

プレスリリース

トリップアドバイザー、2024年冬の旅行動向を調査

世界最大の旅行プラットフォーム「Tripadvisor®」(トリップアドバイザー、本社: マサチューセッツ州ニーダム、NASDAQ: TRIP、CEO: マット・ゴールドバーグ、日本語版サイト: www.tripadvisor.jp) は、日本を含む世界の旅行者への意識調査¹及びサイトの利用状況データ²をもとに、2024年冬の旅行動向について発表しました。

意識調査の結果、この冬(2024年12月1日~2025年2月28日)海外旅行を計画していると回答した世界の旅行者の割合は昨年同時期と比べ 21%上昇し、34%の日本人旅行者が海外・国内を問わず訪れたことがない場所への旅行を計画していると回答しました。旅行計画に影響を及ぼすマクロ経済的要因については、昨年に引き続き「ガソリン代やエネルギーコストの上昇」が日本人旅行者の懸念事項として1番に挙げられましたが、今年は 32%となり、昨年の 52%と比べると低い割合となりました。次いで「景気による家計状況の悪化」が 30%(昨年:40%)、「インフレ率の上昇」が 28%(昨年:36%)、「円安」が 18%(昨年:24%)と昨年と同じ事項が選ばれるも、どれも昨年と比べると懸念が低くなっている様子が伺えます。

2024年冬の旅行状況トレンド

- **旅行の有無**: 今冬「旅行を計画している」と回答した日本人旅行者の割合は 53%
- **旅行の回数**: 「1~2回」が 87%、「3~5回」が 9%、「6回以上」が 1%
- **移動距離**: 国内旅行が 86%、海外旅行が 7%、国内旅行と海外旅行の両方が 8%
- **旅行計画に影響を及ぼすマクロ経済的要因**: 「ガソリン代やエネルギーコストの上昇」が 32%、「景気による家計状況の悪化」が 30%、「インフレ率の上昇」が 28%、「円安」が 18%
- **旅行への出費**: 2023年冬の旅行での出費と比べ、2024年冬の旅行では出費が「かなり増える」との回答が 7%、「少し増える」との回答が 28%、「ほぼ同じ」が 58%、「少しまたはかなり減る」が 7%

2024年冬の人気観光地

国内		海外	
1	中央区 (北海道)	1	ソウル (韓国)
2	浦安市 (千葉県)	2	バンコク (タイ)
3	箱根町 (神奈川県)	3	ホノルル (アメリカ)
4	博多区 (福岡県)	4	パリ (フランス)
5	下京区 (京都府)	5	香港
6	那覇市 (沖縄県)	6	シンガポール
7	港区 (東京都)	7	中山区 (台湾)
8	中央区 (大阪府)	8	ハノイ (ベトナム)
9	千代田区 (東京都)	9	ホーチミン (ベトナム)
10	熱海市 (静岡県)	10	ロンドン (イギリス)

¹ 2024年9月6日~10月3日にアメリカ、イギリス、オーストラリア、イタリア、シンガポール、日本の6カ国でオンラインにて Qualtrics と共同実施。合計 4,850人以上が回答

² トリップアドバイザー上で 2024年11月1日~2025年1月31日の旅行期間を対象とした 2024年8月1日~10月20日の行動データより算出

2024 年冬の回復傾向が強い観光地(前年比)

国内		海外	
1	苫小牧市 (北海道)	1	イスタンブール (トルコ)
2	千歳市 (北海道)	2	ウィーン (オーストリア)
3	札幌市 (北海道)	3	マドリッド (スペイン)
4	常滑市 (愛知県)	4	ベネチア (イタリア)
5	港区 (愛知県)	5	バリ島 (インドネシア)
6	小樽市 (北海道)	6	イル=フシ (モルディブ)
7	真庭市 (岡山県)	7	ダナン (ベトナム)
8	仙北市 (秋田県)	8	ボラカイ (フィリピン)
9	栄 (愛知県)	9	ローマ (イタリア)
10	旭川市 (北海道)	10	ラプラブ (フィリピン)

2024 年冬 海外からの旅行者に人気の観光地と回復傾向が強い観光地(国内)

人気観光地		回復傾向が強い観光地(前年比)	
1	東京都	1	浅草 (東京都)
2	中央区 (大阪府)	2	築地 (東京都)
3	下京区 (京都府)	3	旭川市 (北海道)
4	富士河口湖町 (山梨県)	4	墨田区 (東京都)
5	箱根町 (神奈川県)	5	高松市 (香川県)
6	中央区 (北海道)	6	江東区 (東京都)
7	博多区 (福岡県)	7	赤坂 (東京都)
8	中京区 (京都府)	8	文京区 (東京都)
9	北区 (大阪府)	9	岡山市 (岡山県)
10	那覇市 (沖縄県)	10	那覇市 (沖縄県)

また、トリップアドバイザーが旅行に関する消費動向と各カテゴリーの人気ブランドを調査した「[Brands We Travel With](#) (旅行のお供ブランド)³」によると、世界の旅行者の 84%が旅行計画時や旅行中に電化製品、パーソナルケア用品、衣料品、ストリーミングサービス、ファストフード、金融サービスやモバイルデータ通信などの利用や購入を積極的に検討していることが明らかになりました。調査の結果、旅行について考え始めるタイミングではストリーミングサービスが利用される傾向が見られ、旅行の意思決定におけるデジタルコンテンツの重要性を示唆しています。また、計画段階ではモバイルデータ通信、予約段階に移行するにつれて金融サービスの検討率が上昇し、準備段階ではパーソナルケア用品、電化製品、スナック食品の購入検討率が高い結果となりました。

日本人旅行者の旅行を通じた消費動向トレンド

- 日本人旅行者の 56%は、コストパフォーマンスが高い航空会社ブランドを好み、52%は自分にとって便利なフライトスケジュールを探している。さらに、50%が快適なフライト体験を優先。
- 日本人旅行者の 36%が、旅行のリサーチ時にレンタカーサービスを検討する可能性が高く、この段階で検討される可能性は他のどの段階と比べ 2 倍近く高い。

³ アメリカ、イギリス、フランス、オーストラリア、イタリア、インド、日本の 7 カ国でオンラインにて Qualtrics と合計 4,000 人以上の旅行者を対象に共同実施

- ポータブル充電器(49%)やヘッドフォン(56%)など、旅行に特化した電化製品の購入を検討する旅行者が多く、長距離旅行をする際に電化製品の購入検討度がより高まる。
- 日本人旅行者の68%が国内旅行時にファストフードを検討する傾向があり、37%は、事前にファストフード店への立ち寄りを計画する。好まれる傾向が高いファストフードブランドは、アクセスが良い場所にある傾向が高い。
- 金融サービスは旅行の初期段階で検討される可能性が最も高く、日本人旅行者の70%以上が、予約段階またはそれ以前の段階で金融サービスを検討している。44%が旅行中にモバイル決済システムを検討している。
- 海外旅行時にWi-Fiを検討する旅行者の割合は58%。30%以上の日本人旅行者は、海外旅行時に海外で使えるプランを検討している。
- 日本では、他の国と同様、旅行の準備段階でパーソナルケア用品が検討される可能性が最も高く、他のどの段階よりも3倍近く高い。71%が家族と旅行する際、パーソナルケアをより重視するという結果に。
- 旅行中に77%が衣類の購入を検討しており、次いでアクセサリー(38%)、靴(37%)となっている。また、日本人旅行者は旅行先をリサーチしながらファッションについて検討する傾向が見られた。
- 39%の旅行者が、旅行の準備段階でスナック食品を検討する可能性が最も高く、国内旅行(53%)、家族旅行(41%)、ドライブ旅行(32%)では、特にスナック食品を購入検討する傾向が強い。ポテトチップス(60%)、ボトル入り飲料水(53%)、キャンディ(51%)がドライブ旅行中に最も購入検討される可能性が高いカテゴリーとして挙げられた。

「Brands We Travel With」のすべてのカテゴリー及び人気ブランドランキングは、こちら(<https://brandswetravelwith.tripadvisor.com/>)からご覧いただけます。

トリップアドバイザーについて

トリップアドバイザーグループは、共有に値する体験と人々を結びつける複数のブランドを有し、世界で最も信頼される旅行と体験の情報の源となることを目指しています。私たちはブランド、テクノロジー、ケイパビリティを駆使して、世界中の人々に豊富なコンテンツや旅行に関する情報を提供し、また、アクティビティや宿泊施設、レストランなどのマーケットプレイスを通じて世界中の旅行者とパートナー企業を繋げています。Tripadvisor, Inc. (Nasdaq: TRIP)の子会社は、Tripadvisor、Viator、TheForkなどの旅行メディアブランドや事業を運営しています。

本件に関する報道機関からのお問合せ先
トリップアドバイザー株式会社 広報担当
E-mail: jp-pr@tripadvisor.com