



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います。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・州政府が連帶実施したとしても、コロナ禍は2021年末まで続くと、米国アレルギー感染症研究所(NIAID)のファウチ所長は警戒を発しています。

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、今パンデ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ましょう。

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。

このコロナ禍中の11月3日に大統領選挙が行われます。選挙結果はどうなうとも、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人種多世代の様子も報道されています。

ミレニアルとZ世代は、敏感な感受性を持つ幼年

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。

リーダーシップを發揮しています。
X世代は1965～1979年生まれの世代で、2020年現在40～55才の層。

サイレント世代は1928～1945年生まれで、75～92才の層。

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。

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。ベビー・ブーマー世代は1946～1960年生まれの世代で、56～74才の層。長寿社会で引き続き影響力のあるシニア層です。

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予測されます。一方、ブーマー世代人口は2028年には

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種化トレンドです。

二・多様性とオーブンネス

■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

占めると予測しています。多人種・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、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、ミレニアルとZ世代が其々

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付きます。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せた米国魂は、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クリーン・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の掲げる政策案の中軸に座らせました。

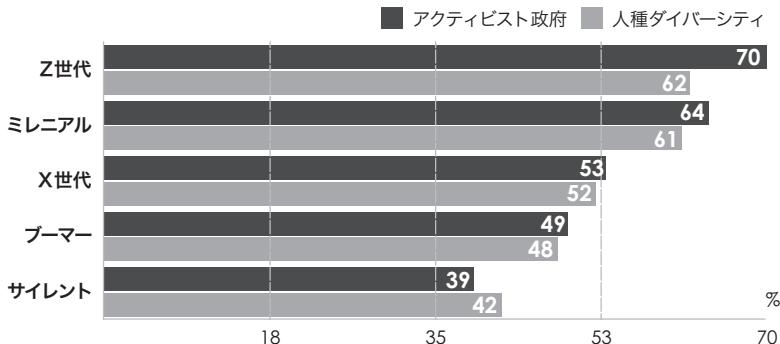
ピューリサーによれば、ミレニアルとZ世代は地球温暖化気候変動は我々人間の社会活動が原因との立場が鮮明です。それが、ミレニアルとZ世代は、Z世代の人気のSNS・スマートチャットは、利用者の82%が、世界に期待する変化を自ら創り出すのが自らの責任であると考えるとしています。自らの社会理念を元にアクティビストとして行動し、同時に企業・政府にもアクティビストたる事を求めると、多様性とインクルージョンによるオープン協働環境を重視

Z世代は高額なカレッジローン返済を背負っています。代は高額なカレッジローン返済を背負っています。さらに、高学歴世代の両世代は、親族の財政苦による不況で、親族の財政苦を眺めて成長した世代です。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。

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。・社会貢献目的を重視・環境持続性を重視(1)価値観、(2)社会環境持続性を重視する傾向にあると

米国世代別社会価値支持率



出典：Pew Research Center (Jan. 2019)

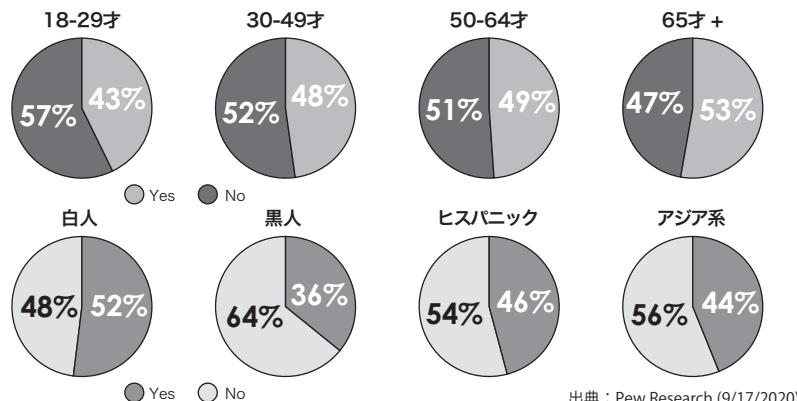
コロナ禍が映し出すミレニアル・Z世代意識

- 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
- 地元スマール・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、僕約・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

企業概況 TREND

ポスト・コロナ禍の年齢・人種別平常復帰期待度



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ご回答しています。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%で第二位となっています。特にZ世代は他世代に比べSNS

五. ESG投資のドライバー世代

から的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、バズア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。

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世界最大資産管理会社ブック・ロックも後押しするESG投資はそもそも地リスクは投資リスクであると明言しています。株主利益還元こそが企業ミッションである姿勢から大きな変化が起きつつあります。前出ブラック・ロックのフィンクCEOが議長を務めるビジネス・ラウンドテーブルも2020年、従業員・サプライチェーン・顧客・コミュニティー・株主を含

む全ての利害関係者への価値提供最大化が企業に求められるミッションであると宣言しました。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。

結び

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

《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てシニア・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。東京外国语大学卒。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