

High-Life

財団法人 ハイライフ研究所

Research Institute for High-Life

はじめに

「21世紀に私たちが志向する新しい生活のあり方」と「その実現のために何をするのか」という命題を、生活者の視点から調査・研究し、その成果の普及や啓蒙を行うことを通して、国民生活の向上や発展に寄与することを設立趣旨として1993年、財団法人ハイライフ研究所は、株式会社読売広告社の全額寄付により、設立されました。

今日の私たちを取り巻く環境は、日々変化しており、それに伴い、人々の価値観は多様化、複雑化してきています。

すでに「豊かさ」を実現した私たちに、新たな課題が生まれてきています。

ハイライフ研究所は、これまでの研究をさらに進め、今日のわが国の抱える様々な課題に取り組む必要性を強く感じています。設立趣旨にもあるように「ライフスタイル研究所」としての立場をしっかりと踏まえ、その本来の機能と責任を果たすことにより、その使命である国民生活の向上と発展に寄与したいと考えています。

活動理念

今日の日本社会は、少子高齢化社会の進行、経済の低成長化、サービス経済社会への移行などを背景として、また地球レベルでは、地球環境の危機の進行、グローバルゼーションによる世界大競争時代、デジタル技術の急進による超高度情報化社会の到来などにより、「大変化の時代」への突入を余儀なくされています。

そのため、私たちひとりひとりの生活のあり方からはじまり、地域コミュニティ、社会保障制度などの社会システム、住宅や公共施設などの生活基盤など、あらゆる面において抜本的に見直し、再構築していかなければならない状況となっています。

ハイライフ研究所はライフスタイル研究のシンクタンクとして、永年にわたる研究を積み重ねた結論として、人々の生活の質(QOL)の向上こそ、今日の困難な局面を克服する道であると確信しています。つまり、私たちの生活のグレード・アップこそが日本経済の再生につながり、世界の信頼を勝ち得て、さらに新しい社会の枠組みの構築につながっていくことを信じています。

私たちはこの考えに基づき、マーケティング系シンクタンクとしての特長を生かしながら、様々なテーマの調査・研究を行い、社会の実態把握や課題解決のための提言活動を行っていくことを活動の基本理念として設定しました。

調査・研究領域

ライフスタイル研究の今日の基本的な考え方は、20世紀の反省に立ち、新たな時代認識として「大量生産・大量消費、使い捨て文明からの脱却」「地球環境の再生」「人間性の復活、人間としての幸福の追求」を根本に据えたライフスタイルの実現が真の「生活の質の向上」につながるといえるものです。

つまり、今日における「生活の質の向上」とは、「より健康で、より安全で、より快適な生活」を求めることであり、

その実現のためには、今日の私たちを取り巻く「環境・エネルギー問題」「食糧問題」「少子高齢化問題」「高度情報化問題」「教育問題」「都市・農村、地域の再構築問題」「コミュニケーションの問題」「組織・集団の問題」「人間関係」など山積している問題の解決をしていかなければなりません。

以上の考えに立って、ハイライフ研究所の調査・研究領域を以下の**4つの領域**とします。

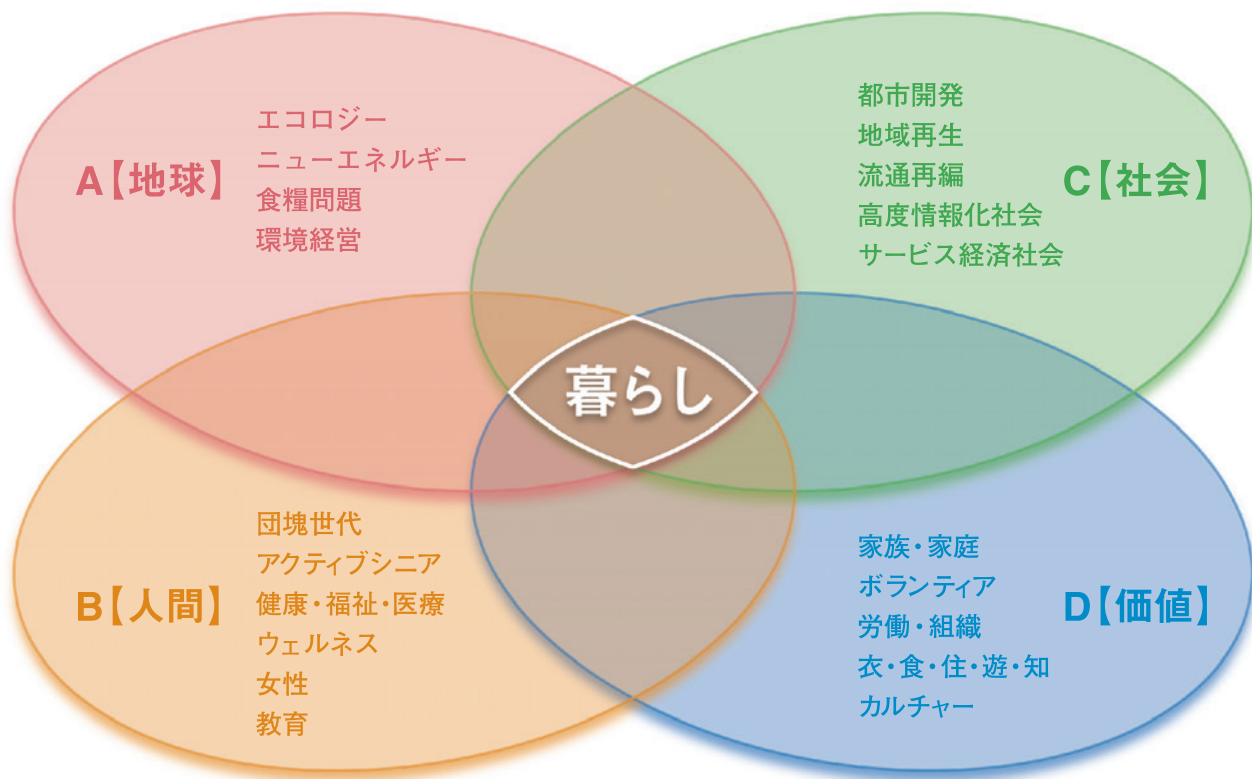
4つの領域

A【地球】=環境調和・省資源型の社会および暮らしのあり方

B【人間】=少子高齢化社会の姿と暮らしのあり方

C【社会】=地域社会と暮らしのあり方

D【価値】=21世紀の人間の価値観と行動について



<ジャンル別調査・研究成果例>

A【地球】=環境調和・省資源型の社会および暮らしのあり方

1. 環境と都市のライフスタイル研究
2. 持続可能な社会を目指して
3. 環境先進事例の調査研究

B【人間】=少子高齢化社会の姿と暮らしのあり方

1. 子供と環境 ～子供の遊び場の創生に向けて～
2. 少子化に伴う家族のライフスタイル
3. 「ネオ50's」世代研究
4. 団塊世代の女性、「私達」の履歴書
5. 少子化における結婚観に関する研究
6. 団塊世代と戦前・戦中派世代「50～54歳の肖像」
7. 団塊世代の地域分布とその生活スタイル
8. 団塊世代夫婦の行方
9. 「定年夫婦の“光”と“影”」に関する調査研究
10. 団塊世代と団塊ジュニア研究

C【社会】=地域社会と暮らしのあり方

1. 若い世代から見た銀座とハイライフ
2. 情報化(マルチメディア化)による家庭生活の変容
3. 「銀座」と「心斎橋」の比較研究 ～銀座研究1995～
4. 山の手文化研究 ～キーワード集～
5. 阪神大震災におけるマルチメディアの役割と実際
6. 銀座座会 ～銀座の未来～
7. ネットライフ2000 ～豊かなコミュニティを目指して～
8. 移動型マルチメディアに関する研究
9. コンビニエンスストアの課題 ～利用実態調査を踏まえて～
10. 複数居住への期待と現状
11. 多様化する住居の社会的背景と所有形態・デザインの傾向
12. 新大江町総合発展計画 基本構想
13. ハイテク時代の家庭の情報化に関する研究
14. 大都市のシーンに関する研究
15. 世代間交流の活性化による新たなコミュニティ形成に関する研究
16. 首都圏研究

D【価値】=21世紀の人間の価値観と行動について

1. 日本の食文化に見るライフスタイル
2. 自己実現欲求の再考に関する研究 ～アフターマズローの展望～
3. 国際貢献ボランティア活動促進基本構想策定調査
4. 食に関する意識調査
5. ブランドを通して見た食ライフスタイル変化
6. 家事の社会サービス化
7. 座会「新しい人間、新しい社会 ―“楽しみ価値”への対応」
8. 現代家族のライフスタイルとストレス
9. ジャパニーズ家族のゆくえ
10. 食卓ニケーションの復活研究
11. 富裕層のライフスタイル研究

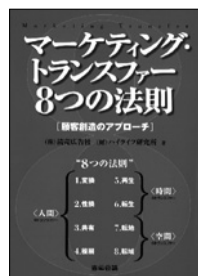
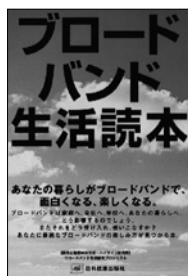


■ 機関誌

「はいらいふ研究」



■ 書籍



■ セミナー

「持続可能な社会へのチャレンジ
～欧米に見る環境共生社会とは～」



財団法人 ハイライフ研究所
Research Institute for High-Life

〒104-0031 東京都中央区京橋3-6-12 正栄ビル5F
TEL (03) 3563-8686 / FAX (03) 3563-7987
[URL] <http://www.hilife.or.jp>