

ヤンキー経済 消費の主役・新保守層の正体



<書籍情報>

著者： 博報堂ブランドデザイン若者研究所 原田暉平

判型： 新書判

ページ数： 220ページ

定価： 780円+税

発行： 幻冬舎

書店発売日： 2014年1月30日

<目次>

序章 マイルド化するヤンキー

第2章 マイルドヤンキーの成立

第3章 ヤンキー135人徹底調査

第4章 これからの消費の主役に何を売るのか

特別収録 東京都北区の残存ヤンキーに聞く

「若者がモノを買わない」時代、唯一旺盛な消費欲を示しているのがヤンキー層だ。だが、ヤンキーとはいっても鉄パイプ片手に暴れ回る不良文化は今昔、現在の主流はファッションも精神もマイルドな新ヤンキーである。

本書では密着取材とヒアリング調査により、「^{オラオラ}悪羅悪羅系残存ヤンキー」「ダラダラ系地元族」に分化した現代のマイルドヤンキー像を徹底解明。「給料が上がっても絶対地元を離れたくない」「家を建ててはじめて一人前」「スポーツカーより仲間と乗れるミニバンが最高」など、今後の経済を担う層の消費動向がわかる一冊。

<博報堂ブランドデザイン プロフィール>

博報堂内の次世代型コンサルティング専門チーム。マーケッター、デザイナー、コピーライター、一級建築士、組織開発コンサルタント、リサーチャーなど、多彩なバックグラウンドを持ったメンバーより構成され、戦略からアウトプットまでをワンストップで実行するのが特徴。ブランド戦略立案をはじめ、組織・風土改革、ビジョン策定、新事業開発、商品・サービス開発、CI・VI、ネーミング、空間デザインといった様々なビジネス領域をカバーし、クライアントや外部専門家と深くコラボレーションする「共創型」のプロジェクトを得意としている。（リーダー：宮澤正憲）



hakuodo brand design