



【エクスペディア・グループ】

2024年の旅行トレンド「Unpack'24」を発表

2024年の旅行トレンドは「ロケ地巡り旅」「音楽ツアー旅行」や「ノンアル旅」など

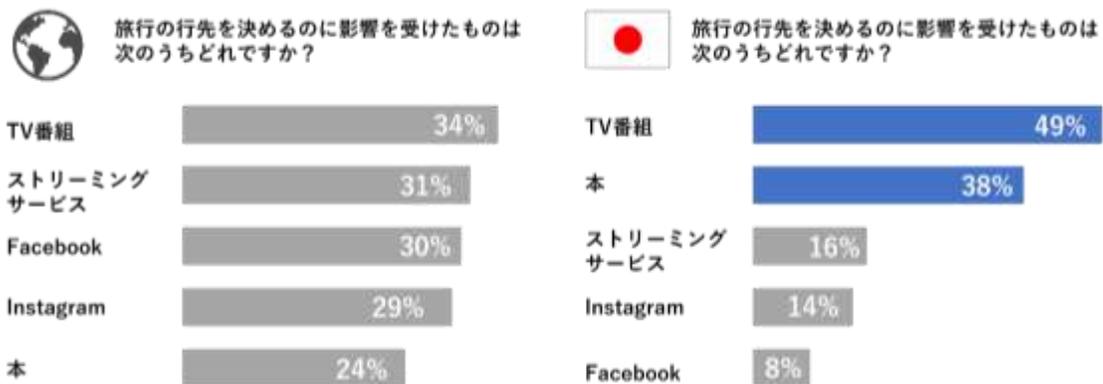
エクスペディア・グループはこのたび、2024年の旅行トレンド「Unpack'24」を発表しました。「Unpack'24」は、[エクスペディア](#)と[ホテルズドットコム](#)を含むエクスペディア・グループ内のデータに加え、日本を含む世界14地域における2万人の旅行者を対象としたグローバル調査結果に基づき、人気の旅行先から旅行業界における最新テクノロジーまで、2024年の旅行トレンドを6つまとめています。



■テレビ番組や映画の影響で旅行先を選ぶ「ロケ地巡り旅」

エクスペディアは、2023年に発表した「テレビや映画のロケ地を旅行先として選ぶ」トレンドが2024年も続くことを予想しています。調査によると、半数以上（53%）が「テレビ番組や映画の影響で旅行先を調べた、もしくは実際に旅行を予約した」と回答しています。

日本人の回答に限定すると、影響元として最も多かった回答は「バラエティやドラマなどのテレビ番組（49%）」、次いで「本（38%）」、「ストリーミングサービス（16%）」となりました。グローバル平均の結果と比較すると、日本は特に「テレビ番組」の影響力が大きいことが伺えます。



このトレンドを受け、2024年に公開されるドラマや映画、そしてエクスペディア・グループ内のデータをもとに、「ロケ地巡り旅」の目的地として2024年に人気を集めると予想されるエリアを発表します。

< 「ロケ地巡り」の目的地として人気を集めると予想されるエリア >

- タイ
- ルーマニア
- マルタ
- パリ（フランス）
- ロンドン、バース、ウィンザー
- 韓国

実際のデータをみると、昨年パリを舞台にした人気ドラマの最新シーズンが公開された後にパリの検索数が200%増えるなど、昨今の旅行先選びにおけるドラマの大きな影響力が伺えます。¹

■手頃かつ人混みを避けられる、人気旅行先の「そっくり観光地」

2024年は、観光客の数が少なかったり、場合によっては手頃な価格で訪れることもできる「そっくり観光地」が人気を集めるでしょう。実際に「そっくり観光地」への旅行経験について、8割が

「経験あり」、もしくは「経験はないが、してみたい」と回答。日本人においても、7割以上（73%）の人が同様に答えました。

下記にまとめた旅行先は、過去1年間でエクスペディアでの検索件数が大きく増えた旅行先です。中でも増加率が高い上位5都市は検索件数が前年比の倍以上²になりました。

<検索数が増加した「そっくり観光地」と前年比の増加率>

有名観光地	そっくり観光地	前年比の増加率
ソウル	台北	2,786%
バンコク	パタヤ（タイ）	249%
サントリーニ島（ギリシャ）	パロス島（ギリシャ）	193%
セントマーティン島（オランダ領）	キュラソー島（オランダ領）	185%
シドニー	パース（オーストラリア）	109%
ロンドン	リバプール	97%
リスボン（ポルトガル）	パレルモ（イタリア）	89%
ジュネーブ（スイス）	ケベックシティ（カナダ）	60%
ツェルマット（スイス）	札幌	38%
ナッシュビル（アメリカ）	メンフィス（アメリカ）	16%

■好きなアーティストを追う「音楽ツアー旅行」

好きなアーティストを追う「音楽ツアー旅行」が2024年にさらに盛り上がりを見せると予測しています。

調査結果によると、旅行者の7割近く（69%）が「好きなアーティストのコンサートのために遠征したい」と回答。また、4割を超える人（44%）が「コンサート遠征を今まで行ったことがない場所へ旅行する口実としたい」と答えています。さらに、3割近く（28%）の人が地元で行くコンサートよりもチケット代が安価であればコンサート遠征をしたいと考えていることがわかりました。日本においても、半数以上（56%）が「遠征したい」と回答し、日本でも「音楽ツアー旅行」への注目度が高いことが伺えます。

■旅行中にアルコールを控えて楽しむ「ノンアル旅」

2024年は、旅行中の飲酒量を減らす、もしくは全くアルコールを飲まない「ノンアル旅」が注目されるでしょう。

調査結果によると、4割以上（41%）の人が「来年はデトックス旅をしたい」と回答、半数（49%）は「アルコールフリーのドリンクを頼みやすいホテルでの宿泊に関心がある」と答えています。さらに、4人に1人（26%）が「休暇中のアルコールを減らす一番の理由は、自制心を保ち

心身ともに良い状態にいるため」と回答しました。旅行業界においても宿泊施設がノンアルコールのドリンクを用意したり、モクテル作り体験ができたりと、飲酒をしない旅行者のニーズに応え始めています。

一方で、次の旅行でのアルコール摂取量を増やすかどうかについて聞いたところ、韓国では57%、アメリカで46%、日本では25%の回答者が「(アルコール摂取量を)増やす」と回答し、世界全体の平均では「ノンアル旅」がトレンドになりつつも、国によってはまだ旅行にはアルコールが必要だと考えているようです。

< 「ノンアル旅」 におすすめの世界各地のホテル >

- [サマートン ロッジ ホテル](#) (イギリス) : ノンアルコールでも楽しめる魅力的なホテル
- [ザ ラマダ クタ バリ](#) (インドネシア) : バリ初のハラール認証を取得したホテル
- [レバイバル ボルチモア](#) (アメリカ) : 地元の素材を活かしたモクテルを提供
- [ザ メリオン](#) (アイルランド) : 独自のノンアルコール ジンを蒸留しているホテル
- [エッテ ホテル](#) (アメリカ) : 一流バーテンダーが考案したモクテルが楽しめるノンアルコールバーを併設
- [ローズウッド プーケット](#) (タイ) : モクテル ワークショップを毎日無料で開催
- [ウィン ラスベガス](#) (アメリカ) : 斬新な材料を使ったノンアルコールカクテル プログラムを実施

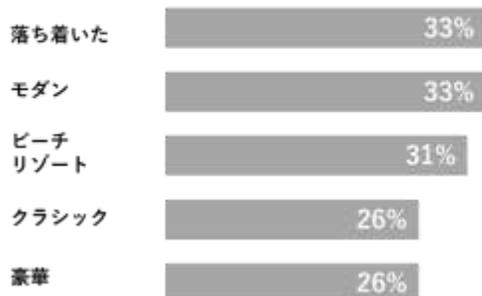
■ 「雰囲気重視」 のホテル選び

宿泊するホテルを選ぶ際に、ホテルの設備やサービス、星の数で検索するだけでなく、ホテルの全体的な「雰囲気」が重要な基準になっています。「雰囲気 (vibe) 」という言葉を使う口コミの数は前年比で平均 1090% 増加しており³、今回の調査では92%とほとんどの人が「予約の際にホテルの雰囲気を重視する」と答えました。

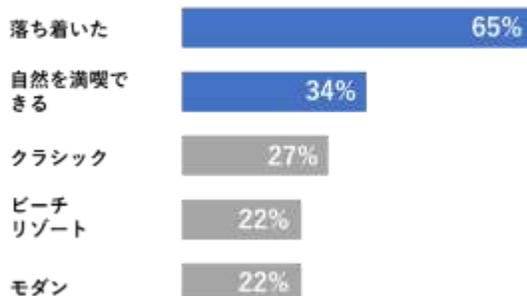
また、好きなホテルの「雰囲気 (vibe) 」について、世界全体の平均で最も多かった回答は「落ち着いた雰囲気 (33%) 」と「モダンな雰囲気 (33%) 」、次いで「ビーチや海岸などがあるリゾートな雰囲気 (31%) 」でした。日本人においては、6割以上の人々が「落ち着いた雰囲気 (65%) 」と答え、最も多い回答となりました。一方で、その次に多かった回答は「自然を満喫できる雰囲気 (34%) 」です。世界と比べて、日本人は自然を楽しみたい人が多いようです。



ホテルを選ぶときに重視する雰囲気は何ですか。



ホテルを選ぶときに重視する雰囲気は何ですか。



Hotels.com アプリ上の口コミで人気の「雰囲気」上位 15 位³には、「モダン」、「レトロ」、「クラシック」、「ビーチ」、「ファンキー」、「くつろげる」、「おしゃれ」、「居心地の良い」、「ヴィンテージ」、「歴史ある」、「アートな」、「都会的」、「インダストリアル」、「パーティ」、「落ち着いた」が挙げられました。

■旅行における「生成 AI 時代」

2024 年には「生成 AI 時代」が到来し、人々が生成 AI などのテクノロジーを旅行への最大限の活用が予想されます。

今回の調査では、グローバル全体で 7 割近く（69%）の人が旅行計画をする際に生成 AI を「使ったことがない」と回答。日本においては、94%とほとんどの人が「使ったことがない」と答えました。一方で、アメリカ（51%）や韓国（60%）では半数以上の人が「使ったことがある」と回答、国によって大きな差があることが分かりました。

また、今後の生成 AI の活用について、グローバル全体の半数（50%）の人が「旅行予約時の生成 AI の活用に興味がある」、69%が「生成 AI は旅程のプランニングに役立つ」と考えていることが分かりました。日本人においても、37%が旅行予約時の生成 AI の活用に興味があり、半数以上（67%）が生成 AI は旅程のプランニングにとっても役立つと考えているようです。

さらに、世界全体の 4 割近く（39%）の人が「最適な宿泊先を見つけるために生成 AI を活用したい」と回答。35%がアクティビティや現地ツアーのプランニング、33%がフライトの比較、20%が旅程の変更やキャンセルに利用したいと答えました。

- ・ Unpack '24 レポート全文はこちら www.expedia.com/magazine/unpack
- ・ Unpack '24 特設サイトはこちら <https://www.expedia.co.jp/travel-trends-unpack-24>

データについて

- 1 エクスペディアおよびホテルズドットコムにおける、各番組の放送終了後 90 日間のホテル宿泊に関する全世界の検索データの前年同期比

- 2 エクスペディア上の 2022 年 9 月 1 日～2023 年 8 月 31 日の期間における全世界の航空券検索データに基づく
- 3 ホテルズドットコム上の 2018 年 1 月 1 日～2022 年 12 月 31 日の期間におけるレビューに基づく

調査方法

グローバル戦略調査会社 OnePoll がエクスペディア ブランドの代理で、2023 年 9 月 12 日～10 月 5 日の期間で北米、南米、ヨーロッパ、アジア太平洋地域の 14 ヶ国において、今後 3 年以内に国内旅行または海外旅行を計画している成人 20,000 名を対象にオンラインで実施したものです。OnePoll は MRS (Market Research Society) の企業パートナー、ESOMAR のコーポレート会員であり、英国世論調査協議会 (BPC) に加盟しています。

Expedia Group について

Expedia Group, Inc. ブランドは、グローバルに展開するオンライン旅行会社です。世界中の人々に旅行を通じて豊かな体験をしていただけるようサービスを提供しています。「旅は人々を豊かにする」という信念のもと、旅行者がこれまでとは違った形で世界を体験し、長きにわたって世界とのつながりを築けるよう尽力しています。業界最先端のテクノロジーを提供することで、パートナーの皆様の成長および業績拡大を支援させていただくとともに、旅行者に忘れられない体験を提供できるようサポートいたします。Expedia Group は次の主要 3 部門で構成されています。グループ全体の商品・テクノロジー戦略とサービスを担う Expedia Product & Technology。グループの全ブランドを統括する Expedia Brands。そして旅行業全般を網羅する B2B ソリューションとパートナーシップを担当しているのが Expedia for Business です。

Expedia Group 傘下のブランドには、Expedia®、Hotels.com®、Expedia® Partner Solutions、Vrbo®、Trivago®、Orbitz®、Travelocity®、Hotwire®、Wotif®、ebookers®、CheapTickets®、Expedia Group™ Media Solutions、CarRentals.com™、Expedia Cruises™ が含まれます。

© 2023 Expedia, Inc., an Expedia Group company. All rights reserved. エクスペディア及びエクスペディアのロゴは、Expedia, Inc. の商標または登録商標です。CST: 2029030-50

詳細については、www.expediagroup.com をご覧ください。

公式 SNS 一覧

- エクスペディア・グループ X (旧 Twitter) アカウント : [@expediagroup](https://twitter.com/expediagroup)
- エクスペディア・グループ LinkedIn アカウント : www.linkedin.com/company/expedia

- エクスペディア Instagram アカウント : <https://www.instagram.com/expediajp/>
- エクスペディア X (旧 Twitter) アカウント : [@Expedia_Japan](https://twitter.com/Expedia_Japan)

- ホテルズドットコム Instagram アカウント : https://www.instagram.com/hotelsdotcom_jp/
- ホテルズドットコム X (旧 Twitter) アカウント : [@hotelsdotcomJP](https://twitter.com/hotelsdotcomJP)