

エクスペディア TAAP「クマの手」 | 旅行調査レポート

旅行アドバイザー利用者 について理解する

顧客のニーズと好みを知る



目次

概要	03
旅行アドバイザー利用者の旅行行動	05
旅行者がアドバイザーを利用する理由	07
アドバイザーを通して予約される旅行の種類	08
旅行アドバイザーが関与するタイミング	10
旅行者がアドバイザーを選ぶ方法	12
旅行者がアドバイザーに求めるサポート	14
旅行者が同じアドバイザーを利用し続ける理由	16
まとめ	18
エクスペディア TAAP「クマの手」のメリット	19

概要

旅行アドバイザーとして、旅のあらゆる段階で旅行者を喜ばせることができるよう旅行をパーソナライズするには、対象となる旅行者を理解することが不可欠です。

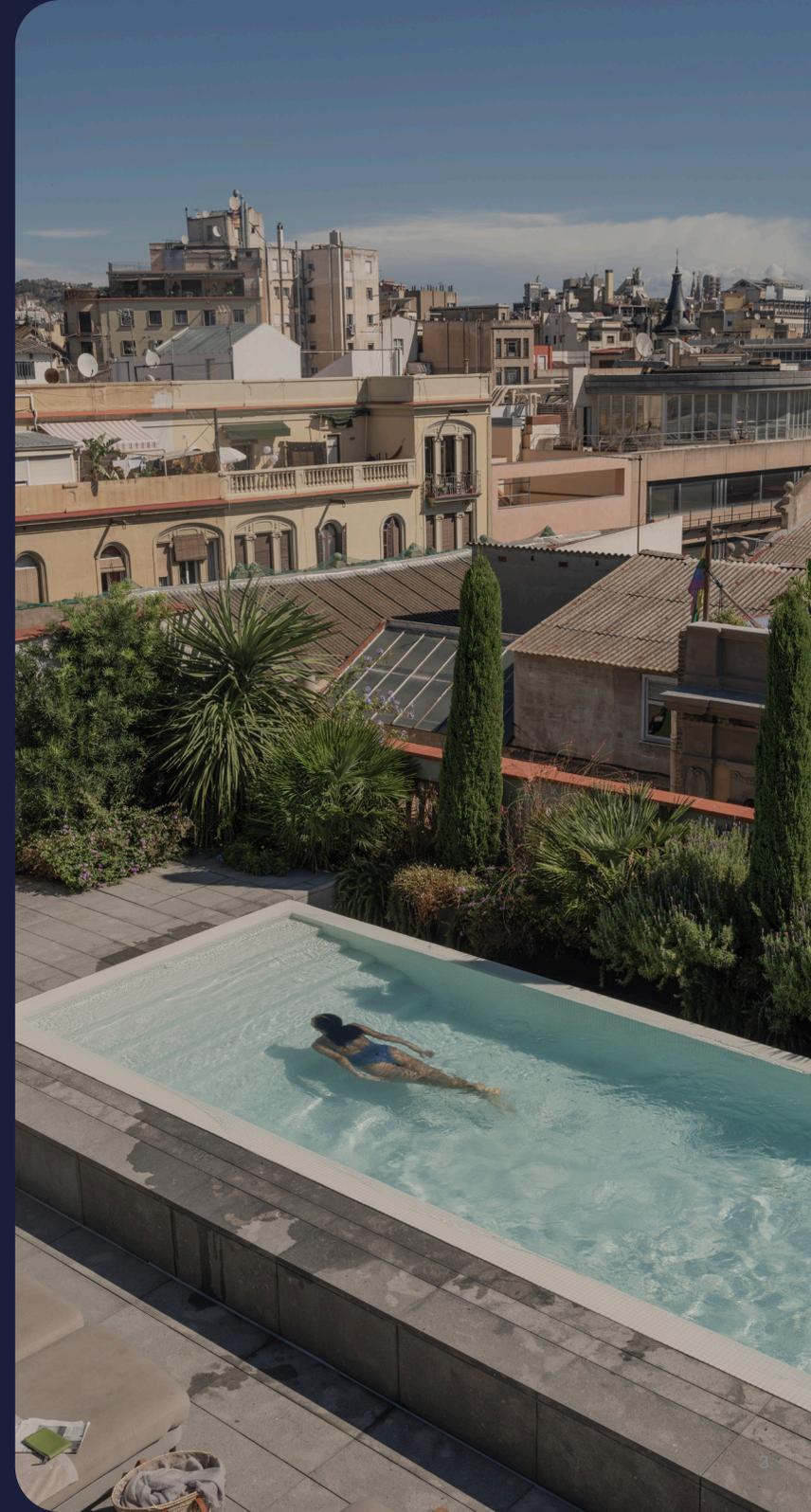
しかし、旅行アドバイザー利用者に関するデータや分析は限られており、利用者の明確なニーズ、希望、行動を認識することが難しくなっています。

そのような旅行者について理解を深めるために、弊社は世界中の旅行アドバイザー利用者に関する独自調査を実施しました。調査の目的は、旅行会社を利用する旅行者の習慣と好み、旅行者がアドバイザーに求めているもの、ロイヤルティと顧客維持の決定要因を理解することでした。

調査方法

Wakefield Research と共同で、10 のマーケット (オーストラリア、ブラジル、カナダ、ドイツ、インド、イタリア、メキシコ、スペイン、英国、米国) において独自のオンラインアンケートを実施しました。

アンケートには、過去 18 か月間にレジャー旅行で旅行アドバイザーを利用した 5,000 人が回答しました。





主な発見

1. 旅行アドバイザーを利用する最大の理由は、**専門家のアドバイスと時間の節約**でした。
2. 旅行者がアドバイザーを利用するのは、**ストレスのない体験**のためで、海外旅行や複数の目的地への旅行のような複雑な旅行にアドバイザーを利用するケースが多く見られました。
3. 旅行者は、**宿泊施設や航空券の予約にとどまらないサービス**、具体的には現地ツアー、保険、レンタカーなどの旅行関連サービスを求めています。
4. **最もお得な情報を見つけることは**、旅行者が求めるサポートとして欠かせない分野です。
5. 旅行者は、**強力なカスタマーサービスとコミュニケーションを提供するアドバイザーにロイヤルティを示します**が、サービスの質、価格、価値が期待に満たない場合は乗り換えます。
6. 旅行会社を探す方法としては、家族や友人からの推薦が最も一般的ですが、**若い世代ではオンライン検索やソーシャルメディアの方がより一般的**でした。

この調査は、旅行アドバイザーの利用者がどのような人たちか詳しく調査し、どのようにアドバイザーを選び、なぜそのアドバイザーを利用し続けたり利用を止めたりするのか、利用者の意思決定の過程を追ったものです。

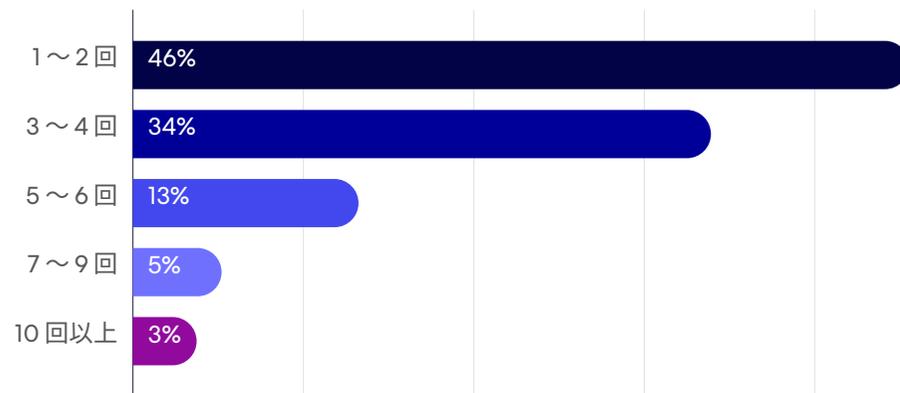
このレポートには、調査結果に基づき旅行アドバイザーがどのような行動を起こせばよいか、そのヒントや推奨事項が記載されており、ビジネスを成功に導くための一助となるでしょう。

旅行アドバイザー利用者の旅行行動

顧客に特別な体験を提供するための第一歩は、顧客の旅行パターンと行動を理解することです。

ほとんどの回答者が過去1年間に1回から4回の旅行をしていますが、**46%は1回か2回のみです**。このことは、旅行から最大限の価値を引き出したいと考えていることを示しており、そのため、自分に合ったアドバイスを旅行アドバイザーに求めるのです。

過去12か月間の旅行回数



若い世代は平均よりも多くの旅行に出かけています。過去12か月間の旅行行動は以下のとおりです。



20%

Z世代の旅行者のうち、5回以上旅行した人の割合

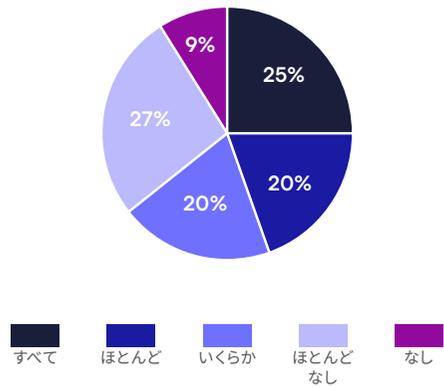


28%

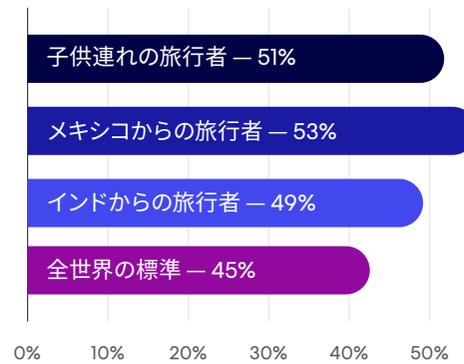
ミレニアル世代のうち、5回以上旅行した人の割合

しかし、こういった旅行者は旅行アドバイザーを通じてすべての旅行を予約しているのでしょうか。それともほんの一部の旅行だけなのでしょうか。過去12か月間で、回答者の45%が、ほとんどまたはすべての旅行の予約に旅行アドバイザーを利用しています。

過去12か月間に旅行アドバイザーを利用して予約した旅行



子供連れの旅行者、メキシコやインドからの旅行者は、旅行のほとんどまたはすべての予約に旅行アドバイザーを利用する傾向が強くなっています。



旅行アドバイザーを通じて予約された旅行について詳しく調べてみると、そのほとんどは1週間以内の旅行でした。旅行者の3分の1近くが4日以内の旅行の予約にアドバイザーを利用しており、多くの旅行者が長期の旅行や特別な機会だけでなく、**短期間のバケーションにアドバイザーを利用している**ことがわかります。



若い世代は、旅行回数が多いだけでなく、旅行期間も短くなっています。旅行アドバイザーを通じて予約した直近の旅行の期間は、Z世代の66%、ミレニアル世代の61%が1週間未満でしたが、団塊世代では65%が1週間よりも長い旅行の予約に旅行アドバイザーを利用していました。また、メキシコ、インド、ブラジル、米国からの旅行者は、短期の旅行を予約するのに旅行アドバイザーを利用する傾向が高いことがわかりました。

旅行アドバイザーを通して予約した直近の旅行の期間

1～2日 — 9%

3～4日 — 22%

5～6日 — 25%

7～9日 — 22%

10～14日 — 14%

15日以上 — 9%

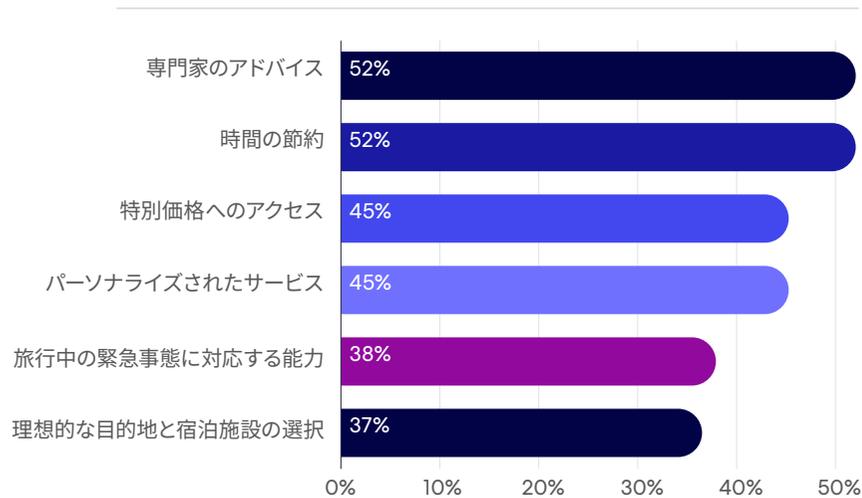
旅行者がアドバイザーを利用する理由

旅行アドバイザーが自らの顧客に対する理解を深めるために、弊社は旅行者がアドバイザーを利用する理由、具体的には**利用の主な要因**と旅行者が最も気にかけていることを調査しました。

旅行アドバイザーを利用する理由として、多くの回答者は専門家のアドバイスと時間の節約を挙げています。また旅行者は、自分で旅行を予約するのに比べ、**旅行アドバイザーはお得な情報を見つけること**、予期しない問題に対処すること、ストレスのない楽しい体験を確保することに長けていると考えています。

旅行アドバイザーを利用する主な理由

複数選択可能な質問



50% 以上

アドバイザーを利用する理由として専門家のアドバイスと時間の節約を挙げた回答者の割合



旅行アドバイザー向けのヒント

旅行者が何を重視し、どのように行動し、旅行体験に何を求めているかを理解することで、他のアドバイザーと一線を画し、専門知識を磨きましょう。弊社の調査結果と分析をご覧ください。

アドバイザーを通して予約される旅行の種類

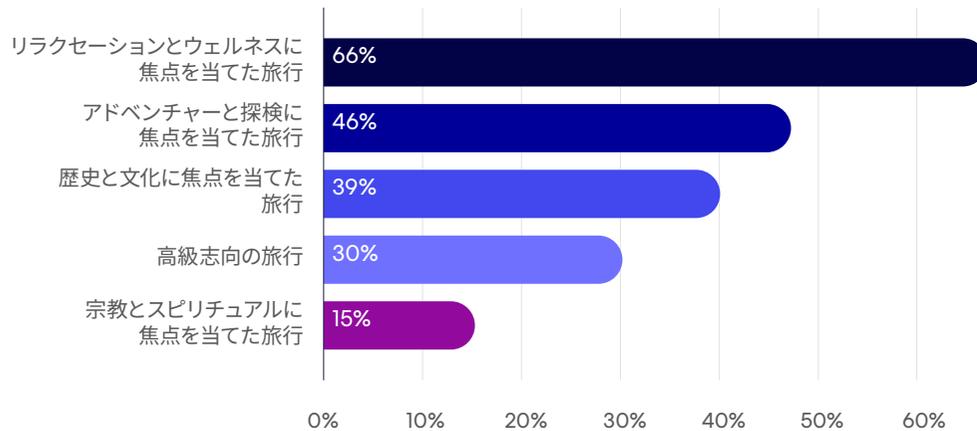
今回の調査では、旅行の基本的な内容やアドバイザーを利用する理由を解明だけでなく、旅行者が旅行アドバイザーを利用する具体的な旅行の種類も明らかにしたいと考えました。

多くの旅行者は、リラクゼーションやウェルネスに焦点を当てた旅行を予約するためにア

ドバイザーを利用しています。これは、旅行者がストレスのない体験を望んでいることを裏付けています。アドバイザーを通して予約された休暇の中で2番目に人気があったのは、アドベンチャーや探検に焦点を当てた旅行でした。旅行者は、アドバイザーの専門知識と能力を、旅程の作成や現地ツアーのプランニングをサポートしてもらうために利用しています。

一般的に旅行アドバイザーを通して予約される旅行の種類

複数選択可能な質問



アドバイザーを通して予約される旅行の種類は、国によって異なります。

52% 文化に焦点を当てた旅行を予約したスペインからの旅行者の割合

43% 宗教に関する旅行を予約したインドからの旅行者の割合

41% 高級志向の旅行を予約した英国からの旅行者の割合



旅行アドバイザー向けのヒント

ストレスのないバケーションを顧客に提供する一つの方法は、オールインクルーシブ オプションをすすめることです。このオプションは特に若い旅行者の間で徐々に人気を集めています。『Unpack '25』のデータによれば、Hotels.com では「オールインクルーシブ」による絞り込みの使用率が前年比で 60% 増加しました。

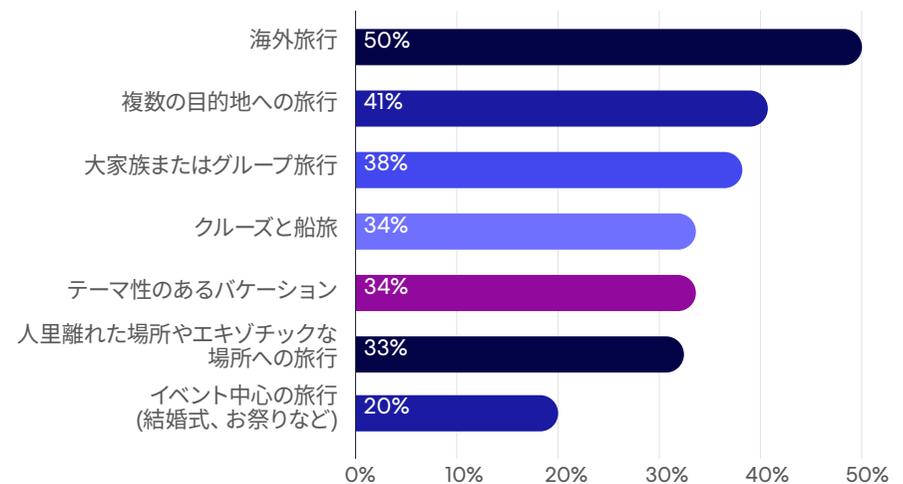


旅行アドバイザーを利用することが最も重要になる旅行の具体的な種類について旅行者に尋ねたところ、旅行が複雑になるほどアドバイザーを利用する傾向が高いことがはっきりと示されました。

海外旅行 (50%) と複数の目的地への旅行 (41%) は、旅行アドバイザーを利用すべき領域と考えられており、回答者の 34% はテーマ性のあるパッケージのためにアドバイザーを利用することが重要であると回答しました (グルメ旅行、テーマパークでのアドベンチャー、歴史ツアーなど)。

旅行アドバイザーを利用することが重要なのはどのような場合ですか？

複数選択可能な質問



インド (55%)、メキシコ (55%)、ブラジル (49%) からの旅行者は、大家族やグループ旅行で旅行アドバイザーを利用することを重要視しており、カナダ (58%) と英国 (57%) からの旅行者は、海外旅行でアドバイザーを利用しています。

旅行アドバイザーが関与するタイミング

旅行者は、旅行計画の早い段階でアドバイザーを利用するケースが最も多いですが、ほとんどの旅行者はやり取りの前に目的地について調べています。

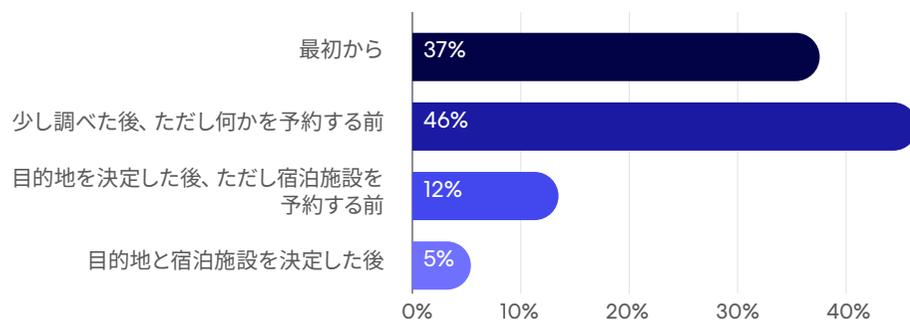
ただし、**37% は最初から旅行アドバイザーを関与させており**、このことはアドバイザー側に、旅行プランを提案して目的地の決定に早い段階で影響を与える機会をもたらします。

アドバイザーがいつ旅行の計画に関与し始めるかに関係なく、旅行者が通常、アドバイザーに予約を依頼するサービスや旅行アイテムの種類は多岐にわたります。

多くの旅行者は、宿泊施設や航空券の予約をアドバイザーに依頼しますが、ツアーや現地ツアー、レンタカー、旅行保険の予約も専門家に依頼しています。

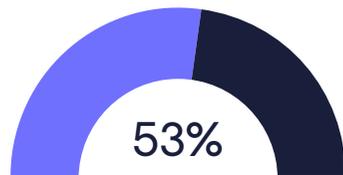
旅行者がプランニングのどの段階でアドバイザーに連絡するか

複数選択可能な質問



通常、どのような旅行関連サービスで旅行アドバイザーを利用しますか？

複数選択可能な質問



インドからの旅行者のうち、旅行アドバイザーにレンタカーの予約を依頼した旅行者の割合



ブラジル、インド、メキシコ、米国からの旅行者のうち、旅行アドバイザーにツアー、現地ツアー、小旅行の予約を依頼した旅行者の割合



旅行アドバイザー向けのヒント

多くの場合、予約サポートに対する旅行者のニーズや好みは、一般的な宿泊施設や航空会社の予約にとどまりません。エンドツーエンドの旅行サポートとサービスを提供することで、貴社のビジネスと顧客の旅行を成功に導きましょう。

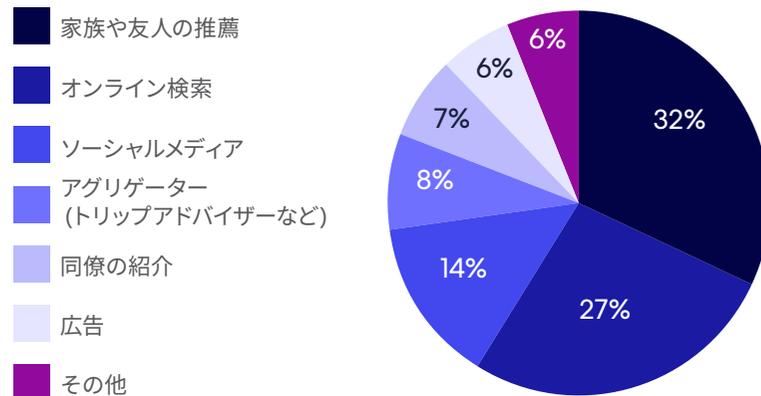
さらに、旅行者のニーズや旅行スタイルに合わせたツアーや現地ツアーを提案することで、差別化を図りましょう。レンタカーや列車のチケット、パスポートやビザの手配など、旅のあらゆる部分を確実に計画することで、一層差をつけることができます。また、旅行保険の加入をサポートし、旅行者が不測の事態に備えられるようにしましょう。

旅行者がアドバイザーを選ぶ方法

顧客との信頼関係を築き、持続的な関係を築くことは非常に重要です。過去2年間に回答者の**44%は旅行会社を1社しか利用しませんでした**が、**25%は3社以上**を利用しています。これは旅行者が他の選択肢を探していることを示しており、旅行アドバイザーが競合に差をつけ、旅行者と意味のあるつながりを築く必要があることを意味しています。

また直近で予約した旅行について、**28%の回答者が3社以上の旅行会社に問い合わせをした**と答えています。では、旅行者はどうやって旅行アドバイザーを見つけているのでしょうか？また、アドバイザーを選ぶ際に最も影響のある要素は何でしょうか？実は、半数近く(49%)がオンライン検索、ソーシャルメディア、またはアグリゲーターを通じて最近利用した旅行会社を見つけています。

最近利用した旅行会社をどのようにして見つけましたか？



ミレニアル世代の3分の1が過去2年間に3社以上の旅行会社を利用しており、若い世代はいくつもの旅行会社を見て回っていることがわかります。逆に、団塊世代の68%、X世代の54%、子供連れの旅行者の55%は、過去2年間に1つの旅行アドバイザーしか利用していません。



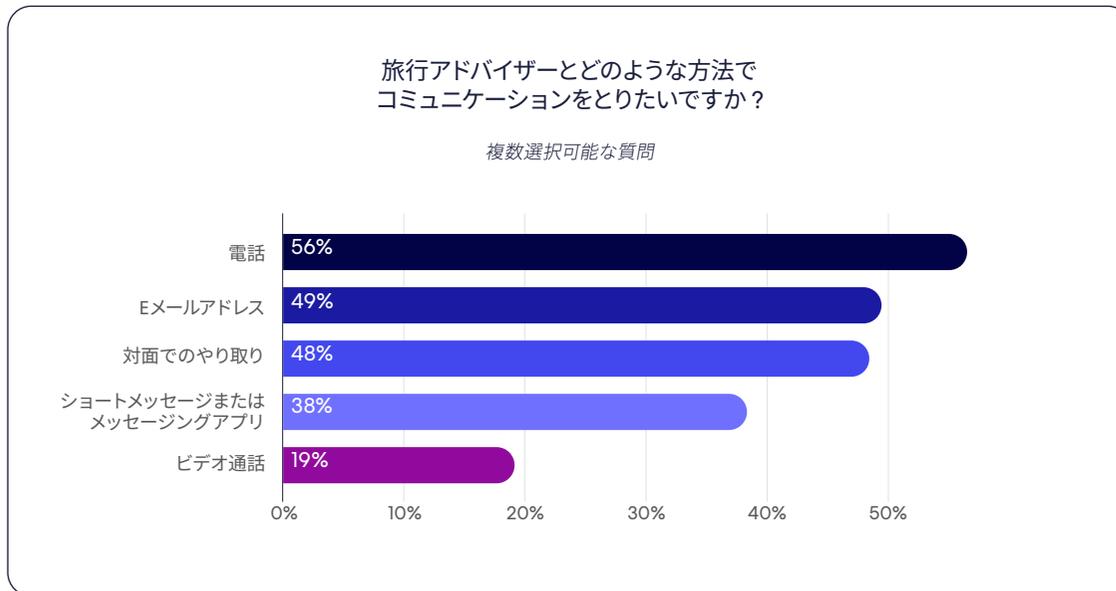
旅行アドバイザー向けのヒント

旅行アドバイザーを探す際には、友人や家族、同僚からの推薦が強い影響力を持ちます。既存の顧客にお友達招待プログラムなどを展開して口コミの力を活用し、新規顧客の紹介にインセンティブを提供しましょう。

また、オンラインでの露出度を高め、自社の専門知識や専門性を強調することで、競合に差をつけることができます。たとえば、家族向けのアドベンチャー旅行のエキスパートであれば、ウェブサイトやソーシャルメディアでその点をアピールし、写真や利用者の口コミ、体験エピソードを通じて生き生きと伝えましょう。

旅行者はアドバイザーとのコミュニケーションにさまざまな手段を利用しますが、電話とEメールが最も好まれ、対面でのやり取りがそれに続きます。これは、アドバイザーと顧客との個人的なつながりや関係構築の重要性を物語っています。

調査結果によると、ほとんどの旅行者は、状況やタイミングに応じてアドバイザーと複数の方法でコミュニケーションを取りたがっています。



旅行者がどのようにアドバイザーを選ぶかについては、やはり専門知識が重要な要素として浮上しますが、価格も同じくらい重要です。

旅行アドバイザーを選ぶ際に最も影響すること

- 1 専門知識や専門性
- 2 サービス料金
- 3 特別料金またはインセンティブ
- 4 柔軟な支払いオプション
- 5 口コミまたは推薦

旅行者が旅行アドバイザーに求めるサポート

旅行者は、アドバイザーの専門知識を重視するだけでなく、予約プロセスでお得な情報を提供してくれることを望んでいます。

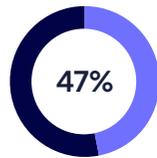
その他の優先分野としては、目的地や現地ツアーの推奨、直前の変更や旅行の準備などのサポートがあります。

旅行予約時に最も役立つサポート内容

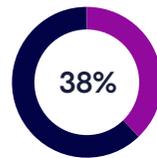
複数選択可能な質問



お得な情報を見つけること



目的地と現地ツアーの推奨



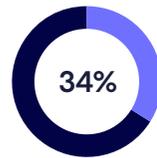
直前の変更



旅程の調整



予期しない出来事や緊急事態



旅行保険の選択



ブラジル (68%)、インド (62%)、米国 (47%) からの旅行者は、アドバイザーとのショートメッセージのやり取りを歓迎し、一方、ドイツ (57%)、オーストラリア (55%)、スペイン (53%) からの旅行者は、直接会うことを望む傾向が強くなっています。



10人中6人

お得な情報を見つけるために旅行会社から追加のサポートがあったことが最も役に立ったと回答した旅行者



旅行アドバイザー向けのヒント

旅行アドバイザーにとってもその顧客にとっても、旅行の計画にはコミュニケーションが欠かせません。希望するコミュニケーション手段について最初から聞いておき、最新情報の提供頻度や返信までの時間について期待値を設定することで、顧客のニーズに応えられるようにしましょう。

旅行者がいかにお得な旅行を優先するかを考えると、旅行アドバイザーが最もお得な情報を見つけ、競争力のある価格を提供することは非常に重要です。回答者の半数以上(51%)が、旅行アドバイザーが提示する価格と自分がオンラインで見つけた価格を比較すると答えています。このような旅行者は、受け取った見積りが最良の価格であるとは基本的に思っていないため、その旅行に最もお得な情報を提供することが重要です。



91%

旅行アドバイザーはお得な情報やプロモーションに最もアクセスしやすいと考える回答者の割合



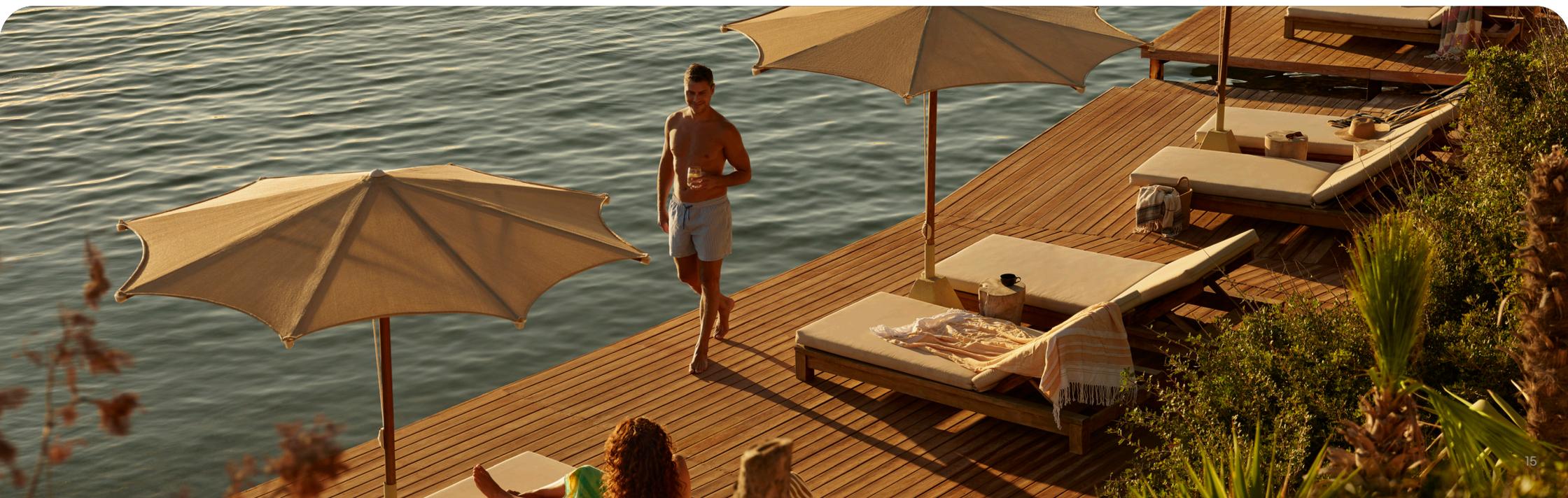
57%

旅行アドバイザーは最もお得な情報を入手していると信頼している米国の旅行者の割合。一方、メキシコ(59%)とスペイン(56%)からの旅行者はオンラインで価格を比較することが多い。



旅行アドバイザー向けのヒント

顧客に旅行の選択肢を提示する際には、提供するお得情報やほかの場所で見た価格について説明するなど、自分が行った調査について透明性を保ちましょう。そうすることで、顧客は自分でお得な情報や割引を探さなければならないと感じることなく、確信を持つことができます。





旅行者が同じアドバイザーを利用し続ける理由

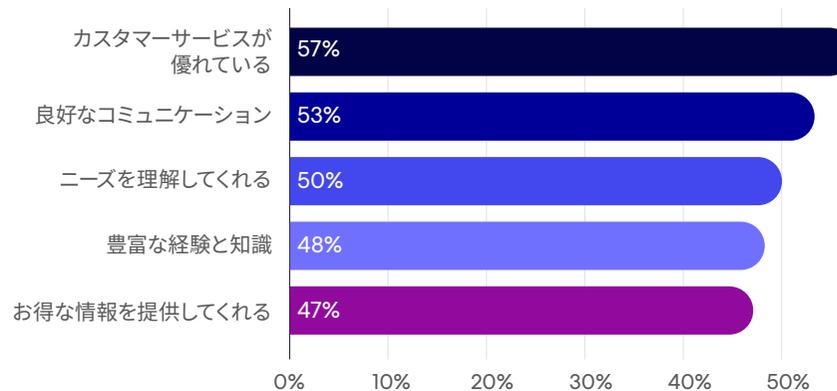
顧客維持はビジネス戦略の成功にとって重要であるため、ポジティブな体験を創造し、ロイヤルティを構築することが鍵となります。

では、旅行者が同じアドバイザーを利用し続ける理由や別の旅行会社に変える理由は何でしょうか。

旅行者がアドバイザーを利用する主な理由として、専門知識やお得な情報とともに、優れたカスタマーサービスと良好なコミュニケーションが挙げられます。過去5年間にアドバイザーを変更した旅行者は、サービスの提供内容が限られていること、お得な情報がないこと、提供された価値が低いことなどが理由でした。

同じ旅行アドバイザーを利用し続ける主な理由

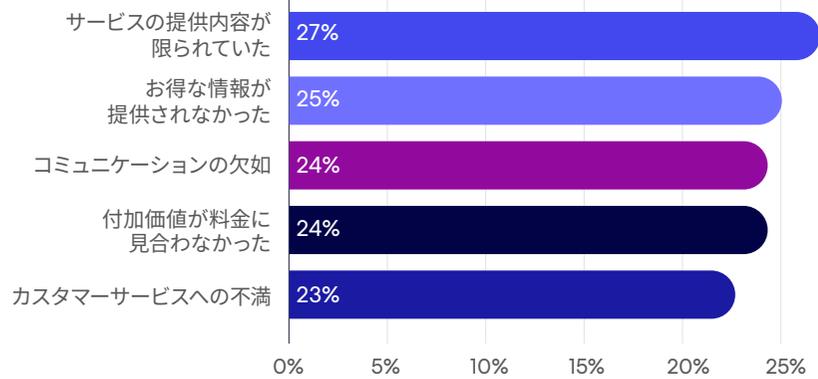
複数選択可能な質問



団塊世代は同じ旅行アドバイザーを利用し続ける傾向が強く、61%が過去5年間同じアドバイザーを利用しています。同様に、カナダからの旅行者の50%、イタリアと米国からの旅行者の44%が、過去5年間同じ旅行アドバイザーを利用しています。

旅行アドバイザーを変更した主な理由

複数選択可能な質問



62%

過去5年間に旅行アドバイザーを変更した旅行者の割合。一方、1つの旅行アドバイザーを利用し続けた割合は38%



78%

最近の旅行で旅行アドバイザーが提供したサービスに非常に満足またはかなり満足したと回答した割合



旅行アドバイザー向けのヒント

既存の顧客に貴社を常に意識してもらうために、6か月以上予約のない顧客に自動的にメッセージを送るシステムを作りましょう。

また旅行後もコミュニケーションをとれる体制を用意しておくことをおすすめします。顧客にコメントを求め、期待に応えられているところや期待を上回っているところ、逆に期待に応えられていないところを理解しましょう。

まとめ

この調査では、旅行アドバイザーの顧客に、旅行の種類、年齢、地域によって異なる独自のニーズや好みがあることが確認されました。

こうした微妙な違いを理解することが、専門知識を広げ、顧客ごとにもっとターゲットを絞った提案をするのに役立つでしょう。

旅行アドバイザーへの5つの重要な提言

1. 専門知識をアピールする

旅行者が旅行会社を利用したりアドバイザーを選んだりする際の大きな要因の一つは、専門知識です。貴社の長年の経験、専門性、旅行の成功例を潜在顧客や既存顧客に伝えましょう。

2. ストレスのない体験を提供する

旅行者は、アドバイザーが時間を節約し、ストレスを軽減してくれることを望んでいます。旅行前に顧客が何を必要としているのかをよく考え、何か問題が起きたときに備えた計画も立てておきましょう。

3. エンドツーエンドのサポートを提供する

旅行者は宿泊施設や航空券の予約以外のサポートも求めています。現地ツアーや目的地までの送迎からビザやパスポート取得のサポートに至るまで、旅行者が理想の旅行を実現するために望んでいる内容を確実に理解する必要があります。

4. しっかりしたコミュニケーションに力を入れる

カスタマーサービスとコミュニケーションが顧客のロイヤルティを築きます。旅行者の好みのコミュニケーション手段を理解し、旅行の計画プロセス全体を通じて常に最新の情報を提供しましょう。

5. お得な情報を活用する

旅行者がサポートを求める一番の分野は割引です。[エクスペディア TAAP「クマの手」](#)を活用して競争力のある料金を提示できるようにしましょう。

エクスペディア TAAP「クマの手」の メリット

本レポートで紹介した分析内容とエクスペディア TAAP「クマの手」の強力な機能を組み合わせることで、顧客との関係を深め、しっかりとしたサポートを提供しながら、旅行の計画から予約、管理まで、旅行のあらゆる段階で顧客に特別な体験を提供することができます。

アドバイザーのために作成された簡単な予約プラットフォーム

エクスペディア TAAP「クマの手」は、柔軟なキャンセルポリシーと、予約プラットフォームで直接シームレスな旅行者サービスを提供できる機能を備えています。

- ・ **セルフサービスの予約マネージャー**を使用して、1分もかからずオンラインで予約を変更。
- ・ **旅程ビルダー**を使用して、20秒以内にクーポンを生成して送付。
- ・ **決済猶予の予約**を使用して、今すぐ予約、現地払い。この機能を利用すれば、貴社のキャッシュフローを維持したまま、顧客に柔軟な支払い方法を利用してもらうことができます。



幅広い在庫

この調査結果を各種の旅行、競争力のある料金、直前予約ができる在庫に対して活用することで、顧客に最適な旅行オプションを最適な料金で提供できます。

エクスペディア TAAP「クマの手」では以下のものを提供しています。



300 万軒以上

200 以上の国 / 地域の宿泊
施設の数



35 種類以上

バケーションレンタルを含
む宿泊施設の種類



120 社以上

3,000 以上の区域で運営
されているレンタカー
会社の数



22 万件以上

ツアー、現地ツアー、観
光スポット、アドベンチャーの数



500 社以上

6,500 か所以上の
空港を網羅する
航空会社の数





信頼できる口コミと商品の掲載

施設の評価や口コミは、ホテル、バケーションレンタル施設、交通機関、現地ツアーに関する他の旅行者の体験を理解するために不可欠です。これらの情報は、旅行者に対して十分な情報に基づいた推奨を行う上で非常に参考になります。

- ・ 弊社には **5,800 万件ものユーザーからの口コミ**が寄せられており、内情や分析を提供し、施設が旅行者にふさわしいかどうかを判断するのに役立ちます。
- ・ 弊社の「**施設の詳細**」ページには、豊富なコンテンツ、多彩な写真ギャラリー、キャンセルポリシーの詳細を掲載しており、顧客にぴったりの施設が必ず見つかります。
- ・ **20 種類以上の並べ替えや絞り込みのための機能**により、EV 充電ステーション、バリアフリー、性の多様性 (LGBT+) への配慮、家族向け、支払いオプションなど、顧客固有のニーズに最も関連性の高い検索結果を表示することができます。

お得な情報とプロモーション

弊社のグローバルチームは、提携会社と協力して、エクスぺディア TAAP「クマの手」でのみ利用可能な B2B 料金を交渉し確保しています。そのため、貴社は自信をもって競争力のある料金を顧客に提示できます。

エクスぺディア TAAP「クマの手」では、65 万件を超えるプロモーション料金や、一般サイトの料金より平均で 20% 安い競争力のあるパッケージ料金をご利用いただけます。

貴社の販売を促進

弊社では、アドバイザーとしての貴社の時間は貴重であり、顧客のニーズを理解して顧客にとって理想的な旅行を計画するために時間を費やすべきであると考えています。貴社のビジネスを成功に導くシンプルなプラットフォームを使うことは非常に重要であり、そのために弊社が作成したのが、エクスペディア TAAP「クマの手」です。

このプラットフォームは以下の機能を備えています。

- ・ 業務効率を向上させる、リアルタイムの正確なレポートに即座にアクセスできます。
- ・ エクスペディア TAAP Academy のステップバイステップのガイドと役立つチュートリアルを利用して、簡単なオンボーディングで迅速に使い始めることができます。
- ・ すぐに始められるマーケティングキャンペーンのライブラリが用意されており、収益アップに活用できます。
- ・ ゴールドおよびプラチナ パートナーを対象にしたアカウント マネジメント サポートで、カスタマイズされた成長戦略の策定と貴社のビジネスの最適化を支援します。
- ・ 決済猶予の予約も含む、柔軟な支払い方法を利用できます。決済猶予の予約では、支払期限は旅行期間が近づいてからとなります。そのため、キャッシュフローを維持したまま事前予約が可能です。

今すぐエクスペディア TAAP「クマの手」に登録

すでにエクスペディア TAAP「クマの手」のメンバーの方は、アカウントへ[ログイン](#)してください。





調査方法

この消費者アンケートは、Wakefield Research が過去 18 か月間に旅行会社を利用したことのある旅行者 5,000 人を対象に実施したもので、旅行会社を出張のみまたは主に出張に利用している旅行者は除外されています。調査対象人数は、カナダ、ドイツ、スペイン、イタリア、オーストラリア、インド、メキシコ、ブラジル、英国、米国の各マーケットで 500 人ずつです。調査期間は 2024 年 9 月 19 日 ~ 10 月 13 日で、Eメールによる依頼とオンラインアンケートを使用しました。