

平成から令和へ【平成のライフスタイル】 世帯の多様化と社会の情報化で脱洋風化するか

今年の5月、平成から令和へと変わったが、間もなく令和元年が終わろうとしている。

元号が令和になるまで約半世紀の間、日本経済は高成長から安定成長、バブル経済とその崩壊、そしてITバブル・リーマンショックによる史上最長の不況に見舞われた。しかし、平成時代の末期の平成25年ころからアベノミクスにより、株価も上昇し企業業績や雇用情勢が好転しはじめ安定的な経済となった。

一方、30年間にわたった平成時代に、日本は社会や生活者へ影響を及ぼす歴史的な出来事が起こっている。それは、少子高齢化を伴う人口の減少である。人口規模が縮小し、平均世帯人員も縮小し、かつての社会生活の主役であった核家族、標準世帯が少数派に転じてしまい、日本の家族(世帯)は小世帯化・多様化した。

世帯が変わればライフスタイルも変わる。

長期スパンで日本のライフスタイルを見ると、奇跡ともいわれた高度経済成長期や史上初のバブル経済期を過ごす中、日本人の生活は、様式としては洋風化をベースとした「家族を重視する生活」に力点を置いた。しかし、平成時代の中ごろから世帯が小世帯化・多様化し、社会がサービス化・グローバル化・IT情報化が進んだことも相俟って、人々の生活の力点は、「家族全体」よりも「個人」を中心に据える生活に切り替えはじめた。生活志向は「経済性・便利性」の追求から「コスパ」「健康」「コミュニティ・人間関係」「セキュリティ」重視に向かっている。

高度経済成長期から平成の初めまで一直線で進んできた日本人のライフスタイル(=洋風化、合理性、核家族化を最重視する生活)は、日本の世帯が劇的に大きく変わる中で、新しいライフスタイル(=個人・私事を重視する生活)へとシフトしてきている。

高成長時代、バブル時代、バブル崩壊と経済停滞、そして経済回復を経験する中で人々のライフスタイルはどう変わってきたのか、その変遷を追うとともに、そのスタイルの変化のエポックメイキングは何だったのかを追う。

今回のレポートは、令和元年を終えようとしている今、もう一度、平成時代の人々のライフスタイルはどのように変わったのかを見てみる。

2019 年度ハイレイフ研究所メールマガジン
現代若者考レポートⅡ
連載 12 月号 2019 年 12 月 25 日
平成から令和へ【平成のライフスタイル】
世帯の多様化と社会の情報化で脱洋風化するか

目次

はじめに……………p.2

I ー総和・平成そして令和へ。

世帯構造(世帯人員・規模)は、多様に変化し続けた……………p.2

《大家族⇒核家族世帯⇒標準家族⇒単身・二人の多様世帯》

II ー時代ごとに大きく変わった「生活の力点」とライフスタイル……………p.5

《住生活⇒レジャー余暇生活⇒食生活・住生活》

III ー昭和・平成時代のライフスタイルの変遷 ……………p.6

《ライフスタイルと耐久消費財の普及》

昭和 40, 50 年代 大家族から核家族中心へと大きく変わったライフスタイル

昭和 50 年代後半～平成時代前半 夫婦と子供からなる標準世帯が主流のライフスタイル

平成 10 年頃～平成 25 年頃 標準世帯の減少と単身世帯・夫婦のみ世帯が軸に

平成時代後半期以降のライフスタイル 一人、二人世帯など世帯多様時代が主流に

執筆者メモ……………p.10

執筆者

マーケット・プレイス・オフィス代表

立澤 芳男(たつざわ よしお)

■出店リサーチ・店舗コンセプトの企画立案

■都市・消費・世代に関するマーケティング情報収集と分析

■元「アクロス」編集長(パルコ)／著書「百万人の時代」(高木書房)ほか

平成から令和へ【平成のライフスタイル】 世帯の多様化と社会の情報化で脱洋風化するか

はじめに

生活の基礎は家族の構造にあり、その構造の変化は世帯構成の変化にある。その変化がライフスタイルに大きな影響を与える。

世帯とライフスタイルとは表裏の関係にあり、両者の変化時期は重なる。

例えば、「大家族世帯」が多数であった「昭和 30 年代」の生活は、木造長屋から鉄筋コンクリート製のマンション団地に居住が変わり、三種の神器といわれる電気冷蔵庫、電気洗濯機、白黒テレビに囲まれた電化生活が始まっている。そして、「核家族世帯」が増え続けた「昭和 40 年代」になると、住宅は憧れの庭付き一戸建てが長期ローンで買える時代となり、マイホーム・マイファミリー・マイカーという三点セットの「洋風生活」が始まっている。そして、大量に出現した団地や一戸建て住宅の間取りとしては、明るい台所にはステンレス製の流し台が設置され、浴室と水洗トイレが住戸内にあるといった「食寝分離」の住まいが大量に誕生した。また、室内には、どの世帯も合理的な生活を可能とする家電製品が満ち溢れるといった洋風化される生活づくりに一直線で進んだ。昭和末期から平成の初期の「バブル経済」下では、世帯の所得も上がり、欧米ブランドの高級・高額商品を購入し米国人の生活を上回る勢いで消費が動き、憧れであった「洋風生活」志向は頂点に達している。

しかし、その後のバブル経済崩壊、IT バブル後の不況、リーマンショックで企業収益は悪化し、欧米の高級・高級商品の購買者であった団塊世代の収入・所得は伸び悩み、その結果、金の掛かる「洋風生活」志向は大きく後退した。

このころから経済の停滞が定着し、生活は節約志向をベースとする考えを持つようになった。加えて、人口減も始まり、世帯構成は小単位化し多様化し、世帯は大きく変わり生活のスタイルも大きく変わりはじめている。

日本は平成時代になってから、歴史上はじめての問題に直面した。それは、少子高齢化、人口減少、世帯の縮小、世帯構成の変化、女性の社会進出、晩婚化・非婚化などで、社会の価値観・規範が変化し、それに乘じてライフスタイルも画一均一なものから個性・多様化へと変わり始めた。

以下、世帯の変化とライフスタイルの変化についてみてゆく。

I - 昭和・平成そして令和へ。世帯構造(人員・規模)は多様に変化し続けた 《大家族⇒核家族世帯⇒標準家族⇒単身・二人の多様世帯》

生活の基礎は家族の構造にあり、その構造の変化は、生活者のライフスタイルに大きな影響を与える。

日本の世帯数は、2018(平成 30)年現在 5,340 万 3 千世帯で増え続けているが、世帯構造(世帯平均人員、世帯規模など)は長期にわたって大きく変化し続けている。その世帯構成の変化を厚生労働省「国民生活基礎調査」の年次データで追ってみる。

平均世帯人数や世帯員数の増減テンポはいくつかの段階で異なっているが、それぞれの時期の社会変化の状況を反映していると考えられる。まず、世帯の規模縮小を示す平均世帯人数は、昭和 28(1953)年の 5.00

人から減少を続け、平成 30(2018)年には 2.44 人と半分を下回っている。世帯員数の縮小は戦後の日本社会の最大の変化といつてよい。

次に『世帯規模』についてその縮小過程を見る。年次を追ってみると明らかに日本社会の変化の時期区分が見て取れる。

- ① 「最も多い世帯員数規模」は、1965(昭和 40)年頃までは「6 人」以上が多かった。
- ② 1965(昭和 40)年頃から 1991(平成 3)年までは「4 人」が最も多かった。
- ③ 1985(昭和 60)年までは、6 人以上世帯のみ減少し、その他の世帯員数の世帯はいずれも増加傾向にあった。この年を境に、4 人以上世帯の減少と 3 人以下世帯の増加している。
- ④ 1995(平成 7)年以降は、基本的に「2 人」の最多が続いている。
- ⑤ 2000(平成 12)年ころから、1 人世帯より 2 人世帯の増加の方が目立っている。また、増え続けてきた 3 人世帯が横ばいになっている。

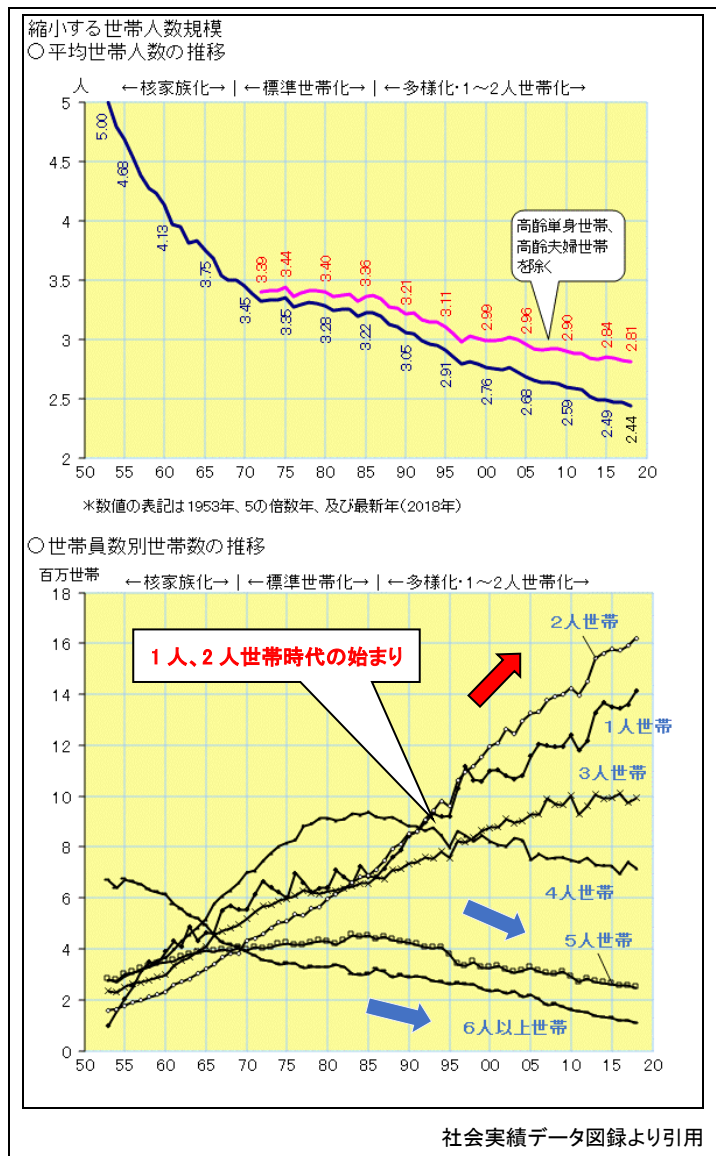
平成 20 年以降、高齢者世帯のシェアは拡大しているが、高齢単身世帯を除く 1 人世帯は、むしろ、縮小気味である。

世帯動向の変化で注目されるのは児童のいる世帯の変化だ。住生活で重要なファクターとなる「児童」について、児童のいる世帯も大きく変わった。児童がいる世帯は、出生人口が少なくなるのに比例して毎年減り続けている。そして、『児童が三人以上いる世帯』『児童が二人いる世帯』が年々構成比が低くなっている。それに対し『児童が一人いる世帯』の構成比は年々高まっている。1998(平成 10)年に児童のいる世帯のうち児童が『児童が一人いる世帯』と『児童が二人いる世帯』の構成比が交錯し、

それ以降逆転し、『児童一人世帯』の構成比は高くなっていった、2018(平成 30)年には、『児童一人世帯』が 45.4%、『児童二人世帯』が 40.4%となった。

日本社会の世帯構造は、昭和 60(1985)年頃までは、夫婦と子による世帯(≡標準世帯)が全体の 4 割が占めていたが、平成元(1989)年前後から急速に多様化し、平成 17(2005)年では、夫婦と子による世帯約 3 割に対し、単身世帯も約 3 割、夫婦のみ世帯は約 2 割となっている。これまで“標準的な家族像”と言われてきたものが、標準となりえなくなっている。

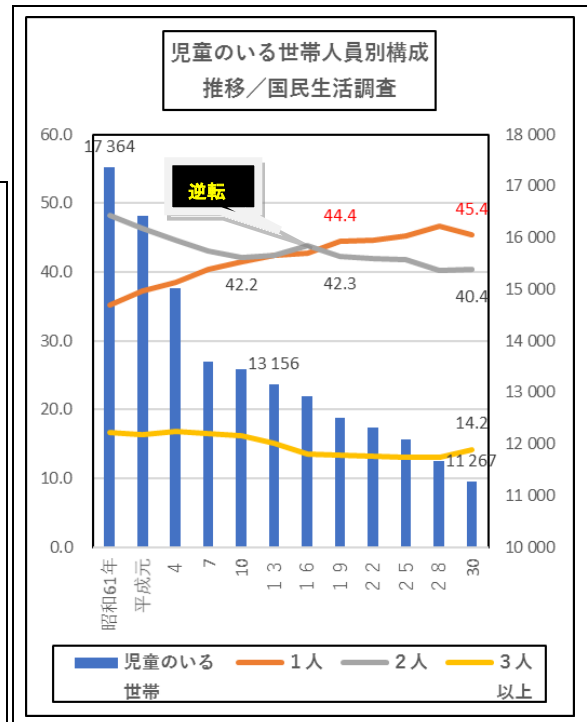
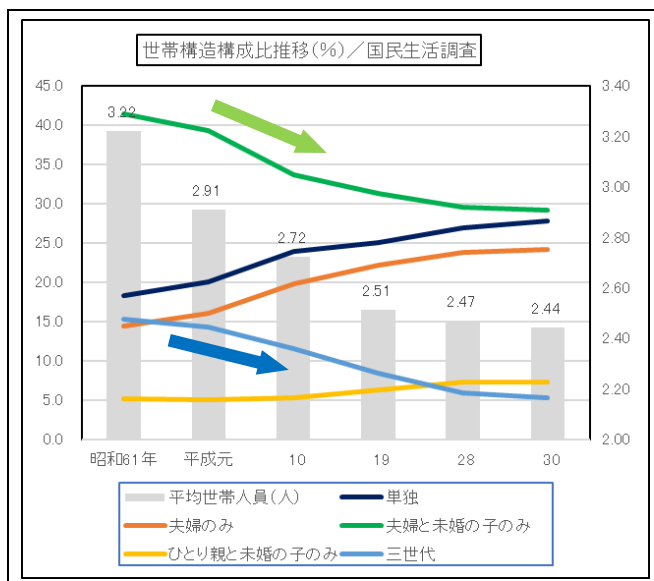
現代の日本の世帯は、6 人以上の大家族、あるいは標準世帯が中心の時代から、世帯パターンにこれとい



った多数派モデルのない「多様化」の時代に入ったようだ。子ども1人～2人の夫婦世帯、多様な2人世帯(子どもなしの夫婦世帯、母子・父子世帯、及び近年増えている高齢夫婦世帯)、そして単身世帯(若年単身世帯と近年増えている高齢単身世帯)がそれぞれ存在感を強めている。

最近の世帯構造変化の特徴は、これまで「標準世帯」として考えてきた「夫婦と子から成る世帯」よりも「ひとり暮らし世帯」が増加し、IT技術の普及も重なり世帯の個人化が進んでいる。

個人・家族を取り巻く環境の変化は、今後の話になるが、例えば、在宅勤務やクラウドソーシングが増えて、自由に働ける在宅勤務やフリーランスを選択する人が増えてくると、通勤のために郊外の住宅から都心に移動する必要なくなるなど働き方や交通にも新たな影響を与え、「住まいや」「住まい方に」大きな影響を及ぼす。



| 家族 | 時期 | 家族の構成 | 世帯人員規模の推移 | 平均世帯員数の推移 |
|-----------------|-----------------------------------|---|-----------------------------------|------------------------------|
| 核家族 | 高度成長期 ⇒ 1975(昭和50)年まで | 夫婦と子どもからなる「核家族化」が進展し、子どもの数も少なくなった | 6人以上世帯の割合が急減(それまでは3世代世帯、子どもの数も多い) | 平均世帯人員の減少のテンポは極めて著しい |
| 標準家族(世帯) | オイルショック ⇒ 1985(昭和60)年まで(経済安定期) | 夫婦と子ども2人の世帯が『標準世帯』として意識されるようになった | 4人世帯の割合が大きく拡大した時期である。 | 平均世帯員数はほぼ横ばいに推移 |
| 家族分裂・分化 | バブル経済 ⇒ 崩壊・リーマンショック(平成不況期) | 核家族、標準世帯が少なくなり、総数世帯が増加し始めた | 4人世帯の割合が縮小、1人世帯や2人世帯の割合が大きく拡大し始めた | 高度成長期ほどではないが平均世帯人数の減少が目立っていた |
| 世帯多様化 | 2015(平成27)年以降(景気回復期) | 平均世帯人数が再び減少し、世帯は多様化 「子ども1人～2人の夫婦世帯」、「多様な2人世帯(子どもなしの夫婦、母子・父子、高齢夫婦)」、「単身世帯(若年単身、高齢単身)」 | | |

Ⅲ－昭和・平成時代のライフスタイルの変遷 ≪ライフスタイルと耐久消費財の普及≫

I－昭和40, 50年代／大家族から核家族中心へと大きく変わったライフスタイル 高度経済成長・安定成長期の典型的なライフスタイル

日本の都市は空襲で多くの住宅を焼失し、戦後、政府により大量の住宅が供給された。しかし、これらの住宅はいわゆる“バラック住宅”で質が低く、「2室＋台所＋トイレ」という間取りが一般的。当時は「大家族」であったこともあり、2室で寝食・接客のすべてをこなし、独立したリビングという概念は無かった。

大きな変化があらわれたのは昭和30年代で、戦後に増えてきた「核家族」に対し、どのような住宅を供給すべきかという議論がなされ、食事の部屋と寝る部屋、夫婦と子どもの寝室は分けるべき、という考えからダイニングキッチンが生まれた。ダイニングキッチンを持つ間取りは公団住宅や民間のマンションにも採用され、専用の部屋にダイニングテーブルを置くライフスタイルは、モダンな生活として憧れの対象となった。

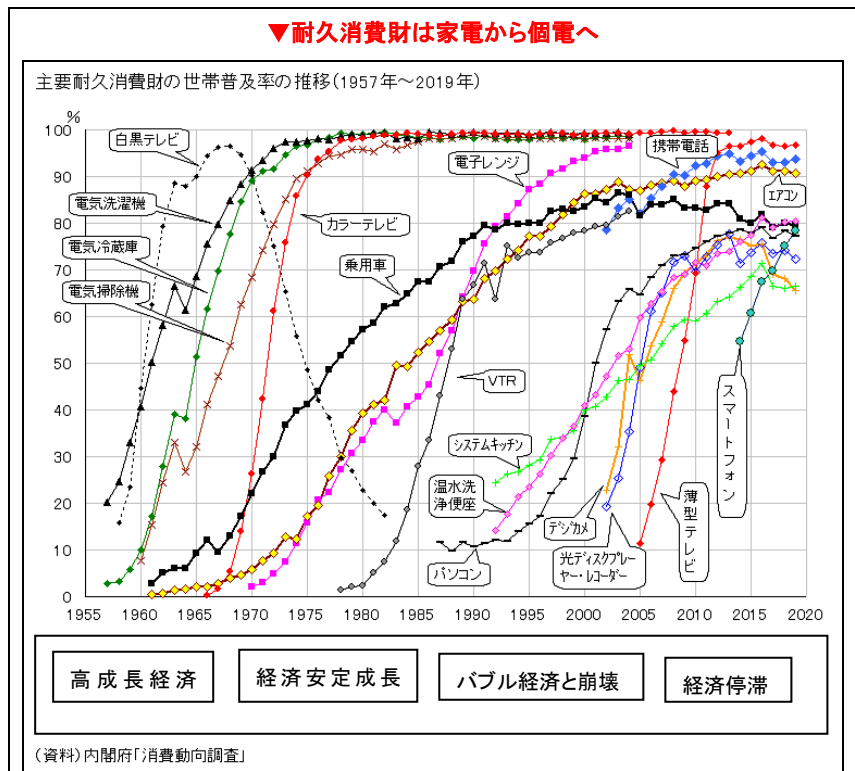
戦前の日本の住宅では、台所を北側の薄暗い一角に設けるのが一般的だった。しかし、戦後、核家族が増え、昭和30年代に住宅公団が誕生して以降、食事の場と一体になった「ダイニングキッチン」のスタイルが普及し、キッチンが南側の明るい位置に設けられるようになった。

親と子どもで構成される核家族が急激に増えたのは昭和30年代後半で、集合住宅の間取りの基本として3LDKが一般化したのは昭和40年代に入ってからだ。

■高度経済成長期・安定期＜核家族・ニューファミリー＞の耐久消費財が普及

高度経済成長期の所得向上の中で、耐久消費財の普及が進んだ。昭和28(1953)年は『電化元年』と言われているが、この頃登場した電気洗濯機、電気冷蔵庫、白黒テレビという「三種の神器」は30年代の高度成長期とともに普及し、昭和48(1973)年のオイルショック頃にはほとんどの家庭で一家に一台の普及を見た。

三種の神器といわれた商品は、当時最先端の商品としてあこがれの対象であるとともに、これらの耐久消費財は家事労働にかかる時間の短縮を可能とし、家事労働に従事することが多かった女性の社会進出にも貢献した。その後、昭和30年代後半から普及がはじまった乗用車、ルームエアコン、カラーテレビという「3C」と呼ばれる耐久消費財が、当時の一般家庭の夢の商品として黒白テレビを引き継いだカラーテレビから急速に普及していった。一方、昭和48(1973)年に起こったオイルショックを機に、省エネルギー化が



進み、省エネルギー家電(節電形蛍光灯、省エネルギーテレビ受像機、省エネルギー冷蔵庫)商品が出た。また、技術進歩によりマイコンを組み込み電子制御された家電が登場している。核家族全員が洋風で、合理的で、楽しい生活をする事ができる電化商品が大量に商品化され大量に販売されていった。

2—昭和 50 年代後半～平成時代前半／夫婦と子供からなる標準世帯が主流のライフスタイル

バブル経済とその崩壊・経済停滞期

夫婦と子ども二人という核家族が多かった昭和 50 年代後半から、子どもに個室を与えられるようになった。同時に、家族の団らんをするリビング、食事をするダイニング、料理をするキッチンという、目的によってスペースを分ける意識が定着した。そして平成元年を迎えた頃には、居間・台所・食堂の機能を広いワンルームに集約したLDKがすでに主流になっていた。3LDKが間取りの主流なのは今も変わらないが、変化しているのはLDKの使い方と、各スペースのつながり方だ。日本の景気が右肩上がりだった昭和 50 年代後半から 60 年代前半は、ホームパーティーをしたり、すてきなインテリアを飾る「見せる」ためのリビングが登場している。

ニューファミリーの中で育った「団塊ジュニア世代」(標準世帯)は“コストパフォーマンス”に敏感である反面、ある側面においてはお金をかける「プチ贅沢」等の「こだわり消費」をする消費の二面性や多様性が指摘されている。

バブル崩壊後の平成 2、3 年頃から一時期、安心ややすらぎが重視され、家族の場としての LDK が求められた。キッチンも、リビングダイニングから隔てられた独立型よりも、会話ができる対面式が好まれるようになった。壁付けだったキッチンの形が見直され、家族と会話をしたり、子どもの様子を見守りながら料理ができる対面スタイルのキッチンの人気が高まっていった。しかし、一戸建て建築では、バブルが崩壊したとはいえ、たとえば 2 階にもトイレやシャワーを設ける、子どもの数だけ個室をつくることも多かった。

■バブル経済前後とその崩壊期<標準世帯家族時代>の耐久消費財

エアコンの家庭への普及率が上がり、夏期における家庭の電力消費が大幅に増大し、電子制御技術の向上も見られた時期でもある。またこの時期にはバブル景気により大型・高級化などの高付加価値製品が登場している。バブル経済崩壊は、家電のマイコン制御が進み、複雑な機能をもつ多機能家電が増えていった。娯楽家電のデジタル化もはじまり、CD は急速に従来のレコードを置き換えていった。また、大型化(大画面テレビ、大型冷蔵庫、オーディオコンポ)や多機能化(移動型テレビ、ニューメディア対応テレビ)が開発され販売されるようになった。家庭内耐久消費財は、その後も電子レンジ、VTR、またシステムキッチンや温水洗浄便座(シャワートイレ)、パソコン、デジカメ、携帯電話、VTRを引き継いだ光ディスクプレーヤー・レコーダーと次々と国民生活を便利にするような新商品が普及してきている。

3—平成 10 年頃～平成 25 年頃／標準世帯の減少と単身世帯・夫婦のみ世帯が軸に

リーマンショック、大震災、平成不況期

平成 10(1998)年から約 10 年間、LDK の一角に子どものスタディーコーナーを設けたり、家族が顔を合わせやすいリビング階段を取り入れる家が増え、LDK の役割が標準世帯家族のコミュニケーションの場としてますます重視されるようになっていった。

平成 20 年以降の住まいをみると、昭和の高成長期、バブル経済とその崩壊期、平成の中頃まで、リビングといえば、一般には家族みんなでテレビを視る場所だったが、LDK 憩いの場合は、パブリックスペースである LDK 内にタタミコーナー、書斎コーナー、あるいはカウチスペースやタイルフロアのインナーテラスなど、別空

間的な場を設けた住まいが増えた。LDK と個室の間にこうした「バッファゾーン」を挟み、家族と緩やかにつながりつつ、個のライフスタイルを豊かに楽しむスタイルが浮上してきた。国土交通省が行ったアンケート(※)でも、リビング 15 畳、ダイニング 6 畳、キッチン 6 畳が理想の広さとして最も多くの支持を得ている。※出典:『住生活に関する国民アンケート～未来の「住まい」を考える』(平成 22(2010)年、国土交通省調べ)

家族から自分時間を重視するようになった。例えば、スマートフォンやタブレットなど IT 製品が進化し、身近なアイテムになるにつれて、家族がべったりと一緒にいて同じことをするのではなく、家族の気配を感じながらもそれぞれが自分の時間を大切にしたいと思うようになった。そのため、リビングは団らんの場所であるとともに、一人ひとりが思い思いに過ごせる空間へと変化してきている。

マンションは大規模化、超高層化が際立っているが、高機能化(システムキッチン、断熱性能など)、高付加価値化(コンシェルジュ、共用施設など)、高安全化(防犯性能、耐震性能など)も目覚ましい進歩を遂げた。リーマンショックを乗り越えた平成 20 年以降、人々は住まいの「着ぶくれ」、つまり過剰な設備や仕様に気づき、「引き算」を意識するようになった。家族が少ない場合、2 階のトイレは不必要だと考える人も出てきた。

建築分野では住宅の強度や耐久性を高めるため、平成 12(2000)年に「品確法」が施行され、住宅の気密・断熱性能の向上につながり、リビング階段の普及を後押しした。また、平成 13(2001)年には家電リサイクル法、平成 14(2002)年にはシックハウス規制が盛り込まれた建築基準法が改正され、平成 18(2006)年にはバリアフリー新法も登場するなど、生活の住まいのあり方が大きく変わるきっかけともなった。

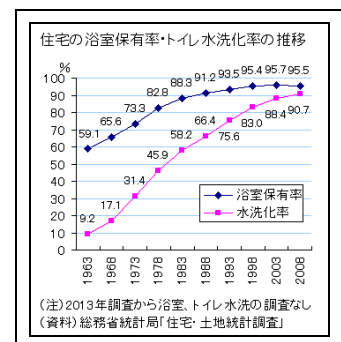
■平成時代前半<世帯規模縮小期>の耐久消費財普及

日本は平成 5(1992)年に『パソコン元年』を迎えている。

平成時代になってから、様々なデジタル通信機器が家庭にも本格的に入り込みはじめた。平成 10(1998)年頃になると携帯電話が急速に普及し始め、またゲーム機も、成人がゲームをすることも珍しくなくなったことで、子供の玩具から家庭の娯楽機器の要素も持つようになっていった。また、従来は業務用機器またはホビー機器の性格が強かったパーソナルコンピュータも急速に普及し、インターネットが家庭に入り込みはじめた。

環境家電(生ごみ処理機、排気のきれいな掃除機、節水型洗濯機、有害物質を使用した部品を含まない製品、省電力エアコン、省電力冷蔵庫)や映像情報機器・オール電化住宅が話題となり、インターネットが社会インフラとなり、ネット接続機能をもつ家電製品も現れるようになった。

平成時代はデジタル三種の神器(DVD レコーダー、デジタルカメラ、薄型テレビ)から始まった。その背景に日本の人口減少と世帯の規模の縮小と一人・二人世帯などの多様な世帯の急増があることが考えられる。



4-1 平成時代後半期以降のライフスタイル／一人、二人世帯など世帯多様時代が主流に

自由時間を縛る「家族、家、車、耐久消費財」はいらない

平成時代に入ってバブル経済崩壊以降、不況が続く消費全体が低迷したが、今までの家電製品は売れなくなったが、「パソコン搭載」の電化製品は買換え需要で息を引き返し、一方で、インターネットを前提とする携帯電話が若者に流行し、日本全国、老若男女に普及している。企業もネット情報サービスシステム(生産供給、流通、販売営業)を構築するなど産業界でもITによる産業革命を引き起こし、一般社会ではコードレスの生活革命が進行した。そこでは、当然ながら生活者の意識や消費行動に大きな変化が起こった。

不況に打ちのめされる中で、消費支出は物(モノ)からサービス(ソフト)へと移行した。パソコンと携帯電話の普及は、日本人が個人の自立と新たなコミュニケーション社会(≒ネットワーク)を求めるよう促した。

■平成時代後半期<一人、二人世帯など世帯多様時代>の耐久消費財

IT製品、情報通信関連製品など家電(家庭用電化製品)というより個電(個人用電化製品)の普及が大幅に上昇し、平成 29(2017)年の普及を見ると、これまで伸びてきたエアコンやシステムキッチンまでもが世帯普及率を低下させ、また一方で、乗用車の普及率は頭打ちとなり、カラーテレビではブラウン管テレビから液晶、プラズマなどの薄型テレビへのシフトがほぼ完了している。平成 23(2011)年 7 月にアナログ放送が終了し地上デジタルテレビ放送(地デジ)に切り替わったことや近年の薄型テレビの価格低下もこれを加速した。

携帯電話は平成 26(2014)年には携帯電話の一部としてスマートフォンが初登場(54.7%、スマートフォン以外の携帯電話だけだと 73.7%)。スマートフォンはその後普及率が上昇しており、他方で、パソコンやデジカメ、あるいはテレビやレコーダーの普及率が横ばいあるいは低下の傾向に転じている。

| 年代 | 昭和後半の 20 年間 | | 平成の 20 年間 | 平成後半の 10 年間 |
|--------------|---|---|--|-----------------------|
| | 1970 年代(昭和 45 年)⇒1990 年代(平成 3 年) | | 平成 4 年～平成 24 年 | 平成 25 年～平成 30 年 |
| | 団塊世代⇒ニューファミリー ⇒標準世帯 | | 団塊ジュニア | ミレニアム世代 |
| 家族・世帯・ 住居 | 核家族世帯(子二人、親同居)⇒標準世帯(子一人) 夫婦子供二人(子供中心主義) | | 夫婦、単身世帯 個室、夫婦中心主義 | 小単位世帯(多様) 空間、 |
| 経済成長 | 高度成長経済(後期)⇒安定成長経済⇒バブル | | 停滞経済(低迷) | 経済回復 |
| 中心世代 | 団塊世代 20 歳代⇒団塊世代中年 | | 団塊ジュニア | ミレニアム世代 |
| 社会動向 | 大量生産・大量消費社会 | 多様化・個性化社会 | グローバル化・情報化社会 | 情報社会 |
| | 重厚長大・耐久消費財 | 軽薄短小・ファッション | インターネット・デジタル | |
| 大ヒット商品 | カラーテレビ、カー、クーラ ー、自家用車、総合スー パー、クレジットカード | エアコン、高機能テレビ、 マンション、コンビニ、金融 商品、健康美容グッズ | パソコン、ポケベル、携帯電 話、デジタルカメラ、 ハイブリッドカー、ユニクロ | スマホ IoT、AI、キャッシュレス |
| 消費志向 | 所有志向⇒便利志向／ハンドリング | | スピード・デジタル志向 | 情報(時間)消費 |
| 生活水準 | 所得アップ⇒所得伸び悩み | | 所得格差 | 実力主義 |
| | 物販支出⇒余暇・レジャー支出 | | サービス支出・情報支出 | |
| 耐久消費財 | 一家に 2 台⇒一部屋 1 台 | | 一人 2 台 | レンタル・シェア |
| 生活スタイル | 画一・均一の洋風化生活 | | 高級・高額化の洋風化 | 「個人化」「私事化」 |

執筆者メモ

世帯の多様化と情報社会化は「洋風化」を駆逐できるのか

AI や IoT という文字が連日新聞や雑誌の紙面をにぎわしている。日本語よりも外国語が大事にされるようになっていく。そんな時に、死語化したような「洋風化」をテーマに述べることは何事なのかと思われるかもしれない。否、洋風化は今でも生きている。食生活しかり、住生活しかり、グローバル化という名を借りての商売の洋風化もある。

洋風化について近代日本史を見ると、明治維新の文明開化の「洋風化」は、富国強兵と同義語であったようだ。また、戦後の洋風化については、敗戦から復興し、日本が欧米諸国並みの先進国となるべく住宅や食生活で国を挙げて推進されている。さらに、高度経済成長期の「洋風化」は、洋風生活こそ、当時の日本社会全体の生活目標であった「合理的な生活」と「核家族全体の尊重」とをつなぐ接着剤のようなものであった。たまたま日本では大量のニューファミリー家族が出現し、大量生産大量消費の経済システムを有効に働かせるため日本の洋風化(マイホーム・マイカー生活)は必須であった。大衆的にしかも画一・均一的に洋風化生活は広がっていった。

洋風化のライフスタイルは、高度経済成長以降、石油ショック、安定経済成長、バブル経済とその崩壊、リーマンショック、平成不況と何度かの経済変動があったが、「洋風生活」志向は日本の社会に強くはびこっていった。その要因として日本の世帯は多様化しながら増え続けたことや都市化が全国に広がったことにある。

なぜ経済変動が続いたのに金が掛かる洋風化が生活スタイルとして受け入れられ続けたのか。その理由は、大量生産・大量消費といった高度経済成長システムが、時代を超えて生き残り、大量生産大量消費システムとともに生まれ育った大衆主義、大衆迎合主義が依然として残り、宣伝や流行に乗りやすい集団志向から脱することができなかったからである。「みんなで渡れば怖くない」が長い間続いた結果でもある。社会において世帯が家族を守るという価値観が崩れない限り、また、世界に後進国がある限り、高度経済成長期の経済システムが社会に生き残る。高度経済成長はエネルギー革命や技術革新などによる生活の大変化をもたらしたが、それは基本的に政治と経済、政策と資本がリードした生活変化であって、人間がリードしたわけではなく、今でも政治と経済、政策と資本がかなりの物事をリードしている。そのリード力に陰りも出てきたのは事実だ。

その陰りは、2000年以降着々と進行する人口減少や世帯・家族の分裂への対応ができなくなっている。

長期にわたった平成時代の不況により所得が伸びなくなったことや人口減少社会に突入し世帯が多様化し、さらにIT情報社会化が進展する中、高度成長となじみ深かった、またいまでもある憧れの洋風化が風化しつつあるのは確かだ。

洋風化で先進国となり、一部では欧米を超える社会分野も生まれてきている。しかし、現代の洋風化された生活スタイルをみると、その生活の現実には、家族の崩壊プロセスに対応した空間をそこに見ることができる。家族関係の変化も読み取れる。かつて社会を揺り動かした「洋風化」は、現在の生活価値観においては、ほとんど死語となりつつあり、新しい生活が模索されはじめている。高成長期に出来上がった画一的な家族中心主義・洋風志向のライフスタイルが後退し、今日では、個性的で多様なライフスタイルに変わりつつある。そのキープポイントは世帯の「個人化」「私事化」である。宣伝や流行に乗りやすい集団志向が弱くなる必要がある。高経済成長がもたらした洋風化からの離脱から真の生活革命ははじまるのだろう。以上