

# 平成14年度事業計画

自 平成14年4月 1日

至 平成15年3月31日

財団法人 ハイライフ研究所

## 1. 各研究の概要

### ①21世紀のハイライフに関する研究

#### [研究テーマ 1]

「食のライフスタイル研究」(継続研究)

3年目として 食のライフスタイル変化の仮説検証を引続き実施し、消費者研究の継続と今後の食のライフスタイルの方向性(3年間のまとめ作業)を提起する。

#### 研究概要

日本人の食を取り巻く環境変化の中にあつて、食の送り手・作り手である食品産業(生産者・メーカー・流通業者・外食・中食産業 等)の現場、そして、受け手である消費者(生活者)の食に対する意識やライフスタイル(志向や嗜好)はどのように変化し、又どこに向かおうとしているのかを探り今後(21世紀)の食のライフスタイルの方向性を示唆する仮説を導いて行きたい。

上記の目的を達成する為に、3年の中長期的な視点にたった最終年として研究を継続。

- ・初年度(平成12年度):食のライフスタイル変化を探る為の仮説抽出作業  
「ブランドを通して見た食ライフスタイル変化」として報告書発行。
- ・平成13年度:2年目として仮説検証の為の消費者研究  
初年度に得られた仮説を検証する為、対消費者調査や市場観察を行い、生活者の食の意識や食に関するライフスタイルを研究。
- ・3年度(平成14年度):研究成果のとりまとめ作業と補完研究  
対消費者調査を継続。生活者の食に対する意識や食のライフスタイルの方向性をとりまとめ、3年間の研究の集大成とする。

#### 研究体制

企画推進:乳井瑞代(学習院大学大学院経営学研究科)

研究協力:青木幸弘(学習院大学経済学部教授)

(株)読売広告社ソリューション推進本部 STP デイビジョンほか

(財)ハイライフ研究所 小坂井、高木

研究体制:消費者調査・ヒアリング取材を中心に研究会方式にて推進

## [研究テーマ 2]

### 「家事の社会サービス化、社会サービスの家事化」に関する研究

#### 研究概要

近年、家庭の中にさまざまな社会サービスが入り込んできている。同時に、本来家庭の中で行われていた行為が一種のアウトソーシングによって、家庭外に出ている。こうした傾向の背景には、共働きの一般化、余暇時間の重視、居住形態の変化、生活者の意識変化、更にはインターネットなど双方向型の通信ネットワークの整備が挙げられる。一方、社会側も自治体やNPO、企業が中心になって新たなビジネス創造に関心を持ち、巧みに家事の社会サービス化が進展している。こうした「家事の社会サービス化、社会サービスの家事化」の状況を分析し、今後の傾向とライフスタイルの変化を探究する。

主な研究内容は、

- ・家事の社会サービス化、社会サービスの家事化が進展する背景の分析
- ・家事の社会サービス化の具体的な状況調査
- ・社会サービスの家事化の具体的な状況調査
- ・なにが問題となっているかの分析
- ・今後の傾向はどのようにしていくのか
- ・新たな社会サービス産業にむけて

#### 研究体制

企画推進：長谷川文雄（東北芸術工科大学副学長）

研究協力：大江守之（慶応大学総合政策学部教授）

荒井良雄（東京大学教養学部教授）

松村 茂（東北芸術工科大学情報デザイン学科助教授）

（財）ハイライフ研究所研究員 ほか

#### 研究方法

研究会を中心に分担調査・執筆

メンバーによるグループインタビュー

文献調査、ヒアリング調査ほか

## ②ハイライフモデル調査の展開

### [研究テーマ 1]

#### 「団塊の世代のライフスタイル」の一考察(継続調査)

##### 研究概要

「ネオ50'S」世代の研究、「団塊世代女性の“私”の履歴書」、そして昨年度の「前の世代とどこが、どう違う～四世代・ビッグファミリー化する団塊の世代～」に引続き、団塊世代研究を継続する。団塊世代もすでに全員が50代に突入し、経済・社会状況の厳しい中、彼らの生活意識や価値観の変化は今後の消費志向やライフスタイルに少なからず影響を与える。14年度は「団塊世代と地域生活」(仮題)に焦点を当て、団塊世代の移動の系譜・都市生活者と地方生活者の意識の違いを分析する。

##### 研究体制

企画推進:小坂井達也((財)ハイライフ研究所)

研究協力:立澤芳男(マーケット・プレイス・オフィス代表)

コミュニケーションデザインインスティテュート(CDI)

(株)読売広告社第1営業本部都市生活研究ディビジョン

(財)ハイライフ研究所事務局

研究体制:研究会を中心に分析、取りまとめを行う。

### [研究テーマ 2]

#### 「大都市のシーンについて」の調査・研究

##### 研究概要

東京都心の活性化に向けて、各地区の様々なシーンと訪問客のライフスタイルとの関連を昨年に引続き研究する。

この調査研究は①文化政策的観点(多様な文化施設を現代市民のニーズに応じてどう活用し、文化行政サービスはどう変化すべきか)

②社会経済的観点(消費不況下、都心を構成するサービス業はどうすればよいのか、又誘客の手段及び通販や郊外大型店と競争するためにどう復権できるのか、更にシーンを構成するサービス産業が地区の特性を生かし、どのようなシーン作りに参加すべきなのか)③社会政策的観点(国際化の

観点からの都心政策、高齢化・少子化の観点から魅力ある都心としてどのようなモデルが想起できるか)から考察する。

初年度は、事前調査を行い、全体フレームの設定及び項目だし及び各シーンの概要を分析。14年度は具体的なシーン調査研究を実施する。

## 研究内容

- ・利用者、訪問者のフェーズ  
日本人のライフスタイルの変遷及び都心のある場面に登場するグループはどのようなライフスタイルを持っているのか
- ・民間供給サービスのフェーズ  
訪問客にどのような変化があり、それに対応してどのような供給を行い、変化に対応しているのか。今後、どのような軌跡が予想されるのか
- ・公共供給サービスのフェーズ
- ・空間構成  
街の構成、人の流れはどうなっているのか。街の雰囲気、アメニティー、魅力はどうか、今後の改善策はあるのか
- ・シーンの考察  
都市の代表的な繁華街としてのシーンはどのように変化してきたか、また新たなシーンの発生はあるのか、そのシーンは如何に演出したらよいのか。現在の都心のシーンは興隆にむかっているのか衰退するのか、シーン供給者の戦略は今後どのようにすればよいのか。
- ・地区の設定  
老舗地区(銀座等) ヤング地区(渋谷・原宿等) 庶民地区(上野・浅草等) 坩堝地区(新宿・池袋等) ビジネス地区(丸の内) その他の地区
- ・シーンの設定  
飲食シーン ファッション店舗シーン 居住・労働空間のシーン  
文化シーン(美術館、画廊、劇場その他) 街路行動シーン 風俗ほか

## 研究体制

企画推進: 中田裕久(株式会社オオバ 環境開発研究所主任研究員)

研究協力: (株)読売広告社第1営業本部都市生活研究ディビジョン

(株)創造開発研究所

(財)ハイライフ研究所内に研究プロジェクトチーム事務局を設置

### ③ハイライフ研究に関する普及活動

#### ホームページの充実

広報活動及び研究発表の場として立ち上げましたホームページは3年間で14,500弱のアクセスがあり、研究報告書への問合せも増加している。今後も、研究報告書の全文掲載、シンポジウム・講演会等の内容の掲載等のほか、ハイライフ研究所の情報公開及び情報発信の場として更に充実を図っていく。

#### 広報誌「はいらいふ研究」の発刊

研究所の広報及びPR強化の一環として、(財)ハイライフ研究所の活動報告や報告書以外の研究内容を編集して年1回発行。

### ④ハイライフ研究に関する催しの開催

銀座コムホールを使用した、ハイライフセミナー、講演会、シンポジウム等を企画し、銀座発のハイライフ研究に関する情報発信を充実させて行く。

#### ハイライフセミナーの開催

1)今年度の研究成果の発表

2)講演会

\* 銀座コムホールハイライフ講演会 年2～3回実施予定

3)シンポジウム

\* 文化パステル共同企画イベントほか

4)生活マーケティングセミナー

\* 松田理事によるセミナーを年6回程度開催予定

## 2. 受託研究の概要

### ①生活文化に関する受託研究(読売広告社より受託)

研究テーマ 生活文化に関する研究と出版

#### 研究概要

「団塊家族」(PHP 出版)、「共立夫婦」(日科技連出版)、そして今年度出版の「ブロードバンド生活読本」(日科技連出版)に引続き、社会のトレンドや生活者の価値意識の変化を分析し、生活文化に関する研究として取り纏め出版する。

#### 研究体制

《生活文化研究プロジェクト》

プロジェクトリーダー: 杉本浩二(読売広告社 mdi ラボ)

研究メンバー: 読売広告社 mdi ラボ及びハイライフ研究所研究員

研究協力: 創造開発研究所

#### 研究方法

研究会を中心に分析

文献調査・ヒアリング調査

分担執筆及び編集