

IPSOS GENERATIONS REPORT 2024

イプソス 世代に関するレポート 2024

世界の認識と帰属意識

April 2024

前書き

最新の世代レポートへようこそ。これは、以前の「ミレニアル世代の神話」Millennial Myths、「Z世代 ～ワイルドというよりマイルド～」Gen Z – more mild than wild、「ペレニアルズ」The Perennials.に関する詳細な調査に続くものです。

以前に指摘したように、世代交代に関するメディアの興奮は、誤解を招くことが多く、間違っていることさえあります。このレポートでは、国際的な視点を取り入れると同時に、地域、文化、歴史の背景に寄り添う必要がある理由も示しています。たとえば、米国や英国では「ベビーブーマー（ベビーブーム世代）」という用語が使用され、第二次世界大戦の後の10年間に生まれた人々を意味します。

しかし、ブラジル、ナイジェリア、インドなどの国々では、この時期に人口増加は見られませんでした。生まれた場所と生まれた時期が重要なのです。

経験から言うと、これらのテーマに関して本当に有用で有効な洞察や分析を得るのは、一部のジャーナリストが考えるほど簡単ではありません。また、時間の経過に伴う世代の変化を力強く説明するために本当に必要な長期的なデータを持っていることもまれです。将来を見据えると、特に今日の「多重危機」環境において、ほとんどの予測が間違っていることは当然のことです。そしてこれは、私たちがこれらのトピックを考えるとときに皆が持つ個人的な偏見を考慮する前の話です。

私たちは皆、さまざまな意味で、自分自身の文化と背景の産物なのです。

同時に、ひとつの「既知の事実」として、今日の劇的な人口動態の変化があります。今世紀半ばからの世界的な人口減少は、もはや不可逆的なものになりつつあります。人口減少はすでに30か国以上で現実となっており、出生率は予想よりもさらに速いペースで低下しています。人口動態はすでに政治の問題であり、人口の変化はビジネスに携わる私たち全員が備える必要があるテーマです。

これらすべては、トレンドや世代交代に注目する人は誰でも、ここで私たちがしているように、厳しい質問をする必要があるということを思い出させてくれます。ぜひご覧になってくだ

さい。皆様と議論できることを楽しみにしております。

ぜひお楽しみください！



Ben Page Ipsos CEO

数字で見る世代

米国以外では、世代用語に馴染みのない人もいる

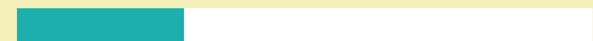
29か国で自分がどの世代に属しているかを「正しく」認識している人の割合

41%



Z 世代

29%



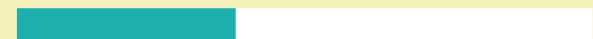
ミレニアル世代

33%



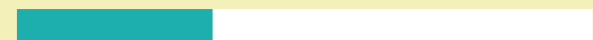
X 世代

38%



ベビーブーマー世代

34%



29か国平均

アメリカ人はより世代用語に馴染んでいる

アメリカ人が自分がどの世代に属しているかを「正しく」認識している割合

48%



Z 世代

50%



ミレニアル世代

62%



X 世代

86%



ベビーブーマー世代

米国以外では「Z世代」という言葉を聞いたことがない人も多い

Z世代について聞いたことがある成人の割合

58%



米国

49%



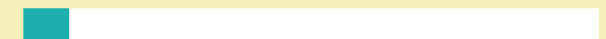
29か国平均

24%



中国

8%



インド



数字で見る世代

出生率の低下は子供を欲しがらないからではない

理想的な子供の数
(29か国調査の回答者による)

2.1

調査対象国の実際の出生率

1.6

30

か国以上

2024年には、以下の国々を含む
30か国以上で人口減少が見込まれている

アルバニア、アルメニア、ベラルーシ、ボスニア・ヘルツェゴビナ、ブルガリア、中国、キューバ、チェコ、エストニア、ジョージア、ギリシャ、イタリア、ジャマイカ、日本、ラトビア、レバノン、リトアニア、モナコ、モンテネグロ、北マケドニア、ポルトガル、ロシア、セルビア、韓国、ウクライナ、ウルグアイ

数字で見る世代

世界中の国々が人口減少の影響を感じている

2024年に自国の人口が減少すると答えた人の割合

82%



韓国

74%



中国

74%



日本

67%



イタリア

ベビーブーム世代の人口がZ世代よりも多い国は...

英国、フランス、カナダ、ドイツ、イタリア、
スペイン、ポーランド、日本、韓国、タイ

米国の富のシェアは...

50%

をベビーブーマー世代（59～79歳）が支配

73%

を55歳以上が支配



世代とは？

シュトラウス・ハウ世代理論

The Strauss-Howe Generational Theory



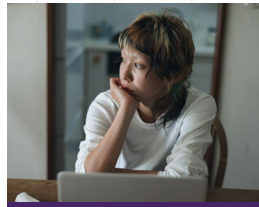
ベビーブーム世代

1945 1965



X 世代

1966 1979



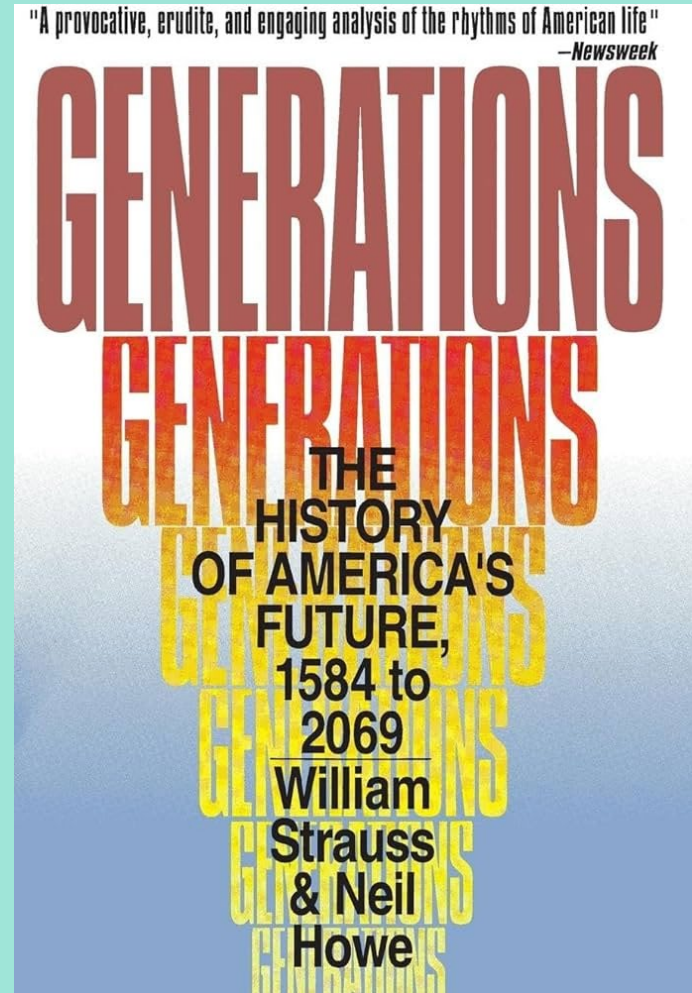
ミレニアル世代

1980 1995



Z 世代

1996 2012



1991年に出版された書籍

本レポートの重要点

1 地球規模の人口減少に備える必要がある

今世紀半ば以降に始まるとみられる人口増加率の低下と世界人口の減少は、労働力計画、年金制度、経済成長に重大な影響を及ぼすことになるでしょう。

高齢化社会に適応し、富の大部分を支配する潜在的に巨大な高齢者市場を考慮することは、政策立案者や企業にとって極めて重要となるでしょう。





本レポートの重要点

2 Z世代はおそらく最初の真の「グローバル」世代である

Z世代は国境を越えた独特の特徴を持っているようです。より良い教育と同じソーシャルメディアの使用は、作用する要因の一部にすぎません。

彼らはストレスや孤独感のレベルが高く、オンラインで人間関係を築く傾向があります。彼らはよりリベラルな社会的態度を示していますが、

これには多くの注意点があり、性別や地域によってニュアンスが異なります。

Z世代の独特な特性と行動を理解することは、ターゲットを絞った製品、サービス、政策を開発するだけでなく、この世代と有意義な形で関わるためにも重要です。

本レポートの重要点

3 文化的、国家的背景が大きな影響を及ぼす

「ベビーブーム世代」という用語など世代を表す一般的な呼称は、世界的にはあまり通じません。多くの国の人々は、最近ビジネス用語として広く使われている用語にあまり馴染みがありません。

文化的、歴史的背景が世代の共通体験を大きく変えるからです。た

例えば、「ベビーブーム」期間がどの程度存在するか、あるいはその影響は、国によって大きく異なります。

意思決定者は、さまざまな世代や年齢層を考慮する際に、こうした微妙なニュアンスを反映して戦略を調整し、画一的なアプローチを避ける必要があります。





本レポートの重要点

4 人口動態はすでに政治である。 まもなくビジネス上の問題にもなるだろう

人口動態の変化は気候変動と同様に差し迫った政治問題になりつつあり、人口過剰をめぐる議論は人口減少とその社会的影響に関する懸念へと移行しつつあります。

企業にとって、人口動態の動向は、高齢化社会などの未開拓市場への対応など、課題と機会の両方をもたらします。

企業が将来の成長に向けて安定的かつ持続可能な基盤を確保するためには、戦略計画はこうした傾向を考慮したものでなければなりません。

本レポートの重要点

5 一般論には限界がある。 世代の多様性を受け入れる必要がある

各世代の独特の特徴や好みを理解するだけでなく、積極的に関わることが重要です。これは、さまざまな年齢層の価値観や期待に共鳴するカスタマイズされたコミュニケーション戦略、商品開発、サービス提供の実施にまで及びます。

30歳未満の人にとってそれは、多様性、経済的および精神的な不安を考慮しながら、デジタル能力と社会貢献活動へのコミットメントを

活用することかもしれません。熟年世代にとってそれは、有意義で質素で実用的なサービスを好むことを考慮しつつ、彼らの経済的安定と、より活動的で健康志向のライフスタイルに合った製品への欲求を活用することかもしれません。

企業や政策立案者は、多様な世代グループとの真のつながりを育み、彼らの経済的、社会的潜在力を最大限に引き出す必要があります。

そのためには、受動的な観察から積極的な交流への戦略的転換が必要であり、あらゆる年齢層の世代が市場と政治情勢の中で認められ、耳を傾けられ、評価されていると感じられるようにしなければなりません。



**「企業や政策立案者は、
多様な世代グループとの
真のつながりを育み、
彼らの経済的、社会的
潜在力を最大限に引き
出す必要があります。」**

本レポートの概要

2024年のレポートでは...

4つの主要テーマに焦点を当てた分析で、世界中から集めた新しい調査データと二次データを紹介します。

まず始めに、私たちは固定観念を超えて、世代分析をより効果的に行うためのチェックリストを作成しました。その過程で、私たちは自分たちの思い込みに疑問を投げかけ、どこで一般化できるか（できないか）を考え、さまざまな年齢層の人々をどのように分類し、説明するかを考えます。

次に、現在12～28歳のZ世代のさまざまな側面を探り、彼らを結びつけるもの（そして分断するもの）を探ります。彼らは、それ以前のミレニアル世代やX世代とどう違うのでしょうか。彼らは本当に最初の「グローバル」世代なのでしょうか。

また、有名な「ベビーブーム世代」についても考察し、今日の60代、70代の人々の一般的な態度や願望を探ります。米国では、彼らは人口の27%を占めるが、資産の70%を支配しています。ブランドはどうすれば熟年世代の消費力を引き出すことができるのでしょうか。

最後に、そして間違いなく最も重要なのは、人口動態の問題です。すぐにわかるのは、これはもはやニッチな話題ではないということです。人口動態は政治です。そして現在進行中の人口変動は、大小を問わず企業に新たな問題を突き付けています。

私たちがここで共有していることは、多くの点で、答えよりも多くの疑問を明らかにするものであることを私たちは認識してい

ます。この精神のもと、私たちは世代と人口の変化のダイナミクスについて一緒に議論し、それが世界中の社会や企業にとって何を意味するのかを探りながら、皆様のアイデアや反応を聞けることを楽しみにしています。



Chapter 1では

ステレオタイプを超えて

世代を分析するためのチェックリスト



英国や米国のような市場では、
16～64歳の成人の
「全国代表サンプル」から
5人に1人以上が除外されること
になる。”

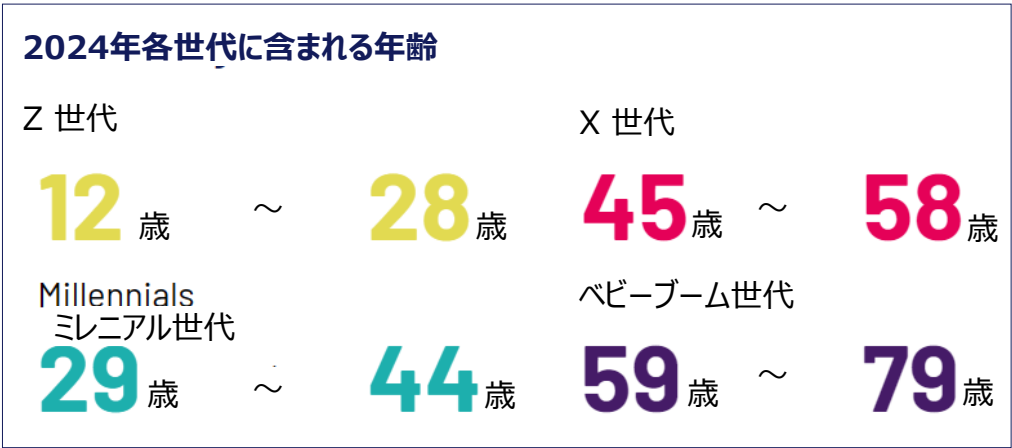


デザート世代
(Dessertgeneration) は、
1960年代のノルウェーで造られた
言葉で、福祉国家と戦後の繁栄
によってもたらされた快適さを常に
経験していた当時の若者を指しま
す。”

本章の内容

- ラベリングが重要な理由 Why Labels Matter
- 生まれたところが重要な理由 Why Where You Were Born Matters
- ジェンダーギャップに注意 Mind the Gender Gap
- カバーされていない人に注意 Be careful about who is not covered

「ステレオタイプを超えて」を読む



Chapter 2 では

Z 世代

世初めてのグローバル世代？



データは、
ここで本当に何か特異なことが
起こっていることを示唆するのに、
十分であるようだ。”



彼らが住んでいる場所では、彼らは
主流から外れた状態に長く留まる
かもしれない...同時に、彼らは
国境を越えた「グローバル部族」を
形成するかもしれない。”

本章の内容

世界で共通するZ世代の特徴

The characteristics shared by Gen Z globally

それぞれの地域での展開

How Gen Z plays out across geographies

Z世代のジェンダーギャップ

The Gen Z gender gap

世代効果はあるのか

Do we have a cohort effect?

Z世代の将来

Possible future destinations for Gen Z

ここでの暫定的な結論は、世代効果はあり得るが、確
実ではない、ということです。Z 世代は、以下の点で以
前の世代よりも世界的に均一です。

- 感情（ストレスや孤独感を含む）
- 関係を形成する
- ジェンダーアイデンティティや役割などを考慮する

「Z世代」を読む

Chapter 3 では

おゝ、 ベビーブーマー 汝は何処に？

マーケティング担当者にとって、若い世代に重点を置きすぎることは、人口のより大きな割合を無視するだけでなく、より多くのお金を使える世代を無視することを意味します。米国では、熟年世代は全人口の25%を占めているものの、資産の70%を保有しています。これは米国に限ったことではありません。世界中の多くの国が生活費の危機に直面する中、世界中の熟年世代の 77% が経済的に安定していると感じています。

本章の内容

「ベビーブーム世代」はなぜ世界を旅しない？ Why

"Baby Boomers" doesn't travel globally

マーケティングにおける若者への執着はリスクか？

Is marketing's obsession with youth a risk?

成人の購買力を解き放つ

Unlocking mature adults' spending power

成人に関するイプソスの新しいセグメンテーション

Ipsos' new segmentation of mature adults

「おゝ、ベビーブーマー」を読む

伝説と現実

成熟した大人は、ミレニアル世代と同様に、身体的にも精神的にも健康である可能性が高い

56%

56%の成熟した大人が「身体的にも精神的にも健康である」と回答。ミレニアル世代では、

57%

57%がそう回答した

出生率のピークの一例

1950

ブラジルのピーク

Source: UN Population Division

1957

米国のピーク

1964

インドのピーク

1978

ナイジェリアのピーク

Chapter 4 では

人口動態は政治だ

そして、すぐにビジネス課題にもなる



年金や公共サービスに圧力がかかり、政治問題になり始めている。”



人口減少は今世紀に形成されつつある議論の礎となるだろう。”

本章の内容

人口減少に関する議論は遅すぎるか

Are conversations about population decline starting too late?

出生率は「理想」以下

Fertility rate is below people's 'ideal'

人口減少が政治に及ぼす影響

How depopulation is now shaping politics

高齢化社会へのマーケティング

Marketing to an ageing population

「人口動態は政治だ」を読む

3つの連合が形成されている:

- 「進歩的な人口削減主義者」
- 「進歩的な人口再増加主義者」
- 「社会的に保守的な人口再増加主義者」

イプソスの関連POV、ウェビナー

1

Ipsos Generations
Report 2023

2

Webinar: We Need
to Talk About
Generations

3

Generation Z: Do
they exist and what
influences them?

4

Empty Planet: The
Shock of Global
Population Decline



Ipsos Generation Report 2024
フルレポートは、このQRコードを
スキャンしてお読みください(英語)

[https://ipsos-insight-
llc.foleon.com/ipsos-thinks/
ipsos-generations-report-2024](https://ipsos-insight-llc.foleon.com/ipsos-thinks/ipsos-generations-report-2024)

For more information email
ikc@ipsos.com

Editorial team

Authors



Simon Atkinson

Chief Knowledge Officer

Simon.Atkinson@ipsos.com

EDITORIAL TEAM

Darrell Bricker

Mathieu Doiret

Melissa Dunne

Naumi Haque

Colin Ho

Geeta Lobo

Chris Murphy

Joseph Nadler

Emilie Rochester

Jamie Stinson

Duncan Struthers

Mandy Turner



Ipsos Generation Report 2024
フルレポートは、このQRコードを
スキャンしてお読みください(英語)

[https://ipsos-insight-
llc.foleon.com/ipsos-thinks/
ipsos-generations-report-2024](https://ipsos-insight-llc.foleon.com/ipsos-thinks/ipsos-generations-report-2024)

For more information email
ikc@ipsos.com

