

## 団塊世代の大量退職をビジネスチャンスに生かせ

(本稿は、7月18日付千葉日報に掲載されたものです)

株式会社ちばぎん総合研究所  
常務取締役 平田 直

1947年から49年に生まれた団塊世代(全国で約680万人、1都3県で約183万人)が来年から60歳定年を迎え大量退職が始まる。そのため、新たな需要創出や売り上げ増加を期待する声が聞かれる一方で、既に60歳前に転籍済みの人も多く、その際に退職金を受け取り、夫婦で海外旅行も行ったので、あとは地味に暮らすから来年以降も余り大きな需要増の期待はできないとの慎重な見方もあり、全体として総消費をどれだけ押し上げる効果があるのか、本当のところはよく分からない。

マクロ統計をみると、WHO(世界保健機関)の世界の健康レポートによれば、わが国の平均寿命(2004年)は男女計で82歳、健康寿命(02年)は同75歳で断トツの世界一なので、団塊世代は60歳で定年退職後も少なくとも15~20年間以上は、巨大な消費市場になるとの想定はできる。現に、県内の企業や商店等でも長期的な経営戦略を立てて、団塊シニア市場の取り込みに力を入れようとしている先も少なくない。

私は、団塊世代がわが国の年代別人口構成の中で、絶対数が多いこと、上質で価値のあるものには惜しみなくカネを使う傾向が強いことなどを考えれば、大量退職によって、少なくとも以下の分野、業界には、プラスの影響が出てくるのではないかと考える。

### ◎病院、レストラン、農・漁業

一定年退職すると、会社での定期検診がなくなり、個人の健康管理に委ねられるため、これまで以上に健康維持に気を使うし、メディカルチェックを受ける機会も増えると考えられる。食事でも脂っこいものを避けて、野菜や魚類中心のヘルシーなものや減塩メニューが多くなるだろう。

### ◎住宅リフォーム業界

一退職金を受け取ったのを機に、傷んだ住宅の修繕に加え、子供部屋だったものを趣味の部屋に模様替えするとか、将来を見越して家の中をバリアフリー仕様にするなど住宅リフォームニーズが高まるだろう。

### ◎旅行会社、観光関連業界

一定期券を手放し、革靴からスニーカーへ履き替え、背広を脱ぎ、ネクタイを外し、会社人間から解放される。旅行商品であれば、金と時間があって、自由度も高いだけに、「旅先の最良の季節」でしかも平日で混雑しないものが選ばれるだろう。

### ◎百貨店、商店

一少子化でNO孫族(孫がいないおじいちゃん、おばあちゃんのこと)も少なくないようだが、孫に恵まれたおじいちゃん、おばあちゃんは孫と接する時間も増え、孫育てをしながら、孫への支出も増えてくるのではないかと。

### ◎趣味の専門店、カルチャーセンター

---

---

●本紙面に記載されているあらゆる内容の著作権は、株式会社ちばぎん総合研究所及び情報提供者に帰属し、いかなる目的であれ無断での複製、転載、転送、改編、修正、追加など一切の行為を禁じます。

株式会社 ちばぎん総合研究所  
TEL 043-207-0621  
FAX 043-207-0731

—第二の人生を有意義に過ごすために、音楽レッスン(楽器の演奏、コーラスなど)、農作業、ガーデニング、男の料理教室、絵画など自分の好きなことをする人たちが増えるだろう。

◎生涯学習産業、大学・大学院

—団塊世代の交流、学習、能力開発等への関心の高さからみて、将来的には生涯学習産業の主要なユーザーになりうるのではないか。また、大学や大学院へ入学して研究をする人たちも出てくるだろう。

◎金融機関、証券会社

—来年からの3年間の団塊世代への退職金支払額は約50兆円(第一生命経済研究所推計)といわれる。そのため、金融機関や証券会社では、預かり資産や遺言信託などの金融商品への取り込みに力を入れるだろう。

60歳で定年退職して10年後に70歳台になると、人によっては、足腰が弱って日常的な食料品や生活用品は家の近くの地域商店街で買い物をすることが多くなることが予想される。

先日、久しぶりに東京巣鴨の地蔵通り商店街を歩いたが、高齢者向け商品を豊富に取り揃えているほか、情報交換や交流の場としてカラオケルームを提供するなど、高齢者に魅力的な街づくりに力を注いでいる。そこでは、高齢者たちが生き生きと買い物や食事などを楽しんでいる。

これからの地域商店街は、下表の年代別世帯数構成の変化(20~40歳台の標準世帯の構成が大幅低下、50~64歳および65歳以上の単独と夫婦のみの世帯構成が大幅上昇)を踏まえた販売戦略や商品対応をとらなければ売り上げを伸ばすのは難しい。特に、高齢者に来てもらえないような商店街は消費人口の四分の一から三分の一の顧客(15歳以上の人口に占める65歳以上の割合は10年で26.0%、20年では31.7%、00年国勢調査中位推計)をなくすることになる。そのため、今後の地域商店街生き残りのためには、高齢者消費ニーズにマッチした魅力的な品ぞろえが絶対条件になるだろう。

1980年と2007年の年代別世帯数構成の変化

(単位:%)

		単 独	夫婦のみ	標 準	ひとり親+子	その他
20~29 歳	1980 年	8.1	1.6	3.0	-	-
	2007 年	6.6	0.7	1.0	-	-
30~39 歳	1980 年	2.8	1.6	14.7	1.2	3.2
	2007 年	4.5	2.3	7.3	1.3	1.0
40~49 歳	1980 年	1.7	1.2	13.8	1.7	4.9
	2007 年	3.2	1.2	7.4	2.0	1.9
50~64 歳	1980 年	3.0	4.6	9.1	1.8	7.0
	2007 年	5.9	6.0	9.6	2.9	4.8
65 歳~	1980 年	2.5	3.5	1.5	0.7	3.9
	2007 年	8.5	10.2	4.0	2.0	4.2

出所:日本の世帯数の将来推計 人口問題研究所(00年の国勢調査が基準)

(注)標準とは、夫婦と子供の世帯。

今後 Business Letter が不要の方は、お手数ですが F A X 番号をご記入のうえ、  
F A X 0 4 3 - 2 0 7 - 0 7 3 1 まで返信をお願いします。

Business Letter 不要 (チェックをお願いします) F A X 番号 ( )

●本紙面に記載されているあらゆる内容の著作権は、株式会社ちばぎん総合研究所及び情報提供者に帰属し、いかなる目的であれ無断での複製、転載、転送、改編、修正、追加など一切の行為を禁じます。

株式会社 ちばぎん総合研究所

TEL 0 4 3 - 2 0 7 - 0 6 2 1

FAX 0 4 3 - 2 0 7 - 0 7 3 1