

流通とSC・私の視点

2020年3月12日

視点(2329)

次世代の日本のライフステージの実態と変化!!

(生活様式と消費心理編)

SCの次世代対応の基本ターゲットとして「ライフステージ」があり、その現状の実態と近未来の予測は次の通りです(国立社会保障・人口問題研究所・2015年国調を基に2017年に作成)。

(1) 日本のライフステージの実態と変化

①世帯の実数変化

	総数	単身者	核家族			3世代家族等のその他
			総数	夫婦のみ	親と子供 (ひとり親含む)	
2015年	53,332	18,418	29,870	10,758	19,112	5,044
2020年	54,107	19,342	30,254	11,101	19,154	4,510
2025年	54,116	19,960	30,034	11,203	18,830	4,123
2030年	53,484	20,254	29,397	11,138	18,259	3,833
2040年	50,757	19,944	27,463	10,715	16,748	3,350
傾向(2020年比)	93.8%	103.1%	90.8%	96.5%	87.4%	74.3%

②世帯構成比の変化

	総数	単身者	核家族			3世代家族等のその他
			総数	夫婦のみ	親と子供 (ひとり親含む)	
2015年	100.0%	34.5%	56.0%	20.2%	35.8%	9.5%
2020年	100.0	35.7	55.9	20.5	35.3	8.3
2025年	100.0	36.9	55.5	20.7	34.8	7.6
2030年	100.0	37.9	55.0	20.8	34.1	7.2
2040年	100.0	39.3	54.1	21.1	33.0	6.6
傾向(2020年比)	—	110.1%	96.8%	102.9%	93.5%	79.5%

(3) DMモデル

ファミリー(家族)						シングル(単身者)		
夫婦のみ			親と子供			ヤング単身者	アダルト単身者	シニア単身者
ヤング	アダルト	シニア	小学生以下の 子供のいる世帯	中高生の 子供のいる世帯	世帯内の ヤングのいる世帯			
18~39歳	40~64歳	65歳以上	子供の年齢			18~39歳	40~64歳	65歳以上
			0~12歳	13~18歳	19歳以上			

(4) SCターゲットから見た数値

ファミリー世代	2020年	64.2%	核家族とその他
	2040年	60.7%	
SCエイジ世代	2020年	43.6%	親と子供世代とその他
	2040年	39.6%	

(株)ダイナミックマーケティング社⁺
代表 六 車 秀 之