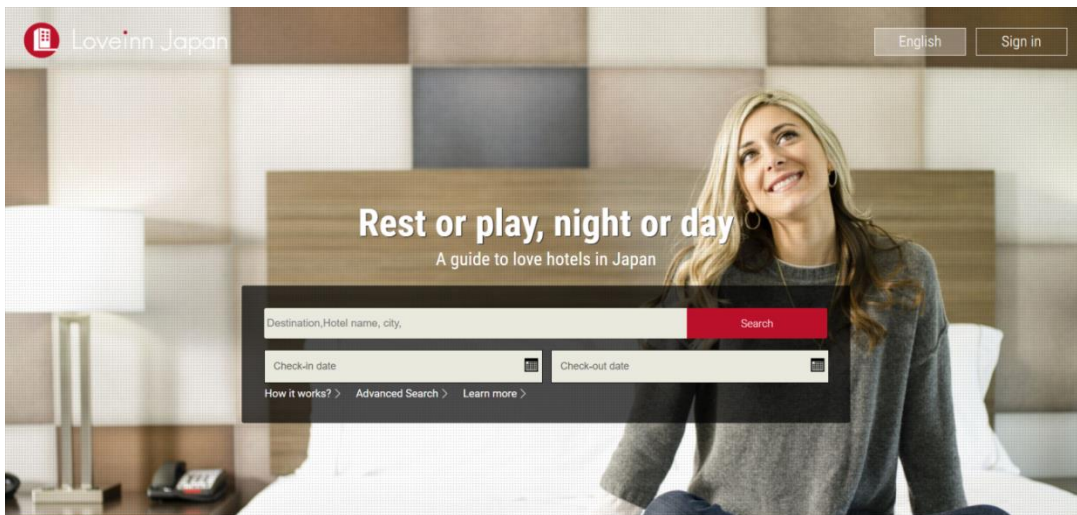


## 株式会社アルメックス

### 訪日旅行でのレジャーホテル利用に関するアンケート調査を実施

～カップル旅行では75%以上が利用を検討～

訪日外国人旅行者向けレジャーホテル紹介サイト「Loveinn Japan」を運営する株式会社アルメックス（USEN-NEXT グループ、本社：東京都港区、代表取締役社長：馬淵将平）は、台湾・香港・アメリカの3地域において、訪日旅行時のレジャーホテル利用に関する調査を実施いたしました。



<訪日外国人旅行者向けレジャーホテル紹介サイト「Loveinn Japan」 <https://loveinnjapan.com/en/>>

#### ■アンケート実施の背景

国内宿泊市場は、訪日観光客の急増に伴う宿泊施設の供給不足を背景に、新たな宿泊スタイルとしてカプセルホテルやホステルなどの簡易宿所および民泊物件が増加しております。他方、豪華な内装や広々とした間取りを特徴とするレジャーホテルは、訪日観光客の宿泊施設・形態に対する多様なニーズの受け皿として、近年注目を浴びております。長年にわたりレジャー・ビジネス・シティ各ホテルや様々な宿泊施設におけるフロント業務に関するトータルソリューションシステムをご提供し、高いシェアを誇るアルメックスは、この日本独自の文化ともいえるレジャーホテルを世界中の方に利用いただくことで訪日のベネフィットを感じていただくこと、ひいてはレジャーホテル業界の活性化にも貢献したいという思いから2016年に訪日外国人旅行者向けレジャーホテル紹介サイト「Loveinn Japan」を開設いたしました。

今般、その活動の一環として、訪日観光客の意識調査を実施いたしました。

本アンケート結果などを参考に、ホテル利用者および運営者双方にとってメリットがある製品・サービスのご提供を行い、更なるレジャーホテル業界および宿泊業界全体の発展に寄与してまいります。

## ■アンケート結果のハイライト

①カップルでのレジャーホテルの利用意向は75%以上。(図表1)

| 図表1  | TW (n=113)    |              |           |             |              | HK (n=108)    |              |           |             |              | US (n=119)    |              |               |              |                 |
|--|---------------|--------------|-----------|-------------|--------------|---------------|--------------|-----------|-------------|--------------|---------------|--------------|---------------|--------------|-----------------|
|  | まったく泊まってみたくない | あまり泊まってみたくない | どちらとも言えない | やや泊まってみたくない | とても泊まってみたくない | まったく泊まってみたくない | あまり泊まってみたくない | どちらとも言えない | やや泊まってみたくない | とても泊まってみたくない | まったく泊まってみたくない | あまり泊まってみたくない | どちらとも言えない     | やや泊まってみたくない  | とても泊まってみたくない    |
| 設問   | 不可能!          | 可能不確         | 我不知道      | 可能確         | 絶対確!         | 不可能!          | 可能不確         | 我不知道      | 可能確         | 絶対確!         | No way!       | Probably not | I do not know | Probably yes | Definitely yes! |
| 恋人・夫婦で旅行する場合                               | 4.4%          | 5.3%         | 13.3%     | 56.6%       | 20.4%        | 0.9%          | 2.8%         | 12.0%     | 49.1%       | 35.2%        | 5.9%          | 4.2%         | 7.6%          | 29.4%        | 52.9%           |
| 友人と旅行する場合                                  | 24.8%         | 23.9%        | 16.8%     | 24.8%       | 9.7%         | 22.2%         | 19.4%        | 17.6%     | 29.6%       | 11.1%        | 5.9%          | 11.8%        | 9.2%          | 33.6%        | 39.5%           |
| 一人で旅行する場合                                  | 35.4%         | 24.8%        | 13.3%     | 24.8%       | 1.8%         | 31.5%         | 24.1%        | 15.7%     | 25.9%       | 2.8%         | 14.3%         | 7.6%         | 18.5%         | 27.7%        | 31.9%           |
| もし仮に1泊だけの「ちょっと変わった宿泊体験」としてであれば、泊まってみたいですか? | 12.4%         | 13.3%        | 17.7%     | 42.5%       | 14.2%        | 13.9%         | 12.0%        | 25.9%     | 40.7%       | 7.4%         | 6.7%          | 8.4%         | 13.4%         | 38.7%        | 32.8%           |

②日本旅行でよく利用されている宿泊施設は、台湾は「ビジネスホテル」「シティホテル」「Airbnb」、香港は「シティホテル」「民宿」「ビジネスホテル」、アメリカは「シティホテル」「Airbnb」など。(図表2)

③「レジャーホテル」利用は台湾では利用経験者が1割未満と最も低く、「知らない+知っているが使ったことはない」で9割を超える。香港は「知らない」が2割未満と、台湾と比較すると認知自体はされており、利用経験がある人が約25%存在。(図表2)

| 図表2                           | TW (n=113)   |                |             |             |             | HK (n=108)   |                |              |              |             | US (n=119)        |                  |              |                |                 |
|-------------------------------|--------------|----------------|-------------|-------------|-------------|--------------|----------------|--------------|--------------|-------------|-------------------|------------------|--------------|----------------|-----------------|
|                               | 知らない         | 知っているが使ったことはない | 使ったことがある    | たまに使う       | よく使う        | 知らない         | 知っているが使ったことはない | 使ったことがある     | たまに使う        | よく使う        | 知らない              | 知っているが使ったことはない   | 使ったことがある     | たまに使う          | よく使う            |
| 設問                            | 從未聽過         | 只有聽過           | 有使用過        | 偶爾使用        | 經常使用        | 從未聽過         | 只有聽過           | 有使用過         | 偶爾使用         | 經常使用        | Never heard of it | Just heard of it | I tried it   | Sometimes used | Frequently used |
| シティホテル                        | 13.3%        | 15.0%          | 46.0%       | 10.6%       | 15.0%       | 0.9%         | 26.9%          | 28.7%        | 26.9%        | 16.7%       | 10.9%             | 14.3%            | 16.8%        | 21.8%          | 36.1%           |
| ビジネスホテル                       | 8.0%         | 15.9%          | 35.4%       | 23.9%       | 16.8%       | 3.7%         | 24.1%          | 38.9%        | 24.1%        | 9.3%        | 8.4%              | 24.4%            | 17.6%        | 31.9%          | 17.6%           |
| 旅館                            | 8.8%         | 38.1%          | 38.9%       | 10.6%       | 3.5%        | 1.9%         | 25.0%          | 34.3%        | 34.3%        | 4.6%        | 20.2%             | 19.3%            | 18.5%        | 21.8%          | 20.2%           |
| 民宿                            | 15.0%        | 43.4%          | 23.9%       | 12.4%       | 5.3%        | 0.9%         | 35.2%          | 34.3%        | 19.4%        | 10.2%       | 21.0%             | 21.0%            | 15.1%        | 21.8%          | 21.0%           |
| Airbnbなどのパッケージレンタル、別荘・コンドミニアム | 17.7%        | 50.4%          | 14.2%       | 8.0%        | 9.7%        | 3.7%         | 43.5%          | 34.3%        | 12.0%        | 6.5%        | 13.4%             | 24.4%            | 21.0%        | 16.8%          | 24.4%           |
| ゲストハウス                        | 14.2%        | 51.3%          | 21.2%       | 8.0%        | 5.3%        | 4.6%         | 54.6%          | 24.1%        | 13.9%        | 2.8%        | 13.4%             | 24.4%            | 18.5%        | 22.7%          | 21.0%           |
| カプセルホテル                       | 11.5%        | 61.1%          | 17.7%       | 5.3%        | 4.4%        | 11.1%        | 58.3%          | 19.4%        | 10.2%        | 0.9%        | 21.8%             | 18.5%            | 18.5%        | 24.4%          | 16.8%           |
| <b>レジャーホテル</b>                | <b>32.7%</b> | <b>59.3%</b>   | <b>5.3%</b> | <b>1.8%</b> | <b>0.9%</b> | <b>18.5%</b> | <b>56.5%</b>   | <b>13.0%</b> | <b>10.2%</b> | <b>1.9%</b> | <b>21.0%</b>      | <b>23.5%</b>     | <b>16.0%</b> | <b>24.4%</b>   | <b>15.1%</b>    |
| 家族・親戚・友達の家へホームステイ             | 35.4%        | 42.5%          | 16.8%       | 3.5%        | 1.8%        | 22.2%        | 45.4%          | 13.0%        | 14.8%        | 4.6%        | 16.8%             | 21.0%            | 15.1%        | 28.6%          | 18.5%           |
| 漫画喫茶またはインターネットカフェ             | 32.7%        | 57.5%          | 7.1%        | 1.8%        | 0.9%        | 13.9%        | 57.4%          | 12.0%        | 11.1%        | 5.6%        | 22.7%             | 22.7%            | 15.1%        | 21.0%          | 18.5%           |
| スーパー銭湯                        | 40.7%        | 47.8%          | 9.7%        | 1.8%        | 0.0%        | 28.7%        | 42.6%          | 13.9%        | 12.0%        | 2.8%        | 25.2%             | 21.0%            | 16.8%        | 15.1%          | 21.8%           |
| 深夜バス                          | 34.5%        | 56.6%          | 5.3%        | 3.5%        | 0.0%        | 25.0%        | 53.7%          | 11.1%        | 8.3%         | 1.9%        | 26.9%             | 19.3%            | 13.4%        | 25.2%          | 15.1%           |
| その他                           | 4.4%         | 0.0%           | 0.9%        | 0.0%        | 0.0%        | 0.0%         | 0.0%           | 0.9%         | 0.0%         | 0.0%        | 1.7%              | 2.5%             | 1.7%         | 5.9%           | 6.7%            |

④いずれの国でも、設備・価格・立地面での優位性があれば、レジャーホテルに泊まってみたいという意向があらわれた。(図表3)

| 図表3                 | TW (n=113) |           |       | HK (n=108) |           |       | US (n=119)       |               |              |
|---------------------|------------|-----------|-------|------------|-----------|-------|------------------|---------------|--------------|
|                     | 泊まりたくない    | 泊まるかもしれない | 泊まりたい | 泊まりたくない    | 泊まるかもしれない | 泊まりたい | 泊まりたくない          | 泊まるかもしれない     | 泊まりたい        |
| 設問                  | 我不會住       | 我不知道      | 我會住   | 我不會住       | 我不知道      | 我會住   | I would not stay | I do not know | I would stay |
| 同じ値段だが設備や品質がものすごくよい | 17.7%      | 24.8%     | 57.5% | 10.2%      | 37.0%     | 52.8% | 10.9%            | 26.9%         | 62.2%        |
| 同じ値段だが設備や品質が少しよい    | 24.8%      | 37.2%     | 38.1% | 17.6%      | 38.9%     | 43.5% | 10.1%            | 33.6%         | 56.3%        |
| 設備は同じだが値段がものすごく安い   | 17.7%      | 29.2%     | 53.1% | 12.0%      | 28.7%     | 59.3% | 9.2%             | 33.6%         | 57.1%        |
| 設備は同じだが値段が少し安い      | 23.9%      | 41.6%     | 34.5% | 21.3%      | 43.5%     | 35.2% | 13.4%            | 37.8%         | 48.7%        |
| 値段は同じだが立地が非常に便利     | 17.7%      | 31.0%     | 51.3% | 13.0%      | 34.3%     | 52.8% | 13.4%            | 29.4%         | 57.1%        |

⑤レジャーホテルを紹介するためのコンテンツ切り口については台湾では「LCC」と絡めたコンテンツが最も興味関心を持たれたほか、「プロガーによる体験」「日本の宿泊施設の“使い分け”ガイド」など実用性の高い内容が好まれる傾向にあった。また、香港も同様に「利用者の体験談」「日本の宿泊施設の“使い分け”ガイド」といった実用を兼ねたコンテンツが求められる傾向にあった。アメ

リカは、全体的に好印象な結果ではあったが「ユニークな外観のホテルを紹介する特集」「研究者による日本の風俗の歴史・文化コラム」などカルチャーに対する興味関心が高い。（図表 4）

図表 4

| 設問                          | TW (n=113) |       |       |       |       | HK (n=108) |       |       |       |       | US (n=119) |       |       |       |       |
|-----------------------------|------------|-------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|-------|-------|------------|-------|-------|-------|-------|
|                             | 1          | 2     | 3     | 4     | 5     | 1          | 2     | 3     | 4     | 5     | 1          | 2     | 3     | 4     | 5     |
| 様々なユニークな外観のホテルを紹介する特集       | 8.8%       | 9.7%  | 34.5% | 38.1% | 8.8%  | 0.9%       | 8.3%  | 35.2% | 49.1% | 6.5%  | 4.2%       | 9.2%  | 21.8% | 27.7% | 37.0% |
| ブロガーによる体験レポート               | 7.1%       | 6.2%  | 30.1% | 39.8% | 16.8% | 1.9%       | 7.4%  | 34.3% | 48.1% | 8.3%  | 5.9%       | 7.6%  | 19.3% | 39.5% | 27.7% |
| 利用者の体験談                     | 8.0%       | 8.8%  | 31.9% | 38.9% | 12.4% | 0.0%       | 6.5%  | 32.4% | 47.2% | 13.9% | 8.4%       | 7.6%  | 23.5% | 27.7% | 32.8% |
| LCCで深夜・早朝便を利用する際のレジャーホテル活用法 | 6.2%       | 8.8%  | 31.9% | 32.7% | 20.4% | 0.9%       | 9.3%  | 40.7% | 38.9% | 10.2% | 3.4%       | 13.4% | 20.2% | 31.1% | 31.9% |
| レジャーホテル含む日本の宿泊施設の“使い分け”ガイド  | 7.1%       | 10.6% | 35.4% | 32.7% | 14.2% | 1.9%       | 9.3%  | 36.1% | 40.7% | 12.0% | 5.0%       | 6.7%  | 20.2% | 35.3% | 32.8% |
| レジャーホテル研究者による日本の風俗の歴史・文化コラム | 12.4%      | 23.9% | 31.0% | 25.7% | 7.1%  | 2.8%       | 13.9% | 44.4% | 33.3% | 5.6%  | 4.2%       | 10.9% | 26.9% | 24.4% | 33.6% |

【調査概要】

- ・調査方法：インターネットアンケート調査
- ・調査期間：2017年9月7日～13日
- ・対象地域：台湾、香港、アメリカ
- ・サンプル数：各100サンプル
- ・事前スクリーニング：a.各地域在住者
  - ：b.20～39歳の男性または女性（男女比均等になるように割当）
  - ：c.台湾、香港は日本への渡航経験が2回以上、アメリカは1回以上。

【アルメックスについて】

本社所在地 〒107-0061 東京都港区北青山 3-1-2

設立 1966年6月28日

資本金 23億60百万円（払込資本金）

従業員数 634名（2017年8月現在）

年商 170億64百万円（2017年8月現在）

ホームページ <https://www.almex.jp/>

事業内容

ビジネスホテル、レジャーホテル、医療機関、飲食店舗、ゴルフ場、その他商業施設に向けた自動精算機、受付機、ホストコンピュータを中心とするフロント管理システム、業務効率化を目的とするITトータルソリューションの製品・サービスの企画・製造・販売・保守メンテナンスおよび関連事業におけるWEBサービスの運営

企業理念

「テクノホスピタリティを世界へ」 Technology×Hospitality

最先端のテクノロジーとソリューションを通じて、直接我々の製品やITサービスを導入される施設・店舗のお客様（ユーザー）はもとより、その施設・店舗を利用される多くの消費者や生活者（エンドユーザー）に対して、究極のホスピタリティ（効率性、省力化、利便性、生産性向上）を世界中に提供していくこと。それが、アルメックスの企業理念です。

【本件に関するお問合せ】

株式会社アルメックス広報担当：小林（USEN-NEXT HOLDINGS 広報部）

TEL 03-6823-2010

Mail [unhdpr@usen-next.jp](mailto:unhdpr@usen-next.jp)