

第 2 章 本調査研究の前提の整理

第2章 本調査研究の前提の整理

本章では、本調査研究を進めていく上での前提を整理する。第1節では本調査研究が対象とする高齢者向け生活支援サービスとその提供主体について定義を行う。第2節では、先行調査研究の整理を行い本調査研究の論点を明確化する。

1. 本調査研究の背景

近年の急速な高齢化や財政の悪化などにより、社会問題の解決を行政のみが担うことは難しくなると思われ、それに代わる新たな手段として「新しい公共」の概念が民主党政権により提唱されている。「新しい公共」の概念は、行政サービスのみに頼るのではなく、NPO や民間事業者等の地域に存在する多様な主体によって提供されるサービスを社会資源として活用することである。このような環境下において、社会問題の解決に民間事業者の果たす役割に対して期待が高まっている。

また、少子高齢化や核家族化の進展などにより、これまで地域を支えてきた地縁・血縁によるネットワークが弱まり、地域コミュニティの崩壊が指摘されている。最近、高齢者の孤独死などがニュースで取り上げられているように、地域コミュニティの崩壊は大きな社会問題として浮上してきており、地域コミュニティの再構築が求められている。

2. 本調査研究が対象とする高齢者向け生活支援サービスとサービス提供主体

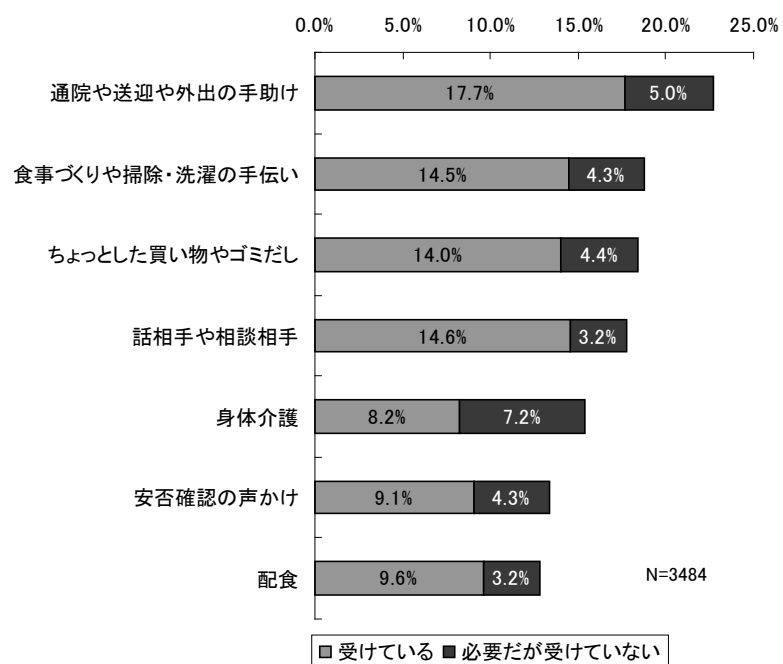
本節では、高齢者の生活支援ニーズについて整理を行い、本調査研究が対象とする高齢者向け生活支援サービスとその提供主体について以下のように定義する。

(1) 本調査研究が対象とする高齢者向け生活支援サービス

① 生活支援サービスに対する高齢者のニーズ

まず、高齢者が日常生活を送る上での生活支援のニーズについて、既存調査結果の整理を行う。図表 2-1 は、健康状態のよくない高齢者の生活支援サービスの利用状況に関する調査結果である。これによると現在サービスを利用している高齢者と必要だが受けていない高齢者の割合を合計すると、「通院や送迎や外出の手助け」といった移送サービス、「食事づくりや掃除・洗濯の手伝い」や「ちょっとした買い物やゴミだし」といった家事援助サービスで 20%程度である。次に「話相手や相談相手」、「身体介護」が続いている。「安否確認の声かけ」の見守りサービスや配食サービスは 15%程度となっている。

図表 2-1 健康状態のよくない高齢者の生活支援サービスに関するニーズ

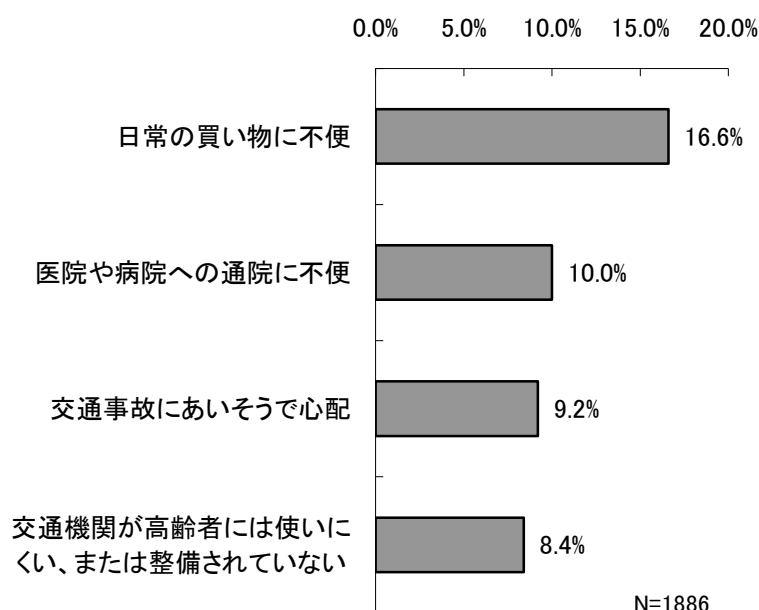


(出所：内閣府「高齢者の地域におけるライフスタイルに関する調査」(平成 21 年度)より作成)

また上記のサービスの現在の主たる担い手は同居の家族という回答が半数以上を占めている。今後独居や高齢者のみの世帯の増加に伴い、民間事業者等による高齢者の生活支援のニーズも増大することが予測できる。

次に、一人暮らし高齢者世帯の心配事に関する調査結果を見ていく。高齢者図表 2-2 は、内閣府の「高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査」より高齢者が生活環境について不便に感じている点についての集計結果の抜粋である。これによると「日常の買い物に不便」、「医院や病院の通院に不便」という項目が上位を占めており、買い物支援サービスや移送サービスの必要性を見て取ることが出来る。

図表 2-2 一人暮らし高齢者世帯での心配事

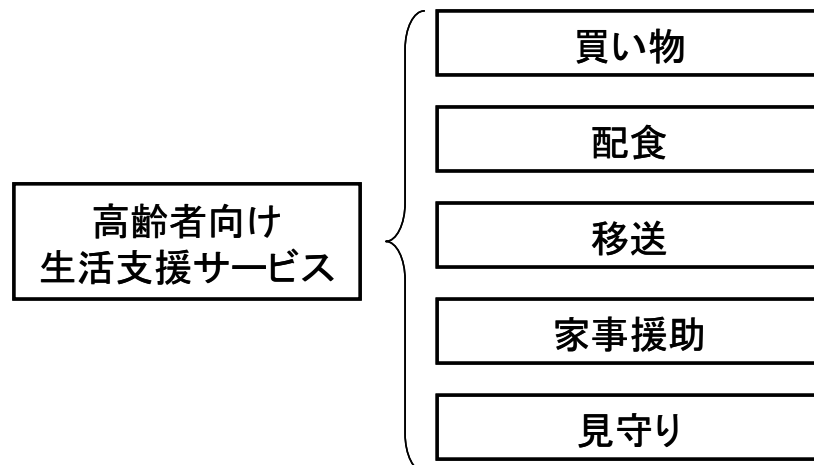


（出所：内閣府「高齢者の住宅と生活環境に関する意識調査」（平成 17 年度）より作成）

② 本調査研究で取り上げる生活支援サービス

前項の結果を踏まえ、本調査研究が対象とする高齢者向け生活支援サービスを設定する。本調査研究が対象とする高齢者向け生活支援サービスは、図表 2-3 に示した 5 種類である。幅広く高齢者向けのシルバージネズを対象とするのではなく、高齢者の日常生活を支える上で必要不可欠となるものを対象として選定した。また、既に介護保険のサービスとして提供されている「身体介護」、民間事業者のサービスとして想定することが難しい「話相手や相談相手」等については対象としない。

図表 2-3 本調査研究が対象とする高齢者向け生活支援サービス



③ 地域包括ケアと本調査研究の関連

なお地域包括ケア研究会報告書（平成 21 年度）では、地域包括ケアをめぐる現状と課題を整理した上で、「2025 年の地域包括ケアの姿」を提示している。地域包括ケアを支えるサービス提供のあり方として、「地域住民は住居の種別（従来の施設、有料老人ホーム、グループホーム、高齢者住宅（持ち家、賃貸））にかかわらず、おおむね 30 分以内（日常生活圏域）に生活上の安全・安心・健康を確保するための多様なサービスを 24 時間 365 日通じて利用しながら、病院等に依存せずに住み慣れた地域での生活を継続することが可能」な状態が示されている。上記のうち「多様なサービス」とは、図表 2-4 に示すものを指す。これを受けて、本調査研究では、地域包括ケアの実現に向けて必要となるサービスのうち、民間事業者の参入が見込まれる分野である「生活支援サービス」と「家事援助サービス」を主に対象とすることになる。（ここでの「生活支援サービス」と「家事援助サービス」は地域包括ケア研究会報告書で定義されている言葉であり、本調査研究で指す「高齢者向け生活支援サービス」とは若干サービス内容が異なる。）

図表 2-4 2025 年の地域包括ケアにおける多様なサービス

✓	居場所の提供
✓	権利擁護関連の支援（虐待防止、消費者保護、金銭管理など）
✓	生活支援サービス（見守り、緊急通報、安否確認システム、食事、移動支援、社会参加の機会提供、その他電球交換、ゴミ捨て、草むしりなどの日常生活にかかる支援）
✓	家事援助サービス（掃除、洗濯、料理）
✓	身体介護（朝晩の着替え、排泄介助、入浴介助、食事介助）
✓	ターミナルを含めた訪問診療・看護・リハビリテーション

（出所：地域包括ケア研究会「地域包括ケア研究会報告書」（平成 21 年度）より作成）

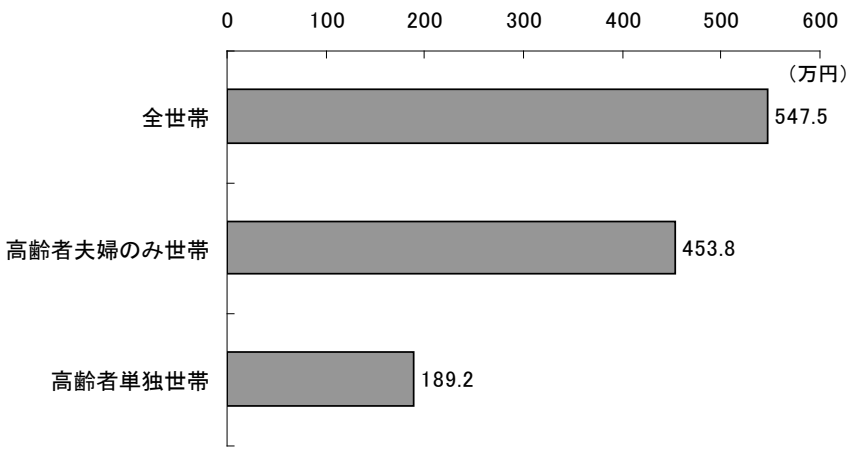
④ 本調査研究が対象とする高齢者向け生活支援サービスの特徴

本調査研究が対象とする高齢者向け生活支援サービスの特徴について述べる。

図表 2-5 は、高齢者単独世帯・高齢者夫婦世帯と全世帯の所得の比較を行ったものである。全世帯の平均所得が 547.5 万円であるのに対して高齢者夫婦のみ世帯では 453.8 万円、高齢者

単独世帯は 189.2 万円と少なくなっていることが分かる。

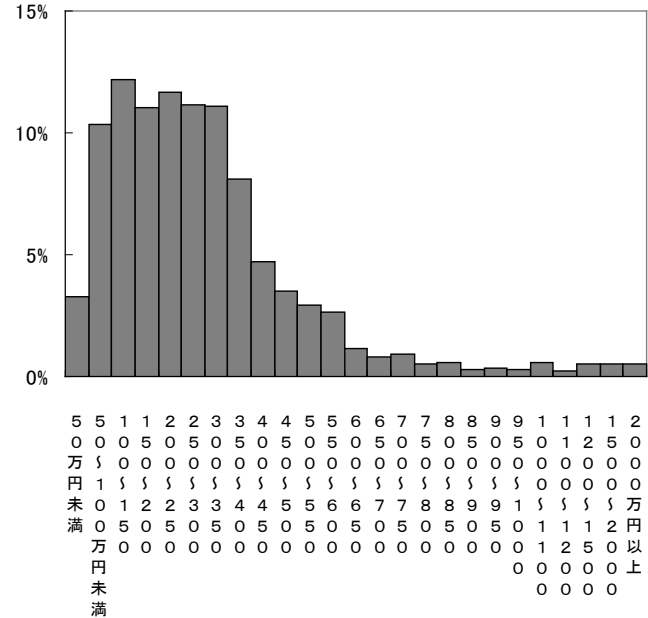
図表 2-5 高齢者単独・高齢者夫婦世帯・全世帯における所得



(出所：厚生労働省「国民生活基礎調査」(平成 21 年度) より作成)

次に高齢者のみ世帯の所得分布の内訳についてみていく。図表 2-6 は、高齢者単独・高齢者夫婦世帯における所得の分布を示したものである。多くの高齢者は 400 万円未満に集中しており高額所得の高齢者はわずかであることが示されている。上記のような高齢者の所得の特徴を踏まえて、本調査研究では一部の高所得の高齢者だけでなく、幅広い所得層の高齢者が利用出来るサービスを主眼とする。

図表 2-6 高齢者単独・高齢者夫婦世帯における所得分布



(出所：厚生労働省「国民生活基礎調査」(平成 21 年度) より作成)

また、本調査研究が対象とする高齢者向け生活支援サービスは、ここまでに定義したように

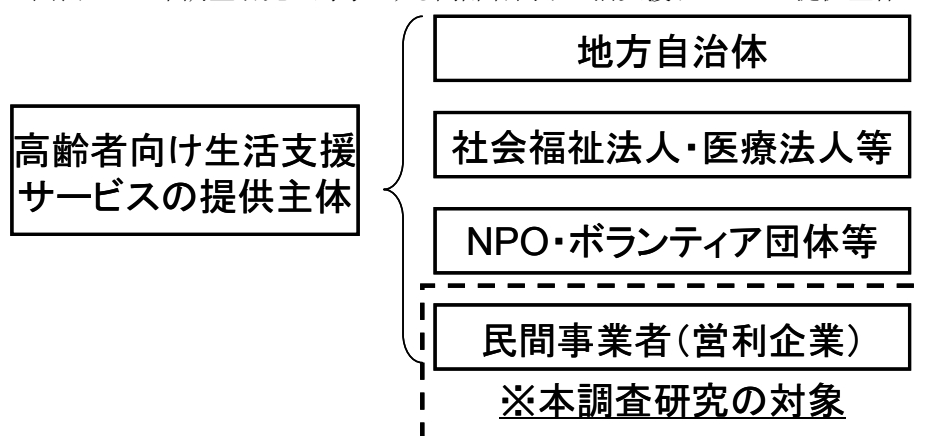
介護保険外のサービスである。従って、要支援・要介護の高齢者のみならず、要介護認定を受けてはいないが身体機能の低下等により日常生活に支障のある高齢者が、利用者として想定される。

(2) 高齢者向け生活支援サービスの提供主体

高齢者向け生活支援サービスは、地方自治体、社会福祉法人・医療法人、NPO・ボランティア団体、民間事業者（営利企業）などの様々な主体によって提供されている。

本調査研究では、こうした状況を踏まえて、今後さらに高齢化が進む中で、地方自治体や社会福祉法人等のサービスに加えて役割の拡大が期待される民間事業者（営利企業）を調査対象として設定し、高齢者向け生活支援サービスの質的及び量的な向上に寄与することを目指す。

図表 2-7 本調査研究が対象とする高齢者向け生活支援サービスの提供主体



3. 先行調査研究の結果と本調査研究の論点

関連する先行調査研究の結果を整理し、本調査研究で明らかにすべきことを明確化する。

(1) 先行調査研究の整理

本調査研究の実施に先立ち、関連する先行調査研究の整理を行った。図表 2-8 に、検討した先行調査研究の名称・実施年度・実施者・調査内容・調査手法・調査結果を一覧化している。

図表 2-8 先行調査研究の概要

	名称	年度	実施者・著者	調査内容	調査手法	調査結果抜粋
A	高齢社会対応ビジネスと高齢者雇用の可能性に関する調査研究報告書	平成12年度	(財)高齢者雇用開発協会	シルバージネシスの実態やその潜在成長力、産業が創出すると期待される就業機会を調査。	・事業者向けアンケートの実施 ・シルバージネシス分野で活発な活動をしている企業、団体等を対象にヒアリング	・高齢化社会の到来そのものは厳しく受け止める企業が多い。 ・シルバージネシス参入企業の経営上の問題点は、人手にかかわる問題と、事業展開の環境や条件の厳しさに関する指摘があげられる。 ・シルバージネシスの市場は高齢化の進展とともに拡大していく可能性は大きく、高齢者のニーズを的確に捉えればビジネスチャンスにつながっていくとみられる。高齢者を積極的に参加させることは、シルバージネシス事業の具体的展開にとってプラスに作用する。
B	シニア市場の現状と中小企業のビジネスチャンス	平成12年度	中小企業金融公庫	高齢化の進展に伴って拡大が見込まれるシニア市場の全体像をとらえる中で、シニア市場における中小企業の事業展開の可能性と課題について調査。	・文献調査	・シニア市場の規模が拡大する中で大手企業の高齢化対応は急速に進むが、中小企業にとってもユーザーニーズの実感に基づく開発や少量生産といった特性を活かせる可能性が大きく広がると考えられる。 ・シニア市場の可能性を活かすためには、加齢による身体機能等の変化に配慮した「使いやすい」と、従来の老人イメージを払拭したファッショニ性を兼ね備えた商品・サービスの開発が必要であると思われる。特に「使いやすい」については日本でも整備が進みつつあり、中小企業もこれを活用することが重要となる。また、ニーズの把握についても地域密着などの特性を更に活用するといった工夫が求められる。
C	高齢者の生活支援及び見守りネットワークの構築における民間企業等の機能に関する調査研究事業報告書	平成21年度	(社)シルバージネシス振興会	高齢者の生活支援及び見守りネットワークの構築に際し、企業等が持つ資源や機能を地域社会で活用している事例や自治体等の取り組みを調査。	・社会貢献活動を積極的に推進・展開している企業を対象にヒアリング(地域7箇所、企業2社) ・シンポジウムの実施	・企業が地域の高齢者支援に関わるにあたり、企業からは地域のニーズがわかりにくいという課題がある。そのため、地域から企業への情報発信や、企業と地域との交流の活性化のために、橋渡しをする役割が必要である。 ・企業と地域とのネットワークの構築のために、地域での課題の把握・企業の気づきの促進・企業が地域で活動しやすい環境づくりといった取り組みが必要である。

D	介護保険制度下におけるシルバーサービスに関する調査研究事業報告書	平成18年度	(社)シルバーサービス振興会	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、高齢者のニーズの量的拡大や多様化・高度化に対応するシルバーサービスの方向性を調査。	・介護保険制度、シルバーサービスに係る代表者を中心に研究委員会を設置し、2回委員会を実施。 ・上場企業3,500社に対しアンケートの実施。	・シルバーサービス市場を魅力的な市場と捉えていても、参入の予定も検討もないという企業も多数あり、シルバーサービス振興策にあたって留意すべき点である。 ・シルバーサービスへの参入時の課題として、「高齢者ニーズの把握」と「人材の確保・育成」があげられる。振興ビジョンの検討では、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を重点的に行う。	・シルバーサービス市場を魅力的な市場と捉えていても、参入の予定も検討もないという企業も多数あり、シルバーサービス振興策にあたって留意すべき点である。 ・シルバーサービスへの参入時の課題として、「高齢者ニーズの把握」と「人材の確保・育成」があげられる。振興ビジョンの検討では、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を重点的に行う。
E	地域生活インフラを支える流通のあり方研究会報告書	平成21年度	経済産業省	買い物難民増加などの地域の新たな課題へ対応するため、流通事業者等が地方自治体と協働し、「地域生活インフラ」を支えるため持続的に行う事業活動や地域貢献活動のあり方についての調査。	・Web アンケートを実施	・流通は大型店による「集客型」から顧客に接近し、消費者の潜在需要を掘り起こす「接客型」に今後移行する。 ・商品宅配や移動販売、顧客送迎等のサービスは地域の需要がある一方で採算性が課題である。 ・取組みを持続的に行う手法としては、ネットスーパーやオンデマンドバスのような新たなイノベーションを流通分野でも活用し、官民連携によって買物の利便性を向上させることや、流通業が地域社会貢献として実施することなどがあげられる。	・流通は大型店による「集客型」から顧客に接近し、消費者の潜在需要を掘り起こす「接客型」に今後移行する。 ・商品宅配や移動販売、顧客送迎等のサービスは地域の需要がある一方で採算性が課題である。 ・取組みを持続的に行う手法としては、ネットスーパーやオンデマンドバスのような新たなイノベーションを流通分野でも活用し、官民連携によって買物の利便性を向上させることや、流通業が地域社会貢献として実施することなどがあげられる。

(2) 本調査研究の論点

本調査研究の論点を以下の①②の2点に整理する。

① 高齢者向け生活支援サービスへの民間事業者参入の課題と解決策

シルバービジネス等の高齢者をターゲットとした民間事業者の事業実施上の課題について検討した先行調査研究として、図表2-8に示したA・B・D・Eなどがある。高齢者人口の増大に伴いシルバービジネスの市場は拡大していくが、事業参入においてはいくつかの課題があることが示されている。

第一に、高齢者のニーズ把握が困難であることが挙げられる。一口に高齢者のニーズと言っても、抱えるニーズは高齢者によって様々である。また日常生活を送る上で何らかの問題を抱えていても高齢者本人が明確なニーズとして自覚していないことも多い。そのため民間事業者からは高齢者のニーズをつかみ、商品やサービスとして提供することが難しい。第二に、事業の効率化が困難であることが挙げられる。既に述べたとおり高齢者のニーズは様々であるため、競争力確保のためにはきめ細やかな対応が求められサービスの標準化が難しい。そのため、サービスの量が増加してもスケールメリットによるコストダウンが望みにくく、採算性の確保が課題となる。

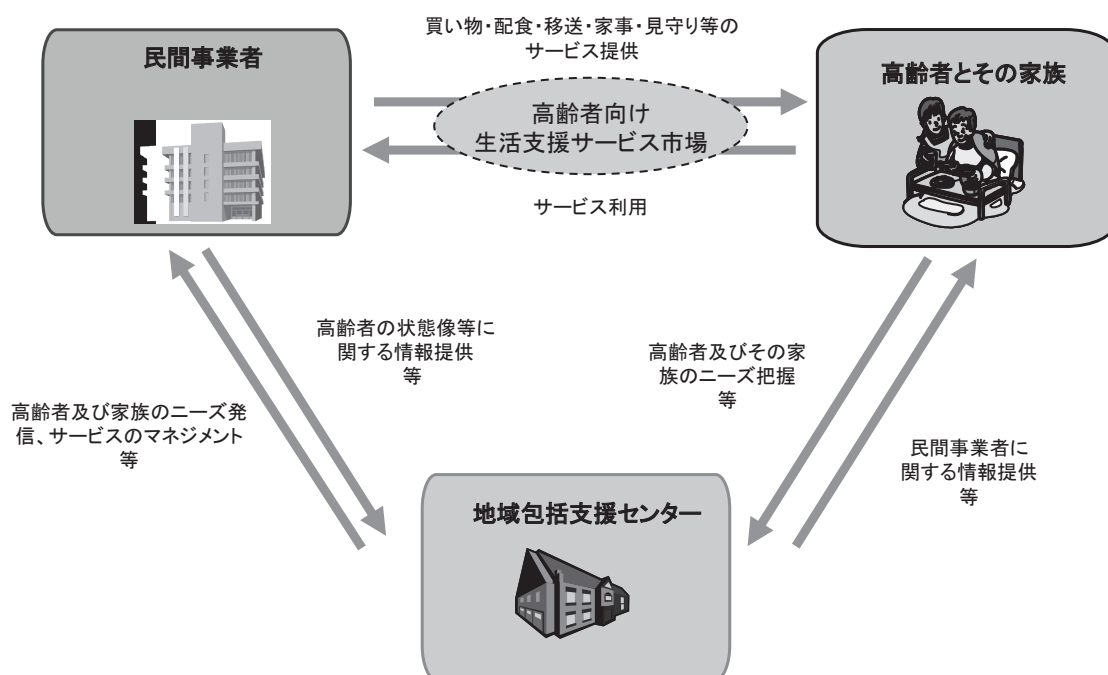
本調査研究においては、高齢者向け生活支援サービスに対象を絞り、同サービスの参入課題とその解決策について検討を行う。

② 地域包括支援センターと民間事業者との協働のあり方

前項で述べたように、民間事業者は高齢者のニーズ把握が困難である。先行調査研究のCでは、地域の高齢者ニーズを把握し、サービスのマネジメント機能を持つ主体が必要であること、地域包括支援センターがその担い手として想定されることが示されている。

他にサービスのマネジメント機能を持つ主体として、市町村、市町村社会福祉協議会等があるが、本調査研究では全国一律設置され総合相談・支援業務としてサービスのマネジメント機能を持つ地域包括支援センターに注目することとする。本調査研究では地域包括支援センターの現状を把握し、民間事業者との協働のあり方について検討を行うものとする。

図表 2-9 地域包括支援センターと民間事業者の協働イメージ



なお本調査研究における地域包括支援センターと民間事業者の協働のイメージについて図表 2-9 に示している。地域包括支援センターは、高齢者とその家族のサービスニーズを把握し、ニーズにあわせた民間事業者のサービスに関わる情報の提供を行う。一方で民間企業に対しては、高齢者とその家族のニーズ情報を発信し、時にはサービスの提供依頼を行うというものである。通常、サービス利用に際しては、利用者と事業者の二者間で契約関係が成立する。本調査研究の対象となる高齢者向け生活支援サービスは、日常生活に支障のある高齢者が対象となるため、サービス契約に至るまでに情報提供等の支援の必要性が生じる。従って、図表 2-9 のように地域包括支援センターを介した三者関係が想定される。