



バブル世代・新人類が60代に突入

シニアマーケット大転換期の再考



目次

1. 初めに。皆さんの周りにこんな60代はいませんか？
2. バブル世代について振り返り
3. シニアとは？シニアマーケットを考えるときの落とし穴
4. 新人類・バブル世代が60代になるとどういうことが起きるか？
5. 1.バブル世代のシニア像とは？
6. 2.シニアマーケットを考えるときの落とし穴
7. 3.バブル世代シニアの消費行動
8. 4.「新シニア」へのマーケティング戦略の再考



合同会社あかつき

小関 久美 （こせき くみ）

大手広告代理店マーケティングプランナー、化粧品メーカーでのPM、BMを経験後、定性調査を基盤としたマーケティング会社を起業し、

定性調査の遂行だけでなくマーケティングコンサルを手掛けた。

その後大手調査会社のリサーチャー、マーケティングコンサルを経て、現職。

定性調査歴は30年以上に及ぶ。

エスノグラフィーや行動観察を得意とし、生活者視点での商品・サービス開発を一貫してサポートしている。モデレーターやWSファシリテーターの経験も多数。

セミナー登壇、記事執筆、YouTubeなども実施。伴走するマーケターとして定評がある。

シニアマーケット大転換期の再考

犬友の話



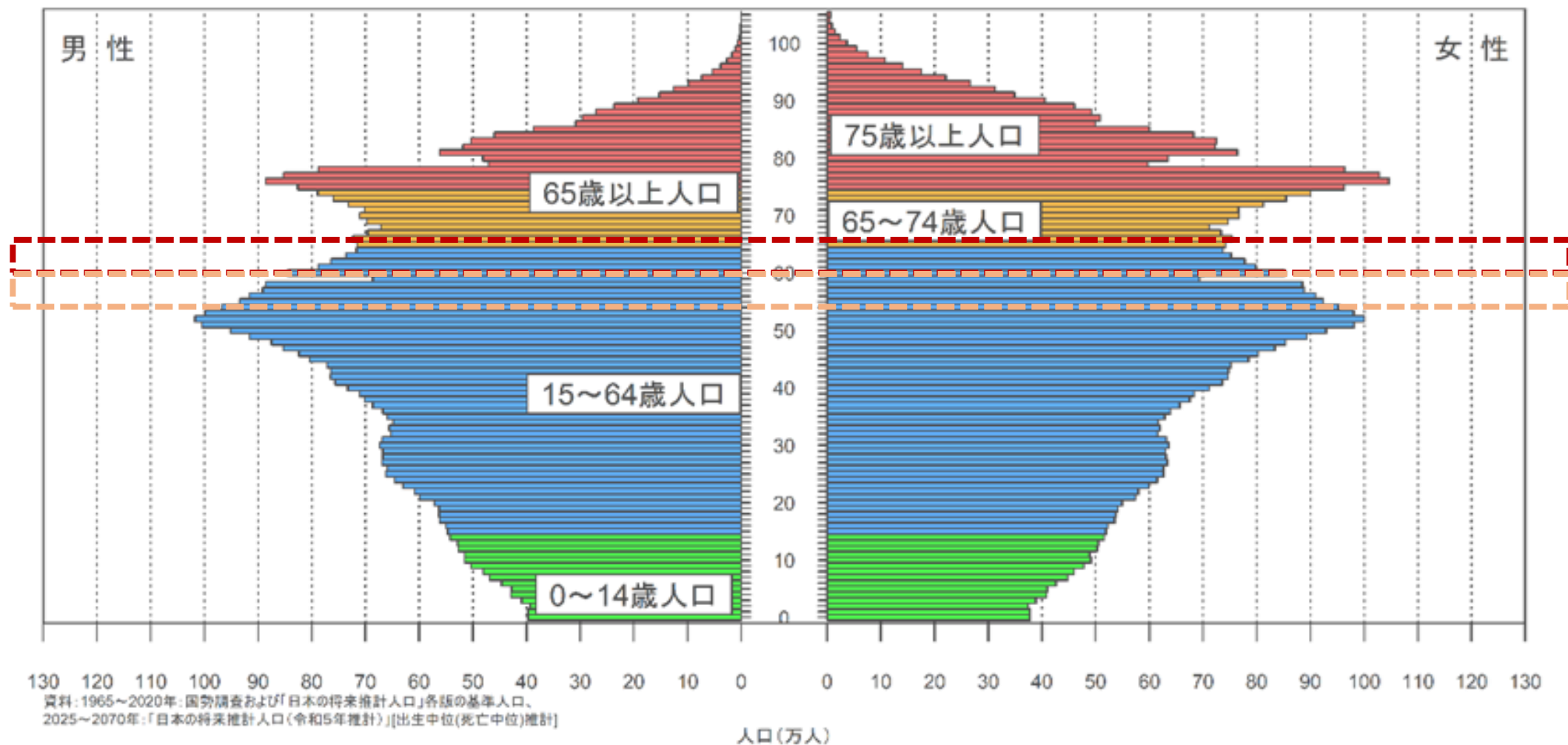
シニアイメージ



人口ピラミッド

2025年

国立社会保障・人口問題研究所

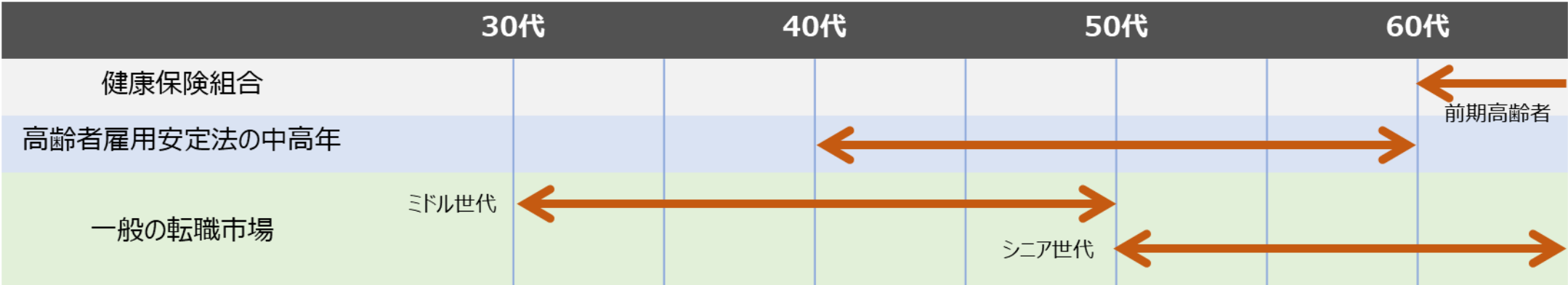


バブル世代・歴史

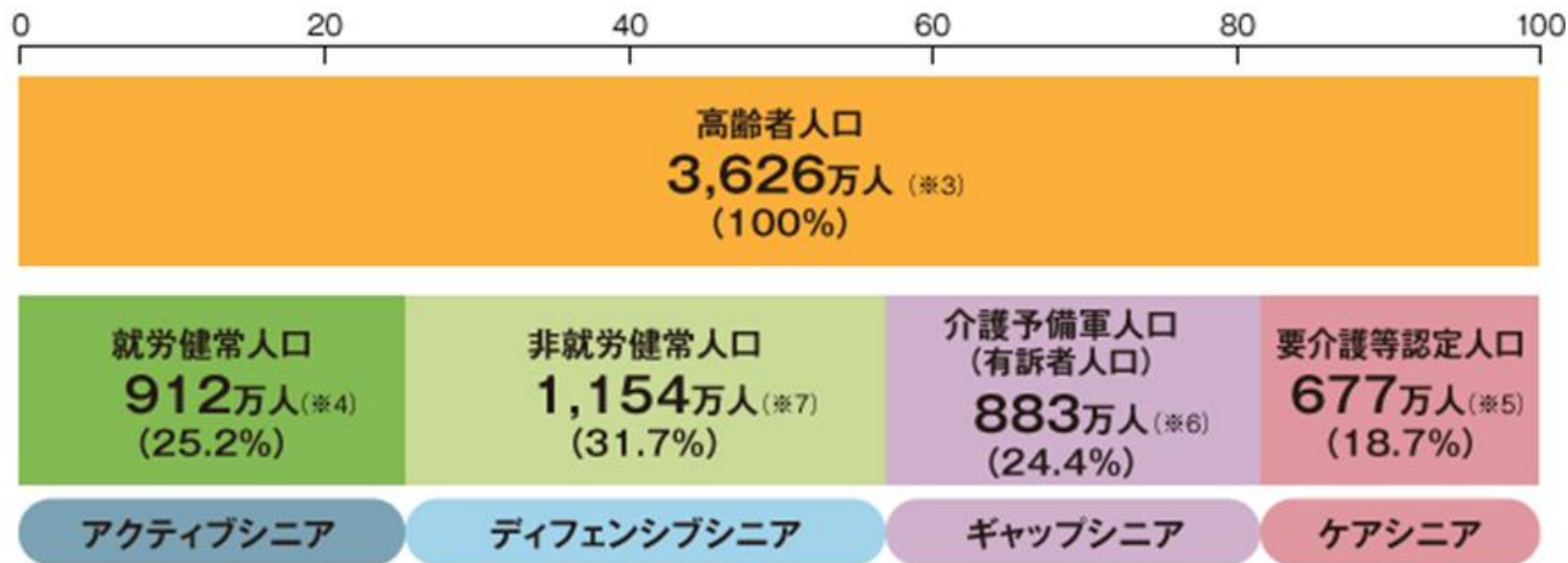
年代	時事ニュース	流行
1960年代	東京五輪開催 (64 年)	<ul style="list-style-type: none">・カラーテレビ普及・ビートルズ来日 (66 年)・グループサウンズ (GS) ブーム・ミニスカートブーム
1970年代	大阪万博開催 (70 年) 第1次オイルショック発生 (73 年) 第2次オイルショック発生 (78 年)	<ul style="list-style-type: none">・日清食品「カップヌードル」発売 (71 年)・ソニー「ウォークマン」発売 (79 年)
1980年代	つくば万博開催 (85 年) 男女雇用機会均等法施行 (86 年) 消費税導入 (89 年)	<ul style="list-style-type: none">・ディスコブーム・カラオケブーム・おニャン子クラブが人気に・「ねるとん」パーティーブーム・東京ディズニーランド開園 (83 年)
1990年代	Jリーグ設立 (91 年) 阪神・淡路大震災発生 (95 年)	<ul style="list-style-type: none">・トレンディドラマ全盛 「東京ラブストーリー」放送 (91 年)・ジュリアナ東京オープン (91 年)・ポケベルブーム・NTTドコモ「iモード」開始 (99 年)
2000年代	米国同時多発テロ事件勃発 (01 年) リーマンショック (08 年)	<ul style="list-style-type: none">・ユニバーサル・スタジオ・ジャパン開業 (01 年)・ブログブーム・韓国ドラマ「冬のソナタ」ブーム・アップル「初代iPhone」発売 (07 年)・Twitter (現 X) 日本版公開 (08 年)
2010年代	東日本大震災 (11 年)	<ul style="list-style-type: none">・K-POP ブーム・AKB48 ブーム・TBSドラマ「半沢直樹」放送 (13 年)・ポケモンGO サービス開始 (16 年)
2020年代	新型コロナウイルス禍で 緊急事態宣言発出 (20 年) 東京五輪・パラリンピック開催 (21 年)	<ul style="list-style-type: none">・PayPay サービス開始 (18 年)・米 OpenAI「ChatGPT」公開 (22 年)・動画配信サービスの利用拡大・大谷翔平ブーム

シニアの定義

機関・団体	名称	年齢
WHO	前期高齢者	65歳～74歳
	後期高齢者	75歳以上
日本老年学会（日本老年医学会）	准高齢者（准高齢期）	65歳～74歳
	高齢者（高齢期）	75歳～89歳
	超高齢者（超高齢期）	90歳～



シニア研究室の「シニア（高齢者）の市場セグメントと人口ボリューム」



※1 「ギャップシニア」は2014年に日本総研が命名し、提唱した言葉。

「要介護というわけではないけれど、日常生活の中で諦めや我慢が積み重なっている」（日本総研HPより）状態で、「できること」と「やりたいこと」とのギャップがある人たちを意味しています。「放っておくと、介護のお世話になる可能性の高い人たち」と言い換えてもよいでしょう。

※2 「ディフェンシブシニア」は年金以外の毎月の定額フローがなく、堅実な暮らしぶりの層で、「守り」中心の消費者をイメージして当研究室が命名しました。

※3 高齢者人口：65歳以上 3,626万人（人口推計 令和4年3月1日概算値 総務省統計局）

※4 アクティブシニア人口：就業人口：65歳以上 912万人（令和3年（2021年）労働力調査基本集計長期時系列表 総務省統計局）

※5 ケアシニア人口：要介護等認定人口：65歳以上 677万人（令和4年（2022年）1月末日暫定値 介護保険事業状況報告 厚生労働省）

※6 ギャップシニア人口：883万人（高齢者人口からアクティブシニア、ケアシニアを減じた数） $\div 1000 \times 433.6$ （有訴者率）= 883万人
有訴者率：65歳以上 433.6千人対（男性：413.2/女性：450.3）（令和元年（2019）年 国民生活基礎調査 厚生労働省）

※7 ディフェンシブシニア人口：2037万人－883万人（ギャップシニア人口）= 1154万人

シニアマーケットを考えるときの落とし穴

1. アクティブシニアって誰？ ※仕事や趣味に意欲的で、健康や自立意識が高いシニア層
 - ① 就業人口＝経済的観点で市場を見ていないか？
 - ② 価値観・意識軸で考えれば、バブル世代シニアはほとんどが「アクティブシニア」になる？
2. 2025年問題「超高齢化社会到来」でシニアマーケットは拡大するのか？
3. マーケットボリュームが大きい＝狙うべき市場という構図は正しいのか？

現シニアは「世代」が語れる最後の人たち

世代間で意識や価値観の差があり、さらにいろいろな生活スタイルの

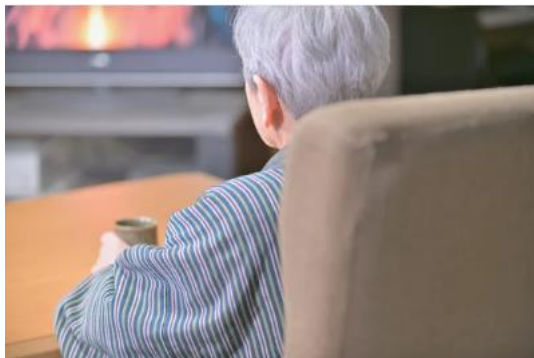
レイヤーがあると認識することが大切

バブル世代がシニアになると？ ①

例 1) 旅行



例 2) メディア



バブル世代がシニアになると？ ②

例 3) 健康意識



金融資産を保有している世帯のみの年代別貯蓄中央値

世帯主の年齢	平均値	中央値
20歳代	266万円	120万円
30歳代	874万円	315万円
40歳代	1,181万円	500万円
50歳代	1,773万円	700万円
60歳代	2,499万円	1,200万円
70歳代	2,162万円	1,100万円

金融資産を保有していない世帯を含む年代別貯蓄中央値

世帯主の年齢	平均値	中央値
20歳代	151万円	10万円
30歳代	599万円	130万円
40歳代	811万円	180万円
50歳代	1,212万円	200万円
60歳代	1,862万円	530万円
70歳代	1,683万円	650万円

今までシニアの常識を覆すバブル世代シニア



バブル世代が持つ消費志向のエッセンスは、
下の世代がシニアになったときにも脈々と受け継がれ、
今後のシニアマーケティングで重要なものになっていく

シニアマーケティングの大転換期

バブル世代シニアを制する者は、これからシニアも制する

ネットリサーチ業界で トップクラスの案件実績数

アスマークは全国に約100万人（提携パネル含め約1,700万人超）のインターネットパネルを構築する調査会社です。

インタビュー調査などの定性調査から、ネットリサーチ事業を始めとした定量調査を主とし、その他独自のサービスも提供しています。

モニター
リクルート
事業

約3,000件超

ネット
リサーチ
事業

約3,000件超

ホーム
ユーステスト
事業

約300件超

会場調査
事業

約250件超

※21期実績

品質

徹底された 仕組み化

各セクションへ明確な業務権限を付与し、
業務プロセスを徹底的に体系化。
高品質な業務を安定提供いたします。

集約された ノウハウ

調査実績は4万件超。
専門知識を持つ社員による事業推進を基盤に
ナレッジを社内共有する仕組みを整備。
更に改善と知識の刷新を重ね、恒常的な
クオリティ向上に努めています。

同業界との 連携

アンケートパネルのリクルートを始めとした
長年にわたる同業他社との連携も。
また、他社との事業提携も継続的に推進し
リサーチ業界全体の発展へ寄与しています。

外部認証機関 の証明

品質担保の証としたプライバシーマーク取得を
始めとし、製品認証の国家/国際規格「JIS
Y20252 (ISO20252) : 2019」も取得。
定期的に全社員を対象とした正しい情報の
取り扱いも啓蒙し、質の担保へ努めています。

アスマーク・定性調査の強み

圧倒的なリクルート力

対象者の発言力や条件合致度などの確認作業を、リクルート案件数No.1のノウハウを生かして行い、質の高い対象者をリクルーティングします。

幅広い課題に対応するモデレーターネットワーク

「法人個人含め、50名以上のモデレーター」とつながりがあり
案件ごとに最適なモデレーターのアサインが、スムーズに可能です。

自社独自開発システム

定性調査に特化した、インタビュー・チャットシステムを独自開発し展開。
調査会社の目線で質を追求した、上質なリサーチ環境をお届けします。

納得感を追求。知見を基とした提案力

小回りの利く「迅速・柔軟な対応」を社員全員が志しております。スケジュールや費用調整、
無料出現率調査の実施など、お客様にご満足頂けるレスポンスの早さで対応いたします。



アスマーク・定量調査の強み



アンケート専用自社モニターと提携パネル6社による回収パワー

カードやEC会員の寄せ集めではなく『アンケートやインタビューを目的』として構成される自社モニター。そのため協力率や遅刻・欠席率が他社様と異なり、市場発展に対する高い調査貢献力が強みです。

更にトップクラスのパネル提携数を誇るため、1700万人を対象にリサーチが可能。出現率の低いテーマや回収量の必要なリサーチ現場で、多くの皆様にご活用頂いております。

企画設計からレポート・報告会までフルサポート

専門統計調査士やマーケティング実務士等、リサーチやマーケティング知見を有した者が複数在籍しており、リサーチ会社のなかでは珍しくリサーチャーが企画設計～分析レポートまで一貫して対応。機械的ではなくよりお客様の意図を汲み取った対応を最大限心掛けております。

幅広いジャンルへの対応力

分け隔てない業種業態へ対応しており、様々な領域におけるリサーチ経験を保有。業種業界ごとに、専門チームが知見を活かして責任対応いたします。



リサーチ特化型 | オンラインインタビューシステム

長きにわたり定性調査に強みを持つ、アスマークが独自開発した、調査専用のオンラインシステム。インタビュー会場特有の空間構造をオンライン上で再現しているため、デプスインタビューはもちろん、最大6名までのグループインタビューの実施や、パッケージ評価・試飲試食調査など、幅広い検証が可能です。従来システムでは難しい「同時通訳機能」や「言語選択機能」など多彩な機能も完備。海外調査におけるオンラインインタビューも可能です。

5つのポイント

インタビュールーム
ミラールーム
バックルーフ
を実現

バックルーフ同士の
コミュニケーション
が可能

好みの大きさで
画面拡大が可能
オンラインでも
表情を捉えやすく

インカメラ/
アウトカメラの
マルチな切り替え
が可能

モデレーター
2名体制で
インタビュー
できる



リサーチ特化型 | チャットインタビューシステム

全国100万人超の調査パネルを保有するアスマークだから開発できた

「希望のモニターへ気軽にチャット調査ができる」独自のチャットインタビューツールです。

モニターリクルート・定性調査に圧倒的業界シェアを持つ当社目線を活かし、チャットインタビューに適した対象者の設定～インタビューまでを、一気通貫してスピーディに実施させていただきます。

多くのお客様に、インタビューやホームユーステストの予備調査としても、マルチにご活用頂いてます。

5つのポイント

調査会社視点で開発
インタビュアー・
モニターそれぞれに
フィットしたUI

スマホやタブレット
など
マルチデバイス
対応が可能

便利な
「チャット
テンプレート」で
質問の入力も楽々

動画や画像の
添付も簡単

調査目的・概要と
インタビュー履歴を
1つのファイルで
まとめてDL可能

会社概要

会社名

株式会社アスマーク

所在地

【本社】
〒150-0011 東京都渋谷区東1-32-12 渋谷プロパティタワー4F TEL:03-5468-5101
【八戸事業所】実査部
〒031-0032 青森県八戸市大字三日町2 明治安田生命八戸ビル8F TEL:0178-20-8638
【大阪事業所】営業部
〒541-0047 大阪府大阪市中央区淡路町4-3-5 FPG links MIDOSUJI 9F TEL:06-6809-3457
【福岡事業所】営業部・実査部
〒810-0041 福岡県福岡市中央区大名1-8-10 福岡安藤ハザマビル6F TEL:050-5306-7274
【横浜事業所】営業部・実査部
〒231-0023 神奈川県横浜市中区山下町207-2 関内JSビル2F TEL:045-225-9063
【長岡事業所】実査部
〒940-0033 新潟県長岡市今朝白1-8-18長岡DNビル9階 TEL:0258-86-4381

創立

1998年12月

設立

2001年12月

資本金

50百万円(2022年11月末時点)

売上高

3,892百万円(2022年11月期)

役員

代表取締役 町田 正一
取締役 水城 良祐
取締役 飯田 恭介
社外取締役 木原 康博
社外取締役(監査等委員) 鈴木 親
社外取締役(監査等委員) 大内 智
社外取締役(監査等委員) 塩月 潤道

社員数

264名(2022年11月末時点)

事業内容

- ・市場調査
- ・HR Techサービス
- ・RPA導入・運用支援
- ・労働者派遣事業(許可番号:派13-311841)

運営サイト

- ・アンケートモニター募集サイト「D STYLE WEB」の運営・管理
- ・買った人・使った人の評価サイト「シェアビュー」の運営・管理
- ・外国人市場調査業務「e-gaikokujin.Recruiting」の運営・管理

取得認証



加盟団体

一般社団法人日本マーケティングリサーチ協会(JMRA)

調査のご相談はこちら

