

ホテルのクチコミ評価マネジメント&マーケティング最大手 TrustYou (トラスト・ユー)**独自の消費者調査による白書 vol.4 を公開****オンライン上のホテル検索および予約をめぐる消費者行動****～ホテル予約に影響する2番目の要素はクチコミのスコア、3つ星以下のホテルは候補から除外～**

ホテルのクチコミ評価マネジメント&マーケティング最大手の TrustYou 株式会社(トラスト・ユー 本社:ドイツ ミュンヘン 日本支社:東京都渋谷区 日本支社長:下嶋一義 URL: <http://www.trusty.com/?lang=ja>)は、ホスピタリティ業界関係者に向け、消費者調査を基にした白書 vol.4 「オンライン上のホテル検索および予約をめぐる消費者行動(日本語版)」を[自社サイト](https://goo.gl/srj8VA)(*短縮 URL <https://goo.gl/srj8VA>)にて公開いたしました。

TrustYou(トラスト・ユー)は、旅行者がオンライン上でホテル検索・予約をする際にどのような要素が判断に影響を及ぼすかを知るために下記の調査を実施しました。この調査により得られた結果は次のとおりです。

【調査の概要】**1. 調査方法**

米国 Qualtrics (クアルトリクス)社の持つネットユーザー全米調査パネルから、過去12カ月にビジネスまたはプライベート旅行(またはその両方)をし、オンラインでホテルを予約した18歳以上の成人を無作為に抽出し、回答のあった920人を対象に、TrustYou(トラスト・ユー)が開発したシミュレーション用の予約検索エンジンとヒートマップ技術を活用してオンライン調査を実施。

2. 調査結果

- ホテルを探す際、91%の旅行者が検索エンジンを利用、なかでも81%がGoogleの検索を利用している。
➢「Google検索」は旅行計画において最もメジャーな情報源と言える。
- 77%の旅行者が旅行先のホテル、ロケーションに関連するキーワード検索を実施している。57%がホテルを検索、49%がロケーションを検索、31%が両方の組み合わせを検索。
- TrustYou(トラスト・ユー)のホテルの総合評価点=TrustScore(トラスト・スコア)¹、もしくはクチコミの平均評価スコアがホテル選びの際の旅行者にとって2番目に重要な判断材料であった。*ちなみに1位は価格であった。
- スコアは宿泊候補のホテルをふるいにかける基準として活用され、88%の旅行者が3つ星以下、32%が4つ星以下のホテルを選択肢から除外している。
- Googleでホテルを検索したクリック履歴を追うと、ホテルの検索結果一覧に表示されるホテルの自社サイトへのクリック率はクリック先としてもっとも多く、20%がクリックしていた。一方、Google上に「ホテルのクチコミの概要」として表示されるTrustYou(トラスト・ユー)提供のクチコミ情報のクリックス率も10%あった。

「旅行者がどのような判断過程を経てホテルを選んでいるかは、ホテル事業者の誰もが知りたいことでしょう。弊社が実施した本調査では、クチコミがいかに重要であるかが明らかになりました。旅行者がホテルを選ぶ際、「クチコミ」は「価格」に次いで二番目に重要な判断材料であり、また、クチコミ評価が高ければ、ホテルの候補を絞る過程で、最終段階まで候補リストに残る可能性が高いという結果が出ています。

一方、ホテル事業者がGoogleを自社のマーケティング戦略に取り入れることがいかに重要かを本調査は示唆しています。旅行者の大半が旅行を計画する際にホテルの候補探しから比較まで、Google検索を利用しています。Google上でのホテルの見せ方を最適化することで、より多くの旅行者を自社サイトに呼び込むことができますようになります。本調査によると、Google検索で提示した検索結果から自社サイトをクリックした旅行者は20%に上っています。さらに自社サイトにMeta-Review(メタ・レビュー)やTrustScore(トラスト・スコア)といったクチコミやクチコミの総合得点を表示することで、自社サイトを訪れた旅行者の予約率を上げることが可能になり、良い循環を作り出すことができるようになるのです。」

<TrustYou(トラスト・ユー)マーケティング・ディレクターのバレリー・キャストロのコメント>

¹ 調査当時、GoogleにTrustScore(トラスト・スコア)として提供。2017年2月1日からGoogleのホテルの総合評価スコアはGoogleスコアとなっている。

TrustYou(トラスト・ユー)は、宿泊客からのフィードバックを管理できるシステムやホテルが旅行者のホテル検索・予約時に直接コミュニケーションのとれるメッセージシステム(*日本未導入)など、旅行者のホテル選びの判断に働きかけるサービスをご提供しております。ホテルが高いクチコミ評価を獲得・維持すれば旅行者に選ばれる確率が高まります。旅行者が増えれば、クチコミ数の数が増え、高いスコアを得ることでホテルはさらに信頼を増します。また、その良い評価とクチコミの要約を自社サイト等に表示することによりお客様が予約に必要な情報を提供し、ユーザーエクスペリエンスがより良いものになります。さらに、これから予約しているお客様にも好影響を与えます。このような宿泊をめぐる良い循環を作り出すお手伝いをクチコミを通じ、TrustYou(トラスト・ユー)は提供します。

この調査の詳細版は [TrustYou\(トラスト・ユー\)・サイト](https://goo.gl/srj8VA)(*短縮 URL <https://goo.gl/srj8VA>)からダウンロードしていただけます。

TrustYou (トラスト・ユー)とは

世界 250 以上の旅行サイトのホテル・宿泊施設に関するクチコミや評価を収集、分析、視覚化して、ホテルなどホスピタリティ・ビジネス業界の顧客にサービスを提供している。ホテルの担当者は各旅行サイトを訪問し、クチコミや評価を確認し、返信していたが TrustYou (トラスト・ユー)のサービスを導入することで、それらを一元管理することができる。

また、TrustYou (トラスト・ユー)は、Google でホテル検索をした際に Google レビュー上に「クチコミの概要」として表示されるクチコミのコンテンツを独占提供している。宿泊客に滞在後にアンケート調査を行って得たクチコミを Google で表示されるようプッシュするなど、クチコミをマーケティングに生かすことを顧客に対し提案している。

さらに Google レビュー上のクチコミは「TrustScore(トラスト・スコア)」や「Meta-Review(メタレビュー)」とも連動し、Google、Skyscanner(日本語版)、KAYAK(日本語版)、Travel.jp/Hotel.jp(日本語版)など 100 を超える世界の旅行・ホテル予約サイトにクチコミ・評価として表示されている。一目見てホテルの特性をすぐに把握できる点が評価され、数多くの旅行者のホテル予約時に参照されている。一方、自然文旅行検索サイト「TRIPCON(トリプコン)」にもデータを提供している。URL: <http://www.trustyou.com/?lang=ja>

■ **レピュテーション・マネージメント&マーケティング(ホテルのクチコミ評価マネージメント&マーケティング)とは**
企業の評判向上のための戦略的な取り組みのこと。レピュテーション(評判)を把握し、より良い評価を得るための改善の取り組みを容易にすることを目的とする。

■ **TrustYou(トラスト・ユー)の商品ラインナップ**

- ✓ TrustYou Stars(トラスト・ユー スターズ): ホテル向け顧客満足調査ツール。Google 上のクチコミを増やすよう働きかける
- ✓ TrustYou Analytics(トラスト・ユー アナリティクス): 世界で評価されるレピュテーション・マネージメント・ツール。ホテルがクチコミを分析し、評価にポジティブに働きかけることを可能にする
- ✓ TrustYou Meta-Review(トラスト・ユー メタレビュー): Google、Skyscanner、KAYAK、Travel.jp/Hotel.jp、など世界中の数百のサイト上にある様々なクチコミを収集・要約しわかりやすく表示する。* TripAdvisor のクチコミは含まない
- ✓ TrustYou Radar(トラスト・ユー レーダー): iOS と Android のアプリで使用可能。世界中の顧客に即時対応を可能にする
- ✓ TrustYou Messaging(トラスト・ユー メッセージング): 宿泊客とリアルタイムでコミュニケーションがとれるツール。宿泊客にとっては特別なアプリのダウンロードが不要で使いやすく、ホテルにとってはホテルの運営、サービス改善に役立てることができる

<クチコミが与える影響力>

TrustYou の過去の調査からクチコミには次のような影響力があると考えられています。

- ✓ 95%の旅行者は、予約を確定させる前にクチコミを読んでいる。
- ✓ 旅行者はホテルを予約する前に 5~7 件のクチコミを読む。
- ✓ 76%の旅行者が評価の高いホテルに対し、もっとお金を払ってもいいと言っている。
- ✓ 3.9 倍以上の確率で、同じ価格帯のホテルであれば、クチコミ評価の高いホテルが予約される。