

**世界中の旅行者の50%が2013年の旅行予算を増やすことを計画、  
 世界の宿泊事業者の68%が2013年のビジネス採算を明るいと予測**  
**トリップアドバイザー 世界最大規模の旅行動向調査「トリップバロメーター2013」を発表**

世界最大の旅行口コミサイトTripAdvisor®（トリップアドバイザー、本社：マサチューセッツ州ニュートン、NASDAQ：TRIP、CEO：スティーブン・カウファー、日本語版サイト：<http://www.tripadvisor.jp>）は、全世界の宿泊事業者および旅行者を対象にした世界最大規模\*の旅行市場動向調査「トリップバロメーター」を発表しました。この調査は、トリップアドバイザーがエデルマン傘下の調査会社 StrategyOne に委託して、3万5000件を超える旅行者および宿泊事業者の双方からの回答をまとめたものです。

2013年の旅行業界の見通しに関しては、全世界で50%の旅行者が2013年の旅行予算を前年より増やすと前向きに回答しており、特にアフリカ(75%)、中東(75%)、南米(58%)からの旅行者でその比率が高くなっています。また宿泊事業者側でも、世界平均で68%が、2013年のビジネスの採算を明るいと予測しており、特に北米(82%)、南米(77%)、アジア(72%)の事業者で、強気の予測が見られる結果となりました。

一方で日本の旅行者は、32%が予算を増やすと回答するにとどまりましたが、減らすと回答したのは16%で、据え置き(52%)もしくは増加という傾向が見られました。日本の宿泊事業者も2013年のビジネスの採算に関して明るい見通しを示したのは21%にとどまり、49%が前年並みと回答しています。

**旅行者の回答**

2013年の旅行予算	増やす	前年並み	減らす
日本	22%	52%	16%
アジア	49%	39%	12%
グローバル平均	50%	37%	14%

**宿泊事業者の回答**

2013年のビジネス見通し	明るい	前年並み	暗い
日本	21%	49%	29%
アジア	72%	20%	8%
グローバル平均	68%	21%	10%

2013年の宿泊価格に関しては、世界的に前年比較で据え置きとする傾向となりました。特に日本では、75%が据え置きと回答しています。

**宿泊事業者の回答**

2013年の宿泊価格	値上げ傾向	据え置き	値下げ傾向
日本	21%	75%	3%
アジア	42%	51%	4%
グローバル平均	40%	52%	4%

## オンラインが口コミを拡大！旅行者の85%が、SNSが旅先の決定に影響。最も信頼する情報源は口コミサイト

グローバルの平均で85%の旅行者が、前回の旅先の決定に際して、ソーシャルメディアに投稿されたコメントや写真などが影響したと回答し、ソーシャルメディアの影響力の強さが際立つ結果となりました。日本の旅行者においても90%が影響したと回答しており、インドネシア（90%）、タイ（94%）、インド（90%）、マレーシア（95%）とアジアの国々で、特に強い影響があることがわかりました。また旅行の計画に関して、最も役に立った情報ソースとしては、グローバルの平均でも日本人の旅行者においても旅行口コミサイトが1位だった一方、グローバルでは2位がオンライン旅行サイト、3位が旅行会社のウェブサイト、日本では2位が旅行パンフレットや旅行ガイドブック、3位が旅行会社のウェブサイトと、大きく異なる結果になりました。

### 旅行者の回答

最も役に立った情報ソース	日本	アジア	グローバル平均
旅行口コミサイト	30%	27%	38%
オンライン旅行サイト	16%	16%	19%
旅行会社のウェブサイト	18%	20%	16%
友達や家族からの情報	6%	8%	10%
旅行パンフレットや旅行ガイドブック	21%	16%	6%
ソーシャルメディア	4%	7%	4%
旅行会社の窓口	16%	3%	4%
その他	3%	2%	3%

### モバイルの活用、宿泊施設と旅行者で大きなギャップ

今回の調査では、日本人旅行者の70%がモバイル端末からの予約が有効と回答しており、92%の宿泊事業者がモバイル端末からの予約機能が重要であると回答しています。一方で、実際にモバイルを活用している日本の宿泊事業者は全体の49%にとどまり、うち実際に予約機能を持っているのは前述回答施設の69%（全体の3割程度）にとどまっており、モバイル端末の活用には、需要と供給で大きなギャップがあることがわかっています。

トリップアドバイザービジネス担当取締役のクリスティン・ピーターセンは「トリップバロメーターは、世界の旅行者が何を計画し、宿泊事業者が顧客のニーズに応えるために何をすべきかの指針を示すものです。旅行者が旅の計画や調査にデジタルチャンネルを頻繁に活用し始めたことで、口コミは多くの人に一瞬で広まるものとなり、オンラインでの予約はもはや一般的なものとなりました。次はステップはモバイルです。新たな旅行マーケットが、デスクトップを飛び越して、モバイル端末へと移行し始めていることを調査は示しています」と語っています。

トリップバロメーターの調査詳細やサマリー、調査結果のインフォグラフィックスなどの資料は、下記の特設サイトでご確認いただけます

<http://www.tripadvisortripbarometer.com/Japan>

#### \*調査方法：

「トリップバロメーター」は、トリップアドバイザーと StrategyOne が、2012年12月～2013年1月にかけてオンラインで実施したものです。世界7エリア、26カ国から合計3万5042件の回答が寄せられ、うち1万5595件が旅行者、1万9447件が宿泊事業者からの回答で、世界最大の消費者および業界を横断した旅行関連の調査となっています。

トリップアドバイザーとは：

トリップアドバイザー（本社：米国マサチューセッツ州ニュートン、NASDAQ：TRIP）は、旅行者が最高の旅行を計画し実行するための世界最大の旅行サイト。トリップアドバイザーは、旅行者の実体験に基づくアドバイスと、幅広い旅行の選択肢および予約ツールとシームレスにつながったプランニング機能を提供しています。世界最大の旅行者のコミュニティとして、世界30カ国でサイトを展開し、月間ユニークユーザー数6000万人、7500万件以上のクチコミ情報を掲載しています(中国ではdaodao.comとして運営)。

TripAdvisorおよびTripAdvisorのロゴは、TripAdvisor Inc.の米国およびその他の国における商標または登録商標です。その他すべての商標は、それぞれの所有者の所有物です。

お問合せ先

トリップアドバイザー株式会社 広報部 三橋竜二

Tel: 03-6416-9336 E-mail: rmitsuhashi@tripadvisor.com