



プレスリリース

TrustYou(トラスト・ユー)の調査で判明

「宿泊施設が収益アップのために最も注力すべきことは オンライン上のクチコミ評価の収集・管理を行うこと」

～宿泊客は宿泊施設が依頼するとクチコミを3回以上投稿し、その95%が良い評価になる～

世界最大のクチコミ・プラットフォームを提供する[TrustYou \(トラスト・ユー\) 株式会社](#) (東京都港区 代表取締役: 下嶋一義)は、最新の旅行者調査「宿泊施設が収益アップのために最も注力すべきことは、オンライン上のクチコミ評価の収集・管理を行うこと」を発表しました。

本調査は、オンライン上の宿泊施設へのクチコミ管理や評価収集の重要性について調べたもので、結果として、宿泊施設がオンライン上のクチコミ評価を収集することにより、宿泊施設の評判を劇的に向上させ、宿泊施設の収益を増やすことがわかりました。

本調査データは、[こちら](#)から無料でダウンロードできます。

宿泊客とオンライン上のクチコミ評価の関係について探るため、本調査は過去1年以内に旅行をした個人を対象に行われました。対象者の旅行目的は、レジャー、またはビジネスで、自分自身で宿泊施設を予約した920人の米国人が対象です。調査によると、宿泊客の大多数が少なくとも1回以上クチコミ評価を投稿し、それらの多くは良い評価であったことが明らかになりました。さらに、宿泊施設から宿泊客にクチコミ評価の投稿を依頼した場合、3回以上書き込みをする宿泊客が多かったこともわかりました。そして、この時、宿泊客が5つ星評価をつける可能性がとて高くなることも判明しています。

■調査結果の要旨

- ・ 宿泊客の過半数以上、54%が過去1年に少なくとも1回以上のクチコミ評価を投稿している。
- ・ 平均すると、宿泊客からのクチコミ評価の95%が良い内容であり、対象者の93%が直近で宿泊した施設へのクチコミ評価について良い評価をつけた。
- ・ 宿泊施設からクチコミ評価の投稿を依頼された場合、宿泊客はそれ以外の場合（旅行予約サイトから依頼された場合や誰にも依頼されなかった場合など）の3.6倍の頻度で投稿する。
- ・ 宿泊施設からクチコミ評価の投稿を依頼された場合、クチコミ評価の16%は、「とても良い」という5つ星評価になり得る。
- ・ 宿泊施設を予約する際に意思決定の決め手となるのは、1位は価格だが、2位はクチコミ評価スコアである。

私たちはこの調査結果から、どの宿泊施設においても、オンライン上のクチコミ評価を収集し、適切に管理することが結果的に一番の収益につながるという結論に至りました。そのため、宿泊施設は自分たちに対する良いクチコミ評価をウェブ上に拡散・表示させる包括的なマーケティング戦略をとるべきであり、これを実行できれば、新たな旅行者から宿泊施設への予約が確約されると言えます。さらに、宿泊客からより多くのフィードバックやクチコミ評価を得ることは、宿泊施設を改善するためのデータを増やせる面でもとても効果的です。

「今回の調査で、宿泊施設にとってそのクチコミ評価がいかに重要であるかを再確認することができました。宿泊施設からアンケートへの回答の依頼を受けた場合、80%もの旅行者が宿泊施設に関してのクチコミ評価を行ったことが証明されています。これに対して、クチコミ評価を依頼しなかった場合、たった22%の宿泊客しかクチコミ評価を残しませんでした。この大きな差は、宿泊施設がオンラインでアンケート調査を簡単に依頼できるソフトウェアを持つことで簡単に埋めることができます。そしてそのソフトウェアは世界中のオンライン上のクチコミ評価を収集・分析し、管理することもできるのです。」

(TrustYou (トラスト・ユー) CEO、ベンジャミン・ヨストのコメント)

調査結果は、[こちら](#)から無料でダウンロードできます。

TrustYou (トラスト・ユー) では、ホスピタリティ業界のお客様に役立つ調査・研究結果をホームページで提供しています。あらたに独立系ホテルのお客様を支援するための次のブログを公開しました。

- ・独立系ホテル向けシリーズのパート2「ウェブサイトを最適化する」 ([日本語](#))
- ・同シリーズのパート3「オンライン上のクチコミ評価を管理することの重要性」 ([日本語](#))

これはホスピタリティ業界の競争が激化している今、ブランド力を育むために何をしたらよいか悩む独立系ホテルの経営者に向け、今できること/すべきことを4章構成で紹介した、公開中のeブック「ブランド名なしで‘ホテルブランド’を構築するー独立系ホテルの経営者がホテルブランドを構築するには (英語で公開中)」 (Branding Without The Brand Name – An independent Hoteliers Guide to Building Brand Value) の内容をわかりやすく解説した記事です。ぜひご覧ください。

TrustYou (トラスト・ユー) が提供するクチコミ・プラットフォームについては、[こちら](#)をご覧ください。

【TrustYou (トラスト・ユー)について】

世界最大のクチコミ・プラットフォームです。2008年の設立以来、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、そのデータをホスピタリティ業界のパートナー企業に提供しています。現在、世界50万軒以上のホテルが当社の提供データを活用し、宿泊客に提供するサービスの改善を行っています。

我々の調査ではホテル予約時に旅行者の95%がクチコミを読んでおり、クチコミはホテルの予約決定に大きな影響を与えています。TrustYou（トラスト・ユー）のクチコミ・プラットフォームは、旅行者のカスタマー・ジャーニーのあらゆる段階のあらゆる声をクチコミ、アンケート調査、SNSや電子メール、Facebookメッセージ等から取り込むことができます。

ホテル以外のパートナー企業には、旅行者が目的に合ったホテルを選ぶためのクチコミデータを提供しています。100社以上あるパートナー企業には、Google、skyscanner、KAYAK、Travel.jp/Hotel.jp（日本語版）、cansell.jpなどが含まれます。それらのパートナー・サイトでは、世界250以上のサイトからTrustYou（トラスト・ユー）が収集・集計・分析した、何億もの旅行者のクチコミをまとめたデータが「クチコミの概要」、「レビュー」、「ホテルの評価点」として表示されます。

TrustYou（トラスト・ユー）のクチコミ・プラットフォーム

旅行者のカスタマー・ジャーニーの全てに関わるソリューションを提供します。

1. クチコミ・マーケティング
 - a. 直接予約を増やすために自社サイト上にクチコミ評価を表示
 - b. Google、Skyscanner、KAYAK、Travel.jp/Hotel.jp（日本語版）など100を超える世界の旅行・ホテル予約サイトへのクチコミ評価の表示
 - c. Google上のマイ・レビューと連携し、自社のクチコミ評価を表示
2. オペレーションの改善、経営に役立つ優れた機能性
 - a. メッセージング・ツールでリアルタイムのクチコミを獲得
 - b. オンラインアンケート調査を実施し、問題の発見と改善を促す仕組みを構築
 - c. ADRアップのためのクチコミ評価によるお客様のインサイト分析

クチコミが与える影響力

TrustYouトラスト・ユー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。