

若年単身世帯の消費行動の変化

【ポイント】

1. 若年層における単身世帯の割合は、未婚率上昇の影響などにより、増加傾向を辿っている。
2. 若年層単身世帯における「クルマ離れ」や「外食をしない」、「貯蓄好き」などの特徴は、統計データから確認できるものである。
3. 若年層における将来に対する不安は高止まり、彼らの消費意欲の回復は、雇用問題の改善や将来の社会保障制度に対する不信感の除去などが鍵となるであろう。

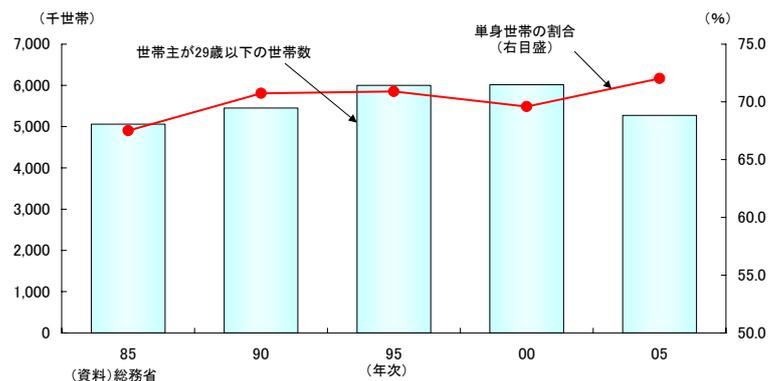
(財)日本生産性本部において、09年度の新入社員は、「環境問題（エコ）」に関心が強く、節約志向（エコ）で無駄を嫌う傾向があり、折り目正しい。小さくたたためて便利だが、使うときには大きく広げる（育成する）必要がある」という特徴があることから「エコバッグ型」と命名している。過去を振り返っても、「麻雀牌型（83年度）：大きさと形同じで並べやすいが、中身はわからず」、「もつ鍋型（93年度）：一見得体知れずで厄介だが、煮ても焼いても食べそう」などと命名しており、過去も現在も、年長者からみれば、若年者はわかりづらいものであるようだ。しかし、こと消費行動という点からみると、最近の若年者は、「クルマ離れ」や「外食をしない」、「貯蓄好き」などと、ややネガティブな面で捉えられることが多くなっている。ここでは、そうした若年者における消費の特徴を、統計データから明らかにしてみたい。

1. 若年層世帯の状況

総務省の国勢調査によると、85年に506万世帯であった世帯主が29歳以下の若年層の世帯数は、2000年には601万世帯まで増加したものの、70年代前半生れが多い団塊ジュニアが30代に入ってきたことなどもあり、05年調査では527万世帯と減少に転じている（図表1）。こうした中、若年層における未婚率は上昇傾向を辿っており、同調査によると、20～29歳以下の未婚率は、85年では男性76.7%、女性56.5%であったが、05年には男性81.8%、女性72.9%まで上昇している。こうした影響により、85年に67.5%であった世帯主が29歳以下の世帯における単身世帯の割合は、05年には72.0%へ上昇している。

また、若年層の消費をみる上では、未婚ではあるが、親族と同居することで世帯としては独立していない、いわゆるパラサイトシングルの動向も重要である。同調査によると、20代未婚の人口1,210万人のうちパラサイトシングルは811万人と、その割合は67.0%にもものぼっており、若年層におけるその存在は非常に大きい。しかし、パラサイ

図表1. 世帯主が29歳以下の世帯数とそれに占める単身世帯の割合の推移



トシングルについては、データの制約が大きいいため、ここでは若年層単身世帯のデータをもとに、その消費動向の分析を行った。

2. 若年層単身世帯の消費

(1) 長期推移

5年ごとに実施される全国消費実態調査で、29歳以下の単身世帯について、男女別で長期推移(図表2)を整理し、構造的な変化を確認する。

①消費性向

図表3は、全世帯及び29歳以下の単身世帯(男女別)の平均消費性向の推移を並べたものであるが、いずれも低下傾向となっている。04年については、景気回復などもあって、全世帯と若年層単身世帯の女性の平均消費性向がやや上昇に転じているが、過去と比較すれば、女性については、84年からの低下幅は、8.2ポイントと全世帯の6.8ポイントを上回っている。一方、男性については、04年もさらに低下しており、84年との比較では、9.3ポイント低下と消費意欲の減退が進んでいる。

②クルマ離れ

自動車の購入に関する項目は、交通・通信に含まれる自動車等購入になる。可処分所得に占める交通・通信の割合は、携帯電話による通信費の増加によって、84年からは男女ともにやや上昇していることが確認できるが、自動車等購入については、女性では、可処分所得の1.0%にも満たない推移となっている。一方、男性について、自動車等購入は、84年では可処分所得の3.6%を占めていたが、その後は低下が続き、04年には0.5%と1%を下回る水準まで低下している。このように、若年層のクルマ離れは、実際に統計上の数値で確認できるものである。

図表2. 若年層単身世帯(29歳以下)における用途分類別の支出割合及び消費者物価指数(CPI)の推移

(単位: %)

単身世帯(男)	84年	89年	94年	99年	04年
可処分所得	100	100	100	100	100
食料	30.8	26.4	23.2	21.6	18.9
住居	8.9	9.9	11.0	11.8	14.5
光熱・水道	1.6	1.5	2.0	2.7	2.8
家具・家事用品	1.4	1.5	1.0	0.8	1.1
被服及び履物	5.7	6.1	4.3	3.8	3.7
保健医療	0.5	0.5	0.6	1.0	1.1
交通・通信	14.7	15.0	15.1	16.3	15.2
教育	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
教養娯楽	12.1	13.0	15.2	14.3	11.8
その他消費支出	10.7	9.7	9.4	8.4	8.1

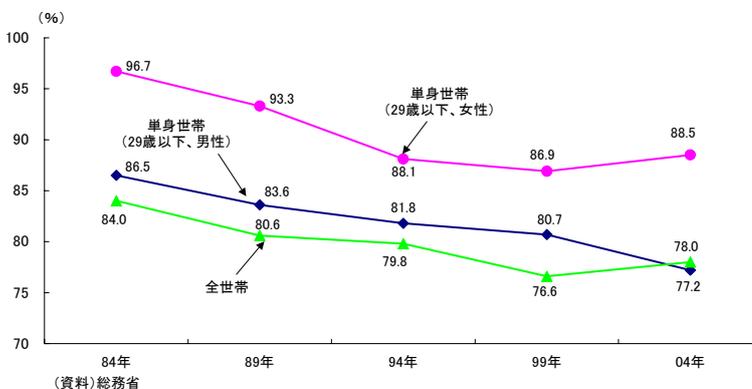
単身世帯(女)	84年	89年	94年	99年	04年
可処分所得	100	100	100	100	100
食料	23.8	19.0	17.6	17.4	15.8
住居	14.6	16.6	19.7	21.1	19.8
光熱・水道	3.0	3.0	3.3	3.8	3.6
家具・家事用品	3.1	2.7	2.0	1.6	2.1
被服及び履物	14.8	12.8	9.0	8.4	11.5
保健医療	0.8	1.1	1.1	1.8	2.3
交通・通信	9.1	11.5	10.2	11.5	11.6
教育	0.2	0.3	0.4	0.1	0.3
教養娯楽	12.7	11.5	13.4	10.0	9.2
その他消費支出	14.3	14.9	11.3	11.2	12.3

※可処分所得に対する割合のため、小項目を足しても100にはならない

CPI(84年=100)	84年	89年	94年	99年	04年
食料	100	106.3	116.0	117.7	114.5
住居	100	114.2	130.6	137.9	137.9
光熱・水道	100	87.6	89.8	91.1	91.6
家具・家事用品	100	99.5	99.8	92.6	78.3
被服及び履物	100	114.3	126.1	131.2	121.5
保健医療	100	106.2	117.1	131.6	134.4
交通・通信	100	102.0	105.2	102.6	101.3
教育	100	120.6	148.5	165.2	172.7
教養娯楽	100	109.5	122.1	120.8	110.4

(資料)総務省

図表3. 平均消費性向(全世帯及び29歳以下単身世帯)の推移



③外食

外食は、用途分類別では食料の中に含まれており、外食が可処分所得に占める割合は、男女とも大きく低下している。84年時点で可処分所得に占める外食の割合は、男性で23.3%と4分の1近くを占めており、女性でも12.3%と2桁を超えていた。それが、男女とも低下傾向を辿り、04年には、男性で10.0%と可処分所得の1割まで占率が低下している。また、女性についても04年は6.8%と84年から5.5ポイント低下している。一方で、この間の食料のCPIは上昇しているが、同様に、外食のCPIを84年=100としてみると、概ね上昇傾向となっており、04年には128.7と3割近くも上昇している。従って、若年層における外食に対する支出割合の低下は、価格下落によるものではなく、価格の上昇が続く中、外食に対する支出を抑制したことによる要因が大きいと考えられる。

④被服及び履物

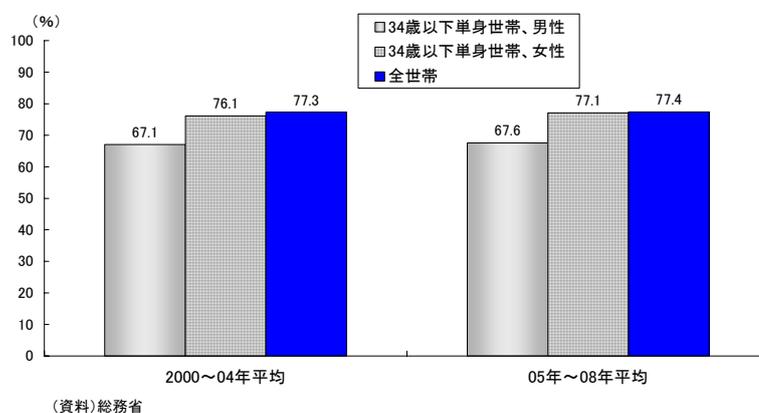
ファッションに対する支出の割合も低下傾向である。男性については、可処分所得に占める割合が84年で5.4%であったものが89年に6.1%と上昇した後は、洋服やシャツ・セーター類を中心に低下し、04年には3.7%まで低下している。女性については、84年では14.8%と食料に次いで2番目に多い支出項目であったが、男性同様、洋服やシャツ・セーター類を中心に低下が続き、99年には8.4%まで低下した。04年は、下着類への支出割合が大幅に上昇したことで11.5%とやや上昇しているものの、それでも可処分所得に占める比率は、上位からみて5番目まで落ちている。

(2) 足元の状況

09年の全国消費実態調査は、今年の9月から始まるため、詳しい分析はそれを待つことになるが、足元の状況について、家計調査を用いて確認してみる。ただし、サンプル数と括りの違いがあるため、個別の消費項目については、ブレが大きいことから、平均消費性向の傾向についてのみ確認したい。

図表4は、全世帯と若年層単身世帯(34歳以下、男女)の平均消費性向を2000年代前半(2000～

図表4. 平均消費性向(全世帯及び34歳以下単身世帯)の状況



04年)と後半(05～08年)で平均をとって並べたものである。前半では男性67.1%、女性76.1%、後半では男性67.6%、女性77.1%となっており、全世帯の77.3%、77.4%を下回っている。また、男女とも上昇はしているものの、小幅にとどまっていることから、傾向としては消費抑制の意欲が強い状態が続いていると思われる。

(社)日本自動車工業会の08年度の乗用車市場動向調査において、若者(18～24歳男女)について、自動車への関心度を相対化して捉えるため、34の製品・サービスを示し、自動車の順位を調査した結果が公表されており、それによると自動車は17位となっている。現在20～30代、40～50代が20歳前後であった頃の意識では、それぞれ10位、7位となっていることから、現在の若年者の自動車に対する興味関心は、傾向とし

て薄れている結果となっている。調査では、現在の若者は、以前と比べて興味関心を持つ財の数が多くなっており、財への関心が多様化する中で、自動車への興味関心の相対的な順位が落ちていると推察している。

3. まとめ

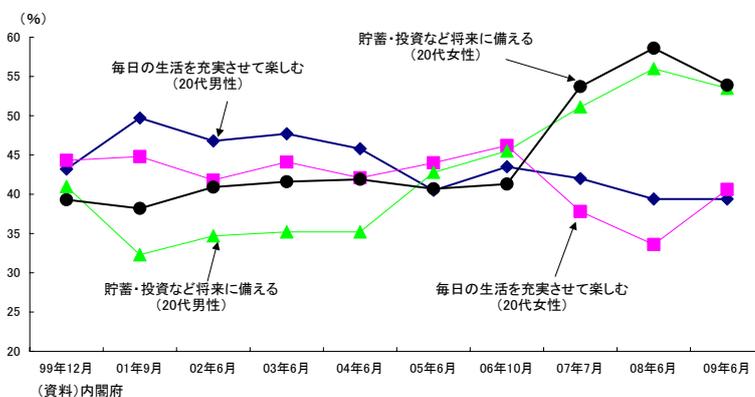
若年層における平均消費性向の低下は、裏を返せば、貯蓄率が上昇しているということであり、29歳以下の単身世帯の貯蓄率は、84年の男性16.5%、女性4.3%から04年には男性21.1%、女性11.5%まで上昇している。

「貯蓄好き」といわれる現在の若年層であるが、内閣府の「国民生活に関する世論調査」の結果をみると、20代において、「毎日の生活を充実させて楽しむ」という回答割合は、99年から2000年前半にかけては、「貯蓄・投資など将来に備える」という回答割合を上回って推移していたが、男性では05年6月、女性では07年7月調査において、その割合は逆転している（図表5）。「貯蓄好き」というよりは、むしろ将来に対する不安の高まりから貯蓄を行っているようである。内閣府の「国民生活選好度調査」によると、「老後に明るい見通しを持っている」若年者の割合は非常に小さい（図表6）。96年に20代の男性で16.7%、女性で22.2%であったその割合は、08年には男性11.9%、女性10.9%と1割程度にまで低下しており、過去と比較すると、現在の若年者の将来に対する不安は高まっていることが確認できる。

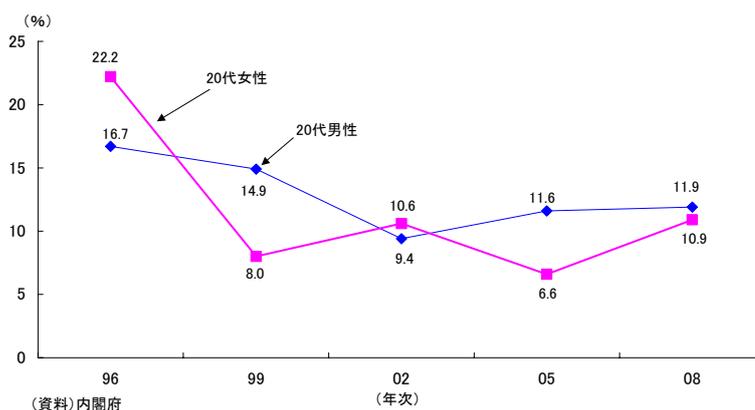
実際の消費動向については、政府は、エコポイントやエコカー減税などの景気刺激策を打ち出しているが、単身世帯に大型テレビや大型冷蔵庫などの必要性は低く、加えて、自動車に対する関心も薄れていることから、若年層単身世帯は、こうした対策については、蚊帳の外に置かれているような状況であり、足元、若年層単身世帯の消費が大きく盛り上がることは期待しづらい状況である。

今後についても、若年層が抱えている将来に対する不安を取り除くことが必要であるが、一方で、09年6月の完全失業率が5.5%となる中、15～24歳で8.7%、25～34歳でも6.6%と相対的に高くなっているなど雇用面の問題もある。若年層の消費意欲の回復には、雇用問題の改善や将来の社会保障制度に対する不信感の除去などが鍵となるであろう。

図表5. 「将来に備えるか、毎日の生活を充実させて楽しむか」に関する調査結果の推移



図表6. 「老後に明るい見通しを持っている」人の割合の推移



(財務企画部 宮里 祐二)