

# 일본의 인구구조 변화에 따른 소비시장 변화에 대한 고찰

변재웅\* · 최성백\*\*

(e-mail : hope@kmu.ac.kr, chsb20@yahoo.co.kr)

---

## 目 次

---

- I. 서론
  - II. 일본 인구구조의 변화와 특징
  - III. 일본 소비시장의 변화
  - IV. 결론
- 
- 

## I. 서론

일본의 지속적인 경제성장은 일본 국내의 소비구조에도 많은 영향을 미쳐왔다. 최근 일본 소비확대의 주류층은 단혼세대(團塊世代)가 중심이 되고 있다. 이들은 중류층 생활자로 도시에서 성장하고 교육받은 정규직 직장인들이 대부분이다. 이 세대의 특징은 부부 역할을 분담하고 대출로 집을 구입하며 자녀의 교육투자를 적극적으로 하는 층으로 현재 퇴직했거나 퇴직을 앞둔 團塊世代들이다. 또한 이들의 라이프스타일은 라이프사이클 모델에 따라 이루어 졌기 때문에 소비구조를 분석하는 데는 비교적 쉬웠다. 그러나 1990년 버블경제의 붕괴로 소비구조에 큰 변화가 생겼다. 여성의 사회진출 증가와 자유로운 생활 그리고 단신자층의 증가로 소비시장이 다양한 층으로 확대되었다. 이러한 소비의 다양화는 시장접근의 다양성을 의미한다.

---

\* 계명대학교 통상학과

\*\*대구가톨릭대학교 통상학과

기업성공의 중요한 관건은 이러한 다변화의 소비시장을 예측하는 것이다. 변화를 예측하고 시장을 선점하는 것은 기업의 안정적인 생산 활동을 보장하고 고용증대에도 긍정적인 역할을 하게 된다. 문제는 어떤 상품을 미래 예상 상품으로 선점하느냐가 기업 성공에 중요하게 작용한다는 점이다(MIS, 2005).

최근 유가의 급등으로 상품판매에 많은 어려움을 겪고 있는 가운데 도요타 자동차의 하이브리드카 판매증가와 기능성 자전거의 판매증가 등은 소비시장의 변화 트렌드(trend)를 실감하게 한다. 그동안 기업에 영향을 미치는 소비환경의 변화에 따라 그 시대를 주도했던 상품의 키워드(keyword)도 重厚長大→輕薄短小→美創遊感의 흐름으로 전개되고 있다<sup>1)</sup>. 그러나 이러한 상품의 키워드 변화는 무엇보다 그 사회의 인구구조의 변화에 따라 영향을 많이 받는다.

인구증가가 급격한 상승국면일 때는 소비재 상품들의 판매증가를 기대할 수 있으나, 인구감소가 현저 할 때는 소비재 상품보다는 개인적인 개성상품의 판매가 증대된다. 따라서 오늘날 미창유감(美創遊感) 시대의 유망상품의 키워드를 전망해 보는 것도 의미 있다. 한국은 그동안 선진국에 비해 한국 토종 브랜드 개발에 소홀하였다. 이런 관점에서 한국기업들은 미래상품에 대한 예측과 관련시장의 확보가 중요하다. 그동안 인구변화에 이에 따른 경제·사회적 변화에 대한 다양한 연구가 있다.

고령화와 경제적 효과에 관한 연구는 Cutler, Poterba, Sheiner, and Summers(1990)가 고령화에 대한 문제, Masson and Tryon(1990)은 선진국의 고령화에 따른 거시 경제적 효과, Weil(1992b)은 고령화의 경제적 영향, Lee(1980, 1991)는 인구 고령화에 따른 사회 및 경제의 미치는 영향에 대한 연구가 있다. 인구와 경제성장에 관련한 연구로는 Mankiw, Romer, and Weil(1992)의 인구와 경제성장에 관한 연구, UN(1987)의 성별 연령별 인구증가 추정, World Bank(1992)의 인구와 경제발전에 대한 연구가 있다. 그리고 Summers and Heston(1991)의 인구의 국제비교와 영향에 관한 연구가 있다. 인구구조의 변화와 자본축적에 관한 연구는 Heller(1989)는 고령화와 저축 및 연금의 변화에 대한 7개 선진국 사례연구, Weil(1992a)은 인구구조의 변화와 저축에 대해서, Auerbach, Alan, and Kotlikoff(1992)는 자본축적에서 인구구조 변화의 영향에 대해서 각각 연구하였다.

그동안 인구구조의 변화에 관한 관련 분야의 연구는 주로 거시적 관점에서 연구되었으나, 본 연구에서 추구하는 소비시장의 변화에 관한 미시적 분석에는 소홀했다. 본 연구는 일본의 인구구조 변화와 이에 따른 소비시장 변화에 관한 분석을 통하여 한국의 미래 소비시장의 변화를 이해하는데 도움이 될 것으로

1) 이범일 외, “미래유망상품(인구구조 변화를 중심으로)”, 삼성경제연구소, 1994. 10.

기대한다. 일본의 경우 타선진국에 비해 특히 단신자층의 증가 속도가 빠르게 진행되고 있을 뿐 아니라, 그 숫자면에서도 일본시장의 중요한 소비층으로 성장하고 있다. 일본 인구구조 변화, 특히 단신자층을 중심으로 다양한 관점에서 일본 소비시장의 변화를 분석한다.

## II. 일본 인구구조 변화와 특징

### 1. 일본 인구구조의 변화

일본사회는 근대화·경제발전에 따라 “다산다사→다산소사→소산소사”의 순으로 인구구조가 변화하고 있다. 2차 대전 이후 일본의 인구증가는 <표1>에서 알 수 있듯이 지속적으로 증가하였다. 전후 1945년에는 일본의 총인구는 약 7,200만인데, 1967년에는 1억명, 2008년 현재 1억 2772만명으로 증가하였다. 그러나 인구증가율을 보면 과거에 비해 급격히 둔화되고 있다는 사실을 알 수 있다. 1975년부터 2004년까지 인구증가는 연평균 0.5%로 둔화되었다. 한 국가나 지역의 인구증가는 출생자수에서 사망자수를 뺀 자연증가와 전입자수에서 전출자수를 뺀 사회증가 등 2가지 요인에 의해 결정된다.

일본은 미국 등 선진국과는 다르게 국제인구가 적기 때문에 대부분 자연증가에 해당된다. 지금까지 일본의 인구증가는 출생자수가 사망자수를 상회하여 인구가 증가하였으나, 현재는 반대현상이 나타나고 있다. 구체적으로 살펴보면 1925-49년에는 총 4,800만명(團塊世代 포함)이 출생했으나, 사망한 사람은 2,600만 명이였다. 그 차이 2,200만명은 대부분 이 기간의 인구증가이다(統計局, 2007).

그리고 1950-1974년에는 4,600만명(團塊주니아 포함)이 출생했으나, 사망자는 1,800만 명이였다. 1974년 이후 25년간은 團塊주니아세대는 團塊世代와 같은 출산의식의 감소로 출생자수가 3,500만 명으로 크게 감소한다. 일본의 인구는 2차 대전 이후 혼란기에서 일시적 인구증가를 보이다가 그 이후로는 증가 추세가 급격히 둔화되고 있다. 이러한 현상은 일본의 산업화에 따른 삶의 질적 향상과 자녀 교육비부담 등의 경제적 부담, 그리고 여성의 사회진출에 따른 출산 영향 때문이다(駒村康平, 2000). 따라서 현재 일본의 인구증가는 둔화 추세로 2010년부터는 인구감소 추세가 예상됨에 따라 사회 및 소비 형태에도 적지 않은 변화와 영향이 예상된다.

<표1> 일본의 인구증가 추이 (단위: 천명)

연 도	1945	1950	1955	1960	1965	1970	1975	1980	1985	1990	1995
총수	71,998	84,115	90,007	94,302	99,209	104,665	111,940	117,060	121,049	123,611	125,570
인구증감	-	12,117	5,892	4,295	4,907	5,456	7,275	5,120	3,989	2,562	1,959
연 도	2000	2005	2010	2015	2020	2025	2030	2035	2040	2045	2050
총수	126,926	127,708	127,473	126,266	124,107	121,136	117,580	113,580	109,338	104,960	110,593
인구증감	1,356	782	-235	-1,207	-2,159	-2,971	-3,556	-4,000	-4,242	-4,378	-5,633

자료: 総務省(2007), “日本の将来推計人口”, 国立社会保障・人口問題研究所(2007)

노동인구는 한 국가의 중요한 산업 활동의 주체이면서 동시에 소비의 주체이다. 따라서 인구구조의 변화는 노동력 증감에도 영향을 준다. 인구구조의 변화와 노동인구의 감소에 대해 분석하면, 일본의 경우 이미 인구구조의 변화로 노동력 공급에 대해 사회적 이슈가 되고 있다. 노동인구의 감소는 무엇보다 저출산에 기인한 것이다(須藤一紀, 2005). 일반적으로 노동력의 공급과 출산율은 상호 밀접한 관계가 있다. 출산율이 증가하면 노동인구의 증가로 산업 활동을 원활하게 되어 여성의 출산은 산업화 사회에 중요한 노동력의 공급원이다.

그러나 여성의 사회 진출로 노동력 공급 부족을 완화시키는 긍정적인 면도 있으나, 이는 여성의 출산율 저하요인으로 작용하기도 한다. 여성 노동력과 출산은 높은 사회화를 위해 필요하다. 미혼이나 아이를 가지지 않는 것으로 노동의 질이 향상하는 것이 아니고, 사회참가와 생활의 변화를 통해 출산율 향상과 더불어 양립되어야 한다(厚生省大臣官方統計情報部, 2007).

일본 인구감소의 특징은 경제적 요인 외에도 사회적, 심리적인 요인도 크게 작용한다는 점이다. 오늘날 전통적인 가족형태가 붕괴되고 핵가족화의 가속화로 육아는 여성 혼자 담당하는 불균등 관계가 지속되었다. 여성의 사회활동은 확대되고 있으나, 남성의 낮은 육아참가 그리고 충분한 육아 후원제도의 미흡이 저출산의 큰 요인이다. 이를 반영하듯이 일본의 출산율이 1%대로 하락한지 오래되었다.

저출산 국가이지만 전통적으로 성별 역할 분업의 강한 가치관이 여성의 출산을 기피하게 만드는 요인으로 작용하고 있다. 다양한 사회 및 경제적 불안은 개인의 미래설계를 불안하게 하는데 이것도 저출산의 요인으로 작용하였다. 또한 일본도 한국과 같이 지방대학 출신자의 취업기회 상실의 문제가 있다. 지방의 경우는 취업의 기회가 적어 수도권으로 이동하게 된다. 그 결과 혼기를 놓

치게 되어 출산을 저하의 악순환 구조가 되었다. 따라서 저출산으로 급격한 인구감소와 노인인구의 증가는 오늘날 일본 인구구조 변화의 큰 특징이다.

### 1) 단혼세대(団塊世代)

최근 일본 인구구조 변화의 다른 특징은 인구감소와 더불어 団塊世代<sup>2)</sup>의 정년퇴직이라는 큰 변화이다. 이들 団塊世代들은 2007년부터 60세가 되어 정년을 맞이하기 시작했다. 이것은 최근 일본에서 화제가 되는 “2007년 문제”로 일본 사회와 경제면에 큰 영향을 줄 것으로 예상된다. 인구구조에서 본 団塊世代의 특징을 살펴보면, 전후 출생자수는 1947년 이후 5년 연속으로 연간 200만 명이 넘었으나, 일반적으로 団塊世代란 1947년에서 1949년까지 태어난 세대를 말한다. 2008년 7월 현재 59-61세의 인구는 680만명 정도로 총인구의 5%에 해당된다. <표2> 참조. 이들 団塊世代는 일본의 고령자비율의 상승에 크게 영향을 미칠 것으로 예상된다. 고령자인 65세 이상의 인구비율은 이 세대가 62-64세가 되는 2011년에는 23.4%이지만, 1949년 출생자가 65세가 되는 2014년에는 26.5%로 상승되어 2011년 이전에 비해 큰 폭의 상승이 예상된다.

<표2> 団塊世代의 출생수와 현재 인구

생년	출생자수 (천명)	2005년 10월 인구(천명)			현재 연령 (2008년)
		계	남	여	
1947	2,679	2,181	1,079	1,101	61
1948	2,682	2,293	1,136	1,157	60
1949	2,697	2,309	1,145	1,164	59
합계	8,058	6,783	3,360	3,423	

자료: 厚生労働省, “人口動態調査”, 総務省統計局, “2005年 国勢調査”.

이들 団塊世代는 경제적 여유가 있어 소비의 핵심층으로 등장할 것으로 예상된다. 사실 일본의 소비성향 증대는 50-60대 이상 연령층의 영향이 크게 작용한다. 이들 연령층의 소비는 보건의료를 비롯하여 교양오락이나 교통, 통신 등의 분야에서 다른 분야까지 확대되고 있는 추세이다. 이런 소비성향의 형태는 첫째, 시대와 세대를 초월한 연령의(라이프스타일)효과, 둘째, 태어난 해가 달라서 나타나는 세대효과가 있다. 세대효과 측면에서 세대가 젊을수록 소비성

2) 団塊世代란 용어의 처음 등장은 堺屋太一の 소설(1976년)에서 제1차 베이붐 세대를 団塊世代라는 이름을 처음 사용하였다. 団塊世代는 2차 대전 이후 출생한 세대로 많은 유행과 수요의 창출하고, 과다경쟁, 과잉시설을 일본사회에 남기면서 노년을 맞이하게 된다는 근대소설이다.

향은 낮게 나타난다. 인구구조의 변화는 2010년까지 거시적인 소비성향을 더욱 향상 시키는 방향으로 전개될 것이다. 지출항목별 소비점유율은 디지털가전이나 여행, 교양 및 오락소비는 시간이 흐를수록 세대가 젊을수록 소비가 높게 나타나지만 연령효과에서는 고연령층의 소비가 높게 나타난다. 이러한 인구구조의 변화는 경제전체의 소비점유율의 변화로 나타나게 되고, 경제전체의 소비형태가 상품에서 서비스로 특히 기초적 소비에서 오락과 건강관련 서비스로 이동되고 있다. 따라서 団塊世代의 퇴직으로 일본사회나 소비시장에는 적지 않은 변화가 예상된다.

## 2) 초 고령사회

일본사회는 노인인구의 증가로 초 고령사회에 진입했다. 국립사회보장·인구문제연구소(사인연,2007)의 추계에 의하면 2055년 일본의 인구는 8,993만 명으로 전망한다. 이것은 2007년 1억 2700만 명에 비해 전체의 20%에 해당하는 인구가 감소하게 된다(総務庁長官官方高齢社会対策室, 2007). 현재 65세 이상 노인인구의 비율은 일본사회와 경제의 대변화를 예고하고 있다. 따라서 노인인구 증가는 사회문제가 되는 동시에 새로운 소비시장의 한 형태를 의미한다.

초고령사회의 진행과 함께 노인층 단신화의 급격한 증가 문제가 있다. 2005년 국세조사의 단독세대수는 1,446만 가구이고 부부와 자녀와 함께하는 표준세대가 1,465만 가구이다. 国立社会保障・人口問題研究所(2007)의 추계에서는 2006년부터는 단독세대가 1,462만 가구이고 표준세대가 1,449만 가구로 양자의 관계가 반대로 전환되었다. 이런 현상은 앞으로도 계속 확대되어 2025년에는 단독세대가 1,716만 가구이고 표준세대가 1,200만가구로 각각 예상된다. 일본에서 단독세대가 각 세대의 유형 중에서 가장 높고, 단독세대의 대부분은 독신자들이다. 대가족이 핵가족으로 전환되고 그런 핵가족 속에서 독립한 자녀들이 혼자서 생활하는 경우도 일본에서는 흔한 일이다. 이에 따라 2000년에 평균세대인원은 2.7명이었으나 2025년에는 2.4명으로 감소할 것이다.

일본사회는 거시적으로 저출산, 노인인구의 증가와 미시적으로 단신 사회화가 동시에 진행되고 있다는 점이 큰 특징이다. 한편 노인인구의 소비능력은 보면, 현재 고령자세대의 평균소득금액은 연 335만 엔으로 전국세대평균 655만 엔의 절반에 불과하다. 그러나 고령자세대는 평균세대인원이 감소하고 있기 때문에 1인당 평균소득금액은 211만 엔으로 총세대 평균 222만 엔과 큰 차이가 없다. 또한 고령자세대의 생활의식 조사에서도 생활이 어렵다고 느끼는 비율은 총세대 평균보다 오히려 낮았다.

그리고 고령자세대의 가계지출을 살펴보면 총지출에서 지출비율이 높은 항목은 의료, 보건의료, 교양, 오락, 교제비 등이고, 지출이 적은 항목은 자동차관련, 의복비, 교육비 등이다. 식생활, 쇼핑, 가사에 대해서는 연령이 증가할수록

점차 감소경향이 있으나, 60세 이상 세대는 반대 현상이 나타났다. 이것은 세대주가 퇴직하고 자녀도 출가하여 자신들을 위해 지출하려는 의식이나 고령화에 따른 가사에 관심이 높아졌기 때문으로 해석된다. 따라서 고령자 관련 소비시장은 확대될 것으로 생각된다.

## 2. 단신자의 증가와 형태

일본의 단독세대수는 1980년에 710만 세대이며, 평균 세대인원은 3.22명이였다. <표3> 참조. 그 후 평균세대인원의 감소와 단독세대수의 증가가 진행되어 2000년에는 단독세대수는 1,290만 세대로 크게 증가하였으나, 평균 세대인원은 2.67명으로 감소하였다. 이 수치는 2030년대에 이르면 단독세대수는 1,820만 세대로 증가하고, 평균 세대인원은 2.27명으로 감소하게 된다. <표3>에서와 같이 1980년에 비해 2030년에 이르면 단독세대수는 80% 이상 증가하게 된다. 일본은 저출산, 초고령 사회의 사회적 문제와 단독세대의 증가라는 과제가 있다.

<표3> 가족유형별 일반세대의 비율과 평균 세대인원

연 차	일 반 세 대							평균세대 인원
	총 수	단 독	핵 가 족 세 대				그 외	
			총수	부부	부부와 자녀	홀 부모와 자녀		
세대수(1,000세대)								
1980	35,824	7,105	21,594	4,460	15,081	2,053	7,124	3.22
1985	37,980	7,895	22,804	5,212	15,189	2,403	7,282	3.14
1990	40,670	9,390	24,218	6,294	15,172	2,753	7,063	2.99
1995	43,900	11,239	25,760	7,619	15,032	3,108	6,901	2.82
2000	46,782	12,911	27,332	8,835	14,919	3,578	6,539	2.67
2005	49,063	14,457	28,394	9,637	14,646	4,112	6,212	2.56
2010	50,287	15,707	28,629	10,085	14,030	4,514	5,951	2.47
2015	50,600	16,563	28,266	10,186	13,256	4,824	5,771	2.42
2020	50,441	17,334	27,452	10,045	12,394	5,013	5,655	2.36
2025	49,837	17,922	26,358	9,762	11,524	5,072	5,557	2.31
2030	48,802	18,237	25,122	9,391	10,703	5,027	5,443	2.27
비율(%)								
1980	100.0	19.8	60.3	12.5	42.1	5.7	19.9	
1985	100.0	20.8	60.0	13.7	40.0	6.3	19.2	
1990	100.0	23.1	59.5	15.5	37.3	6.8	17.4	
1995	100.0	25.6	58.7	17.4	34.2	7.1	15.7	
2000	100.0	27.6	58.4	18.9	31.9	7.6	14.0	
2005	100.0	29.5	57.9	19.6	29.9	8.4	12.7	
2010	100.0	31.2	56.9	20.1	27.9	9.0	11.8	
2015	100.0	32.7	55.9	20.1	26.2	9.5	11.4	
2020	100.0	34.4	54.4	19.9	24.6	9.9	11.2	
2025	100.0	36.0	52.9	19.6	23.1	10.2	11.2	
2030	100.0	37.4	51.5	19.2	21.9	10.3	11.2	

자료: 国立社会保障・人口問題研究所(2007), 『日本の世帯数の将来推計(全国推計)』

<표4>는 평균세대인원과 단독세대비율의 국제비교인데, 일본은 다른 국가와 비교할 때 단독세대의 비율이 낮지 않다. 특히 동아시아는 서양과 달리 대가족 중심 사회인 점을 감안하면, 일본의 단독세대 비율은 상대적으로 높다고 할 수 있다. 그러나 경제적 측면만을 생각한다면 또 다른 소비시장이 등장할 것으로 예상된다. 다음은 단독세대의 증가에 대해 구체적으로 살펴본다.

<표4> 평균세대인원과 단독세대비율의 국제비교

국가	연도	평균세대 인원(인)	단독세대 비율(%)
노르웨이	2005	2.3	38
스웨덴	2005	2.0	46
덴마크	2006	2.2	38
영국	2006	2.4	29
독일	2006	2.1	39
오스트리아	2005	2.4	34
미국	2005	2.6	26
캐나다	2006	2.5	27
한국	2005	2.9	20
일본	2005	2.5	29
일본 (추정)	2030	2.2	37

자료: 国立社会保障・人口問題研究所(2007), 『日本の世帯数の将来推計 (全国推計)』

### 1) 황혼이혼과 단신자의 증가

최근 일본의 이혼율은 증가 추세이다. 이혼이 높다 낮다의 판명 기준은 이혼율이다. 이혼율은 1000명의 이혼 건을 수치로 나타낸 것으로 일본의 이혼율은 2.08로 다른 선진국에 비해 크게 높지 않다. 하지만 최근 황혼이혼이 증가하고 있는데, 일본에 700만 명이 넘는 団塊世代의 퇴직이 중요하게 작용한 것으로 해석된다. 이러한 団塊世代의 이혼으로 인하여 일본사회는 단신사회화라는 문제점이 있다.

### 2) 고령화와 단신자의 증가

일본은 총인구대비 노인인구가 차지하는 비율은 이미 선진국 중에서 가장 높다. 그런데 노인인구 중 특이한 점은 70대 여성의 단독세대가 증가하고 있다는 점이다. 일본의 경우, 여성의 평균수명은 85.5세로 남성의 78.6세 보다 훨씬

높다. 또한 과거 남아의 유아 사망률이 높아 출생 때의 남녀구성비가 106 대 100이었다. 하지만 현재는 유아 사망률의 감소로 그 효과가 남성의 미혼율을 증가시킨 것으로 추정된다. 그 결과 출생 시 남녀구성비가 달라 남성 단독세대의 증가와 고령여성의 단독세대 증가로 이어지고 있다(石川達哉, 2007).

団塊世代가 수도권에 편중되어 일본 수도권의 고령 단신여성 인구가 급속하게 확대요인이 된다. 이들 고령층을 대상으로 하는 소비시장은 기업들에게 시사하는 바가 크다. 일례로 동경의 한 상점에서는 과거 고령자 중심의 매출이 대부분이 이었지만, 지금은 그들의 라이프스타일의 변화로 매출이 30%로 감소하였다.<sup>3)</sup> 전후 출생자의 고령화가 진행되는 가운데 사인연의 발표에 의하면 수도권의 고령 싱글이 급격하게 증가하고 있다. 특히 동경의 증가가 상대적으로 많지만, 수도권 주변지역인 찌바, 사이다마에서는 2000년과 비교하여 2025년까지 2배 이상 증가가 예상된다(김태일, 1994). 따라서 대도시 주변지역의 인구 고령화가 소비형태에 상당한 변화를 예고한다.

### 3) 미혼율과 단신자의 증가

대부분의 선진 국가에는 전체 인구대비 독신이 많다. 일본도 예외가 아니어서 미혼율이 상당히 높은 편이다. 특히 30대 전후의 団塊ジュニア의<sup>4)</sup> 미혼율이 급상승하여 남성은 47.1%, 여성은 32%이다. 1995년 남성(37.3%)과 여성(19.7%)의 비율과 비교하면 20% 이상 증가하였다. 일본 제일생명경제연구소에 의하면 2015년에는 30대 전후의 남성 미혼 비율은 53%에 달할 것으로 예측하고 있다(日本經濟新聞社, 2001).

지금까지 미혼대국은 스웨덴, 프랑스 등이 있다. 그러나 이들 나라는 종래 법률혼인 이외에 사회보장제도로 보장되는 동거혼이 있다. 구미의 많은 젊은이들은 동거혼을 통한 결혼을 선택하는 경우를 생각하면 실제 미혼율은 통계수치보다 아주 낮다. 따라서 일본은 이미 선진국 제일의 독신대국이다.

### 4) 단신자의 사고 방식 변화

결혼은 싱글들에게 크게 중요하지 않고 그들은 기회가 되면 결혼 한다고 생각하는 “自然体”이다. 단신자는 자유로운 시간을 만끽할 수 있는 자연체를 선호한다. 미혼율의 상승은 장래 단독세대 증가의 요인이라는 점에서 주목된다. 2005년 30-40대의 미혼율은 남성이 47.7% 여성이 32.2%이다.

1980년대 급격한 미혼율의 증가는 부모의 소득증가로 파라사이트 싱글

3) ダイヤモンド社, “週刊ダイヤモンド”, 2007. 5.

4) 団塊ジュニア란 일본의 2차 베이붐 세대를 칭하는 의미로, 이들은 1971년에서 1974년에 걸쳐 약 4년간 매년 200만 명이 태어나 일본의 핵심 소비주체로 등장했다.

(parasite single)<sup>5)</sup>이 증가되고 있다. 실제 단혼세대에 독신아이가 있는 경우는 75%이고, 파라사이트 싱글을 부양하는 경우는 50%이다. 두 가정 중 한 가정은 30세 전후의 미혼 자녀를 부양하고 있다. 따라서 파라사이트 싱글은 비정규 고용률을 높인다.

### Ⅲ. 일본 소비시장의 변화

#### 1. 일본 소비계층

2008년 상반기 일본 편의점 매출이 백화점 매출을 추월했다. 1974년 동경에 도구 세븐일레븐 1호 편의점이 처음 등장한 이후 처음으로 백화점을 능가하는 매출을 달성했다. 이는 향후 일본에서 소비의 변화를 예고하는 것이다.<sup>6)</sup>

소비계층은 여러 단계로 구분이 가능하지만, 일반적으로 미래의 소비층을 예측할 때 몇 가지 층으로 생각해 볼 수 있다. 첫째, 신세대층이다. 이들은 새로운 감각을 지닌 젊은 층을 지칭하는데 이들의 소비특징은 소유가치보다는 사용가치를 추구하고 생활을 즐기기 위한 시간가치를 중시한다. 또 필수품보다는 사용함으로써 즐길 수 있는 필요품 구매에도 관심을 가지며 물질 재화에 서비스가 결합된 복합소비를 추구하는 층이다.

두 번째는 취업주부층이다. 이들 층의 소비 형태는 맡은 일 때문에 시간절약형 상품을 선호하고 가족연대에 도움이 되는 상품들을 선호한다. 그리고 사회활동으로 인한 스트레스 해소를 위한 건강 욕구를 만족시켜 주는 상품을 선호한다.

세 번째는 아동층이다. 오늘날 과거에 비해 자녀를 적게 낳지만 대신 자녀에게 소비감각을 키우려는 부모의 의도에 의해 이들이 자율적으로 구매를 할 수 있도록 하는데 유념한 상품이 유망하다.

네 번째는 실버층이다. 실버층은 일본 경제성장의 주역이라는 자부심을 갖고 있으며, 최악의 빈곤과 고도성장을 함께 겪은 세대로서 전환세대의 특성을 지닌다. 최근 실버층은 과거 모든 재산을 자녀에게 물려주는 단순한 피부양자의 모습과는 상반된 생활양식이 있다. 이들 층은 젊음을 추구하려는 욕구를 만족시켜야 하고, 물리적인 상품의 구입보다는 레저, 관광 등의 시간소비 욕구를

5) 파라사이트싱글(parasite single)은 부모와 함께 살면서 독신 생활을 하는 사람이다.

6) 상반기 전년동기 백화점의 매출은 2.7% 감소한 3조 6171억 엔으로 하락했으나, 편의점은 상반기 동기간 매출이 3.2% 증가한 3조 6559억 엔으로 388억 엔이 더 많다. 편의점이 백화점을 추월한 것은 이번이 처음이다. (産經新聞, 2008. 8. 6.)

만족시켜야 한다. 또 거동불편으로 인해 행동의 부자유스러움으로 편리성이 제공 되어야 한다.

다섯 번째는 단신자층이다. 이들 층은 기존제품의 새로운 수요 창출을 요구하는 층이다. 이들의 소비관점에서는 특히 주거생활, 식생활 등에서 시간절약과 편리함을 제공해야하고, 구속받지 않는 자기만의 여유시간 이용에 도움이 되어야 한다. 이들의 소비는 새로운 소비 형태를 가늠하는 중요한 층이다. 이것을 반증하든 최근 일본의 소비시장에는 새로운 영향을 미치고 있다.

소비 장소에 따라 연령별 소비형태가 상이하게 나타나고 있다. 예를 들면 식료품의 소비행동은 団塊ジュニア세대 이하의 젊은 층은 다른 연령층보다 슈퍼나 개인상점 등에서 구입 빈도가 낮고 편의점 등과 같은 최근 상품과 편리한 상품을 취급하는 곳에서 구입 빈도가 높다. 반대로 60세 이상은 다른 연령층보다도 슈퍼나 개인상점등에서 구입하는 빈도가 높고 편의점 등의 이용 빈도가 낮다. 한편 団塊세대를 포함한 50세대는 60세 이상보다는 편의점에서의 상품 구입 빈도가 높다. 중고령 층은 지역실정에 익숙함과 그동안 인간관계의 유지로 지역 슈퍼나 상점을 이용하는 빈도가 높다.

단독세대의 증가로 소비형태가 변화하고 새로운 비즈니스 기회가 생길 가능성이 높아지고 있다. 최근에 싱글을 위한 비즈니스 사업이 서서히 확대되고 있다. 예를 들면 독신남성 사이에서 히트상품인 우주전함모형, 싱글여성은 애견이 인기상품이어서 이들을 위한 싱글 상품 시장은 더욱 확대 될 것이다.

문제는 모든 단신자가 소비에 영향을 미치는 것이 아니다. 많은 독신자는 부모와 함께 생활하며 비정규고용에 만족 한다는 조사도 있다. 2005년 부모와 함께 생활하는 파라스이트싱글(parasite single)의 수는 20-30대만 1200만 명이다. 이들은 핵심적인 소비층이 될 수도 있지만, 부모와 함께하는 싱글 층으로 소비 형태 주체로서 경제력이 문제이다.

## 2. 소비형태의 변화

### 1) 단신사회의 소비변화

단신세대의 증가로 간장이나 마요네즈 등과 같은 조미료 식품의 소비에는 한계가 있다. 가공식품도 사정은 마찬가지여서 많은 브랜드는 団塊世代와 함께 패밀리 시장으로 확장되어 왔다. 그래서 표준세대수의 감소는 시장의 감소로 연결된다.

냉동식품의 경우 고령자의 이용이 증가하고 있다. 일본 단신 사회화의 일면이다. 일례로 1999년에 판매한 녹미채를 끓인 것과 우영무침 등 일본야채가 대 히트였다. 조식이나 석식에 하나 더 먹고 싶다는 수요에 따라 성공한 사례이

다. 단신화 사회에 고전하는 산업은 자동차 업체이다. 일본의 신차 등록 감소의 원인은 젊은 싱글 세대가 자동차와 멀어지는 것이 그 원인이다. 1980년대 후반 핵가족화에 따라 일본 자동차업체는 쿠페(coupe)가 팔릴 것으로 예측했다. 하지만 실제 1990년대 주력 차종은 미니밴이었다.

현재는 표준세대의 수가 감소하는 상황에서 미니밴은 더 이상 증가할 가능성이 없어졌다. 최근에는 団塊世代를 대상으로 오픈카의 신차판매가 인기다. 사례에서 보듯이 새로운 소비시장이 등장하더라도 그것을 극대화 할 수 있는 전략이 부재하면 그것이 성공과 연결되지 않는다는 시사점을 알 수 있다.

## 2) 단혼주니어층의 소비변화

현재 미혼자의 많은 부분을 차지하는 30대 전후는 단혼주니어세대이다. 그들은 취업빙하기에 해당하는 “가난한 제비세대”이다. 그래서 남성의 대부분이 경제적 사정을 미혼의 이유로 들고 있다. 한편 여성의 40%가 연수 600만엔 이상의 남성과 결혼을 희망하고 있으나, 조건이 맞는 25-34세 미혼남성은 동경에도 3.5% 정도이다. 그러나 団塊주니어의 단신자는 가처분 소득의 대부분은 시장을 중심으로 하고 있다. 남성은 브랜드 지향이 저하되고 감각이 여성적이고 유년기 구입하지 못한 플라스틱모델(plastic model)<sup>7)</sup>등의 구입에 투자하는 리벤지(revenge)소비가 유행하고 있다. 또한 단신여성도 소비의욕이 활발하다.

## 3) 고령단신층의 소비변화

인구감소에 따라 식량, 의류, 주택 등의 상품 수요가 감소한다. 특히 어린이 관계 상품과 젊은 층 대상 상품이 감소할 수 있으나, 고령자 층의 소비수요에 따라 전체 소비수요가 변동 될 수 있다. 특히 고령자인구의 증가는 소비확대에 영향을 미친다.

일례로 동경도내 뉴타운 주변 점포 주민은 총인구의 약 40%가 65세 이상 고령자이다. 이곳은 특히 고령화가 진행 된 곳인데, 업계 최대의 세븐일레븐채판이 多摩뉴타운에 1981년 출점 한 이후, 이 지역의 변화에 따라 중심 판매품도 변화하고 있다. 이전은 500엔 정도 가격의 도시락이 인기였으나, 손님의 고령화와 건강지향 성향으로 약 400엔 가격의 작은 건강도시락이 인기이다. 또한 서양과자보다 일본전통 과자 제품의 판매가 증가하고 있다. 특히 혼자 사는 고령자가 증가하는 가운데 고양이를 기르는 고령자도 증가하여 고양이 관련 용품과 식품 판매가 증가하고 있어 이곳 상품진열대에서 고령화의 진행을 알 수 있다.

7) 플라스틱모델이란 플라스틱으로 만든 조립제품이다.

또 다른 예는 점원이 거동이 불편하나 혼자 있는 고령자를 위해 고객의 요청에 따라 직접 방문하여 주문 상품을 전달한다. 多摩의 점포는 이전부터 이런 서비스를 실시 해 왔는데, 이는 시대의 흐름과 지역의 고령화라는 특수성을 고려한 결과이다.

#### 4) 지역 단신자의 소비변화

오늘날 편의점은 가계의 매출과는 상관없는 공공요금의 수납대행까지 직접 가서 주문을 받는다. 고객과 장기적인 관계 구축을 위한 전략인데, 용무를 대행하는 서비스이다. 이러한 결과로 매출도 계속 증가하고 있는데, 지속적으로 이런 서비스를 제공해 줌으로써 축적된 정보는 지역에 기반을 두고 있는 편의점의 경쟁력으로 작용한다. 고령화와 단신사회에서 인간관계를 유지하는 것은 어려우나 대행용무로서 인간관계의 단절성을 극복하는데 기여한다는 장점이 있다.

## IV. 결론

최근 유가급등으로 상품판매에 많은 어려움을 겪고 있는 가운데 도요타 자동차의 하이브리드카의 판매증가와 기능성 자전거의 판매증가 등은 소비시장의 예측의 중요성을 시사한다. 그동안 소비환경의 변화에 따라 그 시대를 주도했던 상품의 키워드도 重厚長大→輕薄短小→美創遊感의 흐름으로 전개되고 있다. 그러나 이러한 상품의 키워드 변화는 무엇보다 그 사회의 인구구조의 변화에 따라 영향을 많이 받게 된다. 인구증가가 급격한 상승국면일 때는 소비재 상품들의 판매증가를 기대할 수 있으나, 인구감소가 현저 할 때는 소비재 상품보다는 개인적인 개성 상품의 판매가 증대된다.

본 논문에서 알 수 있듯이 일본의 인구구조 변화의 큰 특징은 단신자의 급격한 증가이다. 그들이 일본의 인구구조 변화에 재편의 요인으로 작용하고 단신자를 중심으로 하는 일본의 소비시장도 큰 변화가 예상된다.

## 【参考文献】

- 이범일 외(1994), 「미래유망상품(인구구조 변화를 중심으로)」 삼성경제연구소.
- 김태일(1994), 「인구구조의 변화로 본 고령화 동향과 연령별 주택수요의 예측에 관한 연구-한일비교분석」 『대한건축학회 논문집』, 제10권 제10호, 대한건축학회.
- 社会保障審議會(2007), 「人口構造の変化に関する特別部会」
- MIS(2005), 「消費構造の変化と市場機会」, マネジメントサホントインテティユート.
- 統計局(2007), 『人口推計月報』.
- ダイヤモンド社, “週刊ダイヤモンド, 2007. 5.
- 国立社会保障・人口問題研究所(2007), 『日本の世帯数の将来推計(全国推計)』.
- 駒村康平(2000), 『やさしい経済学—少子高齢化の影響』, 日本経済新報社.
- 日本経済新聞社(2001), 「サラリーマンアンケート調査」.
- 総務庁統計局(각년), 『家計調査』.
- 総務省(2007), “日本の将来推計人口”.
- 国立社会保障・人口問題研究所(2007)
- 総務庁長官官方高齢社会対策室(2007), 『高齢者一人暮らし・夫婦世帯に関する意識調査』
- 厚生省大臣官方統計情報部,(2007), 『国民生活基礎調査』.
- 須藤一紀(2005), 『ピークが迫る日本の人口—よくわかる日本の人口—』, 第一生命経済研究所レポート.
- 石川達哉(2007), 「高齢者世帯における消費貯蓄の構造」 『ニッセイ基礎研 REPORT』
- 産経新聞社, 産経新聞, 2008. 8. 6.
- ダイヤモンド社, “週刊ダイヤモンド, 2007. 5.
- 厚生労働省, “人口動態調査”, 総務省統計局, “2005年 国勢調査”.
- Auerbach, Alan J, and Laurence Kotlikoff, “The Impact of the Demographic Transition on Capital Formation,” in Erkki Koskela and Jouko Paunio, eds, *Saving Behavior: Theory, International Evidence, and Policy Implications*, Oxford: Blackwell Publishers, 1992.
- Cutler, David, James Poterba, Louise Sheiner, and Lawrence Summers, “An Aging Society: Opportunity or Challenge”, *Brookings Papers on Economic Activity*, 1990: 1
- Heller, Peter S., “Aging, Savings, and Pensions in the Group of Seven Countries: 1980–2025.” *Journal of Public Policy*, 9: 2, April. June, 1989.
- Lee, Ronald D., “Age Structure, Intergenerational Transfers and Economic Growth: An Overview.” *Revue Economique*, 31: 6, 1980.

- Lee, Ronald D., "Population Aging and its Social and Economic Consequences," mimeo, University of California at Berkeley, October, 1991.
- Mankiw, N, Gregory, David Romer, and David N, Weil, " A Contribution to the Empirics of Economic Growth," *Quarterly Journal of Economics*, May, 1992.
- Masson, Paul R, and Ralph W, Tryon, "Macroeconomic Effects of Projected Population Aging in Industrial Countries." *IMF Staff Papers*, 37: 3, September 1990.
- Summers, Robert, and Alan Heston, "The Penn World Table (Mark 5): An Expanded Set of International Comparisons," *Quarterly Journal of Economics*, 106: 2, 1991, pp. 327-368.
- United Nations, *Global Estimates and Projections of Population by Sex and Age: The 1984 Assessment*, New York, 1987.
- Weil, David N, "Comment on Auerbach and Kotlikoff " in Erkki Koskela and Jouko Paunio, eds. *Saving Behavior: Theory, International Evidence, and Policy Implications*, Oxford : Blackwell Publishers, 1992a.
- Weil , David N. "The Economics of Population Aging," manuscript prepared for Mark Rosenzweig and Oded Stark, eds. *Hand book of Population and Family Economics*, 1992b.
- World Bank, *World Development Report*, Oxford University Press: 1992.

要 旨

---

**The Effect of Japan's Demographic Change  
on the Sustainable Consumption**

Many observers have noted that over the next several decades, large and unprecedented shifts will occur in the demographic make up of all of the major industrialized countries. And this demographic change will affect the pattern of consumption and its behaviour.

The fraction of the population in Japan that is elderly and single family will be growing dramatically, while the fraction of the population made up of children will decline. Japan began the postwar period with a far lower fraction of elderly population than the rest of the G7, but it overtakes the US and Canada between 1990 and 1995, and the rest of the G7 in 2005. The overall rate of population growth in Japan will become negative. This change can be expected to have large economic effects, the Japanese consumption pattern and its behaviour *per se*.

In this paper, we examine the effect of the Japanese demographic change on the consumption pattern and its behaviour, and found that the demographic change will affect the pattern of consumption behaviour over the last two decades. We expect that the future demographic change will affect the pattern of consumption and its related industries.

キーワード: Japanese demographic change, Japanese consumption pattern  
and its behaviour, Parasite single

투 고 : 2008. 8. 31  
1차 심사 : 2008. 9. 12  
2차 심사 : 2008. 9. 27