



Future of the Consumer Industry

前例のない未来-6つの変化要因から見る日本市場の課題と可能性-

コンシューマー業界の未来を形作る6つの要因

- 日本企業が100年に一度の経済的、社会的、技術的転換期を乗り越えるために -



6つの変化要因から見る 日本市場の課題と可能性

変化する消費者



高齢化の加速やZ世代・α世代の台頭、新興市場の拡大など、社会や人口動態の変化が、消費者の価値観や行動に新たな変化をもたらしている。

移民の増加や性自認の多様化、家族形態の変容など、社会の幅広い価値観・多様性が一層広がる一方で、都市への人口集中や地域間での格差も拡大している。

さらに、金融資産を持たない世帯の増加と資産 保有世帯の資産拡大による富の不平等が一層 顕著になっている。

加えて、インバウンド需要や環境志向の高まりも 消費者行動に新たな影響を与えている。

日本において影響が大きい要素

老化と長寿 ────	人口総数の減少
	平均寿命の延長
_	若年層と高齢層の収入と貯蓄の変化
_	貯蓄額に占める高齢者世帯の割合
_	世代別消費意向
	有料高齢者向け住まい・施設数の増加
変化する家族の形 ───	既婚率の低下と晩婚化
_	核家族化と高齢世帯の増加
L	婚姻に至る出会い方の変化
人種や民族の多様性 ───	在留外国人数の増加
_	米国トレンドに見る移民
	外国人労働者の増加
	インクルーシブ・マーケティング
L-	インパクトソーシング
セクシュアリティと性自認→●	LGBT+の割合
_	ターゲット層の多様化
都市への集中───	都道府県別人口減少率の将来予測
_	住宅増加率・空き家率の増加
富の不平等の拡大 ───	主要国と比較したジニ係数
_	金融資産の保有状況の変化
世代間の資産格差 ———	世代別収入と消費支出の変化
	世代別持ち家率/住宅ローン支払い割合
新興市場の台頭 ────●	アジア圏の富裕層が与える影響
	1人当たりの購買力平価GDPの推移
	港湾別コンテナ貨物量の推移
Z世代·α世代の台頭 ──●	世界と比較した人口構成
	2025年を基準とした人口増減比率の推移
	戦後を基準とした人口増減比率の推移
	世代別の価値観や購買行動の特徴
	他世代と比較したZ世代の価値観
買い物場所の変化 ───	購買チャネルの変化
	実店舗における購買の変化
	インバウンド旅行者の拡大
	インバウンド消費予測
	インバウンド富裕層市場
	インバウンド富裕層市場への参入
環境志向の拡大 ───	世界と比較した気候変動への意識

4 Future of the Consumer Industry

再構築される社会

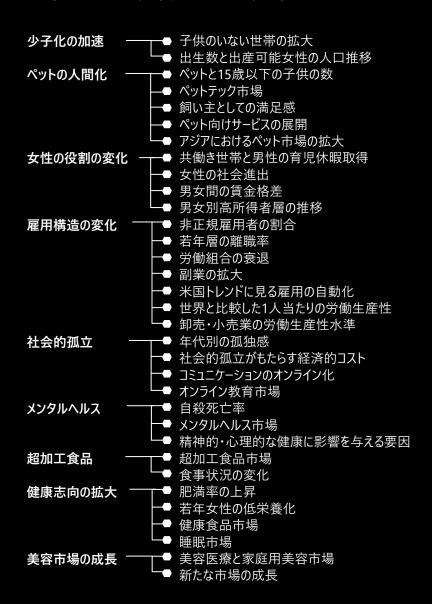


世界と比較して日本の生産性の低さは依然として課題である。

雇用構造では、女性の社会進出や管理職登用が進む一方、男女間の賃金格差が残されており、若年層の離職率の上昇や副業の拡大も見られる。

少子化により子供の数が減少する一方で、ペットの人間化が進み、家族の一員として扱われる傾向が強まっている。

さらに、健康・美容意識の高まりや社会的孤立、 メンタルヘルスなど新たな社会課題も顕在化して いる。



技術の急速な発展



AIや生成AI、バイオサイエンス、ドローン、自動運転などの技術革新が社会や産業構造を大きく変化させている。

中でもAI技術の進展により、AI搭載ロボットであるヒューマノイドの進化が注目を集めている。

しかし、日本では生成AIの利用経験が主要国と 比べて低く、知識や情報の不足が活用の障壁と なっている。

また、バイオテクノロジーは生命の構成要素を活用し、製品や生物の未来を構築する可能性を 秘めている。



業界の大変革



規制緩和や自動化などにより、業界全体で構造転換が進行している。

消費の形も「イミ消費」「トキ消費」「エモ消費」「トランスフォーマティブ消費」「パーパス消費」など、目的や感情を重視した新しい消費志向へと変化している。

コンシューマー業界ではリテールメディアの拡大など、 "モノを売る"から"サービスやデータを売る"事業への シフトも進む。

節約志向や物価高を背景に価格競争は激化する一方で、消費者の嗜好が細分化し、デジタル技術の進展によって一人ひとりに合わせた顧客体験の提供がますます重要になっている。



極端な気候変動とエネルギー革命

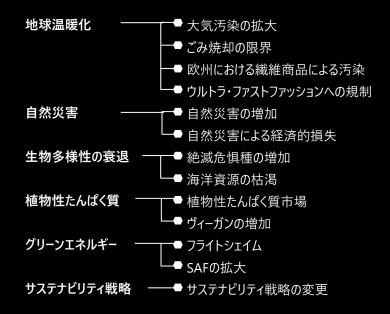


地球温暖化や自然災害の増加、生物多様性の衰退への対応が急務である。

世界全体では自然災害の頻発による経済損失の拡大、生物多様性の危機、欧州を中心にウルトラ・ファストファッションによる環境汚染への規制強化などが進行中である。

国内においても、ごみ焼却施設の減少や最終処分場の逼迫、海水温上昇による水産資源の減少など、さまざまな課題が表面化している。

コンシューマー業界ではグリーンエネルギーとして SAF導入などの動きが見られる一方、グリーン ウォッシュが企業のサステナビリティ戦略に影響を 与えている。



経済・政策・権力の変化

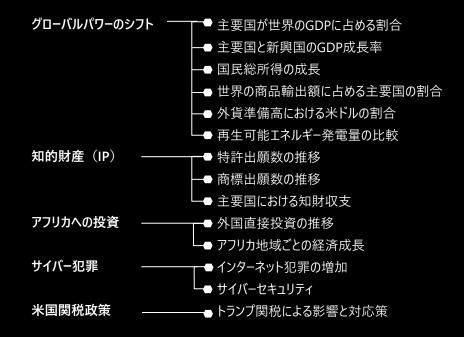


グローバルパワーのシフトが進み、米国の世界的 影響力は相対的に低下している。

経済だけではなく、エネルギー、貿易、通貨、特許などさまざまな指標でその変化が見られる。

IP戦略や新興国への投資、サイバー犯罪、米国関税政策など、経済・政策・権力構造の変動が顕著である。

将来的には東南アジアやアフリカなど新興国の成長が期待され、世界経済の勢力図が再編されつつある。



問い合わせ先

松尾淳

航空運輸・ホスピタリティ&サービスセクターリーダーパートナー jmatsuo@tohmatsu.co.jp

佐々木 絵梨

リサーチ & ナレッジマネジメント シニアマネジャー

菱本 恵子

消費財、小売・流通セクターリーダー パートナー keiko.hishimoto@tohmatsu.co.jp



デロイトトーマッグループは、日本におけるデロイトアジアパシフィックリミテッドおよびデロイトネットワークのメンバーであるデロイトトーマッ合同会社ならびにそのグループ法人(有限責任監査法人トーマッ、デロイトトーマッリスクア ドバイザリー合同会社、デロイトトーマッコンサルティング合同会社、デロイトトーマッファイナンシャルアドバイザリー合同会社、デロイトトーマッ税理士法人、DT弁護士法人およびデロイトトーマッグループ合同会社を含む)の総 称です。 デロイトトーマッグループは、日本で最大級のプロフェッショナルグループのひとつであり、各法人がそれぞれの適用法令に従い、監査・保証業務、リスクアドバイザリー、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザリー、税 務、法務等を提供しています。 また、国内約30都市に約2万人の専門家を擁し、多国籍企業や主要な日本企業をクライアントとしています。 詳細はデロイトトーマッグループWebサイト、www.deloitte.com/jpをご覧ください。

Deloitte(デロイト)とは、デロイトトウシュトーマツリミテッド("DTTL")、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人(総称して"デロイトネットワーク")のひとつまたは複数を指します。
DTTL(または"Deloitte Global")ならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体であり、第三者に関して相互に義務を課しまたは拘束させることはありません。DTTLおよびDTTLの各メン
バーファームならびに関係法人は、自らの作為および不作為についてのみ責任を負い、互いに他のファームまたは関係法人の作為および不作為について責任を負うものではありません。DTTLはクライアントへのサービス提供を行い
ません。詳細は www.deloitte.com/jp/aboutをご覧ください。

デロイト アジア パシフィック リミテッドはDTTLのメンバーファームであり、保証有限責任会社です。 デロイト アジア パシフィック リミテッドのメンバーおよびそれらの関係法人は、それぞれ法的に独立した別個の組織体であり、アジア パシフィックにおける100を超える都市(オークランド、バンコク、北京、ベンガルール、ハノイ、香港、ジャカルタ、クアラルンプール、マニラ、メルボルン、ムンバイ、ニューデリー、大阪、ソウル、上海、シンガポール、シドニー、台北、東京を含む) にてサービスを提供しています。

Deloitte(デロイト)は、監査・保証業務、コンサルティング、ファイナンシャルアドバイザリー、リスクアドバイザリー、税務・法務などに関連する最先端のサービスを、Fortune Global 500®の約9割の企業や多数のプライベート(非公開)企業を含むクライアントに提供しています。デロイトは、資本市場に対する社会的な信頼を高め、クライアントの変革と繁栄を促し、より豊かな経済、公正な社会、持続可能な世界の実現に向けて自ら率先して取り組むことを通じて、計測可能で継続性のある成果をもたらすプロフェッショナルの集団です。デロイトは、創設以来175年余りの歴史を有し、150を超える国・地域にわたって活動を展開しています。"Making an impact that matters"をパーパス(存在理由)として標榜するデロイトの45万人超の人材の活動の詳細については、www.deloitte.comをご覧ください。

本資料は皆様への情報提供として一般的な情報を掲載するのみであり、デロイトトウシュトーマッリミテッド("DTTL")、そのグローバルネットワーク組織を構成するメンバーファームおよびそれらの関係法人が本資料をもって専門的な助言やサービスを提供するものではありません。皆様の財務または事業に影響を与えるような意思決定または行動をされる前に、適切な専門家にご相談ください。本資料における情報の正確性や完全性に関して、いかなる表明、保証または確約(明示・黙示を問いません)をするものではありません。またDTTL、そのメンバーファーム、関係法人、社員・職員または代理人のいずれも、本資料に依拠した人に関係して直接または間接に発生したいかなる損失および損害に対して責任を負いません。DTTLならびに各メンバーファームおよび関係法人はそれぞれ法的に独立した別個の組織体です。



IS 669126 / ISO 27001



BCMS 764479 / ISO 22301

IS/BCMSそれぞれの認証範囲はこちらをご覧ください http://www.bsigroup.com/clientDirectory

Member of **Deloitte Touche Tohmatsu Limited**