

# i世代

## 技術の崩壊

2016年  
ミレニアル以降  
の世代とテクノ  
ロジーに関する  
全米調査

By  
The Center for  
Generational Kinetics  
And Jason Dorsey



THE CENTER FOR  
GENERATIONAL KINETICS®

ジェイソン・ドージー

ミレニアル以降の世代は、i世代、Z世代、センテニアル世代と呼ばれ、他のすべての世代が最終的にどのようにテクノロジーを利用するかを決定する者たちだ。

9.11の記憶も、インターネットやモバイル機器以前の時代も知らないこの新世代は、テクノロジーの採択と依存における新時代のデジタル指導者になりつつある。

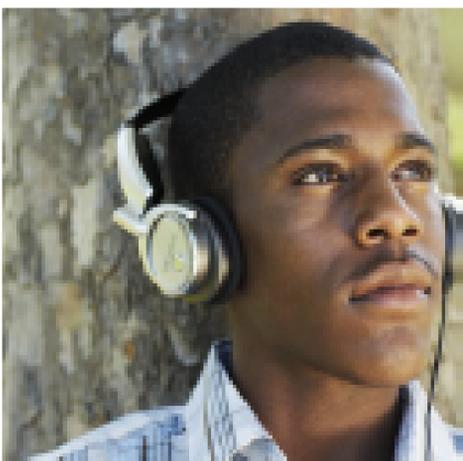
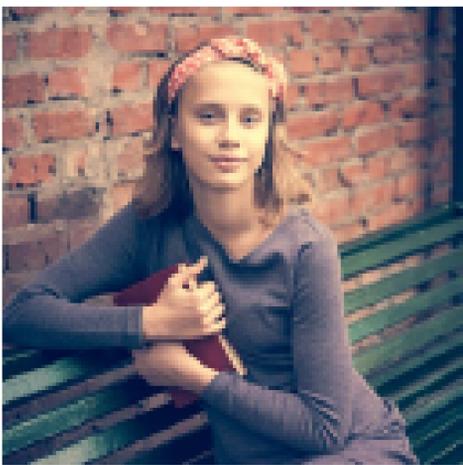
この新世代を私たちはi世代と呼ぶ。彼らは将来の世代の代弁者であり、テクノロジーに関して言えば、上の世代がいずれ採用する行動を先取りする存在である。

ミレニアル世代が、他のすべての世代のソーシャル・メディア、テキスト・メッセージ、デジタル・ダウンロードへの依存性を変えたように、i世代はウェアラブル・デバイスや、ストレージとコンピューティングのためのクラウドへの依存性についても同じことを行うだろう。

更に、彼らのテクノロジーの受容と利用は、自国に住む祖父母よりも、遠い国に住む同世代の仲間に近いと思われる。

このことが他のすべての世代にどのような意味を持つかはまだ分からないが、世代交代に関心を持つ人たちにとって意味することは、i世代がミレニアル世代の「知るべき、理解すべき、関与すべき世代」というマントを引き継いだという事実である。

ジェイソン・ドーシー  
i世代エキスパート、最高戦略責任者  
The Center for Generational Kinetics





## 目次

- 04 ミレニアル以降の世代に会う:i世代
- 06 スマホの場合、若すぎるのは何歳か?
- 10 i世代はショッピングを変え続ける、果てしなく
- 14 数1,000万人ものi世代が、自分のハピネス、幸福、そして自己肯定感を決定づけるのはソーシャル・メディアだと回答
- 18 どのソーシャル・メディア・プラットフォームがi世代のお気に入りか?
- 21 電話のエチケット:失われた作法または世代間格差?
- 24 オンライン・プライバシーについてi世代はどう考えているか
- 27 Uberのようなシェアリング・エコノミー・サービスに関するi世代の捉え方
- 30 結論:今のところ私たちが理解しているi世代(或いはZ世代)
- 32 The Center for Generational Kineticsについて
- 33 ランドマーク i世代/Z世代 シリーズについて
- 34 方法論
- 34 著作権と利用

# ミレニアル以降の 世代に会う:

# i世代

現在20歳以下のこの新世代は、i世代、Z世代、センテニアル世代、起業家世代など、様々な名前では呼ばれている。

i世代が登場した「i-everything」環境と相性がよいので、私たちはi世代という言葉を手で使っているが、この世代が間もなく労働人口で急成長する世代になるということは、紛れもない事実である。彼らはすでに大学生以下の超多数派の世代であり、特にテクノロジーに関して言えば、私たち全員に影響を与えるトレンドの仕掛け人でもある。

i世代のテクノロジーに対する役割と関係 — テクノロジーに対する態度から、その真の依存度まで — は、私たち一人ひとりが将来、テクノロジーを利用する際の、最も優れたスナップショットを提供する。

ミレニアル世代、X世代、団塊世代を含むi世代より前の世代は、i世代がすでに普通と思っているテクノロジーの習慣や態度の多くをいずれ取り入れることになる。**なぜなら、これまで私たちが明らかにしてきたように、テクノロジーのトレンドは、若い大人から年配者へと波及していくからである。**

ミレニアル世代がソーシャル・メディア、テキスト・メッセージ、モバイル通信に依存することで、他の世代も同じ使い方をすることになり、多くの人たちがこれをじかに体験した。現在、雇用主、マーケター、そして政策立案者までもが、これらのテクノロジーを活用し、複数の世代を同時に巻き込んでいる。

また、i世代は、プライバシー、セキュリティ、デート、教育、信頼、仕事などの領域で、テクノロジーに関する将来の態度、信念、期待を誰よりも先取りして表現する。

Center for Generational Kineticsは、i世代とテクノロジーに関するこの全国調査を主導し、すべてのリーダー、親、マネジャー、マーケター、政策立案者のすべての世代がいま — 新世代の変化が他の世代に完全に及ぶ前に — 知っておくべきことを明らかにした。

『i世代 技術の崩壊』は、ミレニアル以降の世代に関する2016年のランドマーク調査シリーズの一部であり、この調査結果は年内に発表される予定である。



また、i世代は、プライバシー、セキュリティ、デート、教育、信頼、仕事などの領域で、テクノロジーに関する将来の態度、信念、期待を誰よりも先取りして表現する。

ミレニアル以降の  
世代に会う:

# i世代

仕事、商業、グローバルな繋がりが再構築される重要な時期に、この新世代に備え、この新世代とコミュニケーションを図り、この新世代に影響を与えるためには、このような理解の先取りが絶対に必要である。

**ミレニアル以降の世代に関する2016年ランドマーク調査シリーズ**の次のレポートに期待してほしい…レポートしたいことはまだまだたくさんある!

i世代がもたらす課題と、その課題の中にあるチャンスを見極めるリーダーこそ、競合他社に先駆けてまったく新しい世代の力を理解し、その力を引き出す絶好のポジションに立つことになるだろう。

測定可能な結果をもたらすリサーチ、戦略、ソリューションを通じて、お客様に関係のあるi世代の課題を私たちがどのように解決できるか、ぜひ当センターにお問い合わせください。

ジェイソン・ドーシー  
i世代エキスパート、最高戦略責任者  
The Center for Generational Kinetics

Info@GenQ.com  
+1(512)259-6877  
GenHQ.com

ミレニアル以降の世代について高い評価を得ているTEDxの動画をご覧になるには、[こちらをクリック](#)。



# スマホの場合 若すぎるのは 何歳か？

スマホは、コミュニケーション、学習、影響力、そして成長への入り口でもある！しかし、初めてスマホを手にする「適齢期」とはいつなのか？スマホがあれば、ほぼ何でも一仲間と繋がること、オンラインで宿題すること、ビデオゲームで遊ぶこと、ソーシャル・メディアを使うこと、オンラインで情報検索すること、最新のエンタメだけでなく、よい影響のある世界にも悪い影響のある世界にもアクセスすること— できるようになるので、この決断は、かつてないほど重要だ。

*初めてスマホを手にする年齢は、運転免許を取得する年齢よりも重要だ。*

—ジェイソン・ドーシー

では、初めてスマホを手にする年齢は、何歳だったら若すぎるのだろうか？私たちの全国調査の結果、その答えは、“あなた”の属する世代によって、まったく異なることが分かった。

私たちが明らかにしたことは、大人というのはそもそも若者に過度な権力や自由を与えることに抵抗を感じ、若者たちの方は、スマホを扱えるどころか、自分の人生経験がこれまで以上にスマホに依存するかもしれないと思っていることである。

いったん高校生になれば、社会的なおしゃべりの多くがデジタル・チャットになるので、このことはi世代にも言える。両親からかかってきた電話に受け答えすることだけを期待する時代は終わっている—両親がミレニアル世代やX世代であれば、電話ではなくテキストでやり取りしていることだろう。スマホは、すっかり社交の中心的な役割を果たすようになったのだ。いまどき誰が電話で会話などするだろう？

多くのミレニアル世代にとってそうだったように、自分のスマホを持つことは単なるステータス・シンボルではない。基本的なスマホの価格は大幅に下がり、電話のリース、音声通話時間の置き換えといったオプションを通じてコスパが向上し、テキスト、ネット・サーフィン、メッセージ・アプリなどの音声通話以外のオプションが利用可能になった。

このようなスマホへの依存という新たな現実を考えると、初めてスマホを手にすることが、i世代にとって社会的にもその他の面でも、まさに大変革をもたらすのは間違いない。では、十分な成長、責任、デジタル・フリーなどの観点から、ポケットの中で世界にアクセスするのに適した年齢とは何歳なのか？

**4世代すべてを対象とした私たちの全国調査の結果、i世代は「それまでのどの世代よりも早い時期に、最初のスマホを手に入れるべきだ」と回答した。**

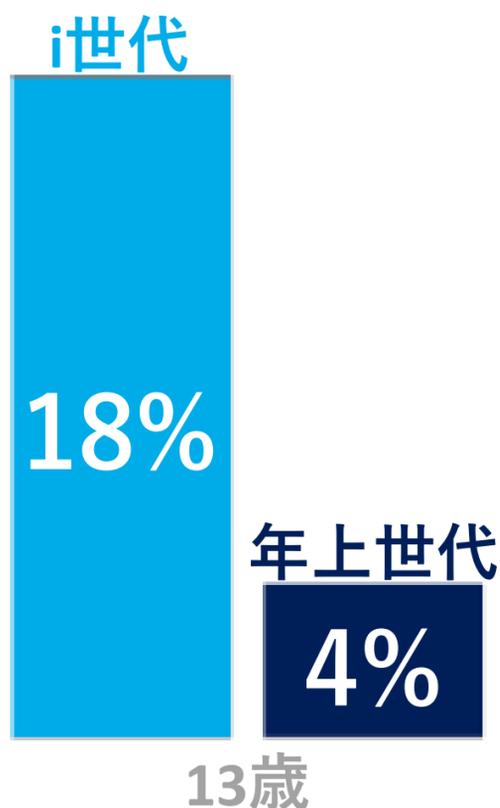


# スマホの場合 若すぎるのは 何歳か？

実際、i世代の18%が「13歳で初めてスマホを手に入れるべきだ」と回答した！つまり「中学生や高校生のうちに、初めてスマホを手に入れるべきだ」と彼らは思っているのだ。この期待は、社会的圧力、ネット上でのいじめ、そして子供が見るもの、見ないものにフィルターをかけようとする親にとって、どのような意味を持つのだろうか？それはまだ分からない。

更にデータを詳しく見ていくと、i世代は他の世代の平均より4倍も「13歳で初めてスマホを手に入れるべきだ」と回答する傾向にあることが分かった。実際、このデータは、ミレニアル世代、X世代、団塊世代が「平均して18歳で初めてスマホを手にするべきだ」と考えていることを示している。

## 初めてスマホを持つのに適した年齢とは？



ミレニアル世代とi世代には、思春期におけるこのような重要なデジタル・マーカーについて、どのような違いがあるのだろうか？ミレニアル世代の26%が「18歳で最初のスマホを手に入れるべきだ」と考えているのに対し、「同じ年齢で最初のスマホを手に入れるべきだ」と考えているi世代は僅か6%に留まった。

このデータを見ると、真にテクノロジー依存の最初の世代であるミレニアル世代は、テクノロジーを彼らの両親と同じように捉え始めているように思える。これは — i世代の多くが「13歳で最初のスマホを手に入れるべきだ」と考えているのとほぼ同じくらい — ショッキングな発見である。

ミレニアル世代が団塊世代である両親とますます似ているということは、子供たちにテクノロジーを提供するという観点から、このようなミレニアル世代のテクノロジーに対する態度も続いていくのだろうか？それは分からないが、ミレニアル世代が前の世代よりも高年齢で子供を産んでいることを考えると、その可能性は高いと私たちは考えている。つまり、ミレニアル世代である両親が40歳以上になったとき、13歳はスマホ — 或いは最新のデバイス — をほしがる可能性が高い年齢だ、ということである。

流行を作り出す面を考えてみると、もしi世代が「これまでのどの世代よりも若い年齢でスマホを持つべきだ」と考えているなら、彼らは更に早い年齢で流行を作り出していくことになるのだろうか？そうであれば、彼らは18歳になるまでに、これまでのどの世代よりも、テクノロジーに依存する機会を増やし、他の世代に影響を与え、電子メールや原始郵便といった以前のコミュニケーション手段に戻る可能性を低くするモバイル・テクノロジーの利用経験が長くなっていくだろう。

# スマホの場合 若すぎるのは 何歳か？

最近の若者は、両親 — ミレニアル世代やX世代である — が、食事中、運転中、仕事、更にはランニング中ですら自分のスマート・デバイスにのめり込んでいるのを見て成年に達した。子供たちは、親がやっているこの行動を見て、「これが大人の行動だ」「大人と関係を持つ感覚を育みたい」と思い、それを真似したがる。大人がいつもスマホに夢中になっていれば、子どもは、実際に話しかけようとするより、テキスト・メッセージやWhatsAppメッセージを送った方が — たとえ、みんなが同じ家に同時にいても — ママやパパから早く返事がもらえることを理解する。

更に、スマホがほしいと思う年齢が若くなれば、スマホの入手コストから無縁になっていく可能性がある。13歳の子どもは、スマホを購入し、維持するために必要な労力やお金とはまったく無縁である可能性がある。もし、スマホを得るために必要な労力や責任がなく、友人や親がスマホを持っているから自分も持っていて当然だという期待や権利意識だけ

があるならば、このような無縁であるという感覚が、13歳でスマホを持つことを、ますます普通なことだと思わせてしまう。

i世代が直面している他の現実を考えても同じ考えが成立する。スマホを持つことで、少なくとも他の人が何を言っているか知ることができるし、それに反応するという選択肢を得ることもできるが、それは同時に、過剰な監視、また多くの高校生に影響を与えているセクスティングやネットいじめの蔓延にi世代をさらすことになる。

**私たちの見解:** 私たちは、スマホの利用が社会の基本的な機能に不可欠になるにつれて、これらのデバイスにアクセスすることが完全に当たり前となる年齢は低下し続けるだろうと考える。近い将来、小学生がスマホを持っているのが当たり前になるだろう。



# スマホの場合 若すぎるのは 何歳か？

## 調査結果:

- i世代は、他のどの世代よりも早く、初めてスマホを手にすることを期待している
- ミレニアル世代は、若者とスマホに対する期待に関して言えば、団塊世代によく似ている
- i世代は、米国のどの世代よりもスマホにさらされている

## 影響:

- i世代は、スマホへのアクセスにより、より早く、より多くのポジティブ、及びネガティブな影響にさらされている
- 仲間の圧力、ネットいじめ、テクノロジーへの依存はすべて、スマホの普及が早ければ早いほど増加するが、いったん普及すれば、10代の若者にスマホを与えない方が、もっと大きな害になる可能性がある
- i世代は、銀行やデートだけでなく、学習やコミュニケーションに至るまで、スマホのトレンドを牽引する存在となるだろう

## 議論から出てきた疑問:

- 初めてスマホを手に入れる年齢が下がり続けたらどうなるか?いずれ9歳も自分のスマホを手に入れるようになるのだろうか?
- そのような若い年齢で初めてスマホを手に入れることは、世界観や情報へのアクセス方法にどのような影響を与えるのだろうか?
- モバイル・テクノロジーに関して言えば、i世代はミレニアル世代よりもテクノロジーに精通していると思うか、それとも劣っていると思うか?

## もっと詳しく:

- [GenHQ.com/i世代](http://GenHQ.com/i世代)
- [GenHQ.com/意見](http://GenHQ.com/意見)



## あなたの考えと意見を共有しよう:

- [Twitter.com/WhatTheGen](https://twitter.com/WhatTheGen)
- [Twitter.com/JasonDorsey](https://twitter.com/JasonDorsey)
- [Facebook.com/JasonRyanDorsey](https://facebook.com/JasonRyanDorsey)

# i世代は

ショッピングを変え続ける

# 果てしなく

デジタル世界と実店舗が融合したことにより、店舗は常に開いていて、在庫は常にどこかにあり、アマゾンが注文から数時間以内に配達してくれる、という曖昧なショッピングが現実になって、ショッピングの定義そのものが変化しつつある。

i世代は、この新しいショッピングの現実しか知らない。

i世代にとって、アマゾンはいつだってオンライン小売業者であり、南米を流れる川ではない。i世代は、メイクやファッションのアドバイスを得るなら、いつだってYouTubeを利用してきた。そして、i世代は現金や小切手を持ち歩くのは時代遅れだし、一財布の中にあるクレジット・カードもそういうふう考えている。

*i世代にとって、“amazon”という単語はオンライン小売業者であって、エキゾチックな景色を想起させた時代の記憶がない。*

—ジェイソン・ドーシー

しかし、こういったことは、小売の世界にとってどのような意味を持つのだろうか、また世代によってどのように違うのだろうか？i世代、テクノロジー、ショッピングに関する私たちの全国調査では、いくつかの明確な違いが、いくつかの意外な共通点とともに明らかになった。

私たちの全国調査の1つで初めて、すべての世代の100%に、同じように質問に答えてもらった。その結果、すべての世代の100%が、小売店にいるとき、或いは販売員と対面で話しているときに、よりよい価格を求めてスマホでネット・サーフィンすると回答した。100%だ！

**リアルタイムでのモバイル比較ショッピングは、今や世代を超えたスタンダードとなっている**

すべての世代の100%が、小売店にいるとき、或いは販売員と対面で話しているときに、よりよい価格を求めてスマホでネット・サーフィンすると回答した。

# 100%だ!



# i世代は ショッピングを変え続ける 果てしなく

具体的なシナリオに基づいて調査結果を更に掘り下げると、ショッピングやテクノロジーに対するアプローチについて、i世代と他の世代の間に興味深い違いが見つかり始めた。最も驚くべき違いの1つは、よりよい価格を求めるネット・サーフィンに関して言えば、i世代はミレニアル世代に近いことである。この2つの若い世代は、団塊世代やX世代よりも、よりよい価格を求めてネット・サーフィンする傾向がずっと強い。例えば、私たちは、小売店でノートPCやタブレットを購入する際、よりよい価格や他の選択肢を探すために、スマホでネット・サーフィンするかどうかを各世代に尋ねた。その結果は次のようになった。

- ・ 団塊世代:34%
- ・ X世代:45%
- ・ ミレニアル世代:56%
- ・ i世代:50%

i世代とミレニアル世代は50%以上が「そうする」と回答しているのに対し、X世代と団塊世代は50%未満に留まっていることに注目してほしい。更に、この結果全体を魅力的にしているのは、調査対象となったi世代グループに関して言えば、彼らの現在の年齢が14歳~19歳だということだ。このことについて考えてみよう。テクノロジーを購入する前に、すでにスマホを使ってウェブ検索をすると回答しているのは、10代の若者たちなのである。

*i世代によるこのような比較ショッピングへの期待は重要なトレンドである。なぜなら、この期待は増加し続けるしかないと私たちは予測しているからだ。i世代が大人になり、自分で稼いだお金を使うようになると、消費者としてそれを最大限に活用するために更に多くの時間を費やすようになるだろう。*

—ジェイソン・ドーシー

i世代は、商品を説明する、バー・コードをスキャンする、或いは写真を撮影することにより、今では簡単に比較ショッピングができるようになったため、最終的な購入を決定する前に、数秒余分に選択肢を確認することが自然にできるようになっている。

このことは、i世代の最年長者が大不況の時期に中学生であったために、更に深刻になっている。この世代は、i世代の両親や祖父母とともにミレニアル世代が直面している金融危機を目の当たりにし、認識し、感情的な繋がりを感じることが出来る年齢にある。この時期、財布の中身を見る回数が増えたことが、i世代の最年長者がお金、支払い、ショッピングをどう捉えるかに影響を与えた。この困難な時期はi世代の両親に劇的な影響を与え、彼らは新しい貯蓄習慣や消費習慣を取り入れ、それらをi世代の子供たちに伝えたと思われる。



# i世代は

ショッピングを変え続ける

# 果てしなく

「i世代はブランドよりも価格や品質を重視する」と言う専門家もいるが、それが彼らにとって長期的な優先度の高い検討項目であるかどうかは、まだ分からない。しかし、価格と品質が一ひよっとしたらブランド以上に一重要な検討項目であることは確かである。私たちが確信しているのは、i世代は、自分のお金と支出をリアル・タイムで簡単に追跡できると同時に、価格情報を簡単に検索できること、そしてお金に余裕がなく仕事が少ない可能性があるという現実があるため、コスト意識を持ち、購入前にダブル・チェックする完璧な世代である点なのだ。

この現実には、i世代が価格、品揃え、評価、レビューなどに対して、ますます影響力を発揮し、小売業者に果てしなく影響を与えるだろう。小売の力はまさに、小売業者、ブランド、販売業者から、i世代の指先にそのまま移ったのである。i世代が自分でお金を稼いで使うようになり、徐々にではあるが、経済的自立に向かうにつれて、この傾向は強まり続けるだろう。自身の住居費、交通費、食費などを支払うという形で経済的自立が進むにつれ、あらゆる分野での消費と、1ドルの価値を高めたいという願望との関連も強まっていくだろう。

その根底に見えるのは、i世代は小売価格を支払う必要がない時代に成年に達した、ということである。入札サイトであれ、割引サイトであれ、終わりのないセールやプロモーションであれ、ポイント還元であれ、小売価格を支払うことは彼らの体験に必要なことではなかった。必要なのは、安く商品を手に入れることであり、それが今や消費の期待の一部となっているのだ。

更に私たちは、VRによって購入前に商品を試すことができるし、ショールーミングのために街中をドライブする必要さえなくなるので、このテクノロジーがi世代の小売体験をもっと大きく変貌させると確信している。もはや、その必要性がなくなれば、i世代が、VRでのショッピングを唯一のショッピング・スタイルにする最適な世代となるのは間違いない。

**私たちの見解:**私たちは、消費者に力を与えたこの新しい世代が新興企業や小規模事業者にも門戸を開く。もし、これらの企業が、オンライン市場でブランド企業と比肩する質の高い商品を提供できれば一と考える。そのためには、これらの企業がオンラインで存在感を示すことが必要だが、私たちはすでにEtsyのようなサイトでその可能性を見てきた。もはや小規模事業には地域的な制約がなく、選択肢が全世界へと広がると同時に、地域の実店舗を持つビジネスにとっては危険な状況になる。実際の購入の大部分はオンラインで行われるとともに、店舗でのショッピングは、気晴らしや娯楽、そして場合によっては社会活動の場にすらなるだろう。



# i世代は

ショッピングを変え続ける

# 果てしなく

## 調査結果:

- i世代は、スマホで比較ショッピングする年齢に達した
- i世代は、X世代や団塊世代よりもオンラインで比較ショッピングする
- i世代は、ブランド、メーカー、小売業者から消費者へと、真のパワー・シフトを起こったときに成年に達した最初の世代である

## 影響:

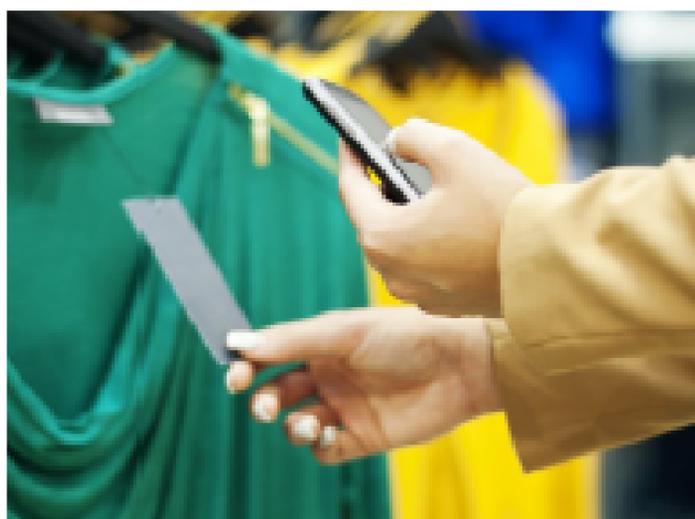
- モバイル・デバイスによる比較ショッピングは、次世代のショッピングである
- VRは、i世代の消費者がリードする、次の大変革をもたらすテクノロジーになるだろう
- i世代は、大人になり経済的に自立するにつれて、消費支出に対して更に保守的になるかもしれない

## 議論から出てきた疑問:

- i世代の消費者が自分のお金をより多く使うようになったら、比較ショッピングはどのように変化すると思うか?
- i世代がブランドよりも価格や品質を重視することに気づいていたか?或いは、i世代が購入時に異なる優先順位を持つのを知っていたか?
- VRは、最も若い世代から始まるショッピングをどのように変えると思うか?

## もっと詳しく:

- [GenHQ.com/i世代](http://GenHQ.com/i世代)
- [GenHQ.com/意見](http://GenHQ.com/意見)



## あなたの考えと意見を共有しよう:

- [Twitter.com/WhatTheGen](https://twitter.com/WhatTheGen)
- [Twitter.com/JasonDorsey](https://twitter.com/JasonDorsey)
- [Facebook.com/JasonRyanDorsey](https://facebook.com/JasonRyanDorsey)

# 数1,000万人ものi世代が 自分のハピネス、幸福、 そして自己肯定感

## を決定づけるのはソーシャル・メディアだと回答

i世代はソーシャル・メディア以前の時代の記憶がない。

実際、i世代にとってソーシャル・メディアはメディアではなく、寧ろ、繋がり、学び、自己顕示、自己表現、議論、デート、その他多くのことをするためのメディアなのだ。ソーシャル・メディアは、他のどのチャンネルやコミュニケーション・オプションよりも、i世代と彼らを取り巻く世界を繋ぎ、世界とi世代を繋ぐメディアである。

ソーシャル・メディアが、i世代が繋がり、関係を築き、学び、生活のあらゆる側面を記録するチャンネルであることを考えると、ソーシャル・メディアはi世代のハピネス、自己肯定感、幸福を決定するうえで、どのような役割を果たすのだろうか？

ソーシャル・メディアは、i世代が他人からどう見られているか、仕事の見通し、デートなどに本当に影響を与えるのだろうか？

何1,000万人ものi世代が「ソーシャル・メディアは自分のハピネス、幸福、自己肯定感を決定する」と言っている。この影響は、ソーシャル・メディア体験に関して言えば、i世代が年齢を重ね、より自由になるにつれて、大きくなる一方だと思われる。要するに、ソーシャル・メディアは今のi世代にとって重要だとあなたが考えているなら、あと5年待ってみるといい。

—ジェイソン・ドーシー

i世代に関する私たちの画期的な研究の一環として、ソーシャル・メディアの世界に飛び込み、i世代がソーシャル・メディアをどう捉えているか、他の世代と比較してi世代の捉え方はどう違うのか、i世代はソーシャル・メディアが自分たちの生活に与える影響についてどう考えているか、を探索した。

この調査結果は、私たちの社会とこの新世代 — 私たち一人ひとりに影響を及ぼすすべてのこと — について語りかけている。



# 数1,000万人ものi世代が 自分のハピネス、幸福、 そして自己肯定感 を決定づけるのはソーシャル・メディアだ と回答

**調査結果1:**「ソーシャル・メディアは、他人が自分をどう見るかに影響を与える」と回答したi世代は42%で、他のどの世代よりも多い。この“他人の見た目”という思い込みが、i世代が何を投稿するか、ソーシャル・メディアを自己主張のためのツールとしてどう考えるか、世界がソーシャル・メディアというプリズムを通して自分を見ているという事実に影響を及ぼす。実際、私たちの全米調査で、「ソーシャル・メディアは、他人が自分をどう見るかに影響を与える」と回答したi世代は団塊世代の2倍で、ソーシャル・メディアの先駆者であるミレニアル世代よりも5%ポイント高いことが分かった。

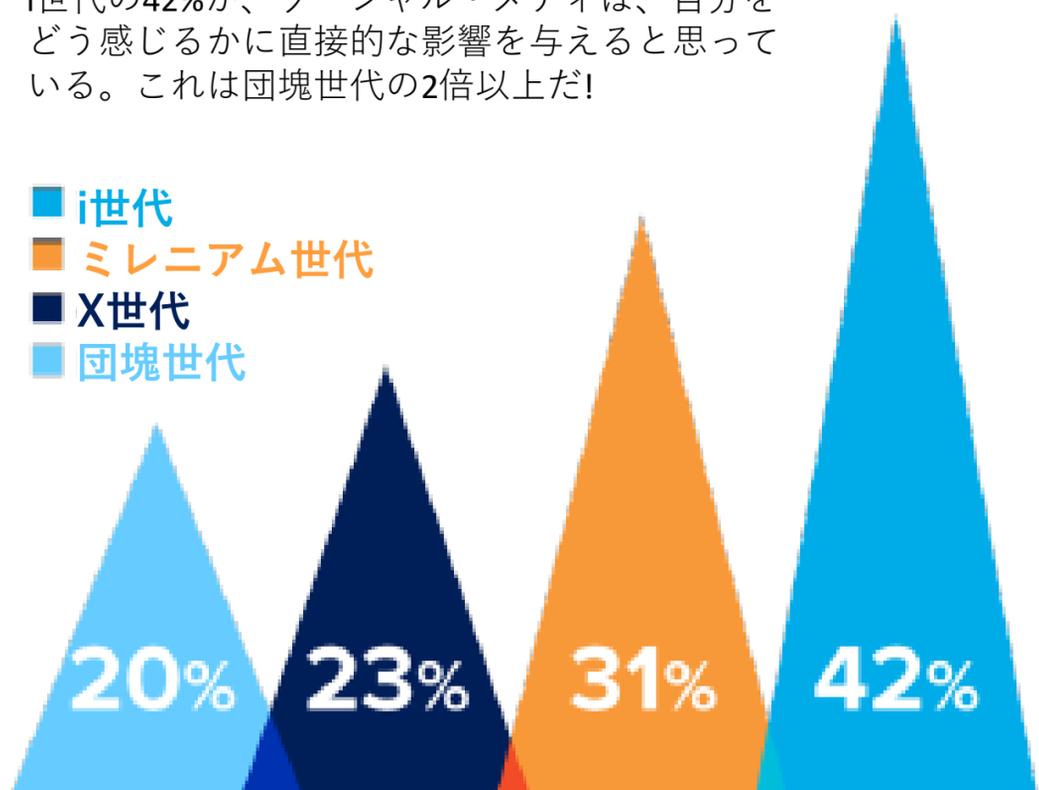
**調査結果2:**他人が自分をどう見るかに対してソーシャル・メディアの与える影響は、i世代が自分の人気についてどう考えているかにまで及ぶ。「ソーシャル・メディアは自分の人気に影響を与える」と回答したi世代は29%で、他のどの世代よりも多い。文脈の相違と世代の相違で見ると、「ソーシャル・メディアは自分の人気に影響を与える」と回答したi世代は団塊世代の3倍、X世代の2倍である。これは、同時に成人期を迎えたとする、4つの世代の間に劇的な違いがあることを示している。

**調査結果3:**i世代におけるソーシャル・メディアの明確な外部へのインパクトと影響力は、ソーシャル・メディアと自身の幸福についての考え方に根を下ろしている。「ソーシャル・メディアは、自分をどう感じるかに影響を与える」と回答したi世代は、他のどの世代よりも多い。実際、こう回答したi世代は42%である。この調査で、この分野にはi世代とミレニアル世代の間に大きなギャップがあり、これはi世代の人生全体が一X世代やミレニアル世代である両親が彼らのことを投稿するのであれ、i世代自身が好みのソーシャル・メディア・プラットフォームを使って文字どおり大人になるのであれ、ソーシャル・メディアに取り上げられてきたという事実によることが分かった。代表例:「ソーシャル・メディアは、自分をどう感じるかに影響を与える」と回答したi世代は団塊世代よりも2倍以上多く、ミレニアル世代よりも10%ポイント以上高い。

## あなたは自分をどう感じているか

i世代の42%が、ソーシャル・メディアは、自分をどう感じるかに直接的な影響を与えている。これは団塊世代の2倍以上だ!

- i世代
- ミレニアル世代
- X世代
- 団塊世代



# 数1,000万人ものi世代が 自分のハピネス、幸福、 そして自己肯定感

## を決定づけるのはソーシャル・メディアだと回答

**調査結果4:**i世代の心理に及ぼすソーシャル・メディアの影響力は、どのくらい深いのか? 「ソーシャル・メディアはハピネスに影響を与える」と回答したi世代は37%で、他のどの世代よりも多い! 更に、i世代の39%は「ソーシャル・メディアは自己肯定感に影響を与える」と回答している。i世代はソーシャル・メディア上でより自由に自己表現し、自分と他者の繋がりをますます強くしているソーシャル・メディア・プラットフォーム上で大人の時間をたくさんすごすので、最年長者がやっと10代を終えたばかりのi世代に対してソーシャル・メディアが与える影響は明らかに大きくなる一方だ。

**調査結果5:**ソーシャル・メディアと融合する現実世界に関して言えば、「ソーシャル・メディアが仕事の見通しにどのくらい影響すると考えているか」について「影響する」と思っているのは33%で、i世代とミレニアル世代は互角となっている。しかし、「ソーシャル・メディアは自分の影響力を変えていく」と思っているi世代は38%で、ミレニアル世代の34%より僅かに多い。ちなみに、全米調査で「ソーシャル・メディアは自分の影響力を変えていく」と思っているi世代とミレニアル世代は、団塊世代の2倍以上であることが分かった。

**調査結果6:**「ソーシャル・メディアが自分の世界に影響を及ぼす」と思っている点で、i世代が他の世代を大きく引き離している1つの領域はデートである。i世代の27%が「ソーシャル・メディアはデートの見通しに影響を与える」と回答している。これは全米調査の他のどの世代よりも多く、団塊世代の4倍、X世代の2倍だ!

**結論:**ソーシャル・メディアは、アメリカ史上どの世代よりも大きな影響をi世代に及ぼしている。問題は、i世代が大人への階段を更に昇っていくにつれて、i世代とソーシャル・メディアの関係がどのように進化するかということだ。ソーシャル・メディアは、彼らの生活のあらゆる領域を永遠に繋ぐ大黒柱となるのだろうか、それともi世代は年を重ねるにつれてソーシャル・メディアに投稿するものを制限する道を選ぶのだろうか?

私たちに分かっているのは、学校での同調圧力、社会的地位、身体の変化といった典型的な課題がすべて、24時間365日、ソーシャル・メディアのフィードで入手可能であり、じかに表示されるため、他の世代よりもi世代にとって、ソーシャルメディアが、ただでさえ扱いにくい思春期をいっそう困難にしていることである。

**私たちの見解:**ソーシャル・メディアや個人の生活に影響を与える大きさを重視すると、i世代が成長するにつれ、この傾向はi世代の若いメンバーだけでなく、上の世代にも広がっていくと思われる。テクノロジーの利用と同じように、このトレンドは上の世代へと広がっていくだろう。近い将来、おばあちゃん世代は、自分のハピネスや自己肯定感がソーシャル・メディアに影響されていることに気づくだろう。



# 数1,000万人ものi世代が 自分のハピネス、幸福、 そして自己肯定感

## を決定づけるのはソーシャル・メディアだと回答

### 調査結果:

- i世代は他のどの世代よりも「ソーシャル・メディアは、他人の見た目、自分の人気、認知している自分の影響力を含め、主要な外面上の影響を与える」と主張している
- i世代は他のどの世代よりも「ソーシャル・メディアは、自身のハピネスや自己肯定感を含め、内面的な部分に影響を与える」と主張している
- i世代は他のどの世代よりも「ソーシャル・メディアは、仕事の見通しやデートを含め、実社会での経験に影響を与える」と主張している

### 影響:

- ソーシャル・メディアは、どの世代よりもi世代の内面に大きな影響を与え、両親やすべての大人はこのことを知っておく必要がある
- ソーシャル・メディアは、どの世代よりもi世代の外面に大きな影響を与え、マーケティング、雇用主、リーダーはこのことを知っておく必要がある
- この新世代が生活のほぼすべての側面でソーシャル・メディアを非常に重要視していることを考えると、ソーシャル・メディアは明らかに彼らに手を差し伸べ、影響を与えるための最良の方法である

### 議論から出てきた疑問:

- 両親や学校はi世代に、責任あるソーシャル・メディアの使い方をもっと時間をかけて教えるべきだと思うか?それとも、自分たちに都合のいいものを見つけるのは、i世代に任せればいいのか?
- i世代がソーシャル・メディアに多くの時間を費やす場合、最大のトレードオフは何だと思うか?
- i世代がソーシャル・メディアに依存することで、職場での働き方、交流のやり方にどのような影響があると思うか?

### あなたの考えと意見を共有しよう:

- [Twitter.com/WhatTheGen](https://twitter.com/WhatTheGen)
- [Twitter.com/JasonDorsey](https://twitter.com/JasonDorsey)
- [Facebook.com/JasonRyanDorsey](https://facebook.com/JasonRyanDorsey)



# どの ソーシャル・メディア・プラットフォーム がi世代のお気に入りか？

i世代は、FacebookやLinkedInのような古いものから、VineやSecretのような新しいものまで、様々なソーシャル・メディアの選択肢を持って成年に達したことを知っているが、実際にi世代はどのメディアがお気に入りなのか？ソーシャル・メディアがどれほど重要になり得るかを示した流行の仕掛け人たるミレニアル世代が最初に選んで証明済みのソーシャル・メディアを好むのだろうか？それとも、i世代は自分たちで道を切り拓き、クリティカル・マスに達する前に、もっと新しいソーシャル・メディアのアーリー・アダプターになることを望んでいるのだろうか？

どのソーシャル・メディア・プラットフォームを好んで使うか —そして、どれが自分たちの世代にとってベストだと思うかに関して言えば、私たちの全国調査で、明確な好みと明確な見解の相違を持つ世代が明らかになった。

*i世代は、Facebookをクールだとは思っていないかもしれないが、Facebookを完全に見捨てているわけではない。しかし、彼らはもっと自分たちに合っていて、両親の利用が少ない他のプラットフォームを探し求めている！*

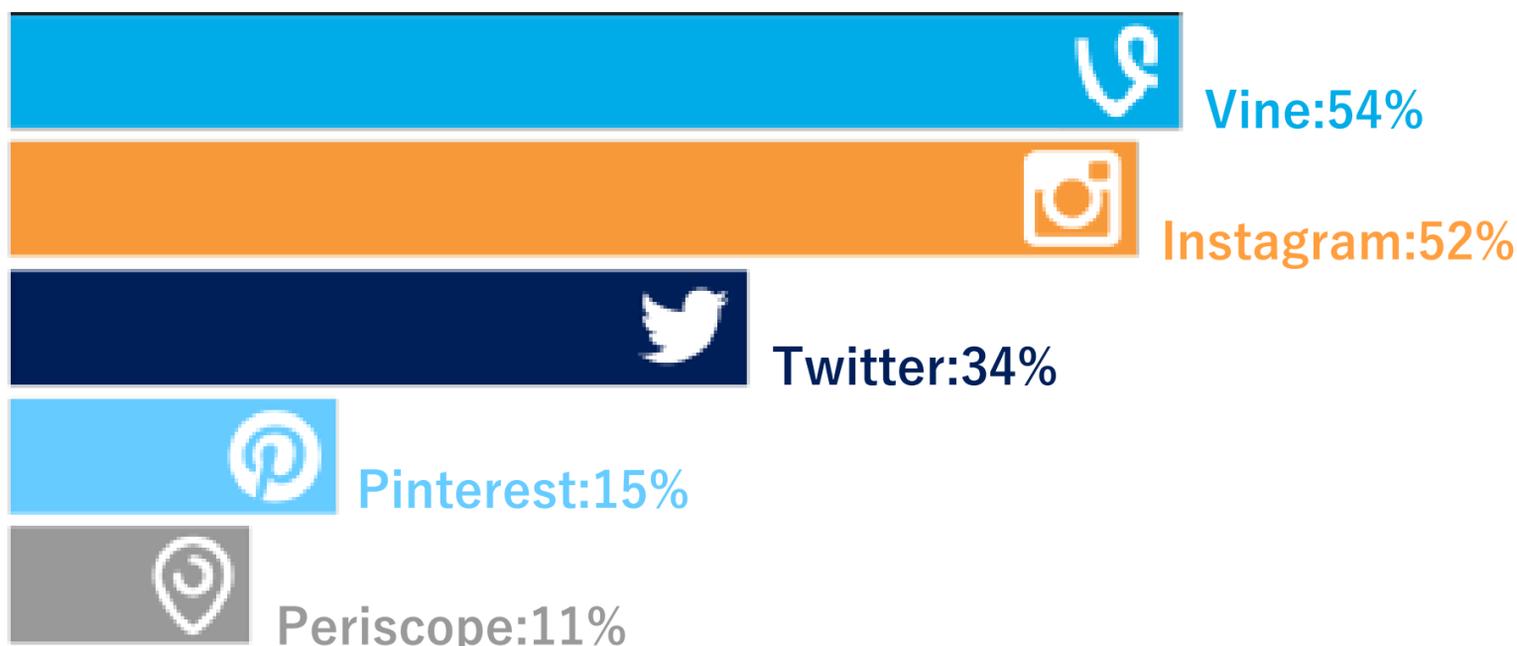
—ジェイソン・ドーシー

全米のi世代に、20歳以下の人たち、厳密にはi世代に属する人たちが理想とするソーシャル・メディア・プラットフォームのランキングを尋ねたところ、いくつか驚きの結果が得られた。以下は、最も理想的なソーシャル・メディア・プラットフォームをi世代がランクづけしたトップ5である。3位以降の割合がガクッと下がっていることに注目してほしい。

- Vine:54%
- Instagram:52%
- Twitter:34%
- Pinterest:15%
- Periscope:11%

## i世代の好みのソーシャル・メディア・プラットフォーム

全米のi世代に、20歳以下の人たちが理想とするソーシャル・メディア・プラットフォームのランキングを尋ねた。私たちの発見したことは驚くべきものだ。以下は、最も理想的なソーシャル・メディア・プラットフォームをi世代がランクづけしたトップ5のソーシャル・メディア・プラットフォームである。3位以降の割合がガクッと下がっていることに注目してほしい。



# どの ソーシャル・メディア・プラットフォーム がi世代のお気に入りか？

更に、i世代のソーシャル・メディア経験に立ち入って、全国調査では「i世代が知らないソーシャル・メディア・プラットフォームはどれか」という質問も行った。ここでも、特定のプラットフォームを知らないi世代の割合が示され、興味深い結果となった。

- ・ i世代の74%はSecretを知らない
- ・ i世代の62%はPeriscopeを知らない
- ・ i世代の34%はLinkedInを知らない

i世代は時代に遅れていると思うのは早合点で、これらのソーシャル・メディアを知らないi世代の割合と、同じ団塊世代の割合を比較してみよう。

- ・ Vineを知らない:6% vs 団塊世代65%
- ・ Periscopeを知らない:62% vs 団塊世代76%
- ・ LinkedInを知らない:34% vs 団塊世代14%
- ・ Instagramを知らない:2% vs 団塊世代9%
- ・ Pinterestを知らない:8% vs 団塊世代16%

しかし、マーク・ザッカーバーグがi世代の将来におけるFacebookの役割について心配し始めるのも早合点で、全国調査で分かったことは、i世代の13%が「Facebookは自分たちの世代にとって理想的だ」と考えており、一方でi世代の44%が「Facebookはどんな年齢 —自分たちの世代から祖父母の世代まで— にも適している」と回答したことである。このことは明らかに、i世代はFacebookを「世界で最もクールなソーシャル・メディア・プラットフォームだ」とは思っていないものの、i世代の合計57%が「Facebookは自分たちの世代にとってソーシャル・メディアの居場所がある」と回答していることを意味しており、このメディアが好きな吊鐘を鳴らすのは少し時期尚早かもしれない。

i世代のソーシャル・メディアの好みに関する結果は、特にi世代と他の3世代 —ミレニアル世代、X世代、団塊世代— との年齢差が大きいので、他の世代との相違をはっきりと示している。これは、ソーシャル・メディア・プラットフォームを導入した時点での、両親や祖父母とは違う存在になりたいという願望、或いは特定のソーシャル・メディア・プラットフォームで殆どの時間を過ごすに当たり、i世代が選択したいと思っているユーザー体験の単なる好みによるものである可能性がある。

**私たちの見解:**i世代はソーシャル・メディアに対して貪欲で、基本的にどんな新しいプラットフォームでも試してみようという意欲を持つ。そのため、新しいプラットフォームを創造し、導入する傾向は維持されるだろう。しかし、i世代もFacebookのような古いプラットフォームを完全に見捨ててないという事実は、ホットな新興企業の数社とともに、業界の老舗企業の数社が残り、その間に挟まれた大半の企業は徐々に消えていくことを意味している。



# どの ソーシャル・メディア・プラットフォーム がi世代のお気に入りか？

## 調査結果:

- i世代は他の世代とソーシャル・メディアの好み著しく異なり、その相違はi世代と比較される世代との年齢差に応じて大きくなる
- i世代は、他のソーシャル・メディア・プラットフォームよりも、Vine、Instagram、Twitterを好む
- i世代の間でFacebookは死んでいないが、i世代の好みのソーシャル・メディアほど熱心ではない

## 影響:

- もし、あなたの事業がFacebookで成り立っているなら、VineやInstagramといったi世代中心のプラットフォームでブランドを拡張し、フォロワーを増やすことが急務である
- i世代は両親や前の世代のソーシャル・メディアの道を歩んでいないため、新しいブランドからすれば、従来のソーシャル・メディア・チャンネルをスキップして、i世代が今いる場所から始めるチャンスを生んでいる
- i世代は最新のソーシャル・メディアをすべて知っているわけではないが、他の世代よりもはるかに多くのソーシャル・メディアを知っているため、たとえ月に1回しか投稿する計画がないとしても、すべてのプラットフォームでブランド名を用意すべきである

## 議論から出てきた疑問:

- あなたが最もよく使うソーシャル・メディア・プラットフォームは何か？i世代が好んで使うプラットフォームと比べてどうか？
- i世代が最もよく使うソーシャル・メディア・プラットフォームのうち、あなたが最も使っていないプラットフォームはどれか？
- i世代が好んで使うソーシャル・メディア・プラットフォームを雇用主やマーケティングが使わなかったとしたら、どんなリスクが発生すると思うか？

## もっと詳しく:

- [GenHQ.com/i世代](http://GenHQ.com/i世代)
- [GenHQ.com/意見](http://GenHQ.com/意見)

## あなたの考えと意見を共有しよう:

- [Twitter.com/WhatTheGen](https://twitter.com/WhatTheGen)
- [Twitter.com/JasonDorsey](https://twitter.com/JasonDorsey)
- [Facebook.com/JasonRyanDorsey](https://facebook.com/JasonRyanDorsey)



# 電話のエチケット： 失われた作法 または 世代間格差？

i世代がいつ、どのようにスマホを使うかは、上の世代にとってホットな話題である。スマホを使うタイミングがまったくデタラメなi世代は失礼なのか、それとも、年配者から生じる感情的な反応のことを考えると、これは単に、真実のように見えているだけの神話なのだろうか？

全国調査では、各世代に対して、スマホを使って通話、メール、ネット・サーフィンするのはいつが適切で、いつが適切でないと思うかを尋ねた。この調査結果を世代別、状況別に分析し、i世代が他の世代とは異なる電話エチケット基準を本当に守っているのかどうか検証した。

その結果、昔の作法は「一殆どの場合」正しかった。多くのカテゴリーや状況において、i世代はミレニアル世代、X世代、団塊世代よりも、どんな作法でスマホを使おうと、それは許容可能だと考えている傾向が強い。しかし、1つだけ顕著な例外があった。職場だ。

*i世代は、その大半が物心ついたときから電話「一たいていは両親や祖父母の携帯電話」を使ってきた。いま彼らは、自分たちの結婚式や就職面接を含む、他の世代ではとても許容できない状況にまで、スマホとの関係性を持ち込んでいる。*

—ジェイソン・ドーシー

仕事に関する回答に入る前に、i世代は他のどの世代よりも、以下のような場面において「どんな作法でスマホを使っても、それは許容可能だ」と回答した点を考えてみよう。

- ・自転車に乗っているとき
- ・トレッドミルで走っているとき
- ・礼拝の最中(!)
- ・家族と一緒に夕食を食べているとき
- ・大切な人の両親に初めて会うとき
- ・面接の最中(!)
- ・デートで食事をしているとき
- ・自分の結婚式の最中(!)
- ・住宅ローンを申し込んでいるとき

実際、i世代は「自分の結婚式や他人の結婚式、儀式が進行している礼拝の最中よりも、映画を鑑賞している最中にスマホを使う方が気になる」と回答した!「上映中の映画館で、スマホで話すのは適切だ」と感じているi世代は僅か4%、9%が「結婚式の最中にスマホで話すのは適切だ」と感じており、10%が「**自分の**結婚式の最中にスマホで話すのは適切だ」と感じている!どんな映画であろうと「携帯電話の電源をお切りください」と警告していることが、i世代の心に強く残っているようである。もしくは「背景が暗いと自撮りが上手くいかない」とでも思っているのだ。

# 電話のエチケット： 失われた作法 または 世代間格差？

しかし、今回の調査で本当に衝撃的だったのは、職場で許容されるスマホの使い方についてである。i世代は他のどの世代よりも職場でのスマホ使用が控えめであることが分かった！これは事実だ。「就職面接の最中にスマホを使ってもよい」と回答したi世代は15%で、他のどの世代よりも多い一方で、「どういう作法であれ、仕事中にスマホを使ってもよい」と回答したi世代は僅か6%で、他のどの世代よりも少ない。

この結果が物語っていること：

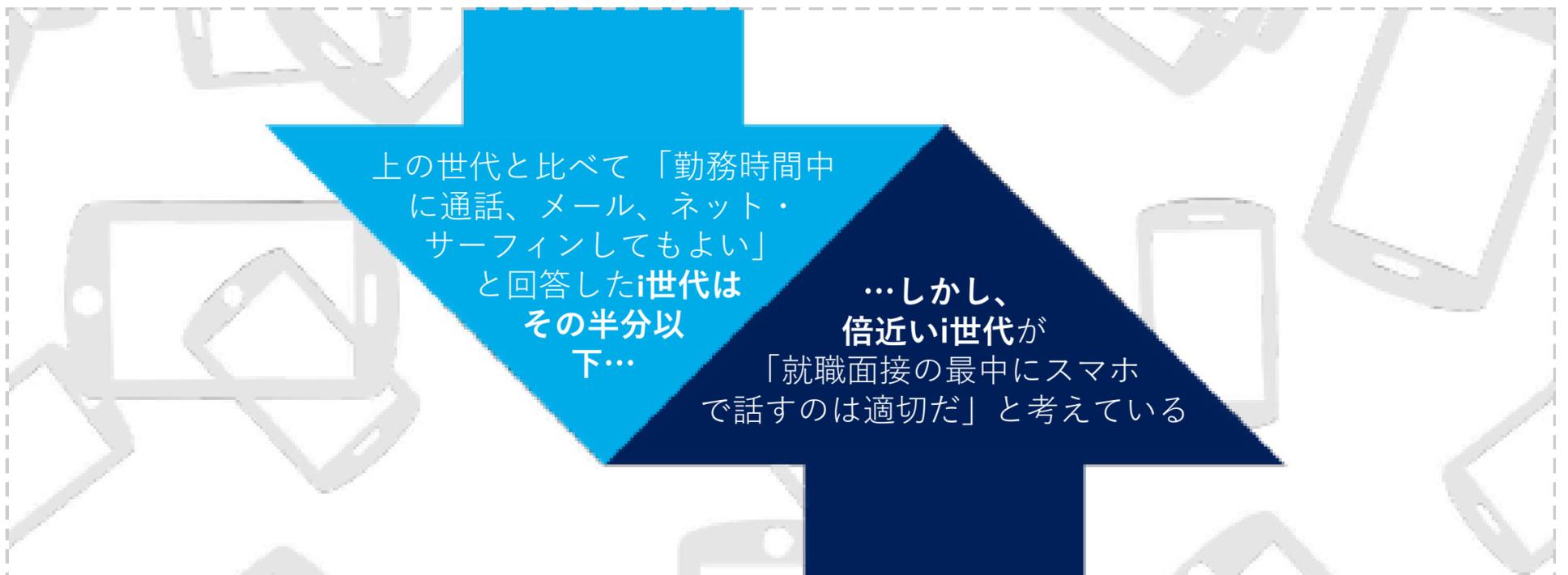
勤務時間中に通話、メール、ネット・サーフィンしてもよいと考えている各世代の割合：

- ・ 団塊世代:12%
- ・ X世代:14%
- ・ ミレニアル世代:18%
- ・ i世代:6%

これが事実であり、「どんな作法であれ、仕事中に通話、メール、ネット・サーフィンすることは問題ない」と考えているi世代は僅か6%に留まる。ミレニアル世代の賛成票がどの世代よりも多く、i世代の賛成票の3倍だった。

i世代は他のどの世代よりも「想像し得るほぼすべての社交の場でスマホを使うのは問題ない」と考える割合が高い、というのが最終結果である。逆に、i世代は他のどの世代よりも「どんな作法であれ、仕事中にスマホを使うことは許容できない」と考える割合が少ない。

**私たちの見解:**私たちは、以上のような2つの異なる調査結果は、いずれ似たものになるだろうと疑っている。スマホが社会のあらゆる部分に浸透し、これらのデバイスを使ったコミュニケーションをよりシームレスにするテクノロジーが誕生すれば、上の世代もi世代と同様にスマホを自由に使い始めるだろう(尤も、就職面接の最中に使うことはないかもしれないが)。i世代が就職すれば、仕事におけるスマホの位置づけについて、利他的な考えを少し改め始めるだろう。やがて、彼らはアメリカの他の労働者とともに、チャット、メール、ネット・サーフィンを楽しむようになるだろう。



# 電話のエチケット： 失われた作法 または 世代間格差？

## 調査結果:

- ・ i世代は他のどの世代よりも「社交の場でスマホを使うことは許容できる」と考えている
- ・ i世代は他のどの世代よりも「仕事中にスマホを使うことは許容できない」と考えている
- ・ スマホの許容可能な使用に関するi世代の考え方はまだ進化する可能性があるが、いくつかの領域では、ミレニアル世代よりも団塊世代やX世代に近いように思われる

## 影響:

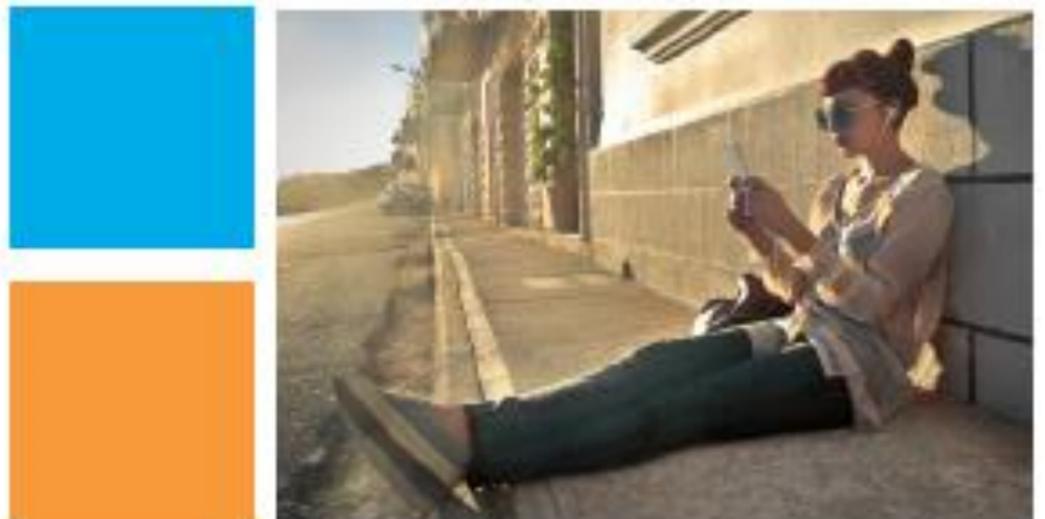
- ・ 組織は、ジムの中や宗教的儀式の最中といった、これまで考慮しなかった状況でスマホを使うことを許容できるか、明確で目に見えるポリシーを必要とするだろう
- ・ 結婚式やその他の社交の場は、明らかにi世代がスマホを使いたくなる場所であり、イベントを主催する側は、結婚式のハッシュタグを指定するなどして、参加者がスマホを使って参加しやすいようにすべきである
- ・ ミレニアル世代が管理職に昇進すれば、たとえi世代が変化を促さなくても、職場でのスマホ使用の許容範囲が変わる可能性があると考えられるので、企業は、i世代が職場にスマホを持ち込むようになることを認識しなければならない

## 議論から出てきた疑問:

- ・ i世代が「スマホの使用が許容できる」と考えている状況のうち、「スマホの使用が絶対に許されない」とあなたが思うのはどの状況か?
- ・ i世代のスマホ使用に関する結果について、あなたが最も驚いたことは何か?ここまで見てきた中で、最も驚かなかったこと、或いは最も納得できたことは何か?
- ・ 職場でのスマホ使用に関して言うと、i世代の新入社員に与えるガイドラインはどうあるべきだと思うか?

## あなたの考えと意見を共有しよう:

- ・ [Twitter.com/WhatTheGen](https://twitter.com/WhatTheGen)
- ・ [Twitter.com/JasonDorsey](https://twitter.com/JasonDorsey)
- ・ [Facebook.com/JasonRyanDorsey](https://facebook.com/JasonRyanDorsey)



# オンライン・プライバシー についてi世代はどう考えているか

i世代はデジタル・ネイティブの第一世代ではない。そのマントはミレニアル世代のものだ。しかし、i世代は潜在的にもっと強力なキャッチ・フレーズ——真のクラウド・ベースの最初の世代——を持っている。

i世代は、写真であれ、ソーシャル・メディアあれ、学校のプロジェクトでの共同作業であれ、クラウド上に保管スペースを持って成年に達している。このようにデジタル接続と、情報の保管場所としてのクラウドに依存することは、i世代が常に、オンラインを使うのに必要な何らかの形式、或いは方法で個人情報やデータを貯め込んでいく経験を持っていることを意味する。

ミレニアル世代は最初のデジタル・ネイティブかもしれないが、i世代はより強力なネイティブ関係——クラウド・ベースのコンピューティング——をもたらす。このような情報との無防備な関係は、ミレニアル世代よりも多くの自由、コンピューティング能力、影響力を生まれながらにして彼らに与える。また、問題を解決するテクノロジーに関して言えば、何が最も重要かについて、異なる視点を彼らに与える。

—ジェイソン・ドーシー

i世代はまた、ハッキングがもはや地下室にこもった技術者によってなされるものではなく、いまや国全体が主導するもので、多くの映画の題材やニュースの見出しとして使われている時代に成年に達している。i世代が常にオンラインに繋がっている——それは常にデジタル上で脆弱であることを意味する——ことを踏まえると、彼らはオンライン・プライバシーについてどう考えているのだろうか？

私たちの全国調査で、世代を超えて起きている興味深い変化が明らかになった。

i世代はミレニアル世代よりもオンライン・プライバシーについての懸念が強いが、X世代や団塊世代よりもオンライン・プライバシーについての懸念が低い。更に、オンライン・プライバシーを他のプライバシー領域を含めるように広げると、i世代とミレニアル世代との間に相違が見え始める。例えば、オンラインや小売店でデビット・カードやクレジット・カードを使って支払いをする際の身分の保護に関して言えば、i世代の63%が懸念を抱いていることが分かった。これは、同じ回答をしたミレニアル世代(58%)よりも多い。i世代の半数以上が、出会い系サイトやモバイル・アプリを利用する際、オンライン・プライバシーに懸念を抱いているのに対し、同じ懸念を抱いているミレニアル世代は僅か42%に留まる。実際、i世代は他のどの世代よりも懸念を抱いている！



# オンライン・プライバシー についてi世代はどう考えているか

オンライン・プライバシーについて更に展開すると、i世代はミレニアル世代よりも、メッセージの送受信時に身分を保護することに懸念を抱いている。i世代の38%がこのことに懸念を示しているのに対し、同じ懸念を抱くミレニアル世代は僅か29%に留まる。このプライバシーについての懸念の増加は、i世代の日々の現実と彼らの教育にも及ぶ。i世代の実に38%が、学校でのオンライン・プライバシーの保護とセキュリティに不安を感じている。

しかし、ここで思わぬ展開が始まる…。

Venmoといったモバイル・アプリでの支払いやソーシャル・メディアの使用に関して言えば、すべての世代の中でi世代は他のどの世代よりもプライバシーへの懸念が**低かった**。

これは、i世代の回答を他の3世代と比較すると特によく分かる。i世代はこれらの領域で他のどの世代よりも恐怖心が少ないという現実には、i世代がソーシャル・メディアと同時にモバイル決済アプリを最も早く採用した理由を裏づけている可能性がある。i世代は基本的にこの2つの選択肢をいつも知っていて、成人経験の一部としているのに対し、他のどの世代も人生の後半になってから、このようなテクノロジーを使う際にプライバシーに関する懸念を発生させ得る選択肢を手に入れた。

職場の観点からすると、i世代は職場におけるプライバシー保護への懸念が最も低いが、他の世代、特にミレニアル世代の割合と大差はない。i世代の34%が職場におけるオンライン・プライバシーとセキュリティに懸念を抱いているのに対し、この懸念を抱くミレニアル世代は35%、X世代は38%、団塊世代は37%だった。i世代が社会人になり、新入社員から責任のある仕事へと昇進する人数が増えれば、職場におけるプラ

イバシーに関するこの見方がどのように変化するかは興味深い。

**私たちの見解:**i世代のオンライン・プライバシーに関する懸念は、私たちの住む世界に対する現実的な見方に基づいており、十分な根拠はあるものの、新しいテクノロジーを取り入れようとするこの世代の生来の傾向と釣り合っている。i世代が社会人となり大人になるにつれ、新しいテクノロジーを使うことに対する警戒心と意欲のこのバランスが、それらの優先順位に影響を与える、新しいテクノロジーと創意工夫のための完璧なランドスケープを提供するだろう。結局、安全性について最も懸念を抱く人たちが最高の安全装置を発明することが多いし、好奇心旺盛で何かに自然と惹かれる人たちが最も興味深いアイデアを生み出すことが多いのだ。現実のリスクを冷静に把握しているデジタル・ネイティブと付き合っていく以上のことなどあるだろうか？



# オンライン・プライバシー についてi世代はどう考えているか

## 調査結果:

- i世代は、オンライン・プライバシーに関する見方が他の世代と違う
- i世代は他の世代よりも、デビット・カードやクレジット・カードでの支払い、オンライン・デートといった多くの領域でオンライン・プライバシーについての懸念を抱いている
- しかし、i世代は、モバイル決済アプリやソーシャル・メディアといった自分たちに馴染みのあるテクノロジーを使用する際には、プライバシーについての懸念が著しく低い

## 影響:

- オンライン・プライバシーは世代ごとに異なる意味を持ち、企業はそれに応じて対応する必要があるだろう
- i世代は他の世代よりもこれらのチャネルを信頼しているため、モバイル決済アプリとソーシャル・メディアの重要領域におけるi世代のオンライン・プライバシーに関する見方が、この新世代とともに成長し続けるチャンスを生んでいる
- i世代は現在、職場におけるプライバシーについての懸念が最も低い。このことは、仕事中にプライバシーを維持するのに必要な手順について、最も教育を必要としていることを意味しているのかもしれない

## 議論から出てきた疑問:

- デジタル・プライバシーについての期待に関して言えば、i世代は世間知らずと思うか、それとも、自然なテクノロジーとの関係性を考えると、i世代はより現実的だと思うか?
- 企業は、職場でプライバシーを保護するために取るべき手順について、従業員を教育するために十分なことをしていると思うか?
- デジタル・プライバシーに関する見方の違いは、異なる世代のコミュニケーション、買い物、仕事の仕方にどのような影響を与えていると思うか?

## もっと詳しく:

- [GenHQ.com/i世代](http://GenHQ.com/i世代)
- [GenHQ.com/意見](http://GenHQ.com/意見)

## あなたの考えと意見を共有しよう:

- [Twitter.com/WhatTheGen](https://twitter.com/WhatTheGen)
- [Twitter.com/JasonDorsey](https://twitter.com/JasonDorsey)
- [Facebook.com/JasonRyanDorsey](https://facebook.com/JasonRyanDorsey)



# Uberのような シェアリング・エコノミー サービスに関するi世代の捉え方

Uber、Lyft、Airbnbといった高収益をあげている企業が取り組んでいるP2Pサービスをベースとしたシェアリング・エコノミーは、ビジネスのブレークスルーとして高く評価されてきた。個人の時間や、自家用車や自宅の余分な寝室といった使われていない資産を活用するこのビジネスモデルは、i世代が成年に達した時期に形を変え、革新的なビジネス手法から通常のビジネス手法へと移行した。

これについては、もう1つの考え方がある。Uberは、i世代の最年長者が中学生の頃からドライバーと乗客のペアリングを行ってきた。シェアリング・エコノミーがi世代とともに成長したことを踏まえて、私たちは次のように尋ねた。i世代は、オンデマンド・テクノロジーを組み合わせるこのビジネス・モデル、人々が小遣いを稼ぐ手っ取り早い方法、ある人がお金を払って購入したものを使って別の人の短期的ニーズのために問題解決することをどう考えているのだろうか？

*Uber、Lyft、その他のシェアード・サービス・プロバイダーは、i世代が期待を寄せるソリューションだ。i世代の多くは、コンサートに行く途中、友人に会う途中、夜遊びから帰ってくる途中でUberに乗る前の時代のことなど知らないまま成年に達するだろう。*  
—ジェイソン・ドーシー

安全性に関して言えば、i世代は「UberやLyftといったシェアリング・エコノミーのサービス・プロバイダーを信頼する第一の要因は身元調査である」と回答する。i世代の63%がこれを最も重要なことトップ3の1つに挙げ、28%がこれを最も重要なこととして挙げている。この割合は他のどの世代よりも多く、オンラインの評価やレビューを含む他のどの信頼要素よりも高い。このことを踏まえると、企業がこの新世代を惹きつけ、この新世代のビジネスを継続させるためには、従業員の身元調査をしっかりと行う必要があると思われるし、このことを大きく宣伝すべきである。



# Uberのような シェアリング・エコノミー サービスに関するi世代の捉え方

また、i世代は他のどの世代よりも「保険に加入しているサービスを重視する」と回答している。実際、i世代の11% —他のどの世代と比べてもほぼ2倍— が「Uberに乗車している乗客をカバーするために提供されている保険といった、利用者向けの保険を企業が備えているかどうか、サービス・プロバイダーを信頼する最大の決め手である」と回答している。これは、年齢で言えば14～19歳 —現在の10代の若者— が彼らの両親を含む他のどの年齢層よりも、交通事故に遭った場合にUberのドライバーが適切な自動車保険に入っているかどうかを気にしているということであり、やや驚きの発見だ!

年齢の最も低い層と最も高い層に見られるもう1つの大きな世代間のギャップがある。シェアード・サービス・プロバイダーをまったく信用していない団塊世代は25%で、他のどの世代よりも多い。

i世代は、交通機関や住居などに対するシェアリング・エコノミーをいつでも利用できる年齢に達したが、それに対してより現実的な態度をとっている、というのが最終結論である。この新しい若い世代は、アメリカの他のどの世代よりも、サービス・プロバイダーが身元調査を行い、適切な損害賠償保険に加入していることを期待している。

**私たちの見解:** プライバシーの懸念と新しいテクノロジーへの愛着に見られるi世代のバランスと同様に、この世代が抱くシェアード・エコノミー・サービスの快適性と、安全性への期待感が、この業界と、その業界が提供するサービスにとって最善の結果をもたらすだろうと考えられる。

他のどの世代と比べても、信頼を獲得する第一の要因として損害賠償保険と身元調査を挙げたi世代はほぼ2倍である。

i世代

ミレニアル世代

X世代

団塊世代

このことは、i世代は彼らの両親を含む他のどの年齢層よりも、ビジネス・モデルと安全性に対して現実的な態度をとり、Uberのドライバーが自動車保険に加入していることを気にしていることを意味する。

# Uberのような シェアリング・エコノミー サービスに関するi世代の捉え方

## 調査結果:

- i世代は、UberやAirbnbといったシェア・エコノミー・サービスを、ビジネス・サービスの標準タイプとしていつも認識している
- i世代は他のどの世代よりも、これらのサービスを信頼するおもな根拠として、身元調査を求めている
- i世代は他のどの世代よりも、シェアード・サービス・プロバイダーが信頼に足る損害賠償保険に加入していることを期待している

## 影響:

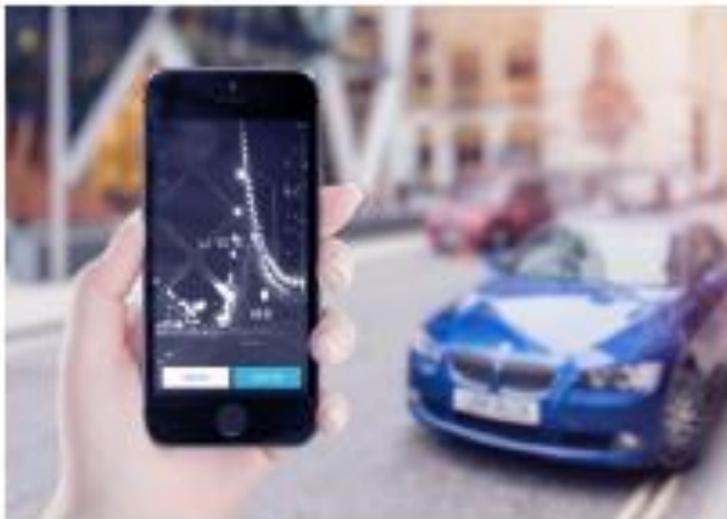
- シェアード・サービスは、輸送から仮設住宅に至るまで、i世代が課題解決のために頼りにしている中核的なビジネス・モデルである
- シェアード・サービス・プロバイダーは、消費者であるi世代の信頼を得ようとするならば、身元調査を行わなければならない
- シェアード・サービス・プロバイダーは、顧客であるi世代の信頼を高める効果的な方法として、保険の加入を宣伝した方がよい

## 議論から出てきた疑問:

- もしUberを利用したり、Airbnbを通じて家を借りたりできることをいつも思い出せるとしたら、それによってあなたの交通手段や旅行パターンはどう変わるだろうか?
- これらのシェアード・サービス —Uber、Lyft、Airbnb、HomeAway— のうち、利用したことがあるものと、利用したことがないものはどれか?
- シェアード・サービス・エコノミーがこれほど急速に成長していることは、よいことだと思うか、悪いことだと思うか?それはなぜか?

## もっと詳しく:

- [GenHQ.com/i世代](http://GenHQ.com/i世代)
- [GenHQ.com/意見](http://GenHQ.com/意見)



## あなたの考えと意見を共有しよう:

- [Twitter.com/WhatTheGen](https://twitter.com/WhatTheGen)
- [Twitter.com/JasonDorsey](https://twitter.com/JasonDorsey)
- [Facebook.com/JasonRyanDorsey](https://facebook.com/JasonRyanDorsey)

# 結論:

今のところ私たちが理解している

# i世代 (或いはZ世代)

i世代は、彼らの年齢 —20歳以下だ— から考えて多くの人が思っている以上に複雑で、思慮深い世代である。ミレニアル以降のこの世代は、まもなく労働力、市場、大人の社会で最も急成長する世代となる。彼らはすでに、従来の高等教育制度で超多数派だ。

*ミレニアル以降の世代はミレニアル世代とはまったく異なる。実際、彼らはミレニアル世代を古いと思っているのだ!この新世代であるi世代は、すべてを変えようと身構えており、今後数10年の成長の原動力となるだろう。*

—ジェイソン・ドーシー

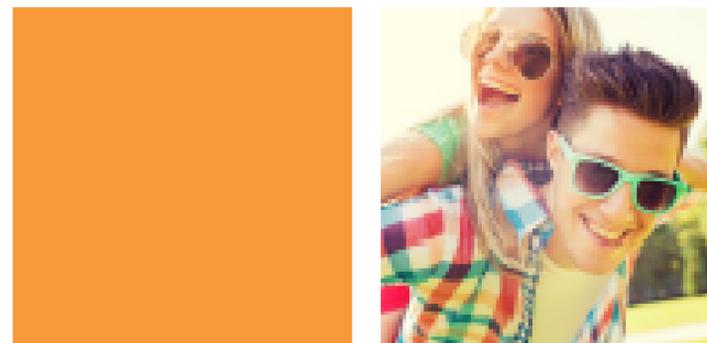
i世代の衝撃はまだ始まったばかりだが、それは彼らのテクノロジーの使い方に最も早く反映される。i世代がテクノロジーについてどう考え、どう使うかは、他の世代が最終的にテクノロジーについてどう考え、どう使うようになるのかの前触れとなるため、この衝撃はどの世代にとっても重要である。ミレニアル世代が成年に達したとき、最年少者が最年長者に影響を与えるという現象が見られた。i世代は、ソーシャル・メディア、スマホの使用、オンライン・ショッピング、オンライン・プライベートについて他の世代とは考え方が異なるので、いま同じことが起こりつつある。i世代がもたらす課題と、その課題の中にあるチャンスを見極めるリーダーこそ、競合他社に先駆けてまったく新しい世代の力を理解し、その力を引き出すポジションに立つことになるだろう。これはまさに、一世代に一度のチャンスなのだ。

Center for Generational Kineticsでは、この課題を解決し、i世代が従業員、顧客、市民としてもたらす才能を引き出すマインドセット、行動、ベスト・プラクティスを明らかにすることに情熱を傾けている。

私たちは、ミレニアル以降の世代がもたらす課題は増える一方であることを知っているが、従業員、顧客、市民として彼らが手にするチャンスも同様に増えると考えている。



*i世代がもたらす課題と、その課題の中にあるチャンスを見極めるリーダーこそ、競合他社に先駆けてまったく新しい世代の力を理解し、その力を引き出すポジションに立つことになるだろう。これはまさに、一世代に一度のチャンスなのだ。*



# 結論:

今のところ私たちが理解している

# i世代 (或いはZ世代)

i世代は、私たちが知っている世界を変えようとしている。Center for Generational Kineticsは、その変化を最大限に活用するための準備をお約束する。

この報告書『i世代 技術の崩壊』は、i世代、Z世代、センテニアル世代として知られるミレニアル以降の世代に関する画期的なシリーズの第一弾である。

このレポート・シリーズの完成版をすぐに申し込む場合には [GenHQ.com/iGen](http://GenHQ.com/iGen) へお越してください。また、高い評価を得ているTEDxのプレゼン『[ミレニアル以降の世代について私たちは何を知っているか?](#)』をご覧ください。

弊社へのお問い合わせはこちらから。世代間の架け橋となり、ありがとうございます。

敬具

ジェイソン・ドーシー

The Center for Generational Kinetics

[GenHQ.com](http://GenHQ.com)

+1(512)259-6877



**i世代は、私たちが知っている世界を変えようとしている。Center for Generational Kineticsは、その変化を最大限に活かすための準備をお約束する。**

