

TRAVELER VALUE INDEX (トラベラーバリューインデックス) 2025

主な調査結果：目的地

目的地のアイデアと決定に影響を与える主要な価値観と要因について理解しましょう。

Traveler Value Index のデータソース

- ・ 11,000 件のアンケート回答
- ・ 11 の主要マーケット 

明るい展望

50% の消費者が 5 年前と比べて**今の方が旅行が重要**であると回答しています。

国内旅行と海外旅行のどちらも人気

旅行者の多くが、今後 12 か月以内に国内旅行や海外旅行をする可能性が少なくともいくらかはあると回答しています。



国内
旅行の計画



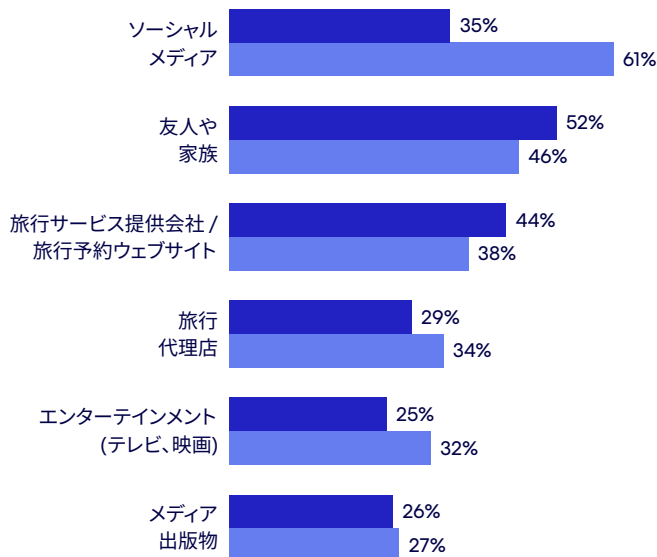
海外
旅行の計画

目的地を選ぶ際に重視する主要要素

1. 料金の安さ
2. 一生に一度の体験
3. 文化体験
4. 特別プロモーション
5. ビーチがあること
6. レストランと食事の選択肢
7. アウトドア アクティビティ
8. 都市 / ロケーション
9. 現地ツアー / アクティビティ
10. 子連れで楽しめること

アイデア探しの主な情報源

消費者が旅行のアイデア探しにソーシャルメディアを利用する傾向が高まっています。



● 2022 年 ● 2025 年

さまざまな SNS の情報を活用



30%

家族や友人のソーシャル
メディア アカウント



28%

旅行に特化したソーシャル
メディア インフルエンサー



25%

ブランドのソーシャルメディア
アカウント



17%

旅行以外のソーシャルメディア
インフルエンサー



旅行に特化していないコンテンツの影響力が増大



28% 増加 : 旅行のアイデアをエンターテインメントから得ている消費者の割合 (2022 年と 2025 年の比較)。



41% : 過去 12 か月間に、旅行に特化していないウェブサイトからアイデアを得たことがあると回答した消費者の割合。



おすすめを検索

83%

好きなブランドのおすすめ情報に基づいて旅行パッケージを購入する可能性があるとは回答した消費者の割合。

さらに、40% は購入の可能性が非常に高いか、極めて高いと回答。

ポイント

ソーシャルメディアでの旅行のアイデア探しから、アプリを使った旅行の計画まで、Expedia Group はブランドの枠を超えて、意欲的な旅行者と貴施設を結びつけます。旅行者に影響を与え、目的地の需要を促進し、広告の効果を測定する方法については、目的地マーケティングガイドをダウンロードするか、弊社までお問い合わせください。

目的地マーケティングガイドを読む



お問い合わせ



グローバルレポートをダウンロード→