

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

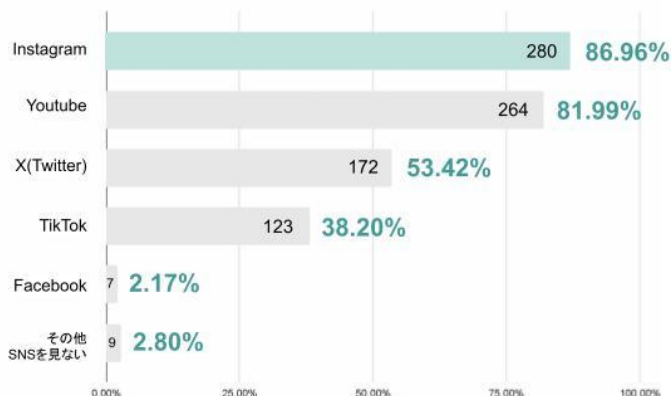
・よく見る SNS 1 位は Instagram

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

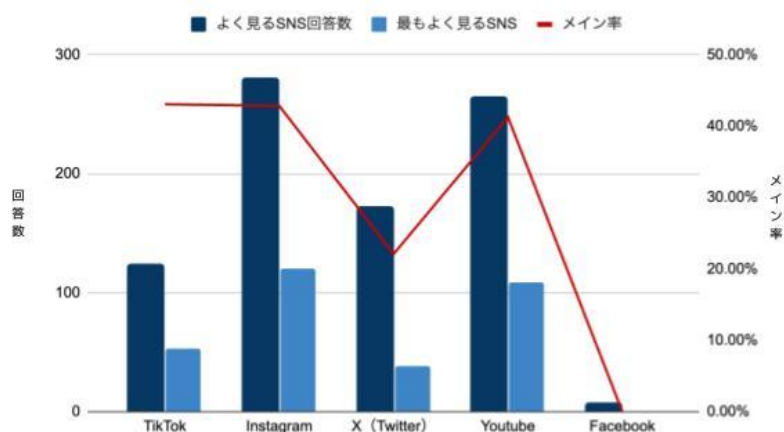
TikTok については、SNS メイン利用率が一番高く、コアユーザーが多い状態と言える。

(※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は利用数は其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

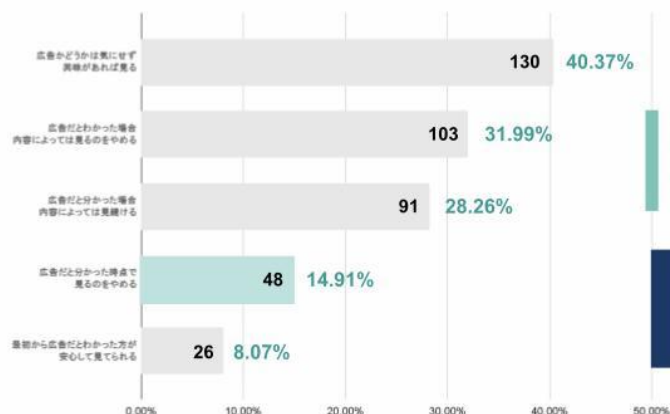
Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

・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

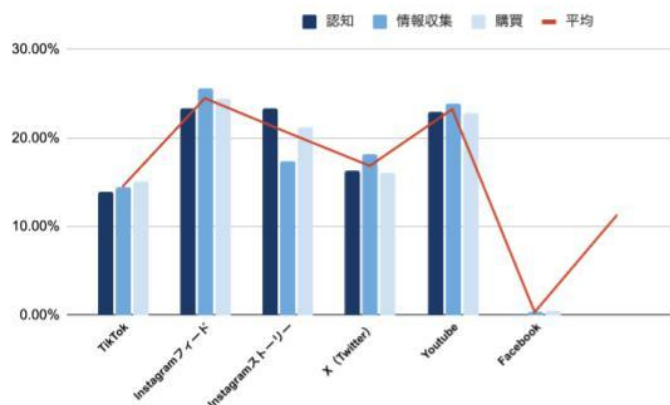
広告かどうかは関係なく、内容によって見続けるかどうかの意思決定をしている

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



認知～購買への信頼
ランキング

1位 Instagram

2位 Youtube

3位 X(Twitter)

※以下複数回答質問結果の回答割合に対する割合。
SNSを通じて商品・サービスを認知したことがある場合、どの媒体から認知しますか？
SNSを通じて商品・サービスを情報収集したことがある場合、どの媒体から情報収集しますか？
SNSを通じて商品・サービスを購入したことがある場合、どの媒体から購買しますか？

Copyright © Gaiax Co.Ltd. All Rights Reserved.

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 毎の使われ方が明らかに！Z 世代の意識・SNS 購買行動調査レポート』」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/>

無料
オンライン
セミナー

Z世代はSNSをこう使う！

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？

セールスマーケティングチーム マネージャー
Gaiax 板谷昂洋

営業運用セクション 営業
CREAVE 大堀宙世



LIVE

8.20(水) 12:00~13:00

録画

8.21(木)/22(金) 12:00~13:00

■ 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わりに自然な形で関わられるように設計されています。

■ 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、クライアント様の 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 が有効だと叫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)