



インバウンドレポート 2020

発行 2020年3月



Tripadvisor

インバウンドレポート 2020

INDEX

1. はじめに	3
2. 口コミの重要性と影響力について	6
2-1. 口コミは信頼できる情報源	7
2-2. 重要なのは最新の口コミと客観性	9
2-3. 訪日客別の口コミへの信頼度	10
2-4. 口コミに対する施設側の対応の重要性	11
3. 日本の施設に寄せられた外国語の口コミ分析	12
3-1. 47都道府県別の外国語の口コミ分布	13
3-2. 外国人に人気の日本の施設ランキング一覧	14
外国人に人気の日本のホテル&旅館ランキング2020	14
外国人に人気の日本のレストランランキング2020	16
外国人に人気の日本の観光スポットランキング2020	17
外国人に人気の日本の体験・ツアーランキング2020	18
4. 欧米豪の口コミから見える、日本の課題	19
4-1. 欧米豪の旅行者は、アジアのどの旅行先に口コミを投稿しているか	20
4-2. 欧米豪からの口コミから見る、アジアと日本の宿泊施設に対する評価	22
宿泊施設に対する満足点	23
宿泊施設に対する不満点	24
4-3. 欧米豪からの口コミから見る、アジアと日本の飲食施設に対する評価	26
飲食施設に対する満足点	27
飲食施設に対する不満点	28
4-4. 欧米豪からの口コミから見る、アジアと日本の観光/アクティビティに対する評価	29
観光/アクティビティに対する満足点	30
観光/アクティビティに対する不満点	31
5. トリップアドバイザーの活用	33
5-1. トリップアドバイザーへの施設登録と管理者登録について	35
5-2. トリップアドバイザーの管理者ページについて	36
5-3. ホテル、レストラン向けの有料プログラムについて	37
5-4. ツアー・チケット販売について(サブライヤー登録)	38
5-5. 様々なケーススタディやレポートについて	38



Tripadvisor

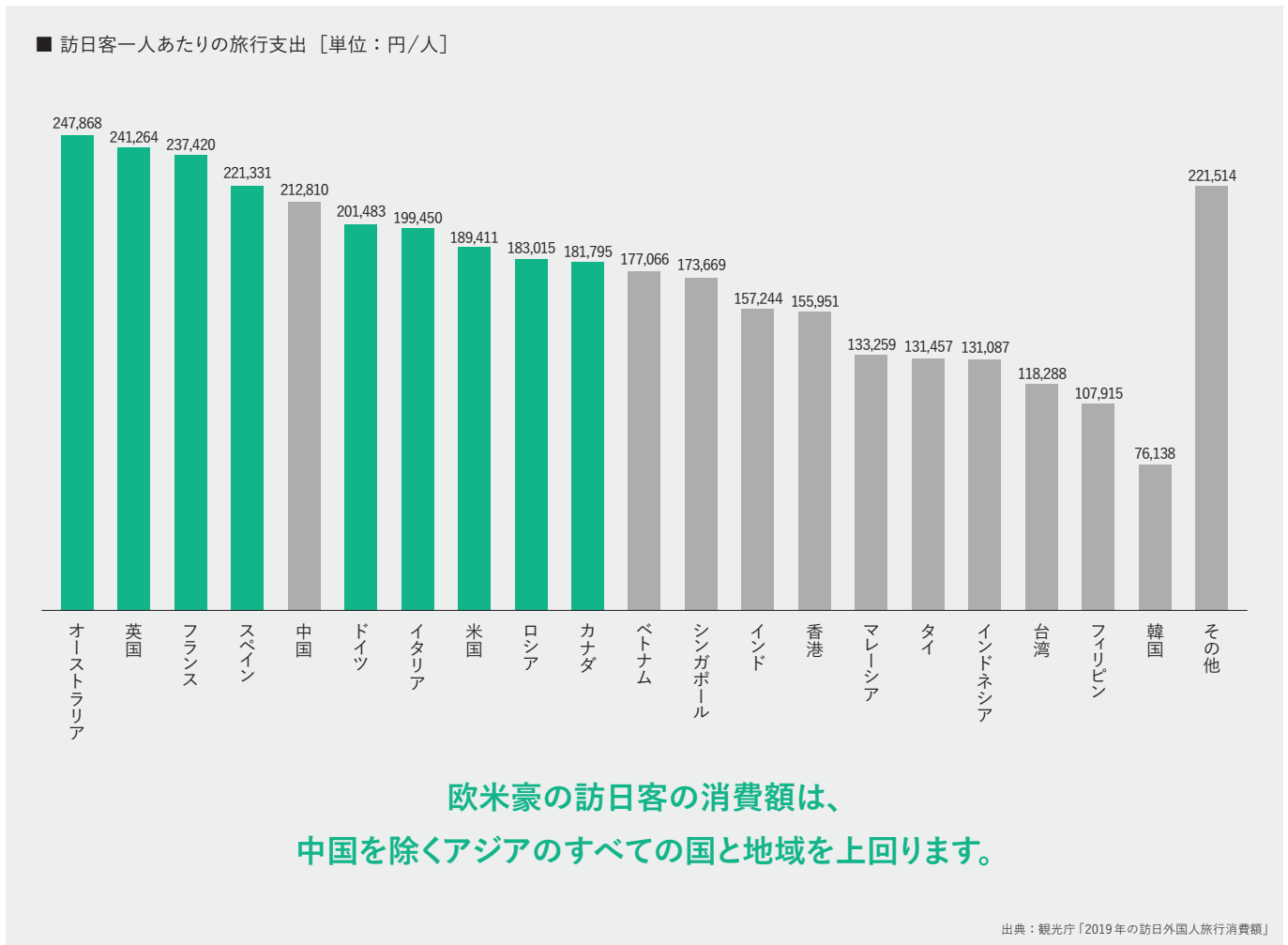
インバウンドレポート 2020

1.

はじめに

2019年、訪日外客数は*3188万人を記録し、その伸び率は対前年比で2.2%となりました。一方で、2019年における訪日外国人（一般客）1人あたり旅行支出は**15万8千円と、前年比から3.5%の増加率となりました。

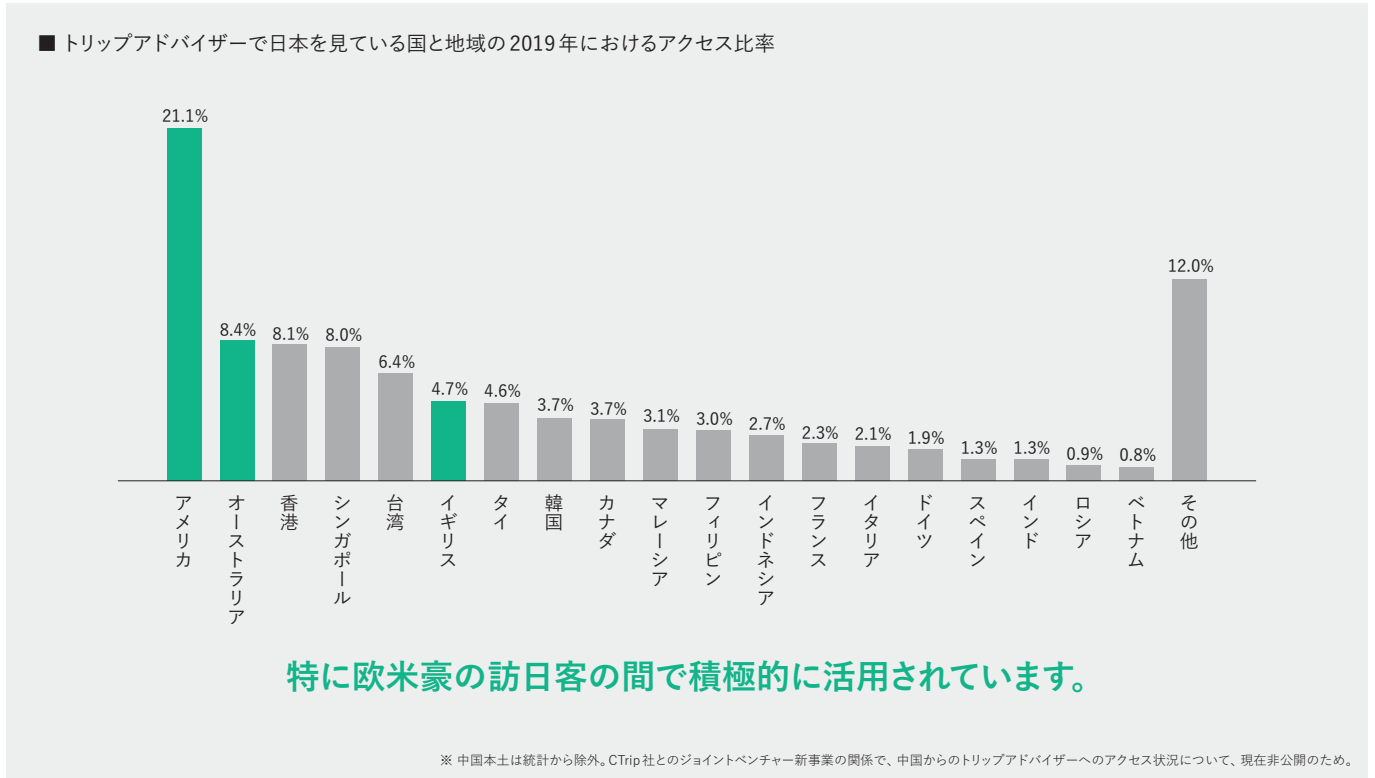
今後のインバウンド観光産業の発展のためには、訪日旅行者数だけでなく、消費額を伸ばしていくことが重要になります。観光庁の統計によると、訪日旅行者一人あたりの消費額が大きいのは、オーストラリア、英国、フランス、スペイン、イタリア、アメリカなど、欧米豪の国と地域であり、その金額は中国を除くアジアのすべての国と地域を上回ります。これらの国と地域からの旅行者数を増やすことは、全体の消費額を上げることに大きく貢献します。



トリップアドバイザーは全世界の旅行者に利用されている世界最大の旅行プラットフォーム***で、860万以上の施設が登録されており、毎分平均247件の新規投稿があります。トリップアドバイザーのサイトやアプリには毎月4億6,300万人****が訪問しており、世界49の国と地域、28言語でサービスが展開されています。

* 出典：日本政府観光局 (JNTO) 発表、訪日外客数の動向
 ** 出典：国土交通省 観光庁発表、訪日外国人消費動向調査

なかでも、特に欧米豪の訪日客の間でトリップアドバイザーは積極的に活用されていることがわかっています。以下は、トリップアドバイザーにある日本の情報にアクセスしていた国と地域の割合です。上位を見ると、アメリカ(1位)、オーストラリア(2位)、イギリス(6位)など欧米豪の国と地域の旅行者が、トリップアドバイザーを使って日本について情報収集していることがわかります。



そこで今年は、欧米豪の国と地域の旅行者に注目し、トリップアドバイザーに投稿された口コミから見える日本の姿を本レポートにまとめます。これら欧米豪の旅行者の口コミについて、アジアの旅行先の間で比較すると、日本は投稿数や満足度で他の国や地域よりも劣っていることがわかりました。口コミ内容を深掘りすることで現状と課題点について考察し、欧米豪の旅行者に満足してもらうための示唆を提示します。

「口コミの重要性と影響力」について全世界で行ったリサーチの結果によると、トリップアドバイザー上で最も活用されている情報は、他の旅行者が投稿した具体的で有用な口コミということがわかっています。事業者側としては、このプラットフォームでどのように旅行者からの口コミを集めるかということが、特に活用頻度の高い欧米豪の旅行者を集めるためには重要な課題となるでしょう。

その他にも、外国人旅行者により投稿された口コミについて47都道府県別の状況、毎年恒例の人気の日本の施設ランキング一覧を発表しています。そして最後に、宿泊施設・飲食施設・観光施設・ツアーやチケットの事業者が、トリップアドバイザーを活用する方法についてご紹介いたします。

なお、昨年発表した「インバウンドレポート2019」は下記よりご覧いただけます。併せてご利用ください。

<https://tg.tripadvisor.jp/news/blog/inboundreport2019/>

この度も本レポートが、日本における今後のインバウンド観光産業の発展のためのヒントとなれば幸いです。

*** 出典：Jumpshot for TripAdvisor Sites, worldwide, November 2019
 **** 出典：Tripadvisor internal log files, average monthly unique visitors, Q3 2019



Tripadvisor

インバウンドレポート 2020

2.

口コミの重要性と影響力について

2-1. 口コミは信頼できる情報源	7
2-2. 重要なのは最新の口コミと客観性	9
2-3. 訪日客別の口コミへの信頼度	10
2-4. 口コミに対する施設側の対応の重要性	11

トリップアドバイザーでは昨年、Ipsos MORIと共同で、ネット上の口コミの利用状況と、宿泊施設、レストラン、チケット・ツアー体験を予約する際の口コミの役割について、12の国や地域における約23,000人のトリップアドバイザー利用者にアンケート*を行いました。その結果、ネット上の口コミは旅行を予約する際に信頼できる情報源であり、口コミが予約の決定に大きな影響を及ぼすことが分かりました。

では、旅行者はどのような理由で口コミを書いたり、読んだり、参考にするのでしょうか。また旅行者の口コミがどの程度ビジネスに影響を及ぼすのでしょうか。この章ではまず調査結果から見てきた旅行者の口コミに対する考えを読み解き、口コミをどのように活用すべきかを考察したいと思います。

*本調査では、2019年5月から6月にかけて、12の国や地域（オーストラリア、中国、フランス、ドイツ、インド、イタリア、日本、シンガポール、スペイン、台湾、イギリス、アメリカ）におけるトリップアドバイザーの利用者23,292人に対しアンケート調査を行いました。調査の対象となったのは、過去1年間にトリップアドバイザーを利用した旅行者です。調査対象者は、Eメールのリンクを介してオンラインアンケートに協力してくれたトリップアドバイザー利用者で構成されています。Ipsos MORIがアンケートの作成とデータ分析に参加。調査結果は、参加マーケット全体におけるトリップアドバイザー利用者の居住地に関するプロフィールデータを反映するよう重み付けされています。

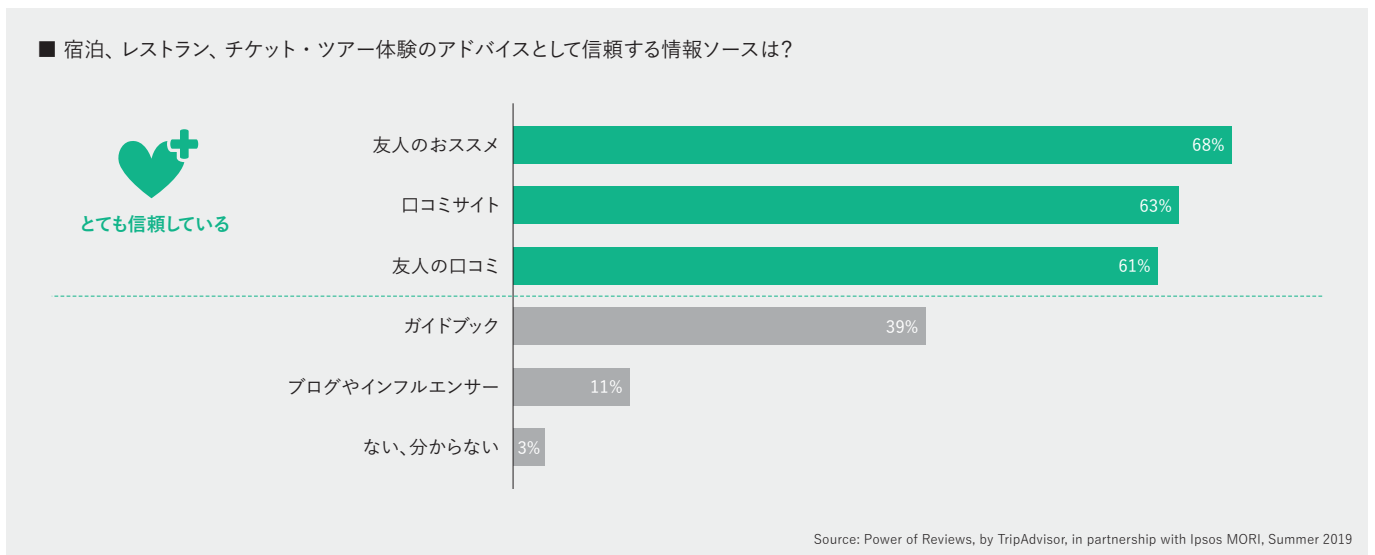
2-1. 口コミは信頼できる情報源

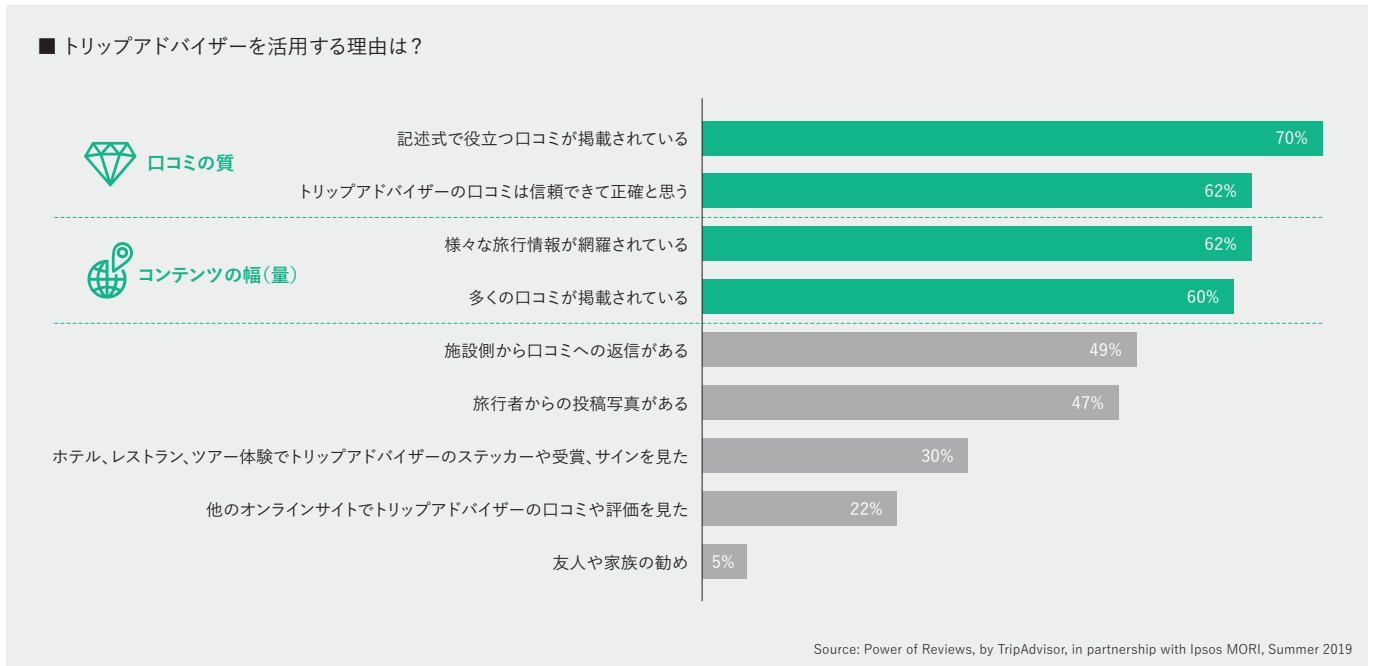
調査結果によると、口コミサイトは友人からのおススメについて2番目に信用できる情報源であることが分かりました。

また、トリップアドバイザーを利用する主な理由として挙げられたのは、

- 1. 具体的で有用な口コミ (70%)
- 2. コンテンツの正確さ (62%)
- 3. 幅広い旅行コンテンツ (62%)

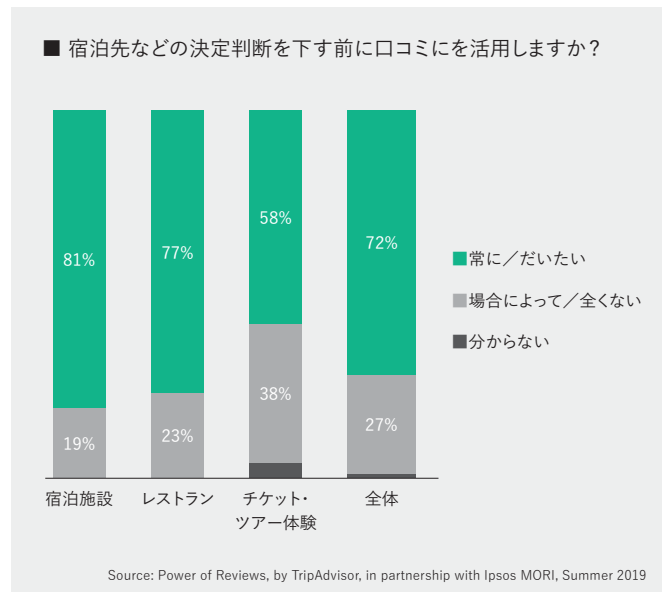
となっており、これまでの調査結果と同様、実際の利用者から寄せられた情報を閲覧できるサイトであることが大きな理由であると分かりました。





それでは、いつの段階で旅行者は口コミを確認しているのでしょうか。宿泊やレストランでは、10人中9人が予約前に口コミを読むのが重要だと回答しています。

そして、回答者の72%が滞在先や食事をする場所、チケット・ツアー体験などを選択する前に必ず、または頻繁に口コミをチェックしていると回答しています。また、宿泊施設の予約の場合はその割合がさらに高くなり、5人の旅行者のうち4人(81%)が、滞在先を決める前に必ず、または頻繁に口コミをチェックしており、人々が旅行者の口コミを通して情報を得ていることが分かりました。



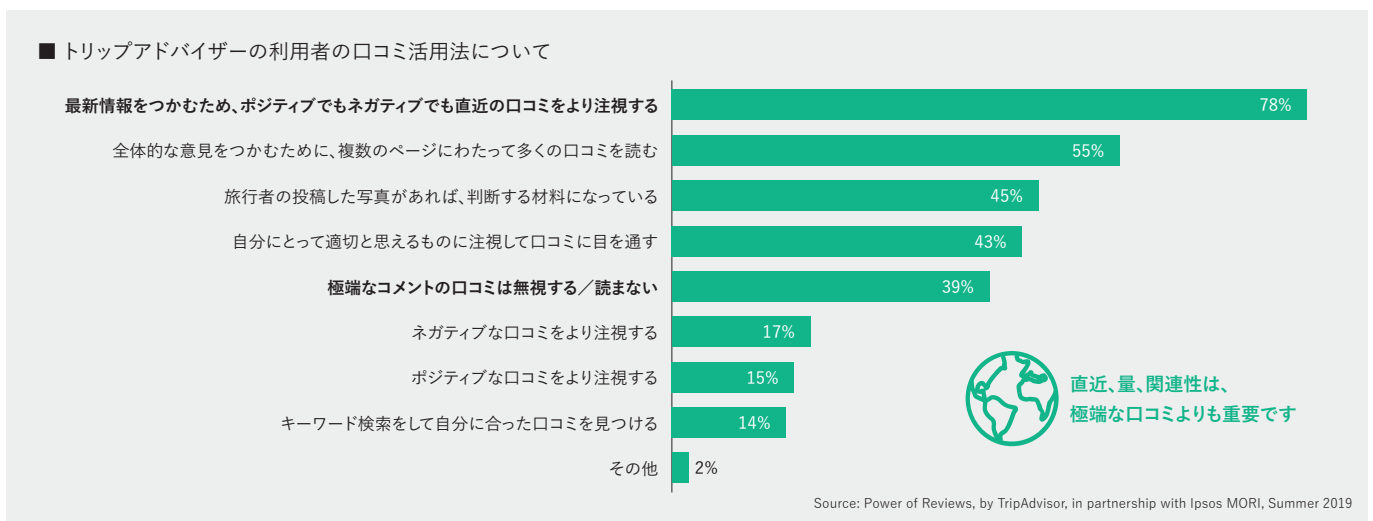
さらに、宿泊施設、レストラン、チケット・ツアー体験の口コミについて、5人中4人以上(85%)が、トリップアドバイザーで読んだ口コミは正確だったと回答し、86%がトリップアドバイザーのおかげで安心して予約できると回答しています。

以上のことから、旅行者が旅を計画するにあたり、実際にそこを訪れたことのある人のリアルな視点を知りたいと強く思っていることが分かります。旅行者へ施設をアピールするためにも、口コミの収集を積極的に行うことが有効であることが考察できます。

2-2. 重要なのは最新の口コミと客観性

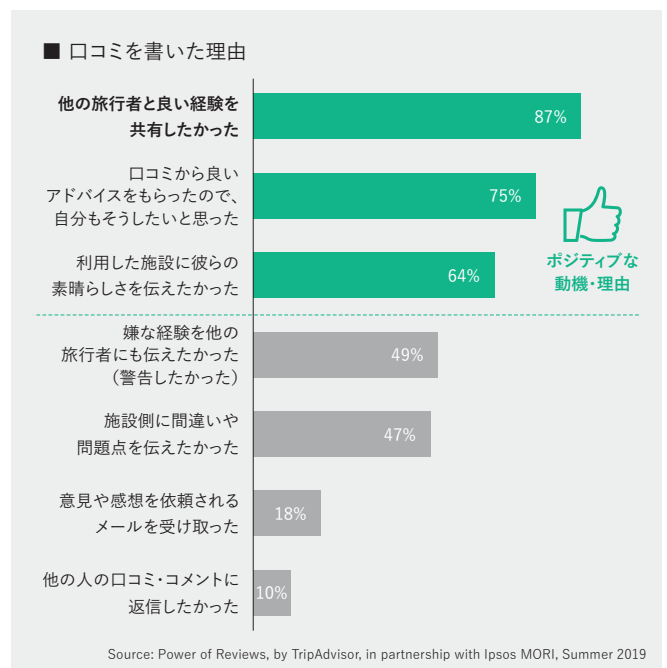
トリップアドバイザーには、約8億5000万件以上の口コミ情報が掲載されており、毎分平均247件の新しい投稿があります。旅行者はいつたいどのような口コミを参考にしているのでしょうか。

回答者の78%が最新の口コミに注目しており、より直近の情報を知りたいと思っていることが分かりました。また、10人中4人近く(39%)が極端なコメントは無視すると回答し、半数以上(55%)は全体的な意見を掴むために複数のページにわたりいくつもの口コミをチェックすると回答しています。平均すると宿泊施設やレストランを予約する前に9件の口コミをチェックしていることから、客観性を重視し慎重に行き先を決めていることがうかがえます。トリップアドバイザーのサイト上のランキングについても、口コミの質・量・直近性が重視されており、最新の口コミがランキングに影響します。このことから、常に新しい口コミが掲載されていることが重要と言えます。



また、今回の調査では、なぜ口コミを書いて自身の体験を共有するのかを尋ねたところ、回答者の87%が、「良い体験を他の旅行者と共有したい」ということを一番の理由として挙げました。これは、2018年のトリップアドバイザーによせられた全評価の平均が5段階中4.22という高い点であったことから分かります。

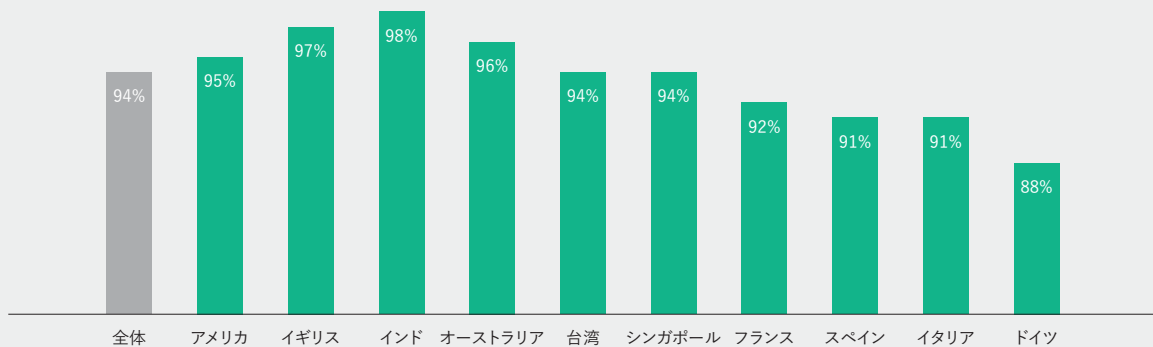
旅行者にとってトリップアドバイザーは、単なる不満を述べるための場所ではなく、数十文字の口コミとスナップ写真で、自身の体験や感想を他の旅行者と共有できる旅行のプラットフォームであることが分かります。よって、ネガティブな口コミを恐れるのではなく、顧客に対して積極的に口コミの投稿を促すことが、施設のアピールに役立ち、潜在的な旅行者へのアプローチにつながります。



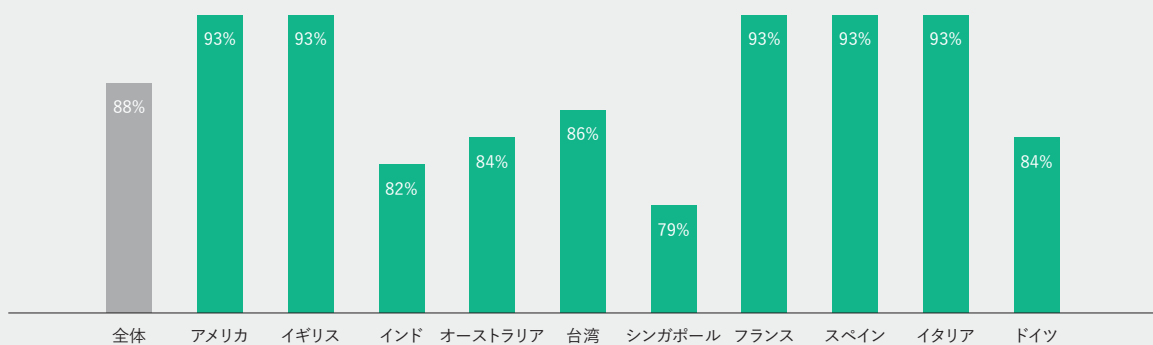
2-3. 訪日客別の口コミへの信頼度

口コミの信頼度について、宿泊施設、レストラン、ツアー体験別に各マーケットの傾向をグラフにしてみました(下図参照)。どのマーケットも宿泊施設に対しては約90%以上信頼しているとの高い結果となり、レストランについては、欧米豪で大変高い数値となりました。

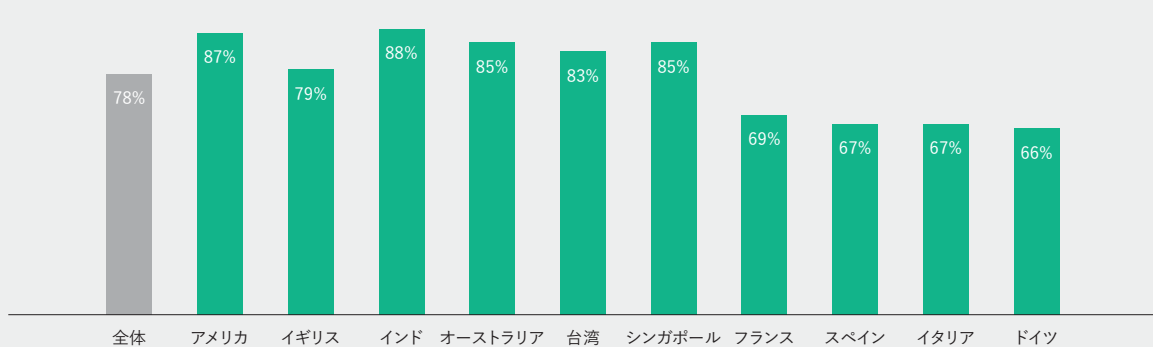
■ 宿泊施設に関する口コミへの信頼度



■ レストランに関する口コミへの信頼度



■ ツアー体験に関する口コミへの信頼度

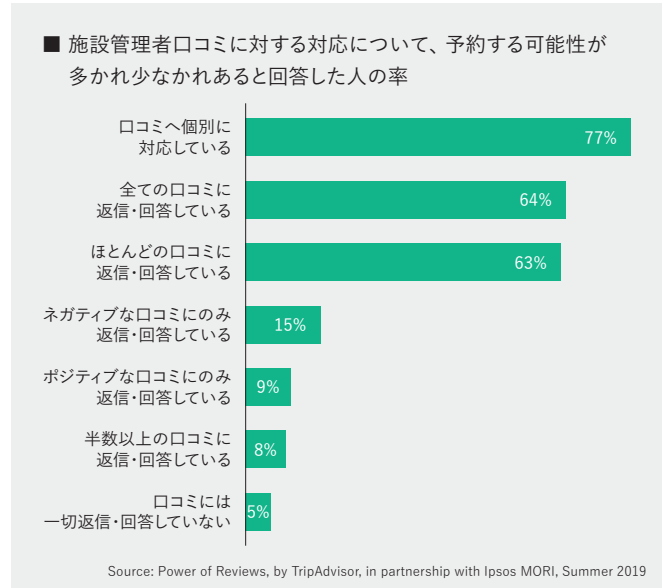


Source: Power of Reviews, by TripAdvisor, in partnership with Ipsos MORI, Summer 2019

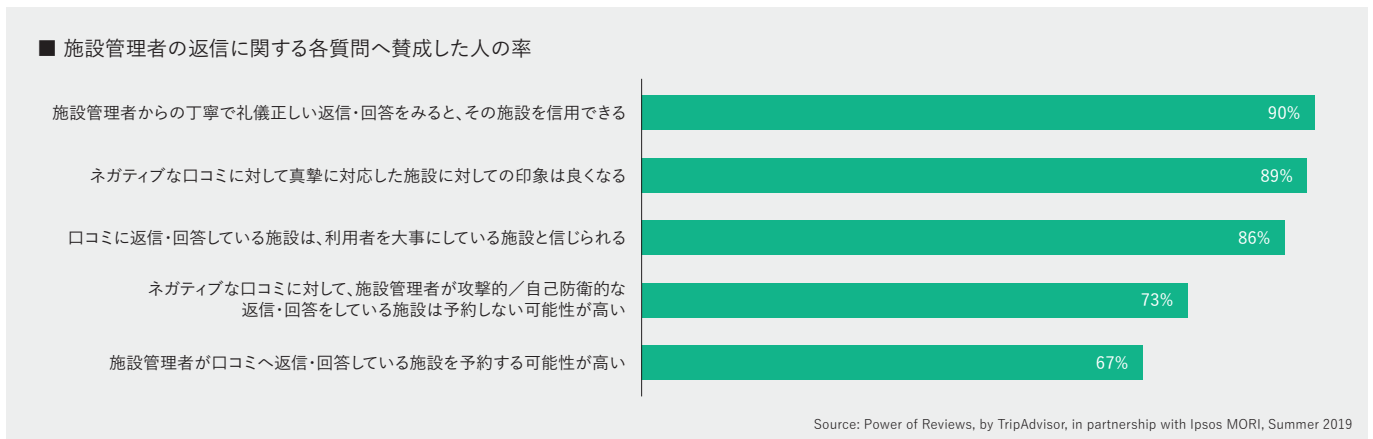
2-4. 口コミに対する施設側の対応の重要性

旅行者が口コミを重視していることは分かりましたが、口コミに関する施設側からの対応についてはどのように考えているのでしょうか。

口コミへの施設側からの返信に関して尋ねたところ、アンケート回答者の10人中6人(63%)は、施設管理者がほとんどの口コミに返信をしているホテルやレストランを予約すると回答しました。さらに、77%以上の回答者が、施設管理者が口コミに個別に返信をしている施設を予約すると回答しています。このことから、施設管理者が口コミに対応することは、その口コミがポジティブでもネガティブでも、旅行者の施設に対する印象を変え、宿泊やレストラン予約の増加に大きな影響を及ぼすことが分かります。



そして、この度の調査で見えてきたもう一つの重要な点は、口コミに対する丁寧で礼儀正しい回答が旅行者の間で非常に高く評価されるということです。大多数(89%)が、ネガティブな口コミに対して真摯に対応した施設に対して、印象が良くなったと回答しており、10人中9人(90%)が施設管理者からの丁寧で礼儀正しい返信をみると、その施設を信用できると回答しています。その結果、旅行先などを決定し、より良い旅の計画ができると述べています。



また、オンラインの口コミをあまり重要視しないと答えた人でも、施設管理者が返信をしている場合、約50%の人がその施設を予約する傾向があることがわかりました。そして67%以上の回答者が、施設管理者がネガティブな口コミに対して謝罪を含め、その背景を説明している返信を読むのは役立つと回答しています。

口コミに返信するなど施設が口コミを活用することは、その利用者への対応のみならず、より多くの潜在的な旅行者にアプローチできることが読み取れます。

3.

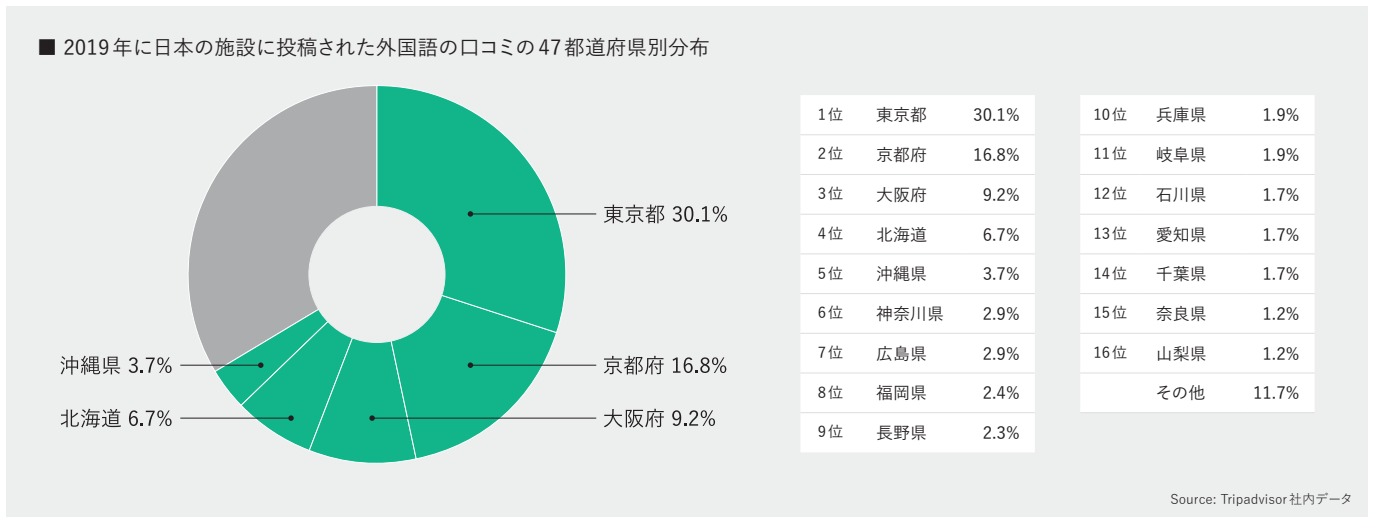
日本の施設に寄せられた 外国語の口コミ分析

3-1. 47都道府県別の外国語の口コミ分布	13
3-2. 外国人に人気の日本の施設ランキング一覧	14
外国人に人気の日本のホテル&旅館ランキング2020	14
外国人に人気の日本のレストランランキング2020	16
外国人に人気の日本の観光スポットランキング2020	17
外国人に人気の日本の体験・ツアーランキング2020	18

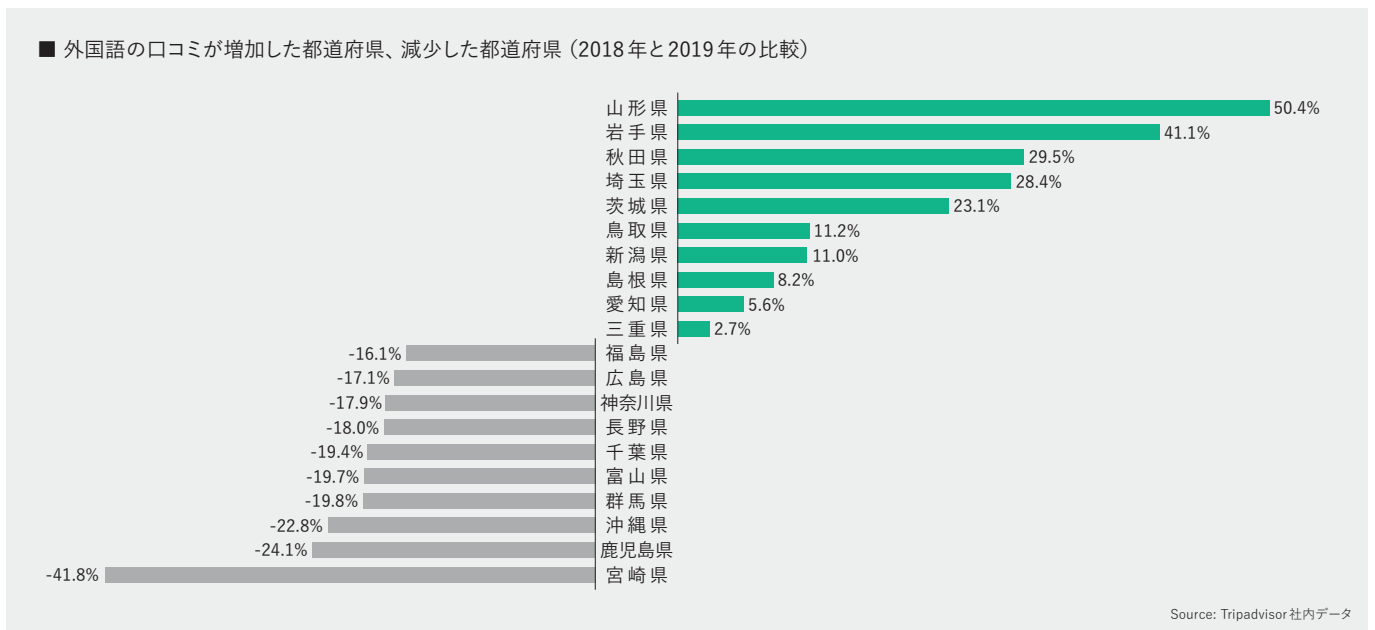
3-1. 47都道府県別の外国語の口コミ分布

2019年に日本の施設に寄せられた外国語の口コミについて、各都道府県でどのくらいの口コミが投稿されているかその分布を調べてみました。

投稿された口コミは、上位5都道府県（東京都、京都府、大阪府、北海道、沖縄県）で全体の約66%を占めており、その比率は2018年とほぼ変わっていないことが分かりました。



一方、2018年と2019年でそれぞれ投稿された外国語の口コミの量を比べてみたところ、2019年に外国語の口コミの量が増えた上位5都道府県は、山形県、岩手県、秋田県、埼玉県、茨城県となっており、特に東北の3県については30~50%の伸びを示し、東北地方での口コミが増えたことがうかがえます。



3-2. 外国人に人気の日本の施設ランキング一覧

トリップアドバイザーでは、外国語で投稿された口コミと評価を元に日本で人気の宿泊施設、レストラン、観光スポット、体験・ツアーを、1年に一度ランキング形式で発表しています。ランキングに入ってくる施設をみることで、訪日客がどのようなジャンルに興味があり、サービスに満足をしているのかが分ると同時に、トレンド傾向も見えてきます。

外国人に人気の日本のホテル&旅館ランキング2020

要約

- 2014年から発表し、今回で7回目。今年は、ホテルも旅館も京都市の施設が多くランクインとなりました。また施設タイプとしては、長期滞在型に加え、小規模であったり、ユニークな施設であったりと、訪日客の選択がより一層多様化していることがうかがえます。
- ホテルでは、8施設が同ランキングに初登場となり、過去発表したランキングの中でも最も多い数となりました。そのほとんどが近年オープンしたホテルで、「BnA Alter Museum」といったユニークなコンセプトのホテルも含め半分が京都市となっています。上位には去年に引き続き、オールインクルーシブの「クラブメッド」が入り、アパート型のホテルや発表当初から毎年常連となっているホテルがランクインしました。
- 旅館についても、ホテル同様に初登場4軒のうち2軒が京都市にあり、これまでの傾向とは変わり、全体の約1/3(7軒)が京都市という過去最多の結果になりました。初登場の「京町家 楽遊 仏光寺東町」などが訪日客に評価されている点としては、ロケーションの良さに加え、スタッフのフレンドリーさ、施設のサイズがこじんまりしている点などが口コミでも多く語られていました。

評価方法

2019年1月から2019年12月の1年間に、日本のホテル・旅館に投稿された外国語の口コミについて、5段階評価、口コミの投稿数をもとに独自のアルゴリズムで集計したものです。

外国人に人気の日本のホテルランキング2020 トップ20

順位	昨年	施設名	所在地
1	2	クラブメッド 北海道サホロ	北海道新得町
2	4	コンラッド大阪	大阪府大阪市
3	1	クラブメッド 北海道トマム	北海道占冠村
4	10	マンダリン オリエンタル 東京	東京都中央区
5	5	パークハイアット 東京	東京都新宿区
6	初	MIMARU 東京 八丁堀	東京都中央区
7	13	東京ステーションホテル	東京都千代田区
8	初	ネストアット錦	京都府京都市
9	初	クロスホテル京都	京都府京都市
10	16	MIMARU 東京 上野稲荷町	東京都台東区

順位	昨年	施設名	所在地
11	20	シャングリ ラ ホテル 東京	東京都千代田区
12	18	MIMARU 東京 赤坂	東京都港区
13	初	クラブメッド石垣島	沖縄県石垣市
14	11	Mume	京都府京都市
15	初	ブルマン 東京田町	東京都港区
16	初	ホテルグレイスリー浅草	東京都台東区
17	14	コンラッド東京	東京都港区
18	初	京都 四条高倉ホテル grandeverie	京都府京都市
19	12	パレスホテル東京	東京都千代田区
20	初	BnA Alter Museum	京都府京都市

※ 昨年の順位で「初」は同ランキング初登場の施設

■ 外国人に人気の日本の旅館ランキング2020 トップ20

順位	昨年	施設名	所在地
1	1	日の出屋	静岡県伊東市
2	4	京町家 楽遊 堀川五条	京都府京都市
3	2	料理旅館 白梅	京都府京都市
4	3	若草の宿 丸栄	山梨県富士河口湖町
5	5	星のや東京	東京都千代田区
6	14	旅館 澤の屋	東京都台東区
7	10	四万温泉 柏屋旅館	群馬県中之条町
8	18	十四春旅館	京都府京都市
9	-	舞風館	京都府京都市
10	13	お宿 山久	岐阜県高山市

順位	昨年	施設名	所在地
11	初	京町家 楽遊 仏光寺東町	京都府京都市
12	7	島屋	長野県山ノ内町
13	20	京屋旅館	愛知県名古屋
14	初	旅館 あすなろ	岐阜県高山市
15	11	陽気館	静岡県伊東市
16	初	星のや 京都	京都府京都市
17	初	箱根湯宿 然-ZEN-	神奈川県箱根町
18	8	旅館 藤乙	長野県南木曾町
19	12	NISHIYAMA RYOKAN	京都府京都市
20	-	渋温泉 古久屋	長野県山ノ内町

※ 昨年の順位で「初」は同ランキング初登場、「-」は昨年以前にランクインしたことのある施設

外国人に人気の日本のレストランランキング2020

要約

- 2014年から発表し、今回で7回目。毎年の傾向通り今年も初登場が多くあり、去年の14軒からさらに増え、17軒と半数を超える結果となりました。このうち、9軒がステーキや焼肉など肉料理を提供するお店であり、今年も全体のトレンドとして、肉料理が訪日客から人気を集めていることがうかがえます。一方で、カレーやラーメン店での初登場もありました。
- 3年連続でランクインしている施設も9軒あり、長期間にわたり訪日客を惹きつける魅力が1/3あることも注目です。特に、「平安楽」（岐阜県高山市）については6年連続でランクインしており、最長となっています。これらの施設に共通する特徴としては、料理の美味しさに加え、「フレンドリー」「英語が通じる/英語のメニューがある」とソフト面について高く評価されており、また、それについて前の旅行者が書いた口コミを参考に訪れているとの口コミも見受けられました。
- 都道府県別では、東京都が一番多くて11軒に続き、京都府8軒となり、大都市で2/3を占める結果となりました。

評価方法

2019年1月～2019年12月の1年間にトリップアドバイザー上の日本のレストランに投稿された外国語の口コミの評価、投稿数などをもとに、独自のアルゴリズムで集計しています。(なお、当ランキングは料理を楽しむことができる飲食店を対象としており、飲み物やスナックを中心としているところは除いています。)

外国人に人気の日本のレストランランキング2020 トップ30

順位	昨年	施設名	所在地
1	初	鍋ぞう 渋谷センター街店	東京都渋谷区
2	17	神戸ステーキレストランモーリヤ凜	兵庫県神戸市
3	初	ステーキハウス 听 四条河原町店	京都府京都市
4	3	焼肉バル 韓の台所 本店	東京都渋谷区
5	初	但馬屋 四条河原町店	京都府京都市
6	初	YAKINIKU A FIVE 徳銀座八丁目店	東京都中央区
7	初	すき焼き 串焼き 北斗 GEMS なんば店	大阪府大阪市
8	14	伊勢すえよし	東京都港区
9	初	鉄板ベイビー 新宿店	東京都新宿区
10	初	ハニートカフェ 秋葉原店	東京都千代田区
11	初	肉汁水餃子 餃包 六本木交差点	東京都港区
12	初	忍者新宿	東京都新宿区
13	初	札幌ラーメン 悠	北海道札幌市
14	初	DOWNTOWN B's INDIAN KITCHEN	東京都港区
15	初	Gluten Free T's Kitchen	東京都港区

順位	昨年	施設名	所在地
16	12	STEAK AOYAMA	兵庫県神戸市
17	初	キムカツ 大阪松竹座店	大阪府大阪市
18	初	インディアンフードダイニング ジョーティ	北海道札幌市
19	8	平安楽	岐阜県高山市
20	23	鉄板居酒屋 祇園てなもんや	京都府京都市
21	22	バルコデッラ パーチェ	広島県広島市
22	24	ニーノ	奈良県奈良市
23	初	STEAK&WINE 肉バル銀次郎 先斗町店	京都府京都市
24	初	焼肉 肉もん 四条大宮店	京都府京都市
25	初	和牛焼肉よりとも	山梨県富士河口湖町
26	10	香りん寿司 Kourin Sushi	石川県金沢市
27	-	すし 成田屋	京都府京都市
28	15	ステーキハウス 听 秋葉原店	東京都千代田区
29	28	八坂通り 燕楽	京都府京都市
30	-	松阪牛 What's	京都府京都市

※ 昨年の順位で「初」は同ランキング初登場、「-」は昨年以前にランクインしたことのある施設 ※ 同一エリアの系列店は1店舗のみランクイン

外国人に人気の日本の観光スポットランキング2020

要約

- 2009年から発表し、今回で12回目。今年のランキングのハイライトとしては、昨年まで6年連続で1位となっていた「伏見稲荷大社」が2位となり、「広島平和記念資料館（原爆ドーム、平和記念公園等含む）」が1位となったことです。『歴史的に重要』、『とにかく行くべき』といった次の旅行者への呼びかけのような口コミが多く見受けられます。
- 東北地方から初めて観光スポットとして「奥入瀬溪流」（青森県十和田市）がランクインしました。美しい自然の中でのトレイルや紅葉に対する高い評価が集まった結果となっています。
- 27位には、今年2月に発表した「トラベラーズチョイスベスト・オブ・ザ・ベスト観光地」の中で、「[今後注目の観光地](#)」として世界17位にランクインした香川県高松市から、「栗林公園」がランクインしています。同ランキングでは4年連続のランクインです。

評価方法

2019年1月～2019年12月の1年間にトリップアドバイザー上の日本の観光スポットに投稿された外国語の口コミの評価、投稿数などをもとに、独自のアルゴリズムで集計しています。（なお、当ランキングはツアーやアクティビティ、スクール、移手段などは除いています。）

外国人に人気の日本の観光スポットランキング2020 トップ30

順位	昨年	施設名	所在地
1	2	広島平和記念資料館 (原爆ドーム、平和記念公園等含む)	広島県広島市
2	1	伏見稲荷大社	京都府京都市
3	5	箱根彫刻の森美術館	神奈川県箱根町
4	4	東大寺	奈良県奈良市
5	11	兼六園	石川県金沢市
6	6	新宿御苑	東京都新宿区
7	15	日光東照宮	栃木県日光市
8	初	人形ミュージアム	石川県金沢市
9	9	姫路城	兵庫県姫路市
10	8	高野山 奥之院	和歌山県高野町
11	-	東京都庁展望室	東京都新宿区
12	28	永観堂禅林寺	京都府京都市
13	16	縮景園	広島県広島市
14	10	金閣寺	京都府京都市
15	24	愛宕念仏寺	京都府京都市

順位	昨年	施設名	所在地
16	17	大本山 大聖院	広島県廿日市市
17	初	久保田一竹美術館	山梨県富士河口湖町
18	3	宮島(厳島)	広島県廿日市市
19	-	地獄谷野猿公苑	長野県山ノ内町
20	-	根津美術館	東京都港区
21	14	奈良公園	奈良県奈良市
22	7	三十三間堂	京都府京都市
23	21	浅草寺	東京都台東区
24	初	京都鉄道博物館	京都府京都市
25	25	忠霊塔	山梨県富士吉田市
26	13	長谷寺	神奈川県鎌倉市
27	29	栗林公園	香川県高松市
28	初	中山道馬籠宿	岐阜県中津川市
29	初	奥入瀬溪流	青森県十和田市
30	-	弥山	広島県廿日市市

※ 昨年の順位で「初」は同ランキング初登場、「-」は昨年以前にランクインしたことのある施設

外国人に人気の日本の体験・ツアーランキング2020

要約

- 2018年から発表し、今回で3回目。引き続き、ツアーの人気が高いものの、昨年よりワークショップや教室の数が約2倍と人気が高まる結果となりました。
- 都道府県別にみると、東京都10→14件、大阪府10→2件、京都府8→10件と、人気観光都市の中で変動が大きく、大阪に限っては大きな減少となりました。地方で躍進を遂げたのは沖縄県で、スキューバダイビングを含む3件がランクインしています。
- 酒造メーカーでの試飲体験やラーメンを1から作る体験など、ユニークな体験も登場しており、日本の食文化を学びながら体験できるものが注目されてきているようです。

評価方法

2019年1月～2019年12月の1年間にトリップアドバイザー上の日本の体験型観光（アクティビティ＆ツアー）に投稿された外国語の口コミの評価、投稿数などをもとに、独自のアルゴリズムで集計しています。

外国人に人気の日本の体験・ツアーランキング2020 トップ30

順位	昨年	施設名	所在地
1	1	アキバフクロウ	東京都千代田区
2	11	Osaka Free Walking Tour	大阪府大阪市
3	27	Tokyo Localized - Free Walking Tour in Tokyo & More	東京都千代田区
4	2	ストリートカート 秋葉原1号*	東京都千代田区
5	7	ストリートカート 大阪	大阪府大阪市
6	初	ストリートカート 京都	京都府京都市
7	5	えびす屋 京都嵐山總本店	京都府京都市
8	初	KUJIRA ENTERTAINMENT	東京都新宿区
9	15	Ninja Food Tours	東京都新宿区
10	6	英語通訳案内 まちタクシー	京都府京都市
11	-	アミキョウト	京都府京都市
12	初	Kyoto Insider Sake Experience	京都府京都市
13	初	Aloha Divers Okinawa	沖縄県嘉手納町
14	14	マユコズ リトルキッチン ジャパニーズクッキングクラス	東京都渋谷区
15	初	Tokyo Ramen Tours	東京都目黒区

順位	昨年	施設名	所在地
16	初	MAIKOYA KYOTO	京都府京都市
17	13	Turismo Victoria	静岡県富士市
18	-	ブライム・スクーバ 石垣ダイビングセンター - 日帰りツアー	沖縄県石垣市
19	初	Nariko's Kitchen	東京都荒川区
20	初	KSK-Tour	京都府京都市
21	20	Cooking School Yuka Mazda	東京都港区
22	12	ストリートカート 沖縄	沖縄県那覇市
23	初	コムバーガー	東京都新宿区
24	初	カリグラフィー 京都	京都府京都市
25	3	えびす屋 浅草店	東京都台東区
26	初	ラーメンファクトリー 京都	京都府京都市
27	初	Tokyo Free Guide	東京都新宿区
28	22	サムライアーマーフォトスタジオ	東京都渋谷区
29	初	Tokyo Localized Free Walking Tour	東京都新宿区
30	23	Initia Japanese Cooking Class	京都府京都市

※ 昨年の順位で「初」は同ランキング初登場、「-」は昨年以前にランクインしたことがある施設 *近隣地域で展開されている同一アクティビティは1件のみランクインとしています。



Tripadvisor

インバウンドレポート 2020

4.

欧米豪の口コミから見える、 日本の課題

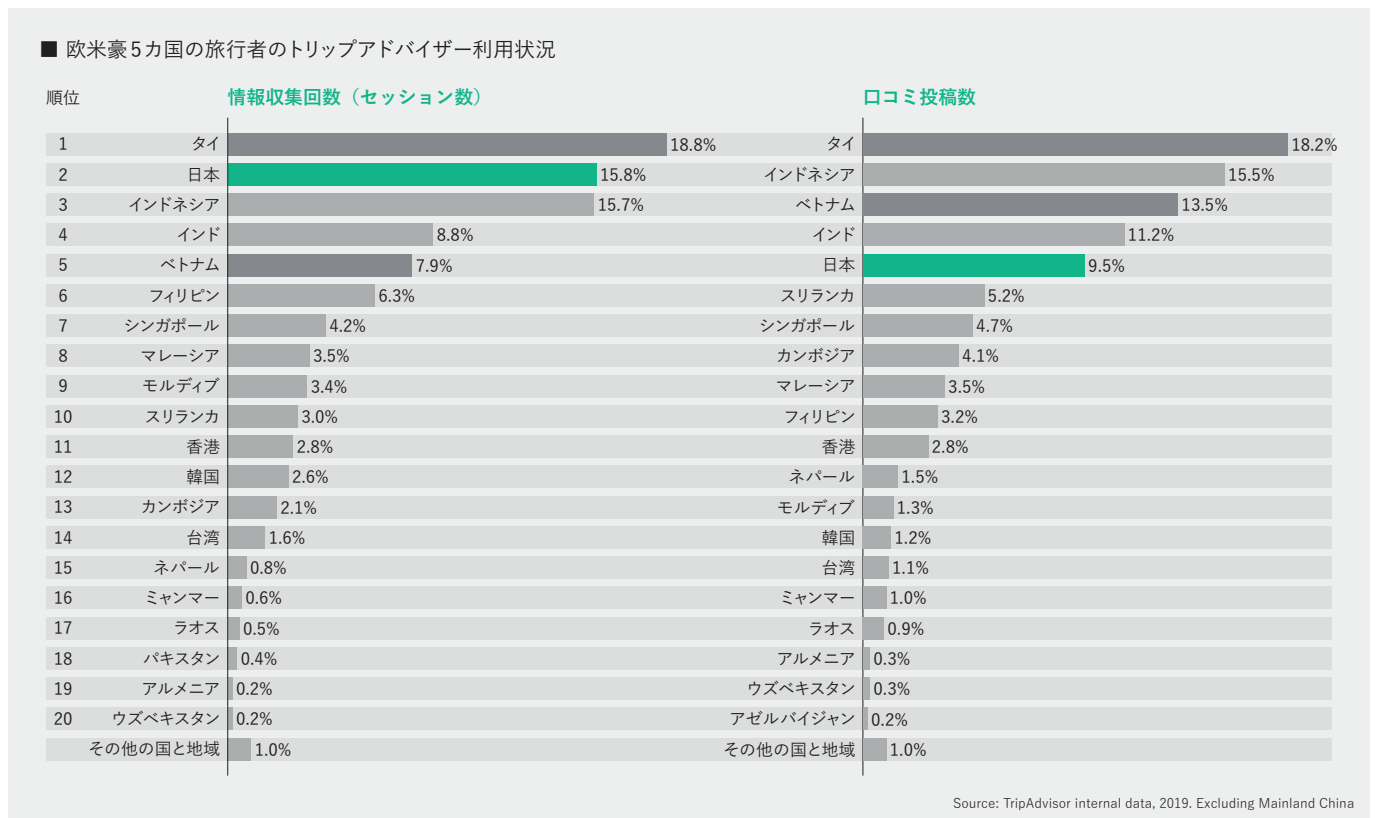
4-1. 欧米豪の旅行者は、アジアのどの旅行先に口コミを投稿しているか	20
4-2. 欧米豪からの口コミから見る、アジアの宿泊施設に対する評価	22
日本の宿泊施設に対する満足点	23
日本の宿泊施設に対する不満点	24
4-3. 欧米豪からの口コミから見る、アジアの飲食施設に対する評価	26
日本の飲食施設に対する満足点	27
日本の飲食施設に対する不満点	28
4-4. 欧米豪からの口コミから見る、アジアの観光 / アクティビティに対する評価	29
日本の観光 / アクティビティに対する満足点	30
日本の観光 / アクティビティに対する不満点	31

4-1. 欧米豪の旅行者は、アジアのどの旅行先にロコミを投稿しているのか

本レポートの冒頭で紹介したように、欧米豪からのインバウンド旅行者は一人あたり消費金額が大きく、日本の将来の観光産業が発展する上で重要なマーケットの一つと考えられます。それでは、欧米豪の旅行者は、訪日旅行でどのような点に満足し、どのような点に不満を覚えているのでしょうか。

この章では、日本に特に関心が高く、かつ訪日客数も多い、アメリカ・イギリス・オーストラリア・フランス・カナダを「欧米豪マーケット」と定義して、トリップアドバイザーのデータから見えてくる示唆をいくつかご紹介します。

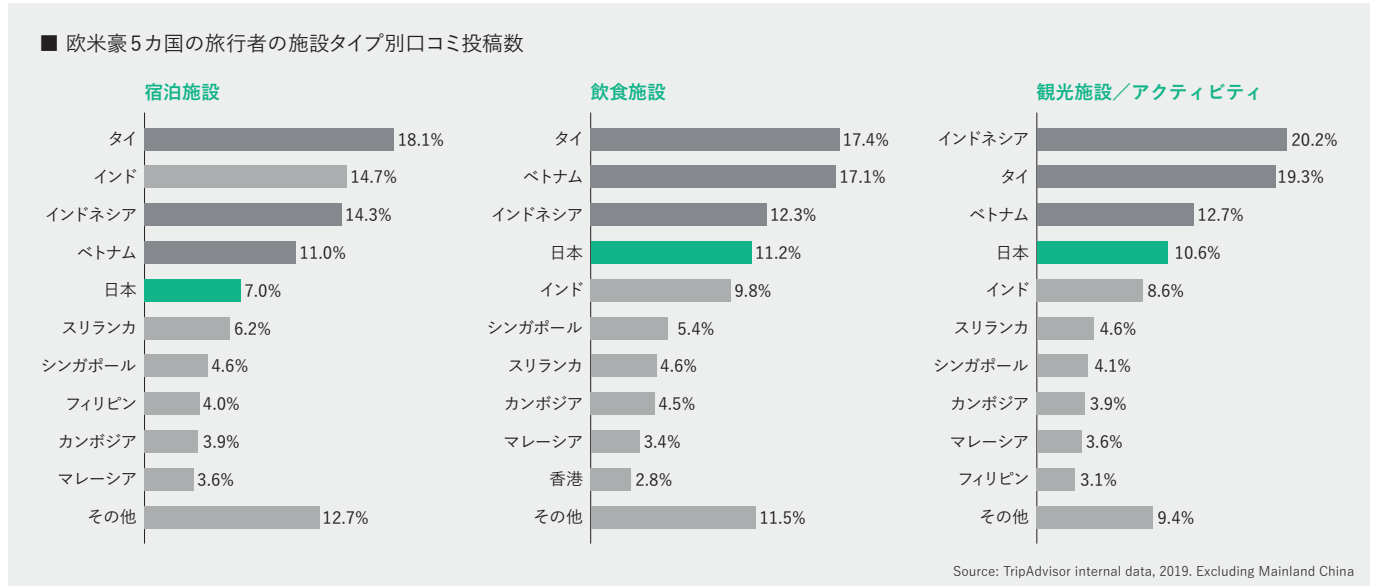
まずは、これら欧米豪の旅行者にとって、アジアで日本がどのような位置にいるのかを見ていきましょう。以下の2つのグラフは、左がアジアの旅行先の情報にアクセスした回数（セッション数）、右がアジアの旅行先にロコミを投稿した数、これらをともにアジア全域を100%として、ともにそのシェアを比べたものです。



この2つのグラフを見ると、欧米豪の旅行者にとって日本は関心はある目的地であるにもかかわらず、ロコミを獲得できていない旅行先ということがわかります。情報収集という点で日本を見ると、アジアにおいて2位のシェア（15.8%）を獲得している一方で、ロコミ投稿数でいくと、そのシェアは5位（9.5%）まで落ちる結果となっています。

他の旅行先に関して注目すると、最もトリップアドバイザーが活用されているのはタイで、情報収集回数で18.8%、ロコミ投稿数で18.2%と、どちらも1位の結果となっています。ベトナムにおいては、情報収集回数のシェアでは5位（7.9%）なのにもかかわらず、ロコミ数のシェアでは3位（13.5%）まで上がっており、効率的にロコミを獲得しています。

また、施設タイプ別に口コミ投稿数を見ると、日本のシェアは最も高い飲食施設で11.2%、最も低いのは宿泊施設で7.0%となっています。どのカテゴリでもタイ・インドネシア・ベトナムよりも少ないことから、どのカテゴリにおいてもトリップアドバイザーに口コミを集めることには課題があることが伺えます。



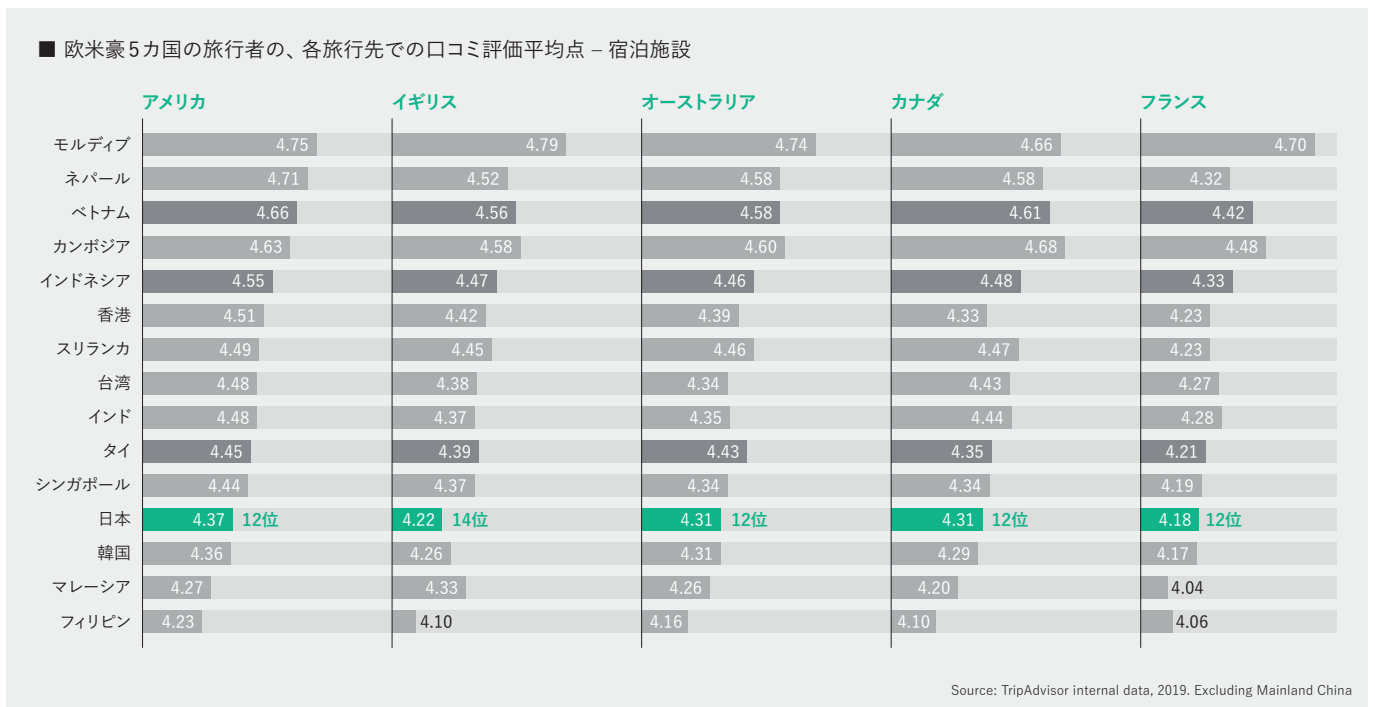
実際に、日本よりも口コミを獲得しているタイ・インドネシア・ベトナムなどの旅行先では、様々な工夫をしてトリップアドバイザーに口コミを集めています。施設滞後にフォローアップのメールを送ることに加えて、現場にて直接トリップアドバイザーへの投稿を依頼することも少なくありません。会計時やアンケートフォームなどにもトリップアドバイザーのロゴを掲示しているケースが見られ、加えて口頭などでも依頼するなど、旅行者の体験をトリップアドバイザー上に集めるよう、何度も繰り返し伝えるような努力が伺えます。



4-2. 欧米豪からの口コミから見る、アジアの宿泊施設に対する評価

次に、欧米豪の旅行者は、日本での旅行経験をどのように評価しているのでしょうか。アジアの他の旅行先と比べながら、その満足点や不満点について考察してみます。

トリップアドバイザーでは、各施設やアクティビティについて口コミを投稿する際に、5点満点で評価するシステムがあります。この評価点について集計し、欧米豪5カ国の旅行者が、アジアの主な旅行先である上位15の国と地域について、どの程度満足しているのかを知るために、施設の種類別に平均点を集計してみました。



まずは宿泊施設に対する評価の平均点を比較したところ、日本は15カ国中12-14位と、アジアでは比較的低い位置にとどまる結果となりました。

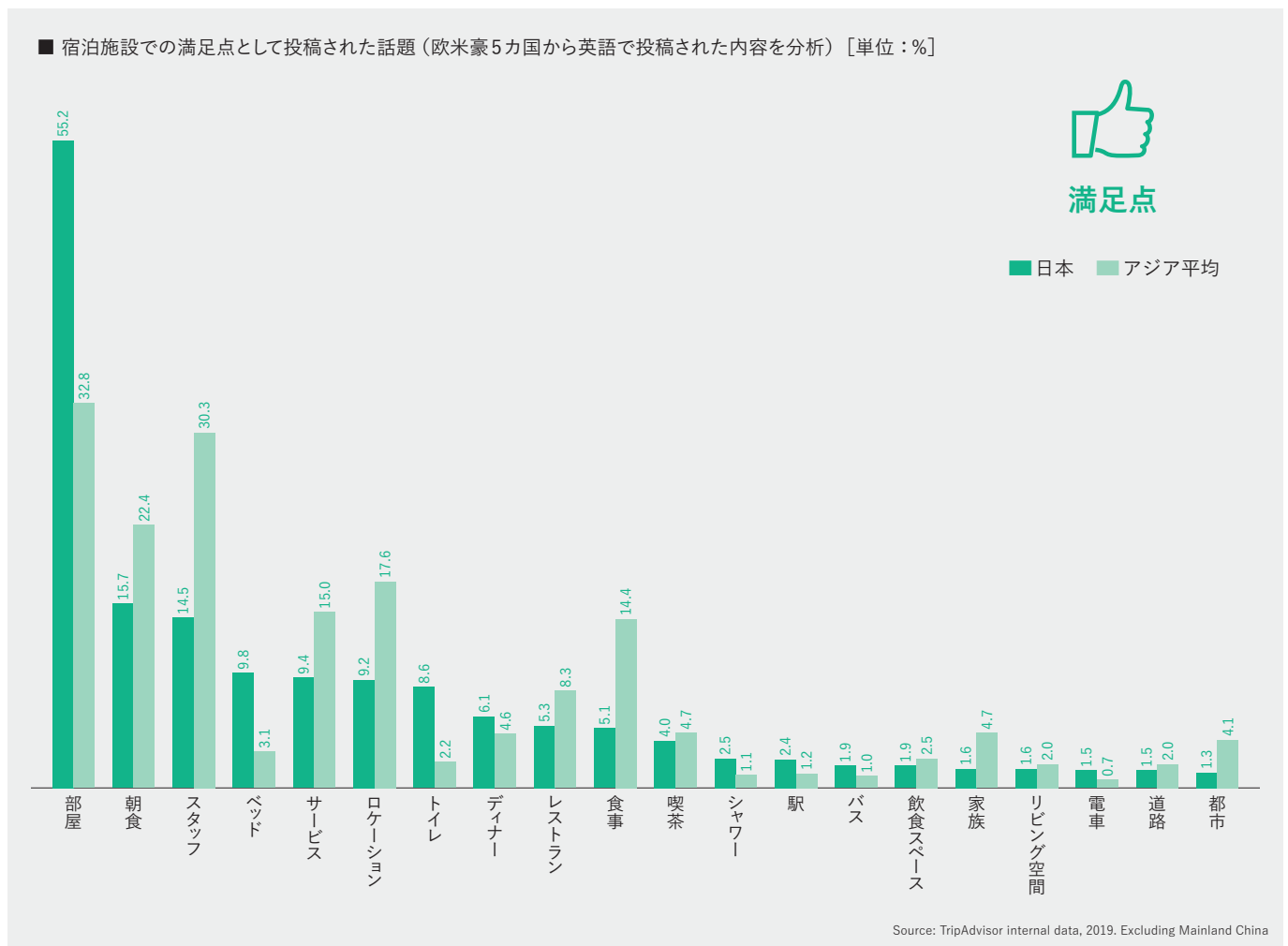
この中で、モルディブやカンボジアは極端に平均点が高くなっていますが、これらの旅行先はそもそも口コミ投稿数が少なく、限られた数の高級ホテルに高評価の口コミが集まる傾向が見られるためです。

しかしながら、前述したとおりタイ・インドネシア・ベトナムなどについては、口コミ数が日本よりも多く、高級宿からバックパッカー向けまで様々な施設がトリップアドバイザーに登録されている状況です。これらの旅行先と比べても日本は平均点が低いことは、何かしら改善の余地があると言えるでしょう。

日本の宿泊施設に対する満足点

それでは、日本の宿泊施設について、欧米豪の旅行者はどんな点を満足あるいは不満と感じているのでしょうか。

以下は、トリップアドバイザーに5点中5点で口コミがあったものを「満足」と定義した上で、文章内で言及されていた話題について注目したものです。投稿内容における各話題の出現頻度を集計し、日本とアジアの平均を比較しています。

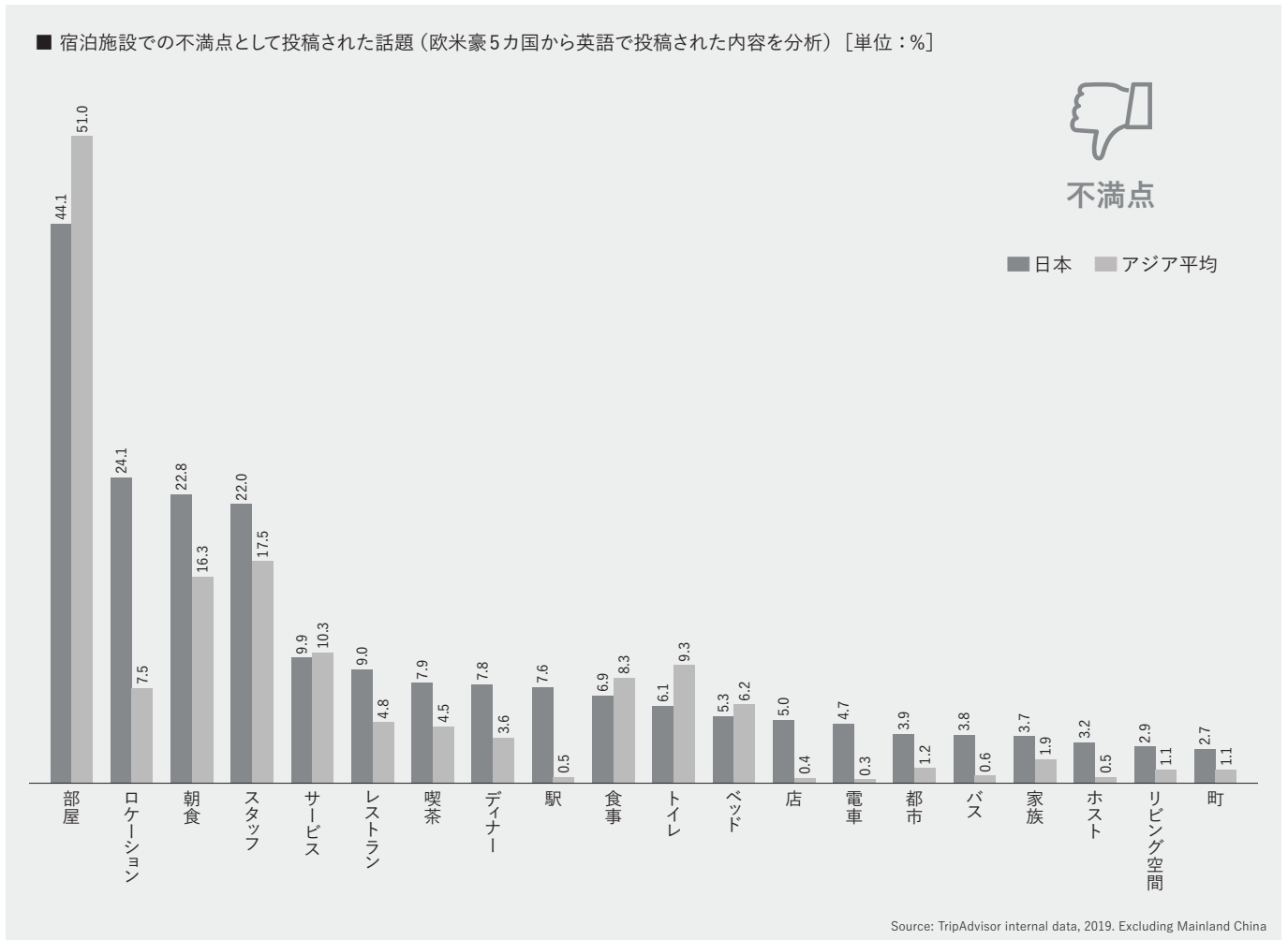


日本においては宿泊施設の部屋に関する言及がアジアの平均値と比べて多く、滞在中に最も長く過ごす場所である「部屋」が、一番の満足点として挙げられていることがわかります（アジア32.8%に対して日本55.2%）。また、「ベッド（3.1%に対して9.8%）」、「トイレ（2.2%に対して8.6%）」、「シャワー（1.1%に対して2.5%）」なども、アジア平均値よりも高い頻度で語られることが多い状況です。これらのいわゆる「ハード面」が、アジアと比べると日本で満足点として挙げられている状況です。

一方で、それ以外のソフト面については、好意的な話題として出にくい現状です。「朝食（アジア22.4%に対して15.7%）」、「スタッフ（アジア30.3%に対して14.5%）」、「サービス（アジア15.0%に対して9.4%）」、「食事（アジア14.4%に対して5.1%）」などは、アジアの他の目的地に比べると、満足点として挙げられにくい傾向が見られます。

日本の宿泊施設に対する不満点

次に、1点あるいは2点で口コミがあったものを「不満足」と定義して、同様の分析を実施し、各話題の出現頻度をアジアと日本で比較してみました。



アジア、日本ともに部屋の言及が最も多いですが、特に日本において顕著な特徴として「宿までのアクセスに不満がある」という点が見えてきました。「ロケーション」は、アジア7.5%に対して日本は24.1%と出現頻度が極端に高く、口コミ内容を読むと駅から宿までのアクセスの悪さについてのコメントが最も目立ちます。他にも「駅（アジア0.5%に対して日本7.6%）」、「バス（アジア0.6%に対して日本3.8%）」と、公共交通機関に関連する話題が、アジア平均に比べて多く言及されています。

背景として、欧米豪からの旅行者は、国内旅行者やアジアからのリピーター旅行者などに比べると、日本の公共交通機関に精通しているわけではなく、ホテルまでアクセスする際のストレスを感じやすいと考えられます。そのストレスを軽減するためには、宿泊施設までのアクセス方法をより丁寧に説明することや、タクシーを勧めたり、場合によってはリムジンサービスやシャトルバスを提供することなどは、検討する価値があるかもしれません。

また、前述した「ソフト面」に関する話題については、満足点として語られることの少ない一方で、逆に不満点としては頻繁に語られていることがわかります。「朝食（アジア16.3%に対して日本22.8%）」、「スタッフ（アジア17.5%に対して日本22.0%）」、「レストラン（アジア4.8%に対し日本9.0%）」などは、残念ながらアジア平均よりも劣っており、今後の改善点と考えられます。

ソフト面に関して具体的な口コミを読んでいくと、「高級ホテルにもかかわらず部屋に関するサービスがまったくなかった」「行きたいツアーを伝えたが、コンシェルジュが見つけれなかったため、結果的に自分で探して予約することになった」「英語が全く通じない」など、人的サービスに対する不満が伺えます。欧米豪からの旅行者の期待値を理解し、それに沿ったサービスを提供することが求められるでしょう。

4-3. 欧米豪からの口コミから見る、アジアの飲食施設に対する評価

次に、飲食施設についても、欧米豪の旅行者がトリップアドバイザーに投稿した口コミについて、その満足度をアジアの旅行先で比較してみました。

■ 欧米豪5カ国の旅行者の、各旅行先での口コミ評価平均点 - 飲食施設

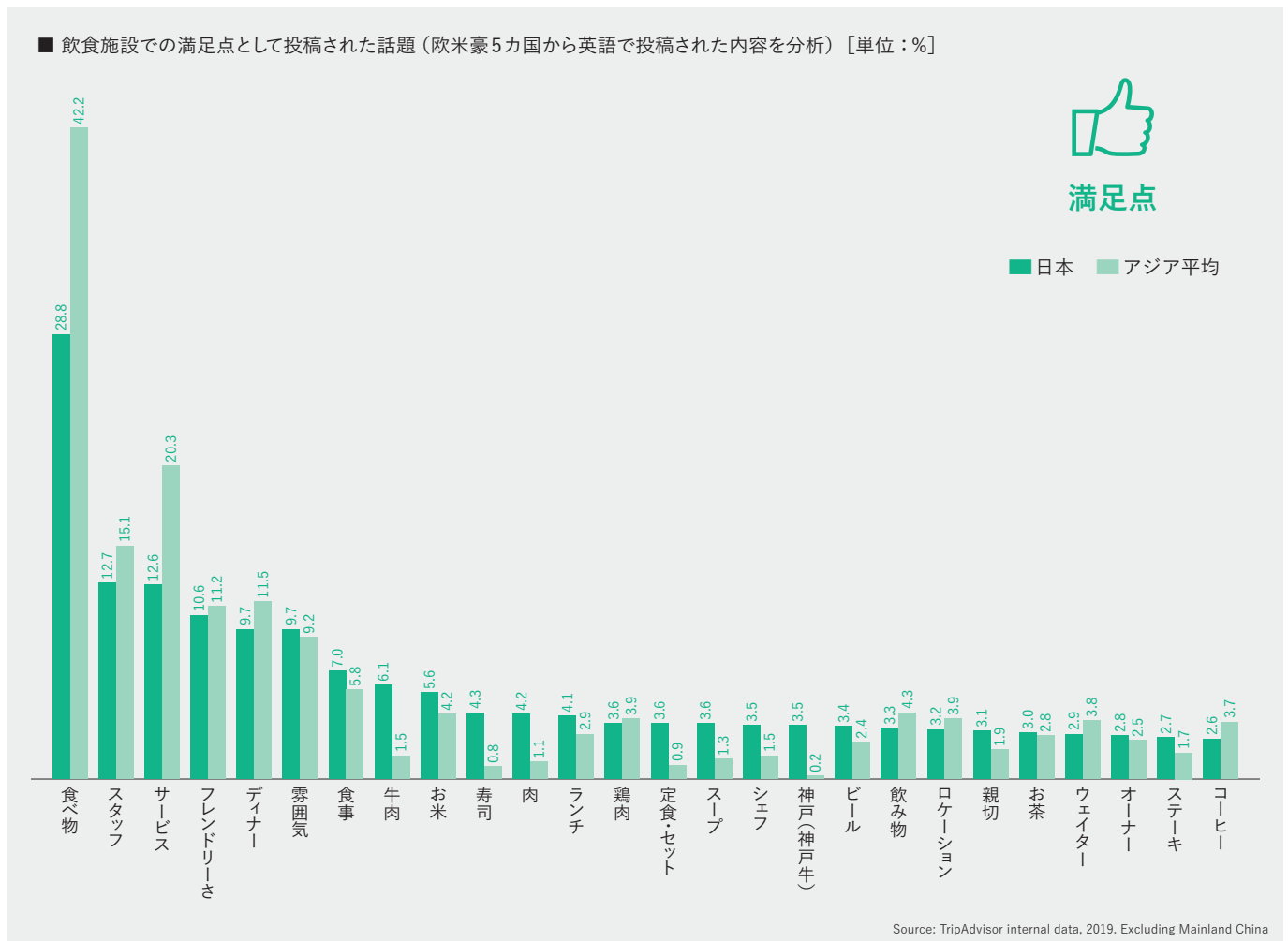
	アメリカ	イギリス	オーストラリア	カナダ	フランス
モルディブ	4.68	4.70	4.65	4.76	4.51
カンボジア	4.58	4.55	4.59	4.53	4.51
ネパール	4.55	4.50	4.54	4.51	4.51
ベトナム	4.52	4.56	4.58	4.54	4.46
インドネシア	4.49	4.48	4.49	4.53	4.39
タイ	4.47	4.45	4.47	4.45	4.39
スリランカ	4.46	4.48	4.52	4.50	4.46
インド	4.40	4.43	4.41	4.44	4.36
日本	4.34 9位	4.44 8位	4.41 8位	4.34 9位	4.36 8位
台湾	4.29	4.20	4.30	4.17	4.29
韓国	4.28	4.27	4.20	4.26	4.18
マレーシア	4.26	4.30	4.32	4.31	4.35
香港	4.19	4.09	4.16	4.08	4.17
フィリピン	4.17	4.16	4.16	4.15	4.10
シンガポール	4.14	4.08	4.16	4.14	4.13

Source: TripAdvisor internal data, 2019. Excluding Mainland China

飲食施設のランキングにおいて日本は15カ国中8-9位と、飲食施設においても高い満足度は獲得できていません。宿泊施設よりは高い位置となっているものの、まだまだ改善の余地があるポジションにいることがわかります。

日本の飲食施設に対する満足点

具体的な課題について掘り下げるために、宿泊施設での分析と同様に、口コミを「満足（評価5）」「不満足（評価1または2）」に分けてその内容を見ていくと、以下のような特徴があることがわかりました。



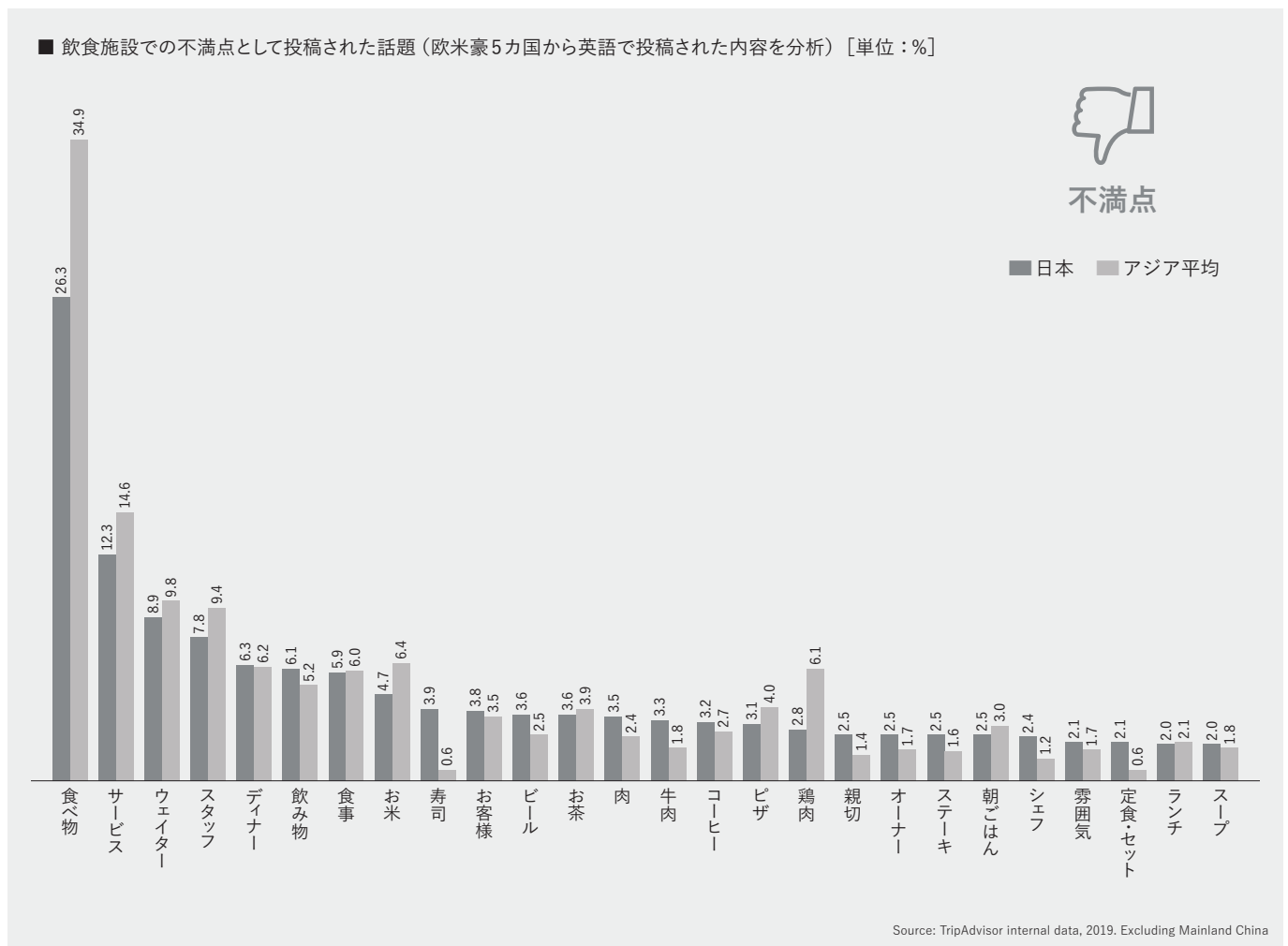
アジア、日本ともに「食べ物（アジア42.2%に対して日本28.8%）」「スタッフ（アジア15.1%に対して日本12.7%）」「サービス（アジア20.3%に対して日本12.6%）」が、飲食施設に対する満足点として最も頻りに挙げられる結果になりました。これらの3つは日本においてもアジアにおいても共通して顧客満足度のために重要な要素だと考えられます。

日本はアジア平均と比較するとどれも言及率が低い水準にあり、これら3つの要素については全体的な底上げが課題となるでしょう。特に「サービス」はアジア平均（20.3%）に比べて日本は言及が少ない状況であり、満足度を高めるためには接遇の質を上げていくことが最大の課題と考えられます。

一方で具体的な食材についての言及で最も多かったのは、「牛肉（日本で6.1%）」であり、これはアジア平均（1.5%）に対して非常に高く、日本で特徴的な点と言えます。第二章で前述したランキングにおいて肉料理を主力とする飲食施設が多く登場していることから、欧米豪の旅行客に牛肉が人気な様子が伺えます。中でも特に人気の高い「神戸（3.5%）」という言及は、ほぼすべての口コミで「神戸牛」というブランド名として言及されており、評判の高さが伺えます。

「肉(4.2%)」「鶏肉(3.6%)」「ステーキ(2.7%)」など、肉に関する言及が多い一方で、海鮮系でまとまった話題が見られたのは「寿司(4.3%)」のみでした。欧米豪の旅行者は、伝統的な和食(特に海鮮系の料理)よりも、普段から食べ慣れている肉食を選ぶ傾向が見られ、特に日本の牛肉に対する満足度は高いようです。

日本の飲食施設に対する不満点

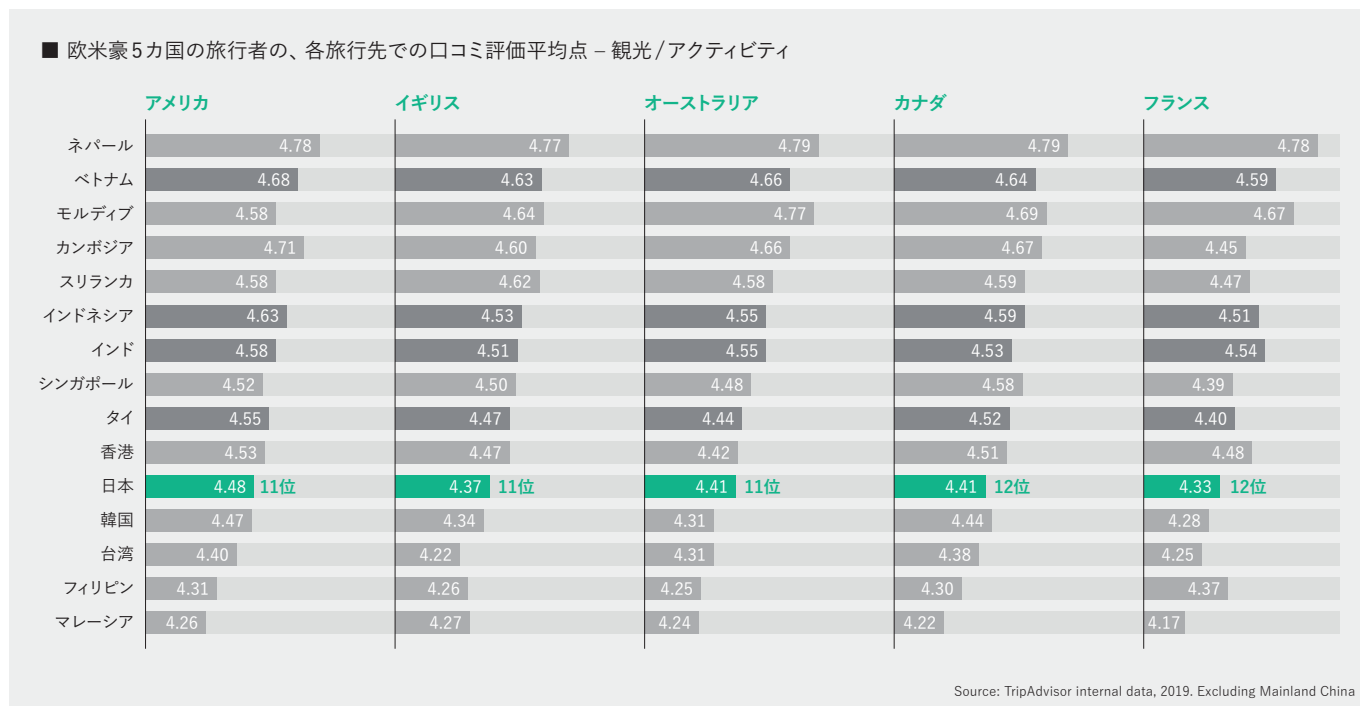


一方で不満点を見ると、最も頻繁に挙げられる話題は「食べ物(日本で26.3%)」ですが、「サービス(12.3%)」「ウェイター(8.9%)」「スタッフ(7.8%)」といった、接客に関するものが次いで挙げられていることがわかります。これらはアジア平均と比べても同じ傾向が見られるため、欧米豪の旅行者が失望する点は共通であることがわかります。

食材を見ると、満足点として最も多く挙げられていたのは「牛肉」でしたが、不満点では「寿司(3.9%)」が「牛肉(3.3%)」を上回っていることがわかります。欧米豪の旅行者に普段から親しまれている食材という点で、牛肉は寿司などの生食に比べて、不満に繋がりにくい食材と考えられます。

4-4. 欧米豪からの口コミから見る、アジアの観光/アクティビティに対する評価

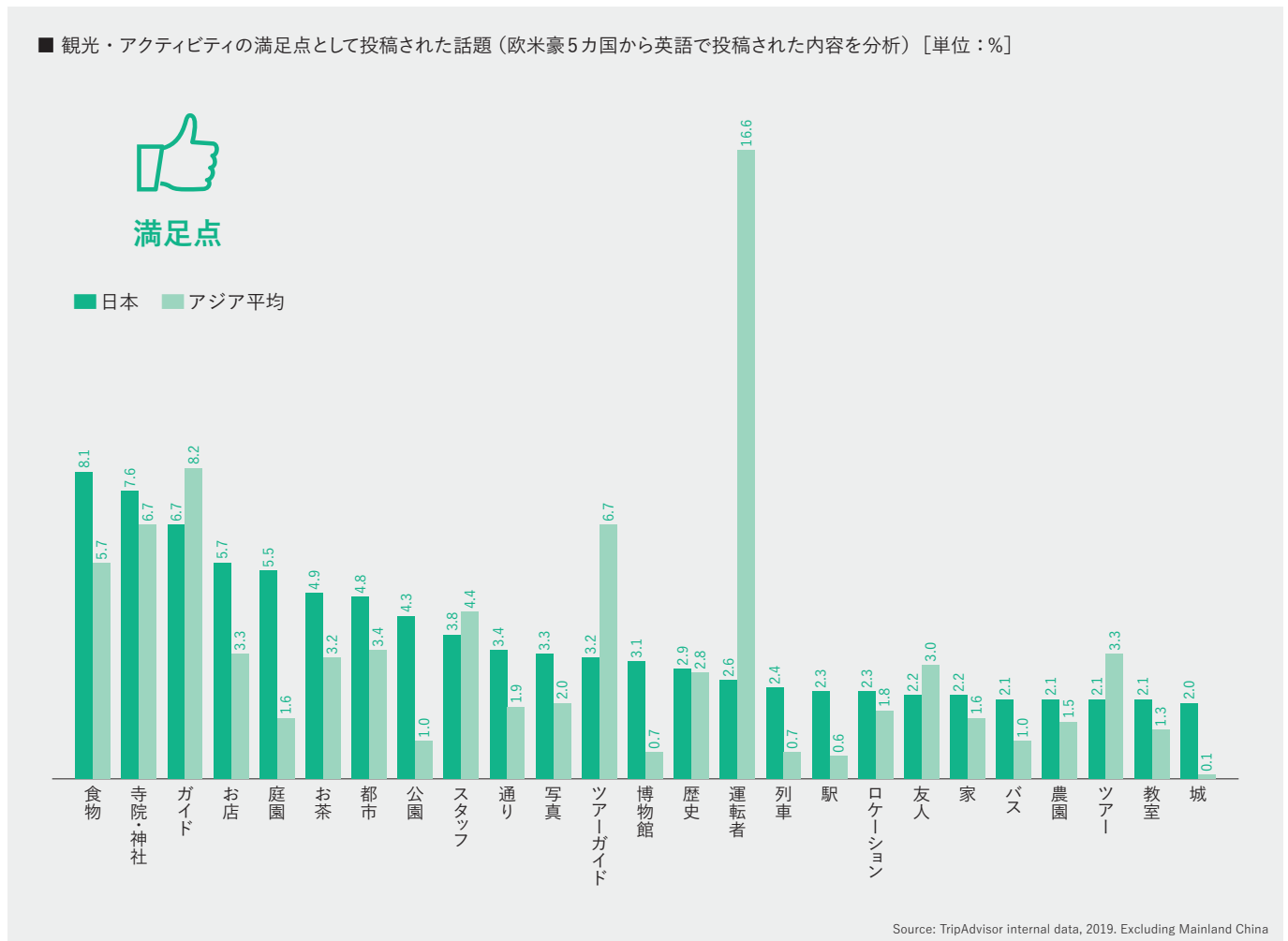
最後に、観光施設やツアー・アクティビティについての評価です。



日本はアジアの平均よりも低い位置にあり、15カ国中11位もしくは12位という厳しい順位となりました。口コミ数の多い、ベトナム・インドネシア・タイ・インドよりも、残念ながら日本は低い評価となっています。

日本の観光/アクティビティに対する満足点

観光やアクティビティは、各旅行先で種類や事情が大きく異なるため、宿泊施設や飲食店のように単純比較はできません。ただし、それぞれで多く言及されているものの違いを見ることで、どのような観光商品が満足あるいは不満足に感じられているのか、その特徴を把握することができます。

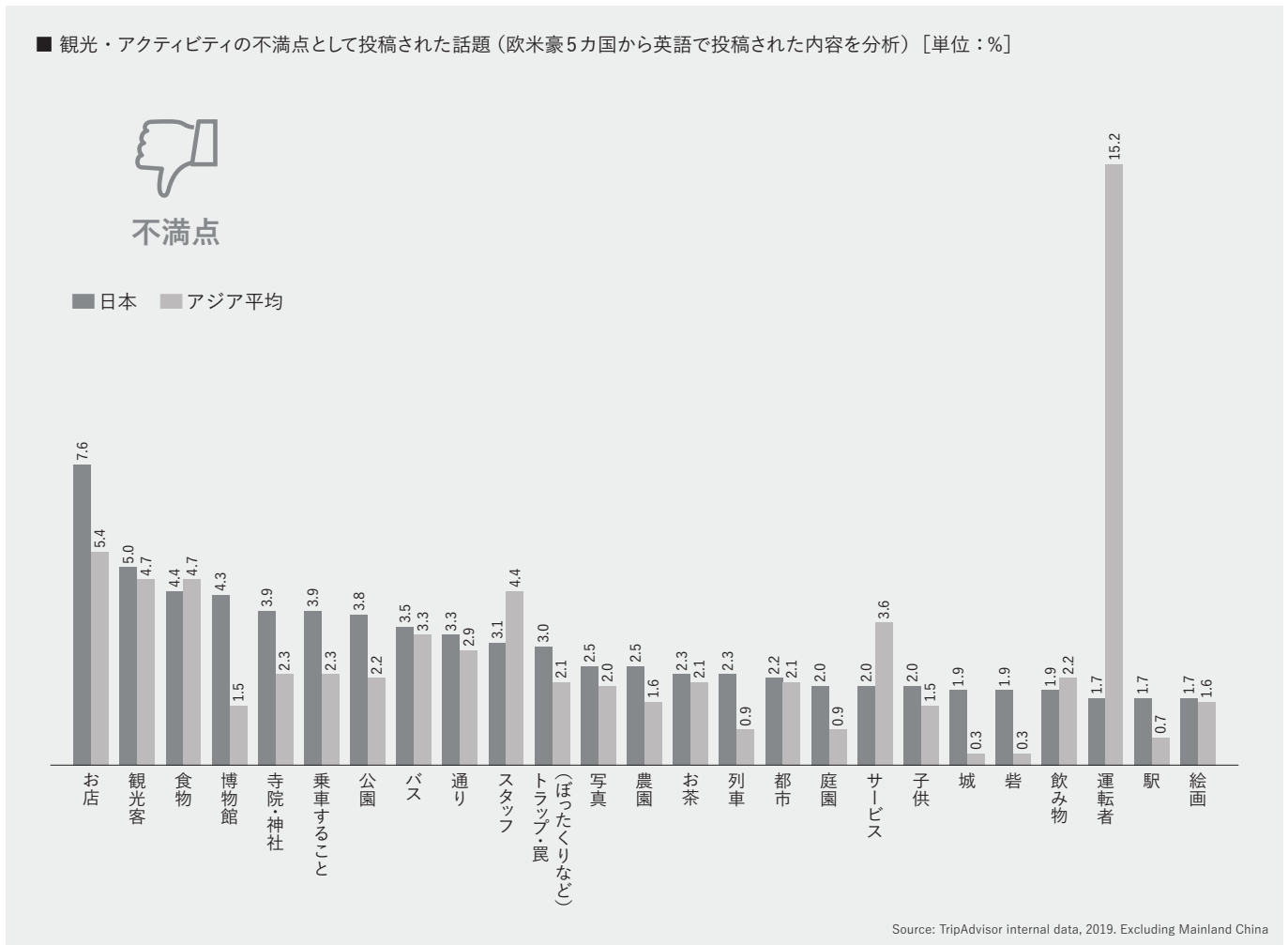


満足点として投稿された話題を比較すると、アジア平均においては、1位が「運転手 (16.6%)」、2位が「案内 (8.2%)」、3位が「ツアーガイド (6.7%)」と、人を介して楽しむものが多いことがわかります。対して、アジア平均よりも日本で言及が多い話題として「列車 (アジア 0.7%に対して日本2.4%)」「駅 (アジア0.6%に対して日本2.4%)」などがあり、専属の観光運転手やツアーガイドと回ることの多いアジアと比べると、日本においては公共交通機関を使って施設を訪問する事が多い事情が見えてきます。

特に日本において特徴な点として、「庭園 (5.5%)」「公園 (4.3%)」「博物館 (3.1%)」などが頻繁に言及されています。これらはほとんどが人を介さずに行われるものであり、一般的にはソフト面よりもハード面が多く言及されていることがわかります。

前章に記載した「外国人に人気の日本の体験・ツアーランキング2020」によると、ツアーが人気、評価ともに高い傾向が見られました。評価の高いアジアにおいては、日本以上にこれらのことが言及されていることを踏まえると、日本の観光においてこの領域はまだまだ伸びしろがあると考えられます。観光タクシーやツアーガイドなど「人を介した高単価な観光商品」を提供し、ロコミで高い評価を獲得し、観光全体の満足度を上げていくことが、日本における今後の課題と言えるかもしれません。

日本の観光/アクティビティに対する不満点



観光/アクティビティに関する不満点を見ていくと、日本において上位に来たのは「お店 (7.6%)」「観光客 (5.0%)」「食べ物 (4.4%)」となりました。

「お店」に関しての不満を見ていくと「返品交換ができない」というコメントが散見されました。服を買った際に日本で表記されているサイズでは小さすぎることに気づき返品をしようとしたが、パッケージを開けた後の返品はできないと断られたなどの例が挙げられます。アメリカやイギリスなどでは理由を問わず返品交換が可能であることから、日本との商習慣の違いを理解した上で接客をする事が、トラブル予防のためには必要なのかもしれません。

「観光客」に関しては「観光客が多すぎて行列や混雑などにうんざりした」「観光客向けに作り込まれすぎている」という、大きく2つの不満点が出ていました。人気の観光スポットはどうしても混んでしまいますが、比較的ゆっくり見られる時間帯や時期などをアナウンスし、オーバーツーリズムを緩和するような対策が必要なのかもしれません。また、後者に関しては、その施設に来ているお客さんが外国人観光客ばかりで、展示やショーなどが商業的すぎる点が不満としてあげられています。

「食べ物」に関しては、味そのものが悪いというよりは、現場での運用が悪いという言及が目立ちます。投稿対象としては遊園地などのテーマパークが多く、「ポップコーンを買うために1時間も並ぶことになった」「ランチタイムは席の争奪戦になる」といった経験をしている人もいます。これらについては旅行者の国籍は関係なく、国内旅行者にとっても不満点となりうるため、口コミが投稿されている施設ではオペレーションの改善を具体的に検討すべきでしょう。

他に注目すべき点として“trap (ぼったくりなど)”という言及が、アジア平均 (2.1%) よりも日本 (3.0%) で多く言及されているのは、認識すべき課題です。具体的な口コミ内容を見ると、エンターテイメントショーで「開演時刻から10分遅れただけなのに、チケットが無効と言われ入れてもらえなかった」といったトラブルに関するものや、「施設内の食事が高すぎて、ぼったくられている気がした」といった、市場価格からかけ離れていたり、対価に見合わないフードサービスに対する不満が見られました。トリップアドバイザーに投稿される口コミは好意的なものが大半ですが、各施設のオーナーやツアーの主催者はこれらの不満点についても注目し、フォローアップのコメントをトリップアドバイザー上で返すことや、改善した点についてアピールするなどの対策をすると良いでしょう。

続く第5章では、トリップアドバイザーの活用方法について、具体的なオーナー登録方法や、優良施設認証システムなどをご紹介します。



Tripadvisor

インバウンドレポート 2020

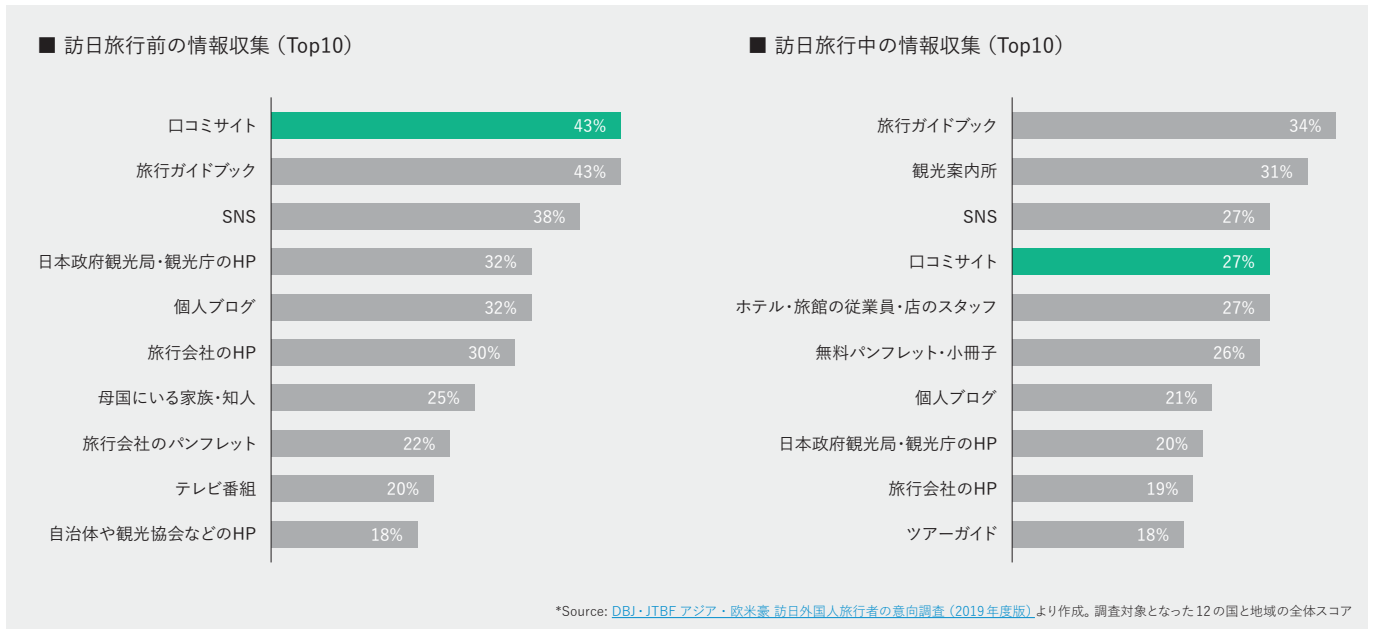
5.

トリップアドバイザーの活用

5-1. トリップアドバイザーへの施設登録と管理者登録について	35
5-2. トリップアドバイザーの管理者ページについて	36
5-3. ホテル、レストラン向けの有料プログラムについて	37
5-4. ツアー・チケット販売について（事業者登録）	38
5-5. 様々なケーススタディやレポートについて	38

旅行の情報源はオンラインへ

訪日客の利用する旅行情報源トップ10のうち半数以上がオンラインであり、中でも口コミサイトは、旅行前には最も情報を収集する情報源であることが調査*から示されました。そして、旅中においてもトップ3に入る情報源となっています。



各国別でも、訪日客がオンラインで情報を収集する際の情報源は多様化しており、自社の公式サイトなどでの「情報発信」だけでなく、様々なサイトへの「情報掲載」が重要になっていることが分かります。

■ 2018年の訪日観光客数上位10の国と地域の旅行情報ランキング

項目	韓国	台湾	香港	中国	タイ	米国	豪州	英国	カナダ	フランス
1位	個人ブログ (54.5%)	個人ブログ (37.4%)	個人ブログ (30.0%)	SNS (25.9%)	JNTO HP (23.7%)	日本在住の親族・知人 (33.6%)	口コミサイト (41.9%)	口コミサイト (33.5%)	口コミサイト (38.3%)	日本在住の親族・知人 (28.7%)
2位	SNS (36.1%)	旅行会社HP (19.7%)	JNTO HP (25.4%)	自国の親族・知人 (19.5%)	口コミサイト (20.7%)	口コミサイト (31.0%)	自国の親族・知人 (32.1%)	日本在住の親族・知人 (30.9%)	自国の親族・知人 (27.1%)	旅行ガイドブック (28.1%)
3位	旅行ガイドブック (13.5%)	JNTO HP (18.8%)	旅行専門誌 (22.5%)	旅行会社HP (15.9%)	旅行会社HP (20.3%)	自国の親族・知人 (26.4%)	宿泊施設HP (30.6%)	宿泊施設HP (24.6%)	動画サイト (26.2%)	口コミサイト (27.7%)
4位	その他インターネット (12.5%)	SNS (16.1%)	SNS (21.8%)	口コミサイト (13.8%)	個人ブログ (19.1%)	動画サイト (21.5%)	動画サイト (25.0%)	自国の親族・知人 (24.4%)	日本在住の親族・知人 (23.7%)	自国の親族・知人 (25.4%)
5位	宿泊予約サイト (12.3%)	自国の親族・知人 (15.8%)	旅行会社HP (18.2%)	個人ブログ (12.9%)	SNS (18.2%)	個人ブログ (18.9%)	日本在住の親族・知人 (22.1%)	旅行ガイドブック (24.1%)	宿泊施設HP (21.0%)	個人ブログ (23.2%)

Source: 観光庁2018年「訪日外国人の消費動向訪日外国人消費動向調査結果及び分析」から2018年の訪日観光客数上位10国/地域の旅行情報ランキング（旅行出発前）

5-1. トリップアドバイザーへの施設登録と管理者登録について

オンラインで旅行情報を収集している人の中で、60%もの方がトリップアドバイザーを利用しているという調査結果*があります。トリップアドバイザーは、世界で毎月4億6,300万人が利用する世界最大の旅行プラットフォームです。既に多くの方が利用しているサイトに情報を掲載し、世界中の旅行者へのアピールにつなげて頂ければと思います。

*出典: comScore 2018

施設の登録

登録は無料です。施設を掲載する方法についての詳細は、以下よりご覧ください。

<https://www.tripadvisor.jp/TripAdvisorInsights/w855>



施設管理者の登録

施設管理者として登録をすると、トリップアドバイザーの掲載ページの内容を1か所で管理できる「施設管理ページ」にアクセスできるようになります。施設の基本情報の更新、写真の掲載から、口コミへの返信、データ分析の確認まで、施設管理ページで行えます。登録は無料です。施設管理者の登録方法についての詳細は、以下よりご覧ください。

<https://www.tripadvisor.jp/TripAdvisorInsights/w668>



5-2. トリップアドバイザーの管理者ページについて

施設管理者ページでは、口コミへの返信をはじめ旅行者が求めている様々な情報を掲載することができます。写真や概要、決済や予約、Wifi対応といった旅行者が求めている情報を最新のものに更新しておくのは、施設をアピールするのにとても重要なこととなります。

掲載ページの管理

写真の投稿や、施設の詳細情報の管理、設備やサービスの更新などができます。

マーケティングツール

宣伝用のツール、アワード、ウィジェットおよびウィンドウステッカーを入手して、見込み客にアピールできます。

口コミ

口コミの返信や報告のほか、旅行者の質問に回答することもできます。

ヘルプ&設定

さまざまな質問に対する回答を確認できます。請求および支払い方法の表示や、通知メールの設定の更新のほか、ユーザーアクセスの管理も行えます。また、管理者向けの掲示板やヘルプセンターもこちらから利用できます。

The screenshot shows the TripAdvisor facility management interface for 'Borghese Gardens'. It includes a navigation menu, a main content area with a featured image and details, a promotional banner for premium features, and a performance dashboard with three charts: 'User Activity', 'Page Performance', and 'Review Performance'. The performance charts show metrics like '0 clicks on the booking button', '2,177 search results', and '0 new reviews'.

オーナー登録した施設向けダッシュボード（飲食店の事例）

施設管理者の登録方法についての詳細は、以下よりご覧ください。

<https://www.tripadvisor.jp/TripAdvisorInsights/w746>



5-3. ホテル、レストラン向けの有料プログラムについて

ホテル、レストランの管理者様向けに、有料ツールもご用意しています。トリップアドバイザーの掲載ページを充実させて、さらに多くの旅行者にPR いただけます。

※ 現時点では、観光施設については有料プログラムをご利用になれません。

宿泊施設向けのプログラム

ビジネスアドバンテージ

自社予約の件数のアップをサポートするためのツールです。旅行者と直接つながるための仕組みや、マーケティングツール、さらにはデータに基づく分析などをご活用いただけます。

<https://www.tripadvisor.jp/business/businessadvantage>



スポンサー提供枠

検索結果の上部の広告枠に施設情報を掲載し、施設の露出度を高めます。クリック数に対してのみ請求で、インプレッション数への課金はありません。

<https://www.tripadvisor.jp/business/sponsored-placements>



飲食店向けプログラム

トリップアドバイザー・プレミアム

飲食店向けの販促ツール。おススメの写真として、イチオシの写真を10枚まで優先表示をさせたり、お店のアピールポイントを3つサイトの目立つ位置に表示したりできます。

https://www.tripadvisor.jp/ForRestaurants/ta_premium



トリップアドバイザーセルフサービス広告

モバイルやデスクトップでの最上位の広告枠に施設の情報を掲載することができます。掲載された広告が獲得したクリック数に対してお支払いが発生し、それ以外の料金は一切発生しません。そしてキャンセルはいつでも可能となっています。

https://www.tripadvisor.jp/ForRestaurants/restaurant_ads_nn



5-4. ツアー・チケット販売について（事業者登録）

事業者登録について

トリップアドバイザー上でツアー、アクティビティ、観光スポットのチケットを販売をするには、「トリップアドバイザーエクスペリエンス」に事業者（サプライヤー）として登録（無料）する必要があります。事業者として登録できるのは、旅行者向けのツアー、アクティビティ、教室、クルーズ、体験プログラムを運営するツアー催行会社、主催者、代理店、個人、または施設となります。

下記URLより簡単にご登録いただけます。

<https://supplier.viator.com/sign-up-info?localeCode=ja&ticketedAttraction=true?m=62045>



ツアー・チケット販売について

現在、トリップアドバイザーには25万件以上のツアーやアクティビティが掲載されています。販売に関し、掲載・維持・解約費用などは一切かからず、売れたときの「手数料」のみがかかります。商品情報も多言語化され、世界中の旅行者に販売が可能です。

5-5. 様々なケーススタディやレポートについて

トリップアドバイザーをビジネスで活用する際に役立つ様々なヒントや情報を掲載しています。

トリップアドバイザーインサイト

施設の登録や機能の紹介、ケーススタディやレポートなどを掲載しています。

<https://www.tripadvisor.jp/TripAdvisorInsights>



ヘルプセンター

口コミや施設掲載のガイドラインなど、トリップアドバイザーのサイトに関する様々な質問への回答を掲載しています。

<https://www.tripadvisorsupport.com/hc/ja>



トリップアドバイザーエクスペリエンスの サプライヤーリソースセンター

ツアー・チケットなどの販売に関するトレンドや分析などを掲載しています。

<https://www.tripadvisor.jp/ExperiencesInsights/>

