

Z世代のイベントに関する調査 高校生・大学生の「年間モチベカレンダー」公開

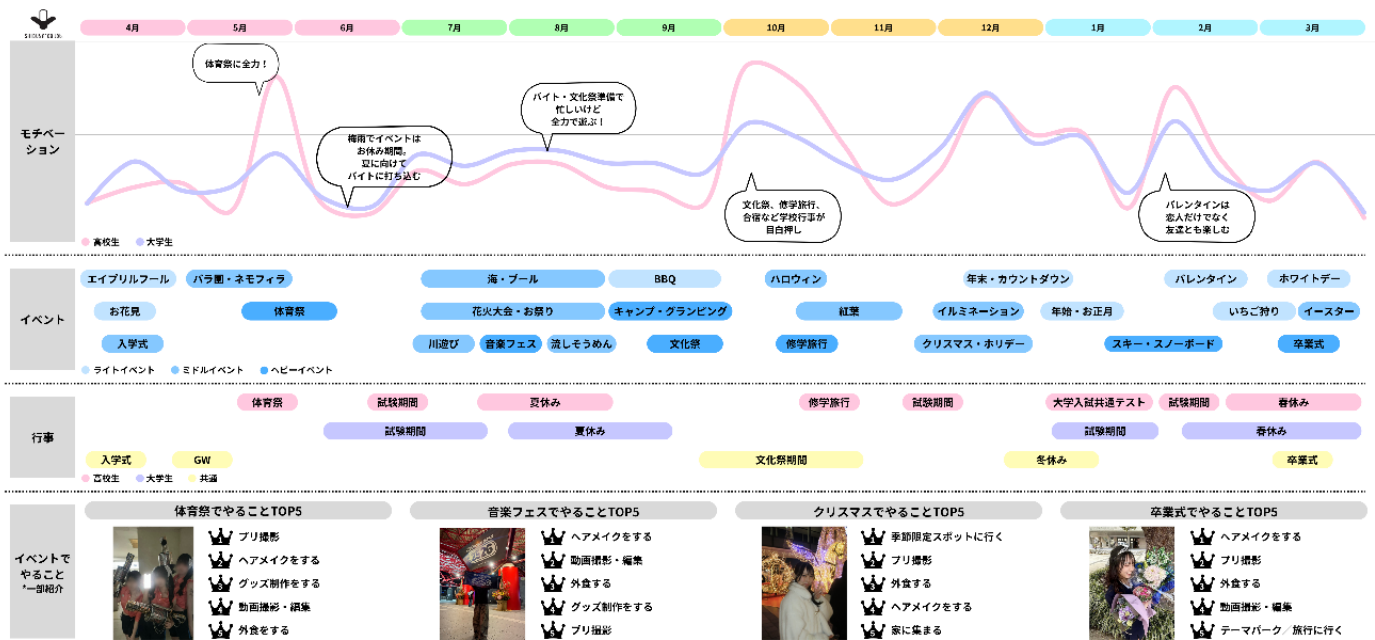
株式会社SHIBUYA109エンタテインメント(本社：東京都渋谷区、社長：石川 あゆみ)が運営する若者マーケティング機関『SHIBUYA109 lab. (読み：シブヤイチマルキュウラボ)』は、15~24歳の女性484名を対象に、外部調査パネルによるWEB調査とSHIBUYA109 lab.独自ネットワークによるインタビューから「Z世代のシーズンイベントに関する調査」を行いました。

TOPICS

1. Z世代の年間イベントモチベカレンダーを公開
2. イベント開催の最適な時期はいつ？ 若者のイベント年間スケジュール
3. 学校行事にかけるお金は約6,950円！イベントの楽しみ方の現在
4. SHIBUYA109 lab.所長が分析！若者向けの施策で重要なのは「タイミング」と「型」
5. 調査概要

【1】Z世代の年間イベントモチベカレンダーを公開！

【図1】



SHIBUYA109 lab.では、SHIBUYA109渋谷店館内でのヒアリングやグループインタビューを通して毎月200人の若者の話を聞くことで、若者世代がどのような消費行動を行っているかを調査しています。今回は、Z世代が楽しんでいるイベントに関する調査を実施し、その結果をもとに若者が熱量を向けるシーズンイベントを可視化した『Z世代の年間イベントモチベカレンダー (モーメントカレンダー)』を作成しました。(図1)

※公開データの引用・転載の際は、『SHIBUYA109 lab.』のデータであることを明記いただきますようお願い申し上げます。
※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。

本カレンダーでは単に「どのイベントが楽しまっているか」だけでなく、「どの程度の熱量や労力をかけて楽しまっているか」を可視化すべく、まず、イベントに対するモチベーションの年間での変化をグラフで表しています。

また、イベント時に行う行動を“プリ撮影をする”“グッズ制作をする”など、16項目選出※し、準備・消費・体験にかかる労力の大きさに応じて「ライト行動（低コスト・当日に完結）」「ミドル行動（軽い準備・計画が必要）」「ヘビー行動（予約・お金・計画が必須）」に分類。

さらに、「ヘビー行動」に該当する行動の実施率を基にイベントを「ライトイベント」「ミドルイベント」「ヘビーイベント」の3タイプに整理しています。

※イベント時に行う行動の全16項目は無料グラフレポートからご覧いただけます。

イベントでやること *一部紹介

体育祭でやることTOP5



音楽フェスでやることTOP5



クリスマスでやることTOP5



卒業式でやることTOP5



※全イベントで「卒業式」が1位だったため、ランキングでは除外した授業を掲載しています。
©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

【2】イベント開催の最適な時期はいつ？ 若者のイベント年間スケジュール

今回の調査では、若者が楽しんでいるイベント（全28種）をピックアップし、「学校行事」「旬を楽しむイベント」「レジャー・アウトドア」「シーズナルイベント」の4つのカテゴリに分類・調査を行いました。（図2）

【図2】

イベント分類



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

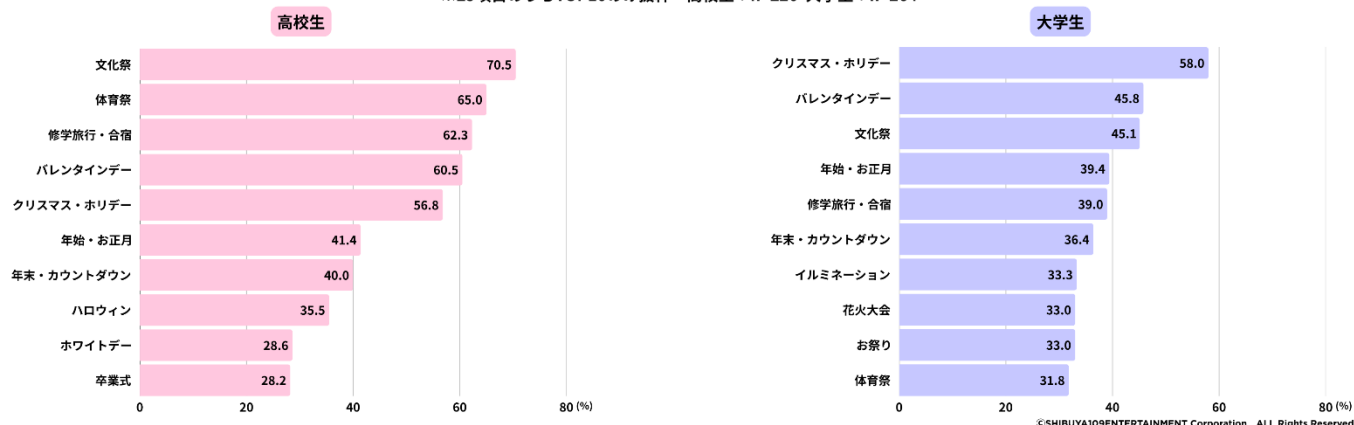
ここから「一年間で楽しんでいるイベント」を聴取し、高校生・大学生それぞれについてイベントランキングを作成しました。（図3）

高校生は、文化祭（70.5%）、体育祭（65.0%）、修学旅行・合宿（62.3%）が上位3位となり、学校行事への参加意向の高さが見られます。

一方、大学生は、クリスマス・ホリデー（58.0%）、バレンタインデー（45.8%）、文化祭（45.1%）が上位となり、学校行事に加えてシーズナルイベントへの関心も高いことが分かりました。

【図3】

Q.あなたが楽しんでいるイベントをすべてお答えください。[複数回答]
※29項目のうちTOP10のみ抜粋 高校生：n=220 大学生：n=264

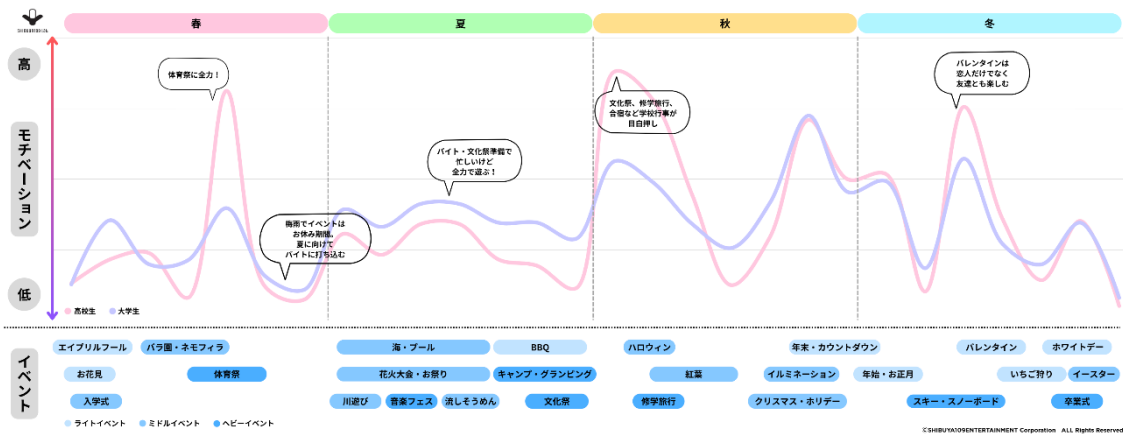


©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

このように、高校生は学校生活に紐づくイベントが中心であるのに対し、大学生は学外で楽しめるイベントへの参加も広がっていることが特徴です。

グループインタビューでは、高校生からは「中学生の頃SNSでキラキラしたJK（女子高生）を見て、高校生活に憧れていた」「制服で楽しめることは悔いなくやりきりたい」といった声が聞かれ、学校行事を特別な思い出作りの場として捉えている様子が窺えました。
 また大学生からは「大学生になるとコミュニティが広がり、使えるお金も増えるので楽しむイベントの幅が広がった」といった声も聞かれ、行動範囲や交友関係の拡大が影響している可能性が見られます。

【図4】



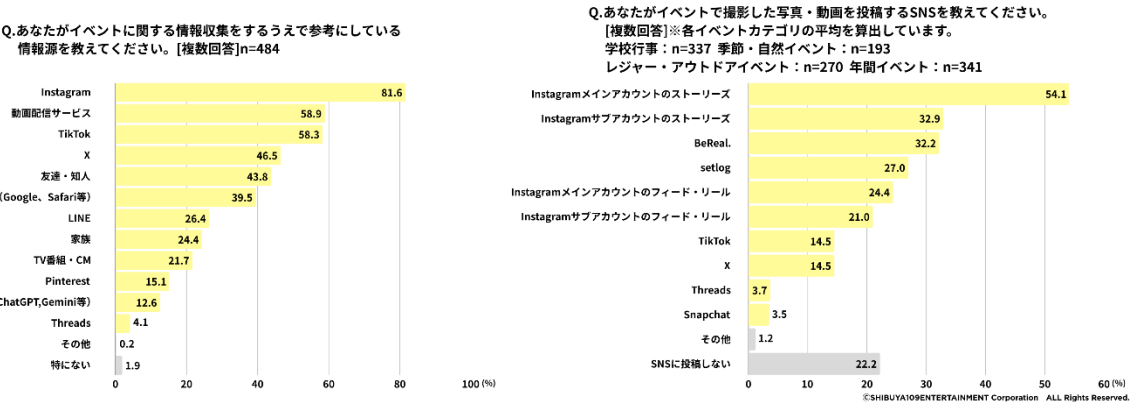
さらに、各イベントについて5段階(☆1：特に重要ではない／なくてもよい～☆5：非常に重要／最も力を入れているイベント)で重要度を聴取し、その結果をもとに年間のイベントモチベーション推移を作成しました。(図4)
 グラフを見ると、春・夏に比べて秋・冬にかけてモチベーションが高まる傾向がみられます。これは、秋は「文化祭」や「修学旅行・合宿」「ハロウィン」など熱量高く楽しめるイベントが連続しているためと考えられます。
 また、秋は「ヘビーイベント」に分類されるイベントが多く、若者のモチベーションを押し上げていることが分かります。

高校生を対象にしたグループインタビューでは、「春は新入生歓迎会や友だちを作るのに忙しい」「夏は文化祭の準備や部活がある」など、春・夏は友人コミュニティの形成や学校行事に時間を取られていることが挙げられました。

一方大学生に関しては「夏と冬にお金を沢山使うので、新歓が終わってから夏までと、学園祭が終わってから冬まではバイトを頑張る時期」という声がきかれ、大学生は夏休みが長いため、夏は長期の旅行に行っているケースも見られました。なお、「ヘビー行動」のうち、「旅行」については、夏が一番高くなっています。

また、各イベントに関する情報収集・SNS投稿の実態について聞いたところ、次のような結果となりました。(図5)

【図5】



情報収集に関しては、Instagram（81.6%）が最も多く、次いで動画配信サービス（58.9%）、TikTok（58.3%）となり、動画を通じた情報収集がメインになっていることがわかります。
インタビューでは「友だちと文化祭でお揃いにする衣装テーマはTikTokで調べて決めた」「Instagramで流れてきたイルミネーションに行った」「遊びに行く場所はTikTokで沢山調べる。場所だけではなく、どれだけ混雑しているかも見る」などの声が聞かれています。

また、情報発信については、『BeReal.（32.2%）』や『setlog（27.0%）』の台頭もみられます。
若者のSNSの使い方は「クローズド&エフェメラル」な傾向が強まっており、関係性が深く・狭いコミュニティでの共有が重視されるようになっていきます。（図6）

※参考 2025年8月SHIBUYA109 lab.調査『Z世代のSNS利用最新動向2025
（<https://www.shibuya109.co.jp/shibuya109lab/reports/250826/>）』より

【図6】



そして、各イベントについて「楽しみ方の多様性」が重要であるということも示唆されました。
例えばクリスマスは、イベント時に行う16項目の行動選択数が平均2.51個と、「シーズナルイベント」カテゴリ平均（1.84個）を上回る結果となりました。カテゴリ内では最も高い値となっており、多様な楽しみ方が実践されていることが窺えます。
実際にインタビューでも「12月が始まったらクリスマス期間だと思って、いろいろなところに行く」「クリスマスは色んなイベントに何度も行く」など、ホリデーシーズン全体を通じて様々な楽しみ方をしている姿が見られました。
対して、バレンタインデーは、行動選択数が平均1.67個となっており、「プリクラを撮るだけでいい」「チョコを作るだけ」など、楽しみ方が特定の行動に集中する傾向が見られました。



【SHIBUYA109 lab. 所長コメント】

定量調査で聴取した「楽しんでいるイベント」の回答率が低かったイースター(5.4%)やエイプリルフール(10.3%)などについて、インタビューで理由を聞いてみたところ、「楽しみ方がわからない」という回答が多くみられました。これに対し、クリスマスなどの人気イベントはSNSを通じて「楽しみ方のお手本」が複数共有されていることが共通点です。若者向けの施策を考える際には食や体験イベント、そのイベントを表現するモチーフ、写真や動画の撮り方、自宅でのアレンジレシピなど、多様なお手本を準備することが、長期にわたって楽しんでもらうために重要な要素です。

【3】学校行事にけるお金は約6,950円！イベントの楽しみ方の現在

各イベントを「学校行事」「旬を楽しむイベント」「レジャー・アウトドア」「シーズナルイベント」に分けて分析を行ったところ、最もモチベーション高く楽しんでいるのは「学校行事」で、準備や行うことが「ライト行動」か「ヘビー行動」かに関わらず、イベントとして重視されていることがわかります。

具体的には、「文化祭のために友だちとデコ銃や幼少期Tシャツをつくった」「体育祭の時に友人からLINEで『クラスの皆でサングラスつけませんか？』と回ってきたので、みんなでおそろいをした」などの楽しみ方が見られました。



〈デコ銃〉



〈デコメガホン〉



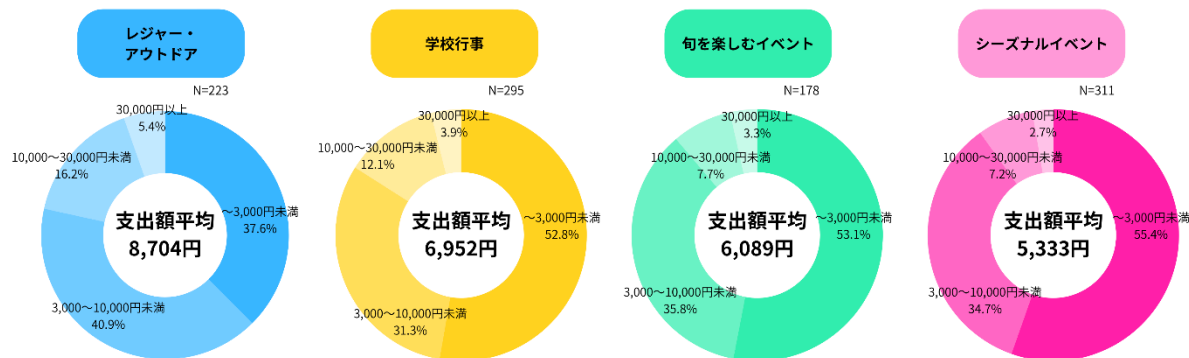
〈おそろいコーデ〉

イベントを楽しんでいる相手は「いつメン（いつも一緒に遊ぶ友だち）」が圧倒的に多く、学校行事では71.1%、旬を楽しむイベントでは59.8%、レジャー・アウトドアでも64.3%、シーズナルイベントでも49.9%となりました。※

クラス全体や大人数の集団というよりも、親しい少人数の友人グループ単位で各イベントを楽しむ傾向が見られます。ただし、「イルミネーションは二人など少人数でいきたい」「クリスマスパーティは大勢でやりたい」など、イベントによって楽しみ方を変える傾向も見られています。

【図7】

Q.イベントを楽しむにあたり、準備や物品購入等にかかる金額を教えてください。[単一回答]



©SHIBUYA109ENTERTAINMENT Corporation ALL Rights Reserved.

それぞれにかかる金額の平均に関しては、学校行事が6,952円、旬を楽しむイベントが6,089円、レジャー・アウトドアが8,704円、シーズナルイベントが5,333円となりました。（図7）インタビューでは、「ネットで調べておそろいグッズを格安ECサイトで買っている」「クリスマスマーケットは食べ物メインで楽しむ」などのお金の使い道※が聞かれました。※イベントを楽しんでいる相手、お金の使い道の定量データは無料グラフレポートからご覧いただけます。

■無料グラフレポートはこちら

内容：

- ・イベント時に行う行動の全16項目
 - ・イベントを楽しむ相手の定量データ
 - ・お金の使い道の定量データ
- など

<https://www.shibuya109.co.jp/shibuya109lab/reports/20260819/>

【4】SHIBUYA109 lab.所長が分析！若者向けの施策で重要なのは「タイミング」と「型」

若者にとってイベントは単なる季節の風物詩ではなく、「友人との関係性を深める場」です。彼らはイベントを楽しむ過程で、SNS投稿も視野に入れながら体験を設計し、食やファッション、レジャーなどの消費につなげています。そのため、イベントの人気は知名度だけでなく、「何をするか」という楽しみ方の選択肢の幅にも左右されています。



若者向けの施策を考える際に重要なのは、「タイミング」と「型」です。イベントを実施する時期に若者たちが何に忙しくし、どのようなモチベーションで過ごしているのかを理解すること。そしてイベントそのものを訴求するだけでなく、「誰と」「どのように楽しめるのか」まで具体的に提案することが、共感や参加につながる重要なポイントです。

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月に若者マーケティング機関「SHIBUYA109 lab.」を設立。現在は毎月200人の「around20(15～24歳)」と接する毎日過ごしている。

【5】調査概要

①WEB調査

調査期間：2026年7月

調査パネル：外部調査会社のアンケートパネルを使用しスクリーニング調査を実施

居住地：一都三県

性別：女性

年齢：15～24歳

対象：高校生・大学生・大学院生・短大生・専門学生・社会人・アルバイト

回答者数：484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

・グループインタビュー

対象者条件：高校生 女性4名、大学生 女性3名 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マーケティング機関。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>

■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3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、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

代表取締役社長：石川 あゆみ

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