



調査結果に見る、Z世代の実情
第3回：世代トレンド「SNS」と「推し」



- 私たちSVPジャパンは、「成功を導くビジネスの知を、もっと身近に」をミッションとした、会員制のマーケットリサーチ会社です。日々のリサーチからカスタム調査、当社オリジナルの調査レポート提供まで、ワンストップで企業のビジネス情報ニーズに対応します。

成功を導くビジネスの知を、 もっと身近に

SVP会員制ビジネス情報提供サービスとは…

市場や業界、企業などのビジネス情報は膨大で多岐にわたり、それらが集約され効率的に活用できる環境は、十分に整備されていません。

SVP会員制ビジネス情報提供サービスは、調査のプロフェッショナルと海外ネットワーク、デジタル技術を融合して、ワンストップで、必要とされる最適なビジネス情報をご提供します。

ビジネス情報収集業務をお任せいただくことで、会員企業やビジネスパーソンは付加価値業務に集中し、目標の達成を実現する、それを支えるソリューションです。

導入企業600社以上。日本の売上高トップ100社中7割の企業でのご利用実績。

- “SVPナレッジ”という調査分析サービスを通じて、全てのビジネスに影響を与えるマクロ環境要因の中でも、非常に強力で避けて通ることができない「メガトレンド」に関するインサイトを、積極的に発信しております。本レポートのテーマであるZ世代も、そのひとつです。

私たちSVPジャパンは、メガトレンドを、

“これまでにない世界的な常識や価値観、仕組み等を形成するほど強力なマクロ環境的事象”
と定義しており、以下6つを最も注視すべきそれと位置付けています。

- 世界経済のパワーシフトと新興都市の台頭
- ポストコロナ社会におけるニューノーマル
- サステナビリティとSDGs目標への取り組み
- Z世代の動向**
- テクノロジーの進化
- プラットフォームやスタートアップなど破壊的企業の動向



Z世代。

「自分らしさを追求しながら、新しい良いモノ、コト、イミを積極的に取り入れて、世の中にある矛盾を正し、より良い世界を創造したいと願い、行動している世代」

と言える。本当にそうなのか？ビジネスをする上で、世代という一括りで語ることは妥当か？

SVPジャパンでは、2023年3月から毎月、Z世代の方々を対象にしたアンケート調査を実施して、**世代的価値観を検証**します。

本号では、SNSなどによる「コミュニケーション」、最新「テクノロジー」の受容性、推し活など「遊び・好きな過ごし方」についての**調査結果**を提示します。

次号の最終回では、「これからの企業」と題して、調査結果に見る、Z世代の捉え方と、Z世代時代に向けた企業の方向性を示します。

調査概要

【調査時期】 2023年3月から月一回
【調査方法】 インターネット調査
【調査地域】 1都3県(東京・埼玉・神奈川・千葉)
【調査対象】 18歳～26歳、30歳～42歳の男女
【有効回答数】 18歳～26歳 男女500名 30歳～42歳 男女500名 の合計1,000名
【調査機関】 アイブリッジ株式会社



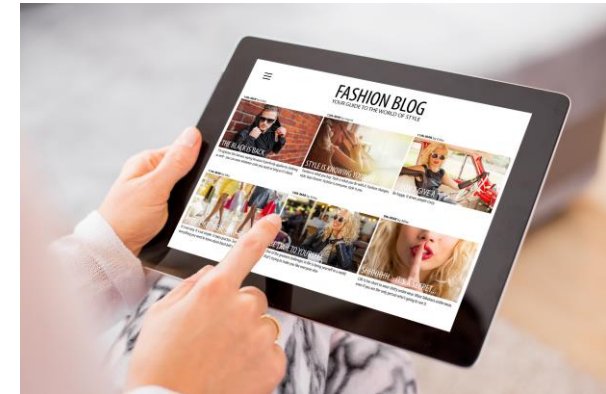
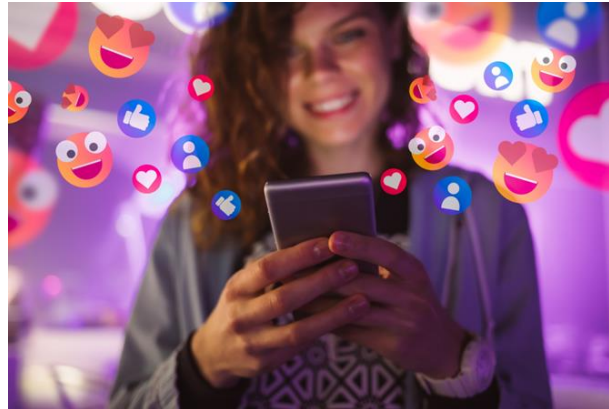
最新調査結果に見る、Z世代の実情： 「コミュニケーション」「テクノロジー」「遊び・好きな過ごし方」

《SNS》

Z世代の情報の中心はSNS 商品・サービス購入時はインフルエンサーの紹介より、企業や一般の投稿を重視

普段よくチェックする情報源は？

- | | |
|----|---------------------------------|
| 1位 | SNS (Z世代 67.6% > Y世代 52.2%) |
| 2位 | テレビ (Z世代 42.8% < Y世代 59.8%) |
| 3位 | Webメディア (Z世代 31.2% < Y世代 51.4%) |
| 4位 | クチコミ (Z世代 14.0% < Y世代 16.2%) |
| 5位 | 新聞 (Z世代 7.8% < Y世代 13.4%) |



- 商品やサービスを購入する際によく利用する情報源も、Z世代ではSNSが圧倒的に多く(55.2%)、Y世代より約20ポイント高い。Z世代はSNS中心型、Y世代は複数メディアを活用。
- 買い物時、SNS情報の中では、企業からのダイレクト情報(33.2%)と、一般の投稿(32.2%)が重視されており、インフルエンサーの紹介(26.6%)より高くなっている。

《利用しているSNS》

利用率はLINE 78%、YouTube 66%、Instagram 65%
利用目的は、暇つぶしがトップ

Z世代のSNS利用率

1位	LINE (78.0%)
2位	YouTube (66.2%)
3位	Instagram (64.6%)
4位	Twitter (62.4%)
5位	Tik Tok (35.0%)

Z世代のSNS利用目的

1位	暇つぶし (68.6%)
2位	日頃の調べもの (37.8%)
3位	メッセージ等の連絡手段 (35.6%)
4位	趣味や推しの情報収集 (32.2%)
5位	商品・サービスに関する情報収集 (25.8%)

- SNS利用率はLINE、YouTube、Instagram、Twitterの順で高い。InstagramとTikTokの利用率は、Z世代がY世代より20%程度高い。Z世代のFacebookの利用率は10%で、Y世代より15ポイント低い。
- SNSの利用目的は、暇つぶしが69%で断トツのトップ、連絡手段、情報検索が続く。多くのいいね！や有名になりたいなど、承認欲求願望のある人は少数派。

《注目テクノロジーの受容性》

注目テクノロジーへの受容性は高くない
メタバースなど、Y世代の利用用途の方が多岐に渡る

メタバース

利用率
Z世代 11.0%
(Y世代 10.6%)

バーチャルショッピング

利用率
Z世代 7.2%
(Y世代 8.8%)

仮想通貨

利用率
Z世代 7.2%
(Y世代 13.8%)

ChatGPT

利用率
Z世代 19.8%
(Y世代 18.8%)

- Z世代のメタバースの利用用途は、「仮想体験」と「ゲーム」「友達との交流」に集中。Y世代はそれらに加え、「展示会・イベント」への参加、「買い物」「現実世界では知らないひととのコミュニケーション」が上位に。
- バーチャルショッピングでも、Z世代が「映画・音楽コンテンツ」が大半であるのに対して、Y世代は「仮想アイテム」「ファッション」など多岐に渡る。

《ChatGPTの認知・関心・利用》

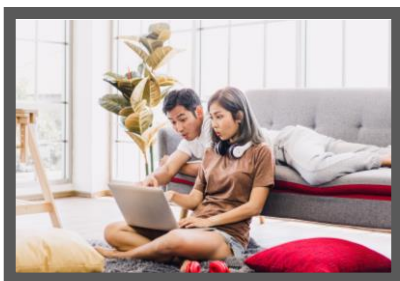
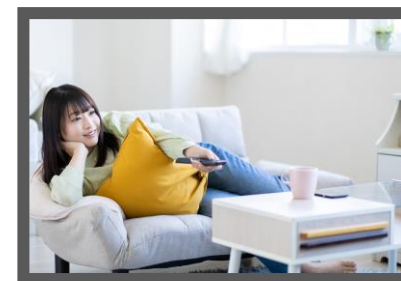
ChatGPTの認知率は78%、全体の20%が既に利用
レポート・論文作成、気になった情報の収集が主用途



- Z世代・Y世代ともに、ChatGPTの認知度は約8割と非常に高く、利用率も20%に迫る勢いで推移。
- Z世代の利用用途は、「レポート・論文作成」、「日常において気になった情報の収集」、「日常会話」が上位。
- Y世代では「日常において気になった情報の収集」と「仕事・ビジネスに関する情報収集」が、47.9%と39.4%と圧倒的に高く、Z世代に比べ、20ポイント前後も高い利用率となっている。

《好きな休日の過ごし方》

映画やドラマ鑑賞、家でゴロゴロ等インドア派が主流
推し活・オタ活という世代トレンドも顕著



- 映画・ドラマ・TV鑑賞、家でゴロゴロ、ゲームをするがトップ3であり、インドア派が最も多くを占めている。
- Z世代のトレンドである推し活・オタ活が休日の好き過ごし方と回答した層は全体の1/4強であり、Y世代のそれを大きく上回っている。
- 友達や恋人、家族と過ごすことを好む層も、Y世代と同程度の一定数が存在している。

《推し活・オタ活と憧れの対象》

推し活・オタ活をしている層は、全体の約7割
対象はアイドル・歌手がトップ、日本のセレブが人気



- ・ 推し活・オタ活をしている層は、全体の約7割にも達しており、世代トレンドとして顕著(Y世代は4割程度)。
- ・ ライフスタイルやファッションでよく見ている対象は、メディアで注目度の高い韓国セレブ(MA設問合計33.2%)より、日本のセレブ(同111.0%)が多数となっている。

《よく遊びに出かける都内のエリア》

最もメジャーな遊ぶ場所は、新宿・池袋と渋谷・原宿
推し活・オタ活の影響か、秋葉原と新大久保も上位に



- よく遊びに行く都内のエリアは、新宿・池袋、渋谷・原宿が圧倒的なツートップ。
- 近年、注目を集めているエリアでは、秋葉原が第3位、新大久保は第7位にランクイン。
- Y世代は新宿・池袋に次いで、銀座・丸の内・日本橋エリアが第2位に。ライフステージに応じて、遊びに行く繁華街は若干異なる。



1分でわかる

SVP会員制 ビジネス情報サービス



環境の変化が激しく、将来の予測が非常に困難な時代に入

変化①

社会環境の変化



- ✓戦争の勃発
- ✓新型コロナウイルス感染症
(COVID-19) の流行
- ✓気候変動

変化②

ビジネス環境の
変化

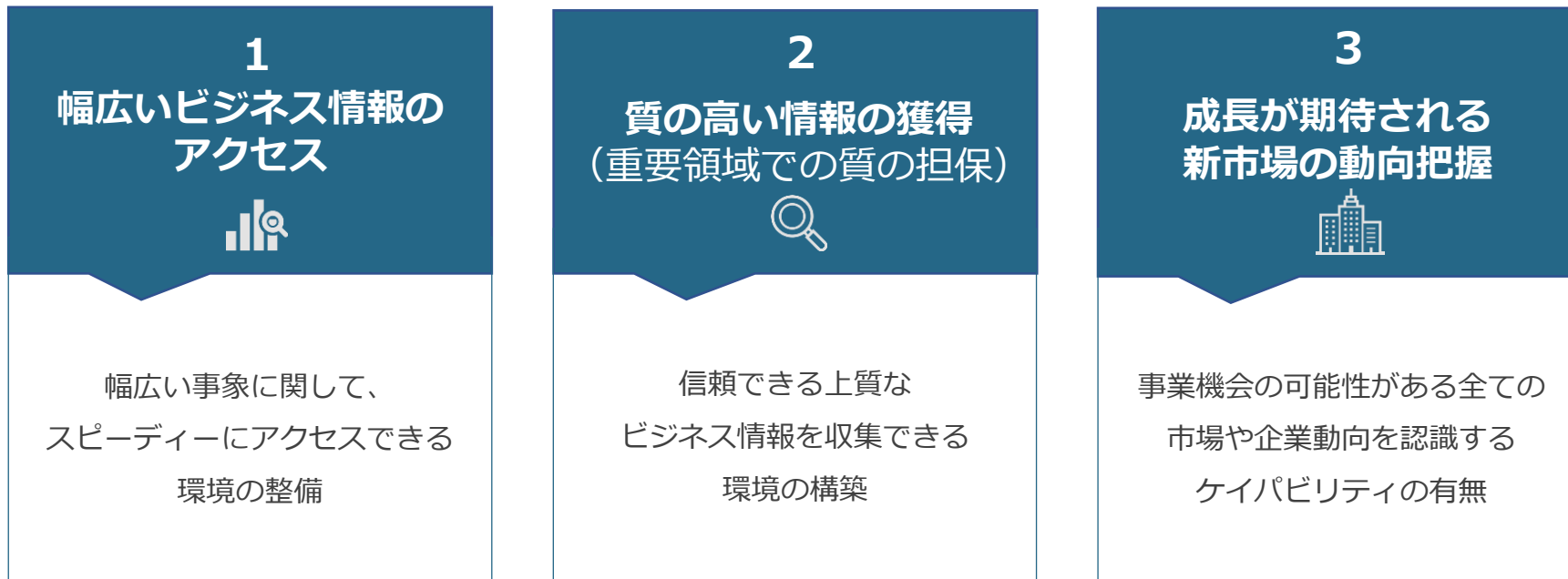


- ✓テクノロジーの進化
- ✓グローバル化
- ✓新世代の台頭
- ✓破壊的企業の躍進



組織的な課題に直面





これまで以上に、迅速で的確な情報収集・分析能力が求められています

ビジネス情報に関する皆さまの課題を当社が解決いたします！

SVP会員サービス

解決① クイックリサーチ

I.

膨大なビジネス公開情報へアクセスし、スピーディーに最適な情報を提供

解決② プロジェクトリサーチ

II.

カスタム調査を通じて、質の高いビジネス情報と分析アウトプットを提供

解決③ SVPナレッジ

III.

当社が定義する、メガトレンドや注目市場の動向予測レポートを提供



年間契約で3つのサービスをご提供します。

膨大なビジネス公開情報へアクセスし、スピーディーに最適な情報を提供

カスタム調査を通じて、質の高いビジネス情報と分析アウトプットを提供

当社が定義するメガトレンドや注目市場の動向予測レポートを提供

I. クイックリサーチ

活用シーン

- ・日々のリサーチ作業をアウトソースして、分析や戦略立案など付加価値業務に注力したい。
- ・ニーズに合ったビジネス情報を、スピーディーにわかりやすくまとめて提供して欲しい。

特徴

- ✓幅広いビジネス公開情報の活用
- ✓プロのリサーチャーによるニーズ把握と最大2時間の調査
- ✓わかりやすくまとめたレポートでご報告

納期 最短2日営業日以内

II. プロジェクトリサーチ

活用シーン

- ・公開情報では公表されていない、市場や業界、企業、消費者の情報収集がしたい。
- ・自社の事業領域に関する、質が高く、ニーズに即した情報を入手して、ビジネスに即活用したい。

特徴

- ✓広範なカスタム調査・分析
- ✓デスクリサーチ
- ✓ヒアリング調査
- ✓Webアンケート調査

納期 調査内容に応じて決定

III. SVPナレッジ

活用シーン

- ・メガトレンドを中心とした、将来、事業に影響を与える環境要素は何か知りたい。
- ・①Z世代、②サステナビリティ、③テクノロジー、④新興国を含む海外市場、⑤破壊的企業の動向を把握したい。

内容

- ✓SVPメールマガジン
- ✓SVPインサイト
- ✓SVP注目市場分析
- ✓SVPトレンド調査

配信頻度 月1回以上
※詳しくはP14を参照





年間調査実施数
約15,000件



商用DBシステム利用
20システム



国内外企業財務情報
4,000万社以上



SVPネットワーク
世界40カ国の広がり

日本の売上高トップ100社中7割の企業でのご利用実績 導入企業600社以上



現在、Z世代の調査レポートを特別公開しております。是非ご覧ください。

- ① Z世代の消費意欲と購買行動について ② Z世代のサステナブル・エシカル消費について



Z世代の消費意欲と
購買行動について
【調査報告書】

SVPトレンド調査 Vol.1
株式会社SVPジャパン



Z世代のサステナブル・
エシカル消費について
【調査報告書】

SVPトレンド調査 Vol.2
株式会社SVPジャパン

本レポートの内容やSVPサービスについてのご質問は、
当社まで、お気軽にお問い合わせください。

資料ダウンロード

こちらをクリック



お問い合わせ

こちらをクリック



s'il vous plaît
SVP JAPAN
株式会社SVPジャパン

まずはお電話でもお気軽にお問い合わせください。

TEL : 03-3249-0771

