

要旨

若者の SNS との向き合い方の変化

寺前 圭悟

今日の日本では幅広い年代の人がスマートフォンを持ち歩いている。小学生にもならない子供でさえ親から借りてゲームや動画などを見て時間を潰している。今回は、幼いころからスマートフォンや SNS に親しんできた 1990 年代後半から 2000 年代前半生まれの Z 世代を若者とし、ターゲットにしていく。Z 世代は様々なメディア上でも、特にビジネス系のメディアを中心に特集が組まれるようになってきている。日本経済新聞では「輝く Z 世代」、日経クロストrendでは「Z 世代 10 年後の中核層を攻略せよ」といったタイトルの記事を目にした。このようにこれからの日本を担う Z 世代はとても注目されている。

私が、この「若者の SNS との向き合い方の変化」をテーマに取り上げるに至った経緯として大きく関わっているものは、様々なコミュニティを持ち、他人とのコミュニケーションを取る際に欠かせない LINE、Instagram、Twitter などの SNS に中学生の時から触れていて興味を持ったからである。

SNS はそもそも何か。ソーシャルネットワーキングサービス(Social Networking Service)の略称である。SNS の定義は人によって様々である。SNS は、スマートフォンが普及し、高校生以上は一人一台持つことが当たり前となりつつある現代で中心的なサービスと言える。SNS は常にアップデートされ、絶大な影響力を持っている。最近の流行はほとんどが SNS からで、先取りしている若者が発信して話題を呼んでいるといっても良いだろう。若者は、その情報をどの SNS から得て、どのように向き合ってきたのか。新型コロナウイルスを踏まえてどのように SNS との向き合い方、使い方が変わっていったのか、疑問があがった。

ここ何年かの新型コロナウイルスの影響で様変わりした、超高齢化の進む令和の時代に、ニッチだといえる Z 世代の SNS の実態を多くのデータと比べ、考察することで傾向を見て背景を知ることができた。Z 世代、彼らの流行の動きは、昭和・平成とは比べものにならないくらい加速している。新型コロナウイルスの影響は、新卒採用や中途採用を控える動きにも出てきており、「第二の就職氷河期」と呼ばれるようになってきている。特に旅行・航空会社関連などでは新卒採用が完全にストップし、一部では就職できない人達も多く出てきていることから Z 世代は「コロナ世代」と呼ばれるようになってきている。

新型コロナウイルスの影響で、SNS は従来の利用方法だけでなく、既存の優秀な SNS の特徴を伸ばした使われ方に変化していたのである。Twitter では、情報の拡散力を生かした新型コロナウイルスの情報の収集、Instagram では、おうち時間を生かした今まで以上に自分のライフスタイルを共有するなどである。また、本論から SNS は様々な話題に善悪問わず拍車をかけることがわかった。それには、インフルエンサーだけでなく拡散型の人達が軸と

なっていた。これからの社会を支え、SNS と共に変化し、成長していくのは Z 世代の若者である。その為にも SNS の変化をこれからも追いかけて、根底にある Z 世代の若者のニーズをいち早く理解する目を養っていききたい。