

期間	世代	期間	世代
1947～1951年	団塊世代		
1952～1960年	ポパイ・JJ世代		
1961～1965年	新人類世代		
1966～1970年	バブル世代	1965～1980年	X世代
1971～1974年	団塊ジュニア世代		
1975～1982年	ポスト団塊ジュニア世代		
1983～1995年	さとり世代	1981～1995年	Y世代
1987～1995年	ゆとり世代		
1996年～	脱ゆとり世代	1996～2012年	Z世代

情報に遭遇

不要

必要

瞬時に分類→

スクリーンショットで保存

Action

Storage

×

Database



Action

遭遇型

他人の投稿を調べる
= 擬似体験

不要

必要

クラスタ型処理で分類
ハッシュタグ
複数アカウント所有

Action

Storage

×

Database



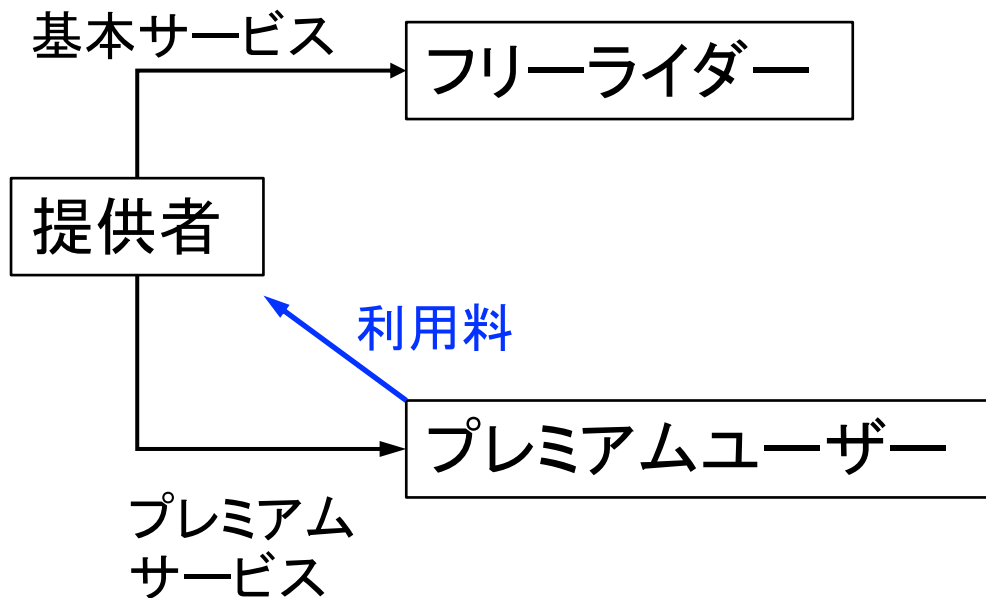
Action

掛算型

「ググる」 → 「タグる」

フリーミアム

Freemium (Free + Premium)



1970	モノ消費	所有することに価値を見出す
1980	記号消費	記号による他者との差別化
1990	コト消費	購入したモノ・サービスを使って、経験や体験に価値を見出す 旅行、グルメ、趣味、ヨガ、スパ SNSに投稿することで消費
2010	トキ消費	そのとき、そこだけ、非再現性に価値 ハロウィン、ライブ、フェス ワールドカップ
	イミ消費	貢献感、精神的充足感、環境配慮
2020	ヒト消費	個人の持つ魅力、エンターテインメント アイドル商法、クラウドファンディング