



2022年4月7日

## Press Release

### 2022 Global Travel Trends Report:

世界7カ国で調査した、最新の旅行トレンドを紹介

～日本の回答者の50%がゴールデンウィーク中の旅行を検討～

#### (日本の旅行トレンド ハイライト)

- ✓ 一回の旅行ごとの平均支出において、宿泊での支出意向が最も高く、日本は調査対象の世界7カ国の中で最多の平均約48万円
- ✓ 旅行先の地域を支援できる活動として、日本は地場の食材を食べること、地場の中小規模のお店で食事や買い物をすることが70%以上と最も支持される

#### (世界7カ国の旅行トレンド ハイライト)

- ✓ 調査対象の7カ国全てで、2022年に旅行で訪れたいアジアの国は日本が1位。  
本格的な海外旅行再開後のインバウンド需要への明るい展望



アメリカン・エキスプレス・インターナショナル, Inc. (本社：東京都港区、日本社長：吉本浩之、以下、アメリカン・エキスプレス) は、日本を含む世界7カ国で2022年2月3日～11日に実施した旅行に関する意識調査「[アメリカン・エキスプレス・トラベル グローバル・トラベル・トレンド・レポート](#)」を発表しました。本調査から、日本の回答者の多くが2022年に旅行をすることについて概ね好意的に捉えていることがわかりました。「2022年に旅行をすることについてどう捉えていますか?」という質問に対して、「希望に満ちている(35%)」と答えた人が最も多く、また、別の質問では「2022年のゴールデンウィークに旅行をすることを検討している」と答えた人が50%にのぼるなど、多くの日本の回答者が直近の大型連休であるゴールデンウィークの期間中に何らかのかたちでの旅行の計画をしていることがうかがえる結果となっています。

- **＜旅行での支出＞ ホテルなど宿泊施設での体験価値も重視** — 2022 年の旅行に関連する支出についても、日本では回答者の 69%が、2022 年にはコロナ禍前の年と比較して、同程度かそれ以上の額を旅行に費やすと回答しています。その中でも宿泊への支出意向が日本では最も高く、旅先での観光などのアクティビティ以外に、宿泊での上質なホテル体験なども満喫したいという傾向が表れています。2022 年に予定している旅行の頻度と期間において、世界 7 カ国の平均では「短期での旅行を複数回（28%）」、「長期での旅行を 2-3 回（24%）」となっている一方、日本は「短期での旅行を複数回（46%）」、「長期での旅行を 2-3 回（17%）」と短期間の旅行を予定している人が多く、短期ゆえに一回ごとの宿泊を含めた旅行体験をより豊かで充実したものになりたい考えが見えています。
  - 支出する項目について、日本では一回あたりの旅行での支出意向額の平均が「1 位：宿泊（48 万 2418 円）」、「2 位：旅行保険（12 万 283 円）」、「3 位：移動（5 万 448 円）」となっています。「**宿泊**」は調査対象の 7 カ国 全てで 1 位になっている項目ですが、日本の 48 万 2418 円は 7 カ国中で最も大きい額となっており、2 番目に額面の大きかった米国の 2,334 米ドル（1 米ドル＝120 円換算で、約 28 万 80 円相当）を大きく上回る結果となっています。
  - また、支出項目の上位 3 位内に「旅行保険」が入っているのは 7 カ国中で日本のみで、不測の事態による予定の変更などを余儀なくされた際の対応を重視する傾向が見られています。

<1 回の旅行で支出する項目:世界 7 カ国の上位 4 項目>

オーストラリア	カナダ	インド	日本	メキシコ	イギリス	米国
1. 宿泊	1. 宿泊	1. 宿泊	<b>1. 宿泊</b>	1. 宿泊	1. 宿泊	1. 宿泊
2. 移動	2. 移動	2. 移動	<b>2. 旅行保険</b>	2. 観光	2. 移動	2. 移動
3. 食事	3. 食事	3. 観光	<b>3. 移動</b>	3. 移動	3. 食事	3. 服飾品
4. 観光	4. 観光	4. 旅行保険	<b>4. デバイス</b>	4. 服飾品	4. 観光	4. 食事

\*質問「2022 年の一回の旅行で以下の項目に平均いくら支出する予定ですか？」

【食事・宿泊・観光（ツアーなど）・移動（飛行機・レンタカーなど）・旅行保険・服飾品（服・靴など）・旅行用商品（スーツケースなど）・デバイス（カメラなど）】

- **＜意義を感じる旅先での活動＞ 地場のお店での飲食や買い物での地域貢献** — 旅行で訪れた際に、その地域の支援につながる活動として、「旅行中にその地域で生産された食材を食べることが最も地域貢献につながり意義を感じられる（73%）」、「旅行中にその地域の中小規模のお店で買い物や食事をするのが地域貢献につながると感じられる（71%）」など、**日本は地場の食材を食べることや、そのエリアに根差す中小規模のお店で買い物や食事をするに、地域貢献などの意義を感じる傾向が強い結果となっています。**意義を感じられる旅先での観光アクティビティとしては、文化体験が 34%と最も支持される結果となりました。
- **＜旅行で訪れたい国＞ 日本は国内旅行を支持する傾向** — 2022 年に旅行で訪れたい世界の大陸/エリアを聞いたところ、日本は上位 3 位がアジア（41%）、ヨーロッパ（34%）、オーストラリア/オセアニア（20%）という結果となりました。アジアの国で訪れたい旅行先としては、日本（40%）、シンガポール（23%）、韓国（20%）となっており、海外旅行よりもまずは国内旅行に目が向いていることが表れています。

- **<インバウンド需要> 依然強い、旅行先としての日本の人気** — 世界7カ国の平均では、2022年に旅行で訪れてみたいアジアの国として、上位3位が日本（40%）、シンガポール/タイ（同率で23%）となっており、また「2022年の旅行で、一生に一度は行ってみたいアジアの国にいけるとしたら、どの国に行きたいか？」という問いに対して世界7カ国の平均で上位3位が日本（25%）、インド（18%）、シンガポール/タイ（同率で10%）となっており、海外旅行が本格的に再開した際、引き続き強いインバウンド需要が日本にあることを示す結果となっています。



###

#### <アメリカン・エクスプレス・トラベル：2022年グローバル・トラベル・トレンド・レポート概要>

- 調査期間：2022年2月3日～11日
- 調査対象国：日本、米国、カナダ、メキシコ、オーストラリア、インド、イギリス
- 調査方法：オンライン調査
- サンプル数：日本、カナダ、メキシコ、オーストラリア、インド、イギリス各1,000人、米国2,000人  
日本では、世帯収入7万米ドル以上の中で、2019年度中に1回以上飛行機を利用した旅行をした人を対象に調査。

#### <アメリカン・エクスプレスについて>

1850年に米国ニューヨーク州にて創立したグローバル・サービス・カンパニーです。個人のお客様向けには多様なライフスタイルをサポートする商品やサービスをお届けし、法人のお客様向けには経営の効率化を実現する経費管理やデータ分析のツールを提供し、大規模/中堅企業や中小企業、個人事業主にいたるまで幅広いビジネスの成長を支援しています。日本では、1917年（大正6年）に横浜に支店を開設して事業を開始し、現在では世界180以上の国や地域に広がる独自の加盟店ネットワークとトラベル・サービス拠点を通じ、最高品質のサービスを提供しています。また、アメリカン・エクスプレスのカードは、JCBとの提携により、従来からのホテル、レストランや小売店などに加え、公共料金からスーパーマーケット、ドラッグストアなど日々の生活で使えるお店が拡大しています。

#### 本件に関する報道関係の皆様からのお問い合わせ先

アメリカン・エクスプレス広報事務局（エデルマン・ジャパン内） 高橋  
Tel: 080-3543-2848 / E-mail: [AmericanExpressJapanPR@edelman.com](mailto:AmericanExpressJapanPR@edelman.com)

アメリカン・エクスプレス・インターナショナル, Inc. 広報部 浅見  
Tel: 070-8711-6424 / E-mail: [Kensuke.Asami@aexp.com](mailto:Kensuke.Asami@aexp.com)