

第Ⅲ章

経済社会環境の変化と その影響

1. 経済社会環境の変化

福生市の方向性を検討するにあたっては、経済社会環境の動向を把握しておく必要がある。そこで、本章では、我が国における経済社会環境の主な6つの変化を把握するとともに、その変化が与える影響を整理する。

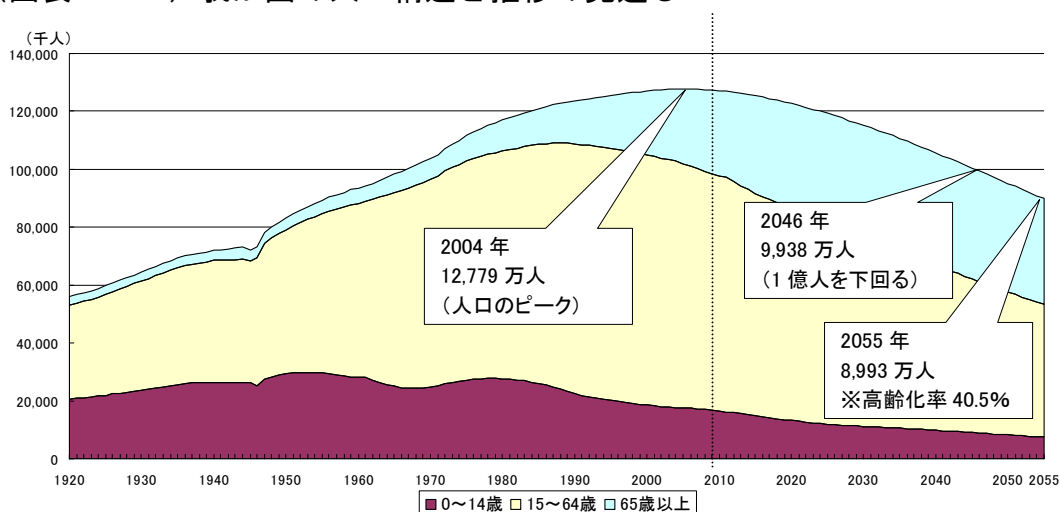
(1) 人口減少社会の到来

既に人口は減少し始めている。

総人口は2004年の1億2,779万人から長期の人口減少過程に入り、46年には1億人を割り込むことが見込まれている。

また、年少人口割合は09年の13.2%から55年には8.4%、生産年齢人口比率は09年の64.1%から55年には51.1%、老年人口比率は09年の22.8%から55年には40.5%に達するとされ、少子化の進行による人口減少ばかりではなく、人口構造そのものが変化する見通しである(図表Ⅲ-1)。

(図表Ⅲ-1) 我が国の人口構造と推移の見通し

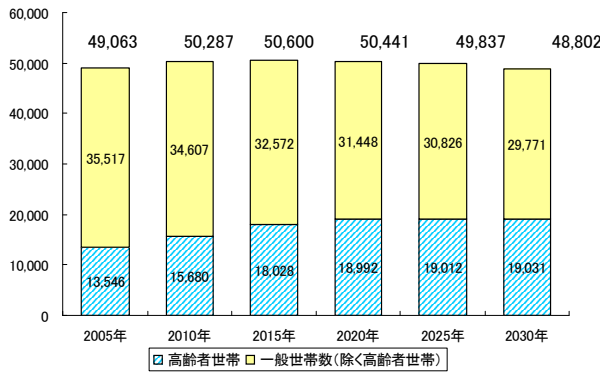


(出所) 内閣府「少子化社会白書」(2008年)より作成

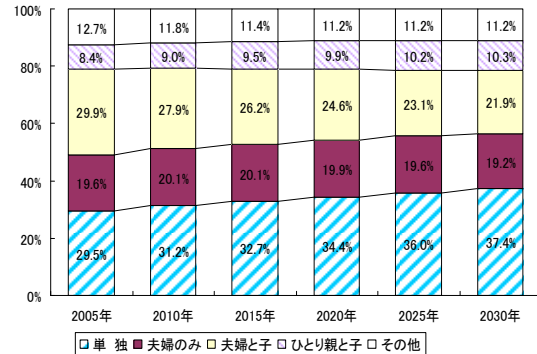
世帯については、世帯当たり人員数の減少により総世帯数は当面は増加傾向を続けるものの、2015年の5,060万世帯をピークに総人口と同様に減少過程に入ると推定されている。

2005年から2030年の間に、世帯類型は単独世帯、一人親と子からなる世帯が増加し、夫婦のみ世帯、夫婦と子からなる世帯が減少すると推計される。また、世帯主が65歳以上の高齢世帯数の増加が続き、2030年には高齢者世帯の割合が全世帯の40%を占め、その1/3を超える世帯が単独世帯となる見通しである(図表Ⅲ-2、Ⅲ-3)。

(図表Ⅲ－２) 世帯数の推移の見通し



(図表Ⅲ－３) 世帯構成の推移の見通し



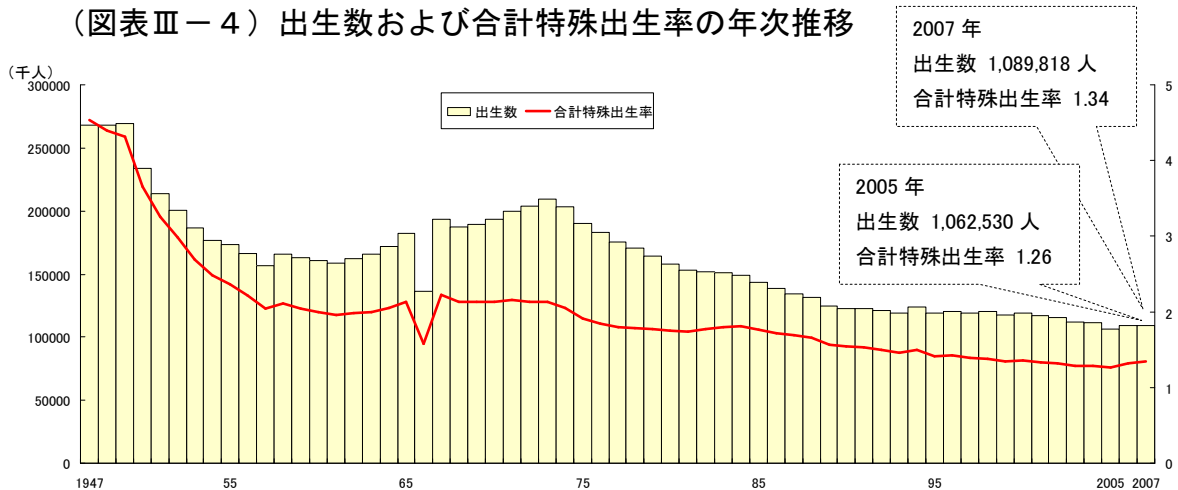
(出所) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)」(2008年3月推計)より作成

(2) 少子化の進展

子育てや教育にお金がかかりすぎることが一因。

2007年の出生数は109万人と6年振りに増加に転じた06年から再び減少し、過去最低を記録した05年に次ぐ低水準となった。もともと、合計特殊出生率¹は1.34と前年の1.32を上回る水準となり、前年に引き続き上昇している(図表Ⅲ－4)。

(図表Ⅲ－４) 出生数および合計特殊出生率の年次推移

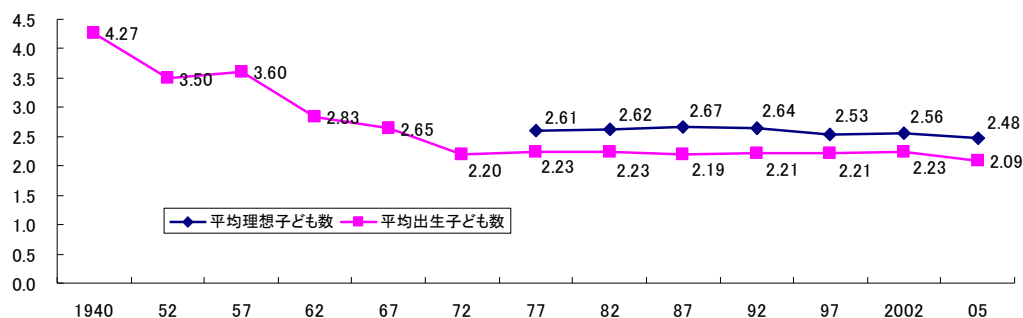


(出所) 内閣府「少子化社会白書」(2008年)より作成

¹ 合計特殊出生率とは、その年次の15～49歳までの女性の年齢別出生率を合計したもので、1人の女性が、仮にその年次の年齢別出生率で一生の間に子供を生むと仮定した時の子供数に相当する。

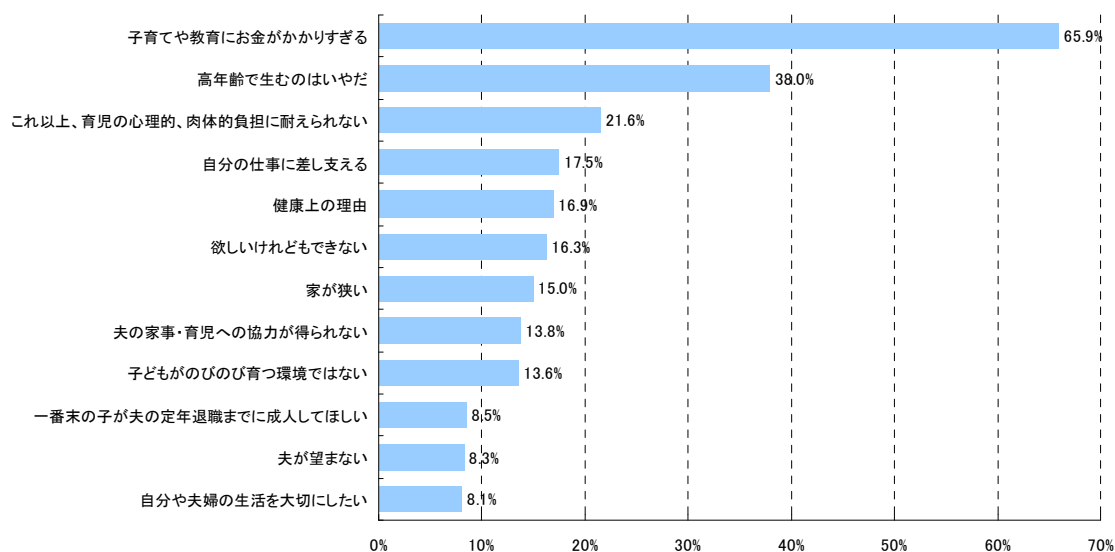
夫婦が持ちたいとする理想の子供の数と予定する子供の数との間には0.4人前後の差がある（図表Ⅲ－5）。理想の子供の数を持たない理由としては「子育てや教育にお金がかかりすぎる」が最も多い（図表Ⅲ－6）。

（図表Ⅲ－5）平均出生子ども数・平均理想子ども数の推移



（出所）国立社会保障・人口問題研究所「出生動向基本調査（第10回～13回）」、「出生力調査（第1回～9回）」より作成

（図表Ⅲ－6）理想の子どもを持たない理由－予定子ども数が理想子ども数を下回る夫婦－

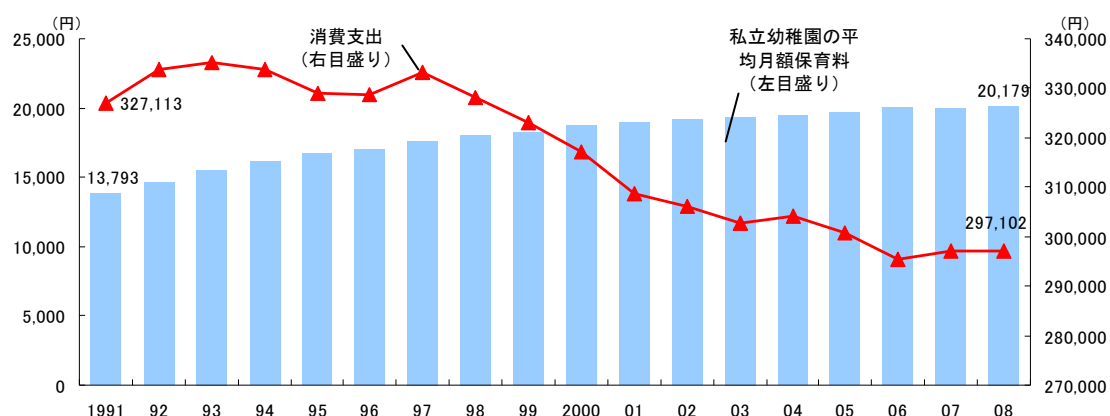


（出所）国立社会保障・人口問題研究所「出生動向基本調査（第13回）」より作成

家計の消費支出が低下する中、2008年の私立幼稚園（3年保育）の1ヵ月当たり平均保育料は20,179円となり、1991年から2008年の間で1.46倍となっている（図表Ⅲ－7）。

また、大学等への進学率は上昇傾向にあるが、国立・私立を問わず大学学費についても増加傾向にある（図表Ⅲ－8、Ⅲ－9）。

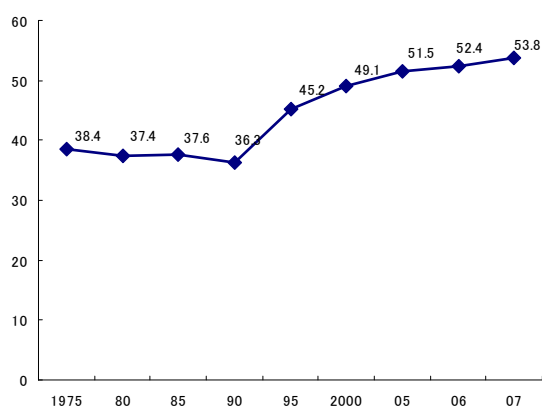
(図表Ⅲ－7) 消費支出と私立幼稚園(3年保育)の平均月額保育料の推移



(注) 消費支出は二人以上の世帯(農林漁家世帯を除く)の年平均1か月間の支出。保育料は県庁所在地および人口15万人以上の都市(全72都市)の平均

(出所) 総務省「小売物価統計調査」(各年)、総務省「家計調査年報」(各年)より作成

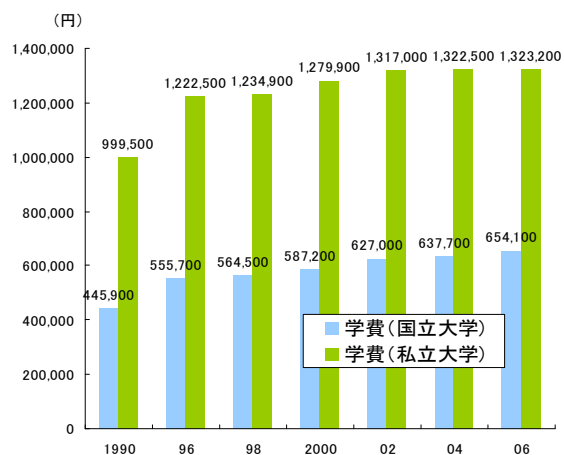
(図表Ⅲ－8) 大学等への進学率の推移



(注) 大学・短期大学への進学率(浪人を含む)

(出所) 文部科学省「学校基本調査報告書」(各年)より作成

(図表Ⅲ－9) 大学学費の推移



(注) 大学学部・屋間部が対象

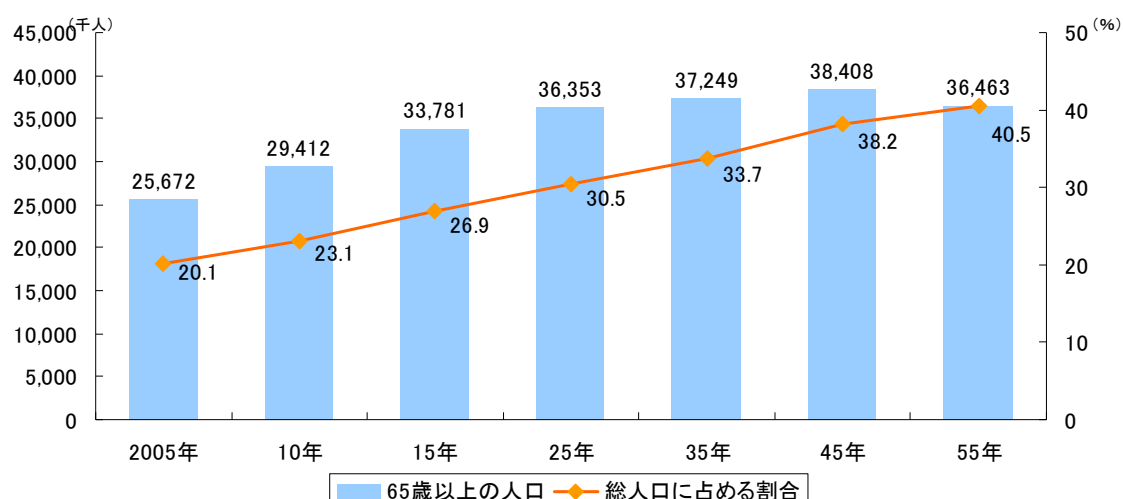
(出所) 独立行政法人日本学生支援機構「学生生活調査報告」(各年)より作成

(3) 高齢社会の到来

経営者が引退したいとする年齢は平均64.5歳。

2008年の65歳以上の高齢者人口は2,822万人と過去最高を記録し、総人口に占める割合は22.1%となる。今後、総人口が減少する中で高齢者が増加することにより高齢者人口の割合は、2035年には33.7%で3人に1人になると推計される(図表Ⅲ－10)。

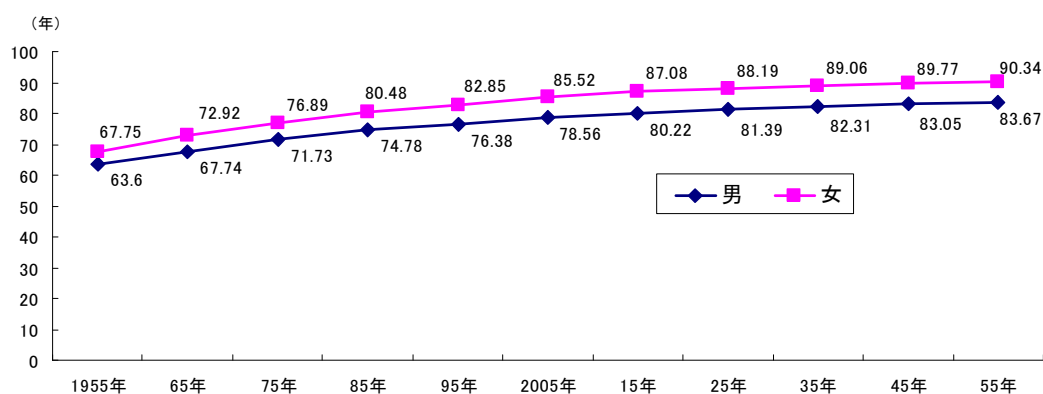
(図表Ⅲ－１０) 高齢者人口の見通し



(出所) 2005年は総務省「国勢調査」、2010年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成18年12月推計)」より作成

また、平均寿命は、2008年に男性79.29年、女性86.05年であるが、今後も男女とも延びて、2055年には男性83.67年、女性90.34年となり、女性の平均寿命は90年を超えると見込まれている(図表Ⅲ－11)。

(図表Ⅲ－11) 男女別平均寿命の推移と見通し

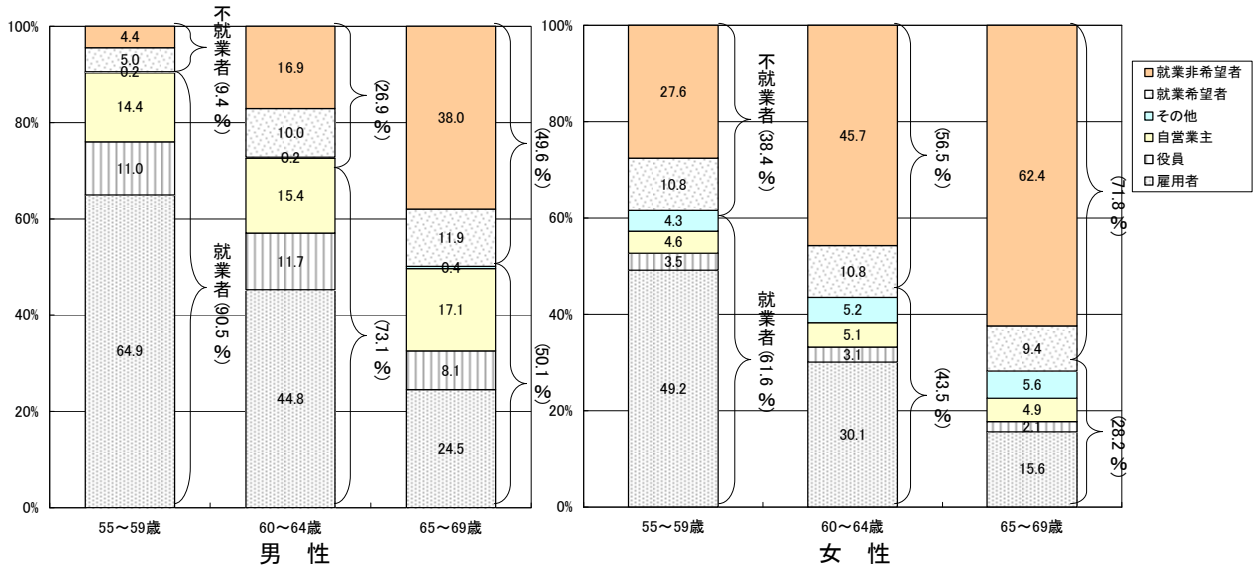


(出所) 2005年までは厚生労働省「完全生命表」、2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口(平成18年12月推計)」より作成

高齢者の就業状況をみると、男性の場合、就業者の割合は55～59歳で90.5%、60～64歳で73.1%、65～69歳で50.1%と、60歳を過ぎても多くの高齢者が就業している。

また、60～64歳の不就業者(26.9%)のうち30%以上の者が、65～69歳の不就業者(49.9%)のうち20%以上の者が、就業を希望している。一方、女性の場合、就業者の割合は55～59歳で61.6%、60～64歳で43.5%、65～69歳で28.8%となっている(図表Ⅲ－12)。

(図表Ⅲ－１２) 高齢者の就業・不就業状況



(出所) 総務省「就業構造基本調査」(2007年)より作成

2006年版中小企業白書によれば、2004年の法人企業代表者の平均年齢は約58.6歳となるのに対し、経営者が引退したいとする年齢は平均64.5歳であり、その差は数年ほどしかない(図表Ⅲ－１３)。

(図表Ⅲ－１３) 資本金規模別の代表者の平均年齢の推移

	全社長平均				
		1000万円未満	5000万円未満	5億円以上10億円未満	10億円以上
1985年	53.01	52.07	54.10	61.06	62.02
1990年	54.00	53.06	54.11	61.02	62.00
1995年	56.01	55.06	56.01	62.05	62.11
2000年	57.06	56.02	57.06	62.00	63.02
2001年	57.09	56.06	57.09	61.09	62.11
2002年	57.11	56.08	58.00	61.10	62.10
2003年	58.02	56.11	58.03	62.00	62.11
2004年	58.06	57.04	58.06	62.03	63.00
1985年比	5.05	4.97	3.96	0.97	0.98

(出所) 中小企業庁「中小企業白書」(2006年)(付注3-1-6)より作成

(4) ライフスタイルの多様化

ボランティア活動への参加意欲は高まっている。

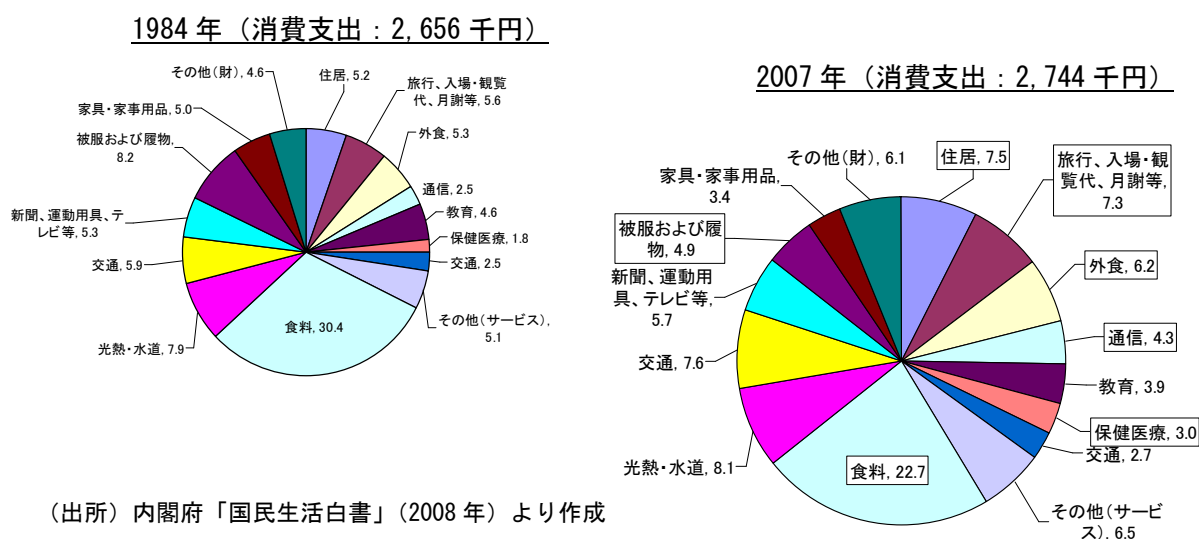
未婚化や晩婚化の進行、離婚の増加により、標準的な家庭世帯が減少し、単独世帯、夫婦のみ世帯、一人親と子からなる世帯が増加、世帯類型の多様化が進展している。さらに、高齢化の進行により高齢世帯数が増加し、2015年には全世帯の1/3を越えるの見込まれている(前述の図表Ⅲ－３)。

第Ⅲ章 経済社会環境の変化とその影響

1984年から2007年の1世帯当たりの財・サービス支出をみると、年間消費支出総額は1984年の266万円から2007年には274万円に微増する中、サービス支出の占める割合が32.6%から41.5%まで高まっている。

サービス支出のうち、増加したものは住居(5.2%→7.5%)、教養娯楽(旅行、月謝など)(5.6%→7.3%)、外食(5.3%→6.2%)、通信(2.5%→4.3%)であり、保健医療(1.8%→3.0%)についても大きく比率が上昇している。一方、財支出では、食料(30.4%→22.7%)、被服および履物(8.2%→4.9%)が割合を大きく低下させている(図表Ⅲ-14)。

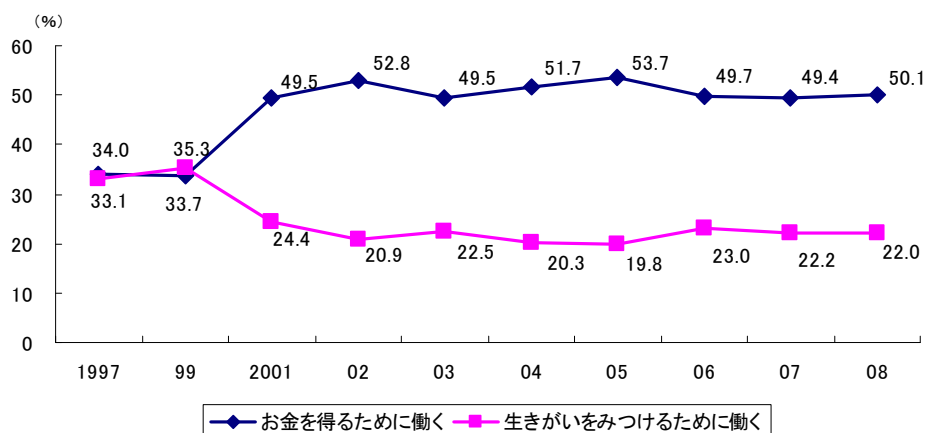
(図表Ⅲ-14) 家計消費支出項目の変化(1984年→2007年)



(出所) 内閣府「国民生活白書」(2008年)より作成

2000年以降、働く目的として、「お金を得るために働く」の割合は、「生きがいをみつけるために働く」の割合を上回っており、お金を得るために働く人の割合は50%を占めている。(図表Ⅲ-15)。

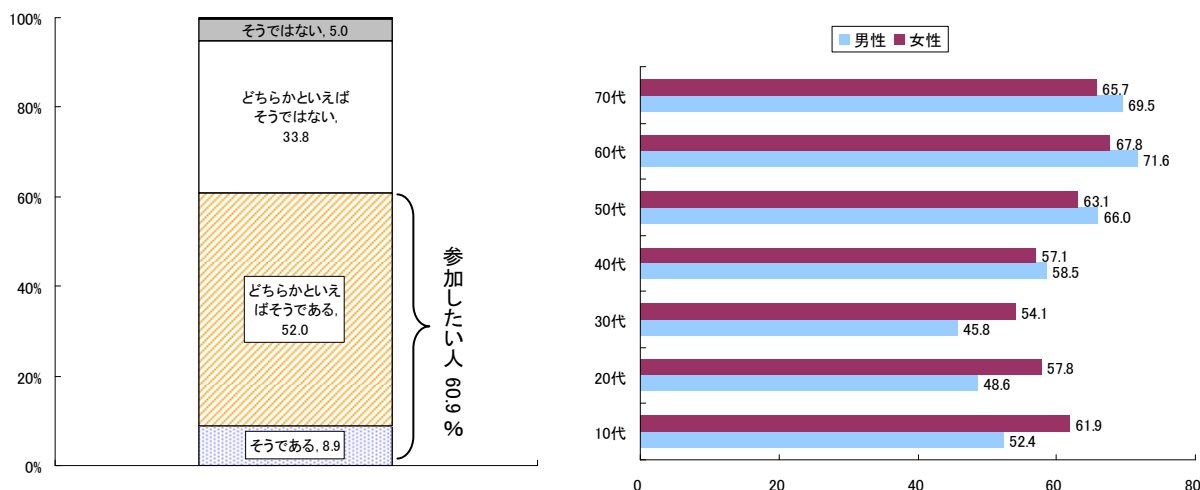
(図表Ⅲ-15) 仕事の目的



(出所) 内閣府「国民生活に関する世論調査」(2008年)より作成

ボランティア活動に積極的に参加したい人は60%程度を占めている。年代別に見ると、30代以降、年齢が上がるとともに参加意欲は高まっている（図表Ⅲ－16、Ⅲ－17）。

（図表Ⅲ－16） ボランティア活動への（図表Ⅲ－17）参加意欲のある人の割合
参加意欲



（出所）内閣府「国民生活選好度調査」（2008年）より作成

（5）環境共生の重視

男性より女性が環境配慮型商品かどうかを観察している。

地球規模の環境問題が顕在化しており、世界の持続的成長の実現が国際的課題となっている。2000年2月、先進国の温室効果ガスの排出削減目標を定めた「京都議定書」が発効2012年までに我が国は基準年比6%削減が義務付けられ、削減に向けた取り組みが求められている。さらに、ポスト京都議定書として、京都議定書の削減目標期間（2008年～12年）以降の世界の温室効果ガス削減の枠組みの検討も始められている。

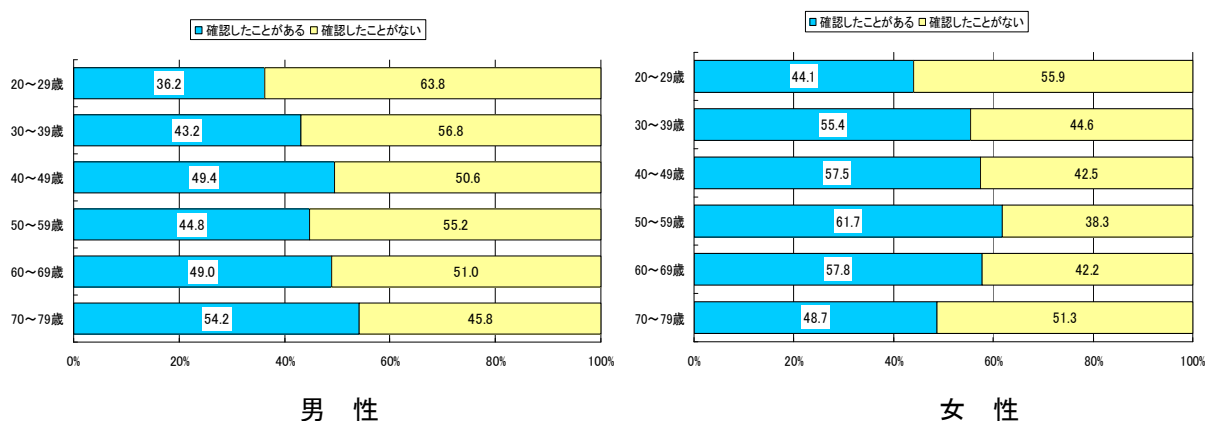
大量生産、大量消費、大量廃棄の社会経済活動から、資源を最大限有効に利用する循環型社会へ移行するため、我が国でも国民生活全般や個別産業ごとの取り組みを義務づける法制度が相次いで整備されている（図表Ⅲ－18）。

(図表Ⅲ－１８) 環境関連法制度の例

法制度名	制度の概要
各種リサイクル法(2000～2005年)の施行	容器包装(全面施行2000年)、家電(同2001年)、食品(同2001年)、建設(同2002年)、自動車(同2005年)など、各種法律により、リサイクルへの取組みが義務づけられた
グリーン購入法(2001年)の施行	国等の公的機関が率先して環境負荷低減に資する製品・サービスの調達を推進し、事業者や国民に対しても同様の行為を促すことで環境負荷の小さな社会の構築を目指す
環境配慮促進法(2005年)の施行	事業者が環境報告書などを通じ、環境情報の開示を進め、その情報が社会の中で積極的に活用されるよう促すことを目的とした法律で、国や特定事業者への環境配慮状況の公表を義務つけたほか、自治体や大企業には努力義務を課している

(出所) 各種資料より作成

(図表Ⅲ－１９) 商品購入に際し、環境配慮型商品であるかどうかを確認した人の割合

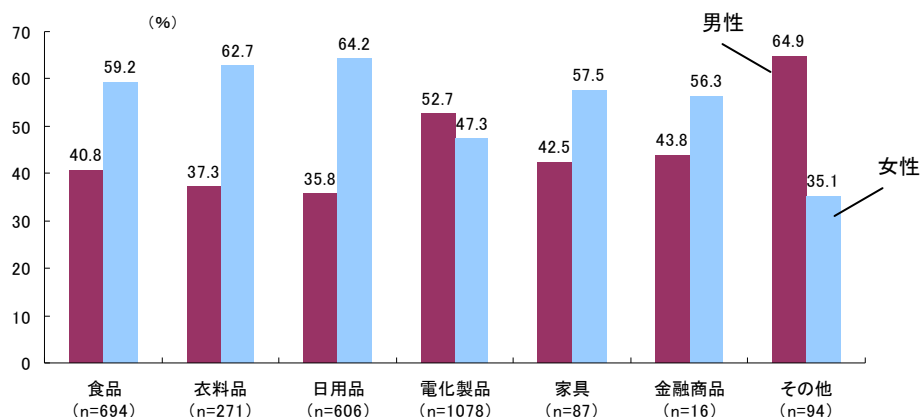


(注) 過去1年間の商品の購入検討時の行動を対象
 (出所) 内閣府「国民生活選好度調査」(2008年)より作成

商品購入検討時に、その商品が環境配慮型商品かどうかについて、「確認したことがある」と回答した人の割合は、70代を除く全ての年齢層において、女性が男性を上回っている。特に女性の場合、30代から60代までの年代において、半数以上の人々が「確認したことがある」と回答している(図表Ⅲ－１９)。

購入時に環境配慮型商品かを確認した商品としては、電化製品(61.3%)、食品(39.5%)、日用品(34.5%)が多くなっており、ほとんどの商品で女性が男性を上回っている(図表Ⅲ－２０)。

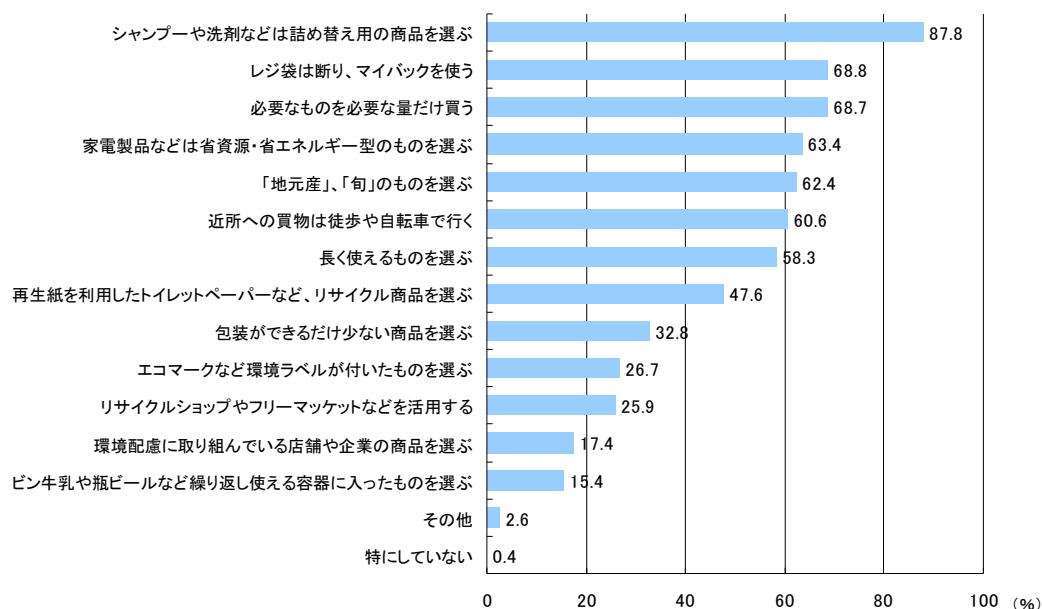
(図表Ⅲ－２０) 環境配慮型商品であるかどうかを確認したことがある人の割合
(商品分類別)



(出所) 内閣府「国民生活選好度調査」(2008年)より作成

日常の買物における環境配慮行動については、「詰め替え商品を選ぶ」、「適量を買う」、「家電などは省エネルギーのものを選ぶ」など経済合理性がある行動は60%以上の人に取り組んでいる。一方、「環境ラベルが付いた商品を選ぶ」、「環境配慮に取り組んでいる店舗や企業の商品を買う」など経済インセンティブが働かないような行動については回答割合が低い(図表Ⅲ－２１)。

(図表Ⅲ－２１) 買物の際、環境に配慮し実践していること

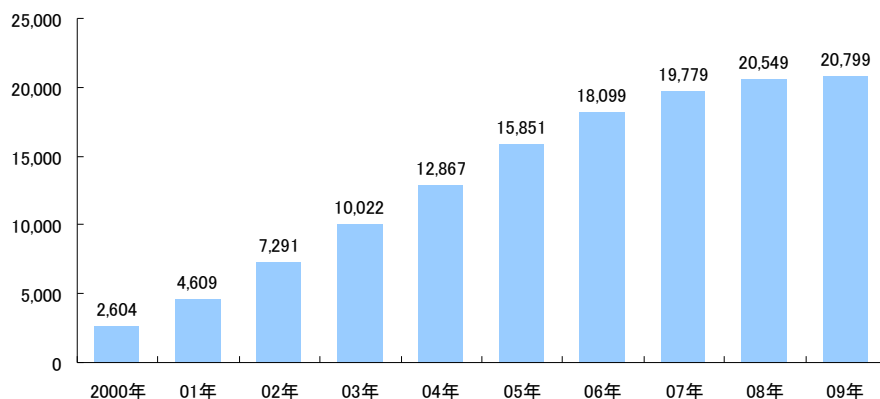


(注) 「リサイクルショップやフリーマーケットなどを活用する」、「環境配慮に取り組んでいる店舗や企業の商品を買う」は2006年の数値

(出所) 内閣府「国民生活モニター調査」(2008年)より作成

一方、企業でも、こうした社会的な要請を受けて、環境配慮型商品の開発に取り組むとともに、企業活動においても環境マネジメントシステム規格である ISO 14001 シリーズを取得する動きも活発化している（図表Ⅲ－２２）。

（図表Ⅲ－２２） ISO 14001 適合組織の推移



（注）（財）日本適合性認定協会が認定した認証機関から ISO 14001 のマネジメントシステムの認証を付与された組織の数

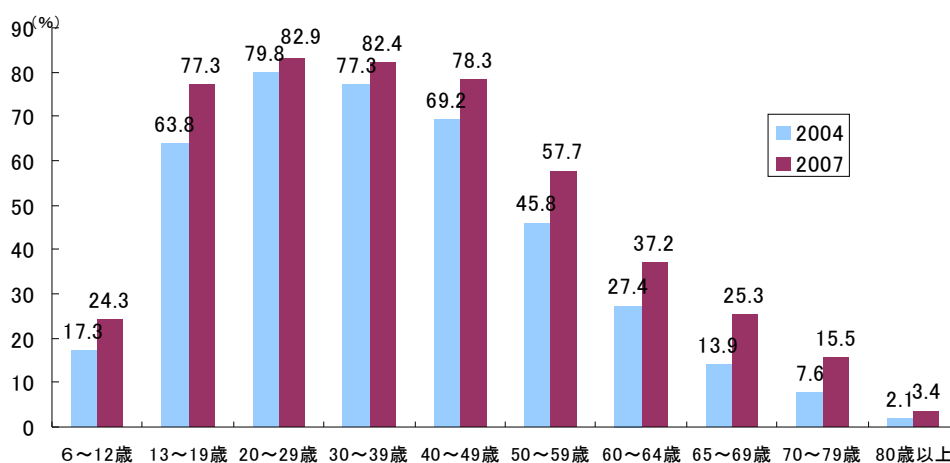
（出所）（財）日本適合性認定協会ホームページより作成

（６）情報化の進展

インターネットの利用目的で最も多いのは、ショッピング。

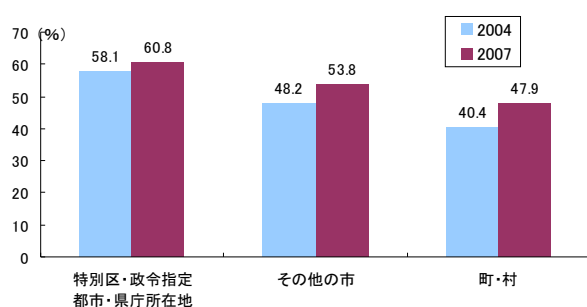
個人の属性別携帯インターネット利用率について、2007年と3年前の04年で比較すると、世代別の利用率はいずれの世代においても増加している（図表Ⅲ－２３）。また、都市規模別の利用率は、いずれの区分においても増加しており、中でも町・村部での伸び幅が大きい（図表Ⅲ－２４）。

（図表Ⅲ－２３） 属性別携帯インターネット利用状況



（出所）総務省「情報通信白書」（2008年）より作成

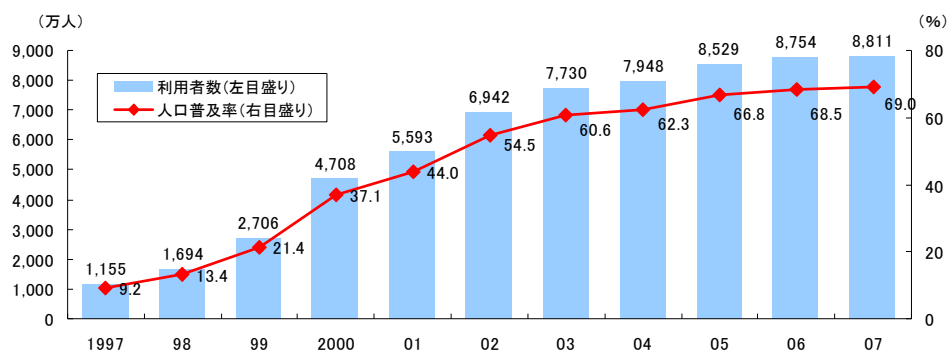
(図表Ⅲ－２４) 属性別携帯インターネット利用状況 (都市規模別)



(出所) 総務省「情報通信白書」(2008年)より作成

2007年末のインターネット利用人口は8,811万人、人口普及率は69.0%と推計される。特に個人がインターネットを利用する際に使用する端末は、携帯電話等の移動端末での利用者が前年から201万人増加して7,287万人となる一方、パソコンからの利用者は242万人減少して7,813万人となっている(図表Ⅲ－２５)。

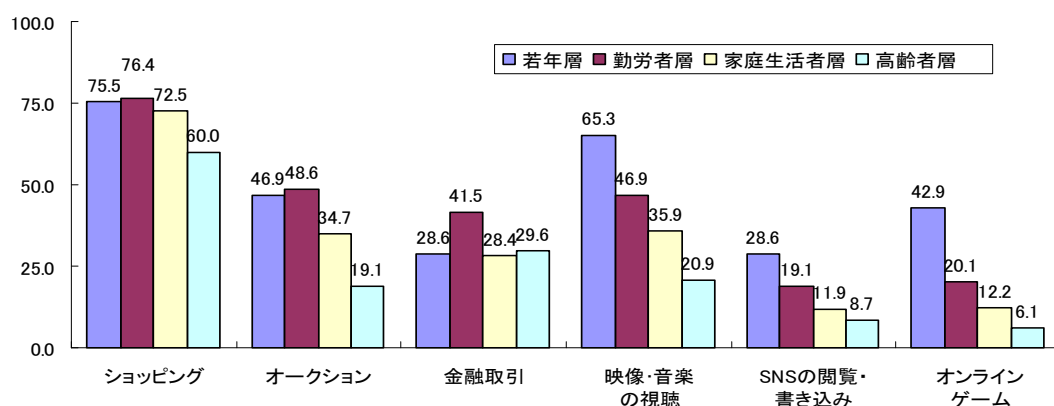
(図表Ⅲ－２５) インターネット利用者数および人口普及率の推移



(出所) 総務省「情報通信白書」(2008年)より作成

ウェブサイトを利用する機能・サービスについてみると、インターネットショッピング、インターネットオークション、金融取引では世代間で利用率の差が小さい。特にインターネットショッピング利用率については、高齢者層のインターネット利用者の60%に上っている(図表Ⅲ－２６)。

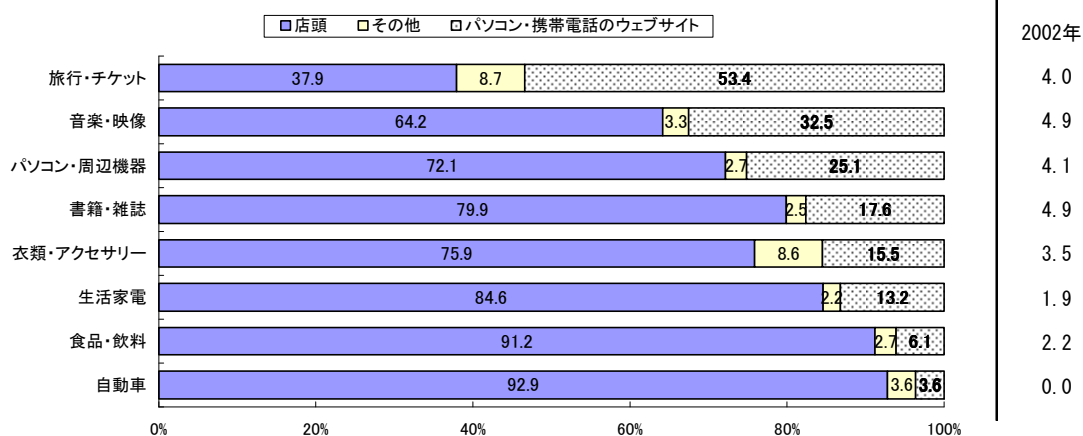
(図表Ⅲ－２６) ウェブサイトで利用する機能・サービス



(出所) 総務省「情報通信白書」(2008年)より作成

パソコン・インターネットを利用して購入する商品としては、旅行・チケット(53.4%)、音楽・映像(32.5%)、パソコン・周辺機器(25.1%)が多い。5年前の2002年と比較すると、インターネットで商品を購入する人の割合は増加している(図表Ⅲ－２７)。

(図表Ⅲ－２７) 最近１年間で商品購入した際、最も利用した購入方法

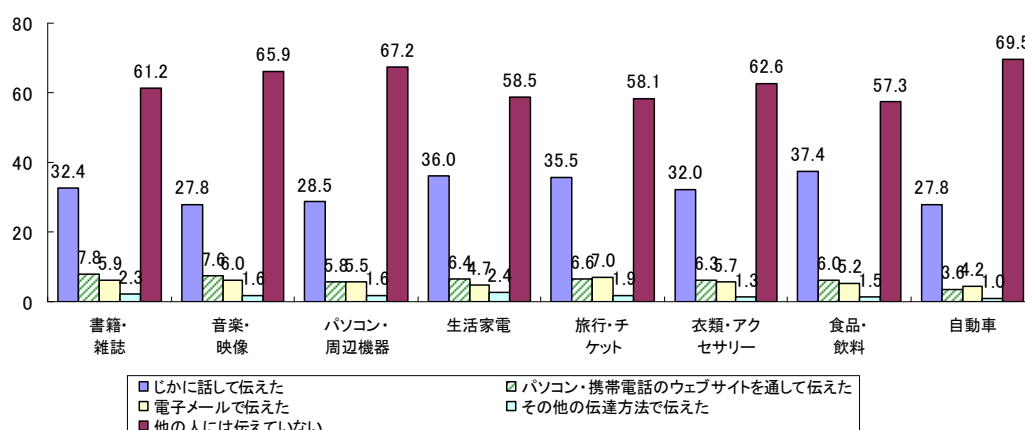


(注) 2002年はインターネットで購入したことがある人の割合

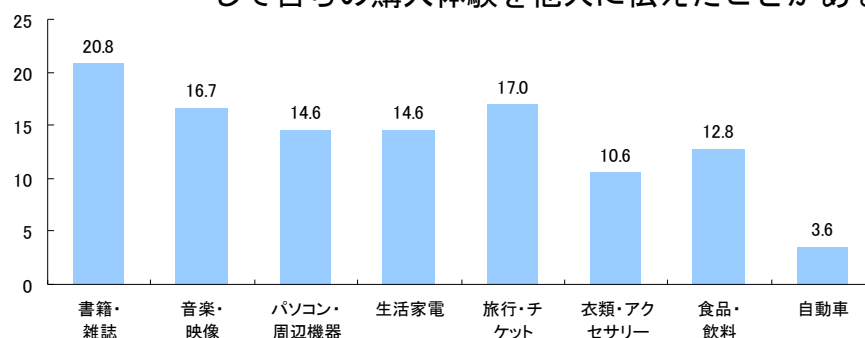
(出所) 総務省「情報通信白書」(2008年)より作成

自らの購入体験をパソコン・携帯電話のウェブサイトを通して他人に伝えたことがある人は全体の10%未満に止まっている(図表Ⅲ－２８)。ただ、若年層に限ってみると、その割合は高まり、「書籍・雑誌」では20%を超えている(図表Ⅲ－２９)。

(図表Ⅲ－２８) 自らの購入体験を他人に伝えたことがある人の割合



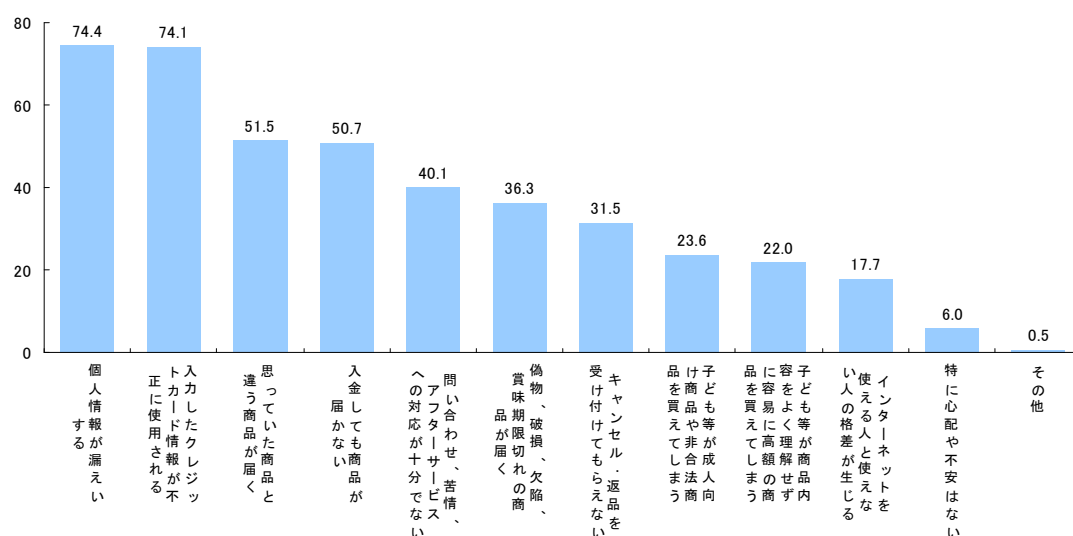
(図表Ⅲ－２９) 若年層において、パソコン・携帯電話のウェブサイトを通じて自らの購入体験を他人に伝えたことがある人の割合



(出所) 総務省「情報通信白書」(2008年)より作成

一方、情報化社会の進展により、インターネット等の急速な普及が進むことで個人情報漏洩等、新たな問題も顕在化している(図表Ⅲ－３０)。

(図表Ⅲ－３０) ICTを利用した商品購入に対して不安な点



(出所) 総務省「情報通信白書」(2008年)より作成

2. 経済社会環境の変化が与える影響

(1) 人口減少社会の到来が与える影響

人口減少社会では、単純な人口規模の縮小だけではなく、高齢者数の増加と生産年齢人口の減少という人口構造の変化を伴うものであり、経済成長を下支えする消費や労働需給に大きな影響を与えることが懸念される。

消費については、人口規模の縮小により絶対的な総需要は減少する。加えて、人口構造の変化による世帯構造の変化は、従来とは異なった財やサービスに対するニーズを増大させ、産業の多様化や新たな産業の成長を促していくことになる。

また、労働需給については、出生数減少による若年労働力の減少や高齢労働者の増加・引退によって、労働力人口²は高齢化しながら減少していくことが予想される。労働力人口の減少を抑制するため、女性、高齢者など働く意欲を持つ全ての人々の就業参加を実現する仕組みづくりが不可欠となる。

このように、人口減少社会においては、人口構造の変化に伴う世帯構造の変化や労働力人口の減少は、消費形態や労働市場に大きな影響を与えることとなり、商業もそれを前提とした活動が要請される。

(2) 少子化の進展が与える影響

少子化の進展により、労働力人口の減少による経済活力の減退などの経済的影響が懸念されるため、若い夫婦を中心に安心して仕事と子育てを両立できるような就業環境の整備が求められる。

また、少子化の進展は、子どもの自立や社会性の減退などの社会的影響も懸念されるため、多様な子育て支援や様々な地域ネットワークの中で孤立しないで子育てできるような環境整備に向けた取り組みも求められる。

(3) 高齢社会の到来が与える影響

高齢化の進展により、消費者においては、購買行動を含めた行動範囲の狭小化、生活利便の減退が懸念されるため、各種施設等のバリアフリー化の推進、従来とは違った機能や付加価値を備えた財やサービスの開発・提供等、高齢者が暮らしやすい社会実現が望まれる。

労働力人口の高齢化は、事業の存続にも影響を及ぼすことが懸念されたため、事業者では事業承継と技能承継への対応が求められる。また、労働力人口の減少抑制のため、高齢者のノウハウ活用を視野に入れた高齢者の社会参加を促す仕組みづくりが求められる。

² 労働力人口とは、15歳以上の者で、就業者および就業したいと希望し求職活動をしており、仕事があればすぐに就くことができるが、仕事に就いていない者（完全失業者）の総数をいう。

(4) ライフスタイルの変化が与える影響

ライフスタイルの変化により、消費支出は財からサービスにシフトしているため、単なる商品の提供だけではなく、生活そのものの質を高めるようなサービスに対する需要が高まっている。

また、購買行動の基礎となる世帯類型は多様化し、従来のような画一的な規格商品が社会全体に普及することは困難なため、個人の要望に合致した商品開発・提供が求められる。

一方、就業意識も多様化している。仕事は所得を得るための手段と割り切る傾向が強まり、公益的活動などに生きがいを見出す人も増えている。こうした意識の高まりを捉えて、住民の活動への参画のきっかけづくりや住民主体の活動組織への支援により、新たな担い手づくりに取り組むことも必要となる。

(5) 環境共生の重視が与える影響

地球温暖化などの環境問題は人類の存続に関わる問題として浸透しており、環境保護への意識が高まっている。

消費者においては、環境配慮型商品であるか否かが商品を選別する目安の一つとなっている。また、経済的なインセンティブが働く場合には消費行動（購入）に移す人も多く存在し、今後も環境への配慮を重視する傾向は強まっていく。

こうした社会的な要請を受け、事業者においても、製品の原材料の調達・製造・使用段階で環境負荷低減を図った環境配慮型商品の拡充が求められる。さらに、事業者に対しては、環境マネジメントシステムの認証等、環境保護に対する企業としての取り組み姿勢が問われており、企業間取引にも影響を及ぼすことも懸念される。

(6) 情報化の進展が与える影響

情報化の進展により、消費者の商品購入までの時間的、空間的なコストは縮小し、消費行動は大きく変化する。インターネット等を通じて店舗に出向かわなくても、家に居ながら、商品やサービスに関する情報収集し、購入することが可能となるため、利便性が向上するだけではなく、消費機会の拡大にもつながる。

また、事業者においては、こうした変化に対応することで、新たな需要喚起を促すことも可能となり、情報通信機器を活用することにより発展・飛躍への可能性が高まる。その反面、消費者の口コミサイトを通じた情報収集により、商品購入者の意見が多く他の消費者に影響を及ぼしたり、企業間競争においては、従来の立地や交通アクセスの優位から、商品そのものの魅力や情報アクセスの優位が重要視されるようになるため、こうした点には留意が必要である。

さらに、インターネット等を利用した取引拡大により消費者が被害を受けるケースも出てきているため、消費者保護の観点から、消費者が安心して取引できる環境整備が求められる。