

高齢者向け取り組みガイド

～高齢者に買い物の楽しさを提供することで
つながりやコミュニケーションの機会を増やす視点から～

2017年3月
日本TCGF ユニバーサルアクセス委員会

はじめに

この冊子は、「**高齢者に買い物の楽しさをご提供することで、社会とのつながりやコミュニケーションの機会を増やす**」という視点に基づき、日本TCGFならではの切り口で事例の収集・整理を行ったものです。

私達**日本TCGF**は、超高齢社会を迎えた日本において、製造・配送・販売の企業が集まって「高齢の方の活力の維持に対してできること」という視点から「買い物」に着目いたしました。そして**各社・各団体がより生活者に寄り添い支援していけるよう、課題に取り組む際のガイドとして活用していきたいと思**います。

日本TCGFについて

消費財流通業界の製・配・販の有志企業が集まり、消費者の皆さまのより良い暮らしを実現するために、日本ローカルでの非競争分野の共通課題に焦点を当て、課題解決策に向けたアクションプランを協働して立案・実行していくことを目的に設立された組織です。

日本TCGF会員企業（31社、2017年3月現在）

アサヒグループホールディングス株式会社
味の素株式会社
イオン株式会社
株式会社伊藤園
伊藤忠食品株式会社
江崎グリコ株式会社
加藤産業株式会社
花王株式会社
カゴメ株式会社
キューピー株式会社
キリンホールディングス株式会社
国分グループ本社株式会社
サッポロホールディングス株式会社
サントリー食品インターナショナル株式会社
株式会社資生堂
合同会社西友

日清食品ホールディングス株式会社
日清フーズ株式会社
株式会社日本アクセス
日本コカ・コーラ株式会社
日本ハム株式会社
ハウス食品グループ本社株式会社
ひかり味噌株式会社
三菱食品株式会社
森永製菓株式会社
森永乳業株式会社
株式会社PALTAC
雪印メグミルク株式会社
ライオン株式会社
株式会社ライフコーポレーション
株式会社ローソン

目次

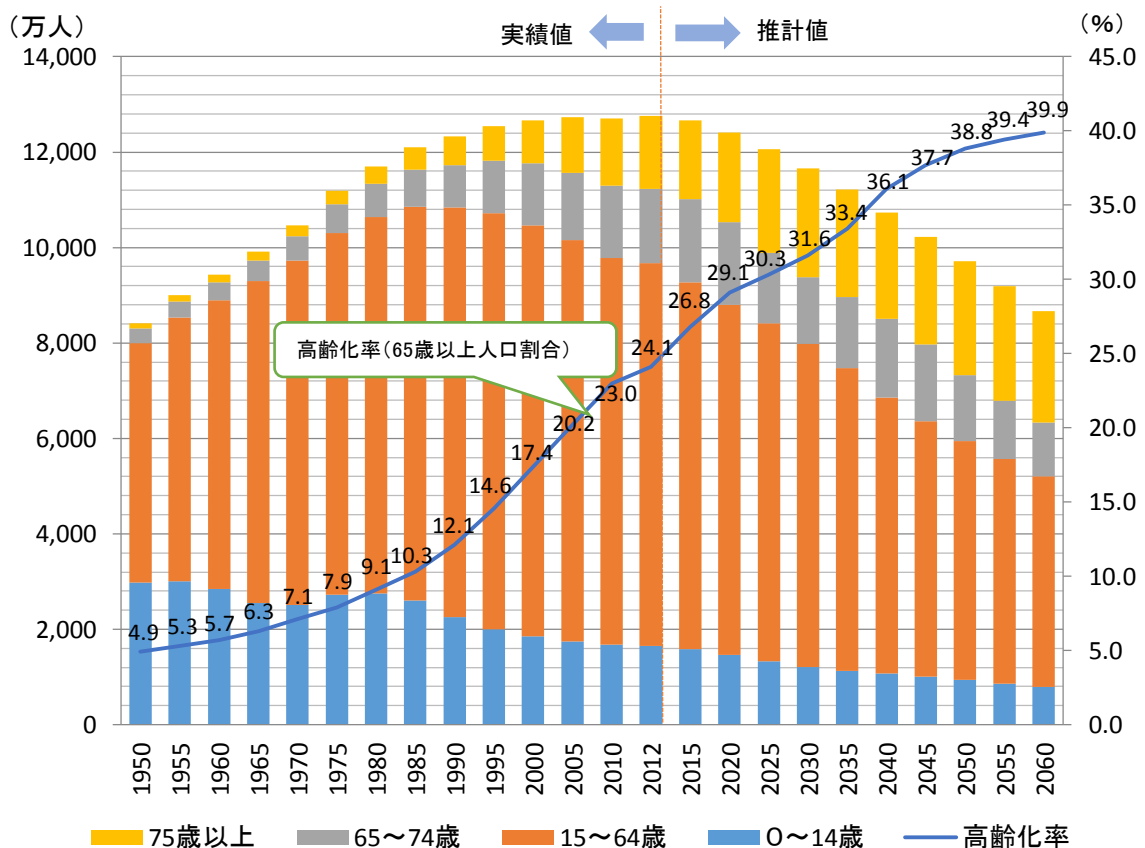
1. 超高齢社会の課題と向き合う	1
2. 高齢者に買い物の楽しさを提供する意味	2
3. 買い物の楽しさを阻害する要因	4
4. 男女別・年齢別お買い物での困り事	6
5. 取り組み事例と軸による分類	8
6. 見えてきたこと	10
7. 日本TCGFが取り組むべき方向	11
事例	12

1. 超高齢社会の課題と向き合う

日本の総人口に占める65歳以上人口の割合（高齢化率）は26.0%と、超高齢社会を迎えており、これに伴い、買い物難民、介護問題、交通インフラの維持困難など様々な社会課題が生じております。年齢を重ねるに従い、視力・体力など含めた日常生活能力が低下することがこういった課題を生む一つの原因ですが、一方、高齢になってもアクティブに活動されている方も数多くいらっしゃるのも事実です。年齢を重ねても活力を維持できれば、高齢化はむしろ経験豊かな方が増える、とポジティブに捉えることができるかもしれません。

私達**日本TCGF**は**製造・配送・販売の企業が協働して**様々な社会課題に取り組んでおります。私達が**“高齢の方の活力の維持に対してできること”**という視点から、“お買い物”に着目いたしました。

高齢化の推移と将来統計



内閣府「平成25年版 高齢社会白書」

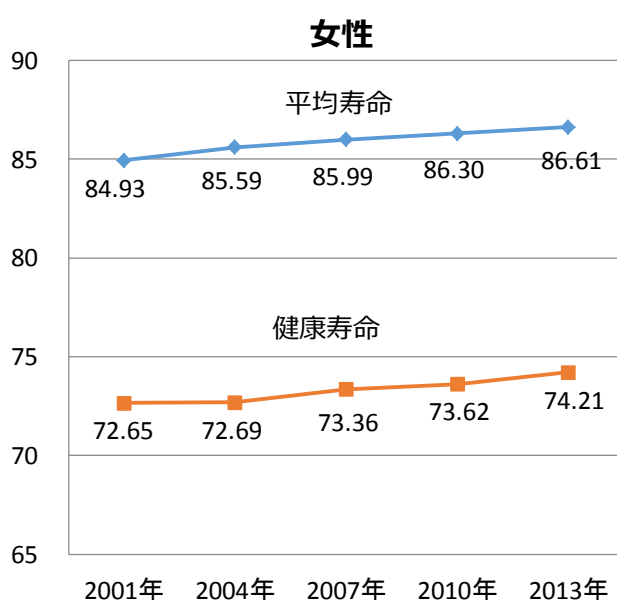
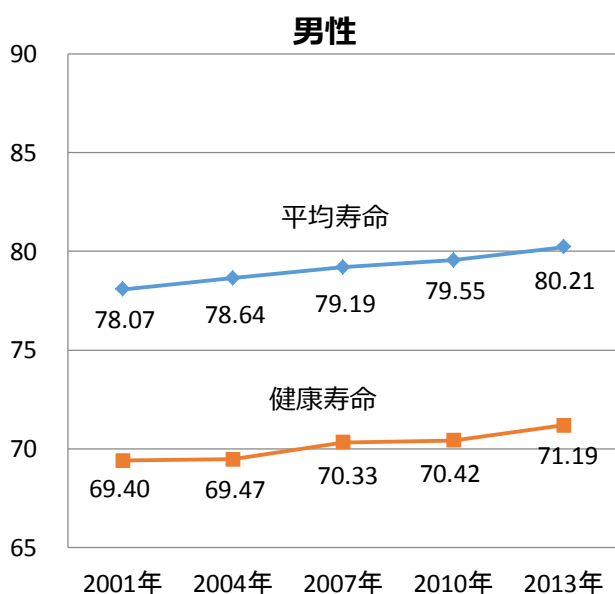
2. 高齢者に買い物の楽しさを提供する意味

高齢者に買い物の楽しさを提供することで、外出機会や活動量、コミュニケーションの機会の増加を図り、健康寿命の延伸につなげる。

高齢になるにつれて、自立度は低下しますが、大きく分けると三つのパターンに分かれると言われております。ずっと自立度を維持される方がいらっしゃる一方、早期に低下して寝たきりになる方もいらっしゃいます。この違いは「生活習慣病」「身体的な虚弱化」などが原因。老化は避けられませんが、**①日頃からの足腰を鍛える ②健康的な食生活 ③積極的な人との交流**等によって自立度の低下は防げると言われております。**毎日のお買い物は、この3つの要素を満たす**ことができ、また、無理なく続けられる可能性があります。献立まで考えながらのお買い物は脳のトレーニングにもなるかもしれません。

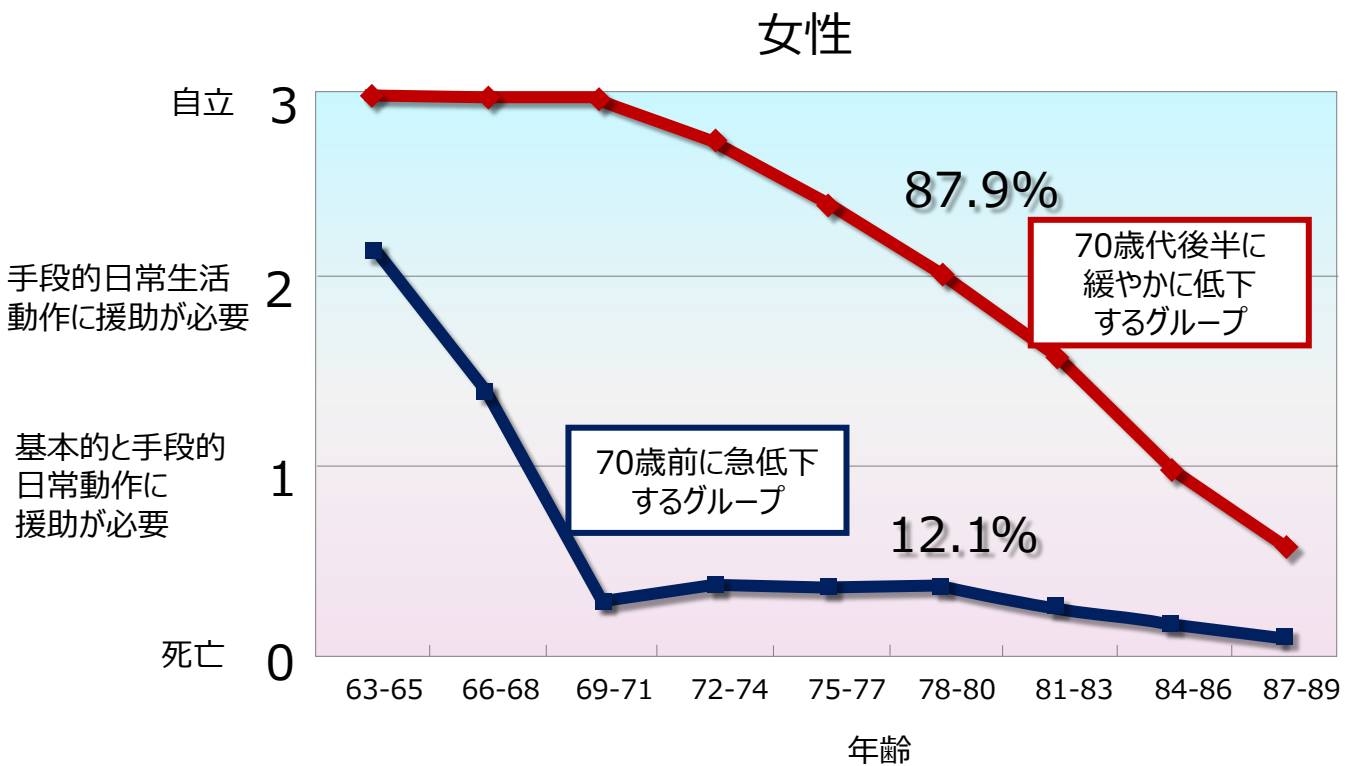
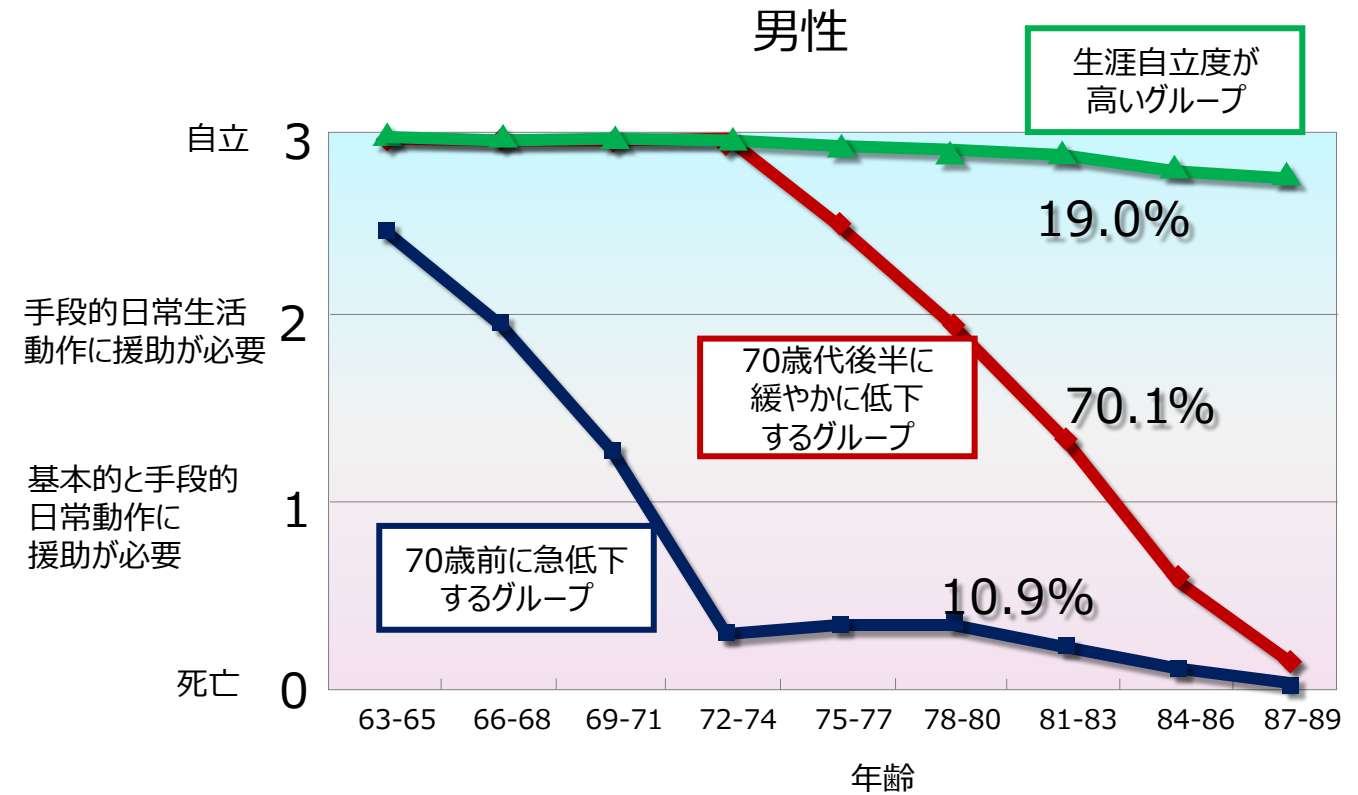
そこで、**どうすれば買い物の楽しさを提供できるか、買い物に行きたくなくなるか、**について考えてみました。

平均寿命と健康寿命の推移



平均寿命は、2001、2004、2007年は、厚生労働省大臣官房統計情報部「簡易生命表」、2010年は、厚生労働省大臣官房統計情報部「完全生命表」をもとに作成
健康寿命は、厚生労働科学研究費補助金「健康寿命における将来予測と生活習慣病対策の費用対効果に関する研究」をもとに作成

高齢者の年齢と自立度

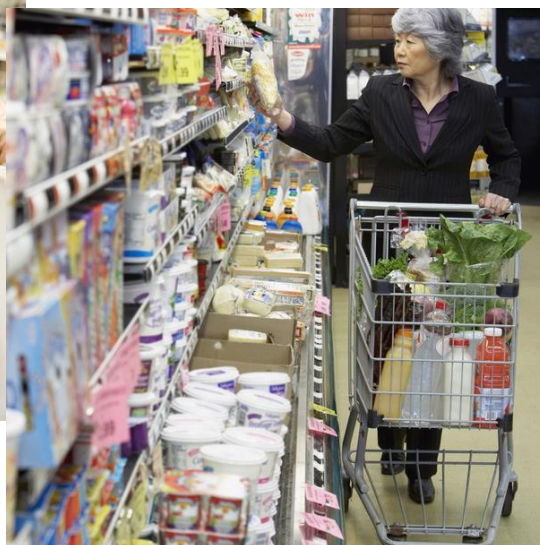


秋山弘子氏 長寿時代の科学と社会の構想 (『科学』岩波書店、2010)

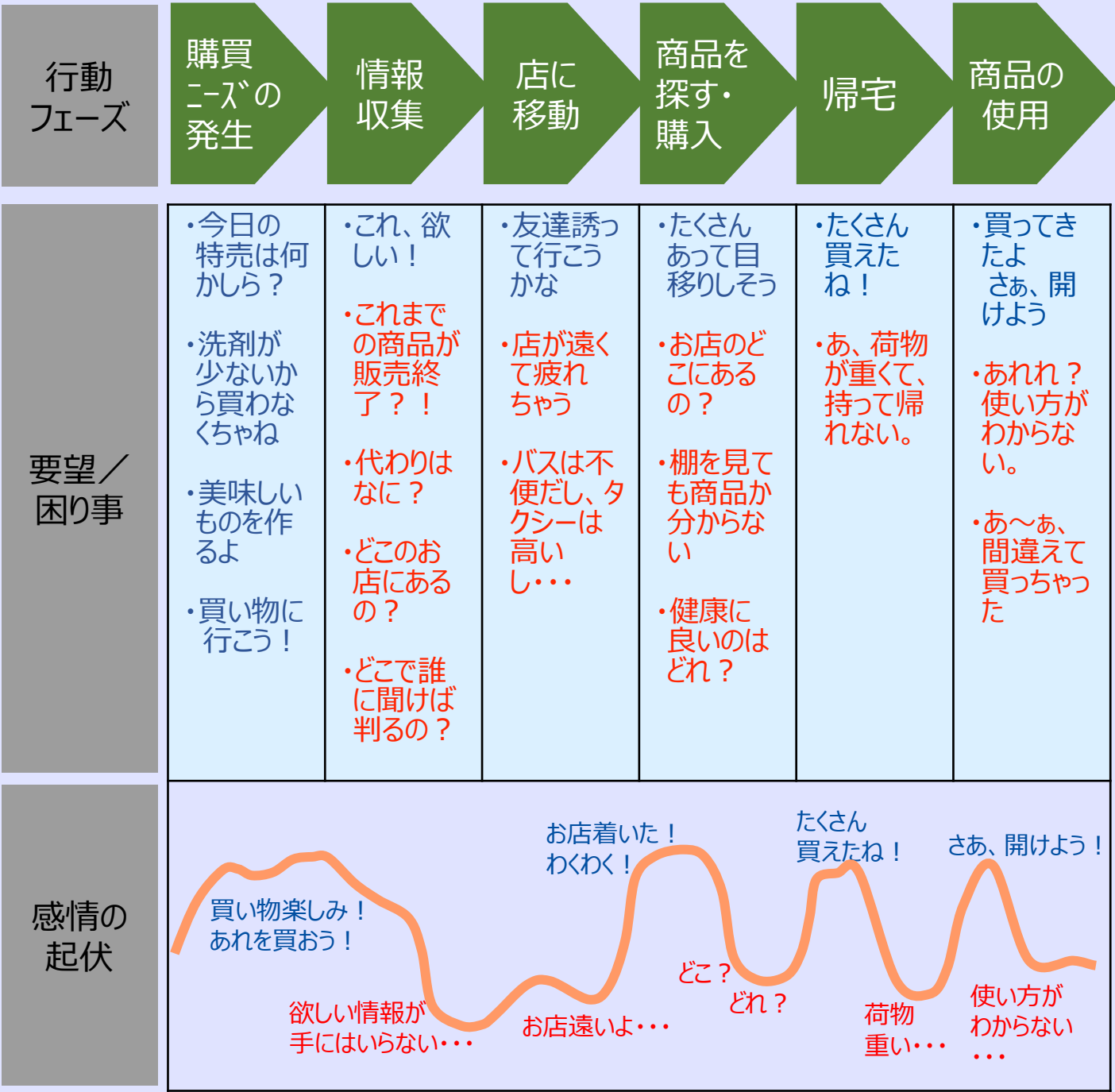
3. 買い物の楽しさを阻害する要因

高齢者の買い物には「楽しさ」を阻害する多くの課題が。感情の起伏グラフを上引き上げる取り組みが重要。

高齢の方のニーズの発生から商品の使用までのプロセスを行動フェーズに分けて考えてみました。各行動フェーズでそれぞれ要望や困り事の発生があり、それに伴って感情の起伏が生じます。**この感情の谷間を埋める**ことも大切ですが、**感情の山をもっと高くする**ことで、谷を超えるモチベーションを上げることも大切と考えました。例えば中高年の方にも愛好者が多い登山。困難を乗り越えた時の喜びが続けられる一つの要因ではないでしょうか。お買い物でも、楽しさを増やすことが重要ではないかと考えました。



高齢者の買い物行動時の感情の起伏（例）



4. 男女別・年齢別お買い物での困り事

男女別・年齢別の「お買い物」での困り事と、そこから見えてくる課題。

日本TCGFおよび加盟する製・配・販企業が力を入れるべき方向性を明確にするため、男女別・年齢別にお買い物での困り事を具体的に見てみました。

男女別・年齢別お買い物での困り事

	60代	70代	80代以上
男女共通	新しい製品やサービスへの理解に時間がかかる		
	製品カテゴリーそのものが分からない		
	老眼、白内障の進行で（小さな）文字を読むのがつらい		
	ネットが使えない（個人差あり）		
	社会とのつながりは維持したい		
	店内の長い移動が困難になる		
	同居者の人数が減り、衣食の必要量が減少する		
	新聞購読中止などにより情報が入り難くなる		
女性	夫の定年により生活が変化		
	重い荷物を運ぶことが辛くなる		
	身体機能の衰えが顕著になる		
男性	家事・日用雑貨になじみがない		
	身体機能の衰えが顕著になる		

加齢とともに進行・困難が増大

すると、60代辺りから始まる「生活環境、特にITなど含めた情報機器や伝達手段の変化についていけないことによる情報入手困難」に起因するもの(①)、70代辺りから始まる「体力・視力の低下や、知人・世帯人数の減少」に起因するもの(②)、80代辺りから始まる「新しいことを記憶することが困難になること」に起因するもの(③)、さらには、男性に多い「家事不慣れからくる製品・サービスの選択困難」(④)の、4つの課題が見えてきました。

	60代	70代	80代以上
男女共通	<p>① 生活環境の変化 (情報やITリテラシーの不足)</p>	<p>② 身体機能の衰えの進行 (健康へのニーズ) コミュニケーション 機会の減少 適量サイズへの ニーズ (日用品・食品等)</p>	<p>③ 身体機能の衰えの進行が より顕著に</p>
女性			
男性	<p>④ 家事不慣れ (およびそこからくる製品・サービスの選択困難)</p>		

5. 取り組み事例と軸による分類

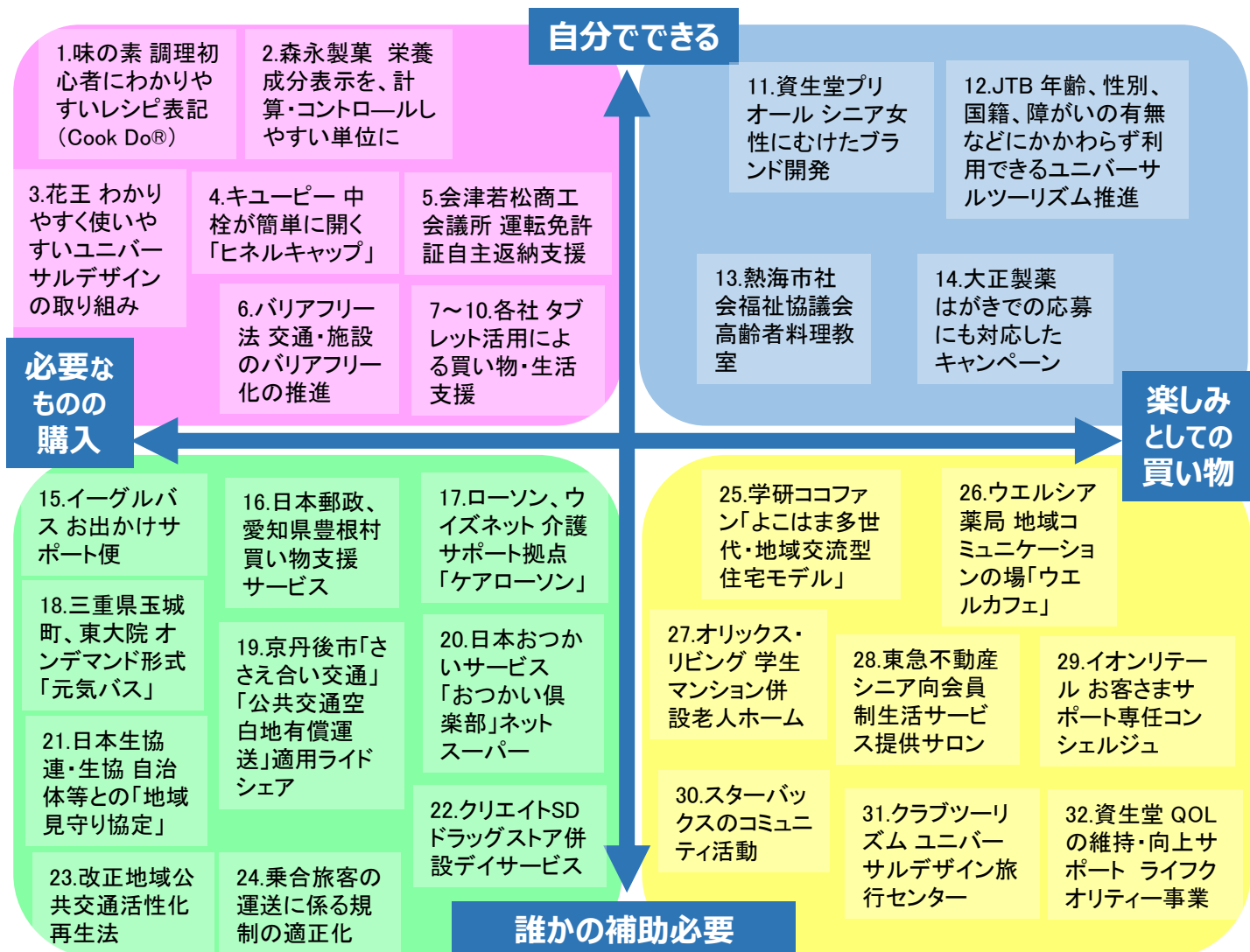
官民含めて行われている取り組み事例を収集し、そのターゲットや内容を分類することによりどのような課題に対応しているのかを見る。

官民含めての取り組み事例を集め、誰の、どのような課題に対処しようとしているのかを見るため、様々な軸で分類を試みました。結果、自分でできることへの対応と誰かの補助が必要なことへの対応の軸、楽しみとしての買い物への対応と必要なものの購入への対応の軸の2軸で整理することができます。

各取り組みのターゲットを見てみると、設定した2軸によって分けられた4象限それぞれに特徴的な取り組み内容が見えてきました。

また、取り組みの方向を見てみると、10個のグループに分けられます。

取り組み事例の対象課題によるプロット



4つの象限に特徴的な取り組み

自分でできるx必要な物の購入

- ・開けやすい容器の工夫
- ・大きな文字など表示の工夫
- ・小容量化

自分でできるx楽しみとしての買い物

- ・シニア向け化粧品の発売
- ・演奏会など表現・交流の場の提供

誰かの補助必要x必要な物の購入

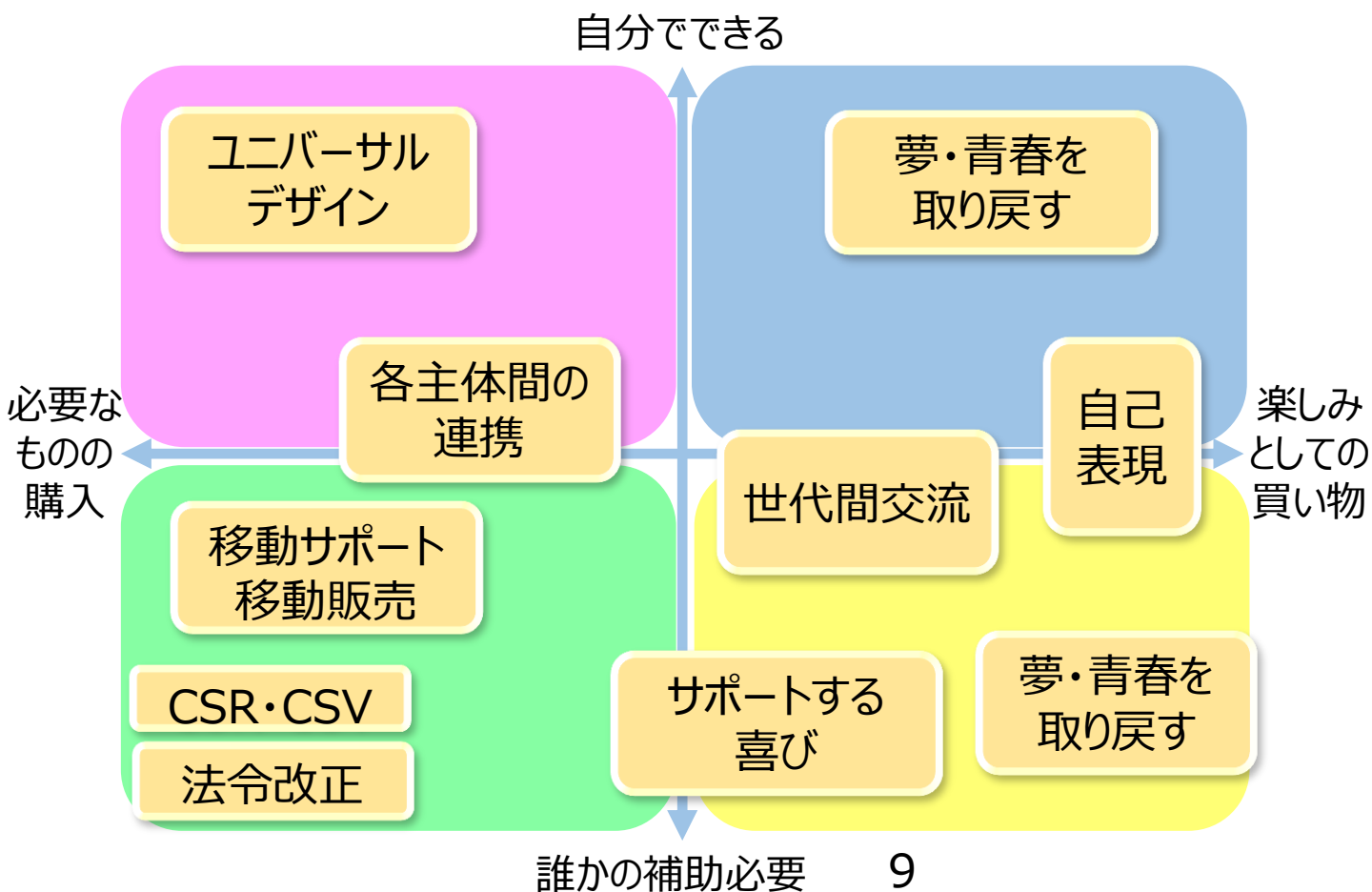
- ・移動販売、御用聞きサービス
- ・お買い物バスの運行
- ・運送法などの規制緩和

誰かの補助必要

x楽しみとしての買い物

- ・バリアフリー旅行サービス
- ・多世代・地域交流型住宅

取り組みの方向性によるグループ分け

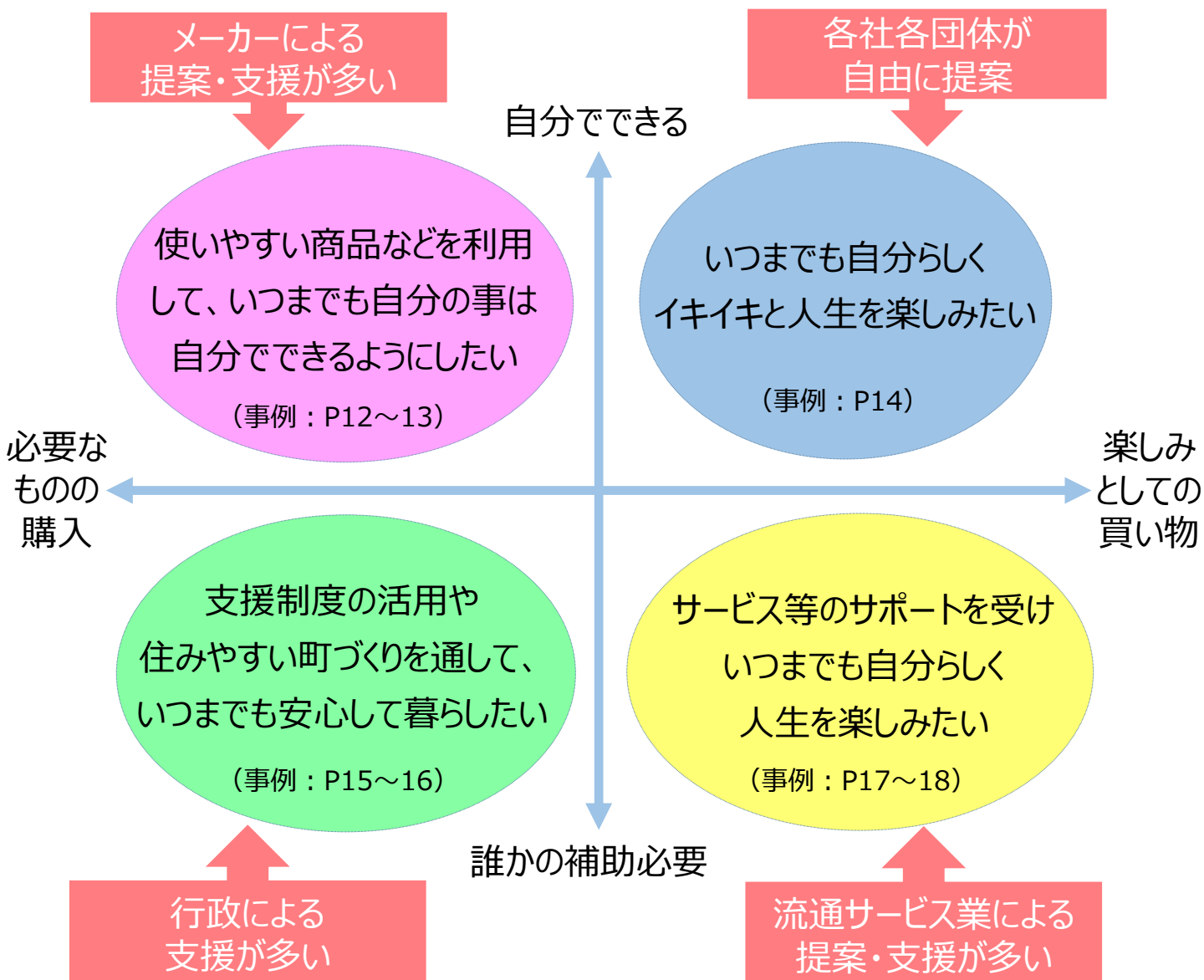


6. 見えてきたこと

- ◆ 高齢者の加齢や体力低下が進むほど、右上から左下へ進んでしまう
- ◆ 行政による支援は左下に集中している
- ◆ 左上はメーカー中心に、右下は流通サービス業中心に徐々に取り組みが進んできている
- ◆ 高齢期における社会参加活動と健康の関連についての追跡調査（※）によると、活動的な高齢者ほど健康を維持しやすい傾向がある
- ◆ 右上は弱者支援というより自由競争の領域である

※東京都健康長寿医療センター研究所長期継続研究

生活者の思いと、生活者に寄り添うため各社各団体ができること



7. 日本TCGFが取り組むべき方向



日本TCGFには、民間が行政と役割分担をしながら、**高齢者が「補助必要 x 必要なもの」の領域に進行することを抑え、「自分でできる x 楽しみ」の領域に引き上げていく**取り組みが求められています。

私達日本TCGF各社各団体が、**行政の支援が届かず、自由競争ではカバーできない中間の領域を担当し**、物理的障害だけでなく精神的充足にスポットを当てて**「生活者（高齢者）に寄り添う」**、具体的な取り組みを実践していくべきと考えます。

次ページ以降の事例を参考に、各社各団体における取り組みの推進や改善に役立てていただければと思います。

自分でできる x 必要な物の購入

1. 味の素 調理初心者にわかりやすいレシピ表記 (Cook Do®)

Cook Do® (中華合わせ調味料) を失敗なく美味しく作るコツを、「商品情報」ページ上で品種別に簡潔に記載。

https://www.ajinomoto.co.jp/cookdo/lineup/awase_009.html

2. 森永製菓 栄養成分表示を、計算・コントロールしやすい単位に

森永製菓では、健康志向の高まりからカロリーなど栄養成分に関するお問い合わせ増加を踏まえ、栄養成分表示を1箱当りから1粒・1枚当りに変更。カロリー計算や量のコントロールをやすく。(2010年～)

<http://www.morinaga.co.jp/contact/voice/detail/19>

3. 花王 わかりやすく使いやすい、ユニバーサルデザインの取り組み

花王では、障がいのあるなし、年齢にかかわらず、すべての人々に安心して、わかりやすく、使いやすいという視点で商品を開発することに努めている。

http://www.kao.com/jp/corp_csr/universal_design_01.html

4. キューピー 中栓が簡単にあく「ヒネルキャップ」

「ヒネルキャップ」はキャップを締め込むだけで中栓が簡単にあく、ユニバーサルデザインのキャップ。従来の中栓に比べ弱い力であけられ、指が痛くない、中身がはねない、ゴミが出ないなどの特長がある。キューピーでは2010年2月より、「味わいすっきり」シリーズで「ヒネルキャップ」を採用している。

<http://www.kewpie.co.jp/company/corp/newsrelease/2011/05.html>

5. 会津若松商工会議所 高齢者運転免許証自主返納支援制度

登録された店舗や事業所等で、運転免許証返納時に交付される「運転経歴証明書」を提示すると、各店独自の様々なサービス(料金割引・宅配・送迎・休憩等)が受けられる事業。会津若松市民だけでなく、日本全国からの観光客も利用可能。(2008年度より開始)

<http://www.aizu-cci.or.jp/hennou/>

自分でできる x 必要な物の購入

6. バリアフリー法による、交通機関・施設のバリアフリー化の推進

行政、利用者、有識者、事業者等からなる協議会を通じた、重点整備地区における各種バリアフリー事業の推進。移動経路の円滑化、案内情報の分かりやすさ、トイレ・エレベーターの改善など。

<http://www.mlit.go.jp/common/000234988.pdf>

<http://www.city.shinjuku.lg.jp/content/000189519.pdf>

7. NTTドコモ 高齢者向け見守りサービス用のタブレットを提供

NTTドコモは、高齢者向けの見守りソリューション「おらのタブレット」を全国の法人・地方自治体向けに提供。（2015年6月1日より提供開始）

http://www.docomo.biz/html/service/orano_tablet/

8. ユニー、ドコモ、伊藤忠 高齢者に向けたタブレット端末の活用による買い物支援

ユニー、NTTドコモ、伊藤忠商事は、ネットスーパーとタブレット端末を活用した買い物支援サービスの実現に向けたプロジェクトを2012年9月7日より名古屋市港区野跡学区にて開始。社会福祉協議会との協業による高齢者の孤立防止も進める。

<http://www.itochu.co.jp/ja/news/press/2012/120903.html>

9. 日本郵政、IBM、Apple 高齢者に向けたタブレット端末の活用による生活サポートサービス

日本郵政グループ、IBM 及びApple は高齢者向けのリアルな生活サポートサービスの提供に向け、高齢者向けタブレット等を活用した実証実験を共同で行うことに合意。（2015年4月30日発表）

<http://www.japanpost.jp/pressrelease/jpn/2015/20150430109906.html>

10. 日本郵政、イオン 高齢者に向けたタブレット端末の活用による買い物支援

日本郵政グループとイオンは、専用タブレットを活用した買い物支援サービスの提供に関する共同検討を開始。地域創生などの取り組みに関する協業の可能性についても検討。（2015年6月1日発表）

http://www.aeon.info/news/2015_1/pdf/150601R_2.pdf

自分でできる x 楽しみとしての買い物

1 1. 資生堂プリオール シニア女性にむけたブランド開発

6000人以上のシニア世代女性のインサイト研究から「私らしく輝きたい」という潜在する共通意識を探りあて、大人の女性ならではの「肌の凹凸」「影」「乾燥」や「説明書が読みにくい」「（何品も使うのは）おっくう」などの悩みをすんなり解決して「楽に、美しくなれる」ブランド、「プリオール」を開発。

<http://www.shiseido.co.jp/pr/>

1 2. JTB ユニバーサルツーリズムの推進

「年齢、性別、国籍、障がいの有無などにかかわらず、お客様が安心してご利用になれる旅行会社」を目指して、「ユニバーサルツーリズム」を推進。

http://www.jtbcorp.jp/jp/csr/universal_tourism/

1 3. 熱海市社会福祉協議会 高齢者料理教室

65歳以上を対象に、旬の素材を使い、栄養バランスのとれた食生活を基本に正しい生活のリズムを取り入れてもらうこと、また、多くの仲間づくりをして孤独感や不安感を少しでも取り除き生活していくうえでの自信と力を身につけていく一助となることを目的として開催。

<http://e-sites.jp/web/syakyo/menu.php?obj=241&now=1574>

1 4. 大正製薬 リポビタンD はがきでの応募にも対応したキャンペーン

対象商品についている「応募シール」を希望賞品の枚数分集め、ウェブサイトにて会員登録後、シール裏面に記載されたシリアル番号を応募画面より入力して応募。はがきでの応募者にも対応。※1枚のシリアルナンバー付応募シールで、はがきとWebの重複応募は不可。

<https://lipovitan-point.com/pc/index.html>

誰かの補助必要 x 必要な物の購入

15. イーグルバス お出かけサポート便

「お出かけサポート便」は、埼玉県の一部地域の一路線（高麗川団地地区）について、利用者がいれば一律180円で利用者の自宅近くの降車専用バス停まで乗車できるというサービスを開始。（1日8便）

<http://www.new-wing.co.jp/rosen/hidaka/odekake.html>

16. 日本郵政 愛知県豊根村にて買い物支援サービスを開始

日本郵便東海支社は、愛知県北設楽郡豊根村が地元商店と連携して実施する「おつかいポインタ便」の商品配送サービスを開始。利用登録した村民から、登録商店への電話注文を受けて、郵便局社員が原則翌日、自宅まで商品を配達するサービス。（2015年6月29日発表）

http://www.post.japanpost.jp/notification/pressrelease/2015/08_tokai/0629_02.html

17. ローソン、ウイズネット 業務提携、「ケアローソン」をオープン

ケアローソンでは、大人用のおむつやレトルトの介護食、水を使わなくても洗えるシャンプーなど、介護用品コーナーを設置。ローソンとウイズネットの両社の専門性を生かして、元気なシニアから介護が必要なシニアまで、また、その家族に対しても生活や健康のサポートをできる拠点として、新しいコンビニ形態を構築。

<https://info.ninchisho.net/archives/3612>

18. 三重県度会郡玉城町と東京大学大学院によるオンデマンド形式「元気バス」

利用者が事前に申し出た乗車場所や時間に車両が向かい、希望する目的地まで運ぶオンデマンド形式のバス。利用登録後予め決められた玉城町内の乗降場（公民館、ゴミ収集所、病院・診療所、公共施設、一般店舗など）間で、乗合率を高めて目的地近くまで走る。（2009年11月実証実験開始）

https://kizuna.town.tamaki.mie.jp/html/KurashiTetuzuki/GenkiBus/genki_bus.html

19. 京丹後市「ささえ合い交通」「公共交通空白地有償運送」適用のライドシェア

道路交通法で定める「公共交通空白地有償運送」を適用できる地域で、ドライバー登録した一般住人が自家用車で高齢者を送迎するサービスを提供。京都府京丹後市丹後町では、NPO法人が主体となってUber JapanのICT技術を活用した配車サービスを日本で初めて実施。

https://www.city.kyotango.lg.jp/shisei/kohoshi/koho_kyotango/documents/201607.pdf

誰かの補助必要 x 必要な物の購入

20. 日本おつかいサービス タブレット無償貸出しネットスーパー「おつかい倶楽部」

保証金5,000円でiPadを無料レンタルでき、大きく見やすい画面を指で操作するだけで利用できるネットスーパー。歩行に難があるなど、何らかの理由で買い物が困難な高齢者に利便性の高いサービスを提供。
<http://otukai.jp/otukaiclub.html>

21. 日本生協連・全国の生協 自治体等との「地域見守り協定」の締結

日本生協連と全国の生協では、宅配の際、毎週同じ曜日・時間に同じ担当者が地域を回るという特長を生かし、自治体等と「地域見守り協定」の締結を推進。協定は担当者が配達の際、組合員・地域の高齢者などの異変に気付いた場合、事前に取り決めた連絡先に速やかに連絡・通報を行うというもの。
<http://jccu.coop/info/newsrelease/2014/20141031.html>

22. クリエイトSDホールディングス ドラッグストア併設型のデイサービス施設増加

立ったり歩いたりなど日常的な動作の維持・向上に重点を置く施設で、併設するドラッグストアでの買い物を運動メニューに加えたり、薬剤師による健康相談を実施したりするなどユニークな取り組みを通じ、顧客の困り込みを目指す。
<https://messe.nikkei.co.jp/js/i/news/128456.html>

23. 改正地域公共交通活性化再生法による対応

地方公共団体が中心となり、まちづくりと連携し、面的な公共交通ネットワークを再構築することを推進するため、地域公共交通再編実施計画を作成し認定を受けた場合に、自家用有償旅客運送者による少量貨物の運送を可能とする法令。（2014年11月より施行）
<http://www.mlit.go.jp/common/001127036.pdf>

24. 乗合旅客の運送に係る規制の適正化

乗合旅客の運送形態の多様化に対応するため、一般乗合旅客自動車運送事業について、路線を定めて定期に運行するとの要件を撤廃するとともに、地域の需要に応じ当該地域住民の生活に必要な旅客輸送を確保するために乗合旅客の運送を行う者について、地域の関係者が合意している場合に運賃及び料金の規制の緩和を行うなど、乗合旅客の運送に係る規制の適正化を図る。
<http://www.mlit.go.jp/jidosha/iinkai/tiikikoutu.pdf>

誰かの補助必要 x 楽しみとしての買い物

25. 学研ココファン「よこはま多世代・地域交流型住宅」モデル第一号オープン

学研ココファングループは、2012年整備・運営事業者として横浜市から選定され、翌年「ココファン横浜鶴見」をオープン。高齢者の方が、介護が必要になっても子育て世代などとともに地域の中で安心して住み続けられるよう、生活支援などの必要な機能を備えた賃貸住宅。（2013年4月オープン）

http://www.cocofump.co.jp/news_top/2015/04/000668.html

26. ウエルシア薬局 地域コミュニケーションの場、「ウエルカフェ」を展開。

国が提唱する「地域包括ケアシステム」の実践として、地域コミュニケーションの場、「ウエルカフェ」を展開。薬剤師や従業員による、服薬・美容のアドバイスや楽しいイベントも予定。その1号店坂戸鶴舞厚川店（埼玉県坂戸市）がオープン。今後全国展開を目指す。（2015年9月）

<http://www.welcia-yakkyoku.co.jp/welcafe/>

27. オリックス・リビング 学生マンション併設の有料老人ホーム開設

オリックス・リビングは、有料老人ホーム「グッドタイム リビング なかもず」をオープン。当物件は、建物内にコープリビングサービスが管理する学生マンションを併設し、有料老人ホームの入居者と学生の新たなコミュニケーションの場を創出。（2014年12月10日発表）

http://www.orixliving.jp/company/pdf/pressinfo_141210.pdf

28. 東急不動産「ホームクレール」 シニア向けの会員制生活サービス提供サロン

東急不動産が高齢者向け住宅で培ったノウハウを活かして、「自宅にいながら」「楽しみ」と「安心」を提供する会員制サービス。カフェや各種フィットネス、カルチャークラスでの会員間の交流のほか、日常の様々なことや介護などの将来の不安などの相談に応える生活コンシェルジュサービスを提供。

<http://www.homecreer.com/>

29. イオンリテール 店舗でお客さまサポート専任のコンシェルジュを配置

イオン葛西店では、コンシェルジュを計6名配置、お客さまの個別のご相談に対応。同時に認知症サポーターやサービス介助士を配置し、お客さまの買い物をサポート。（2016年12月現在、全国45店舗に拡大）

<https://www.aeon.info/environment/report/2015/closeup1.html>

誰かの補助必要 x 楽しみとしての買い物

30. スターバックスのコミュニティ活動

コミュニティ・コネクションと呼ぶ、店舗によるその地域への貢献活動を行う。お子様連れのお客様向けのキッズパーティー、認知症カフェの開催など、全国の店舗で年間5,000を超える活動を実施。

<http://www.starbucks.co.jp/responsibility/community/program.html>

31. クラブツーリズム ユニバーサルデザイン旅行センターを開設

ユニバーサルデザイン旅行センターは、「誰にでもやさしい旅」として、高齢の方でもいつまでも旅を楽しめるよう、長い距離を歩かない「ゆったり旅」や、バリアフリーの旅「杖・車いすで楽しむ旅」を提供。（2015年3月31日発表）

<http://www.club-t.com/theme/barrierfree/>

32. 資生堂 QOLの維持・向上サポートをめざすライフオリティ事業

様々な方のQOLの維持・向上をサポートすることを目指した事業。化粧することは「気持ちが明るくなる」「脳への良い刺激」「適度な身体負荷」などで日常生活動作を維持・向上させ、QOLの維持・向上が期待できる。高齢者に向けた「いきいき美容教室」のほか、介護・医療関係者等に向けた各種セミナーを提供。

<http://www.shiseido.co.jp/lifequality/index.html>

※掲載事例は、2015年から2016年にかけて、企業・官公庁等のホームページから収集した情報をもとに作成しています。それぞれの事例についての詳細は記載のURLをご参照願います。

2017年3月 作成

日本TCGFユニバーサルアクセス委員会
高齢者検討グループ

味の素株式会社
イオン株式会社
花王株式会社
キューピー株式会社
キリンホールディングス株式会社
サッポロホールディングス株式会社
株式会社資生堂
日清フーズ株式会社
森永製菓株式会社
雪印メグミルク株式会社

