

【結果発表】Simeji presents Z世代トレンドアワード2025

バイドゥ株式会社

2025年12月3日 20時30分

バイドゥ株式会社(本社:東京都港区、代表取締役社長:Feng Jiang)が提供するキーボードアプリ「Simeji」は、Z世代(2025年現在13~28歳)男女6,779名を対象に実施した「Simeji presents Z世代トレンドアワード2025」の結果を発表します。

■「Simeji presents Z世代トレンドアワード2025」とは

7,000万DL突破、メインユーザーがZ世代であるキーボードアプリ「Simeji」。「Z世代が選ぶ!! Simejiランキング」を配信し、Z世代とともにトレンドを発信してきた「Simeji」が、今年流行ったヒト・モノ・コト、そして顔文字を大調査しました。
2025年にZ世代のあいだで話題になったヒト・モノ・コト・顔文字を総まとめ。

“どんな言葉が広がり、何を推し、何にときめいたのか”。日常のリアルなトレンドを可視化しています。

※Z世代とは: 1990年代半ばから2010年代の初頭に生まれた世代。本アワードでは13~28歳を対象に調査しました。

■ 各大賞をご紹介します

The graphic displays the winners of the Simeji presents Z世代トレンドアワード2025. At the top, the title 'Z世代トレンドアワード2025' is shown in a stylized font, with the Simeji logo in the top right corner. Below the title, a large blue banner with a ribbon effect reads '大賞' (Grand Prize) and '年間トレンド' (Annual Trend). The main winner, 'ビジュイイじゃん' (Bijuii Jan), is prominently displayed in large black characters. Below this, four smaller boxes show category winners, each with a '大賞' ribbon: 'HITO BUMON' (Hit Department) winner '長浜広奈' (Nagabira Hirona), 'MONO BUMON' (Mono Department) winner 'LABUBU', 'KOTO BUMON' (Koto Department) winner 'ビジュイイじゃん' (Bijuii Jan), and 'KAOMOJI' (Kaomoji) winner '(̄ω̄)'.

部門	大賞
年間トレンド	ビジュイイじゃん
ヒト部門 (HITO BUMON)	長浜広奈
モノ部門 (MONO BUMON)	LABUBU
コト部門 (KOTO BUMON)	ビジュイイじゃん
顔文字 (KAOMOJI)	(̄ω̄)

○年間トレンド大賞・コト部門大賞「ビジュイイじゃん」

コト部門大賞、そして2025年の年間トレンド大賞に輝いたのは、男性ボーカルダンスユニット・M!LKの楽曲『イイじゃん』の一節、「ビジュイイじゃん」。サビの「今日ビジュいいじゃ〜ん♪」のフレーズと真似しやすい振り付けがセットで拡散し、TikTokでは本楽曲を使用した投稿が93万件を超え、ダンス動画・推し動画・切り抜き音源として幅広く投稿されました。

Z世代からは「全人類肯定神ソング」「友達とよく言い合ってる」「メイク上手くいったら姉と“ビジュいいじゃん”って言ってた」といった声が寄せられ、ポジティブな自己肯定フレーズとして受け止められている様子が伺えます。

「流れたら踊っちゃう」「みんな口癖だった」「中毒性のある曲で印象的」「よく学校で聞いている」など、歌とダンスと日常会話が一体化して流行するZ世代らしさを象徴する結果となりました。

○ヒト部門大賞「長浜広奈」

ヒト部門大賞に輝いたのは、恋愛リアリティー番組『今日、好きになりました。』への出演で一躍注目を集めた長浜広奈。「おひなさま」の愛称で親しまれ、番組内で生まれた「ひな？ やったー！」「両手に男で一す」などの通称“おひなさま語録”が、SNSで切り抜き動画やミームとして広がり話題となりました。

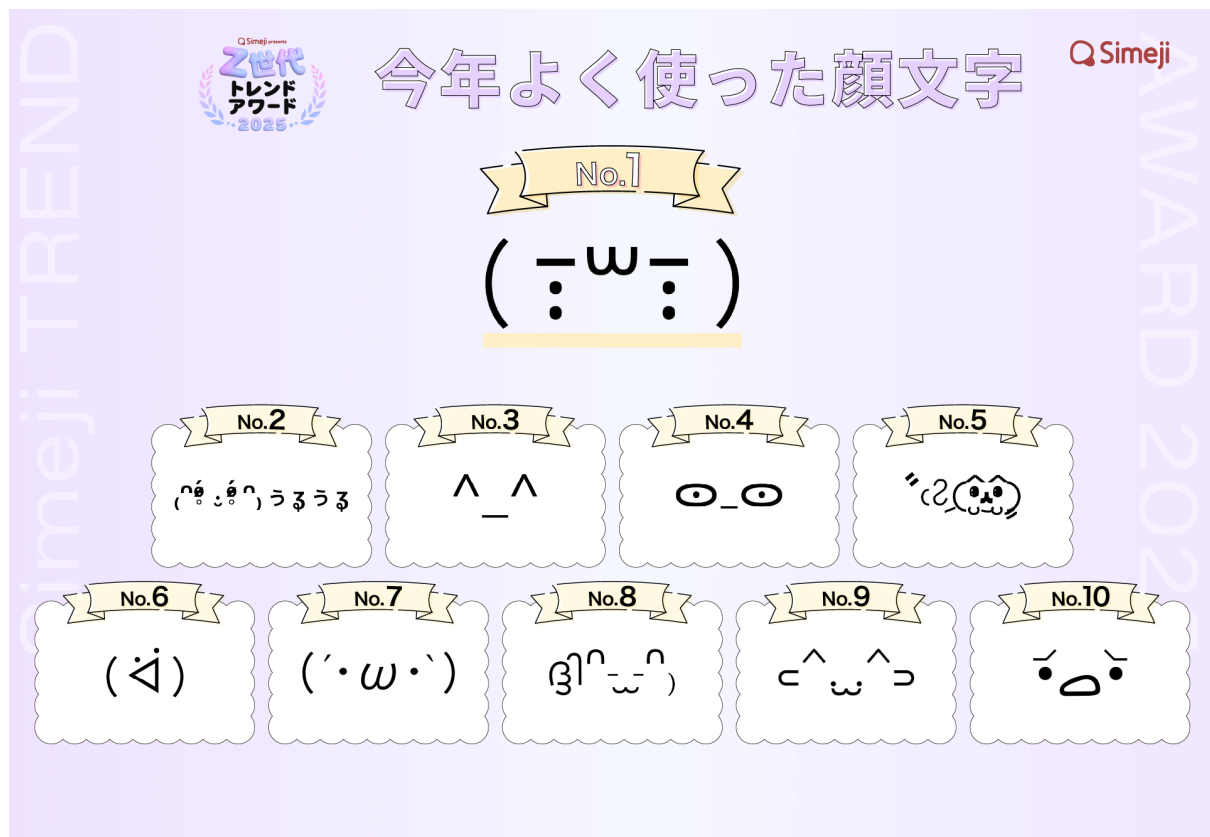
Z世代からは「今日好き見てなくても知ってる」「名言が多くて真似したくなる」「ずっとクセになる」「キャラ強いけど可愛いのがずるい」などの声が寄せられ、可愛さ×インパクトの両立が支持されています。3シーズン連続で『今日好き』を盛り上げた後は、テレビ出演やCM出演にも活躍の場を広げており、今年を象徴する存在と言えます。

○モノ部門大賞「LABUBU」

モノ部門大賞に輝いたのは、アトイブランド『POPMART』発のキャラクター「LABUBU」。BLACKPINK・LISAをはじめ、海外アーティストやインフルエンサーがバッグに付けている様子がSNSで広まり、日本の“ぬい活”文化に後押しされ、スクールバッグやトートバッグに付ける“見せるぬいぐるみ”として人気が加速しました。

Z世代からは「みんなこぞって探してた」「欲しくても人気すぎて買えない」「友達のほとんどがカバンに付けてる」「ブサカワなのがクセになる」「世界的にめつつちゃ人気あった」などの声が。入手困難さも含めて話題となり、今年最も注目されたモノとしてZ世代の支持を集めました。

〇顔文字大賞「(□□□)」/ 顔文字＝感情を“まるく”伝えるツール



2025年の顔文字大賞は、「(□□□)」。

さらに2位にも「٩(๑・๑)うるう」がランクインし、“泣いているような表現”が上位を独占する結果となりました。

一見ネガティブに見える表現ですが、Z世代は喜び・悲しみ・感謝・戸惑いなど複雑な気持ちを柔らかく共有する手段として活用しています。

Z世代からは、「(□□□)」は『疲れた』『大丈夫？』などどんなときにも使える。悲しいけど励まされて感謝したい時にも使う、「٩(๑・๑)うるう」は「感動してる時に使う！嬉しい時にも使える！」という声が上がっています。

つまり「泣く＝ネガティブ」ではなく、スタンプのように気持ちを補うツールとして活用されているのが特徴です。

3位には、「^_^」がランクイン。上の世代では「ありがとう^_^」「かわいいね^_^」などポジティブな理由で使いますが、Z世代では真逆の意味に変化しています。「気まず^_^」「まじ無理^_^」「面白い^_^（実は面白くない）」など、本音を濁す“圧・虚無・皮肉”を込めた表現として使用されています。

4位の「□_□」は、一見するとアニメ風の愛らしい表情ですが、使われ方は真逆。

「明日もバイト頑張るぞ□_□」「試験楽しみだな□_□」など、ポジティブな言葉に添えることで、内心の絶望やあきらめを表す、いわゆる“ギャップ系の感情演出”として浸透しています。

5位には、今年9月頃に突如流行した“猫のような顔文字”がランクイン。Simejiでは「ねこ」「りょうさん」と入力すると変換できます。

見た目は可愛いものの、Android端末では文字化けして“化け物”のように見える現象が話題となりました。

Z世代からは「Xでバズってた」「Androidだと化け物になる」「短く見えるのに文字数がバケモンなのが面白い」といった声が寄せられ、可愛いのに化けるギャップや文字数の謎めいた特性がミームとして拡散した様子が伺えます。

今回の顔文字ランキングから、Z世代が相手にプレッシャーを与えず、感情を繊細に伝える工夫をしていることが伺えます。

対面であれば声色や表情、仕草によって細かなニュアンスを伝えられますが、チャットでは同じ言葉でも“冷たい”“きつい”と受け取られてしまうことがあります。チャットツールが普及し、対面とテキストが混在するコミュニケーションが当たり前になったことで、こうした誤解やストレスを避けるために、感情を補う手段として顔文字が使われていると考えられます。

受け取り手任せではなく、送り手がやさしいコミュニケーションを選ぶ――

これが、2025年の顔文字トレンドに表れたZ世代らしさと言えます。

○Z世代のトレンド

Z世代のことばのトレンドは、音源や番組のフレーズが日常会話に広がる点が特徴です。実際に、年間トレンド大賞・コト部門大賞に選ばれた「ビジュいいじゃん」をはじめ、「エッホエッホ」「今これ」など、動画内の言葉をそのまま会話に転用して楽しむ文化が広がっています。Simejiでは、「ビジュ」「今これ」「エッホ」「両手に」などの語句を入力するだけで、これらのセリフを全文変換できるようにしています。若者の流行と言葉づかいをリアルタイムで反映し、日常会話のスムーズな表現をサポートしています。

また、学生のあいだではAI利用も急拡大しており（自社調査では昨年比2倍、大学生の約8割が利用）、ChatGPTの愛称「チャッピー」もランクインするなど、AIが“愛称文化”として日常に溶け込む動きも見られます。

Simejiでも ChatGPT 5 や Gemini 3 などの最新AIを搭載し、文章生成、敬語変換、硬い文章のやわらかい言い換えなど、入力体験をより便利で楽しいものにしています。

今後も、大学生だけでなく、より若い世代にも安心してAIに触れられる環境を提供してまいります。

■ 各部門より気になるポイントをPick Up !



<ヒト部門>

○バズったアーティスト&曲2025



1位:M!LK『イイじゃん』

SNSでのバズから一気に広がり、「クラスみんな歌ってる」「文化祭や後夜祭でも踊った」と浸透した1曲。サビの一節「今日ビジュイイじゃ〜ん♪」がそのまま日常のほめ言葉として定着し、今年のトレンド大賞(コト部門/年間大賞)にも選出。「この曲でM!LKを推し始めた」などの声も多く、M!LKを“国民認知”に押し上げた象徴的な楽曲となりました。

2位: Mrs. GREEN APPLE『ライラック』

今年も勢いが止まらない人気バンド・Mrs. GREEN APPLE。

ナルトダンスや「今これ」界隈の動画との相性の良さからダンス動画でも定番となり、ロングヒットを更新し続けた1曲。

3位: 吉本おじさん (feat. 雨衣)『お返事まだカナ? おじさん構文!』

“おじさん構文”をそのまま歌にしたインパクトで、「ショートで死ぬほど聞いた」「TikTok開けばまずこれ」と語られるほどの中毒性を発揮。

4位: AiScReam『愛♡スクリ〜ム!』

「ルビィちゃん? はい!」のコール&レスポンスで、ショート動画の定番音源に。国内だけでなく海外からの投稿も多く、「チョコミントよりもあなた」のフレーズが日常会話のネタになるなど、かわいさとバズリ力を兼ね備えた一曲として支持されました。

5位: CANDY TUNE『倍倍FIGHT!』

アソビシステムの「KAWAII LAB.」からデビューした7人組アイドル・CANDY TUNEの代表曲。TikTok音楽チャート10週連続1位を記録。

“湯切りダンス”で話題になり、「体育祭のテーマになった」「吹奏楽で演奏した」と学校シーンにも広がるほか、「聴くだけで元気が出る」とZ世代の声が多数。毎日を明るく後押しする“日常系応援ソング”として定着しているようです。

○バズった俳優2025



1位:大森元貴 (Mrs. GREEN APPLE)

人気バンド Mrs. GREEN APPLE のボーカル。映画『#真相をお話します』で初映画・初主演を務め、NHK連続テレビ小説『あんぱん』にも出演し、俳優として一気に存在感を拡大。Z世代からは「初映画なのに演技うますぎ」「歌も演技もできるの強すぎ」「テレビで見ない日がない」といった声が多く、音楽と演技の“二刀流俳優”として注目を集めました。

2位:目黒蓮 (Snow Man)

Snow Manのメンバーで、歌手・モデル・俳優として幅広く活動。日曜劇場や映画、CM出演が相次ぎ、「テレビで見ない日がない」「アイドルなのに主演もするのすごい」と話題に。俳優・アイドル・モデルと、枠を超えた活躍が票を集めました。

3位:吉沢亮

日本を代表する実力派俳優。主演映画『国宝』がヒットし、歌舞伎という敷居の高い題材を美しいビジュアルと圧巻の演技で魅せました。Z世代からも「国宝級イケメンから本当の国宝へ」「演技の迫力がすごい」といった声が目立ち、“日本のトップ俳優”としての存在感を改めて印象づけた一年となりました。

4位:佐野勇斗 (M!LK)

ボーカルダンスユニット M!LK のメンバー。楽曲『イイじゃん』のヒットをきっかけに認知度急上昇。ドラマ出演が続き、「毎日のようにテレビで見た」「俳優もアイドルもどっちも主役級」といった声が集まり、音楽・俳優両面での活躍が、今回のランクインにつながったと言えます。

5位:松田元太 (Travis Japan)

Travis Japanのメンバー。ドラマでは演技派、バラエティでは天然キャラという“ギャップ”が注目され、「ギャップが魅力すぎる」と話題に。幅広い出演で一気に知名度を高めた1年となりました。

○バズったタレント2025



1位:マユリカ

自作ミュージカル曲の一節「オイラが行くしかねえな」がTikTokで大ミーム化し、“マユリカミーム”として一気に浸透。「普段の日常生活でみんな歌ってる」「オイラは行くけどこまでも運動会で踊った」など、学校や職場などで口ずさまれる存在に。ORANGE RANGEのMV出演や、若者向け番組での活躍も相まって、Z世代を中心に一気に知名度と影響力が拡大しました。

2位: 原嘉孝 (timelesz)

オーディション番組『timelesz project』からtimelesz新メンバーとしてデビューし、「爪痕残しまくり」「バラエティで一番おちゃらけてて面白い」と話題に。歌番組・ドッキリ・ロケと引っ張りだこで、「最近テレビで一番見る」「家族ですら名前を覚えた」という声も集まりました。

3位: 大橋和也 (なにわ男子)

主演ドラマ・映画に加え、CMやバラエティでも存在感を発揮。「ドラマもバラエティもこの人をよく見る」「ananのスーパーアイドル部門受賞が印象的」など、アイドルとタレントの両面で評価が高まりました。

4位: 青木マツチヨ (かけおち)

『ラヴィット!』や『嗚呼!!みんなの動物園』での活躍で、「ラヴィットで毎日見る」「保護猫のやつで好きになった」「筋肉とのギャップがかわいい」と支持を獲得。お茶の間の認知を一気に広げました。

5位: アレン様

Abemaなどの番組で見せる正直なコメントが「見た目は派手なのに内容が的確」「全てアレン様が正しいでございます」と評価され、Xやショート動画で話題に。独特の語り口と強いキャラクター性から、熱烈な支持を集めています。

○バズったアイドル2025



1位: 超ときめき♡宣伝部

スターダストプロモーション所属の6人組アイドルユニット。ポップで耳に残る楽曲と10代に寄り添う世界観を強みに、若年層を中心に支持を拡大しています。近年は楽曲『超最強』の歌詞「スマホのカメラロールなんて～」が音源としてSNSでバズり、「男女ともに盛り上がる」「学校でも流れている」という声が広がるなど、SNS発の評判が日常シーンにも波及しました。

2位: CUTIE STREET

アソビシステム所属の女性アイドルグループ。通称“きゅーすと”。「TikTokで見まくった」「全部バズってる」といった声が多数。デビュー短期間でアイドル初心者にも名前が広まりました。

3位: MILK

業界大注目の5人組ボーカルダンスユニット。『イイじゃん』のバズをきっかけにファンが増え、「最近テレビでよく見る」との声も。曲人気とメディア露出の相乗効果で支持を拡大。

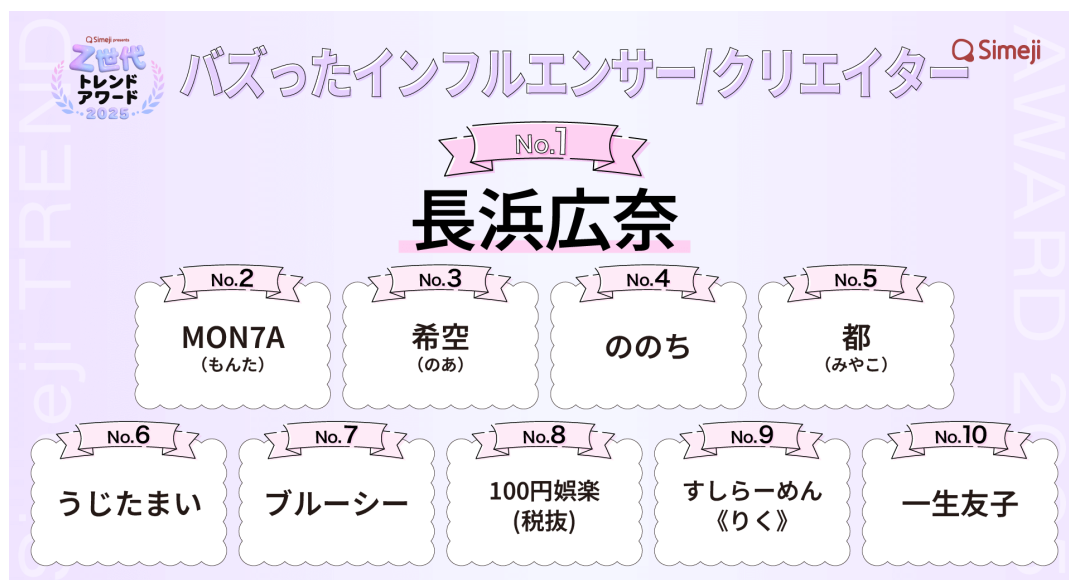
4位: FRUITS ZIPPER

アソビシステム所属の女性アイドルグループ。ヒット曲連発で「どこ行っても曲を聞く」と認知度が拡大。TVアニメ『クレヨンしんちゃん』の主題歌やドーム公演決定など、“国民アイドル化”が進んだ1年でした。

5位: きゅるりんってしてみた

女の子の“カワイイ・リアリズム”を描く4人組アイドルとして注目を集める存在。「曲が神」「メイク真似したい」とビジュアルや世界観に対する声が多く、TikTokを起点に認知をじわじわ拡大中です。

○バズったインフルエンサー／クリエイター2025



1位: 長浜広奈

恋愛リアリティー番組『今日、好きになりました。』への出演で一躍注目を集めた長浜広奈。ヒト部門大賞にも選出されました。「おひなさま」の愛称で親しまれ、番組内で生まれた「ひな？ やっ

たー！」「両手に男で一す」などの通称“おひなさま語録”が、SNSで切り抜き動画やミームとして広がり話題となりました。

Z世代からは「今日好き見てなくても知ってる」「名言が多くて真似したくなる」「ずっとクセになる」「キャラ強いけど可愛いのがずるい」などの声が寄せられ、可愛さ×インパクトの両立が支持されています。3シーズン連続で『今日好き』を盛り上げた後は、テレビ出演やCM出演にも活躍の場を広げており、今年を象徴する存在と言えます。

2位: MON7A(もんた)

『今日、好きになりました。ハロン編』出演をきっかけに一気に認知が拡大し、その後にリリースした楽曲『おやすみTaxi』やショート動画の投稿によって“もんた界隈”として語られる存在に成長しました。

コメントでは「クラスで話題になってた」「曲がバズって界隈できてた」といった声が多く、番組の一時的な人気にとどまらず、新しいアイコンとしてZ世代に浸透しました。

3位: 希空(のあ)

『今日、好きになりました。卒業編』への出演で一気に認知が拡大。「今日好き見てないけど名前は知ってる」「ネットニュースで見た」という声も多く、SNSに触れていれば自然と目に入る存在として注目されました。

4位: ののち

“犬系彼女”としてSNSで大ブレイクし、現在は変身メイクや原宿系ファッションが高い支持を獲得。等身大のキャラクターで「活動の幅が広がった」「印象が変わった」という声が集まり、Z世代に“自分らしさ”を見つけるきっかけを与える存在”として、応援されています。

5位: 都(みやこ)

「ありのままだが好き」「名言が多い」「動画満足度が高い」「人生が濃すぎて見ちゃう」など、“キャラだけでなく生き方”が推される存在として選出されました。

<モノ部門>

○バズったグルメ2025



1位: 麻辣湯

具材や辛さを自分好みに選べる中国・四川料理「麻辣湯」がトレンド入り。SNSやモッパン動画から人気に火がつき、「行列がすごい」「友達みんな食べてた」「罪悪感なく食べられる」と話題に。専門店の出店に加え、家で再現する“おうち麻辣湯”も増えるなど広がりを見せました。

2位: もっちゅりん

発売直後から売り切れが続出し、「朝並ばないと買えない」「幻すぎた」と限定感がブームを後押し。自宅で出来る再現レシピもSNSで広まりました。

3位: ドバイチョコ

ピスタチオ×カダイフをチョコで包んだドバイ発スイーツ「ドバイチョコ」。ASMR動画をきっかけに「パリパリ音がクセになる」と話題になり、世界的なブームに。日本でも販売店舗や再現レシピが急増。

4位: チョコマシュマロ

ふわふわのマシュマロをチョコで包んだ海外発スイーツが、SNSをきっかけに全国で話題に。「売り切れで買えない」「自分で作った」という声も多く、“買う・真似する”両方で広がったヒット菓子となりました。

5位: うどーなつ

CMやSNSで注目され、「うどん屋のドーナツ」という意外性とモチモチ食感が人気に。

○バズったアイテム2025



1位: シール帳

ボンボンドロップシールをきっかけに、再注目。「平成女兒になった気分」「大人も子どももやっている」「どこ行ってもシール売り切れ」などの声が集まり、世代を超えてシール交換が広がっています。

2位: Nintendo Switch 2

抽選販売で「全部落ちた」「やっと当たった!」という当落投稿がSNSに殺到。ゲーム好きに限らず、抽選必至の話題アイテムとして注目を集めました。

3位: めじるしアクセサリ

カプセルトイで展開される、バッグや傘・スマホにつけられる小型チャーム。「まじよく見る」「推しキャラは品薄」といった声も多く、“日常の推しデコ”として支持を集めました。

4位: 耳つぼジュエリー

ピアス穴なしで楽しめる耳元アクセとして人気に。「可愛いのに体を傷つけない」という声が多く、ファッションと実用性を兼ね備えた新しい耳元トレンドです。

5位: fwee

“パケ買いコスメ”の代表格として支持を集めた韓国ブランド。「初めてのメイクがfwee」「チークとリップが天才級に可愛い」「パケ買いした」という声が多く、推しコスメブランドとして注目されました。

○バズったキャラクター2025



1位: LABUBU

アートイブランド『POPMART』発のキャラクター。モノ部門大賞にも選出されました。BLACKPINK・LISAをはじめ、海外アーティストやインフルエンサーがバッグに付けている様子がSNSで広まり、日本の“ぬい活”文化に後押しされ、スクールバッグやトートバッグに付ける“見せるぬいぐるみ”として人気が加速しました。Z世代からは「みんなこぞって探してた」「欲しくても人気すぎて買えない」「友達のほとんどがカバンに付けてる」「ブサカワなのがクセになる」「世界的にめつつちゃ人気あった」などの声が。入手困難さも含めて話題となり、今年最も注目されたモノとしてZ世代の支持を集めました。

2位: ミャクミャク

大阪・関西万博の公式キャラクター。登場当初は賛否が分かれたものの、グッズ展開やコラボ企画が進み、「グッズ売り切れてた」「友達全身コーデしてた」という声も。期間限定の話題から、キャラとして“推される存在”へと変換し、Z世代にも浸透しました。

3位: パペットスンスン

YouTubeやSNSでの投稿が出発点で、脱力系の言動・ビジュアルと、ぬいぐるみならではの佇まいで親しみを獲得中。テレビ出演など活動の幅を広げています。SNSでは「永遠に流れてくる」「家族もハマった」という声が多く、さらに「LINEスタンプ使ってる」と日常のコミュニケーションにも浸透。

4位: たまごっち

平成ブームの再燃と、新作ガチャ・シール商品が登場したことで人気再浮上。SNSでは「ガチャ売り切れ」「シール探してる」「推し活アイテムにもなる！」といった声が多く、懐かしさと可愛さがZ世代に刺さり、再び身近な推しキャラクターとして広がっています。

5位: エスターバニー

韓国発のピンクのウサギキャラクター。くら寿司やファッションブランドとのコラボや各地でのポップアップ開催で注目を集め、人気急上昇しています。

Z世代からは「スクバにつけてる人めっちゃ見る」「可愛い子がみんな持ってる」「キーホルダー友達が持ってる」などの声が多く、POPでキュートな世界観が支持を獲得。「顔隠すのに必須」「写真加工でよく使う」など、“かわいい自己表現のアイコン”としても定着しています。

○バズった映像作品2025



1位:『今日、好きになりました。ハロン編』

通称“背脂編”として、おひなさま&もんたの名シーンがSNSで話題に。「ひな？ やったー」「両手に男でーす」などの台詞がタイムラインを占領しました。「クラスで一番話題だった」「みんな真似してた」という声も多く、SNSと学校の両方で盛り上がりを生んだ恋愛リアリティ番組です。

2位: 劇場版『鬼滅の刃』無限城編 第一章 猊窩座再来

バトル・作画・音楽のクオリティが高く、多くの観客の支持を獲得。特に若年層から高い評価を受け、「お前も鬼にならないか」のセリフが注目され、SNSでも話題となりました。Z世代からは興行規模に驚く声に加え、「映像やばかった」「何回も見に行った」「無限列車超えてきた」と内容面でも強く記憶に残るという声が多く。数字のインパクトとクオリティの両面で支持された王道ヒット作といえます。

3位: 映画『8番出口』

人気ホラーゲームが実写化され話題に。“違和感ホラー”がSNSで共感を呼び、「現実の駅が8番出口に見える」「文化祭で再現した」という声も。二宮和也の主演効果も相まって、じわじわ支持を伸ばしました。

4位: 映画『国宝』

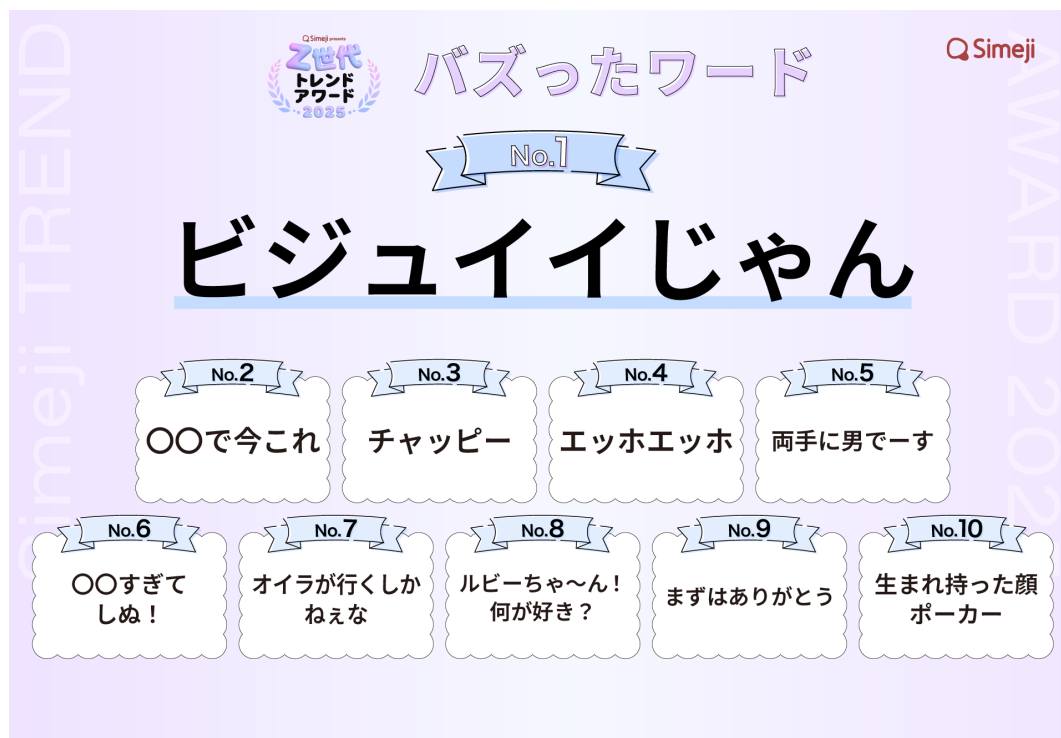
3時間超えとは思えない没入感で、「震え止まん」「これで歌舞伎ハマった」という声が続出。吉沢亮・横浜流星の熱演とともに、日本文化に興味を持つきっかけになった作品として名前が挙がりました。

5位:アニメ『タコピーの原罪』

ゆるい絵柄からは想像できない“鬱展開”で、「サムネ詐欺だけど神」「見たあと友達と語らずにいけない」と話題に。切り抜き動画や考察が目立った一本です。

<コト部門>

○バズったワード2025



1位:「ビジュイイじゃん」

男性ボーカルダンスユニット・M!LKの楽曲『イイじゃん』の一節、「ビジュイイじゃん」。年間トレンド大賞・コト部門大賞にも選出されました。サビの「今日ビジュいいじゃ〜ん♪」のフレーズと真似しやすい振り付けがセットで拡散し、TikTokでは本楽曲を使用した投稿が93万件を超え、ダンス動画・推し動画・切り抜き音源として幅広く投稿されました。

Z世代からは「全人類肯定神ソング」「友達とよく言い合ってる」「メイク上手くいったら姉と“ビジュいいじゃん”って言ってた」といった声が寄せられ、ポジティブな自己肯定フレーズとして受け止められている様子が伺えます。

「流れたら踊っちゃう」「みんな口癖だった」「中毒性のある曲で印象的」「よく学校で聞いている」など、歌とダンスと日常会話が一体化して流行するZ世代らしさを象徴する結果となりました。

2位:〇〇で今これ

TikTokのダンスやネタ動画に合わせて使われた定番ワード。ナルトダンス、肘打ち界限など、さまざまなミームに乗せて使える“汎用フレーズ”として広がりました。Z世代からは「5回に1回は流れてくる」「学校でも言ってた」「理由聞かれて“今これ”」などの声が集まり、何でも“今これ化”して遊ぶ様子が伺えます。

3位:チャッピー

AIサービス『ChatGPT』の愛称。「便利だから」「困ったらまずチャッピー」「毎日お世話になってる」など、課題解決から勉強、趣味まで幅広く頼られる“生活パートナー”として支持を集めました。画像生成など“AIで遊ぶ”文化も加速し、「生身の人間より楽しい」「第2の相棒」といった声も。AIで“調べる・相談する・遊ぶ”ことが、Z世代の日常に根づいた一年となりました。

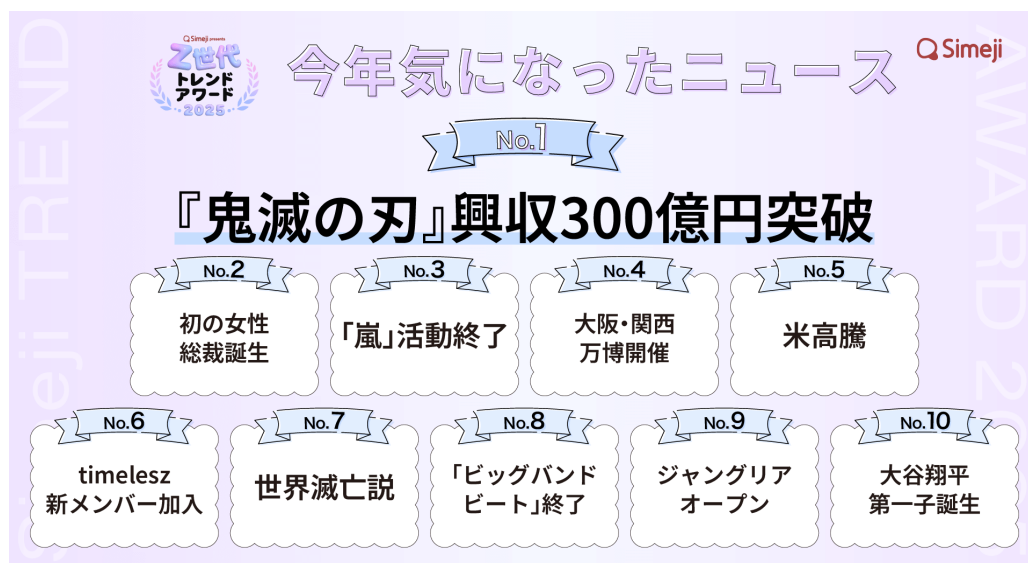
4位:エッホエッホ

フクロウ動画から広がった「エッホエッホ」が4位に。「学校でも言ってた」「部活紹介で使った」「おばあちゃんもハマってた」など、日常のネタとして浸透し、派生フレーズも生まれました。

5位:両手に男で一す

『今日、好きになりました。ハロン編』で長浜広奈が放った名セリフ。SNSでの動画をきっかけに一気に拡散し、「見ていなくても知っている」レベルで浸透しました。

〇気になったニュース2025



1位:『鬼滅の刃』興収300億円突破

バトル・作画・音楽のクオリティが高く、多くの観客の支持を獲得。特に若年層から高い評価を受け、「お前も鬼にならないか」のセリフが注目され、SNSでも話題となりました。「いや鬼滅最強すぎん?」「300億はやばい」と興行規模に驚く声に加え、「映像やばかった」「何回も見に行った」「無限列車超えてきた」と内容面でも強く記憶に残るという声が多く。数字のインパクトとクオリティの両面で支持された王道ヒット作といえます。

2位:初の女性総裁誕生

「歴史的瞬間」「日本が変わり始めた気がした」「日本初の女性総理をリアタイで見たのがデカイ」と、“初”であることへの驚きと期待が集中。「高市さんかっこいい」「さな活してる」「若者の政治への関心が上がった気がする」というポジティブな声も目立ちました。

3位:「嵐」ツアー開催決定・活動終了へ

「嬉しいけど悲しいニュース」「一生いると思ってたからショック」「全国民泣いた」と、喜びと喪失感が入り混じったコメントが集まりました。ファンだけでなく「親がファン」「先生も悲しんでた」など、世代を超えた“国民的アイドルの終幕”として受け止められていました。

4位:大阪・関西万博開催

「今年といえば万博」「どのニュース見てもミyakumyak」「批判からの大盛況で手のひら返した」と、開催前後の空気の変化も含めて話題に。「行って楽しかった」「万博ロス」「世界中から人が来た」と、実際に足を運んだ人の声も多く挙がりました。

5位:米高騰

「米好きにはつらい」「生命線すぎる」「お米高いのずっと続いている」と、日常直撃ニュースとしてじわじわ効いている様子。「毎日ニュースでやってた」「もっと大事に食べようと思った」という、“生活レベルの衝撃”として記憶に残っているようです。

○バズったミーム2025



1位:ナルトダンス

1年間にわたりショート動画で投稿が続き、国内外で“誰でも踊れるダンス”として定着。

アンケートでも「拒絶反応がでるくらい見た」「学校で周りが踊りすぎて頭から離れない」といった声が多く、学校や文化祭、日常会話にも浸透した様子が伺えます。

2位:LoveType16(恋愛MBTI)

MBTIブームの派生として登場し、プロフィール欄やインスタのストーリーで自己表現の手段として拡散。「何回もやった」「LINEのプロフィール、みんな書いてる」といった声も多く、診断結果そのものが“アイデンティティ表示”に変化した動きが特徴的です。

3位:トウトウトウンサフル

AI生成キャラクターを起点としたネットミーム。独特の名前・リズム・奇抜なビジュアルが中毒性を生み、「名前が離れてくれない」「洗脳されるくらい流れてきた」といった声も。“脳内再生系ミーム”として幅広く拡散しました。

4位:不意に目配せ〜

ロックバンド・セカンドバツカーの楽曲『犬とバカ猫』の歌詞から生まれ、“肘打ち界限”と呼ばれるムーブメントとともに拡散。「今これ」と言ってスマホを床に肘打ちする動画が火をつけ、学校でも真似する人が急増しました。「お昼の放送で曲が流れると必ず誰かが踊る」「ストレス発散になる」といった声が多く、ダンスというより“共通ノリ”として、休み時間や文化祭など日常空間に浸透したミームとなりました。

5位:西山ダディダディ

特徴的なリズムと掛け声で人気を集めたダンスミーム。「クラスでめっちゃ流行った」「親世代でも踊っている」といったコメントも目立ち、オンラインだけでなく、運動会・文化祭などリアル場面でも浸透しているようです。

○今年を表す漢字2025



1位「楽」

「楽しい」「楽しかった」といった前向きな言葉が多く、2025年を“幸せを実感できた年”として捉える声が目立ちました。学校生活や推し活、ライブなどを通じて「たくさん笑った」「平和で楽しかった」という声が多く、さらに「気楽に生きたい」といった心の余裕を求める価値観も見られます。

2位「米」

「米が高い」「古古古米」「備蓄米」など、ニュースやSNSで話題となった米騒動を背景に選ばれました。お米の価格高騰だけでなく、「米＝アメリカ」を掛けたコメントもあり、経済から国際情勢まで幅広い視点で「米」が語られました。

3位「推」

“推し”への愛情と熱量を示すコメントが多数。「貢いだ」「聖地巡礼した」といったリアル行動も活発で、推し活が社会的なカルチャーとなっているようです。

■ 調査概要

調査期間 : 2025年10月24日(金)～2025年11月5日(水)

調査対象 : Z世代(2024年現在13～28歳)、男女

有効回答数:6,779名

調査方法 : アプリ「Simeji」内、インターネットでのアンケート調査

調査機関 : Simeji

※本リリースに記載の会社名、製品名、サービス名等は、それぞれ各社の商標または登録商標です。

※Web上でのデータの引用・転載の際は、出典元として『提供:Simeji presents Z世代トレンドアワード2025』と明記いただきますようお願い申し上げます。

※テレビ・紙媒体でのデータの引用・転載の際は、下記までお問い合わせください。