

「シルバーマーケットの『虚』と『実』」調査結果

(要約)

財団法人 地域流通経済研究所

はじめに

“高齢化社会”の到来が叫ばれて久しい。全国的にみても、この30年の間に高齢化率（総人口に占める65歳以上人口の割合）は10ポイント以上上昇し、とりわけ九州は、全国に比べて5年ほど先行して“5人に1人は65歳以上”という時代を迎えている。さらに、国立社会保障・人口問題研究所の推計によると、今後もその比率は高まり、約10年後に25%を超え、総人口の約4分の1にあたる約350万人が65歳以上人口となる。

このように今後は高齢者で構成される、いわゆる“シルバーマーケット”がこれまで以上に重要なビジネスターゲットとして注目されることになる。ましてや、安定した年金収入に支えられ、個人金融資産の相当部分をこの層が占めているという現実を踏まえると、なおさらである。ところが過去において、“シルバービジネス”の御旗の下、市場に送り出された商品やサービスの大半が、ことごとく退出を余儀なくされたこともまた事実である。

団塊の世代（1947～49年生まれ）に代表されるように、高度経済成長時代以降の市場を構成してきたのは、その時点での若者やファミリー層が中心であり、それらの層をメインターゲットとした商品開発やマーケティングが展開されてきた。しかしながら、現在の消費市場では成熟化社会への移行とともに、人口構造が大きく変化したことから、それらに対応したビジネスモデルの創造が求められている。そのようななか、メーカー、小売業、飲食・サービス業などのあらゆる分野において、“先例”がないがゆえに、みな“手探り”の状態に陥っているのではないと思われる。

そこで本調査では、これからのシルバーマーケットを構成する活発な高齢者、アクティブシニアの“実像”を明らかにすべく、彼らの意識や行動の実態に迫った。

調査概要

調査時期：平成 16 年 2～3 月

調査対象：熊本市内、熊本市外、福岡市の在住の 55 歳以上の男女 1,655 人

調査方法：熊本県内は肥後銀行本支店を通じて調査票配布、福岡市はモニター利用
自記式。郵送回収。

有効回答：1,655 人（熊本市内 444 人、熊本市外 607 人、福岡市 604 人）

回答者の属性

（単位：人、％）

		熊本市内		熊本市外		福岡市		合計	
		人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比	人数	構成比
男性	55～59歳	56	26.5	78	25.9	102	33.8	236	29.0
	60～64歳	52	24.6	74	24.6	100	33.1	226	27.8
	65～69歳	35	16.6	65	21.6	48	15.9	148	18.2
	70歳以上	68	32.2	84	27.9	52	17.2	204	25.1
	合計	211	100.0	301	100.0	302	100.0	814	100.0
女性	55～59歳	68	29.2	95	31.0	100	33.1	263	31.3
	60～64歳	53	22.7	88	28.8	102	33.8	243	28.9
	65～69歳	49	21.0	64	20.9	56	18.5	169	20.1
	70歳以上	63	27.0	59	19.3	44	14.6	166	19.7
	合計	233	100.0	306	100.0	302	100.0	841	100.0
合計	55～59歳	124	27.9	173	28.5	202	33.4	499	30.2
	60～64歳	105	23.6	162	26.7	202	33.4	469	28.3
	65～69歳	84	18.9	129	21.3	104	17.2	317	19.2
	70歳以上	131	29.5	143	23.6	96	15.9	370	22.4
	合計	444	100.0	607	100.0	604	100.0	1,655	100.0

調査結果のポイント

- ・ “高齢者として意識する年齢”を 60 歳から 85 歳までの 5 歳刻みで尋ねたところ、最も多かったのは「70 歳」（39.8％）で、全体の平均では「73.4 歳」となった。
- ・ “お金をかけたいもの”を尋ねたところ、最も多かったのは「健康維持・増進」の 738 人（45.1％複数回答）であった。以下「国内旅行」693 人（42.4％同）、「友人との付き合い」519 人（31.8％同）、「子供や孫」472 人（23.9％同）となった。
- ・ 地区ごとにみると、熊本市では“男性がアクティブで、娯楽・遊び・趣味に関心が高い”、熊本市外では“現在の暮らしに対する満足度が高く、田舎暮らしを望んでいる”、福岡市では“女性がアクティブだが、全体的にはしっかりもので財布の紐がかたい”という特徴がうかがわれた。

1. 高齢者と意識する年齢

高齢者と意識する年齢は73.4歳！

自分の年齢よりも下の年齢を答えた人はわずか9.0%

高齢者と意識する年齢として、60歳から85歳まで5歳きざみの選択肢で尋ねたところ、最も多かったのは「70歳」の39.8%であり、以下「80歳」が23.5%、「75歳」が23.1%と続いている。「64歳以下」と回答した人はわずか2.4%、「65歳」と回答した人も同7.9%にすぎず、一般に抱かれているイメージ及び各種統計における定義とは大きく異なる結果となった。

高齢者と意識する年齢の各カテゴリー別平均値は、下表のとおりである。これによると、最も低い「熊本市内の55～59歳の男性」でも70.9歳、最も高い「熊本市内の70歳以上の女性」では76.1歳という結果で、全体を単純平均した結果は73.4歳であった。当然ながら、年齢が上がるほど平均値も高くなっているが、どの年代からみても“60代はまだ高齢者ではない”ということがわかる。

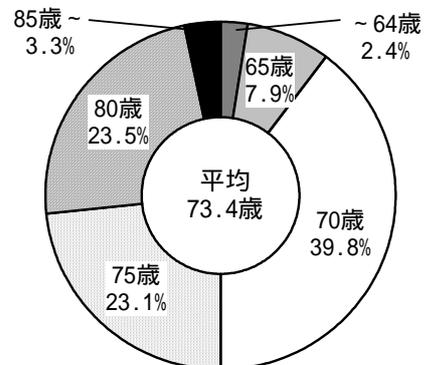
また、“高齢者と意識する年齢”と“現在の自分の年齢”とを比較してみると、「高齢者と意識する年齢<現在の自分の年齢」であったのは147人（無回答を除く1,625人中9.0%）にすぎず、「高齢者と意識する年齢=現在の自分の年齢」であった57人を合わせても204人（同12.6%）であった。すなわち、“自分はまだ高齢者ではない”と思っている人が圧倒的多数を占めているということである。実際、自由回答の中でも「今は不安・不満はないが、高齢者になったとき が不安だ」といった記述はかなり多く、しかもすべての年代においてみられた（70代でも「高齢者になったとき」と書いている例は散見される）。

この結果をみると、これまでの“高齢者向けのサービス”や“シルバービジネス”といったものが想定している年代と、実際のその年代の人々の意識はかなり大きく乖離している可能性が高いと考えられる。

高齢者と意識する年齢

(単位：歳)

		55～59歳	60～64歳	65～69歳	70歳以上
男性	熊本市内	70.9	72.7	73.4	75.9
	熊本市外	72.2	72.4	72.4	76.0
	福岡市	71.3	71.7	71.9	75.9
女性	熊本市内	73.3	73.8	73.0	76.1
	熊本市外	73.6	73.5	74.0	75.7
	福岡市	73.0	72.1	73.5	75.1

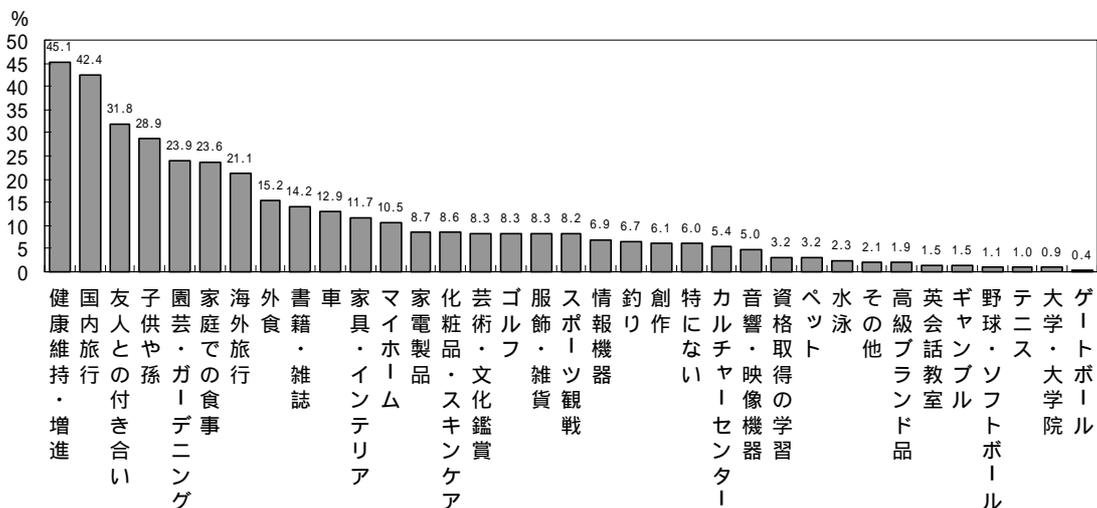


2. 現在お金をかけたいもの

「健康維持・増進」と「国内旅行」にはお金をかけたいシニア 家具・インテリア、情報機器は伸びるか？

「お金をかけたい」ものとして35項目について尋ねた結果、最も多かったのは「健康維持・増進」の45.1%であった。以下、「国内旅行」の42.4%、「友人との付き合い」の31.8%、「子供や孫」の28.9%、「園芸・ガーデニング」の23.9%、「家庭での食事」の23.6%などが続く。

現在お金をかけたいもの



以下、顕著な特徴がみられた項目について、コメントを加える。

健康維持・増進：24カテゴリー（3地区×2性別×4年代）中14カテゴリーで1位。どの年代においても“健康”は大きな関心事であり、お金もかけたいものだといえる。

国内旅行：24カテゴリー中10カテゴリーで1位と、娯楽・楽しみにおいて最も人気が高い項目である。熊本市内、特に65～69歳の男性では比率が高い。

友人との付き合い：どの地区でも比率が高く、シニア層が友人との付き合いを大事にしていることがわかる。男性よりも女性の比率が高く、年代別では60～64歳で比率が高い。

子供や孫：全体では熊本市外の比率が高いが、男性では熊本市内（特に60～64歳）が高い。男性では孫が可愛い60代で高いが、女性では孫が大きくなる70歳以上で高いことが特徴である。

園芸・ガーデニング：園芸・ガーデニングはどの地区でも人気が高いが、「お金をかけたい」となると、全般に“財布の紐がかたい”傾向のある福岡市の比率が低下する。

家庭での食事：女性の比率が高いのは当然だが、年代別では70歳以上で最も高いことが特徴的で、70歳以上では「総菜をよく買う」や「食料品の安全性に気をつける方だ」の

比率も高く、安全・安心な食品、及びそうした食材を使った少量の総菜を望む声は多い。

海外旅行：国内旅行と傾向は同じで、60～64歳の男性を筆頭にして熊本市内で比率が高めである。熊本市内の男性はかなり旅行好きであるといえそうである。

車：今回の調査対象は日本のモータリゼーションの流れとともに年齢を重ねてきた層であり、どの年代でも比率は高い。アクティブシニアにとって自家用車とは、交通手段として、もしくは楽しみとして、“なくてはならないもの”でお金もかけたいものようだ。

家具・インテリア：「マイホーム」は男性の比率が高いが、家具・インテリアは女性の比率が高い。55～59歳、60～64歳で比率が高く、今後市場が拡大する可能性がある。

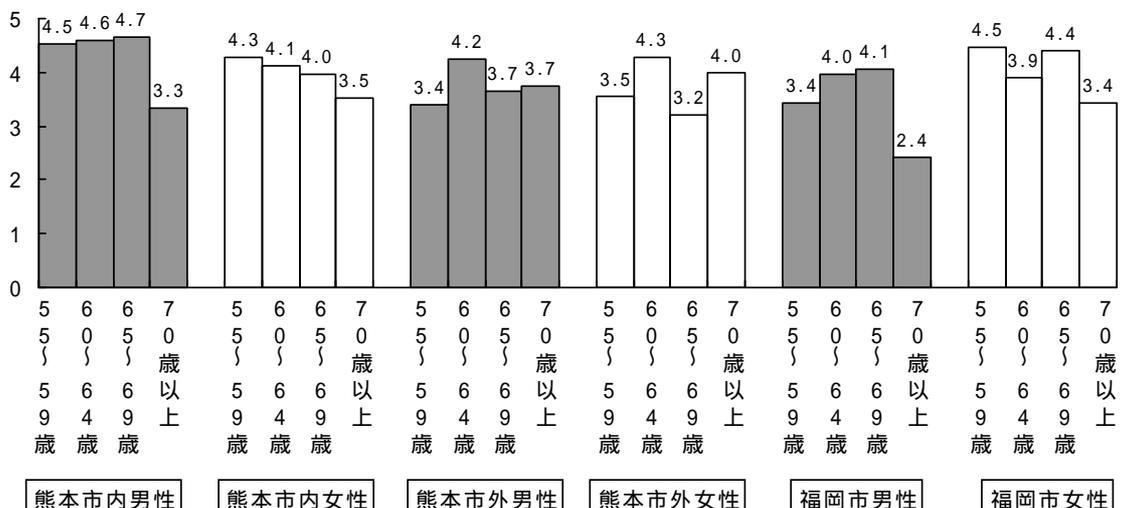
情報機器（パソコン等）：総じて男性の比率が高く、年齢が低いほど比率が高い。特に熊本市内の55～59歳の男性の比率は高く、今後の市場の拡大が見込める分野である。

「お金をかけたいもの」の一人当たり平均回答項目数をみると、熊本市内の70歳未満の男性の回答項目数が多いことが目立つ。福岡市では女性の方が多く、熊本市外では男女の差はほとんどないことと比較しても、熊本市内の男性はアクティブであると考えてよいだろう。「お金をかけたいもの」の内訳をみても、国内旅行、海外旅行、外食と、なかなか活発な余暇活動を行っている（もしくは行いたい）ようである。

熊本市外は、熊本市内と比較すると娯楽・楽しみの面ではやや消極的であるが、70歳以上という高齢になっても「お金をかけたい」の回答項目数が減少しないという特徴がみられる。熊本市外では、自営業・農業を含めて年齢が高くなっても仕事を続けている人が多いが、そのあたりが関係しているものと思われる。

福岡市は熊本市内とは逆で、趣味や楽しみに関しては女性がかかなりアクティブであり、特に芸術・文化関係で回答数が多いことが目につく。しかしながら、「お金をかけたい」の各項目では、福岡市は総じて他地区よりも低い数字となっており、趣味・楽しみは多いものの“財布の紐はかたい”傾向がみてとれる。

「お金をかけたいもの」の平均回答項目数



3. 考え方・意識

戸建て志向が強く、健康や食への関心高いシニア

熊本市内：のんびり、熊本市外：充足、福岡市：不安感強い

考え方や意識面で「あてはまる」の比率が高かったのは、「マンションやアパートより一戸建ての方が良い」、「健康を維持・増進するために努力している」、「自分や家族が食べる食料品の安全性に気をつける方だ」であった。一方、「パソコンや携帯電話でよくメールをする」、「総菜をよく買う」、「外食をよくする」では「あてはまらない」の比率が高かった。

熊本市内で特徴的なことは、「老後の健康面・経済面に不安を感じる」といった項目で「あてはまる」の比率が低いことである。娯楽・楽しみに積極的であることに加えて、熊本市内のシニア層は危機感・不安感が弱めでのんびりしているという特徴を持っている。

熊本市外の最大の特徴は、「田舎暮らしに憧れている」、「地域の行事や会合には積極的に参加している」、「若い頃より、今の生活に充実感を感じる」といった項目で、「あてはまる」の比率がかなり高いことである。現在実際に“田舎暮らし”をしている人が多い熊本市外で強い“田舎志向”がみられ、また「今の生活に充実感を感じる」という回答が多いことも考えると、熊本市外においては現在の暮らしへの満足度が高いことがうかがえる。

福岡市は熊本市内とは逆で、「老後の健康面・経済面に不安を感じる」などで「あてはまる」の比率が高い。また「今の生活に充実感を感じる」で「あてはまらない」という回答が多く、現在および将来に向けての不安感・危機感が強めであるといえる。

熊本市内・熊本市外の特徴的項目

