

注目される団塊世代と団塊ジュニアの市場

Q 1 . 団塊世代がそろそろ引退を迎えるそうですが、日本経済にどんな影響があるのでしょうか？

- ・ 団塊世代は第 1 次ベビーブームの 1947～49 年に生まれた人たちを指します。この 3 年間で 807 万人、年平均で約 270 万人が生まれました。その前後を含めた 1946～1950 年生まれの人口は 1 千万人を上回り、全人口の 1 割弱を占める一大勢力です。
- ・ 団塊世代の引退は企業収益や年金財政や労働市場に影響を与えます。企業から見ると、退職時に退職金を支払いますが、一方で給料や厚生年金をはじめとした社会保険の企業負担分の支払いがなくなります。退職金は、就職から退職まで大企業に勤め続けた人では一人当たり 2000 万円以上にもなり企業の負担は少ないのですが、給料やボーナスの支払いが減るため、長い目で見れば企業の人件費負担は軽減されます。
- ・ 年金財政からみると、これまで収入を支えていた団塊世代からの保険料の受取りがなくなる一方で、大量に受給者が増え支払いが増えます。つまり、企業の収益にはプラス要因ですが、年金財政にはマイナスの要因となります。
- ・ 労働力が大量に失われ、人手不足になることも懸念されています。失業率が高止まりし、職探しで苦しんでいる若者が多い現状からすると、当面、人手不足は起こりそうにありませんが、長期的には深刻な問題となってくる可能性があります。もっとも、団塊世代は、パソコンやインターネットを活用する現代のビジネス環境にも慣れており、体力面でも問題なく、これまでの高齢者世代に比べ 60 歳以降も働き続ける人が多いでしょう。

Q 2 . 団塊世代が高齢者の仲間入りをするので、シルバーマーケットが成長するそうですね？

- ・ 年齢ステージごとの消費パターンをみると、収入が多く教育費など支出も多い 50 歳代に比べると、60 歳代の消費は減少してくるのが普通で、日本全体でみると、団塊世代の引退は消費市場の押し下げ要因になると思われます。そうした中で数の多い団塊世代がシニアの仲間入りをするため、消費市場に占めるシルバーマーケットの割合が高まります。
- ・ 団塊世代のサラリーマンは、平均すると 1500～2000 万円の貯蓄を持っており、さらに引退時にかなりの退職金を受け取ることも出来るでしょう。引退後は、報酬比例の老齢厚生年金の給付が受けられ、1947 年～48 年度生まれの人の場合は 64 歳、1949～50

年度生まれの人は65歳から特別支給の老齢厚生年金の受給も始まり、公的年金を満額受け取れるようになります。それまで毎月の給料から支払っていた厚生年金保険料は、引退後は支払う必要がなくなります。資金面でみた団塊世代の老後への備えは結構しっかりしたものではないでしょうか。

- ・ 団塊シニアの特徴として、「若々しさ」、「お金の余裕」、「時間の余裕」、「体力の余裕」、「個性・多様性」などが挙げられます。体力も時間もお金も必要なレジャー分野におけるシニア需要は有望であると考えられます。車を運転する人が多いことやパソコンや携帯電話に習熟している人が多いことも特徴です。どちらかといえば従来、若者っぽいとされた分野において、団塊シニア層の存在感が高まるのではないのでしょうか。

Q3．団塊ジュニアの消費や住宅投資も期待されているそうですね？

- ・ 「団塊ジュニア」とは、「団塊世代の子供」といった使われ方をすることもあるようですが、通常は71～74年生まれの第2次ベビーブーム世代を指します。団塊ジュニアの年平均出生数は204万人と団塊世代に比べやや小ぶりですが、その後は年間の出生数が110万人台にまで落ち込んでおり、最後の巨大マーケットといった期待感を持たれています。
- ・ こうした団塊ジュニア世代は現在30歳代前半になり、世帯形成が進むのに伴って、今後、消費活動や住宅購入を活発化させるライフステージに入ってきます。30歳代から40歳代前半ころまでの消費はおもに自動車やテレビやパソコンといった大型の耐久消費財によって押し上げられ、40歳代後半から50歳代前半にかけては教育費が主な押し上げ要因となります。
- ・ 団塊ジュニアは最も厳しい受験戦争を経験した世代ですが、せっかく困難な入試を突破して大学に入学しても、いざ就職という時にはバブル経済崩壊後の就職難の時代になっていました。就職後の給料はかつてほど伸びていませんし、そもそも就職難のためフリーターやニートになってしまう人もそれまでの世代に比べ増えています。厳しい経済状況も影響して、団塊ジュニアの婚姻はそれまでの世代に比べて遅れ、親と同居するパラサイト・シングルも増えています。景気の低迷、就職難、晩婚化、未婚率上昇、パラサイト化といったことは、団塊ジュニアの消費支出やマイホーム購入を抑制する要因であったと思われます。
- ・ しかし、ライフサイクルによる消費の波は非常に大きいため、婚姻率や景気の変動したとしても、団塊ジュニア世代が各市場で占めるシェアは上昇していく可能性が大きいとみられます。すでに住宅市場では団塊ジュニア世代の住宅購入が増えているようです。

- ・ 団塊ジュニアの消費や住宅購入には、親が大きな影響を及ぼす場合も多いようです。団塊ジュニア層の大きな特徴として、それまでの世代に比べて、親と行動をともにすることが多いと指摘されています。特に母と娘の場合では、買い物や外食をともにするという行動パターンが目立つようです。一方、父親は団塊世代よりもやや年上の場合が多く、老後に備えた貯蓄も十分に形成され、老後の生活を支える年金の給付にもあまり心配がなく、子供が独立した今は家計に十分なゆとりがあるといった世帯も多いようです。団塊ジュニアが住宅を購入する際に親の資金援助を受けたり、車やピアノなど高価なものを親からプレゼントしてもらったりすることも珍しくないようです。

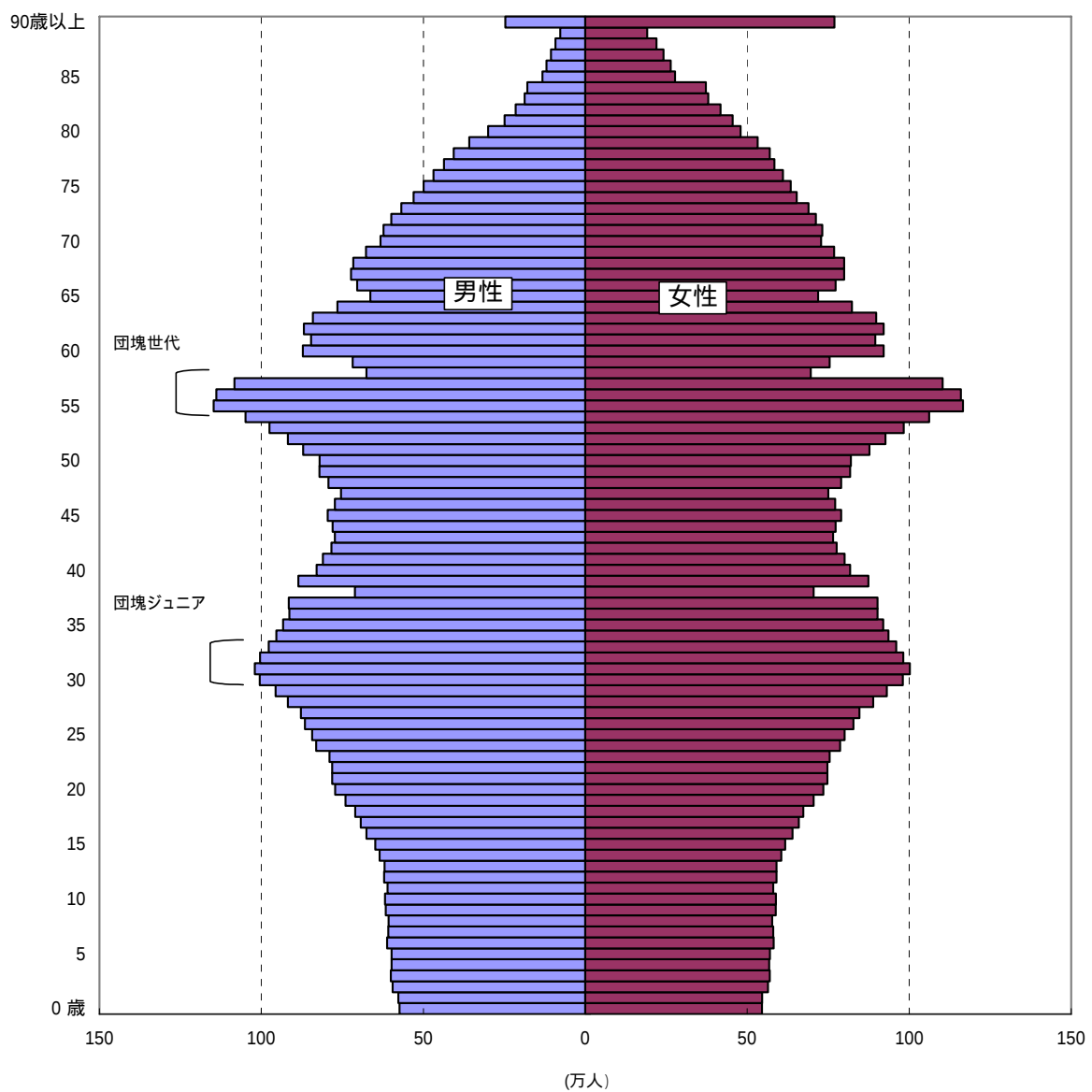
Q 4 . 団塊世代や団塊ジュニアの次に注目すべき世代はありますか？

- ・ 年齢別人口を若い順に積み上げた人口ピラミッドは、団塊世代の生まれた頃は、若年人口が最も多くて年齢が上昇するにつれて人口が少なくなり、富士山のような形状をしていました。しかし、現在の人口ピラミッドは、少子化が進行しているため 20 歳代以下では年齢が下がるほど人口が少なくなっています。現在、年齢別人口が最も多いのが団塊世代の 50 歳代半ばであり、その次に多いのが団塊ジュニアの 30 歳代前半です。数の面で、その次にくる年齢層は団塊世代より少し若い 50 歳前後や団塊ジュニアよりも少し年長の 30 歳代後半の世代ですが、団塊世代や団塊ジュニアに比べると人口は見劣りします。
- ・ しかし、実際のビジネスにおいては、団塊世代や団塊ジュニアといっても、文字通りの「塊（かたまり）」として捉えるのは意外と難しいかもしれません。かつて、グループサウンズ、カップラーメン、自動車、カラーテレビなどは、団塊の世代に受け入れられることによって大流行したともいわれていますが、当時に比べ現在の日本は物質的に豊かな時代になり、通り一遍のサービスや標準的な商品ではなかなか受け入れてもらえない可能性があります。また、個人の人生経験も多様化しているため、年齢だけではなく他の要因による細かなセグメンテーションや個人へのアプローチが重要になっていると思われます。

お問合せ先 調査部（東京）芥田

E-mail : tomomichi.akuta@ufji.co.jp

(図表1) 日本の人口ピラミッド(2004年10月1日時点)



(出所)総務省「平成16年の人口動向」

本レポートに掲載された意見・予測等は資料作成時点の判断であり、今後予告なしに変更されることがあります。