

## ネット予約 元年到来!

# 「宿泊」「交通」に続く、次なる領域とは？ 遊び・体験の潜在力

インターネットの普及により、大きく変化する旅行者の消費行動。宿泊や交通のオンライン予約はすでに常識だが、現地での体験型観光はどうか。ようやく動き始めた体験型観光オンライン予約の現在地と未来を探る。

### 2015年は体験型観光の ネット予約元年になるか

総務省が発表した『平成27年版 情報通信白書』によると、メディアを使った情報収集活動のうちインターネットが占める割合は2000年時点で1・7%だったものが、2012年時点では29・6%と、ここ10数年で飛躍的に増加している。もちろん、観光産業においてもインターネットの存在感は増すばかり。宿泊やツアー、交通のオンライン予約は、すでに多くの旅行者にとって当たり前。前の消費行動といえるほど定着した。



上/この夏の人気アクティビティのトップとなった、群馬県みなかみ町のラフティング 右下/みなかみ町では、ラフティングのほかにもハイドロスピードやキャニオニングなども盛ん 左下/SUP (スタンド・アップ・パドル) など、注目のアクティビティにも人気が集まった

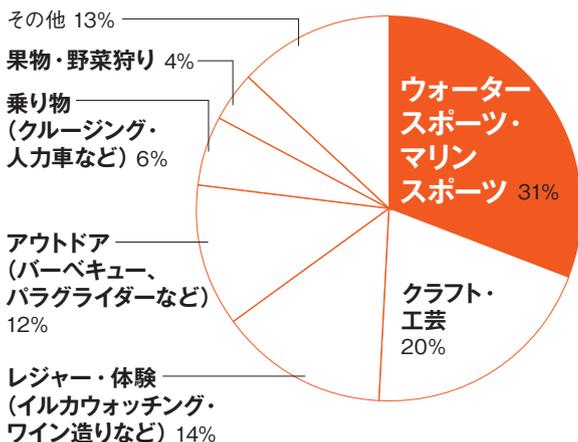


2015年7月にスタートした「じゅらんnet」の着地型観光サービス「遊び・体験予約」

そして今、観光業界における新たなネット予約領域として注目されているのが現地での体験型観光だ。これまで、電話や各事業者のサイトなどを通じた予約が一般的だったが、2015年5月2日の日本経済新聞で「体験型観光もネット一括予約」という記事が掲載されたように、大手旅行会社や旅行サイト各社が、旅行先での体験型観光のネット販売を強化。たとえば「じゅらんnet」がこの夏に「遊び・体験予約」サービスを開始するなど、2015年は、まさに「体験型観光のネット予約元年」といえるのだ。

では、体験型観光のネット予約の普及には、どのようなメリットがあるのか。まず、消費者にとっては、アクティビティを一覧で比較したり、興味のある土地や分野に紐づけて検索したりできることが利点。クチコミを通じて、地域の思いがけない魅力に気付くこともあるだろう。また、

## じゃらんnet『遊び・体験予約』 アクティビティ分野別シェア



2015年7月～9月の実施件数を「アクティビティの分野別」に集計した。

## ランキング分析

### 1 ウォータースポーツや食にまつわる アクティビティなど 季節感を反映したランキングに

2015年7月から9月までの実施件数をもとにランキングを作成しているため、ラフティングやスキューバダイビング、カヌー・カヤックなどの夏場に人気のウォータースポーツが数多くランクインした。一方、バーベキューやぶどう狩りなど、食にまつわる体験も上位に複数登場。日帰り利用が意外に多いことも注目したいポイントだ。

### 2 人気観光地はやはり盤石 しかし、オンリーワンの魅力を持つ アクティビティも躍進する。

地域別に見ると、沖縄や北海道、伊豆などの、人気観光地がやはり強い。一方で、水上のラフティングはもちろん、勝沼のぶどう狩りやワイン造りなど「その土地ならではの」のアクティビティも人気。天草や島原のイルカウォッチングツアーや知床の観光船など、「動物」と合わせるレアな自然体験にも予約が集中した。

### 3 アウトドアアクティビティだけでなく インドア系の体験も 高いシェアを実現。

アクティビティの分野別にみると、やはり「ウォータースポーツ・マリンスポーツ」がトップ。一方、陶芸体験やガラス制作体験などの「クラフト・工芸」も20%と高いシェアを実現した。各アクティビティを事業者別に見ると、予約件数の多い施設は、写真点数が多く、クチコミ評価が高い事業者が多い傾向にあった。

## じゃらんnet『遊び・体験予約』 人気ランキングTOP30 (アクティビティ×エリア)

順位	アクティビティ×エリア
1	ラフティング×水上・月夜野・猿ヶ京・法師
2	スキューバダイビング×那覇
3	イルカウォッチング×天草
4	ラフティング×ニセコ・ルスツ
5	離島ツアー×沖縄離島
6	バーベキュー×大阪南部(堺・岸和田・関西空港)
7	スキューバダイビング×沖縄西海岸・東海岸
8	クルージング×小樽・キロロ・積丹
9	シュノーケリング×沖縄西海岸・東海岸
10	スキューバダイビング×伊豆高原
11	スキューバダイビング×沖縄離島
12	イルカウォッチング×島原・雲仙・小浜
13	カヌー・カヤック×高松・東讃
14	クルージング×大津
15	ラフティング×秩父・長瀬
16	ぶどう狩り×石和・勝沼・塩山
17	パラグライダー・パラセーリング×阿蘇
18	自然体験×網走・北見・知床
19	陶芸体験×伊豆高原
20	シュノーケリング×伊豆高原
21	カヌー・カヤック×裏磐梯・磐梯高原
22	カヌー・カヤック×沖縄離島
23	ラフティング×白馬・小谷
24	その他レジャー・体験×網走・北見・知床
25	ワイン作り×石和・勝沼・塩山
26	カヌー・カヤック×本部・名護・国頭
27	陶芸体験×湯布院
28	バーベキュー×神戸・有馬・明石
29	川下り・ライン下り×伊那・駒ヶ根・飯田・昼神
30	パラグライダー・パラセーリング×那須・板室

2015年7月～9月の実施件数を「アクティビティの内容」と「エリア」のふたつの軸で計算し、ランキングを作成した。

夜中や移動中など、いつでもどこでも手軽に予約できることも利点だ。一方、事業者サイドはウェブサイトを通じた魅力の発信やニーズの掘り起こしのほか、予約受け付けや顧客管理の人的コスト削減などが挙げられる。事前決裁などが可能になれば、直前キャンセルによる損失を軽減させることもできるはずだ。

地域観光資源の活用や消費者志向の多様化が進むなか、いわゆる体験型観光へのニーズは年ごとに存在を増している。「地域ならではの遊び・体験」×「ネットの利便性」は、現地消費促進による地域活性化を加速させる起爆剤のひとつになり得るのではないだろうか。

# 全国の事業者が感じる ネット予約時代への手応えと課題

ラフティングやぶどう狩り、SUP、バーベキュー……など、2015年7月にサービスが始まった「じゃらんnet」の『遊び・体験予約』で人気を博した多彩な事業者に、ネット予約の手応えを取材した。

## 事例

### 1 単純な価格比較ではなく 体験内容やクチコミを参考に 予約するユーザーが多数

前ページの人気ランキングトップ30で、見事1位に輝いた水上・月夜野・猿ヶ京・法師エリアのラフティング。日本屈指のラフティングフィールドとして名高いこのエリアでは、数多くの事業者が多彩なツアーを展開する。なかでも、『遊び・体験予約』を

通じてひととき多くの予約を集めたのが、群馬県みなかみ町の「カッパCLUB」だ。スタートしたばかりの『遊び・体験予約』を利用した手応えとは？

「これまででもほかのネット予約サービスを使ったことはあったのです



雪解け水の流れ込み川の水量が増す4月～6月頃は、大迫力の時期



利根川を下るスリル満点のラフティングは、夏の定番ツアーとして人気

が、『カッパCLUB』のアクティビティは内容が充実している分、他社に比べて少し高額。そのため、価格の一覧で並んでしまうサイトではそれほど予約が集まりませんでした。一方、『遊び・体験予約』はサイトの設計上、価格よりも体験内容や写真、クチコミを参考にしてもらえるので、『多少高くてもこのツアーを体験したい』と思って予約してくださったお客様が多かったのが印象的。前日・当日の予約は、電話がほとんどですが、この夏の『遊び・体験予約』経由での予約数は予想以上でした（カッパCLUB小橋千里さん）。

#### 同社の『遊び・体験予約』

上でのクチコミ評価は5点満点中4・8（11月3日時点）。また、臨場感のあるアクティビティの写真が多数掲載されており、数ある事業者のなかでも「どんな体験ができるのか」を想像しやすかった点が、多くの

ユーザーの心を掴んだようだ。

「受付の事務スタッフが『遊び・体験予約』のページの運用と管理をしていたのですが、使い勝手の良い管理画面が好評でした。新規プランを作りやすいことも、ポイント。今後は、ラフティングだけでなくバックラフトなどの新たなアクティビティツアーも充実していく予定です」

新たなプランが生まれ、そこにまたクチコミや写真が加えられていく。こうして少しずつ集積した情報が、ここにしかない魅力となつて、さらに多くの新規ファンを生んでいくのかもしれない。



#### カッパCLUB

群馬県みなかみ町

夏場にはラフティングやキャニオニングなどのウォータースポーツを展開。冬場にはスノーシューツアーなどのスノーアクティビティを手掛けている。

☎0278-72-1372

群馬県利根郡みなかみ町寺間18

## 事例

### 2 サイトへの露出で集客アップ！ 未来のリピーターを多く獲得

山梨県甲州市勝沼町の「辻豊玉園」は、有機栽培の美味しいぶどうと家庭的なもてなしが魅力のぶどう園。ゲストの多くは古くから通うリピーター



ビオーネや巨峰など、季節によって様々な品種のぶどうを味わえる



売店で味見してから、好きな品種のぶどう狩りを楽しめることも同園の魅力だ

ターで、20年、30年毎年のように訪れる人もいるという。「うちのお客さんは電話予約と飛び込みの方がほとんどなんです。た

だ、旅行者の消費スタイルが変化していくなかで『一度、ネット予約をやってみよう』という思いもあったので、『遊び・体験予約』を試してみようことにしました。もともと『じゃん』というブランドによる宣伝効果にも期待していましたが、ワンシーズンやってみたら、予想以上の集客。若い方が多かったのも印象的でした（辻豊玉園・数野幸次さん）。ぶどうの種類が多さや新鮮さはもちろん、刺身こんにゃくのサービスなど、リピーターを惹きつけるさまざまな魅



#### 辻豊玉園

山梨県甲州市

ぶどうの名産地勝沼町で、古くから営業するぶどう園。ぶどう狩りやぶどうの食べ放題のほか、バーベキューなども楽しめる。

☎0553-44-1014

山梨県甲州市勝沼町上岩崎286

力を持つぶどう園だけに「一度来てもらえれば、きつとりリピーターになってくれるから」と数野さんは笑う。ネット予約で新たな顧客層を開拓できたことが、この夏の収穫だったようだ。

## 事例

### 3 新規アクティビティを通じて地域の魅力を高める

人気急上昇中のアウトドアアクティビティ「SUP（スタンド・アップ・パドル）」。三重県大台町の「Verde大台町観光協会アウトドアプログラム」では、今年7月から地元清流・宮川をフィールドにした「SUP」の初心者向けレッスンをスタートした。

「SUP」プログラムを始めるタイミングで『遊び・体験予約』のサービスがスタートしたので、サイトを通じて宣伝効果に期待して参画し

ました。予約件数としては公式サイトからの予約フォームや電話予約のお客様が多いですが、『遊び・体験予約』に登録したことでも、インターネットの検索結果の上位に表示されるようになったこともあり、PR面での手応えは感じています（Verde大台町観光協会アウトドアプロ



#### Verde大台町観光協会 アウトドアプログラム

三重県大台町

SUPレッスンのほかにも熊野古道ウォーキングやトレッキングなど、地元の観光資源を活かしたアウトドアイベントを多数開催している。

☎0598-84-1050

三重県多気郡大台町佐原663-1

ラム・野田綾子さん）。同協会では、SUPを初めとするアウトドアプログラムを通じて、地域の魅力を発信。体験だけでなく、他の施設への立ち寄り効果や宿泊増加などの効果も見込んでいるという。



SUPの魅力よりわかりやすく伝えるため、写真はプロのカメラマンに依頼したという

## 事例

## 4

## ネット経由での予約シェアは20%程度まで伸びると予測

東京や大阪近郊のバーベキューに多くの予約が集まったことも、この夏の『遊び・体験予約』の特徴のひとつ。日帰り旅行や一泊旅行などの際に、気軽にアウトドア気分を楽しめることが好評を得た要因だ。大阪府岸和田市の「牛滝温泉いよやかの郷」が展開する「道具一切不要！お手軽BBQ」も、人気BBQプランのひとつだ。

「ハイシーズンとなる8月、9月には『遊び・体験予約』を通じた予約

が全体の10%ほどになりました。今後、ネット予約が定着していけば20%程度にまで増えるのではないかと見込んでいます」（牛滝温泉いよやかの郷・小林鍛さん）。

ネット予約の利用者は比較的年齢が若く、カップルでの利用も多かったと小林さん。また、サイト上にキャンセル料の注意書きがあるため連絡なしの直前キャンセルがほとんどなかったこともネット予約利用者の特徴だったという。

「今後、管理画面や集計データの管理などがさらに洗練されてくれば、より使いやすくなるのではないかと思います」（同）。



### 牛滝温泉いよやかの郷 大阪府岸和田市

山々に囲まれた自然のなか、バーベキューを楽しむ。シーズンは、3月～11月。入浴付きのBBQプランなども展開する。  
☎072-479-2641  
📍大阪府岸和田市大沢町1156



食材を含めて準備は一切不要。キャンプ場やホテルも併設する

### 予約サイト 運営 最前線より

## 『遊び・体験予約』プロデューサーが考える アクティビティネット予約の未来とは

2014年秋からプロジェクトがスタートし、2015年夏にサービスを開始したじゃらんnetの『遊び・体験予約』プロジェクトを手掛けたプロデューサーに、体験型観光の最前線を聞いた。

ネット予約の可能性を広げ  
豊かな観光体験をつくりたい。

全国約4000の事業者が参加するじゃらんnetの『遊び・体験予約』。プロデューサーの染谷清史は、

同プロジェクトがスタートした背景について、こう話す。

「『遊び・体験予約』を始めた理由のひとつには、スマートフォン普及による旅行ニーズや行動の変化があります。たとえば旅先で飲食店や

宿を探す場合、スマートフォンを使ってSNSのクチコミやレビューサイトの評判を参考に、自分に合った施設を予約することができますね。一方、体験型観光の領域では、『どの体験が本当に面白いのか』をすぐに



じゃらんnetチーム  
『遊び・体験予約』  
プロデューサー

染谷清史  
Kiyoshi Someya

## 担当 研究員より

### ネット予約元年の幕開け まずは活用の第一歩を

「旅先で、地域を味わう豊かな体験をしたい」という想いは、何も今に始まったことではなく、これまでも旅行者側に需要はあり、地域事業者側の販売意欲も高かった。しかし、必要最小限の人数で事業運営しなければならない環境下で、体験予約の受付管理に明らかな限界があり、結果として、多くの需要を取りこぼしていたのは事実だ。私自身、何度も「もっと早く知っていたら…」と悲しみの中で旅先を後にすることが何度もあった。

そんな中、他業界、そして宿泊や交通などの観光分野で、次々とインターネットによる予約受付や購入への対応が進み、またスマートフォン普及による追い風もあって、今年、現地体験も、ついにネット予約元年と呼ぶべき勝負の年を迎えている。

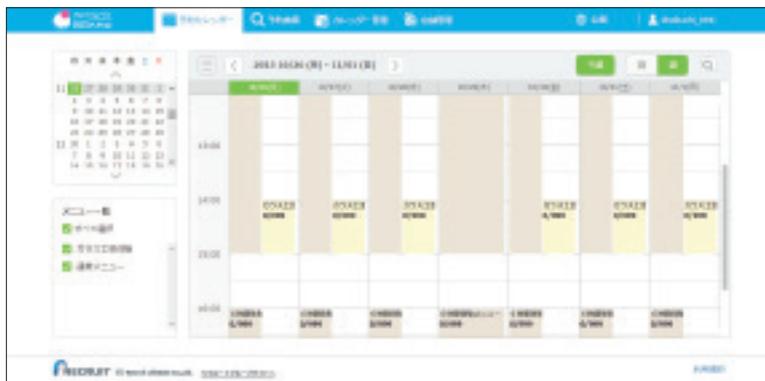
これは、事業運営にとっても大きな進化。例えば、今、思っていた体験はインターネット上でその日のうちに簡単に販売を始めることができ、旅行者の反応を見て、次の日にはプランを改善することも可能、そんな時代になったのである。「単価が安いから…」と諦めるのではなく、食事やお土産などの魅力的なコンテンツをプランにセットしたり、地域ならではの体験として価値を磨くなど、単価を何倍にも上げていく工夫や努力が報われる環境が整っており、これを活かして、まずは勝負の第一歩を。



じゃらんリサーチセンター  
研究員

#### 山本祐司

GPS等を活用した観光動態調査開発、観光振興基本計画策定等に従事。現在、着地体験・現地消費の促進手法研究、若年層の温泉需要や宿泊旅行創出プロジェクトを担当。



画面イメージは2015年11月時点のもの

### じゃらんnet. 『遊び・体験予約』 事業者用管理画面

一度基本情報やプランを登録すれば、その後は大きな手間をかけずに運用できるシンプルな管理画面設計。体験型観光には“少数精鋭”型の事業者が多く「海に出たいため予約電話を受けられなかった」といったケースもしばしば見られる。こうした機会損失や予約受付の負担を低減するサービスを目指している。

「知ることも、まだまだ難しいのが現状。こうしたユーザーの『負』を解消したいと考えたのが直接のきっかけです。弊社調べによる体験型観光の現時点でのネット予約率は10%以下ですが、欧米諸国ではすでに20%程度に達している。世界のトレンドから見ても、大きく発展する可能性を秘めた分野だと思えます」

近年、旅行者のニーズや行動は確かに変化・多様化しているといえるだろう。たとえば「ハワイに行きたい」というニーズは「ハワイの〇〇とい

う店でパンケーキを食べたい」というレベルにまで落とし込まれる。そのニーズの背景に、SNSやクチコミを通じた具体的に詳細な情報があることも多い。そして、こうしたニーズでコアな需要をすくい上げられるのが、ネットならではの強みだ。

さらに、『遊び・体験予約』を運用するなかで発見したことがいくつもある、と染谷は言う。

「開始当初は『じゃらんnet』というサイトの特性上、宿泊とセットでの予約が多いと考えていましたが、蓋を開けてみれば3割ほどのユーザーが日帰りの利用。北海道や沖縄などの人気観光地だけでなく、BBQなどの『身近な非日常体験』がすぐく売れているんです。また、天草のイルカウォッチングツアーのように、決してメジャーな観光地ではないけ

れど、オンラインワンの魅力を持つ体験に人気が集まっていたのも印象的。クチコミ評価を参考に本当に良い体験が発掘されていくのは、ネット予約特有の現象だと思えます」

『遊び・体験予約』では、現在旅行前日までの予約しか受け付けられないが、今後は、旅行当日に現地アクティビティを探し、予約できるようなサービスを目指すという。

「位置情報やパーソナルな属性、興味に合わせて、多様な体験のなかから、ユーザーに最適なものを提案できるようしたり、事前決済の機能を付けてドタキャンのリスクを低減したり……。今後試してみたいことはたくさんあります。多様化する消費者のニーズと事業者の魅力をリアルタイムでつなぐ。そんな世界を作りたいですね」