

時代の象徴としての団塊世代

第二次世界大戦後の昭和22（1947）年から24（1949）年に生まれた団塊世代の合計出生数は、3年間で約806万人と当時の日本人口のほぼ1割を占め、他の世代と比べても突出して多い。

団塊世代の成長過程は日本の経済成長と重なったこともあり、例えば学生運動やミニスカートの流行、フオーク・ミュージックやアングラ演劇などのカルチャー・ムーブメントなど、さまざまな社会現象が彼らと結びつけて語られるようになった。

彼らが結婚し居を構えるようになった70年代には、首都圏郊外のスプロール現象（都心部から郊外に開発が拡散していくこと）が、中年になつた80〜90年代には会社内の管理職ポスト不足が、そして高齢期を迎

えいを持っている人もいる。

社会人時代を振り返り、「日本の経済発展を支えてきた」「高度成長期にがむしゃらに働くことで日本を良くしてきた」と、日本の経済発展に対するある種の自負心も窺える。総じて言うと、これまで団塊世代について語られてきた「戦後期の産物」との評価を自己追認している気がしないでもない。

現在、彼らは後期高齢期を迎えつつあるが、2025年問題（25年以降、団塊世代が全員75歳以上の後期高齢者となること）として語られる、介護や年金など、現在の社会保障の抱える各種課題の原因が自分たち世代にあるという声に「心外」との思いもあるようだ。

こうした回答を見ていると、これまでさまざまな括られ方をしてきた他の世代と比較して、団塊世代は当

自己イメージ、消費、健康意識、夫婦関係……

# データで見る 団塊のリアル

齊藤 徹  
電通シニアラボ研究主幹・社会福祉士

えた2000年代には、日本の高齢化問題が団塊世代とセットで語られてきた。その意味で団塊世代は、日本その時々を映す鏡のような象徴的な存在とも言えるだろう。

自分たちが「団塊世代」だということについての考えを尋ねてみると、幼少期だった昭和20年代後半は敗戦の影響がまだ色濃く残る時代でもあり、「貧しい子供時代だった」「給食の時間になるといなくなる同級生がいた」「貧乏で給食が唯一の美味い食事だった」と当時の想い出を語る人も多い（36頁表）。

「仲間意識が強かった」と語る人がいる一方で、「競争が激しい世代だった」との回答もある。中学時代の担任に「お前たちは棺桶まで競争だ」と言われたことを鮮明に覚えている人や、入試も含めて常に競争に晒されながら生き残ってきたという

事者としての世代意識が最も強い人たちとも思われる。

彼らと話していると、「俺たちは」という言い方をする人が多い。他の世代の人は、普通は「僕は」「私は」と語り、団塊世代のよう「We」で語ることはほとんどない。周りから「団塊世代」というレッテルを貼られ続けてきたこともあり、「私たち」We意識」を強く持っている人が多い世代との側面はあるだろう。

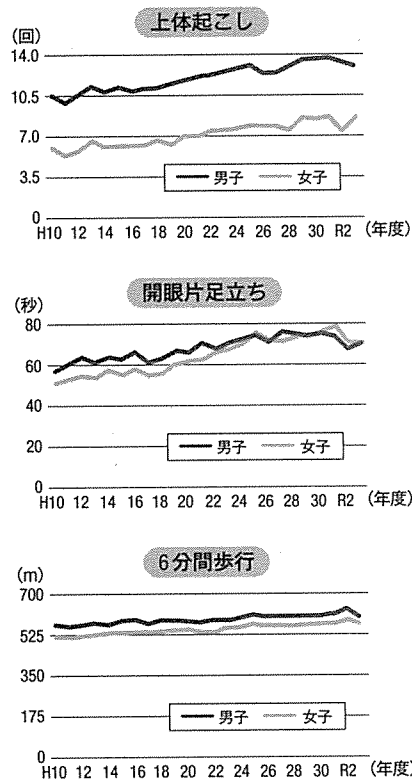
## マーケットとしての団塊世代

戦後復興の第一次経済成長の原動力となったのは、戦前・戦中派の人々であった。彼らが築いた基礎のうえに、戦後の日本の経済発展はなされていく。少年期、青年期にあつた団塊世代は、そこへ大きな「市場（マーケット）」として登場してきたとも言えるだろう。

さいとうとおる

1958年岡山県生まれ。放送大学大学院文化科学研究科修士課程修了。82年西武百貨店入社、流通産業研究所（セゾン総合研究所）、パルコを経て現職。専門は超高齢社会、シニア・マーケティング。著書に『超高齢社会マーケティング』『ショッピングモールの社会史』『超高齢社会の「困った」を減らす課題解決ビジネスの作り方』など。

**図1 高齢者(70~74歳)の運動能力の推移**



出典：スポーツ庁「令和3年度体力・運動能力調査」

では、1960年代に生まれた子供までベビーブーマーと呼ばれている。これは、ユースカルチャーを支える圧倒的な市場が世界的に広がっていたということであり、日本の団塊世代もその恩恵に与って、マーケティングの対象になったと言える。

また、団塊世代が60歳定年を迎えた2007年頃、新しいシニア市場が生まれると期待されたが、これも日本のみならず、欧米各国に共通の

現象であった。健康維持意識の高さも特徴的なのは、10年前の70代に比べて肉体的年齢が若返っていることである。

図1を見ると、一部は落ちているものの、「上体起こし」「開眼片足立ち」「6分間歩行」の傾向値では、70代前半の運動能力は有意に向上していることがわかる。

また、団塊世代は、デジタル社会の到来にぎりぎり間に合った世代でもある。端的な例としてスマホの利用率を年代別に見ると、70代前半の男性の63%、女性の58%はスマホを所有している。80代の19%と比べると圧倒的に高い利用率である。

その原因として考えられるのは、日常の食生活が、戦前・戦中の世代より向上していること。それが、数十年の生活の中で微妙な差として表れているのかもしれない。加えて健康や病気に関する情報が溢れる中で、健康維持や運動習慣への意識が高まったことも大きいだろう。実際に、10年前の70代のフィットネスクラブやスポーツクラブの利用金額と、今の70代のそれを比較すると、明らかに現在のほうが高くなっている。こうしたことが、肉体的年齢の若返りにつながっていると考えられる。

団塊世代は自分たちが経済発展を支えてきたという強い自負を持っていて、むしろ注目すべき点は、団塊世代はまず、「巨大な消費市場」として社会から認識されたことである。

例えば、週刊少年マンガ誌は昭和30年代前半に創刊されたが、団塊世代は当時、小学校高学年から中学生新たに生まれたマンガ産業を支える消費主体として、団塊世代は登場したのである。

ティーンエイジャーから20代になると、団塊世代はいわゆる若者文化の中心になっていく。カタログ的な女性誌『アンアン』と『ノンノ』の創刊と「アンノン族」の登場。フォーク・ミュージックの隆盛。ディスコ・ジャンプン（国鉄が個人旅行者の増大を目的に昭和45年から始めたキャンペーン）という国内観光の走りのような旅行のターゲットになっ

**表 団塊世代に聞いた。「あなたは、団塊世代にどんな思いを持っていますか？」**

- 我々は戦後の産物
  - ✓戦後の復興期の象徴。(74歳男性)
  - ✓戦後生まれの戦争を知らない世代。(74歳女性)
- 貧しい子供時代
  - ✓小学校時代、給食の時間になるといなくなる同級生が数人いました。家が貧しく給食費を払えないからでした。そんな事が当たり前の中で皆それなりに頑張った世代だと思っております。(74歳男性)
  - ✓貧乏で給食が唯一の美味しい食事でした。中学では同年850人で16クラス、経済的理由から欠食者や進学を諦めて就職する人がいた。(74歳男性)
- とにかく数が多かった
  - ✓幼少時、友だちが多くて楽しかった。(74歳男性)
  - ✓とにかく人が多かった。中学時代は教室が足りなくて流浪の学級もあった。(74歳男性)
- 競争の激しい世代
  - ✓仲間が多いという安心感より、競争しないといけないという焦りが先に立って生きてきました。(74歳男性)
  - ✓昔は競争が激しく損な感じもしたが、今は数が多い事によって無視されない良い面もあると思う。数は力です。(75歳女性)
- 日本の経済発展を支えた
  - ✓パワー溢れた世代。戦後のベビーブームに生まれ、人数が多すぎ受験も就職も競争ばかりだったが、高度成長期に働いて働いて、日本を良くしてきたと思う。(74歳女性)
  - ✓この年代に生まれた世代は人口が一番多く、物心ついたころから競争世代で日本の高度成長を担ってきた。(75歳女性)
- 今後について
  - ✓日本の高度成長に貢献してきた。今更お荷物と言われるのは心外です。(74歳男性)
  - ✓人数が多いので、我々の世代がきっかけで制度改革が行われて若干損を引き受けてきた世代かと。(75歳男性)

出典：電通シニアラボ調査、2023年

たのも団塊世代であった。さらに、「電化製品の三種の神器(冷蔵庫、洗濯機、白黒テレビ)」に代表される家電製品のリノベーション、自動車や住宅などを含めて、戦前・戦中の生活を支えてきた「製品」が西洋化し、工業化されていく流れと

団塊世代の消費ニーズはリンクしていった。団塊世代と言うと日本だけのもののように思われがちだが、第二次世界大戦に参戦した欧米諸国には同様にベビーブーマーと言われる世代が誕生している。イギリスやアメリカ

iPhoneの日本での登場は2008年、Androidが翌09年で、それ以前はパソコンやインターネットを利用できるかがデジタル対応の目安であった。例えば、会社のパソコンが1人1台になっていったのは2000年を過ぎた頃だが、団塊世代は当時まだ現役であった。業務を通じてパソコンやインターネットの検索に慣れ親しんだ最も上の世代が団塊世代なのである。その意味で、彼らはデジタルリテラシーの習得にぎりぎり間に合った世代である。

昨今、高齢者の買い物難民が問題となっている。歩行困難で買い物に行けないだけでなく、デジタルリテラシーの欠落によってオンラインショッピングを活用できないことが困難を加速させている側面もある。パソコンやスマホが利用できる団塊世代は、買い物難民問題を緩和させる

可能性がある。

健康維持意識の高まりは、一方で「長生きすることへの不安」の裏返しでもある。かつての日本では、長寿は単純に喜ばしいことであった。1990年代にテレビを賑わせたきんさん・ぎんさん姉妹は、誰からも「かわいい」ともてはやされた。当時、百寿者ひゃくじゆしゃはまだ珍しかったからである。

昨年、100歳以上の高齢者数は9万人を超えた。もはや長寿は格段珍しいことではなくなり、文字通り人生100年時代を迎えつつあると言える。しかし実際にその時間を生き続けることは、単純に喜ばしいことだけではない。長生きは、一種の「リスク」も伴う。多くの人はピンピンコロリで亡くなるのが理想だろうが、その前に介護状態が続くかもしれないし、重篤な病気に罹患した

り、認知症になったりするかもしれない。

何歳まで生きるかわからないことに、どう備えればいいのか。健康維持意識は介護予防意識の高まりと同義でもある。近年、「民間介護保険」や「認知症保険」の契約数が伸びているのは、そうした「備えたいという意識」の表れだろう。

### 団塊世代の消費傾向とは

団塊世代特有の消費傾向があるかどうかは見えづらいが、20代の頃にユースカルチャーを牽引してきたという文脈に照らして言えば、高齢になってもユースカルチャーを捨てずに、継続したいと考えている人たちが、団塊世代以降には一定程度いるようだ。70歳になってもバンドでロックを演奏する、バイク仲間とハーレーダビッドソンで走る、センスに

溢れた洋服を着続けるといったことである。年を取ったから盆栽を始めるということではなく、若い頃に体験したことをできるだけ続けたいという傾向は、団塊世代以降の特徴と言えるかもしれない。

世代にかかわらず、少年期、青年期は自分のアイデンティティが確立されていないため、同じものにみんな飛びつく流行現象が起こりやすい。しかし、年を重ねれば、人生経験によって嗜好は人それぞれに異なっていく。また、20代の頃は働いていけば正規でも非正規でも、さほど大きな収入差はないが、中高年期になると、所得に大きな差が生じ、資産格差も生まれてくる。それぞれの収入でできることは自ずと変わる。その意味では、団塊世代に限らず、高齢者の消費行動は所得や資産の差によってバリエーションが広がって

いると理解したほうが良いだろう。

### 夫と妻、お互いの不満

団塊世代の女性の結婚のピークは23〜25歳くらい、男性は27〜29歳くらいだった。現在の平均初婚年齢は女性は29歳頃、男性は31歳頃だから女性は4〜6歳ほど若い頃に結婚していたことになる。

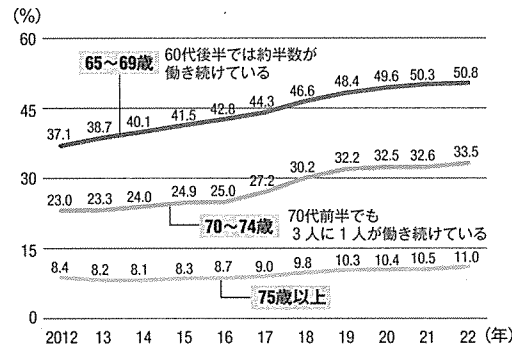
団塊世代より上の世代では、恋愛結婚よりも見合い結婚のほうが多かった。団塊世代になると半々くらいで、それ以降は急激に恋愛結婚が増えてゆく。その意味では、団塊世代は自由恋愛が広がり始めた最初の世代だ。

結婚後に生まれた子供の数は多くの家庭で2人以上。妻はいわゆる専業主婦として、家庭で子育てと家事全般に専念し、子育てが一段落した後にはパートタイムなどで仕事に出た

という人が多い。定年までフルタイムで働いていた女性は圧倒的に少ない。一方、夫は高度成長の中でサラリーマンとして働き続け、家庭のことはあまり顧みない人が多かった。そうした団塊世代の夫婦は現在、お互いにどんな不満を持っているのであろうか。

60〜79歳の夫婦に、妻から夫に対してどんな不満があるか、逆に夫から妻に対してどんな不満があるかを別々に聞いた調査(電通シニアラボ調査、2022年)がある。それによれば、妻に聞いた「夫に関する悩み」として代表的なのは、「ずっと家にいる」「粗大ごみ状態で寝ている」「テレビばかり見ていて鬱陶しい」「家事をしない」「趣味がない、たまには出かけてほしい」「話を聞かない」「細かくいろいろなことにお口を出してくる」「男尊女卑だ」と

図2 高齢者就業率の推移



出典：総務省統計局「労働力調査（基本集計）2022年」

が薄まりつつある。  
 団塊世代は平均すると4・3（4・5人の兄弟姉妹がいる。地方出身の場合は長男や長女は地元に残ったが、次男や次女以下は東京・大阪・名古屋などの都市部に出ていくことが多かった。そのため、団塊世代の半数は都市部に住んでいる。そうした人たちは親の墓を守る必

いった内容だ。  
 いわゆるモーレツサラリーマンであったこと、民主主義の時代に育ったとはいえ、両親世代は戦前の教育を受けているため、男権中心な思想から抜け切れない人が一定程度いること、これらが妻側のフラストレーションの原因になっているようだ。現在は当たり前の夫の家事、育児参加への意識も低かった人々だ。  
 その一方で夫に、妻について聞いてみると、「何かと口うるさい」「子供を叱るようにいろいろ言ってくる」といった意見はあるものの、最も多いのは「特に不満はない」「多少の不満はあるが、わがままな自分によく尽くしてくれている」「妻の体調が心配だ」「不満はあるがお互い様だ」といった意見である。  
 現役時代に家庭を妻に任せきりにしていたことへの罪滅ぼしの意識も含めて、「不満はない」「お互い様

となつていようだ。しかし、妻は自分が築いてきた家庭に自分の城にリタイアした夫が入り込んできたために鬱陶しく感じている人も多いのではないか。

進む「断捨離」意識と墓に対する考え方の変化

団塊世代も終活に向けて動き出す年齢になった。しかし、70代前半では相続や遺言といったことまで考えている人はまだ少ない。それよりも老後に備え、自らの身の回りをすっきりさせておきたいという「断捨離」意識の高まりが窺える。特に女性にその傾向が強い。

背景にあるのは「シンプルに生活したい」「子供たちに迷惑を掛けず、自分たちで何とかしておきたい」という意識である。こうした意識は上の世代よりも明らかに団塊世代のほうが高まっている。実際にその準備

要がないため、墓守意識から自由になつている人が多い。郊外に新たに墓地を購入する人もいるが、手頃な価格で利便性の高い機械式納骨堂を選択する人もいるし、樹木葬を選ぶ人も増えている。「家意識」の強い戦前・戦中世代には考えられないことだろう。

働き続ける世代

直近のデータによれば、70代前半の就業率は33・5%、3人に1人が被雇用者として働いていることになつた。70代でもハッピーリタイアメントというわけにはいかないようだ。同年代の2012年の就業率は23・0%だったので、この10年間で10ポイントほど上がっている（図2）。

10年前は今より健康寿命が短く、高齢者の求人も少ないなど条件が違つたので一概に比べることはできないが、昨今の状況に鑑みると、働かざ

を始めようとする人も増えており、具体的な一歩として、身の回りを整理しようというのである。

例えば、商業統計および経済センサスで過去20年の各小売業態の推移を見ると、中古品小売業の売り上げ高が抜きん出て伸びている。不要になつたものはお金に換える若者のニーズの増加もあるが、団塊世代を含めた高齢者の断捨離意識の高まりが、中古品市場を下支えしている。

フリーマーケットアプリのメルカリも、シニア世代の断捨離ニーズにアプローチしようと積極的に動いている。若者はスマホのアプリで不用品を気安く売ることができ、売り手がわからない高齢者のために、リアル講習会を全国で開催している。終活という意味では、お墓についての考え方も大きく変わつていっている。団塊世代の上の世代まで強かった、先祖代々のお墓を守る「墓守意識」

を得ない人も一定数増加しているのではないだろうか。もちろん、人手不足や会社からの要請で働いている人もいると思うが、経済的不安要因から就労し続けている人も多いだろう。

年金は受給開始年齢が上がれば上がるほど月ごとの支給額が増えるので、国は受給開始年齢の引き上げ（75歳まで）を推奨しているが、実際は65歳より前から受け取る人も多い。年金にプラスアルファの収入を得て人生100年時代に備えようとする人の割合は高くなつていると考えられる。もっとも、これも団塊世代だけの傾向ではないだろう。2025年問題や人生100年時代といったキーワードが飛び交っているが、今後も団塊世代は時代の変化を象徴する鏡として注目され続けるに違いない。

構成◎戸矢晃一