

Press Release

報道用資料

2009年11月26日

景気後退で客室稼動が低迷する中、ホテルの宿泊客満足度は向上

2009年日本ホテル宿泊客満足度調査

CS（顧客満足度）に関する調査・コンサルティングの国際的な専門機関である株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィック（本社：東京都港区、略称：J.D. パワー、代表取締役社長：アルバート・ラパーズ）は、2009年日本ホテル宿泊客満足度調査の結果を発表した。

当調査は、日本全国のホテルグループ・チェーン 141 ブランドを対象に、宿泊者のホテルでの経験やサービスに対する満足度を調べるもので、全国の 18 歳以上の男女を対象にしている。4 回目となる今年は、直近 1 年間に宿泊したホテルについて 2009 年 8 月にインターネット調査を実施し、32,704 人から回答を得た。

当調査では、ホテルの提示する正規宿泊料金や客室面積をもとに「1泊 35,000 円以上」「1泊 15,000 円～35,000 円未満」「1泊 9,000 円～15,000 円未満」「1泊 9,000 円未満」の 4 つの部門に分け、それぞれにおける宿泊客満足度を測定している。各部門の詳細は次のとおり。

- | | |
|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1泊 35,000 円以上部門 | : 正規料金の最多価格帯 35,000 円以上 |
| 1泊 15,000 円～35,000 円未満部門 | : 正規料金の最多価格帯 15,000 円以上 35,000 円未満
かつ最多客室面積が 20 m ² 以上 |
| 1泊 9,000 円～15,000 円未満部門 | : 正規料金の最多価格帯 9,000 円以上 15,000 円未満
もしくは最多価格帯が 15,000 円以上 35,000 円未満
かつ最多客室面積が 20 m ² 未満 |
| 1泊 9,000 円未満部門 | : 正規料金の最多価格帯 9,000 円未満 |

宿泊客満足度の測定にあたっては、「予約^{*1}」「チェックイン／チェックアウト」「客室」「F&B（料飲）^{*2}」「ホテルサービス^{*3}」「ホテル施設」「ホテルスタッフ」「料金^{*4}」の 8 つのファクター（要素）を設定し評価を得ている。各ファクターにおける複数の詳細項目に関する宿泊客の評価をもとに、総合満足度スコアを算出している（1,000 ポイント満点）。

- | | |
|------------|--------------------------------------------------------------------------------|
| *1 予約 | : 電話及びウェブサイトを通じてホテルグループ・チェーンに直接行った予約の評価 |
| *2 F&B | : 「1泊 9,000 円未満」部門では、レストラン・バー・ラウンジ施設を付帯しないホテルブランドを考慮し「朝食」として提供される料理や施設全体の評価を採用 |
| *3 ホテルサービス | : レジャー／フィットネス施設、スパ、ランドリーサービス、ビジネスセンターなどホテルの付帯施設やサービス全体の評価 |
| *4 料金 | : 客室料金、通話料金、F&B 料金など滞在中に費やした費用全体の評価 |

◆各部門の第1位はザ・リッツ・カールトン、ロイヤルパークホテルズ リッチモンドホテルズ、コンフォート、スーパーホテル◆

各部門における総合満足度ランキングは次のとおりとなった。

< 1泊 35,000円以上部門 >

ランキング対象となった12ホテルブランドのうち、ザ・リッツ・カールトンが819ポイントを獲得し、4年連続1位となった。ザ・リッツ・カールトンは、全ファクターで当部門トップの評価を得た。第2位は帝国ホテル(773ポイント)、第3位はパンパシフィック(747ポイント)だった。

< 1泊 15,000円～35,000円未満部門 >

ランキング対象となった22ホテルブランドのうち、ロイヤルパークホテルズが740ポイントを獲得し、3年連続1位となった。「F&B(料飲)」「ホテル施設」「ホテルスタッフ」「料金」において当部門トップの評価を得た。第2位のアソシアホテルズ&リゾーツ(ホテルアソシア)は735ポイントを獲得し、「チェックイン/チェックアウト」「客室」「ホテルサービス」で当部門トップの満足度評価を得た。第3位はリーガロイヤルホテル(714ポイント)だった。

< 1泊 9,000円～15,000円未満部門 >

ランキング対象となった17ホテルブランドのうち、リッチモンドホテルズが725ポイントを獲得し、4年連続1位となった。「チェックイン/チェックアウト」「客室」「ホテルサービス」「ホテルスタッフ」「料金」において当部門で最も高い評価を得た。第2位は富士屋ホテル(692ポイント)で、「予約」「F&B(料飲)」「ホテル施設」で当部門トップの満足度評価となった。第3位はホテルモントレ(686ポイント)だった。

< 1泊 9,000円未満部門 >

ランキング対象となった16ホテルブランドのうち、コンフォートとスーパーホテルが同率の674ポイントを獲得し、1位となった。コンフォートは「客室」「ホテル施設」において、スーパーホテルは「チェックイン/チェックアウト」「料金」においてそれぞれ当部門トップの満足度評価となった。第3位はドリーミン(664ポイント)で、「朝食」「ホテルサービス」において当部門で最も高い評価を得た。

◆宿泊料金の引き下げは顧客のリピートにつながらず◆

昨今の景気後退により、企業における出張の手控えや出張費の削減、国内宿泊旅行の減少等が影響し、ホテル業界では客室稼動が下がり、この一年間で顧客獲得競争が激化した。

今回の調査では、一泊一室あたりの宿泊料金は4部門すべてにおいて昨年よりも1割程度下落しており、業界全体での価格競争の進行がうかがえる。また、宿泊予約時の対応、客室の清掃状況、料飲施設でのスタッフ対応など、随所でサービス力は高まった。それらにより、すべての部門において宿泊客満足度は昨年よりも向上した。厳しい経済環境で苦戦を強いられた中、価格の引き下げやスタッフによる提供サービスの強化など、各ホテルの努力がうかがえる結果であった。

宿泊客満足度は昨年よりも向上したものの、またそのホテルに“宿泊したい”という意向の向上はいずれの部門にもみられなかった。宿泊先を決める際、再宿泊の意向の低い顧客は価格を、意向の高い顧客は「部屋の広さやインテリアがよい」「各種施設が充実」「朝食がおいしい・充実」などホテルの魅力を重視する傾向であった。各部門で高い評価を得たホテルにみられるように、寝具やアメニティ、朝食、各種施設などにこだわりのあるサービスやコンセプトを強く打ち出した、バリューの高い宿泊体験の訴求が顧客のロイヤルティを高める鍵であるといえる。

※J.D. パワーが結果を発表する調査はすべて J.D. パワーが第三者機関として自主企画により実施したものです。

<株式会社 J.D. パワー アジア・パシフィックについて>

当社は米国 J.D. パワー・アンド・アソシエイツの日本を含むアジア地域でのビジネスの拠点として 1990 年に設立された。自動車業界を始めコンピューター、通信関連、OA 機器、サービス産業、金融など様々な業界において顧客満足に関する調査やコンサルティングを実施している。プライバシーマーク取得。会社概要や提供サービスなどの詳細は当社ウェブサイト www.jdpower.co.jp まで。

<J.D. パワー・アンド・アソシエイツについて>

ザ・マグロウヒル・カンパニーズの一部門である J.D. パワー・アンド・アソシエイツ（本社：米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ）は、マーケティング・リサーチ、生産・販売予測、コンサルティング、教育・トレーニングおよび顧客満足度調査を実施している国際的な情報サービス事業者である。数百万人の消費者からの回答をもとに品質や顧客満足度に関する調査を毎年行なっている。

<ザ・マグロウヒル・カンパニーズについて>

1888 年に設立されたザ・マグロウヒル・カンパニーズ（NYSE: MHP）は、スタンダード&プアーズ、マグロウヒル・エデュケーション、J.D. パワー・アンド・アソシエイツなどを通じて金融サービス、教育、ビジネスに関する情報を提供している国際的な情報サービス事業者である。世界 40 カ国に 280 カ所以上の拠点を有し、2008 年の売上高は 64 億ドルにのぼる。詳細はウェブサイト www.mcgraw-hill.com まで。

<当調査に関するお問い合わせ先>

(株) J.D. パワー アジア・パシフィック
クライアント・サービス グループ

住 所： 東京都港区虎ノ門 5-1-5 虎ノ門 45MT ビル（〒105-0001）

電 話： 03-4550-8060

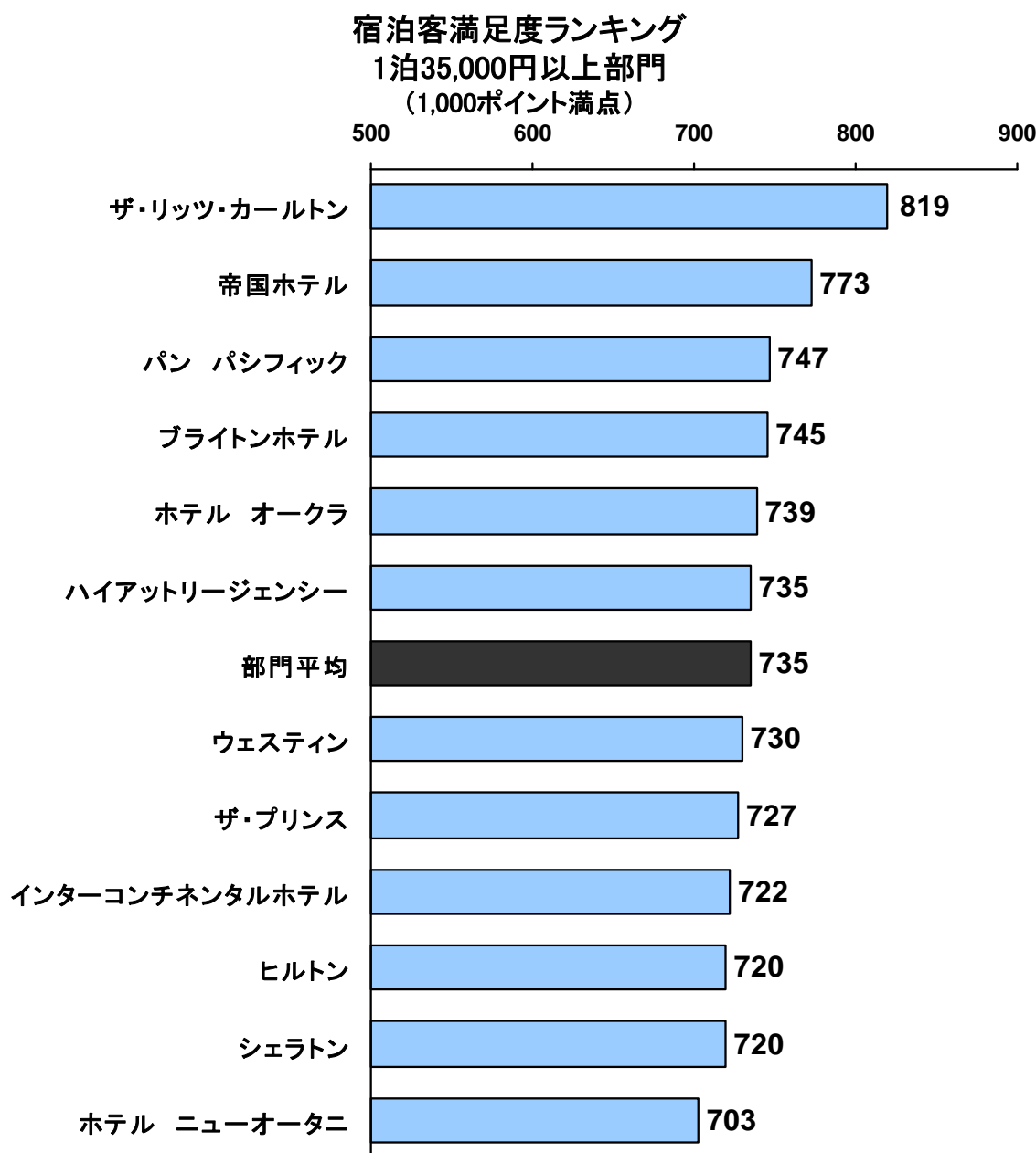
F A X： 03-4550-8152

e-mail： cc-group@jdpower.co.jp

<ご注意>

本紙は報道用資料です。(株)J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く本資料に掲載されている情報および結果を広告または販促活動に転用することを禁止します。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM



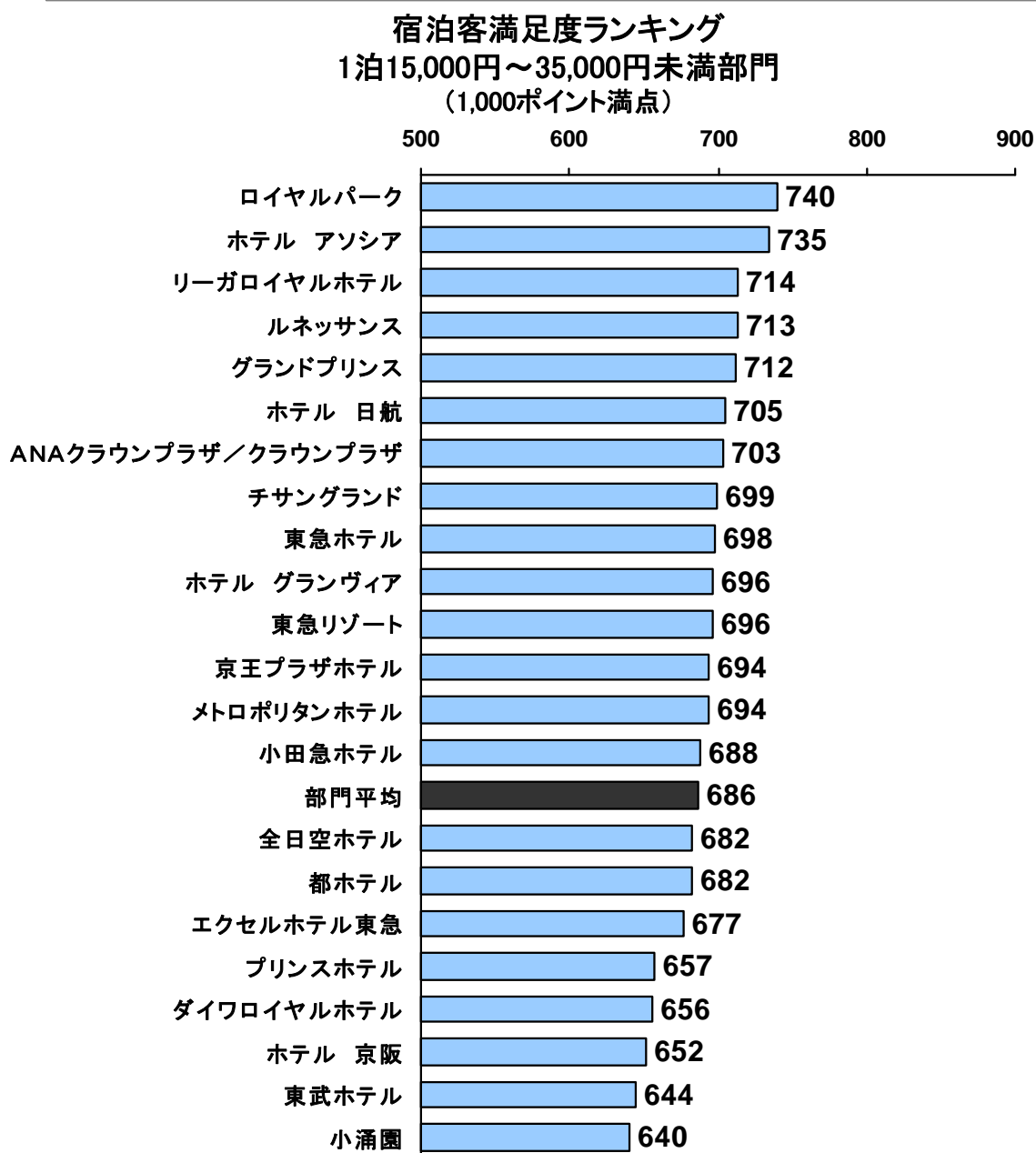
注) グランドハイアット、コンラッド、ザ・ペニンシュラ、パークハイアット、フォーシーズンズホテル、マリオット、マンダリンオリエンタルは少数サンプルのためランキングには含まれていません。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM



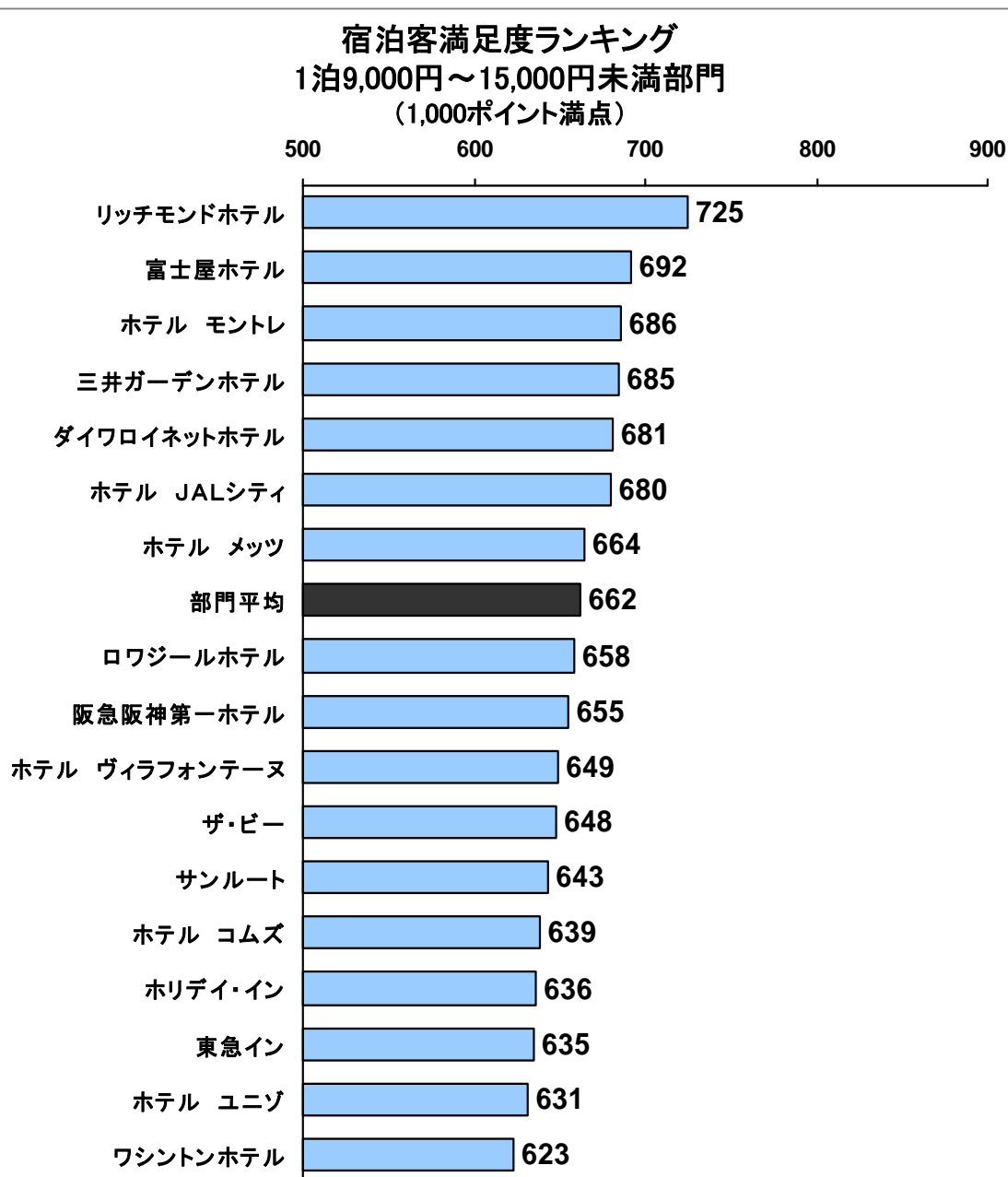
注) アートホテルズ、クロスホテル、後樂園ホテル、チサンリゾート、ノボテル、ビューホテル、ホテルフジタ、ラビスタ、ロイヤルパインズは少数サンプルのためランキングには含まれていません。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM



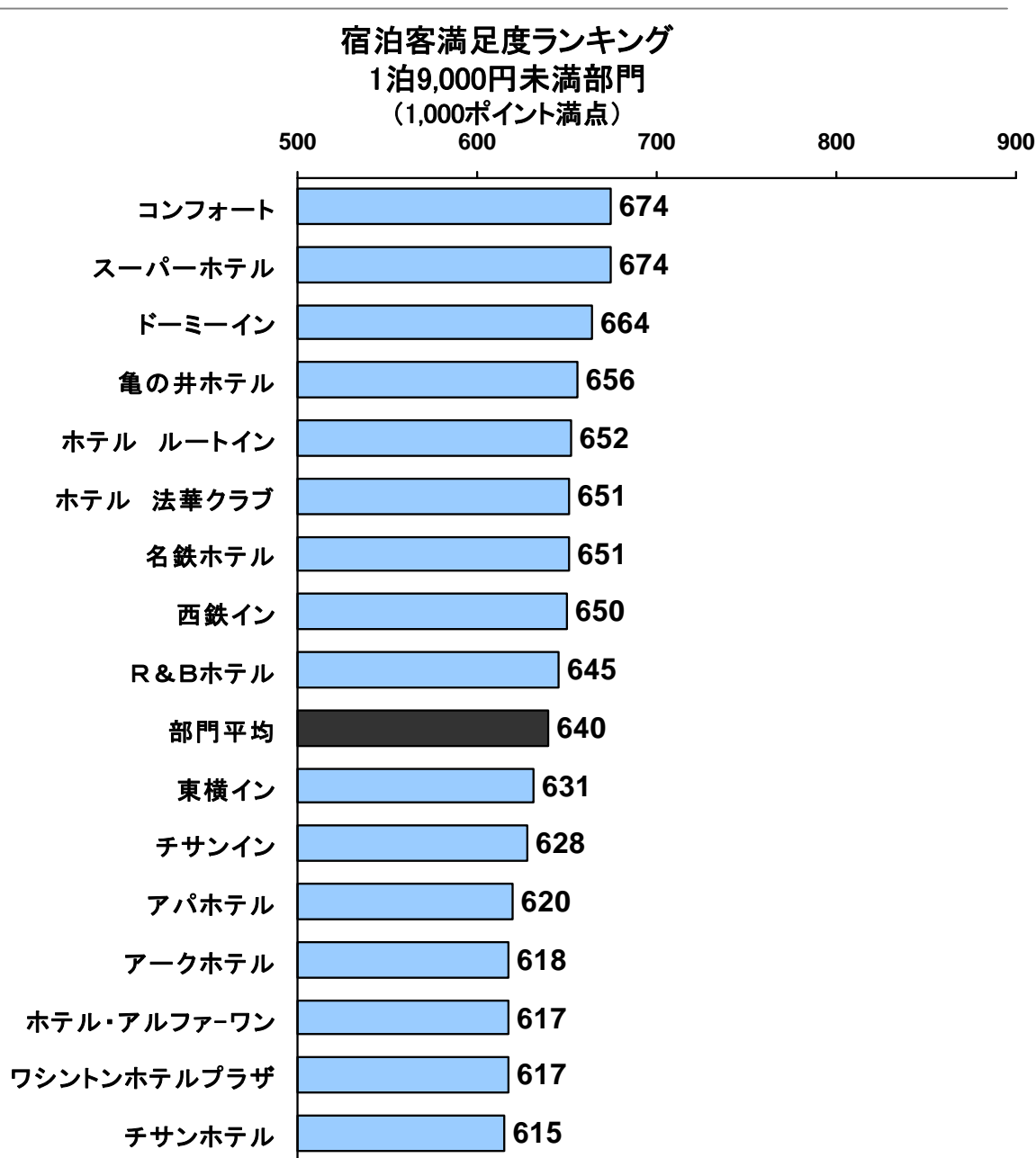
注) オークラフロンティア、ハートンホテル、ベストウェスタン、ホテル330、ホテルグランティア、ホテルグレイスリー、ホテルトラスティ、ホテルマロウド、ラマダは少数サンプルのためランキングには含まれていません。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM



注)アーバンホテル、イーホテル、ウイングインターナショナル、カンデオホテルズ、コートホテル、JR九州ホテル、スマイルホテル、スリープイン、トーコーシティホテル、ブルーウェーブイン、ホテル エコノ、ホテル スカイコート、ホテル パールシティ、ホテル パイプのけむり、ホテル フィーノ、ホテル 1-2-3、レオパレスホテルは少数サンプルのためランキングには含まれていません。

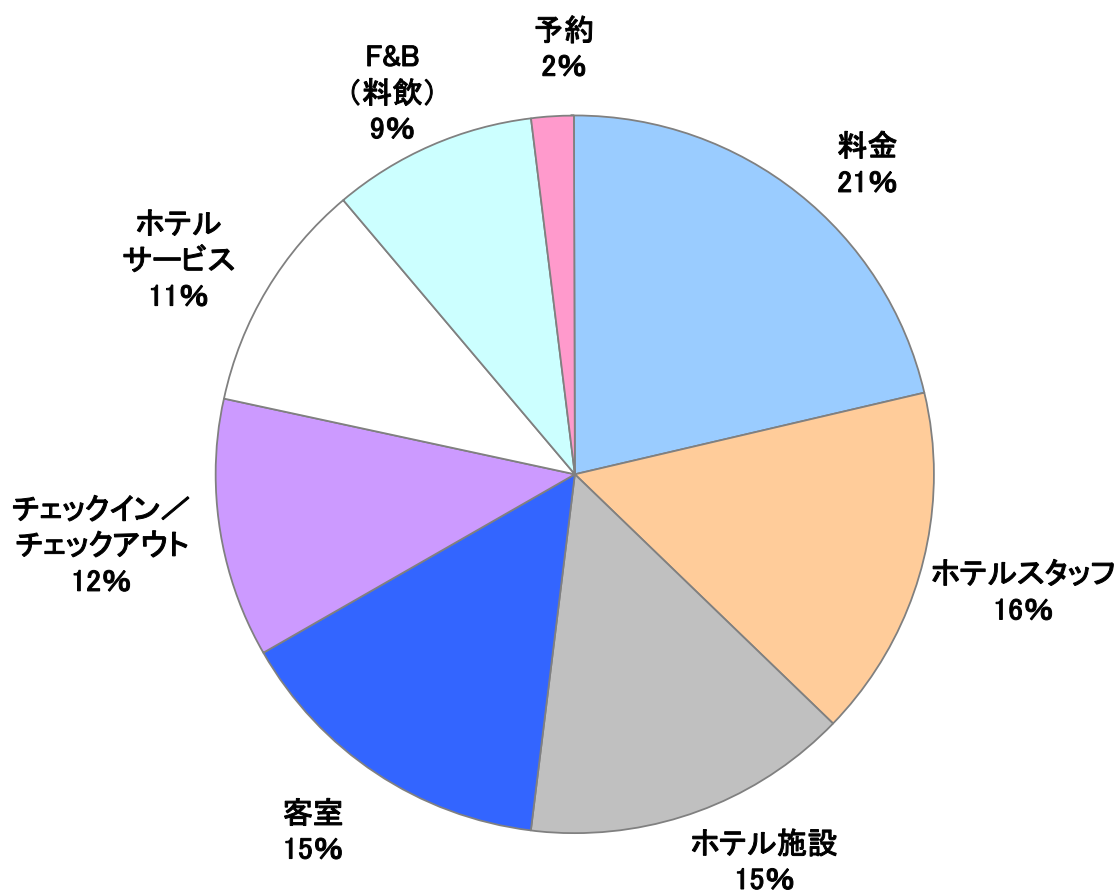
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM

総合満足度を構成するファクター
1泊35,000円以上部門



注)各パーセント値は端数処理されているため、合計が100にならないことがあります。

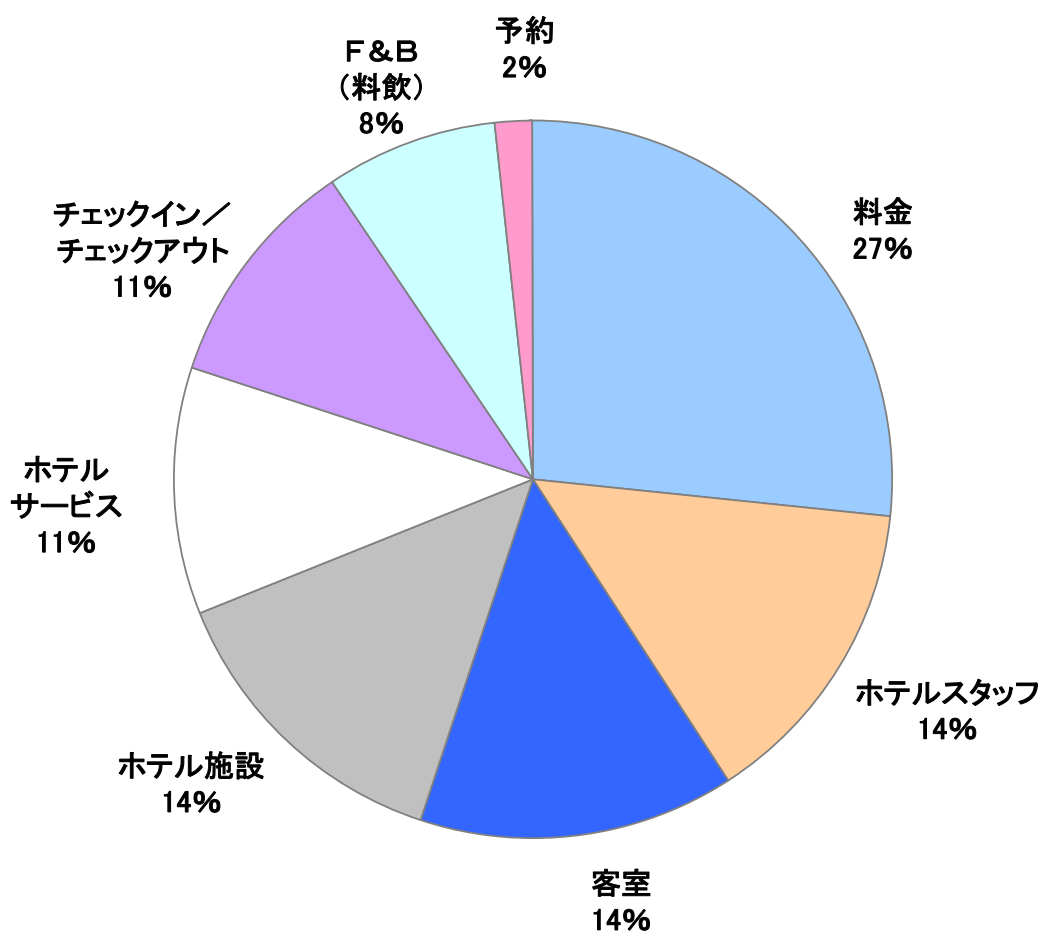
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM

総合満足度を構成するファクター
1泊15,000円～35,000円未満部門



注)各パーセント値は端数処理されているため、合計が100にならないことがあります。

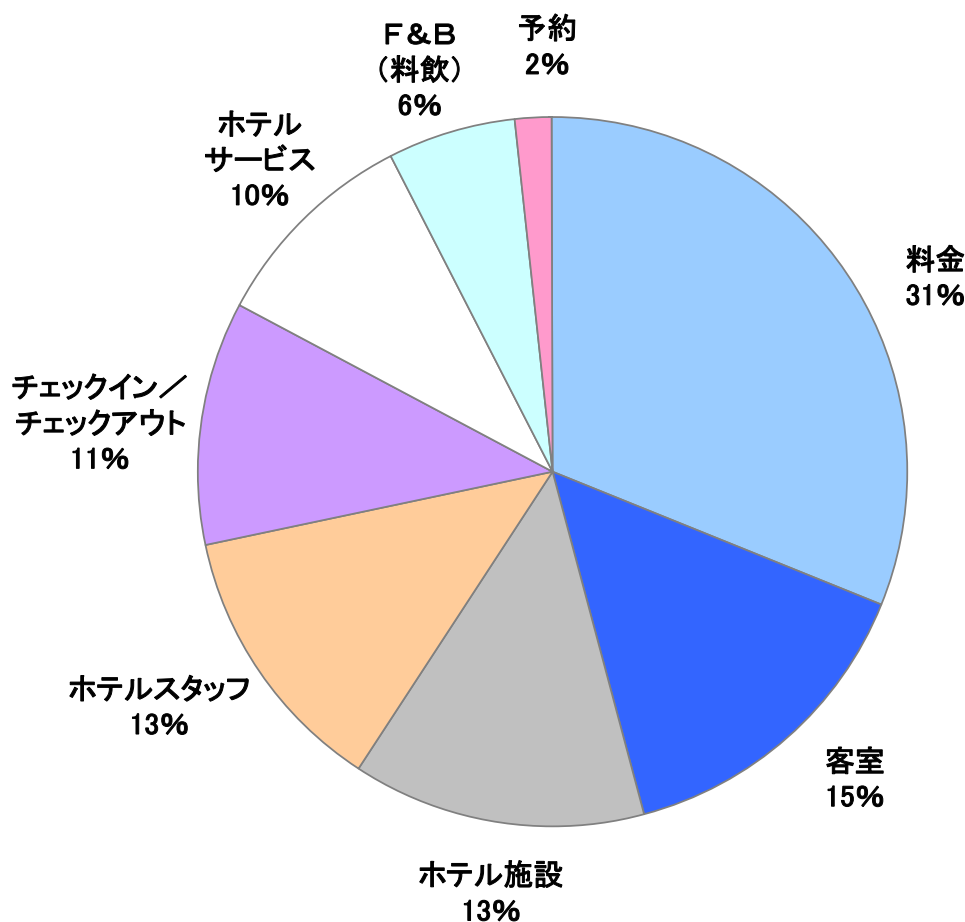
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM

総合満足度を構成するファクター
1泊9,000円～15,000円未満部門



注)各パーセント値は端数処理されているため、合計が100にならないことがあります。

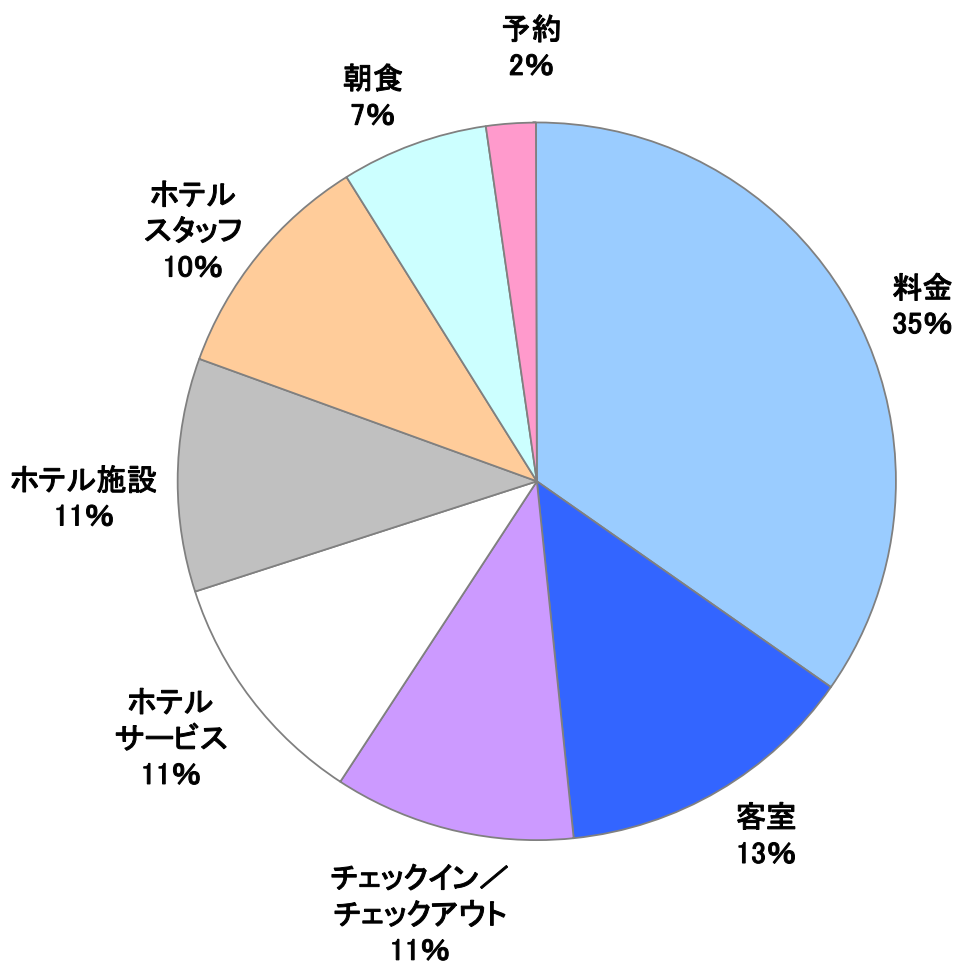
出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM)を明記して下さい。

J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM

総合満足度を構成するファクター
1泊9,000円未満部門



注)各パーセント値は端数処理されているため、合計が100にならないことがあります。

出典: J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM

本紙は報道用資料です。J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く、本資料に掲載されているデータを広告および販促活動に転用することを禁止します。

報道で本資料に使用されている図表およびグラフを引用する際には、必ず、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー アジア・パシフィック 2009年日本ホテル宿泊客満足度調査SM)を明記して下さい。