

#ネオミレ

neo mille

ミレニアル世代は一般的に「消費に無関心」「ネガティブで冷めている」「恋愛にも消極的」等と捉えられてきました。しかし、BBDO JAPANが実施した調査の結果、ミレニアル世代の上の年齢層(26~35歳)に比べ、下の年齢層(18~25歳)には、全く違う意識や価値観が存在することが分かりました。18~25歳の若いミレニアル層は、興味関心を抱く対象が多いために、それぞれに注ぐ情熱が分散しているに過ぎず、それらを総合するとミレニアル以上の世代とも変わらない熱量を持ちあわせていると考えられます。BBDO JAPANは、従来のミレニアル世代のイメージとは異なる、新たな価値観を持った若いミレニアル層を「ネオミレ」と名付け、彼らの購買意欲を刺激するマーケティングコミュニケーションの方向性を提案しています。

「ネオミレ」世代 価値観形成の流れ

不景気、震災、価値観の変化…
安定した時代なんて経験できた試しがない。

真のデジタルネイティブ。また新しい技術が
出てきても、すぐにそれは日常の一部になる。

不安定な社会とテクノロジーの進化のおかげで身につけた新しいスキル

ソーシャルバーサティリティ

周辺環境の適応能力

「ソーシャルバーサティリティ」によって生まれる思考と価値観

「今」とは今日の事ではなく、その瞬間。
リアルタイムに生きる。

“リアルタイムで逃さずに情報を得たい”**71%**

状況は予測不可能だから、
行動も価値観も、常に**柔軟**。

“予想外のことが起きても柔軟に対応したい”**76%**

人生はしっかり楽しむ。
でも、**身の丈**にあった範囲で。

“賢いのは先のことより
今この瞬間を楽しむこと”**63%**

「ネオミレ」世代 SNS利用の特徴

フォローアカウント数(平均)

Twitter

194

Instagram

80

複数アカウント所持率

Twitter

53%

Instagram

21%

「ネオミレ」世代 興味と恋愛の特徴

分散型興味

無関心というわけではなく、興味対象が多
過ぎて熱量が分散しているだけ。

“興味があることを全部できたら幸せだ”**77%**

風味型恋愛

恋愛はしたいが他のことを優先するため
交際できず、軽いやり取りを心地よく感じる。

“現在交際していないが本当はしたいと思っている”**62%**