



2021 年 4 月 7 日

PRESS RELEASE

アメリカン・エクスプレス、2021 年世界の旅行トレンドを発表 コロナ後のラグジュアリートラベル、キーワードは“密ナシ”

アメリカン・エクスプレス・インターナショナル, Inc.（本社：東京都港区、日本社長：清原正治、以下、アメリカン・エクスプレス）は、日本を含む世界 7 カ国で今年 1 月に実施した旅行に関する意識調査「[アメリカン・エクスプレス・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。本調査によると、世界各地で旅行の再開を待ち望む強い期待が見受けられる一方で、新型コロナウイルス感染拡大が始まって 1 年以上が経過した今、日本の消費者の旅行に対する概念がコロナ前と比較して大きく変わっていることも明らかになりました。

- **予約 Now、キャンセル Later** — 早く旅行をしたいという意識の表れから、多くの消費者は旅行の計画を積極的に行っています。また、コロナの感染状況などの変化にも対応するため、柔軟なキャンセル・ポリシーなどをうまく利用して、取りあえず旅行の予約を先に入れて、万が一状況が変化した際にはキャンセルすれば良いと考えている消費者が多いようです。
 - 回答者の 85%が「旅行の計画があると、楽しみが増える」と答えており、40%は「どうしても旅行に行きたいので、今後キャンセルしなければならない可能性があるとしても、旅行の予約をするつもり」と回答しています。
 - 2021 年の旅の計画を立てる際は、33%が「料金が高くてもキャンセル規程が柔軟な方を選ぶ」と回答しました。

消費者の旅行に対する強い意欲は、アメリカン・エクスプレスが手配したカード会員の旅行予約件数にも表れており、2021 年 1 月と比較して 3 月の国内の予約件数は、航空券で 1.8 倍、宿泊予約で 2.1 倍にそれぞれ増加しました。

- **密ナシはラグジュアリートラベルの象徴** — コロナはラグジュアリートラベルの定義も大きく変えたようです。感染リスクを最小限に抑えながら記憶に残る旅行体験をすることこそが、これからのラグジュアリートラベルと考える消費者が増えています。日本においてもその傾向がうかがえ、
 - これからのラグジュアリートラベルに求められる要素を聞いた質問では、回答者の 64%が「自分に合わせてカスタマイズされた体験」、63%が「プライバシー」、57%が「厳しい基準での衛生管理」をそれぞれ重要な要素として挙げています。
- **「セカンドシティー」が人気旅行先に** — “密ナシ”を求める消費者の動向は、旅行先を選ぶ上でも重要なポイントになっています。世界的なトレンドを見ると、従来は比較的人口の多い大都市が旅行先として人気でしたが、コロナ禍においては今まで旅行先として国名を言われたときに思い浮かぶ場所ではない「セカンドシティー」が感染リスク回避の観点から人気の旅行先となっています。

この傾向はカード会員からアメリカン・エクスプレスに寄せられる旅行関連の依頼にも表れており、従来、人気があった遠距離の旅行先ではなく車で数時間で行ける近隣の旅行先の問い合わせが直近では増えています。

- **ポイント・マイルの温存期** — コロナ禍で以前よりも飛行機などの利用でマイルをためることができない状況のため、クレジットカードを日々の買い物などで利用することでポイントやマイルを賢く獲得し、次の旅行で活用したいと考えている消費者が多いことが分かりました。
 - 回答者の 61%が「クレジットカードのポイントは、安心して休暇に行けるようになった時のために、今は貯めたままにしておくつもり」と回答しています。
- **ソーシャルメディアでの共有に対しては慎重な姿勢** — コロナ以前は、旅行体験を友達や家族とソーシャルメディア上でシェアするのは当たり前でしたが、そのトレンドも変わるかもしれません。コロナ禍で政府の要請などに反して旅行した人たちを非難する現象「トラベル・シェーミング」を恐れ、旅行体験を以前と同じように積極的にソーシャルメディアに載せることを控える人が増えているようです。
 - 回答者の 52%が「今年は、旅行に対する非難を受けないように、自分が旅行に行ったことを SNS でシェアするのはこれまで以上に用心する」と答えています。

###

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

- 調査期間：2021 年 1 月 15 日～24 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：各国 1,000 人（日本、カナダ、メキシコ、オーストラリア、インド、イギリス）2,000 人（米国）
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（嘉永 3 年）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。多様な商品・サービスを通して個人顧客には「特別な体験」をお届けし、また優れたデータ分析や経費削減ツールを用い、幅広い法人顧客のビジネス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、世界 170 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続けています。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。