

現代若者の「〇〇離れ」の実相

「車・海外・消費(≒マネー)」離れと「スマホ」に嵌まる若者たち

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

第十一回

現代若者の「〇〇離れ」の実相

目次

はじめに・・・(P.2)

I－若者の「車離れ」の実相

車離れは若者より中高年・若者の自動車免許保有率は高水準が続く……(P.3)

II－若者の「海外離れ」の実相

戻り始めた 20 代の海外旅行・二極化する海外志向……(P.5)

III－「若者の消費(≒マネー)」離れの実相

収入は横ばいが続きメリハリ消費で堅実な生活を志向……(P.7)

IV－若者の「〇〇離れ」の実相

スマートフォン離れができなくなった若者たち……(P.9)

執筆者メモ……(P.11)

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

現代若者の「〇〇離れ」の実相

「車・海外旅行・消費(≒マネー)」離れと「スマホ」に嵌まる若者たち

はじめに

日本の家庭における必需品は、戦後期には「三種の神器(電気冷蔵庫、電気洗濯機、白黒テレビ)」、1960 年代には「3C 商品(カラーテレビ・クーラー・マイカー)」であった。その日本の経済高成長期に団塊の世代という大量の若者が社会に登場し、諸説あるが、大人になるための「必須の神器」とされたのが、お金を前提にして「車」「酒・たばこ」「海外旅行」であった。

その若者の神器は、当時の若者にとっては自分と他人の「差異」を誇示するために便利なツールであり、他人との「差異」を示すことが自己顕示欲を満たすものだった。

しかし、1990 年代前半以降、バブルの崩壊をキッカケに、失われた 10 年ともいわれた長期不況が続く中、統計上の数字でも車、お酒、海外旅行離れも明確に証明されるようになった。

さらに、2000 年代には人口減少・少子高齢社会となり、量重視の社会からサービス化や情報化社会へと転じ、若者たちの間では、「車」「酒・たばこ」「海外旅行」には強い関心を持たなくなった。景気後退が長期化し企業の業績は悪化する中、企業やマーケティング業界やマスコミでは、神器に無関心を装う若者のビヘイビアを、若者の『〇〇離れ』と取り上げた。その背景には長期にわたる消費不振が続いたこともあるが、若者人口数そのものが団塊世代より 4 割近く少なく、そのことだけ見ても若者の消費量は大きく落ち込んだ。それでも経済産業界では量的拡大や高成長の再来を念じるあまり、消費の不振の原因を若者の消費行動(≒〇〇離れ)にあると決めてかかった。かつての若者の巨大で強烈な消費パワーが忘れられないのである。

現代の若者が置かれている社会状況は 60、70 年代とは全く異なり、また 90 年代とも全く違う。何が違うのかというと、今の若者は、バブル崩壊後に生まれた世代で、思春期にリーマンショックや東日本大震災を体験している。攻めよりは守りの意識が強くなっている世代だ。若者の不況慣れ、低成長慣れがあり、学歴や資格、肩書といった既存の社会の枠組みの中で、極力、不利な道に落ちないようにという生き方をするといった若い世代の保守化の傾向が強くなっている。そのような状況の中で、若者たちが大人になるための「憧れの神器」とされるもの、例えば、車、お金、旅行、恋愛、酒などたくさんのキーワードがあるが、それら憧れのアイテム群はほとんど現在では「〇〇離れ」と認識されている。

今、産業界やマスメディアで報道される「〇〇離れ」といわれている「車」、「海外旅行」、「消費(お金)」は、日本の社会のグローバル化、キャッシュレス化、IoT・AI 化へと進む中どのように認識されているのか？

今回は、〇〇離れといわれる中で、自動運転が視野に入った「車」、インバウンドなどグローバル化が進行する中での「海外」、キャッシュレス社会へ向かう中での「消費(金銭・マネー)」、そして〇〇離れどころか〇〇離れできなくなった「スマートフォン」についてそれぞれ現代の若者との関係をみてゆく。

「〇〇離れ」の実相を探る。

I 一若者の「車離れ」の実相

車離れは若者より中高年、若者の自動車免許保有率は高水準が続く
車は保有から利用(レンタルやカーシェア)、AIで車は自動運転に

日本国内における自動車の需要は1990年代から見れば、漸減している。日本自動車工業会によると、とりわけリーマン金融危機以降は大きく低迷し、震災がさらに畳み掛ける形となっている。

最近では10年前の2007年のそれに近い値にまで戻してきたが、中長期の動向としては、成長トレンドの転換を見出すまでにはやや弱い。自動車販売は長期的な漸減局面に入っている。

長期にわたる自動車販売不振を若者と結び付ける論評も多いが、果たしてそれは正解なのか。若者の車離れは本当なのか。

1. 車販売不振の原因は若者ではなく中高年

若者の自動車普及率の推移を見れば、確かに、自動車普及率は低いまま推移している。29歳以下の世帯では長年50%台を上下し続けている。若年世帯主の普及率が低いのは相変わらずで、

2011年をピークとし、それ以降は下げ基調を継続、全般的には全年齢階層の中で一番低い普及率となっており、近年では60歳以上との差異は8.7%ポイントにもなっている。現状では、乗用車の保有は30歳未満では大体2世帯に1世帯のみ。それに対して30-59歳の世帯では5世帯のうちほぼ4世帯となる。

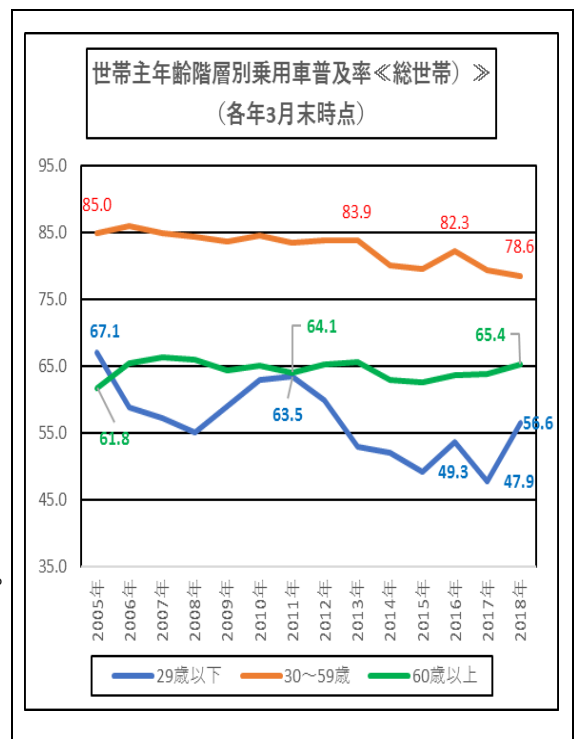
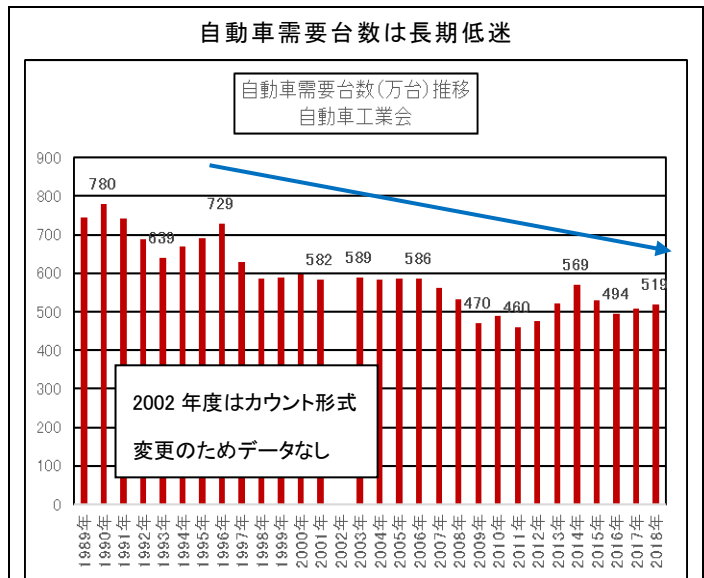
未婚が多い30歳未満では、乗用車の保有の必然性も低い。陳腐化した言い回しではあるが、若年層の行動傾向の変化や都心部の公共交通機関の整備、住宅問題などを受け、若年層の自動車(乗用車)保有は増えていない。

若いほど年収・貯蓄額も少なく、収入に余裕が無く、若年世帯主の方がお金のかからない選択する。

世帯別の自動車保有率を見ると、自動車販売の長期不振は、中高年の保有率の長期的低迷を見れば、その主役は若者だけというわけではないことがわかる。

2. 車は若者の憧れの象徴。今でも変わらず

「若者の車離れ」という言葉が各メディアで頻繁に取り上げられているが、言われているほど車離れは進んでいるのか。いくつかの「車に関する若者の意識調査があるが、例えば、DeNAトラベルが実施した「若者の〇〇離れに関する調査」(2018年2月、対象:10代~70代の男女1184名)で



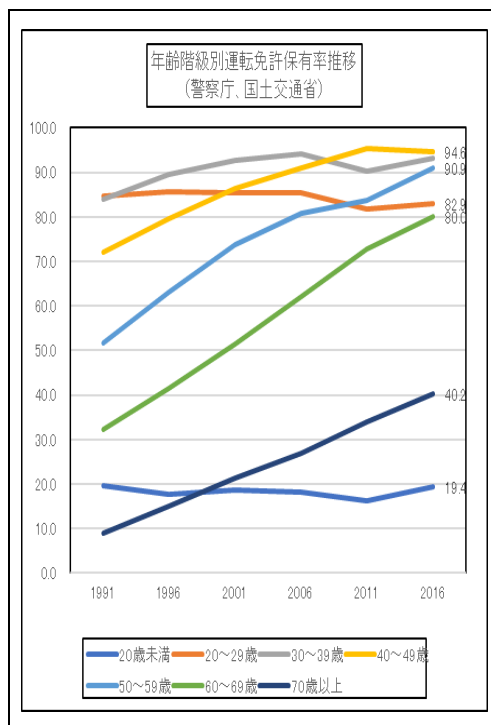
は、〇〇離れに関しては、全世代で最も多かったのは「車離れ」で、その他「新聞離れ」や「読書離れ」が上位にランクインしている。確かに「車離れ」は各年代で1位だが、20代以下では24.4%、30代は28.1%と20%台なのに、40代は39.1%、50代は40.3%と40%前後の高い割合となっている。「車」に関する考え方は若者よりも年配者のほうが「車離れ」が進んでいるという意識を持っていることがわかった。

一方、日本自動車工業会の乗用車市場動向調査(2018年4月、若者世代1000人対象)では、車を保有していない800人は「車を買いたくない」が29%。「あまり買いたくない」の25%と合わせると54%に達し、その理由は「買わなくても生活できる」(33%)、「駐車場代など今まで以上に金がかかる」(27%)、「お金はクルマ以外に使いたい」(25%)といったところだ。車を所有することにはあまり関心が無くても、レンタカーやカーシェアリングには関心を示す層が増えている。

3. 堅調な10代及び20代の自動車免許取得

若者の車の「所有離れ」傾向が強まっているのも一部でみられるが、運転免許取得人数はそれほどまでに減少していない。

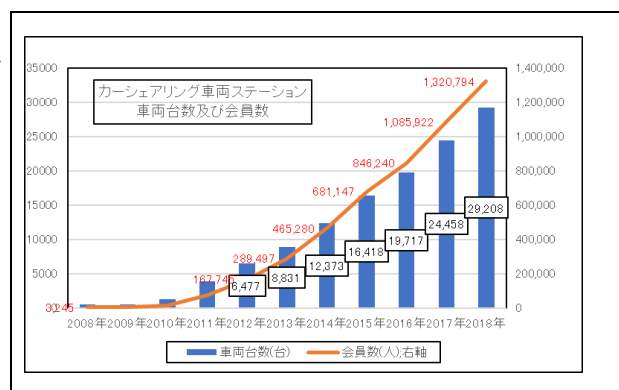
運転免許取得率を年代で見ると、右グラフにあるように、20歳以上の免許保有率は常に7割以上であることから、免許保有率は依然として高い水準にあることがわかる。10代後半においては、免許取得者数は減少しているが、現在の若者は運転免許取得を、単に後ろ倒しにしているだけということもある。若者の免許取得率は車の保有率ほどは減少していないので、車の「保有」意欲と車の「利用」意欲を別々に扱うことが適切と考えられる。現在は経済的な理由等により自動車を保有することが難しい。また、現在自動車を保有しない者の中で、「いずれ購入したいと思っているが、今は費用や保管場所などが確保できない」という者の割合が20代・30代で高くなっている。



4. レンタカーやカーシェアリングは代替手段となっている

自動車を保有せず、必要な時に利用する方法として、これまではレンタカーの利用が見られたが、近年はカーシェアリングの利用も進んでおり、レンタカー型カーシェアリングの事業者数、車両数、貸渡拠点数は年々大きく増加している。自らの専有物であるかどうかにかかわらず、利用したい時や必要な時に利用ができれば良いと考える志向は、車の保有形態の変化にも現れている。自家用自動車の保有形態は、個人専用から家族との共有にシフトしてきており、1999年には81.4%だった個人専用車の割合が、2010年には66.8%まで減少している

カーシェアリングの車両台数と会員数の推移をみると、公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団調べによると、近年はレンタカーの利用以外にもカーシェアリングの利用が広く普及している。また、交通エコロジー・モビリティ財団の調査によると(上グラフ)、カーシェアリングの車両台数、会員数は年々大きく増加している。



Ⅱ 若者の「海外離れ」の実相

戻り始めた 20 代の海外旅行、二極化する海外志向

スマホ(動画等)で海外情報と直結・接触、英語力つけてグローバル化対応が進行中

日本人の海外旅行者数の推移を見ると、バブル前後以降から横ばい傾向が続く。中でも 20 歳代の若者に占める割合が減少している。20 代の日本人の海外出国者数を見ていくと、1996 年には過去最高の 463 万人を記録したが、その後は減少が続き、2015 年には 255 万人となった。

1. 1990 年前後がピークだった若者の出国者数。以降激減したが・・・。

20 代の若者の人口が大きく減少している（1975 年 1987 万人→2015 年 1238 万人）ことが大きな要因だ。

若者の海外旅行数の激減は事実だが、若者の出国率（人口に占める延べ出国者数の比率）を見れば、必ずしも、若者の海外旅行離れとは言い切れないことがわかる。

95 年の 20 代の出国率は 27.8%であったが、05 年には 19.74%に低下した。

若者の海外出国率が最も高かった 90 年代半ばと比較して、2000 年代後半の若者の出国率が全体として低迷し、若者の「海外旅行離れ」が見られたが、2010 年以降の 20 代の海外旅行の動向を見ると、人口減少に伴い出国者数の実数自体は戻っていないが、出国率は 1990 年代半ばの水準に回復しており、若者の海外旅行が活性化する兆しが見られる。

2. 豊富な海外情報で目新しさ欠く海外旅行

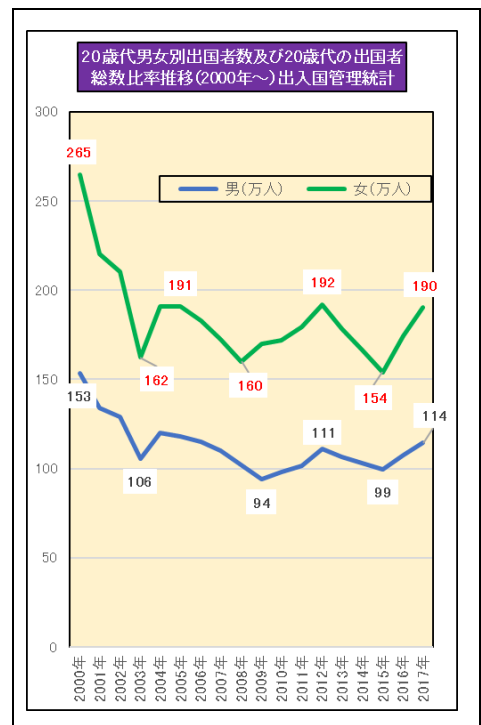
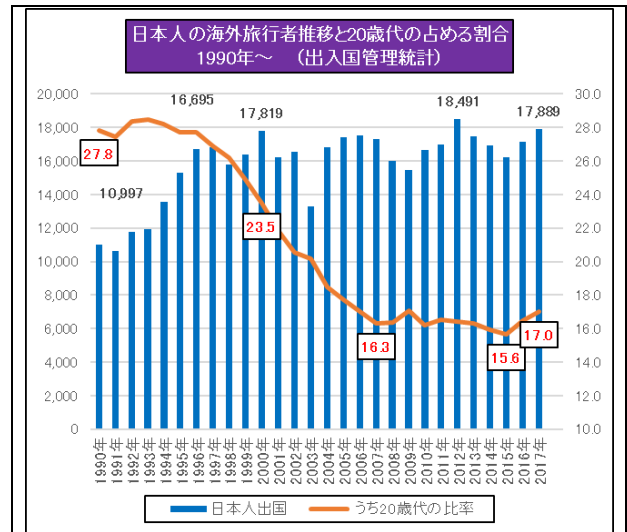
若者のうちで 1 年間に海外旅行をした人の比率は、1995 年の約 20%に対して、2010 年は約 18%。ピーク時に比べればやや減少しているものの、依然として高い水準にあった。

にもかかわらず、なぜこのような急激な若者のシェア低下があったかというと、単純に若者の数が減ったからではあるが、現代では海外の情報も豊富で海外旅行が特別なものではなくなり、海外情報はグーグルなどお通して情報も豊富で、海外に対するあこがれや目新しさが減っている。海外旅行に対する面倒さや費用の高さがネガティブな要因として目立つようになっている。

3. 若者の海外旅行は二分化するも復活傾向に

2000 年代後半に若者の海外旅行離れが見られたが、この 5 年ほどは 20 歳代前半の若者の海外旅行が復活しつつある。同時に、新たな若者の海外との接し方が大きく変わってきている。

グローバル化の進展、インターネットの進化と SNS の普及、LCC や OTA などの新たな旅行手段の登場、人間関係の考え方の変化などを背景として、2010 年代以降、特にここ 5 年ほどの間に新たな動きが出てきた。



時代の動きと連動して、日本人の海外旅行の在り様は、海外旅行に全く関心のない人たちが一定程度存在しており、若者の中では、無関心・低関心層とリピーター層に二極化している。

4. グローバル・国際化対応は、海外レジャー旅行より実践的「英語力」習得が蠢動

「何か資格が欲しいから」「就活で有利になるから」「周りがやっているから」……このような理由で英語を勉強している大学生は多い。確かに TOEIC などの資格を取得すれば就活の際にエントリーシートに記入できる項目が増えるなど、目に見える成果が手に入る。

グローバル化を標榜し、英語力重視の社員教育を進めている企業は、楽天、ユニクロだけではない。日産、新日鉄、明治、安田生命、東京海上日動、ブリヂストン、JR 東日本などの大手企業をはじめ、2500 社以上の企業が、社員に TOEIC 受験を義務づけているようだ。ここ 3～4 年の間に、採用に英語力を重視する企業が一気に増加した。

インフラや飲食、メガバンクなど、ドメスティックで英語は使わないだろうという業界にまで、その傾向は広がっている。何とか海外に活路を見出したいと思っている経営者が多い。

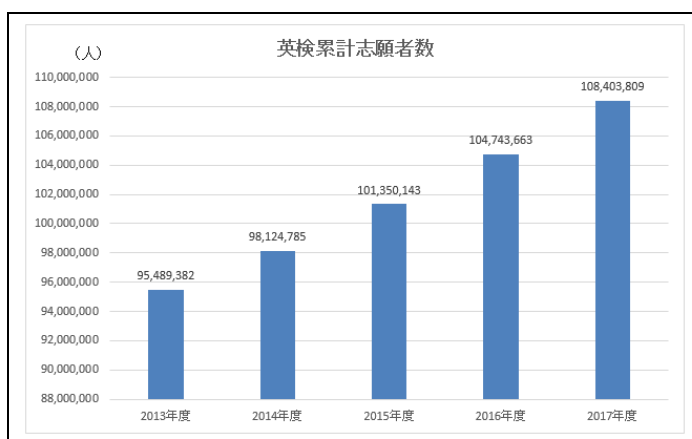
日本企業の海外進出に伴い、社会人に対する英語（英語力）の必要性を求める声も挙がっている。就職試験時に TOEIC・TOEFL のスコアや英検の級を基準に採用判断する企業も出てきた。

日本で TOEIC Program を実施・運営する国際ビジネスコミュニケーション協会（IIBC）による受験者数は、2017 年度 TOEIC Program（グローバル人材育成における英語力の指）の受験者数は約 270 万人、企業・団体・学校などの採用団体数は TOEIC Program 全体で約 3,600 に及んでいる。

一方、英語教育については文部科学省も国際化における日本の力量を見せるべく義務教育や高校教育に熱心だ。

	日本人			20～29 歳		
	総数	同出国数	出国比率	年齢人口	出国	出国比率
1970 年	103,720	663	0.6	19,749	178	0.9
1975 年	111,940	2,466	2.2	19,874	729	3.7
1980 年	117,060	3,909	3.3	16,893	1,002	5.9
1985 年	121,049	4,948	4.1	16,030	1,358	8.5
1990 年	123,611	10,997	8.9	16,923	3,062	18.1
1995 年	125,570	15,298	12.2	18,706	4,242	22.7
2000 年	126,926	17,819	14.0	18,247	4,180	22.9
2005 年	127,768	17,404	13.6	15,695	3,088	19.7
2010 年	127,619	16,637	13.0	13,720	2,695	19.6
2015 年	127,095	16,214	12.8	12,378	2,535	20.5

法務省；出入国管理統計



Ⅲ-「若者の消費(≒マネー)」離れの実相

収入は横ばいが続きメリハリ消費で堅実な生活を志向

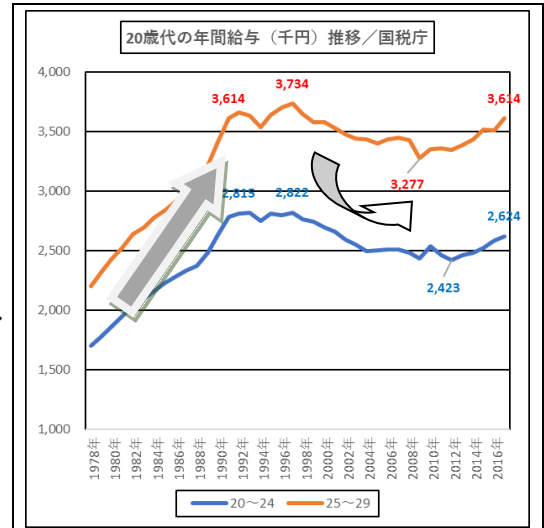
お金はポイント還元で収支を循環、キャッシュレスはスマホ決済へ

1. 低迷続く若者の給与。消費を抑制し将来不安に備え貯蓄を重視しはじめたが・・・。

若者の給与の推移(国税庁調査)を見ると、1990 年前後をピークに下がり続け 2012、3 年ころから若干増え始めたが、2017 年現在ピーク時の水準に届いていない。若者の給与は約 20 年前をピークにして以降減少したが最近はやや回復傾向にある。しかし、社会保険費用や税金アップで可処分所得は増えず、消費を抑制するほかなく、若者の消費離れは進んだ。価格やメンテ費用が高い車や海外旅行は当然控えることになる。

かつての若者のようにカードで消費者金融から借りてまで遊ぶ気力もない

一方、最近のことだが、総務省「家計調査」によると、2018 年の家計黒字率(2 人以上の勤労者世帯)は 00 年以降で初めて 30%を超え、世帯全体の平均貯蓄率は 26.6%と 00 年以降で最高になり、10 年前に比べると 8 ポイント以上も伸びたようだ。多くの家庭で貯蓄を増やしているが、社会保障の負担が増え、消費税は増税されますますます不景気のバッシングを直接浴びている現代の若者は収入が少ないため貯金する余裕もないと思える。しかし、それでも将来不安があり少ないが貯蓄を重視する若者も増えているようだ。



但し、家計調査によると、20 代は約 270 万円の貯蓄しかなく、60 代以上の者(平均して 2000 万円以上を貯金)の貯蓄額の約 10%程である。

年齢別の貯金額と貯金に回す割合		
総務省統計局「家計調査」2017 年		
年齢別	貯金額	平均貯金率
～29 歳	272 万円	15
30～39 歳	669 万円	14
40～49 歳	1012 万円	13
50～59 歳	1725 万円	11
60～69 歳	2371 万円	8
70 歳～	2226 万円	

2. 若者の最大の悩みは昔も今も『お金』のこと

若者の「お金」に対する思いは昔から変わらない。

カルチュア・コンビニエンス・クラブが実施した「若者のライフスタイルに関するアンケート調査」(調査 2018 年 12 月、全国 18～24 歳の男女 1,502 名のサンプル)の中で、「いま悩んでいることが何であるか」(複数選択)を聞いているが、それによると、1 位は「お金のこと」(49.0%)という結果となった。以下、2 位は「仕事・就職のこと」(46.1%)、3 位は「今後の未来のこと」(43.7%)と続く。また、「流行の商品でも自分の趣味に合わなければ買わない」が 9 割、「外でお金をかけて遊ぶよりも、家でくつろぐ方が好き」が 7 割という。お金の使い方については慎重だが、慎重だけでなく、いかに収入を増やすのかなど金銭の損得勘定については厳しい態度を見せるようになっている。

3. フリマアプリが副業手段に、ポイント還元を最重視、成形は“儉約”から“堅実”に

若者の家計に関して非常に冷静な金銭感覚が芽生えているようだ

SMBC コンシューマーファイナンス株式会社は、2018 年 10 月 2 日～8 日の 7 日間、20 歳～29 歳の男女 1000 名を対象に「20 代の金銭感覚についての意識調査」をいしたが、調査結果は、現代の若者の生活事情を如実に明らかにしている。その結果を整理すると

①お小遣いに関して

- ・毎月自由に使えるお金はいくらくらいか 平均額は 32,224 円
- ・婚姻状況別にみると、平均額は未婚者 35,411 円、既婚者 22,351 円
- ・自由に使えるお小遣いは未婚者のほうが 13,060 円多い結果となった
- ・自由に使えるお金がどのくらいあれば満足できるか聞いたところ、満足する平均額は 61,777 円
- ・実際に自由に使えるお金の平均額(32,224 円)と比べて、2 倍近い金額
- ・20 代のお財布の中身は「5 千円以下」が半数以上、「手持ちが 2 千円を切っていると不安」7 割強

②貯蓄に関して

- ・現時点でどのくらいの貯蓄ができているか聞いたところ、全体の平均額は 116 万円
- ・リタイアまでに貯蓄できたら安心する金額は平均 4,026 万円

③消費に関して

- ・「多少無理しても良いものにお金をかけたい」5 割半 一方、「無理をせず買える範囲で良いものを選びたい」は 8 割半
- ・“調べ尽くし消費”も 20 代のスタイル「ロコミチェック」は 8 割強、「最安値チェック」は 8 割半が実践
- ・「こだわり消費」には 9 割近く、「つながり消費」には 5 割強が前向き、「SNS 映え消費」「ネタ消費」は消極派が多数
- ・「こだわり消費」にかけられる金額は平均 1.1 万円/月 「つながり消費」には平均 7 千円/月
- ・「好みに合うものがあればお金をかけたい」で自動車が 3 位に

④副収入に関して

⑤キャッシュレス決済に関して

1 年以内にフリマアプリに出品した 20 代は 3 割 年間売上高は平均 3.1 万円
20 代がキャッシュレス決済を選びたいくなるシーン 1 位は「ポイントが 2 重、3 重に貯まる時」

4. 資金運用や仮想通貨に強い関心を持ち始めた若者たちができた

KDDI の『ワカモノの資産運用に関する調査 2018』(全国の 20 歳～39 歳の有職男女 1,000 名を対象)調査によると、「資産運用でお金を増やしたい」という人は半数以上となり、資産運用に意欲的な人が多数派であることが分かった。20 代男性では半数を超える人が「人生 100 年時代に磨きたいのは貯蓄テクニックより投資テクニック」と回答するなど、投資に対する関心の高まりが伺い知れる。

また、仮想通貨については、株式会社 Good Moneyge 社の「仮想通貨に関する調査」(2018 年 2 月、大学生・大学院生 200 人、若手ビジネスパーソン 300 人の計 500 人を対象)によると、「仮想通貨」は 72.8%と大半の人が知っている結果となった。また、「ICO」や「トークンエコノミー」「ブロックチェーン」など仮想通貨に関連するワードも 3～4 割の人が認知しており、若年層に仮想通貨が浸透していることがわかる。一方、自身の収支状況を十分に把握できていないと感じている人は、若年層の約 8 割を占める。また、若年層の大半が金融・投資商品を保有したことがないことがわかっている。

Ⅳ－若者の「○○離れ」の実相

スマートフォン離れができなくなった若者たち

ショッピングも、情報もすべてスマホで処理、寝ても覚めてもスマホから離れられない

現代の若者の生活行動をスマートフォン（以下、スマホ）が大きく揺れ動かしている。

例えば、若者の今までの室内レジャーは、部屋にこもってパソコンでゲームなどやるものだったが、スマホが普及したことによって、インターネット環境を街に持ち出せるようになった。時間を潰したり、コミュニケーションをしたりする、より簡便なツールとしての役割が大きくなり、食べ歩きやライブの参加、友達と飲食店に集まっておいしいものを食べるとか、そういうところにレジャーの焦点が移ってきている。

スマホは 2014 年に携帯電話の一部として初登場（普及率は 54.7%、スマートフォン以外の携帯電話だけだと 73.7%）したが、スマホはその後普及率が上昇するが、パソコンやデジタルカメラ、あるいはテレビやレコーダーの普及率が横ばいあるいは低下の傾向に転じている。インターネット利用や写真撮影、動画視聴がスマートフォンで代替されているためだ。

スマホの普及は、若い人の余暇の過ごし方にも影響を与えている。今や若者のライフスタイルはスマホの使い方次第で大きく変わつつある。寝ても覚めてもスマホが離せなくなった現代の若者を追う。

1. スマートフォン全盛時代に突入

総務省「通信利用動向調査 2017」から

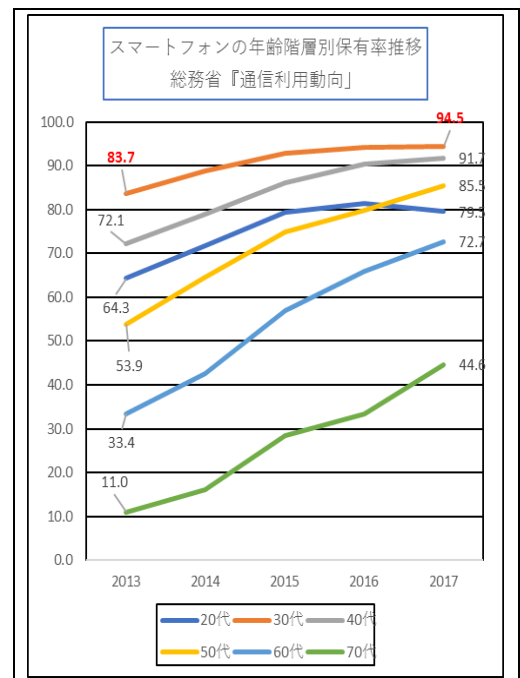
1) 個人保有率 20、30 代は 90%以上の保有率

スマホは 2010 年ころから普及が始まったが、スマホの個人所有率を見ると、個人保有率は 2013 年から 2017 年の間に全体で 10% 以上増加している。

スマホの個人保有率は多くの世代で増加傾向にあるものの、20 代、30 代は 90%以上の利用者がスマホを保有している。

2) インターネットの利用率 若者は 10 年前からインターネット利用率は 95%以上

インターネットの利用率を 2017 年調査とスマホ普及前の 2008 年調査とを比較すると、13 歳～19 歳（中学生以上）から 40 代までの世代では、既に 2008 年にはインターネット利用率が 90%以上の高い水準にあり、2017 年でもほぼ同水準である。



	▼インターネット利用者の割合			▼インターネット接続端末			
	2017 年	2008 年	同差引	パソコン	携帯電話	スマートフォン	ゲーム機・TV等
13～19 歳	96.9	95.5	1.4	56.5	6.1	82.2	29.4
20～29 歳	98.7	96.3	2.4	72.7	5.4	94.8	22.9
30～39 歳	97.8	95.7	2.1	70.1	6.6	92.5	22.7
総務省「通信利用動向調査」(各年)より作成 携帯電話にはPHSを含む							

3) インターネットに接続する際に使用する端末 スマホがダントツの接続端末に

年代別にネット接続端末を見ると 10 代から 40 代では各年代とも 80%程度かそれ以上がスマホをインターネット接続端末として利用しており、この割合は他の端末と比較すると最も多くなっている。次に利用割合が高いのは

パソコンであるが、その割合はスマホよりも20%程度低い。一方、60歳以上では、パソコンからインターネットに接続する割合が最も高い。

4) **スマホ利用者に限ったインターネット利用時間** 10代、20代は一日2時間以上

モバイルによるインターネット利用時間(平日1日あたり)を2012年と2016年とで比較すると、全体で38分から61分と1.6倍に増加している。スマートフォン利用者に限ったインターネット利用時間は年代別にみると、全体での平均は82分であり、10代及び20代がそれぞれ143分、129分と顕著に長くなっている。

5) **スマホの利用用途** 動画・共有サイトが浮上

「メールを読む・書く」「ブログやウェブサイトを見る・書く」「SNSを見る・書く」「動画投稿・共有サイトを見る」などの類型別にみると、10代及び20代で「SNSを見る・書く」が長くなっていることが特徴である。また、10代及び20代は「動画投稿・共有サイトを見る」

も他の年代に比べると長くなっており、特徴的なスマートフォンの使い方をしていくことがうかがわれる。

▼モバイルからのインターネット利用時間(2012年と2016年との比較。平日1日あたり)						
(単位:分)	10代	20代	30代	40代	50代	60代
2012	75.7	73.2	42.8	30.3	17.5	12.7
2016	108.2	124.8	67.3	58.7	38.1	11.7
差し引き	32.6	51.6	24.4	28.4	20.6	-0.9
総務省情報通信政策研究所「情報通信メディアの利用時間と情報行動に関する調査」						

2. スマホの使い方が劇的に生活行動を変えている

スマホ普及のインパクトは、その普及台数のみならず使い方にもある。

- 1) 若者はGoogleで検索をするのではなく、TwitterなどのSNSで検索をする人が増えている。つぶやいている情報のほうが信頼され、共感される。
- 2) また、常にSNSでつながっており、それによって一人の行動が仲間内の行動に化けている。SNSをグループごとや複数アカウントで使い分けしているのも特徴だ。
- 3) 使い方に大きな変化が出てきているが、情報表現やリテラシーにも大きな変化が生まれている。

スマホは、パソコンのように複数のウインドウを広げて商品情報を比較することができないから、階層的なものでは嫌われ、直線的ですぐわかるものが好まれる。だから、ウェブの情報も見出しが大事になってきている。スマホの画面が小さいのでパッと見てわかることが最重視される。

3. 認知症は老人だけでなく若者もスマホ認知症の可能性が潜む

脳が健康な状態を保つために必要なことは、情報を脳に入れることと、その情報を深く考えることをバランス良く行うことだという。スマホの登場で現代人は“情報入手”だけが多い状態になっている。気がつけば、脳は情報で“オーバーフロー”となり過労状態になるという。そのため、物忘れや感情のコントロールができない、自分らしさを失うといった、うつ病や認知症と同じ症状が引き起こされるという。しかし、現代ではスマホの登場によって、いつでもどこでも情報がINPUTできてしまうため、逆に情報を整理する時間がなく、脳が一種のオーバーフローを起こしている状態なのだ。その結果、脳が過労状態となってしまう、物忘れが激しく、感情を上手くコントロールできないといったことが起こると言われている。そして、これによりうつ病や認知症と同様の症状を引き起こしてしまうのだそう。なんと、これが長く続くと、「うつ病のような」ではなく「本当のうつ病」になってしまう危険性がある。

保守化する若者に忍び寄るGAFA
「スマホ離れ」ができない現代の若者たち

「〇〇離れ」の実相を「車」「海外旅行」「消費(マネー)」についてレポートしてきたが、現代の若者たちにとっては、過去はすべて引いた目で見ていることは確かなようだ。そしてやはり、今若者が最も関心があるのは「〇〇離れ」ではなく「〇〇離れ」ができない『スマートフォン』と、それにつながる『GAFA』が作る世界なのではなかろうか。

グーグル(G)はあらゆる質問に答えてくれる。そして若者たちの「心の奥底の秘密」を暴く。アップルやフェイスブック(A・F)は、「認められたい」という若者たち渴望を利用し、人間関係のすべてを晒させる。そして「楽をしたい」という人の本能を、存分に満たしてくれるアマゾン(A)、気付けばもう、アマゾンなしでは生きられない。GAFA は私たちの生活のインフラのようなものとなり、私たちもそうだが若者の GAFA への依存度は高まる一方だ。

保守化傾向にある現代の若者たちにとっては、何でもしてくれる、快適にしてくれるスマ人ホと AFA とがあれば全て良しなのである。

我々もそうだが、特に若者たちの思考は GAFA に既定され、やがて支配され、個人情報記録され続け丸裸にされる。それでも GAFA とつながっている限り、快適で心地よい生活ができることを今の若者は知ってしまった。スマホを介在にして GAFA は、若者たちのニーズを喚起し、若者たちの暮らしに“食い込んで”きている。

GAFA が作り出す世界はリアルとバーチャル空間の融合をますます進め、同時にモノを所有したいという欲求を希薄にさせ、人とのつながりや体験が重視される世界を広げている。

考えてみれば、「車」は所有(もの)から利用(こと)をするツールになり、GAFA の世界で車は自動運転するものに代わってしまった。「海外」はグローバル化という名のもとに GAFA の世界でリアルとバーチャル空間とつながる。「消費≒マネー」は仮想通貨やポイントに様変わりする可能性も出てきている。

スマホさえがあればこの大変化に対応できるのだ。もはや若者の消費〇〇離れなどと言っている状況ではなくなった。

寝ても覚めても手にしているスマホは、使っている機能の多くがグーグル、アップル、フェイスブック、アマゾンの「GAFA」のものだ。GAFA のサービスは、ユーザーの生活を便利で豊かにしている。いまや、彼らが提供するサービス、製品、機能がないと暮らしていけないとも言われる。とくに現代の若者たちにとっては、自分たちの『遊・休・知』生活を、格段に「快適」にしてくれていると認識している。

以上