

トリップアドバイザー、口コミ利用の動向に関するユーザー12,000名以上への調査を発表

## 旅行を計画するユーザーは、口コミに対する事業者の回答にも着目

東京 –世界最大の旅行口コミサイト\*、[TripAdvisor](http://www.tripadvisor.jp)®(トリップアドバイザー、本社:マサチューセッツ州ニュートン、NASDAQ:TRIP、CEO:スティーヴン・カウファー、日本語版サイト:

<http://www.tripadvisor.jp>)は、旅行の計画・決定における口コミが与える影響についての調査を発表しました。調査は、全世界 12,225 名(うち、日本人 660 名を含む)のトリップアドバイザーユーザーを対象に、PhoCusWright 社が 2013 年末に行いました\*\*。それによると、半数以上(53%)の人は、他の旅行者の口コミを読むまでは、ホテルを始めとする旅行に係る予約を確定させないことが明らかになりました。

調査回答者のトリップアドバイザー訪問頻度は高く、回答者の29%がひと月に数回、12%が少なくとも週に1回、26%が週に2回以上サイトを訪問していました。つまり、回答者の67%がひと月に数回以上、トリップアドバイザーのサイトを訪問していることとなります。

調査回答者の8割以上(83%)の人が口コミを参照することで、旅行の決定に自信を持ち、旅行をより良いものにすることができると答えています。そう回答した中の93%の人は、旅行全体のなかでもホテル選びは特に重要だと感じていました。

トリップアドバイザーは、ホテルに関する情報以外にも参照されています。

- 毎回、またはほぼ毎回、宿泊施設を選ぶ前にトリップアドバイザーの口コミを参照する…77%
- 毎回、またはほぼ毎回、レストランを選ぶ前にトリップアドバイザーの口コミを参照する…50%
- 毎回、またはほぼ毎回、観光施設を選ぶ前にトリップアドバイザーの口コミを参照する…44%

合わせて今回の調査では、旅行を計画する際、どのように口コミが利用されていか、また、口コミに対する施設からの回答がどのような印象をユーザーに与えるか、なぜ口コミを投稿するか等の、興味深いポイントも明らかにされました。

トリップアドバイザーCMO(チーフ・マーケティング・オフィサー)のバーバラ・メッシングは、「旅行を計画する上で、口コミが重要な役割を果たしていることは明らかです。旅行者がよりソーシャルメディアを使うようになってくる中、ホスピタリティビジネスにおいて口コミは大きな影響力を持っていることが今回の調査を通じて明らかになりました。また、事業者側の口コミに対する対応にも旅行者は着目していることが分かってきました」とコメントしています。

### 口コミに対する事業者側の回答がより重要に

- 否定的な口コミに対してホテル側が適切な対応をしているのを見ると、そのホテルに対する印象が良くなる…87%
- 否定的な口コミに対してホテル側が攻撃的で自己防衛的な対応をしているのを見ると、そのホテルをあまり予約したくない…70%

- 宿泊者の口コミに回答していないホテルより、回答しているホテルを選ぶ傾向にある…62%

### 口コミの平均閲覧件数は？

- 宿泊先を探す際、8割の回答者は、少なくとも6～12件の口コミを参照しており、より直近の情報を閲覧している
- レストランや観光施設を探す際、20%の人は決定までに11件以上の口コミを参考にしている

### 旅行者の口コミ利用傾向

半数以上(53%)の回答者が口コミ投稿のないホテルは予約しないと言うほど、口コミの重要性は増えています。今回の調査では、口コミの利用方法についてもいくつかの要素が明らかになりました。例えば、写真投稿やトリップアドバイザーが付与した賞などは判断材料として参照されていますが、一般的には極端な内容の口コミは無視される傾向にあります。

- ほかの旅行者の投稿写真を予約の際に参照する…73%
- トリップアドバイザーから何らかの賞を受賞したホテルを予約する傾向がある…65%
- 口コミを読む際、極端なコメントは無視する傾向がある…64%

また、口コミを重視する傾向は、ホテルだけではなくレストランも同様で、31%の人々は口コミが全くないレストランには行かない、と回答しています。

### 口コミを投稿する理由

口コミを投稿する理由については、回答者の74%は「有益な情報を他の旅行者と共有すると気分が良い」、70%は「素晴らしい体験を他の旅行者と共有したい」と述べるなど、回答者の大多数は前向きな理由で口コミを書く、と回答しています。

### ホテル価格比較検索機能(メタ検索機能)により短時間で効果的な検索が可能に

トリップアドバイザーが近年導入したホテルの価格比較検索(メタ検索)機能については、回答者の51%が「計画に費やす時間が短縮された」と回答しており、また52%は、「最適なホテルを手最適な価格で見つけることができた」と回答しています。

### トリップアドバイザー利用に見る国民性の違い

- 回答者の多くが直近の口コミのみを参照する傾向にある中、日本とロシアの2か国は、多くの口コミを参照し、評価の全体感を掴もうとする傾向がある
- アジア太平洋地域では、ホテルを決定するまでに11軒以上のホテルの口コミを閲覧する人の割合が24%にのぼり、世界平均の13%を大きく上回っている
- トリップアドバイザー利用者のうちレストラン情報を最も利用しているのはイタリア人で、75%がレストラン選定に「毎回、またはほぼ毎回」サイトを閲覧していると回答。次いで、スペイン(60%)、イギリス(53%)、アメリカ(46%)が続く
- インドでは、ほとんどのユーザーが口コミの書き込みがないホテルの予約を避ける傾向にある
- ホテルを決定するまでにより多くのホテルを比較するのはスペイン人で、11軒以上のホテルの口コミを閲覧する人の割合は34%に上った
- 口コミに対する事業者の対応を最も重視する国はブラジルで、約7割(69%)が口コミに回答しているホテルを予約する傾向にあると回答した

これらの調査結果を受けて、メッシングは「最近の旅行者の動向として、①投稿写真が好まれる、②よりポジティブな書き込みを集めるホテルがより予約がされやすい、③ホテル、レストラン、観光施設を問わず、最新の口コミが重視される傾向にある、ことが挙げられます。また、今回の調査により、事業者は口コミ評価をモニタリングするだけでなく、適切に回答することも求められていることが、はっきりとしました」と述べています。

同調査に関する資料はこちら <http://www.tripadvisor.jp/TripAdvisorInsights/n2120> をご参照ください。

\* 出展: comScore Media Metrix for TripAdvisor Sites, worldwide (2013年12月)

\*\*出展: 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(うち、日本人660名を含む)を対象に行った調査「Custom Survey Research Engagement」

以上

### 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実行するための世界最大の旅行口コミサイト\*です。トリップアドバイザーは、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予約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。世界最大の旅行者コミュニティとして、2億6,000万人を超える月間ユニークユーザー\*\*を持ち、370万軒以上の宿泊施設、レストランおよび観光名所等に対し1億2,500万件以上の口コミ数を誇り、世界34か国でサイトを展開しています(中国では daodao.com として運営)。トリップアドバイザー フォー ビジネスは、旅行業界とトリップアドバイザーを訪れる膨大な数の利用者をつなぐビジネス部門です。

トリップアドバイザーは、以下20の関連旅行サイトを管理、運営しています。

[www.airfarewatchdog.com](http://www.airfarewatchdog.com), [www.bookingbuddy.com](http://www.bookingbuddy.com), [www.cruise critic.com](http://www.cruise critic.com), [www.everytrail.com](http://www.everytrail.com),  
[www.familyvacationcritic.com](http://www.familyvacationcritic.com), [www.flipkey.com](http://www.flipkey.com), [www.gateguru.com](http://www.gateguru.com), [www.holidaylettings.co.uk](http://www.holidaylettings.co.uk),  
[www.holidaywatchdog.com](http://www.holidaywatchdog.com), [www.independenttraveler.com](http://www.independenttraveler.com), [www.jetsetter.com](http://www.jetsetter.com),  
[www.niumba.com](http://www.niumba.com), [www.onetime.com](http://www.onetime.com), [www.oyster.com](http://www.oyster.com), [www.seatguru.com](http://www.seatguru.com),  
[www.smartertravel.com](http://www.smartertravel.com), [www.tingo.com](http://www.tingo.com), [www.travelpod.com](http://www.travelpod.com), [www.virtualtourist.com](http://www.virtualtourist.com),  
[www.kuxun.cn](http://www.kuxun.cn).

\* 出展: comScore Media Metrix for TripAdvisor Sites, worldwide (2013年12月)

\*\*出展: Google Analytics, worldwide data (2013年7月)

©2013 TripAdvisor, Inc. All rights reserved.

### 【記事掲載に関する報道関係者からのお問い合わせ】

広報代理/株式会社トレイントラックス

担当: 遠藤玲奈、佐古彩乃

TEL: 03-5738-4177、FAX: 03-5738-4178

E-MAIL: [pr@traintracks.jp](mailto:pr@traintracks.jp)

トリップアドバイザー株式会社 広報担当 東真菜、三橋竜二

TEL: 03-6416-5275 / or / 03-6416-9336

E-MAIL: [mhigashi@tripadvisor.com](mailto:mhigashi@tripadvisor.com) / [rmitsuhashi@tripadvisor.com](mailto:rmitsuhashi@tripadvisor.com)