

若者の価値観の変化について

2008.9.8

サントリー文化財団

上席研究フェロー 佐藤友美子

世代の気分 ～価値観が変わった～

勤勉実直世代 (戦前・戦中生まれ)	大変な時代に生まれ、育つ。 節約と我慢 が大事。男性は滅私奉公、女性は良妻賢母。 自分のためより人のため。プロ意識が強い 。灰色の青春とバラ色の老後。ハレとケを使い分ける。
走り続ける頑張り世代 —— 昭和20年代生まれ	生まれた時から競争社会。頑張りが大事。議論好きの永遠青年。男性は企業戦士、妻は専業主婦からパートに。妻に不満が残る。 やり残し感 で動く。 若さへのこだわり 。子どもの意志を尊重したい友達親子。
ワンランクアップ消費世代 (昭和30年代生まれ)	バブル期の消費を謳歌。ブランド好き。変わらぬ消費意欲。非婚・晩婚・離婚・子どもが選択肢に。 我慢するより自分らしく 。男性も育児に参加。公私の別が大事。オンとオフを切り替える。 欲しいのは自分への褒美 。
堅実・安定志向世代 (昭和40年代前半生まれ)	親や社会が作ってくれたルールの上を賢く歩む。マニュアル愛用。 私生活重視のマイペース 。仕事は着実だが、出世志向は少ない。世間並みの生活と子どものいる幸せな家庭が一番。
体感なきデジタル世代 (昭和40年代後半生まれ)	遊びはファミコン、買い物はコンビニ。溢れる情報を自由に選択。自然体が好き。頑張り過ぎないご隠居志向。体験のなさに飢餓感も。
ロストプロセス世代 (昭和50年代生まれ)	子ども時代にいじめを体験。ケータイ・パソコンがコミュニケーションツールに。情報の細分化。 グループ内同質化。小さな差異に敏感 。互いを否定しない関係が大事。 コミュニケーションに気を使う 。



「時代の気分 世代の気分」NHKブックス

「ロストプロセス・ジェネレーション」神戸新聞総合出版センター

「U35世代、僕と仕事のビミョーな関係」日本経済新聞社

世代間ギャップ

アナログ世代

デジタル世代

欠落感から豊かさを志向



生まれたときから豊か

努力すれば幸せになれる



今を楽しむ安定志向

目標達成、手続き重視



ノンプロセス

世間の評価が大事



自分らしさが大切

食べるための仕事



ライフスタイルと仕事は一致させたい

2

世代研究から見たこと

“社会の中の自分”という意識は後退し、“自分の中の社会”が拡大

選択肢のない貧しさと自信、選択肢のある豊かさと不安

物差し(役割)は一つから、“仕事”も“家庭”も“一人”も大事に

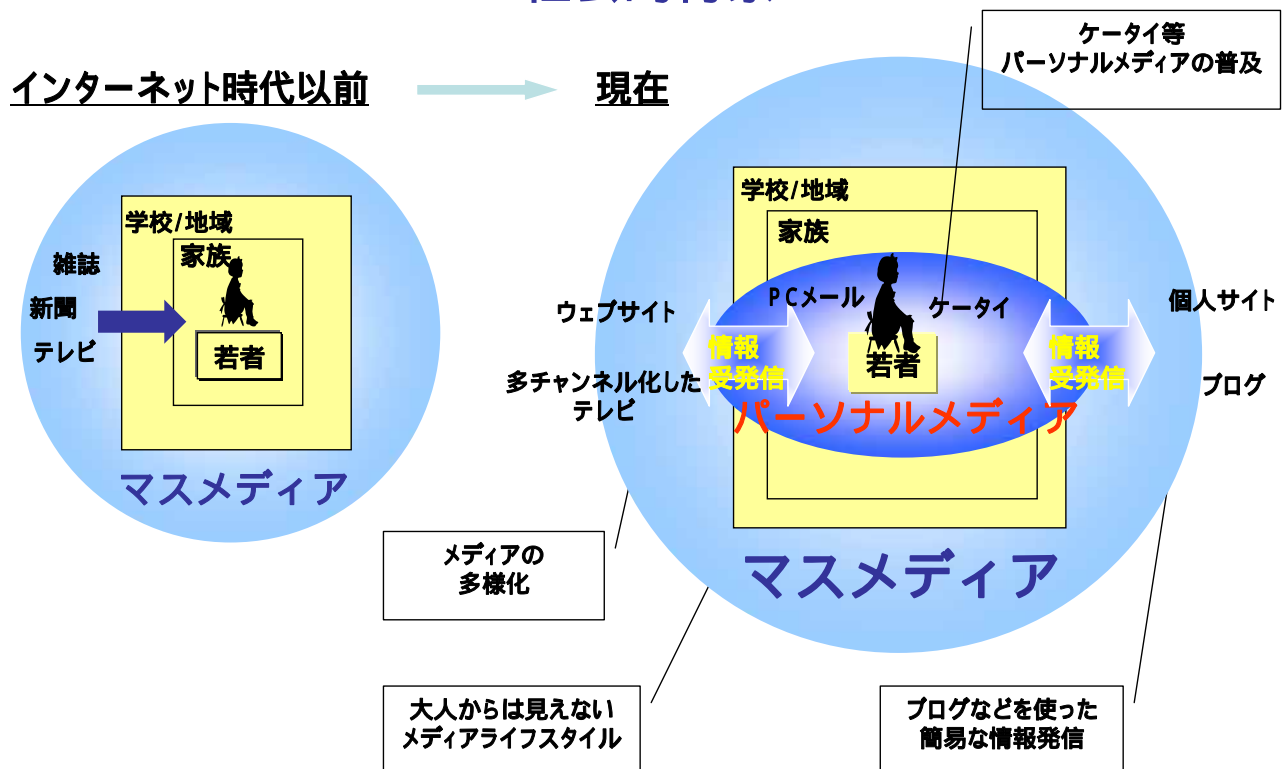
3

若者メディアスタイル調査

2005年11月～2007年6月
サントリー次世代研究所実施

4

若者の「情報行動」調査 - 社会的背景 -



5

若者の「情報行動」調査

- 定性調査から、若者の声 -

若者たちのメディア観の変化は、
若者同士のコミュニケーションにも影響を与えている。

メディア観の変化

- ・テレビは最近つまらない。
- ・雑誌は広告ばかりで信頼できない。
- ・お店選びはフリーペーパーがいい。
- ・ケータイのおかげで旧友とも仲良しでいられる。
- ・ラジオは自分に話しかけてくれるよう。CMも、ベタベタだけどおもしろい。
- ・ブログで友達の本音を知って、応援した。
- ・親への「ありがとう」もメールなら言える。
- ・ネットはNO1メディア。ニュースもネットで。

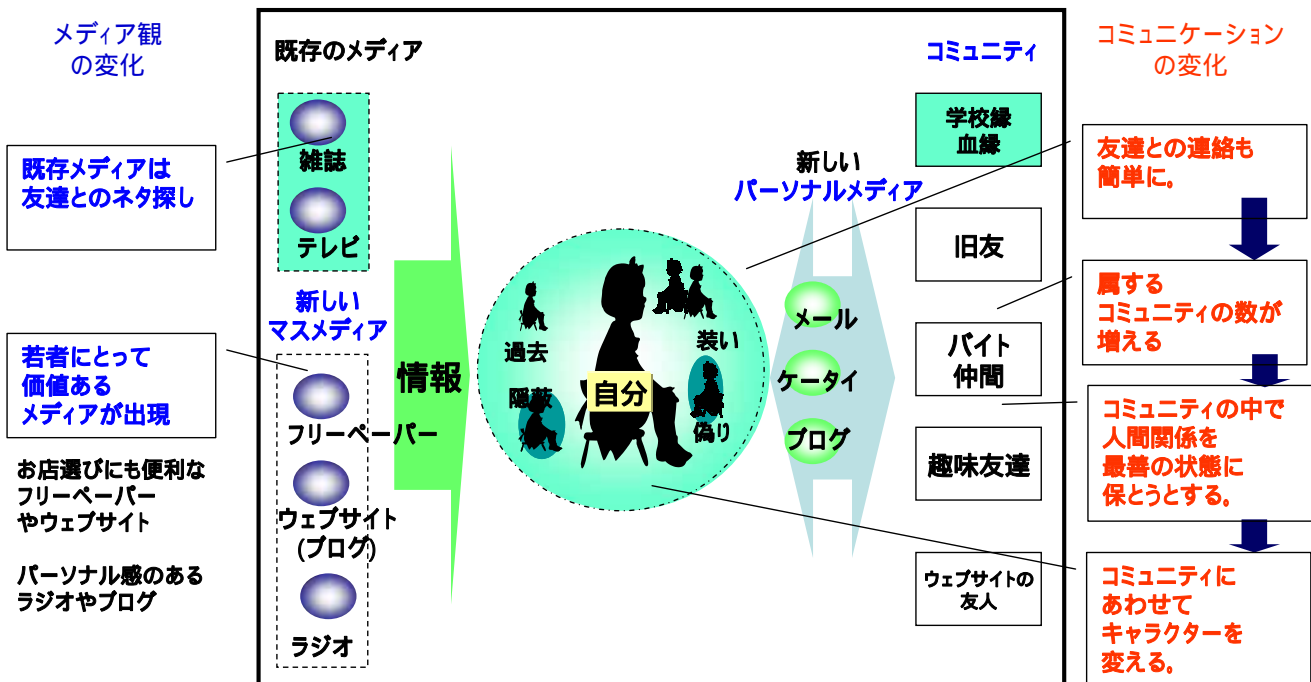
コミュニケーションの変化

- ・みんな好みが違うからテレビの話はしない。
- ・どんな友達でも通じるのは「年中行事」お花見やクリスマスの話は盛り上がる。
- ・沈黙は嫌い。盛り上がる方法をいつも考えている。だから、2人は苦手。
- ・いろいろな友達グループがあるから、その場にあった自分を出す。キャラを変える。
- ・盛り上がるときに「お酒の力」はありがたい。

6

若者の「情報行動」調査

- 現代の若者のコミュニケーション -



メディアの発達により、交友関係は広がった。しかし、
信頼できる友達の数は増えず、むしろ人間関係に息苦しさを感じている。

7

Work-life Innovators'プロジェクト

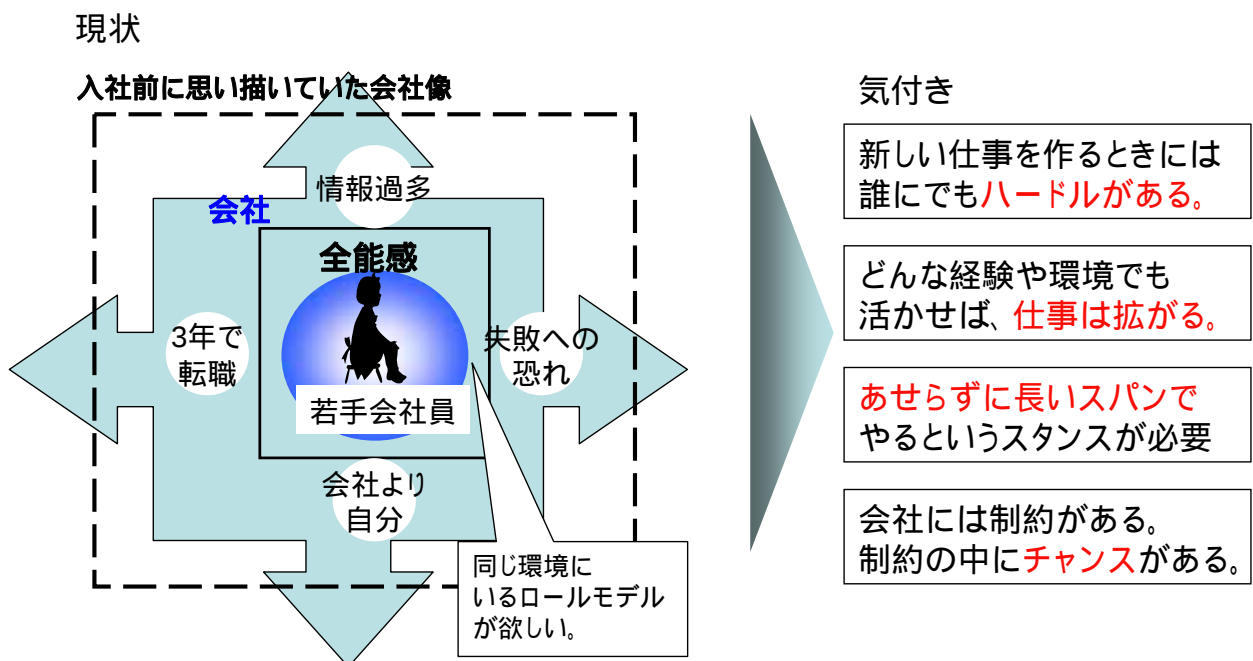
希望のある仕事

2006年1月～2008年3月

サントリー次世代研究所実施

8

問題点 「若者自身」 ～ 若者の「全能感」からの脱却～



9

問題点 「会社」 ～ 会社の想いと乖離 ～

若手会社員の声

社内に制度はそろっているが、
機能していない。

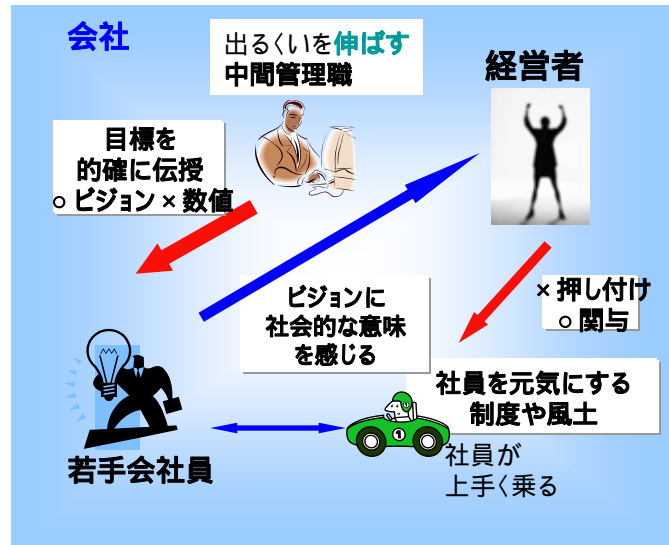
会社が自分たちの意見を聞いて
くれるという実感が無い。

**社会的意味のある経営者のメッ
セージに共感。**

経営者のメッセージも、部署目
標になると**数値目標**だけになる。

上司は**出るくいを打つ**存在？！
新しいことが出来る空気がない。

若手会社員が期待している姿



10

問題点 「上司、同僚」 ～ コミュニケーションの回復 ～

若手会社員の声

皆忙しそうで、飲み会がない。**気
軽に相談できる場**が欲しい。

メールのやり取りが多く、**部署の
人と直接話す機会**がない。

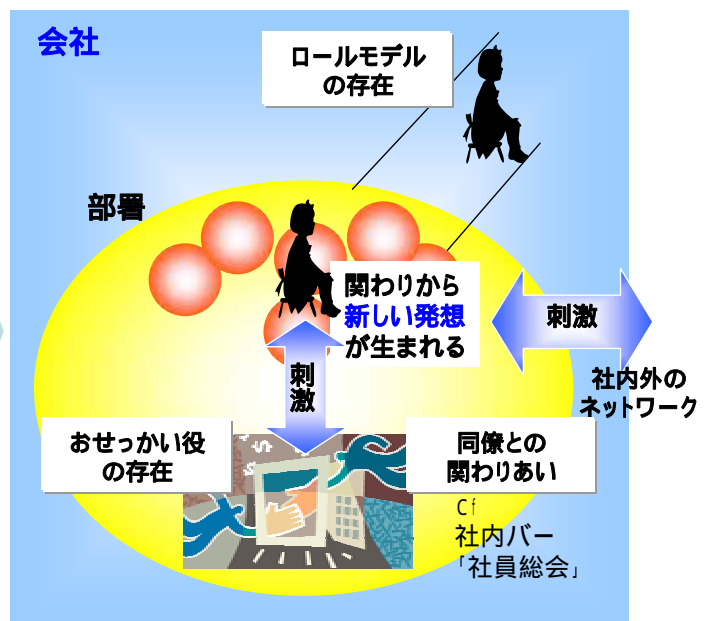
ロールモデルになるような「メン
ター」が欲しい。

他の人がどんな仕事をしている
か知りたい。

怒ってくれる先輩がいない。

なんとなく全体的に元気がない。

若手会社員が期待している姿



11

将来の交通需要に関わるライフスタイルの変化

- ・子どものいる標準的世帯では車が必需品だが、現状では単身世帯の増加、単身者と夫婦のみが日本の世帯数の半分を占める。
- ・若者の車に対する気持ちは上の世代とは違う。多くの若者にとって憧れのものではなく、ステータスとも無関係。数年で新車に買い替えの意識はない。自分にとっての心地よさが選択基準。ハンドリングのよい、環境にやさしい定番を探している。
- ・「熱中人」的趣味の領域としての車は存在するが、多くの人にとっては道具であり、必要な時に使えればよいもの。レンタルやシェアでもよい。
- ・多様な選択肢の中で、車のコストパフォーマンスを考える。都心なら持たない選択も。
- ・旅行しても移動より、ホテルでのんびり、あるいは地元の生活の触れる。ドライブが趣味は過去のこと？
- ・自然にやさしいライフスタイルが好まれる傾向、車がないのがステータス？