

Z世代の海外旅行再開に関する意識調査レポート

Survey Report on Generation Z's Attitude Toward Restarting Outbound Travel

越智 良典
Yoshinori OCHI

[キーワード]

コロナウイルス感染症、海外旅行、Z世代、世代マーケティング、危機管理

本稿は東洋大学 国際観光学部、一般社団法人日本旅行業協会（以下JATAと略す）、バリーズ株式会社の共同調査レポートによるものである。

第1章：本調査の背景と目的

東洋大学国際観光学部がツーリズム EXPO ジャパン 2022に出展するにあたり、各ゼミの国内観光の研究発表に加えて、海外旅行に関する新たな研究調査を行い発表することを企画した。

当時は、新型コロナウイルス感染症（以下コロナと略す）の水際対策が2022年5月26日から緩和され、海外旅行が再開された時期であった。具体的にはそれまでほとんどの国が感染症危険レベル3であったところを、11か国がレベル1へ、30か国・地域がレベル2へ引き下げられた。

夏休みの海外旅行の本格的な再開を目指して、ハワイや韓国に旅行業界の視察団が送られ、店頭やWEBサイトで旅行の予約が始まった。そして、JATAは「JATA 海外旅行再開プロジェクト」を計画していた（7月15日より開始）。

2年半ぶりに再開された海外旅行では、まずシニア層において、ハワイのような定番デスティネーションやテーマ性の高い旅行に動きがみられた。一方で、若者層では、大学生の留学が盛んになり、航空会社や旅行会社の業績改善に貢献している例も報告されていた。大学生が属するいわゆるZ世代（18歳から25歳）の日本人はすでに1730万人（2022年8月現在）に達し、今後20年の消費を担う重要な顧客層として旅行業界でもその動きに関心が高まっていた。

以上の背景から、Z世代に属する東洋大学生を対象に海外旅行に関する緊急意識調査を行い、ツーリズム EXPO ジャパンで旅行会社や航空会社、観光局を対象に成果発表することを目指した。

第2章：調査概要

実施にあたり、JATAとバリーズ株式会社と3者で共同プロジェクトを組んだ。JATAは、旅行会社や観光局のニーズの事前調査への協力、調査結果の活用を担当した。バリーズ株式会社は、「ミレニアル世代」「Z世代」という世代別の若者マーケティングの実績を踏まえて、調査の設計と結果分析を担当した。東洋大学国際観光学部は、ツーリズム EXPO ジャパン学生運営プロジェクト

が440名のアンケート、グループインタビューへの協力、発表用のポスター作成を担当した。

目的：コロナ後のリベンジ消費で観光産業がV字回復を果たすことが見込まれる中、今後の旅行消費の中心的役割を担うZ世代の海外旅行に対する意識調査をすることで、観光産業の未来を占う指針を提供する。(Z世代：1997年～2004年生まれの現在18歳から25歳(出典 criteo)、ミレニアル世代(1981年～1996年生まれの26歳から41歳)の次の世代)

調査設計：旅行会社(HIS、KNT)観光局(フランス、韓国)のヒアリングに基づき質問を設計

調査期間：2022年7月20日～31日

回答総数：440名(東洋大学国際観光学部生及びそのネットワークの友人)

性別：女性 72.4%、男性 27.6%

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

アンケート設問：

- 1 パスポートを保有していますか？
- 2 海外に旅行したことはありますか？(留学や親の仕事による渡航は除く)
- 3 (「ある」と回答した方)どこに旅行しましたか？※具体的な都市名も「その他」欄にご記入ください。
- 4 (「ある」と回答した方)それはコロナ禍が始まった2020年2月以前ですか？コロナ禍以降ですか？
- 5 いま海外旅行に行きたいですか？
- 6 (「行きたい」と回答した方)どこに旅行したいですか？
- 7 (「行きたい」と回答した方)その国・都市に旅行したい理由は何ですか？
- 8 (「行きたい」と回答した方)次回の海外旅行の予算額はどれくらいですか？
- 9 (「行きたい」と回答した方)次回の海外旅行の費用はどうやって捻出しますか？
- 10 (「行きたい」と回答した方)次回の海外旅行は誰とどんな旅がしたいですか？
- 11 海外旅行において、コロナに関して気になる部分はどれですか？
- 12 「この国に旅行してみたいな」と感じるきっかけはどれですか？
- 13 (「テレビ/ネットメディアで紹介されていたから」と回答した方)テレビ番組名やネットメディア名を教えてください。
- 14 (「SNSで紹介されていたから」と回答した方)どのSNSがもっとも大きく影響を与えますか？
- 15 海外旅行先が決まってから、詳しい情報収集する際に使う手段はどれですか？
- 16 (「SNSで現地情報をチェックする」と回答した方)どのSNSでホテル、飛行機、レストラン現地情報を調べますか？
- 17 海外旅行先を決定する上で何がもっとも重要ですか？
- 18 次回の海外旅行の予約方法として有力なものを教えてください。
- 19 (上記で「パッケージツアーを予約」と回答した方)あなたにとってパッケージツアーの魅力を

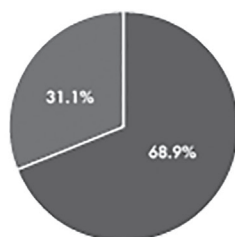
教えてください。

- 20 あなたが日頃利用している旅行予約サイトを教えてください。（本質問については「国内旅行」を含め）
- 21 興味が惹かれる旅のスタイルを教えてください。
- 22 同じ国・都市に再び旅行する人を増やすために、あなたが考える「大事な要素」を教えてください。
- 23 同じ旅行予約サービスを使い続けるにあたって「決め手」となる部分を教えてください。

第3章：調査結果

Q1：パスポートを保有していますか？：440名回答

440名が回答

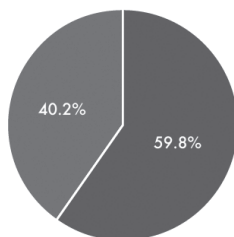


■ 持っている ■ 持っていない

約**69%**が持っていると回答

全年齢のパスポート保有率 19.1%（2022年 航空新聞社調べ）よりも高く、海外旅行に対するポテンシャルを秘めている

Q2：海外に旅行したことはありますか？（留学や親の仕事による渡航は除く）：440名回答



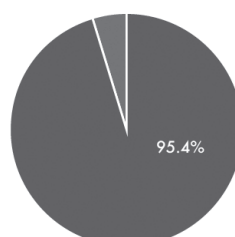
■ ある ■ ない

約**60%**があると回答

過半数が海外旅行経験済み。反面、約4割が未経験者と高い潜在需要が見込まれる

Q2であると回答した人に質問

Q2-a：それはコロナ禍が始まった2020年2月以前ですか？：262名回答

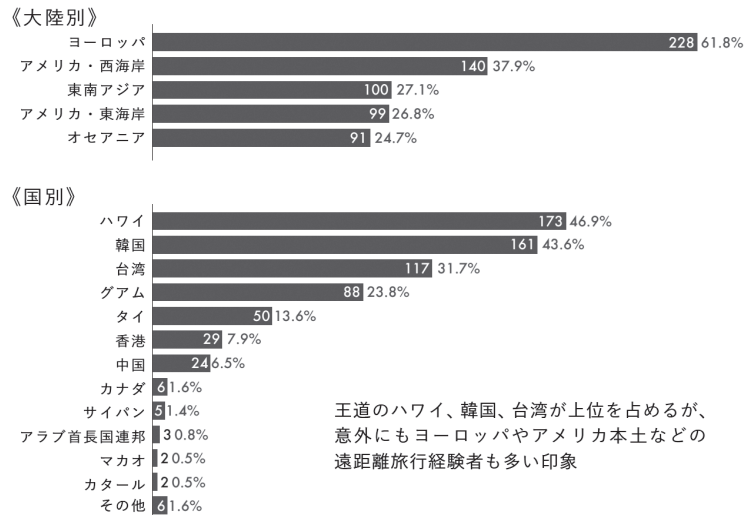


■ コロナ禍「以前」に海外旅行に行った ■ コロナ禍「以降」に海外旅行に行った

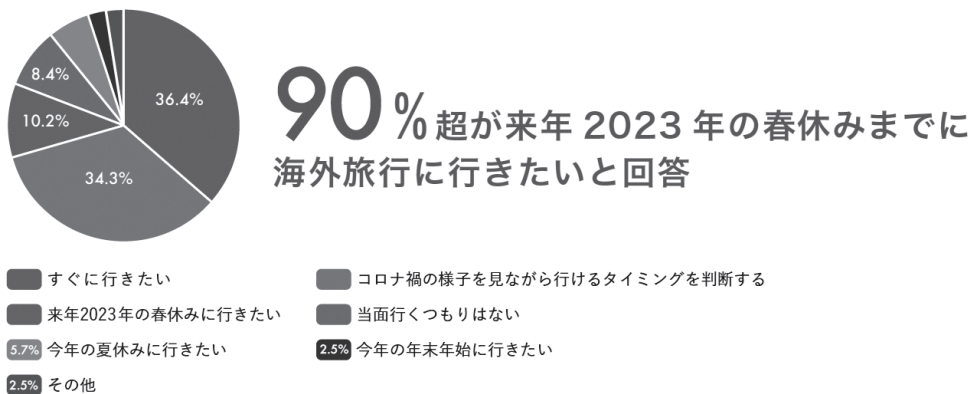
約**95%**がコロナ禍「以前」に海外旅行に行ったと回答

コロナ禍が始まった後に海外旅行に行った人は5%未満に留まった

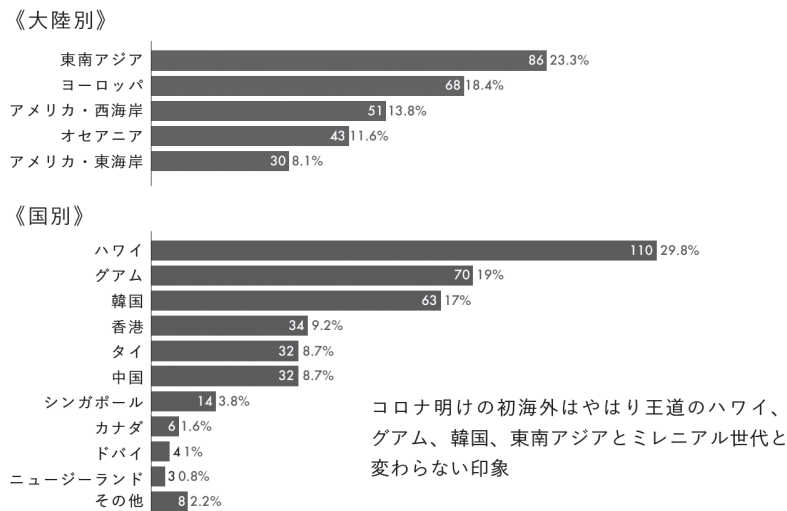
Q2-b: どこに旅行しましたか? ※具体的な都市名も「その他」欄にご記入ください。
複数回答可、369名回答



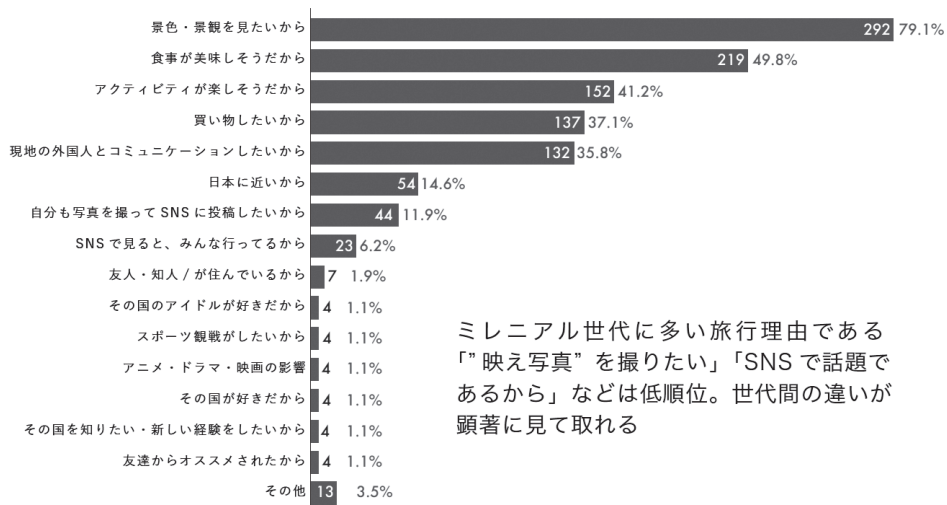
Q3: いま海外旅行に行きたいですか? : 440名回答



Q3-a: どこに行きたいですか? : 複数回答可、369名回答

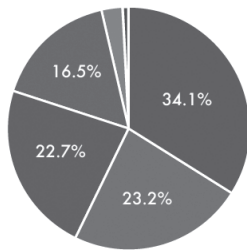


Q3-b：その国・都市に行きたい理由は何ですか？：複数回答可、369名回答



ミレニアル世代に多い旅行理由である「映え写真」を撮りたい」「SNSで話題であるから」などは低順位。世代間の違いが顕著に見て取れる

Q3-c：次回の海外旅行の予算額はどのくらいですか？：複数回答可、370名回答

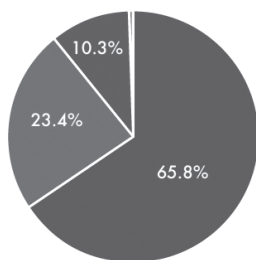


約34%が10～15万円と回答

「行きたい」要望がありつつも欧米旅行は現実的ではない予算額。インタビュー調査では人によっては別途「親族から5万円ほど」の補助ありとの回答も



Q3-d：次回の旅行費用はどうやって捻出しますか？：複数回答可、369名回答

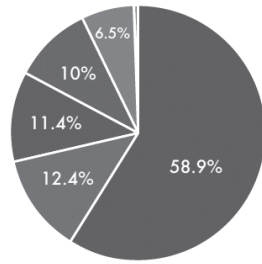


約66%が自分で稼ぐと回答

一方で、1割が「親族に負担してもらう」と回答
子供と大人の境目であるZ世代ならではの結果に



Q3-e：次回の海外旅行は誰とどんな旅をしたいですか？：複数回答可、370名回答

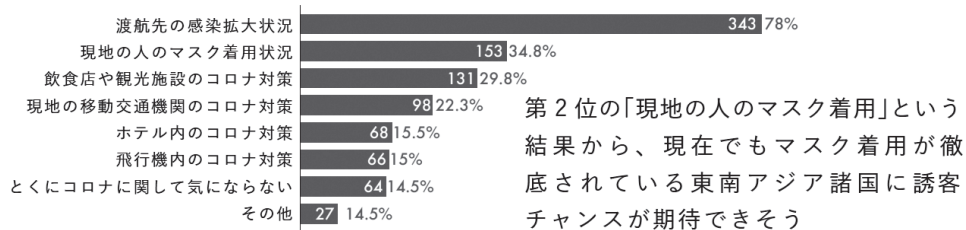


約59%が友人旅行と回答

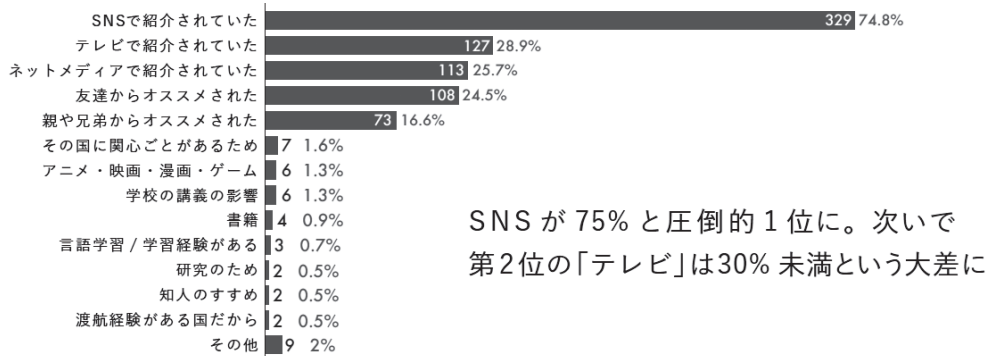
コロナ明けの最初の海外旅行は約6割が「同性との友人旅行」を選択すると回答

- 友人との女子旅・男子旅
- 親や兄弟との家族旅行
- 思い出づくりの卒業旅行
- 彼氏・彼女とのカップル旅
- ドキドキのひとり旅
- その他

Q4：海外旅行において、コロナに関して気になる部分はどれですか？：複数回答可、440名回答



Q5：「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？：複数回答可、440名回答



Q5で「テレビ/ネットメディアで紹介されたから」と回答した人に質問

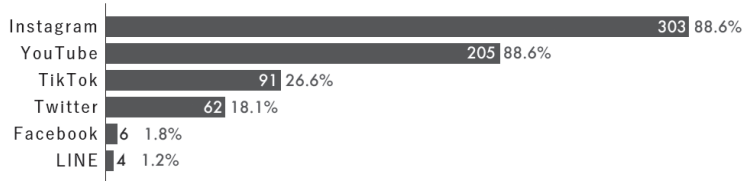
Q5-a：その具体的なテレビ番組名やネットメディア名を教えてください。：複数回答可、101名回答

7つの海を楽しもう！世界さまぁ〜リゾート	16	有吉の夏休み	2
世界の果てまでイッテQ!	15	にじいろジーン	1
世界くらべてみたら	9	世界まる見え！テレビ特捜部	1
YouTubeチャンネル	7	世界はほしいモノにあふれてる	1
日立 世界ふしぎ発見！	5	世界の村で発見！こんなところに日本人	1
アナザースカイ	3	YOUは何しに日本へ？	1
ヒルナンデス!	3	旅するためのイタリア語	1
王様のブランチ	3	ハワイ発! Made in Hawaii TV ~ハワイから愛を込めて	1
朝だ!生です旅サラダ	3	ニュース番組(特定の番組ではない)	3
世界遺産	3	覚えていない/特定の番組ではない	12
水曜どうでしょう	2		

Z世代には、TBS土曜深夜0時「7つの海を楽しもう！世界さまぁ〜リゾート」、日本テレビ日曜20時「世界の果てまでイッテQ！」の2番組が旅行促進の好影響を与える可能性あり

Q5-b：どのSNSが「この国に旅行してみたいな」という感情に大きな影響を与えますか？

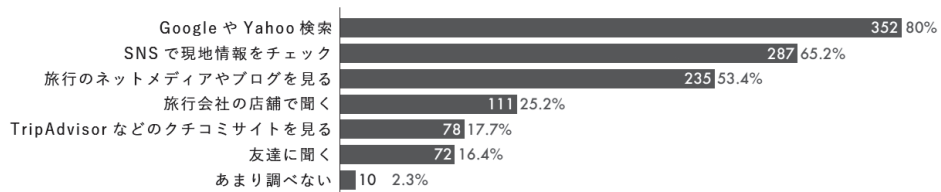
複数回答可、342名回答※表中のYouTubeの割合は59.9%へ修正



ミレニアル世代と同様に写真共有SNS「Instagram」が第1位。

Z世代のマーケティングにおいて、注目の「TikTok」だが旅行促進においては難しい印象

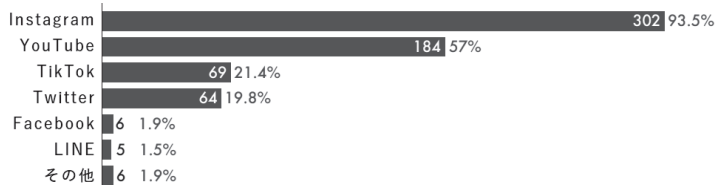
Q6：海外旅行が決まってから、詳しい情報収集をする際に使う手段はどれですか？ 440名回答



行き先決定後の詳しい情報収集行動もミレニアル世代と大きく変わらず、ネット検索派とSNS検索派に分かれた

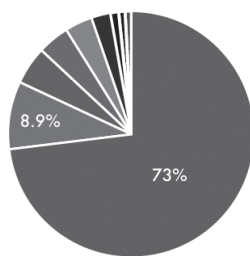
Q6で「SNSで現地情報をチェックすると回答した人に質問

Q6-a：どのSNSでホテル、航空機、レストラン、カフェ、買い物スポットなどの現地情報を集めますか？：複数回答可、232名回答



行き先決定後の情報収集において、SNSを活用するZ世代にとって「Instagramが最重要」と判明

Q7：海外旅行の行き先を決定する上で、最終的に何がもっとも重要ですか？：440名回答

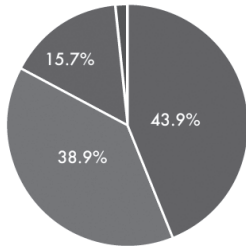


ミレニアル世代の旅行目的において上位にあがる

「写真を撮る」は低順位に

- 自分が本当に行きたい場所であるか？
- 自分が成長に繋がりそうか？
- コロナの感染リスクが低く、安全であるか
- 素晴らしい写真が撮れそうか？
- その他
- 予算に合っているか？
- 同行者が喜んでくれそうか？
- 治安
- 家族・友人が反対しないか？

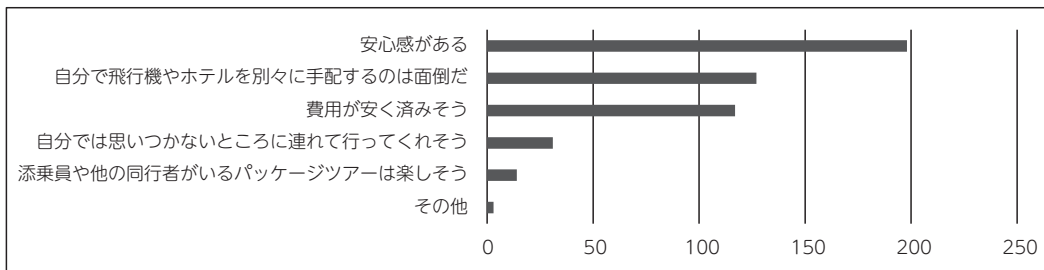
Q8：次回の海外旅行の「予約方法」として有力なものを教えて下さい。：440名回答



約6割が次の旅行において
「パッケージツアー (WEB+店舗) を予約する」と回答

- 旅行予約サイトでパッケージツアーを予約
- 旅行会社の店舗でパッケージツアーを予約
- 飛行機とホテルを別々のサイトで予約
- その他

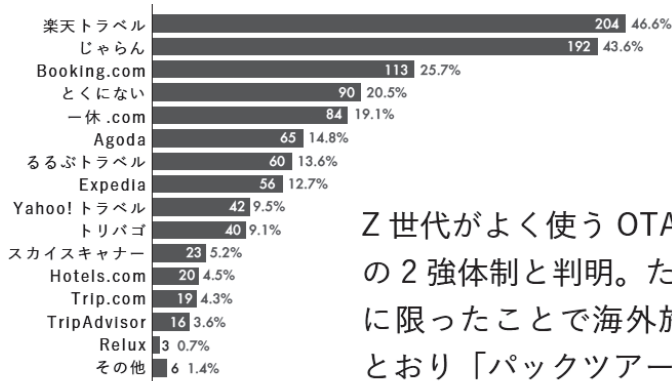
Q8-a：あなたにとってパッケージツアーの魅力を知って下さい。：複数回答可、440名回答、件数



※不安、失敗したくないという思いから旅行会社のパッケージツアーを好む傾向

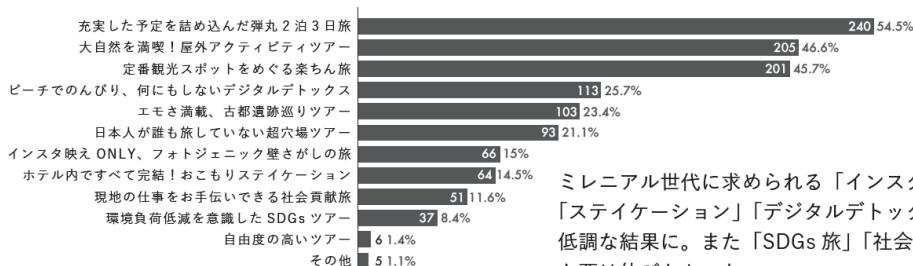
Q9：あなたがよく利用している旅行予約サイトを教えて下さい。

本質問については「国内旅行」を含め：複数回答可、440名回答



Z世代がよく使うOTAは「楽天」「じゃらん」の2強体制と判明。ただし、これは国内旅行に限ったことで海外旅行においては前述のとおり「パッケージツアー」を選択

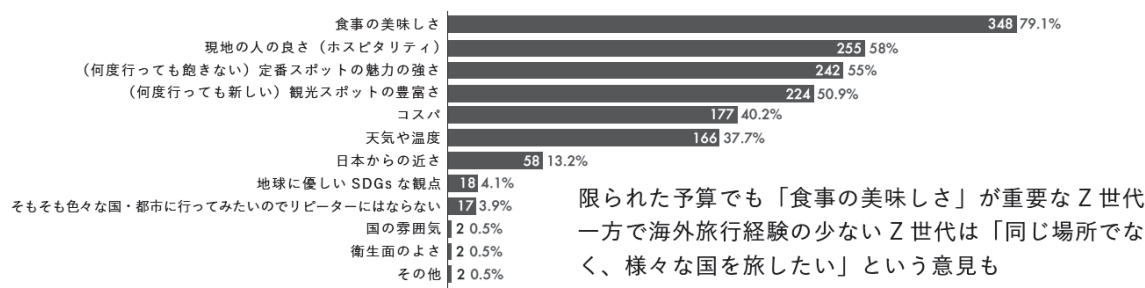
Q10：あなたが興味を惹かれる旅のスタイルを教えてください。：複数回答可、440名回答



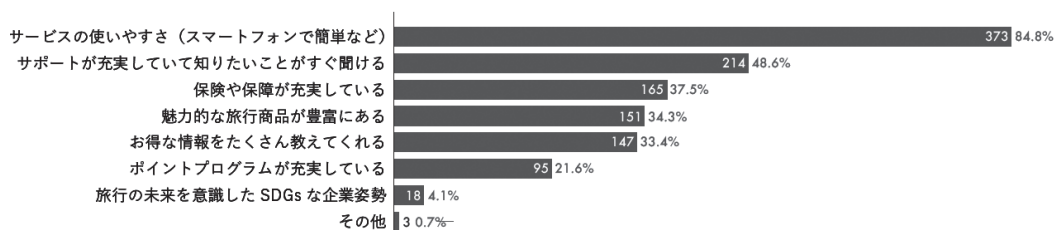
ミレニアル世代に求められる「インスタ映え」「ステイケーション」「デジタルデトックス」は低調な結果に。また「SDGs 旅」「社会貢献旅」も票は伸びなかった。

Q11：あなたが「同じ国・都市を再び旅行する」上で必要な条件を教えてください。

複数回答可、440名回答



Q12：あなたが「同じ会社の旅行予約サービスを使い続ける」にあたって「決め手」となる部分を教えてください。：複数回答可、440名回答



第2位「サポート充実」3位「保険・保障」あたりにも、やはりZ世代ならではの「安心感重視」の傾向が見られる

Q13：ヒントになりそうな少数意見

- ・旅行サイトの料金の複雑さをどうにかして欲しい。旅行商品も多すぎて選べない。
- ・国内・海外を問わずペット同伴可能なパックがあると嬉しい。必ず利用する。
- ・海外に行ったことがないので、初心者に向けたプランなどをおススメしてもらえたらそこに決めると思う。
- ・学生割引やU24割などがたくさんあれば気軽に旅行に行けるので、増やして欲しい。
- ・アジア人差別が怖い。旅行先が安全かどうか知るために現地の人の声を事前に知りたい。
- ・環境負荷の少ないサステナブルな観光と人に優しいエシカルな観光というのは、今後気になるポイントだと考えています。

第4章：調査結果のまとめ

前章の定量分析とグループインタビューの定性分析の要点は以下の通りである。

※レポート全文：https://www.valise.jp/works/generation_z_reports_202208

1. 初心者ゆえに、まずは定番 destinations から開始

90%以上が2023年春休みまでに行きたい意向を示し、まずは、ハワイ、グアム、韓国、アジア

を訪問したいとのこと。旅費を自分のバイト代でまかなう為、10万円から15万円の予算内に入る場所が選ばれたようだ。また、王道の観光スポットを効率よく回りたい（コスパがいい）旅行への意向が高い。また、7月下旬の調査である為、マスクを気にするなど、コロナ対策への関心が高い。

2. 海外旅行促進には Instagram の影響力が大きい

動機付けには Instagram と You Tube の2つの SNS が圧倒的な支持を集めた。一方で「作り物でないリアルな投稿」が求められ、いわゆるインスタ映えでは支持を得られない。動画によるUGC（ユーザー生成コンテンツ）の重要性・有用性がますます高まる気配がある。「TikTok は中・高校生が見るもので、自分たちは Instagram」という声も聞かれ、Z世代 = Tik Tok という固定概念は考え直す必要があるかもしれない。

3. 経験がなく、不安なので、パッケージツアーを利用したい

親に連れていかれた旅行や、学校の修学旅行で海外に行った経験はあっても、仲間と海外旅行に行くのは初めてで不安なので、旅行会社が手配する格安なツアーがあれば利用したい、という声が大勢を占めた。国内では、楽天やじゃらんを利用するが、海外では OTA は不安という声が多数であった。また、アンケートのフリーコメント欄に300を超える「海外に対する漠然とした不安」コメントが寄せられた。このあたり、コロナの水際対策が全面緩和される前なので、なおさら不安感が強いようだ。旅行会社が積極的に情報提供を行い、サポート体制をとることで、若者層が顧客になる可能性が高いことが分かった。

第5章：結果の発表

この調査結果をレポートとして発行し、ツーリズム EXPO ジャパンで発表した。

1. 「未来を示す羅針盤～Z世代の海外旅行緊急調査」共同記者会見にて発表

2022年9月22日（木）11:30～12:00

主催：東洋大学国際観光学部、JATA 海外旅行推進部、バリーズ株式会社
日経デジタル版、日刊旅行通信、トラベルジャーナルなどに掲載された。

2. JATA 海外旅行セミナーにて発表

2022年9月23日（金）13:00～14:00

主要旅行会社など50名が参加する業界向けのセミナーで。バリーズ（株）野々村代表が概要の発表した後に、東洋大学プロジェクト生4名とパネル討論を行った。

3. 東洋大学ブースにて発表

2022年9月24日（土）、25日（日）延べ50名に学生プロジェクト生が発表

以上の活動により、東洋大学国際観光学部が「ツーリズム EXPO ジャパン産学連携特別賞」を受賞することに大きく貢献した。

第6章：おわりに

10月11日から水際規制が大幅に緩和され、航空機の受け入れ人数制限も撤廃された。原油高、円安、ウクライナ戦争による航空網の不安定化などマイナス要因はあるものの、大学生に限って言えば、卒業までに海外旅行に行きたいという要望は強く、コスパの良い旅行企画に勝機があると思われる。

今回の東洋大学生440名を対象とした調査結果は、JATA海外推進委員会で共有され、各社の商品企画の参考資料として活用されている。また、日本アセアンセンターの「若者層を対象とした持続可能な観光に関する調査」にも引用され、調査協力を求められている。関係各位から時宜を得た有益な情報という評価を頂いた。

Z世代は今後20年間にわたって消費の中心層となっていく為、継続した研究調査は観光産業にとっても重要な課題であり続ける。今回の調査がその一里塚となることを願う。

