

## ■日本における健康ビジネスの発祥と歴史

健康ビジネスが、いつ頃から人類史に誕生したのかは、文化的、社会学的な見地からも非常に興味深い。定説として、古代エジプトではすでに人々を健康から守るためには、環境の衛生状態を保つ事が重要であるという予防の概念があったとされている。また、日本の七五三や、雛祭り、節句など子供に関わる行事は、大半が子供の健康と成長を願った儀式であり、この場合の神社や神主は、健康ビジネスの供給者と考えることができる。

現代社会における健康ビジネスが、病気の治療よりも「予防」に重点が置かれている点、また、「健康でありたい」という万人の願いのもとに成り立っている事を考えれば、古代からの健康ビジネスと現代社会における健康ビジネスは、その根底的な顧客ニーズと基本概念は大きく変わっていないと考えることができる。

さて、ここでは、1926年(昭和元年)から1995年(平成7年)までの出来事から、幅広く心身の健康ビジネスに関わると思われるものを年表にした。産業分野における技術革新や新テクノロジーが日本人の暮らしとともに健康状態を向上させ、また「より健康に…」という人々の願望を高めてきた歴史とも言える。

(年表 別ファイル)

## ■現代健康ビジネスの特徴

現代健康ビジネスの特徴は、大きく次の三点が考えられる。第一に、健康事業の供給者が保健医療専門家から民間企業へと変わってきている点である。第二に、健康の概念が拡大している事である。第三に、消費者がすぐには入手できない「健康」の代替価値の提供である。

端的に言えば、現代健康ビジネスは、供給者が国や自治体、医師や保健婦などの保健医療専門機関や専門家から、民間企業に変わったことによって、「健康」が他の一般商品やサービスと同じような位置づけになり、付加価値が重視されるようになったという特徴があげられる。

### ①保健医療専門機関から民間企業へ

平均寿命と乳幼児死亡率は、国民の健康レベルを計る基本的な指標として知られる。日本は、この2つの指標において世界トップクラスにある。世界の国々と比較しても日本人が、長期生存という意味においては、社会的に健康に恵まれた環境で暮らしていると考えて良いだろう。

つまり、すべての国民に平等に生存を保障し、最低限の健康的環境を提供するという国家的使命は達成されたといえる。基本的なニーズが満たされた消費者が、次のステージとして多様化、高付加価値化、差別化を求めることはマーケティングの基本的なセオリーである。そして、国家および行政機関が、多様化ニーズ、高付加価値化ニーズ、差別化ニーズに応えることは不可能であることは言うまでもない。これらのニーズに応え、健康マーケットを担っているのは民間企業だけである。

### ②拡大する健康概念

現代社会に生きる人々にとって「健康」は、肉体的健康だけを指しているわけではない。世界トップクラスで長期生存が保障された日本人にとって「健康」とは生命のことではなく、人生のことであり、生活全般の事である。作家のヘミングウェイは、「人間にとって何が重要か。それは健康であること、良く働くこと、友人と飲み食いできること、恋愛ができること…」とあげている。この言葉はまさに現代社会における健康概念を適確に表現していると思われる。肉体的に健康であっても、働けない、友人知人がいない、愛するものがいない状態では、人は健康であるとは言えないのである。同様に、日本語の挨拶である「お元気ですか？」という言葉も現代社会における健康概念をうまく示している。「お元気ですか？」という言葉は、身体的健康度合いだけを聞いているわけではない。そこには「あなたを取り巻く様々なことは、うまくいっていますか？」という意味合いが強い。逆に、関西地方で使われる「もうかりまっか」も、事業収益をだけを尋ねているわけではない。それはまさに「うまくいっているか」という意味がこめられている。

雑誌やマスメディアから伝えられる「健康」は、ファッション、セラピー、リラクゼーション、快眠、ウォーキング、ダイエット、美容など、従来の保健医療分野からはみ出したものが多い。これらは「元気でいたい」そして「うまくいっている状態」を求める人々への対応なのである。

### ③「健康」の代替価値

保健医療的に考えれば、健康回復、健康維持、健康増進は1日にしてならずである。しかし、人々のニーズは「すぐに健康に…」「早く健康に…」である。現代社会のスピードは非常に速く、ドッグイヤーとよばれている。これは、犬の成長が人間のほぼ7倍のスピードであることから名づけられた。ファーストフードに行けば1分もかからずに食事を手に入れられる人々にとって、健康獲得のための長期戦は苦痛以外

の何物でもない。

そこで「これを飲めばスグ健康になる」「これをやればスグ健康になる」「これを唱えればスグ健康になる」という詐欺的商法が後をたたないわけである。

人々は、早い成果を期待している、これは健康ビジネスに限らず、すべての分野における顧客ニーズと考えることができる。詐欺商法は別としても、すべての健康ビジネスはこの期待に何らかの代替価値で応えなければならない。商品やサービスを購入して、30年後にやっと健康が手に入るのでは消費者は納得しない。購入した直後、使用期間中を通じて「健康」そのものではなくてもいいから、「健康」に関連した付加価値を提供してほしいと人々は思っている。

例えば、スポーツクラブは健康ビジネスの代表的な事例のひとつだが、「健康」以外にも様々な付加価値を提供している。

スポーツクラブで手に入れられる健康の代替価値	
ステイタス	スポーツクラブの会員であることは、ある人々のステイタスを満たす
健康的な生活習慣の継続	費用を払っている限りは「行かねば」という気持ちになるので、定期的に運動するという健康的な生活習慣を手に入れやすい
良いスタイル	肥満の是正は健康に良いが、それ以上に「すてきな体型」になれる価値がある
共通の趣味趣向、目的を持った友人知人	スポーツクラブには日頃は出会う機会のない、様々な職種や年齢層の人がおり、これらの人々と知り合えるチャンスがある
清涼感	毎回、運動した後のさわやか感を得ることができる
数値的指標	運動量、身体機能など、運動した成果を数値で確認することができる
自信と安心感	専門家の指導による健康投資(インストラクターの指導のもとに、自分は運動している)という自己健康管理への自信と安心感

このように見ると、「健康」そのものよりも、健康ビジネスを通じて得られる代替価値こそが人々にとって魅力的だと考えることができる。また、それは健康ビジネスにおける大半の商品、サービスについても同様だと思われる。

健康ブームの現在、多くの人々が「健康」を求めているが、「健康」への考え方や概念は個人によって様々であり、しかも個々の人は自分が求める健康像について明確なわけでもない。そこで、健康ビジネスの供給者は、消費者に魅力的な健康像を提供し、また健康に関する代替価値も提供しなければならない。

## 1-2 産業と健康

ここでは、各産業の事業が、人々の健康にどのように関わっているかを表にした。一見、健康とは無関係の産業も何らかのかたちで人々のライフスタイルに関わっており、そこから人々の健康的な生活に関与している。

### 【製品・サービスと人々のライフスタイル】

産業分類	代表的な業態	代表的な企業名	E/P	代表的な消費者購入物 (直接購入以外のも含む)	人々のライフスタイルへの影響
水産・農林	水産物の開発輸入・買い付け 種苗生産 農作物生産 畜産/精肉	マルハ/日本水産 サカタ 農家 畜産業	e/p	魚・介介・海産物 加工物 米、野菜、乳製品などの食物	毎日の食事を通じて水産・農林業は、直接的に人々の健康に影響を与える。また、食物の保存や流通の方法の変化は、料理の種類や買い物の頻度というライフスタイルへの影響もある。
鉱業	鉱山専業 天然資源	住友石炭鉱業	p	(斜陽)	
建設	ゼネコン 建設会社 工務店 各種工事会社 住宅販売	清水建設 藤木工務店 三井ホーム	e/p	住宅 マンション リフォーム 公共建築物 道路、下水道、公園など公共場	どのような住宅に住むかは、人々のライフスタイルに影響がある。また、個々の住宅の仕様だけでなく、集合住宅や2世帯住宅、地域開発の提案は、人々の家族感、地域感にも影響を与える。
食料品	食品メーカー 酒メーカー 煙草メーカー	味の素 サントリー JT	e/p	食料品 酒 煙草	食料品業は直接的に人々の栄養・食生活に影響を及ぼす。特に食に関わるライフスタイルへの影響は絶大であり、日本の食卓の風景そのものに関わり、さらにはそこから家族感や交友イメージにも影響を持っている。
繊維製品	繊維会社 ファッションメーカー	カネボウ ワコール	e/p	洋服/着物 カーテン、布団など繊維製品	衣服やインテリア製品は、人々のアイデンティティ形成に大きな役割を持っている。どのようなファッションが流行するかは、社会的なムーブメントに影響がある。
パルプ・紙	製紙会社 包装資材 ダンボール	王子製紙	e/p	紙製品 ティッシュペーパー トイレットペーパー ノート	紙製品は生活の様々な場面にあり、人々のライフスタイルへの影響が大きい。ティッシュペーパーやキッチンペーパーの発明は人々の暮らしを大きく変えてきた。
化学	化学品	花王	e/p	化学製品(主に部品/素材) 化粧品、洗剤、薬品	化粧品は人々のアイデンティティに影響し、洗剤などは家事のやり方への影響が大きい。
医薬品	医薬品 健康食品	三共	e/p	医薬品 健康食品 医薬部外品 衛生用品	医薬品や健康食品は人々の健康そのものに大きな影響力を持っている。
石油・石炭		日本石油	e/p	石油 ガソリン 石炭	石油・石炭は間接的に人々の移動や冷暖房に関与している。これらの供給状態は、人々のライフスタイルに大きな影響を及ぼす。
ゴム製品		住友ゴム オカモト	e/p	タイヤ コンドーム スポーツ用品 靴	これらの製品は、人々が使う製品の部分として使われている事が多い。

ガラス・土石製品		旭ガラス	e/p	ガラス コンタクトレンズ 陶器 食器 セメント	これらの製品も人々が日常使う製品の部分であることが多い。コンタクトレンズなどは人々のQOLにも影響する。多機能ガラスは住宅の快適性や利便性を高めるという面もある。
鉄鋼	製鉄 製鋼 鋼板	日本鋼管 新日鉄	p		鉄は日常生活のあらゆる場面で使用されている。人々にとっては住宅関連が最も身近である。
非鉄金属		三菱マテリアル	e/p		これらの企業は多角化を推し、直接的に消費者に供給していることも多い。
金属製品		トステム	e/p		例えば、財産としての金、住宅関連用品などが代表的である。
機械	工作機械	日本精工	p		
電気機器		東芝 ソニー 富士通	e/p	家電製品 AV製品 パソコン 通信機器	いわゆる家電は、人々のライフスタイルに最も影響を及ぼすものの一つである。家事、娯楽、勉強、仕事のやり方への影響力を持っている。
輸送用機器	自動車 造船	トヨタ 日立造船	e/p	自動車 オートバイ 自転車	人々が持つことができる移動手段である。これらの製品は、生活や仕事の利便性からレジャーまで広く人々のライフスタイルに影響を与える。自動車は家族感にも影響を与えている。
精密機器		ニコン セイコー	e/p	カメラ 時計 シン	これらの製品は人々の趣味や暮らし方に影響を持っている。特に時計のデジタル表示は、人々の時間感覚にも影響を及ぼした。
その他製品	印刷 木材 スポーツ用品 宝飾品 楽器 住宅設備機器 育児用品 インテリア 玩具 文房具/事務用品 出版社	大日本印刷 天龍木材 ミズノ キキモト ヤマハ クロナップ ビジョン パラマウントベッド バンダイ リトラブ 講談社	e/p	スポーツ用品/道具 宝飾品 楽器 システムキッチン/ユニットバス ベビー用品 インテリア用品 玩具 文房具/事務用品 本	これらの製品は生活必需品というよりは、人々にとって付加価値のある製品である事が多い。健康よりもQOLに影響を与えることが多い。例えばベビー用品の開発は母親の育児方法や育児時間に影響を与える。新しい楽器やその演奏方法は、人々に新しい趣味を提供するなどである。し豊かな時代においては、これらの産業が基幹産業に与える影響も無視できない。
卸売業	商社	三菱商事	e/p		商社は、直接的に消費者に関することは少ないが、他の産業への影響力が大きい。
小売業	通販 各製品の販売 外食産業 スーパーマーケット コンビニ/キオスク 百貨店 ファッションビル 商店/店舗	ニッセン デニーズ ダイエー セブンイレブン 伊勢丹 パルコ	e/p	通販での買い物 インターネットでの買い物 百貨店での買い物 スーパーマーケットでの買い物 ファッションビルでの買い物 商店/店舗での買い物 レストラン等での食事	小売業は、人々が最も身近に製品・サービスを購入する窓口である。小売業が何をどのように販売するかは、人々のライフスタイルに大きな影響がある。また、強い小売業は大メーカーが製造したものを販売するだけでなく、大メーカーに消費者ニーズをフィードバックし、開発に関与するなどの主導を持っていることも多い。

銀行	銀行 信用金庫 信用組合		e/p	融資 預金 ATMサービス 講堂昇降 給与振込み 金融商品/財テク 税務対策	銀行や金融機関、証券会社は、人々の経済生活に大きな影響力を持っている。 人々は、自分のお金の配分をこれらの機関の情報に頼るところが大きい。どのくらい貯金すべきか、どのくらい投すべきか、どのくらいまでなら借金しても大丈夫か、などである。 その一方で、人々とこれらの金融機関の関係は、その間に勤務先、自動車/住宅などの大型消費財などの販売店が入っている事も多い。
その他金融	クレジット リース ローン 消費者金融 商工ローン	JCB  武富士 日栄	e/p	クレジットカード 自動車などのリース 自動車/住宅などのローン 融資	
証券・商品先物	証券会社	野村證券	e/p	証券売買 金融商品/財テク	
保険	保険会社	日本生命 東京海上火災	e/p	生命保険 損害保険 金融商品/財テク 税務対策	保険会社も金融機関と同様に、人々にお金を通じての影響力を持っている。
不動産	不動産会社 マンション経営 ビル経営	三菱地所 大京 森ビル	e/p	土地購入 住宅購入 税務対策	不動産会社は住宅メーカーと同様に、住宅を通じて人々へのライフスタイルに影響を及ぼす。
陸運	鉄道会社 運送会社 引越センター 宅急便会社 タクシー会社 バス会社	JR 日本通運 サカイ ヤマト運輸 大和自動車交通 北海道中央バス	e/p	鉄道利用 引越サービス利用 宅急便利用 タクシー利用 バス利用	交通機関は、通勤通学、旅行などを通じて、人々へのライフスタイルに影響を及ぼす。また、宅急便会社はそのサービスを通じて、人々の利便性や簡便性を高めている。
海運	船会社	日本郵船	e/p	船の利用	
空運	航空会社	日本航空	e/p	飛行機の利用	
倉庫・運輸	倉庫会社	日本橋倉庫	e/p	倉庫の利用	倉庫の利用は、一般的にはあまり普及してはいるが、住宅の狭さを解決する方法としても活用される。
通信	電話会社 通信社	NTT 共同通信社	e/p	電話の利用 インターネットの利用	電話、通信会社は人々のコミュニケーションに大きな影響を及ぼす。また最近では、IT化推進によって、ライフスタイル全般に影響を及ぼすようになってきている。
電気・ガス	電力会社 ガス会社	東京電力 東京ガス	e/p	電気の利用 ガスの利用	電気・ガスは人々の暮らしに不可欠なエネルギーで、これらの供給状態、価格設定は人々の暮らしに大きな影響を与える。

サービス	放送局 映画/演劇会社 清掃会社 学習塾経営 おけいこ/スポーツクラブ 葬儀会社 遊園地/アミューズメント 経営 ホテル 警備会社 クリーニング会社 浴場 旅行代理店	日本放送 東映/歌舞伎座 ダスキン  ディズニーランド 帝国ホテル セコム 白洋社  日本旅行	e/p	放送の視聴 映画/演劇の鑑賞 学習塾 おけいこ/スポーツクラブ 葬儀 遊園地やアミューズメントの 利用 ホテルの利用 セキュリティサービス クリーニング 旅行	サービス業は、人々にモノではなく、サービスを提供することで成り立っている。 人々が購入するサービスは、自分ではできないので購入するサービス、自分でもできるが購入するサービスの2種類に分けられる。後者の場合は、人々は時間や高い品質を購入していることとなる。
------	---	--	-----	---	--

### 1-3 健康ビジネスが流行する理由

なぜ健康ブームなのか、なぜ健康ビジネスが流行するのかを考察する事は、今後の商品やサービスの開発に役立ち、また健康ビジネスへの新規参入を考える人々にとっては重要なコンセプトワークになる。ここでは健康ビジネスが流行する理由を、主に消費者側の要因(ニーズ)として4つの観点からまとめた。

#### ■豊かさを背景とした不老長寿へのあくなき願望

前述したように日本は世界トップクラスの長寿国である。戦後の悲惨な状態を乗り越え、日本が世界トップクラスの長寿国となった理由として、奇跡的な経済成長と高い教育水準があげられる。現在の平均寿命は男性〇〇.〇歳、女性〇〇.〇歳(2001年)であり、65歳未満で日本人が死亡する確率は1割である。大半の日本人は、自分が80歳程度まで生きることを知っており、その思いは加齢とともに強まっていく。その反面、老人の社会的入院、介護などが社会問題化しており、人々は「元気じゃない老人」になることを恐れている。

日本は国民に長寿を実現する社会環境を提供してはいるものの、長寿の結果として「元気な老人」であるか「元気じゃない老人」になるかは、個人の努力や取り組みによるところが大きい。また、核家族化が進み、日本経済の低迷も深刻化するなかでは「元気じゃない老人」になっては、何のための長寿かわからない。保健医療専門家が提唱する「健康寿命」は、個々の人々にとっては、1日でも長く自立した老人であり続けたいという願いにほかならない。

#### ■成熟社会における誰もが疾病予備軍

日本の長寿実現と低い乳幼児死亡率は、感染症が激減した事が大きく影響している。感染症は激減したが、豊かさを反映した喫煙と過度のアルコール摂取、欧米化した食事、交通機関や情報通信技術の発達による運動不足、複雑化する社会へのストレスなどを原因として、生活習慣病が急増している。

生活習慣病は、人生も終り近くなった高齢者特有の疾患が人生半ばの成人に増加していることから、成人病と呼ばれていたこともある。しかし、現在では、生活習慣病は成人どころか、その兆しが未成年者や子供にまで拡大している。

生活習慣病の原因は、特定のウィルスなどではなく個々の生活習慣やライフスタイルが、病気をつくりだすと考えられている。毎日の暮らし方や趣向などが病気の原因になったり、病気の予防になったりする、というのが生活習慣病の特徴である。

日本人の死因、健康問題として生活習慣病が目ざされた事が、健康ブームや健康ビジネスの流行に大きく影響している。なぜなら、個々の生活習慣やライフスタイルは保健医療分野の専門家の範囲にはなく、民間企業すべてが参入可能だからである。また個人にとっては、生活習慣病は医療機関で予防・治療するというよりは、毎日の暮らしを通じて予防・治療するものである。ここに1億3000万人の生活そのものを対象とした大マーケットが誕生したわけである。



## ■ 日本経済の衰退と福祉国家崩壊

日本は世界的に見れば豊かで恵まれた社会であるが、バブル期に夢見た超右肩あがり成長を信じた国民からすれば、今は最悪の事態である。金融危機、医療制度改革、リストラ、賃下げ、年金危機などが報じられることによって、人々は自衛の気持ちを強める。

ますます悪くなるであろう社会を予想した時、人々の「身体が資本」や「家族が健康であれば幸福」という気持ちは高まっていく。皮肉な事に、日本経済の調子が悪ければ悪いほど、医療や福祉が削減されるほど健康ブームは高まり、健康ビジネスのチャンスは拡大する。

## ■ 21 世紀型疾病の認知と増加

感染症が激減し、生活習慣病が日本人の健康課題となったことは、健康ブームや健康ビジネスの流行に大きく影響している。その反面、従来とは異なる疾病が人々を脅かしている。これらの 21 世紀型疾病の増加も健康ブームや健康ビジネスに大きく影響している。

第一に、激減したとされる感染症に新たなウイルスが登場したことである。エイズや O 157 などは人々にとって身近な脅威である。第二にアレルギーなどの疾病である。花粉症、シックハウスなどに悩む人は多く、社会的な問題にもなっている。第三にいわゆる心の健康の問題である。1999 年に過労による自殺がはじめて労働災害として認定され、その後、厚生省(現:労働厚生省)によって 2000 年 8 月に「事業場における労働者の個々の健康づくりのための指針」が発表された。それまで、不眠、様々な依存症、うつ病、多動症、PTSD などは、従来は個々の人格や性格として扱われることが多かったが、この一連の流れによって「疾病」としての市民権を確実に得たと考えられる。

これらの 21 世紀型疾病は、今後ますます増加し、認知されるようになることが予測される。

さらに、この健康ブームは人々に不健康の不安をもたらす要素もある。新聞、雑誌、テレビを通じて常時、健康や疾病の情報が流され続ける現代では、人々は「私も病気かもしれない」「この症状はやはり普通ではないかもしれない」「もう安心して食べられるものがない」という極度の不安状態に陥ることも多い。

#### 1-4 健康ビジネスの課題

成人病という言葉は、1957年頃から広く使われていたが、1996年10月22日に、各メディアを通じて「成人病」改め「生活習慣病」という名称が発表された。成人病、および生活習慣病が現代の健康ビジネスの発展に大きく影響を及ぼしてきたことを考えると、現代健康ビジネスにはすでに半世紀の歴史があることになる。しかし、実際、健康事業は、1960年代までは国や地方自治体の手によって推進されていた傾向が強く、民間企業が、現代につながる健康ビジネスに着手するのは、1970年代に入ってからである。1972年に煙草の箱に「吸いすぎに注意しましょう」と表示されるようになり、1977年には「低塩分熟成みそ」や「ローファット牛乳」が発売されるようになる。そして1980年に入ると、塩分の少ないマヨネーズ、薄塩の醤油、アルコール分の低いビールなど、食品についてはいわゆるマイルドブームがはじまる。つまり成人病の危機が提唱されてから約20年後に、やっと民間の健康ブームは開花したということである。

ここでは、これから大きく成長するであろう健康ビジネスの課題についてまとめた。

##### ■大きすぎる「健康」の枠組み

これまで経済環境の変化や消費者の価値観の多様化などによって、健康ビジネスは高まってきた。乱暴な言い方をすれば、これまでは何でも「健康」というキーワードを用いれば、そのキーワードのない商品やサービスよりも売れた。しかし、人々が健康についてより真剣に考え、健康ビジネスが成熟しはじめる、これからは、そのような安直で単純な手法では成功しない。

一般の商品やサービスは成熟とともに、ターゲットマーケティングに拍車がかかる。今の健康ビジネスにおける商品やサービスは、1つの商品やサービスで老若男女、ありとあらゆるライフスタイルの人に対応しようとする未熟さがある。今後は、健康ビジネスにおける商品やサービスも、セグメンテーションの細分化、ターゲットの明確化に向かうことになるだろう。

また、健康感是人によって大きく異なる。同じ世代の人であっても、その人の既往症やライフスタイル、家族や生活環境によって、何をもち「健康」と思うかは大きく異なってくる。例えば、同じ60代でも糖尿病の人と、そうではない人の健康感は大きく異なる。総入れ歯の人と、そうでない人も異なるだろう。同じ小学生でも、アトピーに悩む子供、視力に問題がある子供、肥満に問題がある子供では、その親の健康感が変わってくる。

健康ビジネスの細分化は今後の課題のひとつである。

##### ■口に入るものだけが健康ビジネスの対象ではない

人々が健康ビジネスの商品として、身近に感じるものは食品である。厚生労働省が定める「特定保健機能食品」によって、食品における健康管理、健康増進は勢いを増している。人々にとっても、食べ物で健康管理、健康増進できる事は、日常的で取り組みやすいというメリットがある。

健康ビジネスにおいて食品関連は最も元気の良い分野である。しかし、生活習慣病予防を前提とした健康ビジネスの範囲は非常に広い。各企業は、健康ビジネスに参入しようと思う場合には、まず自分達の資源を把握し、自分達にふさわしい健康ビジネスを展開するべきである。従来、食品やサプリメントを扱ったことのない企業が、多角化やサイドビジネスとして、健康食品に着手することはあまり懸命とは思えない。健康食品分野は、参入事業者数だけで考えれば飽和状態である。

健康食品だけがリードする健康ブームは、消費者にとってもあまり好ましいものではない。何かを摂取すれば健康になれるという考え方は、健康増進の一側面ではない。逆に何かを摂取しない、運動する、ストレスをためないなどのための健康商品やサービスも重要である。

若い女性がダイエットしようと思った時、「手軽でラクにできる」方法を選択しがちである。それはダイエット食品の摂取につながりやすい。従来通りの食生活をおくり、運動もせず、ダイエット食品を摂取しても、それは望む結果にはならない。今の健康食品を主とした健康ブームは、同じような危険性を持っている。

#### ■BtoCからBtoBへの視点の変革

多くの健康ビジネスは、エンドユーザーを対象としたビジネスである。つまり事業者が、消費者に商品やサービスを提供するスタイルである。しかし、実際には他の産業やビジネスと同じように、BtoBというスタイルもあるはずである。例えば、健康ビジネスを展開している企業に何かを供給するビジネス、健康政策を推進する自治体や公的機関に何かを供給するビジネスなどである。

既存の事業が、法人顧客を対象とした事業である場合は、このような視点からの健康ビジネスへの参入も考えられる。

#### ■偏りすぎた情報提供

今の健康ビジネスは、テレビ番組で「ココアが健康に良い」と伝えられれば、翌日にはスーパーマーケットの棚からココアが消える、「ワインが良い」と伝えられれば、お酒に弱い人や子供にまでワインをすすめる、などの極端な現象を引き起こしがちである。企業やマスコミなどの情報提供者は「過ぎたるは及ばざる」  
「ケースバイケース」について、きちんと説明する責任がある。

一つの商品やサービスが、一過性のブームで終わってしまう事は企業にとってもリスクが大きい。企業が短期的な収益だけを期待される現代の経済環境にも問題があると思うが、「売れる時に売り切ってしまう…」的な発想は是正されるべきであろう。

#### ■消費者問題に発展する分野の存在

健康ブームがもりあがれば、そこには良いものも悪いものも同時に存在するようになる。「健康になりたい」「健康を回復したい」と願う人々を狙った詐欺的な商法は、後を絶たない。こうした悪徳事業者がはびこる事で被害を被るのは、実は消費者だけではない。全うな健康ビジネスを行っているのに、似たような商品やサービスを扱っている、社名が似ているなどの理由によって、被害を被る企業も数多くある。

消費者が自らの選択眼を鍛えることも必要だが、事業団体や行政などの監視、また事態が発覚した場合の素早い対応なども重要である。

1926	東京横浜電鉄(現・東急)、神奈川県新丸子で住宅地の販売を開始。10月、日吉台でも。
1926	改造社が『現代日本文学全集』を刊行。1冊1円で円本ブームのきっかけに。
1926	大衆文学が盛ん。吉川英治「鳴門秘帖」、大仏次郎「照る日、くもる日」などの雑誌連載が開始。1月『大衆文芸』創刊、7月「第1回サンデー毎日大衆文芸賞」創設。
1926	人見絹枝、スウェーデンで開かれた第2回世界女子陸上競技大会に単身参加、走り幅跳びに5m50cmの世界新で優勝。日本女子選手の国際大会初優勝。
1927	レディメイドの和服が売り出される。ヨーロッパを視察してきたデパートの重役が既製服から思いついたもの。
1927	NHK大阪放送局で『幼児の時間』が放送開始。
1927	蛇腹型写真機「パーレット」発売。単玉17円、F6.8付き25円。名カメラとして人気。
1927	東京・神宮球場で、大阪毎日・東京日日新聞主催の第1回全国都市対抗野球大会が開かれる。優勝は大連満鉄クラブ。
1927	東京一下関間に、無停車の鮮魚専用急行列車が運転開始。
1928	文部省、御大典記念事業として府県立図書館を新設、既にあるところは内容の充実を図ることを決める。なお、既設の府県立図書館は37。
1928	日本ビクターが初の洋楽レコードを発売、日本格なレコード時代始まる。藤原義江の『出船』などが含まれていた。
1928	NHK大阪放送局、放送小説『海国兵談』を放送(～28)。大阪朝日新聞社と共同募集の入選作で、ラジオ小説形式の始め。
1928	東京・上野の松崎屋で、新国風家具展が開かれる。
1928	愛媛県松山市の渡辺万次郎(24歳)と里子、日本初の飛行機による新婚旅行に。松山一別府。
1928	曾我廼家十吾・渋谷天外らの松竹家庭劇(現・松竹新喜劇)、大阪・角座で旗揚げ公演。
1928	朝日新聞社、東京一大阪一仙台間の航空旅客輸送を開始。客の第1号は森永製菓社長で大阪へ出張。
1928	NHK、全国放送を開始。内容が全国放送とローカル放送に分かれる。時報、気象通報もスタート。
1928	農村婦人向けに、東京府立第一高女の家入たけ子教諭『洗濯の仕方』が刊行される。近代的洗濯の普及に貢献。
1928	大阪快速巡航船、大阪の交通地獄緩和のため営業を開始。
1928	博覧会ブーム。東京・岡山・京都など全国9ヵ所で御大典記念と銘うって開かれた。
1928	マス売りのごまかし防止のため、白米のキロ売りを実施。
1928	信越本線の新潟・新津駅でウナギの駅弁を発売。ウナギの駅弁を初めて発売したのは東北本線の宮城・小牛田駅で明治40年。
1929	東京の目黒蒲田電鉄と東京横浜電鉄(現・東急)、沿線入口増加策として住宅資金貸付けを開始。
1929	寺院や小学校の校舎を利用した農繁期宅児所、全国で1,144ヵ所。8月、朝日新聞社会事業団が優良農村託児所への助成を開始。
1929	東京・上野動物園に毎日3万人の人出。1番人気は身重のカバ。
1929	アメリカの本格的トーキー映画『進軍』が、東京・新宿の武蔵野館で封切られる。7.21東京に次ぎ鹿児島でも。
1929	中央气象台、雷雨警報を開始。
1929	日航、東京・立川一大阪一福岡一太刀洗間の旅客輸送を開始。
1929	東京・日本橋の白木屋が「10徳品」を発売。内容は、既製服・靴・帽子・洋装品・化粧品・児童用品・家具と台所用品・食料品と菓子など。
1929	国鉄、神奈川県逗子に海水浴客休憩所「海ノ家」を開設し、9月15日まで乗車券・入場券のセットを発売。
1929	兵庫・宝塚新温泉(現・宝塚ファミリーランド)に日本独自の自動木馬が誕生。
1929	見切品・特価品・蔵払い・棚ざらい、などの名で特売・廉売が日常化。
1929	『読売新聞』に「運動欄」が登場。
1929	東京日日新聞(現・毎日新聞)、「先ず健康」の標語で全国的に健康増進運動を展開。わが国初のプレスキャンペーン。
1929	東京市社会局、知識階級者の失業登録を開始。
1930	大阪・三越、デパートで初めて住宅を発売。新婚夫婦用15坪、夫婦に子供1人用16坪・夫婦に子供2人

	と女中用32坪。
1930	河合楽器、オルガンの製造を開始。
1930	吉原飛行士のユンカー軽飛行機による太平洋横断飛行計画、発表される。これを機に全国で模型飛行機作りが爆発的人気。
1930	大阪商船の「畿内丸」、横浜一米・ロサンゼルス間を11日6時間半という新記録。
1930	新潟県高田の金谷山スキー場で、わが国初のスキー学校が開かれる。日本にスキーが始まって21年目。
1930	『読売新聞』に「釣り欄」登場、20日は「競馬欄」も。3. 16『朝日新聞』には「家庭欄」。
1930	ジャパン・ツーリスト・ビューロー(現・日本交通公社)、スキーとスケートの季節遊覧券の発売を始める。
1930	東京府社会事業協会、生活難家族に米を安売り。
1931	『東京朝日新聞』が「ラジオ面」を新設。9. 1『東京日日新聞』(現・毎日新聞)も。
1931	『大阪毎日新聞』が「列車ニュース」を出し、車中で速報サービス。8. 2『大阪朝日新聞』も。
1931	この日開業の東京・丸の内食堂、昼食時に洋楽レコードをかける。BGMのはしり。この頃、レコードブーム。
1931	日本自動車開設わが国初の自動車専用道路、大船一江ノ島間が使用開始。
1931	読売新聞社が夕刊発行。
1931	東京・新宿に軽演劇場「ムーラン・ルージュ」開館。都会的センスが受けて一世を風靡。
1931	電気掃除機・電動ポンプの国産第1号が東芝から新発売。
1931	大阪で行水用のお湯を売る商売が登場。車に6台(約900ki)入る箱を積んでバケツ2杯1銭で売り歩く。
1931	大阪毎日新聞社、第1回西日本サイクル・チームレースを鹿児島ー大阪間で開催。これにより自転車競走が新しいスポーツとして登場。
1931	新潟県農事試験場、水稻「農林1号」の育成に成功。
1931	東京市、ゴミの分別収集を開始。
1931	『東京朝日新聞』が「女性相談欄」を開設。
1932	婦人タバコ「麗」(10本入り20銭)発売。嬌風会が大反対。
1932	目蒲・東横の両電鉄(現・東急)、便利大工(家の修理屋)の営業開始。
1932	国鉄が「家族遊覧券」を売り出す。鎌倉・熱海など東京近郊の名所への切符を3円・5円・8円の3種発行。家族5人まで。
1932	男の子に金属製の宙返り飛行機が人気。以後、金属おもちゃの大量生産が始まる。
1932	小林脳行(現・小林製薬)からコリントゲームが発売され爆発的人気。コリントとは社名を音読したコリンをもじったもの。
1932	道明新兵衛(組み紐の老舗)、日本で初めてレジャー用モーターボートを購入。
1932	兵隊用の新食糧が考案される。ビスケット同様の携帯食で、従来より食べやすく栄養価は同じ。
1932	東京市社会局、乳幼児と欠食児童救済のため、質流れ品や授産場の製品を売り出す。
1933	大阪市水道局、料金の単位を石から立方メートルに改定。3. 31新式メーターに改造完了。
1933	大阪市、わが国初の母子扶助事業を4月から開始と決定。
1933	行き先を客に教えないミステリー列車の第1号が登場。8時15分東京・新宿発、会費1円20銭。500人が参加。
1933	島田啓三のマンガ「冒険ダン吉」が『少年倶楽部』に登場、人気を呼ぶ。
1933	国鉄バス、大分・幸崎ー佐賀間間で営業を開始。九州で初めて。
1933	官民協力の婦女売買防止協会組織が設立され、第1回協議会が開かれる。
1933	「のらくろ」のお面が売り出され、3~4ヵ月で500万枚もの大売れ。その他の「のらくろ」キャラクター商品も大ブーム。
1933	東京・有楽町に日本劇場が開場。入場料50銭均一が売りもの。
1933	東京・新宿に伊勢丹アイススケート場が開場。11. 25東京・芝浦アイススケート場、11. 26京都アイススケートリンクも開場。
1933	国鉄、ドライアイス貨車(15両)を完成。4月から運転開始。
1934	朝日新聞と東宝が提携して「東宝ニュース」を製作、東京・日比谷映画劇場で定期上映。日本ニュース映画の定期上映としては初の試み。
1934	東京・新橋演舞場で、大阪の吉本興業が「特選漫才大会」を開催。上方漫才が本格的に東京進出。

1934	国鉄、北海道巡り乗車券・九州巡り乗車券・家族乗車券の発売開始。
1934	東京・新橋－浅草間に地下鉄が開通。
1934	満鉄、大連－新京間に特急「あじあ号」運転。701.4kmを8時間30分で。
1935	高垣暉「架怪黒頭巾」が『少年倶楽部』で連載開始、大人気を呼ぶ。
1935	東京日日新聞社(現・毎日新聞)主催の第1回映画コンクールが開催される。
1935	ドイツ、世界初のテレビ定期放送を開始。4.27フランスも開始。
1935	吉川英治「宮本武蔵」が『東京朝日新聞』で連載開始。
1935	小田急、東京・新宿－神奈川・小田原間無停車の週末温泉特急を運転開始。
1935	NHK、海外放送を開始。アメリカ西海岸およびハワイ向け。
1935	一銭玩具ブーム。ベビー千代紙、ミッキーマウス、ベティちゃんの子供シールや戦争シールなど。
1935	小学校・幼稚園・保育所などに教育紙芝居が普及。
1935	カンノンカメラ(現・キヤノン)、国産初の35mmカメラを発売。
1935	鉄道局と東京日日新聞が「ハイキングの夕」を東京・仙台・名古屋・大阪・札幌で共催、ハイキングブームの先駆けとなる。
1935	ブリヂストンタイヤ、ゴルフボールの本格的生産を開始。
1935	東京・築地に中央卸売市場が開設。この年、神田、江東の青果市場もできる。
1935	冷凍食品普及会が設立される。
1936	東京・日本橋の白木屋(現・東急デパート)、子供用品売場を開設。
1936	北海道庁、3か月にわたる婦女子身売り防止運動を開始。
1936	横山隆一のマンガ「江戸っ子健ちゃん」(「フクちゃん」の前身)が『東京朝日新聞』で連載開始。
1936	三菱重工、木炭自動車の製造開始。
1936	東京市浅草授産場、内職希望の婦人たちに内職の斡旋を開始。この頃、俸給生活者の妻の内職が盛ん。
1936	長野県の理髪屋・五味一明、とかけ座の新しい星を発見、日本人として初めて公認される。この時期、アマチュア天文家の新星発見が相次ぐ。
1936	パチンコブーム。高知市ではこの半年間に35軒のパチンコ屋が開業。
1936	東京日日新聞社の「国際ニュース」、わが国初の天然色ニュース映画に。
1936	英・BBC放送がテレビの正式放送を開始。
1936	3枚羽根の扇風機が登場。子供が指入れないように羽根の前にモチ網を張りめぐらせ人気。
1936	キューピー人形ブーム。『キューピーさん』『キューピー・ピーちゃん』など童謡も。
1936	登山ブーム。日本アルプスへ生後6か月の嬰兒から80歳の老人まで5万人が押し寄せる。
1936	花王石鹼(現・花王)、「スキーワックス」を発売。
1936	初の国産大型捕鯨母船「第一日新丸」進水、大洋漁業が運航。
1937	東京乗合自動車の夜の遊覧乗合バス第1号車が、新橋駅前より走る。7月には休止。
1937	富士山麓鉄道(現・富士急)、富士山一周の定期バスを運行開始。
1937	千代田光学(現・ミノルタカメラ)、国産初の距離計付きカメラ「オートセミノルタ」を発表。12月には初の二眼レフ「ミノルタフレックス」を発売。
1937	愛育会、指定愛育村で保健婦活動を開始。
1937	アルコール専売法が公布される。
1938	「スーパーマン」のアイデアを創案した米・クリーブランドの高校生2人が、この日発売のマンガ雑誌でデビュー。
1938	京都市、乳幼児の昼間託児事業を開始。朝7～夕5時、保育料は乳児12銭・幼児15銭。
1938	「岩波新書」刊行。第1弾は斎藤茂吉『万葉秀歌』など。
1938	東京・有楽町の東京日日新聞社(現・毎日新聞)屋上の東京初のプラネタリウムが開設。
1938	国鉄伊東線の静岡・熱海－伊東間が全通し、東京－伊東間の直通電車が運転を開始。
1938	東京市産業局、生鮮食料品の小売価格を毎日、その他のものは週一定日にラジオ・新聞に公表することを決定。
1939	東京の地下鉄新橋－渋谷間が開通し、浅草－渋谷間が全通。
1939	長野飛行場が新設。東京－長野－新潟、東京－長野－富山－金沢－大阪のローカル線が開設される。運賃は東京－新潟間20円、東京－大阪間34円。

1939	厚生省、全国民の体力向上のため主要都市に総合運動場新設を決定。
1939	東京・後楽園球場でプロ野球東西対抗戦。同日、神宮球場で行われた早慶戦に匹敵する観衆2万8,000人を集め、プロ野球が6大学野球の人気をしのぐきっかけとなる。
1939	初めての興亜奉公日。待合・バー・料理屋など酒不売でほとんどが休業、ネオン消える。近くの神社に参拝したあと勤労奉仕するという趣旨だったが、実際は行楽やデートに。以後、毎月1日実施。
1940	借家難時代で新商売“貸家・貸間案内業”が登場。1円で10ヵ月間は何回でも教えてくれるというもの。
1941	タバコ、空箱と引換え販売になる。5月、東京市内では1人1個売りに。
1941	アメリカで、ウォルト＝ディズニーのアニメ映画『ダンボ』が人気を呼ぶ。
1941	肉屋で犬・タツノオトシゴ・オットセイの肉も販売できるようになる。
1941	東京市豊島区の町内会が共同献立と配給を開始。主婦に個別買出しの労力を省くため、以後市内に波及。
1941	動力脱こく機、全国に普及。
1942	日活の製作部門・新興キネマと大都映画が合併、大日本映画製作(大映)設立される。昭18. 3. 25菊池寛が社長に就任。
1942	全国の学童に、新穀感謝行事用キャラメルが特配される。
1943	東京府、府下10ヵ所の援産所で主婦の集団内職の斡旋を開始。
1944	タバコの包装紙が不足、用紙節約のため一部でバラ売り実施。11. 1タバコが男子1日6本、隣組配給となる。12月、タバコの代用に、フキ・イタドリなどを採集することが流行。
1944	NHKで、療養所の傷病軍人を慰問激励するラジオ番組『療養所の時間』が放送開始。敗戦まで続く。
1945	空襲で被災した東京の各新聞社が、東京5社共同新聞を発行。
1945	庶民金庫、簡易住宅建設資決の融資を開始。
1945	朝日新聞東京支社、運動部を復活。
1946	タバコのピース(10本入り7円)発売。ただし、日・祝日に1人1箱だけ。2. 24コロナ(10本入り10円)発売。
1946	手塚治虫、『毎日小学生新聞』の「マアちゃんの日記帳」でデビュー。
1946	東横電鉄(現・東急)、神奈川県鶴沼分譲地の販売を開始。戦後初の分譲地売出し。
1946	発動機製造(現・ダイハツ工業)、小型三輪車「ダイハツSE型」の製造を再開。5月、三菱重工で小型三輪車「みずほ号」完成。7月、日本内燃機・三井精機・愛知起業・明和興業・汽車製造・不二越など、小型三輪車の新規メーカーが続々登場。
1946	東京都、失業対策事業を開始。
1946	文部省、プレーグランドボール(ソフトボール)と相撲の普及に努めることを発表。8月、大阪・藤井寺球場で初のソフトボール講習会が開かれ、10月には大阪府下の女子12チームで初の試合。
1946	社交ダンスがブーム。料金チケット10枚30円、婦人同伴50円。
1946	文部省、学校農園などによる給食の普及を奨励。
1946	京阪神で、米の増配の報にヤミ値が下がって1升80円。農家が売り急いで暴落に拍車。
1947	東京・日本橋の高島屋、特選雑貨売場に初めて蛍光灯を採用。
1947	近畿交通社、同和火災海上と提携して交通傷害保険を発売。
1947	東京・新宿の軽演劇ホール「ムーラン・ルージュ」再開。
1947	都営バスの東京ー荻窪間で、トレーラーバスの運転開始。
1947	NHKで『日曜娯楽版』が放送開始。昭27. 6. 15『ユーモア劇場』と改称。
1947	NHKで、クイズ番組『20の扉』が放送開始(～昭35. 4. 2、538回)。
1947	東京・築地の中央卸売市場に捕鯨船団の第1船が34万kgの鯨肉を積んで入港。都民への配給は1人10g、4日間で各家庭に即配。
1947	東京都、ゴミの分別収集(厨芥・雑芥)開始。
1948	東急電鉄不動産部(現・東急不動産)、東急文化小住宅(通称・3坪住宅)の春売を開始。
1948	改正競馬法が公布され、従来の公認競馬は国営、地方競馬は地方公共団体の直営に。9. 11札幌で初の国営競馬を開催。馬券売上げ910万円。
1948	慶大の学生を中心に学生アルバイト連盟が設立される。主な職種はぶつ切り飴、ライターの店、ヨーヨー、ピーナツなどの街頭販売。
1948	塩屋賢一、盲導犬の飼育と訓練を開始。

1948	東京・新宿に歌舞伎町が誕生。
1948	大都市の保育所300カ所で、ラウ物資による給食が開始される。
1948	東京都内で新米3日分の配給が始まる。
1949	東京・新宿の三越に屋上遊園が復活。4. 29コドモ電車(6人乗り、レール35m)を新設。
1949	東京の公衆浴場が新しく制定された「子供の日」を記念し、5日午後1～3時の間に中人6円・小人3円の割引サービス。
1949	学生アルバイト4団体が統合し、日本興学会(会長・賀川豊彦)を設立。警視庁から都下2,000カ所での街頭販売の許可をもらう。
1949	東京・新宿御苑が一般に公開される。入場料20円。
1949	資源庁、ガス使用量の無制限許可を発表。12. 1東京瓦斯は10年間にわたるガス使用制限を解除、24時間供給を開始。
1949	『読売新聞』朝刊に天気図登場(この少し前から長崎・名古屋の地方紙で天気図の掲載は始まっていた)。12月、『朝日』『毎日』『読売』の3大紙夕刊に本格的に天気図掲載。
1949	協同農業普及事業団、女性の生活改良普及員288人を全国に配置、農民の啓蒙活動を行う。
1949	政府、主婦の要求で貧困家庭12万世帯に主食の掛売りを許可。
1950	新しい生活保護法が公布され、未亡人のための教育扶助・住宅扶助が新たに加えられる。東京都の要生活保護者は11万人、4万5,000世帯。
1950	小田急、東京・新宿一箱根湯本間の直通電車、ロマンスカーの運転を開始。
1950	熊本大附属小学校で知恵遅れ児の特殊教育を開始。
1950	伊豆大島でわが国初の風力発電を開始。
1950	新設の警察予備隊の施設で、トイレトペーパーが使用される。
1950	山梨県立盲学校が盲聾重複障害児の教育を開始。
1950	戦後初の菓子展覧会が東京・上野の松坂屋で開かれる。1日の売上げ70万円。
1950	牛乳の自由販売が始まる。
1950	みそ・醤油が自由販売に。
1951	『朝日新聞』が新年特集をカラー化、カラー紙面の時代に入る。
1951	群馬県前橋公安委員会、パチンコ屋激増に対し新設不許可を決める。この年、名古屋(649店・愛知県下1,161店)を忠心にパチンコが大流行。「軍艦マーチ」も復活。9. 4、15歳未満のパチンコは禁止となる。
1951	手塚治虫「アトム大使」が『少年』で連載開始。昭27. 4「鉄腕アトム」と改題(～昭43. 3)。
1951	民放ラジオがスタート。午前6時30分、名古屋・中部日本放送が第1声。5時間後、大阪・新日本放送(現・毎日放送)も。9. 2新日本放送は甲子園の日米野球中継に中沢不二雄を起用、解説付き実況放送の始め。
1951	住宅営団、未処理住宅5万余戸を一括競売。
1951	東京・羽田国際空港ターミナルが完成。木造モルタルの国内線用ターミナルも新設。
1951	アイホン、国産初のインターホン「テータホン」を開発。1万9,400円と高価だったが、旅館・病院などで人気。
1951	読売新聞社が日本スポーツ賞を新設。
1951	NHKで3年8ヵ月ぶりにラジオ体操(新国民保健体操)が再開される。昭27. 6. 14勤労者・成人向けの第2ラジオ体操もできる。
1951	民営米屋の登録が始まる。4. 1営業開始。
1951	東京都、ゴミ収集に小型トレーラーの使用を開始。
1951	農家に動力脱穀機・糶すり機が普及。
1952	租税特別措置法が改正され、今後4年以内に新築される住宅の登録税を減額。
1952	本田技研、原付自転車「カブ号」を発売。
1952	簡易水道事業の国庫補助金が4分の1の補助率で交付されるようになり、全国の農山漁村に簡易水道ブーム。昭27年度の国庫補助金1億2,505万円。
1952	日本生命、利益配当付き子供生存保険を発売。
1952	日本子どもを守る会が発足。11月、子供を殴らない運動を開始。
1952	東京・今井橋一上野公園間で、東京初のトロリーバスが運転開始。



1952	鈴木式織機(現・鈴木自動車)、鈴木俊三考案の「バイクエンジン車」を発売。
1952	道路交通取締法が改正され、軽自動車の運転免許制度が新設される。
1952	東京都、一定年数を経過した木造都営住宅の分譲を開始。
1952	ブリヂストンタイヤ、初のマットレス「エパー・ソフト」を発売。
1952	早川電機(現・シャープ)、12型・14型・17型の白黒テレビ3種の生産を開始。
1952	新建築社、懸賞付き「現代の住宅設計競技」を行う。この頃、懸賞付き設計コンペ盛ん。
1952	厚生年金保険積立還元融資による住宅資金の貸付けが開始される。
1952	中部日本放送・新日本放送(現・毎日放送)・ラジオ九州・ラジオ東京(現・TBS)の4社共同で、民放初の相撲放送を開始。
1952	富士登山バス、5合目までの運行を開始。
1952	主婦連・総評など、配給米の1人1日3合配給運動を開始。
1952	砂糖が13年ぶりに自由販売に。4. 4東京・大阪に砂糖取引所が開設される。
1952	内地産麦類が自由販売となる。
1952	供出完了後の残り米が自由販売に。
1952	一般家庭対象の小型冷蔵庫(90L)が発売される。価格は約8万円、サラリーマン平均給与の約10倍。
1952	東京・池袋の西武アパートに初めて冷凍食品売場が登場。
1953	厚生省が簡易水道敷設助成規則を制定、農山漁村の水道普及に乗り出す。
1953	国民金融公庫、母子家庭貸付けを開始。貸付限度は1人5万円。4. 1. 1世帯5万円の特別更生資金貸付けを開始。
1953	三洋電機、わが国で初めて噴流式電気洗濯機を発売。2万8,500円。
1953	トヨタ自動車、「トヨペット・スーパー」を発売。102万円。
1953	初のシネマコープ、アメリカ映画『聖衣』が東京・有楽座、大阪・南街会館で封切られる。大スクリーンが人気に。
1953	東京・上野動物園で子供乗馬を開始。
1953	厚生省栄養課の近藤とし子技官、家庭での食生活改善運動を提唱し「栄養改善普及会」を設立。
1953	森永製菓、学校給食用のビタミン強化スープを6大都市で発売。
1954	交際費課税が新設される。5. 13地方税法にタバコ消費税を新設。
1954	全国23の婦人団体、売春禁止法を成立させるための全国婦人大会を開催。
1954	母子福祉資金に支度資金制度が新設され、孤児も貸付け対象に。
1954	東京・新宿の伊勢丹屋上で、わが国初の自動車模型大会。
1954	日航がわが国初の国際線、東京－サンフランシスコ線の運航を開始。機種はダグラスDC6B、日本人パイロット2人も乗務。
1954	日本ヘリ航空(現・全日空)と極東航空、旅客定期便の運航を開始。
1954	中央气象台、水害対策のため雨量観測業務を各管区气象台ごとに開始。
1954	東京・日比谷公園で、第1回全日本自動車ショー。54万人が集まり、乗用車よりオート三輪やオートバイに人気が集まる。
1954	ソ連が世界初の工業用原子力発電所の運転を開始。出力5,000kw。
1954	三菱電機、ルームエアコンを発売。
1954	東急不動産、第1回分譲地特売を実施。頭金の減額、割賦金制度を全面適用。
1954	京阪電鉄、テレビ付きの特急電車を運転開始。
1954	NHKテレビ、竹腰美代子・小池幸で美容体操番組の放送を開始。
1955	トヨタ自動車、小型乗用車「トヨペット・クラウン」を発売、101万4,860円。12. 9「クラウン・デラックス」(121万9,860円)を発売し、「トヨペット・クラウン」を96万9,860円に値下げ。
1955	国鉄、一般周遊券を発売。周遊券のはしり。
1955	日本楽器(現・ヤマハ)、初めてのバイクを発売。「赤トンボ」の愛称でヒット。
1955	新日本放送(現・毎日放送)、大阪管区气象台に特設スタジオを開設し天気予報を現場放送。
1955	東急不動産、川崎市新丸子に社宅向け1棟分譲アパートを着工。
1955	千葉県船橋市にわが国初のヘルスセンター「船橋ヘルスセンター」がオープン。熱海や箱根より東京から近くて安いと人気。
1955	東京都、ゴミ減量運動を開始。ゴミの牛馬車運搬を自動車に全面切换え。

1955	東京都、蚊・ハエをなくす運動を開始。
1955	食堂の米飯自由販売が始まる。
1956	住宅公団が入居者初募集。千葉・稲毛団地(普通分譲住宅)と大阪・金岡団地(賃貸住宅)など。5. 1入居開始。ドアにシリンダー錠、浴室も付いており話題になる。
1956	従来の新聞社系に対し、出版社による初の週刊誌『週刊新潮』(新潮社)が創刊。週刊誌ブームが始まる。
1956	阪急、大阪ー京都間にノンストップ特急の運転を開始。所要時間38分。
1956	長野県、家庭養護婦派遣事業の市町村委託を開始。
1956	『読売新聞』で「日曜クイズ」が連載開始。新聞・週刊誌のクイズブーム始まる。
1956	ラジオ東京(現・TBS)、気象現況のテレビ放送を開始。
1956	中央気象台が気象庁として新発足。
1956	日本テレビ、午前6時30分からの早朝放送を開始。画面に時刻を表示。
1956	ライオン歯磨(現・ライオン)、旅館用の歯ブラシセットを発売。クロロフィル練磨・竹柄用ブラシ付き。
1956	新潟県、全国に先駆け中卒者を対象にした簡易家事サービス職業補導所を開設。
1956	大阪・新世界の通天閣が再建される。
1956	大阪に梅田コマスタジアムが開場。12. 8東京に新宿コマスタジアム開場。
1956	ユニセフ寄贈の脱脂粉乳、妊産婦や就学前児童に対し配給開始。
1956	東京都に清浄野菜販売の第1号店が誕生。寄生虫の感染予防のため、有機肥料を使わない野菜店を増やそうというもの。
1957	住宅金融公庫、中高層耐火建築や災害復興住宅などへの貸付けを開始。
1957	児童福祉施設の中に精神薄弱児通園施設が追加される。5. 25東京・北児童学園、新潟・明星園が開設。
1957	松本清張「点と線」が雑誌『旅』で連載開始。推理小説ブームが起こる。
1957	東京通信工業(現・ソニー)、世界最小のトランジスターラジオ「TR63型ポケットラジオ」を発売。
1957	ダイハツ工業、300kg積みの軽三輪トラック「ミゼット」を発売。軽三輪車時代へ。
1957	安田生命、55歳定年者を57歳まで特別嘱託として再雇用する制度を新設。
1957	NHKテレビ、午前7時～8時の早朝放送を開始。
1957	大阪府、父母のいない児童ら就職に関する身元保証人制度を開始。
1957	ステレオブーム。昭33年には東京芝浦電気(現・東芝)が高級ステレオ電蓄を発売。
1957	埼玉県川越市の霞ヶ関カントリー倶楽部で開かれた第5回カナダ・カップで、中村寅吉が優勝。ゴルフブームの火付け役に。
1957	農村で動力噴霧器や動力撒粉機が普及。
1957	学校給食、パンの2個配給開始。
1958	東急不動産、初の2階建て建売り住宅を販売。
1958	大阪府、老人家庭奉仕員制度を開始。
1958	東京・日劇で第1回ウェスタン・カーニバル。爆発的ロカビリーブーム起こる。
1958	売春防止法、実施。全国約3万9, 000軒の業者の従業婦12万人が消える。
1958	東急不動産、中軽井沢に別荘地販売を開始。初の本格的別荘分譲。
1958	大阪市、臨時家政婦派遣事業を開始。
1958	日本テレビで、ミュージカルバラエティーのはしり『光子の窓』が放送開始。
1958	国鉄、東京・品川ー京都間で修学旅行電車の運転を開始。
1958	ニッポン放送、交通ニュースを開始。
1958	阪急不動産、オールスチール製組立てハウスを発売。
1958	ミノルタカメラ、1眼レフ「ミノルタSR-2」(3万1, 500円)、10月には超高速1/2000秒シャッター付き「ミノルタV-2」(2万3, 000円)を発売。また10月、国産初のプラネタリウムを完成し、兵庫県西宮市の甲子園パークに納入。
1958	国鉄東海道線の東京ー神戸間に新特急「こだま」登場。
1958	大阪市、家庭保育制度を開始。
1958	日本交通公社、スキー・スケート旅行傷害保険の取扱いを開始。スポーツ保険の最初。この頃、ゴルフ一保険も登場。

1960	厚生省主催による栄養改善普及運動が全国で展開。白米偏重是正、油脂・蛋白質の増加など、正しい食生活の普及をはかろうというもの。
1961	損保会社19社、住宅総合保険を発売。
1961	大和銀行、消費者金融の一環として住宅資金の融資を開始。4. 1住宅ローン法が法制化され、勧銀の住宅プランのほか東海・三菱・北海道拓殖銀行も進出。
1961	東京・新宿に、ガス・水道・電話線の共同溝が完成。戦後初。
1961	TBSテレビで『週末名画劇場』が放送開始。土曜午後の11時15分～午前0時40分までで、深夜放送の始め。10. 4芦田伸介らの『7人の刑事』もスタート。初の1時間もの連続ドラマ。
1961	東京都内に洗剤自動販売機300台が設置される。1回分10円。
1961	国民年金保険料の徴収が全国一斉に開始。
1961	NHKテレビ、朝の連続テレビ小説第1作『娘と私』を放送開始。4. 8『夢で逢いましょう』、4. 9初の45分もの連続テレビドラマ『若い季節』もスタート。
1961	日本テレビで『シャボン玉ホリデー』が放送開始。7. 9野球速報のスーパー開始。
1961	読売新聞社、日曜大工講座を開催。これ以後、日曜大工ブーム起こる。
1961	朝日新聞北海道下社、世界初のオフセットによる多色刷り輪転機の運転に成功。
1961	米・ミュージカル映画『ウェストサイド物語』がロードショー公開。大人気。映画の影響でツイスト流行。
1961	日本楽器(現・ヤマハ)、強化プラスチックと木・ステンレス製のスキー板第1号を発売。
1961	レジャーブームでスキー客100万人、登山客224万人を記録。
1961	着色剤・防腐剤・漂白剤を使わない「純正食品」が消費者の間で人気。
1961	東京都清掃局、路上のゴミ箱を撤去し、各家庭のゴミ容器を定時に収集することを決定。4. 4ゴミ箱からポリ容器への転換を開始。
1961	大阪の定時制高校でミルク給食を開始。
1961	呉羽化学、「クレラップ」を発売。8月には旭化成「サララップ」も。
1961	板金・鉄板を磨く工業用ナイロンたわしが登場。2年後、住友スリーエムがこれをカットして食器用として発売。
1962	大阪府、ベビーセンター制度を新設。
1962	東京・上野動物園、動物芸のチーム(オウム・アシカ・ヤギ・タヌキ)に本格的訓練を開始。
1962	日本アート・シアター・ギルド(芸術映画劇場)発足。東京・日劇文化、新宿文化など10館。
1962	ソニー、マイクロテレビ「TV5-303」を発売。6万5,000円。
1962	東京都、老人への職業紹介事業を開始。
1962	適格退職年金制度の発足に伴い、企業年金制度が急速に普及。
1962	東京都、魚・野菜などの標準小売り921店を指定、価格の店頭表示を義務づける。
1963	日立家電、蛍光灯スタンド「ムーンライト」を発売。人気商品となり、昭55年にはロングライフ・デザイン賞を受賞。
1963	キャノン、大企業では初の完全週5日制を実施。4月、三菱電機が毎月第1・第3土曜日休日制を開始。
1963	フジテレビでアニメ『鉄腕アトム』が放送開始(～昭41. 12. 31)。アニメによる連続テレビマンガの国産第1号。続いて『鉄人28号』『エイトマン』などが登場。
1963	静岡の池谷薫(19歳)、手製望遠鏡で新彗星を発見。
1963	首都圏整備委員会、茨城県の土浦・阿見・古河・総和地区を新たに市街地開発地区に指定。
1963	大阪・千里ニュータウンの公団住宅第1号、津雲団地の建設が始まる。昭39. 8. 18入居開始。
1963	鉄道弘済会、神戸駅に新聞無人スタンドを設置。
1963	政府、岡山県水島・青森県八戸市など13地区を新産業都市に指定。
1963	建設省、新住宅建設7ヵ年計画を発表。昭45年度までに1世帯1住宅の実現を目標として、7ヵ年間に政府施策住宅約320万戸を供給するという内容。
1963	東洋陶器(現・東陶機器)、わが国初のバスルームユニットをホテル・ニューオータニより受注。昭41. 11一般アパート用を発売。
1963	損害保険各社、交通事故傷害保険を発売。
1963	東京都新宿区で全国言語障害児をもつ親の会、発足。
1963	生命保険各社、企業年金保険を発売。
1963	マンション建設が活発。第1次マンションブーム。

1963	カラーテレビの価格が20万円を割る。テレビの普及も、昭39年10月からのオリンピックを控えて一段と高まり、白黒テレビ1,600万台・カラーテレビ5万台を記録。
1963	ボーリング・ブーム始まる。全国のボーリング場は48カ所・1,419レーン。
1963	新道路標識がスタート。東京オリンピックを控えて、国際規格に合わせるため。
1963	東京・築地の中央卸売市場、バナナ輸入自由化でバナナの競り売りを復活。昭16年以来22年ぶり。
1964	日本人の海外観光渡航が自由化され、積立て預金をしてきた団体客の第1陣がハワイへ出発。この年の海外観光旅行者は約12万人、うち女性は4万8,423人(4~12月)。人気のトップはハワイ。
1964	朝日新聞社主催の「ミロのピーナス展」、東京・国立西洋美術館で開幕。フランス国外で公開されるのは初めて。
1964	ダスキン・東京で家庭用の化学ぞうきん「ホームダスキン」を発売。
1964	厚生省、新潟地震対策として被災者に対する母子福祉資金貸付け枠の増額、償還金の減免、臨時保育所の設置などを決定。
1964	東京・新宿民衆駅(ステーションビル)が完成。商店・食堂が250軒で全国36の民衆駅ビルのトップ。地下に自動式コインロッカーも初めて登場。
1964	東芝・松下・NEC・ソニーなどが、家庭用VTRを一斉発売。
1964	初の高速鉄道、国鉄・東海道新幹線が開業。東京-新大阪を最高時速210km、「ひかり」4時間・「こだま」5時間で結ぶ。
1964	プロ野球巨人の王貞治選手、阪神戦で史上初の1試合4打席連続本塁打を記録。後楽園周辺の薬局では、王選手がCMに登場する「リボビタンD」の売切れ店が続出。
1964	東京都内の浴場で牛乳販売が許可される。この時既に約400軒が販売していた。
1964	冷蔵庫の国内出荷台数が300万台を超え第1次黄金時代に。普及率は約47%。
1965	朝日・毎日・読売の3大日刊紙、新聞少年の休息のため第1・第3日曜の夕刊を廃止。4月からはすべての日曜日の夕刊が廃止となる。
1965	日航、「ジャルパック」を発売。海外旅行の大衆化時代が始まる。
1965	東京電力、電気料金の銀行口座振替制を始める。11.1都の水道料金も開始。
1965	大阪市、施設に保護されている児童に対する育英資金制度を新設。
1965	アイワ、わが国初のコンパクトカセットレコーダーを発売。1万9,000円。
1965	「こだま」自由席を新設。「みどりの窓口」を開設。
1965	TBSテレビでテレビ界初のギャグアニメ『おぼけのQ太郎』が放送開始。超人気番組となり、キャラクター商品が続々登場。『おぼQ音頭』も大ヒット。
1965	東海道新幹線「ひかり」が東京-大阪間を3時間10分、「こだま」は4時間にスピードアップ。1日の運転本数も55往復に。
1965	眼鏡のコーティングレンズが発売される。
1965	運動不足解消のため「歩け歩け、1日1万歩運動」が盛んになり、万歩メーターが発売される。2,200円。
1965	冷蔵庫の普及率が50%を超える。冷凍冷蔵庫が主流になり、花柄や木目調ドアがブームに。
1966	秋田県、未成年者の禁酒・禁煙運輝を開始。
1966	住宅公団、頭金30万円・償還期限25年の特別分譲住宅を新設。昭42.2大阪府堺市の新金岡第三団地で募集開始。
1966	NHKで連続テレビ小説『おはなはん』が放送開始。平均視聴率50%。7.3好評につき再々放送の時間を特設。
1966	日本不動産銀行、長期住宅ローン(15年)を開始。
1966	本田技研、男55歳・女50歳の定年を男60歳・女55歳まで延長。あわせて退職年金制度も新設。9.1東レ、60歳まで定年延長。ただし「無能者は50歳で退職させる」とも。
1966	新潟地震(昭39.6)をきっかけに、保険会社が一斉に地震保険を発表。
1966	梶原一騎原作・川崎のぼる画「巨人の星」が『少年マガジン』で連載開始(～昭46.1)。
1966	イギリスのロックグループ「ザ・ビートルズ」が来日、6月30日～7月2日までの3日間、日本武道で公演。熱狂的なビートルズブーム起こる。
1966	和製フォークソング第1号、マイク真木の『バラが咲いた』が大ヒット。フォークブーム起こる。
1966	国民の祝日法が改正され、新たに建国記念日・敬老の日・体育の日ができる。