

ホテルネットワーク動向

独立系ホテルを中心としたポイントカードシステムを提供しているAカードホテルシステム(東京都千代田区)では、去る2月21日東京千代田区にある大手町サンケイプラザにて、「第23回 Aカードトップ会」を開催した。当日は全国から加盟店ほか関係者を含め211名が参加。2017年度年間優秀加盟ホテル表彰式のほか特別講演、加盟店によるリレー講演などが行われた。

「Aカードトップ会」200名以上が参加



▲前から順に加盟店集結大

加盟店は約480店、利用会員85万人突破も引き続き会員獲得の席上、同社田中章生一朗として一般聴衆へ社長は、現在のホテル 積極的にメディアへの露出を取り巻く環境と今後、出、初の試みとしての動向について解説。リア限定広告を行うなど合わせて2017年の、ブランド力を高めるために注力してきた。例として、今後の展開を発表した。

新規加盟施設獲得に関しては、DMや訪問営業・広告塔を通じて施設は、約10年前の旅館施設へ営業のアプローチを積極的に展開。373室から年々伸長。結果、旅館・リゾートが続け、2017年は、ドックリ加盟ホテルが約88店、ホテル鹿兒島COO、レストランが51店の合計139店舗(鹿兒島県計479店、総客室数約4万5000室)にまで増加した。同鹿市、ザ・ホテルシロに会員数も、当初1市、瀬原遺産 那須2万3409人だった。市、瀬原別邸(栃木県那須郡那須町)が加盟した。同鹿市が加盟した。

加盟店に対しては、継続的に入会促進用としてミネラルウォーター・カッキーなど同社負担で提供し、2017年は148店舗で導入された。スマートフォンアプリの充実も図った。8月にAndroid版をリリースすると同時に、従来のアプリ版もリニューアルし、使いやすさを向上させた。これによりアプリは、2017年は1万7265件で前年より97%アップに繋がった。

年間入会会員9万人超 引き続き「2017年度年間優秀加盟ホテル表彰式」が行われた。これは期間中、どれだけAカードの新規入会者を獲得したかを表彰するもので、2017年1月1日~同年12月31日までの期間で実施。Aカード新規入会者は9万3949名だった。

年間会員獲得数トップはスマイルホテル金沢(石川県金沢市)で5737名、1室あたり年間会員獲得数は1室あたり44・14名で立川ランドホテル(東京都立川市)、二般予約サイトポイント対象外部門では、年間会員獲得数トップが金山ブラザホテルで1533名(愛知県名古屋市中区)、1室あたり年間会員獲得数トップが松江イオンホテル(静岡県伊豆市)で20・32名だった。

一方、年間最優秀個人表彰部門では、年間

新規獲得数トップは2301名で大和俊哉氏(スマイルホテル函館)、年間新規入会1室あたりの獲得数上位は寺島宏明氏(スマイルホテル名古屋米沢)で1340名だった。また特別賞としてAカードホームページの予約金額合計第1位、Aカードホームページの予約金額一室あたり第1位の予約金額を達成した。特別賞は、みずほ総合研究所調査本部総務調査主任工本ノミスト、宮崎氏が、「内外経済の見通し」をテーマに行われた。特別講演では、みずほ総合研究所調査本部総務調査主任工本ノミスト、宮崎氏が、「内外経済の見通し」をテーマに行われた。

出張ビジネスホテル施設利用の実態

Aカードホテルシステムが調査

出張ビジネスホテル施設利用の実態を調査した。調査結果は55%の移行にも変化が...

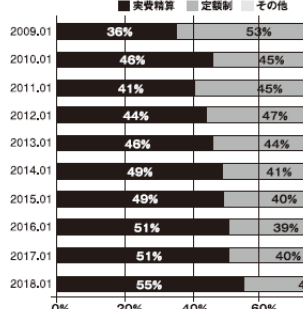
「実費精算は55%」
プラン組成にも変化が
同社は、「Aカードホテルネットワーク」の会員に対し、インターネットでのアンケートを実施した。出張ビジネスホテルの利用実態に関するアンケート」と題して、2018年1月5日~11日の7日間に渡って調査し、その結果を発表した。

回答者のメイン属性は、出張で年間40泊前後のホテルに宿泊する30代から50代を中心とした男性会社員だった。

「出張に伴う年間宿泊数」を過去10年間でみると、平均が38泊程度となり、好況時でも30泊程度であった。つまり、出張ビジネスホテルがホテルにとって、リピター顧客としての有効な顧客であることがわかる。

「予算と実際の宿泊料金の価格差の分布」状況では、平均金額で1泊9000円から1万円程度、地方都市で1泊8000円程度の予算に対し、実際の宿泊金額は6900円程度となっており、予算と実際の利用金額の差が6358円となっている。2009年の調査開始以来、「実費精算」「定額制」ともに利用金額が2018年は過去最高となった。2018年調査時点での「実費精算」方式と「定額制」方式の差額は89円だった。「同じホテルをリピートしたいと思う理由」(表3)を過去5年間の累計でみると、同じ

表1 実費精算と定額制の比率の推移



「出張に伴う年間宿泊数」を過去10年間でみると、平均が38泊程度となり、好況時でも30泊程度であった。つまり、出張ビジネスホテルがホテルにとって、リピター顧客としての有効な顧客であることがわかる。

「予算と実際の宿泊料金の価格差の分布」状況では、平均金額で1泊9000円から1万円程度、地方都市で1泊8000円程度の予算に対し、実際の宿泊金額は6900円程度となっており、予算と実際の利用金額の差が6358円となっている。2009年の調査開始以来、「実費精算」「定額制」ともに利用金額が2018年は過去最高となった。2018年調査時点での「実費精算」方式と「定額制」方式の差額は89円だった。「同じホテルをリピートしたいと思う理由」(表3)を過去5年間の累計でみると、同じ

「出張に伴う年間宿泊数」を過去10年間でみると、平均が38泊程度となり、好況時でも30泊程度であった。つまり、出張ビジネスホテルがホテルにとって、リピター顧客としての有効な顧客であることがわかる。

「予算と実際の宿泊料金の価格差の分布」状況では、平均金額で1泊9000円から1万円程度、地方都市で1泊8000円程度の予算に対し、実際の宿泊金額は6900円程度となっており、予算と実際の利用金額の差が6358円となっている。2009年の調査開始以来、「実費精算」「定額制」ともに利用金額が2018年は過去最高となった。2018年調査時点での「実費精算」方式と「定額制」方式の差額は89円だった。「同じホテルをリピートしたいと思う理由」(表3)を過去5年間の累計でみると、同じ

表2 予算金額と利用実額の乖離の推移(過去5年間の推移)

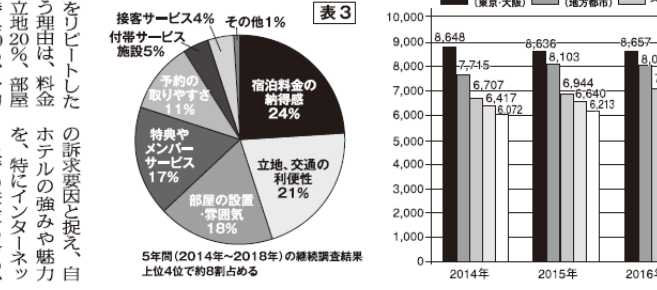
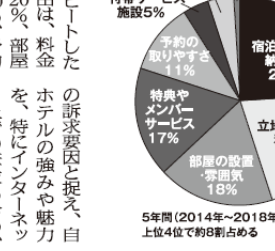


表3 同じホテルをリピートしたいと思う理由(過去5年間の推移)



「このことは顧客選好理由」(表3)を過去5年間の累計でみると、同じ

「出張に伴う年間宿泊数」を過去10年間でみると、平均が38泊程度となり、好況時でも30泊程度であった。つまり、出張ビジネスホテルがホテルにとって、リピター顧客としての有効な顧客であることがわかる。

「予算と実際の宿泊料金の価格差の分布」状況では、平均金額で1泊9000円から1万円程度、地方都市で1泊8000円程度の予算に対し、実際の宿泊金額は6900円程度となっており、予算と実際の利用金額の差が6358円となっている。2009年の調査開始以来、「実費精算」「定額制」ともに利用金額が2018年は過去最高となった。2018年調査時点での「実費精算」方式と「定額制」方式の差額は89円だった。「同じホテルをリピートしたいと思う理由」(表3)を過去5年間の累計でみると、同じ