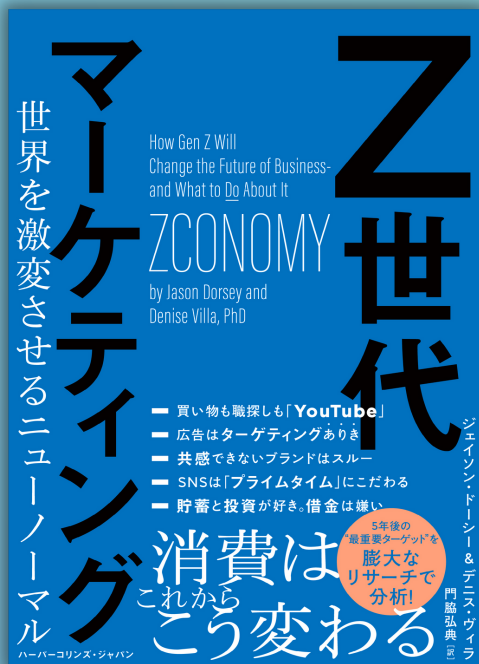


10月8日
刊行!

史上最大の影響力を持つ「Z世代」の消費行動を全方向から詳解！
世代研究の第一人者が届ける次世代マーケティングの必読書
Z世代マーケティング 世界を激変させるニューノーマル
ジェイソン・ドーシー&デニス・ヴィラ=著 門脇弘典=訳



株式会社ハーパーコリンズ・ジャパン（本社：東京都千代田区、代表取締役：鈴木幸辰）は、世代研究の第一人者による次世代マーケティング書『Z世代マーケティング 世界を激変させるニューノーマル』を2021年10月8日に発売することを決定いたしましたのでここにお知らせいたします。

1996～2013年生まれのデジタルネイティブ世代＝「Z世代」。乳幼児期からYouTubeやSNSに触れ、多感な年頃にコロナ禍を経験している彼らは、今後20年の消費やビジネスを根こそぎ変えるゲームチェンジャーになると言われています。そんなZ世代が両親や祖父母世代から引き継ぐとされる資産は、アメリカ国内でざっと20～30兆ドル規模。つまり企業は、すぐにも最重要ターゲットをZ世代に置き換え、従来のマーケティングや販売セオリーの一大転換をはかる局面に迫られているのです。

世代研究のトップコンサルティング企業CGK（センター・フォー・ジェネレーション・キネティクス）共同設立者で、アメリカをはじめ世界各国で数々の質的・量的調査を実施し、Z世代のあらゆるものの見方を解き明かしてきた著者らが本書で提示するのは、これまでの世代にはなかったZ世代の驚くべき思考や行動です。

はじめ世界各国で数々の質的・量的調査を実施し、Z世代のあらゆるものの見方を解き明かしてきた著者らが本書で提示するのは、これまでの世代にはなかったZ世代の驚くべき思考や行動です。

- ・ 買い物も職探しも「Youtube」
- ・ 企業理念のないブランドはスルー
- ・ 広告はターゲティング“ありき”
- ・ 返品ハードルが高いのは致命的
- ・ 貯蓄と投資が好き。借金は嫌い etc…



例えばZ世代は新聞広告やクーポンつきチラシのようなものには、まったく興味がありません。著者の調査では、13～17歳のZ世代の24%が紙の新聞を一度も読んだことがないと答えています。彼らが目にするのは個々に合わせて高度にカスタマイズされた広告。何かをネット検索した数秒後に関連する広告がウェブサイトやSNSのフィード上に出現することが不気味に感じられた以前の世代に対し、Z世代は高度にパーソナライズされた広告を当然視しているのです。

また、オンラインショッピングが当たり前のZ世代にとって、商品の返品条件も重要視されるポイントです。本書で紹介される消費者調査によると、返品体験が好印象だった店舗でまた購入したくなるという回答が96%にのぼった一方、次回の購入を見送る返品ポリシーとして、返送の送料が購入者負担（69%）、返品手数料の請求（67%）があげられています。

Z世代は広告や決済方法、返品条件に至るまで、カスタマー・エクスペリエンスが完璧にカスタマイズされることを期待しているのです。

「Z世代はどのようにしてモノを買うのか？」「何を求め、どんな生活や人生を理想とするのか？」「年長者とはどうつながりたいのか？」——膨大なサンプルを徹底リサーチし、Z世代の思考と行動を詳らかにした本書は、これからのビジネスパーソンには欠かせない知見に満ちています。すぐそこに迫る最重要顧客「Z」のパワフルな可能性を的確にとらえられた企業こそが、これからの市場やビジネスを制すると言えるのかもしれない。

【目次】

はじめに——Z世代がやってきた！

【第一部 Zたちが生きる世界】

- 第1章 ニューノーマルへようこそ
- 第2章 「世代」を再定義する
- 第3章 Z世代が見てきたもの
- 第4章 スマートフォンの世界で生きる
- 第5章 Z世代とお金

【第二部 最強世代を顧客化する】

- 第6章 Z時代のブランド構築
- 第7章 Z世代の消費行動
- 第8章 Z世代を優良顧客にするには
- 第9章 エンゲージメント・認知・購入

【第三部 Z世代の「働き方」】

- 第10章 Z世代への正しい求人活動
- 第11章 長期的戦力の採用と育成
- 未来の章——Z世代と10の大変容
- まとめの章——Zの時代は始まったばかり

謝辞

原注

【著者】

ジェイソン・ドーシー (Jason Dorsey)
世代研究、講演、コンサルティングを行うリーディングカンパニー、センター・フォー・ジェネレーション・キネティクス (CGK) の共同設立者、所長。世代研究の専門家として、〈60ミニッツ〉ほか200以上のキー局テレビ番組に出演、世界中で行った基調講演は1,000回以上、聴衆は16,000人にのぼる。フォーシーズンズホテル、メルセデス・ベンツ、エクスペディア、タコベルといった世界的大企業をクライアントに持つ。



デニス・ヴィラ (Denise Villa, PhD)
センター・フォー・ジェネレーション・キネティクス (CGK) の共同設立者、CEO。未来を的確に見通すビジョンを武器に、金融サービスや小売、テクノロジー企業まで、世界中で年間100社以上の顧客にサービスを提供する同社のブレン。きめ細かなリサーチに基づき、伝統的企業に対しては新世代の顧客獲得のための適応力を、新興企業に対しては世代交代を利用して急成長する力をつける方法を指南する。



【賛辞】

消費者とのコミュニケーションや、多世代にわたる「働き方」に大きな影響を与える。

——ペプシコ・フーズ・ノース・アメリカ CEO スティーブン・ウィリアムズ

CEO、マネジャー、イノベーターが、Z世代との未来を強化するための必読書。

——ボルボ・カーズ、ウィン・リゾーツ、オヨ・ルームズ 取締役 ベッツィー・アトキンス

リーダーがZ世代を理解し、行動を起こすために必要なステップを提供する。

——メルセデス・ベンツUSA 社長兼CEO スティーヴ・キャンノン

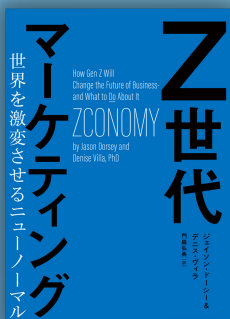
エンターテイメント最前線にいる者として本書を強く勧めたい。

すべてのクリエイター、リーダー、そして親の必読書。

——「サタデー・ナイト・ライブ」最年長キャスト ケナン・トンプソン

Z世代の大きな可能性を引き出すための必読ガイド

——メリルリンチ・ウェルスマネジメント社長アンディ・シーグ



【書誌情報】

判型：A5判並製

価格：2,090円（税込）

頁数：352ページ

発売日：2021年10月8日

ISBN：978-4-596-01529-7 C0034

【本件に関するお問い合わせ】

株式会社ハーパーコリンズ・ジャパン
一般書籍編集部

PR：金／担当編集：小野寺

TEL：03-4213-0830

Email：press@harpercollins.co.jp