

【エクスペディア・グループ】

日本を含む 17 地域、24,000 人の旅行者と業界のスペシャリストを対象に 2023 年の旅行トレンドに関する調査結果を発表 ～2023 年は正解のない「ノーノーマル(No Normal)な旅」が主流に～

エクスペディア・グループはこのたび、初めて、2023 年における[エクスペディア](#)と[ホテルズドットコム](#)および旅行業界全体の旅行者動向に関する調査結果を取りまとめ、2023 年の旅行トレンドを発表しました。

日本を含む 17 地域における 24,000 人の旅行者と業界専門家を対象とした調査、および当社が保有するデータに基づき、2023 年の旅行は、一様に「万人の向けの旅行トレンド」ではなく、正解のない「ノーノーマル(No Normal)」に定義される 1 年になることを示しています。

同調査から見てきた 2023 年のノーノーマルな旅行トレンドの詳細は以下のとおりです。

ストリーミングサービスの影響で旅行先を選ぶ人が増加

エクスペディアの調査によると、旅行におけるストリーミングサービスによる影響(15%)が、ソーシャルメディア(11%)を上回ったことが分かりました。さらに、ストリーミングサービスは旅行を考えるきっかけとなることも多く、友人や家族からのアドバイスと同じくらいの影響力があることが明らかになりました。

- 日本では、約半数にあたる 44%の旅行者がストリーミングサービスで見た番組をもとに旅行先を検討したことがあり、そのうち 36%の人が実際に旅行を予約しています。
- 上位にランクインした旅先は、日本国内以外にも、ハワイ、パリ、イタリア、オーストラリアなどとなりました。

文化の中心地である世界各国の大都市の人气が再燃

コロナ禍で移動が制限された直近の 2 年間は、国立公園や自然豊かな地域への旅行が注目されましたが、今再び文化の中心地である世界の大都市の人气が高まっています。旅行者が増加したエリアは、スコットランドの「エディンバラ・フリンジ」やシドニーの「ワールドプライド」、東京の「桜の名所」など、芸術や文化的イベントが本格的に復活しつつある大都市が多く含まれました。2023 年の人気旅行先は以下の通りです。

- エディンバラ(スコットランド)
- リスボン(ポルトガル)
- 東京(日本)
- ダブリン(アイルランド)
- ニューヨーク(アメリカ)
- シドニー(オーストラリア)
- ドバイ(アラブ首長国連邦)
- モントリオール(カナダ)
- ミュンヘン(ドイツ)
- バンコク(タイ)



お得な3つ星ホテルが人気に

旅行者は妥協することなく、より賢く旅行することを重視しています。日本では、半数以上(55%)の旅行者が以前にも増してコストパフォーマンスを重視するようになったと回答しました。ホテルズドットコムによると、3つ星ホテルへの関心は世界的にも20%以上高まっていることがわかりました。

また、日本の旅行者の54%が、2023年は1~3つ星ホテルに滞在する予定だと回答し、34%がアメニティや無料朝食などの追加サービス付きのプランを予約する予定だと回答しました。この結果から、人々の旅行に対する考え方は、コロナ禍後の「行きたかった旅行先リストの旅先を訪れる」という考え方から、「今行きたい旅行先に行く」という自発的なアプローチへと移行しつつあることがうかがえます。

15%の人が1、2回の豪華な旅行で贅沢をするよりも、お得な3つ星ホテルを選んで旅行の回数を増やしたいと回答しています。留意すべきは、星の数が少ないからと言って、必ずしもサービスの質が低いわけではないということです。メキシコ・トウラムの「[ウーナ ヴィーダ](#)」や、フランス・パリの「[ママ シェルター](#)」のように、世界には優れたアメニティやスタイリッシュなインテリア、ユニークな雰囲気を含み備えた3つ星ホテルが数多くあります。

新たなウェルネストラベル

日本人旅行者の33%はウェルネストラベルに前向きですが、2023年には従来のウェルネストラベルではなく、新たなウェルネス体験ができ、さらに面白いことを体験したいという人が増えることが予想されます。25~34歳のミレニアル世代の約半数となる49%が、新たなウェルネストラベルの楽しみ方を模索していると回答しており、このトレンドを牽引しています。

フランスの「[ロワール パレー・ロッジズ](#)」や、スイスの「[ホワイトポッド](#)」などのホテルは、この新たなトレンドを先取りし、最先端のプログラムや、自然を身近に感じることができる体験型アクティビティを提供しています。料理教室、ゴルフなどの各種スポーツ、座禅などの定番アクティビティよりも、森林浴や果物の収穫体験など、一風変わったアクティビティの人气が高まっています。

世界各地で話題のホテルが続々開業

進化する旅行者のニーズに応える新たなホテルが世界各地で続々と開業しています。ご当地レストランやコワーキングスペース、美しいインテリアを備えたホテルの数々が、単なる宿泊施設にとどまらないサービスを提供しています。アートに囲まれたロンドンのホテルや、ローマのラグジュアリーホテルなど、2023年注目のホテルは以下のとおりです。

- [ラ パルマ カプリ](#)(La Palma) イタリア・カプリ島
- [100 プリンセス ストリート](#)(100 Princes Street) スコットランド・エディンバラ
- [イコス・オディシア](#)(Ikos Odisia) ギリシャ・コルフ島
- [セレスティアル ケファロニア](#)(Celestial Suites) ギリシャ・ケファロニア島
- [1 ホテル ハナレイ ベイ | カウアイ島](#) プリンズヴィル
- [フォーシーズンズ リゾート タマリンド](#)(Four Seasons Resort Tamarindo) メキシコ、タマリンド
- [アリラ コタイファル・モルディブ](#)(Alila Kothaifaru Maldives) インド洋・モルディブ
- [シックス センシズ ローマ](#)(Six Senses) イタリア・ローマ
- [アトランティス ザ ロイヤル](#)(Atlantis The Royal) アラブ首長国連邦・ドバイ
- [アートテル ロンドン バターシー パワーステーションパワード バイ ラディソン ホテルズ](#)(art'otel London Battersea Power Station) イギリス・ロンドン



楽観的な業界が前進する

エクスペディア・グループが 2023 年の旅行動向を航空会社、ホテル、バケーションレンタルのホストなど、業界関係者の見識と共に発表したのは今回が初めてとなります。エクスペディア・グループは旅行パートナーの皆様に向けて作成したレポートの中で、このパンデミックによって旅行がどのように変化したかを明らかにしました。この調査では、2020 年以降で最も楽観的な見通しが示されています。世界の専門家の多くは、レジャー(71%)とビジネス(70%)の旅行が 2 年以内に 2020 年以前の水準に戻ると予想しています。パンデミック時には、気分転換を求める旅行者が多くを占めていましたが、今では海外旅行とビジネス旅行の復活に注目が集まっています。実際、世界の業界関係者の半数以上にあたる 51%の人々が、2023 年にはビジネスが自社の最優先事項になると回答しています。

業界関係者による別のリサーチ結果によると、旅行者は、サステナビリティ、包含性、利便性といった個人の価値観に沿った選択肢を選んでいることがわかりました。世界の旅行会社のうち 60%の企業は、自社のサービスが利用者にとって包括的で利用しやすいものになるよう、去年 1 年の間に改善を行っています。実際、サステナビリティはマーケティングと並んで 2023 年に最も投資すべき分野であり、日本の業界関係者の 4 人に 1 人にあたる 26%の人が 2023 年にサステナビリティに投資する予定であると回答しています。

「エクスペディアとホテルズドットコムから、2023 年の旅行がどのように変化していくのを見ることができません。今、私たちは、文化の中心地である世界の大都市への旅行や、ユニークで新しいウェルネストラベル、海や山だけではなく新たなアウトドアアクティビティなどへの需要の増加を目の当たりにしており、これらは、2019 年からトレンドとなっていた『ニューノーマル』という常識を終わらせ、私達が『ノーノーマル(No Normal)』と呼ぶ、自由な旅行に人々が踏み出していることを示しています。」

(エクスペディア・グループ ブランドチーム ジョン・ギーゼルマンのコメント)

※旅行パートナー向けの洞察と行動に関する業界レポートの全文は、「[Traveler Value Index 2023](#)」をダウンロードしてご覧ください。

※また、旅行者向けレポート「The No-Normal; Unexpected Travel Trends in 2023」の全文は、[こちら](#)よりご覧いただけます。

【調査方法について】

この調査は、エクスペディア、ホテルズドットコム、Vrbo、Wotif を含むエクスペディア・ブランドの委託を受け、グローバル戦略調査会社である OnePoll が実施しました。本調査は 2022 年 9 月 22 日から 10 月 14 日にかけて、北米、南米、ヨーロッパ、アジア太平洋地域で、17 地域 24,000 人の今後 36 カ月以内に、国内および海外旅行を計画している成人を対象に、オンラインで実施されました。

旅行者価値指数(消費者)調査は、2022 年 6 月～7 月にかけて、オーストラリア、ブラジル、カナダ、フランス、ドイツ、日本、メキシコ、南アフリカ、韓国、イギリス、アメリカを含む 11 市場の 18 歳以上の成人 1 万 1000 人を対象に、[ウェイクフィールド・リサーチ](#)がメールとオンラインにより実施した調査です。データは、信頼性の高い正確な表現ができるよう、加重平均して算出しています。本調査の誤差は、信頼度 95%で、全体レベルで±0.93、各マーケットで±3.1 となります。

旅行者価値指数(業界専門家)調査は、2022 年 6 月～7 月にかけて、オーストラリア、ブラジル、カナダ、フランス、ドイツ、日本、メキシコ、南アフリカ、韓国、イギリス、アメリカを含む 11 市場の旅行専門家各 100 人を対象に、[ウェイクフィールド・リサーチ](#)がメールとオンライン調査により実施したものです。いかなるサンプルの結果も、サンプリングのばらつきに左右されますが、そのばらつきの大きさは測定可能であり、インタビューの回数や結果を表すパーセンテージの水準に影響されます。本調査で実施した面接調査では、サンプルに含まれるすべての人に面接調査を実施した場合の調査結果と、1,100 人の回答者の合計で 3.0 ポイント、各地域の 100 人の回答者で 9.8 ポイントを超えるプラスマイナスの差が出ない確率は、100 分の 95 とされています。



【エクスペディア・グループについて】

Expedia Group, Inc. (NASDAQ : EXPE)は、当社のグローバルプラットフォームを通じて、あらゆる場所ですべての人々のために旅行サービスを提供しています。「旅行は人々を豊かにする」という信念のもと、私たちは皆様が新しい形で世界を体験し、持続的なつながりを築けるよう支援しています。パートナーの成長と成功を促進し、旅行者に思い出に残る体験を提供するために、業界をリードするテクノロジーソリューションを提供します。私たちの組織は、3つの柱で構成されています。グループの製品・技術戦略および製品提供に焦点を当てたエクスペディア プロダクト & テクノロジー (Expedia Product & Technology)、すべての消費者向けブランドを扱うエクスペディア・ブランド (Expedia Brands)、トラベル エコシステム全体における企業間ソリューションと関係を扱うエクスペディア フォービジネス (Expedia for Business) から構成されています。エクスペディア・グループ傘下の旅行サイトには、Expedia®、Hotels.com®、Expedia® Partner Solutions、Vrbo®、trivago®、Orbitz®、Travelocity®、Hotwire®、Wotif®、ebookers®、CheapTickets®、Expedia Group™ Media Solutions、CarRentals.com™および Expedia Cruises™が含まれます。

詳細については、www.expediagroup.com (英語) www.expedia.co.jp/ (日本語) をご覧ください。

© 2022 Expedia, Inc, an Expedia Group company はすべての著作権を保有しています。
商標およびロゴは、Expedia, Inc. の商標です。CST: 2029030-50

エクスペディアの公式ソーシャルメディアはこちら

([Instagram](#)、[TikTok](#)、[Pinterest](#)、[Twitter](#)、[YouTube](#)) をフォローしてください。

ホテルズドットコム公式ソーシャルメディアはこちら

([Facebook](#)、[Instagram](#)、[TikTok](#)、[Twitter](#))

THE NO-NORMAL

2023年の新たな旅行トレンド



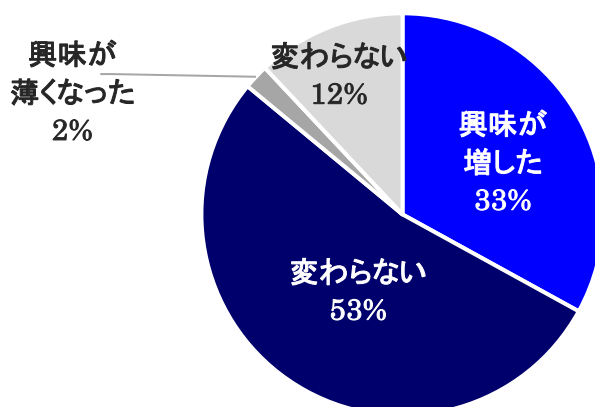
～「2023年の旅行トレンド」日本のデータ抜粋～

<ホテルズドットコム[®]の調査結果より>

日本人の3人に1人がここ2年で「ウェルネス(健康)を意識した旅行」への意欲向上

日本において、3人に1人が過去2年間と比べて、「ウェルネス(健康)を意識した旅行」に「興味が増した」と回答。その理由は「以前よりも、ウェルネス(健康)を意識するようになったから(49%)」が一番多く、コロナ禍がもたらした日常生活の変化が、ウェルネス(健康)への考え方に影響していると考えられます。

過去2年間と比べて、「ウェルネス(健康)を意識した旅行」への興味はどう変化しましたか？



【日本】 ウェルネスを意識した旅行への 興味が増した理由		
1	以前よりも、ウェルネス(健康)を意識するようになったから	49%
2	新しいことに挑戦したいと思うから	31%
	過去2年のコロナ禍で、ウェルネス(健康)を意識した旅行に行けなかったから	

2023 年に挑戦してみたいウェルネスアクティビティは「スポーツやフィットネス体験」

2023 年に挑戦したいウェルネスアクティビティとして、日本人の最も多かった回答は「スポーツやフィットネス体験 (30%)」でした。一方で、2 番目に多かった回答は「わからない(28%)」でした。33%の日本人が「ウェルネス(健康)を意識した旅行」に対して「興味が増した」と回答したものの、日本人にとって旅行でのウェルネスアクティビティはまだ一般的ではないのかもしれませんが。

【日本】 2023年にやってみたいウェルネスアクティビティ		
1	スポーツやフィットネス体験	30%
2	わからない	28%
3	ネイチャー体験(トレッキング、森林浴など)	26%

今後の旅行で重要視したいことは「費用」、「ゆっくり休めること」も

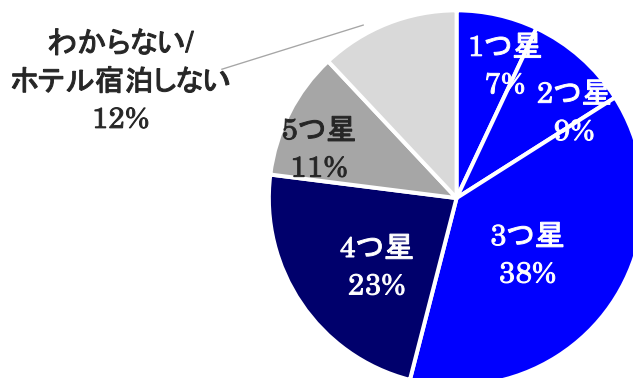
今後の旅行で重要視することについて聞いてみると、「ゆっくり休めること(47%)」という回答が多い結果となりました。次いで多かった回答は「費用(45%)」で、リラックスできるかどうかやコストパフォーマンスを重視と考えていることが伺えます。

【日本】 今後の旅行において重要視すること		
1	ゆっくり休めること	47%
2	費用	45%
3	時間的余裕をもって予約すること	19%

2023 年に選ばれるホテルはコスパの良い「1 つ星～3 つ星」ホテル

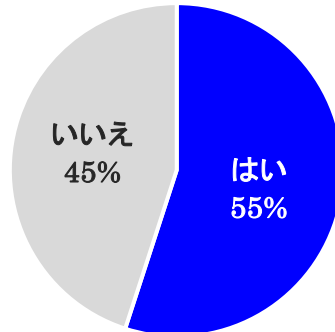
2023 年に選ばれるホテルについて、半数を超える 54%が「1 つ星～3 つ星」を選びたいと回答。費用を抑えるため、積極的に「1 つ星～3 つ星」ホテルを選んでいることが見受けられます。

2023 年に旅行するとしたら、どのランクのホテルを選びますか？

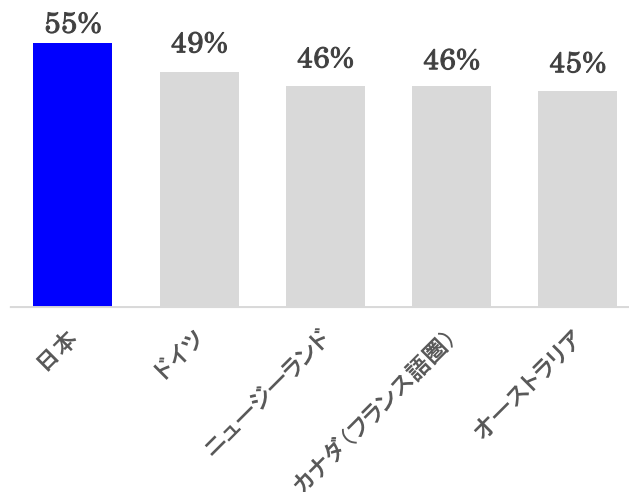


一方で、「コストパフォーマンスが良いホテルを選ぶ」と回答した人が 55%にも上り、世界 17 地域の中で最も多い割合でした。ホテルの費用は抑えつつも、自分の好みに合ったホテルや良い宿泊体験のできるホテルを探していることが伺えます。

2023 年に旅行するとしたら、コストパフォーマンスが良いホテルを選びますか？



<はいと回答した人の割合が多い地域>



<エキスペディアの調査結果より>

「この旅行先に行きたい」と思うきっかけ 1 位に「ドラマや映画の舞台」

「この旅行先に行きたい」と思うきっかけについて聞いてみると、1 位は「その街や地域を舞台にしたドラマや映画を観て(24%)」がランクイン。

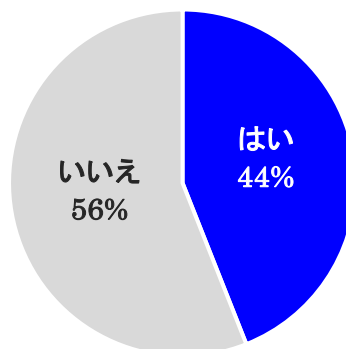
【日本】 「この旅行先に行きたい」と思うきっかけ		
1	その街や地域を舞台にした ドラマや映画を観て	24%
2	SNSなどを通じ、街や観光地の写真を見て	23%
3	友人や家族に勧められて	16%

66%がストリーミングサービスの番組や映画の影響で、旅行先を選んだり検討した経験あり！

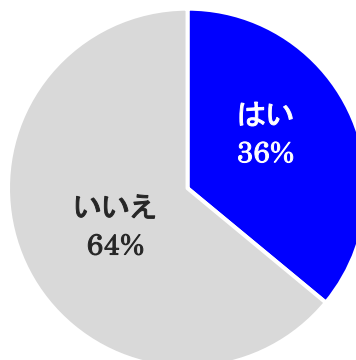
ストリーミングサービス（Netflix、Amazon、Apple TV など）の番組や映画の影響で、旅行先を選んだり、検討した経験があるかについて、半数近くとなる44%の人が「検討したことがある」と回答しました。また、3人に1人はその影響で実際にその場所へ旅行した経験があるようです。

コロナ禍で家で過ごす時間が長くなり、ストリーミングサービスを使って番組や映画を見るが多かったからか、旅行先を選ぶ上でストリーミングサービスの影響は大きくなっていることが伺えます。

ストリーミングサービス（Netflix、Amazon、Apple TV など）の番組や映画の影響で、 旅行先を選んだり検討したことがありますか？



ストリーミングサービス（Netflix、Amazon、Apple TV など）の番組や映画の影響で、 実際にその場所へ旅行したことがありますか？



<アンケート概要>

- サンプル数 : 計 24,000 名 / 世界 17 地域 (日本のサンプル数 1,000 名)
- 調査対象 : 18 歳以上の男女で、過去に旅行したことがあり、かつ、今後 3 年以内に旅行する予定のある人
- 調査対象地域 : 日本、アメリカ、イギリス、オーストラリア、カナダ (英語圏、仏語圏)、韓国、シンガポール、スイス、スウェーデン、デンマーク、ドイツ、ニュージーランド、ノルウェー、フィンランド、フランス、香港特別行政区、メキシコ
- 調査期間 : 2022 年 9 月 22 日 (木) ~ 10 月 14 日 (金)
- 調査方法 : インターネットリサーチ
- 調査会社 : Northstar Research Partners

※本調査では小数点第 1 位で四捨五入しているため、足し上げても合計数値が 100%とならない場合がございます