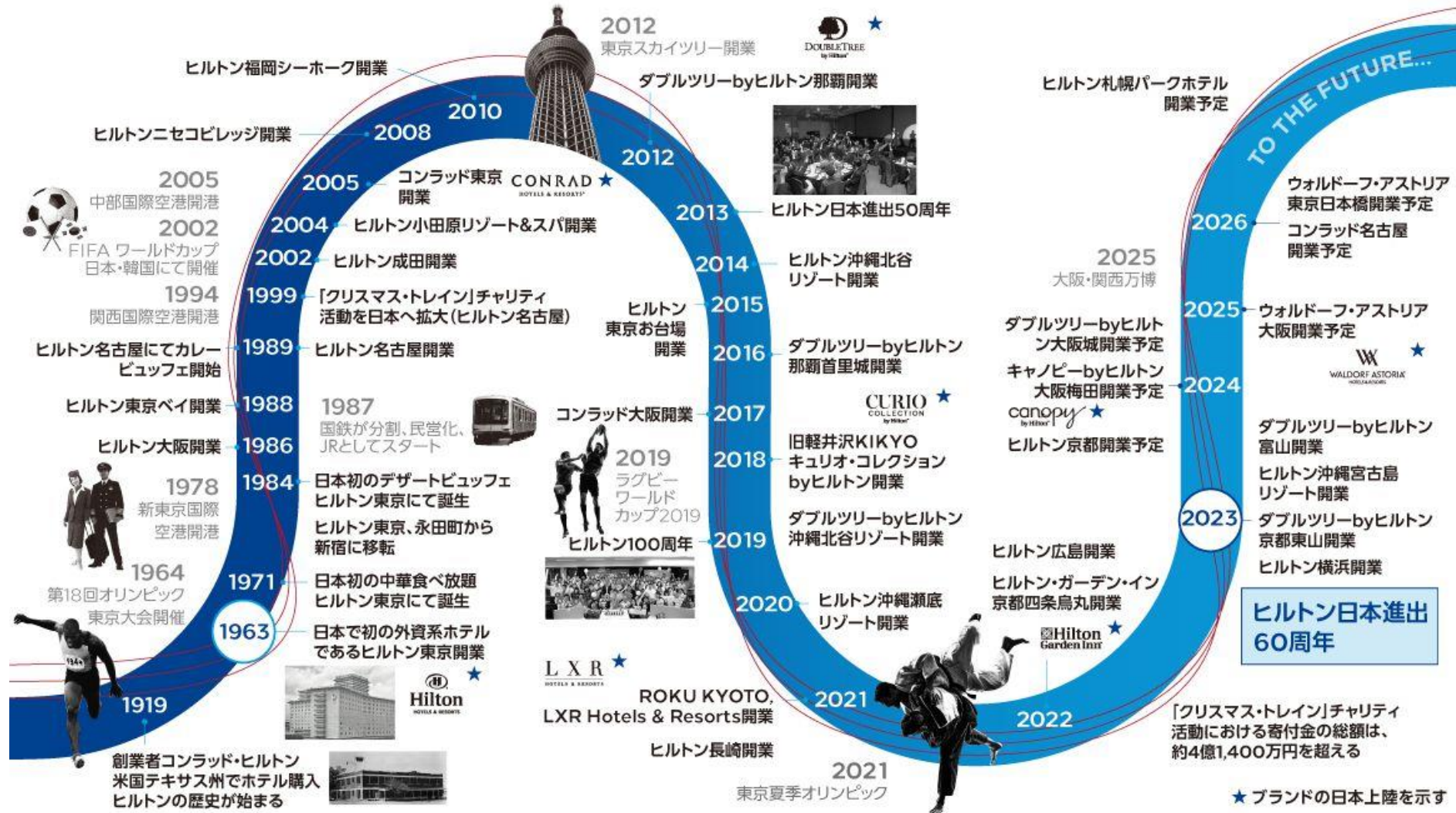


We Are
HILTON
We Are
HOSPITALITY



日本における歩み



現在展開中のホテル (25軒)

Japan

ヒルトン沖縄北谷
リゾート

ヒルトン沖縄瀬底
リゾート

ヒルトン沖縄宮古島
リゾート

ダブルツリー by ヒルトン
沖縄北谷リゾート

ダブルツリー by ヒルトン
那覇

ダブルツリー by ヒルトン
那覇首里城

コンラッド大阪

ヒルトン大阪

ヒルトン広島

ヒルトン福岡
シーホーク

ヒルトン長崎

ヒルトン名古屋

ヒルトンガーデンイン
京都四条烏丸

ROKU KYOTO
LXR Hotels & Resorts

ダブルツリー by ヒルトン
京都東山

ダブルツリー by ヒルトン
富山

旧軽井沢 KIKYO
キュリオ・コレクション
by ヒルトン

ヒルトンニセコビレッジ

ヒルトン成田

コンラッド東京

ヒルトン東京

ヒルトン東京ベイ

ヒルトン東京お台場

ヒルトン小田原
リゾート&スパ

ヒルトン横浜

開業予定のホテル (9軒) Japan

ダブルツリー by ヒルトン
大阪城
(2024)

キャノピー by ヒルトン
大阪梅田
(2024)

ウォルドーフ・アストリア
大阪
(2025)

キャノピー by ヒルトン
沖縄宮古島リゾート
(2026)

ダブルツリー by ヒルトン
京都駅
(2024)

ヒルトン京都
(2024)

コンラッド名古屋
(2026)

ヒルトン札幌パーク
(TBC)

ウォルドーフ・アストリア
東京日本橋
(2026)

- 日本最初の外資系ホテルオペレーターとして1963年の赤坂「東京ヒルトン」開業以来、今年で60周年。
- 現在日本において25ホテルを展開。今後更に9ホテルの開業を予定。
- 国内では6ブランド（「コンラッド」、「LXR」、「キュリオコレクション by ヒルトン」、「ヒルトン」、「ダブルツリー by ヒルトン」、「ヒルトン・ガーデン・イン」）で展開中。これに加え「ウォルドーフ・アストリア」、「キャノピー by ヒルトン」が今後開業予定。
- 主要都市のみならず、地方都市や国内主要リゾートへの積極的な展開を目指す。
- ラグジュアリー、アッパーアップスケールブランド以外にもライフスタイル、宿泊特化型ブランドを更に強化。
- ヒルトンジャパンの強みはリブランド。現在、国内では9ホテルがリブランドによる開業。
- 現在、世界で会員数1億6500万人を超えるゲスト・ロイヤルティ・プログラム「ヒルトン・オーナーズ」を通して世界の顧客を取り組む。
- ヒルトンの強固なコマーシャルエンジン、世界に広がるディストリビューションチャンネルを基盤に世界に積極的に発信。
- ヒルトンのESG（環境、社会、ガバナンス）戦略である「トラベル・ウィズ・パーパス（Travel with Purpose）」をホテルの運営、サプライチェーン、地域社会含むグローバルビジネス全体で実行。

政府への要望(1)

ホテル業界の課題:

- ・ 人材不足（特に地方都市およびリゾート地での人材確保）
- ・ 高まるインバウンド需要と日本におけるインフラ整備のギャップ
- ・ 日本の魅力的なコンテンツの多角的な活用と世界への積極的な発信

ホテル業界が成長するための人材確保支援

- ・ 遠隔地などで開業するホテルで働く従業員のための住居（寮）開発支援補助金の支給
- ・ 地方都市や遠隔地におけるホテル開発への税制優遇措置による地元住民の雇用創出及び地元住民雇用における雇用助成金の拡充
- ・ 沖縄の夏季や北海道の冬季など繁忙期の従業員不足を補うために必要となる有能な外国人の雇用の基準をさらに緩和とビザ支給の敏速化。グローバルスタンダードを経験し、外国人スタッフとの協働による地方のスタッフの意識改革とスキル向上

政府への要望(2)

更なるインバウンド増加を見込んだ受け入れ体制の改善

- 地方におけるクレジットカード対応、英語サポート体制、交通の利便性（英語対応のウェブサイトによる予約システム、早朝及び深夜運転等）を促進
- 訪日外国人観光客数増加を促すプロモーション・キャンペーンを強化
- インバウンド旅行者のための観光案内センターの増設（特に主要都市以外の地域）
- オーバーツーリズム解消のための観光施設のウェブサイト（英語）における予約システムやスケジュールマネジメントによるトラフィックコントロールの実施

グローバルレベルのエンターテイメントおよびスポーツ観戦など機会創出

- 美術館、博物館、エンターテイメント施設のグローバルスタンダード化。
東京には海外の主要都市と比べて圧倒的な魅力のある施設が少ない。（スペインビルバオのグッゲンハイム、パリのルーブル美術館、ロンドンの大英博物館、ニューヨークのメトロポリタン博物館、ワシントンのスミソニアン、ロンドンのウェストエンド、ニューヨークのブロードウェイ等）
- ナイトタイムエコノミーの経済効果をさらに上げる必要性（スカイツリーの営業終了時間は21時、パリエッフェル塔23時）、地下鉄運行時間においてはコロナ前より短縮）
- スポーツイベントおよびエンターテイメントイベントへの観戦の機会をさらに増やす（能、歌舞伎、相撲観戦一例えば外国人に人気のある相撲は6週間／年程度しか観戦できない）