

# 各世代が過ごした時代と大人の学びのトレンド

※1 出典：博報堂生活総合研究所「好きの未来」

	1970	1980	1990	1995	2000	2005	2010	2015	2018	
<b>世の中の動き</b>	<b>高度経済成長</b> ・日本万国博覧会(70) ・第1次オイルショック(73) ・東京サミット(79) ・大学共通一次試験導入(79)		<b>失われた20年</b> ・バブル崩壊(91) ・大学センター入試開始(91) ・学習指導要領の改訂(ゆとり教育の時代)(92) ・大学入学志願倍率1.94(93) ・「就職氷河期」(94~)		<b>リーマンショック・デフレ</b> ・大卒求人倍率 過去最低 0.99(00) ・「総合的な学習」の導入(00) ・米国同時多発テロ(01) ・完全失業率過去最高5.4%(03)		<b>安定成長・アベノミクス</b> ・「全国学力調査」の実施(06) ・リーマン破綻(08) ・日経平均株価バブル崩壊後 最安値 6,844円(08) ・学習指導要領の改訂(授業時間の引き上げ)(08)		<b>安定成長・アベノミクス</b> ・東日本大震災(11) ・第2次安倍内閣発足(12) ・大学入学志願倍率1.14(12) ・東京オリンピック決定(13) ・消費税8%引き上げ(14)	
<b>人事施策のトピック</b>	<b>年功序列をベースとした職能資格制度</b> 終身雇用 新卒定期採用 職能給の導入		<b>職能資格制度から成果主義人事制度へ</b> 組織のフラット化(マネジメント不在) 成果反映の賃金(成果給・業績給)の導入 採用抑制 小集団活動の停滞		<b>成果主義人事制度の再整備</b> 役割・職務等級制度の導入 組織業績の反映 組織力強化(ミドルマネジメント強化) CSR、コンプライアンス、グローバル化		<b>ダイバーシティ&amp;インクルージョンの推進</b> 就労形態の多様化への対応 ワークライフバランス ストレスチェック		<b>働き方改革の推進</b> エンゲージメントの向上 リカレント教育の推進 過重労働対応 1on1の強化	
<b>大人の学びのトレンド</b>	<b>計画的段階的な教育</b> ・企業が幅広く教育を手がけていた。 ・企業内教育による役割認識・技能形成、仕事を通じた能力開発(ジョブローテーション、QCサークルなど)、職能を習得するための自己啓発支援など幅広く機会を設け、支援していた。		<b>選抜・即戦力型の教育へのシフト</b> ・企業における教育投資の取捨選択が進んだ。 ・企業内教育が抑制されて、成果主義運用スキル教育と基幹人材の選抜教育へ投資が集中。一方で、仕事を通じた能力開発の機会が減少した。自己啓発は、経営管理知識(MBA)やITスキルなど、市場価値を高めるためのテーマへシフトした。		<b>内製化やWeb学習の普及</b> ・教育効果測定が重視され、実践型プログラムのニーズが高まった。 ・複数の教育ツールの特長を組み合わせるブレンディング手法が定着し、アウトソースするものと内製化するものの切り分けが行われた。また、Webを使ったeラーニングが新たなツールとして登場し、定着した。		<b>学びの多様化/個別最適化</b> ・個人による情報入手と取捨選択が容易になった。 ・デジタルテクノロジーの進化によって、多様なテーマが手軽に学べるようになった。また、スマートフォンの普及やSNSなどのソーシャルメディアの浸透により、自分にあった学びを探すための情報にアクセスすることが容易になった。			
<b>バブル期世代</b> モデル：1964年生まれ	・6歳	・16歳	・26歳	・31歳	・36歳	・41歳	・46歳	・51歳	・54歳	
<b>就職氷河期世代</b> モデル：1974年生まれ	・0歳	・6歳	・16歳	・21歳	・26歳	・31歳	・36歳	・41歳	・44歳	
<b>ミレニアル世代</b> モデル：1984年生まれ		・0歳	・6歳	・11歳	・16歳	・21歳	・26歳	・31歳	・34歳	
<b>ジェネレーションZ世代</b> モデル：1994年生まれ			・0歳	・1歳	・6歳	・11歳	・16歳	・21歳	・24歳	
<b>子どもの遊びの環境</b>	<b>「屋外」から「屋内」へ</b> (「ファミコン」の登場)		<b>「異世代」から「同世代」へ</b> (「遊びの空間」と「習い事などによる時間」の変化)		<b>「集団」から「個人」へ</b> (モバイル端末の登場)		<b>「特定の相手」から「匿名の相手」へ</b> (ネット普及)		<b>「視聴」から「投稿」へ</b> (スマホの普及)	
<b>「好き」の変遷</b> ※1	<b>「モノ」が好き</b> (HAVE：所有することが大事) 生活の安定に伴い、嗜好が細分化するなかで、人々は個性の演出を楽しんだ		<b>「コト」が好き</b> (DO：体験することが大事) 所有より体験に価値観がシフト		後期にはネットの普及で創作活動も発展		<b>「トキ」が好き</b> (BE：そこにいることが大事) モノ・コトが氾濫するなかで、新しいムーブメントが生み出されるプロセスの共有を楽しみ始める			
<b>個人の嗜好をあらわす事象</b> ※1	Nゲーブーム(70年代~) 渋谷バルコ(73~) 宇宙戦艦ヤマト(74~)	DCブランドブーム(80年代~) ガンブラ(80~) 「ビックマン」チョコブーム(85~) おニャン子クラブ(85~)	UFOキャッチャーブーム(90年代前~) 波カジ(90年代前半~) Jリーグ開幕(93~) G-SHOCKブーム(94~)	エアマックス95(95) フジロックフェスティバル(97~) マイブーム(97~) モーニング娘(98~) 「モノより思い出」(99)	ブログブーム(00年代前半~) ハリス祭り(01~) メイド喫茶(01~)	ハロウィンブーム(00年代後半~) 聖地巡礼ブーム(00年代後半~) 初音ミク(07~) AKB総選挙(09~)	クラウドファンディング(11~) ももいろクローバーZ(11~) ニコニコ超会議(12~) カープ女子(14~)	ポケモンGO(16~)		
<b>登場したメディア</b> ※1	インベーダーゲーム(79) ビデオデッキ(79)	CD(82) ファミコン(83) 「ファイナルファンタジー2」 「ドラゴンクエスト3」(88) ゲームボーイ(89)	スーパーファミコン(91) MD(92) ポケベル人気(93) プレイステーション(94)	Windows95(95) PHS(95) DVD(96) iモード(99) 2ちゃんねる(99)	iTunes(01) mixi、GREE(04) ニンテンドーDS、プレイステーション・ポータブル(04)	「プレイステーション3」「Wii」 新型ゲーム機発売(06) Youtube日本版(07) iPhone発売(08) Twitter(08) Facebook(08)	Instagram(10) LINE(12)			