

Trip.com、プレミアム旅行の最新動向を発表 **ファースト・ビジネスクラスの検索数が前年比 99%増**

オーダーメイドツアーの予約数が前年比 600%超増、自分好みの特別な体験への需要が拡大
ウェルネス・プライバシー志向が高まり、プラチナ・ラグジュアリーホテルの予約も増加



グローバルオンライン旅行サービスプロバイダー、Trip.com は最新の予約・検索データをもとに、移動や滞在の快適性に加え、自分の好みに合った特別な体験や、心身の充足を重視する「プレミアム旅行」の動向を発表しました。

旅行は今、多くの人にとって生活の中で優先度の高いものになっています。2026 年の「[American Express Global Travel Trends Report](#)」によると、ミレニアル世代と Z 世代の 10 人に 7 人が、旅行は「削ることのできない支出」と回答しています。

Trip.com の最新データからも、同様の傾向が見られます。2026 年上半期、Trip.com におけるファーストクラスおよびビジネスクラスの検索数は前年同期比 99%増、5 つ星ホテルの検索数は同 57%増となりました。

こうしたデータは、柔軟にカスタマイズできる上質な旅行商品や、一生の思い出に残る特別な体験への需要が高まっていることを示しています。快適性やプライバシーに加え、自分の好みに合った特別な体験を重視する旅行者が増えていることが明らかになりました。



Trip.com の上位 2 つの会員ランクである「ブラックダイヤモンド」と「ダイヤモンドプラス」でも、オーダーメイドツアーは特に成長の著しい商品カテゴリーの一つです。旅行支出の増加に伴い、既製の旅程ではなく、個々の希望に合わせた体験を選ぶ動きが広がっていることがうかがえます。こうしたニーズに応えるため、Trip.com ではブラックダイヤモンド会員向けに 24 時間 365 日対応の専任リレーションシップ・マネジメントチームを設け、よりパーソナライズされたシームレスなサービスを提供しています。

また、ライブエンターテインメントも、旅行者が旅にお金をかける大きな動機になっています。Trip.com Group のデータによると、アジア太平洋地域の旅行者の 63%がコンサートを目的に国境を越えた経験があり、66%がコンサートのために海外へ行く意向を示しています。こうした需要を受け、Trip.com Group はコンサートチケット、宿泊、交通、現地アクティビティを組み合わせたワンストップ型の商品を展開し、2025 年には 3 桁成長を記録しました。完売した K-POP コンサートの最前列席から F1 パドックで味わう特別な臨場感まで、ライブエンターテインメントは、次の旅行を予約し、そこに予算をかける重要なきっかけになりつつあります。

ラグジュアリー滞在では、プライバシーとウェルネスを重視

プレミアム旅行者にとって、ウェルネスとプライバシーは旅に欠かせない要素となっています。Trip.com Group と Google で実施した「[Why Travel ? レポート](#)」では、「ラグジュアリー」および「ベストスパ」の検索数が 170%増加し、上質な体験を求める旅行者の間で、心身の休息やリラクゼーションへの関心が高まっていることが示されました。

パノラマビューと和の静けさで知られる[アマン東京](#)や、穏やかな環境とプライベートプールが評価されるモルティブの[シュヴァル・ブラン・ランデリ](#)は、Trip.com がデータに基づく旅行情報を紹介する「Trip.Best」のラグジュアリーホテルランキングでも上位に選ばれています。

一方、Trip.com では 2026 年上半期に「プラチナ・ラグジュアリー・ホテル」の予約数が増加しました。日本では、富士山の象徴的な眺望や湖畔のリゾートで知られる山梨県南都留郡の対象ホテルの予約数が前年同期比で 3 桁増となりました。

プレミアム旅行者は、より遠くへ、より長く滞在



プレミアム旅行者の多くは、季節や予算に大きく左右されず、出張・レジャーを問わず年間を通じて頻繁に旅行しています。ブラックダイヤモンド会員の予約回数は一般会員の約 20 倍にのぼり、上位会員には年間を通じて旅をする人が多いことがうかがえます。

また、旅行回数が多いだけでなく、より遠い目的地を選び、滞在期間を延ばす傾向も見られます。ファーストクラスまたはビジネスクラスを利用する旅行者の海外滞在期間は、1 回あたり少なくとも 14 日間と見込まれ、一般旅行者より約 40%長くなっています。欧州のプレミアム旅行者では、平均滞在期間が 20 日間に達します。

上質な旅行体験への需要をけん引するミレニアル世代と X 世代



現在のプレミアム旅行者は、主にミレニアル世代と X 世代で構成されています。これらの世代が、旅における上質さ、快適性、そして自分の希望に合った体験を重視していることがうかがえます。Trip.com のデータによると、2026 年下半期に 5 つ星ホテルを予約した旅行者の約半数は 35～49 歳で、ファーストクラスおよびビジネスクラスの予約でも同年代が最大の割合を占めました。同様の傾向は各地域や

Trip.com の上位会員にも見られ、ミレニアル世代と X 世代が旅先で質の高い体験に積極的に支出していることを示しています。

また近年は、シニア旅行の需要も伸びています。若年層の約 3 倍の消費力を持つとされる、経済的にゆとりがあり活動的なシニア層の間で、上質な旅を楽しみたいというニーズが高まっています。シニア層でも、よりパーソナライズされた体験重視の旅行商品への需要が拡大しています。

Trip.com は今後も、旅行者一人ひとりが自分らしい上質な旅を実現できるよう、多様な選択肢と心に残る旅行体験を提供してまいります。

Trip.com(トリップドットコム)について

Trip.com は、48 の国と地域の 27 言語および 44 の現地通貨に対応した国際的なワンストップトラベルサービスプロバイダーです。世界 220 の国と地域にある 170 万軒以上のホテルと、3,500 の空港を発着する 680 社以上の航空会社のフライト、そして 30 万以上のアトラクションや現地ツアー商品を網羅した巨大なネットワークを有する Trip.com は、24 時間年中無休の世界水準の多言語カスタマーサービスに加え、エジンバラ、東京、ソウルに設置されているカスタマーサービスセンターから、世界中の何百万人もの 旅行者が作る「最高の旅行体験」をお手伝いしています。

URL: <https://jp.trip.com>

[航空券検索はこちら](#) [ホテル検索はこちら](#)