

サイバーエージェント次世代生活研究所が「**2025年Z世代のSNS利用率**」を発表！

～Z世代が最も利用しているSNSは「YouTube」で86.1%、Z世代の中で唯一伸びたSNSは「BeReal.」、上世代で伸びたSNSは「TikTok」と「Threads」～



株式会社サイバーエージェント(本社:東京都渋谷区、代表取締役:藤田晋、東証プライム市場:証券コード4751)はインターネット広告事業の「サイバーエージェント次世代生活研究所」において、「2025年Z世代SNS利用率調査」を実施し、Z世代(17～28歳)が利用しているSNSおよび各世代のSNS利用率・認知率を発表いたします。

昨今、ライブ配信メディアの広がりとともに利用ユーザーが増えていることから、今年度の調査では「世代別ライブ配信メディア利用率」を新たに調査項目に加えました。

また、Z世代とその上の世代(29～60歳)の間に存在するジェネレーションギャップを明らかにするとともに、Z世代のほかの各世代別・性別・居住地域などによる違いも明らかにしました。なお、2023年・2024年に実施した同調査結果との比較も行っております。

「**2023年Z世代のSNS利用率調査**」の調査結果はこちら

<https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id=29609>

「**2024年Z世代のSNS利用率調査**」の調査結果はこちら

<https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id=31399>

調査項目

1. 世代別**SNS**利用率 **Z世代・上世代**
2. 世代別**SNS**認知率 **Z世代・上世代**
3. 主要**SNS** 4つの過去3年間の世代別利用率推移 **Z世代・上世代**
4. 主要**SNS** 4つの性年代別利用率(**16-20歳・21-30歳・31-40歳・41-50歳・51-60歳**)
5. 主要**SNS** 4つの居住地別利用率
6. 主要**SNS** 4つの世帯年収別利用率(**400万円未満・400-600万円・600万円以上**)
7. 世代別ライブ配信メディア利用率 **Z世代・上世代**

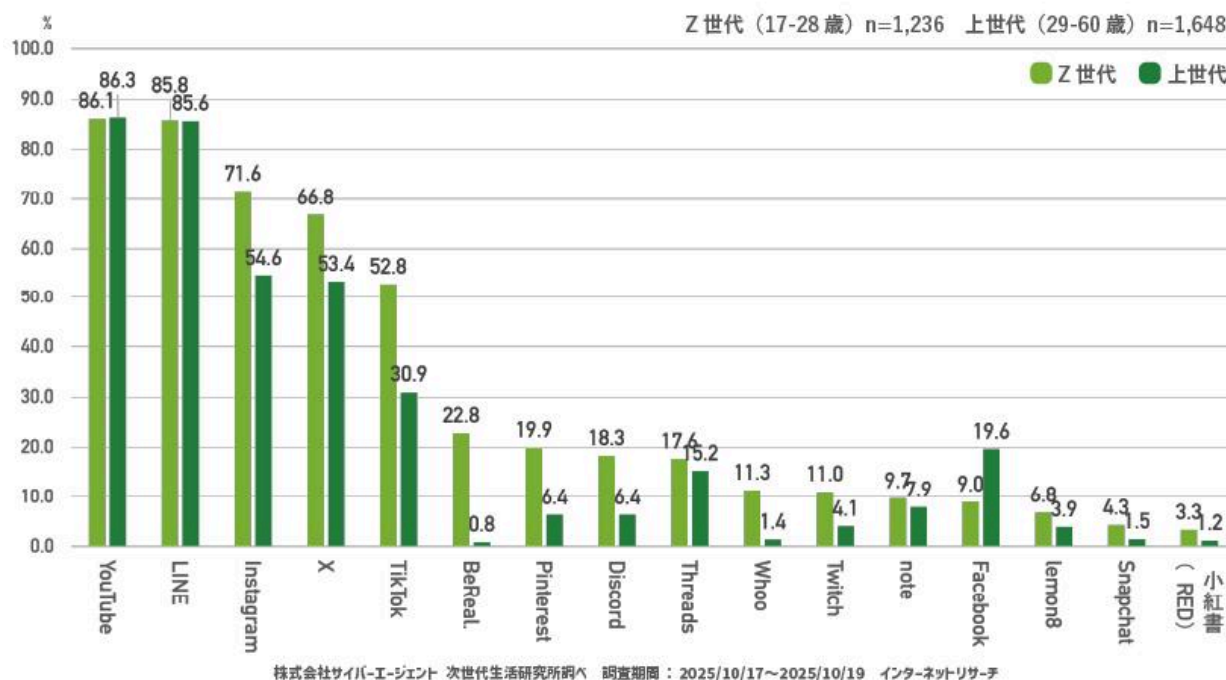
※「**Z世代**」:**17歳～28歳**、「**上世代**」:**29～60歳**

※主要**SNS** 4つ:「**YouTube**」「**Instagram**」「**X**」「**TikTok**」

調査結果概要

1. 世代別SNS利用率 Z世代・上世代

世代別 SNS 利用率



Z世代・上世代のSNSの利用率はグラフの通りです。

Z世代が最も利用しているSNSは「YouTube」で利用率86.1%。2位「LINE」85.8%、3位「Instagram」71.6%、4位「X」66.8%、5位「TikTok」52.8%でした。

1位の「YouTube（Z世代86.1%・上世代86.3%・差0.2pt）」、2位の「LINE（Z世代85.8%・上世代85.6%・差0.2pt）」は、世代間の差がなく、全世代に利用されている国民的SNSと言えます。

一方、3位の「Instagram（Z世代71.6%・上世代54.6%・差17.0pt）」、4位の「X（Z世代66.8%・上世代53.4%・差13.4pt）」、5位の「TikTok（Z世代52.8%・上世代30.9%・差21.9pt）」は、上世代に比べZ世代の利用率が高くなっています。特に5位の「TikTok」は大きな差がついています。また、6位の「BeReal.（Z世代22.8%・上世代0.8%・差22.0pt）」はZ世代・上世代の利用率の差が最も大きい結果となりました。

なお、Z世代・上世代の利用率の差が大きかったSNSは、以下の通りです。

BeReal. : 差22.0pt（Z世代22.8%・上世代0.8%）
TikTok : 差21.9pt（Z世代52.8%・上世代30.9%）
Instagram : 差17.0pt（Z世代71.6%・上世代54.6%）
Pinterest : 差13.5pt（Z世代19.9%・上世代6.4%）

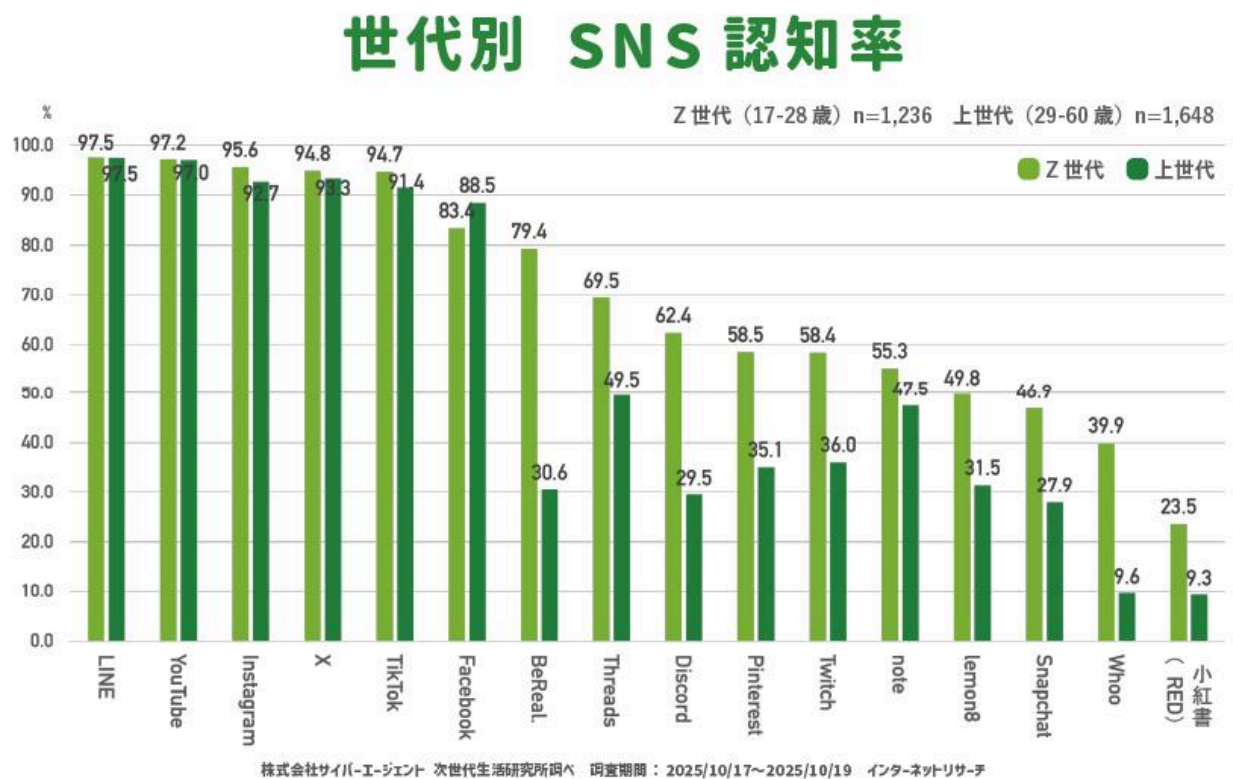
X : 差13.4pt(Z世代66.8%・上世代53.4%)

※差は小数点第2位以下を四捨五入

上記5つのSNSがZ世代と、その上の世代とのジェネレーションギャップを生む一因となっていることが考えられます。

また、Z世代の利用率を上世代の利用率が大きく上回るのが「Facebook(Z世代9.0%・上世代19.6%・差10.6pt)」でした。

2. 世代別SNS認知率 Z世代・上世代



Z世代・上世代のSNSの認知率はグラフの通りです。

上位5位のSNS(LINE・YouTube・Instagram・X・TikTok)に関しては、Z世代・上世代ともに認知率が9割を超えています。また、6位の「Facebook(Z世代83.4%・上世代88.5%・差5.1pt)」に関しては、唯一、Z世代の認知率を上世代が上回る結果となりました。

Z世代・上世代の認知率の差が大きかったのは以下の通りです。

BeReal. : 差48.8pt(Z世代79.4%・上世代30.6%)

Discord : 差32.9pt(Z世代62.4%・上世代29.5%)

Whoo : 差30.3pt(Z世代39.9%・上世代9.6%)
Pinterest : 差23.4pt(Z世代58.5%・上世代35.1%)
Twitch : 差22.4pt(Z世代58.4%・上世代36.0%)

※差は小数点第2位以下を四捨五入

「**BeReal.**(Z世代**79.4%**・上世代**30.6%**・差**48.8pt**)」は、利用率と同じく、Z世代・上世代の認知率の差が最も大きい**SNS**であることが分かりました。

また、「BeReal.」を含め、アメリカ、中国・アジアといったグローバルで先行して流行したアプリはZ世代の認知率が高くなっています。

※アメリカを中心に西洋諸国で先行して流行したアプリは以下です。

BeReal. : 差48.8pt(Z世代79.4%・上世代30.6%)
Discord : 差32.9pt(Z世代62.4%・上世代29.5%)
Pinterest : 差23.4pt(Z世代58.5%・上世代35.1%)
Twitch : 差22.4pt(Z世代58.4%・上世代36.0%)
SnapChat : 差19.0pt(Z世代46.9%・上世代27.9%)

※差は小数点第2位以下を四捨五入

※中国・アジアを中心に西洋諸国で先行して流行したアプリは以下です。

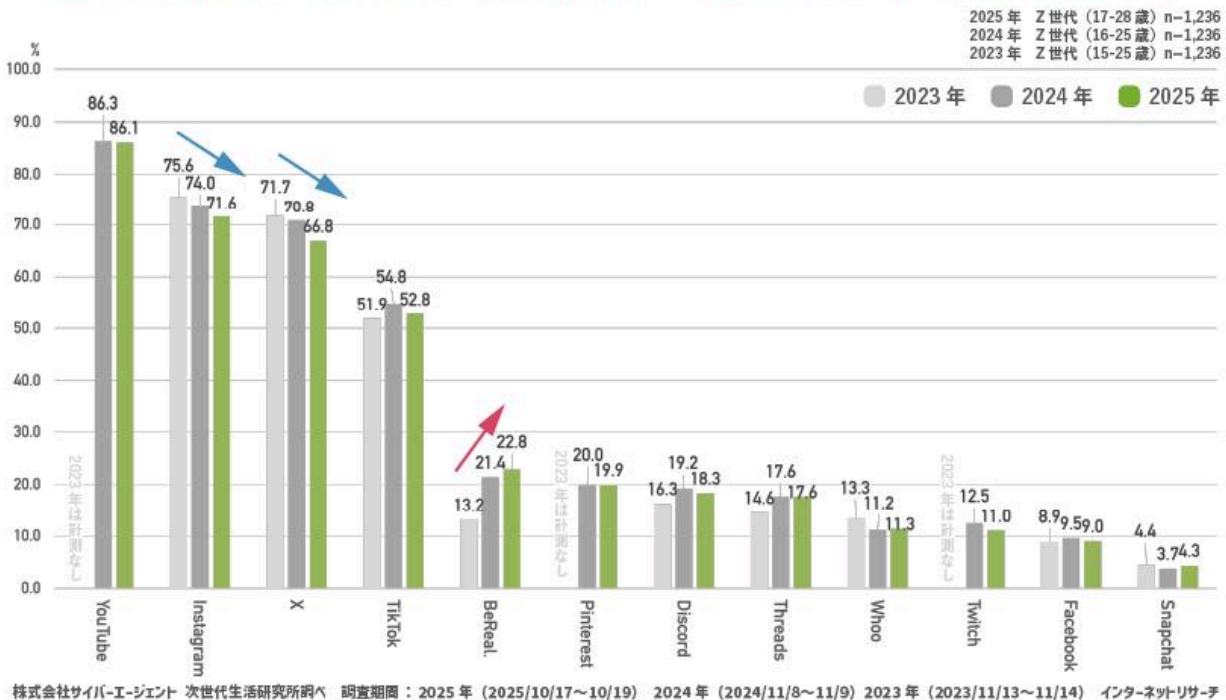
lemon8 : 差18.3pt(Z世代49.8%・上世代31.5%)
小紅書 : 差14.2pt(Z世代23.5%・上世代9.3%)

※差は小数点第2位以下を四捨五入

3. 主要SNS 4つの過去3年間の世代別利用率推移 Z世代・上世代

※昨年に実施した同調査「[2024年Z世代のSNS利用率](#)」の同形式の設問で取り上げた媒体のみを抜粋

Z世代のSNS利用率 過去3年間の推移

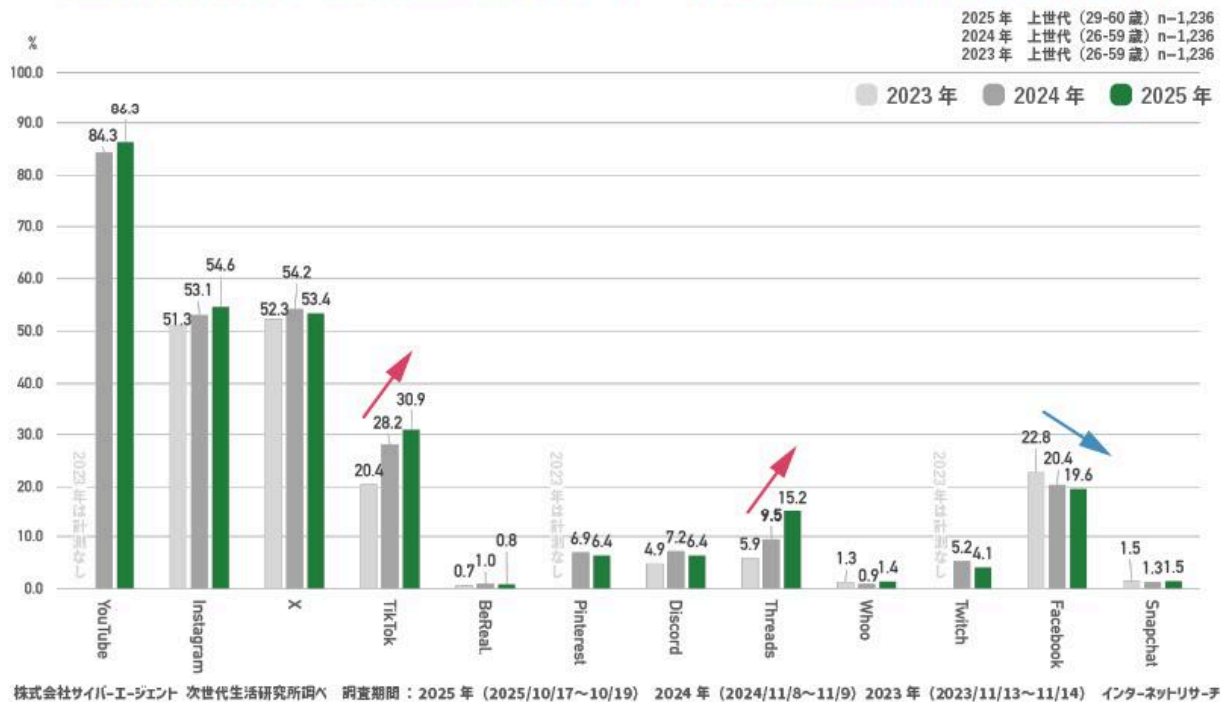


2023年からの過去3年間のZ世代のSNS利用率の推移はグラフの通りです。

主要SNSの中でも、動画をメインに扱う「YouTube（2024年86.3%・2025年86.1%）」「TikTok（2023年51.9%・2024年54.8%・2025年：52.8%）」は概ね増減がありませんでした。

一方、利用率・認知率ともに、Z世代・上世代の差が最も大きいSNSである「BeReal.（2023年13.2%・2024年21.4%・2025年22.8%）」は、唯一、Z世代の利用が伸びているSNSであることが分かりました。

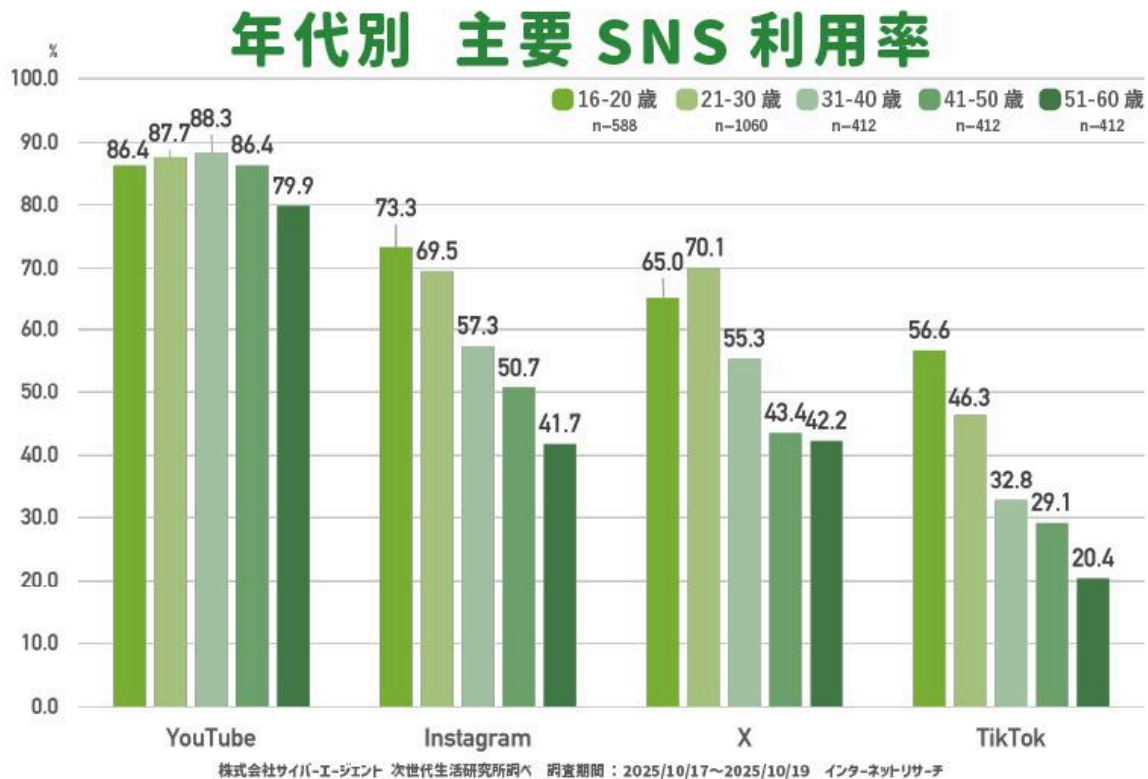
上世代の SNS 利用率 過去3年間の推移



過去3年間の上世代の SNS利用率の推移はグラフの通りです。

上位のSNS「YouTube(2024年84.3%・2025年86.3%)」「Instagram(2023年51.3%・2024年53.1%・2025年54.6%)」「X(2023年52.3%・2024年54.2%・2025年53.4%)」の利用率はほぼ高止まり状態、比較的新しいSNSである「TikTok(2023年20.4%・2024年28.2%・2025年30.9%)」と「Threads(2023年5.9%・2024年9.5%・2025年15.2%)」は増加傾向にあります。

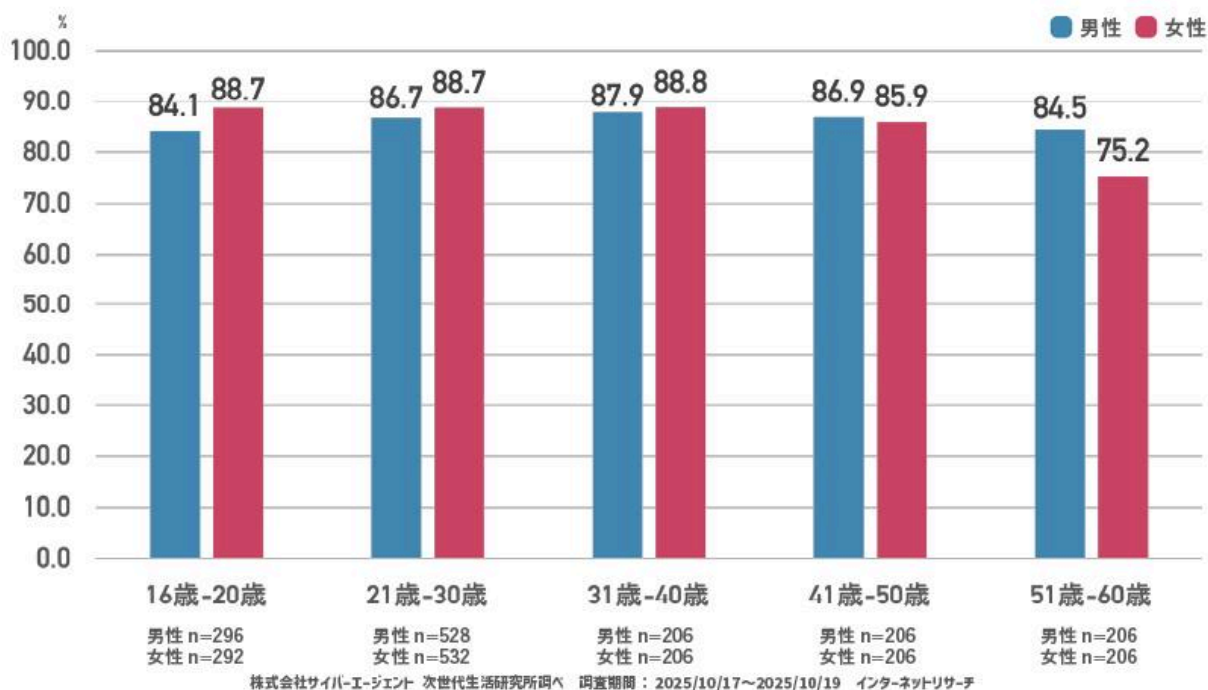
4. 主要SNS 4つの年代別利用率



主要SNS4つの年代別の利用率はグラフの通りです。

「YouTube」は50歳以下の全年代で8割以上、51-60歳においても79.9%と、どの年代でも利用率が高く、全世代に利用されている「マスメディア」と言えるでしょう。その他3つの主要 SNS「Instagram」「X」「TikTok」は概ね減少傾向で、若い層の利用率が高くなっています。

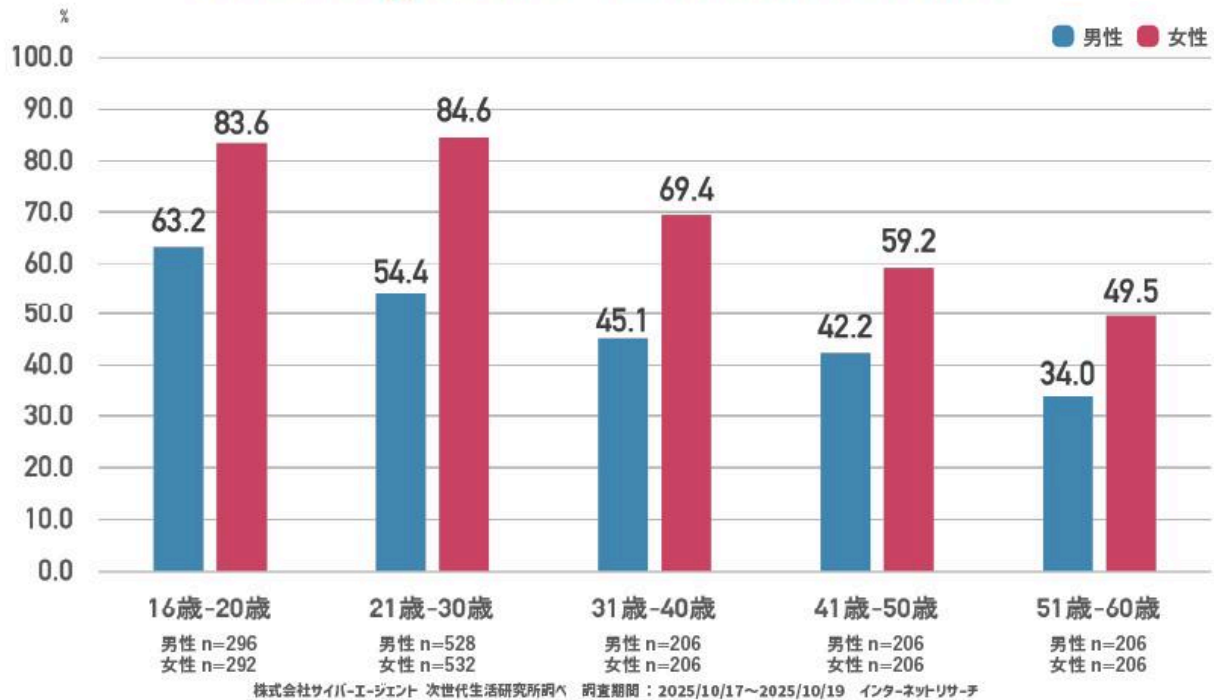
YouTube 性年代別利用率



YouTubeの性年代別の利用率はグラフの通りです。

51～60歳の女性(75.2%)を除いて、全年代の男女で利用率が8割を超えていることから、全世代に利用されている国民的SNSと言えます。

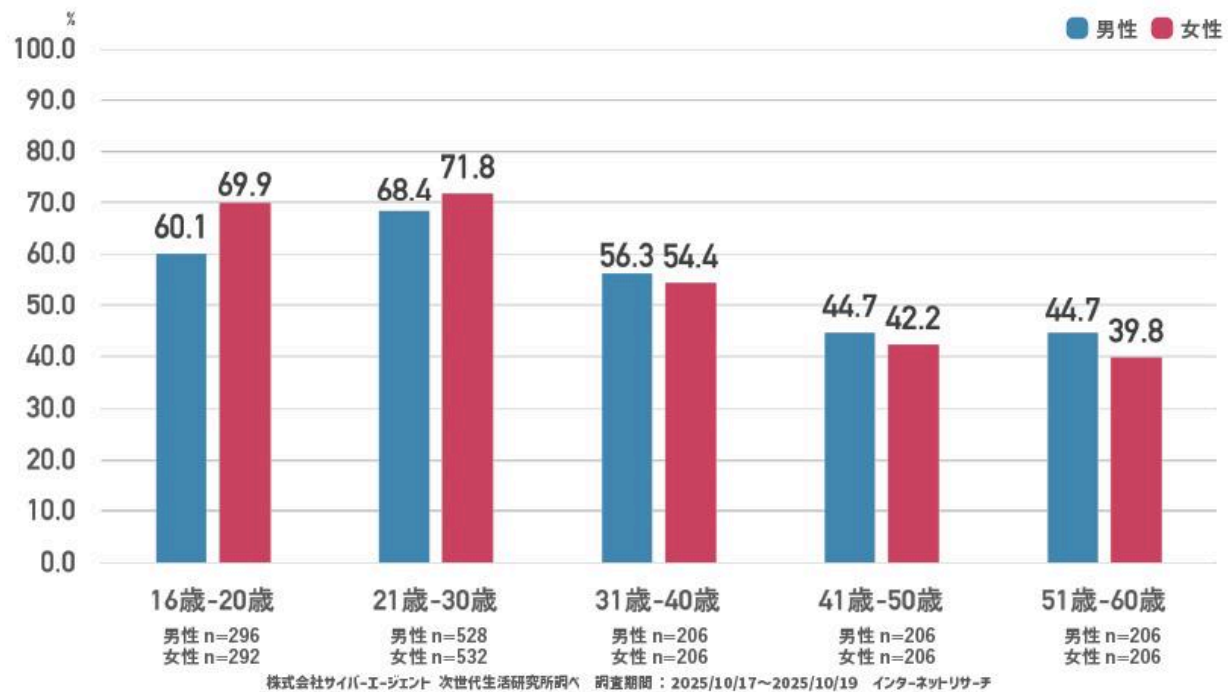
Instagram 性年代別利用率



Instagramの性年代別の利用率はグラフの通りです。

Instagramはどの年代においても女性の利用率が高くなっています。また、女性の利用率は21-30歳をピークに右肩下がりになっていることから、**Instagram**は**10-20代**の女性中心の**SNS**と言えるでしょう。

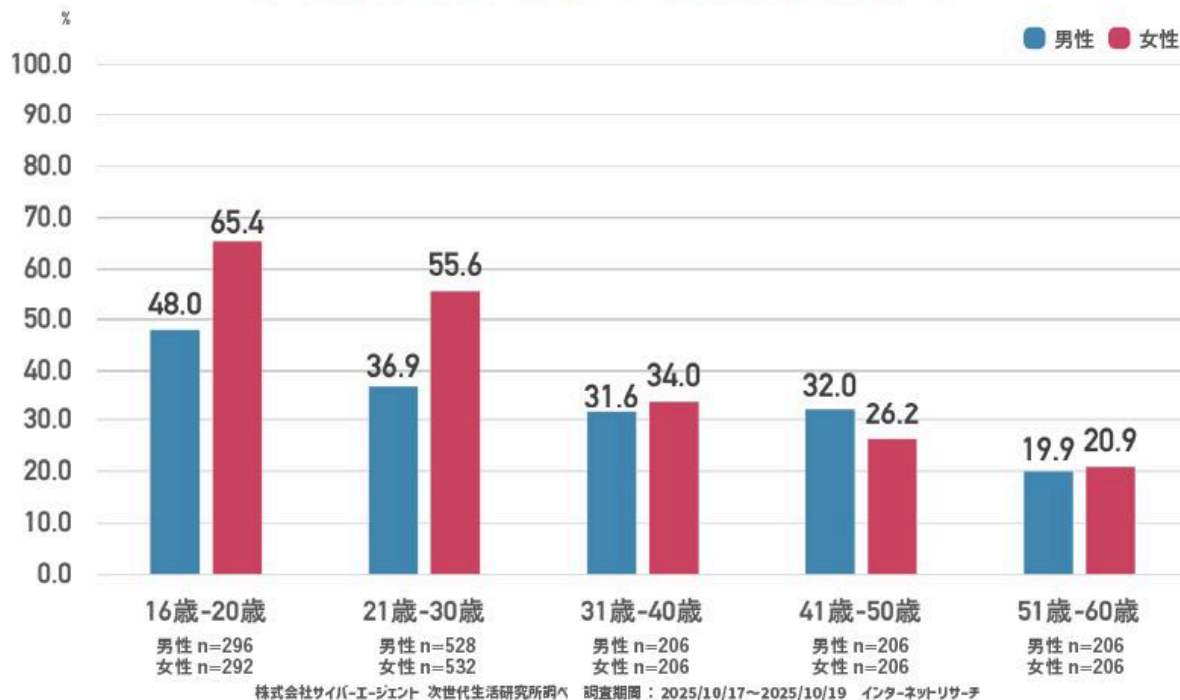
X 性年代別利用率



Xの性年代別の利用率はグラフの通りです。

男女ともに、利用率は21-30歳をピークに、概ね右肩下がりとなっています。男性の利用率だけで見ると、16-20歳以外の年代はInstagramを抜いています。また、InstagramやTikTokに比べ、男女の利用率の差が小さく、31歳以降は男性が女性の利用率を上回っています。このことから、男性の利用率が他の主要SNSに比べて高いことがXの特徴と言えるでしょう。

TikTok 性年代別利用率

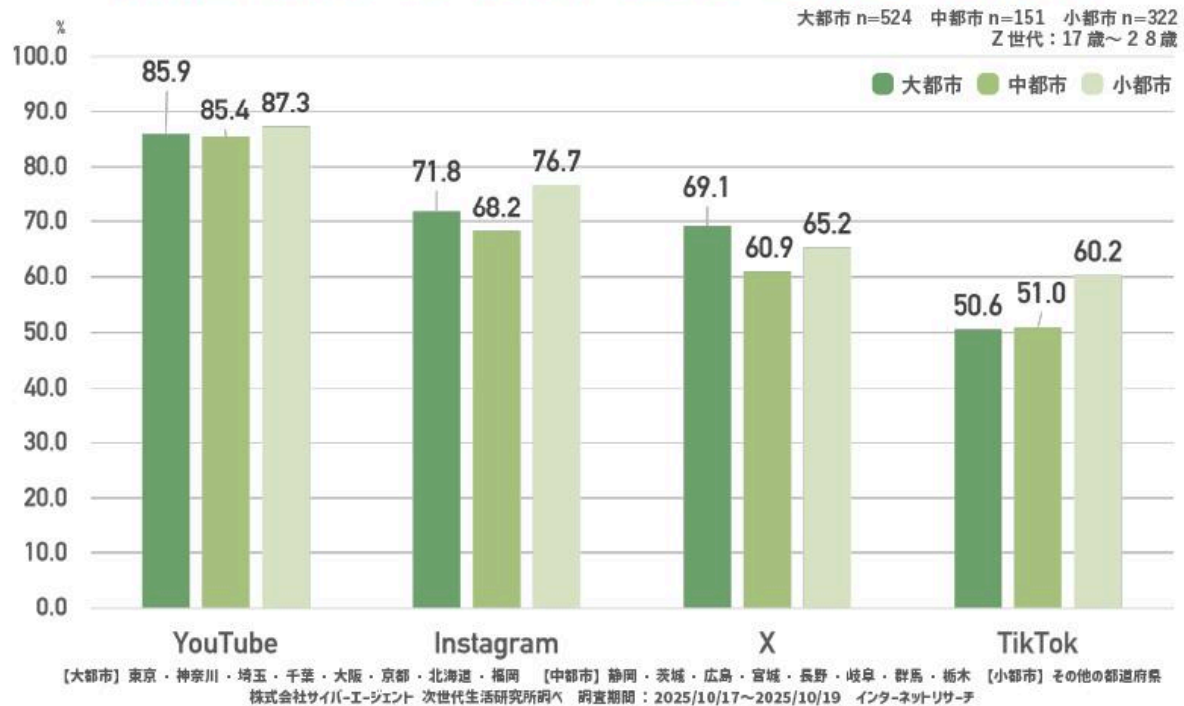


TikTokの性年代別の利用率はグラフの通りです。

30歳以下の若年女性の利用率、特に16-20歳が高くなっています。また、男性の16-20歳は半数近くが利用しています。このことから、**TikTok**は若者中心の**SNS**と言えるでしょう。

5. 主要SNS 4つの居住地別利用率

居住地別 Z世代 主要 SNS 利用率

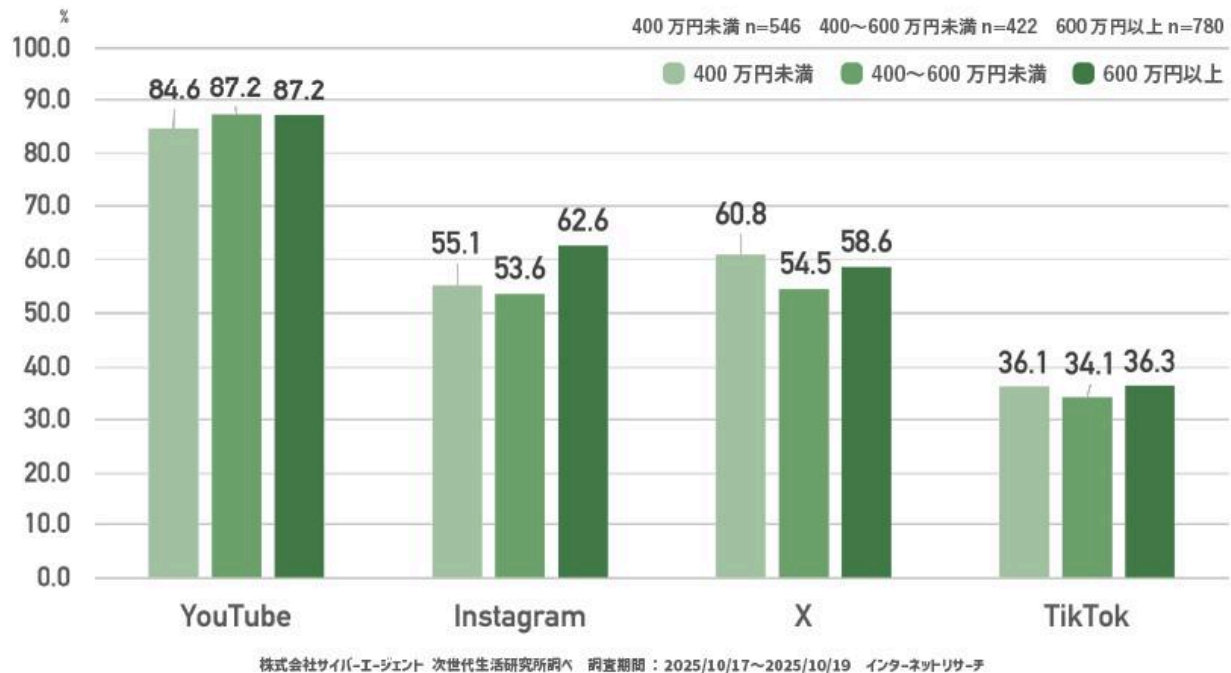


主要SNSの居住地別のZ世代の利用率はグラフの通りです。

主要SNSの利用において、都市間の差は概ねないことが分かりました。

6. 主要SNS 4つの世帯年収別利用率

世帯年収別主要 SNS 利用率

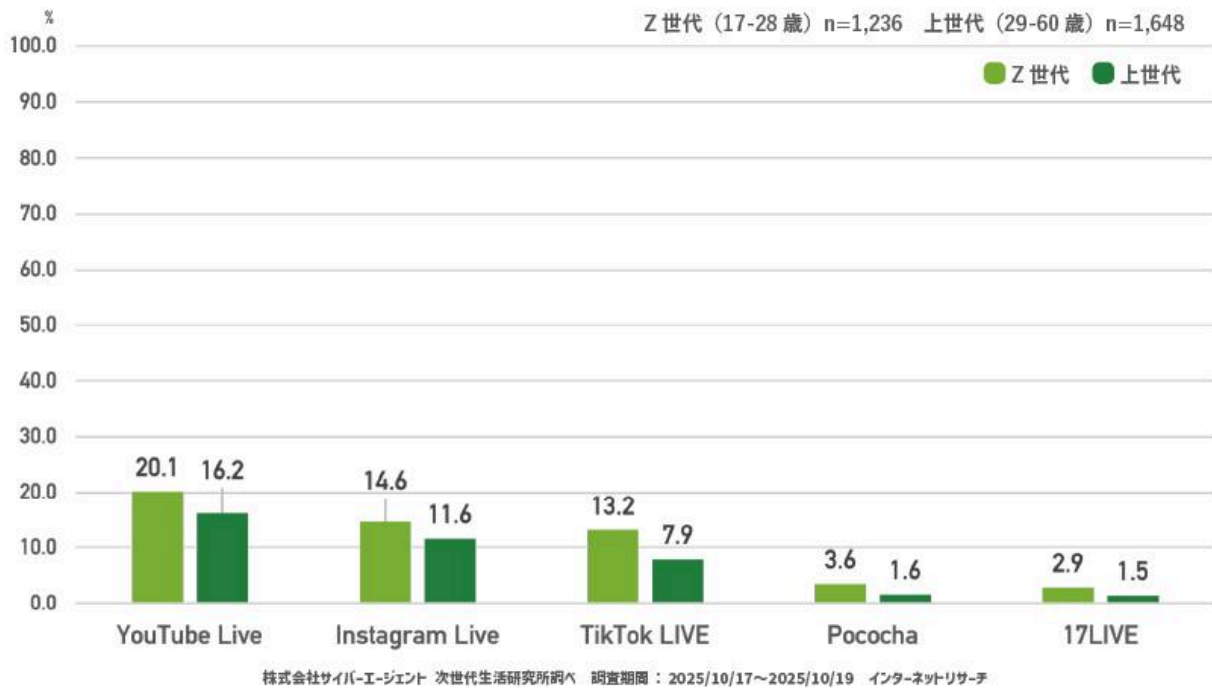


世帯年収別の主要SNSの利用率はグラフの通りです。

Instagramは600万円以上の高年収層が高く、Xは400万円未満が高くなっています。

7. 世代別ライブ配信メディア利用率 Z世代・上世代

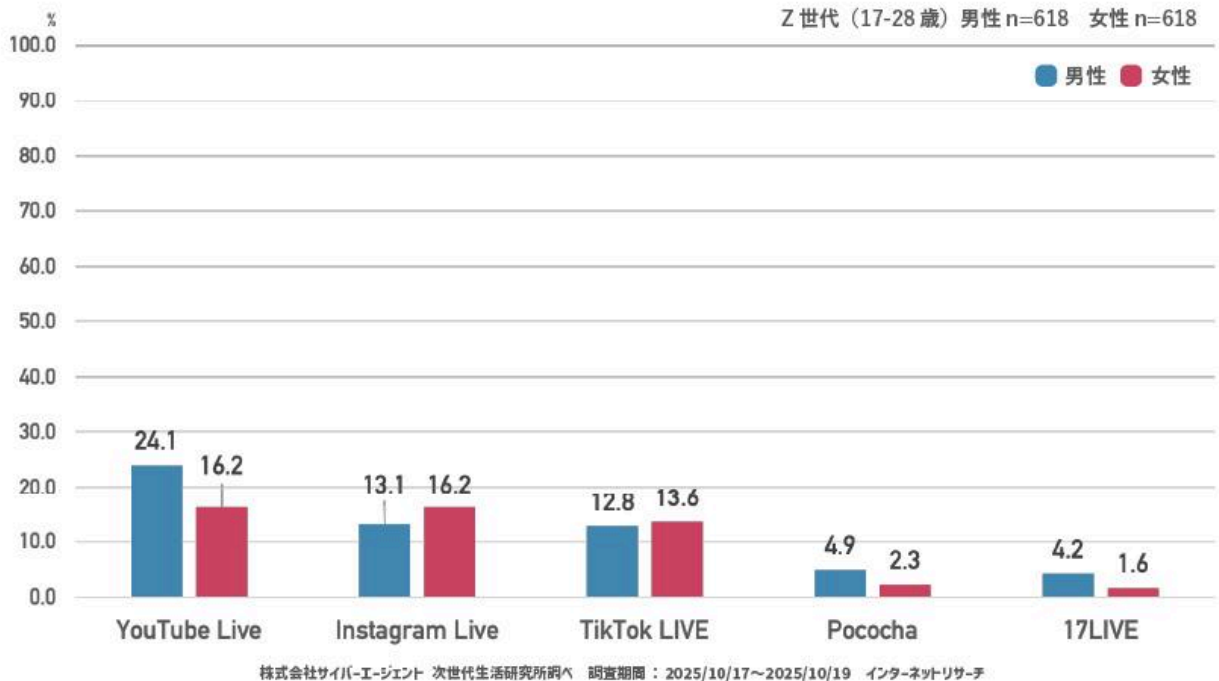
世代別 ライブ配信メディア利用率



Z世代・上世代のSNSの利用率はグラフの通りです。

最も利用されているライブ配信メディアは「**YouTube Live**（Z世代**20.1%**・上世代**16.2%**）」でした。続いて2位「Instagram Live（Z世代14.6%・上世代11.6%）」3位「TikTok Live（Z世代13.2%・上世代7.9%）」と、主要SNSのライブ配信が上位にきています。

Z世代 男女別 ライブ配信メディア利用率



Z世代の男女別のSNSの利用率はグラフの通りです。

男性の「YouTube Live(Z世代24.1%・上世代16.2%)」の利用率が高くなっています。YouTube Liveの主要コンテンツであるゲーム実況と男性の相性が理由に挙げられます。

【調査概要】

回答者：全国男女 17歳～60歳：2,884サンプル(年代・学年・性別毎に均等割付)

Z世代(17～28歳)の高校生・大学生・社会人：1,236サンプル

上世代(29～60歳)：1,648サンプル

調査期間：2025年10月17日(金)～10月19日(日)

調査主体：サイバーエージェント次世代生活研究所

調査手法：インターネットリサーチ

設問：SNSについて、お答えください。

(使っている・現在は使っていないが過去に使っていた・使ったことはないが知っており、今後使いたいと思っている・使ったことはないが知っており、今後も使うつもりはない・知らない)

■「サイバーエージェント次世代生活研究所」について

Z世代を中心に消費者研究やZ世代向けマーケティングを行うなど、次世代生活について研究し、広告主企業における次世代のマーケティング施策立案の支援を行う研究組織です。2019年11月に本研究所を設立以降、広告主企業向けに、次世代生活に関する調査や若者たちへの調査・インサイト開発・プロモーション施策立案・商品開発などを行っており、次世代生活に関わる様々な知見を蓄積し、社内外に幅広く還元していくことを目的としています。

■本件に関するお問合せ

株式会社サイバーエージェント インターネット広告事業本部 広報

E-mail: honbu_pub@cyberagent.co.jp

■インターネット広告に関するご相談はこちら

・インターネット広告・デジタルマーケティング全般、リテール領域等

<https://www.cyberagent.co.jp/form/id=4>

・DX領域（DX全般、戦略策定・UIUXデザイン・開発等）

<https://www.cyberagent.co.jp/form/id=268>