News Letter
スタディサプリ 進路

RECRUIT 株式会社リクルート

2022 年 7 月 27 日

JK/DK の 2022 年夏イベントは、“映え”より“リアリティー”重視！

「今年行きたい夏イベント」は、1 位「花火」、2 位「夏祭り」「夏イベントで重視すること」、「映える写真が撮れる」は 4 位にランクインの中、「高校生ならではの思い出がつくれる」が約 6 割で圧倒的 1 位

コロナ禍の 2 年を経験した高校生だからこそ、原点回帰の思い出づくりがトレンドに

株式会社リクルート（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：北村 吉弘）が提供する進路情報メディア『スタディサプリ進路』は、スタディサプリ編集部の高校生エディター＆公式 LINE 登録者を対象に“夏イベント”についてアンケートを実施致しました。また、こちらのアンケートの詳細は『スタディサプリ進路』内の「#高校生なう」でお知らせしています。

URL：https://shingakunet.com/journal/fromsapuri/20220712000004/

■2022 年夏イベントは、“映え”より“高校生ならでは”のリアルさがカギ コロナ禍を経て等身大の思い出づくりを求める高校生が多い傾向に

高校生にとって 2020 年、2021 年は不安や我慢の多い夏で、今年の夏も油断はできない状況ですが感染対策をしながら楽しみたいところ！そんな中、今年の夏イベントはこれまで欠かせなかった“映え”より“リアリティー”重視であることが判明。コロナ禍の 2 年間を経て、夏のこの瞬間だからこそ味わえる風情、高校生だからこそできること、に集中する傾向が見えました。

アンケート結果を見ると、「今年行きたい夏イベント」は、1 位 “花火”、2 位“夏祭り”と、日本の夏ならではのイベントが 3 位以降に大差をつけてランクイン。また、「夏イベントで重視すること」は、 “高校生ならではの思い出がつくれる”が 約 6 割で 1 位。2 位の“コスパが良い”に 20 ポイント以上も差をつけていました。さらに注目したいのは、“映える写真が撮れる”が 4 位という結果。高校生が常に意識しているはずの“映え”の優先度は夏イベントにおいては高くないことが分かりました。

この結果を総合的に見ると、今の現役高校生たちが、2 年という長い期間、コロナ禍にどっぷりと漬かった自粛生活が続いたことによって「高校生でいられる時間の大切さ」「等身大の自分たち」を今年の夏は大切にしようとしているように感じられました。

＜今年の夏に行きたいイベントランキング＞

順位	今年の夏に行きたいイベント	割合
1	花火	66.3%
2	夏祭り	59.1%
3	海	35.1%
4	音楽フェス・ライブ	32.8%
5	旅行	31.0%

＜夏のイベントで重視すること＞

順位	夏のイベントで重視すること	割合
1	高校生ならではの思い出がつくれる	62.0%
2	コスパが良い	39.3%
3	非日常が楽しめる	36.0%
4	映える写真が撮れる	34.1%
5	そこにしかない限定モノ・コトがある	31.4%

＜いずれも複数回答/n=900＞

■編集長コメント

大人の Z 世代フィルターはもう古い!?「映え」での承認欲求はマイノリティー リテラシーの高まりとともに今は「リアルなつながり限定」での思い出シェアが主流

『スタディサプリ進路ブック』
編集長
仲井 美夏
（なかい みか）

モノ・コトの価値が「映え」から「リアリティー」に変わりつつあると分かった今回の調査。角度を変えると「映え」が重視される SNS において、「リアリティー」を重視しつつコロナ禍で変化した価値観が見えました。

「夏イベントに行ったら SNS に UP する？」という質問に対し、「しない」32.6%、「限定公開で UP」51.3%の中、「全公開で UP」は 16.1%と、「しない」派の半数以下。「しない」の理由から、JK・DK たちの SNS への考え方が明らかに。「全公開は怖い」との理由が多く、「コロナ禍で遊びに行くのを良く思わない人もいると思うから」（大分県/女子）と、ここ数年のコロナ禍で生まれた警戒心もちらほら。SNS に求める「リアリティー」は、“リア友限定”になりつつあります。

また、「本当に仲の良い人だけ」（福岡県/女子）、「SNS はあまり好きではなくて、自分の中での最高の思い出になれば万々歳！」（広島県/男子）と、コロナ禍前の“映えこそ全て！”な考え方から JK・DK の中で価値観が大きく変化していることも判明。

ほんの数年前までは、承認欲求のバロメーターになっていた「映え」。この数年間で価値観の変化が訪れ、SNS の在り方も変わりつつあります。

本件に関する
お問い合わせ先
https://www.recruit.co.jp/support/form/

News Letter

スタディサプリ 進路

株式会社リクルート

2022 年 7 月 27 日

【アンケート概要】
■調査時期：2022 年 6 月 6 日（月）～2022 年 6 月 8 日（水）
■調査方法：インターネットリサーチ
■調査対象：全国高校生男女（『スタディサプリ進路』の高校生エディター/公式 LINE 登録者）
■有効回答数：900 件（男子 273 件、女子 627 件）
■調査実施機関：株式会社リクルート

■『スタディサプリ進路』について

『スタディサプリ進路』は、1970 年に創刊した『リクルート進学ブック』に始まり、2020 年に 50 周年を迎えた、リクルートグループにおいて就職支援に次いで歴史の長い事業です。“「学びたい」「学んでよかった」がもっと増えていく世界の実現”をコンセプトに、変化が激しい社会の中で生徒が生き抜くために、「なりたい自分」と「自己実現できる学校」を発見し、「自分に合った進路選択の実現」を可能にするためのサービスを提供しています。高校 3 年間を通して、「自己理解」「職業観育成」「学びの内容理解」「学校研究」に対応するさまざまな教材ラインナップを無料で提供しています。

（詳細：https://shingakunet.com/rnet/column/rikunabi/index.html?vos=conttwnowother00010）

■“スタサプ編集部”について

全国 2500 人以上の現役高校生からなる「スタサプ高校生エディター」と共に、高校ライフにフィットするコンテンツを作る編集部。進路や受験勉強のノウハウはもちろん、夜食レシピやメンタルを支える名言などの多様なコンテンツを、Web サイト『#高校生なう』、年 8 回発行の雑誌『スタサプ進学マガジン』、アプリ『スタディサプリ for SCHOOL』、会員向けメールマガジン、各種 SNS で配信中。

なお、今回のアンケート結果をさらに詳しく分析した記事は「#高校生なう」の下記 URL にて公開中。

＜URL：https://shingakunet.com/journal/fromsapuri/20220712000004/＞

リクルートグループについて

1960年の創業以来、リクルートグループは、就職・結婚・進学・住宅・自動車・旅行・飲食・美容などの領域において、一人ひとりのライフスタイルに応じたより最適な選択肢を提供してきました。現在、HRテクノロジー、メディア&ソリューション、人材派遣の3事業を軸に、60を超える国・地域で事業を展開しています。リクルートグループは、新しい価値の創造を通じ、社会からの期待に応え、一人ひとりが輝く豊かな世界の実現に向けて、より多くの『まだ、ここにない、出会い。』を提供していきます。

詳しくはこちらをご覧ください。

リクルートグループ：https://recruit-holdings.com/ja/　リクルート：https://www.recruit.co.jp/