

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

『超高齢社会マーケティング 8 つのキーワードで攻略する新・注目市 場の鉱脈』 電通シニアプロジェクト・齊藤

徹編著 ダイヤモンド社 2000円+税

本書は、超高齢化社会をどのように捉え、いかにビジネスを展開していくかについて、2000年からスタートした電通シニアプロジェクトがまとめたものです。副題になっている8つのキーワードについて簡単にまとめてみます。自社では、どのように使えるのか、考えながら読んでみてください。

1.自分ゴト化：「この商品は自分向きだ」「このサービスは私のために用意されている」、つまり自分ゴトとして感じてもらえれば、興味喚起率は格段に向上する。たとえば、タブレット端末を見せて、多機能性を説明しても、高齢者は覚えるべきことが多すぎるとハードルを感じ、購入を躊躇する。そうではなく、ハイキング好きな人には外出のときにルート検索ができる地図機能がついているとワンポイントで説明する。

2.キモチ年齢・カラダ年齢：最近の高齢者は気持ちが若い。自らを「シルバー世代」などと呼ばれることを嫌う。しかし、加齢に伴う肉体的な変化は好むと好まざるとにかかわらず意識せざるを得ない。キモチとカラダの年齢ギャップをどう埋めるか、そこにビジネスチャンスがある。気持ちは若くありたいと願いつつ、なかなか身体はその通りには従ってくれない。とにかく何をしても疲れやすくなる。それゆえ何をすることも疲れやすいことを志向する。だから、疲れやすいことを前提に高齢者に対する商品やサービスを組み立てておしてみる。

3.時間消費：物を十分に保有し、新しい物に

簡単に飛びつかない高齢者の本質的なニーズは、時間消費にある。時間が余っているのだ。たとえばテレビの平均視聴時間は、50代で平均4時間程だが、70代では7時間を超える。

高齢者にとって、平日と土日、また年間を通じて繁忙期や閑散期とは無縁である。これを事業やサービス提供者から見れば、自社のピークタイムやオフタイムといった繁閑差を上手く調整していくための顧客として捉えることができる。たとえば、午前中の映画館、閑散期の旅館、観光地に誘導する。

自由時間の増加はまた、エンターテインメントや趣味関連の市場を拡大する。1円パチンコ、カラオケ平日割もシニア層を集めている。

4.多死社会：終末期への関心と不安に対処

5.おひとりさま：65歳以上の世帯の中で増加するのは圧倒的に単独世帯である。世の中ではすでにさまざまな動きが起こっている。コンビニの商品パックの小分け化、飲食レストランのカウンター席や2人席の増加、おひとり参加限定の旅などである。また、話し相手ビジネスのようなものもある。

6.なじみとこだわり：一般に年を重ねると、新しいことを覚えたり、学んだりすることが次第に億劫になり、できるだけ楽をしたいと考えるようになる。そこで、高齢者のなじみになることが重要になる。たとえば、通信販売で、初回注文すればあとは毎月自動的に届くスタイルだ。店を選ぶ基準も、「価格を比較して少しでも安い店を選ぶ」のは、女性30台で53%だが、60代では27%である。なじみの重要性がわかる。

7.納得コミュニケーション：高齢者コミュニケーションで重要なポイントは、人的対応を通じた意見交換

8.第3の場所：たむろできる場所がヒント。

この月刊サワネを、お知り合いの方に見せてあげてください、きっと喜んでいただけます。

景気動向

景気の状態について、帝国データバンクの景気動向調査からかいつまんでお話しします。

<http://www.tdb-di.com/visitors/index.htm>

2015年2月の動向をみると、国内景気、全国的に底入れ、自動車輸出の好調が関連業界に波及しているとしています。全国的にみると景気はいいのですが、岡山はどうなっているのでしょうか。

岡山は、3ヵ月連続で改善していますが、小幅な伸びにとどまっています。また、中国5県の中では、広島、山口に次いで3位に後退し、景気動向指数は44.5と、全国平均の状況を0.6ポイント下回り、順位も前月の第17位から第25位に大きく後退しました。景気動向指数では、景気の良しあしの目安は50です。

岡山は3ヵ月連続で改善したが、全国順位の後退や景気判断の分かれ目となる景気動向指数50を下回るなど、懸念材料は残されている。企業からは、「鉄鋼業界の好況に支えられて順調」の声が聞かれるものの、「様子見状態が続いている」や「補正予算が少なく引き合いが非常に少ない」「いまだ反動から回復せず冷え込んだまま」など、景況感としては芳しくない意見が多かったようです。先行き見通しを含めて改善傾向にはあるが、全国平均とは開きがあり、業界別格差も目立つことから、本格的な景気回復には至っていないということで、要するに岡山はよくないようです。

そのような状況の中で、2015年度は、人手不足による業績への懸念が一段と高まっているようで、経営面で一層努力していく必要があるようです。つまり、何らかの対策を打ちたいところです。

補助金

中小企業はアベノミクス不況のさなかだという声もありますが、安倍内閣は、中小企業活性化のためのアベノミクス第二弾を打ち出しています。そのいくつかを、日経トップリーダー3月号及びネットに公開されている情報を元に紹介します。

(1) **ものづくり・商業・サービス革新補助金**：新しい商品、サービスの開発、業務プロセスの改善といった事業革新に取り組む際の費用の3分の2を補助。

(2) **創業・第二創業補助金**：事業承継に伴い、既存事業を廃業して業態転換する第二創業の場合も対象になり、費用の3分の2を補助。創業の場合は、上限が200万円、第二創業の場合は1000万円となっている。

(3) **販路開拓支援**（小規模事業者支援パッケージ事業）：小規模事業者が、商工会・商工会議所と一体となって、販路開拓に取り組む費用（チラシ作成費用や商談会参加のための運賃など）を支援。

特に(1)と(2)については、補助金申請サポートがあります。サポートを受ける資格があるのは、従業員が20人以下（商業・サービス業（宿泊業・娯楽業は除く））の場合は5人以下）の法人・個人事業です。ここにチラシがあります⇒

<http://www.chusho.meti.go.jp/keiei/shokibo/2015/150309shokibo2.pdf>

ネット情報は次のとおりです。

中小企業庁

<http://www.chusho.meti.go.jp/hojyokin/>

内閣府

http://www5.cao.go.jp/keizai1/keizaitaisaku/followup/followup01/shinchoku_2-2-1.html