

Z世代の大学生がいまマーケターに伝えたいこと



The future starts today

10年後の“より良い未来”に、
そして、私たちの子供世代の“幸せ”に思いを馳せて♡



未来のスマートカレンダー。同じ日の思い出の写真が表示されます。

全国の大学生1,000人に聞いたSDGs意識調査から

Z世代・大学生が描く 2030年のウェルビーイングな社会

働きがい・暮らしがい・子育てと教育

2021年9月

産業能率大学 経営学部 小々馬敦研究室

The future starts today

レポートの内容 | CONTENTS

プロローグ	02
Z世代の大学生 成長の軌跡 20歳の年表	05
2030年への未来年表	09
Z世代の現在（いま）のリアルな生活と意識	10
Z世代・大学生が描く	
2030年の暮らしがい	16
ダイアログ 2030年のより良い暮らし方 - A Better Life -	25
パナソニック株式会社 LS社 空間コンセプト研究所 様	
2030年の働きがい	28
OBOG対談 2030年の働き方	39
2030年の子育てと教育	46
ダイアログ 子供の門限に関するリアルな思い	55
Z世代のSGDs意識と行動	58
Z世代のエコバック事情	65
ダイアログ 大学生がテレビ局に期待するSDGsの取り組み	69
日本テレビ放送網株式会社 日テレR&Dラボ 様	
エピローグ	74



表紙 | レポート編集リーダーズ

加藤優那 川瀬杏奈 刀根菜々子 青木美都
砂川俊輔 池田悠人



本レポート編集を担当した7期生（3年生）

Z世代・大学生のSDGs意識から描く 2030年のウェルビーイングな社会

小々馬敦ゼミは「マーケティングで世界をハッピーに！」をパーパスとして、2030年の幸せな未来社会の姿を描き、その実現のためにマーケティングはどのように進化していくべきかを探究しています。若者の行動に見え始めている未来のビジョンについて「研究レポート」にまとめて実務家の方々に報告し、ホームページで公開する活動を今年で7年目を迎えました。

2014年に研究開始した当初は、企業の方々の興味はシニア市場が優先で、若者はお金を使わないからとマイナー扱いであったように思いますが、2019年頃から潮目が変わりました。「若者」は「Z世代」というジャーゴン（専門用語）に変わり、多業界の企業様から私たちの調査に関する問合せや共同研究のお誘いを戴く機会が急増しました。気がつく、「Z世代」がメディアで頻出するようになりバズワードになっています。このトレンドについて確かめたく、株式会社ベクトルの若者マーケティングLab様をお願いしたところ、直近の1年間でWEB上の記事数は約3倍に増加していることがわかりました。（TalkWalkerによる記事投稿数調査）

米国では2014年頃からミレニアル世代とZ世代が最大の人口ボリュームとなりました。2030年に向かい世界的にサステナブルが社会・経営の命題となるに伴ないSDGsの考え方を当たり前に行動に取り入れているZ世代が注目の的となり、Z世代の価値観を考慮したビジネス戦略を立て、時代の変化への対応を急ぐようになったと感じます。この状況を見て、日本でもやがて若い世代の価値観に沿ったマーケティングの進化が必須となるだろうと考えたことが、私たちの研究のきっかけでした。そして、現在、日本企業はSDGs, ESGなどの新しい経営コンセプトを取り入れて2030年をゴールとする未来戦略「VISION2030」を描いています。数年後の2025年には、日本でも生産年齢人口に占めるミレニアル世代とZ世代の割合が、上の世代を超えて逆転することになる今、私たちがすべきことは、次の時代の中心層となるZ世代の将来展望について報告することと考え、全国の大学生を対象とする調査を実施しました。

本調査の計画に際して、日本テレビ放送網株式会社 日テレR&Dラボ様、株式会社ビデオリサーチ ひと研究所様に協力をお願いし、産学協働プロジェクトチームを編成し調査設計から実査集計のプロセスを共有させていただきました。分析に際しても様々なご指導をいただき、洞察溢れるレポートを完成することができました。

本書が、皆様方の「より良い社会実現のための活動」にお役に立てれば幸いです。



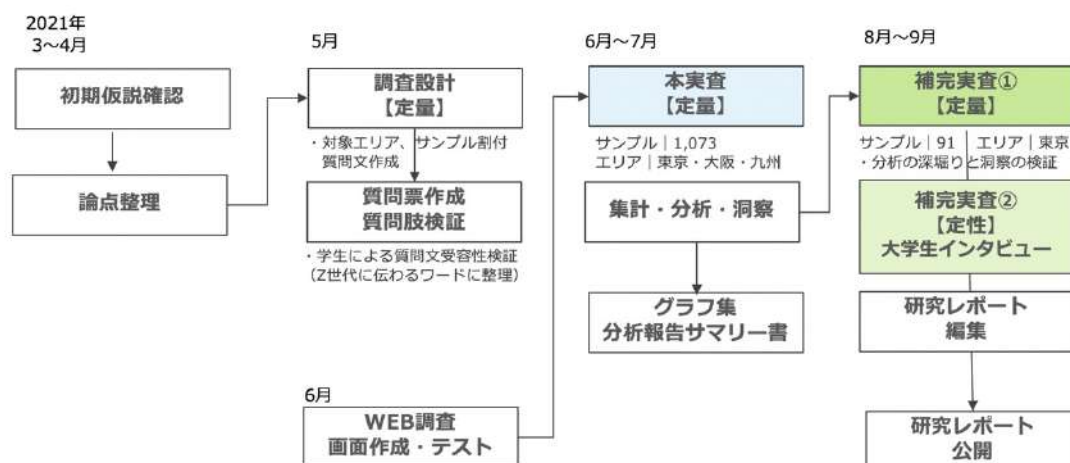
2021年9月

産業能率大学 経営学部 マーケティング学科 小々馬敦研究室 一同

プロジェクト・調査の概要

このレポートは、仮説策定 → 事前調査（定量・定性） → 本調査（定量） → 補完調査（定量・定性）のプロセスを経て、考察と洞察を繰り返し作成しました。

プロジェクトの流れ



調査目的 | Z世代が考える、これからの時代の生きがい（暮らしかい・働きがい・子育てと教育）に関する意識を確認し、2030年の未来社会ビジョンを描く。

全国調査（本調査）

調査方法

WEB調査 調査協力会社の調査パネルを対象

調査地区

都市部と地方部の比較のため3エリアを対象
東京エリア | 東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県
茨城県、栃木県、群馬県
大阪エリア | 大阪府、京都府、兵庫県、奈良県
滋賀県、和歌山県
九州エリア | 福岡県、佐賀県、長崎県、熊本県
大分県、宮崎県、鹿児島県

調査対象者

該当都道府県居住の大学生 合計 1,073人
(大学1年生-4年生・年齢18-23歳)

	男性	女性	合計
東京エリア	234	231	465
大阪エリア	184	275	459
九州エリア	44	105	149
合計	462	611	1073

調査期間 2021年6月4日（金）～ 6月5日（土）

調査実証機関 株式会社ビデオリサーチ

補完調査（検証調査）

調査方法

WEB調査 SurveyMonkeyを利用

調査地区

東京エリア

調査対象者

関東在住の大学生 合計 91人
(大学2年生-4年生・年齢19-23歳)

調査期間

2021年7月6日（火）～7月10日（土）

調査実証機関

産業能率大学 経営学部 小々馬敦研究室

ヒアリング調査

大学生を対象とするインタビュー調査
を随時実施

産学協同研究プロジェクト

産業能率大学 経営学部 小々馬敦 研究室
日本テレビ放送網株式会社 日テレR&Dラボ
株式会社ビデオリサーチ ヒト研究所

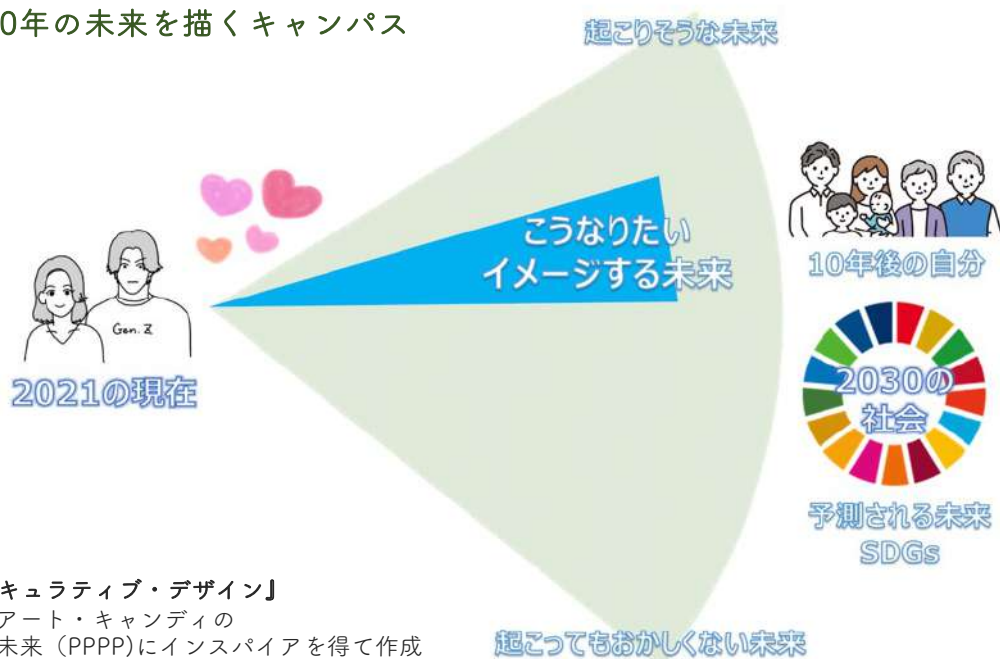
2030年の未来へ向かって 扉を開けていきます！

本レポートでは、Z世代を2030年代・未来社会の価値観を形成する中心層と捉えます。

Z世代が10年後の自分そして家族の未来をどのようにありたいと考えているのか、
どのようにイメージしているのかについてアンケート調査を行い、

「暮らしがい・働きがい・子育てと教育」3つの観点から10年後の社会の姿を描きます。
また、行動変容の背景に「SDGsの考え方」がどの程度影響しそうかについても確認します。

2030年の未来を描くキャンパス



【スペキュラティブ・デザイン】

スチュアート・キャンディの
潜在的未来 (PPPP)にインスパイアを得て作成

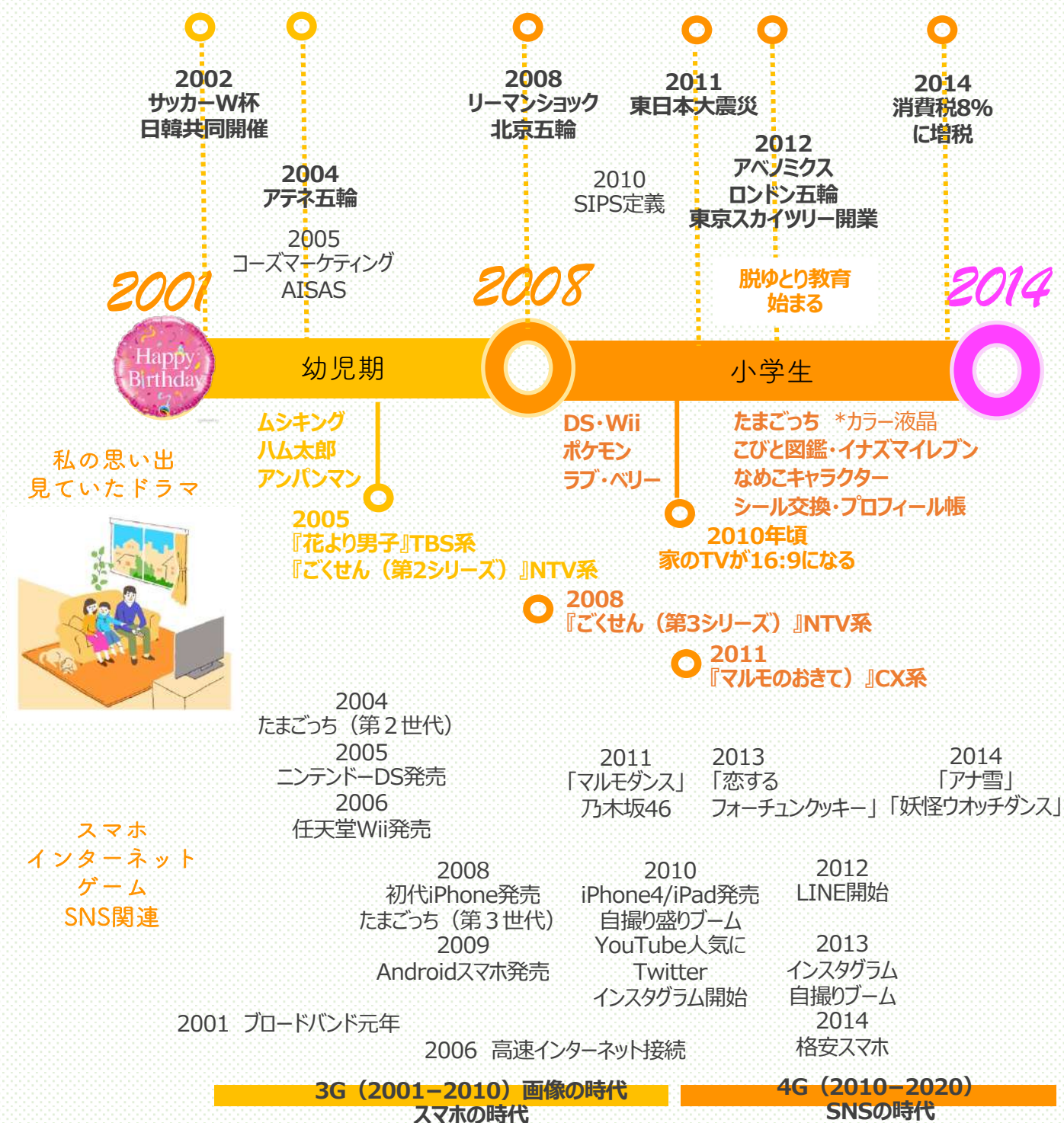
アンケート報告の前に、まずは、
Z世代がどのように育ってきたのか、
その時代背景を理解いただくために
次のページからは、
2年生（20歳）の生い立ちと現状を紹介します

Z世代の大学生 成長の軌跡

- 20歳の年表 2001-2021年 -

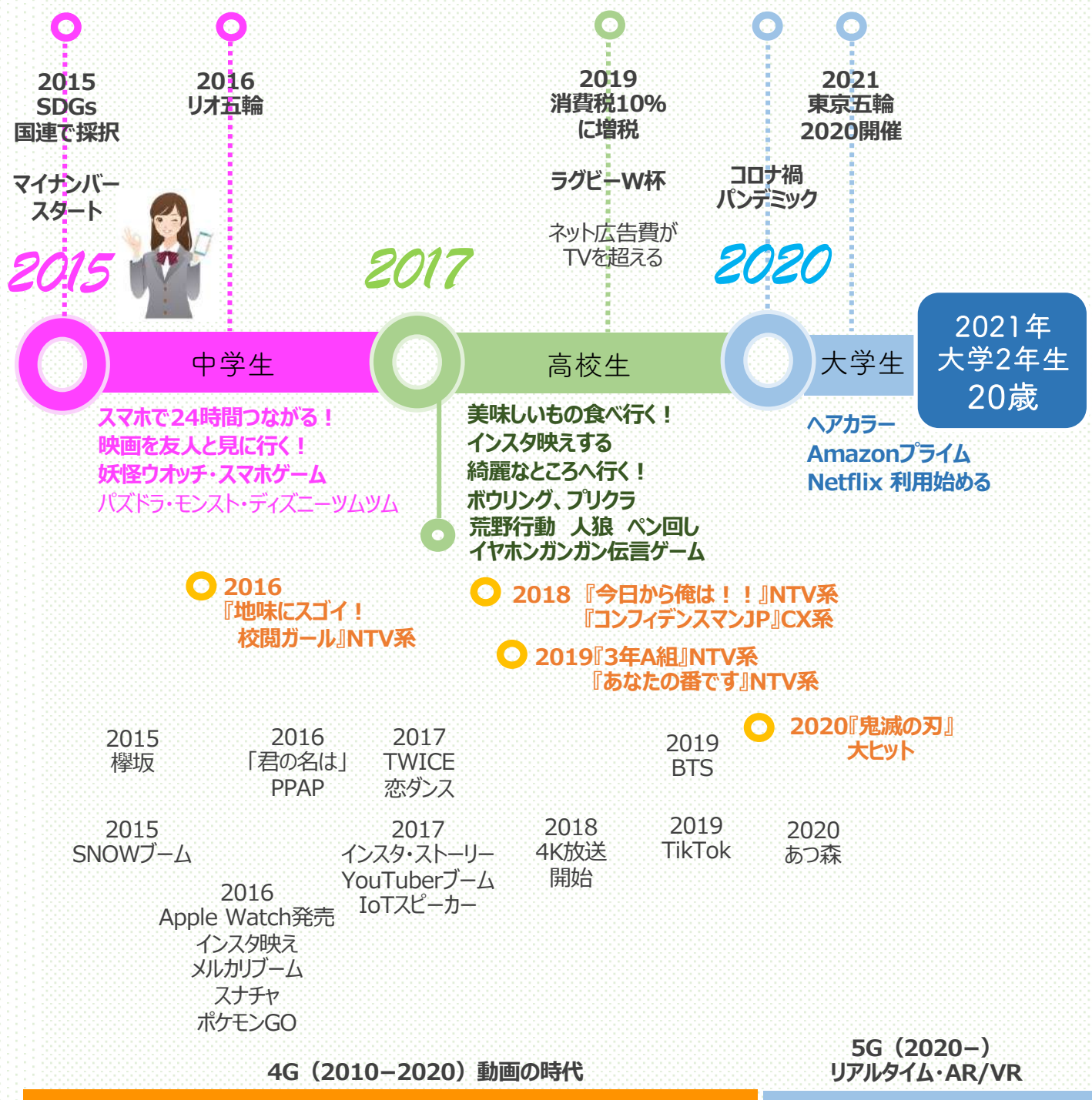
Z世代の価値観の背景を理解していただくため、
今年、20歳になる私たち 2年生（8期生）が
どのように育ってきたのかを年表にまとめてみました！

社会の出来事



振り返ってみると・・・

- ・小学校入学：リーマンショック。団塊ジュニア世代の親たちがたいへんそうだった。3年生の時に東日本大震災。たまごっち、DSで通信ゲーム、家族でWiiを楽しむ。
- ・中学校入学：個人用スマホを使い始めた。SNSでの動画視聴に夢中になった。スマホにゲームに夢中。友人と映画を見に行くようになる。
- ・高校時代：スマホのカメラとアプリが進化、インスタブームもあり、皆で“盛った”。その頃の記念写真は、みんな「ウサギの耳」でデコってる！インスタ映えする綺麗な場所、美味しいものを探して遠出するようになる。
- ・大学入学：コロナ禍で入学式は中止。初めての授業はZOOMオンライン。同期生と初めて会えたのは7月だった。2年生の4月に1年遅れで入学式が挙行された。



新加入2年生！8期生の紹介

2021年9月に参加したばかりの2年生19名を紹介します。
今までで、一番記憶に残っている ①出来事（いつのことか）と
②テレビドラマ そして、③今ハマっていることの3つを教えてくださいました。

今後、皆様との協同研究の機会でご一緒させていただきます。
どうぞ、宜しくお願いいたします！



安達 ののか（あだちののか）

1. 家族でもののけ島のナキを見に行き全員で号泣したこと（10歳の時）
2. 「マルモのおきて」
3. 辛いもの巡り



石川 颯人（いしかわはやと）

1. 今も好きなバンドの曲を初めて聞いた時（中2の時）
2. 「あなたの番です」
3. 体を動かすこと



内野 菜々美（うちのななみ）

1. 軽音楽部のライブで、大声で名前を呼んでもらったり黄色い声援を浴びたこと（高3の時）
2. 「好きな人がいること」「失恋ショコラティエ」
3. ケーキ屋さん巡り



遠藤 千乃（えんどうちの）

1. マーチングバンド（小学生の時）
2. 「女神降臨」
3. 韓国



岡本 春菜（おかもと はるな）

1. 東日本大震災（小3の時）
2. 「地味にスゴイ！校閲ガール」
3. バレーボール



小澤 星翔（おざわしょうと）

1. 今までの価値観を変える本に出会ったこと（高2の時）
2. 「今日から俺は!!」
3. 心理学を勉強すること



金井 彩香（かないあやか）

1. アーティストのライブをみたこと（高2の時）
2. 「花より男子」
3. ネイルチップ作成



金山 幸貴（かなやまこうき）

1. ORANGE CUP 2018 第8回アイデアのタネコンテストで準優秀賞を受賞した。（高2の時）
2. 「理想の息子」
3. 自分の車をカスタムすること



熊谷 侑華（くまがいゆか）

1. 修学旅行で初めて海外に行ったこと（高2の時）
2. 「HERO」
3. 昔のドラマをみる



栗田 梨音（くりたりのん）

1. 体育祭（高3の時）
2. 「校閲ガール」 3. Netflix鑑賞



佐藤 蘭（さとうらん）

1. 今日遊んだこと（大学2年の時）
2. 「3年A組」 3. サッカー観戦



田島 怜奈（たじまれいな）

1. バトントワリング全国大会で金賞を頂いたこと（高1の時） 2. 「ごくせん」 3. 友人との電話

辻崎 美優（つじさきみゆう）

1. ダンス部で歴代初の優勝を獲得したこと（高2の時）
2. 「コンフィデンスマンJP」 3. Netflixで韓国ドラマを見る



萩谷 祥太（はぎやしょうた）

1. 試合で顔面骨折したこと（高2の時）
2. 「あなたの番です」 3. 映画・ドラマ鑑賞

長谷川 香乃（はせがわかの）

1. 転校（小2の時）
2. 「花より男子」 3. ゲーム



波多野 由奈（はたのゆうな）

1. 最後のインターハイ（高3の時）
2. 「はねるのトビら」 3. アニメを見る

東浦 利紗（ひがしうらりさ）

1. 体育祭応援団（中3の時）
2. 「花より男子/イケパラ/メイちゃんの執事/Nのために」
3. 毎日お風呂あがりにカジサックを観ること



平仲 綾沙（ひらなかあやさ）

1. 大学合格（高3の時）
2. 「ファーストクラス」 3. 読書

渡部 琴音（わたなべことね）

1. 膝を大怪我して入院したこと（中2の時）
2. 「あなたの番です」 3. 古着屋巡り



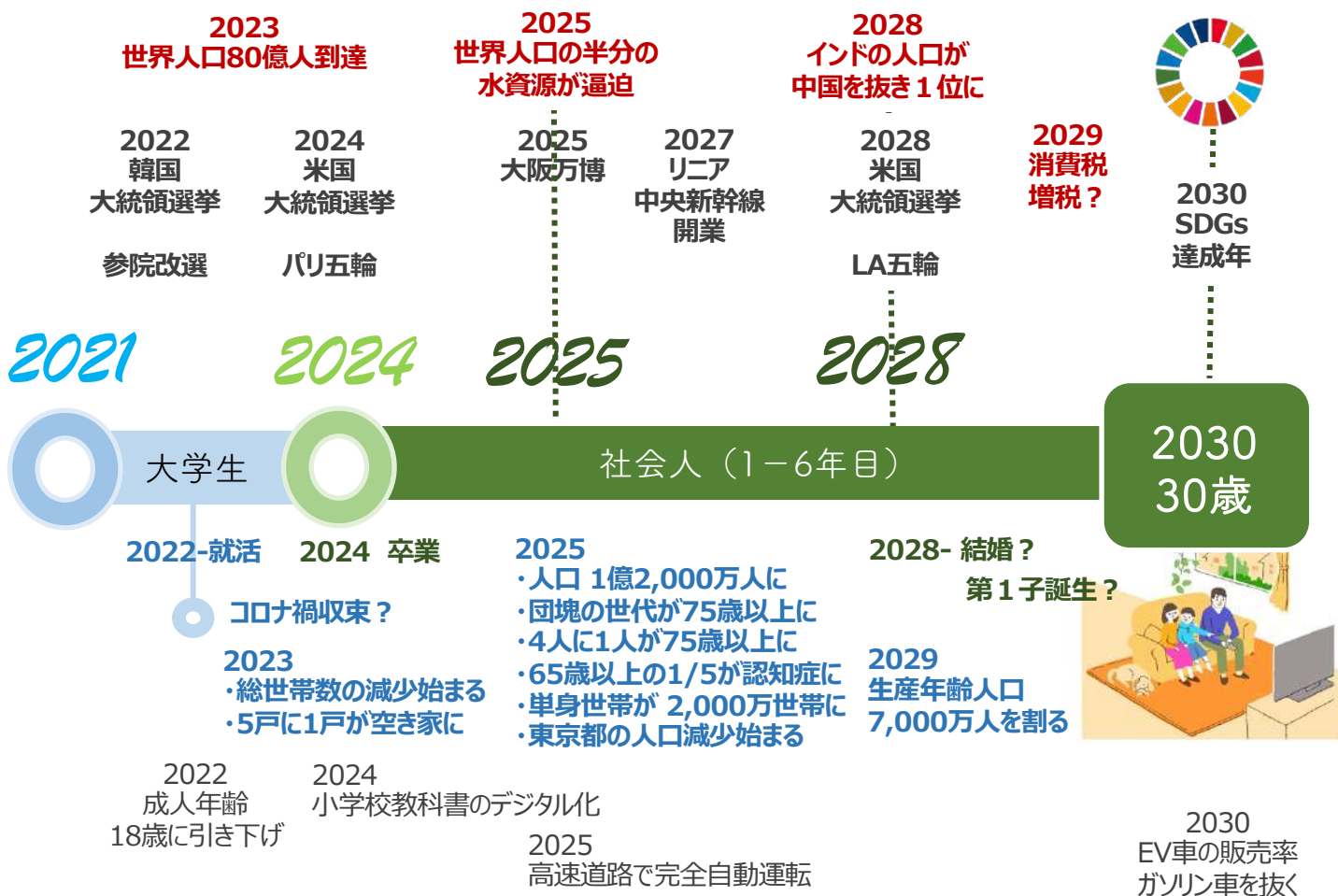
2030年への未来年表

- これだけ社会が変わる -

これからの10年間に起こりうることを想定しました

2025年を境目に社会の景色と価値観が変わりそう！

生産年齢人口に占める
ミレニアル世代とZ世代の割合が上の世代を超えて逆転する



ジョブ型雇用が浸透していく

70歳までの就業機会確保制度の導入

2030までに、副業率が5割に
65歳定年企業が50%に

キャッシュレスが急速に進んでいく

2025 キャッシュレス決済 4割に
2024 無人レジ 2割普及

2030 電子マネー決済 8割に
2030 コンビニ無人化率 2割に

2030までに、AIによる職業代替735万人
2030以降、バーチャル空間オフィス本格化、アバターで出社？

不測の有事にも備えが必要！

パンデミック 天災 震災 テロ 経済恐慌 軍事有事 など

5G (2020-)
リアルタイム・AR/VR

6G (2030-)
超低消費電力・海洋・宇宙利用

Z世代の現在（いま） リアルな生活と意識



大学生が、自分の生活をどのように捉えているか。
現在の充実感や幸福感、将来への不安
行動の背景にある価値観についてレポートします。

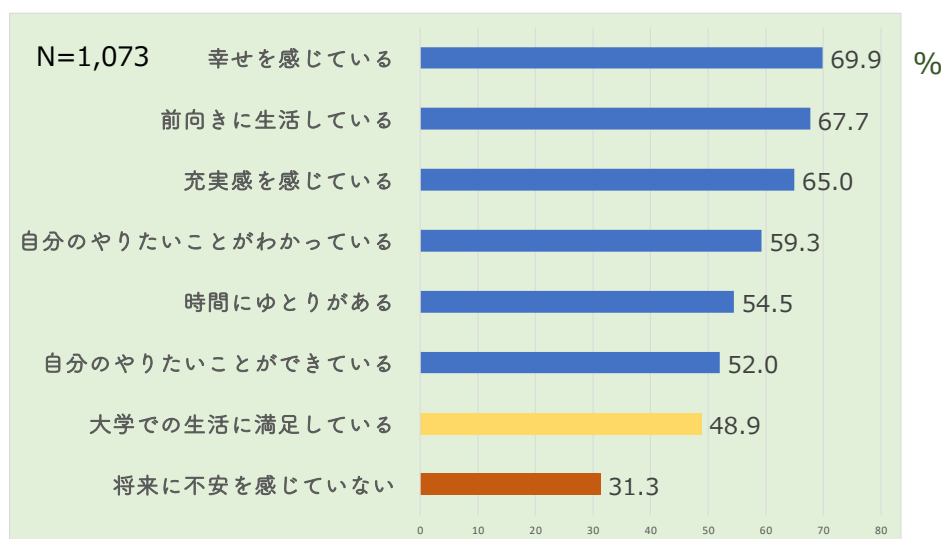
Z世代は現在の生活に満足している？

Z世代は現在（いま）の生活に
意外と満足していて充実感も高い！

一方で、将来に不安を感じている学生が7割

Q| あなたの現在の生活についてお聞きします。最も当てはまる回答を選んでください《単一回答》

*掲載はTOP2「大変そう思う」+「そう思う」の合計スコア



全体の約7割の大学生が現在の生活に「**幸せを感じている**」「**前向きに生活している**」「**充実感を感じている**」と回答。男女別では、男性がやや（3%程度）高い数値、地域別では九州の大学生が東京・大阪に比べて10%以上高い数値を示しています。地方部の方が、幸せや充実感を実感できる生活環境にあるのかもしれません。

「**大学での生活に満足している**」の回答も全体の約半数（48.9%）でした。学年別では2年生が38.0%と最も低く、コロナ禍の影響で入学式が中止、オンライン授業となり期待していた大学生活を過ごせていないことが背景にあると考えます。今年4月に入学したばかりの1年生は53.0%と高い数値で一定の満足感を持っています。

「**将来に不安を感じていない**」と回答しているのは全体の3割程度（31.3%）で、コロナ禍や多発する自然災害など先の見えない未来に対して約7割の大学生が何かしらの不安を抱いています。現在（いま）に幸せや充実感を感じ取っているのは、不確実な未来に不安があることの裏返しなのかもしれません。



全体的に満足度が高いことに驚きました。1年前の自分だったら「幸せを感じている・充実感を感じている」とは感じられなかったと思います。長い自粛生活に慣れてしまったことありますが、限られた生活環境の中で自分が今できること、すべきことを考え実行することで、現在（いま）の生活の満足度を高めるようにしています。

佐藤 由紀美（3年生）

購買の際に意識していることは？

“コスパ重視で定番志向”

Z世代のコスパは低価格だけではない。

環境に配慮した商品を購入しているのは2割未満

Q| あなたが、普段使う商品を購入する際に意識していることは何ですか？《複数回答》

N=1,073	全体	男性	女性
1. コスパの良いものを選ぶ	59.1	55.8	61.5%
2. 長く使えるものを買う	48.3	47.2	49.1%
3. 流行よりも自分が必要とするものを自分で選ぶ	39.6	33.1	44.5%
4. 衝動買いをしないようにする	38.1	30.7	43.7%
5. 男性用・女性用を気にせずに買う	20.7	19.9	21.3%
6. なるべくものを買わない	20.2	19.7	20.6%
7. 新商品よりも今使っている商品を買う	16.5	15.6	17.5%
8. トrend流行を気にして買う	15.4	16.0	14.9%
9. 発売元の企業の知名度やブランドを気にする	15.2	16.7	14.1%
10. 環境に配慮した商品を買う	14.6	17.1	12.8%

コスパの良いものを選び、新商品よりも長く使えるものを買う定番志向が強いこと。トレンドに左右されず自分が必要とするものを自分で選びたい意識が強いこともわかりました。

インタビューではZ世代のコスパ感覚は「安いもので良い」という金銭感覚だけでなく、商品から価格以上の何かを感じ取れる感覚を「コスパ」と呼んでいること。それは、商品をつくった人や会社への共感や応援したい思いであったりすることが確認できました。エシカル消費や応援消費が増えていることも納得できます。

SDGs意識が高いZ世代ですが「なるべくものを買わない」が20.2%と約2割。「環境に配慮した商品を買う」の回答は14.6%と2割未満でした。男女差は「流行よりも自分が必要とするものを自分で選ぶ」が男性33.1%、女性44.5%。「衝動買いをしないようにする」が男性30.7%、女性43.7%といずれも女性が高い意識を持っている結果となりました。

「発売元の企業の知名度やブランドを気にする」は15.2%で2割未満です。これは、企業の知名度やブランドイメージに惑わされたくなく、それよりも、企業のスタンス（姿勢）やブランドの思いを知った上で自分に合ったものを選びたいという意識が強いことを示しています。

コスパ・定番志向が強く、トレンド・新製品志向が弱い結果の背景には、ウェブルーミングといった情報収集の普及、将来に対する金銭面での不安、失敗したくない・外したくないという意識があると感じます。SDGsに関しては「環境に配慮した商品を購入する」ことを実行している学生はまだ少ないですが、経済的余裕がない現状ではコスパを優先していますが、「不要なものは買わない・環境に配慮する消費意識」は進んでいくと感じます。

阿部 優生（3年生）



多様性を寛容する

Z世代の価値観は？

今ここに在る時間を存分に楽しみつっ、
将来の準備を着実に進めていきたい！
ウェルビーイングの考え方を体現している

Q | あなたの現在の考え方についてお聞きします。

次に挙げるものから、賛同できる回答を幾つでお答えください。《複数回答》

25%（1/4）以上の賛同を得た価値観は、 N=1,073

毎日の生活を充実させて楽しむことに力を入れたい 65.1%

貯蓄や投資など将来に備えることに力を入れたい 56.5%

価値観やものの考え方はみんな違って良い 50.7%

物の豊かさよりも心の豊かさの方が大切だと思う 42.1%

SNSは怖いと感じることがある 41.2%

たくさんの情報に惑わされて失敗したくないと思う 39.0%

自分らしさ・個性に自信が持てない 30.8%

自分らしさ・個性を表現する

アドバイスが欲しい 26.4%

明日が不安だからこそ毎日が大切

私たちの世代は、今日まで数多くの災害を経験しながら成長してきました。
そして、コロナ禍により今までの日常が急変しました。

当たり前と思っていた毎日が明日も続くとは限らないことを実感しています。
そのために「明日、何があるか分からない」と考えることが当たり前
になっているのではないのでしょうか。

このような背景から、毎日の日々を大切にし、
今ここに在る時間をいかに楽しめるかを考えている学生が多いようです。
今後、何が起こるか未来が見えにくい不安から
今から、貯蓄や投資で将来への準備をすることが大事と考えています。



多様性が広がることは大歓迎！ 一方で、個性が孤立したくないと思う

Z世代は多様性を積極的に受け入れたい。価値観や考え方は皆違って良いと考えています。生活インフラとなっているSNSでは多様な人々とつながることができることから、多様性の受容は上の世代と比べて進んでいると感じます。

多様性が認められる社会だからこそ「自分らしさ」を求め表現したいと考えています。好きなインフルエンサーは自分と価値観が似ている人であることが多いですが、それは、その人が自分らしさを表現できていることに共感し応援したいと思うからです。

自分らしさを表現することは簡単ではなくサポートを必要としている学生も多くいます。LINEのオープンチャットやYouTubeのコメント欄などで「同じ考えの人いる？」といった自分と同じ思いのコミュニティを探し自分の居場所を見つけたいという思いが強くなります。多様性が広がっていくことには拒否感はないものの、多様な社会の中で自身の個性が孤立していないか不安の思いもあります。



デジタルネイティブではない

Z世代は「デジタルネイティブやSNSネイティブ」と呼ばれていますが、私たち自身にその感覚はあまりありません。デジタルで便利になることをスマートと感じるよりも「それ大丈夫？」と警戒しますし、SNSの成長過渡期に育ってきたので「SNSは怖い」と感じています。デジタルへの期待が大きいのは上の世代、SNSネイティブは少し下の世代かもしれません。

多様性の受容＝自由？ or 窮屈？



メイクやファッション、そしてインスタグラムなどSNSアカウントは自分らしさを表現できる手段となっています。多様性が寛容される社会で自由に自分を表現できるようになり楽しいという声が多くあがります。

多様性のある社会は自由なイメージがありますが、様々な考えを持つ人が多くいることを知っているからこそ、**発言や投稿内容に気を配らなくてはいけない意識**もあります。「炎上が怖いから万人受けする言い方にしよう」と気遣いが度を過ぎると、自由とは裏腹に窮屈感を感じてしまう状況も多くなっています。



今日のような日が明日も続くとは限らないという考え方が根付いているのは、希望がないといったネガティブな意味ではなく、今ある時間や今日を存分に楽しみたい！とポジティブにとらえていることに今っぽさを感じました。多様性が広がる現代だからこそ、私も自分のスキやワクワクを自由に表現、発信していきたいです。

富川 詩音（3年生）

Z世代が抱える将来の不安は？

収入・仕事・結婚

Z世代は、目前に迫る未来に
不安を感じている!?

Q|あなたは**将来の自分の生活**に関わることで不安を感じますか。
当てはまる回答をお答えください。《複数回答》

N=1,073

1. 収入や貯蓄に関する不安	66.8%
2. 就職活動に関する不安	63.5%
3. 将来のキャリア設計に関する不安	46.7%
4. 結婚に関する不安	39.0%
5. 健康に関する不安	34.6%
6. 親の介護に関する不安時間 老後の設計に関する不安	22.6%
8. 奨学金の返済に関する不安	21.5%
9. 子育てに関する不安	21.3%

調査設計時に20代の若者を対象とする様々な意識調査を参照した際に、「収入・仕事・結婚」に関する不安が大きいことが確認できました。今回の大学生を対象とする調査でも、**収入や貯蓄のお金に関わること、就職活動と将来のキャリア設計に不安が大きい**ことがわかりました。

これらの項目はどの時代でも若者が持っている普遍的な感覚だと思いますが、収束の目処が見えないコロナ禍の中で、先行き不安感はより高まっていると感じます。

私たちZ世代は、今後の日本社会がどのように変容していくのかを見越しつつ、自分たちはどのようにしたいのかの意見を持って前向きに行動し始めることが必要なのだと思います。



将来のキャリア設計に不安があることに共感しました。私の周りでも、コロナ禍の不安の中でも、インターンに積極的に参加するなど就職活動に早い時期から取り組む友人が増えていることを実感しています。

清水 みのり(3年生)

Z世代が描く 2030年の暮らしがい



大学生は、将来どんな家に住みたいのか？
家の中ではどのように過ごしたいのか？
どのような空間・時間が欲しいのか？
将来の暮らしがいについてレポートします。

暮らしたい場所は？

過半数が、 職場に近く通勤便利な場所 に住むことを重視

Q| あなたにとっての「将来の住まいと暮らし方」に関してお聞きします。
あなたご自身で家賃を支払い、ご自身で住む場所などを決める時を思い浮かべてください。
あてはまる回答をいくつでもお答えください。《複数回答》

N=1,073

1 オフィス・職場に近い場所に住みたい 54.1%

2 公共交通が便利な場所に住みたい 53.9%

3 都心に住みたい 26.5%

4 郊外に住みたい 21.9%

大学生全体では「オフィス・職場の近い場所に住みたい」「公共交通が便利な場所に住みたい」の回答が半数以上あり、職場への通勤を考慮し自宅とオフィスの近さと公共交通の便利さを求めていることがわかります。

「都心に住みたい」と「郊外に住みたい」の回答はいずれも20%台で大差がありませんでした。職場に近く公共交通が便利であれば、住む場所は都心でも郊外でもどちらでもよいと感じているようです。コロナ禍によりテレワークが増えている現状でも、将来の自分の働き方としては、オフィス・職場へ通勤することを前提に考えていることがわかりました。



私も調査結果と同じで都心でも郊外でも交通利便性が整っていて職場に近い環境であれば住む都道府県は問わないです。そのため、地方への転勤があっても通勤便利な環境が整っていればマイナスに捉えることはありません。自然は好きですが交通利便性の低い場所はマイナスに捉えると思います。

梶原 優衣（3年生）

住まいの近くに欲しい環境は？

日用品店, コンビニ, カフェ 公園, 病院, 映画館, 図書館



環境

・公園	55.5%
・川や海などの水辺	33.3%
・ランニングコース	28.3%
・サイクリングコース	15.8%
・山	13.4%
・ドックラン	6.6%

N=1,073

店舗

・日用品店	71.5%
・コンビニエンスストア	69.2%
・カフェ	60.2%
・ショッピングモール	57.5%
・飲食店	49.7%
・花屋	8.8%



施設

・病院	54.1%
・映画館	43.7%
・図書館	42.8%
・スポーツジム	26.8%
・美術館	14.8%
・サウナ施設	11.9%

環境：「公園」が最も多く過半数の回答、続いて「川や海などの水辺」「ランニングコース」が約3割の結果でした。友人と気軽に会える場所、家族と散歩できる自然が身近にある住環境、近隣で気軽に運動ができる場所に住みたいと考えています。

店舗：「日用品店」「コンビニエンスストア」が約7割で、男性は「コンビニエンスストア」、女性は「日用品店」が最も多い。女性は家族のために料理をすることをイメージして回答していると推測できます。「カフェ、飲食店、ショッピングモール」も5-6割が回答、自宅のそばで生活に必要なものが全て揃い、「外食や寛げるカフェ」など快適な交際場所があることも住む場所選びの前提になりそうです。

施設：「病院」が最も多い。家族の健康が第一で緊急事態に備えたい気持ちから納得の結果です。続いて「映画館」「図書館」が約4割で、娯楽施設や集中して作業ができる施設が、日常生活に欠かせない場所であることが分かります。気分転換に居場所を変えて作業をしたり楽しむことはとても重要です。

私は郊外に住んでいますが、将来の住まいでも身近に自然を感じることができ環境で暮らしたいです。交通量の多い都心に住むことになったとしても、心を安らかにできる居場所が重要だと思っています。現在も生活に便利な環境に住んでいる学生が多いと思いますが、調査結果は、自宅の周りに自分が必要とするものが揃っていて簡単にアクセスできる便利さが、今よりもう少し高まることを志向していると思います。

岩下 怜亜（3年生）



どんな家に住みたい？

耐震に優れた 広い戸建てに住みたい！

Q.あなたにとっての「将来の住まいと暮らし方」に関してお聞きます。あなたご自身で家賃を支払い、ご自身で住む場所などを決める時を思い浮かべてください。あてはまる回答をいくつでもお答えください。
《複数回答》

N=1,073

1. 戸建て(一軒家)に住みたい	46.4%
2. 耐震に優れた家に住みたい	26.7%
3. マンションなど集合住宅に住みたい	24.3%
4. 広い家に住みたい	24.0%
5. タワーマンションに住みたい	11.6%
6. 家やマンションを購入したい	11.4%
7. 豪勢な家に住みたい	9.0%
7. 自分でデザインした家(注文住宅)に住みたい	9.0%
8. ずっと賃貸で住みたい	5.0%

約5割（46.4%）の学生が「戸建て（一軒家）に住みたい」と回答。「マンション・集合住宅に住みたい（24.3%）」を上回りました。また、「広い家に住みたい（24.0%）」と3割弱が回答しており、スペースに余裕がある戸建てに住みたい意向が大きいことがわかりました。

インタビューからは「家の中に十分な収納スペースが欲しい」という声が多く聞かれましたので、広さの意味は居住空間の広さだけでなく、現在の生活でも感じている「収納に煩わされたくない思い」が含まれているのではないかと考えます。

「タワーマンションや豪勢な家に住みたい」回答は1割程度で、「耐震に優れている家に住みたい（26.7%）」の方が数値が高く2番目に上がっています。大学生は現在（いま）の状況から、将来の暮らし方を現実的に考えているようです。

また、「ずっと賃貸で住みたい（5.0%）」は1割未満と想定よりも低い数値でした。将来は、自分の稼いだお金で、戸建て・一軒家を購入して住みたい気持ちが強いのは、前章で報告した「長く使えるものにお金を使う」というコスト志向が反映されていると感じます。



私の予想では、タワーマンションや豪勢な家などリッチで優雅な生活を志向する学生が多いと思っていましたが、将来を見据えて、より現実的に生活を考えていることが分かりました。私自身も豪勢よりも、どちらかと言うと質素な生活の中で家族との幸せな時間と空間を築いていきたいと考えていますので、調査結果にとっても共感できました。

竹下 莉音（3年生）

家には何が必要？

7割が、将来 家に自分の部屋を持ちたい！ 収納スペース大事！テレビと車の必要性は低下？

Q| あなたにとっての「家での暮らし方」についてお聞きます。
あてはまる回答をいくつでもお答えください。《複数回答》

n=1,073	全体(%)	男子	女子
家の中に自分の部屋を持ちたい	72.8	73.2	72.5
収納スペースが十分にある家に住みたい	51.4	43.7	57.3
テレビは必要だ	50.7	47.6	53.0
自家用車は必要だ	40.7	47.8	35.4

男女共に7割以上が「**自分の部屋を持ちたい**」と回答。将来も家の中に自分専用のスペースが必要と思っています。SNSや動画配信サービスの普及により、家族と一緒に過ごす時間とは別に、自分だけの時間を過ごせる場所が欲しいと思う若者が多くなっていると感じます。

「**テレビは必要だ**」という回答が約半数で、男子は半数を切る結果となりました。インプレス総合研究所の調査*によると有料動画配信サービスの利用率は、2015~2021年にかけて7.7%から25.6%まで大幅に増加しており、YouTubeなどの動画共有サービスの利用率は10~20代の若年層が突出して比率が高く、**テレビではなくスマホやパソコン、タブレットなどで余暇を過ごす若者が増えている**ことがわかりました。今後、多様なデバイスとスクリーンが家の中に普及していくと、**受像機としてのテレビの必要性は低下していくのではないかと**推測します。

「**収納スペースが十分にある家に住みたい**」という回答は全体の約半数で、女性では6割近い(57.3%)結果となっており、女性の収納への意識が高いことがわかります。「**自家用車が必要だ**」に関しては、男女差があるものの**約4割が必要**と回答しています。車を所有しない家庭が増えている中で想定以上の高い数値が確認されました。コロナ禍が収った後に再度、カーシェアが浸透していくと、**自家用車はなくてもいいかも考える人が増えるのではないかと**思います。

*参考：インプレス研究所 有料動画配信サービスの利用率の推移/よく視聴する映像・動画の種類
<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000003864.000005875.html> 閲覧日2021/8/26

私は、NetflixやAmazonプライムに登録し、スマホで映画やアニメを見ることが多くなったため、スマホを持っていなかった中学生の頃に比べてテレビを見る時間はかなり減りました。私の周りにも同様の友達は多く、「テレビが必要だ」の回答が半数程度にとどまった結果に納得しました。しかし、映画やアニメを大きな画面で見たい時はリビングにあるテレビで動画配信アプリを利用したり、テレビ番組をBGMのような感覚で流しておくこともあるので、私自身は、将来自分の家を持った時に、テレビは必要と考えています。

川瀬 杏奈 (3年生)



親と一緒に住みたい!?

どうする!?

女子は親の近くに住みたい!

男子は親から独立して住みたい!

Q| あなたにとっての「家での暮らし方」に関してお聞きます。
あてはまる回答をいくつでもお答えください。《複数回答》

N=1,073	全体(%)	男子	女子
親から独立して住みたい	38.5	43.5	34.7
親の近くに住みたい	23.8	14.7	30.6
近隣の人と関わりをもちたい	12.7	15.8	10.3
親と一緒に住みたい	8.2	5.6	10.1

男女共に「**親から独立して住みたい**」という回答が最大。男子は女子よりも約10%多く回答しています。対して「**親と一緒に住みたい**」と回答している女子は男子の倍相当です。男子は女子よりも、親と離れて暮らすイメージがありましたが、調査結果からも、**男子の方が親離れをしたい**人が多いことが分かりました。

女子は「**親の近くに住みたい**」が、約3割と男子の2倍のスコア。女子は親との関わりを多く持ちたい意向が強いことが分かります。現在でも、親の家事を手伝う機会が多い女子は、親と離れて暮らすことに不安や寂しさを抱えていることがあると思います。また、将来の育児に関しても意識が高く、親の近くに住むことは職場の近くに住むことと同様に大切と考えていると推測できます。

「**近隣の人と関わりをもちたい**」は全体の1割程度の回答にとどまりますが、男子は15.8%とやや高いスコアを示しています。男子は親から独立した環境で自身の新たな関係を築いていきたいという思いが強いことが考えられます。しかし、一人暮らしする際には、料理や洗濯などの家事を一人で全てこなさなければいけないため、親へのありがたさを知るきっかけにもなると思います。



私は、将来親から独立して住みたい思いは強いですが、一人で生活していけるのかという不安もあります。日常生活の中で当たり前のように朝・昼・晩と料理を用意してくれ、気にかけてくれている親の存在がなくなったときに初めて、ありがたさを実感できると思います。調査結果通りに独立して住んだとしても、週末にはすぐに帰宅できるような距離で、なるべく親の近くに住みたいと思います。しかし、近いほど親に甘えてしまうことが多くなるかもしれないので、自分の成長の為には離れた距離が良いのかもしれません。

岩下 怜亜 (3年生)

自宅に欲しい空間は？

ON（仕事）とOFF（寛ぎ）両方の空間が欲しい！ 質の高い睡眠が、とても大切！

Q.自宅に欲しいと思う空間についてお聞きします。あてはまる回答をいくつでもお答えください。（複数回答）

	N=1,073
1. 集中して勉強・仕事ができる空間	64.3%
2. 質の高い睡眠が取れる空間	57.9%
3. 大スクリーンで映像を見る空間・シアタールーム	25.6%
4. ネット配信や接続ができる専用空間	24.1%
5. 害虫などの不快感がなく 植物や自然を取り入れられる空間	23.3%
6. フィットネスやヨガができる空間	21.6%
7. 様々な料理ができる多機能なキッチン空間	20.2%
8. アウトドアな暮らしを楽しめる空間	14.6%
9. 除菌・殺菌できる空間	11.5%
10. 身の回りのものがロボット化・自動化で最適化される空間	10.7%
11. 瞑想・メディテーションができる空間	9.1%
12. 没入感のあるAR/VR体感空間	7.9%
13. 電波を切断しデジタルデトックスできる空間	6.1%

約6割（64.3%）の学生が「集中して勉強・仕事ができる空間」が欲しいと回答。「質の高い睡眠が取れる空間（57.9%）」も、6割弱が回答しています。必要性の優先度は下がるものの、「シアタールーム」「ネット配信専用空間」「植物を育てる空間」「フィットネス空間」「多機能なキッチン」は、全体の2割近くが欲しいと回答しています。以上から、将来自宅で仕事することが前提となっていて、自宅の中にON（仕事）とOFF（寛ぎ）双方の空間があり、それぞれの時間を楽しめる暮らし方を志向していることがわかりました。

対して、欲求スコアが1割未満と低かったのは「ロボット化・自動化で最適化される空間」「AR/VR体感空間」と家のスマート化の項目でした。まだ、実装のイメージが湧かずピンとこないこともあります。Z世代は新しい技術により便利になることに対して多少の不安を感じる事が影響していると考えます。また、「デジタルデトックスできる空間」が最も低いのは、お風呂の中にスマートフォンを持ち込むことが普通になっているZ世代の現状からは、想像ができない項目であったのではないかと感じます。

私の順位付けと結果が少し違うため意外に感じました。私にとって家は周りを気にせずに過ごせる唯一の場所なため、ほとんどの時間を睡眠と娯楽に使っています。外で勉強や仕事をするために、プライベートと分けたいからです。共感できる点もあります。それは、家にその空間がないと絶対にやらないであろうことです。例えばフィットネスやヨガは専用の道具や広い場所がないとできず、植物を育てる空間も同様です。

竹下 莉音（3年生）



大切にしたい時間は？

趣味に時間をかけたい！

女性は、睡眠とくつろぎの時間を重視！

Q| あなたにとっての「将来の自宅での暮らしで大切にしたい時間」に関してお聞きます。
あてはまる回答をいくつでもお答えください。《複数回答》

誰と過ごす時間が大切か

N=1,073	全体(%)	男子	女子
ひとりで過ごす時間	66.5	60.4	71.2
家族との会話にかける時間	62.2	60.0	63.8
友人を招いてのパーティーなど交友の時間	20.3	18.8	16.9
ペットと過ごす時間	20.2	16.9	20.3

男女ともに6割以上が「ひとりで過ごす時間」「家族との会話にかける時間」を大切にしたいと回答。特に女子は7割を超える学生が「ひとりで過ごす時間」を大切にしたいという回答しています。コロナ禍の影響もあり、家族と一緒にいる時間の重要さと、ひとりで過ごす時間の大切さ、双方を見つめ直したことの影響があると考えます。

何をする時間が大切か

N=1,073	全体(%)	男子	女子
自分の趣味にかける時間	71.5	69.3	73.2
睡眠や休息する時間	63.8	54.5	70.9
ゆっくりお風呂に入る時間	37.6	31.8	41.9
美容・健康に掛ける時間	31.6	13.9	45.0
ゲームをする時間	28.0	36.4	21.6

「自分の趣味にかける時間」「睡眠や休息する時間」は6割以上の回答がありました。ひとりで過ごす時間では、自分の趣味にじっくりと時間をかけたいという意向が見えます。

「睡眠や休息する時間」や「ゆっくりお風呂に入る時間」

「美容・健康に掛ける時間」の3項目は、女子の回答が男子の回答を大きく上回り全体の平均数値を引き上げています。女子は自宅でくつろげるOFFの時間をより大切にしていると捉えられます。男子は「ゲームをする時間」の回答が4割弱(36.4%)と高くなっています。



自分の趣味の時間も大事だけど、 家族や友人と一緒に団らんで コンテンツを楽しめる時間が大切！

----- どんな趣味に時間をかけるか -----

N=1,073	全体(%)	男子	女子
映画や動画を見る時間	54.9	51.7	57.3
音楽を聞く時間	50.8	41.8	57.6
家族と一緒にテレビを見る団らんの時間	41.2	39.2	42.7
本や雑誌を読む時間	31.3	25.5	35.7
在宅で仕事をする時間	12.4	13.4	11.6

どのような趣味に時間を掛けたいのか、全体では「映画や動画を見る時間」「音楽を聞く時間」の回答が5割以上。大学生の間でも、サブスクリプション配信サービスの利用が普通になっています。コロナ禍でうち時間が増え、プロジェクターを購入し部屋をシアター化して鑑賞する大学生も増えています。月額料金をグレードアップすれば、友人とシェアして見ることができ、新たな生活時間の趣味としても確立してきています。このようなことから、将来の家の中での暮らし方を想像する際にも、**映画や動画を見る、音楽を聞く時間が大切なこと**は確かであると感じます。

「家族と一緒にテレビを見る団らんの時間」の回答も4割（41.2%）あります。将来を見据えると、この項目の**テレビを見る**の部分は、**映画や音楽と一緒に楽しむ**という表現に変わっていくかもしれません。家族と共有して楽しむコンテンツはテレビ番組だけでなく、NetflixやAmazonプライムのオンディマンド配信や、YouTubeのコンテンツへと多様に拡大しているからです。

自分の趣味は、前ページの様に男子であればゲーム、女子は美容健康があがりますが、**自分の趣味の時間と場所とを自宅の中に確保した上で、一番大切なのは家族で楽しく過ごす時間と空間**という考え方が共通としてあると感じます。



私も将来は、ひとりで過ごす時間を確保したいと思います。しかし、私は車の運転をすることが趣味の一つでもあるため、自宅にこもるよりも外に出ることの方が好きと感じています。「家族と一緒にテレビを見る団らんの時間」は、最近ではTVリモコンにNetflixやAmazonPrimeに飛ぶことができるボタンが搭載されているので、オンディマンドのコンテンツを視聴する機会が多くなっていると感じています。

梶原 優衣（3年生）



Z世代と実務家の
ダイアログ

2030年の より良い 暮らし方

- A Better Life -

スペシャル・ゲスト

パナソニック株式会社 LS社

くらし・空間コンセプト研究所 生活調査研究部

未来生活研究課 のみなさま

時代とともに家や暮らしのあり方は変化します。生活者研究から家や暮らしの未来を予測されているパナソニック ライフソリューションズ社 くらし・空間コンセプト研究所 のみなさま（以下く研と略）と、“10年後のより良い暮らしぶり、A Better Life なおうち時間”を、テーマに対話（ダイアログ）させていただきました。

“めっちゃ家が好き♡、おうち時間を楽しむ！”

小々馬：くらし・空間コンセプト研究所の皆様には、調査質問文の設定など、ご指導をいただき誠にありがとうございました。今日は、調査結果を参考にしつつ10年後の家の中での暮らし方について一緒にイメージを膨らましてみたいと思います。20歳の大学生にはまだ具体的に想像することが難しいかもしれませんが、対話によって描いていきましょう。

職場に近い一軒家に住みたい！

今回の調査では、将来はマンションよりも戸建てで耐震に優れた広い家に住みたいという意見が大勢でした。また、職場に近く公共交通が至便な場所で、家の周りに生活に必要な施設が揃っているということが共通の条件でした。

く研：職場への近さは、どれくらいの通勤時間の感覚ですか？

美都：1時間未満です。なるべく電車に乗る時間が少なくてすむ場所に住みたいです。

く研：職場に近ければ、住む場所は都会でも郊外でも良いのかな？

みのり：私の周りでは、都市部と郊外・地方に住みたい子は、ちょうど半数ずつに分かれていますね。

小々馬：マンションよりも一軒家に住みたいんだね。

美都：私は猫を飼っているので集合住宅だと下の家に音が響くことが不安・心配だったりしますね。

みのり：地方出身の友人には都会のマンションに住みたいという気持ちの子が多いと感じます。

小々馬：ゼミでも、なるべく周りの人に迷惑を掛けたくないの一軒家の方が良いという意見が大多数でしたね。では、話題を家の中に移しましょう。どんな時間を大切にしたいですか。

プライベート時間を大切にしたい！

美都：趣味の時間です。

小々馬：具体的にはどんな趣味？

美都：今は好きなアイドルの動画をみたりすることを自分時間として大切にしています。

小々馬：それは、10年後もかわっていないイメージ？

美都：家族で一緒に見たいですね。

小々馬：今は、自分の部屋で過ごす時間は長い？

みのり：寝る前や作業をしている時間以外は、基本、家族と一緒にリビングにいますね。

家族と過ごす時間を大切にしたい！

小々馬：将来、自分で家を好きにつくったら、どんな家をつくる？

みのり：家族みんなで過ごす場所が広い家が良いです。

美都：リビングは広く取りたいですね。家族の顔が見える空間が大切です。子供が幼い頃は兄弟同じ部屋で、大きくなったらそれぞれの部屋を用意してあげたいです。

コロナ禍で衛生意識が高まると

部屋のスタイルも変わる？

く研：海外では各自の部屋に浴室洗面所が付いている家も多いですが、コロナ禍で衛生意識が高まり自分の部屋にトイレやバスルームが付いている家に住みたいと思いますか？



清水みのり（3年生）

将来は郊外の戸建てに住みたい
できるだけオフィスに出社したい
アイランドキッチンの家が理想。



青木美都（3年生）

スーパー・コンビニ・百均が近くに欲しい
週3日オフィス、2日在宅勤務がイメージ
家族とペットと一緒に楽しく暮らしたい。

美都：私は共用でいいです。バスルームとトイレは下水道とつながっていて衛生的に汚いイメージが結構あります。自分の部屋とつながっているのは嫌だなと感じますね。

みのり：海外ドラマで見て憧れに感じますが、海外のホテルに宿泊する際に体験できる非日常の特別感であって欲しくて、自分の日常では家族で共有で良いです。ただ、トイレは寝室の近くに欲しいです。

アイランドキッチンに

家族が集まる団らんが理想！

みのり：私、アイランドキッチンで、家族に目が届くようにして、家族団らんを楽しみたいたいです。

く研：キッチンでみんなが一緒に料理しながら楽しく話したりする姿に理想のイメージがありますか。

みのり：すごく理想で、憧れます！

美都：私も共感します。キッチンダイニングは家族が触れ合える場所として大切にしたいです。



小々馬：キッチンは家族団らんのコミュニケーション空間になっていきそうですね。

く研：はい、アイランドキッチンは、これからの家のスタンダードになっていくと考えています。

小々馬：部屋それぞれにスクリーンがあったら便利と思う。スマホがあれば必要ないかな？

みのり：スマホは手放さないですが、何かを常に見続けることが当たり前になっているので、家のあちこちにスクリーンがあったらめっちゃくちゃ快適で憧れますね。ただ、家族で见たいものとプライベートで見たいものの線引きがうまくできると良くて、自分一人で見たい趣味のコンテンツやドラマは、スマホで見たいです。

小々馬：調査結果で「音楽を聴く時間を大切にしたい」という回答が、特に女子に多かったですね。

ずっと音楽を流していたい！

みのり：家では、ずっと音楽を流していますね。私はYouTubeで音楽を選んで流していることが多いです。

美都：私は音楽をしっかりと聴きたくて、Spotify（無料アカウント）でJPOPとか洋楽をずっと流しっぱなしにしています。

家にいても友人と

一緒に時間を過ごしている！

小々馬：Netflixで映画やドラマを離れた友人と同時に観ていたりするよね。どうやってるの？

みのり：友人とアカウントを共有しています。PCでZOOMを立ち上げて一緒に映画館にいるような感覚を味わったり「今から重要なシーン来るよ」「言わないでよ！」とやりとりをしたりすごく楽しいです。

小々馬：家にいても、友人と同じ時間を過ごすことができるようになり、その楽しみ方を知っているから、皆が親になっても、物理的に離れている友人、家族や両親とつながり楽しむことは当たり前になりそうですね。

小々馬：では、家の中にどんな空間が欲しいかにテーマを変えます。調査では、お風呂と睡眠の時間にこだわるとい意見が女性に多かったけれど、理想の浴室、寝室はどんなイメージかな？

お風呂と睡眠にこだわる！

美都：お風呂は足が伸ばせる浴槽が必須で、背もたれができてゆったりと入浴したいです。スマホを持ち込んでいるので、お風呂の中にテレビはなくて良いです。

小々馬：先日ゼミの時間に、ほぼ全員がスマホをお風呂に持ちこんでいると聞いて驚きました。

みのり：ユニットバスは絶対嫌！浴室で洗濯物を乾かせる機能が一軒屋でも欲しいです。外に干すのが恥ずかしい洗濯物もあるので。

みのり：睡眠は大切です！睡眠というより寝室に関してになりますが、寝る前にベッドでスマホをいじっている時間が長いので、部屋の照明をリモコンで調整したり消灯できるようにしたいです。

美都：「ちゃんと寝たいな」と思います。私はペット（猫）が足下で寝ているので足が伸ばせないことを解決できるベッドがあると良いと思います。あと、ベッドに電源コンセントがあることはマストです。

電源コンセントが足りない！

く研：なるほど！他にも「ここにコンセントがあったら良いのに」と思う場所ってありますか？

美都：私は鏡台とダイニングテーブルの近く、あと、ソファの近くですね。今はスマホの充電のために延長コードが必須の生活になっていますので。

くらし・空間コンセプト研究所の皆様（敬称略）



片山弘典



日高紗彩



伊佐治友香



井上拓也



相澤実歩

みのり：玄関とクローゼットの近くです。出掛ける寸前に玄関で服のシワに気づいてスチームアイロンを掛けることがあるので、あれば便利だなと思います。

小々馬：スマホの充電対応と、ビューティー家電の対応かな。今までの家ではテレビ、洗濯機・冷蔵庫など、家電のある場所はここですってコンセントが設置されていますね。デジタルデバイスやパーソナル家電の普及に寄り添い設置場所が変化していくでしょうね。

く研：生活が変化していく中で、暮らしやすさに求めることも変わっていきます。

オン（仕事）とオフ（寛ぎ）

両方の空間はマスト！

みのり：家でも働くことが前提で、家の中にオン（仕事）とオフ（寛ぎ）の空間の両方があることがマストで、オンの空間には趣味のものは一切置かずに仕事だけに集中できて、オフの部屋は足を伸ばして寛げるソファやビーズクッションが欲しいです。また、オンオフに合わせて照明を変えたいと思います。

美都：仕事部屋は明るくて、窓がある部屋が良いです。オフの空間はリラックスできるインテリアで暖かみのある照明が良いです。

小々馬：広い家に住みたい理由に、大きな収納スペースが欲しいという声が多かったですが、何を収納するためにどの程度の広さが必要なのか。

ウオークインクローゼットが欲しい、その理由はときめき！

みのり：私は、ウオークインクローゼットが欲しいです！収納してあるものがパッと見て分かるような。

小々馬：韓国ドラマで、財閥のお嬢さんが服・バック・靴を並べているようなイメージ？

みのり：豪華さは求めていなくて、1年間分の洋服が入れば良いです

く研：保管するというよりも、選ぶことを楽しみたいイメージですか？

みのり：そうです！掛かっているものから選ぶことを楽しみたいです。中高校生の頃は価格が安くトレンドを捉えている服を数多く欲しいと思っていましたが、今は来年も着れる服、長く使えるものを購入するようになったので、お気に入りの服を丁寧にしまいたいと思うようになりました。

小々馬：なるほど！、お気に入りのものが揃う“ときめきの場所”が欲しいという気持ちなのですね。

みのり：お気に入りのスニーカーやブーツを部屋にディスプレイしてインテリアにする子が多いです。

お気に入りのものは見える場所に、それ以外のものは見えない場所にしまっておきたいという気持ちがあると思います。

小々馬：aiやロボットなどのテクノロジーで家事が自動化されたり、家の中の行動が便利になっていくことを歓迎しますか？

便利になっていく社会に窮屈さを感じる

美都：お掃除ロボット欲しいです。水回りの掃除をしてくれるロボットがあったら超嬉しいです！

料理系のaiは要らないかな。

みのり：私は、便利になっていく一方で、少し窮屈さを感じます。新しい技術を使えないと時代についていけないと思われる風潮があり、窮屈に感じることがあります。

-まとめ-

おうち時間を楽しむのが、

2030年の A Better Life

く研：お家時間を楽しむようになっていることを感じました。今までは、寛ぐことが家の中心機能でしたが、「楽しむ時間と空間」がマストになっていくことを感じました。これには、コロナ禍の影響もあると思いますが、今後も続きそうですか？

美都：コロナ禍以降、外で遊んでいた子もお家時間を楽しむようになり、インドアとアウトドアをうまく使い分けることが自然になっていますね。

みのり：お家時間の価値観が変わりました。「意外と家って楽しい！お家がめっちゃ好きになった！」という子が周りに増えました。

これからも、変わらないと思います。

小々馬：家時間に、オン（仕事）とオフ（寛ぎ）そして、ファン（楽しみ）の要素が加わり始めていることがわかりました。パナソニックの皆様、ありがとうございました！

パナソニック株式会社 LS社 くらし・空間コンセプト研究所 生活調査研究部 未来生活研究課 のご紹介

会社にずっといると、顧客のほしいものではなく、今できることが前提となってしまうますが、顧客のニーズは大きく変化していきます。

くらし・空間コンセプト研究所では、ひと・くらし研究で、将来の生活者変化と既存延長での商品の変化とのギャップを発見し、そこから商品戦略を提案することを活動の中核にしています。

私たちが所属している未来生活研究課では、ひと・くらし研究として、10年後の有望顧客となるZ世代、プレシニアの価値観変化や年代特性の調査、コロナによってくらしがどのように変わるかの調査を実施しています。



ワークショップ・テレワークの風景

Z世代が描く 2030年の働きがい



大学生が、現在イメージしている
将来の働き方、働きがいについてレポートします。

Z世代が理想とする働き方は？

大切なことは？

**プライベートの時間を重視して働きたい！
終身雇用は理想だけど、
ミスマッチを感じたら離職する！**

Q | あなたは、下記の事柄に関して、どのくらい「大切だ」と考えていますか。
それぞれ 最もあてはまる回答を選んでください。《各単一回答》

N=1,073

	全体	東京	大阪	九州
1. 休憩がとりやすいこと	52.7%	50.1	53.6	57.7
2. ワークライフバランスが確保できること	50.0%	49.5	49.2	54.4
3. 定時に帰宅できること	45.5%	43.2	45.1	53.7

トップ3は「休憩がとりやすいこと」「ワークライフバランスが確保できること」「定時に帰宅できること」で、プライベートの時間を重視する意識が高いことが明快に現れました。順位にエリア差はみられませんが、九州エリアでは各項目ともにスコアが高くなっています。

Q | あなたは、将来の働き方に関して、どのようなイメージを持っていますか。
将来の選択肢に入るとするか、あてはまる回答をいくつでも選んでください。《複数回答》

	全体	東京	大阪	九州
1. ずっと同じ会社に勤務する	45.1%	45.4	43.1	50.3
2. ミスマッチを感じたら離職する	40.4%	40.2	41.8	36.2
3. 正社員にこだわり働く	25.2%	24.7	24.0	23.5

全体の約4割で **終身雇用の意識が高い**ことが示された一方で「**ミスマッチを感じたら離職する**」の回答も同様に高数値で、自分に合った働き方、職場を探索したい思いの強さが確認できました。また、「**正社員にこだわり働く**」は全体の1/4ですが安定収入を確保し働きたい思いがみられます。



トップ3の順位がエリア差なく同じであることに驚きました。私もプライベートの時間を大切にしたいので「ワークライフバランスが確保できること」「定時に帰宅できること」を大切に考えています。また、正規雇用で安定した働き方をしたいとも思っています。会社と自分の“思い”が合っているかは、その会社で働く理由になるのでとても大切です。

青木 美都（3年生）

Z世代が会社を選ぶ理由は？

Z世代が大切と思うことは？

どんな価値観の人と一緒に働くのか、
人間関係や職場の雰囲気が大切！

Q | あなたは、下記の事柄に関して、どのくらい「大切だ」と考えていますか。
それぞれ 最もあてはまる回答を選んでください。《各単一回答》
「たいへんそう思う」の回答スコア

N=1,073

1. 人間関係が良く雰囲気が良いこと	62.8%
2. 社員を大切にすること	58.8%
3. 休憩がとりやすいこと	52.7%
4. 性別による仕事の役割や昇進に差のないこと	52.3%
5. 将来の安定性	50.2%
6. ワークライフバランスが確保できること	50.0%
7. 自分のやりたいことができること	49.1%
8. 自由に意見を言えること	49.1%
9. 給料が高いこと	46.6%
10. 定時に帰宅できること	45.5%

会社（働く環境）選択の際に最も大切なこととして全体の約6割の学生が「人間関係が良く雰囲気が良いこと」「社員を大切にすること」と回答しています。他に全体の半数が回答している項目は「休憩がとりやすいこと」「性別による仕事の役割や昇進に差のないこと」「将来の安定性」「ワークライフバランスが確保できること」と、前頁の「理想の働き方」に関する項目が並びます。「給料が高いこと」も、5割近くの学生が大切と回答していますが、人間関係と社風に相対して重要度が低いことがわかります。

次ページから「働く環境の重要度」
について、さらに詳しく「会社について」
「仕事内容」「環境・人間関係」「勤務
形態と働き方」「待遇」の5つのテーマに
分けて報告します。



自分が会社選択の時に重視することも給与よりも職場環境です。
給与が良いことは重要ですが、人間関係や雰囲気が悪い職場では、
働くモチベーションに悪影響があり仕事のパフォーマンスにもつな
がっていくと考えます。

池田 悠人（3年生）



働く環境の重要度 | テーマ別

会社について

会社の知名度・規模よりも、企業理念への共感
社会に貢献していることは前提。

Q | あなたは、下記の事柄に関して、どのくらい「大切だ」と考えていますか。
それぞれ 最もあてはまる回答を選んでください。《各単一回答》

「たいへんそう思う」の回答スコア

N=1,073

1. 将来の安定性	50.2%
2. 将来の成長性	38.0%
3. 企業理念や企業姿勢に共感できること	29.5%
4. 社会に貢献していること	28.0%
5. SDGsに取り組んでいること	20.2%
6. 社会的地位が高いこと	19.4%
7. 会社の規模が大きいこと	17.8%
8. 社員食堂が充実していること	17.5%
9. 会社の知名度（有名であること）	15.9%

知名度や社会的地位・会社の規模など、周りからどう見られるかで会社を選ぶよりも、安定性・成長性と企業理念・社会貢献など、その**会社がどのような考えを持ち事業に取り組んでいるのかの姿勢（スタンス）**を重視していることがわかります。大学生は、SDGsに関して考える機会が増えていますので、**社会貢献は会社を選ぶ際の前提**になってきていると感じます。

仕事内容

やりたいことを仕事にしたい
スキルを高められる成長できる環境を希望。

1. 自分のやりたいことができること	49.1%
2. 自分のスキルや技術が高められること	39.7%
3. 自分の専門知識や能力がいかせること	39.6%
3. 自分の成長をサポートしてくれること	39.6%
5. 志望する職種・部署に配属されること	25.3%

仕事に苦のイメージを持つ学生も多く、自分がやりたいことを仕事にすることで仕事のイメージをプラスに変えたい気持ちがあります。自分のスキルとのマッチングが高く成長できる環境を意識していて、自分のスキルを高められ、成長をサポートしてくれる職場環境を望んでいます。質問には「**英会話や資格取得のための教育制度**」の項目もありましたが、20.7%と2割程度に止まりました。ジェネラルな資格よりも、専門スキルを身につけて成長し社会の役に立ちたいという思いが背景にあると考えます。

環境・人間関係

会社の知名度・規模よりも、企業理念への共感
社会に貢献していることは前提。

N=1,073

1. 人間関係が良く雰囲気が良いこと	62.8%
2. 社員を大切にすること	58.8%
3. 性別による仕事の役割や昇進に差のないこと	52.3%
4. 自由に意見を言えること	49.1%
5. 清潔なトイレがあること	43.5%
6. 国籍やジェンダーの多様性がある。認められている	39.8%
7. 通勤時間が短いこと	34.6%
8. 勤務先・オフィスの立地場所	32.0%
9. 同じ世代の人が多くいること	26.5%
10. IT環境が整っていること	26.0%

上位3項目は過半数の回答があります。「自由に意見を言えること」「同じ世代の人が多くいること」は自由闊達な社風という点でつながっていると思われます。「通勤時間が短いこと」「勤務先の立地場所」「清潔なトイレ」「IT環境が整っていること」にはコロナ禍によるリモートワークや働き方の変容の影響が伺えます。

勤務形態と働き方

自分のスキルとマッチングが高く
成長できる環境を希望する。



1. 休憩がとりやすいこと	52.7%
2. ワークライフバランスが確保できること	50.0%
3. 定時に帰宅できること	45.5%
4. フレックス制度など勤務時間が柔軟であること	34.9%
5. 健康を維持する活動のサポートがあること	31.9%
6. 転勤がないこと	29.8%
7. 自由な服装で勤務できること	26.0%
8. ワークেশョンなど自由な場所で勤務できること	25.2%
9. 自宅でリモートワークできること	25.1%

勤務形態では、この章の冒頭に報告した「プライベート時間の重視」の背景が見て取れます。Z世代は働き方が変革していく中で、将来の仕事と家事・子育て・介護などを両立することを性差なく意識し始めています。プライベートな時間は自分の趣味のための時間だけではありません。仕事よりも家族と過ごす時間を優先したい思いは上の世代よりも強くなっています。

待遇

給料の高さだけでなく、福利厚生も手厚く！

1. 給料が高いこと	46.6%	N=1,073
2. 努力次第で昇進できること	44.2%	
3. 住宅手当や食費の援助があること	30.8%	
4. 住宅や独身寮の福利厚生施設があること	30.4%	
5. 保養施設がある、または、利用料補助がある	24.5%	

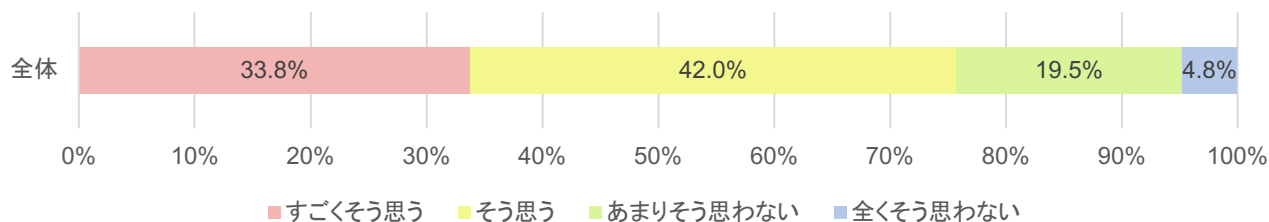
「給料が高いこと」の回答は約半数。次いで「住宅手当や食費の援助・福利厚生施設があること」も約3割で、給与そのもの（基本給）だけでなく、諸手当と福利厚生を含めた要件を働く環境選びの条件として意識していることがわかります。

若者マーケティング研究機関「SHIBUYA109 lab.」が、15～24歳を対象に行った「若者のお金に対する意識・実態」調査では、「むやみな浪費は悪」という価値観を持っていて、お金は極力無駄遣いせずに貯めておきたいと考える若者が70%以上にものぼることがわかります。給与（手取りの金額）だけでなく、諸手当や福利厚生が充実していることで出費を抑えられることも考慮して、将来の生活に対する経済的不安から少しでも解放されたいと感じていると推測できます。

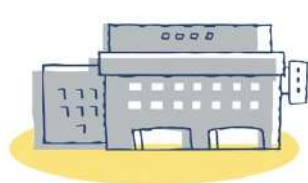
n=400

(男性:200/女性:200)

Q | お金は無駄遣いせずに、貯めておきたい



引用:株式会社SHIBUYA109エンタテインメント SHIBUYA109 lab.「若者のお金に対する意識・実態」
<https://prtimes.jp/main/html/rd/amp/p/000000101.000033586.html> (2021/8/26参照)



周りの友達に聞いても、会社選びでは知名度や規模よりも安定性や理念に共感できること、社会に貢献していることを重視しています。大学の授業でSDGsについて学んでから、社会課題にしっかりと取り組んでいる会社を魅力に感じるようになりました。就活の際にブラック企業の話聞きます。給与だけでなく社風や福利厚生の良い企業に就職したいと考える学生が多いと感じていて、年金問題にも不安を感じているため給料は高く、効率的に貯蓄できる環境で人生100年時代に備えたいと考えます。

進藤 ほのか (3年生)

Z世代が支持する雇用形態は、 [ジョブ型] それとも [メンバーシップ型]

ジョブ型：いずれでも良い/わからない：**メンバーシップ型**
5 : 3 : 2

Q | 「ジョブ型」と「メンバーシップ型」の雇用形態、あなたは、どちらの考え方に共感しますか。《単一回答》

N=1,073

ジョブ型
全体 52.7%

男子 52.8%
女子 52.7%

1年生 60.6%
2年生 54.4%
3年生 49.3%
4年生 47.1%

ジョブ型雇用		メンバーシップ型雇用
仕事に人を割り当てる	基本方針	先に人を採用し仕事を割り当てる
自分が決めて会社と合意する	勤務地 勤務時間	会社が一律で決める
専門性と成果により報酬が決まる	評価・待遇	年功序列 定期昇給
職務記述書によってあらかじめ確認する	職務条件	会社が配属異動や転勤を命じることができる
専門的スキルや能力を重視	採用	社風にマッチングする人柄を重視

全体
いずれでも良い 12.4%
わからない 15.6%



メンバーシップ型
全体 19.3%

男子 18.2%
女子 20.1%

1年生 16.3%
2年生 16.0%
3年生 21.0%
4年生 23.7%

上記の図表を示し「ジョブ型」「メンバーシップ型」のどちらの考え方に共感するかを質問した結果、「ジョブ型」が約5割、「メンバーシップ型」が約2割と、**ジョブ型志向が強い結果**となりました。

男女差は見られませんが、学年別で見ると、**高学年になるほどジョブ型のスコアが低くなり、メンバーシップ型のスコアが高くなる**ことが見て取れます。就職活動が近づくにつれて、ジョブ型雇用に対して自分の専門性が伴っていないと自信がなくなること、実際にジョブ型採用を導入している会社がまだ少ないことが影響していると考えます。

前術の通り、**会社選びの重点は「人間関係や社風」**にありますので、メンバーシップ型を心地良いと思いつつ（押付け的な仲間意識は避けたい）も、入社後の将来には、雇用形態や人事考課が、ジョブ型にシフトしていくことを見据えているので専門性を持ったキャリア志向が強まっていくと考えます。

Z世代が [ジョブ型]を支持する思い

男女別に見てみると・・・

自由回答から抜粋



男子 : 52.8%

年功序列・定期昇給の考え方は古い！

実力主義だから！

やりたいことをやりたい！

全体的に自信や向上心からの共感が多い。エリア別では、**東京の男子**は「勤務時間を決められる」「楽しそうだから」「自由があるから」など印象から回答している傾向が見られた。**大阪の男子**は「年功序列・定期昇給の考え方は古い」「専門職に就こうと考えているから」「自分の持っている力によって会社を選べるし給料も自分に合った分もらえるから」とジョブ型雇用に関して理解し就職についてしっかりと考えていることがわかります。**九州の男子**は「自分の意見を尊重してもらっているという感じがする」「自分の成果が評価がちゃんと反映されそうだから」との回答が多く、イメージで回答しているところはあるが、自分の意見や成果などを認めてもらいたい意識が強いことが推測されます。



女子 : 52.7%

実力を評価してもらえる！

自分を活かした仕事がしたい！

若い世代にあっている！

東京の女子は「実力を強化してもらえる」、**大阪の女子**は「個人の能力によって報酬や仕事内容が決められるから」、**九州の女子**は「能力・努力・成果によって昇進・昇給するから」のコメントが、それぞれ最も多かったが、いずれも、**自分を評価してもらいたい意識**が共通して見られました。

また、東京は「自分に向いた仕事がしたい」が3位、九州は「自分の能力を活かすことができると思ったから」が1位であり、**自分の能力を活かした働き方をしたい**という傾向がみられました。

東京では「自分で決めることができるから」が2位、九州では「勤務地、勤務時間を自分で決められるから共感した」が3位になっており、**自分で決めたい意思が強い**ことが分かりました。



ジョブ型は労働時間ではなく成果で評価するため、自分の実力に自信がある人に向いていると感じました。楽観的に考えてジョブ型を選ぶのはリスクがあると感じます。自分には何が向いているのかスキルを見定めてから、ジョブ型の会社で能力を高めていく方法がいいと思いました

進藤 ほのか（3年生）

Z世代が [メンバーシップ型]を支持する思い

自由回答から抜粋



男子 : 18.2%

その人に合った仕事ができる！

安定感がある！

終身雇用がいい！

どの地域でも、終身雇用の安定性を支持するコメントが多かった。コメントからは、会社がその人にあった仕事を割り当てるだろうから、今まで自分で気づけなかった才能を発見できそうという期待感があることもわかりました。

メンバーシップ型に共感する男子大学生は、職を失う可能性が低いことや年齢に応じて収入が上がっていくことを期待し安定感を求めて支持しています。ジョブ型は個人戦のイメージがあり、競争を苦手としている学生はメンバーシップ型を志向する傾向にあると感じます。また、「自分でモノを決められないから」「人から仕事を与えてもらう方が楽だから」というコメントも多く見られました。



女子 : 20.1%

ジョブ型でやっていける気がしない

安定している！

人柄を重視してくれる！

東京、大阪、九州に共通しているコメントは「安定している」こと。ジョブ型は成果に応じた報酬で収入が安定しない印象で不安に感じています。また、次に多かったコメントは「人柄を重視してくれる」ということでした。専門的知識ではなく、自分の人柄を評価してもらえるのがメンバーシップの良さと考えられています。以上のように、ジョブ型に対する不安からメンバーシップ型を支持している学生が多いと見られます。

私はジョブ型が良いと考えていましたがコメントを見て、こういう考え方もあるんだと感ずることが出来ました。終身雇用制や年功序列から安定感を求めていたり、全てを会社側が決めてくれることに対しての有難さなどメリットがあることがわかりました。また、自分で探さずとも自分に合った仕事を与えてもらえたり、自分の新たな才能に気づける可能性があることもメンバーシップ型の魅力のひとつであると再認識しました。

大場 友梨香 (3年生)



Z世代が想像する将来の働き方

どんなスタイルで働くイメージある？

正社員がいいけれど、環境次第で転職も！

ずっと同じ
会社に勤務する
45.1%

*九州エリア男性 61.4%

ミスマッチを
感じたら離職する
39.7%

N=1,073

Q | あなたは、将来の働き方に関して、どのようなイメージを持っていますか。
将来の選択肢に入ると思うか、あてはまる回答をいくつでも選んでください。《複数回答》

- 正社員にこだわり働く 24.2%
- 積極的に転職してキャリアを積む 18.6%
- 副業をする・マルチワーカーとして働く 16.2%
- 公務員として働く 15.7%
- 雇用形態を気にせず自由に働く 14.8%
- 自分や仲間と会社を立ち上げる（起業する） 11.5%
- フリーランス（個人事業主）として働く 10.4%
- アルバイト・パートとして働く 5.4%
- ギグワーカー（単発の仕事）として働く 2.1%
- **働くつもりがない 3.4%**

将来の働き方・スタイルに関して聞きました。「正社員にこだわり働く」の回答は全体の4/1（24.2%）で、想定よりも低い数値でした。「積極的に転職してキャリアを積む」も2割程度（18.6%）で、正社員の安定性を望みながらも、「ミスマッチを感じたら離職する」が4割（39.6%）で、自分に適した環境を求めて様々な会社、働くスタイルを探求することが進んでいくと感じられます。

アルバイトやギグワーカーなど時給で報酬を得る働き方のスコアは10%未満ですが、フリーランス（個人事業主）、雇用形態を気にせず自由に働く、マルチワーカーとして働くことは、10-20%で、将来の選択肢として想像の範囲であると思われます。



Z世代の働きがいをもとめると、 ウェルビーイングと利他の思い

好きなこと、得意なことを発揮して誰かの役に立ちたい。
充実感を感じ成果に見合った報酬を得たい！

N=1,073

- | | |
|---------------------------|-------------|
| 1. 自分の好きなことを仕事に活かしたい | 57.8% |
| 2. 自分の得意なことを仕事に活かしたい | 57.1% |
| 3. 給料をたくさんもらいたい | 54.9% |
| 4. 仕事を通じて誰かの役に立ちたい | 41.9% |
| 5. 仕事を通じて自分を成長させたい | 35.1% |
| 6. 仕事を通じて生活の充実感を実感したい | 33.6% |
| 7. 社会に貢献できる仕事をしたい | 32.6% |
| 8. 仕事を通じて自分の世界（観）を広げたい | 29.6% |
| 9. どれだけ成果を上げたかで収入が上がって欲しい | 26.2% |
| 10. お金のためというより楽しいから働きたい | 22.9% |
| 11. 成果を上げて上司に褒められたい | 22.1% |
| 12. 年齢に応じて昇進給与が高くなってほしい | 19.6% |
| 13. どれだけ成果を上げたかで昇進したい | 18.2% |
| 仕事に「働きがい」を期待していない | 5.6% |

自分の好きなこと、得意なことを仕事に活かしたいという回答が全体の6割近くあります。好きなことであれば、仕事を苦に感じることなく楽しく働けるという期待もあるが、同時に好きなことや得意なことを通して誰かの役に立ちたいという思いが重なっていると考えます。それは「**仕事を通じて誰かの役に立ちたい**（41.9%）」「**社会に貢献できる仕事をしたい**（32.6%）」の項目のスコアの大きさから推定できます。現在は、ダンサー、ラッパー、YouTuberなど多様な働き方の選択肢が増えていますので、好きなことを仕事にしたいという夢を持ちやすく、叶えやすい環境になっています。このことが、好きなこと・得意なことを仕事で発揮したいという思いにつながっていると感じます。

まとめると「**社会の中で誰かの役に立ち、自分らしくあることを実感したい**」ウェルビーイングと利他の思いと一致していると考えます。

私の周りでも、好きなことを仕事に活かしたいと考える友人が多くいます。私は働くことに関してマイナスなイメージを持っていて、今のアルバイトにも気分が下がることが多いのですが、今回の回答を見て好きなことや得意なことで仕事にプラスな気持ちを持ち楽しみたいと感じました。仕事のストレスで追い込まれたりせずに、ポジティブに楽しめる世の中になれば良いと思います。

大場 友梨香（3年生）



OBOG対談①『2030年の働きがい』

コロナ禍によりテレワークが社会に浸透しているように環境や社会の変化により、働き方が変化していきます。そこで、現役生（2年生と3年生）と2020年代に大学を卒業し社会で活躍されている小々馬ゼミの卒業生・先輩方と、未来の働き方についてダイアログしました。

参加いただいた先輩方（敬称略）

小林将也

2020年卒業
4期生・入社2年目

NewsPicksに新卒
入社 グロースや
事業開発を担当



伊達京佑

2020年卒業
4期生・入社2年目

新卒でSEとして就職
現在エンジニアの
いろはを学習中



榎本亜由美

2021年卒業
5期生

大学卒業後、
専門学校でグラ
フィック・エデ
ィトリアルデザ
インを勉強中



美都（3年生）：はじめに現役生から理想の働き方についてお話しさせていただきます。

私は終身雇用で長く働き成長していけたら良いなと思っています。でも、仕事内容が自分のやりたいことと合わなくなったら転職します。自分の好きを大切にしたいです。進みたい業界が決まっているので、現在はその業界を中心に就職活動をしています。

星翔（2年生）：安定した収入を手に入れたいです。そして、会社で良い人間関係を築きたいです。人間関係がぎくしゃくするとその場を離れたいと思ってしまうたちなので人間関係を重視して働き方を考えていきたいです。

#トレンドのジョブ型雇用って？

伊達さん：ニュースでこれからの働き方はジョブ型雇用へ変化するとか、同じスキルで何十年ずっと働くのではなく、プロジェクト単位で契約をするということを聞きますが、このような進み方は、Z世代の思いとは逆な進み方をしているという理解は合っていますか？

美都：そうですね。Z世代でジョブ型雇用を支持する意見は、1・2年生に集中していて、3・4年生になり就活が始まると、自分の専門性に自信をなくしてしまい、メンバーシップ型の方が良いという声が多くなるというのが私の推測です。

伊達さん：就活の時に社会が見え始めて、今の自分の立ち位置も見えて、「やっぱりジョブ型じゃ不安だな」と、メンバーシップ型志向に移るのかな？

美都：はい。私もインターンを探している際に、周りを見るとすごい人が多くいて、今の自分で大丈夫かなと思うこともありますね。

伊達さん：なるほど、僕もメンバーシップ型が良いですね。そもそも、そこまでハードに働きたくないと思っているので。自分から仕事を取りに行かなければならない印象があるジョブ型だと自分に合わないかなと思っていて、メンバーシップ型を希望しますね。

#スキルの身に付け方が課題

小林さん：僕はジョブ型派ですね。企業でジョブ型が結構進んでいるという実感があり、NewsPicksで昨年“JobPicks”というジョブ型雇用について取り上げるメディアを立ち上げる際に、いろいろな会社の人事の方とお話しできました。そこでは、社会のトレンドは完全にジョブ型に転換をし始めていて、終身雇用はもう崩壊していると感じました。自分はジョブ型の方が働きやすく、自分のプロフェッショナルを持った方が報酬も高く好きな仕事と働き方ができると思うのですが、現実問題としては、スキルをどうやって身に付けるのかは課題として残っていくと思いました。

星翔：僕はジョブ型で自分のできることをやっていきたいと思っていましたが、お話を伺って、自分から仕事を取りにいかねばならない働き方と会社から指示をもらって働くことの違いは考えどころだなと思いました。

#リモートワークは続くの？

美都：リモートワークは今後も浸透していくのではないかと考えていて、私は、週3出勤して週2は自宅ワークをイメージしています。

あゆみさん：私的にはリモートワークの会社に行きたいという思いはあんまりなくて、どちらでも大丈夫です。家だと仕事できない人もいれば、家が快適な人もいて、家の環境を整えようという人、そこまでしなくても会社に行けばいいのと思う人もいますので、人それぞれの選択かと。

小林さん：伊達ちゃんほどのくらいの頻度で会社に行くの？

伊達さん：月1も行かないかな、呼ばれなければ会社に行かないですね。

小林さん：僕の会社はフルリモートなので、いま京都に住んでいて会社は東京なんです。もう1-2年オフィスに行かない働き方をしていますけれど、社内には5%くらいですが、オフィスが好きって人がいる気がします。色々な会社を見ていてオフィスのあり方が変わってきているなって気がしていて、オフィスは、個々人の作業スペースを作るよりも、会話してコラボレーションできる空間を作ろうという風潮に変わってきていると感じます。

#リモートワークで

不安やストレスがたまる！

美都：リモートワークしていて、苦労されていることありますか？

伊達さん：メリハリがつかなくなっていくます。ワークとライフの境目が、あやふやになっていきますね。

小林さん：人間関係はどうですか？

伊達さん：人間関係は、もう育たないと思っています。

小林さん：人間関係の問題は辛そう？

伊達さん：僕は面倒くさいこともあるだろうけれど出勤した方が人間関係が育つと思います。家でひとりでオンラインミーティングに参加していると孤独を感じますね。職業がSEだし、まだ歴が浅いのでエラーの発生など自分で対処できないことが起こるとすごく不安になるし、これなんですかっていう質問メッセージへの返信が遅いとすごいストレス感じますね。今は、出勤できたら良いなと思っています。あゆみは？仕事の内容で分からないこととかあっても対処できてるの？



あゆみさん：私、デザインの仕事をしていますのですが、正直、自分で解決できないことは特にはないですね。だから家でいいし、会社に行く理由がないです。あと、デザイン業界は世の中の働く流れにのってリモートワークが増えることはない感じがします。デザイン事務所は、どこもオフィスがおしゃれで会社感がないので会社に行くのが嫌だな、めんどくさいなっていうのはないですね。

#顔を合わせないと、

相手との距離感がつかめない！

美都：星翔は、去年入学した時からコロナ禍でリモート授業が続いていたけれど、人間関係で苦労した？

星翔：そうですね。なかなか友人間関係が広がらなかったですね。入学後授業はずっとフルリモートで誰も知らない環境でした。数ヶ月してサークルやゼミで顔合わせができるようになり、やっと人間関係がつくれましたが、やはり顔を合わせることは大事と感じました。



青木美都
3年生
7期生

終身雇用で同じ会社で長く働きたい。やりたいことが合わなかったら転職を検討する。



小澤星翔
2年生
8期生

安定した収入得たい。良い人間関係が築くことができる会社で働きたい。



伊達さん：ZOOMとかで、顔合わせはなかったの？

星翔：ブレイクアウトルームで授業中に話したりとかはあるんですけど、初対面の場がZOOMだと、こんなこと聞いていいのかとか、距離感が使みづらいついていうのがありました。

伊達さん：なるほど。じゃあ人間関係を作るのであればリアルの方が良いと思ってる？

星翔：はい、そうですね！

#働く時間

美都：働く時間に関してですが、プライベートと仕事を両立させたい、プライベートを重視したい傾向が強いのがZ世代の特徴だと思います。私もプライベート重視で、できれば仕事は定時に終業して自分の時間を大切にしたい意識があります。先輩方はいかがですか？

あゆみさん：自分の好きなことを仕事にしているので、何時間仕事をしていても、そんなに苦ではないですね。仕事と趣味の時間をしっかりと分けたいとも思っていないですね。

伊達さんはどうですか？

伊達さん：定時修業だけど、作業の締め切り期限があつて終わらないとか、きりが悪いとかで定時を超えて作業することもあるし、個人的にエラーの解消方法をみつけないと思うと残業になるけど自主的に作業しています。

小林さん：月どれくらい残業してる？

伊達さん：10～15時間くらいかな。これから作業がもっと重くなっていくと増えていくだろうし、軽くなったらなくなるだろうし、作業によります。

#フルフレックス制度ってどう？

小林さん：僕の会社はフルフレックス制度で月に決めた目標だったり、四半期ごとの決めた目標を達成していれば、働く時間は何時間でも良いよ、だけど、これ以上の時間は働いちゃダメという制度です。平日にサウナに行きたいと思ったら行けるような自由な感覚で働いているので、そこは、すごく良いなと思っています。

星翔：フルフレックス制度って、すごいですね！自分で働く時間を決められるのは良いことですし、今後就く職業に拠って働く時間の条件が変わるだろうから、働く環境をしっかりと考えて会社を選択しなければと思いました。

#感想

美都：先輩方、ありがとうございます。星翔くん、先輩方のお話を聞いて将来、自分はこういう働き方をしたいなってイメージが湧いてきたかな？

星翔：考えていたよりも、リモートワークが浸透していると知り、今後も主流な働き方になっていくのではないかと感じました。一方で、リモートワークのみで人間関係を形成するのは難しい懸念があります。今後は、そのような課題をどのように改善して、より良い働き方を実現していけるのかが気になりました。

美都：今後は、ジョブ型雇用が主流になっていくので、自分の強みとスキルを付けることの必要性が大きくなっていくと実感しました。業界や職種によってワークライフバランスや1日の過ごした方が大きく変わっていくと思われるので、自分の好きややりがいを感じられる仕事を選ぶことが重要だと思いました。

フルフレックス制度のように、企業が社員のためにつくる制度も今後多様に増えていくのではないかと期待も持ちました。先輩方、学生の私たちでは、まだ想像できない社会のリアルな情報を教えていただきありがとうございます！



OBOG対談②『2030年の働きがい』

ジョブ型とメンバーシップ型の働き方、ワークライフバランス・・・

Z世代は、キャリアに関してどのように考えているのか？

社会で活躍している卒業生の方々と現役生（2・3・4年生）でダイアログしました。

**理想はジョブ型で、
現実にはメンバーシップ型？**

池田（3年）：ジョブ型は自分のやりたいことができるイメージがあり、やりがいがあると感じます。一方で、自分で仕事を取りに行く分、仕事が見つからないのではないかとという怖さもあり、2年生の時は絶対ジョブ型と思っていたのですが、3年生になって就活を始めてメンバーシップ型の方が安定していて人間性を見てくれると聞いて魅力的と感じ始めています。

内野（2年）：イメージなんですけど、ジョブ型はカッコいいなって思っていて、自分の得意なことを仕事にできるのはすごいと感じています。でも、自分が就職するとすると自分には突出したスキルがないと思っているので安定しているメンバーシップ型の方が良いかなと感じます。スキルがあればジョブ型がいいけど、今の時点ではないのでメンバーシップ型の方が良いかなと思っています。

長谷川（2年）：私は最初はメンバーシップで雇用してもらい、ジョブ型で転職したいと思っています。今はスキルがないからまずは、メンバーシップでスキルを身に付けて、そのスキルでジョブ型の仕事をしたい。それが両方のメリット・デメリットを見て思ったことです。

**メンバーシップの良さは育ててくれること。
学生でもスキルはきっとあるから、
ジョブ型でもいけるはず！**

矢口（4年）：就活を経験して思ったことなんですけど、日本の就活はメンバーシップ型に寄っている印象で、世界で稀な新卒生が活きる雇用の方だと思っています。ノースキルでも自分の見せ方次第で人間性を評価してくれて、手塩をかけて育ててくれるのは日本企業の好きな所だし、スキルがない自分にはとてもありがたかったと思っています。と思いつつ、小々馬ゼミのみんなは、マーケティングの基本スキルがあると思っていて、私も自己肯定感が高いほうなので、今の私にもスキルあるでしょと思って、産学協同プロジェクトで、ひとつ一つ学んで積み重ねたことをインターン先でも実践できていました。だから、ジョブ型でもできることはあるなって感じています。

今、思うことは、私たちが大学1年生の時から、これから企業はジョブ型で採用しますって、はっきりと言って欲しかったこと。就活の終盤でジョブ型がいいなって思ったのは、バリキャリアというか上の方で活躍している人はジョブ型の形で働いている人が多いし、高度な思考回路を持っていて、どんどんレベルアップしていくイメージがあります。みんなができるとは思わないけれど、ジョブ型で仕事したらすごいスキルが発展するのかなと思う。それを就活終わってから感じています。

**ジョブ型で新卒入社するって、
こんな感じ？**

齊藤：みんなにとっては、小々馬ゼミにいれば付くるスキルの一つに、若年層マーケティングがあって、ゼミ活動で企業の方々にご指導いただきながら関連する様々な技術や知識が自然と身に付いていきます。私の場合はそれがすごい売り（スキル）で×広告、PR、SNSのテーマが好きで、この領域を伸ばせそうって思った。若年層マーケティングとPR SNSのスキルを養っていますと言うと、学生時代から企業からお仕事をいただくことができました。新卒入社という形で会社を選びましたが、それは、社会人としての教養を身に付けたと思ったからです。こういう人にはこういう対応がいいとかを身に付けられる面では、メンバーシップ型もいいなって思いました。結果、自分が志望していた広報PRの部署に配属してもらえたから、これってジョブ型入社なのかも？文系の学生にとってのジョブ型雇用って、大学で専門研究していたことを評価してもらえて希望部署に配属される。こんな感じなのではないかな。今は、仕事が楽しくて、このままずっとこの会社にいたいなと思ったらそうするし、広報の能力やスキルをもっと伸ばしたいと願い、別の会社に機会を求めるときと思ったら転職する選択は良いことだと思います。



斎藤有紗
2021年卒
5期生
入社1年間



能味勇仁
2021年卒
5期生
入社1年目



矢口真優
4年生
6期生
就活終了



池田悠人
3年生
7期生
就活中



内野菜々美
2年生
8期生



長谷川香乃
2年生
8期生

メンバーシップ型から始めて スキルを持ってジョブ型へ移るのは？

齊藤：メンバーシップ型には給料の面で限界を感じます。この会社にいたらこれぐらいの給与とわかるじゃないですか。海外だったらこの仕事内容だったらこの給与ですと条件交渉していると思うから。今はそこまで給与にこだわっていないけれど、これからはジョブ型で自分のスキルや能力にあった給与を求めてキャリアアップするのはあり！と考えている。

池田：ジョブ型だと今の大学生上がりだと難しいですか？

齊藤：うーんそうだね。私は、一度会社に入って社会人としての箔をつけたかった。ある程度知られている会社でこういうプロジェクトを担当したんですという実績を持ってスキルに関する社会的な信用を得て、次の仕事を選択するイメージかな。

能味：俺は一年くらいメンバーシップを経験してからジョブに移る方がいいと思っています。自分も学生時代にインターンでWebのマーケティングをやったり、業務委託でプランニングの仕事をしたりしていましたが、自分のやりたいことと相違があったり分らないことが結構あった。

色々経験する中で「こういうことがやりたかったな」とか「マーケティングでも女性向けのマーケティングの方が面白いと感じた」と色々わかってくるので、最初からスキルを絞るすぎると将来の機会が狭くなるかもと感じる。最初は、メンバーシップで入ってどういう職種があるのか、自分が興味を持っていなかった職種でも配属されて経験積んで、「もしかしら、これやりたいのかも」と思えるようになることも良い流れだと思う。

メンバーシップ型で様々な経験をする ことも重要！

能味：もし、自分が今から大学に入学するとしたら、矢口さんと同じように、最初からジョブ型会社に入れるようにしたいと思うな。マーケティングの職につきたくてメンバーシップ型雇用で入社し他の部署に配属されている間に、興味のあったデザインの仕事が埋まってしまうたり、マーケターは専門家を社外から採用するので社内からはもういらなくなるかもしれないから、最初から自分が興味ある仕事につけるのだったら、早くからインターンに通って専門スキルを身につける方がいいかなって思う。

実は俺、中途採用扱いで入社したんだけど5年、10年マーケの実務をしていたわけではなく俺が中途入社できたのは、専門ゼミでマーケティングを専攻し、インターンでWebのマーケティングやプランニングの経験があったからなので、興味あることは早くから経験して自分の得意にする。なかったら、まずはメンバーシップで就職するっていうのが良いと思う。

ジョブ型はできるのが前提 メンバーシップ型は教えてくれる

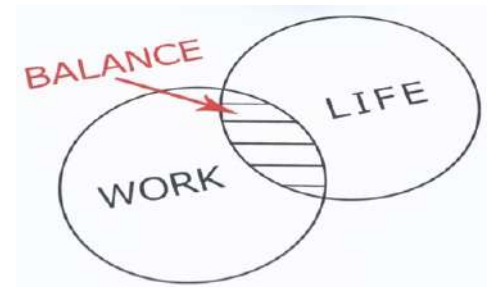
齊藤：たしかに！今の話聞いて思ったんだけど、ジョブ型って「この子もう仕事できるよね」というのが前提だよ。だから、そこでもうある程度評価されちゃうんだよね。「なるほどね。あなたはこのくらいのスキルを持っているのね。じゃあ、それに対してこの報酬でいきましょう。」みたいな感じになるのだけど、メンバーシップの良いところは、もう一度ゼロから新しいスキルを教えてもらえる点があるね。大学時代にSNSやPRの仕事を色々な会社とさせていただいた際に、若年層マーケティングというテーマで「自分のスキルって意外と需要あるな」と感じていたんだけど、会社に入社すると一旦ゼロスタートだから、広報リリースの書き方も一から教えてもらえるんだよね。メンバーシップ型は新たにスキルを加えてもらえるっていう部分でメリットがあるのかなって思いました。

スキルはとにかく身につけておけば いつかは役に立つ！

齊藤：大学の一年生の時からインターンでスキルを身につけるやり方も良いと思うし、入社後にメンバーシップで新しく教えてもらえる環境があるというのもすごくいいよね。

能味：俺、4年の最後の方に半年くらいデザインの学校に通ったんだけど、まさか今になって使えるなんて思わなかったんだけど、今業務でプログラミングも書いてるんだよ、コードを。結局どっかの役に立つ。

齊藤：それね。たしかにそう思うわ。将来の選択肢を広げられるように、スキルは絞るのではなく、広くたくさん身に付けていくのが良いと思う。



池田：ワークライフバランスのテーマに移ります。自分は趣味の時間を大事にしたいと思っています。仕事で時間がフルになるのは嫌です。好きなこと、趣味が仕事になるのは、なんか違う気がすると思うので、趣味と仕事はきっぱり分けて仕事7：趣味3くらいで、ちょっと仕事キツイなって思いつつも趣味があるから頑張れるくらいの気持ちで働ければいいかなと考えています。

齊藤：きっちり分けたい派ってこと？

池田：そうですね。趣味が趣味じゃなくなっちゃういそう。

能見：みんなきっちり分けたい派なの？

齊藤：分けたい派の人～？

しーん……静寂

池田：あ、僕だけなんですね(笑)

今は、ワークライフバランスの境界線が解けているのでは？

長谷川：私は、一番目の趣味は完全に分けて、二番目の趣味を仕事にできたらしいなと思ってます。

能見：一・二番目の趣味って何？(笑)

長谷川：サンリオが大好きで、サンリオの裏側は絶対に知りたくないんです。サンリオには絶対に関わりたくない決めていて、二番目に好きな文房具に関わる仕事ができたらいいなと希望しています。

齊藤：なるほどね。文房具に関わるんだったら、文房具メーカーもありだけど、PRとか広告からも関与する会社があるので、そういう関わり方でもいいよね。就活先を幅広く見るといいよ。視野を狭めると結構、「やばい受からない」ってなる子が多いから、文房具メーカーを見つ関連する会社も見の方が気持ちに余裕ができるよ。って、急なアドバイス(笑)

矢口：めっちゃわかります。好きなアーティストとかも、一つのアーティストが熱愛出ちゃったら心が死んじゃうから。たとえばけどね。

池田：分散した方がいいってことですよね。

矢口：その方が楽しい。この推しの情報をこっちの推しの情報に使えるみたいなのと一緒に、就活もこっちの情報を知ったことで別のアイデアが出たりとか。

私は、趣味と仕事は一緒にしてもいいと思ってる派で、一番がアイドルとかが好きなんだけど、二つ目に好きなことがネットサーフィンとかSNSなので、SNSの仕事に就いたっていうのもありますね。会社は雇う人のプライベートを尊重すべきで、働く人は個人の趣向で選んでもいいかなって思う派です。

矢口：プライベートが楽しいと仕事に活きて思っていて、例えば、SNSがそうで、無意識に見ている情報が、ふと仕事につながり、「この企業がこういうことをしているので取り入れたらどうですか？」と言える瞬間があります。自分を制限しすぎずに、自然に趣味を楽しんでいけば仕事に活きると思うから、会社も社員もお互いを尊重し合うのがすごく大事だと思う。

池田：そちらもいいかなって、今思い始めました。

矢口：だめだめ～！でも、分けた方が心の安定なのは絶対。人間の基礎だから。

池田：一番大事な趣味と他の趣味を分けようと思いましたね。

齊藤：かのちゃんに、教わったやつね。

楽しいことは仕事にもつながる

齊藤：大学時代は楽しいな、好きだなんて思うことがだんだん得意分野になっていって。SNS見てて楽しいなって感じて、それをちょっといじったら得意になってそれを活かしてたって感じるから、私は分けていないのかなって思う。例えばテレビとかSNSとかで見たことをなんかこれ使えそうだなと会社で発言したりして、趣味と仕事を分けないで考えているかもしれないです。

池田：確かに、好きなことを仕事にしちゃえば、仕事が嫌になることが少ないってことですよね。

好きなことを仕事にすることは「コスパ」が良い

齊藤：モチベが保てるんだよね。

矢口：コスパがいい！

齊藤：そうなの。コスパがいい！

能味：辛くならないもんね。

俺も仕事と趣味を分けないかな。

齊藤：好きなことやってるよね。

スキの延長線上に仕事がある！

能味：本当にそう。俺はマーケティングが面白いなって思っていて。ターゲットには何が刺さってて戦略を立てて考えていくのが好きで楽しいと感じる。だから、仕事をしていない時も、このコンテンツを出したらどうなるかなとか頭の中で勝手に考えちゃうし、ニュースを見ても、これ、どうなるのかなって思っている。

それって、嫌なことじゃなくて、無理に分けようとしなくていいと思うし、分けるか分けないかってよりも、ワークとライフのバランスは、自然に境界線がなくなってきたり考えるとすんなりいくなかった。



齊藤：今の時代は、なんでも作れるし、なんでも個人商店みたいな感じでできるじゃない。たぶん10年前だったら考えられなかったこと。それができるようになったから、どんどん境界線がなくなってきたよね。

能味：しかも、マーケティングは、消費者がどう感じるのかとかターゲットがどう思うのかを考えながら仕事にしていけるから、自分たちも、一消費者として、同じ目線に立って考えるから、逆に分ける方が難しいかなって思う。

自分の好きを仕事にできる時代だからこそ、境界線を引かなくていい

齊藤：池田君は何を志望しているの？

池田：サッカーが好きなんです。仕事にしたいとは思わないで、今は広告とかデザインが面白いなって思っています。絵を描くのが好きなので、どういう風な絵の方がいいんだろうと考えていることは多いので、先輩に話を伺うと、自分の好きなことを仕事にしようとしていたのになって思いました。

矢口：わかる。話してて気づくよね。

そうやって、先輩や友人とたくさん話したほうがいいよ。私も、書きながら、話しながら気づいたことがいっぱいある。それでいいと思う。ひたすらPinterest見な！

能味：でも、難しいのが、長谷川さんが言っていたように、サンリオが好きだけど、その裏側は知りたくないとか、好きなことが必ずしも仕事に結びつくとは限らない。楽しいかって言われると、そうじゃない場面もあるから難しいと思う。正直。

齊藤：そうだね。大きな枠組みで捉えた方がいいよね。

自分の好きなことがたくさんあるから、その中から、「あっ、なんかこれ、自分の得意分野として活かそう！」みたいに、スキルにできそうなことを高めていくのが良いかもね。

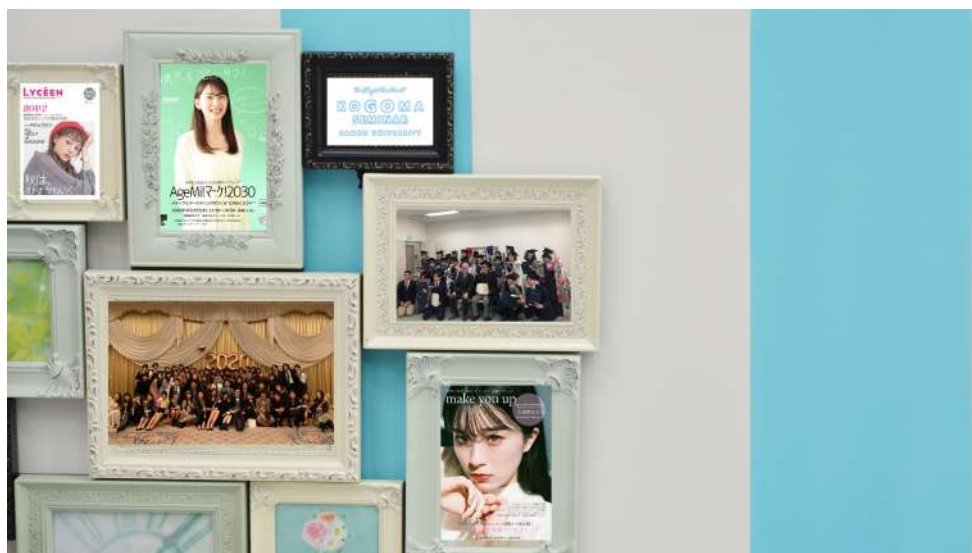
能味：うん。そうだね！

齊藤：小々馬ゼミで企業の方と共同研究する中で、結構、多様な経験ができるから、今までは興味がなかったことに対しても、少しでも面白そう！と思ったら次々にチャレンジしてみるといいよ。自分はこんなのが得意なのかとかかわかってくるとし、周りのゼミ生から自分が得意なことを教えてもらえる。

池田：先輩方、貴重なアドバイスをいただきありがとうございます！
就職、働き方だけでなく、好きなこと・得意なことを、将来どのように活かしていけるか、自分たちの将来の生きがいに関しても考えることができました。

齊藤・能味：

私たちが、それぞれに好きなことを仕事にできて、それが得意なことになることで社会に役に立っていく、「マーケティングで世界をハッピーに！」、ゼミのパーパスを実践していきましょう！



Z世代が描く 2030年の子育てと教育



大学生が、将来自分が家族を持ち親になった時に
どのように子育てをしたいか、
教育をしたいかの意識についてレポートします。

結婚と出産

7割が、将来子供を持ちたいと思っている。

女性 69.9% < 男性 75.8%
できれば、28歳までに結婚したい！



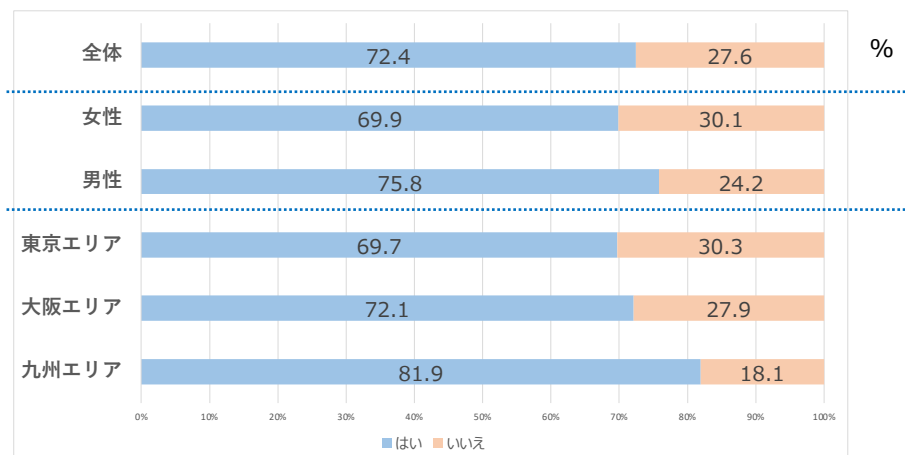
大学生の約7割が、**将来子供を持ちたい**と回答。属性別にみると、男性（75.8%）は女性（69.9%）よりやや高く、家庭を持つことへの憧れは男性の方が高く、女性は出産や出産後の就業など将来の生活に関して、より現実的に捉えている傾向があると感じます。

エリア別では、九州エリアが、81.9%と東京(69.7%)、大阪エリア(72.1%)の平均を10%程度上回っています。大都市圏で子供を持ちたい意識が低く収まっているのは、現在、国内の出生率は、東京都が1.15と最も低く、大阪は1.31、九州エリアは1.6程度と首都圏・近畿など都市の出生率が低く地方で出生率が高い状況とつながっています。（政府統計から引用）

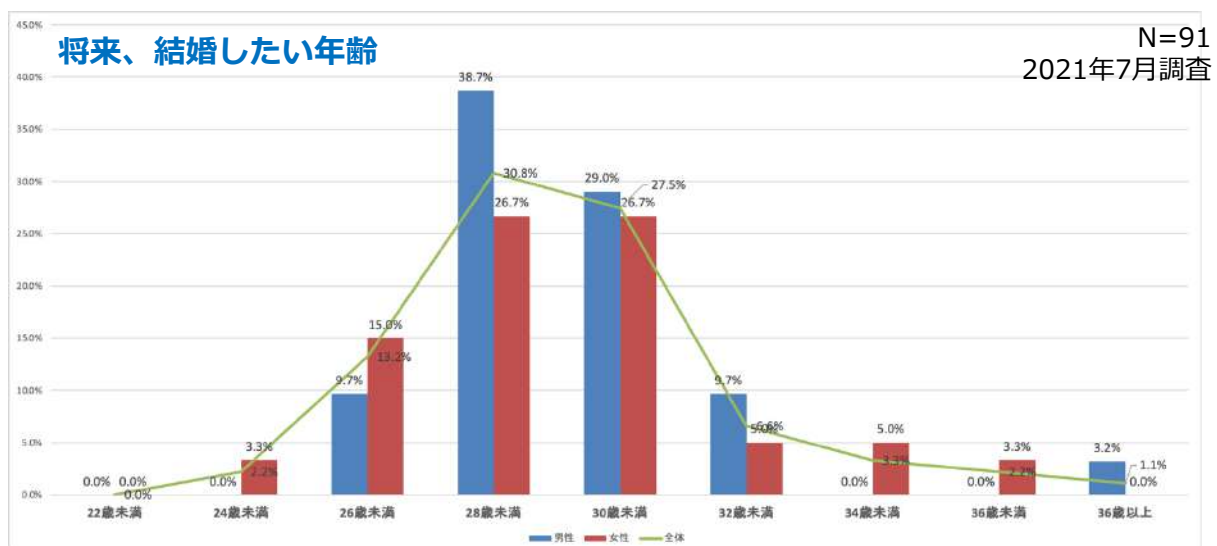
前章までに報告した通り、特に都市部では将来の働きがい、暮らしがいに対する不安が大きいことが影響していると考えます。

Q | あなたは、将来子供を持ちたいですか。

N=1,073



大学内で3・4年生の学生（91名）に**結婚したい年齢**を調査したところ、全体の3割が26歳から30歳で結婚したいと回答。「**できれば、28歳までに結婚したい！**」という声が多く聞けました。また、**全体の約1割は「結婚するつもりはない」**と回答しており、女性（13.3%）の方が男性（9.7%）に比較して高い結果でした。また、下記のグラフからは、女性は30歳以上での結婚も視野に入れており、シビアに将来を見据えていると考えます。



子育て・教育

子供ファーストに 子供の意思を尊重して育てるが、 塾に通わせしっかり躾する

Q | あなたが、将来、幼少期（小学校低学年まで）に、お子さんにどのような子育てをしたいですか。
《複数回答》

N=1,073

1. 子供の意思を尊重して育てる	97.7%
2. しっかりとした躾（しつけ）をする	88.3%
3. 仕事よりも子供と過ごす時間を優先する	87.4%
4. なるべく屋外で遊ばせる	84.4%
5. YouTubeのようなSNSの無料動画を見る時間を管理する	74.5%
6. 学童保育・児童クラブに通わせる	70.8%
7. 学習塾に通わせる	59.7%
8. 近隣の住民と一緒に子育てしたい	59.7%
9. 欲しいものはなるべく買ってあげる	57.9%
10. ビデオ（ネット）ゲームは自由にやらせる	55.5%
11. スタディアプリのような学習用コンテンツを見せる	49.4%
12. 自分の思い通りに育てる	30.0%

ほぼ100%の学生が「**子供の意思を尊重して育てる**」と回答、子供ファーストに自由に育てたい考えを持っています。しかしながら、次点には「**しっかりとした躾（しつけ）をする**（88.3%）」の回答が続き「**学童保育・児童クラブに通わせる**」（70.8%）「**学習塾に通わせる**（59.7%）」と、しっかりとした教育を受けさせたいと考える人が多いことがわかりました。また、「**自分の思い通りに育てる**」の回答が3割あり「**SNSの無料動画を見る時間を管理する**」は7割以上あります。

一見すると相反する意識の双方が高い数値を示しているのは、将来の子供を持つてからの生活に関して、現在の学生の身からは想像しきれない状況が根底にあると考えます。

この状況を前提に分析すると、このようにありたい子育ての基本は「**なるべく、子供の意思を尊重して自由に育ててあげたい**」という子供本位の気持ちであるが「**近くにいてしっかりとサポートして成長を見守りたい**」という思いがあると考えます。

私も将来の結婚について普段から友達と話をしているので、全体の9割の学生が結婚したい年齢をイメージしていて、なんとなくでも将来ビジョンを描いていることを理解できます。子育てに関しては、どのように育てたいかまで具体的に話すことは稀です。今回の調査では、自分が親から貰った子育てと未来の自分の姿を重ねて回答していると思いました。

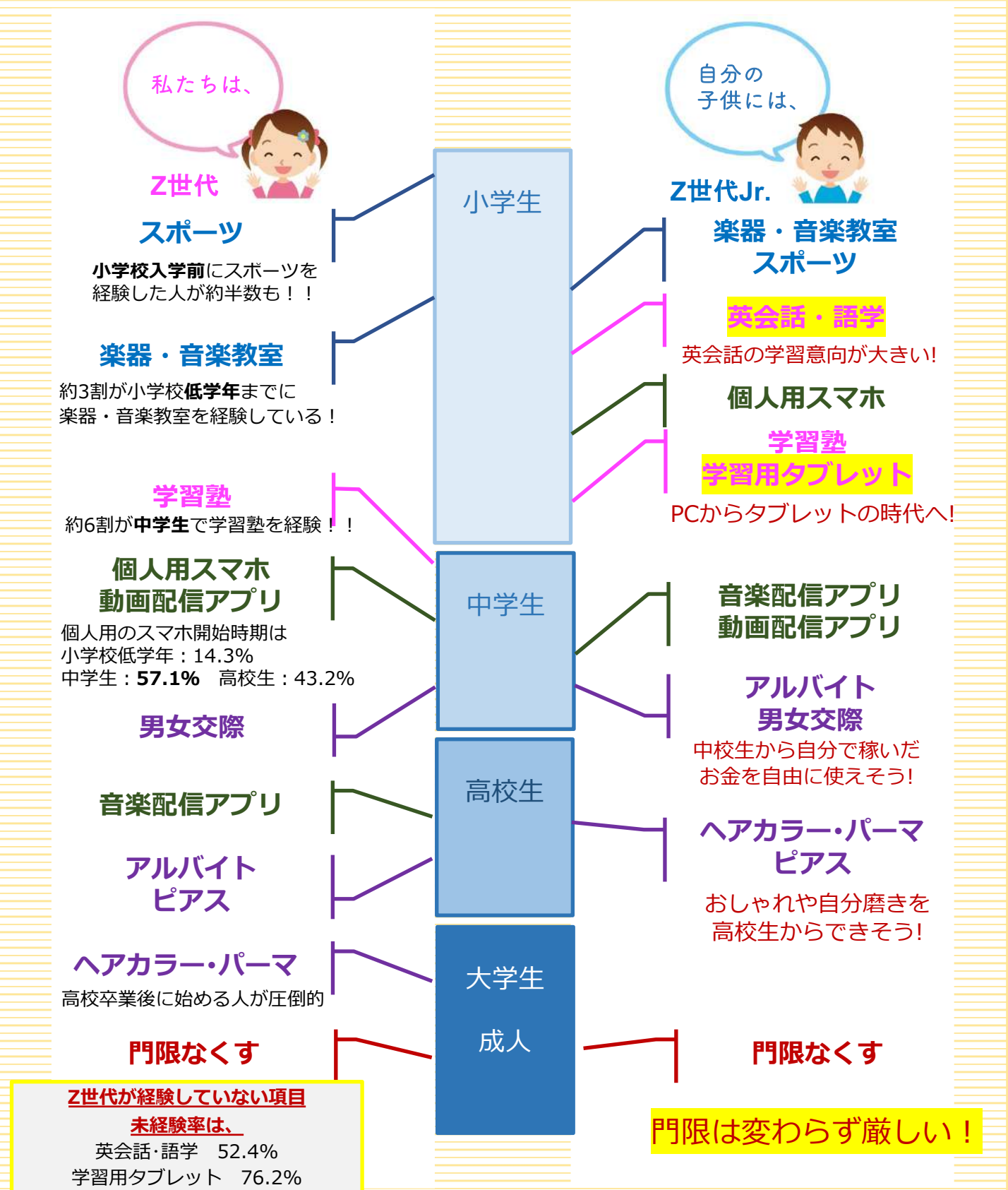
森 雅乃子（3年生）



自らの経験と自分の子供への思いを比較！

子供に何歳から許可する？

アンケート調査から、**自分の場合は何歳の時に親から許されたか・与えてもらったか**の傾向を分析。同じ項目に関して、**自分の子供には何歳から許可するか**を聞きました。（N=1,073）



子供の意思を尊重して 自分より早い年齢から 許可してあげたい。

いろいろと



全体的に、自分自身の経験よりも早い時期（年齢）で、いろいろなことを経験させてあげたい気持ちが強く見られます。

現役大学生が自分用のスマホを持った時期は中学校から、または高校からですが、自分の子供には**スマホを小学校から使わせたい**意向が見られるので、同時に音楽配信アプリ、動画配信アプリの利用開始時期も早まると推測します。

教育では、英会話・語学・学習塾に通い始める時期も早まりそうです。特に**英会話を幼い時期から習わせたいと考えている人が多い**ことがわかりました。私たちの世代では、学習用タブレットの使用経験率は2割程度で、タブレットの所持率は低学年ほど高いのですが、今後、GIGAスクール構想で小中学校でのタブレット使用が標準化されていくため、タブレットが学生生活に欠かせないデバイスに変わっていくかもしれません。

ヘアカラー・ピアスといった、高校を卒業して大学生になると可能だったオシャレなことが、高校の時からできるようになりそうです。高校生のアルバイトも学校で解禁になれば今より、服やコスメにお金を使える時期が早まり、高校生の間におしゃれ上級者になれるかもしれません。

調査を設計する際に最も関心があったのは、門限が無くなる時期でした。自分たちの世代は高校卒業または成人するまで門限があり、もっと早く解禁して欲しかったので、自分の子供には高校生とか早い時期に解禁する意向が強いと予測していましたが、結果は、**門限の解禁年齢は変わりません**でした。近くにいてしっかりと育てたい気持ちが強いZ世代は、意外と子供から見ると厳しい親になるかもしれない。



私たちが生活している中で、スマホの存在が欠かせないものになっていることを実感しているので、子供にも早く持たせたい・持ってもいいという気持ちになっているのではないかと思います。また、自分の経験から、子供にはもっと自由にやりたいことをやって欲しいという気持ちが、多くの項目の許可年齢が低いことに見られていると思いました。

野村音々（3年生）



子供がスマホを早い年齢で手にすることによってメリットだけでなく、デメリットも多くあると考えます。例えば、すぐにインターネットに頼るようになってしまい、自分で考えなくなってしまうことや気づかないうちにネット犯罪に巻き込まれてしまうなどが挙げられます。問題点にも注意しながら私たちZ世代も子供への許可時期を判断していかなければならないなと思いました。

黒相茉里（3年生）

子育て・教育で、

自分と同じ境遇にたくないこと

気付かないうちに厳しくしすぎていない？

子育て・教育に関して、自分と同じ境遇にたくないことを自由回答で記述してもらいました。Z世代が感じている将来の子育てに関する想いを、**環境・お金・人間関係・勉強の4つのテーマ**で紹介します。

厳しい制限で不自由な想いをしてほしくない



環境の問題

- ・門限を厳しくしない。
- ・運動や音楽をやらせてあげたい。
- ・自由に育ってほしい。
- ・習い事を強制しない。

枠にはめられず自由に育ってほしい！

好きなことを伸び伸びとやれる環境づくりを心掛けることで何事も積極的に動ける余裕のある人になってほしい。

興味を持ったことを たくさんやってほしい。

親が強制的にやらせるのではなく、興味を持ったことに色々取り組んで個性を伸ばしてほしい。

制限が厳しすぎない 環境をつくっていききたい。

ゲーム時間の制限や門限は、子供の安全を守るために必要なものであるが、厳しくしすぎず子供と寄り添いあって双方が納得できるものにしていきたい。



自由回答の中で最も多かったのが環境の問題でした。厳しい環境に対する不満や強制されたくないという想いなど、半数以上が自由を求める声でした。私たちZ世代は自分らしさを大切にしているため、強制されることを嫌います。多様性が求められる時代に生きているからこそ、思うままに自由に生きてほしいと考えている人が多いのだと考えます。

加藤 優那（3年生）

子育て・教育で、

自分と同じ境遇にたくないこと

お金の悩みを子供に抱えさせて大丈夫？

自分の子供には、お金の不自由さを味わって欲しくない



お金の問題

- ・奨学金を借りずに大学に行けるように。
- ・バイト代を自由に使ってほしい。
- ・**お金に余裕のある生活を送らせてあげたい。**
- ・お金を気にせずに進路を選ばせたい。

奨学金を借りて大学に行かせたくない。

学生生活中から貯金をしなければならない場合も。縛りがある学生生活になって欲しくない。

* 大学生（昼間部）の奨学金受給率は47.5%（日本学生支援機構発表・平成30年度）で、多くの学生にとって深刻なテーマです。

余裕のある生活を 送ってほしい！

高校や大学の学費を気にしないような環境をつくりたい。

お金に余裕のある生活を送ることで好きなことや挑戦したいことに積極的になってほしい。

ファッションや美容関係には お金を気にせずに楽しんでほしい！

大学生になるとファッションや美容で自分磨きを始める。アルバイト代を自分の好きなものに使い、自分の欲しい洋服やコスメを欲しい時に手に入れてほしい。



お金の問題に関する自由回答で多かったのは奨学金でした。奨学金を借りて大学に行っている学生が半数近いという調査結果があります。コロナ禍からの経済的理由で大学をやむを得ず退学してしまう人を間近で見えています。自分の子供が、お金のことで煩うことがないように、自分がしっかりと仕事をしていかなければならないと思いました。

砂川 俊輔（3年生）

子育て・教育で、

自分と同じ境遇にしたくないこと

無意識に親の理想を押し付けていない？

自分の子供とは、何でも言い合える関係でいたい



人間関係の問題

- ・兄弟で比較しないで。
- ・広い交友関係を持ってほしい。
- ・良い親子関係を築きたい。
- ・暴力、DVや暴言を吐かない。

良い親子関係を築きたい。

子供が自分の意見を言える環境をつくりたい。

親が一方的に話すのではなく、お互いが意見を言い合える関係でいたい。

幅広い交友関係を 持ってほしい！

大学生になると先生や先輩とのつながりが生活の役に立つ場面が増えてくる。

様々な人と関わることで自分の価値観を広めていき、多様な人の中で揉まれながら成長してほしい。

兄弟を平等に接したい。

兄弟間で優劣をつけるなどの比較をせず、一人ひとりの良いところ、悪いところの双方をしっかりみてあげたい。



人間関係の問題では、家族に関する自由回答が多くみられました。特に、兄弟(姉妹)間で比較されたくないという意見が多くあったことから、それぞれの個性を大切にしたいと考えている人が多いことがわかります。私たち大学生はSNSの影響で承認欲求が高い傾向にあるように感じます。そのため自分の子供を比較して自己肯定感を低くするのではなく肯定してあげたいと考えている人が多いと感じます。

加藤 優那（3年生）

子育て・教育で、

自分と同じ境遇にしたいくないこと

学習機会を押し付けてない？

勉強は、子供がやりたいと思える環境で



勉強の問題

- ・塾に行かせたい。
- ・受験勉強を強制的にやらせない。
- ・受験で後悔してほしくない。
- ・英会話を身につけてほしい。

勉強を強制的にやらせない

自分から勉強をやりたいと思える環境をつくってあげたい。
勉強を強制的にやらせないことで、自分で考えて行動できる人になってほしい。

英会話を身につけてほしい！

英会話を身につけることで、
どこに行っても通用する人になってほしい。
なるべく早くから習わせたい。

受験で後悔してほしくない

志望する進学先に行けるようになってほしい。
そのために早くから塾に通わせたい。

勉強に関する意見は、あまり多くありませんでしたが、
親が子供の学習機会をつくってあげたいと望む人と、子供の意向を尊重
して学習させたい人で分かれました。強制的に学習させたくないという
意見がやや多いことから、自分たちが受けた教育よりも、自分からやり
たくなる学習環境をつくってあげたい気持ちが強いと感じます。

砂川 俊輔（3年生）



Z世代ダイアログ

子供の
門限に対する
リアルな想い

本章で、自分の子供には
アルバイトやピアスなどは早くから許可するのに
“門限”に関しては、自分たちの世代変わらずに
成人まで厳しくしたい意向が確認できました。

ゼミ生に自分の場合を振り返ってもらい、
“門限の思い”に関して深堀りしました。

進行 | 加藤優那 3年生 長島優香 4年生 砂川俊輔 3年生

門限が厳しい

ゆい 3年生

ほのか 3年生

はやと 2年生

門限が緩い

ななこ 3年生

しょうと 2年生

門限が厳しい人と緩い人、それぞれのリアルを聞きます

ゆな：家での門限事情と門限に対する皆さんの想いを聞いていきます！

門限が緩い or 厳しい？

ななこ：何時までには帰ってきてと言われたことはないです。中学生の時ディズニーランドに行っても閉園までいることができました。

しょうと：僕もどこに行くか、何時に帰ってくるか、次の日になったとしても帰るよと連絡を入れればOKでした。

ゆい：私は逆にTDLは年パスを持っているくらいよく行き家からも近いけど、門限があるので閉園時間まではいられませんでした。20歳過ぎてからも夕飯はいるか？何時に帰ってくるか？など、全部連絡しています。

ほのか：12時までに帰らないと家に入れてもらえませんでした。朝帰りしたことはないし、TDLも中学生までは友達と行くのはだめで門限だけではなく全体的にルールが厳しかったです。

はやと：小中高で段階制門限がありました。今も日付けを超えたら夕飯はいるかと聞かれ連絡をしないと催促のスタンプが来ます。

ゆな：門限が厳しい人は連絡をこまめに入れることが求められるのですね。次に、門限が厳しい人への質問です。

もし門限がなかったらやりたかったことある？

ゆい：門限がない子と夜遊んでいる時に、自分だけ先に帰るのがすごくつらかったです。自分が帰った後に盛り上がったことを学校で話されるのは寂しかったので、みんなと話せることは増えていたのではないかと思います。

はやと：僕も同じ経験があります。僕が帰った後花火が始まり、そのことを翌日友達から聞かされた時に「あれ、悲しいな」って。

ほのか：確かに話についていけないことはありました。門限がなかったら飲み歩いたり朝まで友達と一緒に遊んだりしたかったな。

しゅんすけ：一度くらい嘘ついて朝まで遊んだことないの？

ほのか：ない！iPhoneを探す機能があってGPSが私のスマホの中に入っていました。家族と共有していて、友達の家に行くと言って他の場所にいたら、すぐにばれちゃうので嘘つけなかったですね。

ゆな：自分が帰った後の自分が知らない話を次の日にされることが悲しかったのは共通していますね。今度は門限が緩い人に聞きます。

門限がなくて役に立ったこと・得たことある？

ななこ：自分の性格から、もし門限があったら反抗しまくりだったと思うのでなくてよかったです。基本的に早く家に帰りたくなるタイプなので、そもそも夜中に帰ることがあまりないですね。

しょうと：友達の家で夜遅くまで遊んでいた時は、友達のご両親がご飯を出してくれたり、遅くまで居れるからこそ仲良くできたかなと思います。夏は自由に友達と花火したり夜に遊べるってこと。それくらいかな。

ゆな：なるほど、門限が厳しい人は何かしらの不満を抱えている一方で、緩い人はメリットを感じることはあまりないのかもしれないですね。



ゆな：では次におおまかな家庭環境や兄弟の有無を聞いていきます。

家庭環境や兄弟構成の影響ある？

ななこ：兄がいます。やんちゃな性格なので、そこも門限の緩さに関係しているのかなと思います。

しょうと：一歳年上の姉がいます。あまり出歩かない人でしっかりしているので、僕も自由でしたね。

ゆい：年子の弟がいます。私と性格が真反対で、全然外に出ないので心配されることもなかったです。女の子というのもあるかもしれないけど、私は出歩くことが多いのでその分心配されていたのかなと思います。

ほのか：6つ下に弟がいます。ゆいと同じで女の子だからと待遇が違うなと感じることが多いです。中学生の時、行くのを禁止されていた近くのらばーとに、弟は行っていいみたいなの。1人目だから心配だったのかな～というのもあるけど、それに対しては、ずるいなって思います。ただ弟は真面目なので心配される要素がなかったです。私は少しおちょこちよいなところがあるので心配されやすいのかなと思います。

はやと：僕は母子家庭で二人暮らしなのですが、門限が段階制なのは、たぶん愛情からきているんじゃないっすかね。

ゆうか：家の周りの環境も門限に影響していたりするのかな？

はやと：僕は学校の集団下校でこの地区の人はこの時間に帰ってねという学校の決まり事とか近所の回覧板、噂などが常に取り巻く環境にいましたね。

ほのか：私は最寄駅から家まで徒歩30分かかります。夜は暗い田んぼ道の中を通らなきゃいけないので、危ないと思われていそうです。

ゆうか：子供の性別、性格や家庭環境、地元の治安など家の周りを取り巻く環境も関係してくるかもしれないね。

ゆな：厳しい門限を嫌だと感じることはあるものの、そこに愛を感じている人も多いようです。

親とのコミュニケーションの頻度を聞いていきます。

家族内でのコミュニケーション

ななこ：LINEは親が使いこなせないで必要事項だけですが、家でたくさん話します。ツイッターのおもしろ動画見せたり！

しょうと：一人暮らししているので、月一回の仕送りの時にLINEをするくらいですね。高校の時は学校の送り迎えや夕飯の後家族で集まったりするので、その時間に今日の出来事を話していました。

ゆい：親とTDLに行くくらい仲が良いですが普段は学校やバイト、遊びで忙しいのであまり連絡はしないほうだと思います。友達の話も大学生になると友人が多すぎて名前を言ってもわからないので、友達というくくりでしか話をしていないです。

ほのか：高校生までは同じ空間にいても話さないことが多かったかもしれないです。大学生になってからコミュニケーションをとり始めて、友達の名前や写真を出して会話をすることもあります。

ゆうか：変わったきっかけはあったりする？

ほのか：大人になって前より明るくなったのかな？と思います。

はやと：コミュニケーションは意識して取るようにしています。寝る前の30分間や風呂上がりのケアと一緒にいるときに今日の出来事や学校のことを話しますね。

ゆうか：私は門限が緩い方で自由すぎて心配になることがあるんだけど、心配されなさ過ぎて不安に思ったことある？

ななこ：そう言われると感じますね。でもまだ「何時に帰ってくる？」というLINEがくるので見放されてはいないかなと思います。

しょうと：祖父祖母が両親に対して厳しく、それで子供には自由にさせてあげようというのが両親の教育の仕方だと聞きました。それで愛されていないというよりは、逆にこういう形の愛なのかなって思います。

ゆな：親と何気ないコミュニケーションが取れている人は門限が緩い傾向にあるのかもしれませんが、では、友達や行事によって門限が異なることはありましたか？

条件によって門限に変化ある？

ななこ：幼なじみが家の近くに住んでいて、その子と遊ぶときは本当に何も言われません。

しょうと：よく友達の話をするので、親も僕がどういう人と関わっているのかというのを知っているので、この人と遊ぶ、ここに行くよと言っておけばいつ帰ってきてても大丈夫。日常で伝わっている感じですね。

ゆい：TDLに行く時は門限が9時だったので、30分だけ伸ばしてもらったりはしました。この友達だから遅くていいというのはまったくなかったです。

ほのか：行事や条件によって門限は変わらないけど、仲良い友達、名前が知っているとか親同士が知り合いとかだったら泊りを許可してくれやすいというのはありました。

はやと：遊びに行くときは、実際は違っても、仲が良くて親が認識している友達の名前を頻繁に使っています。友達の名前を言ってもどうせわかんないでしょ？って思ってしまうですね。

ゆうか：門限があるからアルバイトも制限されてしまうようなことはあった？

アルバイトの制限は？

ゆい：門限があるからその時間までにしなさいという決まりはなかったです。今はお店が20時閉店で早く帰ってこれますが、24時閉店の締め作業をしていたら帰りが深夜の25時とかになっちゃうので、20歳になるまでは門限があったので厳しかったです。まかないを食べて時間が伸びそうなときは、ずーっと親から連絡がきていて、今お皿洗ってる、いまこれやってるから後どのくらいで帰るみたいな連絡をずっとしてました。

ほのか：私もバイト先はショッピングモールに入っているので遅くなることはほとんどないけれど、帰るときは絶対に連絡しないとだめでした。残業の時は「今から残業します。」という連絡を必ずしていました。

はやと：大学生になって初めてバイトを始めたんですけど、バイト先に大量に荷物が届くことがあり、帰りが23時を超えてしまった時は親から連絡が来ることがあります。23時に上がったタイミングですぐにLINEを返せるわけではないので「今外に出た、今これやってるから遅くなる」など連絡しないとだめなときが今でもあります。

ゆな：自分が子供を持ったとき、門限は厳しくしますか？
緩くしますか？

子供の門限は厳しく？緩く？

とね：全く門限がないのも寂しいと思うので日付けを超えちゃだめというルールをつくります。緩くていいけど一応つけたいですね。理由があればいいけど、何もないときは日付け超えないでねって言います。

しょうと：僕はつけません。自由にやらせてあげたいですね。どこで何するかは連絡してもらい、後はきちんとコミュニケーションを取ればそこまで危ないことをしないんじゃないかなと思います。その分たくさん会話はしますね。

ほのか：私も門限はつけないと思います。連絡さえしてくれればいいです。

ゆい：門限なしにはしないけど、補導される時間前に帰ればオッケーとは言えるかもしれません。社会のルールの範囲内だったら良いです。私の友達で門限が全くない子から厳しいのは嫌だけど逆にうらやましいと言われたことがありました。気にかけてくれることがうらやましいから、私は自分が大人になったら子供に門限をつけたいと言っていて、そういう考えの人もいるのだなと感じました。

はやと：僕は性別で変えるかもしれないです。男の子は日付けを超えたら連絡はしてほしいけれど、基本は自由に、女の子は多少の門限はつけるかも知れないです。周りの人とかにも聞いてなるべく子供に嫌われないように気をつけます。

ゆな：門限をつくるかどうかは、自分の子供に対してコミュニケーションがしっかりとれていれば、自由にさせてあげたいという声が多くみられましたね。

みなさん

ありがとうございました！



Z世代のSDGs意識と行動



大学生のSDGs意識と行動への影響についてレポートします。

大学生はSDGsに共感している？

共感度トップ3ワードは、

①フードロス 65%

②ミニマリスト 47%

③LGBTQ 38%

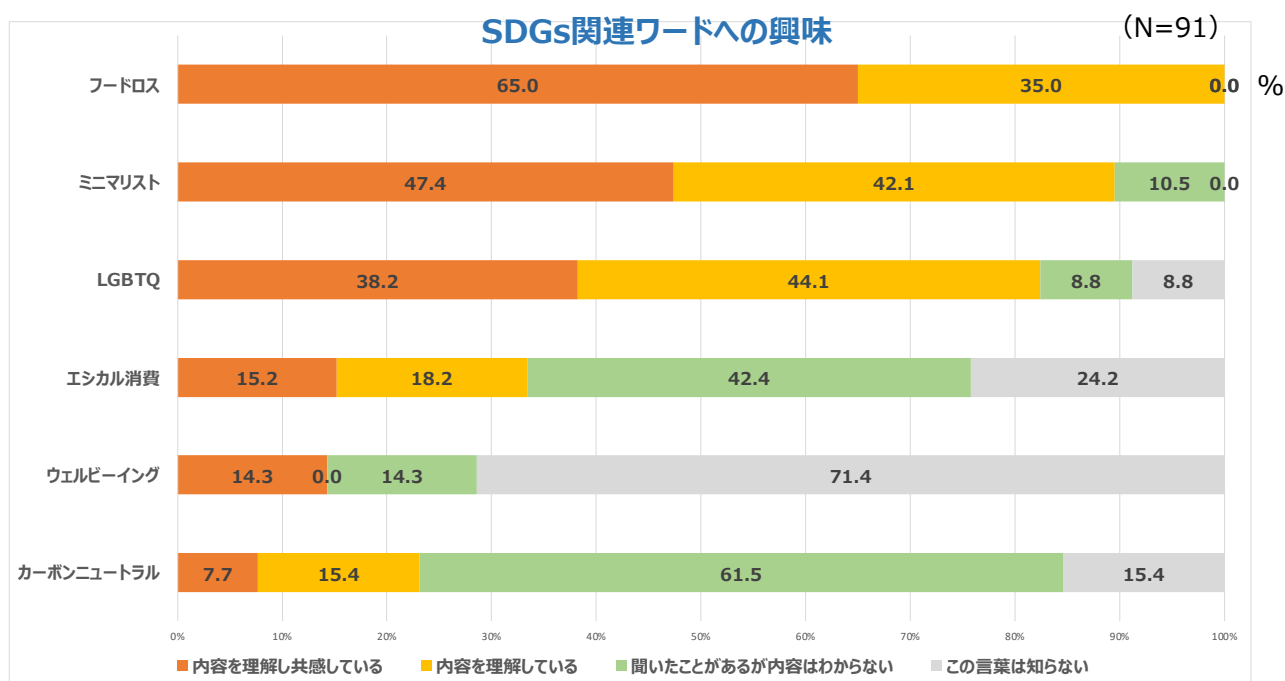


このページのグラフは、全国調査ではなく大学内で学生（3・4年生・91名）を対象に行ったアンケート調査の結果です。大学の授業でSDGsに関して説明を受けているので、SDGsのワード認知度はほぼ100%、SDGsに共感する学生が56%の状態にありスコアは全国平均より大きい数値になっていることを理解いただいた上で見ていただきたいのは、**SDGsに関する理解が進むと、おおよそ半数が共感する**という**共感度が大きい傾向**です。

共感度が高いワード上位3位は、①フードロス 65.0% ②ミニマリスト 47.4% ③LGBTQ 38.2%。以下、④エシカル消費 15.2% ⑤ウェルビーイング 14.3% ⑥カーボンニュートラル 7.7と続きます。

フードロスとミニマリストは9割以上、LGBTQは約8割の学生が理解していて、共感度も4割程度の高い数値が見られます。

エシカル消費、ウェルビーイング、カーボンニュートラルは、現状では認知・理解ともに低い状況ですが、Z世代の価値観はSDGsの考え方に沿っているため、言葉の意味を知ることによって共感度が高まり行動につながっていくと感じます。例えば、エシカル消費は15%の学生しか行動していないと読むよりも理解者が8割程度になると全体の4割程度が行動に移している状況になると捉えることができますので、今後の普及浸透の速度は速いのではないかと予想できます。



フードロスが高い共感を得ている理由は「当事者意識を持ちやすい」ことが考えられます。日々の食事の際に意識するため身近な問題に感じられます。また、飲食業や小売り（CVSやスーパー）でアルバイトする学生も多いので廃棄の現場を見て感じる人が多いのだと思います。私は、外食の際に自分が食べきれ的分だけを注文するように心がけています。

橋本 翼（3年生）

SDGsについて何で知ったのか、情報源は？

学校の授業とテレビ番組の影響が大きい

Q| あなたはSDGsに関する情報をどこから入手したことがありますか。

- | | |
|--------------------|-------|
| 1 大学の授業 | 47.9% |
| 2 テレビのニュース・情報番組 | 38.1% |
| 3 高校の授業 | 36.3% |
| 4 テレビ番組（解説番組・特集番組） | 27.4% |

SDGsの情報源は、大学の授業が47.9%と約半数。高校の授業が36.3%。テレビのニュース・情報番組が38.1%。テレビ番組（解説番組・特集番組）27.4%。と、学校とテレビ番組の影響が大きいことがわかりました。2020年から小学校の授業にSDGsが取り入れられ下の世代では社会常識となると想定しますが、大学生も高校時代からSDGsに慣れ親しんでいます。テレビ番組の影響が大きい背景には、2020年からテレビ各局がSDGsキャンペーン週間を開催するなど番組での扱いが増えたことがあります。但し、理解のしやすさでは、テレビ番組は、10%台と授業に相対して低い数値となっています。テレビ番組は、SDGsの認知に貢献するも、興味理解から啓発への態度行動変容への影響は今のところ限定的であることが伺われます。



全体（N=1,073）	情報を得た	理解しやすかった
大学の授業	47.9%	35.1%
テレビのニュース・情報番組	38.1%	18.6%
高校の授業	36.3%	23.5%
テレビ番組（解説番組・特集番組）	27.4%	15.6%

私はゼミの活動でSDGsについて知りました。プロジェクトでSDGsに関わることになり、先生から「SDGsとは何か」について説明を受け興味を持ちました。その後、テレビでの情報をインプットとして、ゼミ生と意見交換しレポートなどにアウトプットすることによって理解が深まり自分ごと化も進んだと考えています。

小川 綺花（3年生）



Z世代が関心を持っている社会課題は？

- | | |
|-------------------|-------|
| 1. 少子高齢化社会(国内) | 46.5% |
| 2. いじめ | 37.8% |
| 3. 働き方改革 | 36.5% |
| 4. ジェンダー不平等(男女格差) | 30.8% |

(N=1,073)

大学生の関心が高い社会課題は、**人の尊厳に関わる問題、社会の中での生きづらさに関すること**と伺えます。



テレビ番組で取り上げて欲しいテーマ

	全体	男性	女性
1. いじめ	22.4%	19.0%	24.9%
2. 少子高齢化社会（国内）	18.8%	21.6%	16.7%
3. 働き方改革	18.5%	19.0%	18.2%
4. ジェンダー不平等（男女の格差）	17.0%	11.0%	21.4%

(N=1,073)

テレビ番組で取り上げて欲しいテーマ上位は、関心を持っている社会テーマと重なります。番組で取り上げて欲しいテーマは自分たちの世代でも経験があり、解決したいと願う社会問題として「**いじめ**」がトップとなっています。男性と女性でスコア差が顕著に見られる項目があります。「いじめ」は約5% 女性のスコアが高く、「**ジェンダー不平等(男女の格差)**」は、女性のスコアが男性の2倍近くあります。「**国内の少子高齢化社会**」は、男性のスコアが約5%高い結果でした。

大学生の興味は自分自身に身近なテーマに集中していますが、前述の通り、「**カーボンニュートラル（二酸化炭素排出量抑制）**」のようにスケール感が地球規模のテーマに関しては、まだ十分に理解が進んでいません。現在のテレビ番組は、身近な「ひと中心」の話題が多いように思われますが、加えて、なぜSDGsに世界中が取り組んでいるのかの背景を「地球中心観点」から、誰でもが理解できる解説をして欲しいです。理解と共感が高まればSDGsな行動が社会に増えていくと考えます。



興味のある社会課題とテレビ番組で取り上げて欲しいテーマ自体に差異はありませんでしたが、スコアは約1/2に減少しています。関心はあるもののテレビ番組に取り上げて欲しい思いに繋がらないのは、Z世代のテレビ離れが影響しているかもしれません。バラエティー番組やドラマは見るがニュースは見ない学生は多いと感じるで、社会課題のテーマをバラエティー番組やドラマにも組み入れることも肝心だと考えます。Z世代にリアルに感じられることが重要だと感じるので、物語にする、実話を取り入れるなど、**他人ごとを社会ごととして自分ごとに変える**サポートをして欲しいです。

大森 良萌(3年生)

Z世代が共感し、実行していることは？！



実行率50%以上の行動

※上位抜粋

N=1,073	共感する	実行意向がある	実行している
商品はなるべく最後まで使い切る	94.9%	88.8%	67.3%
食べ残しがないように心がける	94.9%	87.0%	64.7%
詰め替え用の容器を使う	93.4%	83.6%	57.2%
エコバックを持ち歩く	92.2%	81.0%	56.6%
節水・節電を心掛ける	94.1%	82.3%	51.9%

過半数の大学生が実行しているのは「無駄のないように節約すること」にまとまります。幼い頃から学校や家庭で当たり前のこととして教えられ育ってきたことが影響していると考えます。実行率が低い項目（下図）は、共感度と実行意向の数値は高いので、現状で大学生が実行するには何かの障壁（心理的・物理的・経済的）があるのだと推定します。ハードルが低くなれば行動に移るのではないかと思います。動物実験をしていない製品や代替肉などは、まだ対応製品が身近に少ないことから実行が低く留まっていると思いますが共感度が高いため浸透していくと感じます。

実行率20%未満の行動

※上位抜粋

N=1,073	共感する	実行意向がある	実行している
環境に優しいものを重視して選ぶ	86.8%	57.3%	19.0%
ボランティア活動に参加する	82.3%	51.8%	16.8%
開発途上国の生産者をサポートするフェアトレードの商品を選ぶ	82.5%	49.9%	14.6%
貸し借りできるものはシェアする	70.5%	41.8%	13.0%
動物実験をしていない製品を選ぶ	68.8%	35.3%	8.0%
代替肉を選ぶ(肉食を減らす)	56.9%	29.1%	6.1%

私は「詰め替え用の容器を使う」項目に共感しました。良く利用している100円均一やディスカウントショップに行くと、生活感が出ないシンプルなデザインのものや、デザイン性のある詰め替え用の容器が安価で手軽に購入できるようになっています。私自身、詰め替え用のシャンプーの容器、コロナ禍で必需品になっているアルコールスプレーの空容器などを購入して使っています。

室井 鈴音(3年生)



SDGsに関する行動心理

常識だと思い行動していること

Q | その行動をした際に「当然しなければならないことだと思う」と回答した人 ※上位抜粋

実行者ベース	当てはまる
LGBTQなど性やジェンダーに配慮する	72.9%
節水・節電を心掛ける	69.3%
ゴミや廃棄物が出ないように工夫する	68.2%
リユース、リサイクルできるものを確認し、ごみの分別を行う	66.3%



最近話題になっている「**LGBTQなど性やジェンダーに配慮**」がトップで70%を超える人が回答しました。次いで「**節水・節電を心掛ける**」・「**ゴミや廃棄物が出ないように工夫する**」といった環境配慮の項目が続きます。これらは、地球温暖化が世界共通の課題になり常識として社会に浸透していると考えられます。また、小学校など教育機関や家庭での教育により、幼い頃から習慣的に行っている行為が挙げられたと考えます。

義務感を感じて行動していること

Q | その行動をした際に「世の中でそうすべきと言われているからやる」「そうしないと罪悪感を感じる」と回答した人 ※上位抜粋

実行者ベース	世の中でそうすべきと言われているからやる	そうしないと罪悪感を感じる
エコバックを持ち歩く	24.7%	10.5%
代替肉を選ぶ (肉食を減らす)	23.1%	15.4%
リユース、リサイクルできるものを確認し、ごみの分別を行う	20.7%	16.1%
ゴミや廃棄物が出ないように工夫する	15.0%	17.9%



最もスコアが高かった項目は「**エコバックを持ち歩く**」。レジ袋有料化で過半数の学生が実行していますが、まだ義務感が強いことがわかりました。2番目は「**代替肉を選ぶ**」。私たちZ世代は焼肉が大好きです。代替肉の関心はまだ低く。それは、肉食を減らすべき理由を、個人の健康のためや、ビーガンのような意志からと捉えていて、地球の二酸化炭素の低減など環境負荷の解決にあることをまだ理解していない状況であることが推測されます。

「**ゴミの分別とリサイクル**」など“廃棄物”関係の項目は、TVニュースで取り上げられる機会が多く、日常的に家庭でも教育されていることの影響があると思われます。

ポジティブな気持ちで行動していること

Q | その行動をした際に「なんとなく嬉しくなる」「周りの人のためになると感じる」「より多くに人呼びかけたい（SNSなどで）」と回答した人 ※上位抜粋

実行者ベース	なんとなく嬉しくなる	周りの人のためになると感じる	SNSなどでより多くに人呼びかけたい
服は捨てずに買取店やフリマサイトに出す	33.3%	12.6%	5.6%
必要最低限のもので生活する	27.8%	6.9%	6.5%
開発途上国の生産者をサポートするフェアトレード製品を選ぶ	13.4%	13.4%	13.4%
LGBTQなど性やジェンダーに配慮する	9.8%	13.5%	10.4%

「ポジティブな気持ちで行動していること」と「義務感を感じて行動していること」の数値は、「常識だと思い行動していること」と比較して低いことがわかります。

「なんとなく嬉しくなる」と答えた人が多かった項目は「服は捨てずに買取店やフリマサイトに出す」や「必要最低限のもので生活する」など、一見SDGsに関係あると思いきい項目が上位にあります。SDGsのためという意識よりも、自身の生活趣向に沿った行動であるともうかがえます。Z世代は、自分が誰かの役に立っている自己有益感や自己肯定感が向上できる項目に、ポジティブな気持ちで行動していると感じます。

「開発途上国の生産者をサポートするフェアトレード製品を選ぶ」「LGBTQなど性やジェンダーに配慮する」は数値が低くおさまっていますが、問題のスケール感が大きく、自分自身の力ではどうにもならない感覚があり、関心は大きいもののポジティブに行動し始めることができていないのではないかと考えます。そして、その感情の分だけ、「SNSでより多くの人に呼びかけたい」気持ちが高いことが見て取れます。



ポジティブに行動している項目は、個人で気軽にできるものが多いと思います。LGBTQへの配慮は、当然すべき社会常識であると考えている人が70%以上いるにも関わらず、ポジティブな行動に至っていないのは、個人では、どのように行動していいのかわからないこと、個人の活動ではどうにもならないのではという意識があることが背景にあると感じています。

刀根 菜々子（3年生）



Z世代のエコバック事情

前章で、エコバックを持ち歩くことに義務感があることがわかりました。
そこで、エコバックを使い始めた理由や使わない理由、
大学生のエコバック利用に関するホッペを聞きだしました。

エコバックを使っている派 3人
使っていない派 2人

ゆな・すずね・まり
しおん・あんな

使ってる派

ゆな

レジ袋が有料化になったから、買っという方が便利かな～と思ったのと、可愛いのが売っていたからです。

すずね

レジ袋が有料化になったからかな～

まり

めんどくさがり屋で、荷物を一つにまとめたいから
大学一年生くらいから使い始めた！



エコバックを使っている人に質問です。
エコバックを使い始めたきっかけを教えてください。

現在も使い続けている理由はなんですか？
環境への意識はありますか？

ゆな

お金がかかるし、いちいち買うのがばかばかしい！
あと、荷物を一個にまとめられるのが楽だから。
環境への意識はちょっとだけかな～

すずね

元々、レジ袋は家で再利用しているから環境に悪いという
意識は低くて、有料だからという理由が大きい。

まり

環境への意識は少なからずあって、持ち歩くことが
習慣化していて、レジ袋を買う理由もないから。

- 使い始めたきっかけは、レジ袋有料化の影響が大きい。
- 持つ理由は、環境意識よりも、お金の節約と利便性の意識が強い。
- レジ袋有料化により、環境負荷の問題に気付いた学生が多くいる。



どのような時に、エコバッグを持ち歩いていますか？

ゆな

大学には荷物になるから持っていけないけど、友達と遊ぶ時や一人で出かける時は、**バッグに余裕があったら持っていく！**

すずね

近場に出歩く時や、買い物する予定がある時は必ず持っていく。
あと、バイト後によく寄り道するのでバイトには持っていく。

まり

基本、いつでも持ち歩いているけど、遠出する時や無料でレジ袋がもらえる所に行く時は持っていない。

もし、レジ袋が無償に戻ってもエコバッグを使い続けますか？

ゆな

エコバッグを使う方が**“環境に配慮してる感”がある**から、バッグに余裕があれば持っていくかもしれない。

すずね

無償になることでレジ袋かエコバッグかの**選択ができるようになった時に、環境への意識が高まる**と思うので、そのままエコバッグを使い続けると思う。

まり

性格的に**荷物は一つにまとめたい**ので、エコバッグを使い続けると思う！



- 持ち歩くタイミングには、ばらつきがある。
常時持ち歩く人もいるが、目的地や距離、荷物の量によって変わる。
- エコバッグかレジ袋か？自分の選択を求められた時に、レジ袋が環境に及ぼす負の影響を再認識するのではないかなと思う。



インタビュアー

使わない派

エコバッグを使っていない人に質問です。
エコバッグを使わない理由はなんですか？

しおん

スーパーなど大量に購入し**レジ袋が有料な所に行く機会が少ない**ので、エコバッグの必要性をあまり感じないから。

あんな

私も**スーパーに行く機会が少ない**。また、いつも小さいバッグを持ち歩いていて、エコバッグを入れる余裕がないし、**3円くらいならいっか〜**と思ってしまうから。

どの程度の買い物でレジ袋を購入しますか？

しおん

基本的には量に関わらず買うし、買ったものが多かったり見られるのが恥ずかしい場合などは必ずレジ袋を買う。
ただ、家から近いコンビニでの買い物は買わないことが多い。

あんな

モノによるが、2~3個以上購入した時はレジ袋を買うし、持ち歩く距離が遠い場合も買う！
持てない量を購入した時は、その分支払額も高くなるのでレジ袋の値段がより気にならなくなる。



- 大学生は購入量が多くなるスーパーに行く機会が少ないため、エコバッグを持ち歩く必要性を感じづらい。
- レジ袋購入理由は、購入量と移動距離が重要な要素となっている。購入量が増えると支払総額も高くなるため、レジ袋の3-5円の支出は、気にならなくなる。家のそばのコンビニでは購入しない。

どのような時に
「エコバッグ持ってくれば良かった」と思いますか？

しおん

袋が1枚10円とかするお店だと高いと感じ、買うけど
「マジか〜持ってくれば良かった〜」と思う。

あんな

普段はスーパーなどの**購入量が多い**場所に行かないから、あまり思
わないが、お遣いを頼まれた時などに持ってくれば良かったと思う。

エコバッグを買おうと思ったことはありますか？

しおん

アルバイト先でエコバッグをもらったが、使っていないし
もらっていなかったとしても使うタイミングがあまりないので
買おうとは思ったことはない。

あんな

エコバッグとして使えそうな普段使いできるトートバッグを
買おうと迷ったことはあるが、結局買わなかったし、
“THEエコバッグ”みたいな商品は買おうとは思ったことがない。



インタビューは以上です。ありがとうございました！

日本では、欧米諸国に10年遅れで2019年に「バイオエコノミー戦略」が策定され、2020年7月から全小売店でレジ袋の有料化が義務付けられました。大学生は、**コンビニなどで少量購買する機会がほとんど**なので、**エコバックを持ち歩く必要性が低い**ことが、“**エコバックを持ち歩くことに義務感を感じている**”理由と考えられます。いずれ、一人暮らしを始めた
り家族を持った際には、**購入量が多い**スーパーなどでの買い物機会が増えるので、エコバックの利用は必須となり、また、**店舗でレジ袋を購入するかどうかを選択する機会が増える**ほどに、“**地球のために必要な行動**”とポジティブな気持ちに変容していくと考えます。



川瀬杏奈 3年生

【インタビュアー】



刀根菜々子 3年生

Z世代と実務家の
ダイアログ

大学生が
テレビ局に期待する
SDGsの取り組み

スペシャルゲスト

日テレR&Dラボ のみなさま

調査結果から、大学生のSDGsに関する情報源は学校の授業とテレビのニュース・番組が上位でSDGsの社会浸透に影響力が大きいことがわかりました。

今回、日テレR&Dラボ（文中**ラボ**と略）の皆様と、SDGsの考え方を社会に普及させる上でZ世代がテレビに期待することについて対話させていただき、日本テレビ様が取り組まれているSDGs活動についてお聞きしました。

SDGs活動の背景にある企業の思いやスタンスを知りたい！

Z世代がSDGsに触れるきっかけ

小々馬：大学の授業でSDGsに関して解説する際に学生はその意義と必要性に共感が大きいと感じます。中学高校でもSDGsに関して知る機会は多かったのかな？

あんな：家庭科の授業で洋服の廃棄問題についてのDVDを鑑みて「こんなに山のような量のゴミがでるんだ」と驚いたことが印象に残っています。

らも：私はゴミ問題について、中学生の時の社会科見学で「これだけゴミが出るんだよ」って教えてもらった記憶があります。

テレビドラマの影響力は大きい

小々馬：そうすると、SDGsに関して理解したのはここ数年なのですね。テレビドラマや映画がSDGsのテーマに興味を持つ切っ掛けになったことはありますか？

ななこ：ジェンダー問題は、海外映画で働く女性を描いているモノが多く、作品を見る中で男女平等に関して意識が高まりました。

かのこ：最近テレビ番組でテーマを扱う機会が増えてきて、SDGsに対する意識が高まったと感じています。

あんな：海外の映画やドラマでは仕事ができるかっこいい女性が活躍している姿が多いイメージがあります。海外の方がジェンダー問題に対して進んでいて、日本はそれに引っ張られている印象です。

小々馬：調査では、テレビ番組で取り上げてほしいテーマは、“いじめ”がトップでした。これは、学校で経験している出来事だからなのか、“いじめ”をテーマとするドラマの影響があるのか、どうですか？

ななこ：私たちにとって“いじめ”は身近で起こりえる問題で、自分事として捉えることができていますので、テーマのトップに上がったことは納得できます。

かのこ：中学生の時に、いじめやスクールカーストを扱うドラマが流行って、番組に影響されて「一軍がかっこいい」というイメージができていました。出演している俳優さんがかっこいいので、この人のように一軍になりたいという風潮が加速したと思っていました。その姿になりきって、イキっていると思われたらイジメられるというケースは周りに多かったです。

小々馬：日テレさんの『俺のスカート、どこ行った？（2019年）』は、主人公の古田新太さんがゲイで女装家の高校教師の設定で大学生に人気のドラマでした。「ドラマを見てLGBTに興味を持ちました」と言う先輩が多かったです。ドラマの影響は大きいよね。

あんな：学園ドラマって、すごく親近感があって、学生に一番影響力があると思います。

学生一同：《大きくうなづく》



刀根菜々子（3年生）
最近、
テレビ離れが進んだ



川瀬杏奈（3年生）
Netflixで、
洋画をよくみる



大森良萌（3年生）
ドラマより映画派
TikTok愛用中



森雅乃子（3年生）
将来は、
アナウンサー志望

テレビ局のSDGsキャンペーン って、どう思う？

小々馬：各局が「SDGsウィーク」の特集企画を実施していますね。どのような印象を抱いている？

かのこ：日本ではSDGsをアイコン化しすぎていてなんとなく不信感を感じています。それでSDGs関連のテレビ番組を見なくなりました。

小々馬：自分のSDGsの理解とのギャップを感じるのかな？

かのこ：そうです！自分が理解してきたからこそ、「SDGsウィークって週間にする必要あるの？SDGsを考えるのはその週だけじゃないでしょ？」って思います。

毎日放送しているニュース番組で数分だけでも取り上げてくれる方が、意識が高くなると思います。

小々馬：この指摘、グサッと来たな(笑)。週間ではなく“習慣”にしないとね。

ラボ：企業やメディアが積極的にSDGsをアピールすることがSDGsをアイコン化してるようで、逆に見たくなくなってしまうのかな？

かのこ：テレビ番組で「きれいに伝えようとしているな」と感じる人が多いのですが、SDGsの知識が深くなってきたからこそ、「本来そんなきれいなことばかりじゃないし」って思ってしまいます。

SDGsにビジネス臭を感じる？

小々馬：テレビ局のキャンペーンに賛同する企業がSDGs関連のTVCMを流しているけれど、そういうものもアイコン化だったり、商業的に感じるのかな？

かのこ：「ビジネス的だな～」って感じて終わっちゃいますね。

ラボ：SDGsにビジネスの臭いがすると嫌悪感があるという話でしたが、本来、SDGsは企業の本業（事業）を通して実現していくので、その企業のビジネスがうまく回っていくからこそ、結果として社会にもっといいことができるようになる…という流れがあります。

そういうためにもテレビで扱ったり、企業自身がアピールをしている訳だけど、それが不信感につながってしまうのは本意ではないですね。学生の皆さんには、「持続的にSDGs達成にむけた活動をするためにも、企業はビジネスに取り組まないといけない」という感覚はありますか？寄付などで社会貢献すればよいのにと思いますか？

かのこ：私たちにとってSDGsは自分たちと次世代が生きていくために絶対に達成しなければいけないこと、全員が意識をしなきゃいけない問題だと捉えています。お金（経済）による解決という意識を持っていないので、企業がビジネスの中でSDGs達成を目指していることが伝わってこなくて、まだ自分が企業の事情を十分に理解できていないかなと思います。そういった企業側の事情を教えてもらえる機会が学校だけでなくテレビからも欲しいと思いました。

小々馬：私が感じていることは、Z世代が知りたいことは、企業がどんな姿勢やスタンスでSDGsに取り組んでいるのか、その思いに共感できるかなので、SDGs活動の真意を知る切っ掛けとしてテレビCMのみでの伝達は適切ではないということです。

Z世代は広告を「企業が商業目的で行う手法」と捉えているので、そこに載った情報に売り込み的な匂い、押し付けを感じとりスルーしてしまいます。広告を悪と思っているのではなく、そういうものだから、役立つ情報はネットで調べると割り切って見えています。

テレビのニュースや番組に企業の人自らが登場し想いを素直に語る伝えるなどの切っ掛けを作っただければ、広告に触れる以前に企業の思いへの共感が形成される、その上でこそ、「SDGsをテーマとするきれいに感動的につくられたTVCM」はスルーされずに、その企業を応援したい思い「オンサイドの存在意義」を得ることができるのではないかと思います。

SDGsに関するコミュニケーションの起点は共感の形成だと思います。

Z世代に「SDG情報」を 届ける方法は？

ラボ：そもそもテレビを見る習慣がないZ世代の方には、SDGsウィークをやります！となっても、見ようとはならないですよね。私たちが発信する情報がどこに流れてきて、どんな内容だったら皆さんに届きますか？

かのこ：やはり、SNSとかTVer、YouTube、Netflixなどのメディアになるかなって思います。

ななこ：TikTokで、地球温暖化が進んだ世界という洋画予告の切り取りが流れてきて、そこからNetflixに飛んでみたことがあります。出逢いは短い動画で、次につながっていくきっかけがあれば入りやすいのかなって思います。

あんな：テレビは自分から見に行く感覚はなく、垂れ流しているBGM状態なので、正直、テレビからは情報が入ってこないです。自分が一番触れるのはSNSなので、そこが切っ掛けになるのが一番入って行きやすいと思います。

小々馬：例えば、SDGsの興味ある話題について、わかりやすく説明される短尺の動画がスマホに流れてきて、それが日テレが届けてくれているとわかったら、ポジティブに感じる？

学生一同：《大きくうなづく》

かのこ：毎日投稿していたりとか、この日に投稿しています！みたいにずっと継続してやってくれば、応援して見ようと思います。

小々馬：単発や期間限定のキャンペーンだけでやるな！ってことだね。

ラボ：日本テレビでは『Good For the Planet』という取り組みを続けていて、ウィークでの放送だけで終わるのではなく TwitterでSDGs情報を流したり、各番組でこういう活動をしました、これからやります！という発信を続けています。TikTokやTVerにもコンテンツを流しているのですが、皆さんに届いてないという事実静かにショックを受けています（笑）ぜひ見てください！

学生一同：はい、見ます！！

ななこ：私たちの世代は、毎日スマホを通して大量の情報を取捨選択しています。日テレさんがSDGsの活動を続けていることを知らなかったのは、自身が興味のある分野に入っていないことが原因なのだと感じます。私は興味のある分野を広げたいと思っていますので、情報の提供側も伝えたい世代向けに、やり方を合わせれば、もっとお互い分かり合えるのではないかと思います。

小々馬：ななこに届くには、具体的にはどうすればいいの？

ななこ：どこかのテレビ局のTikTokなんですけど、就活に役立つ時事問題という切り口でSDGs情報が流れてきて、TikTokで就活について情報を得ていたもので私の興味にマッチし届きました。

小々馬：TikTokで就職の情報を得ているんだね！

あんな：SDGsは地球のためという観点はとても大切なのですが、自分にとって徳があることという切り口の方が、情報が入ってきやすいのかなとすごく思っています。

SDGsのこと、家族で話題になる？

ラボ：調査結果では、家族の団らんの時間にテレビがあることは大切という回答が多くありました。テレビがきっかけで家族でSDGsにまつわることで会話するケースはありますか？

かのこ：私の家では祖母がNHKが好きなので一緒に見るのが多いのですが、SDGsに関係するニュースが多くなっているの、自然と家族で話題にする機会が増えていきますね。

らも：私も同じで、ニュースや報道番組を見ながら、話すことがありますね。

日本テレビが取り組んでいる活動

あんな：テレビ番組や広告を通して、このようなSDGs活動をやっていると発信していても、その企業がSDGsについてどういう考えを持っているのか知らないと、活動を伝えられてもあまり響いてこないです例えば、日テレさんだったら、日テレさんのSDGsに対するマインドみたいなものをきちんと知らせてもらい理解できていれば、色々な番組でSDGsを取り上げていることの思いが伝わり、日テレさんの思いを応援したくなると思います。

ななこ：是非、日テレさんのSDGsへの取り組みについて知りたいです。

ラボ：ホームページに掲出している『日本テレビホールディングス コーポレートレポート 2021年3月期』で主要な活動について紹介しています。

<https://www.ntvhd.co.jp/ir/library/report/pdf/2021.pdf>

日本テレビは報道機関の使命として常にサステナビリティを意識していき、社会貢献活動として『24時間テレビ 愛は地球を救う』を44回継続しています。

今年から始めた、より良い未来を作るための『Good For the Planet』ウィークでは「#今からスイッチ」をテーマに40以上の番組が様々なジャンルの「未来に良いこと」「地球にいいこと」を発信しました。

<https://www.ntv.co.jp/goodfortheplanet/>

その他にも秋には『カラダWEEK』など、番組を通じた持続可能な未来への貢献を続けています。

また、SDGsの実現に向けて全社を挙げて取り組むために、温室効果ガスの削減目標など具体的な方針について、今年度中に策定する予定です。

ななこ：そうなんですね。しっかりとした考えのもとで様々な活動をされているのですね。是非、拝読させていただきます。

まとめ

小々馬：あっという間に時間が過ぎました。とても有意義な対話になりました。

最後にみなさまからそれぞれ感想をいただいてダイアログを締めにしたいと思います。

ラボ 佐々木さん：自分たちがやっている活動をきちんと伝えないと、Z世代には商業主義的だったり、上辺だけのようになってしまふのだなということを感じました。自分たちの活動を理解してもらうためにきちんと伝えるということがとても大事だということを感じました。

ラボ 松本さん：『Good for the Planet』ウィークを始める際に、社内でこの活動は決して短期でやめてはいけない。やるからにはずっと続けなければいけないと、社内で強い意志を持って始めました。SDGsのブームに乗ったような感じでは駄目ということは、すごく思っています。今日の対話で、皆さんには、まだまだ発信が届いていないということが分かりましたので、さらに、SDGsに関してみなさんに考えてもらえるきっかけとなる番組にしていきたいと思います。

ラボ 加藤さん：日本テレビという人格をきちんとつくり、それを世に知らしめて理解していただいた上で、コンテンツを楽しんでいただくという関係性がとても大事だなと思いました。

SDGsという、ある意味で重い社会テーマ、未来を考えるテーマを扱う上で、発信者の私たちのスタンスと 생각이、とても大事だと改めて思いました。

小々馬：大学生からは「上の世代ほどSDGs意識が浸透していない気がする」という声が聞かれます。

サステナブルは「今の世代の幸せだけでなく、次の世代にも幸せをつなげていく」が趣旨なので、世代を超えた共通理解が大切だと思いました。

SNSは個人の価値観への影響が強いですが、テレビは家族に、そして全世代にリーチでき「社会の空気」をつくる影響力を持っていますので、これからSDGsが社会に浸透していく際の貢献度は計り知れず大きいと期待します。また、日テレさんは、テレビだけでなくネットやリアルなコミュニケーション全体をカバーできるので、サステナブルに関して、世代を超えた対話ができ、一緒に実行できる「場」づくりをサポートして欲しいと思いました。

日テレR&Dラボの皆様、本日はありがとうございました！引き続き、未来がより良い場所になるように様々な研究活動を一緒にさせてください。

学生一同：ありがとうございました！！

日テレR&Dラボ 参加いただいた皆様（敬称略）



松本 京子



加藤 友規



佐々木 まりな



私たち「R&Dラボ」は日テレの中で、私たちが提供できる「将来の価値」を考え、生み出すために生まれた部署です。

「社会環境・生活者・テクノロジー・メディア・コンテンツの変化など、“これからのニーズ”をリサーチしながら、日テレらしい社会への提供価値を探索していく」のがミッションです。

また、2021年6月、日テレに「サステナビリティ推進事務局」が立ち上がりました。私たち「R&Dラボ」のメンバーもこの「サステナビリティ推進事務局」の主体となり、日テレグループがSDGsの実現に向けて果たせる役割や、サステナブルな視点での事業戦略なども考えています。

『テレビ局が、いろんなところとつながりたいnote（日テレR&Dラボ）』
<https://note.com/ntvrdlab>

こんにちは、日テレR&Dラボです！



私たち「R&Dラボ」では、noteを通じて企業や大学など様々な社外の皆様とつながりながら、一緒に取り組んだ内容についても情報発信をしていますので、是非、ご覧頂ければと思います。

KOGOMA SEMINAR

産業能率大学 小々馬敦ゼミ 研究活動の紹介

小々馬ゼミは経営学部マーケティング学科に所属し、次世代の社会を支えるZ世代の価値観と行動研究を通じて未来社会の姿を予想し、「ミライのマーケティングをどのようにしたいか」を社会に提言しています。2015年『2020マーケティングはこう変わる』, 2016年に続編『2025マーケティングはこう変わる』を出版。本研究は2016年日本広告学会 クリエイティブフォーラム【学生の部】で「今後最も期待できる発表」《金賞》の評価をいただきました。

2017年からは研究対象に高校生を加えて若い世代に現われ始めているミライの姿を洞察しています。私たちは研究を自身の学習のためではなく社会に好影響のある何かを為すことと捉えています。

多くの企業様からご支援いただく研究活動をホームページ・SNS・学会・セミナーなどの機会で開催しています。2019年より公益社団法人日本マーケティング協会のご支援をいただき産学協同で未来社会の姿を描く「ミライ・マーケティング研究会」を定期的に開催しています。

出版



2015年



2016年



2017年

フリー・マガジン

SHIBUYA109で無料配布

調査レポート



2017年



2018年



2019年



2020年



2021年

研究報告

日本広告学会
マーケティング
サイエンス学会
日経広告研究所報
InterBEE
AdvertisingWeekAsia
ミライテレビ推進会議
日本マーケティング協会
企業訪問報告会
など



2018年11月「InterBEE CONNECTED 幕張メッセ」



2019年3月「AgeMi! マーケ! 2030」
産学協同カンファレンス開催
於/産業能率大学 自由が丘キャンパス

2019年8月より
公益社団法人日本マーケティング協会と共同開催
「ミライ・マーケティング研究会」
2020年よりオンラインで開催中

上記、研究レポートをゼミのHPでダウンロードいただけます

ホームページ <https://www.kogoma-brand.com/>

研究レポート <https://www.kogoma-brand.com/report/>

エピローグ

サステナブルな時代にマーケティングは ウェルビーイングな毎日のサポートに進化してほしい

Z世代は、ウェルビーイングな生活を体現している

最後までお読みいただきありがとうございました。調査で大学生の声を聞いて納得したことは、Z世代は、震災・天災・パンデミックと明日何が起こるかわからない世界の中で育ってきたので、今この時を逃さずに幸せを感じて充実感を高めるセンスを持っていること。そして、今の幸福感、ときめきをもっとずっと継続していくことで未来も幸せであることを確実なものとする生き様を知っていることです。これこそが、「**今も、これからもずっと、社会の中で自分らしくありたい**」という“**現代的なウェルビーイングな生き方**”と感じます。

Z世代が、SDGsのコモンセンス化をリードする

Z世代の価値観は「**将来世代のニーズを満たす能力を損わずに現在のニーズを満たす**」というサステナブルの精神に沿っていますので、関連テーマの意義を理解することで、共感を経て行動へと自然につながっていきます。マスメディアとSNSを通じたSDGsに関する情報総量はさらに増加していくので、行動することに当初は義務感を感じていても、常識としての行動、そして自己肯定感が高まるポジティブな行動へシフトする速度は速いと推測できます。また、「**社会にとって良いことは他人に呼びかけたい**」思いが強いので、Z世代の行動が広がることで社会常識化が進行すると考えます。

マーケターの社会的使命は、自分らしさの実感を応援すること 現在から未来につながるウェルビーイングな毎日をサポートすることに

「みんな違っていい」多様性が寛容される社会の中で、自分らしさを表現するために様々なことに挑戦できる自由さを感じる反面、自分らしさって何？と確信を持ちにくい不安も高まります。

何が自分に合っているのか選択肢を示してくれて、自分らしさの実感までをサポートしてくれる存在（人・企業・コミュニティ）が求められると思います。マーケティングが標榜する「**世界をより良い場所にする**」の場所とは「**自分の価値観が寛容され素直な自分でいられる場所**」ではないでしょうか。Z世代に限らず各世代で心地の良い場所探しが活発となり、共感でつながるコミュニティがSNSとリアルにも現れ市場として顕在化すると考えます。サステナブルな時代の「共感」は同じ価値観への同調（シンパシー）でなく、異なる価値観を「それもあり！」と尊重できる共鳴（エンパシー）の思いです。旧来のマーケティングでは「**同じ価値観の人のセグメントグループ**」を市場機会として追求しましたが、サステナブルな時代のマーケターには、「**共感の思いでつながることで幸せを実感したい**」スピリッツに寄り添い、現在（いま）だけでなく未来もずっと続いていくウェルビーイングな毎日をサポートして欲しいと願います。マーケターの真摯な思いと情熱は、人々の自己肯定感を高め、見えにくい明日への不安を拭い日々を前向きに暮らす気持ちを後押しできると信じているからです。

小々馬 敦 2021年9月 茅ヶ崎市の自宅にて



産業能率大学 小々馬ゼミ 6期生 4年生

・青木栞	・阿部百花	・石原茜	・犬飼莉菜子	・今城遥	・榎本侑真	・菅野希歩	・鈴木沙綾
・田中海璃	・弦巻晶	・渡嘉敷瑠音	・豊島祐美	・中野 創太	・中村歩夢	・長島優香	・畠山華奈
・畠山真枝	・細谷翔子	・松本美佐	・溝井空	・森ひとみ	・矢口真優	・渡邊里菜	

7期生 3年生

・青木美都	・阿部優生	・池田悠人	・岩下怜亜	・大場友梨香	・大森良萌	・小川綺花	
・梶原優衣	・加藤優那	・川瀬杏奈	・黒相茉里	・佐藤由紀美	・清水みのり	・進藤ほのか	
・砂川俊輔	・竹下莉音	・刀根菜々子	・富川詩音	・野村音々	・橋本翼	・室井鈴音	・森雅乃子

8期生 2年生

・安達のか	・石川颯人	・内野菜々美	・遠藤千乃	・岡本春菜	・小澤星翔	・金井彩香	
・金山幸貴	・熊谷侑華	・栗田梨音	・佐藤蘭	・田島怜奈	・辻崎美優	・萩谷祥太	
・長谷川香乃	・波多野由奈	・東浦利紗	・平仲綾沙	・渡部琴音			

The future starts today.

Well-being 100 years of Life Social Issues Social Impact

Depopulation Declining Birthrate and Aging Population

Sustainable Society5.0 Inclusive Tolerance

Environment Social Governance

Ethical consumption Circular Economy Share Economy

Collective Creating Shared Value Co-creation Symbiosis

Carbon Neutral Green Energy Renewable Energy

Diversity LGBTQ Genderless Cashless

Fair Trade Related Poverty Work-Life Ballance

Division of Society Decoupling Pandemic

Meat Substitute Food Loss Waste Loss Micro-Plastics

Sympathy Empathy Spiritual-Marketing Mutual Respect

Approval of Others Self-approval Self-actualization

Self-affirmation Self-respect Self-esteem

Human-centric Earth-centric

Identity Altruistic Authenticity

and all that.

発行責任者

産業能率大学 経営学部 教授 小々馬 敦

調査レポート編集

産業能率大学 経営学部 小々馬敦研究室

産学協同研究社（敬称略）

日本テレビ放送網株式会社 日テレR&Dラボ

株式会社ビデオリサーチ ヒト研究所

Special Thanks to（敬称略）

パナソニック株式会社 LS社 くらし・空間コンセプト研究所

小林将也 伊達京佑（小々馬ゼミ4期生）

榎本亜由美 齊藤有紗 能味勇仁（小々馬ゼミ5期生）

【本レポートに関するお問い合わせ】

産業能率大学 小々馬研究室 Mail: brand-m@hj.sanno.ac.jp

Ver.0.1
ver.1.4