

団塊市場

「シニアが集うカフェ」が大流行する！

「団塊市場」という
マス・マーケットは存在しない

団塊市場を語る時、必ず出てくるのが「二〇〇七年問題」ですが、私は、これは誤解だらけだと思っています。第一に団塊世代は一斉に定年退職しない。定年の延長や早期退職などで、退職の年齢は多様化しています。そして何より、団塊世代の半分以上を占める女性たちの多くは、とうの昔に退職しているんです。「団塊世代が一斉退職するので云々」というのが、いかに男性の視点に偏っているか、おわかりでしょう。第二に人口の多いこの世代が同じような消費行動をするというの、高度成長期の発想です。モノや情報が溢れる今、同じ団塊でも消費行動は多様化しています。「団塊市場」というマス・マーケットは存在しないことを肝に銘じたうえで、市場をどう眺めるか。

それはアメリカには成功・失敗事例が日本よりも多くあるからです。多様化する市場という点でも似ている。もちろん違いもありますが、単にビジネスをマネするのではなく、その背後にある柔軟な発想や工夫を大いに参考にすべきでしょう。例えばアメリカには「カーブス」というフィットネスクラブがあります。フ

イトネス市場の規模はここ数年変わらず、いわゆる

約半額です。これらは中高年女性がなぜ、従来のフィットネスに行かないかを徹底的に調べて工夫した結果です。飽和市場の隣には、必ず不満・不便などの「不」があります。「おばさんはうるさいし、ケチ」。皆がそう思っただけで避けていたところに、チャンスはあったのです。もう一つ、日本でも求められていくと思うものに、職場が変わる「第三の場所」があります。退職すると毎日定期的に行

ないというのがポイントです。カフェの隣のスペースにはパソコンやダンス教室など多彩なプログラムがある。さらに、お客様が運営に関われる仕組みもある。日本のシニア市場でも、出合いの機会を売るという発想が求められています。こうした予感には自分の問題意識を深めていくと強くなります。いわば「全身アンテナ」かな。そしてそれが正しいと思つたら「本気」で言い続けると実現に向か



「全身アンテナ」で察知したことを「本気で」言い続ける

●村田アソシエイツ代表

村田裕之
Hiroyuki Murata

フランス国立ポンゼシヨセ工科
大学院国際経営学部修了(MBA)。
多くの民間企業の新事業開発に
参画する一方、シニアビジネスの
第一人者として日米シニアビジネス
に関する講演、新聞・雑誌への
執筆多数。近著に『団塊・シニア
ビジネス7つの発想転換』がある。

飽和状態。日米ともに限られたパイの奪い合いになっていきますが、カーブスは、中高年女性の気持ちを掴み、急成長しました。女性専用で男性の目が気にならないし、中高年女性使いやすい独自の機器を使い、おしゃべりしながら、わずか三〇分で一通りの運動が終了します。これだと汗もあまりかかないから、シャワーや着替えも必要なし。価格は従来型の

く場所がなくなりますが「老人クラブなんて自分の行くところじゃない」という人が増えているのは日米共通。そこで注目されているのが、シカゴの「マザー・カフェ・プラス」です。いわばシニアのためのスターバックスですね。シニア向けという、手すりをつけたり福祉的な要素ばかりを考えがちですが、ここはお洒落で、スタッフも若い。年寄りくさく

っていく。アラン・ケイというマッキントッシュの生みの親は未来を予測する最良の方法はそれをつくることだと言いました。市場を予測して「この商品設計しよう」では遅い。予測している間に世の中は変わりますから。今後はお客様を巻き込んで商品やサービスを開発するとう、お客様にも担い手になってもらうやり方が成功の鍵になると思います。