

消費者教育 フェスタ



in
愛媛

成年年齢引き下げに伴う消費者教育の向き合い方

議事録



目次

1. 基調講演・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
原田 曜平 氏 「Z世代が迎える成年年齢引き下げと消費者教育」
2. 行政説明・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 12
文部科学省
消費者庁
3. 実践事例報告・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 15
①武田 咲枝 氏 「行政と消費者教育グループの立場からの多様な連携について」
②竹内 よし子 氏 「グローバルな ESD 実践事例と消費者教育」
③鼻崎 吉則 氏 「小学校での消費者教育授業事例」
4. グループディスカッション・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 42

基調講演

Z世代が迎える成年年齢引き下げと消費者教育

マーケティングアナリスト

原田 曜平

原田：よろしくお願ひいたします。原田と申します。

今日いただいたお題が、「Z世代が迎える成年年齢引き下げと消費者教育」というお題をいただきましたので、このお話をさせていただきたいと思っているのですが、まず、「Z世代」って言葉は、去年、新語流行語大賞のベストテンに入ったので、よくメディアでも報道されていたので、ご存じの方もいらっしゃるかもしれませんが、一応、基礎的に話を始めたいと思います。

私も『Z世代』という本をちょうど1年くらい前に書いているので、さらにご興味ある方は、Amazonで今でも中古本で安く数円で買えますので、買っていただいても構いませんので、今日は大ざっぱなことだけ、まずご説明します。

【スライド：日本の世代論】

まず、これは世代論です。日本の世代論。ちょっと団塊より上の方たちは、スペースの問題で書いていなくても申し訳ないのですが、ピートたけしさんの世代、団塊世代、戦後の第一世代で、ベビーブーマー世代です。

この方たちがだいたい2025年には、皆さん後期高齢者になるので、たけしさんがこの前、『情報7days ニュースキャスター』で、かつて私が出ていた番組で、一緒に出ていたのですが、辞めるといふ話で、今日ちょうど三谷幸喜さんが、そのあとをやるみたいなニュースも出ていましたけれども、そのたけしさんの世代が後期高齢者になるので、おそらく令和の時代というのは、この団塊世代って、今まで日本で人口が一番多かつ

たので、凄く消費の中心になっていたのですが、おそらくこの人たちが、そろそろ消費者としての影響力がかなり下がってくる年齢に、後期高齢者になると平均健康寿命を超えますから、そういう時代になってくる。

その下の一般的には「しらけ世代」なんていわれるのですけれども、割と博報堂とかでは「ポパイ・JJ世代」で、『ポパイ』『JJ』の雑誌の創刊とともに育ってきた者、いろいろな言い方があるのですけれども、一般的には「しらけ世代」と言います。さんまさんとか、サザンオールスターズとか、ユーミンとかの時代です。この人たちが、結構いいお年になってきていますというお話です。

それから、「新人類」これはとんねるずとか、ダウンタウンとかです。この人たちは、普通のサラリーマンでいうと、実は退職年齢に差し掛かってきているというところなんです。

それから、「バブル世代」「団塊ジュニア」で、この団塊ジュニアというのは、今の40代です。定義を狭く取るパターンと広く取るパターンがあるのですけれども、両方とも40代。令和の時代は、この人たちが中心の時代になります。なぜかという、人口が2番目に多い。だから、この人たちが前期高齢者になるまでの歴史が、おそらく令和の時代になっていくだろうと。かつ、この人たちはインターネット第一世代でもあるので、人口も多く、インターネット第一世代もあるし、残りまだ半分近くサラリーマン生活が残っているというところもあるので、消費もできると。収入があるう

ちは、人間は消費しますから、そういう意味で、この人たちが中心の、消費という観点でいうと、時代になると思います。

その下が「ポスト団塊ジュニア」で、「団塊ジュニア」と「ポスト団塊ジュニア」は、だいたい同じような感じですけども。

それから、「ゆとり世代」で、ゆとり教育を受けたっていうので、散々バッシングを浴びてきましたけれども、この人たちも意外といい年齢になってきているという時代になっています。

ゆとりの後っていう意味で、ここに「脱ゆとり世代」って書いてありますが、ここが「Z世代」です。ここがZ世代。実は、ずっと私はここの世代の研究をしています、「Z世代」という言葉が、私が本を出すまで日本ではあまり使われてなかったのです。1年前、本のタイトルにしたのです。それまで、実は「脱ゆとり世代」って、ゆとり世代の次だよっていう意味で、第1次安倍政権がゆとり教育を見直したときの子たちですよってことで、「脱ゆとり世代」というように呼んでいたのですが、あまり広がらなくて、「Z世代」という言葉のほうが広がったので、今はそういう名前になっています。これがZ世代です。

世代論って科学的なものではないのですが、確かに有名人でいうと、こういう人がいる世代だなというので覚えていただければいいのですが、ゆとり世代の次の人たちという理解をしていただければいいと思います。

ちなみに、ちょっと余談ですが、この線より下に Generation X、Generation Y、Millennials、Generation Z、Generation a というように書いてあると思うのですが、これがアメリカの世代論。だから、このZ世代というのは、実はアメリカでいうところの「Generation Z」と呼ばれている人たちを Generation Z だと、そのまま日本人は使いにくいので、「Z世代」って言い換えたのが、実は今、呼ばれているZ世代という人たちで、かつ、その人たちは、さっき言ったとおり、ゆとり世代の次の人たちだよ。定義は、だから世代論なのであいまいですが、だいたい25、6歳より下の人たち。アメリカでそのように使われているものですから、そういう人たちのことを「Z世代」というように、この1年くらいでなったというお話です。

ちなみに、これは余談ですけども、アメリカの場合は、見て分かる通り、日本に比べて世代論が幅広いです。41歳から57歳まで同じ世代にしていたり、27歳から40歳まで同じ世代にして、Generation Yとして

アメリカって国土も大きいですし、人口も多いですし、人種もいっぱいありますし、宗教とか格差とかも、マーケティングで人を分析する上での分析因子が、日本よりもめちゃくちゃいっぱいあるのです。日本って、意外と年齢が大きかったり、所得格差もほかの国から見ると多くなかったりして、意外と年齢というのが重要なマーケティング上の分析因子になるのですが、アメリカの場合は、年齢ってそんなに大きな話ではないので、年齢だけを見る世代論というのは、これだけ幅広くなります。これは余談ですが、日本は、細かく年代で切れるというのは、日本の特徴だったりします。

ちなみに、Generation Z、去年、新語流行語大賞のベストテンにノミネートされて、Generation Z、Z世代ですけども、その下の世代、今の10歳より下の人たちは「Generation a」というように、海外では呼ばれています。たぶん、新語流行語大賞、10年後、「a世代」というのが、たぶん流行語になっていると思います。私が、それよりちょっと前に、たぶん本を書いていると思います、覚えておいていただけると。こういう感じですよ。「Generation a」という人たちです。

では、このZ世代という人たちですが、どういう特徴があるか。まず、海外の話をする、トランプ大統領が、前回、大統領選で落選しました。これはいろいろな理由がもちろんありますが、それは政治評論家の方にお任せして、一番大きい理由は、実はこのZ世代、Generation Zって存在が大きいのではないかと、というように言っている政治評論家の方もアメリカでは結構いらっしゃいます。

どういうことかという、このGeneration Zというのが、初めての選挙だったわけですよ、前回、実はトランプさん。1回目のとき、このGeneration Zは投票できなかったのです。2回目のときにこのGeneration Zというのが投票できる。

アメリカの場合は、日本と違って移民・難民、その子どもが多いので、実はこのGeneration Zって、人口が多いのです。日本は少子高齢化なので、少ないでしょう。たぶん皆さんもあまり若い子のことをご理解されていない方が、分かりません、今日の方はお詳しいのかもしれない。それはなぜかといったら、中高年人口が圧倒的に日本は多いので、なかなか若者のことを理解している人っていうのは少ないわけですよ。

ところが、アメリカは若者人口がめちゃくちゃ多いわけですよ。それは、移民・難民が多くて、若者人口を保っているからですけども、アメリカは。だから、このGeneration Zというのが投票に行くというのは凄く大きな意味があったのです。なぜなら、数が多いから。

この人たちが、割と移民・難民の子どもたちが多くので、一概には言えないのですが、大ざっぱにいうと、上の世代よりは、トランプさんがあまり好きではない人たちが多くと。白人主義的なところがトランプさんはあるので。というので、Generation Zが、今回は投票に行った初めての選挙で、かつ、アメリカの若者も意外と今まで選挙に行かなかったのが、この前は結構行ったと。トランプさんを嫌いな人が多い。それで、トランプさんが落ちたというのが、一番大きな理由だったのではないかとこの方も結構いらっしゃいます。

それから、海外では政治上、人口が多いから、海外に限らずなのですけれども、アメリカに限らず、ヨーロッパも移民が多い国というのは、このGeneration Zの人口が多いです。中国・東アジアはどうしても少子高齢化が進んでいますが、とはいえ、中国は2億人いますから、このGeneration Zが、10代で2億人、20代で2億人くらいですから、このGeneration Zも結構な人口がいます。

海外ではこのGeneration Zというのは人口が多いという意味で、マーケティングの対象、あるいは選挙での1票として、凄く注目を実はこの10年くらい浴びています。このGeneration Zというのは、海外、アメリカでは10年くらい使われている言葉ですけれども、日本、韓国、台湾、香港などの東アジアは、どうしてもこの世代の人口が少ないので、日本では去年あたりからZ世代が使われるようになって、人口的なボリュームが少ないからというのがまず1つです。

ただ、なぜ、そんな人口が少ない人たちが、ここ1年で少しずつ、まだ皆さんの中でご存じない方もいらっしゃるかもしれませんが、だんだんこの言葉が使われるようになって、新語流行語大賞にもノミネートされるようになったのかということ。

【スライド：若者のSNS利用率】

この図ですけれども、簡単に言うとSNS上では、このZ世代は人口が最多なのです。分かります？ リアル人口は少ない。

だから、愛媛の、分かりませんけれども、今度、塩崎ジュニアが立候補するみたいですが、ちなみに、塩崎恭久さんの次男が、今、三菱商事という会社に勤めているのです。僕の大学時代の親友でして、昨日も彼に教えてもらったおすし屋さんに行っていました。だから、凄く愛媛にはご縁があるのですけれども。

それはさておき、今度、長男さんが立候補するみたいですが、塩崎さんが、僕に1票を入れてくだ

さいって言っても、なかなか若者に言っても数が少ないから、自分の票数につながりにくいわけです。日本全国、東京とか以外は、どこでもそうだと思うのです。

ところが、インターネット上で見ると、リアル人口はこのZ世代は少ないのですが、SNS上を見ると、この人たちが圧倒的多数なのです。これからSNSで、選挙で自分はこんなことをやっているとか、政治家は発信していく上で、あるいは企業が、今治のタオルでも、どこでもいいです。情報発信していくという意味でも、Z世代に受けないと拡散されなくなってしまうのです。バズらなくなっている。

極端に言えば、お年寄りの介護用のおむつをつくっている会社があったとして、それがZ世代におもろいと言われるような、例えばTwitterの書き込みをしたら、彼らがバズらせてくれて、初めて介護施設の職員に届く、そういう構造になっている。介護のおむつをつくっている会社でさえ、このZ世代というのは、無視できない状況になってきた。

というので、日本の場合は人口が少ない、消費者としてのインパクトは少ないのですが、SNS、インターネットの情報拡散者としてのプレゼンスが凄く上がってきているというのが東アジアというか、特有です。日本と韓国と言ってもいいかもしれません。そこだけです。

これを見ていただければ分かりますが、若年層と書いてある左側の棒グラフが、これがZ世代です。Z世代の数値です。全国47都道府県で、1,500サンプルくらいのインターネット調査の結果で、僕の研究所でやっているのですけれども、ミドルと書いてあるほうが30代から50代です。先ほど言った団塊ジュニアを含む人たちですが。だから、もっと高齢者を入れたら、日本の場合はたぶんこの数値が、右側の青色棒グラフの数値が、ガーッと下がると思います。30代から50代の比較的現役世代の中でも、中堅の人たちでの数値とZ世代の数値を比べたものです。もっと下がるということです、上の世代より。

これを見ていただくと、Twitterを見てください。Z世代の6割がやっています。ところが、30代から50代になると、一挙に34%になります。これがもっと60代、70代、80代を入れたら、一挙にガーッと下がって、10%くらいになるかもしれません、分からないですけれども。それくらい差がある。だから、Twitterは、Z世代のものなのです。というか、全てのSNS、ほとんど全てZ世代のものなのです、圧倒的に彼らが多い。

でも、人口が団塊ジュニアの半分以下で、やっている率が倍だったら、とんとんなのではないの、SNS人口って、思う方もいらっしゃるかもしれませんが、接

続時間とか、投稿数とか、全然違いますから、比較にならないです。SNSはZ世代のもの、以上と覚えてください。Twitterでいうと、Z世代の6割がやっている。30代から50代になると34%。

それから、Instagram。インスタ映えってやつです。これもZ世代の52%がやっている。30代から50代になると29.8%で、もう3割を切っています。インスタ映えは、中高年は関係ない。若者のものであるということです。

それから、Instagramの「ストーリーズ」といって、24時間で消えるInstagramです。今、Z世代の中でも特に若い子たち。だから、高校生とか大学生は、このストーリーズを主に使うようになってきているのですが、これもほとんど中高年は使っていない、ほとんど若者が使っている。Z世代が使っている。

特筆すべきは、あまり覚えなくていいのですけれども、Facebookをやっているのは中年です。ということで、皆さんの中でFacebookをやられている方がいたら、今すぐやめましょうとまでは言いませんが、若い子たちはやっていないので、おじ様、おば様同士の連絡手段、連絡網としてはいいのですが、これから愛媛を背負っていく若い子とつながろうという方がいらしたら、直ちにFacebookはやめていただいて、ほかのSNSに移行していただきたいと思いますが、唯一、Facebookだけが、中高年のほうが上回っているSNSです。若い子では、Z世代の中でも海外留学の経験があるとか、外国に友達がいるっていう子はやっていたりするのですけれども、基本的にはやっていない子が多いです。やっている子でも、ほとんど接触していません。ほかのSNSに比べて、圧倒的に接触時間は短いです。Facebookは、もう忘れてくださって結構です。

それから、まさに今、「TikTok 売れ」という言葉があって、このTikTokなのですが、中高年はほとんど壊滅的にやっていません。Z世代は、まだまだこれから伸びていくという感じ、13.9%なのですけれども、簡単に言っちゃうと、中高生がめちゃくちゃやっています。Z世代の中でも下の層になります。上の層がTwitter、Instagram。下の層がInstagramストーリーズ、TikTok。ちょっとZ世代の中でも、前半、後半で分かれているというイメージです。全部ならずとこういう感じです。

なので、ここで一番ご理解いただきたいのは、Z世代がSNS上、最多人口なので、彼らに届かないと消費者教育にしてもそうかもしれないし、選挙の話もそうかもしれないし、企業の広報的な、うちの新商品が出ましたもそうかもしれないし、このZ世代に届かないと、

SNS上では「いいね」の数も稼ぎにくいし、バズりにくいし、YouTubeでも。これはYouTubeのデータを出していませんけれども、圧倒的に若い子たちが多いので、関連動画で出てきにくくなると。

よくYouTubeでも、私もたまにやっているのですが、非常に心痛い言葉ですけれども、「はげとデブと眼鏡は、YouTubeには要らない」という言葉が、アメリカであるらしいのです。僕は3つとも該当しているので微妙ですけれども、要は、それくらい世界中の若い子しか見ていないから、頭が薄くて、眼鏡で、太っている人って、そんなのが動画を載せても意味が無いという、そういう英語があるらしいのですけれども、日本も同じ状況です。面白いです。人口が少ないのでも、ネット人口やSNS人口は圧倒的に多いので、彼らの影響力は凄く強くなって、それが流行語にもつながってきていると。そういう話です。

例えば一例を挙げると、瑛人さんの『香水』で、「ドルチェ&ガッバーナ」ってありましたね。あれもTikTok上で火が付いて、それで、チョコレートプラネットとか、芸人さんがTikTok上で真似するようになって、それをテレビが取り上げ、最終的には紅白で、おじいちゃん、おばあちゃんたちも見るところまで至ったということなのです。もともと、だから、TikTokでZ世代が広めていて、起点になっていったのです、瑛人さんの『香水』は。

『鬼滅の刃』もそうですよ、実は。『鬼滅の刃』は、もちろん『ジャンプ』で連載されていたので、『ジャンプ』というのは凄い漫画なので、もともとベースは強かったですけれども、でも、『ジャンプ』の中では、決して人気のある漫画ではなかった、『鬼滅の刃』は。ところが、アニメ化されたあとに、このZ世代の女子の子たち、ちょっとアニメ好きな女の子たちが、いろいろ善逸だったり、イケメン、伊之助の、イノシシの中だったり、イケメンがいっぱい出ているというので、割と凄く騒ぎ始めたりとか、映像がきれいだったって騒ぎ始めたりとか、TikTok上で「柱チャレンジ」といって、煉獄さんとか、いろいろ「柱」と呼ばれる人たちがいるのですけれども、その人たちの動画を、違法なのですけれども、切り取ってTikTok上に載せて、うわあって広がって、同世代の男子、Z世代の男の子たちも、なんだ、こりゃ、『鬼滅』って、というのが広がっていった。それから、おうち時間もあって、親子で一緒に視聴したりということもあり、最終的には日本で一番興行成績を稼いだ映画になっていくという話なのです。この起点もZ世代がなっている。

こんなに人口は少ないのですが、Z世代を起点に、わ

あっと広がっていくって、ほかの商品でもいくらでも挙げられます。そういう時代になっている。とつてもこのZ世代というのは、まず凄く人口的な、リアル人口的なインパクトは少ないのですが、SNS上の主役であるというところを、まず、ご理解いただけるのかなというように思います。

【スライド：ゆとり世代と脱ゆとり世代の違いまとめ】

それから、もうちょっとZ世代というのはどういう人たちかと、お話をさせていただく上で、先ほど言ったとおり。

【スライド：日本の世代論】

これが日本の世代論ですが、面白いのですけれども、中国の世代論って見ていると、急に少ない人口のところが生まれたり、飢饉とか虐殺とかがあって、もの凄く人口が少なくなっているところとか、急に一人っ子政策をやったりとか、凄く世代によって、ほんとに。

日本は、たぶん戦前世代と戦後世代で最大の価値観の違いがあったと思うのですけれども、それ以降はちょっとずつ、ちょっとずつ感覚が変わってくる感じなのです。中国はガラッと変わったりするのです。

中国の研究も一時期していたのですけれども、それに比べると日本というのは、割と徐々に徐々にいろいろな環境、社会の環境で価値観が、世代が若くなればなるほど変わっていくという国なので、何が言いたいかというと、このZ世代を理解するために、より理解するためには、その直上のゆとり世代のことを理解すると、なるほど、ゆとり世代がそういう人なんだ、時代がこうなったから、だから、その下のZ世代はこうなったという感じで、直上の世代がなんとなく理解できると、その下の世代の理解も深まるのです。

【スライド：ゆとり世代と脱ゆとり世代の違いまとめ】

ということなので、まず、「ゆとり世代」の説明をしたいのですけれども、左側のほうです。

まず、ゆとり世代の人たち、今の30代半ばから下の人たちなのですけれども、まず1つ目の特徴というのは、不景気の中をずっと生きてきた。いわゆる「失われた20年」といわれるバブルがはじけて以降の人生のほとんどを生きてきたのが、このゆとり世代です。なので、私も、もう若者研究を続けて20年以上たちますがけれども、このゆとり世代の子が、高校生とか大学生のとき、今から10年とか、20年近く前の頃を思い出すと、よく、凄く暗いワードが聞かれました、今から考えると。例えばクラスで、最近どんなことが話題になってい

るの？ 日本全国を回って、いろいろな若い人たちにインタビューしたりして、マーケティングアイデアを考えるとというのが、私のずっと長らくの仕事だったのですけれども、このゆとり世代が若いときにインタビューしていると、「最近、クラスで話題になっていることは何？」と聞くと、「リストラって言葉がはやっています」とか、「隣のクラスのなんとかちゃんのお父さんがリストラされた」とか。当時、だから、「リストラ」って言葉がまだ新しかったのです、凄く。だから、割と急に日本の景気が悪くなって、そのときに小さいとき、幼少期、あるいは思春期まで迎えたというので、まずこれがゆとり世代の1つ目の特徴です。

なので、なんとなくおっかないと。テレビをつけても、なんか失われた10年だ、20年だ。日本人があまりお金を使わなくなったぞ。車離れ、なんとか離れて言われているぞっていう中を生きてきたので、1つは消費減。だから、要はその上の世代、バブル世代でも、新人類でも、団塊世代でもいいですけれども、若者というのは、ずっと戦後、消費意欲というのは凄くあった。女の子にモテるために、いい家が買いたい、いい車が買いたい、いいレストランに行きたい、と消費意欲があった。

ところが、このゆとり世代のときから、若者のなんとか離れて言葉が凄くメディア上、よく言われるようになって、若い人たちが、あまりお金を使わなくなった。それから、だんだん恋愛もしなくなったというのが、まず、ゆとり世代の特徴です。若者のなんとか離れの人たち、そういう言葉をつくった人たち。その人たちが、どうしてなんとか離れになったかという、一挙に不景気になって、その時代をずっと生きてきたからだというところが、1つゆとり世代の特徴だったりします。

ちなみに、ゆとり世代を言い換えた言葉で、「さとり世代」という言葉があって、これは私がつくった言葉で、2014年に同じく新語流行語大賞にノミネートされて話題になった言葉です。今から、6、7年前ですか、さとり世代。

さとり世代って、どういう意味かという、ゆとり世代のことをいっている言葉なので、言い換えなのですが、消費にもあまり興味がなくなって、恋愛にも興味がなくなって、あたかも欲望を捨てて、それこそ煩惱を捨ててしまったような、あたかも悟ったような状態にある若者たちっていう意味です、さとり世代。なんとか離れ、なんとか離れというゆとり世代の特徴をさとり世代って言葉で言い換えたということになります。これがゆとり世代の特徴の1つ目。

2つ目は、右側の脱ゆとり世代とありますが、これはZ世代のことです。Z世代と決定的に違うところは、ゆと

り世代が携帯第一世代、つまり、若いときから携帯を持ち始めた第一世代ですが、ガラケーだったと。右側のZ世代は、スマホから入っている。ここが決定的に違うのです。ガラケー第一世代なので、皆さんもガラケーを思いだしていただければ分かりますが、なかなか情報検索もできない、見にくいし、画面もちっちゃいし、動画なんて見られないです、基本的にはほとんど。検索もしない、動画も見ないというので、つまり、情報収集をやるより、割と友達とメールとか、mixiとかにつながって、ぺちゃくちゃぺちゃくちゃ。知っている友達とつながって、ぺちゃくちゃぺちゃくちゃしていると。「情報収集より同調志向」って書いてありますけれども、これがゆとり世代です。

つまり、不景気を原因とした消費減。それから、ガラケーを原因とした同調志向。友達とぺちゃくちゃぺちゃくちゃしゃべっている。これを見て分かるとおりに、割とこれより上の世代の人たちが、若者だった頃に比べると、消費金額、行動範囲ともに狭くなる、Small Life。まさに若者のなんとか離れしたというのが、このゆとり世代の人たちです。今、30代半ばくらいの人たち、それより下の人たちが、こういう特徴がありました、若いとき。

それに対して、右側のZ世代、脱ゆとり世代なのですが、まず、ゆとり世代が不景気だったのに対して、このZ世代というのは、これは表現がとても難しいのですが、一応、アベノミクス景気といわれている、アベノミクス景気に関しては賛否両論あるのですが、そういう好景気感の中に生きてきたというのが、ゆとり世代とZ世代のだいぶ違うところです。

実際に景気がよかったか、よくなかったかはさておき、とにかく日本が40年以上も少子化を続けてしまったがために、非常に日本全国、愛媛のたぶん企業も人手不足なところが、いまだにコロナ禍でもいっぱいあると思いますけれども、とにかく人手不足になってしまったのです、日本のいろいろな企業が。なので、子どもの数、若者の数が減りすぎだと。なので、割とこのZ世代の子たちって、ゆとり世代と違って、不景気感の中を生きていないのです。

いろいろ調査をすると、なんとなくバイトをしていますが、少しずつだけれども時給が上がっていくぞという感覚だったり、高校、大学、企業を受けるのでも、凄く有効求人倍率が、このコロナ禍でもめちゃくちゃ高いので、自分たちって必要とされているんだな、希少価値だなんて感覚を持って生きているのがこのZ世代。一挙に景気が悪くなってしまう打撃、時代のムードの暗いムードを受けたのがこのゆとり世代。Z世代は、な

んとなく時給も上がっていくし、転職しても、就職しても、なんとなくなのではないの、一生、なんとなくなのではないのって感覚を持っているのが、このZ世代というので、だいぶ違うのです。

連続した世代ではあるのですがけれども、状況がだいぶ違うというところで、さっきのゆとり世代とは違って、これは「Chill」って書いています。Chillというのは、これもまた説明するのは大変ですがけれども、今年の新語流行語大賞と同様に、毎年、三省堂が新語大賞みたいなのをやっています。それで、今年は「チルい」って言葉が選ばれました。チルい。だから、今年の象徴が「Z世代」と「チルい」なのです。ちょっと知らない単語ばかりで、難しくなっているかもしれませんが、「チルい」とこの「Chill」というのは、要は一緒なのです。このChillに「い」をつけたのが「チルい」なわけです。

このChillというのはどういうことかということ、もともとアメリカのラッパーたちのスラングなのです。アメリカのラッパーの「チルアウト」って言葉がありまして、それはどういう意味かということ、要はのんびり行こうぜとか、マイペースで行こうぜみたいな。要は、あまり頑張らないで、マイペースでまったりのんびり行こうぜみたいな言葉なのです、Chillって。そこから来ている。Z世代の特徴だということにされています。

どういうことかということ、要はなんとなく時給も上がっていくし、高校へ行くのでも、大学へ行くのでも、会社に入るのでも、「来て、来て、来て」って言われる、数が少ないので。

だから、あまり頑張らなくても、別に生きていけるのではって。日本は暗い、暗いって、テレビつけてと言っているけれども、別に暗くないのではないの、いいではないの、みたいな感覚を持っている。つまり、ガツガツして、上司に好かれようとか、会社に合わせようというよりも、嫌だったら辞めちゃおうみたいな感覚を持っているというのが、このZ世代。だいぶ違うのです、ゆとり世代と。

だから、私の感覚では「ゆとり」って言葉は、Z世代のほうが合うという感覚がある。ゆとり世代のほうが、時代が暗かったので、ゆとれなかったと、ほんと言うと、という感覚があるのですけれども、でも、そういう言葉です、Chill。マイペースに生きていこうみたいな感じですよ。

だから、若者の不景気から、なんとか離れしたゆとり世代と、少子化による人手不足から、「チルった」とか、そのように使うのですけれども、このChillというのは、日本語で使うと。チルったZ世代というのが、まず1つの違い。

それから、ガラケーだったゆとり世代に対して、今度、Z世代はスマホと、それから、SNS もいっぱいあります。ゆとり世代のときは、せいぜい mixi か Facebook くらいだったのですけれども、この子たち、Z 世代の場合は、先ほどお見せしたとおり、TikTok、Twitter、インスタとか、いろいろ増えて複数 SNS。スマホと複数 SNS の第一世代なのが Z 世代。ガラケーでお友達とべちゃくちゃだけしていたのがゆとり世代。だいたい実は違うのです、この2つは、景気感と情報環境というところで。

しかもガラケー時代に、ゆとり世代が名前の知っている友達だけとつながって、べちゃくちゃべちゃくちゃ、「あいつ、ウザくない？」ってやっていたのに対して、この Z 世代の子たちは、自分で発信したら、知らない人たちのフォロワーが増えていく、Instagram にしたって、Twitter にしたって。どんどん数が増えていくと。愛媛にいたって、東京の子、北海道の子のフォロワーが増える。数がある程度増えたら、お小遣い稼ぎもできるというところで、発信意欲が非常に強いです。Instagram でも何か投稿すると、お友達がみんな「いいね」してくれるという文化ですから、自己承認欲求も強い。だいたい違うのです。

ゆとり世代の場合は、どちらかという、知っている友達とつながって、「あいつ、ウザくない？」とかいって、携帯村社会の中で、自分はいじめられないように人の顔色を見るという過ごし方をしたのに対して、Z 世代の子は、美しい投稿、面白い投稿をするとファンが増えるという、プチスター気取りな、この意識を「ミー意識」と、自意識ってことですが、私に対する意識、私の意識ということで、「ミー意識」というように私は勝手に呼んでいます。

なので、不景気とガラケーによるスモールライフを送ってきたゆとり世代と、人手不足とスマホによって「Chill and Me」、まったく、でも、自意識高く過ごしてきた Z 世代。こういう比較で見ると、Z 世代というのが分かりやすくなるのではないかなということで、ご説明させていただいた次第です。

【スライド：日本の世代論（脱ゆとり世代）】

それから、もうちょっとだけ1枚絵で、この Z 世代の説明をしたいのですけれども、まず、時代背景のところですが、さらに少子化で競争が少ない。「さらに」とは何かというと、ゆとり世代のときには、世代人口で1学年120万人いたのです。それでも少ないわけです。団塊ジュニアは200万人いたわけです。先ほど言ったとおり、令和の時代の中心になる団塊ジュニアは、1学年200万人いたのに、ゆとり世代は120

万人といたら半分になってきている、半分近くに。

ところが、Z 世代はさらに少なくなくて110万人になってくると。さらに1学年10万人少なくなってくるという。だから、企業や学校の器の数のほうが多くなって、彼らはあまり苦労しないで、どこでも入れてしまうという状況になっているというところもあるのです。

アベノミクス景気、現在はコロナ不安って括弧で書いてありますが、結論からいうと、食いぶちっていう意味でいうと、コロナ不安はなかったです、今のところ。コロナ前の2019年にマイナビさんの調査だと、私立文系女子の60%が第2志望までに就職合格したと、大卒者は、2社受ければ、電通と博報堂を受ければ、どちらかに受かる。三井物産か、三菱商事を受ければ、どちらかに受かる、そういう状況。

理系に比べて、文系は就職が難しいわけですが、私立文系女子、これはよくないことですが、男女でいうと、女子のほうが採用しない企業が日本は多いですから、よくないことですが、そういう中でも、私立文系女子の6割が第2志望までに受かった。異常にいいと。ゆとり世代に比べてもいいし、めちゃくちゃいいと。バブル世代なんかよりも、全然いいと。それは子どもの数が少なくなっちゃったからなのですけれども。このコロナ禍で少し状況は悪くなっているのですが、それでも上の世代に比べるとめちゃくちゃいい。ほんとに就職状況はとってもいいということです。

それから、上の世代がゆとり教育を受けたのに対して、この人たちは第1次安倍政権のときにゆとり教育を見直そうというので、脱ゆとり教育と。円周率が3だとか、なんだとかというのは受けてないという人たちが、この人たちです。特徴は、スマホ第一世代。それから、SNSも複数。それから、特にInstagramが凄く強かったりする、インスタ映えとか。

それから、先ほど言ったとおり、就職は超売り手市場で、ダイヤモンドの卵。昔、戦後、団塊世代とか、その上の世代が、地方から東京に集団就職したときに「金の卵」って言われましたけれども、もうそれを通り越して「ダイヤモンドの卵」、めちゃくちゃ就職状況がいい。お母様方がいらしたら、心配しないでください。食っていくには困らない世代です、移民がいっぱい入ってこない限りかもしれませんけれども。

それから、消費・文化の背景は、「シーシャ」って水たばこです。水たばこが凄いいトレンドなのです。結構、自宅でやる水たばこのキットなんか、このコロナ禍ではとてもこの世代に売れたりしますし、たぶん松山でも何店か、探してないのですけれども、あると思うのです

けれども、もう日本全国どこへ行っても、水たばこ屋さんで煙をくゆらせながら、ぼーっと、それこそ「チル」なのですけれども、のんびりというか、まったくして過ごすというのがおしゃれだみたいな感じで、シーシャみたいなのが好きだったりとか、そして、YouTuberとか、Netflixとか動画配信サービスっていうのは、彼らが中心です。それから、中古の服を売ったりするメルカリとか。コロナ禍でだいぶタピオカ屋さんはずぶれてなくなりましたが、タピオカとかの文化をつくってきたのも彼らである。

それから、恋愛・結婚に関していうと、ゆとり世代のときが、割と「恋愛離れ」と言われて、もちろんZ世代のときも、それが解決しているわけではないのですが、マッチングアプリみたいなのが出てきたので、割とインターネット上で出会ってというのが増えています。悪い子たちでいうと、パパ活みたいなのをして、お小遣い欲しさにおじさんとデートしたりという子も、結構増えてきていたりする。

それから、それこそSNS上で海外のZ世代もみんなSNS、同じものを使っているわけですから、いろいろな情報、海外情報が日本にいながら入ってくるようになってるので、非常に「LGBTQ」みたいなことに関しては寛容に、凄くやさしい意識を持つようになってきているというのが、このZ世代の特徴だったりします。

ということで、最後のまとめに入らせていただきますと思います。

【スライド：成年年齢引き下げに伴う消費者教育の向き合い方】

今までZ世代ってこういう人たちだよって、ご説明を長々とさせていただいて、では、この人たちが成年年齢引き下げになっていく上で、どういうことが考え得るかなと、今までの説明を聞いていただいた上でまとめますと。

先ほど言ったとおり、まず1番目です。リアル人口というのは、とってこの人たちは少ないです。120万人しかいない。人口的には凄く少ない。しかし、SNS人口は最多です。この人たちは、SNS上で非常に大きい。

なので、消費者教育という意味でいうと、ネット上、オンラインショッピングにしても、ECにしても、この人たちがめちゃくちゃ使っています。たぶん皆さんの知らない韓国の通販サイトであったり、そういうのもめちゃくちゃこのコロナ禍で広がっていますから、とにかくインターネットを一番使いこなす人たちだということを理解していただいて、その上での、あるいは、そこを経由したトラブルに遭う可能性というの

も、大いに起こってくるのではないかなと。まず、インターネットが1つのキーです、というお話です。

それから、その次がコロナによって、さらにネット依存というのが強まっています、スマホにしても、何にしても。なので、今までのように割と外で友達とか、悪い大人にというよりも、「自宅」で「ネット・SNS」によって、「一人」でというトラブルが、おそらく今後、増えてくるのではないかと思われるというのが、2つ目のお話です。コロナによって、上の世代もそうですけれども、とにかくインターネットに関するいろいろな進化であったり、利用時間というのは伸びていますから、一人でインターネットを介して自宅で、つまり、親の見てない、タッチしにくい部分、パーソナルな部分でいろいろなことが起こっていく可能性があるのではないかというのが2つ目です。

3つ目は、先ほど言ったとおり、「ミー意識」というのがこのZ世代は強いです。つまり、自己承認欲求だったりとか、「いいね」を押してもらおうであったりとか。「いいね」がつきそうな場所だったら行く。お金をかけても、その町に行く。あるいは、その商品を買うってということがあります。

ゆとり世代のときには、先ほど説明したとおり、若者のなんとか離れといわれて、とにかく時代が一気に暗くなったものですから、車も高いのは怖い、洋服も高いのは買わない、消費からかなり離れたのが、この上のゆとり世代だったわけですが、今度はこのZ世代は、SNSがかなり普及したことで、スマホが普及したことで、結構、発信欲求というところもそうなので、消費意欲がかなり戻ってきています、ゆとり世代のときに比べると。

あの子、あのおしゃれなパンケーキ屋に私より先に行っている。「では、私も行かなければ…」みたいな感覚で、凄く消費意欲とか、その消費意欲というのは、昔の若者のように消費することだけに喜びを見いだすというよりも、消費した結果、その写真や動画をSNSに載せることで、みんなから「いいね」をもらいたいという欲求なのです。こういうところに企業とか、企業の広告もそうかもしれませぬし、悪い大人の方とかも、こういうところに付け込まないようにとか、付け込むような例というのがいっぱい出てきそうだなというところも新しい、今までになかったような消費者トラブルとしては考えられるのではないかなというように思っています。

それから、Z世代はSNSで多くの友達と非常につながっているんで、友達に誘われる機会って、誘おうと思えば誰でも誘えたり、とにかく人間関係数が凄く増

えているのが、ゆとり世代以降の SNS 世代の特徴なので、悪い同調志向というのが生まれないようにするといいなと思います。

悪いというとあれなのですけれども、今、東京では、よくテレビで最近取り上げられるようになっていて、ご存じの方も多いかもかもしれませんが、新宿の旧コマ劇です。今、東宝シネマがあって、その横の道がト一横通り、「ト一横」というように呼ばれていまして、地方からの家出少女、家出少年の集まりの場になって、社会問題になっています。そこで悪い大人が薬を売り付けたり、売春になんかしったりとか、かなり問題になっているのです。そこにいる若者たちを「ト一横キッズ」というのですけれども。

そんな彼らの中でスターの子たちが、TikTok 上で、ト一横でダンスを踊っている動画をめちゃくちゃ発信するのです。大人に言われて発信している子もいるし、自分で発信する子もいるのです。それを見て、イケメンとか、楽しそうとかいって、わあっと若者がそこに集まるっていう現象があります。それも先ほど言ったとおり、SNS で、自分も消費意欲というか、参加意欲を触発されて、そこに行って、悪い大人たちと出会って、悪いことをさせられてみたいなのが、凄く今、問題になっているのです。でも、戻る家庭もなかなかなかったり、家出系の子が凄く多かったり、SNS が起点になって、そういう悪い出来事というの、すでに起こっています。

今日お話しさせていただいたように、Z 世代の特徴を理解していただいた上で、この主に 4 点を皆さんも頭に入れていただいて、今後、この Z 世代の人たちとお付き合いいただければなと思います。

ちょっと時間が過ぎてしまって申し訳ありませんが、ご清聴ありがとうございました。