

国内旅行におけるSNS・写真に対する意識／実態

～JTBF旅行実態調査トピックス～

今やSNSの利用率は78.7%と年々上昇傾向にあり、特に20代の利用率は9割を上回っています（※1）。観光においても、SNSを活用した情報発信が注目を浴びており、旅行者も情報収集をSNSで行うことが多くなりました。また、携帯電話（スマートフォン）カメラの発展によって誰もが気軽に旅行中に写真を撮り、それらの写真をSNS上に公開することもできるようになっています。

旅行とSNSが切っても切れない関係となったいま、現在の国内旅行におけるSNS・写真に対する意識／実態について、性別、世代（※2）ごとに分析・とりまとめました。

（※1）出典：総務省「令和3年通信利用動向調査」

（※2）Pew Research Centerの世代区分を基に、調査時点の年齢が19-25歳を「Z世代」、26-41歳を「ミレニアル世代」、42歳以上を「X世代以上」とした

調査概要

調査名 : JTBF旅行実態調査2022【トリップ調査】
調査対象 : 全国16～79歳の男女（調査会社のパネルより抽出）
調査方法 : ウェブ調査

■ 2022年4月調査 調査の対象：2022年1～3月に実施した旅行 調査期間：2022年4月25日～5月9日

	男性								女性								
年齢（歳）	16-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	計	18-19	20-29	30-39	40-49	50-59	60-69	70-79	計	合計
標本の大きさ（人）	6	64	76	100	91	80	79	496	6	61	73	96	88	86	94	504	1,000
構成比（%）	0.6	6.4	7.6	10.0	9.1	8.0	7.9	49.6	0.6	6.1	7.3	9.6	8.8	8.6	9.4	50.4	100.0
トリップ数（件）	35	90	107	139	110	120	96	697	26	82	94	111	128	120	126	687	1,448
構成比（%）	0.6	6.7	7.5	10.0	9.4	8.2	8.4	50.8	0.4	5.9	7.3	8.9	9.2	8.0	9.5	49.2	100.0

※本レポートはトリップ数を基準に集計しました

調査結果

1. 情報収集と旅行先の選択 … p.3

(1) 国内宿泊観光旅行実施にあたっての情報収集 … p.3

(2) 旅行先の選択×SNSからの情報 … p.4

(3) 旅行先の選択×SNSへの投稿 … p.5

2. 旅行先での写真撮影とSNS … p.6

(1) 旅行先での写真撮影・SNSへの投稿 … p.6

(2) 旅行先での写真撮影×人々との交流 … p.7

(3) 旅行先での写真撮影×満足度 … p.8

(4) 旅行先での写真のSNSへの投稿×満足度 … p.9

Z世代 国内旅行の情報収集「SNSやブログ、動画投稿サイト」3.5~5割

- 実施した国内旅行の計画にあたり行った情報収集は、「インターネットの検索エンジン」が5割超と最も高く、次いで「宿泊施設のHP」「インターネットの旅行専門サイト」となりました。全体を通して、パンフレットや問い合わせによる情報収集よりも、インターネットを活用して情報収集をしていることがわかります。
- 性・世代別にみると、男女差は大きくないものの、世代間では大きな違いがみられました。「宿泊施設のHP」は、世代が上がるにつれて選択した割合が高く、男女ともに『Z世代』と『X世代以上』の間には約20ポイントの差がありました。「SNSやブログ、動画投稿サイト」は、『Z世代』『女性ミレニアル世代』が3.5~5割と高い一方で、『X世代以上』では1割未満にとどまりました。

Q.国内旅行の実施にあたり、旅行の計画を立てる際にどのように情報収集しましたか。【複数回答】

(%)

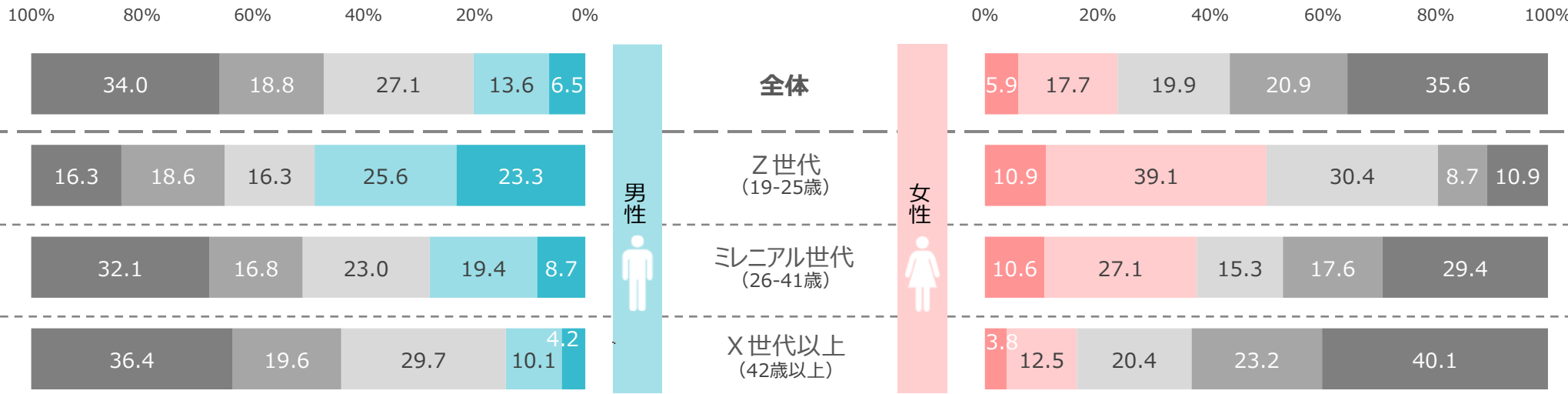
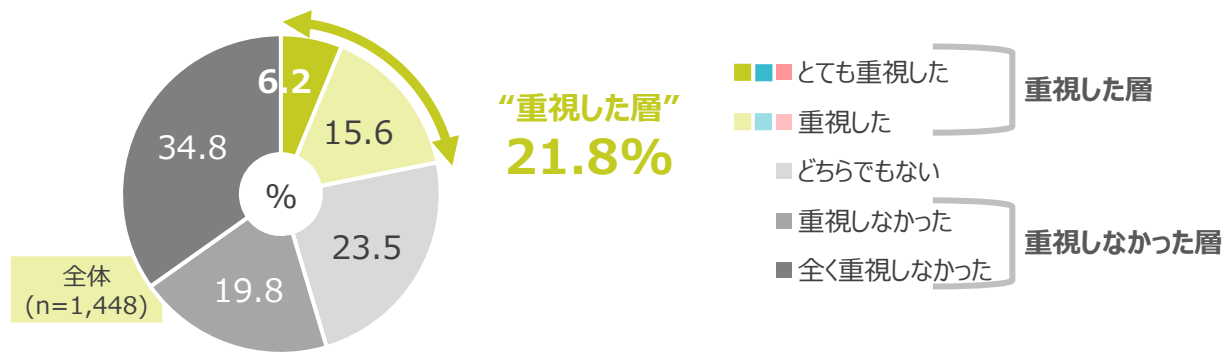
	インターネットの検索エンジン (Google・Yahoo!など)	宿泊施設のHP	インターネットの旅行専門サイト	SNS (Instagram・facebookなど) やブログ、動画投稿サイト (YouTubeなど)	家族や友人・知人	旅行ガイドブック	観光施設のHP	旅行雑誌	観光協会や自治体のHP	旅行会社のHP	口コミサイト (トリップアドバイザー、フォートラベルなど)	旅行会社のパンフレット	観光パンフレット	旅行先の観光協会、宿泊施設などに問い合わせ	旅行会社に問い合わせ (店頭や電話・メールなど)	その他	自分で情報収集しない
全体 (n=1,448)	51.7	27.5	20.9	15.3	14.3	13.5	10.4	10.2	10.1	8.1	7.5	7.3	4.4	2.3	2.0	2.1	10.2
男性																	
全体 (n=735)	56.2	26.5	23.4	10.6	13.5	15.5	11.7	12.7	11.0	9.5	6.7	7.5	5.2	2.0	2.3	2.3	7.3
Z世代 (n=43)	51.2	9.3	27.9	37.2	20.9	7.0	11.6	4.7	4.7	9.3	9.3	2.3	4.7	2.3	2.3	2.3	9.3
ミレニアル世代 (n=196)	55.6	21.4	25.5	13.8	18.4	18.9	12.8	15.8	6.6	11.7	6.6	9.2	7.7	4.1	5.1	1.0	6.6
X世代以上 (n=495)	56.8	29.9	22.0	6.9	10.9	14.7	11.1	12.1	13.1	8.5	6.3	7.3	4.2	1.2	1.2	2.8	7.5
女性																	
全体 (n=713)	47.1	28.5	18.2	20.1	15.1	11.5	9.1	7.6	9.1	6.7	8.4	7.0	3.5	2.5	1.7	2.0	13.0
Z世代 (n=46)	43.5	13.0	4.3	47.8	19.6	19.6	10.9	13.0	8.7	8.7	4.3	13.0	8.7	2.2	0.0	0.0	10.9
ミレニアル世代 (n=170)	48.8	20.0	14.1	46.5	18.8	12.4	6.5	10.0	5.9	4.7	12.9	4.1	2.9	1.2	2.4	1.2	12.9
X世代以上 (n=496)	46.8	32.7	20.8	8.3	13.5	10.5	9.9	6.3	10.3	7.3	7.3	7.5	3.2	3.0	1.6	2.4	13.3

Z世代：19-25歳、ミレニアル世代：26-41歳、X世代以上：42歳以上

旅行先選択にSNSからの情報を重視 若い世代ほど高い傾向

- 旅行先を選ぶ際にSNSからの情報を重視したか尋ねたところ、全体では「全く重視していない」が3.5割と最も高く、「重視しなかった」と合わせると「重視しなかった層」が5割を上回りました。
- しかしながら、性・世代別にみると、男女ともに『Z世代』では「重視した」が最も高い割合となりました。『Z世代』は、“重視した層”が約半数を占め、ほかの世代に比べてSNS上の情報を重要と考えていることがわかります。

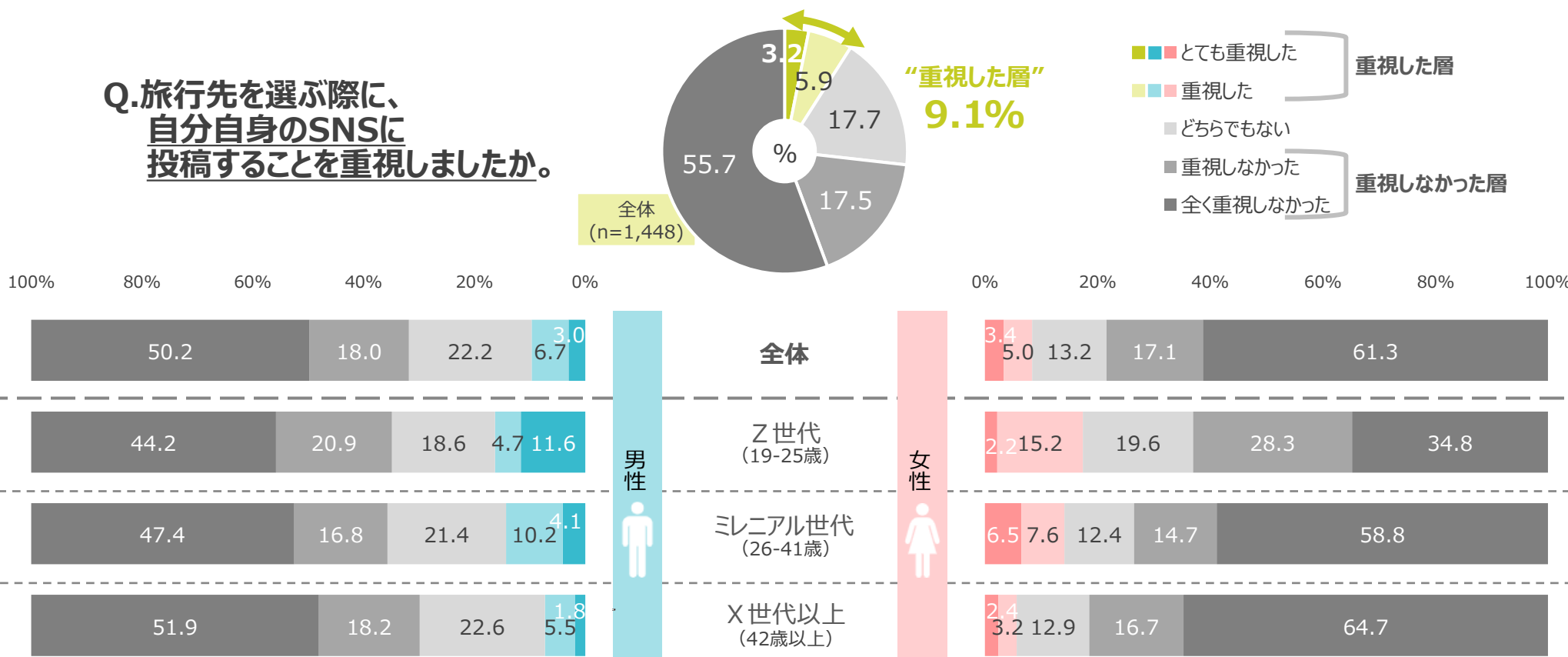
Q.旅行先を選ぶ際に、SNSの情報を重視しましたか。



Z世代の1.5割 SNSへの投稿を意識して旅行先を選択

- 旅行先を選ぶ際に、自分自身のSNSへの投稿を重視したか尋ねたところ、全体では“重視した層”は1割未満となりました。
- 性・世代別にみると、女性より男性で“重視した層”の割合が高く、特に『男性Z世代』では「とても重視した」が1割超となりました。『Z世代』は、男女ともに“重視した層”が1.5割を超えており、『ミレニアル世代』でも男女ともに“重視した層”が1割を超えています。若い世代になるほど、SNSへの投稿が旅行先選びのポイントになっていることがわかります。

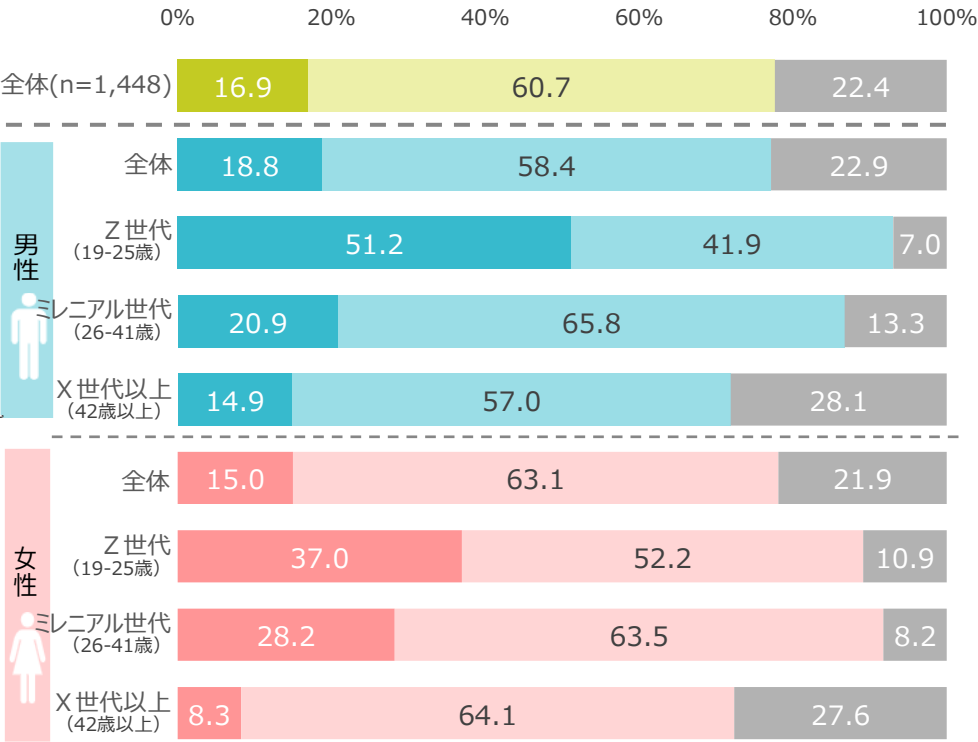
Q.旅行先を選ぶ際に、
自分自身のSNSに
投稿することを重視しましたか。



「旅行中に撮影し、SNSに投稿」 Z世代3.5割超、X世代1.5割未満

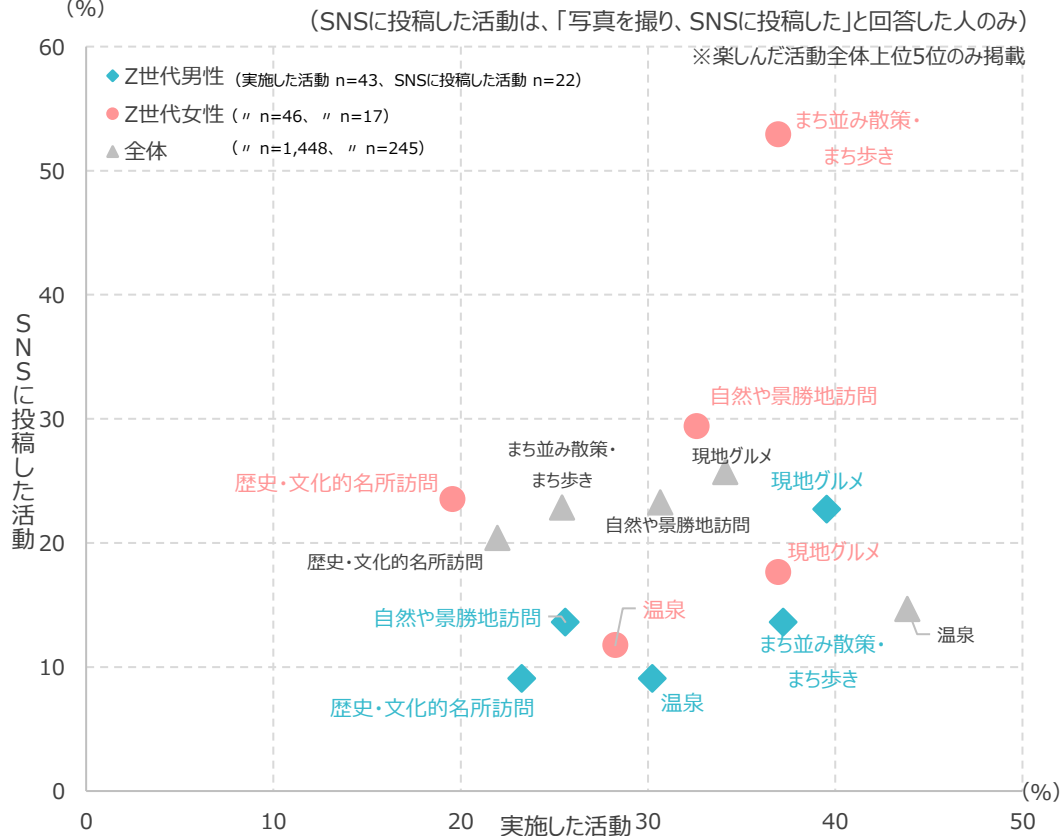
- 旅行中に写真を撮影したか尋ねたところ、全体の8割が「撮影した」と回答しました。「写真を撮り、SNSに投稿した」は、『Z世代』では3.5割を超え、特に『男性Z世代』では5割超となりました。『Z世代』では女性よりも男性の方がSNSへの投稿を意識していました。一方、『X世代以上』は1.5割未満であり、特に『女性X世代以上』は1割未満にとどまりました。
 - Z世代に着目してSNSへの投稿内容をみると、『女性Z世代』では「まち歩き」で突出して多く投稿されていました。
- ※「SNSに投稿した」は、投稿する予定を含む

Q.旅行中にスマートフォンやカメラで写真を撮影しましたか。
また、その写真を自分自身のSNSに投稿しましたか。



■ 写真を撮り、SNSに投稿した
■ 写真は撮ったが、SNSに投稿しなかった
■ 写真は撮らなかった

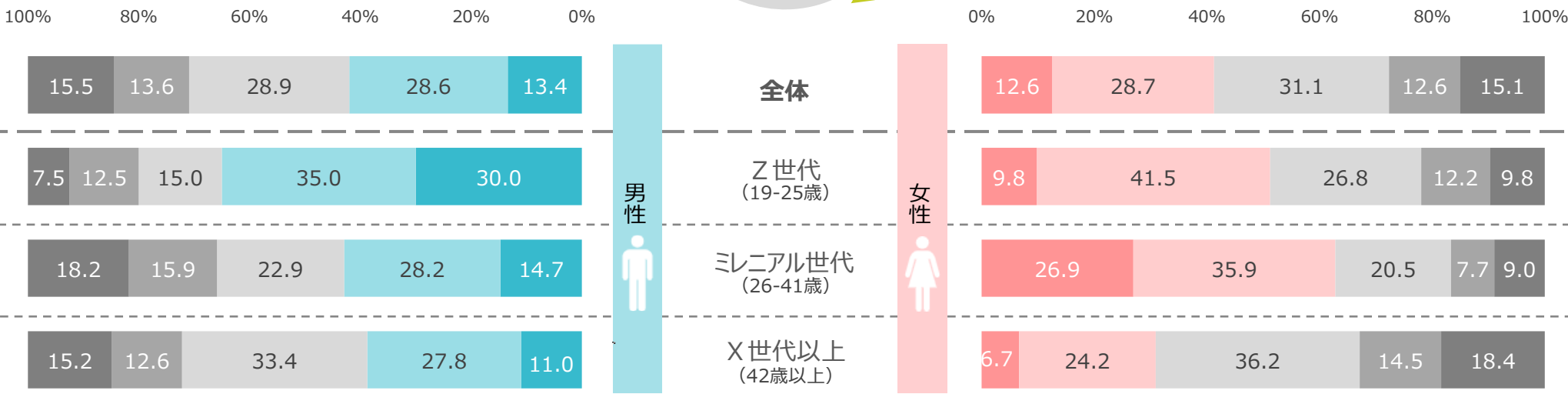
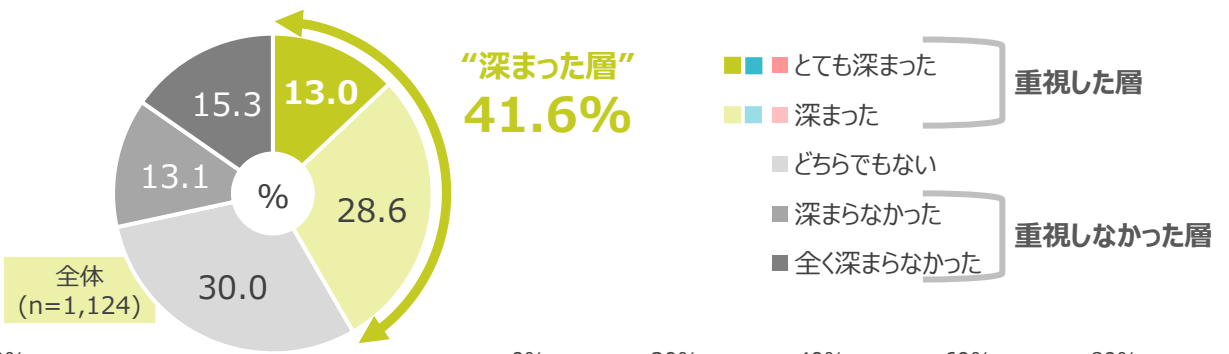
(参考) Z世代が実施した活動×SNSに投稿した活動



旅行先での写真撮影で「交流が深まった」男性Z世代・女性ミレニアル世代 6.5割

- 旅行先で写真を撮ったことで旅先での人々との交流が深まったか尋ねたところ、“深まった層”は全体の4割を超えました。
- 性・世代別にみると、『男性Z世代』『女性ミレニアル世代』では「とても深まった」が2.5～3割を占め、「深まった」が6割以上を占めました。他の性・世代に比べて、交流のツールとして写真を重視しています。

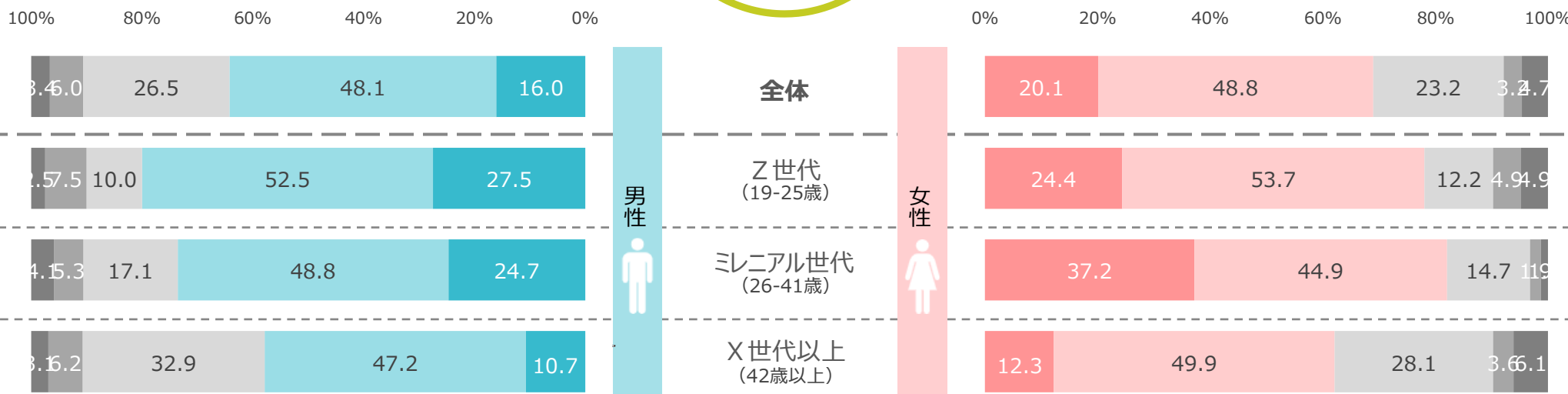
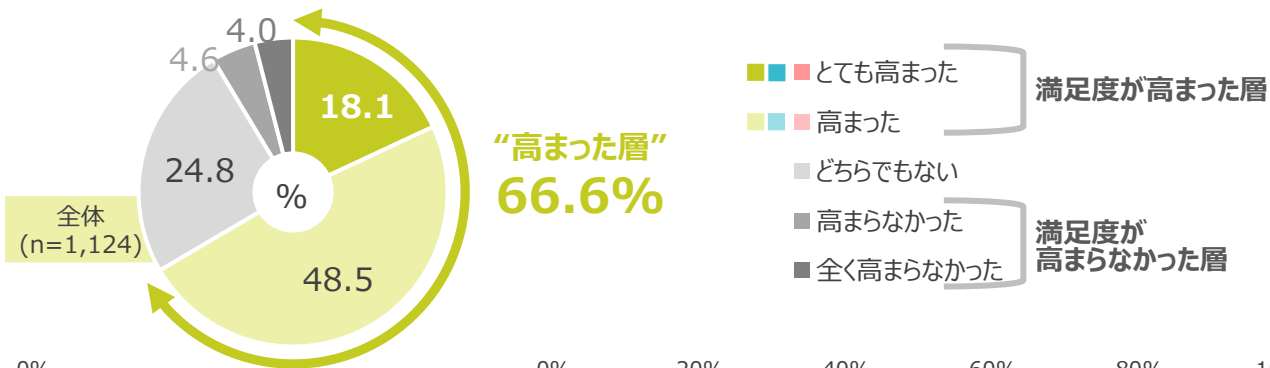
Q.旅行先で写真を撮ったことで、
同行者や旅先での
人々との交流が深まりましたか。
(旅行先で写真を撮ったと回答した人のみ)



旅行先での写真撮影「満足度がとても高まった」女性ミレニアル世代で3.5割超

- 旅行先で写真を撮ったことで、旅行中・旅行後の満足度が高まったか尋ねたところ、“満足度が高まった層”は6.5割を占め、“満足度が高まらなかった層”は1割未満にとどまりました。半数以上が写真を撮ることも含めて旅を楽しんでいることがわかります。
- 性・世代別にみると、『女性ミレニアル世代』では「とても高まった」が3.5割を超え、“満足度が高まった層”は8割を上回りました。『男性Z世代』も、“満足度が高まった層”が8割を超えました。一方で、男女ともに『X世代以上』では“満足度が高まった層”は6割前後にとどまり、世代間で差があることがわかります。

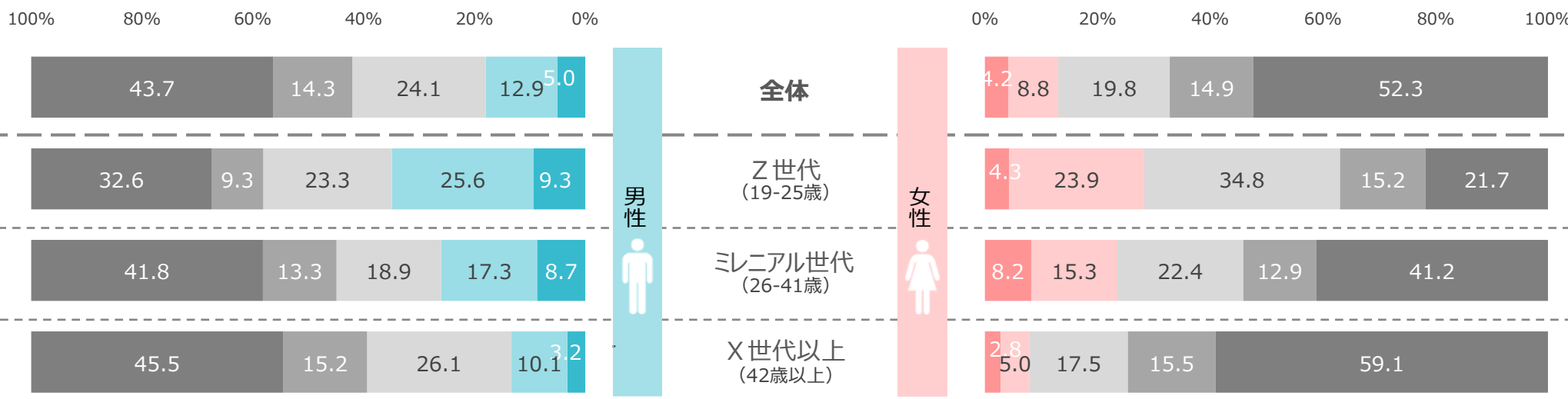
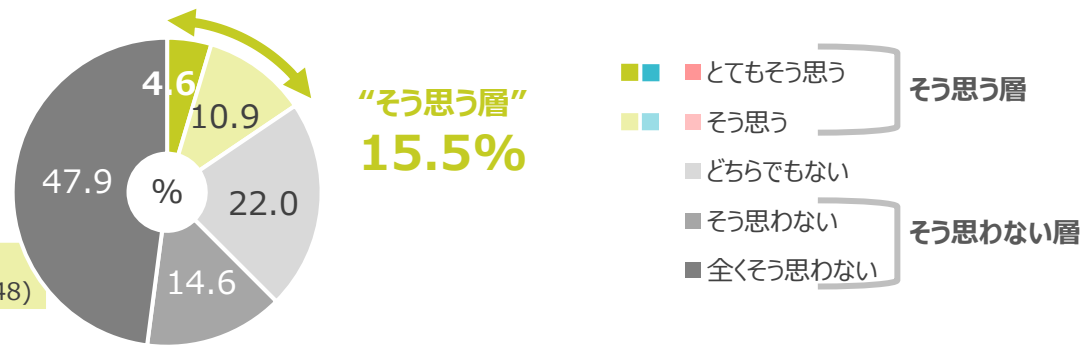
Q.旅行先で写真を撮ったことで、旅行実施中・実施後の満足度が高まりましたか。
(旅行先で写真を撮ったと回答した人のみ)



旅行先での写真をSNSに投稿 「満足度を高める」 男性Z世代の1/3

- 旅行先での写真をSNSに投稿することで満足度が高まると思うか尋ねたところ、全体では“そう思わない層”が6割を上回り、“そう思う層”の1.5割を大きく上回りました。
- 性・世代別にみると、男女ともに若い世代になるにつれ“そう思う層”の割合が高くなっていることがわかります。特に『男性Z世代』でその傾向が高く、3分の1が、旅行写真をSNSに投稿することは満足度を高めると回答しました。一方で、『女性X世代以上』では「全くそう思わない」が6割を占めています。

Q.旅行中の写真をSNSに投稿することで、旅行実施中・実施後の満足度が高まった／高まると思いますか。
(旅行先で写真を撮ったと回答した人のみ)



国内旅行におけるSNS・写真に対する意識／実態

～ JTBF旅行実態調査トピックス ～

2022年7月28日発行

公益財団法人日本交通公社

観光文化振興部・観光地域研究部

仲 七重 / 五木田 玲子 / 安原 有紗

- 本資料は著作物であり著作権法に基づき保護されています。著作権法の定めに従い引用する際は必ず出所を明記してください。
- 本資料の全文または一部を転載・複製する場合は著作権者の許諾が必要です。下記お問合せ先までご連絡ください。

公益財団法人日本交通公社 観光文化振興部

電話番号：03-5770-8360

Website：<https://www.jtb.or.jp/>