

## コロナ禍のホテル利用意向、地元や近場での宿泊が昨年から増加。 今後のホテル選びの重視点は、「温泉・大浴場」が上位に。 ＜アンケート調査 新型コロナウイルスとホテル利用意向＞

顧客満足度（CS）調査や消費者動向に関するリサーチ・コンサルティング会社である株式会社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、**新型コロナウイルスとホテル利用**に関する調査結果を発表致します。



### ＝ 調査ダイジェスト ＝

#### TOPICS①：今後のホテル利用に関する考え

- ・ 昨年に比べ、地元や近場のホテル宿泊需要が幅広い年代で急増
- ・ 特に30代以下の若い世代では約半数が近距離のホテル利用を希望

#### TOPICS②：今後のホテル選定時の重視点

- ・ 「温泉・大浴場がホテル内にあること」が急増
- ・ コロナ禍で以前に増して、息抜きやリラククス、非日常性を求める傾向

#### TOPICS③：ホテルの感染対策として重要だと思うこと

- ・ 「非接触型のチェックイン／チェックアウト」を感染対策として重視する割合が大きく増加

#### TOPICS④：ビジネス目的でのホテル利用について

- ・ 出張での利用意向は昨年より低下するも、新しい利用形態「ワーケーション」「テレワーク」の意向は20%強

現在、各地では緊急事態宣言の延長や地域の追加がなされ、変異型ウイルスの拡大の懸念も大きくなっています。J.D. パワーが先月実施した「2021年新型コロナウイルスと旅行意向に関する調査」から、**ホテルの利用についての消費者の意識や考え**を、緊急事態宣言解除直後に実施した前回調査（2020年6月実施）と比較しつつ、ご紹介いたします。

#### 2021年 新型コロナウイルスと旅行意向に関する調査

- 調査方法：インターネット調査
- 調査期間：2021年4月2日～4月5日
- 対象者：20～69歳の日本居住者2,000名のうち、過去1年以内の旅行経験者:587名

#### 2020年 新型コロナウイルスと旅行意向に関する調査

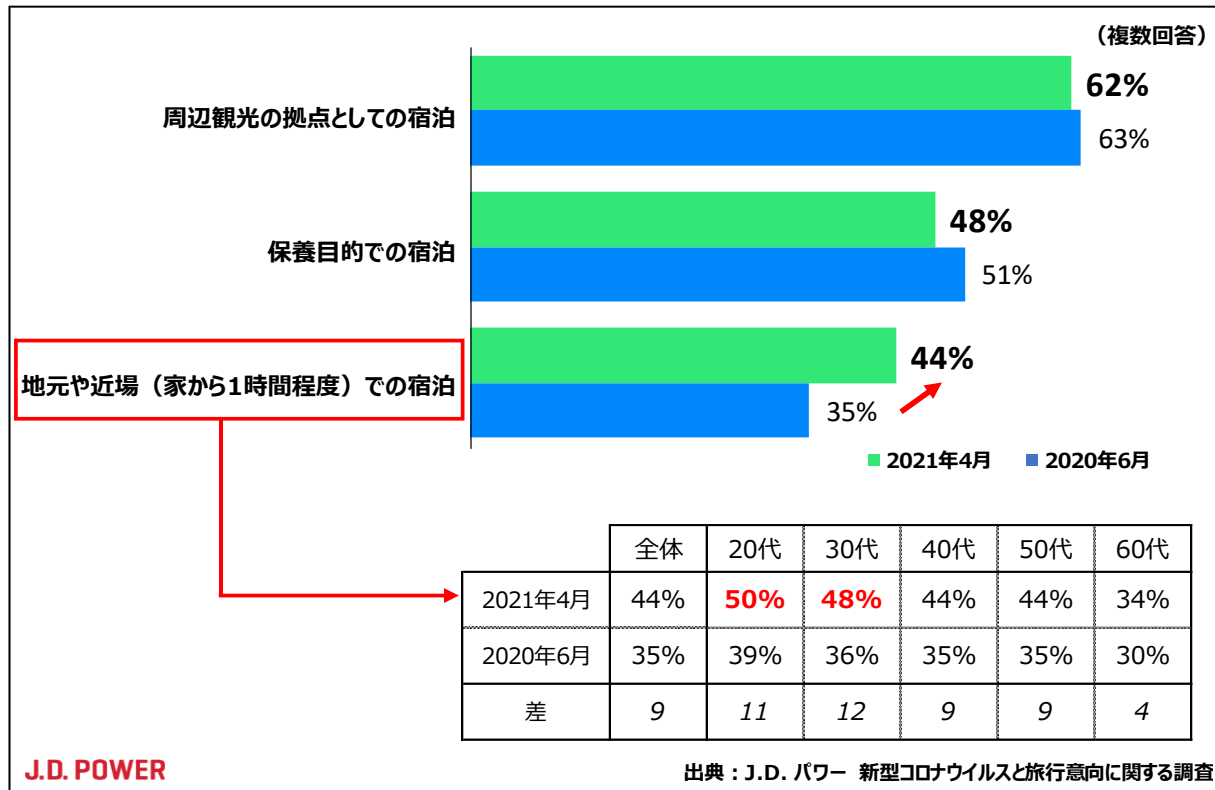
- 調査方法：インターネット調査
- 調査期間：2020年6月5日～6月8日
- 対象者：20～69歳の日本居住者3,092名のうち、過去1年以内の旅行経験者:1,909名

※本リリース内容の転載にあたりましては、出典として「**J.D. パワー調べ**」という表記をお使い頂きますようお願い申し上げます。

## TOPICS①：今後のホテル利用に関する考え

- ・昨年に比べ、地元や近場のホテル宿泊需要が幅広い年代で急増。
- ・特に30代以下の若い世代では約半数が近距離のホテル利用を希望するまでに増加。

図1. 今後6か月間に次のような目的でホテルの宿泊や利用をしたいと思いませんか。



過去1年間に旅行をした人に今後6か月間にホテルの宿泊や利用をしたい目的について尋ねたところ、

「地元や近場での宿泊」が44%で、昨年（35%）から+9ptの大幅増加となりました。60代を除いた全ての年代で約10ポイントの増加が見られています。

新型コロナウイルスの感染拡大がなかなか収まらない状況の中で、近距離での旅行やホテル利用が定着しつつある状況がうかがわれます。

また、年代別に見ると、若い世代ほど近距離のホテル利用を望む割合が高い傾向が見られ、20代・30代では約半数となっています。

「新型コロナウイルスと旅行」に関するこの他のリリースも併せてお読みください。

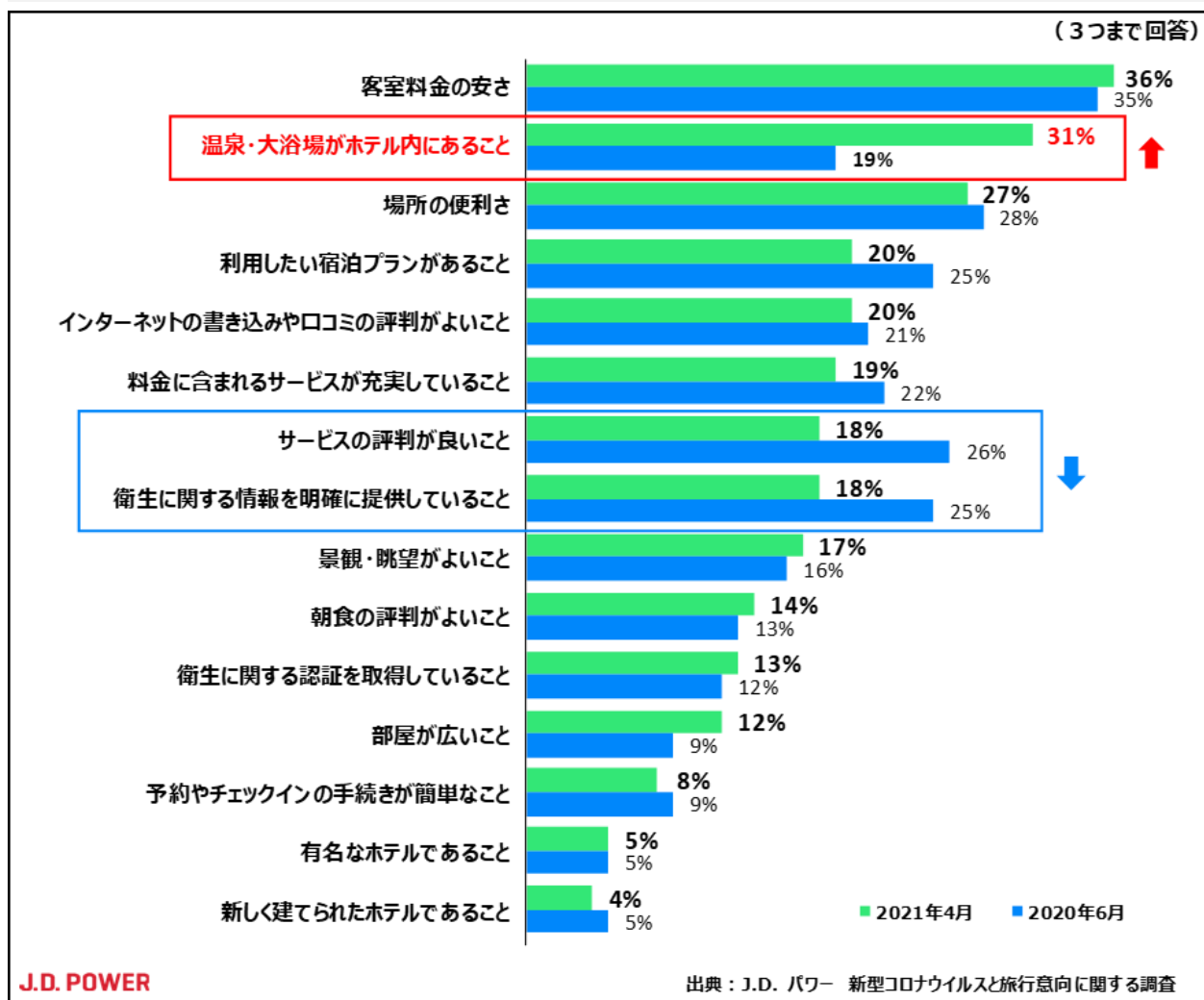
- ◇ 「コロナ禍、コロナ後の旅行」に関する意識調査（2021年4月20日発表）  
<https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000096.000042677.html>
- ◇ 「パンデミック経験後のホテル利用」に関する意識調査（2020年6月26日発表）  
<https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000057.000042677.html>
- ◇ 移動自粛解除を目前にした「旅行」に関する意識調査（2020年6月16日発表）  
<https://prt看imes.jp/main/html/rd/p/000000056.000042677.html>

次頁：今後のホテル選定時の重視点とは？ ↓

## TOPICS②：今後のホテル選定時の重視点

「温泉・大浴場がホテル内にあること」がホテル選定における重視点として急増。

図2.次にホテルに宿泊するとしたら、ホテルを決める際に重視することを次の中から3つまで選んでください。



次に宿泊するホテルを選ぶ際に何を重視するか尋ねたところ、「客室料金の安さ」がトップとなったのは昨年と変わりはありませんでした。

注目すべき点は、「温泉・大浴場がホテル内にあること」(31%)で、昨年から+12ptで2番目に高い選定理由となったことです。コロナ禍で遠くに出かけづらい反面、近くのホテルでコロナ疲れを癒しをたいというニーズが高まり、ホテル滞在に息抜きやリラックスを求めていることが考えられます。また宿泊特化型ホテルを中心に、温泉・大浴場を備えたホテルが増え、選びやすくなっていることなどが理由として考えられます。

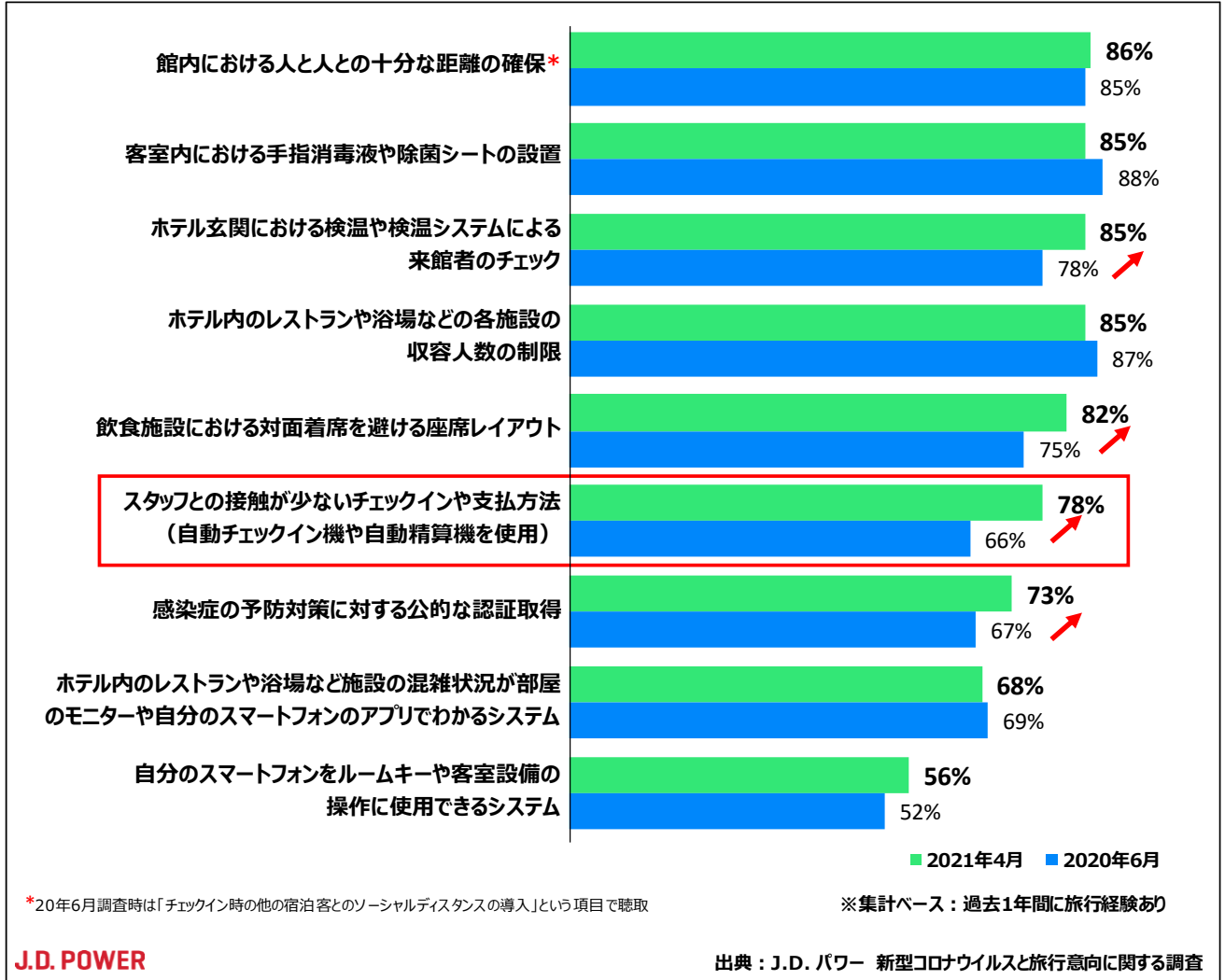
一方、「サービスの評判が良いこと」「衛生に関する情報を明確に提供していること」を重視する割合の低下が目立ちます。前者は「温泉・大浴場」のような明確な特徴が重視されるようになったため減少したと推測されます。後者は昨年に比べ、新型コロナウイルスに関する情報が周知されて宿泊者の漠然とした不安感が低下してきていることに加え、ホテル側の衛生対策や衛生に関する情報開示が一般的となったため、相対的に重視度が低下したと考えられます。

次頁：ホテルの感染対策として重要だと思うことは？ ↓

## TOPICS③：ホテルの感染対策として重要だと思ふこと

依然として3密を避ける対策や消毒が重要視されているが、加えて「非接触型のチェックイン／チェックアウト」の重視割合が大きく増加。

図3.ホテルが行う新型コロナ感染防止対策として、次にあげるそれぞれの対策はどの程度重要だと思いますか。(重要+まあ重要な割合)



昨年同様、「人と人の十分な距離の確保」「客室内の消毒液や除菌シートの設置」「各施設の収容人数の制限」といった3密回避対策や消毒を重視する割合が8割を超えています。

このほか、昨年よりも重要度が増した対策として、「検温による来館者チェック」「飲食施設の対面着席を避ける座席レイアウト」がありますが、これはホテルに限らず各所で今や日常的に取り入れられ、“あってあたり前”と捉えられていると考えられます。

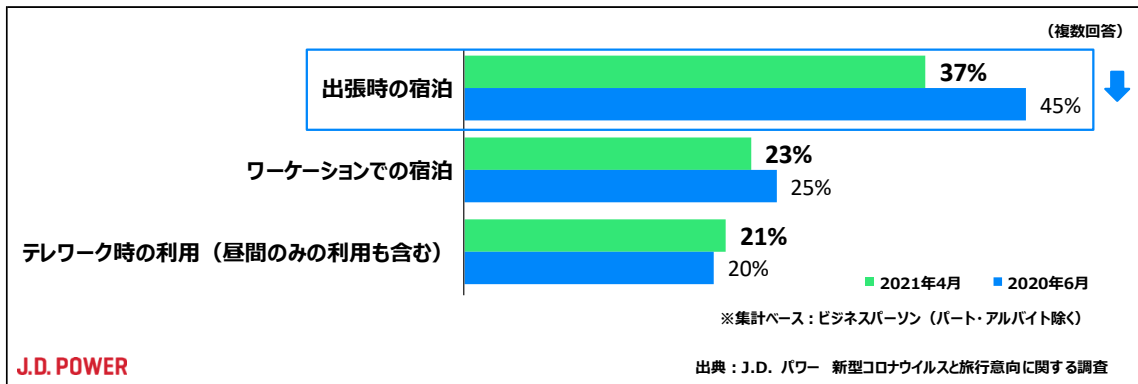
また、様々な場面における非接触ニーズの高まりから、「スタッフとの接触が少ないチェックインや支払い方法」も昨年より+12ptの78%となりました。この項目は20代から60代までのどの年代であっても重要と考えている割合が7割以上となり、感染防止対策を考える上で重要な方策の一つとなりつつあります。

次頁：ビジネス目的のホテル利用については？ ↓

## TOPICS④ : ビジネス目的でのホテル利用について

出張での利用意向は昨年より低下するも、  
ワーケーション・テレワークといった新しい利用形態については20%強の水準を維持。

図4. 今後6か月間に次のようなビジネス目的でホテルの宿泊や利用をしたいと思いますか。



ビジネスパーソンに対して、ビジネス目的でのホテル利用に関して尋ねたところ、昨年と比べ、**出張での宿泊利用意向が45%から37%へと大きく減少し、出張需要は低迷**していることがわかります。

コロナ禍における新しいホテルのビジネス利用形態として期待が寄せられている「**ワーケーション**」と「**テレワーク**」の**利用意向はいずれも20%強と昨年とほぼ同じ水準**となりました。感染収束後の働き方がどのように変化していくかにより、これらが今後のホテル利用形態として定着していくかはまだ未知数と言えるでしょう。

新型コロナウイルス感染拡大が人々の旅行やホテル利用に対して大きな影響を与えてから1年以上経過しましたが、いまだに緊急事態宣言が各地で発出されホテル宿泊需要の大幅な減退がもたらされています。

そのような中で、消費者がホテル利用に求めることはどのように変化しているのかを捉えたところ、昨年とはいくつかの点で変化が見られました。大きくは居住地域の近場での需要が若い世代を始めとして高まっていることに加え、リラックスできる要素である「温泉・大浴場」に関する需要が強くなっていることです。コロナ禍により移動が制限され、また消費者心理としても遠距離移動を避ける傾向にあります。それに加え、ホテル側でも近隣地域の住民を対象としたプランを多く用意して、今までは異なる客層にアプローチする動きが多く見られます。遠くに行きたくても行けないという負の側面だけでなく、近隣地域やそこにあるホテルの新たな魅力、新たなホテル滞在の楽しみを発見した消費者も多いと考えられます。

今しばらくは遠くに行かなくても、近くでリラックスし心地よい体験をしたいという消費者の意識は続くと考えられます。アフターコロナを見据えつつ、スタッフを含めた自社の保有する資源で、コロナ禍によって変わりつつある消費者のホテルに対するニーズに対して何が出来るかをホテル関連事業者の皆様は検討されているかと存じます。消費者はどのような体験をホテルに求めているのか、また今後の衛生対策として何が重要かを考える一助として本データを使用いただければ幸いです。

J.D. パワー ジャパン GBI部門 トラベルインダストリー  
シニア・マネージャー 日高志津枝 コメント



【本リリースに関する報道関係者様からのお問合せ先】

株式会社ジェイ・ディー・パワー ジャパン

コーポレート コミュニケーション 北見

TEL : 03-4570-8410 E-mail : release@jdpa.com

### J.D. パワーについて :

J.D. パワー（本社：米国ミシガン州トロイ）は消費者のインサイト、アドバイザリーサービス、データ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。50年以上にわたり、ビッグデータやAI、アルゴリズムモデリング機能を駆使し、消費者行動を捉え、世界を牽引する企業に、ブランドや製品との顧客の相互作用に関する鋭い業界インテリジェンスを提供するパイオニアです。