

増加するシニア単身赴任

ー 新たな消費者セグメントとなるか

日本リサーチ総合研究所 調査研究部
主任研究員 藤原 裕之 03-5216-7314
hiroyuki.fujiwara@research-soken.or.jp

単身赴任者が年々増加傾向にある。中でも顕著なのがシニア世代の単身赴任者の増加であり、60歳以上の単身赴任者数は過去10年で倍増している。継続雇用制度の導入などからシニア世代の勤務年数が長期化したことで同世代の転職・出向者が増加したと考えられる。その中で、介護や共働き夫婦の増加といった家族事情、メールや動画通信などネット環境の発達、働くシニア世代の意識変化等もあり、単身赴任を選択する人が増えているのだろう。

60歳以上の単身赴任者は2012年で20万人程度と消費者市場としては決して大きいとは言えない。しかし同セグメントは今後も確実に増加が見込まれる上、急増する高齢単身層の多様化をもたらす存在として重要な意味を持つ。シニア単身赴任層は1000万人近い高齢単身者の一つの層を形成していると捉え、企業は新たなセグメントとしてニーズを掘り下げていく必要があるだろう。

■ 10年で倍増したシニア単身赴任

「夫が転職になったが、私は仕事や介護があって付いていけない」。こうした事情を抱える家庭が年々増加しており、結果として単身赴任を選択するケースも増えていると聞く。

実際、単身赴任者の数は年々増加傾向にある。「就業構造基本調査」総務省から単身赴任者とみなされる「配偶者あり単身者」の数をみると、2012年は約100万人と10年前と比べて約2割増加している。

年齢別にみた場合、最も顕著なのがシニア世代の単身赴任者の増加である。同調査によると、シニア世代となる60歳以上の単身赴任者は2012年で約20万人と10年で倍増している。他の年齢層と比べてもシニア世代の伸びは突出している（図表1）。シニア世代の有業者に占める単身赴任の割合も増加（2012年2.3%、2002年1.9%）しており、シニア人口の増加で説明しきれるものではない。

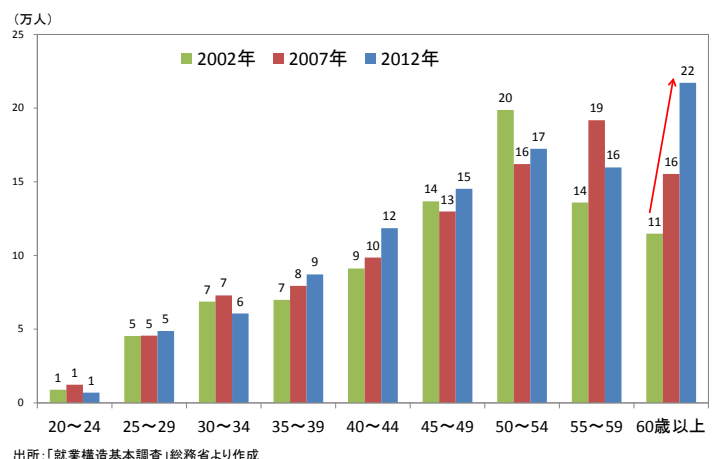
■ 増加の背景 ～雇用制度から家族事情まで様々

シニア世代の単身赴任が増加している背景は様々と考えられる。一つは雇用制度面の変化である。高年齢者雇用安定法に基づく継続雇用制度の導入により希望者全員が65歳まで再雇用されるようになった。厚生労働省の調査（平成24年「高年齢者の雇用状況」）によると8割近くの人が継続雇用を望んでいることが分かっている。現在の勤務先のポストに空きがない場合、地方への転勤や海外子会社への出向を命ぜられるケースも少なくないはずである。

家族事情も単身赴任を増加させる一因となっている。介護や共働き世帯は増加しており、夫の転職に付いてくることが困難な家族も増えているとみられる。特にシニア世代は親の介護などを理由に家族帯同で現在地を離れることが困難な家庭は多いだろう。

インターネットの通信環境の発達により、国内でも海外でも家族とのやりとりに支障が無くなった点も大き

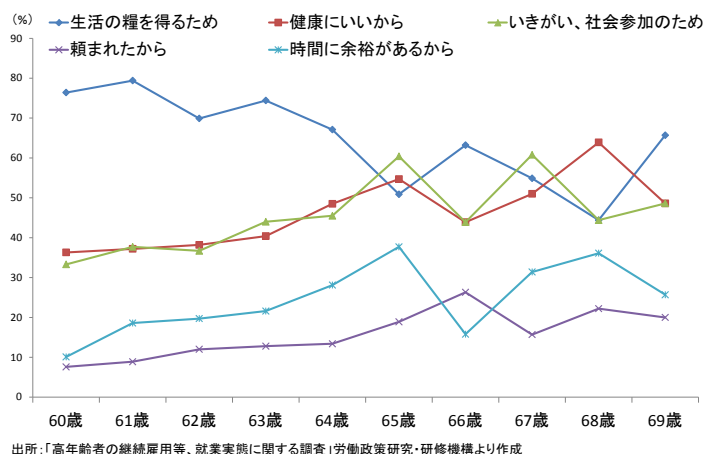
図表1 年齢別にみた単身赴任者の推移



い。最近は無料のメールアプリや動画通信を使うことで、ほとんど距離を感じずに家族や友人とやりとりが可能となった。

こうした環境要因だけでなく、働く本人の意識も見逃せない。シニア世代の多くは65歳以上になっても働き続けたいと思っていることが多くの意識調査から明らかになっている。労働政策研究・研修機構が2012年に発表した調査によると、高齢になるほど仕事に対して経済面より生きがいや社会貢献、健康面が重視されることがわかっている。「高齢まで働いている理由」について回答者の年齢を追ってみていくと、60～64歳までは経済上の理由（「生活の糧を得るため」）が重視されるが、65歳以上になると「いきがい、社会参加」「健康にいいから」が経済上の理由と同割合で重視されることが示されている（図表2）。シニア世代は年齢が進むほどこうしたマインドを強く持つ傾向があることから、転職の辞令が出された場合、職場人生の集大成として単身赴任を選択する人が多いのも頷ける。技術やノウハウの継承を課題とする企業も多く、経験豊かなシニア社員の活用は競争力維持のために不可欠となっている。

図表2 年齢別にみた「高齢まで働く理由」



■ シニア単身赴任層は新たなセグメントとなるか

シニア単身赴任は今後も増加を続ける可能性が高い。シニア単身赴任の増加要因である介護・共働き世帯の増加、高い労働意欲、健康意識といった傾向は今後も大きく変化することはないだろう。

単身赴任というかつてはやや暗いイメージを抱かせる言葉だった。しかし最近のシニア単身赴任は先の意識調査からもわかるように、高い勤労意欲、挑戦心、健康志向、社会貢献意識などを持つアクティブな人が増えていとみられる。

一方、シニア単身赴任層を消費者として見た場合、どのようなセグメントとして捉えられるだろうか。単身赴任は自分の時間が増えると言われる。自由時間が増えて健康志向となればスポーツや趣味にかける時間も自然に多くなるだろう。さらに家族や友人との連絡手段としてネット関連の製品やサービスへのニーズも高いと思われる。このようにシニア単身赴任層は一般の高齢単身者とは違う側面を多く持っており、消費者セグメントとしては新しいカテゴリーに入る可能性がある。

上述のように60歳以上の単身赴任者は2012年で20万人程度と消費者市場としては決して大きいとは言えない。しかし同セグメントは今後も確実に増加が見込まれる上、急増する高齢単身層の多様化をもたらすものとして決して無視できる存在ではない。1000万人近い高齢単身者（60歳以上）の一つの層を形成していると捉える必要がある。小売企業はシニア単身赴任層を重要な顧客ターゲットと認識し、ニーズを掘り下げていく必要があるだろう。