

人気の秘訣って？ ～ホテルへ泊まりに行こう！～

16班 氏名（井ノ上夏輝 大谷朱里 成松凜依 吉田実花 若井喜陽）普通科

研究概要

旅館・ホテルの集客率に目を向け、全国的に人気なホテルの動向や特色を参考に宮崎県を含めた地方都市全体でホテルの活性化を図る。



目的（研究動機）

- ・（個人）
将来観光業に携わる時に参考にするために
- ・（社会的）
コロナ禍を経てホテル業界の活性化を図りたいため

テーマ設定の経緯

- ◎ホテルによって、評価・集客率の差が激しいこと
↓
- ◎評価の良いホテルを参考に全国的にホテルの集客率を平均的に上げる手立てを探りたい
- ◎ホテル業界ではコロナ禍でどのような打撃を受け、それに対応したのかが知りたい
↓
- ◎コロナ後も人気を保ち続けている秘訣を調査し、全国のホテル業界を活性化する方法を考えたい

検証方法1（現地調査）

「ドーマーイン宮崎」さんに直接話を聞きに行く。



検証方法2・・・（アンケート）

旅行サイト（一休・じゃらん・楽天トラベル・リラックス）で下の条件を満たしているホテルにアンケートをお願いする。

〈条件〉
一泊二人で4万円以内 評価が4.5以上
<https://www.ikyuu.com/>

考察

アメニティーの種類を増やしたり、独自の強みを作ることでそのホテルの集客率や人気度は上がる。

仮説

アンケートの結果を元にアメニティーやイベントを改善することで、集客率や人気度が上がるのではないかと？

仮説の根拠

各旅行サイトの人気なホテルのレビューに・雰囲気・客室・アメニティーに関する良い意見が多数あったから。

レビューの例
アメニティーが充実していたので、快適に過ごすことができた 等



結果1

- ・部屋数に限りをつけ、設備やアメニティーを家族向けにしたお部屋を設置
→家族連れのお客様からの反響が良く今後も実施
- ・ホテルの名物「夜鳴きそば」の無料サービス
→夜鳴きそば目当てで泊まりに来るお客様も！



ホテル特有のサービスの例（イベントを含む）

- ・サマーライブ・アート作品の展示
- ・期間限定クリスマスルームの設置
- ・ウェルカムドリンクの提供 等



結論

各旅行サイトで高レビュー多く獲得していた旅館やホテルのアメニティーやイベントは、独自の強みを生かした工夫により他のホテルや旅館よりも充実していた。

参考文献

じゃらんnet <https://www.jalan.net/>

楽天トラベル <https://travel.rakuten.co.jp/>

Relax <https://rlx.jp/>

一休.com <https://www.ikyuu.com/>

