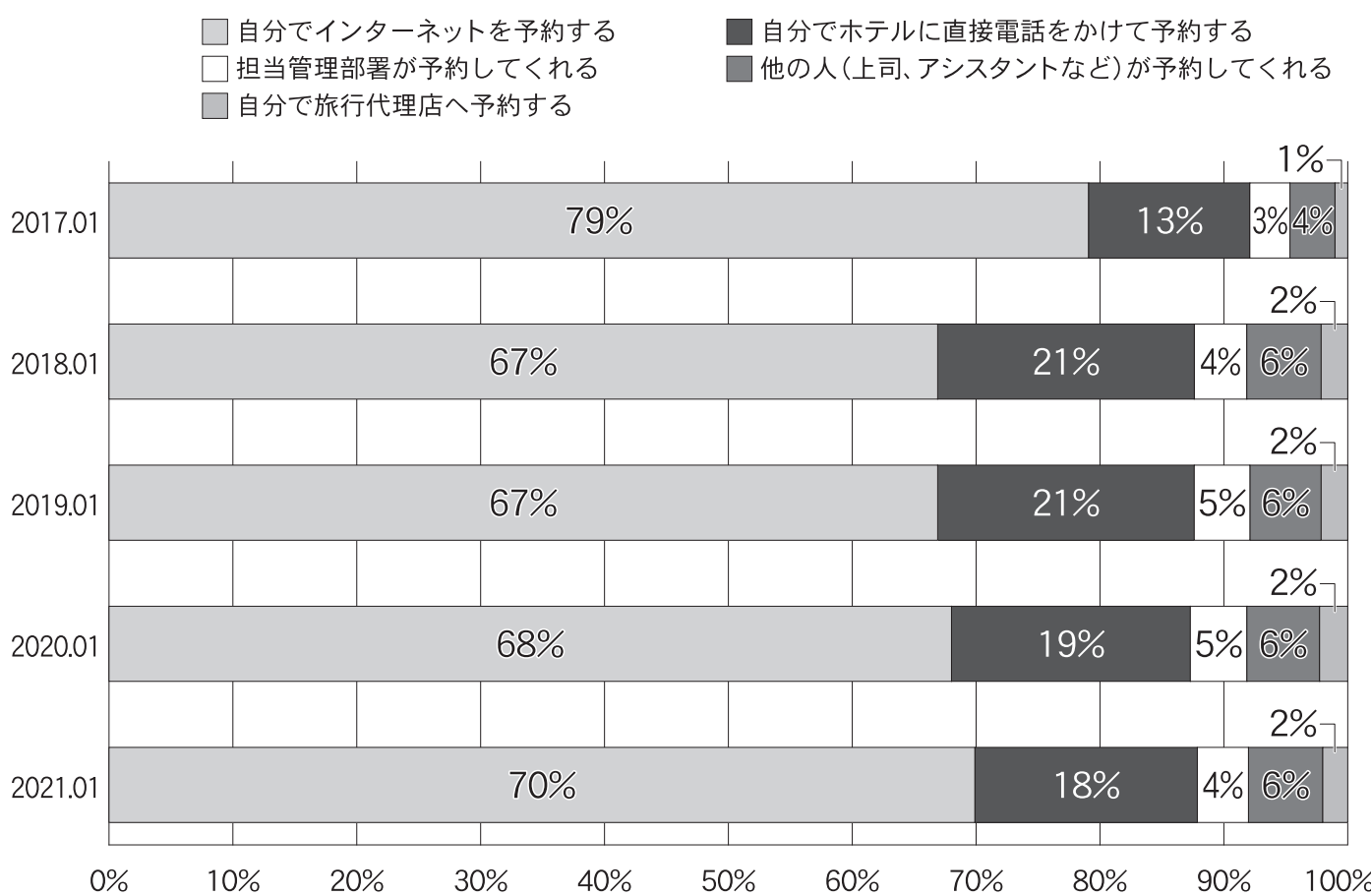
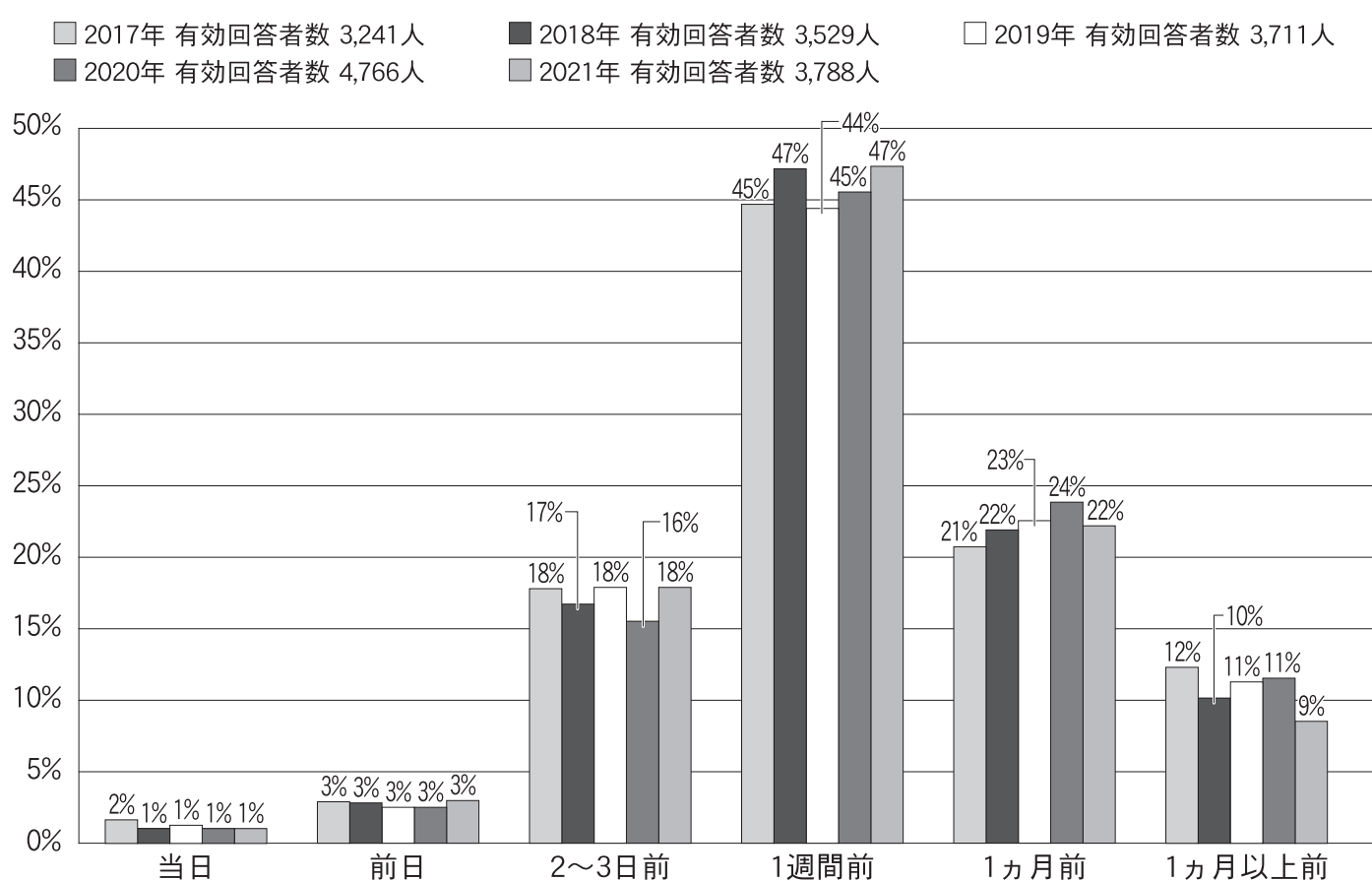


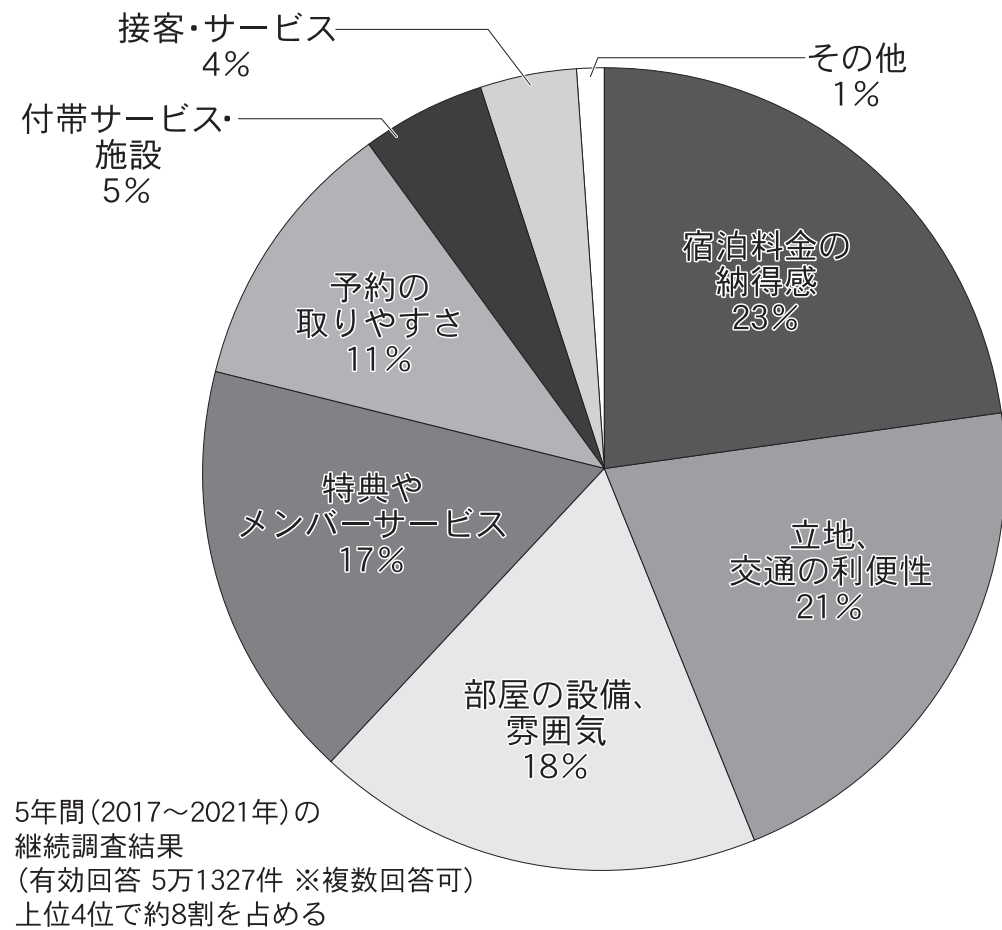
図表1 宿泊予約経路の推移(過去5年間の推移/累計有効回答数[複数回答有]:2万5432件)



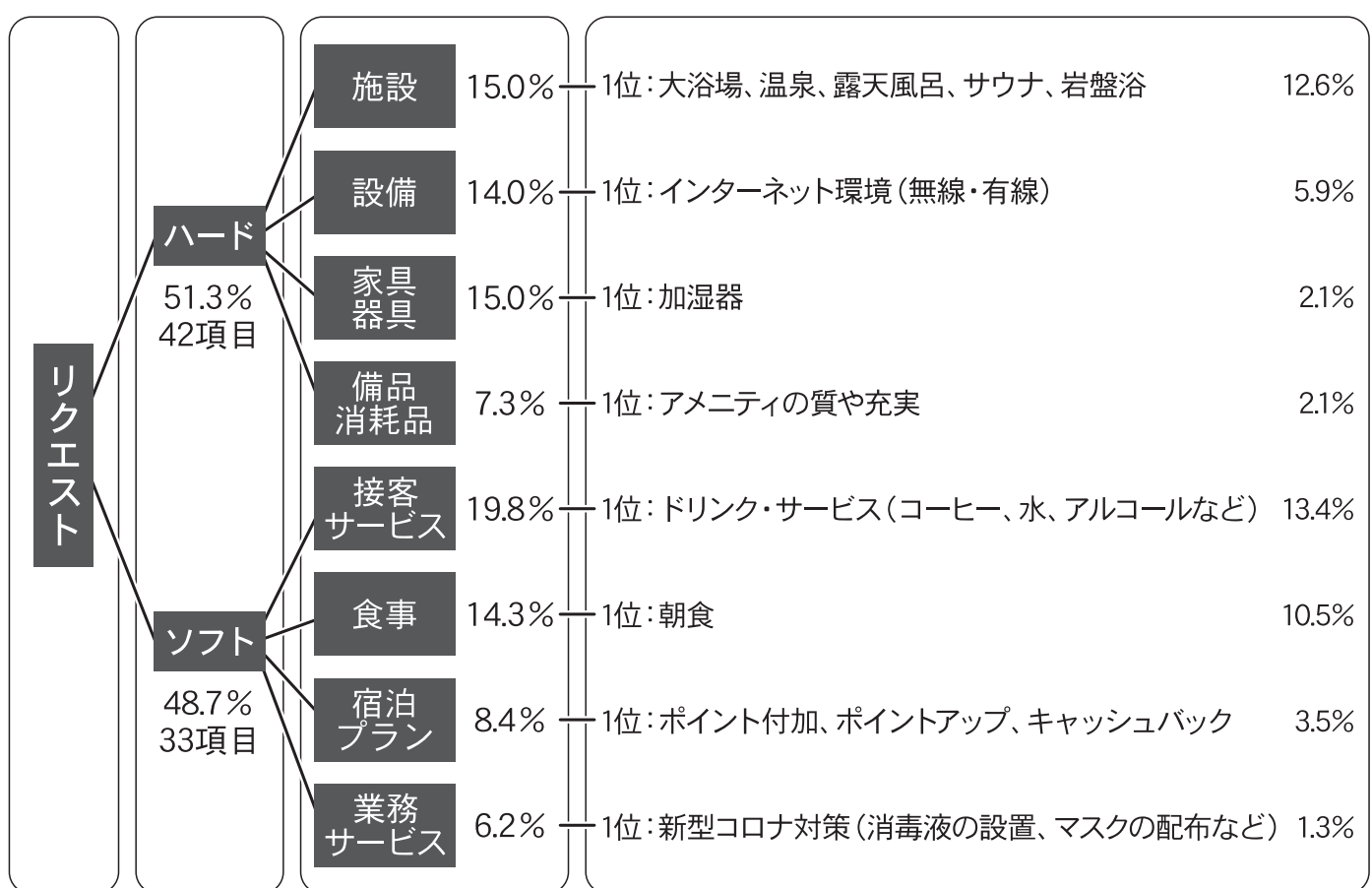
図表2 予約タイミングによるホテル利用者の分布状況(過去5年間の推移/累計有効回答数:1万9035件)



図表3 同じホテルをリピートしたいと思う理由(過去5年間の累計/有効回答数[複数回答有]:5万1327件)



図表4 ホテル滞在中に利用できるサービスで、今後望むものや今までにあった便利なもの



ポイントカード「Aカード」会員4800人に聞く

出張ビジネスマンの ホテル利用実態調査

を手掛ける「Aカードホテルシステム（東京都千代田区）は、同社全国で独立系ホテルのキャッシュ・バックポイントカードの運営が運営する」「Aカードホテルネットワーク」の会員に対し、「出張にビジネスマンのホテル利用形態に関するアンケート」を1月8～15日にインターネットで実施した。対象はビジネスマンを中心とした会員4802人。その調査結果の一部を抜粋して紹介する。

【宿泊予約経路の推移】

2001年調査の出張ビジネスマンによる宿泊予約経路では、自分でインターネットで予約する「比率が約70%を占めている」と示されている。

過去5年間平均では、約7割の比率を占めており、宿泊予約経路で、インターネットが過去一貫して最も大きな比率を占めていることが分かる。

【宿泊予約を行うタイミング】

出張ビジネスマンが宿泊予約を行うタイミングについてと調査した「図表2」。過去の調査と比較すると、21年は「一ヵ月前」「一ヵ月以上前」といった先行予約期間への比率がわずかに減少する一方で、「2～3日前」「一週間前」の比率が微増傾向になっているのが分かる。

近年は先行予約期間の長いインバウンド観光客によるホテル宿泊利用の急激な増加に伴い、出張ビジネスマンも宿泊予約するタイミングを早める傾向が続いているものの、新型コロナウイルスの感染の、新型コロナウイルスの感染（3割）、繁華街（2割）

拡大を受け、インバウンドを含めた観光需要が激減したことから、再び出張ビジネスマンの先行予約期間が短くなってきていることと示唆している。

【ホテルのリピート理由】

5年間の累積調査結果では、ホテルを利用（リピート）しているという理由が、料金2割、立地1割、部屋2割、特典2割、予約2割、その他1割と、いくつかの要因にバランスよく分かれています。

さらにこうした料金、立地、屋、特典といったトップ4の要素、さらに細かく要因分解しても、さらに細かく要因分解して

料金は低価格志向が3割程度、一方で、高価格志向も同程度

立地は駅近（4割）、目的は（3割）、繁華街（2割）

要望のトツ、
新型コロナウイルス

要望のトップは「大浴場」

[illegible]

1位:宿泊料金の納得感

内容		2021 年	5年平均
1 位	宿泊料金を抑えて食事代、土産代に充てたい	46%	47%
2 位	高くても良い部屋に泊まりたい	26%	26%
3 位	出張規定の範囲内で、なるべく高い部屋に泊まってポイントをためたい	20%	19%

2位:立地、交通の利便性

内容		2021 年	5 年平均
1 位	最寄りの主要駅からの近さ	36%	35%
2 位	目的地からの近さ	30%	30%
3 位	繁華街、飲み屋街の近さ	22%	22%

3位:部屋の設備、雰囲気

内容		2021 年	5 年平均
1 位	無線通信環境 (Wi-Fi)	17%	19%
2 位	ホームページなどの写真から判断できる部屋の内装の雰囲気	18%	17%
3 位	ベッドの質やサイズ	17%	17%
4 位	部屋の広さ	14%	14%

4位:特典やメンバーサービス 有効回答 4万6110人

内容		2021 年	5年平均
1 位	キャッシュバックシステム	31%	31%
2 位	インターネット旅行代理店のポイントサービス	24%	24%
3 位	ホテル独自のポイントサービス	21%	21%

図表5 宿泊料金の主な支払い方法は何か(有効回答数:7109人)

