



ホテル向け

各OTAのセール・ プロモーションの 紹介と特徴について



はじめに

近年、**オンライン旅行代理店（OTA）**を活用した宿泊予約はますます重要になっています。

しかし、ただOTAに掲載するだけでは十分な集客効果は得られません。

OTAのプロモーションペーパーでは、各OTAのプロモーションをカレンダー形式で整理し、**宿泊施設が効果的に活用**できるポイントを解説します。

OTAプロモーションカレンダーの活用

ホテル探しにおいては、「ホテル予約サイトで探す」が40.9%、
次いで、22.7%が「WEB検索で探す」と答えました。

じゃらん	じゃらんのお得な10日間	毎月	20日～月末
	じゃらんスペシャルウィーク	不定期（年5回）	約2週間
楽天トラベル	楽天トラベルスーパー SALE	3月, 6月, 9月, 12月	約2週間
	5と0のつく日	5, 10, 15, 20, 25, 30日	5, 10, 15, 20, 25, 30日
	ダイヤモンド・プラチナ会員限定 ご愛顧感謝デー	毎月	1日～3日
	楽天トラベルスーパー DEAL	通年	常時
	得旅キャンペーン	毎月	期間限定
	アプリ予約でポイント2倍	毎月	期間限定
	初めて利用キャンペーン	通年	常時
るるぶトラベル	月末タイムセール	毎月	25日前後
一休.com	24時間限定セール	毎月	1日, 9日, 19日
	タイムセール	不定期	期間限定
Yahoo! トラベル	いつでも誰でも5%お得	通年	常時
	いつでも誰でも10%お得	通年	常時
	スペシャルセール	3月	4日～20日
	人気エリアのタイムセール	2月	5日～19日
Relux	Relux Premium	不定期	期間限定
ベストリザーブ	宿泊＆クチコミ投稿で500ポイント	1月, 2月	9日～28日
	新規会員登録＆宿泊で1,000ポイント	通年	常時
エアトリ	エアトリ超新春セール 2024	12月	20日～27日
	スターフライヤーポイント還元	10月～3月	通期

Booking.com	Genius 会員プログラム	通年	常時
	デイリーディール	毎日	日替わり
	モバイル限定オファー	通年	常時
	季節セール	春, 夏, 秋, 冬	期間限定
	早期予約割引	通年	常時
Agoda	Flash Sale	不定期	短期間
	App 限定オファー	通年	常時
	早期予約割引	通年	常時
	ラストミニットディール	通年	直前予約
	クーポン・プロモコード	不定期	キャンペーン期間
Trip.com	限定タイムセール	不定期	短期間
	早期予約割引	通年	常時
	直前予約割引	通年	直前予約
	アプリ限定オファー	通年	常時
	季節・イベントセール	春, 夏, 秋, 冬	期間限定
	ポイント還元・キャッシュバック	不定期	キャンペーン期間
	メンバーシップ・ロイヤルティプログラム	通年	常時
	パッケージツアー特別割引	不定期	短期間
Hotels.com	リワードプログラム	通年	常時
	季節限定セール	春, 夏, 秋, 冬	期間限定
	ラストミニットディール	通年	直前予約
	モバイル限定オファー	通年	常時
	限定フラッシュセール	不定期	短期間
	会員限定プロモーション	不定期	キャンペーン期間
	価格保証プロモーション	通年	常時



ジャラン

ジャランのお得な 10日間

毎月

約 2 週間

ジャランスペシャルウィーク

不定期 (年 5 回)

約 2 週間



ジャラン

「ジャランのお得な10日間」(毎月20日～月末)と「ジャランスペシャルウィーク」(年5回開催)は、予約数の増加や新規顧客獲得の大きなチャンスです。これらのプロモーションを活用することで、以下のメリットが得られます。

- **予約数・稼働率の向上**

セール期間中は割引クーポンの配布やジャランの大規模広告により、多くの旅行者が訪れ、予約の可能性が大幅にアップします。

- **クチコミ・リピーター獲得**

初めての利用客が増え、クチコミ投稿の増加に繋がります。高評価が蓄積されることで、通常時の予約率向上にも貢献します。

- **価格調整で利益確保**

クーポン適用範囲を特定の曜日や部屋タイプに絞ることで、無駄な値引きを抑えつつ集客が可能。繁忙期や直前予約にも柔軟に対応できます。

- **ジャランのSEO・広告効果の活用**

セール期間中はジャランが大々的な広告を展開し、施設の露出が増加。参加しないと競合施設に埋もれるリスクがあります。

Rakuten Travel

楽天トラベル

楽天トラベルスーパー SALE	3月, 6月, 9月, 12月	約2週間
5と0のつく日	5, 10, 15, 20, 25, 30日	5, 10, 15, 20, 25, 30日
ダイヤモンド・プラチナ会員限定 ご愛顧感謝デー	毎月	1日～3日
楽天トラベルスーパー DEAL	通年	常時
得旅キャンペーン	毎月	期間限定
アプリ予約でポイント2倍	毎月	期間限定
初めて利用キャンペーン	通年	常時

楽天トラベル

「楽天トラベルスーパーSALE」(年4回) や「5と0のつく日」(毎月開催) など、
楽天トラベルのプロモーションを活用することで、
集客増加・稼働率向上・リピーター獲得 につながります。

● 大規模セールで予約数アップ

「楽天トラベルスーパーSALE」は年4回開催の大型セールで、宿泊プランが最大20%OFFに。楽天の広告やポイント施策によって、多くのユーザーが予約を検討するタイミングに合わせられます。

● 安定した予約獲得が可能

「5と0のつく日」は毎月6回の定期的な集客チャンス。「ダイヤモンド・プラチナ会員感謝デー」は高所得層向けの訴求が可能。「得旅キャンペーン」は直前予約向けで、空室を埋めるのに最適。

● 楽天ポイント施策の活用

「楽天トラベルスーパーDEAL」では、宿泊料金の30～40%が楽天ポイント還元されるため、ポイント重視の旅行者を獲得可能。「アプリ予約でポイント2倍」はスマホユーザー向けのアピール手段として有効。

● 新規顧客の獲得

「初めて利用キャンペーン」により、楽天トラベルを初めて利用する顧客を引き寄せられる。リピーター化を促す施策と組み合わせることで、長期的な収益向上につながる。



るるぶトラベル

月末タイムセール

毎月

25 日前後

るるぶトラベル

「るるぶトラベル 月末タイムセール」は毎月25日前後に開催され、最大70%割引が適用されるプロモーションです。
月末の駆け込み需要を取り込み、稼働率アップや新規顧客獲得につながる重要な機会となります。

● 月末の予約を最大化

給与支給後や旅行計画の決定時期に合わせ、予約数が増加しやすい。空室を埋めやすく、収益を底上げできる。

● 露出増加と新規顧客の獲得

るるぶトラベルの広告強化により、多くの旅行者にリーチ可能。
プロモーションページでの優遇表示により、予約率アップが期待できる。

● 割引戦略で利益確保

特定の日程や部屋タイプに限定した割引設定が可能。
稼働率向上と利益維持のバランスを取れる。

● クチコミ・リピーター獲得

新規顧客の増加により、クチコミ促進のチャンス。
次回予約特典を提供し、リピーター化を促進。



一休.com

24 時間限定セール
タイムセール

毎月
不定期

1 日, 9 日, 19 日
期間限定

一休.com

「24時間限定セール」(毎月1日・9日・19日)と「タイムセール」(不定期開催)は、高級志向のユーザーに訴求し、予約数を伸ばす絶好の機会です。

- **高単価の宿泊客を獲得**

一休.comの利用者は富裕層が多く、単価の高い予約が期待できる。セール参加で露出が増え、より多くの顧客にアプローチ可能。

- **期間限定の特別感で予約促進**

「24時間限定セール」は短期間の特別価格で予約を後押し。
「タイムセール」は不定期開催のため、希少性が高く集客効果大。

- **稼働率と利益の最適化**

閑散期や特定日程の販売促進に活用できる。
価格戦略を工夫し、収益を最大化。



Yahoo! トラベル

いつでも誰でも 5%お得

通年

常時

いつでも誰でも 10%お得

通年

常時

スペシャルセール

3 月

4 日～ 20 日

人気エリアのタイムセール

2 月

5 日～ 19 日

Yahoo! トラベル

Yahoo!トラベルの各種セールは、PayPayポイントを活用した集客力が強み。
通年開催の割引施策と期間限定セールを活用することで、安定した予約確保と新規顧客の獲得が可能です。

● 通年での安定した集客

「いつでも誰でも5%・10%お得」は、通年での予約促進に貢献。
PayPayポイント還元の効果で、コストを抑えつつ集客可能。

● 短期セールで予約数を最大化

「スペシャルセール」(3月)・「人気エリアのタイムセール」(2月)に参加することで、特定期間の稼働率向上。
Yahoo!トラベルの広告強化時期に合わせ、露出を最大化。

● 販売戦略の最適化

セールの割引率やポイント還元を活用し、閑散期や特定日程の予約を促進。 PayPay経済圏の利用者をターゲットにし、リピーター化を狙う。



Relux

Relux Premium

不定期

期間限定

Relux

「Relux Premium」は厳選された高級宿泊施設向けの不定期セールで、富裕層・ハイクラスの旅行者にリーチできる貴重な機会です。

- **高単価の予約獲得**

Reluxの利用者は上質な宿泊体験を重視する層が多く、客単価が高い。
価格競争に巻き込まれず、プレミアムな体験を提供しながら売上を確保できる。

- **ブランド価値の向上**

「Relux Premium」参加で高級ホテル・旅館としての認知度が向上。
他のOTAと差別化し、選ばれる施設になるチャンス。

- **効果的な稼働率調整**

不定期開催のため、閑散期の空室対策として活用可能。
割引を提供しつつも、客層を維持できるため利益を確保しやすい。



ベストリザーブ

宿泊&クチコミ投稿で 500 ポイント
新規会員登録&宿泊で 1,000 ポイント

1月, 2月
通年

9日~28日
常時

ベストリザーブ

「宿泊 & クチコミ投稿で500ポイント」(1～2月)と「新規会員登録 & 宿泊で1,000ポイント」(通年)は、ポイントインセンティブを活用し、新規顧客獲得とクチコミ増加を狙える施策です。

● 新規顧客の獲得が期待できる

「新規会員登録 & 宿泊で1,000ポイント」により、新規利用者が宿泊予約を検討しやすくなる。ベストリザーブのポイント利用者を取り込み、リピーター化を促進。

● クチコミ増加で集客力アップ

「宿泊 & クチコミ投稿で500ポイント」を活用し、宿泊後のクチコミ投稿を促進。レビューが増えることで、検索結果の上位表示や予約率向上につながる。

● 低コストでプロモーション効果を得られる

割引ではなくポイント施策のため、価格を大幅に下げる必要がなく利益を確保しやすい。他のOTAと併用しながら、稼働率を底上げする施策として活用可能。

エアトリ

エアトリ

エアトリ超新春セール

12 月

20 日～ 27 日

スターフライヤーポイント還元

10 月～ 3 月

通期

エアトリ

「エアトリ超新春セール」(12月20日～27日)と「スターフライヤーポイント還元」(10月～3月)は、旅行需要の高い時期に予約を促進し、新規顧客を獲得できる貴重な機会です。

- **旅行需要が高まるタイミングでの集客強化**

「エアトリ超新春セール」は年末年始の旅行需要を取り込み、予約数を大幅に増やせる。

「スターフライヤーポイント還元」は長期間にわたり、航空券とセットで予約するユーザーを獲得可能。

- **高付加価値の旅行者にアプローチ**

航空会社のポイント還元施策と組み合わせることで、高単価の宿泊客を取り込める。

エアトリのセールによる露出増加で、新規ユーザーにもリーチしやすい。

- **価格競争を回避しながら利益を確保**

割引ではなくポイント還元施策のため、大幅な値下げをせずに集客が可能。

ホテルと航空券のセット予約による宿泊率向上が期待できる。

Booking.com

Booking.com

Genius 会員プログラム

通年

常時

デイリーディール

毎日

日替わり

モバイル限定オファー

通年

常時

季節セール

春, 夏, 秋, 冬

期間限定

早期予約割引

通年

常時

Booking.com

Booking.comの各種プロモーションは、国際的な旅行者にリーチし、稼働率と売上を安定させる重要な施策です。特に、Genius会員プログラムや季節セールを活用することで、継続的な集客が可能となります。

● 高リピート率のGenius会員層を獲得

「Genius会員プログラム」は、割引や特典（朝食無料・アップグレード）を提供し、リピート率の高いユーザーを獲得できる。上級Genius会員向けにプランを用意すれば、より高単価の予約が期待できる。

● 露出強化と短期間での予約増加

「デイリーディール」は日替わりで特別価格を提供し、短期間での予約数増加を狙える。「モバイル限定オフター」はスマホユーザー向けに特典を提供し、モバイル経由の予約を強化。

● 需要に応じた価格戦略で収益を最大化

「季節セール」を活用し、旅行需要の高まる時期に合わせて適切な価格設定が可能。
「早期予約割引」を設定することで、閑散期の予約を事前に確保し、収益の安定化を図れる。



Agoda

Flash Sale	不定期	短期間
App 限定オファー	通年	常時
早期予約割引	通年	常時
ラストミニットディール	通年	直前予約
クーポン・プロモコード	不定期	キャンペーン期間



Agoda

Agodaの各種プロモーションは、アジア圏の旅行者を中心に集客し、稼働率と売上を向上させる絶好の機会です。
特に、短期間のセールやアプリ限定オファーを活用することで、効率的な予約獲得が可能になります。

● 短期間での予約増加と即時売上アップ

「Flash Sale」は、短期間での集客を狙い、空室を素早く埋める施策として効果的。
「ラストミニットディール」は直前予約向けの特別割引で、急なキャンセルや空室を埋めるのに最適。

● モバイル予約の強化

「App限定オファー」を活用し、モバイル経由の予約を促進。
若年層やアジア圏の旅行者にリーチしやすく、新規顧客獲得につながる。

● 収益を維持しながら割引施策を活用

「早期予約割引」を活用し、繁忙期の予約を前倒しで確保し、売上の安定化が可能。
「クーポン・プロモコード」を利用し、特定のターゲットに限定した割引を提供できる。



Trip.com

限定タイムセール	不定期	短期間
早期予約割引	通年	常時
直前予約割引	通年	直前予約
アプリ限定オファー	通年	常時
季節・イベントセール	春, 夏, 秋, 冬	期間限定
ポイント還元・キャッシュバック	不定期	キャンペーン期間
メンバーシップ・ロイヤルティプログラム	通年	常時
パッケージツアー特別割引	不定期	短期間

Trip.com

Trip.comの各種プロモーションは、海外旅行者、特にアジア圏のユーザーに効果的にアプローチできる貴重な機会です。短期間のセールやポイント還元を活用することで、予約率向上とリピーター獲得が可能になります。

● 限定セールで短期的な売上アップ

「限定タイムセール」を活用し、短期間での集中的な予約増加を狙える。
「直前予約割引」を組み合わせることで、空室対策と即時売上の最大化が可能。

● アジア圏のモバイルユーザーを取り込む

「アプリ限定オファー」を活用し、モバイル経由の予約を強化。
アプリ利用者向けの割引施策は、新規顧客の獲得とリピート率向上に効果的。

● 季節ごとの需要を先取り

「季節・イベントセール」に合わせた特別プランを提供し、需要の高まる時期に最大限の予約を確保。
「早期予約割引」を活用し、繁忙期の予約を前倒しで確保し収益を安定化。

● ポイント・ロイヤリティ施策でリピーター獲得

「ポイント還元・キャッシュバック」を活用し、旅行者の予約意欲を高める。
「メンバーシップ・ロイヤリティプログラム」はリピート率の高い顧客を獲得する絶好の機会。



Hotels.com

リワードプログラム	通年	常時
季節限定セール	春, 夏, 秋, 冬	期間限定
ラストミニットディール	通年	直前予約
モバイル限定オファー	通年	常時
限定フラッシュセール	不定期	短期間
会員限定プロモーション	不定期	キャンペーン期間
価格保証プロモーション	通年	常時

Hotels.com

Hotels.comのプロモーションは、長期滞在者やリピーターを獲得しやすく、稼働率の安定化に貢献します。特に、リワードプログラムや価格保証を活用することで、競争力を維持しながら予約数を伸ばすことが可能です。

● リピーター獲得と長期滞在促進

「リワードプログラム」（10泊で1泊無料）により、長期滞在者やリピーターが増えやすい。リピーターが増えることで、安定した予約確保が可能。

● 季節セール・フラッシュセールで予約増加

「季節限定セール」を活用し、旅行需要が高まる時期の予約数を最大化。
「限定フラッシュセール」で、短期間での予約数増加を狙える。

● 直前・モバイル予約の強化

「ラストミニットディール」を利用し、空室を埋める直前予約を促進。
「モバイル限定オファー」で、スマホ予約層を取り込み、予約数を増やせる。

● 価格競争力を維持

「価格保証プロモーション」で、最安値を保証しながら安心感を提供。
他サイトと比較しても競争力を維持しやすい。

適切なプロモーション戦略の重要性

1. シーズナリティを考慮したプロモーション

各OTAは、季節ごとの需要を踏まえたプロモーションを提供しています。
例えば、**楽天トラベルスーパーSALE**や**じゃらんスペシャルウィーク**などは、
繁忙期や閑散期を狙って実施されるため、宿泊施設はこれに合わせたプランを提供することで
効果的な販売促進が可能になります。

2. OTAごとの特性を理解する

各OTAには異なる顧客層が存在します。

Booking.com

国際的なゲストが多く、**Genius会員制度の活用**が鍵。

楽天トラベル

国内旅行者が中心で、**楽天ポイントを活用した集客**が強み。

じゃらん

国内レジャー利用が多く、**特定日のセールに合わせた施策**が効果的。

Expedia・Agoda・Trip.com

海外旅行客をターゲットにした価格設定やプロモーションの設定が有効。

宿泊施設が今すぐ実行できるアクション



OTAのプロモーションカレンダーを確認し、事前にキャンペーン参加を計画する



OTAのアプリ限定オファーやモバイル予約特典を活用し、スマートフォンユーザーを取り込む



対象プロモーションごとに特別料金や割引クーポンを設定する



プロモーション終了後のレビュー促進施策を実施し、次回のキャンペーンに向けた準備を行う

まとめ

OTAのプロモーションは、戦略的に活用することで
集客力を大幅に向上させることができます。

適切なタイミングでプロモーションに参加し、OTAごとの特徴に応じた施策を実施することで、

宿泊施設の稼働率アップと収益最大化を実現しましょう。

本ホワイトペーパーを活用し、自社のOTA戦略を見直し、効果的なプロモーション活用を進めていきましょう。



当社の実行支援型OTAマーケティング ホテルラボについて

「複雑化・高度化するOTA」の、マーケティングをサポート

予約エンジン



国内OTA



海外OTA



WEB集客施策

各OTAページのクオリティ

ノウハウの担保

ホテルラボ詳細資料



ホテルラボ

OTA・ブッキングエンジン運用、
人手不足とノウハウ不足をまるごと解決！