

嫌消費研究に対する批判的考察  
岩崎 日向(21211036hi@tama.ac.jp)

—要約—

若者の消費があまりされていない。そのような若者の世代は嫌消費と呼ばれている嫌消費について研究を進めていくと、ひとつの問題を見つけた。嫌消費は悪い世代だということだ。第一人者である、松田久一氏の嫌消費についての本を読んでみても、この問題を感じた。一般的に言われているように、バブル世代の消費が正しくて、嫌消費世代の消費が正しくない。このような、嫌消費はもっと消費をしろという見方そのものに違いがあるのではないかと感じた。嫌消費世代、若者代表としてこの問題はこう見るべきだということについて進めた。

まずそれぞれの特徴についてから知る必要がる。バブル世代の特徴は、無理をしてでも消費をし、今を楽しんでいたい。消費をすることによって景気の日本がよくなる。他人よりもいい暮らしを見せ付けたい。

嫌消費世代の特徴は、自分なりの“幸せ感”。嫌消費の幸せは、「ほどほどに」、「まったり」などの言葉で表現される“身の丈にあった”ライフスタイルや消費行動。生まれたときから、日本の景気が悪いのでそもそも期待していない。他人と張り合う必要もない。バブル世代と嫌消費世代は価値観そのものが違う。嫌消費世代は自動車を買わない。ハイブランドを身に付けない。しかし、こだわりがある物、その消費に自分なりの価値がある物に金を使っている。バブル世代が嫌消費世代を攻略することためには、今時の若者が消費に対して消極的であるという先入観を取り除いたうえで、自分なりの“幸せ感”を持った若者の本当のすがたを把握する必要がある。

## 1 緒言

私がこのような研究を考え始めた第一に CD が売れていない。ということあげた。音楽が好きで、CD ショップで働くようになり、CD の売れ行きが本当に悪い現実を知った。そこでどうすれば CD が売れていくかを模索していくうちに CD だけではなく、消費自体もされていないことがわかった。そして、その世代のことを嫌消費と

名づけていた。運よくこの嫌消費について、私のゼミの先輩である貝塚祐太さん、そして著者である松田久一さん等が研究をしていた。私は彼らの研究を読んでいるうちに、消費をしなくなった若者もよくないが、それと同時に消費をさせづらくした高度経済成長、バブルを過ごしてきた人達の考え方、見方もよくないのではないのかと感じたのがきっかけである

## 2 問題の原因、背景

この問題に取り掛かるには十分な嫌消費についての理解が必要であると考え。そもそもなぜこのような消費をしない若者がふえてしまったのだろうか。将来どうなるかわからない不安。買うものは趣味のものだけで、見栄をはるのは格好よくない。などが一般的にはあげられている。私が考えるに、若者が消費をしなくなった。のではなく、高度経済成長、バブルを過ごしてきた人達が、バブルが崩壊した後も、あのころの生活から抜け出せず、自分たちが消費をして、幸せなよりよい人生を送ることを優先し、若者に消費をさせるという立場、見方で考えない生活をしてきたからではないだろうか考える。

### 3 解決方法の模索

若者が今より消費をするようになる。そのために、バブル期のような消費スタイルの考え方を換え、若者の消費スタイルについて一人一人が理解した上で、マーケティング

グをしていくこと。嫌消費世代と言われている世代だからこそ新しい発想で消費をしたくなる方法を生み出す。若者が消費をしたくなる価値とはなにか。ディズニーランドにある価値とはなにか。

### 4 先行研究

先行研究として、「嫌消費世代の研究」の著者である松田久一氏。博報堂若者研究所リーダー原田曜一氏。「第四の消費 つながりを生み出す社会へ」の著者である三浦展氏。など。

### 参考資料、文献

「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 著者松田久一  
<http://www.nikkeibp.co.jp/lab/mirai/consuption/youth.html>  
<http://saizou01.com/akb-3897>  
[http://www.dik.or.jp/pdf/press\\_0907\\_main.pdf](http://www.dik.or.jp/pdf/press_0907_main.pdf)