

### 人口オーナス下の産業・企業

小峰, 隆夫 / 岡田, 恵子

---

(出版者 / Publisher)

法政大学イノベーション・マネジメント研究センター

(雑誌名 / Journal or Publication Title)

イノベーション・マネジメント = Journal of innovation management

(巻 / Volume)

6

(開始ページ / Start Page)

87

(終了ページ / End Page)

98

(発行年 / Year)

2009-03-31

(URL)

<https://doi.org/10.15002/00013446>

<論文>

## 人口オーナス下の産業・企業

小峰隆夫  
岡田恵子

1. はじめに
2. 人口オーナスの中での産業・企業
  - 2.1 人口オーナスとは
  - 2.2 産業活動、企業活動にとって人口オーナスがもつ意味
3. 需要面からみた人口オーナスと産業・企業
  - 3.1 家計支出以上に産業生産額は増加
  - 3.2 高齢化で高付加価値商品へのシフト
  - 3.3 少子化が進む中で支出額が伸びる子育て経費
4. 供給面からみた人口オーナスと産業・企業
  - 4.1 働き手が減少するなかで高まる労働需要
  - 4.2 ひと工夫必要な女性活用
5. まとめ

### 1. はじめに

人口の変化は、日本経済全体をはじめとして、産業・企業・雇用・生活などに多様な影響を及ぼすことが確実である。

では、人口変化の何が問題なのか。日本の経済社会が直面する人口変化はしばしば、「人口減少、少子化、高齢化」とひとくくりに表現される。本稿では、真の問題は人口構成の変化であり、その変化は「人口オーナス」という概念で示されるということを述べる。

日本は世界に先駆けて人口オーナス社会に入っていく。日本の産業・企業がこの人口オーナスにどう取り組むかが、これからの産業・企業の行方を大きく左右するだろう。これが本稿の主張である。

本稿の構成は以下の通りである。第2節では、人口オーナスの概念を整理するとともに、

産業活動や企業活動にとって人口オーナスがどのような意味をもつかを整理する。第3節では、人口オーナスが需要面を通じて産業や企業活動にどう影響を与えるかを家計消費のデータを用いて示す。第4節では、労働力が減少する人口オーナス下において、労働需要が一層高まる分野があることを雇用のデータを用いて示す。第5節では、まとめを行う。

## 2. 人口オーナスの中での産業・企業

### 2.1 人口オーナスとは

「人口オーナス」という概念はまだほとんど知られていない。そこでまず、「人口オーナス」とは何かを説明しよう。「人口オーナス」という考え方の基本は、人口総数が減ることが問題なのではなく、人口構成が変化することが問題だという考え方である。そこで、日本の人口構成が今後どう変化するかを概観しておこう。

日本の人口は2005年を境に減少傾向にあるが、どの年齢層も同じように減少していくわけではない。人口を年少人口（15歳未満）、生産年齢人口（15歳以上65歳未満）、老年人口（65歳以上）の3つに区分すると、今後、日本の人口構成には以下の変化が起きる。すなわち、①少子化によって年少人口割合が徐々に低下し（国立社会保障・人口問題研究所の推計では2005年の13.8%から2030年には9.7%に、2050年には8.6%に低下）、②高齢化の進展による老年人口割合が急テンポで上昇し（2005年20.2%から2030年には31.8%、2050年には39.6%に上昇）、③現在の少子化が今後生産年齢人口の減少を招くことによる、生産年齢人口割合の低下（2005年の66.1%から2030年には58.5%、2050年には51.8%に低下）が起こる。

こうした人口構成の変化が経済社会に及ぼす影響は、「人口ボーナス」と「人口オーナス」の概念を用いて説明できる。「人口ボーナス」(demographic bonus)とは、生産年齢人口の比率が高まることであり、「人口オーナス」(demographic onus、onusとは重荷の意)は、同比率の低下である。

人口ボーナス状態で人口に占める生産年齢人口の比率が高まると、働く人の比率が高まるわけだから、成長にプラスとなる。5人家族で夫婦2人が働いて家計を支えていたのが、子供が働き始めて、働き手が3人、4人と増えていけば家計は楽になるのと同じである。

人口オーナスは全く逆である。人口に占める生産年齢人口の比率が低下すると、成長にマイナスとなる。5人家族で4人働いていたのが、お父さんとお母さんが引退していったら、働き手が3人から2人へと減っていけば家計は苦しくなる。収入は減る一方で、両親の老後を支えなければならなくなるからである。

人口ボーナスの時期にあるのか人口オーナスの時期にあるのかは、生産年齢人口で生産年齢以外の人口を割った指数である従属人口指数の推移をみればよい。図1が、日本の従属人口指数の変化である。従属人口指数は1950年から1990年にかけて大きく低下しており、この時期が人口ボーナスの時代だったことが分かる。老年人口指数は上昇傾向にあったものの低水準にあり、年少人口指数が低下してきたからである。日本の高度成長の一つの背景が人口ボーナスであったことが分かる。

他方、1990年後半からの従属人口指数は上昇傾向にある。今から20年後の従属人口指数は、1950年と同水準となるが、従属人口指数の内容は、50年前と大きく異なる。50年

前は年少人口指数が高かったが、20年後には老年人口指数が高水準となっている。人口オーナスは専ら65歳以上の人口増加によるものである。人口オーナス期には、労働力が相対的に不足し、賦課方式の社会保障制度（年金・医療など）を維持していくことが困難となる。現在我々が直面している人口面から来る諸問題のほとんどすべては、人口オーナスがもたらしているものである。

以上のような日本の人口オーナス現象を考える際には、次のような点に留意しておく必要がある。

一つは、人口ボーナスは一時的な現象だが、人口オーナスは永続的だということである。

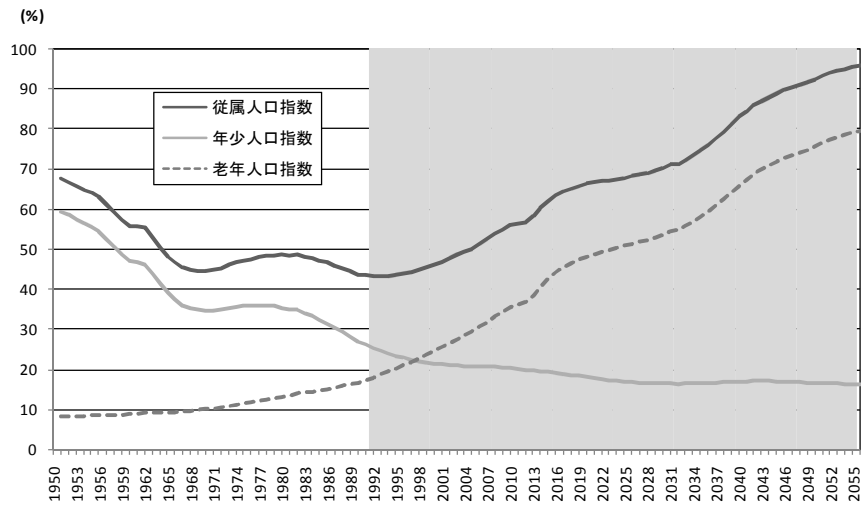
一国の所得水準が上昇し生活水準が改善すると、「多産多死」社会から乳児死亡率が低下する「少産少死」社会へと移行する。乳児死亡率が低下すると人口が増加し、人口が増加した年齢層はやがて生産年齢人口の増加につながる。高齢層のウェイトもまだ高くないため、働き手が支えなければならない人口は少なく、働き手の負担も小さい。その頃になると少子化が始まる。この時期が「人口ボーナス」の時期にあたる。この時期は人口変化の過渡期に1回だけ現れる。その時期が過ぎると、それまで生産年齢人口を構成していた年齢層が高齢層に移る一方、少子化世代の人たちが生産年齢人口に移行するために、働き手が支えなければならない人口が増加（従属人口指数が上昇）する。勤労世代の負担が増加するようになり、「人口オーナス」の時期となる。これは少子化の流れが止まらない限り永遠に続く。

もう一つは、人口オーナスの度合いは世界で日本が最も大きいということである。国立社会保障・人口問題研究所ホームページには様々な人口のデータが掲載されているが、その中に主要49カ国の従属人口指数の現在（2005年）と2050年の姿が示されている（元データは国連の人口予測、2006年版。ただし本稿では日本は国立社会保障・人口問題研究所の推計を使っている）。

これによると、2005年の時点では、日本の従属人口指数は、24位で特に高いわけではないが、2050年にはこれが世界一のレベルとなる。2005年時点で、従属人口指数が上位の国々は、いずれも出生率が高く、年少従属人口指数が高い。しかし、2050年の時点で上位の国々はいずれも老年従属人口指数が高いという特徴がある。つまり、高齢層の増加を主因として、人口の重荷は今後ますます大きくなり、やがて日本は世界で最も重い荷物を背負うことになるのである。

以下に述べるように、日本の産業・企業は今後人口オーナスの試練を受けることになるのだが、その試練はこれからも長く続き、しかも世界の中で最も大きい。日本の産業・企業にとって人口オーナスへの対応がいかに重要であるかが分かる。

図1 これまでの人口ボーナス、今後の人口オーナス



(備考) 2008年以降は将来人口推計による。従属人口指数 = (0~14歳人口 + 65歳以上人口) / 15~64歳人口、年少人口指数 = 0~14歳人口 / 15~64歳人口、老年人口指数 = 65歳以上人口 / 15~64歳人口  
 (出所) 総務省「人口統計」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来人口推計」により作成。

## 2.2 産業活動、企業活動にとって人口オーナスがもつ意味

産業・企業と経済との係わり合いは、需要面と供給面に分けて考えることができる。産業・企業は一方では、「消費者がどのような財貨・サービスを求めているか」という需要に応え、他方では「競争に打ち勝ちながら、財貨・サービスをいかに効率的に市場に提供するか」という供給活動を担っている。

産業活動、企業活動にとって人口オーナスがどのような意味を持つかについても、経済の需要面、供給面に分けて整理することができる(図2)。需要面では、需要の6割を占める消費需要が人口オーナスの影響を直接受ける。人口減少および人口構成の変化により国内市場規模が縮小する産業や企業も出てくるだろう。国内市場の構造の変化に対応できなければ経営環境が悪化し、市場からの退出を余儀なくされる企業、あるいは産業転換を迫られる企業も当然出てくるだろう。

しかし、今後人口に対するウェイトを高めていく高齢者層に対してニーズに合った商品やサービスを提供するなど、産業・企業が適切に対応することができれば、新たなビジネスチャンスとなる。

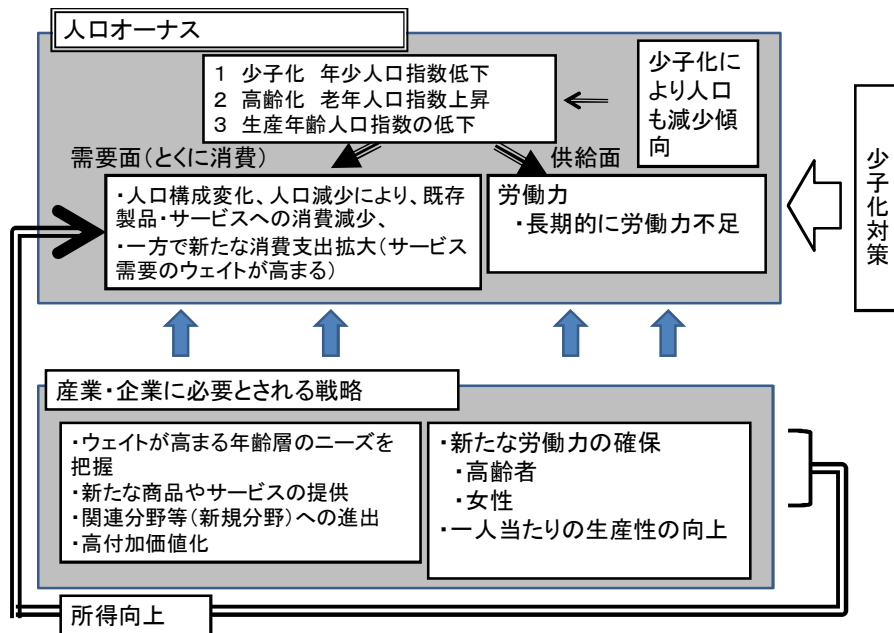
一方、人口規模が減れば、市場規模も減る。この点は多くの企業人が、人口減少問題という点と必ず指摘する点である。しかし、人口が減っても市場規模が縮小するとは限らない。支出1単位当たりの付加価値が高まる可能性が考えられるからである。

例えば、子供の数が減少すると、教育費総額が減少し、教育産業は縮小すると考えられがちだが、親世代が子供1人にかかる支出額が増えれば、子供関連の需要総額が減るとは限らない。

一日3食ということ自体が変わらなければ人口減少に伴い日本国民の食事総回数は減るから、食品産業、外食産業の規模は縮小すると考える人が多い。しかし、食事の総回数が

減っても、1 回あたりの食費が増えれば食品マーケット全体の規模が縮小するとは限らない。今後増加する高齢者層は経済的に余裕がある層であることを考えれば、今後、高齢者向けの製品・サービスの開発（かつ高付加価値化）によって発展する企業が続出する可能性もある。人口オーナスの進行というこれまでとは異なる環境下で付加価値を向上させるためにも、新たな需要開拓に取り組むことが求められる。

図 2 人口オーナス下での産業・企業戦略



(出所) 筆者作成。

次に供給面については、生産性の上昇が基本的に重要となる。この点をマクロ経済の枠組みの中で考えてみよう。

経済の目標は国民の生活水準の上昇であり、それには単純化すれば、国民 1 人当たり所得が必要ということになる。このとき重要になるのは、人口総数の動きではなく、人口に占める働き手の割合である。人口オーナス下の経済では、総人口に占める働き手の割合が低下する。すると、従前と同程度の生産性で人々が働く限り、人口 1 人当たりの所得は低下することになる。

Y を国民総生産、P を総人口、L を労働力人口とすると、人口 1 人当たりの所得  $Y/P$  は

$$(Y/P) = (L/P) \times (Y/L)$$

と表すことができる。変形すると、

$$\Delta (Y/P) / (Y/P) = \Delta (L/P) / (L/P) + \Delta (Y/L) / (Y/L)$$

となる。左辺は人口 1 人当たり所得の増加率であり、右辺は労働力率（人口に占める労働力人口の割合）の変化率と労働者 1 人当たりの生産性の変化率の和である。

この式から、1 人当たりの所得を今までと同水準あるいはそれ以上に維持するためには、①労働者 1 人当たりの付加価値生産性を向上させる、もしくは②総人口に占める働き手の比率を引き上げることが必要であることがわかる。①の生産性向上については、生産物の

付加価値を高めることが必要である。そのためには、生産の効率化とともに、需要側のニーズに合致した高付加価値のものを生産することが必要となる。

②の総人口に占める働き手の比率を引き上げるには、国内において、現在働いていない人たちに労働市場に参加してもらうことに加えて、海外の労働力を活用することも必要である。これまで働いていなかった人が労働市場に参加することにより所得が向上すれば、新たな需要創出にもつながる。海外の労働力活用は、製造業における現地生産、またソフトウェア産業での開発やプログラミング等の海外アウトソーシングの形ですでに進み、日本では高付加価値製品やサービスの生産に特化する動きが進展している。日本国内に研究開発や高度な技術を要する生産工程（しばしばそれらは熟練労働集約的な工程である）が残っていくことになると、働く側も、熟練度を必要とする労働を提供できるよう、熟練度を上げ、生産性向上を目指す必要がある。

また、将来の働き手を増やすためには、いわゆる少子化対策が必要となる。政策が功を奏して子供が増加すると、短期的には従属人口指数の上昇につながり、オオナスが進行してしまう。しかし、将来の労働力人口の増加につながり、長期的には人口オオナスの進行を軽減することになる。

### 3. 需要面からみた人口オオナスと産業・企業

#### 3.1 家計支出以上に産業生産額は増加

需要面から人口オオナスの影響をみるために、人口オオナスの進行が家計消費の中身をどう変えるかを検討してみよう。

第1に指摘できるのは、人口オオナスの進展は、若い人たちに比べて高齢者のほうが多く消費する分野が伸びるということである。

総務省「全国消費実態調査」（2004年）により、世帯主だけが働いている夫婦2人世帯の消費支出額<sup>1</sup>を世帯主の年齢別にみたのが図3である。

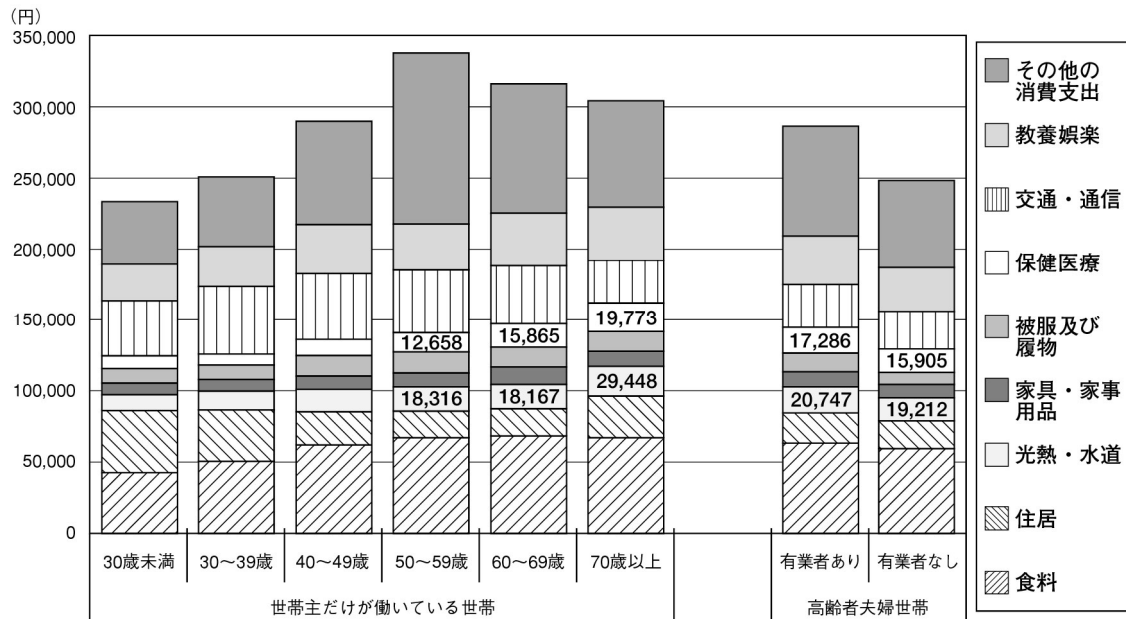
この図から、高齢者世帯においては、医療関係の支出（項目としては「保健医療」に分類される）が相対的に多いことが読み取れる。50歳代における保健医療支出額を100とすると、60歳代では125、70歳以上では156となる。高齢者夫婦世帯においても、50歳代の支出額を100とすると、仕事を持っている者がいる場合には137、仕事を持っている者がいない場合でも126となっており、仕事（すなわち稼得所得）の有無にかかわらず、保健医療に関する支出額が増えていくことがわかる。

こうした保健医療に関連する分野をみると注意しなければならないのは、産業としては、消費者の支出額を上回る額を生産しており、家計の支出額が今後増加することは、産業への需要がそれ以上に高まることを意味していることである。なぜなら、総務省「家計調査」あるいは「全国消費実態調査」に表れる家計の支出額は、保険診療の自己負担分及び保険外診療の負担分だけであり、消費額としては、家計の現金支出に、公的保険制度からの給付額（移転支出）を加える必要があるからである。

---

<sup>1</sup> 世帯人員数2人以上の世帯について、世帯主の年齢別家計消費額をみても、50歳代の支出額はほかの年齢層よりも高い。これは教育費支出が嵩んでいることによるものである。夫婦2人世帯では教育費支出は0円あるいはごく少額である。

図3 世帯主の年齢別にみた消費支出額 [夫婦2人世帯]



(出所) 総務省「全国消費実態調査」(2004年)により作成。

日本経済全体について国民経済計算を用いて、政府の現物社会給付分(医療保険、介護保険のうち社会保障基金からの給付分)を加えた家計の保健・医療消費支出額を算出し、家計の現実最終消費支出<sup>2</sup>に対する比率を1990年代後半から計算すると上昇傾向にあり、2007年度時点では約13%と食料に対する消費額のウェイトを上回っている。

医療福祉分野への需要の高まりにより、関連産業の成長も見込まれる。後でみるように、医療福祉分野の就業者数は2002年から2007年の5年で2割以上増加している。マンパワーが必要とされる分野であるだけに、医療福祉分野での生産性も向上させる必要がある。医療器械や介護ロボットの開発等はかなりの成長分野である。医療福祉分野における情報処理技術の活用もすでに数年来取り組まれている。

### 3.2 高齢化で高付加価値商品へのシフト

第2に指摘できることは、消費量が減少しても質が良い(付加価値が高い)商品やサービスを人々が消費するようになれば、今後の消費額は減少せずむしろ増加すると考えられることである。

まず、世帯主の年齢が高いほど購入単価が高くなる品目がある。図4は、世帯主が20~29歳である世帯が購入した平均単価を100とし、世帯主の年齢別にみた平均単価を示したものである。衣類や食料品等では、世帯主の年齢が高いほうが、購入単価が高くなっている。この理由としては、次のようなことが考えられる。

①現役層は郊外大型店、量販店で多くの量を購入するために平均価格が安くなる一方、

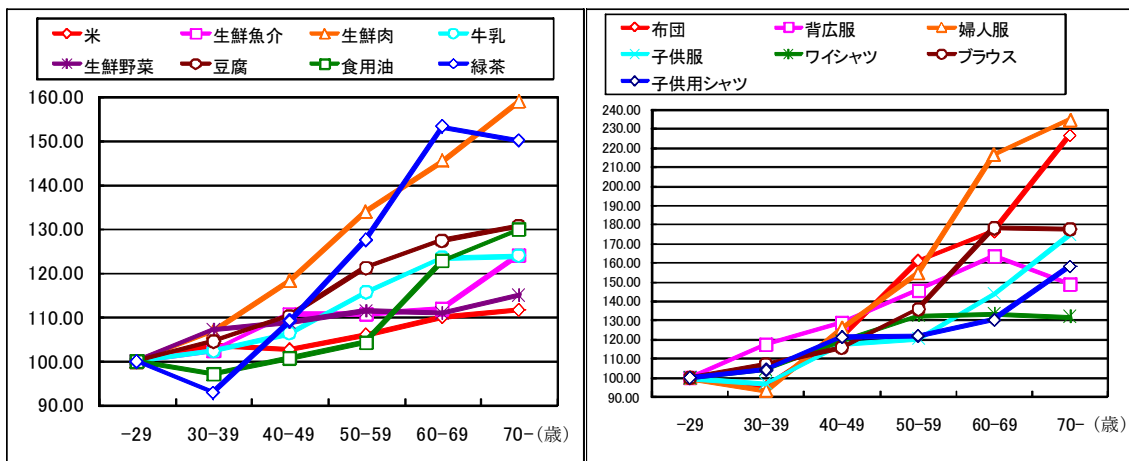
<sup>2</sup> SNAでは消費概念を費用負担と便益享受の異なる観点から捉えている。当該制度部門が実際に支出した負担額を示すものを「最終消費支出」、実際に享受した便益の額を示すものを「現実最終消費支出」と定義している。家計の現実最終消費支出は、家計最終消費支出と対家計民間非営利部門の最終消費支出、政府の個別消費支出の和である(内閣府「国民経済計算年報」)。



高齢者は家の近所の小売店等で購入する頻度が高いために購入価格が高くなる。郊外の大型店で購入するにはそこまでの移動コストが生じていると考えれば、高齢者のほうがより（近くで購入できるという）付加価値が高いものを購入しているともいえる。

②高齢者は「量より質」を志向する。高齢者は成長期の子供のように量は必要としないことから、少々高くても「良い」と思えるものを購入することになる。家計調査を細かくみると、一般に価格が高いとされている商品は、若年層に比べて高齢者のほうが多く購入していることもわかる。たとえば、肉類では、若い世帯では鶏肉や豚肉等の消費が多く、世帯主の年齢が上がるにつれ、牛肉の消費が多い。また牛肉でも若い世帯が購入する平均単価よりも高齢者が購入する平均単価のほうが高い。アルコール類でも、年齢が若いころは発泡酒の消費が多く、年齢が上がるほどビールの消費が多い。米類の平均購入単価は年齢が高いほど高く、消費量も多いという具合である。

図 4 世帯主の年齢階級別 1 世帯当たり購入平均価格



(出所) 総務省「家計調査」(2007年)により作成。

### 3.3 少子化が進む中で支出額が伸びる子育て経費

第3に指摘できることは、子供の数が減少しても、子供1人当たりの支出額が増えれば、子供関連の需要総額が大きく縮小することにはならないということである。子供に関連する家計支出額をみると、衣類等個別にみれば支出額は減少している品目が多いものの、教育費や保育費など子育てに関する支出は増加している。

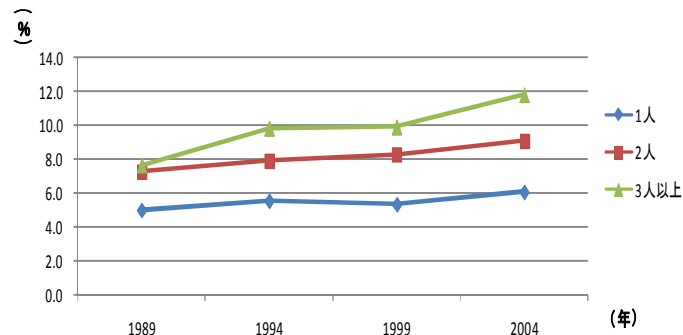
まず、教育費支出が家計の経常収入に占める割合は徐々に上昇している(図5)。「全国消費実態調査」で、子供の数の違いによる教育関係費<sup>3</sup>をみると、経常収入<sup>4</sup>が減少しても教育関係費は減少せず、その結果、教育費支出が経常収入に占める割合は高まった。また、働く女性が増加するなかでの少子化が進行していることを背景に、保育費についても、家

<sup>3</sup> 教育関係費に含まれる項目は次のとおり。学校給食、男子用学校制服、女子用学校制服、鉄道通学定期代、バス通学定期代、教育(授業料、教科書、学習参考教材、補習教育)、書斎・学習用机・いす、筆記・絵画用具、ノートブック、他の学習用消耗品、他の学習用文房具、通学用かばん、国内遊学仕送り金。

<sup>4</sup> 定期的あるいは再現性のある収入。「家計調査」、「全国消費実態調査」では、勤め先収入、事業・内職収入、農林漁業収入、財産収入、社会保障給付からなる。

計支出額が増加しており、今後も増加すると考えられる。

図5 子供の数による教育関係費の経常収入に対する割合の推移



(備考)「3人以上」の1989年の値は子供3人の世帯のもの  
(出所)総務省「全国消費実態調査」により作成。

#### 4. 供給面からみた人口オーナスと産業・企業

##### 4.1 働き手が減少するなかで高まる労働需要

供給面から人口オーナスの影響をみたとき、最大の問題は労働力不足への対応である。これをカバーするには生産性の上昇が必要となる。しかし一方では、前節でみたように、人口オーナス下では、高齢化と少子化により、これまでの需要構造が変化していき、サービスに対する需要のウェイトが上昇する。サービス分野は、製造業に比べると労働集約的であり、またサービスは生産と消費が同時に同一地点で行われるという特徴がある。したがってサービス需要が増加するほどサービス提供に携わるマンパワーが必要になる。

人手不足はすでに深刻である。厚生労働省「職業安定統計」により職業別有効求人倍率をみると、景気後退の影響で製造業関連職種の有効求人倍率が低下している一方、医療福祉分野および生活支援サービスにかかわる業種の有効求人倍率は、2006年に引き続き2007年においても上昇し、2008年においても高い水準で推移した。

今後需要が伸びると考えられる医療・福祉分野は、就業者数の絶対数および伸びにおいてすでに全産業のなかで大きいウェイトを占めている。2007年の医療福祉分野の就業者数は579万人に達しており、これは、サービス産業では卸売・小売業(1,113万人)に次ぐ大きさである。2002年から2007年への就業者の変化をみると、製造業は37万人、卸売・小売業は32万人減少している一方、医療福祉分野では107万人の増加(伸び率では21.8%)となっている。なかでも福祉・介護分野の伸びは高く、医療業の増加寄与度6.6%に対して、福祉・介護分野の増加寄与度は15.2%となっている。また、男女別にみると、男性就業者の増加寄与度は6.0%、女性の就業者数増加寄与度は15.8%となっている(表1)。

今後、こうした医療・福祉分野での生産性をいかに高めていくかが大きな鍵を握ることになるだろう。

表 1 医療福祉分野での雇用の増加

	2002年	2007年
総数 (人)	65,009,300	65,977,500
(就業者増加率、%)		1.5
医療、福祉 (就業者増加率、%)	4,891,700	5,957,600
		21.8
医療業 (医療福祉業就業者増加に対する寄与度、%)	2,981,400	3,304,800
		6.6
保健衛生	114,000	114,400
		0.0
社会保険・社会福祉・介護事業	1,796,300	2,538,400
		15.2
社会保険事業団体、福祉事務所	78,500	63,100
		-0.3
児童福祉事業	636,100	724,700
		1.8
老人福祉・介護事業 (訪問介護事業を除く)	617,000	1,111,100
		10.1
障害者福祉事業	141,300	197,600
		1.2
その他の社会保険・社会福祉・介護事業	323,400	441,900
		2.4

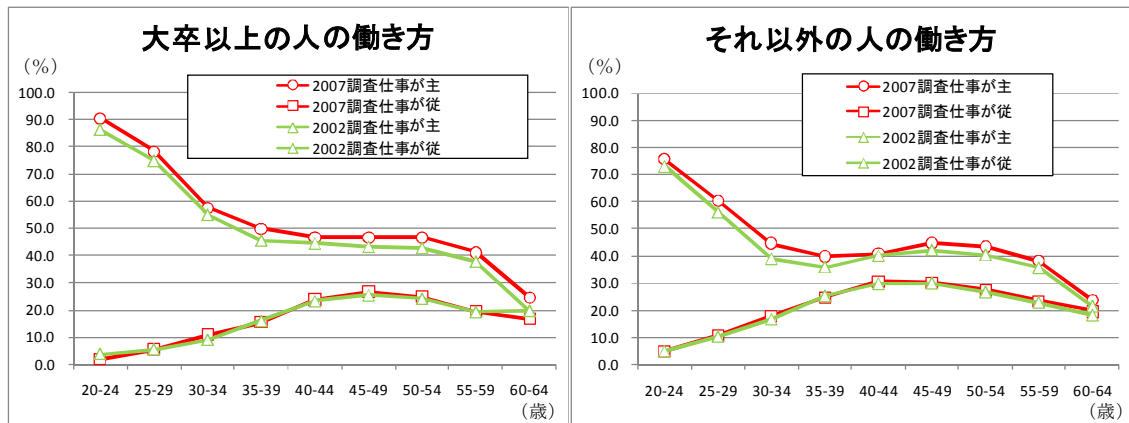
1. 老人福祉・介護事業に含まれるのは、「特別養護老人ホーム」、「介護老人保健施設」、「通所・短期入所介護施設」、「認知症老人グループホーム」、「有料老人ホーム」、「その他の老人福祉・介護事業」である。その他の社会保険・社会福祉・介護事業には、「更生保護事業」、「他に分類されない社会保険・社会福祉・介護事業」が入る。
2. 医療、保健衛生、社会保険・社会福祉・介護事業の2007年の下段の数字は、医療・福祉分野増加に対する寄与度。  
(出所) 総務省「就業構造基本調査」(2002、2007年)により作成。

#### 4.2 ひと工夫必要な女性活用

人口オナナス下での労働力不足に対応するためには、生産性の上昇と合わせて、労働参加率を高めていくことが求められる。今後、参加率の上昇が期待されるのは、高齢者と女性であるが、日本の高齢者の労働参加率は欧米と比較してもすでに高水準である。したがって、今後参加率の上昇を見込めるのは女性である。産業・企業にとっても、女性労働力をいかに活用できるかが重要となる。

日本は、結婚・出産のため退職する女性が多いため、全体としての女性の労働力率は先進諸国に比べて低い。さらに問題なのは、日本が高学歴の女性をうまく活用できていないことである。総務省「就業構造基本調査」によると2002年から2007年にかけて、仕事を「主」とする働き方で働く女性の割合が、学歴に関係なく上昇した(図6)。大卒以上の場合には、仕事を「主」とする働き方で働く人は2002年に比較して、すべての年齢層で割合を高めている。30歳代後半に50%となり、40歳代に入ると40%後半とやや低下したあとは、横ばいである。一方、高卒や短大を卒業した女性は、35~39歳で「主」としての働き方で働く人の割合が2002年と同水準の40%になるが、40歳代後半には、「主」として働く比率も、「従」として働く人の割合も2002年に比較して上昇している。

図6 女性の働き方



(備考) 「大卒以上の人」については、各年齢層における大卒以上の人口を分母とし、働いている人が分子。

「それ以外の人」については、分母は当該年齢層の小・中・高・専門学校・短大・高専卒の人たちの数。分子は働いている人の数。

(出所) 総務省「就業構造基本調査」(2002年、2007年)により作成。

一方、仕事を「従」とする働き方をみると、高卒や短大を卒業した女性のほうが、依然として、労働市場に参加する割合が若干高くなっている。大卒以上の女性は、大学卒業直後は労働市場に参加するが、結婚とともに労働市場を去り、労働市場再参入の割合は低い。仕事を「主」として働く層の割合と「従」で働く割合に大きな差がある。一方、それ以外の人たちはいったん労働市場から退出したあと労働市場に戻り、「主」で働く層、「従」で働く層がどちらも同程度で労働市場に参加している。2002年から2007年の景気拡大期をはさんでもこの傾向には変化がなかった。

つまり、日本では、せっかく高い教育を受け、男性並みの能力を持つ大卒女性の力を無駄にしているのである。今後、高学歴女性労働者はさらに増加することを考えると、企業にとっては本格的に高学歴女性を活用していく必要が出てくるだろう。女子の大学進学率は1996年に短大進学率を上回り、2000年には3割を超え(31.5%)、2007年には4割を超えた(40.6%)。高学歴の女性の働き方として「主」として働く割合が2002年から2007年にかけて高まったことを考えれば、大学卒業生の増加は高学歴女性労働者の増加となる。2007年時点で30～34歳の層は5年後には35～39歳となる。仮に、35～39歳の大卒以上女性の就業割合(2007年で57.7%)が5年後に変わらないとしても、分母となる大学卒業生数が増えれば(たとえば、現在の30～34歳の大卒の割合20.5%が5年後の35～39歳の大卒割合となると仮定する)、35～39歳人口(在学者を除く)に占める、高学歴女性が「主」として働く人たちの割合は、12%から16%に増加することになる。

また、人口オーナス下においては、労働市場を退出した人たちに再度戻ってきてもらうよう、「従」としての労働市場も整備される必要がある。「従」として働く場合、職種が限られ、また「主」として働く場合との賃金格差が大きい。今働いていない層に労働市場に参加してもらうためには、雇用する側としては、賃金水準も含め、処遇改善を行っていく必要がある。2002年から2007年にかけて、高学歴の女性もそれ以外の女性も「従」として働く人の割合は変化していない。目下、政府が率先してワークライフバランスの推進に

向けた取組みを行っている。ワークライフバランスの推進施策としては、多くの場合「仕事と家庭の両立」といった一時点におけるバランスをとるための施策が企業等で進められている。労働力不足となることが明らかである今後、いったん仕事を離れてもまた仕事に戻ることができるような、ライフサイクルにおけるワークライフバランスを実現することができるような施策も求められよう。

## 5. まとめ

以上の考察から、人口オーナス下での産業・企業のあるべき対応としては、次のようにまとめられるだろう。

①人口構成の変化に伴う需要構造の変化を敏感に把握し、柔軟に資源を再配分する必要がある。特に、医療・福祉分野の成長が期待される。

②人口が減少すると、市場規模が縮小すると考えられがちだが、高付加価値化の進展を考慮すると、市場が縮小するとはかぎらない。逆にいえば、高付加価値化の追求がこれからの鍵を握る。

③労働制約が強まる中で、特に医療・福祉などのサービス業の生産性を高めていくことが重要である。

④これまで十分活用してこなかった高学歴女性を活かしていくことが重要である。

## 参考文献

経済企画庁(1995)『経済白書』。

小峰隆夫・(社)日本経済研究センター編(2007)『超長期予測 老いるアジア—変貌する世界人口・経済地図』、日本経済新聞出版社。

小峰隆夫・(社)日本経済研究センター編(2008)『女性が変わる日本経済』、日本経済新聞出版社。

内閣府(2005)『経済財政白書』。

(社)日本経済研究センター(2008)『明日の日本を作る人的資本』。

(財)日本経済調査協議会(2008)『人口減少時代の企業経営』。

小峰隆夫 (こみね・たかお)  
法政大学大学院政策創造研究科教授

岡田恵子 (おかだ・けいこ)  
法政大学大学院政策創造研究科教授