

“ネオ・デジタルネイティブ”の 誕生と進化

文●庄野 徹

Shomo Toru

電通総研 メディアイノベーション研究部
チーフ・メディア・リサーチャー

アメリカなどで数年前から言われている“デジタルネイティブ”。
メディア・情報通信環境の異なる日本では、独自のデジタル世代が進化してきた。
電通総研では、東京大学大学院情報学環の橋元良明教授と共同研究を実施し、
“ネオ・デジタルネイティブ”と命名した。

“デジタルネイティブ”と “ネオ・デジタルネイティブ”

デジタルネイティブという言葉は、10数年前から使われてきた。1990年代後半には、米国の研究家が既に「デジタルチルドレン」という言い方で、子供の頃から縦横無尽にパソコンやインターネットを使うような環境で育った世代を指して呼んでいた。また、2001年にマーク・プレンスキーが教育に関するレポートで「デジタルネイティブ」という言葉を使用したとも言われている。また、米国の研究家であるドン・タプスコットが『デジタルネイティブが世界を変える』（翔泳社）を著している。しかしながら、どの研究書・文献からも正確で詳細な定義は見つげられない。ドン・タプスコットは1977年以降に生まれたネット世代をデジタルネイティブの核としている。

この米国におけるデジタルネイティブに関して、勘違いをしてはならないことがある。それは、デジタルネイティブの使いこなす機器がパソコンをメインとしていることである。これは日本においても同じことが言えるだろうか。否、一概にパソコン＝ネットということとはできない。それは、日本では独自の携帯電話の文化が根付いているからである。

“ガラパゴス携帯”という呼び方もされるように、日本では世界と違った規格で携帯電話が発達してきた。だからこそ、世界とは違った日本独自のネット世代が出現しているのである。

“ネオ・デジタルネイティブ” の定義

1976年前後に生まれた人々を76（ナナロク）世代と呼ぶ。現在、35歳前後である。その10年後に生まれた人々、つまり1986年前後に生まれた人々を86（ハチロク）世代と呼ぶ。現在、25歳前後である。イメージとして、76世代＝中堅社員と86世代＝新入社員となるだろう。

この2つの世代は決定的な違いがある。76世代はパソコンリテラシーが非常に高いのに対して、86世代はケータイリテラシーが非常に高いのである。たった10年の差でありながら、パソコンリテラシーがケータイリテラシーというような大きな違いができたのである。

さらに、86世代の10年後に生まれた人々、つまり1996年前後に生まれた人々を96（キューロク）世代と呼ぶ。現在、中学生から高校生である。彼らは、ケータイだけでなく、パソコンも、さらにはポータブルゲーム機、ポータブルミュージックプレイヤーなどさまざまなデバイスを難なく使いこなす“マルチデバイス世代”と言え、それらを駆使して情報行動を行っている（詳しくは本誌2010年5月号「電通総研メディアインサイトメモ Vol.2」を参照）。

電通総研では86世代の後半から96世代までの、明らかに“デジタルネイティブ”とは違った世代を“ネオ・デジタルネイティブ”と命名した。

ネオ・デジタルネイティブ の特徴

それでは、ネオ・デジタルネイティブにはどのような特徴があるのだろうか。1つ目は、『動画ランカレンシー志向』である。これは電通総研による造語で「動画＋ラン（言語：Language）＋カレンシー（貨幣：Currency）」という意味である。彼らは動画を介したコミュニケーションを盛んに行っており、ケータイはもとよりポータブルゲーム機やポータブルミュージックプレイヤーに動画を“落として”学校で見せ合っ盛りに上がる。つまり、単に会話やテキストベースのコミュニケーションだけではなく、動画が1つのコミュニケーションツールとなっているのである。2010年に実施した全国調査では、iPodや携帯ゲーム機などに動画ファイルを保存して持ち歩くのが10代では28.3%と、約3割が何らかの動画を持ち歩いているのである〔図1参照〕

2つ目は『オンタイム志向』である。彼らにとって友人がリアルタイムで何をしているのかが非常に気になる。グループインタビューを実施すると、彼らは「早く知りたい」「友達が何をしているのか気になる」と口ぐちに言う。情報の更新頻度が高いほど、彼らはますます情報に貪欲になり、SNSやブログなどをチェックするようになる。

3つ目は『繋がり志向』である。友達から来たケータイメールには直ぐに返信するのが彼らの基本である。そして、自分の出したメールにまた返信が来るので、さらに返信を