

MONTHLY REVIEW

MRIマンスリーレビュー

巻頭言

副理事長

本多 均

多様な社会課題の一体的解決

少子高齢化、地球環境問題、財政難などわが国が直面する社会課題、2015年に国連が掲げた17項目に及ぶSDGs(持続可能な開発目標)など、われわれが取り組むべき課題は明確だ。そしてこれらの社会課題をビッグデータ、人工知能(AI)、モノのインターネット(IoT)、ロボットに代表される技術革新で解決するという動きも、すでに官民で活発化している。

それでいて将来への安心感は一向に高まらない。医療技術の進化や社会保障の充実で、寿命が延びながら社会保障費が増大し財政も悪化、ネット通販で利便性が向上するも物流問題が拡大している。課題が一つ改善される一方でほかの課題が浮上するといった、もぐらたたきのような状況が続いている。過去にも似た例はあった。モータリゼーションによる移動の高速化や利便性の向上が交通事故や渋滞、排気ガスなどの公害、市街地のスプロール化(無秩序な拡大)などを引き起こした。同じことの繰り返しを避けるためには発想を変える必要がある。

課題と解決策を一对一で結び付けるのではなく、多くの課題を一つの方策で解決することを考えてみよう。例えば、働き方改革の中で注目されるテレワークは、時間的なワークライフバランスの改善にとどまらず、快適な住まい方も実現する。大都市圏の企業に就職しながら、自然豊かな地域に住み、自宅や最寄駅前のシェアオフィスで働くことが可能となり、駅を中心としたコンパクトな市街地に再生するという効果まで期待したくなる。

多くの社会課題が複雑に絡み合う現代だからこそ、またAIをはじめとした技術革新が進んでいる今だからこそ、同時あるいは一体的な解決の可能性はさらに高まる。まずは、目の前の一つの課題にとどまらず、波及する多くの課題を見つけることが重要だ。遅々として進まない防災や地方創生などを含めて、すべての課題が並行して改善されていくことを追求したい。

巻頭言

多様な社会課題の一体的解決

特集

マテリアル革命が日本を救う

トピックス

1. 医療・介護・福祉の顔の見える関係
2. 「匿名化された個人情報」の商業利用
3. 都市でイノベーションを加速
4. 渋谷の若者プロジェクト
5. 従業員同士で困りごとシェアを
6. ワーキングマザーの買い物不便

1

5

マテリアル革命が日本を救う



デジタル革命をリアルな世界で支えるのはマテリアルである。

日本のマテリアルは産業規模、技術開発の面で高いポテンシャルをもつ。

最新の情報科学を戦略的に活用し、日本の競争力の維持・拡大を図るべき。

1. デジタルイノベーションの次に来るもの

現在、人工知能(AI)にビッグデータ、フィンテックにIoT(インターネット・オブ・エブリシング)と、デジタルイノベーションばやりである。ソフトを中心としたデジタル技術が世界を席卷しているように見える。

図1に模式的に時代の進歩の流れを示した。横軸は時間軸、縦軸は技術を含む産業価値の度合いを表す。縦軸は線形ではなく対数表記であることに注意してほしい。ハードウェアとしてのコンピュータの性能は、その黎明期から急速に進歩してきた。1965年にインテルの創業者であるゴードン・ムーア氏が唱えた「半導体の集積度は18カ月で倍増する」という法則はいまだに健在である。一方、電子産業全体で見ると、その価値の多くはデータを含めたソフトウェアの部分が占めるようになってきた。ハードウェアは、単に情報をやり取りするための端末でよいと考えられ、相対的に価値が低下したのである。すなわち、主役の入れ替わり、ゲームチェンジが起こった。これが、いわゆるゲームチェンジ1.0である。かつて高品質を武器に権勢を誇ったわが国の電子産業の凋落も、このトレンドの中で考えると分かりやすい。

デジタルイノベーションの本場であるシリコンバレーは、データやソフトの価値にいち早く気付いた。その結果、ビジネスで重要なことは「データの蓄積をいかに図るかだ」という哲学にのっとったGoogleなどのベンチャー企業を次々と輩出した。昔はシリコン、今はソフト・ITといわれ、彼らはゲームチェンジの牽引役であった。

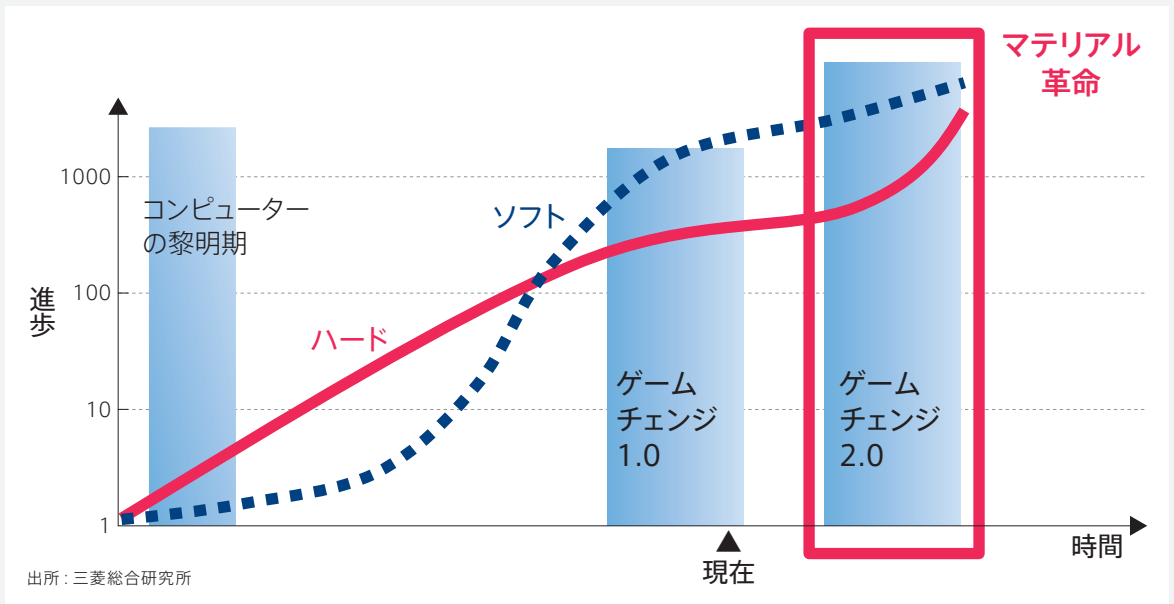
しかしながら、今、シリコンバレーは新たな壁にぶつかっている。新しいビジネスアイデアを実現しようとしても、これを可能にするハードウェアがないという問題が生じている。いたるところにセンサーを配置してネットワーク化し、地球規模で社会問題の解決に活用しようというトリリオン・センサー構想(トリリオンは1兆を示す)が提唱されているが、これを実現できる超低消費電力のセンサーやネットワークは存在しない。ハードウェアが進歩の律速(ボトルネック)になっているのだ。

言うまでもなくリアル社会はデジタルだけでは動かない。デジタルによる革新をリアルな世界で支えるのはモノやそれを構成するマテリアルである。モノとデジタル技術が、交互かつ補完的に進化していく、この動きをゲームチェンジ2.0と呼びたい。

2. マテリアルへの期待とインパクト

意外かもしれないが、産業分野としても、材料・素材・部材を含むマテリアルは産業

[図1] なぜ、マテリアル革命が必要なのか?



規模が大きく、日本経済に与える影響も大きい。日本はエネルギー・資源、食料を輸入しないと成り立たない特殊な先進国である。2016年度の鉱物性燃料の輸入額は13.1兆円(総輸入額67.5兆円の19%)、食料品の輸入額は6.4兆円(総輸入額の9%)、原料品は4.1兆円(総輸入額の6%)である。これら約24兆円の買い物をするためには、それに見合った価値を海外に提供する必要がある。何で稼いでいるのか。日本の輸出を品目別に見ると、マテリアルを構成する化学製品と原料別製品を合わせた輸出額は、輸出の代表格のように思われている輸送用機械に匹敵している。

また、消費社会を支えてきたマテリアルを、先端技術によって、環境負荷やエネルギー消費が小さいマテリアルに進化させることができれば、製造業全体に与えるポジティブな影響は計りしれない。

さらに、高効率・低コスト太陽電池などの実現で、再生可能エネルギー比率は著しく高まる。新しいマテリアルの活用により自動車の重量が半減しバッテリーの容量が倍増すれば、電気自動車の普及が一気に進む。これを目標とした国のプロジェクトも始まっている。このように省エネや創エネに貢献するマテリアルを開発し、かつリサイクルしやすい材料設計を行うことで、日本の致命的な弱点を克服した「資源・エネルギー制約から解放された理想的な循環社会」が実現できる。われわれが「マテリアル革命」と呼ぶことの本質はこの点にある。

自動車、エネルギーなどの産業分野では、マテリアルが社会課題の解決を後押しするだけでなく、むしろ主導する立ち位置になろうとしている。これからは、従来とは逆にマテリアルの機能から着想を得て製品が開発されていくだろう。近年の自動車は安全性能を向上させるために重量が増加傾向にあるが、比強度(重量に対する強度)の高い材料はこれにくさびを打つ可能性がある。

3. マテリアルの新潮流

マテリアルの分野で、いま大きな地殻変動が起きている。多機能（マルチファンクショナル）で、高度な情報科学を駆使した（インフォマティカル）マテリアルの台頭である。例えば、生物の構造や機能から学んだ材料など多様な性質を合わせもったマテリアルが次々と開発されている。物性や構造の組み合わせを変えることで、デジタル革命よろしく、幾何級数的に多様な材料が生まれることが期待されている。

ところで、マテリアルに関して日本が高い競争力を有していることは事実である。ナノファイバーなど先端技術を支える材料の特許出願数の累計は最も多い。また、マテリアル関係のノーベル賞候補者を挙げればすぐに数十人の顔が浮かぶ。一見、日本のマテリアル分野は安泰のように見える。しかしながら、マテリアルの研究開発の場に情報科学が入り始め、様相は変わりつつある（マテリアルズ・インフォマティクス）。

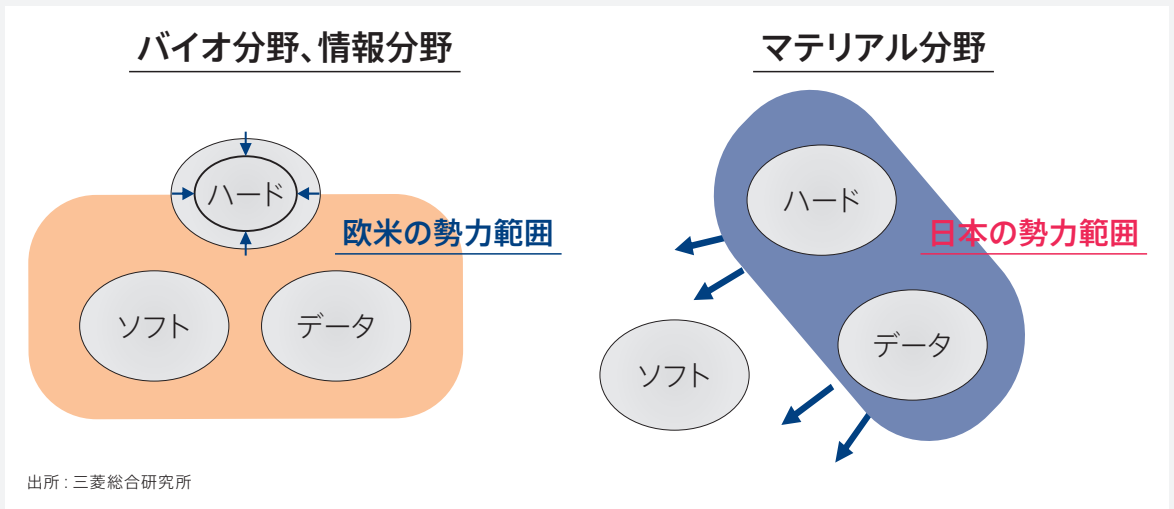
どういう元素の組み合わせでどういう構造をとるかを決めるとマテリアルがどんな性質をもつか、ということは近年の計算科学でだいぶ予見できるようになってきた。しかし、われわれが欲しいのは、最終的なモノの性質である。どんな元素の組み合わせでどういう構造をとれば、求める質が得られるか。この問題を解くことは極めて難しく、今でも試行錯誤的な要素が強い。しかも、その構造をどうやって作るのかという材料製造のプロセスを決めることはさらに難しい。カーボンファイバーを例にとっても、構造の基本原則が発見されてから量産化されるまでに10年、航空機の構造材に認定されるまでには、さらに20年近くの時間を要した。

しかし、AIが将棋の世界で棋士が考えもしなかった手をいともたやすく見いだしたように、量子コンピューターなどデジタル技術の急速な進展により、新たな構造やプロセスの発見を大幅に短縮することが可能になるかもしれない。すでに高機能合金や機能性インクなど、通常は気の遠くなるような組み合わせを検討する必要があった研究開発において、その期間を10分の1にできたという報告がある。これまでの愚直に試行錯誤を重ねるやり方や、偶然の発見に頼るやり方が無に帰すのではないかと、との懸念が生じて不思議ではない。

4. 日本の勝ち残り戦略

情報科学の活用が進むバイオに関してみると、この分野では米国が大きく先行しており、しかも膨大な予算を背景に高い競争力を維持している。今後、マテリアル分野でも、欧米諸国が覇権を握るのではないかとという危惧が生じている。しかし、マテリアルの立ち位置は、バイオとは異なる。これらの決定的な違いは、マテリアルのデータをすでに日本が最も多く保有していることである。ものごとを「ハード」「ソフト（アルゴリズム）」「データ」という3元論で考えると分かりやすい（図2）。情報分野の代表格であるGoogleが「データ（検索した情報やメールなどの莫大なデータ）」「ソフト（検索システムやトレンドを分析するアルゴリズム）」の2極を抑えたことで、ハードは単なる情報収集の手段になった。バイオ分野の手術ロボットも「ソフト（3D映像や繊細なロボットアームの

[図2] マテリアルの勝ち残り戦略



操作プログラム)」「データ(手術実績に関するデータ)」をしっかりと確保し、しかも年々手術データの蓄積を図っている。三つのうち二つを押さえることの意味は大きい。

一方、マテリアル分野に関しては「ハード(製造や計測を行う機器および生み出されたマテリアル)」のみならず「データ(物性やプロセスに関する情報)」を世界で一番抱えているのは日本であり、世界もこれを認めている。3極のうち2極を占めている優位性は疑いがない。しかし、これらのデータの活用がなされているかという点、答えは否である。多くは電子化されずに散在している。極端に言うと、ベテラン技術者の頭の中にあるという状況である。かつて「コンピューター、ソフトなければただの箱」というフレーズがあったが、「データも使わなければただのゴミ」なのである。

データを活用するための、マテリアルズ・インフォマティクスは、米国、英国の大学やベンチャー企業が先行している。一方で、日本の企業はデータを外に出すことへの拒絶反応が極めて強い。データを出すとノウハウの全てが取られてしまうと考えられている。しかし、活用しなければ、データは活かされない。データを有しているという優位性を活かし、どこまで保有データをオープンにし、どこまでを自社で秘匿しブラックボックス化するかという戦略的な判断が必要である。

マテリアルズ・インフォマティクスで最先端を走る企業の競争力の源泉は、AIなどのソフトではなく、実は、世にあまねく存在し体系化されていないマテリアルデータを使えるように取り込んでいることである。すなわち、高度な情報の使い手というよりも、知の体系化を図れるものが勝者になる。仮に3極全ての覇権を握ろうとするのであれば、日本が世界で最も多く抱える未体系化データを使えるように自身で整備すればよい。そのための官民を挙げた集中投資は必要である。また、優先順位をつけるために、最終的な製品化を担う企業との連携も有効である。その上で、マテリアルズ・インフォマティクスをうまく使えば、引き続き競争力を維持、拡大できるであろう。

医療・介護・福祉の「顔の見える関係」

ヘルスケア・ウェルネス事業本部 | 山田 浩祐 |



2018年度、診療報酬・介護報酬の同時改定を契機に社会保障制度が変化。

医療・介護・福祉の連携ニーズが高まる。しかし、合意形成に壁。

異なる事業者・多職種の連携には「顔の見える関係」の構築が大切。

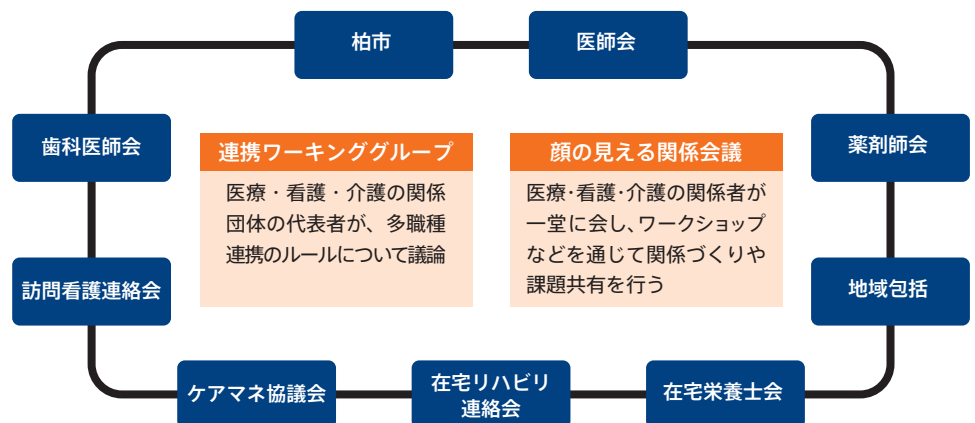
2025年に団塊の世代が後期高齢者へ移行することを見越して、2018年度には、診療報酬・介護報酬の同時改定や、第7次医療計画、第7期介護保険事業計画、第3期医療費適正化計画の三つの施策が相次いでスタートを切る。地方自治体が推進してきた医療・介護・福祉の取り組みが節目を迎える。

2018年度にスタートする施策には、増加する社会保障費の適正化に加え、医療・介護・福祉の一体的な連携を図る目的がある。課題の解決に向けて本来は、行政機関、医療機関、介護施設、在宅支援事業所などの連携が不可欠だ。しかし、現実には、医療・介護・福祉で制度が異なり、事業主体も異なることから、これまで十分に連携が進まなかった。2018年度以降はシームレスな提供体制が整い、異なる事業主体間の合意形成が進む可能性が強い。

医療・介護・福祉の壁を乗り越えた先事例として、千葉県柏市における在宅医療推進の取り組みが挙げられる。柏市では行政が事務局となり、医師会をはじめとした医療・介護などの関係団体が連携のためのルールを協議し、在宅医療・介護の多職種連携を進めている(図)。特徴的なのは「顔の見える関係会議」という名の、課題把握や意識啓発に向けた討議の場を設けたこと。柏市内の在宅介護サービス関係者100名以上が一堂に会し、連携を強化するために意見を交わしている。市と医師会が協力し、在宅医療の推進に向けた研修を実施し、医師および介護職など多職種の「信頼感の醸成」や「顔の見える関係」を構築できたことが大きい。

人口や患者動態、医療機関や介護施設の設置状況などの違いから、それぞれの地域が抱える課題、目指すべき方向性は全国一様ではない。地域の特性にそぐわない連携ルールは、事業者や住民にとって一方的な押しつけにもなりかねない。地域の実態に即し、関係者間で納得のいく連携ルールづくりが鍵となる。柏市のケースが示すのは、成果やノウハウの共有だけでなく、地域に根ざした地道な交流やコミュニケーションの積み重ねが重要だという点であろう。

【図】 柏市における在宅医療推進の取り組み



出所：厚生労働省「地域包括ケアシステム構築へ向けた取組事例」

「匿名化された個人情報」の 商業利用を進めるには

コンサルティング部門
社会ICTイノベーション本部

伊藤 陽介



適切に匿名化された個人
情報の商業利用が可能に。

情報漏洩などに対する消
費者不安の解消が鍵。

企業は発想を転換してデ
ータ共有や連携強化を。

企業による個人情報の商業利用は、これまで厳しく制限されてきた。プライバシー侵害につながる危険性が大きかったからだ。一方、膨大なデータを収集、加工、分析する技術が進んできた中、個人に関する情報の総称である「パーソナルデータ」を企業が上手に活用することで、経済を活性化できるとの期待が強まってきた。

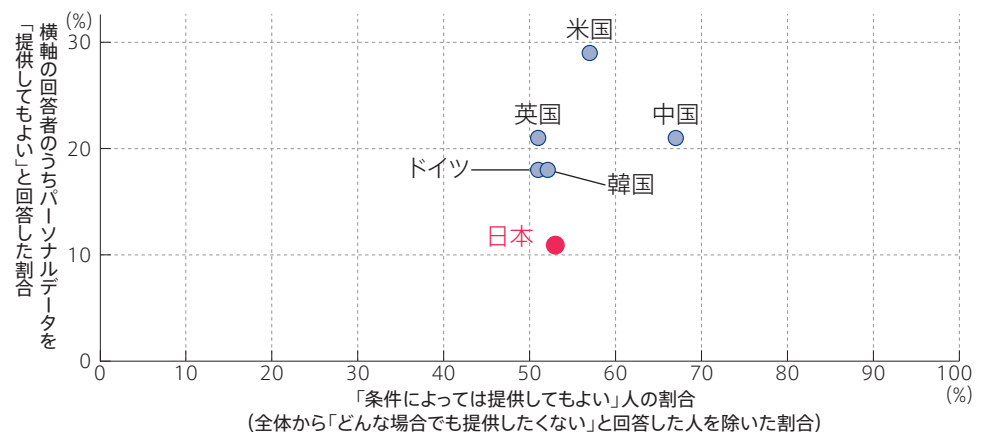
大きな節目は、2017年5月の改正個人情報保護法の施行である。改正により、特定の個人を識別不能にしたパーソナルデータである「匿名加工情報」であれば原則、本人の同意を得なくても第三者へ提供可能になった。同時に、個人情報の定義を明確にした上で流出や不正使用への対策を徹底させ、プライバシー保護措置を強化した。

パーソナルデータの活用例を挙げてみる。コンビニエンスストアで買い物をした際、会計時に会員証提示を求められた人は多いだろう。どのような人がいつ、何を買ったかというデータを、大量に集めて食品会社や流通業者に提供すれば、商品開発やマーケティングに活用できる。また、医療機関が有する膨大な患者の診療記録は、製薬会社や保険会社にとって、新たな医薬品や契約プランを世に出す上で、大いに助けとなる。無論、こうした消費履歴や医療情報などのデータは、改正個人情報保護法に基づき、特定の個人とは無関係な存在として扱われる。

だが、法制度が整ったにもかかわらず、日本での利活用機運は依然乏しい。背景には、情報漏洩への不安感から、パーソナルデータの商業利用に対する消費者の許容度が諸外国と比べて低い点がある(図)。顧客から嫌悪感を抱かれてイメージが傷つくのを恐れて、企業側も自社でデータを囲い込む傾向が引き続き強いようだ。

データは21世紀の経済や経営の「血液」となり得る。つまり、お金と同様、流通しなければ、新たな価値を生み出してはくれない。企業はこの点を踏まえ発想を転換すべきではないか。消費者への情報開示を通じて不安解消を徹底的に図るとともに、改正個人情報保護法の枠組みを積極的に活用して企業間のデータ共有や連携を図る、オープンイノベーション型の取り組みに期待したい。

【図】 パーソナルデータの商業利用に関する消費者意識の国別比較



出所:総務省「平成29年版情報通信白書」をもとに三菱総合研究所作成



超スマート社会の実現には都市空間でのイノベーション加速が不可欠。

早期実装のポイントは行政による時間軸の明示。

官民は協調を通じて山積する課題を次々と飛び越えるべきだ。

狩猟社会、農耕社会、工業社会、情報社会に続いて5番目に到来すると政府が提唱しているSociety5.0(超スマート社会)は、都市空間で住民や企業がイノベーションを巻き起こすことで具現化される。情報通信技術(ICT)を最大限に活用して人々に豊かさをもたらす超スマート社会の実験には、一定以上の人口や経済規模が不可欠なためだ。その際、革新的技術を用いたサービスを社会にどう実装するか、実装に要する時間をどう短縮するかが重要な課題となる。

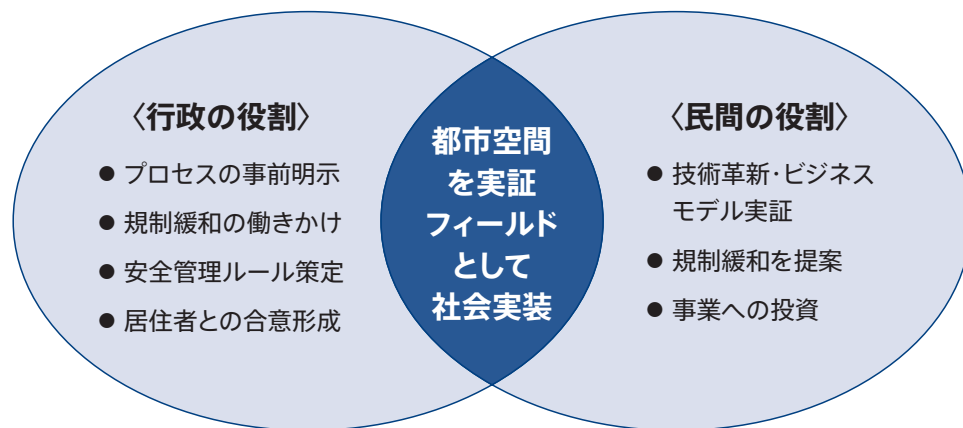
福岡市は、2014年に国家戦略特区の指定を受けたことを弾みとして、新規事業のアイデアを民間から募って実証していく戦略を立て、民間をワンストップ(窓口一元化)で支援する体制の構築を進めた。2016年からは「実証実験フルサポート事業」と銘打って、アイデア募集時期や実験の実施期間、行政の役割を明確に示し、民間が投資計画を集中して立てやすい環境を整備した。並行して民間側は、資金や人材を投じてまちづくりに挑むとともに、イノベーションの障壁となりかねない規制の緩和を提案した。その結果、市は有望なスタートアップ企業に対する独自の減税措置を導入し、多くの起業家を呼び込んだ。

横浜市でも、行政が健康・医療やモノのインターネット(IoT)を成長分野と定めて技術やビジネスの提案を募り、市内産業の育成に貢献すると判断したアイデアについては即座に、実証実験の対象として公表した。

福岡と横浜の両市に共通するのは、行政側が、実装に至る時間軸を事前に明示し、民間側はビジネスモデルやその障壁除去を提案するという協調関係を築いたことだ。こうした仕掛けが、社会実装の成功とその時間短縮につながった。

都市を実証のフィールドとして、イノベーションを加速させる取り組みは今後、ますます増えていこう。社会実装のほかにも、安全管理のルール策定や住民との合意形成など、課題は山積している(図)。官民がこうしたハードルの数々を、二人三脚で足早に飛び越えていこう望みたい。

【図】イノベーション加速に向けた官民の協調関係



出所:三菱総合研究所

2020年に若者発 「レガシー共創」羽ばたく

ブラチナ社会センター | 浜岡 誠 |



オリンピック・パラリンピックを社会課題解決の契機と捉えるべき。

世界を驚かせるレガシーを創出すべく、渋谷区で若者プロジェクトが始動。

若者視点の「まちづくり」を通じ「次世代人材育成」を進めるモデルケース。

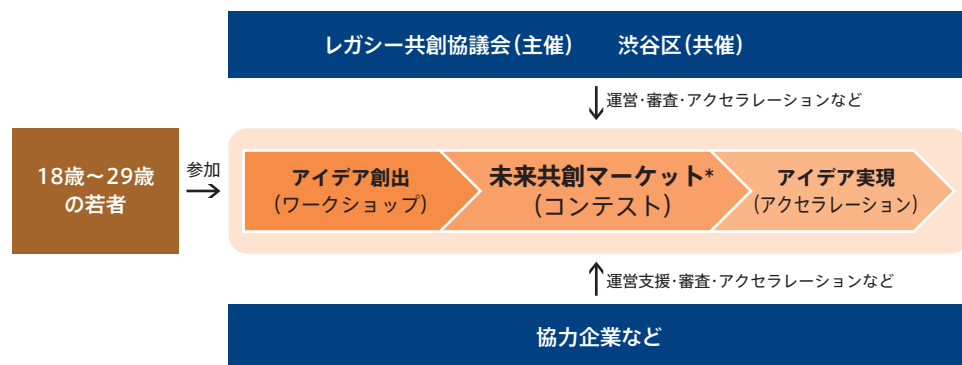
オリンピック・パラリンピックは、スポーツのみならず、文化、教育、環境、都市、経済などさまざまな面で開催地にレガシー（好影響）をもたらす契機となる。2012年ロンドン大会では東ロンドン再開発をはじめ、多くのレガシーが生まれたとされているが、2020年の東京大会に向けても社会課題の解決やイノベーションを加速させるさまざまな挑戦が生まれている。

「レガシー共創協議会（会長：早稲田大学 間野義之 教授）」は、2014年からレガシー創出のプラットフォームとして異業種連携などを推進してきた。2017年4月からは次の社会を担う人材に着目し、若者によるレガシー創出を目指す「渋谷民100人未来共創プロジェクト」を渋谷区と共催で開始した。18～29歳の若者が主役となり、未来の渋谷のまちづくりに関わるアイデアを企画。渋谷区や企業などと連携を図りながら、具現化させることを目指す。ゼロから新規に政策（施策）や事業を企画し、形にするプロセスを経験することで、次の社会をリードする人材の育成も期待している。

プロジェクトでは、2017年6月から9月にかけて、渋谷区基本構想に基づいて「スポーツ・健康」「文化・エンタテインメント」「共生」「コミュニティ」の4分野を設定し、ワークショップ（WS）を4回ずつ実施した。WSではアイデア創出・チームビルディングを行い、若者自身の投票などにより、計15の代表チームが選出された。10月に「未来共創マーケット（コンテスト）」（図）の予選が開催され、12月の本選では優秀な提案に対して渋谷区や協力企業が表彰する。プロジェクトではコンテストを実現性向上やさまざまな連携を模索する場（通過点）と位置づけ、継続的なアクションの推進を目指していく。

アイデア創出からその具現化まで一貫通貫のオープンイノベーションの場を通じて、若者自らが作りたい未来を実現させる取り組みは、社会課題を解決する上でも、次世代の日本を担う人材を育成する上でも意義深い。自治体や地域企業にとっては「まちづくり」や「次世代人材育成」の新たなモデルケースとなる。

【図】「渋谷民100人未来共創プロジェクト」の実施体制



*未来共創マーケット（コンテスト）とは：若者が未来に向けたアイデアを提案しつつ、自治体や企業なども一緒になってその実現性を高めるための連携やマッチングを模索する場

出所：レガシー共創協議会資料を基に三菱総合研究所作成



従業員の悩みは多様化しているが、相談できるコミュニティがない。

会社は従業員個人をケアするようになってきているが、限界がある。

解決には従業員同士が匿名で利用できる「困りごとシェアリング」が有効。

※1:三菱総合研究所「生活者市場予測システム(mif)」による調査。
対象:従業員300人以上の企業
サンプル数:人事担当管理職(係長級以上)500、一般従業員(男女別/20～50代の年代別)800
調査時期:2017年9月15、16日

従業員がプライベートで抱える悩みは尽きない。当社が9月に実施した調査の結果^{※1}によると、一般従業員の2割近くが、認知症や介護の必要などに見舞われ「親の面倒を見る方法」に関する情報を得たいと思ったことがある。だが皮肉なことに、深刻なテーマほど相談相手を見つけにくい。例えば、「実家の処分の仕方」に悩んだことがある人のうち、約8割は「情報が得られなくて困った」経験をしている。

企業は近年、従業員個人やその家庭の事情を考慮した働き方を浸透させるべく、介護支援や健康経営などの取り組みを進めている。しかし今後、従業員が抱える悩みはますます多様化し、全員にあてはまるような対応では追いつかなくなるだろう。企業がプライベートな領域に過度に介入することは難しく、従業員も希望しない。

そこで提案したいのが、一定数の従業員同士で「困りごと」に関する経験や教訓を共有して、互いに相談可能にすることだ。具体的には、インターネットを活用して匿名で利用できる「困りごとシェアリング」の仕組みである。

前述の調査で企業の人事担当管理職に尋ねたところ、こうした仕組みへの要望の強さが裏付けられた(図)。担当者の年代が若いほど、要望は強い。「ぜひ導入したい」との回答率は20代が8割弱と圧倒的だったが、30代では6割強、40代で4割弱、50代で3割となり、60代では2割を下回った。あくまで推測だが、従業員同士がプライベートな領域も含め親密に交流していたかつての職場コミュニティの記憶が強い年配の人は、このような仕組みの必要性を感じにくいと考えられる。一方で、現在の職場しか知らない若い担当者は、導入を切望しているようだ。

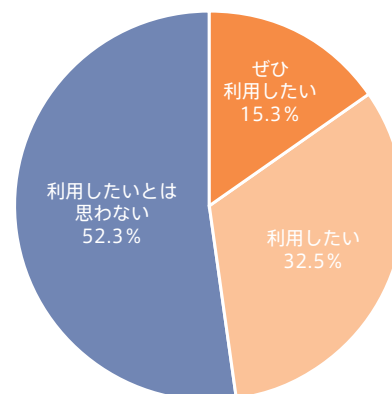
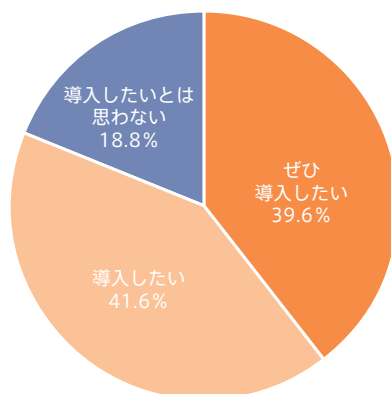
また、一般従業員のうち「利用したい」人は5割弱、情報の提供を依頼された場合に応じるとした人は6割近くいた。これらの結果から、困りごとシェアは、仕組みとして成立する可能性が高いと考えられる。

当社はこの仕組みに関する検討を始めたところである。今後、関心のある企業と連携しながら、社会での実装に向けて検討を進めていきたい。

【図】「困りごとシェアリング」の導入・利用意向

【人事担当管理職】 8割が導入意向あり(n=500)

【従業員】 5割が利用意向あり(n=800)



出所:三菱総合研究所「生活者市場予測システム(mif)」による調査(※1)



30代女性は「普段の買い物で不便を感じる割合」が高く、しかも増加傾向。

乳幼児がいるワーキングマザー（正規雇用）の「不便さ」が顕著。

ワーキングマザーの不便解消サービスにビジネスチャンス。

※1: 三菱総合研究所「生活者市場予測システム(mif)」による調査。
対象: 日本全国の20~69歳の男女
サンプル数: 3万人
調査時期: 2011年から毎年6月に調査
最新は2017年6月
調査方法: ウェブインターネット調査

※2: 仕事と家事・子育てを両立させている母親。

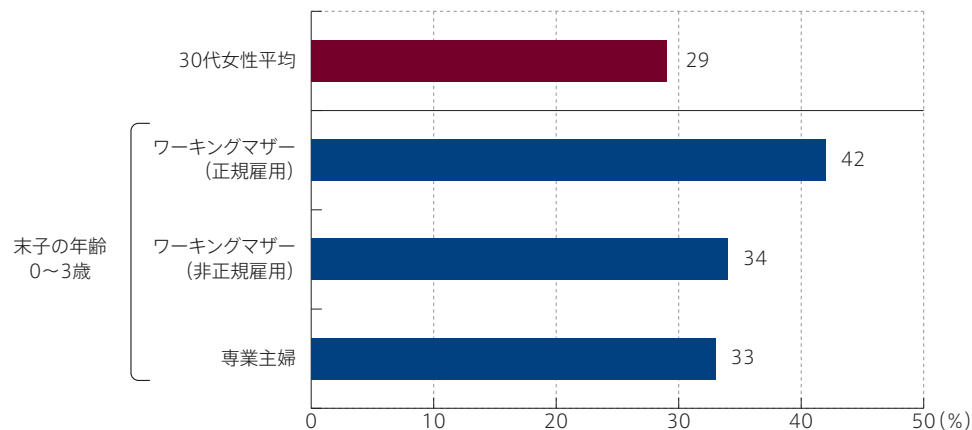
普段の買い物で感じている、ちょっとした不便さを解消することが、女性の買い物需要を底上げする可能性を秘めている。当社調査^{※1}によると、「普段の食品や日用品の買い物で不便を感じる割合（以下、「買い物不便」割合）」は年々増えており、特に30代女性で、その傾向が強い。2017年における「買い物不便」割合を性・年代別に見ると、30代女性が最も高く、29%である。しかもその割合は、2011年に比べ、4ポイントも上昇している。

30代女性の「買い物不便」の割合は、子供のいない場合は27%だが、子供のいる場合31%である。さらに、子供の有無とライフコース（働き方）別に分析すると、0~3歳の末子がいると不便を感じる比率が総じて高まる。中でも正規雇用されている「ワーキングマザー^{※2}」は42%と突出している（図）。ワーキングマザーでも非正規雇用の場合は34%、専業主婦は33%にとどまる。

乳幼児のいるワーキングマザー（正規雇用）には、2種類の買い物不便が生じていることもわかった。第一は、託児所から引き取った子供が一緒だと落ち着いて買い物ができない点にある。こうした問題を解消するには、スーパー内に託児所を設置するのが有効だろう。米国の高級スーパー・モーリーストーンには「モーリーランド」という無料の託児所がある。この託児所には監視カメラが設置され、店内の至るところにあるテレビモニターでいつでも様子を見ることができ好評だ。

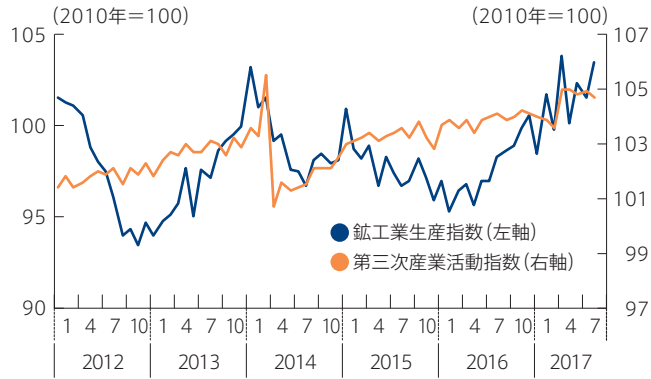
第二は、購入した商品が重い場合に持ち帰りが難しい点。スーパーによっては近隣住民を対象とした宅配サービスもあるが、最終締め切りの時間が早すぎるため、ワーキングマザーが利用できないことが多い。こうした場合は、宅配サービスの締切時間を延長、あるいは深夜・早朝配達サービスを実施したり、自宅に宅配ボックスを設置したりする策が考えられる。夫の協力を促す方法もある。例えば、妻が買った物を冷蔵ロッカーなどにいったん預かるサービスがあれば、遅れて帰宅する夫が専用の解錠キーでロッカーから荷物を持ち帰ることも可能だ。この方式であれば、実現は難しくないだろう。

[図] 30代女性の「買い物不便」割合

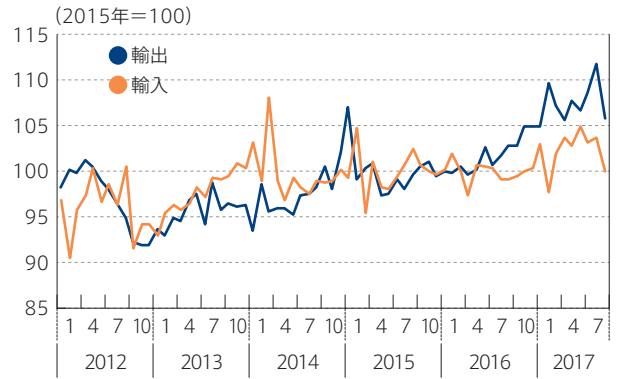


出所: 三菱総合研究所「生活者市場予測システム(mif)」

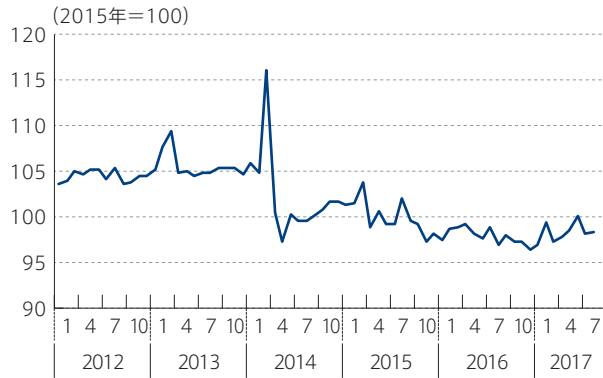
生産 鉱工業生産指数、第三次産業活動指数



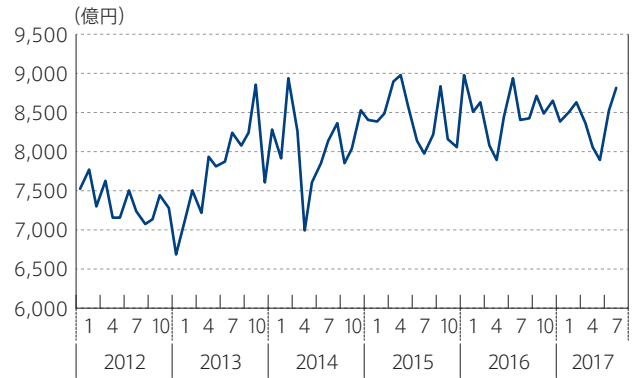
輸出入 実質輸出入



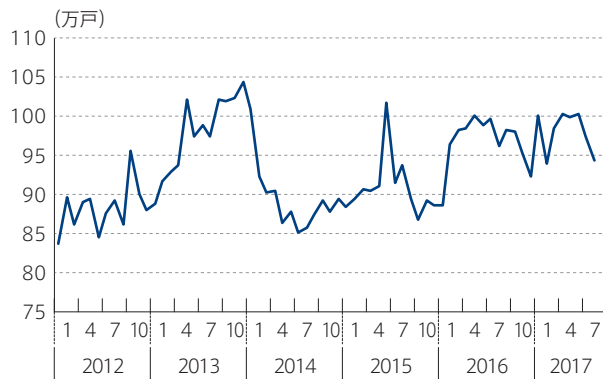
消費 実質消費指数(除く住居等)



設備投資 機械受注額[民需(船舶・電力除く)]



住宅 新設住宅着工戸数



物価 消費者物価指数(生鮮食品除く総合)

