

国際マーケティング研究団体「MCEI 東京支部」Z世代調査、緊急報告： Z世代の情報源ベスト3は1位 SNS、2位動画サービス、3位テレビ それぞれ6割以上。オールドメディアが意外に健闘！！

消費財メーカーなど約60社が加入している、マーケティング実務家による国際組織・MCEI 東京支部(特定非営利活動法人:東京都中央区 理事長・宮地雅典)では、次代の社会を担うZ世代の価値観や行動様式を把握してマーケティングに役立てる検討会「シン・Z世代研究会」を2022年より推進しております。

この度、「Z世代」(15~25歳)と比較検討用にミレニアル世代を中心に「Z世代以外」(26~49歳)を対象に、情報経路や購買接点、社会への参画意識に関してアンケート調査を実施しました。

.....本リリースのポイント.....

- ・マーケティング研究の国際組織 MCEI 東京支部が Z 世代・ミレニアル世代を対象に意識調査を実施
- ・Z 世代の情報源ベスト3は 1 位 SNS(66.9%)、2 位無料動画サービス(62.9%)、3 位テレビ(60.9%)
- ・主な相談相手は母親と友達。半数以上が他人の目を気にしており(55.7%)、問題を先送りしがち(52%)。
- ・半数以上が SNS をきっかけに購買を経験(56%)している。

.....

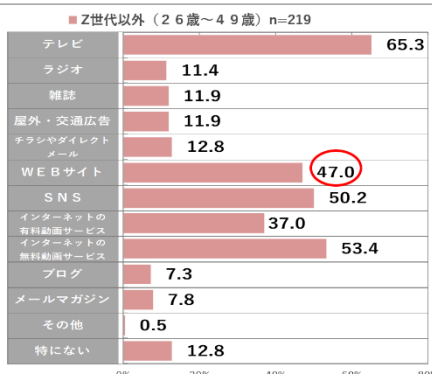
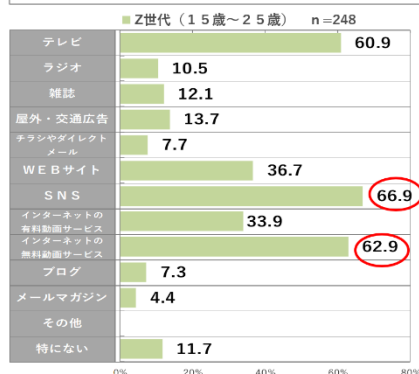
調査の概要

- 1.調査目的: Z 世代のメディア接触や意識・価値観などを明らかにし、Z 世代の実態を把握する
- 2.調査方法: インターネットアンケート調査
- 3.調査対象地域: 全国
- 4.調査対象: Z 世代(15 歳~25 歳: 248 人)、Z 世代以外(26 歳~49 歳: 219 人)※比較対象として調査
- 5.調査数: 【Z 世代】 248 サンプル 【Z 世代以外】219 サンプル
- 6.調査対象リスト: 調査会社保有のインターネットアンケートモニター、MCEI 会員
- 7.調査期間: 2023 年 3 月 22 日~4 月 24 日

1. 情報収集について

普段見たり聞いたりしている情報やメディア

Z世代は「SNS」「インターネットの無料動画サービス(YouTubeなど)」がトップ2
Z世代以外は「WEBサイト」の利用がZ世代よりも10ポイント以上高い。
両世代とも、半数以上が「テレビ」を利用している。

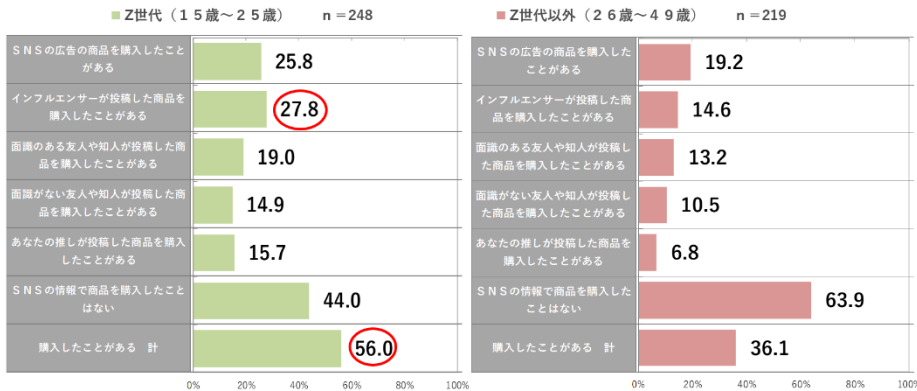


Z世代の情報源ベスト3は
1位 SNS(66.9%)
2位無料動画サービス(62.9%)
3位テレビ(60.9%)
Z世代はテレビを観ないと言われていたが、意外にも健闘している。

2. SNSについて

SNSの情報を通じた商品購入

- ・Z世代の半数以上がSNSを通じて商品を購入したことがあると回答。
- 「インフルエンサーが投稿した商品を購入したことがある」は約3割と高い。

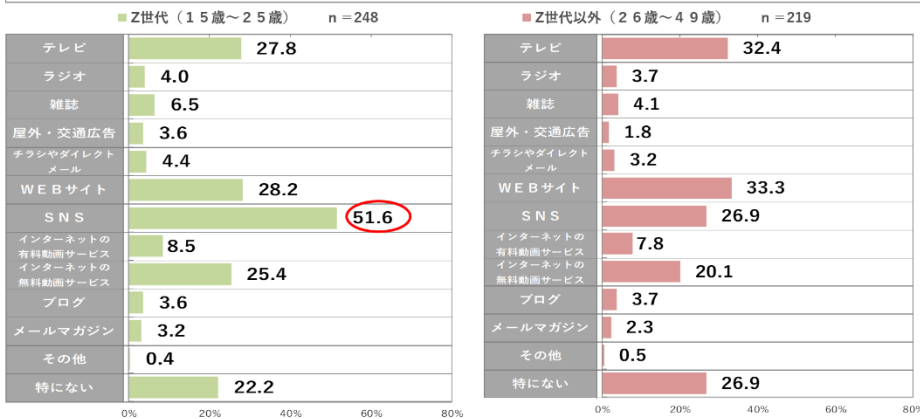


Z世代の半数以上が SNS を通じて商品を購入(56%)

1. 情報収集について

新しい商品やブランドの重視している情報源

- ・Z世代は「SNS」が突出して高い。
- Z世代以外は「テレビ」「SNS」「WEBサイト」が上位3項目。



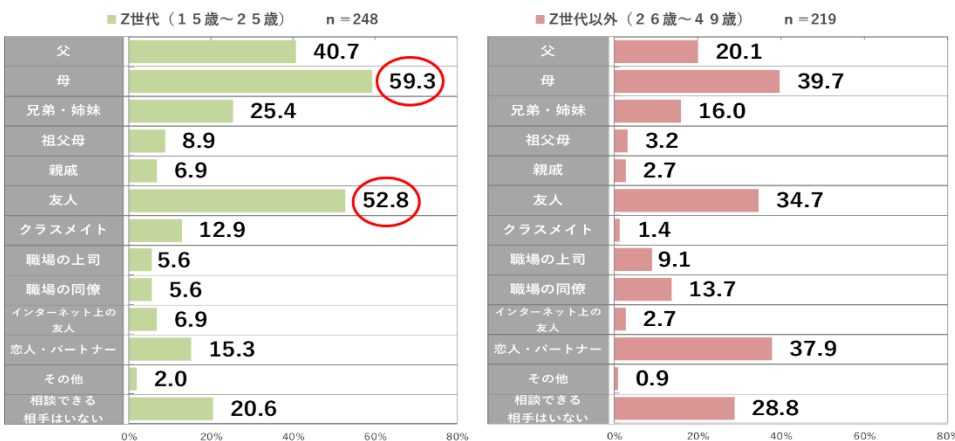
Z世代が商品やブランド選択に最も重視している情報源は SNS(51.6%)

Web サイト利用は 28.6%と振るわない。

3. 人間関係について

問題や悩みの相談相手

- ・Z世代は「母」「友人」が5割台とZ世代以外と比較して高い。



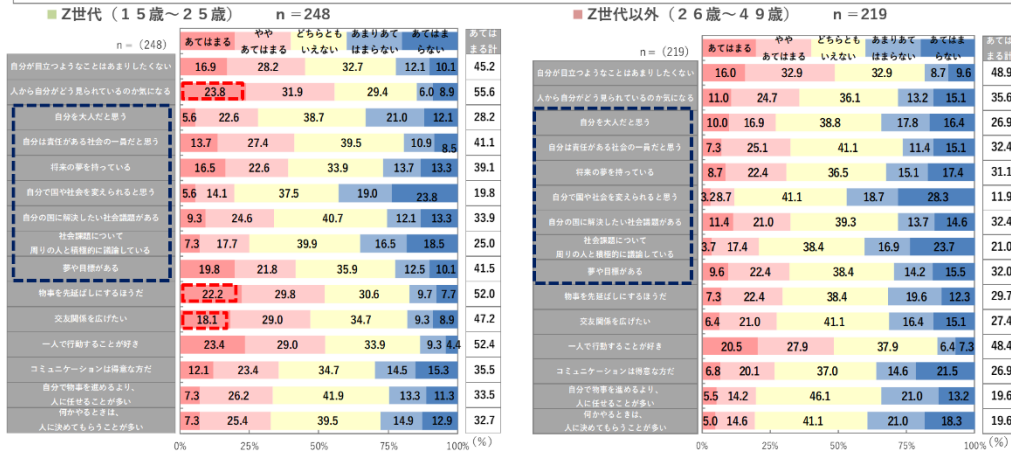
主な相談相手は母親(59.3%)と友人(52.8%)

4. 性格や価値感について

自身の性格・価値観

・Z世代は「人から自分がどう見られているのか気になる」「物事を先延ばしにするほうだ」「交友関係を広げたい」がZ世代以外と比較して高い。

半数以上が他人の目を気にしており
(55.7%)、問題を先送りしがち(52%)



MCEI 東京支部とは

MCEI (Marketing Communications Executives) は、大手消費財企業など約 60 社で構成されるマーケティング研究の NPO です。国際本部はスイスのジュネーブにあり、世界 13 ヶ国 16 支部がマーケティングを通じて交流しています。東京支部は 1969 年に故水口健次創設理事長によって設立されました。以来、さまざまな領域に専門性を持ったマーケティング実務家が業種業界を超えて集まり、相互に協力し合いながら社会課題の解決と会員各社の成長を目指して、「協創プラットフォーム」として新たな価値(ベストプラクティス)の創出へ向けて活動を続けています。

MCEI の歴史

MCEI は 1954 年、ニューヨークでセールスプロモーションの実務家が集まり、当時まだ体系化されていなかったノウハウの交流を始めた組織「SPEA (Sales Promotion Executives Association)」に端を発します。1967 年に渡米研修した水口健次創設理事長が SPEA でメーカー同士の交流を目の当たりにし、大きな感銘を受けて 1969 年に東京支部を設立。以来、非営利のマーケティング研究組織として会員のボランティアにより運営を続けています。

本件に関する問い合わせ先

MCEI 東京支部事務局 〒103-0023 東京都中央区日本橋本町 3-10-3 丸宗ビル 4 階

TEL 03-6661-1013 / FAX 03-6661-1012 担当: 高橋 jimukyoku@mceitokyo.org <https://www.mceitokyo.org/>