

サイバーエージェント次世代生活研究所が「2024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」で利用率86.3%  
昨年度からの利用率の伸張が最も高かったSNSは、Z世代は「BeReal.」(21.4%)、  
上の世代は「TikTok」(28.2%)に～



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、「2024年 Z世代SNS利用率調査」を実施し、Z世代が利用しているSNSおよび各世代のSNS利用率・認知率を発表いたします。

また、Z世代とその上の世代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、昨年2023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>

### <調査項目>

1. 世代別SNS利用率(Z世代・その上の世代)
2. 世代別SNS認知率(Z世代・その上の世代)
3. 世代別SNS利用率 昨年対比
4. 年代別・主要SNSの利用率(Z世代・26～29歳・30代・40代・50～60歳)

5. 性年代別・主要SNSの利用率(男女)×(Z世代・26～29歳・30代・40代・50～60歳)

6. 居住地、世代別・主要SNSの利用率

(Z世代・その上の世代)×(大都市\*・中都市\*\*・小都市\*\*\*)

\*大都市:東京・神奈川・埼玉・千葉・大阪・京都・北海道・福岡

\*\*中都市:静岡・茨城・広島・宮城・長野・岐阜・群馬・栃木

\*\*\*小都市:その他の都道府県

7. 世帯年収別\*・主要SNSの利用率

\*400万年未満・400～600万円未満・600万円以上

※主要SNS:YouTube・Instagram・X・TikTok

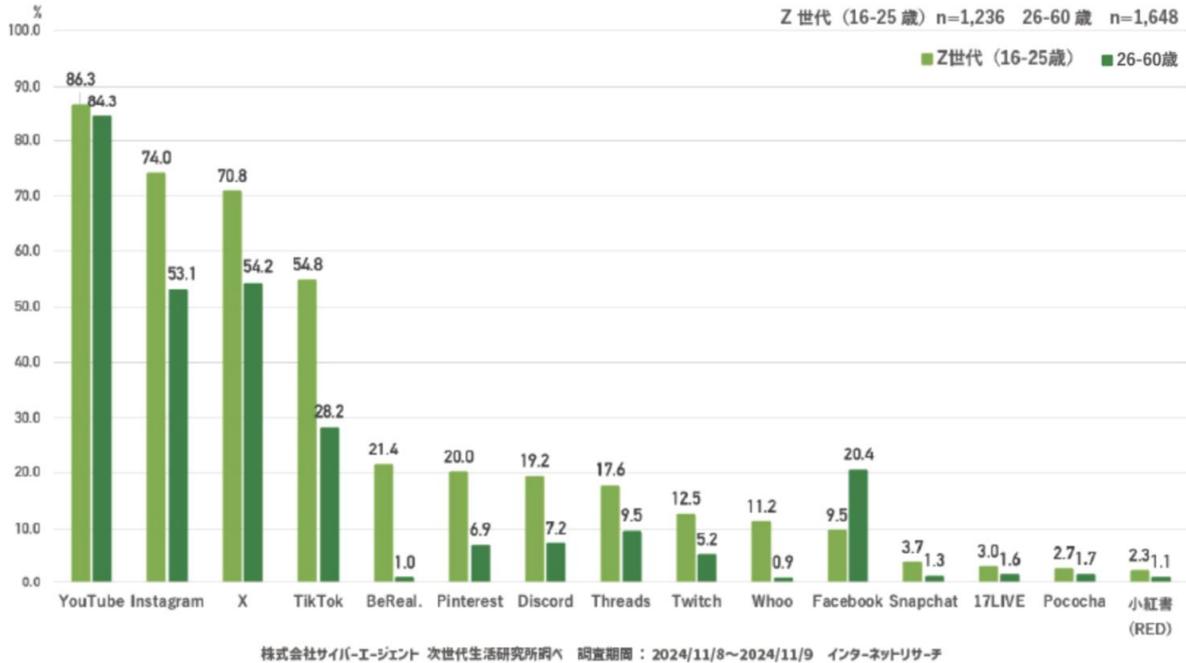
※本調査では、Z世代:16～25歳、その上の世代:26～60歳と定義しております

本調査リリースでは、各世代別のSNS利用率・認知率である、1. 世代別SNS利用率 2. 世代別SNS認知率 3. 世代別SNS利用率 昨年対比 の調査結果を総括とともに掲載しておりますが、年代別、性年代別、居住地別、世帯年収別による各世代の主要SNS利用率(4～7の調査項目)は、コメントとともに添付PDFにてまとめております。  
各部門の調査結果含めた全ランキングは添付よりご確認くださいませ。

## < 調査結果概要 >

1. 世代別SNS利用率(Z世代・その上の世代)

# 世代別 SNS 利用率



Z世代が最も利用しているSNSは「YouTube」で利用率86.3%、2位「Instagram」74.0%、3位「X」70.8%、4位「TikTok」54.8%でした。

なお、Z世代・その上の世代26歳以上の利用率の差が大きかったSNSは、以下の通りです。

TikTok 差26.6pt(Z世代54.8%・その上の世代26歳以上28.2%)

Instagram 差20.9pt(Z世代74.0%・その上の世代26歳以上53.1%)

BeReal. 差20.4pt(Z世代21.4%・その上の世代26歳以上1.0%)

X 差16.6pt(Z世代70.8%・その上の世代26歳以上54.2%)

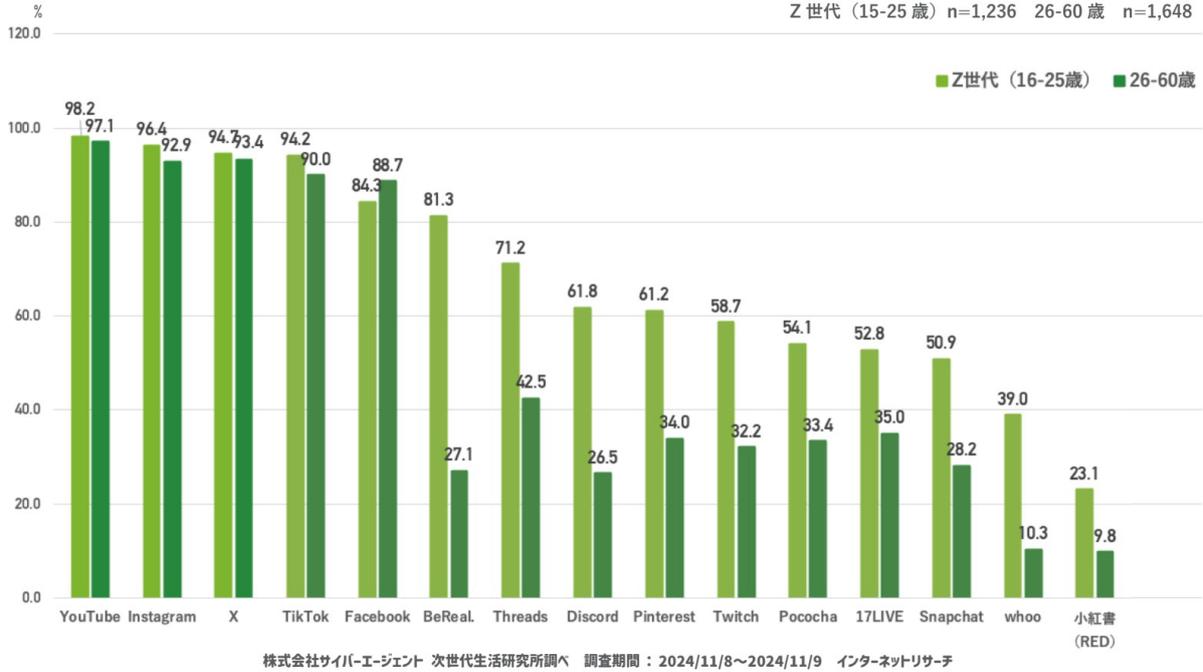
Pinterest 差13.1pt(Z世代20.0%・その上の世代26歳以上6.9%)

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と考えられます。一方で、「YouTube」は利用率の差が2.0ptであり、Z世代とその上の世代に差が少ないことがわかります。

Facebookは唯一、Z世代よりもその上の世代が利用しており、差は10.8pt(Z世代9.5%・26歳以上20.4%)でした。

## 2.世代別SNS認知率(Z世代・その上の世代)

# 世代別 SNS 認知率



Z世代・その上の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54.2pt(Z世代81.3%・その上の世代27.1%)
- Discord 差35.3pt(Z世代61.8%・その上の世代26.5%)
- Threads 差28.7pt(Z世代71.2%・その上の世代42.5%)
- whoo 差28.7pt(Z世代39.0%・その上の世代10.3%)
- Pinterest 差27.2pt(Z世代61.2%・その上の世代34.0%)

調査を行った全てのSNSの中で、Facebookは唯一、Z世代よりもその上の世代の認知率が高く、その差は4.4pt(Z世代84.3%・26歳以上88.7%)でした。

「BeReal.」に次いで認知率の差が大きいSNSは、ボイス・ビデオ・テキストコミュニケーションアプリ「Discord(Z世代61.8%・26歳以上26.5%・差35.3pt)」、2023年7月6日にMeta社がサービスを開始したテキスト型SNS「Threads(Z世代71.2%・26歳以上42.5%・差28.7pt)」と続く一方で、この認知率の差が大きかった上位3つのSNSのZ世代における認知率はすべて6割を超えています。

## 3. 世代別SNS利用率 昨年対比

※2023年に実施した同調査「2023年Z世代のSNS利用率」<https://www.cyberagent.co.jp/news/detail/id=29609> 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 昨年対比



昨年度比のZ世代のSNS利用率を見ると、「BeReal.」が8.2pt増の21.4%になっており、群を抜いた伸び率となっていることが分かります。

ほかにも、Z世代の間で利用率が伸びているSNSは、「TikTok」「Discord」「Threads」で、比較的新しいSNSが伸びていることが分かります。

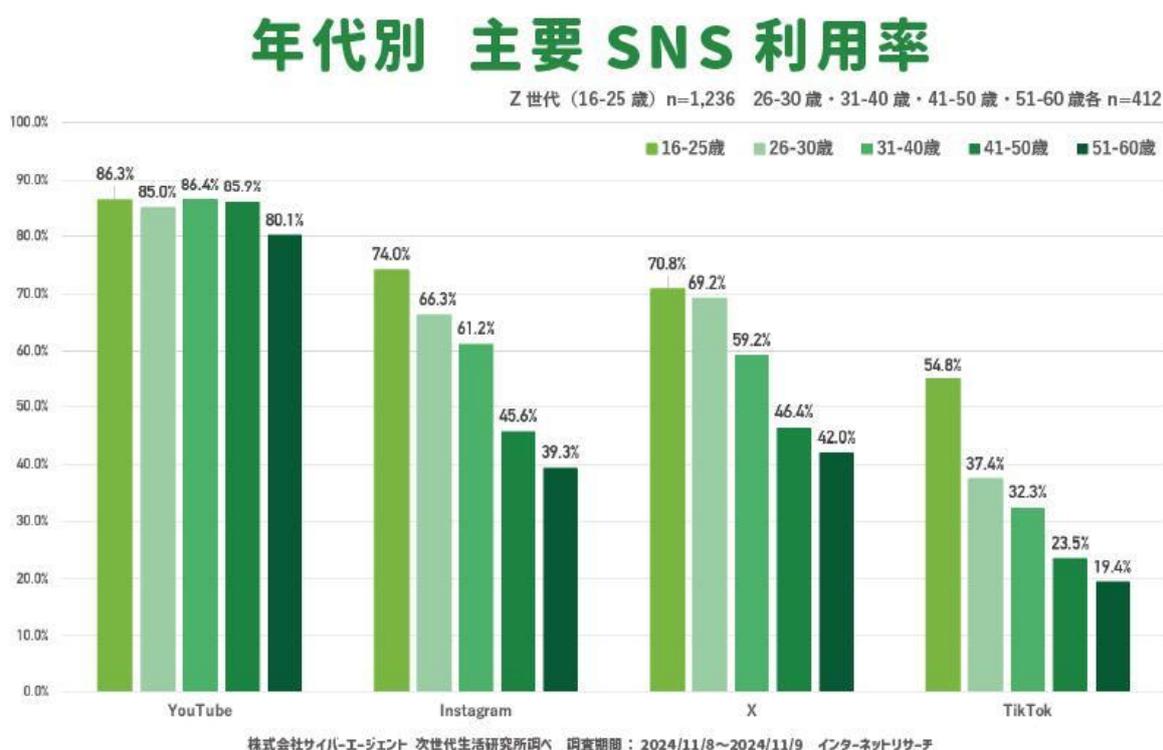
## 26-60歳のSNS利用率 昨年対比



上の世代(26-60歳)における昨年度比のSNS利用率を見ると、「TikTok」が7.8pt増の28.2%となっており、上の世代も「TikTok」を利用している人が増えていることが分かります。また、「Instagram」「X」もそれぞれ微増しており、微減しているZ世代と違いが見られています。

さらに、「Discord」「Threads」などの新しいSNSについては上の世代においても、微増し始めていることが分かります。

#### 4.年代別・主要SNSの利用率



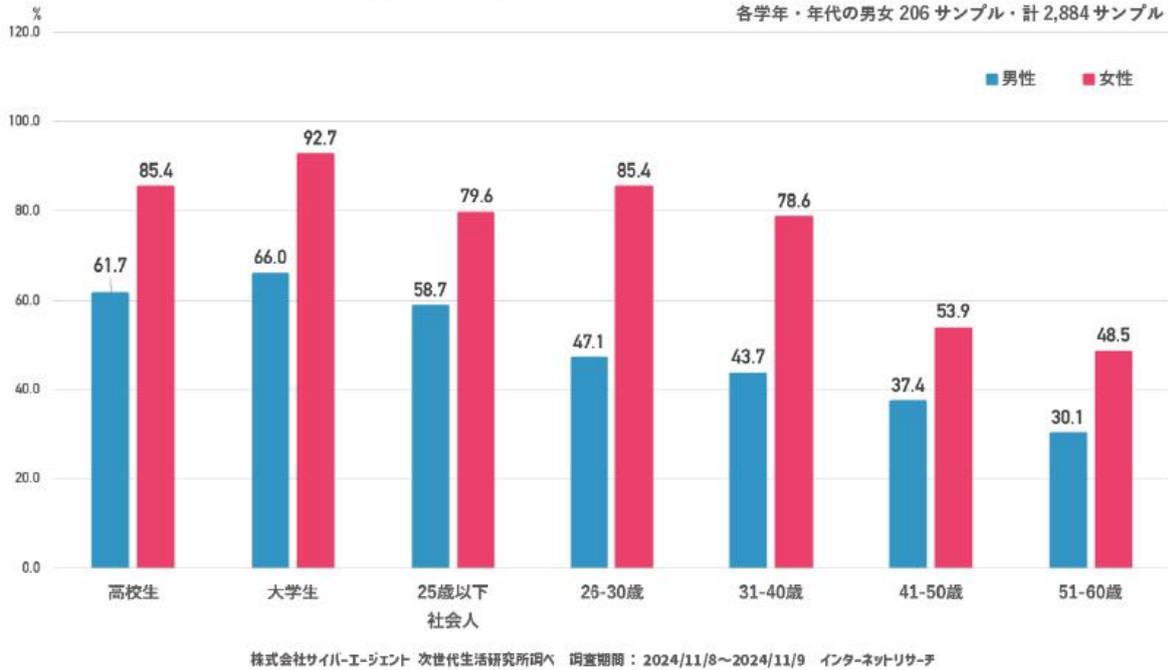
年代別の主要SNS利用率の調査では、「YouTube」には大きな年代差がなくなっていることが分かります。この結果から、「YouTube」がマスメディアとして受け入れられていることがわかります。

一方、「Instagram」「X」「TikTok」は年齢が若くなるほど利用率が高くなることから、若者中心のSNSということが分かります。

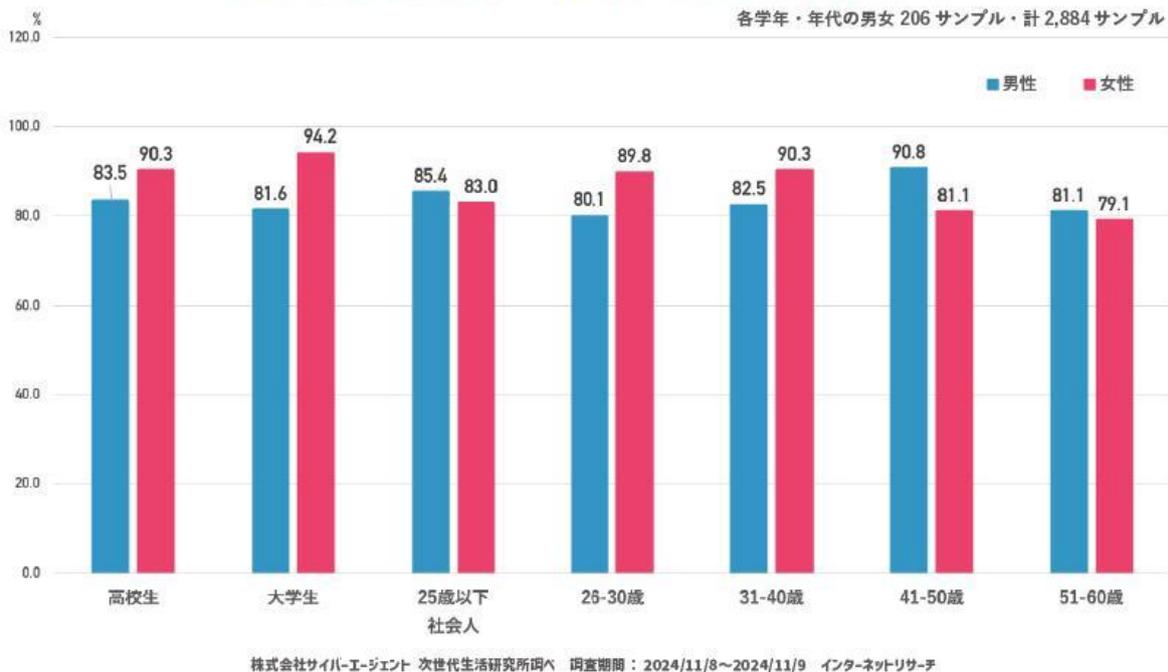
「X」は、26-30歳においては利用率69.2%であり、Z世代(70.8%)とほぼ同等の数値となりました。一方、その上の31-40歳になると利用率は59.2%と低くなっていることから、Z世代から20代を中心としたSNSと言えます。

#### 5.性年代別・主要SNSの利用率

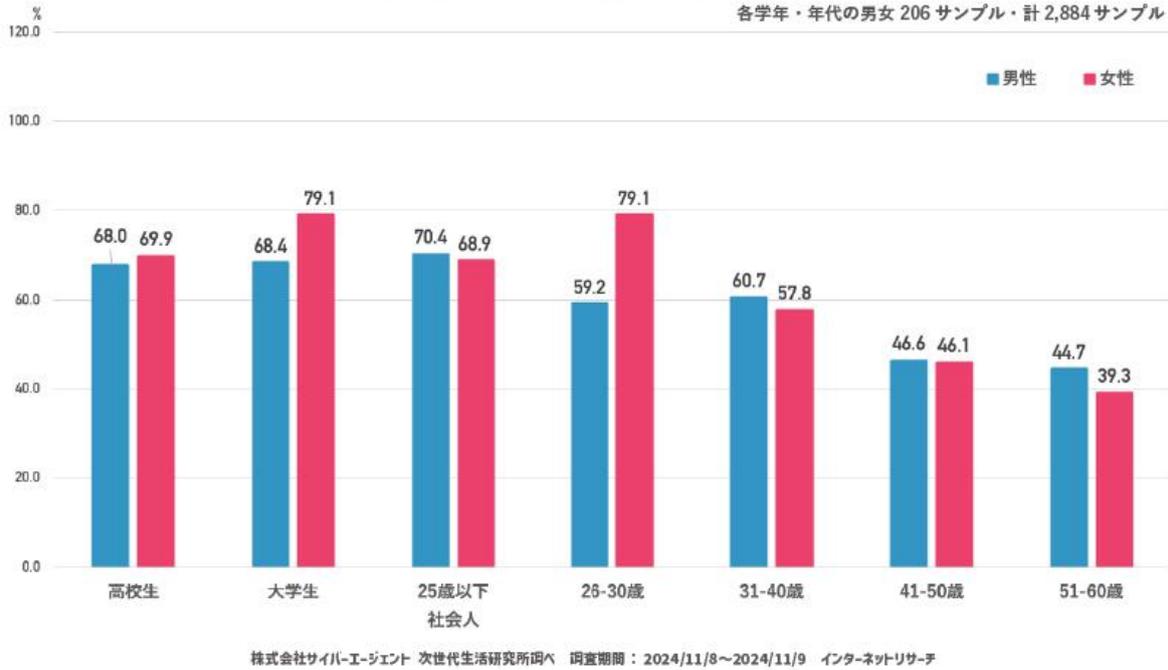
# Instagram 性年代別利用率



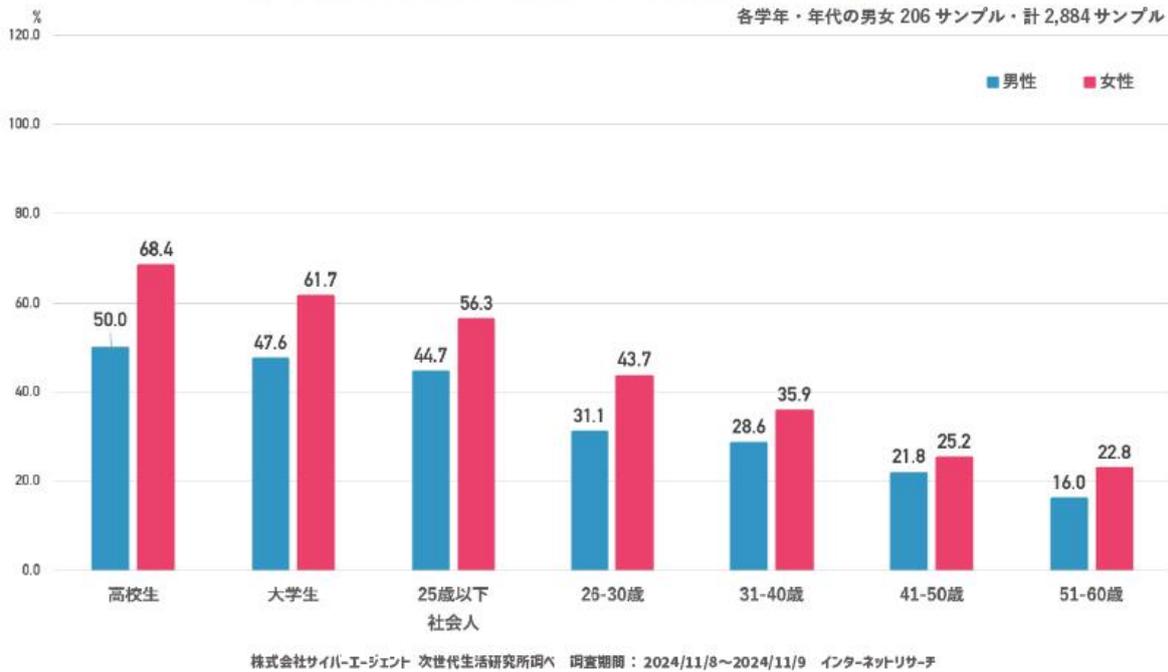
# YouTube 性年代別利用率



## X 性年代別利用率



## TikTok 性年代別利用率



主要SNSの利用率を性年代別で見ると、ほぼ全ての年代において男性よりも女性の利用率が高く、女性を中心にSNSが利用されていることがわかります。

※例外は「YouTube」の41-50歳代、51-60歳代、「X」の31-40歳代、51-60歳代のみ

特に「Instagram」は他のSNSに比べて男女差が大きく、40歳以下はどの属性においても女性が20ポイント以上男性を上回ります。

「Instagram」は40歳以下の女性は7割以上が利用しており、とくに男女差の大きい「女性中心のSNS」と言えます。

「YouTube」の利用率を見ると、「25歳以下社会人」「41-50歳」「51-60歳」においては、男性の利用率が高いことが分かります。

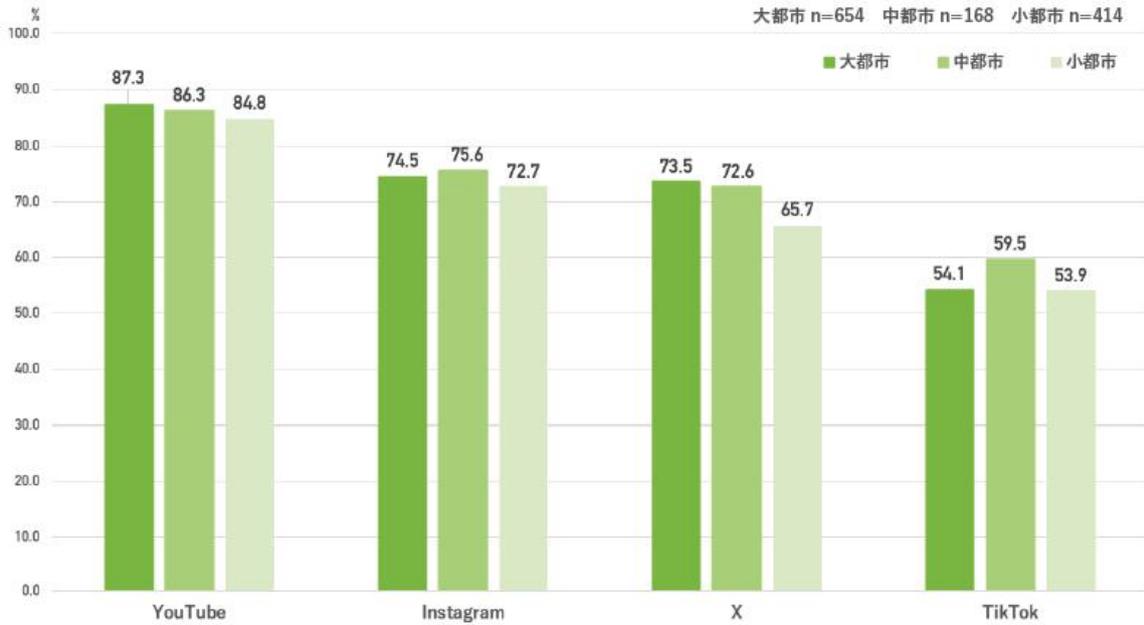
「X」は「25歳以下社会人」「31-40歳」「41-50歳」「51-60歳」において、男性の方が利用率が高いSNSであることが分かります。

TikTokはどの年代においても女性の利用率が高いことが分かり、そのなかでも女子高校生に最も多く利用されています(68.4%)。

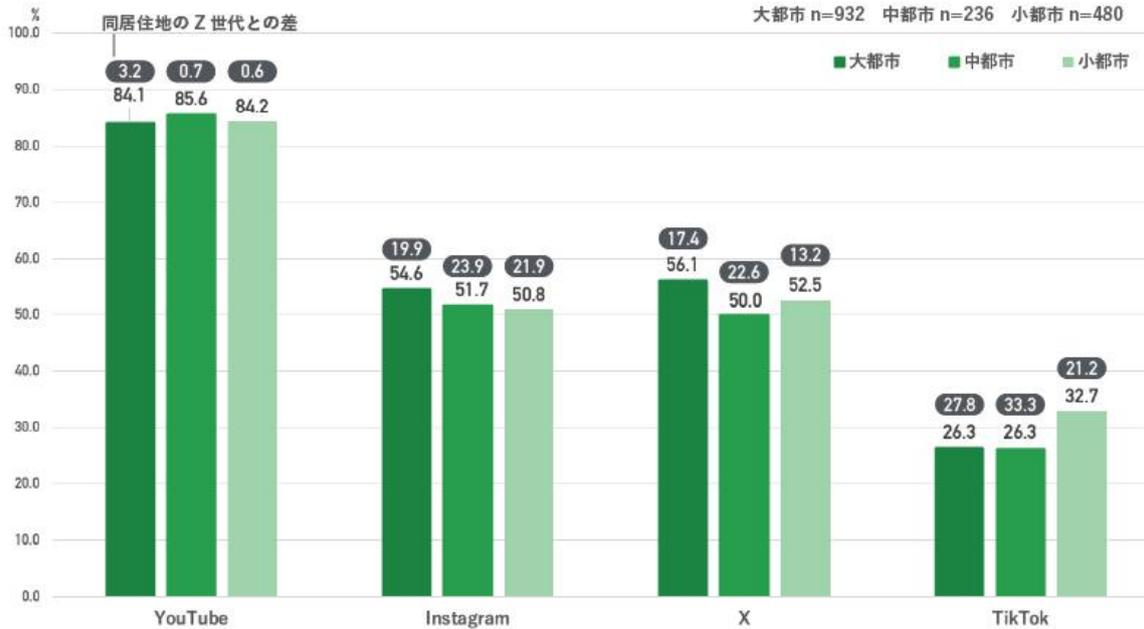
また、それぞれの利用率は、高校生(男子50.0%・女子68.4%)、大学生(男子47.6%・女子61.7%)、25歳以下社会人(男性44.7%・女性56.3%)となっており、年齢が若くなるほど利用率が高く、高校生・大学生・25歳以下社会人の女性がメインの利用層だと言えます。

## 6.居住地、世代別・主要SNSの利用率

# 居住地別 主要 SNS 利用率 Z 世代（15-25 歳）



## 26-60 歳



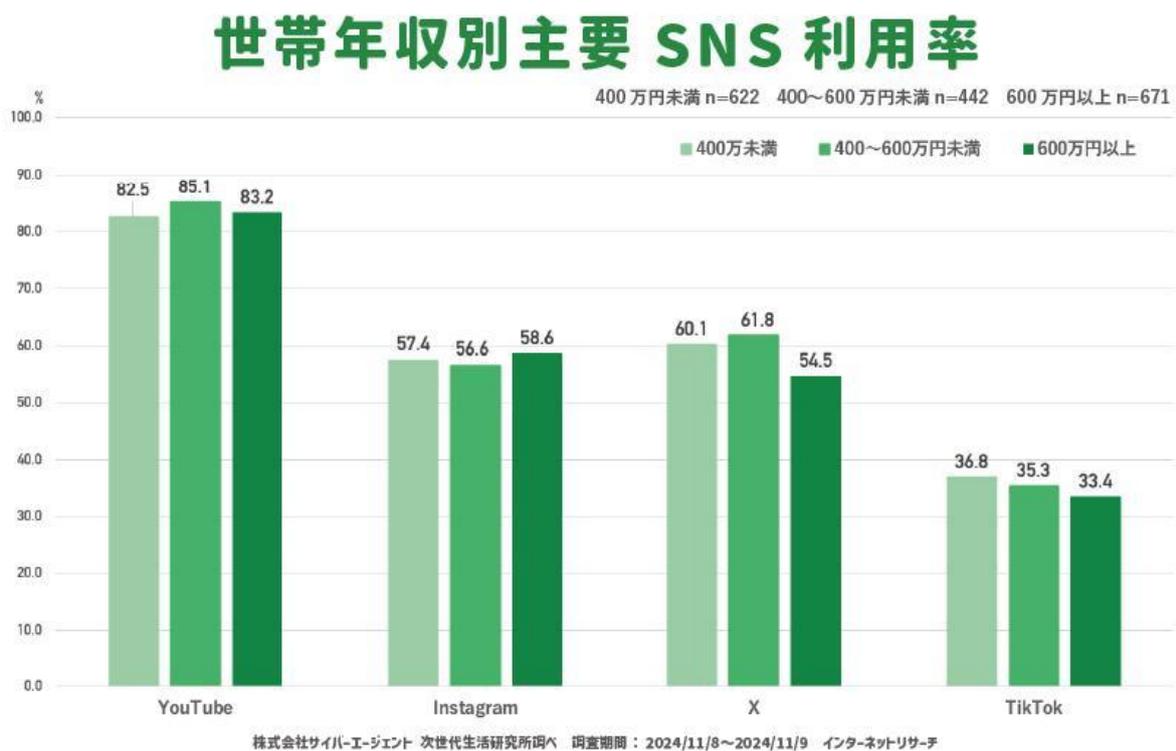
【大都市】 東京・神奈川・埼玉・千葉・大阪・京都・北海道・福岡 【中都市】 静岡・茨城・広島・宮城・長野・岐阜・群馬・栃木 【小都市】 その他の都道府県  
株式会社サイバーエージェント 次世代生活研究所調べ 調査期間：2024/11/8～2024/11/9 インターネットリサーチ

Z世代の主要SNSを居住地別(大都市:東京・神奈川・埼玉・千葉・大阪・京都・北海道・福岡 / 中都市:静岡・茨城・広島・宮城・長野・岐阜・群馬・栃木 / 小都市:その他の都道府県)で比較調査をしました。

Z世代においては、居住地別での大きな差は見られませんが、小都市で「X」の利用率がやや低く、中都市で「TikTok」の利用率がやや高いという結果でした。

上の世代に関しても、都市の大きさ別にあまり差は見られませんが、大都市で「X」の利用率がやや高く、小都市で「TikTok」の利用率がやや高いことが分かります。

## 7.世帯年収別・主要SNSの利用率



※16歳～60歳対象の調査結果

世帯年収別でのSNS利用率にあまり大きな差がないことが分かりました。

一方で、Xは世帯年収が中間および低い層の利用が高い層より高く、「TikTok」は世帯年収が低くなるほど利用率が高くなることが分かりました。

これは「TikTok」が他のSNSに比べ、より若いユーザーに利用されていることが要因と予想されます。

### 【調査概要】

回答者:全国男女15歳～60歳 2,884サンプル(年代・学年・性別毎に均等割付)

Z世代(16～25歳)の高校生・大学生・社会人 1,236サンプル

上の世代(26～60歳) 1,648サンプル  
調査期間:2024年11月8日～ 11月9日

■「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。

■本リリース内容に関するお問い合わせ・取材について

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 広報担当  
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>