

Z世代女子を対象にした 「旅マエ」に利用するメディア調査 ～2024年度版～

2025年3月

株式会社リクルート ジャらんリサーチセンター 研究員 松本 百加里
駒沢女子大学 専任講師 本間 准



駒沢女子大学
Komazawa Women's University

(C) Recruit Co., Ltd. & Komazawa Women's University All rights reserved.



調査概要

【調査目的】

Z世代を対象に、旅行実態や「旅マエ」の認知興味～比較検討にフォーカスして活用メディアや調べ方などを把握する
加えて、生成AIの活用動向もとらえることにより、最新のデジタル活用状況まで明らかにする

【調査実施機関】

じゃらんリサーチセンター（JRC）と駒沢女子大学との産学連携で調査実施

【2024年度調査概要】

調査時期：2024年11月24日（日）～2025年1月9日（木）

調査対象：駒沢女子大学 人間総合学群 1～4年生（当時）

調査n数：69

調査対象年齢：18歳～24歳（当時）

※2023年度は2023年12月6日（水）～12月23日（土）、n数=62にて実施

※2022年度は2022年12月21日（水）～1月25日（水）、n数=63にて実施

詳細レポート <https://jrc.jalan.net/wp-content/uploads/2024/03/GenerationZ-degitalmedia.pdf>

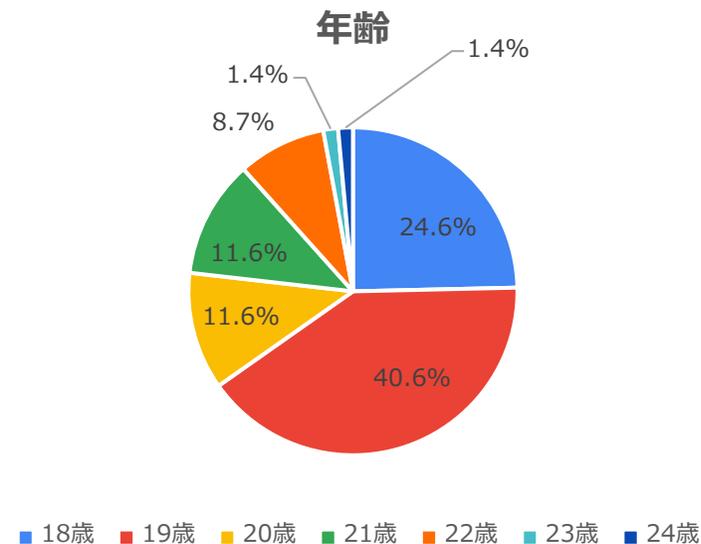
※Z世代とは、明確な年齢の定義はないが、1990年代後半～2012年頃に生まれた世代といわれ、
生年が10年以上と幅のある世代である当調査ではZ世代の中では比較的若年層に当たる、
2000年以降に生まれた学生を調査対象とした

【調査手法】

JRCと駒沢女子大学がアンケート調査項目を策定し、

アンケートフォームにて質問票を作成した

駒沢女子大学人間総合学群の1～4年生を対象に対面にて調査目的を説明した
同意が得られた学生から無記名で、後日アンケート回答を回収した



調査項目

- 【1】 直近1年間の旅行回数（※日帰り含まない） P5
- 【2】 直近1年間旅行を自分で予約した回数（※日帰り含まない） P6
- 【3】 何気ない情報に触れるのは、どのようなメディアが多いですか？ P7
- 【4】 旅行関連の情報を目にするのは、どのメディアが多いですか？ P8
- 【5】 友人と旅行先を検討する場合、何を重視して決めますか？ P9
- 【6】 どのような手法で旅行先を調べますか？ P10
- 【7】 【6】 で選択した手法に対して、具体的な調べ方を教えてください P11
- 【8】 旅行検討時、Instagramでハッシュタグ検索する場合は、どのようなワードの組み合わせで検索しますか？ P13
- 【9】 あなたは日常生活や学習で生成AIを利用していますか？ P15
- 【10】 主にどのような目的で生成AIを利用していますか？ P16
- 【11】 生成AIを利用することで感じたことを教えてください P17

※ 【1】 ～ 【6】 は、2022年度・2023年度版調査データと対比して2024を提示

旅行実態

<直近1年間の旅行回数>

「1回」の割合が27.5%と最も高く、次いで「2回」が17.4%となる。2023年度と比較すると「1回」の割合が大幅に増加し、「旅行していない」の割合は19.4%から13.0%と減少

<直近1年間旅行を自分で予約した回数>

「1回」の割合が42.0%と最も高く、2023年度の27.4%から大幅に増加している。「旅行していない」の割合は27.4%から17.4%へと減少。

認知興味

<接触メディア>

「Instagram」が82.6%と最も高く、次いで「X」「TikTok」が59.4%と高い。

<接触メディア（旅行関連）>

「Instagram」が84.1%と最も高く、次いで「X」が65.1%と旅行関連ではさらに高い。

比較検討

<旅行検討時の重視点>

「予算」が84.1%と最も高く、次いで「宿泊施設の良さ」が54.0%と高い。

<旅行先を調べる手法>

「Googleから検索する」が76.4%と最も高く、次いで「Instagramから検索する」が66.7%。

生成AI 利用

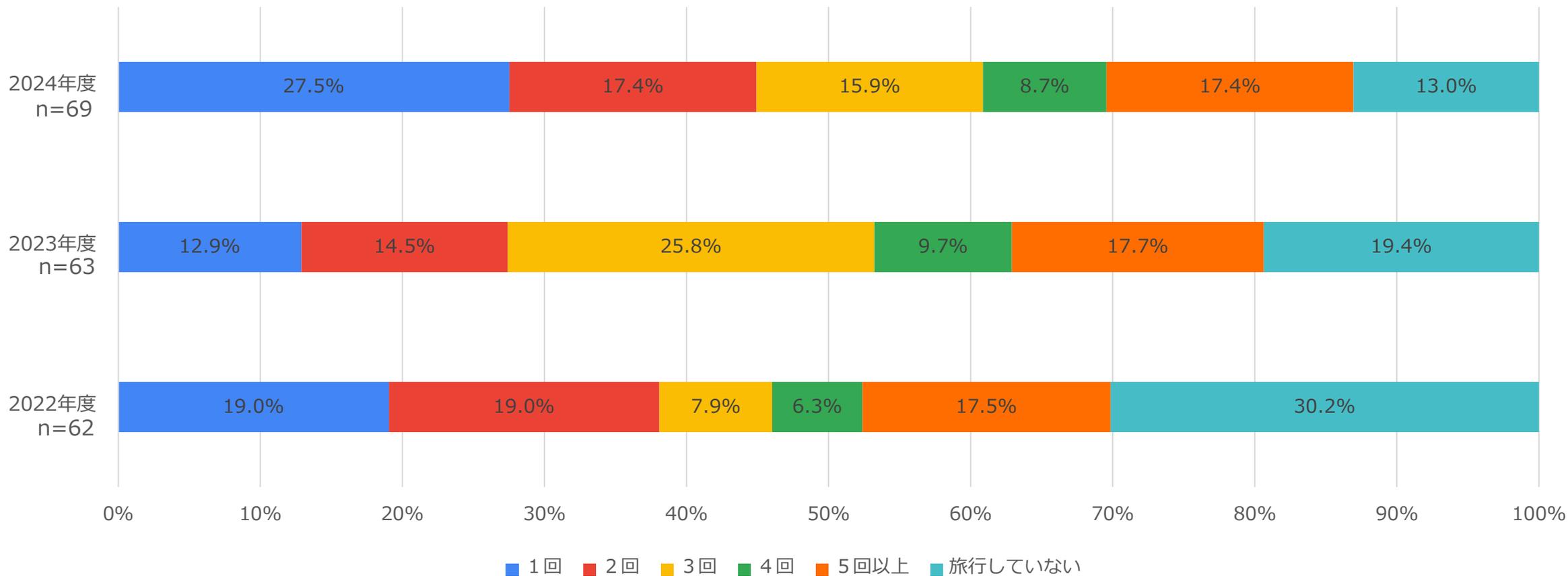
<生成AIの利用>

「時々利用している」が31.9%と最も高く、「利用したことがない」が26.1%となる。利用目的は「学校の宿題作成の補助」が49.3%と最も高い。

【1】直近1年間の旅行回数

2024年度は「1回」の割合が27.5%と最も高く、次いで「2回」が17.4%となる。2023年度と比較すると「1回」の割合が大幅に増加しており、全体的に旅行経験者の割合が増えている。一方で、「旅行していない」の割合は2023年度の19.4%から13.0%と減少し、複数回旅行する人も一定数存在している。

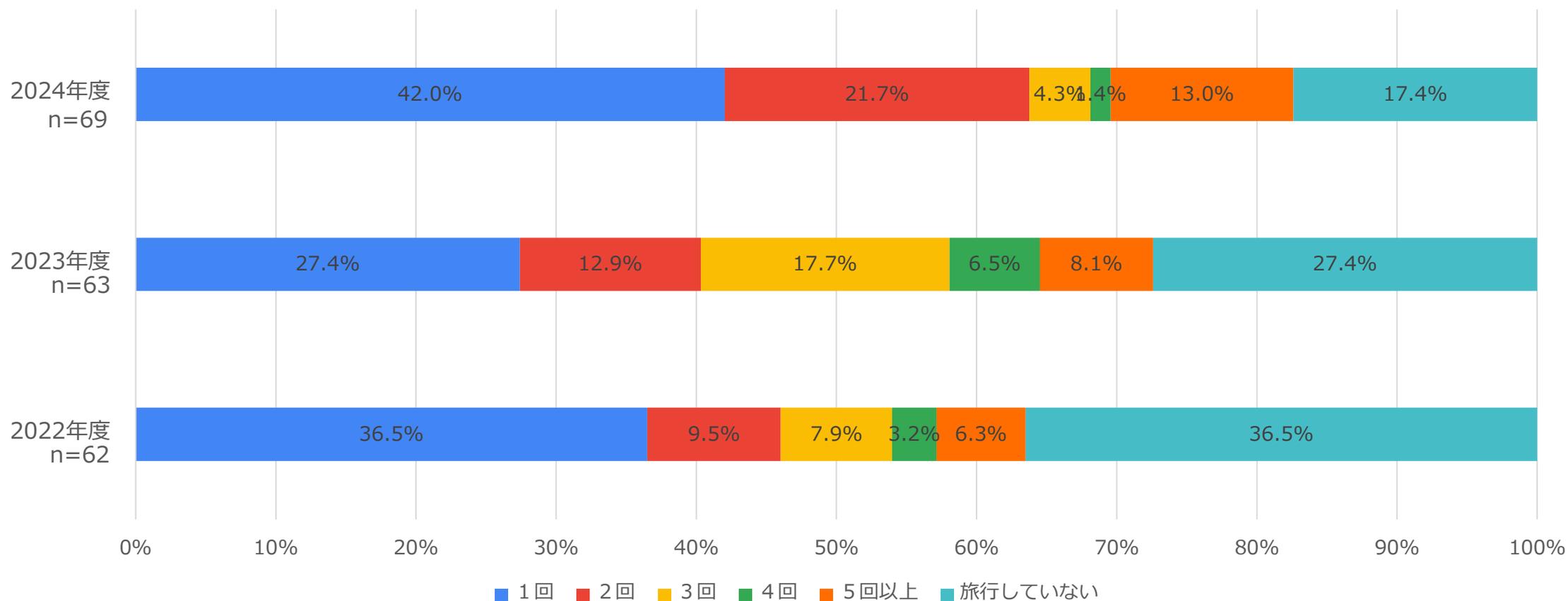
直近1年間旅行に参加した回数（※日帰り含まない）



【2】直近1年間旅行を自分で予約した回数

2024年度は「1回」の割合が42.0%と最も高く、2023年度の27.4%から大幅に増加している。一方で、「旅行していない」の割合は2023年度の27.4%から17.4%へと減少し、自分で旅行を予約する人の増加が見られる。

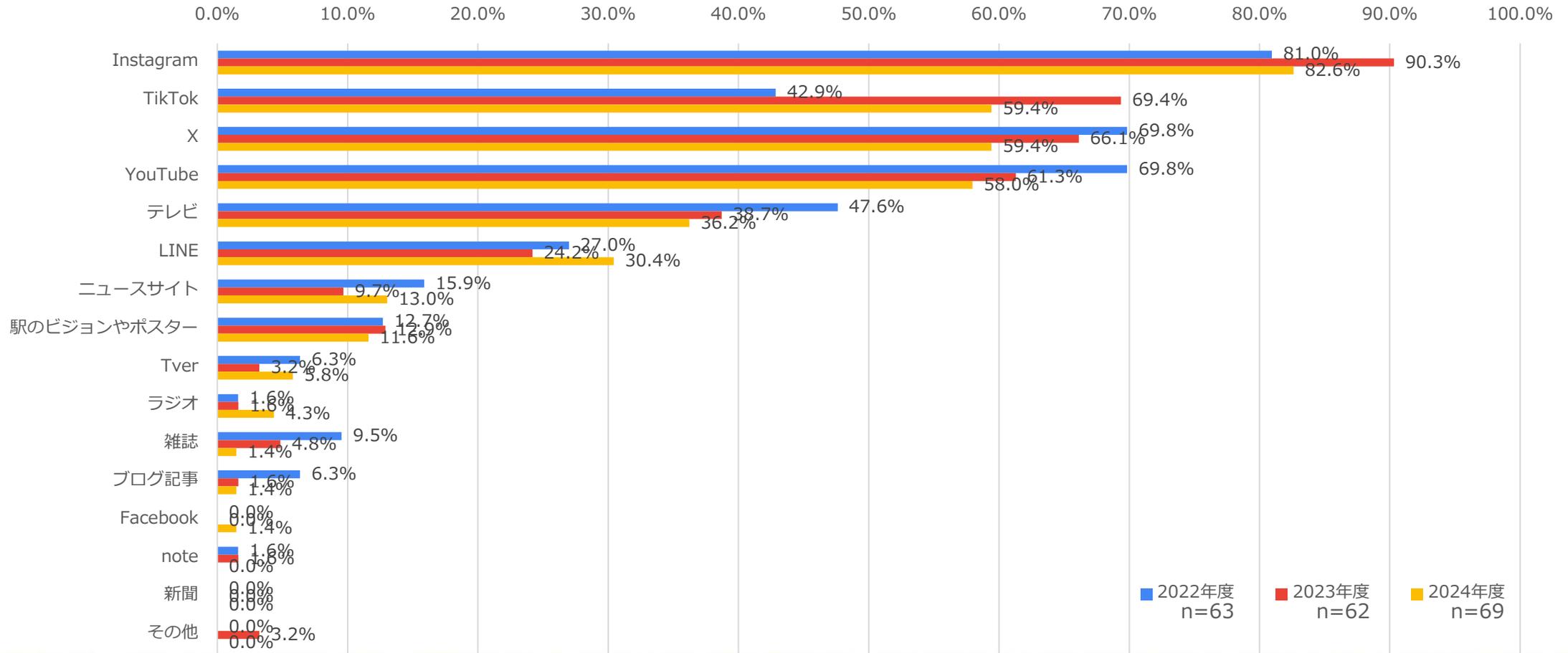
直近1年間旅行に参加した回数（※日帰り含まない）



【3】 接触メディア

2024年度は「Instagram」が82.6%と最も高く、次いで「X」「TikTok」が59.4%と高い。2023年度と比較すると、「LINE」が増えている。

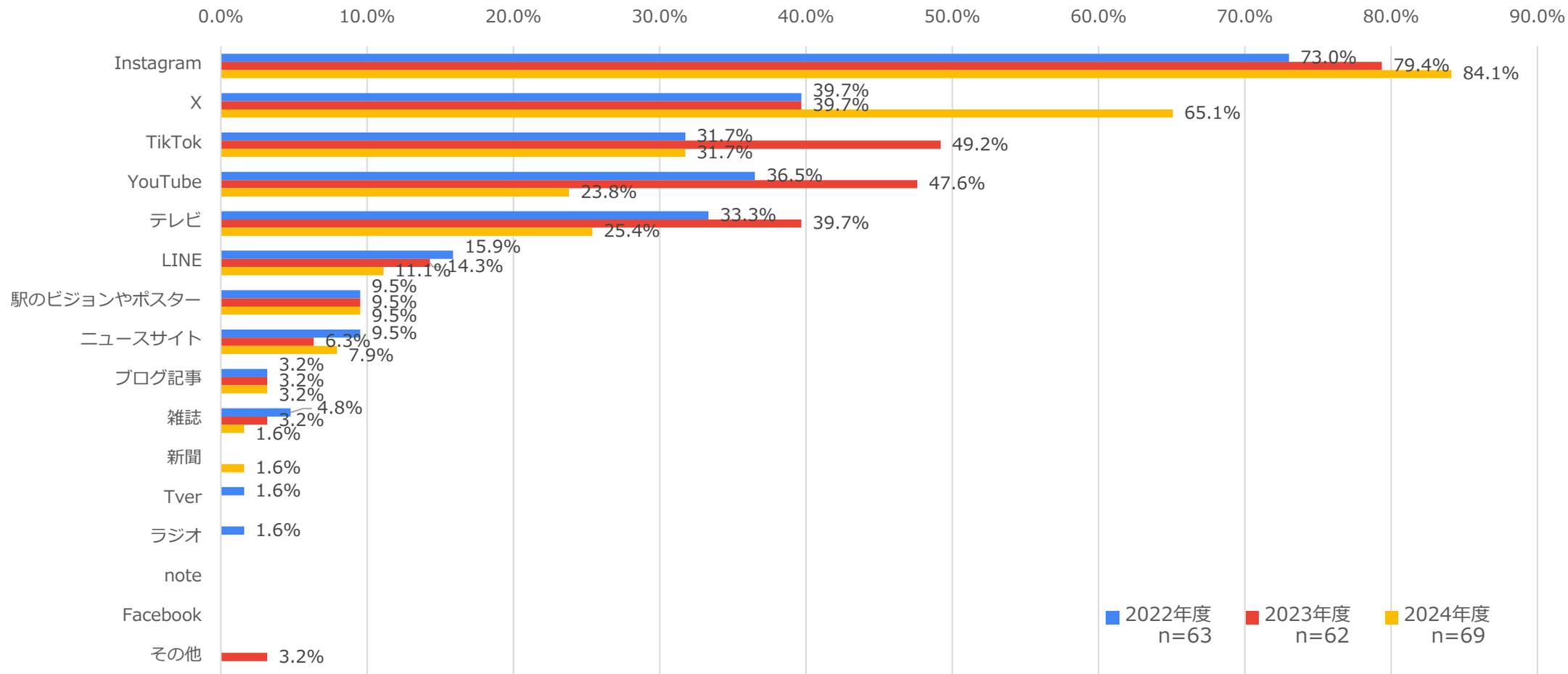
何気ない情報に触れるのは、どのようなメディアが多いですか？（複数回答）



【4】 接触メディア（旅行関連）

2024年度は「Instagram」が84.1%と、2022年度・2023年度に続き最も高い。
次いで「X」が65.1%と高く、2023年度と比較すると特に増えている。

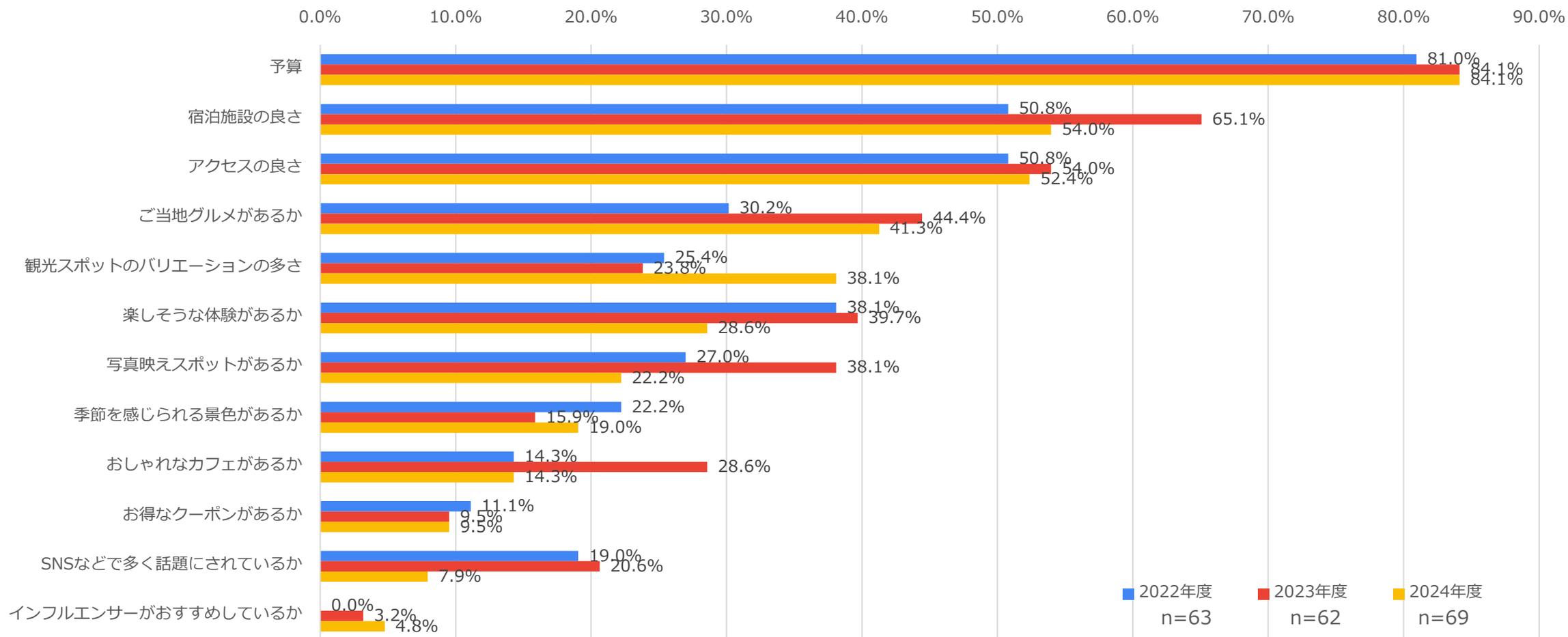
旅行関連の情報を目にするのは、どのメディアが多いですか？（複数回答）



【5】旅行検討時の重視点

2024年度は「予算」が84.1%と最も高く、次いで「宿泊施設の良さ」が54.0%と高い。2023年度と比較すると、「観光スポットのバリエーションの多さ」が特に増えている。

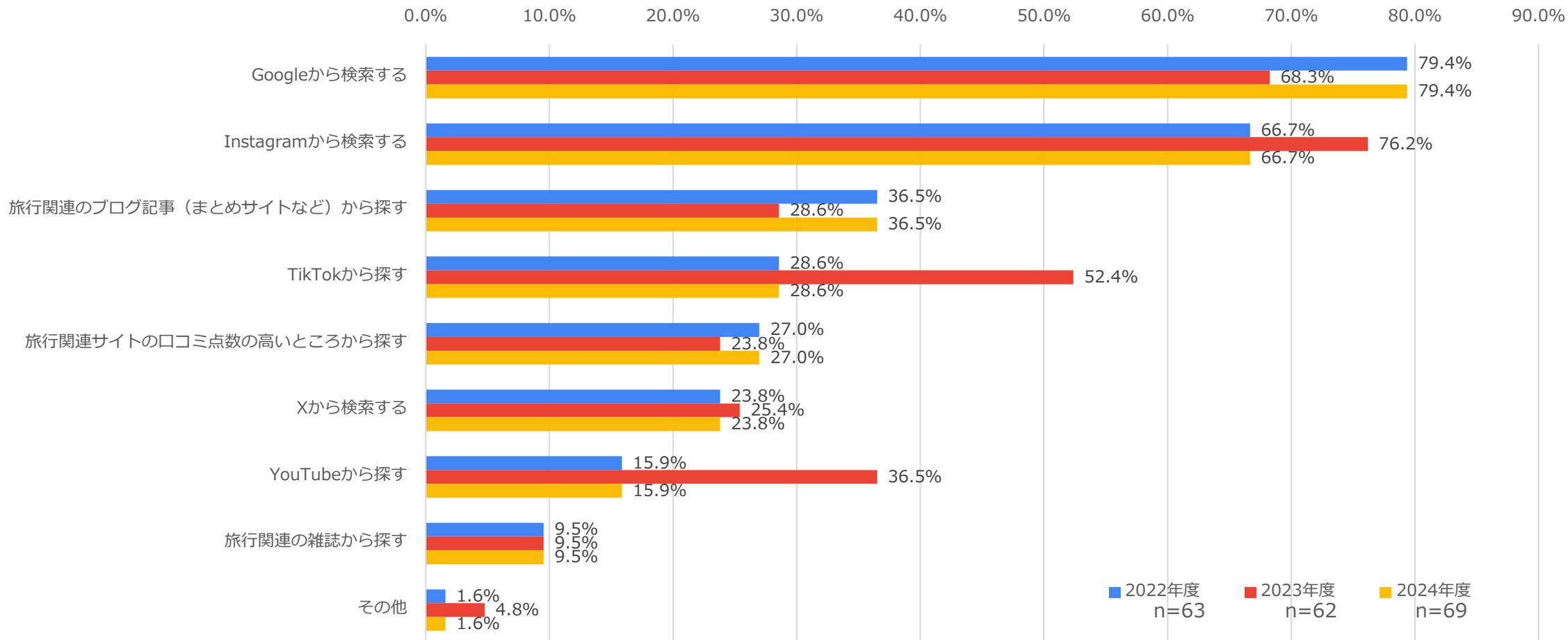
友人と旅行先を検討する場合、何を重視して決めますか？（複数回答）



【6】旅行先を調べる手法

2024年度は「Googleから検索する」が76.4%と最も高く、次いで「Instagramから検索する」が66.7%となる。2023年度と比較すると「Googleから検索する」「旅行関連のブログ記事（まとめサイトなど）から探す」が特に増えている。

どのような手法で旅行先を調べますか？（複数回答）



【7】 具体的な調べ方（フリーアンサーから抜粋）

【7】 【6】 で選択した手法に対して、具体的な調べ方を教えてください

Instagram

- ハッシュタグを使って調べ、気になる画像や投稿をチェック
- 画像をクリックし、詳細情報を確認
- リール動画を漁る
- 「地名+グルメ」「地名+観光地」などで検索
- 気になる旅行地を検索し、ホテルやレストラン、景色などの情報を探す
- タイムラインに流れてきた画像をチェック
- おしゃれな場所や楽しそうなスポットを調べ、気になればGoogleで詳しく検索
- 旅行先の名前を検索して出たブログやリールをチェック
- 旅行先の画像を見て、映えそうなところを探す

TikTok

- 旅行関連のキーワードを検索して、気になる場所を調べる
- 「○○おすすめ何選」の動画をたくさん見る
- 写真映えするスポットをチェック
- 「地名+グルメ」「地名+観光スポット」「おすすめ」などで検索
- おすすめで出てきた旅先をチェック
- いいね数や閲覧数が多いものを参考にする
- 旅行先のリールを見て概要をつかむ
- 検索して動画を見た後、公式サイトをチェック
- その地の有名な場所を検索

YouTube

- 旅行系YouTuberの動画やVlogをチェック
- まとめ動画を視聴
- 旅行関連の情報を得るために検索

Google

- 旅行先の名前で検索
- 地名+ホテル、レストラン、景色などで検索
- 現在地から行き方を検索
- 画像検索を活用
- 旅行先のおすすめ観光名所一覧をチェック
- 旅行候補エリア名+観光地 or グルメ or プランで検索
- 予約情報や詳しい料金、移動ルートを調べる
- 地図で距離感や観光スポットを確認
- 予算や交通手段がまとまっているサイトを参照
- 気になるサイトをチェック
- 行きたいと思った場所を調べる
- ブログ記事を読む

旅行雑誌・書籍を活用

- 書店で旅行雑誌を購入し、気になる場所に付箋を貼ったりマーカーを引く
- 本屋で旅行雑誌やガイドブックをチェック

その他の方法

- Pinterestでカラーコーディネートや旅行情報を検索
- ブログでおすすめコースを確認し、実際に訪れる
- ネット検索でおすすめ旅行先を探す
- インフルエンサーの情報をチェック
- 公式サイトやクーポン情報を確認

【8】旅行検討時のInstagramハッシュタグの検索方法（フリーアンサーから抜粋）

【8】旅行検討時、Instagramでハッシュタグ検索する場合は、どのようなワードの組み合わせで検索しますか？

基本的な検索パターン

- 旅行先+有名な場所
- 旅行先+グルメ、ホテル、観光スポット
- 旅行候補エリア名+観光スポット
- 旅行候補エリア名+おすすめスポット
- 旅行候補エリア名+食べ物
- 旅行候補エリア名+ホテル
- 旅行候補エリア名+料金
- 旅行候補エリア名+レトロ
- 旅行候補エリア名+アクティビティ
- 旅行候補エリア名+絶景
- 旅行候補エリア名+体験
- 旅行候補エリア名+まとめ

具体的な組み合わせ

- 「場所」+旅
- 「場所」+学生+おすすめ
- 旅行先の地名+アクティビティ
- 旅行先の地名+グルメ
- 旅行先の地名のみ
- エリア名+グルメ（#京都グルメ）
- エリア名+観光地（#北海道観光）
- エリア名+カフェ（#神戸カフェ）
- 地名+ホテル、レストラン、景色
- 地名+観光、旅行
- 地名+食べ物やスポット
- 地名+海鮮+美味しい
- 地名+景色
- 地名+グルメ

特定のスポットや施設を調べる

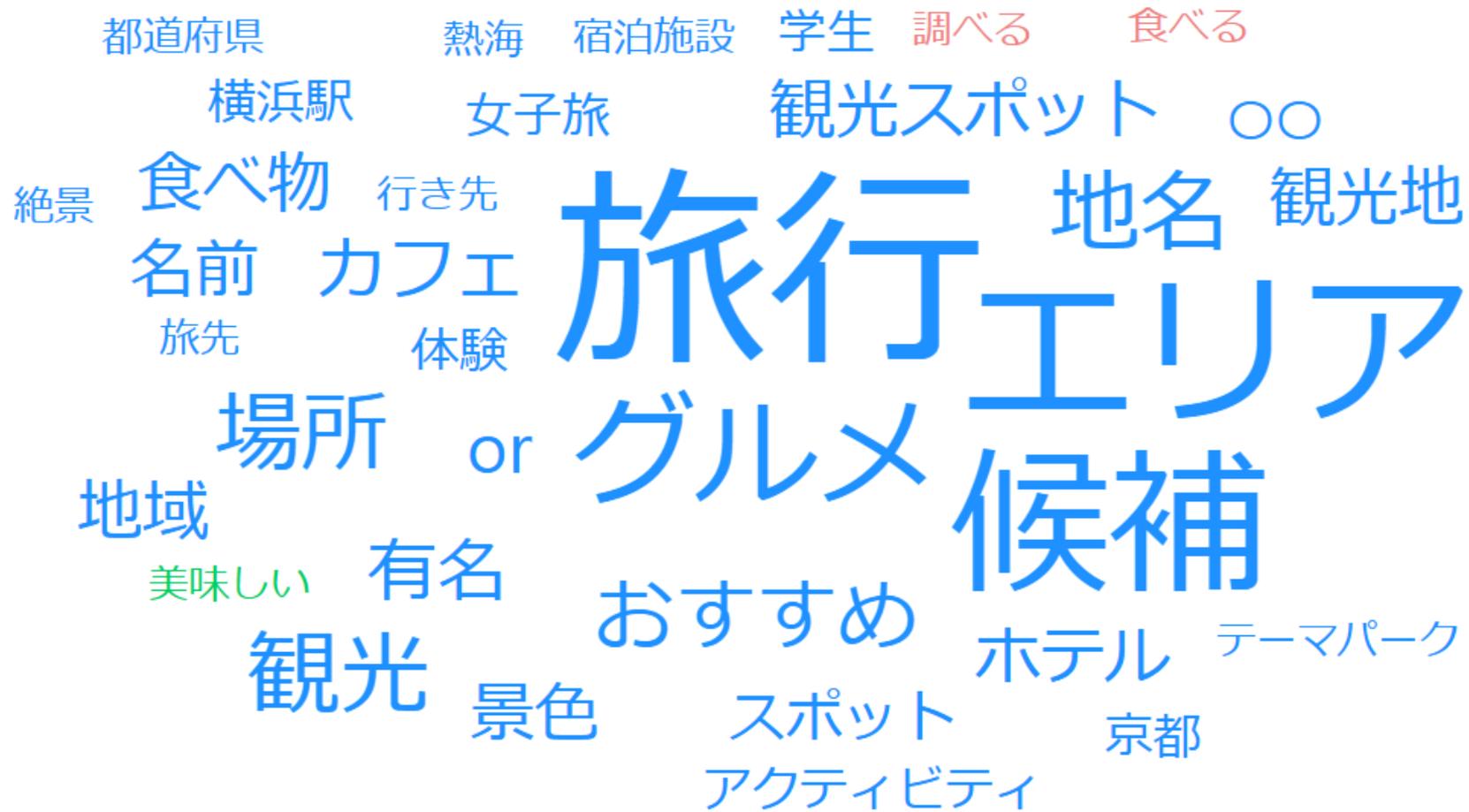
- ○○神社+アクセス
- 宿の名前
- 場所+居酒屋 or カフェ or ディナー or ランチ
- 場所+食べ物
- 場所+アクティビティ
- 旅先の市や町の名前

トレンド系ハッシュタグ

- 女子旅

【8】旅行検討時のInstagramハッシュタグの検索方法（テキストマイニング）

【8】旅行検討時、Instagramでハッシュタグ検索する場合は、どのようなワードの組み合わせで検索しますか？
（テキストマイニングを実施）

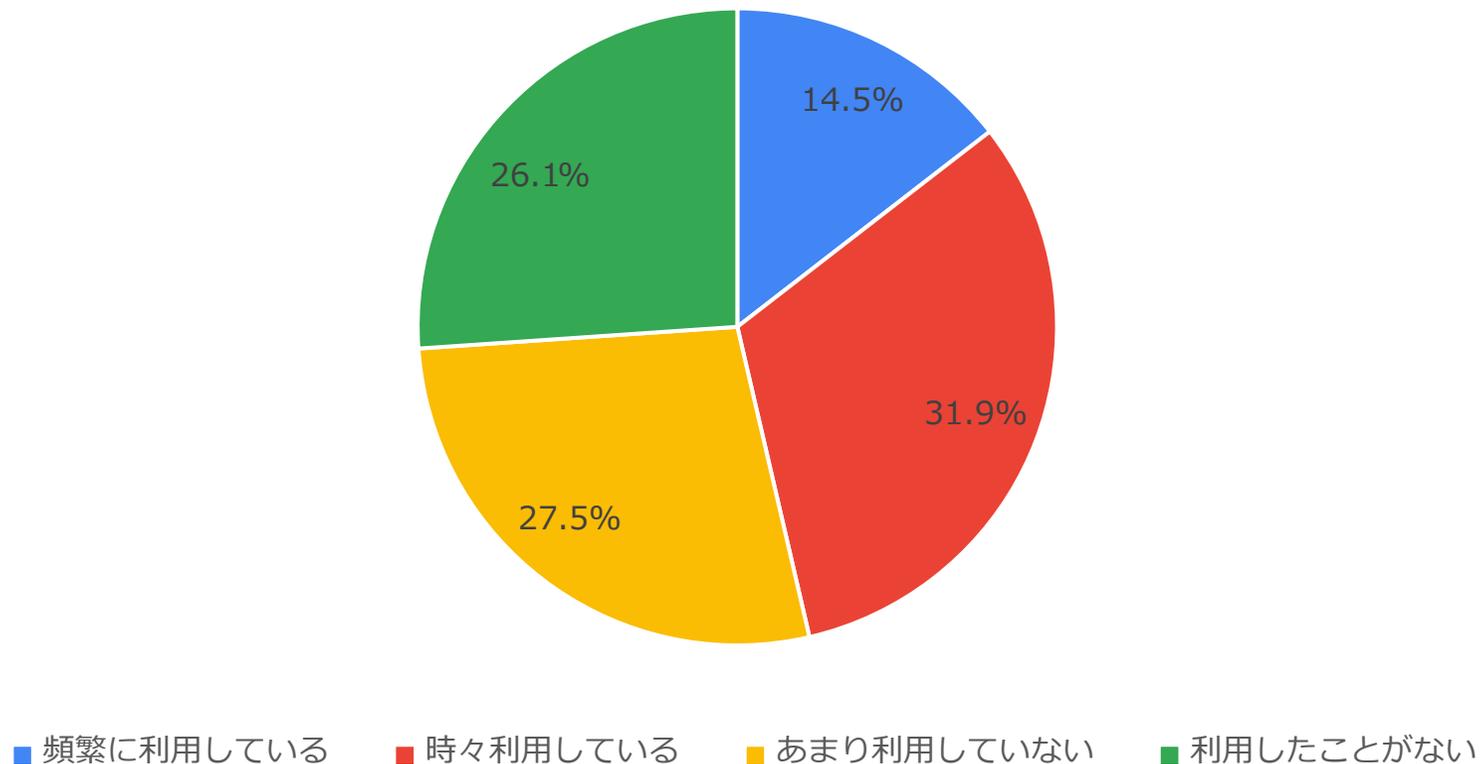


「WordCloud」にてテキストマイニングを実施

【9】生成AIの利用状況

「時々利用している」が31.9%と最も高く、「利用したことがない」が26.1%となっている。

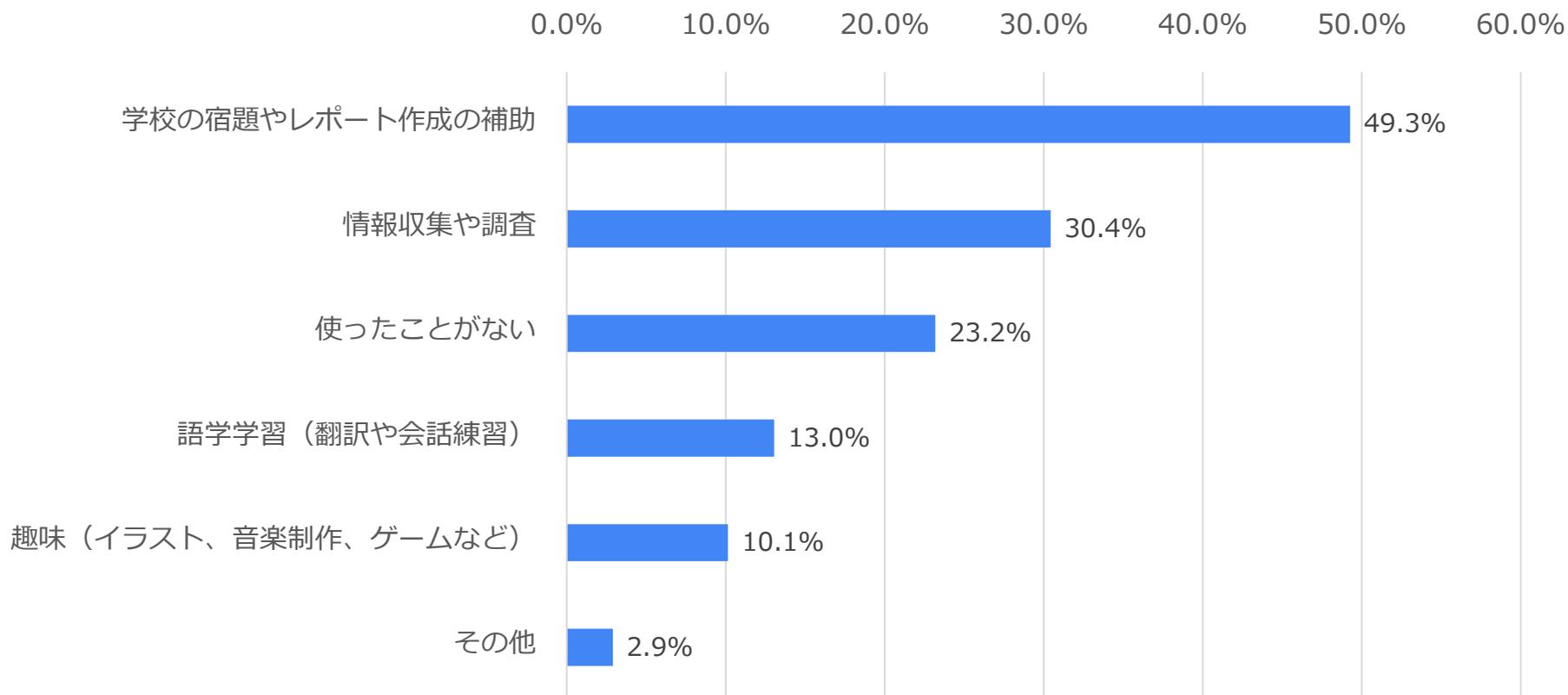
あなたは日常生活や学習で生成AIを利用していますか？（複数回答） n=69



【10】生成AIの利用目的

「学校の宿題作成の補助」が49.3%と最も高く、次いで「情報収集や調査」が30.4%となっている。

主にどのような目的で生成AIを利用していますか？（複数回答） n=69



【11】生成AIの利用で感じること

「時間の短縮になる」が55.1%と最も高く、次いで「課題を解決する新しい視点が得られる」が37.7%とポジティブな意見が多い。一方「正確性に不安がある」が18.8%とネガティブな意見もある。

生成AIを利用することで感じたことを教えてください（複数回答） n=69

