

第6章

高齢者が求める 商品・サービス

ここでは、静岡文化芸術大学坂本光司研究室が株式会社ルーパスと共同し、60歳以上の男女を対象に実施した（平成17年10月）アンケート調査結果（回答者433名）をベースに、高齢者が求める商品やサービスあるいは商店経営等についてみる。

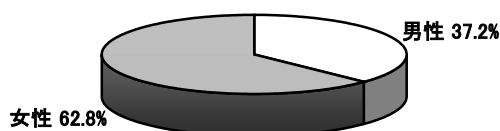
前章までにデータから予測される高齢社会の様々な姿をみてきたが、現在の高齢者層の“生の声”は、はたしてどうであろうか。

1. 回答者の属性

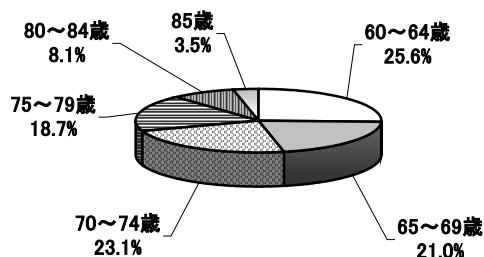
内容に入る前に、回答者の属性を概観する。総回答数は433名で、その内回答者の性別は、男性161名(37.2%)、女性272名(62.8%)である(図表6-1-1)。また回答者の年齢は、最も多いのが「60～64歳」の25.6%、以下「70～74歳」23.1%、「65～69歳」21.0%、「75～79歳」18.7%、「80～84歳」8.1%、「85歳以上」は3.5%である(図表6-1-2)。

世帯構成別では、最も多かったのが「子供たちと同居」の55.4%、以下「夫婦二人暮らし」32.6%、「一人暮らし」は7.2%となっている(図表6-1-3)。

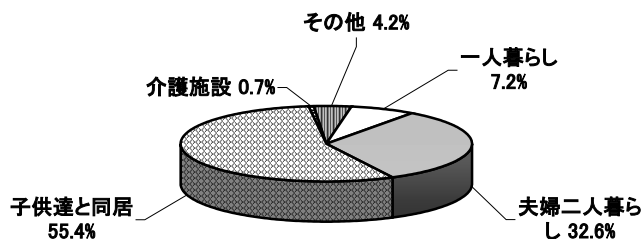
図表6-1-1 アンケート回答者の性別



図表6-1-2 アンケート回答者の年齢



図表6-1-3 アンケート回答者の世帯構成

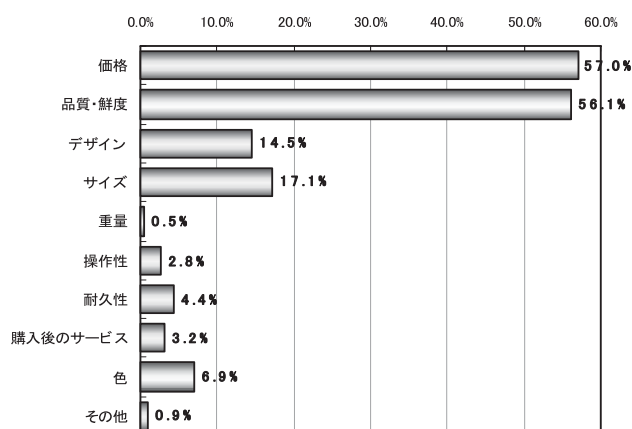


2. 高齢者が商品を購入するときに重視すること

①日用品

『日用品を購入する際に重視すること』で多かったのは、「価格」(57.0%)と「品質・鮮度」(56.1%)。価格、品質などの基本的要素に続くものとして「サイズ」(17.1%)、「デザイン」(14.5%)が重視されている(図表 6-2-1)。

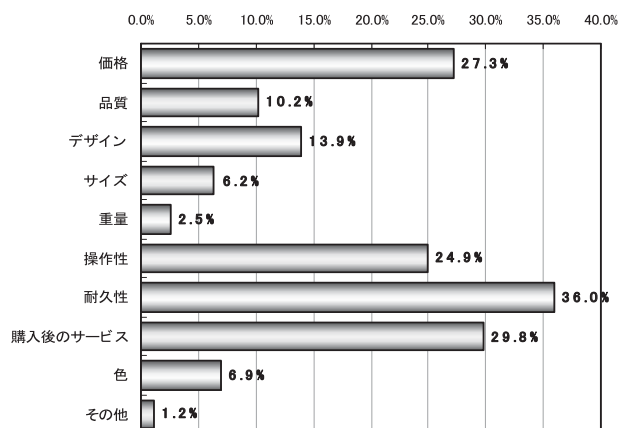
図表 6-2-1 日用品を購入する際に何を重視するか



②耐久消費財

『耐久消費財を購入する際に重視すること』で最も多かったのは、「耐久性」の36.0%、以下「購入後のサービス」(29.8%)、「価格」(27.3%)、「操作性」(24.9%)がほぼ同水準で続くが、「デザイン」(13.9%)や「品質」(10.2%)よりも“アフターサービス”や“操作の容易さ”などが重視されていることが注目される(図表 6-2-2)。

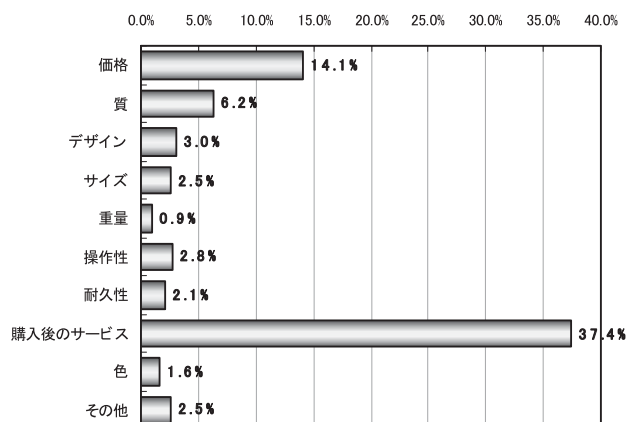
図表 6-2-2 耐久消費財を購入する際に何を重視するか



③サービス

『サービスを受ける際に重視すること』で最も多かったのは、「購入後のサービス」で37.4%、次いで「価格」の14.1%となっているが、「アフターサービス」の重視が「価格」の2.5倍以上という結果から、サービスに関しては、“その場限りでない継続性”が重視されていることが明らかであろう(図表 6-2-3)。

図表 6-2-3 サービスを受ける際に何を重視するか



以上のアンケート結果から『日用品の購入』に関しては「価格」と「品質・鮮度」、『耐久消費財の購入』については「耐久性」と「アフターサービス」、『サービス』に関しても「アフターサービス」が重視されているという結果が概観される。

頻繁に購入する「食料品」や「身の回りのもの」について「安くてよいもの」、「安くて新鮮なもの」を求めたいという志向は何も高齢者に限るものではないだろう。

一方、電化製品などの『耐久消費財の購入』に関しては「耐久性」や「価格」が重視されるのは当然としても、「デザイン」や「品質」よりも「アフターサービス」や「操作性」が重視されていることは高齢者層の特徴といえる。“何かあったときのケア”と“操作のしやすさ”は高齢社会における耐久消費財のポイントである。

『サービス』についても高齢者層では、それを“一回限りの便益”でなく、購入後も含めた“長い時間の中での便益”にとらえ、継続性を重視しているということが考えられる。