

高齢者サポートを ビジネスの手法で



「平成27年国勢調査」によると、北海道の65歳以上人口は北海道全体の29.1%、約156万人になっており、今後も増加することが予測されています。そこでは高齢者が暮らしやすい地域づくり、生きがいを持てる場やそのきっかけづくりなど、総合的で分野横断的な行政の対応が求められています。

一方で、財政や人材、そのノウハウなどの面からは、行政だけでなく企業やNPOなど幅広く民間の力を活用していくことも重要です。

札幌市内では高齢者をサポートする仕組みをビジネスの手法で構築していこうという動きがみられています。ユニークなビジネスを手掛けている(株)ポロワッカを訪問しました。

高齢者の住み替えをサポート

2013年に札幌市内に設立された(株)ポロワッカは、高齢者の住み替え支援やシニアビジネスの企画・開発・プロモーション、高齢者向けイベントの企画などを行っている企業です。代表の新宮賢治社長は、大手商社やゲームソフトの開発会社、冠婚葬祭関連企業などに勤務し、主に経営の管理部門に携わってきました。冠婚葬祭関連企業に勤めていたときに、高齢者世代の人たちと接する機会があり、団塊世代が歳を重ねていく中で、今までにない高齢者向け商品やサービスのニーズが高まってくると考えて同社を立ち上げました。

この背景には2011年の「高齢者の居住の安定確保に関する法律(以下「高齢者住まい法」)」の改正があります。2001年に制定された同法は、高齢者が安心して快適に暮

らせる居住環境の整備について、持ち家と借家の両方の市場で、民間の活力を活用して推進するための施策が打ち出されました。しかし、制度の複雑さや医療・介護事業者との連携が十分ではないという課題がありました。そこで、2011年の改正では、医療・介護・住宅が連携して安心できる住まいの供給を促進するため、厚生労働省と国土交通省が共管し、新たに「サービス付き高齢者向け住宅制度」が創設され、サービス付き高齢者向け住宅(以下「サ高住」)の建設費や改修費に対して、国からの補助が受けられるようになったのです。

2017年6月末の都道府県別のサ高住の登録戸数で最も多いのは大阪府の22,936戸、次いで北海道が17,399戸となっています。「高齢者住まい法改正直後から、サ高住建設が活発だったのが大阪と札幌でした。特に、札幌は雪が降るので高い需要があると思いました。数が増えれば選択肢は広がりますが、選ぶ難しさが出てきます。誰かに相談したいとか、コーディネートしてほしいというニーズが出てくると思いました。高齢者向け住宅を選ぶシニアの側に立ってサポートするビジネスが成り立つと考えたのです」と新宮社長は言います。

一般的な住み替えならば不動産業の仲介サービスがあり、住宅の選択要素は、立地や設備、費用などが挙げられます。一方、高齢者向け住宅では、これに加えてそこで提供されるサービスや住宅のコンセプトも選択の大きな要素になります。また、高齢者を対象とした住宅はサ高住だけでなく、包括ケア*を受けられる介護付き有料老人ホームや主に自立して生活している人を対象にしたケアハウスなど、いろいろなタイプがあります。そこで、高齢者のニーズを把握し、的確な

※ 包括ケア

医療や介護、生活支援・介護予防などのサービスを包括的に行うこと。高齢者が住み慣れた地域で介護や医療、生活支援サポートやサービスを受けられるように市区町村が中心となって地域包括ケアシステムが構築されつつあり、地域包括支援センターの設置も進んでいる。

住宅タイプや求めているサービスに合った住宅を無料で紹介するサービスを提供することを考えました。

そのツールとして、まず手掛けたことが高齢者を対象にした住宅を紹介するウェブサイト「暮らそっか」の立ち上げです。「暮らそっか」では、住宅タイプやそ



「暮らそっか」ウェブサイト
<https://sakouju-guide.com/>

れぞれの物件のコンセプト、エリア、費用などから好みの住宅を見つけることができます。

住み替え支援事業の収益は、相談する高齢者の負担で賄うのではなく、住宅事業者のウェブサイト掲載の広告費から上げる仕組みになっています。この点が従来の不動産仲介業とは違って、入居の契約も住宅事業者と入居者間で行います。ポロワッカの役割は物件選びの情報提供のほか、希望に応じて内覧にも同行し、蓄積した情報をもとにアドバイスを行うことです。また、協力会社と連携して、自宅の売却や引っ越し、ハウスクリーニングや不用品の処分などの相談にも対応しています。

高齢者向け住宅への住み替えは、主に75歳以上の後期高齢者が中心ですが、新宮社長は「それはごく一部のニーズ」と言います。例えば、元気な高齢者からは、郊外の一軒家を売って地下鉄駅近くの賃貸マンションに住みたいという声も聞かれているそうです。「将来的には有料老人ホームやサ高住のような高齢者住宅だけでなく、ちょっとした見守りのような、安心できるサービスが付いているような住宅も求められてくると思います。一般の賃貸マンションでは入居者に年齢制限のある場合が多く、オーナーが安心できる保障や保険のような仕組みがあれば高齢者でも入居が可能になり、空き家や空き部屋の問題を解消していくこともで

きるのではないのでしょうか。住居は生活の基盤ですから、今後は高齢者の住まいを確保できる社会的な仕組みやサービスの需要が高まっていくと思います」と新宮社長。

高齢者、住宅事業者、マンションオーナー、管理組合、近隣に住む人々など、立場の違う人たちのニーズや課題を受け止めることで、今までになかった新しい高齢者向けの住宅サービスの仕組みを構築していくことが期待されます。



シニアを対象にした事業者と高齢者住宅に住むシニアのマッチングなどにも取り組んでいるという新宮社長

元気なシニアを応援して健康寿命を延ばす

ポロワッカの事業の軸は高齢者の住み替え支援ですが、一方でシニア市場の需要開拓やシニア世代の健康寿命を延ばしていく取り組みにも積極的です。

その一例が2016年に札幌市の補助を受けて立ち上げたサイト「シニア割.com（ドットコム）」です。このサイトは、シニア向けイベントや割引などの優待情報を掲載しており、積極的に外出したい、楽しみたいという元気なシニアのニーズを受け止めて企画されました。スーパーやホテル、飲食店などの情報を自社で収集・発信し、高齢者が生活や旅行などのお得な情報に触れやすくすることで、市場開拓のツールとして活用してもらうねらいがあります。

このほか2016年度には経済産業省が(株)北海道二十一世紀総合研究所に委託した「おもむきのひとプロジェクト」にも関わりました。これは、退職前後のシニアを対象にした認知症予防プログラムの実証実験です。定年後の男性は家にこもりがちになるため、その後も積極的に外に出て活躍できる場、興味が持てる活

動を探してもらうきっかけづくりを事業化



「おもむきのひとプロジェクト」での講座の様子





2017年4月に札幌市白石区から中央区に移転したポロワッカの事務所

していくためのプロジェクトで、男性モニターを対象に運動、食、社会参加などをテーマにした講座を開講しました。

ポロワッカは、講座の企画やプロモーションを担当し、あえて「認知症予防」という言葉を使わず、ワクワク感やトライ感を打ち出した言葉やデザインでPRを心掛けました。期間は4カ月弱でしたが、121名の参加があり、約半数が退職前のシニアでした。終了後のアンケートでは有料でもプログラムを利用したいという人が6割にのぼり、その後ボランティア登録や起業に向けた準備を始

めるなど、行動に変化が見られたモニターが出てくるなど、一定の成果が得られています。

元気なシニア世代が活躍する場や楽しむ機会を増やすことで、健康寿命を延伸し、結果的に医療費削減などの社会的課題の解決につながる活動も同社の大きなミッションの一つとなっています。

異なる分野との接点を

シニアビジネスに着目し、実践している経験から新宮社長は、「シニアとひとくくりにするのではなく、シニアも非常に多様であることを認識することが大切」と言います。年代も65歳から100歳超まで幅広く、キャリアや関心事なども千差万別で、まずそこから理解を深めていく必要があるというのです。また、福祉、介護などといった、従来の枠組みだけで考えていくことの限界もあります。

「高齢者の住み替え支援事業を始めてから、思いがけ

ない取り組みに発展することがあります。こんなことを一緒にできないかというお声掛けをいただくようになり、意図しないところで分野の違う業種の皆さんと接点が出てきています。事業の核はシニアを対象にしていますが、シニアとは接点がない事業者の方々とつながっていることで、新しい発想が生まれてくることがあります」。

異なる分野と接点を持つことや異なる視点の考え方を知ることは、超高齢社会の地域づくりを考えていく上でも大切な要素の一つだと思います。

2015年4月に医療・介護機関や健康生活関連サービス、ものづくり企業などで組織する「北海道ヘルスケア産業振興協議会」が発足しています。この協議会は、医療や介護機関と民間サービス事業者の連携を促進することで、地域の特性を踏まえたヘルスケアビジネス産業を創出・育成し、ひいては健康寿命の延伸や新産業と雇用の創出、医療費適正化に貢献することを目的に立ち上がったものです。超高齢社会の中で、多様な分野の人たちが関わることで、新しい市場の開拓や潜在的な需要の掘り起こしなどが期待されます。

超高齢社会では、医療費の増大や将来に向けた社会保障の不安など、マイナスの要素が強調されてきたように感じます。しかし、元気な高齢者が活動的なライフスタイルを維持する環境を整えることで、これまではなかった新たな市場が生まれてくる可能性があります。また、元気に暮らしている高齢者のニーズを受け止めることで、市場開拓だけでなく、機能や使いやすさ、娯楽性など、より質の高い商品づくりやサービスにつながっていくことも考えられます。例えば、高齢者向けの携帯電話や宅配事業、緊急通報システムなど、すでに新しい商品やサービスが生まれています。

高齢化の進展が早く、独居老人が多いなど、超高齢社会の課題が散見される北海道を舞台に、全国に発信できるシニアビジネスの展開が出てくることを期待したいと思います。