

『トリップアドバイザーで役立つ口コミを書くためのガイド』を公開 -- あなたの口コミが、次の人の旅をより良いものにします --

世界最大の旅行口コミサイト「TripAdvisor®」の日本法人であるトリップアドバイザー株式会社(本社:東京都渋谷区、代表取締役:原田静織、<http://www.tripadvisor.jp/>)は、『トリップアドバイザーで役立つ口コミを書くためのガイド』(http://www.tripadvisor.jp/TripNews-a_ctr_reviewerguideJP)を公開しました。このガイドは、トリップアドバイザーユーザー、およびホスピタリティ事業者を対象としたアンケートをベースに作成されており、既に口コミを書いている人たちがより役立つ口コミを書くためのヒントを得ることができるのはもちろん、口コミを書いたことのない人にとっての入門書としても使えるようになっています。

なお、トリップアドバイザーではこのガイドの公開にあたり、日本を含む世界11カ国の95,000人を超えるユーザーを対象に実施した「口コミを読む際に重視するポイント」についてのアンケート結果も以下の通り発表します

トリップアドバイザー株式会社の代表取締役 原田静織は次のようにコメントしています。

「今回の調査から、旅をより充実したものにするために口コミをヒントにする旅行者の姿が浮かび上がってきました。昨年末ユーザーに実施した調査では、トリップアドバイザーのホテルの口コミを読むことによって『自分の決定により自信を持つことが出来る』、『より良い旅ができる』と回答した人が8割以上もいました¹。旅を計画する人たちは、先に旅した人たちの体験談を参考に、より充実した旅をすることが出来ると考えているのです。そして、他の人の体験談に助けられた旅行者たちは、お返しの意味も込めて次に旅に行く人たちへ口コミを書くというポジティブなサイクルがトリップアドバイザー上で形成されていると感じています。今回公開するガイドやアンケート結果が、自分の体験を他の人に役立てて欲しいと思っている方々の参考になれば幸いです。」

【アンケート概要】

- トリップアドバイザーのユーザーを対象に、口コミについての実態を聞いたインターネット調査
- 日本を含む世界11カ国から95,608名のユーザーが回答(うち日本人1,055名)
- アンケート実施時期: 2014年11月22日~28日

- 口コミを読む際にユーザーが参考にする点と、敬遠する点が明らかに
 - 読み手が最も重視するのは、「事実を重視して述べていること」
 - 最も嫌なのは、「書き手のこだわりが強すぎること」

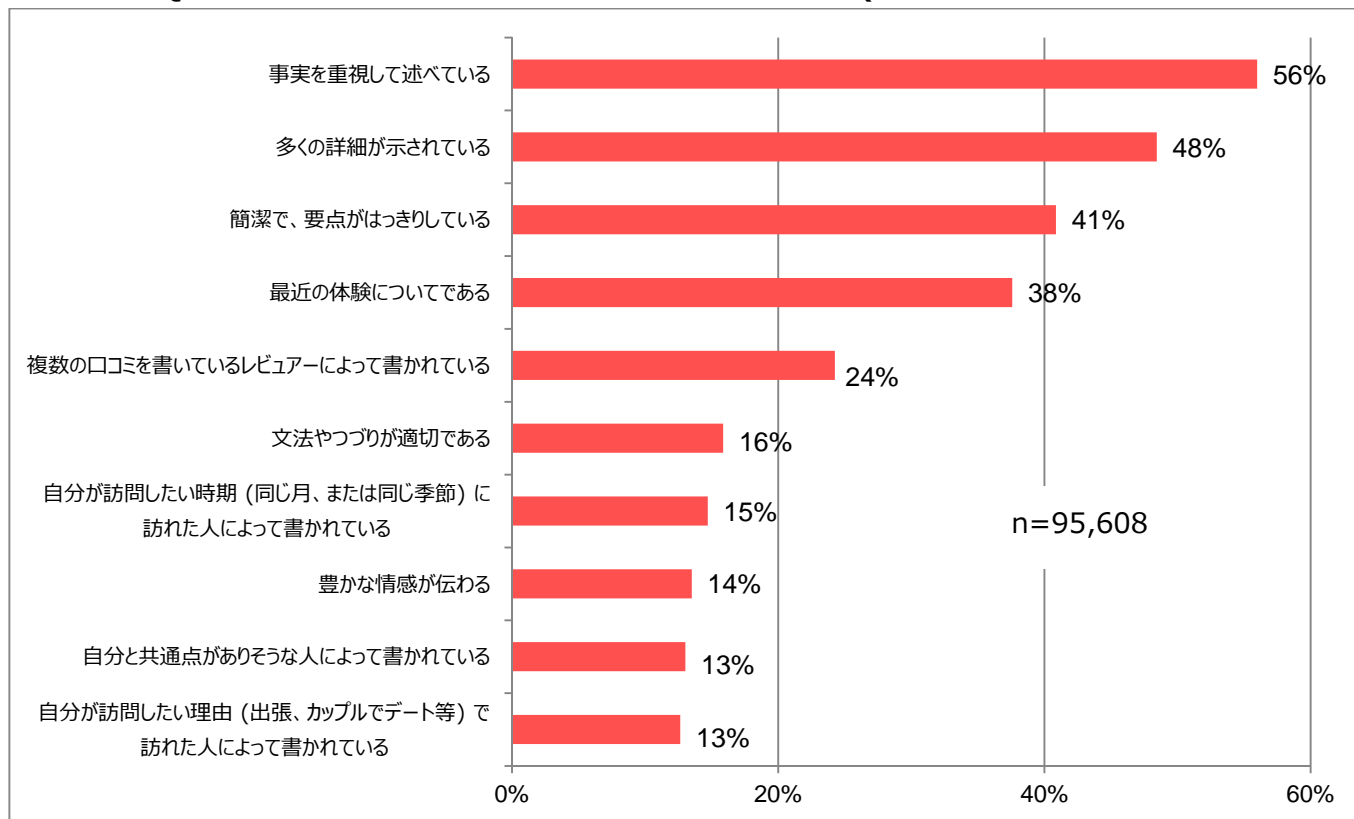
口コミを読む際にユーザーが最も重視するのは、「事実を重視して述べている」(56%)こと。書き手の実体験が、次の旅行者にとって一番知りたいポイントのようです。また、「多くの詳細が示されている」(48%)ことが重視されると同時に、「簡潔で、要点がはっきりしている」(41%)ことも重視されており、見たこと・感じたことを全て書き連ねるのではなく、読み手が分かりやすいようにポイントをまとめて書かれた口コミが重宝されるようです。

反対に、口コミを読んでいて最も嫌だと感じることを尋ねたところ、トップに挙げられたのは「書き手のこだわりが強すぎる」(54%)ことで、多くの人々が求めるのは、自分の旅にも役立つような内容が読める客観的な口コミであること

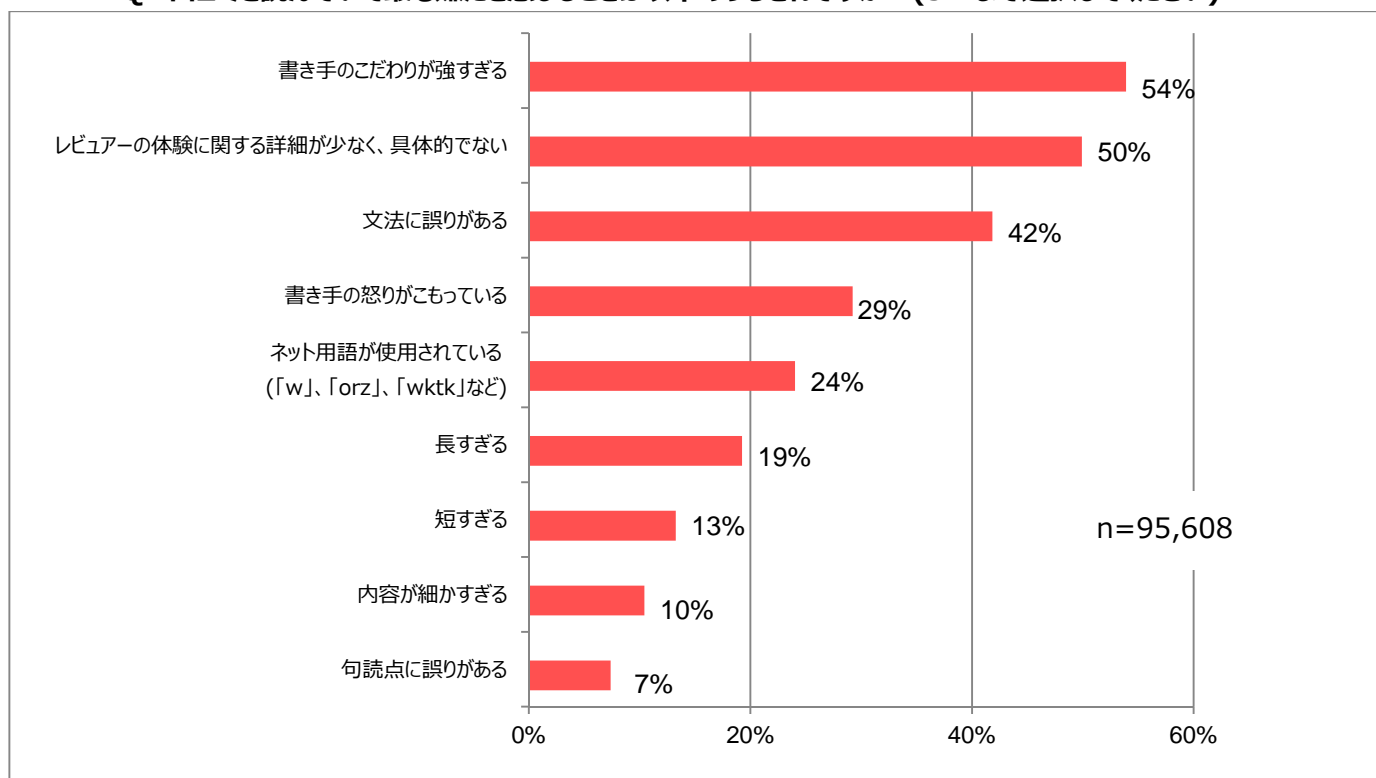
¹ PhoCusWright社が2013年12月に、トリップアドバイザーのユーザー12,225名(日本人660名を含む)を対象に行った調査「Custom Survey Research Engagement」より

が分かります。また、「書き手の怒りがこもっている」(29%)ことも敬遠されがちなようです。悪い体験についての口コミを書きこむ時でも、怒りに任せて文章を書くのではなく、なぜそのように感じる結果となったのか整理してから書き込むと他の旅行者も参考にしやすいかもしれません。

Q: 口コミを読むときに最も重視することは以下のどれですか？(3つまで選択してください)



Q: 口コミを読んでいて最も嫌だと感じることは以下のうちどれですか？(3つまで選択してください)

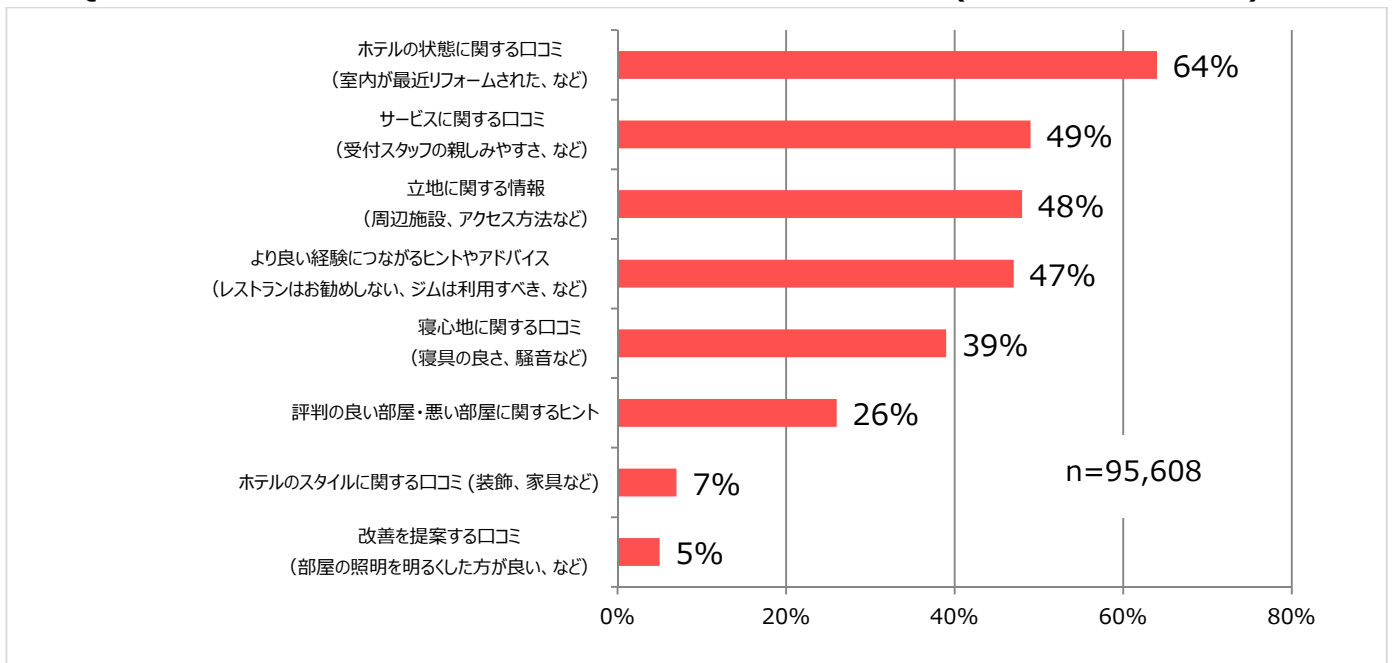


● ホテル、レストラン、観光名所の口コミにおいてユーザーが重視するポイントは？

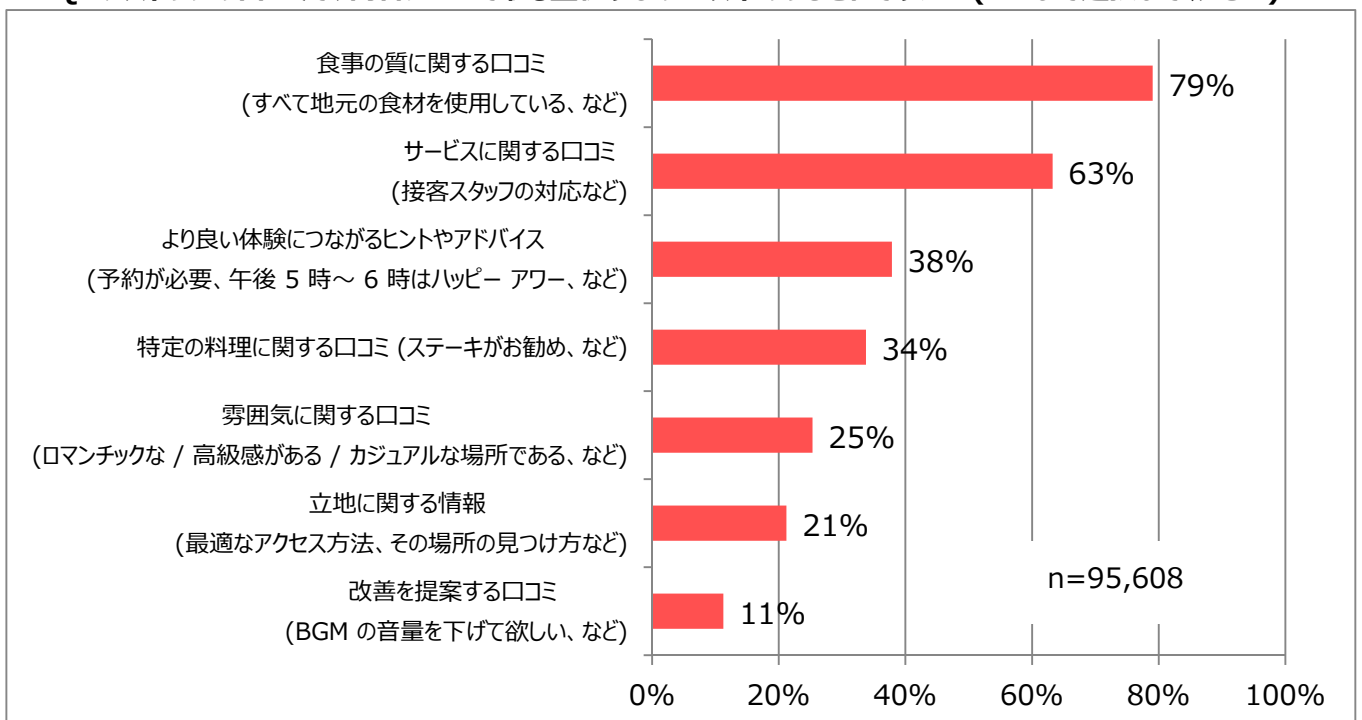
- 旅の決定をくだすための基本情報に加え、自分がその施設を利用するにあたり「より良い経験をするためのヒント」を求めている

ホテル、レストラン、観光名所の口コミについて重視するポイントを聞いたところ、「ホテルの状態」、「サービス」、「立地」、「食事の質」など、旅の決定をくだすための基本的な情報に加え、その旅をより充実させるための「より良い経験につながるヒントやアドバイス」を求めている人も多くなることが明らかになりました。例えば「ホテルのジムは利用した方が良い」、「おススメは魚より肉料理」など、自分がその場所を利用するにあたり知っていた方が得するヒントやアドバイスは重宝されるようです。

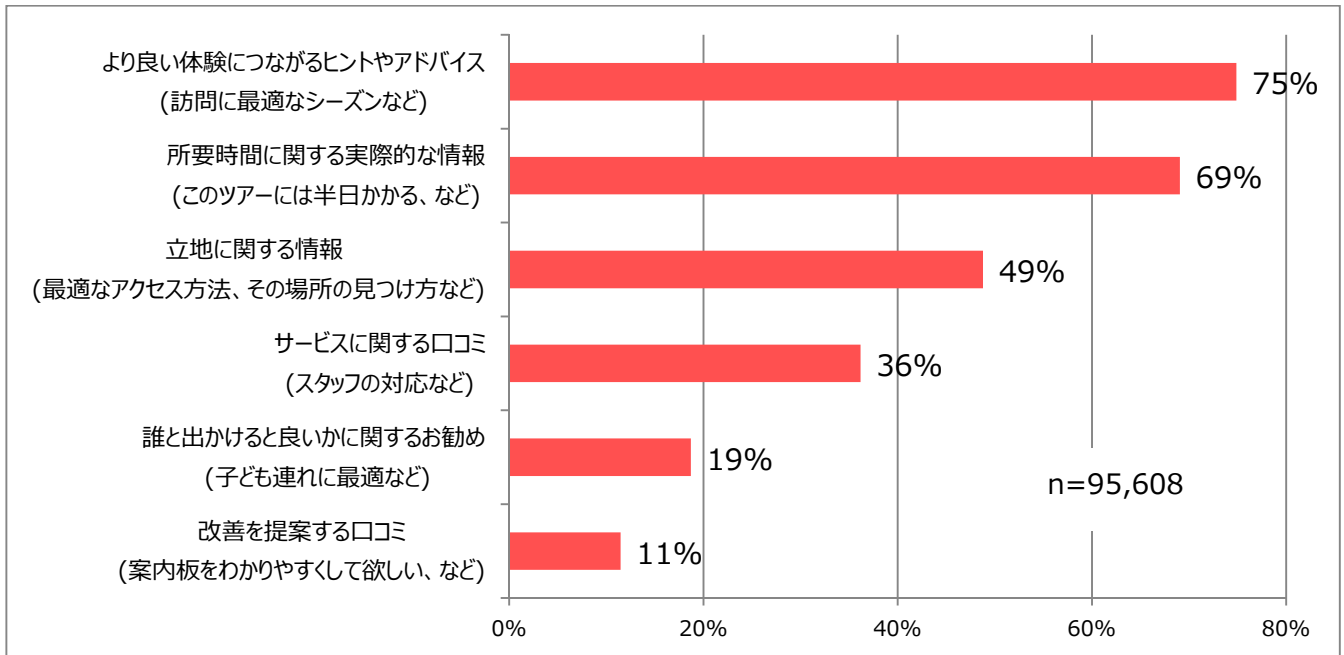
Q: ホテルの口コミで、内容について最も重視する点は以下のうちどれですか？(3 つまで選択してください)



Q: レストランの口コミで、内容について最も重視するのは以下のうちどれですか？(3 つまで選択してください)



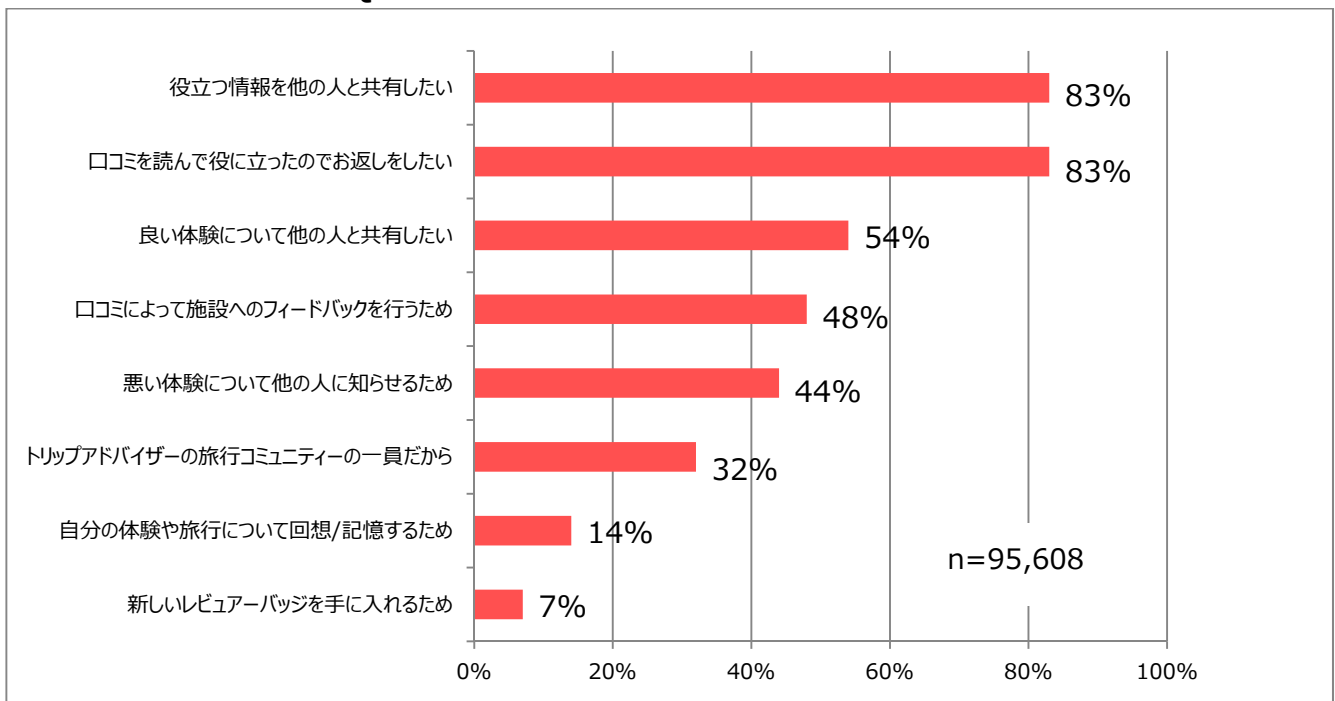
Q: 観光名所の口コミで、内容について最も重視するのは以下のうちどれですか？(3つまでお選びください)



● 口コミの読み手が、次の旅行者のために口コミを投稿

ユーザーに「口コミを書く理由」について聞いたところ、「役立つ情報を他の人と共有したい」、「口コミを読んで役に立ったのでお返しをしたい」と回答した人が8割を超えていました。先の旅行者の口コミが役立つと感じた人たちが、次の旅行者のために自分の体験談を投稿します。良い経験も悪い経験も、「次に行く人に役立てて欲しい」、とトリップアドバイザーのユーザー同士が互いに有用な体験談を共有する互助の精神が根底にあると言えるでしょうか。

Q: 口コミを書く理由を教えてください。(複数選択可)



トリップアドバイザーについて

トリップアドバイザー(本社: 米国マサチューセッツ州ニュートン、NASDAQ: TRIP)は、旅行者が最高の旅行を計画し、予約できる世界最大*の旅行サイト。旅行者の実体験に基づくアドバイスと、幅広い旅行の選択肢および数百を超える予約サイトから最安値を検索できるツールとシームレスにつながったプランニング機能を提供しています。世界最大の旅行者のコミュニティとして、世界 45 カ国でサイトを展開し、世界 440 万軒を超えるホテル、レストラン、観光スポットに対して 2 億件以上の口コミ情報を掲載しています(中国は daodao.com として運営)。月間ユニークユーザー数は約 3 億 1500 万人**。TripAdvisor, Inc. は、トリップアドバイザーブランドサイト、旅行業界向けにトリップアドバイザーブランドサイトの活用サービスを提供する専門部署 TripAdvisor for Business のほか、以下の 24 の旅行関連サイトを運営しています: www.virtualtourist.com, www.kuxun.cn, www.airfarewatchdog.com, www.bookingbuddy.com, www.cruisecritic.com, www.everytrail.com, www.familyvacationcritic.com, www.flipkey.com, www.thefork.com (www.lafourchette.com, www.eltenedor.com, www.iens.nl を含む), www.gateguru.com, www.holidaylettings.co.uk, www.holidaywatchdog.com, www.independenttraveler.com, www.jetsetter.com, www.niumba.com, www.onetime.com, www.oyster.com, www.seatguru.com, www.smartertravel.com, www.tingo.com, www.travelpod.com, www.tripbod.com, www.vacationhomerentals.com, www.viator.com,

*出典: comScore Media Metrix for TripAdvisor Sites, worldwide 2014 年 8 月

**出典: Google Analytics, worldwide data 2014 年第 3 四半期 (daodao.com へのトラフィック除く)

お問合せ先

＜報道機関の方のお問い合わせ先＞

トリップアドバイザー広報事務局 (オズマピーアール内) 担当 松林、佐藤、磯崎
Tel: 03-4531-0214 または 080-9368-5457 / E-mail: tripadvisor@ozma.co.jp

＜報道機関、およびその他のお問い合わせ先＞

トリップアドバイザー株式会社 広報担当 東(ヒガシ)
Tel: 03-6416-5275 または 090-7251-6384 / E-mail: mhigashi@tripadvisor.com