

大澤尚宏さん

(株式会社オヤノコトネット代表取締役)

歳をとることが不幸ではない社会

四十代から五十代になると高齢の親の健康問題が現実味を帯びてくる。近い将来を考えるとヒトゴトではないはずだが、社会の制度や人々の意識、サービスはどうか。「オヤノコトネット」代表の大澤尚宏さんに話を聞いた。

超高齢社会で生きる不安

これまで、身障者を対象にした生活情報誌や車いすを使う人のためのフリーペーパーなどを創刊、発行するカタワラ、福祉・医療分野のコンサルティングやマーケティング、プロモーション支援、イベント企画などをこなしてきました。

現在は高齢期の親を持つ四十代から五十代に向けた情報・商品の提供サービスを中心とした事業を手がけています。この四十代から五十代というのは、少しず

どれほどいるでしょうか。

さらに、二二〇〇年には日本の人口は約三千万人(明治維新のころの人口)にまで減少する可能性があるのです。

ただ、こうなることは三十年前から予測できていました。



●おおさわ・たかひろ 大学卒業後、就職情報会社に就職。1995年身障者を対象にした生活情報誌「WE'LL」を創刊。2001年同誌編集長を退任し、有限会社イントを設立。バリアフリーに特化したマーケティングと開発支援、イベント企画などを実施。08年、高齢期の親を持つ40代から50代を対象にしたイベント「そろそろ親のこと・・・オヤノコト、エキスポ2008」をプロデュース。翌年、株式会社オヤノコトネットを設立。http://www.oyanokoto.net

つ不安が増えてくる年代だと思っています。親を含めた家族の健康や子供の教育資金、家族の今後のことなど……。この年代を私たちは「オヤノコト世代」と呼び、彼らを支援し、交流する場をつくりたいと考えたのがオヤノコトネットという会社を立ち上げたきっかけです。

いまの日本は世界に類を見ない速さで高齢化社会が進んでいます。六十五歳以上が人口の二五%(総務省統計局の平成二十五年度人口推計による)といわれても、それがどんな意味を持ち、自分や家族にどのような影響があるのか。具体的に想像し、語るができる人は

しかしながら社会制度やサービス、モノ、私たちの意識すべてが追いついていません。超高齢化と人口減少が同時に起こっているのにもかかわらず、商品売るためのマーケティングの手法は、経済が右肩上がりだった時代のまま。多くの組織は硬直化し、時代の変化を受け入れるだけの柔軟性と対応力を見失いつつあります。

二十五年ほど前に「近い将来、日本はこうなる」という内容のムック本を本屋さんの店頭で立ち読みしたことがあります。そこには数十年後のファストフード店の様子が描かれていました。店員はシニア層が大半を占め、お客様も中高年だらけ。当時はファストフードの店頭は若い女性スタッフがほとんど独占し、店内は若者であふれかえっていましたが、相当な衝撃を受けたのを明確に記憶しています。でも現在、どのハンバーガーチェーンをのぞいても、店頭のスタッフ年齢は確実に高くなり、外国人も珍しくなくなりました。

このような少子高齢社会を迎えたいま、特に日本における大きな問題は、多くの人が親の加齢や、自身の加齢に不安を抱えていながら、先の対策を具体的に打っている人が少ないことです。私たちが二〇一〇年に