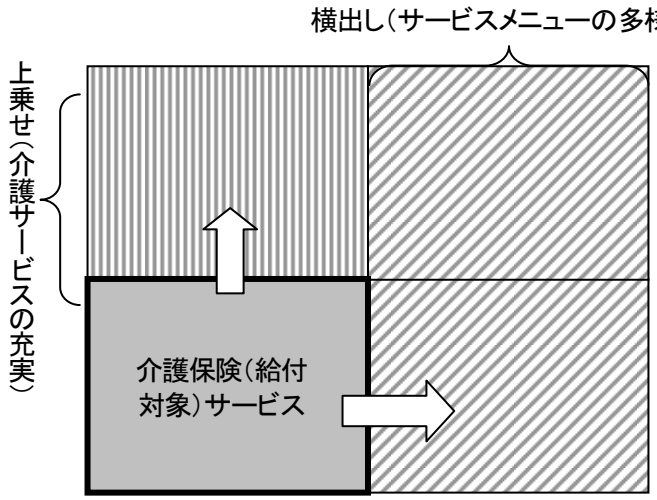
「その他のシルバーサービス」分野は、高齢者一人ひとりの生活状況や価値観などによりサービスが多様であることと、必要最低限のサービスではないことから、行政が主導するというよりは民間事業者の主体的な活動を促すことが基本となると考えられることから、その大きな方向性を示すことが望まれる。

(2)　検討にあたっての視点

シルバーサービスは多岐にわたっており、振興ビジョンで検討すべき事項は幅広い。このため、前述のとおり、今回の検討における議論をあらためて整理し、今後の振興ビジョンの作成に向けて次ページ以降の３点の視点を重視して取り組むこととした。

1) 多様なニーズに応えるサービスの開発・普及

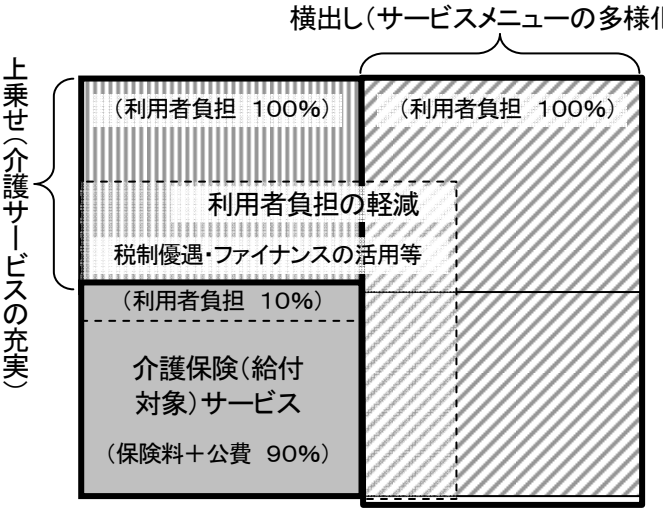
介護保険制度によるサービスは、「安心して過ごせる高齢期」を実現する上で高齢者にとって欠くことのできないものではあるが、それのみで十分というわけではない。高齢者の生活や価値観は多様化してきており、高齢者一人ひとりの生活をきめ細かく支援するサービスを開発し、提供するためには、より一層、サービスの多様化を促すことが大切である。また、「介護保険」という制度ビジネスに偏らない均衡あるシルバーサービス市場を確立するには、さらなる民間参入が望まれるところである。



注：ここでの「上乗せ」および「横出し」とは、第１号、第２号被保険者の保険料を財源とする介護保険制度上のサービス（支給限度額の増額、および市町村特別給付）ではなく、介護保険制度外の全額自己負担のサービスとする。（以下同様）

2) 利用者の負担軽減を図るファイナンスの仕組みの構築

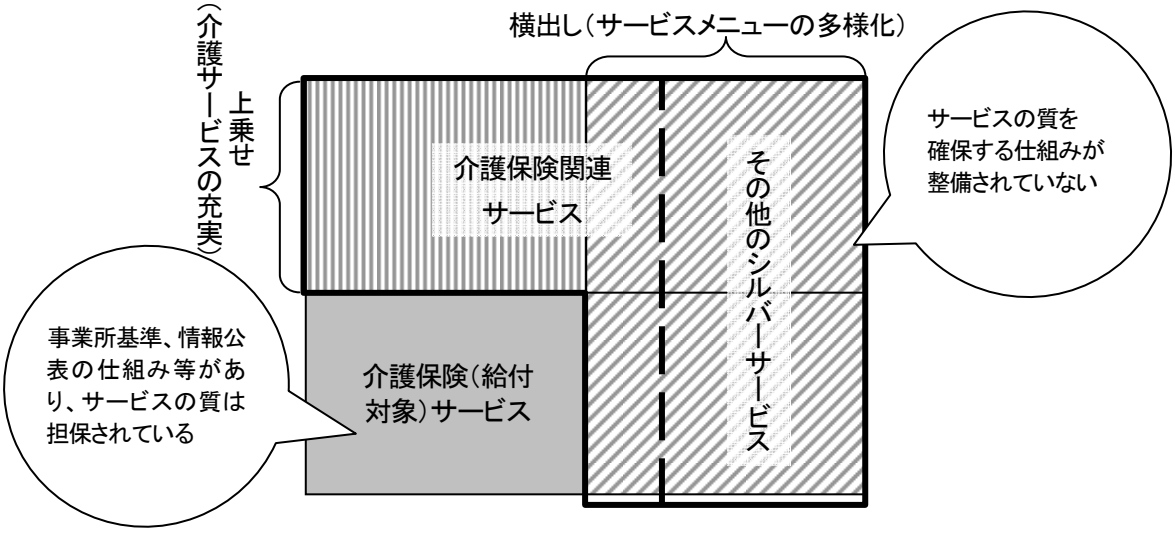
多様な介護ニーズに応えるためには、公的介護保険サービスの充実に加えて、民間介護保険サービスの充実・拡大が求められる。また、高齢者が老後の限られた生活資金の中でも、介護保険を含むシルバーサービスをできる限り自由に利用できるように、利用者負担の軽減を図る仕組みづくり、たとえば民間の保険の積極的開発と活用の他、利用者への税制優遇の検討なども望まれる。



3) 充実・多様化を進める上でのサービスの質の確保

介護保険（給付対象）サービスの場合、都道府県知事等による事業者指定の仕組みや、小規模多機能型居宅介護や認知症対応型共同生活介護に対する外部評価、さらには現在、整備されつつある情報公表制度などにより、サービスの質を担保している。

しかし保険外のサービスでは、事業者基準（人員基準、設備基準、運営基準など）がないばかりか、サービス内容の情報開示、情報公表の仕組みが体系的に整備されているわけでもないため、介護保険サービスと比べ、サービスの標準化、質の確保・向上、消費者保護などの観点で新たな取組みを検討することが望まれる。



資　料　編

１）　アンケート票

２）　回答企業のプロフィール

１）　アンケート票

厚生労働省老人保健事業推進費等助成金事業

介護保険制度下におけるシルバーサービスの振興ビジョンに関する調査研究事業

企業における高齢社会への対応に関する意識調査

社団法人 シルバーサービス振興会

拝啓　時下益々ご健勝のこととお慶び申し上げます。

弊会は、高齢者が安心して暮らせる社会づくりを民間の立場から支えるため、福祉サービスから生きがい関連に至るシルバーサービスの質の向上と、その健全な発展を図ることを目的として、昭和 62 年 3 月に設立された厚生労働省所管の公益法人でございます。

このたび、標記研究事業実施にあたり、企業における高齢社会への対応について、貴社の経営企画担当者・広報担当者の方々を対象に、以下についてご回答いただきたく、お願い申し上げます。

敬具

記入上のご注意

1　このアンケート調査には、**経営企画担当者・広報担当者の方**がご回答ください。

2　調査票は、同封の返信用封筒を使用して　平成 19 年 3 月 19 日（月）までにご返送ください。ご回答いただきました内容については、次のように取り扱います。

①　調査目的以外には使用いたしません。
②　統計的に処理し、会社名、事業所名等が特定できないように配慮します。
③　自由記載の内容も、個々の回答者が特定されないよう配慮し、データ化します。
④　調査への拒否や、一部の調査項目への回答拒否があっても、そのことで不利益が生ずることはありません。
⑤　調査結果は、報告書として公表されます。
なお、ご協力いただいた事業者の方には、報告書をお送りさせていただきます。

3　調査内容についてご不明な点がありましたら、下記までお問い合わせください。

【お問い合わせ先】
社団法人 シルバーサービス振興会
「企業における高齢社会への対応に関する意識調査」事務局
〒102-0083　東京都千代田区麹町 3 丁目 1 番地 1　麹町 311 ビル
TEL：03-5276-1600(代表)　FAX：03-5276-1601　担当：柳澤、藤牧
お問い合わせ受付時間：月～金　9:30～17:30

4　アンケート調査票の送付は、下記までお願いいたします。

【アンケート調査票返送先】
〒110-8767　東京都台東区上野 5-6-10　台和上野ビル 4F （株）シードプランニング　気付
「企業における高齢社会への対応に関するに関する意識調査」集計係
TEL：03-3835-9211(代表)　FAX：03-3831-0495　担当：渡辺、須田、米谷

【企業概要について】

１．貴社の本社所在地を都道府県名でお答えください。

２．貴社の業態は次のいずれですか。（複数該当の場合は主なもの１つに○）

１．製造業（メーカー）	５．建設・不動産業
２．食品・小売業	６．医療・福祉等専門サービス業
３．金融・保険業	７．サービス業（運輸、電力、レジャーなど）
４．情報・通信業、出版業	８．その他（　　）

３．貴社の設立年は、次のいずれですか。（１つに○）

１．1960 年以前	４．1980～1989 年
２．1960～1969 年	５．1990～1999 年
３．1970～1979 年	６．2000 年以降

４．貴社の資本金規模は、次のいずれですか。（１つに○）

１．1000 万円未満	４．5000 万円～1 億円未満
２．1000 万円～3000 万円未満	５．1 億円～5 億円
３．3000 万円～5000 万円未満	６．5 億円以上

５．貴社の従業員規模は、次のいずれですか。（１つに○）

１．10 人未満	４．500 人～1000 人未満
２．10 人～100 人未満	５．1000 人～5000 人未満
３．100 人～500 人未満	６．5000 人以上

６．貴社の売上規模は、次のいずれですか。（１つに○）

１．1 億円未満	４．100 億円～500 億円未満
２．1 億円～10 億円未満	５．500 億円～1000 億円
３．10 億円～100 億円未満	６．1000 億円以上

【“シルバーサービス”の考え方について】

※シルバーサービスの定義について

シルバーサービスとは、「民間部門により、利用者が高齢者であることを意識して、提供されるサービス及び商品」と定義されています。（「厚生白書」平成３年版より）

当アンケート調査においては“シルバーサービス”を以下のように定義いたします。
これより先“シルバーサービス”という言葉は下記の意味で使用しております。

“シルバーサービス”
＝ 公的介護保険で給付されるサービス ＋ 介護関連サービス ＋ その他高齢者を対象としたサービス全般

７．貴社にとって“シルバーサービス”といった場合の対象年齢は次のいずれですか。（１つに○）

１．50 歳以上	４．全年齢を対象としている
２．60 歳以上	５．わからない
３．65 歳以上	６．その他（　　）

８．貴社にとって“シルバーサービス”といった場合、連想するイメージは次のいずれですか。
（１つに○）

１．公的介護保険（施設含む）で給付されるサービス
２．介護・健康関連（老化防止を含む）サービス
３．高齢者を対象としたサービス全般
４．その他（　　）

９．貴社にとって“シルバーサービス”市場に対する考え方のうち最も近いものは次のいずれですか。（１つに○）

１．たいへん魅力的な市場である
２．魅力的な市場である
３．普通
４．あまり魅力的な市場でない →
５．魅力的な市場でない →

その理由を具体的にご記入ください。

【“シルバーサービス”への参入状況について】

10. 貴社の“シルバーサービス”への参入状況は次のいずれですか。（１つに○）

１．すでに参入している	４．参入の予定も検討もない
２．参入を予定している	５．参入していたが撤退した
３．参入を検討している	６．その他（　　）

11. 貴社の“シルバーサービス”への参入（あるいは参入予定）時期は次のいずれですか。（１つに○）

１．1990 年　以前	４．2005 年以降
２．1990～1999 年	５．未定（今後 3 年以内参入）
３．2000～2005 年	６．その他（　　）

12. 貴社の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）の割合は次のいずれですか。（１つに○）

１．０％	４．40%～60%未満
２．20%未満	５．60%～80%未満
３．20%～40%未満	６．80%以上

13. 貴社の商品・サービスに占める“シルバーサービス”の割合は次のいずれですか。（１つに○）

１．０％	４．40%～60%未満
２．20%未満	５．60%～80%未満
３．20%～40%未満	６．80%以上

14. 貴社の“シルバーサービス”に対する戦略は次のいずれですか。（１つに○）

１．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
２．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
３．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
４．特に高齢者を意識したサービスを提供する予定はない

15. 貴社が“シルバーサービス”に参入するとした場合、対象とする分野は次のいずれですか。（上位２つまで○）

１．衣生活分野（身の回り、ファッション、理美容関連等）
２．食生活分野（食品・飲料の製造・販売、配食サービス等）
３．住生活分野（不動産、リフォーム、セキュリティ、家具等）
４．情報・通信分野（情報端末を使った各種サービス等）
５．まちづくり分野（商業施設、交流施設、道路、輸送施設整備等）
６．金融・保険商品分野（年金・保険商品開発等）
７．医療（周辺）分野（寝具や衣類の洗濯・消毒、院内清掃を含む）
８．移送サービス分野（送迎等）
９．在宅サービス分野（訪問介護、家事支援等）
10. 施設介護サービス分野（老人ホーム等）
11. 福祉用具・介護用品分野
12. 教養・出版・印刷分野
13. 健康づくり、スポーツ、レジャー（旅行、玩具・文具、ベッド関連を含む）分野
14. その他（具体的に：　　）

16. 貴社が“シルバーサービス”に参入するとした場合、課題は次のいずれですか。（上位２つまで○）

１．高齢者のニーズ把握
２．顧客確保
３．マーケットの拡大
４．人材の確保・育成
５．人件費負担
６．事業資金確保
７．利益確保
８．公的規制
９．他社との競合
10. 公的（非営利）サービスとの競合
11. その他（　　）
12. 特に課題はない

17. 貴社が“シルバーサービス”に参入するとした場合、特に重要する点は次のいずれですか。（上位２つまで○）

１．収益性	５．利用者満足の拡大
２．安定性	６．商品・サービスの品質向上
３．公益性	７．わからない
４．企業のイメージアップ	８．その他(　　)

【“シルバーサービス”の充実について】

18.“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は次のいずれですか。

①公的介護保険で給付されるサービスの場合（１つに○）

１．国(公的機関)による監査・指導
２．国（公的機関）による品質保証制度
３．民間機関（JIS、ISO 等）による品質保証制度
４．第三者による評価制度
５．企業による情報公開
６．企業間における競争（利用者による選別）
７．その他(　　)

②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（１つに○）

１．国(公的機関)による監査・指導
２．国（公的機関）による品質保証制度
３．民間機関（JIS、ISO 等）による品質保証制度
４．第三者による評価制度
５．企業による情報公開
６．企業間における競争（利用者による選別）
７．その他（　　）

③その他高齢者を対象としたサービス（１つに○）

１．国(公的機関)による監査・指導
２．国（公的機関）による品質保証制度
３．民間機関（JIS、ISO 等）による品質保証制度
４．第三者による評価制度
５．企業による情報公開
６．企業間における競争（利用者による選別）
７．その他（　　）

19. 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は次のいずれですか。

①公的介護保険で給付されるサービス（１つに○）

１．公的社会保障制度（年金、介護保険）の充実
２．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
３．保険会社による民間（年金、介護）保険の充実
４．その他（　　）

②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（１つに○）

１．公的社会保障制度（年金、介護保険）の充実
２．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
３．保険会社による民間（年金、介護）保険の充実
４．その他（　　）

③その他高齢者を対象としたサービス（１つに○）

１．公的社会保障制度（年金、介護保険）の充実
２．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
３．保険会社による民間（年金、介護）保険の充実
４．その他（　　）

以上ご協力ありがとうございました

※調査結果をお送りいたしますので、ご入用の方は貴社のご連絡先をご記入ください。

郵便番号　　－

貴社の所在地

貴　社　名

所属部署名

ご担当者名　　様

電話番号　　－　　－

２）　回答企業のプロフィール

①　本社所在地

図表１　本社所在地

	都道府県	件数		都道府県	件数		都道府県	件数
1	北海道	4	17	石川県	1	33	岡山県	5
2	青森県	0	18	福井県	1	34	広島県	7
3	岩手県	1	19	山梨県	0	35	山口県	1
4	宮城県	4	20	長野県	4	36	徳島県	0
5	秋田県	0	21	岐阜県	3	37	香川県	0
6	山形県	2	22	静岡県	7	38	愛媛県	1
7	福島県	2	23	愛知県	17	39	高知県	1
8	茨城県	3	24	三重県	0	40	福岡県	8
9	栃木県	2	25	滋賀県	1	41	佐賀県	0
10	群馬県	3	26	京都府	7	42	長崎県	0
11	埼玉県	6	27	大阪府	31	43	熊本県	0
12	千葉県	2	28	兵庫県	8	44	大分県	0
13	東京都	127	29	奈良県	0	45	宮崎県	0
14	神奈川県	17	30	和歌山県	1	46	鹿児島県	2
15	新潟県	2	31	鳥取県	0	47	沖縄県	0
16	富山県	2	32	島根県	0		無回答	5

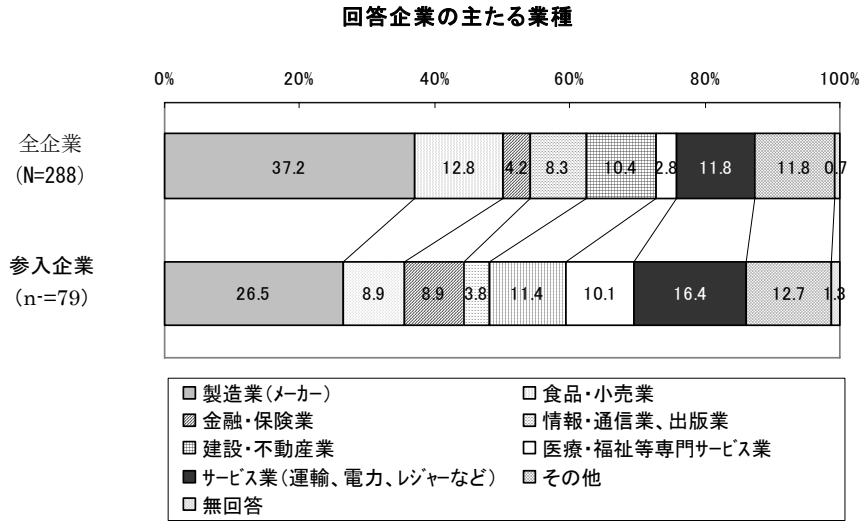
② 業種

回答企業の主たる業種を伺ったところ、全体では「製造業（メーカー)」が 37.2%で最も多く、次いで「食品・小売業」12.8%、「サービス業」が 11.8%、「建設・不動産」10.4%、「情報・通信業、出版業」8.3%、「金融・保険業」4.2%、「医療・福祉等専門サービス業」2.8%であった。

すでに参入している企業だけでみると、「製造業（メーカー)」が 26.5%で最も多く、次いで「サービス業」16.4%、「建設・不動産」11.4%、「医療・福祉等専門サービス業」10.1%、「食品・小売業」および「金融・保険業」8.9%、「情報・通信業、出版業」3.8%であった。

図表 2　回答企業の主たる業種

	全企業(N=288)		参入企業(n=79)	
	n	全体 %	n	全体 %
製造業（メーカー)	107	37.2	21	26.5
食品・小売業	37	12.8	7	8.9
金融・保険業	12	4.2	7	8.9
情報・通信業、出版業	24	8.3	3	3.8
建設・不動産業	30	10.4	9	11.4
医療・福祉等専門サービス業	8	2.8	8	10.1
サービス業（運輸、電力、レジャーなど)	34	11.8	13	16.4
その他	34	11.8	10	12.7
無回答	2	0.7	1	1.3
全体	288	100.0	79	100.0



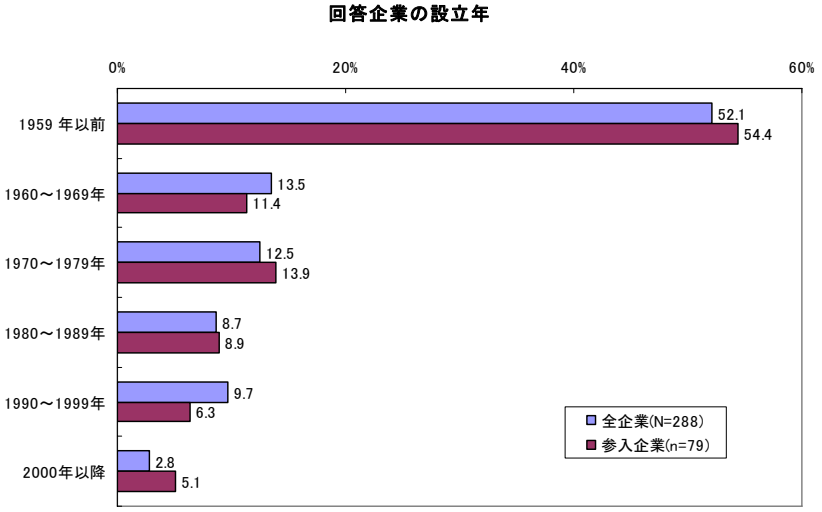
③　設立年

回答企業の設立年を伺ったところ、全体では「1959 年以前」が 52.1％と過半数を占め、次いで「1960～1969 年」13.5％、「1970～1979 年」が 12.5％、「1990～1999 年」9.7％、「1980～1989 年」8.7％、「2000 年以降」2.8％であった。

図表 3　回答企業の設立年

	全企業(N=288)		参入企業(n=79)	
	n	全体 %	n	全体 %
1959 年以前	150	52.1	43	54.4
1960～1969 年	39	13.5	9	11.4
1970～1979 年	36	12.5	11	13.9
1980～1989 年	25	8.7	7	8.9
1990～1999 年	28	9.7	5	6.3
2000 年以降	8	2.8	4	5.1
無回答	2	0.7	0	0.0
全体	288	100.0	79	100.0

※調査票の選択肢に、「1960 年」を意味する内容が、「1960 年以前」「1960～1969 年」の 2 箇所あり、それを区別するため、集計・分析にあたっては、「1960 年以前」を「1959 年以前」に変更した。

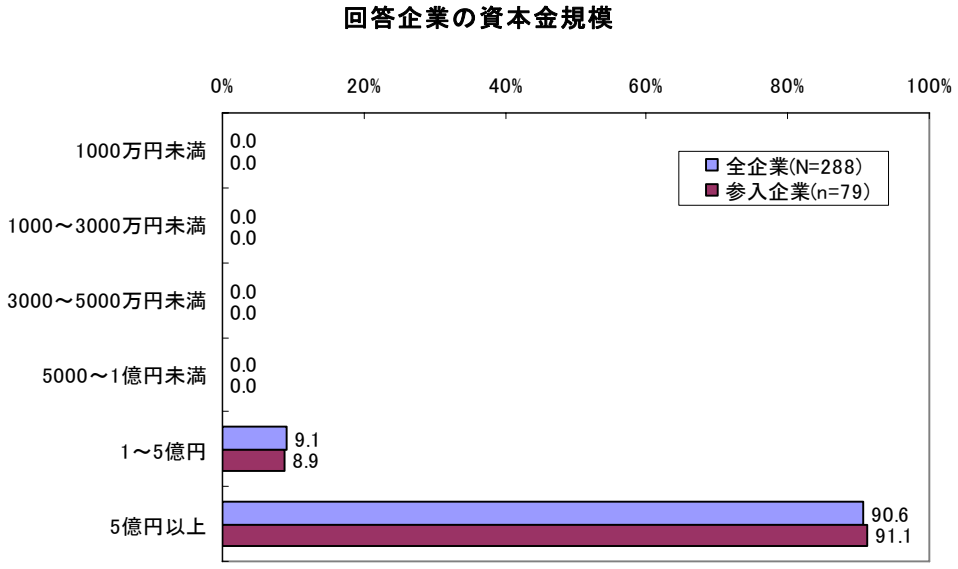


④　資本金規模

回答企業の資本金規模を伺ったところ、「５億円以上」の企業が回答企業全体では90.6%、参入企業のみでは91.1%で大半を占めた。

図表４　回答企業の資本金規模

	全企業(N=288)		参入企業(n=79)	
	n	全体 %	n	全体 %
1000万円未満	0	0.0	0	0.0
1000万円～3000万円未満	0	0.0	0	0.0
3000万円～5000万円未満	0	0.0	0	0.0
5000万円～1億円未満	0	0.0	0	0.0
1～5億円	26	9.1	7	8.9
5億円以上	261	90.6	72	91.1
無回答	1	0.3	0	0.0
全体	288	100.0	79	100.0



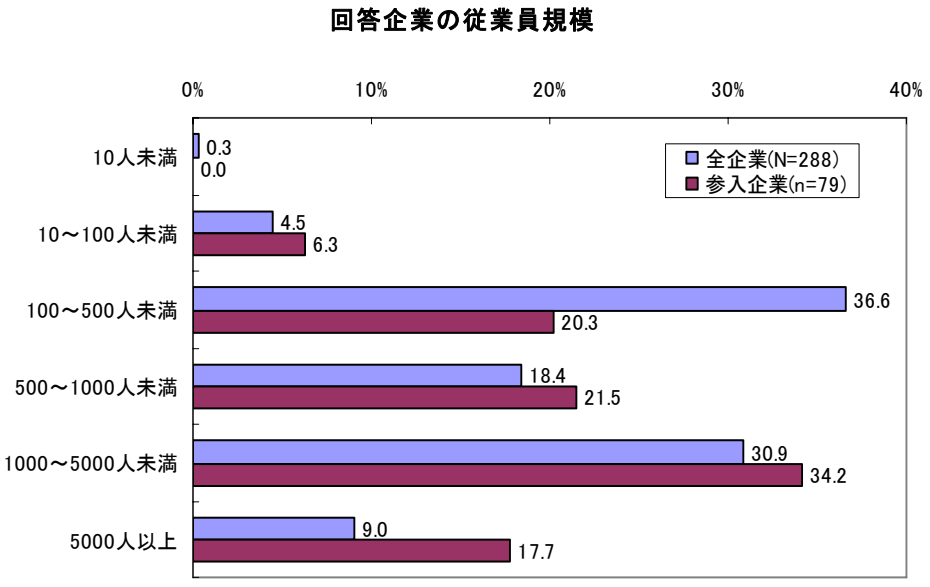
⑤　従業員規模

回答企業の従業員規模を伺ったところ、回答企業全体では「100 人～500 人未満」が 36.6%で最も多く、次いで「1000～5000 人未満」30.9%、「500 人～1000 人未満」18.4%、「5000 人以上」9.0%、「10～100 人未満」4.5%、「10 人未満」0.3%であった。

すでに参入している企業だけでみると「1000～5000 人未満」が 34.2%で最も多く、次いで「500～1000 人未満」21.5%、「100～500 人未満」20.3%、「5000 人以上」17.7%、「10～100 人未満」6.3%であった。

図表 5　回答企業の従業員規模

	全企業(N=288)		参入企業(n=79)	
	n	全体 %	n	全体 %
10 人未満	1	0.3	0	0.0
10～100 人未満	13	4.5	5	6.3
100～500 人未満	105	36.6	16	20.3
500～1000 人未満	53	18.4	17	21.5
1000～5000 人未満	89	30.9	27	34.2
5000 人以上	26	9.0	14	17.7
無回答	1	0.3	0	0.0
全体	288	100.0	79	100.0



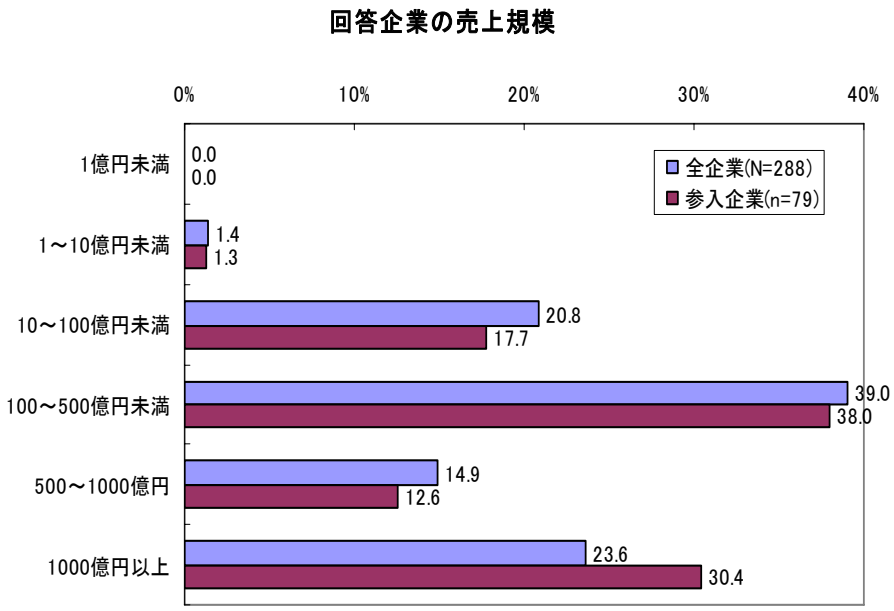
⑥　売上規模

回答企業を売上規模別にみると、全体では「100～500 億円未満」が 39.0%で最も多く、次いで「1000 億円以上」23.6%、「10～100 億円未満」20.8%、「500～1000 億円」14.9%、「1～10 億円未満」が 1.4%であった。

すでに参入している企業だけでみると、「100～500 億円未満」が 38.0%で最も多く、次いで「1000 億円以上」30.4%、「10～100 億円未満」17.7%、「500～1000 億円」12.6%、「1～10 億円未満」が 1.3%であった。

図表 6　回答企業の売上規模

	全企業(N=288)		参入企業(n=79)	
	n	全体 %	n	全体 %
1 億円未満	0	0.0	0	0.0
1～10 億円未満	4	1.4	1	1.3
10～100 億円未満	60	20.8	14	17.7
100～500 億円未満	112	39.0	30	38.0
500～1000 億円	43	14.9	10	12.6
1000 億円以上	68	23.6	24	30.4
無回答	1	0.3	0	0.0
全体	288	100.0	79	100.0



この事業は厚生労働省老人保健事業推進費等補助金
（老人保健健康増進等事業分）事業の一環として
行われたものです。

介護保険制度下におけるシルバーサービスの振興ビジョンに関する調査研究
事業報告書

平成 19 年 3 月発行
内容照会先　社団法人　シルバーサービス振興会　企画部
〒102-0083　東京都千代田区麹町 3 丁目 1 番地 1
TEL：03-5276-1602　　FAX：03-5276-1601