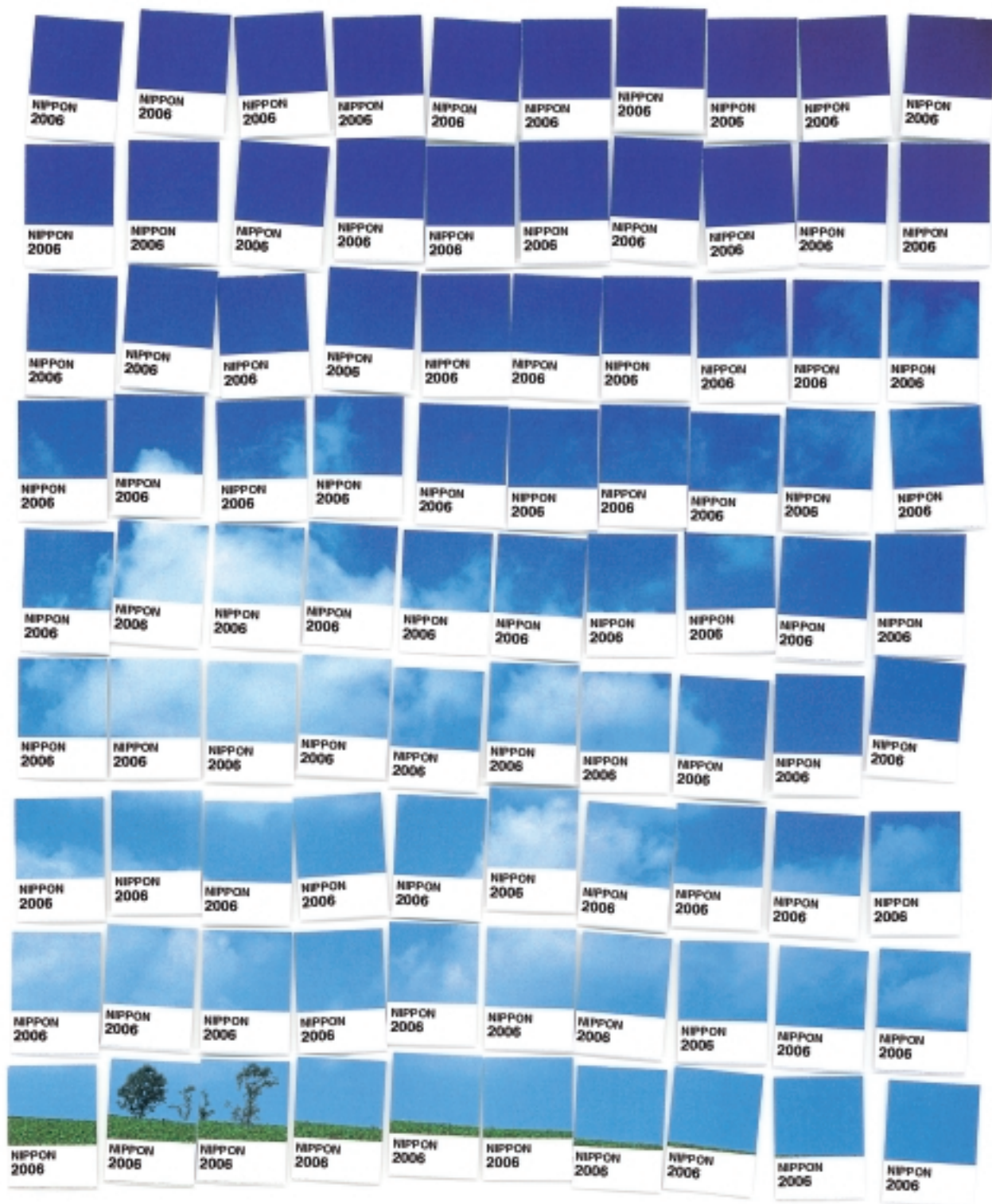


2005年の話題・注目商品 & 2006年の社会・消費トレンド



旺盛でポジティブな消費意欲の回復へ



dentsu

し ょ う ひ か い せ い

消費快盛

旺盛でポジティブな消費意欲の回復へ

わたしたちはいま、歴史の物語のなかの、驚くべき復活劇のただなかにいるのかもしれません。

2004年、それまで十数年間幾度もの上昇と下降を繰り返し迷走を続けていた経済は、

「踊り場」と呼ばれる段階をゆっくりと脱して、どうにか回復への歩みを始めました。

当初は半信半疑といった感もあり、まどろこしさを隠せなかった歩調も次第に力強さを増し、

2005年には好況な企業業績、株価の上昇といったかたちでさまざまな復活の証左が顕在化しています。

また雇用環境の改善と民間需要の活性化が追い風となり、この回復を

一過性のものに終わらせない連鎖が生まれています。

日本はようやく停滞というトンネルの闇から抜け出し、長期的な好循環へと

歴史のステージを移り始めたように思われます。

復活のキードライバーに、雇用・債務・設備の三つの過剰要素の整理と

情報・研究開発分野などへの積極的な投資といった不屈の企業努力があったことは

言うまでもありません。しかしその背景にあるのは、90年代以降わたしたちが長く失っていた

ポジティブな快活さと、その礎——日本人としての誇り、気概、自信といったメンタリティ——を

取り戻そうとする機運ではないでしょうか。モノをつくる側にもそして消費する側にも、

日本が培ってきた世界に誇れる思想や技術・デザインを投影し、

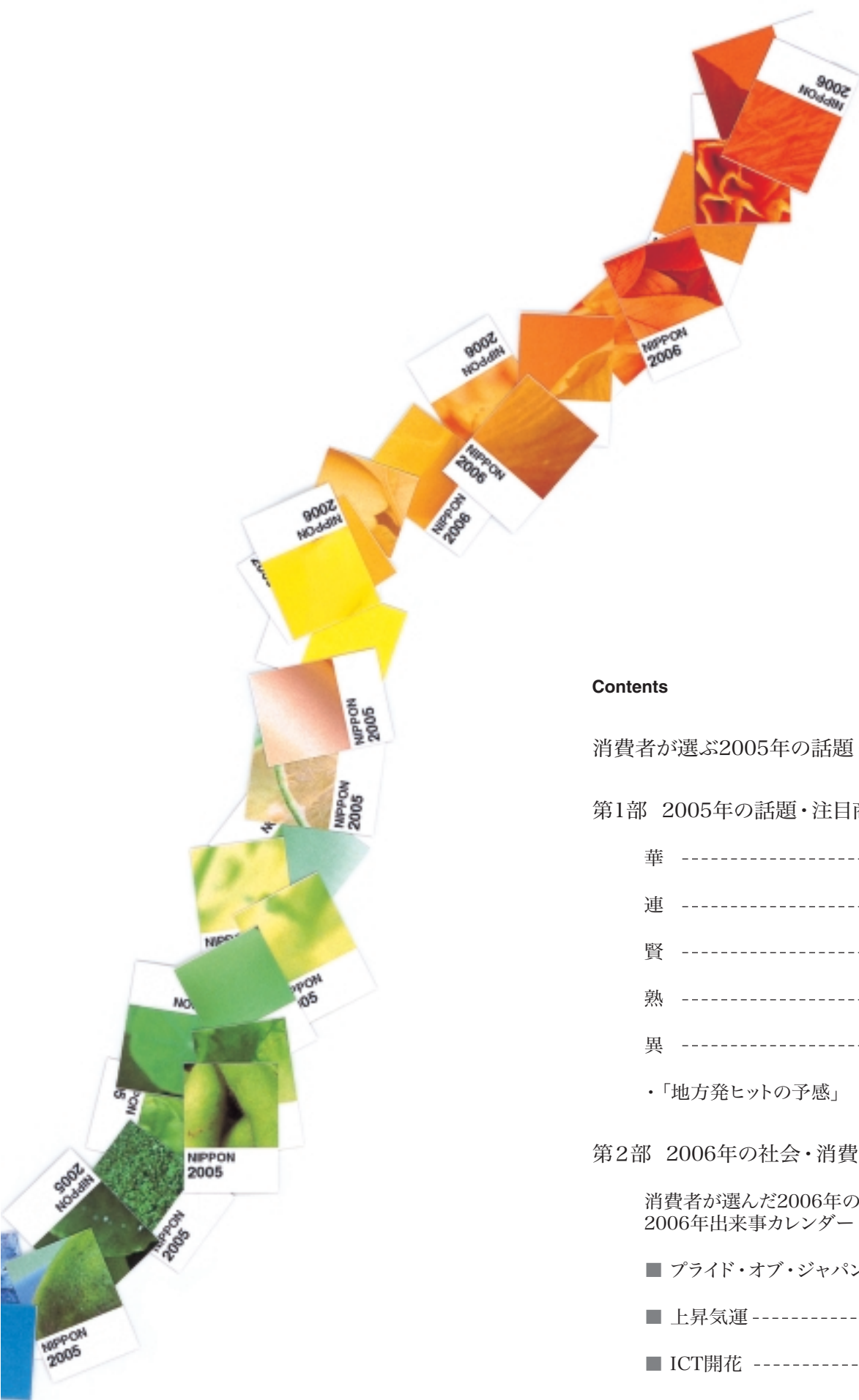
アイデンティティを追認するプロセスが生まれ、そして根付きつつあります。

旺盛な消費を通じて気概を育む日本人——経済のなかで起こり始めた潮流が、

やがて社会のあらゆる分野へと波及・浸透し、日本全体が暗雲を脱して再び輝きはじめる。

わたしたちはそんな思いを、「消費快盛」という言葉に込めました。





Contents

消費者が選ぶ2005年の話題・注目商品ベスト20 --- 4

第1部 2005年の話題・注目商品 ----- 6

華 ----- 8

連 ----- 9

賢 ----- 10

熟 ----- 12

異 ----- 13

・「地方発ヒットの予感」 ----- 14

第2部 2006年の社会・消費トレンド ----- 16

消費者が選んだ2006年の大きな消費トレンド／
2006年出来事カレンダー（予定） ----- 17

■ プライド・オブ・ジャパン ----- 18

■ 上昇気運 ----- 19

■ ICT開花 ----- 20

■ LOHAS COOL ----- 21

■ プロ・アクティブ社会 ----- 22

消費者が選ぶ2005年の話題・注目商品

話題

- 1位 愛・地球博(愛知万博)
- 2位 ドラマ『ごくせん』
- 2位 寒天
- 4位 『電車男』
- 5位 携帯型デジタルオーディオプレーヤー

認知

- 1位 電子マネー機能付き携帯電話
- 2位 愛・地球博(愛知万博)
- 3位 クールビズ
- 4位 ブログ
- 5位 『電車男』

興味

- 1位 ハードディスク付きDVDレコーダー
- 2位 携帯型デジタルオーディオプレーヤー
- 3位 進化型オープン・レンジ
- 4位 大画面薄型テレビ
- 5位 防災グッズ・サービス

「電通2005話題・注目商品」調査において、162アイテムの商品サービスを対象として「自分の周りで話題になった・なっている」、「知っている」、「興味がある」の3項目について質問、それぞれの上位5アイテムを選択しました。

総合順位

携帯型デジタル オーディオプレーヤー 2005 TOPIC 1	ハードディスク付き DVDレコーダー 2005 TOPIC 2	ブログ 2005 TOPIC 3	大画面 薄型テレビ 2005 TOPIC 4	寒天 2005 TOPIC 5
愛・地球博 (愛知万博) 2005 TOPIC 6	電子マネー機能 付き携帯電話 2005 TOPIC 7	ドラマ 『ごくせん』 2005 TOPIC 8	電子マネー 2005 TOPIC 9	音楽配信 サービス 2005 TOPIC 10
防災グッズ・ サービス 2005 TOPIC 11	『電車男』 2005 TOPIC 12	着ウタケータイ 2005 TOPIC 13	コエンザイムQ10 商品 2005 TOPIC 14	映画 『ハウルの動く城』 2005 TOPIC 15
進化型 オープン・レンジ 2005 TOPIC 16	オール電化住宅 2005 TOPIC 17	2006 FIFA ワールドカップ 2005 TOPIC 18	インターネット 株取引 2005 TOPIC 19	お取り寄せ 2005 TOPIC 20

「電通2005話題・注目商品」調査 <調査概要>
 1. 調査地域: 全国
 2. 調査対象者: 15歳以上 男女個人
 3. サンプル数: 1,000ss (回収数)
 4. 対象者抽出方法: 登録モニターリストから
ランダムサンプリング
 5. 調査手法: クローズドインターネット調査
 6. 調査期間: 2005年11月1日～7日

順位算出方法: 上記3項目を合計し、ランク付けを行いました。

男女別 ランキング

男性

- 1 携帯型デジタルオーディオプレーヤー
- 2 ハードディスク付きDVDレコーダー
- 3 大画面薄型テレビ
- 4 2006FIFAワールドカップ
- 5 ブログ
- 6 愛・地球博(愛知万博)
- 7 電子マネー機能付き携帯電話
- 8 電子マネー
- 9 音楽配信サービス
- 10 インターネット株取引

女性

- 1 寒天
- 2 コエンザイムQ10商品
- 3 携帯型デジタルオーディオプレーヤー
- 4 ブログ
- 5 ドラマ『ごくせん』
- 6 お取り寄せ
- 7 防災グッズ・サービス
- 8 進化型オープン・レンジ
- 9 ハードディスク付きDVDレコーダー
- 10 大画面薄型テレビ

年代別 ランキング

中学・高校・高専生

男性

女性

- 1 携帯型デジタルオーディオプレーヤー
- 2 着ウタケータイ
- 3 『NANA』
- 4 ドラマ『ごくせん』
- 5 音楽配信サービス

- 6 ブログ
- 7 オゾン『DiscO-Zone恋のマイアヒ』
- 8 電子マネー機能付き携帯電話
- 9 『電車男』
- 10 電子辞書

20代

男性

- 1 携帯型デジタルオーディオプレーヤー
- 2 2006FIFAワールドカップ
- 3 ブログ
- 4 ハードディスク付きDVDレコーダー
- 5 インターネット株取引
- 6 音楽配信サービス
- 7 電子マネー
- 8 第三のビール
- 9 ドラマ『ごくせん』
- 10 愛・地球博(愛知万博)

女性

- 1 『NANA』
- 2 携帯型デジタルオーディオプレーヤー
- 3 寒天
- 4 ブログ
- 5 ドラマ『ごくせん』
- 6 『電車男』
- 7 お取り寄せ
- 8 着ウタケータイ
- 9 コエンザイムQ10商品
- 10 愛・地球博(愛知万博)

30代

男性

- 1 ハードディスク付きDVDレコーダー
- 2 携帯型デジタルオーディオプレーヤー
- 3 大画面薄型テレビ
- 4 愛・地球博(愛知万博)
- 5 電子マネー機能付き携帯電話
- 6 電子マネー
- 7 ブログ
- 8 インターネット株取引
- 9 音楽配信サービス
- 10 第三のビール

女性

- 1 寒天
- 2 ハードディスク付きDVDレコーダー
- 3 コエンザイムQ10商品
- 4 防災グッズ・サービス
- 5 ドラマ『ごくせん』
- 6 大画面薄型テレビ
- 7 お取り寄せ
- 8 ブログ
- 9 脳活性化ブーム
- 10 ヨガ・ピラティス

40代

男性

- 1 ハードディスク付きDVDレコーダー
- 2 2006FIFAワールドカップ
- 3 大画面薄型テレビ
- 4 10万円液晶テレビ
- 5 デジタル一眼レフカメラ
- 6 携帯型デジタルオーディオプレーヤー
- 7 ドラマ『ごくせん』
- 8 無料IP電話
- 9 電子マネー
- 10 愛・地球博(愛知万博)

女性

- 1 コエンザイムQ10商品
- 2 寒天
- 3 進化型オープン・レンジ
- 4 大画面薄型テレビ
- 5 お取り寄せ
- 6 ドラマ『ごくせん』
- 7 防災グッズ・サービス
- 8 携帯型デジタルオーディオプレーヤー
- 9 オール電化住宅
- 10 電子マネー機能付き携帯電話

50代

男性

- 1 インターネット株取引
- 2 大画面薄型テレビ
- 3 ハードディスク付きDVDレコーダー
- 4 2006FIFAワールドカップ
- 5 電子マネー機能付き携帯電話
- 6 10万円液晶テレビ
- 7 携帯型デジタルオーディオプレーヤー
- 8 デジタル一眼レフカメラ
- 9 愛・地球博(愛知万博)
- 10 ブログ

女性

- 1 寒天
- 2 コエンザイムQ10商品
- 3 防災グッズ・サービス
- 4 お取り寄せ
- 5 進化型オープン・レンジ
- 6 オール電化住宅
- 7 大画面薄型テレビ
- 8 第三のビール
- 9 ブログ
- 10 インターネット株取引

第1部

2005年の話題・注目商品

2005年もまた、夜空に瞬く星の数ほどの商品やサービス、あるいはコンテンツが話題と人気を集めました。話題・注目商品のランキングを見ると、より豊かで高質なAVライフ、便利で自分らしさを演出できるIT関連商品、LOHASな暮らしを実現する健康食品、自分の世界を自在に広げるネットワークなど、日本人の多種多様な消費価値が表われています。そしてそこには景気がいよいよ持続的な回復に向かい、あらゆる市場が活気を取り戻すなか、「ガマン」の時代にピリオドを打ち、旺盛な意欲で消費を楽しみ始めている日本人の姿が垣間みえるようです。同時にわたしたちは活発な消費を通じて、長く失われていた自信や元気を取り戻しつつある自らを感じとっているように思われます。

数多くの商品群のなかに、わたしたちは5つの特徴的な消費の潮流を探ることができました。上昇気運のなかで、自分なりのちょっとしたゼイタクやハレ気分を味わう「華」。情報技術とコミュニケーションの絶え間ない進化のなか、より多くのヒト・モノ・コトとのネットワークを広げる「連」。過去のさまざまな教訓を胸に消費や生活でのムダとリスクを軽減する「賢」。少子化やニートの登場で元気をなくす若者に対し、経験に根ざした価値の確立を模索する「熟」。多様化とネットコミュニティの台頭で未知のカルトな領域が力を持ち始めた「異」。2005年の話題商品から、現代消費トレンドの5つの潮流を読み解きます。

現代消費の5つのキーワード

華・連・賢・熟・異
(華やぐ) (連なる) (賢い) (熟す) (異なる)



華

「華やぐ」～持続的景気回復にともなって、
富裕層はもとより幅広い層に対し、華やかな気分を味わうこと
のできる商品が登場しました。
高級ラインならではの安心・安定感を得たい。
日常生活に手軽にゴージャスな要素を取り入れたい。
人々の心が余裕を取り戻し始めたと言えるでしょう。



SevenSeas

らくだ

駱駝

nicola

日経ものづくり

R25

BRIO

食楽

smart

ChouChou

ソトコト

LEON

NIKITA

DIME

他各誌

ご協力
いただいた
雑誌

編集長
が
選ぶ

2006年
はやりそうな
モノ

大画面薄型テレビ

画質・音質・操作性の向上や低価格化により、リビングの主役としてさらに普及が進む。液晶テレビの2005年1～9月の国内出荷台数は前年同期比63%増の約270万台。プラズマディスプレイテレビは同20%増の28万台。また、「第三の薄型テレビ」と呼ばれるリアプロジェクションテレビも各社が相次いで発売している。

愛・地球博(愛知万博)

「自然の叡智」をテーマに、2005年3～9月に開催された国際博覧会。日本を含む121カ国が参加。会場には当初見込みを700万人上回る約2,200万人が訪れた。万博の主催者は万博の経済効果を最大で約7兆7,000億円と発表している。

日本発、高級車ブランド

2005年8月に国産車の高級ブランドが販売店を開業。まず発売されたセガンとスポーツカーは発売1ヵ月間で月販目標の約4倍を受注。続いて発売されたセガンも1ヵ月間で月販目標の約2倍を受注した。店舗デザインや販売サービスでも高級感を演出している。

次世代携帯ゲーム機

2004年末に相次ぎ発売された携帯型ゲーム機が売り上げを伸ばした。1台に2つの液晶画面を備えた機種は、発売10ヵ月の国内出荷が360万台超。また、高精度液晶画面を搭載した機種は、約10ヵ月で日本を含むアジアにおいて300万台を出荷した。

ブランド豚

価格は高めだが味の良い豚肉。東京の「TOKYOX」、沖縄の「アゲー豚」、スペイン原産の「イベリコ豚」などが有名で、飲食店のメニューにも登場。各地の畜産試験場による新たなブランド豚の開発も盛んになっている。

プレミアムビール

素材や製法にこだわり、通常より高価格のプレミアムビール。ビール市場が縮小する中で好調。欧州の食品コンテストで最高金賞を受賞した商品は、年間販売計画を当初より約6割拡大。2005年11月には各社より新製品が続々と発売された。

カジュアル・クラシック音楽

初心者でも気軽に楽しめるクラシック音楽が人気。名曲100曲を抜粋したコンピレーションCD『ベスト・クラシック100』はクラシックとしては異例の60万枚を販売。また、クラシック音楽を題材にした漫画『のだめカンタービレ』も累計700万部を超えるベストセラーとなっている。

★ フレンチ・レストラン

(フレンチのスターシェフの店が都内に勢ぞろいする)

★ モーツァルト・ブーム(生誕250周年)

★ フルスペックハイビジョン薄型テレビ

★ 表参道ヒルズ

★ アジアの スーパーラグジュアリー・リゾート

(スタンダードで1,000米ドル前後の高級リゾート。オーシャンビューのヴィラ形式で各ヴィラに専用パトラー)

★ インテリアショップの建売住宅

★ フィギュアスケート

★ 高音質の高級ヘッドフォン

★ 高級カップ酒

連

「連なる」～人と人をつないだり、ハードとソフトをつないだり。
ーこれは、2005年の話題商品の大きなトレンドの一つです。
各種携帯端末や、ブログ、ネット発のヒットコンテンツなど、
IT化によりコミュニケーションがさらに
スムーズで便利になるだけでなく、人と人との
あたたかいつながりを体験できるモノや
サービス、コンテンツが話題を呼びました。

携帯型デジタル オーディオプレーヤー/ 音楽配信サービス

手のひらサイズの本体に500曲から1万曲程度も保存できるデジタルオーディオプレーヤー。超薄型の機種や、動画を再生できる機種などが人気を集めた。また、インターネットの音楽配信サービスも続々とスタート。オープンから4日間で100万曲を配信したサービスもあった。

ハードディスク付き DVDレコーダー

ハードディスクにTV番組などを録画できるDVDレコーダー。地上波デジタルチューナーを搭載し、デジタルハイビジョンの高精細な映像をそのままの画質で録画できる機種が人気。2005年1～9月の国内出荷台数は前年同期比28%増の約220万台。

ブログ

初心者でも簡単にホームページの作成や更新が行えるサービス。個人や著名人の日記などで多く利用されている。閲覧した人がコメントを寄せたり、関連する記事にトラックバック(相互リンク)してコミュニケーションを図る機能が好評。総務省によると、ブログの利用者は2005年9月末時点で473万人に上る。

電子マネー機能付き携帯電話

電子マネー機能を搭載し、専用端末にかざすだけで支払いができたり、ポイントカードとして使える携帯電話。2005年からサービスの提供事業者が3社になり、対応機種も増加している。

ドラマ『ごくせん』

日本テレビ系列で放送された人気学園ドラマ。主人公の仲間由紀恵演じる高校教師は、実は任侠一家の後継ぎ。問題児に真っ向から向き合い、まっとうな人の道を生徒たちに訴えかける。2005年1～3月にシリーズ第2弾が放送され、最高視聴率32.5%を記録した。

着ウタケータイ

アーティストの楽曲そのものが着信音になるサービスに対応した携帯電話。2004年11月にスタートした1曲まるごと携帯電話にダウンロードするサービスは、2005年9月までに累計2,000万曲以上配信した。

ポータブルDVDプレーヤー

小型液晶画面を搭載し、移動中の車内や屋外でも映像を楽しめるDVDプレーヤー。低価格化、小型化で幅広い世代の支持を得た。テレビを視聴できたり、デジタル放送を録画したDVDを再生できる製品も登場している。

『NANA』

矢沢あい作の大ヒット少女漫画。両極端な2人の主人公「ナナ」と「奈々」の友情と恋愛をリアルに描く。単行本の累計販売部数は2,500万部以上。中島美嘉と宮崎あおいの主演で実写化された映画もヒットし、続編の製作が決定している。このほか、ゲームや人気ミュージシャンによるトリビュートCDなど関連商品も多彩。

ネット発出版

ネット上で綴られた日記やエッセイなどを書籍化したもの。一般人が綴った作品は飾らない内容が共感呼んだ。『59番目のプロポーズ・キャリアとオタクの恋』や『生協の白石さん』など話題作が続々と登場。個人のブログから生まれ、10万部以上販売した『実録鬼嫁日記』はドラマ化もされた。

日本語バラエティ番組

日本語をテーマにしたバラエティ番組を民放テレビ各局が2005年10月の番組改編で開始。フジテレビ系『タモリのジャポニカロゴス』、TBS系『クイズ!日本語王』、テレビ東京系『三宅式ごくごドリル』など、クイズ形式で日本語力を試したり、日本語の面白さを家族で学べる内容。

ビデオ・オン・デマンド

インターネット経由で自宅のパソコンやテレビで見たい映像コンテンツを好きな時間に視聴できるサービス。家庭用光ファイバー回線の普及で利用者が拡大している。広告をはさんで無料で配信するサービスは、スタートから半年で視聴登録者数300万人を達成。民放テレビ局なども相次いでサービスを開始している。

フローリング床ミニバン

ファミリー向けミニバンの新型モデル。室内空間が広く、オプションでフローリングの床を選べばリビングルーム感覚でくつろげる。20～40代のファミリー層を中心に人気を集め、発売後約1ヵ月で月販目標2.5倍を受注した。

携帯電話向け通販・電子書籍

携帯電話を使ったインターネット通販や、携帯電話向けに小説や漫画などのコンテンツを配信するサービス。いつでもどこでも、場所を選ばず買い物や読書が楽しめる。携帯電話のデータ通信料金定額制が定着しつつあることも、普及を後押ししている。

編集長
が
選ぶ

2006年
はやりそうな
モノ

★ ワンセグ

(携帯機器向けデジタルテレビ放送)

★ ローティーンに携帯型デジタル オーディオプレーヤーが 一年遅れで大流行

★ ビデオブログ「ブイログ」(Vlog)

★ 「オカン」 or 「親孝行」ブーム

★ 米ドラマ『デスパレートな妻たち』

賢

「今どきの賢い消費」は2大潮流。一つ目は、LOHAS。例えば、寒天は自然の恵み、コエンザイムQ10はもともとカラダの中にある生体内成分です。

どちらも無理なく健康に配慮しています。ハイブリッドSUV車は、クルマ本来のスポーティな走りを楽しみつつ、環境配慮もする。EGO（自分らしく生きる）とECOを自然体で両立させた賢いライフスタイルです。

もう一つは、メリハリ消費。低価格高品質の商品群が人気を集めました。

安くて良いモノやサービスには、作り手の知恵を感じます。

作り手のこだわりが感じられること、企業姿勢に共感できることを購入時に重視するポイントとして挙げる消費者も増えています。



LOHAS系

寒天

寒天のダイエット効果、血糖値を下げる効果がテレビ番組で紹介され、放送翌日から角寒天や粉寒天、ところてんなどが品切れ状態になった。大阪税関の寒天輸入量は、2005年1～6月で前年同期比約3割増。

コエンザイムQ10

疲労回復やアンチエイジング効果があるとされる補酵素。内側からの若返りや美肌効果が期待できるとして、特に女性に人気。サプリメントのほか、スキンケアや菓子、清涼飲料水なども商品化されている。

オール電化住宅

家庭内で使用するエネルギーを電気ですまかなう住宅。安全性が高く、二酸化炭素を排出しないため環境にも優しいと普及が進んでいる。IHクッキングヒーター、ヒートポンプ式給湯システム、電気床暖房を導入するのが一般的。

ジギスカン

羊肉（ラム、マトン）と野菜を焼いて食べる北海道の郷土料理。都内を中心に専門店が増加、独特のにおいが気になると敬遠する人が多かった関西でも人気が増大。羊肉は脂肪燃焼に効果があるL-カルニチンが豊富で、かつ低価格で美味しいと、ファンが増えている。

クールビズ／ウォームビズ

環境省が地球温暖化防止対策として推奨したオフィスのファッションスタイル。夏はノーネクタイで上着なしの「クールビズ」、秋冬はセーターなどをはおって室温20度でも温かく過ごす「ウォームビズ」が提唱された。

ヨガ、ピラティス

無理なく身心の強化が図れるエクササイズとして、若い女性を中心にブームが定着。大手スポーツメーカーは専用マットやカラフルでおしゃれなウェアを開発、フィットネスクラブでも人気が高い。

デトックス（体内解毒・浄化）

老廃物や有毒金属など、身体にたまった毒素の排出を促す美容・健康法のこと。身体の内側からキレイになりたいと願う女性を中心に注目されている。デトックスに必要なミネラルウォーターをはじめ、毒素を排出する効果のあるサプリメントや、ゲルマニウム温浴、岩盤浴などが話題になった。

食育

心身の健康の基本となる、食生活に関する様々な教育。食の安全や、肥満、欠食といった問題から注目されている。2005年7月には食生活の改善や健康維持を促す「食育基本法」が施行され、自治体や民間企業、学校などにより食育の取り組みが行なわれている。

ハイブリッド高級SUV

燃費効率を2倍に高めたうえ高出力を実現したハイブリッドタイプの高級SUV。エコとパワーを両立した性能が40代以上の男性を中心に支持され、発売1ヵ月で月販目標の3倍以上を受注した。

MOTTAINAI（もったいない）

日本語の「もったいない」が世界的な環境保護のキーワードに。ケニアの副環境大臣でノーベル平和賞受賞者のワンガリ・マータイさんが、英語にはないニュアンスを含むと感動したことがきっかけ。日本では、自治体や新聞社が「MOTTAINAI」を環境保護活動に取り入れている。

全席禁煙居酒屋

大手居酒屋チェーンが居酒屋としては初の全席禁煙店舗をオープン。来店客にはファミリー層などが目立ち、売り上げは好調に推移しているという。健康に配慮しているだけでなく、料理そのものの香りを楽しんでもらう狙い。

編集長
が選ぶ

2006年
はやりそうな
モノ

★ **バイオ・ワイン**（無農薬
有機農法で栽培された
ブドウで造ったワイン）

★ **野菜カクテル**

★ **ゲルマバス**
（おうちでもゲルマニウム温浴）

★ **上品に、ハイセンスに
進化したクールビズ**

★ **山登り、合同ハイキング**

★ **古武術**（精神鍛練にも有効）

★ **デザイナーズロハス**

★ **ネイチャードキュメンタリー**

★ **国産バナナ**

★ **盆栽**

★ **木の素材の物**

★ **ブランド買いからセレクト買いへ**
（ブランド名よりも、商品価値で
買うように）

★ **チャリティ**



メリハリ系

インターネット株取引

インターネットを通じて株価をリアルタイムで確認し、売買できるサービス。売買仲介手数料の安さも特徴で、個人投資家の拡大に貢献した。ネット専業証券会社は口座数を大幅に増やし、大手証券会社もネット取引サービスを充実させている。

無料IP電話

インターネットを利用した無料電話サービス。専用ソフトをダウンロードし、パソコンにヘッドホンとマイクを付けて会話する。加入者同士は接続料や基本料なしで世界中無料で通話でき、固定電話や携帯電話にも格安料金で掛けられる。国内でも複数企業が開始し、利用者が拡大している。

10万円液晶テレビ

格安の液晶テレビが話題に。総合スーパーが1万台限定で台湾製の32型を10万円で発売したところ、半日で完売した。家電量販店からは9万円台の韓国製32型が発売された。

第三のビール

主な原料を麦芽やホップなどに限定しないビール風味のアルコール飲料。酒税率が低いため発泡酒よりも低価格。各社が新製品を積極的に発売し、「第三のビール」全体の出荷量はビール・発泡酒市場の2割程度までに拡大している。

プライバシー保護商品

2005年4月の個人情報保護法の施行に伴い、個人情報やプライバシーの保護を目的とした商品への関心が高まった。家庭用シュレッダーがヒットしたほか、指紋認証で本人確認する携帯電話やパソコンも登場。法人向けには個人情報漏えい保険が発売された。

業務用スーパー

飲食店などに生鮮食品や調味料などを卸す食品スーパーの店数が拡大中。数や量をまとめて、通常のスーパーよりも低価格で販売している。一般消費者も利用でき、経済的だと評判。

新・100円ストア

カラオケ、ビリヤード、ゲーム、足湯、美容院などを利用時間ごとに100円単位で利用できる施設が各地で開業。大手コンビニチェーンは野菜や生鮮品を100円程度の均一価格で販売する店舗を相次ぎオープンした。

低価格ホームセキュリティ

月額5,000円以下で利用できるホームセキュリティサービス。安全への意識の高まりを背景に、警備会社やガス会社などがサービスを開始した。また、留守宅の様子をネット経由で遠隔地のパソコンや携帯電話で確認できるネットワークカメラも、数万円程度の機種が登場し、設置する人が増えている。

防災グッズ・サービス

地震や台風などの災害リスクに備え、防災グッズ・サービスに注目が集まった。携帯電話の充電機能付き手巻きラジオや、携帯電話から知人が登録した安否情報を確認できるサービスが登場。また、直下型地震が起き、交通が遮断された東京の街を徒歩で帰宅するルートを掲載した地図は、地図としては異例の50万部以上を売り上げた。

熟

「熟す」～40代以上のオトナ世代に向けた市場が活性化しています。バブル時代を経験し、遊び方やお金の使い方を知っている彼らは、景気の向上とともに消費を活発化させています。また、団塊世代の定年を間近にして、健康で蓄えもあるシニア層に向けたさまざまな商品・サービスも登場しています。

「熟した人」のみならず、白物家電やカメラのような「熟した市場」も、新しい技術でこれまでとは違う価値を持った市場に進化しています。

電子辞書

勉強だけでなく、ビジネスや趣味にも使える高機能タイプが好調。家庭の医学、冠婚葬祭など生活に役立つコンテンツのほか、俳句歳時記や脳を活性化する計算ドリルが入った機種が登場。

ゴルフ

日本の宮里藍、横峯さくら、米国のミッシェル・ウィーなど若いスター選手が活躍し、注目が集まった。女子プロゴルフのテレビ中継は好視聴率を記録。また、将来のプロ選手育成を目指してか、小中学生向けのゴルフ教室や子ども向けゴルフグッズも人気。大人も子どもも楽しめるスポーツに変わりつつある。

脳活性化ブーム

脳を活性化し老化を防ぐ商品がブームに。大人向けの計算ドリルや音読ドリルがベストセラーになったほか、脳を活性化するゲームソフトやゲーム機も人気。また、脳の活性化に役立つとされる米養素「GABA（ギャバ）」を含むチョコレート菓子やワインなども発売された。

昔ばなし

大人も子どもも楽しめる日本の昔話に注目が集まった。19年間続いたアニメ番組『まんが日本昔ばなし』（TBS系）が2005年10月から再登場、総勢約130人のタレントが昔話を朗読するCD『日本昔ばなし』シリーズも発売。

中高年男性のロック熱

若い頃、ロックに親しんだ中高年男性の「ロック熱」が再燃している。中高年を対象にしたアマチュアバンドコンテストが相次ぎ開催され、最年長メンバーが52歳の新人バンドもデビュー。楽器店や貸スタジオでも中高年の来店が増えているという。



編集長
が
選ぶ

2006年
はやりそうな
モノ

進化型オープン・レンジ

スチームで調理するオープン・レンジを各社が発売。余分な脂や塩分を落としてヘルシーに美味しく仕上げる機種のほか、3つの熱源を使い分ける機種、遠赤外線で石窯で焼くなど、健康志向とグルメ志向を両立する高機能化が進んだ。

デジタル一眼レフカメラ

現像と焼き付けなしで、美しいデジタル写真を撮影できる。2005年1～9月の国内出荷台数は、前年同期比70%増の42万台。価格を10万円程度に抑えた機種の登場により普及が加速した。さらに、2006年以降は新規参入するメーカーが相次ぐ見込み。

進化型冷蔵庫

新機能を搭載した冷蔵庫が相次ぎ登場した。温かい料理の温度を保つ「保温室」付きの機種は、帰りの遅い家族にもできたてに近い料理を出せると好評。また、野菜のビタミンを増やしたり鮮度を保つ野菜室を搭載した機種や、除菌力・脱臭力を向上させた機種も登場した。

静かな洗濯乾燥機

振動を少なくすることで騒音を抑えたドラム式洗濯乾燥機。夜間や早朝でも気兼ねなく洗濯したいという、働く女性や共働き夫婦などの支持を集めた。

★ 団塊世代の自分たち消費

（子ども世代に多くの資産を残さず、自分たちの人生を充実させるための消費をする）

★ 飲む育毛薬

★ 男性用アンチエイジング化粧品

★ 主婦層のネット株取引

★ 50・60年代JAZZ

異

「異なる」～日本各地の「ご当地」発の商品やサービスが
話題となっています。地方名産物の「お取り寄せ」、
札幌のスープカレー、方言ブームなど、全国画一ではない
地力(ち・ちから)に魅かれる人が増えています。
また、オタクカルチャーや宇宙・水族館ブームなど、
異文化、異次元のものに興味を持ち、自分の考えの枠を超えて
異なる価値観を取り入れることを楽しむ動きも見られます。

『電車男』

インターネットの巨大掲示板「2ちゃんねる」の書き込みから生まれたオタク青年の純愛物語。書籍は100万部を突破するベストセラーとなり、連続ドラマや映画もヒットした。ストーリーに登場した紅茶やカップなどにも注目が集まった。

お取り寄せ

日本各地からこだわりの食品・食材などを通信販売で購入すること。遠くの店や産地まで足を運ばなくとも、自宅で気軽に希少品や珍品を味わえる。「お取り寄せ」できる名品を紹介する雑誌の特集や書籍も多い。

秋葉原

2005年8月の「つくばエクスプレス」開業で茨城県からのアクセスが向上、オフィスビルや商業施設のオープンで注目が高まった。2005年9月に駅前に開業した家電量販店には4日間で100万人超が来店した。また、秋葉原は漫画やアニメ関連商品を扱うショップや、「メイドカフェ」が軒を連ねる「オタクカルチャー」のメッカとしても有名。

プロ野球

プロ野球が盛り上がった。31年ぶりに日本一に輝いた千葉ロッテマリーンズの優勝パレードには、千葉市民など24万人が詰めかけた。セリーグを制覇した阪神タイガースの優勝セールは大阪地区を中心に好調。また、パリーグに新規参入した東北楽天ゴールデンイーグルスも東北地区初のチームとして注目を集めた。

スープカレー

札幌名物のサラサラしたスープ状のカレー。札幌の有名店が関東に進出し、人気に火がついた。大手食品メーカーはレトルトのスープカレーを発売、コンビニエンスストアでもオリジナルメニューが販売されたほか、外食チェーンの期間限定メニューにも加わった。

宇宙ビジネス

日本人宇宙飛行士、野口聡一さんの活躍で宇宙がより身近になった。宇宙を舞台にしたビジネスも本格化しており、大手旅行代理店が「月世界旅行」を1人1億ドルで販売開始。また、宇宙ステーションにカメラを常備し、CMやテレビ番組を制作するベンチャー企業も登場した。

方言ブーム

首都圏の女子高生らの間で、日常会話やメールなどに方言を取り入れるのが流行。「非常にかわいい」を「でらかわいい」「ちかっぱめんこい」などと使う。この動きを捉え、各地の方言を解説した若者向けの書籍も出版された。また、テレビ朝日系列のバラエティ番組「Matthew's Best Hit TV」では地方出身のタレントが方言を話すコーナーが人気。

水族館ブーム

2005年4月に品川にオープンした水族館は8月に来場者数100万人を達成した。このほか、神奈川県などの既存の水族館も相次いでリニューアル。水槽を大型化したり、本物の海に近い演出を導入したり、夜間営業を行なうなどの工夫で客足を伸ばしている。

家庭用プラネタリウム

自宅でプラネタリウムの星空を再現できる機器が話題に。業務用と同じ光学式で、約1万個の星空を自宅の天井で鑑賞できる商品は、2万円と高額ながら売れ行き好調。大人がターゲットの科学雑誌が付録にピンホール式プラネタリウムを付けたところ、増刷がかかる人気となった。

地域検定

地域の観光・文化・暮らしなどに関する知識の検定試験。各地の観光関連団体や商工会議所などが主催しており、産業の活性化や地域おこし、観光振興のツールとして期待されている。2004年12月に実施された「京都検定」は受験者が1万人を超えた。2005年も多数の受験申し込みがあったという。

編集長
が選ぶ

2006年
はやりそうな
モノ

★ 郷土料理

★ 華流(韓流に続いて)

★ 日本文化の逆輸入

(日本の食文化やデザインなどに影響を受けた、海外で生まれた料理や商品が市場を賑わす)

★ 宇宙旅行(無重力状態体験から本格的な宇宙滞在まで)

★ ドイツブーム(FIFA ワールドカップドイツ大会)

★ 20Q(人工知能が20個の質問をして、プレイヤーが心で思っているものを当ててしまうゲーム。アメリカでメガヒット)

話題・注目商品2005年「地方発ヒットの予感」

「愛・地球博」の開催や、市町村の大合併により
地方に注目が集まるなか、地方からの情報発信をきっかけに、
全国的な地方発トレンドも生まれています。
2005年に話題になった北海道発のジンギスカンや、
いまや全国的行事になった感のある関西発の
恵方巻などが、この一例です。
現在、地方で生まれているヒットの種子は、将来
日本中に元気を与えるトレンドに花開くかもしれません。
そんな期待を込めて、アンケート調査などから
各地の話題・注目商品の種を拾い集めてみました。

北陸 甲信越

- **金沢三十三観音霊場巡り (石川)**
徒歩で5時間程で巡拝できる。近年巡礼者が増えているという
- **ローメン (長野)**
蒸した麺にマトンやキャベツなどを混ぜた伊那市の名物料理
- **地場トマト仕込みの焼酎 (長野)**
フルーティで飲みやすい
- **老舗唐辛子店のオシャレグッズ (長野)**
トートバッグは有名バッグメーカーが制作、スノーボードも商品化
- **吉田のうどん (山梨)**
具に豚肉やキャベツを入れる。富士吉田市内に60軒以上うどん屋があり、コンビニで発売されたカップめんも県内でヒット

地方ヒットを読み解くキーワード



地恵(ちえ)モノ 先端技術より 個性派アイデアで突破

- 見た目はビールの子ども向け飲料 (佐賀)
- 名古屋のポイント還元タクシー (愛知)

- 古い米蔵を改装した商業施設「酒田夢の倶楽(くら)」(山形)
- 長屋ブーム (大阪)

地・力(ち・ぢから) リノベーション 地域資産の再開拓で 魅力アップ

マイタウン・マイスター 丁寧仕事でオンリーワンに

- 手仕事で作る藍染ジーンズ (岡山)
- 日本人の体型に合わせて開発されたスノーボード (青森)
- 20年かけて開発された鶏肉「青森シャモロック」(青森)

- 間伐材を使った積木式住宅 (宮崎)

LocaLOHAS (ローカロハス) 地域に根ざした LOHAS的生活

内輪ヒーリング 親近感で つながる、楽しむ

- 四国アイランドリーグ (四国)
- 地元ラジオ局発ヒット曲『おかあさんのカレー』(大阪)
- 経営環境が把握しやすい地元企業に分散投資するファンド (愛知)

- 「よさこい祭」の全国化
- 東北楽天ゴールデンイーグルス関連商品 (宮城)

「お祭り」伝播 日本人が本能で感じる 「ハレの日」

中国 四国

- **岡山県備前市日生(ひなせ)のカキ入りお好み焼き (岡山)**
テレビ番組で紹介され、県内で人気沸騰
- **OH!くん (岡山)**
岡山放送のキャラクター。DVDなどグッズも発売されている
- **手仕事で作る藍染ジーンズ (岡山)**
年間数百本しか生産せず、高額にもかかわらず予約待ち
- **広島空港の「空弁」(広島)**
アナゴやカキ、松茸など地元産品を使用。東京からの大量注文も
- **卵かけご飯専用しょうゆ (島根)**
第三セクターが開発し、クチコミで話題
- **じゃこ天おばちゃん (愛媛)**
松山駅で名物「じゃこ天」を販売する一般女性。愛媛地方局のバラエティ番組で紹介され、一躍人気者に
- **四国アイランドリーグ**
'05年4月に開幕したプロ野球の独立リーグ。「坊ちゃんスタジアム」での試合は約6,000人集客することも

九州 沖縄

- **見た目はビールの子ども向け飲料 (佐賀)**
コップに注ぐと白い泡が立ちビールのように見えるノンアルコールの炭酸飲料
- **間伐材を使った積木式住宅 (宮崎)**
木製ブロックを積木のように積み上げて建てるエコ住宅
- **びわソフトクリーム (鹿児島)**
- **花粉症対策で飲まれた泡盛 (沖縄)**
石垣市のメーカーが生産する泡盛に花粉症の改善効果があると話題に
- **バーデハウス久米島 (沖縄)**
海洋深層水100%利用、水中運動プログラムができる世界で唯一の温浴施設
- **月桃 (沖縄)**
ショウガ科の亜熱帯植物。化粧品などに応用されている

北海道

- **北の食材バーガー**
函館「くじらバーガー」、釧根「エゾシカバーガー」、稚内「ほっけメンチバーガー」など
- **カレーがゆ**
ご飯と野菜をスープカレーで煮込んだメニュー
- **道内駅売店限定の緑茶**
ニセコ山系の水を使い、価格も手ごろなためヒット
- **帯広空港の「豚丼」のタレ**
- **北海道大学のオリジナルクッキー**
道産食材にこだわった素朴な味わいとレトロな包装が好評
- **国内唯一の非加熱ミルク**
乳酸菌やラクトフェリンを多く含み、お腹にもやさしい
- **馬具メーカーによる質実剛健バッグ**
都内百貨店などで人気を集める

東北

- **日本人の体型に合わせて開発されたスノーボード (青森)**
- **青森シャモロック (青森)**
青森県が20年かけて開発した旨み成分が多い鶏肉
- **健康雪かき体操 (青森)**
青森県教育委員会が考案。
県外からも練習用ビデオの要望が寄せられる
- **小型サイズで扱いやすい琴 (岩手)**
- **酒田夢の倶楽 (くら) (山形)**
古い米蔵を改装した商業施設
- **スウィングオヤジ (山形)**
山形県が舞台の映画『スウィングガールズ』のヒットで
中高年男性にサックスが流行
- **東北楽天ゴールデンイーグルス関連商品 (宮城)**
- **仙台幸子グッズ (宮城)**
一般女性「幸子さん」をモチーフにしたユニークな幸運グッズ
- **ババヘラアイス (秋田)**
台車を引いた“ババ”＝おばさんが、
ヘラで盛り付けて販売するアイス
- **バケツ入りプリン (福島)**
1リットルのバケツを容器にしたプリン。通販サイトでヒット

関東

- **3県限定・練乳入り缶コーヒー (千葉、茨城、栃木)**
映画『木更津キャッツアイ 日本シリーズ』に登場し認知度アップ
- **5本指スリッパ (群馬)**
指が中で分かれ、履き心地良好で健康にも良いという
- **羽田空港限定商品 (東京)**
- **地元民が購入した23区ガイド (東京)**
練馬区や千代田区にフォーカスしたガイドや歴史本
- **カレーおでん (神奈川)**
小田原の「おでん」と横浜の「ハマカレー」のコラボメニュー

関西

- **105円均一ベーカリー (滋賀)**
関西で出店拡大中
- **洋館を改装した商業施設 (京都)**
- **長屋ブーム (大阪)**
古い長屋を改装したショップやカフェがトレンドスポットに
- **猫と遊べるカフェ (大阪)**
- **地元ラジオ局発ヒット曲『おかあさんのカレー』 (大阪)**
ABCラジオが企画制作。CDはオリコン全国チャートで初登場30位
- **国立民族学博物館「みんぱく」 (大阪)**
スーツケースに世界の民族衣装や日用品を詰めた学習キット。
本物に触れる学習教材として、全国の学校へ貸し出す
- **ならまち (奈良)**
古い町屋や商家を改装したエリア。カフェやショップも入居

東海

- **富士宮やきそば (静岡)**
地元には「富士宮やきそば学会」も存在する
- **地元ファンド (愛知)**
経営環境が把握しやすい地元企業に分散投資
- **名古屋のポイント還元タクシー (愛知)**
会員カードを発行し、乗車代金は登録口座から引き落とす。
ポイント還元で個人客を囲い込み
- **練り物バーガー (愛知)**
イカやホタテなどのすり身のフライをバーガーに
- **陶器のおひつ (三重)**
冷やご飯を美味しく保存できる。
通販サイトでは連続70週以上も売れ筋ランキング入り

第2部

2006年の社会・消費トレンド



2006年の日本は黄色——

2005年、「来年の日本社会を色に例えると何色か」というアンケートを行った結果、いちばん多かったのは黄色でした。理由としては「明るい」「希望がもてる」といったポジティブなものが多くあげられています。とかく内外で悲観的な国民性と揶揄されることの多い日本人の眼にも、ようやくおとずれた回復の息吹と、その先の光明が映り始めたようです。

わたしたちはまた、いくつかのキーワードをあげて

どれが2006年の大きなトレンドとなるか、もアンケートしてみました。

その結果、「スムーズIT生活」「防災・セキュリティ」「ネット発」「メリハリ消費」

「元気シニア」「LOHAS」といったものが上位にあげられました。

2006年に予定されているさまざまな分野の出来事をにらみつつ、

こうした生活者の意識を読み解いていくと、2006年の社会においてどんな世相・トレンドが浮上してくるかがおぼろながらも予感されるように思われます。

わたしたちはこれらを「2006年出来事予想」という形で列挙してみました。

実現を保証するものではありませんが、ご参考にしてください。

時代の行く末はますます不透明さを増し、未来のドアを開けることはおろか、鍵穴からのぞきみることすらわたしたちには叶いません。

しかしある歴史学者が「過去は知ることができるが決して変えることはできない。

未来は決して知ることはできないが変えることはできる。」と述べたように、

予兆を感じ取り、そこへ向けたポジティブな行動を始めることは

決して無益ではないでしょう。第2部がそうした行動へのヒントとなれば幸いです。

消費者が選んだ 2006年の大きな消費トレンド

1 スムースIT生活 57.0%

各種携帯端末や電子マネーなどの普及が加速し、生活がもっと便利になる

2 防災・セキュリティ 54.0%

地震や水害、犯罪の発生などに備える商品・サービスが増える

3 ネット発 50.8%

ブログをはじめとしたネット発のヒットコンテンツがさらに勢いを増す

4 メリハリ消費 40.9%

安く済ませる場合と、高額消費をする場合のメリハリがはっきりする

5 元気シニア 39.8%

団塊世代の定年を間近に控え、健康で蓄えもあるシニア向けの商品・サービスが登場する

6 LOHAS 36.1%

健康と環境を志向するライフスタイルが広がる

「電通2005話題・注目商品」調査より

2006年出来事カレンダー（予定）

- 1月 「新青山アパート」（旧同潤会青山アパート跡地）完成
モーツァルト生誕250周年（1月27日）
- 2月 トリノ冬季オリンピック
預金者保護法施行
「表参道ヒルズ」オープン
神戸空港開港
- 3月 ワールド・ベースボール・クラシック
新北九州空港開港
「秋葉原クロスフィールド」完成
- 4月 携帯電話で地上波デジタル放送が視聴できる「ワンセグ放送」開始
一部の銀行業務が非金融機関にも解禁される「改正銀行法」施行
地域ブランド（地域名+商品名）の商標登録が可能に
- 5月 改正会社法施行
- 6月 FIFAワールドカップドイツ大会
- 7月 G8サミット
国際宇宙ステーションの日本船内実験室 打ち上げ
- 8月 日本最長マンション「クロスタワー大阪ベイ」完成（高さ200m）
「TOC有明」オープン
- 9月 自民党総裁選
- 10月 ノーベル賞受賞者発表
- 11月 NASA火星無人探知機、火星を周回探査
- 12月 地上波デジタル放送の全局開始
- 2006年中 携帯の番号ポータビリティ制導入
子ども向け職業・社会体験型テーマパーク「キッズニア（豊洲）」オープン
国立新美術館（六本木）完成
加工食品にも原料の原産地表示を義務づける新JASの導入
日本の人口がピークに、以降減少過程へ

2006年5つの社会トレンド



プライド・オブ・ジャパン

気概と自信を取り戻す日本人



ICT開花

技術進化でもっと便利に、もっと優しく



上昇気運

停滞を越えて新たなステージへ



LOHAS COOL

「ロハス」ってカッコいい！



プロ・アクティブ社会

リスクを先手先手でマネジメントする

2006 トренд1

経済の上昇に合わせるかのように、2006年は2月にトリノ冬季オリンピック、3月にワールド・ベースボール・クラシック、6月にFIFAワールドカップドイツ大会と、ニッポンコールが湧きあがるイベントが相次ぎます。

また、2006年1月早々には、安藤忠雄氏の手になる同潤会青山アパートの建替プロジェクトが竣工し、宮崎駿監督が「水グモもんもん」を公開する予定です。日本画の感性を現代アートに活かす千住博氏の活動も世界的に評価されています。日本人のノーベル賞受賞は、2002年以降途絶えています。2006年には受賞者の出現が復活することも期待されます。

「和食」をはじめとして、世界的に評価されている日本の伝統文化への人気も根強いものがあり、最近では「きもの」から「ふんどし」にまで拡大しています。また、日本の漢字が、インテリアや衣料ファッションのデザインにも取り入れられています。

この日本文化ブームは、2006年には一層拡大し、そこに、経済を回復させた日本への世界的な見直しも重なるでしょう。この日本評価の高まりは、日本人の自信をようやく回復させるものとなる一方、そうした自信回復が、日本独特の豊かな生活や、高い環境技術に支えられた生産活動へとつながっていくのです。

「日本の国や国民について誇りに思うこと」

●美しい自然	39.1 (38.5)	●高い技術水準	18.0 (13.5)
●すぐれた文化や芸術	38.4 (34.9)	●治安のよさ	18.0 (20.0)
●長い歴史と伝統	33.9 (39.7)	●国民の人情味や義理堅さ	16.6 (15.7)
●国民の勤勉さ、才能	25.1 (24.9)	●高い教育水準	13.4 (15.7)
●自由で平和な社会	22.3 (22.0)	●経済的繁栄	10.5 (8.2)

内閣府「社会意識に関する世論調査」2005年1月

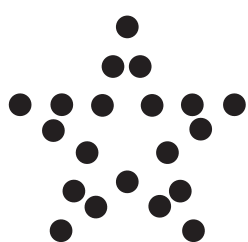
対象者は全国20歳以上の男女(n=6,586) ()内は前回2004年1月調査

2006年出来事予想

- トリノ五輪で若手日本代表選手が大活躍
- FIFAワールドカップドイツ大会で日本が上位に進出
- ワールド・ベースボール・クラシックで日本チーム大活躍
- 田中耕一さんに続く企業人ノーベル賞受賞者が誕生
- 国立新美術館完成で世界への新たな文化発信

プライド・オブ・ジャパン

～気概と自信を取り戻す日本人



バブル崩壊後、長く続いていた調整が、ようやく終結の気配を見せています。この間は、「失われた10年」が21世紀になっても継続し、人々の気分をはじめとして、日本全体が「うつむき加減」と形容される状態でした。

しかし、2006年の日本経済は、はっきりとした「上昇気運」に転じるでしょう。既に株式市況は活況を呈しており、日経平均株価の終値は、年初来高値の更新を続けています。さらに2005年11月8日には東証一部売買高（売買株式数）が45億株を記録し、ニューヨーク証券取引所とナスダックの合計32億株を上回りました。

今回の日本経済回復の兆しは、大手金融機関の再編・再建が進み金融不安が後退していることや、3つの過剰（不良債権、過剰設備、過剰雇用）の解消が進んだ結果、需給のギャップが縮小していることから、本格的な回復になると見られます。

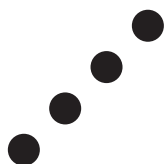
おりしも2006年は、亥年生まれの団塊世代が60歳を迎える2007年の前年にあたります。この世代の消費意欲は旺盛であり、定年後も再雇用されて働き続ける意志があります。企業の側でも、技術の継承のためにも、定年後の団塊世代の活用に取り組もうとしています。2007年からの3年間で60歳を迎える団塊の世代の就業者は約500万人存在しますが、2006年は、その層が、還暦後の新しい人生を求めて「第二の就職活動」や趣味活動、地域活動の助走に入るわけです。彼らは、別な途や、やり方を変えた「新たな上昇」を目指すことになります。そして、彼らに刺激されるようにして、若年者の間にも、自分の能力のスキルアップへ向けた動きが活発化します。こうした動きは、経済の好調とあいまって、国民の間で「上昇気運」を広く共有させるものになるでしょう。

2006年出来事予想

- 株価、地価の上昇基調続く
- M&Aによる業界再編、メガ企業誕生
- 企業、個人とも将来を見据えた投資が活発化
- 改正会社法で起業ブーム高まる
- 富裕層の間で宇宙観光旅行が話題に
- 団塊の世代でご褒美消費広がる
- 電通消費マインド指数上昇続く

上昇気運

～停滞を越えて新たなステージへ



2006 トレンド 3

ICTとは、インフォメーション&コミュニケーションテクノロジーの略で、情報通信技術を表す言葉ですが、情報ビジネスにおけるコミュニケーションの重要性が増していることも表現しています。

2006年、日本のICTは、実際の生活や経済活動の面で開花します。その一つが、携帯電話会社を変えても電話番号がそのまま使えるようになる、携帯電話の番号ポータビリティ制の導入です。さらに、携帯機器のワンセグ放送も開始され、ケータイでデジタルテレビ放送が楽しめるようになります。その結果、ケータイの買い替えが加速し、また一段と高機能化が進むでしょう。話題が沸きあがることで、これまでケータイには関心の低かったシニアやジュニアもユーザーとなる可能性があります。

また、家庭にも導入が始まった高次センサーやICTに支えられた家事ロボット、介護ロボットも、2006年には、一步上の段階へステップアップします。家電もICTによるレベルアップを進行させるでしょう。

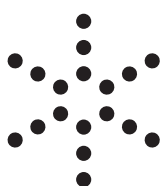
このように、2006年は、「ケータイ」と「ロボット」の進化が、多くの新ビジネスを誘発させる年になることが予想されます。さらに「テレビ」との関係も進化します。地上波デジタル放送が全都道府県で全局開局され、家庭における情報のゲートウェイの中核となるデジタルテレビが急速に普及する一年となるでしょう。

2006年出来事予想

- 次世代高性能ゲーム機が発売され、オンラインゲーム市場が活性化
- HDDの小型・大容量化がさらに進んで、本格的なウェアラブルPC登場
- 家庭用光ファイバー通信サービス加入が急増、ADSLに迫る
- 電子カルテのシステムを導入する病院が増える
- 電子ペーパー実用化。ビジネスのフロンティア広がる
- 電子マネーを軸にカードのハイブリッド化進む

ICT開花

～技術進化でもっと便利に、もっと優しく



環境意識が、単に環境に優しくしなければならないといった意識の浸透ではなく、行動の問題になりつつあります。そうしたなか、健康と環境を志向するライフスタイル＝LOHAS (Lifestyles of Health and Sustainability) が浸透してきました。「LOHAS」という言葉の認知率は、2005年7月調査では22.1%でしたが、11月調査では44.7%にまで上昇しています（電通「話題・注目商品」調査より）。LOHAS層の特徴は、自分なりのこだわりのある生活を送りながら、その中に健康・環境への配慮も取り入れ、実際に行動に移す点にあります。社会問題や企業の社会的責任への関心も高く、上昇志向、購買意欲も強い人たちです。

2006年には、日本人のLOHAS実践は、経済の上昇とも連動して全面的に開花する可能性があります。その際の引き金になるのが、LOHASはクール(カッコいい)という認識の爆発です。これからは、自分のことだけではなく、人のこと、社会のこと、地球のことと考えられるのがカッコいい、という感覚です。

LOHASは、とすればエコロジーが「禁欲」に傾きがちであるのに対して、自分が楽しめるものであることが前提になっています。社会のことを考えて自分のことを犠牲にするような聖人君子ではない。自然体で、自分にできることから始めてみよう、というわけです。電通の調査結果でも、LOHAS的な志向を持つ人の好きな言葉は「洗練・創造性・美意識・誇り・伝統」と出ています。彼らにとって、単純に環境や健康によいというだけでは足りません。商品やサービスにLOHASな暮らしをするための「知恵」や「技術」が含まれているかどうかに関心があるのです。

2006年出来事予想

- レジ袋有料化、広がる
- 水素エンジン搭載車の官公庁向けリース、広がる
- 燃料電池の利用、広がる
- クールビズ・ウォームビズのさらなる拡大
- 地方発LOHAS (LocaLOHAS) の波広がる

LOHAS COOL

～「ロハス」ってカッコいい！



2006 トレンド5

内閣府が2004年6月に実施した「安全・安心に関する特別世論調査」(n=2,136 全国20歳以上)では、今の日本は安全・安心だと思う人が39.1%であるのに対して、「そう思わない」は55.9%でした。「そう思わない」の理由としては、少年非行、ひきこもり、自殺など社会問題の多発、治安の悪さ、雇用・年金の不安、国際政治情勢・テロ行為などの平和への脅威、医療事故、食品の安全、教育環境の悪化、社会的連帯の弱体化、地震などの自然災害といった不安に多くの人が○をつけていました。

こうした状況は、2005年中は緩和されることはありませんでした。大きな地震が相次ぎ、台風による記録的な集中豪雨が東京の小河川を氾濫させました。海外からは、ニューオリンズの街を壊滅させたハリケーン、カトリーナの猛威が伝えられ、西ナイル熱も帰国者の発病が確認されました。鳥インフルエンザが新型ウイルスとなり猛威をふるうとの観測も強まっています。コンピュータウイルスや、キャッシュカードのスキミング被害への不安も高まっています。

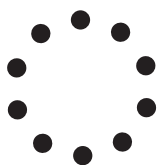
2006年は、こうした不安への対応施策が一気に進む年になるでしょう。スキミング被害防止のための本人確認はレベルアップが進み、地震時の復旧に関しても、BCP(事業継続計画)を策定、災害時の重要業務継続を目指す動きが広がっています。また、地震初期のP波(縦波)を捉えて、地震波よりも早く伝わる電波で地震警報を流す仕組みの構築にも多くの企業が取り組んでいます。アスベスト除去の専門業者も活躍しています。また、地域での防犯に取り組むコミュニティ・ポリシングも広がっています。こうした流れからも、リスクを想定した積極的な対応と行動、つまりプロ・アクティブさが重要となるでしょう。

2006年出来事予想

- 年金制度の抜本的改革のスタート
- 防災版社会責任投資が注目浴びる
(震災時発動型ファイナンスや金利優遇など)
- BSE検査体制の強化
- 新型ウイルス対策進む
- 早期がん発見がより容易に
- 低価格老人ホームの増加

プロ・アクティブ社会

～リスクを先手先手でマネジメントする





dentsu

2005年の話題・注目商品 & 2006年の社会・消費トレンド

(株) 電通
消費者研究センター

四元・高村・北風・立木
Tel. 03-6216-8458