

報道用資料

米国ホテル会員プログラム、満足度が最も高いのは数多くのブランドを展開するホテル

米国のホテル会員プログラム満足度、ヒルトンHオナーズとマリオット・リワードが同率1位

※本報道資料は、日本時間4月7日に米国で発表された資料を翻訳したものです。

米国カリフォルニア州コスタメサ：2016年4月7日 — J.D. パワーが発表した2016年米国ホテル会員プログラム顧客満足度調査SMで、会員プログラムの競争が激化する中、数多くのブランド、幅広いネットワーク並びに多様なパートナーシップを持つホテルチェーンが、会員の満足度では優れていることが明らかになった。

顧客満足度の測定にあたっては、総合的な顧客満足度に影響を与える6つのファクターを設定し評価を得ている。6つのファクターは、顧客満足度に対する影響度が高い順に、「アカウントのメンテナンス／管理」（23%）、「ポイント／マイルの利用しやすさ」（22%）、「ポイント／マイルの貯めやすさ」（18%）、「特典の豊富さ」（16%）、「ホテル会員プログラムの利用規定」（16%）、「カスタマーサービス」（5%）である（カッコ内は総合満足度に対する影響度）。

2016年の米国ホテル会員プログラムの業界全体の総合満足度は711ポイントと、2015年の701ポイントから向上した（1,000ポイント満点）。今年の調査で評価が高かったプログラムにおいては、ポイントの貯めやすさと利用しやすさ、多彩なパートナーシップがあること、および多数のホテルブランドがあることが会員プログラムの満足度に与える影響が大きかった。顧客にとっては貯めたポイントを、たくさんある中から選ぶことのできるホテルや、より高級なホテルで使えることは、満足度を高めることにつながり、会員プログラムにおける競争上の差別化要因となっている。

J.D. パワーのトラベル／ホスピタリティ分野担当のリック・ガーリックは「ホテルの会員プログラムの会員は、自分が選んだプログラムに価値を見いだすため、ポイントを簡単に貯められて、数あるホテルの中から好みのホテルを選んで、貯めたポイントを利用できると満足度が高くなる。多数のブランド、パートナーシップ、立地を提供しているホテルのプログラムは競争上、非常に優位である。しかしながら、いったん顧客がホテルに到着してしまうと、ホテルでの実際の体験がプログラムの総合的な体験において重要な役割を果たす。ホテル会員プログラムの担当者は、顧客を重視した画期的な特典を開発しようとする際には、これを心に留めておく必要がある」と述べている。

顧客満足度ランキング

- ヒルトンHオナーズ¹とマリオット・リワード²が、それぞれ741ポイントの総合満足度スコアで同率1位となった。ヒルトンHオナーズの満足度は昨年比で14ポイント向上し、マリオットリ

¹ ヒルトンHオナーズはヒルトン・ワールドワイドのホテル会員プログラムで、次のホテルブランドで利用できる。コンラッド・ホテルズ&リゾーツ、キャノピーby ヒルトン、キュリオ・コレクション by ヒルトン、ダブルツリーby ヒルトン、エン

ワードは24ポイントと大幅に向上した。また、ヒルトンHオナーズは2年連続で第1位となった。

- ヒルトンHオナーズは、「アカウントのメンテナンス／管理」「ホテル会員プログラムの利用規定」と「特典の豊富さ」で評価が高かった。
- マリオット・リワードは、「ポイント／マイルの利用しやすさ」、「ホテル会員プログラムの利用規定」、「ポイント／マイルの貯めやすさ」で高い評価となった。
- 第3位には、IHGリwarズ・クラブ³（722）が入った。

主な調査結果

- 満足度がプログラムのロイヤルティに影響：ホテル会員プログラムによる優れた体験を提供することが、高い推奨意向と顧客維持に寄与する。当調査で、満足度の高い会員（総合満足度スコアが900ポイント以上）では、83%がその会員プログラムを友人や知人に「必ず」推奨すると答えている一方で、満足度の低い会員（649ポイント以下）では「必ず」推奨すると答えている割合はわずか10%であることがわかった。
- ホテル会員プログラムの価値に変化はなし：会員の4分の3（77%）以上が、利用しているプログラムの価値は2015年から変わらないと回答している一方で、昨年よりも価値が下がったと答えた割合は11%と低かった。
- プログラムを選んだ理由は肯定的なレビューと評判の良さ：会員プログラムの選定理由として、アワード（賞）やインターネット上の評価など、レビューが好評だったことをあげた会員は全体の8%となり、総合満足度は最も高かった（829ポイント）。次に満足度が高かったのは、プログラムの評判に基づいて会員プログラムを選んだ会員で（811ポイント）、全体の11%を占める。
- 利便性の高い立地：会員のうち40%が立地の良さを理由にプログラムを選んでおり、所属しているホテルが利便性の高い場所にあることが、引き続き顧客ホテル会員プログラムに登録する主な理由となった。

2016年米国ホテル会員プログラム顧客満足度調査は、米国におけるホテルの会員プログラムに加入している3,096人以上から回答を得た。今年は2016年2月に、インターネット調査が実施された。

*J.D. パワーが結果を発表する調査はすべて J.D. パワーが第三者機関として自主企画により実施したものです。

バシー・スイーツ by ヒルトン、ハンプトン・バイ・ヒルトン、ハンプトン・イン&スイーツ、ヒルトン・ガーデン・イン、ヒルトン・グランド・バケーションズ、ヒルトン・ホテルズ&リゾーツ、ホーム2スイーツ・バイ・ヒルトン、ホームウッド・スイーツ・バイ・ヒルトン、トゥルーby ヒルトン、ウォルドーフ・アストリア・ホテルズ&リゾーツ

² マリオット・リワードはマリオット・インターナショナルのホテル会員プログラムで、次のホテルブランドで利用できる。AC ホテル、オートグラフ・コレクション・ホテル、コードヤード、デルタ・ホテル&リゾート、エディション、フェアフィールド・イン&スイート、ゲイロード・ホテル、JW マリオット、マリオット・エグゼクティブ・アパートメント、マリオット・ホテル&リゾート、マリオット・バケーションクラブ、モクシー・ホテル、プロテア・ホテル、ルネッサンス・ホテル、レジデンス・イン、スプリングヒル・スイート、タウンプレース・スイート

³ IHG リwarズ・クラブ（旧プライオリティ・クラブ）はインターコンチネンタルホテルズグループのホテル会員プログラムで、次のホテルブランドで利用できる。キャンドルウッドスイーツ、クラウンプラザ・ホテルズ&リゾーツ、イーヴン・ホテルズ、ファルクセ・ホテルズ&リゾーツ、ホリデイ・イン、ホリデイ・インエクスプレス、ホリデイ・インリゾート、ホリデイ・インクラブバケーション、ホテルインディゴ、インターコンチネンタルホテルズ&リゾーツ、ステイブリッジスイーツ

<J.D. パワーについて>

マグローヒル・フィナンシャルの一部門である J.D. パワー（本社：米国カリフォルニア州ウェストレイク・ビレッジ）は、パフォーマンス改善、ソーシャル・メディア、顧客満足に関するインサイトとソリューションを提供している国際的なマーケティング情報サービス企業である。数百万人の消費者からの回答をもとに品質や顧客満足度に関する調査を毎年行なっている。

<当調査に関するお問い合わせ先>

（株）J.D. パワー アジア・パシフィック

コーポレート コミュニケーション

住 所：東京都港区虎ノ門 5-1-5 メトロシティ神谷町（〒105-0001）

電 話：03-4550-8060

F A X：03-4550-8152

e-mail：cc-group@jdpower.co.jp

<ご注意>

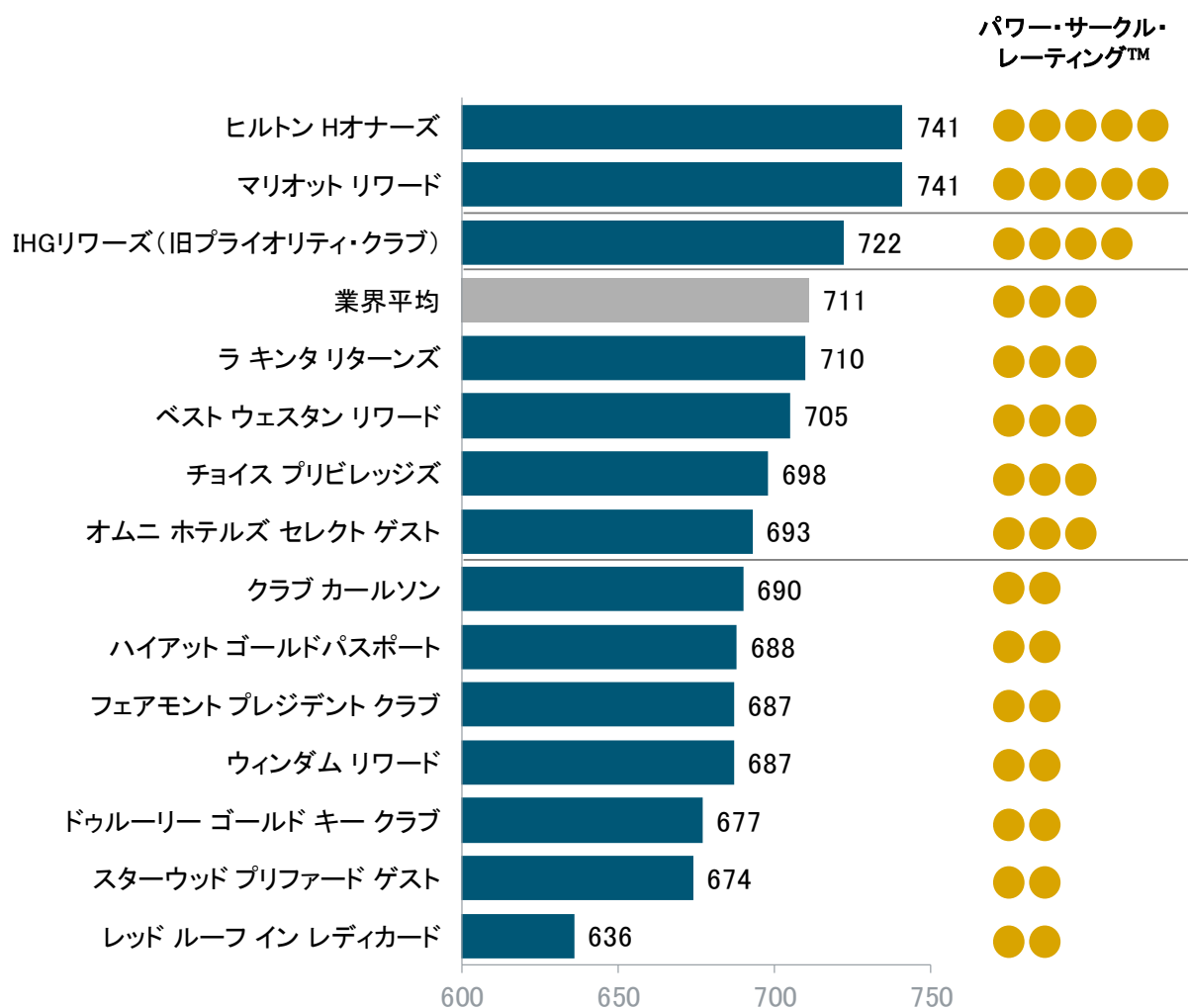
本紙は報道用資料です。（株）J.D. パワー アジア・パシフィックの許可無く本資料に掲載されている情報および結果を広告または販促活動に転用することを禁止します。

(Page 2 of 2)

注：以下に1つの図表と各ホテルロイヤルティプログラムで利用できるホテルの一覧を添付。

J.D. パワー
2016年米国ホテル会員プログラム顧客満足度調査SM

顧客満足度ランキング
(1,000ポイント満点)



レーティングの説明
 ★★★★★ ベスト
 ★★★★ ベター
 ★★★ アベレージ
 ★★ それ以外

出典: J.D. パワー 2016年米国ホテル会員プログラム顧客満足度調査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、調査レポート発行者および出典(J.D. パワー 2016年米国ホテル会員プログラム顧客満足度調査SM)を明記してください。

パワー・サークル・レーティングTMはJ.D. パワーの調査から得られた結果を基に作成されています。

詳しくはwww.jdpower.comへ。

J.D. パワー

2016 年米国ホテル会員プログラム顧客満足度調査SM

各ホテルロイヤルティプログラムで利用できるホテル

チョイス プリビレッジズはチョイスホテルズのホテル会員プログラムで、次のホテルブランドで利用できる。アセンド ホテル コレクション、カンブリア ホテル & スイーツ、クラリオン、コンフォートイン、コンフォートスイーツ、エコノロジ、メインステイスイーツ、クオリティ、ロードウェイイン、スリープイン、サバーバンエクステンデッドステイ

クラブ・カールソンはカールソン レジドールのリワードプログラムで、次のホテルブランドで利用できる。カントリー・イン&スイーツ、パークインバイ ラディソン、パークプラザ、ラディソン、ラディソンブル、ラディソンレッド、コルヴス・コレクション

ヒルトン H オナーズはヒルトン・ワールドワイドのホテル会員プログラムで、次のホテルブランドで利用できる。コンラッド・ホテルズ&リゾーツ、キャノピーby ヒルトン、キュリオ・コレクション by ヒルトン、ダブルツリーby ヒルトン、エンバシー・スイーツ by ヒルトン、ハンプトン・バイ・ヒルトン、ヒルトン・ガーデン・イン、ヒルトン・グランド・バケーションズ、ヒルトン・ホテルズ&リゾーツ、ホーム2スイーツ・バイ・ヒルトン、ホームウッド・スイーツ・バイ・ヒルトン、トゥルー by ヒルトン、ウォルドーフ・アストリア・ホテルズ&リゾーツ

ハイアット ゴールドパスポートはハイアット・コーポレーションのホテル会員プログラムで、次のホテルブランドで利用できる。アンダーズ、グランドハイアット、ハイアット、ハイアット セントリック、ハイアットハウス、ハイアットプレイス、ハイアットリージェンシー、ハイアットレジデンスクラブ、ハイアットジララ、ハイアットジーヴァ、パークハイアットホテル、アンバウンドコレクション by Hyatt

IHG リwarズ・クラブ (旧プライオリティ・クラブ) はインターコンチネンタルホテルズグループのホテル会員プログラムで、次のホテルブランドで利用できる。キャンドルウッドスイーツ、クラウンプラザ・ホテルズ&リゾーツ、イーヴン・ホテルズ、フアルクセ・ホテルズ&リゾーツ、ホリデイ・イン、ホリデイ・インエクスプレス、ホリデイ・インリゾート、ホリデイ・インクラブバケーション、ホテルインディゴ、インターコンチネンタルホテルズ&リゾーツ、ステイブリッジスイーツ

マリオット・リワードはマリオット・インターナショナルのホテル会員プログラムで、次のホテルブランドで利用できる。AC ホテル、オートグラフ・コレクション・ホテル、コードヤード、デルタ・ホテル&リゾート、エディション、フェアフィールド・イン&スイート、ゲイロード・ホテル、JW マリオット、マリオット・ホテル&リゾート、マリオット・バケーションクラブ、モクシー・ホテル、プロテア・ホテル、ルネッサンス・ホテル、レジデンス・イン、スプリングヒル・スイート、タウンプレイス・スイート

スターウッドプリファード ゲストはスターウッドのホテル会員プログラムで、次のホテルブランドで利用できる。アロフトホテル、エレメントホテル、フォーポイント・バイ・シェラトン、ル・メリディアン、シェラトン・ホテルズ&リゾーツ、セントレジス・ホテルズ&リゾーツ、ラグジュアリーコレクション、ダブリュー・ホテル、ウェスティン・ホテルズ&リゾーツ

ウィンダムリワードはウィンダムのホテル会員プログラムで、次のホテルブランドで利用できる。ベイモント・イン&スイート、デイズ・イン、ドルチェホテルズ・アンド・リゾーツ、ホーソーンスイーツバイウィンダム、ハワード・ジョンソン、ナイト・イン、マイクロテルイン&スイーツバイウィンダム、ラマダ・ワールドワイド、スーパー8、トラベルロッジ、トリップバイウィンダム、ウィンゲート・バイ・ウィンダム、ウィンダム・ガーデン・ホテルズ、ウィンダム・グランド・ホテルズ&リゾート、ウィンダムホテルズ&リゾート