

# 予約プロセス：旅行者がオンラインで旅行を計画して予約を行うまでのプロセスを解明

## 主な調査結果：カナダ

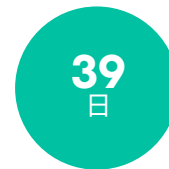
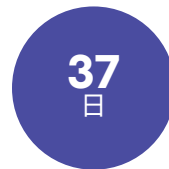


予約に至るまでには複雑で多面的なプロセスがあります。この調査では、オンラインの旅行予約の意思決定に影響を与えている主な要因およびリソースなど、予約プロセスにおける旅行者の行動を紐解きます。

Luth Research には、以下から収集されたカナダの旅行者のデータが含まれています。

- 800 件以上のアンケート回答
- 10,500 人が参加するデジタルデータパネル

カナダの旅行者は、1 か月以上 (平均より 4 日長い時間) かけて旅行について考え 40 日かけて計画を行っています。また、旅行出発日の 2 か月以上前に予約が行われ、これは平均より 4 日短くなっています。



### 目的地選びのアイデアを提案しやすい

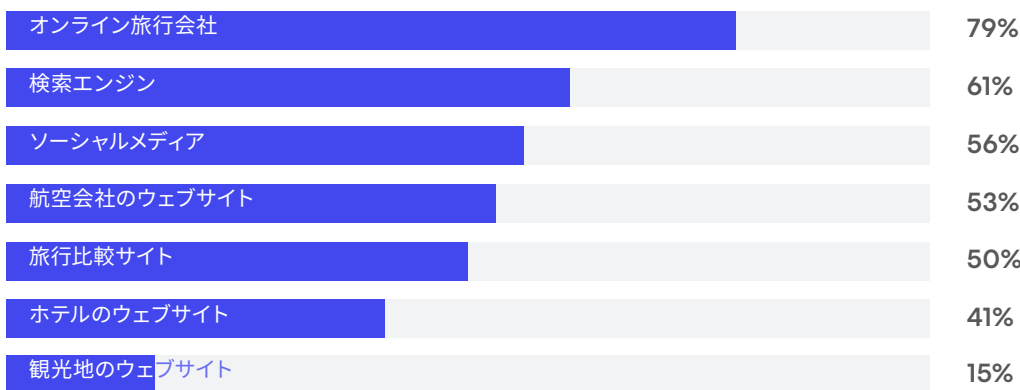


62%

の旅行者が最初に旅行について考え始めたときに特定の目的地を決めていませんでした。

### 予約までに利用されるリソース

カナダの旅行者は、予約プロセスでホテルのウェブサイトや観光地のウェブサイトを利用する割合が平均より高くなっています。



69%

のカナダの旅行者がデスクトップで旅行の予約を行っている

→ 平均は 59%

### 予約までの 45 日間のコンテンツの閲覧



133

ページの旅行コンテンツを閲覧

→ 平均は 141 ページ



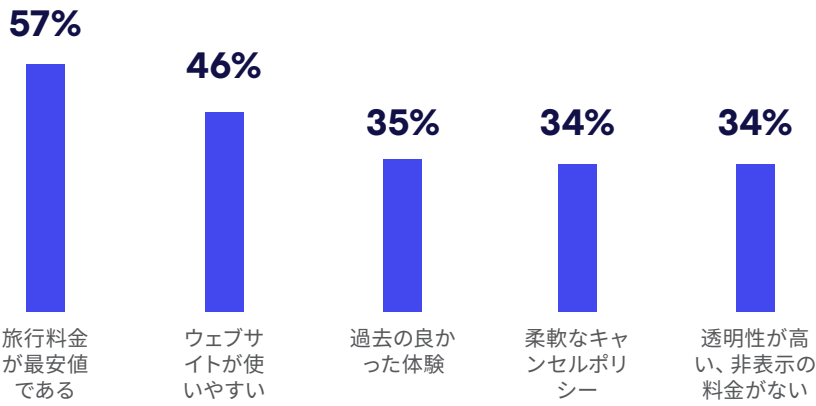
287

分をかけて旅行コンテンツを閲覧

→ 平均は 303 分



どこで計画および予約を行うか選択するうえで最も重要な要素は、最安値であることとウェブサイトが使いやすいこと



## 旅行者は予約プロセスの終盤で広告に気付く



の広告の影響を受けた旅行者が候補を絞り込んでいるときに広告に気付いた  
→平均は 39%

←旅行者が最も影響力があると感じた要素:



**53%**  
プロモーションまたはお得情報



**43%**  
美しい写真



**43%**  
楽しい体験を特集したコンテンツ

カナダの旅行者はロイヤルティ プログラムの会員となる割合が高い

**58%** の旅行者がロイヤルティ プログラムの会員

↑これらの会員のうち

- 会員となっているブランドで **予約することが重要であると 79% が感じている**
- **50% が多少高くとも** 会員となっているブランドで予約を行う

カナダの旅行者がロイヤルティ プログラムに興味を持つ最大の理由



**76%**  
料金の割引



**70%**  
次回旅行時に利用可能なポイント/リワードキャッシュを獲得できること

## 重要なポイント

### オンライン旅行会社は予約だけではない

旅行者はアイデア探し、計画、リサーチのためにオンライン旅行会社を主要なリソースとして利用しています。弊社では、あらゆるタイプの旅行について、予約プロセスの各段階で必要な情報を世界中の旅行者にもれなく提供することで、パートナーの皆様をサポートしています。

### 目的地選びの参考になる情報に力を入れる

ほとんどのカナダの旅行者は、どこに行くかを選択する前は、特定の目的地を決めていないか、複数の目的地を検討しています。これは、計画およびリサーチ段階で目的地選びに役立つ情報を提案するチャンスがあることを示しています。

### 数あるコンテンツの中から目立たせる

カナダの旅行者は、予約までに長い時間をかけてたくさんの旅行コンテンツを閲覧しています。数あるコンテンツの中から目立たせ、自分たちのコンテンツを適切な顧客層に届ける方法を見つけましょう。