

報道関係各位

2026年7月2日
株式会社クロス・マーケティング

SNS疲れを感じるシーンは「情報量の多さ」「同じ情報ばかり」 子どものSNS利用を規制すべきは56%、制限すべきも合わせて81%

－ SNSに関する調査（2026年）意識編 －

株式会社クロス・マーケティング（本社：東京都新宿区、代表取締役社長兼CEO：五十嵐 幹）は、2026年6月、全国20～69歳の男女3,000名を対象に「SNSに関する調査（2026年）」を行いました。SNSは、情報収集、コミュニケーション、自己表現でいいね！を得るなど多岐にわたる目的で広く利用されている一方、情報漏洩や誹謗中傷やデマの拡散、詐欺といったトラブルに巻き込まれるケースもあります。今回は意識編として、SNS疲れの経験、疲れを感じるシーン、SNSにおける生成AI利用コンテンツへの印象、魅力を感じる投稿内容、子どものSNS利用の規制に着目し分析をしました。

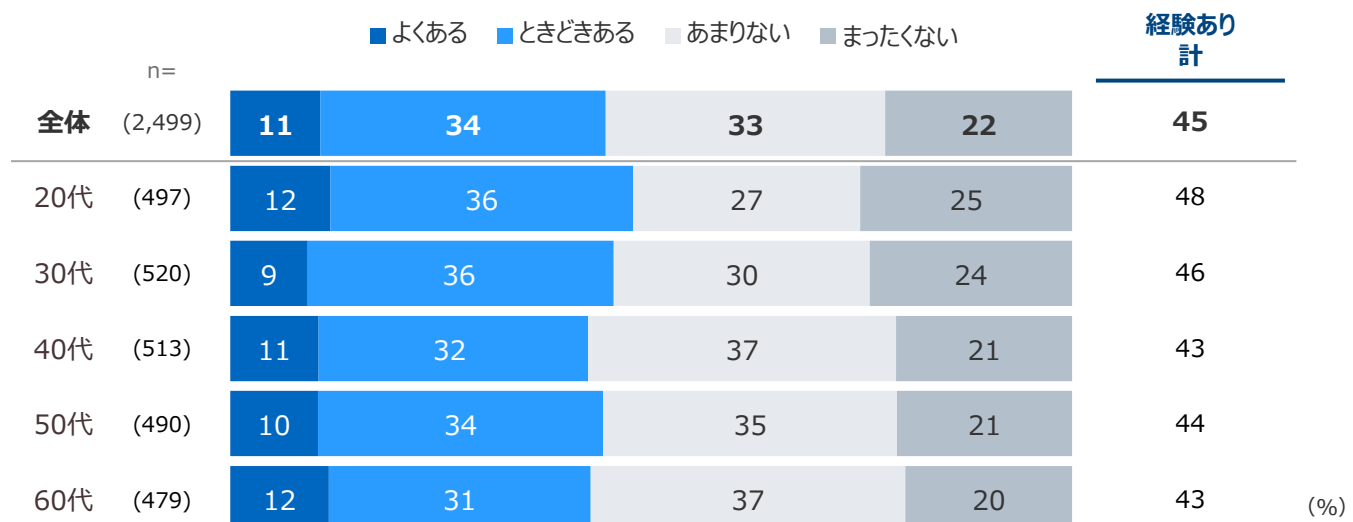
* SNS疲れ…SNSを利用して、少し距離を置きたい、休みたいと感じた経験として聴取

■ 調査結果 （一部抜粋）

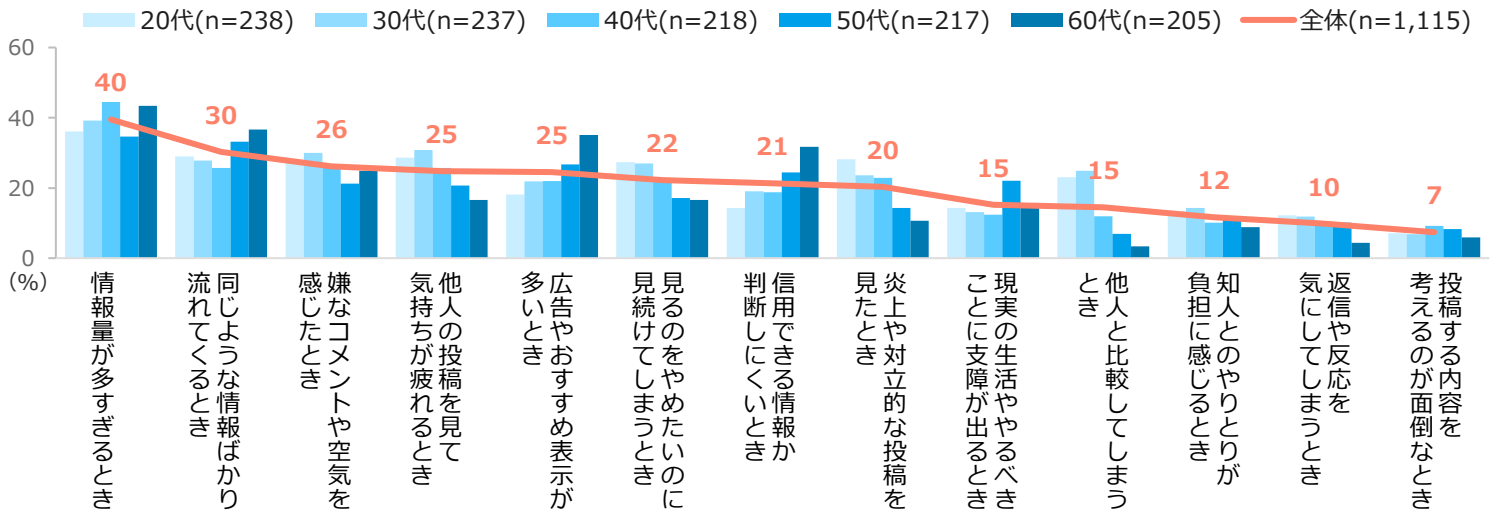
- ✓ **【SNS疲れ】** SNS利用者のうち、SNS利用に対し少し距離を置きたい、休みたいと感じた経験（SNS疲れ）は、「よくある」11%、「ときどきある」34%、合わせて45%は疲れを感じており、やや20～30代の若年層で多い。＜図1＞ SNS疲れを感じるシーンは「情報量が多すぎる」40%、「同じような情報ばかり流れてくるとき」30%など、若い層ほど「他人の投稿を見て気持ちが疲れるとき」「見るのをやめたいのに見続けてしまうとき」「炎上や対立的な投稿を見たとき」「他人と比較してしまうとき」が高まる。中高年層ほど「広告やおすすめ表示が多いとき」「信用できる情報が判断しにくいとき」の割合は増える。＜図2＞
- ✓ **【生成AI利用コンテンツの印象】** SNS上で生成AIを利用したコンテンツを見たことがある＋見たことがあるかもしれない人に対し印象を聴取した。「今後増えそうだと思う」35%、「信用しにくい」26%、「不気味」23%とネガティブな印象がやや強い。＜図3＞
- ✓ **【魅力を感じるSNSの投稿】** 魅力を感じるSNSの投稿は「信頼できそうな根拠がある」「面白さやユーモアさがある」「情報が整理されていてわかりやすい」「短時間で要点がわかる」「共感できる内容である」がTOP5。＜図4＞
- ✓ **【子どものSNS利用の規制】** 子どものSNS利用の禁止や規制が海外で広がっている中、子どものSNS利用は「法律などで厳しく規制すべきだ」22%、「夜間の利用制限などある程度の規制はすべきだ」35%と規制をすべきと思う人は56%。「法律で規制するのではなく、家庭や学校のルールで対応すべき」は25%であり、規制＋制限すべきは81%に達する。子ども・孫がいる人では、規制をすべきだと思う人が63%、規制＋制限すべきは86%と高い。＜図5＞

◆ 詳細情報は本レポートに掲載しております。 <https://www.cross-m.co.jp/report/20260702SNS>

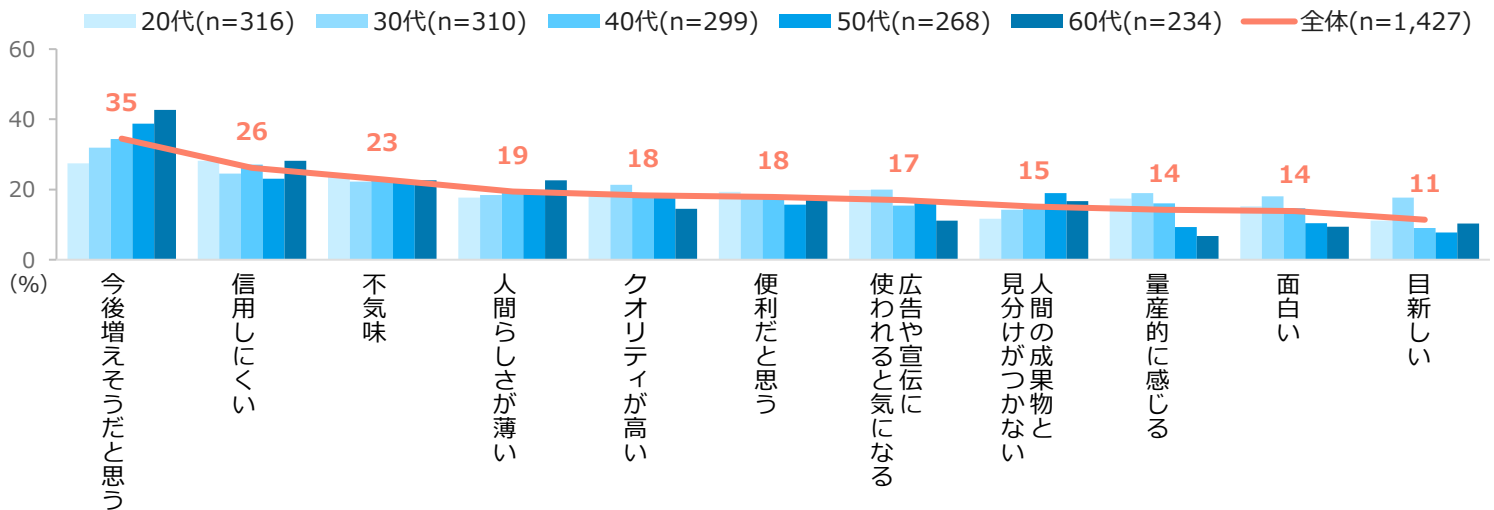
＜図1＞ SNS疲れを感じた経験（単一回答） ※ベース：SNS利用者



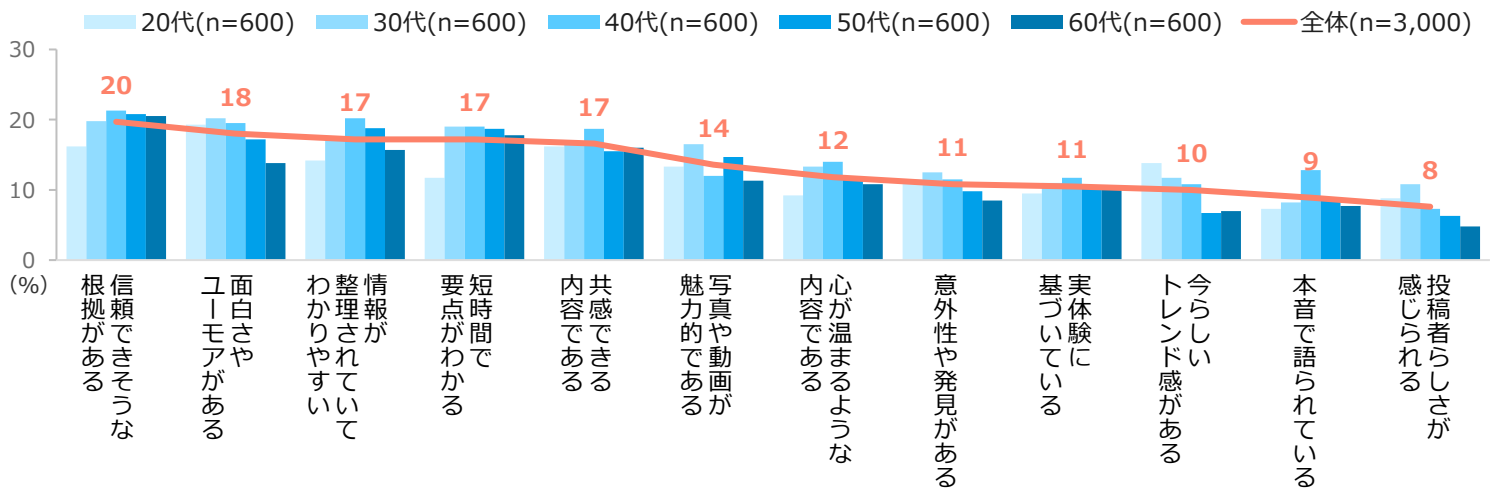
<図2> SNS疲れを感じるシーン（複数回答）※ベース：SNS疲れ経験者



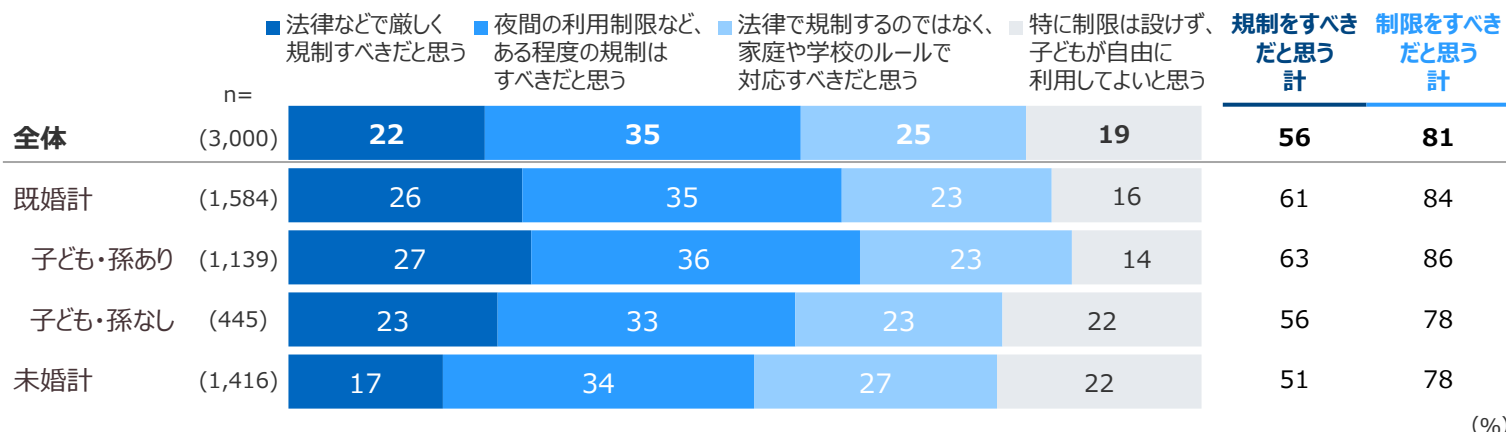
<図3> SNSにおける生成AI利用コンテンツの印象（複数回答）※ベース：生成AI利用コンテンツを見たことがある人



<図4> 魅力を感じるSNSの投稿内容（複数回答）



<図5> 子供のSNS利用の規制 (単一回答)



■レポート項目一覧

- 属性設問 (性別/婚姻状況/年代/居住地/職業/業種/世帯年収/ポテンシャル・ニーズ・クラスター/同居人数/同居家族/非同居家族/都市規模/時間対効果 (タイプ) の意識/費用対効果 (コスパ) の意識/タイプ派とコスパ派の意識)
- 調査結果サマリー

▼調査結果

- 企業が発信するSNSで見たい情報
- 最近のSNSの利用で気になること
- SNS利用者のイメージ
- SNSの存在
- 魅力を感じるSNSの投稿
- SNSにおける生成AI利用のコンテンツの認知/印象
- SNS疲れの経験
- SNSから距離を置きたいと感じるシーン (SNS疲れを感じるシーン)
- SNSの利用を控えた経験/控えた時の行動/控えた理由
- 子どものSNS利用の規制について

▼ポテンシャル・ニーズ・クラスター (PNCL) について

◆レポートのダウンロードはこちらから <https://www.cross-m.co.jp/report/20260702SNS>

■調査概要

調査手法 : インターネットリサーチ
 調査地域 : 全国47都道府県
 調査対象 : 20~69歳の男女
 調査期間 : 2026年6月4日 (木) ~5日 (金)
 有効回答数 : 本調査 3,000サンプル
※調査結果は、端数処理のため構成比が100%にならない場合があります

【会社概要】

会社名 : 株式会社クロス・マーケティング <https://www.cross-m.co.jp/>
 所在地 : 東京都新宿区西新宿3-20-2 東京オペラシティタワー24F
 設立 : 2003年4月1日
 代表者 : 代表取締役社長兼CEO 五十嵐 幹
 事業内容 : マーケティングリサーチ事業、マーケティング・リサーチに関わるコンサルテーション

◆本件に関する報道関係からのお問い合わせ先◆

広報担当 : マーケティング部 TEL : 03-6859-1192 FAX : 03-6859-2275
 E-mail : pr-cm@cross-m.co.jp

«引用・転載時のクレジット表記のお願い»

本リリースの引用・転載時には、必ず当社クレジットを明記いただけますようお願い申し上げます。
 <例> 「マーケティング・リサーチ会社のクロス・マーケティングが実施した調査によると・・・」