

40歳前後の独身女性、美・健康・住宅にこだわり 「アラフォー」内需の鉱脈



最近、周囲に生き生きとした40歳前後の独身女性「シングル・アラフォー」が増えた気がする。30代後半から40代半ばの女性の独身比率は2~3割に達するそうだ。東京など都市部ではその比率がさらに高そう。彼女たちは納得したモノやサービスなら、少々高額でも出費をいとわないらしい。消費低迷下の救世主になりうるか、どんな企業が恩恵を受けるのか、日経ヴェリタスの記者に聞いてみよう。

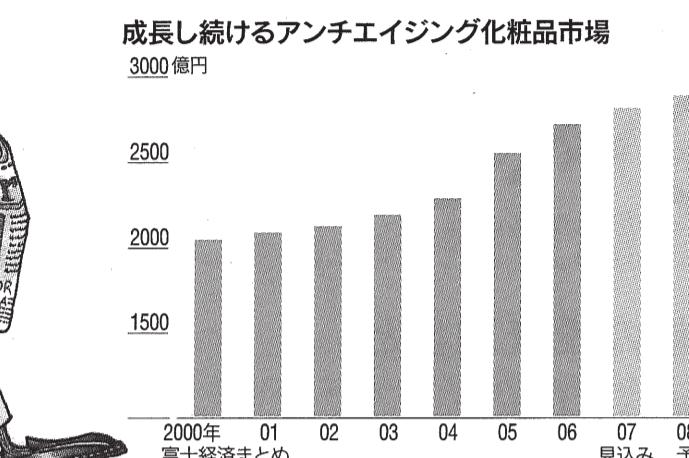
高級化粧品で自分磨き

「シングル・アラフォー」は購買意欲が盛んといわれますが、どんなものに关心があるのでしょう。

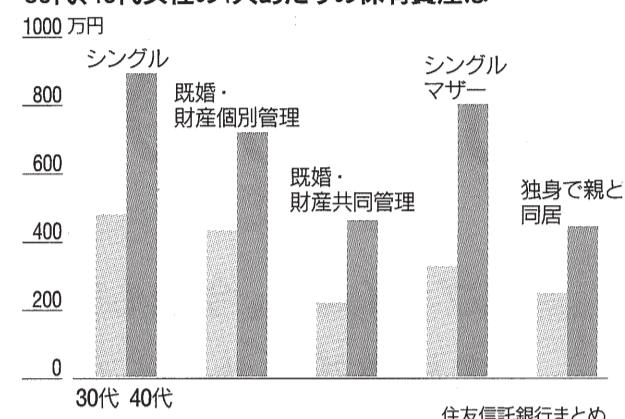
「アラフォー」が20代だった時は日本はバブル期。モノやサービスに対する感度が磨かれ、「自分なりの価値観」を大切にする世代といえるでしょう。結婚に関しても「必ずしもしなくていい」と割り切れる世代です。キャリアを積み独身なら、一般論ですが可処分所得もかなり高いといえます。

消費対象としては、まず美と健康です。資生堂(4911)は10月21日に新ブランド「リバイタル グラナス」を発売します。うたい文句は「女は成長をやめない。」年齢を重ねるごとに進化するというキャッチフレーズで30~40代女性の心をくすぐります。同ブランドに入る美容液「セラム」の価格は1万5750円(30g)。10万円超の美容液もある昨今では極端に高額とは言えませんが、リピート需要を期待しやすい価格です。年間200億円の販売を目指す大型ブランドだけに、発表当日は期待感から株価も上昇しました。

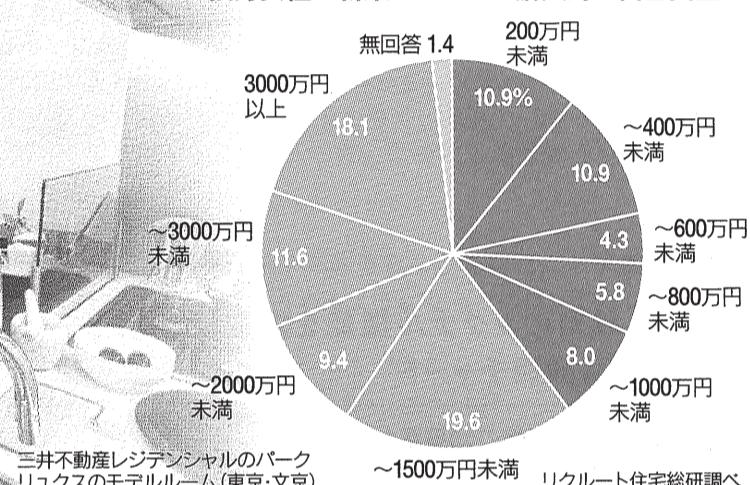
富士フィルムホールディングス(4901)グループもアラフォー世代を対象にした化粧品「アスタリフト」を2007年に発売しました。フィルム事業で積み重ねた抗酸化素材の研究やナノテクなどを肌に応用しました。「納得すれば買う」のが独身アラフォー女性。そこで技術力を前面に打ち出しまし



30代、40代女性の1人あたりの保有資産は…



独身女性の新築マンション購入時の自己資金



た。同社は化粧品を含む健康事業の売上高を07年度の10億円から08年度に40億円まで伸ばす計画です。

アラフォー女性の美に賭ける情熱を裏付けるデータもあります。07年の化粧品の国内出荷額は1兆5100億円で過去10年、ほぼ横ばいです。しかし、富士経済の推計では08年の抗加齢化粧品市場は約2890億円と、10年前に比べ3割増えそうです。主にアラフォーを対象に抗加齢をテーマにした特別誌「マキアロワイアル」(集英社)も発刊されました。

美も大切ですが、独身生活をエンジョイするにはまず健康です。小林製薬(4967)が06年3月に発売した肥満改善漢方薬「ナイシトール85」は07年度に54億円を売り上げました。10億円で大ヒットという大衆薬では異例の売れ行きで、08年4~8月期の販売額も20億円と好調です。小林製薬の担当者が驚いたのは「購入者の半数が女性だった」ことです。

40歳を迎えるメタボリック(内臓脂肪)症候群の特定健康診査の対象にもなります。ナイシトールの好調の背景には、「女性も管理職に就くことが増え、忙しくて運動する時間がとれない人が増えた」(同社)状況もあるといいます。アラフォー女性という「鉱脈」を発掘した同社は、09年3月期に40代向けなどで、医薬品の売上構成比率を50%まで引き上げる方針です。

炊飯器も本格派

同じ独身者でも男性と女性ではライフスタイルはかなり異なります。そこにも商機があるのです。

その通りです。平日の夕食は女性の場合は家で「1人ごはん」というケースも少なくないといいます。40前後になって健康に気を配るようになればなおさらです。三菱電機(6503)の「本炭釜」は土鍋で炊いたようなおいしさが売り物。実勢価格でも8万円ほどの高級炊飯器ですが、独身アラフォー女性の購入が多いそうです。中食で済ませる場合も、国内契約農家の野菜を多く使った総菜を提供するロック・フィールド(2910)にするなど、体への配慮を怠りません。

小さく質の良いマンション

自分への投資はわかりましたが、将来への備えは大丈夫なのかな。

男性よりもむしろ堅実な面があります。リクルート住宅総研の07年の調査では、独身女性の新築マンション購入平均年齢は39.4歳です。東京23区内に限ると、契約者に占める独身女性の割合は9.3%で独身男性を上回ります。しかも女性の場合、自己資金が2000万円以上という人が購入者の3割を占めます。

女性のための快適住まいづくり研究会代表の小島ひろ美さんは「女性は小

さくても質のいいものを求める傾向が強い」と指摘します。通勤に便利で安全、高齢になっても暮らしやすい、将来結婚しても一緒に住めるなどアラフォー女性は厳しい目で吟味します。

家族向け高級仕様マンションを主流にしてきた三井不動産(8801)も、独身アラフォー女性に注目を向けています。子会社を通じ、JR山手線内で駅に近い40~50平方㍍の物件を中心に、高級感のあるコンパクトマンションを手掛け始めました。同社は6月、独身者らを対象にした「パークリュクス」シリーズを投入しました。第1号の「パークリュクス本郷」(東京・文京)は地下鉄駅から徒歩2分。4000万~5000万円台と決して安くありませんが、全戸が単身もしくは小世帯向けでセキュリティに優れています。

女性向けローンも充実してきました。草分け的存在が00年夏から導入したスルガ銀行(8358)で「毎年、期末残高が前年同期比5%以上伸びています」(経営企画部)。単身世帯は増加傾向で、最近は派遣社員やシングルマザーに融資対象を広げています。

少子高齢化や景気減速に伴う消費減退を補う手段として、今後ますます独身アラフォー女性の需要喚起は重要なことになるでしょう。投資の観点からも、アラフォーのニーズに敏感な企業を探すのは面白い試みです。

(清水桂子)