

博報堂生活総合研究所 生活動力2009

「第三の安心」

—社会を修理する生活者—

■「世の中に不安なことが多い」1992年53.1% → 2008年72.4%へ大幅増加。

■「わたしの不安」から連想するTOP3は、「健康」「年金」「老後」。

老若男女が、個人の努力・備えの次元を超えて社会の“しくみ直し”に向かう時代に。

博報堂生活総合研究所は、毎年、年末から年初に「生活動力」と名付けた未来予測を発表しています。「生活動力2009」では、隔年で実施してきた定点観測型の調査「生活定点」の結果などから、生活者の潮流と構造変化を読み解きました。世界規模での不安が高まる今、社会の“しくみ直し”に向かいはじめた生活者のベクトルをご報告いたします。

【生活者の潮流】

社会が揺らぎ、生活基盤が揺らぐ。日本の先行きが不安……何とか暮らしを安定させたい。

①「生活定点調査」より

- ・先行きが不安で高まる安定した暮らしへの願望。「世の中に不安なことが多い」（1992年53.1% → 2008年72.4%）、「欲しいもの：安定した暮らし」（1992年27.6% → 2008年44.2%）。
- ・環境、税金、食の安全…生活基盤に危機感。「税金が高くなっても福祉を充実させるべき」（32.5%）「地球環境を考え実行」（49.8%）「食品や素材に不安」（19.5%）は2008年過去最高。
- ・「日本人は国や社会のことに目を向けるべきだ」（1992年68.8% → 2008年77.0%）は上昇傾向。

②「自由連想地図調査」より

- ・「わたしの不安」から連想するトップ3は「健康」「年金」「老後」。若年世代までもがリタイア後を不安に思う時代。個人の備えや努力の次元を超えた社会システムへの不安が増大。

【未来へのベクトル】

「第三の安心」= みんなで社会全体の安心づくりへ。社会全体の“しくみ直し”へと向かう生活者。

当研究所は、この不安の高まりが生活者主導のソーシャル・リノベーション（社会の修理）へ進んでいくと予測します。バブル崩壊後の自己防衛という「第一の安心」、90年代後半からは家族や地域の関係を固める「第二の安心」で時代の荒波を乗り越えてきました。そして世界規模の社会の揺らぎが生活基盤を揺るがす連鎖構造となった今、生活者自らの手で社会全体のしくみ直しを行う「第三の安心」へ向かっていくと考えます。

「第三の安心」から生まれる未来社会—ソーシャル・リノベーション時代の企業に求められるC to B発想。

ひとりひとりが小さな余力を供給し束ねて社会のしくみ直しをする「余力集積型」、これまで受け手だった生活者が地域活動やボランティアなど供給者の立場に立つ「供給参加型」のアプローチを通じて、地域の緑化、市民による図書館運営、社会貢献商品の購入など、人々の意思と行動によるソーシャル・リノベーションは既にはじまっています。産業界にも生活者が投入する知恵や労力を企業が組織化し、新たな社会資本を生産する = 「C to B発想」への転換が求められるでしょう。

本件に関するお問い合わせ先

株式会社博報堂 博報堂生活総合研究所 吉川 TEL: 03-6441-6450
株式会社博報堂 広報室 西尾・大野 TEL: 03-6441-6161

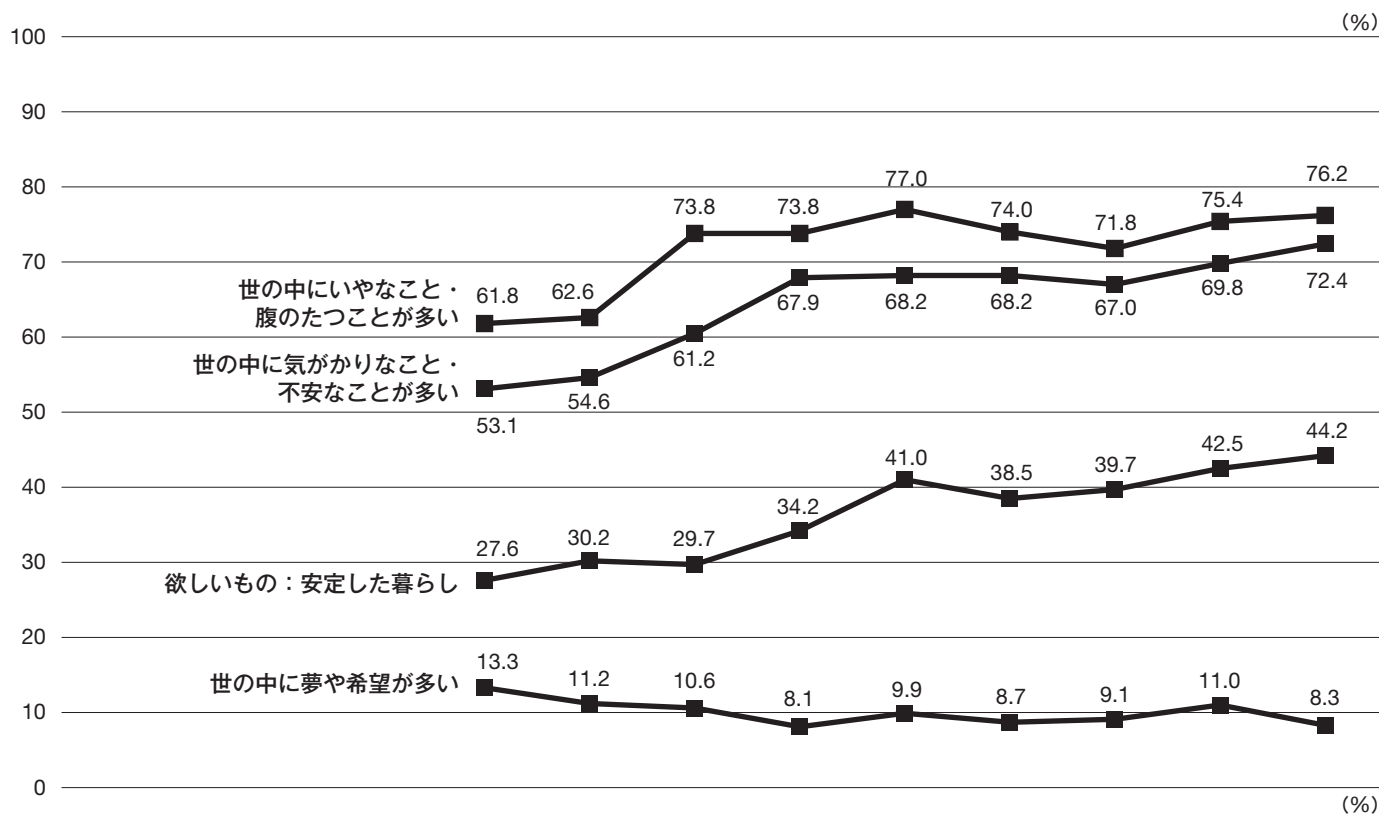
① 「生活定点調査」から、生活者の潮流を観る

社会が揺らぎ、生活基盤が揺らぐ。日本の先行きが不安……何とか暮らしを安定させたい。

生活総合研究所では、生活者の暮らしの変化を捉えるため、隔年で定点型観測調査「生活定点」を実施しています。時系列データが描く「生活波形」を観ることで、過去から今にかけて生活者がどのように変化し、どんな生き方を志向するのか知ることができます。1992年から今日までの「生活波形」から、生活者を「第三の安心」へと向かわせる背景には、以下のように、見通しの立たない生活への環境認識、「悲しみ」「怒り」などのマイナス感情、なんとか暮らしを安定させたいという願望などがあり、これらの高まりが生活者主導のソーシャル・リノベーション（社会の修理）へ導いていくと考えました。

生活者の感情

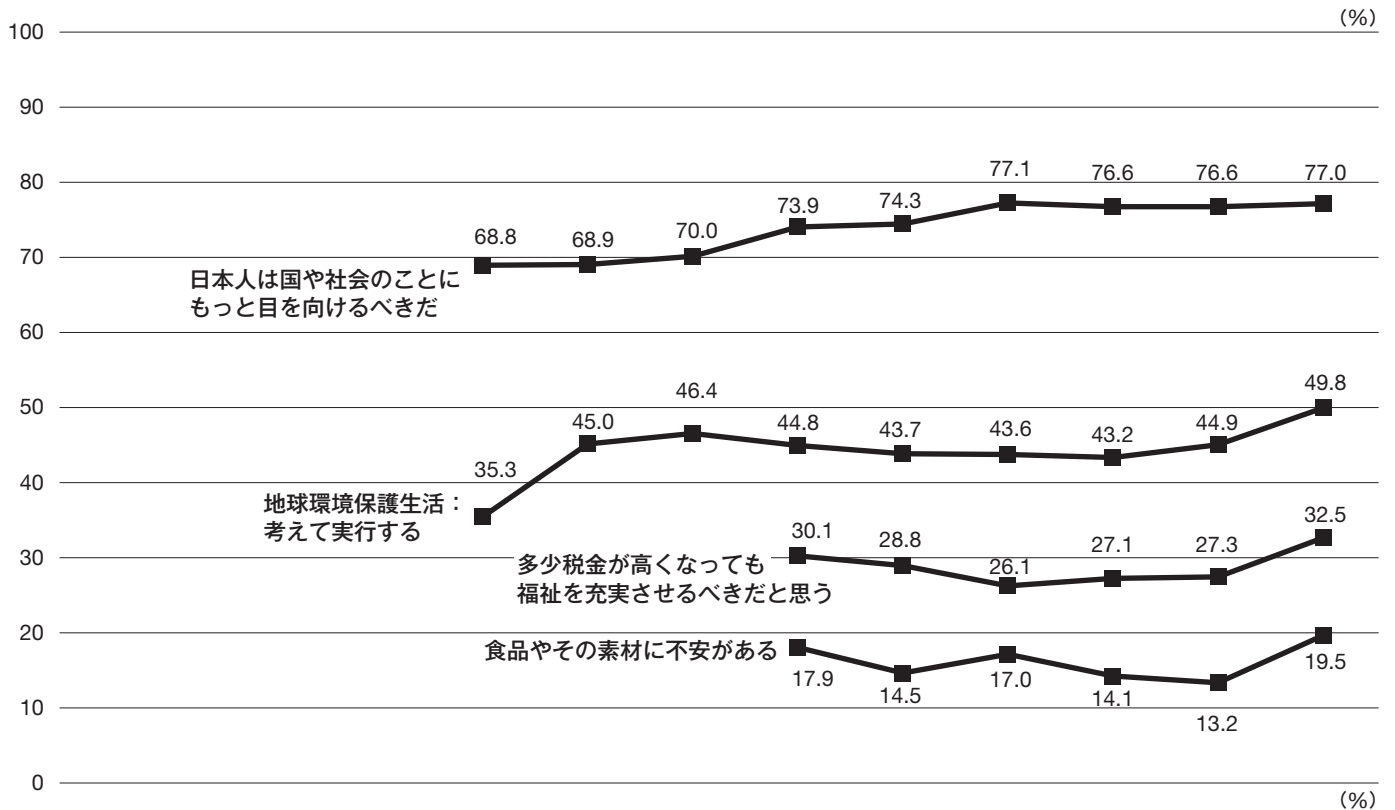
世の中へ不安や怒りが止まらない……「世の中に不安なことが多い」（1992年 53.1% → 2008年 72.4%）。先行きが不安で、高まる安定した暮らしへの願望。「欲しいもの：安定した暮らし」（1992年 27.6% → 2008年 44.2%）が過去最高。



	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008
世の中にいやなこと・腹のたつことが多い	61.8	62.6	73.8	73.8	77.0	74.0	71.8	75.4	76.2
世の中に気がかりなこと・不安なことが多い	53.1	54.6	61.2	67.9	68.2	68.2	67.0	69.8	72.4
欲しいもの：安定した暮らし	27.6	30.2	29.7	34.2	41.0	38.5	39.7	42.5	44.2
世の中に夢や希望が多い	13.3	11.2	10.6	8.1	9.9	8.7	9.1	11.0	8.3

生活者の社会への対応

環境、税金、食の安全……生活基盤に危機感。「税金が高くなっても福祉を充実させるべき」(32.5%)
 「地球環境を考えて実行」(49.8%)「食品や素材に不安」(19.5%)は2008年過去最高。「日本人は国や社会のことにもっと目を向けるべきだ」(1992年68.8%→2008年77.0%)は、上昇傾向。



	1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008
日本人は国や社会のことにもっと目を向けるべきだ	68.8	68.9	70.0	73.9	74.3	77.1	76.6	76.6	77.0
地球環境保護生活：考えて実行する	35.3	45.0	46.4	44.8	43.7	43.6	43.2	44.9	49.8
多少税金が高くなっても福祉を充実させるべきだと思う	—	—	—	30.1	28.8	26.1	27.1	27.3	32.5
食品やその素材に不安がある	—	—	—	17.9	14.5	17.0	14.1	13.2	19.5

② 「自由連想地図調査」で、生活者の不安の深部を観る

「わたしの不安」から連想するトップ3は「健康」「年金」「老後」。

若年世代までもがリタイア後を不安に思う時代。社会システムへの不安が増大。

生活者が抱く「不安」の中身をさらにリアルに把握するため、調査票の中央に置いた「わたしの不安」という文字の周囲にそこから連想されるワードを自由に配置してもらう自由連想地図調査を行いました。

この結果、不安ワードの出現数トップ3は、「健康」(33.1%)「年金」(30.3%)「老後」(29.2%)でした。このワードは高齢層だけでなく若い世代にも多く見られ、世代を問わず「健康」「年金」「老後」への不安を感じていることが分かります。(※参考資料②参照)「食の安全」「地球温暖化」「不景気」などの項目をあわせてみると、個人の努力や備えなどの次元を超えた社会システムへの不安が増大している様子が浮かび上がってきます。

10代～60代までの 「不安」出現数ランキング

順位	不安キーワード	出現数	出現率 (%)
1	健康	345	33.1
2	年金 ※1	315	30.3
3	老後	304	29.2
4	将来	298	28.6
5	病気	276	26.5
6	仕事	269	25.8
7	お金	259	24.9
8	子供 ※2	195	18.7
9	結婚	113	10.9
10	家族	111	10.7
11	食の安全	101	9.7
	生活	101	9.7
13	地震	97	9.3
14	介護	94	9.0
15	病院	92	8.8
16	貯金	87	8.4
17	地球温暖化	86	8.3
18	人間関係	84	8.1
	就職	84	8.1
20	不景気 ※3	83	8.0

※1 年金：年金＋年金問題

※2 子供：子供＋子供の将来

※3 不景気：不景気＋景気

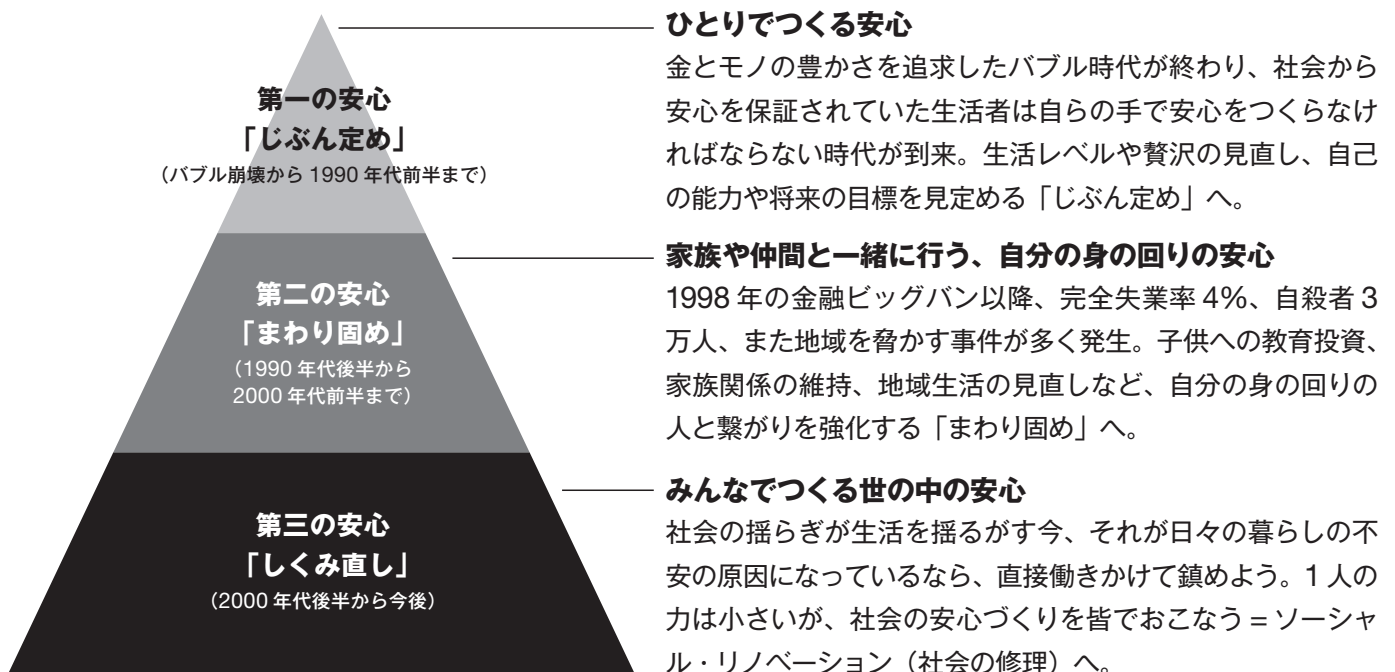
「第三の安心」= みんなで社会全体の安心づくりへ。 社会全体の“しくみ直し”へと向かう生活者。

生活総合研究所では、この不安の高まりが生活者主導のソーシャル・リノベーション（社会の修理）へ進んでいくと予測します。

バブル崩壊後の自己防衛という「第一の安心」、1990年代後半からは家族や地域の関係を固める「第二の安心」で時代の荒波を乗り越えてきました。

そして2000年代後半からは、食の安全、治安、学校教育から生活経済、地球環境まで、社会の基盤が土台から揺れ始めています。世界規模のスケールで社会の揺らぎ生活基盤を揺るがす連鎖構造となった今、身の回りだけの安心づくりで静まるものではありません。

そこで生活者みんなの手で社会の揺らぎを鎮めていく、ゆらぎを鎮めるしくみを自分達の手で自分達がやれる範囲で直していく「しくみ直し」がはじまっています。私どもは、これを「第三の安心」と名付けました。



「第三の安心」づくりへの生活者のアプローチ

生活総合研究所では、「第三の安心」づくりのための生活者の具体的なアプローチには、2つの型が生まれてくると考えます。

①「余力集積型」

ひとりひとりに大きな負荷を求めるのではなく、小さな力や余った力を供給し、それらを大きな動きに束ねて社会のしくみ直しをしていきます。共感性の高い“社会善”や“正義”というテーマで「しくみ直し」を進めています。

②「供給参加型」

これまで受け手だった生活者が、普段と異なる供給者という立場になることで得た新しい視点と経験が世の中の「しくみ直し」を推進していきます。地域活動やボランティアなど供給者の立場に立つことで今のしくみの問題の核心を明らかにし、建設的な提案を生み出します。

「第三の安心」から生まれる未来社会 —ソーシャル・リノベーション時代の企業に求められるC to B発想。

地域の緑化、市民による図書館運営、社会貢献商品の購入など、生活者の意思と行動による ソーシャル・リノベーションはすでにはじまっています。(参考資料③参照)

ソーシャル・リノベーションの時代は、「みんなで生産して、みんなで消費する」時代であり、供給者と受給者という従来の関係のバランスが変化し、従来の固定概念が変化していきます。

このような時代に企業に求められるのは、単なる供給者を越えて、社会を修理していく生活者の協働者、パートナーになることです。産業界にも、生活者(Consumer)が投入する知恵・労力・私財などのリソースを、企業(Business)が組織化して新たな社会資本を生産する = 「C to B 発想」 への転換が求められます。

企業がプロジェクトを起案し生活者が参加する、生活者の企画を企業がパトロネージュする、別々の生活運動を企業がつないでより大きな社会修理を図るなど、企業と生活者の新たな接点と絆が生まれます。

書籍「生活動力 2009」発行のご紹介

生活総合研究所は、書籍 生活動力 2009 「第三の安心」—社会を修理する生活者—を発刊します。当研究所が行った様々な調査から、2009年の生活者の潮流と未来へのベクトルを提言します。

生活動力 2009 第三の安心 社会を修理する生活者

発行所：株式会社博報堂 博報堂生活総合研究所
価格：8,400円(税込)
書籍案内およびご購入について <http://seikatsusoken.jp/publication/>



WEB サイトのご紹介

以下のアドレスにて、「新しい安心の作り方」に関する研究報告、「第三の安心」の関連資料などをご紹介します。どうぞご参照ください。

<http://seikatsusoken.jp/anshin>

参考資料①：調査設計

[生活定点調査]

- 調査時期 隔年 5 月
- 調査地域 首都 40km 圏（東京都、埼玉県、千葉県、神奈川県、茨城県）
阪神 30km 圏（大阪府、京都府、兵庫県、奈良県）
- 調査目的 1986 年以來 2 年ごとに繰り返し調査してきた生活定点調査とほぼ同じ質問を、同一条件の層の対象者に尋ね、人々の生活動向の変化を量的にとらえる。
- 調査方法 訪問留置法
- 調査対象 20 歳から 69 歳までの男女
- サンプル数 (有効回収)

1992	1994	1996	1998	2000	2002	2004	2006	2008
1,976	2,000	2,000	2,000	2,000	2,000	3,105	3,293	3,371
- サンプリング 男女それぞれ 5 歳刻みを 1 グループとして、2005 年国勢調査結果の人口構成比に基づきサンプル割付を行った。
該当エリアの町丁目別世帯累積表より、1 地点 10 人前後としたときの地点を等間隔で抽出し、該当地点で対象者を設定した。
- 設計・分析 株式会社博報堂 博報堂生活総合研究所
- 実施・集計 株式会社東京サーベイ・リサーチ

[自由連想地図調査]

- 調査時期 2008 年 10 月
- 調査目的 生活者が抱く「不安」の中身を把握する
- 調査方法 インターネットによる自記入式調査
【回答手順】
調査票の真ん中に、「わたしの不安」という文字を置き、その周囲に、そこから連想されるワードを自由に配置してもらおう。あるワードからさらに連想が広がったら、そこから線を延ばして新しいワードを加える。書く順番は自由、時間無制限。
- 調査対象 全国の 15 歳から 69 歳までの男女 1,041 人
- サンプル数 (有効回収)

	10 代	20 代	30 代	40 代	50 代	60 代
男性	55	104	105	103	103	51
女性	53	103	103	104	105	52
- 設計・分析 株式会社博報堂 博報堂生活総合研究所
- 実施・集計 株式会社マクロミル

参考資料②：「自由連想地図調査」世代別集計

10代の不安

格差社会の入り口で「将来」や「就職」への不安を抱える10代。

10代男性 《他層と比べて特徴的な不安ワード》
勉強、大学、就職、友人関係、バイト、喧嘩、入試

順位	不安キーワード	出現数	出現率 (%)
1	将来	19	34.5
2	お金	16	29.1
3	就職	15	27.3
4	勉強	11	20.0
5	人間関係	9	16.4
6	中国	8	14.5
	友人関係	8	14.5
8	バイト	7	12.7
	受験	7	12.7
	大学	7	12.7

10代女性 《他層と比べて特徴的な不安ワード》
勉強、人間関係、大学、学校、進路、部活

順位	不安キーワード	出現数	出現率 (%)
1	将来	31	58.5
2	勉強	19	35.8
3	人間関係	17	32.1
4	就職	16	30.2
5	お金	13	24.5
6	学校	11	20.8
7	進路	9	17.0
	大学	9	17.0
	夢	9	17.0
10	受験	8	15.1

20代の不安

若者の意識をじわじわ蝕む、「年金」や「老後」といった「将来」への不安。

20代男性 《他層と比べて特徴的な不安ワード》
結婚、給料、彼女、研究

順位	不安キーワード	出現数	出現率 (%)
1	将来	48	46.2
2	仕事	40	38.5
3	健康	34	32.7
4	お金	32	30.8
5	結婚	28	26.9
6	年金	20	19.2
7	病気	19	18.3
8	老後	14	13.5
9	家族	12	11.5
	子供	12	11.5

20代女性 《他層と比べて特徴的な不安ワード》
貯金、ダイエット、可愛い、料理、家事

順位	不安キーワード	出現数	出現率 (%)
1	将来	42	40.8
2	お金	39	37.9
3	仕事	37	35.9
4	結婚	27	26.2
5	貯金	23	22.3
6	病気	22	21.4
7	健康	20	19.4
8	家族	18	17.5
9	年金	17	16.5
	老後	17	16.5

30代の不安

かつての就職氷河期世代も、子供の心配をする時代へ。

30代男性 《他層と比べて特徴的な不安ワード》
食品偽装、サブプライム、収入減、詐欺、父

順位	不安キーワード	出現数	出現率 (%)
1	仕事	37	35.2
2	お金	32	30.5
3	将来	31	29.5
4	病気	30	28.6
5	健康	29	27.6
6	年金	24	22.9
	老後	24	22.9
8	結婚	14	13.3
	子供	14	13.3
10	株価暴落	10	9.5

30代女性 《他層と比べて特徴的な不安ワード》
子供、ローン、希望、保育園、お肌

順位	不安キーワード	出現数	出現率 (%)
1	将来	39	37.9
2	お金	30	29.1
	老後	30	29.1
4	病気	28	27.2
5	子供	27	26.2
6	健康	26	25.2
7	仕事	25	24.3
8	年金	23	22.3
9	親	14	13.6
10	結婚	13	12.6

40代の不安

そろそろ老後がリアルになってくる40代。

40代男性 《他層と比べて特徴的な不安ワード》
やりがい、孤独死、無収入、不払い

順位	不安キーワード	出現数	出現率 (%)
1	健康	44	42.7
2	年金	40	38.8
3	仕事	39	37.9
4	老後	38	36.9
5	病気	29	28.2
6	将来	25	24.3
7	お金	19	18.4
8	介護	12	11.7
	生活	12	11.7
10	子供	11	10.7

40代女性 《他層と比べて特徴的な不安ワード》
親、専業主婦、費用、食費、避難生活

順位	不安キーワード	出現数	出現率 (%)
1	健康	47	45.2
2	老後	43	41.3
3	年金	29	27.9
4	将来	28	26.9
5	病気	26	25.0
6	仕事	22	21.2
7	お金	20	19.2
8	親	18	17.3
9	介護	17	16.3
	子供	17	16.3

50代の不安

築き上げてきたものの崩壊が不安な50代男性。

自立志向やアンチエイジングが切実さを帯びる50代女性。

50代男性 《他層と比べて特徴的な不安ワード》
老後、病気、家事、医療保険、寿命

順位	不安キーワード	出現数	出現率 (%)
1	病気	46	44.7
2	老後	43	41.7
3	健康	39	37.9
	年金	39	37.9
5	仕事	26	25.2
6	地震	16	15.5
7	家族	13	12.6
8	お金	11	10.7
	事故	11	10.7
	将来	11	10.7

50代女性 《他層と比べて特徴的な不安ワード》
老後、痴呆症、自立、老眼、シワ

順位	不安キーワード	出現数	出現率 (%)
1	老後	56	53.3
2	健康	48	45.7
3	年金	39	37.1
4	病気	32	30.5
5	お金	26	24.8
6	仕事	23	21.9
7	介護	17	16.2
8	生活	16	15.2
9	子供	15	14.3
	地震	15	14.3

60代の不安

リタイア後は時間はあるがお金も心配。

60代男性 《他層と比べて特徴的な不安ワード》
寝たきり、子供の結婚、痴呆症、検査、
資産の目減り、糖尿病、泥棒

順位	不安キーワード	出現数	出現率 (%)
1	健康	22	43.1
2	老後	18	35.3
3	年金	17	33.3
4	病気	16	31.4
5	お金	8	15.7
	仕事	8	15.7
7	生活	7	13.7
	地震	7	13.7
9	検査	6	11.8
	寝たきり	6	11.8

60代女性 《他層と比べて特徴的な不安ワード》
健康、寝たきり、子供の結婚、株、年をとる、
孫、息子

順位	不安キーワード	出現数	出現率 (%)
1	健康	27	51.9
2	病気	19	36.5
3	老後	18	34.6
4	年金	16	30.8
5	お金	13	25.0
6	将来	12	23.1
7	子供	9	17.3
	病院	9	17.3
9	家族	7	13.5
	介護	7	13.5

■ 資源直し

2012年未までに白熱電球の生産は停止されCO₂排出量が少ない電球型蛍光灯の「エコ明かり」に。また、土が不要な「こけ」による屋上緑化で、若々しい「コケティッシュな家」も増えそうです。さらに2009年度から、食品・日用品の、製造・包装・物流・廃棄などの過程で排出される二酸化炭素の排出量を商品に表示する制度が試行。商品に手を伸ばす生活者が、カーボンフットプリント（炭素の足跡）をたどり、世界のルール作りの一端を担い始めます。

■ 文化直し

市民による里山保全、打ち水キャンペーン、地産地消による和食の復権など「和」の再建で自然との融合や情緒ある暮らしへ。民間からの寄付で運営する図書館、学生ボランティアが展示案内する科学館など生活者主導の様々な「館」の改革で「館民（かんみん）」による文化基盤の再構築が始動。ケータイ小説、YouTubeなど生活者による表現活動と、それがみんなで更新される「連帯表現」で、個が社会への発信に参加できる安心感が生まれます。

■ 生産直し

ブームの工場見学など生産・流通をトレースしたい生活者願望が生産過程を透明化、農産物の産直ならぬ「海直」が生まれ、水産物の流通過程にも変化が生まれるでしょう。社会的な cause（主義・大儀）を謳うことで商品を訴求する「コースマーケティング」が生活者に支持されることが多くなりました。「生産地の人々の暮らしを良くするために〇〇の貢献をします」という商品が安心感を与えるでしょう。

■ 教育直し

地域住民らボランティアによる学校支援やオンライン上での学習コミュニティなど、総動員教育の時代へ。学校農園や生態池など子供達の体験学習空間として再設計する「ラーニング・ランドスケープ」など、大地を教材とした青空教育の現場の増加へ。また企業の持つリソースを子供達の学習に再利用したり、10代の感性をモノづくりに活かすなど「産若共同」は、高齢日本における基盤再生となるでしょう。

■ 広場直し

広場は行政や企業から与えられる施設ではなく、生活者自身が手作りする空間と変化し、生活者が主となった「公共広場」が増加します。またボランティアの活動実績ポイントで介護保険料を支払う、ボランティアポイントを地域通貨として利用する制度も登場し、新しい市民市場が形成され「公益の取引」を通じて安心を取り戻します。さらに「サイエンス・カフェ」「哲学カフェ」なども大きな社会基盤となっていきます。

■ 尺度直し

温室効果ガス削減にどの程度貢献できたかを評価する「地球査定」を受ける社員が増加しそうです。アメリカでは教会の家計講座を受ける人が増加、大学でも教養教育が再評価されており、知識より知恵の復権が起こっているといえるでしょう。指定管理者制度の導入で図書館や市民会館の外部委託が増加、これによって住民の意見が対立し皆が主体的に問題を考える「青臭い議論」が盛んになるでしょう。

■ 生命直し

次世代育成支援対策推進法の認定マーク「くるみん」。職場ぐるみ・会社ぐるみで子育て支援をしていく企業が増加。「くるみん」企業に勤め、夫婦が協力して子育てをする「くるみん家族」が増加します。また管のない状態で死んでいきたいという「無管ケア」の意思を書いたリビングウィルをまとめる人も増加。高齢社会では生命の意味の問い直しが進みます。医療への不安の高まりから患者がインターネットを使って情報交換をする例も増加、CGMならぬ「PGM（患者 patient 生成メディア）」発想が生命を守るシステムを変えていきます。