

LOHASの視点で社会を見てみると
サステナブルな社会のイメージが見えてくる

食生活

有機（オーガニック）農産物
無添加食品
マクロビオティック



服飾・美容（ファッション&ビューティー）

有機綿（オーガニックコットン）

自然化粧品

竹布

フェアトレード

お花もエコラベル



住宅 / 家具・家庭用品

環境に配慮した住宅やリフォーム
環境負荷の低い生活用品の利用
リサイクル製品
省エネ家電等



ECOLOGICAL LIFESTYLE 2

余暇・観光・旅

- ・ 自然の素晴らしさを五感で堪能
- ・ 自分と向き合う時間
- ・ グリーンツーリズム
- ・ 地元の旬の食材 / 季節の景色
- ・ 学ぶ、交流する、作る楽しみ

4月千葉



7月湯布院

修善寺



9月沖縄 日の出



ALTERNATIVE HEALTHCARE

オルタナティブ・ヘルスケア

心と身体全体をホーリスティックに診る

<代替医療>

漢方、中医学（中国）

ホメオパシー（ドイツ）

アーユルヴェーダ（インド・スリランカ）

アロマセラピー（フランス、イギリス）

はり・整体（中国、日本）等

マクロビオティック

<統合医療>



PERSONAL DEVELOPMENT

心を豊かに / 自己開発

精神とカラダのバランス
ヨガ、ピラティス、フィットネス
自己啓発、能力開発、学習
瞑想、座禅、気功



SUSTAINABLE ECONOMY

持続可能な経済

低炭素（カーボンオフセット）
自然エネルギー
グリーンビルディング、都市計画
S R I（社会的責任投資）
C S R（企業の社会的責任）
カーシェアリング・路面電車・
自転車利用 等



小舟木エコ村(滋賀県)

- **生活起点** **社会・世界・地球的視野**
- 由来にこだわる
- 毎日の暮らしで、できることから始める。楽しむ。
- ライフスタイル、ワークスタイル
- 志と良心のある、意識の高いビジネス

- **健康、環境、そして社会性**
- 日本の文化、暮らし、思想の再認識
- 自然の一部、自然に愛されている感覚

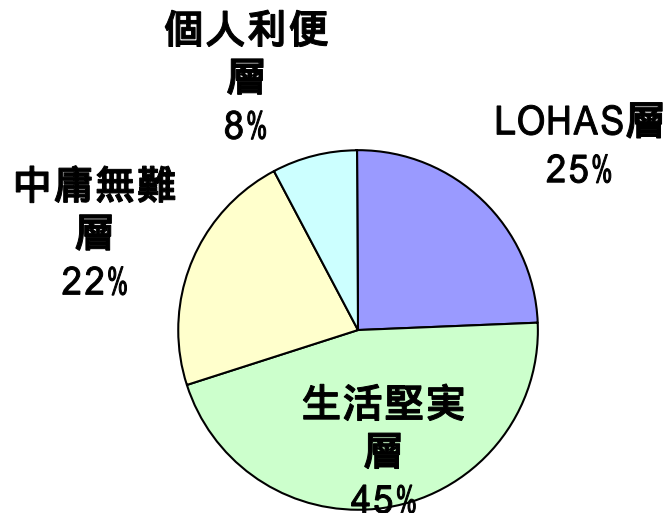
- サステナビリティは“思いやり”
- **社会全体を造り変える：サステナブルな社会へ**

LOHASな人はどんな人？

- 健康・環境・社会性に関心を持つ -

日本のLOHAS層は4人に1人(2007年)

- ・日本のLOHAS層は4人に1人
- ・いかにして生活堅実層の行動を促進するかが鍵



出典：イースクエア調査(2007年)

LOHAS層 (24.6%)

環境・健康に対する関心が高く、実際に行動に移す。社会的課題全般に対する意識も高い。自己を高めることに関心が高い。価値観に合う企業の商品・サービスを積極的に購入し、家族や知人にもすすめるなど情報発信力も高い。

生活堅実層 (45.6%)

環境・健康・社会的課題への関心レベルは全体平均と同程度。中庸無難層や個人利便層に比べると関心は高い方であるが、環境に配慮した商品に対してコストをかけるなど、実際の行動までには至らない。

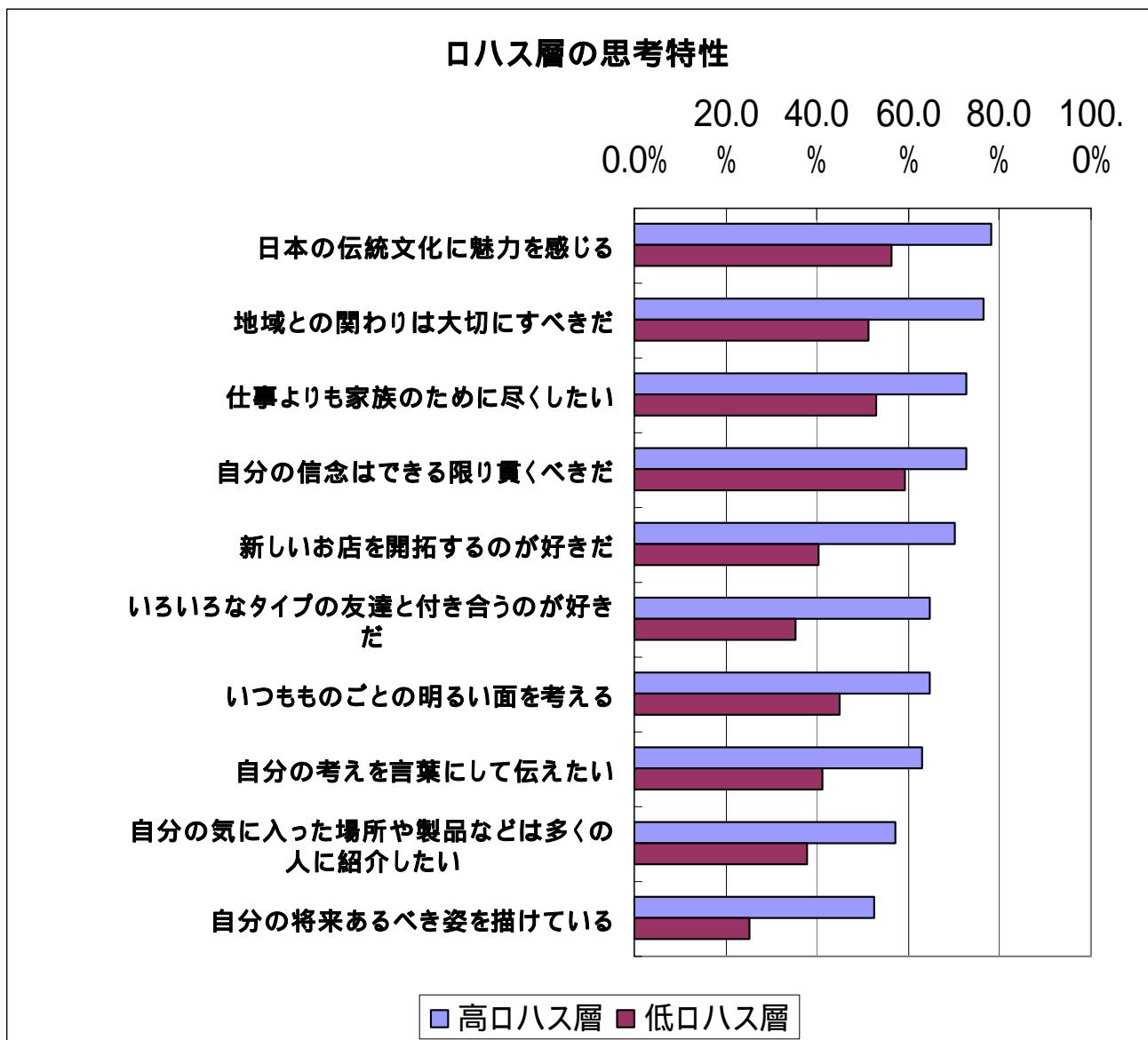
中庸無難層 (22.0%)

特に突出した意見、価値観を持たず、環境・健康・社会的課題への関心は全体に比べて低い。流行やブームに流され、周囲との同調志向も強い無難な層。

個人利便層 (7.9%)

環境・健康に対してほとんど関心を示さない。社会的関心も薄い。環境配慮に対しては、一部において忌避感すら持っている。

LOHAS層の思考特性



LOHAS層の属性と特徴（各種調査より）



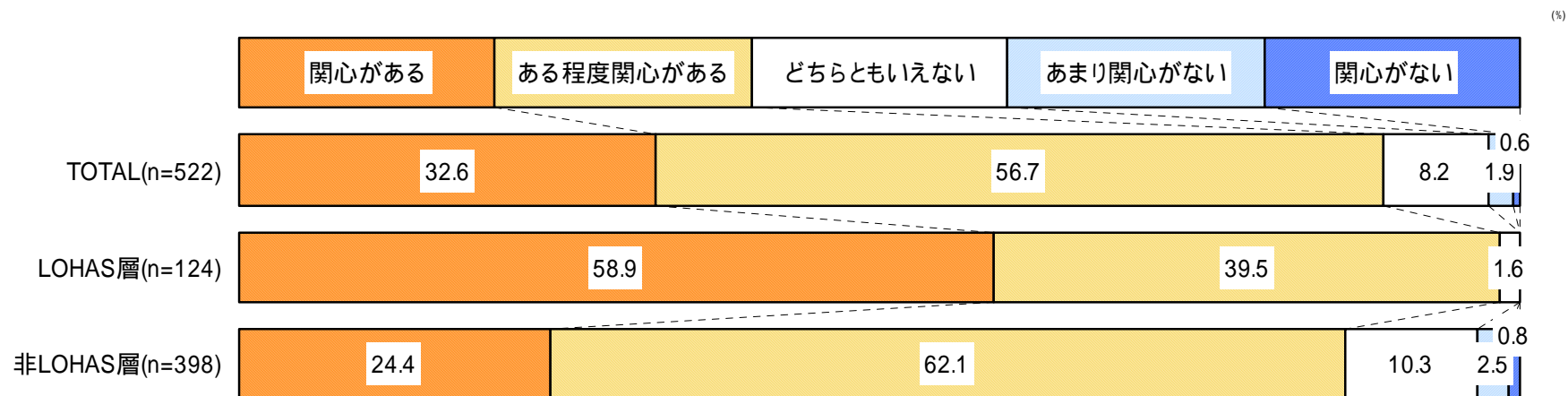
- ・男性にも女性にもLOHASな人はいる。若干、50～60代に多い
- ・大卒以上が半数近くで高学歴の傾向
- ・年収では600万円以上が約5割でやや高め
- ・口コミやWEBサイトなどでの**情報発信力が高い**
- ・健康、環境そして**社会的課題**への関心が高い
- ・新しいものが好きで、試したが、良いものは人にすすめる
- ・日本の暮らしや文化に魅力を感じている
- ・色々なタイプの人と付き合うのが好き
- ・自分の考え、自己表現を重視



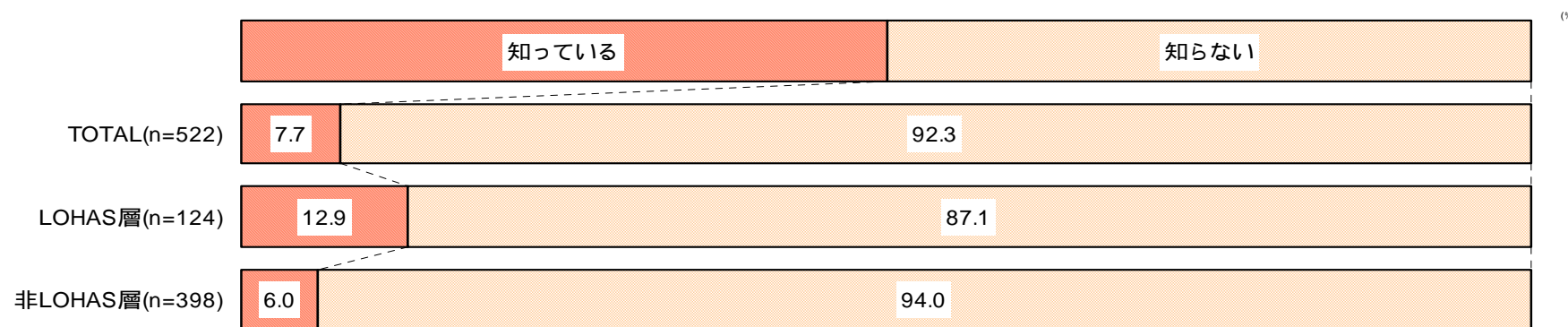
性別、年代、教育水準、年収などの差を問わず、LOHAS層は存在している。

ロハス層の温暖化問題への関心は高い

- ・ 三人に一人は、温暖化問題に関心がある
- ・ しかし自分の家庭からどれだけ排出しているかほとんどの人が知らない



Q4 あなたは、あなたの家庭(電気、水道、車等)から出される二酸化炭素の量がどれくらいか知っていますか。(回答は1つ)
【表側】LOHAS

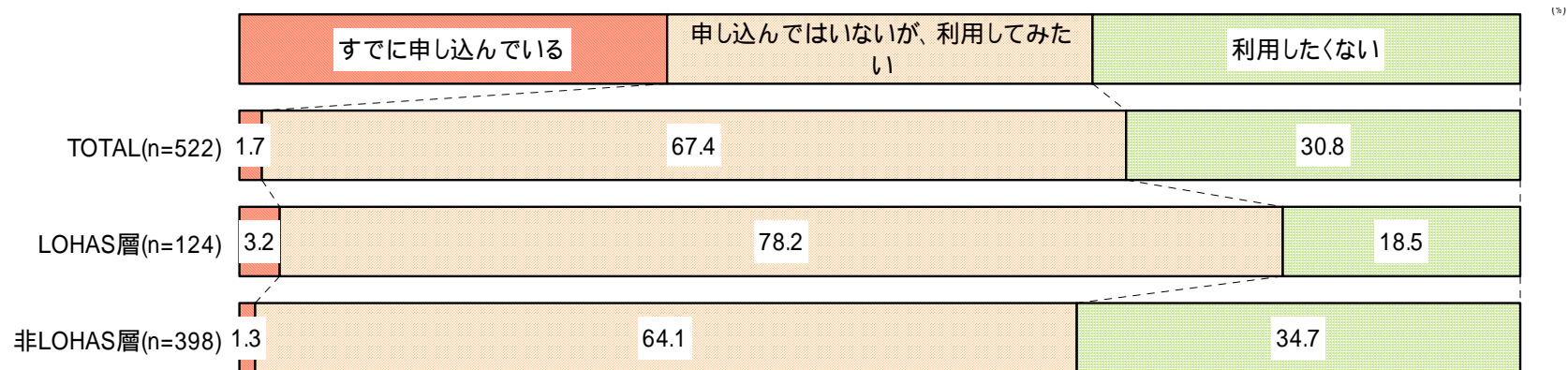


カーボンオフセット付き年賀状



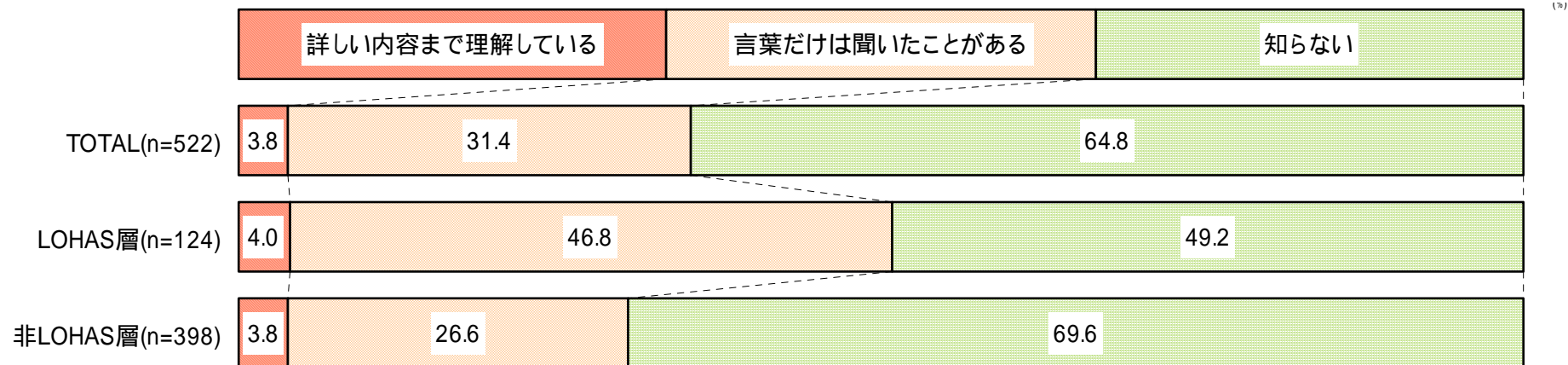
今年売り出された「カーボンオフセット付き年賀状」

三人に二人が「利用してみたい」！



カーボンオフセットへの関心

三人に一人は、「カーボンオフセット」聞いたことがある



約半数が、自家用車のオフセット、年間6,000円までなら利用したい

