

---

---

## Ⅱ. 消費環境の状況と 個人消費支出の変化

今日の消費者を取り巻く環境は大きく変化してきている。その主な要因は、出生率の低下と平均寿命の伸長による少子高齢社会の急速な進行に起因する長期的・持続的な変化と、経済動向に起因する短・中期的な変動である。このような環境の中で、個人や家族の生活はどのように変化し、とくに勤労者や高齢者世帯の家計はどのような状況に置かれているのだろうか。

はじめに、このような現状を踏まえつつ、消費環境の変化と個人の消費支出の変化に焦点を当て今日の消費者の姿を浮き彫りにしていく。

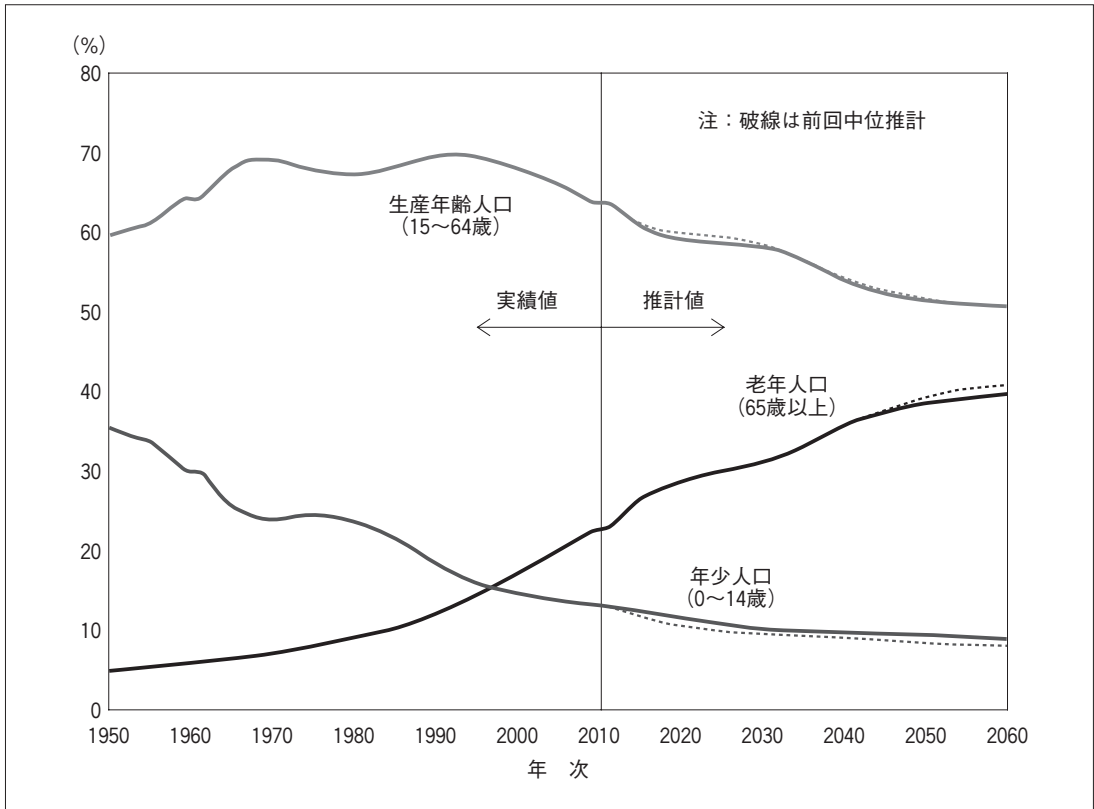
### 1. 少子・高齢化社会

2010年10月現在のわが国の人口は、国勢調査によると1億2,806万人、男女別に見ると男性が6,232万人、女性が6,573万人となっており、さらに、これを年齢3区分の人口構成比で見ると「年少人口（0～14歳）」が11.8%、「生産年齢人口（15～64歳）」が57.5%、「老年人口（65歳以上）」が30.8%である。この人口比率を2000年と比較すると、それぞれ14.5%、67.8%、17.5%であり、文字通り、少子・高齢化が確実に進展してきていることを読み取ることができる。

さらに、厚生労働省の国立社会保障・人口問題研究所は、この国勢調査結果と同年の人口動態統計をもとに2011年1月、新たなわが国の将来推計人口を公表している。それによると総人口は、今後長期の人口減少過程に入り、2030（平成42）年の1億1,662万人を経て、2048（平成60）年には1億人を割って9,913万人となり、2060（平成72）年には8,674万人になるものと推計されている。（厚生労働省の国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」）

今後のわが国の人口構成は、【図表Ⅱ-1】に示したように、年少人口の急激な減少、生産年齢人口の漸減傾向、老年人口の持続的な漸増傾向が明らかである。これは、一方で、出生率の低下、他方で平均寿命の伸長によりもたらされるといえる。わが国の合計特殊出生率（1人の女性が生涯に産む子供数）は、1975年1.91人から2001年1.33人と徐々に低下し過去最低を更新したが、2005年の1.26人を底に2010年に1.39人と若干増加傾向を示している。

【図表Ⅱ-1】年齢3区分別人口割合の推移 — 出生中位（死亡中位）推計 —

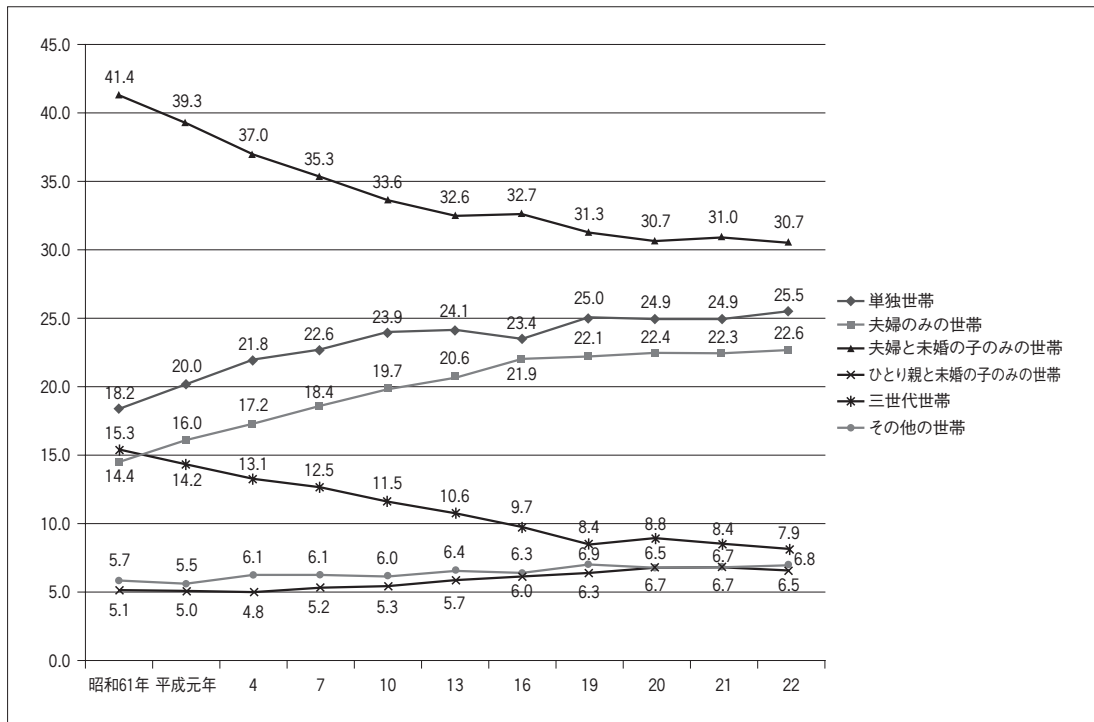


出所：国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口（平成24年1月推計）」20頁

## 2. 家族の変化・・・世帯構造及び世帯類型の状況

2010年（平成22年）6月3日現在における、わが国の世帯総数は4,860万世帯となっている。世帯構造別にみると、「夫婦と未婚の子のみの世帯」が1,492万世帯（全世帯の30.7%）で最も多く、次いで「単独世帯」が1,239万世帯（同25.5%）、「夫婦のみの世帯」が1,099万世帯（同22.6%）となっている。世帯類型別にみると、「高齢者世帯」は1,021万世帯（全世帯の21.0%）、「母子世帯」は71万世帯（同1.5%）となっている（【図表Ⅱ-2】参照）。特に、高齢者世帯は、1986年の236万世帯から4倍以上の増加を示している。

【図表 II-2】世帯構造及び世帯類型の状況（2010年（平成22年））

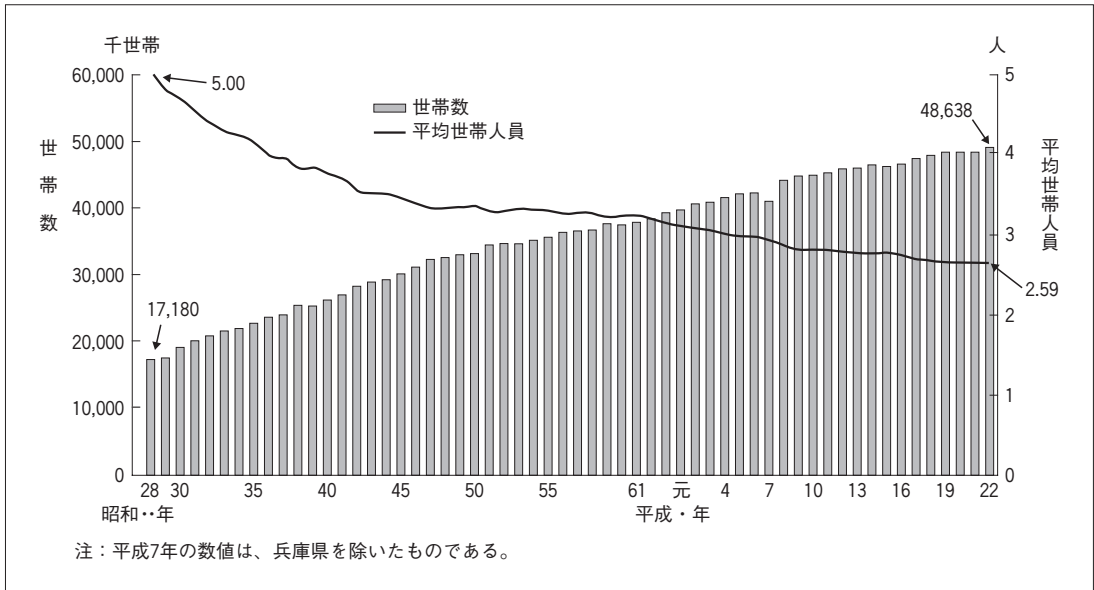


出所：平成22年国民生活基礎調査（厚生労働省 大臣官房統計情報部社会統計課 国民生活基礎調査室）より作成

この数値を1986年と比較すると、ここ四半世紀の変化の大きさを見て取ることができる。特に大きな変化を示しているのが、「夫婦と未婚の子のみの世帯」であり、41.4%からの大幅な減少を示している。その一方で、「夫婦のみの世帯」は、14.4%から大きく増加しており、さらに、特に顕著なのが、「単独世帯」であり、18.2%から大きく増加している。

さらに、単独世帯の内訳を見ると、現代の世相を象徴している。一つは、高齢社会といわれる中で、高齢者（65歳以上）の単身者の増加であり、1986年に128万世帯であったものが2010年には502万世帯にまで増加しており、実に4倍近い増加となっている。さらに、平均世帯数を全国平均で見ると、1955年においては5人であったが、1990年には3人に減少し、さらに、2010年には2.59人にまで減少している（【図表 II-3】参照）。

【図表 II-3】 世帯数の推移と平均世帯員数の年次推移



出所：平成22年 国民生活基礎調査  
 (厚生労働省 大臣官房統計情報部社会統計課 国民生活基礎調査室)

### 3. 消費者の収入および支出動向

本節では、今日の消費者の収入や支出動向を把握することで、消費者の生活動向のマクロ側面を把握する。さらには、これらの消費動向が、購買先の店舗等の販売チャネルにも影響を与える可能性が有り、その因果的な関係について、本章と次章以下の内容を結びつけて理解していくことが重要となる。

#### (1) 実収入・可処分所得

総務省の「家計調査年報」をもとに、全国勤労者世帯の家計収入や支出の動向を見ると、2010年（平成22年）の勤労者世帯の実収入は52万円で、実収入から税金や社会保険料等を差し引いた可処分所得も43万円と前年比で増加している。しかし【図表 II-4】を見てもわかるように、過去15年にわたり実収入は多少の増減を伴いつつ、減少の一途をたどっており、そのような縮小した家計を前提にした中で、消費者が努力している姿を想定することができる。

【図表 II-4】 実収入・可処分所得の実額と名目・実質増加率の推移

(全国、勤労者世帯)

年次	金額		名目増加率 (%)		実質増加率 (%)	
	実収入	可処分所得	実収入	可処分所得	実収入	可処分所得
平成8年	579,461	488,537	1.5	1.3	1.5	1.3
9年	595,214	497,036	2.7	1.7	1.1	0.1
10年	588,916	495,887	-1.1	-0.2	-1.8	-0.9
11年	574,676	483,910	-2.4	-2.4	-2.0	-2.0
12年	560,954	472,823	-2.4	-2.3	-1.5	-1.4
13年	551,160	464,723	-1.7	-1.7	-0.8	-0.8
14年	538,277	452,501	-2.3	-2.6	-1.2	-1.5
15年	524,542	440,461	-2.6	-2.7	-2.3	-2.4
16年	530,028	444,966	1.0	1.0	1.0	1.0
17年	525,629	439,672	-1.4	-1.2	-1.0	-0.8
18年	525,254	441,066	0.5	0.3	0.2	0.0
19年	527,129	441,070	0.4	0.0	0.3	-0.1
20年	533,302	441,928	1.2	0.2	-0.4	-1.4
21年	518,595	428,101	-2.8	-3.1	-1.3	-1.6
22年	521,056	430,282	0.5	0.5	1.3	1.3

出所：総務省「家計調査」より作成

【図表 II-5】 平成22年の家計消費

(全国、勤労者世帯)

## (2) 家計消費支出

同じく「家計調査年報」によると、2010年の家計消費支出の合計は約32万円（図表 II-5）で、前年比で若干の増加となっている。科目別に見ると、「教養・娯楽費」がここ数年増加傾向を示しており、「家電エコポイント制度」による後押しから家電を中心とした耐久消費財、「家具・家事用品」、「住居」の増加が目立った。ただ、2011年3月の東日本大震災の影響でこのところ堅調であった教養娯楽費などのレジャー・観光関連の選択的消費支出は減少している。

次に、世代別にこの内容について検討を加えてみたい。

	(単位：円)	対前年比 (実質) (%)
実収入	521,056	1.3
可処分所得	430,282	1.3
消費支出 (内訳)	318,211	0.6
食料	69,575	-0.6
住居	20,882	6.9
光熱・水道	21,661	1.4
家具・家事用品	10,654	10.5
被服及び履物	13,599	-0.1
保健医療	11,400	-4.9
交通・通信	47,918	0.9
教育	18,195	3.2
教養娯楽	34,229	4.9
その他の消費支出	70,098	—
平均消費性向 (%)	74.0	-0.5

但し「その他の消費支出」「平均消費性向」は名目値

出所：総務省「家計調査」より作成

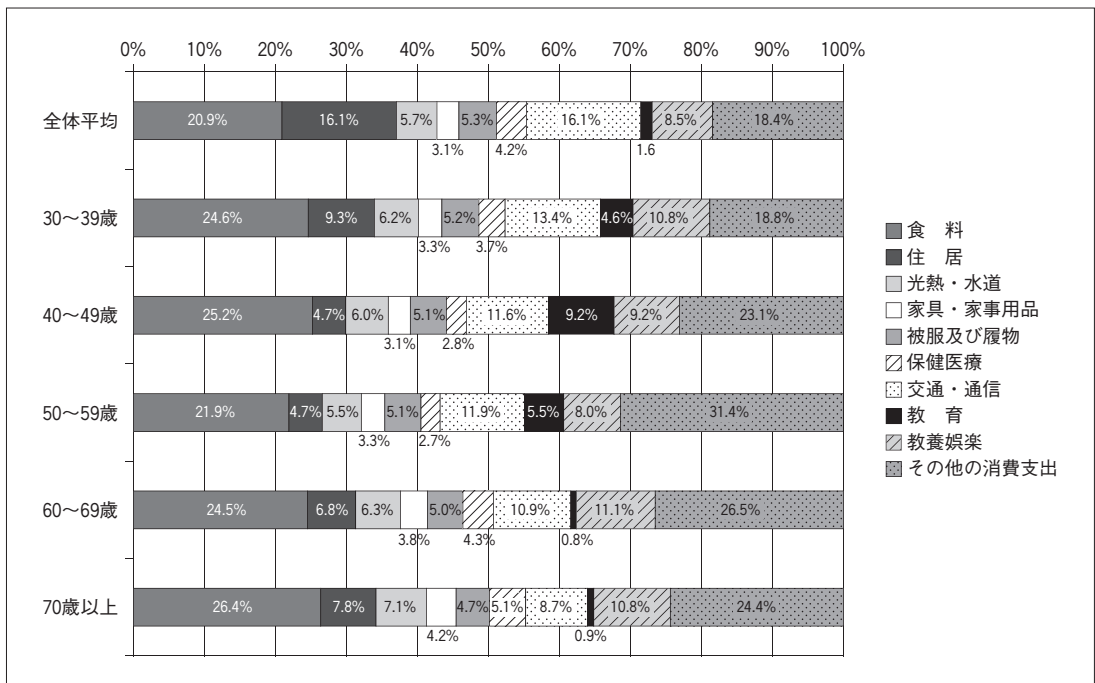
(3) 世代別消費動向

世代ごとに各消費費目の支出割合をみると、食料については、概ね30歳代から40歳代にかけて上昇し、50歳代にかけて低下し、60歳代で再び上昇している。住居については、30歳代での支出割合が高くなっている。家具・家事用品については、どの世代でも、支出割合はほぼ横ばいで推移している。被服及び履物についても同様の傾向を指摘することができる。保健医療については、60歳代から70歳代にかけて上昇傾向にある。交通・通信については、働き盛りの世代である30歳代から60歳代にかけてほぼ一定で消費支出の1割程度を占める傾向にある。教育については、子育て期間である40歳代でその割合を高め、その後低下するが、世代間でみると、その割合は上昇傾向にある。教養娯楽については、おおむね50歳代で低下し、60歳代で上昇する傾向にあるが、世代間でみると上昇傾向にある。

このように、消費支出の傾向を世代ごとに比較をすると、今後の高齢層の行動をおおむね予測することができると考えられ、世代間でみて割合を高めている交通・通信、保健医療、教育、教養娯楽などは高齢化の中で消費が増えていく分野であると思われる。

なお、近年の消費者の意識として今後消費を拡大したい分野をみると、趣味・レクリエーション、旅行などの教養娯楽分野での割合が高くなる傾向にある。

【図表Ⅱ-6】世帯主の年齢階級 主な年間収入の種類別1世帯当たり1か月間の収入と支出



出所：総務省統計局「平成21年全国消費実態調査」より作成

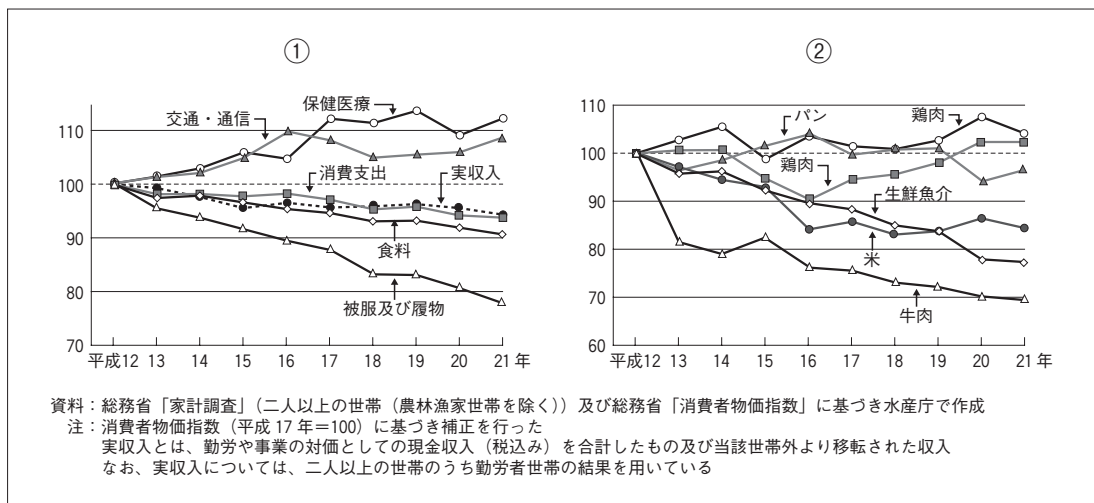
## 4. 食料支出額の推移

### (1) 買い物行動の中心となる食品購買の変化

近年、厳しい経済情勢を反映して、家計の収入及び消費支出は一貫して減少傾向にある。家計調査に示された支出の内訳をみると、保健医療費、交通・通信費等は増加傾向にある一方で、被服及び履物費等と並んで、食料費は減少が続いている。2010年の全世帯の1か月当たりの食料支出は、【図表Ⅱ-7-①】に示してあるように前年2009年より0.6%減の69,575円である。ここ10年の動向についてその傾向をみるとその傾向は顕著である。

次に、減少傾向を示している食料費について品目別にみると、米、牛肉等と並んで生鮮魚介が減少傾向になっていることがわかる（【図表Ⅱ-7-②】参照）。このような傾向は、当然それらを提供している小売業態の売上、強いてはそれらの業態の成長動向にも影響を与えることになる。これらについては、次章以降で詳細に検討されることとなる。

【図表Ⅱ-7】1世帯当たり食料支出額の推移（平成12年=100）

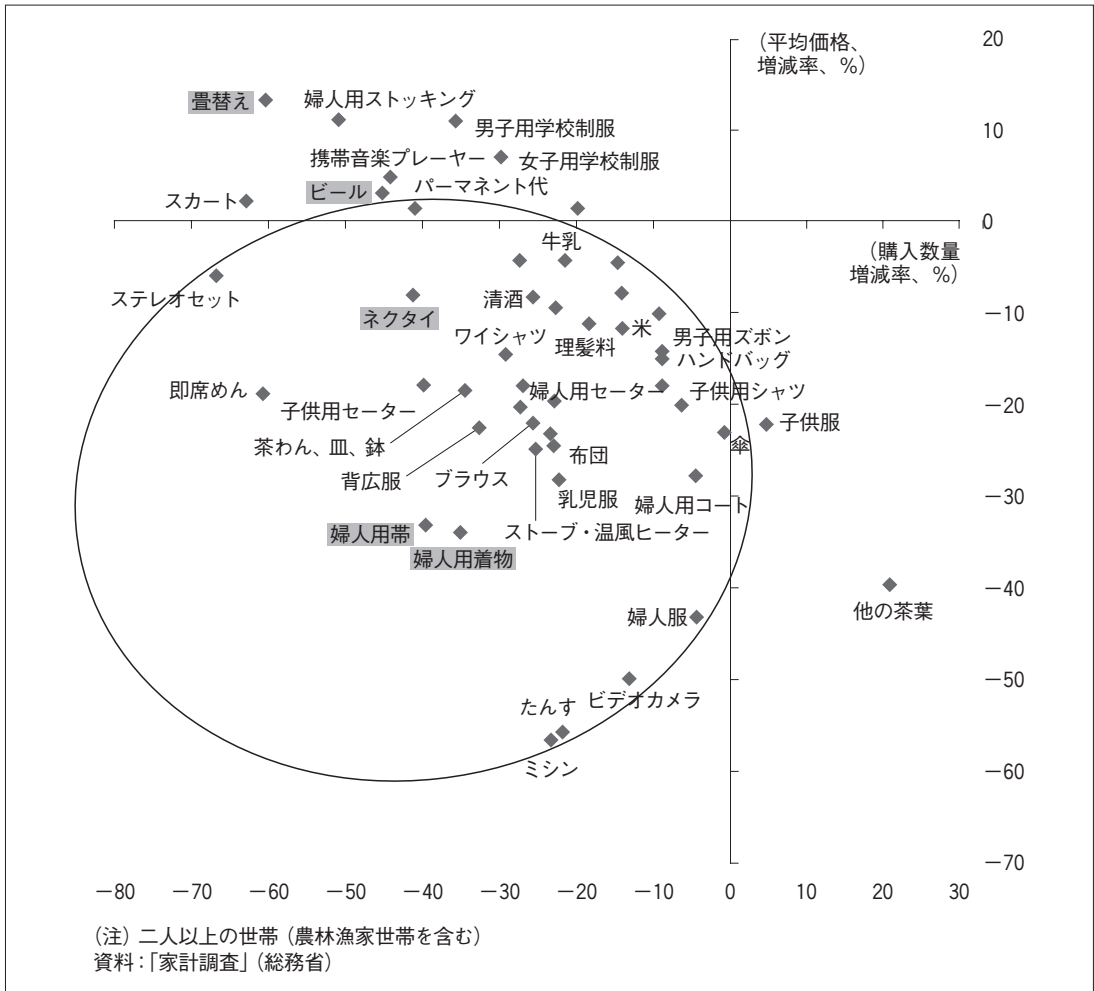


出所：農林水産省・水産庁「平成21年度 水産白書」44頁

これらの最寄品・買回品の消費支出の減少原因を考えてみる必要がある。理論的には、購買数量の減少あるいは購買単価の減少をその理由として考えることができる。さらには、今日のデフレ傾向を勘案すると、価格の低下が一般的傾向であるとすれば、価格の低下により需要は増加するはずである。しかし、家計調査で単価と購入数量が把握できる品目に限ってみても、12年から21年の間に家計が支出を減らした品目のほとんどについて購入数量と単価がともに下落している。【図表Ⅱ-8】は、縦軸に価格の増減率、横軸に購入数量の増減率を示

している。網掛けで囲んである第三象限に当たる部分は、価格も購買数量も減少しているところであり、ここに上述した消費支出項目のほぼすべてが該当していることがわかる。ここにも、今日の各種販売チャネルのおかれていた現実を読み取ることができる。

【図表Ⅱ-8】 家計支出減少額上位50品目の購入数量と平均価格  
(12年→21年、生鮮食品を除く)



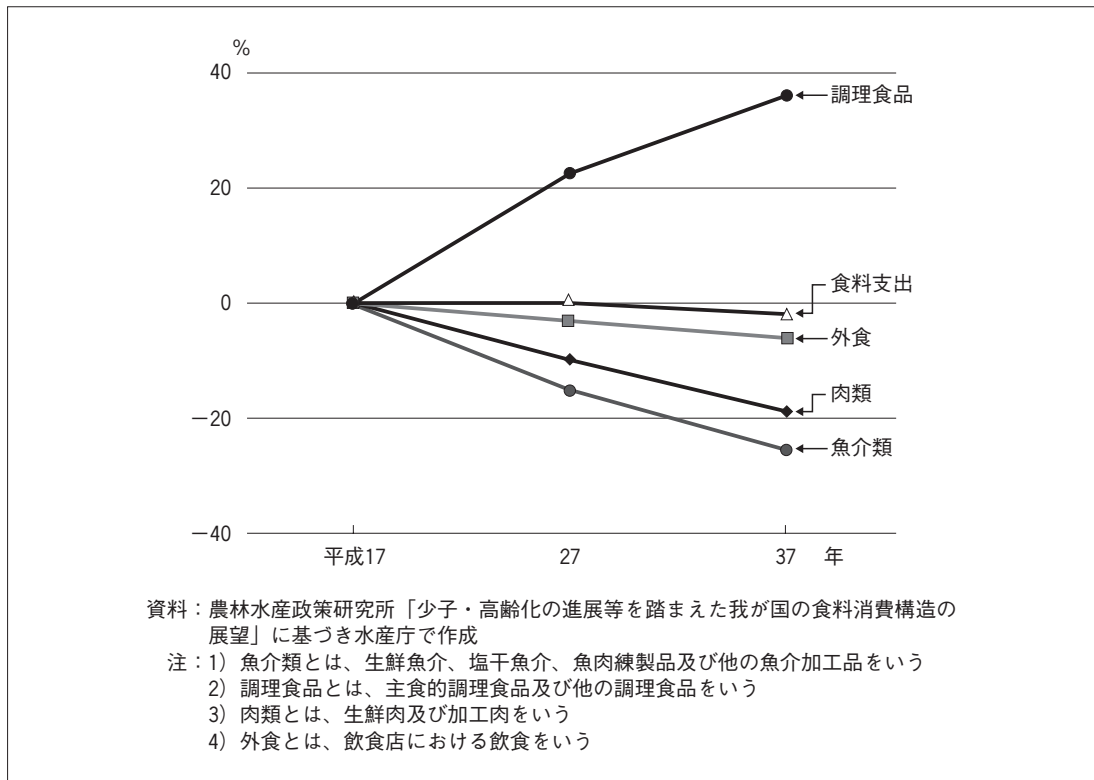
出所: 経済産業省「平成22年(1~3月期)産業活動分析」46頁

## (2) 増加する調理食品

次に、より具体的に食料支出額について形態別に調べてみよう。ここでは、次のような特徴を見て取ることができる。家庭内調理(食料支出額のうち、米、肉類、魚介類及び生鮮野菜の合計)への支出の割合が減少する一方、外食及び調理食品への支出の割合が増えている(【図表Ⅱ-9】参照)。



【図表Ⅱ-9】品目別年間支出額の変化（全世帯）



出所：農林水産省・水産庁「平成21年度水産白書」46頁

総務省統計局の「平成20年家計調査年報」によると、単身世帯全体では外食の割合は35.5%、調理食品の占める割合は13.0%となっており、食の外部化率はほぼ50%を占めるようになってきている。外食率を年齢階層別にみると、「34歳以下」は55.7%、「35～59歳」は40.7%、60歳以上は20.4%となっており、予想されるように、年齢階層が上昇すると外食率は下がる傾向にある。一方、調理食品率は外食率ほど年齢による違いは見られず、12%～15%の幅に収まっている。

男女別にみても、外食率、調理食品率ともに男性が女性を上回っており、男性（全体）の外食率は45.3%、調理食品率は14.4%、女性（全体）の外食率は23.8%、調理食品率は11.3%である。特に「34歳以下」の男性の食の外部化率は非常に高くなっており、外食率は59.8%、調理食品率は12.3%で、食の外部化率は72.1%となっている。（【図表Ⅱ-10】は実数表示となっている。）

【図表Ⅱ-10】世帯員1人1か月当たりの食料消費支出と種類別割合  
(名目、2009年、世帯主の年齢階級別)

(単位：円)

		消費支出	食料費	生鮮食品	加工食品	調理食品	外食	飲料・酒類	生鮮食品の割合 (%)	調理食品と外食の割合 (%)
単身世帯男性	35歳未満	163,812	42,492	1,958	5,544	5,911	22,267	5,563	5	66
	35～59歳	182,917	46,523	4,375	7,262	7,969	19,074	7,518	9	58
	60歳以上	138,327	37,776	8,124	8,702	6,116	9,163	5,516	22	40
単身世帯女性	35歳未満	182,756	34,608	2,998	7,240	4,166	16,139	3,873	9	59
	35～59歳	184,195	34,849	6,835	9,552	4,723	10,018	3,721	20	42
	60歳以上	150,688	32,116	10,347	10,792	3,894	4,462	2,606	32	26
二人以上の世帯	30歳未満	76,681	14,861	3,097	4,593	1,691	3,998	1,481	21	38
	30歳代	74,994	16,862	3,767	5,286	1,866	4,258	1,685	22	36
	40歳代	86,832	19,579	4,863	6,242	2,298	4,283	1,893	25	34
	50歳代	104,384	22,839	6,646	7,310	2,799	3,720	2,363	29	29
	60歳代	103,737	25,933	8,551	8,458	2,827	3,365	2,731	33	24
	70歳以上	100,040	25,808	8,815	8,829	3,057	2,600	2,507	34	22

資料：総務省「家計調査」を基に農林水産省で作成

注：1) 生鮮食品は米、生鮮魚介、生鮮肉、卵、生鮮野菜、生鮮果物。加工食品は生鮮食品、調理食品、外食、飲料・酒類を除く食料すべて

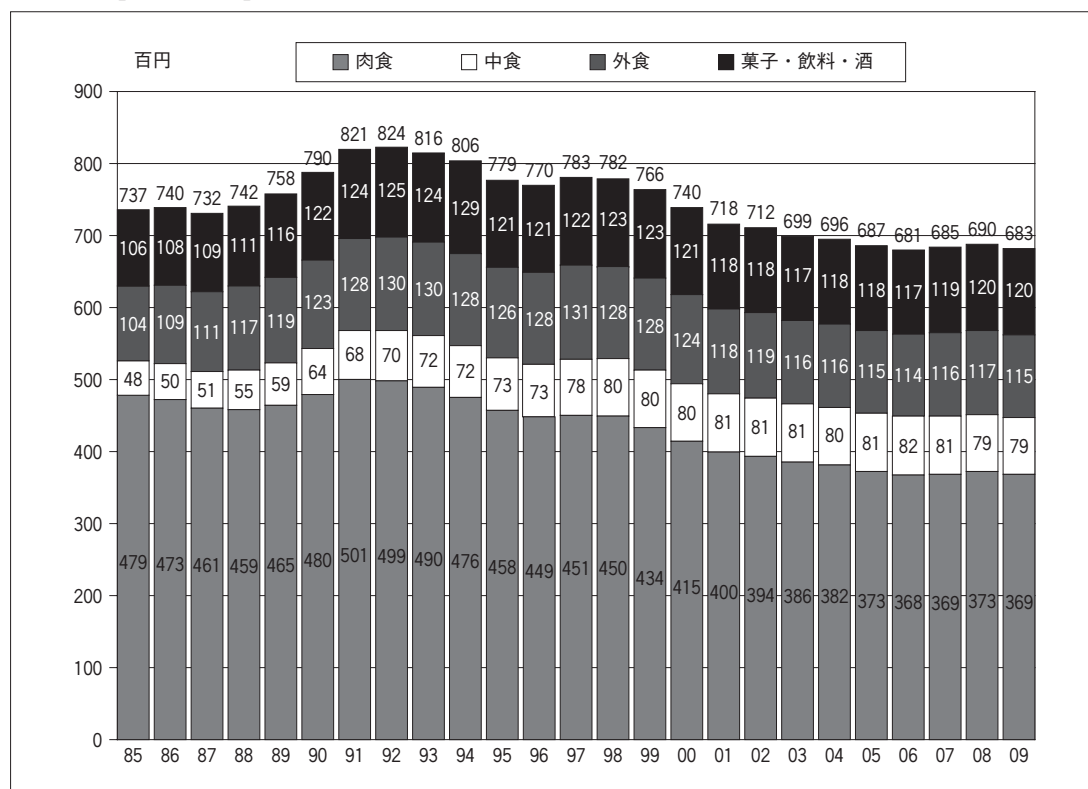
2) 生鮮食品の割合及び調理食品と外食の割合は食料消費支出全体に占める割合

出所：農林水産省「平成22年版・食料・農業・農村白書参考統計表」

消費支出全体に占める食費支出の比率は、一般にエンゲル係数として知られるが、その動向は、毎月、総務省統計局の家計調査によって調査されている。内訳は、①食品（内食）として分類される家庭で調理される穀類、野菜、肉類、弁当、②調理食品（中食）として分類されるレトルト食品、調理済み冷凍食品、惣菜セット、さらに③外食と④菓子・飲料・酒である。

一世帯当たりの月平均食費支出の推移は【図表Ⅱ-11】に示したとおりであるが、ここでは、ここ四半世紀の傾向として、内食が減少し、一時期増加していた外食もここ10年ほど大きく減少し、それに対して調理食品に分類される中食の割合が徐々にではあるが増加してきていることが理解できる。

【図表Ⅱ-11】1世帯当たり月平均食費支出の推移（全国・2人以上の全世帯）



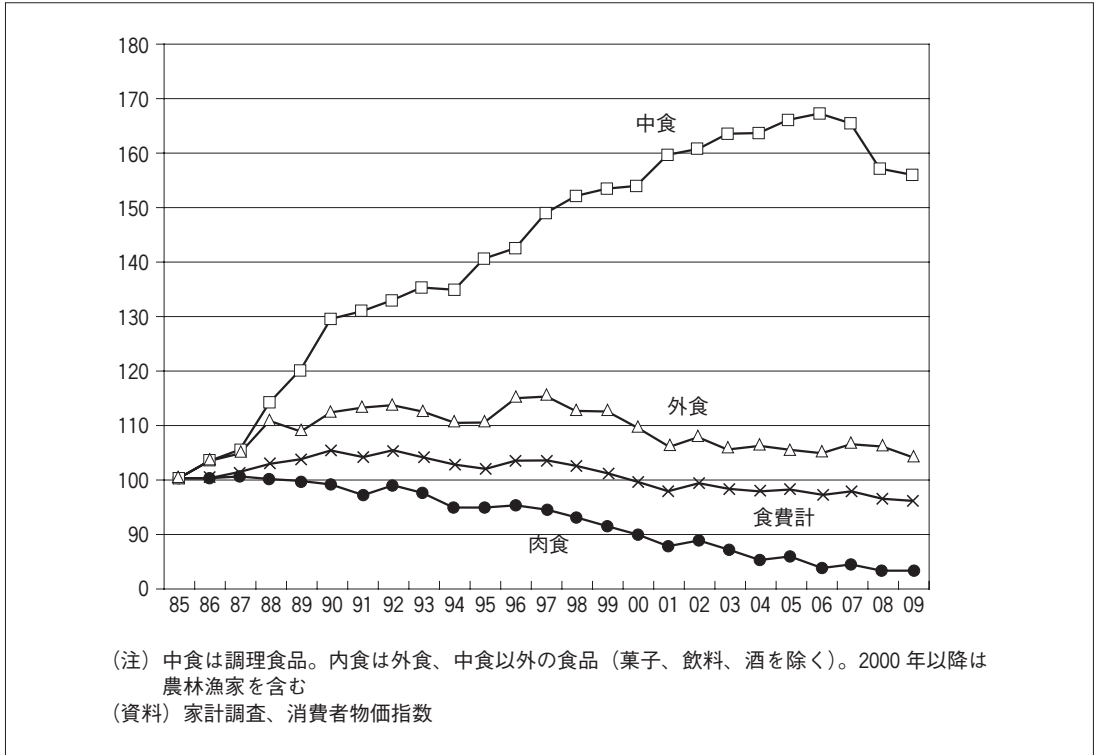
出所：社会実情データ図録 (<http://www2.ttcn.ne.jp/honkawa>)

わが国の食生活の変化をさかのぼってみると、第二次世界大戦後1950年代初頭まで、日本のエンゲル係数は半分を超えていた。その後、経済成長と所得の上昇によって低下し続けてきたエンゲル係数は、95年以降23%台となり、その後、横ばいで推移し今日に至っている。

家計調査データは世帯当たりで抽出されているので、このデータを平均世帯人数で割って1人当たり食費の内訳に換算するとともに、各類別の食費支出を消費者物価指数で換算し実質消費支出を算出すると、【図表Ⅱ-12】のようになる。

食料需給表によれば1人当たり供給カロリーも近年減少している。2008年度は2,473キロカロリーである。しかし、国民健康・栄養調査（厚生労働省）によると、実際に日本人が1日に摂取している熱量は平均1,861キロカロリー（2009年度）である。その差は、廃棄として考えられ、それ自体問題ではあるが、ここでは、国民生活における栄養管理の視点から見ると、他の先進諸国に比べるときわめて健全な数値を維持しているといえる。この傾向は、高齢化の進展と共に、今後、長期に持続すると考えられる。（平成21年「国民健康・栄養調査報告」172頁）

【図表Ⅱ-12】1人当たり実質消費支出の推移（食費、1985年を100とする指数）



出所：社会実情データ図録 (<http://www2.ttcn.ne.jp/honkawa>)

このような傾向を、外食産業の売上の傾向と比較してみると、外食産業が大きくその影響を受け、厳しい現実に直面していることをうかがい知ることができる（【図表Ⅱ-13】参照）。

【図表Ⅱ-13】 外食産業の売上額の対前年増減率の推移（業態別）

(単位：%)

	ファストフード	ファミリー レストラン	パブレストラン ／居酒屋	ディナー レストラン
2008年1月	2.6	▲1.0	▲3.5	6.2
2	5.0	▲0.8	1.4	6.7
3	4.0	2.1	0.8	4.3
4	▲0.0	▲3.6	▲0.3	▲2.4
5	2.6	▲0.5	1.6	▲0.1
6	3.1	▲3.9	▲5.0	▲4.3
7	3.1	1.3	4.1	▲2.2
8	5.6	▲1.1	▲0.7	▲1.0
9	▲0.8	▲5.4	1.3	▲7.1
10	4.2	▲2.8	1.1	▲2.2
11	11.0	0.4	▲0.7	▲0.2
12	4.0	▲4.2	0.3	▲7.5
2009年1月	5.6	▲5.5	▲2.1	▲6.0
2	2.5	▲6.0	▲6.2	▲10.8
3	4.9	▲7.3	▲6.2	▲10.1
4	4.8	▲2.9	▲1.8	▲8.3
5	6.3	▲0.1	▲3.6	▲4.4
6	▲0.7	▲3.1	▲5.4	▲8.4
7	2.0	▲5.2	▲4.5	▲8.4
8	0.9	▲7.2	▲9.0	▲9.4
9	3.3	▲5.4	▲7.0	▲4.6
10	5.9	▲2.8	▲7.2	▲8.1
11	▲2.7	▲8.3	▲10.7	▲10.9
12	▲1.5	▲1.7	▲5.3	▲6.0
2010年1月	4.9	0.2	▲3.1	▲3.0
2	2.2	▲1.8	▲2.9	▲3.3
3	▲1.1	▲1.1	▲3.9	▲2.8

資料：社団法人 日本フードサービス協会『外食産業市場動向調査』

注：1) 全店ベース

2) 業態は利用形態、提供内容、客単価で区分される。具体的には、ファストフード（イートインあるいはテイクアウト、食事中心、客単価やや低い）、ファミリーレストラン（イートイン中心、食事中心、客単価中程度）、パブレストラン（イートイン中心、食事及び酒類、客単価やや高い）、ディナーレストラン（イートイン中心、食事中心、客単価高い）

## 5. ライフスタイルの変化と消費支出・・・余暇にみる消費動向

今日の消費者は、そのライフスタイルを大きく変えてきている。その顕著な傾向は、『サービス経済化』或いは『経済のサービス化』と呼ばれている傾向であり、そこには、消費者の生活信条の変化、モノからサービスといった視点の変化、など検討すべきいくつかのポイントが内在している。

先にも示したように、エンゲル係数が1965年の36.2%から2000年22.0%に低下、同様に食料費などの最寄品を筆頭として、家具・家事用品費、被服および履物費といった買回品などは、支出金額が低下傾向を示している。これらは、すべてモノ、つまり有形財に対する支出であり、これらへの家計支出が近年、著しく減少する傾向にある。

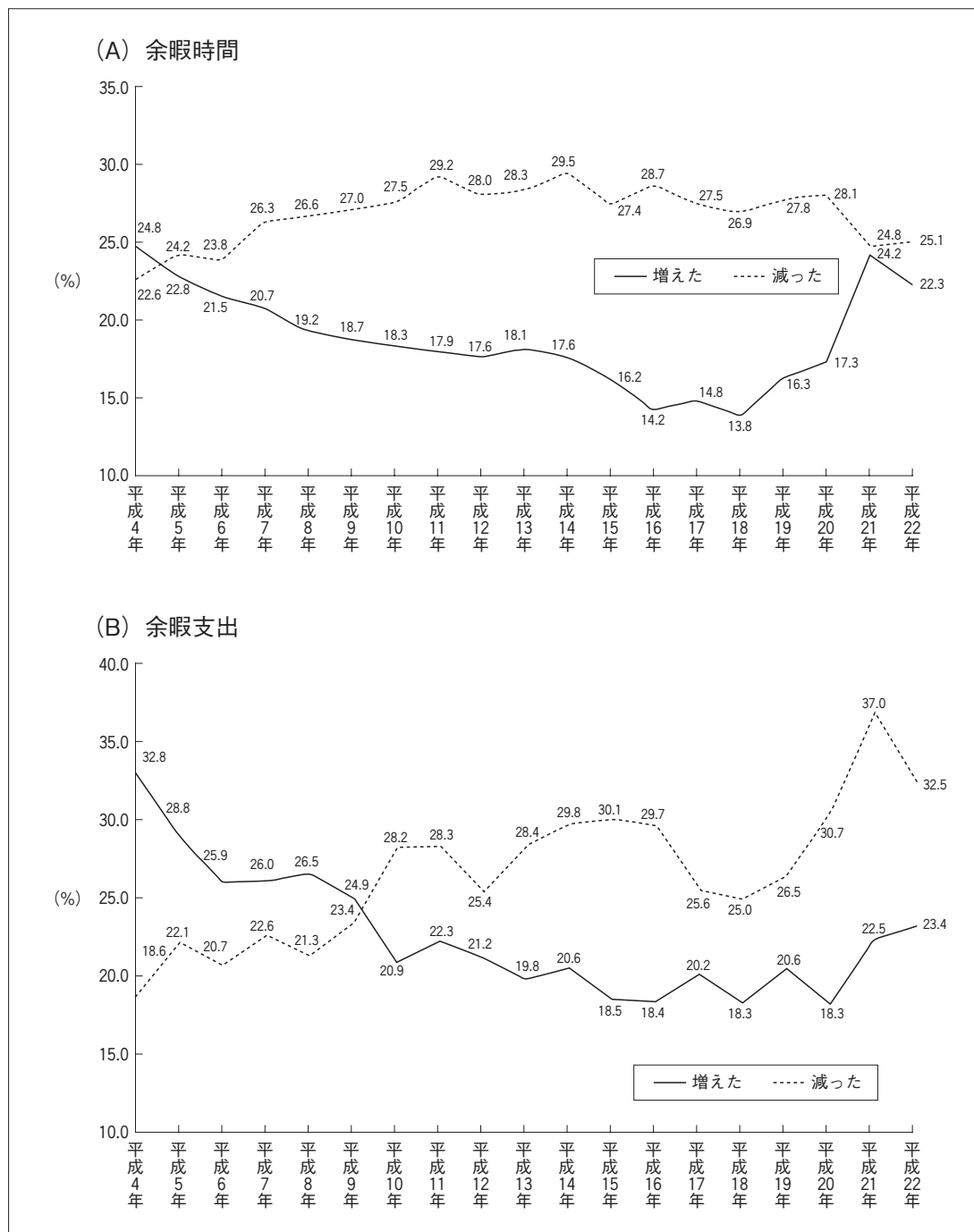
その一方で、交通・通信費、教育費、教養娯楽費などは上昇している。これらは生活基盤を支える衣食住などへの支出の収入に占める割合の減少を示しており、その一方で、モノ中心の消費からサービスの消費増加へと変化していることを示している。人々は所得の上昇やサービス経済化が進展するなかで生活様式を変え、それに伴って消費構造も変化したのである。

本節では、その傾向を確認する対象として、余暇について検討を加える。

### (1) 余暇の経済的側面

はじめに、簡単に余暇に関わりのある経済的データをもとに、余暇に関する基本的な経済的背景を理解しておこう。現在の消費者の消費支出および余暇関連支出を総理府の『家計調査』（2010年）に基づいて整理をしてみる。まず、自由時間関連支出をみると1993年に平均で97万2,759円となっており、平成元年度を100とすると、109.5となり、9.5%増と、近年では最も高い自由時間関連支出となっていたが、2010年には、74万4,480円と2割以上の落ち込みを示している。しかし、ここ5年ほどの推移をみると消費支出全体に占める割合としては、2割前後を推移している（【図表II-14】参照）。

【図表Ⅱ-14】 余暇時間・余暇支出の推移

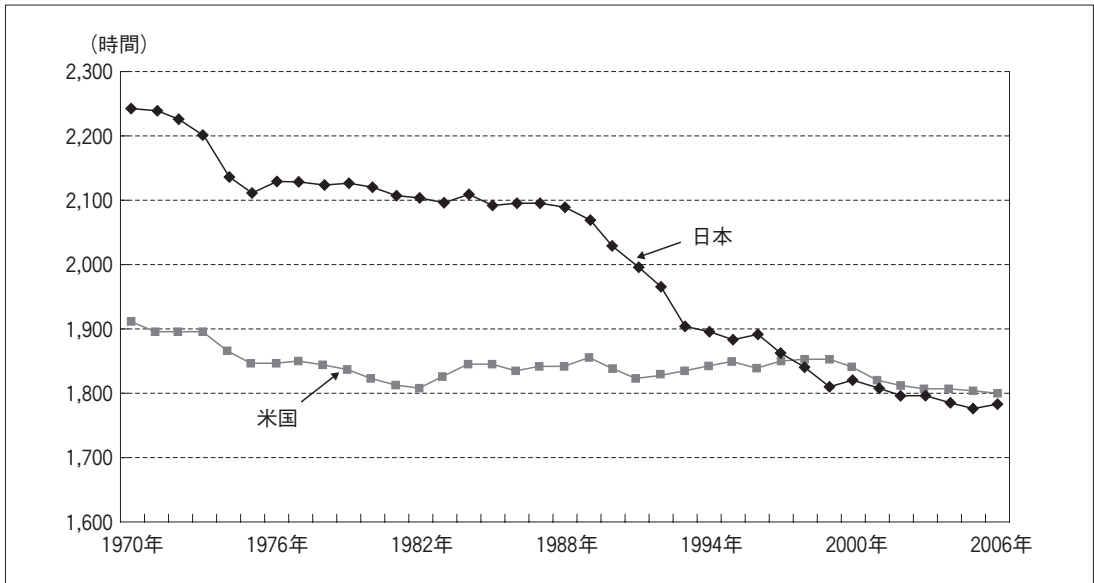


出所：公益財団法人 日本生産性本部「2011・レジャー白書」

日本生産性本部が発表した『レジャー白書2011』によると、2010年の余暇関連市場は67兆9,750億円であった。余暇関連市場は1997年の90兆9,070億円をピークに右肩下がりとなっている。前年実績を下回るのは8年連続である。

余暇に費やされる時間と労働に費やされる時間は表裏の関係にある。過去において、わが国の労働時間の長いことはよく知られた事実であった。労働省の調査によると、2010年度の正社員労働者一人当たりの平均年間総労働時間は1,798時間で、欧米諸国とほぼ同じ水準となっている（厚生労働省『平成22年就労条件総合調査結果』より）。その歴史的推移をみると、高度経済成長期には、1950年の2,432時間をピークに一貫して減少傾向を示してきたが、1970年代以降は2,100時間前後で推移しており、1990年代中頃に2,000時間以下の水準に減少してきている（【図表Ⅱ-15】参照）。

【図表Ⅱ-15】年間労働時間の推移（日本と米国）



出所：『毎月勤労統計調査』（厚生労働省）の資料より作表

欧米並の労働時間の短縮、自由時間の拡大・充実が現実のものとなってきた今日、消費者の余暇時間の増加の問題は、単に消費者の生活の潤いの問題としてだけではなく、消費者の余暇関連支出の増大のもたらす経済全体への効果、すなわち、新規需要の創出に伴う経済成長にも貢献することになる。

次に、具体的な余暇の内容について検討してみる。『レジャー白書2011』によると、2011年の余暇活動の参加人口は、もっとも多いものがドライブ、ついで国内旅行となっており、外食が第3位にランクされている。これらの余暇活動の多くは、消費者が容易に参加できる

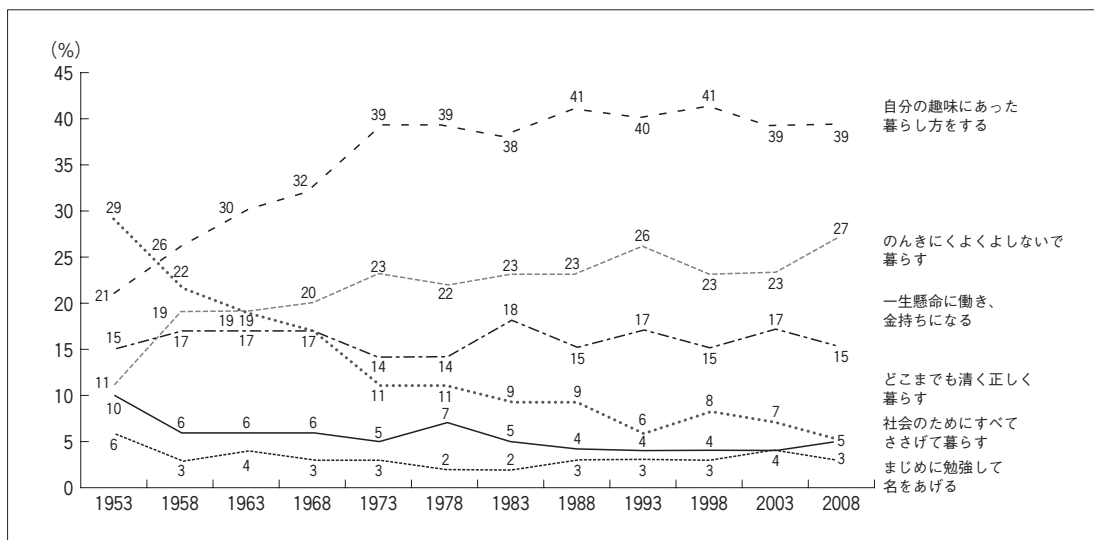


ような道具、施設、環境などの下地が整って初めて成立するものである。

## (2) 余暇に対する意識

次に、このような背景のもとで、わが国の大衆が余暇についてどのような意識をもっているか、既存のデータをもとに調べてみよう。消費支出に占める自由時間関連支出の増大および余暇関連時間の増大の背景には、当然のことであるが余暇に対する国民の意識の変化が存在していることが想定される。いくつかの既存のデータから具体的な数値をもって探ってみることにする。まず、総理府広報室により実施されている『国民生活に関する世論調査』（2010年度）によると、「これからの生活の力点をどこにおくか」という質問に対して、「「レジャー・余暇生活」を挙げた者の割合が33.3%と最も高く、かつては、「住生活」と答える者が最も高い割合を占めていたが、1983年を境に逆転し、この両者の開きは広がる傾向を示している。ここからも余暇に対する関心の高まりをうかがうことができよう。このような傾向は『レジャー白書』（2011年）の中のデータからもうかがうことができる。そこでは「余暇時間が増えた」とする国民が22%強も存在し、ここ数年その傾向が増加している。「余暇時間が減った」とする数値が減少傾向にあるのと対照的である。さらに、統計数理研究所の『国民性の研究』（2009年）による日本人の暮らし方の調査によると、2008年現在で、「自分の趣味にあった暮らし方をする」と言う国民が最も多く39%、次いで『のんきにくよくよしないで暮らす』が27%と続いており、この2つで6割強の国民の意識を反映するかたちとなっている（【図表Ⅱ-16】参照）。

【図表Ⅱ-16】日本人の暮らし方



出所：統計数理研究所「日本人の国民性調査」(<http://www.ism.ac.jp/kokuminsei/index.html>)

このようなライフスタイルの変化、特に「労働」と「余暇」に対する意識の変化は、生活全般にも影響を与えるものであり、そのような無形のサービスへの支出を考える上で、さまざまな示唆を与えてくれるものでもある。

## 6. まとめ

経済産業省のまとめた『わが国の商業（2009）』によると、2007年（平成19年）の小売業の商品販売形態別の年間商品販売額をみると、82.8%が店頭販売、6.2%が訪問販売、3.0%が通信・カタログ販売であり、店頭販売が80%以上を占めている。しかし、1991年（平成3年）の販売額を100として商品販売形態別にみると、通信・カタログ（インターネット販売を含む）販売が大きく伸びている。

さらに、前節までで概観したように、消費者の生活の多様化、特に衣食住の内、食に関わる部分の変化は、日常生活における基本的部分でのライフスタイルの変化を引き起こす要素としても大きな影響力を持っている。それは、共稼ぎ、家族・子供との交流の時間と方法、主婦の生活サイクルなどに影響を与えることとなる。さらには、その変化は日々の買い物行動と直結しており、提供する小売業態にも大きな変化をもたらすこととなる。この点については、次章以下で詳細に分析していく。