

# 消費に、労働に……ますます高まるシニアのパワー

人口に占める高齢者の割合が高まりつつあるいま、シニア層は消費の一翼を担っている存在であり、その層の関心事を知ることは、商品開発への近道になりそうだ。ソニー生命保険が実施した『シニアの生活意識調査2016』（2016年12月）で、全国のシニア（50～79歳の男女）に、「現在、関心があること」を聞いたところ、上位5つは「健康」「旅行」「お金・財産」「グルメ」「政治経済」。特に女性は健康への意識が高い人が多く、4人に3人の割合だった。一方、男性は「政治経済」「スポーツ」などの項目において、女性よりも関心がある人が多かった。

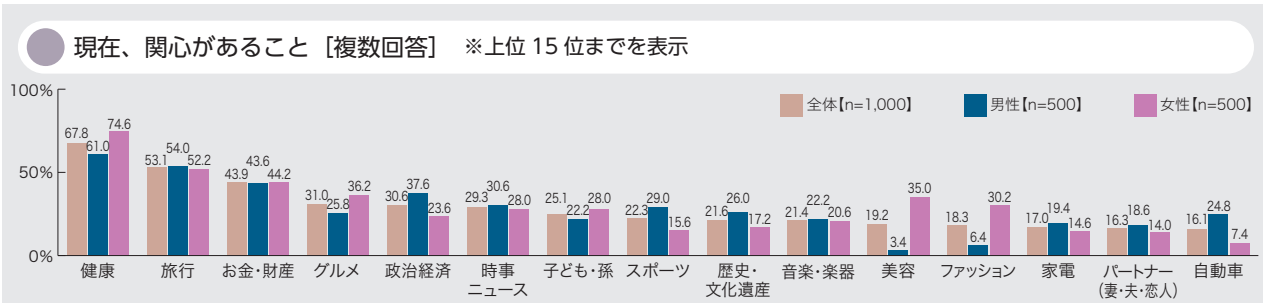
シニア層は有力な消費者であると同時に、政府の「一億総活躍」の後押しもあり、労働力としても期待されている。「65歳以降に、仕事をしたいか、仕事はしたくないか」という質問には、「したくない」と回答した人が多いものの、「したい」人も3人に1人いて、男

性の労働意欲が高いことがわかった。「65歳以降の仕事で重視したこと・重視したいこと」は、「賃金」よりも、やはり「体力的な負担が軽い」が最も多かった。

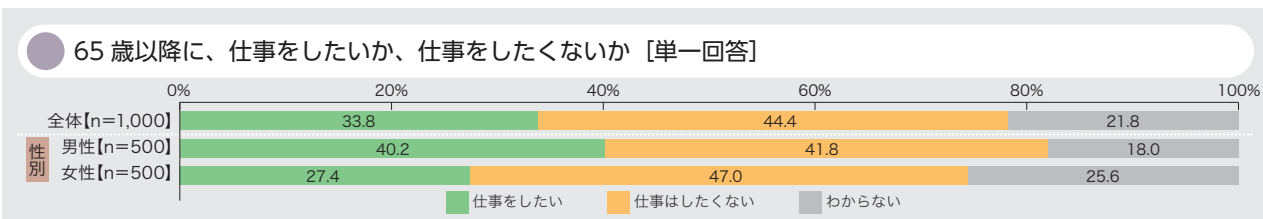
調査では、シニアのスマートフォン利用やSNS、無料通信アプリの利用についても聞いている。

「スマートフォン」を利用しているシニアは40.9%と半数に迫る勢いだが、「タブレット端末」は19.6%にとどまっている。昨年に比べると、「タブレット端末」の利用は横ばいだが、「スマートフォン」の利用は増えてきている。また、「Facebook」は24.2%、「LINE」は30.8%の利用率で、これも「Facebook」の横ばいに対し、「LINE」の利用率は2013年と比べて3倍近く上昇。「スマホでLINE」のスタイルが、シニア世代にも浸透しつつあるようだ。

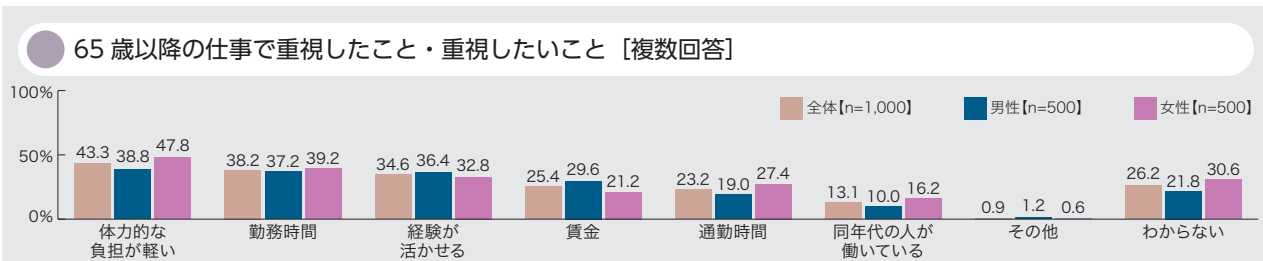
デジタルツールを使いこなせるシニアの台頭は、市場に職場に、どのような影響をもたらすのであろうか。



[1] シニアの関心事



[2] 65歳以降の就業意向



[3] シニアの仕事選び

出所：[1][2][3] ソニー生命保険株式会社『シニアの生活意識調査2016』（2016年12月）