

基礎研 レター

Z世代の情報処理と消費行動(1)

Z世代が歩んできた時代

生活研究部 研究員 廣瀬 涼
(03)3512-1776 hirose@nli-research.co.jp

1——若者とは誰のことか

「スノボー」、「カラオケ」、「アムラー」そして「タピオカ」と、いつの時代も流行の中心には若者がいる。変わりゆく消費文化の中で、その先頭にいたのはいつも「若者」であり、若者の消費を理解することは現代消費文化そのものの理解に繋がると筆者は考える。一概に若者といっても明確な定義はなく、例えば政府刊行物でいうと15～34歳を若者（内閣府政策統括官 2005）と定義する時もある。発達心理学では、中学生から18歳までを「思春期」、18～30を「青年期」と定義したり、広告業界ではセグメンテーションとしてM1（20～34 男性）F1（20～34 女性）と消費者を分類したりすることもある。本レポートではZ世代を若者と位置づけ、今後シリーズにわたって、彼らの消費行動について考えを深めてみたいと思う。

2——Y世代(ミレニアルズ)とZ世代

Z世代に触れる前に、その生態の比較対象となるZ世代以前の若者について触れておきたい。Z世代以前の若者はY世代と呼ばれ1980～1995年の間に生まれた人々がこれに含まれる。彼らの多くは2000年代に成人を迎えていることから「ミレニアルズ」(millennial: 千年紀の意)と呼ばれることもある。インターネットが普及した環境で育ったデジタルネイティブでもあり、他者の多様な価値観を受け入れ、仲間とのつながりを大切にする傾向があるとされている。併せてSNS（ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス）を使用していたさきがけの世代でもある。2002年のFriendsterの登場により本格的に普及したSNSは、2003年にはMySpaceやLinkedInが登場し、日本の一部ユーザーも利用していた。日本においては2004年にmixiが流行するとTwitter、Facebookと多様なサービスが提供されるようになり、Y世代は主に写真やブログを使用することで自身を表現し、共感を受けることで、自分らしさを構築していった世代であるといえる。彼らの、写真をSNSに投稿し「いいね！」をもらうという一連の行動も、デジタルネイティブ以前の人々からすると、Y世代もZ世代も同じような“今どき”の若者文化のように見えるかもしれないが、Z世代とY世代の価値観は大きく

異なる。

Z世代は、1996～2012年の間に生まれた人々を指す。2018年の春に大卒で入社した若者がZ世代の1期生と言ったらイメージしやすいかもしれない。SNSに焦点を当てるとブロードバンド接続が整い始めた2005年頃のWeb 2.0と呼ばれる変革の中で動画共有サービスが次々と登場し、Z世代が中学生になる前にはTwitterやInstagramが存在しており、彼らは思春期を動画投稿中心にSNSを利用して過ごしている。そのため動画投稿やライブストリーミングによりSNS上に他人の経験（疑似体験）が溢れており、多くの点で、その消費や経験を自分でする必要があるか否かを考えて行動をとる傾向があるのである。

表1 Y世代とZ世代の違い

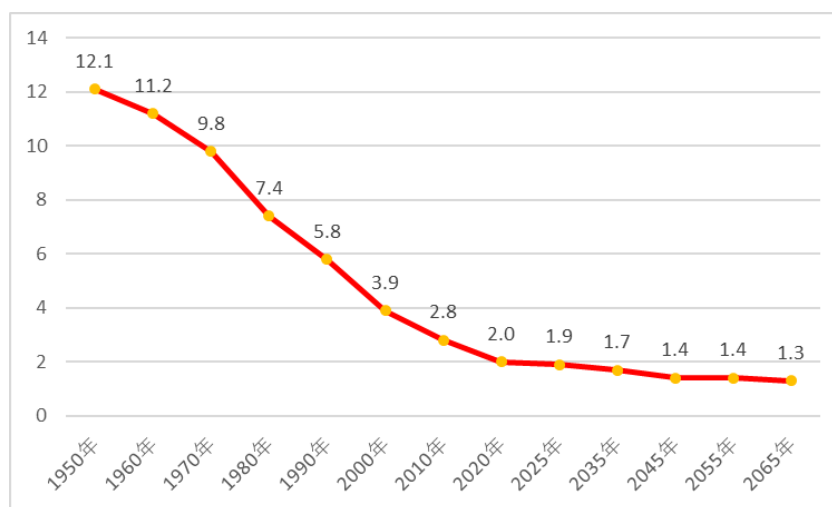
	Y世代	Z世代
年代	1980～1995	1996～2012
SNS	写真や文字中心	動画やライブストリーミング
価値観	共感したい	協調したい

出所：筆者作成

3—Z世代を飲み込んだ3つの波

また、Z世代は社会変化に伴う3つの大きな波を経験している¹。まず経済の波である。彼らが生まれたときにはバブルは崩壊しており「失われた20年」の真ただ中であつた。2008年にリーマンショック、2011年には東日本大震災を経験しており日本経済の停滞期しか知らない世代でもある。「令和元年版高齢社会白書」の高齢年齢階層人口と現役年齢階層人口の比率をみると65歳以上人口と15～64歳人口の比率は、1950年には1人の65歳以上の者に対して12.1人の現役世代（15～64歳）がいたのに対して、2020年には65歳以上の者1人に対して現役世代2.0人になっている（表2）。

表2 高齢年齢階層人口と現役年齢階層人口の比率（単位：人）



出所：令和元年版高齢社会白書²

※65歳以上を15-64歳で支えた場合の人数比率

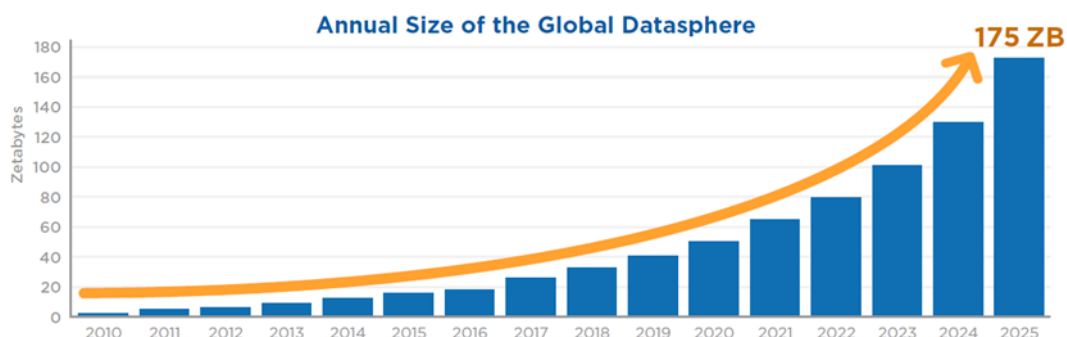
なお 2065 年には、65 歳以上の者 1 人に対して 1.3 人で支える時代が到来すると予測されており、若者は漠然としたイメージながらも、明るい社会が待っていないことはわかっている。

また、電通若者研究部の「若者まるわかり調査 2015」によると高校生の 51.9%が受験や進学を、大学生の 60.3%が就職について「不安」と感じている。このような短期的な不安と日本の社会そのものに対する長期的な不安を Z 世代は抱えているといえる。

2 つ目として教育制度の波が挙げられる。「詰め込み教育」と言われる知識量偏重型の教育方針を是正し、思考力を鍛える学習に重きを置いた経験重視型の教育方針を目指した「いわゆる」「ゆとり教育」が本格的に施行されたのが 2002 年から 2010 年であり、小中学校の学習内容が 3 割半減したり、完全週休 2 日制が導入されたりした時期でもある。円周率が 3.14 ではなく一時期「3」が用いられていたという話は教育関係者でなくとも聞いたことがあるかもしれない。この「ゆとり教育」の影響を最も受けたのは Y 世代である。しかし、Z 世代もその名残である「絶対評価」の影響を大きく受けている。脱ゆとり教育に向け学習指導要領が改訂され、授業時間、授業内容ともに増加はしているが、「絶対評価」による成績判定を継続して導入されている学校も多いのである。そのため Z 世代は小さいころから競うことではなく協調や助け合うことを身に着けてきた世代であるといえる。

3 つ目として情報変化の波が挙げられる。2020 年、世界のデジタルデータの年間生成量は 40ZB（ゼタバイト）を越え、2025 年には 175ZB に到達すると予想されている。我々の馴染み深い GB（ギガバイト）で換算すると 1ZB=1 兆 GB となり 175ZB が途方もない数字であることは言うまでもないだろう³⁴⁵。

表 3 デジタルデータの年間生成量予測



出所：<https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf> より引用

莫大な情報源の中でも SNS の担う役割は大きく変化し、Z 世代は SNS 漬けになっている日常が当たり前であると考えている世代なのである。SNS を通じた自己表現は Y 世代も行っていたが、特に Instagram においては文字ではなく画像や動画によって自身が発信されているため、自身の生活や嗜好が視覚化されていく特徴がある。A Picture Tells A Thousand Words（一枚の写真は一千語に匹敵する）という決まり文句があるように、Z 世代は日々の何でもなし動画から異国で食した怪しい料理まで他人と共有することで、自分がどのような人間なのか発信しているのである。また、SNS がインフラ化したことで二重の意味で「切れなくなっている」ことも SNS 漬けになっている要因である。二重の意味とは①人間関係が途切れないということと②常時接続されていることを意味する。まず、①人間関係が途切れないという点であるが、SNS

によって従来ライフステージごとで切れることの多かった人間関係が途切れにくくなったことが挙げられる。総務省の「平成 29 年情報通信白書」⁶によると Twitter の利用率は 10 代で 61.4%、20 代で 59.9%、Instagram は 10 代で 30.7%、20 代で 45.2%であり、Z 世代の多くは何らかの SNS を使用している。Z 世代は SNS において自身の実社会での交友関係に基づいて繋がる“本アカウント”と呼ばれるアカウントを保有し、ネット上で実社会における人間関係の延長線として交流する傾向がある。そのため、小学校や中学校などの旧友と SNS 上で再び繋がり合うことも不思議ではない。

次に②常時接続されていると言う点に関してだが、mixi や Facebook は主にブログと呼ばれるネット上の日記や近況報告に対してコメントをすることでコミュニケーションがとられていたため、誰かが近況について更新しない限り新しい情報が入ってくることはなかった。しかし Twitter や Instagram などは、実社会における人間関係と繋がるというよりは、面識がなくとも興味がある情報を発信する人と繋がり、情報収集としての位置づけで使われることが一般的である。そのため常に新しい情報がタイムライン上に溢れ、情報の波が途切れることはないのである。

表 4 3つの変化の波とそれに伴う Z 世代への影響

変化の波	波による影響
経済の波	継続的な不況による社会への不安
教育制度の波	競うことよりも協調、共闘するという価値観
情報変化の波	常に膨大な情報を浴びている

出所：電通若者研究部（2016）『若者離れ』を基に筆者が Z 世代向けに再考し、加筆

4—まとめ

Z 世代は、それ以前の若者と比較して特殊な時代を歩んでおり、それにより彼らの価値観や意識も特徴的である。今回は主に現代市場の側面から Z 世代の消費に対するスタンスについて考察する。

表5 Z世代が生まれた頃の情勢⁷

	出来事	芸能と流行	年間ヒット曲
1996年	アトランタ五輪 O-157の全国的な発生	ポケモン ドラマ「ロングバケーション」 アムラー	「名もなき詩」 Mr.Children
1997年	消費税5%が施行される 香港返還 マザーテレサ死去	映画「もののけ姫」 ババシヤツの流行 裏原宿系ファッション	「CAN YOU CELEBRATE？」 安室奈美恵
1998年	長野冬季五輪 和歌山毒物カレー事件 W杯仏大会に日本が初出場	映画「タイタニック」の流行 迷彩柄、豹柄などプリントものの流行 モーニング娘。がデビュー	「誘惑」 GLAY
1999年	上信越自動車道が全線開通 2000年問題 「ユーロ」導入	「ダンス・ダンス・レボリューション」 「五体不満足」がベストセラー 「カリスマ」が流行語	「だんご3兄弟」 速水けんたろう、茂森あゆみ
2000年	シドニー五輪 イチローがメジャー挑戦 マクドナルドが平日半額キャンペーンを実施	iモードブーム プレイステーション2 ユニクロが流行	「TSUNAMI」 サザンオールスターズ
2001年	小泉内閣発足 アメリカ同時多発テロ 狂牛病問題 愛子内親王誕生	東京ディズニーシーがオープン ハリポッターが社会現象 氷川きよしの流行	「Can You Keep A Secret？」 宇多田ヒカル
2002年	日韓W杯開催 ゆとり教育本格実施	ソフトモヒカン（ベッカムスタイル）が流行 タマちゃん（アザラシ） ダブル受賞が流行語に	「H」 浜崎あゆみ
2003年	SARSが流行 最後の日本産トキ「キン」が死亡 朝青龍が第68代横綱に昇進	「千と千尋の神隠し」がアカデミー賞を受賞 「世界の中心で、愛をさけぶ」がベストセラー 「へえ〜」が流行語	「世界に一つだけの花」 SMAP
2004年	アテネ五輪 日本で現行紙幣発行 消費税の内税（総額）表示の義務化	「冬のソナタ」の流行 「電車男」のヒット 「mixi」「GREE」がサービス開始	「瞳をとじて」 平井堅
2005年	日本人口が1899年の統計開始以来初の自然減 ドラえもんの声優が一斉交代 日本プロ野球 セ・パ交流戦が開幕	「AKB劇場」オープン ホリエモンなどのヒルズ族が注目を浴びる ちょい不良オヤジが流行語	「青春アミーゴ」 修二と彰
2006年	第一次安倍内閣発足 ライブドア事件 表参道ヒルズがオープン	携帯小説ブーム 「国家の品格」がベストセラー 任天堂「wii」がヒット	「Real Face」 KAT-TUN
2007年	赤ちゃんポストの設置を認可 新潟中越沖地震 米国サブプライム問題	「Suica」と「PASMO」の相互利用開始 「ピリーズブートキャンプ」がヒット 沢尻エリカの「別に…」発言	「千の風になって」 秋川雅史
2008年	リーマンショック 秋葉原無差別殺傷事件 原油価格が史上最高値を記録 北京五輪	「おバカキャラ」ブーム 「あなたとは違うんです」が流行語に Twitter、Facebookが日本サービス本格開始 「iPhone3G」が発売	「truth／風の向こうへ」 嵐
2009年	民主党鳩山政権発足 エコカー減税、家電エコポイント導入 裁判員制度による初の裁判が始まる	ファストファッションの流行 草食系男子、歴女が話題に マイケル・ジャクソンが死去	「Believe／曇りのち、快晴」 嵐
2010年	小惑星探査機「はやぶさ」が地球に帰還 高速道路一部無料化始まる W杯南アフリカ大会で日本ベスト16	「AKB48」の大ブーム パンケーキが流行 K-POPブーム	「Beginner」 AKB48
2011年	東日本大震災 女子W杯で「なでしこジャパン」優勝 脱ゆとり教育 地上デジタル放送完全移行	「LINE」サービス開始 ドラマ「マルモのおきて」が大ブーム 映画「ハリポッター」シリーズ完結	「フライングゲット」 AKB48
2012年	ロンドン五輪 第2次安倍内閣 スカイツリー開業	きゃりーぱみゅぱみゅがブレイク 前田敦子がAKB48を卒業	「真夏のSounds good!」 AKB48

出所： <https://nendai-ryuukou.com/> を基に作成

-
- 1 電通若者研究部 (2016) 『若者離れ』 エムディエヌコーポレーション
 - 2 https://www8.cao.go.jp/kourei/whitepaper/w-2019/zenbun/pdf/1s1s_01.pdf
 - 3 <http://cool-father.com/increase/>
 - 4 <https://www.otsuka-shokai.co.jp/media/byline/numbers/20160926.html>
 - 5 <https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf>
[Source:%20Data%20Age%202025,%20sponsored%20by%20Seagate%20with%20data%20from%20IDC%20Global%20DataSphere,%20Nov%202018](https://www.seagate.com/files/www-content/our-story/trends/files/idc-seagate-dataage-whitepaper.pdf) Source: Data Age 2025, sponsored by Seagate with data from IDC Global DataSphere, Nov 2018
 - 6 総務省平成 29 年度情報通信白書 <https://www.soumu.go.jp/johotsusintokei/whitepaper/ja/h29/html/nc111130.html>
 - 7 <https://nendai-ryuukou.com/>