

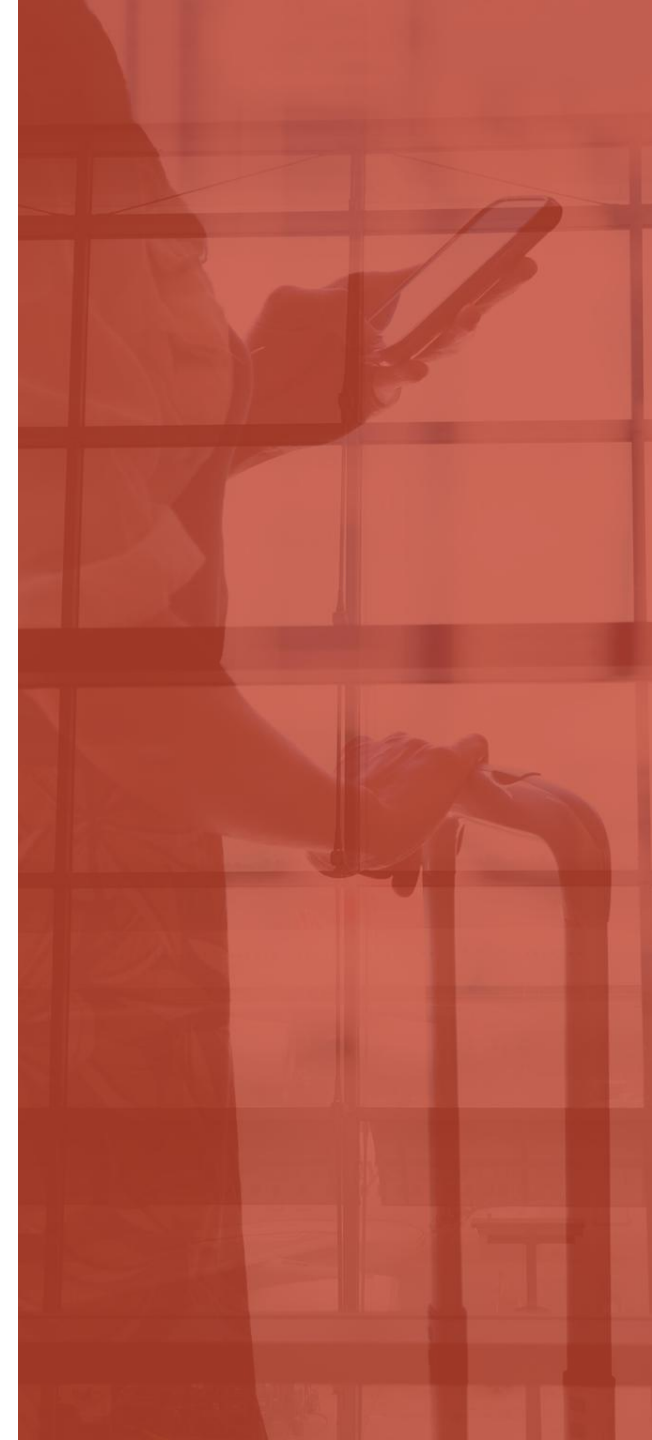
その体験に、出会いをもっと。

 **JTB+BOKUN**

体験アクティビティ予約管理システム

海外OTAで売上を伸ばすための 6つの実践ポイント

売上を伸ばす「黄金法則」とは？



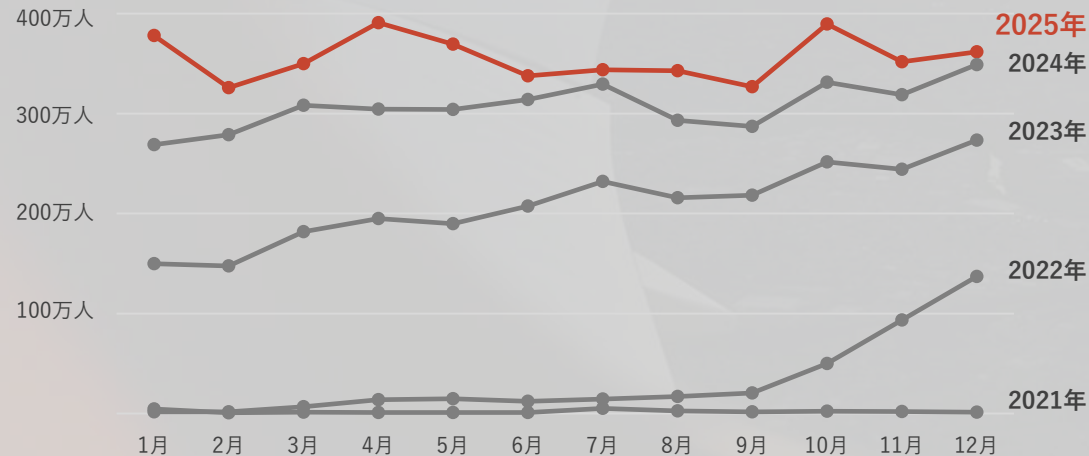
なぜ今、海外OTAが重要なのか？

訪日外国人が増加する中、旅行者の多くが「本物のローカル体験」を求めています。
圧倒的な成長を遂げるOTAの活用はインバウンド集客に不可欠です。

FACT1

訪日外国人数が拡大するとともに、
体験アクティビティ市場が拡大

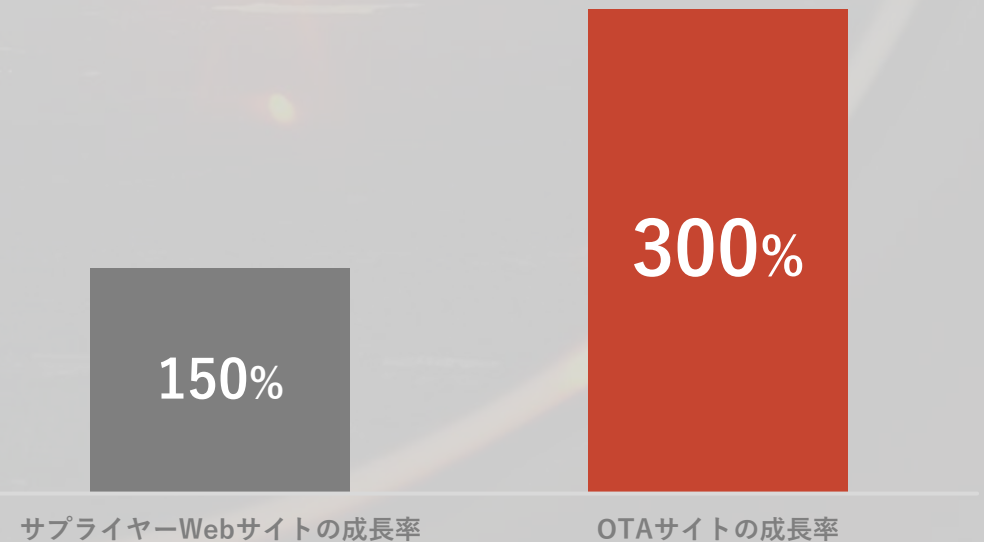
インバウンド動向



出典：日本政府観光局（JNTO）「国籍/月別 訪日外客数（2003年～2026年）」のデータより作成

FACT2

サプライヤー自身のWebサイト成長率150%に対し、
OTAの成長率は**300%**



出典：rezdy「Global travel & tourism statistics 2025」より作成

「売上が伸びない」事業者の共通点

OTAに商品を掲載しても、設定次第では大きな機会損失を生んでしまいます。



直前予約を逃している

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



リクエスト予約にしている

予約数の96%を「即時予約」が占める中、回答待ちとなる「リクエスト予約」は旅行者の不安を増長させます



単発商品しか掲載していない

季節限定などの単発商品はレビューが蓄積されず、OTAのプラットフォームと相性が悪い傾向にあります。



手数料を躊躇する

OTAの販売手数料を単なるコストと捉え、掲載を躊躇してしまうのも機会損失です

売れている事業者の6つの実践ポイント

売上を伸ばすためには、商品ページの見せ方や設定の「コツ」があります。
JTB BÓKUNで管理している商品・販売データに基づいて6つの実践ポイントをお伝えします。

法則①

商品の魅力が伝わる
「写真」を厳選するべし。

法則②

商品受付の門戸は
「直前」まで開くべし。

法則③

お申込み（受付）は
「即時予約」にするべし。

法則④

OTAでの販売は
「通年」で販売するべし。

法則⑤

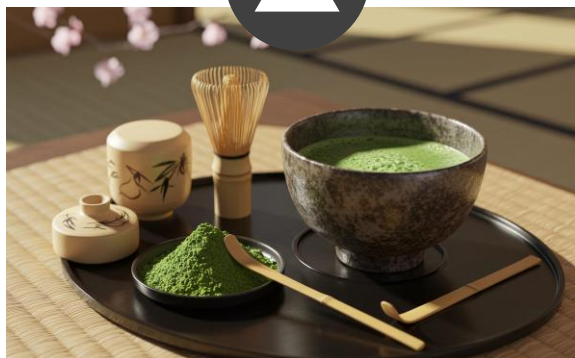
OTAへの「販売手数料」は
惜しむべからず。

法則⑥

「キャンセル料の設定」は
わかりやすくするべし。

法則①

商品の魅力が伝わる
「写真」を厳選するべし。



雰囲気が伝わらない



雰囲気や魅力が伝わる

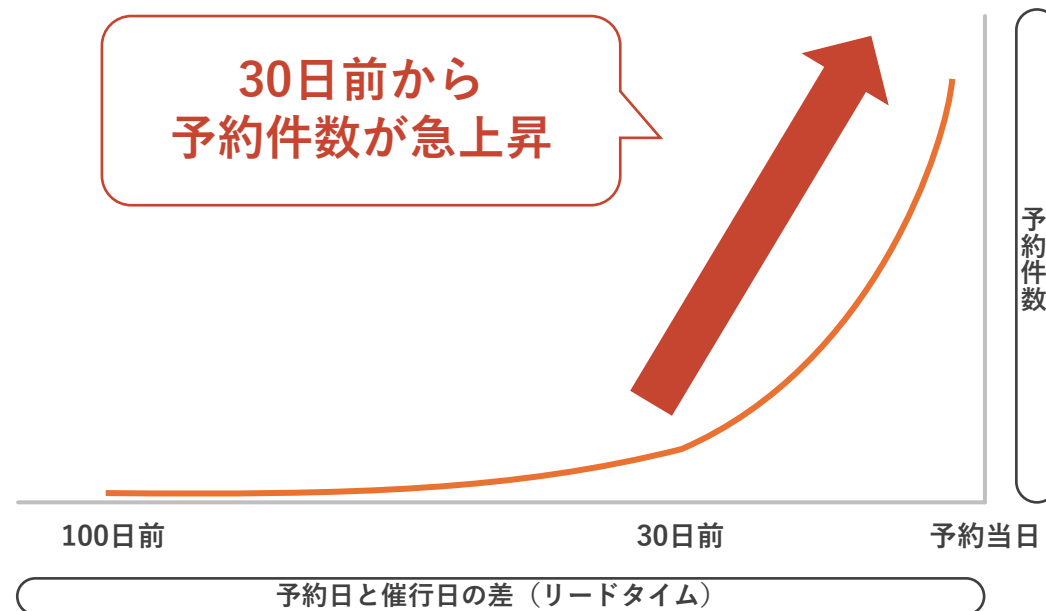
写真は商品の顔です。

「何が行われるか」「参加者の様子」「食事内容」などが直感的にわかる写真を設定しましょう。

法則②

商品受付の門戸は
「直前」まで開くべし。

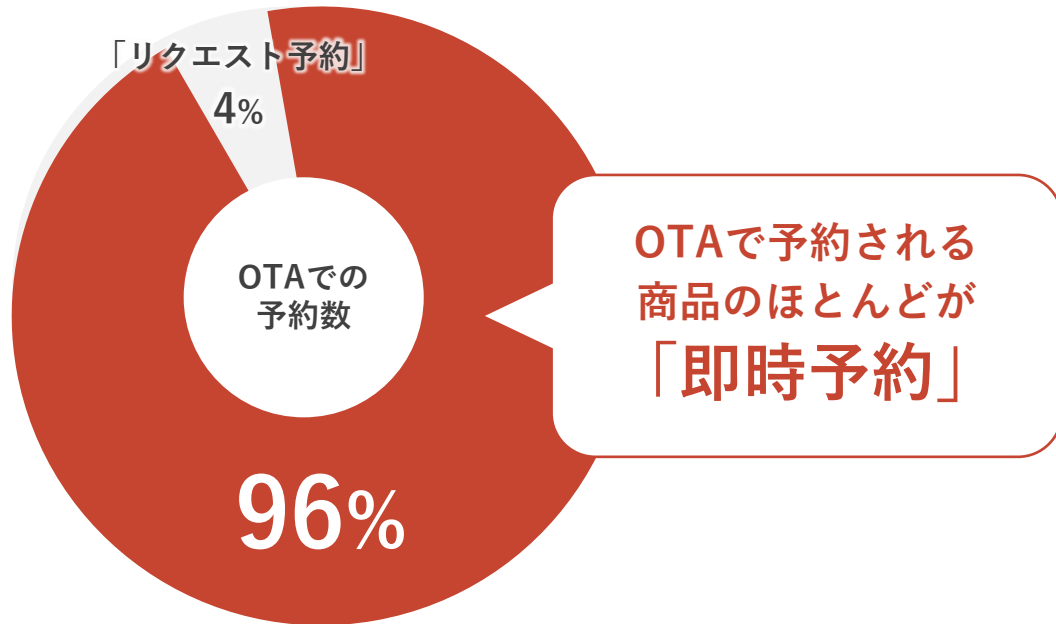
30日前から
予約件数が急上昇



予約は30日前頃から急上昇し、特に前日・当日のお申し込みが多くなります。数日前に締め切らず、直前まで受付を開くことが重要です。

法則③

お申込み（受付）は
「即時予約」にするべし。



OTA経由の予約の96%が「即時予約」です。回答待ちの「リクエスト予約」は不安を煽り、離脱につながるため、オペレーション効率の観点からも即時化が必須です。

法則④

OTAでの販売は
「通年」で販売するべし。

OTA各社の担当者によれば…



単発で終了する商品は
持続的なレビュー獲得が難しく、
プラットフォームとの相性が悪い。



継続展開による予約とレビューの積み重ねが
OTAの醍醐味。
花火や祭りのような季節商品でも、
継続運用してページを育てれば、
アクセスを増やすことができる。

季節限定の単発商品を継続展開するとともに、
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。

法則⑤

OTAへの「販売手数料」は惜しむべからず。

販売に必要な施策は？



プロモーション・集客



システム・技術インフラ



カスタマーサポート



リスク管理

約20～30%の手数料を単なるコストと捉えるのはもったいないです。ここには自社で行えば膨大なコストがかかる、様々な施策の代行費用が含まれています。

法則⑥

「キャンセル料の設定」はわかりやすくするべし。

よくあるキャンセルポリシー



14日前～4日前

体験料金の10%

3日前～2日前

体験料金の50%

前日（24時間前）から当日、および連絡なしの場合

体験料金の100%

Viatorでのキャンセルポリシー



前日（24時間前）まで

100%返金

当日

返金不可

旅行者が申し込み時に迷わないよう、シンプルで明確なキャンセルポリシー（例：24時間前までキャンセル無料など）を設定し、安心感を提供しましょう。

複数OTA活用の落とし穴と解決策

OTAでの販売を拡大する際の“壁”は、在庫管理の煩雑さです。
売上を最大化しつつ業務負担を減らすには、「一元管理」が不可欠です。

複数OTA活用の課題

販売が順調に進むと、
業務過多になって管理に困る…



複数のOTAで販売すると在庫調整が手動になり、
直前予約（法則②）や即時予約（法則③）を受け付ける
リスクが高まります。

解決策

予約管理システム JTB BÓKUNを
活用しましょう！



オンラインで受付・一元管理を行うことにより、
ダブルブッキングを防ぎつつ、
直前まで予約を受け付けることが可能になります。

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

海外OTAでの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/>

