

## NEWS RELEASE

弊社オリジナル発行物『空気読本』VOL.11発刊  
新・脱ニッポン志向

～若者たちの間で沸き起こる、ソーシャルコンシャスなグローバル化の実態に迫る

若者の「海外旅行離れ」や「内向き志向」が叫ばれる中、(株)NTTアド(東京都品川区、代表取締役社長:軸屋真司)は、グローバルに活躍できる日本人を増やそうと、様々なアクションを起こしている若者に注目し、オピニオンリーダー3名に対するロングインタビューと、1,800名を対象に「グローバル意識に関する調査」を行いました。

その結果をもとにイマドキの若者がもつ新しいグローバル意識の特性についてまとめ、『空気読本』として発刊いたしましたので、ご紹介します。

## 今回の『空気読本』について

## ■タイトル

新・脱ニッポン志向

～若者たちの間で沸き起こる、ソーシャルコンシャスなグローバル化

## ■概要

グローバルに活躍できる日本人を増やそうと、様々なアクションを起こしているオピニオンリーダー3名に対するロングインタビューと、1,800名を対象に行った「グローバル意識に関する調査」をもとに、イマドキの若者がもつ新しいグローバル意識の特性について検証を行った。(別紙資料参照)

## ◎若者特有の新・グローバル意識の特性

- ・日本人のよさ、日本の国際競争力の強さを積極的にアピールしている。
- ・積極的な情報発信により、同世代のグローバル意識に刺激を与えている。
- ・社会貢献型の自己実現欲求が強く、日本をよくするために積極的にアクションを起こしている。

## ■目次

## ・AGENDA

- ①今、若者のグローバル意識が高まっている？
- ②「若者の海外旅行離れ」や「若者の内向き志向」は本当なのか？

## ・RESEARCH

- ①男性20代は発展途上国へ、女性20代は先進国へ行きたがる
- ②ソーシャルコンシャスな意識が高い、男性20代海外居住意向者
- ③自分自身の欲求をさらに進化させたい、女性20代海外居住意向者

## ・「外向き」なメッセージ

- ①個々の日本人が世界でやりたいことをやればいい。それが日本の幸せにつながる。
- ②「フツの女性が、世界でいろんな働き方をしているよ」って伝えたい。
- ③世界とかがかわる100人のアクティビストの発信で日本が変わるかもしれない。

## ・BUSINESS HINT

移民の歌

## ■発行日

2013年6月21日

## ■紙媒体

- ・B5タテ、29ページ
- ・無料で配布しております。

ご希望の方は下記問合せ先までご連絡をお願いいたします。

## ■電子媒体

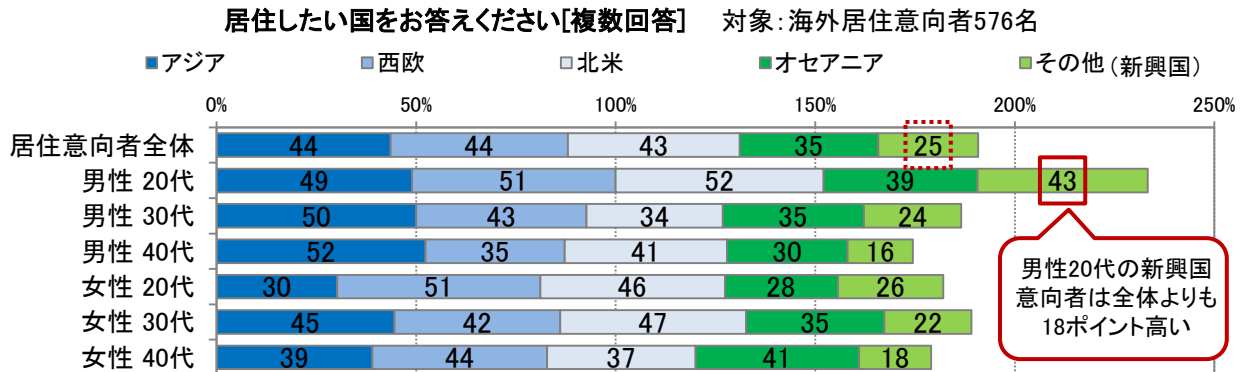
- ・本誌はPDF形式またはEPUB形式にて、スマートフォンやタブレット端末でも閲覧できます。

[弊社公式サイト](#)からダウンロードしてください。

弊社オリジナル発行物『空気読本』VOL.11  
調査結果概要(抜粋)

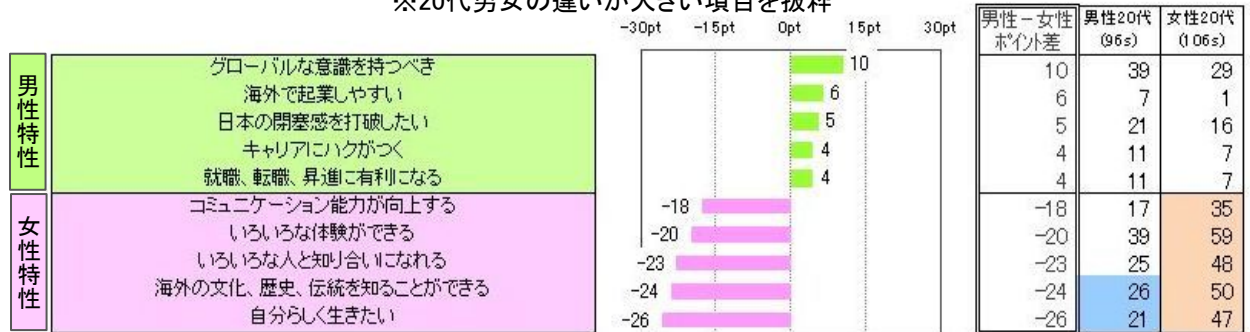
「グローバル意識に関する調査」結果から

◎新興国へ行きたがる男性20代



◎ソーシャルコンシャスな意識が高い男性20代、自分磨きをしたい女性20代

居住したい目的をお答えください[複数回答] 対象:海外居住意向者576名  
※20代男女の違いが大きい項目を抜粋



【調査概要】

- ・調査対象:首都圏在住20~49歳男女(学生除く)1,800名
- ・調査時期:2013年4月24日
- ・調査手法:インターネット調査

「グローバル意識に関するロングインタビュー」結果から

■太田英基さん(サムライバックパッカープロジェクト発起人/School Withプロジェクト代表)

・個々の日本人に対して「もっと世界で自分のやりたいことやっこう」とメッセージを発しながら、結果、彼らが外に出て行くことによって日本企業の戦力にもなり、それが日本経済につながればいいと思っています…。

■濱田真里さん(なでしこVoice代表)

・海外で働く女性の情報がなかったので、だったら自分で作ろうと。それが「なでしこVoice」です。(略)普通の人が世界でいろんな働き方とか生き方をしていますよ、っていうのを伝えたい。

■成瀬勇輝さん(NOMAD PROJECT主宰者/CIRCUS代表)

・テーマを持って世界一周してきた5人が集まって「CIRCUS」という団体を立ち上げ、1万人の若者を世界に送り出すプロジェクト「リュックサック革命」を始動しました。(略)仲間を増やすことで新しい日本を作っていくかもしれない、とは思っています。

若者たちの間で湧き上がる、新しい「ソーシャルコンシャスなグローバルイゼーション」とは？

- 日本人のよさ、日本の国際競争力の強さを積極的にアピールしている。
- 積極的な情報発信により、同世代のグローバル意識に刺激を与えている。
- 社会貢献型の自己実現欲求が強く、日本をよくするために積極的にアクションを起こしている。