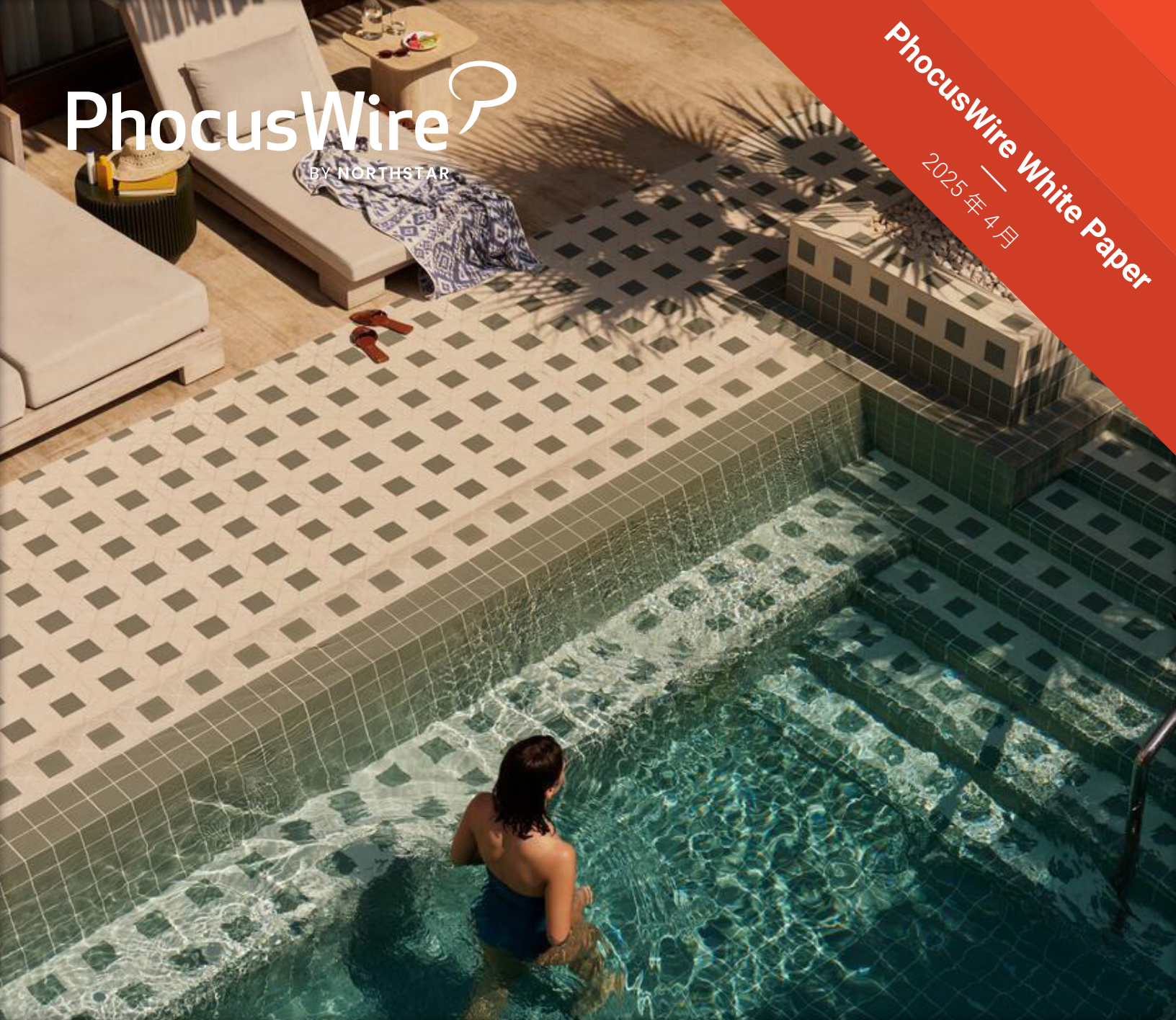




PhocusWire[®]
BY NORTHSTAR

PhocusWire White Paper
—
2025年4月

短期レンタルの利用者：

2025 年のトレンド、分析、 調査

提供：
expedia group™

執筆者：
キャシー ウォルシュ



このレポートについて

短期レンタルの利用者：2025 年のトレンド、分析、調査

PhocusWire のレポート (提供 : Expedia Group)

執筆者 : キャシー ウォルシュ

2025 年、PhocusWire により発行。PhocusWire は Northstar Travel Media, LLC. の完全子会社である Phocuswright のブランドです。

© 2025 PhocusWire

All Rights Reserved.

[PhocusWire.com](https://www.phocuswire.com)



目次

はじめに	4
調査方法	5
主な用語	5
短期レンタルの利用者	6
宿泊施設の決定：旅行者によるホテルとバケーションレンタルの比較ポイント	9
短期レンタルに関する旅行者の認識と水準の変化	13
短期レンタルの利用者の選択基準	14
結論	16

はじめに

旅行者が期待することを理解して、バケーション レンタル ビジネスを最適化し、予約数を増加させる

短期レンタルの利用者は、支出額の高い魅力的な顧客セグメントです。バケーションレンタルを予約する旅行者は、ほかの旅行者より支出額が高く、旅行期間が長く、新しい旅行体験を求める傾向があります。短期レンタルは従来の宿泊施設に代わる人気の選択肢となっていますが、市場の主流となったことで旅行者の期待値も高まっています。

バケーションレンタルに対して、ワンランク上の品質とサービスが求められるようになっていきます。施設のオーナーが旅行者の予約行動や好みを理解することで、掲載情報の最適化と、満足度の高いサービスの提供が可能になります。このホワイトペーパーでは、短期レンタルを利用した米国内の顧客に関するデータと分析を示して、施設のオーナーが高収益を見込める旅行者にアピールし、ビジネスを成長させるためのベストプラクティスを紹介します。



調査方法

この記事は、Phocuswright が Expedia Group をはじめとする大手旅行会社と共同で実施した、米国の短期レンタル市場に関する調査結果の一部に基づいています。

利用者へのアンケート

Phocuswright は、2024 年 8 月 26 日から 9 月 11 日の期間に、Dynata の消費者モニターのうち、過去 1 年間に 1 回以上、レジャー旅行を目的として有料の短期レンタル施設に宿泊した米国の旅行者を対象として、オンラインアンケートを実施しました。Phocuswright は 907 件の有効な回答を得ています。この回答者群は、短期レンタルを利用した、インターネットにアクセスできる米国の旅行者を反映していると推定されます。分析の許容誤差は $\pm 3.3\%$ で、信頼水準は 95% です。

施設のオーナーへのアンケート

Phocuswright は、2024 年 8 月 20 日から 9 月 21 日の期間に、Dynata の消費者モニターのうち、短期で宿泊施設の貸し出しを行っている米国のオーナーを対象として、オンラインアンケートを実施しました。Phocuswright は 483 件の有効な回答を得ています。

施設管理者

Phocuswright は、施設管理業界の従事者 (N=13) に対して、掘り下げた聞き取り (IDI) を実施しました。この聞き取りは、ポートフォリオの規模、決済モデル、地理的な位置が異なる複数の企業を対象としています。



主な用語

短期レンタル (STR) : 30 日未満のレンタルが可能な宿泊施設

STR の利用者 : 過去 1 年間に 1 回以上、レジャー旅行を目的として短期レンタルに宿泊した旅行者

STR 以外の利用者 : 過去 1 年間にレジャー旅行を目的として短期レンタルに宿泊していない旅行者

高級 / ラグジュアリー STR の利用者 : 最近宿泊した短期レンタル施設を 5 段階で 4 または 5 (1 が格安施設、5 がラグジュアリー施設) と評価している STR の利用者。

オーナー : 宿泊施設の日常的な管理、または専門の施設管理者の監督を行っている、最大 10 軒の短期レンタル施設の所有者または管理者。オーナーは、その施設を所有している場合もあれば、所有していない場合もあります。オーナーは、施設管理会社を経営したり、施設管理者の雇用者として施設を管理したりしていません。

施設管理者 (PM) : 短期レンタルの管理会社の経営者または従業員



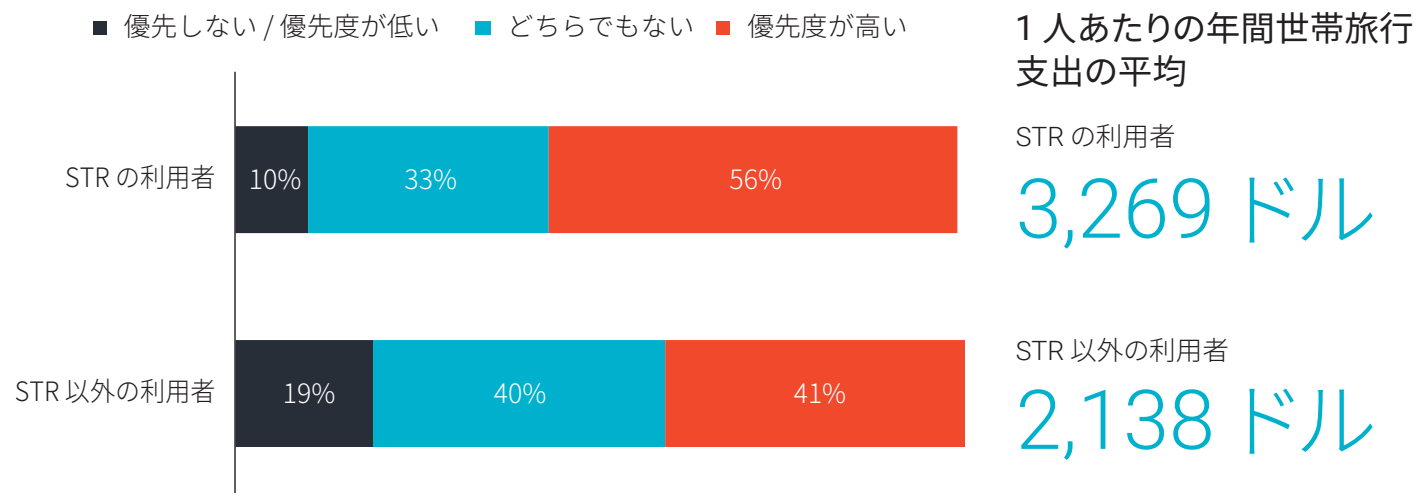
短期レンタルの利用者

短期レンタル (STR) の利用者は、米国の旅行市場における魅力的なセグメントです。顧客の行動を促すトレンドや顧客の好みを理解することは、オーナーが優良顧客層にアピールして予約を獲得するうえで有効な手段です。ここではその方法をご紹介します。

STR の利用者には旅行への出費を優先する傾向があり、STR 以外の利用者と比べて 1 人あたりの支出額が高くなっています (図 1 参照)。自由裁量所得の使い方を決める際に旅行や観光を優先すると回答した人は、STR 以外の利用者では 41% であるのに対し、STR の利用者では 56% です。STR の利用者にとって旅行は最優先事項です。この顧客グループは年間を通じて旅行により多くの費用を費やしており、1 人あたりの年間世帯旅行支出は平均で 3,269 ドルに上ります (STR 以外の利用者は 2,138 ドル)。



図 1 : 旅行・観光支出の優先度と平均支出額



質問: 旅行と観光: (生活費を除いた) 自由裁量所得の使い方を決める際に、以下の商品やサービスの優先度はどの程度ですか? [] のレジャー旅行での世帯支出の総額はいくらでしたか?

回答者: STR の利用者 (N=907)、STR 以外の利用者 (N=1,619)

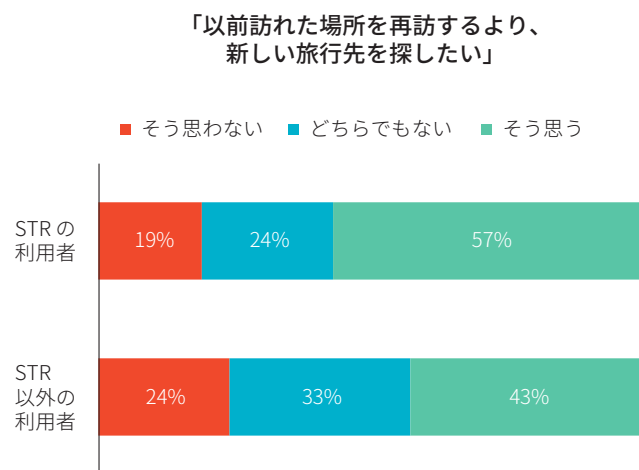
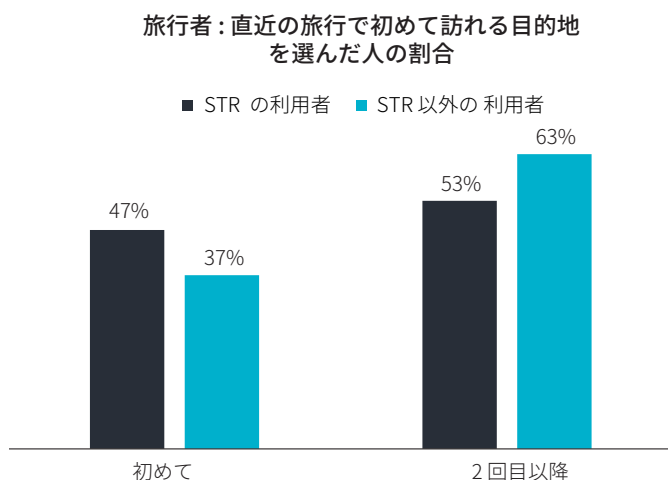
出典: Phocuswright による 2024 年の米国の短期レンタルに関する調査

STRの利用者はほかの旅行者より冒険心があり、新しい体験を望む傾向もあります。以前訪れた場所を再訪するより、新しい旅行先を探したいと考える人は、STRの利用者では57%、STR以外の利用者では43%です(図2参照)。このような探究心の強さは、旅行に関する行動にも表れています。前回の休暇で初めて訪れる旅行先を選んだ旅行者は、STRの利用者では47%であるのに対し、STR以外の利用者では37%に留まっています。

初めて訪れる旅行者が増えることは、オーナーがアクティビティの予約や地域との連携を通じたサービスなどの追加オプションを提供する機会につながります。また、近隣のおすすめレストランや観光スポットを紹介して、顧客による評価を高めることもできます。

STRの利用者は旅への欲求が強く、海外へと出かけることもあります。STRの利用者は海外旅行の比率が高く、過去1年間に44%が海外旅行をしています(STR以外の利用者では29%)。

図2：新しい旅行先を訪れることへの関心の高さ



質問：この旅行先を訪れるのは初めてでしたか？複数の旅行先を訪れた方は、最も長く滞在した旅行先についてお答えください。「以前と同じ場所を再訪するより、新しい旅行先を探したい。」今後の旅行を検討する場合、この意見にどの程度同意しますか？

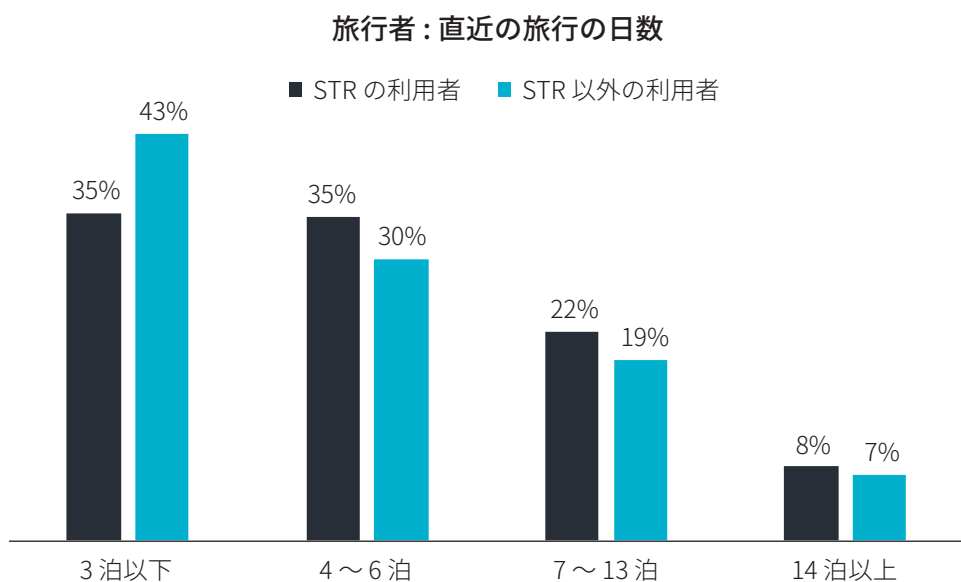
回答者：STRの利用者(N=907)、STR以外の利用者(N=1,619)

出典：Phocuswrightによる2024年の米国の短期レンタルに関する調査

STRの利用者は旅行欲が強いことを考えると、比較的長期の旅行を計画する傾向があるのもうなずけます(図3参照)。最近の旅行での平均旅行日数は、STRの利用者では6.2泊、STR以外の利用者では5.5泊です。旅行の日数が増えると、より広くて設備の整った宿泊施設や、リモートワーク用のスペースが必要になることもあります。STRの利用者の10人中お

よそ6人(61%)が、過去1年間のレジャー旅行中にリモートワークを行っています。STR以外の利用者では48%でした。新型コロナウイルス収束後、リモートワークの許可を得にくくなっているかもしれませんが、施設の掲載情報でリモートワークに適したスペース、設備やサービスを紹介することは、オーナーにメリットをもたらす可能性があります。

図 3 : 旅行期間



旅行の平均宿泊数
(直近の旅行)

STR の利用者

6.2 泊

STR 以外の利用者

5.5 泊

質問：レジャー旅行での宿泊数は何泊でしたか？出張を延長したレジャー旅行の場合は、レジャー旅行での宿泊数のみをお答えください。

回答者：STR の利用者 (N=907)、STR 以外の利用者 (N=1,619)

出典：Phocuswright による 2024 年の米国の短期レンタルに関する調査

Vrbo による活性化

バケーションレンタルを利用する旅行者は優良顧客が多いと言われていますが、¹Vrbo の顧客はさらに支出額が高く、宿泊数が増える傾向があります。Vrbo を利用する旅行者は、休暇に多くの費用を費やす傾向が 63% 高いことがわかっています。また、Vrbo を利用する旅行者は、ほかのオンライン旅行会社 (OTA) を利用する旅行者と比べて、バケーションレンタル全体の支出が 58%、バケーションレンタル 1 泊あたりの支出が 47% 高くなっています。

さらに、Vrbo を利用する旅行者は、ほかの OTA の旅行者と比べてバケーションレンタルに宿泊する日数が 14% (1 日) 多くなっています。オーナーは Vrbo に施設を掲載することで、こうした優良顧客とつながることができます。宿泊施設の掲載の詳細は、[こちら](#)をご覧ください。

¹ Vrbo を利用する旅行者とは、過去 3 か月から 6 か月の間に Vrbo で予約を行い、Vrbo での予約を希望すると答えた回答者です。



宿泊施設の決定： 旅行者によるホテルとバケーションレンタルの比較ポイント

短期レンタルには、ホテルでは得られないさまざまなメリットがあります。一方で、STRの利用者がレンタル施設以外を予約することもあります。STRの利用者が宿泊先を選ぶ際には、ほかの種類の宿泊施設も検討するのが一般的です。STRの利用者の10人中7人近く(68%)が過去1年間にホテルにも滞在しており、82%が同期間のレジャー旅行についてSTRとホテルを比較したと答えています。

ここで注目したいのは、過去1年間にバケーションレンタルを利用していない多くの旅行者が、バケーションレンタルへの宿泊を検討していることです。STR以外の利用者の10人中4人近く(38%)が、レジャー旅行の宿泊先を選ぶ際にSTRとホテルを比較したと答えています。施設のオーナーは、ホテルの利用者も旅行の予約の際に短期レンタルを検討していることを念頭に置く必要があります。これは、施設のビジネスと掲載情報の競争力を高めるうえで重要なポイントです。

短期レンタルのメリット

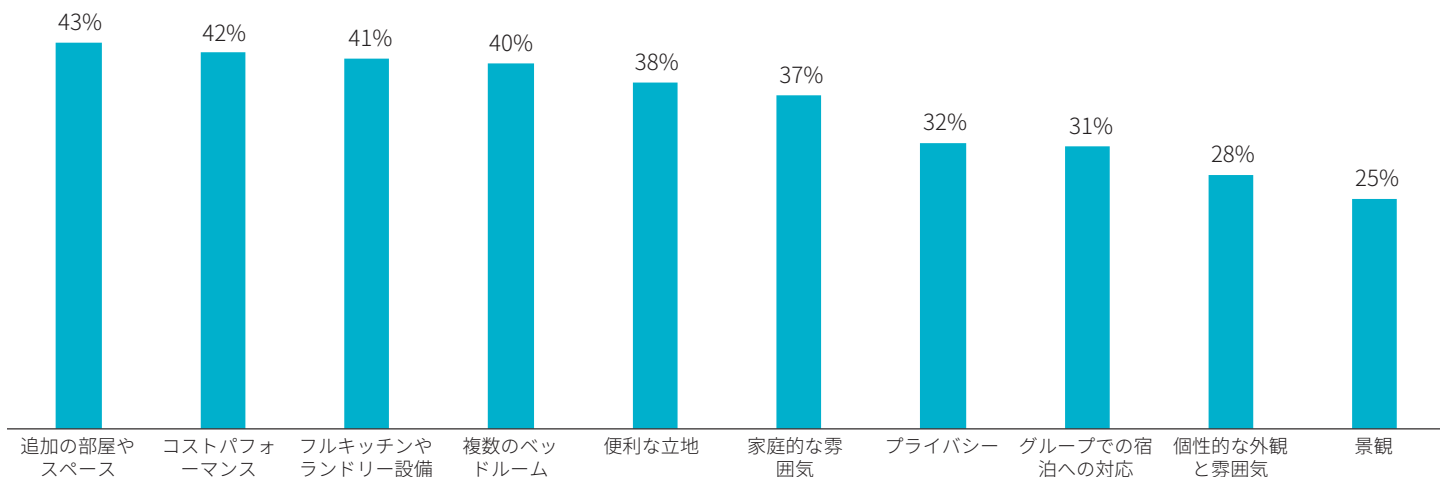
旅行者が短期レンタルを予約する場合、共通して決定の決め手となっている、いくつかの重要な要素があります(図4参照)。最近の旅行でSTRに分類される宿泊施設を選択した理由として多かったのは、スペースの広さ(43%)、コストパフォーマンスの高さ(42%)、キッチンやランドリー設備があること(41%)、2つ以上のベッドルーム(40%)、便利な立地(38%)でした。そのほかに、家庭的な雰囲気、プライバシーの確保、グループでの宿泊が可能なことなどが挙げられています。

STRを予約する理由には、STRの利用者が直近の旅行で宿泊した施設のクラスによって違いが見られます。たとえば、ミドルクラスの施設の利用者はコストパフォーマンスを重視し、ラグジュアリー施設や高級施設の利用者は個性的な外観や雰囲気、景観を求めています。



STRの利用者の82%が、同期間のレジャー旅行についてSTRとホテルを比較しています。

図 4 : 最近の旅行で STR を予約した主な理由



質問：今回の旅行で短期レンタルへの宿泊を選んだ理由は何ですか？該当するものをすべて選択してください。

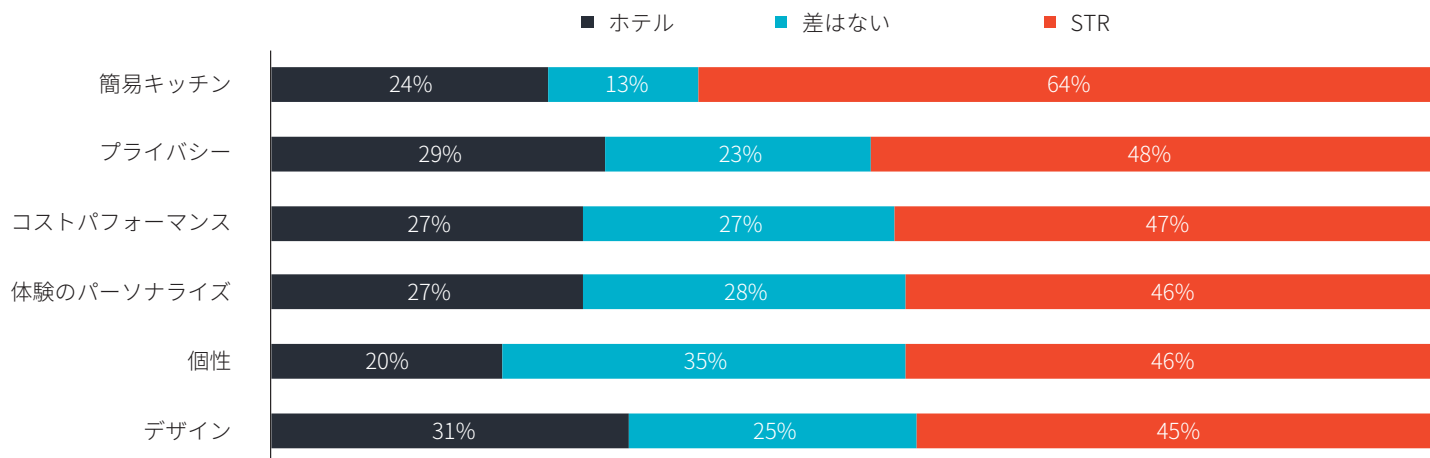
回答者：STR の利用者 (N=907)

出典：Phocuswright による 2024 年の米国の短期レンタルに関する調査

最近の旅行でホテルにも宿泊した STR の利用者は、ホテルよりもレンタルのほうが優れている点について次のようにコメントしています。このような利用者は、簡易キッチン、プライバシー、コストパフォーマンス、体験のパーソナライズ、個性的な

雰囲気とデザインなどの点で、STR のほうが優れていると答えています (図 5 参照)。バケーションレンタルのオーナーは、掲載ページに写真を表示したり、設備やサービスを紹介したりして、これらの要素を強調する必要があります。

図 5 : STR のほうが優れていると思う項目 (個人の体験に基づく)



質問：顧客による評価に含まれる以下の項目について、あなた個人の体験から、どのタイプの宿泊施設が最も優れていると思いますか？

回答者：最近の旅行でホテルにも宿泊した STR の利用者 (N=617)

出典：Phocuswright による 2024 年の米国の短期レンタルに関する調査

ホテルのメリット

近年、レンタル施設で得られる体験に対する旅行者の期待が高まっており、特に、レンタル施設とホテルのサービスを比較する顧客が増えています。このような顧客の期待の変化を理解しているオーナーにとっては、注目度をアップして、優良顧客の予約を促進する絶好の機会となるでしょう。

カスタマーサービスについては、STR の利用者の 72%、STR 以外の利用者の 85% がホテルのほうを高く評価しており、ホテルはカスタマーサービスが優れているという一般的な認識があることがわかります (図 6 参照)。ホテルに対抗し、STR の競合施設より一歩リードするには、施設のオーナーが顧客に対する明瞭なメッセージ発信と気配りを優先して、質の高い体験を提供することが必要です。

図 6 : カスタマーサービスに関する旅行者の認識

以下の文に「ややあてはまる」、「かなりあてはまる」と答えた旅行者の割合：

「バケーションレンタルやアパートメント/コンドミニアムのレンタルより、ホテルのほうが優れたカスタマーサービスを提供していると思う」

72%
STR の利用者

85%
STR 以外の利用者

質問：旅行中の宿泊施設の予約に関する考えを示す以下の文について、どの程度あてはまるかを答えてください。

回答者：STR の利用者 (N=907)、STR 以外の利用者 (N=1,619)

出典：Phocuswright による 2024 年の米国の短期レンタルに関する調査

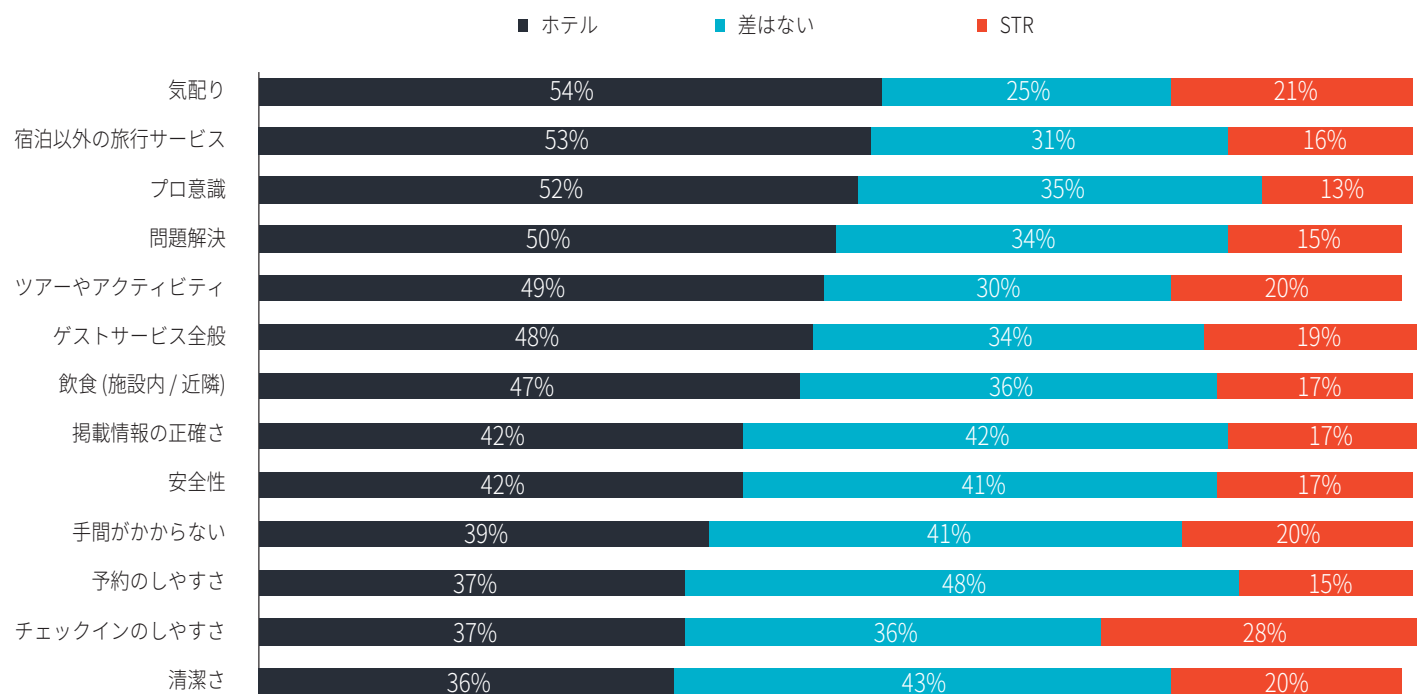
STR の利用者の個人的な体験によると、ホテルは気配り、プロ意識、問題解決などの項目で高い評価を得ています (図 7 参照)。最近の旅行でホテルにも宿泊した STR の利用者のうち、ほぼ半数がこれらの項目でホテルのほうを高く評価していま

す。つまりレンタル施設のオーナーは、これらのカスタマーサービスを優先することで旅行者にアピールできる可能性があります。





図 7 : ホテルのほうが優れていると思う項目 (個人の体験に基づく)



質問：顧客による評価に含まれる以下の項目について、あなた個人の体験から、どのタイプの宿泊施設が最も優れていると思いますか？

回答者：最近の旅行でホテルにも宿泊した STR の利用者 (N=617)

出典：Phocuswright による 2024 年の米国の短期レンタルに関する調査

Vrbo による活性化

Vrbo のプレミアオーナー に指定されていることは、オーナーのサービスの質の高さについて社会的な証明を求める旅行者に安心感を与えます。プレミアオーナーのステータスを獲得することで、常に優れたカスタマーサービスと使いやすい予約サイトを提供しているオーナーとして、顧客の信頼を得ることができます。

プレミアオーナーのステータスを獲得すると、掲載レベルバッジの指定、検索順位の上昇、絞り込み検索での見つけやすさ、優先オーナーサポート、プレミアオーナー限定の共同マーケティングへの参加などの特典が得られます。

短期レンタルに関する旅行者の認識と水準の変化

ビジネスを最適化し、予約数を増加させようとするオーナーにとって、顧客のニーズと意見を把握することは極めて重要です。施設管理者に対して何回かの掘り下げた聞き取りを行った結果、顧客の期待と水準が明らかに高くなっていることがわかりました。この変化は、より良い設備やサービスを求める傾向の広まりを反映しています。

顧客は、ホテルでの一般的なサービスレベルに匹敵するような、より高い水準のコミュニケーションと、問題が発生した場合の迅速な対応を期待するようになっていきます。STRの利用者にも、特に設備やサービスなどの特徴についてホテルの水準をあてはめる傾向が見られ、一貫性のある予測可能な体験が求められていることが伺えます。一方で、STRの利用者からは、一部に曖昧または不正確な掲載情報があり、個々のSTRでどのような体験を期待できるのかわかりにくいという意見も聞かれます。STRの利用者の10人に4人(42%)がホテルの掲載情報のほうが正確だと答えているのに対し、STRの掲載情報のほうが正確だと答えた人は17%です。

Vrbo による活性化

Vrbo はこのような認識の変化を踏まえ、施設のオーナーに対して、旅行者にアピールし、常に優れた顧客体験を提供するための事前策を講じることを勧めています。オーナーはレンタル施設の掲載情報を最適化して、正確な最新の情報が掲載されており、その情報が旅行者に明確に伝わることを確認する必要があります。

- 最近撮影した正確で高品質な写真が表示された最新の掲載ページを作成し、ページの見出しと施設の説明文が旅行者の注目を集めるように工夫して、施設の最大の特徴である特徴、設備やサービスを紹介しましょう。
- 清掃と安全衛生対策についても記載して、顧客にオーナーとしての責任感を示しましょう。Vrbo は、オーナーが明確なハウスルールを設定し、顧客にわかりやすく掲載するためのツールを提供しています。さらに Vrbo のオーナーには、チェックイン前にユーザーに必要な情報をすべて提供するためのウェルカムガイドを作成し、ユーザーに最高の体験をしてもらうためのヒントを提供します。
- 施設の魅力をリアルに伝えるバーチャルツアーを掲載することもご検討ください。

オーナーは、施設の掲載情報だけでなく、高水準のサービスの確立にも力を注ぐべきです。そのための最善の方法として、予約を承認すること、滞在前、滞在中、滞在後を通じて旅行者と一貫性のある迅速なコミュニケーションを取ることが挙げられます。このようなカスタマーサービスを実践することで、その施設にホテルと同等の信頼性があることを顧客に実証できます。その結果、STR に対する顧客の認識が改善され、顧客満足度が高まり、予約数の増加につながります。



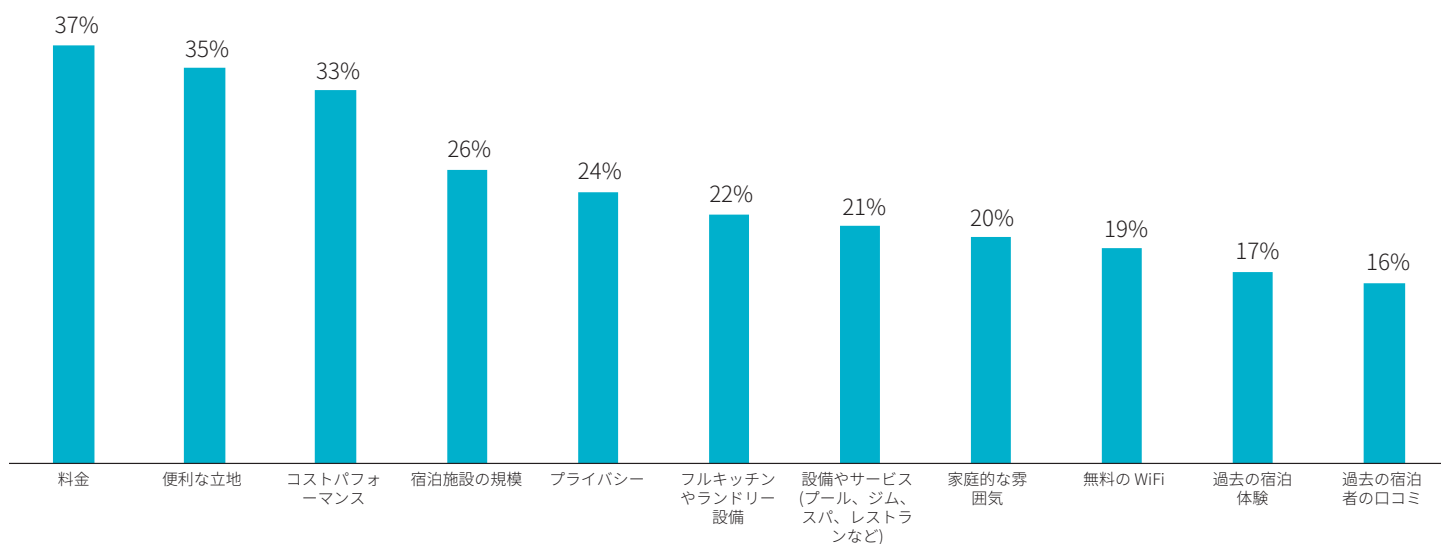
STRの利用者の10人に4人(42%)がホテルの掲載情報のほうが正確だと答えているのに対し、STRの掲載情報のほうが正確だと答えた人は17%です。

短期レンタルの利用者の 選択基準

旅行者が宿泊施設を選ぶとき、その決定は実利的な要素や憧れによる要素など、さまざまな要素の影響を受けます。STRの利用者が前回の旅行で特定の宿泊施設を選んだ理由の上位3つは、料金 (37%)、立地 (35%)、コストパフォーマンス (33%)

でした。意思決定を促したこれらの要素は、いずれもレンタル施設の基本的な項目です (図 8 参照)。旅行者は、設備やサービス (21%)、家庭的な雰囲気 (20%) といった要素にも影響を受けています。

図 8 : STR の利用者が宿泊施設を選んだ主な理由 (前回の旅行)



質問: 宿泊施設の種類決定に最も影響を与えた要素は何ですか? 5 つまで選択してください。

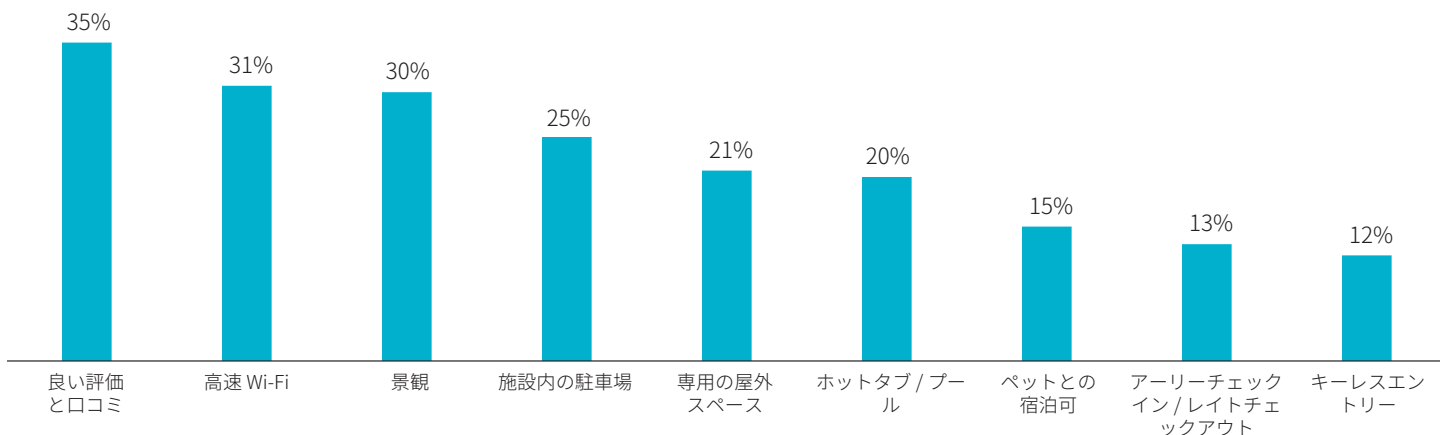
回答者: STR の利用者 (N=907)

出典: Phocuswright による 2024 年の米国の短期レンタルに関する調査

宿泊施設の競争力を高める設備やサービスを把握するために、Phocuswright は STR の利用者に、予約する施設を選ぶ際に決め手となる特徴は何かを尋ねました (図 9 参照)。高い評価につながる可能性が最も高い特徴は、好意的な口コミ、高速 Wi-Fi、景観です。敷地内の駐車場、プライベートな屋外スペース、ホットタブやプールなども設備の強みとなります。

もちろん景観や屋外スペースといった特徴を備えていない施設もありますが、オーナーの努力によって顧客体験を向上させ、好意的な口コミを獲得することは可能です。口コミは、類似した短期レンタルの中から選ばれるために最も重要な要素です。

図 9：規模、快適さ、料金が類似している STR が競争力を得るための特徴



質問：規模、快適さ、料金が類似する 2 軒の短期レンタル施設のどちらかを選ぶ場合、以下の設備やサービスのうち、予約先の決定に影響するものはどれですか？3 つまで選択してください。

回答者：STR の利用者 (N=907)

出典：Phocuswright による 2024 年の米国の短期レンタルに関する調査

外観と雰囲気へのこだわり

オーナーは、宿泊施設のサービスだけでなく、外観と雰囲気的重要性も考慮する必要があります。旅行者は STR に対して、ホテルよりも個性的で興味深い歴史があるという印象を強く持っています。STR の利用者の 85%、STR 以外の利用者の 60% が、これに「ややあてはまる」、または「かなりあてはまる」と答えています。さらに、STR の利用者の 89% が、興味深い外観と雰囲気を持つ宿泊施設を好むことについて、「ややあてはまる」、または「かなりあてはまる」と答えています。高級施設やラグジュアリー施設の利用者では、個性的な宿泊施設を求める人の割合がさらに高くなります。

レンタル施設をホテルと比較した STR の利用者のうち、STR のほうが個性的だと感じた人は 46% だったのに対し、ホテルは 20% でした。また、STR の利用者では、STR のほうが内装のデザインが良いと答える人の割合も高くなっています (ホテルの 31% に対して 45%)。旅行者が短期レンタルに宿泊する際には一貫性のあるサービスレベルを求める声がある一方で、多くの人がそれぞれの施設の質やデザインを個性として評価しています。

バケーションレンタルの競争力の強化

旅行者がバケーションレンタルに何を期待しているかを理解したら、以下のアイデアを実践して、施設の競争力を強化することを検討してください。

競争力のある価格戦略を実施する：明確で透明性のある価格設定を伝え、必要な手数料について十分な説明を行います。わかりやすい料金体系を設定し、価格戦略と割引のバランスをとるようにします。価格戦略の立て方の詳細は、[こちら](#)をご覧ください。

旅行者の好みを活用する：人気のある設備やサービスを取り入れて施設の魅力度を高め、施設の説明に目立つように掲載します。

優れたカスタマーサービスを提供する：ホテルと同等またはそれを超えるサービスを提供します。多くの顧客は、その施設ならではの体験ができることに好意的です。ウェルカムギフトやメモなど、予想しないサービスを提供することを検討してください。口コミは、多くの STR の中から選ばれるための重要な差別化要因となります。利用者に口コミの投稿を勧めて、優れたカスタマーサービスについてコメントしてもらいましょう。

施設のおすすめポイントを紹介する：清潔さと安全性を強調し、施設のデザインと内装への投資を検討してください。10 人中 8 人のオーナーが、STR の個性が感じられる掲載情報は注目を集めやすいことに同意または強く同意しています。一方で、競争力を高める特徴として外観と雰囲気挙げたオーナーは 19% に留まっています。STR の利用者の 10 人中 9 人が、個性的な外観と雰囲気を持つ施設に宿泊したいと答えています。こうした顧客の注目度をアップするためにも、施設の特徴を強調して伝えるようにしましょう。

結論

顧客の期待の高まりが、短期レンタル市場の品質とサービスの水準を押し上げています。施設のオーナーの皆様は、このホワイトペーパーで紹介した分析を基により良いサービスを提供し、短期レンタルの優良顧客の獲得に努めることができます。旅行者に優れた体験を提供することは、好意的な口コミを獲得し、より多くの顧客に魅力を伝え、次回の旅行でのレンタル施設の予約を促すことにつながります。

[Vrbo との提携の詳細を見る](#)





PhocusWire について

PhocusWire は、旅行業界を牽引するオーディエンスに信頼性の高い情報と体験を提供する世界的なプロバイダー、Northstar が運営する、旅行業界向けの包括的なデイリー ニュース プラットフォームです。

その技術とサービスは、世界最大の産業である旅行、観光、ホスピタリティ業界を支えています。PhocusWire のチームと Phocuswright のスタッフは、何十年にもわたり、旅行テクノロジーと業界のデジタル化に尽力してきました。

PhocusWire のデイリーコンテンツは、読者に最新のニュースを提供するとともに、Phocuswright の調査に基づく掘り下げたデータアセットを基盤として、データ、専門家による分析、イノベーションとスタートアップに焦点を当てた戦略など、世界の旅行業界のあらゆる分野に幅広く対応しています。

www.phocuswire.com



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。Expedia Group™ は、「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 傘下のブランドには、Expedia®、Hotels.com™、エクスぺディア パートナー ソリューションズ (EPS)、Vrbo®、trivago®、Orbitz®、Travelocity®、Hotwire®、Wotif®、ebookers®、CheapTickets®、Expedia Group™ Media Solutions、CarRentals.com™、Expedia Cruises™ などが含まれます。

© 2025 Expedia, Inc., an Expedia Group company. All rights reserved. Expedia Group および Expedia Group のロゴは、Expedia, Inc. の商標です。CST: 2029030-50

www.expediagroup.com