

Z世代の価値観・ライフスタイルの傾向

Z世代を一括りで語ることに無理があることは重々承知の上だが、まずZ世代の他世代と比較した、価値観・ライフスタイルの傾向について押さえておきたい。

1. SNS利用が生活の一部

生まれた時には既にインターネットやデジタル機器が身近であったZ世代は、初めて手にした携帯がスマホという人も多い。スマホの普及と同時に利用が拡大したのが、「Twitter」「Facebook」「Instagram」「TikTok」「Youtube」などのSNSである。彼らはその利用が活発であり、自宅のテレビや新聞で情報収集をしていたX世代・Y世代と大きく異なるのは、ネットニュースや動画視聴によって情報を収集し、SNS上で自分の意見やトレンドを発信していることである。また、企業情報や自身の興味についてもSNSを介して情報収集を行う。

考えを文字にすること、不特定多数の相手へ発信していくことに対してあまり抵抗を感じない世代とも言える。

また、1つのSNSで友達や趣味などによってアカウントを複数使い分けたり、直接会ったことがない人とSNS上でやり取りを行い、コミュニケーションを深めていくという特徴がある。

さらに「感動した体験や面白いと思ったことを共有したい」「自分の考えや行動を受け入れられたい」と考えることが多いため、常に周囲からの評価に敏感で、承認欲求が強い傾向がある。

2. 「体験」を重視

モノを消費したり所有することで満足感を得るよりも、リアルな体験に価値を感じるのもZ世代の特徴である。

体験とは旅行などの非日常的なイベントだけではなく、カフェなどの空間で自由な時間を過ごしたり、コロナ禍で人気の出たホテル女子会のような日常の延長にある体験も含まれる。

また、商品を購入する場合でも、検討中の商品情報をSNSやインターネットで検索し、実店舗で接客を受けて購買したり（ウェブルーミング）、逆に実店舗で見た商品をオンラインで購入する（ショールーミング）といったように、ネットリテラシーは高いが、必ずしもオンラインだけで購入するわけではなく、実店舗での体験も重視している。実際に商品に触れたり、店舗の雰囲気を実感することを好む傾向も強いと考えられる。

3. 社会貢献意識が強い

Z世代は、インターネットで世界中の情報にアクセスできる時代に育ったため、SNSなどを通じた問題提起が手軽になり、自らが発信者となり、世界に向けて発信する人も年々増えている。

さらに成長期にリーマンショックや東日本大震災を経験。気候変動や海洋汚染などの問題も身近であったため、自らの行動で環境や社会課題の解決に貢献したいといった志向が強い。

また、有名アーティストやインフルエンサーがSNSを介して環境保全活動への参加を呼び掛け、それによる影響で環境問題を意識し始めるというケースも多いという。

4. 多様性を重視

「社会貢献意識が強い」と同様、ネット社会の広がりや学校教育を通じて、他者の多様な価値観を理解し、受け入れる力が備わっている。近年では「ジェンダーレス」「LGBTQ」などの知識、感覚も身に付いているため、他者に対しても、年齢や性別などの属性にとらわれず、一個人として接する。

そのことはファッションやライフスタイルに関しても「自分らしさ」を大切にすることにつながっていて、周囲の人の個性を尊重しつつも、SNSを通じて自分の個性をアピールする人も多い。

5. コスパとタイパを重視

Z世代の消費行動の特徴として、コスパ（コストパフォーマンス）を重視しつつも、自分に必要なものには支出を惜しまない点がある。とはいえブランドへの憧れで購入するのではない。品質や性能、コンセプト、さらにはそのブランドを選ぶことにどのような価値があるか、商品の背景にあるエピソードや想い、社会貢献といったストーリーは共感できるものか、などを確認した上で、価格が総合的な価値に見合っている

かを吟味するのである。無駄な出費を抑えて様々な体験ができるサブスクリプションサービスを有効に利用する行動もみられる。

また、コスパに加えて、時間対効果の意味を持つタイパ（タイムパフォーマンス）を重視するのも特徴である。膨大な情報があふれている現代で、短時間で効率よく情報を取得・処理したいと考えるのはごく自然であり、例えば動画を視聴するときには1.5倍速にしたり、飛ばし見するなどの行動をとると言われている。

6. 「ワークライフインテグレーション」を重視するも、スキル磨きには積極的

Z世代は、ワークライフバランスの、仕事とプライベートを分けてバランスを取る考え方をさらに進め、どちらも無理なく連動させるという柔軟な考え方である「ワークライフインテグレーション」を重視していると言われている。そのため、テレワークやフレックスタイム制度、副業の許可など、プライベートも充実できるような制度や仕組みを持つ会社を選ぶ傾向にある。

しかし一方で、将来に不安を持っているZ世代は、仕事を選ぶ際、安定性を求めているとも言われる。同じ会社で働き、安定した生活を築きたいと考える人の割合は、Y世代を上回っている。

また、自分自身の市場価値を高めることや、自分のなりたい姿に近づくことにも意欲的で、スキルを身につけるための努力を惜しまない一面もある。