

# トラベルフラッシュレポート

## 2016年 中間報告版

今年の夏はモバイルが鍵

2016年6月



criteo.



旅行業界全体においてモバイル対応が急速に進む中、Criteoは数百にも及ぶグローバルサプライヤーやオンライン旅行会社(OTA)を対象に、各種デバイスを経由して入ってくる何百万件ものオンライン予約を分析し、旅行業界のトレンドを最前列でウォッチしています。

このレポートは、9月に発表される総合レポートにも反映される2016年の中間報告です。旅行関連の広告出稿において、夏のシーズン到来を前にモバイルが生み出すビジネスチャンスをさらに活用できるよう、業界の主要な動きや今後取り組むべき課題をお伝えします。



スマートフォンからの予約が急増。特に直前での駆け込み予約の増加が予想される。



旅行の予約はクロスデバイス比率が高まる。



大半の予約で最新のモバイルアプリが利用されている。



ホテル予約の最大シェアを獲得できる位置にあるのはOTA。

**調査手法について:** 本レポートは2015年初め以降、旅行関連の広告を対象に全世界1,000以上の広告主から集められたデータ分析をもとに作成されたものです。基準に対する比較は考慮せず、サプライヤーとオンライン旅行会社（OTA）に焦点を当てています。予約の件数は広告主のサイトで直接把握できた数であり、Criteoの活動を反映したものではありません。本レポートで使われた調査手法は、Criteoが発行するモバイルコマースレポートで使われる手法に準じています。

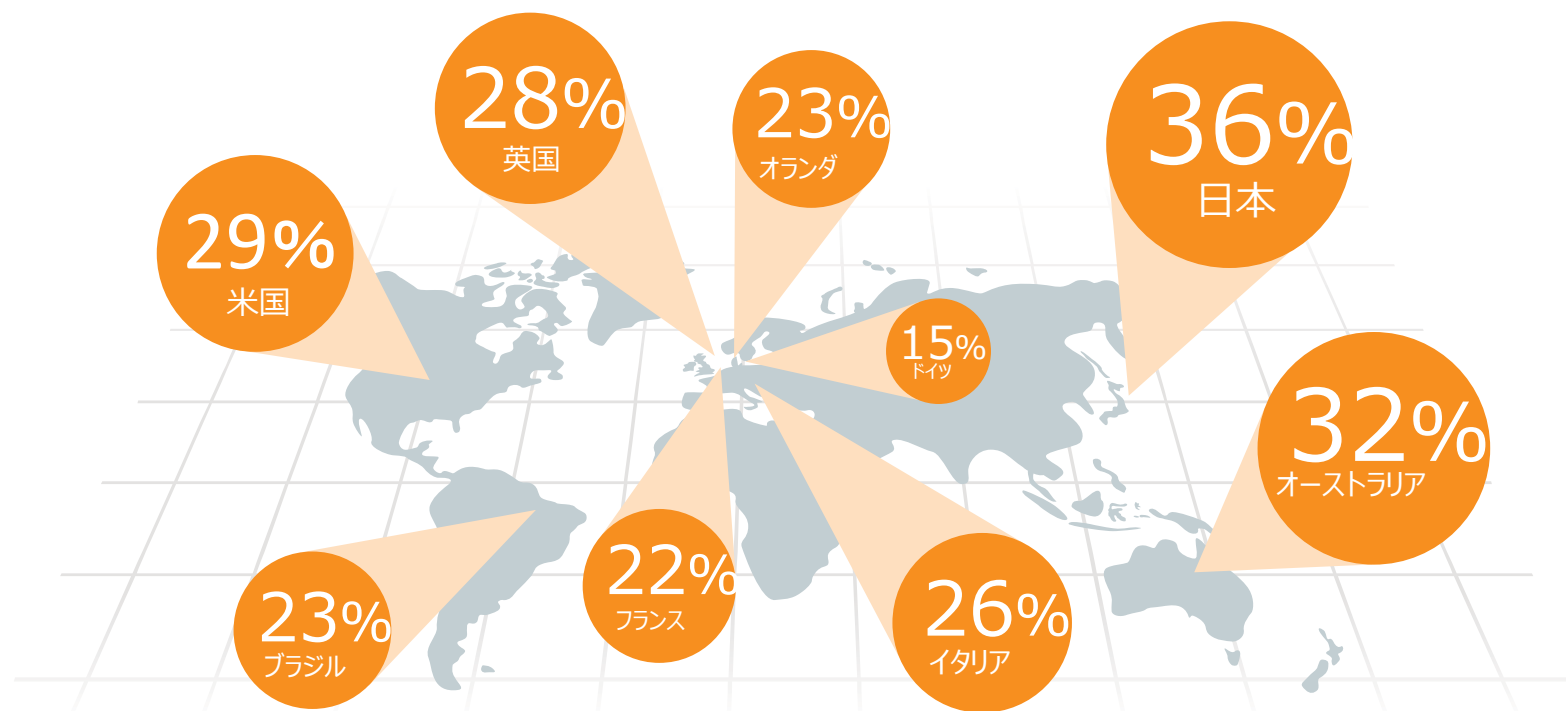
## 旅行市場全体、またほとんどの旅行カテゴリでモバイル予約のシェアが上昇

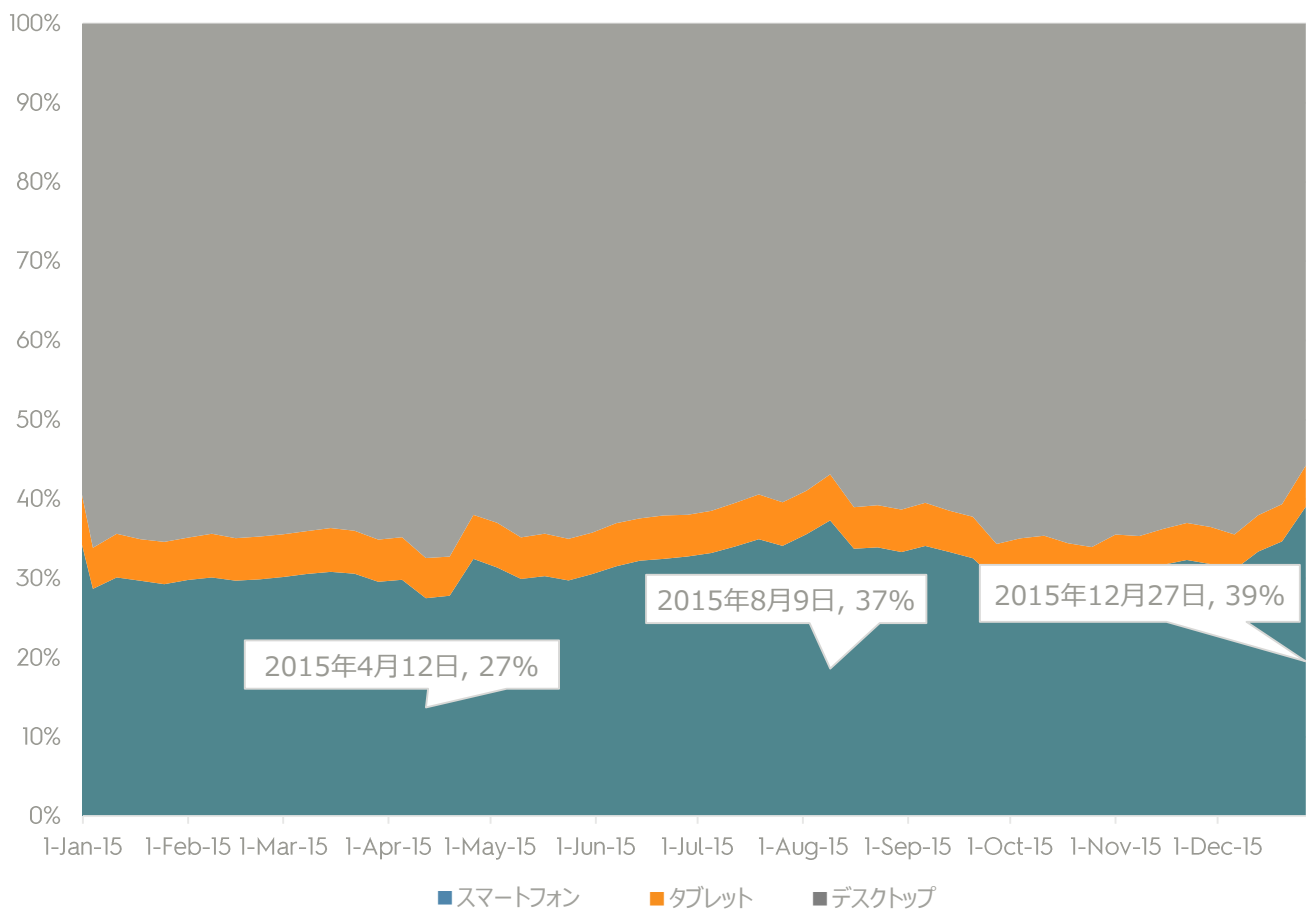
2016年の第1四半期において、モバイルを利用した旅行予約の割合は、全世界平均で27%、米国では29%でした。モバイルにはスマートフォンとタブレット両方の予約が含まれていますが、モバイルにおいて売上に大きく貢献するアプリ経由の予約は含まれていません。2015年は、すべての国のほとんどの旅行カテゴリで、モバイルからの予約が拡大した年でした。

モバイル経由の予約は季節によって大きく変動します。米国では昨年、モバイル予約のシェアは夏に急増し、4月から7月の間で21%上昇しました。今年の夏のシーズンにおいても、前年と同様の傾向が見られることが予想されています。

また、日本は世界の中でもモバイル経由の予約が特に高い国です。

## 2016年の第1四半期における各国のモバイル予約の状況\*





- 2015年の4月中旬から8月中旬にかけて、モバイル予約のシェアが33%から43%に拡大。
- 同期間中に27%から37%に増加したスマートフォンによる予約が、モバイル全体のシェアを押し上げた。
- 同様に、今年の夏も季節的な大幅上昇が期待されている。

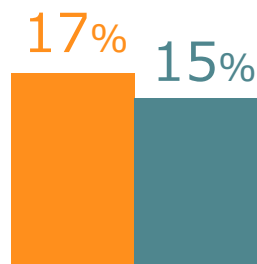
## 2015年上半期／下半期のモバイル予約のシェア\*

■ 2015年上半期

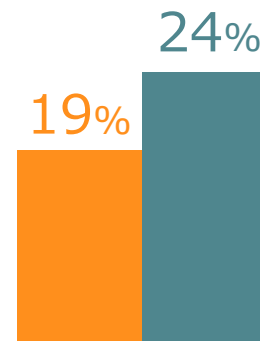
■ 2015年下半期



航空券



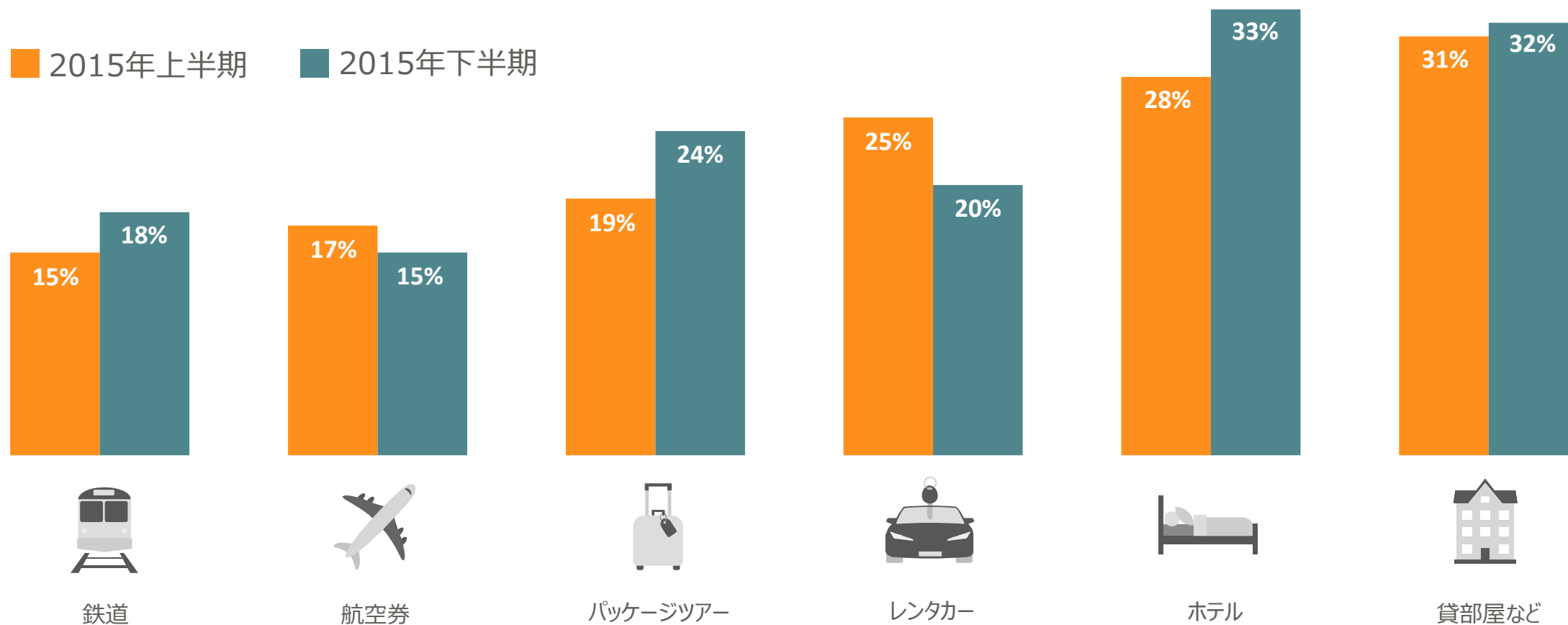
パッケージ  
ツアー



ホテル



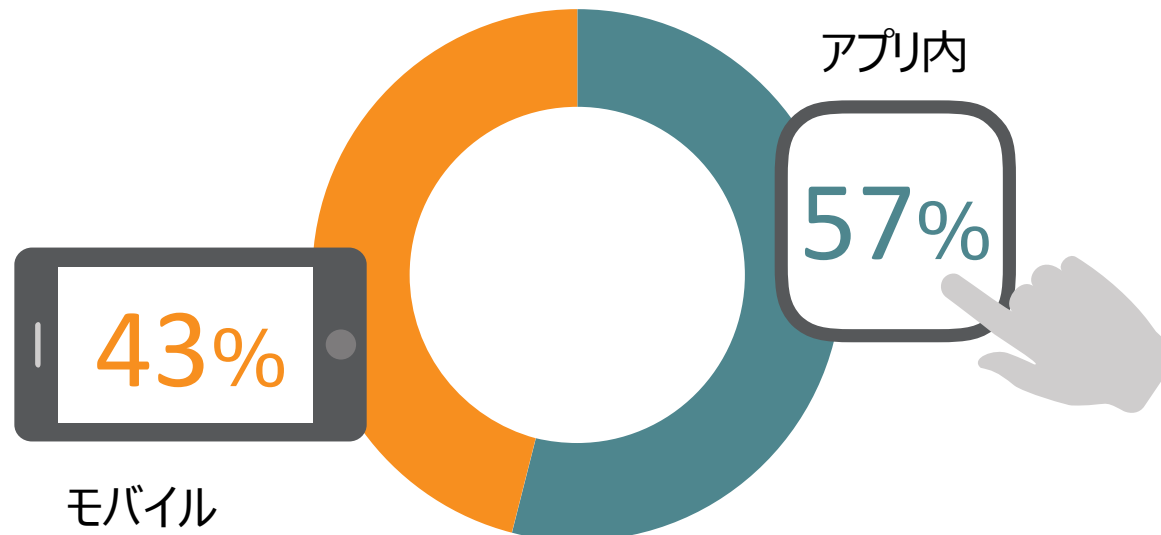
# 大半の分野でモバイル予約が増加



Fuel社\*が実施した最近の調査結果によると、北米のレジャー旅行者の31%は旅行の計画に少なくとも1つのモバイルアプリを利用し、また52%は旅行中のサービス購入にもモバイルアプリを使うと回答しています。

アプリ内トラッキングと広告に投資したサイトでは\*\*、アプリ予約の急増が見られています。モバイル予約全体に占めるアプリ予約の割合は、2015年第3四半期の40%から、2016年第1四半期には57%に拡大しています。合計でアプリ予約はわずか90日で3ポイント、18カ月で40ポイントの伸びを見せました。

## アプリ予約のシェア





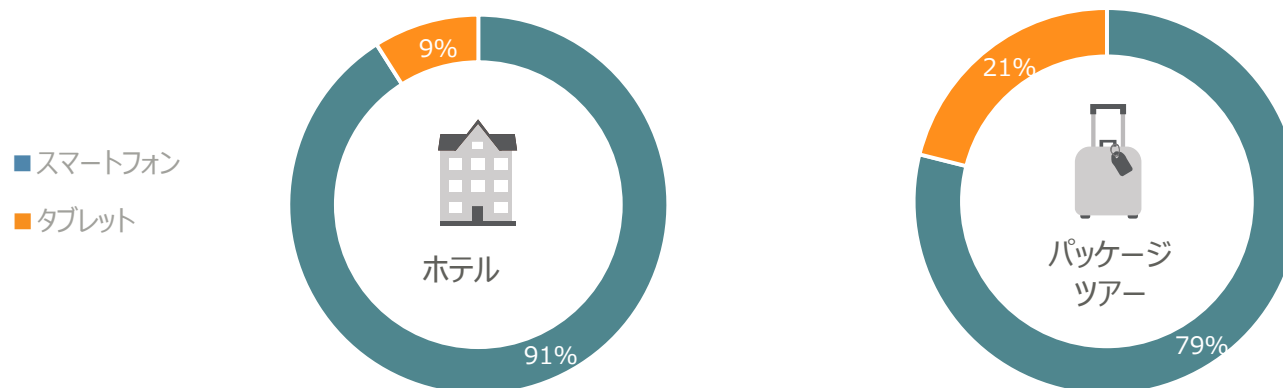
## ホテル予約の決め手はスマートフォン

旅行関連の予約において、タブレットとスマートフォンはどちらも重要な役割を担っていますが、やはり際立っているのはスマートフォンです。モバイル対応が進む旅行カテゴリの中でも、特にスマートフォンとの親和性はますます高まっています。

モバイル予約のほとんどがスマートフォン経由で占められるカテゴリもあります。米国のOTAでは、ホテル予約の81%はスマートフォン経由で行われており、これはタブレットをはるかに凌ぐ割合です。

航空券の予約も、半数以上の53%がスマートフォン経由です。パッケージツアーの場合は依然としてタブレットが優勢で、モバイル予約の60%を占めています。また、ホテルOTAの予約の32%はスマートフォン経由であるものの、ホテルサプライヤーのスマートフォン予約は11%と、大きく後れをとったままです。

## 特定の旅行カテゴリにおけるデバイス別モバイル予約の内訳\*



## ホテルOTAとホテルサプライヤーのモバイル予約の内訳\*\*

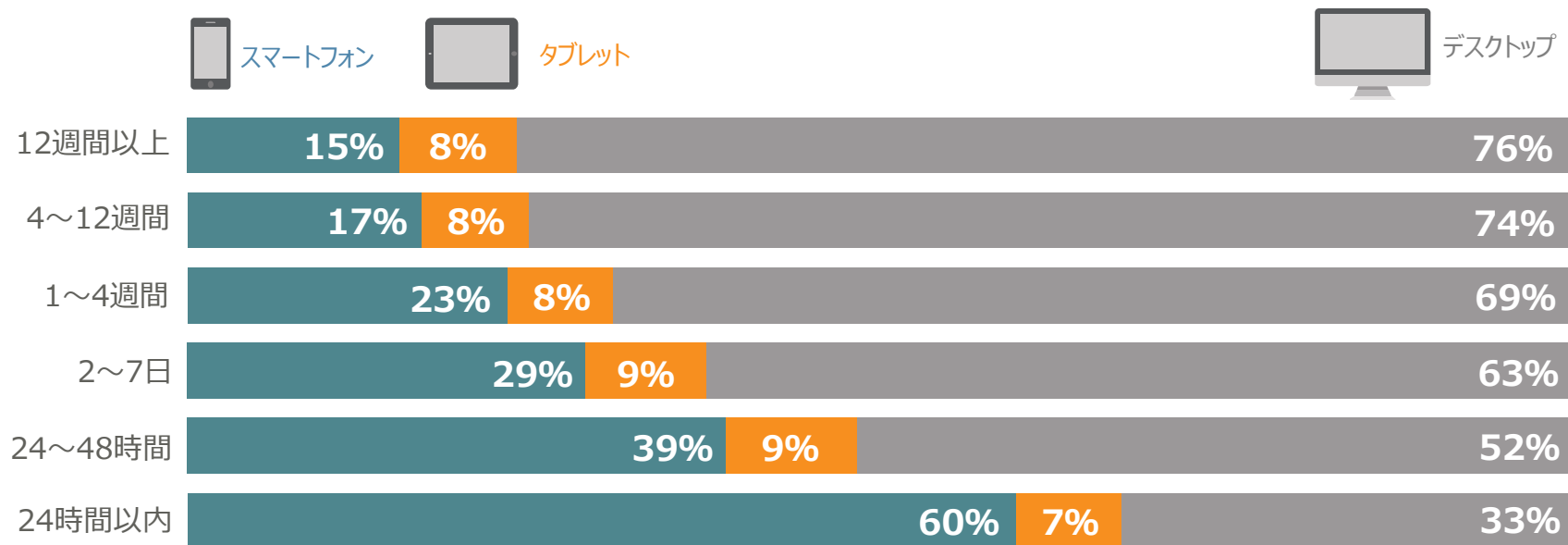


## 駆け込み予約の受け皿となるスマートフォン

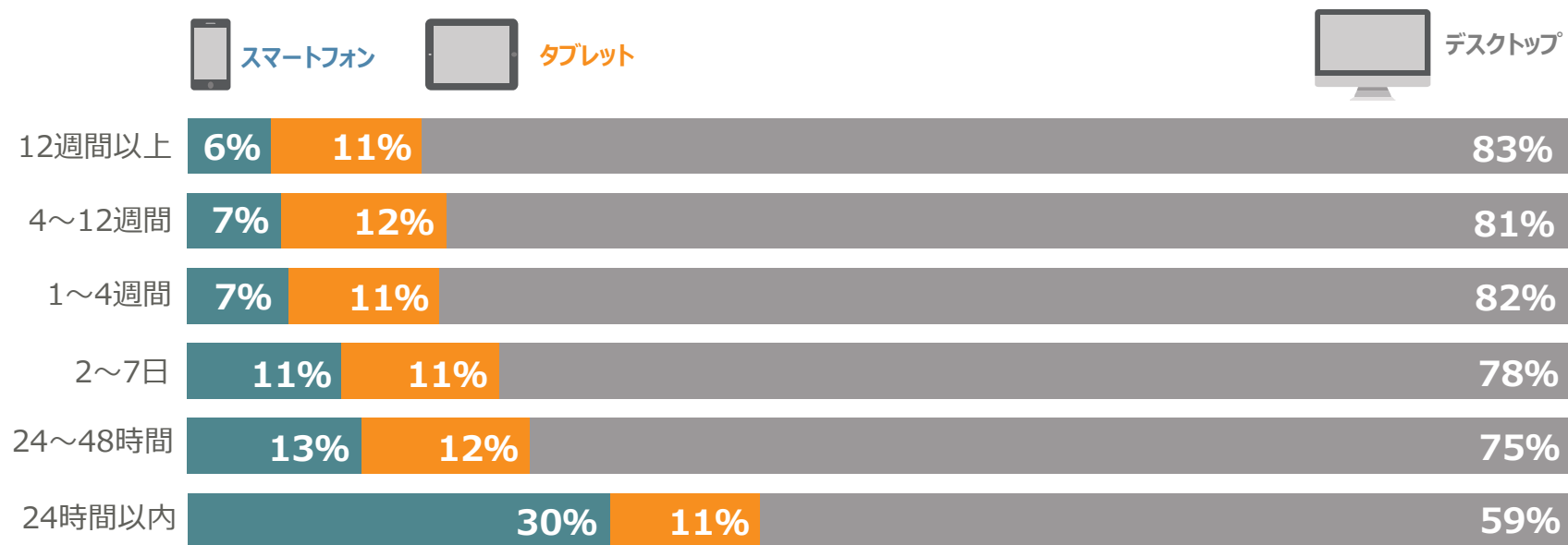
米国のホテルOTAにおける2016年3月の駆け込み予約の60%はスマートフォン経由で、タブレットも含めると合計で67%がモバイルからの予約でした。ここでも、サプライヤーはモバイル対応に後れをとっています。

サプライヤーの場合、モバイルデバイスからの駆け込み予約は大幅に少なく（スマートフォン30%、タブレット11%）、利用者からの直接予約で部屋・座席・レンタカーなどの予約を直前まで埋めていく機会を逸していることは明らかです。

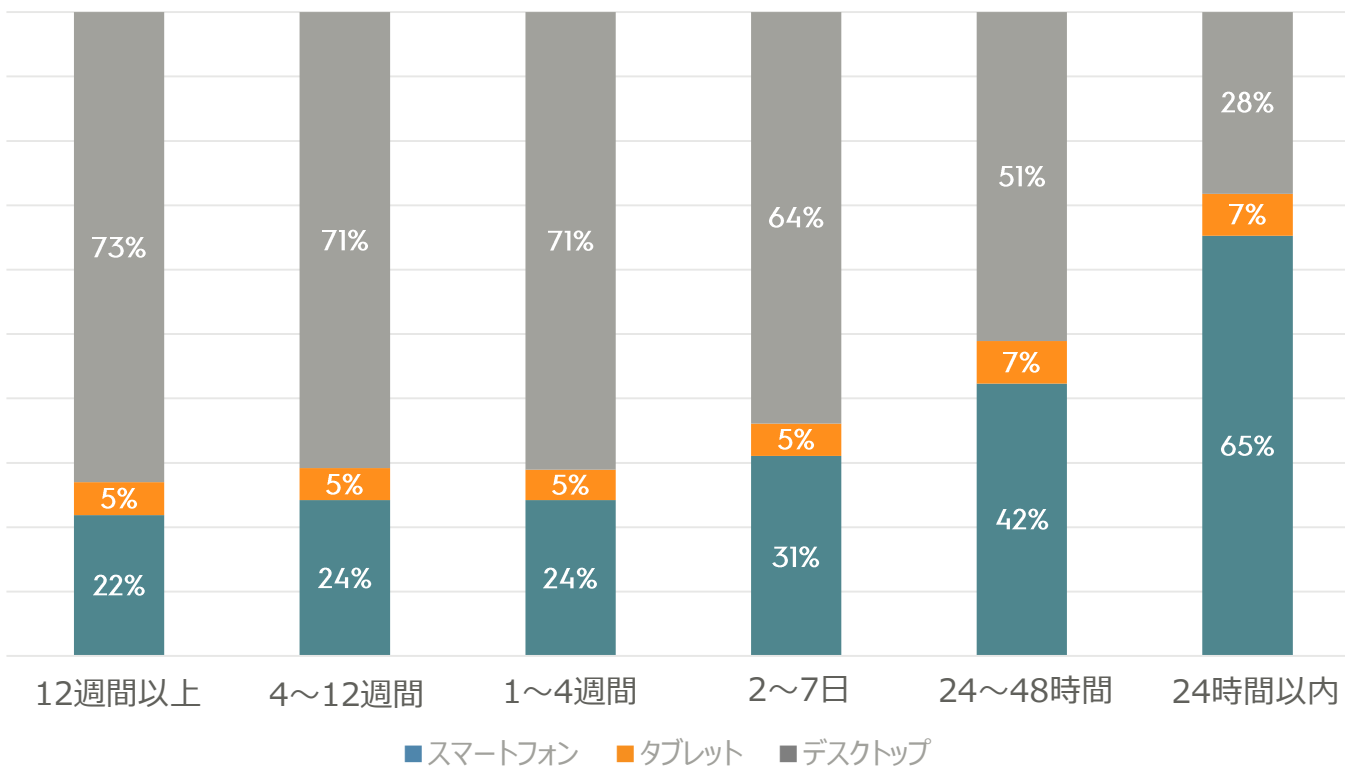
## デバイス別 \*



## デバイス別 \*



## 予約から出発／チェックインまでの時間（日本市場）



- 駆け込み予約の65%はスマートフォン利用
- タブレットも含めると、駆け込み予約の72%がモバイル

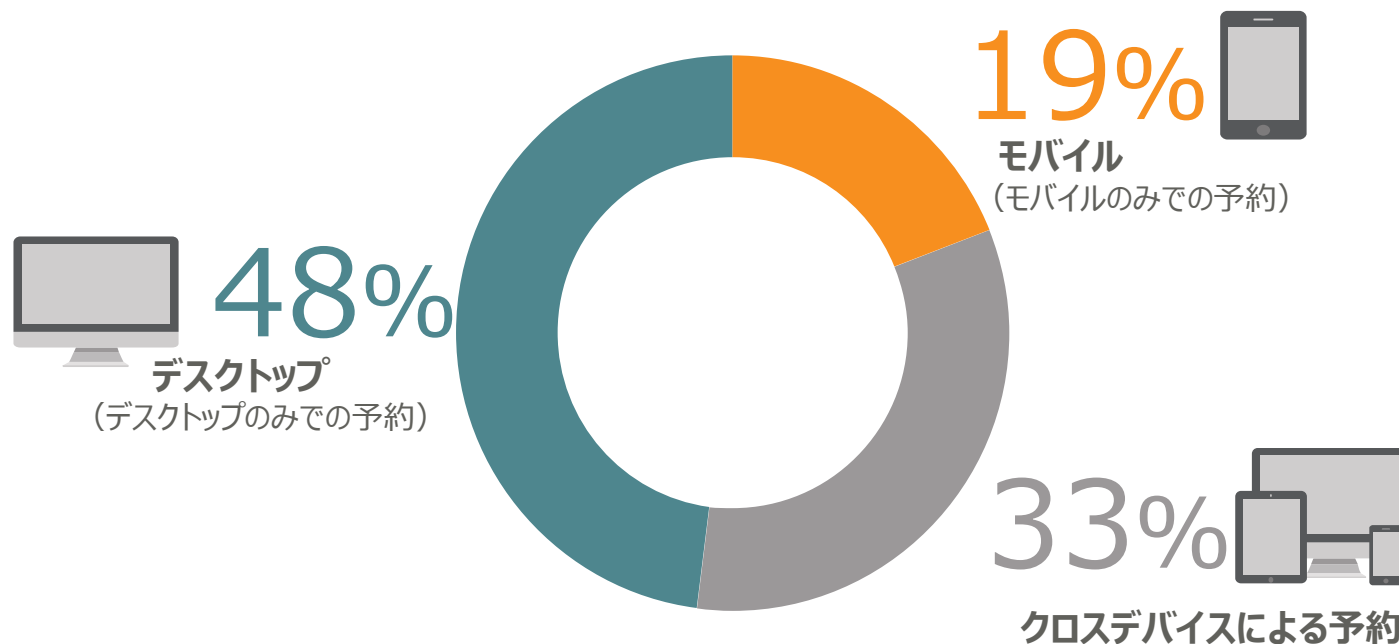
# 旅行の予約はクロスデバイス比率が高まる

米国では旅行予約の半数以上（52%）は、モバイルデバイスまたは複数のデバイスを介して行われる。

このことは、旅行業界の広告主にとって、複数のデバイスを使った利用者の行動のトラッキングがいかに重要であるかを示しています。このようなトラッキングなしには、購入に至るまでの経緯を正確に把握することも、購入の意図を正しく判定することもできません。

一方、複数デバイスにまたがる閲覧行動を全体的に見渡すことができれば、広告の入札価格設定の調整、商品推薦、バナー効果を向上させ、総合的に投資収益率を大幅に高めることができます。

## デバイス別の予約内訳\* (米国、すべての旅行カテゴリ、2016年第1四半期)



## 旅行業界の広告主にとっての課題



### モバイルアプリを使った 旅行予約が急増

早い段階でアプリに投資し、利用を推進した企業は現在、その恩恵にあずかっている。



### モバイルへのフル対応は 必須のビジネス課題

駆け込み予約の大半はモバイル経由で入ってくる。



### クロスデバイスの利用者行動の トラッキングも重要な課題

予約の意思決定の33%が複数のタッチポイントを経由して行われる。

# About Criteo

Criteoはパーソナライズされたパフォーマンスマーケティングをスケーラブルに提供しています。広告クリック後のコンバージョンを評価することにより、ROI（投資利益率）の透明性を確保し、測定を容易にします。2015年12月31日現在、Criteoは南北アメリカ、ヨーロッパ、アジアに27カ所のオフィスを展開し、1,800名を超える従業員を擁して世界各国10,000以上の広告主にサービスを提供しており、14,000近いパブリッシャーと直接取引関係を結んでいます。

詳細は以下のウェブページをご覧ください

[www.criteo.com/jp/](http://www.criteo.com/jp/)