

【Youth Now!若年層トレンド調査】
Z世代は“夏の日中”をキャンセルする
猛暑時代の若年層は「快適さ」と「タイパ」に課金する
～ 夜型シフトとAI活用から読み解く、夏休み消費の新基準 ～



株式会社Reaplus[リアプラス](本社:東京都渋谷区、代表取締役:松元 詞音)は、若年層インサイトを可視化するマーケティングサービス「Youth Now!」にて、Z世代を対象に「夏の過ごし方に関する定性調査」を実施いたしました。

近年の猛暑環境の常態化により、若年層の夏の過ごし方は大きく変化しています。

本調査では、

- ・日中の予定を避ける「夜型シフト」
- ・AIを活用した旅行計画
- ・行列や徒歩移動を回避するための課金行動
- ・SNS投稿を前提とした夏レジャーの選び方

など、従来の「夏＝外でアクティブに楽しむ」という価値観とは異なる、猛暑時代ならではの消費行動が明らかになりました。

■調査概要

調査名 :【Youth Now!トレンド調査】Z世代の夏の過ごし方に関するトレンドインサイト

実施主体:株式会社Reaplus[リアプラス]

調査手法:グループディスカッション(定性調査)

実施時間:各約45分

参加者 :ライフスタイルや居住形態の異なる若年層女性4名

調査日 :2026年5月12日

調査テーマ:

- ・猛暑による生活行動の変化
- ・旅行・レジャー選択の基準
- ・AI・SNS活用実態
- ・快適さへの支出意識
- ・SNS投稿行動の変化

※本調査は統計的な定量データではなく、発信行動・価値基準の構造を明らかにする探索型調査です。

■調査サマリー(一部抜粋)

1. Z世代は“夏の日中”をキャンセルしている

調査参加者から最も多く聞かれたのは、

「昼の予定は入れない」

「友達と遊ぶのも夜」

「夏の日中は全キャン」

という声でした。

猛暑による不快感を避けるため、若年層は活動時間を夕方～夜へ移行させています。

ナイトクルーズや夜のホテルラウンジなど、涼しく快適な環境下で楽しめるコンテンツへの関心が高まっており、従来の昼間中心のレジャー需要は変化しつつあります。

2. 旅行計画はAI、最終判断は“素人レビュー”

旅行やレジャーの情報収集において、

「ChatGPTに旅行プランを作らせる」

という声が複数見られました。

一方で、

「TikTokで見つけても必ずGoogleマップを見る」

「一般人が撮った写真で確認する」

など、SNSの情報をそのまま信じるのではなく、リアルな口コミや写真で検証する行動も共通していました。

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当:松元 EMAIL:info@reaplus.jp TEL:050-1807-9922

若年層は、

認知 → SNS

計画 → AI

検証 → Googleマップ

という多層的な意思決定を行っています。

※本リリースでは一部の結果のみを抜粋しています。

全設問の結果、詳細データなどを含む完全版レポートは、以下からお問い合わせいただくことで資料請求が可能です。

Youth Now! では、マーケティング無料相談を実施中ですので、ぜひ併せてお気軽にお問い合わせくださいませ。

資料請求：<https://www.youthnow.jp/report/gen-z-summer-survey-2026>

■資料例

AIとSNSを駆使した「超効率」計画術

Youth Now!
Z世代の夏の過ごし方に関するトレンドインサイト

インサイト②：AIとSNSを駆使した「超効率」計画術

計画は「AI」、検証は「一般人の生の声」によるリスクヘッジ



AIによる行程の自動最適化

計画立案の煩雑さを解消するため、ChatGPT等に行き先や便の時間を入力し、タイムスケジュールを自動生成させる層が存在する。手作業での検索をショートカットし、生成された最適な計画をしおりアプリで即座に友人と共有している。

「公式写真」への不信感とリアルな検証

プロが撮影した広告写真は加工されていると疑い、Googleマップ等の「一般人が撮影した生写真」で裏付けをとる。加工のない真実の姿や素人の構図を確認することで、現地でのギャップや失敗を未然に防いでいる。

「ピン留め」による常時ストックとシェア

旅行が決まってから探すのではなく、日頃からSNSで見かけた魅力的な店舗をGoogleマップにピン留めしてストックする。行く場所が決まった段階でそれらのピンを活用し、近くにある候補から効率的にお出かけ先を決定している。

© Replus inc. All Rights Reserved.

10

SNS投稿を前提とした「夏っぽさ」の再定義

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当：松元 EMAIL: info@replus.jp TEL: 050-1807-9922

インサイト④：SNS投稿を前提とした「夏っぽさ」の再定義

「猛暑に耐える姿」ではなく「優雅でヘルシーな夏」だけを切り取る



快適さが「投稿」のトリガー

単に有名な観光地に行くのではなく、涼しい場所で快適に夏を満喫しているシーンだけをSNSにアップする。混雑や暑さを感じさせる泥臭いシーンは排除され、洗練された体験だけがシェアの対象となる。

自然体の演出と「夏要素」の切り取り

いかにもな映えスポットよりも、ホテルの綺麗なプールや、広い空、海の景色など、季節感のある美しい風景が好まれる。自分のタイムラインの雰囲気にも合う、質の高い写真が撮れるかどうか重要視されている。

課金による「特別な体験」のシェア

貸し切りのナイトクルーズや、お洒落なリゾートホテルなど、少し贅沢でも快適さが保障された空間を好んで投稿する。日常の延長線上でありながら、非日常感をスマートに演出できるコンテンツがZ世代の心に刺さる。

■企業・ブランドへの示唆例

① 夏商戦は「夜需要」の取り込みが重要
若年層の活動時間は夜へ移行しています。

- ・ナイトプール
- ・夜営業
- ・夜イベント
- ・ナイトマーケット

など、夕方以降を主戦場とした施策設計が重要になります。

② AIに選ばれる情報設計が必要

今後はGoogle検索だけでなく、ChatGPTを活用した旅行計画が一般化していきます。

施設情報や観光情報をAIが読み取りやすい形で整備することが重要です。

③ 行列・待機時間は最大の離脱要因

若年層は「人気だから並ぶ」ではなく、

「並ばないためにお金を払う」

という価値観を持っています。

予約システムや優先入場制度など、待ち時間削減施策が重要になります。

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当：松元 EMAIL: info@reaplius.jp TEL: 050-1807-9922

■代表取締役 コメント



「今回の調査で特に印象的だったのは、Z世代が『夏を楽しみたい』気持ちは変わらない一方で、その楽しみ方が大きく変化していることです。

かつては夏らしさそのものが価値でしたが、現在は“快適に楽しめる夏”であることが前提条件になっています。

また、旅行計画をAIに任せ、SNSやGoogleマップで検証する行動も非常に象徴的でした。

今後の夏商戦では、単に夏らしい体験を提供するだけでなく、『暑さや待ち時間といったストレスをどう減らせるか』が重要な競争軸になると考えています。」

<プロフィール>

株式会社Reapplus 代表取締役
松元 詞音(まつもとしおん)

1999年生まれ。

広告代理事業、インフルエンサー事業、D2C、調査事業など複数事業を展開し、Z世代・α世代の意思決定を「行動経済学」「SNSデータ」「実務現場」の3軸から分析している。

SNS時代において「バズっても売れない」「若者に届かない」といったマーケティング課題に対し、誰の言葉として、どの文脈で届いているかという視点から構造的な整理と実務への落とし込みを行うことを得意とする。

複数事業を経営する中で得たリアルな経営視点と、若年層理解を感覚論にせず言語化できる点を強みとしている。

■Reapplus(リアプラス)による若年層に特化した課題解決サポート

Youth Now!

Z世代の行動や価値観は、単にトレンドとして観測するだけでなく、“なぜそれが生まれ、どう広がるのか”を構造的に捉えることが重要です。Reapplus(リアプラス)では、YouthNow!を活用した若年層に特化した独自のリサーチと、SNS・コンテンツを起点としたマーケティング設計の両面から、企業の課題に合わせたソリューションを提供しています。

【本件に関する報道関係者のご連絡先】
担当: 松元 EMAIL: info@reapplus.jp TEL: 050-1807-9922

■提供サービス(SERVICES)



① アンケート調査

【数で見抜く、購買行動のリアル】

商品の利用シーンや購買行動を数値化し、若年層の意思決定パターンを可視化。ターゲット設計や販促戦略の"根拠データ"を提供します。

② インフルエンサーインタビュー

【発信者視点から、トレンドの芽を探る】

フォロワー数万～数十万規模のインフルエンサーにヒアリング。流行の「作り手」から、共感を生む要因を分析します。

③ グループインタビュー

【共感の瞬間を、言葉で捉える】

若年層4～8名による座談会形式で、定量調査では見えない感情のトーンを可視化。会話の中から"本音"や"無意識のニーズ"を抽出します。

④ ギフティング調査

【体験が購買意欲にどう影響するかを測る】

商品やサービスを若年層に提供し、SNS発信と同時に購買意向の変化を可視化。使用前とは異なる、手に届いた後のリアルな声を発見できます。

⑤ ワンストップ施策提案

【データを施策に変えるまで、ワンチームで】

調査結果を分析し、マーケティングや広告施策へ落とし込み。インサイトを軸に、実行可能なプランを設計します。

⑥ トレンド調査資料

【若年層の“今”を定点観測】

業種横断で若年層のトレンドをまとめたレポートを定期配信。社内資料や次期企画立案のインプットとして活用できます。

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当: 松元 EMAIL: info@reaplus.jp TEL: 050-1807-9922

■想定活用シーン

- 若年層向け新商品の開発・リブランディング支援
- SNS・インフルエンサー施策の方向性検証
- 若者市場向けキャンペーン設計・効果分析
- 若年層トレンドレポート／カスタム調査 etc.

「若年層・Z世代の獲得に課題を感じており、ターゲットに有効にアプローチしたい」

「Z世代ユーザーにも“共感されるブランド体験”をつくりたい」

「今回のような調査を自社の商品開発やマーケティングに生かしたい」

上記課題を抱える企業・ブランド様は、マーケティング無料相談実施中ですので、ぜひお気軽にご相談ください！

▶お問い合わせ先はこちら

<https://youthnow.jp>

■会社概要



社名 : 株式会社Reaplus(リアプラス)

所在地 : 東京都渋谷区猿楽町9-8 アーバンパーク代官山 0208

代表者 : 代表取締役 松元 詞音

設立年月 : 2023年7月20日

事業内容 : コミュニケーションプロデュース事業 / インサイト事業 /
タレント支援事業 / キャスティング事業 / 補助金支援事業 / D2C事業

HP : <https://reaplus.jp/>

note : https://note.com/reaplus_

【本件に関する報道関係者のご連絡先】

担当: 松元 EMAIL: info@reaplus.jp TEL: 050-1807-9922