

平成 17 年度調査・研究事業

## 団塊の世代を対象とする新市場開拓(マーケティング戦略)に関する調査

### 【概要】

少子・高齢社会においては、医療・福祉関連や高齢者市場は数少ない成長分野であると思料されるが、後者を考える上での重要なファクターとして、いわゆる団塊の世代の行動が各分野から注目されている。

本調査では、経済的に余裕があり、リタイアに伴って時間的にも余裕の生まれる団塊の世代の意識・意向・リタイア後の行動等を、アンケート調査やヒアリング調査等を通じて予想・予測し、それを基に、製造業や観光関連のサービス業等既存産業の商品・サービスの機能・付加価値のあり方等を探り、地域の事業者等に提供(発信)するとともに(マーケティング戦略)、それに対応した新たな産業(業種、分野等)の創出可能性を模索し、地域の活性化に寄与しようとしたものである。

さらに、併せて、団塊の世代のU・J・Iターン(人材の還流)の可能性も調査することによって、豊富なスキルを有する高齢人材の活用を念頭に置いた地域企業における2007年問題対策、あるいは、地域の人口減少緩和方策等の可能性を探った。

### 【対象市町村、モデル地域等】

東北全域

### 【調査年度】

平成 17 年度

### 【提案・要請者】

### 【提言内容・その後の活動等】

東北および首都圏に居住する「団塊の世代」を中心とする方達を対象に、「商品・サービス」、「余暇・旅行」、「人材活用」および「人材誘致」の4つの市場についてアンケート調査を実施し、意識や志向を把握するとともに、特徴を分析した。その結果、「団塊の世代」は「こだわり」を有し「積極的」に活動するいわゆる「アクティブシニア」の存在が他の年代に比して多く見られた。この層はオピニオンリーダー的存在として周囲への影響が大きいことから各市場において、この層を対象にマーケティング戦略を立てることが有効と考えられる。

また、各市場における活性化方策の検討と提言を行った。

<東北地域の活性化方策>

- ◆ 財・サービス市場:健康・自然志向に訴求した商品開発や商品イメージ戦略が有効。
- ◆ 余暇・旅行市場:旅行市場において、東北地域の素材を活かした「ちょっとした贅沢」、「プチ贅沢」、「本物」を演出するサービスで他地域と差別化することが有効。
  - ・ 学習志向に対応すべく、専門ガイド付やセミナー、講座を旅行内容に加えることも有効。
- ◆ 人材活用市場:地域として地域・社会活動への参加を促すために、自発性を引き出すような支援が有効。
  - ・ 地域・社会活動への参加の「きっかけ」づくりや、従来の企業的組織の発想変更も含めて、現役時から地域によ

る研修等を実施し、スムーズに移行できる環境を整備することも有効。

◆ 人材誘致市場：移住誘致活動には各地域の地道な活動、具体的には体験ツアーや移住者との懇談会による生の情報提供や、地域の特性を活かした誘致戦略が求められる。

・ 短期滞在可能な「プチ移住」、「二地域居住」のようなニーズもあると考えられ、ヨーロッパの「バカンス」のように地域の既存資源を有効に活用して短期滞在型ニーズに対応することも有効。

## 【成果品】

報告書(在庫なし)、書籍

## 【調査体制】

委員会

## 【委員長・座長】

細谷 昴 東北大学名誉教授など

## 【事務局】(IVICT は除く)

荒谷 隆則 財団法人北海道東北地域経済総合研究所専務理事

中川 裕一 財団法人北海道東北地域経済総合研究所事務局長

土田 竜摩 財団法人北海道東北地域経済総合研究所主任研究員

## 【調査協力機関】

財団法人北海道東北地域経済総合研究所

## 【視察先・ヒアリング先など】

## 【委員等】(分科会等は除く)

海野 道郎 東北大学大学院文学研究科教授

鈴木 好喜 南相馬市企画部次長兼政策経営課長

熊谷 弘夫 売れる店づくり研究所・取締役社長

志賀 秀一 株式会社東北地域環境研究室代表

紅邑 晶子 せんだい・みやぎNPOセンター専務理事・事務局長

小野 晋 社団法人東北経済連合会地域政策部長

青柳 達夫 財団法人東北産業活性化センター専務理事

## 【特記事項】

## 【区分】

産業活性化に関する調査・研究