

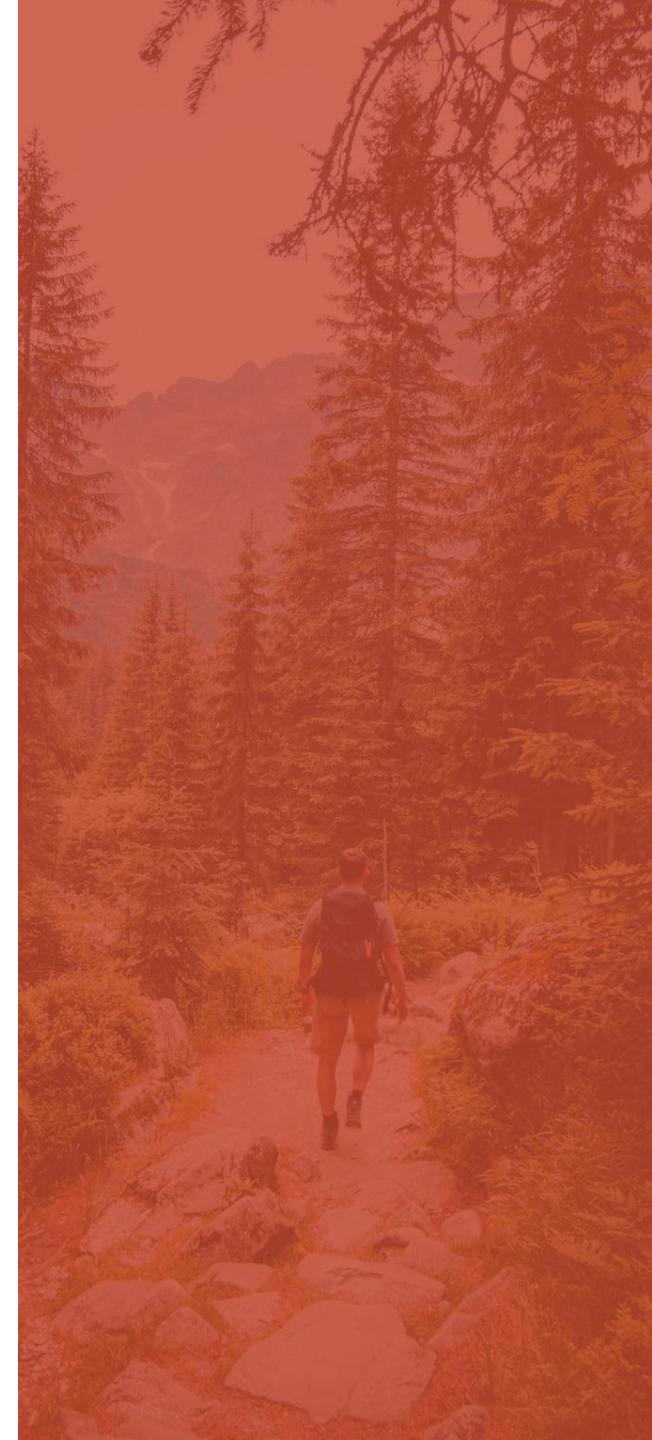
その体験に、出会いをもっと。

 **JTB+BOKUN**

体験アクティビティ予約管理システム

体験・アクティビティ販売前 チェックリスト10項目

継続的に予約が入る仕組みとは？



インバウンド市場の拡大に伴い、体験・アクティビティの需要は年々高まっています。
一方で、同じような体験内容なのに、以下のように分かれてしまうのはなぜでしょうか？



予約が
継続的に入る商品



ほとんど
予約が入らない商品

違いを生む大きな要因の一つが、**販売前の準備と設計**です。

本資料では、体験・アクティビティの販売を始める前に確認しておきたい

「10のチェックポイント」をご紹介します。

これから販売を開始する方はもちろん、すでに販売している方の商品見直しにも活用いただけます。

まずは商品そのものの魅力と、お客様を安全に迎え入れるための土台作り、そして販売ルートの方針を決めましょう。

チェック① 他社比較をする（価格競争に陥らない商品か？）

？ お客様は、価格だけでなく「非日常体験」や「口コミの良さ」などの体験価値を重視します。



！ 自社にしか提供できない 独自の魅力を定義できているか確認しましょう。

チェック② 受け入れ体制を整える（英語対応・保険加入など）

？ お客様は、「所要時間や安全面は？」「初心者でも大丈夫？」といった様々な不安をお持ちのことが多いです。



！ お客様の不安を解消するため、保険への加入や多言語対応など、安心して参加できる体制を整えましょう。

チェック③ 販路を決める（商品にあった販路で販売）

？ 主な販路には、手数料ゼロで利益率の高い「自社サイト」と、圧倒的な集客力を持つ「OTA」があります。



！ それぞれの強みを理解し、ハイブリッドで販売する戦略を立てましょう。

お客様をひきつける商品が完成したら、その魅力がオンライン上でしっかり伝わるよう、商品ページのタイトルと写真にこだわりたいでしょう。

チェック④

魅力が伝わるタイトル

初めてでも大丈夫？

何時間かかる？

「沖縄の海を満喫！シュノーケリング体験」

他と何が違うのかなあ…

「初心者歓迎」「3時間で完成」など、
体験の魅力と安心感を短く伝えられているか
 確認しましょう。（60文字以内を目安に）

チェック⑤

商品内容が1枚で伝わる写真



なるほど、
 こういう感じなんだ～

写真は商品の顔です。

「何が行われるか」「参加者の様子」「食事内容」
 などが一目でわかる、厳選した写真を掲載しましょう。

魅力的な商品ページができて、予約設定がお客様目線でなければ購入には至りません。売れる設定を徹底しましょう。

予約ページ例

3時間で体験！沖縄の海を楽しむシュノーケリング体験



ご予約はこちら

- 6 • ご予約後、すぐに受付が確定します。
- 7 • 体験の3時間前まで受付いたします。

キャンセルポリシー

チェック⑥ 即時予約の設定

OTAの予約数の96%は「即時予約」※です。回答待ちとなる「リクエスト予約」はお客様に不安を与え、問い合わせ対応等のオペレーションも発生します。

チェック⑦ 直前までの予約受付

予約件数は30日前頃から急上昇し、特に前日・当日の申し込みが多くなります。「ツアーの直前」まで受け付ける設定にしましょう。

チェック⑧ 明確な取消基準（キャンセルポリシー）

旅行者が申し込み時に迷わないよう、キャンセル料の設定をシンプルでわかりやすく記載しましょう。

チェック⑨ 通年販売の計画

季節限定の単発商品だけでなく、通年で販売できる商品を展開し、予約とレビューを蓄積する計画を立てましょう。

複数の販路で販売を開始すると、予約や在庫の管理が煩雑になります。
業務過多を防ぐために管理体制に問題がないか確認しましょう。

チェック⑩

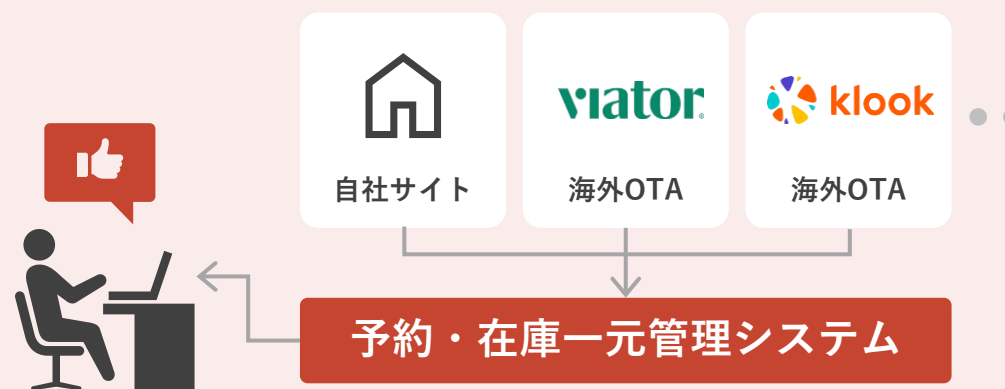
予約管理システムのススメ

△ 手動での在庫調整



自社サイトや複数のOTA（Viator、Klookなど）からの予約が入るたびに、手動で在庫調整を行うのは非効率であり、ダブルブッキングのリスクも生じます。

○ 予約在庫管理の体制を整備



予約管理の体制に問題がないか確認しましょう。
オンラインで予約と在庫をリアルタイムに自動一元管理できるシステム（チャネルマネージャー）の導入が便利です。

体験・アクティビティ販売前チェックリスト10項目

商品企画

- 他社と差別化できる体験コンセプトがある
- 外国人が安心できる受け入れ体制が整っている

販売戦略

- 商品に合った販路（OTA / 自社サイト）を決めている

商品ページ

- 魅力が伝わるタイトルを設定している
- 体験内容が伝わる写真を掲載している

予約設定

- 即時予約を設定している
- 直前まで予約を受け付けている
- キャンセルポリシーが明確

販売運用

- 通年販売できる商品設計になっている
- 複数販路の予約・在庫管理体制がある

体験・アクティビティ販売を成功させるには、在庫設定や販路管理などの**運用体制を整える**ことが重要！



JT B BOKUNなら、OTA連携や予約・在庫の一元管理がオンラインで実現！

複数の販売チャネルの運用を可能にし、体験・アクティビティ事業者の販売管理をサポートします。

その体験に、出会いをもっと。



JTB + BOKUN

体験アクティビティ予約管理システム

体験・アクティビティ販売に関するご相談など、お気軽にお問い合わせください。

株式会社JTB
BOKUN事業運営センター

<https://jtbbokun.jp/>

