

# i-Fact 特集① 『シニアの消費と暮らし』 見どころ

現在、我が国では「4人に1人が高齢者」という、世界に類を見ない高齢社会となっている。高齢者の中でも、概ね健康で自立した生活をしている55～69歳の「アクティブシニア」は既に2,500万人を超え、今後の消費の主力になることが見込まれている。

企業のマーケティング活動においても、シニアはそのターゲットとして注目されており、市場ではその特性に配慮した様々な商品やサービスが現れ始めている。

今回の特集では、様々なデータから「シニアとはどんな特徴を持った人たちなのか？」「その特徴のどこに着目すれば良いか？」について考えてみたい。

## 【本特集の構成とポイント】

### ○ シニアをめぐる状況

- 今後は「単身の高齢世帯」が確実に増加。
- TVや映画、新聞等のメディアをよくみている。

### ○ シニアの暮らしぶり

- シニアには総じて自由に使えるお金と時間があり、趣味的消費を謳歌している。

### ○ SCIからみた、70代シニアの購買行動

- 健康維持アイテムの購買が盛ん。まとめ買いや自宅に配送してもらう傾向がある。

### ○ シニア市場への対応を考えるにあたって

- メガトレンドに沿って、シニアの社会的課題に着目する。

