

【レポート】プラチナ社会研究会 2017年度 第2回総会
2017年度分科会／プロジェクト中間報告会

「シニアと若者」、これがプラチナ社会研究会 2017年度第2回総会のテーマのひとつとなりました。11月14日に開催された総会は、前半を講演、後半を各分科会、プロジェクトの中間発表を行いました。その基調にあったのがシニアと若者という視点です。

冒頭挨拶に立ったプラチナ社会センター長の内山旭は、「人生100年時代と言われるようになったが、平均寿命と健康寿命のギャップが8年ある。その差をどう埋められるか、また、人生の質を高めるにはどうしたらいいかがこれからのポイントになる」と述べ、前半の2つの講演では、シニアについては主に技術的な観点から、若者については将来社会がどのようなようになるのか、ソフト的な観点から語られることを紹介しました。

■講演「技術の進化がもたらす健康長寿社会」

三菱総合研究所 研究理事 亀井信一

亀井はナノテクノロジー研究チームリーダー、先端科学研究センター長や人間・生活研究本部長などを歴任した後、現職の研究理事に就任。文科省・経産省などで科学技術関連の委員を務めた経験もあり、科学技術が社会に触れるフロントラインについても詳しい人間です。この日の講演では、科学技術の進歩が、主に高齢者の健康寿命延伸にどのような効果があり、社会にどんなインパクトを与えうるかについて解説しました。



▼「健康」を重視する意義

なぜ高齢者の健康寿命を延伸しなければならないのか。その理由を亀井は若年層の不安解消にあるとしています。三菱総研のmif (Market Intelligence & Forecast. 3万人の大規模調査パネル)によると、2030年に働き盛りの35～45歳になる20代の層の34%が「将来に希望なし」で、幸福度も低下傾向にあります。その理由は「将来への生活不安」(59%)で、特に「医療・福祉・年金等の面での財政悪化」(47%)。「社会制度の崩壊が最大の不安要素になっている」と亀井。2013年の医療介護費は49.3兆円を占めており、2030年にその額は今の国家予算並みの88～90兆円に達すると見込まれています。

「その時に国家予算がいくらかは分からない。しかし、医療・介護費だけで国家予算を超えることは算数ができる人なら誰でも分かるし、大丈夫かなあと思うだろう。一方でそれを支える若者の数はどんどん減る。こういう現実には、我々はどうしたらいいのか、真剣に考えるべきということをお今日の最初の問題提起にしたい」(亀井)

この課題解決には、さまざまな立場はあれども、「一言で言えば健康になることが、誰もが合意できるゴール」と亀井。16歳までは年間平均15万円、64歳まででも18万円という医療費が、65歳を超えると4倍の72万円になると亀井は解説。しかも、今60～70歳の層は、平均寿命を越えて男性87歳、女性93歳まで生存する一方、“不健康期間”が男性は9年、女性は12年になるという統計データを紹介し、「医療・介護費を押し上げている要因を分析し、解決しなければならない」と指摘します。

▼日本発の先進医療技術

分析してみると、65歳以上の医療費を圧迫している費用増加の要因は「がん」28%、「骨折」13%。また、要介護になるきっかけが「脳血管疾患」（脳卒中）17.2%、「認知症」16.4%、「骨折・転倒」12.2%となっており、がん、骨折（転倒による大腿部転子部骨折等）、認知症への対策が急務ということになります。これらについて、日本発で世界をリードしている技術が数多くあり、亀井はそのうち3つを簡単に紹介しました。

がんに対しては、まず「早期発見が重要」と亀井。

「2人に一人が必ずがんになり、3人に一人がガンで死ぬ今、早期発見が一番の対策だ。しかし、現在がん検診の受診率は3割程度でしかない」（亀井）

がん検診未受診の最大の理由は「面倒なこと」だと言われています。これに対し、現在日本では、マイクロRNAを利用し、たった1滴の血液で13種のがんを診断できる技術を開発しています。また、がん治療でも、ナノレベルのドラッグデリバリーシステム（DDS）が開発されており、がんの部位に選択的に機能する薬剤投与が可能になっています。

「抗がん剤にはすごく効果があっても、ものすごい副作用がいっぱいあり捨てられていたものが山ほどある。しかし、ナノDDSならがん細胞にだけ届くので、難敵とされてきた転移がんや薬剤耐性がん、膵臓がんなどでも効果が期待できる」（亀井）

高齢者対策では、アルツハイマーの根本治療薬、転倒防止のための技術、老化そのものを抑止する薬剤の発見が挙げられます。アルツハイマーについては、近年原因物質が明らかになり、その発生を抑制する薬剤が開発され、現在臨床第Ⅱ相試験へ進もうとしています。転倒防止は、Googleが発明したスマートコンタクトレンズにカメラを実装し、転倒防止ガイドを出す技術などが考えられます。老化抑制とは長寿遺伝子と呼ばれる「サーチュイン遺伝子」を活性化する「NMN（ニコチンアミド・モノヌクレオチド）」の発見です。これはマウス実験で16%の延命に加え、糖尿病を正常化するという効果も見られています。

▼イノベーションがもたらす経済効果

こうした新技術が、医療費・介護費の改善にどの程度役に立つのか。亀井は「医療費は3000億円、介護費で1.8兆円の削減」と試算しています。これは、医療費が「発生年齢の遅延」「軽症化」、介護では「要介護率の低下」「要介護化年齢の遅延」「要介護度の低下」が起こるとし、現状のまま進行した場合の推定と比較した場合の数値。これにより、健康寿命は0.3～0.7年延伸する見込みもあるとしています。

「介護費は全体の割合でいえば1割程度。少ないと思われるかもしれないが、患者・要介護者周辺の家族や支援者のQOLの向上にもつながる。若い人にとっては今よりも良い状態になるという希望にもなる」（亀井）

そして最後に、このように示した「未来予測」が単なる予測であってはならないと、ドラッカーの言葉を引用し述べています。

「ドライバーは未来を予測する最良の方法は未来を創ることだと説いた。この技術の予測でも、その未来を創るために、ビジョンを持って推進することが大切だ」（亀井）

技術の発展によって高齢化社会に付随する社会不安は緩和することができる。それを予測するだけでなく、実現のために努力しなければならないと亀井は投げかけて、講演を締めくくりました。

■講演「震災後7年の若者意識の変化」

三菱総合研究所 主席研究員 阿部淳一

続く講演では、主席研究員の阿部が、消費を支える若年層の意識や行動が、2011年から2017年の間でどのように変化したのか、そして今後どのようなアプローチをすべきかを読み解きます。

▼「将来不安」から見える若年層の意識変化

これに先立ち、阿部は『ミレニアル世代』がキーワードになると解説。

『パリピ経済』が売れるなど、若年層への注目度が高まっているが、この中心にあるのが『ミレニアル世代』。この層に共通しているのはインターネット世代でデジタル・ネイティブであること、バブル経済崩壊後の経済停滞と大企業の破綻の中で生きている点。前の世代とはライフスタイルも、価値観も大きく異なり、消費者として、従業員として、投資家として社会を大きく変えていくパワーも有しているのではないかと阿部は指摘する。

そして、その意識変化を「将来不安」を軸に読み解いていきます。

ベースとなっているのは三菱総研が持つ生活者市場予測システム（mif）です。2000問の設問で細かな意識変化を探る「アンケートパネル」と、女性200人、シニア300人のリサーチコミュニティ内のヒアリング、ディスカッションから導く「MROC（Marketing Research Online Communities）パネル」の2つのデータから、20代生活者の意識変化を抽出。前者は定量的、後者は定性的データであり、両面からの分析が可能となっています。

それによると、不安意識の構造は変化したものの、全体的な将来不安感は変わっていないと見ることができます。まず、2011年当時は、景気低迷や失業率、就職難に対する不安が非常に強かったものの、2017年には大幅に減少。その一方で、社会の高齢化に伴う社会不安は根強く、将来への生活不安は、2011年、17年ともに6割が「とても不安」「不安」と回答しています。

「就職難、景気低迷という長いトンネルを抜けたら、その向こうには高齢化社会に伴う構造的、長期的、かつ自分ではどうしようもないという意味で絶望的な課題が広がっていた。



つまり全体的な不安は7年でまったく変わることなく続いている」(阿部)

また、これまでの経済不安など「目に見える不安」から、高齢化に伴う漠然とした将来への不安に変化していることを、阿部は『なんとなく不安』な時代」と名付けています。

▼消費阻害と促進要因

こうした時代には、消費行動は停滞し、貯蓄が増えるようになります。特に20代女性では「老後の備え」への投資が増える傾向が強くなっています。阿部はこの7年で減ることのない将来不安意識が第一の消費阻害要因であると指摘します。

そして第2の阻害要因として「足元の暮らし向き向上感の欠如」を指摘。景気拡張期は戦後のいざなぎ景気を超える58カ月続いていると言われるものの、「暮らし向きの向上感力は強さに欠ける」と阿部。この理由を、大正大学の小峰隆夫教授の「アベノミクスは限定的で一本調子ではない」という指摘を引用し、「実感の伴わない景気拡張になっていることが、消費阻害の要因となっているのではないか」と述べています。

しかし、本当に消費阻害だけなのか。『若者の〇〇離れ』が消費低迷の戦犯のように言われるが本当にそうなのか」と阿部は提起し、実態としては促進要因も多々あり、若者の消費行動は決して停滞しているわけではない側面も紹介します。

そのひとつが「企業マーケティングの努力」です。景気低迷期にはイノベーションへの投資が控えられていましたが、2016年以降の回復期では、IT機器や家電で新たな商品が投下され、新商品への関心も高まっていると指摘。その要因が企業のマーケティング努力にあるのではないかとしています。また、その中心にあるのがAI家電であり、日経のヒットランキング予想でも2018年の1位がAIスピーカーとなっていることから、今後この分野での伸長に期待したいとしています。

また、実際の消費動向を細かく見ると、決して一般に言われるような若年層の消費停滞は見られず、『若者の〇〇離れ』というステレオタイプの理解から脱却しなければならない」と指摘します。その一例が「自動車」です。2013年を底に、2014年からは20代の購入は上向いており、2017年には45%が自動車を所有しているというデータがあります。また、ビール離れが起きていると言われますが、細かく見ると20代女性を中心にクラフトビールの人気は高まっている。今の若者は結婚しないと言われるが、実は結婚予想は上昇基調にあり、交際している異性がいる率も上昇。旅行やファッションのデータを見ると消費は上向きになるなど、これまでとは異なった視点で消費行動を見ると停滞どころか活況を呈している分野があることも見えてきます。

「流通革新や商品の多様化によって、細かく見れば消費行動は変わりつつある。〇〇離れ、と切り捨てずに、若者に寄り添ったマーケティングが求められているのではないだろうか」(同)

▼若者との「共創」の時代へ

実態として消費は必ずしも低迷しているわけではなく、モノ・コト消費ともに、「〇〇したい」「〇〇がほしい」という潜在的な消費パワーがもっとも強いのは依然として若年層、特に20代です。こうした若年層へのマーケティングを進めるために、阿部は「共創していくことが急務である」と指摘。そのためには、若者の価値観や生活者意識が大きく変わっていることを理解する必要があり、その2つの要因を解説します。

ひとつめの要因が「世代変化」です。2011年当時の20代は7割が「氷河期世代」でし

たが、2017年現在の20代は1987年以降の「ゆとり世代」「デジタル世代」と呼ばれる層に切り替わっています。阿部はこれを「希望も知らないが、絶望も知らない世代」と指摘。

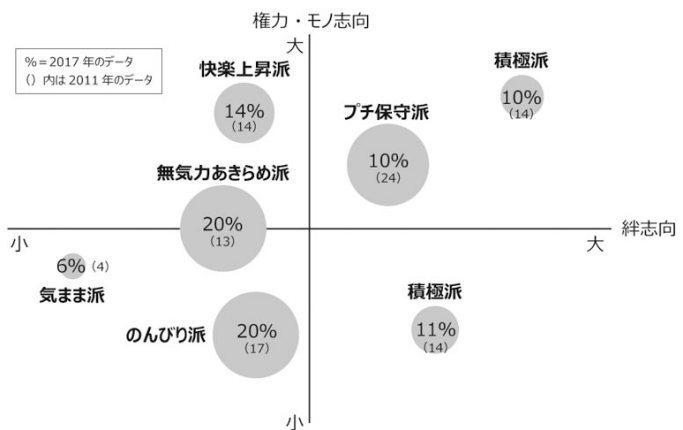
「それまではなんらかの形でバブル崩壊からの経済破綻に直面し、希望も絶望も味わってきたが、今の20代は成長期のような希望を経験したこともないが、同時に就職難や経済後退による絶望を経験したこともない。これ以前とはまったく価値観が変わっていて当然ではないか」（阿部）

もうひとつの要因が「スマホの普及」です。2011年当時の20代のスマホ所有率は19%ですが、現在は77%。5割がモバイルからのネット通販を利用しており、4割が映像や音楽などのコンテンツを利用しています。

この2つをドライビングフォースとして若者の価値観やライフスタイルは大きく変わってきましたが、どのように変わったのかを、イスラエルの社会学者・シュラヌスの分類を利用して解説しています。

それによると、現在は7つの価値観タイプ・幸せモデルが存在し、「無気力あきらめ派」とするタイプが増加傾向にあることが明らかになりました。無気力あきらめ派は強い指向性を持たず、「失望を最小化する」形で幸福を実現しようとする傾向にあります。これは権力志向、絆志向ともに強い「積極派」と呼ばれる層が「幸福の最大化」を目指すのとは対照的で、生活満足度は低いものの、リスクをとらないために将来不安度も低いという特徴があります。

7つの価値観タイプと幸せモデル



阿部は、こうした意識変化を「無気力あきらめ派というよりは、『シンプル派』と肯定的な見方をすべきでは」と述べています。

「社会が成熟すると身の丈に合ったシンプルな生活を送ろうとする志向が台頭する。彼らにとっては極めて合理的であり、そうした考えを理解することが重要なのではないか」（阿部）

阿部の分析と提言は、若者との共創の場を作るべき、というものです。将来不安は根強いものの、アプローチ次第では消費行動は活性化する。「そのためには若者に寄り添っていくことが重要」と呼びかけて終了となりました。

■2017年度分科会／プロジェクト中間報告会

総会後半は分科会とプロジェクトの中間報告を行いました。今年度から社会実装に向けた具体的なアクションを行う「プロジェクト」を立ち上げ、分科会をプロジェクトの前段階と位置づけ、情報収集、ネットワーキング、アイデア創出などを行うとしています。今年度は9プロジェクトが稼働、3つの分科会が実施されています。この日はそのうち3つのプロジェクトについての報告がありました。

木質バイオマス熱利用推進プロジェクト

「木質バイオマス熱供給事業の普及へ」

(株) アルファフォーラム 代表取締役 小林靖尚氏

本プロジェクトは 2011 年に林業をテーマとする勉強会としてスタートし、2013 年からは木質バイオマスに特化して活動してきました。世界的な林業先進地のオーストリアでの視察から、発電ではなく熱供給事業の可能性に着目。本プロジェクトから 2014 年には福井県で「あわらもりもりバイオマス」事業が立ち上がり、2017 年に株式会社化。また、福島県会津地方では 13 自治体が参画する「会津地域森林資源活用事業推進協議会」が発足し、アルファフォーラムが事務局を務め、あわらもりもりバイオマスの 30～40 倍の規模で熱供給事業をスタートさせようとしています。

小林氏は、オーストリアの視察から得られた知見を元に、日本ならではの木質バイオマスの熱供給事業のあり方を探り事業を立ち上げてきた経緯を解説。

ポイントは発電ではなく熱供給事業に特化した点です。「森林は 50 年から 100 年を見て進める事業。20 年しか続けられない FIT では続けることができない」と小林氏。また、原油高に左右されることなく地域内に安定して熱供給し、地域内経済にしっかりと還元できるという特性もあります。

課題は皆伐を前提とした木質チップ供給体制を整えることが難しい点。適切な規模で運用することで、製材利用も含めた持続可能な林業を成立させることができますが、実運用には時間がかかります。会津地方での事業ではこの本格的な実現に向けた事業に取り組んでおり、「リスクもとるが、リターンもしっかり取りたい。10 年のうちに事業を成立させたいと考えている」と小林氏は将来の展望を語っています。



アルファフォーラム・小林氏

丸の内プラチナ大学プロジェクト

「丸の内で学び地域で輝く～丸の内プラチナ大学の挑戦～」

エコツェリア協会 プロジェクト・マネジャー 田口真司氏

三菱総研 主席研究員 松田智生

丸の内プラチナ大学は、大丸有（大手町・丸の内・有楽町）のエリアマネジメント団体であるエコツェリア協会および三菱地所との共同プロジェクトとして発足。社会人向けの学びの場を提供し、ソーシャルアクションを喚起することを目的としています。エコツェリア協会は、ソーシャルアクションに興味を持つ大丸有のオフィスワーカー向けのサードプレイス「3×3Lab Future」を運営しており、丸の内プラチナ大学も3×3Lab Futureで実施されています。

今年度は8講座が開設され、地方創生や地域の農業支援、再生可能エネルギー開発等をテーマに半年に渡っておよそ100名のオフィスワーカーが参加しています。エコツェリア協会の田口氏は丸の内プラチナ大学の効果を「イノベーション人材の育成」にあるとしています。

「地方の課題やまちづくりに関わることで、イノベーションへの気づきを得ることもできる。また、働き方改革や地方創生における人材の偏在を解消するなど、さまざまな波及効果にも期待できる」（田口氏）

丸の内プラチナ大学で「ヨソモノ街おこしコース」の講師を担当する三菱総研の松田も人材育成とセカンドキャリア支援に役立つことを述べています。ヨソモノ街おこしコースは、現地視察を行い、現地の人々とふれあい、課題にも直に触れたうえでビジネス提案をするカリキュラムです。こうしたプロセスを経て、同じ会社のメンバー議論だけでは決して生まれ得ないイノベーションを起こす素地が育まれるとしています。



(上)エコツェリア協会・田口氏

(下)三菱総研・松田

渋谷民100人未来共創プロジェクト

「『ちがいをちからに。』若者によるレガシー創出を目指す」

大和リース（株） TOKYO プロジェクト室 中野宏祐氏

三菱総研 主任研究員 浜岡誠

本プロジェクトはレガシー共創協議会から発足、今年5月から12月にかけて実施されました。渋谷区との共催で、渋谷を舞台にした2020年に向けたレガシー創出を、18～29歳の若年層とともに行うことを目的としています。100名の若者を「健康・スポーツ」「文化・エンタメ」「共生」「コミュニティ」4つのワークショップに分け、レガシー創出のアイデアを検討します。アイデアは12月のコンテストで発表、優秀なアイデアには渋谷区も事業化を検討することになっています。

この日はワークショップに参加している大和リースの中野氏が登壇し、途中経過を語るとともに、企業人としてどのようなメリットがあるかを述べています。

「社会人だけでなく学生も多く参加しているために生まれる化学反応がある。単なるアイデアソンではなく、事業化前提としているために、ビジネスパーソンも本気で取り組んでおり、企業人としても得るものは大きい。参加者にとっても渋谷区にとっても相互に意義のあるものになっている」(中野氏)

事務局運営を行っている浜岡は、本プロジェクトでは、参加者一人ひとりの「思い」を大切にしたいアイディエーションを行っていることに触れ、試行錯誤ではあるが、意味のある充実したワークショップに取り組んでいることを報告しています。



(上)大和リース・中野氏
(下)三菱総研・浜岡