

α世代のメディアリアリティ

株式会社 博報堂 メディア環境研究所 野田 絵美



博報堂 メディア環境研究所

「ビジネス」 「テクノロジー」 「生活者」

3つの視点から

メディア環境のこれからを「見立て」、

前向きな「打ち手」を考えるシンクタンク

メディア
環境
研究所

mekanken.com

メディア環境の未来洞察

メディア環境研究所フォーラム2025

Ai as Media

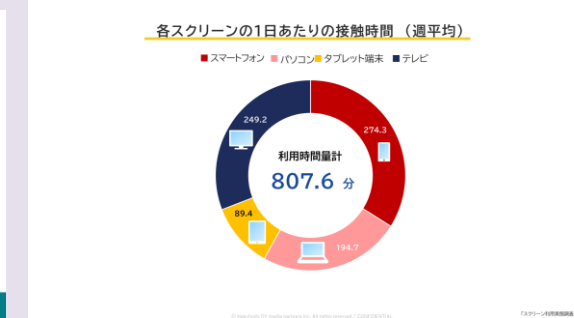
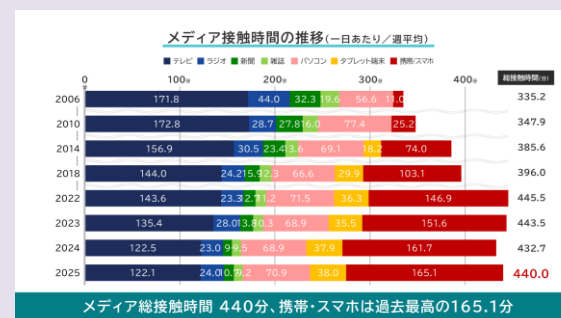
メディアとしてのAI

メディア環境研究所ウェビナー2024

コネクテッド時代のメディア選択

平 要 快 熱

メディア接触実態の定点的把握



メディア関連トレンド・トピックス洞察

「大阪・関西万博」に見る
未来のメディアと体験の兆し
【前編】

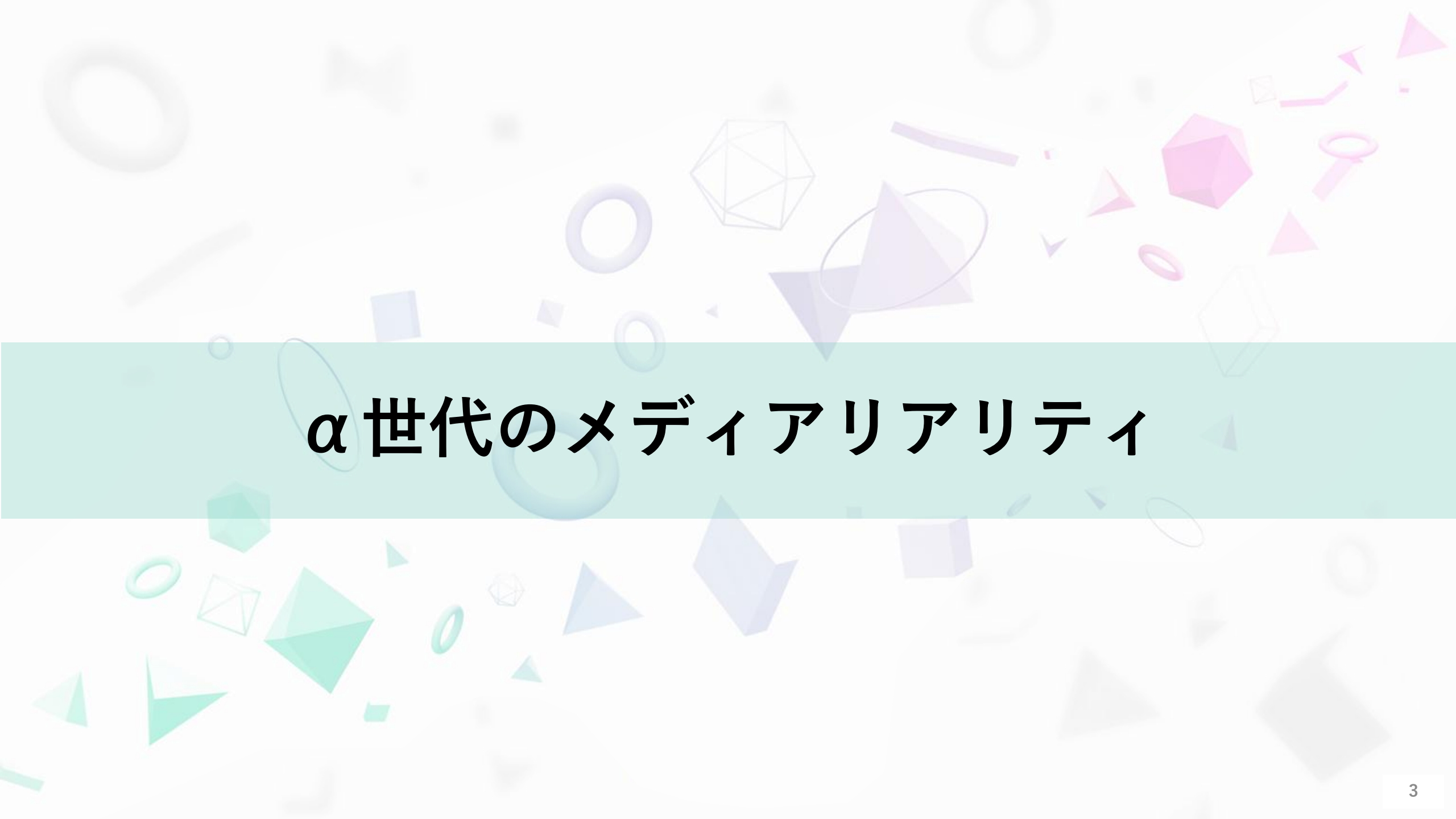
距離感とコミュニケーションから
紐解く、「推し活」の生態系とは？

前半: 研究員によるレポート 後半: エンタメ社会学者・中山淳雄さんとの対談

< 本日の内容 >

未来社会を見据えた人とデジタルの関心の在り方に関する研究会

= α世代 (2010年以降の生まれ) とメディア意識



α世代のメディアリアリティ

α世代とは

Z世代の次であり、**2010年以降**に生まれた世代

スマホ、タブレットがある世界に生まれ、

小学校から**プログラミング学習**も必修化

現在、0～15歳（2026年3月）

α世代のメディア生活調査

調査対象者 : α世代小学生 882人(低学年 433人 高学年 449人)
※α世代は
母子同席で回答 Z世代高校生～26才 442人

調査地域 : 全国

調査手法 : インターネット調査

実施日 : 2022年9月8日～13日

α世代のメディア生活インタビュー

調査時期 : 2022年3月

調査手法 : オンラインインタビュー

調査対象者 : 全国5~11才のα世代 14名

対象者条件 : オンラインゲームや動画編集

プログラミング、スマートスピーカー

活用のいずれか実施

彼らのメディアリアリティは、
どのような未来へのベクトルを示しているのでしょうか？

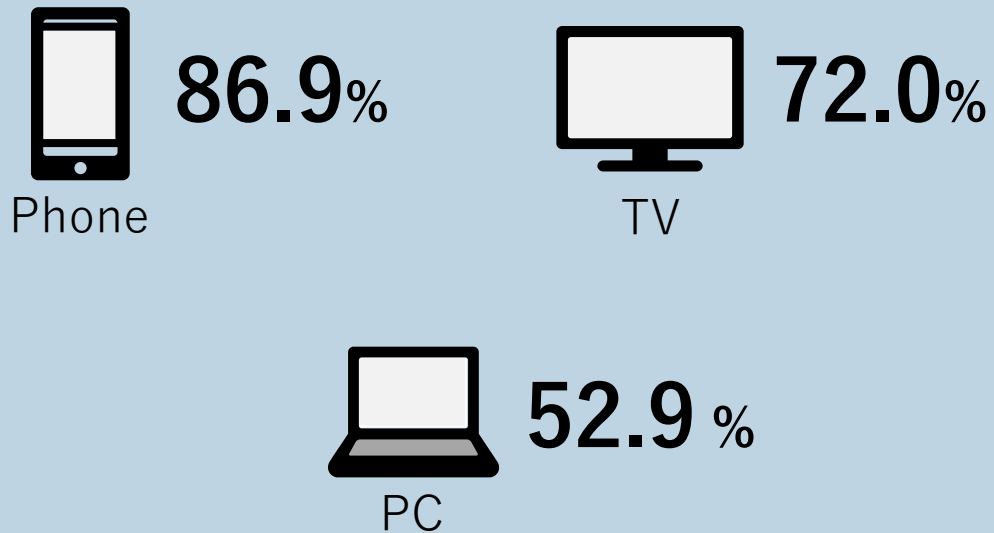
α世代のキーワード1

「真の」デジタルネイティブ

日頃から、4つのスクリーンを利用

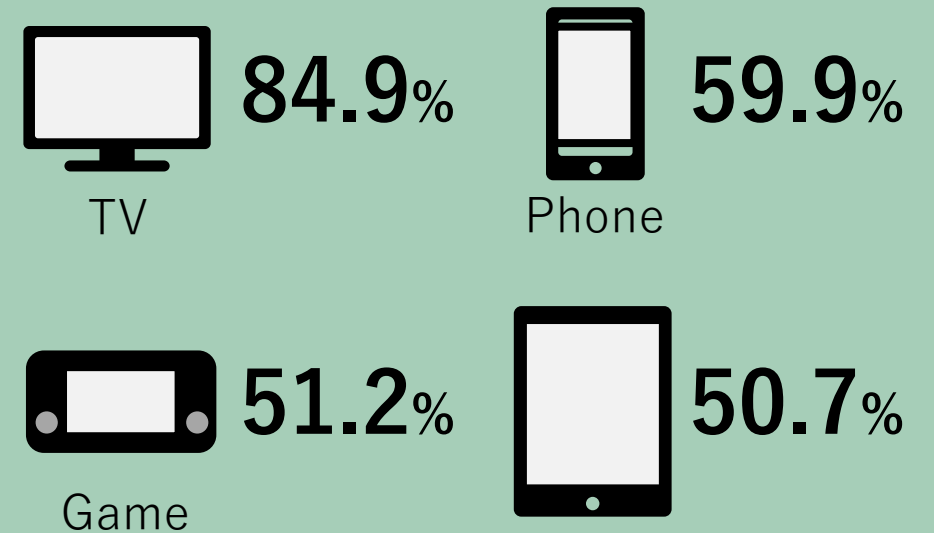
日頃、利用することのある情報機器 (50%以上)

Z世代 (高校生~26才)



n=442

α世代 (小学校1年~6年生)

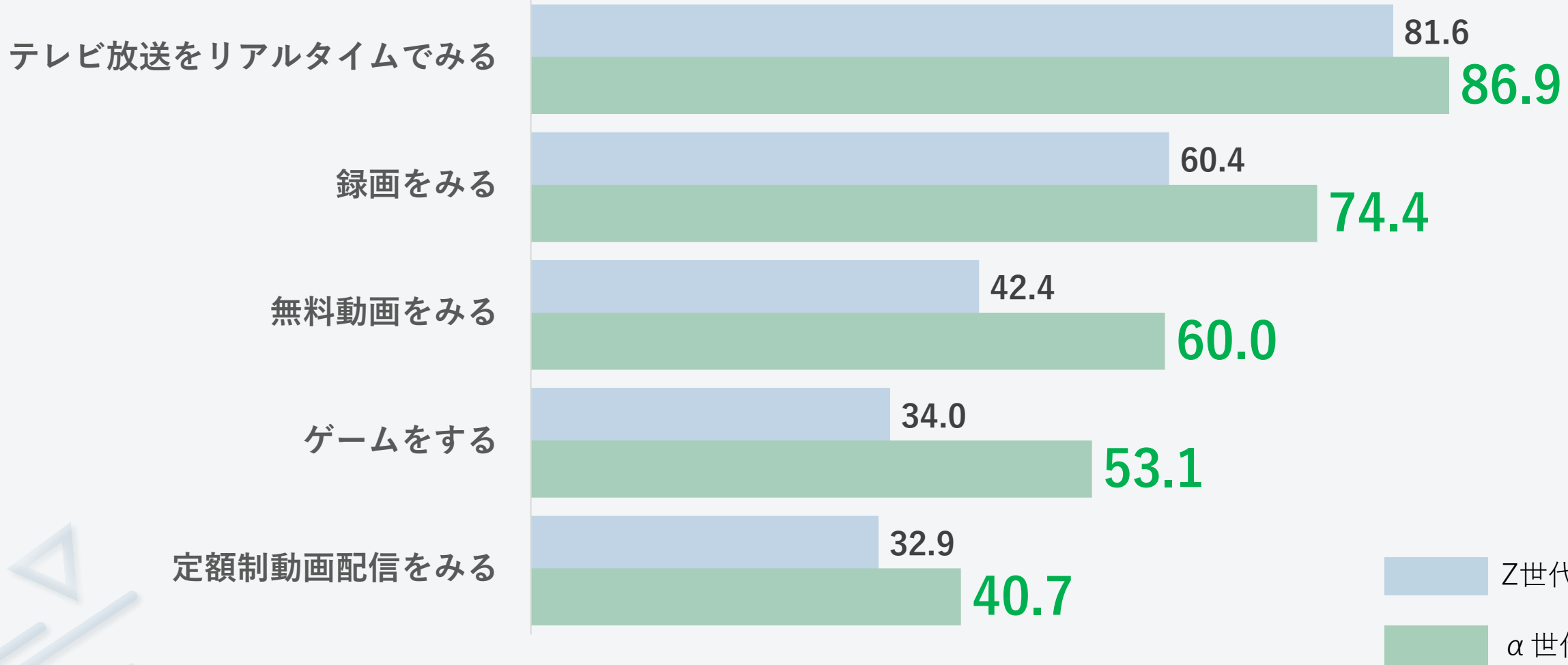


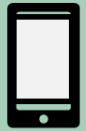
n=882



TVを、放送や動画、ゲームに マルチ活用

テレビで実施している事柄 (MA)





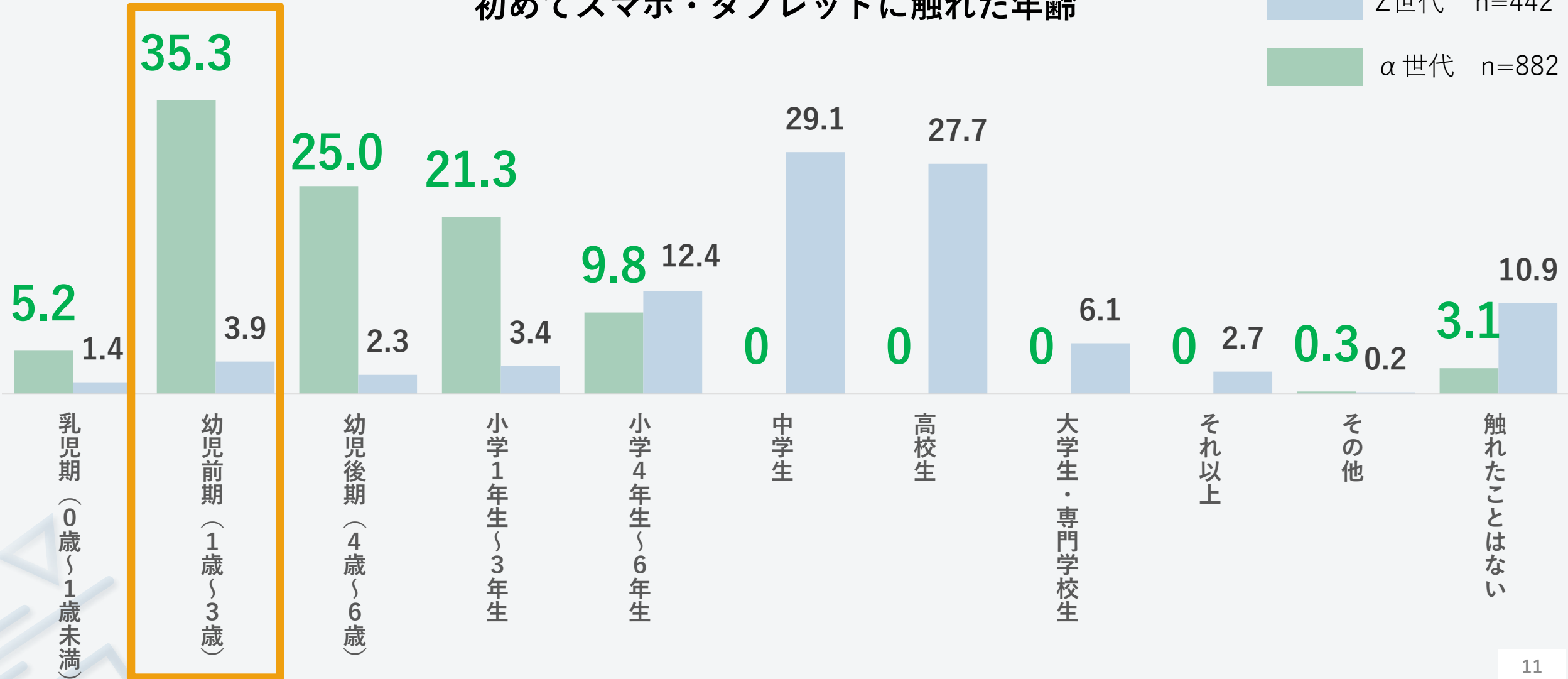
Phone

初スマホは、幼児前期(1～3歳)が最多

初めてスマホ・タブレットに触れた年齢

Z世代 n=442

α世代 n=882



“ 動画見るのは2人とも2歳から。

勝手にいじって、YouTube

ボタンを覚えてて、そこから私の

暗証番号も覚えて自分で操作

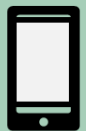
するようになった。”



Mさん(東京都 36才)

α世代のキーワード2

遊びながら直感で身につける
デジタルクリエイティビティ



Phone

スマホで、見る・撮るだけでなく、つくる

α世代が「スマホで実施している事柄」トップ5

1. 無料動画をみる	84.5			
2. 写真を撮る	83.3	→	画像編集をする	33.1
3. 動画を撮る	76.6	→	動画編集をする	25.1
4. ゲームをする	75.7	→	プログラミングをする	21.3
5. インターネット検索をする	69.6			

n=749

“ HikakinさんのYouTube
をみて興味をもち、
3か月前から映像編集を
はじめました。 ”



Tさん(神奈川県・9才)

“ マイクボタンがあれば
それは録音するやつだとか、
バックなんかとかというのがあったら
背景だとか、文字かマークで
だいたいわかるから。 ”



Sさん(東京都・11才)

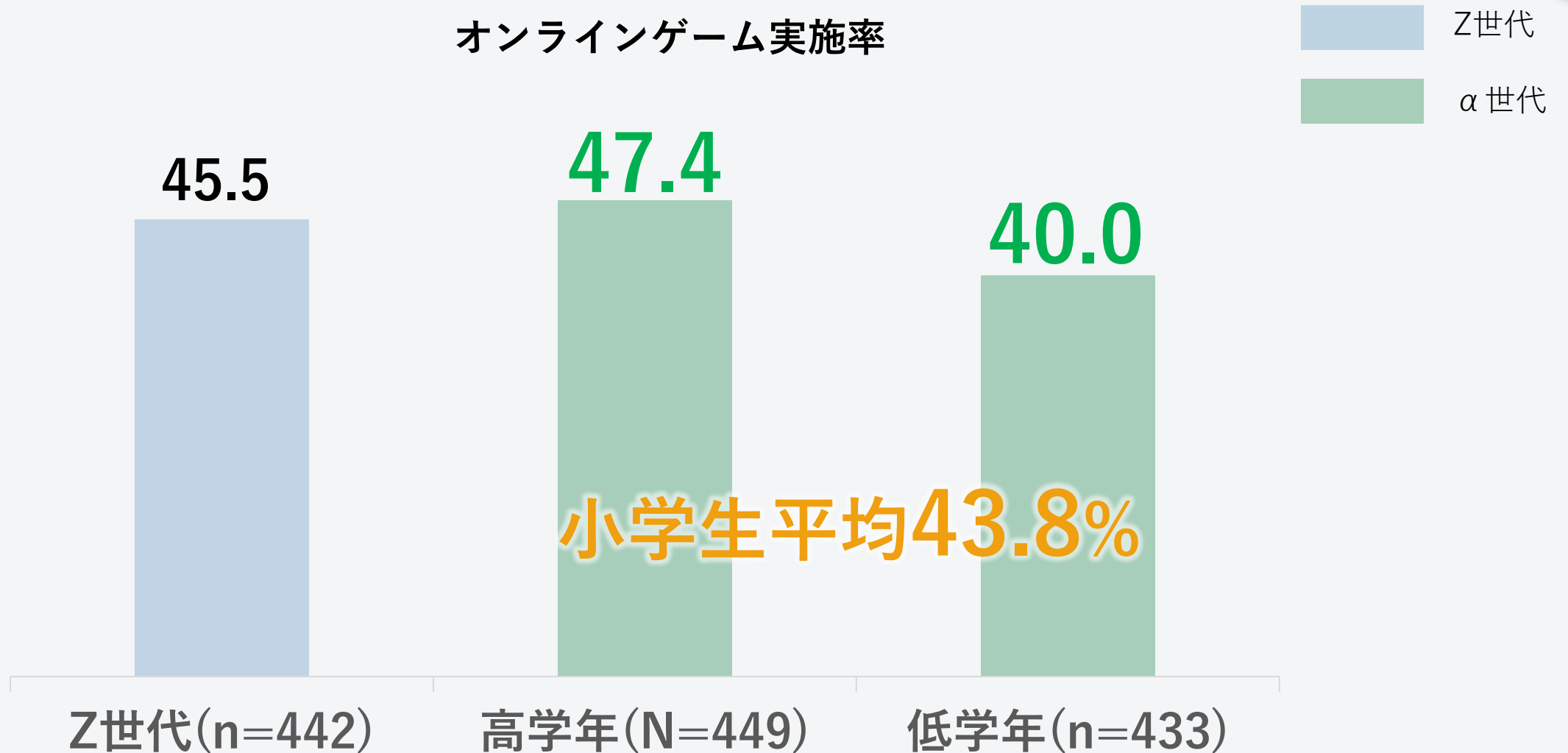
α世代のキーワード3

メタバースネイティブ！？

オンラインがもう一つの遊び場

α世代の4割強がオンラインゲーム実施

オンラインゲーム実施率

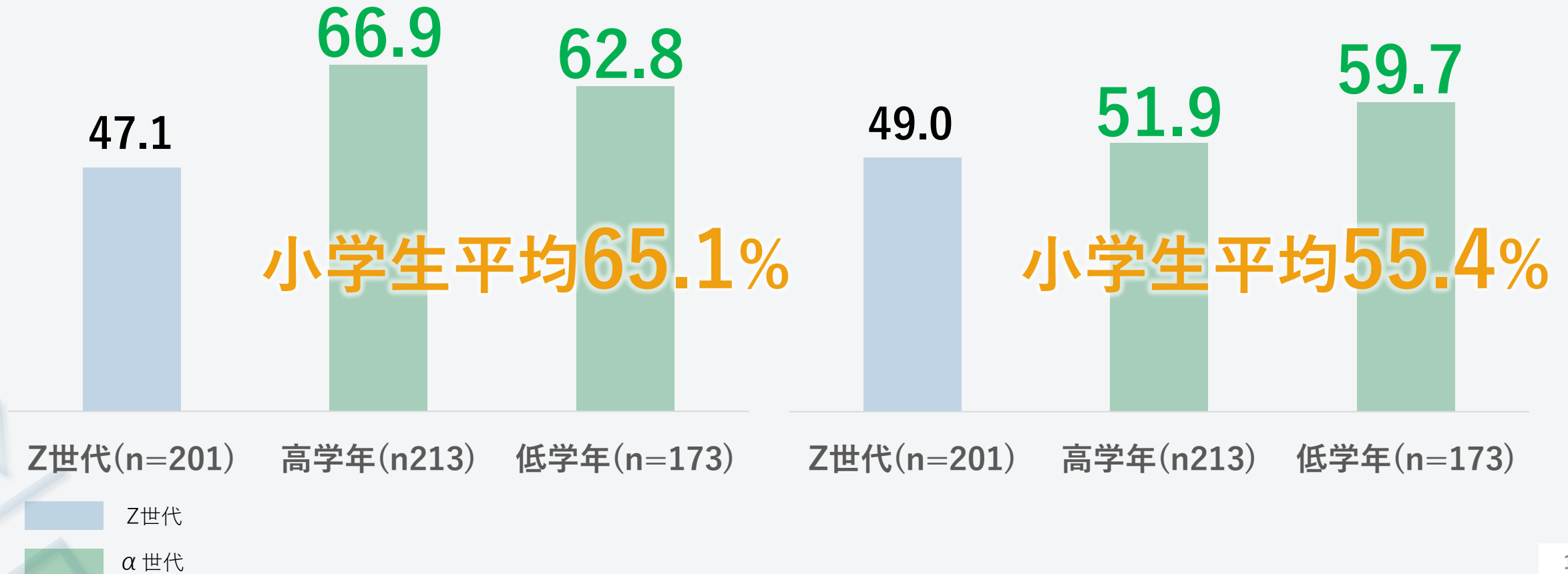


オンラインゲームは、みんなと遊ぶ第二の公園

<オンラインゲームユーザーのゲームスタイル>

友達とオンラインゲームの中に集合して遊ぶ

友達とオンラインでおしゃべりしながらゲームする
(Zoom, Discord, LINE通話など)



オンラインゲームそのものより、 コミュニケーションツールとして魅力

「オンラインゲーム」に感じる魅力 TOP5

小学生
(n=386)

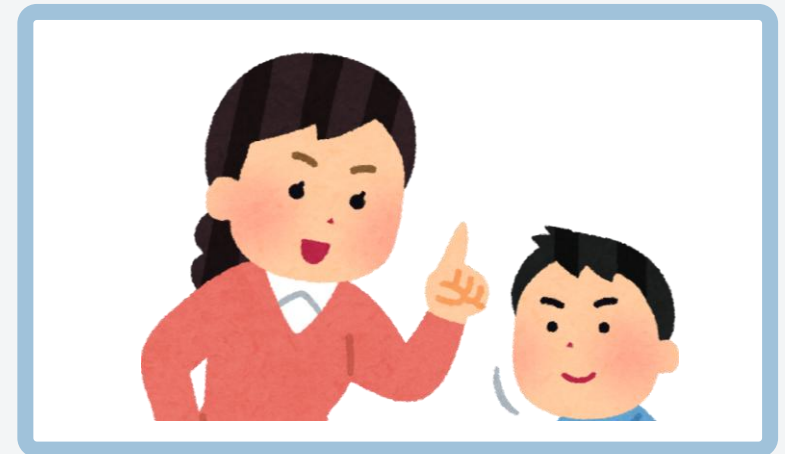
- | | |
|-------------------------|--------------|
| 1. ゲームを友だちと共通の話題にし盛りあがる | 38.1% |
| 2. 日頃のストレスを発散できる | 35.0% |
| 3. ゲームしながらおしゃべりもできる | 34.3% |
| 4. 友達と協力しあえる | 33.8% |
| 5. ゲームそのものに没頭できる | 30.0% |

“

友達とのコミュニケーションも、
コロナであまり遊ばなくなったから、

ゲーム中の会話で
世間話もしているので

いいかなと思うようになった。”



Dさん母(京都府・36才)

α世代のキーワード4

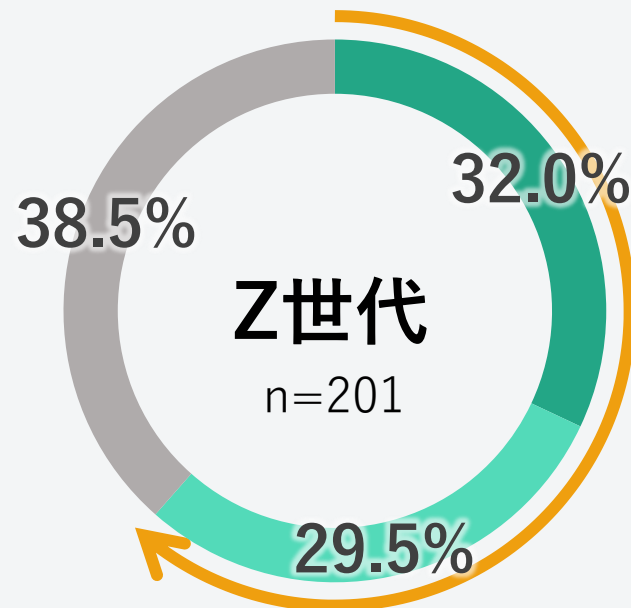
双方向が当たり前

ゲームは遊ぶだけでなく、作りたい

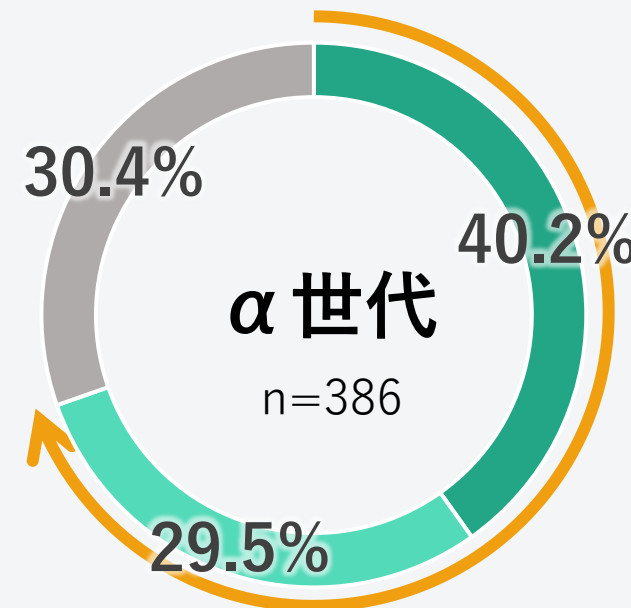
オンラインゲームユーザーのZ世代に比べて、 α世代の方がゲームを遊ぶだけでなく作りたい

オンラインゲームユーザーのゲーム制作欲求

- 作ってみたいと思って、実際に作って見たことがある
- まだ作ったことはないが、作ってみたいと思うことはある
- 作ってみたいとは思わない



制作欲求
あり
計**61.5%**



制作欲求
あり
計**69.7%**

“ 3年生の頃から

プログラミングに興味をもち
独学でスクラッチ（Scratch）
をさわりはじめました。 ”



Dさん（京都府・11才）

Z世代

SNS中心に
個性を表現し
認められる喜び

α世代

ゲームやプログラミング
でみんなと共創し
楽しさを広げる喜び

1.

「真」のデジタルネイティブ

2.

遊びながら直感で身につける デジタルクリエイティビティ

3.

メタバースネイティブ！ オンラインがもう一つの遊び場

4.

双方向が当たり前！ゲームも遊ぶだけでなく 作りたい

企業がつくったものを観る・聴く、消費する
だけ、では満足できない

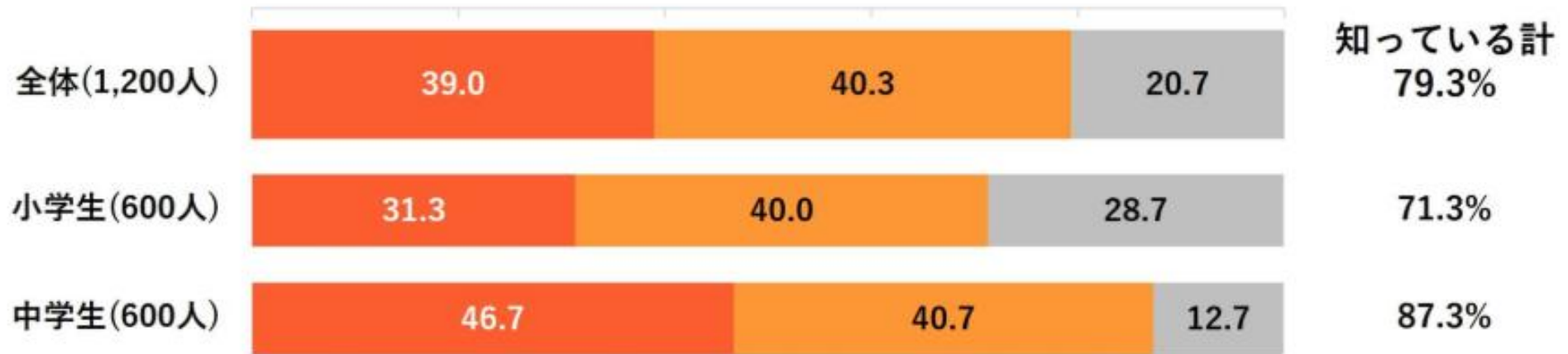
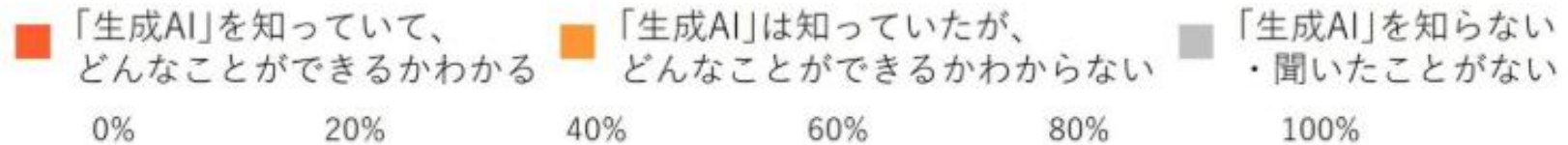
Audience → Co-Creator

α世代と生成AI：認知

※小中学生の約8割が「生成AI」を認知し、 約4割が何ができるか理解

※小学生 = 4年生～6年生

Q.あなたは「生成AI」のことをどのくらい知っていましたか。



α世代と生成AI：利用経験

小中学生の約4割が「生成AI」の利用経験がある

Q. あなたは「生成AI」を自分で使ったことがありますか。

よく使っている たまに使っている 使ったことはあるが、今は使っていない 自分で使ったことはない 「生成AI」を知らない・聞いたことがない

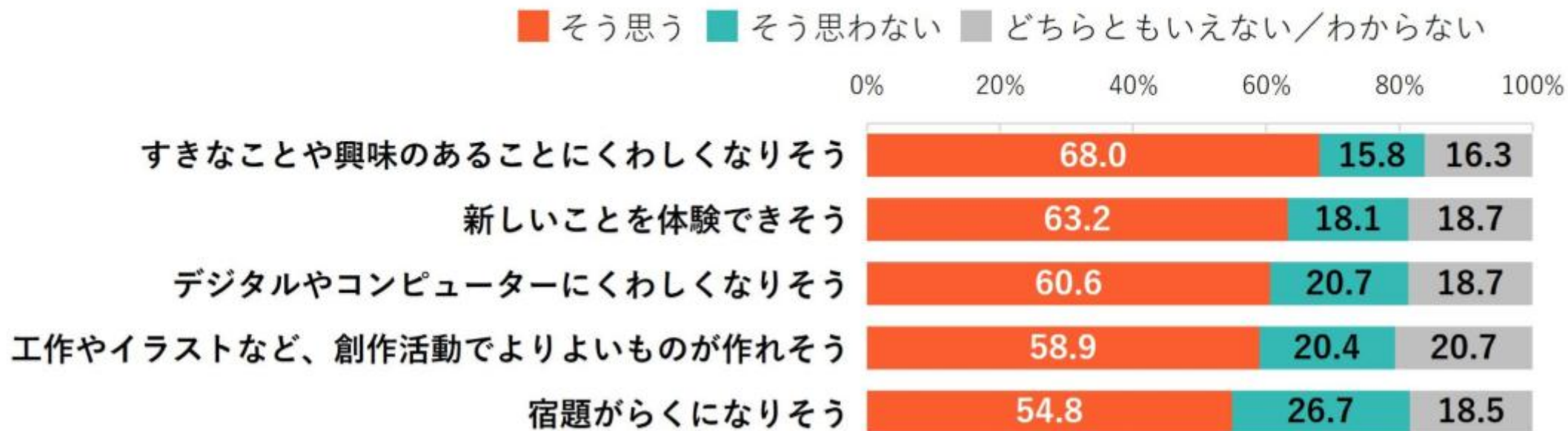


α世代と生成AI：利用の期待（認知者ベース）

生成AIを使うと「好きなことや興味のあることにくわしくなりそう」が7割。宿題利用よりも興味や創作活動を深めるツールとして期待

Q. あなたが「生成AI」を使うことで、あなた自身はどうなりそうだと思いますか。

生成AI認知者(952人) ※〈そう思う〉上位5項目

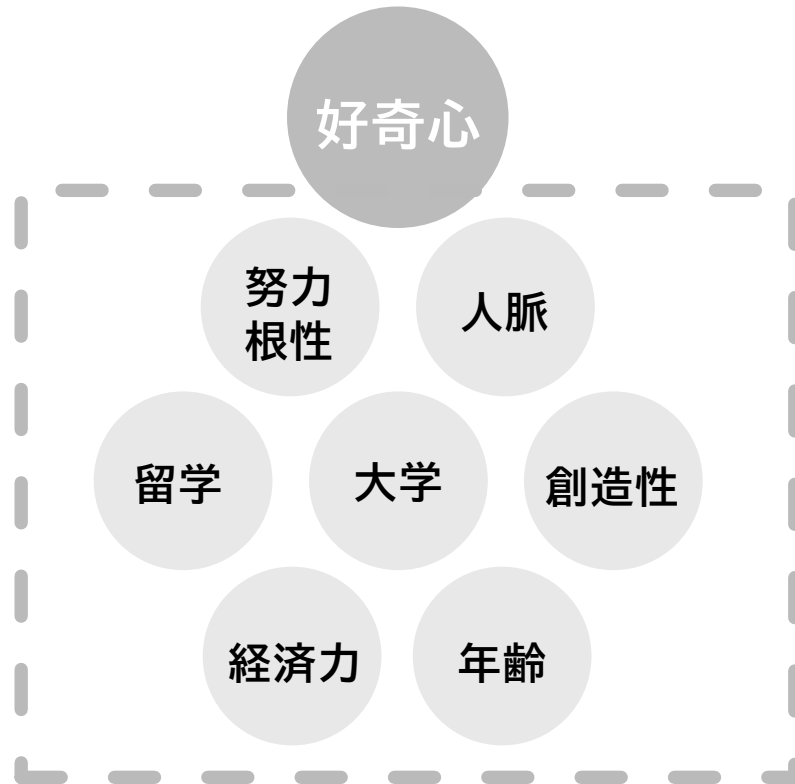


テクノロジーがα世代たちの創造性を刺激しサポート

好奇心さえあれば
あらゆる人がイノベーターに

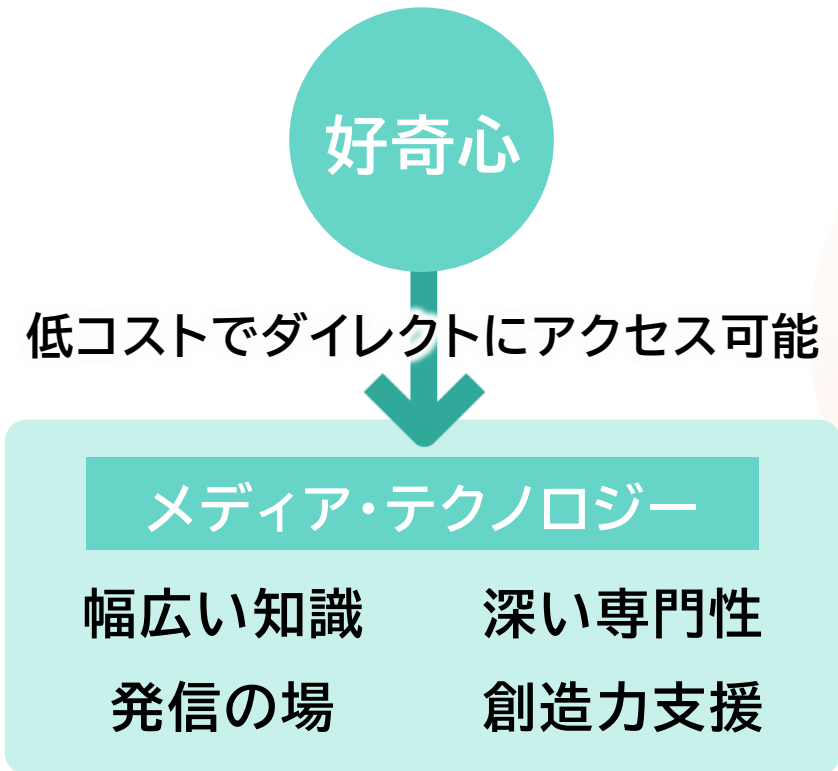
これまで

好奇心はあれど
数々の高いハードルを
乗り越える必要もあった



これから

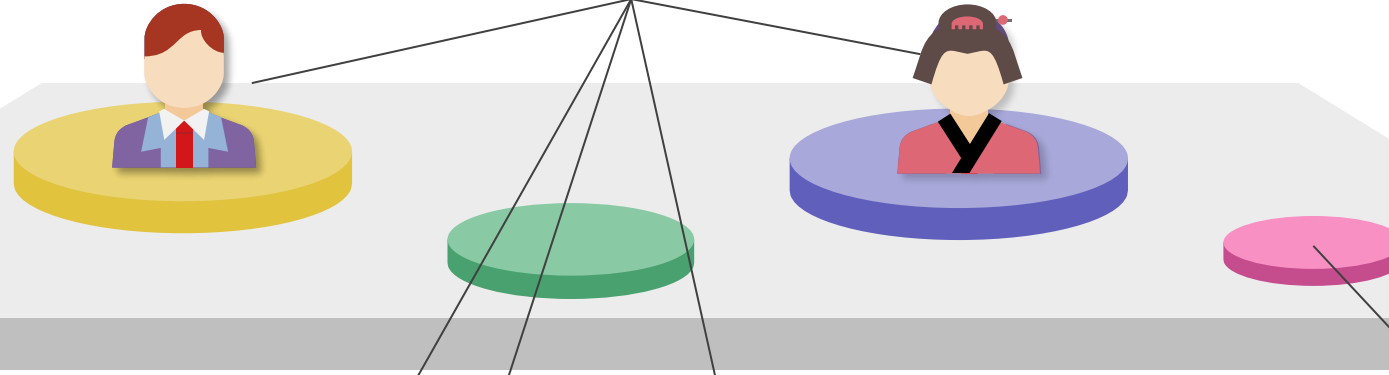
情報アクセス・発信・創造の
ハードルが低下
必要なのは「好奇心」



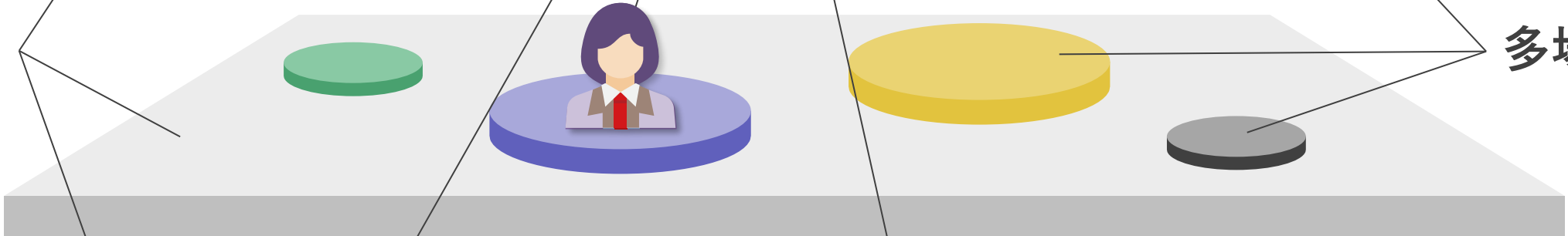
2040年のメディア環境



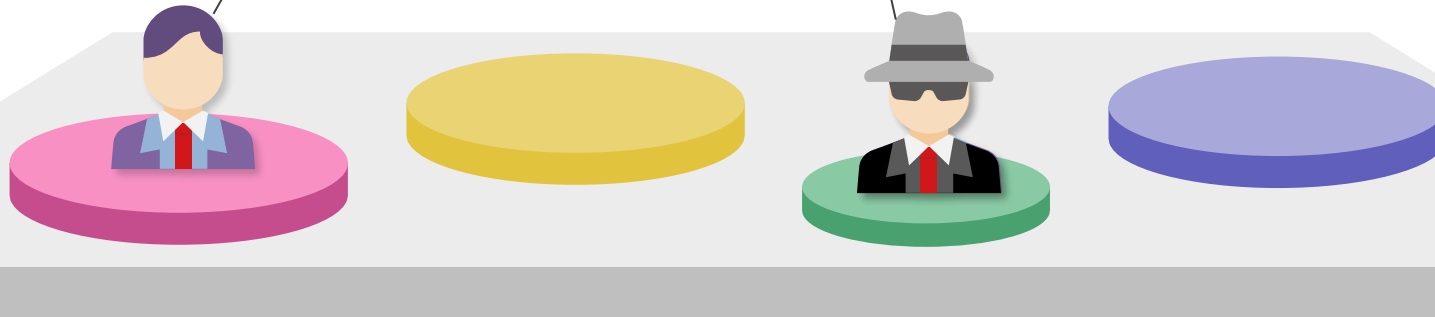
多己化



多層化



多場化



2040年のメディア環境



生活者は「複数の世界」にある「多様な場所」を

自由に行き来し「自己を切り替え」、

AIを相棒として自己実現を行っていく。

多層化

フィジカル、AR、VR空間…

多様な空間を
リアルとして生きる

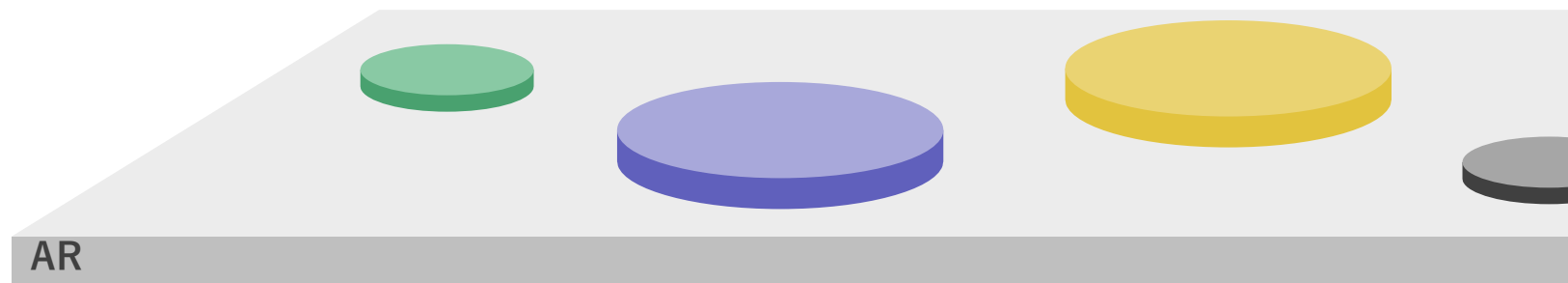
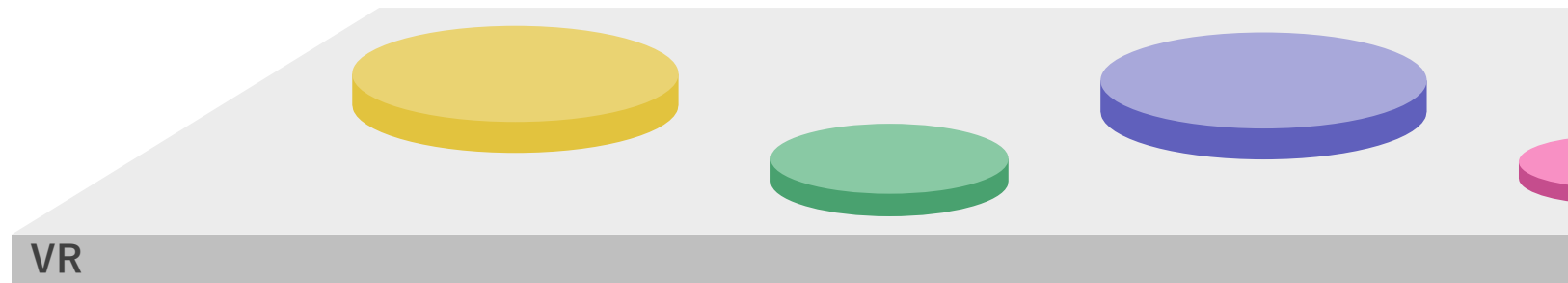
VR

AR

フィジカル

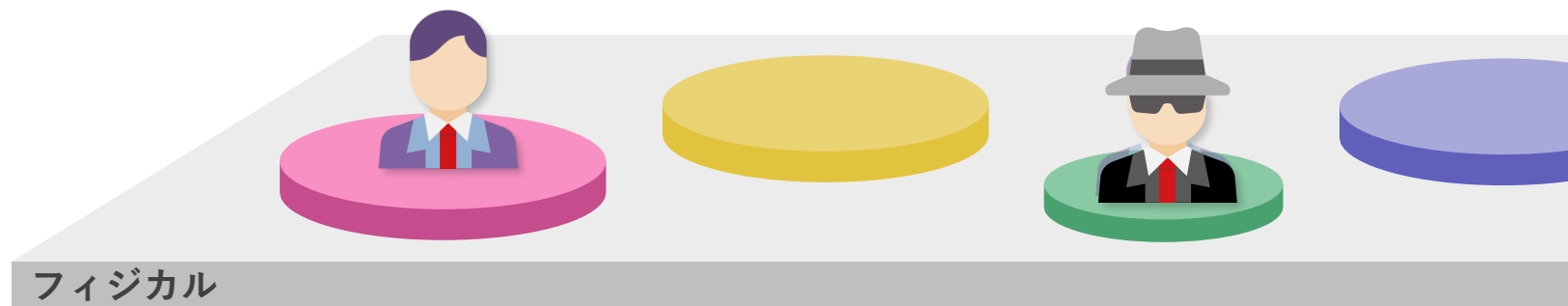
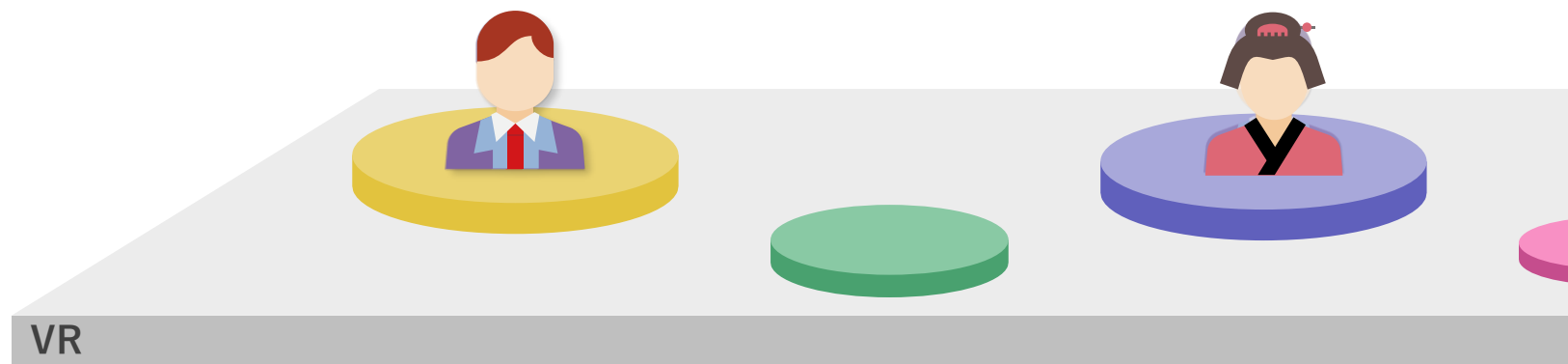
多場化

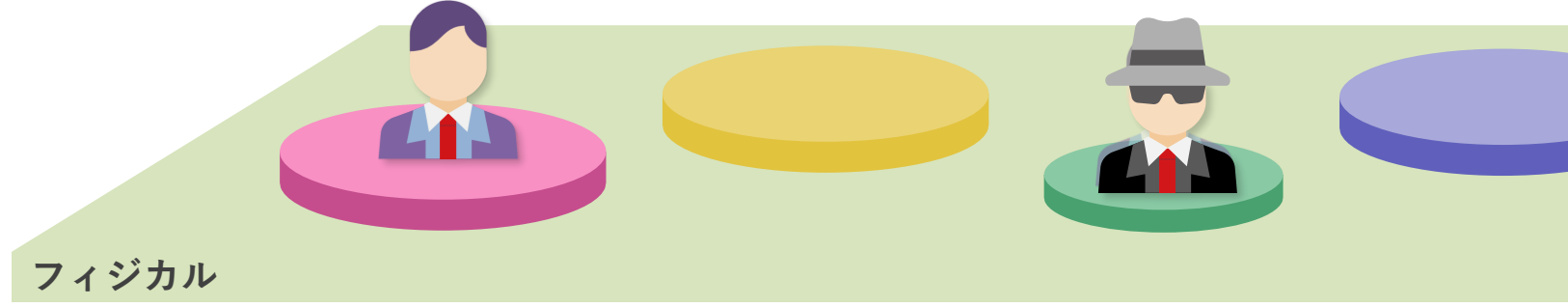
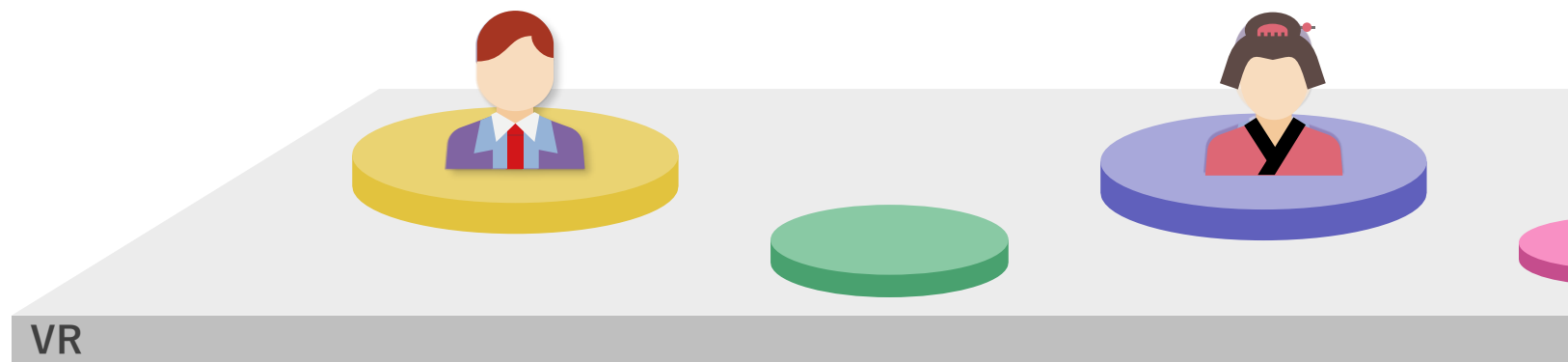
自分の好きな
「居場所」を複数持ち生きる



多己化

場に応じて
自己を切り替え、
多様なAIと共に生きる





軸足はフィジカル

自分自身、人間中心
大切な人と実際に出会い
より良く生きる

2040
メディアは体験し、過ごす空間に

場を生み、人を結ぶ

欲望・願いを誘発する

実現までサポートする