α世代と世代論の可能性

2025年の暮れ「Z世代は〇〇」という言説から突然、「α世代は20億人の市場」というセンセーショナルな見出しが飛び出した。我々は昨年6月からα世代サキドリプロジェクトを立ち上げたが、20億人市場は想定していなかった。

＜世代の市場規模＞

α世代20億人論は、2010年以降生まれが全世界で20億人になるということらしい。ただ、2026年でも半数以上が小学生以下なので市場と言うには未成熟である。我々のα世代セキドリプロジェクトは、2010年前後から2014年生まれの日本の市場規模とした。それは、出生数の合計で520万人弱の中学生以上で構成される日本在住の集団となる。
ここで、X、Y、Z世代の市場規模（出生数）を振り返ると右表のようになる。
XYZ世代はそれぞれ15年間のレンジを持ち、2560万、2120万、1789万の市場規模である。
1789万人のZ世代の中は、現在、高校生から結婚して子供もいるかもしれない人を含んでいる。この点だけ見ても「Z世代は・・」という言説のあやふやさ、いい加減さがわかる。
右表で注目できるのは団塊世代の800万人である。たった3年間でZ世代5年間を上回るボリューム、文字通り団塊ができたのである。このボリュームだけで前後世代との差異が分析できる。
現在、後期高齢者の団塊世代は火葬場不足を招き、葬送の社会習慣も変えようとしている。

世代	生年	出生数（人）
団塊	1947～1949	8057054
X世代	1965～1980	25633453
Y世代	1981～1996	21239351
Z世代	1997～2012	17887434
α世代	2010～2014	5192770

＜世代論、若者論、コーホート分析＞

一般消費者のマーケティングリサーチの集計分析には年代別分析がある。このブランドは20代の利用率が高く、年齢が上がるに従って下がり60代で最低になっている。若者向けのブランドと言える。というような分析で、多くは10歳刻みの年代別集計表を読み込んでいる。
X、Y、Zの世代論は通常の年代別集計よりも15年と年齢幅が大きいことからも切れ味が悪いと想定できる。以上から、世代論は「今の若者は・・」を「Z世代は・・」と言い換えたに過ぎないともいえる。
世代論に似た分析にコーホート分析がある。疫学でよく使われる分析法で、同時体験集団をコーホート（世代）とする。
例えば、20代から30代に喫煙習慣のあったグループと喫煙しなかったグループ」50代での肺がん発症率を比較して、前者の発症率が有意に高ければ喫煙と肺がんの因果関係の仮説が導ける。介入グループと非介入グループとの差異の分析が基本となる。
コーホート分析は、オランダ北部飢餓分析が有名である。この手法は、長期にわたるデータが必要なため、マーケティングで使われることはほとんどない。ただ、世代論にはこのコーホート効果の考え方を導入すべきである。

＜『α世代がやってくる!!』近日発売＞

この本でめざしたことは世代論にコーホート分析視点を埋め込む。リエゾンインタビューをエビデンスにする。の2点である。コーホート視点の導入仮説は以下の3点とした。

①α世代はスマホ子守とショート動画ネイティブの同時代体験コーホートである。
②AIネイティブである←AIは時代効果として全世代共通であるが、α世代は思春期初期に体験している。
③コロナパンデミックの共通体験←コロナも時代効果であるが、α世代は中高校生の時に体験した。

以上の仮説をα世代の高校生とα世代を育てている母親にリエゾンインタビューを実施して検証、ブラッシュアップをしたのが本書である。

問い合わせ先
Aura アウラ マーケティングラボ Marketing Laboratory auraebisu@gmail.com　090-2626-2844：石井

α世代がやってくる!!

<リエゾンインタビューでサキドリ分析>

石井 栄造

祇園書房ブックレット

<世代論、名簿論、コーホート分析>

はじめに

1．α 世代をさぐる

α 世代サキドリ分析のきっかけ

α 世代を出生年で決める

α 世代の世代的体験、3つの仮説

2．世代論とコーホート分析

コーホート分析の考え方と計算法

コーホートはローマ軍の分隊

コーホート分析は疫学で生きている

世代論と年代別分析の違い

XYZ 世代の同時代体験は何だったか

α 世代のボリューム確認（団塊世代と比較）

3．スマホ子守は同時代体験

スマホ子守とはなにか

スマホ子守の実態調査（ベネッセ）

自分専用スマホと母親の心理

スマホ子守と子供の触覚の発達

4．α 世代はショート動画ネイティブ

テレビ離れはいつ始まったか

ショート動画はスマホと相性がいい

ショート動画の圧倒的自由

ショート動画からのネットワーク

α 世代と絵本読み聞かせ

5．α 世代は AI ネイティブ

AI の進歩は続く

キーワード検索からプロンプト作成に

AI は考えることを奪う

α 世代にとって AI は友人のひとり

6．東日本大震災とコロナパンデミック

α 世代の東日本大震災は意味記憶に過ぎない

コロナパンデミックと α 世代

団塊から Z 世代まで社会的関心の変遷

7．プロファイリング α 世代

α 世代のプロファイル

触覚優位の体験はコーホート効果になるか

赤ちゃんはベイジアンという仮説

随伴性、予測誤差最小化、暗黙知

暗黙知と二重過程

動画の直感的理解はシステム 2 を抑制する

直観的理解は陰謀論におちこみやすい

α 世代の認知は ADHD 的ゆらぎをみせるか

本、文章離れから無文字文化へ

スマホの中の小宇宙

初対面のストレスをスマホで回避

スマホ小宇宙と家族関係

α 世代にはガキ大将を作れない

タッチとプッシュの違い

Google 検索より多動的関心の AI へ

α 世代の下積み、訓練は大きく変わる

AI コンパニオンと α 世代

α 世代とシンギュラリティ

α 世代の社会的関心

8．α 世代高校生にリエゾンインタビュー

■インタビュー概要

■リエゾンインタビューとは

■インタビュー結果

9．α 世代の母親にリエゾンインタビュー

■インタビュー概要

■インタビュー結果

10．リエゾンインタビューはどんな方法か

インタビューという方法の使い方

インタビュアーとインタビュイーの力関係

リエゾンインタビューの仕組み

リエゾンインタビューはメタ認知を導く

リエゾンインタビューの対象者人数は何人が適当か

あとがき