



# アメリカの 若者世代に映る世界

## ミレニアルとZ世代の価値観が ポスト・コロナ禍の事業再生の鍵

本稿執筆時、米国のコロナ禍被害累計は、死者20万人、感染者680万人を超えました。未だに日々ほぼ1千人の死者と4万人の感染者が報告されています。米国は人口では世界の4%強でありながら、コロナ禍死亡・感染者数では世界の20%を超える立場に陥っております。ワクチン接種が2020年内に開始されて自粛警戒対策を連邦・州政府が連帯実施したとしても、コロナ禍は2021年末まで続くこと、米国アレルギー感染症研究所(NIAID)のフアウチ所長は警戒を発しています。

このコロナ禍中の11月3日に大統領選挙が行われます。選挙結果がどうなるうとも、コロナ禍が浮き彫りにした米国社会の人種差別や株主利益主導資本主義の弊害矛盾は、これから米国が背負い正視解決を強いられる問題です。同時に、このコロナ禍中、感染を恐れずBLM抗議デモに連日出かける若者達や多種多世代の様子が報道されています。

ミレニアルとZ世代は、敏感な感受性を持つ幼年

成長期に9/11同時テロや金融破綻不況を体験しました。他世代が歴史局面に直面しその時代を反映しリードしたように、今パндеミックを通じての彼らの価値は凝縮化され、今後の米国社会の牽引力となると考えられます。

本稿では、ミレニアルとZ世代に代表される価値が明日の米国社会を主導するという視点から、ポスト・コロナ禍の米国社会価値変化を予測してみよう。

以下、(1)世代定義、(2)多様性、(3)環境持続性、(4)消費性向、(5)投資価値変化の順に触れてみましょう。

### 一・世代定義

ピュー・リサーチによれば、Z世代は1996〜2012年生まれの世代で、2020年現在23才未満の層。先頭グループは既に選挙権を持ち、労働人口の一翼を担います。

ミレニアル世代は1980〜1995年生まれの世代で、24〜39才の層。テック・スタートアップ企業の創始者の多くがこの世代です。各方面で

## ■Z世代 (1996～2012 年生まれ)

2020 年現在 23 才未満の層

## ■ミレニアル世代 (1980～1995 年生まれ)

2020 年現在 24～39 才の層

## ■X世代 (1965～1979 年生まれ)

2020 年現在 40～55 才の層

## ■ベビー・ブーマー世代 (1946～1960 年生まれ)

2020 年現在 56～74 才の層

## ■サイレント世代 (1928～1945 年生まれ)

2020 年現在 75～92 才の層

リーダーシップを発揮しています。  
X 世代は 1965～1979 年生まれの世代で、2020 年現在 40～55 才の層。子供達は成人し孫がいる人たちもいます。労働人口の中で所得が一番大きい層です。

サイレント世代は 1928～1945 年生まれで、75～92 才の層。  
米国人口統計局の最新資料によれば、2019 年にミレニアル世代の人口は 7200 万人に達し、ベビー・ブーマー世代を抜いて最大人口世代となりました。将来も最大世代として影響力は続くと言われます。一方、ブーマー世代人口は 2028 年には

6400 万人となり、X 世代に追い越されると予測されています。

## 二・多様性とオープンネス

米国社会変化の潮流に、非白人種の米国人口構成率の増加があります。未だに続く白人至上主義傾向が是正を求められる多人数化トレンドです。

米国人口統計局は、2020 年に白人比率は 60%と推測しています。2030 年には 56%、2045 年には 50%と減少推移を予測しています。

2030 年には黒人比率 14%、ヒスパニック比率 21%、アジア系比率 7%と予測。2020 年時点で Z 世代の 25%がヒスパニック系で、2026 年には非白人が Z 世代の過半数を占めると予測しています。

多人数・多様性・包括容認への障壁は若い世代ほど低く、積極支持される大きな潮流です。ピュー・リサーチが、黒人は不当差別を受けていると感じるかという調査を 2018 年に実施していますが、政治志向・世代別の回答は興味

深い結果となっています。

リベラル寄り回答者結果はブーマー世代 76%に対して、ミレニアルと Z 世代とも 82%が同意と回答しているのに比べて、保守寄り回答者結果では、ブーマー世代 20%に対してミレニアルと Z 世代が其々 30%、43%が同意と回答し

ています。特に保守寄り Z 世代の障壁・偏見がシニア世代に比べて極端に少ないことに気がきます。

BLM 運動に対する米国民の人種別支持率も、大きな社会潮流を示しています。2020 年 6 月のピュー・リサーチ調査によれば、米国全体の 67%



がBLM運動を支持しています。黒人、ヒスパニック、アジア系の支持率はそれぞれ86%、77%、75%ですが、白人からも60%支持を得て、不公平な人種差別に反対し、教育、就業、賃金、医療保健での公正機会を求めるユニバーサルな運動に発展しています。

1910年代の女性選挙権取得運動や、1960年代の公民権運動で見た米国魂は、若い世代に受け継がれているのを感じます。

### 三・環境持続性と政府アクティビズムへの期待

地球温暖化気候変動対策を基軸とするグリーン・ニューディールも、ミレニアル世代から支持される政策です。ミレニアル世代の下院議員A.オカシオ・コルデスらが民主党大統領候補バイデン元副大統領の掲げる政策案の中軸に座らせました。

ピュー・リサーチによれば、ミレニアルとZ世代は地球温暖化気候変動は我々人間の社会活動が原因との立場が鮮明です。そ

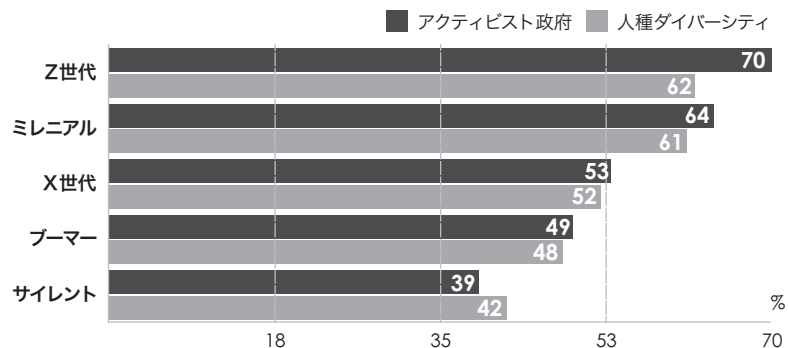
れぞれ54%、56%と両世代の過半数以上が人間社会活動の仕業が原因との意見です。自然現象の一つと回答したのはそれぞれ14%、16%と低い支持結果を示しています。一方、ブーマー世代は45%が人間社会活動が原因、25%が自然現象の一つと回答しています。

同リサーチによれば、ミレニアルとZ世代は共に政府に積極的なアクティビズムの役割を要求する傾向があるとしています。Z世代は70%、ミレニアルは64%がアクティビスト政府に期待しています。これは、ブーマー世代の49%支持に比べて大変高い数字です。

ミレニアルとZ世代は、9/11同時テロ後の不況やリーマン金融危機による不況で、親族の財政苦を眺めて成長した世代です。さらに、高学歴世代の両世代は高額なカレッジ・ローン返済を背負っています。銃暴力や今回のコロナ禍で友人を失ったり自身失職する体験を通して、政府アクティビズムを要求する傾向に走らせるのは理解できます。

Z世代に人気のSNSスナップチャットは、利用者の82%が、世界に期待する変化を自ら創り出すのが自らの責任であると考えるとしています。自らの社会理念を元にアクティビストとして行動し、同時に企業・政府にもアクティビストたる事を求めるという価値志向が見受けられます。

米国世代別社会価値支持率



出典：Pew Research Center (Jan. 2019)

### コロナ禍が映し出すミレニアル・Z世代意識

- ☒ 地球温暖化対策は協働行動を起こせば手遅れでない
- ☒ 他人ニーズに同情心を持ち、地元社会へ貢献する責任
- ☒ 地元スモール・ビジネスへの積極的支援を惜しまない
- ☒ コロナ禍対策に積極的に取り組む政府・企業には高評価
- ☒ 長期財務不安はあるものの、倏約・貯金の必要性
- ☒ 多様性・包含・環境持続性・再教育提供企業への忠誠心

出典：DGMS 2020

### 四・ミレニアルとZ世代の価値観と消費性向

Z世代の価値観はミレニアルとほぼ同じですが、Z世代はよりアクティビストな傾向が見られます。

- ・環境持続性を重視
- ・社会貢献目的を重視
- ・多様性とインクルージョン

ンによるオープン協働環境を重視

・経験体験を重要視

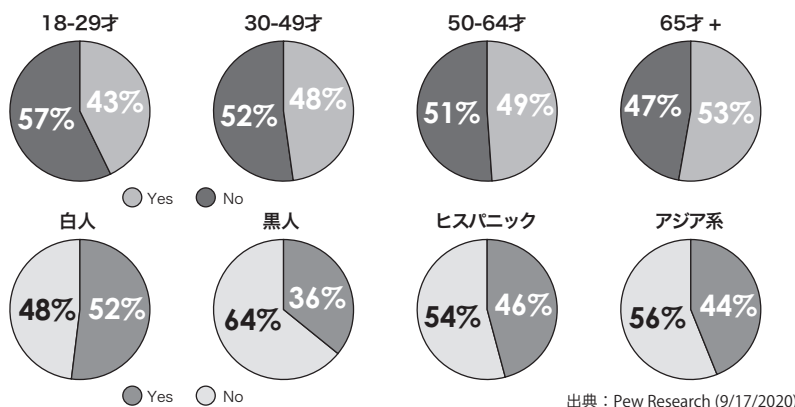
両世代の価値観は消費性向にもはつきり表れます。この世代向けのブランディングには特別な注意が要求されます。

マッケンジー・レポート

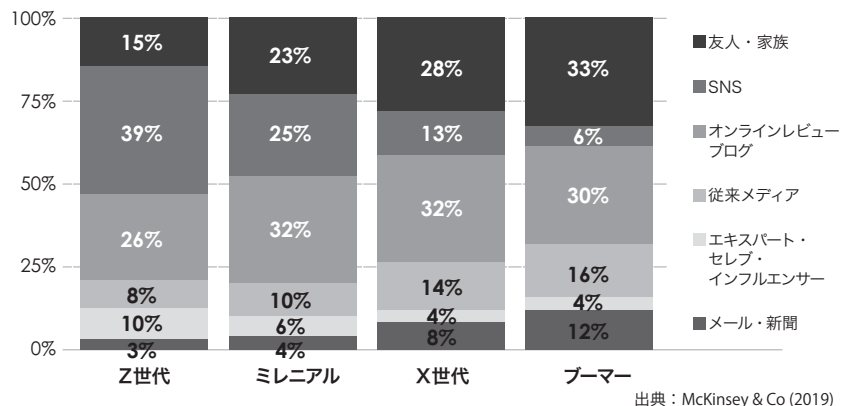
トによれば、両世代ともに(1)価値観、(2)社会環境持続性を重視する傾向にあると



## ポスト・コロナ禍の年齢・人種別平常復帰期待度



## 世代別消費購買決定要因



言っています。特にZ世代の先頭グループの39%は購買決断はSNSによるインフルエンサーに影響されると回答しています。二番目のオンライン・レビューの26%を上回ります。ミレニアル世代ではオンライン・レビューが32%で第一位、SNS影響力は25%で二番目となっています。特にZ世代は他世代に比べSNS

からの情報影響が顕著です。但し、フェイク・ニュース等の誤情報に対しても、バイアスで左右される事は少なく、自らの価値理念と一致するかの基準にて判断する傾向があるようです。

## 五・ESG投資のドライバー世代

投資家としても既に両世代は多大な影響を与えています。ミレニアル世代は大学基金資産運用にも影響を与えました。投資ポートフォリオにタバコ・武器・化石燃料関連株を所有するのに反対しデモや広報活動で、大学基金資産運用の投資指針を完全に

変えました。環境・社会・企業統治に焦点を当てたESG投資の最近の動きも、投資家として大きな影響力を持つミレニアルが求めた投資アクティビズムです。

## 結び

投資戦略もミレニアルとZ世代の価値観が大きな影響を与え牽引しているわけです。

コロナ禍の終わりが見えない日々が続きますが、大きな社会潮流は加速しています。事業再生に向けての再構築戦略の鍵は、ミレニアルとZ世代の価値観を理解する事から始まります。



### 《執筆者》

岡本 晃志

米国ニューヨーク地区を拠点に日米企業に対してグローバル経営視点からの戦略マーケティング・コンサルティング・コンサルティング業に従事。日系企業の米国駐在員として1981年渡米以来1986年から2015年まで異業種日系企業の米国現地子会社にシニア・エグゼクティブとして経営・事業開拓・マーケティングに携わる。戦略とマーケティングの同軸一体化に焦点をあて経営実践し事業成長に貢献。製造業・IT・通信・不動産・メディア等多業種に亘る米国子会社経営経験をベースにした顧客視点の戦略マーケティング・コンサルティングのエキスパートであり、業績インパクトと戦略構築再考の示唆に富む。東京外国語大学卒。ペンシルバニア大学ウォートン校、MITスローン校、ハーバード大学ビジネス校のエグゼクティブ向け経営・戦略・マーケティング課程終了。

ブログ「コーシ・オカモトのNY発・戦略マーケティング」  
KoshiOkamoto.com