

『まいごばなし』

※スパークスのボトムアップ・リサーチを通じて、
MY小話として舞妓さんが日本株の情報をお伝えします。
スパークスの日本株の情報発信レポート



第45号(2010年9月6日)

「アクティブシニアの消費行動」

団塊の世代が大量退職を迎え、今後日本は人口の高齢化が急速に進展します。人口動態の変化による、都市部への人口集中や医療・介護といった高齢者向けサービスの拡大は容易に想像が付きまします。一方で、このシニア層は、貯蓄率が高く低迷している日本の消費を牽引する購買層としても注目できるのです。この層は、趣味や娯楽に興味を持ち、アクティブに行動するため、『アクティブシニア』と呼ばれています。

ここでは、アクティブシニア層の消費行動により、市場拡大が期待できるビジネス、産業に注目したいと思えます。

キーワードは、『時間』『こだわり消費』『コミュニティ』だと考えています。

1点目は、就業時に比べ時間に余裕があるため、余暇・趣味などへの支出が増加すると考えられます。

2点目は、高度成長期に青年時代を過ごした人たちであり、物や考え方にこだわりを持っており、消費行動も選択的だと考えられます。

3点目は、ひとり暮らしのシニアが増加することもあり、コミュニティに参加し、近所付き合いや同じ趣味を持つ人たちとの関係に関心があると考えられます。

先日日本でIPadが発売されたニュースは、みなさんも記憶に新しいかと思えます。若者が列をなして購入する中に、いくつかのニュースで取り上げていた60代以上のアクティブシニア層が購入していたシーンが印象的でした。考えてみると、PCが本格的に普及したのは80年代後半からであり、今後リタイアするアクティブシニア層は、インターネットに抵抗感が少ない世代であり、余暇時間のあるシニア層がインターネット市場の拡大に弾みをつけるかもしれません。

特に注目したいのがミクシィなどのSNSサービスです。SNSサービスは中心ユーザー層は20歳から30歳ですが、近年は50歳以上の利用者数も増加しています。



本資料は、スパークス・アセット・マネジメントが情報提供のみを目的として作成したものであり、金融商品取引法に基づく開示書類ではありません。また特定の有価証券の取引を勧誘する目的で提供されるものではありません。スパークス・アセット・マネジメントとその関連会社は、本資料に含まれた数値、情報、意見、その他の記述の正確性、完全性、妥当性等を保証するものではなく、当該数値、情報、意見、その他の記述を使用した、またはこれらに依拠したことに基づく損害、損失または結果についてもなんら補償するものではありません。ここに記載された内容は、資料作成時点のものであり、今後予告することなしに変更されることもあります。また、過去の実績に関する数値等は、将来の結果をお約束するものではありません。この資料の著作権はスパークス・アセット・マネジメントに属し、その目的を問わず書面による承諾を得ることなく引用または複製することを禁じます。



『まいこばなし』

スパークスの日本株の情報発信レポート



単身シニアが増加し、ふれあいの場が減少する中、共通の趣味や嗜好を持った仲間や同世代の仲間と語り合えるコミュニティとして今後はシニア層の拡大が期待されます。実際、50代以上の利用者也年率40%のペースで増加しています。

時間消費である余暇・娯楽では、ゴルフ、旅行、スポーツジム、ペット飼育などが有望な市場です。特にスポーツジムは、単なる健康管理の場ではなく、近所の人たちとのコミュニティの場にもなっています。旅行では、シニア専門旅行会社として安さより安心・安全を重視したプラン旅行を企画する会社もでてきています。

こだわり消費も注目されます。オートバイやファッション、化粧品など様々な分野でこだわり商品のヒットがでてきています。化粧品では、アンチエイジングを対象にした商品がここ数年ヒットしています。

例えば、ロート製薬が中高年層を対象に発売した「50の恵み」や「Obagi(オバジ)」は高価格にもかかわらず、その効果が評価され順調に売上を伸ばしています。シニア層の品質へのこだわりが感じられます。

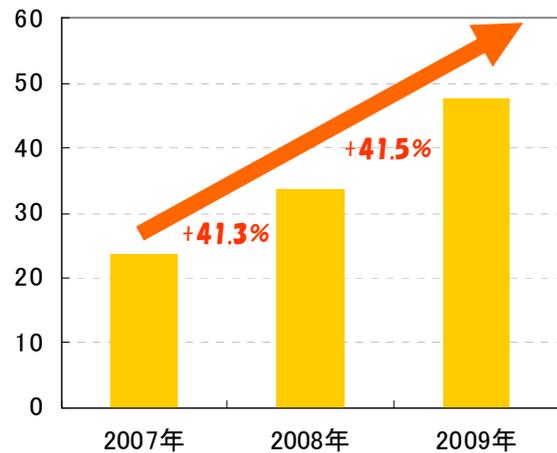
シニアというやや暗いイメージを持ちがちですが、発想を転換し、日本の今後の消費を牽引する層としてアクティブシニアの消費行動は注目されると思います。

最後に仮説として長期的にみて面白いと思っているのがゲーム業界です。少子化の進展で業界は厳しい環境にあります。しかし、4年前にゲーム人口拡大を目指して出したWiiフィットや脳トレは大ヒットしました。任天堂は2つのソフトともシニア層をターゲットして出したものではありません。しかし、ファミコンがはじめて発売されたのが1983年です。すでに発売されてから30年弱経ちました。当時20代、30代の大人が今後シニアになってくるわけで、Wiiフィットのような新しいソフトが提供できれば数年後は大ヒットになっているかもしれません。

※上記はあくまでも当コラムの内容の理解を深めていただくためのご参考資料であり、特定の有価証券を推奨しているものではありません。

※当コラムは執筆者の見解が含まれている場合があり、スパークス・アセット・マネジメント株式会社の見解と異なることがあります。

(万人) 急増するミクシィの50歳以上の利用者



出所:ミクシィ会社説明資料

当該銘柄を推奨するものではありません。



本資料は、スパークス・アセット・マネジメントが情報提供のみを目的として作成したものであり、金融商品取引法に基づく開示書類ではありません。また特定の有価証券の取引を勧誘する目的で提供されるものではありません。スパークス・アセット・マネジメントとその関連会社は、本資料に含まれた数値、情報、意見、その他の記述の正確性、完全性、妥当性等を保証するものではなく、当該数値、情報、意見、その他の記述を使用した、またはこれらに依拠したことに基づく損害、損失または結果についてもなんら補償するものではありません。ここに記載された内容は、資料作成時点のものであり、今後予告することなしに変更されることもあります。また、過去の実績に関する数値等は、将来の結果をお約束するものではありません。この資料の著作権はスパークス・アセット・マネジメントに属し、その目的を問わず書面による承諾を得ることなく引用または複製することを禁じます。