

[CLOSE UP]
HOTEL LUXE
[ニューオープン]
HOTEL DOMANI 水戸
JAGUAR HOTEL Salle de bain
SKY PARADISE RAKUEN
HOTEL COCO GRAND 上野不忍

[特別企画]

「LH-NEXTショッピングモール」ガイド
<https://shop.lh-next.net>

LH NEXT

季刊
エルエイチ・ネクスト

[特集]

「政令改正」 《解釈運用基準》 を説く

● [解釈運用基準の概要]

新しく公表された
「解釈運用基準」の概要

—資料：新「解釈運用基準」（4号営業に関わる全部分を抜粋）

● [座談会]

経営視点から見た、
4号か新法かの“選択基準”

● [届出と分社化]

「4号営業届出」と
「分社化」の仕方

● [セミナーダイジェスト]

(社)日本自動車旅行ホテル協会関東本部主催の
「政令改正」対策セミナー 10月12日に開催

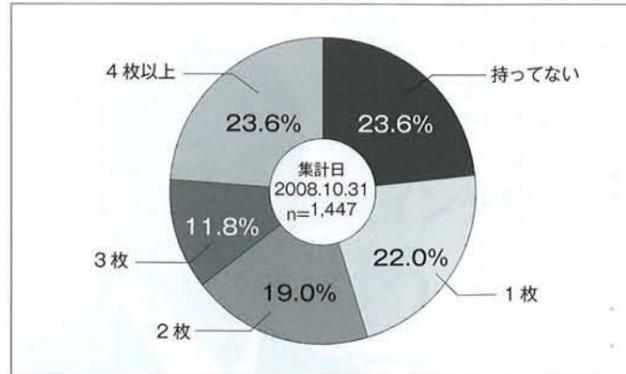
● [4号ホテルの遵守事項]

～新法ホテルが4号営業ホテルに移行した
場合に新たに増える規制を中心として～

2010 vol.

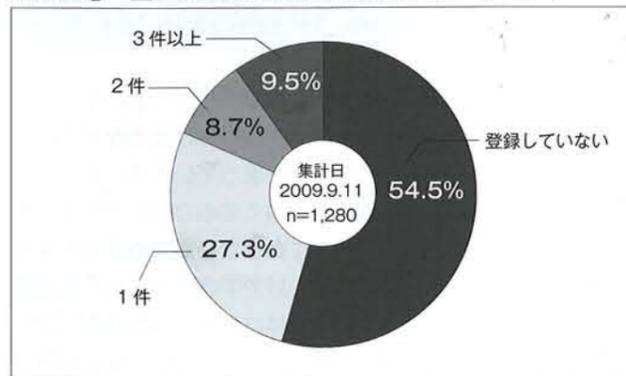
<http://www.teidan.co.jp>

DATA ① ■ホテルのメンバーズカードを何枚持っている？



回答者の4人に3人が、メンバーズカードを持っているという結果だ。現在、多くのホテルが多様なメンバー特典を提供してリピーター化を図っているが、利用者の多くがその特典に価値を感じているといえる。ただ、複数枚持っている利用者が過半数に及ぶ。メンバー特典にも、自社ホテルに再来店させる魅力付けが必要となっている。

DATA ③ ■ホテルのメルマガに登録していますか？



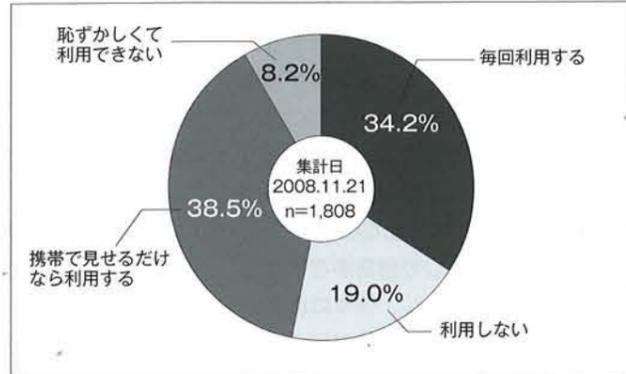
メルマガ登録者は、合計で45.5%と半数近い割合だ。現代の消費者は、お気に入りの情報源からのメルマガによる情報発信にすでに慣れている。これまで能動的な情報発信の手段がなかったレジャーホテルにおいて、積極的に集客につながる情報発信ができる環境が整ってきたといえる。今後、メルマガの有効活用はさらに進むと思われる。

ホテルにおいて、利用者ニーズや利用実態を把握することは、ハード・ソフト両面からの施設づくりの基本になる重要な要素。(株)アルメックスが運営するホテル検索サイト「ハッピーホテル」では、サイト上でさまざまな利用者アンケートを実施している。(株)アイメディアは、8月31日に(株)アルメックスと合併)同サイトの登録会員は約28万人、アンケート回答のサンプル数も多く、ホテル経営・運営に役立つ有効なデータとなっている。本誌では同社の協力を得て、そのアンケート結果を掲載していく。第3回目は、「利用の仕方と要望」に関するものをピックアップした。

DATA FILE

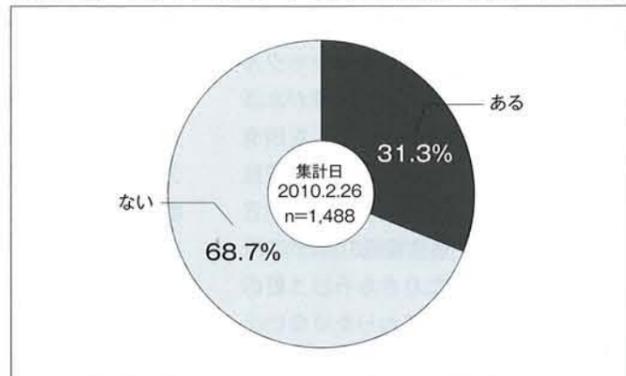
連載 ● データでみる利用者ニーズと利用実態……03. [利用の仕方と要望] 編

DATA ② ■ホテルでクーポンを利用しますか？



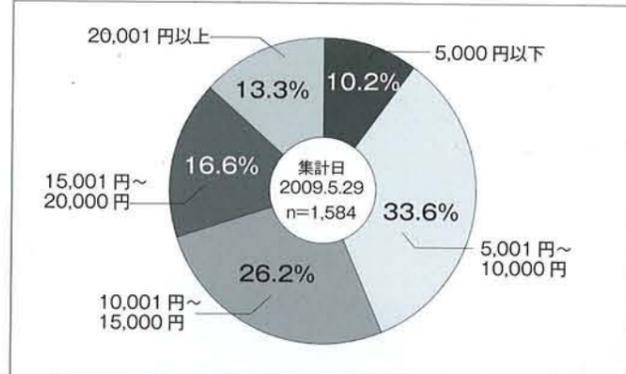
「毎回利用する」が34.2%ながら、「携帯で見せるだけなら利用する」が38.5%もある。クーポンを持ち歩くのが面倒、あるいは他人に見られたくない、といった心理がこの背景にありそうだ。HPからのプリントアウトで提供するケースも多いが、小さくてホテル名が入っていない、など、持ち歩きやすく使いやすい形状、デザインが求められる。

DATA ④ ■クレジットカードでホテルの支払いをしたことがある？



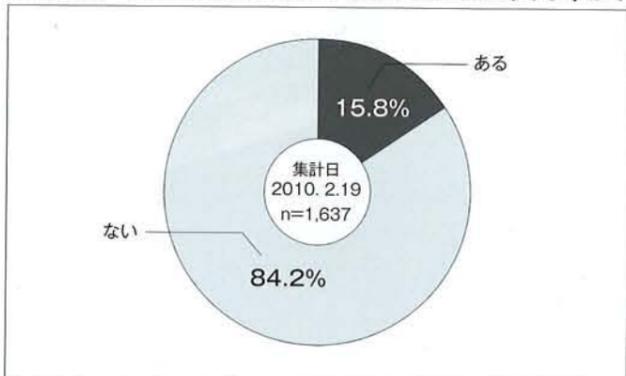
クレジットカードでの支払い経験者は31.3%。カード社会という現状を考えると、かなり低い数値ではないか。手数料を考えれば現金支払いのほうがありがたいが、カード支払いを導入したら給料日前の組数が伸びたという声も多い。また、カード支払いがしやすい環境(フロントの対応、請求がホテル名でないことの告知)づくりも必要だろう。

DATA ⑤ ■1か月に利用できるラブホの金額(フード等含む)は？



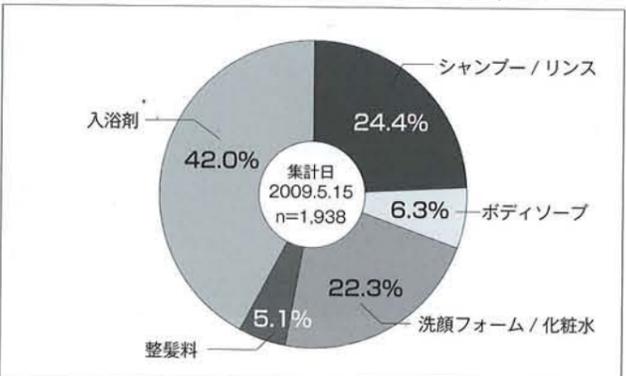
1か月に利用できるラブホの金額については、利用回数にも関係するだけに金額の分布は幅広いものとなっている。ただ、2万円以下が、全体の86.7%を占めている。一般的な若いサラリーマンの小遣い額を考えれば、この金額は妥当なところではないか。客単価5,000～1万円、月に2～4回の利用がなされていると推測できる。

DATA ⑦ ■3人以上でホテルに泊まったことがありますか？



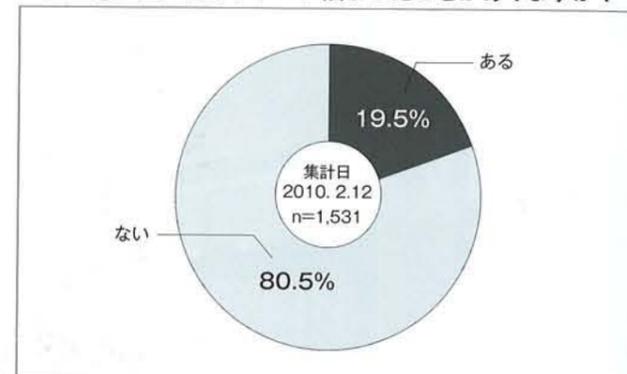
「ある」との回答は15.8%。現状でも、観光地のレジャーホテルでは、幼児連れのヤングファミリーの利用なども見られる。なかには幼児用のパジャマ等を提供して喜ばれているホテルもある。今後、ファミリー層はもちろん、広い客室を活かしてのパーティプラン等によるグループ客の集客など、利用層や利用の仕方の拡大を考えることも必要だろう。

DATA ⑨ ■ホテルで充実してほしいアメニティは？



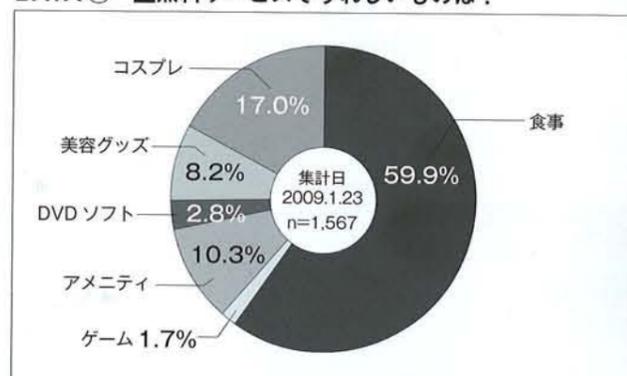
「入浴剤」が最も多く42.0%。「シャンプー/リンス」(24.4%)、「洗顔フォーム/化粧水」(22.3%)の回答も多い。シャンプー/リンスなどは、女性の嗜好に応えようと多様な種類を揃えて無料貸出しとしているホテルも多い。利用者は、アメニティから(貸出しも含めて)ホテルのグレードとセンスを感じ取る。品数、品種の選定は重要だ。

DATA ⑥ ■1人でホテルに泊まったことがありますか？



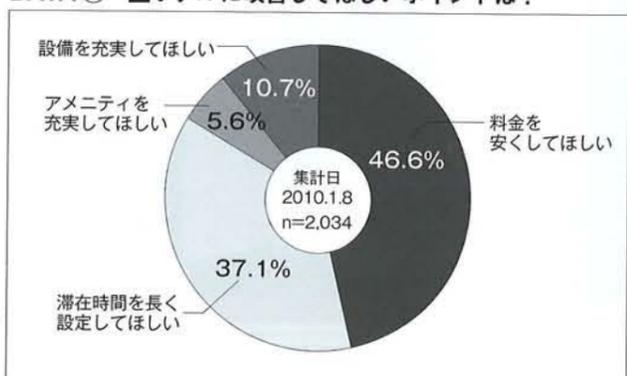
「ある」との回答は19.5%。現状では1人でレジャーホテルに泊まるのは少々勇気がいる。しかし、まだ数は少ないが「一般的なビジネスホテルよりずっと快適」との理由で、レジャーホテルを1人で利用する若い女性客もいる。政令改正後のとくに都市部立地の新法ホテルは、こういった1人利用の女性客も新たなターゲットになりえるといえる。

DATA ⑧ ■無料サービスでうれしいものは？



「食事」との回答が59.9%と過半数を占める。レジャーホテルが提供する食事が認知されてきたともいえるが、その一方で、無料の食事を提供しながら、その多くが食べ残されているという状況も聞かれる。無料であっても価値のあるもの、求められるものは何か。多彩なサービスの無料化が進むなかで再考しなければならない。

DATA ⑩ ■ホテルに改善してほしいポイントは？



「料金を安く」が46.6%と最も多い。ただ注目したいのが、今回の10項目中で回答数が最も多い(2,034)こと。また、2番目に多い回答が「滞在時間を長く」(37.1%)ということ。これらを考え合わせると、利用者はレジャーホテルを「もっと使いたい」と思っていることは間違いない。レジャーホテルは確実に消費者の支持を得ているのである。

アンケート回答者プロフィール
男女比：男性59%、女性41%
年代構成：10代12%、20代51%、30代25%、40代10%、50代以上2%

※「ハッピーホテル」加盟のホテルは、ハッピーホテルオーナーサイトで、本項掲載以外のアンケート結果も閲覧できる。