

第17回 Aカードトップ会

～ビジネスマンのホテル利用実態に関するアンケート結果～

2012年2月22日、AP八重洲(東京都)にて第17回Aカードトップ会が行なわれた。出席者は加盟ホテルや関係者を含めて約100人。当日は、Aカード年間優秀加盟ホテルの表彰式や(株)Aカードホテルシステムが12年1月3日～8日にインターネットを通じて調査したビジネスマンの出張におけるホテル利用実態などが発表された。

【アンケート調査概要】
調査機関＝(株)Aカードホテルシステム
実施期間＝2012年1月3日～8日
調査方法＝Aカード会員へのインターネットアンケート
有効回答数＝1490人(Aカード全会員の約0.5%)

30万超となったAカード総会員

2012年3月15日現在、Aカードの加盟店舗数は340店舗(299ホテル、41レストラン)。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させてきた。(株)Aカードホテルシステムの田中章生代表取締役は、「昨年に続き、まずは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」と話す。

Aカード総会員は、アンケート実施の2012年1月時点で、30万1782人で、男性が約9割、女性が約1割。30代～50代の割合が約8割を占める。今回、アンケートに回答したAカード会

員は全体の約0.5%に当たる1490人。会社員77%が最も多く、以下、自営業9%、公務員6%、主婦1%、その他7%と続く。

ビジネスマンの出張規定の宿泊費上限

図表1～2のように、「東京都・大阪府のホテルのみ」と「東京都・大阪府のホテルを除く」に分けてみると、出張費の上限が異なることがよく分かる。これは以前から、同社のアンケート調査で示されている。

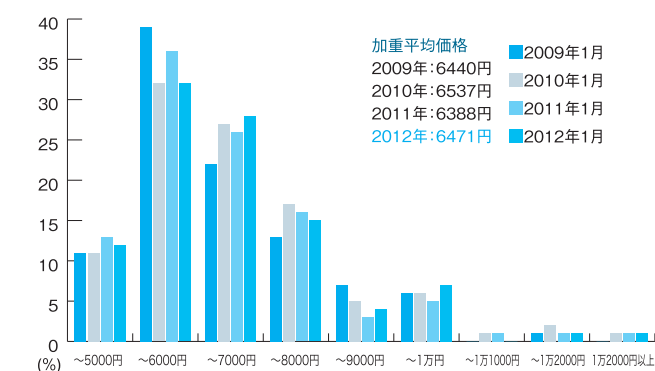
「東京都・大阪府のホテルのみ」の有効回答数は1313人。2009年1月の有効回答数が545人だったときに比べると、倍以上の回答を得たことになる。アンケートに回答する人は、毎年0.5%前後で変わらないため、これ

はAカード会員が年々増加していることを裏付ける。最多価格帯は1万円までで、29%となった(図表1)。加重平均価格は、09年が9077円、10年が9124円、11年が8988円、12年が8995円で、年々下がっている傾向にある。

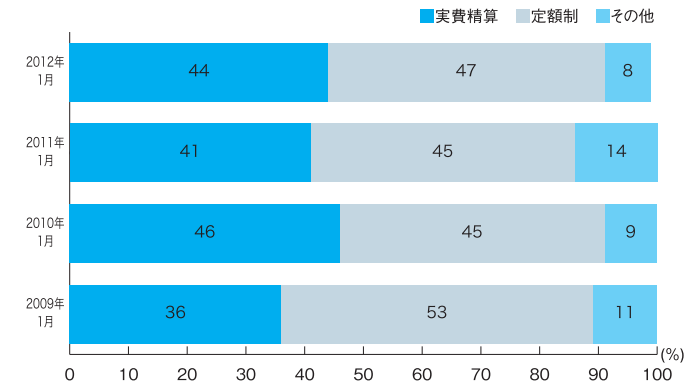
「東京都・大阪府のホテルを除く」の有効回答数は1339人。最多価格帯は8000円までで、東京都・大阪府のみとは約2000円の開きがある(図表2)。09年が8194円、10年が8144円、11年が8122円、12年が8133円。こちらも「東京都・大阪府のホテルのみ」と同じ傾向にある。

なお、出張の際、実際利用しているホテルの宿泊費は6000円までが最多価格帯であった(図表3)。この結果から、同社の執行役員の内藤信也氏は「予算と実際の利用金額には

図表3 出張の際、実際利用しているホテルの宿泊費【宿泊費利用実額】
(有効回答:1340人)



図表4 実費精算と定額制の比率
(有効回答:1350人)



1500円～2500円程度のかい離がある」と述べた。

実費精算と定額制の比率

図表4を見てのとおり、「実費精算」は前回調査の41%から44%と3%上がっている。JTBが2010年に行なった出張動向調査において、『「定額制(51%)」に対し『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。実費精算制のビジネスマンが約4割～5割程度存在する」と内藤氏は分析する。

続けて「一般に『定額支給』方式から『実費精算』方式に移行するにつれて、宿泊費をできるだけ安く抑えようとするインセンティブは少なくなる。

むしろ、“宿泊上限額に収まる範囲”においては、価格よりもサービスを重視する傾向が強くなることが想定される」と話す。

実費精算と定額制の宿泊利用金額のかい離

前項の宿泊規定で、実費精算と定額制の合計を100%とした場合の宿泊利用料金ごとの割合を示したものが図表5(図表4の宿泊規定で実費精算と定額制の合計を100%とした場合の宿泊利用料金ごとの割合%)。

2012年1月調査で、実費精算が最多だったのは7000円までで31.7%。同じく定額制で最多だったのは6000円までで38.5%。実費精算の加重平均価格は6816円で、定額制の加重平均価格は6140円。実費精算と定

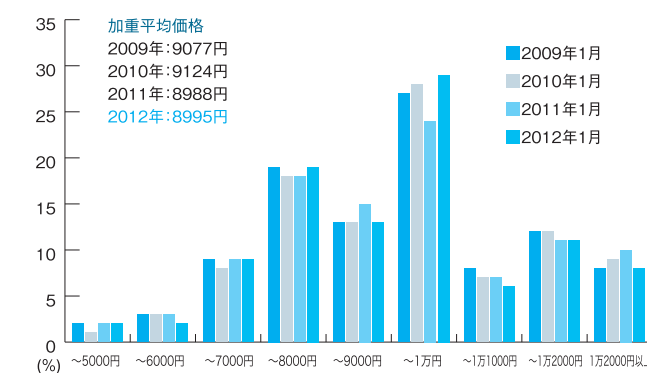
額制の差額は676円だった。なお、宿泊利用金額の全平均は6471円。

宿泊料金の納得感がリピーターになる最大の要因

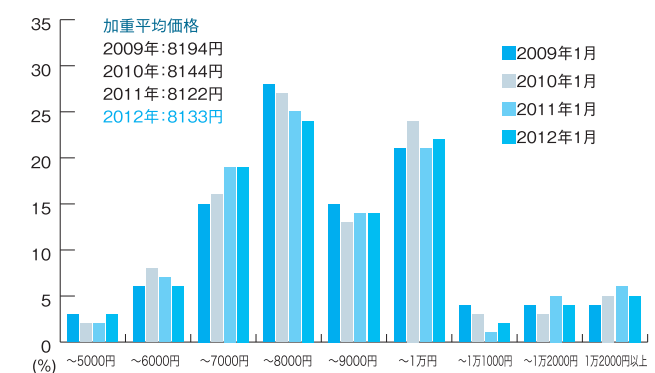
ビジネスマンが同じホテルを利用(リピート)したいと思う理由は図表6のとおり。上位四つで全体の約8割を占める。

内藤氏は「4年間やっているが、上位は変わらない」と話し、1位の宿泊料金の納得感についてこう述べる。「宿泊料金の納得感で多かった声として、『宿泊料金を抑えて食事代・お土産代に充てたい』(53%)があった。注目したいのは、『高くても良い部屋に泊まりたい』(22%)と『出張規定の範囲内で、なるべく高い部屋に泊ってポイントを貯めたい』(18%)。この

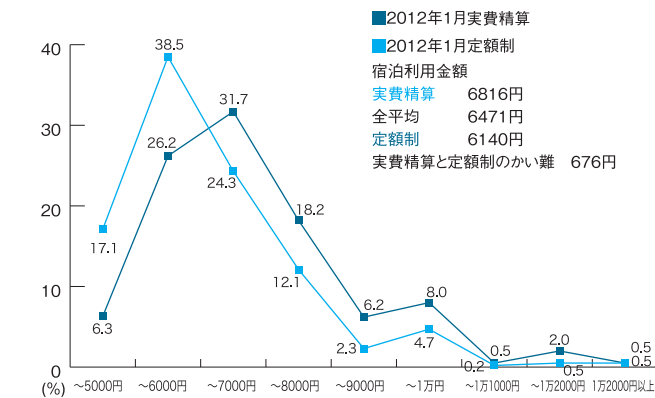
図表1 出張規定の宿泊費の上限【規定:東京都・大阪府のホテルのみ】
(有効回答:1313人)



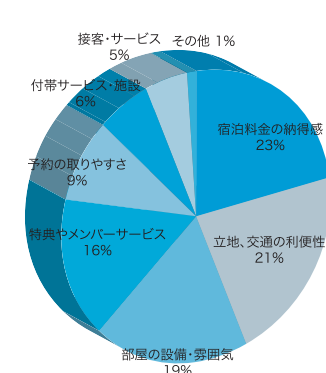
図表2 出張規定の宿泊費の上限【規定:東京都・大阪府のホテルを除く】
(有効回答:1339人)



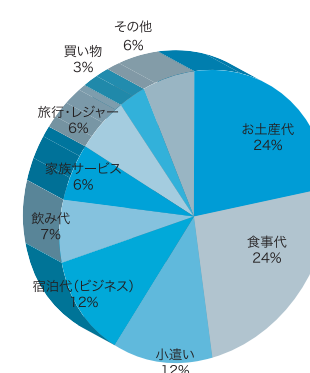
図表5 実費精算と定額制の宿泊利用金額のかい離



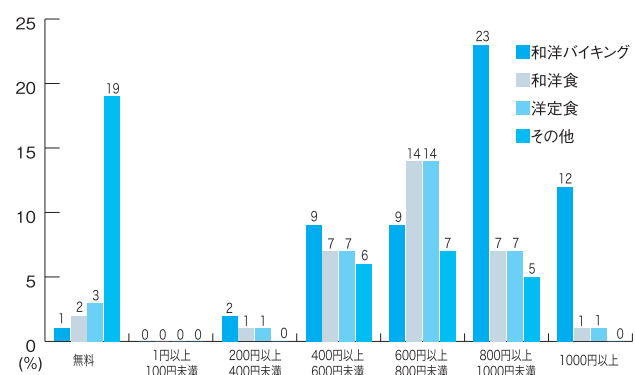
図表6 リピーターになる理由の要因分解
(有効回答:3832件 ※複数回答可)



図表7 キャッシュバックの使い道
(有効回答:599件)



図表8 朝食形式と価格
(有効回答数:延べ158)



二つから、約4割のビジネスマンは料金面においても、必ずしも安いモノを求めているわけではないと考え

キャッシュバックの使い道とエピソード

また、内藤氏が昨年注目すべき項目として挙げた「特典やメンバーサービス」(16%)。ビジネスマンはキャッシュバックシステムを楽しみしており、「お土産」(24%)や「食事代」(24%)に充てているようだ(図表7)。キャッシュバックでうれしかったエピソードとしては、「“大人の新年玉”のような感じだった」「“実費精算出張の最大のうまみ”です。ほとんどの大企業が実費精算だと思うので、これをネックにしているホテルへのチェック度は一番高いと思います」「出張先でのキャッシュバックで、地元のおいしいお菓子などのお土産を買い、家族に喜ばれた」などがあった。

キャッシュバック体験が、ゲストの記憶に残る宿泊体験を創出しているようだ。

顧客が望むハード・ソフト面のリクエスト

ハード面は「施設」「設備」「備品」

の3項目で見ると、それぞれ「大浴場・温泉・サウナ」(10%)、「インターネット」(11%)、「加湿器」(3%)が1位であった。

ソフト面は「食事」「業務サービス」「接客サービス」「宿泊プラン」の4項目で見ると、それぞれ「朝食」(11%)、「新聞」(4%)、「ドリンクサービス」(7%)、「チェックイン・アウト」(2%)が1位であった。ソフト面のすべてのリクエスト合計で約半分(49%)を占めており、その他ハード面のリクエストを含めても「大浴場・温泉・サウナ」を除くと、「8割～9割のリクエスト面は、多額のお金をかけなくても改善の見通しがつく」(内藤氏)結果となった。

また朝食を楽しみにするゲストも多いことから、「有料で質を重視」か「無料で軽朝食の提供かの選択」をホテルは改めて選ぶ必要があるだろう。

加盟ホテルの朝食メニュー例(有料)として、「大分アリストンホテルの和洋バイキング1200円」「ホテル丸治の和・洋定食840円」「サンバリーアネックスの和洋バイキング840円」「CANDEO HOTELSの和洋バイキング1300円」を紹介。いずれも「地元名物・地産地消」をキーワードにしている。

なお、Aカード加盟ホテルの朝食形式と価格は図表8のとおり。和洋

第17回 Aカードトップ会
日時:2012年2月22日 13:00～18:00
場所:AP八重洲(東京都)
内容:
① 開会のあいさつ
② 年間優秀加盟ホテル表彰式
③ 講演「明日から出来る、儲かるホテルのレベニューマネジメント」(講師:㈱サイグナス 取締役副社長 小林武嗣氏)
④ 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)
⑤ 講演「硬直化した習慣的オペレーションの落とし穴ー独立系ビジネスホテルの運営改善のチェックポイント」(講師:第一富士ホテル/第二富士ホテル 統括総支配人 中山晴史氏)
⑥ オリックス自動車あいさつ
⑦ 閉会

バイキングは原価平均414円、和洋食は336円、洋定食は294円という回答結果が表れた。

上記以外にも、㈱AカードホテルシステムはAカード加盟ホテルのリネンサプライや客室アメニティ料金をまとめた経費アンケートなど、こと細かく調査の結果を公表した。

年間優秀加盟ホテル表彰式では、昨年に続き各部門の上位を同じホテルが占めた。中でも、【年間新規会員獲得数 個人総合】は2年連続でスマイルホテル函館のスタッフが受賞。今回受賞した大和俊哉氏は「昨年は当ホテルの対馬さんが第1位を獲得。身近に手本になり、いいライバルがいることで、自分の励みになった。来年も頑張りたい」と述べた。



㈱サイグナスの小林武嗣取締役副社長、第一富士ホテル/第二富士ホテルの中山晴史統括総支配人の講演ともに出席者は熱心に耳を傾けた。共に5～6人に分かれた各グループ(A～L)とパネルディスカッション形式で行ない、講演を聞くだけでなく、参加者からの意見や質疑応答して進められた。写真は、講師の題に対して、各グループが自分たちの意見を集約しているときの様子