



<報道関係各位>

2024年11月14日
CRITEO 株式会社

Criteo、AI 時代における世界の旅行トレンドに関する調査レポートを発表

～旅行計画・予約や消費者マインドに関する調査～

コマースメディアを展開する Criteo(クリテオ、本社:フランス、日本代表取締役: グレース・フロム、以下 Criteo) は、APAC、EMEA、アメリカ地域において 14,000 人以上を対象に、世界の旅行トレンドに関する調査を実施し、数百におよぶオンライン旅行代理店、航空会社、ホテル、その他の旅行専門家からのデータを分析し、人々の旅行計画と予約への影響についてまとめたレポート「Criteo グローバル トラベル トренд 2024 冬」を発表しました。

調査の結果、旅行者はインスピレーションを求めオンラインで情報を探すことが多くなり、旅行検索に AI ツールの活用度合いが高まっていることが明らかになりました。このトレンドは、良い旅行にするために必要なものをより簡単に予約することができるようになるなど、これまで以上にテクノロジーとイノベーションが世界を探求する人々の旅行のあり方を決める上で重要になってくるという新しい時代の到来を示しています。

しかし、AI ツール活用の傾向は、課題も伴います。予約プロセス全体を通じて旅行者の注目を集めようと多くの企業が競い合い、業界の競争が激化しています。旅行関係者は、さまざまな選択肢を持つ旅行者の興味を引くために、より一層のマーケティング施策が求められています。

主な調査結果

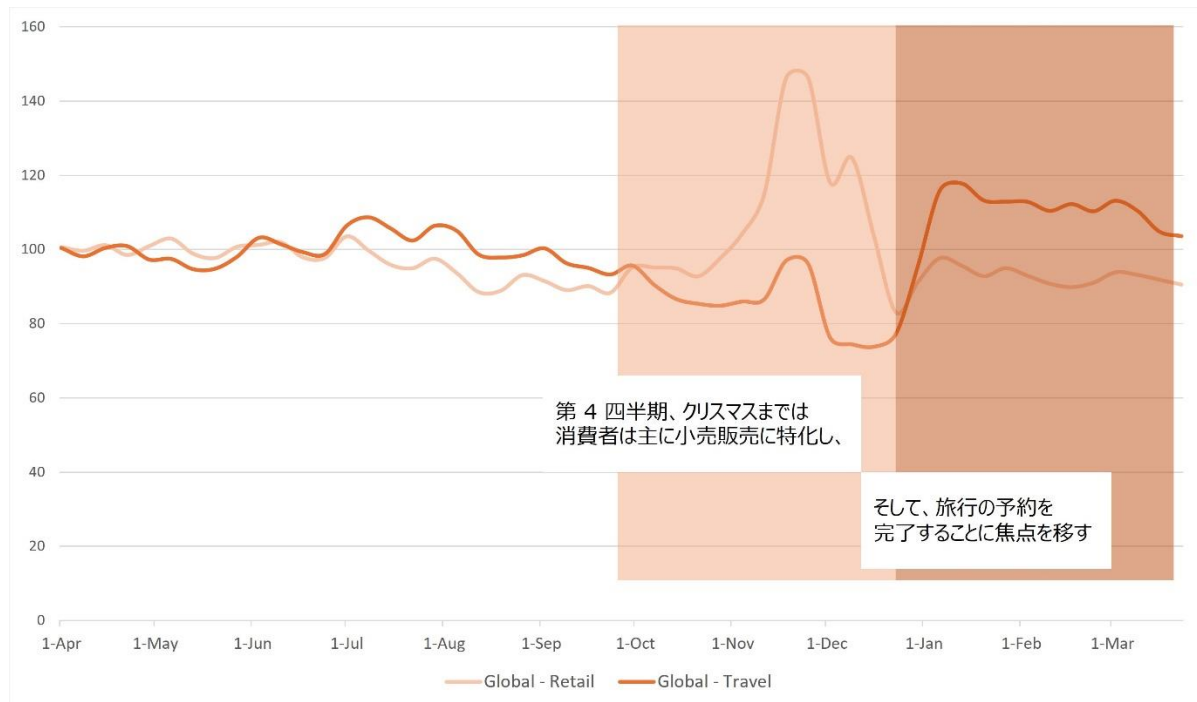
- **世界の航空旅行は増加**：調査対象の主要地域（APAC, EMEA, US）では、2024 年第 3 四半期の航空券の予約が前年同期比で 3～14%増加、APAC 地域は+14%で最も高い伸び率を記録
- **AI が究極の旅行代理店へ**：41% が旅行先となる候補地のアイデアを得ることに、30% 以上が宿泊施設、食事、アクティビティの提案に AI が役立つと回答し、AI を使用する旅行者の割合は増加。日本は調査対象国の中では「旅行の計画に AI を使用し、役に立った」と回答した人の割合が 9%と最も低く、諸外国と比べて旅行計画での AI の活用率は未熟。
- **モバイルデバイスから旅を予約**：1 年前の 2024 年 9 月と比べ、モバイルデバイスで完了した航空券予約の割合が、US では 2 ポイント、APAC および EMEA 地域では 4 ポイント増加
- **コスト増加に適応しつつある消費者**：世界の旅行者の約 4 分の 1 が、昨年同時期比で過去 6 か月間の旅行に「より多く支出した」と回答。

- **米国人と日本人は国内旅行、欧州人と韓国人は海外旅行へ**：米国人の 87%、日本人の 97%が国内旅行を計画する割合が高い一方で、ドイツ人の 64%、英国人の 63%はヨーロッパ旅行、韓国人の 43%が APAC 地域へと海外への旅行を計画する割合が高いことが分かった。
- **旅行者は旅の計画に余裕をもたせる傾向**：旅行者の約 5 人に 1 人は、少なくとも旅行の予約の一部を旅の途中まで残しておく回答。
- **APAC 地域の旅行者は、宿泊施設の予約に最も多くの時間を費やす**：APAC 地域の旅行者は、平均して、航空券の予約よりも宿泊施設の予約に 1 週間以上長くかかり、ヨーロッパの旅行者と似た傾向。APAC 地域の旅行者が宿泊施設を予約決定するまでの期間は約 16.4 日間。
- **消費者の旅行計画はクリスマス以降、新年から活発化**：消費者の関心は、特定の期間（夏のバケーションシーズン、年末のホリデー ショッピング時期や新年以降）に、買い物から旅行予約へと大きく移行。通常、予約確定までに約 2 週間かかる点と、また、1 月の旅行予約数が急増する点を考慮すると、旅行業界では 12 月から顧客争奪戦が繰り広げられることが必須。

2023 年第 2 四半期～2024 年第 1 四半期の世界小売販売額と旅行予約数

2023 年 4 月と比較した販売額と予約数の指数

(2023 年 4 月の数値を 100 ポイントとし、それ以降各月の数値を指数化)



出典: Criteo のオーガニックデータ。2023 年 4 月 1 日から 28 日までの週次小売販売額と旅行予約数。

* 2023 年 4 月から 2024 年 3 月までの安定したデータを持つグローバル小売業者と旅行プロバイダーで、縦軸の数値は独立しており、相対的な価値や量を表すものではありません。

- AI を使った旅行計画に関する調査結果

“旅行に関して AI が役立つと思う状況は次のうちどれですか？（複数回答可）”

	Q3 2023	Q3 2024	YoY shift
飲食の体験	32%	34%	+2 pts
旅先候補地のアイデア	37%	41%	+4 pts
宿泊施設の提案	35%	36%	+1 pts
アクティビティ/ 探索 / 観光	33%	37%	+4 pts
飛行機での旅行	23%	25%	+2 pts
レンタカー / 公共交通機関の選択	19%	20%	+1 pts
総合的な旅行計画	26%	30%	+4 pts

- 英国・ドイツ・韓国では旅行の計画に AI を利用する旅行者が増加

「旅行の計画に AI を使用し、役に立った」と回答した人の割合

	Q3 2023	Q3 2024	YoY shift
アメリカ	23%	20%	-3 pts
フランス	15%	13%	-2 pts
ドイツ	16%	21%	+5 pts
英国	13%	20%	+7 pts
日本	9%	9%	0 pt
韓国	15%	20%	+5 pts



■ Criteo (クリテオ) について ■

Criteo S.A. (NASDAQ: CRTO)は、より良いコマースの成果をマーケターやメディアオーナーに提供するグローバルコマースメディア企業です。業界をリードするコマースメディア・プラットフォームは、数千以上のマーケターとメディアオーナーを連携させ、商品との出会いから購入までのより豊かな体験を買い物客にもたらしめます。信頼性に高いインパクトのある広告を提供することで、Criteo は、新たな発見、イノベーションの実現、より豊かな選択を可能にするオープンインターネットを支えています。 ※CRITEO 株式会社はその日本法人です。www.criteo.com/jp/

本件に関する報道関係者お問い合わせ先

CRITEO 株式会社 広報 酒井

CRITEO 株式会社 PR 事務局（アリソン・アンド・パートナーズ株式会社内）

E-mail : criteo_pr@allisonworldwide.com