

Trip.com Group と Google、2026 年の旅行トレンドレポート 「Why Travel?」を発表

～「自分らしさ」「文化体験」「ウェルネス」「つながり」「テクノロジー」が、今後の旅行の鍵に～

グローバルオンライン旅行サービスプロバイダー Trip.com Group と Google は、新たなグローバル消費者レポート「Why Travel?」を発表し、2026 年の旅行トレンドを発表しました。本レポートは Trip.com Group のグローバル予約データと Google の検索データを組み合わせた結果で、旅行者が文化・コミュニティ・テクノロジーを通じて、より充実感を得られる、体験重視の旅を求める傾向が明らかになりました。



「Why Travel?」が示す 2026 年の 5 つの旅行トレンド

1. 自分らしさを表現する旅行 (Travel as Expression)

旅行の選択に個性や美意識が反映。SNS が旅行予約に影響を与え、[タイ・インドネシア・インド](#)では 75%以上の旅行者が SNS のライブ配信を視聴し、40～76%が配信リンクから直接予約する可能性があることが明らかになりました。

2. 学びと体験を重視する旅行 (Travel with Purpose)

文化体験や深い学びを重視する傾向が強まっています。例えば「日本の茶道」に関する Google 検索は前年比 53%増と、伝統文化体験の人気の高まっています。

3. ウェルネス体験型の旅行 (Travel to Heal)

ウェルネス旅行は、身体的チャレンジとリラクゼーションの両立がポイントです。「ゴルフ&ス

パ」検索は+300%、「スキー & スパ」パッケージは+250%増と、癒やしと[アクティブ体験](#)を組み合わせた旅行が拡大しています。

4. つながりを楽しむ旅行 (Travel to Connect)

旅行は共有体験としての価値が高まっています。友人や家族、ファンコミュニティが旅行先選びに影響を与え、コンサートやスポーツ観戦は主要な旅行動機になっています。また、2/3 の旅行者が海外の音楽ライブのために渡航するほか、ランナーやサイクリストなど競技者の国境を越えた旅行は 5 倍に増加しています。

5. テクノロジーと共に進化する旅行 (Travel of Tomorrow)

AI などのテクノロジーが旅のパートナーとして存在感を増しています。旅行計画支援の検索は前年比+190%と急増。AI は旅行者だけでなく、Trip.com Group のような旅行事業者にとっても、新しい機会創出の鍵となります。

Trip.com Group は、コミュニティ重視の予約や AI 活用の旅の拡大を見据え、音楽ライブ旅行パッケージを拡充し、AI 搭載のプランニングツールなどで、シームレスかつパーソナライズされた旅を提供します。今後の旅行消費者の成長は、感情的共感、文化理解、テクノロジーによる柔軟性が原動力となると考えられます。

フルレポートは[こちら](#)からご覧いただけます。（英語）

Trip.com Group について

Trip.com Group (NASDAQ:TCOM) は、[Trip.com](#)、Ctrip、Skyscanner および Qunar をブランドに持ち、多彩な旅行商品をワンストップサービスでお届けするグローバル旅行サービスプロバイダーです。モバイルアプリ、ウェブサイト、そして 24 時間・年中無休対応のカスタマーサポートなど、Trip.com Group の最新の取引プラットフォームを通じて、世界中のお客さまと各地の旅行事業パートナーとつながり、便利でお得な予約を提供しています。1999 年に設立し、2003 年の NASDAQ 上場続き、2021 年に香港証券取引所 HKEX に上場（9961.HK）。「最高の旅を、すべての人へ」をミッションに、世界で最もよく知られている旅行サービスグループのひとつです。トリップドットコム：[Trip.com](#) トリップドットコムグループ：[group.trip.com](#)

Follow us on: [X](#)、[Facebook](#)、[LinkedIn](#)、[YouTube](#)

Trip.com でお得な[航空券](#)と[ホテル](#)を予約！