する場所としてだけでなく、利用者同士の社交の場としても提供していきたい」と話す。

多くの高齢者はこれから、病気や疾患を抱えながらその地域で過ごしていく。そのため、地域に根差した医療サポートが求められることに加え、どのような付加価値を提供できるかが重要だ。同病院では、地域に根差した医療で、地元の高齢者に〝おもてなし〟を支援していく。

意欲的なシニア層が増加傾向

西広AP　「ぐらんざ塾」の参加者は右肩上がり

八波志保
西広ＡＰぐらんざ出版部
編集長

シニア層向けのフリーマガジン『ぐらんざ』を出版している広告代理店の㈱西広ＡＰ（福岡市中央区天神1丁目、荻原俊夫社長）。

創刊15周年を迎えた同媒体は、50代から80代の幅広い世代のシニア層をターゲットに、毎月15万部を発行。希望する福岡在住の50歳以上の方には無料で郵送している。

シニア層に提供する誌面内容は、〝日常生活にプラスアルファの情報〟をコンセプトに、その時代のニーズに沿ったテーマでさまざまな特集を設けている。なかでも、旅行や健康などのコーナーをはじめ、美容特集なども好評で、シニア層の知的好奇心の高さがうかがえる。

また、同媒体が主催するセミナー「ぐらんざ塾」に参加するシニア層は増加傾向だ。なかでも、「資金運用」や「マンション投資」など、先を見据えたテーマ内容に参加者が増加している。趣味や文化など、楽しむための講座も人気が高いという。

さらに、八波編集長は「2、3年前、スマートフォンやタブレット端末が急激に普及したため、デジタル関連の講座へ参加するシニア層が多かった。その後、シニア層のデジタル化が次第に進み、巻末の読者アンケートもインターネットでの回答が1割を超えるなど、シニア層のデジタル化が定着しているのでは」と分析する。

近年、シニア層の印象について八波編集長は「情報に対してどん欲で、物怖じしないチャレンジ精神旺盛なシニア層が多く、物事に対して、学ぼう、知識を得ようとする側面が見受けられる」と話す。

この先、高齢化社会の進行と同時に、元気で活発なシニア世代も拡大していく。今後のシニア市場に対応するための誌面づくりについては「シニア向け情報誌として創刊15周年を迎えたが、まだまだ試行錯誤は続いている。シニア市場といっても、各年代によって根底に流れる価値観は異なる。こうしたシニア層が求める情報をどのようにクロスさせ、提供することができるのか。これが大きな課題。だが、楽しい情報を提供することがメーンなので、シニア層が毎日、明るく過ごすために何が求められているのかを追及していきたい」と今後の方針を示す。

毎月１回発行しているシニア向けフリーマガジン『ぐらんざ』

シニア向けソーシャルスクール開校

デジ・アド　シニア層の自立促進目的に

シニア層向けにスマートフォン、タブレットアプリを開発するデジ・アド㈱（福岡市博多区博多駅東2丁目、藤澤修三社長）は9月15日、通信制大学「サイバー大学」を運営するソフトバンクグループのサイバーユニバーシティ㈱（福岡市東区香椎照葉3丁目、緒方惠一郎社長）と共同で、シニア向けのイーラーニングスクール「ソーシャルe－schoo l」を開校する。

同スクールは、サイバー大学のシステムを利用し、ソフトバンクモバイルのiPhoneとiPadでさまざまな講座を受講できる完全通信制の学校で、ターゲットは団塊世代のシニア層。現在、20講座を設けているが、1年後には80講座まで増加する計画。

iPad を手に取るデジ・アドの藤澤修三社長

提供する講座は「デジタル弱者にならないための講座」や「前向きなライフスタイルを実践するための講座」、「心を満たし資格も取れるカルチャー講座」など全部で5種類。各科目は約15分の動画で配信され、1カ月2000円で、30本の講座を繰り返し受講することができる。

シニア市場のデジタル化について、同社の藤澤修三社長は「高齢化社会とともに、シニア層のデジタル化も急速化している。『ソーシャルe－schoo l』は、これからの時代を背負うシニア層の活性化、自立促進を図るスクールなので、ぜひ利用してほしい」と呼びかける。

また、同社では昨年8月に、高齢者が人生の終末期に備えて、自身の希望を書き留めておく「エンディングノート」のデジタル版無料アプリ「私ノート」を開発した。同アプリは、これまでの自分の経歴をまとめたり、記念写真の管理、家族への思いをデータ化し、整理することができる。現在はiPadのみ利用できるが、今後はすべてのタブレット、スマートフォンにも対応する予定だ。

セミナーに参加するシニア層にタブレット端末の活用法を伝える藤澤社長

藤澤社長は「シニア層のデジタルツールへの意欲は高く、利用者の推移も増加している。実際にタブレット端末を利用したシニア層からは、『思っていたより簡単だった』という声もある。タブレット1つで交流の輪も広がるのでメリットは大きい」と説明する。

さらに、今後の目標について藤澤社長は「シニア層にデジタル端末の普及を拡大させること、そして、シニア層が豊かなセカンドライフを過ごせるように、デジタル端末を通してサポートしていきたい」と意欲を見せた。

シニア市場拡大でニーズは多様化

今回、シニア市場に参入した企業や、シニア層向けのサービスを開始した企業は、「今後も国内で高齢化が急速に進み、シニア層は増加していく。求めるニーズは多様化するだろう」と口を揃える。シニア向けマンション「SJR」を手掛けるJR九州は、マンションのフロアに、シニア層が楽しみながら生活できるような工芸室やカラオケルームなどを設け、差別化を図っている。こうしたきめ細やかな対応が、シニア層をターゲットにした事業展開で重要となる。

また、元気で活発なシニア層に対するサービスへの需要も高まることが予測される。新事業部設立で高齢者向け事業に参入した大洋㈱の岡部社長は「都心部で元気な高齢者がアクティブに活動できる環境はまだ十分に整っていないので、今後はシニア層の活躍の場を提供したい」と積極的だ。これからのシニア市場は、快適な暮らしを提供するだけでなく、シニア層の自立、活発化を促進する取り組みが求められる。