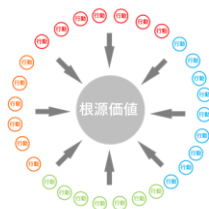


若者の行動と意識から「これからのあたりまえ」を見つける新手法 オリジナルメソッド「Z世代・根源価値サークル」を発表

読売広告社（本社：東京都港区 代表取締役社長：藤沼大輔）のビジネスデザイン局と都市生活研究所は、Z世代を深く理解する為のオリジナルメソッドとして、「Z世代・根源価値サークル」を開発いたしました。

「社会の様々なパラダイムシフト」と「複雑化した情報接触環境」の中で育ち、新しい才能が続々と台頭するZ世代。彼らはさらに思春期や大学生生活・就職など、人生の貴重な時期をコロナ禍の中で過ごし、上の世代とは全く異なった価値観を持って、次の社会の中心世代として成長していく背景を踏まえ、今般、新たに開発した分析メソッドを活用することで、事業・商品・サービス・コミュニケーションなど、様々なレイヤーでのマーケティングアプローチをご提供いたします。

「Z世代・根源価値サークル」の分析手法



180の意識



83の行動

の

関係性を分析し、Z世代根源価値を探る

『最尤法による因子分析（プロマックス回転）』を用いて因子解析。

1600サンプルの定量調査※をベースに、「80の行動」と「183の意識」のデータの関係性を、『最尤法による因子分析（プロマックス回転）』を用いて分析。下図のようにZ世代の価値観を深く理解できる構造を作り出しました。
※ウェブ定量調査／2021年9月実施／首都圏に住む18歳～49歳の男女1,600人サンプル



- 「Z世代の根源価値サークル」は、データの関係性を3つの円で分析・解釈をする構造になっています。
- ①行動意向の高い項目の内から類似する「行動群」を束ねる行動の外円。
 - ②その行動群と相関の高い「意識」を抽出する意識の内円。
 - ③そして、その関係性をもとにZ世代が持っている根源的な価値観を探る中心。

Z世代の根源価値1 「成長体験の超効率化願望」



- シェアハウスやワーケーションといった行動に相関性が見られた。
- それら行動群はコロナによる経験不足への焦りやそれに起因する経験の効率化と因果が見られた。
- だからこそ彼らは同時に複数の経験が積める「マルチミーニング」な行動を求めている。
- それらの分析から「成長体験の超効率化願望」というZ世代の根源価値を見出した。

Z世代の根源価値2 「“多様性”への寛容から渴望へ」



- 会社コミュニティへの積極的な関与行動群が見つかった。
- それら行動群は、多様性への寛容な姿勢との因果関係がみられた。
- コロナを経ての孤独だけではなく、彼らは多様な価値観への出会いに積極的化していた。
- それらの分析から「“多様性”への寛容から渴望へ」というZ世代の根源価値を見出した。

また本件は、これから社会の中心世代へと成長していくZ世代はもちろん、現在の中心世代であるミレニアル世代をターゲットとする分析メソッドとしての利用も可能です。

●調査概要

- 調査手法：インターネット定量調査 ※実査委託先：楽天インサイト
- 配信対象：首都圏（一都三県）に在住する18歳-49歳の一般男女
- サンプル数：1,600人
- 調査期間：2021年9月7日～9日

●会社概要

株式会社読売広告社 <https://www.yomiko.co.jp/>

- 代表者：代表取締役社長 藤沼大輔
- 所在地：東京都港区赤坂5-2-20 赤坂パークビル

お問い合わせ先

■本リリースについて

総務・広報部：田代、大瀧 TEL 03-5544-7104