

ビジネスの対象となるシニアは、様々な切り口で特徴を捉えることができます。また、専門的なアプローチを加えることで、シニアビジネスをより的確なものにし、リスク回避が図れます。そのための専門的アプローチを将来的な視点から紹介します。

シニアアクセス 代表  
ジェロントロジスト  
シニアビジネス・シンクロナイザー  
南カリフォルニア大学 非常勤講師 (老年学)  
大阪大学 招聘教員

上田 博司

URL <http://www.senior-access.com/>  
E-mail [info@senior-access.com](mailto:info@senior-access.com)

2016

3

March

## 多様な対象シニアを同定化し 専門的アプローチで将来予測

### シニア人口の拡大

日本のシニア人口は年々増加傾向にあり、60歳以上人口は既に4千万人を超え、総人口の3割超を占めています。また、日本の人口減少に伴い、シニア人口も2037年の約4千200万人をピークに徐々に減少していきませんが、人口割合は2039年に4割に達し、さらに増加を続けることが予想されます。今後も引き続き、シニアはビジネス対象として魅力的なものであり続けるでしょう。

### 様々な年齢のシニア

シニアは一般的に一つの集団とされがちですが、

- ・実年齢
- ・生物年齢
- ・精神年齢
- ・社会年齢

図1 シニアの年齢表現の種類

- 「実年齢」 (暦年齢、歴年齢、生活年齢)
- 「生物年齢」 (機能年齢)
- 「精神年齢」 (心理的年齢)
- 「社会年齢」

という年齢表現を使って区別する見方があります。シニア向けビジネスでは、これらの年齢表現を使ったアプローチがしばしば見受けられます (図1)。

#### ● 実年齢で見たシニア

実年齢は生年月日をもとに算出されることから「暦年齢、歴年齢、生活年齢」と

よばれることがあります。

さらに、65歳〜74歳を「前期高齢者」、75歳以上を「後期高齢者」と2分類する表現があります。

また、65歳〜74歳を「前期高齢者」、75歳〜84歳を「中期高齢者」、85歳以上を「後期高齢者」と3分類する表現もあります。

さらに高齢の区分では、100歳以上を「百寿者」、110歳以上を「超百寿者」とよんだりします。

特に高い年齢層の増加が著しくみられ、女性の比率も高くなっていきます。

これらの年齢区分は社会制度や調査研究などによって便宜上創り出され、年金や医療保険制度などで対象年齢が変わると名称も変わる可能性があります。

#### ● 生物年齢で見たシニア

生物年齢は身体の生理学的变化に基づくもので「機

「能年齢」とも呼ばれ、個人の身体機能や身体活動レベルが測定されます。

テレビCMに年齢肌や関節年齢が登場し、TV番組ではタレントの顔や肌、肺、骨、血液などの健康状態を測定し、実年齢と比較する企画を見かけます。化粧品、サプリメント、スポーツジムなどの企業が、この年齢表現を使っています。

●精神年齢で見たシニア

精神年齢は、

- ・ 知覚
- ・ 認知能力
- ・ 適応能力
- ・ 人格の変化

など心理学的に見た年齢です。認知機能に関わるような知能や記憶能力などが測定されます。

知的能力が高く新しい環境に順応するのが早い人は、精神年齢が若いとされています。「脳トレ」「数独」

「大人の塗り絵」など、脳を活性化したり創造力を高めたりすることを謳っている商品は、この年齢表現を使っています。

●社会年齢で見たシニア

社会年齢は、家族や友人、知人、近所の人々のようにインフォーマルな関係や支援によって、地域社会などの環境における集団の一員としての役割や振る舞いによって評価される年齢表現です。

これらの年齢表現のもとになる生物的、心理的、社会的要因はそれぞれ関係していることがあります。視力の衰えが認知機能に影響し、さらには社会活動に影響することがあります。

逆に、社会における役割の獲得や喪失が、精神的な変化や身体的な変化をもたらすこともあります。

シニアが集団として持つ3つの特性

図2 シニアの持つ特性

- 世代（コホート）特性
- ライフステージ特性
- 社会環境特性

同じ年齢でも知識や人生経験の違いによる個人差が大きくみられますので、気をつけておく必要があります。シニアが集団として持つ特性は大きく3つのものがあります（図2）。

●世代特性

世代特性は「コホート特性」とも呼ばれます。コホートは、同年または同じ時期に生まれた集団を意味し、共通の人生経験や出来

事を一緒に経験します。

- 例として、
- ・ 団塊世代
  - ・ バブル世代
  - ・ 団塊ジュニア世代
  - ・ 就職氷河期世代
  - ・ ゆとり世代
  - ・ さとり世代

これらは同じ年齢コホートです。同年齢で定年退職を迎える人々も同じ特性を持つことが多々あります。

つまり、同年齢（世代）で共通の経験や価値感を持つことで、類似の消費行動を取ることがあります。このように、世代が変わると消費行動に違いが生じます。

●ライフステージ特性

ライフステージ特性は、共通の人生経験をするることによって獲得する特性です。ライフステージは人生の中で経験する、就学、就職、結婚、出産、育児、退職などの生活段階を意味し

ています。

同じ年齢コホートは、成人になるまでは類似経験をします。同じライフステージを経験すれば世代特性と一致します。しかし、ライフステージ経験の違いもあり年齢と一致しないことも多いでしょう。

子供の独立や孫が生まれるといったライフイベントによって、シニアの消費行動が大きく影響されることがあるため、ビジネスではライフステージ特性に重点が置かれることが多くみられます。

●社会環境特性

社会環境特性は、社会環境要因に影響を受ける特性です。社会環境要因には、

- ・ 定年退職制度
- ・ 年金制度
- ・ 医療保険制度

などが含まれます。これらが変化することでシニアの

消費動向が変わります。

定年の年齢や年金の支給年齢の引き上げ、年金支給額の変更は、セカンドライフの再考を促し、定年退職の準備や定年後の生活の在り方や家族、友人たちとの時間の過ごし方に影響を与えます。

また、医療費の負担の増加は健康寿命を延ばすための疾病や障害予防、ジェネリック医薬品への関心の高まり、住宅のリフォームなどにつながります。

一方、労働期間の延長が家庭の経済状況をよくすると、退職後の充実した余暇活動や外食などへの支出増加の可能性もあります。

これらの特性も各々が関係しており、さらに、前述の年齢表現のもとになる生物学的、心理学的、社会的要因が、基本的要因として複雑に関わってきます。

## 将来のシニアビジネスを展望してみよう

将来、シニアはどのような行動をするのか？そして、シニア市場にどのような展望を持てばいいのか？ビジネス展開が期待される分野を紹介します。

### ●健康意識の向上と継続

最初に考えられるのは、「健康」に関するビジネスでしょう。平均寿命の延びに伴い、健康への関心がさらに高まることが予想されます。

身体能力の維持、転倒、慢性疾患、認知症予防を含めた健康増進ビジネスが幅広く展開されることが予想されます。ジムにおけるトレーニングや予防運動だけではなく、スポーツや健康増進を目的にした学習も含まれます。今後、医療保険制度や介護保険制度の改定

があれば、健康意識がさらに高まるでしょう。

### ●容姿や美しさの維持

次に「容姿や美しさ」について、より高い基準を持つようになります。例えば、50年前のシニアの写真は現在の同年齢の人と比べると

若く見えます。将来のシニアの多くは自分がより若く見えることを望み、個人の願望だけではなく社会全体のシニア像も変わっていきます。

化粧品に限らず、理髪・美容関連業界への期待、体型に合った機能的な衣服やアクセサリーへの関心なども高まり、デザインや柄へのこだわりも出てくるでしょう。今以上に、審美歯科への関心も予想されます。容姿や美しさにある程度の満足感が得られることによって、よりポジティブな行動が促され交流活動も活

発になることが期待されます。外で、家族や友人と過ごす時間が増え、外食の機会も増えるでしょう。また、社交ダンスやカラオケといったレクリエーションやレジャーなどの娯楽活動も増えるでしょう。

海外や国内の団体旅行に参加する機会も多くなります。短い日数の旅行でも価値観があれば高価格帯でも参加します。また、身体能力に合わせ、旅行先での行動に余裕がある個別のユニークな小プランも数多く提供されるでしょう。

### ●知的好奇心をそそる

時間に余裕を感じるシニアは、文化的活動や知的活動に参加する機会を増やしていくでしょう。豊かな生活を営むことを啓発する学びの場は、知的好奇心の高いシニアにとって居心地の良い場所の一つとなるはず

です。生涯学習やシニア向けの講座は、生きがいや仲間づくりの促進のみならず積極的な地域活動の参加を促します。

学生数の確保が難しい大卒のシニアが増加することにより、幅広くレベルの高い分野が学習対象の題材として多様化します。歴史や文化などに興味を持つシニアの学びの場は、校外学習の機会を模索させるでしょう。

室内の学びは、歴史散策の旅につながり、ウォーキングなどにも興味のあるシニア向けに、学びと健康をセットにしたツアーとして、旅行会社側から提供される可能性もあります。

### ●テクノロジー支援

テクノロジーの進歩は社会生活を豊かにしてきまし

たが、将来、シニア向けに発展・普及していくことが期待されます。

例えば、装着型ロボットは、高齢化が進む農業分野で重い物を運ぶ負担を軽減したり、リハビリ施設で歩行訓練用に活用されたりしています。

また、人手不足や身体負担が深刻になっている介護分野においても、施設職員が利用できるようになってきています。さらに将来、小型化しカスタマイズされた装着型ロボットが、保険適用を受けてシニアの自宅で生活支援をする可能性もあります。

モノのインターネット（IoT）による商品やサービスも発展が見込まれます。介護施設や自宅においては、動物型、子供型、未来的な容姿をしたロボットがすでに利用されていますが、見守り機能を含めた

様々な機能がインターネットとつながっていくことは間違いありません。

このように、安全かつ安心して日々の生活を営むことが出来るよう、IoTが支援していきます。生活必需品が残り少なくなったときの自動お知らせ、商品購入、発送依頼機能などを備えたサービスも出てくるでしょう。住宅、社会基盤、医療分野でのさらなる発展が期待されます。

現在の新しいテクノロジーに慣れ親しんだ若者の多くは、シニアになっても比較的スムーズに使いこなすことができます。類似操作ができる全く新しい商品を購入することに抵抗は少ないでしょう。

昔の黒電話と全く異なるスマートフォン機能のシニア向けに簡素化するよう、他の製品も必要に応じて調整されていくことでし

よう。そのためにはマニュアルの簡素化、もしくはマニュアルなしでも利用できるようなデザインが求められます。

人間工学を考慮したユニバーサル・デザインはモノの形状だけではなく、視覚が衰えたシニアに対応したカラー・ユニバーサル・デザインも含まれます。そして、デザインも考慮に入れたシニアとテクノロジーを組み合わせた造語である「ジェロントロジー」が脚光を浴びてきます。

生活の質を向上させるような魅力的な最先端の製品、サービス、技術はシニアの購買意欲や利用願望を駆り立てます。

### ●労働力としてのシニア

少子化による労働力人口の減少や改正高年齢者雇用の安定法の影響もあり、シニアの就業者数は年々増加し

ています。できるだけ長く働き続けたいと考えるシニアが多い一方で、必ずしもフルタイムで働く必要はないと考えるシニアも多く存在します。

これらのシニアが社会の中でいかに活躍できるのかも、ビジネスとしての潜在性があります。シニアの健康維持や、若い労働者とのコミュニケーションの取り方なども課題になってくるでしょう。

### ジェロントロジー ビジネスの確実性

前述のジェロントロジーは「老年学」ともよばれる学問ですが、日本では殆んど馴染みがありません。時代のニーズによりシニア個人から社会に至るまで学術的、多面的、包括的に捉えようとするこの学問の専門性は、海外、特に米国にお

いてはビジネスから行政に至るまで、シニアに的確なアプローチができるよう幅広く採用されています。ビジネスにおいては、商品やサービスに至るまでリスクを下げる役割も担います。

シニアといっても多種多様で、時代とともに消費者としての行動様式は、これからのダイナミックに変化する可能性があります。

将来のシニアが現在のシニアと同じ消費行動を取るとは限りません。将来予測は身体的、精神的、社会的要因や世代、ライフステージ、社会環境特性などの多くを掛け合わせて精査する必要があります。

専門的なアプローチを加えて調整を行うこと、また、その時代や地域特性に合わせた具体的なビジネスモデルをいかに創造・構築できるかが、事業成功のカギとなるでしょう。