

バブル景気が再来したら「派手に使いたい」「将来のためにお金を貯めたい」がほぼ同数！堅実なZ世代の「バブル景気」に対する意識調査結果を発表

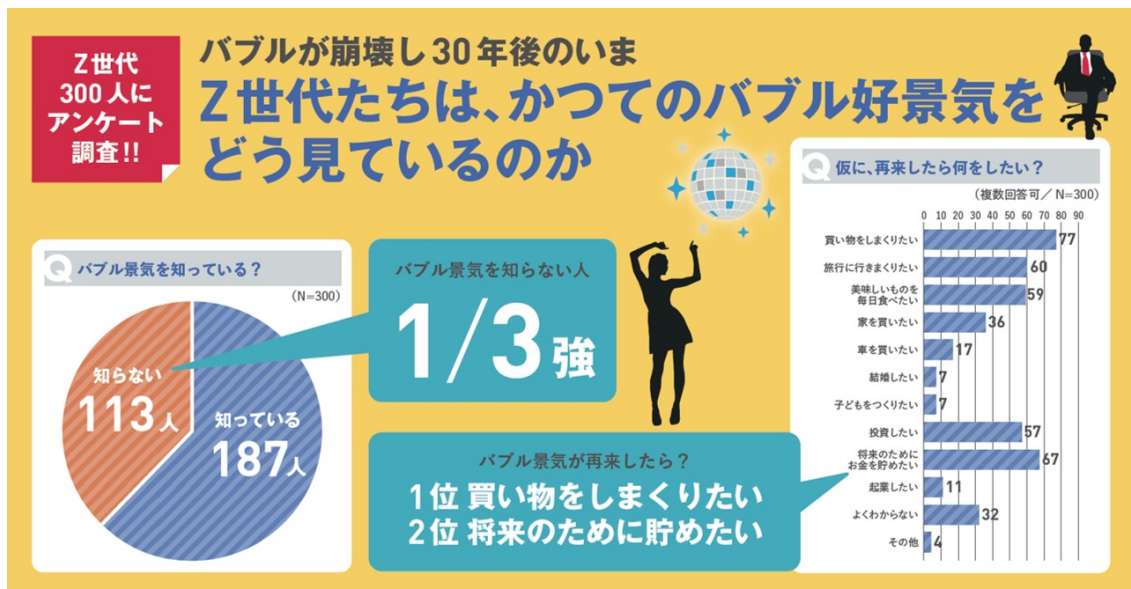
～求める情報に適切に到達でき、情報が暮らしを豊かに彩る社会へ～

株式会社キュービック（本社：東京都新宿区、代表取締役：世一英仁、以下「キュービック」）は、チャレンジを後押しする低金利な銀行ローンの一括提案依頼サイト『ロンたす』にて実施した「Z世代のバブル景気に対する意識調査結果」のインフォグラフィックを発表いたします。キュービックでは、最先端のデジタルマーケティング手法を用いて、インターネット上の有益情報をメディア化することにより、引き続き「誰もが求める情報に適切に到達し、情報が暮らしを豊かに彩る社会」の実現を強力に推進してまいります。

インターネットの普及は、かつては明確に分かれていた各種メディアにおける情報の「発信者」と「受信者」の垣根を曖昧にし、過去30年間に世界で生み出された情報量は、2002年のインターネット全体の情報量を10とすると2020年は約7000倍の7万になる（総務省発表データより）とされています。その結果、インターネット上には多くの人々にとって貴重で有益な情報と、そうでないものが混在し、1人1人が自身の求める情報に適切にアクセスしづらくなる状態を引き起こしています。

キュービックではこうした「情報の無秩序な混在」「有益情報への到達の困難さ」の2つの社会課題の改善・解決には、最先端のデジタルマーケティング手法を活用した「信頼できる有益情報の見極め」と「有益情報に至る経路の整備・構造化」が不可欠であると考えています。そこでインターネット上でこれらの機能を提供するとともに、人々が情報との付き合いを通じて自身の本質的な価値観（インサイト）へと向き合うノウハウを形成するデジタルメディア事業を展開しています。

キュービックでは、これからもデジタル世界の情報の再編集・再構成を通じた人々の有益情報へのアクセス環境整備で、社会に貢献してまいります。



■インフォグラフィック概要 <https://loantasu.com/bubble-boom/>

- バブル景気時代の解説
- 日本銀行のバブル景気への対応
- Z世代に対する調査結果
- バブル景気へのイメージ
- バブル景気の実態（家庭経済）について
- バブル景気の再来を望むかどうか
- バブル景気が再来したらしたいこと

■調査背景

2022年5月31日に公表された不動産価格指数（令和4年2月 <https://www.mlit.go.jp/totikensangyo/content/001473669.pdf>）によると、2010年平均を100とした、不動産価格指数は住宅総合で128.2、マンション（区分所有）178.2となりました。不動産価格が上昇したらバブル経済というわけではありませんが、不動産市場は活況の様相を継続しています。一方、2022年5月2日にアメリカの長期金利が3年5か月ぶりの3%台まで上昇しました。インフレ率の高どまりしているアメリカでは金融引き締めのため、今後も利率引上げが予想されています。

日本経済は成長してゆくのか、海外の金融引き締めにより低迷するのか、予測不能な状態が継続しています。

VUCA（※）時代を生き、モノ消費よりもコト消費、コストパフォーマンスを重視されるとされるZ世代がもつ、潜在的な消費意欲を知ることがを目的とし、バブル経済への意識調査を行い、インフォグラフィックとして表現いたしました。

※VUCA（予測不能な状態）:Volatility（変動性）、Uncertainty（不確実性）、Complexity（複雑性）、Ambiguity（曖昧性）

■調査概要

300名のZ世代（1980年～1995年生まれ）を対象に、「バブル時代」に関する意識調査を行いました。なお、当該アンケートについては株式会社アスマーク（マーケティング・リサーチ会社）に委託しました。

■調査結果サマリ

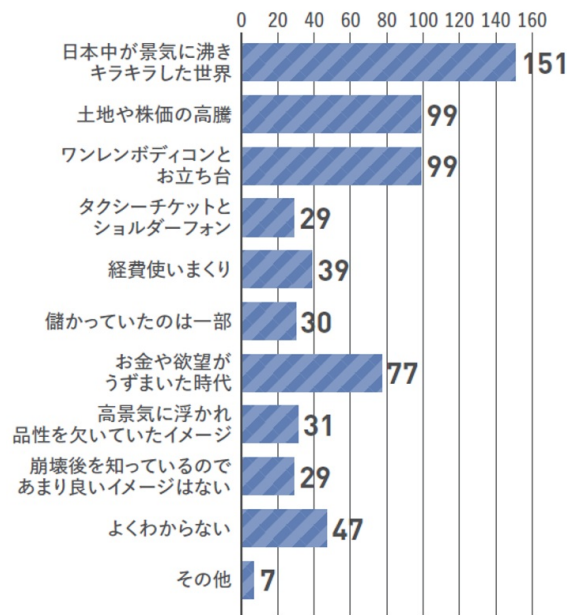
バブル崩壊後の「失われた10年」をはじめ、長引く日本経済の低迷期や格差社会をリアルに体感してきたZ世代にとって、バブル景気は消費のチャンスである一方、貯蓄や運用のチャンスであると捉えているひとが多いことが分かった。したがって、仮に、バブル景気が再来したとしても、大半のZ世代は消費と貯蓄を賢く使い分け、崩壊後の不況にも順応していくであろうという結論にたどりついた。

■調査結果詳細

- バブル景気にどのようなイメージを持っているか？ の問いに対して、1位が「日本中が景気に沸きキラキラした世界」（151人）、2位が「土地や株価の高騰」と「ワンレンボディコンとお立ち台」（同率2位・99人）だった。バブル景気はこれまでにない華やかな時代だったというイメージは持ちつつも、その実態については詳しく認知されていない。

Q バブル景気にどのようなイメージを持っている？

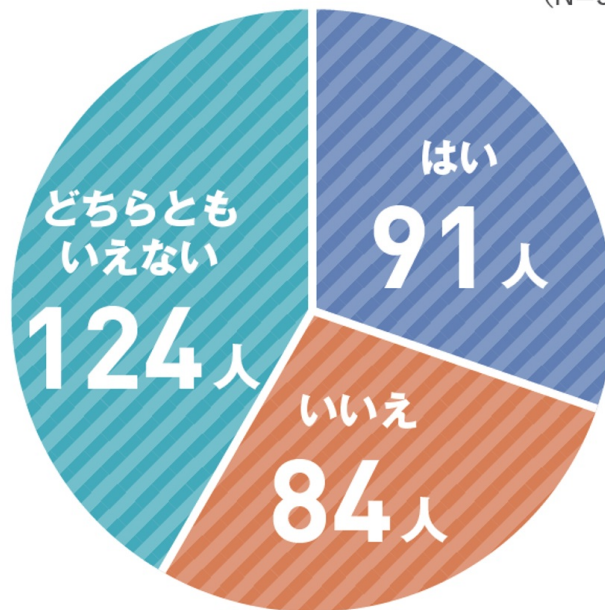
(複数回答可 / N=300)



- バブル好景気の再来を希望するかの問いに関しては、「どちらともいえない」が124人で一番多かった。その上、「はい」と「いいえ」が拮抗しているところを見ると、バブル景気は味わってみたいものの、崩壊後のイメージも強く、再来を手放しでは喜べないという心理がうかがえる。

Q 今後、バブル好景気の再来を希望する？

(N=300)

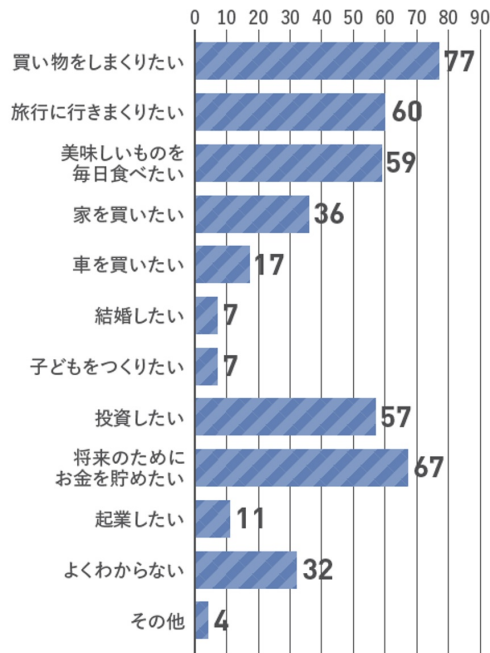


- バブル景気が再来したら何をしたいかという問いに対しては「買い物を楽しみたい」が77人で1位。2位は「将来のためにお金を貯めたい」で67人だった。バブル景気が再来したら豪快にお金を使いたいと思う一方で、将来を見据えた堅実的な意見も多く目立つ結果となった。



仮に、再来したら何をしたい？

(複数回答可／N=300)



■『ロンたす』編集部より

今回の調査により、いつの時代でも、そしてどの世代でも、「買い物をしたい」「美味しいものを食べたい」「旅行に行きたい」といった購買意欲は旺盛であることが分かりました。先行き不透明な現代にあっては、どうしても消費行動が抑制されがちですが、一括払いとローンを賢く使い分けることで、充実した暮らしを手に入れることができるのではないでしょうか。今後も『ロンたす』では調査・分析・取材を通じ、生活者のチャレンジ意欲を支援するため、経済やローンにまつわる情報やサービスを提供してまいります。

■注目記事

- ・マイカーローンと比較 | 低い金利を選択するための基礎知識 <https://loantasu.com/category/car-loan/>
- ・ブライダルローンを希望の条件で比較 | 借りてから後悔しない選び方 <https://loantasu.com/bridal-loan/>

■株式会社キュービックについて

キュービックは「インサイトに挑み、ヒトにたしかな前進を。」をミッションに掲げ、ヒト起点のマーケティング×デザインでビジネスを前進させる会社です。比較サイトを中心としたデジタルメディア事業を行っており、新しい価値を見つける比較サイト『your SELECT.』 https://cubic.co.jp/your_select/、暮らしをおいしく便利にするウォーターサーバーの比較サイト『ミズコム』 <https://waterserver-mizu.com/>、「もっといい求人」を探す人のための転職支援サイト『HOP!ナビ(ホップナビ)』 <https://www.hop-job.com/>などを運営しています。フィールドワークを重視し、表面的なニーズではなくインサイト(深層心理)を的確に捉え、人々をよりスムーズな課題解決体験へと導いています。

商号 : 株式会社キュービック (英語名: CUEBiC Inc.)

設立 : 2006年10月24日

代表者名: 代表取締役 世一 英仁

本社 : 〒169-0074 東京都新宿区北新宿2-21-1 新宿フロントタワー16階

事業内容: デジタルメディア事業

URL : <https://cubic.co.jp/>

■本件のお問い合わせ先

株式会社キュービック PRチーム : 小笠原、平山

E-mail : cubic-pr@cubic.co.jp

株式会社キュービックのプレスリリース一覧

https://prtimes.jp/main/html/searchrlp/company_id/12817