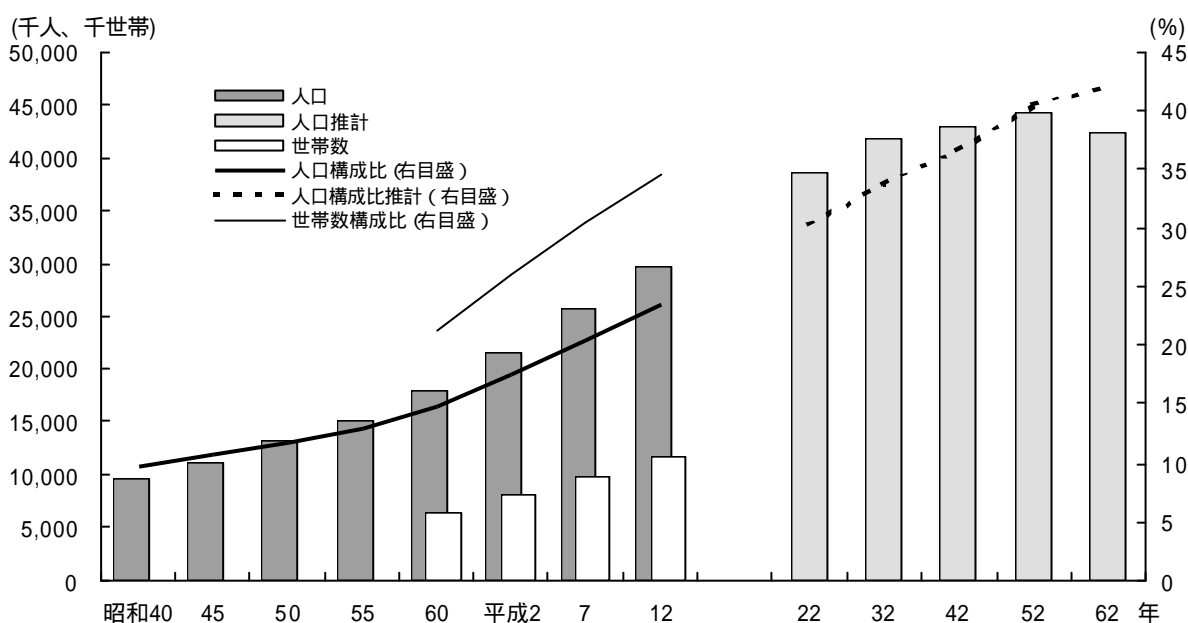


(2) 拡大と変化の高齢世帯消費

我が国では高齢化が急速に進展している。平成12年には、高齢^{注1)}人口の全人口に占める割合は約23%、高齢世帯^{注2)}の全世帯に占める割合は約35%までに高まってきている。高齢人口は平成52年(西暦2040年)頃まで増加し、人口構成比は平成62年(西暦2050年)頃にピークを迎え42%を占めるまでになると推計されている(第1-7図)。

第1-7図 高齢者の人口と世帯数およびそれぞれの構成比の推移



資料：「国勢調査」(総務省)、「日本の将来推計人口」(国立社会保障・人口問題研究所)

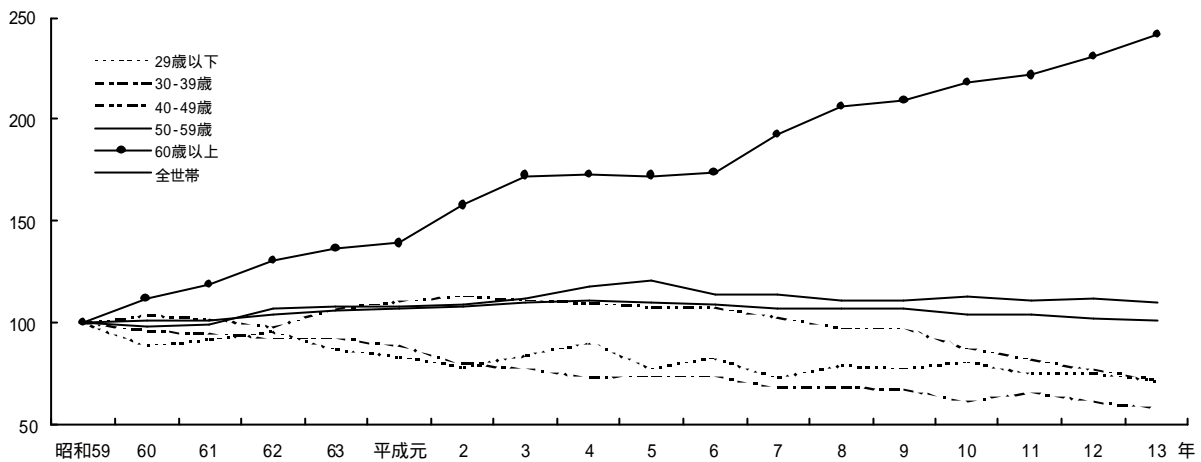
このように人口や世帯数で大きな構成比を占める高齢世帯の消費動向は、消費全体の動向に大きな影響を与えるようになってきていると考えられる。そこで、高齢世帯の消費動向の現状を量、質の両面から分析することにより、高齢化が進む我が国の消費の動向をみしてみる。

注1) 特にことわらない限り、本節では「高齢」は60歳以上を指す。

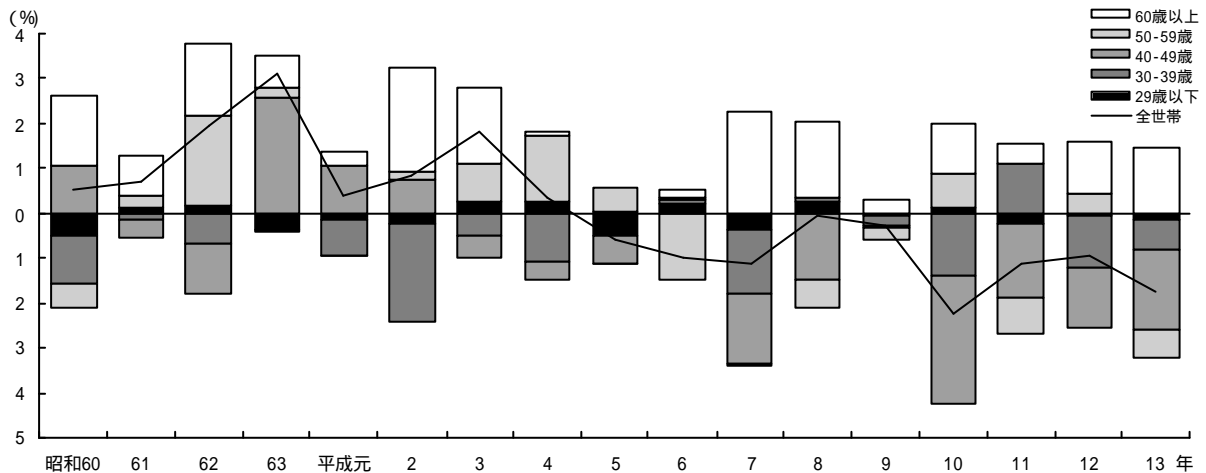
注2) 特にことわらない限り、本節では「世帯」は2人以上の世帯を指し、「高齢世帯」は世帯主が高齢者であることを指す。

まず、高齢世帯全体の消費規模の推移についてみると、高齢世帯を除く各世代の世帯は横ばいないしは縮小しているのに対し、高齢世帯では一貫して拡大している。そのため高齢世帯は、常に消費支出規模を拡大させる方向に寄与してきた（第 - 1 - 8図）。

第 - 1 - 8図 年齢階級別消費支出規模の推移 (昭和59年 = 100)



年齢階級別消費支出規模の前年比伸び率寄与度

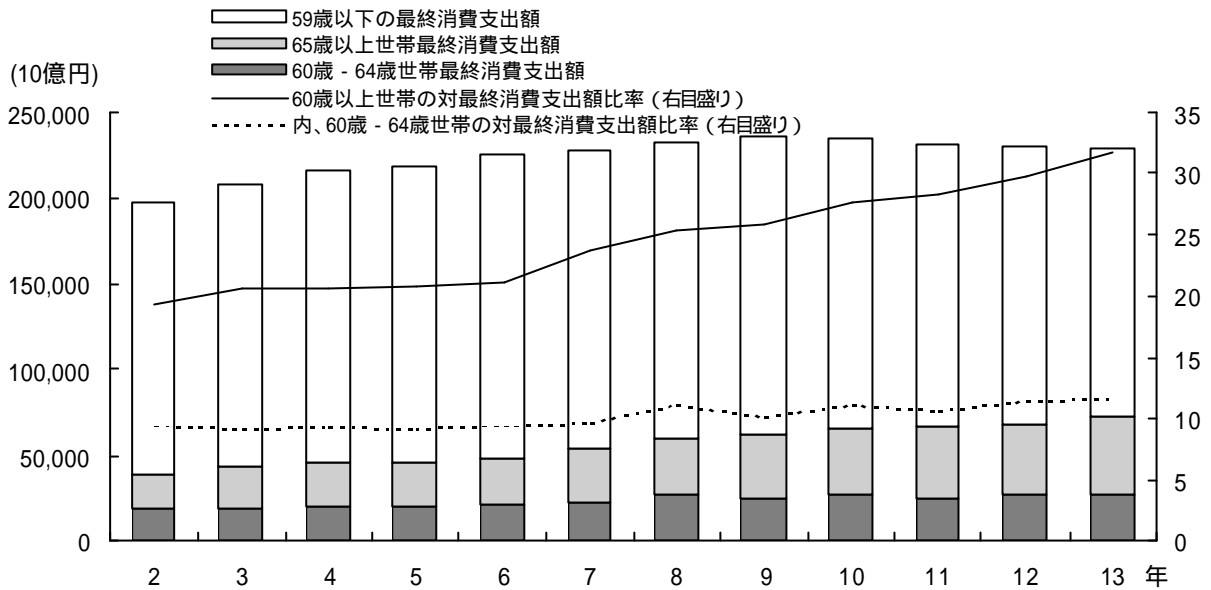


(注) 消費支出規模 = 1世帯当たりの消費支出額 × 世帯数分布

資料：「家計調査」(総務省)

さらに、最終消費支出における高齢者のプレゼンスを消費支出規模から計算すると、高齢世帯以外の最終消費支出額は減少しているが、高齢世帯のそれは増加しており、13年には約73兆円と全体の31.8%となっている（第 - 1 - 9図）。

第 - 1 - 9図 高齢世帯最終消費支出額の推移

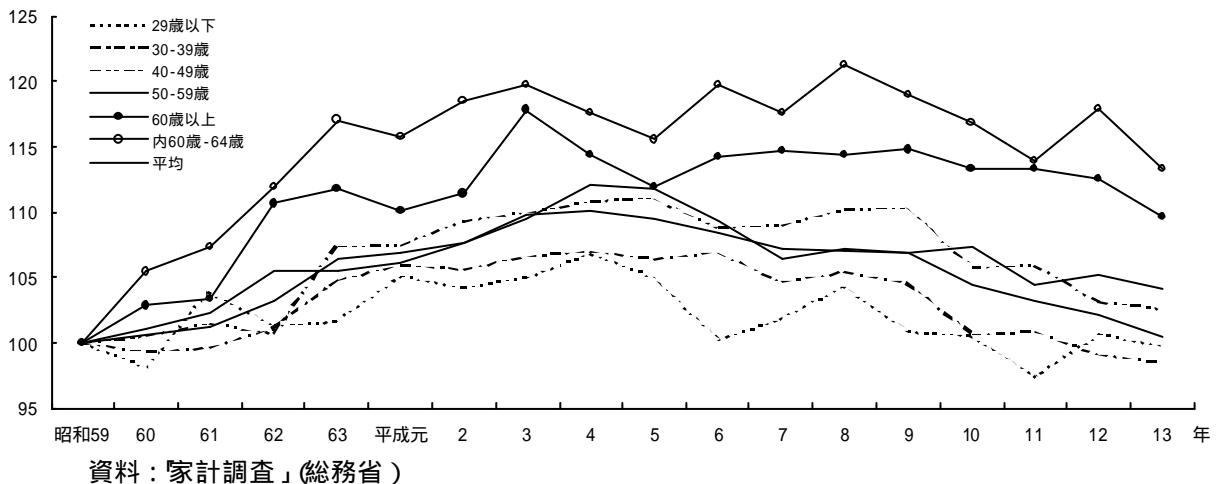


(注) 1.最終消費支出額を当該年の世代別消費支出規模の比率で按分して推計。
 2.最終消費支出額は、帰属家賃を除いてある。
 資料：「国民経済計算」(内閣府)、「家計調査」(総務省)

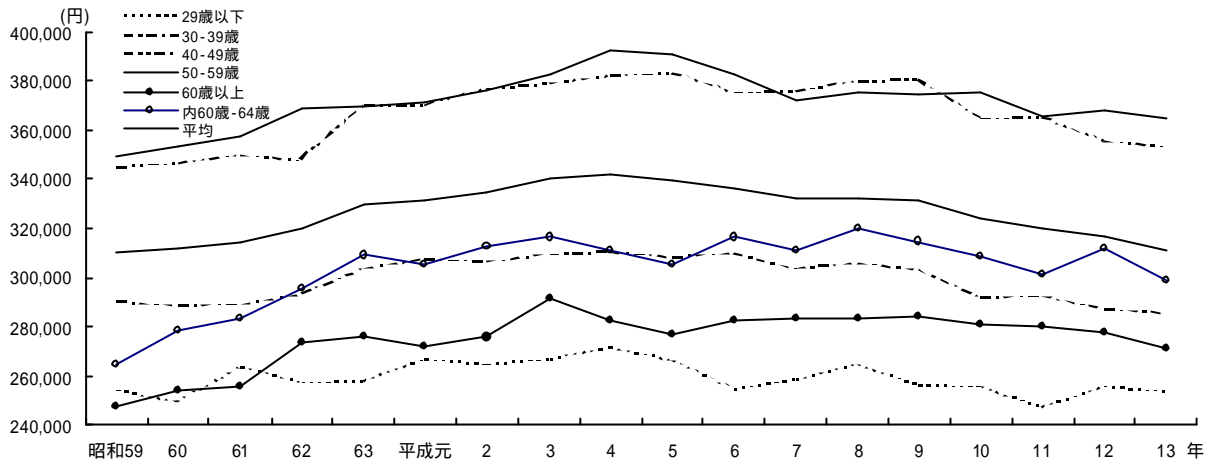
次に、年齢階級別に1世帯当たりの消費支出額の推移をみる。4年までは平均消費支出額は増加しているが、高齢世帯は他の世代以上の増加基調にある。5年以降は全体として減少傾向にあるが、その中で他の世代と比較して高齢世帯は消費支出額の下げ足が遅く、昭和61年のバブル前の水準まで戻していないことがわかる。このことは、60歳～64歳の世代で特に顕著であり、その消費支出額は30歳代の世代を上回り全世代平均値にせまってきている(第 - 1 - 10図、第 - 1 - 11図)。

したがって、高齢世帯が消費におけるプレゼンスを高めているのは、その世帯数が増加していることのみ起因するのではなく、1世帯当たりの消費支出額が他世代と比較して相対的に高まってきていることにも起因しているといえる。

第 - 1 - 10図 年齢階級別1世帯当たりの消費支出額の推移 (昭和59=100)



第 - 1 - 11図 年齢階級別 1世帯当たり実質消費支出額の推移



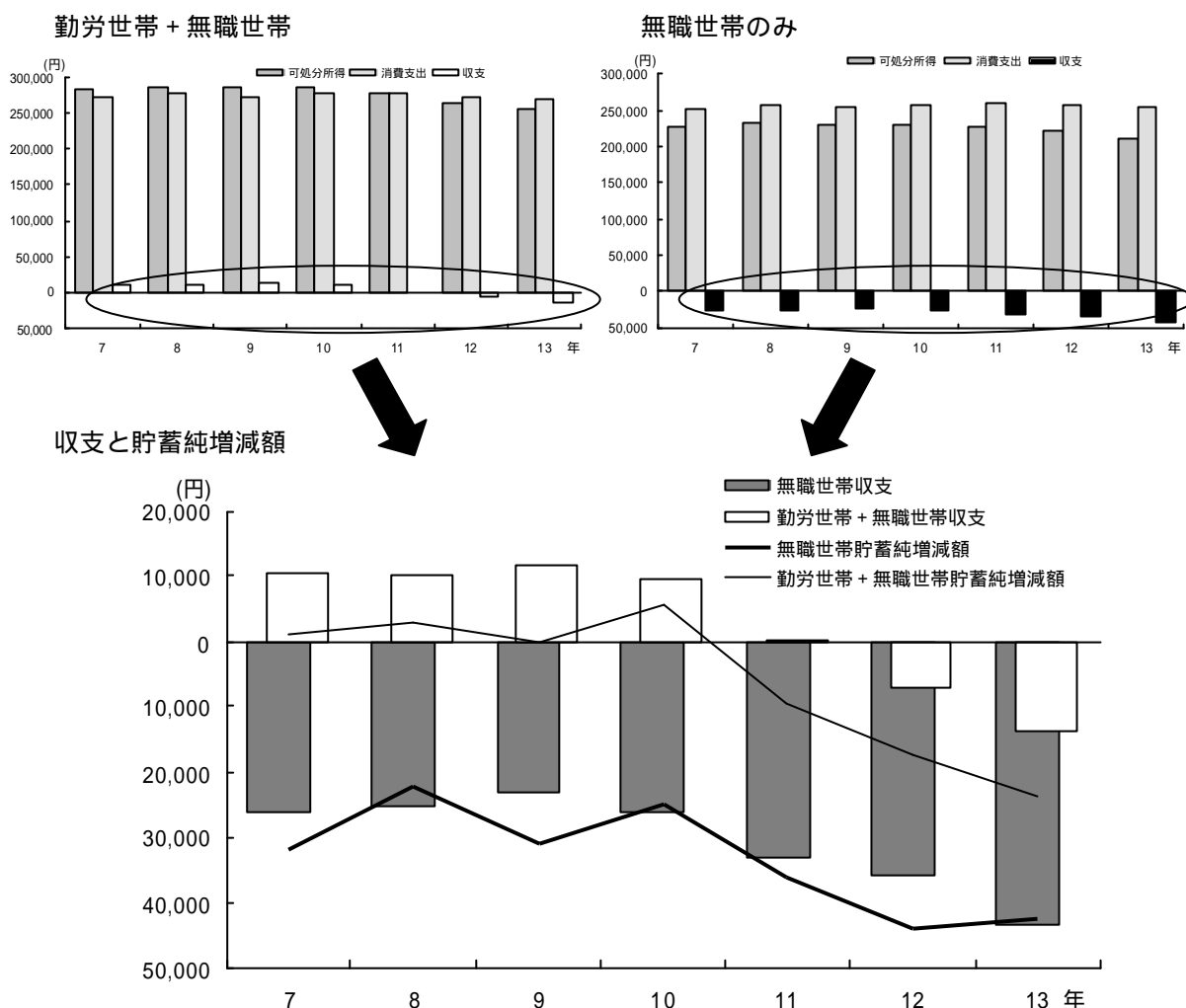
(注) 消費支出額は消費者物価指数で実質化した。

資料：家計調査(総務省)

ここで、高齢世帯の収支についてみる。高齢世帯は、近年可処分所得が減少しているが、消費支出は横ばい、ないしは減少であっても減少率は可処分所得のそれよりも小さい。両者の差の赤字額については貯蓄から補填されるが、前述のように高齢世帯の消費支出が他世代のそれに比較して上方で推移しているのは、高齢世帯では消費支出が可処分所得減少に必ずしも連動していないことに起因していると考えられる(第 - 1 - 12図)。

なお、総務省の平成12年貯蓄動向調査によると、高齢世帯の通貨性と定期性の預貯金合計額は平均1,500万円程度であり、これに加えて生命保険や有価証券といった金融資産約900万円や、持ち家といった不動産資産がある。

第 - 1 - 12図 高齢世帯一世帯当たりの1か月平均の収支と貯蓄純増減額の推移



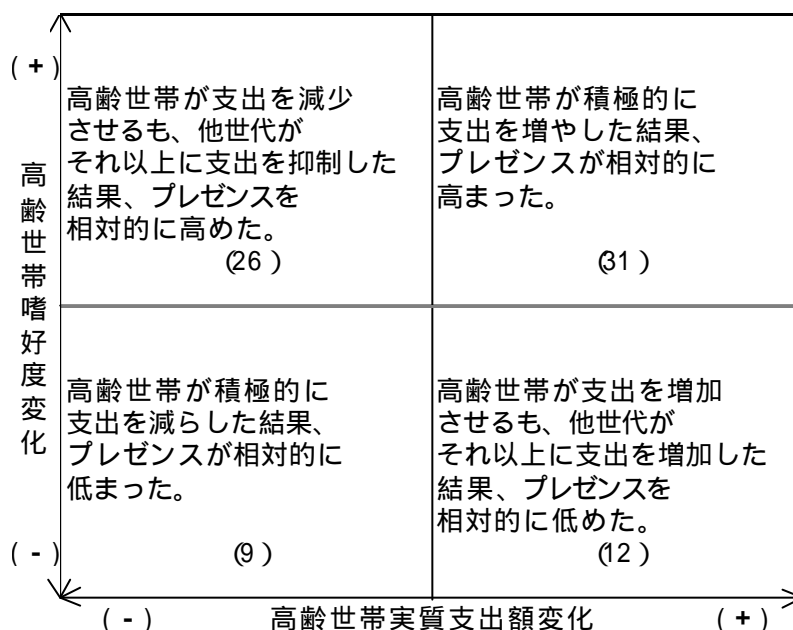
資料：「家計調査」(総務省)

高齢世代は、人口や世帯数が増加するにとどまらず、1世帯当たりの消費支出額の下方硬直性があり、相乗的に消費におけるプレゼンスを急激に高めてきていることが確認できた。今後も高齢化が進展する我が国の現状では、ますますそのプレゼンスが高まっていくことが予想されるため、5年毎に実施される総務省の全国消費実態調査の昭和59年から平成11年までのデータを利用し、高齢世帯の消費動向の変化について考察する。その際、変化の特徴を際立たせるために、分析対象年代が5年周期の調査毎に完全に入れ替わるよう60歳から64歳を対象とすることにした。

まず、高齢世帯の消費支出額を全世帯平均のそれで除した値を「高齢世帯嗜好度」とし、その高齢世帯嗜好度と高齢世帯実質支出額の各調査間の変化の関係を考えてみる。それを図にすると下図のようになり、高齢世帯が積極的な働きかけをしたと言えるのが第1象限(両方プラス)、第3象限(両方マイナス)であり、そこに高齢世帯の消費行動の変化が特徴的に表れるものと推測できる。なお、子供関係であることが明白な用

途分類項目を除く78項目のうち、それぞれの象限に含まれる項目数は、第1象限から順番に31、26、9および12となっており、高齢世帯が積極的に支出を増やした結果プレゼンスが相対的に高まった第1象限の項目数が一番多い結果となった(第-1-13図)。

第-1-13図 高齢世帯嗜好度と実質消費支出額の変化の関係



(注) 図中の()内の数値は、そこに含まれる項目数を表す。

それでは消費行動の変化の強さと方向を考察するために、高齢世帯嗜好度の変化の絶対値に実質消費支出額のそれを乗じて、高齢世帯嗜好度変化と高齢世帯実質消費額変化が「+・+」の場合は「+」、「-・-」の場合は「-」の符号を付した値(以下、高齢世帯消費行動変化ポイント)という)を利用し、昭和59年と平成11年について、用途分類項目(78項目)毎に高齢世帯消費行動変化ポイントを求めてみる。その上位10項目と下位9項目(10項目に満たなかったため)は次表のようになる(第-1-5表)。

第 - 1 - 5表 嗜好度変化ポイントの上下位 10位

区分	順位	項目名	高齢世帯嗜好度 変化ポイント	高齢世帯嗜好度				
				平均	昭和 59年	平成元年	平成 6年	平成 11年
上位	1	自動車	172,464.2	88.1	65.3	98.1	82.1	106.8
	2	工事その他のサービス	130,017.3	170.3	164.1	169.2	154.0	193.9
	3	自動車等維持	78,311.1	85.8	80.7	83.5	86.3	92.8
	4	教養娯楽用耐久財	34,483.9	80.0	68.5	95.7	72.8	83.1
	5	一般外食	28,246.3	84.4	74.8	81.8	88.8	92.2
	6	生鮮野菜	22,138.5	106.3	95.3	105.9	110.5	113.5
	7	教養娯楽用品	16,163.3	91.7	90.2	90.6	86.9	99.1
	8	主食的調理食品	11,437.8	80.3	81.3	75.9	76.2	88.0
	9	理美容用品	10,892.5	92.7	88.1	86.1	99.5	97.1
	10	家事用消耗品	7,740.8	87.6	83.8	85.1	88.3	93.3
下位	1	たばこ	-34,531.4	109.66	117.88	118.84	109.54	92.39
	2	身の回り用品	-20,573.8	126.57	158.88	95.84	138.13	113.42
	3	保健医療サービス	-17,596.3	127.53	138.54	126.17	125.28	120.14
	4	婦人洋服	-16,688.0	109.47	116.25	104.58	111.15	105.89
	5	他の光熱	-1,097.4	119.39	121.41	126.02	117.64	112.48
	6	家事サービス	-974.6	114.48	117.80	115.21	112.93	112.00
	7	他の穀類	-460.8	100.67	104.44	105.38	92.86	100.00
	8	菓子類	-423.6	80.62	81.58	80.71	79.25	80.93
	9	男子下着類	-263.3	108.80	112.42	101.67	110.23	110.88

(注) 表中の一部項目の内容は以下のとおり

工事その他のサービス：住宅、庭に関する設備工事、修理 - 畳替え、家の補修、植木手入れ等
 自動車等維持：輸送機器維持に必要な商品やサービス - ガソリン、整備費、保険料等
 教養娯楽用耐久財：教養、娯楽、趣味の耐久財 - テレビ、ステレオ、パソコン、カメラ等
 教養娯楽用品：教養、娯楽、趣味の半・非耐久財 - 文具、スポーツ用具、ペット用品等
 主食的調理食品：米、めん類、パン類を含んでいるもの - 弁当、おにぎり、調理パン等
 身の回り用品：身の回り用品・サービス - 傘、かばん、腕時計やそれらの修理代等
 保健医療サービス：健康維持、疾病治療に必要なサービス - 診療代、入院料
 他の光熱費：電気、ガス以外の光熱費 - 灯油、石炭等
 家事サービス：家事サービス - 家政婦、ハウスクリーニング、家具・家事用品修理代等
 他の穀類：米、パン、めん類以外の穀類 - 小麦粉、もち、そば粉等

資料：「全国消費実態調査」(総務省)

上位項目の特徴は、以下のとおりである。

1) 従来は非高齢世帯嗜好であった項目が多い

(自動車、教養娯楽用耐久財、一般外食等)

高齢世帯嗜好度が 100 を大きく下回るということは、非高齢世帯嗜好であったことを意味している。昭和 59 年において高齢世帯嗜好度が 100 を上回っていたのは上位 10 項目中 1 項目だけであり元々高齢世帯嗜好であったものが増えたのではなく、従来は非高齢世帯嗜好であったものが増加したことが分かる。特に昭和 59 年に高齢世帯指向度が 75 未満のものは、上位 5 項目中 3 項目を占めており従来は非高齢世帯嗜好であったものでも取り入れていく積極性がうかがえる。

2) 家の外で利用する項目が多い

(自動車、自動車維持、一般外食)

家の中に閉じこもるのではない、活動的なようすがうかがえる。

3) 生活必需品でない項目が多い

(教養娯楽用耐久財、一般外食、教養娯楽用品等)

生活必需品ではないこれらの項目が増えているということは、高齢世帯がより生活を楽しむようすがうかがえる。

4) 単価が高い項目が多い

(自動車、工事その他サービス、教養娯楽用耐久財)

これらの項目が伸びているということは、経済的余裕度の変化がうかがえる。

反対に、下位については、生活必需品が多く、上位項目にあるような積極性や活動性が感じられる項目がない。また、昭和59年に高齢世帯嗜好度が100を上回る従来の高齢世帯嗜好8項目のうち、平成11年に100を下回る非高齢世帯嗜好に転じたのは1項目にすぎず、下位項目では前記1)に対応した特徴的な嗜好の変化はみられない。

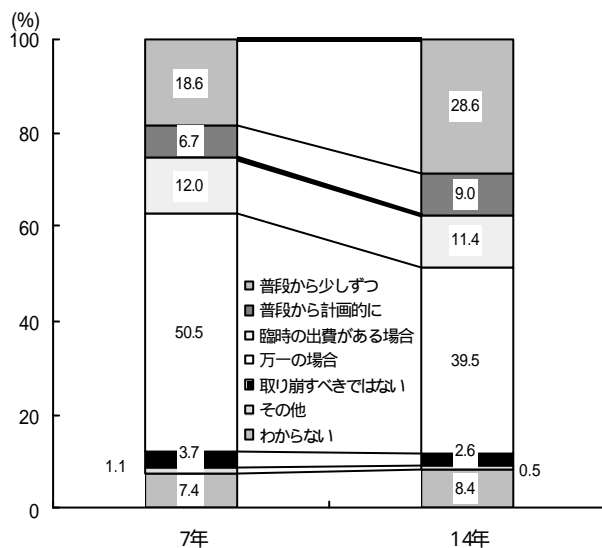
これまでの分析は、意識調査にも変化として表れてきている。7年と14年の比較で、貯蓄の取り崩しについて「普通の生活を維持するために、普段から少しずつ取り崩してもよい」と考える人が10.0%ポイント増加して28.6%に、「よ豊かな生活や趣味にあった暮らしを送るために、普段から計画的に取り崩してもよい」と考える人が2.3%ポイント増加して9.0%となった。

また、6年と11年の比較で、「自分から積極的に外出する方である」は4.8%ポイント減少したものの、「家族や他の人から誘われたり、仲間がいれば外出する方である」と合わせた外出肯定派は、わずか0.4%ポイント減少にとどまり、全体の81.2%にも上っている。さらに、日常の生活の楽しみでは、「テレビ・ラジオ等視聴」や「新聞 雑誌 読書」が多数を占めるものの、「食事・飲食」、「ショッピング」、「スポーツ・ウォーキング等」、「ハイキング 旅行等」の主に家の外で活動することを楽しみとする人が、24.6%ポイント増加して106.0%となった(第 - 1 - 14図)。

高齢世帯のプレゼンスは今後もますます高まってくることが予想される。従って、高齢世帯の質的消費動向の変化を注視していくことが、今後の消費を占う上で重要となってくると考えられる。

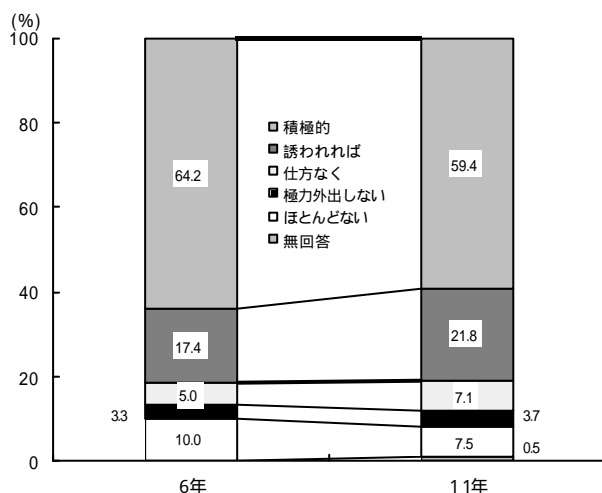
第 - 1 - 14図 高齢者の意識変化

貯蓄取り崩し



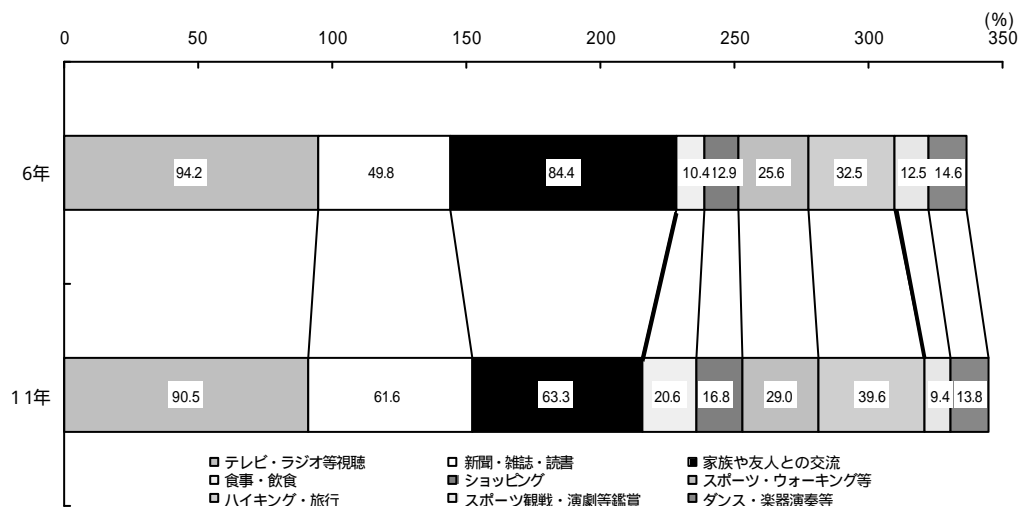
- ・「普段から少しずつ」
普通の生活を維持するために、普段から少しずつ取り崩してもよい
- ・「普段から計画的に」
より豊かな生活や趣味にあった暮らしを送るために、普段から計画的に取り崩してもよい
- ・「臨時の出費がある場合」
旅行や大きな買い物をする時など、臨時の出費がある場合のみ取り崩してもよい
- ・「万一の場合」
病気や介護が必要になった時など、万一の場合以外には取り崩すべきではない
- ・「取り崩すべきではない」
もっぱら子供や家族に残すためのものであり取り崩すべきではない

外出意識



- ・「積極的」
自分から積極的に外出する方である
- ・「誘われれば」
家族や他の人から誘われたり仲間がいれば外出する方である
- ・「仕方なく」
家族や他の人から誘われれば仕方なく外出する方である
- ・「極力外出しない」
家族や他の人から誘われても極力外出しない方である
- ・「ほとんどない」
外出することはほとんどない

日常生活の楽しみ (複数回答)



資料：「高齢者の経済生活に関する調査」、・「高齢者の日常生活に関する調査」(内閣府)