PRIORITY PASS™

これからの旅：よりスマートに、より素早く、つながる

空港はもはや単なる乗り継ぎポイントではなく、旅行者の体験や幸福すべてに関わる、インテリジェントでエコシステムになりつつあります。世界各地で、主要な旅行ハブは飛躍的に改善され、より効率的で、より快適になりました。

その勢いは明らかです。世界の空港自動化の市場規模は、旅客の期待の高まりとデジタル・インフラへの投資の加速が後押しとなって、**2025年の$50億5,000万米ドルから2033年には$51億2,000万米ドル**に急増すると予測されています。空港施設、エアライン、飲食店など、完全に自動化されたチェックインおよび手荷物システムに至るまで、空港は急速に最先端イノベーションの実験の場となりつつあります。空港ラウンジが物理的な旅を再構築するに従って、旅行者が最も重視するものも再定義されています。

こうした急速な変革を背景に、**プライオリティ・パスは12,000人を超える世界の旅行者を対象に、デジタル・イノベーションが空港でのお客様にどのような影響を与えているかについて、調査しました。**この調査結果では、効率を高めるだけでなく、**快適さ、選択肢、感情面のウェルビーイング**を提供するテクノロジーに対する欲求が高まっていることが明らかになりました。自動化によって時間に余裕が生まれ、ストレスも軽減されるため、旅行者はリラックスし、探索や支出をする傾向が強くなっています。

1. Chetan Patil, 「Airport Automation Market Size, Share & Trends Report by 2033 （空港自動化市場の規模、シェア＆トレンドレポート）」, Straits Research https://straitsresearch.com/report/airport-automation-market-2033 （2025年10月アクセス）

1 デジタル・トランスフォーメーションがこれからの空港を解き放つ

トランジットからトランスフォーメーションへ

空港はもはや単なるトランジット・ハブではなく、急速にデジタル・エコシステムになりつつあります。

シンガポール、ドバイからカタール、アムステルダムまで、旅行者は**行程に最小限時を使い**、より多くの時間をリラックスや食事、ショッピング**やプレミアムサービスの利用に**費やしています。旅行者は、チェックインの自動化で過度的に行える、統一されたインテリジェントな旅客体験です。空港のデジタル・トランスフォーメーションは、**自動化、コネクティビティー、データ駆動型サービスを組み合わせて**、現代的な旅行体験の基盤を再定義することによって、この傾向に応えるものです。

プライオリティ・パスの調査は、このシフトの大きさを明確に示しています。空港の自動化をどれくらい向上させると回答グループ別に以下の通りです：

73%
セキュリティー通過のためのスマートトラック

73%
航空会社アプリからのデジタル搭乗券

68%
自動手荷物預け機と高度なセキュリティースキャナー

これらのイノベーションは単に業務を効率化するだけでなく、旅行者の体験そのものを向上させます。イノベーションにより、多くの旅行者のストレスが軽減し（46%）、飲食やショッピングに費やす時間が増加（46%）、ラウンジ、ウェルネス、ショッピング、音楽など、空港での体験を楽しむ時間が増えています。

45%
ストレスが軽減

46%
飲食やショッピングに

59%
世界の旅行者の半数以上が、空港は旅行者の期待に応えるために、適切なペースでAIやテクノロジーを導入していると考えています。

バッチワークのような進歩

ただし、進歩に対する認識は統一してまだまとまっていない、世界の最先端ハブでさえなお次に、主立ちこの課題が浮かびます。世界の旅行者の半数以上（59%）が、**空港は旅行者の期待に応えるために、適切なペースでAIやテクノロジーを導入していると考えています。**けれども、この感覚は地域、旅行者のプロフィール、所得水準によって大きく異なり、変革が断片的であることを示唆しています。

アジア太平洋地域（APAC）の旅行者は特に楽観的な見方をしており、69%が空港は時代遅れではないと考えているほか、タイ（85%）やインド（83%）といった新興ハブでも信頼感が急速に高まっています。**対照的にラテンアメリカとアフリカ太平洋地域**においてインフラが成熟している市場は、自動化の世界的なベンチマークとなっています。韓国のICT国際空港都市であるインチョンから、ロンドンヒースロー、ロンドンシティー、オスロ、北欧諸国による入国審査、自動手荷物取扱、さらには自動化セキュリティチェックを導入し、業界をリードしています。これら空港に、韓国では44%、シンガポールでは39%の旅行者が、ほぼ自動化された空港体験を好むと回答しており、世界平均の30%を大きく上回っています。

さらに、中東（ME）の旅行者の65%は空港がAIやテクノロジーの導入に関して期待に応えていると感じており、これはドバイ・ハブがいかにいち早く自動化ハブの変革を先導しているかを、好例のに、空港は適切なペースでAIやテクノロジーを導入していると答えた旅行者は、南北アメリカでは57%にすぎないのに対し、ヨーロッパでは59%、ラテンアメリカでは54%です。また、アジア太平洋地域（APAC）の旅行者は特に楽観的な見方をしており、69%が空港は時代遅れではないと考えているほか、タイ（85%）やインド（83%）といった新興ハブでも信頼感が急速に高まっています。**対照的にラテンアメリカとアフリカ太平洋地域**においてインフラが成熟している市場は、自動化の世界的なベンチマークとなっています。韓国のICT国際空港都市であるインチョンから、ロンドンヒースロー、ロンドンシティー、オスロ、北欧諸国による入国審査、自動手荷物取扱、さらには自動化セキュリティチェックを導入し、業界をリードしています。これら空港に、韓国では44%、シンガポールでは39%の旅行者が、ほぼ自動化された空港体験を好むと回答しており、世界平均の30%を大きく上回っています。

プレミアムケーゴとへのサービスは、現代の旅行者が空港環境をどのように定義し変革を与えているかを表しています。ラウンジ利用者の65%が空港をテクノロジーに先進的であると捉えているのに対し、非利用者では57%にとどまっています。同様に、高所得層の旅行者は中所得層と比べて、イノベーションのペースについて高い満足度を示しています（63%対50%）。

将来の期待、現在の概念

今後、旅行者の期待はますます高度なものになります。**これからの空港は、スムーズかつ直感的で、深く旅行者とつながるものになっていくでしょう。**旅行者の平均**5～10年後**に期待するとともにの7つのトレンドは次の通りです：

40%
旅行に関する手続きはすべて生体認証で行われ、物理的なパスポートは不要

39%
スマートな手荷物追跡

37%
世界的に一貫し、合理化されたセキュリティー手順

33%
自動で搭乗に最適されお最新・標識

31%
AIによるリスク評価に基づく予測的なセキュリティチェック

こうした取り組は、ニーズを予測し、不確実性を排除する、高度にパーソナライズされたハイタッチ体験への成長が高まっていることを示しています。

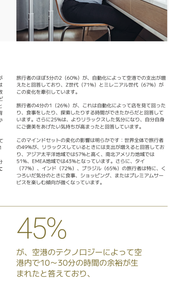
とはいえ、導入の速度には、依然地と信頼格差が存在しばれはなりません。空港が適切なペースでAIを導入していると考える人の少ない、約4分の1が、空港はAIを導入するペースが遅すぎると考えるようにしています。この割合は60歳以上に低く、テクノロジーの進入状況に対する認識と、新しいイノベーションに関する意欲との間に、重要な関連性があることが浮き彫りとなっています。

2 人間的な触れ合いを強化するテクノロジー

テクノロジーが空港での過ごしかを変革し続ける中、旅行者はサービス、価格、または個人的なつながりが複雑にどこにも高く、自動化をますます受け入れるようになっています。AI支援によるチェックインから生体認証によるセキュリティーチェックまで、効率化のためのツールは今では当たり前のものとなっていますが、旅行者は**機械**によるスピードと人間とのやり取りを組み合わせたアプローチを求めています。空港にとっては、そのバランスを見つけることが次大切です。

世界全体では、旅行者の半ばは約5（75%）が、空港での移動を迅速化するために生体認証データを共有することを「強く望ましい」または「ややそうである」と回答しています。このテクノロジーに対する意欲は大幅高いは、ラウンジを頻繁に利用する人（90%）と若い世代において有意に高く、ミレニアル世代では77%が受け入れると回答しました。一方で、ベビーブーマー世代では54%にとどまり、それは、世代間ありより行動間の機能を反映しています。**すなわち、頻繁に旅行し、効率化のメリットを最も得ている人々は、利便性のためにデータをやり取りすることに抵抗が少なくなっています。**

ただし、テクノロジーに機能的な旅行者にも抵抗はあります。回答者の24%が、空港における生体認証には全く興味がないと答えており、主に女性と高齢者（54%）は依然として、飛行機に搭乗しているとき、51%が、プライバシーに関する懸念を挙げています。



人間の存在が依然として不可欠であると考える利益上位3つの領域は次の通りです：

65%
カスタマーサービスと問題解決

54%
セキュリティーと国境管理

48%
遺失物サービス

これらは感情的な影響を伴う瞬間であり、不確実性、混乱、または複雑さが伴うときです。人間の存在は単なる機能的なリソースではなく、体験と判断の一部です。業界にとってデジタル・トランスフォーメーションとは、人を排除することではなく、その役割を高め、スタッフを定型業務から解放し、価値あふれ共感力の高いタッチポイントへと移行させることです。

3 空港自動化が企業にとって重要な理由

旅行に関する手続きに自動化が組み込まれていくにつれ、その影響は運営の効率化を超えて広がっていきます。

企業にとって、自動化は体験と収益の両方を高める潜在的な推進力として浮上しています。

リラクセーションをサポートする自動化

効率は単に速さだけでなく、旅の気分を形作り、旅行中、旅行者がどれほど落ち着いていられるか、自信に満ちていられるか、または、ストレスを感じるかに影響を与えます。世界中の旅行者のほぼ半数（49%）が、出遅れやチェックインを待物の順が入れた、空港でだだけ早くラウンジに絡められるかを決める重要な要素であると述べています。ラウンジにゆったりと機能している場合、それは最新に感じられ、感じたときから取り残され、旅行者にとってはるかに貴重なもの、すなわち「時間」を提供します。

世界の旅行者の半数近く（45%）が、空港のラウンジにゆっくりと空港内で5～50分の時間の余裕があると答えており、この人数は、（20%）は最大1時間の余裕ができたと回答しています。多広入れた時間は便益はとられたであり、旅行者は自由の所有自分でコントロールできるようになり、**無理なく時間を有意義な体験に変える**ものあります。

旅行者のほぼ3分の2（60%）が、自動化によって空港での全出発時間を2回短縮してきたり、2世代（71%）とミレニアル世代（67%）がこの変化を歓迎しています。オリジナルクスに充分に60%、自分自身に余裕を表現し気持ちが高まったと回答しています。

旅行者の45分の1（20%）が、これは自動化によって店を見て回ったり、飲食をしたり、探索したりする時間ができたからだと回答しています。さらに2%は、オリジナルクスに充分に50%、自分自身に余裕を表現し気持ちが高まったと回答しています。

このマイノリティセットの変化の重要は明らかです：世界全体で旅行者の45%が、リラックスしたりと空港全体を楽しむために回答しており、アジア太平洋地域では57%と最も、高度アメリカ地域では51%、EMEA地域では43%となっています。さらに、タイ（77%）、インド（72%）、ブラジル（65%）の旅行者は特に、こうちに空港のために意義、ショッピング、またはプレミアムサービスを楽しむ傾向が強くなっています。

45%
が、空港のテクノロジーによって空港内で5～50分の時間の余裕が生まれたと答えており、
5人に1人（20%）は最大1時間の余裕ができたと回答しています。

空港での空き時間に、旅行者が選択するの注文の通りです：

55%
飲食

46%
ショッピング

37%
ラウンジ利用

これらの数字は、旅がスムーズでストレスを感じていないとき、空港環境をより快適に満たしたいという欲求が高まることを反映しています。

ラウンジ効果：価値の高いひととき

ラウンジ利用者は空港環境の改善に特に敏感であり、商業顧客としての価値が非常に高くなっています。

ラウンジ利用者の67%が、自動化によって空港での支出が増える傾向にあると回答していますが、ラウンジ非利用者ではわずか40%でした。22%は支出が増える理由として、自動化が各自の体験に影響を与え、空港が単なる手段ではなく、旅の一部であると感じられるようになったことを挙げています。

67%

ラウンジ利用者の67%が、自動化によって空港での支出が増える傾向にあると回答していますが、ラウンジ非利用者ではわずか40%でした。

自動化が進み、空港での過ごし方が変わりつつある中、ラウンジ利用者は重要な顧客層、すなわち裕福で、エンゲージメントが高く、支出意欲の高い顧客層を表しています。ブランドやオペレーターにとって、これは魅力的な新しい体験や顧客に合わせたオファーを設計する絶好の機会を示しています。

多くの旅行者が、余った時間をラウンジ体験に利用したいと回答しています。空港において時間の余裕があればラウンジを利用したいと回答した旅行者は、世界全体で57%、アジア太平洋地域の旅行者は46%と高く、EMEAは34%、南北アメリカは31%となっています。
市場レベルでラウンジへの関心が高いのは、インドネシア（59%）、インド（56%）、UAE（47%）で、空港が既にプレミアムなレジャー＆ライフスタイル空間へと進化している地域ではラウンジの需要が高いことを示唆しています。

4

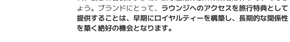
空港ラウンジの新時代

空港の自動化により旅行のスピードと利便性が向上するにつれて、旅行者はますます、節約できた時間を有意義な時間に変える方法を模索するようになっています。ラウンジ、スパ、スリープポッドといった空港体験はこの変化の中心的存在であり、快適さ、静けさ、接続の場を提供しています。そして現在の状況において、こうした体験はこれまで以上にパーソナライズされ、テクノロジーを活用し、商業的に価値のあるものとなりつつあります。

ラウンジ需要の最前線に立つ、若年層の高価値旅行者

ラウンジやその他のプレミアムサービスは、現在の空港体験の中心であり、旅行者の75%が少なくとも1回はラウンジを利用したことがあります。

若い世代の旅行者は、早くからラウンジを積極的に利用しています：ミレニアル世代の78%、Z世代の73%が既にラウンジを利用したことがあり、その多く（それぞれ50%と49%）が過去1年間に2～3回利用しています。これらの世代が将来の旅行者へと成長するにつれ、彼らの習慣がプレミアムな空港体験の未来を形作っていくでしょう。ブランドにとって、**ラウンジへのアクセスを旅行特典として提供することは、早期にロイヤルティーを構築し、長期的な関係性を築く絶好の機会となります。**



プレミアムへの期待が空港体験を変える

若い世代と高所得層の旅行者は、ラウンジ体験にさらなるものを求めています。旅行者が今後のラウンジに望む上位3つの機能は、パーソナライズされた食事、エンターテインおよびワークスペースを備えた、よりスマートでテクノロジーに対応した環境（58%）、アプリを通じたシームレスな体験予約（57%）、現地ならではの食事の選択肢の充実（56%）です。

プレミアムサービスに対する需要はラウンジ以外にも広がっています。空港で過ごす時間に余裕があるため、ラウンジ利用者は非利用者よりもスパ（21%、非利用者は10%）、さらには体験中の小旅行の予約（16%、(j)非利用者は9%）に支出する傾向が大幅に高まっています。

デジタル体験がリラクゼーションと収益を促進

旅行者は空港での時間をより意図的に使うようになっています。ほぼ3分の1（51%）が、セキュリティーチェックを通過した直後からリラックスし始めると回答しており、その主な要因としてラウンジの利用を挙げています。世界の旅行者の4分の1近く（24%）が、ラウンジを利用できるだけで、より早くリラックスできると答えています。出張旅行者、頻繁に飛行機を利用する人、デジタル的に接続された消費者にとって、ラウンジは貴重な空間であると同時に、**生産性と健康を促進する空間にもなり得ます。**

31% の旅行者が、セキュリティーチェックを通過した直後からリラックスし始めると回答しており、

その主な要因としてラウンジの利用を挙げています。

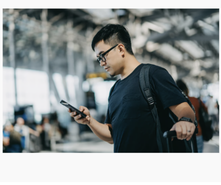
モバイルアクセスや事前予約から、アプリを使った飲食物の注文まで、**テクノロジーは多くの人にとって空港体験を向上させています。**世界の旅行者の60%が、モバイルアプリを通したデジタル会員証によるラウンジや旅行体験へのアクセスによって、旅が向上したと回答しています。同様に、61%がUAEカードでラウンジを利用できるようになったことで、空港でより快適に過ごせるようになったと回答しており、この傾向はアジア太平洋地域の旅行者（67%、EMEA(ほぼ55%）や若い世代（67%、高齢者は50%）でさらに顕著です。

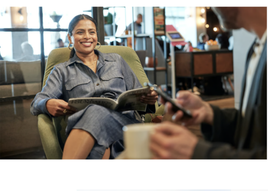
このデータは、リラクゼーションと収益の関連性を強調しています。世界の旅行者の半数近く（49%）が、リラックスしているときには支出が増えると回答しています。この数字はラウンジ利用者においてさらに高くなっています（67%、非利用者は40%）。

5

テクノロジー主導の離陸

デジタル・トランスフォーメーションは選択肢ではなく、今後の空港体験の中核を担うものです。自動化が貴重な時間を解放し、ストレスを軽減することにより、旅行者はプレミアムサービスをより積極的に利用できるようになります。スピードとサービスを融合させることで、ブランドは旅行者の旅のあらゆる段階を改善することができます。





空港はよりスマートで、より旅行者と結びついた空間へと進化しており、有意義な体験を通して旅行者を引き付けるチャンスがかつてないほど大きく広がっています。

プライオリティ・パスはこの変化の最前線におり、顧客がカード会員に特別なひとときを提供し、より深い顧客エンゲージメントを促進できるよう支援しています。

「旅行者数が増加の一途をたどる中、空港はカーブサイド（車両乗降場）からゲート（搭乗口）までの全過程を強化するとともに、旅行者の支出額を増やすためのテクノロジーに注目しています。自動化は、貴重な時間を解放し、ストレスレベルを低減し、旅行者にリアルタイムでより良い情報を提供します。

こうした体験が実現すると、旅行者はリラックスできる場所を探したり、レストランや小売店で試しに食べたり購入したりする傾向が強くなります。ラウンジへのデジタルアクセスや新しい空港体験をプライオリティ・パス・アプリに統合することにより、旅のあらゆる場面で効果したひとときを過ごさせるよう、より多くの選択肢と機会を創出していきます」

コリンソン・インターナショナルCEO、クリストファー・エバンス

プライオリティ・パスについて

プライオリティ・パスは世界初、かつ業界をリードする空港体験プログラムです。1455の国と125の空港において、1,700を超える空港ラウンジおよび旅行体験を旅行者に提供しています。

会員はスパやコンプポッド、飲食など、拡充を続ける空港体験を利用することができ、プライオリティ・パスがあらゆる旅を特別なものへと昇華させます。一流ブランドとの提携を通じて、世界中にさらに優れた旅行体験を提供しています。プライオリティ・パスは、英国株式会社であるコリンソン・グループの一員です。55年以上前に創業された[コリンソン・グループ](https://www.collinsongroup.com)は、現在では5つの事業会社を有し、連結年間収益は19億ポンド、147店舗で2,500人を超える従業員を雇用しています。

調査手法

この調査はプライオリティ・パスの委託を受け、Vitreous World(以下VW)の国と地域において12,067人の旅行者を対象に、独立して実施したものです。21の国と地域は次の通りです：オーストラリア（502人）、ブラジル（504人）、コロンビア（502人）、デンマーク（506人）、ドイツ（503人）、香港（504人）、インド（1,001人）、インドネシア（501人）、イタリア（505人）、メキシコ（505人）、ノルウェー（506人）、ペルー（505人）、サウジアラビア（504人）、シンガポール（502人）、韓国（500人）、スウェーデン（505人）、タイ（502人）、トルコ（500人）、UAE（505人）、英国（1,004人）、米国（1,005人）。調査は2021年4月から5月にかけて実施されました。