

## テーマ：2007年の個人消費を読み解く

発表日：2006年12月18日(月)

～若年のこだわり消費、高年のアクティブ消費、中年の健康・環境消費～

第一生命経済研究所 経済調査部

担当 永濱 利廣(03-5221-4531)

### (要旨)

- 今年の個人消費は、団塊の世代と呼ばれる1947～49年生まれ層が60歳の定年を迎え始めることから、これまでと全く違った新たな環境に突入する。団塊世代の多くが労働市場から退出することで、企業の新規採用増加や人材派遣業の拡大等も予想される。
- 2007年は高額商品を中心に若年消費が盛り上がるのが期待される。20歳代を中心とする若年層は、単身世帯の割合が高いために子供の教育費や住居費などの負担が少なく、所得のうち自由に使える部分が多い。若年世代の所得増加による消費の増加率は他の世代よりも高く、企業の採用増や人材派遣業の拡大などによる雇用環境の改善に伴い消費を増大させよう。
- 団塊世代が定年を迎えると、多くの退職一時金が発生する一方で時間的なゆとりを得て新たな消費機会が増えることから、消費市場に大きな影響を及ぼす可能性がある。引退後はのんびりと旅行をする等、退職前とは異なる消費行動をとることが考えられる。団塊世代の多くは既に子供の教育費の負担を終え、自分の裁量で消費行動をとる意欲が高まっていることも追い風になる。
- 経済的余裕があっても多忙な職業生活のため時間的余裕がなく、消費をする機会に恵まれていない中年層の消費は、健康と環境の追求が期待される。健康への不安や医療費負担の増加によって、身体への気遣いや病気の予防への意識が高まっており、中年層の消費者は身体や環境に優しい商品やサービスを購入する方向に動こう。健康を求める消費の動きとしては、2006年の流行語大賞にも選ばれた「メタボリックシンドローム」に関連するものに注目。
- 2007年の消費動向を占う際には、定率減税の廃止と社会保障負担増による可処分所得の押し下げという逆風が吹くリスクにも注意が必要。年間を通じた負担増加額は約+6,606億円にも上り、個人消費を▲2,511億円程度押し下げる要因となる。一般的な世帯の負担増が顕在化する2007年6月以降の賃金の伸びが芳しくなければ、2007年の個人消費が低迷する恐れもある。

### ●はじめに

日本経済は、デフレの長いトンネルをようやく抜け出し、復活の道を歩み始めた。株価の動きを見ると、2006年度以降足踏み状態にあるが、経済指標で見れば、日本経済はデフレを確実に抜け出しつつある。景気拡大局面の長さだけを見れば、2002年2月に始まった今回の景気拡大局面は戦後最長の「いざなぎ景気」を追い抜いた。長らく自信喪失に陥っていた日本の企業や個人が、景気回復で自信を取り戻しつつある。

今年の個人消費はこれまでと全く違った新たな環境に突入する。それは「2007年問題」、すなわち団塊の世代と呼ばれる1947～49年生まれ層が60歳の定年を迎え始めるからだ。一方、団塊世代の多くが労働市場から退出することで、企業の新規採用増加や人材派遣業の拡大等も予想される。

2007年の個人消費はどのような姿になるのか。そこで以下では、2007年の個人消費を読み解く上

で重要と思われるトピックを三つの世代に分けて展望してみたい。

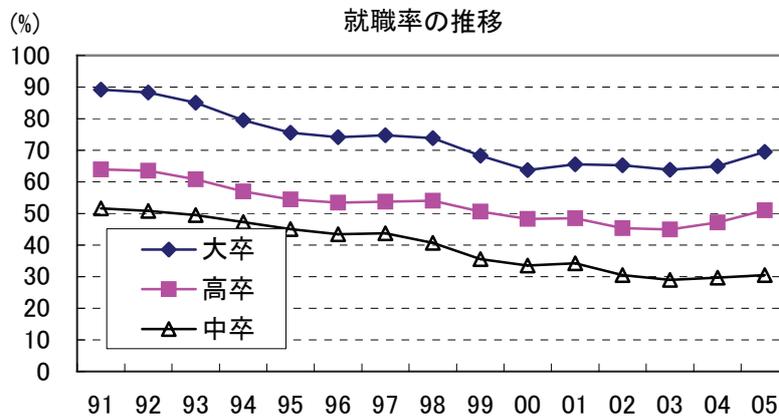
## ●二極化が進む中での若年層のこだわり消費

日本は所得格差が広がりつつあるといわれている。我が国における国内の消費者市場はまさに「中流社会」から「階層社会」へ変化しており、企業は従来のビジネスモデルの変更を迫られている。

2006年は、低価格を売りにする軽自動車や格安の北欧家具が好調だった一方で、食料品や家電製品、腕時計、靴など多くの分野で高級感を打ち出した商品が投入され、予想を超える売上げを収めた。この背景には、消費者の多くが価格に見合うあるいは価格以上の価値がある商品と認めた上で購入しているという事情がある。つまり、自分の価値観をしっかり持って生活を豊かにするものは妥協せずを選ぶといった消費者が台頭している。2007年は、ただ高級なだけであったり安いだけであったりする商品は購入しないという厳しい消費者の選別に適った商品だけが勝ち残ると予想される。

特にこれまで高付加価値消費の主役は中高年層であったが、最近は高額商品を中心に若年消費が盛り上がりつつある。景気回復に伴い、将来不安の縮小がやや遅れて若年の消費にも現れてきた格好であろう。20歳代を中心とする若年層は単身世帯の割合が高いため、子供の教育費や住居費などの負担が少なく、所得のうち自由に使える部分大きい。このため、この世代の所得増加による消費の増加率は他の世代よりも高く、企業の採用増や人材派遣業の拡大などによる雇用環境の改善に伴い消費を増大させていると見られる。20代を中心とする若年層の消費行動は値ごろ感の追求だけでなく、各人の思いやこだわりが前面に出る。こうした若年層が潜在的に持っているこだわりを刺激し顕在化させる商品の市場は、今後も拡大が見込まれよう。

今年も、自分の趣味などに強いこだわりをもつ若年の消費をうまく刺激できた商品がヒットする可能性が高い。



(出所) 橋本 拓摩「人口減少と格差社会」秀和システムより引用

## ●高齢者層のアクティブ消費

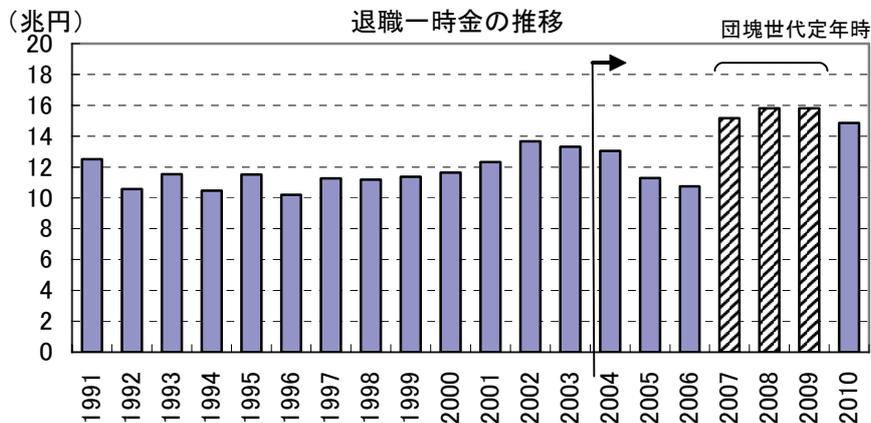
1947年から1949年に生まれた「団塊世代」が2007年から定年年齢である60歳を迎えようとしており、経済の各方面で大きな影響を与えることが予想される。特に、団塊世代が定年を迎えると、多くの退職一時金が発生する一方で時間的なゆとりを得て新たな消費機会が増えることから、消費市場に大きな影響を及ぼす可能性がある。引退後はのんびりと旅行をする等、退職前とは異なる消費行動をとることが考えられる。団塊世代の多くはすでに子供の教育費の負担を終え、自分の裁量で消費行

動をとる意欲が高まっていることも追い風になる。

60歳以降の消費の特徴としては、食料、光熱・水道といった生活支出の他、保健医療と教養娯楽といった消費が増える。このため、総数の多い団塊世代が高齢化するとともに、医療や介護、健康関連の商品・サービス市場がさらに拡大すると予想される。また、高年齢層は教養娯楽への支出割合が高く、時間的ゆとりが生まれることから、旅行といった余暇・レジャー関連への消費も増えよう。

特にこうした余暇関連、健康関連の企業は、今後も団塊世代に注目したマーケティング戦略を採っていくことになろう。事実、企業側も団塊世代向けに商品戦略を組むケースが見られる。例えば、大手旅行各社は団塊世代向けに特別な旅行商品を提供している。その旅行スタイルは、長期滞在型、夫婦旅行型など多様だが、定年間近の団塊世代をいかに開拓するかが旅行会社の課題になっている。その他、自動車業界、小売業界などでも、団塊世代のニーズを捉え、マーケティング戦略を採るケースが目立っている。

このように、高齢者を取り込もうと昨年も多くの企業が知恵を絞って様々な商品やサービスを提供してきたが、2007年は団塊世代に照準を当てた商品やサービスを投入する企業側の動きが一段と活発化することが予想される。



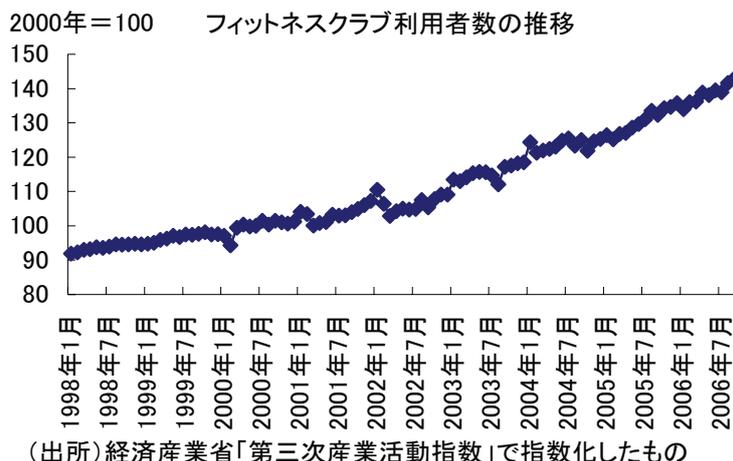
(出所) 橋本拓摩「人口減少と格差社会」秀和システムより引用

## ● 中年層の健康・環境消費

一方、経済的余裕があっても多忙な職業生活のため時間的余裕がなく、消費をする機会に恵まれていない中年層の消費の特徴は、健康と環境の追求といえる。健康への不安や医療費負担の増加によって、身体への気遣いや病気の予防への意識が高まってきているためだ。こうした状況下で、中年層の消費者は身体や環境に優しい商品を購入する方向に動いている。健康を求める消費の動きとしてあげられるものは、今年の流行語大賞にも選ばれた「メタボリックシンドローム」に関連するものだ。メタボリックシンドロームに対する関心の深まりは、これまで問題視していなかった生活習慣病に対して疑問を投げかけることになり、内臓脂肪を気にする人々を増やした。そして、個々の企業でもメタボリックシンドロームに関する自主的な取り組みが始まるにつれ、予防関連商品の売上げやスポーツジムの利用者数は鰻登りに増えている。事実、関連する医薬品や飲食料品の売上推移をみると、厚生労働省が今年5月に「中高年男性の2人に1人、女性は5人に1人が有病者か、その予備軍といい、その数は国内で約1千960万人にもなる」と発表したのをきっかけに上昇しており、生活習慣病への関心の高まりが売上を押し上げたといえる。

また、中年年齢層は環境にも気を使っている。昨年は家電や実用品も環境を前面に押し出したものの売れ行きが好調となった。特に、技術革新などによりこれまでに比べて格段に高い節約効果が得られる洗濯乾燥機やトイレ、充電機などが登場し、好調な売れ行きに結びついた。

政府は、危機感から医療制度改革関連法を改正し、08年度より各健保機関(国保や企業の健保組合など)に対して、40歳以上を対象にメタボリックシンドロームの健診と健康指導を義務付けた。このように、中年年齢層を中心に、健康や病気予防、環境調和や保護についての関心が高まる中で、2007年は健康関連や環境に関する消費がますます増加することになるだろう。



## ●リスクは家計の負担増

ただ、2007年の消費動向を占う際には、定率減税の廃止と社会保障負担増による現役世代の可処分所得押し下げという逆風が吹くリスクを考慮する必要があるだろう。具体的には、税制改正により1月から定率減税が廃止される。定率減税は高所得者層への恩恵が大きかったことからすれば、比較的高所得な現役中高年世代の個人消費には大きな打撃となるだろう。また、年金改革により4月に国民年金保険料、9月に厚生年金保険料が引き上げられる。年金保険料は広く現役世代から徴収されていることからすれば、現役若・中年世代の個人消費に打撃を及ぼすものと思われる。

一方、来年は国から地方への税源移譲の影響で、所得税が1月から減税、住民税が6月から増税されることから、実際に一般的な世帯の負担増が顕在化するのは2007年6月からとなる。しかし、年間を通じた家計の負担増額は約+6,606億円にも上ることからすれば、家計の負担増のみで2007年の個人消費を▲0.09%、金額にして▲2,511億円程度押し下げる要因になることが予想される。

更に、今後も負担増が続くのではないかという懸念が家計に生じれば、消費者心理の悪化を通じて個人消費全体に追加的な悪影響が及ぶかもしれない。従って、一般的な世帯の負担増が顕在化する2007年6月以降の賃金の伸びが芳しくなければ、こうしたリスク要因が顕在化することにより、今年の個人消費が低迷する恐れもあることには注意が必要であろう。

2007年の家計に影響を及ぼす主な税・社会保障制度改正

	変更点	変更時期	前年対比 (億円)
税制	定率減税の縮小(住民税控除半減 1～5月)	2006年6月	1,750
	たばこ税の引き上げ(1～6月)	2006年7月	850
	定率減税の廃止(所得税 1～12月)	2007年1月	13,060
	税源移譲(所得税 1～12月)		-30,970
	定率減税の廃止(住民税 6～12月)	2007年6月	2,450
	税源移譲(住民税 6～12月)		18,066
	計		5,206
社会保障制度	国民年金保険料引き上げ <sup>㊦</sup>	2007年4月	400
	雇用保険料率引き下げ <sup>㊦</sup>		-2,000
	厚生年金等保険料引き上げ <sup>㊦</sup>	2007年9月	3,000
	計		1,400
合計			6,606

財務省、厚生労働省、総務省、内閣府、各種報道資料より作成