

「日本と米国のZ世代意識調査：日米のヒトモノについてのイメージ編」 ～日本のZ世代はアメリカのZ世代に比べて人・モノ（メーカー）に興味薄い?!～

生活者起点の研究&マーケティング支援を行なう株式会社ネオマーケティング（所在地：東京都渋谷区）では、世の中の動向をいち早く把握するために、独自で調査を行なっております。今回は、前回の国内調査（<https://neo-m.jp/investigation/3747/>）に米国の回答結果を加え比較をしております。日本と米国のZ世代を中心に男女1498名を対象にインターネットリサーチを実施いたしました。

<調査設計・分析担当者>

吉原 慶

ストラテジックリサーチャー



マーケティング会社を経て、上場企業のマーケティングリサーチ会社に移籍。

リサーチャーのチームを立ち上げ、マネージャーとして後進の育成や社内外での勉強会やセミナーの開催、新サービスの開発を担当。リサーチの書籍も出版。

2022年ネオマーケティング（エキスパートグループ）に合流し、ストラテジックリサーチャーとして「リサーチを起点に、デジタルマーケティング・PRグループとのシナジーを生み出す」ことをミッションに活動している。

<調査背景>

注目を集め続ける Z 世代。ネオマーケティングでは、Z 世代について様々なテーマを取り上げて調査を行ない、その実態を明らかにしていきます。日本の Z 世代の特徴は、他の世代との比較、また他国比較によって見えてきます。

今回は前回の国内調査 (<https://neo-m.jp/investigation/3747/>) に加えて、日本と米国の Y 世代と Z 世代で日米のヒトモノについてのイメージ比較調査を行ないました。

【調査概要】

1. 調査の方法：株式会社ネオマーケティングが運営するアンケートサイト「アイリサーチ」と海外パネルを利用した WEB アンケート方式で実施
2. 調査の対象：日米共通の世代定義
Z 世代：満 15～25 歳（1996 年～2015 年生まれ）
Y 世代：満 26～41 歳（1980 年～1995 年生まれ）
3. サンプルサイズ：日本の Z 世代 445 名、Y 世代 500 名、米国の Z 世代 275 名、Y 世代 278 名



	男性	女性	その他	計
Z 世代	195	250	-	445
Y 世代	250	250	-	500



	男性	女性	その他	計
Z 世代	127	138	10	275
Y 世代	138	139	1	278

4. 調査実施日：日本：2022 年 6 月 15 日（水）～ 2022 年 6 月 17 日（金）、米国：2022 年 6 月 28 日（木）～ 2022 年 7 月 1 日（金）

◆ 「日本と米国の Z 世代意識調査：日米のヒトモノについてのイメージ編」主なトピック

日本の Z 世代はアメリカの Z 世代に比べて人にもモノ（メーカー）にも興味が薄い

1. 日本人の Z 世代は日本人に対するイメージが希薄（興味がないのか・・・）
2. 日本のメーカーにはユーモアやチャレンジ精神が足りていない
3. 日本人はアメリカ人に比べ日本のメーカーに対する関心が低い（特に Z 世代）
4. 日本の Z 世代は日本メーカーを過小評価？関心なし？

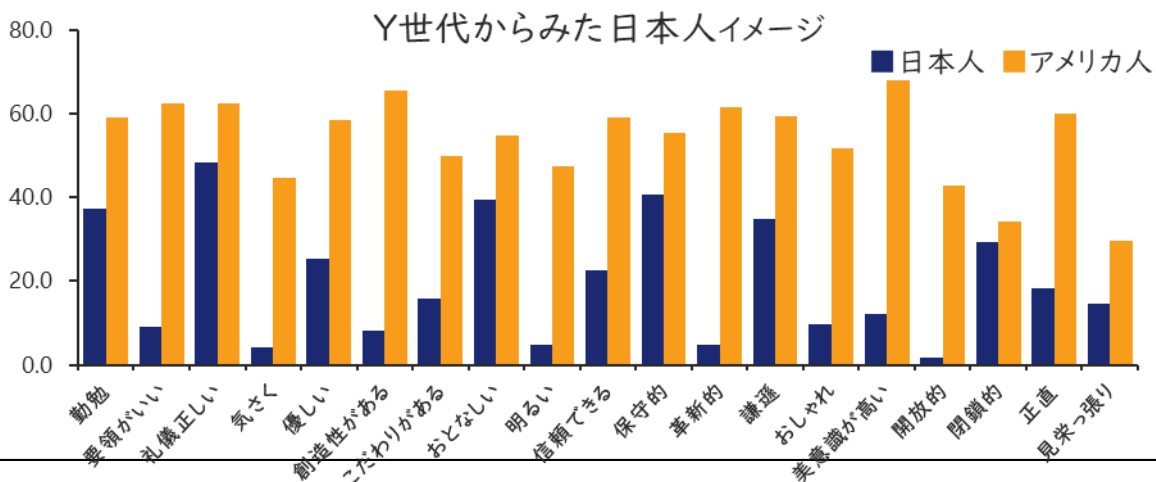
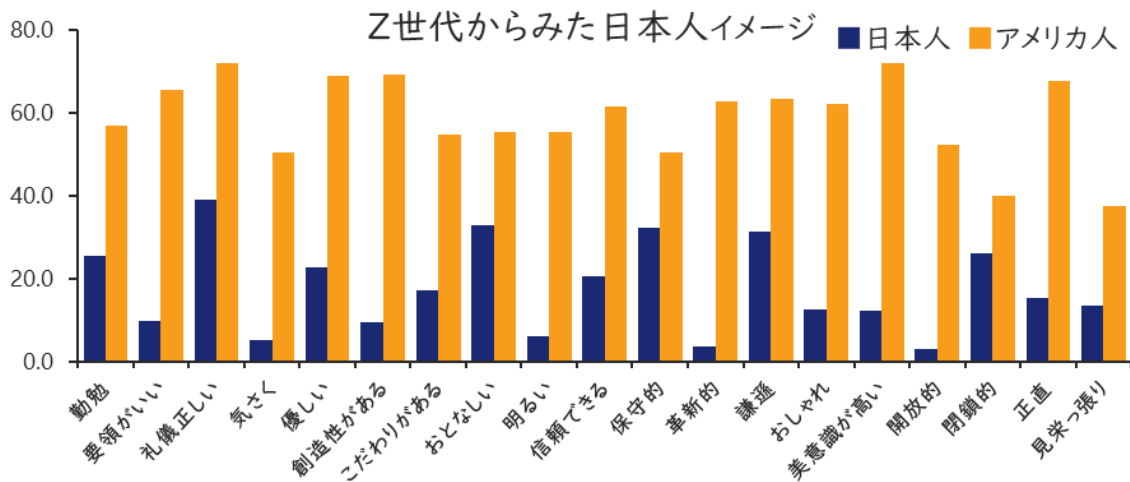
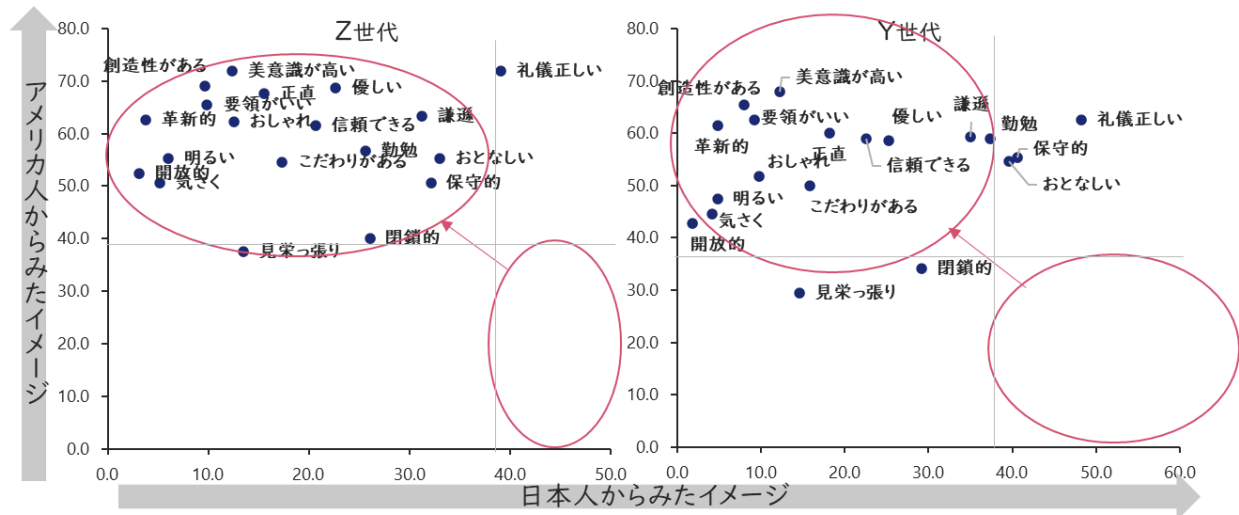
日本人のイメージ

日本人の自尊心の低さがみられる

Z世代 Y世代ともに

日本人からみる日本人の印象よりもアメリカ人からみる日本人の印象の方が圧倒的に高い

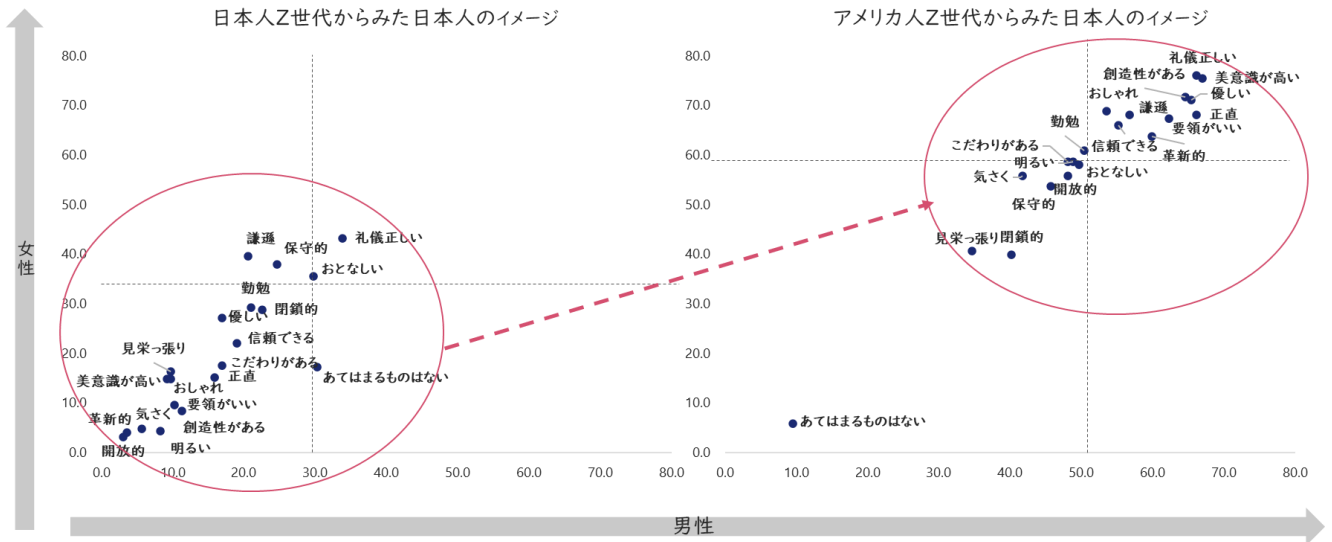
※単位 (%)



日本人のイメージ 日米Z世代の男女比較

男女ともに、アメリカ人のZ世代から日本人はポジティブに映っている一方で、日本人のZ世代は日本人に対するイメージが希薄（興味がないのか・・・）

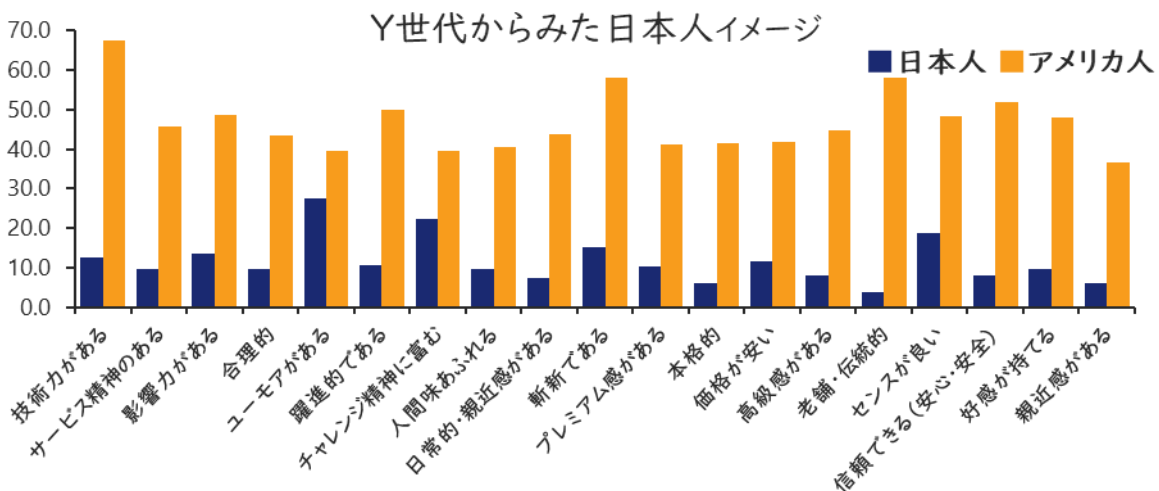
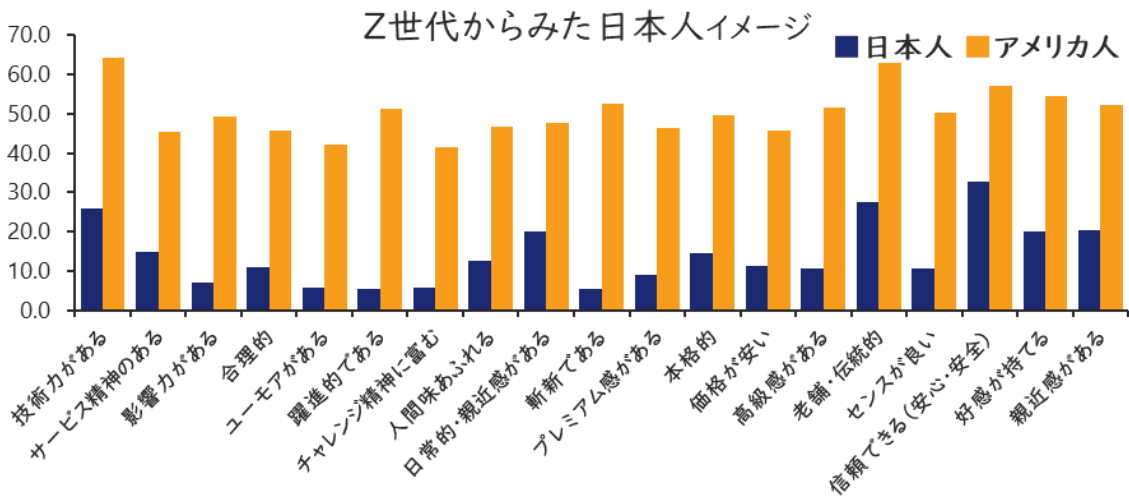
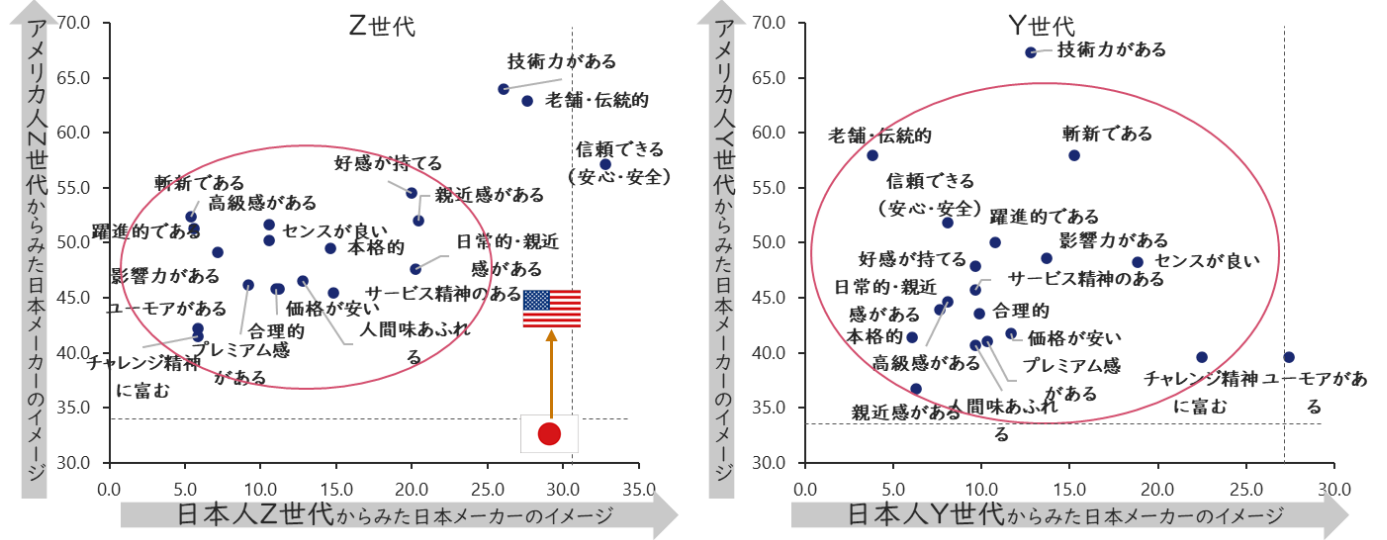
単位：%



日本メーカーに対するイメージ

日本のメーカーにはユーモアやチャレンジ精神が足りていないさらに
日本人はアメリカ人へ比べ日本のメーカーに対する関心が低い（特にZ世代）

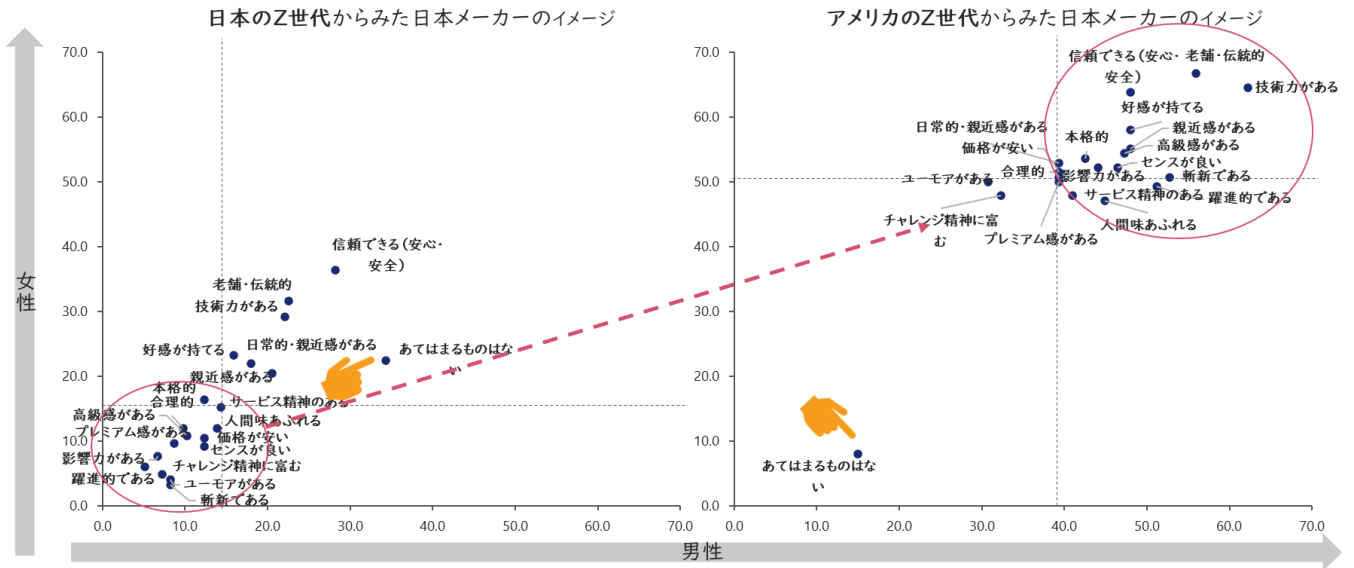
単位：%



日本メーカーに対するイメージ 日米Z世代の男女比較

日本のZ世代は日本メーカーを過小評価？ 関心なし？
アメリカのZ世代が日本のZ世代よりも日本メーカーに対して好意的なイメージを持っている

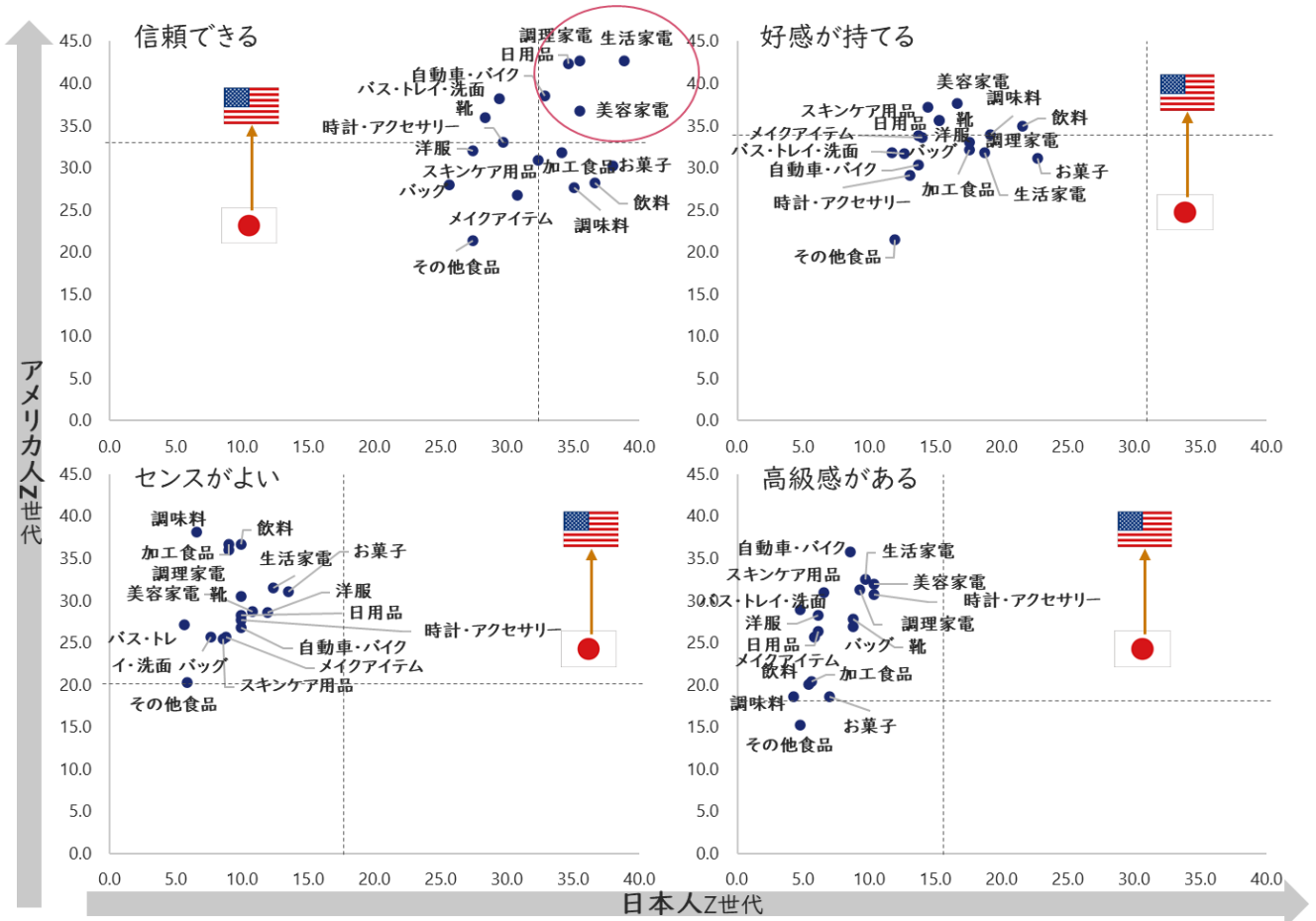
※単位 (%)



日本メーカーの商品に対するイメージ（日米Z世代比較）

家電は日本のZ世代から信頼はあるものの
アメリカZ世代の方が日本メーカーに対して好意的

※単位（％）



■この調査で使用した調査サービスはコチラ

ネットリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/netresearch/>

海外オンラインリサーチ：<https://neo-m.jp/research-service/oversea/>

■引用・転載時のクレジット表記のお願い

※本リリースの引用・転載は、必ずクレジットを明記していただきますようお願い申し上げます。

<例>「生活者起点のリサーチ&マーケティング支援を行なうネオマーケティングが実施した調査結果によると……」

■「ネオマーケティング」

URL：<https://neo-m.jp/>