PayPal

AIと予測分析がもたらす、

旅行決済への変革

AIで旅行者の決済体験を向上させる



目次

旅行業界の現状	3
AIを活用した旅行体験が、いま最も注目されています	4
AIが支える予測	5
旅行者へのインパクト	6
AI導入の現実	7
AI実装の出発点	8
成功に向けた戦略的基盤	10



旅行業界の現状

旅行はこれまで以上に複雑になり、旅行中の決済体験も同様に複雑になっています。予約、追加オプション、アップグレード、旅行先での購入、その一つひとつが、お客さまを獲得できる機会である一方、失うリスクにもなり得ます。決済体験の重要性は、ますます高まっています。米国の消費者調査では、顧客の81%が「パーソナライズされた体験を提供する企業を好む」と回答し[1]、さらに56%が「パーソナライズされたやり取りを経てリピート購入者になる」と回答しています。[2]

そのため、業界ではAIと予測分析を活用しています。需要を予測し、支払方法をリアルタイムでカスタマイズし、不正を事前に検知し、承認を最適化しています。そうすることで、決済を単なる裏方の処理から、成長を生み出すエンジンへと変えることができます。では、旅行決済でAIはどこに最も大きな効果をもたらせるのでしょうか。

[1] Forbes, 'The Personalized Customer Experience: Consumers Want You To Know Them', 2024, 入手先: https://www.forbes.com/sites/shephyken/2024/04/14/the-personalized-customer-experience-customers-want-you-to-know-them/ (アクセス日: 2025年7月)
[2] Twilio Segment, 'The State of Personalization 2024', 2024: 入手先: https://segment.com/pdfs/State-of-Personalization-Report-Twilio-Segment-2024.pdf (アクセス日: 2025年7月)

AIを活用した旅行体験が、いま最も注目されています

AIはすでに、旅行事業者が顧客とつながり、業務を効率化し、パーソナライズされた決済体験を提供する方法を変革しつつあります。

顧客とつながる、新しい方法

チャットボットやバーチャルアシスタントに代表される会話型AIは、初回の問い合わせから複雑な予約変更まで、幅広く対応しています。AIなら、24時間年中無休の対応で、待ち時間を短縮し、サポートコストを抑えながら、即時のサポートを提供できます。旅行者にも事業者にもメリットのあるアプローチです。

決済処理を、よりスマートに

インテリジェントなシステムがリアルタイムで取引パターンを分析し、不正を検知。カードの種類、発行銀行、取引金額などに基づいて最適な決済ルートを選択します。

その結果、高い承認率、低コスト、そして失敗の少ない決済を実現します。利益率の低い旅行業にとっては、わずかな回収率の改善であっても、売上の底上げにつながります。



「パーソナル」に感じられる決済体験へ

旅行事業者はAIを活用することで、決済体験をリアルタイムにパーソナライズできます。たとえば、お客さまの希望する決済手段(PayPal、BNPL(後払い決済)、デジタルウォレット)を提案したり、表示通貨を最適化したり、分割払いのオファーを提示するタイミングを調整したりと、きめ細かな最適化ができます。

決済が「自分に合っていて」「馴染みのある」ものに感じられるほど、お客さまは予約しやすくなり、リピートにもつながります。適切なオプションを適切なタイミングで提示することで、AIは決済を「つまずき」の原因から、ロイヤルティを育む機会へと変えるのに役立ちます。

AIが支える予測

予測分析により、旅行事業者は次の動きを見極め、
顧客が離脱する前に対応を取ることができます。

顧客ニーズを先取りする

AIは、予約履歴、検索パターン、季節トレンドを分析し、
旅行者の行動を予測します。これにより、
顧客ニーズを先取りした次のような対応ができます。

- 特定の路線や目的地で、どの支払方法が選ばれやすいかを予測する
- 顧客の好みに合わせて決済フローを最適化する
- アップグレードや追加オプションなど、付帯サービスの需要を先回りして捉える



需要に合わせた価格設定

ダイナミックプライシングモデルは、需要、競合状況、
顧客価値に応じて価格をリアルタイムに調整します。
これにより、次のような効果が期待できます。

- プレミアムパッケージの選択を促進する
- パーソナライズされたオファーでリピート予約を後押しする
- 顧客生涯価値に合わせて、提示する支払方法を最適化する

旅行者の満足度を高める

予測分析は、予約を途中で離脱する、あるいは再利用しない可能性
があるお客さまを、次のような方法で早期に捉えることもできます。

- 予約プロセスにおける早期の兆候を特定する
- 購入回復につながる、ターゲットを絞ったオファー／割引／インセンティブを提示する
- カゴ落ちを減らし、顧客ロイヤルティを強化する

旅行者への
インパクト

決済の瞬間一つひとつが、旅行者の体験を形づくります。AIはプロセス全体で摩擦を取り除き、自然でスムーズな決済体験を実現するとともに、スピードを損なうことなく顧客の安全を守ります。

シームレスな決済の流れ

予約から搭乗まで、旅行者は複数の決済ポイントに直面します。
その一つひとつが、満足につながる機会にも、不満につながる要因にもなり得ます。AIを活用した決済システムは、プロセス全体をスムーズにし、チェックアウト時の離脱率を下げ、顧客満足度を高めます。
デジタルウォレットが主流となりつつあり、より速く、手間のかからない決済体験を提供し、コンバージョン率の向上につなげています。

お客さまが「今いる場所」で支払える便利さ

AIにより、旅行者はリダイレクトや中断を挟むことなく、体験の流れを途切れさせずに、そのままの画面・そのままの操作で支払いを完結できます。
この「コンテクスチュアル・コマース」のアプローチは、決済を体験そのものの中に溶け込ませるもので、アプリ内でのアクティビティ予約でも、旅の途中での座席アップグレードでも、同様にスムーズに行えます。

AIで不正を未然に防ぐ

AIは、数百に及ぶデータポイントをミリ秒単位で分析してリスクを判定し、必要に応じて即時の追加認証を求めます。こうすることで、決済のスピードを保ちながら、安全で、使いやすい決済体験を支えます。



AI導入の現実

Research and Markets社は、
旅行業界におけるAI市場を

2024年に1,237.2億
米ドルと評価し、

2025年には1,659.3
米ドルへ成長すると。[3]

AI市場の成長は、旅行事業者が決済のあり方を見直す大きな機会です。
一方で、その可能性を最大限に引き出すには、適切な人材、プロセス、
パートナー体制を整えることが欠かせません。

[3] Research and Markets, 'Artificial Intelligence (AI) in Travel Market Report 2025', 2025, 入手先: https://www.researchandmarkets.com/reports/6035331/artificial-intelligence-ai-in-travel-market (アクセス日: 2025年7月)

対象となったビジネスリーダーの73%が、「AIの導入はパーソナライゼーションとマーケティング戦略を根本的に変える」と回答しています。[2]

まずは社内チームから

スキルは、AI活用の成功を支える基盤です。

- 多くの旅行事業者では、決済とAIの双方に精通した体制づくりがまだ十分に整っていません
- 技術的な知見と決済に関する理解を併せ持つ部門横断チームを組成することで、AIの価値を最大限に引き出すことができます

お客さまの信頼を得る

旅行者はAIを活用した決済に前向きですが、鍵になるのは「信頼」です。

- AIの仕組みと、もたらすメリットを分かりやすく伝える
- 予約をスムーズにしながら取引の安全性も高められることを示す
- 最初の体験が良ければ、長期的なロイヤルティにつながる

ビジネスの中にAIの「余地」をつくる

AIの導入には、技術面だけでなく運用面の変化も伴います。
たとえば、次のような取り組みが挙げられます。

- 部門間の壁をなくし、導入を加速させる
- 共通の目標にチームの足並みを揃え、AIを「入れただけ」で終わらせず、業務に根づかせる

その成果として、決済がスムーズになり、業務が高速化し、
顧客満足度が向上します。

AI実装の出発点

成功しているAI戦略は、旅行者の体験の流れを正しく把握することから始まります。まず、次のような場面がどこで起きているかを整理しましょう。

1. つまずきが生じる
2. 予約を中断する
3. 問い合わせが最も多く出る
4. 決済に起因する不満が出る

これらを把握できれば、改善インパクトが大きい領域に向けて、AI投資を的確に最適化することができます。





まずはすぐに成果が出る領域から

短期間で成果が出ることにより勢いが生まれ、AIの価値を社内で実証することで、チームの理解と協力も得やすくなります。まずは、3～6か月で効果を測定できるユースケースを探しましょう。

- **インテリジェントな決済ルーティング** は、取引ごとに最適なプロセッサーを動的に選択し、顧客体験を損なうことなく承認率の向上を支援します
- **ターゲット型の不正スクリーニング** は、履歴や取引タイプに応じて判定の厳しさを調整し、正当な取引を誤って不正と判定するケースを減らします
- **カゴ落ちの回復施策** は、支払方法の種類が不足していたり、想定外の手数料など、予約が中断された要因を特定して、パーソナライズされた回復策を実行します

長期的な機会にも注目する

短期で成果が出る取り組みは重要ですが、より大きなリターンは、実装に長い時間(12～18か月) を要するAI機能から得られます。たとえば、次のような領域です。

- **予測にもとづくパーソナライゼーション** で、高額な旅行には分割払いプランを提案する、希望通貨を自動で表示するなど、適切な支払いオプションを適切なタイミングで提示する
- **決済を意識させない、シームレスな支払い体験**, で、アップグレードや現地での購入を自動課金するなど、決済を旅行体験の中に自然に溶け込ませる
- **問題を事前に検知**し、トラブルシューティングで解消して、承認失敗や予約データの不一致など、起こり得る問題を早期に検知し、お客さまが気づく前に解消する

バランスが重要

AIは、人の対応に置き換わるものではありません。大切なのは、顧客体験をより良くするためにAIを活用することです。旅行事業者は、たとえば次のような対応を検討できます。

- **定型業務を自動化する** ことで、予約確認や価格調整などをAIに任せ、複雑な問い合わせには人によるサポートを用意しておく
- **明確な連絡手段を提示する** (コールセンターの電話番号やライブチャットなど)。そのうえで、AIを活用した予約フローも提供する
- **業界のベストプラクティスやコンプライアンスの指針に沿って運用** し、AIの利用において透明性を高め、説明でき、信頼できる状態を確保する
- **旅行業界に即した安全策を設ける** (例：高額予約の場合、価格自動化ツールが予約を確定する前に、必ず担当者へ相談できる選択肢を提供する)

成功に向けた戦略的基盤

旅行業界にとって、AIと予測分析は競争力を維持するために欠かせない存在になりつつあります。決済システムに統合することで、つまずきが生まれやすい瞬間を、パーソナライゼーション、効率化、売上成長のチャンスへと変えられます。

PayPal Open は、その実装のための基盤を提供します。インテリジェントな決済ルーティングや高度な不正対策からはじまり、柔軟で旅行者にとって使いやすい支払方法にいたるまで。お客さまが期待するシームレスな体験を届けながら、AIの可能性を最大限に活かせるよう設計されています。

適切なパートナーがいて明確なビジョンがあれば、AIの「試行」から「実践による成果」へ進めて、コンバージョン率を高め、ロイヤルティを強化し、新しい旅行の時代において市場をリードすることができます。

AIを活用した決済が、あなたの旅行ビジネスにもたらす可能性を見てみませんか?

今すぐお問い合わせください

PayPal

This content is provided for informational purposes only.
You should always obtain independent business, tax, financial, and legal advice before making any business decision.

