



SHIBUYA109 lab.

SHIBUYA109
ENTERTAINMENT

2023年4月18日

株式会社SHIBUYA109エンタテインメント

Z世代の海外に関する意識調査

海外旅行に行く予定がある若者は10%以下！
半数以上の若者は海外留学の意向なし。
コロナ禍明け、Z世代の海外渡航に対するハードルとは？

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機関『SHIBUYA109 lab.（読み：シブヤイチマルキューラボ）』は、15~24歳のZ世代を対象に、外部調査パネルによるWEB調査とSHIBUYA109 lab.独自ネットワークによるインタビューから「Z世代の海外に関する意識調査」を行いました。



Z世代の海外に関する意識調査

【Z世代の海外に関する意識調査トピックス】

【1】海外旅行に行く予定がある若者は10%以下！若者の海外に対する意欲は今どうなっている？

Z世代にとって、海外の文化はすでに生活の中に溶け込んでおり、金銭面や治安などの不安から海外に対する意欲は弱まっていると考えられます。

【2】半数以上の若者は海外留学の意向なし。語学習得は「好き」が原動力！

海外留学の意向がない若者世代は57.5%にのぼり、その主な理由の一つに基礎的な語学力の低さがあるようです。但し自分の趣味を原動力に学ぶ語学については、前向きに取り組む傾向がみられました。

【3】若者の約7割は日本が誇らしい。一方、約8割が経済に不安も。若者が考える「現代の日本の姿」

自国に対し「治安・食べ物・衛生面」などの安全・安心な社会に誇りを感じている一方、「経済・教育・社会課題」など社会制度に不安をいだいていることがわかりました。

【4】SHIBUYA109 lab.所長が分析！「未開の地」はワクワクしない？「体験の可視化」を徹底することが不安解消のカギ

何らかの体験をしに行く際には、誰かの体験をSNSで事前に確認してから現地に行くことが当たり前であり、「全く未知の経験」ではなく「既視の経験」をベースに少しでも未知の経験をしたいという感覚があるようです。

※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。

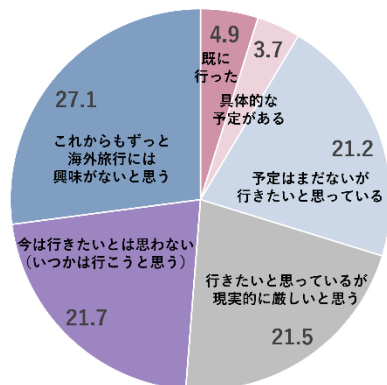
※TWITTER、TWEET(ツイート)、RETWEET(リツイート)、TwitterのロゴはTwitter, Inc.またはその関連会社の登録商標です。

【1】海外旅行に行く予定がある若者は10%以下！若者の海外に対する意欲は今どうなっている？

インバウンド需要が回復しつつあり、街にも沢山の外国人旅行者が増えてきました。一方で、日本人の海外旅行に対する意欲はコロナを経てどれくらい変化しているのでしょうか。特に今、若者が日本や海外をどのように見ているか調査しました。

Z世代の中で、コロナ禍以降、海外旅行に「既に行った」あるいは「具体的な(旅行の)予定がある」と回答した※図1のは全体の8.6%となり、いまだ海外旅行に行く予定のないZ世代が91.5%となりました。その中でも、海外旅行に「今は行きたいとは思わない(いつかは行こうと思う)」「これからもずっと海外旅行には興味がないと思う」と回答したのは、合計48.8%となっています。ただし具体的な国・地域名をあげて「旅行先として行きたい国」を聞いてみると※図2、平均8.5個の国名がチェックされており、ハワイ(37.3%)、フランス(30.7%)、イタリア・アメリカ本州(30.5%)が上位に上がりました。

図1 Q.コロナ禍以降の海外旅行について、あなたにあてはまるものを教えてください。[単一回答]
n= 410 (男性: 203/女性:207) (高校生:202/大学生・短大・専門学校生:208)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

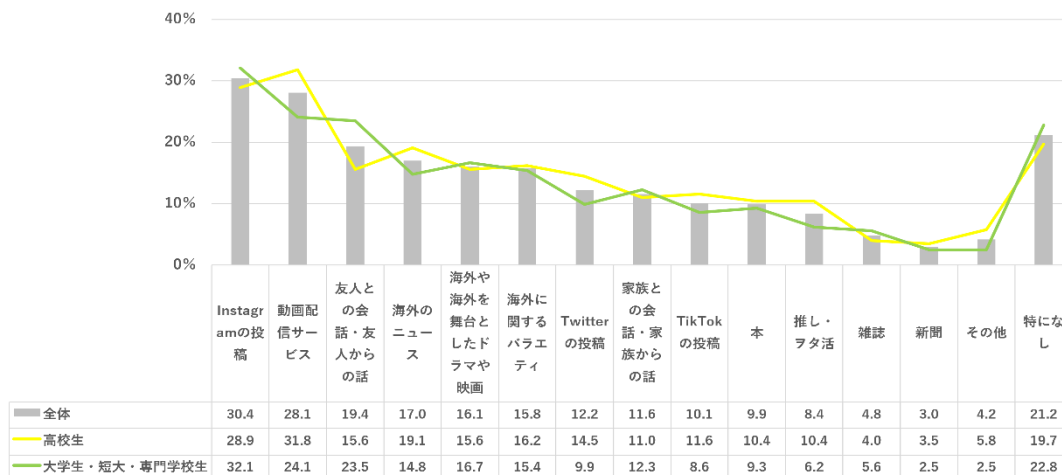
図2 Q.以下の質問について、あなたがそれぞれ当てはまると思う国・地域名を教えてください。[複数回答]
n= 410 (男性: 203/女性:207) (高校生:202/大学生・短大・専門学校生:208)

| 旅行先として行きたい国・地域 | |
|----------------|----------------|
| 1位 | ハワイ (37.3%) |
| 2位 | フランス (30.7%) |
| 3位 | イタリア (30.5%) |
| 3位 | アメリカ本州 (30.5%) |
| 4位 | イギリス (29.8%) |

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

「海外に行きたい」と思うきっかけ※図3を聞いてみると、「Instagramの投稿(30.4%)」「動画配信サービス(28.1%)」「友人との会話・友人からの話(19.4%)」が上位を占めています。グループインタビューでも「それまでは漠然と『海外って怖い』と思っていたが、友達がInstagramで韓国に行っている投稿をあげていて『意外と海外って行ける場所なんだ』と思った」「旅行系のインフルエンサー以外でも、インフルエンサーが海外に行っているのを最近見かける。投稿を見ると『ここに行きたい』と思う」などの回答がありました。

図3 Q.あなたが「海外に行きたい」と思うきっかけは何ですか。※旅行・留学・移住等すべて含む [複数回答]
n= 335 (男性: 169/女性:166) (高校生:173/大学生・短大・専門学校生:162)

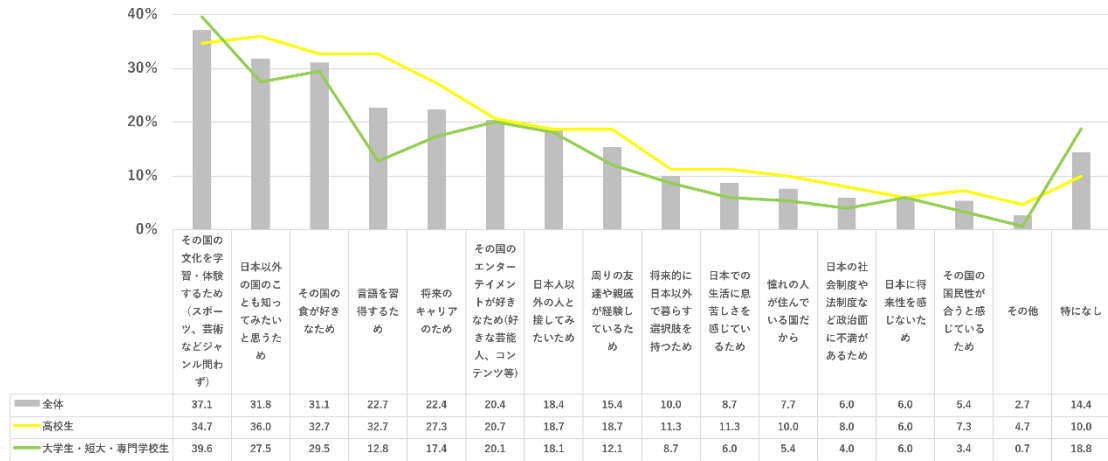


©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

「海外に行きたい理由」※図4として多く挙げたのは、「その国の文化を学習・体験するため(37.1%)」「日本以外の国のことも知ってみたいと思うため(31.8%)」「その国の食が好きのため(31.1%)」となり、逆に、海外旅行に行きたくない理由※図5として多く挙げられているのは「経済的に厳しいから(27.0%)」「治安に不安があるから(24.3%)」「語学力に不安があるから(22.5%)」「漠然と不安があるから(22.5%)」となっています。

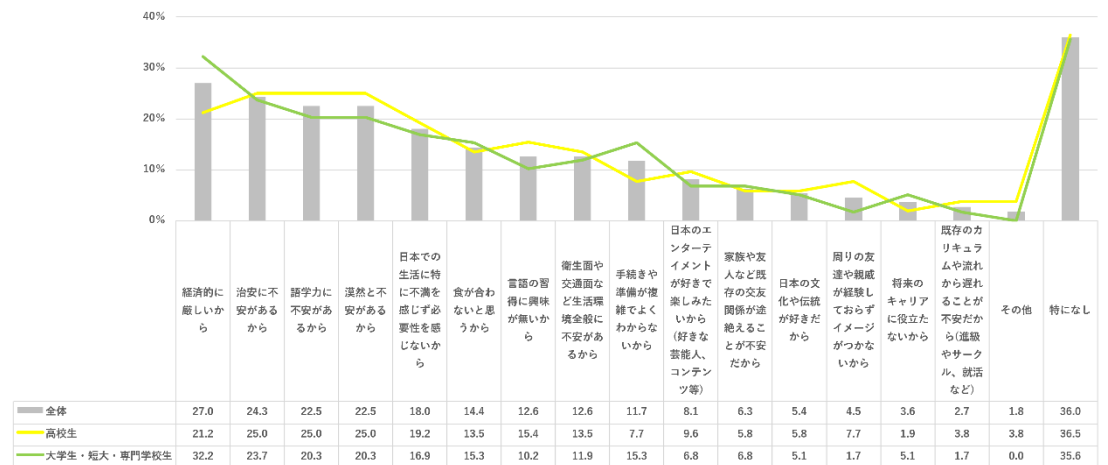
グループインタビューでも、「海外は言葉が通じないので、怖い。日本とは別世界」「治安が悪いイメージがある。海外の良いところよりも悪いところが目につく」「海外にある大体の食べ物は日本でも食べられるし、日本の方が日本人の好みに合わせられていそう」という声が聞かれました。

図4 Q.あなたが海外旅行に行きたい理由をそれぞれ教えてください。[複数回答]
n= 299 (男性: 148 /女性:151) (高校生:150/大学生・短大・専門学校生:149)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

図5 Q.あなたが海外旅行に行きたくない理由をそれぞれ教えてください。[複数回答]
n= 111 (男性: 55 /女性:56) (高校生:52/大学生・短大・専門学校生:59)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

次に、テーマを絞って各国のイメージ※図6を聞いてみました。「動向が気になる国・地域」としてあがったのは、「ロシア (22.4%)」「中国 (20.0%)」「アメリカ本州 (18.5%)」。「エンターテインメントが発展していると思う国・地域」としてあがったのは、「日本 (30.0%)」「アメリカ本州 (26.1%)」「韓国 (16.3%)」となりました。韓国は、「同世代の中で人気の国・地域」としても上位にあがっています。「同世代の中で人気の国・地域」上位に上がったのは「韓国 (28.5%)」「アメリカ本州 (15.1%)」「ハワイ (14.6%)」でした。「親近感のある国・地域」という項目では「台湾 (16.6%)」「韓国 (15.9%)」「アメリカ本州 (13.7%)」が上位となりましたが、

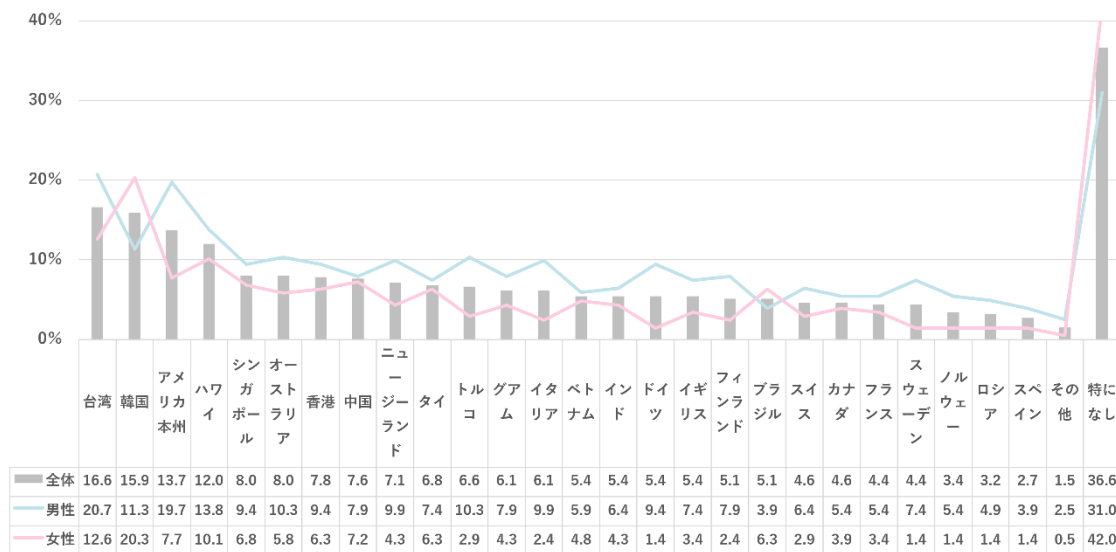
図6 Q.以下の質問について、あなたがそれぞれ当てはまると思う国・地域名を教えてください。[複数回答]
n= 410 (男性: 203 /女性:207) (高校生:202/大学生・短大・専門学校生:208)

| 動向が気になる国・地域 | | エンターテインメントが発展していると思う国・地域 | | 同世代の中で人気の国・地域 | | 親近感のある国・地域 | |
|-------------|----------------|--------------------------|----------------|---------------|----------------|------------|----------------|
| 1位 | ロシア (22.4%) | 1位 | 日本 (30.0%) | 1位 | 韓国 (28.5%) | 1位 | 台湾 (16.6%) |
| 2位 | 中国 (20.0%) | 2位 | アメリカ本州 (26.1%) | 2位 | アメリカ本州 (15.1%) | 2位 | 韓国 (15.9%) |
| 3位 | アメリカ本州 (18.5%) | 3位 | 韓国 (16.3%) | 3位 | ハワイ (14.6%) | 3位 | アメリカ本州 (13.7%) |
| 4位 | 台湾 (12.7%) | 4位 | ハワイ (8.0%) | 4位 | 台湾 (9.5%) | 4位 | ハワイ (12.0%) |
| 5位 | 韓国 (11.7%) | 5位 | イタリア (7.1%) | 4位 | フランス (9.5%) | 5位 | シンガポール (8.0%) |

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

男女で分けた結果※図7を見てみると、男性の回答では上位2カ国が「台湾（20.7%）」「アメリカ本州（19.7%）」なのに対し、女性の回答では「韓国（20.3%）」「台湾（12.6%）」となっています。グループインタビューでは、「最近まで韓国のことは詳しくなかったけど、お店に行っても韓国コスメばかりだし、コスメの広告でも韓国アイドルをよく見かける」「SNSで可愛いお店を見つけて行ってみたいと思ったら韓国やアメリカだった」「中国といえば、中国メイク」など、国際情勢だけでなく、消費において身近なことが影響していると感じられます。

図7 Q.あなたにとって親近感のある国名を教えてください。〔複数回答〕
n= 410（男性: 203 /女性:207）〔高校生:202 /大学生・短大・専門学校生:208〕

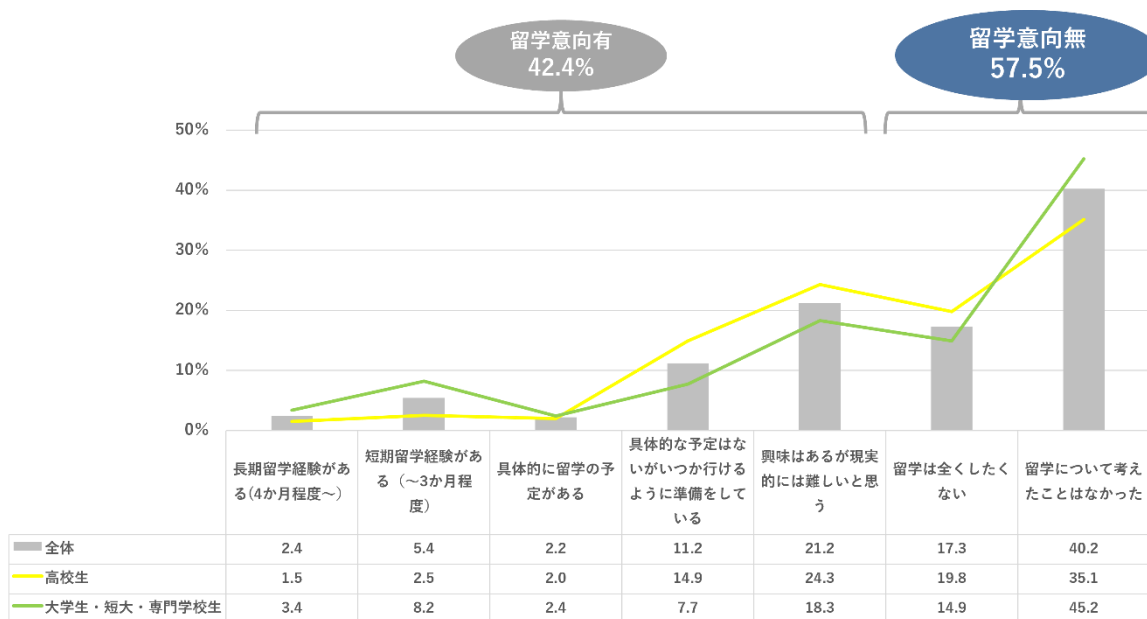


©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

【2】半数以上の若者は海外留学の意向なし。語学習得は「好き」が原動力！

海外旅行だけでなく、海外留学についても聞いてみると※図8、海外留学の意向が無い（「海外留学について考えたことはなかった」、または、「留学は全くしたくない」）若者世代は57.5%と半数以上になりました。また、「興味はあるが現実的には難しいと思う」という回答は21.2%になっています。

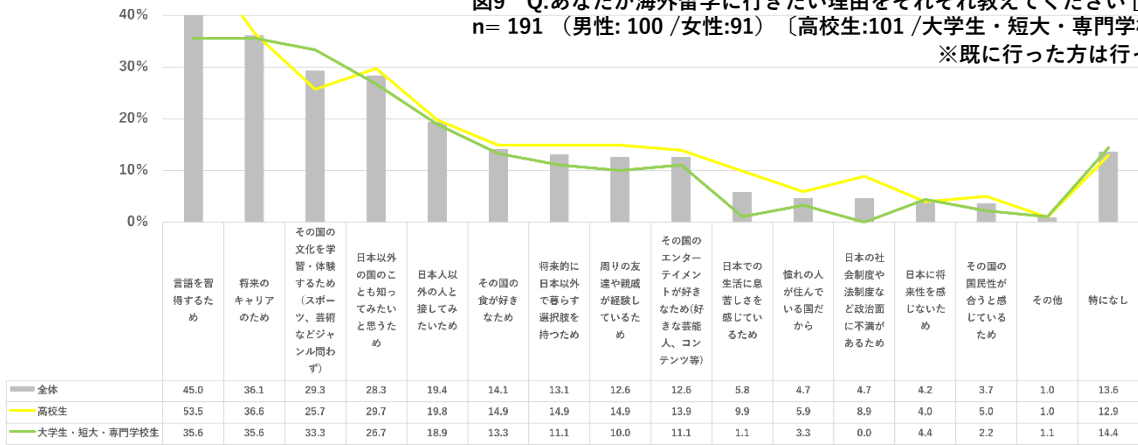
図8 Q.海外留学に関して、あなたに当てはまるものを教えてください〔単一回答〕
n= 410（男性: 203 /女性:207）〔高校生:202 /大学生・短大・専門学校生:208〕



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

海外留学に行きたい理由※図9としては、「言語を習得するため（45.0%）」「将来のキャリアのため（36.1%）」「その国の文化を学習・体験するため（29.3%）」という回答があがっていました。

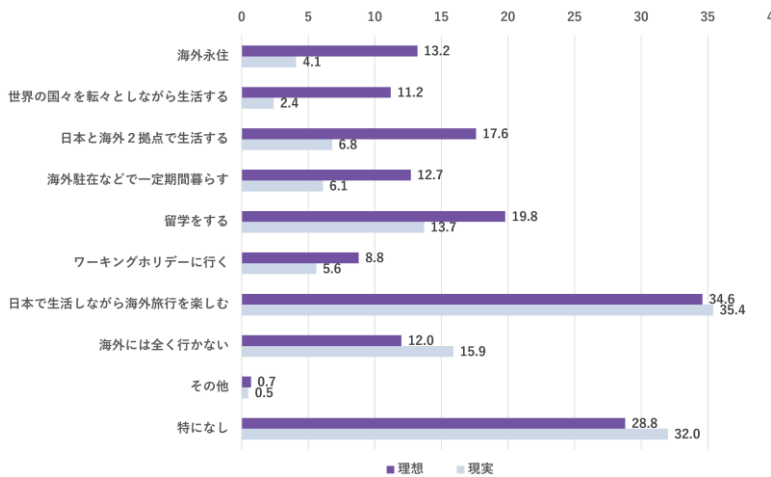
図9 Q.あなたが海外留学に行きたい理由をそれぞれ教えてください[複数回答]
n= 191 (男性:100/女性:91)〔高校生:101/大学生・短大・専門学校生:90〕
※既に行った方は行った理由



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

「将来の暮らし方の理想像」※図10を聞いた質問では、「日本で生活しながら海外旅行を楽しむ(34.6%)」「特になし(28.8%)」「留学をする(19.8%)」が上位の回答となった一方で、「自分にとって現実的だと思う将来像」は「日本で生活しながら海外旅行を楽しむ(35.4%)」「特になし(32.0%)」「海外には全く行かない(15.9%)」といった回答が多くなっています。

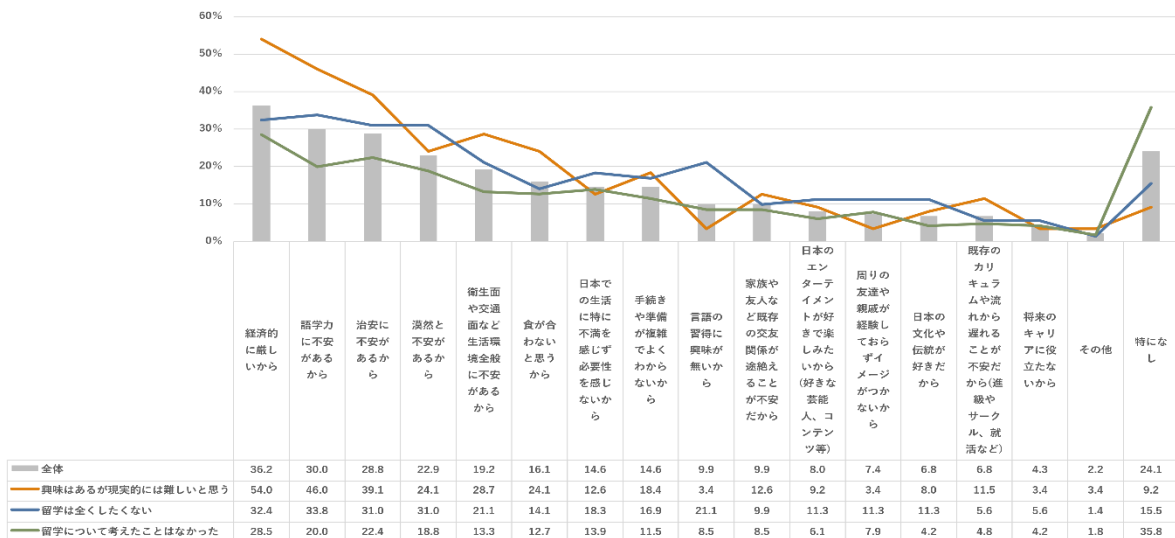
図10 Q.あなたの将来の選択肢としてあてはまるものを「理想の将来像」「現実的だと思う将来像」それぞれ教えてください。[複数回答] n= 410 (男性:203/女性:207)〔高校生:202/大学生・短大・専門学校生:208〕



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

海外留学に行きたくない理由※図11を聞いてみると、「経済的に厳しいから(36.2%)」「語学力に不安があるから(30.0%)」「治安に不安があるから(28.8%)」となり、特に、「(海外留学に)興味はあるが現実的には厳しいと思う」と回答した層に関しては、「経済的に厳しいから(54.0%)」「語学力に不安があるから(46.0%)」といった回答が多く、経済的理由と、基礎的な語学力の低さがハードルになっているようでした。

図11 Q.あなたが海外留学に行きたくない理由をそれぞれ教えてください。[複数回答] n= 323 (男性:151/女性:172)〔高校生:160/大学生・短大・専門学校生:163〕



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

留学してみたい国・地域※図12を聞いてみると、上位は「アメリカ本州 (21.2%)」「オーストラリア (15.6%)」「カナダ (14.9%)」となっています。

「移住したい国・地域」についても聞いてみると、「特になし」が約半数 (49.5%) となりました。移住に人気な国は「アメリカ本州 (12.0%)」「フランス (9.3%)」「シンガポール (9.0%)」となっています。

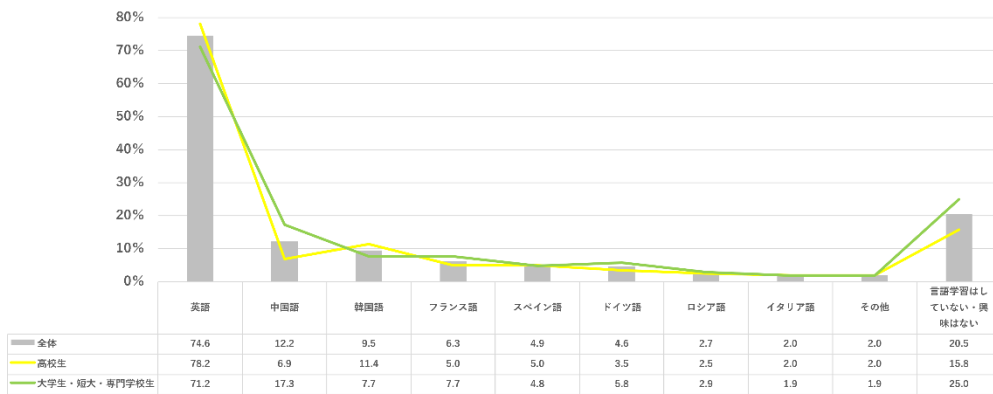
図12 Q.以下の質問について、あなたがそれぞれ当てはまると思う国名を教えてください。[複数回答]
n= 410 (男性: 203/女性:207) (高校生:202/大学生・短大・専門学校生:208)

| 留学してみたい国・地域 | | 移住したい国・地域 | |
|-------------|-----------------|-----------|----------------|
| 1位 | アメリカ本州 (21.2%) | 1位 | アメリカ本州 (12.0%) |
| 2位 | オーストラリア (15.6%) | 2位 | フランス (9.3%) |
| 3位 | カナダ (14.9%) | 3位 | シンガポール (9.0%) |
| 4位 | イギリス (13.9%) | 4位 | イギリス (7.6%) |
| 5位 | ドイツ (11.0%) | 5位 | オーストラリア (7.3%) |

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

次に、語学学習※図13について聞いてみると、約8割が何らかの語学を勉強していることがわかりました。その中でも人気の言語は「英語 (74.6%)」「中国語 (12.2%)」「韓国語 (9.5%)」です。

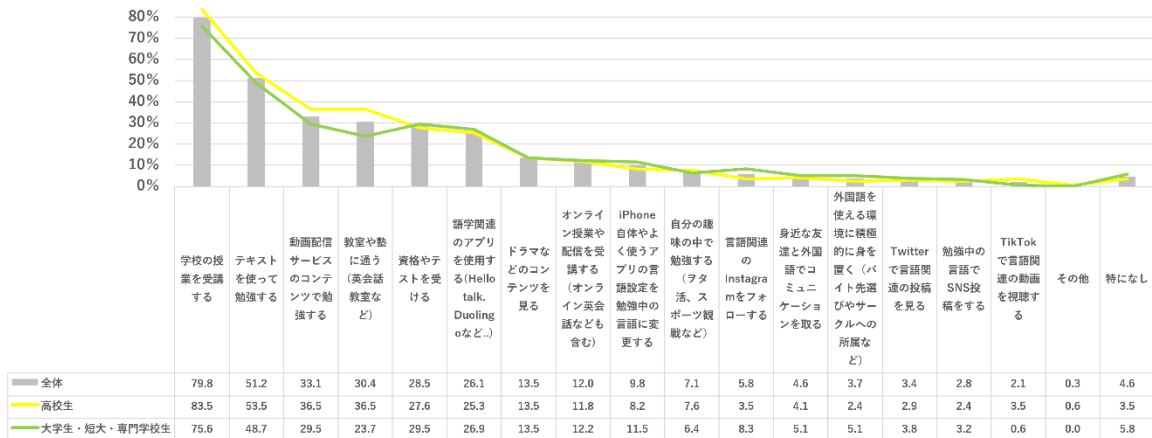
図13 Q.語学学習についてあなたが勉強している・していた言語としてあてはまるものを教えてください。[複数回答]
n= 410 (男性: 203/女性:207) (高校生:202/大学生・短大・専門学校生:208)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

学習方法として実施したことがあるもの※図14を聞くと、「学校の授業を受講する (79.8%)」が最も多く、次点で「テキストを使って勉強する (51.2%)」「動画配信サービスのコンテンツで勉強する (33.1%)」となっています。グループインタビューでも、「中国語は大学の第二言語で学んでいる」「就活のためにTOEICで高得点を取ろうと勉強した」「推しのために韓国語を勉強中」「サッカーの情報を動画配信サービスや海外のニュースで見ている。両方とも、視聴言語は英語」などの声が聞かれました。

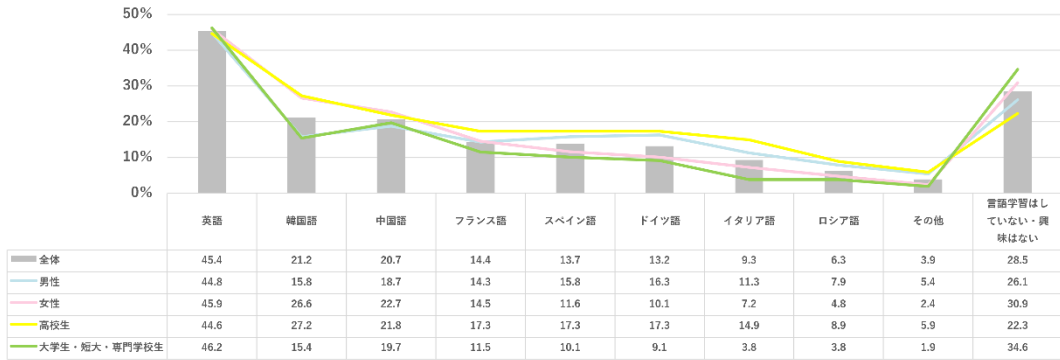
図14 Q.語学学習の一環として実施したことのものを教えてください。[複数回答]
n= 326 (男性: 160/女性:166) (高校生:170/大学生・短大・専門学校生:156)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

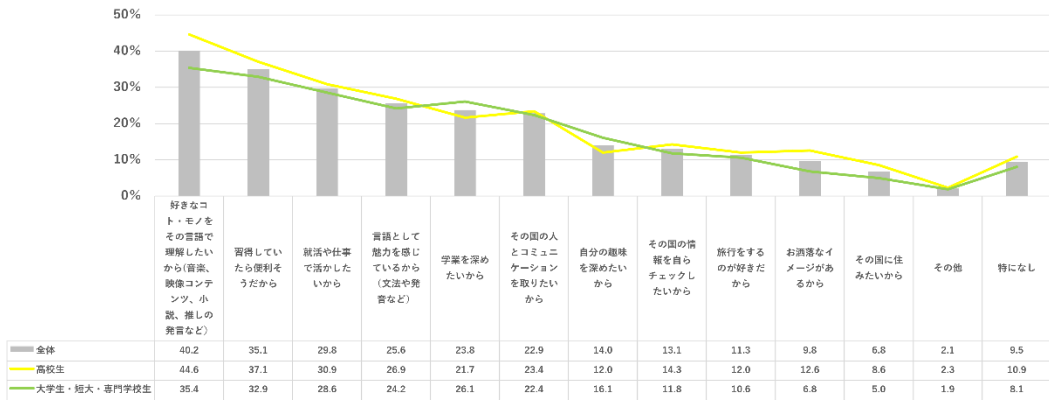
習得したい言語※図15は「英語 (45.4%)」「韓国語 (21.2%)」「中国語 (20.7%)」で、「外国語を学ぶ理由」※図16を聞くと「好きなコト・モノをその言語で理解したいから (40.2%)」「習得していたら便利そうだから (35.1%)」「就活や仕事で活かしたいから (29.8%)」が上位の回答となっており、自分の趣味を原動力に語学に勤しんでいる姿が見られました。

図15 Q.語学学習についてあなたが習得したい言語としてあてはまるものを教えてください。[複数回答]
n= 410 (男性: 203/女性:207) (高校生:202/大学生・短大・専門学校生:208)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

図16 Q.あなたが外国語を学ぶ理由はなんですか。[複数回答]
n= 336 (男性: 166/女性:170) (高校生:175/大学生・短大・専門学校生:161)



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

【3】若者の約7割は日本が誇らしい。一方、約8割が経済に不安も。若者が考える「現代の日本の姿」

最後に、海外と比較した日本の印象についても聞いています。海外の良いところ※図17は「建物や景観 (54.9%)」「独自の文化や芸術など (41.2%)」「エンターテインメント性の高さ (40.5%)」「経済力・経済政策 (38.8%)」、悪いところは「治安 (51.5%)」「衛生面 (41.7%)」「商品やサービスの質 (14.9%)」となりました。

それに対し、日本の良いところ※図18を聞いてみると、「治安 (80.5%)」「食べ物 (78.5%)」「衛生面 (69.0%)」と、海外の悪いところの正反対の要素が上位にあがっています。

実際に、「自分の国に誇りを感じる」※図19という問いに「あてはまる」と回答したのは68.1%にもなりました。

グループインタビューでも、「日本の良いところは安心で安全でごはんがおいしいところ」「安全で綺麗で暮らしやすい。人もすごく優しい」「安全でポテンシャルがあるし、良いものをつくっているのもっと発信すればいいのに。勿体ないと思う」など日本を誇りに思っている姿が見られました。

一方、悪いところを聞いてみると「経済力・経済政策 (34.4%)」「教育の制度やシステム (27.1%)」「環境・社会課題への意識 (24.4%)」「人権への意識 (23.2%)」「社会福祉制度 (21.7%)」が上位でとなり、社会制度に不安をいだいていることがわかります。

図17 Q.あなたが思う海外の良いところ・悪いところをそれぞれ教えてください。[複数回答]
n= 410 (男性: 203/女性:207) (高校生:202/大学生・短大・専門学校生:208)

| Z世代が思う海外の良いところ | | Z世代が思う海外の悪いところ | |
|----------------|------------------------|----------------|-------------------|
| 1位 | 建物や景観 (54.9%) | 1位 | 治安 (51.5%) |
| 2位 | 独自の文化や芸術など (41.2%) | 2位 | 衛生面 (41.7%) |
| 3位 | エンターテインメント性の高さ (40.5%) | 3位 | 商品やサービスの質 (14.9%) |
| 4位 | 経済力・経済政策 (38.8%) | 4位 | 人権への意識 (14.1%) |
| 5位 | 食べ物 (33.7%) | 5位 | 国民性・人柄 (11.0%) |

図18 Q.あなたが思う日本の良いところ・悪いところをそれぞれ教えてください。[複数回答]
n= 410 (男性: 203/女性:207) (高校生:202/大学生・短大・専門学校生:208)

| Z世代が思う日本の良いところ | | Z世代が思う日本の悪いところ | |
|----------------|--------------------|----------------|---------------------|
| 1位 | 治安 (80.5%) | 1位 | 経済力・経済政策 (34.4%) |
| 2位 | 食べ物 (78.5%) | 2位 | 教育の制度やシステム (27.1%) |
| 3位 | 衛生面 (69.0%) | 3位 | 環境・社会課題への意識 (24.4%) |
| 4位 | 建物や景観 (57.6%) | 4位 | 人権への意識 (23.2%) |
| 5位 | インフラが整っている (56.1%) | 5位 | 社会福祉制度 (21.7%) |

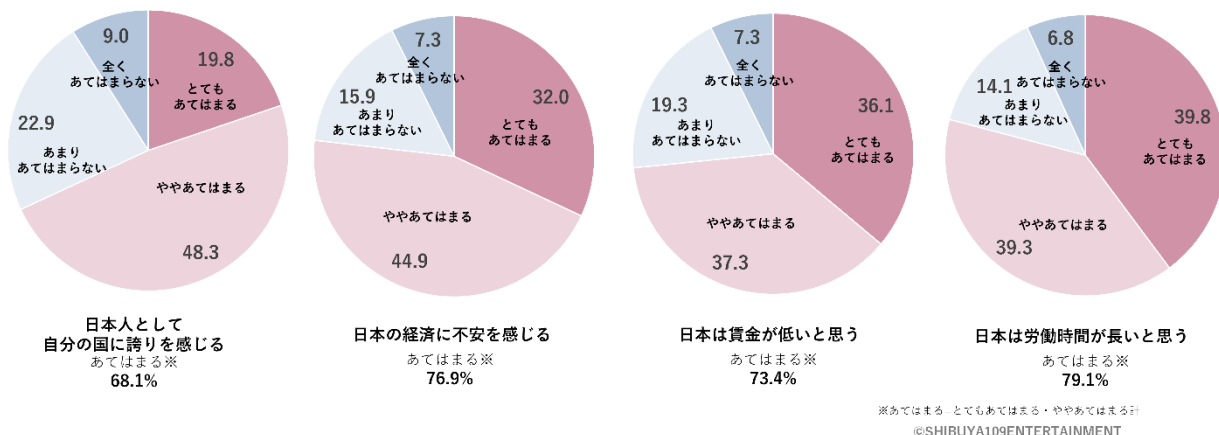
©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

©SHIBUYA109ENTERTAINMENT

「日本の経済に不安を感じる」※図19と回答したのは76.9%にのぼり、そのほか、「賃金が低い(73.4%)」「労働時間が長い(79.1%)」といった課題も感じているようです。グループインタビューでも、「スーパーで、値上がりを感じる。親が物価の話をしているのを聞く」「少子高齢化が一番気になる話題。これからの若者は大変だと思う」などといった回答があり、若者も、社会制度や経済政策に不安を抱いていることがわかります。

図19 Q.あなたの価値観にあてはまるものを教えてください。

〔単一回答〕n=410(男性:203/女性:207)〔高校生:202/大学生・短大・専門学校生:208〕



[4] SHIBUYA109 lab.所長が分析！「未開の地」はワクワクしない？「体験の可視化」を徹底することが不安解消のカギ

コロナ禍が明け、海外旅行も解禁されていますが、感染リスクだけでなく治安や言語の面での心配ごとがZ世代の海外渡航に対するハードルを高めているようです。Z世代は、アクセスできる情報が少ない事柄に対して慎重に行動する傾向にあります。

また何らかの体験をしに行く際には、誰かの体験をSNSで事前に確認してから現地に行くことが当たり前であり、「全く未知の経験」ではなく「既視の経験」をベースに少しだけ未知の経験をしたいという感覚がみられます。そのため、旅行先や観光地に関しても「行ってからの楽しみ」を提供するのではなく、具体的に体験できることを詳細まで可視化し、情報の網羅性と奥行を作ることが重要です。

また海外渡航に対する意欲が低い結果となりましたが、彼らの海外渡航へのハードルは「不安」だけでなく、経済的な状況も関係していることもみられます。収入や円相場、国際情勢など様々な要因が絡みますが、経験の格差が広がる懸念も感じられます。

SHIBUYA109 lab.のHPより、本WEB調査の無料グラフレポートを配布しております。ぜひ、以下よりご連絡ください。

https://shibuya109lab.jp/product/?utm_source=prtimes.jp&utm_medium=referral&utm_campaign=release20230418

■アンケート調査概要

①WEB調査

調査期間：2023年3月

調査パネル：外部調査会社のアンケートパネルを使用(SHIBUYA109 lab.調べ GMOリサーチ プラットフォーム利用の調査)

居住地：一都三県

性別：男女

年齢：15～24歳

対象：高校生・大学生・短大・専門学校生

回答者数：410名(男性203名/女性207名)〔高校生:202/大学生・短大・専門学校生:208〕

※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

グループインタビュー

対象者条件：高校生・大学生・短大・専門学校生 男子4名、女子4名 2G 合計8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」と接する毎日を過ごしている。

■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/>