

Japan stellt sich auf steigenden Seniorenanteil ein

Unternehmen finden bei Konsum wie auch Pflege Absatzpotenzial / Von Jürgen Maurer

Tokyo (GTAI) - Der demografische Wandel rückt den Bedarf von Senioren in Japan immer stärker in den Fokus. Mit entsprechendem Angebot an Produkten und Dienstleistungen können Unternehmen profitieren.

16.10.2019

Der Silbermarkt in Japan wächst. Etwa die Hälfte der Bevölkerung Nippons wird 2025 über 50 Jahre alt sein, 30 Prozent über 65 Jahre. Deren Erwartung, in gutem Gesundheitszustand und aktiv zu leben, hat sich immer weiter nach hinten verschoben. Gegenwärtig liegt das erwartete "gesunde" Alter für Männer bei 72 und Frauen bei 75 Jahren. Bis 2040 soll sich dies jeweils um drei Jahre erhöhen.

Damit verschieben sich auch das aktive Alter und die Konsumfähigkeit. Die aktiven Senioren sind diejenigen, die Geld für ihre Hobbys und den Konsum ausgeben. Sie verfügen gegenwärtig noch über die höchsten Ersparnisse, da sie überwiegend Festangestellte mit auskömmlichen Einkommen sind oder waren. Ob alleinstehend oder mit Familie - wenn das Angebot stimmt, sind sie eine interessierte und kaufkräftige Kundengruppe.

Silbermarkt für Konsumgüter und Dienstleistungen im Jahr 2025 (in Milliarden US\$)

Segment	Umsatz *)
Nahrungsmittel	182,7
Kultur und Unterhaltung	150,9
Transport und Kommunikation	46,4
Möbel und Haushaltswaren	45,0
Bekleidung und Schuhe	39,1

*) Prognose

Quelle: Mizuho Corporate Bank

Nippons Anbieter passen ihre Konzepte an

Darauf können sich die Produkte- und Dienstleistungsanbieter einstellen. Japans Betreiber von Shopping-Malls haben bereits reagiert und richten ihre Einkaufszentren auf die sich verändernde Kundschaft aus. Das größte Unternehmen in diesem Bereich, Aeon, hat einige seiner Shopping-Malls verändert, da die ältere Klientel frühe Öffnungszeiten, Frühstücksmöglichkeiten und Fitnessangebote in Anspruch nimmt.

Bis zum Jahr 2025 will Aeon etwa 100 Einkaufszentren, die vor allem in den Vorstädten der großen Agglomerationen zu finden sind, umbauen, um Senioren als Kunden zu halten. Denn diese suchen noch das physische Einkaufserlebnis und sollen möglichst viel Zeit in den Shopping-Malls zum Konsumieren verbringen. Das wird auch das Angebot an Geschäften betreffen, die weniger auf das junge Publikum ausgerichtet sein werden.

JAPAN STELLT SICH AUF STEIGENDEN SENIORENANTEIL EIN

Im Maßstab größer plant Panasonic. Laut einer Unternehmensmeldung hat Panasonic im September 2019 mit 13 anderen Unternehmen eine Kooperation vereinbart, um eine "Sustainable Smart Town" zu errichten. Diese soll auf einem ehemaligen Panasonic-Werksgelände in Suita-City (Kansai-Region) entstehen und auf das Zusammenleben von mehreren Generationen - speziell auch auf Senioren - ausgerichtet sein. Der Baubeginn des Komplexes auf dem mehr als 23.000 Quadratmeter großen Gelände ist für 2020 vorgesehen.

Pflege ist ein wachsender Markt in Japan

Die passiven Senioren sind diejenigen, deren tägliches Leben auf Unterstützung und Dienstleistungen angewiesen ist. Der Aufwand für medizinische Versorgung wird laut einer Untersuchung des Gesundheitsministeriums zwischen 2018 und 2040 geschätzt um 74 Prozent zulegen. Noch viel stärker werden die Aufwendungen für die Altenpflege steigen. Hier ist mit einer Zunahme um den Faktor 2,5 zu rechnen.

Der weit überwiegende Teil wird durch die staatliche Gesundheitsversicherung abgedeckt. Daher schauen Unternehmen auf den steigenden Bedarf an medizinischer Versorgung, der ja stabil durch staatliche Unterstützung gedeckt wird. Für die Senioren liegt der Eigenanteil zu Leistungen zwischen 10 bis 20 Prozent, abhängig von Alter und Gesundheitszustand.

Leistungen des Sozialversicherungssystems in Japan (in Milliarden US\$)

Segment	2017	2040 *)
Sozialversicherungsleistung	1.093	1.727
.Rente	499	666
.medizinische Versorgung	358	623
.Wohlfahrt	236	438
..Altenpflege	92	234

*) Prognose

Quellen: National Institute of Population and Social Security Research; Ministry of Health, Labour and Welfare

Demografieentwicklung in Japan sorgt für Absatz

Bereits gegenwärtig ist der Markt für Pflegehilfsmittel umfangreich und soll zwischen 2017 und 2025 um mehr als 20 Prozent steigen, so eine Untersuchung des Marktforschungsunternehmens Fuji Keizai. In den Jahren danach ist kaum mit einem Abflachen des Bedarfs zu rechnen, denn nach 2025 wird Japans Baby-Boomer-Generation 75 Jahre und älter sein.

Markt für versicherungsgedekte Pflegehilfsmittel (in Millionen US\$; Veränderung in Prozent) 1)

Produkt	2017 2)	2025 3)	Veränd. 25/17 3) 4)
.Betten	522,6	681,8	28,0
.Rollstühle	188,0	172,7	-9,9
.Elektrollstühle	70,0	75,9	6,4

JAPAN STELLT SICH AUF STEIGENDEN SENIORENANTEIL EIN

.Anti-Dekubitus-Hilfsmittel	95,4	131,8	35,5
.Geländer	83,4	118,2	39,0
.Laufgestelle	62,9	90,7	41,6
.Sensoren für Demenzkranke	27,6	50,0	77,4
.Hilfsgeräte bei der Haltungsänderung	24,8	36,4	43,9
.Gehstöcke	19,7	22,5	12,2
.Rampen	18,0	21,8	18,8
.Bewegungslifte	32,0	35,1	7,5
.Hilfsgeräte beim Baden	61,3	66,4	6,3
.Toilettensitze	47,7	45,5	-6,5
Insgesamt	1.254,5	1.550,4	21,2

1) jeweils Kalenderjahr; 2) Schätzung; 3) Prognose; 4) auf Yen-Basis

Quelle: Fuji Keizai

Japans älter werdende Gesellschaft braucht auch mehr Pflegekräfte. Jedoch schätzt das Wirtschaftsministerium, dass im 2025 etwa 380.000 Pflegekräfte fehlen werden. Daher schaut Nippon auf Roboter als Ersatz beziehungsweise Unterstützung. Das Wirtschaftsministerium erhöht jedes Jahr das Budget, um Unternehmen, die entsprechende Roboter entwickeln, zu unterstützen.

Robotereinsatz wird zunehmen

Ein Segment sind Pflege- und Assistenzroboter, die in Krankenhäusern und Seniorenheimen für unterstützende Tätigkeiten eingesetzt werden. Exoskelette beispielsweise können Pflegekräften helfen, schwere Hebetätigkeiten auszuführen, wie auch schwachen und gehbehinderten Patienten die Möglichkeit geben, sich wieder zu bewegen.

Zwar sind Roboter als tägliche Begleiter für Senioren noch kein Massenmarkt. Aber sie finden langsam den Eintritt in das tägliche Leben als Kommunikations- und Assistenzgeräte. Tests mit solchen Sozialrobotern, die kommunizieren können und Kontrollfunktionen wahrnehmen, verlaufen positiv. Der Markt dafür soll in den nächsten Jahren stark zulegen. Daher hat der Kaufhausbetreiber Takashimaya seit 2017 in Tokyo und seit 2018 in Osaka in seinen Hauptläden eigene Studios eingerichtet, in denen sich Kunden mit dem Einsatz von Robotern vertraut machen können.

Laut einer Befragung des Innenministeriums aus dem Jahr 2015 ist die Zustimmungsrate zu Robotern bei älteren Menschen höher als bei jüngeren Teilnehmern. Demnach konnten sich 51 Prozent der befragten 50-Jährigen vorstellen, Sozialroboter zu nutzen; bei den über 60-Jährigen waren es 55 Prozent. Hingegen lag die Zustimmung bei jungen Leuten unter 30 Jahren bei lediglich 40 Prozent.

Weitere Informationen zu Wirtschaftslage, Branchen, Geschäftspraxis, Recht und Zoll in Japan können Sie unter <http://www.gtai.de/japan> abrufen. Die Seite <http://www.gtai.de/asien-pazifik> bietet einen Überblick zu verschiedenen Themen in Asien-Pazifik.

Mehr zu:

Japan
Gesundheitswesen, übergreifend / Medizintechnik
Branchen

Kontakt

Christiane Süßel

 +49 228 24 993 363

 [Ihre Frage an uns](#)

Alle Rechte vorbehalten. Nachdruck – auch teilweise – nur mit vorheriger ausdrücklicher Genehmigung. Trotz größtmöglicher Sorgfalt keine Haftung für den Inhalt.

© 2021 Germany Trade & Invest

Gefördert vom Bundesministerium für Wirtschaft und Energie aufgrund eines Beschlusses des Deutschen Bundestages.