

2026年6月4日

報道関係各位

GMO NIKKO 株式会社

【Z世代トレンドラボ byGMO】
円安・物価高でZ世代の夏旅行は「海外断念」へ
～過半数が国内旅行に変更する「消極的国内回帰」、大学生の75%がAIを活用～

GMO インターネットグループの GMO NIKKO 株式会社^(※1)（代表取締役社長執行役員：佐久間 勇 以下、GMO NIKKO）が提供する「Z世代トレンドラボ byGMO」では、18～28歳の大学生および社会人計500名を対象に、「Z世代の2026年夏休み旅行」に関する調査を実施しました。本調査では、旅行先の希望エリアや旅行計画におけるAI活用の実態について明らかにしました。

調査の結果、国内旅行のみを予定している回答者の53.7%が、本来は海外旅行も選択肢にあったにもかかわらず、円安・物価高や世界情勢への不安を受けて国内旅行へとシフトしていることが明らかになりました。この傾向は、旅行業界にとって国内旅行商品の高付加価値化や、安全・安心を訴求する情報発信の重要性が高まっていることを示しています。

本調査は、Z世代をはじめ若年層需要を理解した、企業の商品・サービス開発やコミュニケーション設計、メディアプランニングなどにご活用いただけます。

(※1) GMO NIKKO は GMO インターネット株式会社の連結会社です。

Z世代トレンドラボ
byGMO

Z世代 大学生・社会人500名に調査

2026年 夏の旅行
円安・物価高で
「海外断念」も

過半数が国内旅行に変更する「消極的国内回帰」
大学生の75%がAIを活用

【調査サマリー】

■ 旅行意向、Z世代全体の48.2%が今夏の旅行を計画。大学生は7割が旅行を予定

今夏（7～9月）に宿泊を伴う旅行を予定しているZ世代は全体の48.2%でした。大学生は70.0%に達し、社会人の44.0%を大きく上回りました。学生ならではの長期休暇の取りやすさや、夏休みへの期待が反映されています。長期休暇を取りやすい学生層が旅行市場の主要ターゲットとなっており、夏季限定の旅行商品やキャンペーンの訴求対象として重要です。

■ 旅行先、韓国・台湾が Z 世代海外旅行の 2 大人気旅行先。国内は北海道が首位

海外旅行先では韓国（39.1%）と台湾（35.9%）が他国を大きく引き離し、Z 世代の海外旅行における 2 大人気旅行先となりました。円安環境下でも比較的費用を抑えやすく、短時間でアクセスできる近隣アジア圏が、Z 世代の現実的な旅先として選ばれています。国内旅行先では北海道（18.8%）が首位、東京都（12.9%）、大阪府（11.8%）でした。

■ 旅行計画手法、Z 世代の 62.2%が AI を活用。大学生では 4 人に 3 人が AI を使用

旅行を予定している Z 世代のうち、旅行計画に ChatGPT や旅行サイトに内蔵された AI ツールを使う予定があると回答したのは全体の 62.2%。大学生では 75.0%、社会人でも 58.4%にのぼります。旅行プランニングの AI 活用が日常化しつつある Z 世代の「AI ネイティブ」としての特徴が浮かび上がりました。情報収集から旅程の組み立てまでを AI に頼ることが当たり前となっており、旅行業界は AI 検索や AI ツール経由でも届くコンテンツ設計が不可欠になっています。

■ 国内旅行のみ検討者の過半数が、海外旅行ニーズから国内旅行ニーズへシフト

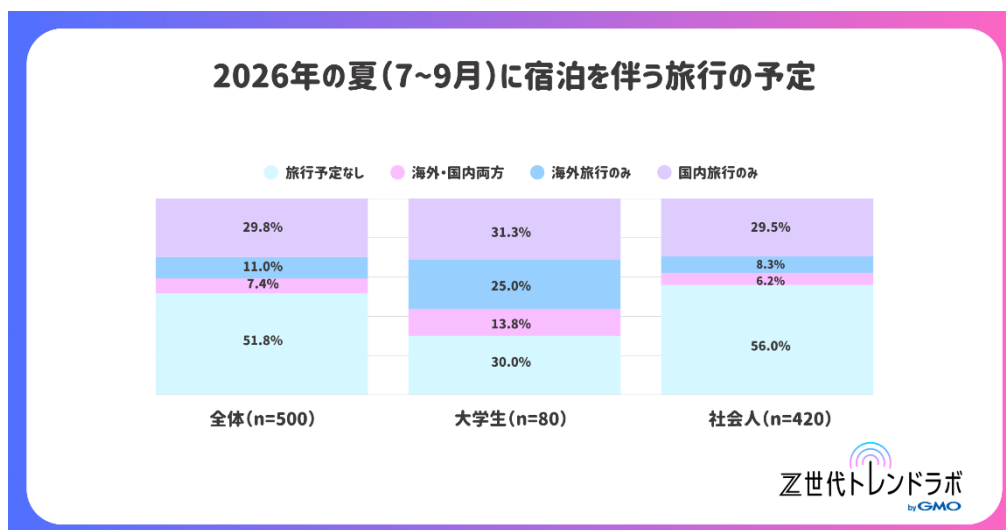
国内旅行のみを予定している回答者のうち 53.7%が、行き先を海外旅行から国内旅行へとシフトしました。理由は「円安・物価高の影響」（19.5%）で、「世界情勢（戦争・テロ・感染症リスクなど）への不安」（18.8%）、「航空券・ホテルが高すぎる」（17.4%）が続きました。

【調査概要】

- ・ 調査テーマ：「Z 世代の 2026 年夏休み旅行」に関する調査
- ・ 調査期間：2026 年 4 月 20 日（月）～2026 年 4 月 22 日（水）
- ・ 調査主体：「Z 世代トレンドラボ byGMO」（GMO NIKKO 株式会社）
- ・ 調査地域：日本国内
- ・ 調査対象：18～28 歳の大学生および社会人
- ・ 有効回答数：500 名（大学生 80 名、社会人 420 名）
- ・ 調査方法：インターネット調査

【調査結果詳細】

■ 質問：2026 年の夏の旅行予定

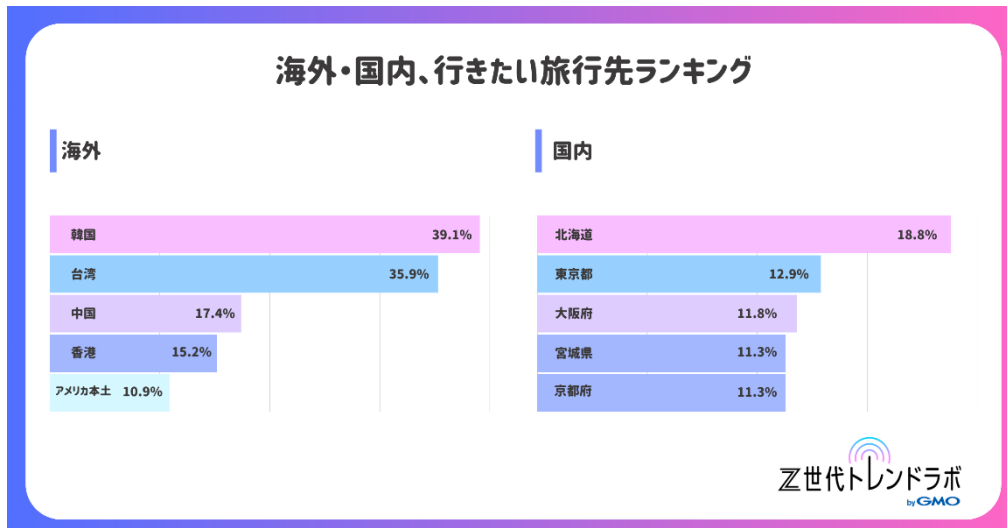


今年の夏（7～9月）に宿泊を伴う旅行を計画している Z 世代は全体の 48.2%で、旅行先の内訳は

「海外のみ」(11.0%)、「国内のみ」(29.8%)、「海外・国内両方」(7.4%)でした。

「国内のみ」の割合は大学生(31.3%)、社会人(29.5%)とほぼ同水準である一方、「海外旅行(海外のみと海外・国内両方)」の割合が大学生(38.8%)、社会人(14.5%)と大きく開いており、長期休暇期間で旅行に行きやすい学生と、夏季休暇の有無やタイミング、期間がそれぞれ異なる社会人の違いが如実に表れています。

■質問：海外旅行先

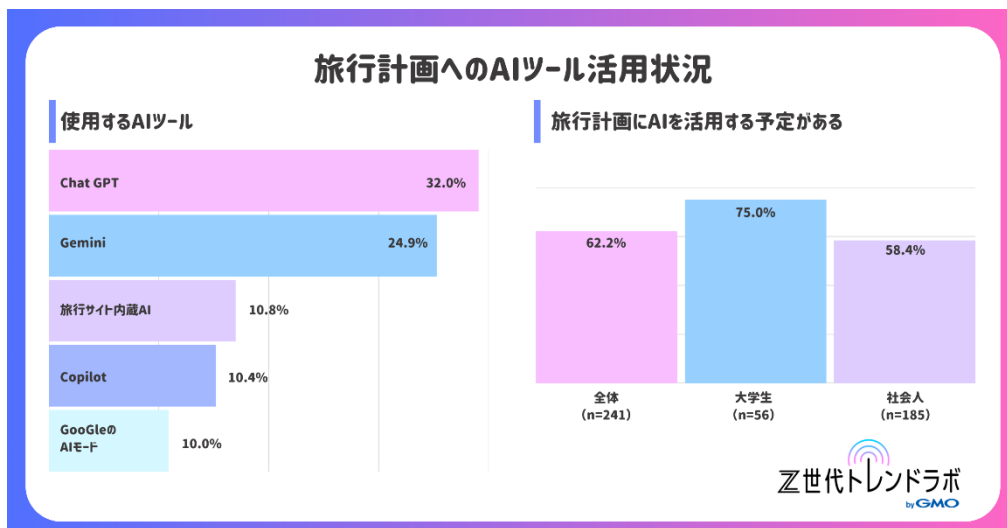


1位は韓国(39.1%)で、2位は台湾(35.9%)でした。この2つの国・地域が3位以下を大きく引き離す2大人気旅行先でした。3位以下は中国(17.4%)、香港(15.2%)、アメリカ本土(10.9%)と続き、上位を近隣アジア圏が占めました。円安環境下でも比較的費用を抑えやすく、短時間でアクセスできるエリアが、Z世代の現実的な旅先として選ばれている実態が浮かびます。

■質問：国内旅行先

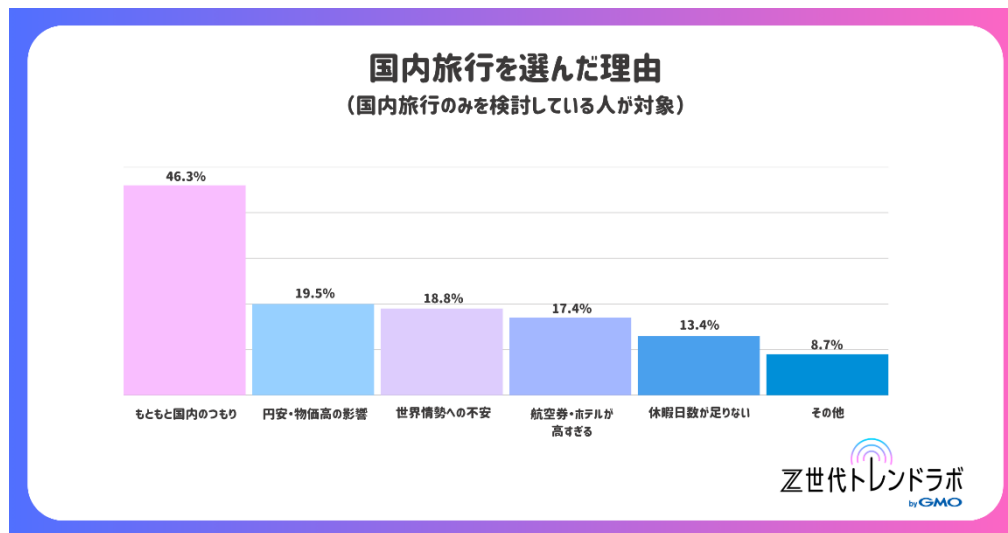
1位は北海道(18.8%)、2位は東京都(12.9%)、3位は大阪府(11.8%)、4位は京都府・宮城県(いずれも11.3%)となりました。夏のアクティビティや食の豊かさなどを背景に北海道が首位となっており、2位以下の都市圏をはじめとする定番観光地との差も明確です。

■質問：旅行計画へのAIツール活用状況



旅行計画に AI ツールを活用する予定があると回答したのは全体の 62.2%で、その内訳は大学生 (75.0%)、社会人 (58.4%) でした。ツールは ChatGPT (OpenAI) (32.0%) が最多で、Gemini (Google) (24.9%) が続きます。さらに旅行サイト内蔵の AI アシスタント (じゃらん・楽天トラベル等) (10.8%) の利用も広がるなど、情報収集から旅程の組み立てまでを AI に頼ることを当たり前とする Z 世代の「AI ネイティブ」としての特徴が、旅行計画の場面でも如実に表れています。

■ 海外旅行から国内旅行へのニーズシフト状況



国内旅行のみを予定している回答者のうち、「もともと国内のつもりだった」は 46.3%にとどまり、残る 53.7%が何らかの事情により海外旅行ニーズから国内旅行ニーズへとシフトしていました。シフトの主な理由は「円安・物価高の影響」(19.5%)、「世界情勢(戦争・テロ・感染症リスクなど)への不安」(18.8%)、「航空券・ホテルが高すぎる」(17.4%)と、コスト面と安全面の両方が国内シフトを後押ししている様子がうかがえます。

属性別では、大学生の「世界情勢への不安」(36.0%)が、社会人(15.3%)の2倍超に上ります。一方、社会人は「もともと国内のつもり」(50.0%)が多数派であり、国内旅行を選ぶ傾向が見られます。

■ 調査コメント: 「Z世代トレンドラボ byGMO」主任研究員 神津洋幸

本調査で特に注目されるのは、旅行計画への AI 活用の急速な浸透です。Z 世代の 6 割以上が旅行計画に AI を使うと回答しており、大学生ではその割合が 75%に達しています。仕事での効率化ツールとしてだけでなく、休暇の計画立案という日常的な場面においても、AI を当たり前のように使いこなす「AI ネイティブ」としての姿が鮮明に表れています。

また、旅行先の国内シフトの実態も見逃せません。「もともと国内派」というより、円安・物価高・世界情勢という三つの外部要因が海外旅行の選択肢を狭めているのが実情です。Z 世代は社会や経済の変化に対してリアルタイムで敏感に反応し、行動を柔軟に変える特性を持っています。その特性が旅行先選びにも色濃く表れており、旅行業界にとっては国内旅行の高付加価値化や、安全・安心をキーワードにした情報発信が一層重要になるでしょう。

Z 世代は旅行においても「体験の質」と「コストパフォーマンス」を同時に追求する傾向が強く、AI を活用しながら自分に最適な旅を設計する「旅の DIY 化」が進んでいます。AI 検索や AI ツール経由でも届くコンテンツ設計と、SNS での口コミ喚起を組み合わせたアプローチが、Z 世代への旅行マーケティングでは欠かせません。

【調査結果のご提供について】

上記項目以外の調査結果や詳細データもご用意しております。ご希望の報道関係者様はお気軽に「Z世代トレンドラボ byGMO」（E-mail：Zlab@koukoku.jp）までお問い合わせください。報道関係者様限定での提供となります。あらかじめご了承ください。

【「Z世代トレンドラボ byGMO」について】

「Z世代トレンドラボ byGMO」はZ世代の内面に隠れている本音や感情、価値観（インサイト）を深く理解し、企業が直面するコミュニケーション課題の解決を支援するマーケティングサービスです。当社が独自に保有するZ世代インフルエンサー会員組織および、国内最大規模の調査パネル^(※2)を活用し、若年層に特化したマーケティング活動を多角的に支援いたします。

・「Z世代トレンドラボ byGMO」によるトレンド調査やインタビュー記事

URL：<https://www.koukoku.jp/truemarketing/genzlab/>

(※2) 調査モニターはGMOインターネットグループでインターネットリサーチ事業を展開するGMOリサーチ&AI株式会社が提供する国内3,934万人（2026年4月現在）の「JAPAN Cloud Panel」と連携しています。

【GMO NIKKO について】（URL：<https://www.koukoku.jp/>）

GMO NIKKO は、デジタルを軸に新たな価値を創出する総合マーケティング支援企業です。1992年の創業以来、マーケティング分野で培った豊富な知見とノウハウを活かし、お客様の課題解決に取り組んできました。現在は、GMOインターネットグループでインターネットインフラ事業と広告・メディア事業を担うGMOインターネット株式会社の連結会社として、AIをはじめとする最先端のテクノロジーを活用した自社開発サービスを提供。広告主企業様のブランディングや顧客ロイヤリティの向上、メディア企業様の収益最大化を支援しています。私たちは「Surprising Partner.」をビジョンに掲げ、常にお客様の期待を超えるかけがえのないパートナーであり続けます。

以上

【報道関係お問い合わせ先】

- GMOインターネット株式会社
広報担当 酒井
TEL：03-5313-9226
お問い合わせ：<https://internet.gmo/contact/press/>

- GMOインターネットグループ株式会社
グループ広報部 PR チーム 田部井
TEL：03-5456-2695
お問い合わせ：<https://group.gmo/contact/press-inquiries/>

【本件に関するお問い合わせ先】

- GMO NIKKO 株式会社
Z世代トレンドラボ
主任研究員 神津
TEL：03-5456-6630
E-mail：Zlab@koukoku.jp

【GMO NIKKO 株式会社】（URL：<https://www.koukoku.jp/>）

会社名	GMO NIKKO 株式会社
所在地	東京都渋谷区道玄坂1丁目2番3号 渋谷フクラス
代表者	代表取締役 社長執行役員 佐久間 勇

事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ■総合マーケティング支援事業 -デジタルマーケティング事業 -パートナーセールス事業 -ツール・ソリューション事業 -アプリマーケティング事業 -メディア事業
資本金	1億円

【GMO インターネット株式会社】 (URL : <https://internet.gmo/>)

会社名	GMO インターネット株式会社 (東証プライム市場 証券コード : 4784)
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役 社長執行役員 伊藤 正
事業内容	<ul style="list-style-type: none"> ■インターネットインフラ事業 ドメイン登録・販売 (レジストラ) 事業 クラウド・レンタルサーバー (ホスティング) 事業 インターネット接続 (プロバイダー) 事業 ■インターネット広告・メディア事業
資本金	5億円 (2026年3月末時点)

【GMO インターネットグループ株式会社】 (URL : <https://group.gmo/>)

会社名	GMO インターネットグループ株式会社 (東証プライム市場 証券コード : 9449)
所在地	東京都渋谷区桜丘町 26 番 1 号 セルリアンタワー
代表者	代表取締役グループ代表 熊谷 正寿
事業内容	<p>持株会社 (グループ経営機能)</p> <ul style="list-style-type: none"> ■グループの事業内容 インターネットインフラ事業 インターネットセキュリティ事業 インターネット広告事業・メディア事業 インターネット金融事業 暗号資産事業
資本金	50億円

Copyright (C) 2026 GMO NIKKO Inc. All Rights Reserved.