

〔研究ノート〕

岐阜県の若者の消費動向に関する考察

竹内 治彦

はしがき

- 1-1 岐阜県の若者消費動向等調査の概要
- 1-2 調査結果の概要
- 2-1 岐阜県での調査結果に見られる特徴
- 2-2 ライフコースによる変化の同調性
- 2-3 ショッピングモールへの支持
- 3 マクロデータとの比較による総括

はしがき

昨今、若者の消費離れが言われている。そうした議論の際に言われる若者の姿はステレオタイプ化されたものである。そうした中では、若者は車を購入しなくなり、ネット空間に閉じこもり、仮想的空間でリアリティを感じていると論評されることが多い¹⁾。消費の傾向については購買力の低下など様々な原因と関連させて論じられているが、例えば、車の購入であったり、インターネットの利用だつたりといったことについて、世間で言われていることは、地方の生活にも共通に当てはまるのだろうか。経験的に見ても、岐阜県での生活では車はまったく日常化しており、どの大学でも車通学の学生のために駐車場を整備するのが当たり前になっている。一般に、メディアで紹介される事柄、とりわけ若い世代にかかわる言説は、東京での経験に基づくことが多い。その中でも、全国共通に当てはまるものも少なからずあるのは無論だが、かなり内的な構造において違いのあるものも見られる²⁾。本稿では、筆者が主担当として行った岐阜県の「若者の消費動向等調査」の結果の分析をもとに地方の若者の消費生活から見える生活実相について明らかにすることを目的とする。

1-1 岐阜県の若者消費動向等調査の概要

調査の概要は下記の通りである。

調査期間：平成 21 年 10 月 25 日から平成 21 年 12 月末日

アンケート調査実施場所

長良川競技場，大垣イオン SC，各務ヶ原イオン SC，キリオ，カラフルタウン，モレラ岐阜，アクアウォーク，マーサ岐阜，ロックシティ大垣，岐阜駅前，柳ヶ瀬高島屋前，岐阜県図書館，岐阜県人材チャレンジセンター，ふれあい会館，岐阜公園，市民の森羽島公園，長良公園，各務原公園，土岐市駅前，多治見駅前，岐阜駅前，羽島駅前，岐阜市文化センター，岐阜経済大学学園祭，西濃まるごとバザール他，個別には各種フリーマーケットの会場や知己のある携帯ショップなどで採票活動した。

アンケート協力依頼企業

岐阜商工会議所の協力で，岐阜の企業 16 社の紹介を受けたほか，岐阜経済大学キャリア支援部でお付き合ひのある企業，卒業生が就職している企業，計 42 社・団体に協力を依頼，そのほか，雇用した調査員の関係している企業，あるいは美容院，理髪店，化粧品店などに協力を依頼した。

アンケート協力依頼教育機関

西濃，岐阜圏域のすべての大学，いくつかの専門学校のほか，愛知県内の名城大学，愛知産業大学，金城学院大学，愛知学院大学，愛知工業大学，中京大学，中京女子大学で調査の協力をお願いした。名古屋での集票が学生に偏っているのは，名古屋にある大学で多数の集票ができたからである。

回収票 5,834 有効回答数 5,722

半数以上の回答のないもの，属性部分の回答がないもの，ごく一部，メールでアンケート票を送ったが最終構成前のものが行ってしまったもの，入力作業が完全に終わり，分析業務を始めた平成 22 年になってから到着したもの，以上を無効票として扱った。

回答者の主要な属性は次のようになっている。

性 別		
① 男	2,458	43.0%
② 女	3,259	57.0%
無回答	5	0.1%
計	5,722	100.0%

年 齢 層		
① 10 歳代	1,434	25.1%
② 20 歳から 24 歳	1,934	33.8%
③ 25 歳から 29 歳	831	14.5%
④ 30 歳以上	1,514	26.5%
無 回 答	9	0.2%
計	5,722	100.0%

仕事（雇用形態）【一つ】		
① 正社員	1,893	33.1%
② 非正規	461	8.1%
③ 自 営	110	1.9%
④ 学 生	2,798	48.9%
⑤ 無 職	339	5.9%
⑥ その他	80	1.4%
無 回 答	41	0.7%
計	5,722	100.0%

居住地【一つ】

① 岐阜市	1,101	19.2%
② 各務原市	264	4.6%
③ 瑞穂市, 本巣市, 北方町	406	7.1%
④ 羽島市, 羽島郡	243	4.2%
⑤ 西濃地域（大垣市, 海津市やその周辺郡）	1,450	25.3%
⑥ 上記以外の岐阜県	477	8.3%
⑦ 名古屋市	459	8.0%
⑧ 名古屋市以外の愛知県尾張地域	744	13.0%
⑨ 愛知県三河地域	332	5.8%
⑩ 岐阜県, 愛知県以外	235	4.1%
無回答	11	0.2%
計	5,722	100.0%

1-2 調査結果の概要

調査の各質問と回答は下記のようにになっている。いずれも左側は回答数，右側は回答総数に対する比率である（複数回答の質問の分母は全回答数の 5,722 で計算している）。

問6 車の所有と運転の頻度（単回答）

① 有	3,679	64.3%
② 無	2,029	35.5%
無回答	14	0.2%
計	5,722	100.0%

① 毎日	2,786	57.2%
② 週数日	761	15.6%
③ 週1日	242	5.0%
④ 月に数回	243	5.0%
⑤ ほとんど運転しない	840	17.2%
計	4,872	100.0%

問7 次の I~IV の間に、それぞれ 3~4 の言葉が並んでいます。あなたの希望にもっとも合致するものを一つ選び、チェックしてください。希望なので現実と異なってもかまいません。

① 仕事（勉強）	390	6.9%
② 自分の自由時間	3,658	64.4%
③ 家族や友人	1,628	28.7%
計	5,676	100.0%

① 貯蓄	974	17.4%
② 買物	2,171	38.8%
③ 食事	514	9.2%
④ 趣味	1,939	34.6%
計	5,598	100.0%

III 自分の遊びは

① ゲーム・インドア	1,558	27.9%
② 映画・芸術鑑賞	1,068	19.2%
③ スポーツ・アウトドア	1,575	28.2%
④ 旅行	1,375	24.7%
計	5,576	100.0%

IV 幸せとは

① 経済的に豊かなこと	640	11.4%
② 安定していること	1,597	28.6%
③ 仲間がいること	1,648	29.5%
④ 自分らしくいられること	1,705	30.5%
計	5,590	100.0%

問8 あなたは買物をするときに、何を重視しますか。1番目のものと、2番目のものを選んでください

	1番目		2番目	
	件数	構成比	件数	構成比
① 価格重視だ	971	17.1%	960	16.9%
② 機能重視だ	1,125	19.8%	1,127	19.9%
③ ブランド重視だ	134	2.4%	251	4.4%
④ 価格に応じた内容の良さを見る	1,702	29.9%	1,027	18.1%
⑤ 人気重視だ	101	1.8%	254	4.5%
⑥ 個性重視だ	909	16.0%	1,093	19.3%
⑦ 感覚重視だ	745	13.1%	954	16.8%
計	5,687	100.0%	5,666	100.0%

問9 月々の小遣い（自由に使えるお金）の使い道をお答えください

	回答件数	平均値	最大値	最小値	中央値	最頻値
携帯代	4,783	¥8,220	¥78,140	¥0	¥8,000	¥10,000
外食費	4,742	¥10,130	¥150,000	¥0	¥8,000	¥10,000
飲酒	3,758	¥3,806	¥200,000	¥0	¥0	¥0
ファッション費	4,436	¥11,453	¥150,000	¥0	¥10,000	¥10,000
美容理髪エステ (ネイル等も含む)	3,956	¥5,216	¥100,000	¥0	¥5,000	¥0
小遣いの合計額	4,926	¥40,988	¥600,000	¥0	¥35,000	¥30,000

「¥0」は明確に、「0円」などと記入されていたものであり、単なる無回答などは含めていない。

問10 貯蓄についてお尋ねします

	回答件数	平均値	最大値	最小値	中央値	最頻値
月々の貯蓄額	4,655	¥30,267	¥500,000	¥0	¥20,000	¥0

問 11 あなたは買物をする時に、どんな情報を参考にしますか【2つまで】

① 自分で店頭でリサーチする	3,293	57.5%
② お店の人のアドバイス	1,165	20.4%
③ 雑誌（書店売り）の情報	2,043	35.7%
④ タウン誌など身近な情報誌	321	5.6%
⑤ 周りの人からの口コミ	1,477	25.8%
⑥ ネットや携帯の情報	1,435	25.1%
⑦ その他	156	2.7%

問 12 あなたは普段のお買物で次の支払い手段をどれくらい使いますか、その使用頻度を ① よく使う、② 時々使う、③ あまり使わない、④ ほとんど使わない、の4つの中から選んでください。また、もし、その理由があれば書いてください

	(ア) 現金		(イ) クレジットカード		(ウ) 電子マネー		(エ) おさいふケータイ	
① よく使う	5,285	95.0%	558	10.6%	109	2.1%	49	1.0%
② 時々使う	226	4.1%	1,334	25.3%	349	6.8%	124	2.4%
③ あまり使わない	41	0.7%	385	7.3%	236	4.6%	117	2.3%
④ ほとんど使わない	13	0.2%	2,999	56.8%	4,431	86.5%	4,809	94.3%
計	5,565	100.0%	5,276	100.0%	5,125	100.0%	5,099	100.0%

問 13 あなたは今、何かポイントカードを使っていますか？

① 使っている	4,561	だいたい何種類？（平均）	6.1
② 使っていない	1,042		

問 14 あなたは次の買物を主にどこでしますか、それぞれの目的ごとに、一番よく行く場所のマスに1、次によく行く場所のマスに2と入れてください【3番以降は記入しないでかまいません】

	(ア) 日常の食料品		(イ) 家電製品		(ウ) おしゃれ着		(エ) あなたの趣味にかかわるアイテム	
	1	2	1	2	1	2	1	2
① 近所の商店	222 (4.2%)	390 (8.0%)	118 (2.3%)	198 (4.5%)	79 (1.5%)	102 (2.2%)	57 (1.1%)	102 (2.3%)
② コンビニ	1,091 (20.7%)	1,663 (34.2%)	12 (0.2%)	29 (0.7%)	5 (0.1%)	5 (0.1%)	33 (0.7%)	58 (1.3%)
③ スーパー	3,488 (66.1%)	1,065 (21.9%)	50 (1.0%)	143 (3.3%)	67 (1.3%)	86 (1.8%)	53 (1.0%)	93 (2.1%)
④ 専門店	49 (0.9%)	175 (3.6%)	4,090 (80.3%)	596 (13.6%)	1,087 (20.9%)	1,275 (27.1%)	2,364 (46.7%)	1,024 (22.9%)
⑤ ショッピングモール	394 (7.5%)	1,490 (30.7%)	643 (12.6%)	2,572 (58.8%)	2,753 (53.0%)	1,492 (31.8%)	1,546 (30.6%)	1,561 (34.9%)
⑥ 名古屋の繁華街など	13 (0.2%)	43 (0.9%)	51 (1.0%)	205 (4.7%)	1,072 (20.6%)	1,148 (24.4%)	533 (10.5%)	762 (17.0%)
⑦ 通信販売	19 (0.4%)	31 (0.6%)	131 (2.6%)	628 (14.4%)	132 (2.5%)	591 (12.6%)	472 (9.3%)	878 (19.6%)
計	5,276 (100.0%)	4,857 (100.0%)	5,095 (100.0%)	4,371 (100.0%)	5,195 (100.0%)	4,699 (100.0%)	5,058 (100.0%)	4,478 (100.0%)

問 15 買物時の主な交通手段をお答えください【一つ】

① たいてい車を使う	3,628	64.6%
② たいてい自転車を使う	805	14.3%
③ たいてい徒歩で行く	71	1.3%
④ 公共交通機関を利用する	735	13.1%
⑤ とくに決まっていない	373	6.6%
計	5,612	100.0%

問 16 あなたは買物に行く時に、どういった方と一緒に行くことが多いですか、2つまで選んでください【3つ以上選ぶと無効になります】

① 一人で行く	3,002	52.5%
② 同性の友人と行く	2,962	51.8%
③ 異性の友人（・偶者を含む）と行く	1,755	30.7%
④ 兄弟姉妹で行く	392	6.9%
⑤ 親子で行く（親と）	1,269	22.2%
⑥ 親子で行く（子どもと）	623	10.9%

問 17 あなたが商業施設を選ぶときの大事なポイントは何ですか、3つまで選んでください【4つ以上選ぶと無効になります】

① 品揃えが充実している	4485	78.4%
② 価格が安い	3145	55.0%
③ 雰囲気が良い	2394	41.8%
④ 子どもを連れて気楽にいける	433	7.6%
⑤ 自宅から近い（アクセスが良い）	1978	34.6%
⑥ 駐車場が充実している	959	16.8%
⑦ 従業員の専門知識や応接がしっかりしている	600	10.5%
⑧ ポイントカードやクレジットカードの使える店、使い勝手の良い店	513	9.0%
⑨ 半日から一日遊べるような色々な施設がある	857	15.0%

問 18 下記(A)から(E)の商業施設について、価格、品揃え、アクセスの良さについて、高く評価する順に1～5の順位を記入してください。なお、利用経験がない場合、横線（—）を入れてください

〔次頁表「価格」、「品揃え」、「アクセスの良さ」〕

〔研究ノート〕 岐阜県の若者の消費動向に関する考察（竹内）

価 格

	1	2	3	4	5	-	計
(A) 駅周辺や近くの商店街	237 (4.9%)	541 (11.1%)	1,354 (27.9%)	971 (20.0%)	587 (12.1%)	1,165 (24.0%)	4,855 (100.0%)
(B) 単体のスーパー	2,356 (48.9%)	1,352 (28.1%)	540 (11.2%)	340 (7.1%)	113 (2.3%)	116 (2.4%)	4,817 (100.0%)
(C) 郊外型のショッピングモール (例イオンやアピタなど)	1,792 (37.2%)	2,011 (41.7%)	637 (13.2%)	291 (6.0%)	45 (0.9%)	46 (1.0%)	4,822 (100.0%)
(D) 名古屋駅や栄などのデパート	222 (4.6%)	417 (8.6%)	704 (14.6%)	1,286 (26.6%)	1,531 (31.7%)	675 (14.0%)	4,835 (100.0%)
(E) コンビニエンスストア	213 (4.5%)	453 (9.5%)	1,471 (30.8%)	1,437 (30.0%)	1,113 (23.3%)	96 (2.0%)	4,783 (100.0%)

品 揃 え

	1	2	3	4	5	-	計
(A) 駅周辺や近くの商店街	71 (1.5%)	170 (3.5%)	807 (16.7%)	1,103 (22.8%)	1,537 (31.8%)	1,146 (23.7%)	4,834 (100.0%)
(B) 単体のスーパー	197 (4.1%)	975 (20.4%)	1,873 (39.1%)	1,215 (25.4%)	405 (8.5%)	120 (2.5%)	4,785 (100.0%)
(C) 郊外型のショッピングモール (例イオンやアピタなど)	2,791 (58%)	1,685 (35.0%)	210 (4.4%)	65 (1.4%)	27 (0.6%)	36 (0.7%)	4,814 (100.0%)
(D) 名古屋駅や栄などのデパート	1,654 (34.2%)	1,571 (32.5%)	457 (9.5%)	330 (6.8%)	160 (3.3%)	661 (13.7%)	4,833 (100.0%)
(E) コンビニエンスストア	95 (2.0%)	362 (7.6%)	1,350 (28.3%)	1,605 (33.7%)	1,266 (26.6%)	89 (1.9%)	4,767 (100.0%)

アクセスの良さ

	1	2	3	4	5	-	計
(A) 駅周辺や近くの商店街	400 (8.3%)	497 (10.3%)	685 (14.2%)	1,332 (27.7%)	803 (16.7%)	1,095 (22.8%)	4,812 (100.0%)
(B) 単体のスーパー	661 (13.9%)	1,661 (34.8%)	1,205 (25.3%)	704 (14.8%)	426 (8.9%)	115 (2.4%)	4,772 (100.0%)
(C) 郊外型のショッピングモール (例イオンやアピタなど)	1,187 (24.8%)	1,183 (24.7%)	1,381 (28.9%)	748 (15.6%)	233 (4.9%)	51 (1.1%)	4,783 (100.0%)
(D) 名古屋駅や栄などのデパート	406 (8.5%)	434 (9.0%)	491 (10.2%)	1,085 (22.6%)	1,726 (36.0%)	658 (13.7%)	4,800 (100.0%)
(E) コンビニエンスストア	2,122 (44.6%)	959 (20.1%)	912 (19.2%)	441 (9.3%)	244 (5.1%)	82 (1.7%)	4,760 (100.0%)

問 19 あなたが、岐阜駅の周りがあったらいいなと思うものを選んでください【いくつでも】

① いろいろなものが買える商店街	3,369	58.9%
② 一流ブランドなどの専門店	1,501	26.2%
③ 中華街、アジア雑貨店、ブラジル料理店など海外の文化を感じさせる街	1,287	22.5%
④ 飲み屋街やカラオケ店など	1,590	27.8%
⑤ パチンコ・スロットなど娯楽施設	377	6.6%
⑥ フィットネスやフットサルなどの運動施設	922	16.1%
⑦ カルチャースクールのような様々な学びができる施設	792	13.8%
⑧ 高校や大学、専門学校などの教育機関	500	8.7%
⑨ 市役所や県庁などの行政の出先機関	495	8.7%
⑩ 岐阜駅にはほとんど行ったことがなく、関心がないので答えられない	1,448	25.3%

2-1 岐阜県での調査結果に見られる特徴

以上の結果のうち、特徴の見られるもの、とりわけ冒頭にあげた全国の傾向と差異のあるものについて見ていきたい。

まず、特徴的なのは車の所有率の高さである。居住地別に、車の所有についてクロス集計をすると下記ようになる。

図表 2-1 居住地別車の所有の有無

居住地	有	無	無回答	計
岐阜県	73.1%	26.6%	0.3%	100.0%
岐阜市	71.3%	28.2%	0.5%	100.0%
各務原市	67.0%	32.6%	0.4%	100.0%
瑞穂市、本巣市、北方町	80.3%	19.7%	0.0%	100.0%
羽島市、羽島郡	65.4%	33.3%	1.2%	100.0%
西濃地域（大垣市、海津市やその周辺郡）	72.3%	27.5%	0.1%	100.0%
上記以外の岐阜県	80.7%	19.1%	0.2%	100.0%
岐阜県以外	44.7%	55.1%	0.1%	100.0%
名古屋市	36.2%	63.4%	0.4%	100.0%
岐阜県、名古屋以外	47.7%	52.3%	0.0%	100.0%
名古屋市以外の愛知県尾張地域	48.5%	51.5%	0.0%	
愛知県三河地域	44.9%	55.1%	0.0%	
岐阜県、愛知県以外	49.4%	50.6%	0.0%	
無回答	54.5%	45.5%	0.0%	100.0%
計	64.3%	35.5%	0.2%	100.0%

このうち、名古屋の回答では、学生の比率が非常に高くなっているのので、ここに見られる差は、車を所有できていない学生比率が高いことが原因であるかもしれない。そこでもっとも他の要因を排除できる比較方法として、回答者のうち、正社員に限りて車の所有の有無を比較してみた。岐阜県では全体平均で、94.6%、いずれの地域をとっても90%以上が車を所有していた。これに対して、名古屋市では顕著に低く、57.5%しか車を所有しておらず、名古屋市以外の尾張地方、三河地方でも90%を超えることはなかった。地方の暮らしは車中心と言われるなかでも、岐阜県の地域の暮らしの中では車が必需品になっている様子がうかがえる。なお、平成16年の全国消費実態調査結果でも、岐阜県は交通支出に対して、自動車関係支出の高い県であることが知られており（総務省統計局HP）、このアンケート結果もそうした姿を顕著に示している（3節参照）。

図表 2-2 居住地別車の所有の有無（正社員）

	有（件数）	比 率	無（件数）	比 率	全 体
岐 阜 県	1,492	94.6%	85	5.4%	1,577
岐 阜 市	410	91.5%	38	8.5%	448
各務原市	84	91.3%	8	8.7%	92
瑞穂市, 本巣市, 北方町	174	97.2%	5	2.8%	179
羽島市, 羽島郡	86	92.5%	7	7.5%	93
西濃地域（大垣市, 海津市やその周辺郡）	502	96.5%	18	3.5%	520
上記以外の岐阜県	236	96.3%	9	3.7%	245
名 古 屋 市	46	57.5%	33	41.3%	80
名古屋市以外の愛知県尾張地域	143	89.4%	17	10.6%	160
愛知県三河地域	35	85.4%	6	14.6%	41
岐阜県, 愛知県以外	116	49.4%	119	50.6%	235

次に、買物の際の交通手段を聞いてみると、どのような雇用形態をとっても、90%弱が車で買物に出かけていた。都市型の通勤の行き帰りでの、買物も日常化しているのとは異なる暮らしが表現されていると言える。

図表 2-3 買物の際の交通手段

	① たいてい車を使う	② たいてい自転車を使う	③ たいてい徒歩で行く	④ 公共交通機関を利用する	⑤ とくに決まっていない
① 正社員	88.4%	2.7%	0.8%	4.9%	3.3%
② 非正規	87.0%	4.6%	0.2%	5.1%	3.1%
③ 自 営	92.6%	1.9%	0.0%	3.7%	1.9%
④ 学 生	40.5%	25.3%	1.8%	22.0%	10.4%
⑤ 無 職	83.6%	8.8%	1.5%	3.3%	2.7%
⑥ その他	88.5%	3.8%	1.3%	2.6%	3.8%
無 回 答	77.5%	17.5%	0.0%	5.0%	0.0%
総 計	64.6%	14.3%	1.3%	13.1%	6.6%

次に、一般的に言われていることと異なるのは、買物のための情報収集や決済の方法である。情報収集では、「自分で店頭でリサーチする」が3,293件回答され、57.5%で1位である。その次は、「雑誌（書店売り）」の情報で、2,043件で35.7%である。ネット空間で浮遊するというような表現とは異なるかなりアナログ的な回答の多さと言える。また、決済手段としては、現金は「良く使う」が95%、「ときどき使う」が4.1%で、99%を超える比率になる。これに対して、電子マネーは10%以下、おさいふケータイも5%以下である。クレジットカードすらもそれほど使われていない。なぜ、その決済手段を利用しているのか理由を尋ねた自由回答欄では、「現金でないと安心できない」「いくら使ったかがわからなくなる」といった回答が並んだ。アンケート全体で、自由回答欄はあまり回答されなかったため、この質問での自由回答数はずっと多いと言えるものだった。

なお、総務省統計局の「家計消費状況調査（IT関連項目）」（平成20年）を見ると、地域別の電子マネーの所有状況の比率は下記のようにになっている³⁾。東海地方の値は町村の平均よりも低いということになる。また、全国での使用状況について、「世帯全体において、電子マネーの利用回数が最も多かった場所の割合」を見ると、交通機関が12.5%で、コンビニエンスストアも3.2%しかない。とくに関東地方では交通機関で30.5%が使用経験ありということである。平成21年については、電子マネーの利用状況が5%ほど増しているが、ほとんどが交通機関での利用分である⁴⁾。

図表 2-4 世帯内で電子マネーを所有する人がいる割合

全 国	北海道	東 北	関 東	北 陸	東 海	近 畿
24.4%	11.1%	12.2%	44.3%	12.7%	11.8%	18.8%
中 国	四 国	九 州	大都市	中都市	小都市A	小都市B（町村）
13.4%	10.5%	11.3%	34.4%	24.5%	20.1%	13.2%

2-2 ライフコースによる変化の同調性

この調査では、本来、若者の類型化が意図されていた。そのため、消費にかかわる価値観についての質問をし、その回答からいくつかのグループを析出しようと考えていた。例えば、堅実派やブランド派であるように、消費行動の異なるグループ分けが可能だと考えたのである。ところが、様々なクロス集計によっても、タイプ分けを導くことができず、むしろ回答者の同質性が確認されるだけだった。その原因としては、消費行動については、そもそもの予算額が小さいことが考えられる。消費にかかわる予算額がどのアイテムにおいても小さく、ファッションにしても趣味にしても、月々の消費額の最頻値は1万円で、全体的な分布としてはそれよりもやや低い方に傾いていた。そのため、消費傾向を契機としてタイプ分けするような違いが鮮明ならないのである。

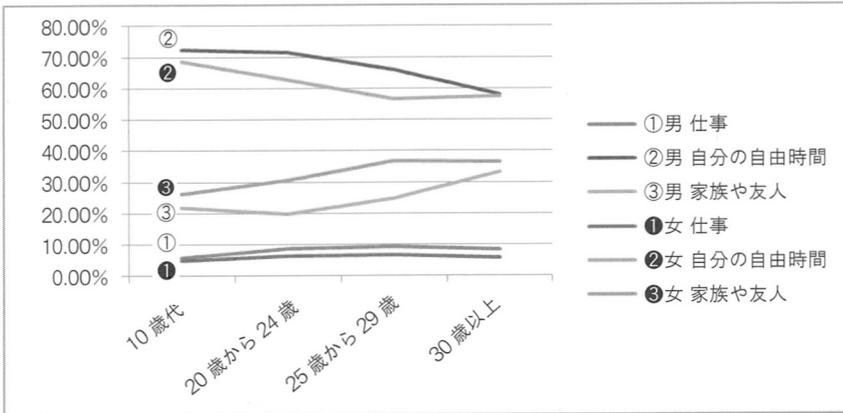
むしろ、同質な集団の中で年齢パターンによる変化の方が注目された。年齢と言っても、若者対象の調査なので、20歳未満、20歳から24歳、25歳から29歳、30歳以上の4段階に分けたものなのだが、この4段階により、様々な質問に対して傾向を作り出しているのが注目された。

まず、時間の使い方としては、男女とも「仕事」の回答は少なく、自分の自由時間の回答比率が減少し、家族や友人の時間が増える。この変化は女性の方が1段階早く進んでいる。女性が20歳代後半から、男性が30歳代から、結婚する比率が増え、結果、家族を考え、消費や行動パターンが変化するのは、後に見る、他の質問内容からも窺い知ることができる。（図表 2-5 参照）

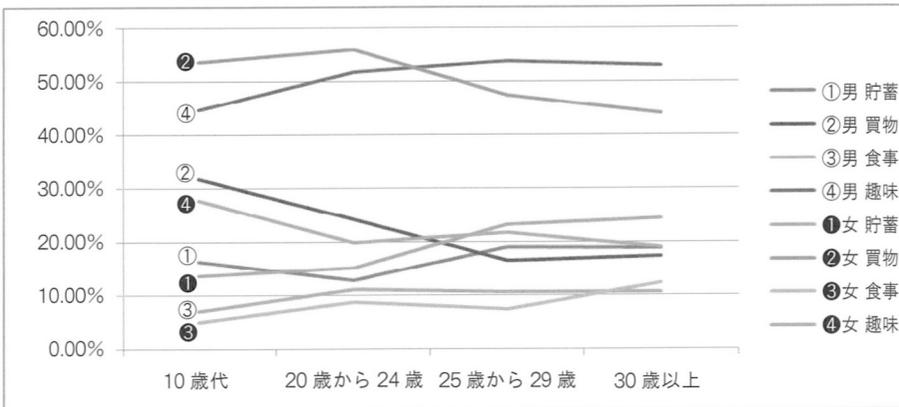
お金の使い方としては、男は趣味で女は買物が多い。女性の場合、30歳になるにしたがって、女性の買物は減少し、貯蓄が増えている。（図表 2-6 参照）

遊びとして、ゲーム・インドアの回答は10歳代では多いのだが、確実に減少していく。他方、

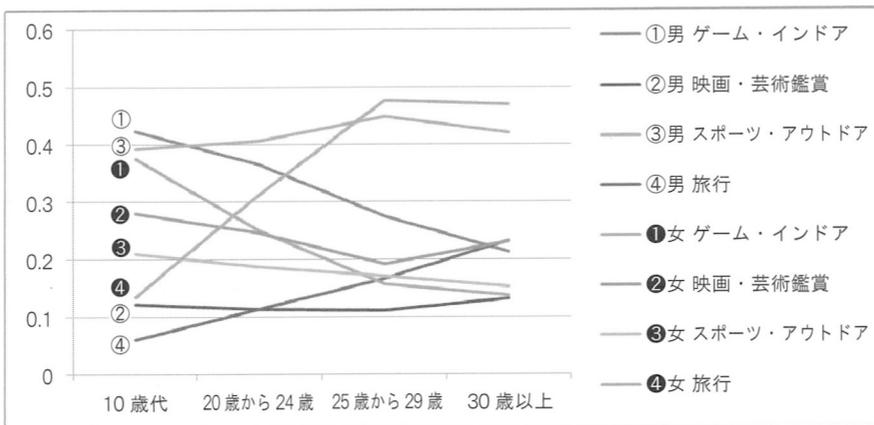
図表 2-5 年齢階層別時間の使い方



図表 2-6 年齢階層別お金の使い方



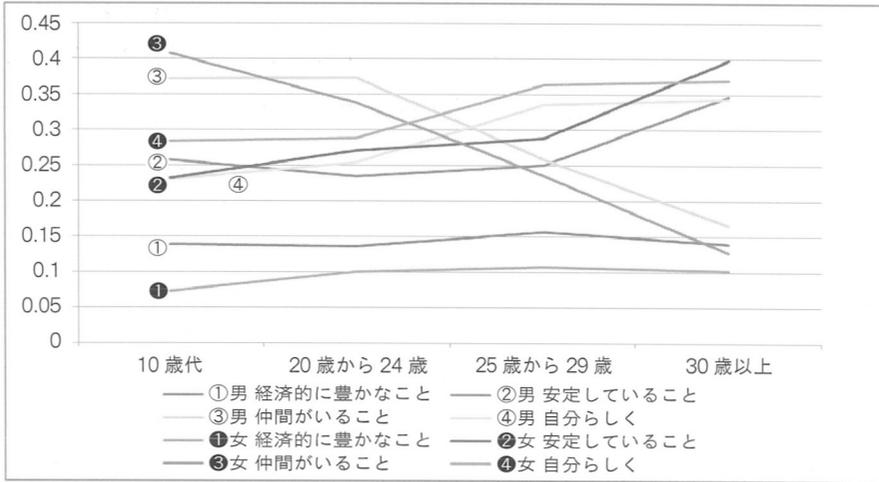
図表 2-7 年齢階層別遊びのしかた



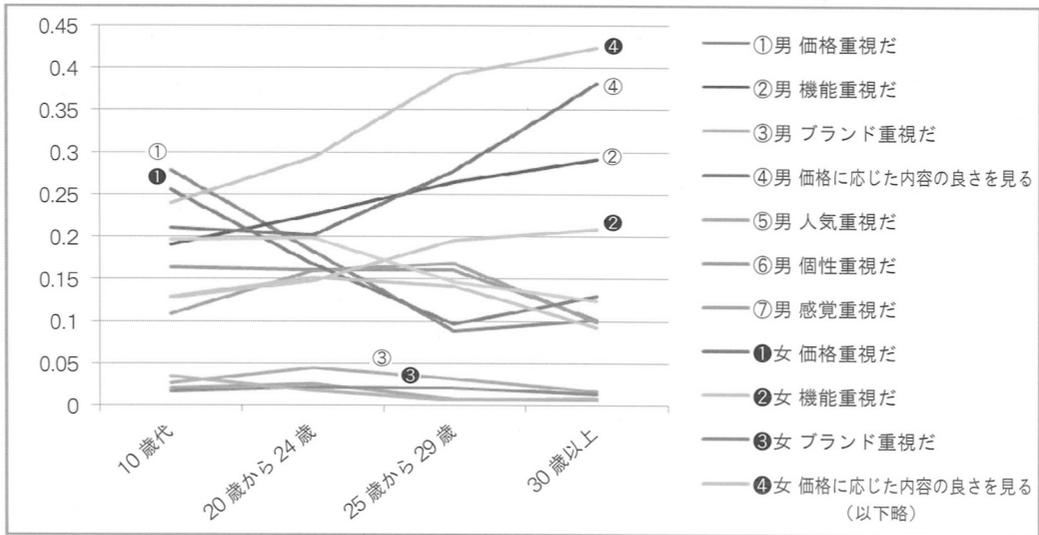
確実に増えるのは、女性の旅行である。この顕著な上昇は、年齢的な変化なのか、世代的な傾向なのかは明らかではない。男性の旅行も女性ほどではないが、確実に増えている。(図表 2-7 参照)

幸せ感について、経済的に豊かなことは男女とも、どの年齢層でも、あまり選択されておら

図表 2-8 年齢階層別幸せ感



図表 2-9 買物の基準



ず、「仲間がいること」ははっきりと10歳代から選択され、年齢の高まりに応じて減少する。これと反対に「自分らしくいること」や「安定していること」が上昇している。また、この回答では、男女差がとても小さい点が注目され、どれについてもきれいな平行線を作っている。(図表 2-8 参照)

買物の基準については、10歳代では、はっきりと価格重視が選択されている。これは20歳代では大きく減少し、30歳以上で少しかけ回復している。全体に支持されているのは、「価格に応じた内容の良さを見る」というもので20歳以降で顕著に選択されている。これに続くのが「機能重視」で、ブランドや個性というのはそれほど選択されていない。(図表 2-9 参照)

経済的な余裕は当然ながら10歳代では低く、20歳代で上昇し、30歳代で少し減退するという

傾向は、多くの質問に対して見られた。金額面で見ても、月々の小遣いの額は、年齢とともに、図表 2-10 のように変化している⁵⁾。

図表 2-10 月々の小遣い (自由に使えるお金) の合計額 (年齢層別)

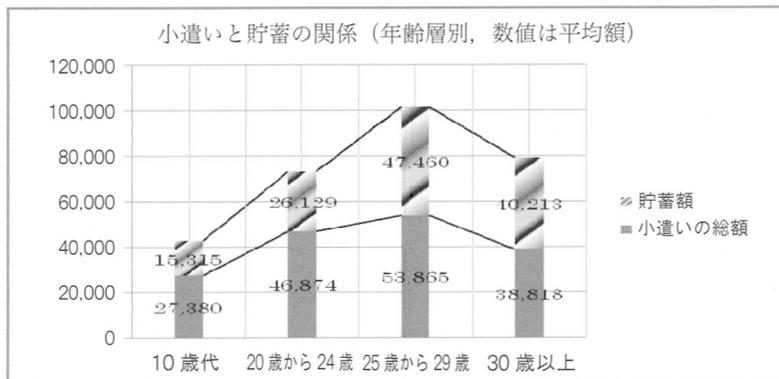
① 10 歳代	¥27,380
② 20 歳から 24 歳	¥46,874
③ 25 歳から 29 歳	¥53,865
④ 30 歳以上	¥38,818
総 計	¥41,015

小遣い額とその他の支出項目の相関度を見ると、外食費とファッション費は相関があり、飲酒、趣味では相関がやや弱くなり、携帯代や美容理髪エステなどでは、ほとんど相関がなくなる。また、小遣いと貯蓄額の間では相関係数は 0.17 と相関がなかった。

図表 2-11 各支出内容と小遣いとの相関

費 目	外食費	ファッション費	飲 酒	その他の趣味	携帯代	美容理髪エステ
相関係数	0.61	0.55	0.51	0.49	0.39	0.31

図表 2-12 年齢階層別小遣いと貯蓄の変化

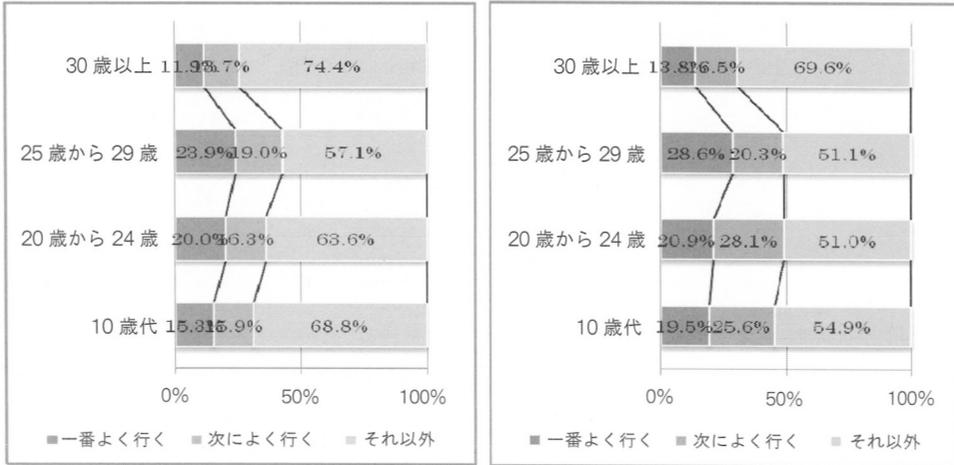


こうした年齢別のパターンは名古屋への買物の場合についても見られる。

図表 2-13 (次頁) はおしゃれ着を名古屋に買いに行くと回答した人の比率を年齢層別に見たものであるが、経済的な余裕の変化とほぼ同じ傾向になっている。名古屋に行く場合、交通費自体がかかるし、買物場所もデパートや専門店となり、価格的には高くなる。したがって、「小遣い額」にもっとも余裕のある 20 歳代後半でもっとも上昇しているということになる。但し、この変化の背後には結婚と子育てというライフイベントがあると予想される。子どもの有無と買物場所との関連について、クロス集計表を作り、X2 検定を行ったが、関連が見られた。

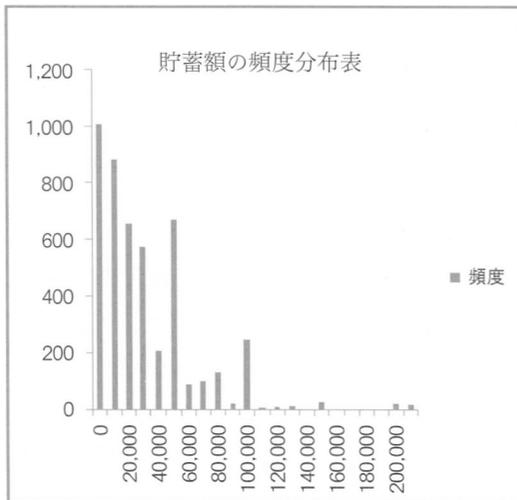
消費行動について、明確に行動パターンの異なる複数のグループを析出することができず、全体に予算の少ない単一のグループと見られるということから、この調査結果は、大衆消費社会的であると評価できるだろう。あるいは、岐阜においても格差社会的な傾向が見られるということな

図表 2-13 年齢階層別男女別「名古屋への買物に出掛ける」



ら、上層グループからのサンプリングに失敗しているということになる。実際、県内の有力企業でのサンプリングも行っているのに、全国的な大企業や国家上級の転勤族についてだけアンケート対象にできなかったことになる。しかし、それらの人数は限られているだろう。貯蓄や消費の毎月の凡その額について、回答項目すべてについてヒストグラムを作ってみたが、分布は左に偏りながらなだらかに分布しており、とくに下層の山と上流の山があるわけではなく、一つの分布になっている。たしかに貯蓄や消費額の多い人は存在するが、ごく一部であった。

図表 2-14 貯蓄額のヒストグラム



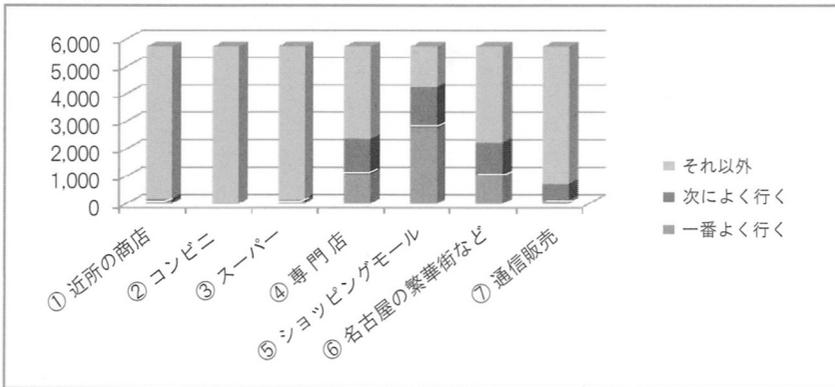
貯蓄額について、4,651件の有効回答に対して左図のようにヒストグラムを作ってみた。区間は1万円、20万円までの間で作ってみた。極端に大きな異常値は除いた。5万円、10万円という切りの良い数字が少し頻度が高まるほかは、最頻値の0円から徐々に減少している。

なお、若者だけでなく、世帯全体に関する集計だが、平成16年全国消費実態調査での地域別ジニ係数比較を見ると、全国平均は0.308なのに対して、岐阜県のそれは0.293と0.3を切り、全国よりもかなり平等なものである⁶⁾。

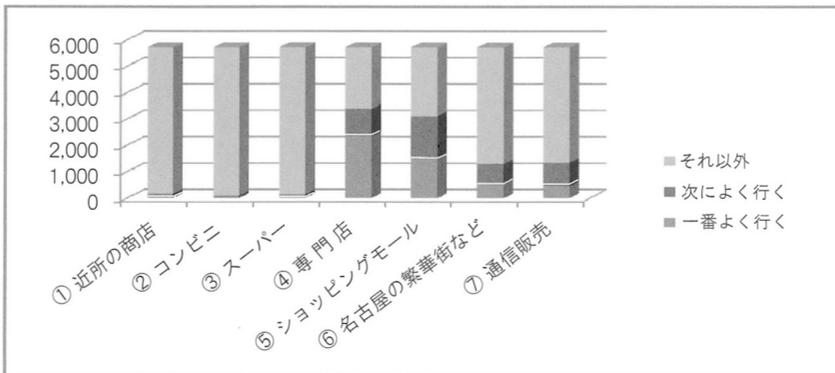
2-3 ショッピングモールへの支持

買い回りの場所としては、かなり強くショッピングモールが支持されていた。これは先行する研究での指摘と軌を一にしているといえる⁷⁾。

図表 2-15 おしゃれ着の購入先



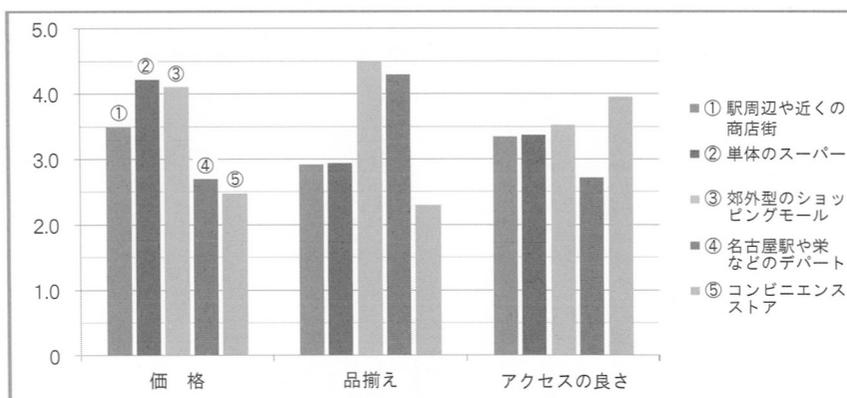
図表 2-16 趣味にかかわるアイテムを買うところ



ショッピングモールが選ばれている理由はいくつか考えられる。一つには価格が手頃であるという点である。小遣いの額の基本統計量などを見ると、ショッピングモールが有力な買物場所になるのは頷ける。

そうした消極的な意味合いのほかに、より積極的な意味合いとして考えられることは、買物場所に求めるものが、「様々なものがある」という選択の広さに置かれている点である。買物場所に求める要素は、冒頭に回答結果でまとめたように、「品揃えが充実している」がほぼ4分の3から選択されていて、続いて、「価格が安い」となっている。また、岐阜駅に回りに求めるものを選んだ回答においても、「いろいろなものが買える商店街」が圧倒的多数で選択されている。何か、いろいろあるということが求められているようである。このいろいろあるというところで何

図表 2-17 商業施設の評価



注：問 18 の回答より順位を次の表の要領で得点に換算し、平均をとった。

順位	得点
1 位	5 点
2 位	4 点
3 位	3 点
4 位	2 点
5 位	1 点
利用経験なし	0 点
未回答	集計対象外

が求められているのか、その詳細は不明である。しかし、大須の商店街や人の出る祭りの屋台の風景などを思い描くと、そこで求められているのは、何か特別なものというよりも、ごくありきたりなものでも良いから、集積している集積そのものの価値ではないかと思われる。

そう考える理由は、支出としての「その他の趣味」として書かれた内容が本やDVDなどきわめてありふれたものであったり、貯蓄の目的の具体的な内容も非常に一般的なものしか見られなかったからである。

図表 2-18 お金の使い方の選好別おしゃれ着の購入先

	① 近所の商店	② コンビニ	③ スーパー	④ 専門店	⑤ ショッピングモール	⑥ 名古屋の繁華街など	⑦ 通信販売
① 貯蓄	1.1%	0.0%	1.5%	21.8%	57.2%	15.5%	2.9%
② 買物	1.0%	0.2%	0.7%	16.2%	53.5%	26.2%	2.3%
③ 食事	3.4%	0.0%	2.5%	19.7%	53.5%	18.0%	2.8%
④ 趣味	1.8%	0.1%	1.5%	25.7%	50.3%	18.0%	2.6%
総計	1.5%	0.1%	1.3%	20.8%	53.0%	20.8%	2.5%

前述の名古屋へ買物に出かける比率も、予想していたよりはかなり低い。ちょっと良い服は名古屋に買いに行く人が岐阜の中では過半数に達するのではないかと調査段階では想定していた。しかし、例えば、お小遣いの予算額についての、平均値、最頻値、中央値などから判断しても、

1万円以内の予算というのが、服装や趣味にかかわるアイテムの予算の範囲である。名古屋まで出かけてデパートで買物することを考えると、1万円で購入できるものは多くはないだろう。デフレ傾向の中、購買力が下がっている。購買志向も高くはないと言われるなかで、若者の消費に対する欲求をたくみにとらえることに成功しているのがショッピングモールであると考えることができる。郊外にショッピングモールがひろがるライフスタイルの変化については批判が多い。しかしながら、ショッピングモールに出店している製造直販の手法をとる事業者は様々な努力をすることで、価格を抑えながら若者の欲求を満たすことに成功している。この努力を評価しないで、まったく異なる視点である、ある種の当為論から批判をしていては、消費者としての若者たちからの指示を受けることはないだろう。

3 マクロデータとの比較による総括

この調査ではプライバシーに配慮し、収入調査などは行わず、あくまでも消費に関する意識や買物圏や買い回り場所に関する内容に調査項目を限定した。そのため、収入に対して消費の割合がどうなっているかといった消費性向を調べるデータを取ることはできていない。強いて言えば、貯蓄額と消費額との関係から、「嫌消費」の存在を予想する程度だが、消費に比して、貯蓄が顕著に高いとは言えない結果になっている。

そこで、より詳細な消費に関する調査データと、この調査データを対比することを最後に試みてみたい。この調査と関連する調査は、総務省統計局の全国消費実態調査（利用可能な最新のものは平成16年）と、同じく総務省統計局の家計消費状況調査が考えられる。

全国消費実態調査は、統計法に基づき実施され、家計の実態を所得、消費、資産の点から分析するものであり、内容豊富であり、また信頼性も高い。5年に一度の実施で、平成21年度調査の発表は22年夏以降の予定なので、最新のデータとしても、平成16年のものしか用いることができないのが残念である。

公表値では同じ若者層を捉えることができないので、全国消費実態調査では、30歳未満の値を見ることにする。すると、単身者世帯の場合、支出は月あたり、174,909円、そのうち現金は161,930円で、クレジットカードなどは12,979円である。この支出の中には、いわゆる買物以外のものが多いので、クレジットカードの利用の平均が約13,000円というのは、岐阜県での調査よりも大きな値になっている。

洋服の支出は、月あたり6,378円である。この数字は全年齢階層の中でもっとも大きいのだが、男女で異なり、男性平均は3,854円なのに対して、30歳未満では5,103円で、その後40歳代まで微増し、50歳代以降激減する。これに対して、女性では平均が4,951円で、30歳未満は8,593円でもっとも支出している。岐阜での調査の回答額は予算5,000円から1万円ということになり、全国調査とはほぼ一致していることがわかる。

買物先として、この調査では、一般小売店、スーパー、コンビニエンスストア、百貨店、生協・購買、ディスカウントストア・量販専門店、通信販売、その他で比較している。そのため、長期の傾向としては、一般小売店での購買が減少し、スーパーマーケットが増えているという結果が示されている。GMSに入店している専門店などは、どこで回答されたか判然としない。

車の所有については、地域別 1,000 世帯当たり主要耐久消費財の所有数及び普及率を見ると、全国平均が 1,156 台で、普及率が 73.8% なのに対して、岐阜県は 1,728 台、89.7% となっている。これは県別では、どちらも 7 位の順位になり、全国の中でも所有率が高いことがわかる。愛知県は 1,345 台、83.0% で、それぞれ県別で、29 位、26 位なのに比べて、車の普及率は岐阜県が高い。また、総務省の集計では、北陸各県や岐阜県では、車関連と交通機関関係の支出の合計額に占める交通機関関係の支出割合が 14% 未満で、自動車への依存度の高い地域である。

なお、参考に巻末に、岐阜県の世帯主の年齢階級別 1 世帯当たり 1 か月間の収入と支出から全体平均と若年層のデータを掲載する。

家計消費状況調査については、平成 20 年度のものまでが利用可能である。今回の調査と直接比較しうるものとしては、すでに取り上げた電子マネーの使用実態がある。またポイントカードの利用実態についても結果がまとめられており、比較可能だが、それほどの意味は認められないので、ここでは割愛する。

以上、全体的に見て、今回の調査結果は、統計法に基づく政府の調査と同傾向の部分が多く、サンプルに偏りは見られないと考えても良いだろう。やはり、岐阜県の場合、車の利用度は高く、また決済手段としては現金型である。若者の消費額の規模はたしかに小さい。しかし、これは積極的な『嫌消費』と評価して良いかは定かではない。むしろ、収入の規模に見合った健全な消費をしているというところもあるし、また、GMSに展開する製造直販店が、手頃な価格でファッション性がある程度ある衣服などを提供していることも原因のように思われる。逆に、若者が高価なブランド品や高級車を渴望したというようなことは、特定の時代の現象として、そうした状況の方が特殊であったと考える方が適切なのではないだろうか。

〔注〕

- 1) 例えば、日経新聞 2010 年 2 月 21 日付、岩井八郎「今を読み解く：若者の消費 深部から変化」
- 2) 例えば、少子化について、合計特殊出生率の低下傾向自体に東京などと地方とで若干の違いが見られるし、また、その低下を作り出している要因が異なることなども指摘される。
- 3) 総務省統計局『家計消費状況調査』平成 20 年年報。
- 4) 総務省統計局『家計消費状況調査』ICT 関連項目、平成 21 年平均。
- 5) 調査の手法からこうした小遣い額や貯蓄額についての記述の正確性が問われるところであるが、記入された金額の規模については、宮崎商工会議所の調査結果も、「月に使える自由な金額は」1 万円～3 万円という結果になっており、妥当なところと言えるだろう。
- 6) 総務省統計局『平成 16 年 全国消費実態調査』各種係数、所得分布結果表 地域別年間収入のジニ係数。
- 7) 例えば、三浦展（2006）の郊外化批判など。

〔参考文献〕

（財）地域流通経済研究所（2009）『若者のライフスタイルと消費行動』

〔研究ノート〕 岐阜県の若者の消費動向に関する考察（竹内）

- 日本経済新聞 2010年2月21日付, 岩井八郎「今を読み解く：若者の消費 深部から変化」
 日本経済新聞社・産業地域研究所 (2008)『20代若者の消費異変』日本経済新聞社
 松田久一 (2009)『「嫌消費」世代の研究』東洋経済新報社
 宮崎商工会議所 (2002)「若者の消費動向調査」http://www.miyazaki-cci.or.jp/miyazaki/topics2002/07_young/
 三浦展 (2009)『シンプル族の反乱 モノを買わない消費者の登場』KKベストセラーズ
 三浦展 (2006)『脱ファスト風土宣言 商店街を救え』洋泉社
 三浦展 (2004)『ファスト風土化する日本 郊外化とその病理』洋泉社
 総務省統計局『平成16年 全国消費実態調査』 <http://www.stat.go.jp/data/zensho/2004/index.htm>
 ————— 『家計消費状況調査』平成20年年報 <http://www.stat.go.jp/data/joukyou/2008ar/index.htm>
 ————— 同 平成21年平均値
<http://www.e-stat.go.jp/SG1/estat/List.do?lid=000001061922>
 山岡拓 (2009)『欲しがらない若者たち』日経プレミアシリーズ

図表 3-1 岐阜県の世帯主の年齢階級別1世帯当たり1か月間の収入と支出
 (平成16年『全国消費実態調査結果』より)

	平均	25~29	30~34	35~39
集計世帯数	915	16	47	75
世帯数分布(抽出率調整)	13,609	226	704	1,080
(1万分比)	10,000	166	517	794
世帯人員	3.44	3.33	3.78	4.12
有業人員	1.68	1.40	1.49	1.61
世帯主の年齢	54.6	27.7	32.3	37.0
持ち家率(現住居)	91.9	60.8	60.4	81.4
家賃・地代を支払っている世帯の割合	9.6	46.0	39.6	22.8
年間収入	7,345	4,337	5,003	6,696
消費支出	333,054	276,835	260,126	298,886
食料	69,264	39,851	57,764	66,420
内, 外食	12,373	9,858	13,240	15,379
住居	15,465	11,998	19,879	15,740
家具・家事用品	10,152	4,379	5,835	9,767
被服及び履物	13,597	12,073	11,908	10,929
内, 洋服	5,542	6,173	4,932	4,418
保健医療	14,354	6,131	12,675	10,555
交通・通信	47,304	86,606	37,937	62,911
内, 交通	4,501	2,602	4,331	2,899
内, 自動車関係費	29,052	68,367	20,760	45,301
内, 通信	13,751	15,636	12,846	14,711
教育	12,986	7,058	13,506	15,487
教養娯楽	30,614	28,728	27,698	33,552
その他の消費支出	99,649	66,466	56,878	55,438
内, 交際費	25,453	18,949	13,434	12,948
内, 仕送り金	11,850	-	1,858	106
エンゲル係数	20.8	14.4	22.2	22.2
貯蓄現在高	17,212	5,932	6,646	11,812