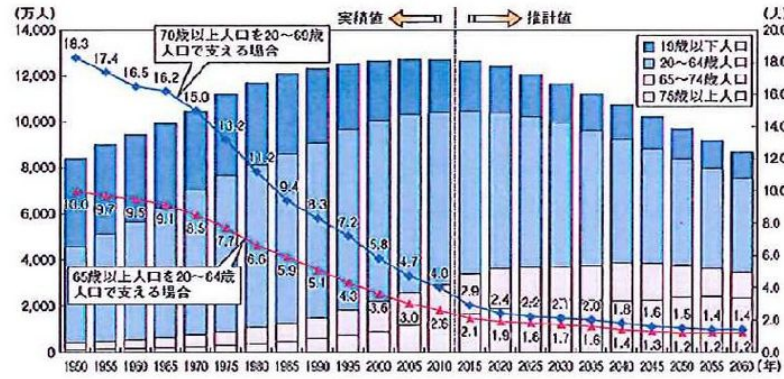


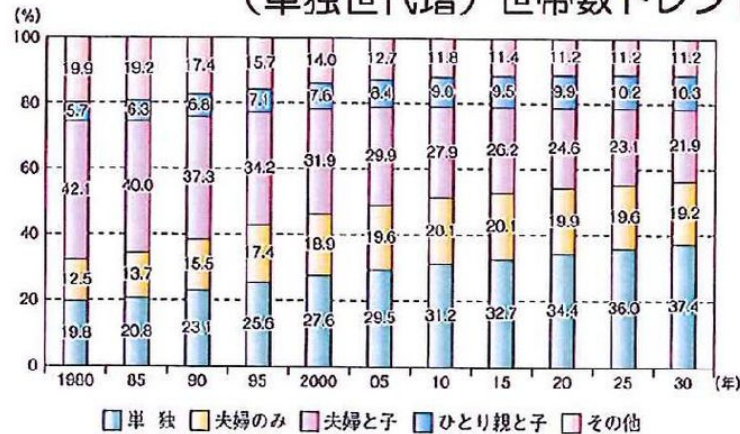
# 4. 生活者トレンド



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 |

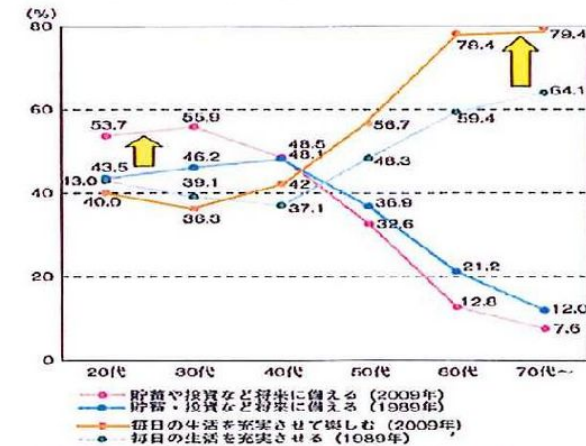
**「外交消費」層**  
お金をかけるのほどにかく外出、交際のため、消費意欲旺盛で、新しいもの、人が持たないものに興味をもつ、デザイン、ブランド好き。

**「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