

# 分析レポート

## なぜ若い消費者・組合員に注目が集まるのか？

研究員 近本聡子

### 【概要】

前回のレポートでは若年層の動向と生協利用について取り上げた。また、高齢層の動向よりも、若年層の生活スタイルや消費動向について当研究所に資料や知見を求められることが、多いと感じる。

日本において、20歳代、また、子育て中の30歳代の若年層は、どのくらいの規模で存在し、なぜ話題になることが多いのかを検討してみよう。

### 1. 想像以上に薄い29歳以下の組合員

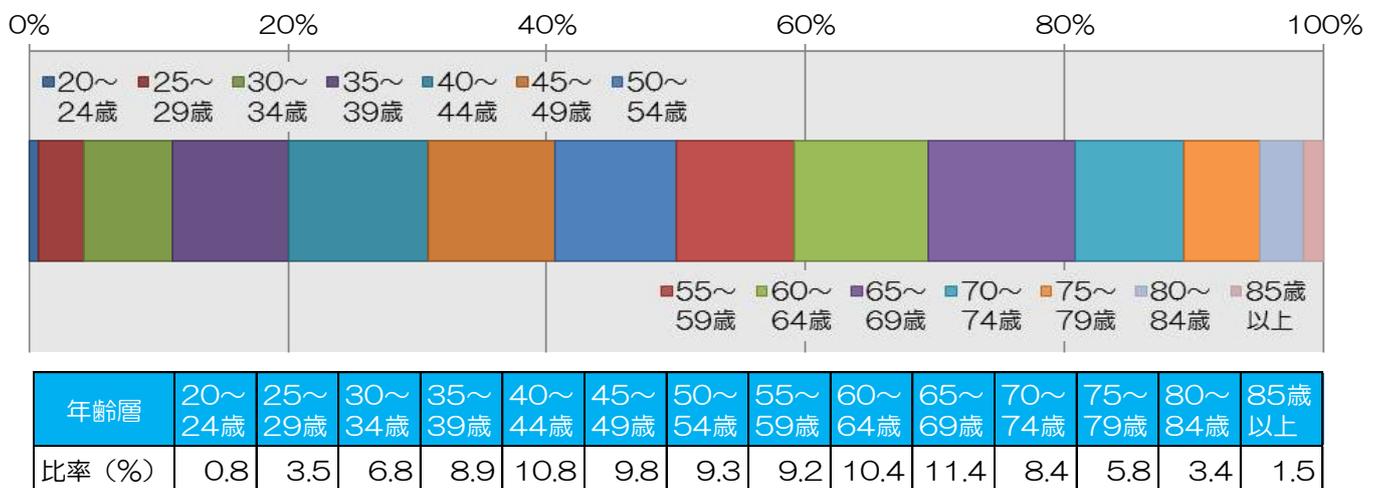
筆者はある大きな生協の広報担当者と話をしていた際、「子育てひろば活動なんて加入にまったく繋がらないと思う」という意見を伺い驚いた。単体でみるとただの「子育てひろば」活動かもしれないが、生協組合員加入に繋げる政策や戦略は、子育て支援含め、総合的に考える必要があるだろう。

宅配料金の割引や無料化、子どものための共済、子育てに必要な商品の品揃え、質よりも量重視の価格訴求（このニーズは子どもの成長期終了後ほぼ価値が逆転する）など、子育て支援となる事業は多岐にわたっている。また家族形成期の消費者ニーズにそった総合的な展開をしていることも、すべて子育て層への支援であり、生協からのメッセージでありアプローチである。縦割りな事業構造に横串をさすために、子育て世代向けの応援ブックやサイトを作成している生協もある。次節で今後の熾烈さを予見してみる。

### 2. 29歳以下の既婚者・組合員は「絶滅危惧種」となった

#### 1) 日本社会の人口構造から既婚若年女性が激減している

既婚女性（同居も別居も含む）の年齢構成グラフを図表1で見たい。既婚者で離別や死別した



資料出所：国勢調査 2015年データより作成

図表1 日本の既婚女性約3100万人をベースにした年齢構成比

人以外を計算してみると、29歳以下の女性は4.3%しかおらず(ベースとなる既婚女性数は3139万人)、男性はもっと低く3%である(既婚男性は3124万人)。これほどに20代の未婚率が上昇し、かつ少子化による人口減少が進行している。

## 2) 組合員も減少している

日本生協連が組合員についての正確な統計を取り始めた1994年、30代だった筆者は「小さい子どもを育てている組合員が多いのであろう」と仮説をもって組合員の実態を収集した。しかし、1994年ですら29歳以下の組合員比率は7%、約20年後の2015年の生協組合員調査では、組合員全体の1.8%に減少していた。ちなみに後者の調査では全体の93%が女性である。

## 3) 薄い層をターゲットとして熾烈な競争が始まっている

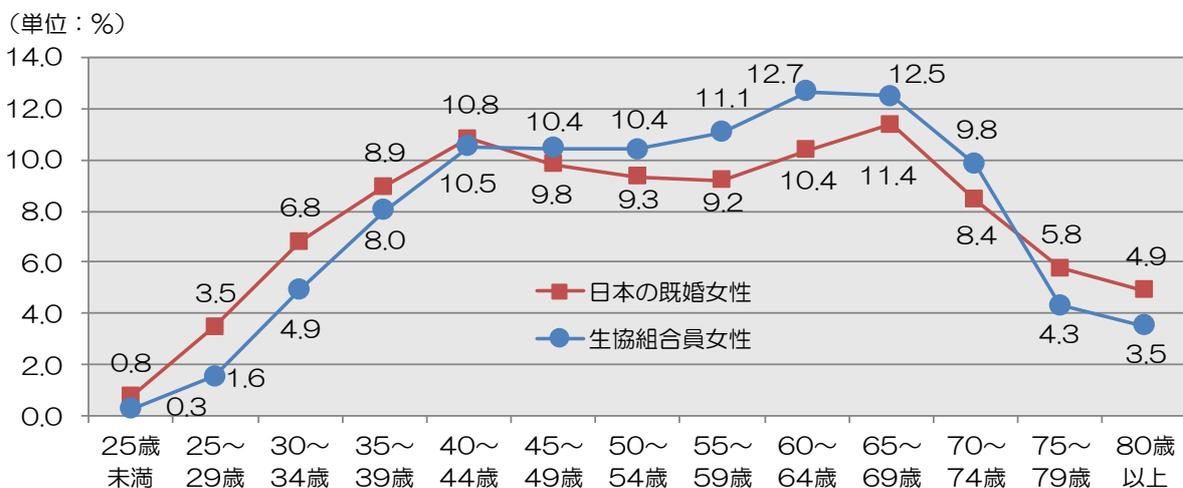
なぜ、若年層が話題になるのかといえ、日本の若年層は人口が減少し続けているので、市場では若年層の奪い合いや取り込み合いが熾烈であるからだ。団塊世代の最高年度の出生数が約280万人であるのに対し、2016年では出世児が100万人をきった。また、時代の流れが速く、該当年齢の子どもでもない限り、年長者には家族形成期の「くらしぶり」が想像ができない状況にある。

カップルで暮らしている層は、合計所得も平均より高く、経済力がある。既婚者、かつ子ども有りという層になれば、商品ニーズも高く、消費者ターゲットとしてより奪い合いになる層である。

## 3. 若い消費者・組合員の減少

日本全体の既婚女性の年齢構成比と、生協の女性組合員の年齢構成比を比較したものが図表2である。2015年の国勢調査・既婚女性では30代は15.7%の構成比であるのに対し、組合員は13.0%と分がわるい。20代では4.3%に対し、1.8%である。社会全体における若年層の構成比は減少傾向にあるが、それ以上に生協における若年層の組織率は低くなっている。

これは前回の宮崎研究員の分析(「若年層が生協宅配を知ったきっかけとは?」)のように、生協を知らない、知っていても魅力を感じないし利用に繋がらない、という分析の傍証になるのではないか。これまで、もっばらの支持層であった既婚女性が生協から離れていくとすると、この現象はかなり危機的である。



資料出所: 国勢調査 2015年、2015年全国生協組合員意識調査報告書より作成

図表2 日本の既婚女性と生協女性組合員の年齢構成比 (2015)

#### 4. 男女平等化・対等化が喧伝されずに進行している

若年層の話題は構成比が減少していることのみではない。ここからは少々未来予測になるが、現在の消費者＝女性という図式を覆す、男女の意識差が多面で進んでいくのではないかと思わせるデータを紹介する。男女とも「～らしさ」を気にせず積極的に自分のくらしを構築していることを思わせるデータである。簡単に紹介してみよう。

- (1) 消費支出で、単身女性が初めて単身男性よりも金額が多くなった(2013年 全国消費実態調査)  
勤労者の消費支出を比較すると、単身女性が初めて単身男性を上まわり、女性に経済力がついてきたことを伺わせる(男性 155,619 円/月、女性 161,811 円/月)。
- (2) 自動車関係支出が男性よりも女性が初めて上回る(2016年 全国消費実態調査)  
同じく全国消費実態調査のデータによる。ペアの消費行動では、男性が主導しがちであるが、単身層では、女性も好きな車を購入・維持することが分かる。
- (3) 男性において素材食品の消費金額が増加し外食費が減少している(2016年 全国消費実態調査)  
弁当男子という現象が一時期ブームであったが、調理食品の普及、簡便化を背景に自分で料理をしたり、自宅で食事をとるという傾向が出てきた。
- (4) 30歳代で女性のフルタイム就労率が激増(2015年 全国組合員調査)  
人口学や社会学で大変注目されているが、組合員でも30歳代以下は都市に集中してきている。しかも女性のフルタイムでの就労率が初めて3割を超えている。

1990年代には男女のライフスタイルもライフコースも異なっていたが、近年では男女の平等化と同時に多様化が進んできている。消費者＝生協組合員＝女性と考えていると時代錯誤が生じるであろう。男性も含め、単身者にも魅力のある業態や食品・価格が必要なのではないか。今後の注視すべき点である。

#### ◎本レポートに関する発行物

- ・生活協同組合研究 2017年3月号 Vol.497 [http://ccij.jp/book/kenkyu\\_20170529\\_01.html](http://ccij.jp/book/kenkyu_20170529_01.html)
- 参考資料 全国消費実態調査報告書 <http://www.stat.go.jp/data/zensho/2014/kekka.htm>
- 全国生協組合員意識調査報告書 [http://ccij.jp/book/etc20151130\\_01.html](http://ccij.jp/book/etc20151130_01.html)

本件に関するお問い合わせは、研究員・近本聡子までお願いいたします。

Tel : 03-5216-6025

Mail : satoko.chikamoto★★jccu.coop

★★は@ (半角) に変えてお送りください。

- ・本資料は作成時点で当研究所が一般に信頼できると思われた情報に基づき作成しておりますが、内容の正確性および完全性を保障するものではありません。
- ・内容につきましては、社会情勢の変化等を踏まえて、変更される場合があります。