

Z 世代女性の旅行とお出かけトレンド調査を isuta が公開。 **7 割がひとり旅の経験がある・興味があると回答**

- トrendに敏感な都内在住 20 代女性 420 人を対象に、最近行ったお出かけスポットや旅行先、休日の過ごし方などの実態を調査。 -



株式会社 PR TIMES（本社：東京都港区、代表取締役：山口 拓己、東証プライム：3922）が企画・運営を手掛ける Z 世代向けメディア「isuta（イスタ）」は、東京都内在住の 20～29 歳の女性 420 人を対象に、旅行・お出かけに関するトレンド調査を 2025 年 4 月 1 日に実施いたしました。isuta では、Z 世代女性のリアルなライフスタイルを紐解き、コンテンツへの反映と企業向けのマーケティング支援に貢献することを目指し、Z 世代の実態を深ぼる調査を今後も継続的にこなってまいります。

調査テーマ：Z 世代女性のお出かけ・旅行に関する実態調査

調査対象：東京都内在住の 20～29 歳女性 420 人

調査実施日：2025 年 4 月 1 日

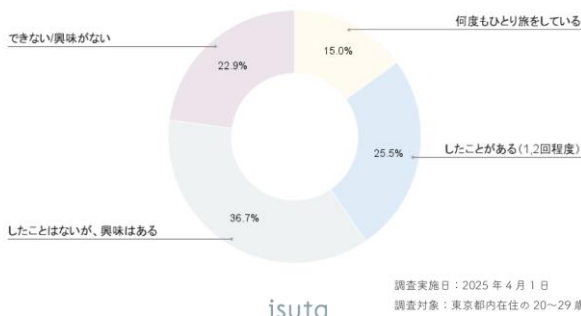
isuta は、「私の“好き”にウソをつかない。」というコンセプトのもと、他人の物差しではなく“私”が毎日しあわせでいられるための情報を、Web メディアや Instagram、TikTok 等の SNS を通して日々発信しています。昨今、私たちのコンテンツの中で体験系の情報にユーザーの関心が高まってきており、特にお出かけスポットや旅行先のアイデアは、SNS でのエンゲージメント率が高い傾向があります。そこで isuta では、トレンドに敏感で情報感度が高い都内在住の 20 代女性を対象に、旅行と休日の過ごし方、およびデジタルライフに関するアンケートを実施しました。

ひとり旅に興味がある、または経験がある Z 世代女性は 7 割

この数年、「ひとり〇〇」など、女性のソロ活が注目を集めていますが、若い世代であっても他人に依存せずに独立した意思決定や行動をする人が増えています。今回の調査では、**20 代女性の 40%以上がひとり旅を経験済みで、36.7%が「ひとり旅をしたことはないが、興味はある」と回答。**7 割がひとり旅に関心を持っているようです。

また、東京都在住の 20 代女性が直近 1 年間で行った旅行先では大阪がもっとも多く、次いで北海道、沖縄となりました。京都や名古屋、福岡、仙台なども旅行先として選ばれており、交通の便がよい都市部への旅行が好まれる傾向が見られます。

あなたはひとり旅をしたことがありますか？
または、ひとり旅をしてみたいと思ったことはありますか？



あなたの直近1年間の旅行先を教えてください。

- | | |
|--------|--------|
| 1位 大阪 | 6位 箱根 |
| 2位 北海道 | 7位 韓国 |
| 3位 沖縄 | 8位 福岡 |
| 4位 京都 | 9位 熱海 |
| 5位 名古屋 | 10位 仙台 |

調査実施日：2025年4月1日
調査対象：東京都内在住の20～29歳女性

東京の情報をメインに、全国各地のお出かけ・旅行情報を発信している isuta の公式 Instagram でも、直近3カ月（2025年1月15日～4月15日）のリーül投稿でもっとも再生回数が多かった動画の上位5つのうち4つが大阪の情報となっており、大阪エリアの注目度の高さがうかがえます。

なお、国内旅行の人气が圧倒的に高く、自由回答で得られた上位10カ所の旅行先うち、海外は韓国のみという結果でした。



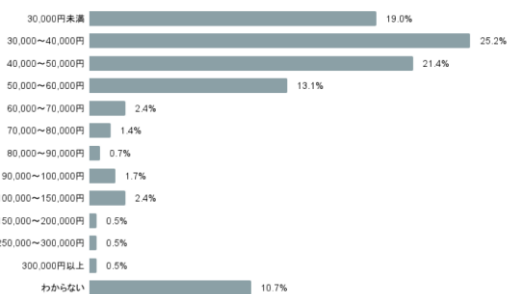
再生回数96万回。大阪・鶴橋にある「Shop June'8」



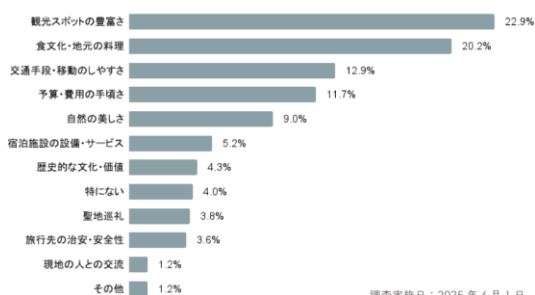
再生回数74万回。「万博お祭り広場ガレージセール」

1泊2日の旅行にける金額としては、3万～5万円未満がボリュームゾーンとなっており、予算的にも国内で東京から比較的近い場所への旅行が主流となっている模様。

あなたは旅行にいくらくらいお金を使いますか？
1泊2日の1人あたりの金額でお答えください。



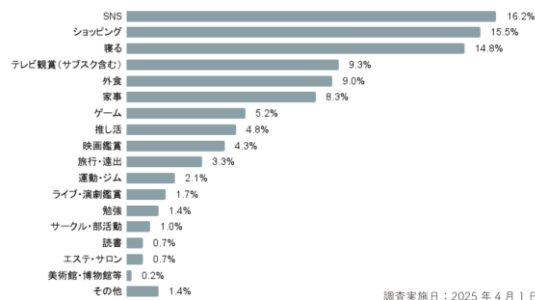
あなたが旅行先を選ぶ際に重視することとして、
最もあてはまるものをお選びください。



旅行先を選ぶ際に重視することとしては、「観光スポットの豊富さ」「食文化・地元の料理」が上位にランクイン。Z世代の旅行者は体験価値を重視し、“その土地ならではの魅力”を求めていると言えるかもしれません。

自然界隈の影響？休日のお出かけ先は自然を感じられる場所が多い

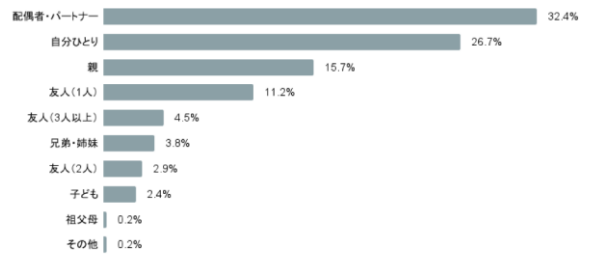
あなたは休日（予定のない日）に何をして過ごしていますか？
最も当てはまるものをお選びください。



調査実施日：2025年4月1日
調査対象：東京都内在住の20～29歳女性

isuta

あなたは休日を誰と過ごすことが多いですか？
最も当てはまるものをお選びください。



調査実施日：2025年4月1日
調査対象：東京都内在住の20～29歳女性

isuta

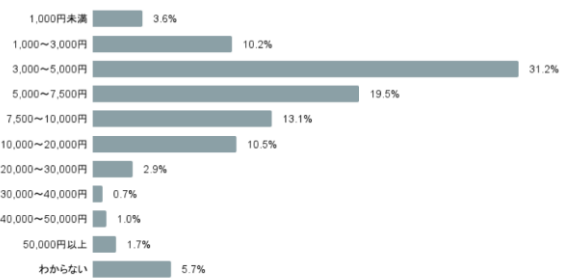
休日の過ごし方について聞いた項目では、「SNS」「寝る」「テレビを観る（サブスクでの観賞を含む）」といった回答が約4割を占めており、学生や社会人の中でも若手とされる20代は、休日は文字通り休息にあてていることが明らかに。

休みの日は配偶者やパートナーなどと過ごす人が多いほか、「ひとりで過ごす」と答えた人も26.7%となっており、「ひとり旅」に関する調査同様に、休日の過ごし方においても他者との予定に縛られず、自分のペースで自由に過ごすことを好む人が一定数いるようです。

また、前出の「休日の過ごし方」の回答からもわかるように、SNSやテレビ（サブスク）観賞など、ひとりでいても退屈しない過ごし方が豊富に存在するデジタルネイティブ世代ならではの結果とも言えるかもしれません。

なお、休日のお出かけにかかる平均費用としては、3000～5000円が最も多く、次いで5000～7500円、その次が7500～1万円という回答でした。

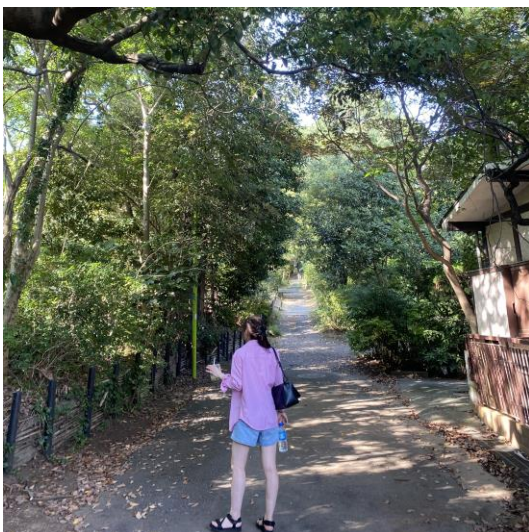
あなたは休日のお出かけにいくらくらいお金を使いますか？
およその平均金額でお答えください。



調査実施日：2025年4月1日
調査対象：東京都内在住の20～29歳女性

isuta

ちなみに、直近1カ月に行ったお出かけ先で満足度の高かった場所については、ディズニーシーやディズニーランドといったテーマパークの人气が依然として高いほか、葛西臨海公園や等々力渓谷、深大寺など、東京都内でありつつも非日常的な自然を味わえる場所が多くあげられました。これらのスポットは、山や川、海、高原などの自然スポットやそれらを楽しむ人たちのことを指す「#自然界隈」としてSNS上で注目されている場所でもあり、情報感度の高い都内在住の20代女性は、お出かけ先を決める上でもSNSを情報源の一つにしていると考えられます。



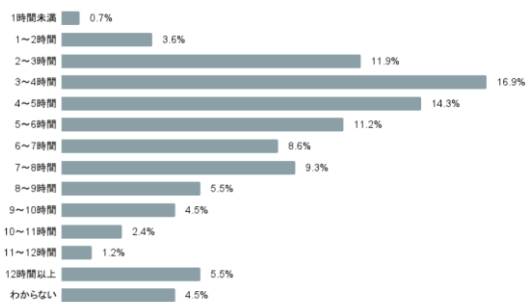
#自然界隈 人気の等々力渓谷



葛西海浜公園の「なぎさ思い出のラーメン」

Z世代がInstagramで見ているのは「友人・知人の投稿」

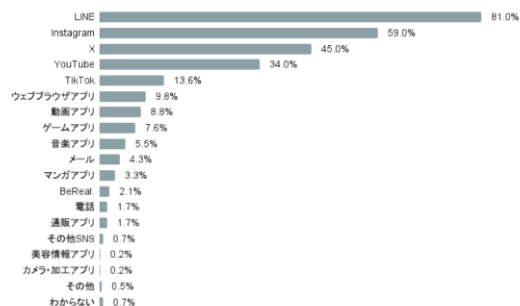
あなたの1日あたりのスマホの平均使用時間を教えてください。



isuta

調査実施日：2025年4月1日
調査対象：東京都内在住の20～29歳女性

あなたがよく使用しているスマホアプリを3つお選びください。



isuta

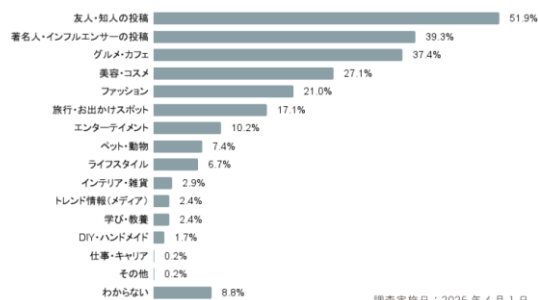
調査実施日：2025年4月1日
調査対象：東京都内在住の20～29歳女性

最後に、デジタルネイティブといわれるZ世代女性のスマートフォン利用の実態についても調査したところ、1日あたりのスマホの平均使用時間としてもっとも多かったのが3～4時間、次いで4～5時間という結果に。都内在住の20代女性は、情報収集やコミュニケーションに必要なツールとして活用する一方で、スマホを使わない他の活動にも時間を割いていることがうかがえます。

よく使用しているスマホアプリに関しては、LINE、Instagram、X、YouTubeが圧倒的に多く、ウェブブラウザを挙げた人は全体の10%にも満たないという結果でした。

また、Instagramで視聴しているコンテンツについては「友人・知人の投稿」が「著名人・インフルエンサー」よりも多く51.9%となっており、20代女性にとってInstagramはコミュニケーションツールであり、身近な人との近況報告や日常の記録として活用していることがわかります。なお、メディア等のアカウントからトレンド情報を得ると答えた割合は2.4%で、Z世代女性にリーチするためには、一方的な情報発信よりも、双方向のコミュニケーションができたり、よりパーソナルな発信をしていたりするユーザー視点で身近な情報を発信するアカウントが好まれる傾向があるようです。

あなたがInstagramでよく視聴するコンテンツを3つまでお選びください。



isuta

調査実施日：2025年4月1日
調査対象：東京都内在住の20～29歳女性

Webメディア「isuta」とは

「isuta」は、何気ない日常にちいさなしあわせをもたらすような、おしゃれでかわいい情報をお届けするメディアです。「私の“好き”にウソをつかない。」をコンセプトに、週末のお出かけ先情報や、人気の旅行スポット、じわじわ話題のファッションアイテムなど、自分らしい「好き」が見つけれられるコンテンツをwebメディアやInstagram、TikTok、X等のSNSを通してお届けしています。

サイト概要

URL：<https://isuta.jp>

Instagram：https://www.instagram.com/isuta_jp

X：https://twitter.com/ISUTA_JP

TikTok：https://www.tiktok.com/@isuta_jp

isuta

株式会社 PR TIMES について

PR TIMES（読み：ピーアールタイムズ）は、「行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ」をミッションに掲げ、「行動者」のポジティブな情報がニュースの中心となり、個人を勇気づけ前向きにする社会の実現に挑んでいます。私たちは人の行動や頑張りの結晶を、その想いを紡いで発表するのがプレスリリースだと考え、企業規模を問わず「行動者」が自ら発信できる、PR の民主化を目指して事業を展開しています。プレスリリース配信サービス「PR TIMES」の利用企業社数は 10 万 8000 社 を超え、国内 上場企業の 61% 超 に利用いただいています。情報収集のため 会員登録いただくメディア記者 2 万 7000 人超、サイトアクセス数は月間約 9000 万 PV、プレスリリース件数は月間 3 万 9000 件超、累計で 200 万件 を超えています。全国紙 WEB サイト等含む パートナーメディア 260 媒体以上 にコンテンツを掲載しています（2025 年 2 月時点）。



他にも、ストーリーで伝える「PR TIMES STORY」、動画で伝える「PR TIMES TV」、PR 活動の設計から実行まで伴走する PR パートナー事業、アート特化型の PR プラットフォーム「MARPH」、「isuta」「STRAIGHT PRESS」等のニュースメディア事業で、情報発表とその伝播を支援する他、生まれた企画が発表に至るまで前進できるよう支える タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」、さらに発表後のお客様対応や情報整理を円滑に行える カスタマーサポートツール「Tayori」 など、「行動者」を立体的に支える事業を運営しています。

また子会社には、スタートアップメディア「BRIDGE」を運営する株式会社 THE BRIDGE、ソフトウェア受託開発を行う株式会社 グルコース、SNS マーケティング支援の株式会社 NAVICUS があります。

【株式会社 PR TIMES 会社概要】

ミッション：行動者発の情報が、人の心を揺さぶる時代へ

会社名：株式会社 PR TIMES （東証プライム 証券コード：3922）

所在地：東京都港区赤坂 1-11-44 赤坂インターシティ 8F

設立：2005 年 12 月

代表取締役：山口 拓己

事業内容：- プレスリリース配信サービス「PR TIMES」 (<https://prtimes.jp/>) の運営
- ストーリー配信サービス「PR TIMES STORY」 (<https://prtimes.jp/story/>) の運営
- クライアントとメディアのパートナーとして広報・PR 支援の実施
- 動画 PR サービス「PR TIMES TV」 (<https://prtimes.jp/tv/>) の運営
- アート特化型オンライン PR プラットフォーム「MARPH」 (<https://marph.com/>) の運営
- カスタマーサポートツール「Tayori」 (<https://tayori.com/>) の運営
- タスク・プロジェクト管理ツール「Jooto」 (<https://www.jooto.com/>) の運営
- 広報 PR のナレッジを届けるメディア「PR TIMES MAGAZINE」 (<https://prtimes.jp/magazine/>) の運営
- プレスリリース専用エディター「PR Editor」 (<https://preditor.prtimes.com/app/>) の運営
- Web ニュースメディア運営、等

URL：<https://prtimes.co.jp/>