

高齢化と人口減少で縮小する個人消費 ～必要なのは「高齢者」対策ではなく「高齢化」対策～

Falling Personal Consumption Because of Population Aging and Decline: The Need for Policies Targeting Population Aging Rather Than the Elderly

日本では高齢化が急速に進み、消費活動における高齢者の影響力は年々増している。しかし、高齢者1世帯あたりの消費額はピークである50代と比べて少ない。現役世代の消費額と大きくかい離した水準ではないものの、高齢化は家計の消費額を下押しする要因となっている。

また、マクロベースで見ても高齢化は世界的に個人消費を抑制する一因となっている。しかも日本では人口もいよいよ減少しており、高齢化と人口減少という2つの要因が重なって個人消費の伸びを抑制している。さらに今の現役世代は前の世代と比べて、むしろ所得水準が低下しており、こうした所得の低い世代がこのまま高齢者となれば、個人消費には一層の下押し圧力が加わる可能性がある。

高齢化社会において必要なことは、今の高齢者の消費を底上げする「高齢者」対策ではなく、現役世代も含めた国民全体の消費を底上げする「高齢化」対策である。そのためには国民一人ひとりの所得を増やすことが不可欠であるが、政策によって達成するのは容易なことではない。企業としては国内の消費市場が縮小することを想定したうえで、消費者のニーズに合った製品の開発やサービスの提供等の対策を進めて行くことが肝要である。

高齢者を中心に消費者のニーズは、世代特有の要因や時代の変化にともなう嗜好の変化等を反映して常に変化していく。このため、そうした趨勢をとらえることができれば、新たな需要の獲得につながると期待される。そして、そのような企業の主体的な営業努力の先に、高齢化と人口減少という二重のハードルを越えて、日本経済が成長を続けるための道筋が見えてくる可能性がある。



In Japan, senior citizens' influence on consumption has constantly increased because of population aging. However, consumption is lower in senior households than in working-age households with a breadwinner in his or her 50s, which is the age group with the highest consumption. Though the gap in consumption between senior households and working-age households is not very large, population aging is one factor pushing down household consumption. At the macroeconomic level, population aging is a cause of suppressed consumption worldwide. In Japan, there is an additional factor: population decline. The combination of the two factors—population aging and decline—has slowed the country's personal consumption growth. Also, today's working-age generation is facing declining income levels. As this generation with lower incomes grows older, there will be further downward pressure on personal consumption. An economy with an aging population needs not policies targeting the elderly with the aim of boosting their consumption, but rather policies tackling the issue of population aging with the aim of increasing consumption by the country's households as a whole, including working-age households. In such policies, it is important to increase the income of individuals, but this is not easily attainable through policy. From the standpoint of companies, it is crucial to expect a contraction in consumption in the domestic market and take various measures such as developing and offering products and services that satisfy consumer needs. The needs of the elderly and other consumers constantly change, reflecting generation-specific factors and shifting consumer preferences. Therefore, firms can meet new demand if they are able to capture these consumer trends. Such operational efforts made proactively by firms may show a path to continued growth that the Japanese economy can achieve, overcoming the double hurdles of population aging and decline.

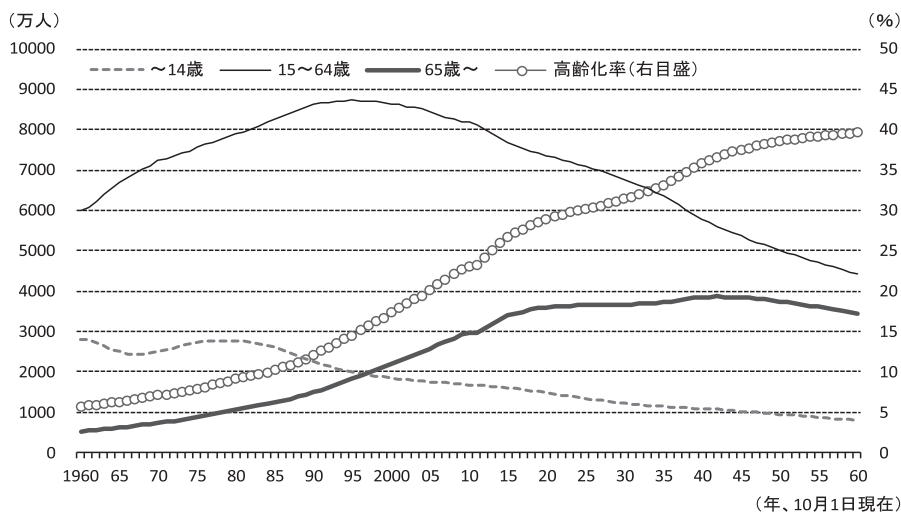
1 はじめに

本稿では高齢者の消費動向と、高齢化がマクロ経済に与える影響について取り上げる。2015年の総務省「国勢調査」において日本の総人口が調査開始以降初めて減少に転じたことは記憶に新しい。この間、人口構造も急速に変化し、15年時点で高齢化率は26.7%と日本人の4人に1人が65歳以上の高齢者となっている。また、国立・社会保障人口問題研究所（以下、「社人研」）によれば、

2060年には高齢化率が40%近くまで上昇すると見込まれている（図表1）。

一般に、家計の消費活動は1人あたりではなく世帯単位で把握されることが多いが、世帯主が65歳以上である高齢者世帯も着実に増えている。社人研によると、足元では全体の3分の1程度が高齢者世帯とみられ、消費活動における高齢者の影響力は年々増している（図表2）。以下では、まず高齢者の消費動向について整理する。そのうえで、高齢化がGDPベースで見た個人消費に与え

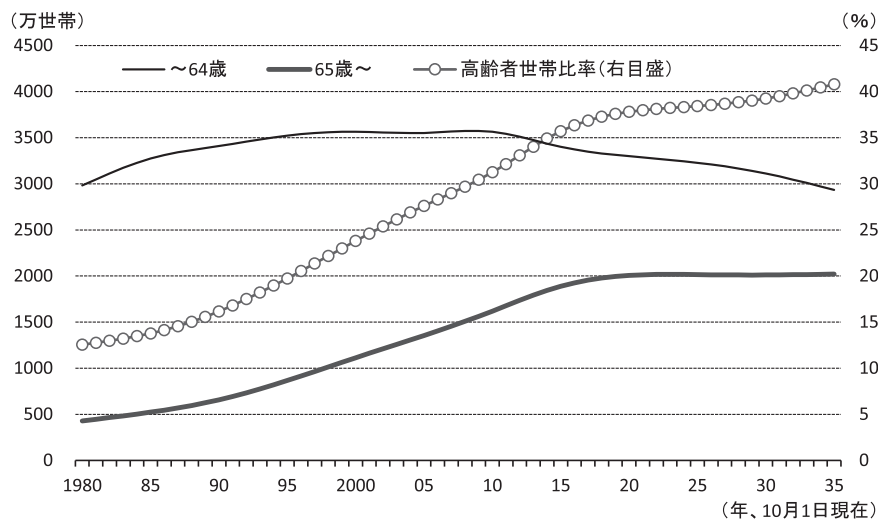
図表1 日本の人口の推移と高齢化



注：2006～09年および15年以降は三菱UFJリサーチ & コンサルティングにて水準調整を行っている。

出所：国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口（平成24年1月推計）死亡中位・出生中位」、総務省

図表2 日本の世帯の推移と高齢化



注：未発表年は三菱UFJリサーチ & コンサルティングで補間。

出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計（平成25年1月推計）」、総務省

る影響を分析し、今後の課題について展望する。

2 高齡化と個人消費

(1) 高齡者の消費動向

家計の消費動向を表す統計としては、総務省による「家計調査」、「家計消費状況調査」、「全国消費実態調査」等が挙げられる¹。「家計調査」と「家計消費状況調査」はともに月次ベースでの統計であり、速報性に優れるが、「家計消費状況調査」は標本サイズが約9,000世帯と小さく、「家計消費状況調査」は標本サイズが約3万世帯と大きいものの、そもそもは購入頻度が少ない特定の品物の購入状況についての調査²であるため、消費の詳細を把握するには適さない。他方、「全国消費実態調査」は5年おきの調査で速報性はないものの、標本サイズが約5万6,400世帯と多いうえ、品目ごとの消費額等詳細なデータもあり、消費構造を分析するうえでは有用だと考えられる。そこで本節では14年に行われた「平成26年全国消費実態調査」をもとに、高齡者世帯の消費動向について概観していく

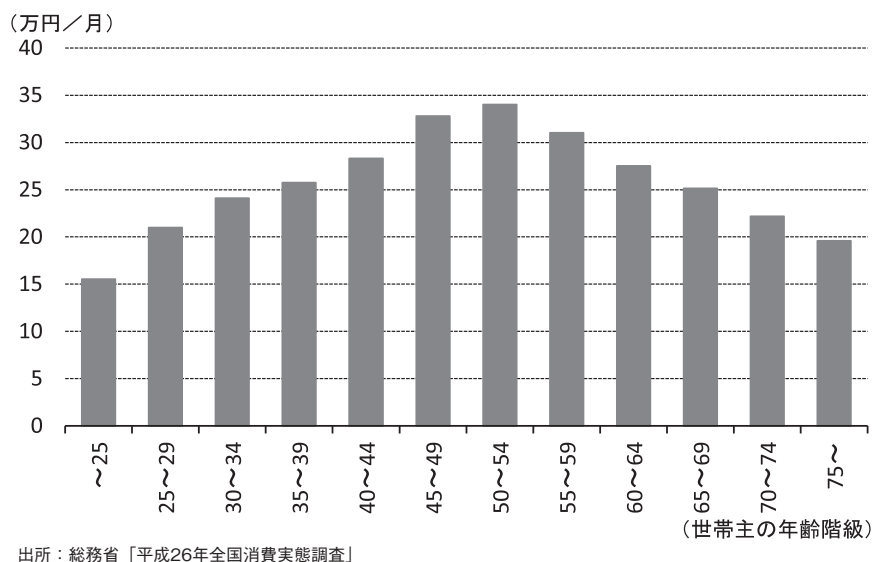
ことにする。

まず図表3は世帯主の年齢階級別に見た1ヵ月あたりの家計の消費支出額である。消費額は年齢が上がるにつれて増加し、50～54歳でピークをつけるが、その後は減少に転じる傾向がある。消費額を比較すると、40～44歳と60～64歳、35～39歳と65～69歳、30～34歳と70～74歳、25～29歳と75歳以上とが、おおむね同水準となっており、高齡者世帯の消費額は著しく低いというわけではないが、ピーク時と比べて少ないという点は重要なポイントである。

また、現役世代と消費の水準が似ているとはいえ、その中身は異なっていると考えられる。そこで次に現役世代と高齡世代とで消費の内訳はどう違うか確認しよう。図表4は世帯主の年齢階級別、品目別に消費の特化係数を計算したものである。特化係数とは、当該品目に対する支出割合が平均と比べて高いか低いかを表したもので、式にすると「数式1」のようになる。

特化係数が1倍を超えれば平均以上に支出をしてお

図表3 年齢階級別に見た家計の消費支出額（総世帯）



数式1

$$\text{X歳の品目Yに対する消費の特化係数} = \frac{\text{X歳の品目Yに対する支出額} \div \text{X歳の消費支出総額}}{\text{品目Yに対する支出額の平均値} \div \text{消費支出総額の平均値}}$$

り、逆に1倍を下回れば平均よりも支出をしていないことを意味する。あくまでも各々の品目に対する相対的な消費割合の高低を表しており、特化係数が1倍を上回っ

ているからといって、支出額そのものが多いとは限らない点には注意が必要である。以下、順に確認していこう。

まずは「食料」である。65歳以上の高齢者の特化係数

図表4 消費支出の特化係数

消費品目		世帯主の年齢階級		～20代	30代	40代	50代	60代	70代～	65歳～
消費支出										
食料	穀類			0.87	0.98	0.99	0.91	1.05	1.08	1.07
	魚介類			0.71	0.90	1.00	0.88	1.06	1.15	1.13
	肉類			0.32	0.58	0.73	0.84	1.23	1.44	1.39
	乳卵類			0.60	0.95	1.11	0.94	1.05	0.99	1.02
	野菜・海藻類			0.61	0.94	0.94	0.84	1.06	1.24	1.19
	果物			0.43	0.73	0.81	0.83	1.16	1.38	1.32
	油脂・調味料			0.31	0.57	0.61	0.73	1.25	1.64	1.53
	菓子			0.64	0.89	0.97	0.89	1.07	1.16	1.14
	調理食品			0.87	1.13	1.10	0.89	1.00	0.98	0.99
	飲料			1.02	0.97	0.99	0.97	1.00	1.04	1.02
	酒			1.20	1.14	1.06	0.95	0.98	0.92	0.93
	外食			0.54	0.76	0.99	1.00	1.20	0.97	1.07
	雑費			1.64	1.42	1.20	0.96	0.87	0.71	0.76
	住居			11.33	0.00	0.00	0.00	2.40	0.00	1.68
	家具・家事用品			2.82	1.46	0.94	0.74	0.85	0.98	0.92
住宅	家賃			4.52	2.19	1.29	0.75	0.47	0.48	0.48
	設備修繕・維持			0.07	0.28	0.37	0.72	1.47	1.78	1.63
	光熱・水道			0.80	0.90	0.95	0.88	1.04	1.19	1.14
	電力			0.70	0.90	0.96	0.90	1.05	1.17	1.13
	ガス			1.23	1.01	0.96	0.86	0.97	1.17	1.11
	他の光熱			0.18	0.33	0.56	0.84	1.28	1.66	1.53
	上下水道			0.76	0.95	0.99	0.89	1.03	1.15	1.10
	家具・家事用品			0.68	1.00	0.85	0.88	1.13	1.15	1.15
	家庭用耐久財			0.51	0.88	0.79	0.88	1.13	1.30	1.25
	室内装飾・装飾品			0.71	0.85	0.60	0.98	1.19	1.26	1.27
	寝具			0.85	0.91	0.87	0.95	1.12	1.09	1.07
	家事雑貨			1.02	1.39	0.98	0.86	1.07	0.89	0.96
	家事消耗品			0.76	1.10	1.05	0.91	1.05	0.98	1.01
	家事サービス			0.13	0.49	0.57	0.76	1.40	1.55	1.49
	被服			1.02	1.22	1.07	1.04	0.96	0.84	0.86
被服	和服			0.47	0.18	0.67	1.40	1.70	0.58	0.94
	洋服			1.16	1.45	1.15	1.03	0.89	0.73	0.76
	シャツ・セーター			0.89	1.01	0.96	1.05	1.03	0.96	0.98
	下着			0.60	1.01	1.00	0.89	1.05	1.12	1.08
	生地・糸			0.54	0.90	0.62	0.72	1.35	1.32	1.36
	他の被服			1.16	1.30	1.13	0.99	0.86	0.88	0.87
	履物			1.21	1.29	1.19	1.05	0.89	0.73	0.79
	被服関連サービス			0.58	0.67	0.73	1.27	1.14	1.03	1.02
	保健医療			0.54	0.80	0.77	0.81	1.19	1.34	1.32
	医薬品			0.38	0.56	0.67	0.84	1.25	1.47	1.43
	健康保持用摂取品			0.23	0.32	0.49	0.81	1.15	1.90	1.66
	保健医療用品・器具			1.11	1.39	1.01	0.91	0.79	1.11	0.98
	保健医療サービス			0.49	0.80	0.79	0.78	1.29	1.26	1.31
	交通・通信			1.11	1.13	1.07	1.13	0.98	0.76	0.82
	自動車等関係			1.49	1.04	1.00	1.18	0.91	0.82	0.84
	その他			0.92	1.09	1.02	1.13	1.07	0.75	0.84
教育	教育			1.21	1.24	1.20	1.08	0.87	0.74	0.77
	授業料等			0.27	1.24	2.30	1.70	0.20	0.06	0.08
	教科書・学習参考教材			0.32	1.35	2.05	1.82	0.23	0.07	0.08
	補習教育			0.11	0.80	2.99	1.36	0.17	0.10	0.09
	補習			0.04	0.80	3.33	1.21	0.09	0.05	0.05
	養育			1.14	0.95	0.98	0.85	1.06	1.10	1.11
	養育			2.66	1.08	1.06	0.86	0.96	0.84	0.92
	養育			1.27	1.01	1.09	0.85	1.05	0.97	1.01
	書籍・他の印刷物			1.02	0.69	0.87	0.85	1.05	1.35	1.25
	養育			1.00	0.97	0.96	0.85	1.07	1.11	1.13
	養育			0.66	0.76	0.83	1.16	1.06	1.08	1.07
	その他			0.86	0.94	0.88	0.95	1.06	1.13	1.11
	諸			0.42	0.90	1.18	1.32	1.00	0.65	0.76
	つかい（用途不明）			0.68	0.66	0.56	0.86	1.24	1.46	1.41
	交際			0.21	0.20	1.00	2.71	0.54	0.29	0.32
	仕送り									

注1：消費支出に占める各品目の割合が平均を上回れば1よりも大きく、平均的であれば1、平均を下回れば1よりも小さくなる。

注2：特化係数が1を上回っている箇所には網掛けをしている。

出所：総務省「平成26年全国消費実態調査」をもとに三菱UFJリサーチ&コンサルティング算出

は1倍を上回っており、平均よりも消費割合が高くなっている。ただし、「菓子類」と「外食」は現役世代の方が高くなっている。高齢者の特化係数が高いのは、エンゲルの法則の通り、現役世代と比べて所得が限られることが原因で生活必需品の消費割合が仕方なく高まっている結果と考えられる。また、いわゆる「買い物難民」の高齢者が、宅配サービス等を利用することで、店頭よりもやや高めの値段で購入している可能性もある。

次は「住居」である。高齢者の特化係数は1を下回っており、20代、30代の現役世代の方が特化係数は高くなっている。高齢者は持家率が高く、「家賃地代」に対する支出が少ないことが原因だろう。高齢者は「設備修繕・維持」が現役世代よりもかさむものの、家賃ほどには多くない。

「光熱・水道」では、65歳以上の高齢者の特化係数が1を上回っている。現役世代と比べて家で過ごす時間が長い分、消費が増えている可能性がある。また、「他の光熱」が平均の1.5倍と高いが、灯油や練炭、豆炭等の暖房用燃料としての利用が多いことが理由と考えられる。

次に「家具・家事用品」を見ると、65歳以上の高齢者の特化係数は1を上回っている。現役世代と比べて家で過ごす時間が長い分、居住空間での快適さを追求する中で支出が増えているほか、病気療養や介護等に必要なベッド等の家具を購入している可能性がある。

他方、「被服及び履物」については、高齢者の特化係数は1を下回っており、現役世代の方が高い。衣料品は仕事向けに購入することも多く、退職者の多い高齢者は現役世代と比べて消費が少なくなっているとみられる。ただし、「生糸・糸類」の特化係数は高齢世代の方が高い。衣類の修繕や趣味の裁縫等の材料として、支出が増えていると考えられる。

次は「保健医療」であるが、65歳以上の高齢者の特化係数は1を上回っている。疾病にともなう通院費等が高齢者ほどかさみやすいとみられる。なお、「保健医療用品・器具」はオムツ等であり、若年世代では子ども用で、高齢世代では介護用で支出割合が高まっていると考えられ

る。

一方、「交通・通信」については、65歳以上の高齢者の特化係数が1を下回っている。高齢者は退職後の無職世帯が多いため、通勤費を中心に支出が少なくなっていると考えられる。

また「教育」についても、高齢者の特化係数は1を下回っている。30代～50代を中心とした現役世代の特化係数が際立って高く、主に子どもの教育費による差が反映されているとみられる。

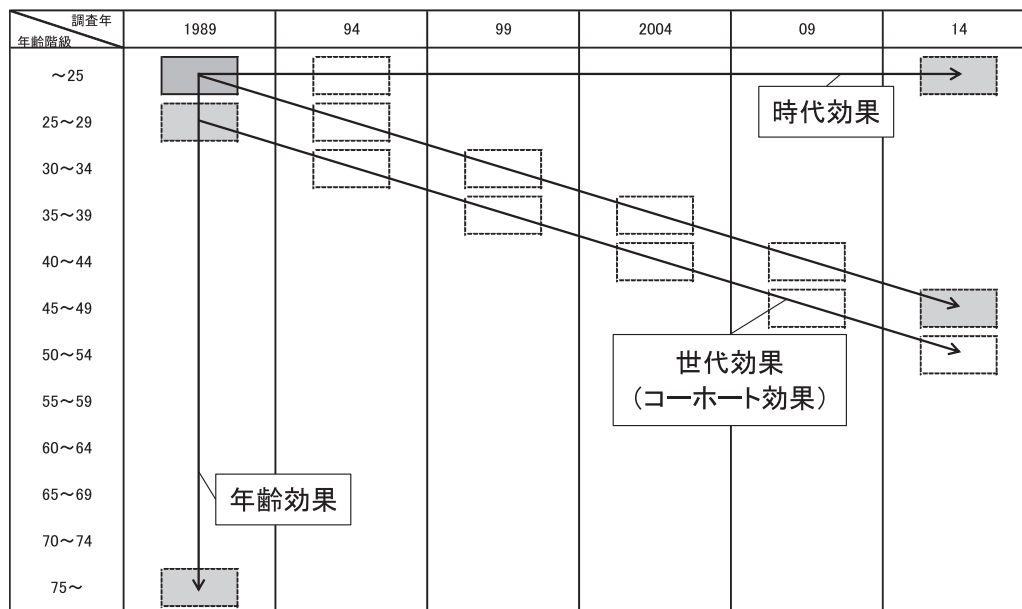
続いては「教養娯楽」である。65歳以上の高齢者の特化係数は1を上回っている。20代の特化係数も高いがその中身は主にテレビ等耐久財への支出で、高齢世代では旅行等サービスに対する支出が多くなっている。

最後は「その他の支出」である。65歳以上の特化係数は1を上回っている。特に「交際費」が高いが、これは退職後の余暇時間増加と子どもへの贈与によるものとみられる。また、「諸雑費」には介護サービス費が含まれており、高齢者の消費割合が高い原因と考えられる。

このように消費額とその内訳は消費者のライフステージによって異なっている。こうした傾向は今後も大きくは変わらないとみられるが、一般に人々の消費行動は、年齢の上昇による変化（年齢効果）だけでなく、生まれた世代（世代効果、コーホート効果）や時代の変化（時代効果）にも左右される（図表5）。

そこで本稿では、各品目に対する消費割合の変化を、①年齢効果、②世代効果（コーホート効果）、③時代効果の3つに分解し、各品目に対する年齢階級間の消費の割合の差が純粋に年齢の違いによるものなのかを探ってみる。なお、分析に際しては、「数式2」の推計式を各年における各年齢階級の世帯数で重みをつけたうえで最小二乗法により推計した³。ここで失業率は景気動向による消費の変動をコントロールするために加えてあるが、データの制約から70～74歳と75歳以上はともに70歳以上として同じ値を用いた。また、技術的な問題から1914年以前の生まれと1915～19年生まれの世代効果を同一であると仮定している。

図表5 年齢効果・世代効果・時代効果の概念図



出所：内閣府「高齢社会対策に関する調査（平成20年度）」、日本銀行「最近の高齢者の消費動向について」などを参考に三菱UFJリサーチ & コンサルティング作成。

数式2

$$c_{i,t} = \alpha + \beta_1 \times \text{年齢ダミー}_i + \beta_2 \times \text{世代ダミー}_{j=t-i} + \beta_3 \times \text{時代ダミー}_t + \beta_4 \times \text{失業率}_{i,t} + \varepsilon_{i,t}$$

(注) $c_{i,t}$: t 年における年齢階層 i の当該品目に対する支出割合

図表6は消費支出に占める各品目の比率の推移を先述の3つの要因に分解した結果である。ここで、時代効果は1989年、年齢効果は25～29歳、世代効果は1960～64年生まれを基準とし、それらと比較して各効果が消費割合の押し上げにどの程度寄与しているかを示している。以下、順を追って確認しよう。

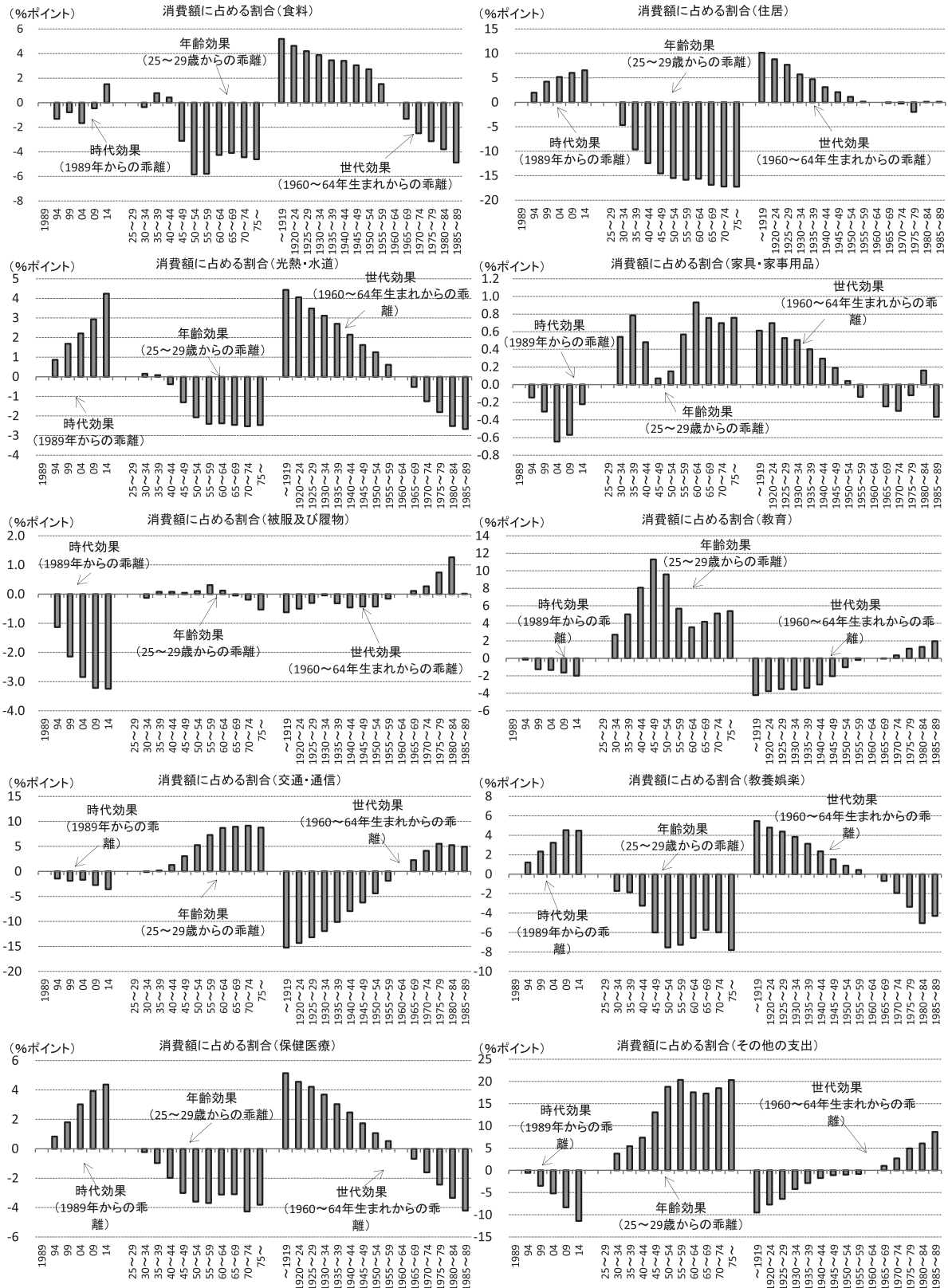
まず「食料」を見ると、年齢効果は45歳以上でマイナスとなっている。年齢の上昇とともに支出割合は低下していくが、60歳以上はマイナス幅がやや縮小し、支出割合が多少高まっている。他方、世代効果は、少子化や核家族化等の影響で世帯人員が減少していることもあって、上の世代ほど高く、下の世代ほど低くなっている。したがって、高齢者の「食料」に対する消費の特化係数が高いのは、主に世代効果の差が反映されていると言える。また、時代効果はマイナスが続いてきたが、14年にはプラスに転じている。時代効果には物価水準の変化等が含まれており、足元の食料品価格の上昇を反映しているとも

られる。

次に「住居」であるが、年齢効果は年齢の上昇にともなってマイナス幅が拡大している。他方、世代効果は1960～64年生まれよりも前の世代ではプラスであるが、それ以降はゼロ近傍で影響が確認できない。高齢者の「住居」に対する消費の特化係数の低さは主に年齢効果によるものと言える。また、時代効果については緩やかにプラス幅が拡大している。

続いて「光熱・水道」を見ると、年齢効果はマイナスで、年齢の上昇とともに光熱・水道費への支出割合は低下し、50代以降はマイナス幅が一定となっている。他方、世代効果は上の世代ほど高く、このことが高齢者の「光熱・水道」に対する消費の特化係数の高さにつながっていると言える。「食料」と同じく少子化や核家族化等の影響で世帯人員が減少しているほか、近年の省エネ技術の向上等も影響していると考えられる。また、時代効果はプラス幅が拡大傾向にある。

図表6 コーホート分析の結果



出所：総務省「全国消費実態調査」などをもとに三菱UFJリサーチ&コンサルティング試算。

「家具・家事用品」については、年齢効果はプラスで、20～30代と55歳以上で特に大きい。他方、世代効果は1950～54年生まれよりも上の世代でプラス幅が高くなる傾向にあり、高齢者の「家具・家事用品」に対する消費の特化係数が高いのは、世代効果の影響が強いと考えられる。少子化や核家族化等による世帯人員の減少、マンションの普及等を受けて人々の居住スペースが徐々に狭くなった結果、必要とされる家具が少なくなっている可能性がある。また、時代効果はマイナスであるが、一貫した変化は見られない。

次に「被服及び履物」であるが、年齢効果は65歳以上で若干ながら押し下げに効いている。他方、世代効果は1960～64年生まれよりも上の世代ではマイナス、下の世代ではプラスになっている。高齢者の「被服及び履物」に対する消費の特化係数が1を下回っているのは、年齢効果と世代効果ともに押し下げに効いているからである。もともと着る物にお金をかけてこなかった世代が高齢となり、消費意欲が一段と低下している。また、時代効果はマイナス幅が拡大する傾向にある。これは格安な輸入衣料品の増加などが背景にあるとみられる。

「教育」では、年齢効果はおおむねプラスで、40～50代前半を境にピークアウトする。他方、世代効果は、受験競争の激化や学習塾の普及等を背景に、下の世代ほど高くなっている。高齢者の「教育」に対する消費の特化係数は1を下回っているが、年齢効果と時代効果がともに効いている結果である。また、時代効果はマイナス幅が緩やかに拡大している。

「交通・通信」に関しては、年齢効果はプラスで、年齢の上昇とともにその効果も大きくなっていくが、50代以降は横ばいとなる。他方、世代効果は、携帯電話の登場と近年の急速な普及等が影響して下の世代ほど高くなっている。高齢者の「交通・通信」に対する消費の特化係数は1を下回っているが、これは世代効果によるものと言える。また、時代効果はマイナス圏で推移している。

「教養娯楽」については、年齢効果はマイナスとなっている。年齢が上昇するにつれてマイナス幅が拡大してい

くが、60代になるとマイナス幅がやや縮小し、75歳以上になると再び拡大している。60代でマイナス幅がいったん縮小するのは退職後の余暇時間の増加を受けて旅行等に対する支出が増えやすいことが影響しているとみられる。他方、世代効果は上の世代ほど高くなっている。高齢者の「教養娯楽」に対する消費の特化係数が高いのは、主に世代効果の差が反映されていると言える。世代効果については、主にテレビやパソコンといった教養娯楽耐久財における低価格化が影響している可能性がある。また、時代効果はプラス幅が拡大傾向にある。

「保健医療」では、年齢効果はマイナスで、年齢の上昇とともにマイナス幅が拡大していくが、50代以降はおおむね横ばいとなる。年齢の上昇とともに医療費も増えるイメージがあるが、自己負担割合や世帯人員の違い等が影響し、一定の年齢以上では大きな差がなくなっているのだと考えられる。他方、世代効果は上の世代ほど高くなっており、高齢者の「保健医療」に対する消費の特化係数の高さは、主に世代効果の差によるものである。上の世代ほど世代効果が高いのは、衛生環境の違いのほか、世帯人員の多さによるものと考えられる。また、時代効果は医薬品価格の上昇等を反映してプラス幅が拡大傾向にある。

最後に「その他の支出」を見ると、年齢効果はプラスで、年齢が上がるにつれて消費割合は高まっていくが、50代以降はおおむね横ばいとなる。60代にプラス幅がいったん縮小するが、これは子ども等に対するこづかいや仕送り金の減少が影響している可能性がある。他方、世代効果は上の世代ほど低く、下の世代ほど高いため、高齢者の「その他の支出」に対する消費の特化係数の高さは、主に年齢効果によるものと考えられる。また、時代効果はマイナス幅が拡大傾向にある。

以上をまとめると、各品目に対する高齢者の消費割合は年齢効果だけではなく、世代効果や時代効果の影響も大きく受けていることが分かる。そこで、世代効果と時代効果を延長する形で今後の高齢者のニーズがどのように変化していくのかを考えてみたい。

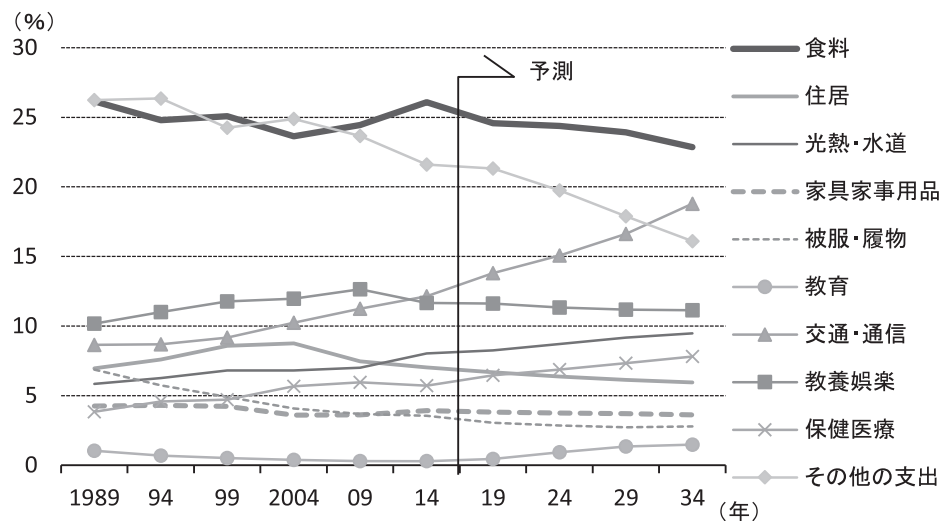
図表7は年齢効果を一定、世代効果と時代効果を過去のトレンドをもとに延長し、65歳以上の高齢者の消費割合がどのように変化していくのか試算したものである⁴。これを見ると、消費割合が高まるのは「交通・通信」、「保健医療」、「光熱・水道」、「教育」の4品目、逆に低下するのは「その他の支出」、「食料」、「住居」、「被服・履物」、「教養娯楽」、「家具家事用品」の6品目と予測される。

最も消費割合が高まるのは「交通・通信」で、2014年

の12.1%から34年には18.8%と6.7ポイント上昇すると見込まれる。「自動車等関係費」や「通信費」は年齢の上昇とともに消費割合が高まるほか、下の世代ほど消費割合が高い傾向があるため、上昇トレンドが続くことになる。

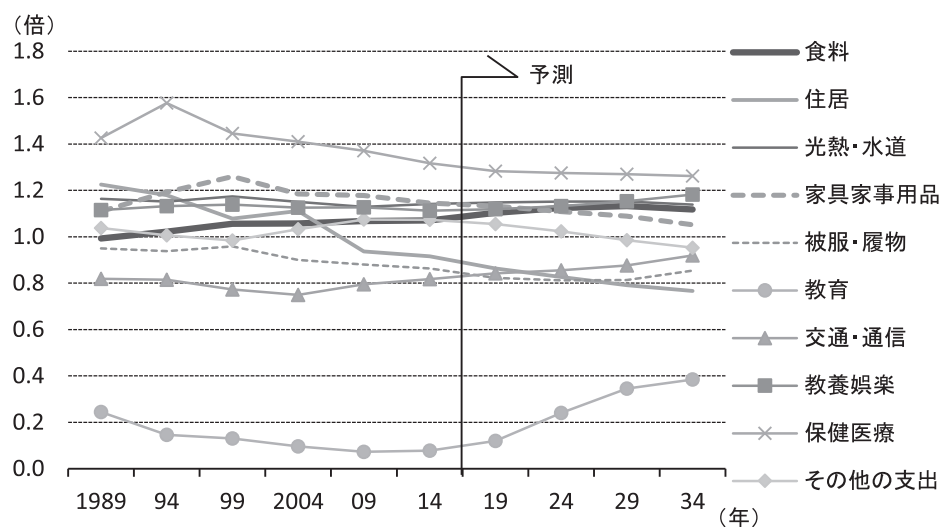
他方、最も消費割合が低下するのが「その他の支出」で、2014年の21.6%から34年には16.1%へ5.5ポイント低下すると見込まれる。下の世代ほど消費割合は高い

図表7 世帯主が65歳以上の世帯の消費割合の見通し



出所：総務省「全国消費実態調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」をもとに三菱UFJリサーチ&コンサルティング試算。

図表8 世帯主が65歳以上の世帯の特化係数の見通し



出所：総務省「全国消費実態調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」をもとに三菱UFJリサーチ&コンサルティング試算。

ものの、時代効果のマイナス幅拡大が響き、消費割合の低下トレンドが続くことになる。また、「食料」は2014年の26.1%から34年には22.9%へ3.2ポイント低下すると予測される。世帯人員の減少等を背景に、下の世代ほど世代効果のマイナス幅が拡大していくことが押し下げ要因となる。

さらに、特化係数についても試算したのが図表8である。これを見ると、特化係数が高まるのは「教育」、「交通・通信」、「教養娯楽」、「食料」の4品目、逆に低下するのは「住居」、「その他の支出」、「家具家事用品」、「保健医療」、「被服・履物」、「光熱・水道」の6品目と予測される。

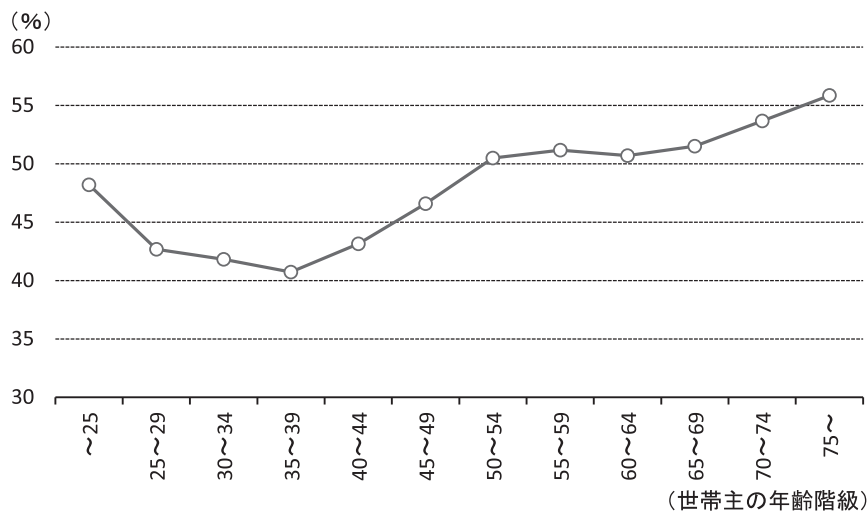
最も上昇が見込まれるのは「教育」で、2014年の0.08倍から34年には0.38倍へ0.30ポイント上昇すると見込まれる。世代効果が下の世代ほどプラス幅が拡大傾向にあるほか、年齢効果が高齢者でも大きくは落ち込まないことが主因である。1倍を下回っているため、「教育」への支出のメイン層は現役世代であるが、高齢者のニーズも着実に高まっていくとみられる。また「交通・通信」は、2014年の0.82倍から34年には0.92倍に上昇し、1倍に大きく近付くと予想される。下の世代ほど世代効果のプラス幅が大きく、年齢の違いによる消費割合の差が解消へ向かうと考えられる。

他方、最も低下が見込まれるのは「住居」で、14年の0.92倍から34年には0.77倍へ0.15ポイント低下すると見込まれる。住居にあまりお金をかけない世代が高齢者となる中で、住居に対する高齢者のニーズは縮小していくと考えられる。また、「保健医療」は2014年の1.32倍から34年には1.26倍に低下すると予測される。1倍を上回っており、高齢者の「保健・医療」に対する支出が多いことに変わりはないが、衛生環境が向上し、人々の健康意識も高まる中で、支出の割合は緩やかながらも低下していくと考えられる。

(2) 高齢者内の消費格差

これまでは高齢者の消費の特徴を他の年齢や世代と比較することで明らかにしてきた。しかし、高齢者はこれまでの人生の集大成にあたる時期であり、同じ年齢集団内であっても消費額には違いが現れやすいと考えられる。そこで年齢階級別に消費支出額の変動係数を計算した結果が図表9である。変動係数は集団内のバラツキの程度を表す指標で、値が大きいほどバラツキが大きいことを意味している。これを見ると、変動係数は35～39歳まで低下した後、40～44歳を境に上昇し、50～54歳で上昇がいったんは一服、そして70歳を超えると再び上昇している。以下、本節ではこうした高齢者の集団内

図表9 消費支出額のバラツキ（変動係数）



注：変動係数＝標準偏差÷平均。大きいほど集団内のバラツキが大きい。
出所：総務省「平成26年全国消費実態調査」

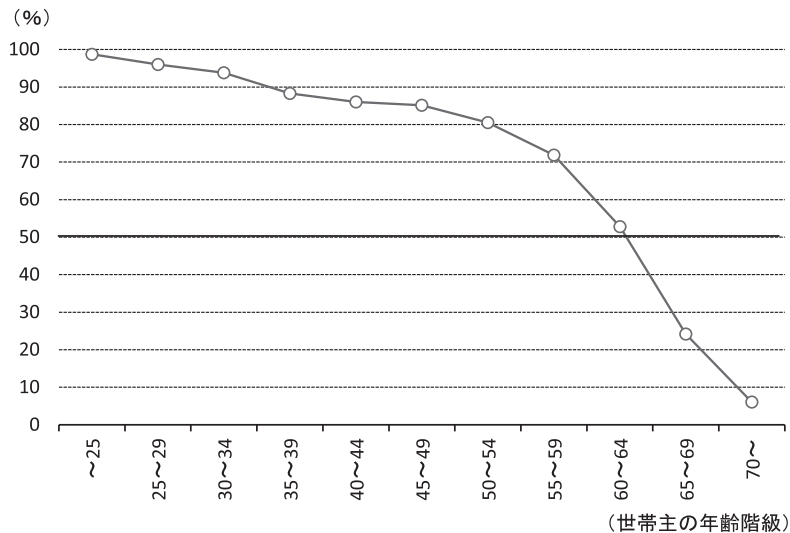
における消費格差⁵について考察してみたい。

たとえば、会社勤めのサラリーマンを想像してほしい。多くの場合、定年は60歳である。年金の支給開始年齢は65歳⁶であるから、ある人は再雇用されて元の会社で働き、ある人は別の仕事にチャレンジする。そのままリタイアする人もいるかもしれない。いずれにせよ、65歳になり年金を受け取れるようになると、仕事を辞め、それまでに貯めた貯蓄も使いながら余生を過ごす。これが現在の日本におけるサラリーマンの平均的なライフコース

だろう⁷。実際、世帯主の年齢階級別に勤労者世帯の割合を見ると、50代になると徐々に低下が進み、60～64歳で勤労者世帯の比率は約半数まで落ち込む（図表10）。その後さらに65～69歳で2割、70歳以上で1割未満まで低下する。したがって、高齢者世帯の多くは無職世帯であり、その中で消費に格差が生まれるのは、年金支給額もしくは貯蓄額の差が原因である可能性がある。

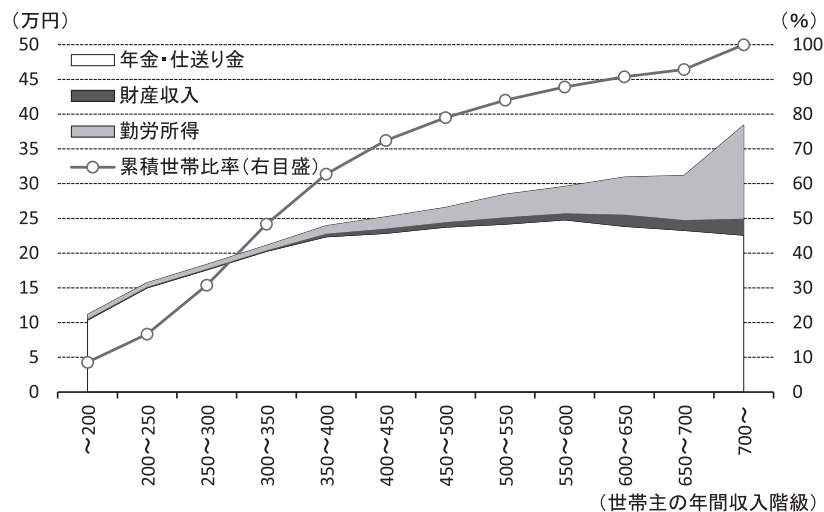
そこで、図表11は2人以上の世帯のうち、世帯主が65歳以上かつ無職世帯の所得（月収）に

図表10 勤労者世帯の割合



出所：総務省「平成26年全国消費実態調査」

図表11 2人以上世帯のうち世帯主が65歳以上かつ無職世帯の所得の内訳



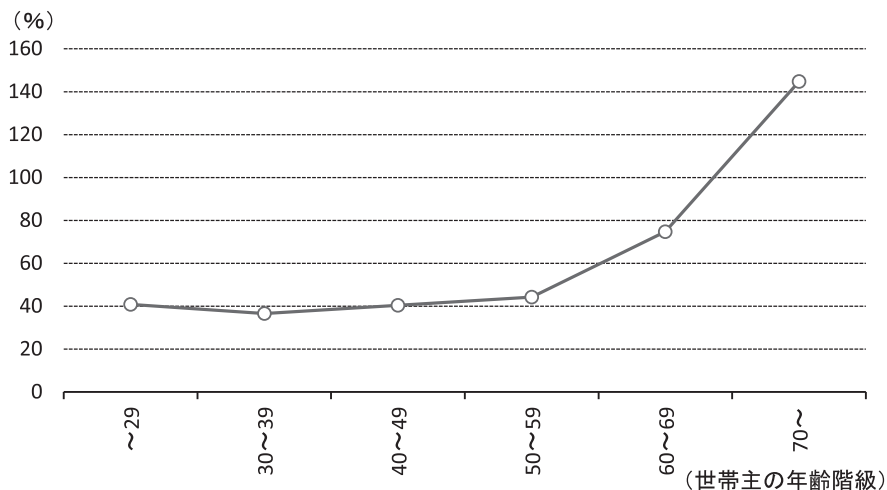
出所：総務省「平成26年全国消費実態調査」

ついて、年間収入階級別に内訳を表したものである。あわせて累積世帯比率も載せている。これを見ると、年間収入350～400万円までの約6割の世帯については、所得の大半が「年金・仕送り金」であることが分かる。他方、年間収入400～450万円以上の残り4割の世帯では「勤労所得」の占める割合が増えていく。世帯主が無職である世帯に限っているから、この場合の勤労所得は世帯主以外の世帯人員、つまりは配偶者や子供等によるものである。実際、2人以上の世帯における有業人員の変

動係数を見てみると、世帯主の年齢が60歳を超えると急激に有業人員のバラつきが拡大している（図表12）。世帯主が65歳以上の高齢者世帯のうち1割程度は勤労者世帯であることを踏まえると、高齢者の消費のバラつきは、年金給付額の差に加え、世帯としての勤労所得の有無による違いも大きく影響していると考えられる。

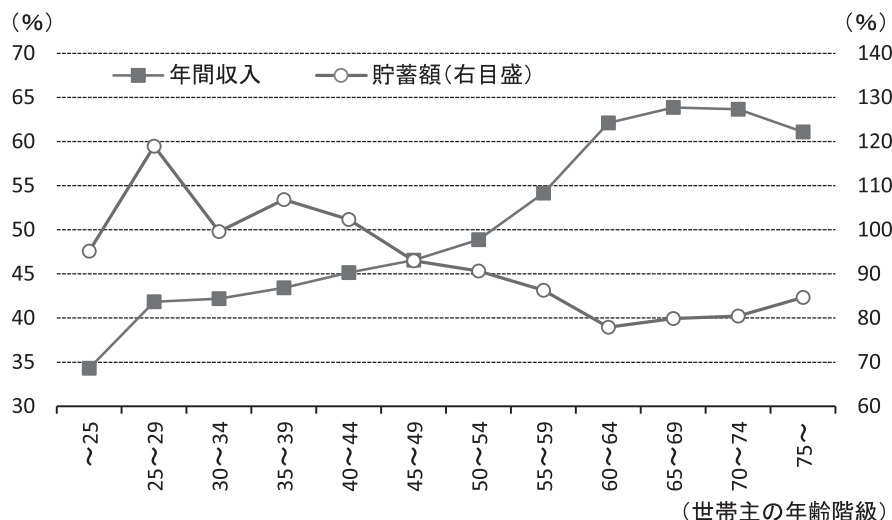
それでは、貯蓄額はどうか。年間収入のバラつきが年齢の上昇とともに拡大していくのとは裏腹に、貯蓄額については逆にバラつきが小さくなっていく傾向が

図表12 2人以上の世帯の有業人員のバラつき（変動係数）



注：変動係数＝標準偏差÷平均。大きいほど集団内のバラつきが大きい。
出所：総務省「平成26年全国消費実態調査」

図表13 年間収入と貯蓄額のバラつき（変動係数）



注：変動係数＝標準偏差÷平均。大きいほど集団内のバラつきが大きい。
出所：総務省「平成26年全国消費実態調査」

読み取れる（図表13）。老後に必要となる資金はある程度計算できるため、老後に備えた貯蓄行動が行われる中で貯蓄額のバラつきが縮小していると考えられる。したがって、高齢者の消費のバラつきは、貯蓄額というストックではなく年金や勤労所得といったフローのバラつきを反映したものと言えるだろう。

3 高齡化がマクロ経済に与える影響

本章では高齡化がマクロ経済に与える影響について考察する。前章では、高齢者の消費動向について整理した。高齢者の消費ニーズは現役世代とは異なり、しかも今後徐々にそのニーズも変化していく可能性があることを示した。それでは、そうした高齢者の増加によって家計部門全体の消費ニーズはどのように変化していくのだろうか。

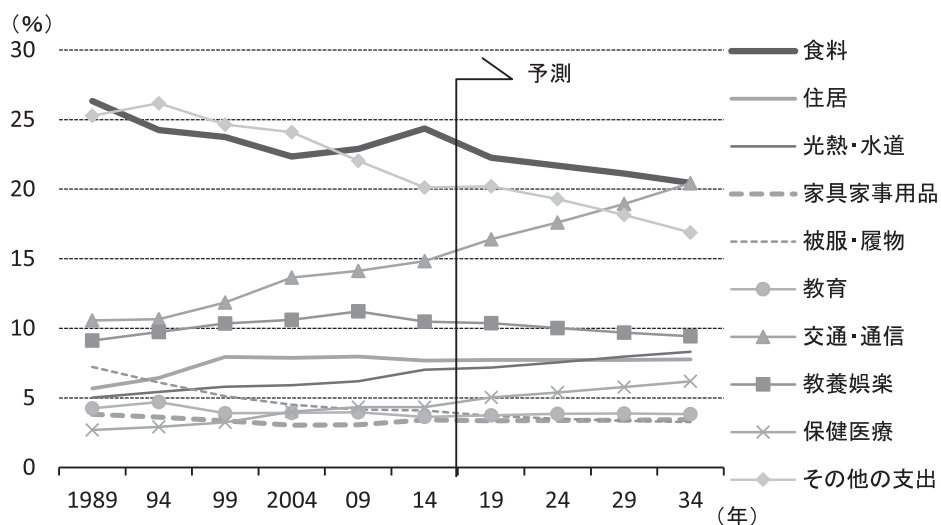
図表14は、高齢者のニーズが先述の図表7のようになるとき、家計全体の消費割合がどのように変化していくのかを試算したものである。これを見ると、消費支出の割合が高まるのは「交通・通信」、「保健医療」、「光熱・水道」、「教育」、「住居」、「家具家事用品」の6品目、逆に低下するのは「食料」、「その他の支出」、「教養娯楽」、「被服・履物」と予測される。

最も消費割合が高まるのが「交通・通信」で、2014年の14.8%から34年には20.4%と5.6ポイント上昇すると見込まれる。すでに述べた通り、「自動車等関係費」や「通信費」は年齢の上昇とともに消費割合が高まるほか、下の世代ほど消費割合が高い傾向があるため、今後、高齡化が進む中で消費割合は一層高まっていくと考えられる。また、「保健・医療」は高齢者の特化係数は低下するものの、高齢者の数そのものが増加する中で、全体の消費割合は高まっていくことになる。

他方、最も消費割合の低下が見込まれるのが「食料」である。2014年の24.4%から34年には20.4%と3.9%低下すると予測される。高齢者の消費割合が低下していくうえ、下の世代ほど消費割合が低いことから、「食料」の消費割合は低下していくことになる。同様に「教養娯楽」も下の世代ほど消費割合が低いことが主因となり、今後、高齢者のニーズは高まる一方でマクロベースの消費割合は低下していくと予想される。

ところで、こうしたマクロベースの消費割合の変化は、あくまでも消費先がどう変わっていくかの議論であって、消費金額そのものには触れていない。つまり、「交通・通信」に対する消費割合が増えるとは言っても、「交通・通信」に対する消費額そのものが増えるとは限らない。1

図表14 消費支出の割合の見通し（総世帯）



出所：総務省「消費実態調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」をもとに三菱UFJリサーチ＆コンサルティング試算。

世帯あたりの消費額は、1世帯あたりの消費総額×消費割合で決まるものだからである。それでは、高齢化によって1世帯あたりの消費総額は今後どうなっていくのだろうか。もちろん実際には勤労所得や貯蓄額の動向に大きく左右されるのだが、ここでは高齢化という世帯の年齢分布の変化が1世帯あたりの消費総額に与える影響を考えてみよう。

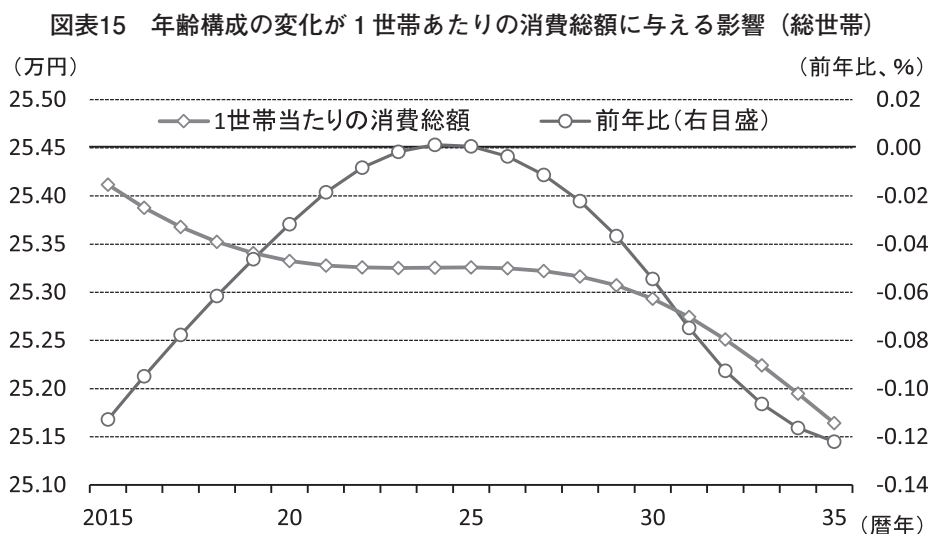
図表15は各年齢階級の消費額が2014年から変化しないと仮定したうえで、社人研の世帯推計をもとに各年齢階級の世帯数が変化した場合、消費総額がどのように変化していくのかを試算したものである。これを見ると、2015年時点で高齢化は家計の1ヵ月あたりの消費総額を前年比で-0.10%程度押し下げる効果を持っていることが分かる。この押し下げ効果は団塊ジュニア世代が消費水準の最も高い50代に突入する中で徐々に縮小していくが、その効果が一巡する2027年頃を境に再び拡大へ向かうと見られる。

世界的に見ても、高齢化は個人消費を抑制する要因となっている。図表16左は日本を含むOECD34カ国について、高齢化と個人消費の関係を表したものである。あわせて、図表16右には人口の増減と個人消費の関係も示してある。なお、縦軸はともに2001年～14年まで

の実質GDPベースで見た個人消費の伸び率、横軸は高齢化率および人口変化率の期間平均値をプロットしてある。

まず、高齢化と個人消費の関係をみると、右下がりの関係、つまりは高齢化率の高い国ほど消費の伸び率が低い傾向が読み取れる。決定係数が0.52であるから相関係数に直すと-0.72であり、強い負の相関があると言える。また参考までに人口との関係を見ると、こちらは右上がりの関係、つまり人口増加率の高い国ほど消費の伸び率が高いという関係がある。決定係数が0.15であるから相関係数に直すと0.39であり、弱い正の相関があると言える。高齢化の方が個人消費に与える影響は大きい、人口動態もまた少なからずインパクトを持つと考えられる。特に日本の場合、人口は増えているどころかむしろ減少しており、高齢化と人口減少という2つの要因が重なって個人消費の伸びを抑制する要因となる可能性がある。そこで、図表15の結果に、世帯数の増減も加味し、名目GDPベースの個人消費がどのように推移するかを試算してみる(図表17)。なお、世帯数の変化は社人研の世帯推計をもとにしている。

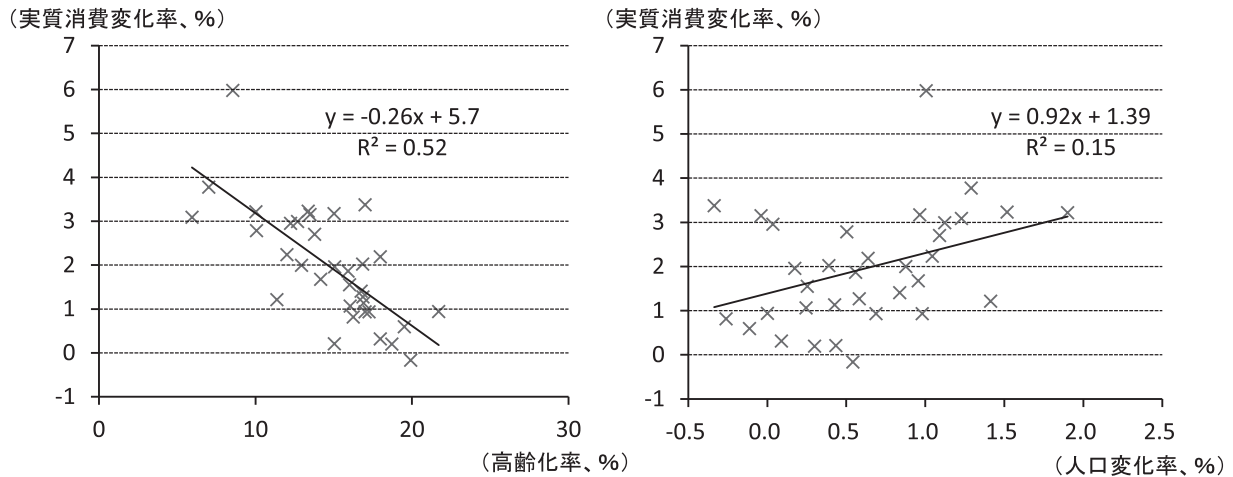
これを見ると、2015年時点では、人口が減少する中にあっても世帯数は増加が続いているため、世帯あたり



注：2014年の消費額を前提に年齢構成比だけが変化した場合の影響。

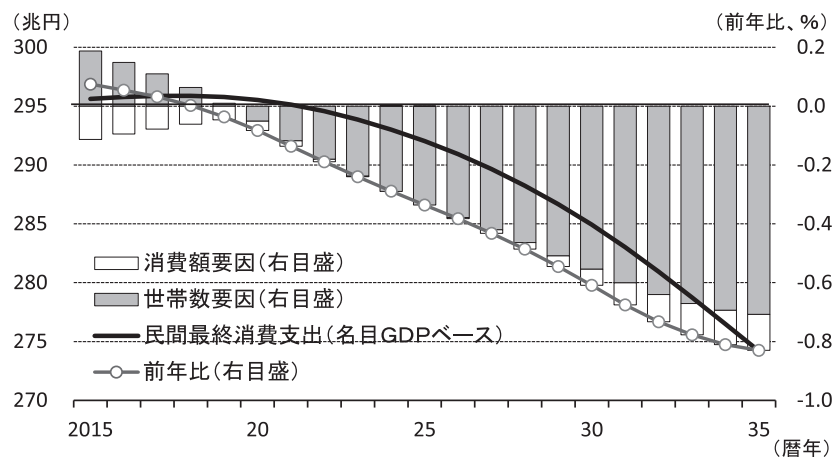
出所：総務省「消費実態調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の(出所)将来推計」をもとに三菱UFJリサーチ&コンサルティング試算。

図表16 個人消費と高齡化、人口動態との関係



注：OECD加盟34カ国、2001～2014年の平均値
出所：OECD Statistics

図表17 高齡化と人口減少が個人消費に与える影響



注：2014年の消費額を前提に世帯数およびその年齢構成が変化した場合の値。
出所：総務省「消費実態調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」、内閣府「GDP統計」をもとに三菱UFJリサーチ&コンサルティング試算。

の消費額の減少をカバーする形で、個人消費には増加圧力が加わっている。しかし、世帯数も徐々に頭打ちとなるため、2019年頃には一転して個人消費に減少圧力が加わることとなり、2027年以降は世帯あたりの消費額の下押し効果も高まることから、押し下げ効果は徐々に拡大していくと考えられる。

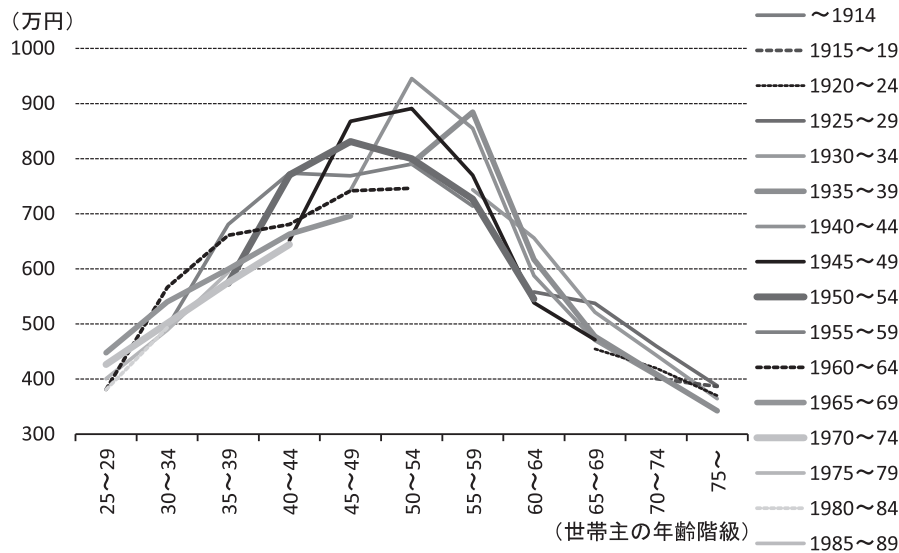
4 おわりに

本稿では高齡者の消費動向と高齡化が、マクロベースで見た個人消費に与える影響について整理した。そもそ

も、私たちが忘れてはならないのは、人はみな老いるということである。つまり、高齡者の消費動向やマクロベースで見た個人消費の行方を考えるうえでは、今の高齡世代に目を向けているだけでは不十分で、これから老いる現役世代も含めた広い視野を持つことが求められる。

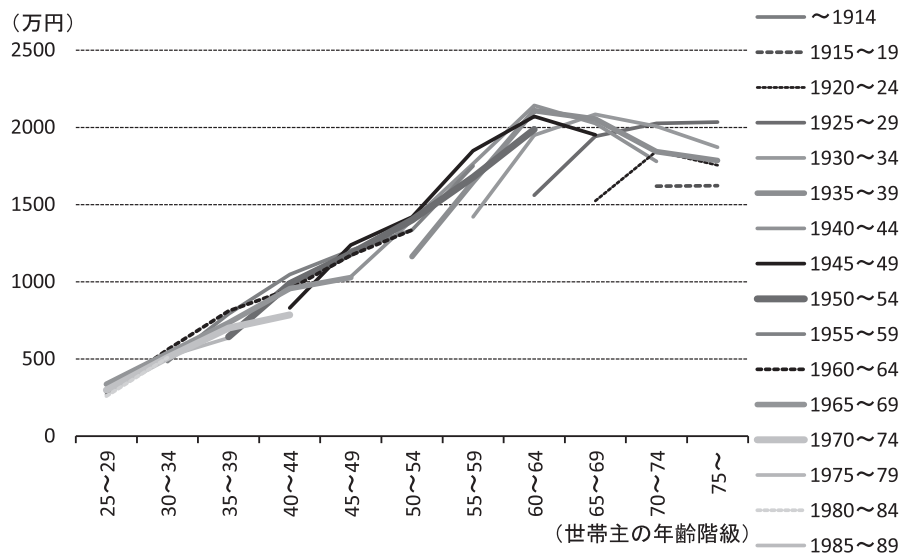
たとえば、いずれ高齡者となる今の現役世代の所得は昔と比べると確実に下がっている。図表18はコーホート別に年齢の上昇にともなう所得の推移を表したものである。これを見ると、下の世代ほど各年齢階級における所得が下方に位置していることが分かる。こうした所得

図表18 コーホート別に見た年齢の上昇にともなう所得の推移



出所：総務省「全国消費実態調査」

図表19 コーホート別に見た年齢の上昇にともなう貯蓄額の推移



出所：総務省「全国消費実態調査」

の低い世代がこのまま高齢者となれば、個人消費には一層の下押し圧力が加わる可能性がある。しかも、貯蓄額は所得ほどバラついていないことを踏まえると、現役世代は消費を抑制することで老後に備えていると考えられる（図表19）。

今後、日本国内の消費市場には構造的な下押し圧力が加わっていくことになる。高齢化社会において必要なことは、今の高齢者の消費を底上げする「高齢者」対策では

なく、現役世代も含めた国民全体の消費を底上げする「高齢化」対策である。現役世代、高齢世代を問わず、国民一人ひとりが各々のライフステージごとに十分な消費を行っていきけるよう、所得を増やしていける環境や制度を整備することが重要である。

もっとも、政策によって所得を増やすのは容易なことではない。企業としては、全体のパイが縮小することを想定したうえで、消費者のニーズに合った製品の開発や

サービスの提供等を進めていくことが肝要だろう。すでに確認したように、高齢者を中心に消費者のニーズは世代特有の要因や時代の変化にともなう嗜好の変化等を反映して常に変わっていく。このため、そうした趨勢をとることができるのであれば、新たな需要の獲得にもつながる

と期待される。そして、そのような企業の主体的な営業努力の先に、高齢化と人口減少という二重のハードルを越えて、日本経済が成長を続けるための道筋が見えてくる可能性がある。

【注】

- ¹ これらの統計はGDPベースの個人消費を推計する際の基礎統計としても用いられる。
- ² 家計調査を補う目的で、購入頻度の少ない高額商品やサービス、ICT関連の消費、インターネット経由での消費動向等を調べる調査。
- ³ 総務省「全国消費実態調査」は5年おきの調査のため、1989～2014年までの計6回分を利用した。
- ⁴ 世代効果および時代効果については、タイムトレンドに回帰したときに決定係数が0.81を上回れば、その回帰式を用いて延長推計した。仮に下回った場合には過去の平均値を用いた。また、世帯分布は社人研の世帯推計をもとに欠落年を3次スプラインで補間して利用した。
- ⁵ 消費格差は不平等ともつながる論点である。不平等度合を図る指標としては所得分布に関するジニ係数が用いられることが多いが、大竹（1996）や松尾（2012）のように消費の分散をもって不平等度合を図る研究もある。
- ⁶ 国民年金だけでなく、厚生年金も受給開始は原則65歳以上であるが、現在は移行期間であるため、60～64歳まで特別支給の老齢厚生年金が受け取れる仕組みとなっている。
- ⁷ こうした行動は、経済学においては異時点間の消費・貯蓄決定モデルとして表される。代表的なものとしては、ライフサイクルモデルや利他主義モデル、王朝モデル等が挙げられる。いずれも現役期に貯めたお金で消費と貯蓄を行い、高齢期は現役期の貯蓄をもとに消費を行うが、子どもに対して財産を残す際の想定に差がみられる。詳細はホリオカ（2002）を参照のこと。

【参考文献】

- ・足立真紀子（2004）「少子・高齢化が家計部門に与える影響」『みずほ総研論集』（2004年Ⅰ号）pp.1-35、みずほ総合研究所
- ・大竹文雄・齊藤誠（1996）「人口高齢化と消費の不平等度」『日本経済研究』No.33、pp.11-37.日本経済研究センター
- ・上田貴子・佐々木明果（2005）「家計消費と世帯属性-「消費生活に関するパネル調査」個票データによるマイクロ分析-」『ファイナンシャル・ビュー』（2005年8月）pp.34-50、財務省総合政策研究所
- ・熊野英生（2016）「シニア消費さえ増えにくい」、第一生命経済研究所
- ・高久玲音（2010）「2030年の消費構造変化-「年齢・世代」効果による分析」、日本経済研究センター
- ・白木紀行・中村康治（2010）「最近の高齢者の消費動向について」、日本銀行
- ・田中正光（2002）「家計調査データを用いたコーホート分析」『総合研究』No.21、pp.161-173、日本リサーチ総合研究所
- ・チャールズ・ユウジ・ホリオカ（2002）「日本人は利己的か、利他的か、王朝的か?」、日本経済国際共同センター
- ・内閣府（2005）『平成17年度 年次経済財政報告』
- ・内閣府（2010）『平成22年度 年次経済財政報告』
- ・橋本拓摩（2005）「消費市場の質的变化を促す団塊マネー」、第一生命経済研究所
- ・福田公正（1998）「家計行動における世代効果の計量分析」『日本経済研究』No.37、pp.90-113.日本経済研究センター
- ・藤田隼平（2016）「高齢化と人口減少下の個人消費」『日本経済ウォッチ』（2016年4月号）pp.3-14、三菱UFJリサーチ&コンサルティング
- ・前田泰伸（2013）「高齢者の消費について」『立法と調査』N0.346、pp.141-152、参議院事務局企画調整室
- ・松尾浩平（2012）「所得・消費から見た日本の不平等度～2000年代の格差の実態～」、PRI Discussion Paper Series (No.12A-07)、財務省総合政策研究所
- ・溝端幹雄（2016）「超少子高齢社会で消費を増やすには」大和総研
- ・八代尚宏・前田芳昭（1994）「日本における貯蓄のライフ・サイクル仮説の妥当性」『日本経済研究』No.27、pp.57-76.日本経済研究センター