



LOHAS (ロハス)

環境問題に対する取り組みが世界的な規模で議論されるなど、地球環境に対する関心が高まるなか、「LOHAS」と呼ばれるライフスタイルが注目を集めています。LOHAS (Lifestyles Of Health And Sustainability) とは、1990年代の終わりにアメリカで考えられたマーケティング用語で、健康と地球環境に配慮するという価値観に基づいたライフスタイルのことです。従来のエコ活動が、儉約や環境運動のようなストイックなものになりがちであったのに対して、LOHASはむしろ、健康や環境に配慮しながら、快適さや自分らしい生き方を追求することに特徴があります。具体的には、次の5つのポイントが挙げられています。すなわち、①省エネ商品や、自然エネルギーなどを利用した「持続可能な経済」、②オーガニック食品や自然食品を選択する「健康的なライフスタイル」、③予防医療や代替医療などの「代替ヘルスケア」、④ヨガやフィットネス、能力開発などを通じた「自己啓発」、⑤エコツーリズムや環境に優しい商品を中心にした「環境配慮型ライフスタイル」、です。

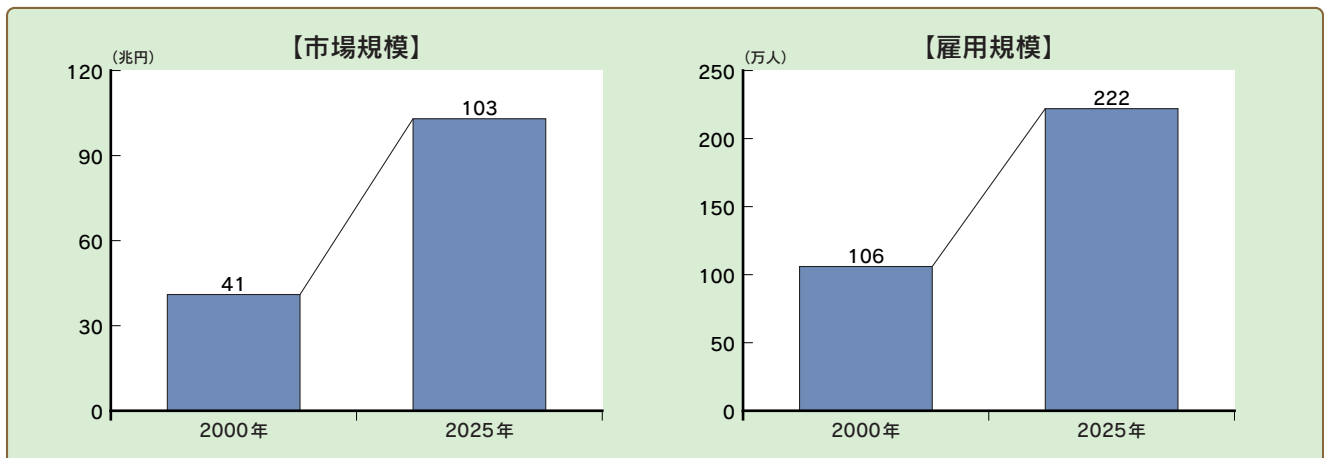
LOHASには厳格な定義があるわけではないため、関連ビジネスは多くの分野に及んでいます。日頃の運動や食事に気を配り、自然素材を使った衣料を着て、太陽光発電を利用した住宅に住み、ハイブリッドカーを購入するという具合に、日々の生活のあらゆる分野で健康や環境に配慮したLOHAS的な商品が開発されています。

わが国でも、今後こうしたLOHASマーケットが、新たな消費の牽引役となることが期待されています。環境省が試算した、「環境誘発型ビジネスの市場規模及び雇用規模の現状と将来予測についての推計」をみると(図表)、2025年の環境誘発型ビジネス市場(注)は、市場規模で2000年の約2.5倍である103兆円、雇用規模は約2倍の222万人まで拡大することが見込まれています。

LOHASは環境と消費を結び付けるキーワードであり、「エコ(環境への配慮)」と「エゴ(自分らしさの追求)」の調和を目指すものです。持続可能な経済・社会の実現のためには、こうした考え方が重要であるため、消費者意識の変化に加えて、企業サイドにもLOHAS的な消費を一時的なブームに終わらせないための、より魅力的で環境負荷の低い商品やサービスの開発が求められましょう。 池野 哲宜

(注)「環境誘発型ビジネス」とは、「環境ビジネス」よりも広い概念で、環境保全を考えた消費を誘発するビジネスを含んだものと定義されている。
例えば、省エネ型家電製品の開発・販売などである。

図表 環境誘発型ビジネスの市場規模及び雇用規模の現状と将来予測についての推計



(資料) 環境省「平成17年版 環境白書」