

中小企業動向 トピックス

若年層のライフスタイルと消費動向の変化

～ハードからソフトへ～

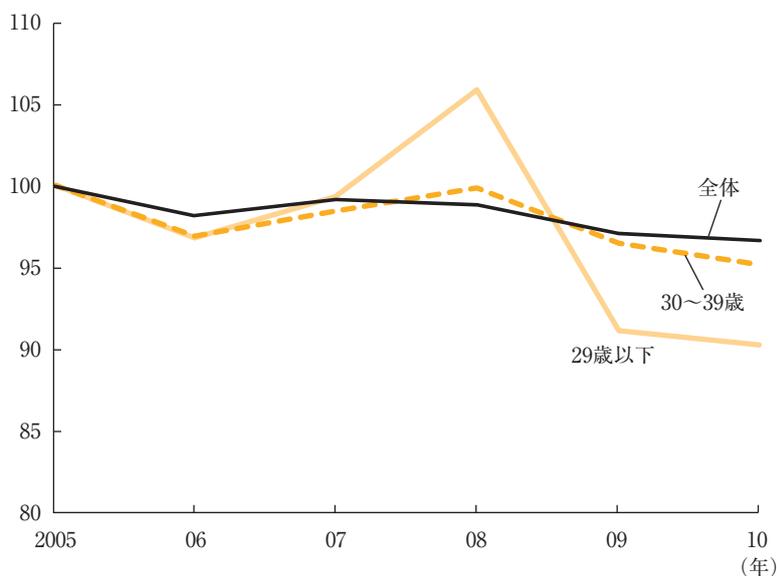
就職や結婚、出産に育児など、人生のさまざまなステージを迎えていく若い世代。彼らは、シニア世代などに比べ、景気や雇用・所得環境の変動により影響を受けやすい世代でもあります。他方、10～30歳代の若年層は総人口の約35%を占め（総務省「2010年国勢調査」）、国内の消費に与える影響は決して小さくありません。

以下では、若年層の消費が近年どのように変化しているかを概観し、その変化をいち早くとらえて新しいビジネスを展開している中小企業の事例をご紹介します。

若年層の消費支出は減少している

図表-1 年齢階層別の平均消費支出の推移（1世帯1カ月当たり）

（2005年=100）



資料：総務省「家計調査」

（注）年齢は世帯主の年齢である。

2008年秋のリーマンショックの後、企業の景況感は改善傾向にあります。東日本大震災や欧州の財政危機もあり、依然力強さに欠けています。

民間給与額の平均をみても、2009年は、直近のピークである2007年に比べ約7%減少しましたが、依然として2007年の水準を下回っています。

こうした所得環境を背景に、消費は弱含んでいます。2010年の総務省「家計調査」によると、1世帯1カ月当たり平均消費支出（総世帯、名目）は、2年連続で減少しています（図表-1）。

特に29歳以下の消費支出は、2009年以降大きく落ち込んでおり、景気や所得環境の影響を受けやすいことがうかがえます。また、30～39歳も全体と比べて減少幅が大きくなっており、若年層の消費を取り巻く環境は他の世代以上に厳しいことがわかります。

1 国税庁「民間給与実態統計調査」による。勤務期間が1年以上の従業員（パート、アルバイトを含む）および役員の平均。

消費品目は変化している

こうしたなか、若年層の消費にはどのような変化があるのでしょうか。総務省「全国消費実態調査」を用いて、全体の消費品目の変化をみてみましょう。同調査は5年ごとに実施され、細かい調査品目ごとに平均消費支出額を集計しています。この品目は調査ごとに更新されるため、新しく追加された品目から、消費の移り変わりやライフスタイルの変化がうかがえます。

図表-2は、1999年、2004年、2009年の調査で追加された項目の一部を表示したものです。各項目からは、その時代の世相や流行の変化、技術の進歩などがみてとれます。

以下では、それらのうち特に若年層が多く利用すると考えられる、①インターネット接続料、②レンタカー料金、③家事代行料にスポットを当て、同世代の消費スタイルがどのように変化しているかをみてみます。

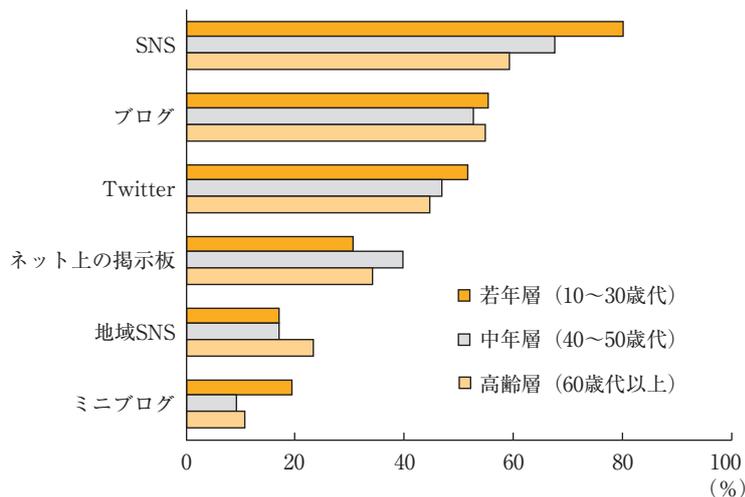
図表-2 全国消費実態調査で新たに追加された品目（抜粋）



資料：総務省「全国消費実態調査」

ライフスタイルの変化①：つながりを求める

図表-3 現在利用しているソーシャルメディアの種類（世代別）



資料：総務省「次世代ICT社会の実現がもたらす可能性に関する調査」（2011年）

出所：総務省『情報通信白書』（2011年）

情報化が進むなか、インターネットを通じて、簡単に多くの人とつながりを持つことができるようになりました。

特に若年層は、早い時期から携帯電話やパソコンに慣れ親しんでおり、それらを通じたコミュニケーションツールを積極的に取り入れる傾向にあります。

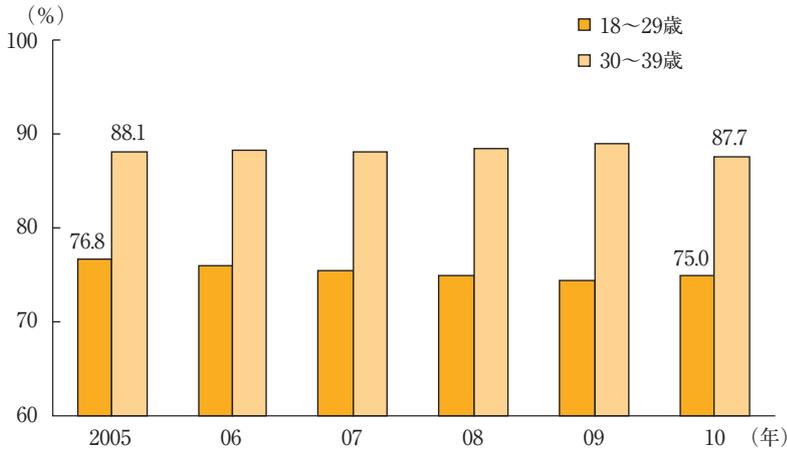
近年、利用が増えているのが、ソーシャルネットワークサービス（SNS）です（図表-3）。SNSとはインターネット上の会員制サービスで、会員同士がお互いの情報を公開し、つながりを形成していくことができます。

代表的なものとして、Facebook や mixi が挙げられます。若年層ほど SNS をよく利用しており、利用率は 80% を超えています。SNS は、見知らぬ人であっても、同じ趣味や嗜好を持つ人々と簡単につながりを持つことができます。もちろん、知人同士の交流を深めることもできますし、卒業や転職などで会う機会がなくなった友人とも連絡し続けることができるといった利点もあります。

ちなみに、2009 年の「全国消費実態調査」によれば、インターネット接続料（1 世帯 1 カ月当たり）の支出額は、29 歳以下で 2,021 円、30～39 歳で 2,634 円と、2004 年に比べ、それぞれ 28.7% 増、50.4% 増と高い伸びを示しています。

ライフスタイルの変化②：持つことにこだわらない

図表－４ 18～39歳の運転免許保有率の推移



資料：警視庁「運転免許保有者数データ」、総務省「人口推計」

していますし、たとえ免許を持っていても、維持費がかかるといった理由からマイカーを持たない人の割合も増えています。

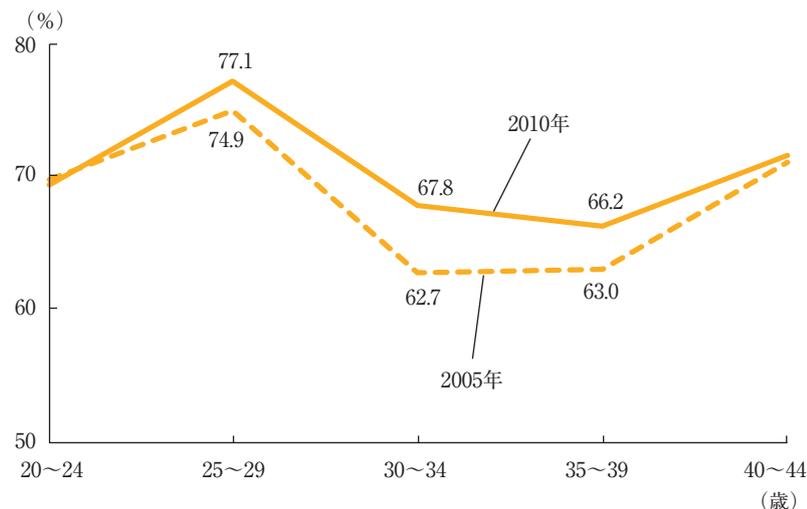
「全国消費実態調査」で2009年の年齢別自動車保有台数(1世帯当たり)を2004年と比較してみると、29歳以下で0.76台から0.68台に減少しており、減少幅は30～50歳代よりも大きくなっています。一方、同調査でレンタカー料金の支出額をみると、レンタカーをまったく使わない世帯も含む、あくまで全体の平均ですが、29歳以下は1世帯1カ月当たり144円、30～39歳は132円と、40～49歳の91円や50～59歳の125円を上回っており、若年層のレンタカー需要が強いことがうかがえます。

厳しい雇用環境や将来への不安から、節約志向の若者が増えています。一方で、ゲーム機や携帯電話などに対する若年層の需要は急速に拡大、多様化しています。関心があるものにはお金を使い、そうでないものに対しては「買わない」「持たない」という傾向が強まっているのです。

若者のクルマ離れは、その典型的な例でしょう。実際、若年層の運転免許保有率をみると、特に18～29歳で大きく低下する傾向にあります(図表－4)。そのため、多くの自動車教習所で生徒が減少

ライフスタイルの変化③：家事負担の軽減を図る

図表－５ 女性の年齢階層別労働力人口比率



資料：総務省「労働力調査年報」(2010年)

(注) 労働力人口比率：15歳以上の人口に占める労働力人口の割合

帯で208分と、大きな違いがみられます(総務省「2006年社会生活基本調査」)。

このように、働く女性が増える一方で、家事における女性の負担が大きいため、最近では家事代行サービス業が脚光を浴びています。「全国消費実態調査」をみても、調査項目が不連続のため厳密な比較はできませんが、2009年の家事代行料の支出額は、2004年調査の類似項目である家事使用人給料の支出と比べ、30～39歳の年齢層で2倍近くに増えています。

少子高齢化による労働力人口の減少を背景に、女性の雇用拡大が社会的課題となっています。女性の年齢階層別労働力人口比率をみると、2005年から2010年の間に25～29歳、30～34歳、35～39歳の各年齢層で上昇しており、結婚や出産・育児の時期を迎える世代で、働く女性が増えていることがわかります(図表－5)。

その一方で、家事は女性が多くを担っています。共働きの世帯で1週間のうち家事に費やしている時間は、男性が全体で11分であるのに対し、女性は子どもがいない世帯で161分、子どもがいる世帯

中小企業に広がるビジネスチャンス

以上のように、若年層の消費は、ライフスタイルの変化とともにその内容が変わってきています。特徴的なのは、物質的なものに固執しない傾向、つまり、ハードからソフトへの移行が進んでいるということです。若年層の消費全体は減少しているものの、他方で興味のあることには支出を惜しまない傾向もみられ、多様に変化する若者のニーズを的確にとらえて新たなビジネスを展開する中小企業もたくさんあります。

そこで、実際に活躍する企業の事例を3社ご紹介します。

●ライフスタイルの変化①：つながりを求める

A社はFacebookを活用して、初対面の人とのビジネスランチを設定するサービスを提供しています。利用者は、知人と2人でペアを組み、ランチの相手に関する希望を伝えると、A社が相手のペアを推薦・提案します。相手に関心を持ち、日時が決まったら2対2で昼食をとります。

Facebookでは、実名や生年月日を登録する必要があります。ランチの相手の情報を事前に把握できることから、商談相手を探すビジネスマンや就職活動でOB訪問をしようとする学生などを中心に利用者が拡大しており、A社の会員数はすでに3万人近くにのぼっています。

●ライフスタイルの変化②：持つことにこだわらない

B社は自動車教習所です。少子化に加え、若者のクルマ離れが進んでいることから、年々教習生が減少していました。そこで数年前から、若者をターゲットにした独自のサービスを提供することで、教習生の獲得を図っています。具体的には、日替わりでマッサージやネイルアートのプロを呼び、教習の待ち時間に1回100円で利用できるようにしたり、ロビーの一角に漫画ライブラリーとして人気のコミック本を多数揃え、いつでも無料で読めるようにしたりと、工夫を凝らしています。教習内容の充実を図るのはもちろん、こうした取り組みの成果も加わって、教習生の数は増加に転じています。

●ライフスタイルの変化③：家事負担の軽減を図る

C社は、ハウスクリーニング業から家事代行サービス業へ進出した企業です。全国展開しているハウスクリーニングの店舗網を生かし、全国一律の質と料金でサービスを提供できる態勢を整えています。単発での利用は1時間当たり4,000円、半年または1年契約の定期利用では1時間当たり3,500円です。

料理を除く日常的な家事約30種類を手掛けています。ハウスクリーニングでノウハウを培った女性スタッフが、キッチンや水回りの掃除はもちろん、靴磨きやボタン付けもこなします。共働き世帯や妊産婦を対象とした割引システムなどで若年層の利用者を増やしています。

資料：各社ホームページ・新聞情報より

3社に共通する点は、若年層のライフスタイルの変化にいち早く着目し、他社に先んじて新しい種類のサービスを展開していることです。消費がハードからソフトへ移り、求められるものが多様化しているなか、消費者のニーズに先回りできる機動性が一層求められています。

(桑本 香梨、川野 優美子、小峯 淳子、堀内 友喜)

「中小企業動向トピックス」に関するご意見・ご要望等ございましたら、本支店窓口までお問い合わせください。

発行：日本政策金融公庫 総合研究所 ～ホームページ <http://www.jfc.go.jp/> ～