

2024 年 11 月 21 日

J.D. パワー ジャパン

J.D. パワー 2024 年ホテル宿泊客満足度調査SM

～宿泊料金が上昇する中、「料飲」とハードの改善により満足度を維持・向上～

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 ジャパン（本社：東京都港区、代表取締役社長：山本浩二、略称：J.D. パワー）は、**J.D. パワー 2024 年ホテル宿泊客満足度調査SM**の結果を発表した。

18 回目となる今回調査では、部門定義の見直しを行い、各ホテルグループ・チェーンの最多客室面積帯を基に、最多客室面積が 35 m²以上を「アップパーアップスケールホテル部門」、25 m²以上 35 m²未満を「アップスケールホテル部門」、20 m²以上 25 m²未満を「アップパーミッドスケールホテル部門」、15 m²以上 20 m²未満を「ミッドスケールホテル部門」、15 m²未満を「エコノミーホテル部門」として、5 つの部門に分けて調査を行った。

宿泊料金は上昇するも、「料飲」とハード面の高評価に支えられ満足度は向上

好調なインバウンド需要に加え、人件費やエネルギー価格などコストの上昇を背景に、ホテル宿泊料金が高騰している。本調査でも、前回調査（2023 年 11 月発表）と比較可能な 38 ブランドのうち^{*1}、半数近い 18 ブランドで宿泊料金の 10% 以上の上昇が確認された。

しかし、料金上昇が満足度全体に与える影響は限定的であった。前回調査では宿泊料金の大幅な上昇が主因となり、総合的な宿泊客満足度が大きく低下したが、今回調査では 38 ブランド中 12 ブランドで 10pt 以上の満足度向上が見られ、10pt 以上低下したのは 2 ブランドのみだった。

宿泊客満足度を構成するファクター別では、「料金」は 13 ブランドで 10pt 以上満足度が低下し料金上昇の影響を避けられなかったものの、それ以外の主要ファクターでは、大半のブランドで前年と同レベル以上だった。特に、朝食を中心とした「料飲」では 6 割を超える 25 ブランドで、「客室」では 18 ブランド、「ホテル施設」では 15 ブランドと約 4 割のブランドで向上している。料飲の質向上への積極的な取り組みや、コロナ禍で遅れていた客室や施設のメンテナンスなどハード面での改善に取り組むホテルブランドが多い様子がうかがえる。

総合満足度／主要ファクター別満足度の前回からの推移（38ブランド中）

単位：ブランド数							
	総合満足度	チェックイン ／チェック アウト	客室	料飲	ホテル サービス	ホテル施設	料金
前年比+10pt 以上の向上	12	13	18	25	11	15	6
前年比±10pt 未満	24	23	18	12	24	21	19
前年比-10pt 以上の低下	2	2	2	1	3	2	13

J.D. POWER

出典：J.D. パワー 2023-2024年ホテル宿泊客満足度調査SM

^{*1}調査対象ブランド全 46 ブランド中、前回・今回共に調査対象となり前回との比較が可能なのは 38 ブランド。

宿泊客のニーズが高い入浴施設や特色ある朝食

本調査ではサービスやアメニティ 14 項目に対して、ホテルを利用する際の重要度を聴取した。その結果、全ての部門で「温泉・浴場施設」、「地域／地元の食材や特産品を使った朝食」、「健康に配慮された朝食」が上位 3 位以内に挙げた。

特に「温泉・浴場施設」については、アップスケールホテル部門、エコノミーホテル部門を除く3部門で4割以上の宿泊客が重要と答えている。実際にこれらの施設を利用した宿泊客の割合は、アップパーアップスケールホテル部門とミッドスケールホテル部門でともに37%、アップパーミッドスケール部門で34%と、一定層の宿泊客にとっては魅力的な付帯サービスであると言えよう。

また朝食については、エコノミーホテル部門を除く4部門で、宿泊客の7割近くが「朝食で地域／地元の食材や特産品を使った料理・飲み物の提供があった」と回答している。加えて、前回調査と比較可能な38ブランドのうち半数はこの割合が5pt以上増加しており、こうした朝食内容の充実が、今回調査における「料飲」の満足度向上の一因となったことが推察される。

ホテルを利用する際に重要だと思うサービスやアメニティ（複数回答）					
	1位	2位	3位	4位	5位
アップパーアップスケールホテル部門	温泉・浴場施設 45%	地域／地元の食材や特産品を使った朝食 40%	健康に配慮された朝食 36%	スマートチェックインサービス 24%	ホテル会員向けポイントプログラム 23%
アップスケールホテル部門	地域／地元の食材や特産品を使った朝食 38%	温泉・浴場施設 36%	健康に配慮された朝食 33%	ホテル会員向けポイントプログラム 22%	スマートテレビ 21%
アップパーミッドスケールホテル部門	温泉・浴場施設 43%	地域／地元の食材や特産品を使った朝食 38%	健康に配慮された朝食 33%	スマートテレビ 21%	スマートチェックインサービス 21%
ミッドスケールホテル部門	温泉・浴場施設 40%	地域／地元の食材や特産品を使った朝食 34%	健康に配慮された朝食 27%	スマートテレビ 19%	スマートチェックインサービス 19%
エコノミーホテル部門	温泉・浴場施設 32%	地域／地元の食材や特産品を使った朝食 25%	健康に配慮された朝食 23%	スマートチェックインサービス 22%	ホテル会員向けポイントプログラム 20%

* スマートチェックインサービス：チェックイン・チェックアウトをスマートフォンのアプリやQRコードなどで行えるサービス
 * スマートテレビ：ホテル情報の確認や、自分のスマートフォンとの同期やインターネットを通して動画配信サービスを視聴できるテレビ

※数値について、小数点以下は四捨五入しています

J.D. POWER
出典：J.D. パワー 2024年ホテル宿泊客満足度調査SM

スマートチェックインサービス、宿泊客のニーズが高いが期待と合致しているか慎重な検討を

「自動チェックイン機」や「スマートチェックイン^{*2}」といったセルフサービス型のチェックインの普及が進んでおり、「スマートチェックイン」は、5部門中4部門で重要だと思うサービスやアメニティの上位5位以内に挙げられている。セルフサービスでのチェックイン利用率（「自動チェックイン機」と「ホテルのアプリを使用したチェックイン」の合計）はエコノミーホテル部門で25%、ミッドスケールホテル部門で17%、アップパーミッドスケールホテル部門で12%となっている。

セルフサービス型と従来の対面型のチェックインの満足度を見ると、エコノミーホテル部門ではセルフサービス型の方が「チェックイン／チェックアウト」での満足度が高い一方、それ以外の部門ではスタッフによるフロントデスクでの対面型のチェックインの方が満足度が高い傾向が見られた。

スマートチェックインは宿泊客からのニーズが高く、業務効率化にもつながるが、満足度の観点からは、宿泊客の期待と合致しているか慎重に検討する必要がある。もしギャップが生じるようであれば、スタッフによるサポート体制などを含めた対応策を整えた上での導入が望ましい。

今回調査では、宿泊料金の上昇にも関わらず、宿泊客満足度の維持・向上が確認された。しかし、今後もインバウンド需要、物価上昇、人員不足といった状況が続く限り、高水準の宿泊料金が継続すると予想される。その中で、各ホテルブランドにおいては、満足度向上とリピート客の獲得に向け、何に注力するか、宿泊客に提供できるブランド独自のベネフィットは何かを見極めた上での効果的な施策の展開が求められる。

^{*2}チェックイン・チェックアウトをスマートフォンのアプリやQRコードなどで行えるサービス。

J.D. パワー 2024 年ホテル宿泊客満足度満足度 No.1 を発表

総合満足度ランキングは下記の通り。

【アップパーアップスケールホテル部門】（対象 4 ブランド）

第 1 位：オークラ（776 ポイント）

「料飲（F&B）」、「客室」、「料金」、「ホテル施設」、「チェックイン／チェックアウト」の 5 ファクターで最高評価。

第 2 位：ウェスティン（763 ポイント）

第 3 位：シェラトン（761 ポイント）

「ホテルサービス」ファクターで最高評価。

【アップスケールホテル部門】（対象 10 ブランド）

第 1 位：インターコンチネンタルホテル／ANA インターコンチネンタルホテル（786 ポイント）

「客室」、「料金」、「ホテル施設」、「ホテルサービス」、「チェックイン／チェックアウト」の 5 ファクターで最高評価。

第 2 位：ハイアットリージェンシー（779 ポイント）

「料飲（F&B）」ファクターで最高評価。

第 3 位：ニューオータニ（768 ポイント）

【アップパーミッドスケールホテル部門】（対象 8 ブランド）

第 1 位：ラビスタ（773 ポイント）

「料飲（F&B）」、「客室」、「ホテルサービス」の 3 ファクターで最高評価。

第 2 位：OMO by 星野リゾート（762 ポイント）

「料金」、「ホテル施設」の 2 ファクターで最高評価。

第 3 位：ANA クラウンプラザホテル（752 ポイント）

「チェックイン／チェックアウト」、「予約」の 2 ファクターで最高評価。

【ミッドスケールホテル部門】（対象 10 ブランド）

第 1 位：リッチモンドホテルズ、ベッセルホテルズ（同点、726 ポイント）

リッチモンドホテルズは「客室」、「料飲（F&B）」、「チェックイン／チェックアウト」の 3 ファクターで最高評価。

ベッセルホテルズは「料金」ファクターで最高評価。

第 3 位：カンデオホテルズ（721 ポイント）

「ホテル施設」ファクターで最高評価。

【エコノミーホテル部門】（対象 14 ブランド）

第 1 位：スーパーホテル（712 ポイント）

10 年連続*の総合満足度第 1 位。「チェックイン／チェックアウト」、「ホテル施設」、「ホテルサービス」の 3 ファクターで最高評価。*調査実施年ベース（2020 年は調査を実施していない）

第 2 位：ヴィアインホテル（699 ポイント）

「客室」、「料飲（F&B）」の 2 ファクターで最高評価。

第 3 位：コンフォート（695 ポイント）

《J.D. パワー 2024 年ホテル宿泊客満足度調査SM概要》

年に1回、日本全国のホテルグループ・チェーン^{*3}を対象に、直近1年間に宿泊したホテルに対する満足度を聴取し明らかにする調査。今回で18回目の実施となる。本年より部門の定義の見直しを行い^{*4}、各ホテルの最多客室面積帯を基に「アップパーアップスケールホテル部門」、「アップスケールホテル部門」、「アップパーミッドスケールホテル部門」、「ミッドスケールホテル部門」、「エコノミーホテル部門」の5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。

■実施期間：2024 年 9 月中旬～9 月下旬 ■調査方法：インターネット調査

■調査対象：直近1年以内にホテルに宿泊した人（20 歳～74 歳）

■調査回答者数：アップパーアップスケールホテル部門：952 人 アップスケールホテル部門：2,107 人
アップパーミッドスケールホテル部門：3,208 人 ミッドスケールホテル部門：3,407 人、
エコノミーホテル部門：6,007 人

総合的な顧客満足度に影響を与えるファクターを設定し、各ファクターの詳細評価項目に関するユーザーの評価を基に 1,000 ポイント満点で総合満足度スコアを算出。総合満足度を構成するファクターは、総合満足度に対する影響度が大きい順に以下の通り（カッコ内は影響度）。

【アップパーアップスケールホテル部門】最多客室面積が 35 m²以上

「料飲（F&B）」（20%）、「客室」（19%）、「料金^{*5}」（17%）、「ホテル施設」、「ホテルサービス^{*6}」（共に 15%）、「チェックイン／チェックアウト」（13%）、「予約^{*7}」（1%）

【アップスケールホテル部門】最多客室面積が 25 m²以上 35 m²未満

「料飲（F&B）」（20%）、「客室」（19%）、「料金^{*5}」（17%）、「ホテル施設」、「ホテルサービス^{*6}」（共に 15%）、「チェックイン／チェックアウト」（13%）、「予約^{*7}」（1%）

【アップパーミッドスケールホテル部門】最多客室面積が 20 m²以上 25 m²未満

「料飲（F&B）」（20%）、「客室」（19%）、「料金^{*5}」（17%）、「ホテル施設」（16%）、「ホテルサービス^{*6}」（14%）、「チェックイン／チェックアウト」（13%）、「予約^{*7}」（2%）

【ミッドスケールホテル部門】最多客室面積が 15 m²以上 20 m²未満

「客室」（21%）、「料金^{*5}」、「ホテル施設」（共に 18%）、「ホテルサービス^{*6}」（16%）、「料飲（F&B）」（14%）、「チェックイン／チェックアウト」（13%）、「予約^{*7}」（1%）

【エコノミーホテル部門】最多客室面積が 15 m²未満

「料金^{*5}」（21%）、「客室」（18%）、「チェックイン／チェックアウト」（16%）、「ホテル施設」（15%）、「ホテルサービス^{*6}」（14%）、「料飲（F&B）^{*8}」（12%）、「予約^{*7}」（4%）

^{*3}国内で 10 棟以上を統一ブランド名で運営しているホテルで総客室数が 1,500 室以上かつ、事前調査により一定水準のサンプル数を満たしたブランド。

^{*4} 前回調査の部門・定義は下記の通り

【アップスケールホテル部門】正規料金の最多価格帯 15,000 円以上 35,000 円未満

【ミッドスケールホテル部門】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 9,000 円未満かつ最多客室面積が 15 m²以上

【エコノミーホテル部門】正規料金の最多価格帯 9,000 円未満かつ最多客室面積が 15 m²未満

^{*5} 客室料金、料飲（F&B）料金など滞在中に費やした費用全体の評価。

*⁶ レジャー／フィットネス、温泉・浴場等の施設やインターネット接続等の附帯サービス全体の評価。

*⁷ 電話及びウェブサイトを通じホテルもしくはホテルグループ・チェーンに直接行った予約の評価。

*⁸ エコノミーホテル部門では、レストラン・バー・ラウンジ施設を附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会場・レストランの評価を採用。

* J.D. パワーが調査結果を公表する全ての調査は、J.D. パワーが第三者機関として自主企画し実施したものです。

【ご注意】本紙は報道用資料です。弊社の許可なく本資料に掲載されている情報や結果を広告や販促活動に転用することを禁じます。

《本リリースに関するお問い合わせ》

株式会社 J.D. パワー ジャパン

メディア関係者様お問い合わせ：北見（コーポレート コミュニケーション）

Tel：03-6809-2996 E-mail：release@jdpa.com

調査レポート購読等お問い合わせ：日高・本成・若森（GBI 部門 トラベル・インダストリー）

Tel：03-6809-2987 E-mail：japanGBIPractice@jdpa.com

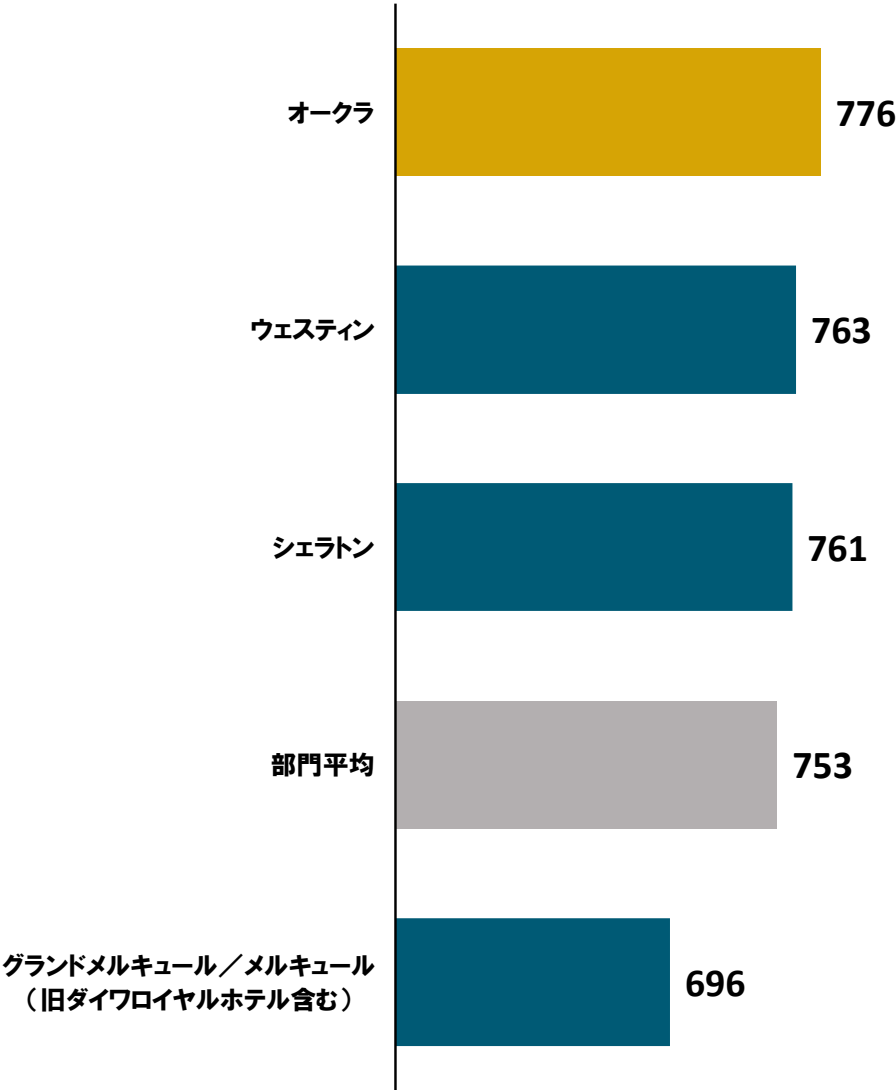
J.D. パワーについて：

米国に本社を置く J.D. パワーは消費者インサイト、アドバイザリーサービス、データと分析における国際的なマーケティングリサーチカンパニーです。ビッグデータや人工知能（AI）、アルゴリズムモデリング機能を活用して消費者行動を捉える先駆者であり、消費者に関する鋭い業界インテリジェンスを提供してきました。J.D. パワーは半世紀以上に渡って、顧客とブランド・製品に関わり続け、主要産業における世界の大手企業から、顧客対応戦略の指針として信頼されています。

J.D. パワーは、北米、ヨーロッパ、アジア太平洋にオフィスを構えています。事業内容の詳細については、<https://japan.jdpower.com/ja> をご覧ください。

J.D. パワー
2024年ホテル宿泊客満足度調査SM

顧客満足度ランキング
(1,000ポイント満点)
【アッパーアップスケールホテル部門】



注) 回答者数等の諸条件が弊社規定条件を満たしたブランドのみ公表対象としています。

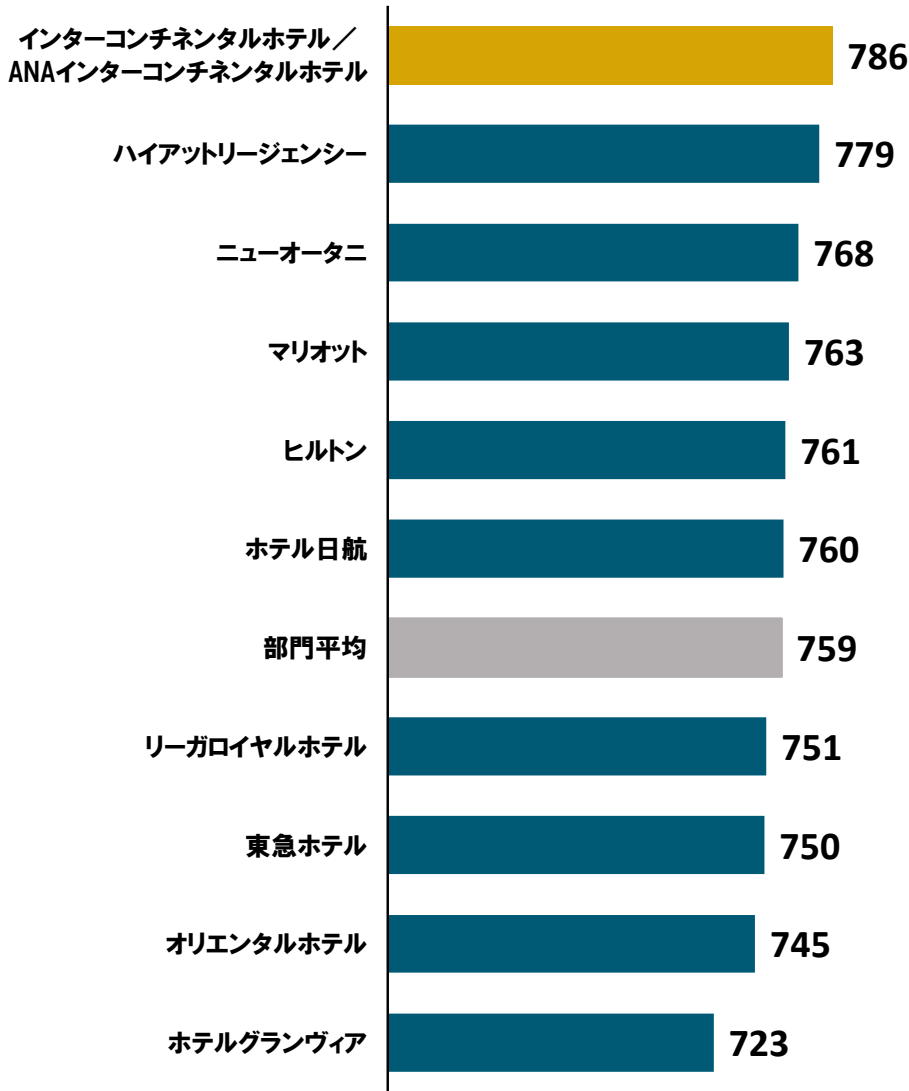
出典: J.D. パワー 2024年ホテル宿泊客満足度調査SM

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、上記出典を明記してください。

J.D. パワー
2024年ホテル宿泊客満足度調査SM

顧客満足度ランキング
(1,000ポイント満点)

【アップスケールホテル部門】



注) 回答者数等の諸条件が弊社規定条件を満たしたブランドのみ公表対象としています。

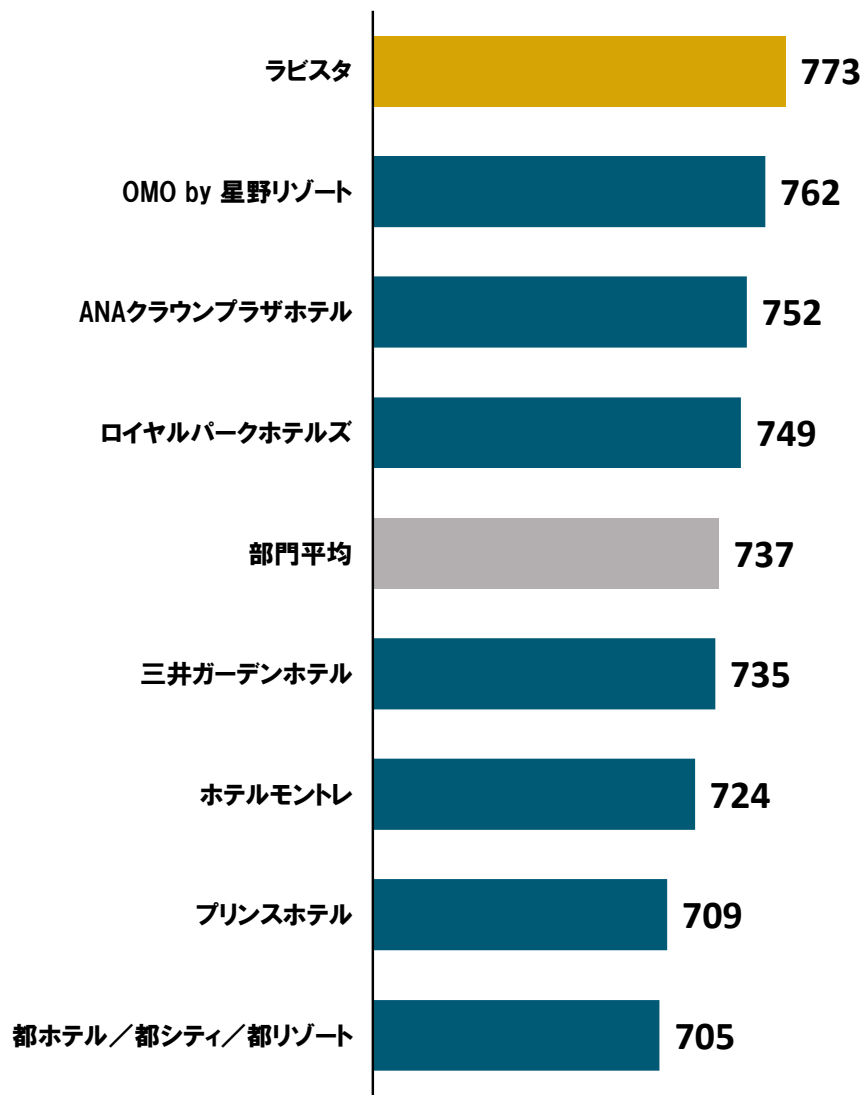
出典: J.D. パワー 2024年ホテル宿泊客満足度調査SM

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、上記出典を明記してください。

J.D. パワー
2024年ホテル宿泊客満足度調査SM

顧客満足度ランキング
(1,000ポイント満点)

【アッパーミッドスケールホテル部門】



注) 回答者数等の諸条件が弊社規定条件を満たしたブランドのみ公表対象としています。

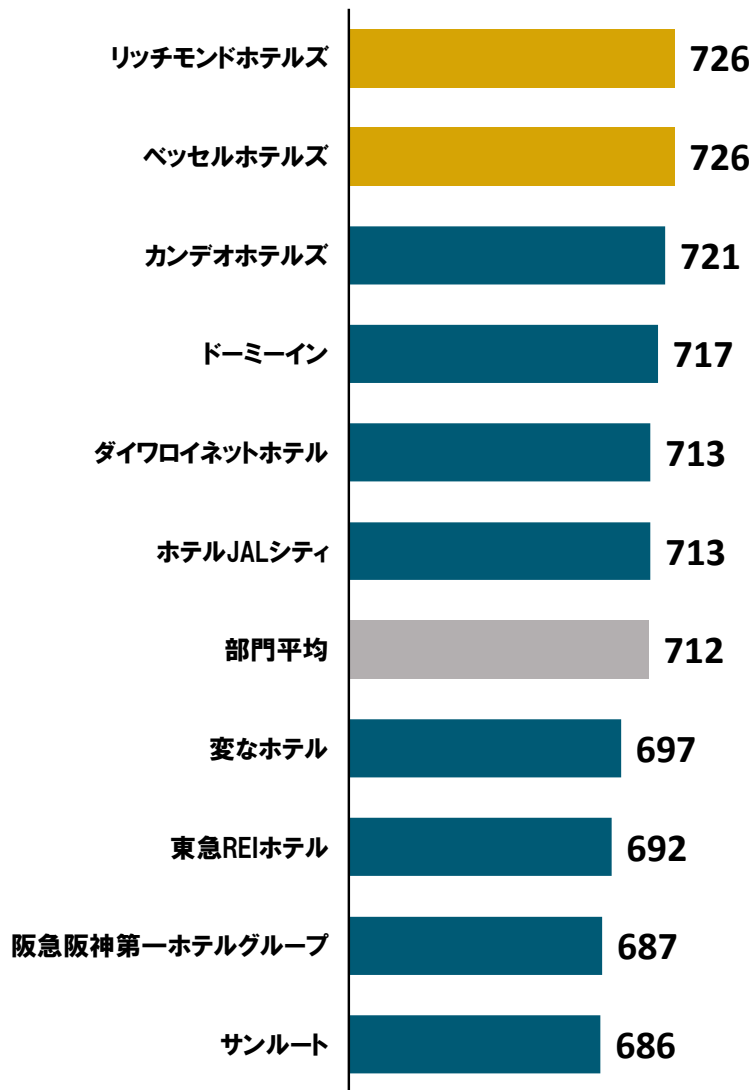
出典: J.D. パワー 2024年ホテル宿泊客満足度調査SM

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、上記出典を明記してください。

J.D. パワー
2024年ホテル宿泊客満足度調査SM

顧客満足度ランキング
(1,000ポイント満点)

【ミッドスケールホテル部門】



注) 同点の場合は英文表記アルファベット順にて掲載しています。
回答者数等の諸条件が弊社規定条件を満たしたブランドのみ公表対象としています。

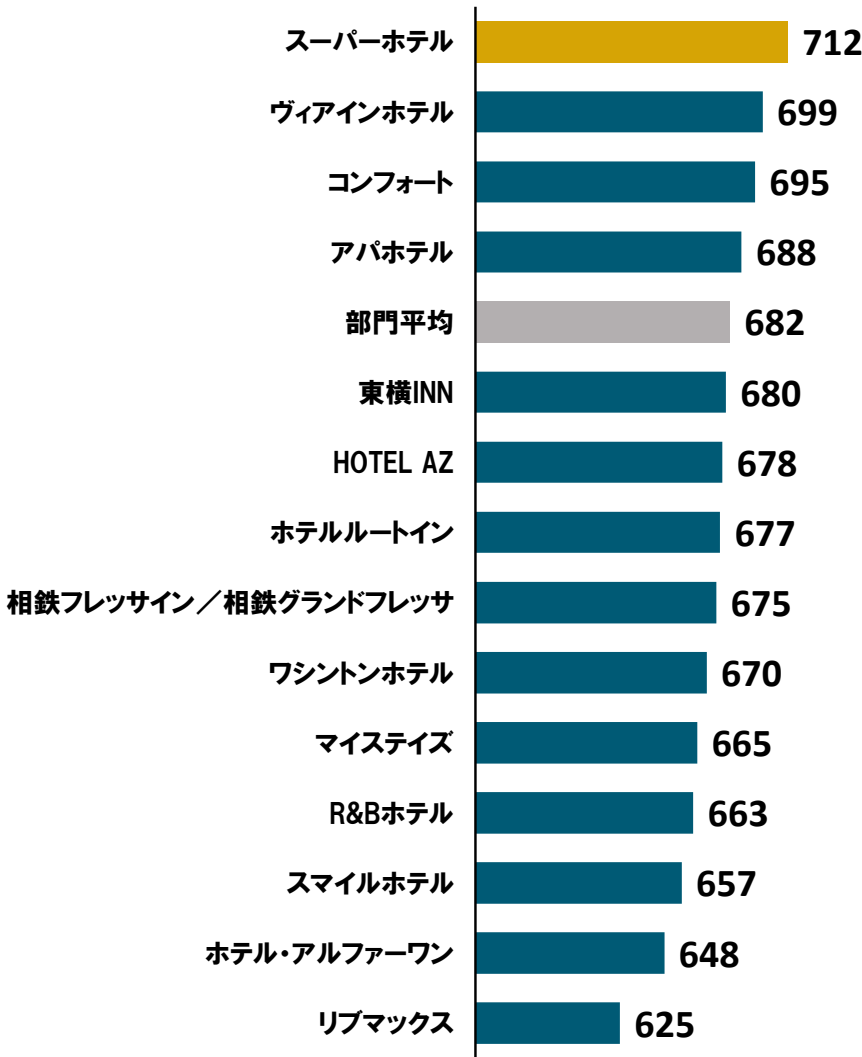
出典: J.D. パワー 2024年ホテル宿泊客満足度調査SM

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、上記出典を明記してください。

J.D. パワー
2024年ホテル宿泊客満足度調査SM

顧客満足度ランキング
(1,000ポイント満点)

【エコノミーホテル部門】



注) 回答者数等の諸条件が弊社規定条件を満たしたブランドのみ公表対象としています。

出典: J.D. パワー 2024年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、上記出典を明記してください。