

アメリカ人旅行者のオンライン嗜好

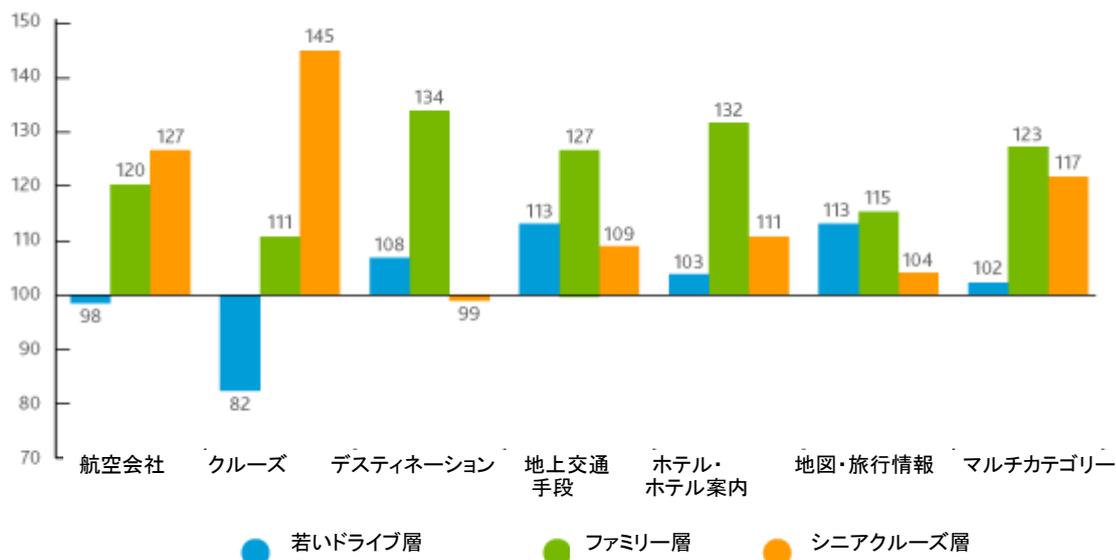
夏はアメリカ人にとって太陽を浴びたり、旅行をしたり、休暇を楽しむ季節。ニールセンのデータによると、旅行最盛期のアメリカでは、あらゆる年齢層が様々な旅行関連サイトにアクセスし、夏休みの計画を立てていることが分かった。

年齢によって異なる訪問場所とアクセス手段

- **若いドライブ層:** 18-34 才のインターネット・ユーザーは、車を運転して訪問場所に移動することを好む様子。オンライン嗜好を見ると、旅行カテゴリ内では「地上移動手段」と「地図・旅行情報」サイトにアクセスする可能性が高くなっている。「地上移動手段」と「地図・旅行情報」サイトへのアクセスを見ると、このグループは総訪問者数の約 30%を占め、インターネット平均(25%)よりも 13%訪問の可能性が高くなっている。一方で「クルーズ」や「航空会社」サイトを閲覧する可能性は最も低く、総訪問者数に占める割合はそれぞれ 25%と 20%。
- **ファミリー層:** 「デスティネーション(例: ディズニー・ワールド、シックス・フラッグス等)」サイトや「ホテル・ホテル案内」サイトの訪問者を見ると、35-49 才のインターネット・ユーザーが集中していることが分かる。ファミリー層は上記サイトの総訪問者数の約 1/3 を占め、他の年齢層よりも「デスティネーション」サイト(34%)や「ホテル・ホテル案内」サイト(32%)にアクセスする可能性が高い。目的地への移動手段は相変わらず飛行機よりも、自家用車に家族全員乗って移動することが予想される。
- **シニアクルーズ層:** 50 才以上のインターネット・ユーザーは船を好む傾向にあり、「クルーズ」サイトへのユニーク訪問者数の約半数を占めている。これはインターネット平均(33%)より 45%高く、この層は「クルーズ」サイトを訪問する可能性が最も高い。「クルーズ」に次ぐ人気サイトは「航空会社」で、サイト訪問者の 41%が 50 才以上となっており、インターネット平均を 27%上回っている。

アメリカのユニーク・オーディエンス構成

2011年6月度、自宅および職場からのコンピューター・アクセス



出典:ニールセン

データの読み方: 2011年6月、若いドライブ層(18-34才のネット・ユーザー)は平均よりも「航空会社」サイトを訪問する可能性が低い。他方、ファミリー層(35-49才のネット・ユーザー)とシニアクルーズ層(50才以上のネット・ユーザー)は、平均よりも「航空会社」サイトを訪問する可能性が高い。

nielsen

旅行トレンド

ニールセンが規定する旅行カテゴリーへの通年アクセスを見ると、アクセスが集中するのはまず1月で、その次のタイミングが夏の6月から7月となっている。航空運賃や手荷物運賃の上昇により空の旅の費用が上がり続けていることから、飛行機よりも車を使って目的地に移動するアメリカ人が増えている可能性がある。過去2年間、「地上交通手段」サイトへのユニーク訪問者数の変化はないが、同期間の「航空会社」サイトへのユニーク訪問者数は24%減少している。

過去2年間の旅行サイトへの訪問数はわずかに増えている(2%)が、2009年6月以降に最も訪問数が増えているのは、「マルチカテゴリー」の旅行サイト(例:エクスぺディア、トリップアドバイザー等)。

オンラインで旅行を購入するユーザーの購買力と休暇活動

最近オンラインで旅行を予約・購入した成人インターネット・ユーザーは、一旦旅行をすると決めたら大金を費やしても構わないと思っている。このグループが「ホテル予約」(指標値273)、「航空チケット」(指標値266)、「パック旅行」(指標値288)に多額の金額を支払う可能性は、平均的な成人オンライン・ユーザーの倍以上となっている。

目的地での活動を見ると、上位は「家族や友人と会う」(33%)、「海」(26%)、「キャンプ」(16%)となっている。