

○田結庄順子\* 樋口知子\*\*

(\*広島大 \*\*広島大・院)

**目的** 最近の若年層をターゲットにした「モノとサービス」の販売攻勢は、その消費生活の様相を、従来とは異なった状況に変えた。こんにちの若年層は、絶えざる欲求による「モノとサービス」に執着した商品選択を行っている。そこで、広島県内の高校生と大学生を対象にした「消費実態に関する調査」から得られたデータを基に、「モノとサービス」に関する消費実態等の問題点と今後の学校の消費者教育の課題等を検討する。

**方法** 広島県内の公立高校生と国公立大学生を対象にした「消費実態に関する調査」を1998年10月～12月に実施。調査対象者数は高校生748人、大学生576人であった。

**結果** 1. 現在の若者が好む39種類の「モノとサービス」の現有状況や将来の消費欲求では、高校生男子は移動手段と最新の機器に対して、女子は外見を飾ることに対して強い。大学生の消費欲求では、男子は情報関係の機器に対して、女子は様々なサービスに対して強く、特に就職や資格取得に関するサービスで顕著である。男子は自分に投資するモノ等には、あまり関心を持っておらず、女子と異なっていた。2. 通信販売の利用は高校生男子47.6%、女子64.7%、大学生男子37.9%、女子71.6%で女子で活発であった。

3. 高校生は今の消費生活について、友達の持ち物等に引きずられる等を問題としていた。