

2022年9月22日

東洋大学国際観光学部

一般社団法人日本旅行業協会（JATA）

バリーズ株式会社 Z世代トラベルプロジェクト

Z世代の海外旅行に関する意思決定行動や情報収集方法、  
旅行スタイルを調査

## 未来を示す羅針盤

## ～Z世代の海外旅行緊急調査



東洋大学国際観光学部と、海外旅行再開キャンペーンに取り組む一般社団法人日本旅行業協会（JATA）、若年層の旅行促進マーケティングに強みを持つバリーズ株式会社 Z世代トラベルプロジェクトは、コロナ禍の今、これからの旅行者ターゲットとして最注目な“Z世代”が海外旅行に対してどのような意識を持っているかについて、東洋大学国際観光学部の学生440名を対象に緊急調査を行いました。

Z世代とは、1997年～2004年生まれの現在18～25歳で、ミレニアル世代（現26歳～41歳／1981年～1996年生まれ）の下世代を指し、中高生の頃からソーシャルメディアがあることが当たり前の、ソーシャルネイティブな世代です。彼らはSNSが当たり前だからこそ、SNSとの向き合い方に大きな特徴があると言われていています。日本人による海外旅行の本格的な再開に向けて、Z世代の旅に関する意思決定行動や情報収集方法、旅行スタイルなどには、これからの旅行促進の羅針盤となるヒントが詰まっていると考えられます。

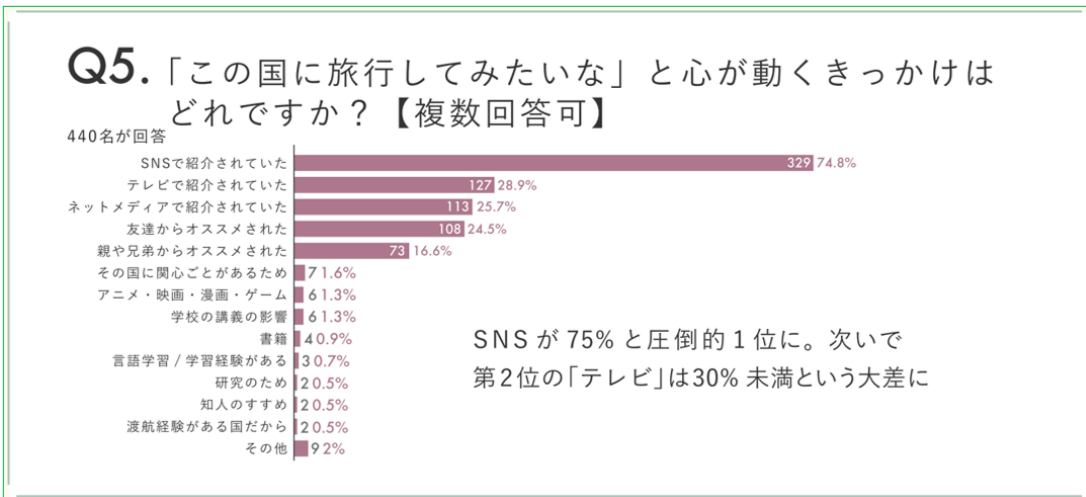
調査では、「今、海外旅行に行きたいですか？」という質問に対し、90%超が来年2023年の春休みまでに海外旅行に行きたいと回答。「行きたい海外旅行先は？」という設問に対する回答の第1位はエリアでは東南アジア／都市ではハワイという結果でした。

「この国に旅行してみたいなと心が動くきっかけはどれですか？」という設問に対しては、「SNS」が圧倒的1位に。マスメディア離れと言われる中、テレビが第2位という結果に【図1】。少数意見も多く、きっかけも多様化していることがうかがえます。また、上記の設問で「SNS」を選んだ回答者に「どのSNSが心を動かすか」を聞いたところ、写真共有SNS「Instagram」が1位となった一方、Z世代のマーケティングにおいて注目される「TikTok」の影響力はそれほど高くないという結果に【図2】。行き先決定においては、ミレニアル世代で上位にあがる「写真を撮る」は低順位で、“コスパ重視”と言われるZ世代らしく、予算が重要なトリガーであることが分かりました【図3】。興味をひかれる旅のスタイルはミレニアル世代が求める「インスタ映え」「ステイケーション」「デジタルデトックス」は低調な結果に。「SDGs旅」「社会貢献旅」もそれほど関心が高くありませんでした。

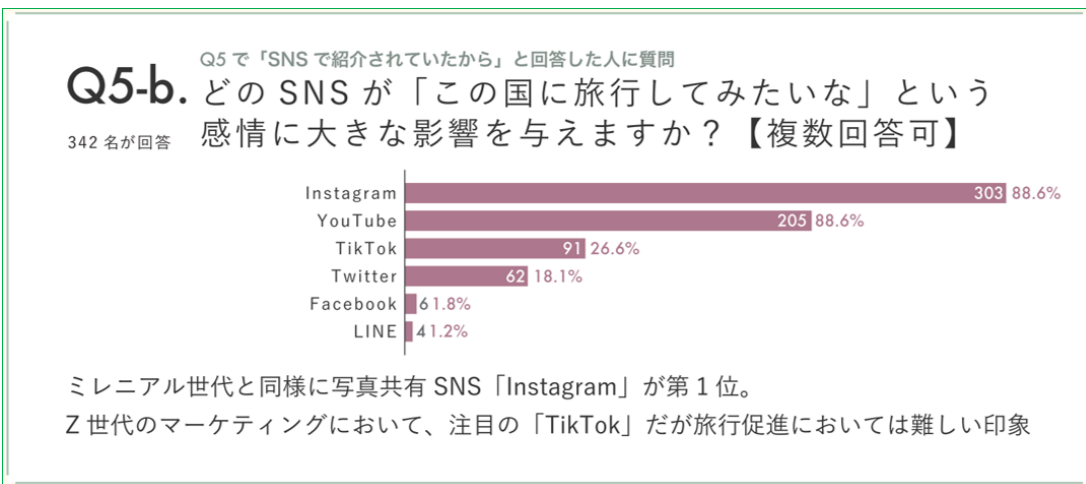
### 【調査概要】

調査期間：	2022年7月21日～7月31日
回答N数：	440名
調査方法：	東洋大学国際観光学部の学生を対象としたアンケートによる定量調査
調査対象者：	東洋大学国際観光学部に所属するZ世代
年齢：	18歳23%/ 19歳23%/ 20歳27%/ 21歳16%/ 22歳8%/ 23歳2%/ 24歳1%/ 他1%未満
性別：	女性72.4% / 男性27.6%

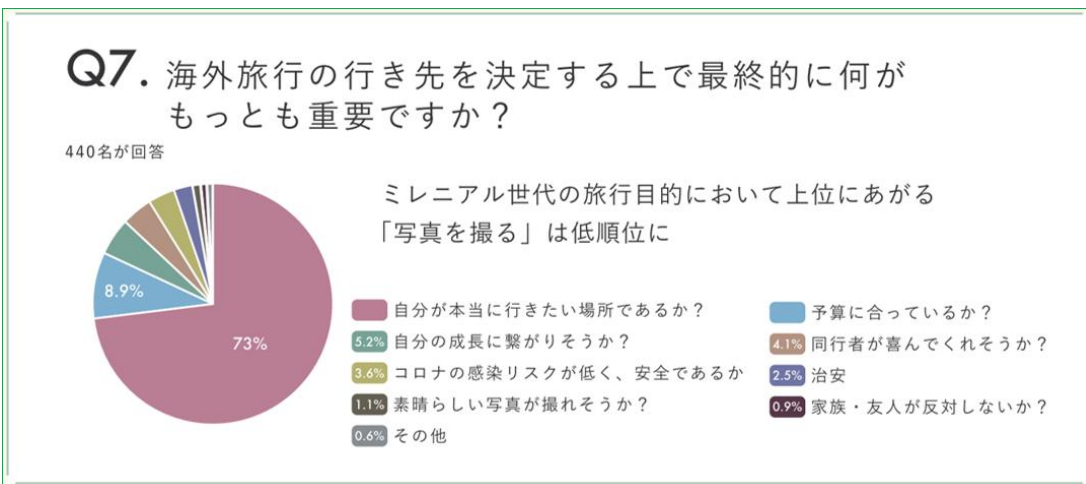
【図1】



【図2】



【図3】



《調査の詳細はこちらをご参照ください》

【URL】 [https://www.valise.jp/works/generation\\_z\\_reports\\_202208](https://www.valise.jp/works/generation_z_reports_202208)



【本件に関するお問い合わせ先】

東洋大学国際観光学部 教授 越智良典

(一社)日本旅行業協会 海外旅行推進部副部長 阿部かすみ

バリーズ株式会社 CEO 野々村菜美

MAIL: ochi167@toyo.jp

MAIL: k-abe@jata-net.or.jp

MAIL: contact@valise.jp