

代表 水越孝の“ひらめき”視点



01



中印紛争の激化は世界の分断の予兆か。 国際協調主義は転換点を迎つつある

8月29日から31日にかけて中印が領土を争うカシミール地方ガルワン渓谷付近で、双方から「相手方が自国の実効支配線を越えた」との非難声明が発せられた。この地域では6月にも越境をめぐる両軍部隊が衝突、7月にはインドは仏製戦闘機5機を、8月には中国もステルス戦闘機2機を当該地域に配備するなど一触即発状態が続いている。

国境での紛争はモディ政権の“脱中国依存”を加速させる。モディ氏は「貿易赤字は“安価な中国製品の大量流入”が主因であり、これが国内製造業の発展を妨げている」と表明、中国企業の排除を進める。国境紛争を背景に大衆もこれを支持する。しかし、新型コロナウイルスの押さえ込みに失敗し、経済の停滞と感染拡大の悪

循環が続く中、産業構造転換は足踏み状態にある。こうした状況のもとでの中国資本、中国製品のボイコットは雇用、消費にとって短期的にはマイナスだ。加えてインドの主力工業品である医薬品の原材料は依然として中国に依存しており、現時点で代替先はない。

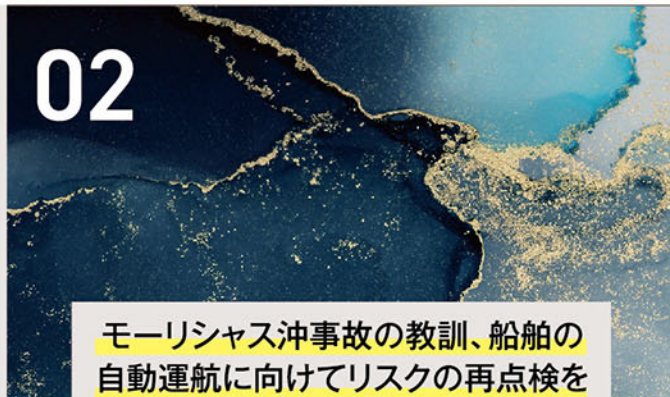
中国はこうした隙を突く。ただ、いち早く新型コロナウイルスを乗り越えたはずの中国も経済のV字回復には懸念が残る。IMFは2020年の経済見通しについて「中国は主要国で唯一プラス成長が可能である」と予測するが、当の中国は5月に開催された第13期全人代で今年の経済成長に関する目標数値の公表を見送った。米との対立の行方など情勢は不透明である。

8月、習近平指導部は「双循環」という新たな経済ビジョンを表明した。「双」とは国内大循環と国外循環の両立という意味である。つまり、海外と連携しつつ内需主導に成長の軸足を移す、ということだ。国外を“一帯一路”と言い換えれば、つまり、米国との決裂を前提に世界のブロック化を覚悟した戦略、との解釈も成り立つ。であれば、香港、台湾、南シナ海、新疆、カシミールにおける強硬姿勢も頷ける。ただ、それが国際社会に対する牽制であるのか、覚悟であるのか、覚悟であるとしてもどこまでの覚悟なのか、本意は分からない。

今、世界はCOVID-19のワクチン開発に凌ぎを削る。そして、次に来る課題はその配分だ。ワクチンは世界の“陣営”を分けることになるのか、それとも、国際協調への回帰を導くのか、ここが分水嶺かもしれない。

2020.09.04

02



モーリシャス沖事故の教訓、船舶の 自動運航に向けてリスクの再点検を

8月7日、商船三井は、先月26日にモーリシャス島沖で座礁した同社が長鋪汽船(岡山)から傭船し、運航している貨物船から燃料油が流出、現場海域に甚大な影響を及ぼしている、と発表した。船外に流出した燃料油は1,000MT、沿岸の湿地帯、マングローブ林、サンゴ礁など貴重な生態系が危機に瀕する。環境への負荷を鑑みると大型ポンプの使用や薬剤の投入は出来ない。油の除去作業は人海戦術に頼るしかなく、回収の長期化は避けられない。マングローブ林の回復には30年を要するとの専門家の指摘もあり、固有種を含む生物多様性への影響はもちろん、観光、漁業などモーリシャス経済に与える打撃は深刻である。

海難事故の大半は操船ミスや見張りの不十分さが原因とされる。その意味で船舶の自動運航化への期待は大きい。

4日、日本、中国、韓国、シンガポール、ノルウェー、デンマーク、フィンランド、オランダの8カ国は自動運航船の実用化にむけた国際連携

の枠組み「MASSPorts」の設置に合意した。今後、MASSPortsは自動運航船の実証ガイドラインの策定や複数港湾での相互運用性を高めるための用語、通信方法の統一などに向けて協力していく。

国土交通省は2025年を目標に自動運航に関する安全基準を策定する方針であり、民間の無人運航プロジェクトを支援する日本財団とも連携し、オールジャパン体制で船舶の自動運航に向けた取り組みを本格化させる。

5月、日本郵船グループは東京湾上のタグボートを兵庫県の陸上センターから遠隔操船する実験に成功、これを受けてNTTと共同で幅狭(ふくそう)海域での無人運航船の実証実験に着手する。商船三井も三井E&S造船などをパートナーに日本財団のプログラムに参加、内航船の主力船形であるコンテナ船と大型カーフェリーを使った実験をスタートさせる。

18日、モーリシャス共和国当局は座礁船のインド人船長と副船長を逮捕した。“船内では船員の誕生会が開かれていた”、“Wi-Fiに接続するために沿岸に近づいた”との報道もあり、原因は人為的であるとの見方が有力だ。一方、商船三井も自社の「安全運航センター(SOSC)」の在り方を再検証する必要がある。同社は2006年に発生した重大事故の経験を踏まえSOSCを設置、インマルサット衛星を活用した24時間365日体制で全船舶の運航を監視、“船長を孤独にしない”体制を整えた。しかし、残念ながら事故は防げなかった。システムに技術的な問題はなかったか、運用体制は十分であったか、リスクの見落としはなかったか。ヒューマンエラーの可能性も含め、徹底した検証を行い、公開し、自動運航の実用化と再発防止に向けての教訓として欲しい。

2020.08.21

2019年度の子供関連ビジネス市場

2019年度の子供関連ビジネス市場(38分野計)は 前年度比1.6%増と引き続き堅調に推移

～2020年度は新型コロナウイルスの影響により多くの市場で規模縮小を予測～

株式会社矢野経済研究所(代表取締役社長:水越孝)は、
国内の子供関連ビジネスの市場を調査し、
主要・注目カテゴリーの市場動向、参入企業動向、将来展望を明らかにした。



1

市場概況

2019年度の国内子供関連ビジネス市場規模(38分野計)は、前年度比1.6%増の15兆2,048億円となった。分野別に内訳をみると、家庭用ゲーム市場やテーマパーク・遊園地市場といった「娯楽用品・レジャー」分野が好調だったほか、「保育関連サービス」分野では幼児教育・保育の無償化の好影響もあり保育園市場やプリスクール市場が伸長した。一方、「教育サービス・教育用品」分野は全体的に微減基調にある。

2

注目トピック

保育園市場は堅調推移するも伸び率は鈍化

2019年度の「保育関連サービス」分野は、前年度比6.4%増の4兆741億円となった。内訳をみると、保育園市場は、待機児童問題対策を中心に公的資金の継続的な投入があり、堅調に推移した。ただし待機児童問題は解消が進んでいることから、伸び率は以前よりも鈍化した。学童保育市場は需要が年々高まっており、これまで首都圏での事業展開が多かった事業者が関西圏に新規出店するなど、需要は全国に広まりつつある。また、幼児教育・保育の無償化によりプリスクール市場も好調であった。

3

将来展望

2020年度は新型コロナウイルス感染拡大の影響で、休校・休塾措置がとられたこともあり、ほとんどの分野・市場においてマイナスの影響が及ぶ見込みである。子供関連ビジネスでは、少子化のなかでも企業のさまざまな取り組みにより市場は伸長してきたが、新型コロナウイルスの影響は大きく、多くの分野・市場で規模縮小を予測する。



調査要綱

- ① 調査期間: 2020年4月～7月
- ② 調査対象: 子供に向けた商品・サービスを提供する企業
- ③ 調査方法: 当社専門研究員による直接面談、電話・eメールによる取材、ならびに文献調査併用

● 2019年度の国内子供関連ビジネス市場規模(38分野計)

本調査における子供関連ビジネス市場とは、国内の子供に向けた商品・サービス、38分野の市場を対象として算出した。
なお、子供の年齢は分野によって相違するが、おおそ0歳以上15歳以下としている。

● 市場に含まれる商品・サービス

1. 娯楽用品・レジャー(玩具/家庭用ゲーム/子供向け出版物/子供向けビデオソフト/幼児・子供用自転車/子供・ファミリー向け劇場用映画/テーマパーク・遊園地/ゲームセンター・アミューズメント施設/インドアプレイグラウンド)
2. 教育サービス・教育用品(学習塾・予備校/私立幼稚園/幼児英才教育/幼児・子供向け外国語教室/子供習い事教室/子供向けスポーツ教室・スポーツクラブ/幼児・学生向け通信教育/学習参考書・問題集/学童文具/学習机・椅子/ランドセル)
3. 食品(粉ミルク/ベビーフード/菓子・デザート)
4. 衣料品(ベビー・子供服/学生服/ベビッシュウェア/子供靴)
5. ベビー・子供関連用品・サービス(ベビー用紙おむつ/ベビーカー/ベビーベッド/子供用寝具/チャイルドシート/ベビー用品レンタルサービス/子供写真館/子供向け携帯電話/子供向け防犯用品・サービス)
6. 保育関連サービス(保育園/ベビーシッター/学童保育/プリスクール)

出典資料について

●資料名: 2020年版 子供市場総合マーケティング年鑑

●発刊日: 2020年07月27日

●体裁: A4・424ページ

●定価: 150,000円(税別)

住まいと生活支援サービスに関する調査を実施(2020年)

2019年度の生活支援サービス市場(主要5分野計)は 前年度比ほぼ横ばいの4,770億円

～新型コロナウイルスの影響下では、従前からのサービスに加えて新しいニーズを支援するサービスの展開が求められる～

株式会社 矢野経済研究所(代表取締役社長:水越孝)は、国内の住まいと生活支援サービスを調査し、サービス分野別の動向、参入企業動向、将来展望を明らかにした。
ここでは、主要5分野(家事代行サービス、ハウスクリーニングサービス、ホームセキュリティ、見守りサービス、家具・家電レンタルサービス)合計のサービス市場規模について公表する。

生活支援サービス
(主要5分野計)
市場規模推移・予測



矢野経済研究所調べ

注1. 2020年度は予測値
注2. 主要5分野(家事代行サービス、ハウスクリーニングサービス、ホームセキュリティ、見守りサービス、家具・家電レンタルサービス)のサービスを対象として、算出した。

1

市場概況

2019年度の生活支援サービスの主要5分野(家事代行サービス、ハウスクリーニングサービス、ホームセキュリティ、見守りサービス、家具・家電レンタルサービス)の市場規模を前年度比0.9%増の4,770億円と推計した。それぞれの生活支援サービスが一般生活者の日常で活用され、サービス認知度の向上と共に利用者数が増加しており、市場規模は上昇基調であった。しかしながら、これらは従来から対面式のサービス提供が基本であり、新型コロナウイルス感染拡大で密集を避けて非対面が望まれる状況下において、市場拡大に歯止めがかかっており、2020年度の同市場規模を同0.5%減の4,746億円になると予測する。

今後は新しい生活様式が定着することによって、一般生活者が求めるものも変化するとみられることから、サービス事業者は従前からのサービスをこれまで通りに提供するとともに、新しいニーズを掴み、そのニーズを支援するサービスを展開していかなければならない。

2

将来展望

2020年以降は、コロナ禍の影響から新しい生活様式が提唱されて定着していき、これから変化を遂げていく社会生活がニューノーマルとなっていくものと思われる。そのような環境下において、生活支援サービスの果たす役割は、生活者に安心や安全を提供すること、快適な暮らしや便利なサービスを提供することであり、生活様式が変化しても、これまでと同様、もしくはこれまで以上に大きな役割を担うことになる。

住まいと生活を支援するサービスは、数多く存在する。政府統計に含まれないような、人々の生活の根底を支える貴重なサービスも存在しており、今後、新たなサービスが事業として展開される可能性を秘めている。生活支援サービスは、生活者のニーズの多様化に加え、コロナ禍による新しい生活様式に対応した新しいサービスの登場などを背景に、今後も市場が拡大していくことが期待される。

調査要綱

- ① 調査期間: 2020年4月～7月
- ② 調査対象: 生活支援サービスの提供事業者
- ③ 調査方法: 当社専門研究員による直接面談(オンライン含)、電話・email等によるヒアリング調査、ならびに文献調査併用



● 住まいと生活支援サービスとは

本調査では、一般生活者の日常生活を支援する、①家事代行サービス、②ハウスクリーニング(おそうじ、専門清掃)サービス、③ホームセキュリティ、④見守りサービス、⑤家具・家電レンタルサービス、⑥宅配型クリーニング、⑦衣類保管、⑧駆け付け対応サービス、⑨コインランドリー、⑩宅配ロッカー、⑪移動スーパー・移動販売車などの住まいと生活支援サービスを対象とした。
なお、本調査における生活支援サービス市場規模とは、家事代行サービス、ハウスクリーニングサービス、見守りサービス、家具・家電レンタルサービス(いずれも利用者の支払金額ベース)、およびホームセキュリティ(事業者売上高ベース)の主要5分野合計で算出した。

● 市場に含まれる商品・サービス

家事代行サービス、ハウスクリーニングサービス、ホームセキュリティ、見守りサービス、家具・家電レンタルサービス、宅配型クリーニング、衣類保管、駆け付け対応サービス、コインランドリー、宅配ロッカー、移動スーパー・移動販売車

出典資料について

- 資料名: 2020年版 住まいと生活支援サービスの実態と将来展望
- 発刊日: 2020年07月31日
- 体裁: A4・116ページ
- 定価: 100,000円(税別)

外出自粛、テレワークの定着などで「おうち時間」が増加

新型コロナウイルスの感染拡大に伴う外出自粛要請や「ステイホーム」などの影響により、自宅で過ごす時間が増えたことで、家庭菜園に取り組む人が増えている。もともと2000年代初頭からのガーデニングブームの後を受け、2010年頃から家庭菜園市場は拡大傾向にあったが、今回の「ステイホーム」で外出自粛が続く中、自宅の庭やベランダ、近隣の市民農園などの屋外でリフレッシュでき、さらには各種ハーブや野菜も楽しめるレジャーとしてあらたに始める人が増えてきている。「レジャー白書2019」(公益財団法人 日本生産性本部)によると、2018年における「農園・市民農園」の参加人口は前年比102.9%の360万人となっている。参加人口を見ると男女共に60~70歳代が占める割合が大きく、約6割をシニア層が占める状況にあったが、外出自粛、テレワークの定着など“おうち時間”が増えたことで、40~50歳代の裾野が大きく拡大している状況にある。

家庭菜園が拡大するベース市場の醸成

手軽に始められる家庭菜園ではあるが、植物を育てたことのないユーザーにとっては、失敗も多いのが家庭菜園の難しさでもある。いかに成功体験をユーザーに提供できるかが、家庭菜園の拡大と定着には不可欠となるが、ここ数年で拡大が始まったマーケットではないため、初心者にも始めやすく、失敗を少なくするベース市場が形成されてきており、これが今回の「ステイホーム」の影響下で始めた新しいユーザーと結びつくことで、マーケットの裾野の拡大が大いに期待できる。家庭菜園を始めるには、野菜等の種子や苗が必要となる訳であるが、大手種苗メーカーを中心に、病気になりにくく、プランターや狭小地でも育てやすいようあまり大きくならないような品種を選定した家庭菜園苗シリーズが人気を博している。大手のサカタのタネは、オリジナル家庭菜園苗「おうち野菜」シリーズを2015年から販売しているが、初心者でも栽培できる野菜苗として発売以来、売上好調である。同シリーズの最大の特徴は、栽培中の悩みや問題点を電話・インターネット・LINEで受け付けるコンシェルジュサービス「サカタコンシェル」を通じて、気軽に専門家に相談できるサービスまで付いていることにある。

また、自宅の庭やベランダではなく、もう少し広い場所で家庭菜園をしたい場合、市民農園や貸し農園などを利用することとなるが、市民農園の開設数は、農林水産省の調査によると2017年度末(2018年3月末)時点で、全国で4,165農園が開設されており、近隣で貸し農園を探すことは比較的容易な環境となっている。更に、ここ数年、貸し農園事業に参

入している企業も増えてきている。民間企業運営の貸し農園は、地方自治体が運営する貸し農園に比べ利用料金は割高であるが、道具のレンタルから栽培指導、収穫後のイベントまで、幅広いサービスを揃えており、園芸ビギナーである30~40歳代、団塊の世代(70歳代)を中心に利用者が増えている。貸し農園事業を展開している企業・団体は、アグリメディアの「シェア畑」、小田急ランドフローラの「アグリ成城」、東邦レオの「まちなか菜園」、マイファームの他、アーバン・ファーマーズ・クラブ(UFC)などのNPO法人など多数がある。UFCでは、2014年から農業体験ができる「ウィークエンドファーマーズ」などのイベントを開催してきたが、その後、口コミでの人気から、ビル屋上にて菜園運営を展開するに至り、現在は、渋谷(渋谷川沿い)、表参道(東急プラザ屋上)、恵比寿(恵比寿ガーデンプレイス屋上、ウノサワビル屋上)の4ヶ所の農園を運営する。UFCの会員数は2019年10月現在で300名以上に達している。貸し農園を運営する企業も2020年春シーズンについては、緊急事態宣言を受けて、4月中は新規受け付けをストップした企業もあったが、その後も「ステイホーム」で外出自粛が続く中、屋外でリフレッシュできるレジャーとして、問合せ・契約件数ともに大幅に増加しているという。

「生産緑地」の2022年問題

このように、新型コロナウイルスの感染拡大に伴う外出自粛要請や「ステイホーム」などの影響により、家庭菜園市場は注目度が大きく高まってきているが、それを更に後押しする可能性が高い事情もある。

農林水産省と国土交通省が中心となり、2022年に期間満了を迎える都市部の農地「生産緑地」を維持するための対策として様々な規制緩和がなされてきている。現在の「生産緑地」は、1992年に都市部に農地を残す目的で導入された。地主には30年にわたる税優遇を認める代わりに、営農を義務付けてきた。全国には約1万3,000ヘクタールあり、その内、東京都が約1/4にあたる約3,200ヘクタールを占めている。前述の税優遇措置が期間満了を迎える2022年以降に「生産緑地」の宅地転用が加速することが懸念される中、法改正による地主の相続税の猶予や、硬直的な土地の貸し借りの仕組みを柔軟化させ、自作中心主義から、相続の際に第三者に農地を貸しても相続税の納税猶予が継続することになり、自ら農業をしなくてもNPOや貸し農園を運営している企業に貸して、市民農園などとして活用すれば相続税猶予の対象とするなどの規制緩和が進められてきた。

今後、こうした都市部近郊の比較的利便性の高い「生産緑地」を活用した市民農園が更に拡大する可能性が見込まれており、家庭菜園市場を大きく後押ししていくだろう。

事業内容

ビジョンを描き、成果を出す。私たちは、マーケティングのプロフェッショナルとして、顧客の未来づくりに参画します。

Research & Planning

自主企画調査から受託調査まで、お客様の経営課題を解決します。

自社企画調査資料

各業界の市場情報を独自に調査し、オリジナル資料として提供します。

受託資料

お客様の成長を具体化するための戦略的な市場調査を提案します。

シンクタンク機能

蓄積された市場情報をベースに、産業政策や公共政策について提言を行います。

会社概要

- 会社名：株式会社矢野経済研究所
- 資本金：1億円
- 代表：代表取締役社長 水越 孝
- 設立：1958年 創業者矢野雅雄が株式会社矢野経営研究所を設立
- 従業員数：192名(2020年3月現在)
- 加盟団体：日本マーケティング・リサーチ協会
- 1961年 株式会社矢野経済研究所と改称

本社

〒164-8620
東京都中野区本町2-46-2
中野坂上セントラルビル
(受付 6F/YDB 5F)
TEL: 03-5371-6900(代)
FAX: 03-5371-6967

大阪支社

〒541-0052
大阪府大阪市中央区
安土町1-8-6
大永ビル5F
TEL: 06-6266-1381(代)
FAX: 06-6266-1389

名古屋支社

〒460-0004
愛知県名古屋市中区
新栄町2-3
YWCAビル3F
TEL: 052-962-2461(代)
FAX: 052-962-1920

ソウル支社

〒110-755
ソウル特別市鍾路区
鍾路1ギル42 402号
(寿松洞、Leemaビル)
TEL: +82-2-735-2280
FAX: +82-2-735-2290

上海事務所

〒200041
上海市静安区
南京西路1038号
梅龍鎮広場1609A室
TEL: +86-21-6218-1805
FAX: +86-21-6218-6822

● 問い合わせ先 ●

マーケティング本部 地域営業推進グループ

電話 03-5371-6911 メール marketing@yano.co.jp



これらの記事は
当社のHPで
ご覧頂くことが
できます。



調査や資料の
お問い合わせは
こちらまで。