

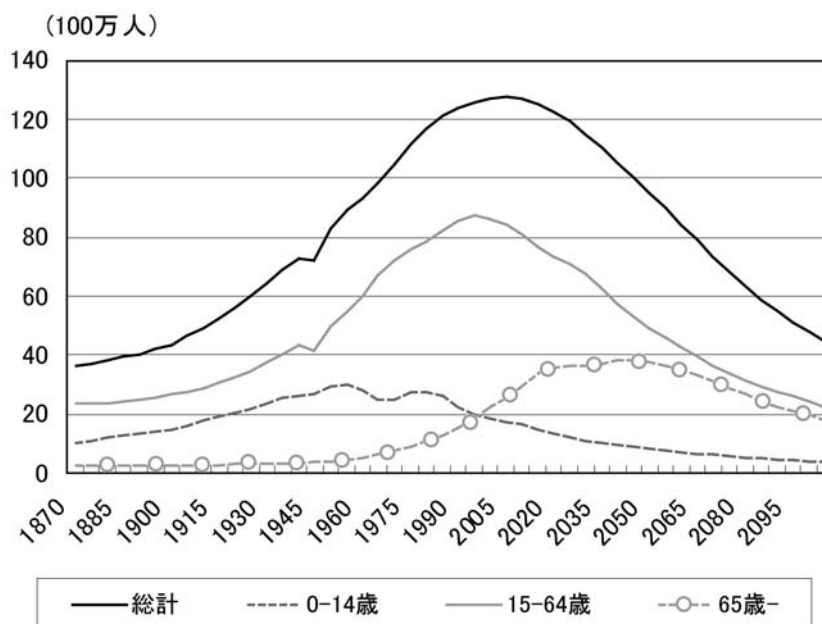
本論

I. 総論：人口減少で何が起きるか

日本の人口が減少していくことは今さら説明するまでもないが、それがどのくらい減少するのかを簡単に整理しておこう。

図表 I - 1 は日本の人口を、国立社会保障・人口問題研究所の推計（2006年12月、中位推計）により、総計、0～14歳、15～64歳、65歳以上に分けて見たものである。15～64歳人口は、生産年齢人口と呼ばれる。生産年齢人口とは、生産活動を行いうる人口という意味である。先進国では、15歳以上で働いていない者が多く、かつ、65歳以上でも働いている者が多いが、一つの目安として、15～64歳の人口を生産年齢人口と呼んでいる。同推計によれば、2005年に1億2,777万人だった日本の人口は2025年には1億1,927万人、2050年には9,515万人、2100年には4,771万人に減少してしまう。

図表 I - 1 日本の人口推移と将来推計人口（中位推計）



(注) 2005年までが実績値、2006年以降が将来推計。

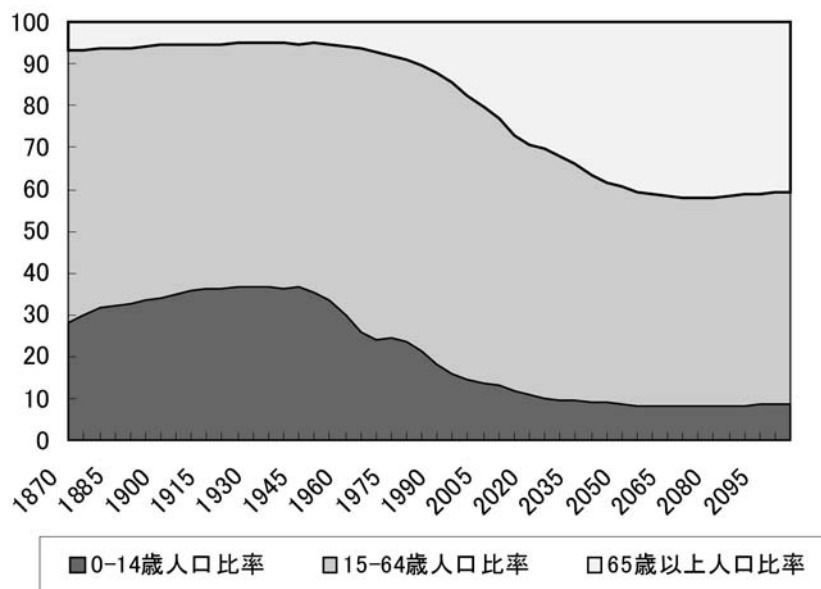
(出所) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」2006年12月推計

本報告では、100年先のことではなく、2025年または2050年までのことを考察したいので、以下では2050年までを主として見て行くことにする。人口全体の減少率は2005～2050年で年率0.7%だが、0～14歳人口は2005年の1,759万人から2050年には821万人と

減少し、減少率は年率1.7%と大きい。15～64歳人口も2005年の8,442万人から2050年の4,930万人となり、減少率は年率1.2%と大きい。これらに対して、65歳以上人口は、2005年の2,576万人から2050年の3,764万人と年率0.8%で増加する。すなわち、人口が減少するとは、若年人口が減少し、高齢人口が増加する中で、全体としての人口が減少することである。高齢者が増加しながら、生産年齢人口が大きく減少し、総人口が少しずつ減少していくとは、食べる人はあまり減らないで、作る人が減るということである。

当然、年齢ごとの人口比率も大きく変化する。図表I-2は、0～14歳、15～64歳、65歳以上の総人口に占める比率を示したものである。2005年には20.2%であった65歳以上人口は2025年には30.5%に、2050年には39.6%に、2100年には40.8%となる。65歳以上人口比率は2050年頃まで急激に上昇するが、それ以降は頭打ちになる。人口高齢化の問題が大きくなっていくのは2050年までで、それ以降は、大きな問題のままになるということである。このことから、2050年までのことを集中的に考えるべきだということになるだろう。

図表I-2 日本の年齢区分別人口構成比の推移と将来推計（中位推計）



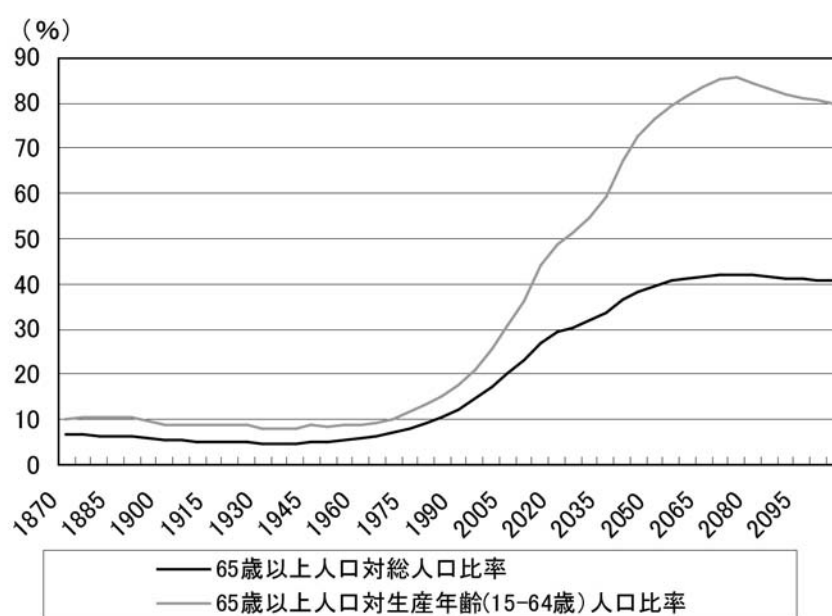
(注) 2005年までが実績値、2006年以降が将来推計。

(出所) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」2006年12月推計

図表I-3は、高齢社会の負担をより直接的にイメージするために、65歳以上人口の総人口に対する比率と、15～64歳人口に対する比率を示したものである。これによれば、

65歳以上人口の15～64歳人口に対する比率は、2005年には30.5%であったが、2025年には51.2%に、2050年には76.4%に、2100年には80.7%となる。すなわち、減少する生産年齢人口が65歳以上人口を支えなければならないが、その負担は急激に上昇するということである。ただし、ここでも、その負担がピークになるのは2070年代前半の86%で、それ以降は逡減する。

図表I-3 日本の高齢化率と高齢人口対生産年齢人口（中位推計）



(注) 2005年までが実績値、2006年以降が将来推計。

(出所) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」2006年12月推計

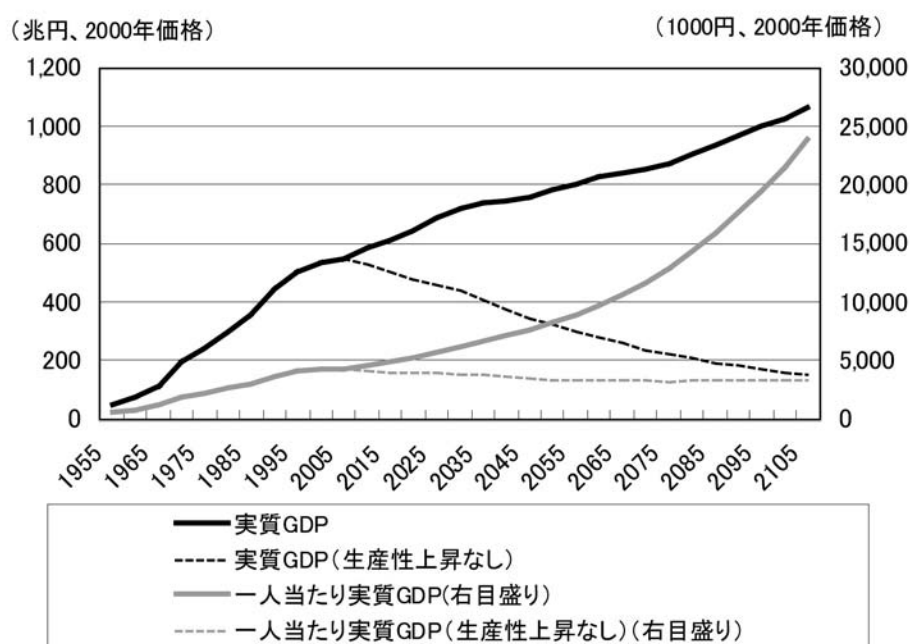
ここまで高齢社会の負担を人数の比率で考えてきたが、生産年齢人口（15～64歳人口）の所得によって、その負担の度合いは異なる。すなわち、負担を考えるときには、所得がどれだけ伸びているかが重要になる。実質GDPの伸びを15～64歳人口の伸びに労働生産性の伸びを加えたものとして、実質GDPと総人口1人当たり実質GDPを示したのが図表I-4である。労働生産性の伸びを2%とした場合と0%とした場合を示してある。2%の労働生産性上昇率は、「失われた10年」と言われた1990年代の日本の実績である¹。労働生産性の上昇率を2%としたのは、日本経済が停滞していたときの実績を前提に考えれ

¹ 労働時間を考慮している。原田泰・鈴木準『人口減少社会は怖くない』日本評論社、2005年、図表3-2によれば、1990～2000年の労働生産性の上昇率は年率2.1%である。

ば、楽観的な予測で大きく誤ることはないだろうと考えたからである。

図表 I - 4 に見るように、労働生産性の上昇率が年 2% の場合、2005 年に 548 兆円 (2000 年価格) だった実質 GDP は 2025 年には 685 兆円、2050 年には 780 兆円、2100 年には 1,027 兆円と順調に拡大する。1 人当たり GDP でも 2005 年の 429 万円から、2025 年には 574 万円、2050 年には 820 万円、2100 年には 2,156 万円と拡大する。しかし、労働生産性の上昇率が 0% の場合は、2100 年には、実質 GDP が 157 兆円に減少し、1 人当たり GDP も 329 万円に縮小する。

図表 I - 4 実質 GDP と 1 人当たり実質 GDP の予測 (労働生産性上昇率 2% を仮定)



(注) 1994年以降は93SNA。それ以前は68SNAの数値を1994年で接続したもの。
 人口は、2005年までが実績値、2006年以降が将来推計。
 将来のGDPは、労働生産性が年2%上昇し、労働は生産年齢人口の伸びで成長すると仮定。
 (出所) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」2006年12月推計
 内閣府「国民経済計算」より作成

これらの数字から、労働生産性の上昇がキーであることが分かる、ここで2%の労働生産性の上昇が続くのかという疑問が生じよう。もちろん、100年間続くかどうかは分からない。しかし、「失われた10年」の1990年代の上昇率が2%だったのだから、そこから回復した日本経済において、2%の生産性上昇が実現できるという仮定は、それほど無理のない仮定である。少なくとも、本報告で具体的に考察することを求められる2025年まで

は、2%の上昇率という仮定は許されると考えられる。

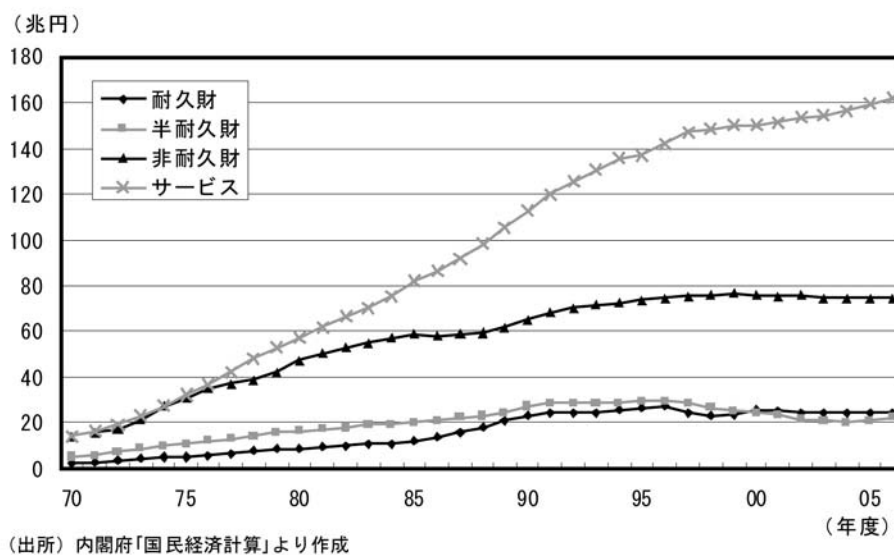
もちろん、2%では十分ではない。日本が進歩していても、世界は日本以上の速度で発展していくからだ。また、何もしなくても2%の労働生産性の向上を実現できるわけではない。これまで以上に規制撤廃、行財政改革の推進が必要だ。

II. マクロデータによる各論：人口減少・高齢化と消費市場

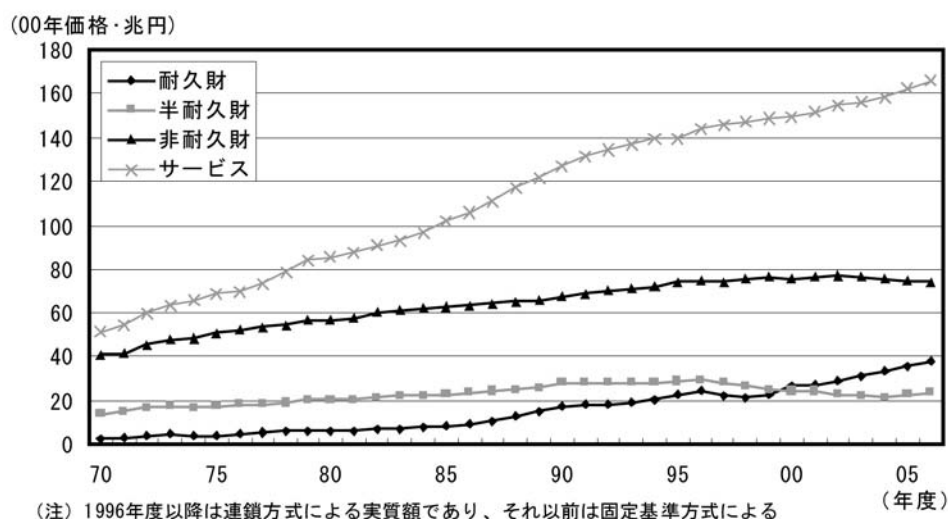
1. 人口の変化と市場規模の関係

図表Ⅱ-1-1及び図表Ⅱ-1-2は、過去36年間の消費市場について、各種の財やサービスごとの推移を国民経済計算によりみたものである。消費市場は、長期にわたって拡大してきたことがわかる。

(図表Ⅱ-1-1) 形態別にみた消費市場規模 (名目=時価ベース)



(図表Ⅱ-1-2) 形態別にみた消費市場規模 (実質ベース)



ただし、名目、実質のいずれのベースでみても、直近10年間では伸びが鈍化している（あるいはマイナスとなっている）のが鮮明である。持続的な物価下落であるデフレーションが続いた中では、名目金額（時価）でみて市場が縮小するのは当然だが、物価変動を調整した実質ベースでみても最近10年間は市場の拡大が限定的である。

消費市場の拡大ペースが落ちた原因としては、長期に続いた日本経済の停滞や家計部門への所得分配率の低下も考えられる。だが、より構造的な要因として、1970～1980年代と比べて人口の増加ペースが一段と低下したことを指摘する見方もある。第1章で今後の人口減少について述べたが、1990年代には人口増加率は徐々にゼロに近づき、日本の総人口は2004年にピークをつけた可能性が高い²。仮に1人当たりの消費を一定とすれば、人口が減る分は消費市場が確実に縮小する。ここ10年での消費市場拡大ペースの鈍化は、人口の増加が止まったからなのだろうか。

そこで、図表Ⅱ-1-3は、10年間ごとにみた消費市場の変化を、人口要因と1人当たり要因とに機械的に分解したものである。これによると、1977～1986年度に年率0.7%だった人口増加率は、1997～2006年度には0.2%まで確かに低下した。

ただし、市場全体の拡大は、人口ではなく1人当たり消費で説明される部分が多い。例えば、家電製品や自動車が典型である耐久財の1人当たり消費額（名目額）は、1977～1986年度に年率7.6%、1987～1996年度に7.1%のペースで増え、それが市場全体の拡大の主な要因であり、人口が増えたから市場が拡大したわけではなかった。1997～2006年度では耐久財市場は年率1.2%で縮小したが、これは1人当たりの名目消費がマイナスとなったことが大きかった。

（図表Ⅱ-1-3）形態別にみた消費市場拡大の要因分解

	(年率、%)								
	1977～1986			1987～1996			1997～2006		
	市場全体		1人 当たり	市場全体		1人 当たり	市場全体		1人 当たり
		人口			人口			人口	
耐久財	8.3	0.7	7.6	7.4	0.3	7.1	-1.2	0.2	-1.4
半耐久財	5.3		4.5	3.5		3.2	-3.0		-3.2
非耐久財	5.2		4.5	2.5		2.1	0.1		-0.1
サービス	8.9		8.1	5.1		4.8	1.3		1.2

（注）名目金額ベース。市場全体の伸び率＝人口の伸び率＋1人当たりの伸び率
（出所）内閣府「国民経済計算」、総務省「人口推計」より作成

² なお、総務省「人口推計年報」によれば、2006年の総人口は2005年の総人口をわずかに上回った。ただし、2004年の水準がピークであったことには変わりがない。

直近の1997～2006年度の期間では、多くの消費市場の拡大ペースが鈍り、あるいは縮小に転じたが、それは1人当たりの伸び率が低下したからだった。その前の10年間に年率0.3%だった人口増加率は、0.2%に低下したに過ぎない。ひとまず、市場拡大のうち総人口の変化によって説明される部分は、それほど大きくはないといえるだろう。

確かに、人口が増えたり減ったりした分だけ消費市場が拡大したり縮小したりしているとしたら、国民一人ひとりの生活水準はいっさい高まらないことになってしまう。長期に続いてきた経済成長の本質は、国民1人当たりの生活水準（1人当たりGDP）の向上と、就業者1人当たりの生産物の増加（労働生産性の上昇）である。同種の耐久財であっても、昔の1台と今の1台はまったく違う。商品やサービスの付加価値や満足度、企業価値や企業経営の巧拙は金額で評価される。その1人当たりの金額は、生活水準や生産性を意味する。消滅した商品やサービスの市場は無数にあり、新規性があり満足度のより高い商品やサービスが次々と登場することで、生活水準は向上してきた。

日本の長期的な潜在成長率を実質2%程度³、名目3%程度とすれば、国民の所得も長期的には同率で増加する。それとの対比では、年率マイナス1%未満の人口減少のインパクトは決して小さくはないものの、同時に日本企業が対応できないほど大きいとも思えない。

もちろん、以上のことは人口減少を心配する必要がないという意味では決してない。何の努力もなしに人口減少に対抗していけるわけではない。本報告書では今後の企業経営を考える上で、2025年あるいは2050年までを視野としている。2005年から2025年までの人口減少率は年率0.3%、2050年までのそれは年率0.7%である。ゆっくりとした人口減少であっても、漫然としていればその影響が累積して対応が難しくなるだろう。人口減少に企業経営が対応していくためには、多くの智恵と工夫が必要であり、高付加価値化や需要創出、海外市場の開拓、人材活用の高度化、生産性向上を戦略的に進めていかなければならない。人口減少に左右されないような企業経営や、人口減少を逆手にとった戦略が求められるだろう。

³ 第1章では労働生産性上昇率を年2%とした計算例を示したが、その場合、日本全体の実質成長率は就業者人口が減る分だけ2%よりも低くなる。だが、本報告書が主に見通そうとしている2025年までを考えれば、生産性を引き上げる余地や女性や高齢者の活用を進める余地があるので、2%程度と考えてもよいだろう。

2. 年齢階層別にみた消費特徴

第1章で述べたように、迎いつつある人口減少社会とは、子供が減って高齢者が増える社会である。総人口が減少する中でも、人口構成の変化に着目して、高齢者向け市場に照準をシフトさせることも一つの戦略である。あるいは逆に、子供が減るということは、1人の子供にかかる費用を大きくすることができるという面がある。需要者の人数が減っても、付加価値を高めて単価や1人当たりの需要量が増えるようなビジネスモデルを目指すことが考えられる。

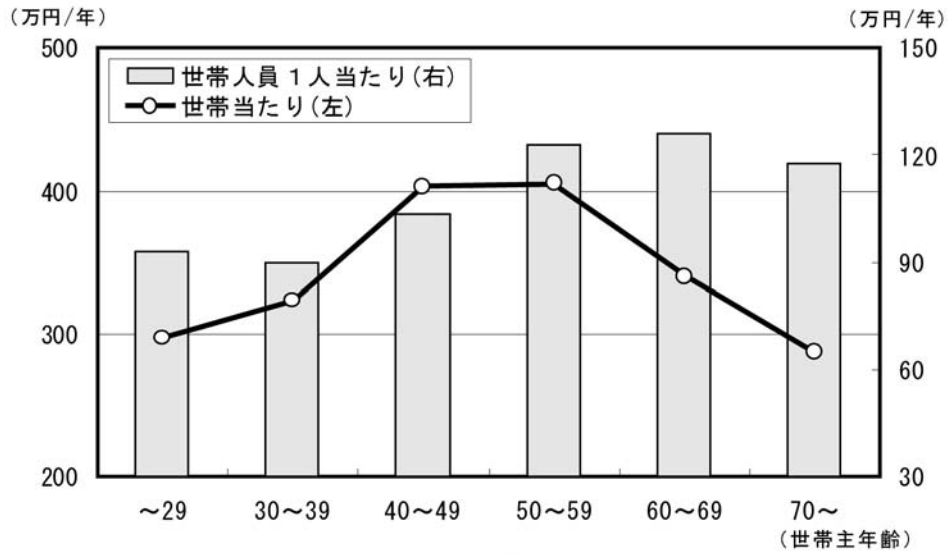
本報告書の後半では、事業分野や戦略ごとに人口減少社会での企業経営を考える。ここでは、その準備も兼ねて、世帯主年齢のベースで各年齢層の消費構造の現状を概観し、考察する。

(1) 各年齢階層の消費とその特徴

まず、年齢階層別の消費金額について一般的なモデル家計のイメージでは、住宅費や養育費がかさむ40～50歳代家計の支出が大きいと考えられる。図表Ⅱ-2-1の折れ線グラフにみるように、世帯当たりの消費金額はその通りとなっている。ただし、60歳代以降の世帯は、世帯人員数が子供の独立などによって少なくなるため、世帯当たり消費額が減るのは当たり前である。図表Ⅱ-2-1の棒グラフで示しているように、世帯人員1人当たりでみれば消費額が最も大きいのは60歳代であり、70歳以上すべての平均も決して小さくない。2005年に2,798万人だった60～70歳代人口は、2010年代半ばには3,200万人を超え、2020年代半ばまでは3,000万人を超える状況が続く。

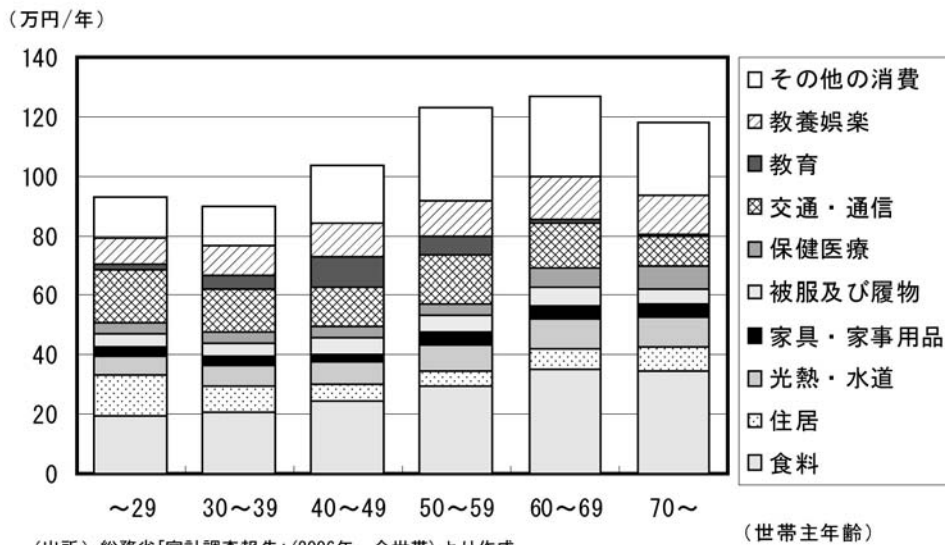
また、世帯人員1人当たりでみた平均的な年間消費金額を、10大費目別に示したのが図表Ⅱ-2-2である。以下では、各年齢層がもっているニーズの特徴をみていこう。

(図表Ⅱ－２－１) 世帯当たり消費と1人当たり消費



(出所) 総務省「家計調査報告」(2006年、全世帯)より作成

(図表Ⅱ－２－２) 10大費目別にみた世帯人員1人当たり消費額



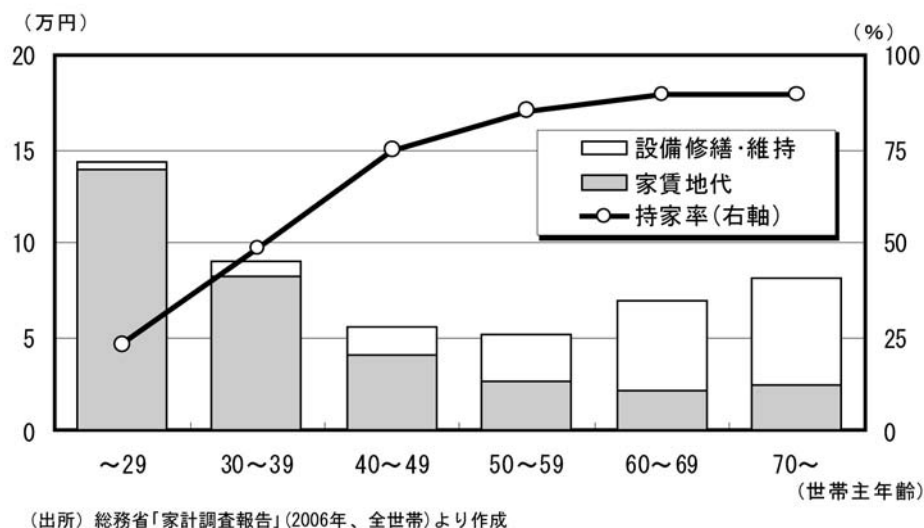
(出所) 総務省「家計調査報告」(2006年、全世帯)より作成

① 29歳以下

図表Ⅱ-2-3にみるように、29歳以下世帯において他の世代と異なるのは、家賃等の支払い額が大きいことである。家計調査では住宅ローンの支払は貯蓄のようなものとされて消費にはカウントされず、支払家賃であれば消費支出とされる。そのため、持家率の低い若年層家計では支出に占める住居費の比率が高くなっている。

これに対して、高齢層では同じ住居費でも「設備修繕・維持」の金額やその比率が高い。持家率が高い高齢世帯では、かつて取得した住宅のメンテナンスが必要になる。設備や修繕の材料費はもちろん、工事費用の支出なども大きくなる。若年層が減って高齢層が増えることを単純に言えば、賃貸住宅需要は減って、リフォーム需要が高まるということになる。

(図表Ⅱ-2-3) 住居費が大きい20歳代世帯〔世帯人員1人当たり支出〕



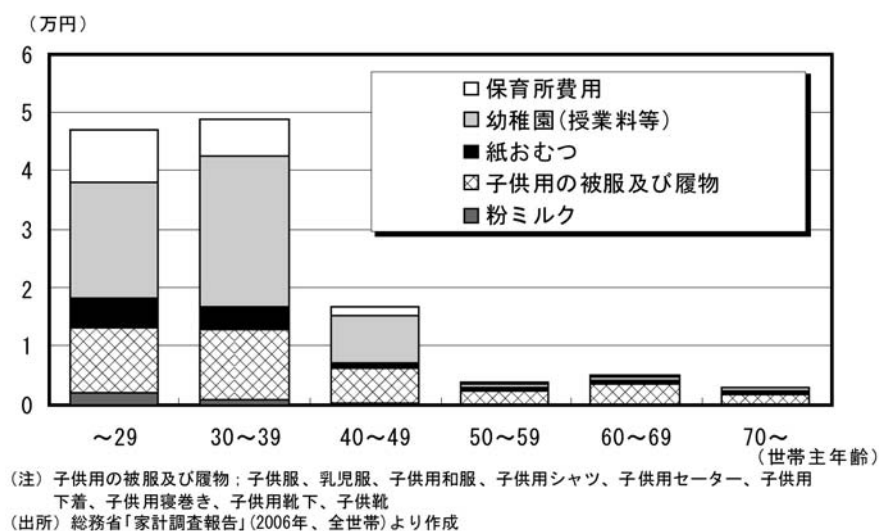
また、29歳以下世帯では、交通・通信関連の支出も目立っている。これは、若年層では自動車購入費や携帯電話通信料が大きい支出項目となっているからである。ただし、若年層の減少と高齢層の増加によってそれらの支出が縮小すると考える必要はないかもしれない。現在の50歳代以降は、それ以前の世代とは違って、モータリゼーションや社会のIT化が進む中で人生を送ってきた世代である。現在の50歳代の運転免許保有率やITリテラシーは決して低くない。これからの高齢層は自動車を乗り続け、携帯電話やパソコンを使いこなす世代といってよいと思われる。

その他、結婚・出産期にあたるため、出産費用、粉ミルク、保育所費用、乳児服、紙おむつ、婚礼関係費などが29歳以下世代を特徴づける支出となっている。

② 30～39歳世帯

29歳以下の世代も同様であるが、図表Ⅱ-2-4に示したように、30歳代の世帯では幼児関連費の支出が大きいという特徴がより鮮明になる。30歳代の世帯では、特に子供用の被服や幼稚園授業料等の支出が大きい。平均像との対比でこの世代を特徴づける支出は、ほとんどが子供に関連するものである。

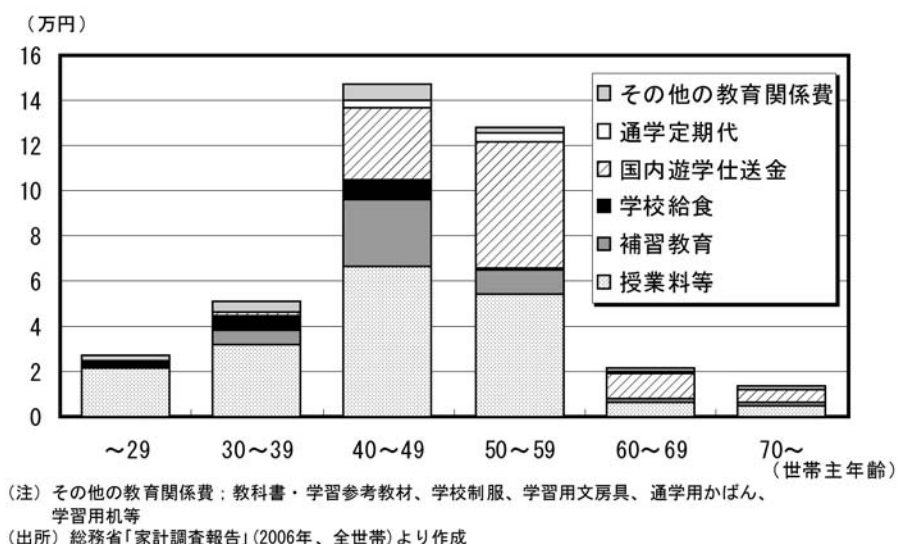
(図表Ⅱ-2-4) 幼児関連費が大きい30歳代世帯 [世帯人員1人当たり支出]



③ 40～49歳世帯

つぎに40歳代世帯の特徴としては、図表Ⅱ-2-5に示したように、教育関係費の支出が非常に大きい。図表Ⅱ-2-5は子供のいない世帯を含めた平均であるので、子供をもつ世帯の実際の教育関係費は相当に大きいものとなっている。

(図表Ⅱ-2-5) 教育関係費が大きい40歳代世帯 [世帯人員1人当たり支出]

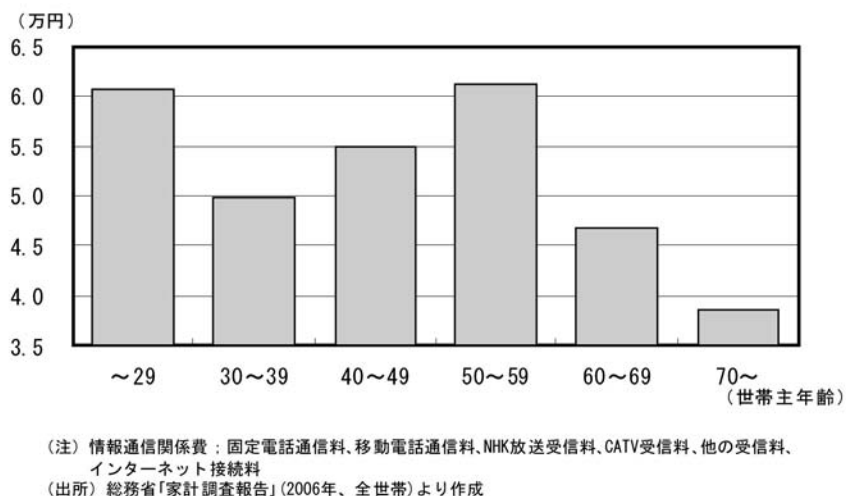


④ 50～59歳世帯

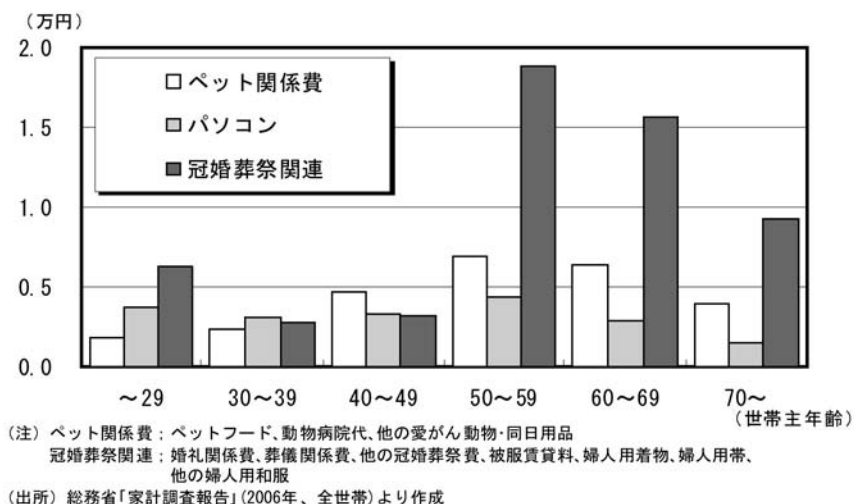
50～59歳世帯は、世帯当たりの消費額が最も大きい年齢層である。年齢層を特徴づける費目としては、子供関連と考えられる大学・専修学校授業料や遊学仕送り金、自動車教習料などが挙げられるが（前出図表Ⅱ-2-5参照）、それ以外にも幅広く支出している年齢層である。

例えば、図表Ⅱ-2-6に示したように、家族1人当たり平均でみると情報通信関係費の支出が大きい。また、図表Ⅱ-2-7に示したように、パソコン向け支出も同様に大きい。その他、ペット関係費や冠婚葬祭関連費が多いのもこの年齢層の特徴である。

(図表Ⅱ-2-6) 50歳代世帯で多い情報通信関係費 [世帯人員1人当たり支出]



(図表Ⅱ-2-7) 様々に支出する50歳代世帯 [世帯人員1人当たり支出]

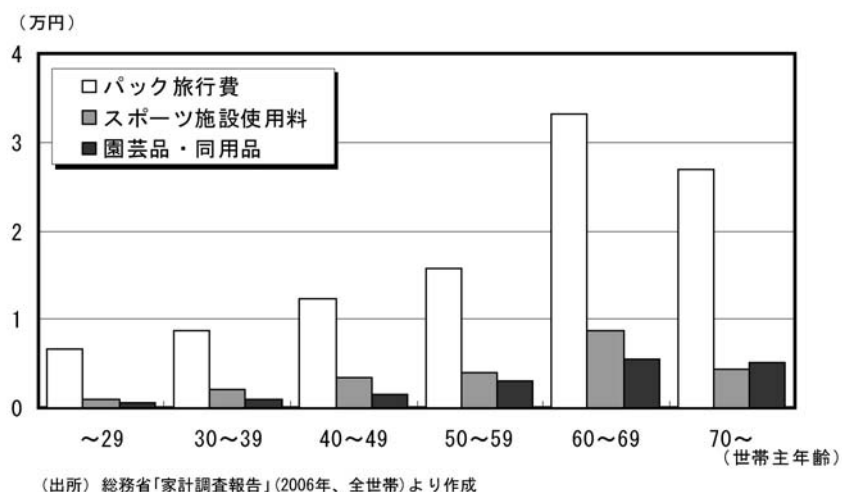


⑤ 60～69歳世帯

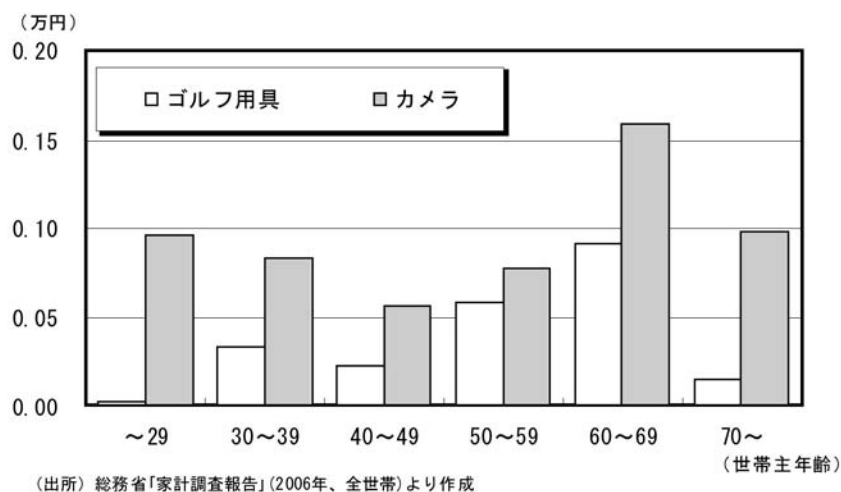
60歳代とは、ライフステージの中で最も債務残高（住宅ローンなど）が小さく、自由になる時間を大量に保有する年齢層である。大半は健康も維持されていて消費を楽しむ年齢層といえる。

この年齢層の特徴は、やはり時間を消費するようなサービスの需要が強いことである。図表Ⅱ-2-8に示したように、パック旅行費やスポーツ施設使用料、園芸品・同用品（ガーデニングなど）といった時間を消費するような支出が他の年齢層よりも大きい。同様に、図表Ⅱ-2-9にみるように、ゴルフ用具、カメラ、習いごとの月謝などが支出項目として目立つ年齢層である。

(図表Ⅱ-2-8) 時間消費を楽しむ60歳代世帯 [世帯人員1人当たり支出]



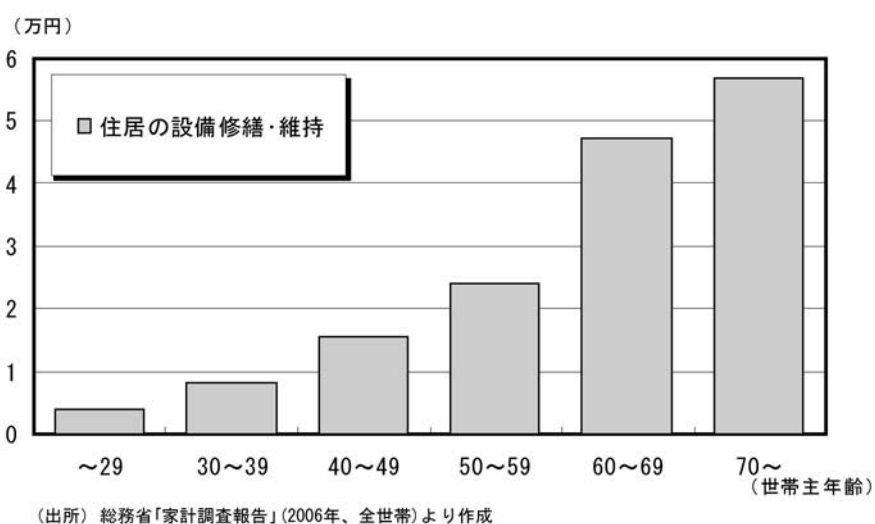
(図表Ⅱ-2-9) 趣味を楽しむ60歳代世帯〔世帯人員1人当たり支出〕



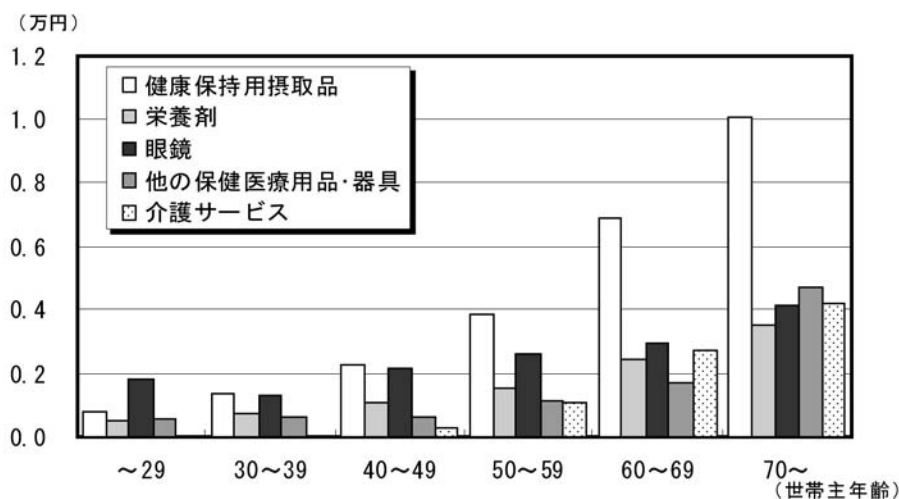
⑥ 70歳以上世帯

70歳代以上層では、図表Ⅱ-2-10にみるように、住宅のメンテナンスやリフォームに関する支出が大きいのが特徴である。水回りの使い勝手をよくしたり、居住スペースをバリアフリー化したりするニーズは強いだろう。また、図表Ⅱ-2-11に示したように、加齢に伴って眼鏡や保健医療用品・器具の需要が高まる。特に、いわゆる健康食品である健康保持用摂取品への支出も非常に大きい。

(図表Ⅱ-2-10) リフォーム費用が大きい70歳代世帯〔世帯人員1人当たり支出〕



(図表Ⅱ－２－１１) 70歳代世帯で需要が強い品目例〔世帯人員1人当たり支出〕



(出所) 総務省「家計調査報告」(2006年、全世帯)より作成

(2) 世帯主年齢構成の変化で消費市場はどう変化するか

以上みてきたように、各年齢層にはそれぞれ消費の内容に特徴があるが、今後は若年層が減って高齢者層が増えていく。そこで、人口減少だけでなく、世帯主年齢ベースで予想される世帯構成の変化を踏まえた場合に、消費全体がどのように変化するかを試算してみた。

結果は図表Ⅱ－２－１２の通りである⁴。2006年を100とした場合、消費支出全体は2025年に99.5とわずかな縮小(約20年間で0.5%)にとどまる⁵。ただし、その中でシェアを拡大させる分野もあれば、縮小させる分野もある。

例えば、健康保持用摂取品(健康食品)は12.7%増、設備修繕・維持(住宅リフォーム)は12.4%増となるなど、図表Ⅱ－２－１２で100を超える品目では市場拡大が期待される。一方、自動車等関係費(自動車購入、ガソリン、自動車修理、自動車保険など)が6.6%減、外食が7.5%減などとなっており、100を下回る品目は厳しいということになる。人口動態を踏まえた今後の企業経営を考える際には、こうした年齢構成の変化による影響

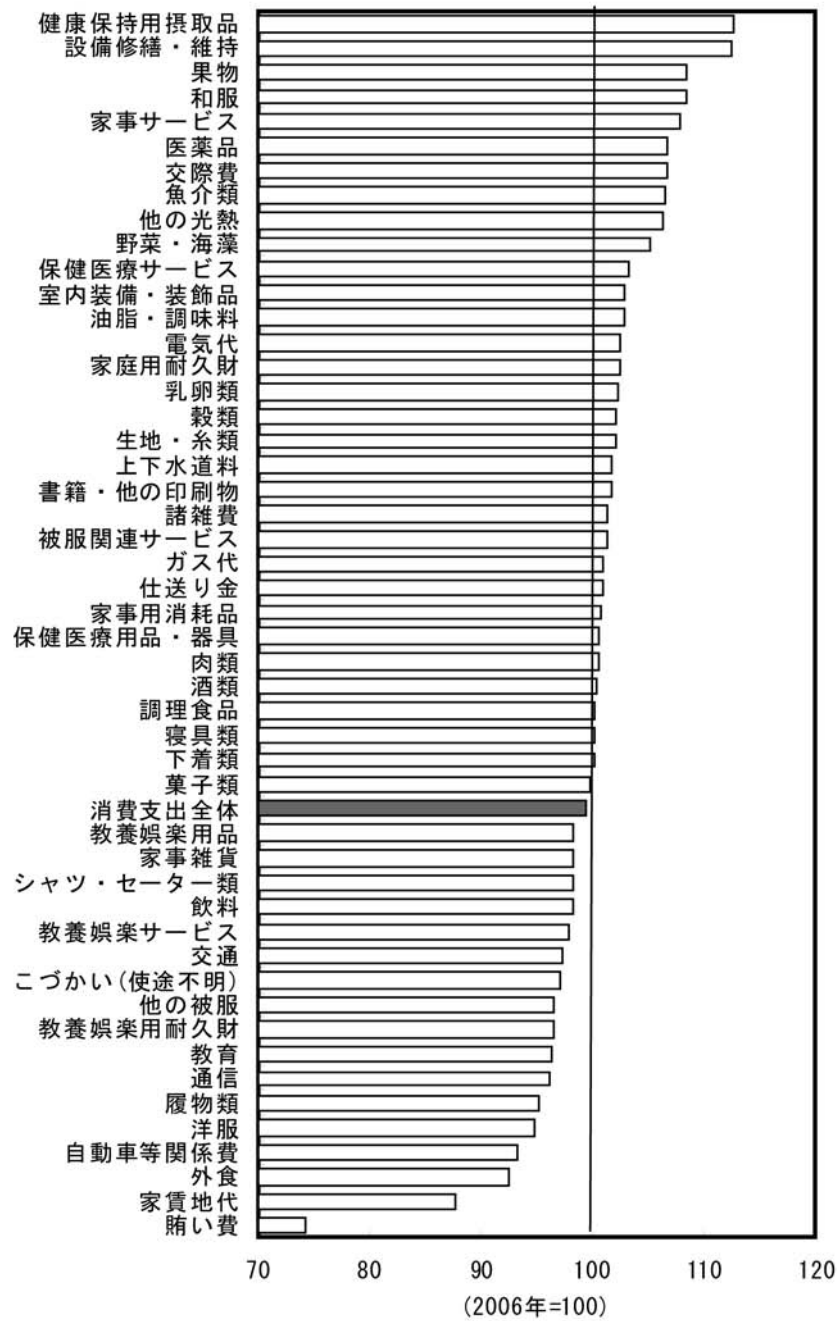
⁴ ここでは単身世帯を含む総世帯ベースの世帯主年齢別世帯当たり平均消費額の現状と、世帯主年齢別一般世帯数の見通しを、10歳刻みで乗じ総和することで試算した。なお、GDP統計の持ち家の帰属家賃を除く家計最終消費は現在230～240兆円であるが、ここで総和された金額は2006年で150兆円強である。

⁵ ここでの試算は、いわば所得が一定であるものとして、世帯年齢の構成変化の影響だけをみたものである。それが、約20年間でわずかに0.5%の減少ということからも、所得の拡大によって消費市場全体が縮小するわけではないことが分かる。

がどのように、どの程度現れるかを踏まえることが第一歩となろう。

ただし、ここでみているのは、人口構成だけを変化させた静学的な影響にすぎない。実際には人々の所得が拡大し、また、これまでの高齢者とこれからの高齢者は消費への選好が大きく異なることによる変化も大きいと予想される。また、現在は政府が高齢者に潤沢な年金支払いをしていることが高齢者の購買力を支えている。少子高齢化によって年金給付の削減に迫られていけば、そうはいかなくなる。団塊世代が要介護の年齢層となれば、介護市場が拡大するだろうが、これは介護保険が現状のままに続くことを前提としている。将来の現役層がどれだけ負担を引き受けてくれるかには疑問があるので、そのままに延長する予測には限界がある。この意味において、図表Ⅱ-2-12で上にある商品が安泰で、下にある商品が衰退すると考えるのは短絡的である。図表Ⅱ-2-12は少子・高齢・人口減少社会でみられるだろう変化の一部であり、そうした社会で人々に必要とされる商品やサービスをいかに供給するかが重要であることはいうまでもない。

(図表Ⅱ－２－１２) 世帯主年齢の構成変化を要因とする消費市場の変化
[現在からみた2025年]



(注) 2006年の世帯主年齢別消費額を固定して、予想される世帯主年齢の変化を反映させた場合の2025年の消費市場規模を、2006年を100として求めた。
(出所) 総務省「家計調査(総世帯)」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計」より作成