

2018年9月26日

平成30年度ハイライフ研究所メールマガジン

現代若者考・レポート

第六回 今どきの若者《家計消費事情》

目次

I — **今どきの若者の「家計の実態」**……p.3

横ばいの可処分所得、慎重な消費支出、将来見据えた貯蓄

II — **大きく変わった今どきの若者の消費**……p.6

若者の「〇〇消費離れ」は？

III — **今どきの若者の消費行動と意識**……p.8

スマホで大きく変わった若者の消費スタイル

執筆者メモ……p.10

若者の「〇〇消費離れ」は時代の産物。未来消費社会への序章

執筆者 マーケット・プレイス・オフィス代表 立澤芳男(たつざわよしお)

■ 出店リサーチ・店舗コンセプトの企画立案

■ 都市・消費・世代に関するマーケティング情報収集と分析

■ 元「アクロス」編集長(パルコ)／著書「百万人の時代」(高木書房)ほか

2018年9月26日

お金がないことはない。慎重になっている 20代のお金の使い方と家計管理

最近の雇用や所得環境が大幅に良くなっているのに消費は相変わらず力強さを欠く。

その消費に関しては、2000年代に入ってから狂いはじめている。少子高齢化で若者の人口減となり、そのことが日本の消費総額(量)に大きな課題を突き付けた。一方、量の問題ではなく、時代を先取りすると思われる若者の消費に〇〇消費離れという消費の質の問題も浮上してきた。「若者の街」=渋谷では、若者より訪日外国人が目立ち、ブームの火付け役だった「SHIBUYA109」は苦戦。酒やクルマなど、若者の「〇〇離れ」は常識として語られ、ネット企業ですらその動向を捉え切れない。「若者はお金を使わない」——。そんな認識が、企業の間で定説となっていた。

しかし、この2、3年のアベノミクスによる円安株高の好景気で企業業績は最高益を上げる中、若者の賃金もアップし初任給も上昇するなど若者の所得環境は大幅に好転し、若者の消費環境もそれに対応し大きく変わりはじめている。

「お金がないから消費をしない」ということから「お金があっても消費は抑える」といった消費に対する自由な考えが顕著になってきた。

今から約40年前、高成長期の真ただ中であつた1977年頃に「独身貴族」という言葉が使われだした。高度経済成長期を乗り越え「モーレツサラリーマン」などという言葉が古くなったとき、結婚することを拒否し、自分の稼いだお金も時間も全て自分の趣味や楽しみに使い、家庭に束縛されない、そんな人種が現れた、それが「独身貴族」である。現代の若者は貴族とは言い難いが、独身者として消費を抑えつつスマホを自由自在に駆使する姿は、当時のパワフルな若者と『自由』という観点ではかなりの共通点を持つ。

確かに、この10数年間で見えにくくなった若者消費だが、この数年の好景気になってきた状況の中で、若者は何にお金を使っているのだろうか。その生活状況の実態はどうなっているのか。

若者の消費に焦点を当て、若者を取り巻く社会経済環境の変化を踏まえた若者の消費行動や意識、若者の消費生活についてレポートする。本稿では、若者とは、主に10代後半から20代までの勤労者世帯を指して取り上げるが、統計上の都合等により、30代を含む場合もある。



《シリーズ連載》

第一回レポート(4月末発信)『プロローグ;現代若者考・序論』、第二回レポート(5月末発信)『統計データで見る現代の若者』、第三回レポート(6月末発信)『若者世代の変遷』、第四回レポート(7月末発信)『今どきの若者《働く編》』、第五回レポート(8月末発信)『今どきの若者《未婚事情》』

I — 今どきの若者の「家計の実態」

横ばいの可処分所得、慎重な消費支出、将来見据えた貯蓄

現在 25 歳の今どきの若者は、誕生したときから、低成長、雇用不安、デスインフレやデフレといった社会経済環境の下で暮らしている。かつてのように、勤続年数が長くなれば賃金が上昇するといった期待を持ちにくくなったことにより、将来の生活に不安を抱く若者が増え、このことが、消費の力弱さにつながっていると思われる。

しかし、ここ 2、3 年の日本の経済環境の好転ということもあり、若者の消費の状況や考え方が変わりつつある。最近の GDP は好循環で 500 兆円を上回り、伸び悩んだ日本の消費は数兆円のアウトバウンド消費が底支えしている。日本の消費は決して弱いのではなく、「力強さが無い」だけだという見方に変わってきている。また、過般、内閣府が行った「国民生活に関する世論調査(2016 年)」の結果によると、「現在の生活に満足していると答えた」層は、74.7%に達し、1963 年以降、2 年連続で過去最高を更新した。日本経済が「旭日の勢い」を持った 60 年代以降、「バブルの狂瀾」の最中に比べても、現下、世の人々の大勢は、日々の生活に「満足」を覚えているのである。「満足している」と答えた人を年代別に見ると、18 歳から 29 歳が 83.2%で最も多く、30 歳から 39 歳が 78.9%、70 歳以上が 75%という順になっており、若者のほうが現状満足度は高い。

将来不安という若者たちも多いが、若者の収入環境も好転し始めており、現状満足度の高さが、今どきの若者の消費行動にどう現れているのか。「平成 29 年版消費者白書」「国税庁民間給与の実態調査」「全国消費実態調査」などの報告を参考に、今どきの若者の消収入や消費の実態を見てゆく。

1. 今どきの若者の収入動向

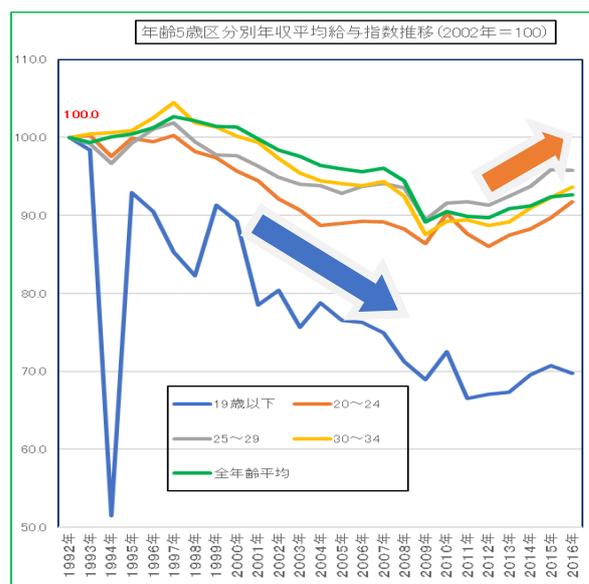
若者の所得収入はマイナスが 10 数年以上も続いたが、この 2、3 年は上昇が続く

「民間給与の実態調査 2016 年結果」(国税局)の統計によると、20 代前半の男性の平均年収は、1992 年に最高値の 307.1 万円をピークに 2010 年には 268.9 万円に減り、以降給与は増加に転じることはなかったが、2016 年にはピーク時の 89.4%の 274.5 万円となっている。

バブル期に最高となった給与はバブル崩壊後から大きく減りはじめ、さらに 2009 年のリーマンショック後も減少傾向が続いた。しかし、2013 年以降アベノミクスによる景気回復で上昇に転じている。

この収入の変化動向は、20 代前半の世代だけでなく、20 代後半や 30 代前半の若者世代いずれの世代にも共通した動きだ。

若い世代はもともと平均年収は低く抑えられ気味で推移するが、男性の平均年収は、終身雇用制と年功序列制の根強く、年収が年齢に伴って上昇する傾向が強く 50 代前半まで徐々に上がり続ける。一方、女性の平均年収は 30 代後半が最も高いがほぼ横ばい。結婚や妊娠、出産を機に退職する人も多いため、現実には男性と同じような年功序列等が望めない傾向がある。また、退職後はパートなどの時短労働をされる人が増えるため、年収の横ばい傾向は強くなる。



▼年齢5歳階級別平均給与(千円)&指数(1990年=100)

国税庁『民間給与の実態調査』

(男) 5歳年齢区分別平均給与(千円)

	19歳以下	指数	20~24	指数	25~29	指数	30~34	指数
1980年	1,452	69.6	2,036	66.3	2,666	65.8	3,303	67.9
1985年	1,681	80.6	2,423	78.9	3,118	76.9	3,852	79.2
1990年	1,970	94.4	2,912	94.8	3,770	93.0	4,563	93.9
1992年	2,086	100.0	3,071	100.0	4,054	100.0	4,862	100.0
1995年	1,984	95.1	3,044	99.1	4,045	99.8	4,911	101.0
2000年	1,829	87.7	2,878	93.7	3,943	97.3	4,846	99.7
2005年	1,603	76.8	2,672	87.0	3,768	92.9	4,577	94.1
2010年	1,576	75.6	2,689	87.6	3,659	90.3	4,317	88.8
2015年	1,583	75.9	2,707	88.1	3,834	94.6	4,507	92.7
2016年	1,572	75.4	2,745	89.4	3,827	94.4	4,567	93.9

ピーク時

(女) 5歳年齢区分別平均給与(千円)

区分	19歳以下	指数	20~24	指数	25~29	指数	30~34	指数
1980年	1,378	84.9	1,724	67.0	1,862	62.6	1,807	63.9
1985年	1,527	94.0	2,055	79.8	2,267	76.2	2,161	76.4
1990年	1,670	102.8	2,386	92.7	2,758	92.7	2,657	94.0
1991年	1,661	102.3	2,528	98.2	2,908	97.7	2,824	99.9
1992年	1,624	100.0	2,575	100.0	2,976	100.0	2,828	100.0
1995年	1,424	87.7	2,588	100.5	2,981	100.2	2,982	105.4
2000年	1,472	90.6	2,502	97.2	3,009	101.1	3,122	110.4
2005年	1,213	74.7	2,328	90.4	2,905	97.6	3,009	106.4
2010年	1,122	69.1	2,372	92.1	2,930	98.5	2,994	105.9
2015年	1,026	63.2	2,332	90.6	3,064	103.0	3,070	108.6
2016年	1,062	65.4	2,407	93.5	3,089	103.8	3,147	111.3

ピーク時

長い間据え置かれた『初任給』もこの数年で大きく変わり始めている。初任給(大卒)の推移を見ても2000年代に20万円を切っていた男女平均の初任給は2014年に20万円を超え、2017年には男女平均で20万6千円まで上昇した。現在の単身勤労者世帯、つまり、一人暮らしができる若者には、大企業の正規雇用者も多く、また、単身勤労者でも親と同居する若者が増えているなど、同年代の中でも経済状況に余裕のある層が多い可能性がある。また、最近の若者の収入は、正規社員の収入だけでなく非正規社員の収入も増え始めるなど若者の収入構造も大きく変わり始めている。

マスコミが騒ぐほど、若者には「お金がない」というわけではない。



2. 今どきの若者の「可処分所得・消費支出・消費志向・貯蓄残高」

収入が増えても、消費を抑える今の若者たち

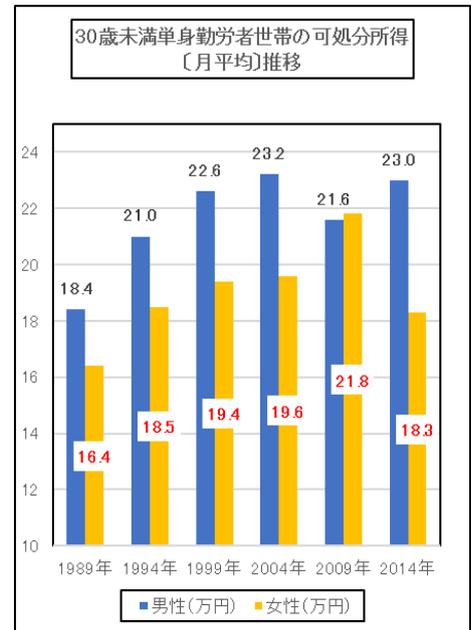
総務省「全国消費実態調査」は、1959年から続く5年毎調査で、国民の消費生活を捉える上で最も大規模なものである。この調査を用いて若年層の消費実態を見ていく。

1) 可処分所得～わずかだが増え続けている

世間では「今の若者はお金がない」と言われるが、実際のところ、毎月どれくらい手にしているのだろうか。また、過去と比べてどうだろうか。可処分所得(税金・社会保険等を除いた所得)つまり自由に使える所得の推移を見ていく。

30歳未満の単身勤労者世帯の可処分所得は、2014年では男性23.0万円、女性18.3万円であるが、1989年以降からの推移を見ると、男性は2009年でやや減少しているものの、概ね増加傾向にある。女性は直近の2014年では減少しているが2009年までは増加傾向にある。

バブル期の1989年と2014年を比較すると、男性は+4.6万円、女性は+2.0万円増加しており、消費者物価指数を考慮した実質増減率は男性+12.2%、女性+0.5%である。



2) 消費支出～変わる消費の中身

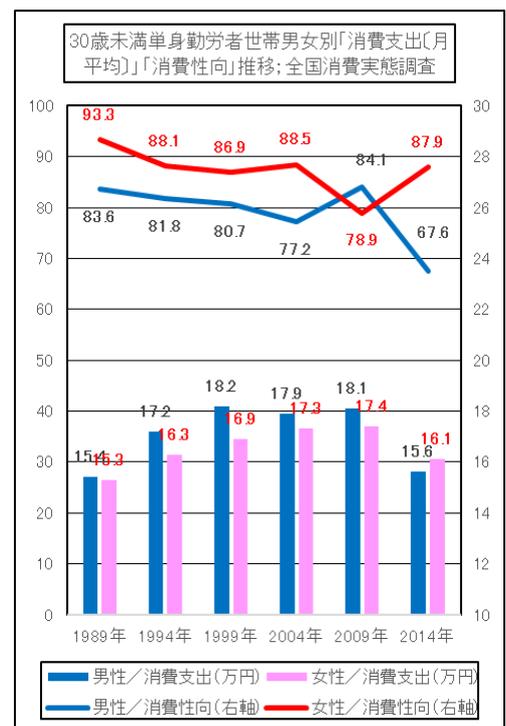
30歳未満の単身勤労者世帯の消費支出は、1989年から2009年までは男性では増加傾向、女性でも一部増加が見られるが、2014年では男女とも減少している。2014年の消費支出は、男性は15.6万円(対1989年実質△9.3%)、女性は16.4万円(同△5.4%)である。

3) 消費志向～男性は低下、女性はアップ

可処分所得に占める消費の割合(=消費志向)の推移をみることで、年齢層別に消費に対する意欲を見ることができる。

1989年から2014年までの30歳未満単身勤労者世帯の平均消費志向の推移は、低下傾向にある。バブル期以降、若年単身勤労者世帯の消費支出は、可処分所得の増加ほどは増えておらず、2014年の直近ではむしろ減っており、消費志向は低下傾向が続いている。

消費志向については、概ね男性より女性の方が高いことが特徴的である。実は、年収階層別に男女の消費志向を比べても、年収階層によらず男性より女性の消費志向が高く、女性は男性より消費意欲が高い傾向がある。

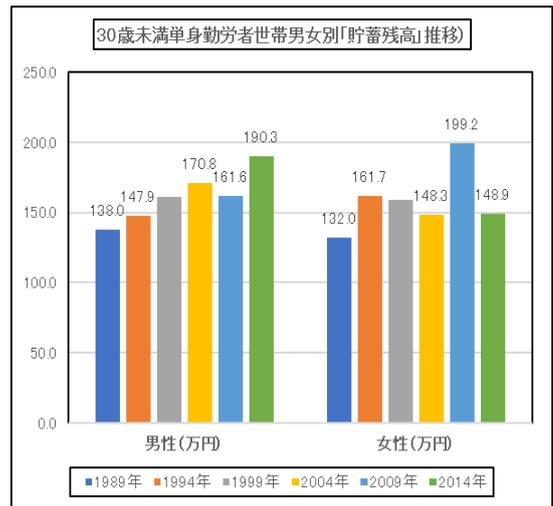


4)貯蓄残高～バブル期(1989年)より2割アップ

30歳未満の単身勤労者世帯の貯蓄現在高は、2014年では男性190.3万円、女性148.9万円であり、女性は調査年による増減が大きいが、男性は概ね増加傾向にある。

1989年と2014年を比較すると、男性は+52.3万円(実質+23.8%)、女性は+16.9万円(同+1.3%)である。

30歳未満の単身勤労者世帯では、男性はバブル期より可処分所得が1割、貯蓄が2割増え、女性でもいずれも若干増えている(2009年では1989年を大きく上回る)。つまり、30歳未満の単身勤労者世帯に注目すると、決して「今の若者はお金がない」わけではない。



Ⅱ 大きく変わった今どきの若者の消費

若者の「〇〇消費離れ」は？

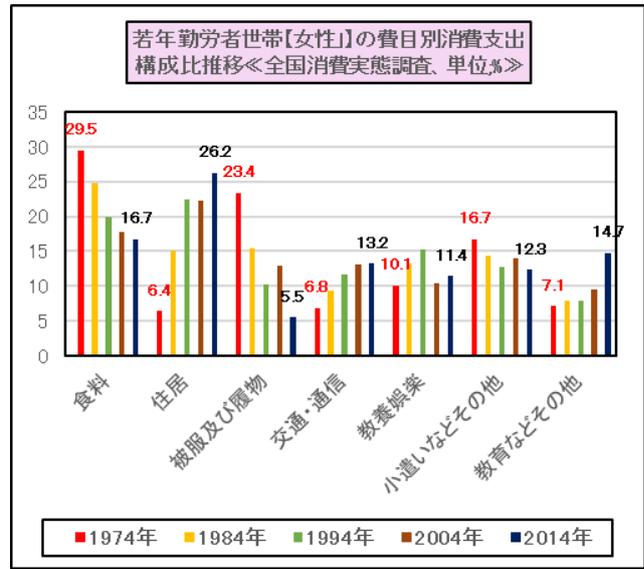
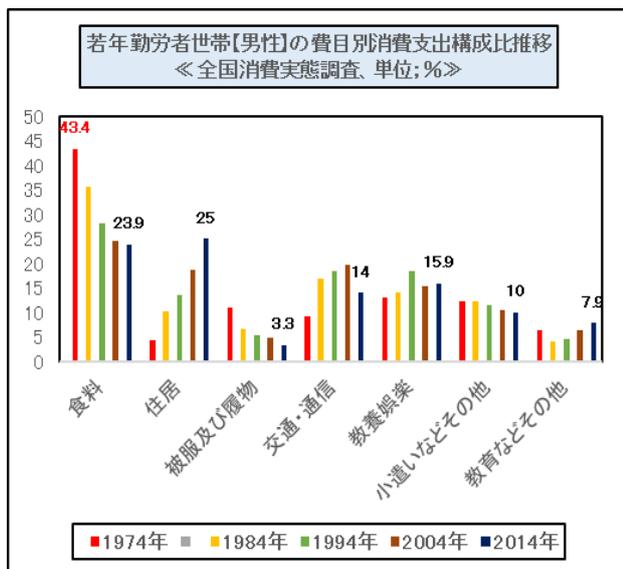
今の若者は「お金を使わない」と言われるが、2009年頃までは特に男性ではバブル期と比べて「お金を使わない」わけではない。しかし、消費性向は低下傾向にあり、手元のお金が増えても消費を抑える傾向は強まっている。さらに、2014年にはバブル期より消費も減ることで、今の若者は「お金を使わない」状況にもなっている。そのような状況の中で、若者の消費支出の支出分野が大きく変わってきている。

1. 大きく変わる支出費目。支出が増える通信・住居。大きく減少する被服及び履物、食料

若者の消費支出総額がやや減少気味で推移する中、消費の中身(支出費目)の構成に大きな変化がみられる。

総務省「全国消費実態調査<<5年毎>>」における30歳未満の単身世帯のデータを用いて、今から約50年前の高成長時代の若者の消費と直近の調査(2014年)までの若者個人の消費支出の費目別の推移についてみると、男性は「食料費」「被服及び履物」が減少しているほか、「教養娯楽費」「小遣いなどその他」等が減少している。

女性については、「被服及び履物費」「食料」が大幅に減少しているが、一方で「住居」「交通・通信」が大幅に増加している。



2. 若者の〇〇消費離れは進行中

最近まで、若者の消費については、様々な消費分野で「消費離れ」が指摘されてきた。ここでは、若者個人の消費支出の費目別の変化を、バブル経済のピーク時と重なる1989年と直近の調査(2014年 全国消費実態調査)と比較し、消費離れをチェックする。

▼30歳未満単身勤労者男女別「1ヵ月当たり費目別消費支出金額」比較						
	男性			女性		
	1989年	2014年	差額	1989年	2014年	差額
1)自動車関係費	17,598	7,295	-10,303	4,893	13,653	8,760
2)被服・履物	11,218	5,138	-6,080	20,871	8,871	-12,000
3)食料	48,758	37,163	-11,595	31,021	26,877	-4,144
うち外食	30,555	17,102	-13,453	12,104	10,602	-1,502
うち酒類	2,101	1,183	-918	510	501	-9
うち調理品	3,332	6,512	3,180	2,453	1,327	-1,126
4)通信費	3,013	6,821	3,808	5,130	9,642	4,512
全国消費実態調査						

1)若者男性の「車離れ」は本モノ

若者の消費については、「車離れ」がよくいわれている。自動車等関係費は、男性では大きく減少傾向にあり、2014年には1989年の半分以下の支出にとどまる。女性の自動車等関係費は、一貫して増加傾向にあり、2014年には、1989年の2倍以上の支出となっている。

なお、同調査での30歳未満の単身の全世帯の耐久消費財普及率のうち、「自動車」については、男性において2004年

の61.4%から2014年は45.7%へと10年前と比べ大幅に減少している。一方で、女性は2004年の38.4%から2014年には41.0%へと増加している。いわゆる「車離れ」は、若者の単身男性における傾向として確認することができる。

2)衣料離れは「安価」で支出金額が激減するが、ファッション意欲は旺盛だ

洋服が中心である「衣服・履物」の支出が、男女とも長期的にみて減少傾向にある。男性の支出は1989年から2014年にかけて半減。女性の支出は、1989年と比較すると4割となっている。

しかし、消費者庁「消費者意識基本調査」(2016年度)で、現在お金を掛けている項目として、若者では「ファッション」を上位に挙げている。支出額としては明らかに減少傾向にあるが、必ずしも洋服に対し消費意欲を失っているわけではない。ファストファッションの台頭などで、過去に比べ安価で品質の良いものが手に入るようになったことなども影響している。

3)単身世帯男性・女性ともに食料支出は減少。特に男性は外食中心に大幅減

単身世帯の食料費を男女別にみると、30歳未満の男性は1989年と比べて2014年には外食への支出を大きく減らし食料全体の支出減の大きな要因となっている。女性は食料への支出は4千円くらい減らしている。男性の食料への支出の中身が大きく変わってきている。例えば、調理食品の普及等による食の簡便化や自宅で食事をとるようになっていたため『調理品』への支出が倍増。また、酒類の消費が1989年と比べると、女性の支出はほとんど変わらないのに対し、男性の支出は5割減少。酒類の内訳では、詳細にみると、特にビールの消費は減少。一方で、チューハイやカクテル等への支出は全体的に増加しており、酒類の嗜好が変化していることがうかがえる。

4)携帯電話通信料の割合が増加している通信費

1989年の頃と2014年の通信費を比較すると、30歳未満の単身世帯でみると、男女ともにほぼ倍となっている。内訳をみると、携帯電話通信料が大幅に増加している。他方で、固定電話通信料は減少傾向にあり、2014年では約300円となっている。情報化の進展により、コミュニケーションの手段は固定電話から携帯電話に代替し、コミュニケーションの在り方にも影響し、また、若者ではその加速が一層進んでいる。

一方で、若者の消費に関する調査で、「今後節約したい／今後も節約したいもの」の中で、通信費は若者では上位を占めており、通信費が負担になっている若者は多いようだ。

Ⅲー 今どきの若者の消費行動と意識

スマホで大きく変わった若者の消費スタイル

現代の若者は、生活水準は高いが、経済成長は停滞している中で育った。長期にわたる低成長、デフレが続き、さらに、非正規雇用の増加やリストラ等、不安定な雇用形態が広がる中で暮らしてきたため、若者の多くは将来の生活が経済的に現在以上に豊かになるという見通しが立たずに、不安を感じている。若者の平均消費性向は長期的に低下しており、いくつかの費目では支出が大きく減少しているが、若者の消費に対する意識や行動の実態はどうなっているのか。消費者庁「消費者意識基本調査」等、主に最近の調査結果から、若者の意識や行動についてみていく。

1. 大きく変わる若者の消費に対する意識。不安な社会を見据えた消費行動

1) 若者の消費は堅実

消費者庁「消費者意識基本調査」(2016年度)では買物好き、衝動買いをするなどの回答割合が若者は高かったにもかかわらず、実際の消費行動には、先にみたように平均消費性向が下がっていることから、堅実さがうかがえる。同調査を見ると、お金を掛けているものや今後お金を掛けたいものが「貯金」と答える若者もかなりの割合で存在する。また、「買う前に機能・品質・価格等を十分に調べる」かについては、「かなりあてはまる」と回答した人の割合は、全体で17.3%のところ、10歳代後半では21.6%、20歳代では23.9%と高くなっており、この結果からも堅実な一面がうかがえる。

2) 高い若者の貯蓄志向

若者はお金がないのではなく使わないのだ、というデータもある。

2014年のマイナビニュースによると、20代の若者は毎月2万～5万円貯金している人が37%、6万～10万円貯金している人が23%。また、調査時の預金額が101～300万円の人が18.7%、301～500万円の人が15.7%、501～1000万円の人が16.3%と報じている。しかし、貯金額が1万円以下、あるいは貯金していない、分からないと答えた人の合計は約30%になる。

お金がないわけではない。若者は「お金がない」という現状よりも、先が見えない働き方に大きな不安を抱いているようで、この不安に対処するために車を買わずに貯金するという姿勢は、まっとうであり正しい。

3) 「コト消費」に関心を強く持つようになった

若者においては、消費性向の低下、男性の自動車向け支出の減少、洋服への支出の減少等に見られるように、金額ベースで見ると消費は堅実で慎重な傾向にある。

一方で、若者の多くは、年齢層の高い世代に比べて買物好きで、新しい物が好きで、衝動買いもする。これらのことから、若者の潜在的な消費意欲は決して低くないと考えられる。また、安価で高品質なモノ・サービスの流通により、それほどお金を使わなくても、消費自体を楽しめることが、金額ベースでの消費の力弱さにつながっている面もあると考えられる。「コト消費」の傾向は、デジタルネイティブと呼ばれる世代に当たる若者の消費行動において、他の年齢層より強く表れる。

消費者庁「消費者意識基本調査」(2016年度)によると、「スポーツ観戦・映画・コンサート鑑賞」といった「コト消費」について、お金を掛けていると回答した人の割合は、24歳までの年齢の若い層で高い。

また、「交際(飲食を含む)」にお金を掛けていると回答した人の割合は、20歳代で45.2%と、全体の29.0%を大きく上回っている。

2. 若者の消費は『情報化』へ向けてひた走る

1) スマートフォン等を生活の必需品と考える若者は8割

2015 年末時点で 20 歳代の 97.9% がスマートフォンを含む携帯電話を保有し、92.9% はスマートフォン。ほとんどの若者が携帯電話やスマートフォンを利用している状況にある。携帯電話やスマートフォンを生活の中でどのように位置付けているかという意識面をみると、消費者庁「消費者意識基本調査」(2016 年度)によれば、「携帯電話やスマートフォンは自分の生活になくてはならない」と考えている割合は、10 歳代後半では 82.4%、20 歳代前半は 83.2%、20 歳代後半は 85.6% に上る。

2) 商品やサービスの購入・予約等を若者はスマートフォンで行う

消費者庁「消費者意識基本調査」(2016 年度)において、スマートフォンとパソコンそれぞれを利用して、「商品やサービスの購入・予約」、「ネットバンキング」といった消費生活上の行動をしているか聞いたところ、スマートフォンを使って、「商品やサービスの購入・予約」という、いわゆるインターネット通販を行っているとの回答は、20 歳代で 58.9% となっており、最も高くなっている。

スマートフォンを使い、「ネットバンキング」で資金決済を行うとの回答は 20 歳代が 11.4% と年齢層別には最も高い。一方、パソコンを使う用途の中では、40 歳代が 13.3% と最も高くなっている。

以上の消費行動から、若者のスマートフォン利用が浸透していることが分かる。



3) スマートフォンの普及と波及が新しい消費社会を生む

現在、IoT (Internet of things)、ビックデータ、人工知能 (AI)、ロボット等、第 4 次産業革命と呼ばれるような、IT 技術を使った技術革新が期待されている。

IoT により全てのものがインターネットでつながる、それを通じて収集・蓄積される、いわゆるビッグデータが人工知能により分析され、その結果とロボットや情報端末等を活用することで今まで想像できなかった商品やサービスが次々と世の中に登場する、といったことも予想される。

こうした新しい技術を活用した製品やサービスについては、現在スマートフォンが特に普及していることから、新しいものが好きな若者によって活用され、幅広い世代に広まることが期待される。また、これにより、これまでの生活における課題の解決や新たな魅力的なサービスの開発やその普及が見込まれる。

情報化は若者の間で一層進展している。若者のインターネット利用率は 100% に近く、スマートフォンの保有率も他の年齢層に比べ高くなっている。若者の行動は、生活時間、情報の入手先、購入方法、自らの情報発信等で情報化の影響を大きく受けている。少子高齢化が進む中では、若者の人口全体に占める割合の低下が見込まれるが、真に豊かな暮らしの実現に向けて、若者の存在が非常に重要だ。

若者の「消費の〇〇離れ」は時代の産物。未来消費社会への序章

現代の若者の消費行動は日本経済の長期的な低成長と情報化の進展の二つが大きく影響していることは疑いもない事実だ。

■供給過剰社会となった日本で若者が絶対に欲しがるものは少ない。若者の消費離れの消費行動は正解だ！

バブル期と重なる平成時代の始まりから現在 30 年を終えようとしている。日本の社会は 1990 年代を境に大きく変貌している。1960 年代から 70 年代の日本は高度成長期社会で、日々生活が豊かになっていく実感があり、80 年代にもなると、誰もがさまざまな電化製品を持ち、車も持つことができた。高度成長期とは、欲しいものがたくさんある一方で、それを供給するための生産力が足りない時代。その頃、お金とは「何かを買うためのもの」でし貯めているとしたら、それは欲しいものを買うためだった。

しかし、2010 年代の今、日本は既に情報社会を前提とする成熟社会に入っており、生産力は 60 年代当時と比べて格段に大きく、何か需要があればすぐにそれを満たすことができる。しかし、60 年代の頃に人々が感じていたほど強烈に「絶対にこれが欲しい」というモノは残っていない。一定の経済規模(約 500 兆円強の GDP)は維持されるものの欲しいものが少ない。

市場の規模は「需要」と「供給」のうち、より小さいほうで決まといわれる。成長社会では供給が小さいため生産を効率化し人々が懸命に働いて生産高を増やす。増やせば増やすほど経済が成長し、社会が豊かになっていく。ところが欲しいものがそろってしまった成熟社会では需要が市場の上限を決めているので、いくら働いて生産を増やしても、いくら生産効率を上げても、モノが余るだけで経済の規模は変わらない。昔からの生産拡大政策そのままに「勤勉」「効率化」などとやっていると、ますます生産力が過剰になり人が余ってしまう。

上述したような時代認識の下、今どきの若者は無駄なものを買わずお金を節約し、貯蓄し、一方でスマホなど情報に関連する新しい機器やサービスに積極的に支出を強めている。経済の規模を大きくし、成熟社会で経済を良くするには、これまでにない、例えば、90 年代の携帯電話や 00 年代のスマートフォンのように、創造的な商品や、新たな生活の楽しみ方を考えなければならない。というのであれば、今どきの若者の消費行動は、未来を見据えている消費行動だといえないだろうか。

■今どきの若者の消費離れは、IT 将来社会を先取りしたもの。今後、幅広い世代に広まっていく可能性は大！

この平成の 30 年間の若者の消費について振り返ってみると、バブル崩壊期からリーマンショックを克服した 2012、3 年頃まで消費全般がそうであったが、収入が減り続ける中、お金の使い方・使い道を大きく変えた。特に若い単身者の間では、車離れとか、お酒離れが進み、〇〇離れは、「外食」「映画館」「旅行」「スキー」「ゴルフ」等のかつて憧れ的な生活の分野にまで及び、アクティブな行動から遠ざかることを選んだ。その分野での支出を節約するパフォーマンスを若者は見せた。

収入が減れば、若者であっても当然の要否行動として節約をした。

しかし、いまだピーク時を下回る所得水準だが、この数年で若者の所得環境は大きく好転し始めた。当然のこととして消費の「〇〇離れ」は収まると思われたが、実際は、最近の政府の消費関連データや小売業、サービス業の売上動向を見ると、消費の抑制傾向は弱まるよりもむしろ強まっている。現代の若者は、お金があってもお金を使わないのである。今どきの若者は『お金がない』のではなく『お金を使わない』のだ。なぜか、といえば、お金の使い方が大変化しているからだ。

お金の使い先を見ると、「スマホ」とその関連消費・サービスに関しての支出は大幅に増やしている。グーグル、アマゾン、ゾゾタウンなど IT を技術として取り込む多くの企業が若者の支持を受け、若者の支出を増大させている。

消費離れといわれた若者達は、情報収集や消費行動(物品・サービス商品の購入や決済)など、今までの消費社会が作り上げてきたものとは全く異次元なツールを使い始めている。また、急速なスマホの進化は「モノ消費」から「コト消費」へ若者を導いている。今どきの若者が次代の社会の担い手となることや、若者の行動に大きな影響を及ぼしている情報化の進展は後戻りしない状況にあることを踏まえれば、若者の消費行動や意識は、時代を先取りしたものであり、今後、幅広い世代に広まっていくものである可能性がある。