

C世代

日本経済新聞は、「C世代（ジェネレーションC）」を取り上げ、特集してきました。

この「C世代」について、DDBシドニーのプランニングディレクターPankraz氏は「Y世代（1975年以降に生まれた、ベビーブーマーの子ども世代）やZ世代（1985年以降に生まれた、新人類世代の子ども達）とは異なり、ソーシャルメディアが生んだティーンから20代の集団グループ」と定義しています。

また、日本経済新聞は「C世代」について、「コンピューター（Computer）を傍らに育ち、ネットで知人とつながり（Connected）、コミュニティ（Community）を重視する。変化（Change）を厭わず、自分流を編み出す（Create）。」という特質を挙げています。戦後の経済発展を経てバブル経済の崩壊を経験してきた、私たちのような世代とは随分と異なる価値観や行動原理を持っていると感じますが、しかし、この「C世代」こそ、将来の日本を背負っていくことは、間違いないようです。

なお、Pankraz氏は「C世代」を「ティーンから20代の集団グループ」と定義していますが、「ソーシャルメディアと共に生活するグループ」という視点で見れば、必ずしも年齢にこだわる必要はないでしょう。

現状は、生まれながらにインターネットの世界に囲まれて生活している若い世代（デジタルネイティブ）が中心の「C世代」ではありますが、スマートホンの爆発的普及（私は乗り遅れています）、twitterやFacebookの流行に見るように、ソーシャルメディアを使いこなしているのは、若い年齢層の方々ばかりではありません。

ソーシャルメディアというのは、ユーザーが互いに情報を発信し、形成していくメディアのことをいうとされていますが、ウェブサービスを経由して発信される個人や組織の情報は、短時間の内に実社会に広く拡散され、影響力を持ち始めます。アラブの春はまさにその典型といえましょう。

私のような世代が経験してきたコミュニティと「C世代」の持つコミュニティの広がりには格段に違います。「C世代」の人々は、既存のコミュニティの枠を超え、様々な階層、外国を含めた様々な地域、そして様々な人々と繋がり、新たなパワーを生み出しています。

私は、今、ソーシャルメディアを媒介とするダイナミックな変化の時代にいると実感しています。そして、その変化の時代を構成する一員で在り続けたいという、大それた思いを抱いています。「無駄なことを！」と思われる方もいるかも知れませんが、Change（変化）を恐れさえしなければ不可能なことではないだろうと、密かに信じています。（塾頭 吉田 洋一）