

Part 2

[技術 + 礼・義] × 愛 = 自律社会!?

—— 単独世帯の増加と価値観の変化から探る
2040年社会

「技術＋礼・義」×愛＝自律社会!?

—— 単独世帯の増加と価値観の変化から探る2040年社会

超高齢化社会の輪郭を描く

「グローバルシナリオ2025」の例にみてもきたように、シナリオプランニングによって未来社会の輪郭をより鮮明に描くことができる。ここでは、人口問題と価値観の変化を軸に現在から30年後、2040年頃の日本社会像を描くとともに、そこにおいて求められるコンセプトやキーワードを探ってみたい。

2040年頃の社会像を描く材料として、まず人口問題にフォーカスしてみる。少子高齢化と人口減少はもはや規定された未来ともいえるが、そのイメージは意外にぼんやりしている。一般的には、少子高齢化と人口減少によって経済は縮小し、公的年金制度や医療・介護保険制度が現行のままでは破綻する、高齢者が増加する一方生産年齢人口は減少するので若者の社会的負担が増大する、といった予測がなされている。しかし、なにをもって成長とするかは人びとの意識や価値観に大きくかわかる問題であるし、制度には改革の余地もあろう。

2040年頃の社会のアウトラインを描いてみると、まず、日本の人口は約1億人に減少し、1968年頃のボリュームに逆戻りする。また、2010年には日本人の平均年齢が45歳であつ

たが、2040年には55歳となり、生産年齢人口は2010年の8000万人が2040年には5500万人へと3割以上も減ることになる。

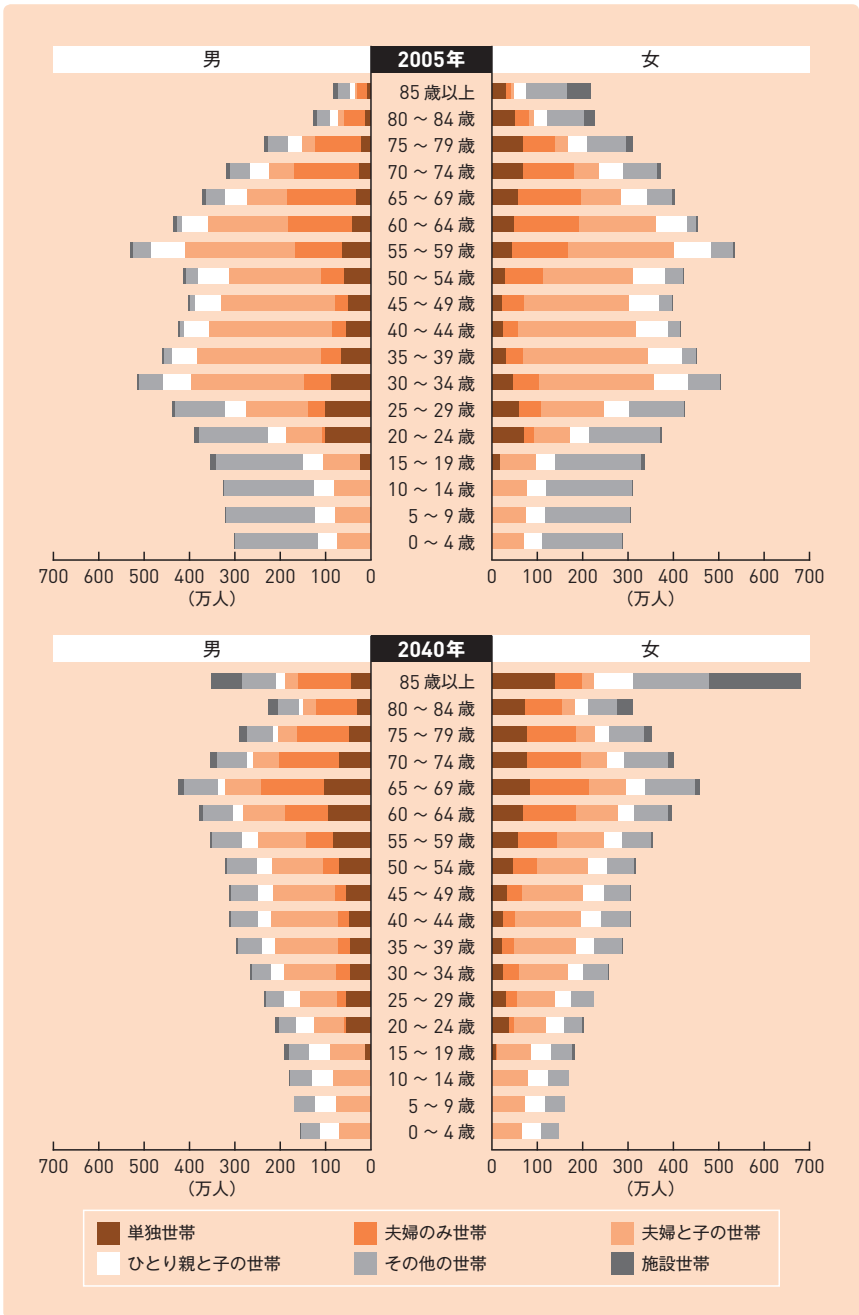
さらに、2010年には出生者数が94万人で死亡者数が119万人であったが、2040年には出生者数が58万人に減り、逆に死亡者数は166万人にも達する。例えとして適当ではないかもしれないが、出産祝い1回に対して香典が1・26回だったものが、出産祝い1回に対して香典2・86回という計算になる。

そうした少子高齢化現象を可視化してみる。国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」によれば、平成17（2005）年の人口ピラミッドでは、第1次ベビーブーム世代が50歳の後半、第2次ベビーブーム世代が30歳代前半にあり、平成42（2030）年には、第1次ベビーブーム世代は80歳の前半、第2次ベビーブーム世代は50歳代後半となる。要するに、2030年頃までの日本社会における高齢化とは、いわゆる団塊世代が後期高齢者に、団塊ジュニアが退職する年齢になつていくプロセスといふことができるだろう。

2005年と2040年で人口ピラミッドを比較してみると、ドラスチックな変化がみてとれる。2005年には20歳～59歳の人口ボリュームは男女ともに3500万人以上であるのに対して、2040年には女性が2257万人に、男性が2310万人に減る。その一方で、後期高齢者といわれる75歳以上については、2005年には女性が754万人、男性が448万人であったのが、2040年には女性が1344万人、男性が871万人へと増加する。

要するに、日本社会における2040年までの高齢化とは、20歳～59歳が2500万人もいなくなつてしまう代わりに、75歳以上が1000万人も増えるという姿であり、2040年における最大のボリュームゾーンは85歳以上の女性になるのである（図9）。

図9 人口ピラミッド(世帯帰属別)の変化(電通作成)



2040年には高齢者単独世帯がスタンダードになる

そうした変化を世帯ベースにみると家族形態のマクロなトレンドが現れてくる。いまから約30年前、1980年における日本社会の世帯割合をみると、もともと多いのが「夫婦と子」世帯で4割強、次が「その他」世帯で約4分の1、「単独」世帯が2割弱、「夫婦のみ」世帯は1割強であった。それが、2010年には「単独」世帯が「夫婦と子」世帯を上回り、2025年には「単独」世帯が3分の1を超えていく。これまで、世帯とって「家族」をイメージするのはごく一般的なことであったが、2010年以降、日本社会においてメジャーな世帯とは単独世帯であり、そうした傾向は今後ますます強まっていくのである(図10)。

さらに注目したいのが高齢者の単独世帯である。「高齢者単独世帯の増加予測」によれば、2010年に65歳以上の高齢者単独世帯がメジャーな都道府県は半数に満たないが、その後年を経るにしたがって増加し、2040年には47都道府県のすべてにおいて高齢者の単独世帯がメジャーになる(図11)。

また、先ほどの人口ピラミッドで75歳以上の単独世帯をみると、2010年には女性が153万、男性が43万であったのが、2040年には女性が約2倍の291万に、男性は約3倍の124万にも膨れ上がる。仮に47都道府県をフラットに考えれば、1県ごとに9万弱もの高齢者単独世帯が散らばるといふ図式を描くこともできる。日本人の平均年齢が10歳も上昇するという現象の裏側にはこうした高齢者単独世帯の増加があり、1人暮らしの高齢者をいかにサポートするか、1人ひとりの異なるニーズに丁寧に応えていくためには何が必要になるのか——それこそが「科学技術と自律社会」が追究すべきテーマになってくると思われる。

図10 家族の類型別世帯割合の推移 (電通作成)

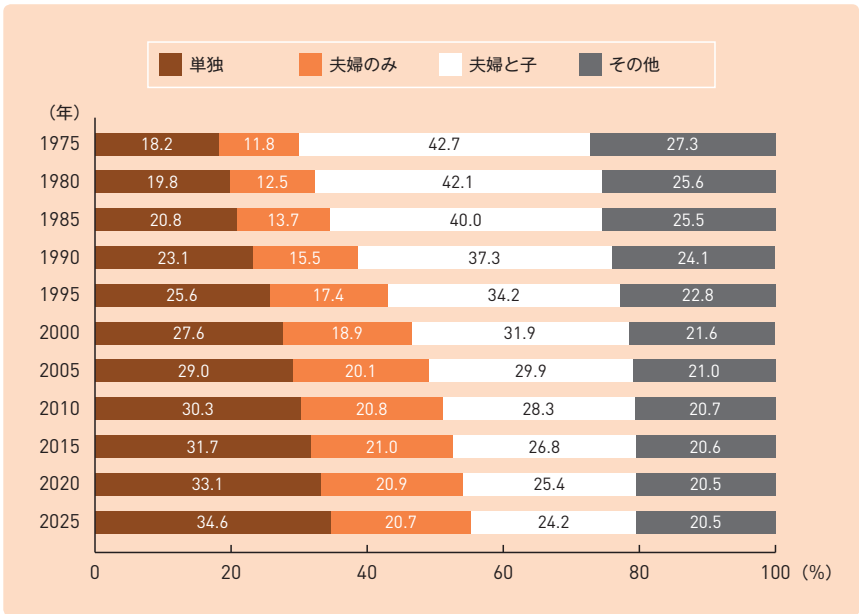
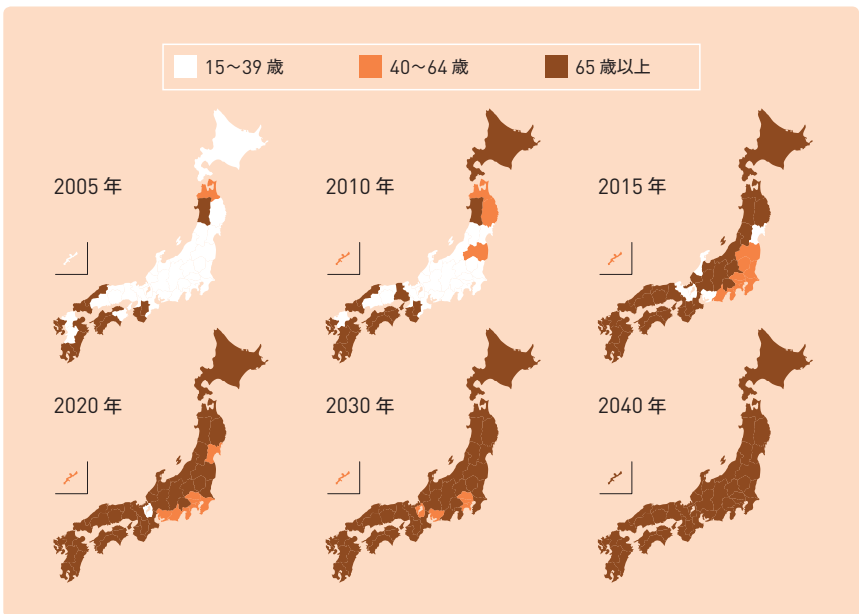


図11 高齢者単独世帯の増加予測 (電通作成)



* 各都道府県における最多世帯形態を色別に表示

日本人のベーシックな価値観変化を探る

次に、日本人のいわゆる国民性がこの半世紀でどのように変化したのかを、「日本人の国民性調査」（統計数理研究所）と「日本人の意識・2008」調査（NHK放送文化研究所）のデータから概観する。まず、「幸福になるために自然と人間の関係がどのようにあるべきか」を尋ねた結果をみると、「自然を利用する」はこの半世紀でほとんど変化していない。また、「自然を征服する」は、1968年には3割を超えたが、オイルショック以降漸減し、1988年以降は1割にも満たない。一方「自然に従う」は漸増し、2008年には5割を超えた。こうした結果からは、日本人が幸福であるためには、自然を適度に利用しながらも、自然の営みには敬意を払うという、伝統的な意識が根強いことがうかがわれよう（図12）。

「科学技術の発達によって、人間らしさが減るかどうか」を訊いたところ、「人間らしさが減る」と回答したのは3割であったが、2008年には5割半ばまで上昇している。逆に、「人間らしさは不変か増える」は、1953年には3割を超えていたが、2008年には2割を下回っている。20世紀は「科学の世紀」といわれたが、原発事故や遺伝子操作の問題などもあり、少なくとも日本人にとって科学の進歩は万能ではなく、むしろ警戒心は高まっているのかもしれない（図13）。

「日本人の性格（長所）」を聞いた結果、この半世紀で「礼儀正しい」が13ポイント、「勤勉」が12ポイント増加する一方、「明朗」は13ポイント、「理想を求める」は12ポイント低下している。従来いわれてきたように、日本人の勤勉さと礼儀正しさは不変のようであるが、「明朗」さや「理想を求める」が低下している背景に未来志向の弱まりがあるとすれば心配である（図14）。

「大切な道徳」についてこの半世紀の変化をみると、「親孝行」が16ポイント、「恩返し」が14ポイ

図12 自然と人間の関係(幸福になるためには)「日本人の国民性調査」(統計数理研究所)より作成

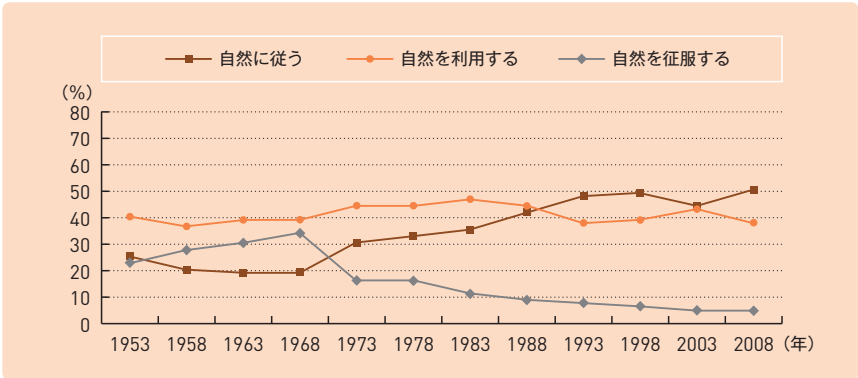


図13 科学技術の発達によって人間らしさは減るか「日本人の国民性調査」(統計数理研究所)より作成

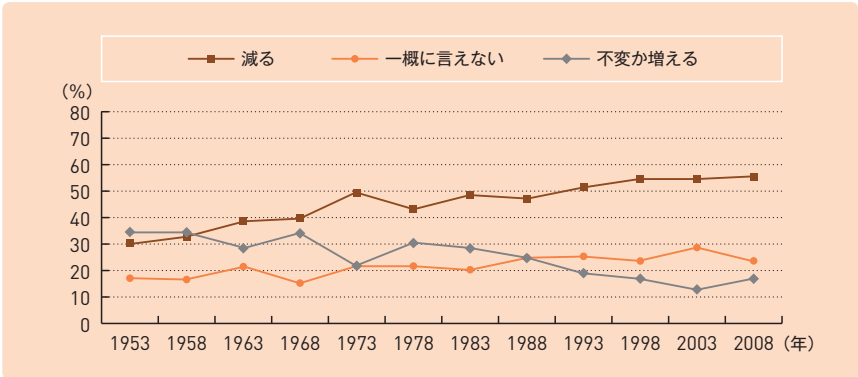
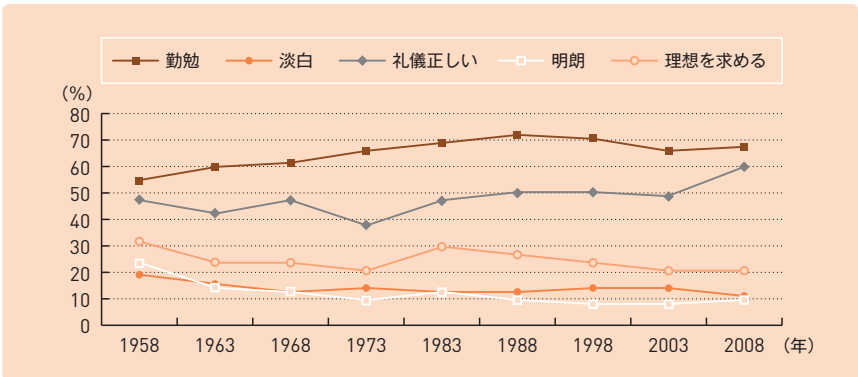


図14 日本人の性格(長所)「日本人の国民性調査」(統計数理研究所)より作成



ント増加する一方、「権利尊重」は22ポイントも低下している。個人の自由や権利の尊重が重視されるなかで、伝統的な道徳観が薄れることに対する危惧を感じる人びとが増えているのかもしれない(図15)。

「他人の役に立つ」ことを重視するか、「自分だけに気を配る」ことを重視するかを尋ねたところ、1978年には「自分だけ」が7割超、「他人の」が約2割であったが、2008年には「自分だけ」が約5割、「他人の」が4割に近づいている。まだ、逆転には至っていないものの、利己志向は弱まる傾向にあるといえる(図16)。

「男女ではどちらの楽しみが多いか」を訊いた結果は、1963年には「男性のほうが楽しみが多い」が約7割で、「女性のほうが楽しみが多い」はわずかに1割であったが、2000年代には逆転し、「女性のほうが楽しみが多い」がわずかながら上回っている(図17)。

「生活目標」についてのこの35年の変化をみると、「なごやかな毎日を送る(愛志向)」が約15ポイント上昇したのに対して、「豊かな生活を築く(利志向)」が9ポイント、「世の中をよくする(正志向)」も約8ポイント低下している。近年では、社会に対する関心よりも身近な範囲での愛や幸福が志向されているようだ(図18)。

こうした結果から、人びとのあいだでは科学崇拜ではなく、自然に従う・敬意を払うといった気持ちが一貫して強くなっていること、また、長く日本人の美德と考えられてきた礼儀や勤勉さが不足していると感じているためか、逆にそれらを求める志向がうかがわれる。同様に、個人の権利を要求するよりも、親孝行や恩返しといった伝統的な感覚が再評価されており、全体として新しいモノや感覚を求めるといふよりは、ナチュラルでトラディショナルな志向が強まっていくことが予想される。

さらに、「なごやかな毎日を送る」志向の上昇にみられるように、人びとは「利」よりも「人びと

図15 大切な道徳 「日本人の国民性調査」(統計数理研究所)より作成

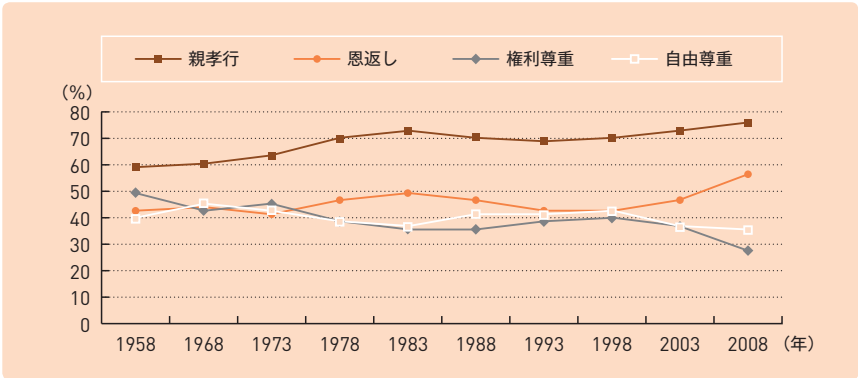


図16 他人のためか、自分のためか 「日本人の国民性調査」(統計数理研究所)より作成

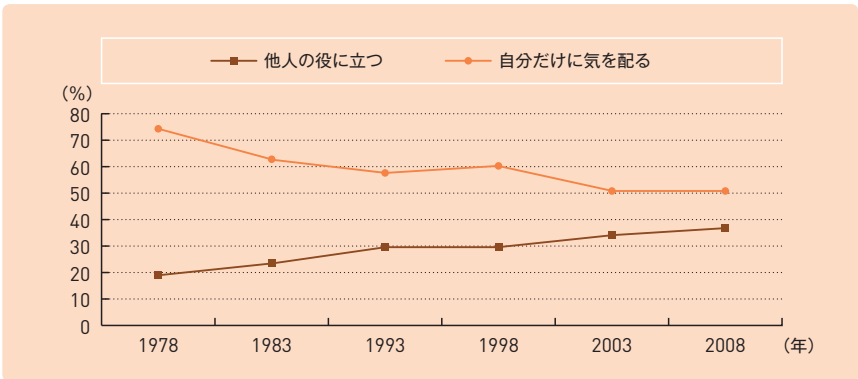
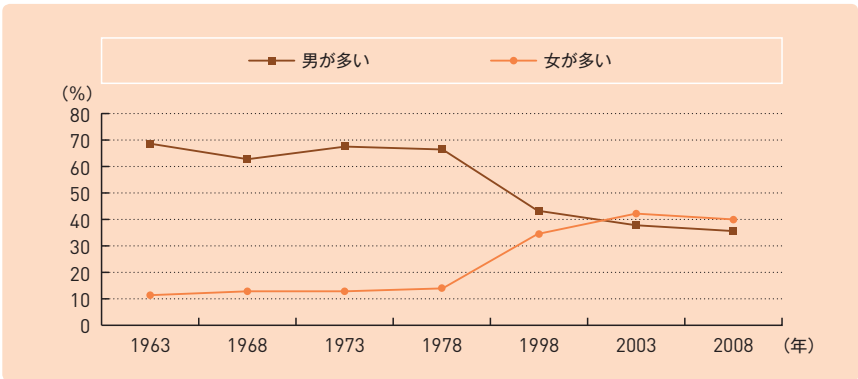


図17 男女ではどちらの楽しみが多いか 「日本人の国民性調査」(統計数理研究所)より作成



のあいだの)「愛」を強く希求しており、先の単独世帯の増加という現象を重ね合わせると、刺激や快楽よりも穏やかさや触れ合いに対するニーズが高まっていくと思われる。それは、日本人の平均年齢が現在よりも10歳も高くなるといった変化と軌を一にするものといえるだろう。

2040年の注目市場

ここまで、人口問題と価値観の変化を軸に2040年頃の社会像を描き、「1人暮らしの高齢者をいかにサポートするか」といったテーマを析出してきたが、最後にこうした単独世帯のマーケットとしての可能性を探ってみよう。

「平成19年版国民生活白書」の第2章第1節「地域のつながりの変化と現状」では、地域においてなんらかの近隣関係を持っている「つながり持ち」と、助け合う人も立ち話をする人もいない「孤立している人」について分析しているが、「地域活動および近所づきあいの程度」によれば、2割の人びとが地域から「孤立」しているという(図19)。ここでいう「孤立」とは、地域活動に参加しない、近所づきあいがなく、挨拶程度の最小限のづきあいのみという状況を指す。

こうしたデータからも高齢者の1人暮らしというイメージが浮かぶが、現実は必ずしもそうではなく、つながりは高齢者に偏在し、孤立傾向にあるのはむしろ若年者であることを示すデータもある。「年齢層別のつながり状況」によれば、「つながり持ち」は年齢の高い層に多く、50歳以上が7割を占めているのに対し、「地域から孤立する人」は年齢の低い層に多く、39歳以下が6割以上を占めている(図20)。

2040年の人口ピラミッドで単独世帯数を細かくみてみると、75歳以上では男性が124万、女性が291万の合計344万となっているが、15-39歳でも男性が217万、女性が127万の

図18 生活目標 第8回「日本人の意識・2008」(NHK 放送文化研究所)より作成

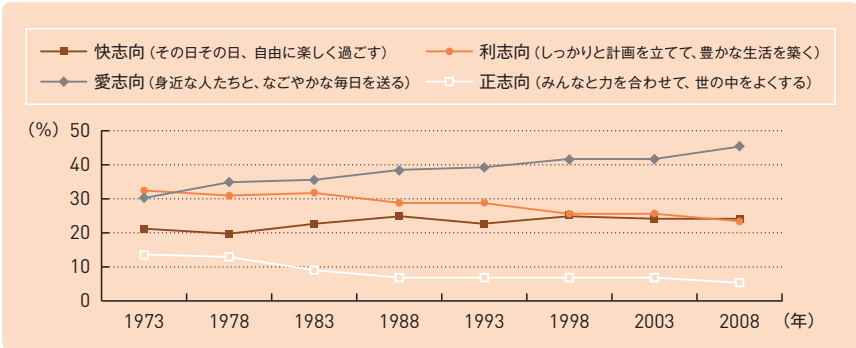


図19 地域活動および近所づきあいの程度 内閣府「国民生活選好度調査」(2007年)により特別集計

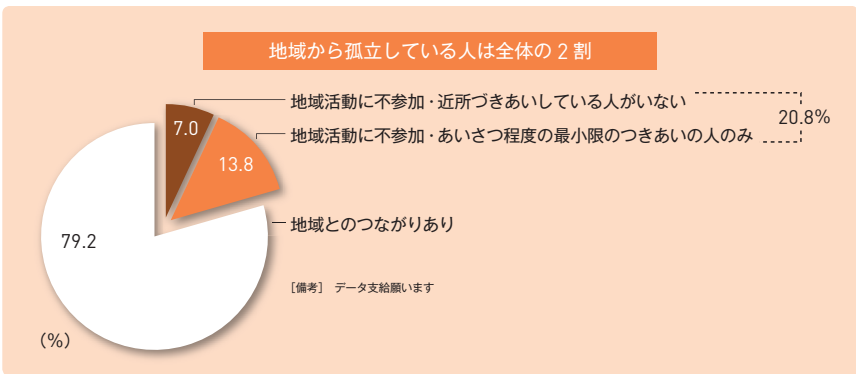
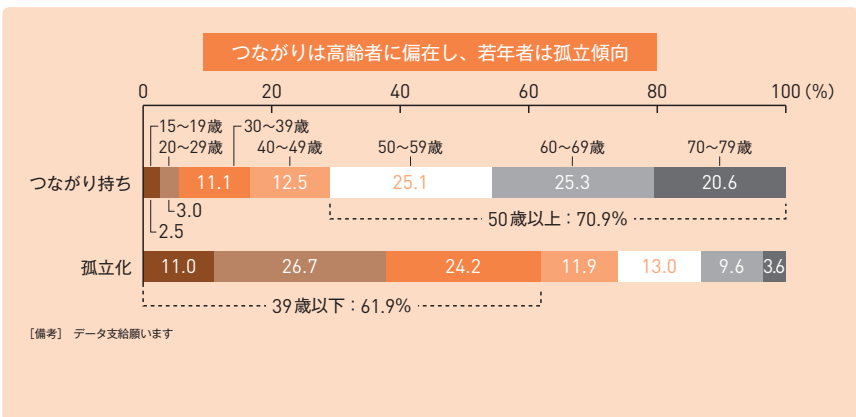


図20 年齢層別のつながり状況 内閣府「国民生活選好度調査」(2007年)により特別集計



合計344万という大きなボリュームを持っている。つまり、単独世帯という高齢者を連想しがちであるが、商品やサービスのアイデアを考える際には高齢者に限定する必要はないのだ。

単独世帯という孤独、さびしさ、侘しさというイメージも湧くが、近年は「お一人様市場」という言葉に象徴されるように、単独世帯は1つのマーケットとして認知されつつある。そうした意味からも今後は、若い世代をも取り込めるような、あるいは、本来は若者向きだが、高齢者向けにカスタマイズ可能な商品やサービスを開発するというスタンスが重要になってくるだろう。

そうした商品やサービスはどのように開発され、提供されるのであろうか。20世紀最後の10年から21世紀初頭に至るものづくりのトレンドは、大きくいえば、ハードからソフトへ、廃棄からリサイクルへ、ブランドから共同購入へといった流れで語ることもできるだろう。たとえB to Bの業態であっても、さらにその先のCを注目することが重要度を増すことに間違いない。

2040年がそうした流れの補助線上に存在するかどうかは定かではないが、1つだけ確実なのは顧客志向の深化が逆戻りすることはないということである。