



コロナ禍のZ世代の旅行や遊び方に対する意識調査

コロナ禍で約80%が交友関係に変化。
SNSを駆使し「撮りたい旅行」を設計。
約5割が都内近郊ホテルに宿泊経験あり！「#渡韓ごっこ」など疑似旅行を楽しむ実態も

株式会社SHIBUYA109エンタテインメント（本社：東京都渋谷区、社長：石川あゆみ）が運営する若者マーケティング研究機関『SHIBUYA109 lab.（読み：シブヤイチマルキューラボ）』は、SHIBUYA109 lab.独自ネットワークに所属するaround20（15~24歳）を対象に、「コロナ禍のZ世代の旅行や遊び方に対する意識調査」を行いました。



【コロナ禍のZ世代の旅行や遊び方に対する意識調査トピックス】

【1】よっ友消滅！？コロナ禍で約8割が交友関係に変化あり！

「本当に仲良い友達・少人数・オープンエアーで遊ぶ」がスタンダードに

コロナ禍で感染リスク回避という観点だけでなく、生活環境に合わせて交友関係にも変化が起きていることが判明しました。遊ぶ場所や時間の変化もみられています。

【2】国内旅行費の平均は男子45,730円、女子39,695円！

男子は日常の延長、女子は非日常・特別感を旅行で楽しむ

旅行費の総額は男女比較すると男子の方がお金をかけている傾向が判明しましたが、女子の宿泊にかかる費用は全体の27.1%を占め、男子との違いが見られました。“動画・写真映え”を意識し、宿泊先を重視する傾向があります。

【3】Instagramで日常的に旅行先候補をストック！

動画・写真によるビジュアル情報を軸に「撮りたい旅行」を設計

旅行に関心が高いZ世代は、SNSで日常的に旅行に関する情報に接触しています。写真や動画をもとに現地の雰囲気を確認し、旅行先の候補を普段からストックしている実態がわかりました。

【4】ドライブや都内宿泊施設で旅行欲を発散！

都内近郊ホテルで「#渡韓ごっこ」など疑似旅行を楽しむ実態も

旅行の代わりにドライブや旅行動画を見るようになったという声が聞かれています。都内のホテルや宿泊施設を活用した遊び方も増えており、約5割が一都三県にある宿泊施設を利用したことがあると回答しています。

【5】所長が分析！Z世代はSNSを介して日常的に情報収集。旅行プランもSNSから逆算

宿泊施設や現地のスポットや飲食店の選定において「どのような写真や動画が撮れるのか」ということを重視し、SNSでの投稿を見据えています。

※公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.調べ』と明記いただきますようお願い申し上げます。

SHIBUYA109 lab./ <https://shibuya109lab.jp>

※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。

※TWITTER、TWEET（ツイート）、RETWEET（リツイート）、TwitterのロゴはTwitter, Inc.またはその関連会社の登録商標です。

【1】よっ友消滅!? コロナ禍で約8割が交友関係に変化あり!

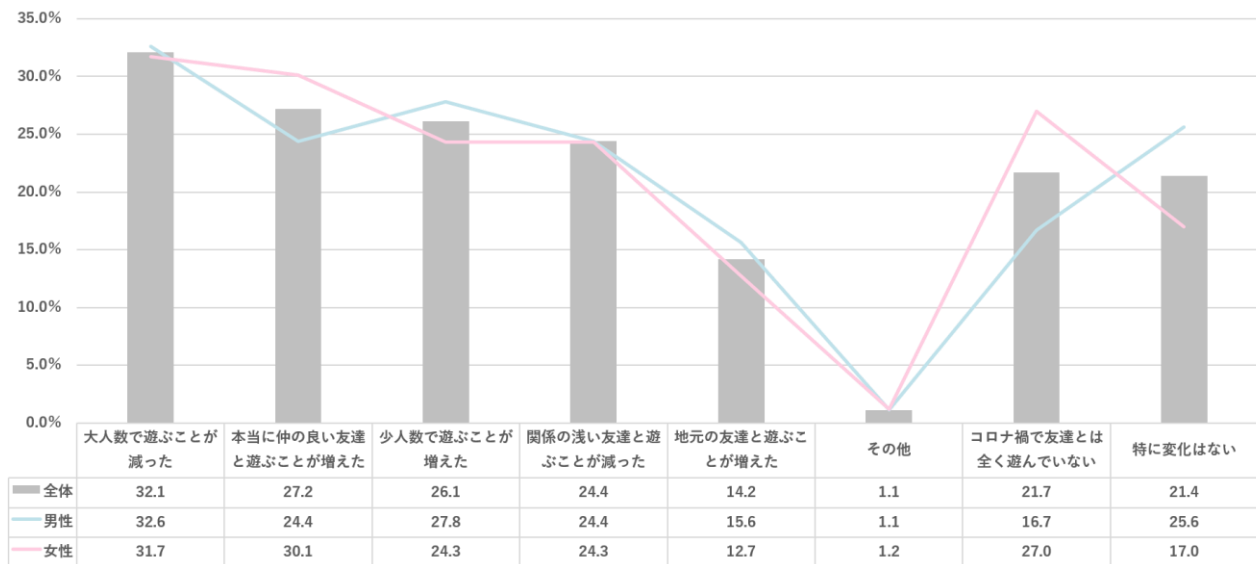
「本当に仲良い友達・少人数・オープンエアーで遊ぶ」がスタンダードに

まず、コロナ禍による遊ぶ友達の变化※1について聞いてみたところ、「特に変化はない」と回答した人は全体の21.4%という結果となり、約80%が変化を感じていることがわかりました。変化の内容については、「大人数で遊ぶことが減った(32.1%)」、「本当に仲の良い友達と遊ぶことが増えた(27.2%)」「少人数で遊ぶことが増えた(26.1%)」という結果になりました。男子は「少人数で遊ぶことが増えた(27.8%)」、女子は「本当に仲の良い友達と遊ぶことが増えた(30.1%)」がそれぞれ高く、男子は遊ぶ人数、女子は遊ぶ相手に変化がみられています。

グループインタビューでは、「感染リスクを避けるために、大人数ではなく少人数で遊ぶようにしている。(男子大学生)」、「学校に行く機会が減ったこともあり、浅い関係の友達との交流がなくなった。外出の頻度も限られているので、本当に仲の良い友達と過ごす時間を大切にしたい。(女子大学生)」という声が聞かれており、感染リスク回避という観点だけでなく、生活環境に合わせて交友関係にも変化が起きていることがわかります。いわゆる「よっ友(会ったらよっと挨拶するくらいの関係の友達)」が減少しており、密な友人関係が築かれているようです。

図1 Q.あなたはコロナ禍で遊ぶ友達に変化はありましたか。(複数回答)

WEB調査 n=529 (男性:270/女性:259)

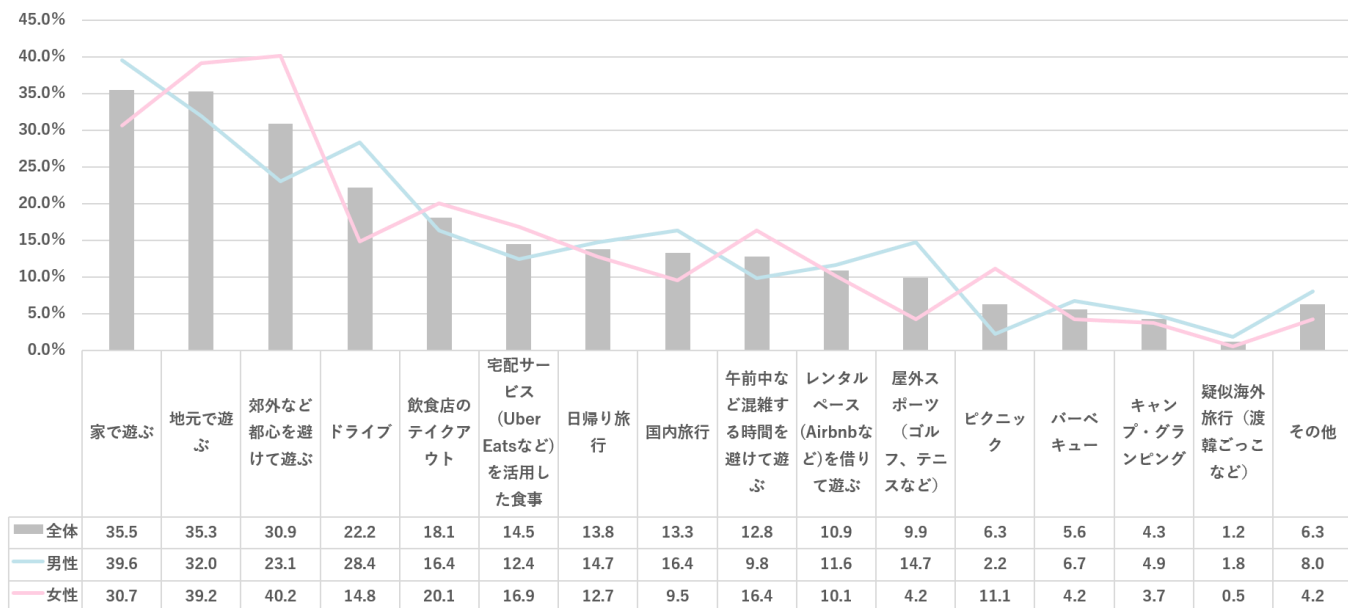


©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

またコロナ禍でどのように遊んでいるのか※2聞いたところ、全体では「家で遊ぶ(35.5%)」、「地元で遊ぶ(35.3%)」、「郊外など都心を避けて遊ぶ(30.9%)」と、遊ぶ場所についての変化が見られました。男女別の差を見ると、男子は「ドライブ(28.4%)」、「国内旅行(16.4%)」、「屋外スポーツ(14.7%)」など遊び方の変化が大きく、女子は「郊外など都心を避けて遊ぶ(40.2%)」、「地元で遊ぶ(39.2%)」、「午前中など混雑する時間を避けて遊ぶ(16.4%)」など遊ぶ場所や時間の変化が大きい結果となりました。

図2 Q.あなたはコロナ禍で友達とどのように遊んでいますか。増えたことや、新たに行ったことを教えてください。(複数回答)

WEB調査 n=529 (男性:270/女性:259)

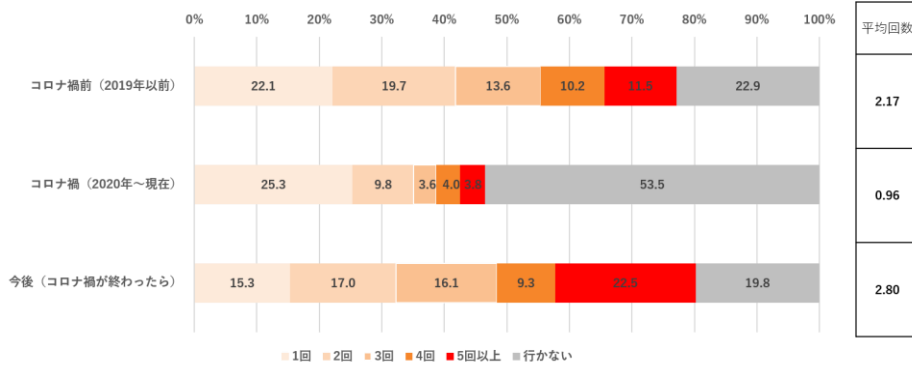


グループインタビューでも遊ぶ場所を徒歩圏内や人が少ない場所に変更して遊んでいる実態が見られ、「移動時間での感染を防ぐため、日帰りドライブで郊外の観光スポット等を巡っている（男子高校生）」「キャンプなど、オープンエアな場所を選んで遊んでいる。サークルの新入生歓迎会もバーベキューだった。（女子高校生）」という声が聞かれています。

【2】国内旅行費の平均は男子45,730円、女子39,695円！ 男子は日常の延長、女子は非日常・特別感を旅行で楽しむ

次に、大学生の国内旅行の実態について調査を行いました。まず、1年間の国内旅行の頻度※図3について聞いたところ、コロナ禍前は平均2.17回、コロナ禍においては平均0.96回と激減しており、半数以上が国内旅行に行っていない結果となりました。しかし、コロナ禍が終息後の旅行意向について聞いたところ、平均2.80回と、コロナ禍前よりも高い数字となりました。体験価値を重視しているZ世代は、旅行に対する関心が高いため、現状は旅行を我慢していることが考えられます。コロナ禍終息後には、彼らの旅行欲が更に高まることが予測できます。

図3 Q.あなたは1年間でどのくらいの国内旅行に行きますか。コロナ禍前、現在について教えてください。
また、今後コロナ禍が終わって自由に旅行に行けるとしたら、1年間でどのくらい国内旅行に行きたいですか。（単一回答）
WEB調査 n=529（男性：270/女性：259）



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

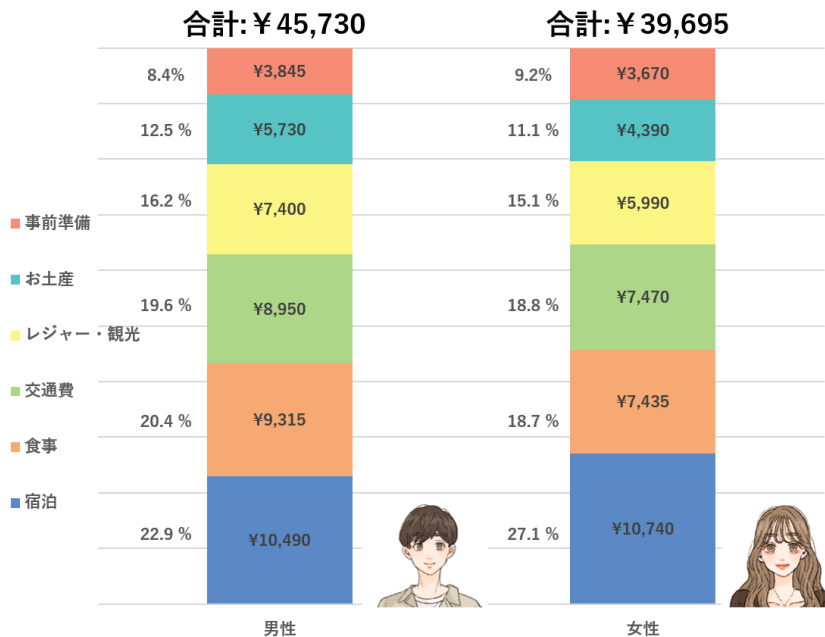
続いて、直近の国内旅行にかかった費用（1回あたり）※図4について聞いたところ、男子は平均45,730円、女子は平均39,695円となり、女子よりも男子の平均金額が高い結果となりました。一方、女子は宿泊にかける全体の割合が27.1%と男子よりも高く、宿泊先を重視する傾向があるようです。

グループインタビューでは、「宿泊費、交通費は極力安く済ませて、食事にお金をかけるようにしている。移動時間が長くなっても、友達との思い出作りが出来て楽しい。（男子大学生）」、「旅行中はたくさん写真や動画を撮りたいから、ホテルも映えるところに泊まりたい。SNSでどういう写真や動画が撮れるのか事前に確認する。（女子大学生）」などが聞かれました。男子は日常の延長として旅行を楽しみ、女子は非日常感や特別感、そこでしか撮れない写真や動画を旅行の楽しみとしているようです。

図4 Q.あなたが直近で行った国内旅行の費用について、各項目ごとに教えてください。（単一回答）
WEB調査 n=400（男性：200/女性：200）

※回答者＝国内旅行に行く方

※平均金額＝（各選択肢の中央値×回答人数）÷全回答者数



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

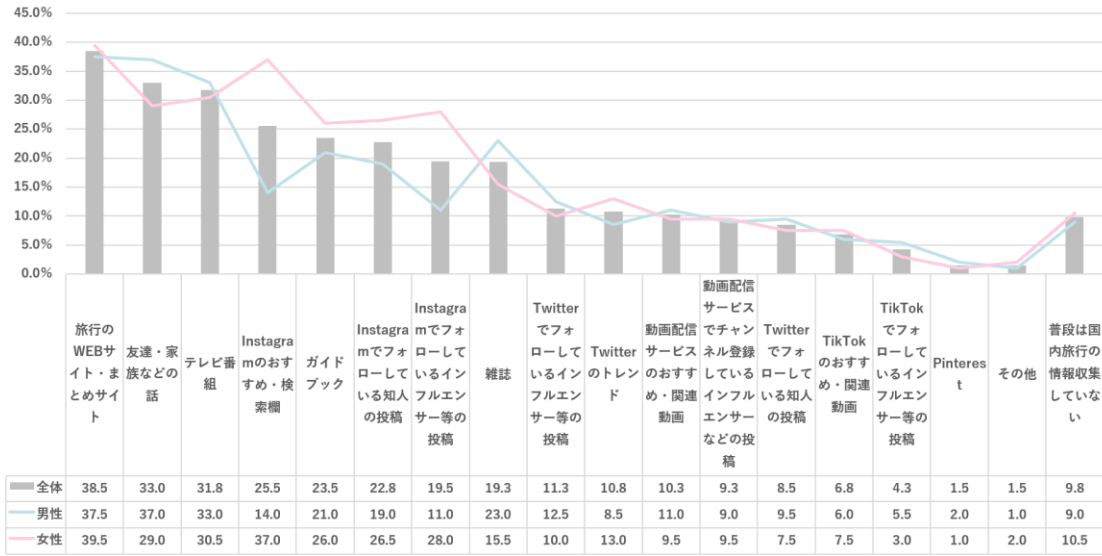
【3】Instagramで日常的に旅行先候補をストック！

動画・写真によるビジュアル情報を主軸に「撮りたい旅行」を設計

デジタルネイティブと言われるZ世代は、旅行に関してどのように情報収集やSNSの投稿を行っているのでしょうか。まず普段の国内旅行の情報収集方法※図5を聞いたところ、「旅行のWEBサイト・まとめサイト（38.5%）」、「友達・家族などの話（33.0%）」、「テレビ番組（31.8%）」という結果となりました。特に、女子は「Instagramのおすすめ・検索欄（37.0%）」が特徴的で、男子の2倍以上が活用していることがわかります。

図5 Q.あなたは普段、国内旅行の情報をどこで知りますか。
また、旅行に行くとき決まった際、どのように情報収集しますか。（複数回答）

WEB調査 n=400（男性：200/女性：200）※回答者=国内旅行に行く方

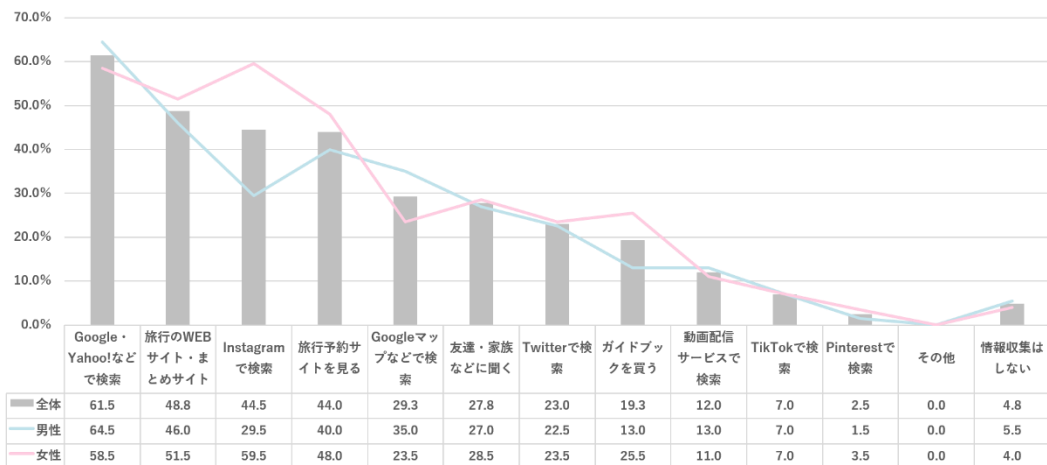


©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

グループインタビューでは、SNSで日常的に旅行に関する情報に接触しているという声が多く聞かれています。「TikTokやInstagramで流れてくる情報を見て、行きたいところを保存している。（女子大学生）」など、写真や動画をもとに現地の雰囲気を確認し、旅行先の候補を普段からストックしている実態がありました。次に、旅行が決まった後の情報収集方法※図6について聞いたところ、「Googleなどで検索（61.5%）」、「旅行のWEBサイト・まとめサイト（48.8%）」、「Instagram（44.5%）」が上がりました。男子は「Googleなどで検索（64.5%）」、「Googleマップなどで検索（35.0%）」が高く、女子は「Instagram（59.5%）」、「ガイドブック（25.5%）」が高く、男女による検索方法の違いが見られました。

図6 Q.あなたは国内旅行に行くとき決まった際、どのように情報収集しますか。（複数回答）

WEB調査 n=400（男性：200/女性：200）※回答者=国内旅行に行く方



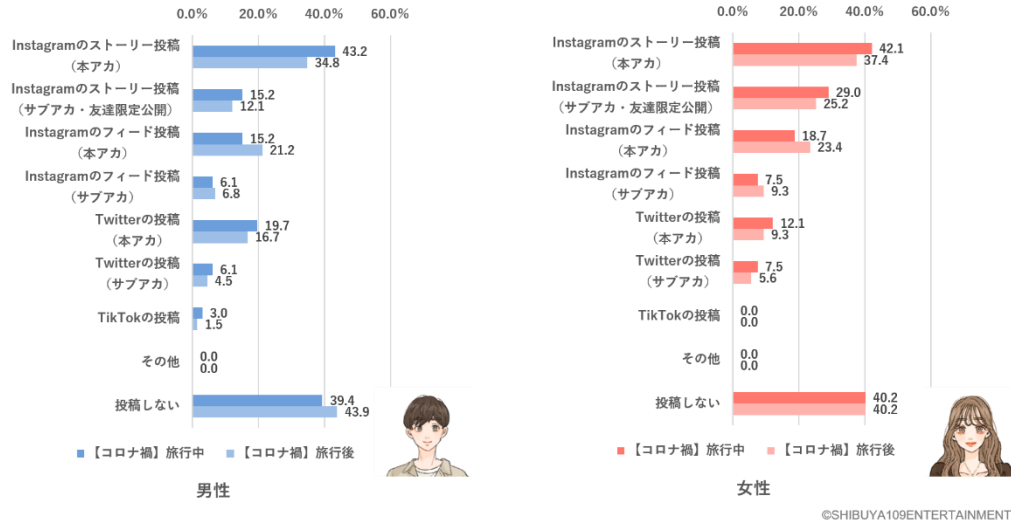
©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

旅行先確定後は、求める情報に合わせて情報源を選択している実態が見られます。グループインタビューでは「行き先が決まったらInstagramで検索し、それでも情報が足りない場合はGoogleで検索をする。（女子大学生）」、「動画配信サービスで旅行のVlogを視聴し、一番スムーズな旅行ルートや全体の移動時間など、旅行プラン全体を確認する。乗換案内やマップで調べるよりも、簡単だしわかりやすい。（女子大学生）」という声が聞かれました。画像や動画による情報を基盤に「旅行先でどのような体験ができ、写真・動画が撮影できるか」を確認しつつ、不足する情報はWEBサイトで補填しながら、旅行の設計・プランをより具体化していることがわかります。また「Googleで検索し、Instagramで写真や盛り上がり具合を確認する。Instagramで件数が少ないと、古い情報なのかなと思う。（男子大学生）」、「旅行のドライブ中に、InstagramやGoogleマップで近くの場所を検索して、行くところを決めることもある。（男子大学生）」という声も聞かれており、旅行中も情報収集が継続されていることがわかります。

次に、旅行中、後のSNSでの投稿※図7について聞いたところ、男女ともに旅行中は「Instagramのストーリー投稿」、旅行後は「Instagramのフィード投稿」が高くなる結果となりました。

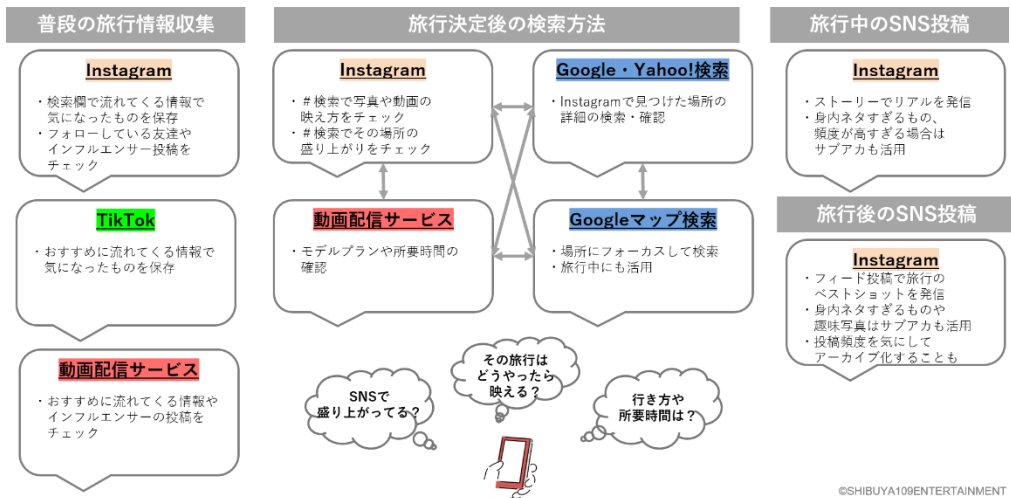
グループインタビューでも、旅行のSNS投稿については、Instagramがメインとなっている実態がみられており、「旅行中はストーリーで今のこの景色を伝えて、みんなで撮った写真は旅行後に厳選して載せる。（男子大学生）」など、ストーリーはリアルタイム感、フィード投稿は思い出アルバムといった位置づけとなっていることがわかります。

図7 Q.あなたはコロナ禍で国内旅行中や旅行後にSNSに写真や動画を投稿しますか。（複数回答）
WEB調査 ※回答者=コロナ禍で旅行に行った方 n=239（男性：132/女性：107）



またコロナ禍によるSNS投稿への影響もみられており、「前は本アカ（メインで使用しているアカウント）でもよく投稿していたが、コロナ禍ではサブアカがより活発になった。サブアカで旅行中のストーリーを投稿して、本アカでは1番いい写真を時差投稿するくらい。投稿しないこともある。（女子大学生）」など、周囲の目を意識して投稿するアカウントやタイミングを調節しているという声も多くみられました。調査の中で普段の旅行の情報収集から旅行が決まった後の検索方法、SNS投稿について以下のような実態※図8が見えてきました。普段から触れるSNSの情報をストックしつつ、様々な検索方法を駆使しながら最適な旅行プランを考え、そこで撮れた思い出をSNSで投稿しているようです。

図8 普段・旅行決定後の情報収集やSNSの使用実態（インタビューの発言より）



【4】ドライブや都内宿泊施設で旅行欲を発散！ 都内近郊ホテルで「#渡韓ごっこ」など疑似旅行を楽しむ実態も

コロナ禍により旅行にも制限がかかる状況ですが、旅行の代わりにしていること※図9を聞いたところ、全体では「ドライブ（26.5%）」、「旅行貯金をする（21.3%）」、「動画配信サービスなどで旅行動画を見る（19.5%）」という結果となりました。

グループインタビューでも「ドライブが増えた。日帰りでパーベキューに行く時にドライブをして、移動時間も楽しんでいる。（男子大学生）」「ドライブで湘南に行って、食事もドライブスルーを活用した。（女子大学生）」など、旅行の代わりとしてもドライブを楽しんでいる声が聞かれています。またドライブで郊外に行くだけでなく「ホテルの#ヌン活（アフタヌーンティーを楽しむこと）など、いつもより少し価格帯が高いところに行くようになった。（女子大学生）」や「サークルの友達と民泊で借りた部屋に集まってパーティをした。（男子大学生）」など、都内近郊で旅行欲を発散する実態も見られています。

図9 Q.コロナ禍で、旅行の代わりにしていることを教えてください。(複数回答)

WEB調査 n=400 (男性:200/女性:200)

※回答者=国内旅行に行く方

旅行の代わりにしていること		
1位	ドライブ	26.5%
2位	旅行貯金をする	21.3%
3位	動画配信サービスなどで旅行動画を見る	19.5%
4位	日帰り旅行	18.5%
5位	飲食店のテイクアウト	18.0%

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

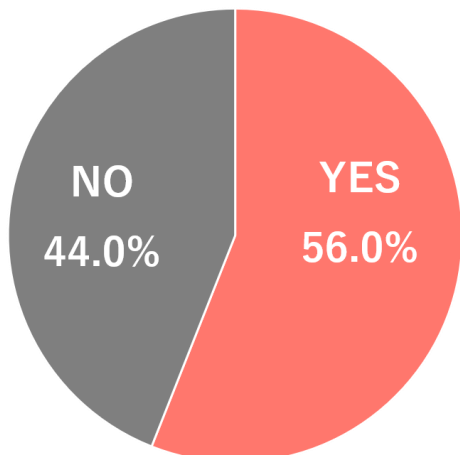
一都三県にある宿泊施設の利用※図10について聞いたところ、56.0%が利用したことがあると回答し、都内のホテルなどを利用した遊び方も増えています。次に、一都三県にある宿泊施設での過ごし方※図11を聞いたところ、1位「お風呂・温泉(35.5%)」、2位「ホテルや宿が提供する食事(27.3%)」、3位「パーティー(10.5%)」、4位「ヲタ活(9.5%)」、5位「宅配サービスやお店のテイクアウトの食事(9.3%)」と続きます。

グループインタビューでは、「TikTokで知った都内のかわいいホテルで女子会をした。(女子大学生)」「都内のホテルに泊まって、韓国のラーメンやチーズボールなどを買って、韓国気分を味わう#渡韓ごっこをした。(女子大学生)」といった声が聞かれました。

図10 Q.あなたは、一都三県にあるホテルや宿に泊まったことはありますか。(複数回答)

WEB調査 n=400 (男性:200/女性:200)

※回答者=国内旅行に行く方



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

図11 Q.一都三県にあるホテルや宿に泊まった際に、どのように過ごしましたか。経験がない方は都内近郊にあるホテルに宿泊した際にしてみたいことをお答えください。(複数回答)

WEB調査 n=400 (男性:200/女性:200)

※回答者=国内旅行に行く方

一都三県にある宿泊施設での過ごし方		
1位	お風呂・温泉	35.5%
2位	ホテルや宿が提供する食事	27.3%
3位	パーティー	10.5%
4位	ヲタ活	9.5%
5位	宅配サービスやお店のテイクアウトの食事	9.3%

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

ホテル女子会

写真・動画映えするホテルで、おそろいのパジャマを着たパジャマパーティーをしたり、宅配サービスやテイクアウトした食事が楽しまれています。



渡韓ごっこ

韓国フードやドリンクをテイクアウトしてホテルやおうちで韓国旅行気分を味わいます。



ヌン活

「アフタヌーンティー活動」の略。コロナ禍で外出が減少し浮いたお金でちょっと豪華にホテルのアフタヌーンティーを楽しんでいます。

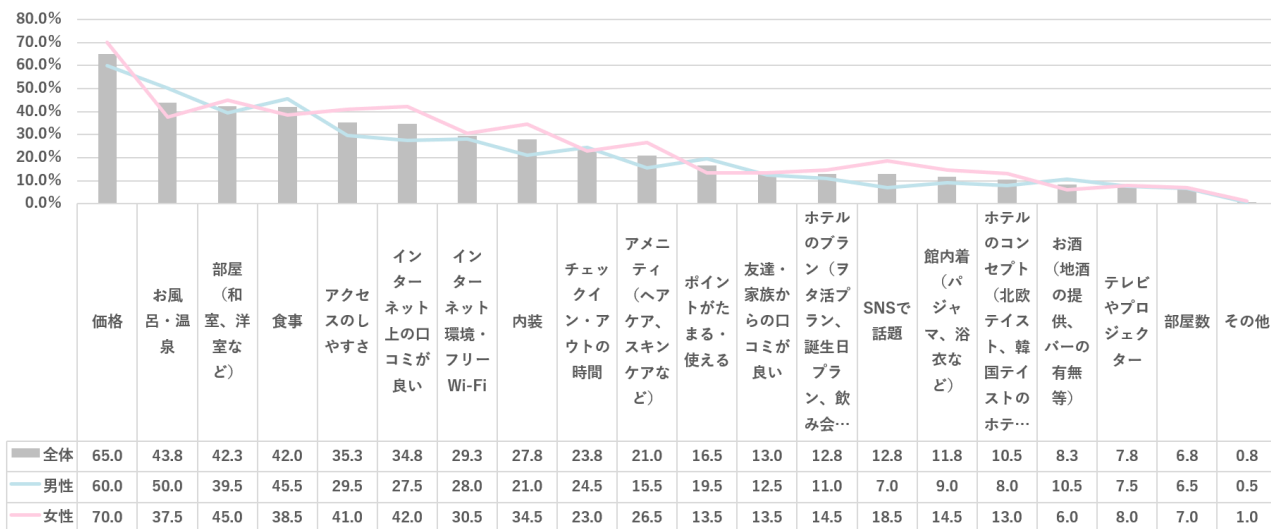


©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

ホテルや宿の重視ポイント図12を聞いたところ、1位「価格（65.0%）」、2位「お風呂・温泉（43.8%）」、3位「部屋（42.3%）」となりました。女子は男子よりも重視する項目が多く、特に「インターネット上の口コミが良い（42.0%）」、「SNSで話題（18.5%）」などインターネットやSNS上での評判を気にする傾向にあるようです。

図12 Q.あなたがホテルや宿を選ぶ際に、重視するポイントを教えてください。（複数回答）

WEB調査 n=400（男性：200/女性：200） ※回答者=国内旅行に行く方



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

グループインタビューでは、「宿泊先やレンタカーも同じ予約サイトを使って、ポイントを貯めて使っている（男子大学生）」などポイントをうまく活用している実態や、「ホテルでは宅配サービスやテイクアウトで食事をするので、電子レンジがついているホテルに決めた。（女子大学生）」「かわいいホテルでの女子会で写真をたくさん撮ったので、ホテルに撮影機材やチェキなどが付いてくると嬉しい（女子大学生）」といった、お部屋の中で自分たちでセルフプロデュースするプランを実現するために必要な設備の提供を求める声も聞かれています。

最後に、コロナ禍が落ち着いたら行きたい旅行先※図13を聞いたところ、1位「遠出の国内旅行（69.5%）」、2位「近場の国内旅行（62.8%）」、3位「ヨーロッパ旅行（34.3%）」と国内旅行が人気となりました。

グループインタビューでは、「コロナ禍で海外に行けないが、韓国に行くことを妄想して計画を立てたので、韓国に行きたい。（女子大学生）」、「言葉が通じないことでトラブルになるのは怖いので、まずは北海道や九州など国内の遠いところへ行きたい。（男子大学生）」といった声が聞かれました。コロナ禍でも、未来の旅行に期待感を持っているようです。

図13 Q.コロナ禍が落ち着いたら、どこに旅行に行きたいですか。（複数回答） WEB調査 n=400（男性：200/女性：200）

※回答者=国内旅行に行く方

コロナ禍が落ち着いたら行きたい旅行先		
1位	遠出の国内旅行	69.5%
2位	近場の国内旅行	62.8%
3位	ヨーロッパ旅行	34.3%
4位	アジア旅行	29.3%
5位	北米旅行	16.8%

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

【5】所長が分析！Z世代はSNSを介して日常的に情報収集。旅行プランもSNSから逆算



コロナ禍の影響で変化した生活環境によって、Z世代の交友関係に対する価値観も変化がみられています。

この約1年間でよっ友を含めた「浅く広い交友関係」は精査され、限られた外出の機会や時間を過ごしたいと思える相手と「狭く深い交友関係」を築くことを優先し、本当に仲の良い友達との時間を重視しています。またZ世代は体験への価値に重きを置いているため、旅行に対する関心が引き続き高い傾向にあり、SNSを介して日常的に旅行に関する情報に触れています。旅行プランも様々なメディアを横断しながら具体化していきますが、彼らは宿泊施設や現地のスポット、飲食店の選定において「どのような写真や動画が撮れるのか」を重視しています。SNSでの投稿を見据えていることから、わざわざ訪れてマネしたくなる写真や動画であると感じてもらうことは欠かせません。

そのため今後はZ世代の旅行プランに組み込んでもらうためには【SNSから逆算した企画】を実現することが必要です。

■アンケート調査概要

①WEB調査

調査期間：2021年4月

居住地：1都3県（東京都・神奈川県・千葉県・埼玉県）

性別：男女

年齢：18～24歳

職業：大学生

回答者数：529名（男性270名/女性259名）

※回答率（%）は小数点第2位を四捨五入し、小数点第1位までを表示しているため、合計数値は必ずしも100%とはならない場合があります。

②SHIBUYA109 lab.による定性調査

対象者条件：大学生 男女 2G 合計7名

※その他過去定性調査をもとに考察

■SHIBUYA109 lab.概要



SHIBUYA109 lab.

株式会社SHIBUYA109エンタテインメントが運営する新しい世代に特化した若者調査機関。SHIBUYA109のターゲットである「around20（15～24歳）」を中心に彼らの実態を調査し、SHIBUYA109独自の視点から分析している。

設立：2018年5月17日

所長：長田麻衣（株式会社SHIBUYA109エンタテインメント所属）

ホームページ：<https://shibuya109lab.jp>

■SHIBUYA109 lab.所長 長田麻衣（おさだ・まい）

総合マーケティング会社にて、主に化粧品・食品・玩具メーカーの商品開発・ブランディング・ターゲット設定のための調査やPRサポートを経て、2017年に株式会社SHIBUYA109エンタテインメントに入社。

SHIBUYA109マーケティング担当としてマーケティング部の立ち上げを行い、2018年5月に若者研究機関「SHIBUYA109 lab.」を設立。現在は毎月200人の「around20」と接する毎日過ごしている。

■株式会社SHIBUYA109エンタテインメント概要



SHIBUYA109渋谷店（東京都・渋谷区）を中心とした4つの施設を展開。「Making You SHINE! -新しい世代の“今”を輝かせ、夢や願いを叶える-」の企業理念を掲げ、これからの担う新しい世代の今を輝かせ、夢や願いを叶えるため、商業施設運営に留まらないエンタテインメント事業展開を行う。

設立：2017年4月3日

代表取締役：石川 あゆみ

ホームページ：<https://www.shibuya109.co.jp/>