

報道関係者各位

2017年10月26日
ブッキング・ドットコム・ジャパン株式会社

1億件以上の口コミと、日本を含む26ヶ国1万9,000人以上を対象に調査を実施！
ブッキング・ドットコムが、2018年の「旅行業界8大トレンド」を予測
～外国人旅行者と日本人旅行者の旅に対する考えにギャップあり?!～

[2017年10月26日：日本発表] 世界最大のオンライン宿泊予約サイト Booking.com（ブッキング・ドットコム）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 代表：アダム・ブラウンスティン 以下：ブッキング・ドットコム）は、1億2,800万件以上のクチコミ、および、日本を含む26ヶ国・1万9,000人以上を対象にしたアンケート結果をもとに2018年の旅行トレンドを予想し、発表いたします。

1. **最先端テクノロジーを活用し事前に旅を「体感」**



2018年には、行き先や宿泊施設を予約する前に、最先端テクノロジーを駆使して下調べをする人が増えると予想されます。AI（人工知能）やデジタルテクノロジーが急激な進化を遂げる中、世界のアンケート回答者の29%が、『旅の履歴などにもとづき、AIに旅行計画を立ててもらうことに不安はない』と回答し、日本人も29%が同様に回答しました。さらに50%が、『質問や疑問が解消してくれさえすれば、人による対応でも機械による対応でも構わない』と答えるなど、旅行のさまざまなシーンにおいてテクノロジーの使い方や接し方が変わってきていることが伺えます。

ほかにも世界の回答者の64%が、『支払いの決断をする前に、バーチャルリアリティ等による疑似体験をしたい』と答え、日本人も45%が同様に回答しています。さらに50%が、旅先やアクティビティのおすすめ等カスタマイズされた情報を見ると購買意欲が高まると回答しており、2018年は、テクノロジーのさらなる進化によって旅行計画の手間や悩みが軽減されることが予想されます。

2. バケツリストを叶える旅



世界の回答者の45%が『旅行のバケツリスト(死ぬまでに一度は行きたい場所や、やりたいこと)を持っている』と答え、そのうち82%が『2018年にはそのリストにある場所へ行きたい』と回答。一方日本人も44%の回答者が旅行のバケツリストを持っており、68%の人はそのリストにある場所へ行くと考えています。

「モノ」よりも「体験」を求める人が増えるなか、より記憶に残るような、素晴らしい旅行に行きたいという欲求も高まっています。欲しいものがすぐに手に入るという最新テクノロジーの恩恵を受けている反面、待つということに対する耐性が下がってきた人が増え、2018年こそ夢を叶える年にすると予想できます。

世界のアンケート回答者のバケツリストに一番多く挙げられるのが、『世界七不思議と呼ばれる場所に行く』ことで、47%が『2018年中に行きたい』と回答。次に35%が『旅先の名物料理を試したい』、34%が『南国の楽園に行きたい』、34%が『世界的に有名なテーマパークに行きたい』と答えています。ほかに、28%が、『そこにしかない文化的イベントに行きたい』と答え、27%が『習い事を新たに始めたい』、25%が『車や電車で行く長旅に出たい』、25%が『辺境の地へ行きたい』と回答しています。一方日本人は、58%が『旅先の名物料理を試したい』、27%が『世界的に有名なテーマパークに行きたい』、23%が『世界七不思議と呼ばれる場所に行く』という結果になりました。

3. 思い出を巡る旅



行ったことのない場所へ行きたい人もいれば、子供のころの思い出を辿りたいという人もいます。世界のアンケート回答者の34%が『2018年に子供のころに行った場所へ再度訪れたい』と回答。懐かしい気持ちを味わいたいと考える人は多く、子供のころの一番良い思い出として家族旅行を挙げる人の数は、『初恋の人』や『飼っていたペット』を挙げる人を上回りました。

特に18～34歳のミレニアル世代の44%が、『家族旅行で行った場所へもう一度行きたい』と回答し、日本人は世界の平均を上回る45%が回答。また世界の回答者の60%が、『2018年の旅行中は毎日SNSに投稿する予定』と答え、友達や知人の思い出深い場所の写真を2018年は目にする機会が増えるかもしれません。

4. SNS や、ポップ・カルチャー巡礼旅



世界のどこにでも行けるようになり、SNSなど情報源が多様になった今、人々は様々なメディアを通して旅行に関する情報を探しています。最新トレンドやエンターテインメント、食、歴史など、自分の趣味や好みに沿った旅先を探す人が増え、2018年にはテレビ番組、映画、スポーツ、SNSなどが持つ影響力がさらに増すと予想されます。世界の回答者の39%が、『ブログやユーチューバーなどのおすすめを頼りにする』と答え、36%が『2018年にはテレビ番組、映画、PVのロケ地への巡礼を考えている』と回答。さらに22%がスポーツイベントへの生観戦に興味を持っており、うち43%がワールドカップ観戦のためにロシア行きを検討しています。

5. 美と健康の旅



「美と健康の旅」の人気は 2018 年も続くと予想されます。美と健康の旅を計画している世界の人は 2017 年の 10%から、2018 年には 20%にも増え、日本人も 5%(2017)から、9%(2018)に増加しました。

世界の回答者の 56%が『2018 年にはウォーキングまたはハイキングの旅行に行きたい』と答えており、ほかにも、2018 年に注目を集めているのが『スパやトリートメントの旅』(33%)、『サイクリングの旅』(24%)、『ウォータースポーツの旅』(22%)、『デトックスの旅』(17%)、『ヨガの旅』(16%)、『ランニングの旅』(16%)、そして『瞑想の旅』(15%)でした。また、59%の人は『休暇中は「モノ」よりも「体験」を優先する』と答えており、41%の日本人も同様に考えています。世界で一番多く回答があった、56%の『2018 年にはウォーキングまたはハイキングの旅行に行きたい』に対して日本人は 33%と、世界よりだいぶ低い数値となりました。

6. コスパ重視旅



国籍に関わらず多くの旅行者にとってコストパフォーマンスは重要な要素です。世界の回答者の 48%が『旅先の経済状況を考慮する』と答え、47%が『2018 年の旅行の計画には為替レートを考慮する』と回答。さらに『空港の免税店をもっと利用する』と回答した人が 30%おり、26%が『海外のほうが自国よりも安いので、買い物をする旅に行く』と答えています。

更に、アンケート回答者の 57%が『パッケージツアーではなく個人で手配する旅行を検討している』と回答しており、アプリなどのテクノロジーを駆使して、自分でカスタマイズした最もおトクな旅行に出かけることに重きを置いているようです。日本人はこれに対して、53%が同様に回答しており、世界中で旅に対する「カスタマイズ化」が重要視されています。

さらに世界の 44%が『2018 年には旅行アプリをもっと利用する』と答え、41%が『旅行中のアクティビティもスマートフォンを活用し検討する』と回答。GPS 機能による宿泊施設へのルート案内など、スマホの活用が増える中、旅行者の自由度も高まっていると考えられます。コスパという面では意外にも日本人はあまり気にしていないという結果が出ております。(※詳細は別途資料参照)

7. 友達と思い出づくり旅



2018年の旅行計画における同伴者について調査した結果、もっとも伸びが見られたのが『友達との旅行』で、世界的に2017年の21%から25%に増えました。日本人も2017年の21%から2018年には22%に増えました。これは旅行目的の「モノ」から「体験」へのシフトと考えられ、仲の良い友達と楽しい思い出が作りたいという人が増えているようです。またアンケート回答者の42%が、『友達と一緒に泊まることで、一人では高いと感じる宿泊施設にも泊まることできる』と回答し、経済的な理由も背景にあるようです。

8. バケーションレンタル旅



そして最後に2018年は、バケーションレンタル(民泊を含む、長期滞在型宿泊施設)の年にもなりそうです。世界の回答者の33%が『別荘やアパートメントなどのバケーションレンタルに泊まりたい』と回答し、21%が『自分の部屋や別荘を宿泊予約サイトに掲載させてみたい』と考えている一方、日本人は12%が同様に回答しており、世界と日本人の感覚にまだギャップがあると考えられます。

旅行者による宿泊施設のオーナーへの期待度は割りと高く、世界の25%が『オーナーに対し、名物料理や観光スポットなどの地元の情報の提供を期待する』と回答。一方、オーナーには必要な時に近くにおいてほしいものの、『過干渉はイヤ』という回答者は全体の30%で、12%は『オーナーと一切話したくない』

と答えており、オーナーはゲストとの適正距離を測ることが求められていることが分かります。

日本におけるブッキング・ドットコム

2009年に渋谷に最初のオフィスを開設。現在約350名以上の従業員が日本国内のオフィスで働いており、内200名以上がインハウスのカスタマーサービスのスタッフです。国内に、6つのオフィス(東京に2ヶ所、大阪、福岡、札幌、沖縄)があります。現在、国内では約1万4,000軒以上の宿泊施設の予約が可能(2017年8月時点)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されたブッキング・ドットコムは、オランダの小さなスタートアップ企業から、世界最大のオンライン宿泊予約サイトに成長しました。プライスライングループ(NASDAQ:PCLN)の一部であるブッキング・ドットコムは現在、世界70カ国・204のオフィスを設け、15,000人以上の従業員が所属しています。世界中人々に世界を体験していただくことを使命とし、気軽な旅を実現できるよう、最新の技術を取り入れています。ブッキング・ドットコムでは、アパートメント、家族経営のB&B(ベッド&ブレックファスト)スタイルの施設から、5つ星の高級リゾート、ツリーハウス、さらにはイグルーに至るまで、世界最大の宿泊施設数を提供しています。ブッキング・ドットコムのウェブサイトとモバイルアプリは、40の言語で利用でき、世界140万軒以上の施設を、228ヶ国と地域で12万以上の都市で提供しています。毎日、150万部屋以上が予約されており、お客様は24時間いつでも43の言語でサポートを受けることができます。ビジネスやレジャー等の用途に限らず、ブッキング・ドットコムで簡単に理想的な宿泊施設の予約が無料で行えます。

1996年に設立した、Booking.com B.V.はBooking.com™(<http://www.booking.com>)の運営会社で、The Priceline Group(NASDAQ:PCLN)グループのメンバーです。さらに詳しい情報は、<http://www.booking.com>をご参照ください。また、Twitter、Instagram、Facebookの公式アカウントを開設しています。

【報道関係者各位の問い合わせ先】

Booking.com PR事務局(株式会社イニシャル内) 担当: 中村/前岡
TEL: 03-5572-7332 FAX: 03-5572-6065 MAIL: booking.com@vectorinc.co.jp
ブッキング・ドットコム・ジャパン株式会社 広報担当: 岩崎健 MAIL: JapanPR@booking.com