

ADARA TRAVEL TRENDS for ASIA PACIFIC Winter 2025-26

Booking Dates: Jan 1 – Nov 15, 2025

Travel Dates: Dec 1, 2025 – Feb 28, 2026





紹介

アジア太平洋地域が 2025 年の冬の旅行シーズンを迎える中、同地域の観光を取り巻く環境は、新たな目的意識と進化の段階に入っています。かつての「回復への道のり」は、今や成長と持続可能性、ラグジュアリーと価値、探索と体験のバランスを追求する段階へと移行しました。旅行者は単に数を増やして戻ってきているだけでなく、旅の動機そのものを再定義しながら、どこへ、どのように、そしてなぜ旅をするのかを変えつつあります。

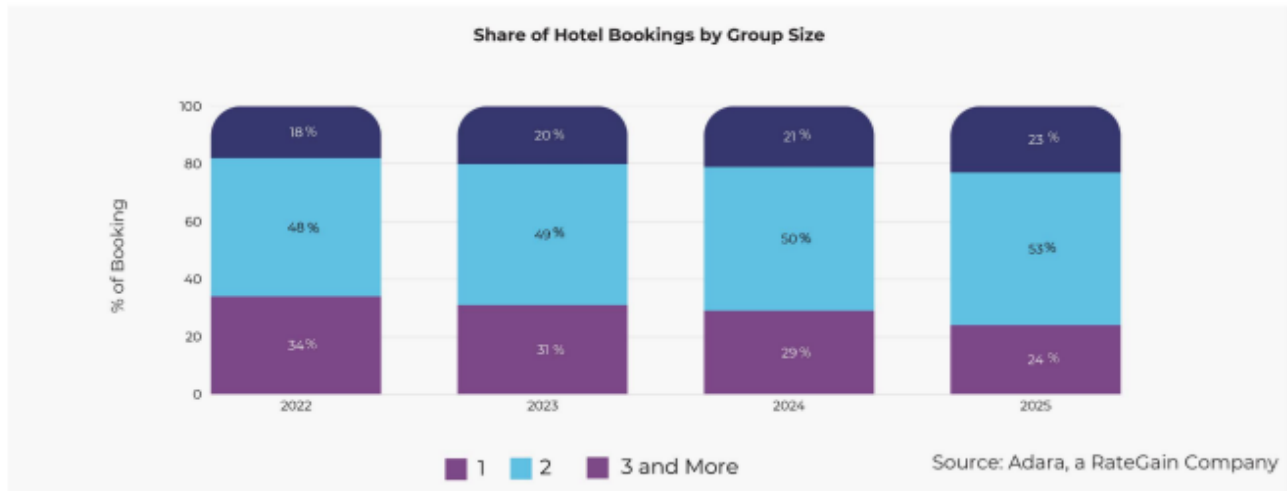
今シーズンの旅行動向からは、一人旅から共有する旅へ、短期滞在から没入型の体験へといった、嗜好の大きな変化が見て取れます。アジア太平洋地域全体で、旅行者は文化的な本物志向や地域との意味ある関わり、そして責任ある観光への関心を一層高めています。こうした流れを受け、従来の都市部にとどまらない新興デスティネーションが、独自性のある体験を求める旅行者から注目を集めています。

本レポートでは、Adara のリアルタイム旅行者インテントデータを活用し、アジア太平洋地域の旅行者が冬の旅行をどのように計画し、予約し、体験しているのかを分析しています。変化する旅行動向や新興市場、そしてデスティネーション戦略の形成におけるデータ活用の重要性について掘り下げています。アジア太平洋地域がインテリジェント・トラベルの新時代を迎える中、これらのインサイトは、観光分野のリーダーが旅行者とより効果的かつ持続可能な形でつながるための指針を示しています。





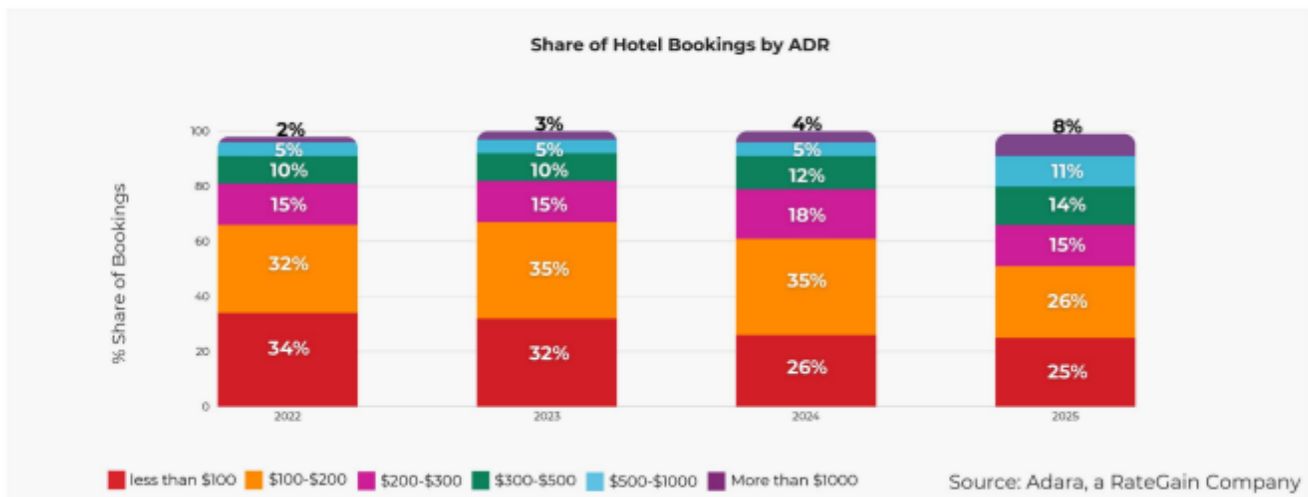
家族連れやカップルの来訪者数の増加



2025 年冬は、旅行者構成の明確な変化を示しています。かつて東南アジア旅行の主流であった一人旅に代わり、カップルや家族連れの旅行が増加しています。一人旅による予約割合は大きく減少する一方で、2 名以上での予約は引き続き増加傾向にあります。こうした変化は、パンデミック後の人とのつながりを重視する動きを反映しており、個人での探索よりも、共有体験やグループでの楽しみが重視されるようになっていきます。その結果、ファミリー向け施設、没入型の文化体験、ウェルネス志向の滞在を提供するデスティネーションが注目を集めています。



高価格帯の客室の予約増加

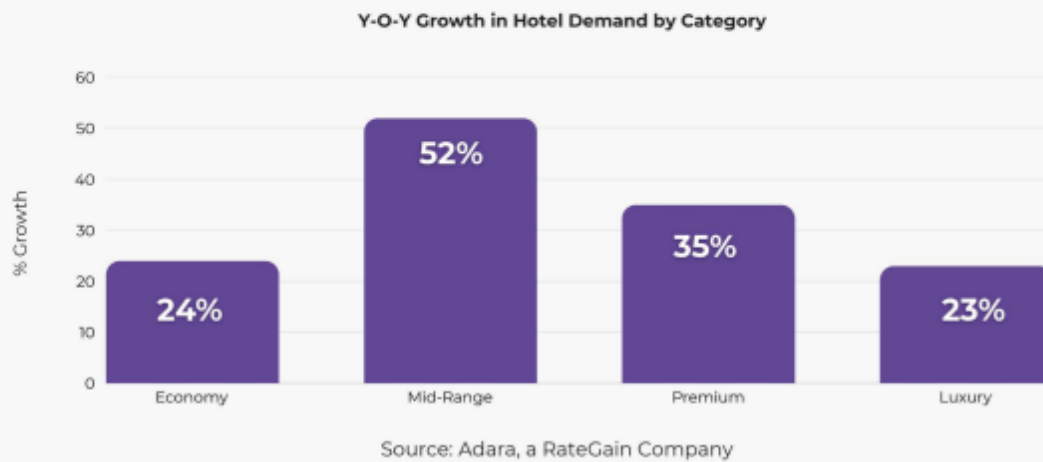


Adara のデータによると、今シーズンもミッドレンジおよびプレミアムホテルが引き続き高い予約需要を維持しています。旅行者の約半数が 1 泊 100~200 米ドル帯の宿泊施設を予約しており、価格に見合った快適さを求める強いニーズが地域全体で見られます。一方で、ラグジュアリーホテルや高級リゾートも好調で、国際旅行に戻りつつある富裕層旅行者の高い消費力を反映しています。

このように、手頃さと上質な体験の両立が重視されており、旅行者は以前にも増して慎重かつ選択眼を持ち、ライフスタイルや予算に合った質の高い滞在を求める傾向が強まっています。



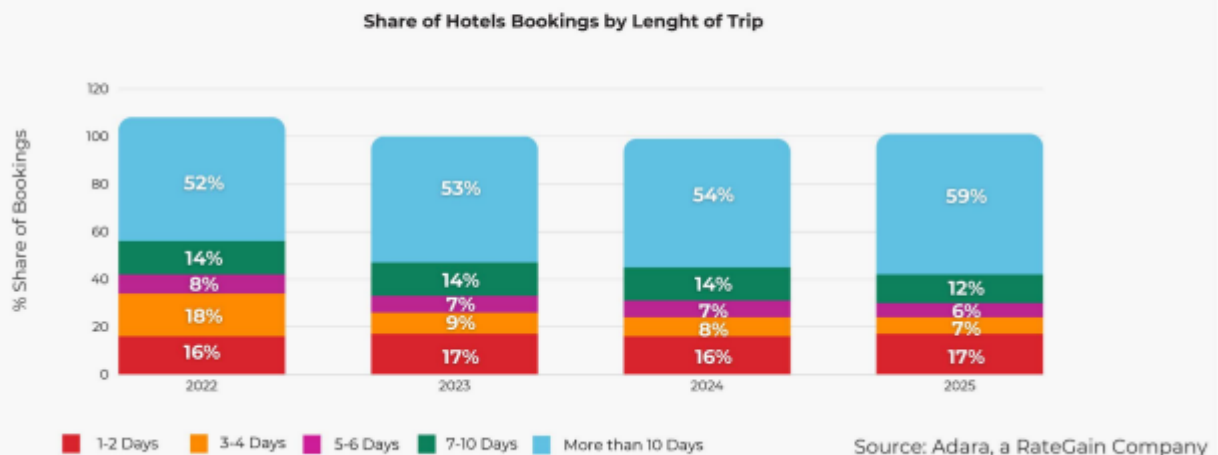
ミッドレンジホテルや短期滞在型のバケーションレンタルの人気の高まっている



アジア太平洋地域全体で、旅行者はミッドレンジ(ミッドスケール/アッパー・ミッドスケール)のホテルやバケーションレンタルへと関心を高めています。需要が首都圏以外にも広がる中、各ブランドは人気の価格帯で需要を取り込むため、地方・中小規模のデスティネーションへの展開を進めています。バケーションレンタルは、広さや柔軟性、家族・グループ向けのコストパフォーマンスの良さが評価され、引き続き利用が増加しています。



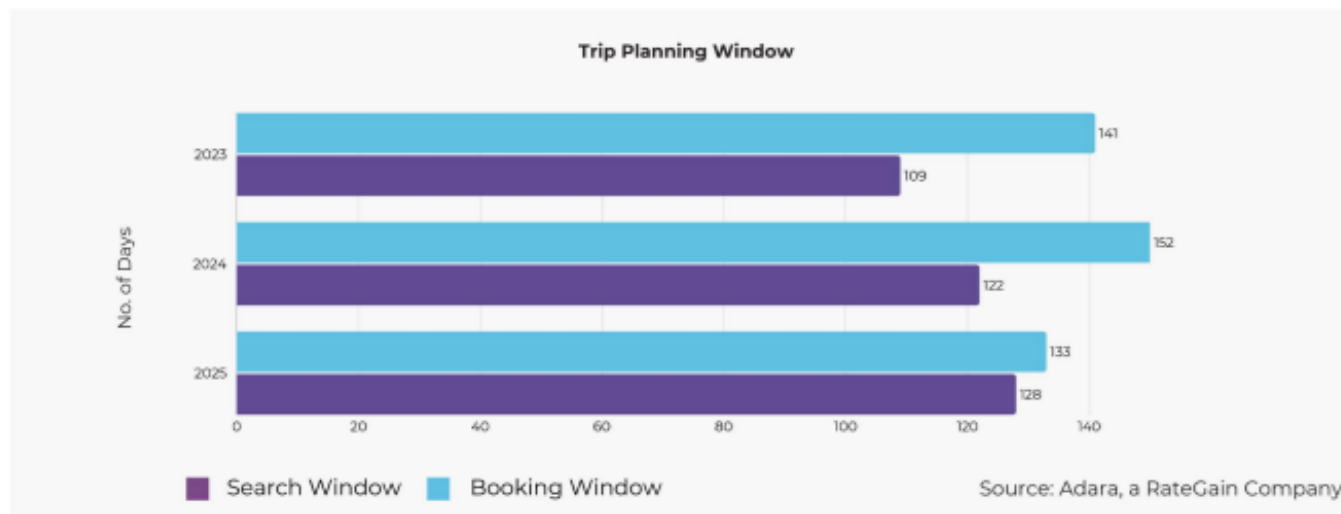
より長期の没入型滞在



旅行者の滞在期間は長期化しており、特に家族連れやリモートワーカーを中心に、計画性のある旅行や長期滞在型観光への移行が見られます。アジア太平洋地域では、10 日以上の旅行が全予約の 59%を占めるまでに増加しました。これは、リモートワークの柔軟性、手頃なデスティネーション、通信環境の向上を背景に、スローで体験重視の旅行への関心が高まっていることを示しています。旅行者は短期滞在よりも、余暇・仕事・探索を組み合わせた没入型の長期滞在を志向する傾向を強めています。



早期予約の旅行者がアジア太平洋地域に集まっている



主要デスティネーションで需要が高まる中、旅行者はアジア太平洋地域への旅行を早い段階で予約する傾向を強めています。航空運賃の上昇、競争力のあるホテル料金、ピークシーズンにおける空室不足が、早期の旅行計画を後押ししています。さらに、大型イベントの復活、ビザ規制の緩和、柔軟な予約条件も、より良い条件を確保し、よりスムーズで長期かつ充実した旅を実現するための動機となっています。



米国、ロシア、オーストラリアが主要な送客市場となっています



今冬のアジア太平洋地域における主要な送客市場は、米国、ロシア、オーストラリアで、全検索数に占める割合はそれぞれ 25%、18%、10%となっています。これにカナダ、インド、英国が続き、多様なインバウンド需要が示されています。これらのデータからは、長距離市場からの強い需要がうかがえ、旅行者がアジア太平洋各地での長期かつ体験重視の滞在を重視していることが明らかになっています。



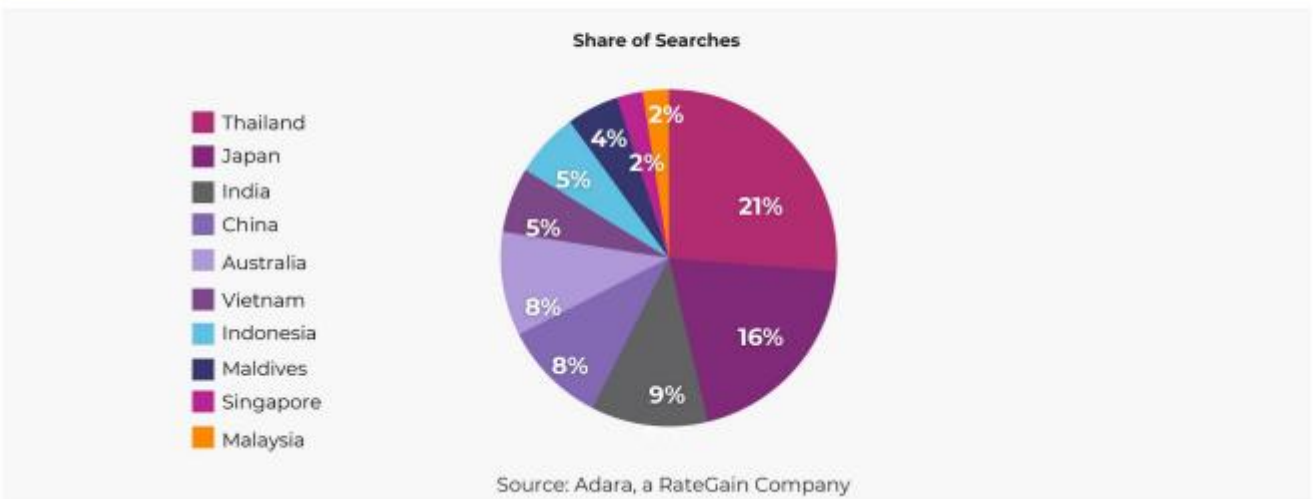
モスクワ、シドニー、ロンドンが主要な出発都市です



今冬、アジア太平洋地域への旅行者の主要な出発都市は、モスクワ、シドニー、ロンドンであり、欧州およびオセアニアからの強いアウトバウンド需要を反映しています。これにドバイ、シンガポール、サンクトペテルブルクが続き、活発な動きが見られます。さらに、香港、メルボルン、ミラノ、ニューヨークも上位に入り、アジア太平洋デスティネーションへの世界的に幅広い関心が示されています。



タイ、日本、インドが旅行者の関心の中心となっています



2025 年冬のアジア太平洋地域で最も検索されているデスティネーションはタイで、ホテル検索全体の 21% を占めています。次いで日本(16%)が続き、冬祭りやスキー観光が人気を後押ししています。インド(9%)、中国(8%)、オーストラリア(8%)は、文化体験とレジャーの両面でバランスの取れた需要を示しています。

また、ベトナムとインドネシア(各 5%)といった新興市場も、手頃な価格で体験重視の旅行先として関心を集めています。一方、モルディブ(4%)やシンガポール、マレーシア(各 2%)は、ラグジュアリー旅行や近距離の休暇先として安定した人気を維持しています。総じて、アジア太平洋地域への旅行者の関心は、従来の人気目的地に加え、新たな体験型デスティネーションへと多様化しています。



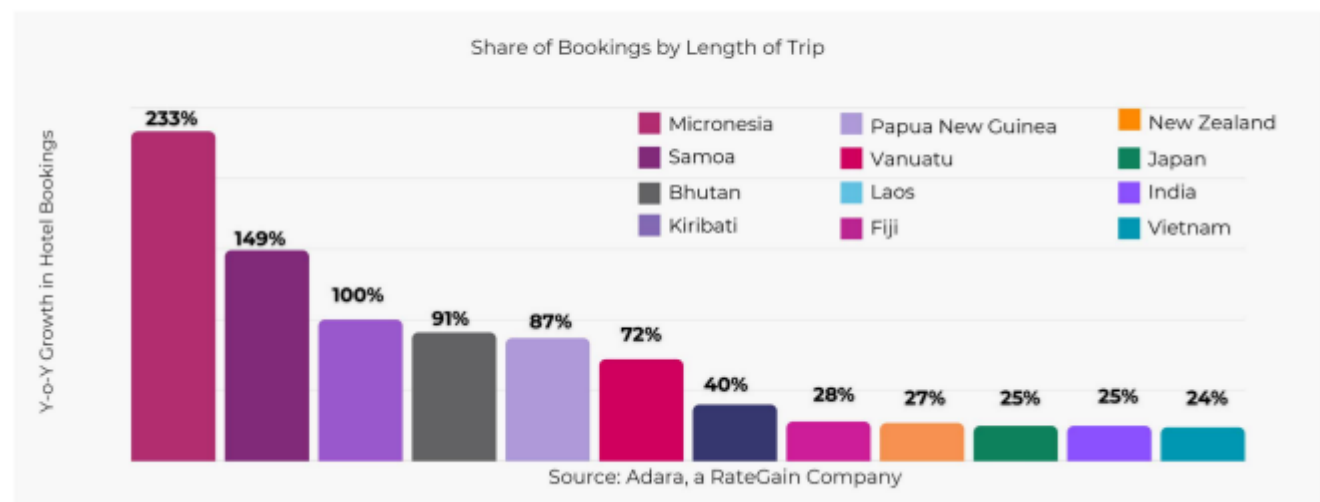
バンコク、プーケット、東京が最も検索されているデスティネーションです



2025 年冬のアジア太平洋地域において、最も検索されているデスティネーションはバンコク、プーケット、東京であり、文化とレジャーの両面を兼ね備えた都市・リゾートへの関心の高まりがうかがえます。これに香港、シドニー、パタヤが続き、良好なアクセスと地域的な魅力が支持されています。さらに、クアラルンプール、大阪、シンガポール、北京がトップ 10 を構成し、象徴的な都市体験と沿岸リゾートの双方に対するバランスの取れた需要が示されています。



旅行者は新たなデスティネーションへの関心を高めています



アジア太平洋地域全体で、新興デスティネーションが従来の主要市場を上回る動きを見せています。ベトナム、カンボジア、フィリピンなどの国々では、手頃な宿泊料金、開放的なビザ政策、体験型コンテンツを背景に、前年同月比で高い成長が続いています。

一方で、タイやシンガポールといった成熟市場は安定局面に入り、市場の成熟や価格上限を反映しています。特に注目されるのは、ミクロネシア、サモア、キリバス、バヌアツ、ニュージーランド、フィジーといったオセアニア諸国で、旅行への関心が大幅に高まっている点です。



デスティネーションマーケターへの示唆(示唆事項)

高付加価値旅行者の優先的な誘致

滞在期間が長く、消費額が高く、地域の体験に積極的に関わる旅行者に注力することが重要です。こうした旅行者は、経済的な波及効果が大きいだけでなく、来訪者数の多さよりも質を重視する、持続可能で価値志向の観光へと移行する地域の方向性とも合致しています。

主要市場に依存しない分散戦略

マーケティング投資を、すでに成熟した主要拠点に偏らせるのではなく、新興デスティネーションへと分散させることが重要です。特にオセアニアや東南アジアの新興地域は、手頃な価格、アクセスの良さ、本物志向の体験を背景に、世界的な関心を集めています。新たな地域の魅力を訴求することで、新規性や混雑回避を求める旅行者の獲得につながります。

リアルタイムデータと予測インサイトの活用

Adara のリアルタイム旅行者インテントデータなどのプラットフォームを活用し、需要の兆候を早期に把握するとともに、配信タイミングの最適化やパーソナライズされたキャンペーンを展開することが重要です。データに基づく意思決定は、実際に予約意向のある層への確にアプローチすることで、マーケティング予算の最適化や ROI 向上につながります。

長期・体験型滞在の訴求

より長く、没入型の体験を求める旅行者を想定したデスティネーション訴求が重要です。地域文化やスロートラベル、ワーケーションやハイブリッドワークの可能性を打ち出したメッセージを展開することで、冬季休暇を延ばすリモートワーカーや家族層への訴求力を高めることができます。

価値重視層へのアプローチ

ミッドレンジホテルやバケーションレンタルの需要増加を踏まえ、快適さ・利便性・コストパフォーマンスを強調したキャンペーン展開が効果的です。価格志向に配慮しつつも、体験価値を軸としたストーリーテリングを組み合わせることで、アジア太平洋地域で拡大する中間所得層の旅行者に響く訴求が可能となります。

地域連携と持続可能性の強化

地域の観光機関、航空会社、宿泊事業者と連携し、広域的な周遊ルート(トラベル・コリドー)の造成や共同マーケティング施策を展開することが重要です。あわせて、文化資源や自然環境を保全する持続可能な観光の取り組みを前面に打ち出すことで、旅行者満足度の向上と地域の長期的価値創出につなげることができます。

旅行者の動機変化に合わせたメッセージ設計

旅行者はいま、つながり・目的意識・本物らしさを重視しています。従来的高级志向や集客数重視の訴求から離れ、地域との関わり、ウェルネス、文化的な深みを前面に打ち出したプロモーションが求められます。

※Adara について

Adara(RateGain グループ)は、世界有数のデータエクスチェンジ企業で、倫理的に取得された消費者データへのアクセスを提供しています。

世界 270 社以上のパートナーと連携し、実行可能なインサイトと予測インテリジェンスを通じて、マーケティング ROI の最大化を支援しています。

About Adara: About Adara: Adara, a RateGain company, is one of the world's largest data exchanges, providing access to ethically-sourced consumer data. With 270+ global partners who supply aggregated comprehensive traveler data, Adara delivers actionable insights and predictive intelligence to drive higher marketing ROI. For more information, visit <https://adara.com/>