

### マッキャン・ワールドグループ

## 「Truth About Youth Japan～Z世代の真実～」レポートを発表 不確実な時代を生きるZ世代にブランドはどのようにつながりを築くべきか

【2025年3月31日、東京発】

(株)マッキャンエリクソン(代表取締役社長 青木 貴志 本社:東京都港区、)は、3月26日、約40名のクライアントをお招きして、マッキャン・ワールドグループ独自のグローバル調査ユニット「McCANN TRUTH CENTRAL」が実施している調査、「Truth About Youth(Gen Zに関する真実)」をもとに、日本版「Truth About Youth Japan ～Gen Zに関する真実」を発表しました。同時にNEW STANDARD株式会社より久志尚太郎氏と金沢桃花氏の両氏、BeRealより国定希生氏をゲストスピーカーに迎え、パネルディスカッションを実施しました。



この調査は、Truth Centralが2011年から開始している「Youth」シリーズをベースに、さらなる調査を加えZ世代に特化した調査の2回目で、世界16か国で実施したグローバルトレンドの調査結果をもとに、日本オリジナルの調査と分析を加えました。定点的にZ世代の変化を的確に捉えることで、より生活者の実際を浮き上がらせています。

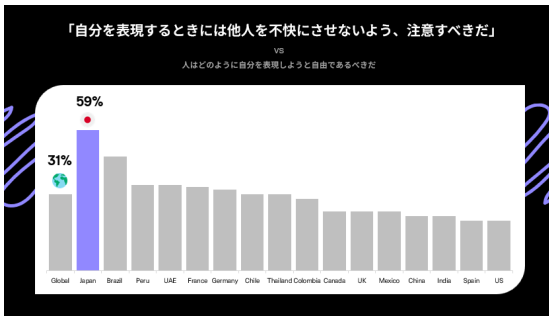
世の中が急激に変化している中で、Z世代は古い価値観や「当たり前」を疑っており、自分たちなりの生き方を模索しています。

- 69%の日本のZ世代が「世の中があまりに不安定・不確実すぎて、将来の計画が立てられない」と回答し、世界のZ世代平均(56%)を上回りました。

このような不確実な時代に、ブランドはどのように若者とのつながりを築くべきでしょうか? 今回の調査では、この問いに対する3つのヒントが見えてきました。

### 第一章: Elevate with Positive Escape –ポジティブな逃避、それが力になる-

SNSと共に子供時代を過ごしてきたZ世代は、多くの目に監視されている中で育ち、自己表現を抑えたり、大人びて振る舞ったりしなければならないなど様々なプレッシャーを無意識のうちに自分の中に取り込んでしまっています。



- 59%が「自分を表現するときには他人を不快にさせないようにすべき」と回答（調査対象 16 カ国中で最多）
- 93%が「気を紛らわせることは、日常生活のストレスに対処する健康的な方法だ」と回答（世界 Z 世代平均 83%）

彼らが日々感じ取っている様々なプレッシャーからの瞬間的な解放は現実逃避ともとらえられますが、このような逃避は Z 世代にとっては「逃げ」ではなく、毎日生き抜くために不可欠な手段であり、ブランドが彼らに提供できるポジティブな逃避の機会は無限に存在するのです。

## 第二章：Fuel the Chase, Not the Shortcut -近道より、夢中になれる遠回り-

あらゆるものがワンクリックで手に入り、溢れるコンテンツもアルゴリズムに提案される時代を生きる Z 世代は、一つのことに集中することが難しくなっています。

- 53%が「自分の集中力が心配」と回答

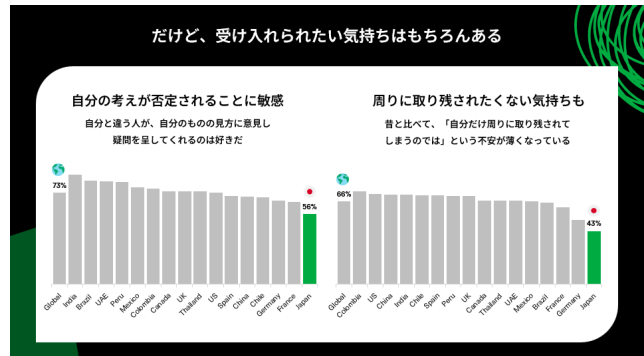
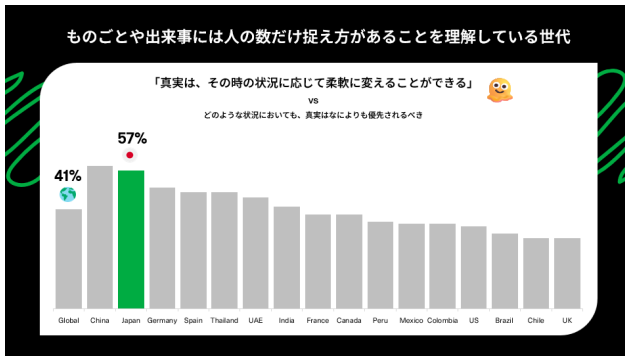
その反動として、努力や工夫を重ねて手に入れるものに価値を感じるようになっていきます。頭を使い、手を動かし、時間をかけて「自分のものにしていく過程」そのもの、「熱中できるプロセス」にこそ価値を感じています。ブランドは、商品をただ提供するのではなく、「自分で見つけ出す楽しさ」を丁寧に設計することが求められます。そうした体験こそが、Z 世代の熱量を引き出し、受け身の消費者から意欲的な探求者へと導く鍵になるのです。

## 第三章：Curate, Don't Crowd -選ばれた輪を、デザインする-

多様な価値観に触れて育った Z 世代は「全員に理解される必要はない」と考える一方、自分を肯定してくれる居場所を求めています。

- 57%が「真実は状況に応じて柔軟に変えられる」と回答（世界 Z 世代平均 41%）
- 56%が「他人が自分のものの見方に意見し、疑問を呈してくれるのが好き」と回答（調査対象 16 カ国中、最下位）
- 43%が「昔と比べ、『自分だけ周りを取り残されてしまうのでは』という不安が薄れた」と回答（調査対象 16 カ国中、最下位）

なるべく多くの人と繋がりたいというのではなく、自分が自分らしくいられる人たちとつながりを持っていたい Z 世代。ブランドはメッセージを届けたいターゲットを特定し、誰でもウェルカムな「開かれた場」ではなく彼らが他人を気にせず自分らしくいられる居場所をデザインすることでより効果的にターゲットにメッセージを届けることができるのです。



マッキンゼーエリクソン・クオ・アド・ボタムの青木は、次のように述べています。「新しい文化と経済行動をつくる若年世代を定点分析することは、非常に重要なのは言うまでもありません。特に変化の予測が難しい現代ではその重要性は増し、月単位で移ろう表層的なトレンドを見極めるのではなく、その深層と理由を捉え続けることが、生活者との繋がりを強く保ち、持続的なブランド運営をするのに必須だと思います。」

同、ヘッド オブ ストラテジーのシャーロット・オーヤンは、次のように述べています。「予測不可能な変化と多様な価値観を前提に生きる Z 世代は、「正解より理解」「解決より解釈」「共通より共感」といった価値観を大切にしています。私たちマーケターは、彼らの感性や文脈に寄り添いながら、ブランドを“共に創っていく”存在であることが、持続的なつながりを築く鍵だと考えます。」

イベントは「Z 世代の本音マーケティング：若者エキスパート× BeReal 社員が語る」をテーマにパネルディスカッションで締めくくられました。「この世界は、もっと広いはずだ。」をパーパスに、創作、経営、研究を行い、若者の行動・思考に幅広い知見をお持ちの NEW STANDARD 株式会社 代表取締役久志 尚太郎氏、Z 世代の当事者でもあり、同社の THINK TANK Researcher として活躍する金沢桃花氏、Z 世代に絶大な支持を得て急成長中の写真共有アプリ、BeReal から代理店パートナーシップリード 兼 コンテンツソリューションマネージャー、国定 希生（くにさだ きい）氏より、Truth About Youth Japan で発表されたデータについてのご意見や、ブランドが持つべき視点、プラットフォームからの視点など様々な観点から議論が展開されました。

以上

## 【調査概要】

- ◆調査期間：2024年4月～10月
- ◆サンプル数：16,112人
- ◆調査方法：インターネット調査
- ◆調査実施機関：マッキャン・ワールドグループ Truth Central
- ◆調査対国：16か国（ブラジル、カナダ、チリ、中国、コロンビア、フランス、ドイツ、インド、日本、メキシコ、スペイン、UAE、ペルー、タイ、イギリス、アメリカ）
- ◆Z世代サンプル数：3,158人

## McCann Truth Central について

刻々と変化する市場、そして人々の行動。その変化の背景に潜んでいる、人々の価値観や意識の潮流、そのような「真実（Truth）」を明らかにするため、マッキャンエリクソンでは、McCann Truth Centralというグローバルなソートリーダーシップ（Thought Leadership）チームをつくり、世界100カ国以上で毎年様々なテーマについて、グローバル規模の調査を実施し、その分析を報告しています。日本で実施した過去の調査結果については、こちらのリンクよりご覧いただけます。[TRUTH | McCann Worldgroup | Global Network of Advertising Agencies](#)

## マッキャン・ワールドグループ（MW）について

インターパブリックグループ（NYSE: IPG）傘下のマッキャン・ワールドグループは、世界有数のクリエイティブ・ソリューション・カンパニーです。マッキャン・ワールドグループは、「ブランドが人々の生活の中で意味のある役割を果たせるようお手伝いをする」という使命のもと、100カ国以上のオフィスが結束しています。また、マッキャン・ワールドグループは、2022年度のエフィー賞で、4年連続、「世界で最もクリエイティブ効果の高いマーケティング・サービス企業」に選ばれています。マッキャン・ワールドグループは、McCann、MRM、CRAFT、FutureBrand、RafterOneの各エージェンシーから構成されており、モメンタム・ワールドワイド、ウェバー・シャンドウィック、UMをパートナーとして、マーケティング全般にわたるソリューションを提供しています。日本では、1960年12月末の設立以来外資系日本系のクライアントとお取引いただいている日本有数の外資系グループです。<http://www.mccannwg.co.jp/>

この件に関するお問合せ先：（株）マッキャン・ワールドグループ ホールディングス コーポレート・コミュニケーションズ

森 貴枝子 Tel: 03-3746-8350（直通） e-mail: [kieko.mori@mccannwg.com](mailto:kieko.mori@mccannwg.com)

関根 典子 Tel: 03-3746-8340（直通） e-mail: [noriko.sekine@mccannwg.com](mailto:noriko.sekine@mccannwg.com)