



2023年3月30日

Press Release

2023 Global Travel Trends Report: 世界7カ国で調査した、最新の旅行トレンドを発表

ゴールデンウィークの旅行は堅実な傾向、ミレニアル・Z世代は「食」が旅のきっかけに

- 日本の回答者の約半数となる46%が2023年は昨年よりも旅行回数を増やす意向。物価高の影響などで、旅行先は国内旅行が主流。ゴールデンウィークの旅行計画も堅実・慎重。
- 日本のミレニアル・Z世代の52%が特定のレストランを訪れることを目的に旅行を計画。ソーシャルメディアも積極活用。
- 訪れたいアジアの国は日本が1位。2023年のインバウンド需要の見通しは良好。



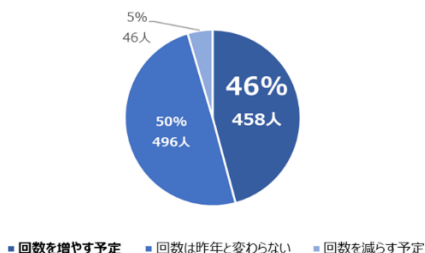
アメリカン・エキスプレス・インターナショナル, Inc. (本社：東京都港区、日本社長：吉本浩之、以下、アメリカン・エキスプレス) は、日本を含む世界7カ国で2023年2月3日～11日に実施した旅行に関する意識調査「アメリカン・エキスプレス・グローバル・トラベル・トレンド・レポート」を発表しました。本資料では、当該調査結果から導き出された、日本における旅行の最新動向や、日本のミレニアル・Z世代の旅行傾向などを紹介します。

2023年の旅行意向は昨年よりも高まっているものの、物価高の影響もあり、行き先は国内旅行が中心。ゴールデンウィークの旅行計画は堅実・慎重な傾向。

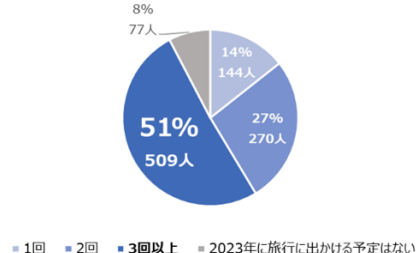
■約半数が2023年の旅行に積極的 - 日本の回答者の46%が昨年と比較して2023年は「旅行に出かける回数を増やす」予定で、50%が少なくとも「3回以上」の旅行を計画していると回答しています。(図表1参照)

<図表1：2023年の旅行頻度について>

昨年と比較して、今年は旅行に出かける回数を増やす予定ですか、それとも減らす予定ですか。(n=1000)



2023年には、パッケージツアーやレジャー旅行に何回出かける予定ですか。(n=1000)



■ **国内旅行への偏重傾向、物価高や円安も影響か** - 日本人が 2023 年に予定している旅行先 TOP10 について聞いたところ、上位から順に「日本国内」が 1 位、次いで「米国本土」、3 位が「ハワイ」という結果でした。今年旅行に出かける際に利用予定の交通手段についても、上位 3 位が「国内線（59%）」、「車（48%）」、「鉄道（39%）」であったのに対し、「国際線」は 33%にとどまりました。「国際線」は調査対象 7 カ国平均の 57%と比べても低い結果となりました。（図表 2 参照）

<図表 2：2023 年に予定している旅行—TOP4（複数回答）>

日本		世界7カ国平均	
1. 国内線飛行機での旅行	59%	1. 国内線飛行機での旅行	60%
2. 自動車での旅行	48%	2. 国際線飛行機での旅行	57%
3. 鉄道での旅行	39%	3. 自動車での旅行	52%
4. 国際線飛行機での旅行	33%	4. 鉄道での旅行	22%

また、近年の物価高の影響で 2023 年の旅行の計画を「海外ではなく国内に変更」した日本の回答者は 29%となっており、海外旅行に対しては慎重になっていることがうかがえます。2023 年の旅行にかかる総予算についても日本の回答者の平均が 195,874 円と世界 7 カ国中最も低く（1 位はオーストラリアで 7,740 オーストラリアドル）、56%が「旅行に費やす予定の予算は 2022 年と比較しても同額程度」と回答しました。

■ **ゴールデンウィークの旅行計画には慎重姿勢** - 日本の回答者でゴールデンウィーク期間に「旅行を予定している」と回答したのは 30%で、「まだ分からない」との回答が 32%と、調査時点（2023 年 2 月 3 日—11 日）では旅行するかどうかを慎重に検討している人たちが多くいる傾向を示しました。ゴールデンウィーク期間での旅行を予定している人のうち、82%が「国内旅行」を計画しており、交通手段は「車（55%）」が最も多く、次いで「飛行機（47%）」、「電車（39%）」の順でした。

日本のミレニアル・Z 世代の動向：物価高の影響を低減するために工夫して旅行。

「食」が旅行のきっかけに。ソーシャルメディアも積極活用。

■ **低予算で旅行するために工夫** - 日本のミレニアル・Z 世代（本調査結果の分析においては 1981 年～2012 年生まれ）の回答者は、物価高の影響を受けて 31%が「より低予算の宿や旅行先」を選び、15%が「学校などの休暇期間と旅行時期をずらす」と回答しています。これは日本の回答者の全体平均と比べて、それぞれ 5 ポイントほど高い結果でした（図表 3 参照）。

<図表 3：物価高による 2023 年の旅行計画の変更内容-TOP3（複数回答）>

日本（全ての世代）		日本（ミレニアル世代・Z世代）	
1. 海外旅行ではなく国内旅行にする	29%	1. より少ない予算で泊まれる宿泊施設や旅行を選ぶ	31%
2. より少ない予算で泊まれる宿泊施設や旅行を選ぶ	25%	2. 海外旅行ではなく国内旅行にする	25%
3. 学校休暇の時期を避けることで安く済ませる	10%	3. 学校休暇の時期を避けることで安く済ませる	15%

■ **ソーシャルメディアを積極活用。「食」が旅行の大きなモチベーションに** - 日本のミレニアル・Z 世代の回答者は、「特定のレストランを訪れることを目的に旅行を計画したことがある（52%）」と、日本の回答者の全体平均より10%高い結果になるなど、食が旅行への強いきっかけになることを示しました。64%が「目的地に到着する前」、または「旅行の予約前」に外食の予約を入れると回答し、日本の回答者の全体平均の50%を大きく上回っています。また、どこで食事をするか、何を食べるかについてのヒントは、ミレニアル・Z 世代の回答者の61%が「ソーシャルメディア」から得ることが多いと回答し、日本の回答者の全体平均の47%を上回りました。

日本の回答者では最も多くの36%が、2023年に旅行したいと思うきっかけになったのは「テレビ番組」と回答し、次いで「その他（32%）」、「友人や家族からのお薦め（28%）」でした。世界7カ国平均では「友人や家族からの推薦（47%）」、「Instagram（31%）」、「テレビ番組（27%）」の順でした。世界7カ国のミレニアル・Z 世代は「フェイスブック（26%）」や「ティックトック（18%）」の割合も一定数を占め、ソーシャルメディアの影響を受けている様子が見えられました。日本でもミレニアル・Z 世代では「テレビ番組」よりも、「Instagram」が上位で、世界7カ国のミレニアル・Z 世代と近い傾向を示しました。（図表4参照）

<図表4：2023年に旅行したいと思うきっかけになった情報チャンネル（複数回答）>

日本		世界7カ国平均					
全体	ミレニアル世代・Z世代	全体	ミレニアル世代・Z世代	全体	ミレニアル世代・Z世代		
1. テレビ番組	36%	1. 友人や家族からの推薦	37%	1. 友人や家族からの推薦	47%	1. 友人や家族からの推薦	48%
2. その他	32%	2. Instagram（インスタグラム）	34%	2. Instagram（インスタグラム）	31%	2. Instagram（インスタグラム）	46%
3. 友人や家族からの推薦	28%	3. テレビ番組	29%	3. テレビ番組	27%	3. Facebook（フェイスブック）	34%
4. Instagram（インスタグラム）	16%	4. その他	21%	4. Facebook（フェイスブック）	26%	4. TikTok（ティックトック）	29%
5. 映画	8%	5. インフルエンサー	14%	5. その他	20%	5. テレビ番組	27%

環境負荷などに配慮したレスポンシブルツーリズム[※]（責任ある観光）への関心の高まり

■ **一定数がレスポンシブルツーリズムを支持** - 2023年に環境負荷の少ない旅行に出かけることに関心がある日本人は51%で、世界7カ国平均の75%と比べて低い傾向が見られます。その一方、日本の回答者の68%が「宿泊施設が未使用の洗面用具などの無駄を減らしている方法を知らせてくれるのは良いこと」、60%が「環境にやさしいアメニティやサービスを提供しているホテルに泊まりたい」と回答し、環境に配慮した宿泊施設を積極的に選ぶ傾向が見られました。また、65%が「旅行先の地場のお店で食事をする」と、53%が「旅行先の地場のお店で買い物をする」と関心を示しており、日本におけるレスポンシブルツーリズム[※]は今後より浸透していく余地がありそうです。

※レスポンシブルツーリズム：観光客が旅行先の環境に与える負荷に目を向けることで、その土地の文化や自然を守り、地域住民の生活環境を脅かすことのない観光の実現に向けた動き。

日本のインバウンド需要の見通しは好調。旅行先としての日本の人気は堅調。

2023年に予定しているアジアの旅行先として、世界7カ国の回答者の平均では、上位から「日本（40%）」、「シンガポール（33%）」、「タイ（30%）」となり、日本が1位となりました。インド以外の国で日本が旅行先として1位にあげられており、2023年も強いインバウンド需要が日本にあることを示す結果となっています。（図表5参照）

<図表 5：2023 年に予定しているアジアの旅行先（上位 3 カ国）>

世界7カ国平均	オーストラリア	カナダ	インド	日本	メキシコ	イギリス	米国
1. 日本	1. 日本	1. 日本	1. インド	1. 日本	1. 日本	1. 日本 タイ	1. 日本
2. シンガポール	2. タイ	2. 香港	2. シンガポール	2. 韓国	2. 韓国	2. シンガポール	2. シンガポール
3. タイ	3. インドネシア	3. 韓国	3. タイ	3. タイ シンガポール	3. 中国	3. インド マレーシア	3. タイ

<アメリカン・エクスプレス・トラベル：2023 年グローバル・トラベル・トレンド・レポート概要>

調査期間：2023 年 2 月 3 日～11 日

調査対象国：日本、米国、カナダ、メキシコ、オーストラリア、インド、イギリス

調査方法：オンライン調査

サンプル数：日本、カナダ、メキシコ、オーストラリア、インド、イギリス各 1,000 人、米国 2,000 人で、世帯収入 7 万米ドル以上、通常時は年に 1 回以上飛行機を利用しての旅行をする人を対象に調査。ミレニアル世代・Z 世代は、1981 年～2012 年生まれの回答者と定義。

<アメリカン・エクスプレスについて>

1850 年に米国ニューヨーク州にて創立したグローバル・サービス・カンパニーです。個人のお客様向けには多様なライフスタイルをサポートする商品やサービスをお届けし、法人のお客様向けには経営の効率化を実現しうる経費管理やデータ分析のツールを提供し、大規模/中堅企業や中小企業、個人事業主にいたるまで幅広いビジネスの成長を支援しています。日本では、1917 年（大正 6 年）に横浜に支店を開設して事業を開始し、現在では世界 180 以上の国や地域に広がる独自の加盟店ネットワークとトラベル・サービス拠点を通じ、最高品質のサービスを提供しています。また、アメリカン・エクスプレスのカードは、JCB との提携により、従来からのホテル、レストランや小売店などに加え、公共料金からスーパーマーケット、ドラッグストアなど日々の生活で使えるお店が拡大しています。

本件に関する報道関係の皆様からのお問い合わせ先

アメリカン・エクスプレス広報事務局（エデルマン・ジャパン内） 嶋津、高橋、肥田

Tel: 080-3576-1354/ E-mail: amexb2c@edelman.com

アメリカン・エクスプレス・インターナショナル, Inc. 広報 浅見

Tel:070-8711-6424 / E-mail: Kensuke.Asami@aexp.com