

【マリオット・インターナショナル】
アジア太平洋地域における 800 軒目のホテルが誕生
～節目となる開業が、2020年を通じて地域全体でブランドデビューが見込まれる
アジア太平洋地域での当社の継続的な強みの証に～



JW マリオット・ホテル奈良

マリオット・インターナショナル(本社:米国 メリーランド州、社長兼最高経営責任者:アーニ・ソレンソン)は、先週 2020年7月22日の JW マリオット・ホテル奈良の開業により、アジア太平洋地域にて 800 軒目のホテル誕生を記録いたしました。当ホテル開業により、日本では JW マリオットブランドが初進出いたしました。また、日本においては、年内にエディションとアロフトの国内初進出も控えています。アジア太平洋地域では 2020年を通じ、中国初上陸となるモクシーの開業も予定しています。

「当社は、旅行、オーナーおよびフランチャイズの皆様、お客様ならびに従業員が持つ回復力、そして世界で二番目に大きな市場であるアジア太平洋地域における宿泊の将来の見通しに確信を持っています。最近の傾向、特に国内の観光が需要を牽引している中国での動向に勇気づけられており、成長を続けるこうした重要なマーケットにおける当社シェアの強化に引き続き注力いたします」(マリオット・インターナショナル アジア太平洋グループ・プレジデント、クレイグ・S・スミスコメント)

マリオット・インターナショナルはアジア太平洋地域において、過去 3 年間に毎年平均 80 軒近いホテルを開業しており、同期間でパイプライン(今後開業予定ホテル)の軒数は、毎年約 10%伸びています。2020 年上半期だけを見ても、中華圏での 43 軒を含む 73 軒の新たな契約を締結しています。

「期待値の高い各マーケットでのブランド初進出は、オーナーおよびフランチャイズの皆様がアジア太平洋地域に確信を持っているということ、また、特に今日の厳しいビジネス環境においても、当社が長期的なビジョンを前向きに立てているという証です。オーナーおよびフランチャイズの皆様は、当社プロダクトの品質、それぞれが強力でかつ差別化されたブランドポートフォリオ、世界で 1 億 4200 万人の会員数を誇る当社ロイヤルティプログラムの Marriott Bonvoy(マリオット ボンヴォイ)、そして確立された優れたオペレーションなど、総合的な評価により、マリオット・インターナショナルを信頼し、選んでくださります」(マリオット・インターナショナル アジア太平洋 最高開発責任者、ポール・フォスキーコメント)

オーナーおよびフランチャイズの皆様からの継続的な確信と信頼

過去 3 年間で、アジア太平洋地域では、当社ポートフォリオに加わったコンバージョンホテル(注:既存のホテルをリノベーションしてオープンするホテル)の数が年に20%増加しました。オーナーおよびフランチャイズの皆様にとっては、新築ホテルに比べ、コンバージョンではより速いペースでマリオットのシステムを導入することが可能となります。今年、シンガポール初となる、独自性を称える独立系ホテルのダイナミックなコレクションブランドである「オートグラフ コレクション」を 2 軒契約し、2 軒とも 2021 年にシンガポールでのブランドデビューを飾る予定です。

平均可処分所得の増加に起因して、2019 年は中国単体で 60 億件にも及ぶ国内旅行がなされ、フェアフィールドやモクシーなど、より低価格帯に位置するブランドの需要が、旅行者とホテルオーナー両方の間で勢いを増しています。こうした増大する需要に応え、フランチャイズの皆様をサポートするために、当社は「強化型フランチャイズ(Enhanced Franchise)」モデルを導入しました。当モデルでは、ホテル開業の最初の一年にマリオットから総支配人を任命し、フランチャイズの皆様がマリオットの強力なシステムを活用して行くためのトレーニングおよび実装を支援します。

新たなデスティネーションにて、信頼されたブランドと体験によりゲストの皆様をお出迎え



AC ホテル・バイ・マリオット東京銀座

マリオット・インターナショナルは、今年初めにマレーシアで3軒のACホテル・バイ・マリオット、さらに今月7月初旬にACホテル・バイ・マリオット東京銀座を開業し、アジア太平洋地域におけるACホテルの初進出を飾りました。ACホテル・バイ・マリオットは、ヨーロッパスタイルとスペインのルーツを持ち、モダンなデザイン美を特徴としており、直感的なデザインを取り入れたホテルの数々を誇ります。日本では、1,300年以上の歴史をもつ古都奈良にて、158室の客室を有するJWマリオット・ホテル奈良が開業し、JWマリオットブランドが日本に初上陸いたしました。さらに日本では、国内でエディションのブランドデビューとなる、東京エディション虎ノ門の開業を控えています。

ミレニアル世代が最初に旅行市場へと戻って来ると想定される中、今年中の開業を予定しているモクシー上海徐家匯は、上海という活気溢れる国際的な都市にとって理想のホテルとなります。ミレニアル世代をターゲットにしたモクシーブランドは、賑やかなパブリックスペース、ミニマルなデザイン要素、自由に家具をカスタム可能な客室など、遊び心満載な旅行スタイルを提供しています。

衛生基準の強化

マリオット・インターナショナルは今年初め、現在の状況がもたらしている健康および安全面での課題に対応できるような考案された、多面的なアプローチを発表しました。当社は、世界各地7,400軒以上ある当社ホテルやリゾートに対し、新世代のグローバルホスピタリティの衛生基準や規範、あり方を開発し、導入すべく、「グローバル・クリーンネス・カウンシル」を発足いたしました。

###

マリオット・インターナショナルについて

マリオット・インターナショナル(NASDAQ: MAR、本社：米国メリーランド州ベセスダ)は、134 各国・地域に 30 のブランド、合わせて 7,400 軒以上の宿泊施設を擁するホスピタリティ企業です。世界中でホテルの運営およびフランチャイズや、リゾートのオーナーシップ・プログラムを展開しています。当社は、受賞歴を誇る旅行プログラム、Marriott Bonvoy™ (マリオット ボンヴォイ)を提供しています。詳しい情報は、www.marriott.com をご覧ください。また最新の企業ニュースは、www.marriottnewscenter.com をご覧ください。[Facebook](#) や @MarriottIntl にて [Twitter](#) と [Instagram](#) でも情報発信しています。

報道関係者からのお問い合わせ先

マリオット・インターナショナル

鄭 紀世(チョン キセ) Tel.03-5423-4817 Email: kise.cheong@marriott.com