

生き方リサーチ

豊かだけど不安な中で――

■10人に1人は75歳以上

出生率は1・29

敬老の日に総務省から発表された、9月15日現在の65歳以上推計人口は2640万人、総人口の20・7%に達した。もちろん、過去最高更新である。さらに、75歳以上の後期高齢者人口が1208万人で総人口の9・5%、ここ数年は毎年50万人前後の勢いで増えており、その勢いは前期高齢者(65〜74歳)を上回っている。確かに、大都市にいても、まわりを見回すと、お年寄りばかりなのに気づくこのごろだ。

一方、少子化についてはどうだろう。合計特殊出生率は下降の一途で1・29(04年)。少子化担当大臣が任命され、さまざまな対策がとられようとしているものの、目立った改善は見られぬままだ。そして来年には、予定よりも早く人口減少が始まるという。

■高齢化する

パラサイト・シングル

しかし、本当に「子ども」は少なくなっているのだろうか。少し違った角度から疑ってみよう。

今年7月に発表された、第5回世帯動向調査(平成16年7月実施)の結果が興味深い。その特徴は次の3点だ。

①小家族化・核家族化の進行
②老親(65歳以上)の子どもとの同居率過半数割れ

③パラサイト・シングルの高齢化

この3点の中で、特に注目したいのが「パラサイト・シングルの高齢化」だ。30歳代前半の男性の45・4%、女性の33・1%が、自分の親と同居している。5年前の前回調査に比べて、男性では6・4%、女性は10・2%もの増加だ。男性では、30歳代後半でも33・4%が親と同居しており、男女共に前回よりも増加している。

これらの親と同居する子どもたちの多くは、独身であり、親から家事、住居面、時には金銭面での支援を受けている「パラサイト・シングル」であると思われる。若い時期に限った一過性の現象と思われる。

増える「おとな子ども」

これまでの「子ども」と言えば、「親」に対する「子ども」であり、「大人」に対する「子ども」でもあることに相違なかった。しかし、ここに来て「子ども」であって「大人」でもある「おとな子ども」が登場し、急速に増加し始めているのだ。

先に示した家族の特徴の通り、家族はますます小さくなり、核家族化している。そのような家族構成の中で、現在「おとな子ども」をかかえる親世代の多くは、成長経済の最後尾に間に合った団塊世代以上。だから、子ども部屋のある郊外マイホームと、ゆ

子どもは、本当に減っているのか？

ていたものの、未婚化、晩婚化、ニート化がますます進む中で、そのまま年齢を重ねている実情が浮き彫りになって

つまり、家族の中を見ても、年少人口(15歳未満)の「子ども」は減少の一途をたどっているが、これまで「大人」と呼ばれていた成人以上の「子ども」は、年々増加すると共に年齢も高くなってい

こども」の先端を走る団塊ジュニア世代は、右肩上がりの豊かさを享受して飽食の時代に物心つき、大人に脱皮しようとしたところでバブル崩壊の憂き目に遭った連中だ。だから、サバイバルがむしや

そうかと言って保守的でもなく、無理せずに現状レベル+αでいられるのなら、既成の価値観なんて気にしない。乗りやすいものには乗るといって、男女ともに、自分に合った、かけがえの無い仕事を求めて働きたいと思っている。また、自分に合った伴侶と巡り会えるまで、時間をかけてでもじっくり探し続けたいと願っている。

とりある収入のもと、妻は専業主婦というケースが多い。さらに、団塊世代と言えば、親子関係や夫婦関係において、「友達家族」をよしとしてきた価値観の持ち主たちである。だから、自分の介護を頼る相手としての子どもというよりも、共に人生を楽しむ相手として関係をとりたいたい願っている。

その上、携帯電話やインターネットにより、家族の中にも、家族の外とのやりとりのプライベートは確保できている。固定電話が玄関に鎮座していた時代とは大違いだ。加えて、食事、洗濯、掃除などの家事の手間は、母親によりサービスされるか、コンビニなど外部サービス利用でまかなえる。家族でそろえるための制約を受けない。

高い父親の収入レベルと、安心できる母親の家事サービスのもとに「安くて、便利で、自由な」おとな子どもの最高の居場所は、親との同居以外には見つかりにくいのは当然だろう。インタビュしたある女性は「家事サービス付き無料一人暮らし」と言っていたほどだ。だから、年少の「子ども」は少なくなっているが、家族の中で親も子も高齢化しながら、子どもは子ども期間を、親は子育て期間を延長し、子どもは減るところが増えているのだ。

■「おとな子ども」は

これからも増え続けるのか？
それでは、このような「おとな子ども」の発生と増加は、豊かで成熟した社会の特徴と言えるのだろうか。

そう思っただけで視線を海外に転じると、欧米諸国には「おとな子ども」の増加傾向が見当たらない。私がインタビュした、アメリカ、イギリス、オランダ、スウェーデンの若者たちに共通した答えは「高校を卒業したら、できるだけ早く一人暮らしを始める」といった。その理由は「そうしないと、自分を一人前の人間として認めてくれないからだ」と答える。「欲しいものが手に入らないなら、我慢すればいい。それ以上に恥ずかしいことなのよ」と、経済的負担以上に、一人前と見られないのが印象的だった。

この兆候は、もしかすると日本の中でも始まっているかもしれない。先に紹介した世帯動向調査結果では、20歳代前半の同居率が、わずかなが

ら男女共に5年前よりも減少しているからだ。さまざまな調査結果等でも、20代と30代の生き方や価値観の差が指摘されることが多くなっている。

また、親が元気なうちはいいが、老親をかかえた「おとな子ども」となると、状況は一変するだろう。調査結果からも、高齢の親との同居は減少傾向にある。晩婚化、晩産化により、親が高齢となった時、自分の子どもの育児で老親介護の余裕が無くなっていることも予想される。

■それでも今はマーケット

しかし、売れない時代のマーケティングにおいて「おとな子ども」の増加は、消費の源泉として大いに期待できるのは確かだ。個人としては、ファッションやグルメなど、この時期にしかできないぜいたく消費欲は旺盛だし、複雑でマニアックなおモチャやゲームも、おとな子どもに受けている。

また、フィットネスクラブでの体づくりや、大学院等での能力開発のように、この時期の投資を惜しまなければ後々の自分への大きなリターンを期待できることなど、「子どもの自分への投資」にも積極的だ。

さらに、おとな子どもという家族の消費として見ると、高額商品の「身内シェア消費」という消費形態が見られるのも特徴的だ。ゴルフ会員権や高級輸入車を父親とシェアして購入するなど好例だろう。しかし、減亡へのマーケットでは元も子もない。「おとな子ども」増加の先に、信じられる未来を描くことが大切だ。確かなのは、子どものいない社会に未来は無いということだ。
(オムロン・ヒューマンルネッサンス研究所 中間真一)

