

選択肢の増加が期待される配食サービス

はじめに

1947～49年生まれの団塊世代が65歳以上となった2014年には、高齢者人口は3,300万人を超えて総人口の26.0%を占め、向こう25年間は増加が続くと推計されている。ひとくちに“高齢者”といってもその健康状態や暮らしぶりは様々であるが、70歳代後半から80歳代になると徐々に日常生活に何らかの支障を感じる人が増える傾向にある。そのうちの1つに「食事の準備・片づけ」があり、こうしたニーズに応える高齢者向けの配食サービスがここ数年増えてきている。そこで本レポートでは高齢者の生活を支えるサービスの一つとして配食サービス事業をめぐる動きと今後についてレポートする。

1. 支援が必要な高齢者の増加

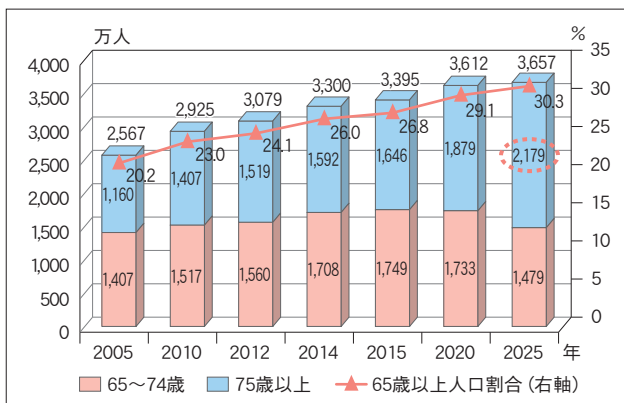
(1) 全国の状況

本レポートが取り上げる配食サービスは、自分で食事を作れない、忙しくて作る時間がない、あるいは作るのが面倒だ、といった人向けに自宅へ食事を届けるサービスであり、高齢者の利用が主となっている。そこでまず高齢者人口と介護保険利用者の状況を見ていく。

まず、2005年以降20年間の高齢者人口の推移をみると、2005年は2,567万人で総人口に占める割合は20.2%であったが、2014年には3,300万人を超え、2025年には3,657万人、総人口に占める割合も30.3%と3割を超える見込みである。65～74歳と75歳以上に分けてみると、2020年には75歳以上人口が65～74歳人口を上回り、団塊の世代が75歳を超える2025年には2,179万人と2014年比で36.7%増える見込みである（図表1）。

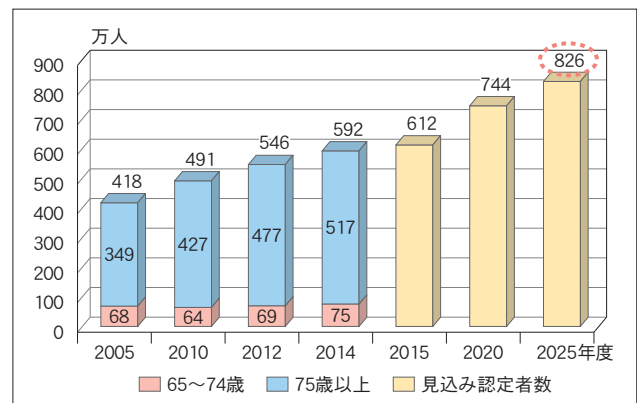
次に、高齢者の中でも日常生活に何らかの支援が必要となり、介護保険で要支援・要介護であると認定された65歳以上の数を見ると、2005年度末の418万人から2014年度末には592万人に増えており、2025年度には826万人と2014年度比で39.5%増えると見込まれている（図表2）。また年齢別内訳をみると直近の2014年度末では75歳以上が517万人と認定者の87.3%、9割近くを占めている。年代別人口に占める認定者の割合は65～74歳では4.4%に過ぎないのに対し、75歳以上では32.4%と3割を超えており、団塊の世代が75歳を超える2025年以降には介護を必要とする人のボリュームはさらに増えると思われる。75歳以上の7割近くは自立して生活しているものの、絶対数の増加に伴って求められる介護支援の量も当然増えると予想される。

図表1 高齢者人口の推移（全国）



資料：総務省統計局「国勢調査」、「人口推計」、
国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口」

図表2 要支援・要介護認定者数（全国）



資料：厚生労働省「介護保険事業状況報告」、
「第6期介護保険事業計画」サービス見込み量

(2) 熊本県内の状況

熊本県内の高齢者人口及び要支援・要介護者の状況をみたのが図表3および4である。

2005年の高齢者数は43万7千人で県内総人口に占める割合は23.8%であったが、2014年には50万3千人(28.0%)に増え、2025年には55万4千人、総人口に占める割合も33.3%となり、ほぼ3人に1人が高齢者となる見込みである。このうち、75歳以上は2005年時点で65～74歳をわずかに上回っており、団塊の世代が75歳を超える2025年には32万1千人、2014年比で17.6%増える見込みである。全国に比べると75歳以上の伸びはそれほど大きくないが、総人口に占める割合は19.3%と全国(18.1%)に比べ高くなっている。

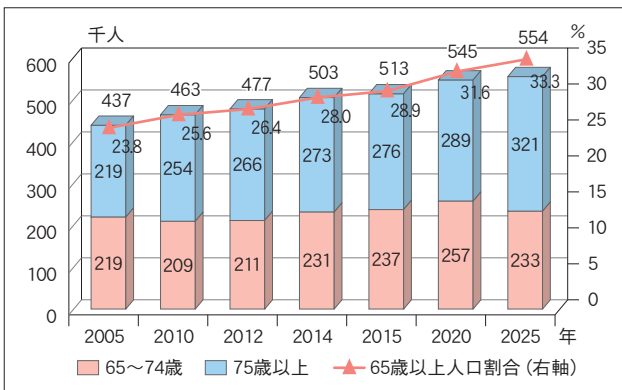
次に介護保険の要支援・要介護と認定された65歳以上の数を見ると、2005年度末の7万8千人から2014年度末には10万3千人と31.6%増えている(図表4)。認定者の年齢別内訳をみると直近の2014年度末では75歳以上が90.3%と9割を超えており、全国と同様の傾向である。75歳以上人口に

占める割合も34.2%とほぼ3人に1人の状況である。なお、熊本県の要介護認定者数の今後の推計は公表されていないが、県内各市がホームページで公表している2025年の推計値を合計したところ、2014年比で約25%増えると思われる。

このように何らかの支援を必要とする人は75歳以上で増えると予想される。

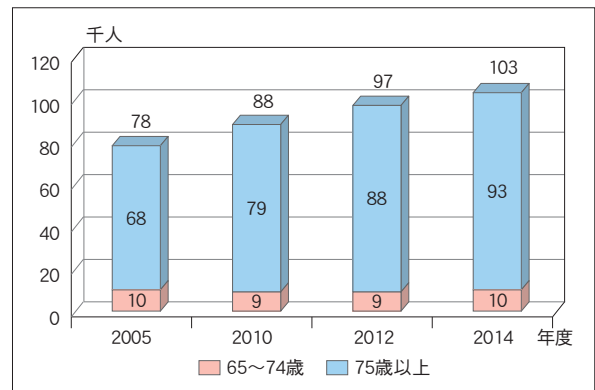
高齢者の定義は65歳以上であるが、65歳以上となった団塊の世代をはじめ70歳代には元気に日常生活を楽しんでいる人たちがまだまだ多く、80歳代になると病気・けがの後遺症や身体機能の衰えを感じる人が増えてくるようだ。そして、日常生活に支障が生じ介護認定申請を検討するような状況になると、自分で毎日の食事の支度をするのも負担になってくる。高齢者のみの世帯の三度三度の食事を、離れて生活する家族がサポートするのは結構大変で、自宅に毎日弁当が届く配食サービスの利用は家族にとってもありがたいものであろう。どのようなサービスを利用できるか、家族が探したり手配したりすることも多いようである。

図表3 高齢者人口の推移(熊本県)



資料：総務省統計局「国勢調査」、熊本県「推計人口調査」、
国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口」

図表4 要支援・要介護認定者数(熊本県)



資料：厚生労働省「介護保険事業状況報告」

2. 配食サービス事業参入企業と市場拡大

(1) 食材の宅配から食事の宅配へ

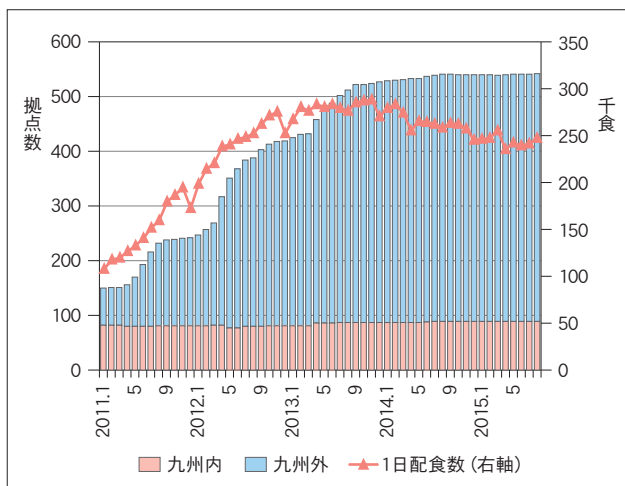
買物に行けない・行く時間がない、食事のメニューを考える手間が省ける、安全な食材を利用したい、などのニーズに応えようと献立に合わせた食材を配達する事業は、1970年代後半からヨシケイやタイハイが開始している。こうしたいわば食材配達の老舗企業は培ったノウハウをもとに、

惣菜や弁当も取り扱うようになり、高齢者向けの配食サービスにも取り組んできている。食材の配達からスタートしているだけに提供するサービスは幅広く、生鮮食材から調理済惣菜、離乳食用食材、カロリー制限に合わせた食材など、利用する人のニーズに応じた豊富なメニューを用意している。

さらに、「ワタミの宅食」に代表されるように、調理済の弁当つまり1食分の食事をその日のうちに自宅まで届ける事業形態が、ここ数年で全国に広まった。ワタミグループは、長崎で食材セットや高齢者向け夕食弁当を配達していたタクシヨクを2008年に買収してこの事業に参入した。自社工場で製造した弁当をチルド（冷蔵）の状態各営業所に届け、製造した翌日には営業所から配達スタッフが利用者宅へ毎日届ける仕組みで、2012年以降は「ワタミの宅食」としてブランドを展開するとともに積極的な広告宣伝を行い、営業拠点を新設してきた。同社の資料から営業拠点数、配食数の推移をみると、2012年に大きく伸びており、営業拠点数は2013年に500を超えている（図表5）。2014年以降はグループの外食事業の不振や競合他社の参入などもあって配食数は漸減傾向にあるが、2015年3月期の宅食事業売上は約395億円、直近（2015年8月）の営業拠点数は542、1日平均配食数は24万8千食となっている。

最近ではワタミのほかにも高齢者向け配食サービスが増えており、熊本市及びその周辺で利用できる主なものをまとめたのが図表6である。配食頻度は平日を中心にほぼ毎日のものと、週1回のものがあり、後者は冷凍した弁当やおかずをクール便などで配達する。このうち個人宅への配達を専門とするシルバーライフの「まごころ弁当」、シニアライフクリエイトの「宅配クック123」は、どちらも全国に300か所以上の配送店舗を設置している。

図表5 ワタミの宅食 営業拠点数と配食数の推移



資料：ワタミ㈱HPより当研究所作成

(2) 病院・医療食から弁当の宅配へ

図表6中の日清医療食品は病院向けの医療食、病院給食を1970年代から手掛けており、全国の医療機関・福祉施設で食事を提供している強みを生かして2012年4月から個人への配食サービスをスタートした。カロリーや塩分、たんぱく質などを考慮したメニューもあり、全国各地に週に1回、冷凍で届けており、冷凍ゆえに好きな時にレンジで温めて食べられるメリットがある。首都圏では毎日、おかず・弁当を届けるサービスも行っているがエリアは限られる。

前述したように要介護者は増え続けており、国は介護の場を病院・施設から在宅へと整備を進めている。退院あるいは退所後、自宅でも栄養管理が必要な食生活を支えるメニューは強みであろう。

(3) 食料品・弁当販売から弁当の宅配へ

さらに個人宅への弁当配達に参入したのが小売大手のセブン-イレブン・ジャパンである。セブン-イレブンの店舗を拠点に食事を届ける「セブンミール」サービスを展開しており、コンビニ店頭で販売している弁当とは別に日替わり弁当や総菜をはじめ、セブンプレミアムのパンやレトルト惣菜、飲料など店頭にある商品もカタログから一緒に注文できる。2012年に500円以上の注文は配達料無料とし、全国にサービスエリアを広げている。なんとといっても国内最大の店舗網（2015年9月末18,099店）を持ち、地方においてもこのサービスを利用できるのは強みであろう。

図表6 主な事業者（熊本市及びその周辺で利用可）

	事業者名	主な事業名・商品名	配食頻度
1	(株)ヨシケイ開発	おかず倶楽部	毎日 (月～金)
2	タイヘイ(株)	いいものお届け隊	週1
3	(株)ディナーサービス・コーポレーション	ディナーサービス	毎日 (月～土)
4	ワタミフードシステムズ(株)	ワタミの宅食	毎日 (月～金)
5	シルバーライフ(株)	まごころ弁当	毎日 (除く正月)
6	(株)シニアライフクリエイト	宅配クック123	毎日 (除く正月)
7	日清医療食品(株)	食卓便	週1
8	(株)セブン-イレブン・ジャパン	セブンミール (お食事お届けサービス)	毎日

各社HPより当研究所作成

このほかにも、生協は共同購入だけでなく個別宅配も従来から行っており、さらに最近では弁当を毎日宅配する事業を全国の123地域生協のうち40以上の生協で行っている。九州ではエフコープやコープおおいた、生協くまもと（一部の地域）などが実施している。

また、ほっかほっか亭では当日店舗で作った弁当を毎日届ける「ほっか食楽」を開始し、熊本県内でも一部の地域で利用できる。

こうした各社のホームページや広告をみると、豊富で毎日替わるメニュー、カロリー・塩分調整や低たんぱく食などの栄養管理、配達の際の安否確認なども行っているのが分かる。

(4)市場規模は1,045億円

このようにいろいろな業界から弁当配食サービスへの参入が増えたことで、その市場規模は拡大している。矢野経済研究所によると、生協や宅配ピザなどを含む食品宅配サービス総市場規模(2014年度)は前年度比2.9%増の1兆9,348億円であった。分野別にみると「生協(個配サービス)」が50.8%と半数を占め、次に「惣菜(食材)宅配」が15.3%、「宅配ピザ」6.6%、「ネットスーパー宅配」6.2%、「牛乳宅配」5.5%と続き、本レポートの分野に該当する「在宅配食サービス」は5.4%、

1,045億円と推計している。また今後の総市場規模は、2016年度に2兆円を超え、2019年度には2兆1,470億円に拡大すると予測している。主要ターゲットは高齢者世帯だけでなく、共働き世帯や子育て世帯も含み、分野別では「コンビニエンス宅配」や「ネットスーパー宅配」「在宅配食サービス」などが比較的大きく伸びると見込んでいる。

実際、周囲を見渡すとこうした配食サービスを利用しているケースが数年前に比べて増えているようである。1社しか利用できなければ、その評価は配食サービス全体への評価となるが、選択肢が増えればA社、B社、C社と使い分けて利用でき、弁当を日常的に利用することへの抵抗も減るのではないかと思われる。

ネットスーパーなどでも個人宅への配送に取り組んでいるが、配達コストが負担となって事業の黒字化に苦勞しているのに対し、配食サービスの場合はほぼ毎日決まったルートで配達するシステムで効率化しているようである。一方、地域の活動で取り組んでいるNPOや社会福祉協議会などではボランティアが配達していることも多い。店舗から個人宅までの“ラストワンマイル”をどう取り込むかは、配送サービスを実施する地域の事情によっても異なってくるだろう。

3. 県内の配食サービスと今後に向けて

(1)熊本市内の配食サービス利用状況

厚生労働省は介護保険事業計画を策定するため、高齢者の心身の状況や生活環境、介護や支援の必要性などの把握を目的とした「日常生活圏域ニーズ調査」の実施を全国の市町村に求めており、2013年度調査票例には食事の用意や配食サービスの利用に関する項目も含まれている。

そこで、熊本市が2013年12月～2014年1月に実施した調査結果*から、配食サービスを含む食事関係の状況をみていく。まず食事の準備状況を表したのが次頁の図表7である。「ほとんど自分で準備」が59.6%で最も多く、男性44.8%、女性70.7%は自分で食事を用意している。男性の4割強が「自分で準備」というのは多いという印象で

あるが、1人暮らしあるいは配偶者のかわりに自分がする、ということであろう。自分で準備しない場合、外食や惣菜などの中食を利用する、もしくは家族や他の誰かに準備してもらうことになる。「外食や市販の弁当(配食サービスを除く)」を利用しているのは、「時々」「ほぼ毎日1回」「ほとんど利用」を合わせても男性11.1%、女性8.3%、全体でも9.5%とそれほど多くない。「その他」が男性27.3%、女性10.9%と外食や中食の利用を上回っており、家族のサポートや介護ヘルパー、配

*調査対象：65歳以上の一般高齢者(要支援または要介護認定者を除く在宅高齢者)と要支援1～要介護2の認定者から抽出した16,230人。有効回収数9,855人

食サービスの利用などに支えられていると思われる。自分で準備しないあるいは準備できないのは、家族が準備する、面倒である、自分で作るより買った方が経済的である、身体的に調理するのが辛い、などの理由が考えられよう。

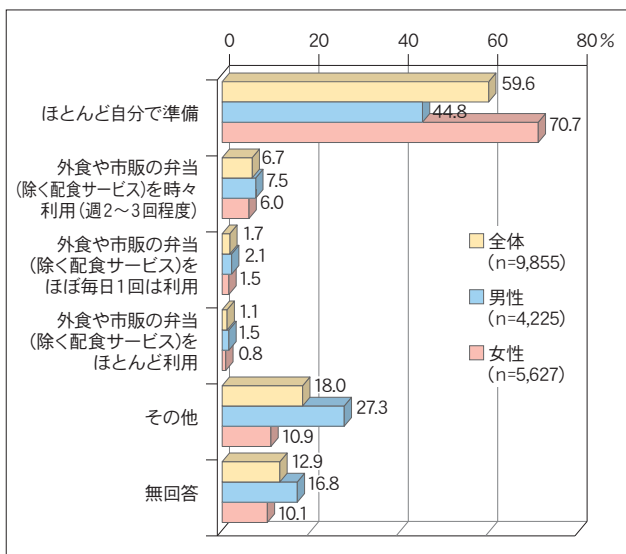
次に配食サービスの利用についてみたのが図表8である。「時々利用（週2～3回程度）」が1.5%、「ほぼ毎日1回は利用」が1.7%と少なく、「ほとんどの食事を配食サービスでまかなっている」（0.5%）と合わせても配食サービスを利用しているのは全体の3.7%にとどまっている。性別にみると男性は3.5%、女性は4.1%と女性の方がわずかに高く、年代を詳しく見ると80歳代以上で利用頻度が高くなる傾向がみられた。

厚労省の介護保険状況調査によれば調査対象となった要介護3～5を除く熊本市の65歳以上人口

は約15万7千人（2014年3月末現在）なので、その3.7%は約5,800人となる。仮に1食の単価を540円、配食サービスは日祝日休みが多いことを考慮して「時々利用」は年間130日利用、「ほぼ毎日1回」は年間310日利用、「ほとんどの食事」は1日1,000円で年間310日利用と仮定すると、年間で約8億5,500万円の市場規模と推計できる。

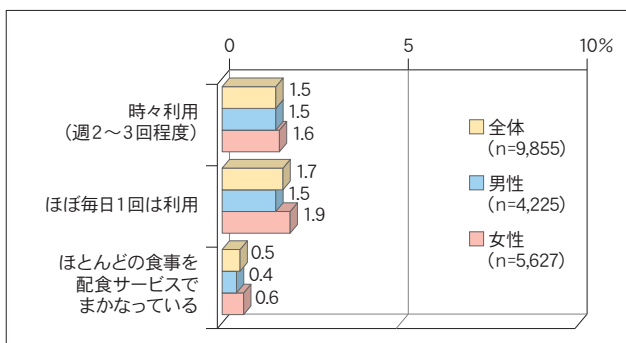
さらに、今後特に利用したいサービス（複数回答）を尋ねると、「栄養バランスの良い食事が定期的に自宅に届くサービス」が29.9%で最も多く、男女による差もほとんどみられず、今後の需要は増えると思われる（図表9）。

図表7 高齢者の食事準備状況



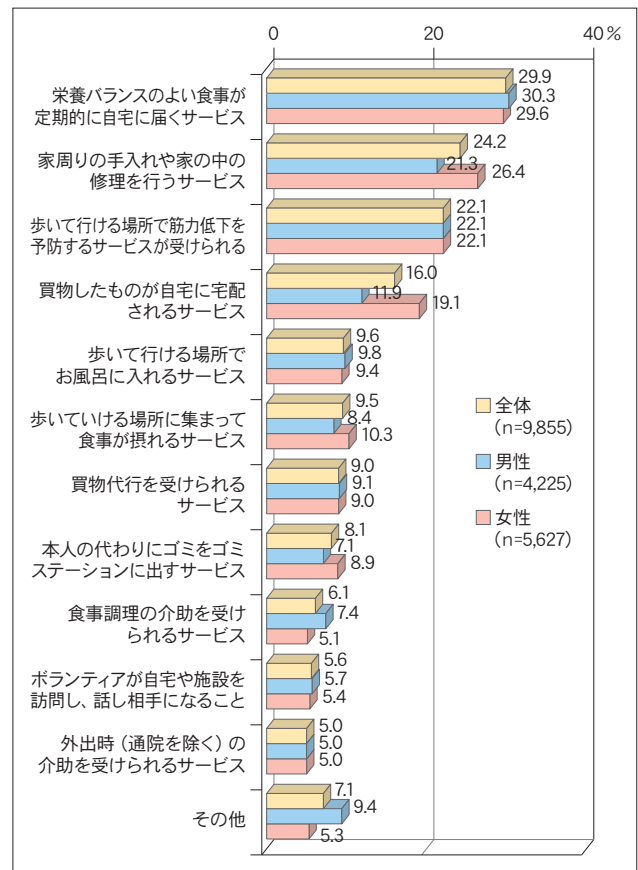
資料：熊本市「熊本市日常生活圏域ニーズ調査報告書」

図表8 高齢者の配食サービス利用頻度



資料：図表7に同じ

図表9 今後、特に受けたいサービス（複数回答）



資料：図表7に同じ

(2) 民間事業者の取り組み

図表6でみたように配食サービスを提供する会社は増えているが、県内の配送拠点はワタミが12か所、ヨシケイが5か所、シニアライフクリエイト（宅配クック123）が4か所、シルバーライフ（まごころ弁当）が3か所で、立地は熊本市内とそ

の周辺が多い。これに対しセブン-イレブン（セブンミール）は県内281店と群を抜いて多く、競合が少ないエリアではかなり優位に展開できそうである。

また、県内の弁当・惣菜製造大手のヒライは2012年に弁当の配達を行うヒライ給食宅配サービスを設立し、個人向け配食サービスに取り組み始めた。具体的にはディナーサービス・コーポレーションとフランチャイズ契約を交わし、メニューと食材の提供を受けて自社工場で弁当を製造、個人の利用者宅へ毎日配送している。工場では事業所や幼稚園・保育園向けの弁当も作っており、数量はそちらのほうが多いが、高齢者人口が増えることを見込み、今後さらに伸ばそうと計画している。

（3）社会福祉協議会の取り組み

民間の配食サービスの他にも、社会福祉協議会（以下、社協）や地域のNPO法人などが地域福祉あるいは地域活動の一環として高齢者への配食サービスを行っている。

たとえば、熊本市社協では地域の見守り活動の一環として「ふれあいランチ給食サービス事業」を2007年度から実施しており、個別配食と地域のサロンを拠点とした会食型がある。実施は各校区の社協が担当し、頻度も月1～2回、週1回など校区によって異なり、実施しない校区もある。社協の特徴として民生委員をはじめ防犯や自治会など様々な地域の担当者とネットワークを持っているので、何かあればそうしたネットワークで高齢者のケアにつなげている。弁当を作るのは民間事

業者に委託もしくは地域のボランティアが担当しているが、市社協の予算は限られるため、実施回数やメニューを増やすのは難しいようである。

（4）今後に向けて

県内の関係事業者にはアヒリングをすると、利用者はA社からB社へ、B社からC社へ、しばらくするとまたA社に戻る、というように配食事業者を替えたり、一度は利用しても「美味しくない」と止めるのは珍しくないようである。事業者側は毎日メニューを替えてはいるが、どんなに美味しいレストランでも毎日食べると飽きるものであり、食材や調理法などの好みもあるので、配食事業者を替えたいのは避けられないであろう。むしろ複数の選択肢から選べれば、気軽に利用できる。また、1週間単位でメニューから選択して申し込むシステムが多いが、1日単位での利用やキャンセルに応じるところもある。要支援・要介護認定者は、週に何度かデイサービスやホームヘルパーを利用することが多く、組み合わせて利用できるように柔軟性は欠かせないと思われる。

介護保険法の改正により2年間の経過時期を経て2017年度からは新たに介護予防・日常生活支援総合事業が導入され、現在は要支援認定者が利用している訪問や通所による介護サービスが移行される。その中の「その他の生活支援サービス」には、「栄養改善を目的とした配食や見守りとともに行う配食」も例示されているが、実施は市町村が選択することになり、民間事業者の配食サービスが比較的多ければ、そちらの利用を薦めることになるであろう。

おわりに

離れて暮らす高齢の親に介護が必要になったとき、家族はまずネットを使っていろいろと調べる。配食サービスについても配達可能地域か、どんな人が配達するのか、支払いはどうするか、などを調べたうえで親に薦めるであろう。親が実際に利用し始めれば、どう感じているかを気にしながらも第三者が定期的に親を訪問してくれ、ひとまず安心する。したがって家族等への情報発信も重要なポイントであろう。また、単に配達するだけで

なく安否確認などを通じて地域や家族との連携も期待され、利用者とうまくコミュニケーションがとれると満足度も高まる。つまり配達スタッフに期待されることは増えると思われ、労働力不足が懸念される今後、スタッフの確保も課題となりそうである。団塊の世代が75歳を超える2025年以降に向けてしばらくは新規参入、競合が続くだろう。