

# 消齡化社会

年齢による違いが消えていく!

生き方、社会、ビジネスの未来予測

博報堂生活総合研究所

Hakuhodo Institute of Life and Living

## 【消齡化社会】（しょうれいかしゃかい）

生活者の意識や好み、価値観などについて、  
年齢による違いが小さくなる現象「消齡化」が進んでいる社会。

はじめに　　くさよなら、デモグラ。く

価値観や嗜好<sup>しこう</sup>の多様化が進み、生活者をまとまりで捉えることが難しくなってきました。ビジネスの現場でも、マス・マーケティングが通用する時代はもう終わったという声をよく耳にしますし、皆さんの中にも同様に感じる方がいると思います。く大衆くからく分衆く、そしてく個くへと向かう流れは、今や社会の共通認識であり、ビジネスの多くはこれを前提に展開されているといっても過言ではないでしょう。

ところが、私たち博報堂生活総合研究所は、1992年から続けている長期時系列調査「生活定点」の分析過程で興味深い現象を発見しました。最新2022年の調査結果を20く30年前と比べると、かつて年齢によって大きかった価値観や嗜好の違いが、年々小さくなっていることがわかったのです。「経済格差」など、量的な面において社会のいたるところにく差くが厳然と存在する日本も、こと生活者の「意識や欲求」といった質的な面では、実はく違いくが小さくなりつつあるといえそうなのです。

早速、この分析結果を発表したところ、各所から大きな反響をいただきました。生活者をひとくくりにはできない時代とはいえ、商品・サービスのターゲットを年齢視点で設定するのは、いわばマーケティングの基本中の基本です。もし、この変化が本当ならば、日本企業の多くが性・年代などの「デモグラフィック属性」を軸に進めてきた従来のマーケティングが発想転換を迫られることになります。そこで、我々は30年分の膨大なデータを詳細に分析して背景を探るとともに、この先に起きる変化を予測してみました。

にわかには信じがたいこの結果を、あなたはどうかお考えになるでしょうか。

確かに「差」や「違い」は、時に活力を生み出す源泉になります。人々の価値観が似通ってきていると聞けば、「縮みゆく国」と揶揄<sup>や</sup>される日本の現状と重なって、明るい未来像は描きづらいかもしれません。でも、世界でも類を見ない「少子高齢社会」をフラットにみれば、「体力も価値観もさほど変わらない大人がたくさんいる社会」と言うこともできます。年代間の「違い」にフォーカスしてセグメントするだけではなく、逆に年代を超えた「同じ」に注目することで、新しいマーケットが見つかるかもしれません。

そんな想いも込めて、我々は間もなく平均年齢が50歳になる日本を、「消齡化社会」と

名付けてみました。本書が、お読みいただいた方にとって、新しいビジネスチャンスと、何より新しい生き方に気づくきっかけになれば幸いです。

最後になります。インタビュで示唆に富むお話をいただいたNHK放送文化研究所、吉川徹さんきつかわとほる、常見陽平さんつねみようへい、細野修平さんほそのしゅうへい、中村奈都子さんなかむらなつこ、伊藤伸さんいとうしん、辻愛沙子さんつじあさこさんに深く感謝いたします。そして何より、本書は集英社インターナショナルの藤あすかさんのご尽力がなければ、成り立ちませんでした。この場を借りて厚く御礼を申し上げます。

2023年8月 博報堂生活総合研究所 所長 石寺修三

●博報堂生活総合研究所とは

私たち生活総合研究所（以下、生活総研）は、博報堂のコーポレートフィロソフィーである「生活者発想」を具現化するため1981年に設立されたシンクタンクです。設立から約40年間にわたって、生活者を様々な手法、切り口で見つめてきました。「生活者発想」とは、人間を「消費者」としてではなく「生活者」として全方位的に捉え、深く洞察することで新しい価値を創造していこうという考え方です。

## 目次

はじめに　　くさよなら、デモグラ。く

### 第1章

## 消齡化の発見

思考と探索の旅へ／「生活定点」のグラフをよく見ると／どっちが多い？／一部の分野で起きているだけ？／「生活定点」だけの傾向？

13

### 第2章

## 消齡化の背景

消齡化の背景を考えてみよう／消齡化には「型」がある？／【パターン1】上昇収束型とは？／同じ年齢でも昔より若い時代／生活インフラの充実が背景？／「できる」が増えた（能力の変化）／【パターン2】下降収束型とは？／戦前世代の退出による価値観の同質化／「失われた30年」をともに経験した世代／「すべき」が減った（価値観の変化）／【パターン3】「中央収束型」とは？／嗜好や興味関心が、上と下の年齢層、両側から変化

39

4

### 第3章

## 消齡化の未来

した／生き方の選択肢が広がり、ライフステージと年齢が乖離した／年齢に関係なく、好きを追求する時代へ／「したい」が重なる(嗜好・関心の変化)／消齡化と「多様化」との関係は？／「消齡化の背景」のまとめ

コラム 研究メモ① 生活者と消齡化

この先も消齡化は続く？／コウホート分析とは？／未来の「生活定点」の調査データを推計してみた／技術進展による消齡化の進行／団塊世代の退出による消齡化の進行／有識者は消齡化をどう考えるか／消齡化のメリットとデメリット／消齡化が社会融和をうながす／「4つの領域」から考える「未来仮説」／【未来仮説1】消齡化で「個人の生き方」が変わる／【未来仮説2】消齡化で「人との関わり方」が変わる／【未来仮説3】消齡化で社会構造が変わる／【未来仮説4】消齡化で市場が変わる／ビジネスパーソンは消齡化をどう捉えている？／生活者自身は消齡化に前向き？

コラム 研究メモ② 消齡化社会の死語を考えてみる



## 第4章

# 有識者と考える「消齡化社会」

消齡化を多面的に考えてみよう

「世代論」から、消齡化の背景を深掘りする

大阪大学大学院人間科学研究科教授 吉川徹さん

「描きたい」と「読みたい」が循環する、マンガのプラットフォームへ

集英社「少年ジャンプ+」編集長 細野修平さん

フラットな社会で広がる、マーケティングと地方社会の可能性

日本経済新聞編集委員 中村奈都子さん

地域社会のキーパーソンは「ニュートラルな価値観の人」へ

一般社団法人構想日本総括ディレクター（理事）、デジタル庁参与 伊藤伸さん

消齡化が進む中で、愛されるブランドをつくるには

株式会社 W&B 代表、クリエイティブディレクター 辻愛沙子さん

「消齡化」で語ってみませんか

## 発想転換のための8つのヒント

未来に向けて、どう消齡化と向き合うか？／【発想転換のヒント1】人口減少×消齡化で社会を捉えてみよう／【発想転換のヒント2】「近づく」ではなく「消えていく」と捉えてみよう／【発想転換のヒント3】「高齡」を「消齡」に置き換えてみよう／【発想転換のヒント4】デモグラを疑ってみよう／【発想転換のヒント5】年齢によるバイアスに気をつけよう／【発想転換のヒント6】消齡化≠同質化に留意しよう／【発想転換のヒント7】次に「消える」ものに着目しよう／【発想転換のヒント8】新たなモノサシを探してみよう

おわりに 消齡化発想で、新市場創造を。

## 参考文献

本書は、博報堂生活総合研究所が1992年から実施している、

長期時系列調査「生活定点」に基づき執筆をしています。

本文中の図版で出典のないものは、同調査からの引用です。

# 第1章 消齡化の発見

## 思考と探索の旅へ

80代からプログラミングの勉強を始めた人。昭和のヒットソングをカラオケで歌う若者。年齢にとらわれず新しいことに挑戦したり、自分らしさを追求したりする人を目にする機会が、ここ最近やけに多い。そう感じているのはきっと、私たち生活総研だけではないと思います。

かつて、「友達親子」という言葉が生まれたとき、「親子」という年齢の離れた関係がよりカジュアルに変化し、上の世代を驚かせました。ですが、今やその言葉すら耳にする機会がなくなるほど、一般的な親子のあり方として浸透しているように思います。

1982年に私たちが発表した「生活新聞」(図表1)によると、革靴ではなくスニーカーを履くミドル世代の出現を「スニーカーミドル」と名付けていました。それほどまでに当時新鮮だったファッションの新潮流も、今となっては、まったくもって普通のことになりましたね。

また、ニュースや流行だけでなく身近な変化として、ここ数年「元気で若々しいご老人が多い気がする」「最近の若者は大人びている気がする」など、なんとなく生活者の年齢と意識・価値観の関係性が薄れてきたと感じられている方もいらっしゃるのではないでし

ようか。

私たちはあるとき、そんなふうに肌で感じていた社会の変化が、ここ数年どころではなく**30年**という**長期的なスパン**で**実際にデータ上に表れていた**ことを発見しました。

そしてこの、生活者の意識や好み・価値観などについて、年齢による違いが小さくなる現象を「**消齡化**」と命名し、調査・研究を行っています。

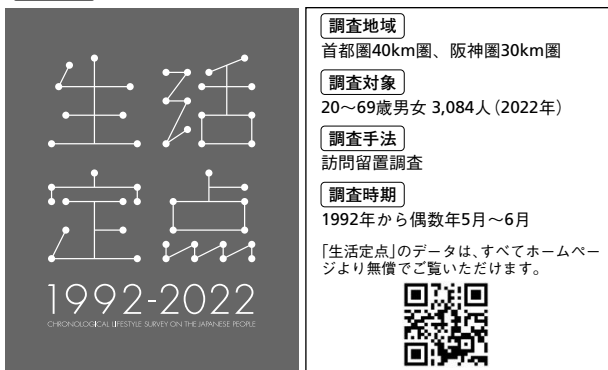
この本では、なぜ私たちが「消齡化」という現象を発見するに至ったのか。消齡化の研



図表1 1982年の「生活新聞」

究として、現在どんなことがわかっているのか。そして、いずれ来るかもしれない「**超・消齡化社会**」において、生活者をどのように捉え、どんなビジネスのアイデアを生み出していけるのか。そんなことを、主に私たちが**30年間聴取し続けてきた長期時系列調査「生活定点」**のデータをもとに、お話ししていきたいと思っています。

図表2 「生活定点」の調査概要



まずは消齡化がどういった現象なのか理解を深めてもらえるよう、時間を巻き戻して、私たちが消齡化を発見するまでの思考と探索の旅を体験してもらいたいと思います。「消齡化社会では、あのビジネスはどうなるの?」「そもそも、消齡化って日本社会にとってプラスな現象なの?」そんな疑問も、どうかいまは一度お収めください。

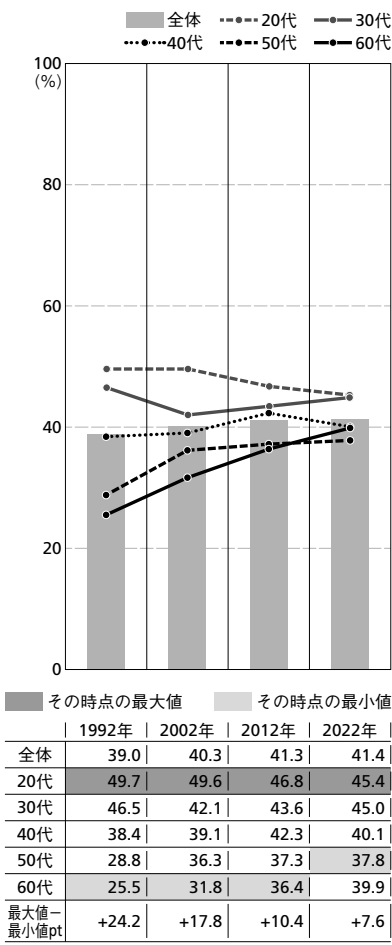
時は、2022年の秋へ遡ります。

「生活定点」のグラフをよく見ると

はじまりは、私たちが2年に一度実施し続けている「生活定点」調査でした(図表2)。

調査をはじめた1992年から30年の節目となる2022年の調査を集計し、これまでに

**図表3 将来に備えるよりも、現在を  
エンジョイするタイプである**



集まった膨大な生活者データを見返していた私たちは、あることに気づきました。「生活定点」のデータを20年、30年という長期的なスパンで見えていくと、見過ごすことができないほどたくさんのグラフに、ある特徴的な動きが観測されたのです。

たとえば図表3の、「将来に備えるよりも、現在をエンジョイするタイプである」とい



う生き方についての項目の回答を見てください。棒グラフは、「生活定点」調査の対象者である20～69歳の男女全体の回答を示したグラフです。1992年時点では39・0%、最新の2022年の調査では41・4%です。その間の数値を見ても40%前後で、30年間ずっと変化していないようにみえます。

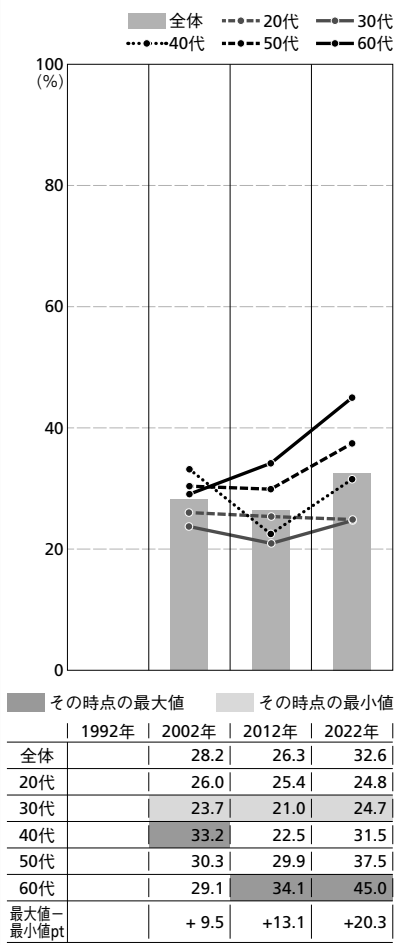
ですが、このグラフを年齢に注目して見てみると……。

年代別の回答をあらわす、5本の線に注目です。1992年時点では年代別の数値に幅が開いていたものが、年々近づいてきていませんか？ 具体的には、若年層（特に20代）で「今をエンジョイしたい」という意識が減少する一方で、高年層ではその意識が増えていて、結果的に年代間の違いが小さくなっています。

このように、年代の違いが徐々に小さくなっていく変化が、いくつものデータにみられたのです。

これらのグラフが示すこと。それは、30年という時間をかけて、生活者の年代に基づく価値観や意識の違いが徐々に小さくなっているということなのではないかと、私たちは考えました。

図表4 海外の出来事に関心がある

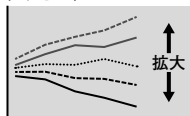


どっちが多い？

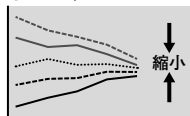
ですが、まだまだ消齢化という現象を発見するには至りません。なぜかという、年代による違いが小さくなっているものとは反対の、年代による違いが大きくなっている項目が見つかったためでした。図表4の、「海外の出来事に関心がある」という項目を見てく

図表5 「生活定点」でみられた拡大・縮小のグラフ数の比較

年代による違いが  
大きくなっている



年代による違いが  
小さくなっている



30年変化  
1992年→2022年

7項目

<

70項目

比較可能な  
項目数  
366

20年変化  
2002年→2022年

27項目

<

172項目 1,024

ださい。2002年時点では各年代とも20%30%付近に集まっていた回答が、最新の2022年の調査では最大値は45・0%（60代）、最小値では24・7%（30代）と幅が大きく広がっていますよね。

どうやら、年代による違いが大きくなる現象と小さくなる現象、どちらもあるようです。それならば、数としてはどちらが多いのだろう？ 私たちは、両者の件数を数えてみることにしました。

年代の違いの大小の判定基準は、各年代の回答の最大値と最小値の差分が、20年または30年の間に10ポイント以上拡大しているものを「違いが大きくなっている項目」、逆に10ポイント以上縮小しているものは「違いが小

さくなっている項目」としています。

図表5を見てください。まず1992年から2022年の30年変化を見ると、年代による違いが大きくなっている項目は7項目。対して、年代による違いが小さくなっている項目は、なんと10倍の70項目でした。質問項目が追加されたため比較可能な項目数が大幅に増えた2002年から2022年の20年変化では、年代による違いが大きくなっている項目は27項目、対して年代による違いが小さくなっている項目は172項目でした。

より長期的な30年変化で見ても、より多くの項目を調査した20年変化で見ても、**圧倒的に「年代による違いが小さくなっている」項目の方が多い**ことがわかりました。

**一部の分野で起きているだけ？**

項目の数だけで比較すると、年代間の違いは縮小傾向にあると言えます。しかし、ここでまた次の疑問が浮かんできました。

「これって特定の分野で起きているだけじゃないの？」と。

件数的に多くても、特定の分野だけに固まっている、ということもあります。

「生活定点」では、衣・食・住をはじめ消費や健康意識、仕事観、家族観など多角的な分

野から質問項目を設けています。そこで次に私たちは、年代による違いが小さくなっているものがどんな生活分野の項目なのかを見ていくことにしました。

その分野を紹介する前に……。

ひと休みも兼ねて、あなたの消齡化への感度を測る消齡化クイズを出題したいと思います。ぜひ次の問題に答えてから、続きをお読みください。

### 消齡化クイズ①

次の5つの項目は、「生活定点」で実際に調査している質問項目です。年齢による違いが小さくなってきたのは、どの項目でしょう？

- (A) ハンバーグが好き
- (B) 超能力を信じる
- (C) 夫婦はどんなことがあっても離婚しない方がよいと思う

(D) 木の床（フローリング）が好きだ

(E) 世界にひとつしかない自分の服や小物などを作りたいと思う

答えが出たら、次へどうぞ。

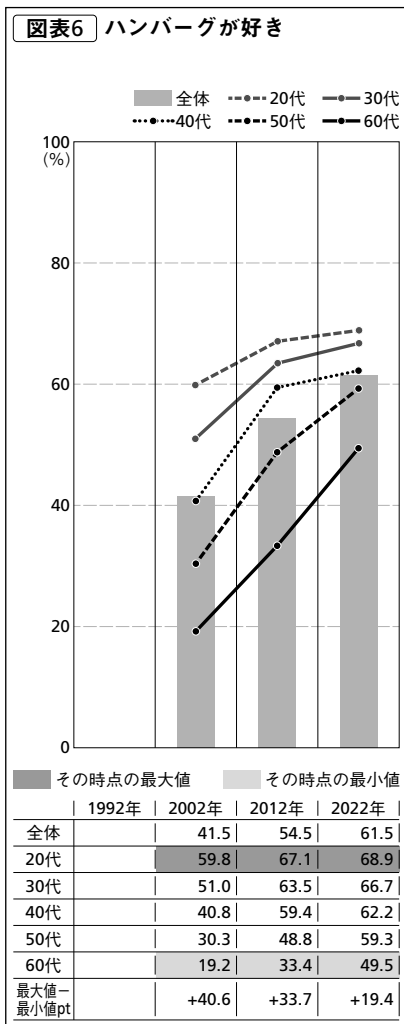
答え合わせです。実は先ほどの5つの項目は、分野はバラバラですが、すべて年齢による違いが小さくなっていた項目でした。あなたは正解できましたか？

ではクイズに出した項目の、実際の「生活定点」のデータをご紹介します。

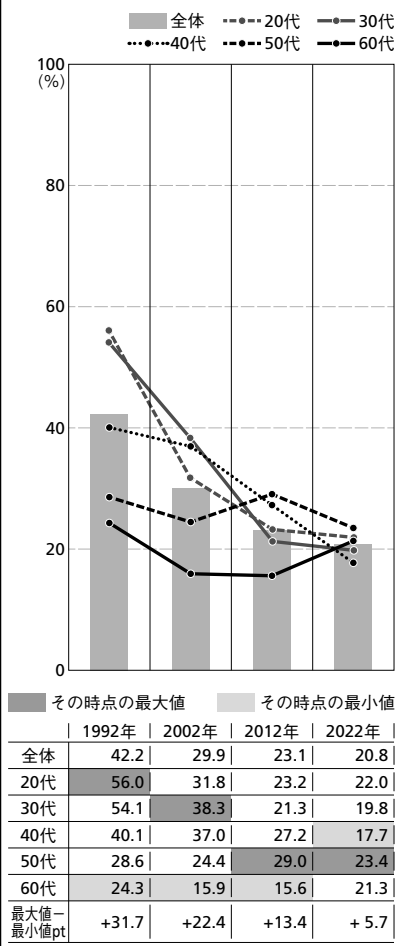
### ①【食】ハンバーグが好き

図表6（24ページ）を見てください。調査開始の2002年時点では、年代別の回答が最大値59・8%（20代）から、最小値19・2%（60代）までと、40・6ポイント差でかなり数値にばらつきがありますね。ですが2022年には、最大値68・9%（20代）から最

小値49・5%（60代）までと19・4ポイント差です。「ハンバーグが好き」と答えた人は、全年代で右肩上がりに増えているのですが、特に50～60代で急速に増えたことで、年代による違いが小さくなっていることが、このグラフからおわかりいただけると思います。



図表7 超能力を信じる



## ②【信じるもの】超能力を信じる

図表7を見てください。信じるものについて、「超能力を信じる」と答えた人は、1992年時点では、年代別の回答が最大値56・0%（20代）から最小値24・3%（60代）まで31・7ポイント差と、かなり数値に開きがあります。ですが2022年には、最大値



23・4%（50代）から最小値17・7%（40代）までと5・7ポイント差で、年代による違いが小さくなっています。

ミステリーサークルや人面魚・人面犬、ノストラダムスの大予言（1999年地球滅亡説）が話題になった1990年代が超能力ブームの最盛期だったようですが、20～30代の極端な下がり幅に比べて、60代は1992年時点で24・3%、2022年では21・3%と、回答に大きな変化はありません。

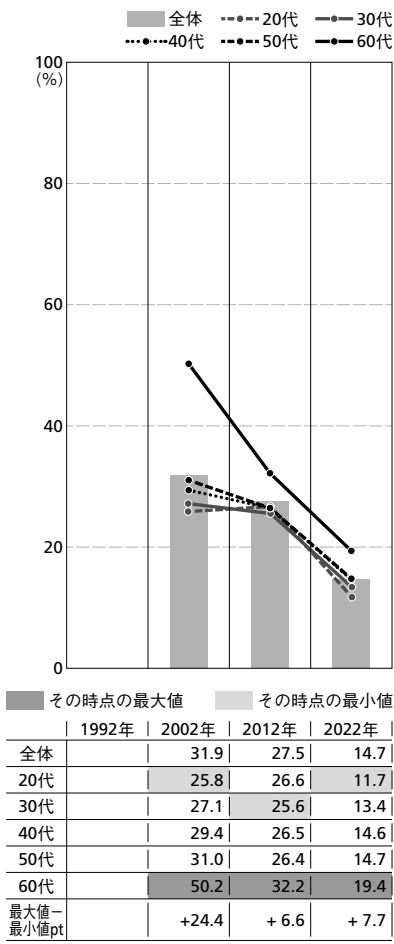
時代に左右されず、超能力を信じる人は信じるというのが、60代の特徴とも言えそうです。

### ③【家族観】夫婦はどんなことがあっても離婚しない方がよいと思う

図表8は家族観についてです。

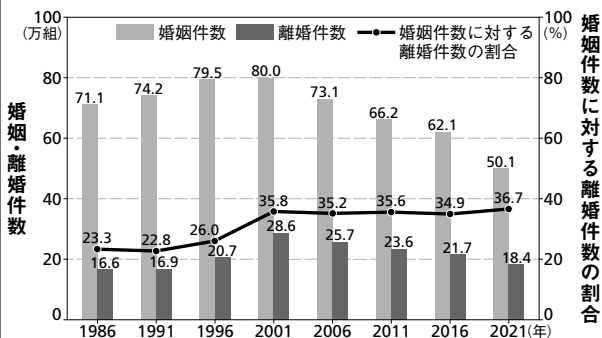
「夫婦はどんなことがあっても離婚しない方がよいと思う」と答えた人は、調査開始時の2002年には、60代が50・2%と突出して高かったのですが、直近では年代別にみたときの最大値である60代は19・4%と大幅に減少しており、最小値である20代も11・7%となっています。

**図表8 夫婦はどんなことがあっても離婚しない方がよいと思う**



従来の結婚規範に縛られない人が増えた結果、考え方の違いは相当小さくなっているよ  
うですね。

図表9 婚姻と離婚の年間件数



出典: 厚生労働省「令和3年人口動態統計」をもとに著者が作成

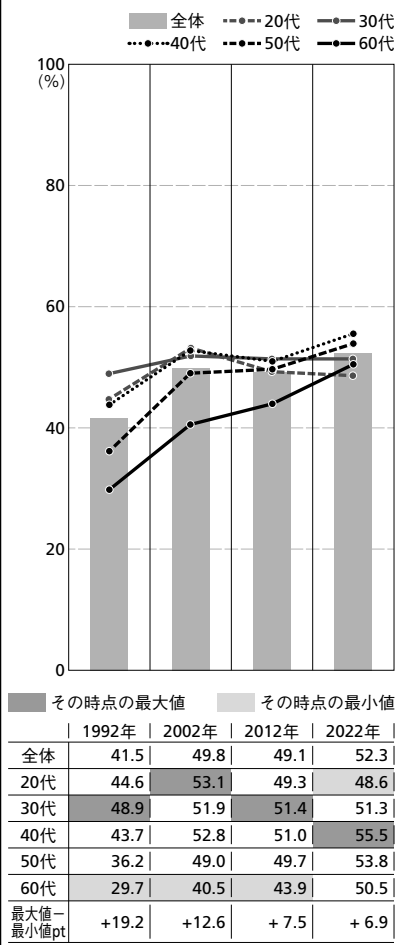
図表9は、「生活定点」のデータから少し

離れて、厚生労働省の「令和3年人口動態統計」より、実際の婚姻・離婚の年間件数をもとに算出した、婚姻件数に対する離婚件数の割合の推移です。実際の離婚数から算出されたこのようなデータで見ても、1980～1990年代は、婚姻件数に対する離婚件数の割合が20%台だったのが、2001年以降で約35%と、高止まりしていることが確認できます。

一生ひとりの人と添い遂げることが美德だった時代からは考えられないほど、離婚への許容度は年代を問わず高まったようです。

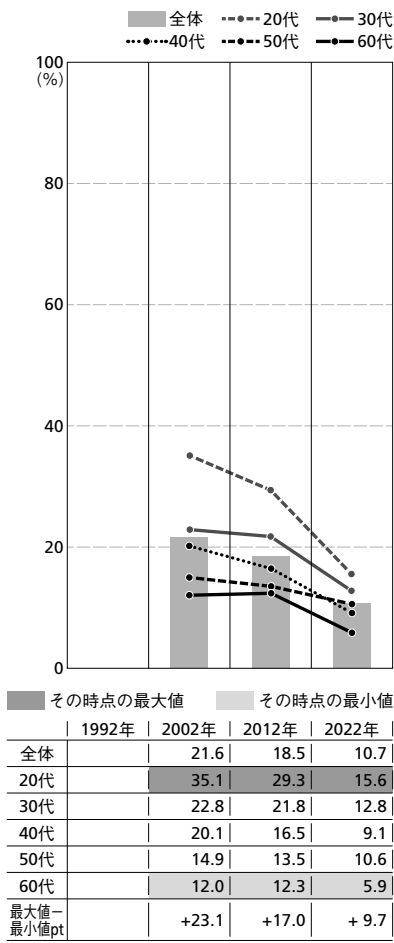
④【住】木の床（フローリング）が好きだ

図表10 木の床（フローリング）が好きだ



では「生活定点」のデータに戻りましょう。図表10は「木の床（フローリング）が好きだ」という項目です。1992年には下の年代が高めの数値、上の年代は低めの数値とばらつきがありましたが、2022年には50～60代で大幅に増加したことで、全年代が50%前後に集中し、年代による違いがほぼなくなっています。

図表11 世界にひとつしかない自分の服や小物などを作りたいと思う



⑤【衣】世界にひとつしかない自分の服や小物などを作りたいと思う

図表11のこの項目は、20代が大きく下がる形で、全年代の数値が減少しながら近づいています。この項目には、自分で服や小物を手作りするほか、オーダーメイドで洋服などを作ることも含まれます。その要因は何だと思いますか？ 安価で豊富なバリエーションの

ある既製品が登場したからなのか、オーダーメイドでなくてもインターネットで自分に合った商品を気軽に買えるようになったからなのか……。様々な要因がありそうです。

そのほかにも、【消費意識】の分野では「車にお金をかけたい」という項目、【働き方】の分野では「男性でも、育児休暇をとるべきだと思う」という項目、【暮らし向き】の分野では「1週間以上の長い休暇をとりたい（学生の春・夏休みなどを除く）」などなど、実に幅広い分野で、年齢による違いが小さくなっている変化を確認することができました。

半信半疑だった私たちも、だんだんと手応えを感じはじめました。

しかし、議論を進めるなかで、また新しい疑問を見つけてしまいます。

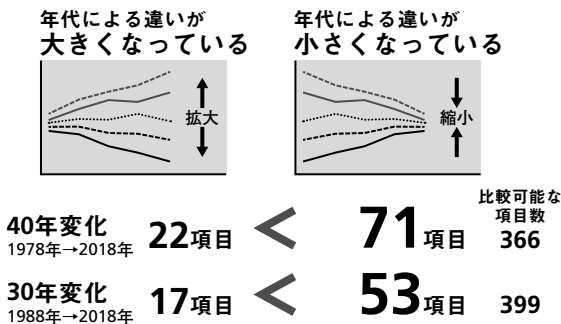
「これは、『生活定点』だけで見られる傾向なのではないか？」

——研究の旅は、まだまだ終わりません。

「生活定点」だけの傾向？

年代による違いが小さくなるという現象が、幅広い分野で起きている。この興味深い現象を前に立ちはだかった、新たな疑問。「これは『生活定点』だけで見られる傾向ではな

図表12 「日本人の意識」でみられた拡大・縮小のグラフ数の比較



出典：NHK放送文化研究所「日本人の意識」調査をもとに著者が作成

いか？」この疑問を払拭しておかねばなりません。私たちは、「生活定点」以外の長期時系列データで、年代による違いの縮小が見られるかどうか検証することにしました。

そこで注目したのは、NHK放送文化研究所が行っている「日本人の意識」調査。「生活定点」とは異なる条件・異なる視点から、日本の生活者の意識や価値観の変化を追った、長期時系列調査です。1973年から5年おきに調査をされていて、2018年が直近の結果となります。この「日本人の意識」調査でも同様の変化が確認できるのか、データをお借りして、年代による違いが小さくなっているもの、大きくなっているもの、それぞれの件数を調べてみました。

図表12を見てください。まず1978年から2018年の40年変化を見ると、年代による違いが大きくなっている項目は22項目。対して、年代による違いが小さくなっている項目は71項目でした。1988年から2018年の30年変化を見ると、年代による違いが大きくなっている項目は17項目、対して年代による違いが小さくなっている項目は53項目でした。「生活定点」ほど、両者に大きな差がついているわけではありませんが、「日本人の意識」調査においても、「年代による違いが小さくなっている」項目の方がずいぶん多いということが確認できました。この現象は「生活定点」だけでなく、「日本人の意識」調査でも起こっている傾向だったのです。

ここで、NHK放送文化研究所のデータで年代間の違いが小さくなっている項目を、いくつかご紹介していきましょう。

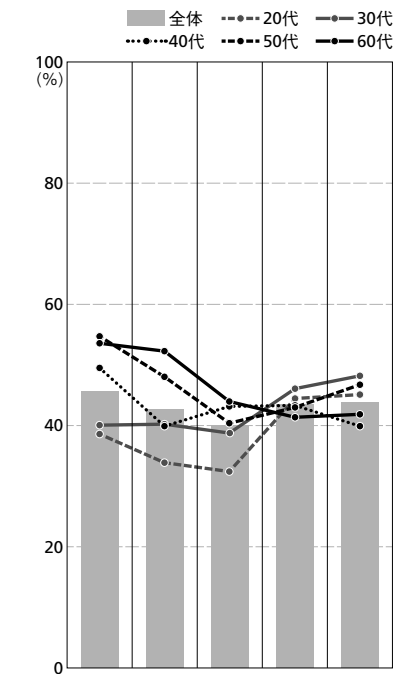
①【貯蓄】 将来必要となるかもしれないから、貯金しておく

図表13（34ページ）を見ると、45年前の1978年では60代は53・6%、50代は54・6%と、上の年代で貯金しておく意識が顕著でした。近年では全年代40～50%付近に集まり、年代間の違いは小さくなって、年代ごとの特徴が見えにくくなっています。20～30代は増



加傾向にあり、60代は減少傾向にあります。  
健康寿命が延びるにつれて老後の資金もシビアになることから、貯金をする60代が増えているのではないきや、かなり意外な調査結果です。

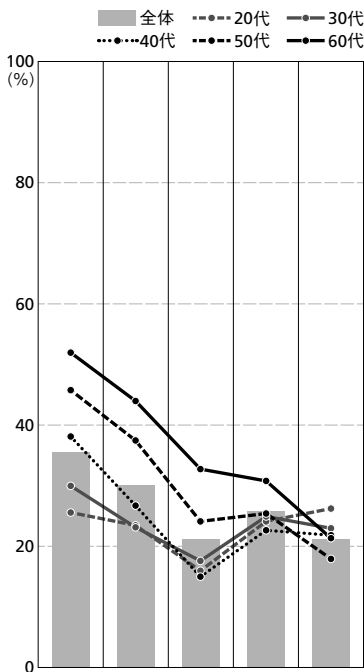
図表13 将来必要となるかもしれないから、貯金しておく



	その時点の最大値		その時点の最小値	
	1978年	1988年	1998年	2008年
全体	45.6	42.5	40.0	43.4
20代	38.5	33.8	32.4	44.4
30代	40.0	40.2	38.7	46.1
40代	49.4	39.8	43.1	43.3
50代	54.6	48.0	40.3	43.0
60代	53.6	52.2	43.9	41.3
最大値－最小値pt	+16.1	+18.4	+11.5	+ 4.8

出典：NHK放送文化研究所「日本人の意識」調査をもとに著者が作成

**図表14 老後の望ましい生き方：**  
子どもや孫といっしょに、  
なごやかに暮らす



	その時点の最大値				その時点の最小値					
	1978年	1988年	1998年	2008年	2018年					
全体	35.5	30.1	21.3	25.9	21.3					
20代	25.6	23.5	15.9	24.0	26.2					
30代	29.9	23.1	17.5	24.9	22.9					
40代	38.0	26.7	15.0	22.6	21.8					
50代	45.7	37.5	24.0	25.4	17.9					
60代	51.9	43.9	32.7	30.8	21.3					
最大値－ 最小値pt	+26.3	+20.8	+17.7	+ 8.2	+ 8.3					

出典：NHK放送文化研究所「日本人の意識」調査を  
もとに著者が作成

②【老後の望ましい生き方】子どもや孫といっしょに、なごやかに暮らす

図表14を見ると、1978年では、最小値である20代の25・6%から最大値である60代の51・9%まで約26ポイント差と大きく開いています。ですが直近のデータを見ると、最大値は20代の26・2%、最小値は50代の17・9%と、年代による違いはかなり小さくなった

ています。しかも興味深いことに、1978年には最小値である20代から最大値である60代まできれいに年代順に並んでいたものが、2018年にはほぼ逆転しています。

### ③【男女のあり方について】結婚式がすむまでは、性的まじわりをすべきでない

図表15では、今と昔の差が非常に顕著です。50～60代は約74%、20代は24・6%で約50ポイント差。かつては年代間で非常に大きな差がありました。ですが直近の2018年を見ると、最大値16・3%（60代）から最小値2・4%（30代）まで約14ポイント差で、年代による違いは以前と比べてかなり小さくなってきたようようです。

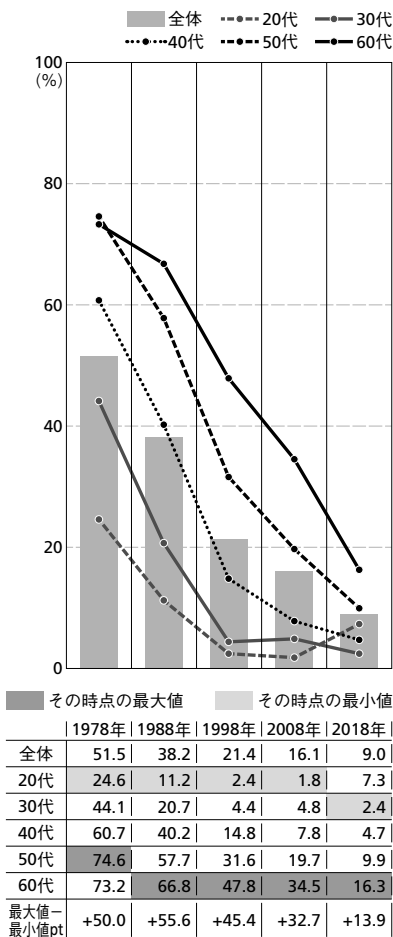
このように、私たちは、「生活定点」とNHK放送文化研究所の「日本人の意識」調査という2つの長期時系列データを通じて、年代による違いが小さくなり、年代ごとの特徴が薄らいでいく、という現象を確認することができました。

これは、無視できない大きな潮流なのではないか。

ようやくそう確信し、私たちはこの現象を「消齡化」と命名しました。

こうして私たちは、消齡化を発見しましたが、研究をここで終えることはできません。

**図表15** 結婚式がすむまでは、  
性的まじわりをすべきでない



出典：NHK放送文化研究所「日本人の意識」調査をもとに著者が作成

消齡化は、なぜ日本社会で起こったのか？ その背景を探らねば、「消齡化社会」の未来を考えることはできないからです。

私たちは消齡化の背景を求め、さらに「生活定点」のデータを掘り下げることになりました。思考と探索の旅は、まだ始まったばかりです。

## 消齡化社会

年齢による違いが消えていく! 生き方、社会、ビジネスの未来予測  
博報堂生活総合研究所

発行：集英社インターナショナル（発売：集英社）  
定価：968 円 (10%税込)  
発売日：2023 年 8 月 7 日  
ISBN：978-4-7976-8129-1

ネット書店でのご予約・ご注文は [こちらからどうぞ！](#)