# 記念の年迎え各種施策を実施

## 楽天20周年、楽天トラベルサービス15周年

旅行予約サイト「楽天トラベル」を運営する楽天（東京都世田谷区）は今年、会社設立20周年、楽天トラベルサービス開始15周年を迎えた。三木谷浩史会長兼社長が「REBORNの年」とも位置付ける重要な年に際し、楽天トラベルでも事業展開の重要なパートナーである宿泊施設を支援するさまざまな施策を実施する。トラベル事業を統括する山本考伸氏に、今後のトラベル事業の方針と宿泊施設に対する支援策について紙上インタビュー形式で語ってもらった。

### カード決済は予約時支払い キャンセル料徴収を万全に

**――2016年にやるべきことは何か。**

「特に顧客満足度、それを実現するためのサービス品質を上げていくというところに注力する。宿泊サービスの品質を改善するためにどのようなことをやっていくか。ノーショウや直前キャンセルを減らしていく、キャンセル料が発生した時にどのようにお客さまに伝えていけばよいか、さらにどのように宿泊施設さまと予約者さまをサポートしていくのかの3点だ」

**――具体的なノーショウ、直前キャンセルの対策は。**

「予約をした方にしっかりと、チェックインの7日前と前日にメールをお送りする。また、楽天会員ではないお客さまに対しては、予約時にメールアドレスの認証を行うことで『予約を忘れてしまった』ということをどんどん減らすというアクションを取っている」

**――キャンセル料の取り扱いに対して変更するとのことだが。**

「楽天トラベルサイト上で、クレジットカードを使って予約されたお客さまの場合、キャンセル時にペナルティーが発生するタイミングで、キャンセル料を宿泊施設に代行して楽天トラベルが預かり、施設さまにお渡しする。現地払いの場合、キャンセル時にペナルティー対象になっているのに『キャンセル料がかかります』というメッセージだけでなく、キャンセル料を施設さまにお支払いいただける仕組みの機能を今期中にリリースする予定だ」

「オンラインカード決済のサービスは、旅行予約時にお支払いいただくのと、チェックアウト後にお支払いいただくという二種類を平行しているため、予約がより分かりやすくするため、予約のタイミングで一旦お支払いいただくことに統一する。キャンセルした時は、その分からキャンセル料の取り扱いをさせていただくというサービスに変更する予定だ」

**――お客さまや施設へのサポート体制については。**

「ウェブサービスでありながらも電話でコミュニケーションがとれるサービスを目指している。施設さま向けの電話サポートは午前9時～午後9時まで行っている。お客さまには24時間電話ができる形を予定している」

**――サービス品質改善のアクションは多くの宿泊施設の意見をフィードバックした提案も重要になってくる。**

「小規模ではあるが、宿泊施設との意見交換会『楽天トラベルサミット』を作る。『今後どのようなサービスを展開していけばいいか』『足元でどのようなことをしていこうと考えているか。

「よりたくさんのお客さまに『旅行に行きたいな』と思ってもらうこと。旅行したくなるコンテンツをどれだけ作って世の中に広めることができるのか、オンラインやテレビ、ソーシャルメディアに広げていくことこそが、旅行業全体を盛り上げることになると思う」

今年の楽天トラベルキーワード〝Best Matching〟

### 旅行したくなるコンテンツ制作拡散して需要生み出す

**――それを示すデータは。**

「楽天トラベルのサイトで旅館・ホテルをご予約いただくと、『お客さまの声』という形で口コミ（レビュー）を投稿することができる。投稿時には5段階で満足度評価を付けていただいている。評価レベル別に、各お客さまのその後1年間の宿泊予約動向を分析したところ、1点または2点を付けた方は、3点以上を付けて『まあ満足したよ』と言う方に比べて、次の宿泊予約をしていただける確率が3割ほど低かった。1～2点の『あんまり良くなかったなあ』という口コミは、評価された旅館・ホテル単体の問題ではなく、楽天トラベル自体の評価にもつながっている。満足度を高め、リピートして旅行していただくためにも、お客さまと施設さまをいかに『ベストマッチング』させるかが私たちの使命だと考えている」

**――今年、さらに今後3年4年かけてどのようなことをしていこうと考えているか。**

「よりたくさんのお客さまに『旅行に行きたいな』と思ってもらうこと。旅行したくなるコンテンツをどれだけ作って世の中に広めることができるのか、オンラインやテレビ、ソーシャルメディアに広げていくことこそが、旅行業全体を盛り上げることになると思う」

### 宿泊施設さまの情報把握し旅行者とのマッチング実現

**――ベストマッチングについてはどうお考えか。**

「旅行に行きたいという気分になっていただいたお客さまに、しっかりと旅行していただくこと、それを実現するのが（旅行者と施設との）マッチング。マッチングを実現するために、宿泊施設さまの情報をしっかりとつかんでいるということが、私たちの大きなミッションだと思っている」

**――旅行需要喚起につながるコンテンツ作りにも力を入れている。**

「旅行したくなるコンテンツ作り、例えば『ペットと泊まれる宿人気ランキング』を発表することで、普段ペットと住む方が『どこかのんびりできるところへ行きたいな』と思うようなコンテンツを作って世の中に発信することをやっていく。例えば『朝ごはんフェスティバル®』は、各地のおいしいものを、旬なものをその場で食べることが旅行の醍醐味、ならば一番おいしい朝ごはんを探してみようという企画で始まった。テレビなどで放映され人気の企画になっている」

「インターネットだけではなくラジオも（企画がある）。旅行中に音楽を聴くことがよくあるが、旅行と音楽どういうつながりがあるのかという『旅と音楽』をテーマにしたラジオ番組を自社制作し、需要喚起をしている」

「近年はコンテンツ展開の良い時代になった。良いコンテンツさえできれば拡散していく。楽天トラベルのサイトで、フェイスブックやインスタグラムといったソーシャルメディア経由のサイト流入を調べた。15年は14年に比べて2倍まで増えている。今後増えて、すぐには予約しないが『旅行に行きたいな』との需要を作っていきたい」

**――今年、ふるさと旅行券を使用した旅行は、81%が県外からの旅行だった。県外からの誘客にもしっかり対応しているというデータになっている**

「旅行のデータをみると、誰がどこに行ったのか、満足度がどうだったのかというものが出ている。結果として、お客さまに合わせたクーポンやプロモーションを提案していくことができるようになる。高級なワインに目がないお客さまに対して、ワイナリーでワインを飲みながら宿泊できるような宿はどうなのかみたいな。これは実際、楽天市場でマッチングして親和性が高いということを確かめた上で、それをプロモーションさせていただいた」

**――予約をいただいたお客さまをリピーターにしていくことが重要だ。**

「私たちは、予約サイトでありながら、電話でいつでもつながる安心感を意識している。宿泊後に『あまりよくなかったな』として、1、2という星を付けられたお客さまの声は大事だ。『今後どのようにすればもう一回旅行にいってくれますか』とのフォローアップ、改善につなげていく。その内容は、楽天トラベルへの改善提案のケースもあるし、宿泊施設の皆さまに対する改善メッセージになっているものもある。このような点は担当営業からしっかりと共有させていただく」

「繰り返しになるが、お客さまサポートのため予約者専用電話窓口を4月から強化する。24時間365日、日本語で対応する。外国人予約者に英語、中国語、韓国語で平日午前9時～午後6時に対応する専用電話を設置する」

**――最後に宿泊施設の皆さんにメッセージを。**

「より多くのお客さまに旅行に行っていただきたいと思い、最高のお宿を紹介し、さらにしっかりとサービスしていくこと。ベストマッチングを通して、楽天トラベルは今後の旅行業界をさらに盛り上げていきたいと思っている」

## インバウンド対策にも全力

楽天は、積極的にグローバル展開を進めている企業グループだが、トラベル事業もインバウンド（訪日外国人旅行客）受け入れを強化している。

楽天トラベルでは、急増するインバウンド客の宿泊需要を契約宿泊施設に着実に誘導するため、各種施策を行っている。

### 7言語10サイト きめ細かく展開

現在、インバウンドへの対応範囲は、英語、中国語簡体字、中国語繁体字、韓国語、タイ語、フランス語、インドネシア語の7言語。英語サイトは米国、イギリス、マレーシア向けのサイトがそれぞれある。中国語繁体字も台湾向けと香港向けで分けており、サイト数では合計10ドメインを展開。言語別だけでなく、国・地域別にもきめの細かい誘客プロモーションをかけている。

### キャンペーンを台湾向けに開催

インバウンドのプロモーションでは、楽天グループが展開する海外サービスとのID、ポイント連携が威力を発揮する。

例えば、楽天トラベル台湾版で日本への旅行を予約してためたポイントを、台湾楽天市場でのショッピングにも使えるようになった。

さらに、楽天トラベル台湾版では、旅行予約でポイントを通常の10倍付与するキャンペーンを期間限定で行っている。台湾のECサイトでは大手の一角を占める台湾楽天市場でも利用できるポイントがたまるとあって、滑り出しから好調だという。

台湾向けポイント10倍キャンペーンページ（左）と北海道エリアページ

### 宿泊施設へのサポートを強化

楽天トラベルの契約宿泊施設数は約3万軒。そのうちインバウンド客向けの販売に参画している宿泊施設は約1万8千軒。約40%がまだ訪日外国人客の受け入れに手つかずの状態だ。管理画面の「インバウンド販売を行う」の項目一カ所にチェックマークを入れるだけですぐに始められるのだが、言葉や習慣の問題を気にして二の足を踏んでいる施設も多いようだ。

このため同社では、さまざまなサポート体制でインバウンド受け入れに取り組む契約宿泊施設を支援している。現場で最も汎用性が高い言語である英語、中国語繁体字、中国語簡体字（韓国語の4言語で「接客会話集」を作成。簡単なものだが、館内案内など必要最低限のシーンが網羅されている。管理画面からダウンロードできるほか、ワードファイルでの配布も行っている。

全旅連青年部の協力で「温泉の入り方動画（中国語繁体字）」も制作。楽天トラベルのインバウンド事業に所属する外国籍スタッフが中国人の視点で制作に当たり、温泉、大浴場の使い方、注意点を分かりやすく紹介している（ユーチューブ楽天トラベルチャンネルの動画コーナーから閲覧が可能）。

宿泊プラン名を外国語でもわかりやすく表現できるように、言語翻訳サポートも提供している。

今年4月から開始する「予約者向けサポート」では、24時間365日国内サイトでの日本語対応の予約者専用電話窓口を開設するが、同時に「海外ユーザー予約者専用電話窓口」も設置する。平日午前9時～午後6時に英語、中国語、韓国語で対応を始める予定。楽天トラベル本体に外国語対応を行う窓口をつくることで、宿泊施設の現場への負担を和らげる効果も狙っている。

自治体連携した、海外への観光情報発信にも取り組んでおり、地域観光資源を紹介する外国語コンテンツページを制作し、楽天トラベルのサイトで公開した。多言語の観光情報ページも週に一度の頻度で新コンテンツをリリースして日本への旅行のきっかけ作りを行う。

### 全国津々浦々に訪日客を送客へ

「ゴールデンルートや大都市だけでなく、全国津々浦々の観光地にインバウンド宿泊客をご紹介していく」。インバウンド&マルチカントリー楽天トラベル推進部インバウンド営業グループの吉崎弘記マネージャーはこう強調する。

楽天トラベルと大手外資系OTAとの違いは、アジアからのインバウンドに強いこと、日本中に契約宿泊施設を持っていること。観光・インバウンドを軸にした地方創生のプレーヤーとしての役割が期待されている。

## 外国語対応の電話窓口を設置

楽天トラベル

おもてなしプラットフォーム、世界へ。

宿泊プランの多言語化、無料サポート実施中

Rakuten Travel

| | |
|---|---|
| 英語 | travel.rakuten.com |
| 韓国語 | travel.rakuten.co.kr |
| 中国語繁体字（台湾） | travel.rakuten.com.tw |
| 中国語繁体字（香港） | travel.rakuten.com.hk |
| 中国語簡体字 | travel.rakuten.cn |
| タイ語 | travel.rakuten.co.th |
| 英語（シンガポール） | travel.rakuten.com.sg |
| 英語（マレーシア） | travel.rakuten.com.my |
| インドネシア語 | travel.rakuten.co.id |
| フランス語 | travel.rakuten.fr |

お問い合わせ:050-5817-8959（楽天トラベル インバウンド営業グループ）