

報道関係者各位

2019年8月22日
ブッキング・ドットコム・ジャパン株式会社

Z世代の旅行に関する意識調査 ソーシャルメディアに関する意外な価値観が明らかに！ ～日本のZ世代は「宿泊施設にWiFiがあるかを重要視している割合」が62%と 世界平均を上回る結果に～

【2019年8月22日：日本発表】

多種多様な宿泊施設や旅ナカ体験、旅行中のシームレスな移動手段を提供する世界最大級の宿泊予約サイトBooking.comの日本法人ブッキング・ドットコム・ジャパン株式会社（本社：東京都港区 代表：アダム・ブラウステイン 以下：ブッキング・ドットコム）は、ミレニアル世代の中でも更に特徴的な要素が見受けられる16～24歳を総称する「Z世代」と旅行に関する調査を実施し、その結果、ソーシャルメディアにおけるZ世代の意外な価値観が明らかになりました。

デジタルネイティブとして育ったZ世代は、オンライン上でのコミュニケーションを日常とし、SNSへの投稿やツイート、近況アップデートを通じて自己を表現することが習慣化している世代と言われています。そのため、特に米国では、人口の26%を占め最も影響力がある購買層としても認知されており、動向が注目される世代でもあります。



近年、「インスタ映え」など日本国内でも話題となることが多いZ世代によるソーシャルメディアの利用。本調査により、Z世代の旅行者はソーシャルメディアへの投稿目的で写真映えを重要視し、撮影する傾向にある中で「インスタ映え」以外の価値観を示す人も少なくないことが判明しました。

- Z世代にとって、旅行の行き先を決める上で最もインスピレーションされるのはInstagramであることが判明
- 世界のZ世代の45%、そして日本の24%のZ世代が「インフルエンサーや芸能人など、個人的に知らない人からのおすすめ情報を信用する」と回答
- 旅行中は1日50枚以上の写真を撮ると回答した世界のZ世代は25%（日本：19%）にのぼり、40%（日本：28%）は撮影した写真をソーシャルメディアに投稿するなど、撮った写真をシェアしたい傾向が強いことが明らかに
- その一方で、Z世代の回答者の半数は、「人々は旅行中にソーシャルメディアに気を取られすぎている」と回答。日本のZ世代では32%という結果に！
- 宿泊施設を選ぶ際に最も重視するポイントに「WiFi」をあげた日本のZ世代は62%とグローバル平均の55%を上回る

▼旅行のインスピレーションはインフルエンサーのInstagramから

「百聞は一見にしかず」というように写真はどの世代にとっても有用な情報である中で、特にZ世代の関心を集めるのが「#travel」（旅行）や「#inspo」（インスピレーション）などのハッシュタグと共にソーシャルメディアに投稿される写真です。世界のZ世代の54%、そして日本のZ世代の34%は「旅行に関する投稿や写真をソーシャルメディアで見るのが好き」と回答し、旅行の行き先を決める上で「もっともインスピレーションを受けるのはソーシャルメディア」と答えた割合は40%（日本：29%）にものぼります。

Z世代のなかでも、特に女性はInstagramを見ながら旅行先を考える人の割合が世界では47%、日本では40%と高いことが明らかになりました。これは世界平均（25%）はもちろんのこと、日本の平均（16%）と、ミレニアル世代（30%）をも上回る結果となりました。旅行先を決める上では、45%（日本：27%）が「ソーシャルメディアのインフルエンサーによって影響される」と回答し、35%（日本：24%）が旅行に関するおすすめ情報について「インフルエンサーを基本的に信頼している」と回答しました。

Z世代の情報源となっているのはソーシャルメディアだけではなく、世界のZ世代の35%（日本：30%）「映画やテレビで見た場所を訪れたい」と回答。また、33%（日本：30%）は「友達からのおすすめ情報を頼りにする」など、ソーシャルメディアや映画・テレビ以外にも、引き続き有用な情報源となっていることが分かります。

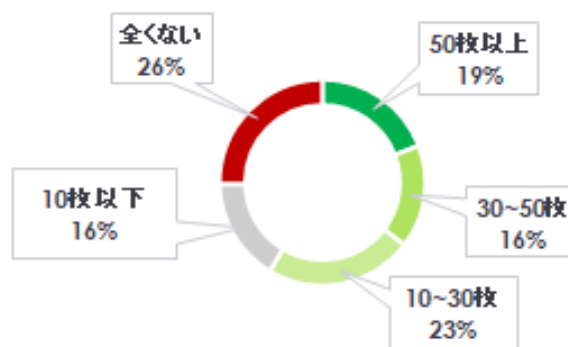


▼写真撮影の主な目的はソーシャルメディアへの投稿

インフルエンサーの影響もあるのか、世界のZ世代の回答者の43%は「写真映える場所に旅行がしたい」と回答。日本でも38%のZ世代が同様に回答しています。また、「旅行中に撮影した写真を必ずソーシャルメディアにアップする」と回答した割合は全世界で35%だったのに対し、Z世代は42%にもものぼり、どの年代よりも高い数字となりました。

最後に行った旅行でどの程度写真を撮ったか、という質問に対しては、日本のZ世代の23%が「1日10枚~30枚の写真を撮った」と回答し、19%は「1日あたり50枚」も撮影していたことが分かりました。

最後に行った旅行でどの程度写真を撮りましたか？



初代デジタルネイティブ世代として生まれ育ったZ世代。「宿泊施設の設備・備品の中でもっとも重要視するのがWiFiだ」と回答した世界のZ世代の割合が55%にのぼる中、日本のZ世代は、62%とグローバルの平均を上回る結果となりました。特に日本のZ世代にとって、ネットなしの生活に抵抗があることが伺えます。



▼インスタグラムに依存しすぎない考えも



インスタグラムへの依存が見られる一方で、ソーシャルメディア用の写真を撮ることに気を取られるのではなく、「その瞬間瞬間を楽しむことを好む」と答えた世界のZ世代の回答者は57%（日本：38%）にのぼるなど、写真をあくまでも旅行の「おまけ」として捉える考え方も見受けられます。また、「体験」することを大切にしているこの世代は、オフラインでの生活も重要視しており、50%（日本：38%）は「人々は旅行中にソーシャルメディアに気を取られすぎている」との考えを示しています。こうしたことから、Z世代がソーシャルメディアを楽しんでいることに間違いはないものの、彼らがそれに熱中しすぎるあまり、実際の旅行体験をおろそかにする心配は今のところなさそうだということがわかりました。

※本調査は世界29の市場、16～24歳の計5,452名（日本、オーストラリア、ドイツ、フランス、スペイン、イタリア、中国、ブラジル、インド、アメリカ、イギリス、ロシア、インドネシア、コロンビア、韓国から各250名、ニュージーランド、タイ、アルゼンチン、ベルギー、カナダ、デンマーク、香港、クロアチア、台湾、メキシコ、オランダ、スウェーデン、シンガポール、イスラエルから各150名を含む）を対象にブッキング・ドットコム独自で行ったもので、2019年5月1日～16日にオンラインで実施されました。別段の記載がない限り、すべての調査及び回答者の選出はVitreous World社、分析はKetchum Analytics社によって行われています。

###

ブッキング・ドットコムについて

1996年にアムステルダムにて設立。Booking Holdings Inc.（NASDAQ：BKNG）の一部として、旅の総合的な体験を提供する『Empower people to experience the world』を企業理念に掲げ、世界中のお客様に思い出に残る体験や効率の良い移動手段、そしてホテルからバケーションレンタルに至るまで多種多様な宿泊施設への予約を提供しています。世界最大の宿泊施設数を提供しており、29の国と地域にある15万2,000以上の旅行先に登録されているリスティング（掲載室数）は2,900万室以上。そのうち620万件以上が民家やアパートメントなど多様な形態の宿泊施設です。レストランや交通手段、アトラクションやイベント、そしてアクティビティを手軽に手配でき、滞在をさらに充実させるお手伝いをしています。サービスは43言語に対応、カスタマー・サービスは24時間・年中無休で提供しています。

企業情報は、[「プレスルーム」](#)をご覧ください。