

【ツーリズム EXPO ジャパン 2025 レポート】
Trip.com、航空・旅行アナリストの鳥海高太郎さんと
旅行トレンドと地方観光の未来についてトークセッションを開催！
～今夏はヨーロッパ、ハワイへの需要が回復傾向～



グローバルオンライン旅行サービスプロバイダーの Trip.com は、9 月 25 日（木）～28 日（日）までの 4 日間、Aichi Sky Expo（愛知県国際展示場）にて開催された、世界最大級の旅の祭典である「[ツーリズム EXPO ジャパン 2025](#)」に出展いたしました。

Trip.com のブースでは、今年の「ツーリズム EXPO ジャパン 2025」のテーマである「旅は“知”の再発見」を体現する展示として、アジアの旅行気分を楽しめる実物大トウクトウや、韓国の伝統衣装・提灯のフォトスポットなどを設置。旅行先の文化を身近に感じられる、インタラクティブな体験型ブースを用意し、多くの方にお越しいただきました。



また、9 月 26 日には航空・旅行アナリストの鳥海高太郎さんをお招きして、最新の旅行トレンドと地域観光の未来について、Trip.com 日本代表の高田智之とトークセッションをおこないました。本レポートでは、トークセッションの様様を詳しくお届けします。

トークセッションでは、「旅は“知”の再発見：旅行トレンドの最前線と地域観光の未来」というテーマのもと、2025 年上半期の旅行傾向や、秋冬のトレンド、旅とテクノロジーの関係について様々なテーマを取り上げました。

登壇者プロフィール



鳥海高太朗（航空・旅行アナリスト）

帝京大学理工学部航空宇宙工学科、共栄大学国際経営学部、千葉商科大学サービス創造学部非常勤講師。航空会社のマーケティング戦略を主研究に、自らも国内外を巡りながら体験談を中心に各種雑誌・経済誌などで執筆している。著書に「コロナ後のエアライン」（宝島社）などがある。



高田智之（Trip.com International Travel Japan 代表取締役）

徳島県徳島市出身。07 年にタイのホテルチェーンでホテル立ち上げに携わり、10 年ハイアット・オン・ザ・バンド上海入社。その後、国内外で営業戦略を推進し事業成長をけん引。22 年トリップドットコム・インターナショナルトラベルジャパン ホテル営業部カンントリーディレクターを経て、23 年より同社代表取締役社長。

【2025 年上半期の旅行傾向のふりかえり】

——国内外の需要回復についてどのようにご覧になっていますか？

高田：自然体験やアウトドア、隠れた名所など、新しい場所への関心が高まっています。大都市に加え、北海道や九州などの地方への注目度も上昇しています。また、ユニークな体験型宿泊や高級施設への支出が増加しており、持続可能な観光やウェルネス志向が拡大しています。シニア層はラグジュアリーやウェルネス滞在に関心があり、若年層はアドベンチャーやアクティビティなどのお祭りへの参加意欲が高いです。

——円安や物価高の影響もありますが、Trip.com のプラットフォームを通じて旅行先についてはどのように感じられていますか？

高田：日本のユーザーは引き続きアジア近郊が人気ですね。今年 9-10 月のフライト予約数は 1 位ソウル、2 位台北、3 位バンコク、4 位釜山、5 位香港と、韓国が 1 位と 4 位を占めており、人気のエリアです。韓国は地方も多いため、地方からも行く方も多いです。

【今年の秋冬のトレンド】

——インバウンドについてですが、訪日外国人旅行者の動きや注目の地方エリアはどう見えていますか？

鳥海さん：大阪、京都、東京、福岡が人気ですね。逆に神戸、横浜などの海沿いのエリアは自国でも楽しめるという思いからか、インバウンドは弱い。やはり食文化やアニメを楽しめるところが人気で、交通が便利というのも日本の良さだと思います。

——Trip.com の予約データから見えるインバウンドの流れはいかがでしょうか？

高田：TOP5 市場だと中国本土、香港、韓国、台湾、シンガポールの順に伸びてきています。

地方分散だと、福岡と沖縄はバランスよく増加しています。東京・大阪以外の都市への予約も増え、地方分散に貢献しています。

韓国からだ、ソウル発福岡行きが一番多いですが、東京・大阪もまだまだ多いです。意外にも、ソウル発上海行きも人気が高まっています。韓国からたくさん日本に観光客が来ていますが、他のエリアに行くこともコロナ明けのトレンドかと思います。今後は、日本の地方の魅力を伝えていく必要があり、そこを課題として感じています。

——円安下での旅行先の選ばれ方をどう見えていますか？

鳥海さん：円安の状況に慣れてしまった部分はありますが、まだまだ大変な状況です。旅行が贅沢品になってしまう部分もあると思います。私自身も旅行時のソフトドリンクはスーツケースにいらしています。あと、円安で留学ができなくなってきたというのがありますね。とはいえ、今年の夏は株価が上がった影響もあり、ヨーロッパやハワイに行く人も多い印象でした。

——アウトバウンドへの課題とその解決策を教えてください。

高田：鳥海さんのおっしゃる通り、ヨーロッパとハワイの旅行は戻り始めてきた印象です。しかし、日本では依然としてパスポートの所持率が低く、まずはそこからかなと思います。パスポートを持っている人には、まずは近場の旅行が人気ですが、Trip.com のユーザーリサーチでは、海外旅行に行きたい気持ちはあるが、言葉の壁や車の手配をどうするのか、ということが旅行のハードルになっているようです。

Trip.com では無料の翻訳や無料ラウンジの使用などを提供しています。また、ワンストップアプリなので航空券、ホテル、空港送迎、アトラクションの予約まで全てアプリで完結できます。現地で困ったことがあれば 24 時間カスタマーサポートもあります。旅行中に万が一、問題があっても助けてもらえるよね、という安心感が海外に行こうと思っている人の後押しになればと思っています。

【オーバーツーリズムについて】

——オーバーツーリズムについてですが、地域で見られる課題についてお聞かせください。

鳥海さん：オーバーツーリズムとは、簡単に言うと、観光客の増加により、現地の人が日常生活に支障をきたすことです。昔は観光客と地元住民との共存だったのが、今では地元住民、日本人観光客、外国人観光客と 3 つの軸になっています。外国人観光客が多いと、日本人観光客が減ってしまうため、日本人観光客を失わない戦略をとらないといけません。それを解消するのは予約制だと思います。例えば、京都では早朝特別拝観や、夜間の拝観などを実施しているところもありますが、それを日本人観光客向けに売ることができれば、ストレスフリーになるのではないのでしょうか。

あとは、観光地ではタクシーが捕まらない問題もあります。Trip.com の強みの一つに送迎サービスがありますよね。二次交通問題もありますが Trip.com ではどのような対策をしていますか？

高田：オーバーツーリズムと二次交通は密接な関係があります。Trip.com では、空港送迎サービスを世界中で展開しています。例えば、空港に到着したらお客様の名前を持ったスタッフが待っていて、ホテルや目的地まで乗せていってくれますし、バンコクの空港など、空港でのお出迎えが禁止されているところでは、Trip.com のカウンターで目的地へ行けるタクシーを手配することもできます。飛行機が遅れる場合もタクシーの運転手に事前に通知がいきますし、チャットでの会話が必要なきもお互いの言語のまま、チャットのやり取りができます。

【旅とテクノロジーについて】

——続いて、旅とテクノロジーについて伺います。旅行業界における AI 活用やテクノロジートレンドで注目している点はなんですか？

鳥海さん：私たちは知らないうちに AI サービスを使っています。チャット機能で日本語を入力すると、すぐに現地の言葉に変換されていきますよね。Trip.com でも AI を強化されていると聞きました。どのような機能があるのでしょうか。

高田：はい、Trip.com の AI に関して、一つは BtoB の事業者向けの AI 開発と、もう一つは BtoC の消費者向けの AI 開発があります。BtoC でいうと、AI はパーソナライゼーションを進めていくことで消費者にメリットがある必要があります。AI がキュレーションしている「Trip.BEST」という Trip.com 独自の旅行ランキングのデータも 1 億件以上のユーザーレビューやその他のデータを分析し、ホテル・レストラン・アクティビティをはじめとする高品質な施設や体験をランキングにしています。現地のありふれた情報がランキングになっていて、とても便利です。個人的にも、先日チベットへ旅行に行ったとき、「Trip.BEST」にランクインしているレストランに行ったら、とてもよかったです。

他にも、AI 機能でいうと「TripGenie」があります。簡単にいうとチャットボットですが、同時翻訳ができます。メニューをスキャンすると、料理名の翻訳だけでなくその料理の特徴まで教えてくれます。また、観光スポットで、カメラをランドマークに向けると、それが何なのか説明をしてくれます。全てアプリ内で無料で使えますし、そういった機能があることで、少しでも海外旅行の心理的ハードルが下がると嬉しいです。

【地方観光について】

——続いて、地方観光についてですが、お二人の共通点である「徳島」について、鳥海さんは徳島県の海外誘客アドバイザーをされていますが、活動を通じて感じる地方観光の魅力や課題はありますか？

鳥海さん：地方はまだまだ隠された魅力があります。課題となるのが二次交通だと思います。現金しか使えないタクシーも未だにあってるので、そこを解決していくことが重要だと思います。

——高田さんは徳島ご出身ですが、ご自身のふるさとを含め、地方観光や地域活性にどのような想いをお持ちですか？

高田：実は、2025 年 1-8 月の宿泊の伸び率が徳島県は全国一位でした。背景には国際便が初めて就いたということもあります。観光客の全員がレンタカーを運転できるわけではないので、地方ではなく東京や大阪などの都市部に集中してしまうこともあるのですが、二次交通問題を解決できれば、オーバーツーリズムについても分散できるのではないかと思います。徳島が試験的に二次交通問題の解決につながることで良いたと思います。外国人観光客にとっても、地方観光の需要と供給があったときに受け入れ体制も整っていけば、一步一步リピーターにつなげることができるのではないかと考えます。

【Trip.com のサポート体制について】

鳥海さん：最近海外 OTA ではトラブルが起きることがありましたが、Trip.com は本当に進化すると実感しています。周りからも、Trip.com でのトラブルがほぼなくなって信頼度が上がったという声を聞きました。最近特にサポートの重要性が高まっていますよね。

高田：ありがとうございます。Trip.com に着任して 3 年が経ちました。私が着任してから、提携販売による予約に関しては、提携販売チームを全て私の管理化におきました。転売問題に関しても Trip.com で

は、新しいパートナーとの提携は、私のサインをしないと提携ができない仕組みになっています。サプライヤーの扱いや、白タクシーの問題がありますが、Trip.com は厳しく取り締まっています。日本の法律やコンプライアンスは絶対守るということを徹底していますし、必要な部署は、日本の現地法人において、私の管理のもとで確実に運営をしています。そのため、トラブルは限りなくないようにしています。システムのバグなどは避けられないときもありますが、限りなく可能性は低いです。

【今後の旅行業界や地域観光について】

——それでは最後に、これからの旅行業界や地域観光に期待することをお聞かせください。

鳥海さん：IT の活用によって旅の可能性は広がります。SNS も旅行に行くきっかけになりますし、旅はリアルでないと成立しません。また、平和であること、そして健康であることが重要です。コロナ化を経て、また自由に旅行に行ける 때가やってきました。若いうちから、旅に行くことや、旅に興味をもってもらう若者を増やしていきたいですね。

高田：これまでの海外 OTA はどれだけスムーズに予約できるかが重要でしたが、AI の発達で、よりパーソナライズされ、責任とカスタマーサポートが重要になりました。テクノロジーをつかったサポートはユーザーに安心を与えます。今年の 2 月に能登へ旅行に行き、被災地をまわりました。第三次産業やインバウンドの力で二次交通を使って、海外旅行者が地方に行けるような、少しでも地方の応援ができるような企業になりたいですし、そういったところを今後も強化していきたいです。

Trip.com (トリップドットコム) について

Trip.com は、39 の国と地域の 24 言語および 35 の現地通貨に対応した国際的なワンストップトラベルサービスプロバイダーです。世界 220 の国と地域にある 150 万軒以上のホテルと、3,400 の空港を発着する 640 社以上の航空会社のフライト、そして 20 万以上のアトラクションや現地ツアー商品を網羅した巨大なネットワークを有する Trip.com は、24 時間年中無休の世界水準の多言語カスタマーサービスに加え、エジンバラ、東京、ソウルに設置されているカスタマーサービスセンターから、世界中の何百万人もの旅行者が作る「最高の旅行体験」をお手伝いしています。URL: <https://jp.trip.com>

[航空券検索はこちら](#) [ホテル検索はこちら](#)