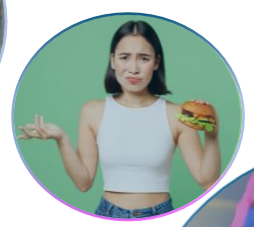
SVPジャパン
2023年9月28日

SVP JAPAN

## 調査結果に見る、Z世代の実情

# 第1回：先行する世代イメージ



# SVPジャパンのご紹介

SVP JAPAN

- 私たちSVPジャパンは、「成功を導くビジネスの知を、もっと身近に」をミッションとした、会員制のマーケットリサーチ会社です。日々のリサーチからカスタム調査、当社オリジナルの調査レポート提供まで、ワンストップで企業のビジネス情報ニーズに対応します。

## 成功を導くビジネスの知を、
## もっと身近に

### SVP会員制ビジネス情報提供サービスとは…

市場や業界、企業などのビジネス情報は膨大で多岐にわたり、
それらが集約され効率的に活用できる環境は、十分に整備されていません。

SVP会員制ビジネス情報提供サービスは、
調査のプロフェッショナルと海外ネットワーク、デジタル技術を融合して、
ワンストップで、必要とされる最適なビジネス情報をご提供します。

ビジネス情報収集業務をお任せいただくことで、
会員企業やビジネスパーソンは付加価値業務に集中し、目標の達成を実現する、
それを支えるソリューションです。

導入企業600社以上。日本の売上高トップ100社中7割の企業でのご利用実績。

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

# メガトレンドに関するオリジナル調査レポートを提供

SVP JAPAN

- “SVPナレッジ”という調査分析サービスを通じて、全てのビジネスに影響を与えるマクロ環境要因の中でも、非常に強力で避けて通ることができない「メガトレンド」に関するインサイトを、積極的に発信しております。
  本レポートのテーマである**Z世代**も、そのひとつです。

私たちSVPジャパンは、**メガトレンド**を、

“これまでにない世界的な常識や価値観、仕組み等を形成するほど強力なマクロ環境的事象”

と定義しており、以下6つを最も注視すべきそれと位置付けています。

- 世界経済のパワーシフトと新興都市の台頭
- ポストコロナ社会におけるニューノーマル
- サステナビリティとSDGs目標への取り組み
- Z世代の動向
- テクノロジーの進化
- プラットフォーマーやスタートアップなど破壊的企業の動向

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

# 一般に認識されているZ世代のイメージ

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

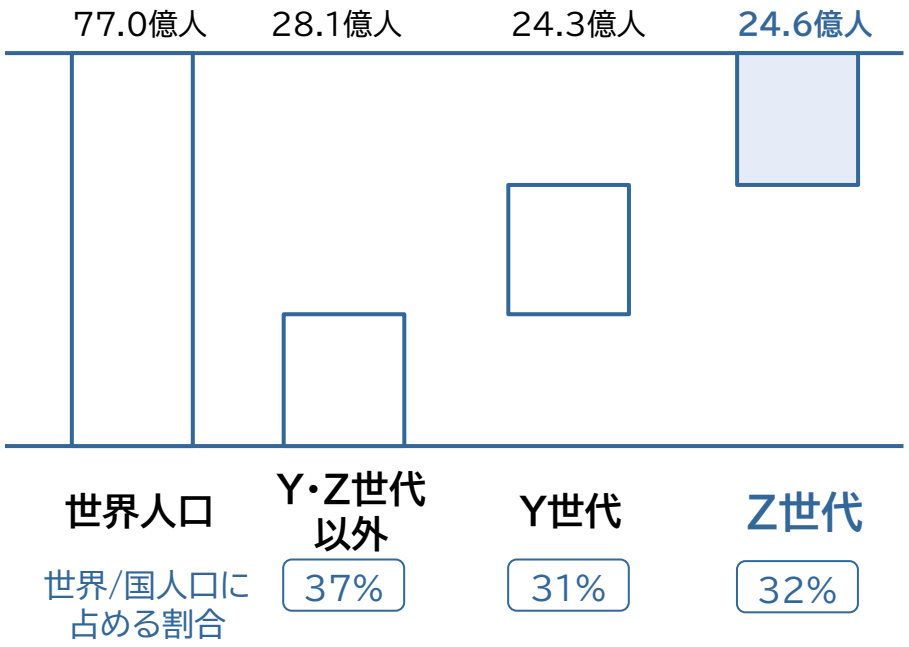
# Z世代の台頭

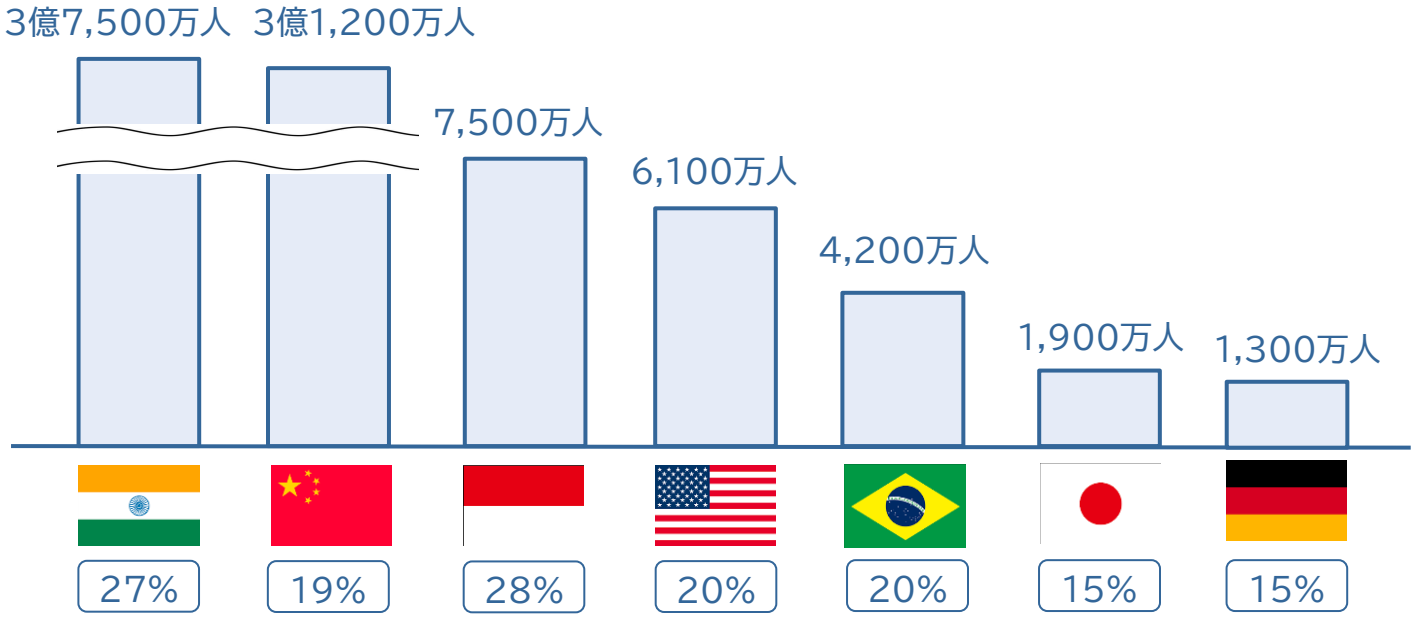
- Z世代とは、1996～2012年に生まれた、今年11～27歳を迎える人々のことである。Z世代が注目される最大の理由は、他の世代と異なる特徴を持っていることであるが、人口統計的にも、非常に大きな規模になってきている。10年後には、政治・経済・消費活動など全てにおいて、中心的な役割を担うことになる。

## 【世界のZ世代の人口(2019年)】

**ミレニアル(Y)世代**
1980～1995年の間に生まれ、2023年に28～43歳を迎える人々。
デジタルの台頭とともに成長した、ITリテラシーが高いのが特徴。

**Z世代**
1996～2012年の間に生まれ、2023年に11～27歳を迎える人々。
デジタルが当たり前の「デジタルネイティブ」世代である。



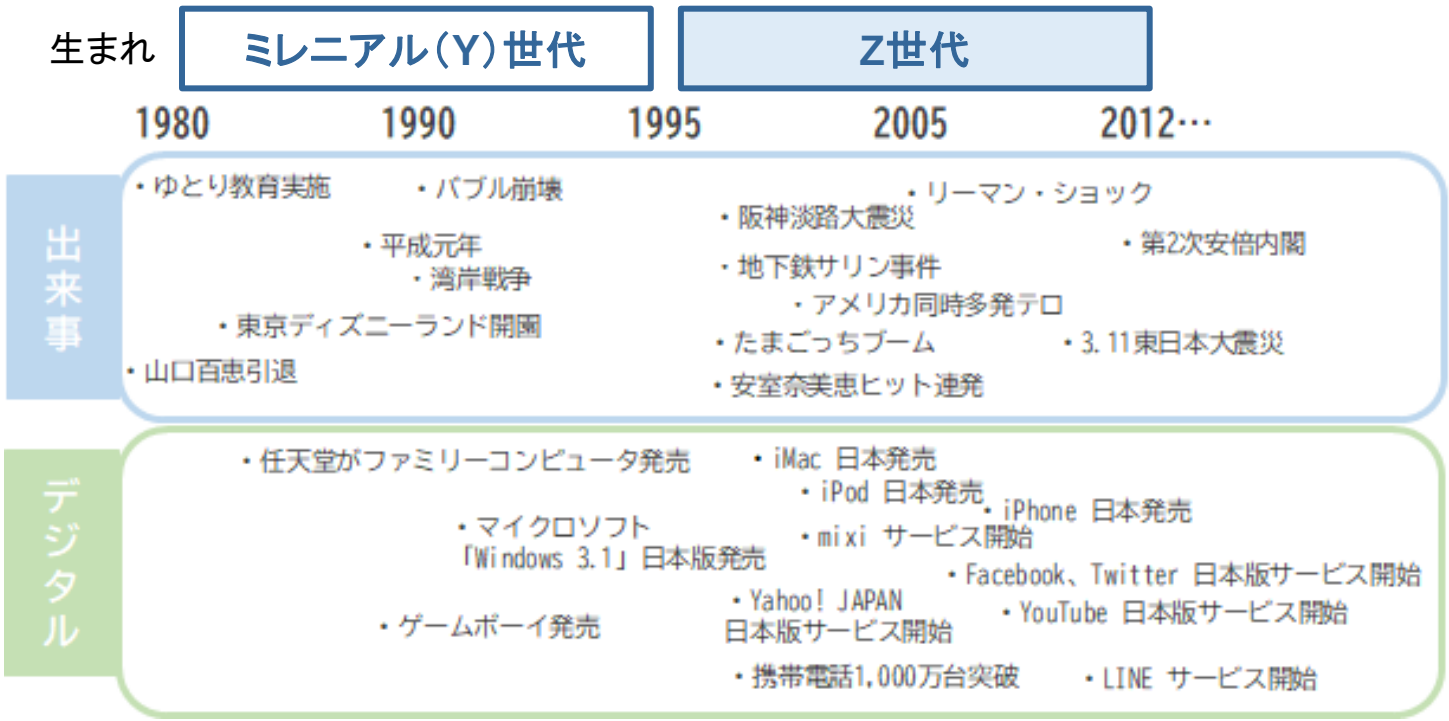

出典:UN Population Prospects、JETRO、Bloomberg、Statistaのデータに基づく当社推計

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

# Y世代とZ世代の異なる特徴

- ミレニアル(Y)世代とZ世代には、育った年代と環境の違いから、価値観も異なる点が多い。
  テクノロジーの普及状況が重要な影響要素となっており、Y世代はITが発展する前の感覚も持っているが、
  Z世代はスマホとSNSがあるのが普通である。また、将来に対しても、楽観的対現実的と、相対している。

**【Y世代とZ世代が育った時代背景と価値観の違い】**




**Y世代の特徴**

- ガラケー、PC、メールを経験
- 楽観主義
- 高級ブランドを好む
- テレビ上の人への憧れが強い（芸能人）

**Z世代の特徴**

- スマホとSNSを使いこなす
- 現実主義
- 高級ブランドよりユニークさ
- ネット上の人への憧れが強い（インフルエンサー）

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

# Z世代の価値観

SVP JAPAN

- Z世代は、デジタルや社会・経済など特有の価値観を持っており、それらはビジネスをする上で把握すべきである、消費に対する価値観の形成へとつながっている。

**【Z世代の消費に対する価値観とその形成要因】**

**経済的価値**
リーマンショックや景気の影響で、保守的で無駄使いをしない。貯蓄や投資に関心が強い現実主義。

**テクノロジーの価値**
生まれたときからスマホとSNSが当たり前で、SNSでのコミュニケーションが基本。Webでの情報収集に長けており、レビューやレコメンドを重視。活字を苦手とし、文字よりもスタンプ、短尺の動画を好む。

**社会的価値**
震災・災害の経験や時事性もあり、地球環境、多様性やLGBTQなどの社会・人権問題への感度が高い。

## 消費に対する価値観

**自分らしさの追求**
なりたい自分になるための学びや体験への投資は惜しまない。SNSで注目されることも重要で、舞台は世界のSNS。

**イミ消費を重視**
モノを購入し、コトを体験することで社会問題に貢献できるなど、イミのあることに消費する。

**ブランドの本質を見抜く**
サステナビリティに敏感で、環境・人権問題が守られているか等、企業の姿勢を重視。”SDGsウォッシュ”見せかけは炎上のもと。

**無駄使いはしない**
SNSやレビュー、家族・友人のレコメンドを信用し、購入前に徹底的に調べ上げる。本当に良いモノだけを選ぶ。

**サブスク・シェアリングサービス利用は普通**
動画配信サービスやファッションなど、サブスクサービスを利用。
モノにお金をかけず、所有にこだわらない。

**“エモい”** 「エモーショナル」が語源で、「感動」「ノスタルジック」「情緒」など、なんとも言い表せないが、なにか素敵。昭和レトロ系など人気。

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

# 先行的なZ世代のイメージ

SVP JAPAN

## 他の世代とは異なる特徴

## 「デジタルネイティブ」「サステナビリティ」「現実主義」

### テクノロジー受容性

✓**デジタルネイティブ**
✓SNSでのコミュニケーション
✓ネット上の人への憧れが強い
（インフルエンサー）

### 社会的思考

✓**サステナビリティ**、LGBTQ
✓地球環境、社会・人権問題への高い意識

Z

### 経済的価値観

✓**保守的**で無駄遣いしない
✓貯蓄派も多い、**現実主義**

### 消費に対する姿勢

✓**自分らしさ**の追求
✓ブランドよりユニークさ
✓イミ消費
✓所有にこだわらない

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

# Z世代。

*「自分らしさを追求しながら、新しい良いモノ、コト、イミを積極的に取り入れて、*
*世の中にある矛盾を正し、より良い世界を創造したいと願い、行動している世代」*

と言える。**本当にそうなのか？**ビジネスをする上で、**世代という一括りで語ることは妥当か？**

SVPジャパンでは、2023年3月から毎月、Z世代の方々を対象にした
**アンケート調査**を実施して、**世代的価値観を検証**します。

次号では、「消費」「サステナビリティ」「食」「コミュニケーション」などに関する調査結果から、
**Z世代の多層的なインサイト**を考察した上で、

同世代が中心となる時代に求められる「個別最適」を実現する、
**これからの企業の方向性**を描きます。

**調査概要**

【調査時期】 2023年3月から月一回
【調査方法】 インターネット調査
【調査地域】 1都3県(東京・埼玉・神奈川・千葉)
【調査対象】 18歳～26歳、30歳～42歳の男女
【有効回答数】18歳～26歳 男女500名 30歳～42歳 男女500名 の合計1,000名
【調査機関】 アイブリッジ株式会社

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

SVP JAPAN

1分でわかる

# SVP会員制
# ビジネス情報サービス

# ビジネス情報収集における環境の変化

## 環境の変化が激しく、将来の予測が非常に困難な時代に突入

### 変化①

**社会環境の変化**

- ✓戦争の勃発
- ✓新型コロナウイルス感染症（COVID-19）の流行
- ✓気候変動

×

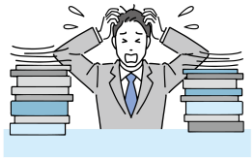
### 変化②

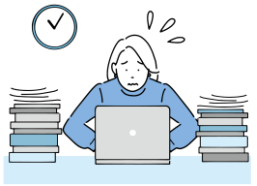
**ビジネス環境の変化**

- ✓テクノロジーの進化
- ✓グローバル化
- ✓新世代の台頭
- ✓破壊的企業の躍進

＝

**組織的な課題に直面**





©2023 SVP Japan. All rights reserved.

# 企業が直面している3つの課題

**1**
**幅広いビジネス情報のアクセス**

幅広い事象に関して、
スピーディーにアクセスできる
環境の整備

**2**
**質の高い情報の獲得**
（重要領域での質の担保）

信頼できる上質な
ビジネス情報を収集できる
環境の構築

**3**
**成長が期待される新市場の動向把握**

事業機会の可能性がある全ての
市場や企業動向を認識する
ケイパビリティの有無

**これまで以上に、迅速で的確な情報収集・分析能力が求められています**

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

# 当社サービスが提供する価値

## ビジネス情報に関する皆さまの課題を当社が解決いたします！

**SVP会員サービス**

解決①　クイックリサーチ

**Ⅰ.** 膨大なビジネス公開情報へアクセスし、スピーディーに最適な情報を提供

解決②　プロジェクトリサーチ

**Ⅱ.** カスタム調査を通じて、質の高いビジネス情報と分析アウトプットを提供

解決③　SVPナレッジ

**Ⅲ.** 当社が定義する、メガトレンドや注目市場の動向予測レポートを提供

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

# 年間契約で3つのサービスをご提供します。

## Ⅰ．クイックリサーチ

膨大なビジネス公開情報へアクセスし、
スピーディーに最適な情報を提供

**活用シーン**

・日々のリサーチ作業をアウトソースして、分析や戦略立案など付加価値業務に注力したい。
・ニーズに合ったビジネス情報を、スピーディーにわかりやすくまとめて提供して欲しい。

**特徴**

✓幅広いビジネス公開情報の活用
✓プロのリサーチャーによるニーズ把握と最大2時間の調査
✓わかりやすくまとめたレポートでご報告

**納期** 最短2日営業日以内

## Ⅱ．プロジェクトリサーチ

カスタム調査を通じて、
質の高いビジネス情報と分析アウトプットを提供

**活用シーン**

・公開情報では公表されていない、市場や業界、企業、消費者の情報収集がしたい。
・自社の事業領域に関する、質が高く、ニーズに即した情報を入手して、ビジネスに即活用したい。

**特徴**

✓広範なカスタム調査・分析
✓デスクリサーチ
✓ヒアリング調査
✓Webアンケート調査

**納期** 調査内容に応じて決定

## Ⅲ．SVPナレッジ

当社が定義するメガトレンドや
注目市場の動向予測レポートを提供

**活用シーン**

・メガトレンドを中心とした、将来、事業に影響を与える環境要素は何か知りたい。
・①Z世代、②サステナビリティ、③テクノロジー、④新興国を含む海外市場、⑤破壊的企業の動向を把握したい。

**内容**

✓SVPメールマガジン
✓SVPインサイト
✓SVP注目市場分析
✓SVPトレンド調査

**配信頻度** 月1回以上
※詳しくはP14を参照

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

# 導入実績

年間調査実施数
約15,000件

商用DBシステム利用
20システム

国内外企業財務情報
4,000万社以上

SVPネットワーク
世界40カ国の広がり

## 日本の売上高トップ100社中7割の企業でのご利用実績

## 導入企業600社以上

idemitsu
OBAYASHI
JTEKT
住友化学
DIC Color & Comfort
TEIJIN
dentsu tokyo/osaka/nagoya
TEPCO
TOSOH
TOYOBO
House
Hitz Hitachi Zosen
三井金属
三菱ガス化学
Yakult
LIXIL Link to Good Living
Sumitomo Pharma
UBE
TANITA Healthy Habits for Happiness

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

現在、Z世代の調査レポートを特別公開しております。是非ご覧ください。

① Z世代の消費意欲と購買行動について

② Z世代のサステナブル・エシカル消費について

**本レポートの内容やSVPサービスについてのご質問は、**
**当社まで、お気軽にお問い合わせください。**

**資料ダウンロード**
こちらをクリック

**お問い合わせ**
こちらをクリック

s'il vous plaît
SVP JAPAN
株式会社SVPジャパン

まずはお電話でもお気軽にお問い合わせください。
TEL：03-3249-0771

©2023 SVP Japan. All rights reserved.