

創発 Mail Magazine

創発は「インキュベーション」のプロ集団。-問題解決のための新しい戦略・進化-

当メールマガジンは、日本総研/創発戦略センターの연구원と名刺交換させていただいた方に配信させていただいています。>> [登録解除はこちら](#)

[日本総研/創発戦略センター](#) | [연구원紹介](#) | [セミナー・イベント](#) | [書籍](#) | [掲載情報](#) | [ESG Research Report](#) |

今回の創発eyesと北京便りはこの4月に行われた上海モーターショーに関連したエッセイ。世界中の自動車会社が重要マーケットと位置づける中国の最新状況をお送りします。

1. YUMOTO Message

[・最悪シナリオに向かう米中貿易戦争](#)

2. 創発eyes

[・新興EVメーカーが切り拓く新たなマーケット](#)

3. 北京便り

[・中国における新エネ車補助金削減と新興EVメーカーの活路](#)

4. ヘルスケア

[・Shift↑リビングラボ（仮称）活動報告「ともに食事」編](#)



副理事長
シニアエグゼクティブ
エコノミスト
[湯元 健治](#)

YUMOTO Message

最悪シナリオに向かう米中貿易戦争

1. はじめに

5月中にも最終合意が期待されていた米中通商協議が暗礁に乗り上げつつある。トランプ大統領は、交渉の遅延に業を煮やし、突如として中国製品2,000億ドルに対して賦課している関税率の10%から25%への引き上げを実施。さらに、関税のかかっている残りの3,250億ドルの中国製品に対しても、新たに25%の関税を賦課するよう、検討を指示した。米中間の貿易戦争は最悪シナリオである全面戦争に向かう可能性が高まっている。もちろん、一縷の望みは交渉が完全に決裂したわけではなく、引き続き、交渉を続けていくスタンスが米中双方から示されたことだ。

このため、10日のNY株式市場は、当初300ドル超の下落で反応したものの、トランプ大統領の「協議は建設的で合意を急いでいない」との発言を受け、交渉決裂という最悪の結果は回避されたとして114ドル高で引けた。円ドル相場も米中はいずれ妥協点を見出すはずとの期待感から109円台に踏み止まっている。

しかし、トランプ大統領の「脅し」に対して、中国が全く屈しなかったことから、今後の米中協議は難航、長期化することが避けられない。米国の追加関税賦課に対して、中国側は報復措置の実施を示唆しており、米中間の対立が米中両国経済に大きな打撃を及ぼすことは避けられない。以下では、米中交渉の今後の展望とともに、関税合戦エスカレートの影響を探ってみた。

2. 根深い米中間の対立の溝

合意が間近だとみられていた米中交渉がここに来て暗礁に乗り上げた理由は何か。トランプ大統領をはじめとする米国側の主張は、中国側がすでに合意した（と米国側が思っている）内容について蒸し返し、合意案の修正を要請するなど、協議を大幅に後退させたためとされる。米国側は、こうした中国の態度に怒りを露わにし、追加関税の発動に踏み切った。

他方、中国サイドから見れば、最終的な合意文書作成の途上で、細かな修正を求めるのは当然の行為であり、交渉途上で米国側の追加関税賦課こそ、許しがたい暴挙と映る。このため、9～10日のワシントンでの閣僚級協議でも両者の主張は平行線をたどり、事実上の物別れに終わった。決裂という最悪の事態だけは何とか回避したが、関税を賦課しながらの協議継続に至ったわけで、米中交渉はまさに危険水域に入り込んだ。

米国からみれば、中国の過去の行動をみる限り、単なる口約束では実効性が伴わないとして、知的財産権保護や米国企業への強制技術移転、産業補助金の問題などに対して、法改正を行うことを確約させようとした模様だ。交渉責任者である劉鶴副首相は、法改正を約束したとみられるが、中国共産党保守派から猛烈な反発を受けた模様だ。

そもそも中国側からすると、米中交渉は明確な基本原則に基づいて行うとの考え方があった。単なる面子の問題ではなく、中国にとって譲れるところと譲れないところがあることは理の当然だ。

第1に、中国は多国間貿易主義を堅持し、WTOルールを守ることを強調することによって、米国の保護主義、自国第一主義は正しくないという米国民をはじめ世界全体に知らしめることだ。これはある程度成功している。

第2は、不公正な対等でない合意は受け入れないというスタンスだ。中国側が米国から一方的な要求を突き付けられ、それを飲まない場合、一方的な制裁を受けるとするのは、フェアではないという主張だ。一方的な対米譲歩は、習近平政権にとって共産党内部から弱腰外交の非難を浴びるだけに、絶対に出来ない。

第3に、中国は「国家の核心的利益」を重視するというスタンスだ。米国側の改革・開放要求が中国自ら行うべき改革だと判断している場合は、自ら進んで構造改革や市場開放を実施する。他方で、中国の国家主権を脅かすような要請は断固として受け入れないというスタンスだ。

以上の3点は、至極妥当な判断基準であり、関税による「脅し」で中国が米国の要求をすべて飲むはずだと米国サイドの考え方が誤っていたといえよう。

3. 米中交渉の長期化は必至

こうした状況の中で、市場の一部には6月下旬のG20開催に合わせて米中首脳会談が実現し、米中合意が成立すると楽観的な見方が根強く存在する。しかし、筆者は米国が追加関税という禁断のカードを切ってしまった以上、米国側の強硬姿勢が変わらない限り、中国側が大幅に譲歩する形で、合意が成立する可能性は極めて低くなったと判断する。米中交渉の中で妥協が難しいとされる点は、

(1) 中国が輸入拡大や各種構造改革をしっかりと実施するかどうかを監視・検証する仕組みの構築、(2) 合意と引き換えにお互いが掛け合っている関税を撤廃すること、(3) 中国政府のハイテク産業育成策「中国製造2025」における産業補助金の全廃などである。(1)は、検証機関の設置など、表面的な合意は可能だ。しかし、(2)は米国側が絶対に飲まない話であるし、(3)の産業補助金の問題は、中国にとって「核心的利益」を損ないかねない大問題だ。中国は建国100周年に当たる2049年までに世界の製造強国のトップグループの仲間入りすることを目標として掲げ、IoT、AIなど最先端技術分野に5,000億ドルを超える巨額の補助金を投入する計画だ。米中交渉の過程で、中国側は国の補助金は撤廃すると約束したが、地方政府の補助金は残す意向を示し、米国側は、それはしり抜けだと反発した模様だ。産業補助金は、共産党体制の経済政策の根幹に関わるものであり、これを廃止することは、習近平体制維持にとっても、絶対に出来ない。

中国側の交渉責任者である劉鶴副首相は、「中国は原則に関わる問題では決して譲らない」と表明しており、中国側が大きく譲歩する形で、短期間で交渉がまとまる可能性は、かなり小さくなったとみるべきだろう。結局のところ、トランプ大統領のブラフは中国には通じず、遅かれ早かれ残り3,250億ドルの関税も発動されることになるだろう。また、少なくとも、これまでの交渉項目の中で、中国側が主張していた交渉妥結後、従来の関税を全面的に元に戻すという可能性は

ゼロになったとみていい。米中間の対立と交渉は長期化することが避けられないだろう。

4. 中国経済のみならず米国経済も深刻なダメージを受ける恐れ

米国の強硬姿勢の背景には、深刻なダメージを受けるのは米国ではなく、中国の方である。いずれ、中国は関税の痛みに耐えきれなくなり、米国に譲歩するしかないとの考え方があるとみられる。市場の楽観的な見方の背景にも、米中貿易戦争のダメージは、中国の方がより大きく受けるとの判断がある。

その根拠として、国際機関が行った影響試算がある。昨年10月時点のIMF（国際通貨基金）の試算では、米中のすべての貿易品目に25%の関税が賦課される場合の直接的影響は、中国経済を▲1.2%、米国経済を▲0.2%押し下げる結果となっている。この数値には、企業マインドの悪化による設備投資の下振れや金融資本市場の混乱の影響など間接的影響は含まれておらず、それらを含めると、影響は最大で中国が▲1.7%、米国が▲0.9%に及ぶ。交渉が決裂せず、継続している間は、こうした間接的影響は最小限にとどまるとみられるが、米中対立が最悪のシナリオに突入しつつあることは間違いなく、両国経済が受けるダメージは世界経済後退の引き金になりかねないレベルだ。IMFの最新（4月）試算では、米中間の貿易額は▲30%～最大▲70%落ち込む。グローバル・バリューチェーン拡大の影響で、貿易取引への影響が一段と強まっているためだ。米中経済への影響は、中国が最大▲1.5%、米国が▲0.6%に上る。果たして、中国経済は、これだけの打撃に耐えられるのだろうか。また、米国経済への影響は、本当にこの程度で済むのだろうか。

5. 中国経済は2番底突入のリスクも

中国経済は、今年に入って景気底入れの兆しが出ている。1～3月期の実質GDP成長率は前年比6.4%と昨年10～12月期（同6.4%）から横ばいとなり、景気減速に歯止めがかかりつつある。しかし、この先、景気が順調に回復していくかは、なお予断を許さない。

第1に、年初来、株式市場は米中交渉が合意に向かうとの期待から3割超の大幅な上昇を記録、企業や消費者のマインド改善など景気底入れ期待につながっていた。しかし、米中交渉が暗礁に乗り上げたことで、株価は再び下落、ピーク対比で1割以上の下げとなっている。3月に大幅に改善した製造業PMI指数も4月は予想外の悪化となり、好不調の分岐点である50割れ寸前まで低下。4月の輸出も3月の大幅な増加から一転、前年比▲2.7%と予想外の減少となっている。

第2に、道路、鉄道などのインフラ投資の増加により、昨年の景気減速の主因となった固定資産投資が下げ止まりから緩やかな回復に転じている。ただし、これは、特別地方債発行の前倒しによるところが大きく、持続性が乏しい。例年は3月に発行限度枠が決定されるが、今年は1月に前倒しになった。これは、日本の公共事業前倒しと同様の手法であり、年後半には息切れすることも懸念される。足下の道路、鉄道投資の伸びは、前年比2割前後に達しており、こうした高い伸びは長くは続かないとみておく必要がある。

第3は、中国政府が3月の全人代で打ち出した2兆元規模の減税・社会保障負担軽減策だ。ただし、増値税率引き下げを始めとした減税などの企業負担軽減策の効果は、企業マインドが下向きの時には現れにくいというのが先進国共通の経験則だ。米中戦争が長期化すればするほど、企業マインドが慎重化し、減税効果が表れにくくなるリスクには警戒が必要だ。筆者の試算では、2兆元対策のGDP押し上げ効果は0.4%にとどまる。これは、2,000億ドルの中国製品の関税を10%から25%へ引き上げた際の影響を相殺する程度であり、残り3,250億ドルに対する追加関税賦課ならば、景気減速傾向が再び強まるリスクに直面する。

第4は、中国当局が過剰債務抑制策＝デレバレッジ（債務比率の引下げ）を緩和し、安定化させる方向にギアチェンジしたことだ。実際、年明け以降、シャドーバンキング経由の資金調達抑制は一段落したとみられる。ただし、4月の社会融資総量の伸びは、前年比10.3%、うちシャドーバンキング経由の資金調達も同4.3%といずれも伸びがやや鈍化しており、中小企業の資金繰り難というデレバレッジの副作用は完全に解消したわけではない。中国には中小企業金融・政府保証の仕組みが十分整っておらず、預金準備率の引き下げによる流動性

の供給だけでは、中小企業に資金が十分回らない。今後、不動産価格の高騰や株安・人民元安が加速する場合には、量的金融緩和との間で、深刻なジレンマに苦しむ恐れがある。

以上を要するに、米中戦争の長期化は、必然的に中国経済を大きく下押しすることになるだろう。減税効果発現には時間がかかり、インフラ投資の安易な拡大は、デレバレッジという構造改革に逆行する。中国当局は高めの成長ではなく生産性上昇を伴った「成長の質と効率の改善」を重視しており、財政面からの大盤振る舞いには極めて慎重だ。米中貿易戦争の激化により、中国経済が2番底に陥るリスクに警戒が必要だ。

6. 米国経済への打撃は事前の想定を上回るリスクも

先述したIMF試算で米国経済への影響が中国よりも相対的にかなり小さくなっているのは、何故だろうか。米中のGDP規模の違いや互いの輸出額のGDPに占めるウェートの違いという理由以外に、以下のような点が考えられるが、それがこの先も続くかどうかは分からない。

第1は、中国の対米輸出額が5,000億ドル以上に上るのに対して、米国の対中輸出額は1,300億ドルにとどまることだ。中国側が貿易面だけで同規模・同程度の報復措置を行うことは、すでに困難な状況になっている。米国が第4弾の3,250億ドルに関税を賦課した場合、中国にはどのような対抗措置があるのだろうか。

筆者の認識では、仮に米中間の交渉が決裂となれば、中国は対抗措置として貿易外の措置を駆使してくることは間違いない。その最たるものが中国に進出している米国企業の製品不買運動だ。これは、日本も尖閣問題の時に大打撃を被った。韓国もTHAADミサイル配備の際に不買運動をやられ、日韓ともに輸出や現地法人の売上げが半減した苦い経験を持つ。米国の中国現地法人の売上高は年間4,800億ドル超もあり、半減となれば、その影響は甚大なものになる。

第2に、現時点でみると、米国の消費者物価への影響が極めて小さいことが指摘できる。これまでの関税賦課は、生産財や中間財が中心で消費者物価に直接的に影響しにくかった。しかも、関税によるコストの相当部分は中国企業が負担しており、米国の消費者には十分転嫁されていないとみられる。しかし、これからは幅広い消費財にも課税される。残りの3,250億ドルの課税対象の4割はスマホ、パソコン、玩具、衣服などの消費財が占めるため、中国企業がコスト負担をすべてカバーすることは限界に突き当たる。米国のインフレ圧力が強まれば、FRBが利上げを再開するリスクも高まり、金融資本市場に無視できない影響が及ぼう。

以上のようにみると、米中交渉が決裂し、中国が本気で反撃に出た場合、米国経済への影響は▲1.0%と試算され、米国も相当の痛みを被ることになるだろう。世界の2大経済大国がこれだけの打撃を被ることになれば、世界経済は後退に向かい、日本経済への影響も深刻となることは必定だ。このような最悪のシナリオを回避すべく、米中がどこで妥協点を見出すのか。問題の本質が、ハイテク技術を巡る覇権争いにとどまらず、米中間の軍事的覇権争いにあるだけに、表面的かつ一時的に妥協が図られたとしても、2020年の大統領選挙まで、トランプ大統領が強硬措置を繰り返すリスクは払拭できず、世界経済の不透明・不安定要因として燻り続けることは間違いない。



創発戦略センター

創発eyes

新興EVメーカーが切り拓く新たなマーケット

2019年4月下旬、上海モーターショーを訪問した。中国での国際モーターショーは北京あるいは上海で毎年開催されるが、世界における中国市場の重要性が高まるとともに、欧米や日本からの来場者も年々増えている印象だ。

メルセデス、BMW、アウディなど従来型の高級車ブランドの展示には相変わらず多くの来場者が集まっていたのと同時に、外資ブランドも中国独自ブランド

も昨年以上に様々なコンセプトのEVを打ち出してきたというのが、全体的な印象であった。

数多くの種類のEVが展示されてはいたが、EVの新たなコンセプトは新興メーカーが牽引していることが明確にうかがえた。新興勢の出展数は昨年よりさらに増えて20社以上。新興勢は、斬新なデザイン、ディーラー網を用いない販売方式、車載アプリによるアフターサービスなどの特徴を有し、従来の完成車メーカーの戦略とは一線を画しているといえる。

昨年までは新興勢というひと括りで注目されていたが、2019年現在、新興勢含めEVメーカー各社のポジショニングの違いが明確になりつつある。ポジショニングとして、次の4つに整理できる。(1)ハイエンド層向け高級EV、(2)小型の街乗り用EV、(3)大手の量産型EV、(4)どこにも当てはまらないEV、という分類だ。

分類(1)の高級EVとしては、47万元(約799万円)の蔚来汽車(ブランド名NIO)を筆頭に、その他にも36万元(約612万円)の天際汽車(同NOVAT)、32万元(約544万円)の理想汽車(同理想ONE)が登場してきた。これらはボルシェなど欧州ブランドのデザイナーによる外観、助手席まで延びる全面ディスプレイを備えており、洗練された内外装を持つ。販売方式はアプリ経由で、ハイテク志向でライフスタイル重視のハイエンド市場向けだ。

従来、米国のTESLAを除けば、この領域はNIO一社が孤軍奮闘していたが、NOVATや理想ONEなどが現れたことで、ブランド間の競争が発生し、さらに顧客の支持も集まり、市場が切り拓かれていく可能性が高まったと感ぜられる。これらのブランドは、自動車そのものだけでなく、自動車を通じたライフスタイルを提案、提供してくれるという理由で支持を集めているといえそうだ。従来の自動車ブランドとは違う価値提供という側面もあり、この市場の動向は、自動車業界関係者としてさらに注視したいと考えている。

分類(2)の2人乗りの小型EVは、日本含め海外ではなかなか報道されないセグメントだが、中国市場では注目度が高まりつつある。これらを開発する新興勢も続々と登場しており、国機智駿、清源汽車、零跑汽車などが挙げられる。10万元(約170万円)台前半の価格帯で、日本の軽自動車よりさらに小型、手軽な街乗り用途が想定されている。この製品領域は従来手薄なカテゴリで、新興勢が一気に開拓する気配を見せている。

一方で、NIOを除く古参の新興EVメーカーの一部は、デザイン、サービスともに特徴が貧弱だと感じた。20~30万元の価格帯で、外装も欧州勢のデザイナーを招いたものはなく、内装のディスプレイやシートの質感も量産型に近い印象だ。これらが分類(4)であり、モーターショーにおける集客もいまひとつであったようだ。今後の挽回策が注目される。

既存大手の対応は、国営と民営で大きく分かれる。国営企業では新エネ車に関して昨年同様に目立った新しい動きは感じ取れなかった。民営企業の吉利、長城は、それぞれLynk & Co、欧拉ブランドを創設して新しい需要を開拓しようとしている。またBYDでも多くの車種の展示があった。これらが分類(3)で、大手の量産力によって低価格普及型のセグメントが開拓されていくと思われる。

まとめると、従来型高級車ブランドへの支持は引き続き根強い一方で、EVによる斬新なコンセプトへの支持も高まりつつある。コンセプトの創出は新興勢が牽引しており、ハイエンド層向けと、小型街乗り向けが新たに開拓されつつある。ハイエンド層向けは、自動車そのものではなくライフスタイルの演出という価値を提示しようとしている、といえる。

新興のすべてのブランドが生き残るとは考えにくく、今後さらに優勝劣敗が続くだろう。一方でさらに新しいコンセプトの創出も続くとみられ、来年が再来年には、従来の自動車の枠組みを超えるような、例えばシェアリング用途の1人乗り新型モビリティや、都市AIとの連携を前提とした車両のような展示もありそ

うな雰囲気は中国市場には感じ取れる。そしてその動向が、海外の市場にも影響を与えることになるのは間違いない。



創発戦略センター
シニアマネジャー
北京諮詢分公司
総経理

王 泰

北京便り

中国における新エネ車補助金削減と新興EVメーカーの活路

4月15日から26日まで上海モーターショーが開催されました。筆者も見学しに会場を訪れました。北京モーターショーと上海モーターショーは、中国国内で最も権威の高いモーターショーで、注目度もずば抜けています。昨年の北京モーターショーと比べ、2019年上海モーターショーで圧倒的に脚光を浴びていたのは、新エネ車の展示でした。中国国内の新興新エネ車メーカーに加え、吉利やBYDなど伝統的自動車メーカーの新エネ車両のラインアップも豊富で、さらに、ベンツやアウディも初めて電気自動車を展示しました。外資、伝統自動車メーカーが積極的に中国新エネ車市場に参入しようとしていることをもの語っています。ただ、その中で何より筆者の目を引いたのは新興EVメーカーの動きでした。

2015年ごろから、中国ではCASE（いわゆるConnected（つながる）、Autonomous（自律走行）、Shared（共有）、Electric（電動））をテーマとし、電気自動車製造に乗り出す新規参入企業が雨後のたけのこのように登場しました。蔚来や小鹏、理想、雲度、奇点、威馬などが代表です。これらの企業が新興EVメーカーといわれ、すでに中国国内では約百社あると言われていています。これらの企業が膨大な資金を投入し研究開発を行い、伝統的な生産方式や販売方法と異なる、新しい自動車産業を形成しようとしています。

昨年の北京モーターショーでは、新興メーカーはいずれも量産化段階に至らず、モデルカーやコンセプトカーを展示するのみだったため、現実感がありませんでした。それが2018年後半になり、少なくとも8社が量産化を実現し、実車を販売するようになりました。今回のモーターショーで、実車が展示され、商品ラインアップも明らかになると、感覚は全く異なるものとなりました。例えば、新興EVメーカーの代表的な存在である蔚来汽車は、主力のES8に加え、ES6、ETも展示を行っていました。また、電池交換を会場で実演して、機能、原理、やり方などについて、スタッフが詳しく説明していました。その他、理想や天際などまだ販売に至っていない企業でも、実車を展示し、会場では至近距離で車の装備など確認することができました。これらのメーカーはいずれも2019年中に量産化を実現し、販売を開始すると宣言しています。

2019年は新興EVメーカーにとって重要なマイルストーンの年になるとつくづく感じました。新興EVメーカーは、「焼銭の業界」（膨大な資金で支えられる業界）といわれます。公開データによると、これまで蔚来への融資額が260億元（約4,100億円）、威馬への融資額が140億元（約2,700億円）に上るといわれます。2019年は、新興企業にとって、どのようにして資金回収するかに直面する年となるでしょう。

一方、2019年には政府の新エネ車に対する補助金削減が決定しました。新興EVメーカーにとって影響は避けられません。3月26日に、新エネ車の補助金政策に関する通知が公表され、2019年の補助金額については2018年比で50%削減となり、地方政府の補助は完全に廃止、2020年末までに政府補助金のすべてが廃止になるとの内容でした。補助の技術要件についても、一段と厳しくなり、補助対象になる基準も、1回フル充電して走行距離が250キロに引き上げました。250キロ以下の車が今回から補助対象外となったのは大きな変化です。また、具体的な補助金額についても、400キロ以上の走行距離のEVへの補助金が2.5万元、250～400キロの走行距離のEVへの補助金が1.8万元の2段階に分けられました。また、3月26日～6月25日は移行期間とされ、6月25日までに新しい技術要件を満たさない企業に対しては、補助

金を10%にまで引き下げるとされています。

この新しい補助金制度を踏まえると、航続距離が400キロの新エネ車の場合、2018年にもらえる補助金（中央分+地方分）は7.5万円でしたが、2019年6月25日以後は2.5万円にとどまることになってしまいます。

すでに昨年以來、補助金削減が噂されてきたため、市場にはそれほどの驚きはなかったようです。例えばBYD、北京汽車新エネ、上海汽車新エネは、6月25日前には、販売価格を上げをしないと発表する一方で、一部はディーラーへの卸価格を上げたそうです。ただ、いずれにしても、補助金の削減に伴い、今後新エネ車購入の実質価格は上昇が予想されます。各新興メーカーは対応が迫られている状況です。

電気自動車の「大国」から「強国」にまで成長するためには、補助金の削減・廃止を避けて通れません。これからは新興EVメーカーの実力と体力を検証する時期になるでしょう。百数社の新興EVメーカーのうち、果たして何社が最後まで残ることになるのかが焦点となります。



創発戦略センター
マネジャー
[岡元 真希子](#)

ヘルスケア

Shift↑リビングラボ（仮称）活動報告 「ともに食事」編

日本総研では、（株）ダスキンが運営する「わこう暮らしの生き生きサービスプラザ」（以下、プラザ）や、ハウス食品グループ本社（株）が八千代市社会福祉協議会と連携して運営する「八千代リビングラボ」において、「Shift↑リビングラボ」の手法開発を行ってきました。「Shift↑リビングラボ」の特徴は、新しい商品や社会課題の解決策を生み出すだけでなく、活動に参加するシニアが「自分を再発見する、ワクワクがよみがえる」ことを目指す点です。

これまでのメールマガジンで、「暮らし方・住まい方」「はたらくこと」編をご紹介しましたが、今回は「ともに食事」をテーマに開催した回についてご報告をしたいと思います。

「ともに食事」をテーマにした理由は、人とともに食事をする機会がある人、心配事や愚痴を話せる相手がいる人は、「幸福度」が高いという調査結果があるためです。シニアを対象に、幸福度を尋ねると、健康状態が良好な人は高く、健康状態が悪い人は低くなります。しかし、健康状態が良好でも、いつも一人で食事をしている人や話し相手のいない人は幸福度が低く、逆に病気があっても、人とともに食事をする機会があって話し相手のいる人は幸福度が高いという傾向があります。

そこで、シニアがどんな場面で人と一緒に食事をしているのか、そしてどんな話題が上がっているのかをできるだけリアルに実態把握するため、リビングラボで調査してみることにしました。実際には、参加するシニアに事前にお話をし、食事風景の写真を見せていただきながらお話をさせていただき形態をとりました。

参加してくださったのは女性14人、男性10人の計24人で、うち70代の方が13人でした。夫婦世帯の方が15人、一人暮らしの方が6人でした。人との食事であれば、自宅でも外食でも構わないという条件でお話をいただいたところ、3つのタイプがありました。

一つめは普段の自宅でのご夫婦二人の食事という類型です。「夫とテレビを見ながら食事する。テレビを見ているのであまり会話はしないが、スポーツが好きなので相撲の話や大坂なおみ選手の話などはする」「食事中、夫は話をあまり聞いていないが、一方的に私が話をしている」など、会話はさほどせず食事をしている姿が目に見えます。「一日三食、私（妻）が作る」「固いと文句を言われるので気を遣う」「夫は濃い味付けが好き」「夫は酒の肴が並んでいないと不満」など、夫の希望に応じて食事の支度をしているという妻としての自負も垣間

見られました。

次は子ども家族との食事です。夫婦世帯のシニアで、別居の子ども家族との食事を話題にした方が多くおられました。「料理はたくさん作ると作り甲斐があるので息子家族を呼ぶ」「鍋も多いが、ホットプレートで焼肉、手巻き寿司」など、大勢で囲むと楽しい食事の場面が浮かびます。また、子ども家族の家に行くときには、「寿司やオードブルを注文して、サラダだけ作る」「お嫁さんは普段働いているので何もさせないようにする」など、子ども家族への気遣いも感じられました。小さいお孫さんがいると、お孫さんの成長が話題に上ることが多いようです。また、「ひとりだと焼肉を食べられないので、娘家族と外食するときは焼肉。自分が払う」「娘と買い物に行き、コートを買ってあげた。ステーキ200gを食べたあと喫茶店でおしゃべりした」「神社に娘とお参りに行った帰りにうなぎ屋に行った。うなぎ屋には娘とよく行く」など、娘さんと一緒にちょっと贅沢をしている姿も浮かびました。

最後は、友人・知人との会食です。「習い事のあと、教室の仲間10人と居酒屋でランチをする。ランチのあとに自主練をして、そのあとコーヒーを飲む」「体操教室の後は必ず仲間と食事に行く」「防災ボランティアの集会で出会った仲間と、反省会を兼ねて、カラオケと飲み会をしている」など、サークル活動や地域活動の仲間との食事会が話題に上がりました。旧友を大切に「昔の勤め先の同僚数人と年に数回飲み会をしている。知り合いが今どうしているか、などの話をする」という人もいましたが、幹事役の方がまめであることが継続の秘訣のようです。

一対一の食事としては「飼い犬を通じて知り合った若い友人とイタリア料理店でパスタを食べた。犬が入店可のお店で、お互い犬を連れてきた。彼女の不妊治療について話を聞いてあげた」「中学生の頃からの友達と観劇に行って、その時にランチした。自分はお肉も入っているサラダのランチだった。観劇に行くときはおしゃれなお店を探していく」など、親密な食事の様子がうかがわれました。

一つめの夫婦の日常の食事の類型については、どちらかが先立つと、独居になり一人で食事をするようになります。二つめの類型については、親族が近くに住んでいれば、実現が可能ですが、離れて住んでいる場合や親族が少ない人の場合には難しいかもしれません。そういう意味では、最後の「友人との食事」の類型は世帯の条件を問わず開かれている機会といえるかもしれません。なかでも、趣味や地域活動で定期的に顔を合わせる仲間をつくり、会合のついでにグループで食事をするというのが、比較的、実現容易な方法と言えます。

今回のリビングラボでは、写真を用いることで、食事をした時の記憶が呼び起こされ、「あの時食べたあれはおいしかった」「あの時はこういう話をした」など、楽しそうにお話をしてくださった方が多かったように感じました。進行役が細かく質問してしまうと答えるシニアが疲れてしまうこともありますが、今回は写真をきっかけに自然な流れで会話が展開しました。

これからも「Shift↑リビングラボ（仮称）」を通じて、話をすること、自分の意見を言うことが楽しいと感じていただく機会を提供していきたいと思ます。

この連載のバックナンバーは[こちら](#)よりご覧いただけます。

株式会社日本総合研究所 創発戦略センター Mail Magazine（第2・第4火曜日配信）

このメールは創発メールマガジンにご登録いただいた方、シンポジウム・セミナーなどにご参加いただきました方、また研究員と名刺交換した方に配信させていただいております。

【発行】株式会社日本総合研究所 創発戦略センター
【編集】株式会社日本総合研究所 創発戦略センター編集部
〒141-0022 東京都品川区東五反田2丁目10番2号
東五反田スクエア

TEL：03-6833-6400 FAX：03-5447-5695

<配信中止・配信先変更>

<https://www.jri.co.jp/company/business/incubation/mailmagazine/privacy/>

※記事は執筆者の個人的見解であり、日本総研の公式見解を示すものではありません。

Copyright (C) 2019 The Japan Research Institute, Limited.