2012年問題

『2012年』、それは『団塊の世代』が65歳、年金受給年齢を向かえ、新しい社会形態が出来上がるスタートの年を意味します。 今、新しい消費社会が形成されようとしています。それは消費形態だけでなく、社会全体に大きな影響を及ぼそうとしています。

終活のプロローグ

2012年から起こるとされた『2012年問題』は1947年(昭和22年)に端を発する第一次ベビーブームから始まります。「団塊の世代」約800万人の誕生です。この団塊の世代がその後のわが国の政治・経済・社会に大きな影響を及ぼすことになります。 実は2012年問題の前に「2007年問題」が想定されていました。それは団塊の世代が60歳定年期を迎え雇用構造から技術伝承など社会に大きな影響を与え、約50兆円 と推定される退職金が発生し、消費、金融等にも問題 が発生すると考えられました。しかし、現実は「改正高齢者雇用安定法」「年金受給年齢の引き上げ」などの法改正があり、結局2007年問題は発生しませんでした。 しかし、団塊世代を対象とした2007年問題はけっして、消滅したわけではなかったのです。５年後の 2012年、その諸問題は『2012年問題』として改めてクロ ーズアップされます。

団塊の世代による新しい消費社会が始まる

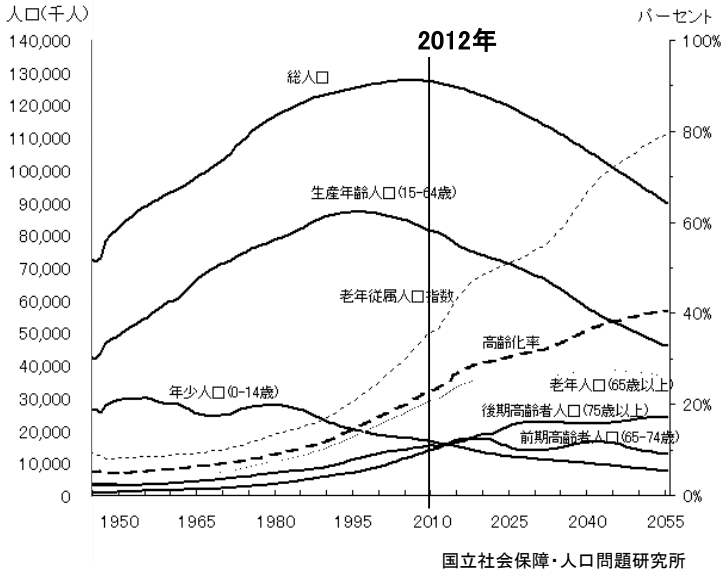
2012年問題と葬送

2012年から起こるとされる『2012年問題』は1947（昭和22年）年に端を発する第一次ベビーブームから始まります。「団塊の世代」、**約806万人**の誕生です。（厚生労働省統計）
この団塊の世代がその後のわが国の政治・経済・社会に大きな影響を及ぼすことになります。

実は2012年問題の前に**「2007年問題」**が想定されました。それは団塊の世代が60歳定年期を迎え雇用構造から技術伝承など社会に大きな影響を与え、約50兆円と推定される退職金が発生し、消費、金融等にも問題が発生すると考えられました。
しかし、「改正高齢者雇用安定法」「年金受給年齢の引き上げ」などがあり、結局のところ2007年問題は発生しません。

団塊世代を対象とした2007年問題はけっして、消滅したわけではないのです。
５年後の2012年、諸問題は『**2012年問題**』として改めてクローズアップされます。

グラフ①　日本の人口推計

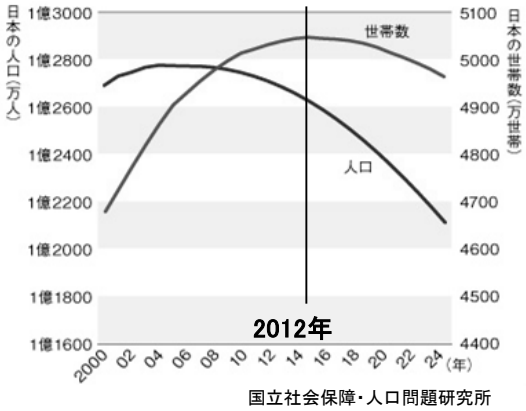


●団塊世代によって起こった現象

現在わが国が抱えている諸問題の中に高齢化少子化、核家族化、過疎化、非婚化などがあり、この現象の中心に団塊の世代がいます。
団塊世代の特徴に**「民族移動」**があります
東京・大阪・名古屋の3大都市圏に居住している団塊世代は世代全体の5割強に上ります。
その多くは、大都市圏外から現在の居住地へ移動してきた団塊世代ということがいえます。そして、出身地を離れ移住してきた団塊世代の多くは移住した地に、自分で住宅を建て家族を形成しました。
これが地方における過疎化であり、大都市圏での核家族の形成です。
地方の過疎化は年々進行し、地方経済の衰退を招きながらより大きな地方型高齢化社会を形成して行きます、一方、大都市圏では地方出身者の核家族と都市出身者の核家族が都会型の少子高齢化社会を形成します
これが少子高齢化最先進国として、世界から注目されている**ジャパンシンドローム**といわれる現象です。

団塊世代は高度成長期を担い、わが国の発展に大きく寄与してきました。高度成長は社会に大きな富を生んだと同時に、大きな社会・経済変化を生み、女性の就労機会の上昇をもたらします、しかし、これが非婚・晩婚化を生み、女性の生涯出産率の低下が少子化の原因となっています。これらの現象は団塊世代と団塊世代ジュニアによって作られました。
本当の少子高齢社会、年金問題、医療保険問題という現象は2012年以降に起こります。
現在まで警鐘されてきた諸問題は単なるプロローグに過ぎないのです。

グラフ②　人口と世帯数の推移



●団塊世代のアイデンティティとライフスタイルの確立

戦争という「大きな出来事」を体験したわが国は、危機に根ざした統一した価値観によって国家を形成していました、この時代に育ったのが「戦争世代」団塊世代の親世代です。
団塊世代は特に父親に対してエディプスコンプレックスを抱えた世代といわれます。この団塊世代が親から離れ、大都市圏に移動し核家族を形成していき、**ニューファミリー**という親世代とは異なる歴史・伝統などを継承しない家族形態を形成します。この新しい家族形態を形成する事により自分から始まる家族の歴史の中に自分の**アイデンティティ**を見つけ、自分流の**ライフスタイル**を確立しています。

●団塊世代の『五つのキーワード』

2012年、団塊世代の退職期が始まろうとしています。2007年からスライドした大きな動きです。

『2007年問題』で発生すると思われていた動き。

① 約50兆円と推定される退職金が株式やリスク投資に向い、年金や収入よりも配当や運用益が増え『**家計**』に大きな変化が起こる

② 情報取得、投資に便利な都会暮らしと自然が多く健康志向の田舎暮らしの両方を共有する『**住スタイル**』の変化とその変化に伴う長距離を移動する『移動手段』の変化

③ 生き甲斐を追求するあらゆる商品、サービス領域での『**選択**』の変化など

団塊世代のライフステージアップは大きな『**消費革命**』をもたらすと考えられていました。

しかし、この5年間で国内外の事情は大きく変わりました。進行する円高、世界を取り巻く金融不安、3・11の大災害などがあり、加えて引き続く年金や健康保険制度など社会保障制度への不安などもありこれから退職を迎える団塊世代の関心事は、老後の生活を安定させる資金の確保にあるようです。
2012年問題対策は、新たな方向を模索しなくてはなりません。

「平凡パンチ」などの雑誌、「リーバイス」「エドウィン」などのジーンズ、「コカコ・ーラ」などのソフトドリンク「マクドナルド」「スカイラーク」などのファーストフード、「パイオニア」などのオーディオ、「ホンダ」などの低公害エンジンで環境問題などをいち早く取り入れ、「かに族」「ディスカバー・ジャパン」と旅のカルチャー、を作りだし、マス消費市場の形成と巨大化に寄与し、多くのブーム・カルチャー・ブランドを確立してきました。
これからも、団塊世代は世代人口の多さと長寿とで計り知れない消費現象を引き起こす可能性を秘めています。例えば、先の衆議院選挙で『民主党政権』を生み出したのも団塊世代を中心とした男性層です。

団塊世代の5つのキーワード　（※①）

1　財布の紐が固い　（かなりケチである）
2　リスクを負うことを避ける　（リスク嫌い）
3　旅や自然が好き　（環境保護意識が高い）
4　ムードやイメージに弱い　（トレンドに敏感・説得されやすい）
5　友達夫婦から妻優位へ　（ニューファミリー）

①JMR生活総合研究所

このように、団塊世代を知る上で5つのキーワードがあります。団塊世代はその成長過程で、様々なブームを作り、様々なカルチャーを生み出してきました。そうした現象の中に共通したキーワードが存在します。これは団塊世代を語る上でひとつのＤＮＡを形成するものです。**2012年**に団塊の世代は退職期に入ります。この大きな転換期の次に来るものにこのキーワードは有効に作用します。

●65歳以上の高齢者が23%

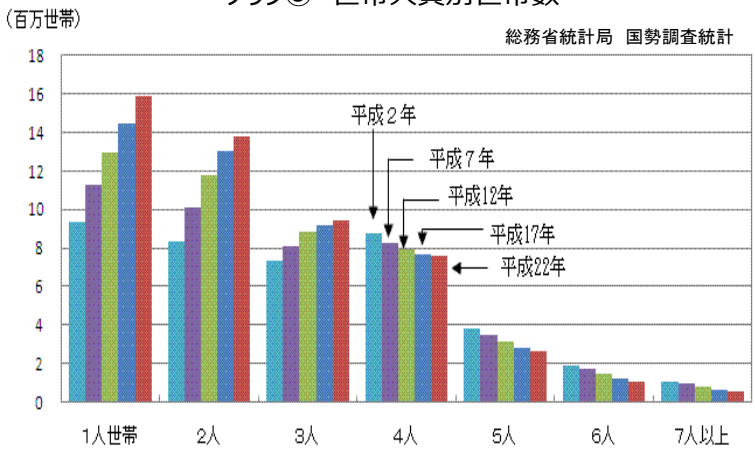
総務省が平成23年10月26日発表した平成22年度の国勢調査の確定値によると日本の人口は1億2805万人でした。年齢別では65歳以上の**高齢者が2924万人で総人口に占める割合は23%**でした。これは世界の最高水準の値です、これに2012年以降約800万人の団塊世代が高齢者として加わります。

●2012年問題の裏にあるもの

2012年以降、段階世代の退職期が始まります。プラス面では雇用過剰の解消・人件費の減少・個人消費の活性化などがあげられています。反面、年金給付額が増大するため国の財政に大きな負担がかかり、財政赤字に拍車がかかります。 企業においては支払われる退職金の負担、技術・技能の継承の断絶、労働力人口の減少などの問題の発生があげられています。家計面でも貯蓄率の減少を招きますがこれによって国債をこうした国内で賄うことが困難になっていく問題も発生します。様々な国家や経済・雇用の面が2012年問題として大きくクローズアップされていますが2012年問題の裏にある大きな問題は『超高齢社会』（グラフ①）の加速です。

「人生80年」と言われるようになった1970年代から、わが国の平均寿命は伸び、女性にいたっては限りなく、平均寿命は90歳に近付いています。この超高齢社会に団塊世代が作り出した核家族化が進化して**「おひとりさま」**という現象を作り出しました。右のグラフでもお解りの通り、4人以上の世帯は年々減る傾向にありますが3人以下の世帯は年を追うごとに増えています。

グラフ③　世帯人員別世帯数



一人暮らしの高齢者は、約460万人男女比は男性21%女性79%です、2012年以降これに65歳を過ぎた団塊世代が高齢者として、加算されます。『**老世帯**』『**老老世帯**』は年々増え続けます。
そして、団塊世代が80歳を迎える15年後には、一人暮らしの高齢者は700万人を超えると推計されます。

●超高齢化時代の生き方と逝き方　”終のアイデンティティ”

以上のことから、1012年問題と超高齢化・おひとりさま時代の到来について理解頂けたと思います。
社会・経済の流れは前記のように進むと推測されます。そうした中、葬送社会の経済学も同じように大きく変化してゆくと考えられます。

◆お葬式経済学の崩壊

私たちが普段体験している『お葬式』は決して古いものではありません、もともと、お葬式は近親者・地域共同体が執り行うのが基本でした。商業として「葬儀業」登場するのは、明治中期以降のことです。
地域共同体から発する庶民のお葬式には、施主は経済的負担が掛からない「経済学」があります。
会葬者の方からのお香典で、半分はお返しをして、残りの半分でお葬式の費用とし、葬儀を行います
施主は経済的負担がなく、葬儀を執り行う事ができるわけです。
ところが、核家族化進み、従来の家族制度が崩壊し、超高齢化社会になると、高齢者になればなるほど、会葬者が減りお香典が減ります。施主には経済的負担が掛かるわけです。
お一人様の場合は、自分の葬儀の費用を生前に用意しなくてはなりません。お葬式経済学の崩壊です。
これからのお葬式は、ますます費用の掛からない形式のものになります。

日本での葬儀の費用の平均金額は約231万円（お布施・香典返し別）と統計です。外国の葬儀と比較してみると、イギリス　12.3万円　　ドイツ　19.8万円　　アメリカ　44.4万円という統計です。（※②）
宗教、習慣の違いはありますが、外国と比較しても日本の葬儀費用は高いといえます。

② 週刊朝日　増刊号

●お葬式の向かう方向

2012年問題化から起こると仮定される事柄を含め団塊世代のキーワードをこれからの葬儀に当てはめるとひとつの方向性が見えてきます。

※①のデータで判るように、外国（先進国）の葬儀が日本の葬儀に比べ費用が安価で行われていることが判ります、華美な葬儀を好むアメリカでさえ日本の約1/5です、これは日本の葬儀が他の国よりもショー的要素と会葬者へのもてなしの度合いが大きいことがいえます。平成に入り団塊世代の施主が多くなり、それまでの風潮に対し反省や見直す風潮が起こり、さらに長引く不況に伴い、葬儀の小規模化が進みました。それでも日本の葬儀費用は高くに表れました。

従来型の費用のかかるお葬式は10年ほど前から減る傾向にありました。社会の経済状態もありますが団塊世代が施主を務める割合が増えるとでこの傾向はより強く現れたと推測されます。
費用が掛からないお葬式として「家族葬」が葬儀業界で盛んにＰＲされています。団塊世代のキーワードに合った葬儀の形態といえますが、これからの葬儀は、この傾向をより強く押し出した形に変化していくと考えられます。
超高齢化時代は定年後、終末期までを考え、準備する時間があるという事です。高齢者が増えるにしたがってメディアも高齢者向けの情報を多く流すようになり、またネットなどからも終末期に向けての情報が溢れます。自分の終末期に向けてのライフスタイルを考え、自分でできる葬儀を考えるようになります。
「リスクの少ない」「合理的な」「費用をかけない」「女性主導型」葬儀が中心になると予想されます。

人並みな従来の葬儀　⇒　家族葬　⇒　家庭葬　⇒　直葬　と葬儀の費用と形は、より縮小され葬祭業はセレモニーを執り行うサービス業から、遺体の搬送、火葬場・埋葬などの申請許可などの代理業務を中心とした葬送代理店的な方向が強くなると推測されます。

・家庭葬／葬祭場使わず、自宅内で家族だけのお別れを行う、祭壇も縮小化され宗教色も薄い。
・直　葬／病院、自宅から直接火葬場で火葬する　会葬者は火葬場に集まりお別れをする。

●終の住処考

2012年問題・進む超高齢化社会と社会構造の変化が葬儀の様式を変えると推測しましたが、これは埋葬、お墓にもいえます。　近年の社会・経済事情などで従来からある家族・一族を中心としたお墓は継続者や経済上の問題などで新しく建立される数は減少しています。
平成22年の年間死亡者数は約119.4万人で平成23年には、120万人を超えると予想されます。国の推計によると平成52年（2040年）には年間160万人を超えると推計されています。団塊世代が85歳を向かえるころです。

政府は年金需給年齢をさらに上げようとしています
それは、少子化により年金を支える人口が減少していることが原因です。年金受給者の支えるために支払い年齢を上げて徴収額を上げ、支払額を下げることによって年金制度の維持を図ろうとしているわけです。
ここに、これからの葬儀、お墓事情の問題が生じます。

グラフ④　年度別死亡者数推計

国立社会保障・人口問題研究所

平成23年の推計死亡者数は**120万人**と予想さてます。日本消費者協会のデータ（グラフ⑤）をあてはめますと**75.2万人**の方がお墓を購入する必要があることになります、この購入を必要とする人の数は向こう**30年間**増加すると推計されます（データ④）。

お墓事情の今後を推測するに当たりいくつかのポイントがあります。

・長引く経済不況　・2012年問題　・おひとりさまの増加

・超高齢化社会　・核家族的ライフスタイルの変化

以上のようなことが考えられます。たとえば2008年に発生したリーマンショックの2008年以降、世界は不況に見舞われています。右の（グラフ⑥）で見ても判るように墓石の平均購入額も、2008年を境に下がってきています。お墓といえども、世界不況の波に飲み込まれています。

本レポートのメインテーマ『2012年問題』の中心にいる団塊世代ををリーマンショック以降の社会状況に当てはめてみると、さらにこれからのお墓事情が見えてきます。

1.核家族、おひとり様世帯の増加、継承者の減少

・家族継承型のお墓の減少

2.社会の経済不況、団塊世代は財布の紐が固い（ケチである）

・安価なお墓・供養の選択

3.リスクを負うことを嫌い、子供たちへのリスクを継承しない

・自己完結型のお墓の選択　檀家として束縛されない

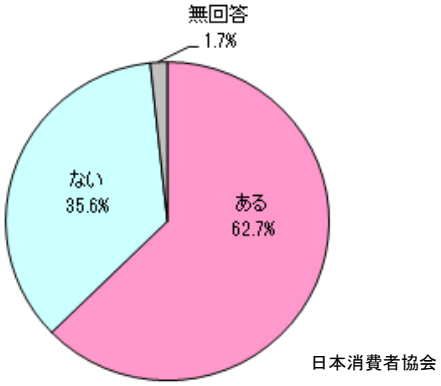
4.旅・自然が好き（環境保護意識が高い）

・生活エリアを選ばず、自己を主張したお墓の選択

5.ムードやイメージに弱い・トレンドに敏感・説得されやすい

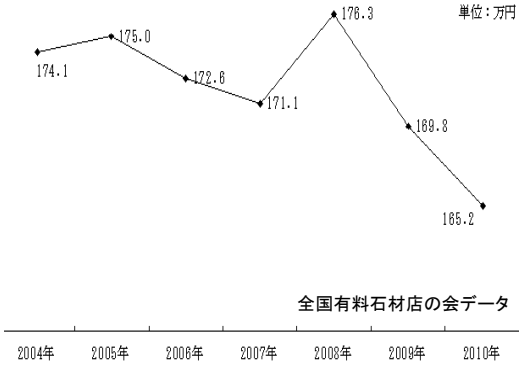
・生前より自分なりのお墓を選択　（終活・葬活・墓活の一般化）

グラフ⑤　お墓を購入する必要がありますか



グラフ⑥　墓石の平均購入価格

年次推移（全国）



団塊世代を中心とした世代は戦争世代の父親に対してエディプスコンプレックスを抱えている世代といわれています。厳格な旧世代を継承してきた父親世代からの脱却が精神の根底にあり、ここに時代の急速な変化が加わることによって、新世代型のお墓が求められるようになります。

従来の墓石型から最初の変化は、昭和40年代に大谷本廟 第一無量寿堂で本格的な**ロッカー式壇**の納骨堂が建立されました。都市部における墓、土地不足が進み、お墓に対するニーズが変わり始めました。そして20年ほど前、比叡山延暦寺大霊園で**個人型**、新潟県の妙光寺で**合葬型**の**永代供養墓**が登場します。少子高齢化、継承者のいない次世代に向けての新しい形のお墓です。永代供養墓は時代のニーズに適合し団塊世代を中心に受け入れられ、この20年で現在全国に2,600基超に増えています。また10年ほど前から岩手県の祥雲寺別院（現　知勝院）で**樹木葬**が始められました。自然保護意識の強い団塊世代に受け入れられ、全国的な広がりを見せています。（基数・公営の永代供養墓を除く）

これからのお墓は終の住処として明確なコンセプトを持ち、安価であり、リスクが少なく、生きた証が残るものが多く受け入れられると推測されます。

平成23年の高齢者人口は2980万人、お墓を必要とする割合は高齢者人口の65%、1937万人がお墓のConsumerです。そして、特筆すべきは高齢者のその8割近くを女性が占めているということです。

この割合は、2040年（平成52年）まで年々増加して行きます。(平成23年9月15日総務省統計局推計)

一般社団法人 笑顔　鈴木重行