

# 観光庁「観光DX」 NEXT TOURISM SEMINAR

## 「OTA等サービスの活用」

株式会社JTB エリアソリューション事業部  
ツーリズムプラットフォーム推進センター 松澤 翔太



## 【講師名】 松澤 翔太



### 【講師プロフィール】

株式会社JTB ツーリズム事業本部 エリアソリューション事業部

ツーリズムプラットフォーム推進センター JTB BÓKUN運営チーム マーケティング担当

訪日インバウンドにも対応した予約管理システム「JTB BÓKUN」のマーケティング担当を務める。OTA及び自社WEBサイト、地域内で連携した販売などマルチチャネルによる販売拡大と業務効率の両立や、インバウンド、デジタルマーケティングに関するセミナーなどを開催。また、自治体やDMO/観光協会、タビナカにおける体験・ツアー事業者をはじめとした観光事業者からのご相談に対し、商品造成、プロモーション、販売管理など、地域課題・顧客課題解決を手掛け、タビナカ市場の活性化に取り組んでいる。



## 本講座の概要

01. OTAとは
02. OTAでの販売方法
03. 地域OTAとは
04. 予約管理の重要性



# 旅行者の予約経路（一例）

旅行者は様々な経路で、地域の商材を予約決済する

OTA



オンライン上で現地体験ツアーの予約・購入が出来る販売サイトのことで、訪日外国人の集客には欠かせない

公式サイト



グローバルでは直販（D2C）がトレンドであり、最も信用度の高いウェブサイトとして認知される

観光案内所等



旅行中に近隣のインフォメーションセンターに立ち寄り、タビナカでオプションツアーを申込み外国人も多い

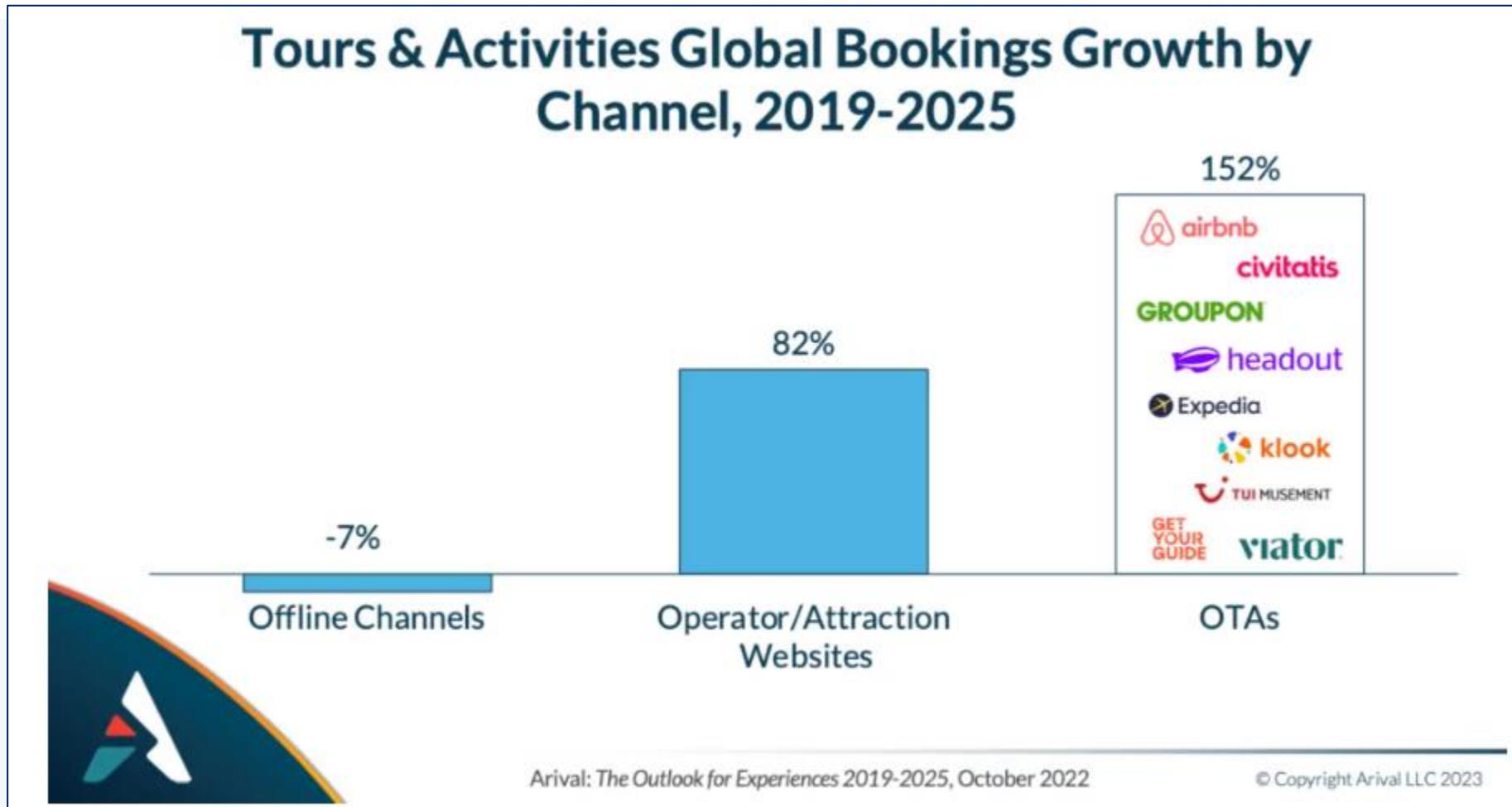
旅行会社



日本国内のツアーを販売する海外AGTで、タビマエに計画・予約してくる外国人も多い

# 予約経路 (OTA)

全OTA の総予約数は2019年比152%になると予想されている





# 01. OTAとは



# OTAとは

オンライン上で、旅行に関する手配が可能な旅行会社のこと  
(OTA=Online Travel Agencyの略)



AIR



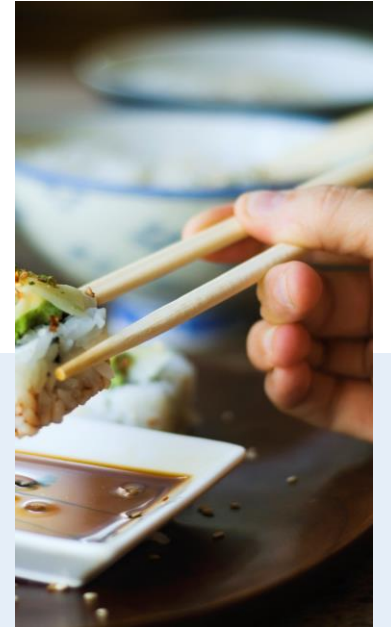
STAY



TOUR



ACTIVITY



RESTAURANT

# OTAの一例 (Hotel)

宿泊分野におけるOTAの認知度・利用度は高い

Rakuten Travel



るるる 国内旅行予約  
トラベル





# OTAの一例 (Tour & Activity)

日本国内のタビナカ(観光ツアー/体験商品)の市場は拡大傾向



GET YOUR GUIDE



# 代表的な海外OTA3社

## VIATOR

本社：米国

- ・世界で圧倒的シェア
- ・半日ツアーが多い
- ・誰でも登録可能
- ・販売手数料20～30%
- ・審査料29\$/1商品あたり

## GET YOUR GUIDE

本社：ドイツ

- ・特に欧州に強い
- ・高品質/高単価な商品
- ・法人のみ登録可能
- ・販売手数料20～30%
- ・審査料なし

## KLOOK

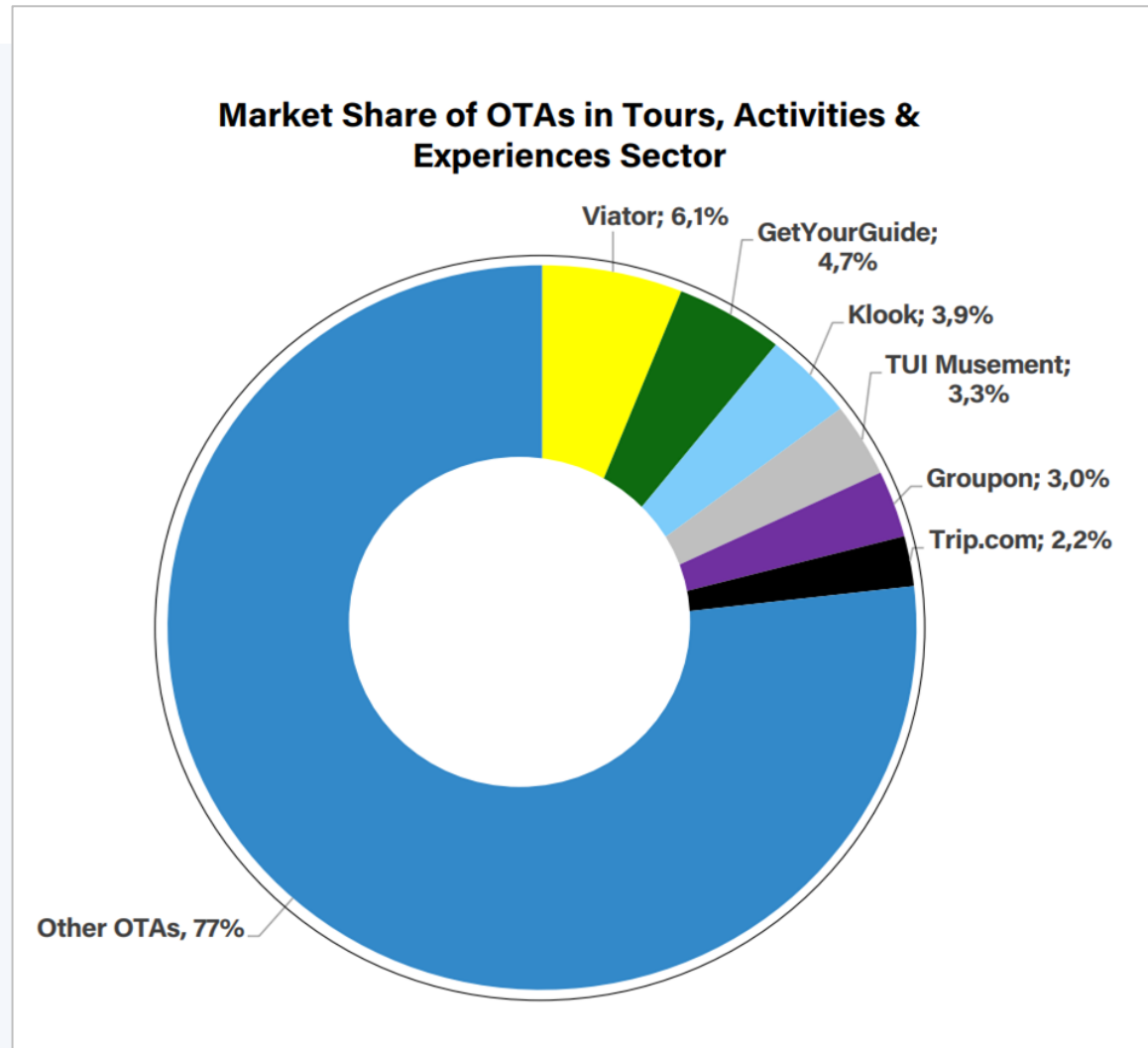
本社：香港

- ・香港/台湾に強い
- ・日本法人あり
- ・1dayツアーが多い
- ・販売手数料15～25%
- ・審査料なし

各OTAによって、販売手数料や掲載基準などの要件が異なる

























# OTAのマーケットシェア（世界）

ViatorがNo.1シェアを誇るが、約8割はロングテールのOTAが多数存在



# OTAのマーケットシェア（国別）

ViatorがNo.1シェアを誇るが、約8割はロングテールのOTAが多数存在

#	国籍		予約・購入の際の利用率							
			1位		2位		3位		4位	
1	アジア圏	中国 (n = 127)	 Trip.com (Ctrip)	53%	 airbnb	19%	 Expedia	9%	 Tripadvisor	7%
2		韓国 (n = 128)	 Expedia	26%	 airbnb	19%	 INTERPARK	18%	 KLOOK	10%
3		台湾 (n = 126)	 KLOOK	41%	 kkday	29%	 airbnb	11%	 Tripadvisor	6%
4	欧米圏	アメリカ (n = 151)	 Expedia	41%	 Tripadvisor	34%	 airbnb	13%	 viator	6%
5		イギリス (n = 157)	 Tripadvisor	41%	 Expedia	31%	 airbnb	11%	 viator	8%
6		オーストラリア (n = 145)	 Tripadvisor	33%	 Expedia	28%	 airbnb	19%	 KLOOK	4%



# OTA活用のメリット

## 導入

登録費用0円  
成果報酬型

## 認知

OTAが広告宣伝  
Googleマップ連携

## 言語

多言語販売  
幅広い国へリーチ

## 精算

多通貨対応  
事前予約決済

## 口コミ

口コミの投稿・蓄積  
安心感・信用

手軽に始めることができるうえに、集客に繋がりがやすい

## 02. OTAでの販売方法



# OTAでの販売方法

## アカウント登録

- ・オンラインで申込登録
- ・基本的には代行不可
- ・最短5分程度で完了

## 初期設定

- ・言語/通貨設定
- ・銀行口座登録(入金用)
- ・その他

## 商品登録

- 各項目を埋める作業
- ・基本事項(タイトル等)
  - ・ツアーの詳細や料金
- ※OTAによって審査あり

全ての登録が完了次第、販売開始が可能になる(基本セルフ)

# OTAが求める要件（≒旅行者ニーズ）

## 即時予約

情報収集の中で

- ・日付検索の絞込み
- ・空き状況の即時確認
- ・スマホでの予約・決済  
(NG:リクエストベース)

## 間際予約

リードタイム

- 「前日」の予約が最多  
(目安)欧州12時間前  
(目安)米国24時間前

## 通年販売

年間を通して旅行者へ  
販売している観光商品  
(NG:単発のイベント)

上記3つの要素を全て満たすことが望ましい



# 【即時予約】

**「今すぐ予約&後で支払い」**

## 東京発、富士山、箱根、芦ノ湖の遊覧船を楽しむ日帰り新幹線旅行

★★★★☆ 4,998件の口コミ | 新宿区, 日本

シェアする | ウィッシュリストに保存

最低価格 **¥18,500.00**  
最安値保証

### 日付と人数を選択



📅 2023年10月1日日曜日

👤 大人2名

**検索を更新**

「今すぐ予約&後で支払い」  
ツアーやチケットの予約を押さえながら、柔軟に旅行を計画

キャンセル無料  
24時間前まで可能。詳細はこちら



さらに表示

チケットとバス

ツアー、観光、クルーズ

クルーズ・セーリング

プライベート・ラグジュアリー

乗り物ツアー

期間別ツアー

集合場所と降車場所：午前8時15分までに京王プラザホテル東京でガイドに会ってください。東京駅下車

**825**

「今すぐ予約&後で支払い」なら、ツアーやチケットの予約を押さえながら、柔軟に旅行を計画できます。アクティビティの2日前までに、ご都合の良いタイミングでお支払いいただけます。キャンセルも簡単です。詳細はこちら

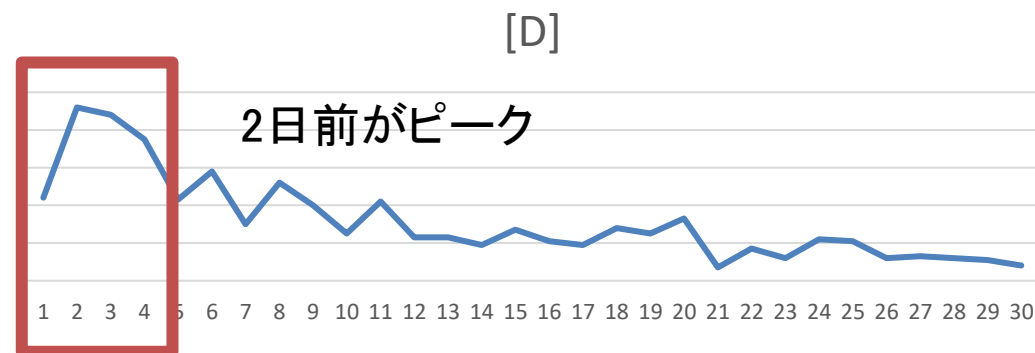
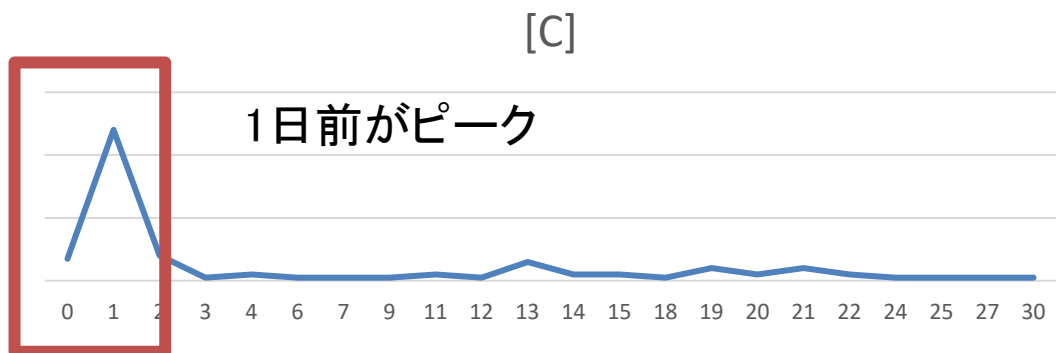
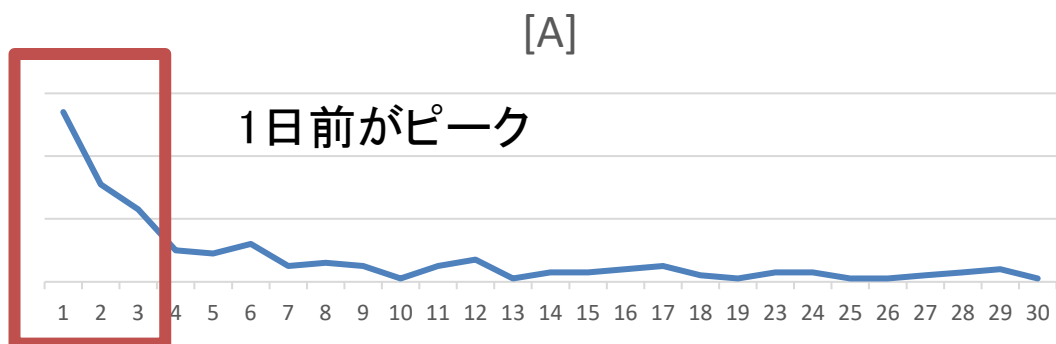
**「今すぐ予約&後で支払い」**

**今すぐ予約**

# 【間際予約】

日毎では「前日」「2日前」のタビナカにおける予約がピークである

## 事業者のリードタイム(日毎)



※地域、体験ツアーによって、特徴は異なります

### 03. 地域OTAとは



# 地域OTAとは

DMO/観光協会が、地域内の体験商品を取りまとめた販売サイト



## I. 旅行者の利便性向上・周遊促進

### I. 旅行者の利便性向上・周遊促進

旅行者の情報収集や予約等における不満の解消やタイムリーなレコメンド等により、旅行者の利便性向上や周遊促進を促すことで、旅の満足度向上や消費額増大が図られている

将来ビジョン	I. 旅行者の利便性向上・周遊促進				
	情報収集や予約等における不満		周遊・消費のレコメンドが不足		
実現に向けた課題	オンライン上で旅行者が求める情報の入手が困難	オンライン上で情報収集・予約・決済に関する手続きの完結が困難	【即地的】 旅行者の現在地にあったタイムリーなレコメンドが得られない	【個別的】 旅行者の嗜好性にあったタイムリーなレコメンドが得られない	
解決に寄与するツールと導入時・活用時の阻害要因	<p>① Googleビジネスプロフィール、OTA、SNS等の事業者が運営するウェブサイト、② 地域OTA、ECサイト等、地域が運営するウェブサイト</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>ノウハウやリソースが足りない</li> <li>ウェブサイト上に情報掲載する手法を知らない、情報掲載をする人員や費用が足りない、頻度高く更新し、常に最新情報を掲載し続けるのが困難。</li> </ul>	<p>オンライン予約・決済システム</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>多様な決済手段が存在し、メリット・デメリットの理解が困難</li> <li>手数料がかかる：手数料がかかるため、小規模店舗の売上に対する影響が大きい。</li> <li>入金タイムラグ：現金と違い、決済代行会社からの入金が翌月/翌々月になるため、経営に対する影響が大きい。</li> </ul>	<p>デジタルサイネージ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>立地における制約がある</li> <li>情報の鮮度の低さ その時・その場所に適した鮮度の高い情報でないと、旅行者が興味を示さない。</li> </ul>	<p>デジタルマップ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>旅行者に利用されない</li> <li>利用者の多いサービスと組み合わせなければ、利用が進まない。</li> </ul>	<p>観光アプリ</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>利用シーンが限定的である</li> <li>地域が構築する観光アプリでは、当該観光地や1つの地域に限った観光情報のみが提供され、周辺の交通や飲食等の情報が少なく、旅行者のニーズや行動形態に適していないため、普及が進みにくい。</li> </ul>

旅行者の利便性向上・周遊促進に向けて重要な役割



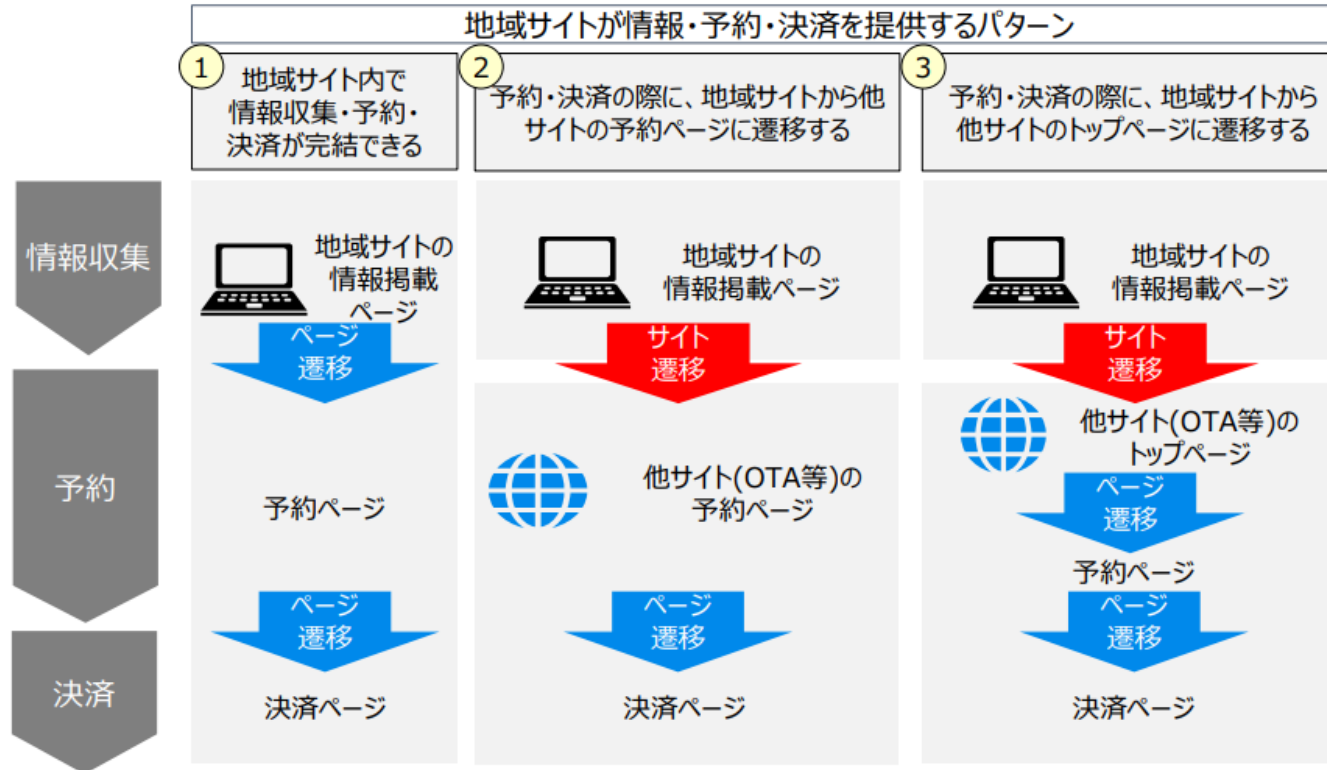
# 地域OTAとは

## (調査)地域サイトにおける情報収集・予約・決済のパターン

### 情報発信・予約・決済機能をシームレスに提供するサイトについて



I. 旅行者の利便性向上・周遊促進のKPI項目に定められている「地域全体を包括する情報発信・予約・決済機能をシームレスに提供するサイト」について、地域サイトがどのような状態であれば該当するか検討するため、地域サイトにおける情報発信・予約・決済の提供パターンを3種類洗い出し、ユーザー評価により比較を行なった。



# 地域OTAとは

## (答え)①地域サイト内で情報収集・予約・決済が完結

### 情報発信・予約・決済機能をシームレスに提供するサイトについて



ユーザー評価の結果、以下のパターン①②が「非常にスムーズであった」「スムーズであった」という回答が6割を超えているため、この2パターンが「シームレスに提供するサイト」に該当すると考えられる。

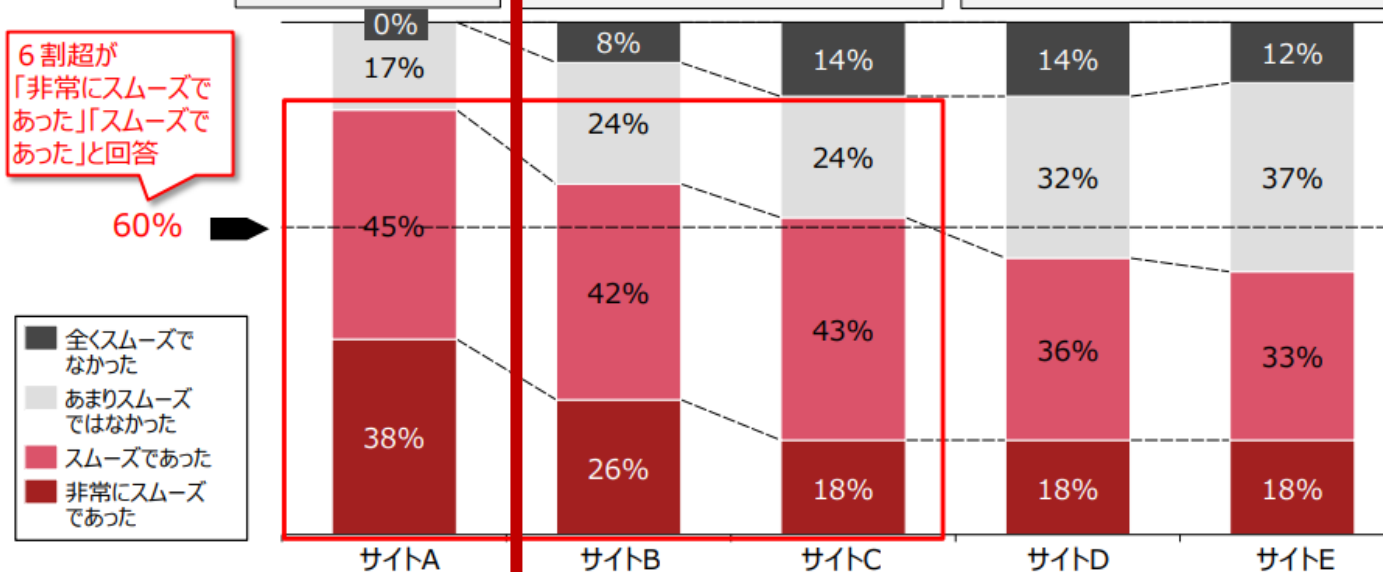
#### 【質問内容】

宿泊施設/アクティビティを検索・予約することについて、スムーズに体験できましたか？（単一選択。N=76）

※施設数が少ない、体験できる候補日が少ないなどの要素は除いてご回答ください

#### 地域サイトが情報・予約・決済を提供するパターン

- ① 地域サイト内で情報収集・予約・決済が完結できる
- ② 予約・決済の際に、地域サイトから他サイトの予約ページに遷移する
- ③ 予約・決済の際に、地域サイトから他サイトのトップページに遷移する



6割超が「非常にスムーズであった」「スムーズであった」と回答

60%


- 全くスムーズでなかった
- あまりスムーズではなかった
- スムーズであった
- 非常にスムーズであった

# 取組事例「地域OTA」

## 地域連携DMOが、域内事業者と連携し相互販売

Time Trip TSUGARU JP EN f ✉ 🚗

ツガルツナガル体験～青森津軽地域内おすすめ体験一覧～



伝統・歴史・文化 体験 観光情報

【前日予約可！】世界に一つだけのねぶた灯ろう作り体験

黒石市

予約する

伝統・歴史・文化 体験

弘南鉄道 車両基地見学・ラッセル車操作体験

平川市

予約する

伝統・歴史・文化 体験 自然・アウトドア

借りぐらしのアリエッティの聖地を巡るガイドツアー

平川市

予約する

写真の表示

### 弘前シードルダイニング

1. 利用人数



# 取組事例「地域OTA」

## 地域連携DMOが、域内事業者と連携し相互販売



### 【前日予約可！】剣山登山リフト利用オンラインチケット

剣山登山リフトのオンラインチケットです。リフトの道中では四季折々の剣山の景色も楽し...

金額 — 1,050円～  
所要時間 — 30分  
受付締切日 — 前日の12時まで

# アクティビティ # 自然

- 三好市
- 美馬市
- つるぎ町
- 剣山・奥祖谷周辺

予約する



おすすめ体験

### 【当日予約可！オンライン予約特別割引！】祖谷のかずら橋渡橋チケット【徳島・祖谷】

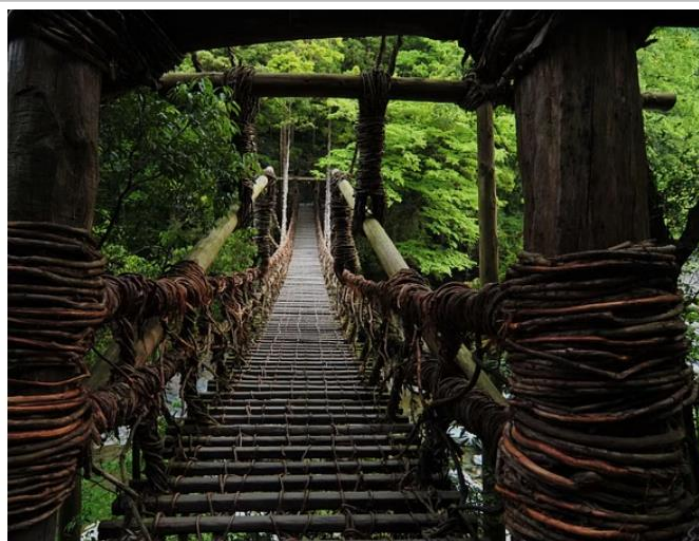
【オンライン予約特別割引！】大人550円→500円、小学生350円→320円。徳島...

金額 — 大人：500円、小学生320円  
所要時間 — 15分  
受付締切日 — 当日の15時まで

# 自然

- 大歩危・祖谷周辺
- 三好市

予約する



写真の表示

### 【オンライン予約特別割引！当日予約可】祖谷のかずら橋入場チケット【徳島・祖谷】

1. 利用人数

大人（中学生以上）

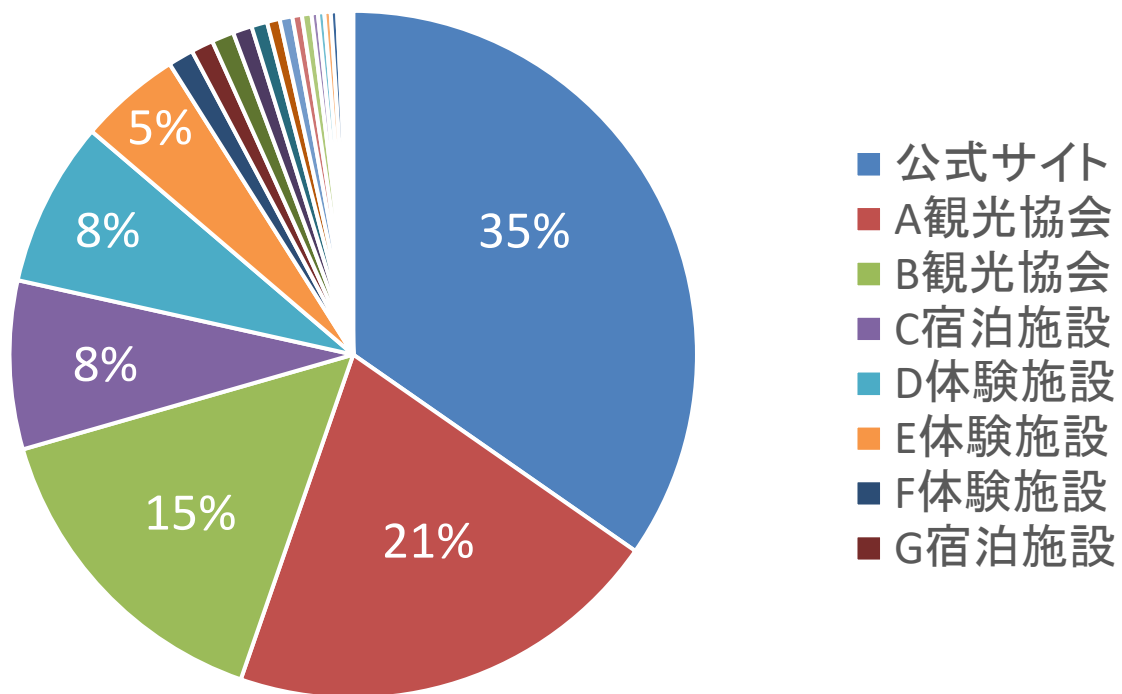
— 1 +



# 取組事例「地域OTA」

## 地域内の観光事業者間で流通（実績285%に）

販売チャネル別シェア



# デジタルツールの活用によって

地域一体となった販売にて、持続可能な地域づくりを実現





## 04. 予約管理の重要性



# 「マルチチャネル」の最大の課題は、予約在庫の管理

## 予約管理

### 【作業】

各OTAの管理画面にログイン  
当日の予約確認・印刷

※予約データの転記・突合

## 在庫管理

### 【作業】

各OTAの管理画面にログイン  
在庫の増減・クローズ

※オーバーストック回避のため  
予約枠・商品数・OTAの制限

## 顧客管理

### 【作業】

各OTAの管理画面にログイン  
顧客データの転記・突合

※別途顧客管理ソフトの導入

各OTA管理画面への都度ログインによる作業や、各種制限が発生

# 「マルチチャネル」の最大の課題は、予約在庫の管理

例) 9月26日実施の体験ツアーにおける「予約の管理」



各OTA管理画面へログイン → Excelダウンロード → 予約の転記・突合  
「作業の手間(業務負担)が大きく、人手が足りない」

# 「マルチチャネル」の最大の課題は、予約在庫の管理

例) 定員10名のガイドツアー販売における「在庫管理」

公式サイト

海外OTA

地域OTA

(A) 10枠

リクエスト予約

リクエスト予約

(B) 5枠

3枠

2枠

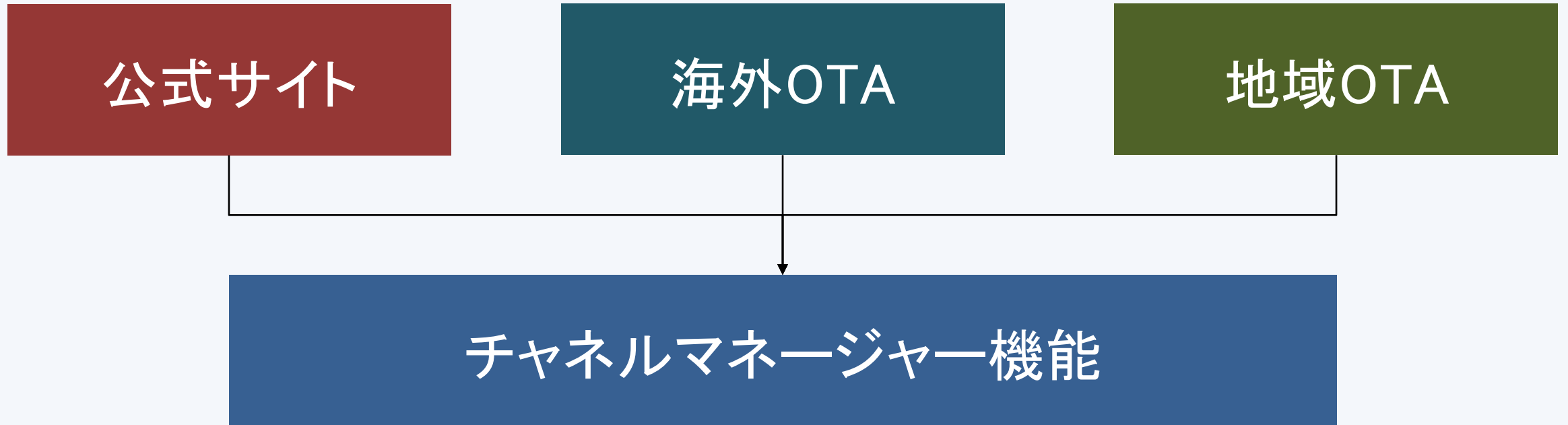
(C) 10枠

10枠

10枠

販売機会の損失、またはオーバーブッキングのリスク

# 予約在庫の一括管理システム 「チャンネルマネージャー(またはサイトコントローラー)」



予約在庫の一括管理で、  
業務の効率化・リスク回避・販売拡大を実現

# チャネルマネージャーの一例

「Bókun」は、約20社以上の海外OTAにおける予約在庫管理が可能



開始時刻	月曜日 22	火曜日 23
10:00	Tour & Activity — 0/10	Tour & Activity — 0/10
12:00	Tour & Activity — 0/10	Tour & Activity — 0/10
14:00	Tour & Activity — 0/10	Tour & Activity — 0/10

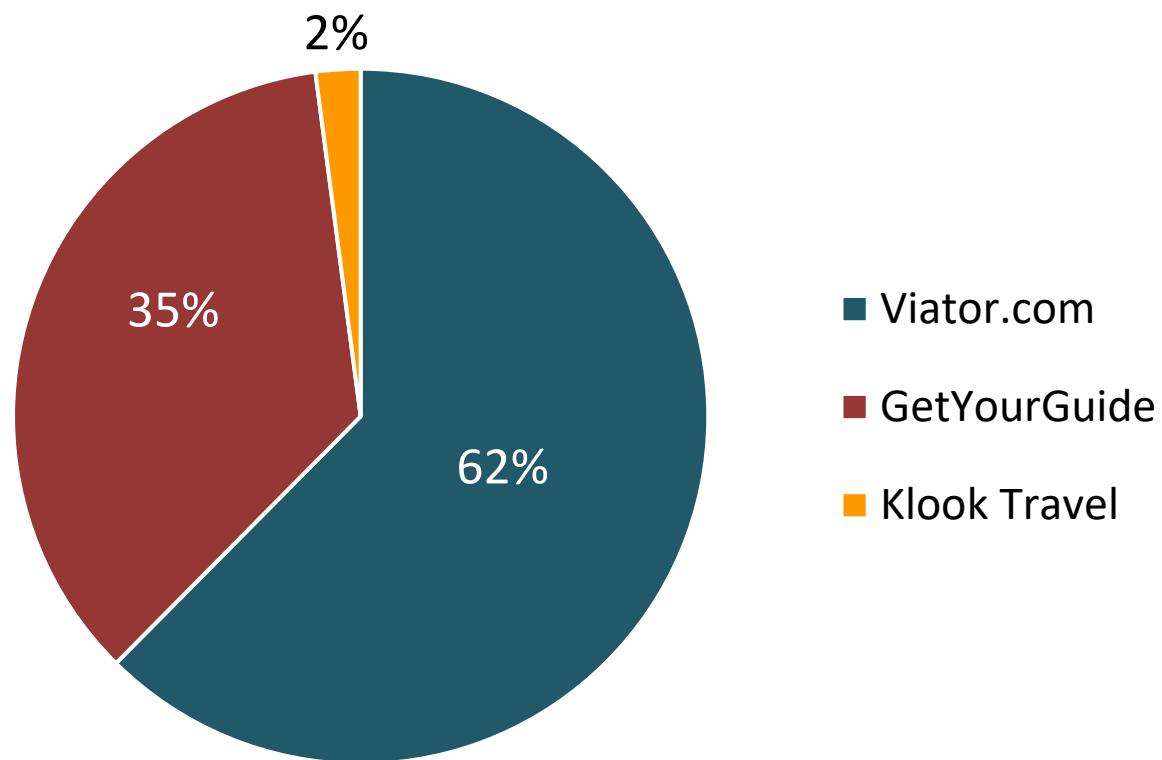
トリップアドバイザー社が運営するグローバルスタンダードなシステム  
(日本国内では、「JTB BÓKUN」として事業展開)



# 活用事例①ガイドツアー

## Viatorを中心に訪日インバウンド集客

販売チャネル別シェア



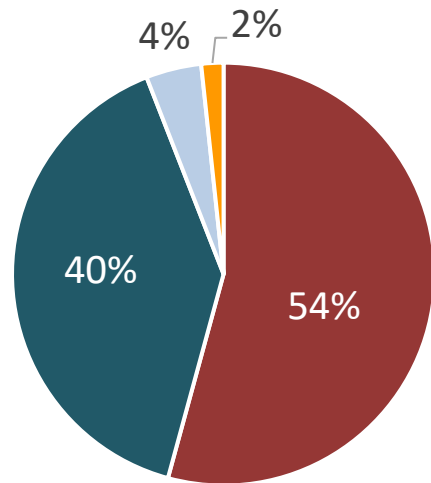
# 活用事例②旅行会社A/B

A社: GetYourGuideを中心に集客

B社: viatorだけでなく公式サイトも20%

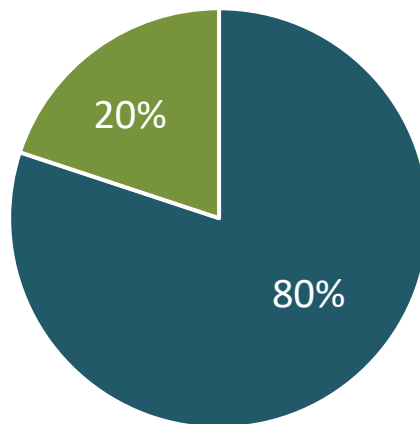


販売チャネル別シェア(A社)



■ GetYourGuide ■ Viator.com ■ Civitatis ■ Klook Travel

販売チャネル別シェア(B社)



■ Viator.com ■ 公式サイト

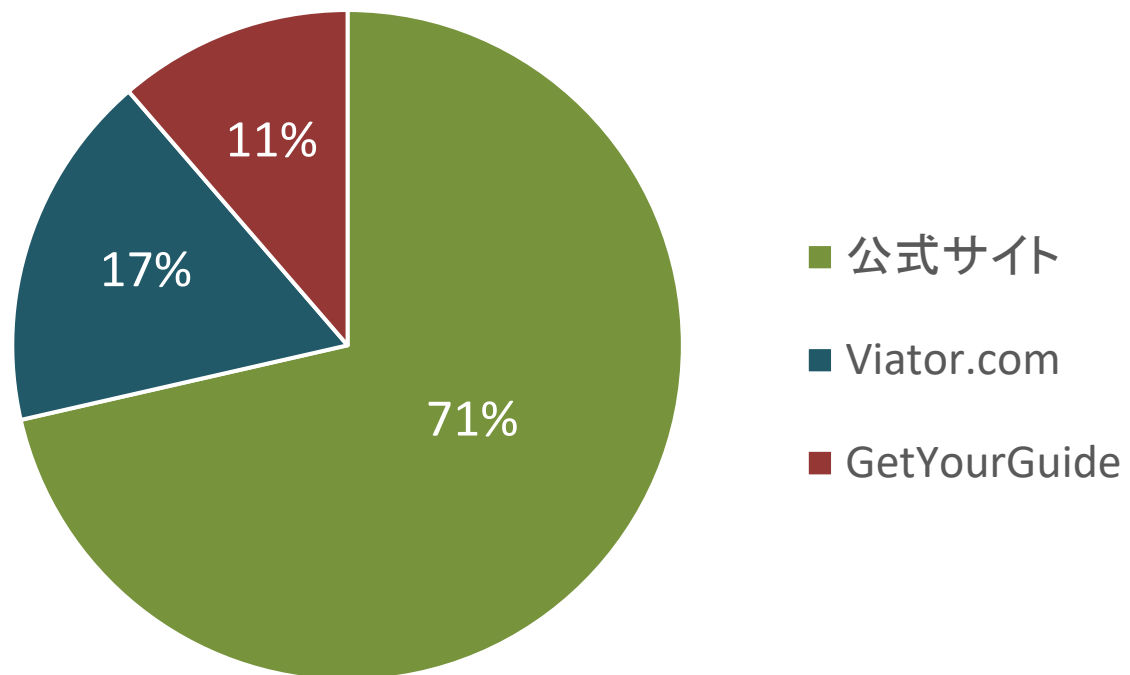




# 活用事例③文化体験

## 公式サイトを中心に、海外OTAでも集客

販売チャネル別シェア



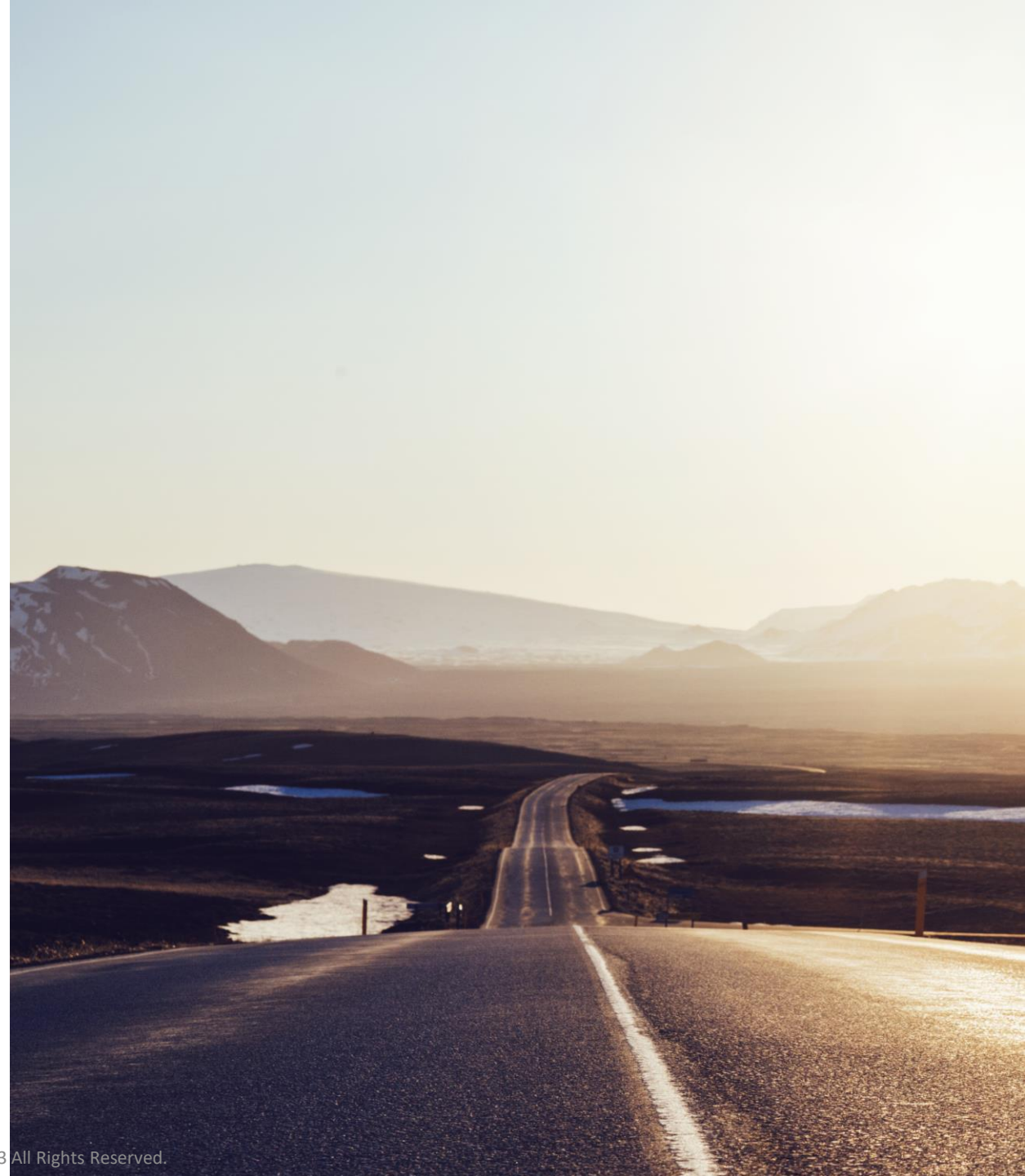
## 05. さいごに

デジタル化への遅れにより、  
皆様の地域が持つ魅力的なコンテンツが  
埋もれてはならない！

### 【ミッション】

着地型アクティビティ事業の革新を通じて  
地域の人や想い、価値をデジタルで繋ぎ、  
日本の地域をエンパワーメントする。

地域の想い、つながる





ご清聴ありがとうございました。

