

◇『Z 世代とコロナ禍』

理事 木田洋一

Z 世代を、どうつかむかがこれからのマーケティングの重要なポイントだと言われています。
Z 世代(1997~2012 年生まれ)、Y(ミレニアム)世代(1981~1996 年生まれ)、X 世代(1965~1980 年生まれ)と分けたうちの 25 歳~10 歳までを Z 世代と呼ぶようです。なおその後、2013 年以降に生まれた世代は α 世代と言われています。

SNS は 2000 年代半ば頃からと言われているので、X 世代は物心ついた時から SNS があり、「世間と同じ」ではなく「自分らしさ」を大切に多様性や SDGS など理解しており、承認欲求が強い世代だと言われています。

ところが、コロナ禍で Z 世代が体験したことは他の世代よりもはるかに様々です。

現在大学生の Z 世代は、小中高校生時代は、学校が休みになったりタブレットでの授業があったものの、対面に復活するのも早かった。ところが大学生になってこの 2 年間は、ほぼオンライン授業、バイト先も休業中だったりして業種も限られている。さらに上の代は社会人ですが、ほとんどが入社時からリモートで研修を受けて仕事に就き、たとえ毎日出勤する現場仕事でも社内、社外がこれまでとは大きく違う中で仕事を始めた人々です。だから、Z 世代はもっと細かく年齢で分けて見ないといけないように思います。

ちょっと話が逸れますが、私の前の会社の後輩に「入社以来、マスクしている 1~2 年生たちは沢山の先輩たちのマスク顔しか知らないで、ちゃんと識別できるのだろうか？」と聞いたら、自分たちは、スタジオレポートなどをする際に、初めてマスクなしの顔を見てこんな顔だったのかと思うくらいだが、彼らは社会人生活が始まってからずっとマスク生活なので、「違和感もない」と言っている、とのことでした。

こうしたことを考えるとコロナ禍前の Z 世代とひとくくりにする大きな勘違いをするように思います。

私は大学で 3 回生の授業をやっており、毎回 Z 世代の彼らに「授業の質問、疑問」を受け、その返事をしてやり取りをしています。彼らは入学以来コロナ禍でオンライン授業しか経験しておらず、この 4 月からやっと対面授業になりましたが、夏には企業のインターシップが始まり来年早々には就活という可哀そうな学年です。

こうした世代は人や社会との接し方についての考え方がかなり希薄？間接的？という感じを受け、Z 世代はこうだと言われていることとちょっと違うように思います。

授業は「企業の社会的責任」という内容で、毎回の課題で疑問、質問を出させて一人一人やり取りしています。この 7 月まで後 10 回やり取りをしますので、Z 世代の中でも現在大学生の世代の特徴が何か見えてくれば、またご報告します。

◇『今こそ明るい広報戦略！』

代表理事 竹原信夫

◎幸せになる記事待っています

先日、ある新聞の投書欄で、「幸せになる記事待っています」と、読者の投稿記事が目にとまりました。メディアが良いことを取り上げれば、私たちも良い空気を吸うことになり、吐く息も喜びになると。

続けて今の世の中、これと逆の方向に行っている気がする。暗い記事や人の心を乱すような番組など。暗い気持ちや考え方からは犯罪や戦争が起こる。

◎暗いニュースはしんどい

最後は世の中を明るくするようなニュースをもっと多く取り入れるべきではないかと、訴えておられまし

た。我が意を得た思いでした。

日本中で、この投稿者と同じ思いの方が、大勢おられるのではないのでしょうか。メディアの暗いニュースは本当にしんどく、参ってしまいます。

◎暗い話ばかり

新聞、テレビ、週刊誌とメディアでは、ウクライナの惨劇、コロナ感染そして最近では知床遊覧船沈没がフロントを飾っています。その日によって、どれかがトップになります。いずれにしろ、暗い話ばかりです。投稿された読者の気持ちは良く分かります。求めているのは、暗いニュースはもうええ、明るいニュースなのです。

◎暗いニュースから抜け出せない

多分、大手メディアは自分たちが日本社会を暗くしていると気づいておられないと思います。「世の中で起きている一番大事なことを報道する義務がある」との強い思いで、ニュース報道に頑張っておられます。その結果、日本全体に閉塞感が漂っているのです。同調主義の日本では、メディアの方向も同じです。暗いニュースからなかなか抜け出せないのが現状です。

◎明るいニュースが大事

今こそ、明るいニュースが大事です。明るいニュースをどんどん発信して、「明るい気持ちを高め、やる気になってもらいたい」と思っています。経済記者出身のボクは、明るく頑張っている中小企業をたくさん取材し、明るい情報を探しています。そこがなかなか大変です。

◎面白いネタはいっぱいある

中小企業さんでは、「いやいや、うちなんか小さな会社です。自慢できるものは何もありませんよ」とおっしゃいます。でも、実際に取材させていただくと面白いことがたくさんあります。気づいておられないだけです。まずは社内の明るいニュースを見つけましょう。なければつくりましょう。会社や社会を明るくする明るい事業を創出しましょう。

◎明るさを武器に活躍

難しく考えすぎないこと。ただ、ちょっとだけよそにないオリジナルを出しましょう。オシャレなトラクターで田んぼを耕すジーンズ姿の農家、中庭の桜を売りにする郊外型カフェ、アオリイカ専門のネットショップなど。いっぱいあります。

全てにおいて一番大事なのは明るさです。中小企業こそ、明るさを武器にして活躍すべきです。明るい広報戦略に取り組みしましょう。

◎明るさは全てのパワーの原点

ウクライナのブレゼンスキー大統領は、ロシアのプーチン大統領にはない明るさが感じられます。ロシアの蛮行に加え、ブレゼンスキー大統領の明るいイメージも支援の輪が広がる要因になっていると思います。明るさは全てのパワーの原点。明るくやりましょう。