

報道関係者各位

2025年7月22日
株式会社ガイアックス

Z世代のSNS調査！圧倒的な利用数のInstagram、 息抜きのTikTok、ながらのYoutube ～『Z世代の意識・SNS購買行動調査レポート』公開～

大手企業のSNSマーケティングを戦略から運用まで一気通貫で総合的に支援する株式会社ガイアックス（本社：東京都千代田区、代表執行役社長：上田 祐司、証券コード：3775、以下 ガイアックス）は、子会社の株式会社CREAVE（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：中村真奈、以下 CREAVE）と共同で2025年7月22日（火）に『Z世代のSNS毎の使われ方が明らかに！Z世代の意識・SNS購買行動調査レポート』を公開しました。

2025年7月

Z世代の意識・SNS購買行動調査レポート



圧倒的な利用。
連絡先交換にも。
認知・購買で高効果。



息抜き利用。
ヘビーユーザー多



速報、リアル
タイムな口コミ



ながら見、
流し聞き

 Gaiax ×  CREAVE

調査レポートをダウンロードする：<https://gaiax-socialmedialab.jp/document/post-153566/>

※本レポート内容を元に、『Z世代に刺さるSNSマーケティング戦略・クリエイティブとは？』無料セミナーを8月20日（水）に開催致します。<https://gaiax-socialmedialab.jp/seminar/post-153463/>

■ Z世代の意識・SNS購買行動調査レポート』概要

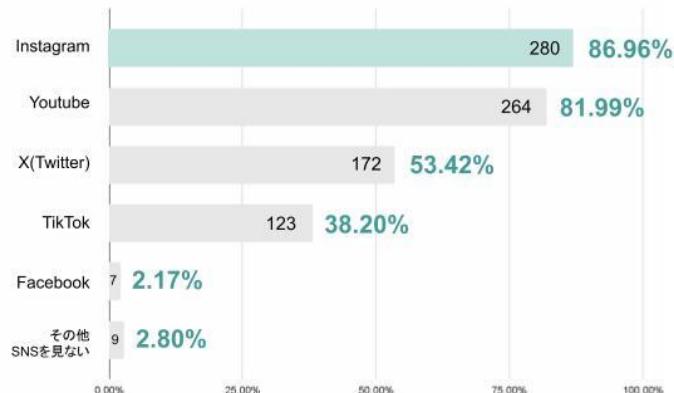
・よく見るSNS1位はInstagram

Z世代の89.7%が複数のSNSを見ているが、その中でもInstagramが一番のよく見られており、

主な目的は、友達のストーリーを見る・連絡手段としてDMを見るなどのコミュニケーションツールとして、飲食店や旅行先などの情報検索・購入に迷っている商品の口コミを見るなどの情報収集ツールとして 利用されているユーザーが多い。

Z世代のSNS利用詳細

Q2.よく見るSNSはどれですか？(複数回答)



1位 Instagram
2位 Youtube
3位 X(Twitter)
4位 TikTok

Instagramが
86.9%以上と最多

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

・TikTokはSNSメイン利用率が最も高く、コアユーザーが多い

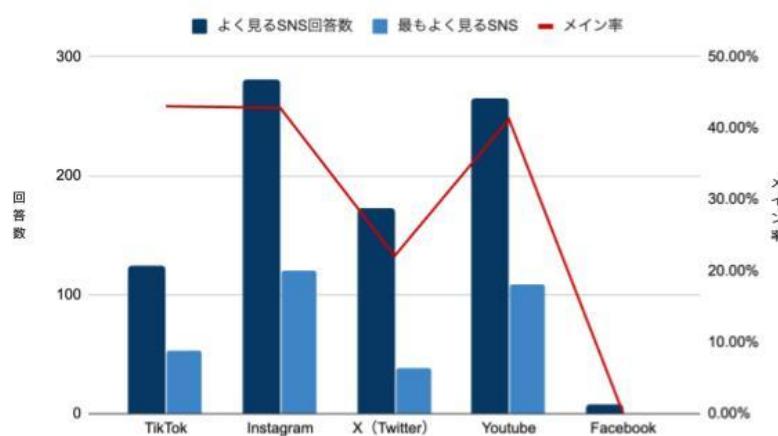
TikTokについては、SNSメイン利用率が一番高く、コアユーザーが多い状態と言える。

(※メイン率=最も見るSNS回答数 / よく見るSNS回答数)

さらにインタビュー結果では、TikTokではエンタメ・最新のトレンドを期待しているユーザーが多い傾向であった。

Z世代のSNS利用詳細

Q3.どのSNSを最も多く見ますか？



SNS利用メイン率は
Instagram TikTok Youtube

が40%を超える結果に
※メイン率=最も見るSNS回答数 / よく見るSNS回答数

3媒体がコアユーザーが多い状態と言える。
特に、TikTokは利用数はその他媒体と比べて
少ないものの、コアユーザーが多い傾向！

ターゲットのSNSメイン利用率を調査の上、
複合的な運用をすることが望ましい

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

・広告だと分かった時点でコンテンツを見るのをやめる割合は 14.9%のみ。

Z 世代は広告嫌いと言われることも多いが、興味を持てる内容か？で SNS 広告を視聴するかどうかを決める人ほとんどということがわかる。

Z世代のSNS広告やコンテンツへの意識

SNS上広告についての態度や行動について当てはまるものはどれですか？(複数回答)



「広告だと分かった時点で見るのをやめる」のは、14.9%のみ

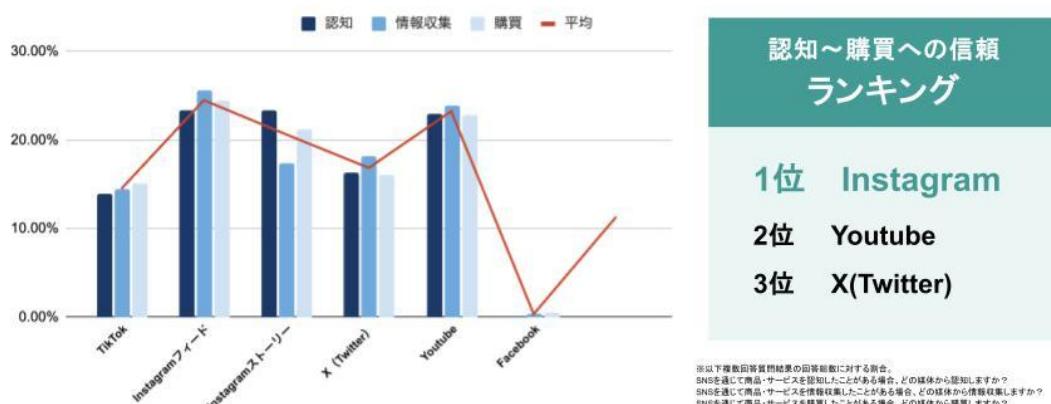
広告かどうかは関係なく、
内容によって見続けるかどうかの
意思決定をしている

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

・認知～購買における信頼のトップは Instagram

Z世代のSNS毎の使われ方

商品やサービスの認知～購買における、各SNS媒体の信頼度について



Z世代のSNS毎の使われ方 - Z世代1日の流れ



Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

■ Z世代の意識・SNS購買行動調査レポート』概要

調査主体 株式会社ガイアックス / 株式会社
CREAVE 自主調査
調査時期 2025年6月
調査対象 Z世代(16歳~25歳)の一般消費者
調査方法 オンラインアンケート・インタビュー
調査人数 アンケート322名 / インタビュー14名



※調査データの引用および転載について

調査データの引用および転載の際は、「出典:株式会社ガイアックス / 株式会社CREAVE『Z世代のSNS毎の使われ方』と明記いただき、あわせて広報担当まで連絡をお願いいたします。なお、Webページへの引用・転載の際は、弊社ウェブサイトの記事URL(<https://gaiax-socialmedialab.jp/document/post-153566/>)もあわせて掲載をお願いいたします。

さらに詳しい媒体毎の利用傾向やインタビューで取得したリアルな声、どのような内容であればSNSコンテンツを見続けるのか、認知・購買への影響などの詳細は調査レポートに掲載しておりますので、是非ご確認下さい。

▶調査レポートをダウンロードする:<https://gaiax-socialmedialab.jp/document/post-153566/>

※本レポート内容を元に、『Z世代に刺さるSNSマーケティング戦略・クリエイティブとは?』無料セミナーを8月20日(水)に開催致します。<https://gaiax-socialmedialab.jp/seminar/post-153463/>

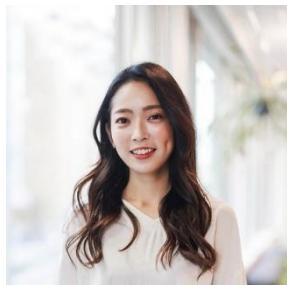


■ 株式会社ガイアックス ソーシャルメディアマーケティング事業部 庄司和磨 コメント



このプロジェクトでは、「商店街の未来は行政か地元だけが考えるもの」という常識を覆します。DAOという仕組みを用い、少額投資でも意思決定と経済循環に参加できる構造をつくることで、都市住民・副業起業家・移住希望者などもまちづくりに自然な形で関わるよう設計されています。

■ 株式会社CREAVE 営業運用セクション セールスマーケ 加藤 沙加 コメント



弊社はこれまで独自のマーケティングノウハウと、35万人を超えるクリエイターとの共創体制を生かし、クリエイタ様のSNSマーケティング支援をしてまいりました。

Z世代にはSNSが有効だと呼ばれて久しいですが、Z世代に向けたSNSマーケティングで成果を上げるには、各SNSの特性及びZ世代の彼らが各SNSをどう使っているのかを踏まえたコミュニケーション設計が不可欠のため、本調査レポートを公開しております。

調査結果では、SNS媒体毎の特徴や求められているクリエイティブが明確になり、どのような戦略でSNSマーケティング設計をすべきなのかの参考になる情報かと考えております。

本件に関するお問い合わせ先

株式会社ガイアックス 広報窓口 TEL:03-6869-0018 MAIL: pr@gaiax.com



株式会社ガイアックス

代表執行役社長 上田 祐司
東京都千代田区平河町 2-5-3 MIDORI.so NAGATACHO
名証ネクスト市場 コード番号:3775
TEL 03-6869-0018(広報室)