

2025年11月20日
J.D. パワー ジャパン

J.D. パワー 2025 年ホテル宿泊客満足度調査SM

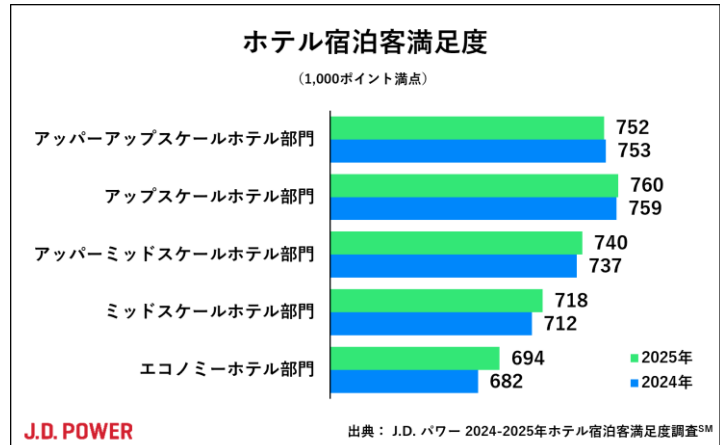
料金上昇局面でも満足度は堅調を維持、効率化とホスピタリティの両立がカギに

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、CEO：木本卓、略称：J.D. パワー）は、**2025 年ホテル宿泊客満足度調査**の結果を発表した。

宿泊料金は上昇続くも、顧客満足度は堅調を維持

円安の進行や国際線の回復、観光プロモーションの強化により、インバウンド需要は 2025 年にかけて拡大している。さらに大阪・関西万博も追い風となり、都市部を中心に宿泊需要と運営コストの上昇が重なって、ホテル宿泊料金は上昇傾向が続いている。本調査でもアップアアップスケールホテル部門を除く 4 部門において、前年比 1,000 円前後の宿泊料金上昇が確認された。

このような状況にも関わらず、総合満足度は維持または向上しており、特にエコノミーホテル部門では満足度が 12 ポイント上昇（1,000 ポイント満点）した。また、インバウンド客の増加によりフロント業務が繁忙化していると考えられる中でも、「チェックイン／チェックアウト」の満足度が全体的に向上している点が注目される。



チェックイン手続きの自動化進展、ホテルタイプで満足度に差

宿泊特化型ホテルを中心に、自動チェックイン機やスマートフォン・QRコードを用いたセルフチェックインが普及している。本調査によると、ミッドスケールおよびエコノミーホテル部門において、自動チェックイン機を利用した宿泊者の割合が前年比 10 ポイント以上増加し、約 30%に達した。「チェックイン／チェックアウト」の満足度を見ると、アップアアップスケールやアップスケ

| | フロントでスタッフと対面での手続き | | 自動チェックイン機での手続き | | 事前にオンラインやアプリでの手続き | | スタッフと対面 | 自動チェックイン機 | 差 |
|------------------|-------------------|-------|----------------|-------|-------------------|------|---------|-----------|-----|
| | 2025年 | 対前年比 | 2025年 | 対前年比 | 2025年 | 対前年比 | | | |
| アップアアップスケールホテル部門 | 90% | -2pt | 5% | +2pt | 3% | +2pt | 751 | 699 | 52 |
| アップスケールホテル部門 | 89% | -2pt | 8% | +4pt | 2% | +1pt | 768 | 741 | 27 |
| アップミッドスケールホテル部門 | 79% | -6pt | 16% | +5pt | 3% | +2pt | 750 | 725 | 25 |
| ミッドスケールホテル部門 | 68% | -15pt | 28% | +12pt | 3% | +2pt | 731 | 715 | 16 |
| エコノミーホテル部門 | 63% | -11pt | 32% | +10pt | 5% | +2pt | 713 | 725 | -12 |

*小数点以下の数値は四捨五入にて端数処理しています
※フロントスタッフと対面での手続き：24年は「フロントデスクでのチェックイン」、「エクスプレスチェックイン」、「クラブラウンジでのチェックイン」として聴取した数値の合計

出典：J.D. パワー 2024-2025年ホテル宿泊客満足度調査SM

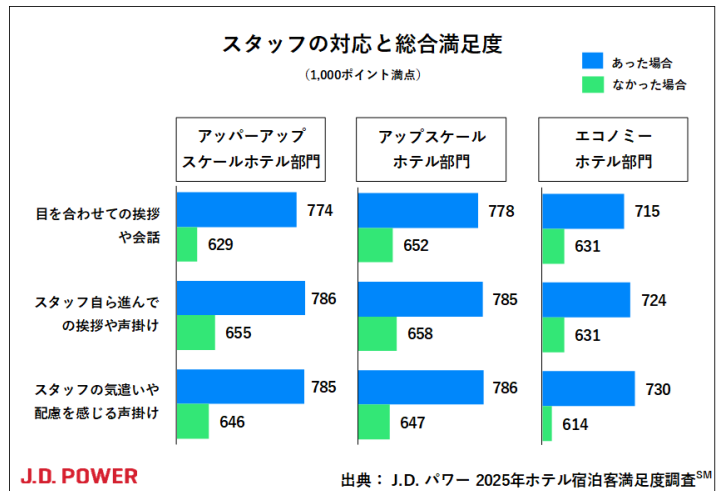
ールといったフルサービス型のホテル部門では、フロントでスタッフと対面での手続きによるチェックイン（対面型）の満足度が高い一方、エコノミーホテル部門では自動チェックイン機の方が高い満足度を示した。特に対面型と比較して「チェックインの迅速さ」への評価が高く、滞在目的や顧客像によって求められる価値が異なることがうかがえる。一方で、フルサービス型ホテルではスタッフによる丁寧な対応やあたたかいお出迎えが満足度を支える要素になっていると考えられ、対面対応の価値は依然として重要であろう。

スタッフによる積極的な対応が満足度を大きく左右

チェックイン時にスタッフから「目を合わせての挨拶や会話」や「スタッフ自ら進んでの挨拶や声掛け」、「スタッフの気遣いや配慮を感じる声掛け」があった場合と、なかった場合を比較すると、いずれの部門でも総合満足度に100ポイント前後の差が見られた。この結果から、自動化が進むエコノミーホテル部門であっても、人的対応の質が満足度に強く影響することが明らかになった。

今後もホテル業界では、省力化・効率化を目的とした自動化・非対面化の動きが一層進むと見込まれる。その中で、宿泊客に対して「気遣い」「安心」「信頼」といった人ならではの提供価値をどのように届けるかが、ホテル運営における重要な課題となる。

デジタル化が進展する今こそ、業務効率とホスピタリティを両立し、スタッフ対応を含めた体験価値をいかにデザインできるかが、ホテルブランドの競争力を左右するカギといえる。



J.D. パワー 2025 年ホテル宿泊客満足度 No. 1 を発表

総合満足度ランキングは下記の通り。

<アップスケールホテル部門> (対象4ブランド)

第1位：オークラ (775ポイント)

2年連続の総合満足度第1位。「料金」、「チェックイン／チェックアウト」の2ファクターで最高評価。

第2位：ヒルトン (774ポイント)

第3位：シェラトン (758ポイント)

<アップスケールホテル部門> (対象8ブランド)

第1位：ハイアットリージェンシー (795ポイント)

「客室」、「ホテル施設」、「料金」、「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：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 (780ポイント)

第3位：東急ホテル (773ポイント)

<アップミッドスケールホテル部門> (対象11ブランド)

第1位：京王プラザホテル (773ポイント)

「客室」、「料飲（F&B）」、「ホテル施設」、「料金」、「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：ラピスタ（762ポイント）

第3位：ホテルモントレ（757ポイント）

<ミッドスケールホテル部門>（対象11ブランド）

第1位：ベッセルホテルズ（743ポイント）

2年連続の総合満足度第1位。「料金」ファクターで最高評価。

第2位：JR東日本ホテルメッツ（736ポイント）

第3位：ドーミーイン（733ポイント）

<エコノミーホテル部門>（対象15ブランド）

第1位：スーパーホテル（717ポイント）

11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」、「ホテルサービス」の2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：アパホテル（706ポイント）

第3位：コンフォート（704ポイント）

J.D. パワー 2025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¹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19回目の実施となる。前回2024年調査（2024年11月発表）より部門の定義の見直しを行い、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：2025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：1,124人 アップスケールホテル部門：1,523人
アップパーミッドスケールホテル部門：3,516人 ミッドスケールホテル部門：3,556人
エコノミーホテル部門：6,617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）。

¹ 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。

<アッ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) 」 (23%)、「客室」 (18%)、「ホテル施設」 (16%)、「料金²」 (14%)、「ホテルサービス³」、「チェックイン/チェックアウト」 (共に 13%)、「予約⁴」 (2%)

<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) 」 (23%)、「客室」 (18%)、「ホテル施設」 (16%)、「料金²」 (14%)、「ホテルサービス³」、「チェックイン/チェックアウト」 (共に 13%)、「予約⁴」 (2%)

<アッ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

「客室」 (20%)、「料飲 (F&B) 」 (19%)、「ホテル施設」 (18%)、「ホテルサービス³」 (15%)、「料金²」 (14%)、「チェックイン/チェックアウト」 (13%)、「予約⁴」 (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²」、「料飲 (F&B) 」 (共に 17%)、「ホテル施設」、「ホテルサービス³」 (共に 15%)、「チェックイン/チェックアウト」 (14%)、「予約⁴」 (2%)

<エコノミーホテル部門>最多客室面積が 15 m²未満

「料金²」 (21%)、「チェックイン/チェックアウト」、「客室」 (共に 16%)、「ホテル施設」、「ホテルサービス³」 (共に 15%)、「料飲 (F&B) ⁵」 (14%)、「予約⁴」 (3%)

* 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。詳細は <https://japan.jdpower.com/ja/our-benchmarking-study-methodology> をご覧ください。

【ご注意】 チャートやデータを記事に引用する場合には、出典元として本調査名を明記してください。弊社の許可なく記載された情報や結果を企業の広告や販促・広報活動に転用することは出来ません。

《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 (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。

² 客室料金、料飲 (F&B) 料金等滞在中に費やした費用全体の評価。

³ 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付帯サービス全体の評価。

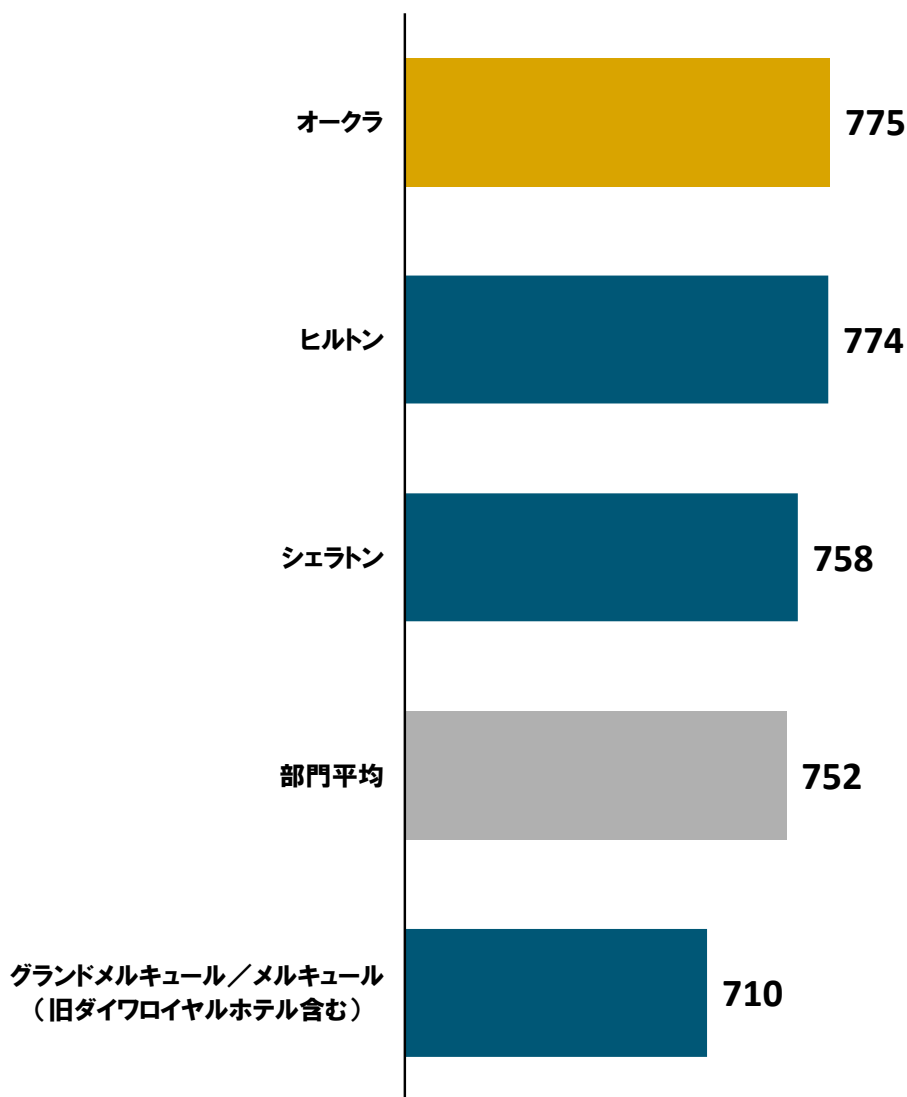
⁴ 電話およびウェブサイトを通じホテルもしくはホテルグループ・チェーンに直接行った予約の評価。

⁵ 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会場・レストランの評価を採用。

J.D. パワー 2025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／セグメントのみ公表対象としています。
同スコア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。

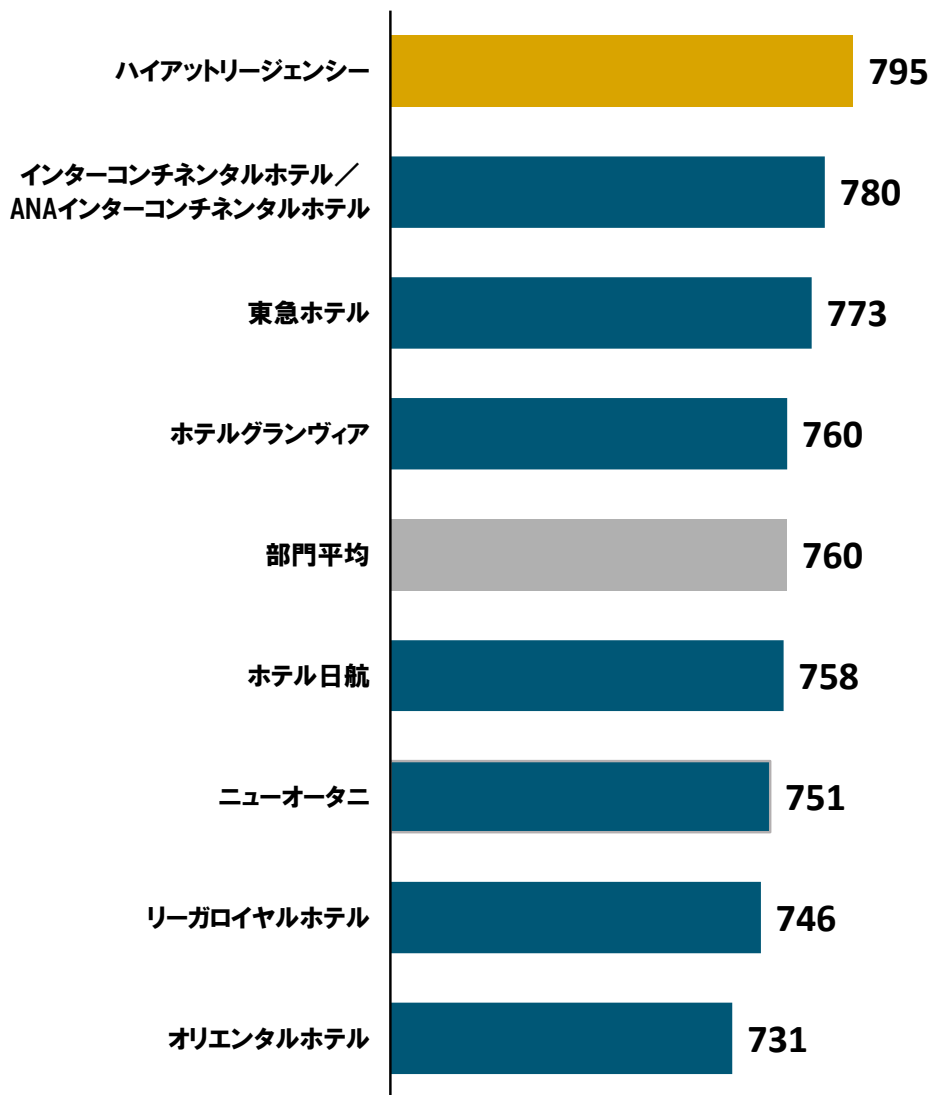
出典: J.D. パワー 2025年ホテル宿泊客満足度調査SM

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 2025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/セグメントのみ公表対象としています。
同スコア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。

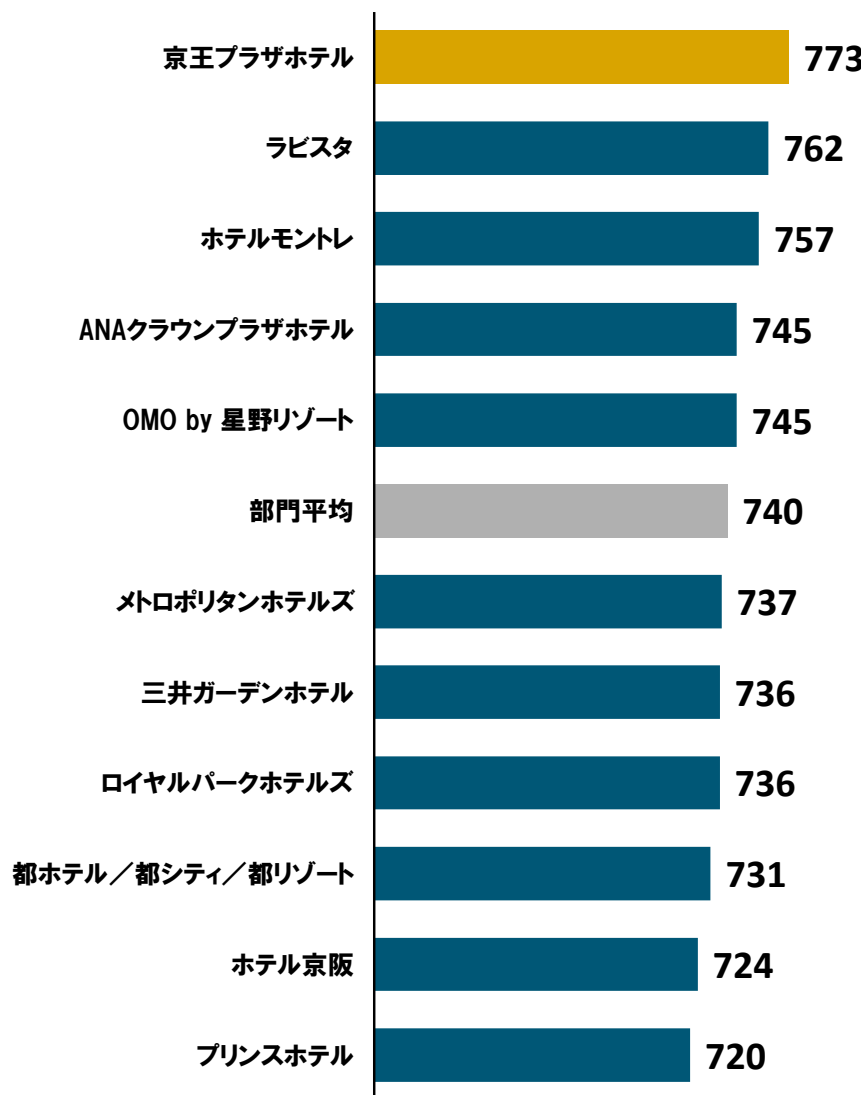
出典: J.D. パワー 2025年ホテル宿泊客満足度調査SM

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 2025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/セグメントのみ公表対象としています。
同スコア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。

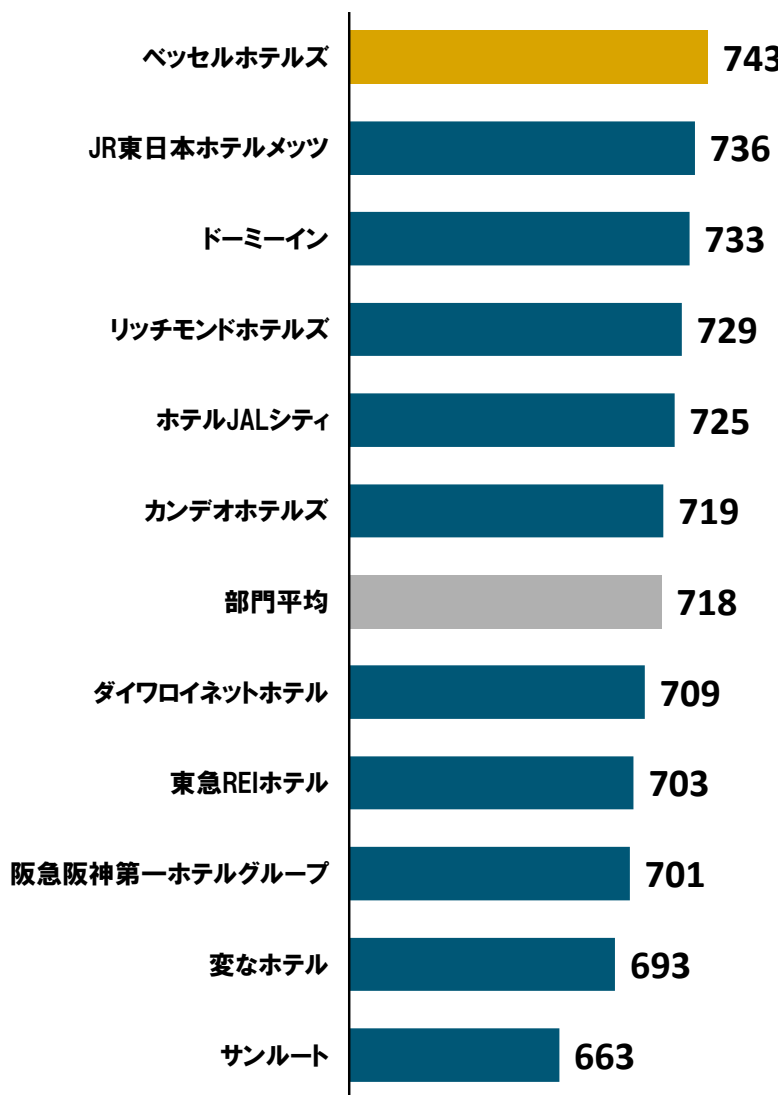
出典: J.D. パワー 2025年ホテル宿泊客満足度調査SM

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 2025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)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/セグメントのみ公表対象としています。
同スコア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。

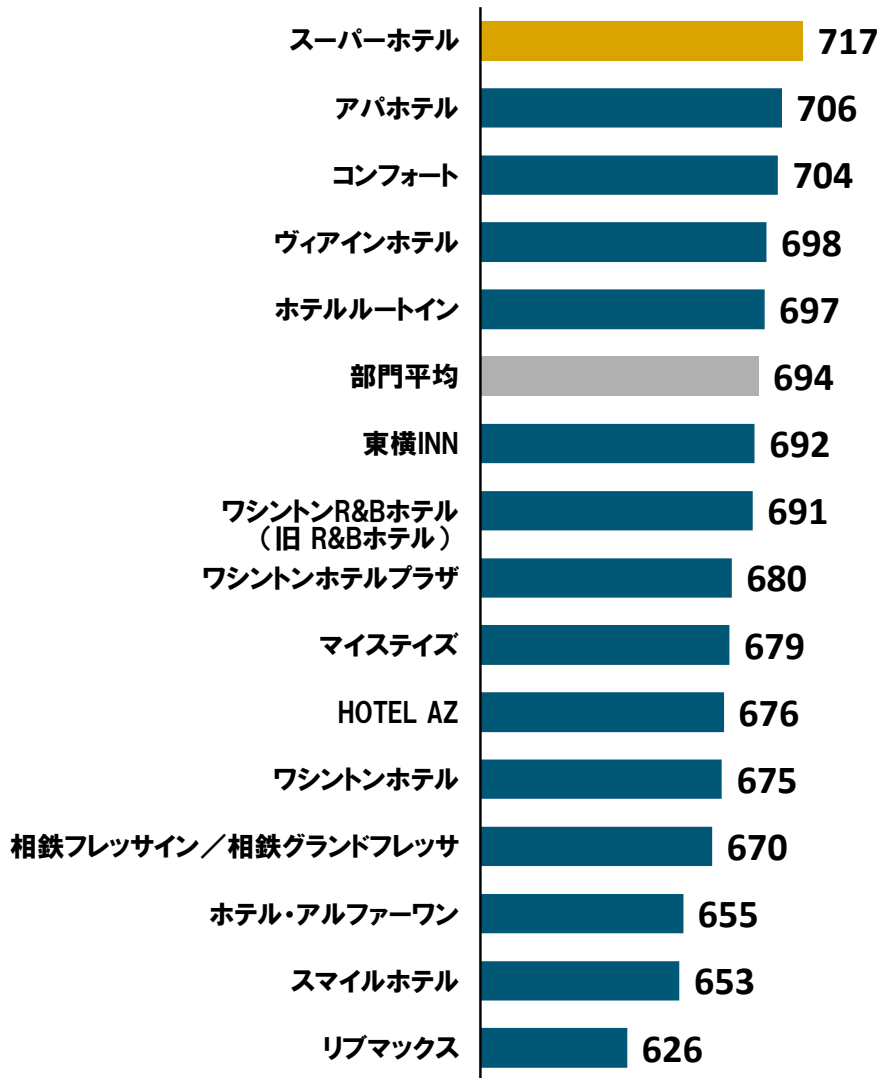
出典: J.D. パワー 2025年ホテル宿泊客満足度調査SM

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 2025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／セグメントのみ公表対象としています。
同スコア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。

出典: J.D. パワー 2025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。