

報道関係者各位

2022年11月15日
ブッキング・ドットコム・ジャパン株式会社

ブッキング・ドットコム、2023年の旅に関する 6つの旅行トレンド予測を発表

～過去最多、32の国と地域にわたる24,000人以上の旅行者を調査！

2023年に人々が描く6つの「新たな旅のカタチ」とは?～



【2022年11月15日、日本発表】

「すべての人に、世界をより身近に体験できる自由を」を企業理念に、多種多様な宿泊施設や旅ナカ体験、旅行中のシームレスな移動手段を提供する世界最大級の宿泊予約サイト Booking.com の日本法人 ブッキング・ドットコム・ジャパン株式会社（本社：東京都港区 以下：ブッキング・ドットコム）は、調査対象が過去最多の32の国と地域にわたる、24,000人を超える旅行者*を対象とした「2023年の旅行に関する調査」を実施しました。その調査結果を独自のデータと知見と併せて考察し、2023年の6つの旅行トレンド予測を発表します。

本調査では、世界の旅行者の72%（日本の旅行者の66%）が「現下の不安定な世界情勢や混乱の中でも旅をする価値はある」と回答したことから、旅行者は2023年の旅について、今までよりも前向きに捉えているとブッキング・ドットコムは予想します。戦争やインフレ高進、気候変動など世界中で不安定な状況が続いているにも関わらず、人々の旅に対する姿勢は変化しており、2023年には旅行者は混乱した世の中に適応し、今の時代に合った「新たな旅のカタチ」を模索していくことが予測されます。

■ 2023の旅行トレンド一覧

- 1.自然の中のシンプルかつミニマムな「オフ・ザ・グリッド」旅
- 2.カルチャーショックを経験する異文化な旅
- 3.古き良き時代を思い起こさせるノスタルジックな旅
- 4.チームビルディングを目的とした社員旅行
- 5.節約して贅沢旅
- 6.制限や不安なしのバーチャル旅

1.自然の中のシンプルかつミニマムな「オフ・ザ・グリッド」旅

ここ数年、パンデミック等の影響から心休まらない日々が続いたため、日常の生活から離れたと感じるようになった人が多いのではないのでしょうか。2023年は、普段の生活から大きく環境が異なる大自然の中で、シンプルな生活をしたい旅行者が増加するとブッキング・ドットコムは予測します。本調査では、世界の約半分の旅行者（世界：44%・日本：31%）は、「必要最低限のものだけで生活するような旅」や「基本に立ち返ることができる旅」を望んでいると回答し、また世界の旅行者の55%（日本の旅行者の38%）は「非日常を味わうための自然に囲まれた『オフ・ザ・グリッド』な休暇」を求めていると回答したことから、電気、ガス、水道などの公共事業に依存せず、独立した方法で生活する「オフ・ザ・グリッド」な旅やエコフレンドリーで自然に囲まれた旅が人気となることが考えられます。



さらに、世界中の旅行者の58%（日本の旅行者の45%）は、「サバイバルスキルを学ぶ機会として旅を活用したい」と回答し、「きれいな水を調達する方法」（世界：53%・日本：58%）、「火をおこす方法」（世界：42%・日本：23%）、「自然の中で食料を探す方法」（世界：39%・日本：21%）、さらには「世界の終わりに備える術」（世界：39%・日本：23%）を学びたいと回答していることから、旅行者は現在の世界情勢に伴い、新たな旅の目的を見つけ出していることが伺えます。

2. カルチャーショックを経験する異文化な旅

パンデミックによって世界各地を訪れることが難しくなり、人々は身近な場所で過ごすことを余儀なくされました。世界中で旅に関する規制が緩和されたことによって、これまで訪れることのできなかった異国を訪れ、今まで経験できなかった新たな体験を求めている旅行者が増えているのではないのでしょうか。本調査では、世界の旅行者の50%（日本の旅行者の31%）が2023年には「カルチャーショックを経験したい」と回答し、51%（日本：31%）が「まったく異なる文化や言語を持つ場所へ旅をしたい」と回答したことから、旅行者は異文化体験ができる旅先を訪れたいことが伺えます。



また、世界の旅行者の73%（日本の旅行者の60%）は、「自分の限界を試すような『快適な環境を抜け出す』旅に出かけたい」と回答し、30%（日本：30%）は、「まだ注目されていない穴場スポットがある都市の探索をしたい」と回答したことから、2023年は定番の旅先よりも、ユニークな旅や冒険ができる旅を後押しするようなニッチな体験が人気となると予測しています。さらには世界の旅行者の28%（日本の旅行者の27%）が「2023年は片道切符を買って、本能のおもむくままに旅をしたい」と回答し、今まで旅に行くことが難しかった分、人々の「好きな時に好きな場所へ自由に訪れたい」という願いが強まったのではないのでしょうか。

3. 古き良き時代を思い起こさせるノスタルジックな旅

不安定な世界情勢によって、人々はよりシンプルな時代や古き良き時代を想起させるような旅に興味を示していることが判明しました。世界の旅行者の88%（日本の旅行者の80%）は2023年に「ノスタルジックな旅に行きたい」と回答し、世界の旅行者の23%（日本の旅行者の20%）は、「過去のセンチメンタルな記憶を呼び起こすような体験を追い求めている」と回答し、レトロ映画に登場する場所を訪れることや修学旅行のような気分を味わうために、主要な交通手段としてバスを選ぶ旅行者も増えるのではないのでしょうか。また、世界の旅行者の54%は「家族との再会を目的とした複数世代での旅に行きたい」と回答しており、2023年においては、家族と一緒にノスタルジックな旅先を訪れる旅行者が増えると予測されます。



4. チームビルディングを目的とした社員旅行

2022年に普及したリモートワークやハイブリッドワークなどの新たな働き方は、2023年には定着し、働く環境が変化する中で、従業員のニーズも変化し続けていると考えられます。本調査は仕事と旅との関係について明らかにし、世界の旅行者の66%（日本の旅行者の58%）が「2023年には休暇の時間は一切仕事をしない時間にしたい」と回答したことから、多くの旅行者はワーケーションよりも、旅中は旅の時間を思いっきり楽しみたいと考えていることが伺えます。



次に、ビジネス旅行について調査をしたところ、従業員はチームの絆を高める機会を求めていることがわかりました。世界の旅行者の49%（日本の旅行者の37%）が「休暇中に仕事をするつもりはない一方で、社員旅行や慰安旅行があれば参加を検討する」と回答し、44%（日本：28%）は、「絆が深まるような社員旅行を雇用主が計画してくれること」に期待を寄せています。さらに、51%（日本：36%）は、「リモートワークやハイブリッドの就労形態へのシフトによって浮いた予算を雇用主が社員旅行や慰安旅行に当ててくれることを望んでいる」と回答しており、2023年はチームビルディングや社内レクリエーションに重点を置いた、社員旅行や慰安旅行の人気の高まること予想されます。また、このような社員旅行は企業側にもメリットがあり、世界中の旅行者の59%（日本の旅行者の41%）が「新しい場所を探索することで仕事の生産性が向上するだろう」と回答しています。

5.節約して贅沢

世界の旅行者の50%（日本の旅行者の34%）が「旅にお金を使うことは厭わない」と回答している中、68%（日本：61%）は「コスパの高い旅を求めている」と回答しています。予算の活用方法を工夫して旅をする人が多くなることに加えて、世界の旅行者の63%（日本の旅行者の67%）はセールやおトク情報を利用し、世界の旅行者の60%（日本の旅行者の40%）は、割引やロイヤルティプログラムを利用して高いコスパを追求することが明らかになりました。人々にとって旅は優先事項であり続ける一方で、予算の活用方法を工夫しながら旅をする人が多くなることが伺えます。さらに、世界の旅行者の53%（日本の旅行者の52%）はオフシーズンの旅先を訪れることや、移動に長い時間がかかったとしてもお金を節約しようと考えており、世界の旅行者の61%（日本の旅行者の55%）は「よりお得に旅ができるように前もって旅を計画する」と回答しています。さらには、世界の旅行者の55%（日本の旅行者の45%）が、予算を効果的に使うために、「複数の短い休暇ではなく1回か2回の長期休暇を選ぶ」と回答しています。



旅への予算を組み、コストパフォーマンスを求める旅行者が増加する一方で、世界の旅行者の49%（日本の旅行者の38%）は、「この2、3年間で旅に行けなかった分、休暇中はいつもより贅沢にお金を使うつもりである」と回答し、43%（日本：42%）は、「旅を最大限に楽しみ、すべての体験を価値のあるものにするために贅沢をしたい」と回答しており、自身にとって大切なことであれば贅沢をしても構わない、と考えている旅行者も多く見受けられました。

6. 制限や不安なしのバーチャル旅

世界の旅行者の43%（日本の旅行者の38%）が、「来年は旅先を選ぶ際のインスピレーションとして仮想現実（VR）を検討するつもりである」と回答し、世界の旅行者の35%（日本の旅行者の29%）が「数日間のVR旅行に出かけてみたい」と回答したことから、世界中でメタバースが浸透しつつある中、旅行業界にも大きな影響を与えることが予想されます。メタバース内で世界のあらゆる場所を再現できることによって、旅行者は物理的な制限を受けることなく、一年を通してさまざまな旅行体験ができるようになります。さらに、2023年以降のバーチャル旅行は、ユーザーとのコミュニケーションに触覚を利用する「触覚フィードバック」によって、体験者は砂の柔らかな感触や太陽の暖かさなど、様々な感覚を感じることができ、さらなる没入型体験となることが期待されます。



世界の旅行者の46%（日本の旅行者の37%）が、「以前は旅先として検討していなかった場所でも、バーチャル体験をした後なら検討する可能性が高まる」と回答し、新しい場所を訪れることに不安を感じていた人々でも、メタバースの普及によって旅の選択肢が増えることが予測できます。一方で、メタバースは新たな旅のカタチを提供するようになるものの、世界の旅行者の60%（日本の旅行者の69%）が「バーチャル体験で行きたい場所を訪れたからと言って、実際にその場所を訪れる体験に匹敵するものはない」と回答しており、実際の旅への需要は減らないと考えられます。

ブッキング・ドットコムの上級バイスプレジデント兼CMO、アルヤン・ダイクは次のように述べています。

「この2、3年間で私たちが何か学びを得たとすれば、旅行が当たり前ではないということです。今年の旅行トレンド予測の調査では、容赦なく続く不安定な状況の中、人生の舵を自分で取りたいという気持ちの表れとして、相反するような行動傾向が人々の間で見られることがわかりました。それは、日常的に目にするつらい現実に対抗するかのよう、旅行を通して素直に幸福や現実逃避を楽しみたいという願望を示しています。そのためブッキング・ドットコムでは、今後もすべての人が自分らしい旅の喜びをご自身に合った方法でスマートに楽しんでいただけるように、引き続き取り組みを進めてまいります。」

2023年の旅行トレンド予測のレポートをダウンロードするには、[こちら](#)にアクセスしてください。

調査方法

12023年の「旅行トレンド予想」に関する調査はブッキング・ドットコムによって、今後12～24ヶ月間以内に出張またはレジャー・観光目的で旅行に出かける予定のある成人を対象に行われたものです。32の国・地域の計2万4,179名の回答者（内訳：アルゼンチン1,014名、オーストラリア1,006名、オーストリア505名、ベルギー504名、ブラジル1,009名、カナダ503名、中国1,009名、コロンビア1,010名、クロアチア505名、デンマーク505名、フランス1,010名、ドイツ1,001名、香港500名、インド1,005名、アイルランド504名、イスラエル504名、イタリア1,008名、日本1,003名、メキシコ504名、オランダ502名、ニュージーランド1,007名、ポルトガル1,009名、シンガポール507名、韓国1,008名、スペイン1,001名、スウェーデン505名、スイス508名、台湾500名、タイ504名、イギリス1,006名、アメリカ1,009名、ベトナム504名）が対象となりました。調査は、オンラインアンケートで2022年8月に集計されたものです。

###

ブッキング・ドットコムについて

1996年にアムステルダムにて設立。Booking Holdings Inc. (NASDAQ : BKNG) の一部として、また安全に旅行ができる日のため、「すべての人に、世界をより身近に体験できる自由を」を企業理念に掲げ、世界中のお客様に思い出に残る体験や効率の良い移動手段、そしてホテルからバケーションレンタルに至るまで多種多様な宿泊施設への予約をワンストップで提供しています。世界最大の宿泊施設数を誇り、リスティング数は2,700万件以上。そのうち620万件以上が旅館や民泊などの宿泊施設です。サービスは44言語で提供、カスタマー・サービスは24時間・年中無休で対応しています。

企業情報は、「プレスルーム」をご覧ください。

<https://news.booking.com/ja/>