

訪日外国人観光客獲得の機会損失を回避するために！

成功している事業者は何をしている？

業種別！

JTB BÓKUNの
活用事例 6選！

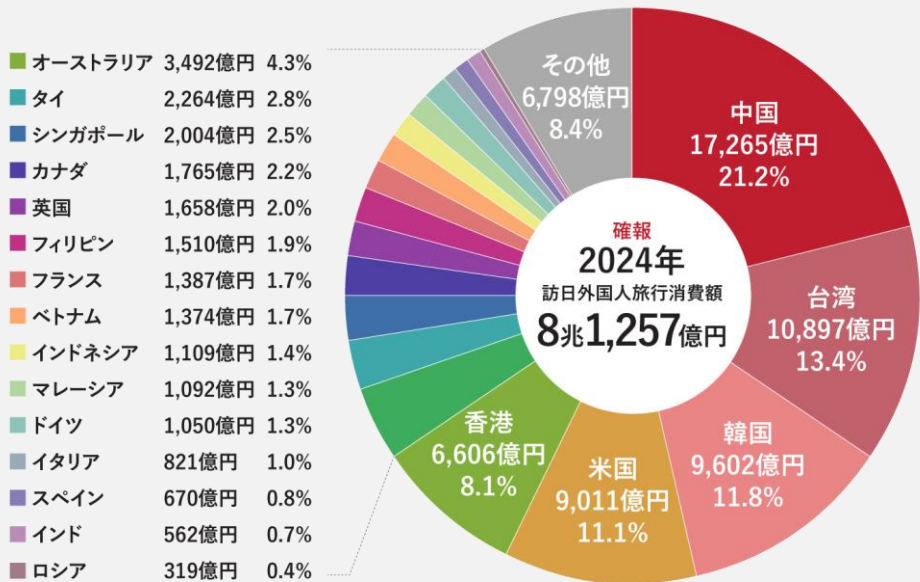


はじめに

2024年度の訪日外国人旅行消費額は、8兆1,257億円（確報）と過去最高を記録しています。2023年度は5兆3,065億円、コロナウイルス流行拡大前の2019年度は4兆8,135億円であったことを考えると、急激な増加です。一方で、急激な訪日外国人観光客の増加に対し受け入れ体制が整わない、あるいは訪日外国人観光客にリーチできず、想定よりも恩恵を受けられていないという観光事業者もいるのではないのでしょうか。

政府は2030年度に訪日外国人旅行消費額を15兆円に伸ばすことを目標として掲げており、今後もインバウンド需要は拡大していくことが予想されます。では、観光事業者はどのように訪日外国人観光客を集客すべきなのでしょう。この資料では、**JTB BÓKUNを活用しながら訪日外国人観光客数獲得や在庫・予約管理最適化に成功した観光事業者の事例**を紹介します。

国籍・地域別にみる訪日外国人旅行消費額と構成比（2024年）



CONTENTS

はじめに	P02
訪日外国人観光客獲得に悩む事業者の共通点	P03
JTB BÓKUN導入事例：文化体験	P04
JTB BÓKUN導入事例：ガイドツアー	P05
JTB BÓKUN導入事例：交通事業者（観光タクシー）	P06
JTB BÓKUN導入事例：屋外アクティビティ（スキー場）	P07
JTB BÓKUN導入事例：エンタメショー	P08
JTB BÓKUN導入事例：宿泊施設（旅館）	P09
海外OTA + JTB BÓKUNなら、訪日外国人観光客の獲得がスムーズに	P10

訪日外国人観光客獲得に悩む観光事業者の共通点

訪日外国人観光客数は2024年に過去最高を記録し、さらには2025年も1～3月単月で過去最高の数値を記録しています。しかし、訪日外国人観光客獲得に悩む観光事業者、あるいはこの急激な変化に対応できていない事業者が一定数いるのも事実です。実は、訪日外国人観光客獲得に苦戦している事業者には以下のような共通点があります。

こんな観光事業者は訪日外国人観光客獲得に苦戦しやすい...

オンラインで予約～決済まで 完結できない



海外では日本よりもDX化が進んでいる国も多く、昨今ではその場で予約から決済まで完了できない場合、比較かられやすくなる。その背景には**言語・時間の壁で“問い合わせ”がそもそも億劫、電話やメールでのやり取りが必要な施設は、「不安」「手間」と認識されやすい状況がある。**

海外OTAを活用できていない



外国人観光客は多くがOTAを活用して日本の施設やアクティビティの予約を行う。海外OTAを活用できていない場合、**そもそもターゲットにリーチできていない状態**と言える。どんなに良い施設・体験アクティビティを用意していても知られなければ集客数が向上することはない。

予約・在庫管理の煩雑さを 解消できていない



そもそも予約・在庫管理に時間を取られてしまい、**集客にかけるべきリソースを確保できていない**ため、訪日外国人観光客獲得が難しくなる。また、即時予約・即時確定を求める傾向が強く、アナログな在庫管理では「確認待ち」の間に他施設へ流れてしまうリスクもある。

これらの課題をどう解決すべきなのか、次ページから事例を基に紹介します

事業内容

茶道体験

JTB BÓKUN導入の経緯

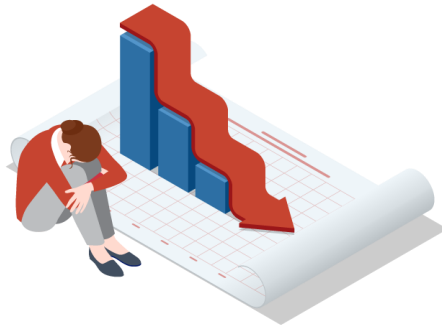
導入前からBokunは知っていたものの、当時は国内にBokunのオフィスがなく時差があるため、必要な時にサポートを受けられない可能性を懸念していた。そんな中、JTBがJTB BÓKUNを運営していることを知り、オンライン説明会に申し込んだところ、求めている機能が揃っているとわかり導入に至った。

Before

導入前の課題



問合せのメール返信に
時間がかかっていた



海外OTAを使えず
機会損失が生じていた



After

導入後の変化



メール返信/カレンダー
登録作業の簡略化



海外OTAとの連携により、
販売額が大幅に向上

JTB BÓKUNを導入する前は、**お問合せへの返信に時間がかかり、夜中の遅くまで対応**することもあった。翌朝起きてもメールが山積みで、メール対応に追われていた。また、海外OTAである「GetYourGuide」からオファーが来ていたものの、それまで**使用していた予約システムが連携していなかったため機会損失**が生じていた。

JTB BÓKUN導入後はメール返信作業が楽になっただけでなく、**カレンダーへの登録作業も簡略化された**ため、余裕が生まれた。

また、ViatorやGet Your Guideなどの海外OTA活用による**「販路拡大」をしながら在庫の一元管理を実現できたことで「売上拡大」**も実現。JTB BÓKUNのサポートチームを活用することで、使いこなすまで大変という課題もクリアできた。

事業内容

宿泊管理事業、トラベル事業、着物レンタル事業、地域プロデュース事業などを展開

JTB BÓKUN導入の経緯

2015年にツアー商品の提供を開始した当初は海外OTAに発生する販売手数料が高いため、利用に抵抗があった。しかし、訪日外国人観光客獲得にはOTAは必須であり、実際に売上・利益に繋がることも分かったタイミングで在庫管理の手間削減や販売ロスの回避が必要と考え、OTAを統括するシステムであるJTB BÓKUNの導入を決めた。

Before

導入前の課題



複数のOTA活用による、
在庫管理の煩雑化



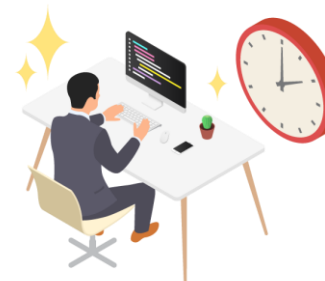
販売ロスの発生

OTAを複数活用する場合、**いずれかのOTAで商品が売れた際に他OTAの在庫調整が必要**。そのため当初は在庫の管理に手間がかかっており、販路を広げようとするとその分在庫管理業務に追われるという悪循環が発生していた。

また、OTAには在庫数量の考え方がないため「あと1人だけ予約枠を残す」ということができず、**常にオーバーブッキングのリスク**を抱えていた。その結果、受付の締め切りを1週間前など早めに設定せざるを得ないといった販売ロスも発生していた。

After

導入後の変化



在庫管理工数の
大幅削減に成功



ツアー直前まで予約を受付
できるため売上も向上した

JTB BÓKUNは在庫状況をリアルタイムで一括管理できるため、**在庫調整が不要となり大幅な業務効率化**に成功。

また、ツアー当日の直前まで予約を受け付けることが可能となった。例として、朝8時半にスタートするツアーの**受付を1時間前の朝7時半まで受け付けることで、販売ロスリスクを極限まで減らす**ことができている。10日から2週間前に予約の波がきていたJTB BÓKUN導入前と比べて、予約発生タイミングに格段の変化がみられている。

事業内容

タクシー事業者

JTB BÓKUN導入の経緯

HPを改修する予定があったため、それまで実現できていなかった予約～決済までオンラインで完結できる環境を構築できる JTB BÓKUN を導入するに至った。

Before

導入前の課題



問合せに1件ずつ翻訳して
メール返信していた



ノーショー（連絡無キャンセル）
が頻発していた

需要が高まる時期には、**1日200通のメールをそれぞれ翻訳して返信**していた。内容は区間や料金など似通っているものの、効率化できる環境がなかったため、多忙から一部予約を断る事態にもなっていた。ノーショーが発生する懸念があり、**遠隔地への配車予約は受けにくい状態**であったため機会損失も生じていた。



After

導入後の変化



メールの数が半数に減り
大幅な工数削減を実現



100%に近い確率で乗車
できており、客単価向上も実現

JTB BÓKUNによってオンライン上で情報を整理し、予約～決済まで完結できる環境を構築したことで、**問合せメール自体が半分に減少**。これにより工数を大幅に削減できた。さらにキャンセルポリシーを設けて予約時に事前決済することで、取消料も適切に収受できており、そもそもノーショーがほとんど発生しなくなった。その結果、**遠隔地に配車する予約も積極的に受付でき、客単価向上にも貢献**している。その他、JTB BÓKUNは多言語翻訳活用による訪日外国人観光客数の向上や、オーバーツーリズムの解消にも寄与している。

事業内容

総合リゾート施設

JTB BÓKUN導入の経緯

スノーラフティングが人気商品になってきたため、利便性を高めるために予約化を検討。JTB旅ホ連群馬支部からの連絡がきっかけでJTB BÓKUNを知り、利用率が高いこと、海外OTAでの販売も含めて取り組んでいけることから導入に至った。

Before

導入前の課題



受付に時間がかかり
長蛇の列ができていた



次年度の計画が
見えない状態であった



After

導入後の変化



受付時間が1組5分
→1組数秒で完結



参加者データ可視化により
効率的な運営が可能に

スキースクールの1回の予約時間に、50名の受付をするため、**長蛇の列**ができており、待ち時間が生じてしまうため、解決策を模索していた。

参加者のデータが取れていないため、**事前に計画を立てられず**最適なりソース分配ができないことによる、非効率な運営となっていた。

予約時の質問設定と事前決済をオンラインで完結することで、当日の受付時間を大幅に削減。導入前は、**お客様1組に対して5分以上は必ずかかっていた受付時間がヘルメットを渡すだけで数秒に短縮**できた。お客様の待ち時間も減り、利便性も大幅に向上した。

また、スキースクールの参加者数をレベル別に集計できていることに加え、**参加が多い時間帯のデータも取れている**ため、次年度の効率的な計画策定にも繋がっている。

事業内容

温泉旅館の経営

JTB BÓKUN導入の経緯

従業員の人的ミスによる貸切風呂のダブルブッキングが発生しており、宿泊におけるサイトコントローラーのような予約管理のシステムを探していたところ、JTB BÓKUNを知り導入を決めた。

Before

導入前の課題



従業員の入力漏れによるお客様満足度低下のリスク



貸切風呂のダブルブッキングの発生

当初、貸切風呂の予約管理は電話受付のみであり、旅館到着後の申し込みも多々あった。同時に受電した際のダブルブッキング、従業員の入力漏れによるダブルブッキングが発生しており、オペレーション上のリスクが課題であった。
貸切風呂は複数種類があるものの、同じ様式はなく、ダブルブッキングはお客様満足度を著しく低下させるため解消したかった。

After

導入後の変化



物理的にダブルブッキング発生を防止



新たな施策によりオンラインによる予約も増加

JTB BÓKUNにて予約管理をシステム化したため、**物理的にダブルブッキングが発生しなくなりオペレーションの課題が劇的に改善**された。その結果、お客様にストレスを与えることなく、安心して利用していただけるようになった。
また、オンラインでの予約も増加。HP上で予約導線（ウィジェット機能）を確保できるため「日帰り温泉」・「貸切風呂」のリスティング広告を実施し、**申し込み数を増すことに成功**した。

事業内容

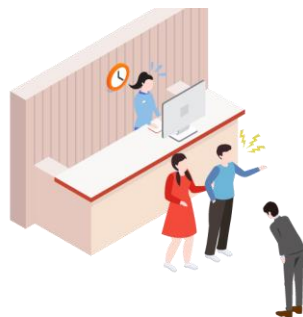
エンターテインメント分野でのコンテンツ集約

JTB BÓKUN導入の経緯

訪日インバウンド向けのエンタメショーを開業するにあたり、集客に海外OTAでの販売が必須であったことから、JTB BÓKUNの海外OTAの在庫管理機能に魅力を感じ導入に至った

Before

導入前の課題



オーバードッキング
の防止



海外OTAでは座席指定
での予約ができない

座席数に限りがあることから**オーバードッキングは絶対に避けたい**という背景もあり、海外OTAの在庫管理機能が付いているツールの導入が必須であった。
一方で、海外OTAだけでは座席指定での予約ができないことも課題であった。



After

導入後の変化



販売力が高い主要OTAの
在庫管理一元化を実現



JTB BÓKUNと配席システム（他社）
を併用することで海外OTAでの
エンタメショー販売を実現

JTB BÓKUN導入後は、販売力の高い主要OTAの在庫管理を一元化することに成功。
また、**海外OTAを経由した流通が4倍以上に増加した。**

開業時の販売割合 直販：70% OTA：30%

9カ月後の販売割合 直販：63% **OTA：37%**

さらに、配席システムを併用することで座席指定での予約も可能となり、**顧客満足度向上を実現できる環境**も整えた。

海外OTA + JTB BÔKUNなら、訪日外国人観光客の獲得がスムーズに

訪日外国人観光客が増加の一途をたどる中、確実に集客数を伸ばすには、現状の課題をスピーディーに解決する必要があります。特にメールの返信や予約・在庫の管理業務はコア業務を圧迫するため効率化が急務でしょう。JTB BÔKUNは海外OTAとの連携が可能のため、それらの業務を効率化させることはもちろん、自社製品と他社製品を掛け合わせた新たな製品販売に役立つ「マーケットプレイス機能」も搭載しています。訪日外国人観光客の獲得数を伸ばしたい方は、ぜひJTB BÔKUNをチェックしてみてください

JTB BÔKUNの特徴

- ✓ 20社以上の海外OTAと連携可能
- ✓ 予約/在庫管理の一元化を実現
- ✓ マーケットプレイス機能により販路拡大も可能

など、小さなお悩みごとでもお気軽にお問合せください

問い合わせする

