

●ハイライフ・データファイル2009について



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)
流通系企業の出店リサーチ・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の情報収集と分析
■元「アクロス」編集長 ■著書に「百万人の時代」(高木書房)等

昨年度(20年度)は「いまどきの世代レポート」(連載シリーズ)をご愛読いただきましてありがとうございました。今年度は20年を経過した平成時代の浮き沈みの激しかった日本の経済活動や激しく変化した消費活動を総括し、未来の日本がどのようになるのかイメージできるレポートを、以下のタイトルで来月(5月末発信)からスタートします。

High - Life 生活・社会総括レポート21 ～NEWジャパン これからの日本社会～

すでに20年を経過した平成時代。その20年間に变化した日本のライフスタイル・生活を総括し、将来の変化を生み出すであろう変化要因を分析・把握する。20年間の生活はどのように変化したのかその変遷レポート。

企画編集方針

ライフスタイルの変化に関わる「生活ジャンル」を抽出し、各ジャンル毎にデータを整理し、その動向を分析する中から、これからのトレンドを発見するとともに、問題点や課題を引き出す。

様々な生活ジャンルでの20年間の長期データを整理し、データ数値を分かりやすく表やグラフで提示することにより、研究者や企業のマーケットターの情報ニーズに敏感に対処するデータ分析を提供したいと考えます。

分析データは、ハイライフ研究所から月1回メールマガジンにレポートとしても掲載します

企画内容 平成20年間の「生活・消費」総括(案)ー100年に一度の危機、ライフスタイルはどう変わるー

分野	項目	20年間の変化を見るキーワード切り口
生活基礎	①収入・所得・雇用環境	生活水準、所得核、地域格差、就職
	②家計の金融行動	消費支出、貯蓄
生活ジャンル	③食生活	食料、身体、外食、内食
	④住生活	住宅・住居、耐久消費財の普及
	⑤ショッピング	小売業態の変化、百貨店、SC、CVS、
	⑥レジャー・余暇	観光・旅行、ギャンブル、シネマ、スポーツ
	⑦情報・通信・メディア	新聞、テレビ、インターネット、広告動向
	⑧教養・文化	書籍、映画、テレビ、展覧会、観劇
	⑨教育	学校、塾、教室、留学
都市インフラ	⑩都市交通、都市建設	交通網変化、空港、駅、都市整備、ビル化

注:本企画内容は準備段階のプランのため本シリーズ連載時には企画の若干の変更があります。



**未来の生活をイメージする「取っ掛かり」を見つけるために、
日本の社会構造をすっかり変えたこの 20 年間に総括することからはじめよう**

日本は、戦後間もなく世界の奇跡といわれた高成長経済を達成しましたが、半世紀を経てマイナスの経済成長社会に突入してしまいました。

昨年(08年)末から、本当はよくわからないのですが「100年に一度の未曾有の危機」に遭遇したようで、日本の経済は、08年度は経済成長率はマイナス2.1%となり、09年度もマイナス4%が予測され、経済低迷は10年度まで続くという最悪の事態となってしまいました。

そのことと呼応するかのように、日本の人口社会は死亡者が出生人口を上回り、08年度も人口がマイナスとなる人口減少社会に突入しました。

しかし、経済も人口もマイナスの社会に一気に陥没したわけではありません。別表にあるとおり、今日のマイナス経済社会に至るまで、半世紀の間に三ステップ(段階)の成長過程を踏んできました。今日の日本社会は第IVステップに突入したということです。

少なくとも20世紀に生きた日本人にとって、第一次や第二次世界大戦という異常な社会の時期を除いては、「経済」も「人口」もマイナスになるのははじめての出来事です。

この第IVステップの経済成長率マイナスの社会が、どのような社会になるのか、どのような変化がどのような社会分野で顕われるのか、あるいはその社会でどう人は生きてゆくのか、それを予測し、想像することは至難の業です。しかし、何とかしてこの日本の未来社会をイメージしておかなければなりません。少なくとも、日本の未来社会をイメージできるその「取っ掛かり」くらいはつけておきたいものです。

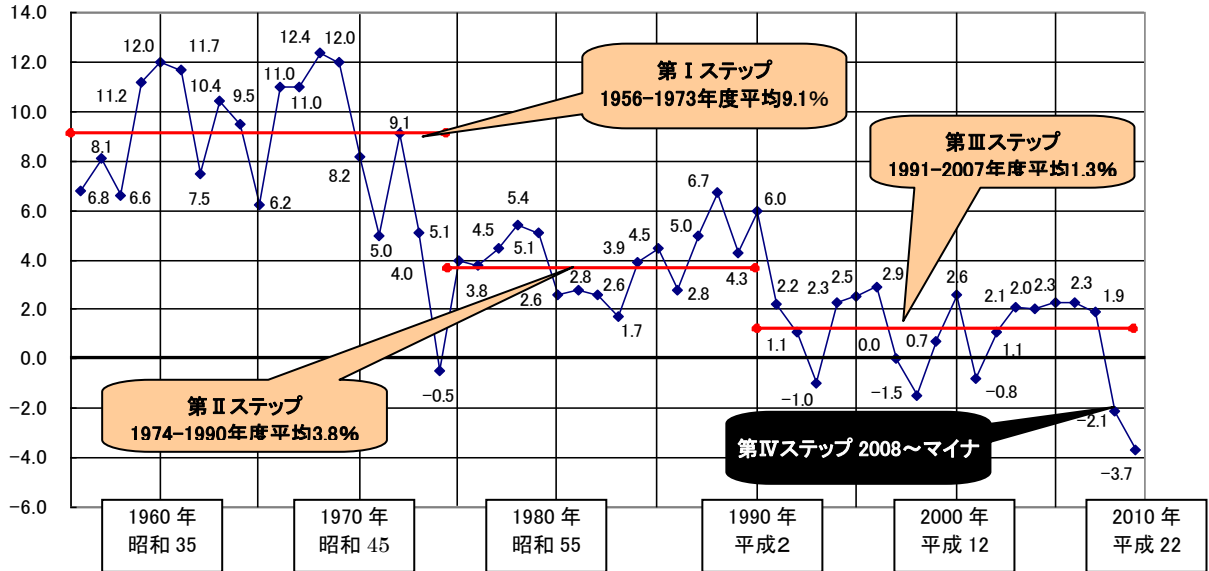
その「取っ掛かり」を見つける方法として、いまさら戦後約40年前の、第Iステップの高成長期の日本の社会と比較したり、フォーカスしたところでろくなものしか出てこないような気がします。決して歴史を無視すると言うことではありませんが、高成長期の日本と切り離して現代の日本の社会を見る必要があります。

▼戦後の日本の経済成長プロセス(MPO作成)

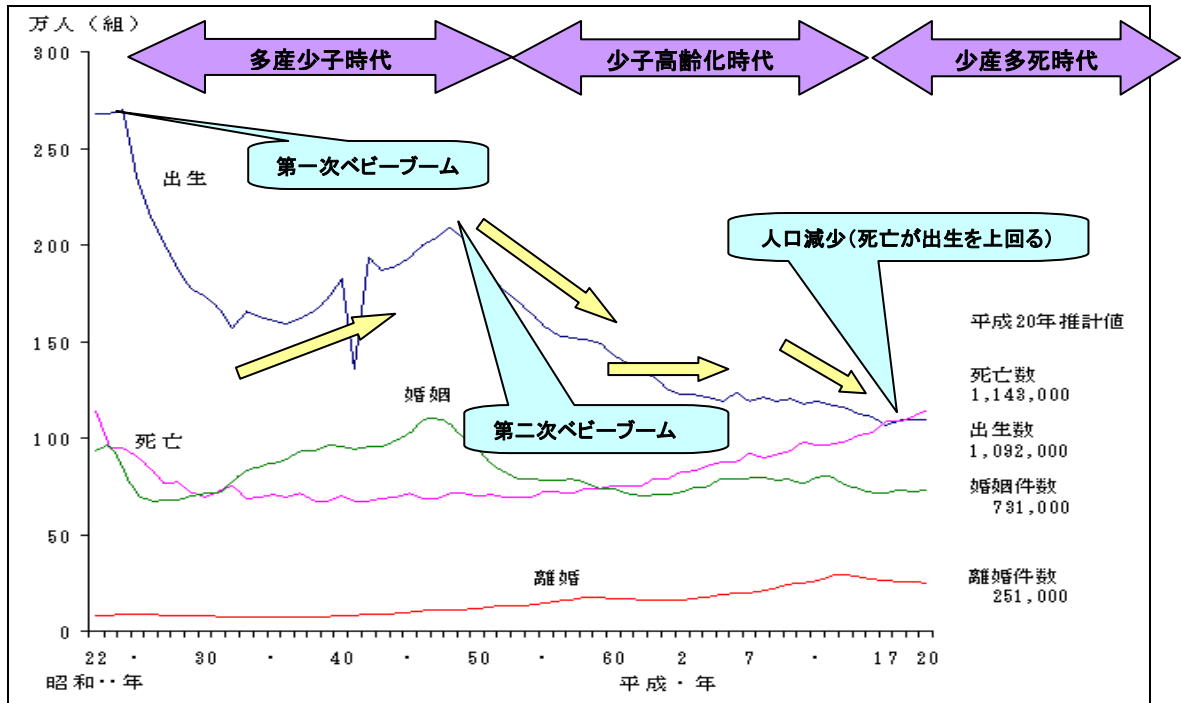
経済成長プロセス		期間(年度)	年平均成長率	期間年数	景況
第Iステップ	高成長期	1956(昭和31) —1973(昭和48)	平均 9.1%	17年間	なべ底不況 岩戸景気 オリンピック景気 いざなぎ景気 列島改造ブーム 石油ショック
第IIステップ	安定成長期	1974(昭和49) —1990(平成2)	平均 3.8%	16年間	ハイテク景気 円高不況 バブル景気
第IIIステップ	低迷期	1991(平成3) —2007(平成19)	平均 1.3%	16年間	平成複合不況 ITバブル景気 デフレ不況 陽炎景気
第IVステップ	マイナス期	2008(平成20) — ?	マイナス ?%	?	世界同時不況

◆経済成長率の推移 **日本は「第IVステップ」の「マイナス経済社会」に突入**

注)年度ベース。93SNA ベースがない1980年以前は63SNA ベース。1995年度以降は連鎖方式推計 ※出典:内閣府
平成19年度確報(平成20年12月2日)。平均は各年度数値の単純平均。2008年度、2009年度は見込み



◆人口動態総覧の年次推移 **少子高齢化を経て「多産少子社会」から「多死少産社会」へ**



* 出展:厚生労働省「人口動態統計平成20年」



**平成生まれが 2200 万人になり、平成生まれが成人になった今日の日本社会。
工業社会から情報・サービス社会に大転換したこの 20 年。**

すでに平成の時代は約 20 年を経過しました。平成生まれが成人になり、昭和時代に生きていなかった平成生まれの人口は 2190 万人で日本の人口の 17.1%を占めています。

そして、アナログ的に積み重ねられてきた日本の社会的構造基盤は、今から約 15 年前の Windows 95 の発売によりインターネット熱が盛り上がりインターネット元年とも言われた 1996 年前後から日本の社会はデジタル社会に大きく転換し、「情報化」や「ネットワーク化」が盛んに叫ばれるようになりました。日本の社会基盤は、工業社会から情報社会へ、そしてサービス社会に大転換しています。

平成 19 年住民基本台帳；総務省 (単位；千人、%)		
	10 月 1 日現在	総人口に占 める割合
明治生まれ	280	0.2
大正生まれ	6,148	4.8
昭和生まれ	99,450	77.8
平成生まれ	21,892	17.1

いまや、1996 年にゼロ(学者技術者を除く)に近かったインターネット利用人口は、8226 万 6000 人、全人口の 6 割超が利用(データ；インターネット白書 2007)(インプレス R&D))しています。

これからの日本ですが、日本の社会は、人口減少の国になることが確定的とされるなか、消費市場は量的に縮小することは避けられません。すでに経済規模は世界第 2 位の約 510 兆円ですから、何か世界的なグローバルな仕掛けがない限り、経済規模の量的な拡大は困難です。せいぜい GDP の総額を維持することしかできません。成長率をもっと伸ばせていっても、新興経済国(BRICs)ではありませんから、経済成長率の伸びで国の真の経済力や国力を推し量るという考え方は間違っています。二桁に近い経済成長率はありませんと考えるべきでしょう。日本の社会はすでに量を旨とする工業社会から質が物言うサービス社会に変わり、しかもアナログからデジタルの情報社会へと変わりました。

将来の日本をイメージする「取っ掛かり」としては、量で社会を見る発想を後退させ、質の変化を発見するという姿勢で、量から質に転換した日本の平成時代の社会を分析することが必要なのではないのでしょうか。もはや、高成長経済と急激な人口増という二人三脚で成長する構図は日本の社会にはありません。その認識に立って、経済成長が停滞した約 20 年間(平成時代)の日本にどのような変化があったのかを追跡する必要があります。



**この 20 年間で何が変わったのか。次回からのレポート連載に入る前に、
平成の時代に何が変わったのかの基本的な認識**

この 20 年間、日本は政治上では行財政改革や規制緩和や税改革など、実業界ではグローバル経済に積極的に参入し日本の経済再生を図ってきましたが、米国依存の日本はアメリカのプライムローン破綻と米国消費の冷え込みで経済は大打撃を受け、結果として日本の経済は低迷から脱することなくマイナス経済へと転じています。海外経済が失速したため、日本からの輸出が足元で急減し、為替市場で円高が進んでいることも、輸出企業の業績悪化を通じて「国内需要の下振れ」が現実化しました。百貨店などの売上も未曾有の

2 割ダウンの数字が出てきています。国内需要を支えるのは言うまでもなく国民総支出の 6 割を占める個人消費ですが、100 年に一度の危機は、その個人消費に大変化を促すこととなります。

しかし、この20年の低迷期に、日本の社会は、実は、社会構造的に質的な大きな変化が顕在化しました。少子高齢化が進み、標準家族(夫婦と子供二人)は極わずかになり、世帯は小単位化し単身世帯は増え、夫婦のみ世帯も増え、フリーターも増え、また就活(就職活動)どころか婚活(結婚活動)が盛んになりました。一方で情報化消費は盛り上がりインターネットがこの低迷期に爆発的に社会に浸透し、パソコン、携帯電話、デジタルカメラ、液晶テレビなどの情報家電を子供から大人まで保持し自由に利用する社会になっています。この情報化消費が、停滞する経済を支えマイナス経済化を押しとどめたわけです。その代わりに、重厚長大・工業社会を支えてきた国家財政と企業財政に支えられてきた年金や医療、の分野で齟齬が見えはじめ、年金の引き下げや医療保険費用アップ、派遣労働者の失業者化、年間三万人の自殺者などの暗い問題が置き去りにされてしまいました。この20年間は、工業化から情報化・サービス社会への転換期であったわけでその転換が社会システムとして機能しなかったのではないのでしょうか。

しかし、日本の社会システムがどう変わろうと変わるまいと個人のライフスタイルはどんどん変化します。この20年間でライフスタイルは大きく変わりました。ライフスタイルの変化を追い続けるハイライフ研究所は、その大変化を注視し続けます。

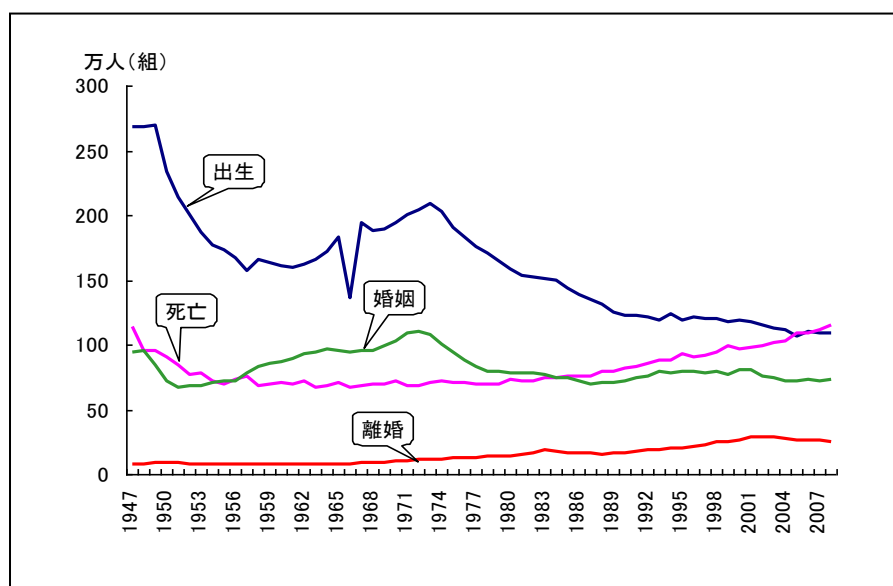
今年度は、ちょうど平成時代が20年間を経過するという節目に当たるということを契機に、その20年間のライフスタイルや個人消費需要ジャンルを総括し、見つめなおします。

この100年に一度の危機に対し、大変化に恐怖感や焦燥感を抱くことなく、21年度を将来の布石を打つべき「備えの年」にすべきと考え、この20年間の生活全般を総括します。ご期待下さい。

データチェック① 【人口構造変化データ】

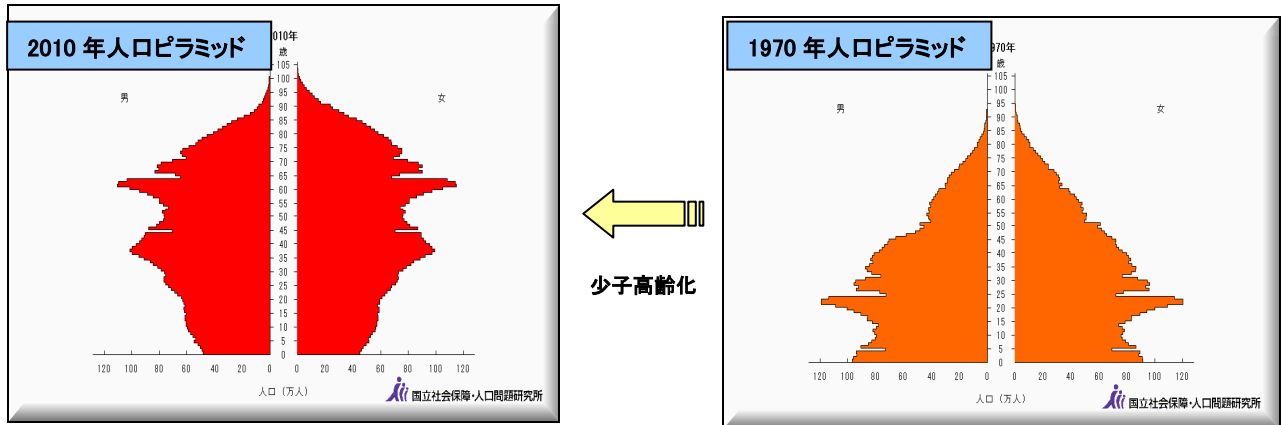
人口減少、少子高齢化、小単位多世帯化

1) 人口動態総覧の年次推移 —人口減少社会へ向かう日本の人口動態—



* 出典: 人口動態調査

2) 年齢人口ピラミッド(※出典: 国勢調査) **—富士山縦型からボーリング球横型へ—**



3) 家族類型別一般世帯数(単位: 千世帯※出典: 国勢調査) **—単独世帯と夫婦のみの世帯の増加—**

年次	総数	親族世帯						単独世帯
		総数	核家族世帯					
			総数	夫婦のみ	夫婦と子供	男親と子供	女親と子供	
1985(昭和60年)	37,980	30,013	22,804	5,212	15,189	356	2,047	7,895
1990(平成2年)	40,670	31,204	24,218	6,294	15,172	425	2,328	9,390
1995(平成7年)	43,900	32,533	25,760	7,619	15,032	485	2,624	11,239
2000(平成12年)	46,782	33,679	27,332	8,835	14,919	545	3,032	12,911
2005(平成17年)	49,063	34,337	28,394	9,637	14,646	621	3,491	14,457

データチェック② [消費需要変化データ]

モノからコトへ、そしてサービス化社会がやってきた

282兆円という日本の最終消費支出額の需要項目別で見ると、通信・情報や娯楽レジャー文化項目が構成比を高める中、被服など衣料品部門は半減している。平成20年の経過の中ではさらに激しい変化があった。日本の国民総生産の6割を占める消費がどうなるかは、今後の日本にとっては極めて重要な問題であるが、この消費支出の変化データは、ほかならぬ、個人生活ライフスタイルの変化の積み重ねの数字である。

▼国内家計最終消費支出名目「消費項目別」推移 ～通信・住居などサービス支出が大きく伸びた～

(単位 10億円 %)

消費項目別	A:1996(平成8年)		B:2000(平成12年)		C:2006(平成18年)		10年比較 C/A
	消費収支	構成比	消費収支	構成比	消費収支	構成比	
国内家計最終消費支出(10億円)	273,656	100.0	275,305	100.0	282,941	100.0	103.4
1. 食料・非アルコール飲料	42,785	15.6	43,533	15.8	40,542	14.3	94.8
2. アルコール飲料・たばこ	9,019	3.3	9,560	3.5	8,759	3.1	97.1
3. 被服・履物	18,284	6.7	12,487	4.5	10,349	3.7	56.6
4. 住居・電気・ガス・水道	58,438	21.4	64,573	23.5	69,352	24.5	118.7
5. 家具・家庭用機器・家事サービス	14,261	5.2	12,119	4.4	10,578	3.7	74.2
6. 保健・医療	8,591	3.1	10,404	3.8	11,943	4.2	139.0
7. 交通	30,389	11.1	29,045	10.6	31,136	11.0	102.5
8. 通信	5,200	1.9	7,010	2.5	8,817	3.1	169.6
9. 娯楽・レジャー・文化	28,977	10.6	31,049	11.3	31,348	11.1	108.2
10. 教育	6,121	2.2	6,017	2.2	6,255	2.2	102.2
11. 外食・宿泊	19,876	7.3	20,343	7.4	21,735	7.7	109.4
12. その他	31,716	11.6	29,167	10.6	32,125	11.4	101.3

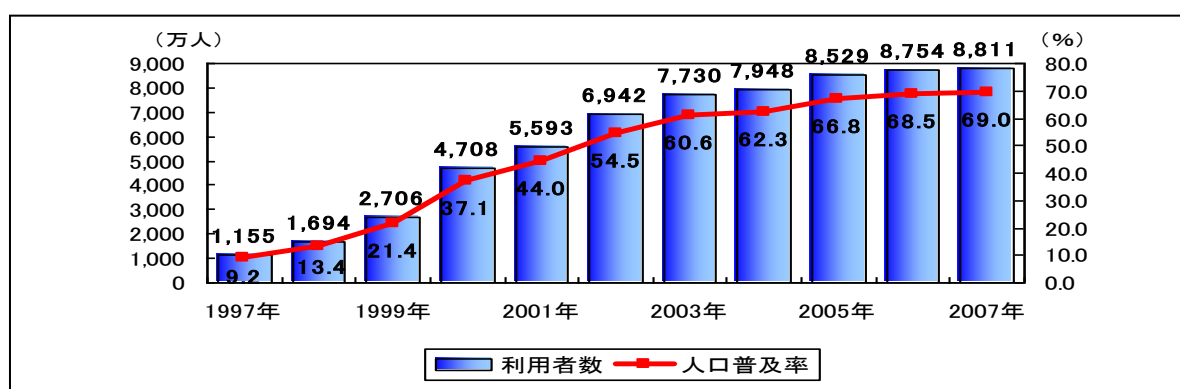
出典: 内閣府「国民経済計算」

データチェック③ [インターネット社会データ]

インターネット利用人口8000万人時代。高齢者にも普及

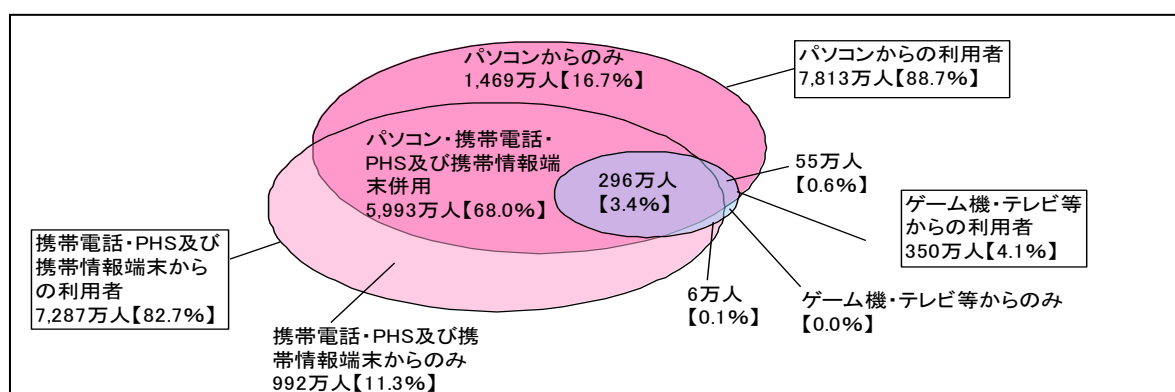
2007 年末のインターネット利用人口は、8,811 万人(対前年比 0.7%増)、人口普及率は 69.0%(対前年 0.5 ポイント増)と推計される。個人の属性別インターネット利用率について、2007 年末と 3 年前の 2004 年末で比較すると、世代別の利用率は、すべての世代において拡大している。特に 50 歳から 59 歳までの世代は 2004 年末 65.8%→2007 年末 81.2%、60 歳から 64 歳までの世代は 2004 年末 49.0%→2007 年末 63.0%と伸長しており、高年齢層の利用の伸びが顕著である。※出典:総務省「平成 19 年通信利用調査」

1)インターネット利用者数及び人口普及率の推移



2)インターネット利用端末の種類(2007 年末) ※出典:総務省「通信利用調査」

個人がインターネットを利用する際に使用する端末については、携帯電話等の移動端末での利用者が 2006 年末から 201 万人増加(対前年比 2.8%増)して 7,287 万人となったのに対し、パソコンからの利用者は、242 万人減少(同 3.0%減)して 7,813 万人となった。

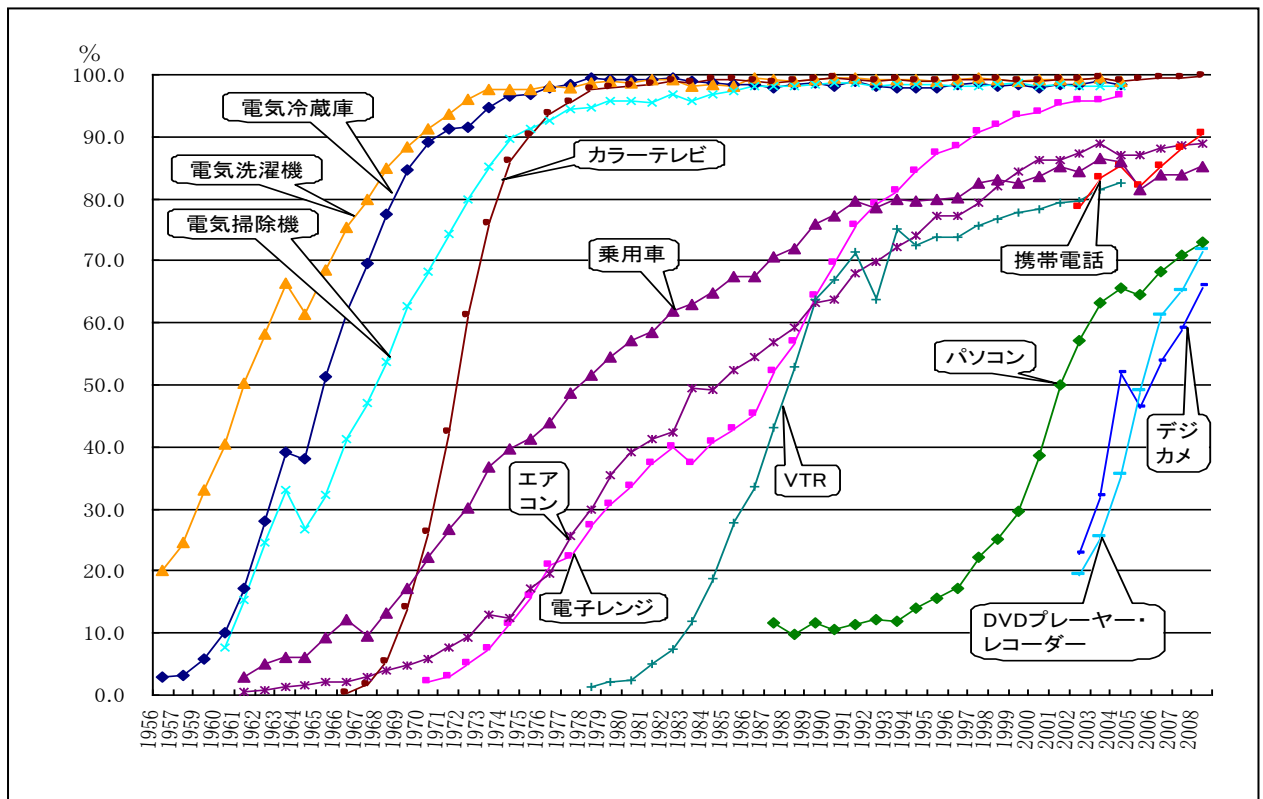


データチェック④ [耐久消費財変化データ]

平成時代に個電化、情報家電化で新たなネットワークが立ち上がった

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。1953 年は電化元年(「三種の神器」電気洗濯機・電気冷蔵庫・電気掃除機)。それから約 50 後の 1996 年は「インターネット元年」といわれ、パソコン・デジカメ・携帯電話、VTR を引き継いだ DVD プレーヤー・レコーダー等、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。近年の特徴は IT 製品・情報通信関連製品、また家電(家庭用電化製品というより個電(個人用電化製品))が目立ってきている。 ※出典:内閣府「消費動向調査」

▼主要耐久消費財の世帯普及率の推移 個電化、情報家電化が急カーブで普及



注)単身世帯以外の一般世帯が対象。1957年は9月調査、58～77年は2月調査、78年以降は3月調査

05年より調査品目変更。デジカメは05年よりカメラ付き携帯を含まず

以上