

## 消齡化社会

### ～年齢による違いが消えていく！ 生き方、社会、ビジネスの未来予測～

博報堂生活総合研究所 上席研究員  
近藤 裕香



#### 目 次

概要.....	1
はじめに.....	1
1. 消齡化の発見.....	2
(1) 発見のきっかけ.....	2
(2) どちらが数として多いのか？.....	2
(3) 特定の分野で起きているだけなのか？.....	3
(4) 「生活定点」だけの傾向なのか？.....	3
(5) 「消齡化」と命名.....	4
2. 消齡化の背景.....	4
(1) 消齡化の背景には何があるのか？.....	4
(2) 上昇収束型.....	4
(3) 下降収束型.....	5
(4) 中央収束型.....	6
(5) 個と多様性の時代なのに「生活者の違いが小さくなる」のはなぜか？.....	8
3. 消齡化の未来.....	8
(1) 今後も消齡化は進むのか？.....	8
(2) 消齡化が進むと何が起こるのか？.....	9
おわりに～消齡化の未来にどう向き合うか.....	10

## 概要

生活者の年齢による価値観や嗜好の違いが小さくなってきている。「消齡化」という現象を通じて、社会や生活者を捉え直した新たなマーケティングの可能性について豊富なデータをもとに解説する。

ポイント：

- ・消齡化の発見 ～消齡化とはなにか？～
- ・消齡化の背景 ～消齡化がおこった要因とは？～
- ・消齡化の未来～今後も消齡化はすすむのか？～
- ・消齡化社会のビジネスチャンスとは

## はじめに

まず自己紹介をする。2002年に博報堂に入社して以降マーケティング畑におり、さまざまなクライアントのマーケティングコミュニケーション戦略／商品開発を担当。その後、産休／育休を経て、2020年から博報堂生活総研の研究者となり、生活者を丸ごと理解するため、長期時系列調査の設計や分析を中心とした生活者研究を行っている。

博報堂生活総合研究所は博報堂グループのシンクタンクとして1981年に設立され、今年で43年目を迎えている。日々の研究成果は、講演、書籍／レポート、ウェブサイトやニュースリリースなどを通じて広く社会に情報発信をしている。本研究は「消齡化」というテーマの研究の元になった長期時系列調査「生活定点」（図1）をベースに話を進める。

この調査は生活者を丸ごと理解することを最も大きな目的とし、衣食住／消費／健康意識／仕事観／家族観などを含む多角的な質問約1400項目を聴取している。調査を始めた1992年から直近の2024年までのデータから生活者の意識や行動、欲求の変化を俯瞰的にとらえることができる。

30年分のデータを丹念にみるとデモグラフィック属性の常識が揺らぐ結果となった。生活者とこれからの社会を考える上での興味深く見逃せない変化が見つかり「消齡化社会」と名付けた。シニアがますます元気になる社会ととらえられがちだがそれは一側面でしかない。シニア／若者を巻き込んで年齢による価値観や嗜好の違いがさらに小さくなっていく社会を表している。

本日は消齡化社会の発見から考察、そして結論に至るまでのプロセスを紹介する。なお、生活定点のサイトは自由に閲覧できデータのダウンロードも可能だ。

「消齡化ラボ」ポータルサイト  
<https://seikatsusoken.jp/shoreikalab/>



「消齡化社会」特設サイト  
<https://seikatsusoken.jp/miraihaku2023/>



「生活定点」特設サイト  
<https://seikatsusoken.jp/teiten/>



生活総研 webサイト  
<https://seikatsusoken.jp>



## 1. 消齡化の発見

### (1) 発見のきっかけ

「年代による違いが小さくなった」と感じるビジネスやプライベートでのエピソード。

市場 年代別顧客セグメントが通用しなくなっている。

従来の広告ビジュアルを使用しても新規顧客獲得に進まない。

価値 若者と年配者のアルコールに対する価値観が近づいて来ている。

宴会での強要から個人の自由へ。

働き オフィスでの働き方の年代による傾向の違いが見られなくなった。

交流 90代の母と幼稚園のひ孫がスマホでやり取り。

(講演参加者などを対象とした事前アンケートより)

### (2) どちらが数として多いのか？

「生活定点」の長期時系列調査(図1)のデータを20年/30年という長期スパンで見ると年代による違いに特徴的な傾向がみられた。年代の違いの大小の判定基準は、年代ごとの最小値と最大値の差分が20年/30年変化で10ポイント以上縮小/拡大している項目と設定しカウントした。

図1:「生活定点」の長期時系列調査概要

調査概要
■調査地域：首都40km圏 阪神30km圏
■調査対象：20～60代の男女
■調査手法：訪問留置法
■調査人数：3,084人(2022年) ※同規模で毎回実施
2020年国勢調査に基づく人口構成比で割付
■調査時期：1992年から隔年の5～6月
(2020年のみ6月末～7月実施)

©博報堂生活総合研究所

#### 長期時系列調査で年代による違いに特徴的な傾向が見られた例

全体の数値(棒グラフ)では大きな変化が見られなかったが、10歳ごとの年代別で割った折れ線グラフでは30年間で年代差に縮小/拡大傾向がみられた項目があった。

#### 30年で違いが徐々に縮小した項目

「将来に備えるより今をエンジョイする(図2)」「中古品でも気にしないで買う(図3)」など