

ホテルネットワーク会員カード

**(株)Aカードホテルシステム****会員数100万人突破  
加盟ホテルも500目前**

代表取締役

**内藤 信也 氏**

東京都千代田区神田錦町 2-5-16  
名古屋ビル新館 8F  
☎ 03 (5755) 5531  
<https://www.acard.jp/>

規定ポイントが貯まれば、宿泊ホテルのフロントですぐにキャッシュバックというわかりやすいシステムにより、会員数を拡大中。加盟施設は、北海道から沖縄まで全国に広がる。AカードHPやパンフレットで、「Aカードホテルネットワーク」として、予約エンジンサービスなども含め、加盟施設への営業支援も行っている。

新規入会者さま全員に1000ポイントプレゼントをはじめ、お友達紹介やオリックスレンタカー利用などのポイントプレゼント、加盟店さまへのインセンティブも含めたキャンペーンを実施いたしました。この結果、2019年11月末時点で、2018年末比の会員数が11万人以上の増加となりました。また2019

年は、おかげさまで、36店舗・客室数約3300室が新たな加盟ホテルさまとしてAカードホテルネットワークに加わっていただくこととなりました。

2020年はさまざまな経済動向に気を配りながら慎重にホテル経営を進める必要があると思います。まず、ここ過去4年の年間の延べ宿泊客数は、5億人前後で大きな変動はなく、日本人客が依然8割を超えています。2001

年から2018年のホテル産

業の売上は、1兆円から1兆5千億円と、約48%の成長を遂げています。しかし、同じ期間の、施設及び客室1室あたりの売上変化率の推移を見ていくと、1施設あたりの市場規模は15%拡大しているものの、1室あたりでは1%減とマイナス成長です。

中国、台湾、韓国などの地域からは、大半の観光客のお客様が、言ってみれば、日本人が2泊3日のミニ旅行をする程度の時間やお金の使い方

で観光旅行をしに来るので、このような従来のインバウンド観光客の経済効果に過度な期待を続けるのは危険と感じます。宿泊客のインバウンド比率を上げるとしても、高いADRで連泊をしてくれるような良質な客層を集めるため

の、設備投資やマーケティングをする必要があると思います。

2020年のホテル・旅館

業では、景気後退局面を想定したホテル運営を行っていく必要があるのではないのでしょうか。そのために、まず考えておきたいのが、顧客ポートフォリオの分散化です。Aカードは、宿泊需要の約8割を占める日本人客の中でも特に出張ビジネスマンを顧客とするため、今後もホテル経営の安定化に貢献できると考えています。

第2に付加価値の向上です。新規宿泊客を創造するレベニューマネジメントや、その新

規宿泊客をリピーター顧客に転換するカスタマーリレーションシップマネジメント(CRM)は価格政策と違っていいでしょう。Aカードは、このCRMに特に大きな力を発揮すると思います。ですが、これらの価格政策の基盤となるのが、ホテルの付加価値の向上だと考えます。付加価値

という面で、特に重要なのがホテルの「本源的な価値」です。わかりやすく表現すれば、お客様が本音でそのホテルに泊まっても良いと思う価格は

実際いくらなのか?ということになります。施設・設備のスペック、清潔感、スタッフの接客など様々な要素が創り

出す付加価値です。

この2つのテーマに加え重要なのが、財務の健全性の維持です。RevPARの下降傾向が見え始めた現在、当社の加盟店の中心である独立系ホテルには、改装の必要が生じるとともに、今後は他物件を安く取得するチャンスも訪れるでしょう。現在のホテル新規開発ラッシュは、景気動向の変化に遅れてくる運行指標なので、そのブームに乗って過剰投資することには大きな危険が伴います。顧客属性に基づく顧客ポートフォリオの分散化や付加価値を優先し、いざという時の投資余力を残しておくことが求められます。

新規開業の宿泊特化型ホテルに対し、既存の独立系ホテルが、どのように競争力を維持していくかは引き続き経営課題になります。当社が所属する「ホスピタリティパートナーズグループ」は、「スマイルホテル」ブランドによる

FCや賃貸借運営事業を進めています。Aカードによる集客力強化の他、リブランドや事業承継などのご相談もお受けし、2020年も引き続き、

独立系ホテル様を全力でサポートして参りたいと思います。