

人口高齢化による消費減退

発表日：2010年5月17日(月)

～地方経済に進んでいる変化～

第一生命経済研究所 経済調査部
担当 熊野英生 (TEL: 03-5221-5223)

人口高齢化によって、50歳代の世帯数が減って、60歳以上の世帯数は増えている。この影響から、消費のボリュームゾーンが中高年から高齢者へと移っている。筆者の予想では、2007～2015年にかけてその作用が強く表われる。特に、30歳代の若年層が薄く団塊世代のウエイトが高い地方経済は、高齢化による消費減退の作用が大きい。

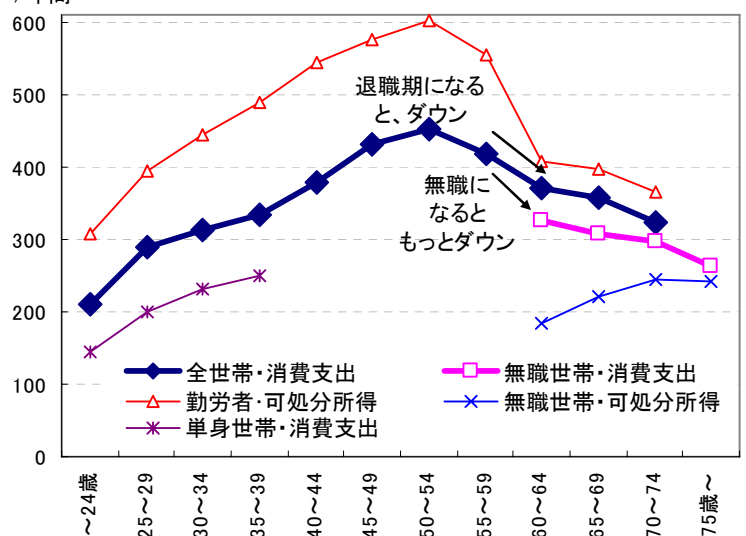
消費のボリュームゾーンは中高年から高齢者へ

人口が高齢化すると消費が減退するという理屈はよく知られている。若者よりも老人の方が消費水準は低くなるからだ。しかし、そのインパクトがどのように日本経済を下押しするのかはあまり語られていないように思う。そこで、本稿ではその影響度を確認してみることにしたい。

まず、高齢化がもたらす作用について整理しておく。それは年代別世帯構成の変化によってもたらされる。総務省「家計調査」によれば、年代別消費で最も金額が多いのは世帯主年齢が50歳代前半の時期であり、そこをピークに加齢とともに消費金額は減っている(図表1)。一方、数年間の年代別世帯数の構成比変化をみると、50歳代が減って、代わりに70歳代が増えている(図表2)。

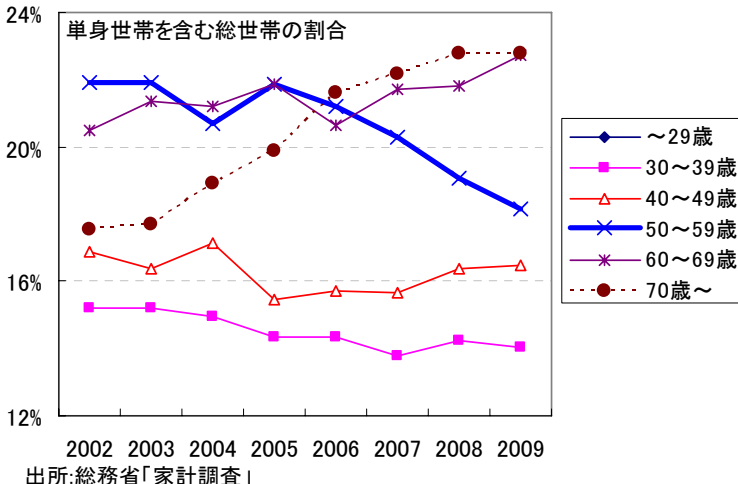
マクロの消費金額は、各年代別の1世帯当たり消費額にそれぞれの世帯数を乗じた金額を合計して求められる。マクロの年代別消費金額を調べると、このところ50歳代の消費金額が減って、1世帯当たりの消費金額の小さい60歳以上の

万円/年間 (図表1) 年齢別の消費支出の変化

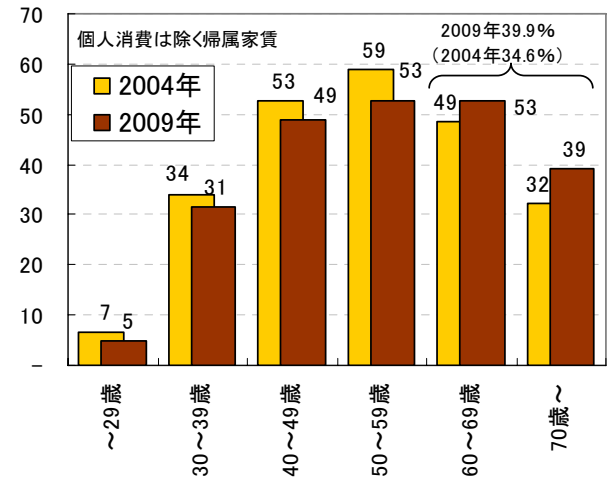


注: 総務省「家計調査」より計算。単身世帯以外は2人以上世帯。

(図表2) 年齢別にみた世帯構成比の変化



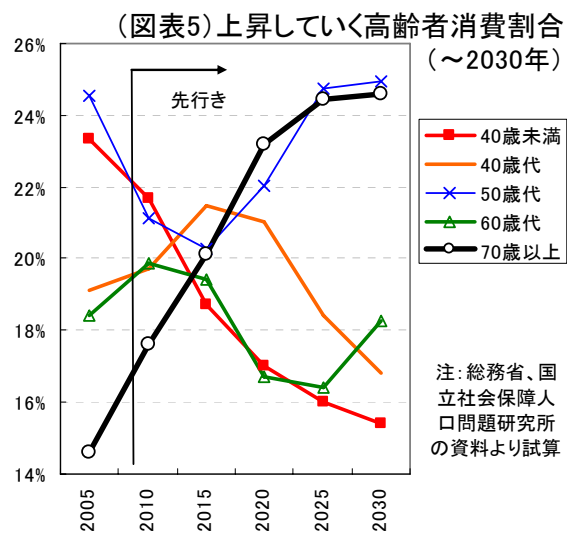
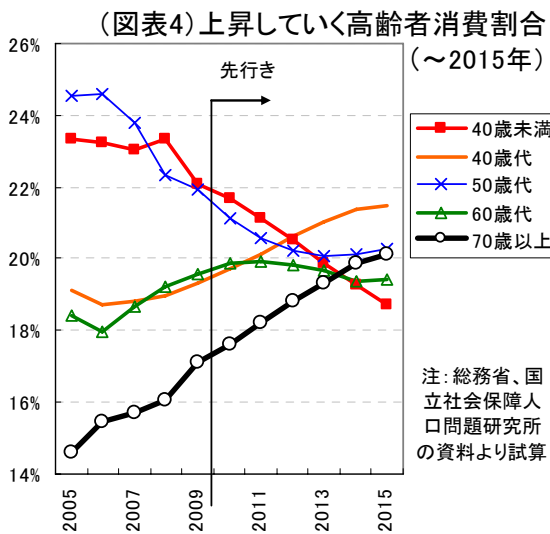
兆円 (図表3) 年代別にみたマクロの個人消費金額



本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。

世帯が増えていく格好である。つまり、数でみたボリュームゾーンが50歳代から60歳以上に移ることで、金額ベースでは消費金額が減っているのである。マクロの消費支出に占める高齢者（60歳以上）の消費ウエイトは上昇し、2004年に34.6%だったのが、2009年には39.9%と+5.3%ポイントに高まっている（図表3）。

筆者の計算では、高齢化要因が消費を下押しする作用は2010～2030年にかけて続いていくと予想[※]する（図表4、5）。大きな影響は、団塊世代を含む世帯主の加齢が進むからである。以前、彼らは退職時には豊富な退職金を手にして消費を増やすと言われたが、それは恒常的なものではなかった。それどころか、60歳代前半は日常生活において公的年金が支給されずに、大幅な貯蓄取り崩しを余儀なくされている人も多いのが実情だ。総務省「家計調査」を基にして60歳以上の無職世帯の家計収支を計算すると、無職世帯の消費支出は勤労世帯のそれと比べて低下している（前掲図表1）。この年代は、定年延長が言われても、実際のところ60歳になって無職になる人は多い。もしも、うまく職を見つけられたとしても所得水準の低下をカバーすることは到底できない。

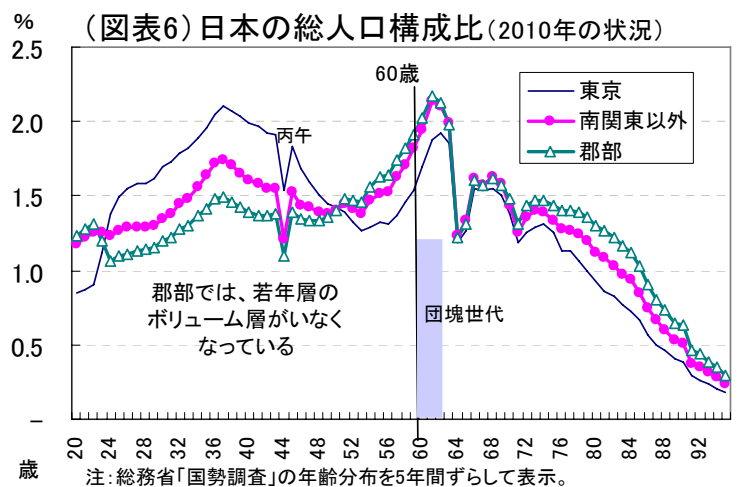


※高齢化の作用は、2020年頃まで進むと団塊世代が70歳代に移行し、60歳代のウエイトが低下するため、60歳以上でみると小さくなっていく。5年毎の期間でみたときの高齢化作用が最も大きく進む期間は、2010～2015年となる見通し。

都市と地方の相違

人口構成の変化は、日本の消費構造に隠れた影響力を及ぼしていると考えられる。その影響力について、都市と地方のコントラストがあることを指摘したい。

日本の年齢別人口分布には2つの山がある。ひとつは、60歳代前半の団塊世代の山であり、もうひとつは30歳代後半のベビーブーマーの山である。しかし、この人口分布を、東京を含む南関東・4都県（東京、神奈川、千葉、埼玉）とそれ以外で比較すると、東京には全国から若者世代が集まってきて、若者の山があるが、その他の地域には若者の山が小さく、郡部に限った分布では山がほとんどなくなっていることがわかる（図表6）。特に、日本の郡部で



本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見通しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。

は、地方から都市への人口移動のせいで、団塊世代のウェイトが相対的に大きくなっているのである。おそらく、郡部においては、団塊世代がリタイアした影響度は大きく、2007年から現在にかけて地域の消費水準を切り下げたと考えられる。

もともと地域経済では高齢化は進んでおり、60歳以上の人口ウェイトが高い。消費の少ない高齢世帯が多いことは、すでに地方の消費規模を縮小させていた。そこに2007～2009年にかけての団塊世代の退職が起これ、ますます高齢化の傾向に拍車をかけたと理解できる。今後、団塊世代がさらに高齢化すると、マクロの消費減少も進んでいくとみられる。高齢世帯の所得環境は公的年金で固定的になっているだけに、高齢者のウェイトが高まった地方経済が消費を漸減させていくと、そのトレンドは容易には変えにくいように思える。

これに対して、都市部では相対的にボリュームの大きい若者人口が、スキルに応じて賃金を引き上げていくことが可能であれば、彼らが50歳代になったとき新たな消費の核になって、マクロ消費の減少を食い止める役割になり得るかもしれない。

消費衰退は運命ではない

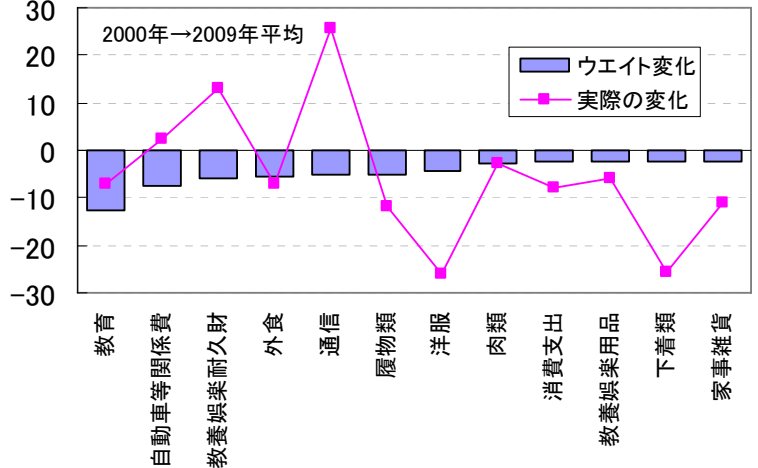
人口高齢化が消費を押し下げる要因であることは間違いない。ただし、高齢化によって消費産業が衰退していくことは絶対に避けられないという性格のものではない。

そのことは、高齢化の影響について、個別の費目の動向が過去から現在にかけてどう変化したかをつぶさにみればわかる。人口高齢化の影響度合いが大きく消費支出を押し下げていきそうな支出の費目には、教育費と自動車関係費がある(図表7)。これまで教育費や自動車購入費を多く支出していた年齢層は50歳代であった。一方、60歳以上になるとそれらの品目は大きく減っていく傾向があった。そのため、人口高齢化によって、押し下げられる作用は、他の品目よりも教育費と自動車関係費で大きくなりそうだとと言える。

ただし、興味深いのは、こうした年齢構成の変化がありつつも、いくつかの費目では増加しているものがある。家電製品(教養娯楽耐久財)や通信費は、人口要因と関係なく支出が増えている。これは、技術進歩による魅力的な製品提供や、業界の競争激化によるサービス内容の向上などの好影響である。この点は、人口高齢化による消費産業衰退が必然ではないことを物語っていて心強い。筆者が訴えたいのは、消費動向は必ずしも人口要因がすべてではなく、景気要因など別の好影響が強まれば盛り上がるという点である。心すべきは、そうした前向きな取り組みがなかりせば、目先の数年は高齢化による消費減退にひきずられるということである。先にみたように、その影響は若年人口が相対的に少ない地方経済には特に厳しいものとなるだろう。

そのときにポイントになるようなのは、勤労者所得を引き上げることである。現状、高齢者の方に消費のボリュームゾーンが移っているのは、勤労者が賃金デフレに直面して消費を増やせないでいることの反射的效果と捉えることもできる。だから、勤労世代が家計所得を引っ張っていけるように、彼らに活躍の場を与えつつ、より大きな生産性上昇を導くことが、消費減退のトレンドに抗するための鍵になる。

(図表7) 人口構成の変化に伴う品目別消費額の下押し



注:総務省「家計調査」に基づき計算。

本資料は情報提供を目的として作成されたものであり、投資勧誘を目的としたものではありません。作成時点で、第一生命経済研究所経済調査部が信ずるに足ると判断した情報に基づき作成していますが、その正確性、完全性に対する責任は負いません。見直しは予告なく変更されることがあります。また、記載された内容は、第一生命ないしはその関連会社の投資方針と常に整合的であるとは限りません。