

若いパワー、ミレニアル団塊は米国を変えるか？

ニューヨーク在住のジャーナリストが切り取る、世界の未来を占う米国発の新潮流。

今回は、社会の中心になりつつある、若きミレニアル世代のアイデンティティをレポートする。

米国の家庭の台所には、パントリーと呼ばれる食品保存スペースがある。常用食や冷凍の必要のない保存食、ソフトドリンクのペットボトル、缶詰食品や小麦粉、ワインなどを収納しておく場所である。アメリカ人の食生活を知るには、このパントリーに並んでいる食品を見ればわかるといわれている。

最近、このパントリーの中の食品の種類が変わってきている。アメリカ人の常用食の一つだったツナ缶が姿を消したのだ。子どものお弁当や簡単なランチに、缶詰を開けてサンドイッチを作ったり、午後の空腹時のスナックとして食べたりと、缶詰のマグロは米国の家庭では大いに活躍してきたのである。だが、米国農務省のデータによると、ツナ缶の販売量は1980年代に比べて42%減少。そして、マグロの缶詰を殺した犯人はミレニアルだと報告している。ウォールストリート・ジャーナル紙は、この現象を、できるだけ新鮮な食品を求めるミレニアルの習性と、イカやマグロなどの乱獲に対する反抗心が、彼らをマグロの缶詰から遠ざけたの

だと報告している。

ミレニアルとは何者か？

マグロの缶詰を殺したミレニアルとは、いったい何者なのか？ 単純に言えば、彼らは1980年の初頭から1990年の半ばまでに生まれた約8,000万人の団塊である。彼らは、そのさまざまな特性から、ミレニアル以外にも、ジェネレーションY、ピーターパン・ジェネレーション、ブーメラン・ジェネレーション、エコ・ジェネレーション、ミー・ジェネレーションなどとも呼ばれている。最後の呼称は、2013年、タイム誌が掲載した「ミレニアルズ：ミー、ミー、ミー・ジェネレーション」(Millennials: The Me Me Me Generation)という記事から来ている。この記事は、6年後の現在に至るまで、ミレニアルの本質を突く重要な記事として、世代評論家、トレンドウォッチャーズなどから評価されている。また、1992年にウィリアム・ストラウスとニール・ハウが出版した『世代：アメリカの未来－1584～2069』(Generations: The

History of America's Future, 1584 to 2069)、同作家が2000年に発行した『目覚めるミレニアルズ：次なる偉大な世代』(Millennials Rising: The Next Great Generation)なども、この世代を知る上で重要な文献になっている。

それぞれの名前には、ミレニアルの特性が表現されている。ジェネレーションYは、ジェネレーションXと呼ばれる彼らの前の世代の次の世代という意味で付けられた名称。ピーターパン・ジェネレーションとは、大人になることを避けたり、先延ばししたりしている彼らの特性を示している。ブーメラン・ジェネレーションとは、大学を卒業した後、再び実家に戻って両親と同居する多くのミレニアルを指す。アメリカでは大学を卒業すると、就職して独立するのが伝統的な習慣だ。ブーメランのように、大学から親の元にそのまま返ってくるのは新しいトレンドなのである。現在、ニューヨーク市立大学院でジャーナリズムを勉強しているアレックス・ウエッコフスキー(24歳)は、「他の大学院でマーケティングの修士課程を取ったが、今度はジャーナリズムを勉強してみようと思って、この大学院に入った。これも家族と一緒に住んでいるからできる贅沢」と言う。また、エコ・ジェネレーションとは、彼らの多くがベビーブーマーの親を持っていることから、第2のベビーブームという意味で使われている。

ミレニアルに関するこういった書籍や記事、リサーチなどによると、ミレニアルの世代の特徴は、主に次のような8つになる。(1)自分たちが他の世代とは違う特別な存在だと思っていること、(2)自信がある、(3)ナルシストである、(4)チームで行動することを好む、(5)エンタイトルメント(特別な権利)があると信じている、



「両親と一緒に暮らせて助かっている」と言うアレックス・ウエッコフスキーは、ブーメラン・ジェネレーション。マーケティングの修士を取得後、続けてジャーナリズムを勉強するために大学院に入った。「アレックス&ブック」という書評サイトを運営しているが、収入はまだない

Seville Kaede

青山学院大学英米文学科卒業後、電通入社。クリエイティブ局を経て1968年に退社しニューヨークに移住。

以来、アメリカの広告界、トレンドなどに関する論評を各種の雑誌、新聞に寄稿。

著書として『ザ・セリング・オブ・アメリカ』（日経出版）、『普通のアメリカ人』（研究社）など。

翻訳には『アメリカ広告事情』（ジョン・オトゥール著）、『アメリカの心』（共訳）ほか多数あり。

『ブレン』『消費と生活』などに連載。



ルイス・ギストは、大学を卒業するとすぐ、ニューヨークで広告賞を主催する会社ワンクラブに就職。「アフリカの若者を助ける慈善事業をしている会社に誇りに感じる」と言う



ナターシャ・エスピティアは看護師への道を選んだ。「人を助ける仕事がしたかった」。いつか父親の祖国コロンビアを助けるボランティアがしたいとも思っている

(6) オプティミスティック(楽観的)である、(7) シェルタード(過保護)である、(8) シビック・マインデッド(社会的公德心)が強い。社会評論家でミレニアルをテーマにしたドキュメンタリー映画を製作しているデイビッド・バースティンは、著書『ファースト・フューチャー：ミレニアル世代はどのように我々の世界を変えているか』(Fast Future: How the Millennial Generation Is Shaping Our World)の中で、「ミレニアルの社会に対する態度は、“実利的理想主義”(Pragmatic Idealism)と呼べるだろう。彼らには、世界や自分が所属する社会を、より良い場所に変えたいという強い願望がある。そして、そのためには現在の組織を変えなければならないという信念を持っている」と述べている。2017年、サザンコネチカット州立大学を卒業し、現在、ニューヨークの広告賞ワンショーで、賞の対象となる広告代理店のクリエ

イティブとのコーディネートを仕事としているルイス・ギスト(26歳)は、「ワンクラブでは、アフリカの貧しい国に住む若者たちに、クリエイティビティとは何かを伝え、それを使って彼らの人生を変える方法を教える慈善事業をやっている。そんな組織に働く自分を、非常に幸せに思っている」と語る。また、フロリダのアドベントヘルス大学で看護学を勉強しているナターシャ・エスピティア(22歳)は、「人を助けることを通して、この複雑な、そして時に不幸な社会を多少とも明るい、住みやすいところになりたいと思って、看護師になった」と話してくれた。

ミレニアルと仕事

こういった世代特性を持つミレニアルたちが、大学を卒業し、続々と社会に出てきている。多くの企業は、彼らの前の世代であるジェネレーションXやベビーブーマーと大きく違う団塊個性を持つミレニ

アルを理解するために、コンサルタントを雇ったり、リサーチを実施。この高等教育を受けた、デジタル・ネイティブで、アップビート(活気のある)な社員を獲得し、維持する努力をしている。こういったさまざまな調査やサーベイは、ミレニアルたちがこれまでとは違った幾つかの新しい条件を求めていることも示唆している。彼らの親であるベビーブーマー(1946~1964年)は、働く会社や企業に対して忠誠心を持ち、そこでキャリアを作ることを希望していた。兄、姉であるジェネレーションX(1965~1981年)は、前世代より仕事と家庭生活とのバランス、職場

の安定性などを重要視するが、同時に会社そのものの成功より、個人の成功を大切にしている。

こういった前世代と違って、ミレニアルたちが会社勤めに求めるものは、社会的に意味のある仕事、知識をベースにした仕事、自分のクリエイティビティを発揮できる仕事、仕事に対する責任を持たせてくれる職場などである。その中には、ピースコープのような民間ボランティア組織に働くことも含まれている。2010年、コンサルタント会社マイヤー&サダジアニ社はミレニアルに関する調査を行ったが、それによると、この年、ミレニアルたちのピースコープやアメリカコープスへの参加希望者の数は史上最高に達していたという。また、ハーバード大学の調査によると、ミレニアルの10人に6人が公益事業をキャリアにすることを考えていると報告している。

一方、彼らは会社や企業の運営方法に

もリクエストを持っている。できるだけ上下関係のないフラットな組織であること、仕事と家庭が両立できる職場であること、情報のトランスパレンシー(透明性)と上司との緊密なリレーションシップなどがそれだ。

デジタル・ネイティブである彼らのキャリアの種類は前世代よりずっと豊富で、時に想像を超えるものがある。例えばデジタル・ノマド(会社に行かず、自分の好きな場所からテレコミュートする社員)、マック・ジニアス(アップルコンピュータの精通者)、ビジュアル・コーディングなど。

彼らの生活の多くの時間を奪っているTwitter、Snapchat、Facebookなどのソーシャル・メディアも、職場に対する期待感を変えている。ミレニアルの多くは、チームワークを好み、職場の上司との近い関係性を求め、自分の仕事に対する評価・コメントなどを頻繁に聞きたがる。2017年にサザンコネチカット州立大学のマーケティング学部を卒業し、現在マッキャン広告代理店のプランナーとして働いているディラン・スワネポール(25



広告代理店のプランナーとして働くディラン・スワネポール曰く「僕にとっての成功とは、会社のチームと一緒に素晴らしい仕事をし、認められること」



ミレニアルは、チームワークを好み、チームで働くことがうまい団塊である。ソーシャル・メディアをコミュニケーション・ツールとして育ってきたことが、その理由だという社会評論家もいる(写真：シャッターストック)

歳)は、「僕にとっての成功とは、職場のチームが一体となって素晴らしい仕事をすること。そして、仕事を通して、会社を、同時に社会をより住みやすい場所に変えていくこと」と語る。

2014年、リサーチ会社ブロッキングス協会が行った調査によると、ミレニアルの64%は、自分が情熱を持つキャリアであれば、60%少ない給料でも、それを満足させてくれる職場を選ぶと述べた。

いかにも理想的な社員のように思われるミレニアルだが、彼らにも幾つか重要な問題点がある。一つは“ジョブ・ホッピング”という職場にとどまる年数の短さだ。ギャラップ調査会社によると、43%のミレニアルが、2年以内に現在の職場を離れる計画を立てており、60%が常に新しい職場に関心を持ち、5年以上現在の職場にとどまらるだろうと述べた人は28%に満たなかった。

雇用者にとってもう一つの問題は、ミレニアル世代が持つ“エンタイトルメント”と呼ばれる特性。自分たちにはそれを受ける権利があるという信念である。

つまり、仕事の成果で賞与や昇格を受けるのではなく、会社に毎日来ている、しっかりと仕事をしているという行為だけで、賞与や昇格やボーナス、役職のタイトルなどをもらえると信じているのだ。ミレニアルがこの特性を持つようになった理由は、90年代、彼らの親は、自尊心こそが子どもの未来の成功を約束するものと考え、彼らを褒めたり、意見を尊重したりすることで、それを作り上げようとしたこと。社会人になったミレニアルたちは、自分たちがそこにいるだけで、会社がその存在を認め、褒賞やプロモーションを与えることを期待するのである。それが、子どもに“エンタイトルメント”という個性を作り上げる結果になったというのだ。だが、多くの場合、社会にあっては、こういった彼らの期待は裏切られる。ジョブ・ホッピングの背後には、こういった“満たされない不満”もあるのだろうと、タイム誌は解説している。

ミレニアルと政治

たまたまこの原稿を書いているとき、

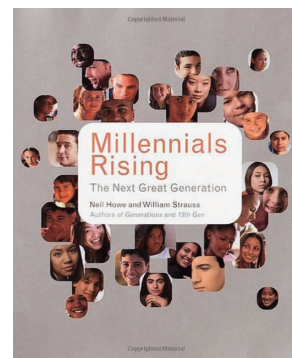
タイム誌がミレニアルたちの現在の政治に対する態度を知らせるリサーチを発表した(2019年4月22日号)。民主党を支持する66%、共和党支持の64%の若者が、現在のホワイトハウスのモラル・ディレクション(倫理的方向性)に対して、不安を感じると述べている。そしてそれが、2020年の大統領選挙への強い関心を作り上げているという。事実、ミレニアルたちの政治に対する関心は、数年前から幾つかの形で表明されてきた。“実利的理想主義者”である彼らは、膨大な資金集めを必要とする上院・下院議員として出馬する代わりに、即座に小さいが意味ある改革を実現できる市長、市議員などとして政治に関係し始めているのだ。2011年、24歳で最年少者としてニューヨーク州イサカ(コーネル大学の所在地)の市長となったスベンテ・マイリックなど、すでに数十人のミレニアル市長や市議員などが誕生した。こういった若い政治家全員に共通する個性もある。彼らの多くはテクノロジーに強い起業家気質、堅固な協力体制、反射的な党派意識への反発、自分たちが未来を形作るのだという意識を持っていると、タイム誌は報告している。2020年の大統領候補として民主党から立候補しているピート・ブーティジェッジも、インディアナ州サウスベンドの若い市長としてスタートした。「新しいアイデア、テクノロジー、イノベーション。我々はそれを武器に戦う」と、2017年、タイム誌のインタビューに答えている。ちなみに、彼は大きめにゲイであることを公言している候補者でもある。

もう一つ、これらの若い政治家に共通するのは、強い実行力だ。彼らの多くは、市長室に入るや、直ちにその街の問題解

決に着手する。例えば、ブーティジェッジは、市長に当选するとすぐ、サウスベンドに放置されていた1,000余りの家屋の修理や解体を手掛け、3年の間に全てを完了した。カリフォルニア州コンプトンの市長アジャ・ブラウン(36歳)は、市内の会社はローカルの人員を雇うべしとの法律を作り、失業者数を10%減少させた。マサチューセッツ州ホリヨークの市長アレックス・モース(29歳)は、電車の駅を造り、市の二酸化炭素の排出量を85%減少させた。カリフォルニア州ストックトンの市長マイケル・タブスは、市長になるとすぐAmazonを説得して、60万平方フィートという巨大な工場の建設と誘致に成功した。「若い市長は市民とインターネットを通してつながり、ソーシャル・メディアでコミュニケーションを取る。高齢の、伝統的な政治家にはとても真似できない特性だ」とタブスは言う。こういった若い、テックに強い、アイデアに満ちた、イノベティブな市長の中から、次なる大統領が誕生しないと、誰が言えるだろう。

ネクスト・グレート・アメリカンなのか？

2000年、ミレニアルが高校を卒業し、大量に大学に入学した時期、2人の作家が『目覚めるミレニアルズ：次なる偉大な世代』(Millennials Rising : The Next Great Generation)なる本を出版し、ミレニアルたちを「次なる偉大なアメリカ人」と定義した。利己的で物質的だったベビーブーマー世代、小粒でネガティブな要素の多かったジェネレーションX世代の後、さまざまな欠点があるとはいえ、起業家精神に富み、よりポジティブで、チーム行動を尊び、未来に対して楽観的で、



ウィリアム・ストラウスとニール・ハウの共著『目覚めるミレニアルズ』は、ミレニアル団塊を「次なる偉大なアメリカ人の団塊」と定義している

シビックマインド(社会的貢献心)を持ち、テクノロジーを通してコミュニケーションを図り、新しいアイデアの実現を好み、誇りと自尊心を持つこの団塊。彼らを「1930年代の経済大恐慌時代に生まれ、第二次世界大戦を正義のために戦い、戦後、米国を隆盛な国に作り上げたGIジェネレーション、またはグレート・ジェネレーションと呼ばれる世代の再来だ」と説明している。

それが事実であれば、ミレニアルたちは、今、威信を失い、世界から背を向けられ、泥沼状態の内政を経験している米国を再び正道に立ち返らせ、世界のリーダーの地位を取り戻す努力をするだろう。少なくとも、本稿を構成している多くのデータやリサーチがこの理論を支えている。

だが、それが正解かどうかは、おそらく彼らの下のミレニアルよりずっと大きい団塊となるはずのジェネレーションZが、今のミレニアルと同じ年齢になるまではわからないだろう。なぜなら、団塊の価値はデータが決めるものではなく、次の世代がどのように兄、姉である前世代を見ろかで明らかになるはずだからだ。