



CNCTOR

ホテル向け

宿泊における クチコミの重要性



はじめに

近年、宿泊施設の選定においてクチコミが大きな影響を与えることが多くの調査で明らかになっています。

本ホワイトペーパーでは、当社が実施したアンケート調査をもとに、宿泊者がどのようにクチコミを活用し、どのようなポイントを重視しているのかを詳しく分析し、宿泊施設がどのような対策を取るべきかを提案します。

引用元

2024年2月実施のアンケート

↑「みなさまの求める宿泊業界を教えてください。」

by コネクター・ジャパン

予約時にクチコミを重視する

予約時にクチコミを重視する

● クチコミを参考にする割合

アンケートの結果、**91.9%**がホテルの予約時にクチコミを参考に行っていることが分かりました。

これは、宿泊施設選びにおいてクチコミの影響力が非常に大きいことを示しています。

従来、価格や立地、設備が最優先とされてきましたが、近年では「**他の宿泊者がどう感じたか**」が意思決定の重要な要素となっていることが明確です。



宿泊予約の意思決定における
最大の影響要素とは…？

予約時にクチコミを重視する

● クチコミで注目するポイント

クチコミの中でも、特にネガティブなクチコミを重視するという傾向がありました。

・ネガティブなクチコミを優先的に見る : 24.3%



・ポジティブなクチコミを重視する : 18.9%



この結果から、「良い点を探す」というよりも「悪い点避ける」ことに重点を置いていることが分かります。特に、清潔感や接客態度、Wi-Fiの接続状況、騒音問題などが、ホテル選びに大きく影響する要因となっています。

予約時にクチコミを重視する

● ネガティブなクチコミの影響

ネガティブなクチコミは、たった数件でもホテルの評判を大きく左右することがあります。例えば、以下のようなクチコミが頻出すると、予約率が大きく低下する傾向にあります。



スタッフの対応が冷たい



設備が古く、メンテナンスが不十分



部屋の清掃が行き届いていない



Wi-Fiが遅く、仕事にならない

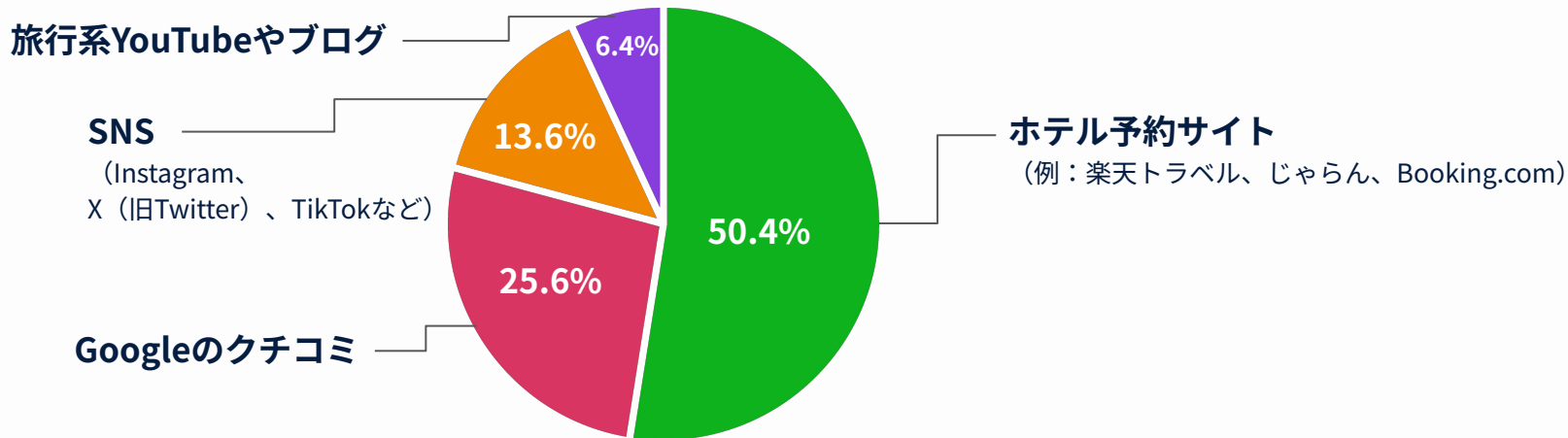
これらの問題に対し、宿泊施設側は速やかに対応策を講じることが求められます。

クチコミを見る媒体

クチコミを見る媒体

● クチコミを参考にするプラットフォーム

クチコミを確認する媒体についての調査では、以下のような結果となりました。



この結果から、ホテル予約サイトだけでなく、GoogleやSNS、さらには動画やブログなどの情報も組み合わせながら意思決定を行っていることが分かります。

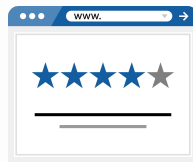
クチコミを見る媒体

● 複数の媒体を活用する理由



比較検討を重視

1つのサイトの
情報だけでなく、
複数のサイトの評価を
照らし合わせる。



信憑性の確認

Googleのクチコミや
SNSでリアルな体験談を
チェックし、広告ではない
生の情報を得る。



写真や動画での確認

ホテルの公式写真だけでなく、
宿泊者が投稿した
実際の写真や動画を確認する。

この傾向を踏まえると、宿泊施設は Googleのクチコミ管理に加え、
SNSやYouTubeなど、あらゆる媒体での評価を意識する必要があります。

クチコミ投稿の実態

クチコミ投稿の実態

● クチコミを投稿するか？

「宿泊後にクチコミを投稿するか？」という質問では、

- ・投稿しないと回答した割合が **64.5%**に達しました。
- ・投稿する人のうち、ネガティブなクチコミを書く人が多い。

この結果から、クチコミを参考にすることは多いものの、自らクチコミを投稿することは少ないことが分かります。

クチコミ投稿の実態

● クチコミを増やすための施策

ホテル側としては、クチコミを増やすために以下の施策を検討する必要があります。



宿泊後のフォローアップメールを送る



クチコミ投稿で特典を提供する
(例：次回割引やドリンクサービス)



館内でクチコミ投稿を促す
POPやQRコードを設置する



スタッフがゲストに直接お願いする
(例「よろしければご感想をお聞かせください！」)

まとめ

● クチコミ活用のポイント

- ・ほとんどの宿泊者がクチコミを参考にする。
- ・ネガティブなクチコミが特に注目されやすい。
- ・ホテル予約サイトや Googleクチコミが主な情報源。
- ・SNSやYouTubeなどの影響力も高まっている。
- ・クチコミは見るが、投稿する割合は低い。



まとめ

● 宿泊施設が行うべき施策

- ・ネガティブなクチコミの内容を把握し、改善策を迅速に講じる。
- ・予約サイトだけでなく、Googleのクチコミ管理も強化する。
- ・クチコミ投稿を促進するキャンペーンを実施する。
- ・SNSやYouTubeでの情報発信を強化し、リアルな宿泊体験を伝える。

当社のクチコミ改善サービス MAIRY（メイリー）について

当社が展開する口コミ評価改善サービス

★Googleの口コミ評価や予約サイトの口コミ対策ができる機能です。

評価の高い口コミのみ、予約サイトに掲載することで新規顧客獲得に繋がります。



現在の評価が★3の場合



※画像はイメージになります。



例) ★4以上をタップした場合

Googleや各予約サイトで
口コミ投稿

評価の高い投稿をサイトへ遷移



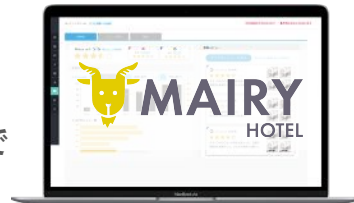
※画像はイメージになります。



例)★3以下をタップした場合

独自のアンケートに収集

評価の低い投稿を独自のアンケートで
収集し自社参考用データとなる



アンケートに遷移した
お客様でも、
予約サイトに遷移する
ことも可能です。

※この機能はオフにすることも
可能です。

クチコミ関連資料



メイリー

チェックイン機活用（QRチェックイン）
クチコミ向上・メッセージ配信

その他資料



ホテルラボ

OTA・ブッキングエンジン運用の
人手不足、ノウハウ不足



ホテルラボ RM

レベニューマネジメントの
人手不足、ノウハウ不足



LevGo

HP・Googleビジネスプロフィール
・SNS運用の 人手不足・ノウハウ不足



ホテルラボ レセプション

電話代行・メッセージ代行
フロント業務代行



その他資料一覧 ▶