



Press Release

報道用資料

2013年12月12日

ロイヤルティには予約手続きの満足度向上が鍵

2013年日本ホテル宿泊予約ウェブサイト顧客満足度調査

〈当資料の要約〉

- 宿泊予約ウェブサイトの顧客満足度は4年連続して低下。宿泊に関する情報と予約手続きに対する評価の低下に起因している。
- 顧客のリピート要因は、宿泊料金の安さだけでなく手続きの簡便さにもある。手続きの満足度を向上させることは顧客の囲い込みにつながる。
- 顧客満足度第1位は、2年連続で一休.com。全てのファクターでトップ評価を得た。

CS（顧客満足度）に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィック（本社：東京都港区、略称：J.D. パワー、代表取締役社長：鈴木 郁）は、2013年日本ホテル宿泊予約ウェブサイト顧客満足度調査の結果を発表した。

◆予約の経験価値を高めてリピーターを醸成◆

宿泊予約ウェブサイトの顧客満足度は、業界レベルで下落傾向にある。総合満足度水準は2010年から4年連続で低下しており、特に「宿泊に関する情報」と「予約／変更手続き」に対する満足度のスコアは、2010年からいずれも10ポイント以上低くなっている。「予約／変更手続き」ファクターは総合満足度に与える影響度が最も高く、なかでも“完了までにかかる時間”や“手続きの簡単さ”に対して毎年評価が下がっていることが、満足度水準低下の要因になっている。

今回の調査では、予約にかかる“時間”や“簡単さ”という予約手続きにおける満足度向上が重要であることが明らかになった。予約サイトを選定するうえで宿泊料金の安さは最も多く挙げられる要因ではあるが、それだけではロイヤルティの獲得は難しい。予約のしやすさを評価してサイトを選んだ顧客では、今後もそのサイトを“利用したい”という再利用意向は7割を超えて非常に高く、これは安さを決め手とした顧客の場合と比較すると10ポイント以上上回る結果となっている。

また、既にリピーターになっている顧客のロイヤルティと評価には、宿泊料金の安さよりも“予約のしやすさ”のほうが大きな影響を与えていることも分かった。ゆえに、顧客の囲い込みにつながるためには予約手続きの満足度を向上させることが肝心と考えられる。

顧客は実際の予約までに複数の予約サイトを比較する傾向が強い。すなわち、予約経験で満足度を高めることができなければ、次回は別のサイトに流れていく可能性もある。宿泊予約ウェブサイトは予約チャネルとして手軽さを“売り”にできるよう、手続きや操作性を見直して顧客満足度の低下を食い止め、リピーターを醸成していくことが大切だと言える。

◆一休.com が2年連続顧客満足度 第1位◆

ランキング対象となった7サイトのうち、一休.comが総合満足度スコア 720 ポイントで、2年連続第1位となった。一休.comは、全ファクターにおいてトップ評価を得た。

第2位となったのはじゃらん net (696 ポイント) で、第3位は楽天トラベル (677 ポイント) となった。

当調査は、国内ホテルの宿泊予約ウェブサイトに関する顧客満足度を測定するもので、今回で6回目の実施となる。J.D. パワーが実施した「2013年日本ホテル宿泊客満足度調査」の調査対象者のうち、宿泊予約ウェブサイトでの宿泊予約を行った者が、当調査の対象者となった。2013年8月にインターネット調査を実施し、11,971人から回答を得た。

顧客満足度の測定にあたっては、3つのファクター（要素）を設定し評価を得ている。3つのファクターは、総合満足度に対する影響度が高い順に、「予約／変更手続き（49%）」、「宿泊に関する情報（27%）」、「サイトの使い勝手（25%）」である（カッコ内は総合満足度に対する影響度）。顧客満足度スコアは、これらの各ファクターに関連する評価項目に対する顧客の評価を基に、算出されている（1,000ポイント満点）。

※J.D. パワーが結果を発表する調査はすべて J.D. パワーが第三者機関として自主企画により実施したものです。

<株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社は米国 J.D. パワーの日本を含むアジア地域でのビジネスの拠点として 1990 年に設立された。自動車業界を始め通信、IT、金融、保険、トラベルなど様々な業界において顧客満足に関する調査やコンサルティングを実施している。尚、J.D. パワーではシンガポール、北京、上海、バンコクに拠点をもち、日本、オーストラリア、中国、インド、インドネシア、マレーシア、フィリピン、台湾、タイ、ベトナムで調査を実施している。会社概要や提供サービスなどの詳細は当社ウェブサイト <http://japan.jdpower.com> まで。

<J.D. パワーについて>

マグロウヒル・フィナンシャルの一部門である J.D. パワー（本社：米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ）は、パフォーマンス改善、ソーシャル・メディア、顧客満足に関するインサイトとソリューションを提供している国際的なマーケティング情報サービス企業である。数百万人の消費者からの回答をもとに品質や顧客満足度に関する調査を毎年行なっている。

<マグロウヒル・フィナンシャルについて>

マグロウヒル・フィナンシャル（NYSE：MHP）は国際的な金融並びに商品市場に対する信用格付、ベンチマーク、情報・分析サービスを提供する事業を行う金融情報サービス企業である。主なブランドはスタンダード&プアーズ レーティングサービス、S&P Capital IQ、S&P ダウ・ジョーンズ・インデックス、プラッツ、クリシル、J.D. パワー、マグロウヒル・コンストラクションである。世界 27 カ国に約 17,000 人の従業員を有する。詳細はウェブサイト www.mhfi.com まで。

<当調査に関するお問い合わせ先>

(株) J.D. パワー アジア・パシフィック

コーポレート コミュニケーション

住 所： 東京都港区虎ノ門 5-1-5 虎ノ門 45MT ビル (〒105-0001)

電 話： 03-4550-8060

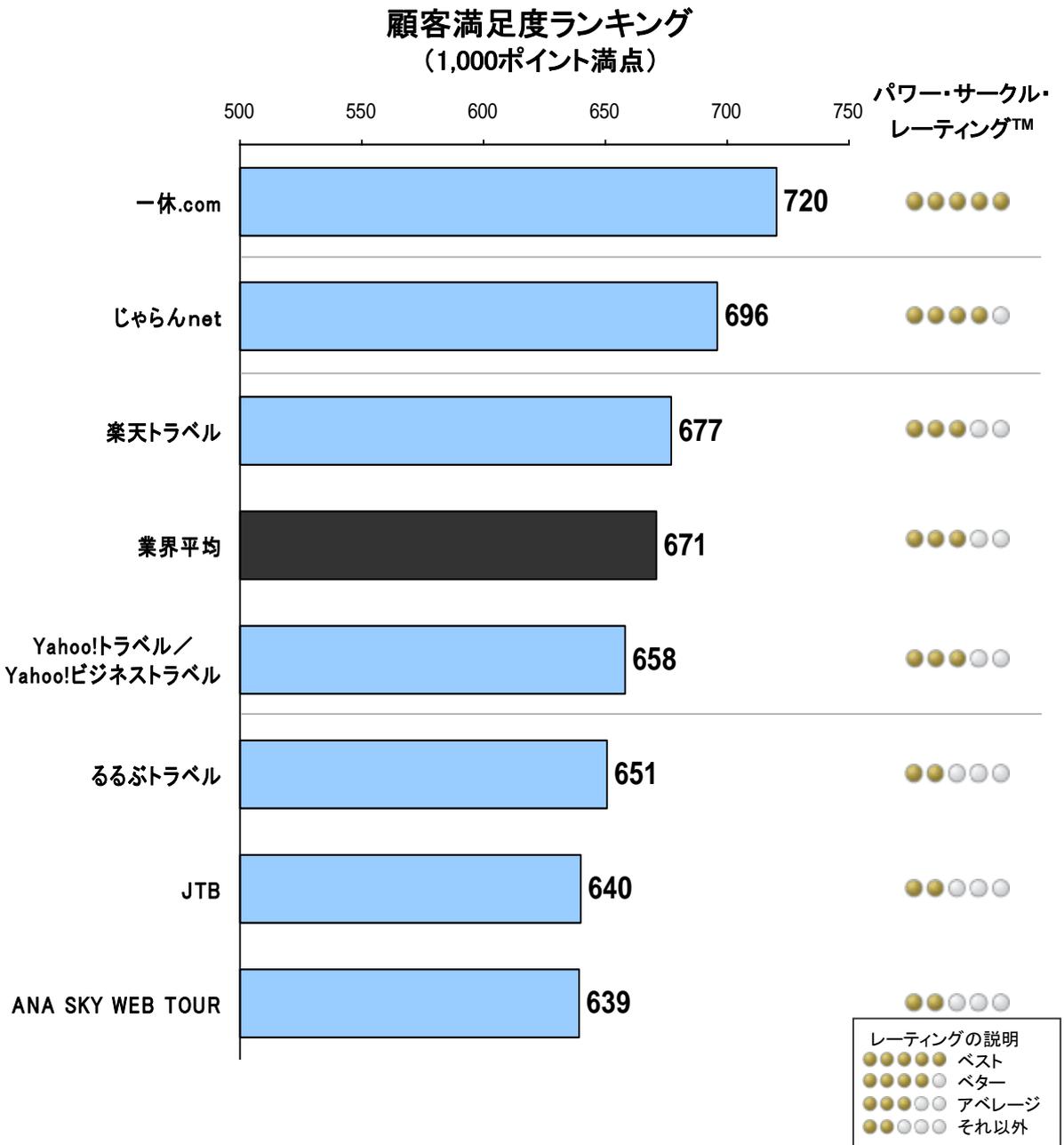
F A X： 03-4550-8152

e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<ご注意>

本紙は報道用資料です。(株)J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く本資料に掲載されている情報および結果を広告または販促活動に転用することを禁止します。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本ホテル宿泊予約ウェブサイト顧客満足度調査SM



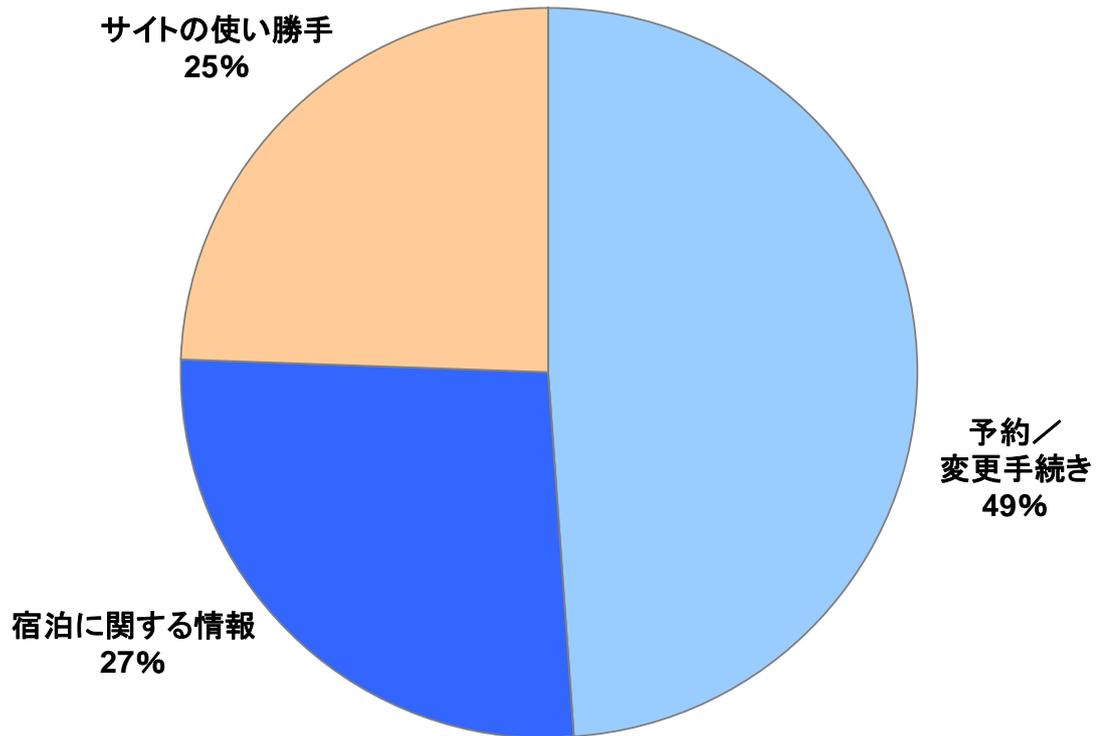
注) H.I.S.、オズモール、近畿日本ツーリスト、JR東海ツアーズ、JAL/JAL eトラベルプラザ、日本旅行、阪急交通社、ベストリザーブ・宿ぶらざ、ゆこゆこネットは少数サンプルのためランキングには含まれていません。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本ホテル宿泊予約ウェブサイト顧客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。
 報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本ホテル宿泊予約ウェブサイト顧客満足度調査SM) を明記して下さい。
 パワー・サークル・レーティングTMはJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。
 詳しくは<http://japanjdpower.com/ratings/>へ。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本ホテル宿泊予約ウェブサイト顧客満足度調査SM

総合満足度を構成するファクター



注)各パーセント値は端数処理されているため、合計が100にならないことがあります。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本ホテル宿泊予約ウェブサイト顧客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典 (J.D. パワー アジア・パシフィック 2013年日本ホテル宿泊予約ウェブサイト顧客満足度調査SM) を明記して下さい。