

レポート Aカード会員の ホテル利用実態

Aカードの顧客データ

2011年2月16日現在、Aカードの加盟店舗数は275店舗。1996年にAカードが立ち上げられたが、2008年3月にホスピタリティパートナーズグループ傘下となり、それ以降飛躍的に加盟店舗数を増加してきた(図1)。(株)Aカードホテルシステム

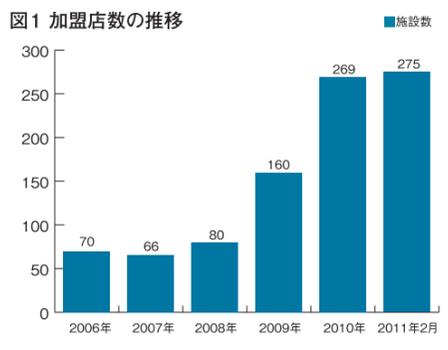
の代表取締役田中章生氏によると、「11年は400店舗を目標としており、2〜3年後をめどに600店舗をゴールとして設定している」という。

2月現在の一カ月あたりの入会者数は2545人で、入会者の合計は23万2042人。うち男性会員が約9割で、顧客年齢層は30〜50代が約8割を占める。今回ホテルの利用実態のアンケートに回答された人は1018人。顧客の住んでいる都道府県は、東京都

(10.5%)、宮城県(8.5%)、神奈川県(7.3%)、大阪府(5.8%)、埼玉県(5.0%)、福岡県(4.4%)、千葉県(4.3%)の上位7位までの割合で約5割。顧客の職業を見ると、会社員(75.8%)、自営業(6.2%)、公務員(3.8%)で約9割にのぼる。勤務先での役職レベルは課長クラス(23%)、主任クラス(22%)、その他(16%)。課長クラスは毎年ほぼ変わらないが、2番目の主任クラス、3番目のその他が2年間で7%減となっている。

ビジネスマンのホテル利用実態

2011年1月時のビジネスマンの出張の頻度(有効回答数910人)は、平均32日だった。最多回答数は20日程度で127人。09年1月時(有効回答数548人)は平均45日、最多回答数は30日程度で65人。10年1月時(有効回答



数は722人)は平均34日、最多回答数は20日程度で95人。年々、1回の出張日数や頻度が下がっている傾向にあるようだ。

東京・大阪府を除く出張規程の宿泊費の上限は8000円までが25%と最も多かった(図3)。11年1月の加重平均価格は8122円。09年1月の加重平均価格は8194円、10年1月の加重平均価格は8144円と、地方へ

の出張は年々宿泊費の上限が下がっている。

東京・大阪府のみの場合は、1万円までが24%だった(図4)。11年1月の加重平均価格は8988円。09年1月の加重平均価格は9077円、10年1月の加重平均価格は9124円。1万2000円以上を使える人が10%いることから、都心への出張は地方への出張とは宿泊費の上限が違うこ

とがわかる。

出張の際、実際に利用しているホテルの宿泊費は6000円までが36%という結果になった(図5)。

費は、毎年1位が6000円まで、2位が7000円まで、3位が8000円までと変わらない。加重平均価格は09年1月が6440円、10年1月が6537円、11年

1月が6338円で、ビジネスマンの出張規程の宿泊費の上限金額に対し、いりしている傾向が見えた。

出張の際の宿泊規定は、実費制

が41%、定額制が45%、その他が14%(図6)。実費制は前回調査の46%から41%と5%下がっているが、JTBが行なった出張同行調査においても、定額制(51%)に

図3 出張規程の宿泊費の上限【規定:東京・大阪府を除く】

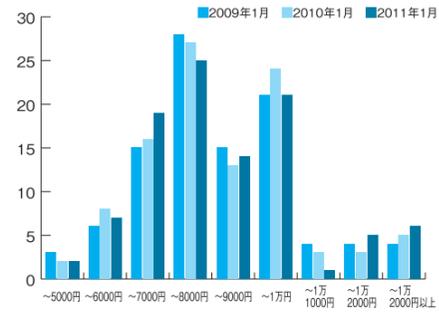


図4 出張規程の宿泊費の上限【規定:東京・大阪府のみ】

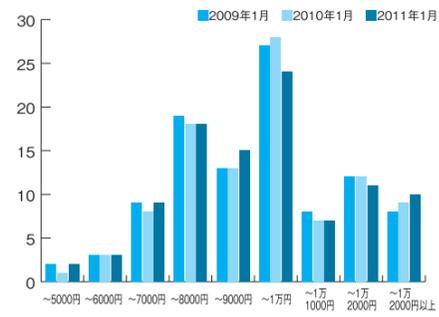


図5 出張の際、実際に利用しているホテルの宿泊費【宿泊費利用実額】

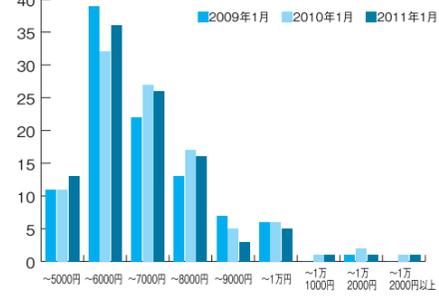
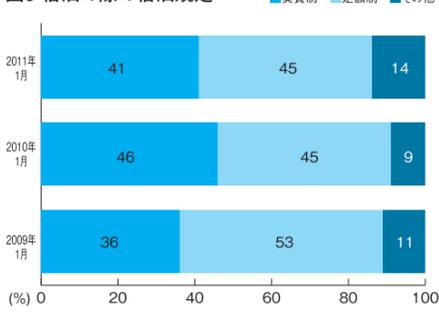


図6 宿泊の際の宿泊規定



第16回 Aカードトップ会

日時: 2011年2月22日 13:00~19:30
場所: 鉄鋼会館(東京都中央区)

- 内容: ① 秋の入会キャンペーン及び年間優秀加盟ホテル表彰式
② 講演「施設の改装とコスト削減」(講師: 株式会社ホスピタリティパートナーズ 執行役員 建設施設本部統括部長 柳村一幸氏)
③ アンケート集計結果の発表
- Aカード会員向けアンケート(会社の出張宿泊規定について)
 - 経営者向けアンケート(経費アンケート、朝食アンケート)

④ 講演「最強組織を作る3つの鉄則と5つの手順」(講師: 株式会社トレーニングカンパニー 代表取締役社長 丸茂喜泰氏)

- 年間優秀ホテル(1室あたりの新規入会者数)
- 第1位 ホテルサン人吉(熊本県) …23.54人
 - 第2位 スマイルホテル・アンド・サービスアパートメント浜松町(東京都) …18.78人
 - 第3位 プレミアイン仙台多賀城(宮城県) …18.08人

- 1室あたりの新規入会者数の部
- 第1位 スマイルホテル神戸元町(兵庫県) …3.85人
 - 第2位 プレミアイン仙台多賀城(宮城県) …3.72人
 - 第3位 スマイルホテル郡山(福島県) …3.66人

- 新規入会者数の部
- 第1位 スマイルホテル函館(北海道) …858人
 - 第2位 スマイルホテル長野(長野県) …582人
 - 第3位 プレミアイン仙台多賀城(宮城県) …447人

- 年間新規会員獲得数 個人総合
- 第1位 対馬涼太氏(スマイルホテル函館) …617人 (対象期間2010年7月1日~12月31日)



図6 Aカードホテルシステム代表取締役の田中章生氏(写真中央右端から2番目)からスマイルホテル函館の対馬涼太氏(写真中央の右端)に年間新規会員獲得数個人総合の表彰状が送られた

〈レポート〉Aカード会員のホテル利用実態

表1 宿泊者が求める朝食サービス(抜粋)

日本人向けにしてほしい
充実した朝食があったホテルは印象深い
朝食の無料サービス(おにぎりなど)
有料でのアップグレードなど
無料の飲料が何回も利用できること
心のこもった充実した朝食
地域特産の朝食
旅館並みの朝食サービス
お粥はうれしい

図7 宿泊する際に、同じホテルを利用したいと思う理由 (有効回答数2787)

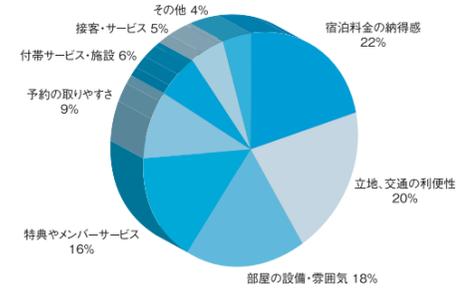
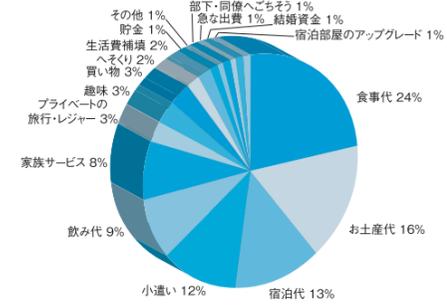


図8 キャッシュバックの使い道 (有効回答数429)



対し、実費制(46%)と以前に比べ実費制へと移行する企業が増えていることが示されており、依然として実費制への移行の高まりが続いている傾向にある。

今回の結果に対し、同社の執行役員の内藤信也氏は「実費制の出張ビジネスマンは、会社がかかった宿泊費用を直接負担するため宿泊上限金額の範囲内であれば、比較的金額を気にせずに利用する。一方、定額制の出張ビジネスマンは、1日の宿泊費を含めた出張経費の総額が決まっているため安い宿泊価格を求める。今後、実費制の出張ビジネスマンに対して、Aカードのポイントをたくさん付ける等の特典を用意することで、ホテルの平均客室単価を上げることが可能と考える」。

ビジネスマンがホテルを利用する理由

ビジネスマンが同じホテルを利用したいと思う理由は、「宿泊料金の納得感」(22%)、「立地、交通の利便性」(20%)、「部屋の設備・雰囲気」(18%)。上位3位までは、過去2年間と変わらないという(図7)。内藤氏は「注目すべきは、4番目の特典やメンバーサービスの充実(16%)。通常のサービスにプラスしての付与サービスは、ビジネスマンのリピーターを確保するために有効な手段である」。

(20%)、「駐車場」(17%)。2位のホテル内の大浴場は前回調査から2%増加しており、現在のはやりだという。

独自のポイントサービス(19%)が挙げられた。
宿泊者が求める朝食サービス

評価する部屋の設備・雰囲気(有効回答数2387人)は「ベッドの質やサイズ」(18%)、「部屋内で仕事しやすい環境」(17%)、「ホームページ等で判断できる部屋の内装の雰囲気」(17%)。評価する立地の条件(有効回答数1982人)は「最寄りの主要駅からの近さ」(34%)、「目的地からの近さ」(28%)、「繁華街・飲み屋街からの近さ」(24%)。

キャッシュバックの使い道

ポイントカードのキャッシュバックの使い道は「食事代」(24%)、「お土産代」(16%)、「宿泊代」(13%)の順となった。図9を見ると、宿泊時に使っていることが想定される項目(食事代、お土産代、宿泊代、飲み代、部屋のアップグレード)の合計は63%にのぼる。

内藤氏は「Aカード会員の多くがキャッシュバックのお金を地元で使うことが判明した。トップ会に参加されたホテル経営者の方は、Aカード会員のキャッシュバックが地元の利益還元に貢献していることを会員獲得に励んでいるフロントスタッフの皆さまにぜひお伝えして欲しい」と話した。