

旅行者の 4 人に 3 人が「サステナビリティは重要」と回答 Trip.com Group、旅行者のサステナブルな選択を可視化する 新機能「My Travel Impact」を発表



グローバルオンライン旅行サービスプロバイダーの Trip.com Group が発表した「2026 年サステナブル旅行消費者レポート」によると、旅行者の 75.4%が旅行を計画・選択する際にサステナビリティを重視しており、56.8%が意識的に、より持続可能な旅行の選択肢を選んでいることが明らかになりました。こうした選択をより分かりやすく可視化し、実際の行動につなげるため、Trip.com Group は、Trip.com アプリ内に新機能「My Travel Impact」を導入しました。本機能では、ホテル、航空券、鉄道などの旅行サービスにおいて、旅行者が行った、よりサステナブルな選択を一元的に確認することができます。本レポートは、世界 4 地域・29 市場の 8,777 人を対象に実施した調査に基づくものです。調査結果からは、旅行におけるサステナビリティが、単なる意識から具体的な行動や体験へと移行しつつあることが明らかになりました。旅行者は、より持続可能な選択を単なる責任として捉えるだけでなく、旅行体験そのものを豊かにする要素としても認識しています。

■Trip.com Group CEO ジェーン・スン (Jane Sun) コメント

「旅行を、訪れる地域や世界にポジティブな影響をもたらすものにしていくことは、私たち全員に共通する責任です。旅行業界には、将来の世代にわたって旅の価値を支える土地や自然、地域社会を守るうえで、重要な役割があります。Trip.com Group では、一つひとつの旅が変化を生み出す力を持っていると考えています。炭素排出量の少ない交通手段や、サステナビリティ認証を取得した宿泊施設の提供から、旅行者に役立つ情報、パーソナライズされたおすすめ情報、そして「My Travel Impact」のようなツールまで、旅行体験のあらゆる場面にサステナビリティを取り入れるための取り組みを進めています。」

旅行業界全体で持続可能な旅行の実現に向けた取り組みが進む中、本レポートでは、旅行者がより持続可能な選択を行う動機や、その障壁となる要因、さらに選択を後押しするために必要な要素について明らかにしています。

■ 新機能「My Travel Impact」で、旅行者の持続可能な選択を一元的に可視化

調査結果からは、旅行者が持続可能な旅行について、より十分な情報に基づいて選択できるよう支援するツールへの高いニーズも明らかになりました。

オンライン旅行会社（OTA）に求める機能として最も多かったのは「分かりやすいサステナビリティ表示・ラベル」（41.6%）で、32.7%が「予約による炭素排出への影響を確認できるダッシュボード」を希望しています。さらに、64.2%が「より持続可能な旅行商品の充実度が、予約プラットフォームの選択に影響する」と回答しており、サステナビリティへの取り組みが旅行予約サービスの選択にも影響を与えていることが分かりました。こうしたニーズに応えるために導入される「My Travel Impact」は、Trip.com を通じて旅行者が行った、より持続可能な選択を一覧で確認できる新機能です。



本機能では、旅行を構成する以下の3つのカテゴリにおける情報を集約します。

● ホテル

Trip.com の「Certified Sustainable」ラベルが付与された宿泊施設での宿泊日数を表示します。このラベルは、第三者機関によるサステナビリティ認証に基づいています。

● 航空券

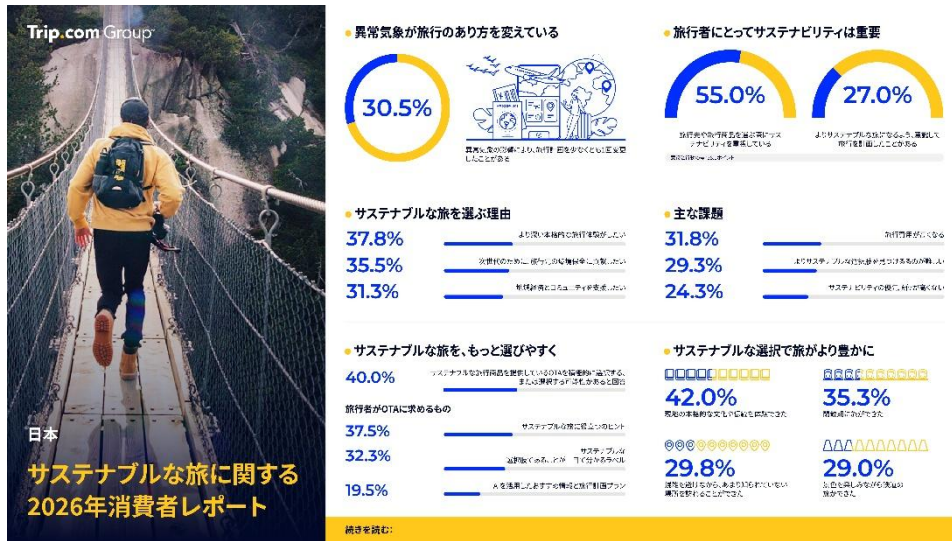
比較可能なデータがある場合、排出量の少ないフライトを選択することで回避できたと推定される排出量を表示します。算出には、サステナブルな旅行の推進を目的に設立された非営利団体「トラバリスト（Travalyst）」が推奨する「Travel Impact Model」を使用します。

● 鉄道

比較可能なデータがある場合、ガソリン車での移動と比較して、鉄道を選択することで削減できたと推定される排出量を表示します。

これまで異なる旅行サービスに分散していた情報を一つのダッシュボードに集約することで、「My Travel Impact」は旅行者自身の選択をより分かりやすく把握できるようにします。

■ 日本の旅行者の 55.0%がサステナビリティを重視



日本市場の調査結果では、旅行者の 55.0%が旅行先や旅行商品を選ぶ際にサステナビリティを重視しており、27.0%がよりサステナブルな旅行を意識して計画した経験があると回答しました。また、よりサステナブルな旅行を選ぶ理由としては、「より深く本格的な旅行体験がしたい」（37.8%）が最も多く、一方で「旅行費用が高くなる」（31.8%）ことが主な課題として挙げられました。さらに、40.0%がサステナブルな旅行商品を提供するオンライン旅行会社（OTA）を積極的に選択する、または選択する可能性があると回答しており、日本でもサステナビリティが旅行の選択に影響を与えていることがうかがえます。

■ 持続可能な旅行をより身近な選択肢に

より持続可能な旅行を選ぶ主な動機として、「環境に対する責任」（52.5%）と「将来世代のために旅行先を保全すること」（50.8%）が上位に挙がりました。また、回答者の 44.4%が「より本物らしい、現地ならではの旅行体験ができること」を理由として挙げています。

一方、より持続可能な旅行を選択するうえでの最大の障壁は「価格の高さ」（37.1%）であり、次いで「不便さや追加の手間」（29.8%）、「より持続可能な選択肢を見分けることの難しさ」（27.1%）が続きました。

また、旅行を選ぶ際に重視する要素としては、「価格」（64.1%）と「品質・快適性」（61.8%）が引き続き上位を占めています。

■ 持続可能な旅行が、旅行体験そのものを豊かにする要素に

調査では、より持続可能な旅行の選択肢が、旅行体験の充実にもつながると考えられていることが明らかになりました。旅行体験をより豊かにする選択肢として、「自然やアウトドアを楽しめる旅行先を訪れること」（41.6%）が最も多く、次いで「景色を楽しめる鉄道旅行」（34.1%）、「混雑の少ない、まだあまり知られていない旅行先を訪れること」（32.7%）が挙げられました。

さらに、「サステナビリティへの取り組みが充実したホテルに宿泊すること」（31.9%）や「オフシーズンに旅行すること」（29.6%）も、旅行体験を向上させる要素として評価されています。

また、サステナビリティは旅行先そのものの魅力にも影響を与えています。旅行先への訪問意欲を高める要素としては、「公共交通機関の充実や炭素排出量の少ない移動手段」（56.0%）と「自然・文化

遺産の保護」(50.6%)が上位に挙がりました。

■ 異常気象などの気候リスクが旅行計画に影響

サステナビリティは旅行先そのものの魅力にも影響を与えています。旅行先への訪問意欲を高める要素としては、「公共交通機関の充実や炭素排出量の少ない移動手段」(56.0%)と「自然・文化遺産の保護」(50.6%)が上位に挙がりました。

一方、異常気象も旅行先の選択に影響を与えるようになっており、旅行者の 37.2%が「異常気象による影響を受けるリスクが低い旅行先を選びたい」と回答しています。

■ Z世代・ミレニアル世代が持続可能な旅行への移行を牽引

世代別に見ると、Z世代とミレニアル世代が、より持続可能な旅行に対して特に高い関心と行動意欲を示しています。意識的に、より持続可能な旅行の選択肢を選んだと回答した割合は、Z世代が 69.5%と最も高く、ミレニアル世代が 63.0%、X世代が 50.6%、ベビーブーマー世代が 40.6%となりました。また、Z世代の 76.7%が「より持続可能な旅行商品の充実度がオンライン旅行会社（OTA）の選択に影響する」と回答しており、若い世代ほどサステナビリティを重視する傾向が見られます。

■ 業界との連携を通じて、より持続可能な旅行の実現を推進

Trip.com Group は、GSTC（世界持続可能観光協議会）や Travalyst などの業界パートナーと連携し、信頼性の高いサステナビリティ認証や、一貫性のある排出量情報の提供を支援しています。

また、WWF（世界自然保護基金）などの団体が提供する責任ある旅行に関するガイダンスを参考に、旅行者に向けた実践的なアドバイスの発信にも取り組んでいます。

Trip.com Group は、より持続可能な観光の未来を実現するためには、旅行業界全体での取り組みが不可欠であると認識しています。

今後も業界パートナーとの協力を通じて、将来の世代にわたって旅行を楽しむことができるよう、旅行先の地域や自然環境、そこに暮らす人々の保護に貢献してまいります。

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 上場につき、2021 年に香港証券取引所 HKEX に上場 (9961.HK)。「あらゆる旅を最高に」をミッションにしています。

トリップドットコム : [Trip.com](https://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](#)