

団塊世代と地域社会

関沢 英彦

博報堂生活総合研究所
エグゼクティブフェロー
東京経済大学教授



団塊世代のライフステージ変化

団塊世代が多忙な職業生活から離脱し、時間的なゆとりが生まれることは、地域社会に大きな影響を与える。具体的に50代（団塊世代を含む）と60代の時間的余裕度を比べてみよう（表1参照。博報堂生活総合研究所，2006。以下、表4まで出典は同じ。本調査では50代男性の無職は3.5%、60代男性の無職は35.7%。50代女性の無職・専業主婦は38.2%、60代女性の無職・専業主婦は61.6%という構成）。

表1 50代と60代の時間的余裕度

	50代 男性	60代 男性	50代 女性	60代 女性
時間的余裕度が高い・小計	52.2%	78.6%	66.9%	70.6%

女性においては、50代と60代の違いはあまりないが、男性の場合は、大きく異なる。経済的余裕度も同様な違いがある（表2参照）。

表2 50代と60代の経済的余裕度

	50代 男性	60代 男性	50代 女性	60代 女性
経済的余裕度が高い・小計	19.9%	23.4%	27.6%	27.5%

増えていく「金時もち」「時もち」

2つの余裕度を組み合わせると、「金時もち（経済的余裕度が高く時間的余裕度高い）」、「金もち（経済的余裕度のみ高い）」、「時もち（時間的余裕度のみ高い）」、「貧乏暇なし（経済的余裕度も時間的余裕度も低い）」の4タイプになる（表3参照）。

表3 生活のゆとり4タイプ

	50代 男性	60代 男性	50代 女性	60代 女性
金時もち	20.2%	35.7%	35.2%	36.7%
金もち	16.1%	7.5%	10.6%	11.5%
時もち	32.0%	42.9%	31.7%	33.9%
貧乏暇なし	31.7%	14.0%	22.6%	17.9%

50代男性は「時もち」「貧乏暇なし」が多いが、60代男性、50代・60代女性は「金時もち」「時もち」が多い。引退後の50代が、いまの60代と同程度に経済的余裕度が高くなるかどうかは、予断を許さない。

しかし、少なくとも時間的余裕度の高い巨大集団が、消費市場に生まれる。時間的余裕度を必要とする消費、例えば、旅行などの「時間消費型消費」が増えるだろう（表4参照）。

表4 今後、お金をかけるつもりという率
（複数回答・率の高い順に5位まで）

	50代 男性	60代 男性	50代 女性	60代 女性
1位	旅行48.1%	旅行48.7%	旅行51.6%	旅行51.8%
2位	貯蓄45.7%	趣味39.6%	貯蓄50.4%	健康診断等42.2%
3位	趣味41.6%	健康診断等36.4%	趣味39.9%	趣味34.2% 貯蓄34.2%

「今後、お金をかけるつもりという率」としては、男女とも旅行の意向が強い。他は、貯蓄を別にすれば、趣味と健康関連である。もし、地域社会の観光地に趣味を満足させ、健康にも役立つ要素があれば、極めて有利になる。

人間関係が基本

引退は、人間関係にも影響を及ぼす。中高年がどのような人間関係を築けるかは、消費行動にも関わってくる。50歳から74歳の健康な中高年を対象にした調査結果では、人間関係が充実している人の方が消費について前向きだ（表5参照。博報堂，2001）。

表5 消費と人間関係の充実度

	人間関係が充実した人	人間関係が希薄な人
広告は興味を持って見る方だ	72.3%	66.6%
新製品や人気商品が気になる方だ	36.8%	32.5%
多少値段が高くても名の通ったブランドを選ぶ	32.9%	27.4%
商品・サービスを選ぶときはブランドが気になる	32.2%	26.8%
新商品やサービスについて情報を早く知る方だ	31.2%	22.9%

人間関係が充実していると、日常生活にも積極的である（表7参照。博報堂，2001）。

表6 生活行動と人間関係の充実度

	人間関係が充実した人	人間関係が希薄な人
四季の移り変わりに敏感である	85.6%	76.0%
毎日ささやかな楽しみを見つけている	79.9%	58.0%
笑ったり冗談を言ったりするのが好き	84.7%	65.0%
毎日ほとんど退屈しない	78.0%	55.7%
達成したい目標や夢を持っている	72.0%	53.7%

「3万日の大冒険」と地域社会

現在の日本の平均寿命を日数に直すと約3万日。人生は「3万日の大冒険」である。3万日をライフステージに分類すると、3段階に分けられる。第1ステージは、しつけや教育を受ける時期。第2ステージは、職場や家庭において社会的な役割で忙しい時期だ。第3ステージは、社会的な義務から解放される。

表7 人生3万日の3ステージ

第1ステージ	第2ステージ	第3ステージ
7500日	15000日	7500日

団塊世代の引退とは、人生の第3ステージを迎えた男性たちが、一気に地域社会に戻ってくことを意味する。ここで注目されるのは、第1ステージと第3ステージは似ていることだ。第1ステージは、第2ステージのための準備期間とみなされるが、それ自体で価値ある時間でもある。サブカルチャーとしての「若者文化」を生み出し、社会全体を活性化する。一方、第3ステージは、忙しい社会的役割から自由になり、個人生活を取り戻せる時期。今後は、サブカルチャーとしての「老

年文化」を創造していくはずだ。

第1ステージは「この世」で現実に活躍を始めるためのモラトリアムだとすれば、第3ステージは「あの世」を前にして、残り時間を意識しながらのモラトリアム。いずれも、人生の価値といったものが重要なテーマとして浮かび上がってくる。

ところで、3つの人生ステージにおいては、収入を当てにする「営利的場面」と、収入を求めない「非営利的場面」がある（表8参照）。また、社会的な役割を果たす「公的場面」と個人生活の場である「私的場面」が存在する。

従来は、引退というライフステージの移行は、「公的」「営利」の生活場面から、「私的」「非営利」な余暇活動へ移るといった側面ばかりが強調されていた。しかし、今後は、「公的」「非営利」の分野であるボランティアに取り組む人も増える。また、「私的」「営利」の分野である趣味のビジネス化（ホビービジネス）やSOHOを企画する人も出てくるだろう。

表8 引退後の生活場面の多様化

	営利	非営利
公的	仕事	NPO・ボランティア
私的	ホビービジネス (趣味のビジネス化) SOHO	余暇活動

北海道は、自然の恵みと厳しさの中で、助け合いを伝統としてきた。多様なタイプの団塊世代が、地域社会の活性化に積極的に関わっていくことを期待したい。そこには、「北の魅力」に引き寄せられた全国の団塊世代も加わっていくだろう。

profile

関沢 英彦 せきざわ ひでこ

1946年東京生まれ。'69年、慶応義塾大学法学部卒業。同年、博報堂入社。コピーライターとして各種広告賞受賞。'81年、博報堂生活総合研究所設立と同時に移り、'96年より所長。2004年4月から同所エグゼクティブエロー。2003年4月より東京経済大学コミュニケーション学部教授（広告論）。著書として『ひらがな思考術』（ポプラ社）、『現代ジャーナリズムを学ぶ人のために』（世界思想社・共著）他多数。