

2020年の消費スタイルを探る

清水 英範
Written by Hidenori Shimizu

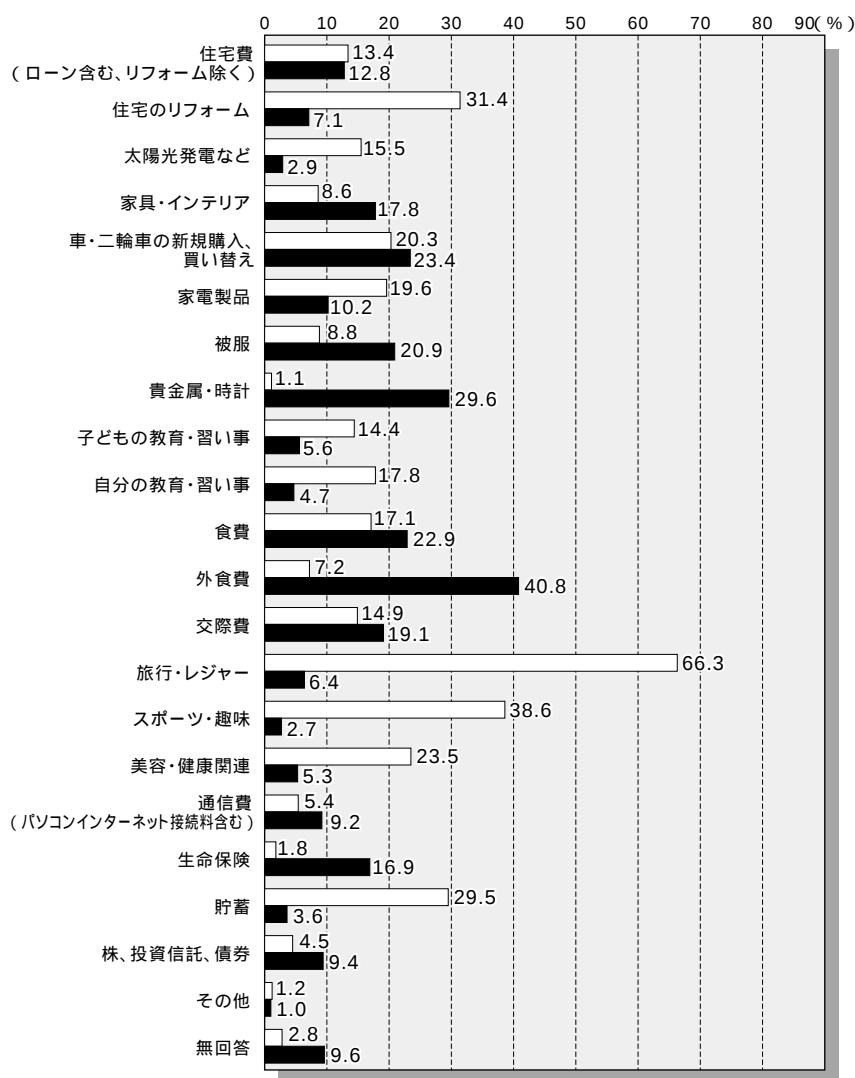
今回の調査では、2020年の家計支出の変化を知ること、消費スタイルを読み解くヒントを得るために、2020年にお金をかけたこと、およびそのために2020年に出費を抑えたいことを質問した。これらの結果から読み取れる傾向と若干の考察を紹介したい。

全体的傾向について

図1は結果全体を示している。お金をかけた項目と出費を抑えたい項目は、それぞれ五つ以内で選択可とした。

全体では、「旅行・レジャー」「スポーツ・趣味」の支出志向が抑制志向を大きく上回っている。「貯蓄」を抑えたいと回答された方は少数である。また、「住居費(住宅)」「家具・インテリア」「被

図1 回答結果



□ 問22 2020年にお金をかけたこと 総数(n=964)

■ 問23 問22で答えた内容にお金をかけるために、2020年に出費をおさえたいこと 総数(n=964)

服」「貴金属・時計」「外食費」など、新たな資産や消費財(特に奢侈品的なもの)購入の支出を抑制し、「リフォーム」「美容・健康関連」「自分の教育・習い事」など所有資産の再活用や自分自身のメンテナンス自己啓発、生命・活力の維持といった意味で、支出する消費計画が読み取れる。自分自身も含めた既存資産に新たな価値を吹き込む「資産の再活用化」の傾向かも知れない。次に、年代別回答者数の違いを考慮し、各年代別に回答傾向を概観してみたい。

年代別傾向について

二〇二〇年にお金をかけたいとする回答者が、出費を抑えたいとする回答者を一〇%以上も上回っている項目、逆に二〇二〇年に出費を抑えたいとする回答者が、お金をかけたいとする回答者を一〇%以上も上回った項目を年代ごとに図2から図6に示す。

なお、これらの条件に該当しない選択肢は、各図では省略している。

1 二〇代の傾向

「旅行・レジャー」が回答割合と支出が抑制を上回る割合ともにトップであった。支出が抑制を上回る

図2 2020年の消費計画(20代)

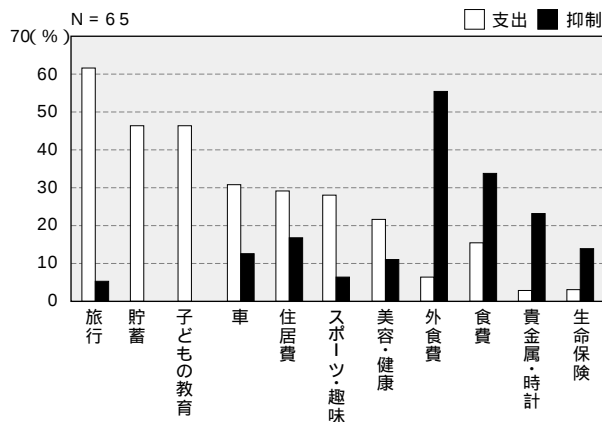


図3 2020年の消費計画(30代)

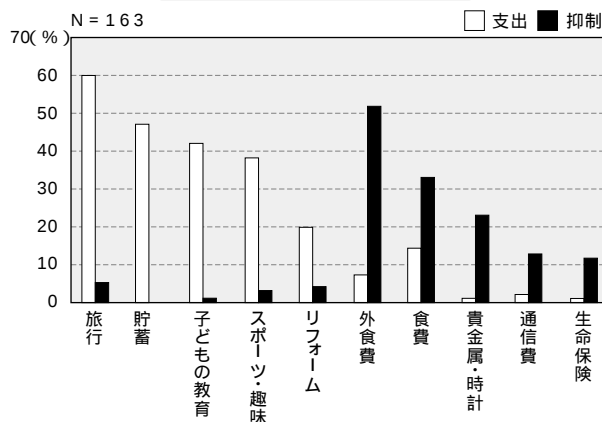
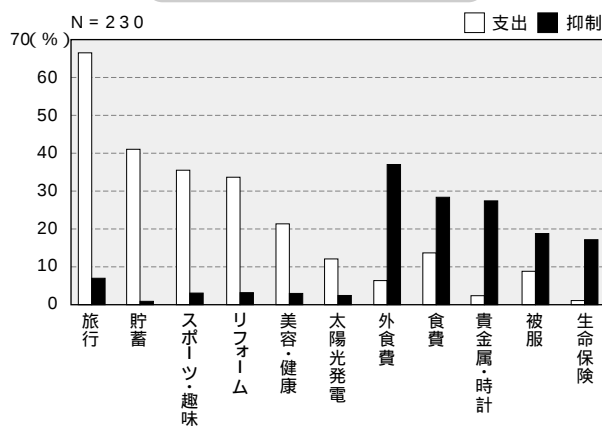


図4 2020年の消費計画(40代)



割合は、他に「貯蓄」「子どもの教育」「スポーツ・趣味」「車」「住居費」「美容・健康関連」が高い。また、抑制回答者の割合が大きい項目は「外食費」「食費」「貴金属・時計」「生命保険」だが、「食費」は支出回答者との差し引き割合は若干低下する。「貯蓄」「住居」「車」などの資産形成や、子どもの教育への支出志向が高いことは年代的特徴をよく示している。

2 三〇代の傾向

二〇代と類似した傾向だが、支出志向の高い項目から「車」「住居費」「美容・健康関連」が消え、「リフォーム」が登場する点で異なる。また、抑制志向の高い項目に「通信費」が入った。「美容・健康関連」は表からは消えるものの、三

〇代でも支出志向が抑制志向を若干上回る。三〇代は、生活上の資本形成への必要性からの消費計画という側面とともに、二〇二〇年には実物資産形成が一段落し、メンテナンス再活用化の問題に直面するという消費生活予測を反映した側面も併せ持つ。

3 四〇代の傾向

支出が抑制を上回る項目から「子どもの教育」が消え、支出回答割合が大きい「旅行」「貯蓄」「スポーツ・趣味」「リフォーム」「美容・健康」「太陽光発電」の順である。抑制回答割合が大きい項目は、「外食費」「食費」「貴金属・時計」「被服」「生命保険」で、「被服」が登場す

図5 2020年の消費計画(50代)

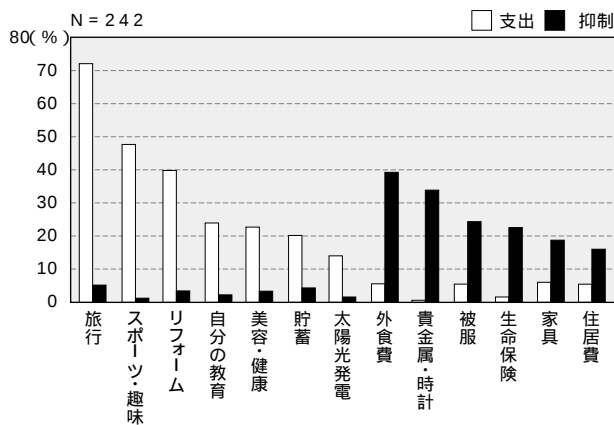
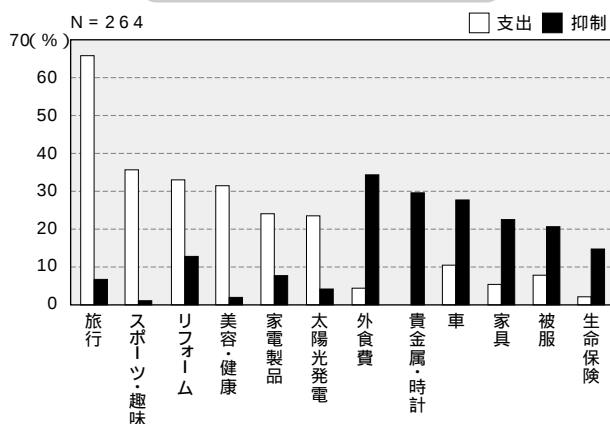


図6 2020年の消費計画(60代以上)



が大きい項目の上位は「外食費」「貴金属・時計」「被服」であり、「食費」が消え、「家具」「住居費」が入った。消費財の抑制と既存資産や自分自身のメンテナンスのための支出という、全体的傾向とほぼ一致した志向性が指摘できる。

な高さから、消費財関連支出への回帰志向とも読める傾向がある。

6 年代別傾向のまとめ

各年代とも、基本的に年代特有の事情を反映した傾向となった。二〇代・三〇代は、二〇二〇年には、住宅取得・車・子どもの教育など、今後の生活基盤や子育ての支出を増やし、外食・貴金属などの奢侈的支出を抑制する傾向が強く、四〇代・五〇代は生活基盤の確立を背景に、取得資産の維持・再活用・自分自身のメンテナンスの支出を増やし、消費的支出を抑制する傾向がある。六〇代以上は五〇代の傾向に加え、食費・家電製品など消費財への支出志向も復活する。この回答傾向は二〇二〇年に限らず、いつの時代の二〇年後でも同様という予測も当然成り立つ。

これらの考察は全体・年代別とも回答結果全体から行い、個々の回答者の回答パターンは考慮していない。回答パターンを類型化することで生活者の志向についての新たな特徴が掴める可能性も残されている。したがって、次にそうした類型化を試みる。

回答傾向の類型化

K Means 法⁽¹⁾によるクラスター分析を用いた。分析手続きの詳細は省略するが、結果的に六つのクラスターに分類することで、ク

るが、「食費」同様に支出の回答割合も一〇%前後のため、差し引き割合は多少低下する。四〇代では、全体的傾向で述べた消費財の抑制と既存資産のメンテナンスという特徴が顕在化してくる。

4 五〇代の傾向

支出割合が大きいのと支出が抑制を上回る割合が大きい項目ともに、「旅行」「スポーツ・趣味」「リフォーム」「自分の教育」「美容・健康関連」「貯蓄」「太陽光発電」の順であった。五〇代でも「貯蓄」の支出志向は相対的には高いものの、回答者の割合は二〇%程度と重要性は低下し、代わって「自分の教育・習い事」が上位に入る。また、抑制が支出を上回る割合

5 六〇代以上の傾向

支出回答割合と支出が抑制を上回る割合がともに大きい項目から、「自分の教育・習い事」が再び消え、「貯蓄」も六〇代以上から消える。代わりに「美容・健康関連」「家電製品」への支出志向が高くなり、それぞれの支出回答者の割合は全年代中トップ、太陽光発電の支出回答者割合も二〇%を超える。「旅行・レジャー」以外の支出回答項目は、やや分散化した。抑制志向の高い項目は、「車」が上位に入り、「住居費」が消える点以外は、大体五〇代と同様であった。なお、「食費」は、六〇代以上のみ約二%ながら支出が抑制割合を上回った。また、「被服」の抑制志向が五〇代に比較してやや低下することや、「家電製品」「食費」への支出志向の相対的

ラスター数の増加にともなう複雑さを回避しつつ最も意味のある類型化が可能となった。次に、各クラスターの特徴を述べる。なお、旅行・レジャーへの支出回答率は各クラスターとも非常に高い。

1 各クラスターの概要

【a 第一クラスター】

二〇二〇年の支出回答として、「旅行・レジャー」「リフォーム」が主に同時選択され、自分の教育・習い事、「交際費」「美容・健康」の回答率も相対的に高い。抑制回答では、「貴金屬・時計」「家具・インテリア」が他のクラスターに比較して際立って多く、「車」「被服」の回答率も高い。「リフォーム・自己投資型」と表現する。

【b 第二クラスター】

支出傾向として、「旅行・レジャー」以外に「子どもの教育・習い事」「住居費」「貯蓄」への回答率が相対的に非常に高い。抑制項目は、主に「外食費」「食費」「被服」「貴金屬・時計」が回答されている。「生活基盤作り型」とする。

【c 第三クラスター】

「旅行・レジャー」への支出回答が高いことが共通している以外、他の五つのクラスターに比較して支出・抑制ともに顕著な傾向が確認できず、回答は分散している。いわば六つのクラスターのうち「その他」に該当する。ただし、「被服」「美容・健康」の支出回答率は若干高く、「外食費」も相対

比較ではやや高い。「その他消費型」とする。

【d 第四クラスター】

「美容・健康」の支出回答傾向が相対的に高く、「スポーツ・趣味」「食費」の支出回答率も高い。「旅行・レジャー」の支出志向は全クラスター中最も高い。抑制回答では、「車」の回答率が相対的に高く、他は、生命保険以外、分散化傾向である。なお、「外食費」は相对比较ではあるが、このクラスターにおいて支出回答率が最高で抑制回答率が最小という、やや際立った傾向が見られる。「健康・スポーツ・グルメ型」とする。

【e 第五クラスター】

「リフォーム」支出志向が非常に高く、第一クラスターと共通している。回答率は本クラスターの方がむしろ高い。「家具」「家電製品」の支出回答率も若干高く、その他の支出回答率は分散化傾向である。抑制回答では、他のクラスターに比較して、「食費」「交際費」の回答率が最も高く、「外食費」も相対的に高い。「リフォーム・生活ハード型」とする。

【f 第六クラスター】

このクラスターに属するほぼ全員が、支出項目に「スポーツ・趣味」を回答している。その他では、「車」の回答率も相対的に高い。また、「旅行・レジャー」も第四クラスターに次ぐ高い回答率であった。抑制項目では、「住居費」の回答率が相対的にやや高い以外、回答は分散した。「レジャー・趣味優先型」としておく。

2 他設問から探るクラスター像

本調査では、二〇二〇年の暮らして楽しみにしていること、も質問している詳細は他の論稿を参照)。この設問への解答傾向からも各クラスター像の特徴を探ってみる。

「リフォーム」を楽しみ、またはどちらかといえば楽しみと回答した方は、全体の二〇・四%であったが、リフォームを二〇二〇年の支出項目として回答された方に限っても、楽しみと考える方は、その中の二一・五%に過ぎず、楽しみよりは必要な支出と考えられている面が強い。ただし、第五クラスター内では、クラスター内の二六・四%、第二クラスターでは二八・三%と楽しみの割合は若干高まる。同じリフォーム志向でも、第一クラスター内でリフォームを楽しみまたはどちらかといえば楽しみと回答した方は二一・四%で、必要コストの面が相対的に強まる。

自分の教育・趣味・スポーツ・旅行などでは、「趣味・勉強」を楽しみとする方は、第六・第二クラスターが突出。「芸術・芸能」は第六・第一クラスターがやや多い。「スポーツ」は、第六・第二・第四クラスターが多い。「まち歩き・サイクリング」は、第一・第四クラスターが多く、第二クラスターは、第一・第四クラスター（強い）であれば第三クラスター（弱い）で多い中、特に第一・第二クラスターが多かった。総じて第三・第五クラスターには、教育・趣味・スポーツ・旅行関連を楽しみとする回答者は相対的に少なかった。

第一クラスターは、芸能・文化やまち歩き、サイ

表1

	性別	クラスター						合計 (人)
		第一 リフォーム・ 自己投資	第二 生活基盤 作り	第三 その他・ 消費	第四 健康・スポーツ・ グルメ	第五 リフォーム・ 生活ハード	第六 レジャー・ 趣味優先	
20代	男性	1	○6	6	2	0	○6	21
	女性	1	21	6	3	4	5	40
	計	2	27	12	5	4	11	61
30代	男性	3	23	8	5	4	○14	57
	女性	10	○30	13	10	○17	15	95
	計	13	53	21	15	21	29	152
40代	男性	9	18	16	6	○19	○22	90
	女性	21	13	24	○25	31	12	126
	計	30	31	40	31	50	34	216
50代	男性	○19	2	16	○20	10	35	102
	女性	29	1	24	21	○24	20	119
	計	48	3	40	41	34	55	221
60代	男性	25	2	15	○17	15	○18	92
	女性	○18	2	19	30	13	11	93
	計	43	4	34	47	28	29	185
全体(人)	男性	57	51	61	50	48	95	362
	女性	79	67	86	89	89	63	473
	計	136	118	147	139	137	158	835

図1より母数が小さいのは、70代を除く方、支出・抑制の両方とも回答いただいた方に絞ったため

クリングを特に好み、勉強やスポーツ、創作活動は若干避ける傾向で、ややお手軽な実践志向といえる。第二クラスターは支出回答自体少ないが、教育や趣味、スポーツ関連消費を楽しみとする潜在的欲求の非常に高い層である。第四クラスターは、ほぼその名称とおりの結果。第五クラスターは経済的な制約が志向性自体かは不明だが、こ

の関連の消費に抑制的である。第六クラスターは各項目への欲求も非常に高く(まち歩き・サイクリングへの関心は若干低い)、本格的・ハードな志向性が見られる。なお、この考察からも第三クラスターの志向性の特徴は掴めなかった。これらの「楽しみ」への回答傾向からも、各クラスターの特徴分類は概ね妥当な結果であった。

3 各クラスターの構成

表1は、各クラスターの年代別・性別分類表である。特徴として第一クラスターは男女とも20代・30代で少なく、50代女性・60代男性に特に多く、60代女性・50代男性も多い。第二クラスターは、20代女性・30代男性に極めて多く、30代女性と20代・40代男性にも多い。20代では第二クラスターにおける未既婚差はほとんどないが、30代・40代では大半が既婚、50代以降では未婚はいな

かった。第三クラスターは特に属性的特徴はないが、若干30代で年代別・男女別とも少ない。第四クラスターは60代女性に特に多く、40代女性と50代・60代男性も多い。第五クラスターは男女とも40代が相対的に多く、次いで50代・30代女性も多い。第六クラスターは50代男性が相対的に多いが、20代・40代・60代男性も多く、男性各年代で多数派を形成している。ただし、女性は各年代とも相対的に少ない。これらの結果を表1上に、「その年代での該当者が相対的に多いもの」。「その年代での該当者が相対的に多いもの」の印で示している。

これらの分析結果より、第一・二・四・五クラスターは年代との相関関係が強く、年代を経るにしたがい、第二クラスター(生活基盤作り)→第五クラスター(リフォーム・生活ハード)→第一クラスター(リフォーム・自己投資)→第四クラスター(健康・スポーツ・グルメ)と生活設計コースが移り変わると予想できる。このコース変移は、女性より男性より約10歳程度早く、家庭生活に入る平均的な年齢差が原因のひとつかも知れない。女性の方がしつかりした生活設計を行っているという仮説が立てられるのかも知れない。ただし、加齢とともに第一クラスターから第四クラスターに移移すると見るか、第一クラスターと第四クラスターは、50代・60代の中でのライフスタイル志向の違いの反映と見るかは判断に迷う点である。また、全体的傾向の「資産の再活用化」というキーワードは、第一と第四クラスターの特徴に第五クラスターの要素もあわ

せて表現した傾向としても理解できる。

一方で、男性の各年代において第六クラスター（レジャー・趣味優先）の方が多数存在する。二〇二〇年の家庭・経済状況を正確に予測・計画した上での回答か、主に希望を反映した回答かは単純に判断できないが、少なくとも障害が小さければ、レジャーや趣味を実現する消費に向かう男性が、年代に関係なく多数おられることに注意する必要がある。

二〇二〇年の消費生活像

調査結果と日本社会の少子高齢化から、単純に二〇二〇年の消費生活像を探る。中高年世代に特徴的な消費計画が、さらに多数派を形成する結果、住宅取得への支出は抑制され、リフォームなどによるストックの再活用が活発化する。ただし、リフォームは楽しみというより、必要コストと考える傾向もつかえるため、生活者のニーズや嗜好にマッチした提案や商品が供給されなければ、リフォーム市場が沈滞化する可能性も大きい。

また、美容・健康や旅行・レジャー、スポーツ・趣味、自己啓発関連の消費の増加も予想される。二〇一三〇代中心の生活基盤作り重点層においても、現実計画は別として、これら消費への関心自体は高く、潜在的需要は大きいと見るべきである。

その他の消費財は、生活基盤に必要（高齢者の身体的不自由の補助も含め）な家具や家電

製品などを除く奢侈的支出は抑制され、モノからコト・サービス重視の傾向が強まるだろう。外食も抑制されるが、経済的理由以外に食の安全への不安心理が一因かも知れない。さらに、レジャー・趣味優先型クラスターの消費計画が、様々な制約をクリアして実現可能となれば、サービス重視消費が種別・量的にも拡大する。この動きは、生活基盤作り重視クラスターの生活に経済的・時間的ゆとりが発生し、希望が現実化すれば、いっそう加速するだろう。

ただし、貯蓄性向は各世代とも高く、家計の消費性向が二〇二〇年頃までに急増することは考えにくい。実際に所得が消費に向かうには供給される消費財・サービスが十分魅力的でなければならぬ。さらに生活者が描く二〇二〇年の消費生活の実現には、当然ながら収入（雇用）の安定と生活不安の除去が必要で、そのための政策課題は、依然少なくない。

環境問題への配慮

二〇二〇年に太陽光発電への支出を考える人の割合が相対的に高くなるグループを抽出するために、CHAID（2）を用いた決定木分析を行った。太陽光発電への支出回答割合は全体の一五・五%だが、この割合が最も高くなる、分かりやすい条件として、住宅リフォームに支出回答したグループが抽出された。このグループの中では太陽光発電への支出回答割合は三三・二%になる。リフォームに支出回答しなかったグル

ープの中でも、車への出費を抑制したいと回答した方という条件を加えれば、太陽光発電の支出回答割合は一九・六%まで上昇する。

環境にやさしい住宅設備の導入は、他の設備も同様であるうが、リフォームと同時に計画・実行される場合が多いと推察される。したがって、今後の普及促進には、機器単体対象の補助金などの施策に加え、リフォーム時のトータルな環境配慮設備の導入優遇策実現やリフォーム需要の顕在化するライフステージでの金利減免なども望まれる。

車への支出抑制グループの抽出は、高齢者の環境配慮傾向や資金余剰面などから当然ともいえるが、希望的に観測すれば、いずれ車の使用抑制や省エネ機器の導入などの環境行動実践をさまざまな生活局面で考え、計画している層が台頭しつつある兆候とも考えられる。この仮定が妥当ならば、個別・単発の省エネ・環境施策よりも、エコライフスタイルへのトータル支援が行政・企業に求められる。さらに兆候がメガトレンドにまで拡大すれば、二〇二〇年の消費スタイルは、今回の調査結果からの予想を超えた環境配慮型として確立されているかも知れない。

（大阪ガス（株）エネルギー・文化研究所 主任研究員）

- （1）「K 平均法」とも呼ばれる。非階層型クラスターリング手法の一つで、クラスターの平均を用い、与えられたクラスター数をK個に分類することからその名が付けられた。
- （2）分析のグループビニングにカテゴリーの概念を導入したもので、多数のサンプルから関連性の高いと考えられる要因を抽出し、それぞれのカテゴリーを区切りながら要因関係を分析する手法のこと。

本の万華鏡

推薦者

清水 英範 (しみず ひでなり)

大阪ガス(株) エネルギー・文化研究所 主任研究員

『経済学とは何か』

根井雅弘著

中央公論新社 二〇〇八年

本号では生活者意識調査をベースにして二〇二〇年に対する希望や理想が紹介され、また各論稿においては社会・生活・技術・環境問題などの動向が触れられており、最新のパースペクティブとなっている。したがって、二〇二〇年の展望を紐解く最大のヒントは本誌に求めることができる。

本誌とは違った視点で近未来の生活者像を考えるよすがとして、あえて屋上屋を架すならば、それは人間と社会に対する洞察力の涵養である。将来、合意と連帯により、各々の個人生活レベルの利害を超え、全体最適の生活を実現するために、そうした感性を練磨することは有益と思われる。

近代社会における進歩主義・技術主義への過剰な信仰が、今日の環境問題やカジノ資本主義的状况など、社会生活への脅威を招来した面もあることは否定できない。したがって、歴史の知恵に学ぶべき点も多々あろう。もちろん、哲学や文学作品に人間存在の意味、人生の指針、人間の苦悩などを探ることも可能である。一方、経済学は現象分析の道具として、人間や社会を究極的にモデル化して取り扱ってきたと一般的には理解されている。

「エコノミックス(経済学)」の語源は、古代ギリシャの著述家クセノポンの造語「オイコノミクス」に遡る。「オイコス」(私的統治の最小単位すなわち家)と「ノモス」(制度・法)の合成語であり、それゆえ、共同体のあり方」とも説明されるが、より正確には「オイコス」の代表者たる家長が「ポリス」(都市国家)のメンバーを構成し、私的共同体の成果(家政)を公的領域に制度化するという意味が含まれている。経済学には、個人の理想を現実世界で実現するための課題説明を目的として発展した総合的学問という側面も存在するのである。

例えば、近年の金融システム不安定状況下において、その「不確実性」概念が再評価された経済学者フランク・ナイトは、一般にはシカゴ学派の祖であるミルトン・フリードマンの指導教官というイメージが先行するが、彼には市場メカニズムの役割を認識しつつも、競争の限界と人間行動の独自性(社会性・文化性・歴史性)を強調し、リベラリズムの倫理を問い続けた道徳的経済学者という隠された素顔がある。こうした碩学(せきがく)の業績に触れることで、未来への指針のヒントは、既に人類の文化遺産にも隠されていることが理解できる。

本書は新書などの経済学解説書と比較すれば、やや専門的な用語や表現が用いられているが、経済学を思想史レベルで解説しており一読に値する。なおフランク・ナイトの著作の邦訳は現在絶版で、かつ原書も難読な文体で書かれており、業績をつかがい知ることには困難だが、本書ではナイトの解説にも数ページが割かれており、その点でも推薦しておきたい。



from editor's room

- 『「終の住みか」のつくり方』高見澤たか子 晶文社(2004年)
- 『10年後の日本』『日本の論点』編集部 文春新書(2005年)
- 『サバが外より高くなる日—危機に立つ世界の漁業資源』井田徹治 講談社(2005年)
- 『現代日本の社会意識—家族・子ども・ジェンダー』渡辺秀樹 慶應義塾大学出版会(2005年)
- 『持続可能な発展』淡路剛久、川本隆史、植田和弘、長谷川公一 有斐閣(2006年)
- 『少子化時代の政策形成』諸富徹 有斐閣(2006年)
- 『あなたの知らない妻がいる—熟年離婚にあわないために』狭間恵三子 講談社(2006年)
- 『ワークライフバランス社会へ—個人が主役の働き方』大沢真知子 岩波書店(2006年)
- 『サステナブルな未来をデザインする知恵』服部圭朗 鹿島出版会(2006年)
- 『2010年代世界の不安、日本の課題。1(本編)』松原正毅、中牧弘允 総合研究開発機構(2007年)
- 『いれい妻、リセット宣言』百世瑛衣乎 共同通信社(2007年)

- 『2020年の日本人—人口減少時代をどう生きる』松谷明彦 日本経済新聞出版社(2007年)
- 『10年後のあなた』『日本の論点』編集部 文春新書(2007年)
- 『おひとりの老後』上野千鶴子 法研(2007年)
- 『2015年の日本—新たな「開国」の時代へ』野村総合研究所2015年プロジェクトチーム 東洋経済新報社(2007年)
- 『シナリオ2019—日本と世界の近未来を読む』宮川公男 東洋経済新報社(2007年)
- 『全予測2030年のニッポン—世界、経済技術はこう変わる』三菱総合研究所産業・市場戦略研究本部 日本経済新聞出版社(2007年)
- 『未来を洞察する』鷲田祐一 NTT出版(2007年)
- 『エコアクションが地球を救う!—データに学ぶエコ生活のすすめ』山本良一 丸善(2008年)
- 『地球環境「危機」報告』石弘之 有斐閣(2008年)
- 『ワークライフシナジー—生活と仕事の相互作用 が変わる企業社会』大沢真知子 岩波書店(2008年)
- 『エネルギー危機からの脱出—最新データと成功事例で探る』幸せ最大、エネルギー最小「社会への戦略」枝廣淳子 ソフトバンククリエイティブ(2008年)