



2016年6月28日

### 【宿研調査 第三弾】 宿泊予約にまつわるユーザー行動調査 クチコミは未来のお客様へのメッセージ ～「選ばれる施設」になるためにはクチコミ対応がキーポイント～

#### ◆ 宿泊施設のデジタルマーケティングを支援する

株式会社宿泊予約経営研究所（所在地：神奈川県横浜市、代表取締役社長：末吉 秀典）は、前回実施したインターネット調査の結果では「クチコミが宿泊先決定への重要な後押し」ということを踏まえ【宿研調査 第三弾】 宿泊予約にまつわるユーザー行動の調査結果を纏めましたので、ご報告いたします。

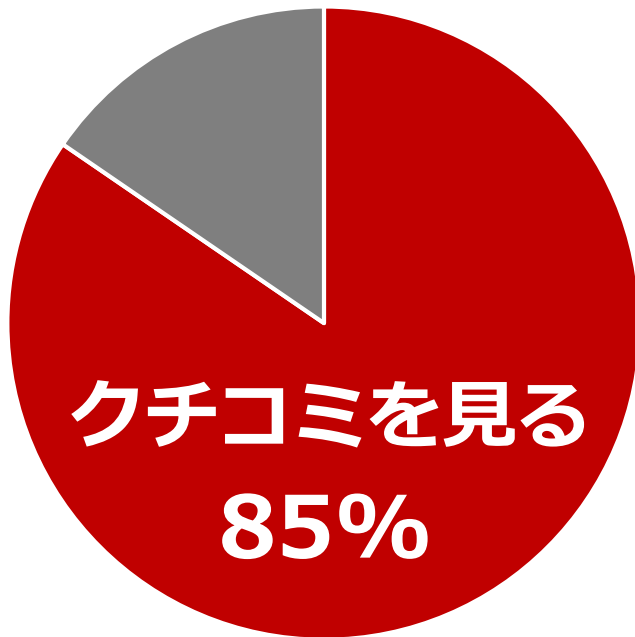
#### 【調査背景】

予約サイトを介した「宿泊予約」が主流の今、宿泊予約にまつわるユーザーの行動を追うべく、この度調査を実施いたしました。※本リリースに含まれる調査結果をご掲載頂く際は、必ず「2016年(株)宿泊予約経営研究所 調べ」と明記下さい。

#### 【結果のサマリー】

- ・ 宿泊先選びには8割がクチコミを参考
- ・ クチコミの良い宿には9割が「泊まりたい」と回答
- ・ 9割がクチコミが良いと「安心する」と回答
- ・ クチコミが悪いと「気になる」人は9割存在
- ・ クチコミが悪いと「予約しない」は8割存在

### Q 宿を選ぶときはクチコミを見ますか？



#### ◆ 宿泊先選びには8割がクチコミを参考

「あてはまる（42%）」

「どちらかといえばあてはまる（43%）」

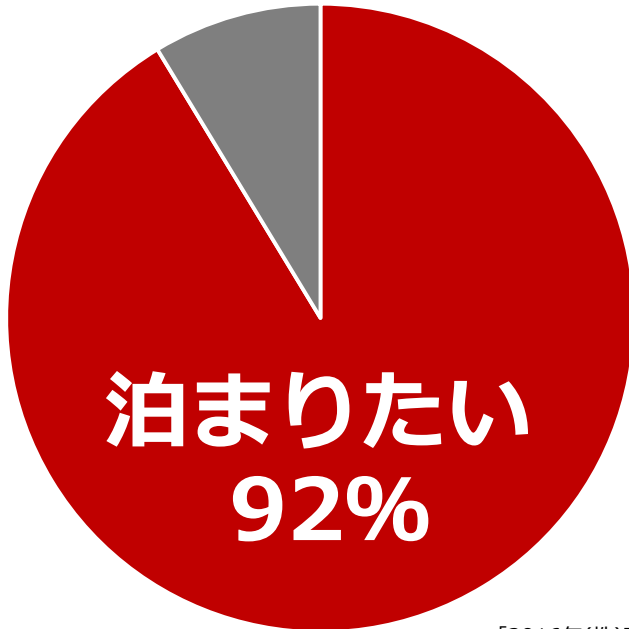
「どちらかといえばあてはまらない（13%）」

「あてはまらない（2%）」と、8割近くが「あてはまる」と回答。宿泊先決定要因においてクチコミがいかに重要かがうかがえる。

「2016年(株)宿泊予約経営研究所」調べ



### Qクチコミが良い宿に泊まりたいですか？



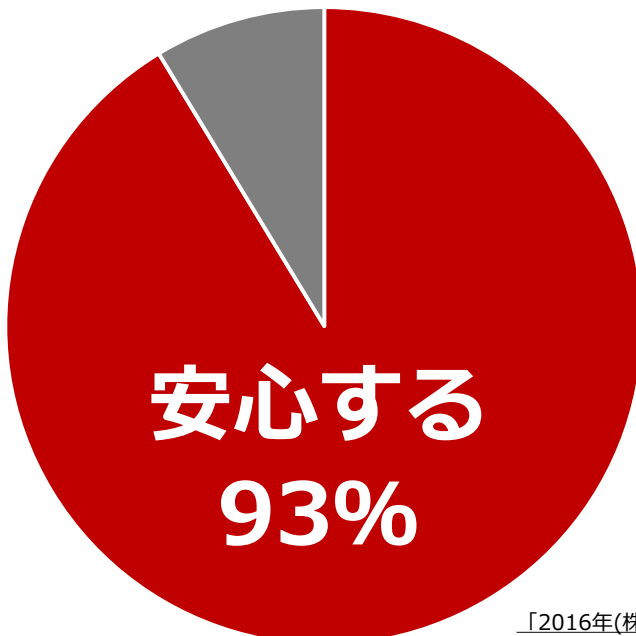
#### ◆クチコミの良い宿には約9割が「泊まりたい」と回答

「あてはまる（51%）」  
「どちらかといえばあてはまる（41%）」  
「どちらかといえばあてはまらない（7%）」  
「あてはまらない（1%）」  
と、約9割が「あてはまる」と回答。

クチコミ評価が高い宿ほど「宿泊」へのキッカケに繋がるということが分かった。  
宿泊時には「宿泊予約サイト情報」「宿泊施設の公式HP」「クチコミ」を総合的に判断して決めている様子が見える。

「2016年(株)宿泊予約経営研究所」調べ

### Qクチコミが良いと安心しますか？



#### ◆9割がクチコミが良いと「安心する」と回答

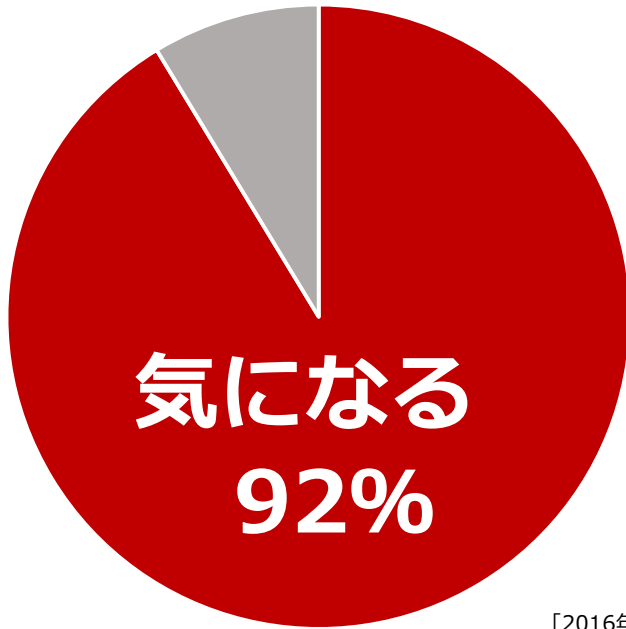
「あてはまる（54%）」  
「どちらかといえばあてはまる（39%）」  
「どちらかといえばあてはまらない（6%）」  
「あてはまらない（1%）」  
と、約9割が「あてはまる」と回答。

宿泊体験（部屋・風呂・食事・施設雰囲気・接客など）をお金で買う上で失敗のリスクを避けるため、第三者評価を求めるユーザー心理が表れているのではないかと推測。

「2016年(株)宿泊予約経営研究所」調べ



### Qクチコミが悪いと気になりますか？



#### ◆クチコミが悪いと「気になる」は9割越え

「あてはまる (52%)」

「どちらかといえばあてはまる (40%)」

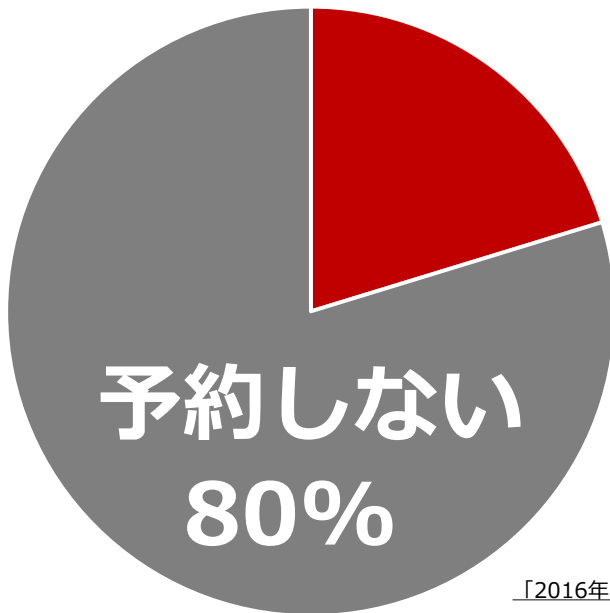
「どちらかといえばあてはまらない (6%)」

「あてはまらない (2%)」

と、「あてはまる」を回答した人が9割近く存在する結果に。「1件のネガティブな情報はポジティブな情報の数倍のインパクトをもたらす。」とも言われており、宿泊予約の候補宿となったとしても、クチコミ内容が悪いと「予約」への道が遠のく可能性が高くなることが予想される。

「2016年(株)宿泊予約経営研究所」調べ

### Qクチコミが悪くても予約をしますか？



#### ◆クチコミが悪いと「予約しない」は8割存在

「あてはまる (3%)」

「どちらかといえばあてはまる (17%)」

「どちらかといえばあてはまらない (40%)」

「あてはまらない (40%)」

と、「あてはまらない」が8割近く存在する結果に。クチコミが「悪い」と判断される基準として「返信が無い」「ネガティブな要素が多数挙げられている」「件数が少なすぎて判断不可」等、様々な要因がありますが、第三者意見であるクチコミが、宿泊決定するか否かを左右している様子が浮き彫りになった。

「2016年(株)宿泊予約経営研究所」調べ



## ◆クチコミとは宿泊施設・宿泊した人・これから宿泊しようとしている人の相互コミュニケーションツールである

今回の調査結果では、「クチコミ」の内容が宿泊するか否かへの決定要因に繋がる傾向が高いということが分かりました。クチコミは競合宿との差別化を行う指標として予約を後押しするツールとなります。確かに、クチコミだけが全てではありませんが、ポジティブ・ネガティブであるにせよ投稿されたクチコミに対し、すばやくかつ丁寧な返信を行えば、宿泊した人はリピーターへ、これから宿泊先を探そうとしている人は新規のお客様へと繋がるキッカケになります。クチコミ対応をこまめに行うということは「選ばれる施設」への近道かもしれません。

### 【調査概要】

- 調査内容 : 宿泊予約にまつわるユーザー行動調査  
調査手法 : インターネット調査  
実施期間 : 2016年5月17日(火)～2016年5月18日(水)  
回答者数 : 20歳以上60歳未満の男女 合計518名

### 【企業概要】

株式会社宿泊予約経営研究所 ( <http://www.yadoken.net/> )

2004年9月に宿泊施設専門のWEB集客パートナーとして設立。

宿泊施設の集客プランの企画、作成及び販売、さらには自社開発している共有在庫システムによる在庫管理を行う等、WEB集客のトータルサポートを行っている。2016年3月時点での運用累計実績は4,200軒を突破。



宿泊予約経営研究所

### <問い合わせ先>

株式会社宿泊予約経営研究所 担当：中畑  
電話番号：045(227)6505／営業時間：9時～17時／E-mail：press@yadoken.net