

## 新たな世代と言われる「Z世代」の意識と行動は？

～ 一つ前の世代である「Y世代」とどのような違いがあるのか ～

### 『Z世代の意識と行動 ～Y世代との違いとは？～』(2019年5月度自主調査) 結果トピックス

ジャストリサーチサービス株式会社(本社:東京都中央区)は、2019年5月度のオリジナル調査として、『Z世代の意識と行動 ～Y世代との違いとは？～』を実施致しました。

今回は新たな世代と言われる「Z世代」の意識と行動にフォーカスして、一つ前の世代である「Y世代」と比較しながら、調査をしました。その結果がまとまりましたので、ご案内致します。

#### ■ 調査概要

|         |                                    |
|---------|------------------------------------|
| 調査地域    | : 首都圏(1都3県)                        |
| 調査方法    | : インターネット調査                        |
| 調査対象    | : Z世代(15～24歳と定義)<br>Y世代(25～34歳と定義) |
| サンプルサイズ | : 437サンプル                          |
| 調査期間    | : 2019年4月18日～4月30日                 |

#### ■ 調査結果トピックス

##### ● 考え方や価値観、普段の生活における行動

Y世代と比べZ世代は、より自分らしさを大切にしている。  
幅広い交友関係を持ち、従来の男女関係にとられない様子。  
節約意識はそれほど高くなく、ファッションでも個性・自分らしさを重視。  
SNSの利用度やセキュリティへの意識が高い一方で、SNS疲れもみられる様子。

##### ● 利用サービス・施設

フリマアプリの利用度がY世代より高い。  
「ユニクロ」の利用度は低い。

##### ● SNS・アプリ・動画共有サービスの利用状況

Y世代と比べZ世代は、「Twitter」「Instagram」「SNOW」の使用率が高い。

#### ■ 添付資料: 調査結果サマリー

##### ジャストリサーチサービス株式会社について

マーケティング・リサーチのプロフェッショナルとして、課題解決のための最適なアプローチ方法をご提案します。

◎ 商業施設・小売店の利用実態や商圈把握を始め、顧客満足度調査、広告・販促効果、開業・改装コンセプト受容性など、幅広いテーマのマーケティング課題解決、プロモーション支援のための生活者リサーチをご提案致します。

<https://www.just-research.co.jp/product/kouri.html>

◎ フィールドワーク(実査)とデータ処理の強力な実施体制のもとに、スピーディで正確な一次情報の収集・データ加工を実現。お客様のニーズにタイムリーにお応えいたします。

<https://www.just-research.co.jp/product/index.html>

#### 【引用・転載について】

本リリース内容の引用・転載に際しては、当社名(ジャストリサーチサービス株式会社)の掲載をお願い致します。調査結果サマリー内のグラフ・表データをご利用される場合も同様です。ご不明な点は下記担当までご連絡ください。

#### 【本リリース内容に関するお問合せ】

ジャストリサーチサービス株式会社

〒104-0033 東京都中央区新川 2-20-7 TOKOHビル 6F

TEL: 03-3553-3737 E-mail: [info@just-research.co.jp](mailto:info@just-research.co.jp) 担当: 平山(ヒラヤマ)

1. 調査目的 : 新たな世代と言われる「Z世代」の意識と行動の特徴を、一つ前の世代である「Y世代」との比較から把握する。
2. 調査方法 : WEB調査
3. 調査エリア : 首都圏（1都3県）
4. 調査対象 : 男女15～34歳（中学生は除く）  
Y世代：25～34歳  
Z世代：15～24歳と定義する  
※関連職排除

5. サンプルサイズ : 計437s

※世代別の有効回収数は下記の通り

|     | 男性   | 女性   | 合計   |
|-----|------|------|------|
| Y世代 | 111s | 107s | 218s |
| Z世代 | 109s | 110s | 219s |
| 合計  | 220s | 217s | 437s |

6. 調査実施期間 : スクリーニング調査 - 2019年 4月 18日 (木) ～ 4月 24日 (水)  
本調査 - 2019年 4月 24日 (水) ～ 4月 30日 (火)

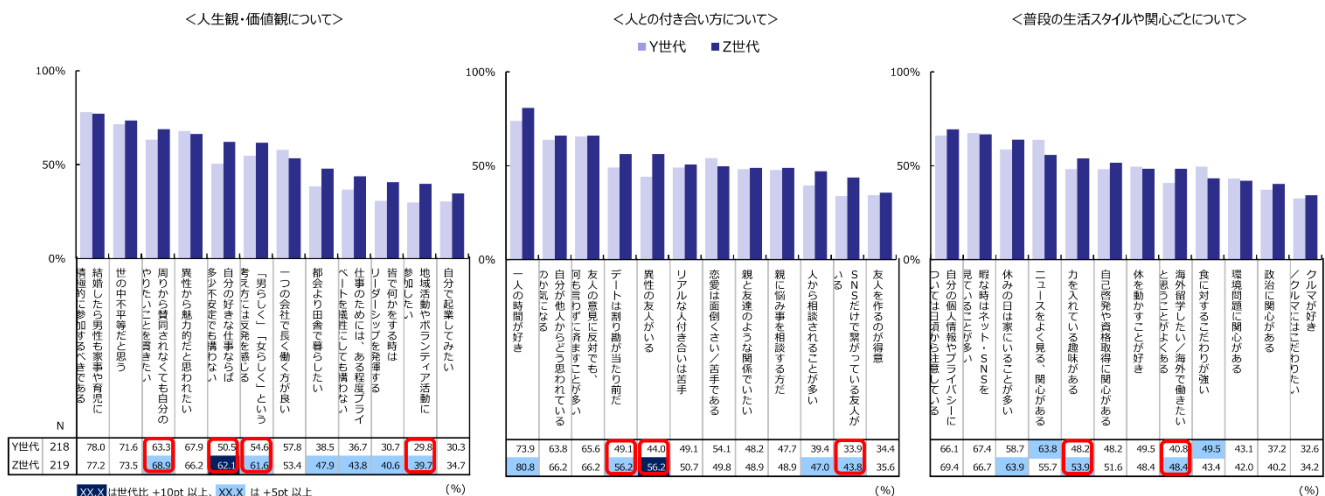
## Z世代の意識と行動①

## Y世代と比べZ世代は・・・

- ◆「自分のやりたいことを貫きたい」「好きな仕事なら不安定でも構わない」など、**より自分らしさを大切にしている**様子が窺える。
- ◆「異性の友人がいる」「SNSだけで繋がっている友人がいる」など、**幅広い交友関係**の他、「男(女)らしくという考え方に反発を感じる」「デートは割り勘が当たり前」のように**従来の男女関係にとられない様子**も見取れる。
- ◆その他、「地域活動やボランティア活動に参加したい」「力を入れている趣味がある」「海外留学したい/海外で働きたい」なども高い。

Q. あなたの考え方や価値観、普段の生活における行動などについてお伺いします。以下にあげる項目それぞれについて、どの程度あてはまるのかをお答えください。（各SA）  
※現在働いていない方は、仕事に関しては「もし自分が働いたら」ということでお答えください。

※Top2 Box（あてはまる+ややあてはまる）の値



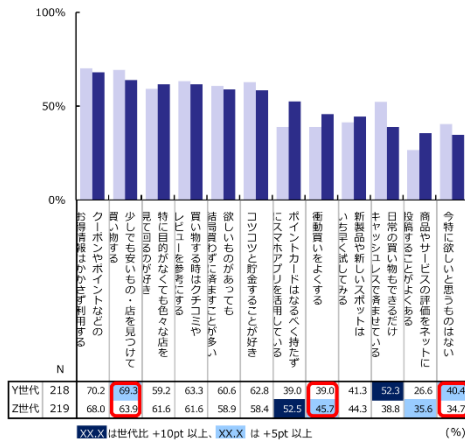
## Y世代と比べZ世代は・・・

- ◆「衝動買い」をよとしており、「少しでも安いモノ・店を見つける」努力はY世代の方がしているなど、**節約意識はそれほど高くない**ようで、今欲しいものも多い。
- ◆「限定品にひかれる」「他人と同じ格好はしたくない」など、**ファッションでも個性・自分らしさを意識**。
- ◆「SNSで友達やフォローしてくれる人を増やしたい」「アカウントを3つ以上使い分けている」「自動で削除されるものに投稿したい」など**SNSの利用度やセキュリティへの意識が高い**一方で、「誹謗中傷が気になる」「最近SNSに疲れた/面倒になった」など**SNS疲れの様子**も。

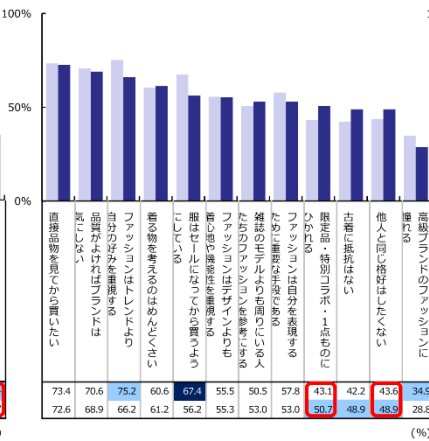
Q. あなたの考え方や価値観、普段の生活における行動などについてお伺いします。以下にあげる項目それぞれについて、どの程度あてはまるのかをお答えください。（各SA）  
※現在働いていない方は、仕事に関しては「もし自分が働いたら」ということでお答えください。

※Top2 Box（あてはまる+ややあてはまる）の値

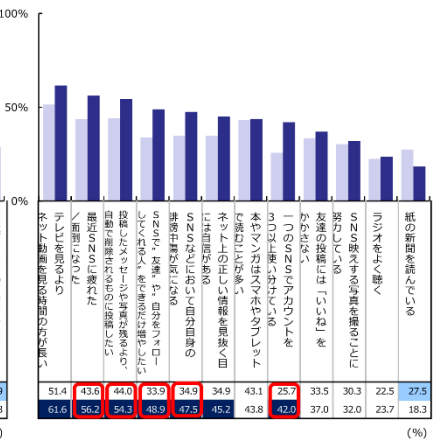
＜普段のお買い物やお金の使い方について＞



＜ファッションについて＞



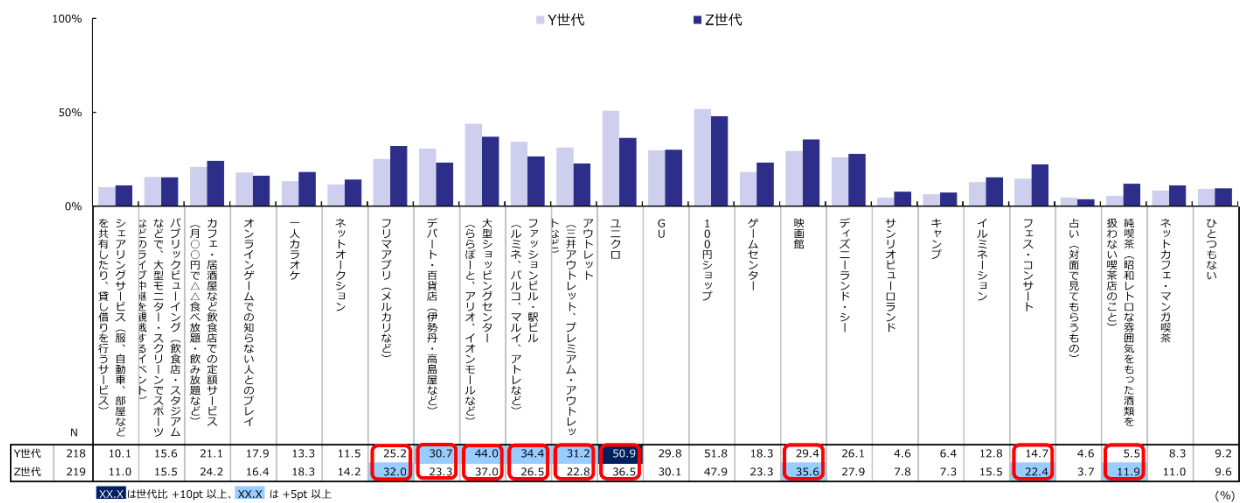
＜普段のメディア利用状況について＞



## 利用サービス・施設

- ◆ 衝動買いをよくする＜Z世代＞では＜Y世代＞より「フリマアプリ」の利用が多い。
- ◆ ＜Z世代＞では「ユニクロ」の利用が少なく、＜Y世代＞と15ポイント近い差がみられる。
- ◆ その他、「デパート」「大型ショッピングセンター」「ファッションビル・駅ビル」「アウトレット」といったリアル店舗の利用度は＜Y世代＞より低く、「映画館」「フェス・コンサート」「純喫茶」は逆に高くなっている。（但しこれは、＜Z世代＞は、まだ学生が多いことが大きな要因とも考えられる）

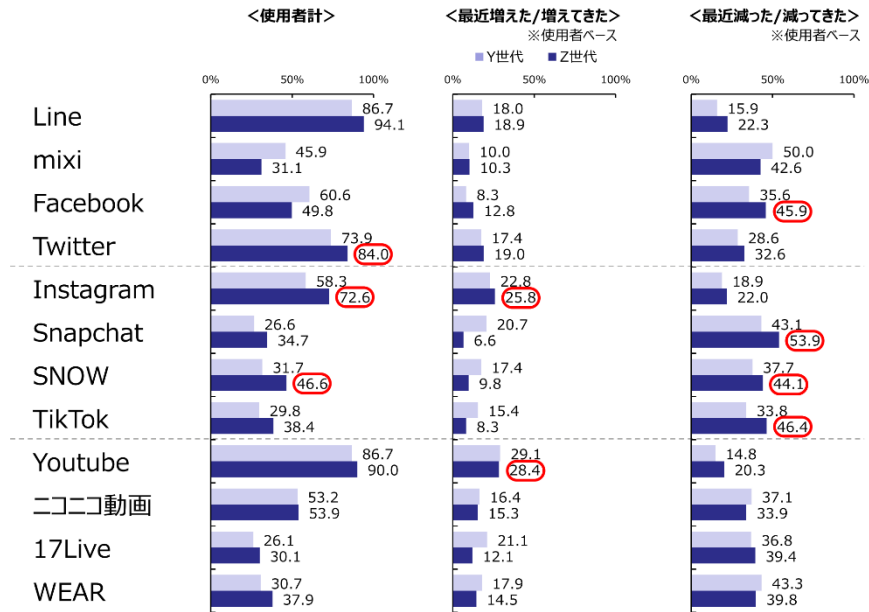
Q. 以下にあげるサービス・施設の中から、あなたが普段利用することがあるものをすべてお答えください。（各MA）



## Y世代と比べZ世代は・・・

- ◆「Twitter」「Instagram」「SNOW」の使用率が高い。
- ◆「Facebook」「Snapchat」「SNOW」「TikTok」は使用者の約半数が離脱しつつある。
- ◆一方、「Instagram」「Youtube」は、「増えた」が「減った」を若干であるが上回っており、今後も継続して使用されていく様子が窺える。

Q. 以下にあげるSNS・アプリ・動画共有サービスを利用する頻度・機会に最近変化はありますか。それぞれについて、あてはまるものを1つだけお答えください。（各SA）



当調査では以下の様な質問も聴取しております。 こちらのデータもご提供できますので、お気軽にお問合せください。

質問項目（選択肢一部抜き出し）

■動画配信サービス利用状況 ■趣味 ■性格 ■同居家族 ■1ヶ月のお小遣い ■性別 ■年齢 ■職業 ■未婚 ■子供の有無