



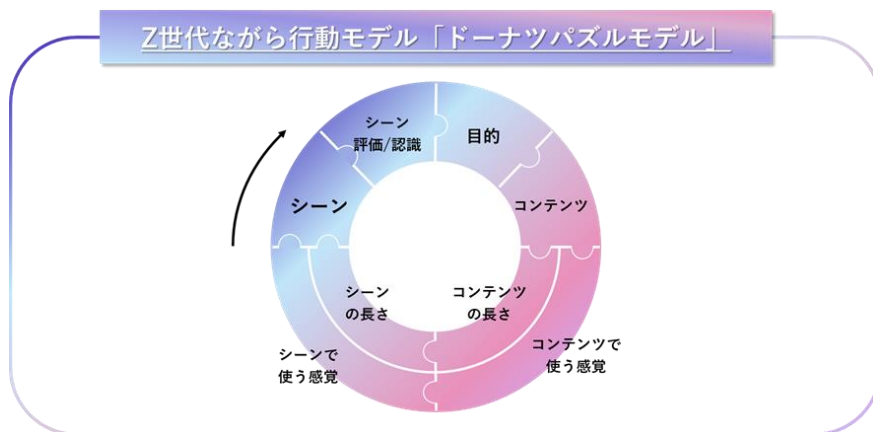
2023年（令和5年）7月7日

報道各位

大広若者研究所「D'Zlab.」がZ世代特有の“ながら行動”をモデル化！ Z世代との共創によって生まれた「ドーナツパズルモデル」開発

株式会社大広（代表取締役社長：泉 恭雄、本社：東京都港区、以下「大広」）若者研究所 D'Zlab.は、Z世代特有の生活行動様式を研究する一環として、日頃の生活行動における“ながら行動”をテーマに置いた学生との共創型プロジェクトを発足し、Z世代の体験設計ツールとして活用することを狙いとしたマーケティングモデル「ドーナツパズルモデル」を開発しました。

〈今回開発した D'Zlab. Z世代ながら行動モデル「ドーナツパズルモデル」〉



このモデルは、“ながら行動”を行う際に「シーン/目的/コンテンツ」の3要素を上記のようなドーナツ型のパズルがはまるように無意識的に決定しているという、Z世代特有の“ながら行動”様式を構造的に示したものです。

Z世代マーケティングにおいていかにZ世代特有の生活行動意識を捉えることができるかが重要とされている中、Z世代が無意識的に行っている“ながら行動”について「なぜその行動をとっているのか」に着目しました。

この度、D'Zlab.では日常的生活行動をベースに、スマホと共存するZ世代の“ながら行動”の行動様式+背景にあるインサイトを明らかにし、Z世代のながら生活行動を体系化すると共に、体験設計の土台となるマーケティングモデルを開発いたしました。

今回の成果として、「ドーナツパズルモデル」というZ世代マーケティングモデルを開発できたことはもちろん、Z世代学生という当事者の意見を積極的に取り入れながらプロジェクトを推進できたという点も大きな成果と捉えております。

当社は今後も企業のZ世代マーケティング支援を行っていく中で、こうした学生との共創を通じた課題抽出・課題解決アイデアの創出を推進してまいります。

<上記に関するお問い合わせ>

株式会社 大広 総務局広報チーム 〒105-8658 東京都港区芝 2-14-5 TEL：03-4346-7102

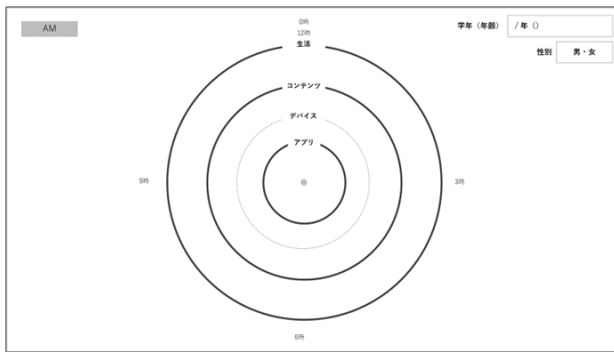
〈大広若者研究所「D'Zlab.」とは〉

大広若者研究所「D'Zlab.」とは、多様性・個性というキーワードを通じて語られることの多いZ世代について、エリア別という視点を軸としてZ世代の価値観個性を研究していくことを目的に立ち上げた研究プロジェクトです。目まぐるしく変わるZ世代のトレンドを日々インプットしながら、Z世代を対象とした調査分析、Z世代との共創型イベントの実施、Z世代向けマーケティング支援等の活動を行っています。



今回のモデル開発にあたっては、約50名のZ世代学生に協力いただき、1日の生活行動と並行的に動いている「コンテンツ/デバイス/アプリ」を可視化できる独自開発の「ながら行動実態シート」の活用と、その記入内容をZ世代自らが本人たちの目線で分析する「Z世代自己考察ワークショップ」を実施することで、表面的な行動スケジュールからではわからない“ながら行動”の背景にあるインサイトをとらえていきました。

〈Z世代学生に記入いただいた「ながら行動実態シート」〉



〈「Z世代自己考察ワークショップ」の様子〉

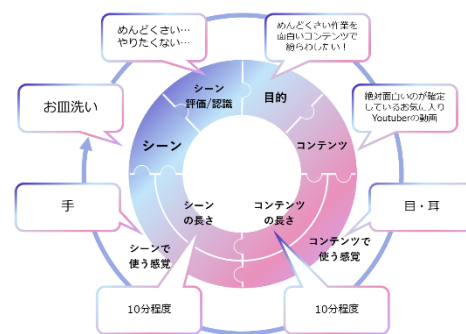
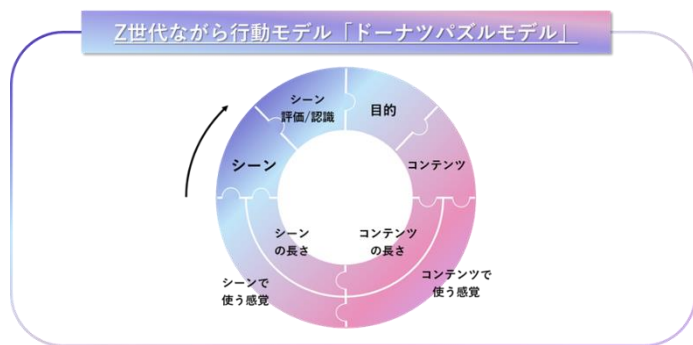


その結果、Z世代の“ながら行動”が行われる背景には、「シーン」「コンテンツ」「目的」という3要素に基づく以下の決定要因があることが明らかになりました。

「ながら行動」の決定要因まとめ

- 1 そのシーンにおいて「空いている身体/感覚」を埋めることができる「ながらコンテンツ」が選択される
- 2 そのシーンにかかる（かけられる）「時間の長さ」にあった「長さのながらコンテンツ」が選択される
- 3 そのシーンの「評価/認識」に応じた「目的」が設定され、その目的にあった「ながらコンテンツ」が選択される

この明らかになった“ながら行動”の決定要因を構造的に整理することにより、Z世代ながら行動モデル「ドーナツパズルモデル」が導かれました。



この「ドーナツパズルモデル」は1つのピースを起点にした際の最適な体験設計を検討する際に活用でき、「あるシーンにおける最適なコンテンツ設計」や「Z世代の行動目的に寄り添ったシーン開発/コンテンツ開発」など対Z世代の体験設計の道標になると考えています。

〈「ドーナツパズルモデル」の活用イメージ〉

起点となるピース	想定される検討フローイメージ	達成できること
シーン	そのシーンのZ世代認識・評価をもとに、ながら行動目的を推定し、その目的およびシーンの長さ/使う感覚に合うコンテンツを開発する	狙いたいシーンに最適なコンテンツ開発
目的	Z世代に提供したい時間価値=狙いたい行動目的をもとに、その価値を求めるシーンやその価値を提供できるコンテンツを長さ・使う感覚がはまるよう開発する	提供したい価値に合った最適なシーン/コンテンツ開発
コンテンツ	そのコンテンツの長さや使う感覚をもとに利用されるシーンを推定し、そのシーンの評価・認識からそのコンテンツが見られる目的を考察する	そのコンテンツを利用するZ世代のインサイト探索

※本モデルの著作権は、株式会社大広が保有します。内容を転載・引用する場合には、「©2023 大広」と明記してご利用ください。

このプロジェクトの詳細や具体的な調査内容など、本リリースに記載していない内容に関するお問い合わせがございましたら、下記連絡先までお問い合わせください。

〈上記に関するお問い合わせ〉

株式会社 大広 若者研究所「D'Zlab.」 Mail : dzlab@daiko.co.jp

所長 : 池田 龍人

〈プロジェクト推進メンバー〉

濱口 隆義、國枝 秀治、成瀬 翔太、井口 桃花、奥田 早咲