日経MJ

横浜に台湾ドーナツ店

外はカリカリ、中はふわふわでもちっとした独特の食感が特徴の台湾ドーナツの専門店「台湾ドーナツ　ｏｈ！！」が横浜中華街に登場した。バターや生クリームをふんだんに使った生地をリング状に成型し、衣をつけて揚げた後に砂糖やミルクパウダーをかけて仕上げる。

飲食店を手掛けるW（横浜市）が、中華街にある香港飲茶専門店「香港大飯店」の1階奥の売店スペースで運営している。きび糖を使ったプレーンのほか、ミルク、いちご、チョコレート、抹茶と5つのフレーバーを用意。価格は300円からで、食べ歩きにも合うとしている。

いち早 Check

客室に生ビールサーバー

北海道函館市にある温泉旅館「函館湯の川温泉　湯元啄木亭」は、客室で注ぎたての生ビールが飲める宿泊プラン「『サッポロクラシック』タワーサーバーで★客室ビアガーデン♪バイキング2食付」を発売した。サッポロビールとの共同企画で、道内限定販売の「サッポロクラシック生ビール」2リットル入りの卓上ビールサーバーを1室に1台設置し、客室にいながら家族や仲間と気兼ねなく味わえる。

部屋にはおつまみセットも用意する。1泊2食付きで1人1万5400円から（1室2人利用時、サービス料込み）。1日5組限定で8月末まで。

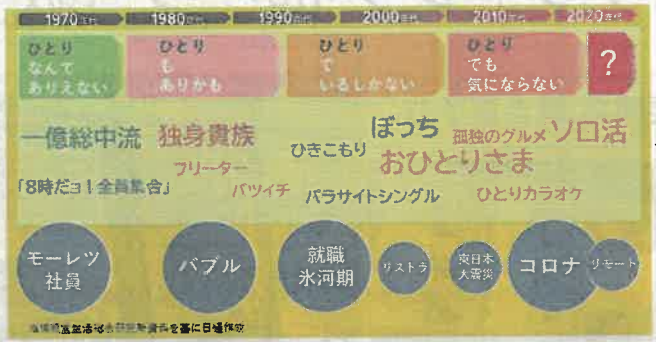
トレンド

消費を変える「ひとりマグマ」

境遇でなくモード 上手にスイッチ

他人を気にせず、好きなときに好きなことを楽しみたい――。そんな「ひとり消費」に関心が高まっている。日経電子版の「NIKKEI LIVE」は、博報堂生活総合研究所の石寺修三所長と松井博代上席研究員、中村直文・日本経済新聞編集委員の3人で対談を開催。新型コロナウイルス禍を経て高まったひとり消費への意欲をテーマに話し合った。

NIKKEI LIVE



（右から）博報堂生活総研の石寺所長、松井上席研究員と日経の中村直文編集委員

中村「博報堂生活総研では今年、ひとりに関する意識調査をリポートしました。題して『ひとりでマグマ』。なぜ今、ひとりに注目が集まっているんでしょうか」

石寺「2020年3月から3年間、新型コロナウイルスに対する意識調査を毎月実施して、生活者の意識や行動の変化を探ってきました。そこで予想以上に多かったのが『ひとりのよさや楽しさに気付いた』という声。これは大きなテーマだと研究を始めました」

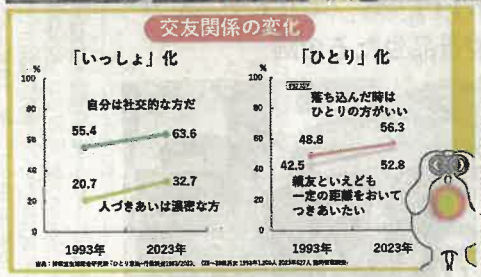
「全国の20～60歳の男女2400人にネット調査を実施したところ、8対2の割合で『ひとりでいるほうが好き』という人が多いという結果になりました。30年前に異なる調査手法で同じ質問をした時は4割強だったので、今回もせいぜい半数を超えるくらいかと思っていたのですが……。その傾向は年代や性別、地域でもほとんど差がなく、日本は『総ひとり好き社会』になっています」

「要因は大きく3つあります。1つ目は技術・サービスの進歩。例えばスマホができて、同じ場所で集っていても別のことをするという、個人と集団の両立ができるようになりました。2つ目は人間関係。共働き世帯が増えて時間の使い方が変わる中で夫婦観や家族観が変化し、家族や会社との密着がゆるやかに。3つ目は情報環境。あらゆる人や情報と簡単につながれるようになり、たまには一人になりたいという欲求が高まりました」

中村「夫婦関係の変化についてはデータがあるんですよね」

石寺「夫婦関係では『ひとり化』と『いっしょ化』が同時に進んでいます。ひとり行動が増えたことで、ほったらかしにしないで意識的に仲良くする動きがでてきたのかなと。夫婦だけでなく友人関係も同様です」

中村「今まではひとりというのは物理的に一人になることを示していましたが、そうではない」



「良いことする」で始めやすく

石寺「その通りで、昔はひとりというのは独身など属性を表すものでした。今はどちらかというと『モード』。どんな属性の人でも手軽に一人になれて、使い分けられるようになりました」

中村「日本では『ひとり』に対する価値観はどう変わってきましたか」

石寺「70年代は皆と同じであることが大事だった時代。80年代になり経済が豊かになると、他人と差別化したいという人が増えてきました。独身貴族という言葉ができて、ひとりがかっこいいという考え方が出はじめたのもこの頃です」

中村「スーパードライが大ヒットしたのが87年。皆で分けて飲む瓶ビールではなく、自宅で一人で飲む缶ビールで成長しました」

石寺「とはいえこの頃はまだ集団主義の縛りが強かった時代。バブル崩壊で社会の構造が大きく変わった90年代後半以降には引きこもりやぼっちなどの言葉が広がり、孤独死という言葉が社会問題になっていきます。00年代半ばになるとスマホやSNSが普及し、ひとりで楽しめるものの選択肢が増えました。10年代にはソロ活などの言葉が生まれ、ひとりでいることが堂々と認められるようにもなってきました。そしてコロナ禍を経て、ひとりの方がいいと考える人も増えてきました」

中村「ひとりの楽しみ方は多様化してきていますよね。生活者へのインタビューで気になった人はいましたか」

松井「夫と子どもと3人で暮らす30代の女性は、ラジオでトーク番組を聴くのが好きなんだそうです。ノイズキャンセリングのイヤホンを使って、家族がいる空間でも自分ひとりの時間を作っていて、工夫次第だなと感じました」

「もう一人は60代の男性で妻と2人暮らし。関東に住んでいて、関西のアイドルの推し活をしています。完全にひとりではなく、現地には推し活仲間がいます。ひとりだからこそつながれるというのがあるんですね」

中村「ペースキャンプが家族で、ひとりで山を登って頂上に仲間がいるみたいな感じですかね。ひとり行動をするにはハードルもありますか」

石寺「実はひとりマグマという言葉はここにつながります。今は日本全体に『ひとりになりたい』というエネルギーがたまっている状態なんです」

松井「調査をするとひとり行動をしたいがハードルを抱えているという人は7割にのぼることがわかりました。生活者の生声を集めると『周りの目が怖い』などあらゆる壁がありました」

「面白かったのがイメージのギャップです。ひとりの自分を周囲が見たらどう思うかという問いでは、さみしそう、変わ

日経電子版「NIKKEI LIVE」で動画を視聴できます。こちらのQRコードから

っている、かわいそうなどネガティブな回答が多いです。でも、ひとりでいる人を自分が見たらどう思うかという問いには、自由そう、かっこいいなどポジティブな回答が多いんです」

中村「ある意味、自意識過剰ですが、気持ちはわかります。このような壁の壊し方は」

松井「例えば『ひとり』を何かいいこととくっつけて口実を作るのはどうでしょう。リスキリングなどの自己研さんや、ボランティアなどの社会貢献がそのひとつです」

中村「ひとりマグマで消費が細分化すると、少量多品種が必要になる。消費や景気は上向くのでしょうか、という質問が視聴者からきています」

石寺「少し前は少量多品種の流れがありましたが、揺り戻しが起きています。パーソナル感があれば少量多品種でなくてもいい場合もあります」

中村「ひとりが心地よくなりすぎてしまった側面もあります。デメリットはありますか」

松井「つながりが減ることや協調性が減ることなど『ひとり化』に対してはネガティブな意見もあります。完全にひとりにならず、モードを使い分けることが大事です」

石寺「どんなつながりも最小単位はひとり。強いひとりが増えれば新しいつながりも生まれるので、ひとりの見方をかえていきたいです」

松井「ひとりにはさみしいイメージがありますが、積極的に意図的にひとりになって得たいものを得ている人が増えています。そういう人が今後も増えるといいなと思います」

（構成は長田真美）

竹内謙礼の

かっこいいほうが好き