

致理科技大學應用日語系

109學年度畢業實務專題報告

低欲望社會

——日經「低」迷，台「欲」走向

指導老師：林佩怡

組員：

日四B 10622206 李佩瑩

日四B 10622211 張華姍

日四B 10622231 吳昱璉

日四B 10622246 蔡孟蓉

2021年1月

摘要

在泡沫經濟破滅後，日本面臨著經濟低迷的現況，加上年輕人對於以往父母那年代的升職管道感到疲勞，致使他們沒有對結婚生子的使命感、努力工作的企圖心減弱，房市泡沫化後，年輕人對於買房的意願也隨之降低，日本經濟學家大前研一在當時的日本社會看到此現象的出現，因此把此現象命名為「低欲望社會」，並撰寫《低欲望社會》一書對此社會現象的原因進行探討。

本組將根據大前研一所敘述的「低欲望社會」形成背景為基礎，針對造成日本「低欲望社會」現象之成因進行探討，在參考相關資料後，本組將造成日本「低欲望社會」的成因歸納成四個層面分別進行研究，了解此現象對日本社會造成的影響。透過探討日本寬鬆世代年輕人的價值觀與消費欲，來分析他們低欲望的消費行為，並以年代及思想相近的台灣Z世代為對象探討他們的價值觀，分析台灣年輕人的消費欲望及消費行為，了解年輕人的消費趨勢後分析他們對台灣社會帶來的影響。

關鍵詞彙：低欲望社會、泡沫經濟、價值觀、寬鬆世代、Z世代

要旨

バブル景気崩壊後、日本は数々多く経済問題に直面し、様々な影響が今の若者にも及んでいます。若者たちが伝統的昇進ルートに厭きを感じ、出世のために一生懸命に働き、結婚、出産・子育てという親世代の生き方に憧れなくなり、また、不動産バブル後、若者が住宅を買う気がなくなる現象が見られます。日本経済学者大前研一はこのような社会現象を「低欲望社会」と名付け、この現象を生んだ原因について研究しています。

まず、我々は大前氏による「低欲望社会」の形成背景についての意見主張に基づき、多くの関連資料を調べ参考にし、日本が「低欲望社会」になった原因を我々の整理のもとに四つの分野に分けてそれぞれを研究します。また、「低欲望社会」が日本の社会に様々な影響を与えたことについて解明します。

次は、日本のゆとり世代の人たちの消費意欲と価値観を研究し、その人たちの消費行動について分析します。さらに生まれ年と思想が近い台湾Z世代の人の価値観を探究し、今どき台湾の若者たちはインターネットの普及のため、消費行動と消費意欲が親世代の価値観と差があるのかを分析し、台湾の社会にどんな影響を与えたかを解明します。

キーワード：低欲望社会、バブル景気、価値観、ゆとり世代、Z世代。

目錄

實務專題報告授權書

摘要.....	1
要旨.....	2
圖目錄.....	5
表目錄.....	6
第一章、緒論.....	7
第一節、研究動機.....	7
第二節、研究目的.....	7
第三節、研究程序.....	9
第二章、低欲望社會.....	10
第一節、日本「低欲望社會」的背景.....	10
一、何謂「低欲望社會」.....	10
二、「低欲望社會」的背景.....	10
第二節、造成年輕人「低欲望」出現之因素.....	11
一、社會背景.....	11
二、國家影響.....	15
三、寬鬆教育.....	24
四、寬鬆世代的價值觀.....	26
第三節、「低欲望社會」對日本社會造成的影響.....	27
一、逐漸下降的出生率、結婚率.....	27
二、年長有活力、年輕沒動力.....	28
三、年輕人的「窮充」現象.....	30
第三章、網路普及的台灣Z世代.....	32
第一節、何謂Z世代.....	32
第二節、Z世代的價值觀.....	33
第三節、Z世代的消費趨勢.....	34
第四節、Z世代對台灣社會的影響.....	38
第五節、寬鬆世代與Z世代之比較.....	43

第四章、結論.....	48
參考文獻.....	52
組員分工表.....	56
專題報告修正要點.....	57
文獻相似度報告	

圖目錄

圖1-3-1 研究流程圖.....	9
圖2-2-1 日本房價.....	13
圖2-2-2 日本老年人口比率.....	14
圖2-2-3 日本民間消費年增率.....	16
圖2-2-4 日本歷年國債總額.....	17
圖2-2-5 日本女性勞動參與率的變遷.....	20
圖2-2-6 GDP成長率.....	21
圖2-2-7 日本上班族平均年收（1997年~2015年）.....	22
圖2-2-8 日本消費者物價指數.....	23
圖2-3-1 日本歷年出生率、結婚率.....	28
圖2-3-2 日本勞動人口.....	29
圖2-3-3 勞資糾紛統計.....	31
圖3-3-1 各世代網購率及月平均消費金額.....	37
圖3-4-1 台灣老年人口比率.....	38
圖3-4-2 台灣歷年結婚率、出生率.....	39
圖3-4-3 喜歡外送平台的原因.....	43

表目錄

表2-2-1 日本法人稅稅率變遷.....	19
表2-2-2 日本消費稅稅率變遷.....	24
表2-2-3 日本PISA排名.....	25
表3-3-1 實體店家與網路購物比較.....	36
表3-4-1 2020年台灣房價負擔能力統計.....	40
表3-5-1 台日教育比較.....	44
表3-5-2 日本平均初婚及初次生育之年齡.....	45
表3-5-3 台灣平均初婚及初次生育之年齡.....	46

第一章、緒論

本組研究動機以了解台灣年輕人對欲望¹的追求方向，藉此來探討台灣年輕人與上一代的消費觀是否轉變。並且列出具體研究目的，探討低欲望對日本社會的影響，並以出生於網路普及的台灣Z世代年輕人來分析他們的消費行為是否因為環境改變而產生出不同的方向。最後，確立研究程序依據流程圖完成本組研究。

第一節、研究動機

前幾年在社會版面的網路新聞上，偶爾能見到「低欲望社會」一詞，本組希望以專題的形式深入探究此現象。「低欲望社會」一詞，是由日本經濟學家大前研一（2016）所提出，意指當時日本社會的年輕世代不願意承擔風險與債務，他們不再想承受結婚生子、買房的巨大壓力，只想過著安逸且自在的生活，進而降低自己的消費欲望，因此產生出「低欲望社會」的現象。

造就了日本「低欲望社會」現象產生的原因眾多，日本經濟學家大前研一對此現象進行深入地探討，期望日本年輕人能引以為戒。因此本組決定以參考大前研一的著作《低欲望社會》及其他相關資料為依據，追溯「低欲望社會」之形成背景，並以多層面分析造就日本社會呈現「低欲望」之成因，使台灣人民了解「低欲望社會」現象對日本的影響。最後以大前研一所敘述呈現低欲望傾向的寬鬆世代和年代相近的台灣Z世代為對象，分析他們的消費行為及欲望是否呈現出與上一代長輩不同的走向。

第二節、研究目的

日本已步入欲望低靡的時代，年輕人想出人頭地、努力打拚的想法日漸減少，欲望日漸低下已成為日本社會不可忽視的現況，加上高齡和少子化社會對年輕族群造成的無形壓力，使年輕人對未來發展感到不安、迷茫。然而與寬鬆世代在價值觀及思想上十分相近的台灣Z世代是否會步入低欲望，亦或者是年輕族群的欲望走向與上一代長輩不同所造成的觀念落差呢？本研究將從「低欲望社會」的形成背景探討

¹ 中文的「慾望」為此詞彙，日文則是這個「欲望」，由於本組以大前研一的著作《低欲望社會》為主要探討方向，因此內文中所有的「慾望」皆以此「欲望」之詞彙來代替。

「低欲望」對日本社會的影響，並以大前研一所敘述呈現低欲望傾向的寬鬆世代及年代、價值觀相近的台灣Z世代為對象，分析他們的消費行為是否有根據環境變遷而產生出不同的欲望走向。

具體研究目的如下：

1. 探討日本「低欲望社會」
2. 造成年輕人「低欲望」出現之因素
3. 低欲望對日本社會造成的影響
4. 分析台灣Z世代的消費觀念
5. 分析寬鬆世代與Z世代之差異

藉由此研究，我們期望台灣的年輕族群能以日本寬鬆世代為借鏡，了解「低欲望社會」產生出的社會問題，透過多項數據及資料來分析網路普及時期的台灣Z世代的人格特質，探討他們的消費觀是否有所改變，來了解其消費行為與欲望的走向，並分析與寬鬆世代年紀相近的Z世代是否會步入低欲望的情形，或者只是欲望轉變造成與長輩間的消費觀念形成落差。

第三節、研究程序

本研究流程圖如下：

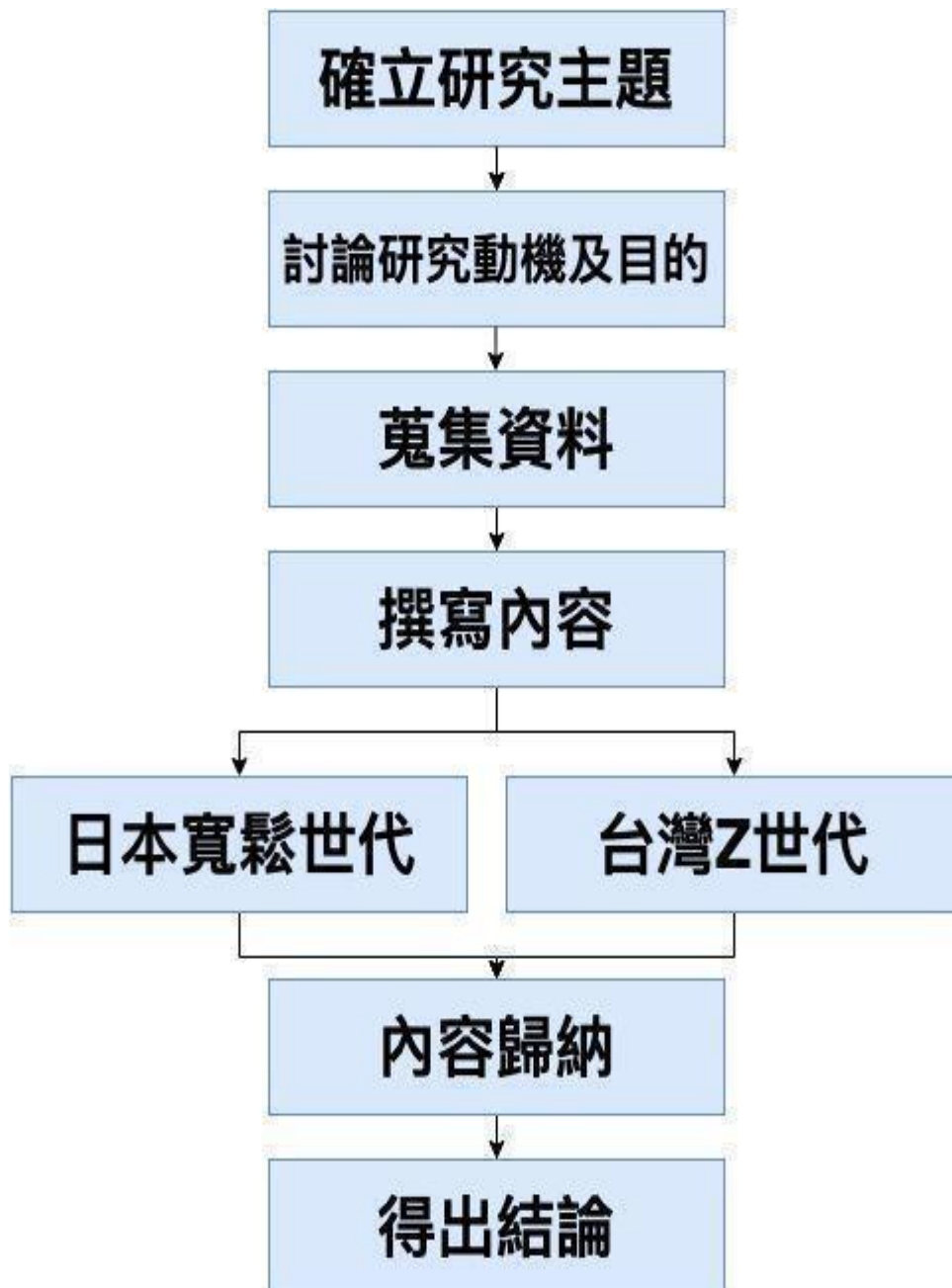


圖1-3-1 研究流程圖

第二章、低欲望社會

本章將參考大前研一的著作《低欲望社會》及相關資料後，說明日本「低欲望社會」的定義及背景。根據大前研一敘述的低欲望社會，年輕族群呈現不結婚、不生小孩、不買房等現象，本組以此作為指標來觀察寬鬆世代呈現「低欲望」的因素並進行歸納，分別是社會背景、國家影響、寬鬆教育、寬鬆世代的價值觀這四個層面，最後探討「低欲望社會」對日本社會造成哪些影響。

第一節、日本「低欲望社會」的背景

一、何謂「低欲望社會」

「低欲望社會」一詞，我們大多會認為是沒有欲望的社會大眾。但在日本經濟學家大前研一（2016）的《低欲望社會》書中是指當時日本社會中的年輕世代不願意承擔風險與債務，他們不再想承受結婚生子、買房的巨大壓力，只想過著安逸且自在的生活，進而降低了自己的消費欲望。在書中可以看到作者把此定義在出生於日本泡沫經濟前後約1987年到2004年出生的「寬鬆世代」（ゆとり世代），因為作者認為在泡沫經濟的影響後，年輕族群的價值觀跟當時的父母已經有所不同了，大前研一將當時所見的日本社會命名為「低欲望社會」，年輕族群們不是「沒有欲望」而是在心態的改變及經濟環境壓力下，只能「降低自我消費欲望」²。（頁68-頁71）

二、「低欲望社會」的背景

大前研一（2009）《再啟動》書中便曾提出此時期約15至24歲左右的日本年輕人已經面臨對汽車、名牌皆不感興趣的「物欲喪失世代」。年輕族群由於網路的普及，導致年輕人過度沉迷於網路生活，宅在家中不想出門的情形變多，以至於購買房子、汽車等高欲望變少，因為他們沒有高額消費的欲望，所以想透過努力奮鬥來提升工作職位的想法也隨之減少。年輕人們消費欲望變低、喪失對成功欲的追求，這對日本未來的經濟無疑是很大的衝擊³。（頁321-頁326）

² 大前研一著（2016）：《低欲望社會》，臺北市：遠見天下文化，頁68-頁71。

³ 大前研一著（2009）：《再啟動》，臺北市：遠見天下文化，頁321-頁326。

大前研一（2016）認為會造成當時日本「低欲望社會」不全然是景氣不好、通貨緊縮等因素，年輕人的心態改變也是主因之一。由於當時的日本年輕人在看到「泡沫經濟」破滅後對日本的巨大影響後，他們減少對消費欲和成功欲的追求，喜歡在家無拘無束當宅男宅女，近年加上晚婚、少子化、超高齡社會現象等層層壓力下，使年輕人們失去努力工作的動力⁴。（頁12及頁36-頁39）

大前研一（2016）認為年輕人之所以變成「低欲望」的背景原因可能是父母在泡沫經濟年代為了滿足物欲、出人頭地的欲望，努力工作投資房地產卻因泡沫經濟破滅而被房貸追著跑，年輕人不想變成當時父母的模樣，只想悠哉生活所以不斷壓低自己的消費欲望。日本政府政策失利更是讓作者認為是造就年輕人低欲望心態的主因之一⁵（頁72-頁74），書中作者針對安倍經濟學更是提出了許多質疑及建議，本組也將對安倍經濟學進行探討，了解政策的實施方向與作用性。

第二節、造成年輕人「低欲望」出現之因素

在《低欲望社會》一書中，大前研一認為在2010年代左右的年輕族群呈現「低欲望」傾向，作者發現此社會現象後進行了探討與分析，並寫出許多造成當時年輕人們消費欲望降低的成因。本組在參考《低欲望社會》一書及其他相關資料後，對造成當下日本寬鬆世代「低欲望」出現的因素自行歸納，分別是社會背景、國家影響、教育影響、寬鬆世代的價值觀這四個層面，最後從各項數據及資料來探討造就日本「低欲望社會」現象產生的成因。

一、社會背景

（一）日本泡沫經濟史

呂建良（2002）認為日本泡沫經濟的產生起源於1985年的廣場協議。當時日本出口經濟實力在全球是領先於其他國家，並且對美國擁有巨大的貿易順差，1985年美國政府為了解決美日貿易逆差，與日本簽訂廣場協議使美元貶值、日圓升值，日圓一直升值將對日本出口造成不利並可能造成經濟衰退，因此日本央行大量購買美元增加貨幣供給量，同時日本政府採調降利率的寬鬆貨幣政策，加上銀行擴大對不

⁴ 大前研一著（2016）：《低欲望社會》，臺北市：遠見天下文化，頁12及頁36-頁39。

⁵ 大前研一著（2016）：《低欲望社會》，臺北市：遠見天下文化，頁72-頁74。

動產擔保的放款，人民開始把金錢投入股市、房地產投資，此現象造成地價的飆升，土地不斷上漲使日本人民深信土地永遠不會貶值的神話產生，在1990年日本經濟來到了最高峰⁶。（頁89-頁90）

呂建良（同上）提出在1990年高漲不跌的房價使人民買不起房，日本為因應高漲不跌的房價，在1991年實施加徵房產稅等稅制改革。增稅後房價開始崩盤日本人民深信的「土地傳說」終於破滅了，房地產投資受到劇烈影響，泡沫經濟破滅後，股價和地價持續暴跌，各企業開始發生大規模的破產及倒閉造成大量資金無法收回，日本銀行機構無法拿回的不良債權增加，使金融機構體系逐漸惡化⁷。（頁130-頁136）

泡沫經濟破滅後日本陷入「失落的十年」，對2010年代的年輕人造成巨大的思想改變，他們看到自己的父母從年輕奮鬥到老，不但無法頤養天年，還得背負債務、貸款一輩子，他們開始認為自己沒必要努力奮鬥把錢拿去創業、投資房地產業等具有高危險性的投資，此行為造成經濟無法成長，年輕人不願意嘗試風險，也是造成「低欲望現象」出現的因素之一。

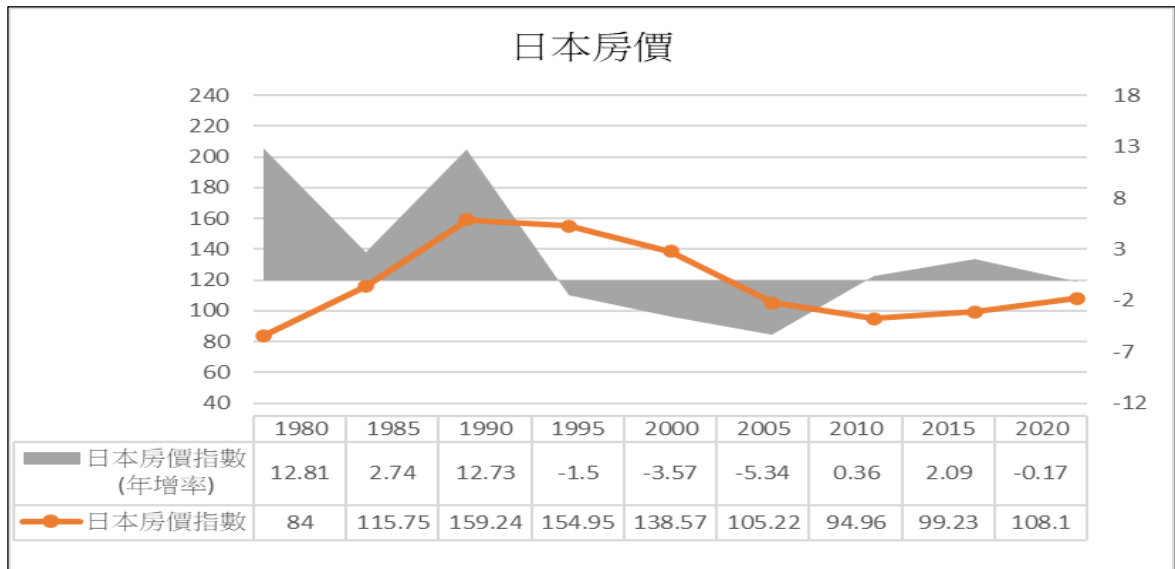
（二）日本房價的漲跌

梁懿方（2018）提出日本房價與泡沫經濟有著巨大關聯，在1985年簽訂的廣場協議後至1990年期間，在政府推行的低利率政策及當時日本人深信的「土地傳說」影響下，人民把大量金錢投入房地產行業，促使房價飆升，在1990年日本房價泡沫走到了最鼎盛的時期。由於過度投資房地產業導致房價飆漲，於是民眾希望政府提高利率以房產稅壓制房價。1991年日本加徵房產稅、開徵地價稅等稅制改革，房價開始暴跌導致不良債權增加各金融機構相繼破產，房地產泡沫的破滅使日本陷入「失落的十年」，國民財富持續降低，日本經濟更是萎靡不振，經過了二十年後日本經濟開始緩和，但房價卻已回不了當初的盛況⁸。（頁12-頁21）

⁶ 呂建良（2002），〈日本金融機構經營危機之研究——從泡沫經濟觀點〉，淡江大學日本研究所碩士論文，頁89-頁90。

⁷ 呂建良（2002），〈日本金融機構經營危機之研究——從泡沫經濟觀點〉，淡江大學日本研究所碩士論文，頁130-頁136。

⁸ 梁懿方（2018），〈房地產泡沫研究-以台灣、日本、香港、美國為例〉，國立中山大學經濟學研究所碩士論文，頁12-頁21。



註：資料來源：MacroMicro 財經M平方

圖2-2-1 日本房價

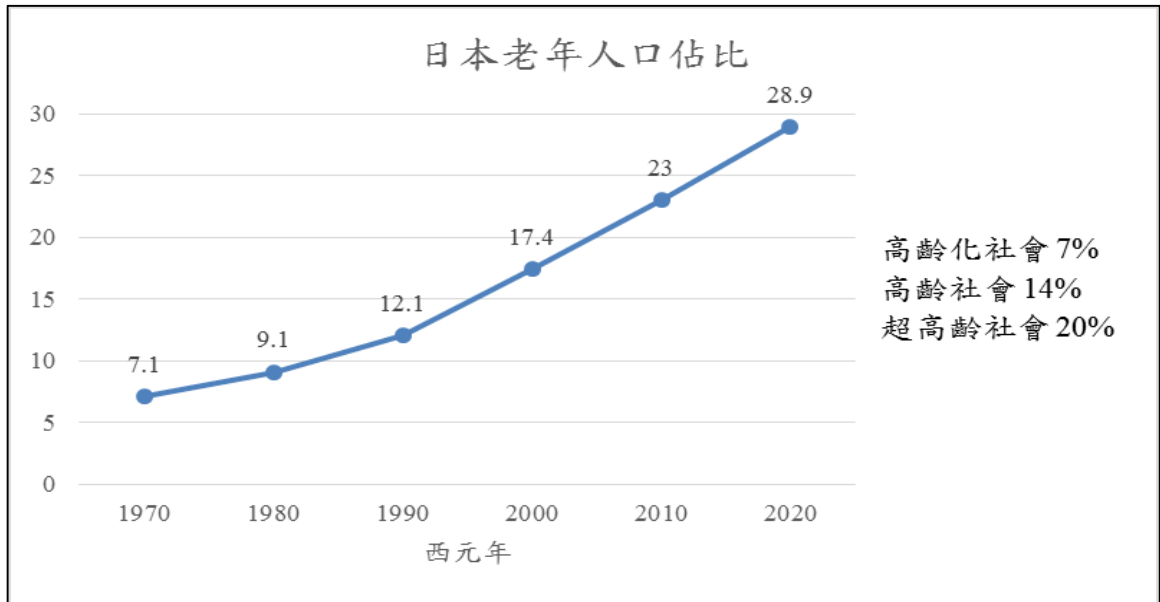
從（圖2-2-1）來看，日本在1991年經過泡沫經濟破滅後造成房價一跌不振，不過在2010年經濟漸漸緩和使房價有慢慢回溫的趨勢，然而房價下跌年輕人卻不想買房的原因，本組認為是因為日本曾面臨「泡沫經濟」、「失落的十年」等影響，年輕人跟以往年長者相比對購屋意願已經下滑，加上看到父母那一代辛勤工作卻被債務追著跑，使他們對房地產業產生不安全感，越來越多年輕人選擇合租房或是個人租屋來減輕經濟負擔。

（三）日本的高齡化現象

根據2013年國家委員會的調查日本是有名的「長壽之國」，早在1970年就已邁入高齡化社會，在2010年進入超高齡社會成為了全球老年人口比率最高的國家，超過65歲的人口比例已超過了20%，也就是說在2010年時每5人就有1位老年人，走在日本街上隨處皆可看到老年人的蹤影，未來一人獨居將成為日本社會常態之一⁹。（頁28-頁29）造成此現象出現的主因有日本醫療發達、不婚或晚婚主義興起及經濟不景氣造成少子化現象加劇等原因，由於當時日本經濟低迷，使年輕族群對育兒倍感壓力萌生不想生小孩的想法，低出生率加上醫療發達，使老年人口遽增。

⁹ 國家發展委員會（2013），〈全球人口老化之現況與趨勢〉，頁28-頁29。

高齡化將會帶來養老金等社會保障的壓力變大及經濟成長衰退的出現，由於老年人口增加，養老金及醫療費用負擔變多，導致政府財政壓力加重，加上少子化現象的日益嚴重，勞動力的供給只好以中老年人為主。但勞動年齡人口不足依然是日本擔憂的問題之一，此現象將可能影響國際競爭力使國家經濟能力下滑¹⁰。（參考葛瑩，2013，頁238）



註：資料來源：國家發展委員會

圖2-2-2 日本老年人口比率

從（圖2-2-2）來看，日本在2010年邁入超高齡社會，截至2020年日本65歲以上的老年人已高達總人口的28.9%，高齡化現象持續增加，人口老化已成為日本不可忽視的重大問題，此現象將造成人口減少和高齡化的問題皆會加劇勞動力不足的困境。在扶養壓力增加的情形下，年輕世代承受比以往更大的負擔，促使他們產生出不想結婚生子或背負房貸等更多的負擔，加上年輕人自我意識的覺醒，萌生出只想過著簡素、自由、無壓力的生活方式不想把時間都花在努力工作上，所以抱持著降低自己的非必要消費欲望，讓自己能減少負擔快樂地生活。本組認為2010年的日本年輕人因為在經濟能力及環境壓力下，已慢慢從以往買車買房的高消費欲望轉變成消費於個人興趣上，理所當然也就造成買房低欲望的產生。

¹⁰ 葛瑩（2013），〈高齡化給日本帶來的經濟影響〉，《商界論壇》第25期，頁238。

二、國家影響

(一) 日本實施的政策—安倍經濟學 (アベノミクス)

財團法人台北外匯市場發展基金會提到在日本經歷過「失落的二十年」(1991年-2012年)後，經濟持續低迷不振，日本的企業及國民喪失了原有的自信，對未來不再抱有希望，其結果便是使日本陷入消費低迷、通貨緊縮等惡性循環的情形¹¹。根據NAIP北美智權報報導在2012年底首相安倍晉三提出了對應的經濟政策，日本政府稱為「安倍經濟學」，其中最顯眼的便是，分別為第一箭「大膽的金融政策」、第二箭「機動的財政政策」、第三箭「喚起民間投資的成長戰略」。

第一箭是透過貨幣寬鬆政策藉此刺激物價上漲與提升出口的價格競爭力，第二箭則用於基礎設施的建設、對國內中小企業的投資，提高消費稅率並擴大舉債規模，來增加政府的財政收入，最後透過第三箭實施勞動、金融、國土規劃和科技政策等，刺激民間企業投資意願，解決日本勞動生產率長期停滯不前的問題¹²。

1. 安倍三箭政策—第一箭：大膽的金融政策

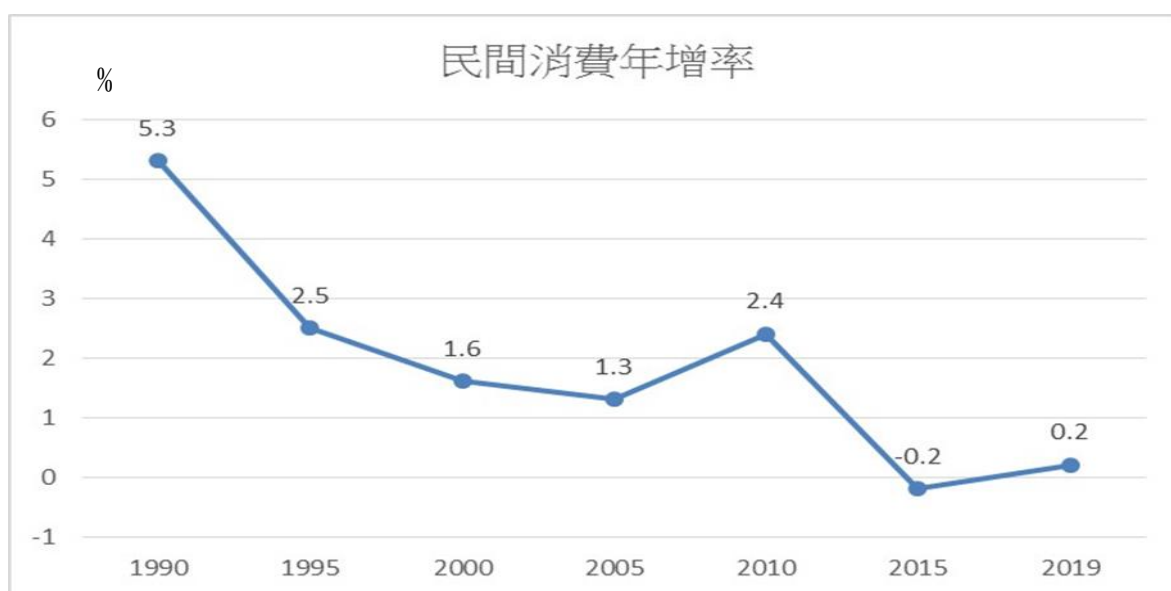
日本經濟陷入長期的通貨緊縮：從資產價格大幅下跌開始，導致市場流通性緊縮，而企業利潤下滑就會降低投資規模，間接導致就業機會減少、失業率增加，接著民眾收入水平下降選擇減少消費，則又陷入流通率低的惡性循環中。而為解決日本經濟低迷的現象，安倍內閣提出的安倍經濟學的三箭計畫，其中第一箭為「貨幣寬鬆政策」。日本運用了量化寬鬆(Quantitative easing, QE)之概念，目標為刺激國家的經濟、擺脫通貨緊縮之現象。

Binance Academy提出量化寬鬆是一種貨幣策略，其運作方式為保持低利率、增加貨幣流通率，促進消費者和企業貸款，藉此提升人民對整體經濟的信心。而且使用此貨幣政策，因貨幣流通率高，會使日圓貶值，一方面有利出口，一方面貶值能推升物價造成通膨，對於長期陷入通貨緊縮的日本是有利的，良性的通貨膨脹有助

¹¹ 財團法人台北外匯市場發展基金會，〈日本安倍經濟學的內涵與影響〉，<http://www.tpex.com.tw/uploads/download/tw/jpap.pdf>，2020年5月20日。

¹² NAIP北美智權報 第153期，〈安倍三箭為何失速？〉，http://www.naipo.com/Portals/1/web_tw/Knowledge_Center/Editorial/publish-313.htm，2020年5月20日。

於經濟發展。然而，量化寬鬆並非萬能的，因高度依賴經濟背景和策略，有可能反而造成惡性通貨膨脹，或是出現過度借貸等情況¹³。大前研一（2016）在《低欲望社會》內容中提到銀行應政府要求購入國債，日本國債發行金額遠超過國內生產毛額的數幾倍，少子高齡化問題持續惡化下，國債將是無力償還的龐大借款，並認為貨幣寬鬆制度不適用於現在的日本¹⁴，此種經濟政策應適用於充滿欲望及企圖心的時代。（頁97-頁98）



註：資料來源：MacroMicro 財經M平方

圖2-2-3 日本民間消費年增率

從（圖2-2-3）可看出1990年泡沫經濟後，民間消費有所減少，2012年後實施了三箭政策也未有良好的改善。以寬鬆貨幣政策的刺激經濟形式來看，必須是在民眾及企業有意貸款及投資的情況下，然而長期的經濟低迷造就了國民對投資、消費的退縮，現況是普遍大眾節約取向愈來愈強，不願意擴大消費或者投資。大前研一（2016）提出以下論點：「如今，日本面對如此特殊的國家現況，沒考慮到人民的心理層面因素，即使撒再多錢在政策或公共投資上，仍舊無法有效改善經濟¹⁵。」（頁98-頁99）

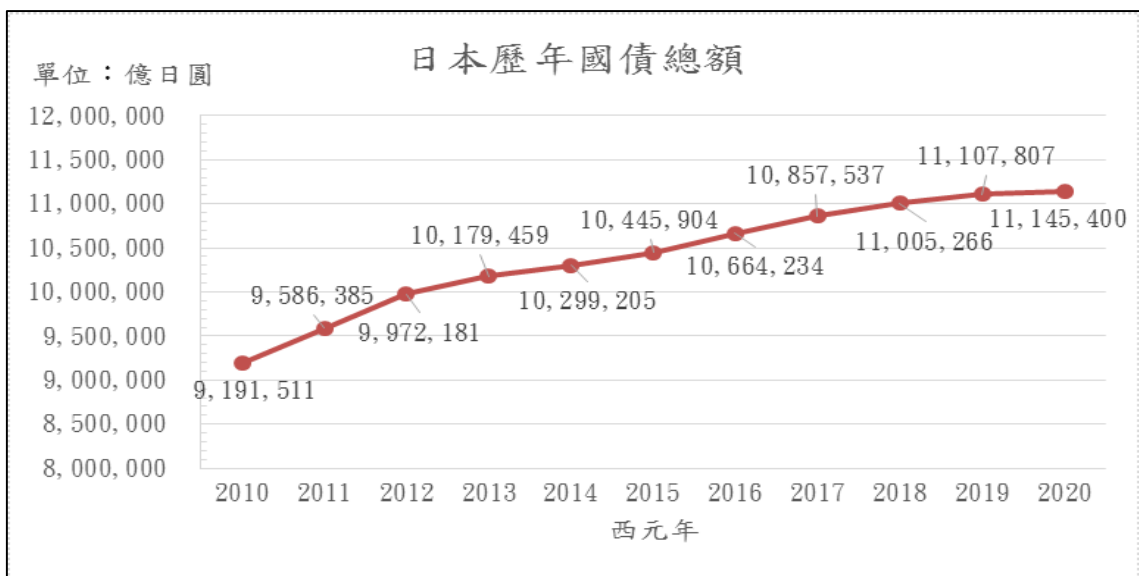
¹³ Binance Academy，〈什麼是量化寬鬆（QE）？〉，<https://academy.binance.com/zt/economics/what-is-quantitative-easing>，2020年5月30日。

¹⁴ 大前研一著（2016）：《低欲望社會》，臺北市：遠見天下文化，頁97-頁98。

¹⁵ 大前研一著（2016）：《低欲望社會》，臺北市：遠見天下文化，頁98-頁99。

2. 安倍三箭政策—第二箭：機動性的財政政策

第二支箭為擴大財政支出，目的是希望讓短期的經濟景氣復甦，並對於有成長空間的公司提供協助，增加基礎設施的建設、提高消費稅率並擴大舉債規模，來增加政府的財政收入，目標是政府支出日元讓各公司開始有雇用需求，進而產生經濟活動。第二支箭大致可以分為「緊急經濟對策」與「為實現良性循環的經濟對策」。主要目的就是吸引投資，進而強化國內企業，增加金錢的流動。另外除了投資中小企業的發展以外，也對改善生活方面進行了投資，讓民眾對生活改善有感，進而能夠提高消費意願。



註：資料來源：日本財務省

圖2-2-4 日本歷年國債總額

從（圖2-2-4）中可以發現，從第二支箭射出的2013年開始日本國債就突破1000兆日圓截至2020年3月底國債總額也高達了1114.5兆日圓，國債總額年年攀升。

蔡錫勳（2019）認為政府的想法為「負債也無妨，總之先讓GDP成長」，如果日本政府持續保持著上述想法，國債問題將永遠不可能有緩解的一天。而當國債金額逐漸攀升，政府可能實施增稅等政策，造成未來年輕人負擔加重。但政府與國民承

諾的是「兼容再生經濟與財政健全化」，卻讓國家舉債持續超過1100兆日圓，利用借款來振興經濟，讓日本成為明明是先進國家卻是世界第一的負債國家¹⁶。（頁99）

3. 安倍三箭政策—第三箭：喚起民間投資的成長戰略

第三箭的目標是移除企業成長的阻礙，來提升民間投資的意願。安倍內閣於2013年6月公布「日本再興戰略」，以刺激民間企業投資、鼓勵女性就業及放寬法規管制為主要目標，並且計劃創立國家戰略特區吸引海外投資進入。但此政策一出後，受到不少民間企業的質疑，民間企業認為缺少期盼已久的重要政策，例如降低企業營利所得稅（法人稅）的稅率及放寬就業規定等。於是安倍內閣在2014年6月針對各界意見再次提出「日本新成長戰略」¹⁷。（參考趙文志，2015，頁302-頁303）

（1）法人稅改革政策

安倍經濟學雖然帶動出口成長，但民間企業投資卻未增加。其原因是截至2014年日本的法人稅率約在35%左右，是僅次於美國的全球第二高稅率國家，因此不利於日本企業的國際競爭力，安倍內閣預計將法人稅（中央及地方營利事業所得稅稅率）從2015年起分數年降至20%-30%內，同時在員工加薪、設備投資等方面給予稅收優惠，目標是增加國內企業的競爭力防止企業外流，提高人民的消費能力，刺激國內外企業投資，進而促進經濟穩定成長¹⁸。（參考蘇顯揚，2015，頁72-頁76）

¹⁶ 蔡錫勳著（2019）：《安倍政權の大戦略—強い日本を、取り戻す。》，臺北市：翰蘆圖書出版有限公司，頁99。

¹⁷ 趙文志（2015），〈日本「安倍三箭」的「虛」、「實」及真正的風險〉，《經濟研究年刊》第15期，頁302-頁303。

¹⁸ 蘇顯揚（2015），〈日本調降法人稅的影響與未來課題〉，《經濟前瞻》第158期，頁72-頁76。

表2-2-1 日本法人稅稅率變遷

	改革前	2015年	2016-2017年	2018-2020年
法人稅率	25.5%	23.9%	23.4%	23.2%
法人事業稅所得 比率	7.2%	6.0%	3.6%	3.6%
中央與地方法人 實際有效稅率	34.62%	32.11%	29.97%	29.74%

註：資料來源：日本財務省

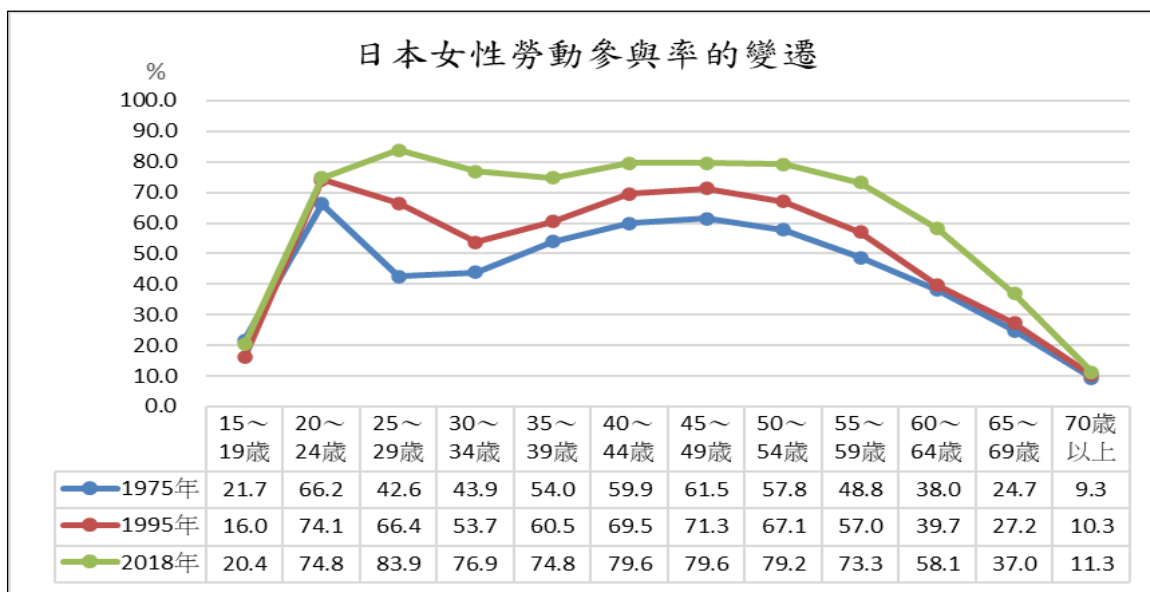
從（表2-2-1）來看，我們能發現日本在實施法人稅改革之前是34.62%，改革後稅率逐漸降低，在2018年到2020年日本終於降至29.74%，在降低法人稅稅率後經濟的確有成長，但相較於其他各國明顯還是很高，根據每日頭條報導在亞洲地區日本降低法人稅政策效果並不顯著，因為新加坡及台灣的法人稅在2019年是17%，香港則是16.5%，比日本稅率來得低，因此降低法人稅政策無法有效吸引國內外企業投資¹⁹。

（2）鼓勵女性就業政策

蔡錫勳（2019）提出低出生率及超高齡化的社會現象將會使日本勞動人口持續下降，女性已成為新的勞動力趨勢。但以往女性因為結婚、生產、育兒等家庭因素存在著M字型的就業結構，導致女性勞動參與率並不高，為了解決M字型就業問題，安倍內閣在2013年1月的施政演說中提出了「職業女性建立自己的職業生涯，男女都能容易地兼顧工作及育兒的社會」的想法，為此育兒制度、二度就業的體系制度等便是首先要解決的問題，安倍內閣在2017年便提出「女性經濟學」的鼓勵女性就業政策，提供安心且便利的就職環境及各項就業支援等，目的在於使日本女性能在結婚生產後安心地投入職場，藉此增加女性勞動生產力人數來提振日本經濟²⁰。（頁135-頁137）

¹⁹ 每日頭條，〈超「20%」的法人稅不具有吸引力〉，<https://kknews.cc/zh-tw/career/o53vxy5.html>，2020年11月8日。

²⁰ 蔡錫勳著（2019）：《安倍政權の大戦略—強い日本を、取り戻す。》，臺北市：翰蘆圖書出版有限公司，頁135-頁137。



註：參考來源：日本總務省

圖2-2-5 日本女性勞動參與率的變遷

IDB經濟部工業局認為在1975年日本女性於30歲左右因為生產及育兒等因素大量離職，然後又在40歲時二度就業，因此呈現出M字型曲線，這對日本的勞動力造成巨大影響，因為30歲是最具勞動能力的年紀，卻因生產及育兒等因素而未投入勞動市場使日本面臨勞動力不足的困境及限制經濟的成長²¹。而在2017年安倍內閣提出鼓勵女性就業政策並建立育兒支援制度及各項就業支援後，大大提升了女性進入職場的意願，M字型曲線逐漸趨緩成梯形曲線，女性勞動參與率也逐年攀升，使日本勞動人力及經濟皆短暫獲得成長。

4. 三箭總結

日本在現今這個時期實施量化寬鬆並非上策，在人民心態的改變及經濟環境壓力下，多數人不願冒險前進，即使日本打出低利率來刺激借貸及消費行為，也難以激起多數民眾的投資及消費意願。雖然單從刺激民間需求方面來看，效果並不顯著，仍有改善空間。經濟學家辜朝明指出，在利率極低環境下，與擴大財政支出的政策搭配，能發揮較大成效，由於擴張性財政政策不會帶來資金排擠效果，由此行

²¹ IDB經濟部工業局，〈日本的「女性經濟學」政策：讓女性發光的社會〉，<https://www.italen.t.org.tw/ePaperD/7/ePaper20180500001>，2020年5月28日。

生的財政赤字為「良性財政赤字」，若運用得當更能達成持續成長的效益。

接著，在建設方面，政府投入相當多的資金在做公共建設，日本也位處於地震帶上，災後重建與災前預防都十分重要，在這邊投入的資金可以說是為人民安全負責。而在減稅措施方面，雖然減少了一些的稅額，但一方面消費稅調漲的舉動反而會造成民眾不願意消費，減少經濟活動。

最後，在喚起民間投資方面至今仍無顯眼的成果，法人稅率過高就是原因之一，雖然實行降低法人稅政策，但效果並不顯著，其原因是在亞洲地區日本的法人稅相較他國來得高，無法有效吸引國外入資刺激經濟。另一方面，困擾已久的少子化現況導致日本嚴重勞動力短缺影響經濟發展，安倍內閣則以實施鼓勵女性就業政策提供完善的措施及福利，使女性投入職場並增進生育率來改善人力不足的窘境。

年輕族群對日本經濟的不安全感是從泡沫經濟事件發生後日積月累所致，人民卻步於有風險性的投資，想透過促進經濟復甦來使年輕人們恢復自信，進而帶動消費欲望使經濟成長可謂是一大挑戰。

（二）日本GDP成長率緩和

日本面臨人口負成長、勞動力短缺等嚴重影響國家經濟發展的問題，泡沫經濟破滅後的日本更是經歷了「失落的二十年」，為了看出當時與近年的經濟成長率的變化，本組找出泡沫經濟年代到近年的GDP成長率做出以下分析。



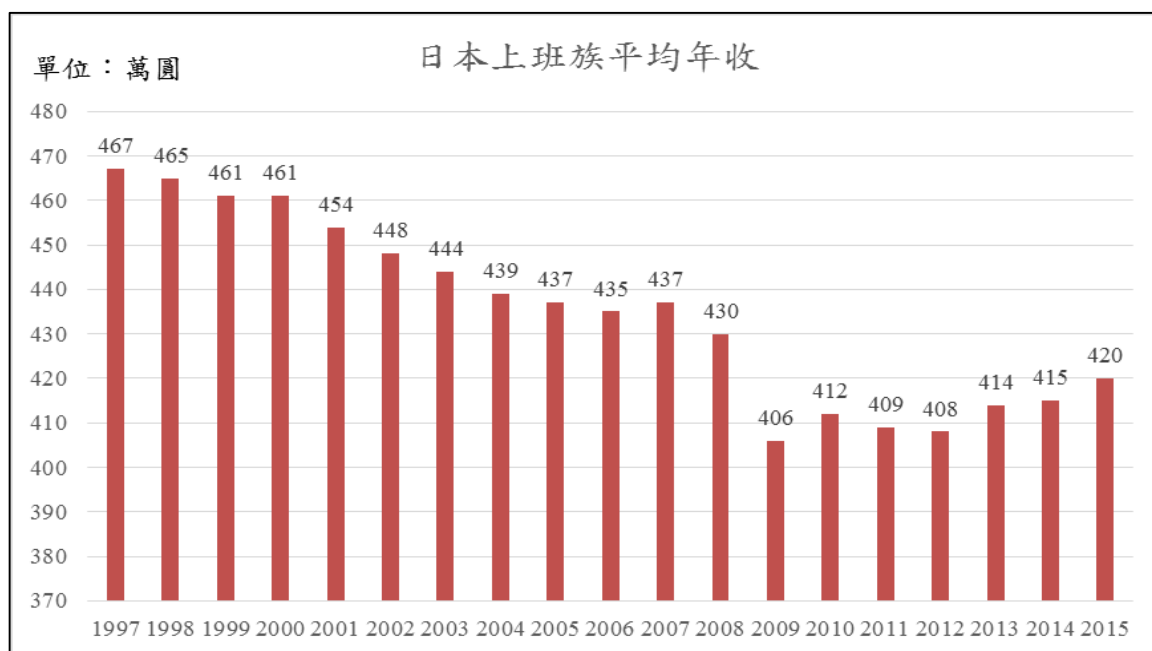
註：資料來源：日本內閣府

圖2-2-6 GDP成長率

從（圖2-2-6）中可以看出在1990年時，GDP成長率達到後幾年未及的高度，但泡沫經濟崩壞初期的兩、三年，GDP成長率像雪崩一樣下跌，人們從富裕揮霍的生活變成為了生活下去只求溫飽，被迫不斷降低自己的物欲，減少開銷。即使現今經濟成長趨為緩和，但當初經濟崩盤的恐懼早已烙印在人們的記憶中，不敢貿然投資、不願背負風險，經濟成長率難以回到經濟崩盤前的光景。

（三）日本人民平均年收減少

國家經濟成長率與國民薪資有著密切關連，薪資給予的高低影響了人民消費的基準，在泡沫經濟破滅前日本經濟達到最高峰，當時的人民把自己的金錢投入股市、房地產是常見的情形。但在泡沫破滅後日本經濟進入「失落的十年」中，即使經過了2年讓經濟漸漸回溫，但已經無法找回當年的盛況，本組找出近20年日本上班族的平均年收，參考相關資料後做出以下分析。



註：資料來源：國稅廳

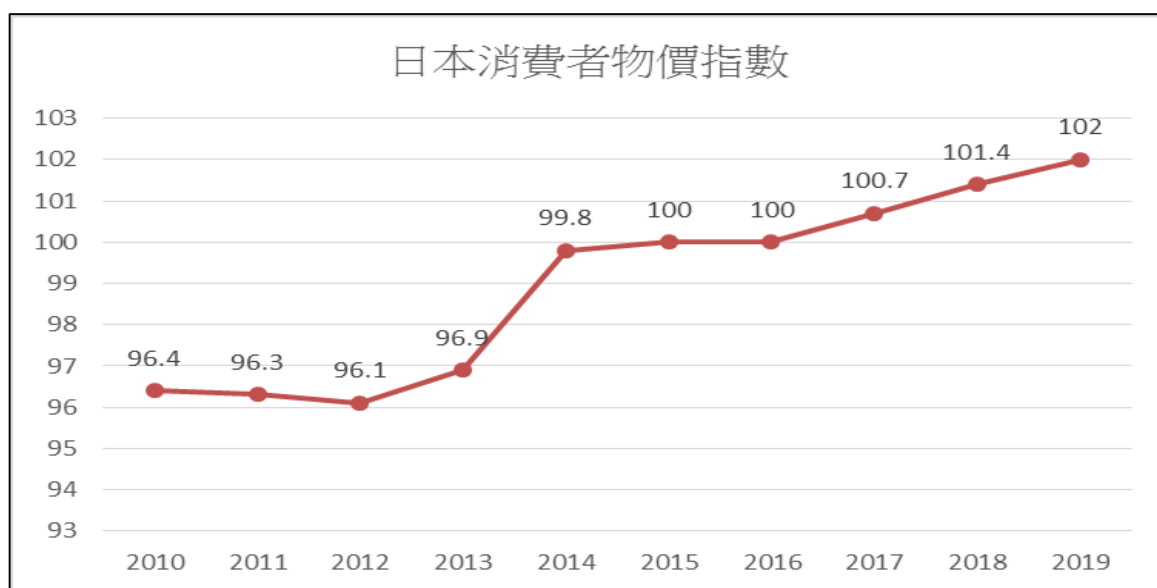
圖2-2-7 日本上班族平均年收（1997年～2015年）

從（圖2-2-7）可看出1997年到2009年時，平均年收逐漸下降，之後則有回升的傾向。從2009年開始有年收收入增加的趨勢，但是和十年的水準相比，加上現在消費

稅的調漲，所得薪資與實際所能花費的金額還是有一定的偏差，即使說是景氣有恢復的跡象，民眾沒有實感也是理所當然的。

（四）日本的物價變遷

根據天下雜誌敘述，消費者物價指數是反映與居民生活相關的產品及勞務價格統計出來的物價變動指標，是衡量通貨膨脹與通貨緊縮的主要指標之一²²。消費者物價指數無論是上漲過快或是下跌過快都不是正常的現象，因為可能會引起通貨緊縮或是通貨膨脹。為了比對在大前研一撰書時及現在社會的差異，在此分析能了解物價變遷的消費者物價指數，以此來做對照並找出差異點。



註：資料來源：日本總務省統計局

圖2-2-8 日本消費者物價指數

²² 天下雜誌，〈通縮來臨？CPI、PPI又是什麼？〉，<https://www.cw.com.tw/article/5006860>，2020年10月21日。

表2-2-2 日本消費稅稅率變遷

西元年	消費稅稅率
1988	3%
1997	5%
2014	8%
2019	10%

註：資料來源：日本財務省

從（圖2-2-8）與（表2-2-2）中可以發現，日本在2014年的消費者物價指數較前年成上升了2.9，本組認為是因為安倍內閣於該年將5%的消費稅調漲至8%，而造成此次較大幅度的上升。而在2019年10月又將8%的消費稅調漲至10%，這次調整的2%內閣將用於育兒支援及削減財政赤字等地方，可見此次調漲消費稅是為了因應少子高齡化而所做出的決策²³。（參考呂慧敏，2019，頁79）

本組認為日本的消費力比起以往減少許多，由於經濟成長緩和、平均薪資的下滑，加上因高齡化導致養老金開支增大，不難想像人們比起過去更容易選擇壓抑物欲、減少開銷，也因此促使了「低欲望社會」的出現。

三、寬鬆教育

根據大前研一所述，出生於泡沫經濟前後（約1985年以後）的人們正好接受的是當時日本所改革的新教育方針「寬鬆教育」，而接受「寬鬆教育」得年輕人則是稱為「寬鬆世代」，因此這邊將說明「寬鬆教育」為這些人們及日本社會帶來了什麼樣的影響。

（一）何謂「寬鬆教育」

「寬鬆教育」是日本文部科學省為了解決過去填鴨式教育所衍生的各項問題，例如自殺、霸凌等，並且減緩學生學習壓力，於1980年至2010年實施的教育方針。其中於1980年、1992年及2002年做出了三次修改。

²³ 呂慧敏(2019)，〈日本提高消費稅的目的、影響與對策〉，《經濟前瞻》第184期，頁79。

(二) 「寬鬆教育」特色及目的

「寬鬆教育」將學生應該學習的內容減少了三成，刪減了小學六年裡4個主要學科的學習時間總共519小時，並且於2002年實施停止週六上課制度與再次削減了511小時的上課時間²⁴。（參考川端希望、興梶有加里、築地文枝，2011，頁50-頁51）

與過去的「填鴨式教育」不同，「寬鬆教育」不再只重視成績，而是希望培養學生擁有獨自思考及創造的能力，並過著「充實又有餘裕」的校園生活²⁵。

(三) 「寬鬆教育」下的學習成效

以2002年修改後的方針來看，讓日本政府察覺到刪減學習內容與上課時數造成學生學習成果不佳的是於2000年開始舉辦的國際學生能力評量計劃PISA的測驗結果²⁶。（參考川端希望、興梶有加里、築地文枝，2011，頁52）

PISA是為了調查接近完成義務教育的15歲學生到底習得了多少必備知識與技能所舉辦的一項計劃，截至2015年已經有超過70個國家參與²⁷。

表2-2-3 日本PISA排名

西元年 項目	2000	2003	2006	2009	2012	2015	2018
閱讀	8	14	15	8	4	8	15
數學	1	6	10	9	7	5	6
科學	2	2	6	5	4	2	5

註：資料來源：國立教育政策研究所

²⁴ 川端希望、興梶有加里、築地文枝（2011），〈ゆとり教育について〉，《中村学園大学短期大学部「幼花」論文集》第3期，頁50-頁51。

²⁵ Cheers雜誌，〈被貼標籤的「寬鬆世代」註定是人生失敗組？〉，<https://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5077912>，2020年11月6日。

²⁶ 川端希望、興梶有加里、築地文枝（2011），〈ゆとり教育について〉，《中村学園大学短期大学部「幼花」論文集》第3期，頁52。

²⁷ PISA in Taiwan (PISA國家研究中心)，〈計劃概述〉，http://pisa.nutn.edu.tw/pisa_tw.htm，2020年11月6日。

從（表2-2-3）中可以發現於2003年時的排名與2000年的排名相比，閱讀與數學的名次下跌，於2006年時更是三個項目的名次皆下降，至此日本政府認為學生成績不佳的原因是2002年修改的教育方針所導致。

除了學習成效不佳外，「寬鬆教育」下的輕鬆學習也讓學生不了解努力及忍耐的價值，認為凡事都很簡單，遇到困難的事情就容易受挫放棄。尊重學生獨自思考、發揮個性，也讓學生變得沒有協調性，這在重視團體行動的日本社會中，想必會有許多長輩看不慣想盡情發揮個性的年輕人吧。

填鴨式教育與寬鬆教育，雙方各有優點及缺點。填鴨式教育雖然讓學生學習壓力增加，但對於提升學力是有一定的幫助。而寬鬆教育雖然讓學生學習成效下降，沒有協調性，但換個角度來看，他們擅長發揮自己的個性，也許能跳脫墨守成規的思考方式，給日本社會帶來一些創新。

四、寬鬆世代價值觀

寬鬆世代的生活與消費模式上都轉變為自我主義，認為人生只要自己過得輕鬆舒適就行。不想為了非必要的事浪費掉自己想活用的時間，甚至連上司的邀約都敢直言拒絕。在職場上對寬鬆世代較不喜歡需要競爭的工作，不論是對於升遷還是求職都提不起興趣，認為做自己想要的工作會比單純高薪的工作來得更能充實自我，在就業上又正逢就職冰河期，或許是因為難以進入想要的職場，或部分公司為了節約人事成本進行的壓榨，導致初步入社會這個世代的年輕人難以負荷，才讓講究打拚努力的前輩們給出抗壓性低的評語。社會通常說這個世代的人不想付出就急於成功，抗壓性弱，不能夠接受批評。

寬鬆世代在社交部分的價值觀與之前的世代相較起來已有不同，對家庭依賴性較高，且都在避免與人直接交流。大前研一在《低欲望社會》提到這世代的年輕人缺乏物欲與成功欲，難以帶動市場經濟，可能會使國家消費水平下降，尤其是不動產與動產這類在過去認為必要的物品他們居然不想著必須擁有，可以看出價值觀與之前的世代產生了巨大的改變²⁸。（頁43）

本組認為寬鬆世代是因為正好遇上泡沫經濟崩壞，與泡沫世代（バブル世代）的父母相比，他們生來就沒經歷過如泡沫經濟時期那般的富足，所以就顯得不崇尚

²⁸ 大前研一著（2016）：《低欲望社會》，臺北市：遠見天下文化，頁43。

高價品，只會更注重在生活上能使用到的實用性商品。日本中央大學政策文化綜合研究所年報第17號分析說寬鬆世代的人們擺脫了泡沫經濟時代只為了與眾不同而消費的比較型消費，生活與消費模式都變得不再衝動，轉變為個人型消費²⁹。（參考堀真由美，2013，頁137-頁153）

根據日本社會學者丸山朋子所說，寬鬆世代人們在生活上會以對各自而言「不失敗的選擇」為要點，且重視自我價值，這個時代的人通常會以滿足個人興趣為優先，消費也以能長期發展，能夠提升自我價值的項目為目標，例如書籍、興趣才藝班等，反倒對於物質享受不是太過於關心³⁰。（參考丸山朋子，2018，頁1-頁3）

許多人都說現代的年輕人沉迷網路世界，網路發達所帶來的刺激性雖說確實吸引人，但其帶來的便利性才是人們沉迷其中的重大原因。或許只是前輩們習慣了不使用科技產品，並且認為沒有必要，而寬鬆世代的年輕人由於從出生就容易接觸到科技產品，比較善於使用，再加上網路遊戲與影片等娛樂媒體能夠非常好地抒發生活上的壓力，成為了一種能快速舒緩心理壓力的手段，才備受年輕人們喜歡。然而直到現在也經常能聽到師長們說「現在的年輕人一個個都離不開手機，整天玩遊戲。」似乎是由於生長環境的科技差異，而難以理解年輕人們對電子產品的喜愛。

各世代人們的欲望方向不盡相同，難以用自己的價值觀去評斷他人價值觀的是非。如上述調查所說，大前研一認為在他那世代極其重要的購車、買房、結婚，似乎對於寬鬆世代的人來說不僅非必要，甚至可能會增加生活的負擔。雖然寬鬆世代確實對於購車、買房、結婚的欲望有顯著下降，但他們對於喜好與能夠提升自我價值的花費上卻高於其他世代³¹。

第三節、「低欲望社會」對日本社會造成的影響

一、逐漸下降的出生率、結婚率

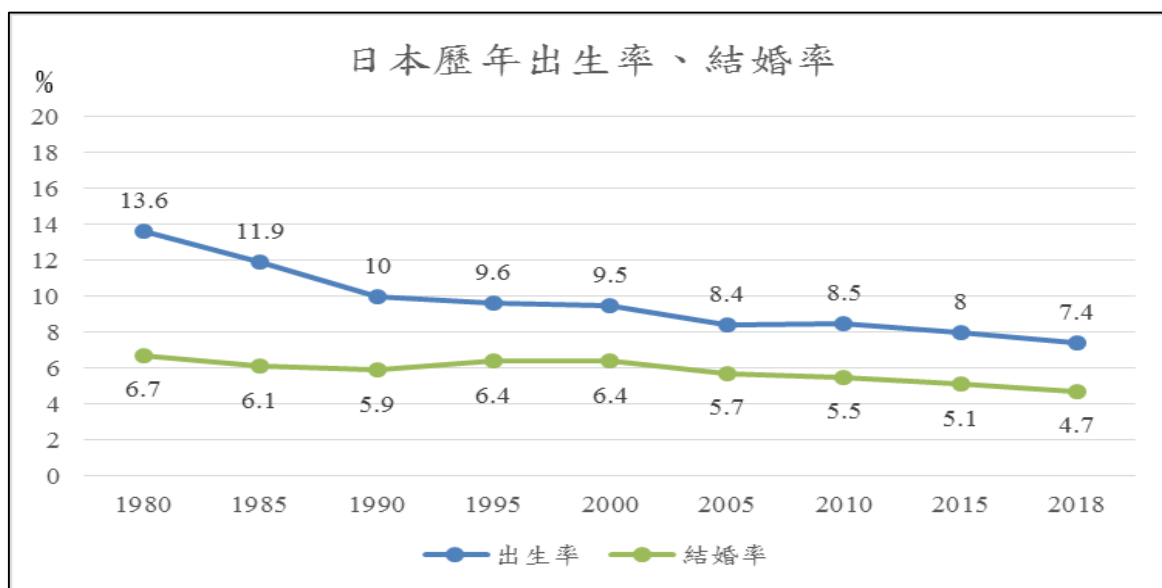
為了看出日本近年的改變，本組找出日本的出生率、結婚率來進行分析。國家經濟衰退，年輕人經濟能力無法負擔的情況下，他們不再把結婚生子看做人生目

²⁹ 堀真由美（2013），〈消費社会の変遷と消費行動の変容〉，《中央大学政策文化総合研究所年報》第17號，頁137-頁153。

³⁰ 丸山朋子（2018），〈平成の30年とトレンド動向〉，《再掲》第1804號，頁1-頁3。

³¹ 株式会社日経リサーチ，〈モノ消費に背を向けるゆとり世代は何を求めているのか〉，<https://www.nikkei-r.co.jp/column/id=2620>，2021年1月6日。

標，從此可以預期出生率與結婚率的下降，長久來看，日本將面臨勞動力不足的窘境，這將可能加劇日本少子化社會的現況。



註：資料來源：日本厚生勞動省

圖2-3-1 日本歷年出生率、結婚率

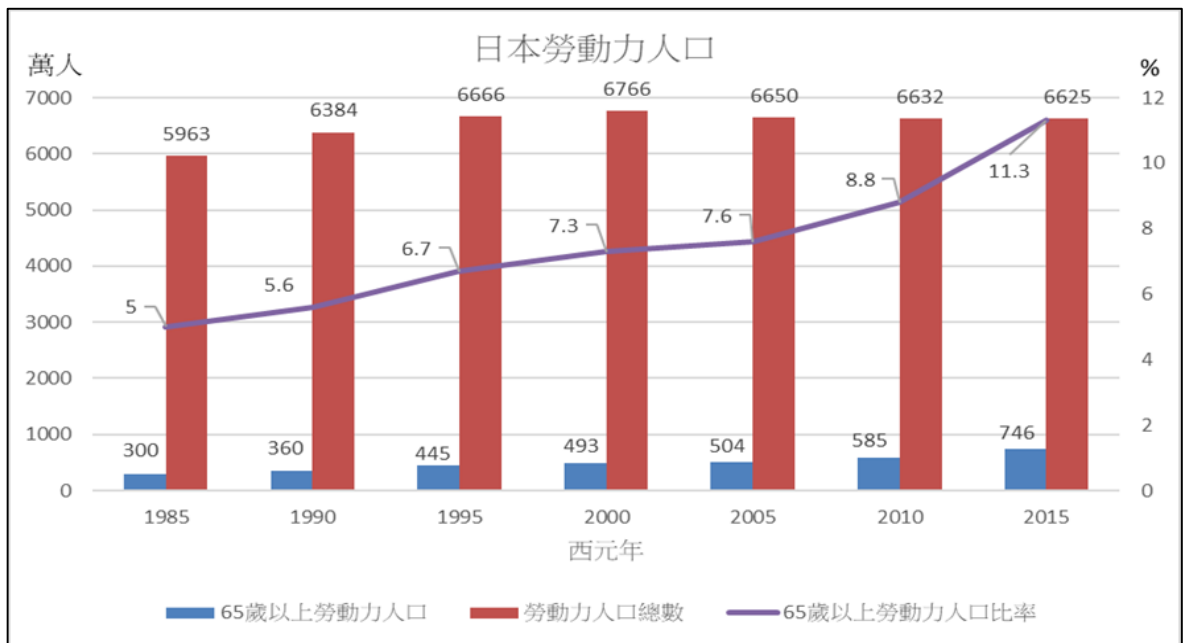
從（圖2-3-1）中可以發現，日本的生育率和結婚率幾乎是年年下降，年輕人想法改變，認為傳宗接代不再是自己必須達成的使命，也不想肩負起養兒育女的沉重負擔，再加上認為自己一個人也能生活而不想結婚，導致日本以後的勞動人口將會急遽減少。

二、年長有活力、年輕沒動力

年輕人的欲望不斷萎縮，反觀來看，活力十足的高齡者也十分引人注目。大前研一（2016）在《低欲望社會》中提到，高齡者必須面對的一個問題，正是退休後開始的「第二人生」，但從前只專心在工作上、並未培養興趣的人，由於退休後空閒時間很多，想重回職場工作的人不在少數。至於有錢人，也是會想要積極投資獲取更多利潤。大前研一也如此表示：「自己已經年邁70，仍在第一線工作，並且提

到日本到處都是老年管理高層或高齡領導者。在日本，企業領導人與管理高層的高年齡化現象，已經是司空見慣的事」³²。（頁83-頁86）

本組認為寬鬆世代的年輕人雖在物質充裕的時代下成長，但自懂事後就面臨經濟蕭條，以及社會高齡化伴隨著的重擔，使年輕人們對未來的不確定性更加擔憂，抱有即使努力也不見得有收穫的想法，可謂是環境導致心態的轉變，高齡者想重回職場的現象對比下，年輕人卻對工作興致缺缺，導致「年長有活力、年輕沒動力」這樣情況的發生。



註：資料來源：日本厚生勞動省

圖2-3-2 日本勞動人口

從（圖2-3-2）中可以發現，日本的高齡勞動人口持續攀升，於2015年高齡勞動人口佔了日本勞動總人口的11.3%，相當於10位上班族就有1位是65歲以上長者。也因為這個現象使得日本政府陸續擬訂相關法律，例如延長退休年齡、保障高齡長者工作的安全等，就是為了因應高齡勞動人口持續攀升的現象。

本組認為日本的高齡勞動人口除了以上原因外，也與出生率降低有關。日本的出生率不斷下降，也連帶牽動了日本勞動人口總數下降，每年步入社會的新鮮人逐

³² 大前研一著（2016）：《低欲望社會》，臺北市：遠見天下文化，頁83-頁86。

漸減少，但公司需求人數並沒有因此下降，所以為了填補新鮮人空缺，年長者便留下來持續工作，使得政府陸續擬訂相關法律保障年長者工作權益。

三、年輕人的「窮充」現象

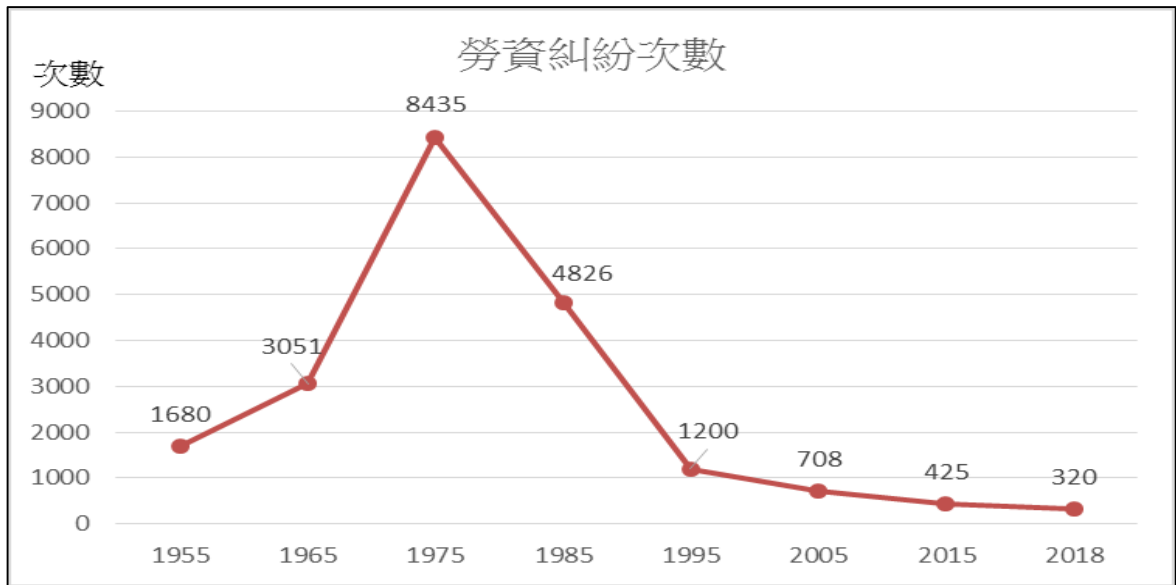
追求大幸福需要立大志、為實踐夢想必須努力打拼，而小確幸則不需要什麼宏遠的目標，更不用去努力爭取，就能有幸福感及滿足感。有小確幸並不是什麼壞事，但毫無向上打拼的動力，覺得努力再多也不會功成名就，認為維持現況就好，抱持這類型想法的人卻增加了。

大前研一（2016）在《低欲望社會》內容中提到了年輕人的「窮充」（プア充）現象。這個詞彙是2013年日本學者島田裕巳所提出的。依大前研一所言，「窮充」是當時在日本年輕人之間的流行新語，年輕人們的想法是，不再為了金錢或出人頭地而辛勤工作，縱使獲得升遷也只是窮忙而已，所以不想這麼辛苦，「窮充」就如同低欲望現象，是種社會變遷、思想轉變的產物，他們認為貧窮卻充實也很好，不追求高薪資、忙碌奔波的生活，也能過著心靈富足的生活³³。（頁78）

從1990年代泡沫經濟破滅之後，日本經濟發展幾乎停滯不前，國民加薪無望，即使這些問題一直存在著，無聲無息接受的人卻有增加的趨勢，他們將「貧窮但充實」當成是一種生活風格。大前研一（2016）更在書中提出以下論點：近幾年來，日本不管是哪個所得階層，實際年收入都有下降的趨勢，即使如此，社會也沒有發生抗議或暴動（圖表2-3-3）³⁴。（頁81-頁82）

³³ 大前研一著（2016）：《低欲望社會》，臺北市：遠見天下文化，頁78。

³⁴ 大前研一著（2016）：《低欲望社會》，臺北市：遠見天下文化，頁81-頁82。



註：資料來源：日本厚生勞動省

圖2-3-3 勞資糾紛統計

從（圖2-3-3）可看出大約1955年開始罷工件數逐漸攀升，甚至到1975年達到高峰，這時日本處於高度經濟成長期，勞工看重自身權益，為自己的權益據理力爭。但這之後卻迅速減少是由於面臨了泡沫經濟和經濟持續衰退，企業將重心放在縮減雇用成本，造成非正規雇用員工急劇增加，正職人力大幅下降，使得工會組織力日漸薄弱，讓許多企業的工會變相成為福利會性質。而其中罷工很重要的成因在於社會氛圍的支持，由於日本抱有集團意識的民族性關係，當社會風氣偏向不罷工的氛圍，自然不會有人發起抗議，導致罷工的舉動也逐漸退出舞台³⁵。綜合上述所言，罷工數減少並非單純是經濟衰退導致工會組織力下降，而是社會大環境的改變與民眾的心態轉變所導致的結果。

³⁵ The News Lens關鍵評論，〈曾經是東亞罷工大國，為何日本的工會行動急速減少？〉，<https://www.thenewslens.com/article/113689>，2020年5月23日。

第三章、網路普及化的Z世代

本章將針對網路普及化出生的台灣Z世代年輕人進行消費欲望的分析，從Z世代的背景與人格特質進行探討，再來分析年輕族群在網路普及時代下所轉變的價值觀與消費觀，藉此了解Z世代的消費行為及欲望是否與上一世代的父母不同，並透過年輕人的欲望趨勢來分析Z世代對台灣社會的影響。

第一節、何謂Z世代

一、Z世代來臨

1995年被定義為網際網路起飛元年，而在2000年起網路迅速發展，影響了人們的生活及溝通模式。在美國及歐洲出現了「Z世代」一詞，此世代多指出生於1990中後期至2000年中後期的人，他們從小就身處在網路科技蓬勃發展的年代，比起上一代的父母更熟悉網路的運用，對網路的接受程度高，因此對網際網路的依賴性也相對較高。Z世代的人自小就非常熟練各種網路溝通工具和社群媒體，他們把大部分的時間花費在網路上，比起以往面對面的交流，他們更願意選擇透過社交媒體來建立網路人際關係，藉此給予自己安全感與自信，加上從網路上接收大量資訊的影響，他們具有做事不按常理、思想創新、重視個人主義及遠離現實社會等人格特性³⁶。（參考藍建宏，2017，頁3-頁4）

二、Z世代人格特質

根據藍建宏（2017）所敘述的Z世代特性，他們因為受到網路世界影響，導致他們大多呈現出做事不按常理、思想創新、重視個人主義及遠離現實社會等人格特質，簡述如下：

（一）思想創新

Z世代的年輕人因為從小就生活在資訊豐富的時代，易接觸到多元的資訊與不同的思想，培養出他們獨特的認知與思考風格，勇於在網路上發表自己的論點，他們較不會按照SOP來工作，喜歡不按常理的行事作風，人格特質往靈活、多變以及思想獨特發展。

³⁶ 藍建宏（2017），〈Z世代對激勵需求偏好分析〉，實踐大學企業管理學系碩士論文，頁3-頁4。

（二）個人主義

根據上述所言Z世代的年輕人因為從小就受到網際網路及3C產品等影響，他們把大量時間花費在網路世界中，喜歡生活在自己的圈子裡，比起花時間跟他人結交，他們更願意花在自己喜好、興趣及想做的事上，將個人目標看得比其他人還要重要，因此也較注重自身的權力與利益。

（三）遠離現實社會

Z世代的年輕人因為長期身處在網路世界獨自一人，因此不擅長與他人接觸，此現象造成他們對社會群體的關係過於疏遠，對團體活動也較不關心，呈現獨來獨往或是只生活在與自己興趣相同的圈子中，此世代的年輕人有遠離社會、不擅長人際關係等特質³⁷。（參考藍建宏，2017，頁6-頁7）

第二節、Z世代的價值觀

此世代的年輕人生活在物資充裕的社會，科技發達，信息量爆炸，思想自由，在生活各方面的選擇性多，在這種環境中能夠刺激他們消費欲望的方式必定與之前的世代不盡相同。

雖說Z世代的人確實比較重視個人生活水準，但並不會在經濟基礎不穩固的情況下如大多數人評價那般毫無節制地花費。根據行銷人這一網站分析，其實Z世代的人購物也極重視性價比，但對於實用方面的判斷標準有非常大的改變，Z世代會將「實用」、「個人提升」、「炫耀性」等項目作為判斷標準，只要符合了便可以增加商品在他們眼中的性價比³⁸。而在其他世代與其將錢拿來享受，不如花在當下比較實用的地方。對於Z世代來說，人生只要自己過得快樂舒適便足夠了。或許是因為涉世未深，認為生活目前大部分事物以個人舒適度為優先。Z世代傾向選擇適合自己且能避免競爭的工作，不論是對於升遷還是求職都缺乏動力，認為工作不過只是一個自我提升的手段。他們在做不喜歡的事情時抗壓性比上一世代更低，極度排斥會

³⁷ 藍建宏（2017），〈Z世代對激勵需求偏好分析〉，實踐大學企業管理學系碩士論文，頁6-頁7。

³⁸ 行銷人，〈年輕人通通都一樣？錯了！從Y世代與Z世代的差異，看如何抓住年輕人的痛點！〉，<https://www.marketersgo.com/market/201912/mk8-millennials-vs-genz/>，2020年11月2日。

給自己帶來壓力的事物，更願意為了生活的舒適性放棄工作³⁹。前一代的人認為有欲望才有動力，會為了達成欲望而努力打拚。反之Z世代從小看著父母努力了卻不一定得到回報，因此抱持著反正有欲望也不會實現，逐漸失去努力的動力。

Z世代的人在這科技媒體發達的生活中接收了過多資訊，而對社會整體感到失望，例如各種投資與創業失敗的報導更頻繁出現，讓重視性價比的Z世代認為努力也不一定能得到自己想要的，那不如就不做過多努力，讓自己目前生活得更加自在，更沒有動力挑戰新事物。Z世代的人也特別重視個人時間，不想為了人際關係或工作等對他們來說的瑣事而浪費掉自己享受生活的時間。

聯合新聞網指出Z世代普遍對於結婚與生子似乎沒有興趣，他們雖然戀愛觀開放，但不僅難以遇到適婚對象，婚姻甚至可能成為追逐夢想的絆腳石，而對婚姻大事一再拖沓⁴⁰。根據網路溫度計調查，現代人們漸漸不願意結婚的其中一個原因是由於社會媒體過多的負面報導，讓人覺得結婚是一種束縛，恐婚恐育似乎已經成為了這個世代的常見現象⁴¹。相較於以往認為傳宗接代是理所當然的事，隨着嬰幼兒產品及學費上漲，Z世代的人們更願意把精力與資金花費在興趣愛好、休閒娛樂等能享受個人生活的地方。並且現在雙薪家庭很常見，不僅雙方都沒時間和精力照顧新家庭，也擔心對生活、開銷增加負擔，所以逐漸呈現了以養寵物代替養育小孩，填補歸屬感需求的傾向。

第三節、Z世代的消費趨勢

一、Z世代的消費欲望趨勢

隨著時代變遷，物質生活水準提升、網路科技的進步下，對物質需求已脫離基本生存飽足考量，往複雜的心理層次前進。過往被視為奢侈消費的出國旅遊，現在卻成了許多人人生必做的選項之一，網路平台上的社群、看視頻、電玩遊戲更成了不少人偏好的休閒娛樂，現在年輕人所想要的、想追求的已不同於上一代的長輩，

³⁹ 工商時報，〈貓世代抗壓性大不如前？職場代溝有解〉，<https://ctee.com.tw/bookstore/selection/357051.html>，2020年12月30日。

⁴⁰ 聯合新聞網，〈毛小孩多過小孩，年輕人不婚不育〉，<https://udn.com/news/story/7272/4269194>，2020年12月30日。

⁴¹ 網路溫度計，〈單身調查局！十大不想結婚的理由！〉，<https://www.google.com.tw/amp/s/dailyview.tw/amp/daily/2015/03/18>，2020年11月10日。

傳統價值觀正在改變，究竟人們在此種消費背後所追求的是什麼？本組將在此節探討 Z 世代年輕人的消費欲望趨勢。

（一）快樂為重、寵愛自我

年輕人不願被工作、金錢佔據，更加重視「自我」的價值信念下，結婚已不再是年輕世代未來想做的必要目標，倒不如將買房、養小孩的錢花費在自身興趣上，休閒娛樂是他們用來縮短理想與現實之間落差的方法⁴²。不論是吃美食、唱歌還是玩遊戲、看視頻，不用說一定要花大錢才能開心，但其實現在台灣年輕世代有「自己想要的東西再貴也要買」的傾向，kantar 凱度洞察研究指出，洗護髮產品、保養品類的花費在年輕族群中有持續成長且高價化的趨勢，代表說他們對於認同或想要的產品，很捨得花錢⁴³。能放鬆身心、使自己快樂的事物，是年輕人注重的方向，他們的消費傾向轉變為花費在自己喜愛產品上，以及享受自己經濟能力所能負荷的娛樂之中。

（二）追求體驗

由於這一代的年輕人從小生活在網路世代，他們經常對新奇的事物保持著好奇心，自然比起父母那一代更容易接受新的事物與變化。龍吟研究團隊提到：「與台灣年輕受訪者談消費觀時，發覺年輕人的消費傾向有意義的消費，「體驗」帶來的意義不小於購買「物品」，例如一頓美食體驗、一趟旅行感想或是一場演唱會心得等看不見的內心享受⁴⁴。」體驗性消費所加值的意義恐大於單純的實質物品，去聽一場演唱會，當下能讓心靈暫時抽離拋開煩憂，體驗的記憶能為自己的生命歷程添增一絲色彩。現在年輕人有傾向於體驗性消費的趨勢，比如大學朋友間聊到「你昨天去哪玩？」「我去聽了演唱會。」這時對方只會把焦點放在你去聽了演唱會，覺得很羨慕或想詢問你的感想，但若是換成長輩角度會說這很浪費錢、聽演唱會很沒意義。一場「體驗」在年輕人的眼中不非凡。Coresight Research 的研究中顯示，這

⁴² 智榮基金會 | 龍吟評論，〈千禧世代：實踐精神生活的第一代〉，<http://ccc.stansfoundation.org/?p=5095>，2020年10月29日。

⁴³ KANTAR，〈看準年輕經濟，掌握千禧世代消費商機〉，<https://www.kantarworldpanel.com/tw/News/Millennials-Market-Business-Opportunities>，2020年10月29日。

⁴⁴ 智榮基金會 | 龍吟評論，〈千禧世代消費趨勢：買物件不如買體驗〉，<http://ccc.stansfoundation.org/?p=4612>，2020年10月29日。

世代的年輕人認為消費體驗並非浪費，而是一種重拾自我的方式，從過程中得到啟發，醞釀未來的意義，為生命歷程添增一絲色彩。

二、Z世代的網購趨勢

Z世代從小便接觸各項科技產品，對網際網路十分熟悉，根據財團法人台灣網路資訊中心調查，台灣整體上網率已經高達85.6%，顯示出現在網路十分普及⁴⁵。現在年輕人幾乎人手一台智慧型手機，加上手機網購平台日益增加，許多年輕人因為便利性開始使用電商平台來購買物品，此消費管道為人們帶來更多的選擇性。本組將針對傳統消費與網路購物的優缺點來分析Z世代喜愛網購的原因。

（一）傳統消費與購網路購物的優劣

現代人生活繁忙，能出門購物的時間相對減少，而現今網路與智慧型手機的普及，也出現了「低頭族」這個用來稱呼長時間使用手機的民眾。對於現代人而言，手機已經成為生活不可或缺的物品之一。購物平台的出現使實體店面不再是人們消費的唯一途徑，網路購物對現代人來說是很有吸引力的新消費管道，隨時隨地都可以使用手機瀏覽電子商務平台購物，而且價格也比去實體店家購物來得便宜。

表3-3-1 實體店家與網路購物比較

	實體店家	網路購物
價格	較高 (包含店租等成本)	較低
優惠	較低 (較少舉辦促銷活動)	較高
交易風險	較低	較高
期望值落差	較低 (可在購買前確認商品品質)	較高
購物時間	較長	較短

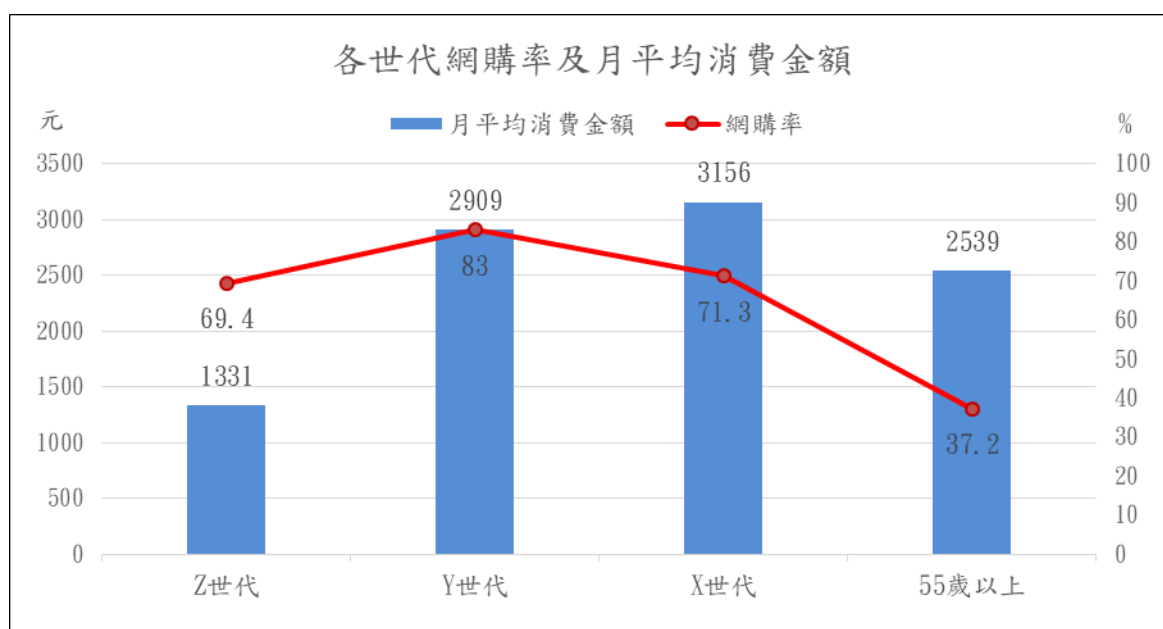
註：資料來源：參考網路資料自行整合

⁴⁵財團法人台灣網路資訊中心，〈2019 台灣網路報告〉，https://report.twinc.tw/2019/assets/download/TWNIC_TaiwanInternetReport_2019_CH.pdf，2020年11月7日。

從(表3-3-1)可發現，實體店家因為需要花費店租等成本，所以價格比起網購來得高，優惠當然也相較來得少，也需要花更多的時間來做購物的選擇，而網路購物雖然有便宜方便、優惠多、購物時間短且自由的優點，但因為看不到實際商品長相，因此常會有期望值落差高的缺點。而且網路交易也存在著一定的風險，因此在購物選擇上普遍人民還是以實體店家購物為主，但隨著網路、3C普及化，人們開始追求價格便宜、購物方便的網路購物管道。

(二) Z世代的網購率

根據資策會產業研究所於2017年所進行的調查，發現台灣人使用網路購物的頻率為45%，僅次於實體店家。此外，年輕人的消費金額成長了14%，從21131元上升到24106元。資深產業分析師張筱祺認為，年輕族群雖然整體收入較低，但網路使用率頻繁，因此網路購物消費金額較穩定成長⁴⁶。



註：資料來源：參考網路資料自行整合

圖3-3-1 各世代網購率及月平均消費金額

⁴⁶ MIC產業情報研究所，〈網購大調查系列一〉，<https://mic.iii.org.tw/news.aspx?id=488&List=11>，2020年10月30日。

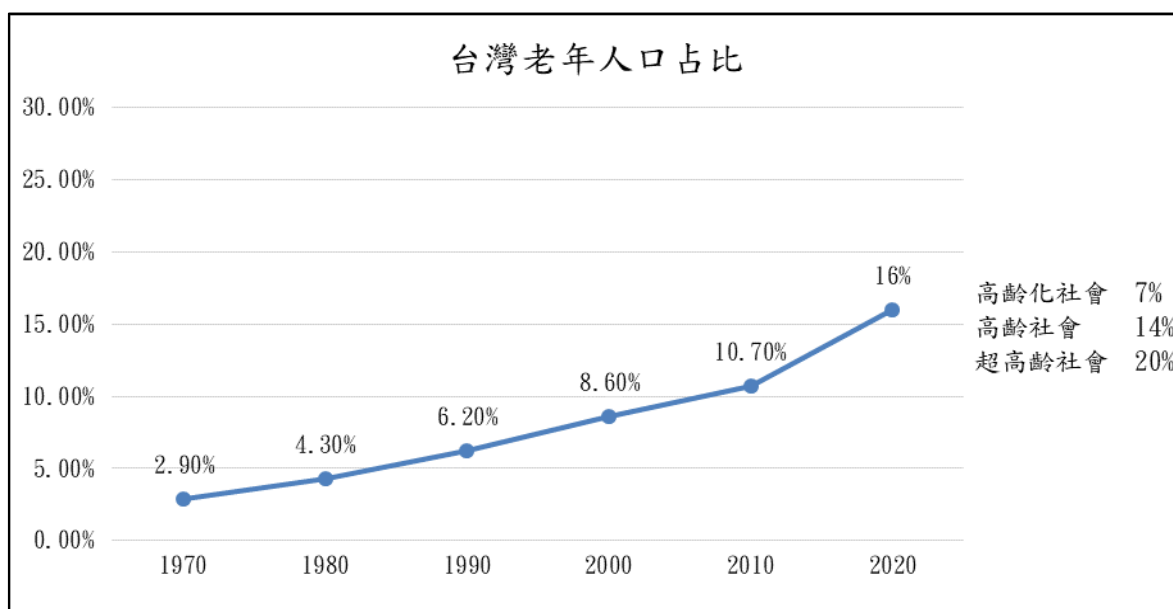
根據財團法人台灣網路資訊中心在2019年的調查顯示，Z世代的網購率為69.4%，每月平均金額為1331元，比起具有高消費能力的Y世代與X世代，網購消費率與金額相對較低⁴⁷（如圖3-3-1），但本組認為Z世代因為網購的高便利性及價格低廉等誘因，將使他們對網購產生高度的依賴性。從（圖3-3-1）的網購率來看，網購對各世代的人民而言，已成為購物管道中不可或缺的選擇之一。

第四節、Z世代對台灣社會的影響

一、負面影響

（一）台灣高齡化現象持續上升

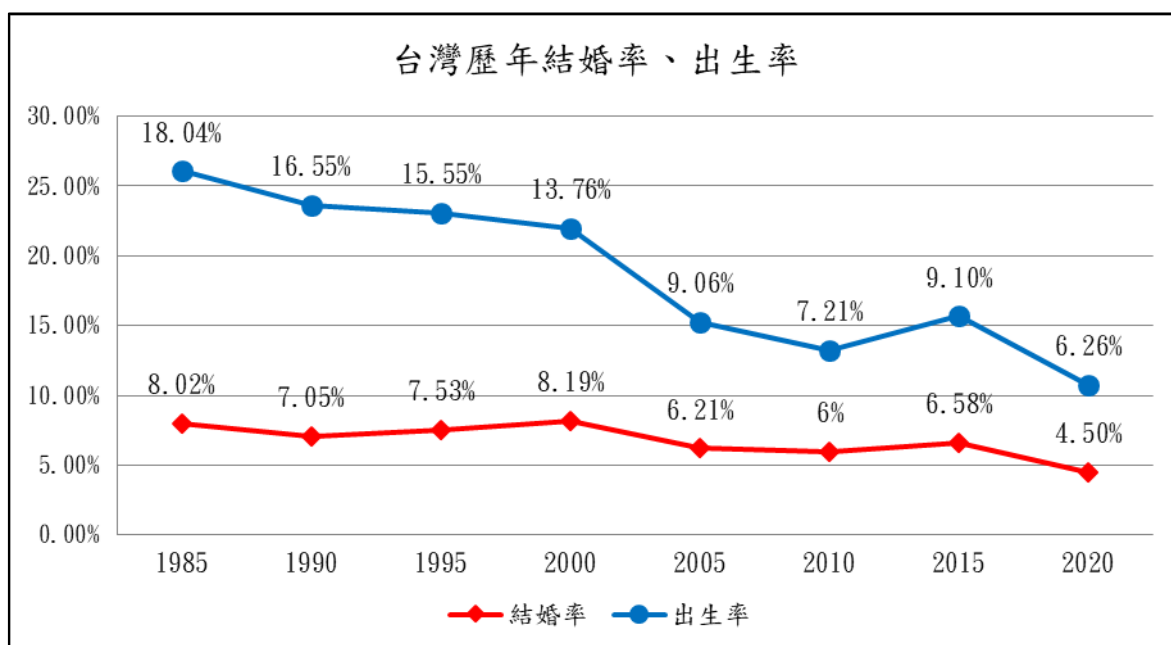
Z世代的年輕族群由於思想自由化等原因，使他們對於結婚與傳宗接代的價值觀與前一代的父母有了巨大的轉變，因為他們不想承受過多的壓力與負擔，所以選擇不婚或是不生小孩的人比起以往來得更多，在2020年老年人口比例達到了16%進入「高齡社會」，加上Z世代的不婚、不生子的想法日漸增加，未來台灣將須面臨更加嚴重的高齡化趨勢，對政府及人民的經濟負擔將會變大。



註：資料來源：國家發展委員會

圖3-4-1 台灣老年人口比率

⁴⁷ 財團法人台灣網路資訊中心，〈2019 台灣網路報告〉，https://report.twinc.tw/2019/assets/download/TWNIC_TaiwanInternetReport_2019_CH.pdf，2020年11月7日。



註：資料來源：內政部戶政司

圖3-4-2 台灣歷年結婚率、出生率

台灣在1994年進入高齡化社會，比起日本老年化趨勢較為緩慢，但從（圖3-4-1）可知台灣的老年人比率持續增加，而且在2013年根據國家發展委員會的預估，台灣將可能在2026年面臨超高齡社會的威脅，加上從（圖3-4-2）可發現，台灣的結婚率跟少子化跟以往相比明顯下滑，台灣人民對於結婚生子的意願下降，國家委員會預估未來勞動人口將持續面臨短缺的問題⁴⁸。（頁30-頁31）「高齡社會」的形成原因在於醫療進步人民平均年齡增加及人民不生孩子的比例持續增加，人口持續老化但年輕一代卻不想生兒育女，此風氣將使台灣的老年人口比例持續上升，養老金及醫療費用負擔變大將造成政府財政及人民經濟的壓力遽增。

（二）Z世代購屋意願

Z世代的年輕人在2020年約為20歲左右，他們的大多還未踏入職場，購屋對他們而言可能是從未想過的夢想，因為他們從小就看到房價高漲不下的情形，他們深知自己無購屋的能力，也不願一輩子背負高額房貸，對他們而言與其花錢購屋不如花

⁴⁸ 國家發展委員會（2013），〈全球人口老化之現況與趨勢〉，頁30-頁31。

費在自己的興趣上，本組將以2020的房價所得比來分析Z世代未來的購屋能力。

根據The News Lens關鍵評論報導，在2002年至2018年的期間，25到29歲的平均薪資從3萬133元增加至3萬4217元，但在2018年台灣全國房價所得比為8.82倍，台北市則是漲到14.07倍，高房價對一般大眾的年輕族群而言早已超過可負擔的範圍，他們只能放棄買房改用租屋方式生活⁴⁹。本組認為房價與出生率有所關聯，當該城市房價越高年輕人負擔越大時，為了不想有過多的經濟壓力，他們對於生小孩的意願就會降低，出生率的下降將造成台灣的勞動力短缺，加上年輕人購屋減少，未來台灣將可能出現大量空屋閒置的情形。

表3-4-1 2020年台灣房價負擔能力統計

	房貸負擔率 ⁵⁰ (%)	房價所得比 ⁵¹ (倍)
全國	35.30	8.62
台北市	57.06	13.94
新北市	47.94	11.71
桃園市	30.61	7.47
台中市	40.99	10.01
台南市	29.81	7.28
高雄市	29.83	7.28

註：資料來源：內政部不動產資訊平台

從（表3-4-1）來看，可發現台北市因為是人口聚集最多、發展最為快速的都市所以房價是全台最高，在2020年台北房價所得比是13.94倍、房貸負擔率為57.06%，

⁴⁹ The News Lens關鍵評論，〈無殼蝸牛運動30年：台北房價所得比20年飆升240%，青年薪資僅成長15%〉，<https://www.thenewslens.com/article/123946>，2020年11月10日。

⁵⁰ 房貸負擔率越低即表示能夠負擔起房貸壓力，超過50%表示負擔能力過低，40%~49%代表負擔能力偏低，30%~39%表示負擔能力略低、30%以下則表示負擔能力足夠。

⁵¹ 房價所得比，又被稱為「購屋痛苦指數」，房價所得比的數據代表購屋時「要不吃不喝幾年，才買得起房子」，房價所得比數值愈低則表示越有能力買得起房子。

也就是說想在台北買房就得要不吃不喝將近14年才有辦法買一間房，且房貸負擔能力超過50%呈現出負擔能力過低的傾向，加上以2020年政府訂定的基本月薪23800元來看，年輕族群離買房的夢想越來越遠，因此對Z世代而言，與其花一輩子賺錢買房或繳房貸，不如輕鬆生活的想法隨之產生。

二、正面影響

沈元（2018）認為Z世代年輕人雖然因為年紀還小沒有穩定的經濟收入和來源，因此他們目前的金錢來源大多是父母給的零用金或打工所賺，但Z世代的消費力卻不容小覷，此世代的消費包含在食、衣、住、行、育、樂等六大方面，他們有著獨特的消費觀念，創造出消費的新風潮，例如宅經濟、餐飲外送行業興起等風潮，他們未來成長到高消費族群時，將對各市場帶來更多的商機⁵²。（頁4-頁5）

（一）宅經濟成長

宅經濟是指網路科技興起後，人們在家辦公或居家消費的現象以及所帶來的商機。現今網路普遍，網路購物平台、行動裝置的便利性，讓人無論是上班還是購物，不再局限於同個地點，轉而用網路創業、居家消費，帶來了新的商機與現象，為Z世代創造了獨有的宅經濟文化。以居家消費來說，我們只需透過網路媒介，動一動手指就能搜尋到想要的商品資訊，在家也能輕鬆消費，不只節省成本也能更加善用時間。這一代的年輕人出生於網際網路盛行的時代，對網路、手機的依賴度極大，網路空間逐漸成為人們生活的重心，選擇不出門宅在家，卸下現實的重擔在網上尋找樂趣是不少人的休閒娛樂，遊戲產業、網路通訊、電腦相關設備更是在這股風潮中創造了亮眼的成績。此消費型態的增加也促使了宅經濟的龐大市場。

由於台灣普遍低薪且房價過高、不少年輕人即使想存錢買房也無能為力，也有人直接選擇不購屋，與親朋好友同住或租屋方式過一輩子。如果再加上不生育，更是省下了一筆養育開銷，扣除生活所需開銷外，年輕人會將錢花費在哪裡？現代網路科技蓬勃發展，人們力求快速、方便性，宅經濟更是搭上這股熱潮，成功吸引住年

⁵² 沈元（2018），〈Z世代消費族群的文創書店新商業模式之研究〉，亞洲大學創意商品設計學系碩士論文，頁4-頁5。

輕人的目光，他們選擇將錢花費在與網路扯得上邊的產業，外送、網購不用說，其中電玩遊戲更是筆不容小覷的市場，在生活緊張、壓力下，人們跑往虛擬網路世界療癒自我、追求樂趣，與興趣相同的人們互相較勁、追求排名等來減輕自己的壓力，並藉此達到自我滿足及炫耀的心態。

根據資誠《2017全球與臺灣娛樂暨媒體業展望報告》顯示，台灣的電玩遊戲2016年達到17億美元的收入，在亞太地區排名第五（僅次於中國、日本、韓國及澳洲），在全球排名第十名⁵³。本組認為外送、網購的便利性對應了年輕人喜愛用網路手機、追求快速方便的優勢與需求，而電玩遊戲其實消費門檻不高，以手機遊戲來看，因為大多數為免費營運模式、購買虛擬道具才收費的關係，成為了年輕人休閒娛樂的首選。宅經濟與Z世代的消費欲望傾向有著一定的關聯，兩者相互牽引著。

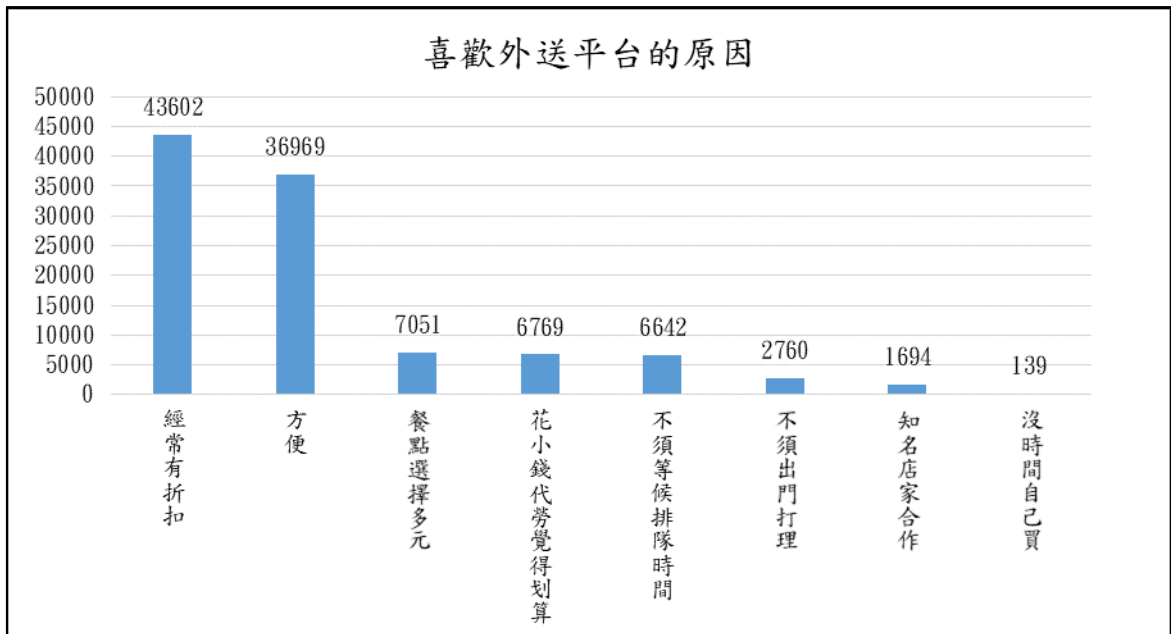
（二）外送行業興起

「民以食為天」，飲食商機在科技發展迅速及宅經濟成長的帶動下，外送行業將產生新的風潮，根據動腦新聞報導千禧世代目前為全球經濟的主體，而作為他們下一代的Z世代年輕人將成為經濟力往上成長的最重要關鍵。此世代的年輕人高度依賴於網路世界喜歡宅在家中，三餐成為他們煩惱的問題之一，餐飲業者看到此商機朝向外送服務發展，隨著智慧手機的普及，餐飲業者選擇與foodpanda、Uber eats等外送平台合作結合手機APP系統，使上班族、年輕族群等需求的人可以用手機下訂單且外送到府⁵⁴。根據民視新聞網的調查台灣在2017年的餐飲商機就高達4300億元，而外送金額高達250億元占了5%，外送業者隨處可見使年輕族群可以省下更多時間，不用出門就能享受美食，其中顧客群以25到45歲的上班族居多，女性使用比率超過了60%，外送飲食對現今繁忙的人們帶來更多的便利性⁵⁵。根據（圖3-4-3）可知，其外送服務受歡迎的原因主要是「經常有折扣」與「方便」，不只比去餐廳吃便宜，更不用花時間去排隊，外送行業的高經濟成長將帶領台灣飲食的新風潮。

⁵³ PwC Taiwan, 《2017 全球與臺灣娛樂暨媒體業展望報告》, <https://www.pwc.tw/zh/news/press-release/press-20170607.html>, 2020年10月31日。

⁵⁴ 動腦新聞, 〈新「食」代商機：直擊飲食趨勢3個決勝點〉, <https://www.brain.com.tw/news/articlecontent?ID=48711#oG1111ar>, 2020年11月7日。

⁵⁵ 民視新聞網, 〈外送商機250億 這些平台你用過了嗎?〉, <https://www.ftvnews.com.tw/news/detail/2017727F07M1>, 2020年11月7日。



註：資料來源：Dailyview網路溫度計

圖3-4-3 喜歡外送平台的原因

第五節、寬鬆世代與Z世代之比較

一、外在因素

(一) 經濟衝擊

日本寬鬆世代從小便受到泡沫經濟的影響，看著雙親在泡沫經濟過後背上龐大債務，他們在出社會後對薪水的增加無感，再加上政府將消費稅調漲，導致他們對日本經濟產生不安全感。反觀台灣，Z世代從小並沒有親身體驗重大的經濟衝擊，雖然於1997年發生亞洲金融風暴，但由於經常帳順差⁵⁶及較少外債，台灣在亞洲金融風暴的影響比起日本泡沫經濟受到的影響來說相對較低，因此台灣年輕人並沒有像日本年輕人一樣產生低欲望的想法⁵⁷。（參考陳茂璋、林建甫，1999，頁76）

(二) 教育影響

日本寬鬆世代所接受的是當時日本改革的「寬鬆教育」，為了減輕年輕學子的

⁵⁶ 經常帳是代表與外國包括因為商品進出口等原因所產生的資金流出和流入的狀況。而經常帳順差則代表該國的儲蓄大於投資。

⁵⁷ 陳茂璋、林建甫（1999），〈亞洲金融危機成因之探討〉，《金融財務》第1期，頁76。

學習負擔，並且希望培養學生擁有獨自思考的能力，而多次刪減上課時數及學習內容。然而卻導致學生學習成效不佳、不了解努力及忍耐的價值，遇到困難的事情就容易受挫放棄。尊重學生獨自思考、發揮個性，也讓學生變得沒有協調性。

台灣大多數學校採用應試教育（俗稱填鴨式教育），家長看重學校學習成績，課後將孩子送進補習班或才藝班，然而由於多數學生認為是被「強迫」學習。根據親子天下雜誌調查，超過5成的國中生認為自己學習動機不強烈，並且有近6成的學生不會想要在學習時間外主動學習新知識、閱讀課外書或是鑽研自己的興趣嗜好⁵⁸。

不只是義務教育的學生沒有動力讀書，高等教育的學生也是如此。例如現在台灣人多是大學畢業，沒有學士學位就顯得低人一等，很多人都是為了那一張文憑來就讀大學。但上了大學卻沒有動力讀書，造就現在台灣大學的普遍情況，如上課遲到、睡覺、滑手機，甚至是直接翹課。花了4年讀大學卻沒有學到任何東西正是台灣目前大學生的窘境⁵⁹。

表3-5-1 台日教育比較

	寬鬆世代	Z世代
教育方式	寬鬆教育	應試教育
義務教育年限 ⁶⁰	9年	9年
課外活動	社團	補習班、才藝班

註：資料來源：自行整合

⁵⁸ 親子天下雜誌，〈十二年國教新挑戰：搶救「無動力世代」〉，<https://www.parenting.com.tw/article/5031634>，2020年12月25日。

⁵⁹ 天下雜誌，〈「台灣大學生就像一群死木頭」 108課綱能拯救「無動力世代」嗎？〉，<https://www.cw.com.tw/article/5097562>，2020年12月25日。

⁶⁰ 台灣雖然於2014年起實施12年國民教育，但根據台灣教育部所示，12年國民教育其中前9年為義務教育，因此6歲至15歲國民均應接受教育。而後3年的高級中等教育，雖規劃在國民教育內，但尊重學生與家長的教育選擇及參與權，不強迫入學，僅是提供足夠且多元的就學機會。因此台灣義務教育年限與過去相同為9年。

從（表3-5-1）來看，寬鬆世代與Z世代所受的教育方式截然不同，寬鬆教育培養學生獨立思考，應試教育則是十分重視成績，然而兩種教育方式皆無法讓學生提起學習欲望。課外活動方面，日本學校社團多元化，透過社團活動讓學生學習團隊合作及發揮長處，但台灣學生放學後大多直奔補習班或才藝班，幾乎一整天都在學習新知識。

二、內在因素

（一）結婚生育

根據日本タメ二一公司的「現在年輕人的工作、戀愛、結婚觀」調查顯示，寬鬆世代約有3成覺得不結婚也沒關係。且與上一代的長輩（約40~49歲）做比較來看，更是從長輩們的 28.7%覺得不結婚也沒關係，上升到寬鬆世代的34.6%，增加了5.9%，顯示現在年輕人想結婚的想法一代比一代還低⁶¹。

根據遠見雜誌「2019青壯世代大調查」顯示，台灣的Z世代不打算結婚的比率也是3成，與上一代的長輩們不想結婚的比率多了近一成（23.3%上升到32.2%）⁶²。日本和台灣的現況是晚婚晚育甚至不想結婚生子，本組以近年與約過去20年的日本和台灣的男女平均初婚年齡、女性初次生育年齡為數據，參考相關資料後分析現代人結婚生育率下滑之現況。

表3-5-2 日本平均初婚及初次生育之年齡

西元年 \ 項目	日本平均初婚年齡	日本平均初次生育年齡
1999	男29/女27	28
2017	男31/女29	31

註：資料來源：日本厚生勞動省

⁶¹ 結婚相談所パートナーエージェント，〈ゆとり世代、4人に1人が「恋愛は面倒」〉，https://www.p-a.jp/research/report_106.html，2020年12月26日。

⁶² 遠見雜誌，〈2019青壯年世代調查，揭密90後年輕人價值觀〉，<https://www.gvm.com.tw/article/56213>，2020年12月26日。

表3-5-3 台灣平均初婚及初次生育之年齡

西元年 \ 項目	台灣平均初婚年齡	台灣平均初次生育年齡
1999	男30/女26	27
2019	男33/女30	31

註：資料來源：內政部戶政司

從（表3-5-2）及（表3-5-3）可得知日本與台灣的近年平均初婚、生育年齡都升上到30歲左右，顯示出兩國的不婚不育、晚婚晚育問題日漸嚴重。不論是日本還是台灣，年輕人不想結婚生子的一大原因在於，他們對婚姻的期待值有所改變，且隨著女性經濟獨立、個人主義的提倡，「非結婚不可」的想法已經不是現在年輕人的優先考量，加上傳宗接代觀念式微、生育成本高、小孩與事業難以兼顧等考量，所以就算結婚了也有許多夫妻決定不生小孩。

現在的晚婚率上升的趨勢，日本與台灣的年輕人皆有因為找不到合適對象而拖延婚姻的因素在。以台灣來說，台大社會系教授薛承泰提出，台灣有高等教育擴張的問題，許多人延遲完成學業的時間，也因此拖延到結婚與生育的年齡。接著觀念問題也是造就低生育率的原因之一，薛承泰教授指出，現在年輕人覺得結婚生子並非必須。像30、40年前的人們把傳宗接代視為人生目標之一，因此不會顧慮經濟壓力，經常生5到7個小孩，關鍵在於，他們看待孩子是「希望大於負擔」，但若現今觀念認為生小孩是「負擔大於希望」，那理所當然的生育意願一定會變低⁶³，根據yes123求職網在2018年公布「上班族生養育計畫調查」的資料顯示，有計畫生小孩的期望值多落在1到2個，想生3個（含）以上的僅有10.8%⁶⁴。

（二）消費價值觀

由於寬鬆世代及Z世代從小便受到網路普及化的影響，他們的消費觀與上一代父

⁶³ 今周刊，〈台灣人為什麼不敢生小孩？數據帶你看真相〉，<https://www.businesstoday.com.tw/article/category/80392/post/201806070042/>，2020年12月26日。

⁶⁴ Yes123職場情報站，〈【2018年04月 調查主題】上班族婚育計畫調查〉，https://www.yes123.com.tw/admin/white_paper/article.asp?id=20180403201806，2020年12月26日。

母有所不同，就像父母那一輩在年輕時會想把錢存起來買房，但現在的年輕人在受到高房價及高房貸的壓力遽增下，他們早已不再把買房做為人生目標，再加上動漫、手遊等娛樂產業的興起，他們的消費欲望明顯朝向個人興趣喜好發展。

寬鬆世代及Z世代因為年紀相近在價值觀上也十分雷同皆重視「自我感受」，消費欲望以個人喜好為主，然而寬鬆世代自從懂事以來就面對「泡沫經濟破滅」，經歷過通貨緊縮、市場不景氣的黑暗時代，他們不再敢追求高價品牌，而是往平價商品消費，反之Z世代因為沒有受到巨大的經濟衝擊，所以Z世代在購買商品時更加注重內心精神上的享受，在自己喜愛的商品上即使昂貴也更願意去花費。

根據高盛研究指出年輕人在環境變遷影響下，消費趨勢與過往的世代大相逕庭，比起買東西，反倒更願意消費在休閒娛樂上，他們十分重視「體驗」，如一趟旅行經驗、一場演唱會心得等⁶⁵，因此無論是寬鬆世代還是Z世代，消費趨勢皆以重視體驗性的休閒娛樂及針對個人型消費為主流。依據《遠見雜誌》的「2019青壯世代大調查」結果發現，18到29歲的年輕人在選擇品牌的傾向時，有57.9%的人選擇「實用且價錢公道」，僅有7.6%選擇「優先選擇名氣大的品牌」⁶⁶，可知現今年輕族群很看重實用性及價格。寬鬆世代在受到經濟持續低迷之下消費行為較為保守，然而Z世代更加看重性價比，因此有「自己想要的東西再貴也要買」的傾向。

⁶⁵ 智榮基金會 | 龍吟評論，〈千禧世代消費趨勢：買物件不如買體驗〉，<http://ccc.stansfoundation.org/?p=4612>，2020年12月26日。

⁶⁶ 遠見雜誌，〈2019青壯年世代調查，揭密90後年輕人價值觀〉，<https://www.gvm.com.tw/article/56213>，2020年12月26日。

第四章、結論

本研究以「低欲望社會」的探討與研究為主題，主要針對以下研究目的：（1）探討日本「低欲望社會」，（2）造成年輕人「低欲望」出現之因素，（3）低欲望對日本社會造成的影響，（4）分析台灣Z世代的消費觀念，（5）分析寬鬆世代與Z世代之差異，來進行分析與研究。其研究結果簡述如下：

一、「低欲望社會」的出現

在泡沫經濟破滅後，日本進入「失落的十年」經濟一蹶不振，日本經濟學家大前研一在《低欲望社會》一書中提出在泡沫經濟前後約1987年到2004年出生的「寬鬆世代」族群不願意承擔風險與債務，他們不再把結婚生子、買房等視為人生目標，只想過著安逸且自在的生活，作者將當時所見的社會現象命名為「低欲望社會」。

此現象的出現除了當時景氣不好、通貨緊縮等背景因素，年輕人的心態改變也是主因之一，年輕族群在看到泡沫經濟破滅後日本經濟的衰退，使他們減少對消費欲和成功欲的追求，喜歡宅在家中無拘無束，再加上看到父母那一代因為買房導致他們一輩子背負房貸的模樣，讓他們對買房有著極大的不安全感，進而選擇降低自己的高消費欲望，讓自己過得更輕鬆，寬鬆世代的人們不是「沒有欲望」而是在日本經濟環境不佳及心態的改變下，只能「降低自我消費欲望」。

二、造就年輕人「低欲望」之因素

一個社會現象絕不只是單一因素所造成，根據大前研一在書中所述，寬鬆世代的年輕族群在經濟不景氣及環境變遷的改變下，他們容易呈現低欲望的傾向，經本組歸納整合後，大致區分為四個層面，分別是社會背景、國家影響、寬鬆教育及寬鬆世代的價值觀這四大層面。

在泡沫經濟破滅、少子高齡化現象加劇、房價的劇烈變化等社會背景壓力下，年輕人們壓力比起過往明顯加重，再加上安倍內閣三箭政策效用不顯著，以及民眾收入逐漸減少，國家GDP下滑等經濟低迷的情況，年輕族群大多選擇放棄高消費欲望，減少非必要的支出來讓自己壓力降低。

寬鬆世代的年輕人出生於寬鬆教育的制度下，他們從小受到新教育制度的影響，他們重視獨自思考、自我權利、思想也較富創意性，但也造成他們與人的溝通能力變差及做事缺乏幹勁等情形出現，他們選擇把時間花在網路世界裡，因此對網路應用極為熟練，網路世界對他們而言是抒發自我心情、放鬆壓力最好的出口，此世代的年輕人比起把結婚生子、買房做為目標的上一代人，他們更願意把目標訂在輕鬆過活，此現象在作者那一輩的眼中也就變成了年輕人消費變少、成功欲望降低以至於日本呈現「低欲望社會」現象。

三、低欲望對日本社會的影響

日本寬鬆世代的年輕人在受到經濟衰退、網路世代來臨的影響下，他們不想結婚生子、買房來增加自己的經濟負擔，而他們此行為造成了日本結婚率跟出生率的逐年下滑，加上老年人口比例高，將導致日本勞動人口短缺情形持續惡化。寬鬆世代的年輕人自懂事後就面臨經濟蕭條，及社會高齡化伴隨著的重擔，使他們對未來感到擔憂，抱有即使努力也不見得有收穫的想法，然而在高齡者想重回職場的對比下，年輕人卻對工作興致缺缺，這也是大前研一所說的「年長有活力、年輕沒動力」的情形。

寬鬆世代的年輕人由於受到經濟低迷及環境變遷的影響，導致他們產生出「窮充」心理，年輕人們認為貧窮卻充實也很好，不追求高薪資、忙碌奔波的生活，也能過著心靈富足的生活，此思想的產生讓他們不再對高消費的追求感興趣，進一步促進了年輕世代低欲望現象的擴大。

四、台灣Z世代

台灣Z世代約在1990年中後期至2000年中後期出生，從小就在網路普及的世界中成長，導致他們思想獨特、富有創意性，加上他們把時間大量投入在網路世界中，只在意自己的權利與利益，呈現出遠離現實社會、不擅長與人接觸的傾向。這些人格特質使他們的價值觀、消費觀也產生改變，他們在消費時會優先選擇能夠帶來自我滿足的商品，以興趣為主要消費目標，即使消費能力不足，他們也願意把金錢花在自己興趣商品上，加上購物平台的盛行，年輕人因為價格便宜、便利性等優

點而選擇網路購物，雖然金額普遍不高，但卻已成為人們使用率第二高的購物管道。

Z世代的年輕人由於思想自由化，使他們對於結婚生子的意願逐漸下滑，未來台灣將須面臨更加嚴重的高齡化趨勢，對政府及人民的經濟負擔將隨之增高，加上他們薪水普遍低薪，對於上一代父母的買房目標，他們也早已放棄，不買房的情形將可能造成空屋大量閒置。另一方面，在Z世代感興趣的區塊上，他們也更願意花費，這也是造成宅經濟成長的一大因素，隨著智慧手機的普及，餐飲業者選擇與外送平台合作結合手機APP系統，使上班族、年輕族群等需求的人因為便利性而選擇購買外食的情形劇增，此現象讓台灣未來的餐飲商機有著無限發展的可能性。

五、寬鬆世代與Z世代之差異

從外在因素的經濟衝擊上，可發現日本寬鬆世代由於受到「泡沫經濟破滅」的長期經濟衰退影響，因此在消費欲望上有明顯的降低，反觀台灣Z世代雖然在1997年發生的金融風暴上有受到一些衝擊，但因為沒有經歷過經濟長期低迷的時期，所以消費欲望下降的傾向並無日本那般嚴重。教育背景下，當時日本實施的是寬鬆教育，重視學生獨立思考，卻因為大量縮減上課時數造成學力下降，他們在此教育影響下變得重視自我感受，而台灣則是施行應試教育，也就是填鴨式教學，學生們只看重成績與學歷，思考方式較易受到框架，無法順利表達自我想法。在台日此教育下年輕世代皆無法提振學習欲望，對未來的期許也更容易感到迷茫、不安。

從內在因素的結婚生子中，可知無論是日本還是台灣，年輕人們由於環境變遷造成他們對於結婚生子的想法產生改變，他們不在把傳宗接代視為人生課題，加上在經濟、時間的考量下，他們大多放棄生小孩的打算，這也造成了日本及台灣現今皆面臨著的高齡少子化現況，此現象對國家的經濟成長無疑會受到衝擊，年輕人需負擔的經濟壓力也將會隨之增加，此現象將可能使年輕人消費低欲望隨之產生。消費觀上日本及台灣年輕人皆偏向於自我興趣的領域，在自己喜愛的商品上即使再貴也願意消費，他們重視能使自己心靈感到滿足的地方，因為他們受到經濟能力的侷限，所以在消費上會呈現出與其購買昂貴品牌，不如買實用性高的商品傾向。

以大前研一所敘述的不結婚、不生小孩及不買房等指標來看，日本及台灣的年輕人皆有呈現低欲望的現象，但經過本組觀察後發現，在消費欲望上日本和台灣的

年輕世代並未減少，只是環境的變遷影響了他們的價值觀，使他們不再渴望上一代長輩所追求的購屋、買車等高額消費行為，他們變得重視自我興趣、性價比等個人性消費，生活重心也更傾向於「自我享受」。因此，若以價值觀為指標來看，可以發現年輕世代的消費觀與上一代已產生不同的變化，但在消費欲望上卻沒有大前研一所述的「低欲望」心態出現，只是時代的變遷所造成的消費觀念產生落差。

參考文獻

(一) 書籍

1. 大前研一著(2016)：《低欲望社會》，臺北市：遠見天下文化。
2. 大前研一著(2009)：《再啟動》，臺北市：遠見天下文化。
3. 蔡錫勳著(2019)：《安倍政權の大戦略—強い日本を、取り戻す。》，臺北市：翰蘆圖書出版有限公司。

(二) 期刊

1. 葛瑩(2013)，〈高齡化給日本帶來的經濟影響〉，《商界論壇》第25期，頁238。
2. 趙文志(2015)，〈日本「安倍三箭」的「虛」、「實」及真正的風險〉，《經濟研究年刊》第15期，頁302-頁303。
3. 蘇顯揚(2015)，〈日本調降法人稅的影響與未來課題〉，《經濟前瞻》第158期，頁72-頁76。
4. 呂慧敏(2019)，〈日本提高消費稅的目的、影響與對策〉，《經濟前瞻》第184期，頁79。
5. 堀真由美(2013)，〈消費社会の変遷と消費行動の変容〉，《中央大学政策文化総合研究所年報》第17號，頁137-頁153。
6. 丸山朋子(2018)，〈平成の30年とトレンド動向〉，《再掲》第1804號，頁1-頁3。
7. 國家發展委員會(2013)，〈全球人口老化之現況與趨勢〉，頁28-頁29。
8. 國家發展委員會(2013)，〈全球人口老化之現況與趨勢〉，頁30-頁31。
9. 川端希望、興梶有加里、築地文枝(2011)，〈ゆとり教育について〉，《中村学短期大学部「幼花」論文集》第3期，頁50-頁52。
10. 陳茂璋、林建甫(1999)，〈亞洲金融危機成因之探討〉，《金融財務》第1期，頁76。

(三) 論文

1. 呂建良(2002)，〈日本金融機構經營危機之研究——從泡沫經濟觀點〉，淡江大學日本研究所碩士論文。

2. 梁懿方 (2018), 〈房地產泡沫研究-以台灣、日本、香港、美國為例〉, 國立中山大學經濟學研究所碩士論文。
3. 藍建宏 (2017), 〈Z世代對激勵需求偏好分析〉, 實踐大學企業管理學系碩士論文。
4. 沈元 (2018), 〈Z世代消費族群的文創書店新商業模式之研究〉, 亞洲大學創意商品設計學系碩士論文。

(四) 網路資料

1. 財團法人台北外匯市場發展基金會, 〈日本安倍經濟學的內涵與影響〉, <http://www.tpefx.com.tw/uploads/download/tw/jpap.pdf>, 2020年5月20日。
2. NAIP北美智權報 第153期, 〈安倍三箭為何失速?〉, http://www.naipo.com/Portals/1/web_tw/Knowledge_Center/Editorial/publish-313.htm, 2020年5月20日。
3. Binance Academy, 〈什麼是量化寬鬆(QE)?〉, <https://academy.binance.com/zt/economics/what-is-quantitative-easing>, 2020年5月30日。
4. 每日頭條, 〈超「20%」的法人稅不具有吸引力〉, <https://kknews.cc/zh-tw/career/o53vxy5.html>, 2020年11月8日。
5. IDB經濟部工業局, 〈日本的「女性經濟學」政策:讓女性發光的社會〉, <https://www.italent.org.tw/ePaperD/7/ePaper20180500001>, 2020年5月28日。
6. 天下雜誌, 〈通縮來臨?CPI、PPI又是什麼?〉, <https://www.cw.com.tw/article/5006860>, 2020年10月21日。
7. Cheers雜誌, 〈被貼標籤的「寬鬆世代」註定是人生失敗組?〉, <https://www.cheers.com.tw/article/article.action?id=5077912>, 2020年11月6日。
8. PISA in Taiwan (PISA國家研究中心), 〈計劃概述〉, http://pisa.nutn.edu.tw/pisa_tw.htm, 2020年11月6日。
9. 株式会社日經リサーチ, 〈モノ消費に背を向けるゆとり世代は何を求めているのか〉, <https://www.nikkei-r.co.jp/column/id=2620>, 2021年1月6日。
10. the news lens關鍵評論, 〈曾經是東亞罷工大國,為何日本的工會行動急速減少?〉, <https://www.thenewslens.com/article/113689>, 2020年5月23日。
11. 行銷人, 〈年輕人通通都一樣?錯了!從Y世代與Z世代的差異,看如何抓住年輕

- 人的痛點！〉，<https://www.marketersgo.com/market/201912/mk8-millennials-vs-genz/>，2020年11月2日。
12. 工商時報，〈貓世代抗壓性大不如前？職場代溝有解〉，<https://ctee.com.tw/bookstore/selection/357051.html>，2020年12月30日。
13. 聯合新聞網，〈毛小孩多過小孩，年輕人不婚不育〉，<https://udn.com/news/story/7272/4269194>，2020年12月30日。
14. 網路溫度計，〈單身調查局！十大不想結婚的理由！〉，<https://www.google.com.tw/amp/s/dailyview.tw/amp/daily/2015/03/18>，2020年11月10日。
15. 智榮基金會 | 龍吟評論，〈千禧世代：實踐精神生活的第一代〉，<http://cccsfansfoundation.org/?p=5095>，2020年10月29日。
16. KANTAR，〈看準年輕經濟，掌握千禧世代消費商機〉，<https://www.kantarworldpanel.com/tw/News/Millennials-Market-Business-Opportunities>，2020年10月29日。
17. 財團法人台灣網路資訊中心，〈2019 台灣網路報告〉，https://report.twnic.tw/2019/assets/download/TWNIC_TaiwanInternetReport_2019_CH.pdf，2020年11月7日。
18. The News Lens關鍵評論，〈無殼蝸牛運動30年：台北房價所得比20年飆升240%，青年薪資僅成長15%〉，<https://www.thenewslens.com/article/123946>，2020年11月10日。
19. MIC產業情報研究所，〈網購大調查系列一〉，<https://mic.iii.org.tw/news.aspx?id=488&List=11>，2020年10月30日。
20. 內政部不動產資訊平台，〈109年第1季房價負擔能力指標統計成果〉，<https://pip.moi.gov.tw/V3/E/SCRE0105.aspx>，2020年11月1日。
21. PwC Taiwan，〈2017全球與臺灣娛樂暨媒體業展望報告〉，<https://www.pwc.tw/zh/news/press-release/press-20170607.html>，2020年10月31日。
22. 動腦新聞，〈新「食」代商機：直擊飲食趨勢3個決勝點〉，<https://www.brain.com.tw/news/articlecontent?ID=48711#oG1111ar>，2020年11月7日。
23. 民視新聞網，〈外送商機250億這些平台你用過了嗎？〉，<https://www.ftvnews.com.tw/news/detail/2017727F07M1>，2020年11月7日。
24. 親子天下雜誌，〈十二年國教新挑戰：搶救「無動力世代」〉，<https://www.pa>

renting.com.tw/article/5031634，2020年12月25日。

25. 天下雜誌，〈「台灣大學生就像一群死木頭」 108課綱能拯救「無動力世代」嗎？〉，<https://www.cw.com.tw/article/5097562>，2020年12月25日。

26. 結婚相談所パートナーエージェント，〈ゆとり世代、4人に1人が「恋愛は面倒」〉，https://www.p-a.jp/research/report_106.html，2020年12月26日。

27. 遠見雜誌，〈2019青壯年世代調查，揭密90後年輕人價值觀〉，<https://www.gvm.com.tw/article/56213>，2020年12月26日。

28. 今周刊，〈台灣人為什麼不敢生小孩？數據帶你看真相〉，<https://www.businesstoday.com.tw/article/category/80392/post/201806070042/>，2020年12月26日。

29. Yes123職場情報站，〈【2018年04月調查主題】上班族婚育計畫調查〉，http://www.yes123.com.tw/admin/white_paper/article.asp?id=20180403201806，2020年12月26日。

30. 智榮基金會 | 龍吟評論，〈千禧世代消費趨勢：買物件不如買體驗〉，<http://cc.stansfoundation.org/?p=4612>，2020年12月26日。

組員工作分工表

	10622206 李佩瑩	10622211 張華姍	10622231 吳昱璉	10622246 蔡孟蓉
摘要	✓			✓
第一章	✓	✓		✓
第二章	✓	✓	✓	✓
第三章	✓	✓	✓	✓
第四章				✓
校對	✓	✓	✓	✓
海報繪製			✓	
講稿製作	✓		✓	✓
PPT製作		✓		

專題報告修正要點

評審老師建議

- 1、Z世代與寬鬆世代放在一起做比較會較清楚
- 2、說明選擇Z世代與寬鬆世代作為研究對象之原因
- 3、Z世代與寬鬆世代是否相同
- 4、中文「慾望」與日文「欲望」不同，需統一並說明

修正要點

- 1、將Z世代與寬鬆世代做比較
- 2、在研究動機中補充說明選擇Z世代與寬鬆世代作為調查對象之原因
- 3、在第三章中將兩個世代做比較，分析兩個世代是否相同
- 4、內文中統一使用日文「欲望」並說明原因

專題實務對比

原創性報告



主要來源

1	ccc.stansfoundation.org 網際網絡來源	1%
2	ndltd.ncl.edu.tw 網際網絡來源	1%
3	pip.moi.gov.tw 網際網絡來源	<1%
4	ws.ndc.gov.tw 網際網絡來源	<1%
5	www.books.com.tw 網際網絡來源	<1%
6	pandaliu1217.blogspot.com 網際網絡來源	<1%
7	cnwmw.blogspot.com 網際網絡來源	<1%
8	Submitted to Da Yeh University 學生文稿	<1%
9	www.ftvnews.com.tw 網際網絡來源	<1%