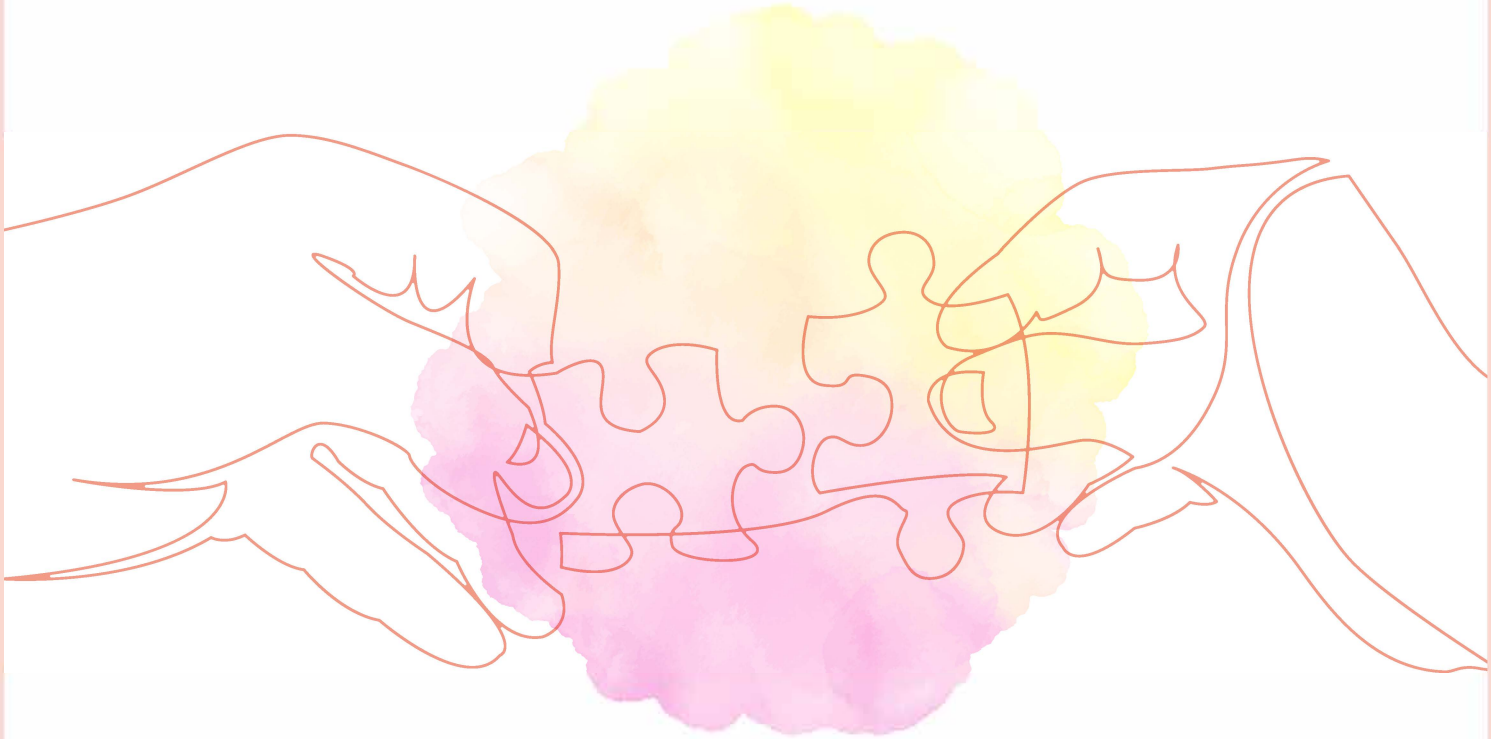
第30回 ハイライフセミナー

超高齢社会の生き方のヒント



2018年6月

公益財団法人ハイライフ研究所

Research Institute for High-Life

目　次

本報告書は 2018 年 3 月 5 日に実施されましたハイライフセミナーを記録したものです。

CHAPTER 1　**主催者挨拶**

公益財団法人ハイライフ研究所　代表理事副理事長
櫻井 隆治　4

CHAPTER 2　**KGRI の取り組みについて**

慶應義塾　常任理事／法学部教授　グローバルリサーチインスティテュート所長
駒村 圭吾　9

CHAPTER 3　**百寿調査で分かってきた長生きの世界**

慶應義塾大学　医学部　百寿総合研究センター専任講師
新井 康通　12

CHAPTER 4　**いつまでも若いマインドを持った年配者の消費行動**

慶應義塾大学　商学部　教授
清水 聰　29

CHAPTER 5　**心理面から健康な加齢にアプローチする**

同志社女子大学　現代社会学部　社会システム学科　教授
日下 菜穂子　44

CHAPTER 6　**次世代高齢者（50代）と高齢者（66 歳～ 75 歳）の老後意識の比較**

公益財団法人ハイライフ研究所　上席研究員
杉本 浩二　57

閉会挨拶

公益財団法人ハイライフ研究所　執行理事専務理事
藤原 豊　70

CHAPTER 1

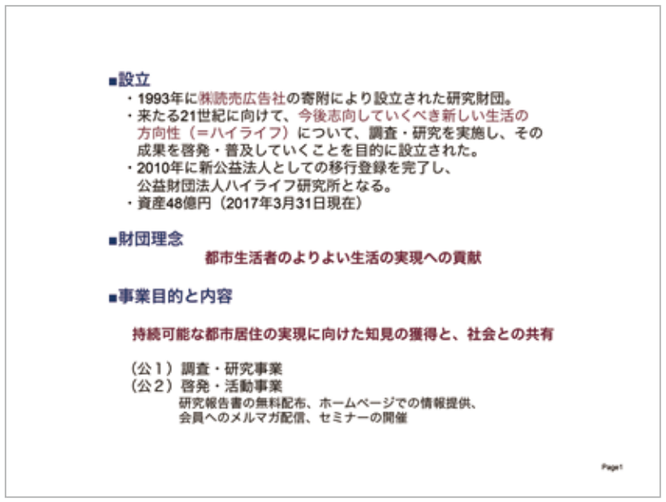
主催者挨拶

櫻井 隆治
公益財団法人ハイライフ研究所
代表理事副理事長

ハイライフ研究所の櫻井です。本日はご多忙の中、第30回ハイライフセミナーにお越しいただきまして、誠にありがとうございます。厚く御礼を申し上げます。また、この度は慶應義塾大学のKGRI様との共催の形でセミナーを開催させていただくことになり、誠に光栄に存じます。この様な立派な会場までお貸しいただき、深く感謝申し上げます。

さて、“ハイライフ研究所”と聞いて、大多数の方がご存じないと思いますので、最初に、財団の紹介をさせていただきます。まず設立ですが、1993年に読売広告社という広告代理店の寄附により設立された「研究財団」です。今年の5月に25周年を迎えます。

当初は、21世紀に向けて志向していくべき新しい生活の方向性を『ハイライフ』と定義し、都市生活者のより良い生活の実現への貢献を目指して、さまざまな調査・研究を行ってきました。『持続可能な都市居住の実現に向けた知見の獲得と、社会の共有』が、監督官庁である内閣府へ届け出をしている事業目的です。（資料1-1）



■設立
・1993年に株読売広告社の寄附により設立された研究財団。
・来たる21世紀に向けて、今後志向していくべき新しい生活の方向性（＝ハイライフ）について、調査・研究を実施し、その成果を啓発・普及していくことを目的に設立された。
・2010年に新公益法人としての移行登録を完了し、公益財団法人ハイライフ研究所となる。
・資産48億円（2017年3月31日現在）

■財団理念
都市生活者のよりよい生活の実現への貢献

■事業目的と内容
持続可能な都市居住の実現に向けた知見の獲得と、社会との共有

（公１）調査・研究事業
（公２）啓発・活動事業
研究報告書の無料配布、ホームページでの情報提供、
会員へのメルマガ配信、セミナーの開催

Page1

資料1-1

■過去の主な研究テーマ

Page2

資料1-2

都市
人
消費

Page3

資料1-3

このように、24 年間の主な研究テーマの流れについてまとめています。（資料 1-2、資料 1-3）カテゴリーとしては『都市』、『人』、『消費』、の 3 つの区分で研究をしてきております。

直近の 2012 年度から 2015 年度にかけては、都市研究に重点を置きました。『高齢化と加齢化で進む都市居住の新陳代謝』と称し、東京 50km 圏、かつてのベッドタウンの縮退状況に関する研究と、『東京 10km ～ 20km 圏、その魅力。“ 生き続けられるまちとは？ ”』と称し、10km ～ 20km 圏のドーナツ圏での活性状況を見極め、都市の魅力を構成する要素の研究を行ってきました。都市の縮退と活性の両面から研究をしてきましたが、これらの研究を通じて、超高齢化や単身世帯の急増を目の当たりにしました。そこで、都市の機能やインフラ以前に、一度原点に立ち返り、将来に向けて超高齢社会の変化の予測について取り組むことにしました。それが2016 年度、2017 年度の 2 年間の、2 つのカテゴリーの研究です。（資料 1-4）

資料 1-4

ひとつは、超高齢社会における『幸せ』を追究するための研究として、「次世代高齢者研究：変化し続ける高齢者意識の研究」です。ふたつ目は、超高齢社会における『豊かさ』を追究するための研究として、「近未来消費研究：高齢化と人口減に伴う消費行動の変化の研究」です。これら二つを両輪に据えながら研究をしてきました。

本日のセミナーは前者の「次世代高齢者研究：変化し続ける高齢者意識の研究」の一環です。次世代高齢者研究の目的としては、

①現状と将来についての、現高齢者と次世代高齢者の実態と意識の差異を分析

②次世代高齢者のクラスター分析と、老後の生き方についての主成分分析による「老後意識」の模索

③次世代高齢者の老後の趣味・遊び・嗜好を対象とした「楽しみ」についての考察

これら 3 つを設定しておりますが、本日は私どもの上席研究員の杉本より、二番目の「次世代高齢者の『老後意識』」を中心にご説明させていただきます。

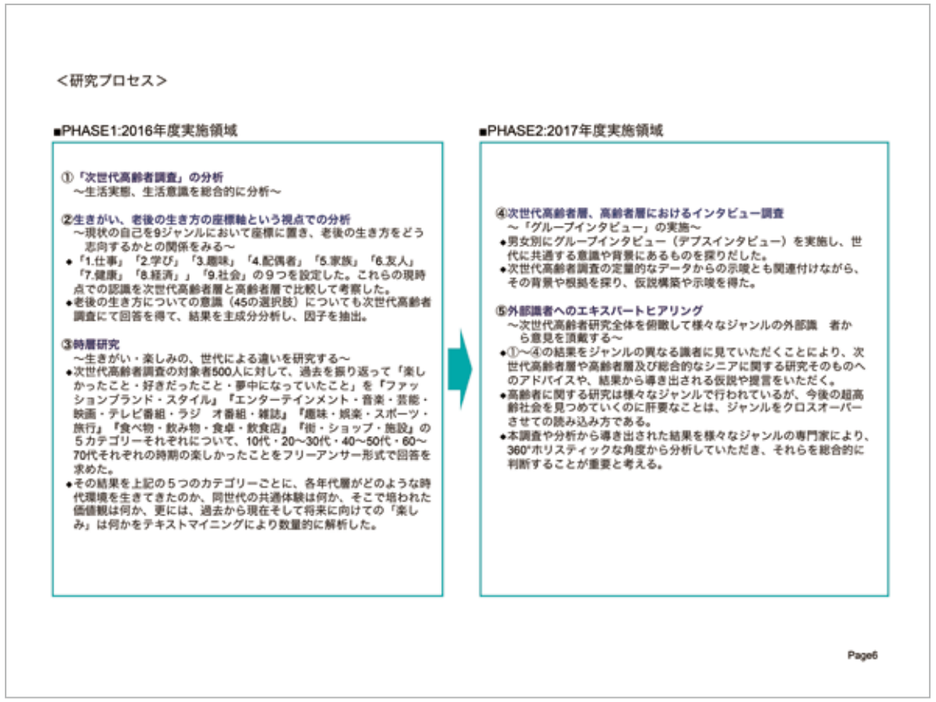
資料 1-5

最後になりますが、この２年間に亘る研究プロセスについてご説明させていただきます。大きく分けて、５種類のメニューを実施してきました。PHASE1 では、定量調査による次世代高齢者の生活意識と実態把握、二番目に、調査結果の因子分析による老後の生き方の座標軸研究、三番目に、次世代高齢者の楽しみの行方を探るための『時層研究』、すなわち、調査対象者に 10 代まで過去を振り返っていただき、「楽しかったこと・好きだったこと」を５つの生活カテゴリーについて、意識として強く存在している事項をフリーアンサーで求め、それをテキストマイニングにより定量的に解析し、世代の共通体験、そこで培われた価値観、過去から将来に向けての「楽しみ」を導き出しました。

四番目に、PHASE2 として、これらの定量調査の結果の背景や深層心理を探るためにグループインタビューを実施しました。五番目は、外部識者へのエキスパートヒアリングです。調査から導き出された結果を、さまざまなジャンルの専門の方々にご覧いただき、その根拠や原因を解析していただき、統合的に仮説を導き出します。

これからの超高齢社会を見つめていくのに最も大事なことは、ジャンルをクロスオーバーしての横断的な取り組みと、角度の異なるクライテリアの統合化であると考えております。

本日のセミナーも、その考え方の一環です。それ故、本日は慶應義塾大学・医学部の新井先生、同じく慶應義塾大学・商学部の清水先生、同志社女子大学・現代社会学部の日下先生にご登壇をお願い致しました。ジャンルを越えることによる、新しい化学反応やシナジーを確信しております。本日のセミナーを、どうぞお楽しみください。ありがとうございました。



資料 1-6

CHAPTER 2

KGRIの取り組みについて

駒村 圭吾
慶應義塾　常任理事／法学部教授
グローバルリサーチインスティテュート所長

ご紹介にあずかりました、慶應義塾大学の駒村です。常任理事を拝命しています。本籍は法学部で、憲法を教えています。このたびは、ハイライフ研究所さまと共催のお声がけを頂戴しまして、今日のイベントの開催となりました。改めて、中田代表理事を始めとして、ハイライフ研究所の皆さま方に御礼を申し上げたいと思っています。

本日、KGRI という言葉が先ほど出てまいりました。慶應義塾大学に設けられたこの新しい研究所が、本日のセミナーの共催機関となっています。先ほどご指摘のあった KGRI、Keio University Global Research Institute というものです。

そちらの所長を私が兼務しているものですから、本日は私がごあいさつをさせていただいているという運びです。

実は、２年前に設立された比較的新しい機関です。ご案内のように、日本国政府がスーパーグローバル大学創成事業補助というものを開始しまして、慶應義塾大学も、13 あるトップユニバーシティーのうちの１つに選ばれました。これは、日本の大学のグローバル化をさらに加速しようということです。グローバル化に限らない、大学の基本的なあり方の大きな変革をもたらす補助金制度です。

それに採択されて、慶應義塾としてもかねてより懸案であったグローバル化の促進というものを、特に研究の面でいかにそれを促進するかということが課題になりました。そして、２年前の 11 月に、KGRI というこの組織を立ち上げたわけです。

従来、グローバルな研究というものは、慶應義塾大学は総合大学として、さまざまな部門、キャンパスに散在していました。言ってみればそれを統合するような形で、基本的には、領域横断あるいは文理融合あるいは部門融合と申しますか、それぞれの学部、研究科を超えて、リサーチリソースを１つに束ねていこうということです。かつ広報の面、PR の面でも支えていこうということです。

慶應義塾大学の持っているリサーチリソースを、私どもは３つのクラスターに分類させていただきました。1つが「安全」に関するクラスターです。もう１つが「創造」に関するクラスターです。そしてもう１つが「長寿」に関するクラスターです。

Security、Creativity、Longevity という３つの研究クラスターで、慶應義塾大学のリサーチフロントを国内外に見せていこうという趣向です。

本日の、このハイライフ研究所様との共催のセミナーは、今申した３つのクラスターのうち、長寿クラスターに関わりがあるものです。先ほどご案内がありました新井先生、清水先生は、私ども KGRI の、この長寿クラスターの一翼を担う、大変重要なリサーチャーのお二人です。そのことを、少しご説明させていただきたいと思います。

この長寿クラスターというものは、もちろん長寿社会、あるいは超高齢社会を迎えて、慶應義塾の理系・文系の総力を挙げて取り組んでいこうということです。主に３つの研究領域にわたって、過去３年間活動を繰り広げてきました。

1 つが、理工学部の大西公平教授による、ハプティクス（haptics）研究というものです。ハプティクスというものは、ご案内の方も多いかと思います。触覚を伝送するそのインターフェース技術のことを、ハプティクスと言っています。ロボティクスなども関係してくるのですが、例えば人工義手を作ります。そして、ポテトチップスを割らずに 1 枚ずつ持ち上げるというようなところまで研究技術が進んでいます。

もう 1 つの分野は、老齢化に伴う様々な疾病に対する対応をいかにするかということです。こちらは、医学部の三村將教授、老齢精神医学の専門家をリーダーとして、活動を続けているところです。NMN という、ニコチンアミド・モノヌクレオチドという新しい薬を投薬して、老齢制御を行う、老化制御を行うという研究をしています。

そしてこの医学部関係で重要な研究をもうひとつ案内しますと、今日いらっしゃっている新井康通先生がやられている、百寿総合研究ということです。

100 歳を超える、あるいは 100 歳になんなんとする高齢者、センテナリアンの更にその先を行くスーパーセンテナリアンに関する、長年の調査研究をベースにした、日本でも非常に特殊な疫学的研究をされています。この百寿総合センターを中心とする老齢研究というものを、新井先生の方から今日はお話を頂戴できるというように伺っています。

このように、理工学部を中心とするハプティクス研究、また、医学部を中心とする老齢疾患対策、そして、３番目にやはり人社系です。人文社会科学系が、超高齢社会にどのように対応するのかということがあります。高齢化社会に関する新しい構想というものを、その経済効果分析やマーケティング理論による分析によって行うということが、この長寿クラスターの３番目のプラットフォームです。

そこのところを、経済学部の大垣昌夫先生を中心に研究を頂戴しています。本日は、その研究プラットフォームの中から、清水聰先生から消費者行動論ないしはマーケティング理論から、超高齢化社会に対する対応の仕方ということをご報告いただくことになっています。

人社系と言うと、やはり理系とは違うのですが、実証的なお話が伺えるかと思います。長らく経済学で使われてきた効用概念以外に、例えば、幸福になる幸福概念と言うと少し語弊があるかもしれません。そういったタームを用いて、この分野では研究が進んでいるということを伺っています。

このようなわけで、KGRI、あるいはスーパーグローバル大学創成事業の一翼を担っている長寿クラスターの中から、本日は新井先生による百寿総合研究と、清水聰先生によるマーケティング理論による超高齢化社会の新構想をお話しいただけます。そのようなことがありまして、ハイライフ研究所様と肝胆相照らして、本日の共同開催となっているということです。

最後に、実は私の母親も 87 歳で、超高齢化時代を生きているわけです。徐々に、高齢者特有の課題が現れ始めているところです。私は、先ほどの櫻井様のパワーポイントによると、ポパイ・JJ 世代の最後に属します。1961 年から新人類世代ということで、ちょうどその境界に立つ人間です。

その境界に立つ人間の特徴として櫻井様が挙げられたのは、高齢者であるという自覚がない、まだまだ現役ということです。私もそう思っていたのですが、母親がこういう形で高齢化特有の問題を抱えるに至って、自分もある意味で、例えば定年や自分の老後というものを意識するようになりました。

考えてみると、50 代半ばを超えると、もう自分が高齢者になった時にどうするかということを考えなければいけない世代です。そういう世代が、超高齢化を迎えた親御さんなどを、いろいろな形で面倒を見なければいけません。私も、ここ数年間それに取り組んでいて初めて気が付きました。

50 代半ばを過ぎて、初めて家族と言いますか、今までお付き合いがあまりなかったような親戚も含めて、家族というものに直面するだけではなく、高齢化社会を取り巻く様々な制度あるいは法令というものがどういうものなのかということを目の当たりにしています。そういう意味で、高齢社会問題というものは他人事ではなくなりつつあります。かつ、非常に切実なものとして受け止めている次第です。

単に切実に捉えると言っても、深刻に捉えるだけではなく、やはり適切に将来を予測して、的確にかつ冷静に対応を考えます。できれば、楽しいものと言うと語弊があるかもしれませんけれども、高齢化対応がやりがいのあるものになってほしいと、日頃つくづく感じています。

そういった期待を込めて、本日のイベントが実りの多いものになりますようご祈念を申し上げて、私の方からのご挨拶に代えさせていただきたいと思います。

CHAPTER 3

百寿調査で分かってきた長生きの世界

新井 康通
慶應義塾大学　医学部
百寿総合研究センター専任講師

ただ今ご紹介をいただきました、慶應義塾大学・百寿総合研究センターの新井です。はじめに、このような貴重な講演の機会をいただいたハイライフ研究所の皆さまに、一言御礼を申し上げます。

私は、元々内科医で、老年科医です。高齢者の方々には動脈硬化やさまざまな病気がありますけれども、そういうものを専門に診療している内科医です。入局と同時に、大学ですので研究をするということも使命であり、もう25年も前ですけれども「健康長寿」の研究をやりたくてこの『百寿者研究グループ』に入りました。かれこれもう20年以上、この『百寿者研究』を続けています。

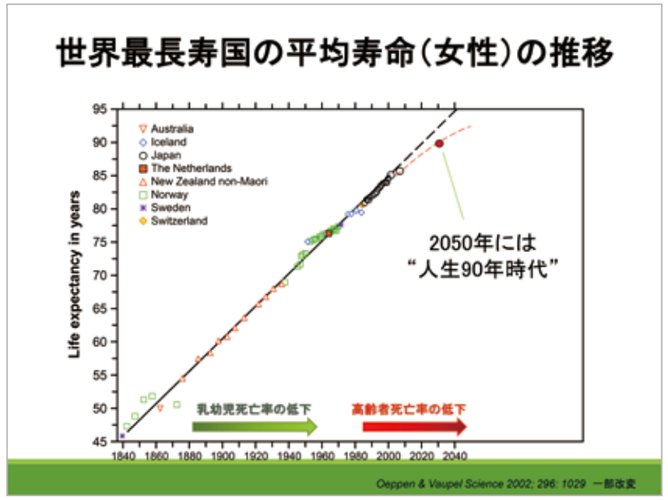
本日は、この研究の中から、100歳の方々にはどのような医学的な特徴があるか、そして、一般の方々も健康長寿を達成するのに何が重要なのか、というお話をさせていただきたいと思います。

資料 3-1

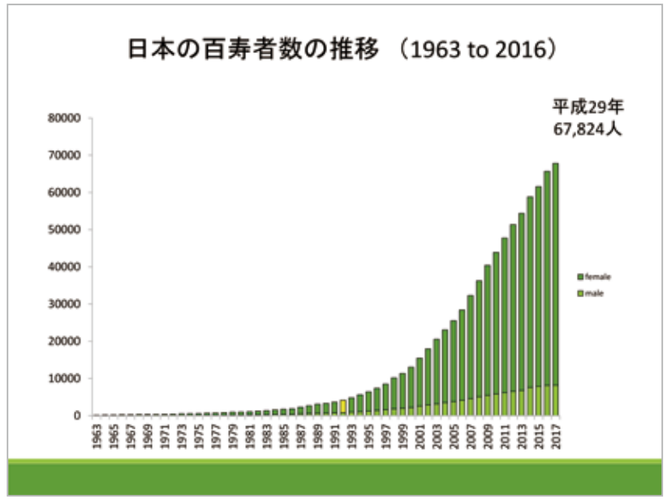
はじめに、こちらのグラフ（資料3-2）は1840年、今から約180年前からの、世界の長寿国の、女性の平均寿命を表しています。今から180年前、世界の長寿の国というのは北欧の国、スウェーデンでした。当時の女性の平均寿命が45歳ということで、今から考えると相当短いです。この後、現在に至るまで、ほぼ直線的にこの平均寿命が伸び続けています。

皆さまご存じのように、ここ30年間は、日本人女性が世界の最長寿を享受していると言われています。将来的にも、この平均寿命はまだまだ伸びると言われています。2050年ぐらいには90歳を突破するだろうと予測されて、まさに人生90年時代の到来と言えます。次の世紀には、ひょっとすると100歳までいくのではないかと言われており、最近は人生100年時代というように、非常に注目されているところです。

このように平均寿命が伸びてくるというのは、もちろん日本だけのことではありません。国際社会で、共通していることです。そうなってくると、いかにこの健康や私たちの働き、社会生活というものを長い間、80代、90代まで維持していくということが、健康長寿であると言われていますが、非常に重要になってきていると言えます。



資料 3-2



資料 3-3

そして、平均寿命が伸びるとともに、100歳の方々の数、百寿者数というものも非常な勢いで増えてきています。ここ30年間で非常に増えてきていまして、昨年は6万8,000人近く数えられたというように言われています。（資料3-3）

私ども慶應義塾大学では、1992年に百寿研究をスタートさせました。皆さんご存じの方も多いと思いますが、当時百寿者と言うと、金さん銀さんがちょうど注目された時代です。このときに、私たちは研究をしていて、非常にユーモアのあるかわいらしい方々でした。こういう100歳の人たちがいるのだというように、しかも双子だということで非常にインパクトが強かったことを覚えています。

しかし、最近になってくると、京都にいらっしゃる宮崎秀吉さんは、105歳にして、100メーターの短距離走を走られるという方です。研究を始めた1992年には、私たちはこういう100歳の人たちが出てくるということは全く予想だにできなかったのです。このように、本当に高い身

体能力を持っている方々が出現しております。

ですから、この二十数年間で百寿者の方々の数も増えているのですが、もしかしたら生物学的にも違ってきているという可能性があるのではないかというように考えられます。皆さんも、恐らくお読みになられたと思うのですが、『ライフシフト・100年時代の人生戦略』、この本の中では、2007年以降に生まれた人たちは、ほぼ半分の確率で100歳まで到達するというような推計が書かれています。

これはあくまで推計ですので、本当にそのような時代が来るかどうか、それは分かりません。私たちが百寿者研究を始めた当時は、こういう100メートルを走る百寿者の出現ということは全く予想ができなかったのです。今から80年経つと、本当に平均寿命が100歳になっているというような可能性も、確かになくはないというように思われます。

一般的に、百寿者の多くの方が90代の半ばぐらいまではさまざまな病気を持ちながらも自立して生活されておられます。ですから、私たちは、いかにこの健康長寿を伸ばすか、そういう研究対象としていろいろと調査をさせていただいています。

この健康長寿というものは、非常に複雑な要因によってきまると考えています。つまり、これだけあれば健康長寿になれるというものでもないのです。ですので、私たちがこの研究を始めるときに、5つの領域を設定しました。（資料3-4）1つは、「遺伝」というものです。医学的にもそうなのですが、例えば先ほどお話しをしました銀さんの、長女の方も100歳を迎えられたということです。以前から、長寿家系というものがあるということが知られていました。

資料3-4

しかしながら、いろいろと調査をしてみますと、ご両親も早く亡くなられているし、兄弟もみんな亡くなってしまったけれども、私だけ100歳になりましたという方も実は結構いらっしゃるのです。ですから、遺伝的な要素というものはあるのですが、それ以外の「環境や生活習慣」も、この健康長寿に大きな影響をするというように考えられます。

それから、やはり病気にならない、あるいは「日常生活機能」、介護を受けないということも非常に重要です。性格や心理、これはやはり100年という長い人生、さまざまなことを皆さんは経験されています。ほとんどの場合、配偶者の方、大体女性のほうが長生きですから、ご主人には亡くなられています。中には、お子さんにも先立たれているという方もいらっしゃいます。そのようなストレスのある環境をいかに乗り越えていくか、そういうことでも人生に対する前向きな「考え方や性格」というものが、健康長寿に効いてきます。

それから、いかに元気であっても、やはり90歳を超えてくるとさまざまな「サポート」が必要になります。これは家族のサポートや、地域のサポートなどがあります。ですから、本人だけの問題ではなく、周りの環境も健康長寿には非常に重要になってきます。

こういうことを同時に研究しようと思うと、まさに今日も駒村常任理事の話にありましたように、文理融合の学際的研究というものが必要です。私ども医師だけではなく、栄養士さん、介護士さん、心理士さん、いろいろな分野の研究者が一緒になって研究している学際的な研究ということで、研究をさせていただいております。

そして、慶應義塾大学の百寿者研究のもう1つの特徴は、100歳以上の方の中でも、特に私たちは105歳以上の方を超百寿者と言っています。110歳以上の人が、スーパーセンチナリアンです。100歳の中でも、より高齢の方々の調査を行っているということが特徴です。

私の恩師の広瀬信義特別招聘教授が2002年からの105歳以上の超百寿の全国調査を開始されて、世界各国の百寿研究と比較し、これからは世界中が長寿になっていくことを研究されていました。当時、まだ百寿者研究をやっている国はそれほど多くはなく、アメリカ、イタリア、日本でした。

資料3-5

しかし現時点では、中国、ブラジル、その他の国々も、百寿者研究というものを行っているのです。その中で、日本の百寿者研究をどのようにして世界の先端に持っていくかということで、広瀬先生が100歳では駄目だ、105歳だという号令をかけました。そして、この超百寿者研究というものが始まったのです。

105歳以上の方になると、やはり数がすごく少ないのです。ですので、東京だけでは調査しきれず、広瀬先生は今まで700人以上の105歳超の方々の全国調査を行いました。現在、130人以上のスーパーセンチナリアン、110歳以上の方、500人以上の超百寿者、それから、180人のセンチナリアンという、世界的に見ても超高齢の百寿者の方々の調査を行いました。それによって、人類の限界寿命ということの解析も可能になってきている研究であることを申し添えさせていただきます。（資料3-5）

これから、私どもの百寿者研究から分かってきた、医学的な特徴を少しお話させていただきます。最初に私たちが興味を持ったのは、やはり血管、動脈硬化なのです。そう言いますのは、私ども医学のほうでは、「人は血管とともに老いる」という言葉があります。やはり、年齢を取っていくと、だんだん動脈硬化というものが出てくるのです。

そこで、百寿者の方は、動脈硬化はどうだろうかというように思いました。一番簡単にこの動脈硬化を調べるのは、首のところに超音波を当てます。血管ですから、管のようになっています。この血管の壁が、動脈硬化が起こると厚くなってきます。これをプラークと言います。

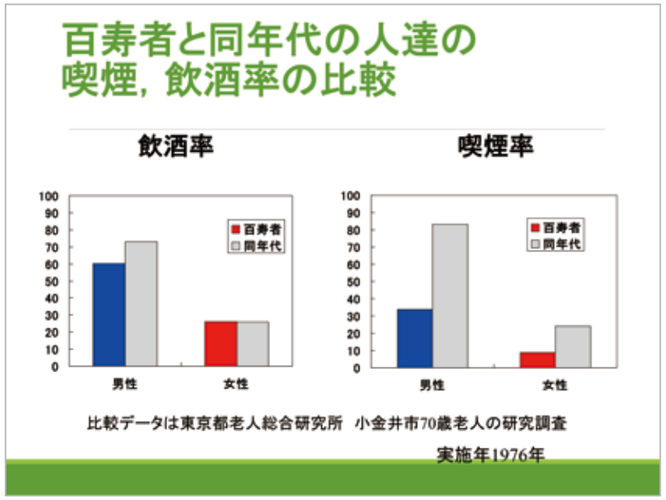
このプラークが年齢とともにどう増えてくるかということを、右のグラフで表しています。（資料3-6）30代、40代で、このプラークがあるという人はほとんどいないです。50代ぐらいになってくると、だんだんこのプラークが出てきます。90歳の人は、ほぼ9割にこのプラークがあるのです。

ところが、100歳の人たちは、それよりももっと少なかったです。大体6割ぐらいです。年齢で言うと、80歳ぐらいの人と相当する動脈硬化だったのです。さすがに動脈硬化が全くないということはないのですが、こういう結果から考えると、血管が20歳ぐらい若いのではないかということがここから分かります。

このように1つ目の特徴は、動脈硬化が少ないことです。動脈硬化が少ないということは、例えば脳梗塞になりにくい、心筋梗塞など、そういう血管の病気、命に直結するような病気になりにくいということなのです。

それでは、いろいろな原因で動脈硬化が進むのですが、最も大事なのはやはり喫煙なのです。飲酒率と喫煙率、

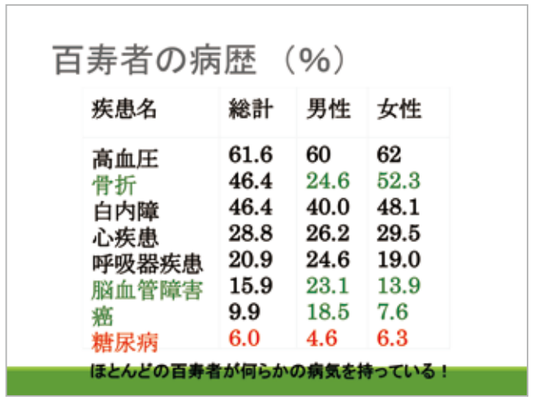
資料3-6



資料 3-7

このグラフ（資料 3-7）の青と赤の色が付いているほうが百寿者の男性、女性です。灰色のほうは、ほぼ同年代で生まれて、大体平均寿命付近で亡くなった方です。両者の間で飲酒率と喫煙率を比較してみると、飲酒率は男女共に、百寿者もその当時の一般の方々もほぼ変わりません。つまり、飲み過ぎなければという言葉が付くと思いますが、お酒は大丈夫だろうということなのです。一方、この喫煙率を見ていただくと、百寿者の方は男性も女性も、極めて喫煙率が低いのです。ですので、やはりたばこというものは、もちろんがんなどの危険因子にもなりますが、動脈硬化でも非常に重要な危険因子なのです。ですから、たばこはやめていただいたほうがいいということが分かります。

もう１つ、百寿者の方々の既往歴、病歴というものを見てみます。（資料 3-8）私どもは、100 歳まで生きられる方というのは、病気がほとんどないだろうというように最初は考えていました。しかしながら、そのようなことはなく、97％の方が、何らかの慢性疾患を持っているのです。一番多いのは、高血圧なのですが、６割ぐらいの方が高血圧です。ここでの高血圧というのは、私たちが 100 歳の方々を訪問したときに血圧が高かったということも入っており、実際に高血圧の薬を飲んでいる人たちは、この半分ぐらいなのです。



百寿者の病歴（%）

疾患名	総計	男性	女性
高血圧	61.6	60	62
骨折	46.4	24.6	52.3
白内障	46.4	40.0	48.1
心疾患	28.8	26.2	29.5
呼吸器疾患	20.9	24.6	19.0
脳血管障害	15.9	23.1	13.9
癌	9.9	18.5	7.6
糖尿病	6.0	4.6	6.3

ほとんどの百寿者が何らかの病気を持っている！

資料 3-8

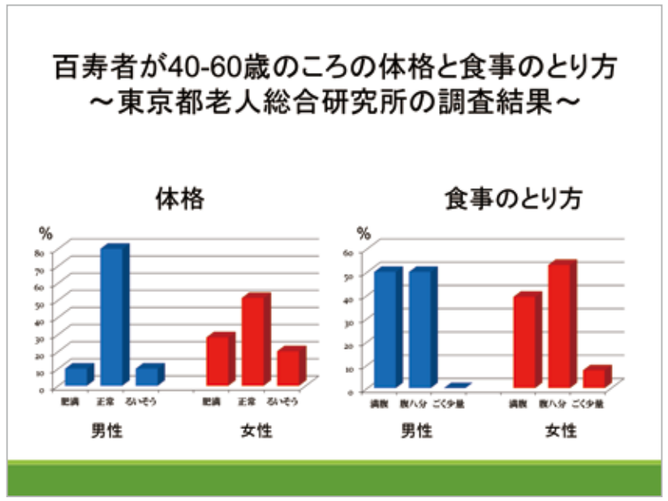
また、骨折も多いのです。これはなぜかと言いますと、百寿者の方は、大体７対１の割合で女性が多く、女性の場合は骨粗しょう症という問題が出てきて、骨折も多いのです。それから、白内障や耳が遠いという問題はたくさん出てきます。

心疾患、呼吸器疾患、特に脳血管障害、脳梗塞は少ないです。やはり動脈硬化が少ないですから、脳梗塞も少ないです。そして、がんも少ないです。ところが、男性で少し多くなっているのは、前立腺がんなのです。

また、ここで一番注目していただきたいのが、この糖尿病が少ないということです。糖尿病は、百寿者は 6％ということなのですが、一般の日本人の高齢者ですと大体 15％～ 20％ぐらいと言われているので３分の１以下なのです。ですから、「動脈硬化にならない」、「たばこを吸わない」ということと、「糖尿病にならない」ということが、この健康長寿を達成するということでは非常に重要だということが分かります。

次に、糖尿病と肥満の関係ですが、100 歳の方は肥満は少ないのです。少し考えてみますと、もし皆さんのそばに 100 歳の方々がいらっしゃれば想像が付くと思います。大体、一般の方で 80 歳、90 歳、100 歳となると、だんだん痩せてくるのです。ところが、大事なのは中高年だったころに肥満だったか、そうではないかということなのです。

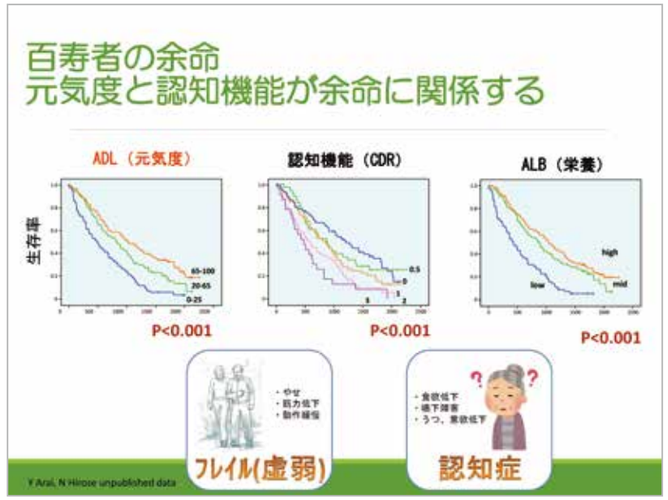
100 歳の方に、40 代、50 代のころに痩せていましたかと聞いても、それは痩せていたと言っても、それが本当に科学的に信頼できるかということがあります。これは少し古いのですが、1970 年代、当時、百寿者の方はほぼ家族の方と同居していたのです。家族の方に聞いて、お父さん、お母さんが 40 代、50 代のころはどうだったかという調査です。今の健康長寿医療センターというところの研究です。（資料 3-9）



資料 3-9

この研究で見ても、百寿者の方はやはり男性も女性も、若いころから肥満の人は少なく、いわゆる正常な体型を保っていました。食事の取り方を見ても、男性 40 代というと、本当に働き盛りだと思います。そのころから、やはり満腹まで食べる人もいれば、腹八分目で抑えるという人も半分ぐらいいらっしゃったのです。

ですから、動脈硬化というのは、年を取ってから気を付ければいいということではありません。若いころから肥満や糖尿病に気を付けて、メタボ対策を徹底するということは、年を取ってから健康長寿にも非常に効いてくるということが言えます。



資料 3-10

それでは、糖尿病、動脈硬化がなければずっと健康長寿が達成できるかと言うと、そう簡単ではないのです。この研究は、私たちが調査させていただいた 100 歳以上の方を追跡調査して、実際に 100 歳の中でもどのような人がさらに長生きをして、スーパーセンチナリアンになるかということを調べてみました。（資料 3-10）

そうなってくると、糖尿病があるなしや、コレステロールの値というものは全く関係がないということが分かりました。ここで最も重要だったのは、この ADL（日常生活自立度）です。日常生活がどのぐらいきちんと自分でできるか、いわゆる「元気度」です。それから、もう１つは「認知機能・物忘れ度」です。それから、「栄養状態」というものなのです。

この結果からどういうことが分かるかと言うと、人生後半の健康長寿の達成には、このフレイル、認知症、この２つを予防することが非常に重要だということです。皆さん、このフレイルというものはあまり聞いたことがない言葉ではないかと思います。ここ３年ぐらい前から、日本老年

学会のほうで、非常に力を入れてキャンペーンをしています。

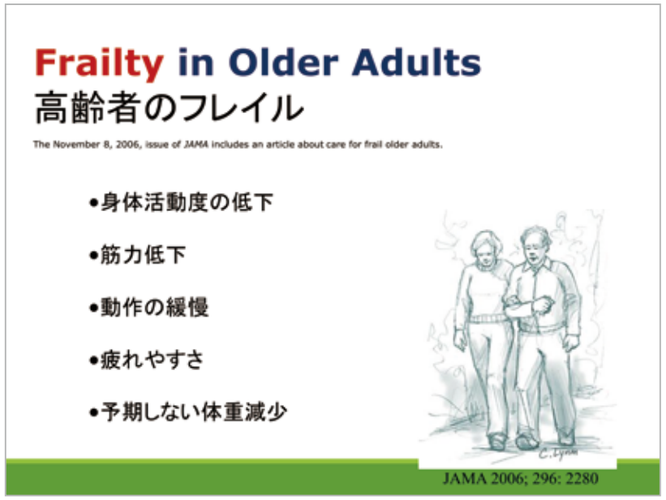
どういうことかと言いますと、70代、80代になってくると、心臓も弱ってきたり、肝臓も筋肉も弱ってきたり、全身の臓器が加齢とともに低下してきます。それとともに、さまざまなストレス抵抗性が弱くなります。例えば、風邪をひいても肺炎になってしまう、少し転んでも骨折をしてしまうなど、ちょっとしたことで要介護状態に陥ります。場合によっては死に至ってしまいます。そのような非常に不安定な状態、老化に伴う臓器機能の低下を基にした不安定な状態、これをフレイルと言っています。

実際にこのフレイルということをどのように診断するかと言うと、この5つの指標を使っているのです。（資料3-11）1番目の「身体活動度の低下」というのは、今まで1日30分散歩をされていた人が、疲れてしまって1日おきになり、やがて全く散歩をしなくなるということです。これが身体活動度の低下です。

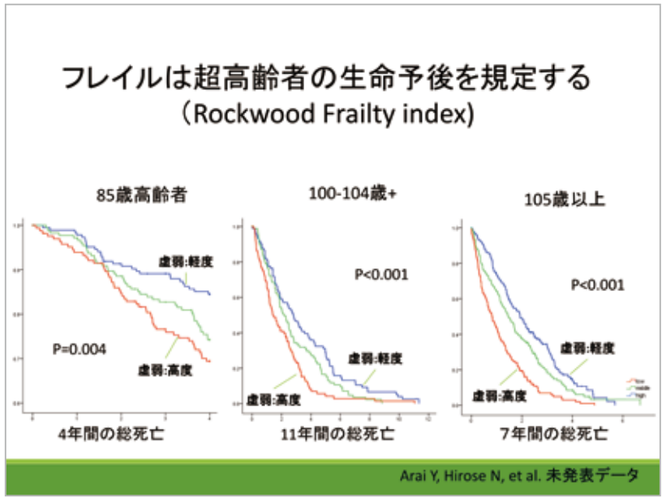
「筋力低下」というのは、私たちはよく握力、脚力の低下で見ます。「動作の緩慢」というのは歩行速度です。歩くことがだんだん遅くなります。「疲れやすさ」というのはご本人にお伺いします。少し買い物に行っても、すぐに疲れるようになってしまったなどです。それから、「予期しない体重減少」です。これは、別にダイエットや運動など、痩せようと思わなくても、半年間に体重の5%以上痩せてしまうことです。

このような5つのうち、3つ以上の兆候を持っている人たちをフレイルというようにしています。このような人たちはまだまだ自立をされているのですが、何かをきっかけに要介護になってしまう可能性が高いです。ですから、このフレイルの人たちを見つけて、栄養を摂っていただく、あるいは何か体力向上するようなことをしていただきます。そのようなカテゴリーとして、このフレイルというものを今導入しています。

今の、85歳の調査の方、100歳の方、105歳以上の超百寿者です。いずれの方々も、これは生存曲線と言って、4年間追行したときに、生存率はどの群が一番下がっていくかということを見ています。（資料3-12）この一番下の赤い群が「虚弱」と書いてありますが、これがフレイルの群です。85歳でも、100歳でも、105歳でも、常に生存率が落ちているのはこのフレイルの群なのです。ですから、やはりこのフレイルを予防するということは、人生の後半で非常に重要になってくるだろうということが分かります。



資料3-11



資料3-12

それから、もう1つは認知機能なのです。これも先ほどの、85歳の方々の調査です。ここでは、聞き取り調査、MMSEというものをやっています。「今日は何月何日ですか？」「100から7を順々に引いてください」という計算など、そういう検査をやって認知機能を調べています。

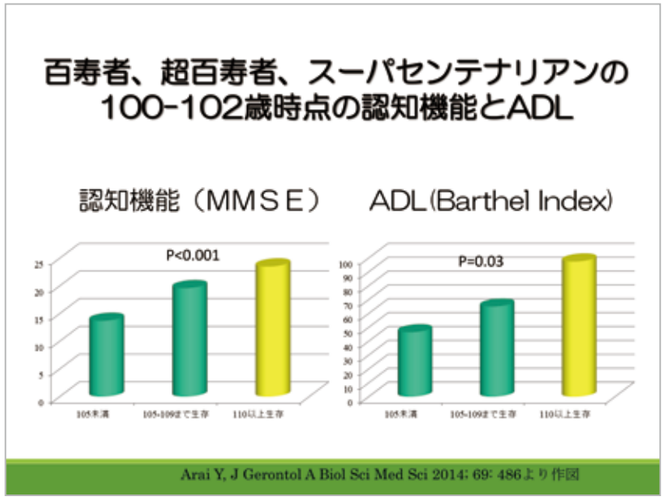
もう1つ、そのときに時計を書いていただきます。時計の絵を描いて、11時10分の針を指してくださいとします。正常な方は、普通に時計が書けます。パーキンソン病といって、体の動きがぎこちなくなってしまうという病気の人でも、時計は書けるのです。ところが、これは認知症、アルツハイマー病の方ですが、文字の並び方もおかしいし、針も書いていません。このように、空間の認識などもおかしくなってきてしまうのです。

この認知機能というものも、非常に健康長寿に効いてくるのです。これは、私たちが100歳の人、105歳、超百寿者、110歳以上のスーパーセンチナリアンの100歳から102歳時点で、この人たちの認知機能がどうだったかということを見ています。同じ100歳時点で比べると、明らかにこのスーパーセンチナリアンの人たちは認知機能が高いです。ほかの100歳の人と比べても高いのです。（資料3-13）

それから、ADLというのは日常生活の自立度です。やはり、スーパーセンチナリアンの人たちは、ほかの100歳、105歳に比べても100-102歳時点のADLが高いのです。ですから、私たちはこのスーパーセンチナリアンの人たちを、まさに健康長寿のエリートとして捉えて、生物学的、医学的にもさまざまな角度から研究を進めているわけです。

これまでの結果をまとめると、いわゆる健康長寿の秘訣は、中高年のころから血管は大事にしてください。たばこを吸わない、肥満を避ける、このようなことによって、血管を大事にする、動脈硬化を避けます。これは、やはりぜひ若いころから気を付けていただきたいです。血管、血流というものは、最終的には細胞の1つ1つに酸素や栄養分を届けますし、老廃物を回収してくれるのです。いくつになっても、これが生命現象の根源です。この血流を保つということは、やはり生涯重要です。

しかしながら、人生後半になってくると、ここに筋肉と



資料3-13

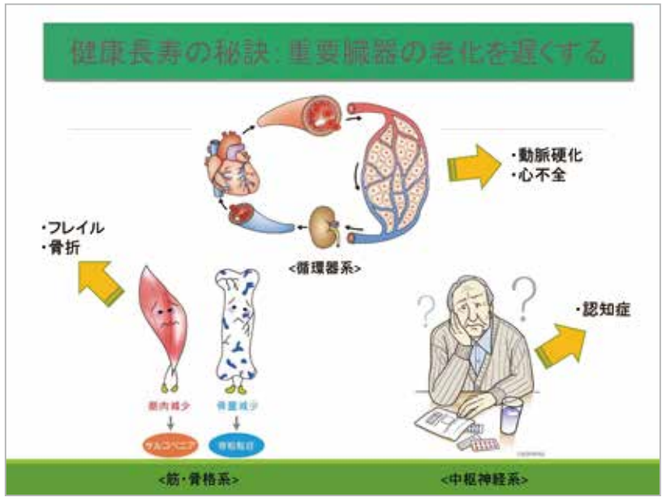
骨が示されますが、骨格筋系です。先ほどのフレイルで、歩くのが遅くなる、筋力が落ちる、骨格筋を維持するということです。（資料 3-14）

もう 1 つは、認知機能です。もの忘れ、これら 3 つが、健康長寿の達成にはやはり重要だということが分かってきました。

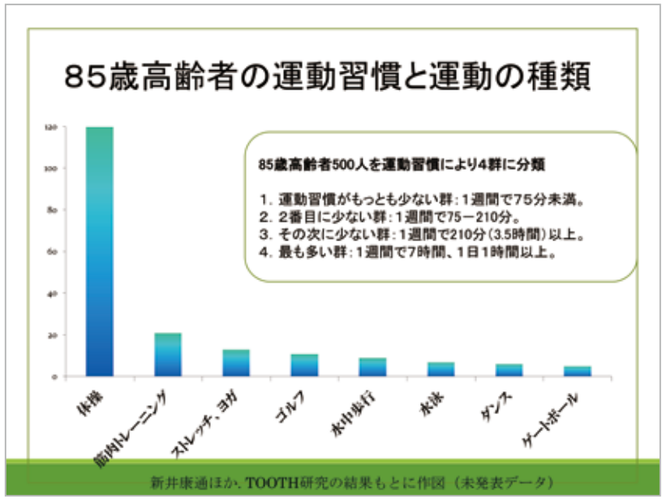
それでは、どうしたらいいかということです。冒頭にも紹介した、宮崎秀吉さんは、2013 国際ゴールドマスターズ京都大会にて、100m 走で最高齢の 103 歳の記録保持者です。また、山口の長岡三重子さんは、マスターズ水泳大会で 100～104 歳の背泳ぎの世界記録を持っていらっしゃる方です。このような素晴らしい現役アスリートの方々が、最近出てきました。

お二人とも、実は元々運動競技の選手ではありません。お二人とも年を取ってから競技を始められたそうですから、運動を始めることに遅すぎるということはないということです。

次に、運動と健康長寿の話をさせていただきます。さすがに、長岡三重子さんや宮崎秀吉さんのように、100 歳になっても運動競技に参加できる方は本当にごくごく一部です。百寿者の運動習慣の研究は少し難しいので、年齢を下げて、85 歳以上の方の健康習慣を調べてみました。



資料 3-14



資料 3-15

慶應病院に来ていただき調査をしました。ここでは、歯科の先生にも入っていただきました。慶應義塾大学には歯学部がありませんので、日本大学歯学部の先生に入っていただきました。後でお話ししますが、歯に関してしっかり噛むということは健康長寿には非常に重要ですので、学際的な研究を行っています。

85 歳以上の方々がどのような運動をしているかというアンケートをしました。そして、加速度計を付けていただいてどれぐらい運動しているかということを見てみました。やはり、この年代になってくると、一番は「散歩」なのです。ほとんどの方が、大体散歩はされています。

散歩のほかに何かされているかと言うと、一番多かったのが「体操」です。体操にもいろいろあります。ご自分で考えた体操を、毎朝と寝る前にされるという方もいます。公園に朝集まって、みんなで体操をするという方もいます。やはり体操は多いです。（資料 3-15）

中には、ゴルフをされる、ダンスや水泳をされるという方もいますが、やはり 5％未満なのです。皆さん、ゴルフや水泳、テニスをされる方も多いと思いますが、長生きになってくると途中でシフトチェンジをします。種目を変えて、年を取っても続けられるような運動習慣というものを、ぜひ見つけていただければと思います。

500 名の 85 歳以上の方々が、1 週間にどれぐらい身体運動をしていますかということを聞いたところ、一番運動をしない人たちは、1 週間で 75 分未満ですから、大体 1 日 10 分です。1 日 10 分ということは、ほとんど外に出ないという方々です。それから、75 分から 210 分、210 分以上、420 分ということは 1 日 1 時間ですから、毎日 1 時間動いているという方々なのです。

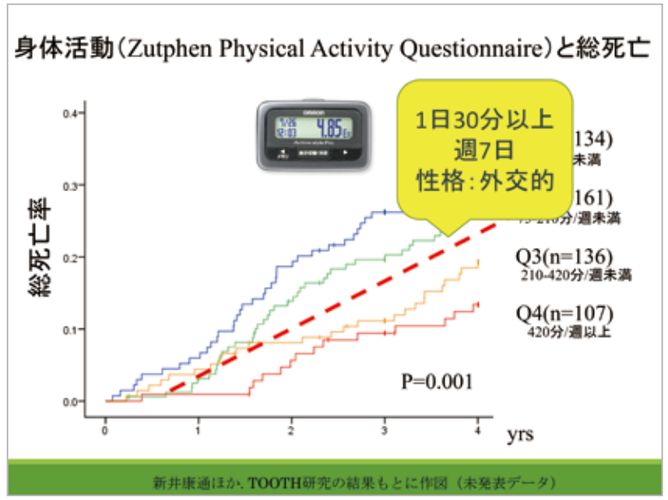
このグラフ（資料 3-16）は、身体運動と総死亡率の関係です。総死亡率が上がれば上がるほど、亡くなっているということです。この身体活動量と総死亡率というものは、非常に綺麗に比例するのです。1 日 30 分、ほぼ毎日出かけている人たちは、やはり同じ年代でも長生きだということが分かりました。

この人たちは、なぜ出かけているかとよく見てみると、もちろん自分で健康のために歩いている人もいるのですが、性格的には外向的な人が多いです。お友達のところに行っている、何かのサークルに行っている、そういうことで動いています。そういうことが、やはり長生きにつながっているということなのです。

ご高齢の方も皆さんは、やはり運動は大事だ、体を動かすことは大事だということは分かっているのですが、なかなか運動ができません。では、どうしたら運動ができるかということで、私どもの共同研究者のスポーツ医学研究所の小熊祐子先生は、藤沢市のほうで、さまざまな老人クラブと共同して、高齢者の人たちが無理なくできる運動、「プラス・テン体操」という DVD を作りました。

老人クラブの人たちにこれを指導をして、コミュニティでみんなで運動をしてもらって、健康になっていただこうという活動も行っています。

なぜ運動が健康にいいかと言うと、4 つの効果があるというように言われています。（資料 3-17）よく言われるの



資料 3-16

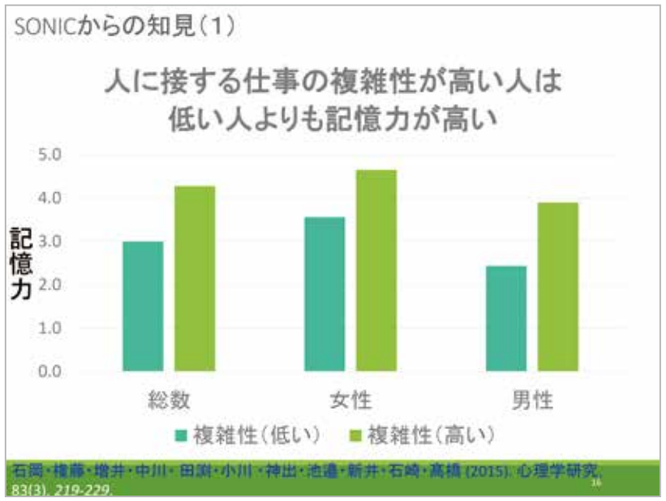
資料 3-17

は、例えば中性脂肪が下がるなどの代謝面です。内臓脂肪が減ることによって、血糖値が良くなります。HDL というものは、善玉コレステロールです。こういうものが上がります。

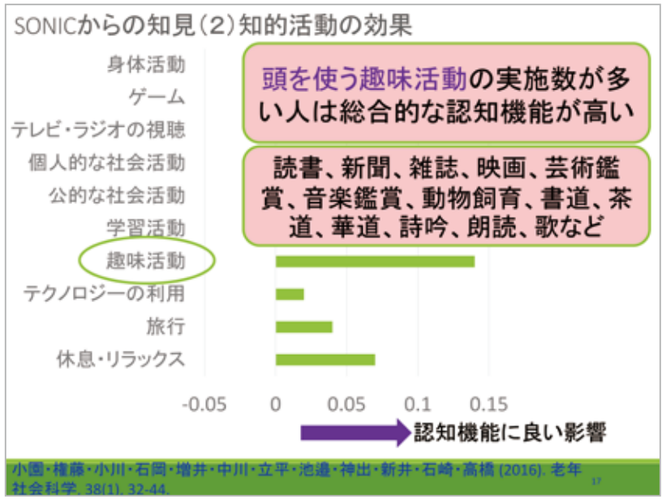
やはり、当然のことながら運動をすることによって、先ほどのフレイルでも出てきましたが、骨格筋が付きます。90 歳ぐらいまで、この運動による骨格筋の増加ということが認められています。また、酸化ストレス、慢性炎症というものも、運動によって抑制してくれるというように言われています。

私たちが今非常に注目しているのは、やはり運動をすることによって血流が良くなることです。そうすると、もちろん体の血流だけではなく、脳の血流も良くなります。これは認知機能の予防、認知症の予防にも、運動というものは効果があるということが分かっています。運動だけではなく、やはり頭を動かす、頭を使う、そうした知的な活動も健康長寿、特に認知症の予防にはいいということが言われています。

この研究はソニック研究と言うのですが、大阪大学と健康長寿医療センター、慶應義塾大学の共同研究です。関西と関東の 70 歳、80 歳、90 歳、100 歳、この多年代の高齢者の方たちの疫学研究によって、記憶力の低下がどのような仕事と関係しているかということを見てみた研究です。（資料 3-18）



資料 3-18



資料 3-19

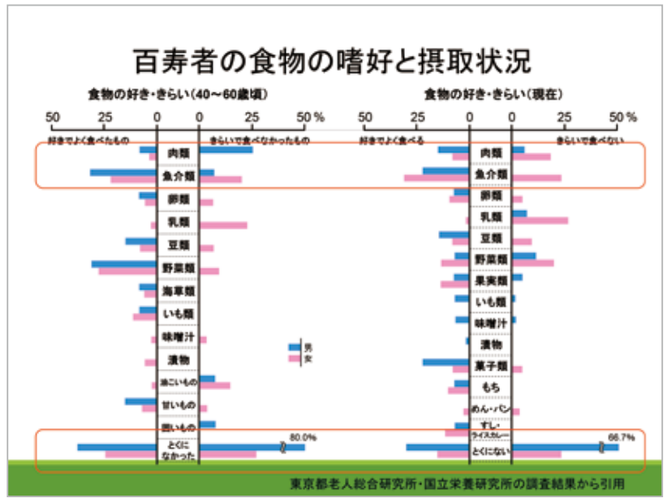
複雑性が低い、高いですが、複雑性が高いということは、マネジメントや人とさまざまな交渉をするような、そういう仕事のことを言っています。こういう複雑性が高い仕事をされていた方は、男性も女性も記憶力の低下度が非常に少なかったということが言われています。

またリタイアされた後の、さまざまな趣味活動、知的趣味も認知機能に良い影響を与えています。ここで言っている知的趣味というのは読書や新聞を読む、映画を見る、書道、茶道などです。このような知的趣味活動というのは、やはり認知機能を予防するように働いているのです。もちろん、体のためには運動がいいのですが、頭を使うという趣味を一緒にやっていただくことによって、認知症の予防にも効果的だということが疫学研究からも分かっています。（資料 3-19）

運動と言うと、次は食事ということになります。食事のほうは、まだまだ研究する余地があると言いますか、運動ほど綺麗なデータというものを、私たちはまだ持っていないのです。これは少し古いデータになりますが、百寿者が若かったころと、100 歳になった現在での食習慣、好きだったもの、嫌いだったものがどうなっているか、変わっているかという研究なのです。（資料 3-20）

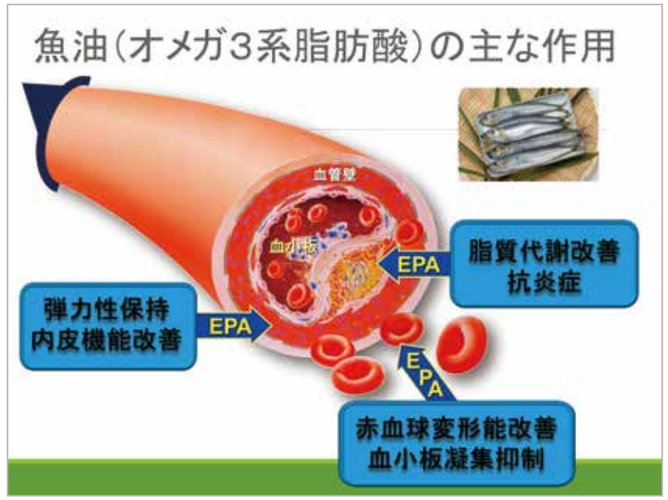
百寿者の方々に食事記録を付けていただくなど、そのような詳細な栄養の研究を行うということは非常に難しいです。ここは、好きでよく食べましたか、嫌いで食べませんでしたかということを、各食品ごとに聞いているという研究になっています。若かったころも今も、一番の特徴は好き嫌いなく何でも食べるということなのです。

食品別で見てみると、若いころも今も、魚介類をたくさん食べているということなのです。最近、元気な高齢者は肉を食べると、テレビなどでもやっていると思います。そもそもこの方々は 1900 年前後の生まれなので、若いころは食卓に肉がなかった世代です。肉が本当に健康長寿につながるかどうかということは、もう少し時間が経たないと分からないでしょう。



資料 3-20

それから、私たちは野菜も非常に体にいいはずだと思いました。百寿者の方も若いころはよく食べているのですが、年を取ってくると、この野菜の摂取量というものが減ってきてしまうのです。これはなぜかと言うと、やはり百寿者のほとんどの方は総入れ歯になってしまいます。総入れ歯になってしまうと、生野菜がなかなか食べにくくなってしまうということで野菜が減ってしまいます。その分、果物は結構食べているという結果です。

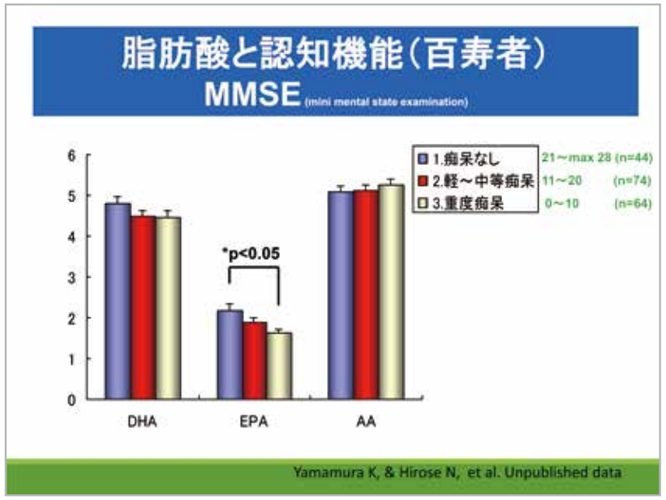


資料 3-21

ここで私たちが注目したのは、この魚介類なのです。なぜかと言いますと、オメガ 3 系の多価不飽和脂肪酸と言いまして、EPA、DHA などです。サプリメントもありますが、こういったものは中性脂肪を下げる、炎症を抑える、さらに血流を良くするという作用があるのです。（資料 3-21）

そこで、私たちはこの百寿者の方々の EPA はどうだろうかということを、食事調査で調べるのは難しいの

で、血液中の濃度を調べました。百寿者の認知機能と EPA の摂取量は、有意に関係しました。つまり、認知症がない人のほうが EPA の血中濃度が高く、認知症の人ほど低いということなのです。もしかしたら認知症の百寿者の方は魚を食べていないということかもしれませんが、一定の関連がありそうだということが分かってきました。（資料 3-22）

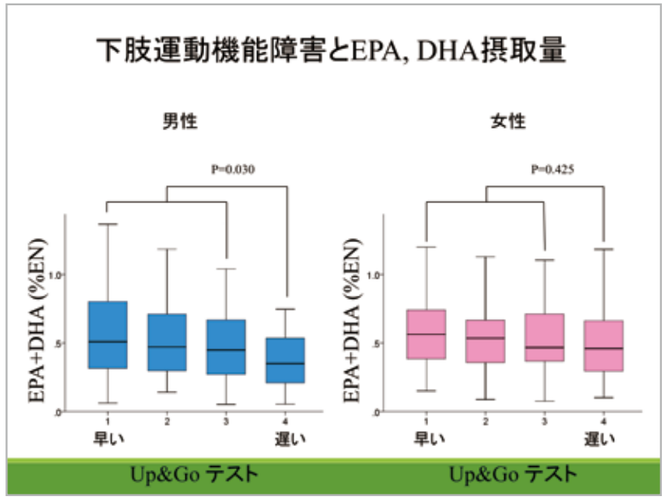


資料 3-22

次に私たちは、先ほどの 85 歳の若い方々で、今度はどれぐらい魚を食べているかという摂取量と、ここではフレイルの指標である歩行速度の関連を見てみました。（資料 3-23）そうすると、これは男性だけなのですが、歩行速度が速い人たちのほうが、EPA と DHA の摂取量が有意に高いという結果が見られました。

これは、血液中の炎症反応を抑えていたのです。なぜか分かりませんが、女性のほうではそうした結果が見られなかったということです。もう少し症例数などを増やして、検討していきたいと思います。やはり、炎症を抑えるということで効いている可能性があります。

しかし、魚が体にいいと言っても、毎日毎日魚を食べましょうということではないのです。やはり、バランスの良い食生活ということが、健康長寿にいいと考えられます。



資料 3-23

85 歳以上の 500 名の栄養調査を分析した結果、この 2 つの食事パターンに分かれるということが分かったのです。（資料 3-24）

上の「副菜・主菜中心食パターン型」は先ほども言いましたようにお魚も食べますが、野菜などさまざまなおかずを食べて、非常にバラエティーに富んだ食事をされる人たちです。もう 1 つのパターンは、「主食・主菜中心食パターン型」でしっかりご飯は食べているのだけれども、副菜はあまり食べません。カロリーは取っているけれども、バリエーションが少ない食事を取っているということです。

資料 3-24

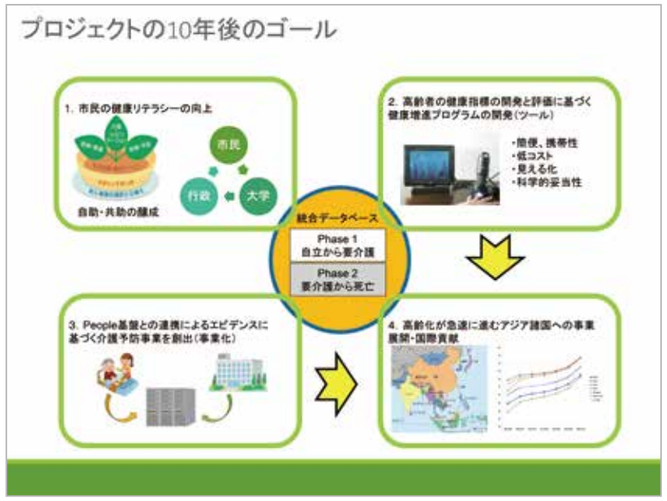
どのような理由でこの 2 パターンが分かれるかといろいろ考えました。最も効いていたのは、この「咬合力」つまりかむ力なのです。この年代の方は、大体 3 割ぐらいがもう総入れ歯になっているので、入れ歯であるかないかということはほぼ関係ないのです。最近は非常に入れ歯も良くなっていますし、インプラントなどのさまざまなテクノロジーがあります。かむ力、しっかりかめる人はさまざまな食品が食べられるということが分かってきました。このかむ力を維持するということも、健康長寿には非常に大事なのだということが分かってきました。

資料 3-25

最後に少しだけ、地域と健康長寿という話をさせていただきます。これまで、健康というのは個人の問題で、病気にしても、全部個人に起きます。ですから、食事や生活習慣をどうしましょうという話をしてきました。最近、この健康というものは個人だけではなく、コミュニティや地域社会と非常によく関係していることがわかってきました。

そう言いますのは、例えば隣人、近所の人たちをどれぐらい信頼しているか、この地域に愛着を持っているか、そういうことも健康度に関係してきているのだという報告がいろいろされています。

私どもは 100 歳調査、これはもう全国調査なので、特にどの地域ということはないのですが、ちょうど一昨年、川崎市の殿町地域に、慶應義塾の殿町タウンキャンパスができたので、これをきっかけに、慶應義塾大学と川崎市の共同研究がスタートしました。（資料 3-25）



資料 3-26

この中で、私たちは川崎市において 85 歳で、かつ日常生活に介護を必要としていない方々、元気高齢者の方々に集まっていただいて、今どのようなことが健康長寿に関係しているかという研究を行っています。

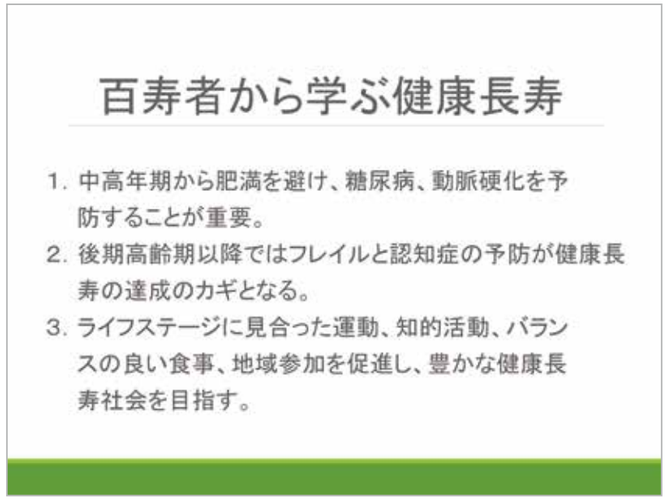
この研究は、川崎市に 3 つある川崎市立病院に、大体 1 日 30 名ぐらいの方に来ていただき、体力測定、もの忘れチェック、動脈硬化の検査、そして新しくもうひとつ、爪のところの毛細血管も調べているのです。最終的には、毛細血管が全身の臓器への血流を決めているというような考えから全体的な血流の検査を行っています。

非常に詳細な医学項目があります。さらに、地域の行事に参加しているか、お祭りにどのぐらい参加しているか、あるいはどれぐらい地域にお友達がいるか、そういう地域参加の観点からも、この健康長寿の秘訣というものがあるのではないかと考えます。つまり、個人の問題だけではなく、地域やコミュニティーなどの要因というものもかなり大きく効いてきているのではないでしょうか。このようなことを明らかにしようという研究を行っています。

次に、10 年プロジェクトなのですけれども、市民の方、行政、大学、これが一体になってエビデンスを作るとともに、さまざまな企業のテクノロジーも取り入れます。ただ単に研究するだけではなく、そこからわれわれの研究成果をエビデンスとして健康増進プログラムを作っていただく、健康診断事業を立ち上げていただくなど、そういった産業の育成にもぜひ活用していただきたいです。（資料 3-26）

それからもうひとつ、現在日本のみならず、アジア、特にシンガポールは、少子高齢化が進んでいます。私たちの、この川崎の研究とほぼ同じプロトコルで、ほぼ同時にシンガポールでも 85 歳研究というものが立ち上がっています。シンガポール、それから日本で、どのような要因があるのか、健康長寿の要因が同じなのか、あるいは違うのか。そういう研究をして、私たちも国民の皆さんにも健康長寿になっていただきたいし、日本の健康長寿産業というものも、ぜひ頑張っていただきたいです。

長期的に見ますと、やはり日本の国内市場というものは小さくなっていくので、アジア人のエビデンスというものも一緒に付けて、日本発の健康長寿産業と言いますか、そういうものが世界展開していただければというように、このプロジェクトでは考えています。



資料 3-27

最後に本日のお話をまとめさせていただきます。百寿者から学ぶ健康長寿の秘訣は 3 つです。1 つは、やはり若いころからメタボには気を付けて、血管を大事にしてください。2 つめは 75 歳以上になってくると、筋肉や骨、認知、これが非常に重要になってきます。3 つめは、やはり運動がいい、食事がいいとは言うのですが、これらにはライフステージというものがあるのです。当然、60 代の身体活動を 80 代の人にやれと言っても無理があるのです。ですから、ライフステージに合ったエビデンスを、私たち研究者がまず出していかなければいけないと思うのです。（資料 3-27）

プログラムというものも、ある程度個別化、各年代などを意識した、ライフステージに見合った健康増進法ということを続けていただくとともに、地域参加を促していきます。こういうことが、今後の健康長寿の達成要因だと思っています。

本当にこれが最後ですが、私が非常に尊敬している超百寿者の方、舜地三郎先生のお話を最後にさせていただきます。舜地三郎先生は、2012 年、106 歳で、公共交通の飛行機で世界旅行をされたということで、ギネス記録を樹立されたのです。106 歳で世界旅行です。

でも、舜地先生は旅行をしたわけではなく、世界各地で講演をされていたのです。舜地先生は、福岡教育大学の名誉教授で、世界中で教育学の講演をされている方だったのです。103 歳のときに、信濃町のキャンパスに来ていただいて講演をお願いしたのです。そのときに舜地先生がお話しされたのは 2 つです。

1 つは、「よくかみなさい」ということです。しっかり、1 口 30 回かむということです。これは、舜地先生が子どものころから胃腸が弱かったので、お母さんからしっかりかみなさいと言われていたことで、106 歳までずっとかみ続けていたという方なのです。

もう 1 つは、やはり「体を動かしなさい」ということです。舜地先生は、私たちの医学部に来られたころも、かばんの中にバトンを入れているのです。5 分あると、このバトンを取り出して体操をしていました。暇さえあれば体を動かしていました。この 2 つが、私の健康長寿の秘訣ですとおっしゃっていました。

しかし、私が舜地先生の一番尊敬したい点は、まさにこの講演活動なのです。舜地先生は、このとき 106 歳でギ

ネスを立てましたが、残念ながらその翌年、107 歳でお亡くなりになりました。しかし、亡くなる 2 週間前まで講演をされていたと言われています。

私がぜひ見習いたいと思うのは、この「生涯現役」です。舜地先生は非常に学問を愛して、皆さまにそれを伝えることを愛していました。この点が、私が本当に見習いたいと思っているところです。

ご静聴、どうもありがとうございました。

CHAPTER 4

いつまでも若いマインドを持った年配者の消費行動

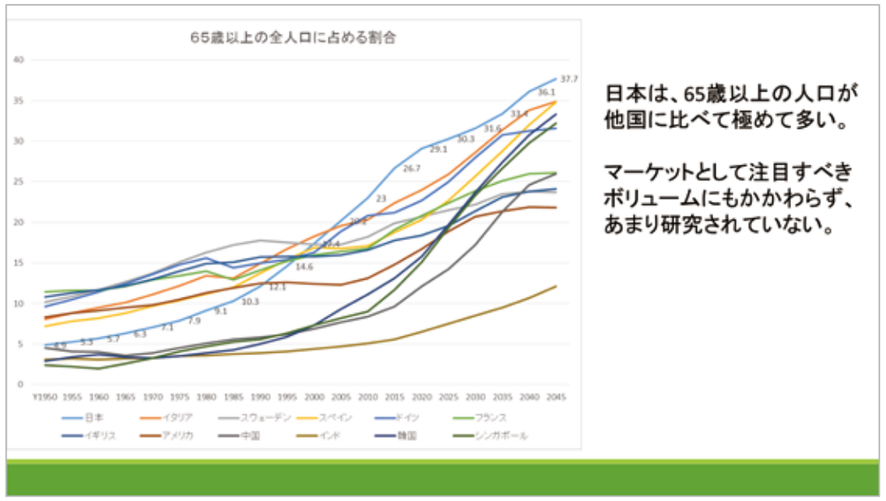
清水 聰

慶應義塾大学　商学部　教授

皆さん、こんにちは。ただ今ご紹介にあずかりました清水です。新井先生から、高齢者になる、長生きを楽しむというお話をいただきました。私は、どうすればその高齢者がお金を使ってくれるか、消費が活性化するか、そちらに関心があるものですから、そういった視点でお話をさせていただきたいと思います。

まず、資料 4 - 1 は 65 歳以上の全人口に占める割合です。日本は、実は 65 歳以上の人口が既に 25％以上いるのです。ここに書いてありますように、マーケットとして注目すべきボリュームであるにもかかわらず、あまり研究されていません。

私が注目しているのは、今、日本がこの 25％の線なのですが、大体 2017 年に達成しています。次に 25％を超えてきそうなのはイタリアなのですが、イタリアが超えてくるのは 2020 年ぐらいです。そうすると、65 歳以上の人が 25％を超えてくるまでに、あと 6 ～ 7 年、日本の



資料 4-1

方がイタリアより先行しており、調査をする上でアドバンテージがあります。それだけ猶予があるということなのです。何を言いたいかと言いますと、他国が来るまでに、日本で先に研究ができてしまうということなのです。

たぶん、ここの前にご列席の先生方は身に覚えがあると思います。われわれが海外で発表しようとすると「それは日本の特殊事例でしょう」と言って、海外の雑誌からリジェクトをされることがあります。

「どうせあなた方も年を取るのだ、今のうちに、先にやっておこうではないか」というようなことも、我々研究者にとっては大事です。私としては競争優位ができるという意味で、この研究は意味があると思っているわけです。

では、何故このように研究が少ないのかということを考えてみましょう。実は、過去の年配者に対する研究、これはマーケティング的なものをここ（資料4-2）にいくつかザーッと挙げています。その中で言えることは、この赤い字で書いてあることです。

歳をとることは、マーケティング上あまりよろしくないということが言われています。それ故、あまり研究がなされていないということなのです。その理由として挙げられるのは、大きく分けて2つです。1つは、調査することが難しい、つまり年配者はサンプルが少ない。年配者は何人いるのか、どこにいるのかというようなことが、言われています。それから2つ目は、長い設問に堪えられないということです。我々は多くの設問をしていきたいわけですけれども、アンケートを採る際に質問に答えられないし、複雑な質問項目にはまず答えられません。このあたりは大きい問題でしょうということが言われています。

実際にアンケートを採ると、次に書かれているようなことがわかってきます。まず、選択肢が少ないです。これは何かと言うと、例えば商品を5種類ぐらい挙げて、「あなたはどれを選びますか」と聞くと、1個しか選ばないのです。我々がビールなどの調査をします。若い人では、ビールは何種類を選んでいますかというと、1つ好きなものがあるけれども、それ以外に何種類か試し飲みをしていたり、シー

資料 4-2

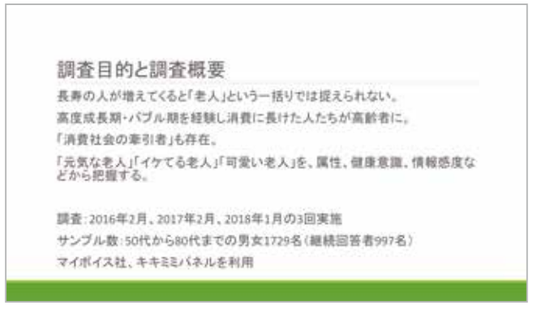
ズンに合わせて変えていたりします。年配の人は、1つのものしか選んでこないということが多くあります。

それから、商品を評価する項目がすごく少ないです。我々が選ぶ時は、例えば「コクがある」「キレがある」「値段が安い」「新商品だから」など、いろいろなことを言って選んでくるのです。ですが、年配の方々に聞くとあがってくる項目は少ないです。それ故、同じものばかりを選びます。

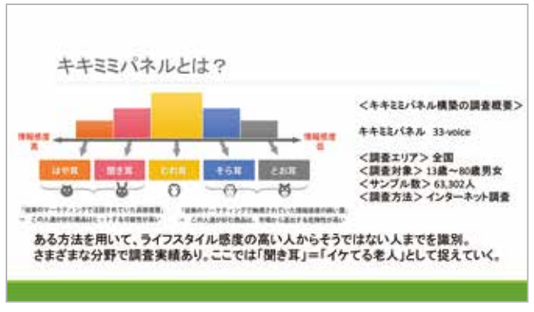
つまり、スーパードライと決めたらそれしか飲まないということです。スーパードライにとってはいいことかもしれませんけれども、逆に言うと他の新しいものを飲んでくれないのです。「スーパードライを飲んでいる人は年配の人ばかりだよね」というイメージが付いてしまうことがあります。

それから、新しいものについては変化に対応できないです。これは自分も思うのですけれども「スマホのアプリを新しいものに変えますか」と聞かれても、息子は変えても僕は変えると嫌なので、ノーということになってしまうわけです。そうすると、息子が時々僕のスマホを見て、「何でこんな古いのを使っているの？」と言うのです。それで「新しいのを入れたら使えない」と言うと笑われてしまいます。とにかく、新しいものを拒絶するということが出てきてしまうということになります。

マーケティングでは、よくマーケットセグメンテーションという言葉を使います。例えば、全員を対象にするのではなく、「50歳の人はこうです」「30歳の人はこうです」というように、いくつかに分けなければいけないということを盛んに行っています。



資料 4-3



資料 4-4

そこで留意すべきは、今高齢者になっている人たちは高度成長期やバブル期を経験して、消費に長けた人たちだということです。今まで、我々は高齢者と言うと、役所の帽子をかぶって、公園でゲートボールをしている人というのをイメージできるのです。ところが若い女性と一緒に腕を組んで歩いているような人もいるわけです。

この慶應では、連合三田会というのがありまして毎年11月ぐらいに開かれます。今から2年前、幹事の学年だったので、そこで卒業50周年の方の担当をやりました。卒業50周年というと大体70歳ちょっとなのですが、すごく違うのです。

孫に手を引かれて、本当に1段1段足を出すようにして来られている方もいれば、若い女の人と一緒に来られて「これは娘と思うでしょう。違うんです。これは奥さんなんです」と言って、にやにやしている人もいます。いろいろな人がいるということなのです。やはり、そういう高度成長期、バブル期を経験した人を見ると、消費も当然違うだろうということです。

そこで私は元気な老人を「イケてるおじいさん」や「カワイイおばあさん」というように言っています。こういう格調高いところでそういうことを言ってはいけないので「イケてる老人」「可愛い老人」と書きました。そういう人たちが、一体どういう属性を持っているのか、どういう健康意識を持っているのか、あるいは情報感度を持っているのかということの調査をしています。（資料4-3）

調査は2016年、2017年、2018年と、3回続けて同じ人に継続的に行っています。これはマイボイス社というところで作成した、キキミミパネルというものを使用しています。感度の高い人から低い人までを集めたパネルです。ネット上のパネル、モニターを使って調査をするということをやっています。

では、「キキミミパネルは何？」ということを説明しましょう。（資料4-4）これは、情報感度と言いますか、ライフスタイル感度の高い人から低い人までを、私の長年の研究成果から編み出した方法で5分類しています。「はや耳」「聞き耳」「むれ耳」「そら耳」「とお耳」という名前が付いているものです。

これを簡単に説明しますと、「はや耳」というのはすっ飛んでいる人です。逆に言うと、このすっ飛んでいる人たちというのは、今で言うと、口コミの影響力があまりない人です。すっ飛び過ぎてしまっていて、他の人がフォローできない人です。

注目したいのは、「聞き耳（きき耳）」という人です。「聞き耳」というのは、割りと先端層なのだけれども世の中の常識も分かっている人です。世の中の常識が分かって先端だから、人は「その人のやり方を真似しよう」「その人の意見を聞こう」などと思います。「むれ耳」というのは、真ん中の人です。

あとは、「そら耳」と「とお耳」と言います。「とお耳」というのは、本当に世の中のことを知らない、いわゆる仙人みたいな人です。たちが悪いのは、「そら耳」という人です。この人たちは、感度が鈍いにもかかわらず、自分たちは感度が高いと信じ込んでいるような人たちです。具体的に「このようなモノを持っている人です」と、本当は喉

まで出かかっているのですが、ここにいる人がそれに当てはまってしまうと、いじけて帰ってしまうといけないと思うので、今日は言わないようにします。そのような人だというように思っていただければいいと思います。

では、この年配の人の中でも、今お話しした「きき耳」という人はどのような人なのかということです。イケている老人になる可能性が高い人はどういう人なのかということを、次から説明したいと思います。

まず、「きき耳」は年代で言うと 50 代、60 代のほうが多いです。（資料 4-5）しかし、70 代にも感度の高い人というのはかなり存在するということが分かります。女性、男性共々、そういう傾向があります。今まで、感度の高い人の調査、これはマーケティングで海外ではいろいろ実施されています。女性の方が感度の高い人が比較的多いということが言われていますが、そういうわけではないということが分かっています。

では、他にどういう属性があるのかと言うと、「きき耳」は学歴が高いということが分かっています。（資料 4-6）情報感度が高いというか、ライフスタイル感度が高い人というのは、学歴も高いです。学歴と収入というのはリンクしてくる傾向があるのですけれども、年収も高くなるというような傾向があります。経済的に余裕があるから、ライフスタイルの感度が高いことができるのだという因果関係かとも思うのです。そのようなことが、ここから推察できるわけです。

では、もう少し細かいところを見ていくと、面白いことに気が付くのです。この「きき耳」は、他の人と比べて圧倒的に友達の数が多いのです。（資料 4-7）これは、先ほどの新井先生のお話ともすごく合致するところです。「友達の家に行くから、1 日の歩いている歩数が多くなるのだ」というお話がありましたが、それが多いです。

資料 4-5

資料 4-6

資料 4-7

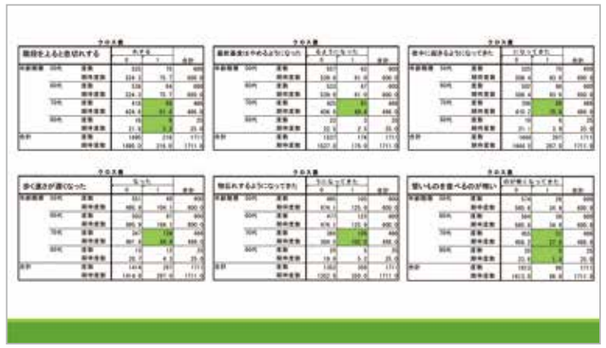
しかも、これが我々にとっていいか悪いか分かりませんが、「きき耳」は、同性ではなく異性の友達を結構多く持っているということなのです。おじいさんがおばあさんと遊びに行っても、浮気というのではなく、活力がある老人だと思って優しく見守ってほしいと思うのです。やはり、異性の友人が多いというのは、それだけいろいろ頑張っていて話が面白いからです。我々もこれは若いときから経験していると思いますけれども、もてない人は話がつまらない人が多いわけです。ですから、きっと話が面白いのだろうと思うわけです。面白いから、女の人も男の人も寄ってきます。おそらく 60 歳や 70 歳を超えてハンサムや格好いいというのは、たぶん何の意味もないです。どれだけ話が面白いかということが、きっとポイントだと思います。

病気の兆候を見てみました。（資料 4-8）これは「きき耳」ではなく全員に聞いた回答です。感覚的な衰え、これは医学的に何と言うのか分からないのですけれども、そういった精神面のものをどうも感じているかという調査結果です。

「頭痛が多くなっている」「疲労感というのを前より感じやすい」「寝られなくなる」「いらいらする」というような質問については、実は 50 代というのが、60 代、70 代、80 代に比べて顕著です。これは恐らく 40 代などの前の自分の年代と比べるからではないかと思うのです。50 代になることで、そういうところを実感し始めるのだろうと思うわけです。

今度は、肉体的な面ということについてお話をします。例えば、「階段を上ると息切れをする」「暴飲暴食をやめるようになった」「夜中に起きるようになった」「硬いものを食べることが怖い」「もの忘れするようになった」「歩く速さが遅くなった」ということを自覚し出すのは、ほぼほぼ全部 70 代となっています。（資料 4-9）

資料 4-8



資料 4-9

これはたぶん、新井先生の研究とも合致しているのではないかと思います。要は気持ちの上で感覚的な面で、何となく駄目だと思い始めるのが 50 代で、物理的に肉体面で体が少し変だと思い始めるのが 70 代なのだというようなことです。この 50 代から 70 代というのは、どうも転換期でありそうだということが見て取れます。

では、感度の高い人にこれを当てはめるとどうなるのかということを確認しました。感度の高い人「きき耳」というのは、「階段を上ると息切れをする」「暴飲暴食をやめるようになった」「夜中に起きる」「もの忘れをする」「歩く速さが遅くなった」ということに対して、他の人と比べて反応が多いのです。（資料 4-10）

続いて、もう少し若い年代から反応しているのかということも確認しました。60 歳以下、50 代で同じことを調査してみると、この「歩く速さが遅くなった」「もの忘れ」「階段を上ると息切れ」「暴飲暴食をやめる」「夜中に起きる」といった、本来ならば 70 代になると割りと自覚するような症状というものを、「きき耳」は 50 代でも感じるようになっています。（資料 4-11）

これは何も、感度の高い人は健康状態が悪いということを意味しているのではないです。これは、実際にあなたはどういう病気を持っていますかなど、いろいろ調べました。それを見ると、「きき耳」と普通の人では数に違いがありません。

ただ、自分の中で割りと早い年代から自覚しているのだということなのです。これは、普通の人が 70 代にならないと自覚し始めないことを 50 代や 60 代ぐらいから自覚し始めているということは、かなり早い段階からいろいろな準備ができるのです。70 代になってから何かをやろうというと億劫なのですが、60 代ならまだ動けるのです。

資料 4-10

資料 4-11

実際に「自宅のリフォームをする」「一軒家からマンションに住み替えをする」ということは、「きき耳」が非常に早いです。彼らの答えを見ると「早めにこういう対応をしているのだ」ということを言います。「バリアフリーのところに住み替える」「階段が厳しいからフラットなマンションに行く」という意思決定というのは、ある程度年齢が若い時ではないと費用面の問題もありますからできないのです。早めに対応するということが、こういう人たちの特徴だということになります。

今度は、「きき耳」たちが情報感度が高いのかどうかについての確認です。既に述べましたように、「どうすればアンケートなどに答えることが億劫になっている人が答えられるか」というハードルがあるので、非常に簡単な方法で実施しています。

例えば、日経トレンディなどの新製品番付でランクされたもの 30 個をバーッと並べるのです。そこの中で、「あなたはいくつ知っていますか」「いくつ興味を持っていますか」と、丸を付けさせます。すごく単純なのですけれども、単純なものでなければ答えられないと分かっているので、こういうやり方にて感度が高いかどうかということを見てみました。

その結果は「はや耳」「きき耳」「むれ耳」「そら耳」「とお耳」が、新しいものをどれだけ知っているかの個数をカウントしただけです。「興味を持っていますか」「話題にしましたか」「情報探索しましたか」「買いましたか」「買いたいと思っていますか」「人に勧めましたか」ということを聞きました。「情報探索した」から「買いたい」以降になると、数がぐっと減ってしまうのですが、「知っている」とか、「興味がある」とか、「人と話題にした」というあたりは、やはり明確にそれぞれのグループごとに違いがあるわけです。（資料 4-12）

結果は、いわゆるライフスタイル感度が高い人、「きき耳」は、年を取っても新しい商品に非常に興味を持っていますし、人とそれをしゃべるというようなことがあるということになります。

資料 4-12

資料 4-13

更に他のアンケート結果の因子分析等々を行うと、「きき耳」はオレンジの線ですが、情報循環力、新製品採用力、情報収集力という、この 3 つの因子が非常に強いのです。（資料 4-13）

これをそれぞれ簡単にご説明します。情報循環力というのは、人によく商品のことを聞かれる、新しい商品が出たら人によくしゃべってしまうなど、そういう力がある人を、情報循環力があると言います。新製品採用力というのは、新製品を買いますということです。買うだけでなくていいのです。新しいサービスを使ってみる、試しに何かをやってみるという程度でもいいのですが、新製品に興味がある

かどうかです。

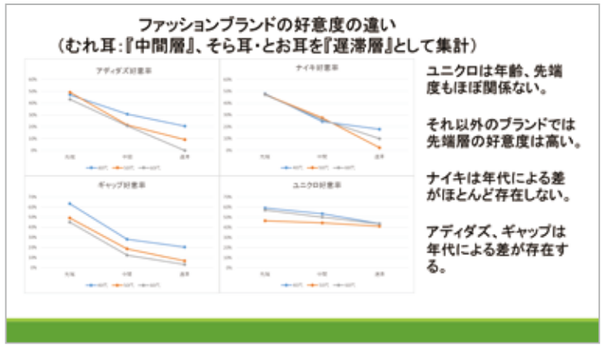
情報収集力が何かと言うと、普段からいろいろ見ているということです。これはインターネットで探るだけではなく、お店で新しいものがないか探っている、あるいは道を走っている新しい車をしょっちゅう見ている、歩いている人の洋服で春物が何かを見ているというようなことでもいいのです。そういうことが非常に高いというようなことです。

これは、年配者ではなく一般の人に実施しても、感度の高い人はこの３つの項目が非常に高くなるということが、いろいろな調査で出てきています。そういう意味では、この感度の高い年配者というのは、このような力を同様に持っているということです。

今はそれこそ口コミマーケティングが盛んですけれども、こういう年配の「きき耳」に、「こういう新しい商品が出たのですがどうですか」と伝えると、異性の友達にもいろいろしゃべってくれます。こういうことが意味があることなのではないかと思っています。

実際に「きき耳」たちはファッションなどに興味があるかということを確認しました。「きき耳」を先端層、「むれ耳」を中間層、「そら耳」「とお耳」を遅滞層として、それぞれどのぐらい好意がありますかということを聞いたものです。そしてこれは年代別に分けています。（資料 4-14）

まずはユニクロです。これは、もうどの年代の人も好意を持っています。先端層であろうと、そうでなかろうと、関係なく好意を持たれています。ですから、ユニクロを着ているからイケていると思ったら大間違いということがまずあるわけです。ユニクロは、みんなが着ている洋服、ベーシックだと思ってください。



資料 4-14

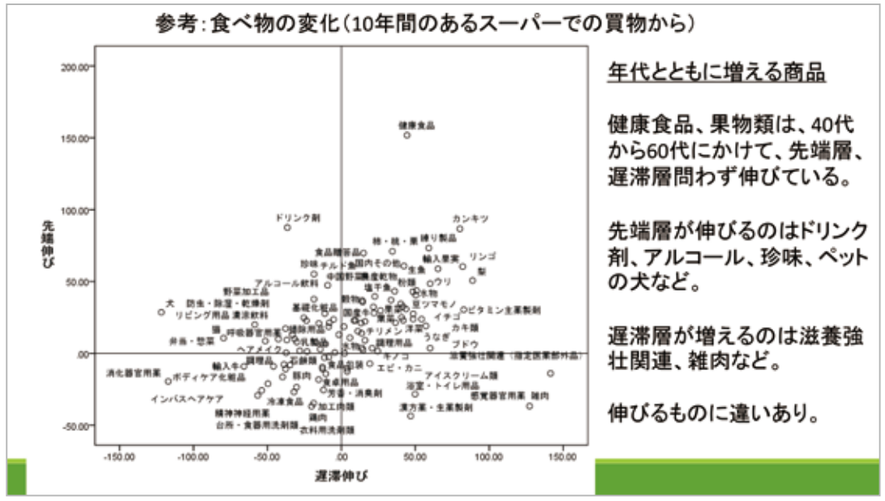
それに対して、アディダス、ナイキ、ギャップなどは、それぞれ先端層から遅滞層になるに従ってスコアが下がっています。これは、先端層ほど好きで、遅滞層ほど好きではないブランドであるということになります。ギャップなどは、年代による違いもあります。40 代の方が好きで、50 代、60 代になると下がっていくということです。

ただし、60 代の先端層は、40 代の遅滞層よりもはるかにギャップが好きだということが出ているわけです。ナイキなどは、先端層、中間層関係なく、年代に関係なく好きな人は好きだということが出ているということになります。

従いまして、年配でも、ナイキ・アディダス・ギャップなどを着ている人は、先端層ということになります。

参考として別の調査をご紹介しましょう。これは主に食べ物の変化です。約 1,000 人の 10 年間に亘る、あるスーパーマーケットの買い物履歴というものです。一体、どのような商品を買ってきたかということが分かるのです。

そのデータというのは、時間の経過、景気の波によってどのようなものが買われるか、買われないかという視点で



資料 4-15

使うことができます。10 年という期間は、当然 40 歳の人は 50 歳になるし、50 歳の人は 60 歳になります。その間に、一体どのようなものを食べるようになっているのだということを見てみようということです。先端層が 10 年間で食べることを増やしたもの、遅滞層が増やしたものを見てみました。（資料 4-15）

そうすると、年代が上がるに従って、先端層と遅滞層の両方で伸びているものは何かと言うと、健康食品です。それから、カンキツ類、リンゴ、梨、いわゆる果物のようなものは年齢が高くなっていくと、先端層、遅滞層限らずに増えています。

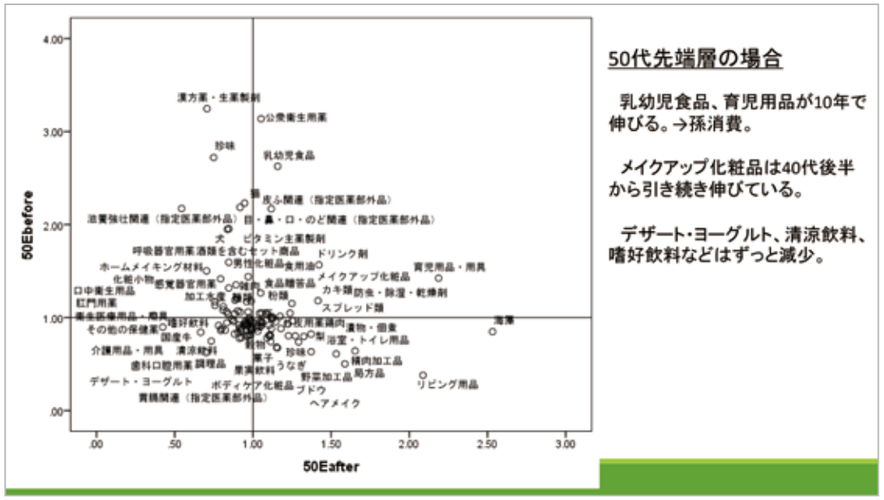
それに対して、先端層だけで伸びが多いものはドリンク剤や犬などです。これは不思議なことで、犬を飼うようになります。これは、先端層の人は犬を飼っているということです。先端層になりたかったら大変です。アディダスを履いて、犬を飼わなければいけないのです。

遅滞層の人たちが何をやっているかというと、滋養強壮関連のものを飲んでいます。「今ごろ何をやっているのだ」という感じです。漢方薬を飲んだり、キノコを食べたり、そのようなことをやってしまっています。

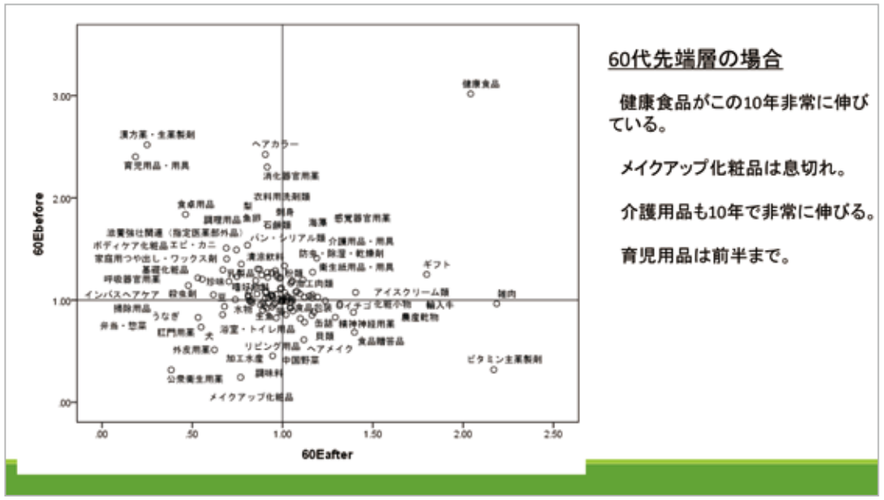
先端層、遅滞層の両方で買わなくなってくるのが、台所用品や冷凍食品です。また、輸入牛を食べなくなってきます。こういうものが割りと出やすいということがあります。

これを 50 代、60 代の方で見ていきます。まず 50 代。縦軸が 50 代ビフォーとあり、縦軸、Y 軸は上に有るほど、50 代前半の時、多かったものです。横軸は 50 代アフターとあり、横軸、X 軸は、右に有るほど、50 代後半になると増えてくるものを示しています。

50 代後半になると増えてくるのは、育児用品や乳幼児食品です。恐らく孫に対してそういうものを購入しようということになり、お金がそちらに回っていくということなのです。



資料 4-16



資料 4-17

面白いのは、メーキャップ化粧品がまだ伸びているということです。今、盛んに化粧品会社が「小じわが何とか…」と言っています。これは 50 代後半になっても伸びていますから、意味がある商品です。我々もそうですけれども、昔に比べて年齢を 8 掛けにしなければいけないということを言われるぐらい、皆さん若いのです。そのような傾向を示すものは増えています。（資料 4-16）

逆にデザート、ヨーグルト、清涼飲料、嗜好飲料など、比較的糖分が多いものを買う量は減っています。つまり、これは先ほどの新井先生の話ではないですけれども、やはり肥満というものを気にしているのではないでしょうか。

これが 60 代になるとどうなのかというと、圧倒的に増えているのは健康食品です。面白いのは、メーキャップ化粧品が左下の象限の位置、つまり減少ゾーンに位置します。60 代になるまでは頑張ったけれども、使わなくなります。化粧をしないということになってきます。（資料 4-17）

介護用品も、60 代になってくるとすごく増えてきます。これはスーパーマーケットの買い物ですので、主に女性が買い物をしているデータです。60 代ということになると、もしかしたら同居している人、あるいは夫なのかもしれませんが、介護用品の購入というものが増えてきます。

育児用品というのは、60 代前半までは多いのですが、後半になると減ります。やはり、その頃になると孫も高校生などになってきますから、減ってくるということが結構出てきます。このあたりも興味深いです。

「イケてる高齢者」の特徴ということで、現象をまとめるとこのような感じです。（資料 4-18）今まで話したことをまとめますと、若い方に多いのですが、70 代でも存在しています。学歴も高いし、年収も高い。友人の数が多く、特に異性の友人が多いです。肉体的、精神的な自分の変化を、かなり早い段階から認識しているので、割りと早めの対策ができています。

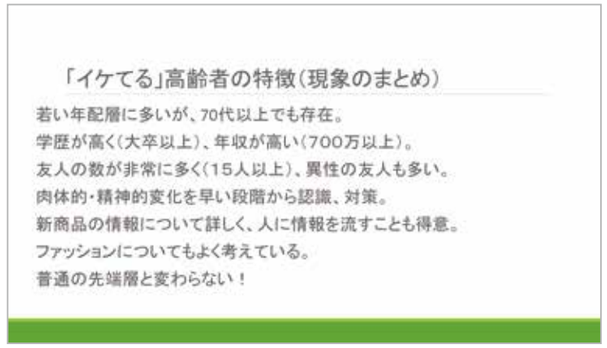
新製品の情報について詳しく、人に情報を流すこともすごく得意です。ファッションについてもよく考えていて、これは普通の先端層とそれほど変わらないということになります。

従って、年配だからどうこうということではないのです。因みに、きき耳層というのは大体 15％ぐらいいるということが分かっています。そうすると、高齢者層は全人口の 25％、そのうちの 15％ですから、大体 3％ぐらいの人が「イケてる」高齢者です。

ボリュームとしては結構いるのだというようなことが分かるかと思います。

次に年配者は何を評価して商品を選ぶのかということを、最後に残りの時間でお話ししたいと思います。私はマーケティングを生業としている者なので、いわゆる商品を選ぶ際の基準の違いというものを知りたいです。

若い人が洋服を買うときは、例えばコストパフォーマンスが高いものを選びます。ですが、年配の人が選ぶ場



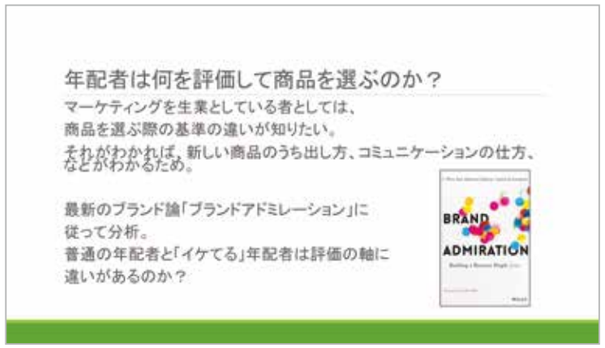
資料 4-18

合は、地味目なもの、色合いで選ぶなど、そういう選ぶ際の基準がどう違うのかということを知りたいのです。それが分かれば、新しい商品の打ち出し方とか、コミュニケーションの仕方が分かるだろうということを考えているわけです。

参考にしているのは、この『ブランド・アドミレイション（BRAND ADMIRATION）』という本です。（資料 4-19）これは、一昨年の 2016 年に出た本です。南カリフォルニア大学のパーク（C.W.Park）という先生と、マクイニス (D.J.MacInnis) という先生が書いています。僕はお二人と仲がいいので「これを日本語で出して」ということを言われました。「日本での調査結果も足していいから」ということで、それで現在、研究中という状況です。この後では、この理論に従って見てみようということをやっています。

(資料 4-20 : Figure3.1 Brand Admiration Model: Drivers and Consequences)

理論そのものは複雑なので、詳細については今日はお話はしません。ブランドというのは、「ブランドトラスト」「ブランドラブ」「ブランドリスペクト」の、この３つの要因でブランド力が決まりますということを彼の理論では言っています。



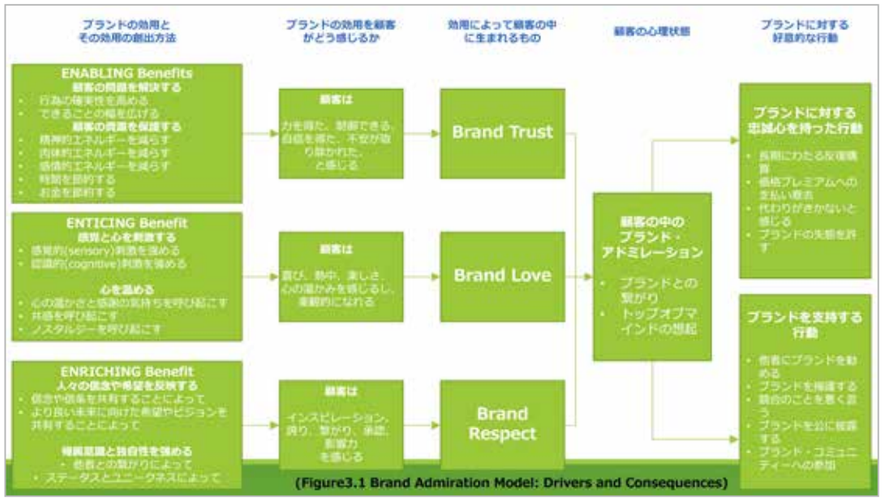
資料 4-19

「ブランドトラスト」というものには何があるかというと、安心や安全というようなものがあります。

「ブランドラブ」というのは、好き嫌いみたいなものです。「ブランドリスペクト」というのは、その商品との繋がりがどうだということで決まります。

実際に調査を実施しました。

これは年配の人に調査を実施し、感度の高い人、いわゆる「きき耳」とそうではない人で、今、具体的に「トヨタというブランドについて信頼をしていますか」という点に関して、何が効いているのかということを単純に回帰分析を



資料 4-20

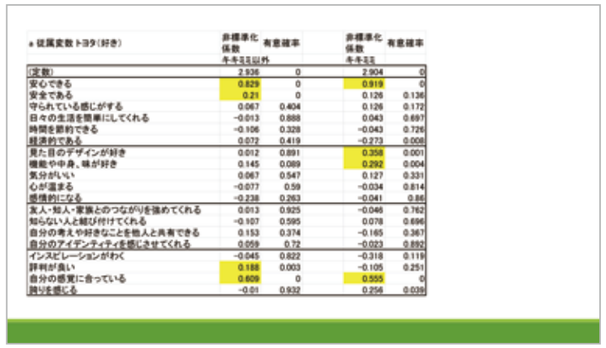
したものです。

詳細は省くとして、感度の高い人（きき耳）は右側です。左側が、いわゆる感度が高い人を除いたものです。そうすると、安心・安全というブランドの信頼性に関わるような２項目は、その２つの層の両方に効いているということです。これは、綺麗に出ています。その他に、普通の人は「評判がいい」「自分の感覚に合っている」ということが、トヨタというブランドの信頼に影響するという結果になっています。（資料 4-21）

▲従属変数 トヨタ(信頼)	非標準化係数 キキミミ以外	有意確率	非標準化係数 キキミミ	有意確率
(定数)	3.287	0	3.404	0
安心できる	0.973	0	1.034	0
安全である	0.372	0	0.246	0
守られている感じがする	−0.057	0.428	0.036	0.634
日々の生活を簡単にしてくれる	0.009	0.919	0.061	0.501
時間を節約できる	−0.103	0.29	0.094	0.344
経済的である	0.014	0.865	−0.072	0.389
見た目のデザインが好き	−0.057	0.451	0.063	0.466
機能や中身、味が好き	0.029	0.709	0.135	0.103
気分がいい	0.001	0.99	0.121	0.251
心が温まる	−0.025	0.844	−0.12	0.297
感情的になる	−0.138	0.469	0.047	0.801
友人・知人・家族とのつながりを強めてくれる	0.024	0.846	0.049	0.687
知らない人と結び付けてくれる	0.206	0.257	−0.124	0.44
自分の考えや好きなことを他人と共有できる	0.005	0.974	−0.024	0.869
自分のアイデンティティを感じさせてくれる	−0.081	0.58	−0.075	0.589
インスピレーションがわく	−0.212	0.233	−0.183	0.268
評判が良い	0.187	0.001	−0.019	0.793
自分の感覚に合っている	0.235	0	0.113	0.147
誇りを感じる	0.105	0.315	0.092	0.357

資料 4-21

これを［好き］（ラブ）ということでみた場合にどうなるかという結果です。（資料 4-22）「きき耳」は、信頼に効く要素の安心・安全であるというようなものだけではなく、「見た目のデザインが好き」「機能や中身が好き」あるいは「自分の感覚に合っている」ということを挙げています。



▲従属変数 トヨタ(好き)	非標準化係数 キキミミ以外	有意確率	非標準化係数 キキミミ	有意確率
(定数)	2.936	0	2.904	0
安心できる	0.829	0	0.919	0
安全である	0.21	0	0.126	0.136
守られている感じがする	0.067	0.404	0.126	0.172
日々の生活を簡単にしてくれる	−0.013	0.888	0.043	0.697
時間を節約できる	−0.106	0.328	−0.043	0.726
経済的である	0.072	0.419	−0.273	0.008
見た目のデザインが好き	0.012	0.891	0.358	0.001
機能や中身、味が好き	0.145	0.089	0.292	0.004
気分がいい	0.067	0.547	0.127	0.331
心が温まる	−0.077	0.59	−0.034	0.814
感情的になる	−0.238	0.263	−0.041	0.86
友人・知人・家族とのつながりを強めてくれる	0.013	0.925	−0.046	0.762
知らない人と結び付けてくれる	−0.107	0.595	0.078	0.696
自分の考えや好きなことを他人と共有できる	0.153	0.374	−0.165	0.367
自分のアイデンティティを感じさせてくれる	0.059	0.72	−0.023	0.892
インスピレーションがわく	−0.045	0.822	−0.318	0.119
評判が良い	0.188	0.003	−0.105	0.251
自分の感覚に合っている	0.609	0	0.555	0
誇りを感じる	−0.01	0.932	0.256	0.039

資料 4-22

その一方で、一般の人は「安心・安全である」ということと、「評判が良い」「自分の感覚に合っている」を挙げており、［信頼］を見ていただくと分かるように、全く同じ項目で評価をしているわけです。つまり、トヨタが信頼できるということと、トヨタが好きであるということを、私としては違うことを聞いているつもりなのに、同じものでしか評価ができないという結果が出ているわけです。

それに対して、「きき耳」、ライフスタイル感度の高い人は、きちんとそれを識別しています。信頼できるということと好きであるということは違うのだということが、きちんと分かっているということになります。

▲従属変数 トヨタ(尊敬)	非標準化係数 キキミミ以外	有意確率	非標準化係数 キキミミ	有意確率
(定数)	2.639	0	2.696	0
安心できる	0.691	0	0.796	0
安全である	0.169	0.004	0.178	0.045
守られている感じがする	0.184	0.03	0.223	0.022
日々の生活を簡単にしてくれる	0.125	0.206	0.186	0.114
時間を節約できる	−0.107	0.345	−0.177	0.173
経済的である	0.032	0.73	−0.131	0.227
見た目のデザインが好き	−0.107	0.225	0.203	0.07
機能や中身、味が好き	−0.097	0.281	0.177	0.099
気分がいい	0.047	0.692	0.13	0.343
心が温まる	0.236	0.118	0.009	0.95
感情的になる	−0.084	0.706	−0.144	0.553
友人・知人・家族とのつながりを強めてくれる	0.142	0.319	−0.038	0.809
知らない人と結び付けてくれる	−0.338	0.112	0.191	0.36
自分の考えや好きなことを他人と共有できる	0.087	0.632	−0.259	0.18
自分のアイデンティティを感じさせてくれる	0.118	0.491	0.194	0.28
インスピレーションがわく	−0.173	0.406	−0.241	0.26
評判が良い	0.249	0	0.044	0.649
自分の感覚に合っている	0.27	0.001	0.225	0.026
誇りを感じる	0.179	0.143	0.191	0.143

キキミミは、
・信頼
・好き
・尊敬
の区別がついており、
異なる項目でブランド評価。

それ以外の人は、
同じ項目
（安心、安全、評判、自分の感覚）
で、信頼、好き、尊敬、を評価
しており、区別がない。

但し、安心できる、はマスト。
年配の人が同じブランドばかり
選ぶ理由は、この項目が
あるため。

資料 4-23

同様に、トヨタは［尊敬］できるかということを聞いています。（資料 4-23）ここでは、やはり普通の人は「安心・安全ということ」「評判がいい」「自分の感覚と合っている」ここしかありません。「きき耳」も「安心・安全」というのは同様ですけれども、「自分の感覚」と「見た目」という、他の項目も効くという状況になっているわけです。

ここから何が言えるのかというと、「きき耳」はブランドが信頼できる、ブランドが好き、ブランドを尊敬できるという、その区別がきちんとできているわけです。そ

れ以外の人、つまりライフスタイル感度が高くない人は、「安心・安全である」「評判がいい」「自分の感覚に合っている」、この３つだけで好きであろうと、尊敬できるだろうと、信頼できるだろうと、全て評価してしまうということなのです。

年配の人は、冒頭に少し申し上げましたように、常に同じものを選んでしまうのです。選択肢の幅が狭いのは何故かと言うと、まず安心できる、安全であるということが必要条件なのです。それがあった上で、他がどうかということを見ていくのです。これを見ていただければ分かるように、一般の人は「安心・安全」「評判がいい」「自分の感覚に合っている」ということだけで、ブランドが好きであろうが、信頼できるであろうが、尊敬できるであろうが、何でも選んでしまうということになるので、区別が付けられないということになるのです。

『ブランド・アドミレイション』の項目として、「ブランドトラスト」「ブランドラブ」「ブランドリスペクト」という３つがあり、３つはパラレルで並んでいるように書きましたけれども、年配の方に関して言うと、「ブランドトラスト」というものが必要条件になります。その下で、「ラブ」や「リスペクト」がどうなってくるのかということを考えないと駄目だということです。

尚且つ、一般の人は識別がついていないので、はっきり言って「ブランドトラスト」、信頼できるかどうかというところがものすごく大事です。

「安心・安全」「自分の感覚に合っている」たぶんそれだけで選ぶ層なので、そのポイントを出しておけばいいのです。ただし、感度の高い人たちは、その他に「デザインがいい」「機能が好き」というようなことを、「ブランドラブ」については言ってきます。

年配でも感度の高い人を取りたければ機能のところも、押していかなければなりません。そういうことが分かるかと思います。

まとめに入ります。（資料 4-24）とにかく年配層が多くなる中で、年配層を一括りで捉えるというのは難しいということが、今のお話で分かっていただけたかと思います。「イケてる年配者」というのは、とにかく健康状態を割りと早いうちから、つまり 50 代ぐらいから結構考えているということです。それに合わせた準備をしています。

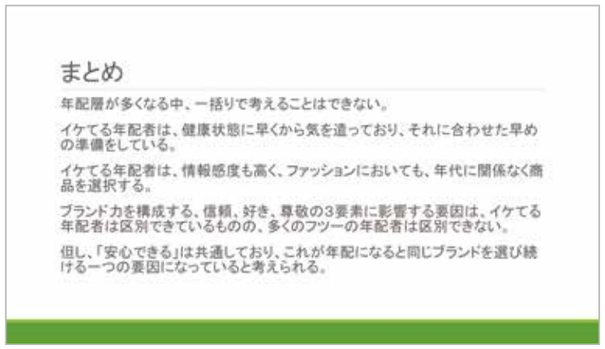
やはり、50 代や 60 代前半なら、対応ができるわけです。ところが、それより後になってしまうと「もういい、面倒くさい」というようになってきてしまいます。

ですから、マーケティング的視点からは、いかに 60 代前半までに「将来のことを考えて動きましょう」ということを言えるかという、そういうメッセージが出せるかということがたぶん大事になると思います。

「イケてる年配者」というのは、非常に情報感度も高いし、ファッションにおいても年代に関係なく良いものを選んでいます。ですから「何であのおじいさんはナイキを履いているのだ」と思ってはいけないのです。「あの人はクールなおじいさんだ」と思わなければいけないということです。

それから、ブランド力を構成する要素、「信頼」「好き」「尊敬」は、「イケている年配者」はその３つ、それぞれ違うものが効くことが分かっているけれども、一般の人はそれが良く分からないということです。

安心できるということだけは、いわゆる感度の高い人もそうではない人も共通して持っています。そういう意味では、ブランドを売っていくのであれば、このブランドは安心だということが絶対にないと、年配の人には売れないだろうということが分かっています。



資料 4-24

年配の人は 25％以上いて、なおかつ今の年配の人というのは消費経験も豊富にあるし、最後の年金持ち逃げ世代とも言われています。やはり、安心できるブランドというものは、そういう意味では強いです。これと関連して、ロングセラーのブランドというものはどういう感じなのかということを見ていきたいと思っているところです。

雑駁でしたが、私の話はこれで終わりにさせていただきます。

どうもありがとうございました。

CHAPTER 5

心理面から健康な加齢にアプローチする

日下 菜穂子
同志社女子大学　現代社会学部
社会システム学科　教授

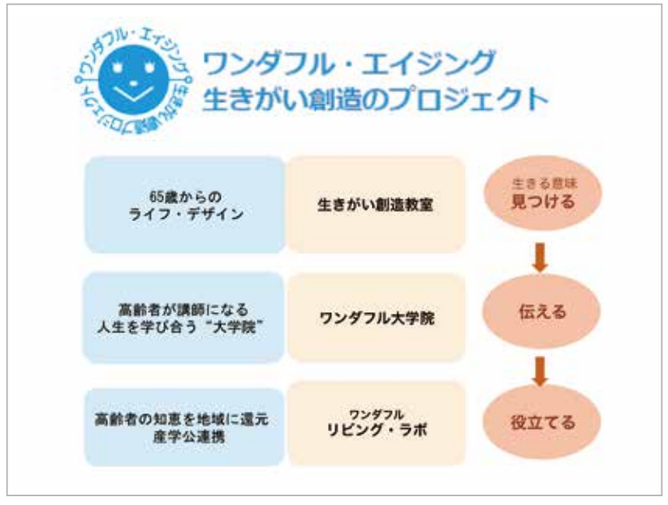
こんにちは、同志社女子大学の日下です。私は、臨床心理学が専門です。臨床心理学でも、特に高齢者を対象に、地域での実践を基に研究活動を展開してきました。

今日お話しさせていただくのは、健康に関する考え方の一つとして、長寿社会の中での健康の捉え方を見直していく必要があるのではないかということです。主には、ポジティブ心理学の立場から、健康の捉え方のパラダイムシフトについてお話ができればと思っています。どうぞよろしくお願いいたします。

まず、自己紹介を兼ねて今取り組んでいる実践活動を紹介させていただきたいと思います。今、「サクセスフル・エイジング」という考え方があります。高齢期をより良く生きるという意味で、健康である、体が元気である、100歳になられてもスーパー老人になれるのは憧れと申しますか、長寿社会の理想です。でも実際には、病気がない状態で暮らせる健康寿命と実際の寿命の間には約10年の期間があることがわかっており、身体が元気なまま長寿を全うするのはなかなか難しいというのが現状です。

この長寿時代における理想的な老い方のモデルを「ワンダフル・エイジング」と定義づけて、地域で実践研究を行っています。生きる意味を追求して人生を心豊かにする生き方をワンダフル・エイジング (1) とよんでいます。ワンダフルには、新しい出来事との遭遇にときめく驚き（ワンダー）に満ちたという意味があります。人生は、日々の変化の中で新しい自己と未来に出会う驚きに満ちていて、よりよく生きようする人は、一生を通じて成長します。老いという未知の世界で、変化し成熟していく新しい自己に出会う驚き、すなわちワンダーに満ちた実感が老いを豊かにするのではないかと考えています。

老年期の課題は、心理学的に言うと自己の終わりに向き合うことです。死をもって人生が終わるということが人間にとって一番大きな絶望です。その絶望を乗り越える原動力になるのが、世代をつなぐ関わりや、人々がつながる場の構築だと考えています。ワンダフル・エイジングの活動は、自己の内面的な成長と、コミュニティー全体の成長の、2つの側面から実践しています。活動には、研究で得られた知見を現代の日本の高齢者に合ったかたちで取り入れて、高齢者の意見をいただきながら改良を重ねています。さらに効果測定も行い、高齢者が社会の中でよりよく生きるモデルを創る実験のプラットフォームとして位置づけています。



資料 5-1

ワンダフル・エイジングの取り組みは大きく分けると3つです。（資料 5-1）

一番上の「生きがい創造教室」というのは、同志社女子大学が所在する京都府南部のエリアの京田辺市で行っている、自治体と連携した認知症とうつ予防の認知行動療法という心理療法をベースにしたプログラムです。カナダの中年期の自殺予防のプログラムを参考に、人生の目的を意識して人生を積極的にデザインするというライフデザインのプログラムを開発し、「生きがい創造教室」の名称で現在まで続けています。

ここでは、地域の高齢者の方に毎週来ていただいて、うつ予防の取り組みについて話し合います。うつのリスクや、うつで気分が落ち込んだ時の対処法を、グループで勉強していました。プログラム終了時にはうつのリスクが瞬間的に下がるなど、即時的な効果は見られますが、半年後や1年後を追跡していくと、その間に病気になられたり、近親者の方を亡くされたりして、やはり元に戻られていくのです。エビデンスとして発表されているいろいろな論文に載っているような綺麗な結果は残念ながらなかなか得られません。地域の保健士さんなどと連携してやっているのですが、地域全体の効果の確認も難しいという苦労の連続でした。

また、うつの傾向がある方にうつの話をしていると、みんなだんだん気分が落ち込んでいくということもありました。そこで、誰にでも気分の落ち込みはあるので、時にはうつ気分があってもいいではないか、その反対に健康的な部分もあることに目を向けて、ポジティブな側面に焦点を移すことにしました。心の健康的な部分や、うつでも何とかやってこられているのはどうしてなのだろうというところへの注目です。その気付きが大きなヒントとなり、今日の後半にお話しするポジティブ心理学の視点からアプローチ、人生100年にわたって生きがいを持ちながら生きていくというようなライフデザインのセッションに変わっていきました。

この生きがい創造教室の10回が終了した後に、効果を持続させるために、修了者の方に定期的に大学に通っていただきます。それが二番目の「ワンダフル大学院」です。現在の取り組みやコミュニケーションを通じて、お互いに生きがいづくりを支え合うための拠点として、このワンダフル大学院があります。大学院とはいえ、もちろん文部科学省不認可なのですが、大学を卒業した方々が大学院に来るというイメージでネーミングしました。地域の方が約150名登録されて、毎月30～40名の方々が来られています。

ここのスローガンは、65歳を過ぎたらプロフェッサーになろうということです。高齢者が先生になって、自分の生き方を伝えるということをやっています。こういった活動を継続していると、ここにおられる方々が自分の生き方を語るなど、意識の高い方が多いということもあり、メー

カーさんや企業の方の見学が非常に増えてきました。

※ワンダフル大学院の様子は同志社女子大学のホームページにもアップされていますのでご参照ください。
http://dwc-gensha.jp/HP_kusaka/wonderful college/

最近では、高齢者がユーザビリティーの評価を行い、意見を出して行ける状況になって参りましたので、「リビングラボ」というものを立ち上げました。高齢者の方々と IT リテラシー向上の学習会なども一緒に取り組んでいます。登録されている高齢者の方の知恵を事業者の方に提供する、企業の方のサービスや製品の開発に協力することで、高齢者が社会に貢献していく場所となることをめざしています。

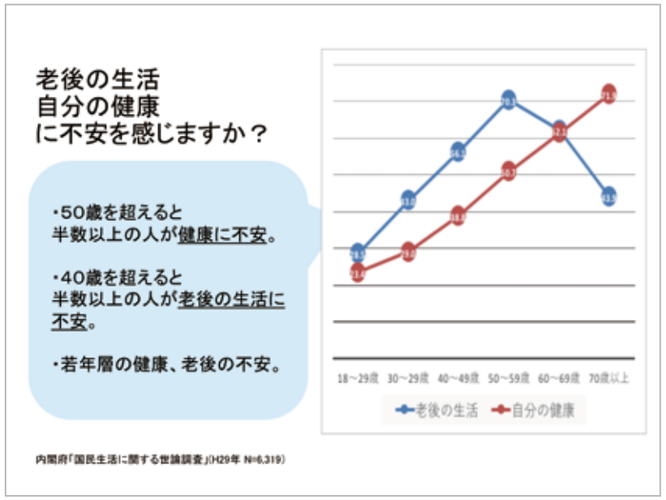
以上の 3 本立てでやっています。長くなったのですが、ここまでが自己紹介です。

本題に入ります。先ず、問題意識としては、私が行っている取り組みに来られている方々は非常に恵まれているということです。実際に高齢期とは言っても、来られている方々は非常にアクティブで、健康状態も良いです。今現在、実際にサポートを必要とされている方はほとんどいらっしゃいません。

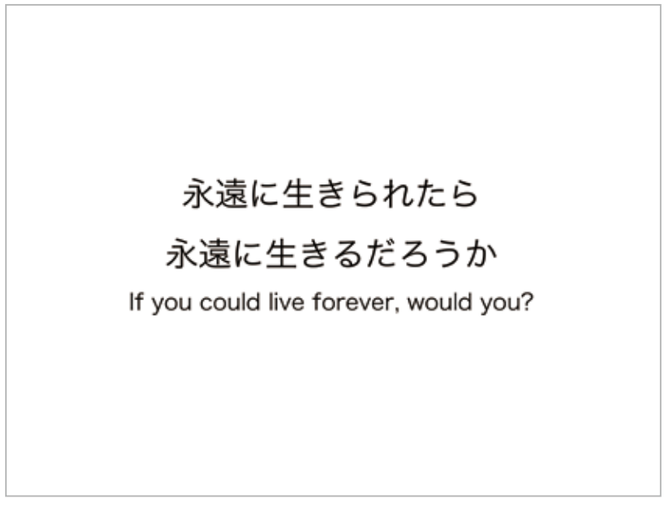
本当の老後の問題というのは、恐らくここに来られなくなってからではないかと思うのです。身体が衰えてからも、生涯を通してつながっていくにはどうしたらいいのかということです。10 年ぐらい続けていると、自らこういった活動から引かれて来られなくなる方もいらっしゃいます。気になってお電話をしますと、人に迷惑をかけたくない、自分自身である程度引き際は考えたいからということで、自らコミュニティーから引いていかれるという方がほとんどです。本来は助け合うことで結びつくはずのコミュニティーに、多くの高齢者は助けられることをよしとせずに引いて行かれます。身体が弱ってからもその人の存在意義を認められる環境でこそ、人々が長くつながっていけるコミュニティといえるのではないでしょうか。

もう一点、健康の概念の見直しです。生きがい追求のプログラムの中で、参加者に「生きる目的は何ですか」とお聞きすると、「健康」とおっしゃる方が多いのです。体が元気であることが生きる目的である、というようにおっしゃられます。しかし実際には、生涯を通じて健康であるということが非常に難しいというのは、先ほどの新井先生のお話にもありました。

やはり、スーパーセンチナリアンと言われる方は、別名サバイバーとも呼ばれているほど、いろいろなリスクから自分自身がある程度勝ち残ってきたスーパーな方々なのです。今は長生きすることがリスクだということが言われています。平均寿命は女性の方が 86 歳で、男性も 80 歳以上です。健康でいられる齢は男女共に 10 年前後、不健康な時代が続きます。老後の病気や疾病でいわゆる「健康」でなくなることへの不安感は非常に高いです。実際に、自分自身の老後に不安を感じますかと聞くと、50 歳以上の半数以上の方々が、自分の将来に不安があるとおっしゃいます。（資料 5-2）



資料 5-2



資料 5-3

その不安の内容を聞いていくと、まずはやはり自分自身の健康です。それから、ご家族の健康に対して不安があるということです。将来に対しての不安要素ほとんどの方が健康。自分の生きがいは健康だ、生きる目的は健康維持だとしながら、一方でやはりその健康面には不安があるということをおっしゃっています。

健康の次に経済です。お金のことも心配だということで、この健康維持・生活維持ということが、さらに老後を不安にさせていると思います。

これはインターネットで話題になっていた質問です。日本科学未来館のチケットの裏面に印刷されていた哲学的な問いかけです。（資料 5-3）

「永遠に生きられたら永遠に生きるだろうか」

いかがでしょうか？市民講座の時に市民の方にお伺いすると、永遠に生きるには条件があるとおっしゃいます。やはり長生きはしたいけれども、長生きするためには体が元気でなくてはということをよくおっしゃいます。実際に、本当に体が元気ではなかったら、私たちは長生きするのが苦しくなるのでしょうか。

今のところ、私たちには健康が第一という意識が根強くあります。この健康第一でいくと、「長く生きると心が悲しくなってしまうのではないか」というような固定観念が浮かぶのではないでしょうか。私たちは、長生きをすることを願ってはいるのですが、反面すごく怖いのです。体が弱くなってしまったらどうしようという不安感を抱えながら長寿の社会を目指しているわけです。このあたりですごく葛藤があるのではないかというように思います。

今日は、心理学の立場からということでしたので、この二点をお話いたします。

まず、「サクセスフルエイジング」です。体の健康はすごく大事という価値観の矛盾からスタートして、サクセスフルエイジングについて問題提起をしてみたいと思います。

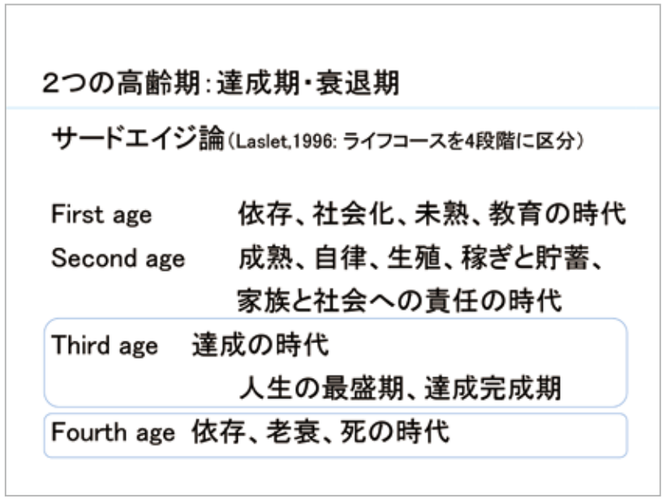
二点目は、健康も大事ですが、やはりサクセスフルを超えた、90 歳、100 歳になって体が衰えても、より良い老後のあり方としてもう 1 つ別のゴールが今後の高齢化社会にあってもいいのではないかということです。サクセスフルエイジングモデルに代わる新しい価値観を、日本の高齢化社会から発信しませんかというお話です。

これまでのサクセスフルエイジングの多くの研究では、対象者が主には 70 歳台前半か 60 歳代の若い高齢者でし

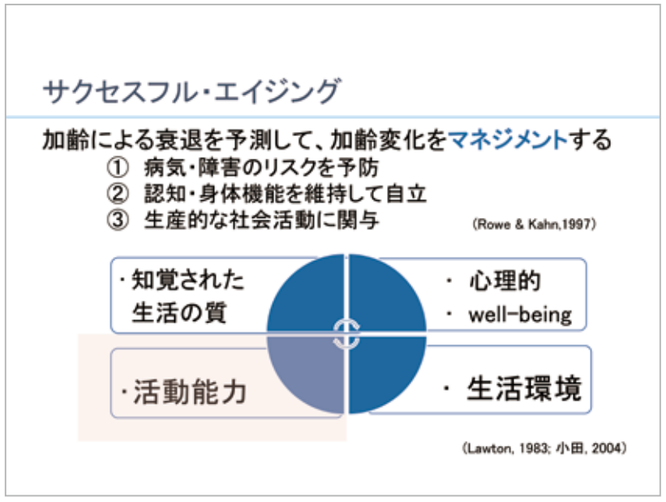
た。また、先ほどのハイライフ研究所でされている調査研究、非常に丁寧で貴重なデータを拝見させていただきましたが、対象は75歳までです。つまり、今のところよく高齢者といわれている方々は主にこの「サードエイジ」とよばれる方々です。（資料 5-4）

年齢では区切れないのですけれども、子育ても終わって、仕事の責任からもある程度解放されて、自分自身のことを自分でできて自由に生きられる時期です。この時期をターゲットに、老いの問題が語られている傾向があります。身体的な機能も人々の健康水準も上がってきたときに、いかにここの時代を長く生きるかということが、サクセスフルエイジングの考え方として語られています。

でも、その先にこのフォースエイジといわれる、依存や老衰、死の時代が10年以上あるということも分かっているわけです。さて、ここに対して、実際にそうなってしまったらどうするのでしょうか。サクセスフルに生きましょう、だけでは、フォースエイジに移行してしまったら、アンサクセスフルであり、それはフィアー（不安・懸念）フルだというようなことになってきます。私たちはフォースエイジの恐れから、サードエイジでいるために物凄く一生懸命頑張っているのではないかと思います。



資料 5-4



資料 5-5

この考え方の基になっているのが、このサクセスフルエイジングモデルなのです。（資料 5-5）現在では定義もさまざまあって、必ずしも健康だけが条件ではないということが言われています。このサクセスフルエイジングモデルが広まったのは1980年代のアメリカです。その時期に高齢者の発達研究が盛んになり、主には年を取ったらどうなるのかに焦点づけた研究が進みました。その結果、年を取れば衰える、機能が衰退するということが次々に明らかにされていきました。その中で、加齢の衰えに対して私たちはどのように対処するべきかというマネジメントに研究の焦点がシフトしていくことになりました。

サクセスフルエイジングにはいろいろな説がありますが、バルテスという生涯発達心理学を提唱した人の理論で言うと、加齢による衰退を予測して加齢変化をマネジメントする、できるだけ加齢のリスクを減らした状態が適応的な老いを実現するという、マネジメントの発想が基盤にあります。

ちょうど1980年代から、終身雇用制度などが崩壊して、自分自身のキャリアは自分でマネジメントしていく時代となりました。人生を自分でマネジメントするのは権利であり、自分の人生は自らで責任を持つべきとする考え方が、アメリカ社会の中で非常に広がった時代でした。ですので、できるだけ加齢のリスクを減らして、自分自身の身体能力を高く保ち、より良い生活環境の中で健康水準の高い暮らしをすることがサクセスだというような考え方は、現代の日本社会でも広く受け入れられるようになりました。

一方、疑問もいろいろ出てきました。このマネジメントするという発想が、東洋の文化にあうかということです。キリスト教のプロテスタンティズムでの、一神教の神様の下に市民がいて、みんながその神の下で協力しながら個々の責任を果たし、人々の負担にならないように自立して生きるというような考え方が、マネジメントの発想につながります。この人間観をベースにした考え方をそのまま日本に持ってきたときに、日本の考え方は多神教で、神様も含めて弱い人も強い人も共存し、社会としてある程度バランスがとれているという人間観ではないでしょうか。人生の意思決定は、個人の責任というよりも周囲の状況に合わせて緩やかに選択していくという部分もあると思います。東大でジェロントロジーの研究などが始まったのは、この西洋的な価値観に基づくエイジングモデルに少し疑問を呈したというところからスタートしていると聞いています。

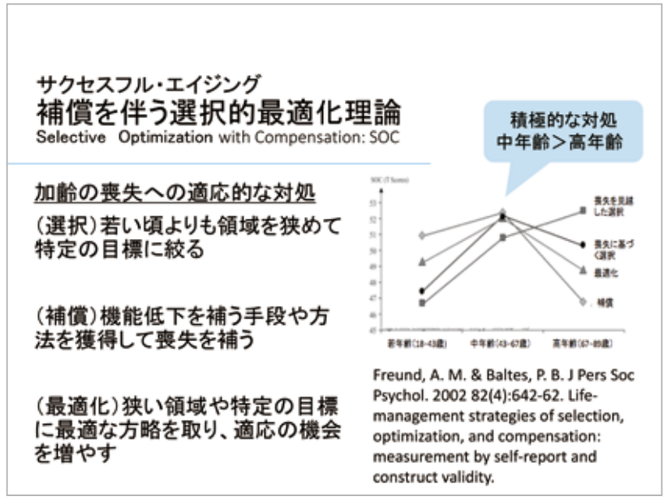
では、「体が衰えるとサクセスフルではなくなるのか、幸福ではなくなるのか」というような考え方ですが、実際の研究やいろいろな調査の中では、歳を取ると、例えば100歳ぐらいになってくると親しい方もどんどん亡くなっていくし、対人交流も狭まってきます。ですが、孤独の研究では、20代、30代の人の孤独感が強いことが明らかにされています。「孤立」しているのは高齢者なのですが、孤独感は若い人のほうが高いのです。

それから、幸福感に関しても、これはアメリカの例なのですが、アメリカ人の場合、幸福感が一番低いのは40代、45歳です。実際にさまざまな資源を喪失した70歳以上の方々が不幸かというと、人生のいろいろな責任から解放された高齢者の方はパラダイスみたいな感じで、幸福感がずっと上がっていっているわけです。

こういう心理的な矛盾と言いますか、さまざまな資源に対しても精神的には成熟している状態というのを、エイジングパラドクスといいます。いくつかの理論で説明することができます。今日はこの4番目だけご紹介したいと思います。

先ほどの清水先生のお話にも、お宅のリフォームをされるなど老後に備えていろいろな対応を取られる方々は比較的若い高齢者の世帯が多いということがあったと思います。これも、サクセスフルエイジングの研究で、バルテスは、どうすれば老いの衰退に対して上手くマネジメントをできるかという3つの方略を立てています。（資料 5-6）

自分自身の目標をある程度下げます。その下げた目標



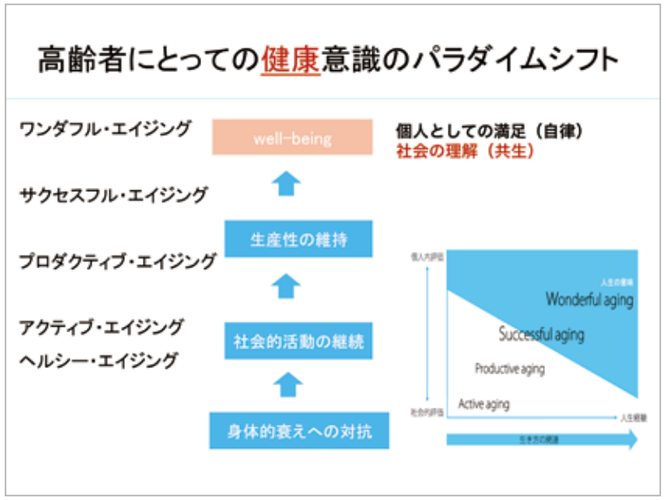
資料 5-6

の中でいろいろな工夫を凝らして、丁寧に取り組んでいくことによって、加齢による衰退を最小限に抑えられるというような考え方です。例えば、ピアニストでフジ子・ヘミングさんという方がいらっしゃいます。彼女は、リストのカンパネラの演奏で有名になり、その曲を必ず演奏会で弾かれます。リストのカンパネラだけを集中的に練習することで、ますます上手になるでしょう。しかも、加齢で早いパートの演奏が難しくなった時に、全体の演奏のスピードを落とすなどで彼女なりの弾きやすいやり方を見つけると、曲全体に独特の味が出てくるということになります。お手本通りではないのでコンクールには優勝しないけれども、彼女なりのやり方をすることによって円熟さが増してくるということです。老いることというのが、むしろマイナスではなくプラスになるような方略で演奏活動を続けておられます。衰えた機能に対して、自分なりの工夫をすることで適応できる、サクセスフルな方略です。

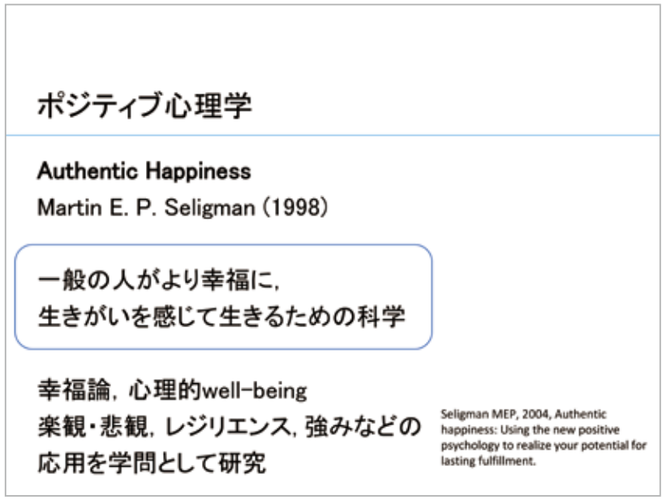
バルテスらの研究（2）では、加齢への適応的な対処（補償を伴う選択的最適化）を行っているのは、主には67歳以下の方々であることが示されています。67歳から89歳の高齢の人がどんな方略を取っているかというと、未来のリスク予測はするのですが、リスクに対して実際にお宅を建て替えたり、保険に入ったりするなどの具体的な対応策は取っていないことが、スライドでお示しする図からわかります。

本当は老後に備えた何かすべきですし、元気な間はそうできたらいいと誰もが思うはずです。体がある程度元気で資源もある場合、できるだけ運動してリスクを減らす努力は有効です。しかし一方で、資源を減らした後の高齢期をどう生きるかということは、具体的な対処ではなく、より情緒的なコントロールに変わっていくことがこの研究からわかります。

今の高齢社会には、身体が衰えた先の高齢期にいかに生きるのかが課題です。長寿の時代に、サクセスフルに変わる新しいアプローチが必要なのではないかと考えます。年齢や状況に関わらず、私たち考えの中には、衰えをマネジメントをしよう、さまざまな老いの変化に対抗していこうという考え方が浸透しています。それは大切なことではありますが、その先には老いを受け容れる、情緒的なマネジメントが重要になってくるといえます。



資料 5-7



資料 5-8

自己決定と選択で戦略的にマネジメントすることへの疲弊みたいなものが、世の中に蔓延しています。その風潮を背景に、マインドフルネスブームが起きてきました。自己や状況を諦観し、あるがままを受け入れ、老いていくこと自体も受容するマインドフルネスは、仏教の瞑想の流れを汲んでいます。

マインドフルネスの取り組み方は様々ですが、一部のポップなマインドフルネスでは、マインドフルになる！というマネジメントの理論でプログラム化されています。マインドフルネスになるためのトレーニングみたいなものがあって、それでかえって疲れちゃうということもあります。ただいずれにしても、マインドフルネスブームに象徴されるように、サクセスフルから、より心のあり方に注目するマインドフルへと私たちの価値がシフトして行く傾向がみられます。

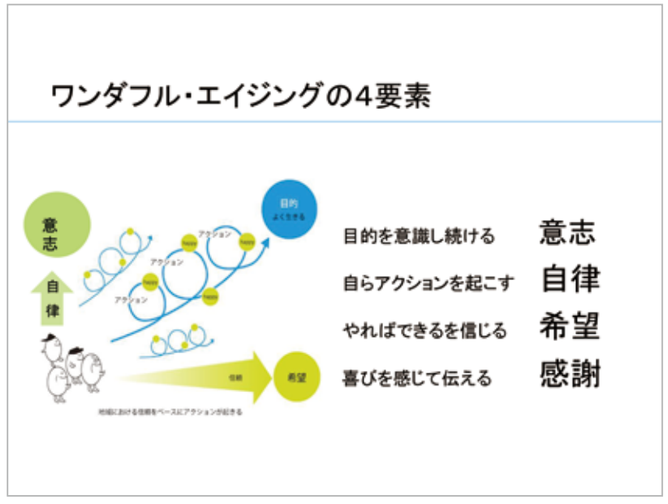
身体能力や客観的な生活環境で計れるものだけが価値のあるものではありません。目に見えない心理的なウェルビーイングが、依存・衰退の時期になってきた後期の高齢期に、より重要になるといえます。（資料 5-7）

この心理的ウェルビーングや幸福をゴールにするというのは抽象的である意味、宗教のように聞こえるかもしれませんが・・・。幸福を心理的側面から実践するポジティブ心理学の知見を用いてロボットを使って幸福の行動習慣を作る取り組みも始めています。（資料 5-8）

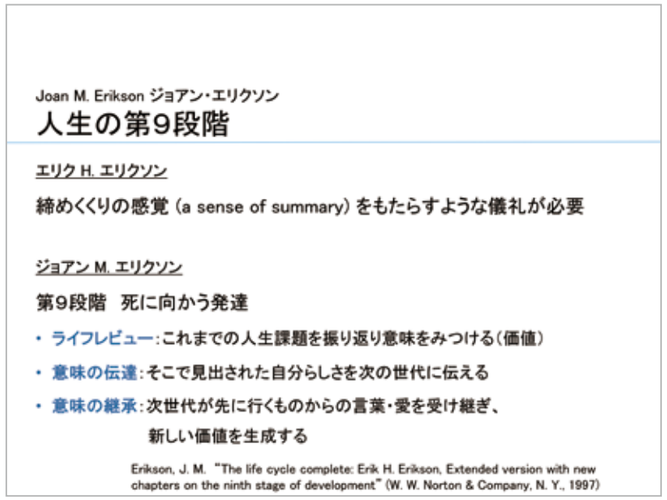
個人が幸福になるだけではなく、社会全体が高齢者が幸福であることがいいと受け容れることができるかどうかが、もう一方ですごく大事なことです。私は幸福だから「幸せです」と言っても、周りの人が「あら、かわいそうね」とか「大変ね」とか、生産的ではない、価値がないと思ってしまうと、その人は本当に価値のない人間になっていってしまうのです。生産的でない高齢者の増加は、年金負担等の若い世代への負担になる側面もあります。高齢者が幸福であることと、社会全体が受け容れられるようなシフトが起きないと、なかなかこのサクセスフルエイジングモデルは変わらないのではないかと思っています。そのためには、高齢者が幸福になるということが、若い人が自分の将来の希望としてとらえられることが大事ではないでしょうか。そういう気づきは、多世代のインタラクションの本当に深いかかわりあいを体験してはじめて得られるものです。

高齢者の心理的ウェル・ビーイングに関連が深い生きがいを見いだすというのは、自分自身の目的をフォーカスして、自分でやりたいことを見つけることです。自己決定して、それに向かってアクションを起こして追求していくという、この自己選択と自律の問題なのです。キャリア教育などでは、主にはこの自己選択を支援して意欲を高めます。（資料 5-9）

サクセスフルエイジングでも、高齢者の自律や意欲の重要



資料 5-9



資料 5-10

性がいわれます。自治体のスローガンなどでも、よく挙げられるところです。実際に、心理学の発達理論で言うと、この意志と自律というのは、幼児期から青年期にかけての課題なのです。この部分は、歳を取っても非常に重要なのですけれども、いよいよ 90、100 歳になったときに、これが本当にその人にとって役に立つかと言うと、ここは具体的な行動レベルでは実現されていないことが分かっています。

そうすると、何が必要かと言うと、90、100 歳になっても未来に対して希望を持ち続けられるかということです。自分自身がやっていることが未来につながる希望が持てるか、自分が喜びを感じているということをほかの人の幸せとして還元できるかという、少し抽象的な話なのです。ここが心理発達の大きな課題です。心理学でも、まだ 80 歳ぐらいまでの発達心理学しか言われていません。

これからの研究では、例えば慶應義塾百寿者研究の中では「超越性」ということで説明されるような部分です。ここが 100 年時代を生きる上での大きなヒントになるのではないかと考えています。

これは有名な発達心理学者の理論です。（資料 5-10）人生の取りまとめをする老年期には、自分の生きて来た意味を見つけて、次の世代に引き継いでいくことが課題です。人生の締めくくりの儀式として、自分の生きて来た意味を意思として次の世代に伝え、その意思に共鳴して次の世代が新しい意思を形成するという過程が、これからの長寿社会の高齢者の課題になるといわれます。

人生に意味を見つけていく力は、知恵の発達と言われています。中年期の課題としては、それを次の世代に受け継いでいくときの思いやりや気遣いというようなケアです。他者を思いやるコンパッションは、精神的健康の関係が明らかにされています。

実際に自分自身の人生の意味を見いだして、それを次の世代につないでいくときに、これまでば回想法やライフレビューの方法が用いられていました。ただ若い人たちが自分たちの生き方に影響するレベルで、高齢者の意思が伝わるかというと、本当に高齢者に関心を持って、じっくり耳を傾ける場面があるといいのですが、なかなかそうもいきません。今これだけスピードが速い時代に、座って高齢者の話をじっくり聴いて、どのように生きてきたかと関心を寄せることは、すごく難しいのではないかと思います。

そこで、実験的な取り組みとしてテクノロジーを活用してみました。私たちの取り組みのリビングラボの中で、ソフトバンクロボティクス株式会社のコミュニケーションロボット、ペッパーのアプリを高齢者と大学生が協力して開発することにしました。

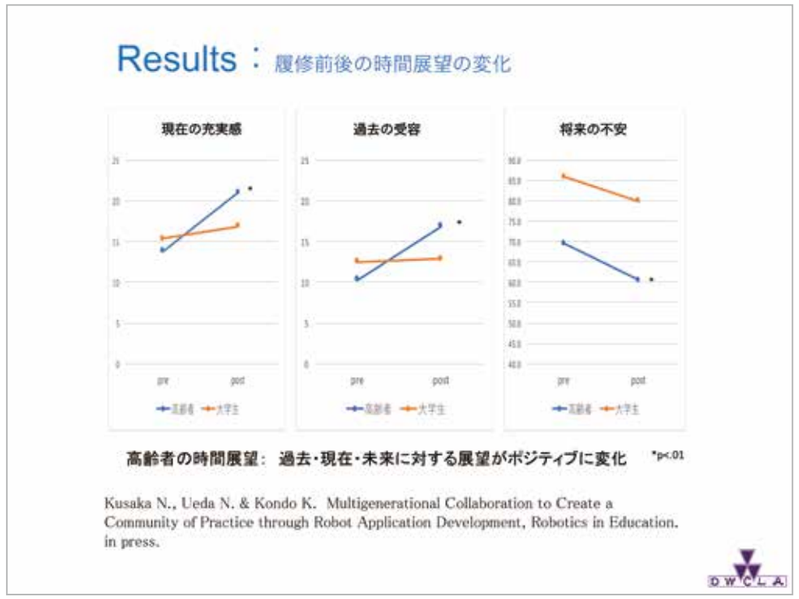
高齢者や大学生が自分たちで本当に必要だと思うアプリを作る、当事者が開発者になるプロジェクトです。高齢者と大学生でアプリを作るという目標を共有し、お互いの強みを活かして協力することで、互いの理解が深まり意思を伝えあう関係が深まることが期待できました。ソフトバンクロボティクス株式会社が主催するアプリコンテストの「Pepper App Challenge 2017 Autumn」が目標です。高齢者と若い人が向き合って対話している中で生き方を伝えるということは、上から目線になってはうまく伝わりません。共同作業をすることによって、お互いが協力者の関係になって仲間になります。仲間になって、初めてお互いのことが理解できるのではないでしょうか。

パソコンすら苦手だという文系の女子学生たちと高齢者が、アプリ開発をする。受け身でテクノロジーの進化に不安すら抱いていた人たちが、高い課題に向かって開発者として取り組んだ過程でした。自分たちで欲しいものを作ることができる。力を合わせれば挑戦できると言う信頼が高まったように思います。ロボットという新しい刺激と、短期間で一気に完結するプロジェクトは、多世代交流にはもってこいだったと思います。

〈関連動画〉
https://youtu.be/0grb3n1gy04

残念ながら選考からは漏れてしまいましたが、コンテスト後の「尖っている作品」というくくりで「PAC 作品自慢総選挙」に出場し、今もネット上で紹介していただいています。このアプリはペッパーが抱えている悩みを高齢者と学生が一緒に考えて解決してあげようというものです。ちなみにペッパーの悩み事というのは、リアリティーを追求して人間国宝で京舞の家元である五代目井上八千代さんにインタビューした際にお聞きしたものを、ロボットに組み入れました。高齢者と学生が二人で一緒に考え、ペッパーに問いかけながら悩みの本質に近づき共感します。困っているペッパーを私がなんとかする、という有用感は自己意識を高めますし、助けてあげなければという使命感が高齢者と学生の協同を促します。つまりペッパーが学生と高齢者をつなぐ役割を果たします。

多世代のアプリ開発に参加した高齢者と大学生の、参加前と後の時間展望の変化を比較しました。（資料 5-11）高齢者が青ラインで、学生が赤ラインです。現在の充実感や過去の受容が、特に高齢者において前向きに変化しました。将来不安に関しては、もともと学生のほうが圧倒的に高い結果でした。初期値の違いが大きく正確な分析はできませんが、高齢者と大学生共に将来の不安は、アプリ開発の後

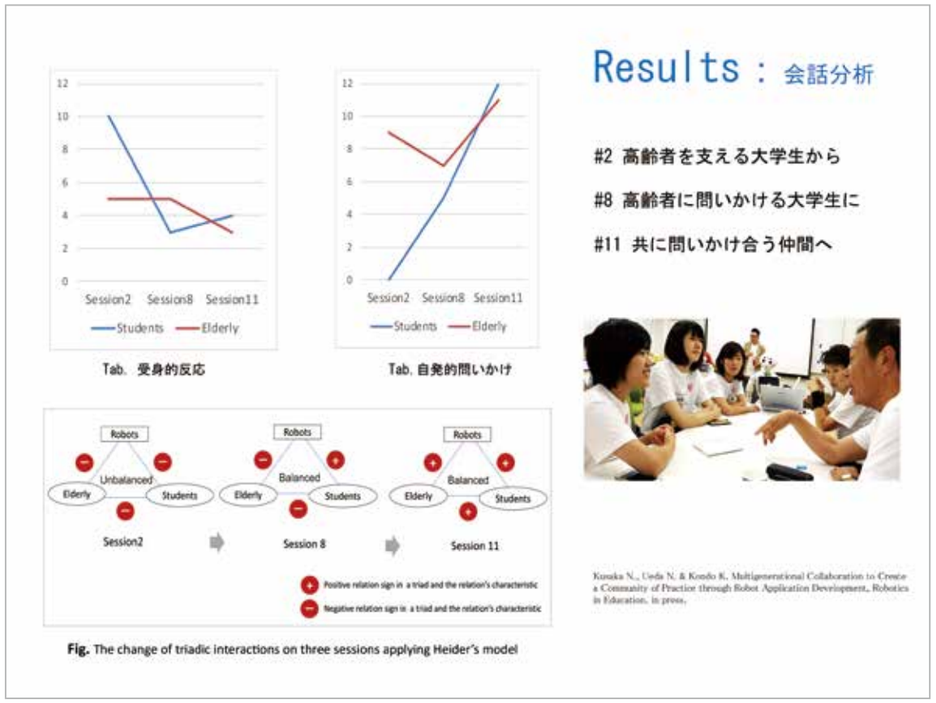


資料 5-11

に下がりました。

アプリ開発の過程でのコミュニケーションの変化を360度カメラを使って観察しています。その結果、最初は受け身で高齢者の話を聴いてサポートするだけだった学生が、最終的には対等に質問をしたり、意見を言い合えたりするような関係に変わって行く様子が観察されました。（資料5-12）

アプリ開発を振り返って高齢者が言われたのは、最初は「自分自身が頑張らないと駄目だ」と思っていたけれども、学生と一緒に取り組むことで「今の学生は結構できる」と見直されたとのことでした。そして、若い人に未来を託しても大丈夫と思えたという意見も聞かれました。一方の学生からは、コンテストに落選した時に「人生これで終わりではないよ」といってサポートしてくださった高齢者の話に、納得し、終始支えてもらっていたことの感謝の声が聞かれました。終わった時には、一緒にクラブ活動で頑張った仲間のような意識が生まれていたようです。単に話をするだけでなく、力をあわせて同じ目的に向かって全力投球する取り組みで、多世代の意思が伝播するということに確信をもっています。



資料5-12

今後も引き続き実践的な取り組みで、高齢社会に新しい価値を創っていきたいと思っています。

最後に出版物等を紹介いたします。（資料5-13）

人生100年時代に対応する人生のデザインのプログラムを「人生の意匠　Designing Your Life」という本にまとめました。また、生涯にわたる生きがい追求の考え方とアクティビティを「ワンダフル・エイジング」という本に書いています。

さらに、生きがいや人生のデザイン等の抽象的な内容を可視化しするために、「ワンダフル・キューブ」を開発しました。冒頭にお話した10回のセッションのアクティビティが、最終的にこの箱の1つに収まるようになっています。

まとめとして、病気にならない、認知症にならないことが重要なのではなく、年をとっても、身体が衰えても大丈夫という個人と社会であればと思います。そのためには、目的を共有する協同で、互いの強み知って信頼できる場の存在が鍵になると思います、微力ですが、高齢者の方々とともに、そういう個人と社会を実現する道筋を描けたらいいなと思っています。ありがとうございました。

資料5-13

参考文献
(1) 日下菜穂子、ワンダフル・エイジング：人生後半を豊かに生きるポジティブ心理学、ナカニシヤ出版、2011.
(2) Freund AM, Baltes PB. Life-management strategies of selection,optimization, and compensation：measurement by self-report and construct validity. J Pers Soc Psychol . 2002；82（4）：642-62.

CHAPTER 6

次世代高齢者（50代）と高齢者（66歳～75歳）の老後意識の比較

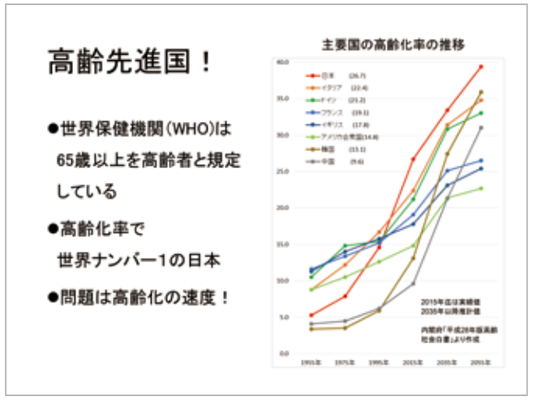
杉本 浩二
公益財団法人ハイライフ研究所
上席研究員

ご紹介いただきました、杉本です。

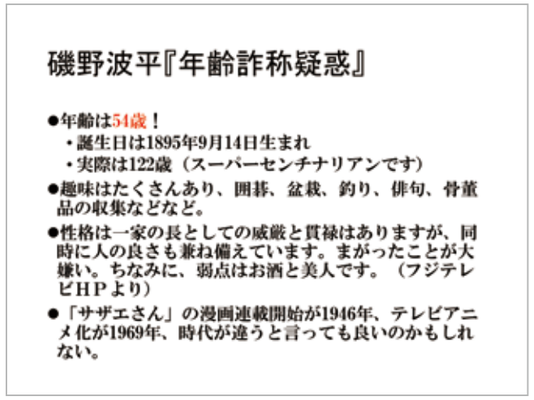
我々は調査研究を基に発表させていただきます。早速、説明に入りたいと思います。このグラフ（資料 6-1）は、高齢化率を比較したものです。主要国の高齢化率の中でも、日本が特に激しいと言われています。

日本が赤の折れ線です。何が問題であるかと言うと、スタートラインは、先進国の中でも非常に高齢化率が低い国だったのです。急激にこれが上昇しているということが、一番大きな問題ではないでしょうか。要するに急激な高齢化に社会インフラや個人の意識がついていけてないということです。私が捉える高齢化問題はここが出発点です。

皆さんもよくご存じの「磯野波平」さんについて調べました。（資料 6-2）クイズによく出てきます。彼が何歳かと言うと 54 歳で、私より 3 つ下ということです。いろいろな文献を見ていくと 1895 年生まれだということで、加齢があるとするならば本当の年齢は 122 歳です。



資料 6-1



資料 6-2

サザエさんが世に出たのは 1946 年、戦後すぐということです。テレビの放送は随分後になります。この時代、そもそも平均寿命がきちんと公表され始めたのは、この 1947 年だそうです。波平さんは平均寿命が 50 歳の頃の 54 歳であるということが言えます。ある意味、長寿な好々爺（こうこうや）的存在で、54 歳という年齢は平均寿命を超えています。非常にいいキャラクターとして描かれているわけです。

今の捉え方でいくと、波平さんは「老後の心配がないキャラクター」であるということです。3 人のお子さんが同居されていて、孫もいるということも含めて、この平均寿命からみれば「人生やりきった感がある」というぐらいの存在です。老後の問題などで悩むこともなく、言ってみれば健康寿命ということも考えなくて済むような状況にあり、時代背景的にと言いますか、この頃はそういうことでは悩まなかったということだと思うのです。

波平さんの時代から急激な高齢化が進んだわけですが、我々の財団で、高齢者研究の出発点とはどういうことかということをご説明しておきます。（資料 6-3）

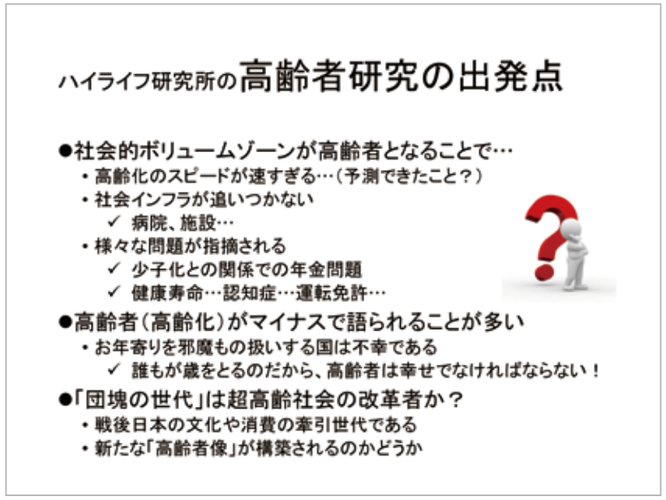
まさに団塊の世代、社会的ボリュームゾーンが高齢者になることで、インフラが追いついていないということが、いろいろな社会問題になっています。新聞紙上などの論調としては、高齢者はマイナス側面で語られることが多くなってきています。非常に厳しい言い方ですけれども、お年寄りを邪魔者扱いするというような感覚が、正直に言ってあるのではないかと思います。そういう国は非常に不幸だと思います。

そこに対して、何でもかんでも団塊の世代というのは言い過ぎなのですが、消費を牽引してきた世代です。文化も含めて、いろいろなものを変えてきたというか、変わるタイミングで成長期を迎えてきた世代に、何らかの期待ができるのではないでしょうか。時代も変わるのではないでしょうか。やはり、ボリュームゾーン故に、何か変革みたいなものもあるのではないでしょうか。そういったことを根底に置いて、高齢者研究というものをスタートさせています。

こういう研究ですと当然、世代、年代、時代というものを大変意識しています。世代特性なのか、年代によるものなのか、それによって割り切れる、割り切れない、ポジティブであるなど、いろいろなことが出てきます。

その一方で、年代を超えてインパクトを持つものもあります。過去は把握できますが今後新たに変革、インパクトを与えるもの、例えば法律が変わってこうなりますということによって、また予測が変わってくるということも当然あります。

個人の意識の中で多いのは、「〇〇世代だから」といったことです。「団塊の世代だから」ということで納得性があったり、共感があったり、ある種言い訳にも使います。新人類だからとよく言われました。私は新人類の少し前なのですけれども、「新人類だから仕方がない」というようなこともあります。どこかで自分をも説得する理由になっています。つまり、高齢者、老後ということを意識したときに、そういった大きな影響もあるのではないかと思います。

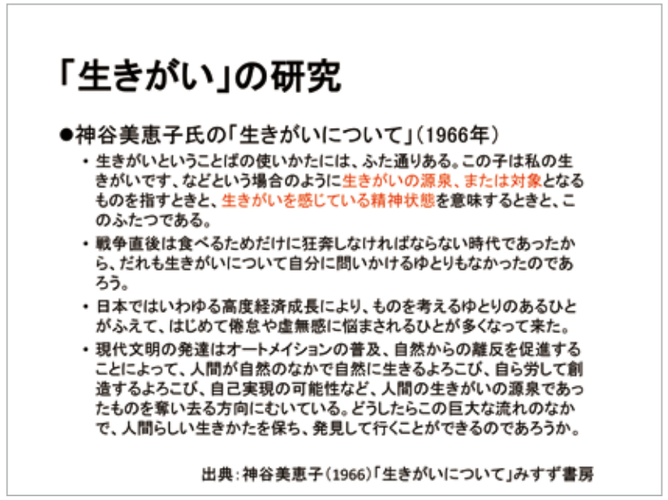


資料 6-3

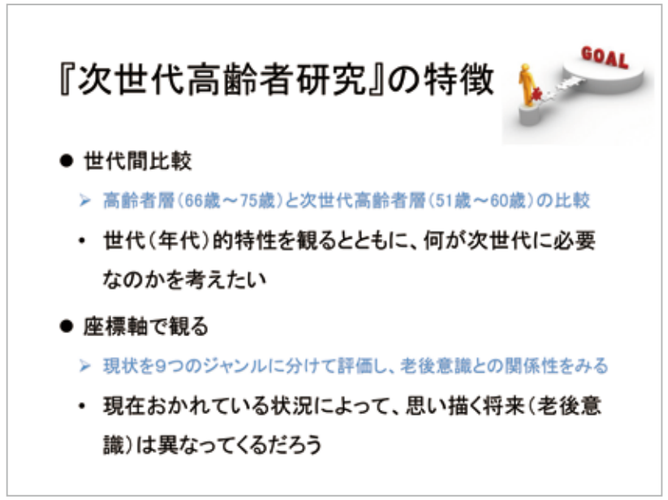
次は、「生きがい」の研究に関してです。（資料 6-4）我々の研究を高齢者の生きがいの研究としなかった理由を説明します。何故そうしなかったと言えば、はっきり言うとつまずいたのです。

「神谷美恵子」さんという方はお医者さんで、「生きがいの研究」においても有名な方です。この方が 1966 年に出された『生きがいについて』という本の中で、生きがいは非常に難しいということを語られています。生きがいには、その源泉となる対象、例えばお孫さんが生きがいだという場合もあります。また、そこに対して愛情を注ぐことの精神状態など、そういったものを生きがいとする場合もあります。日本語的に、非常に幅が広いです。

更に、「生きがいがあるから幸せだ」という理屈も成り立たないという説明もされています。非常に献身的に、恵まれない人にずっと尽くし続けるということが生きがいになる方がいらっしゃいます。その方は、周りから見ると必ずしも幸せそうに見えないことがあります。逆に周りから見て幸せそうに見えるものが、その人にとっては必ずしも生きがいではない、やりたくないことであったり、むしろ苦痛であったりすることもあると、この本の中でも語られています。生きがいを対象に研究をすることは、非常に複雑であり、非常にハードルが高いと感じました。



資料 6-4



資料 6-5

では、我々の研究はどのような方向に展開していくのか。（資料 6-5）

2 つの特徴があります。1 つは世代間の比較です。実際の高齢者層とはもっと上の年齢かもしれませんが、調査可能な年齢ということや団塊の世代を含みたいということから、高齢者層を 66 歳から 75 歳とし、まだ高齢化や老後を迎えてはいないが、そろそろ考え始めるであろう層を次世代高齢者層とし、51 歳から 60 歳までを対象にしました。この 2 つの層を比較して考察しようとするものです。

2 つ目の特徴は、老後をポジティブに捉えられるのかどうかということは、現状をどう認識しているかということに起因するだろうということです。つまり、現状を理解した上で、そこから老後に関してどういう方向性に持ってい

くかということです。つまり、座標軸で考えようということです。老後意識という言い方をしています。ある意味逃げているのですが、決して「生きがい」という位置づけにはしませんでした。

次世代高齢者の設定について詳しく述べたいと思います。（資料 6-6）

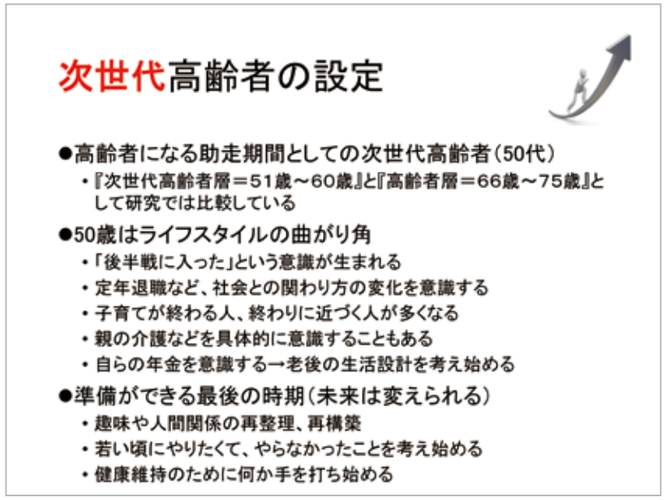
まず、世代を考えるときに、団塊の世代が 65 歳を超えて、そろそろ高齢者になっています。実際には 75 歳以上かと思うのですが、彼らを高齢者だとすると、次世代高齢者は、ある意味予備軍です。これは、やはり 50 歳ぐらいが一つの転換期と言ったほうがいいかもしれません。

百寿研究ではないですけれども、100 ということから言うと 50 は後半戦に入ったということです。大体 50 というのは、我々が生活していても、きりの良さということも含めてそういう意識が芽生えます。定年退職などが見えてきます。子育てが必ずしも終わっている人が多いとは最近は言えませんが、終わりに近づきます。逆に、親御さんの介護など、そういったことがすごく現実的に起こりうる、そういうことへの対応を求められる転換期です。

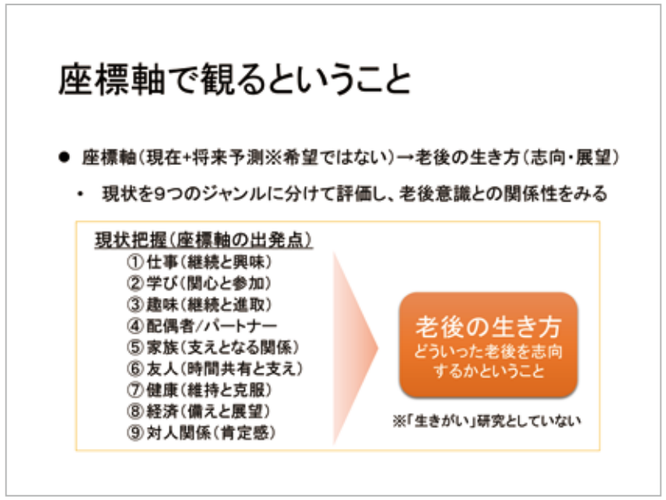
年金に関しても意識します。いつから支給されるのだということを考え始めると、生活設計が生涯設計となります。今まで働いてきて、そこでどう暮らすかという生活設計ではない、2 回目の生活設計のようなものがここで出てきます。実態としては、団塊の世代もまだ準備期間と考えている方はたくさんいらっしゃいます。90 年、100 年生きると考えると、全くそのとおりだと思います。

また、次世代高齢者はやはり未来を変えられる年ではないかと思います。ここから新たなことを始めやすいです。これは、先ほどの新井先生の話だと、70、80 で新たなスポーツに取り組むということもあります。ただ、50 ぐらいからそういうことをやると、当然選択肢が多いということが言えます。

次は座標軸に関してですが、これは恐らく、いろいろな文献を見ていても正解はないというように正直思います。（資料 6-7）何かを決めて取りかかるしかないです。我々は、ここにある 9 つのカテゴリー、ジャンルを設けました。ここが今どうなのか、ということです。



資料 6-6



資料 6-7

一般的な調査だと、例えば配偶者に関して言うと、結婚されているかどうかという条件だけで判断されるわけです。少し言い難いことをストレートに言いますと、配偶者がいてもいないほうがいいと思っている人もいれば、非常にハッピーだという人もいます。そのあたりの程度が重要です。これは全てにあてはまります。

仕事も、これは楽しくて仕方がないという人、早く辞めたいという人もいます。これも調査レベルで言うと、仕事に従事しているかどうかということで終わってしまいます。現状把握、どういうように考えているかということをスタートにします。本当にそれが老後の生き方、どういった老後を志向するかということに帰着させようということです。この関係性を見ていこうという研究になっています。

今申し上げた 9 つのジャンルは、別にこれが正解ということではなく、我々の視点がこの 9 つだということでお考えください。このジャンルについて説明したいと思います。（資料 6-8）

まず、仕事、学び、趣味、この 3 つに関して言うと、社会との関係性が比較的作りやすいものかと思います。用語的には間違っているかもしれませんが、社会的自己、自己と社会との関係性です。

仕事に関して言うと、仕事がうまくいっています、すごく収入を得ていますということではなく、継続できるということです。言い換えると社会との関わりを持てる、必要とされている、新たにやりたい仕事があるのだということもありだと思っています。

学びに関しても、意欲があって自己の幅を広げられる、これも何を学んでもいいわけです。そういう多岐にわたるものを想定しています。趣味も、好きなことがある、やりたい、これからということも具体的であればそれもオーケーとしています。

次に、先ほど申し上げたように、配偶者との関係も、配偶者がいるかいないかではなく、うまくやっていけるとか、配偶者を通じていっぱい広がりがあるとか、そういう質問項目にしています。家族や友人も似たようなことです。この 3 つは、まさに人間関係という分かりやすいものでくくっています。

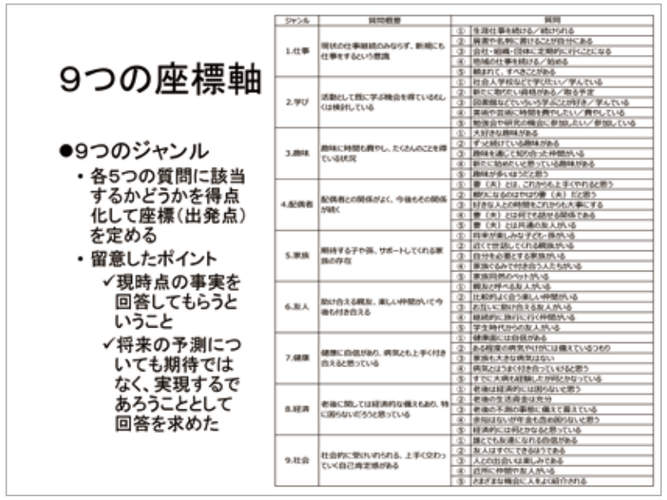
最後の 3 つが自己資本です。自己資本というのは、言葉としては一番誤解されやすいかもしれません。要するに、自分をどう捉えているかということです。健康状態も、医学的な事実ということではないです。病気をしているけれども何とかなっているとか、大病をしたのだけれども何とかやりきれているとか、そういうこともありだと考えています。ですから、何も悪いことがないのだということではなく、自分は何とか乗り切れるということも含めた健康状態です。

経済も同様です。大金持ちで何の苦労もないということではないです。何とかやれるのではないかということです。5 億あっても足りないと思う人もいれば、500 万あれば何とかなるのではないかという人もいます。そういう意味で

座標軸（現状把握）に関して

大きな枠（領域）	ジャンル	意味性
社会的自己 自己と社会との関係	①仕事（継続と興味）	継続性、社会との関わり、必要とされる
	②学び（関心と参加）	学ぶ意欲、自己の幅を広げられる
	③趣味（継続と進取）	好きなことがある、やりたいことがある
人間関係 自己と他者との関係	④配偶者/パートナー	うまくやれる、良い関係がある
	⑤家族（支えとなる関係）	将来が楽しみ、必要とされる
	⑥友人（時間共有と支え）	話せる友、仲間の存在、助け合える
自己"資本" 自己と自分との関係	⑦健康（維持と克服）	健康である、何とかなっていく
	⑧経済（備えと展望）	金には困らない、何とかなる
	⑨対人関係（肯定感）	自分は受け入れられる、好かれる

資料 6-8



ジャンル	質問概要	質問
1.仕事	現状の仕事継続のみならず、新規にも仕事をするという意識	① 生涯仕事を続ける／続けられる
		② 興奮や名誉、面白さと評価されている
		③ 会社・組織・団体に定期的に行くことになる
		④ 地域の仕事を続ける／始める
		⑤ 頼まれて、すべきことがある
2.学び	活動として既に学ぶ機会を得ているもしくは検討している	① 社会人学校などで学びたい／学んでいる
		② 新たに取ってみたい資格がある／取る予定
		③ 図書館などでいろいろ学んだり好き／学んでいる
		④ 芸術や芸術に時間を費やしたい／費やしている
		⑤ 勉強会や研究の機会に参加したい／参加している
3.趣味	趣味に時間も費やし、たくさんのことを得ている状況	① 大好きな趣味がある
		② ずっと続けている趣味がある
		③ 趣味を通して知り合った仲間がいる
		④ 新たに始めたいと思っている趣味がある
		⑤ 趣味が多いほうだと思う
4.配偶者	配偶者との関係がよく、今後もその関係が続く	① 妻（夫）とは、これからも上手くやれると思う
		② 頼りになるのはやっぱり妻（夫）だと思う
		③ 好きな人との時間をこれからも大事にする
		④ 妻（夫）とは何でも話せる関係である
		⑤ 妻（夫）とは共通の友人がいる
5.家族	期待する子や孫、サポートしてくれる家族の存在	① 将来が楽しみな子ども・孫がいる
		② 近くで世話してくれる親族がいる
		③ 自分を必要とする家族がいる
		④ 家族くるみで付き合う人たちがいる
		⑤ 家族同然のペットがいる
6.友人	助け合える親友、楽しい仲間がいて今後も付き合える	① 親友と呼べる友人がいる
		② 比較的よく会う楽しい仲間がいる
		③ お互いに助け合える友人がいる
		④ 趣味が同じ旅がいる仲間がいる
		⑤ 学生時代からの友人がいる
7.健康	健康に自信があり、病気とも上手く付き合えると思っている	① 健康面には自信がある
		② ある程度の病気やけがは覚えているつもり
		③ 家族も大きな病気はない
		④ 病気とはうまく付き合っていけると思う
		⑤ すでに大病も経験し上手くかなっている
8.経済	老後に関しては経済的な備えもあり、特に困らないだろうと思っている	① 老後は経済的に、は困らないと思う
		② 老後の生活費は充分
		③ 老後の不測の事態に備えて備えている
		④ 余裕はないが平均的な暮らしは保っていける
		⑤ 経済的には不安かなと思っている
9.社会	社会的に受けいれられる、上手く交わっていく自己肯定感がある	① 誰でも友達いっぱいは自信がある
		② 友人はすぐにできるほうである
		③ 人との付き合いは楽しみである
		④ 近所に仲間や友人がいる
		⑤ さまざまな機会に人をよく紹介される

資料 6-9

は本人がどう考えるかです。

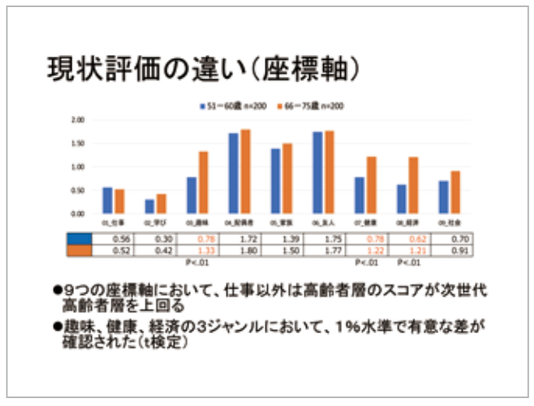
対人関係、これが意味することは、自己肯定感と言いますか、自分は比較的どこの組織、どこの友達、誰を紹介されても受け入れられるタイプとか、好かれることが多いとか、そういうものが好きだというようなことです。言ってみれば、全てを失ったとしても、自分は受け入れられるということの評価です。

次は９つのジャンルの質問内容についてです。（資料 6-9）質問内容としては、このように各５つずつあります。本当はもっと細かくいろいろ聞きたいのですが、回答する側の負荷が限界だろうということで５×９で 45 としました。現状の座標軸というようにしていますので、できるだけ現時点での事実を回答してもらっています。とは言え、今ある事実としての将来というものもあるので、そこは自分から見たときの期待ではなく、実現する未来なのですというような回答の仕方を求めている設問を、45 個設けました。

こちらの調査結果をご覧下さい。（資料 6-10）オレンジ色の棒が高齢者層、団塊の世代を含む 66 歳から 75 歳、青の棒が次世代高齢者層、つまり 50 代です。分かりやすくオレンジを団塊の世代、青を 50 代と呼びましょう。

先ほどの質問項目に回答した数、即ち現状に対する肯定的見方が、仕事以外は全部、団塊の世代のほうが多いのです。特に健康、経済は優位な差で、要は団塊の世代、高齢者層の方がポジティブです。

健康、経済ですが、健康に関しては、特に一般的に言うと 50 代のほうが 70 歳前後より、たぶん健康状態は良いはずなのです。しかし、そういうことを悩まない、何とかやりきれるということでポジティブな答えが、むしろ高齢者に多いです。経済も、ある意味同様です。言ってみれば、50 代のほうが今現在の稼いでいるお金は明らかに多く、就業率もこちらはほぼ全員です。団塊の世代は４割ぐらいしか働いていません。もちろん収入の



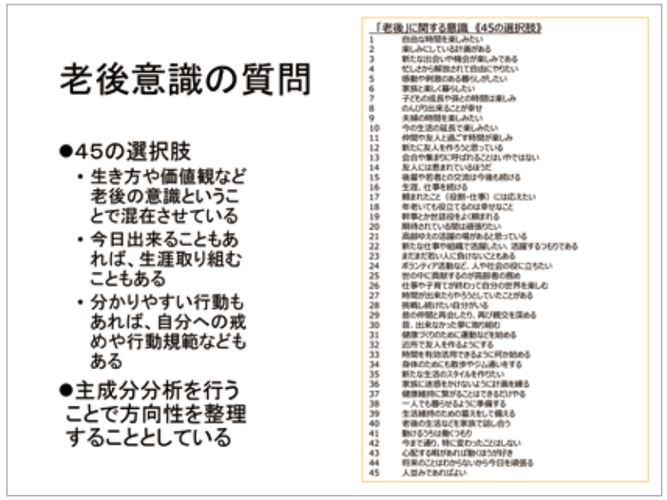
資料 6-10

額も違うと思います。しかし、将来いくらお金がかかるか分からないということも含めて、50 代のほうがスコアは低いです。ここに優位な差が出ているということが、まず座標軸の出発点において注目すべき事実です。また、趣味というところも団塊の世代の方がポジティブです。これは恐らく趣味に割ける時間が増えてくるので、そういうスコアの差に繋がっているのではないかと思います。

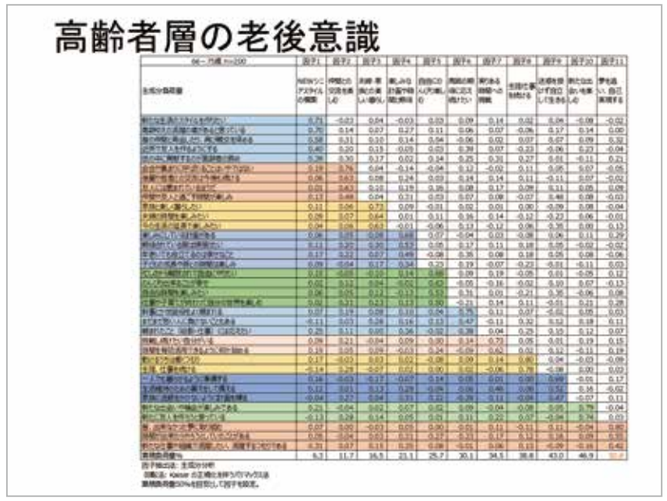
続いて、老後意識に関する選択肢です。（資料 6-11）

この選択肢は 45 個と多いのですが、老後の生き方に関する意識、ある意味では無限大にあるものから 45 を定めて回答を求めています。そして主成分分析を行い、どういった方向軸があるのだろうということを検討しています。

その高齢者層の老後意識ということで整理したのがこれです。高齢者のほうは 11 因子にまとめています。（資料 6-12）



資料 6-11



66～75歳 n=200 主成分負荷量	因子1 NEWシニアスタイルの模索	因子2 仲間との交流を楽しむ	因子3 趣味・事業から楽しみ優先	因子4 楽しみな計画や時間の無駄	因子5 自由この人が楽しむ	因子6 周囲の期待に応えたい	因子7 新しい時間への挑戦	因子8 生涯仕事を続ける	因子9 活躍を目指して自己を高める	因子10 新たな出会いや未来	因子11 夢を追い、自己実現する
新たな生活スタイルを作りたい	0.71	-0.03	0.04	-0.03	0.03	0.09	0.14	0.02	0.06	-0.08	-0.02
海外旅行など国内に縛られずに楽しむ	0.70	0.14	0.07	0.27	0.11	0.06	0.07	-0.06	0.17	0.14	0.00
身の周辺、整理したい、断捨離を進める	0.58	0.31	0.10	0.14	0.04	-0.06	0.02	0.07	0.07	0.09	0.32
必要で楽しみを作りたいこと	0.40	0.20	0.13	-0.09	0.03	0.39	0.07	-0.23	-0.06	0.23	-0.04
何かに挑戦するための資金の準備	0.38	0.30	0.17	0.02	0.14	0.25	0.31	0.27	0.01	-0.11	0.21
会合や集まりに呼ばれることは、やっぱり	0.18	0.76	0.04	0.14	-0.04	0.12	-0.02	0.11	0.05	0.07	-0.05
仲間や友人と過ごす時間が楽しみ	0.06	0.63	0.08	0.24	0.03	0.14	0.14	0.11	-0.11	0.07	-0.02
新たに友人を作ろうと思っている	0.05	0.62	0.18	0.19	0.16	0.08	0.17	0.09	0.11	0.05	0.08
仲間や友人と楽しく時間が楽しみ	0.13	0.48	0.04	0.21	0.03	0.07	0.08	-0.07	0.40	0.09	-0.03
恋愛を楽しんでいたい	0.13	0.06	0.72	0.09	-0.01	0.02	0.01	0.00	-0.09	0.08	-0.04
夫婦の時間を楽しみたい	0.08	0.07	0.64	0.01	0.11	0.16	0.14	-0.12	-0.22	0.06	-0.01
今の生活の延長で楽しみたい	0.04	0.08	0.61	-0.01	-0.06	0.13	-0.12	0.06	0.35	0.01	0.13
楽しみにしている計画がある	0.06	0.05	0.08	0.68	0.07	-0.04	0.03	-0.08	0.06	0.11	0.29
新たなことに挑戦したい	0.14	0.22	0.20	0.52	0.05	0.17	0.11	0.18	0.05	-0.02	-0.02
仕事にこだわる生き甲斐は	0.17	0.22	0.07	0.49	-0.08	0.35	0.08	0.18	0.05	0.08	-0.06
子どもの成長や孫との時間は楽しみ	0.09	-0.04	0.17	0.34	0.23	0.19	-0.07	-0.21	-0.01	-0.11	0.03
何かの挑戦のための資金の準備は	0.18	-0.03	-0.10	0.14	0.88	0.09	0.19	-0.05	0.01	-0.05	0.12
自分の役割を果たしたい	0.02	0.12	0.04	-0.02	0.43	-0.05	0.16	-0.02	0.10	0.07	-0.13
自分の時間を楽しみたい	0.04	0.05	0.23	-0.13	0.53	0.31	0.01	-0.21	0.35	-0.06	0.08
仕事が一番大切だと思ってる生き甲斐を感じる	0.06	0.21	0.23	0.13	0.30	-0.21	0.14	0.11	-0.01	0.21	0.28
仲間との交流が楽しみ楽しい	0.07	0.19	0.09	0.10	0.04	0.76	0.11	0.07	-0.01	0.05	0.03
まだまだ若いんだ負けないこともある	0.11	0.03	0.28	0.16	0.13	0.47	0.11	0.32	0.12	0.18	0.11
頼まれたこと（役割・仕事）には応えたい	0.26	0.11	0.06	0.06	-0.02	0.38	0.04	0.25	0.15	0.12	0.07
同輩と楽しく時間が楽しみである	0.06	0.21	-0.04	0.09	-0.00	0.14	0.73	0.05	-0.01	0.13	0.15
自然を満喫出来てあるように何か始める	0.16	0.05	0.09	-0.03	0.24	-0.09	0.02	0.03	0.12	-0.11	0.19
新たな生活のスタイルを作りたい	0.17	-0.03	0.03	0.02	-0.08	0.00	0.14	0.80	0.04	-0.03	-0.09
生涯、仕事を続ける	-0.14	0.20	-0.07	0.07	0.00	0.02	-0.06	0.79	0.00	-0.08	0.00
一人でも暮らせるように準備する	0.14	-0.03	0.17	0.07	0.14	0.08	0.01	0.00	0.80	-0.01	0.17
生涯仕事のために働きたい、続ける	0.12	0.01	0.12	0.28	-0.06	-0.08	0.40	-0.06	0.52	0.16	-0.02
恋愛に夫婦生活は楽しみ生涯続く	-0.04	0.22	0.04	0.01	0.02	-0.28	0.11	-0.08	0.07	-0.07	0.11
新たな生活のスタイルを作りたい	0.21	-0.04	0.03	0.07	0.02	0.09	-0.04	-0.06	-0.05	0.79	-0.04
新たに楽しく時間が楽しみである	-0.13	0.28	0.14	0.05	0.01	0.11	0.20	0.07	-0.04	0.74	0.03
自然を満喫出来る	0.07	0.00	-0.03	0.05	0.30	-0.01	0.11	0.11	0.11	-0.04	0.80
仲間や家族と楽しみ、人生の充実である	0.08	-0.04	0.03	0.03	0.27	0.31	0.17	0.13	0.18	0.05	0.70
新たな夢や目標で挑戦したい、実現する	0.21	0.07	0.15	0.20	0.08	-0.01	0.06	0.13	-0.09	-0.16	0.42
累積寄与率	6.3	11.7	16.5	21.1	25.7	30.1	34.5	38.8	43.0	46.9	[illegible]

因子分析法：主成分分析
回転法：Kaiser の正規化を伴うバリマックス法
累積寄与率30%を目安として因子を設定。

資料 6-12

同様に次世代高齢者、50 代は 10 因子です。（資料 6-13）高齢者層、次世代高齢者層とも累積負荷量が 50％を超えているので、説明できるということで、約 10 個の因子を求めました。

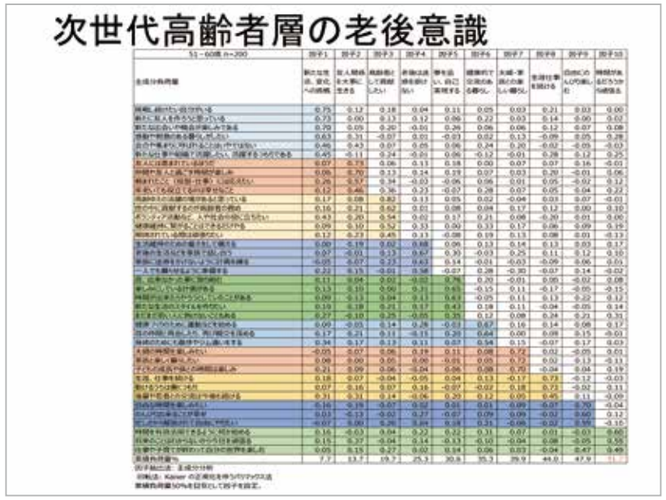
これらの因子に関して、老後意識の違いを高齢者層と、次世代高齢者層で比較しました。（資料 6-14）

左側が高齢者層です。そもそも質問に関して回答を求めています。因子にすると似たようなもの、これは全く構成要素が一緒の因子が 4 つぐらい出てきます。そして、ほぼ一緒だというものが、3 つぐらいあります。合計 7 つ、2 つの世代にほぼ共通の因子が出てきます。

例えばということで言うと、新しい老人像を作るのだ、シニアライフを作るのだということもあります。夫婦関係に依存して、老後を生きていくのだという人がいます。自由を謳歌するとか、働き続けるとか、仕事があることが自分の生きがいなのだというようなことや、夢などもあります。また、周りに迷惑をかけないという生き方もあります。

ここで注目したいのは、類似の 7 つではなく、高齢者層の 4 つと次世代高齢者層の 3 つです。高齢者層つまり、より年齢の高いほうで出てくる 4 つというのは、どちらかと言うとわりと明るいと言いますか、楽しみなことをやるのだとか、周囲からまだ期待されるから何とか応えていくことがいいとか、わりとそういうポジティブな感じがします。

次世代高齢者層、50 代の方の 3 つの因子は、やはり高齢者として貢献する老後を送りたいということであったり、健康的で交流のある暮らしを送りたいということであったり、恐らく老後においても貢献や周囲に迷惑をかけないことに近いような意識です。3 つ目の因子に至っては、時間ができるのだろうから頑張るということです。老後意識において、特に何をやろうということではなく、時間ができるのだろうという非常に抽象的で曖昧な因子です。



資料 6-13

資料 6-14

これは次世代高齢者層が 50 代だから仕方がないというように取るのか、やはり老後に対する準備みたいなものがあまりできていないというように取るのか、このあたりはこれだけでは判断しにくいです。総じて、義務的と言いますか、団塊の世代、高齢者層に比べると、ハッピーな自己実現的な因子ではなく、堅実というか義務的な印象を受けます。

次は現状評価つまり座標軸と老後意識の因子結果との相関です。（資料 6-15）

これは分かりやすいのですけれども、9 つの座標と老後意識の因子との関係において、例えば座標軸においてあるジャンルの得点が高い人は、どういう老後の生き方を志向するかということです。これは高齢者層です。結果は当然と言えば当然なのですが、非常に分かりやすい相関が全部出てきます。現状評価とも言える座標軸で「仕事」でポイントが高い人は、やはりそういった「生涯にわたって仕事を続ける」という因子との相関が高いです。恐らく、死ぬまで仕事をする、続けられるという、ある種の見通しができているような方だと思います。

同様に、次世代高齢者層です。（資料 6-16）

先ほどのものと比較をすると、次世代高齢者、50 代の方は、「仕事」というところでポイントが高い人は、高齢者層の場合は「生涯仕事を続ける」と最も相関が高かったのですが、「高齢者として貢献したい」という因子との相関が高いのです。

また、「経済」というのは高齢者層も次世代高齢者層も共通するのですが、特にどこかの因子と強く結びつくことがないのです。これは、「経済」というジャンルの高得点は、ある種の生き方や老後意識を特定するものではない、と言えると思います。従って、お金には困らないだろうという方は、何らかの他のアクションを考えないと、それだけでは逆にあまり何かを志向するということにならないと思います。

高齢者層
座標軸（9つのジャンル）と因子間の相関

66－75歳 n=200	1.仕事	2.学び	3.趣味	4.配偶者	5.家族	6.友人	7.健康	8.経済	9.社会
因子1_NEWシニアスタイルの模索	0.10	0.24	-0.02	0.11	0.12	0.11	0.09	0.19	0.01
因子2_仲間との交流を楽しむ	0.27	0.06	0.11	0.09	0.32	0.55	0.29	0.22	0.46
因子3_夫婦・家族との楽しい暮らし	-0.03	0.01	0.05	0.50	0.16	0.05	0.22	0.23	0.04
因子4_楽しみな計画や時間と期待	0.01	0.18	0.27	0.04	0.25	0.23	0.13	0.09	0.15
因子5_自由にのんびり楽しむ	-0.04	0.07	0.14	0.15	0.23	0.15	0.32	0.18	0.10
因子6_周囲の期待に応え続けたい	0.29	0.01	0.06	0.09	0.20	0.08	0.08	0.08	0.23
因子7_実りある時間への挑戦	0.12	0.22	0.06	0.12	0.17	0.24	0.20	0.17	0.07
因子8_生涯仕事を続ける	0.41	-0.02	-0.02	-0.15	0.06	0.00	0.09	-0.05	0.02
因子9_迷惑を掛けず自立して生きる	0.04	0.14	0.14	-0.12	0.07	0.17	0.11	0.17	0.13
因子10_新たな出会いを楽しむ	-0.01	0.06	0.20	0.21	0.16	0.14	0.16	0.05	0.30
因子11_夢を追い、自己実現する	-0.07	0.28	0.27	0.07	0.17	0.11	-0.03	0.09	-0.01

相関0.3以上　0.4以上　赤文字

資料 6-15

次世代高齢者層
座標軸（9つのジャンル）と因子間の相関

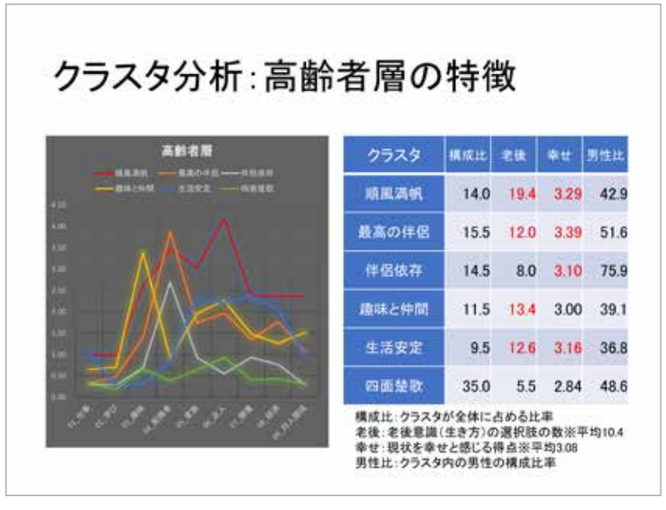
51－60歳 n=200	1.仕事	2.学び	3.趣味	4.配偶者	5.家族	6.友人	7.健康	8.経済	9.社会
因子1_新たな生活、変化への挑戦	0.29	0.35	0.30	-0.02	0.10	0.04	0.13	0.02	0.27
因子2_友人関係を大事に生きる	0.20	0.15	0.24	0.07	0.32	0.59	0.11	0.15	0.35
因子3_高齢者として貢献したい	0.38	0.20	0.04	0.11	0.13	0.20	0.16	0.21	0.20
因子4_老後は迷惑を掛けない	0.11	0.07	0.16	0.17	0.08	0.07	0.17	0.28	0.04
因子5_夢を追い、自己実現する	0.18	0.22	0.25	0.16	0.13	0.17	0.03	0.08	0.21
因子6_健康的で交流のある暮らし	0.01	-0.01	-0.02	0.07	0.07	0.18	0.12	0.10	0.07
因子7_夫婦・家族との楽しい暮らし	0.03	0.13	0.05	0.56	0.38	0.01	0.12	0.16	0.07
因子8_生涯仕事を続ける	0.25	0.08	0.10	0.02	-0.04	0.11	0.08	-0.01	0.09
因子9_自由にのんびり楽しむ	0.02	0.14	0.06	-0.01	0.10	0.08	0.16	0.06	0.01
因子10_時間があるだろうから頑張る	-0.03	0.12	0.05	0.09	0.09	0.04	0.09	0.08	0.22

相関0.3以上　0.4以上　赤文字

資料 6-16

今度はクラスタに分けて分析しました。（資料 6-17）

クラスタは 6 つに分けました。ここにクラスタの名前があります。ご存じのように、クラスタの名前というのは、データ結果で自動的には出てきません。解釈をする人が勝手に名称を付けているだけです。何でこのような名前なのかと思われるかもしれませんが、少しご説明していきたいと思います。



資料 6-17

まず、「順風満帆」というクラスタ、要するにこれが一番いいスタイルなのです。これは高齢者の方です。グラフの赤の折れ線で、人間関係を示すこの真ん中のところが特に高いのですけれども、このクラスタは全部高いです。

次に、これは配偶者との関係が最高というクラスタです。なぜ「最高の伴侶」という言い方をしているかと言うと、配偶者との関係がいいわけですけれども、それに伴って他のスコアも全部高いのです。「順風満帆」よりは低いのですが、相対的には決して低くはないです。要するに、配偶者を中心にいろいろなことがうまくいっているということが想定されます。

次が、それに形は似ているのですが、「伴侶依存」クラスタです。配偶者のところだけが高いのです。配偶者との関係のみが高くなって、友人関係や趣味などに対しては、決してスコアは高くないです。老後意識として、他にあまり関心がないというか、いけていないということなのです。

次が「趣味と仲間」クラスタです。後ほどまたご説明しますけれども、高齢者ですので、配偶者が亡くなるという方が出てきます。故に、こういうような形を取るパターンです。「生活安定」クラスタというのも似ています。このクラスタは女性が多いので、旦那さんが亡くなって、配偶者に関するスコアは低いのですがそれ以外は高いです。

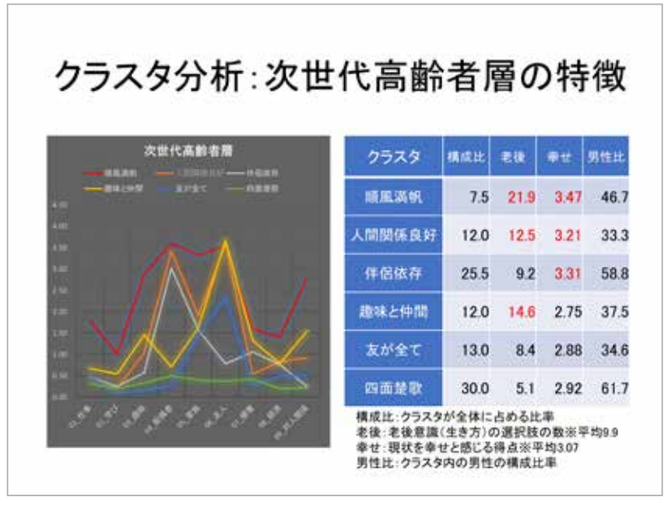
ただ、学びや趣味への関心は低いようです。これは女性に多いので、友人関係や近所づきあいで楽しくやれる、家族もいらっしゃるので問題ないという感じです。家族がいるということは、要するに旦那さんだけが亡くなったというパターンが多いです。このクラスタは健康状態も悪くないし、お金にも困らないだろうという、ある意味ポジの状況があります。

最後が、「四面楚歌」クラスタです。9 つあるので四面では効かないぐらい、いろいろなカテゴリーにおいてスコアが低いです。実は、35％ぐらいがこのタイプに入ります。

「順風満帆」クラスタが 14％います。男性比という項目がありますが、当然ですけれども、50％超えれば男性の比率が高いということです。先ほど申し上げた「伴侶依存」クラスタですが、75％が男性なので、ほとんどというか圧倒的に男が多いです。要するに、奥さんがいないと何もできないというパターンが、この中に入ってきます。

今申し上げた「生活安定」や「趣味と仲間」というクラスタは、この男性比が 4 割切っていますので、女性のほうが 1.5 倍以上はいるということです。夫に先立たれたり、伴侶というか夫にあまり期待しなかったりというようなことも含めて、女性としてたくましく生きているのがこれらのクラスタです。

ここで新たな尺度として、表中に［老後］という項目があります。これは先ほど申し上げていた老後の生き方の選択肢、45 の選択肢における回答数なのです。いろいろな老後の生き方がありますので、「順風満帆」クラスタのように 19.4 あるというのは、半分弱、4 割ぐらいを該当すると答えているわけです。つまり、老後に関していろいろな選択肢がある、いろいろな準備もできているというように、このスコアを理解すればいいと思います。高齢者の場合はその平均が 10.4 ですので、赤で書いてあるのは、10.4 より多いことを示します。



資料 6-18

表中の［幸せ］というのは、現在の幸福度を聞いています。「幸せである」というのが 4 で、「まあ幸せだろう」というのが 3 なのです。2 が「あまり幸せではない」、1 が「幸せではない」というポイントです。4 点が最高点で平均が 3.08 です。表中の最低点が 2.84 ですが、この得点が低いかと言うと、幸せ度というのは、日本人全体が高いといってもいいぐらいです。決して、とんでもなく不幸ではありません。そもそもそういう方が質問に答えるかという問題が出てくるので、それほど悪くはないのです。言ってみれば、どちらの方が幸せ度が高いかといった比較です。

「趣味と仲間」クラスタや「生活安定」クラスタも、友人関係が良いので、老後の選択肢はそれなりに数が多いです。先ほど申し上げている「伴侶依存」クラスタは、逆に奥さん集中型なので、老後の選択肢は多くないです。万が一奥さんが先に死んでしまったら、非常に大変なことになってしまうというパターンだと思います。

「四面楚歌」クラスタは、そもそも老後の選択肢も非常に少ないですし、現状に対する幸せ感も比較的低いです。ところが、この構成比は 35％ありますので、3 分の 1 がここに入っています。まだ高齢者と言っても 70 前後なので、人生 100 年時代を考えると、まだ新たな趣味などで改善していかないといけないかと思います。

次に、次世代高齢者です。（資料 6-18）

次世代も、ここにクラスタ名を書いていますけれども、若干違うのは「人間関係良好」クラスタと、「友が全て」クラスタです。あとの 4 つは同じです。基本的には、同様な傾向を示しています。

次世代の中でも「順風満帆」クラスタは最も良いものです。このクラスタだけが、仕事に関してもスコアが非常に高いのです。まさに仕事を含め順風満帆です。

次が、「人間関係良好」クラスタです。このクラスタは、配偶者と友達関係が高スコアです。基本的に配偶者と友人というのは、大体同世代で、家族というのは、一般的に親か子どもですがそれほど得点は高くない。つまり、同世代との関係は良いが、親や子供に関してはどうなるか分からないといった傾向があります。

次が、高齢者層にもあった「伴侶依存」クラスタです。高齢者層ほどではないのですが、次世代高齢者層においても男性に多いタイプです。

次が、「趣味と仲間」です。これは友人関係が良くて趣味活動にも広がっているタイプ。そして「友が全て」クラスタは趣味には広がらずに、友人関係が全てとなっています。ともに女性が多いクラスタです。趣味活動もある方が、当然、老後の選択肢のスコアが高まるという傾向にあります。

最後に「四面楚歌」クラスタです。このクラスタは高齢者層では、35％でしたけれども、次世代高齢者層では 30％です。老後の生き方の選択肢の 45 のうち、5 つぐらいしか該当しないという状況です。また、次世代高齢者層においては男性の比率が高いという傾向にあります。

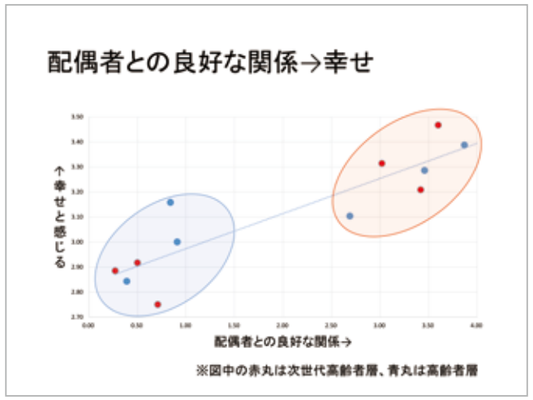
クラスタについて、個々の特徴を紹介してきましたが、ポイントを簡単にお話ししたいと思います。（資料 6-19）

クラスタの説明においても、配偶者という言葉が何度か出てきました。「上手く行っていることで他にも広がる」と言ったり、「あまり依存し過ぎるのも危険」とも言ったりしました。さて、高齢者層、次世代高齢者層における配偶者との関係が良い場合は幸せなのか？

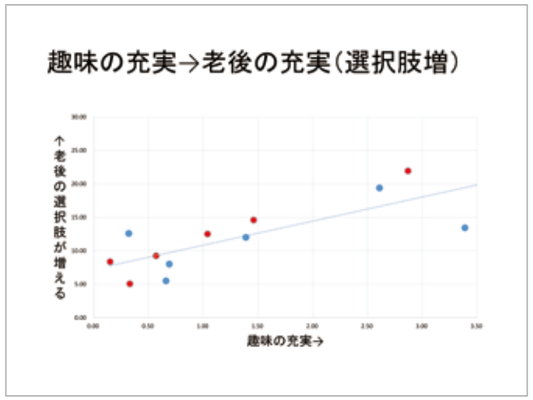
このグラフは、左から右に行くほど、配偶者との良好な関係が高まります。そして、下から上へと、幸せと感じる度合いが高まります。一目瞭然です。明らかに相関がみられます。要は、配偶者との関係がいい人が、幸せだと感じる度合いが高いということが、示されています。次世代高齢者層も高齢者層においてもそうです。他の項目では、このような相関は見られません。例えば、友人との関係や趣味の充実といったことと、幸せとの相関はみられませんでした。

ただ、趣味の充実は、老後の選択肢が増えるということにおいては相関がみられます。（資料 6-20）

このグラフは、左から右へと趣味の充実度が高まり、下から上へと老後の選択肢が増えるということを示しています。老後の選択肢が多ければ、万が一配偶者を失っても幸せや充実感の減少を食い止める効果もあるかもしれません。ひとつの仮説ではありますが大事なことかと思います。



資料 6-19



資料 6-20

最後に、我々の研究はまだ様々な視点での分析や考察が可能であると思っています。（資料 6-21）

例えば、注目しているのは同居家族人数です。基本属性でこの質問もありますので、同居家族による影響といったことも検討したいと考えています。ご存じのように、東京だと単身者、単身高齢者が増えるので、単身世帯の特徴や傾向なども考察したいと思います。

また、ライフイベントによる座標軸の変化も考えるべき事項と考えています。一番分かりやすいのは、先ほど来申し上げている、配偶者が亡くなったらどうなるのかというような変化も含めて、分析考察したいと考えています。

また、次世代高齢者層の考察に続いて、団塊ジュニアについても分析対象として設定しても面白いと考えています。まさに団塊の世代からの影響を直接的に受けているのが団塊ジュニアです。この世代の老後意識というのが、まだ 40 代ですので、難しいという側面もありますが、それも含めて見ていく必要があるというか、研究対象に加えたいと考えています。

私からの発表は以上です。我々はまさに調査研究ですので、いろいろなご意見を賜りながら、また次に進めていければいいと思っています。ご静聴、どうもありがとうございました。

以上

資料 6-21

閉会挨拶

藤原 豊
公益財団法人ハイライフ研究所
執行理事専務理事

本日のハイライフセミナー、長時間に亘りお疲れさまでした。

一般的には高齢者は十把一絡げに捉えられがちですが、本日のセミナーでは全く異なる各登壇者のお立場やユニークな視点から高齢者あるいは超高齢社会に関する研究や取り組みをご紹介いただきました。

超高齢社会が大きなパズルだとすると、本日のセミナーでは、そのパズルの駒が少し埋められたのではないか？今後の高齢者研究に一石を投じられたのではないか？と考えております。

慶応義塾大学の KGRI・長寿クラスターは、今後も熱い議論がなされていくと思います。また、日下先生からご案内のありましたワンダフルエイジング、ワンダフル大学院などの取り組みも更なる進化があることでしょう。ハイライフ研究所と致しましても、次世代高齢者研究は更に深く掘り下げ、大きなパズルが少しでも埋まるように次につなげていきたいと考えております。ご期待ください。

以上をもちまして閉会の挨拶とさせていただきます。お越しいただいた皆様、登壇者の皆様、本日は誠にありがとうございました。

第 30 回 ハイライフセミナー

超高齢社会の生き方のヒント

発　　行　2018 年 6 月
発 行 所　公益財団法人ハイライフ研究所
〒 104-0061
東京都中央区銀座 1-8-14　銀座 YOMIKO ビル 8 階
Tel.03-3563-8686（代表）　Fax.03-3563-7987
www.hilife.or.jp

ⓒ公益財団法人ハイライフ研究所