

ワンポイント・ブックレビュー

松田久一著 『「嫌消費」世代の研究 経済を揺るがす「欲しがらない」若者たち』
(2009年) 東洋経済新報社

最近、若者の消費行動が変化してきている。その象徴として、「若者が車を買わない」という言葉をよく聞くようになった。本書では、このような収入に見合った消費をしない若者の消費志向を“嫌消費”と名付け、その原因を“世代論”をもとに読み解いている。

世代論についての詳細は4章で展開されているが、簡単にまとめてしまえば“世代”とは同時期に生まれ、成長過程の中で社会的な事件や時代の変化を、同じ年代で体験することにより、共通の志向性を持つ特定の年齢層ということになる。

本書で検討される世代は、おおむね5～10年周期で出現するとされ、戦後については全部で7世代から構成されている。年代の高い順に「焼け跡世代」「団塊世代」「断層世代」「新人類」「団塊ジュニア」「バブル後世代」「少子化世代」となり、このうち、分析の中心は、“嫌消費”の性質を強く持つ「バブル後世代」である。

著者はこの世代の特徴として次の4点を挙げる。それは、「上昇志向」「他者志向」「競争志向」「劣等感」であり、とりわけ「劣等感」が他の特徴にも大きな影響を与えることが指摘されている。これらの特徴の背景として、バブル崩壊といじめ問題を取り上げ、学童期に社会的評価の混乱と他人への信頼感の欠如により勤勉性を獲得できなかった世代であるとし、さらには就職氷河期により社会に必要とされなかった経験が特徴を決定づけたとしている。

この劣等感により、バブル後世代は他の世代と比べても将来不安が強いことが独自調査から示されており、その不安感が消費を抑制、預貯金に向かわせる動機となり、結果としてこの世代が“嫌消費”世代になると分析されている。

ただし、分析の基礎となる世代の設定にもまだまだ課題も多いと思われる。実際、めまぐるしく変化を続ける時代の中で、どこまでを一つの世代と考えるべきかは、依然として確固たる指標が存在しない。特に、戦後からの日本の変化をたどれば、著者が設定した5～10年という周期でさえも長いと感じてしまう面もある。

それでも、バブル後世代の分析については頷ける部分も多く、ライフステージや収入などその他の要因もあるにせよ、世代による消費行動の違いは確かに存在すると考えられる。私自身は現在32歳、世代でいえば「団塊ジュニア」に当たる。自らの消費行動を鑑みると、本書で指摘されていることはあながち外れていないと感じた。

ところで、このような世代論による分析は、“消費行動”に限らず、いろいろな部分への応用が利くといえ、若者の労働組合に対する意識を探る上でも参考になると思われる。若者の考え方が理解できないという組合役員にもご一読いただき、世代の特性を理解した上でのアプローチを検討されてみてはいかがでしょうか。(加藤健志)