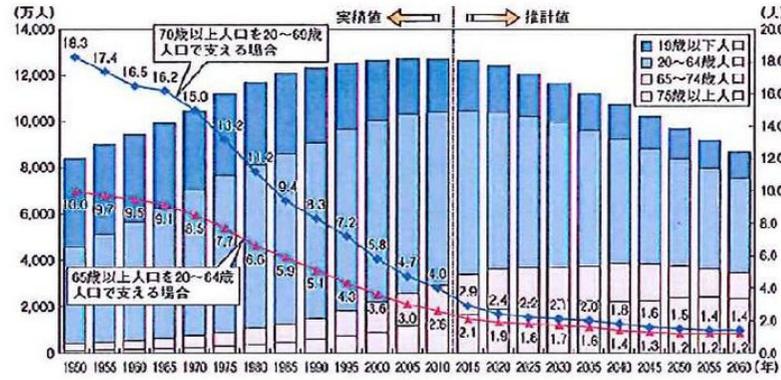


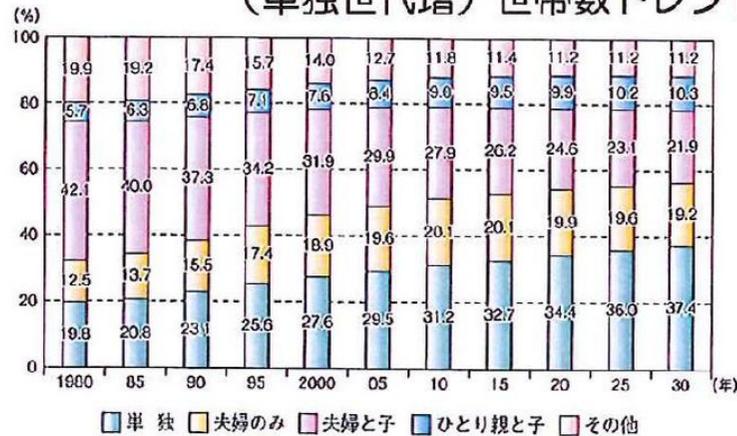
# 4. 生活者トレンド



資料：2010年までは総務省「国勢調査」、2015年以降は国立社会保障・人口問題研究所「将来推計人口（平成24年1月推計）」の出生中位・死亡中位仮定による推計結果

(人口減少・高齢化) 人口トレンド

(単独世代増) 世帯数トレンド



資料) 国立社会保障・人口問題研究所「日本の世帯数の将来推計(全国推計)(2008年3月推計)」より国土交通省作成

## 「風の消費」層

消費に対する関与度が低い層、「子供」を除いて、比較的関心が高いといえるのは、「車」のみ。

## 「隠居消費」層

健康的な生活を送り、旅行などをしながら、第二の人生を楽しみたいという欲求が高い。経済的には恵まれている人が多く、節約したいものもなければ、欲しいものも思いあたらないなど欲求が少ない。

男 20-24	女 20-24
男 25-29	女 25-29
男 30-34	女 30-34
男 35-39	女 35-39
男 40-44	女 40-44
男 45-49	女 45-49
男 50-54	女 50-54
男 55-59	女 55-59
男 60-64	女 60-64
男 65-69	女 65-69

## 「外交消費」層

お金をかけるのほどにかく外出、交際のため、消費意欲旺盛で、新しいもの、人が持たないものに興味をもつ、デザイン、ブランド好き。

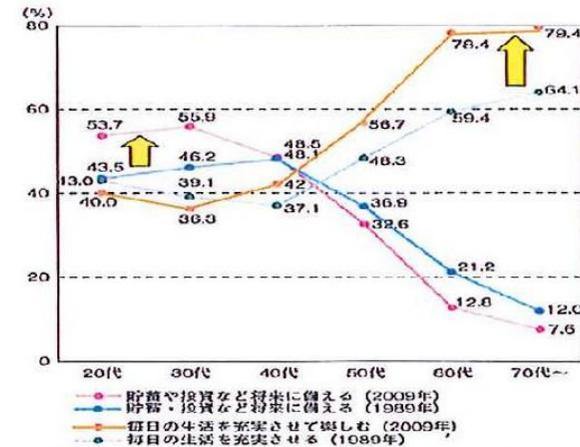
## 「守り消費」層

現在の自分のためよりも、子供のため、将来のための消費を重視する。多数を占める母親という立場もたまた守衛的な消費の傾向。ただし、「衝動買い」「買いすぎ」など、意図と消費下手な一面もあり。

世代別消費性向 (もの離れ)

資料：電通調査より

QOL志向トレンド (生活向上)



資料) 内閣府「国民生活に関する世論調査」より国土交通省作成