



IPSOS VIEWS

現代における 人生の節目

ライフステージで考えることがなぜ重要なのか

Matt Carmichael



「この世代」や「あの世代」に関するレポートを読むのにうんざりしているかもしれません。そうですね。それなら、もうやめましょう。なぜでしょうか？ おそらく、「ライフステージの遅れ」というフレーズも耳にしたことがあるでしょう。この言葉には、今日の若者が何か間違ったことをしている、あるいは少なくともタイミングを間違えているかのような、否定的なニュアンスが感じられます。しかし、その言葉の根底には、リーダーやマーケターが注目すべき重要な真実が潜んでいるのです。

データを見て、18～24歳と25～34歳を比較し、違いを見つけて「ああ、この世代は違うな」と考えがちですが、実際には、年上の層に子供がいるという点だけが異なるに過ぎません。イプソスでは、この違いを「コホート効果」と「ライフステージ効果」と呼んでいますが、これらを混同すると、戦略的に誤った判断を招く恐れがあります。

そこで、これを「現代における人生の節目 (Modern Milestones)」という観点から再定義してみましょう。結婚、出産、住宅購入、退職といったライフイベントに、人々がいつ——あるいは果たして——到達するかは重要な問題です。また、世代というラベルを超えて分析しようとするリサーチャーのために、斬新なライフステージモデルも紹介します。

ライフステージという考え方自体は、まったく新しいものではありません。社会学者やマーケターたちは、これまでに同様のモデルを構築してきました。しかし、人口動態と経済の両面における変化を認識することで、新たな方向性が見出され、「現代における人生の節目」は市場調査担当者や政策立案者にとっても有用なものとなります。

世界最大の経済大国である米国に焦点を当てつつ、こうしたパターンが世界中でどこで類似しているか、またどこで大きく異なるかについても指摘していきます。

今日の人口動態は、明日の市場となる

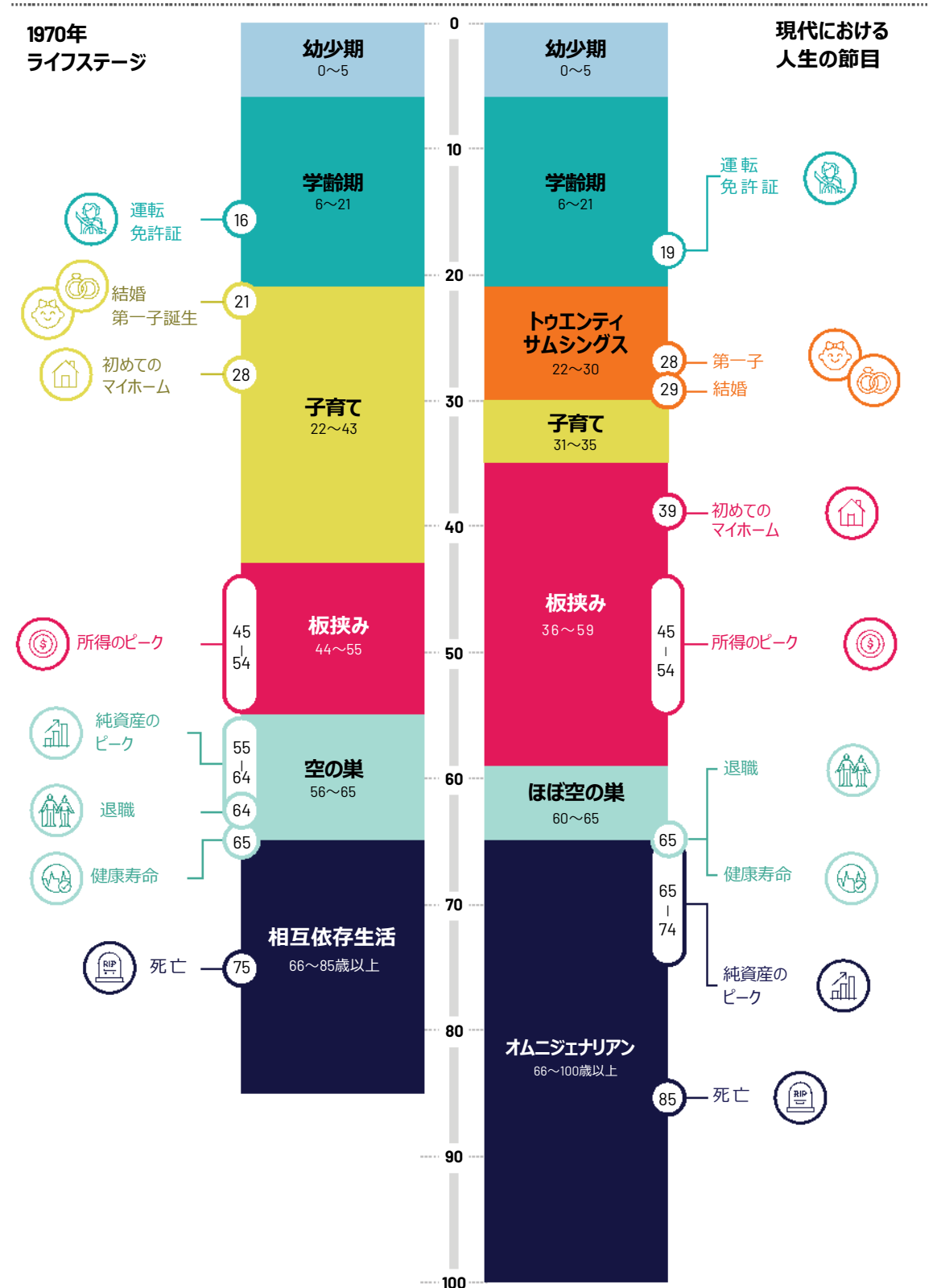
今日、世界で生まれる赤ちゃんのほぼ4人に1人(そして必要とされるおむつや粉ミルクのほぼ4分の1)は、インドとナイジェリアという2つの市場で生まれています¹。

社会学の父であるオーギュスト・コントが述べた、「**人口動態は運命である**」。これは、マーケターや政策立案者にとって間違いなく真実です。人口の規模や年齢構成は、住宅、学校、食糧供給といったサービスの需要を形作ります。また、人々が自分用のおむつを購入するのか、それとも子供用のおむつを購入するのかにも影響を与えます。

子供の人数や、自宅で装飾が必要な寝室の数などです。人口動態は市場規模の推定やセグメンテーションに影響を与えます。

そして、その状況は以前とは異なっています。特に、現在政策を決定している多くの人々の生涯を考慮すると、その違いは顕著です。1970年を基準としてみましょう。今日の労働力の大部分はその後生まれ、多くのトレンドの転換点は、最年少のベビーブーマー世代と最年長のX世代の境界線上のどこかに位置しています。

図1：各ライフステージは、長期化、短縮化、そして変化を遂げている。
1970年と現在を比較した米国のデータ²



出典：複数の情報源からの人口統計および経済データに基づくイプソスの分析(末尾注2参照)

変化の原動力

こうした変化の背景には、その理由を巡る興味深くも複雑な物語が隠されています。平均値が変化しただけでなく、こうした節目を迎える人々の数も変化しています。その変化の多くは、人口動態的な要因だけでなく経済的な要因にも起因しています：

- 10代の少女よりも、40代の女性の方が出産する割合が高くなっている³。
- 1983年から2022年の間に、運転免許を所持する米国の18歳の人口の割合は80%から60%に低下した⁴。
- 同期間に、大学の学位を持つ米国人の割合はほぼ4倍に増加した⁵。
- 世界のほとんどの地域で、出生率は人口置換に必要な2.1を大幅に下回っている。アフリカのみがこの基準を上回っているが、その出生率も低下傾向にある⁶。
- 現在、女性の85%が最終的に子供を産んでいるが、この傾向には地域によって大きな違いがあり、世界の指導者たちはこの点に留意する必要がある。例えば、中国では出生率が急激に低下している。1975年、「一人っ子政策」が施行される直前の出生率は3.57であったが、同政策が廃止されたにもかかわらず、現在では1.02まで低下し続けている。同期間に、インドの合計特殊出生率は5.19から1.9へ、イタリアは2.18から1.13へ、ブラジルは4.42から1.5へと低下した⁷。
- 米国では、1980年代以降、30歳の住宅所有率が約半数から3人に1人に低下した一方で、25歳から34歳までの実家居住率は8%から25%へと急増した⁸。
- 労働力人口において、非農業部門の雇用者数は現在、男性と同数の女性が占めている⁹。
- 共働き世帯の割合は、1970年以降2倍以上に増え、70%に達している¹⁰。
- 1970年代は、所得格差が本格的に拡大し始めた時期である¹¹。1979年以降、上位1%の所得は300%以上増加した一方で、中間60%の所得はわずか75%程度の上昇にとどまった。住宅費はかつて年収の3.9倍だったが、現在では7倍以上となっており、多くの人が賃貸や同居といった代替手段を選ばざるを得なくなっている。

こうした変化がプラスかマイナスかは見方次第ですが、すでに起こってしまったことであるため、多くの場合、議論的とはなりません。市場経済において、富や医療へのアクセスが増加すると出生率は低下する傾向にあり、その結果、乳幼児死亡率が低下します。人口統計学者のフィリップ・コーエンは次のような仮説を提示しています。

「現代社会の基本的な条件は、出生率の低下です。その理由の多くは、前向きなものです。……出生率が十分に低くなると、その結果は悪いものになると考える人が現れ、出生率が低下しているのには、何か新たな悪い理由があるに違いないと考えるようになります。」

このことは、公共政策やマーケティングにとって極めて大きな意味を持つと言えます。



**米国では、1980年代以降、
30歳の住宅所有率が約半数
から3人に1人に低下した一方で、
25歳から34歳までの実家居住
率は8%から25%へと急増した。**



今日と明日がどのように変化しているか

いくつかの統計データをもとに、その展開を考えてみましょう。1970年を例に挙げます。21歳で子供を産み、その子供が21歳で子供を産んだ場合、あなたは42歳で祖父母となり、その時点であなたの両親は63歳となり、健康寿命の終わりに差し掛かっています。あなたはちょうど収入のピークを迎えているところですが、子供たちや孫たちと共に、高齢の両親の介護を手伝うことになるかもしれません。しかし、孫たちが10代になり、あなたが定年を迎えようとする頃には、実際に世話をすべき人は自分たち以外にはいなくなっているのです。

今日、もしあなたが30歳で子供を持ち、その子供たちも30歳で子供を持てば、あなたが祖父母になるのは60歳の時であり、その頃にはあなたの両親はすでに他界しています。あなたはまもなく労働市場から引退する年齢になり、純資産のピークにはまだ達していないにもかかわらず、健康寿命の終わりを迎え、これから長い期間、子供たちに頼らざるを得ない状況に直面することになります。一方、あなたの子供たちはまだ家を購入することさえできておらず、学生ローンの返済に追われているのです。

運転免許の取得、大学卒業、結婚、子供の誕生、住宅購入、そして退職——こうした人生の節目はいずれも、私たちの生活に大きな変化をもたらします。それぞれの変化は、新たな責任と、商品やサービスに対する新たな支出パターンを告げるものです。それらは、収入の生涯にわたる推移の中で異なる時期に訪れます。収入は、開始時期が遅くなり、増加ペースが速まり、頭打ちになる時期も遅くなる傾向にあります。

こうした節目の時期が変化することは、単身世帯から共働き世帯への移行時期、子供がまだ幼く働き盛りの時期に更年期を迎えること、保険が必要となる時期やその金額、そして仕事で柔軟な勤務スケジュールが最も必要となる時期など、あらゆる面で影響を及ぼします。それは、人々がより高い購買力とより充実した信用履歴を持っている時期に住宅を購入することを意味するかもしれません。これらは、ビジネスや政策のリーダーにとって重要な瞬間なのです。

ライフステージの新しいモデル

グローバルインサイト

28%

世界の25歳未満の人口の28%がアフリカに住んでいる¹²。



2050年までに、世界中の60歳以上の人口は**2倍¹³**になると予測されている。



これらの変化がもたらす全体的な影響は甚大であり、一部のライフステージは短縮または延長され、2つのライフステージがまったく新たに生まれています。



トウエンティサムシングス - 20代期

最も規模が大きく、かつ最も誤解されがちな新しいライフステージです。人生の多くの重要な節目のタイミングが変化するにつれ、以前は存在しなかった空白期間が生じています。それは、教育を終えてから、結婚、子育て、そして最終的には住宅購入といった責任を担うまでの間に生じる、10年近くにも及ぶ期間です。

ヨーロッパや東アジアでは急速な高齢化が進み、「消費者の消滅」が進行している一方で、アフリカ大陸では若年人口が急増しています。

そのコントラストが最も鮮明なのがサブサハラ・アフリカで、人口の年齢中央値はわずか18.5歳であり、G7の半分未満です。ここでは、従来型の人生の節目が、依然として大規模に訪れています。しかし、そこにも変化が起きています。アフリカの平均寿命が延びるにつれて、今世紀末までには、その人口構成は世界の人口動態により近いものになっていくでしょう¹⁴。



オムニジェナリアン - 「全」世代

その対極にあるのが、70代から100歳代までを包括する、新しく造られた総称です。これは、やや停滞気味な「健康寿命」と、拡大を続ける「寿命」の間の期間にあたります。この年齢層の多くは自立して生活しているか、配偶者の世話をしています。

また、中には成人した子どもを支援している人もいます。2050年までに、世界の60歳以上の人口は倍増すると予測されており、これに伴って長寿経済が拡大し、専門的な医療、利用しやすい住宅、ファイナンシャル・プランニングへの需要が高まると考えられます。

その中間には、変化したライフステージが見られます：



子育て： 子供が生まれてから、自分の親が健康寿命に達するまでの、短期間に凝縮されたライフステージ。



空の巣： 子供が家を出てから、親が亡くなるまでの間に圧縮されたライフステージ。



板挟み(Stuck-in-the-Middle)： 親と子供の両方が介護を必要とする、はるかに長いライフステージ。これは、人々が子供の世話と高齢者の介護の間に挟まれることから、しばしば「サンドイッチ世代」と呼ばれます。しかし、これは世代ではなく、ライフステージなのです。

こうしたライフステージは、私たちが新たな方向へと導いている人口動態と経済の両面における変化を反映しており、市場調査担当者や政策立案者にとって、「現代における人生の節目」は、静的な世代分析よりも実用的な枠組みとなっています。

コホート効果とライフステージ効果

このライフステージという視点から、いくつかの例を見てみましょう。



テクノロジー

テクノロジーの台頭は、注意力の低下、出生率の変動、孤独の蔓延など、あらゆる問題の原因として非難されてきました。場合によっては、テクノロジーが発明される前から始まっていた広範な傾向さえも、テクノロジーのせいになされてきたのです。テクノロジーをめぐる議論の多くは、世代という視点に基づいて書かれています。しかし、それは公平と言えるでしょうか？もしベビーブーマー世代がウッドストック・フェスティバルの時代にスマートフォンを持っていたとしたらどうだったでしょうか。彼らはスマートフォンをポケットにしまっておいたでしょうか？それとも、自撮りをしていたでしょうか？何が本当に変わったのかを確認するための縦断的研究が行えるようになるまで、その答えは数十年はわからないでしょう。常に問うべき重要な問いは、「これはライフステージによるものか、それともコホートによるものか、そしてその違いをどう見分けるのか」ということです。



アルコール

米国では、Z世代(現在のトゥエンティサムシングス)が、他の世代に比べて現在お酒を飲む量が少なく、また彼らが同じ年齢だった頃よりも飲酒量が少ないというのは事実です¹⁵。これには、健康に対する考え方がより包括的になってきていること¹⁶、経済的な事情、そして大麻の合法化など、いくつかの要因が影響していると考えられます。親になるというライフステージに移行することに、人々がより多く飲酒するようになるような本質的な要因があるのでしょうか？そうではないことを願います。では、これはZ世代が年を重ねるにつれて引き継いでいく傾向になるのでしょうか？これはライフステージではなく、コホート効果である可能性が非常に高いと言えます。



投資とリスク

スポーツベッティング、予測市場、暗号資産は、若者、特に若い男性の間で爆発的な成長を遂げています。現代のトゥエンティサムシングスは、ある程度の資金を持ち、介護の負担が少なく、機能不全に陥ったシステムの中で手っ取り早く儲けたいという欲求を抱えています。こうした新しい金融サービスにとって、これ以上に格好のターゲットを考えるのは難しいでしょう。しかし、彼らが「現代における人生の節目」に差し掛かったとき、その傾向はどの程度まで続くのでしょうか？金融サービスの専門家は、「自信過剰なのは世代によるものなのか、それとも若い男性というライフステージによるものなのか」と問いかけてみるとよいでしょう。



現代のトゥエンティサムシングスは、ある程度の資金を持ち、介護の負担が少なく、機能不全に陥ったシステムの中で手っ取り早く儲けたいという欲求を抱えています。

ブランドは何をしている？

一方には、特定のライフステージに焦点を絞っているように見えるレッドブルがあります。このブランドは、X世代とミレニアル世代がトゥエンティサムシングスだった頃に、エクストリームスポーツやアドレナリン経済と結びつき、その後も、そのライフステージを迎える世代が次々と現れる中で、強い存在感を保っています。スポーツベッティングと同様、これは自信過剰やリスクを取ることと結びついたものです。顧客がそのブランドへの親近感を、その後のライフステージにも持ち続けるかどうかは分かりません。

しかし、市場には常に新たに若者が加わってきます。

もう一方には、ディズニーがあります。歴史的には、映画を通じて若者に訴求するブランドでしたが、現在では『スター・ウォーズ』などのフランチャイズを通じて、X世代やベビーブーマー世代のノスタルジーにも訴えかけています。テーマパークでは親世代に、クルーズでは祖父母世代や「板挟み期」の家族に訴求しています。あらゆるライフステージに向けた商品とメッセージを展開しているのです。

次に何をすべきか？

この視点を活用して、将来に備えるにはどうすればよいでしょうか？



貴社の長期的なデータを見てみましょう。本当に世代コホートの変化を測定しているのでしょうか。それとも、対象者が単に遅れてライフステージを迎えているだけなのでしょうか。



「Z世代」のような世代ラベルを当たり前のように使うのをやめ、トゥエンティサムシングスというライフステージや、ケアを担う板挟み期の人々をターゲットにし始めましょう。



商品やメッセージを、各ライフステージに合わせて調整しましょう。



これらの具体的な人生の節目を追跡するトレンドラインがない場合は、**今すぐ調査項目に質問を追加してください。**10年後に必要なデータを先読みしましょう。

注目すべき重要な点として、イプソスが世界中の10代および若年層を対象に行った調査によると、彼らは年長世代とほぼ同じ人生の節目を志向していることが示されています。世界中で、今日のZ世代の3人に2人近くが、将来マイホームを所有すると思っています。

安定した仕事とマイホームの所有は、あらゆる年齢層にとって、世界的に見て「成功の指標」としてトップ2を占めています¹⁷。「現代における人生の節目」は今後も進化し続けるでしょうが、若者が結婚し、子供を持ち、家を購入したいと望んでいる以上、それらが完全に消滅することはまずないでしょう。ただ、変化やシフト、そして新たな段階へと彼らを押しやる障壁が存在しているに過ぎません。



都市計画家のギル・ペナロサのアイデアを応用し、「8/80プラン」に従って、あらゆるライフステージにアピールしましょう。8歳児と80歳の高齢者を念頭に置いて設計すれば、その間の年齢層にも適した設計になるでしょう。

何を構築したり調査したりする場合でも、これらの「現代における人生の節目」と、それらが示す新たなライフステージを通じて結果を考察してください。さらに良いのは、調査を設計する際に、最終的に測定すべき対象が「ライフステージ」なのか「コホート」なのかを明らかにしようと試みることです。

また、トレンドに関する質問も検討してください。木を植えるのと同じように、調査を行うのに最適な時期は20年前でしたが、次善の時期は「今」です。5年後や10年後にどのようなトレンドラインが得られるかを考え、今すぐ調査を開始しましょう。

そして、メッセージを、単に世代だけでなく、そのライフステージに合わせて調整してください。顧客と共に成長するというビジネスモデルを採用しているなら、彼らにとっての「成長」が、あなた自身の経験とはどのように異なるかを検討してください。もし、特定のライフステージをターゲットにし、長期にわたってそのターゲットを維持するというビジネスモデルであれば、対象層が以前よりも高齢化しているか、若年化している(あるいはその両方)可能性があることに留意してください。



本レポートは、世代に関する当社の継続的な調査の一環です。詳細については、[2026年のレポート](#)をご覧ください。



脚注

- 1 United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division. World Population Prospects 2021 Revision. Custom data retrieved from WPP database, 2024. <https://population.un.org/wpp/>
- 2 Figure 1 sources: National Center for Health Statistics (marriage and first birth), Federal Highway Administration (driver licensing), Federal Reserve Survey of Consumer Finances (net worth), Center for Retirement Research (retirement age), World Health Organization (life expectancy and health span), U.S. Census Bureau (homeownership), and other publicly available datasets. Analysis and visualisation by Ipsos.
- 3 Parents, "The Number of People Over 40 Giving Birth Surpasses Teens for the First Time", 8 December, 2025. <https://www.parents.com/the-number-of-people-over-40-giving-birth-surpasses-teens-for-the-first-time-11703814>
- 4 Streetsblog USA. "The Real, Disappointing Reason Why Gen Z Is Getting Fewer Driver's Licenses." 24 December, 2024. <https://usa.streetsblog.org/2024/12/24/best-of-2024-the-real-disappointing-reason-why-gen-z-is-getting-fewer-drivers-licenses>
- 5 U.S. Census Bureau, Educational Attainment Statistics.
- 6 United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division. World Population Prospects 2021 Revision. Custom data retrieved from WPP database, 2024. <https://population.un.org/wpp/>
- 7 United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division. World Population Prospects 2021 Revision. Custom data retrieved from WPP database, 2024. <https://population.un.org/wpp/>
- 8 Pew Research Center, "The Shares of Young Adults Living with Parents Vary Widely Across the U.S.", 17 April, 2025. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2025/04/17/the-shares-of-young-adults-living-with-parents-vary-widely-across-the-us/>
- 9 U.S. Bureau of Labor Statistics, Employment Situation, Table B-5. Employment of Women on Nonfarm Payrolls by Industry Sector, Seasonally Adjusted, August 2026. <https://www.bls.gov/news.release/empstat.t21.htm>
- 10 Clarkberg, M. and Moen, P. Dual-Income Couples, Dual-Earner Families. In: Mintz, S.(ed.), The Social History of the American Family. SAGE Knowledge. Available at: <https://sk.sagepub.com/encyclopedia/the-social-history-of-the-american-family!chpt!dual-income-couples-dualearner-families> [accessed September 2026].

- 11 Center on Budget and Policy Priorities, “A Guide to Statistics on Historical Trends in Income Inequality”. 11 December 2024. <https://www.cbpp.org/research/poverty-and-inequality/a-guide-to-statistics-on-historical-trends-in-income-inequality>
- 12 United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division. World Population Prospects 2024 Revision. Custom data retrieved from WPP database, 2024. <https://population.un.org/wpp/>
- 13 United Nations Department of Economic and Social Affairs, Population Division. World Population Prospects 2024 Revision. Custom data retrieved from WPP database, 2024. <https://population.un.org/wpp/>
- 14 Pew Research Center, “5 Facts About Africa’s Population Growth”, 19 May, 2026. <https://www.pewresearch.org/short-reads/2026/05/19/5-facts-about-africas-population-growth/>
- 15 Prof G Media, “Substance Abuse”. 12 May, 2026. <https://www.profgmedia.com/p/substance-abuse>
- 16 Ipsos Global Trends 2025, Conscientious Health. <https://www.ipsos.com/en/ipsos-global-trends-9th-edition/conscientious-health-9th-edition>
- 17 Ipsos Life Aspirations, July 2026. <https://www.ipsos.com/en/more-gen-z-say-theyll-own-pet-have-child-despite-valuing-parenthood-more>

関連資料





木を植えるのと同じように、
調査を行うのに最適な時期
は20年前でしたが、次善の時
期は「今」です。

2026年9月

現代における人生の節目

ライフステージで考えることがなぜ重要なのか

著者

Matt Carmichael

SVP, Consumer Trends

Thought Leadership, Ipsos

IPSOS VIEWS ホワイトペーパーは、
イプソス・ナレッジ・センターによって
作成されています。

www.ipsos.com

@Ipsos

