

1. インターネットの効用
2. 「高齢者マーケットの創出」
3. 全国の企業が販売している商材の販路開拓を行う同好者「営業レップ」(商品及びサービスの営業コーディネート)のビジネスモデルの構築

1. インターネットの効用

堺屋 太一氏は平成17年12月号の「文芸春秋」の中で、「主観的な満足への価値観の時代の到来」を語った後に、「主観的な満足を求めて学ぶために」3つの重要なポイントを挙げた。「選好性 = 自分は何が好きか」「適時代性」「馴社会性 = 社会に馴染むこと」である。

その中で、「適時代性」とは「好み」によって結ばれる集団であると定義した。

『インターネットのおかげで、非常に変わった趣味であっても仲間を見つけやすくなりました。これまで職場や地域の中で、同じ趣味の人を探さなければならなかったのが、インターネットなら千人に一人、万人に一人の同好の士に出会うのも容易です。

「好きなこと」によって集まった人たちとならば、いくらでも話題があるし、疲れません。次の企画をたてるのも楽しいからと続けていくうちに、自然にその人脈の中心になれる。十年たてば、その分野の長老になります。好きなことの長老になるほど幸せなことはありません。

「好きなこと」を探ることこそが、地域社会と職縁社会が消滅した、現在という時代に適合しているのです。』と述べている。

「好み」と「インターネットの効用」を生かす道が事業化へ結びつくと考えられる。

2. 「わがまま」で高齢者マーケットをと概略次のように述べている p208

誰もが主観的満足のために生きるようになると、新たなマーケットが創出されます。

みんなが、わがままに「好きなもの」を求め、わがままに作り出すようになれば、食べ物から住居や観光サービスまで、まったく発想の違う物財が生れてきます。

もうひとつ大事なことは、子どもに金やモノを残そうとは一切考えず、わがままに暮らすことです。親が大変な思いをして節約し、子どもに仕送りをして、大して感謝はされません。田舎の親が十日間分の生活費を節約しても、都会では三日分にしかならない。若者から大して感謝されないゆえんです。

住宅を子どもに残すのも意味がない。日本の住宅寿命は約三十年、たいていの国より短く、世代が替わると建て替えられます。

だから高齢者は、わがままに、自分のために暮らせばよい。

高齢者のニーズが高まれば、新たな「高齢者マーケット」が生まれ、同時に高齢者が供給者になる。たとえば開業医は、日本で最も平均年齢が高い職業で、眼科などを除くと平均 60.5 歳です。なぜならお客さんである患者に七十代の高齢者が多いから、20 代のインターンを終えたばかりの医師より、じっくり話を聞いてくれる 60 代の医師に信頼感を持つのです。

あるいは最近の 60 代の女優さんの活躍ぶり。団塊よりも年上の方が美人女優として活躍しています。これもさらに高齢の人たちが六十代女優を応援しているからです。

自分がわがままに暮らすことが、次の世代に高齢者産業を育成することになるのです。好きなことの長老になって活躍している高齢者のほうが、小遣いを与える老人よりも、若者からの尊敬を得られることは間違いありません。

「六十の手習い」のコツ

だからこそ六十歳からは「好きなこと」、勉強の過程が自分にとって「楽しい報酬」といえるものを探す。そうすれば辛抱は必要ないから、高齢者でも疲れません。

たとえば海外旅行ならば、自分の好きな国を見つけて、そこに何度も行ってみる。あるいは逆に世界数十カ国を歩いて旅行方法の本を書く。そんなつもりで旅をするのもよいでしょう。

パリが好きな人ならば、その粋を打ち破った旅をする。たとえば毎年、パリの歴史を研究して、今年は十世紀の史跡を、来年は十三世紀を、その次はルネサンスを中心に廻ってみようという旅をすれば、自分自身も面白いですし、「パリのことならあの人に話を聞こう」といわれる知識が身につく。

そこから人脈ができ、文章や講演の依頼もありえます。六十歳から好きなことを勉強する。そして十年後には、読んだ人が、「目からウロコが落ちた」というような本を書こう、と決心する。

いわば、文芸春秋社が喜んで出版するような視点を開くのです。

海外旅行でも、スポーツでも、農業生活でも、薬の飲み方でも、何でもいい。自分が好きなことを、わがままに勉強して、目からウロコが落ちるような本を書く。それが団塊世代にとって必要な「新しい勉強法」でしょう。

これらの「提言」をどのような形にしていくのか。

「インターネット」を使った事業の展開を考えていくと思った以上の展開が期待できる。

3. 全国の企業が販売している商材の販路開拓を行う同好者「営業レップ」(商品及びサービスの営業コーディネーター)のビジネスモデルの構築

セールスレップとは、中小企業の「販売代理人」という業態で、基本的には「成功報酬的販売代理人」という専門性の高いシステムである。

「同好会」の中には、そこで必要な製品やノウハウは、プロ集団を越えたノウハウの持ち主も実在する。

その「同好会」の人たちが全国や全世界の商品をメーカー横断的に紹介しあい、各同好者の使用解説などを盛り込んだ「インターネット販売システム」を作り上げる。

そのネットの販売先は、「同好会の方々」の努力で、周知できるであろう。

その横断的「インターネット」の構築に「メーカー」の参入を要求していけば、充実したネットに発展して行ける可能性を有する。

尚、「新取扱商品」の拡大のための情報収集は、「同好会の方々」であれば、疲れることもなく、いつも最新情報の提供できる可能性がある。

「ニーズ」情報の収集も進めることで、必要商品の開拓も要求できるものとなるであろう。

全国の企業が販売している商材の販路開拓を行う同好者「営業レップ」(商品及びサービスの営業コーディネート)のビジネスモデルの構築の推進を検討できる。

[中高年・団塊世代...へ戻る](#)

[脳卒中障害者...へ戻る](#)