SVPジャパン
2023年11月30日

SVP JAPAN

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」

SVPジャパンのご紹介

SVP JAPAN

- 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。

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

メガトレンドに関するオリジナル調査レポートを提供

SVP JAPAN

- “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
- プラットフォーマーやスタートアップなど破壊的企業の動向

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

SVP JAPAN

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

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

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」

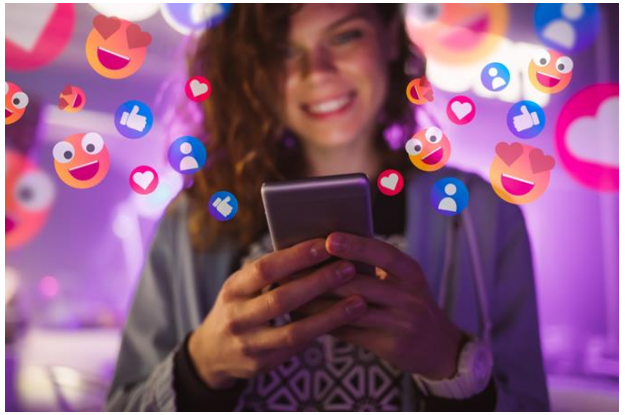
©2023 SVP Japan. All rights reserved.

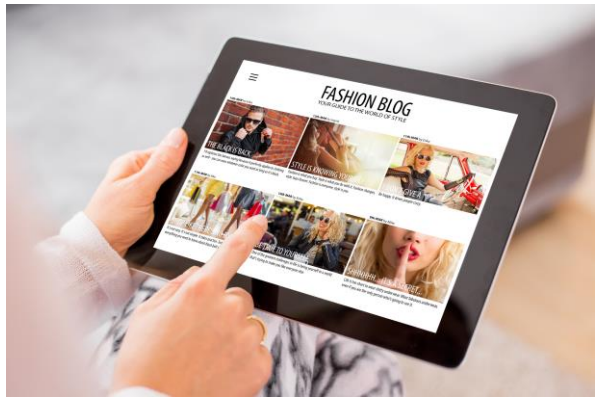
SVP JAPAN

《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。

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

出典：SVPジャパン調べ

SVP JAPAN

《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。

出典：SVPジャパン調べ

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

SVP JAPAN

《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。

出典：SVPジャパン調べ

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

SVP JAPAN

《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。

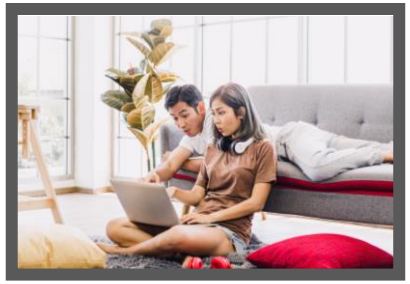
©2023 SVP Japan. All rights reserved.

出典：SVPジャパン調べ

SVP JAPAN

《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。

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

出典：SVPジャパン調べ

SVP JAPAN

《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。

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

出典：SVPジャパン調べ

SVP JAPAN

《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。

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

出典：SVPジャパン調べ

SVP JAPAN

1分でわかる

SVP会員制
ビジネス情報サービス

ビジネス情報収集における環境の変化

環境の変化が激しく、将来の予測が非常に困難な時代に突入

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

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

企業が直面している3つの課題

1
幅広いビジネス情報のアクセス

幅広い事象に関して、
スピーディーにアクセスできる
環境の整備

2
質の高い情報の獲得
（重要領域での質の担保）

信頼できる上質な
ビジネス情報を収集できる
環境の構築

3
成長が期待される新市場の動向把握

事業機会の可能性がある全ての
市場や企業動向を認識する
ケイパビリティの有無

これまで以上に、<u>迅速で的確な情報収集・分析能力</u>が求められています

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

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

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

年間契約で3つのサービスをご提供します。

Ⅰ．クイックリサーチ

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

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

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

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

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

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

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

導入実績

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

idemitsu
OBAYASHI
JTEKT
住友化学
DIC Color & Comfort
TEIJIN
dentsu tokyo/osaka/nagoya
TEPCO
TOSOH
TOYOBO
House
Hitz Hitachi Zosen
三井金属
三菱ガス化学
Yakult
LIXIL Link to Good Living
Sumitomo Pharma
UBE
TANITA Healthy Habits for Happiness

©2023 SVP Japan. All rights reserved.

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

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

©2023 SVP Japan. All rights reserved.