

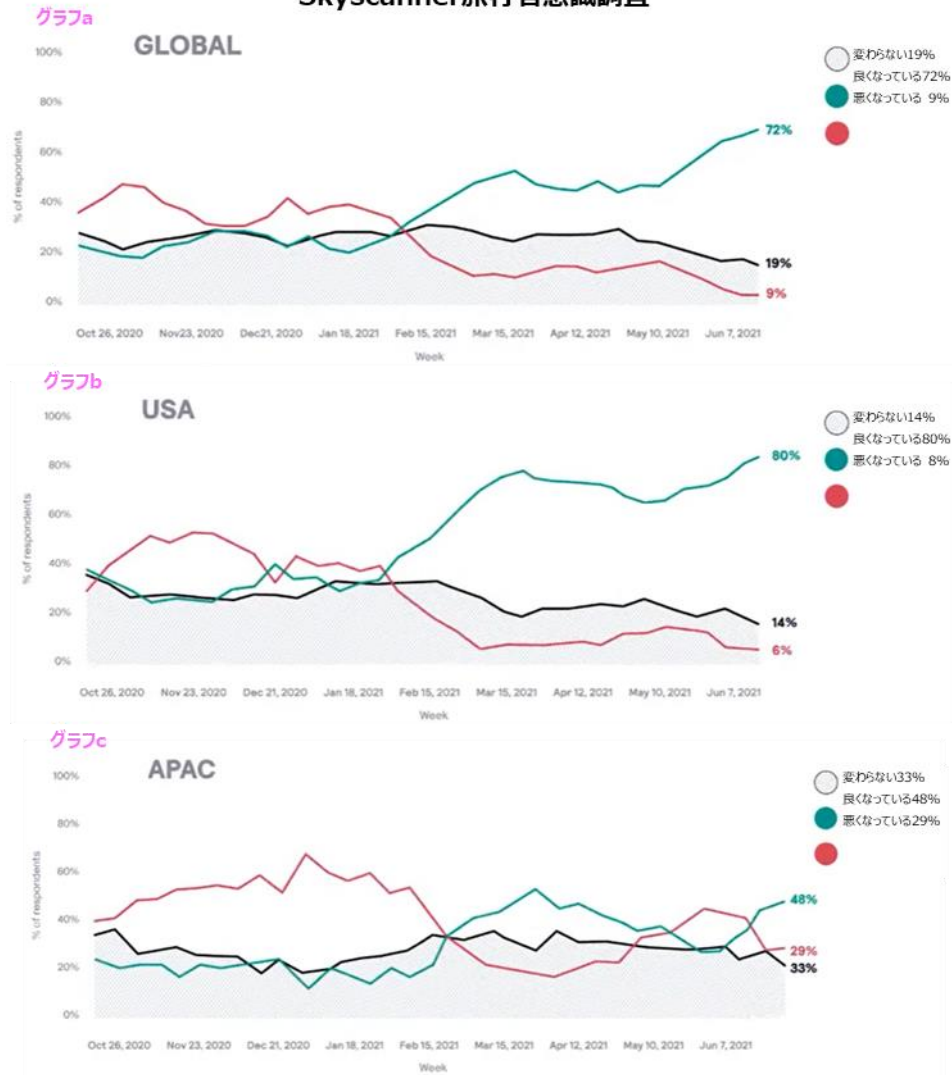
# グローバルマーケティングコラム

## Skyscanner 新しい夜明け 旅行の帰還

### ウェビナー受講レポート

Skyscanner が開催した、無料ウェビナーの受講レポートです。Skyscanner は、Covid-19 パンデミックが始まった当初から、旅行者へ意識調査を行ってきました。「世界的な新型コロナパンデミックの状況についてどう思うか？」という質問を継続して問いかけてきました。世界的に、「良くなっている」という回答が増え直近では 72%に達しました。(参照※1、グラフ a)地域別に見ると、米国が特にポジティブな旅行者が多く、旅行に対しても楽観的です。(参照※1、グラフ b)ただし、欧州に比べると国内旅行志向が強く、海外旅行の回復には時間がかかりそうです。アジア太平洋地域をみると、米国とは全く様子が違います。パンデミックへの楽観的な意識はまだ低迷中で、旅行に対する気持ちも同じくまだネガティブな人が多い状況です。(参照※1、グラフ c)米国をはじめ、まだまだ国内や近距離旅行への需要が大半を占める中、多くの destinations が考慮しなければならないことは、長期的な戦略です。今も多くの destinations が、すばらしい Dream now, travel later(今は夢見て、旅行は後で)コンテンツでブランディングを行っています。例えば、東京都の Another Tokyo コンテンツは、自然や露地の畑など、大都会東京のイメージとは程遠い風景を紹介し、人混みを避けたい新しい旅行ニーズに合致した戦略をとっています。(参照※1、※2)

## Skyscanner旅行者意識調査



出典元: Skyscanner

### 【出典元】

※1 Skyscanner Horizons: The Return of Travel – YouTube

<https://www.youtube.com/watch?v=OLStRg0zzgg>

※2 Another Tokyo | The Official Tokyo Travel Guide, GO TOKYO

<https://www.gotokyo.org/en/story/another-tokyo/index.html>