

IHG™年次レポート：価値ある会員コミュニティ (Meaningful Membership: Transforming Membership in The Age of I)

「一体感と個性を重視する時代」に、価値ある会員コミュニティを育てるために

※本ニュースリリースは、2016年1月19日にIHGが発表したニュースリリースの抄訳版です

インターコンチネンタル ホテルズグループ (IHG™) は本日、世界経済フォーラムが開催されるダボス (スイス連邦) において、2016年版の年次レポート『価値ある会員コミュニティ：一体感と個性を同時に求める時代に、価値ある会員コミュニティを育てるために』(Meaningful Membership: Transforming Membership in The Age of I) を発表しました。今回の報告書では、「変化の激しい現代の消費市場において強力な財産となる会員コミュニティの構築を通じた、消費者とのつながり強化」を、企業ブランドが目指すべき課題として挙げています。

さまざまなソーシャルメディアチャンネルの利用が拡大する中、興味・関心や意見などを同じくする人々のコミュニティに加わり、ブランド体験を軸としたつながりを通じてお互いが感じたことや意見を共有したいと考える消費者が増えています。また、それと同時に個としての自分らしさも大切にしたいというニーズも強く、コミュニティとしての一体感 (inclusiveness) と個性 (individuality) を同時に求める動きが生まれています。今回の年次レポートは、「一体感と個性を重視する時代 (英文では、それぞれの頭文字を意味する『I』の時代 (The Age of I))」というコンセプトをキーワードに、こうした現状を分析しています。

レポートでは、さまざまな企業ブランドがこの課題にどのように取り組んでいるかを分析し、消費者にとって価値ある会員コミュニティ (Meaningful Membership) を構築するための方法について論じています。企業ブランドには、コミュニティ全体に共通するニーズとともに、個々のメンバーにとって意味のある事柄 (好き嫌い、必要性、必要なタイミングなど) を把握するきめ細かい対応が求められます。

レポートはさらに、価値ある会員コミュニティを形成していくための基本原則を紹介しています。その一つが、ブランドによる消費者対応に人間味をもたせる工夫です。対話のデジタル化が進む現代において、高い信頼関係を育てられるかどうかは、会員とのコミュニケーションにどこまで人間としての顔を持たせることができるかにかかっています。また、会員プログラムでは、メンバーに利用頻度や利用額などの段階的なランクアップを促す仕組みが重要となります。

IHG の CEO (最高経営責任者)、リチャード・ソロモンズは、次のように述べています。「企業ブランドと消費者の関係性は、新たな発想で捉え直すべき時期を迎えています。デジタル化が進む現代にあって、企業が社外との間に作り出しているつながりはビジネス取引だけにとどまりません。事業を成功させ、存在意義を保ち、ビジネスで最も重要となる信頼を維持していくためには、感情のレベルにまで及ぶ関わり合い (エンゲージメント) が欠かせません。私たちは、お客様に喜ばれる価値を創造して IHG のビジネスを発展させていく鍵が、こうした関係性を正しく理解することにあると考えています。そのような価値を生み出す第一歩として、今回の年次レポートが取り上げているのが『価値ある会員コミュニティ』の創出です。このレポートには、ホテル業界で世界最大の会員プログラムとして今なお急速に会員数を伸ばし続けている IHG™ リワーズクラブと、世界各国に 5,000 以上のホテルを展開する多彩なブランドファミリーを柱として、お客様に長く愛される関係を作り育てていくことを重視する IHG の姿勢が反映されています。」

この他、2016年版 IHG 年次レポートの主なポイントは次の通りです。

- **「サインイン」と「サインオン」の違い：** 登録・入会といった誰にでもできる行動を意味する「サインイン」に対し、「サインオン」には、会員コミュニティに所属することへの誇りが込められています。人々が求めているのは、機械的なログインを超える「つながり」であり、関係性なのです
- **求められる即時性：** 期待が瞬時に充足されることが当たり前となっている現在、「価値ある会員コミュニティ」創出の鍵となるのが「瞬時の判断」です。約束されたメリットがすぐに提供できない場合、ブランドの品質、市場優位性、信頼性などへの印象が損なわれる恐れがあります
- **コミュニティ帰属への普遍的ニーズ：** 会員コミュニティを構成する人々は、高い目的意識で結びついたグループの一員となることを求めています。CSR(社会貢献)活動には、意義のある課題への取り組みを通じてメンバーの帰属ニーズを満たす効果があります
- **社内意識の重要性：** 社外に良質なメンバーコミュニティを広げていくためには、社内にも「価値ある会員コミュニティ」を育てる取り組みが必要です。「価値ある会員コミュニティ」の社内風土が作られている会社のブランドには、社外からの信頼も集まります。IHG では、トレーニングの強化やサービス文化の醸成といったお客様本位の取り組みを通して、会員コミュニティ意識の向上を図っています

IHG が世界経済フォーラムの開催に合わせて毎年発表しているレポートでは、政府や企業への信頼が年々低下している傾向が報告されています。レポートは、世界各地で4年間にわたって4万人近くの旅行者を対象に実施されたアンケート調査のデータに基づいています。2013年の「つながり経済の登場」(The New Kinship Economy)では、ホスピタリティ業界の焦点がホテルブランドの体験からホテルブランドとの関係構築へと移り変わろうとしていることを指摘、続く2014年の「信頼の創造：つながり経済の時代にホテルブランドとの関係構築を成功させる鍵」(Building Trust Capital: The new business imperative in the Kinship Economy)では、持続的な関係構築の鍵がグローバル性・地域性・パーソナライズされた体験にあることを明らかにしました。そして、2015年の「信頼の資本構築：つながり経済の時代におけるビジネスの新しい条件」(Building Trust Capital: The new business imperative in the Kinship Economy)では、ブランドと会社双方への信頼構築が今後ますます重要となっていく方向性を示唆しました。

2016年の最新版編纂には、IHGの長年にわたるパートナーである Arcature 社も協力しています。また、IHG 独自の調査・観測データに加えて、さまざまな外部情報源からのデータも活用されました。詳しい最新情報は、IHG 年次レポート公式 Web サイト(www.ihgplc.com/trends_report)で公開されています。

以上



インターコンチネンタル ホテルズグループ (IHG) について

インターコンチネンタル ホテルズグループ (IHG)【LON:IHG; NYSE:IHG (ADRs)、本社: 英国】は、インターコンチネンタル ホテルズ&リゾーツ、キンプトン ホテルズ&レストランズ、HUALUXE(華邑) ホテルズ&リゾーツ、クラウンプラザ ホテルズ&リゾーツ、ホテル インディゴ、EVEN ホテルズ、ホリデイ・イン ホテルズ&リゾーツ、ホリデイ・イン エクスペリエンス、ステイブリッジ・スイーツ、キャンドルウッド・スイーツといった幅広いホテルブランドを展開するグローバル企業です。

IHG は現在、世界の約 100 の国や地域で 5,000 以上のホテル、72 万 4000 室を所有、運営、リース、もしくはフランチャイズ契約しています。さらに、世界中でおよそ 1,300 ホテルを開発中です。

また、業界初、8,800 万人以上の会員を擁する IHG リワーズクラブは、世界最大のホテル会員組織です。

インターコンチネンタルホテルズグループ PLC は、グループの持ち株会社であり、英国で法人格を取得し、イングランドとウェールズに登録しています。世界各地の IHG のグループホテルおよび本部では 35 万人の従業員が働いています。

IHG では、各種情報の入手や、宿泊予約をインターネット上で行うことができます。各ホテルに関する情報、及びご予約に関しては、www.ihg.com、また、グループのホテル会員プログラムの IHG リワーズクラブに関しては、www.ihgrewardsclub.com をご確認ください。

IHG の最新情報については、メディア向けページ www.ihg.com/media のほか、www.twitter.com/ihg、www.facebook.com/ihg、www.youtube.com/ihgplc をご覧ください。(いずれも英語サイト)

IHG・ANA・ホテルズグループジャパンのウェブサイト URL: www.anaihghotels.co.jp

IHG・ANA・ホテルズグループジャパンのプレスリリースウェブサイト URL:

www.anaihghotels.co.jp/corporate/pr

本件に関するお問い合わせ先:

IHG・ANA・ホテルズグループジャパン

広報 潮 孝子

Tel: 03 5501 7548 Fax: 03 5501 7580

Takako.ushio@ihganahotels.com

