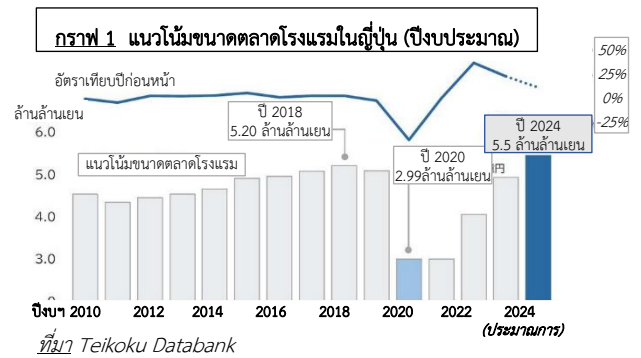


สถานะและโอกาสสำหรับธุรกิจโรงแรมในญี่ปุ่น

สตท. ณ เมืองฮิโรชิม่า

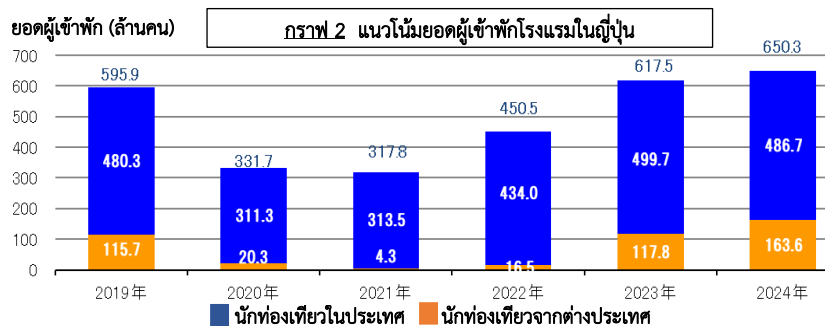
ญี่ปุ่นมิได้เป็นเพียงตลาดที่น่าสนใจสำหรับสินค้าเท่านั้น แต่ยังเป็นตลาดที่น่าจับตามองสำหรับธุรกิจบริการอีกด้วย โดยหนึ่งในนั้น ได้แก่ ธุรกิจโรงแรม ซึ่งในปัจจุบันมีเงินทุนของญี่ปุ่นและจากต่างประเทศที่กำลังพยายามขยายโอกาสทางธุรกิจให้มากยิ่งขึ้นในญี่ปุ่น

จากผลสำรวจโดย Teikoku Databank ¹ (กราฟ 1) ในปีงบประมาณ 2024 (เมษายน 2024 - มีนาคม 2025) ประเมินการว่าขนาดตลาดธุรกิจโรงแรมในญี่ปุ่นจะมีมูลค่า 5.5 ล้านล้านเยน (ประมาณ 1.3 ล้านล้านบาท) ซึ่งขยายตัวจาก 4.9 ล้านล้านเยนของปีก่อนหน้า โดยคิดเป็น 1.8 เท่าของมูลค่าในปี 2020 ซึ่งเป็นปีที่ตกลงต่ำสุดจากผลกระทบของวิกฤติโรคโควิด 19 และต่อมาได้ฟื้นตัวจนมูลค่าตลาดกลับสูงขึ้นเกินระดับของในปี 2018 ซึ่งเป็นปีก่อนเกิดวิกฤติโรคโควิดแล้ว



ในขณะที่บริษัท Tokyo Shoko Research ก็ได้ประกาศผลสำรวจเมื่อเดือนเมษายน 2024 เกี่ยวกับราคาห้องพักและอัตราการเข้าพัก (Occupancy rate) ของบริษัทผู้บริหารกิจการโรงแรม 13 อันดับแรก ในช่วงไตรมาสที่ 3 (กรกฎาคม-กันยายน 2024) พบว่ามีราคาห้องพักและอัตราการเข้าพักที่สูงขึ้นกว่าปีที่ผ่านมา ราคาห้องพักโดยเฉลี่ย เท่ากับ 15,537 เยน เพิ่มขึ้นร้อยละ 86.7 หรือประมาณ 1.8 เท่าเมื่อเปรียบ เทียบกับของปี 2021 ซึ่งมีค่าห้องพักโดยเฉลี่ย 8,320 เยน เมื่อพิจารณายอดผู้เข้าพักโรงแรม² ในญี่ปุ่นของช่วงที่ผ่านมา (กราฟ 2) จะเห็นได้ว่า มีจำนวนเพิ่มขึ้นเรื่อยมา ในปี 2023 มียอดผู้เข้าพัก 617.5 ล้านคน ซึ่งได้กลับสู่ระดับที่สูงกว่าของปี 2019 ซึ่งเริ่มเกิดวิกฤติโรคโควิด และในปี 2024 ยอดผู้เข้าพักยังคงเพิ่มสูงขึ้นจนเป็น 650.3 ล้านคน ซึ่งจัดว่าเป็นระดับสูงที่สุดในประวัติศาสตร์

การฟื้นตัวของธุรกิจโรงแรมในญี่ปุ่นดังกล่าว ส่วนหนึ่งเป็นผลจากการกลับมาของ



นักท่องเที่ยวชาวต่างชาติที่ไปเยือนญี่ปุ่น ซึ่งเป็นผลพลอยได้จากค่าเงินเยนที่ลดต่ำลงอย่างมากในช่วงระยะที่ผ่านมา จากข้อมูลของ Japan Tourism Bureau ระบุว่า ณ เดือนตุลาคม 2024 มีนักท่องเที่ยวจากต่างประเทศไปเยือนญี่ปุ่นจำนวน 3.31 ล้านคนซึ่งเป็นจำนวนสูงสุดเท่าที่ผ่านมา และมียอดสะสมตั้งแต่ต้นปีจนถึงเดือนตุลาคม สูงถึง 30.19 ล้านคน ซึ่งนับว่าเป็นยอดสูงสุดนับตั้งแต่ปี 1964 และเป็นปีแรกที่ได้ทะลุเป้า 30 ล้านคน ทั้งนี้ แม้ว่ามิใช่ผู้เข้าพักชาวต่างชาติเพิ่มมากขึ้น แต่ยอดผู้เข้าพักโรงแรมส่วนใหญ่ยังคงเป็นผู้เข้าพักภายในประเทศ ซึ่งมีสัดส่วนสูงกว่ามาก

¹ อ้างอิงสถิติ “The Research on ryokan & hotel market in Japan Y2024 ” (全国旅館・ホテル市場動向調査 2024 年度見通し) โดย Teikoku Databank 12 มีค. 2025 (https://www.tdb.co.jp/report/industry/20250312_ryokanhotel/)

² “ยอดผู้เข้าพักโรงแรม” ในที่นี้หมายถึงยอดรวมของจำนวนผู้เข้าพักในแต่ละวันของตลอดช่วงปีนั้น ซึ่งต่างจาก “จำนวนผู้เข้าพักจริง” เช่น ผู้เข้าพัก 1 คน หากพักเป็นเวลา 3 คืน ยอดผู้เข้าพักจะเท่ากับ 3 คนในขณะที่จำนวนผู้เข้าพักจริงคือ 1 คน

ในปี 2025 จะมีการจัดงานมหกรรมโลก หรือ Expo 2025 Osaka ระหว่าง 13 เมษายน – 13 ตุลาคม 2025 จึงคาดว่าโรงแรมในญี่ปุ่นจะรับนักท่องเที่ยวทั้งในประเทศและชาวต่างชาติเพิ่มขึ้นอย่างมาก

สถานการณ์แข่งขันของธุรกิจโรงแรมในญี่ปุ่น

ธุรกิจโรงแรมในญี่ปุ่นกล่าวได้ว่ามีศักยภาพและมีแนวโน้มที่ดี แต่ในขณะเดียวกันก็มีการแข่งขันที่เข้มข้นด้วยเช่นกัน ได้มีรายงานวิเคราะห์สถานการณ์แข่งขันของธุรกิจโรงแรมในญี่ปุ่น³ ซึ่งมีข้อมูลน่าสนใจ ดังนี้

- (1) **กลุ่มโรงแรมหรูราคาสูง หรือ Luxury Hotel** ยังคงเป็นประเภทโรงแรมที่มีความต้องการสูง มีการเปิดกิจการใหม่ ๆ อยู่อย่างต่อเนื่อง พบว่าโรงแรมหรูใหม่ๆ เริ่มเปลี่ยนทำเลจากตัวเมืองใหญ่ไปยังท้องถิ่น และมีการเปลี่ยนรูปแบบของการใช้สิ่งอำนวยความสะดวกที่ดูหรูหรา เช่น ห้องน้ำกว้าง เติงที่ดูเลิศหรู หรือเก้าอี้โซฟาขนาดใหญ่ มาเป็นการใช้ดีไซน์ที่มีสไตล์และให้บรรยากาศของความสงบ เพื่อตอบสนองความต้องการของผู้เข้าพักที่ใส่ใจ “พื้นที่” ที่ช่วยกระตุ้นความรู้สึกสัมผัสทั้งห้า ด้วยการใช้วัสดุธรรมชาติสำหรับเฟอร์นิเจอร์ การจัดแสงสว่างในห้อง วิถีที่เห็นจากหน้าต่างหรือบริเวณรอบๆ โรงแรม นอกจากนี้ เนื่องจากปัจจุบันโรงแรมหรูทุกแห่งให้การบริการระดับสูงอยู่แล้วจึงยากที่จะสร้างความแตกต่างในด้านการบริการ โรงแรมหรูจึงเริ่มหันไปสู่การสร้างโรงแรมในท้องถิ่นที่ห่างจากใจกลางแหล่งท่องเที่ยวเล็กน้อย เพื่อให้ผู้เข้าพักได้มีโอกาสพักผ่อนในสภาพแวดล้อมที่อยู่ห่างจากนักท่องเที่ยวทั่วไป เพื่อให้เกิดความรู้สึกที่มีความเป็นส่วนตัวในขณะที่ยังคงมีความรู้สึกของการพักในโรงแรมหรู
- (2) **กลุ่มโรงแรมในตัวเมือง หรือ City Hotel** ที่ผ่านมามีโรงแรมกลุ่มนี้ที่เปิดใหม่ๆ มีหลายแห่งซึ่งได้มีการพัฒนาสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆ รวมไปถึงการบริการอาหารเครื่องดื่มของโรงแรมให้ทัดเทียมกับระดับของโรงแรมหรู ในขณะที่ยังรักษาความสมดุลของราคาห้องพัก เพื่อมุ่งเป้าการเป็นโรงแรมระดับกลางระหว่างโรงแรมหรูกับโรงแรมธุรกิจ(Business hotel)⁴ โดยโรงแรมกลุ่มนี้นอกจากจะมีการยกระดับความสะดวกสบายและดีไซน์แล้ว ยังพัฒนาคุณภาพสิ่งอำนวยความสะดวก เช่น มินิบาร์ในห้อง หรือมียิมสำหรับบริการผู้เข้าพัก ฯลฯ สิ่งที่ได้เห็นได้เด่นชัดคือ การใช้สิ่งของอำนวยความสะดวก หรือ Amenities เช่น สบู่ แชมพู ฯลฯ เป็นแบรนด์ที่มีชื่อเสียง ทำให้ผู้ได้เคยเข้าพักนำข้อมูลนี้ไปเผยแพร่ต่อและกลายเป็นการประชาสัมพันธ์ให้โรงแรมต่อไปด้วย
- (3) **กลุ่มที่พักสไตล์บ้านพักให้นักท่องเที่ยวเช่า (Vacation Rental)** เป็นรูปแบบที่พักที่เริ่มพบมากขึ้นตั้งแต่ช่วงปี 2024 ซึ่งมีความต้องการจากนักท่องเที่ยวต่างชาติและนักท่องเที่ยวภายในประเทศ โดยพบว่ามีกำลังสร้างบ้านพักขนาดใหญ่ในพื้นที่ที่เคยปล่อยว่างเปล่าในเขตท้องถิ่น โดยบริษัทในท้องถิ่นหรือเจ้าของที่ดินที่ต้องการใช้ประโยชน์ของพื้นที่ ในขณะเดียวกันสามารถบริหารจัดการได้ง่ายเพราะไม่จำเป็นต้องมีขนาดใหญ่หรือต้องใช้บุคลากรดูแลมาก จึงทำให้เกิดผู้ประกอบการรายใหม่เข้ามาในธุรกิจกลุ่มนี้มากขึ้นตามลำดับ ในด้านผู้เข้าพักก็นิยมที่พักประเภทนี้เนื่องจากมีความเป็นส่วนตัว โดยเฉพาะนักท่องเที่ยวเป็นกลุ่มหรือเป็นครอบครัว อย่างไรก็ตามยังมีความท้าทายในด้านการทำให้เป็นที่รู้จักและการหาผู้เข้าพัก ซึ่งผู้ที่เริ่มเข้ามาในธุรกิจนี้ในญี่ปุ่นมักจะยังขาดความรู้หรือโนฮาวในด้านเหล่านี้

³ อ้างอิงจากรายงาน “Y2025 The trend of hotel business: now and the future” (2025 年宿泊業界の動向～現状とこれか
ら) โดย Yakoken.net 10 กพ. 2025 <https://www.yadoken.net/archives/column/tin-depth-explanation-of-marketing-strategies-based-on-trends-in-the-hotel-industry-for-2025-and-beyond>

⁴ Business hotel เป็นประเภทหนึ่งของโรงแรมที่มุ่งเป้าผู้เข้าพักซึ่งเป็นนักธุรกิจ มักตั้งอยู่ในย่านธุรกิจหรือสถานที่ที่เดินทางได้สะดวก โดยห้องมีขนาดเล็ก ห้องน้ำเป็นแบบยูนิต มีสิ่งอำนวยความสะดวกขั้นพื้นฐาน มีราคาห้องพักต่ำกว่าโรงแรมปกติ และมักจะมีระบบเช็คอิน-เช็คเอาท์ด้วยตนเอง (Self Check-in/Check-out) และการบริการต่างๆ ที่จำเป็นสำหรับนักธุรกิจ

กระแสความนิยมในปัจจุบันของผู้ใช้บริการโรงแรมในญี่ปุ่น

นักท่องเที่ยวและผู้ใช้บริการโรงแรมในญี่ปุ่น มีแนวโน้มความต้องการสำหรับที่พักลักษณะใหม่ๆ ดังนี้

- (1) **Lifestyle Hotel** ในอดีตโรงแรมหรูมักเป็นโรงแรมที่ดึงดูดผู้เข้าพักด้วยการตกแต่งภายในที่หรูหราและบริการที่เลิศหรู แต่ในระยะหลังนี้ มีกระแสความนิยมโรงแรมประเภทที่เรียกว่า Lifestyle Hotel ซึ่งเป็นโรงแรมที่เน้น “ค่านิยม ดีไซน์ สุนทรียภาพ” ที่ตอบสนองต่อผู้เข้าพักให้ได้สัมผัสวัฒนธรรมท้องถิ่น หรือ รสนิยมส่วนบุคคล และให้ได้รับประสบการณ์พิเศษที่ต่างไปจากชีวิตประจำวันปกติ การออกแบบห้องพักของ โรงแรมประเภทไลฟ์สไตล์นี้ เช่น ตู้เสื้อผ้าแบบเปิดโล่งแทนที่จะเป็นตู้ที่มีฝาปิด หรือ ห้องอาบน้ำที่มีแต่ฝักบัว แทนที่จะมีอ่างอาบน้ำ เป็นต้น นอกจากนี้ ยังมีการจัดทำและนำเสนอเส้นทางเดินสำรวจย่านรอบๆ โรงแรม แนะนำสถานที่ วัฒนธรรม อาหาร และร้านค้าในท้องถิ่น ฯลฯ

จากข้อมูลล่าสุด พบว่ามีโรงแรมหรูทุนต่างชาติในญี่ปุ่นที่ปรับลักษณะให้เป็น “โรงแรมไลฟ์สไตล์” และมีกำหนดจะเปิดดำเนินการในปี 2025 (ตาราง 1) จำนวน 6 แห่ง คือในกรุงโตเกียว (3 แห่ง) นครโอซากา (2 แห่ง) และเมืองซัปโปโร (1 แห่ง) โดยโรงแรมเหล่านี้เน้นในด้าน “กลิ่นอายท้องถิ่น (Regional Characteristics)” และ “ความยั่งยืน” เช่น โรงแรม **CAPTION by Hyatt Kabuto-Cho Tokyo** ซึ่งตั้งอยู่ในย่าน Kabuto-Cho อัน

ตาราง 1 โรงแรมหรูและโรงแรมไลฟ์สไตล์โดยทุนต่างชาติที่มีกำหนดเปิดใหม่ในปี 2025

Hotel	Location	Management Company	Opening in
Waldorf Astoria	Osaka	Hilton	March 2025
Fairmont Tokyo	Tokyo	Accor Hotels	July 2025
JW Marriot Hotel Tokyo	Tokyo	Marriot International	Autumn 2025
Intercontinental Sapporo	Sapporo	IHG	Autumn 2025
Caption by Hyatt	Tokyo	Hyatt	Autumn 2025
Patina Osaka	Osaka	Capella Hotel Group	Spring 2025

ที่มา Kanko Sungyou News

เป็นย่านธุรกิจการเงินในกรุงโตเกียว โรงแรมดังกล่าวมีความพิเศษคือ มีโครงสร้างเป็น Wooden hybrid structure⁵ เป็นการตอบสนองมาตรการป้องกันภัยพิบัติและลดภาระต่อสิ่งแวดล้อม และเป็นโรงแรมแห่งแรกในเขตตัวเมืองที่ได้รับการรับรองภายใต้ DBJ Green Building Certification⁶ ซึ่งเป็นการรับรองโดย Development Bank of Japan ว่าเป็นสิ่งก่อสร้างที่เป็นมิตรต่อสิ่งแวดล้อมและสังคม นอกจากนี้ โรงแรมยังมีกิจกรรมและความเชื่อมโยงกับท้องถิ่นที่ตั้งอยู่ แนะนำเส้นทางสำรวจธุรกิจและสถานที่สำคัญในย่านดังกล่าวซึ่งเป็นสิ่งหนึ่งที่สร้างความสนใจให้กับผู้เข้าพักโดยเฉพาะชาวต่างชาติที่อยากสัมผัสกับท้องถิ่น

- (2) **Slow Travel** ปัจจุบันมีกระแสนิยมที่พักสำหรับการพักเป็นระยะยาว เช่น โรงแรมประเภท Apartment Hotel ซึ่งมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น นักท่องเที่ยวที่เดินทางเป็นครอบครัวหรือเป็นกลุ่ม ต้องการที่จะพักแบบเป็นส่วนตัว สามารถไปหาซื้อวัตถุดิบท้องถิ่นที่ตลาดหรือซูเปอร์มาร์เกตมาทำอาหารรับประทานกันเอง ตัวอย่างเช่น โรงแรม **Oakwood Premium Hotel** ในโตเกียว (<https://www.discoverasr.com/ja/oakwood/japan/oakwood-premier-tokyo>) ซึ่งเป็นโรงแรมของทุนต่างชาติจากสิงคโปร์ ให้เช่าห้องพักที่เป็น Services apartment ซึ่งสามารถพักระยะยาวในราคาที่คุ้มค่าเมื่อเทียบกับโรงแรมทั่วไป โดยในยูนิตมีส่วนที่เป็นครัวพร้อมอุปกรณ์ทำอาหารครบครัน รวมทั้งมีฟิตเนสยิม และ Residence lounge ไปจนถึง Business support เช่น การบริการถ่ายเอกสารหรือส่งแฟกซ์ การจองร้านอาหารหรือรถแท็กซี่ ฯลฯ อีกด้วย
- (3) **Personalized Stay** ในระยะหลังที่ผ่านมา เมื่อการแข่งขันของธุรกิจโรงแรมในญี่ปุ่นมีมากขึ้น พบว่ามีโรงแรมหลายแห่งได้สร้างความได้เปรียบในการแข่งขันด้วยการให้บริการแบบ Personalized services หรือการบริการแบบเฉพาะตัว กล่าวคือ โรงแรมเสนอการบริการที่ปรับให้ตรงกับความต้องการของผู้เข้าพักแต่ละคน โดยการ

⁵ Wooden hybrid structure หมายถึงการก่อสร้างที่มีโครงสร้างผสมระหว่างไม้ โครงเหล็กและคอนกรีต มีคุณสมบัติทนต่อการสั่นสะเทือน และทนไฟ รวมทั้งมีสมรรถนะดีต่อสิ่งแวดล้อม (Environmental Performance)

⁶ ดูรายละเอียดเกี่ยวกับ DBJ Green Building Certification ได้ที่ https://www.dbj.jp/service/program/g_building/?sc=1

เก็บและใช้ข้อมูลของผู้เข้าพัก เช่น ประเภทห้อง ความชอบหรือรสนิยมส่วนตัวสำหรับสิ่งของเครื่องใช้ในห้อง เช่น ความนุ่มของหมอน จำนวนผ้าห่มที่ใช้ ฯลฯ หรือวันสำคัญของผู้เข้าพักนั้นๆ เช่น วันเกิด วันครบรอบแต่งงาน ฯลฯ อาหารที่ชอบสั่ง ความสนใจหรืองานอดิเรกเพื่อนำเสนอข้อมูลร้านอาหาร ร้านขายของหรือสถานที่ท่องเที่ยวโดยรอบ โรงแรม ที่ผ่านมาระบบโรงแรมหลายแห่งในโลกได้มีการบริการเช่นนี้แล้ว ส่วนในญี่ปุ่นพบว่าโรงแรมในทุกระดับเริ่มนำระบบนี้มาใช้เพื่อสร้างความได้เปรียบแข่งขัน สร้างความประทับใจให้กับผู้ที่เคยได้เข้าพักและเลือกที่จะกลับไปพักที่โรงแรมเดิมนี้แม้ว่าราคาจะแพงกว่าบ้างก็ตาม อีกทั้งเมื่อผู้เข้าพักเกิดความประทับใจ ยังช่วยประชาสัมพันธ์ปากต่อปาก หรือผ่านช่องทางสื่อโซเชียลต่อไปได้อีกด้วย

ปัญหาและความท้าทายสำหรับธุรกิจโรงแรมในญี่ปุ่น

ปัจจุบัน สิ่งที่เป็นปัญหาสำคัญที่สุดสำหรับธุรกิจโรงแรมในญี่ปุ่น คือ การขาดแคลนแรงงานและอัตราการลาออกจากงานมีแนวโน้มเพิ่มขึ้น เนื่องจากเมื่อผู้ปฏิบัติงานไม่เพียงพอ ภาระงานของบุคลากรแต่ละคนเพิ่มขึ้น ส่งผลให้มีการลาออกกันมากขึ้นตามมา แนวทางที่โรงแรมหลายแห่งดำเนินการเพื่อแก้ไขปัญหาคือการขาดแคลนแรงงาน เช่น Digital Transformation (DX)⁷ หรือ การปรับปรุงระบบงานให้เป็นดิจิทัล ซึ่งยกประสิทธิภาพการทำงานและการบริหารโรงแรม

บทสรุปและข้อคิดเห็นสำหรับผู้ประกอบการไทย

ธุรกิจโรงแรมในญี่ปุ่น จัดได้ว่าเป็นธุรกิจที่มีแนวโน้มที่ดีและน่าสนใจ เนื่องจากความต้องการที่มีแนวโน้มเพิ่มขึ้นของนักท่องเที่ยวทั้งภายในประเทศและต่างประเทศ จากการที่ญี่ปุ่นเป็นจุดหมายท่องเที่ยวยอดนิยม ด้วยเหตุผลหลายประการ เช่น ความปลอดภัย คุณภาพการบริการ แหล่งท่องเที่ยวที่น่าสนใจและมีการพัฒนาอย่างต่อเนื่อง ความสุภาพและเป็นมิตรของชาวญี่ปุ่น ฯลฯ อีกทั้งในบางช่วงยังได้รับแรงสนับสนุนจากค่าเงินเยนอีกด้วย อย่างไรก็ตาม ธุรกิจโรงแรมในญี่ปุ่นเป็นธุรกิจที่มีการแข่งขันสูงในทุกระดับ ผู้ประกอบการจึงต้องศึกษาแนวโน้มความนิยมของผู้เข้าพักเพื่อสร้างความได้เปรียบในการแข่งขัน เช่น การปรับรูปแบบโรงแรมให้ตอบสนองกระแสความนิยมไม่ว่าจะเป็นโรงแรมไลฟ์สไตล์ หรือโรงแรมที่ผู้เข้าพักได้รับการบริการแบบเฉพาะตัว สำหรับธุรกิจโรงแรมของของผู้ประกอบการไทย ที่ผ่านมามีสามารถเข้าไปเริ่มธุรกิจญี่ปุ่นได้แล้วอย่างน้อย 3 แบรนด์ (Dusit Thani, Centara Grand และ Hop Inn) และน่าจะยังเป็นโอกาสสำหรับการขยายสาขาและโอกาสสำหรับผู้ประกอบการไทยรายอื่น รวมไปถึงธุรกิจและสินค้าที่เกี่ยวข้องกับธุรกิจโรงแรมซึ่งมีขอบเขตกว้างขวาง เช่น เฟอร์นิเจอร์ ของประดับตกแต่ง อุปกรณ์เครื่องใช้และสิ่งอำนวยความสะดวกต่างๆในโรงแรม ฯลฯ

มีนาคม 2568

ที่มาข้อมูล

- (1) สถิติ “The Research on ryokan & hotel market in Japan Y2024” (全国「旅館・ホテル市場」動向調査 2024 年度見通し โดย Teikoku Databank Co.,Ltd. 12 มี.ค. 2025

https://www.tdb.co.jp/report/industry/20250312_ryokanhotel/

⁷ Digital Transformation (DX) คือ กระบวนการที่นำเอาเทคโนโลยีและกลยุทธ์การทำงานแบบดิจิทัลเข้ามาใช้ในการวางรากฐาน กำหนดเป้าหมาย ดำเนินธุรกิจ ไปจนถึงปรับใช้กับขั้นตอนการทำงาน แทนระบบ Analog (เช่น การจดบันทึกข้อมูลด้วยคน การเก็บข้อมูลแบบเป็นแฟ้มเอกสาร การเก็บข้อมูลเป็นเอกสารในรูปแบบของกระดาษหรือ Hard copy) โดย Digital Transformation จะเปลี่ยนเป็นการเก็บข้อมูลเป็น Soft file หรือ ในรูปแบบดิจิทัลแทน ไปจนถึงการใช้เครื่องมือ อาทิ AI (Artificial Intelligence) หรือ IoT (Internet of Things) ในการปรับกระบวนการให้มีประสิทธิภาพมากขึ้น

- (2) รายงานเรื่อง “Ryokan and Hotel Market 4.9 Trillion Yen in Y2023”(旅館・ホテル市場、23 年度は 4.9 兆円) จาก TDB REPORT ONLINE, Teikoku Databank Co.,Ltd. 10 กค. 2024 <https://www.tdb-publish.com/2024/07/20240709-TDBBV-hotel.php>
- (3) รายงานเรื่อง “Y2025 The trend of hotel business: now and the future” (2025 年宿泊業界の動向～現状とこれから) โดย Yakoken.net 10 กพ. 2025 <https://www.yadoken.net/archives/column/tin-depth-explanation-of-marketing-strategies-based-on-trends-in-the-hotel-industry-for-2025-and-beyond>
- (4) รายงานเรื่อง “The current and future situation: the market size and recent trend”(ホテル業界の現状と今後市場規模や近年の動向) โดย JCB Co., Ltd. (https://www.jcb.co.jp/merchant/acq/mep/special/hotel_industry.html)
- (5) รายงานเรื่อง “Y2024 Reviewing the data about the market size of hotel business” 2024 年ホテル業界の市場規模をデータでチェック | 国内外の観光需要の動向は? โดย Shuken Corporation 6 มิย.2024 (<https://www.shuken.jp/column/%E5%AE%BF%E6%B3%8A%E6%96%BD%E8%A8%AD/5452/>)
- (6) รายงานเรื่อง “What comes next in the hotel business? Comments with details on the solutions of the current situation and the future” (ホテル業界の今後は? 現状と今後の課題に対する解決策を徹底解説) บนเว็บไซต์ TUNAG 28 สค. 2024 (<https://biz.tunag.jp/article/65484>)
- (7) รายงานเรื่อง “Paying attention to the foreign-capital hotel opening this year. The key words are “Sustainability” and “Regional Characteristics” 今年、日本で開業する注目の外資系ホテル、キーワードは「サステナビリティ」と「地域性」จากคอลัมน์ Travel Voice โดย Kanko Sangyou News 23 มค. 2025 <https://www.travelvoice.jp/20250120-156977>
- (8) รายงานเรื่อง “CAPTION by Hyatt Kabuto-cho Tokyo, the first hotel that received DBJ Green Building Certification by Hyatt (キャプション by Hyatt 兜町 東京 都内ホテルとして初の DBJ Green Building 認証取得) 5 กย. 2024 (<https://prtimes.jp/main/html/rd/p/000000106.000024148.html>)
- (9) รายงานเรื่อง “The average room rate of the listed hotels is on increase” (上場ホテルの客室単価、上昇続く) โดย TSR Data Inside ของ Tokyo Shoko Research 13 ธค. 2024 (https://www.tsr-net.co.jp/data/detail/1200775_1527.html)
- (10) รายงานเรื่อง “The hotel’s new tide : What is Lifestyle Hotel?” ホテルの新潮流「ライフスタイル・ホテル」とは? จากคอลัมน์ Travel Voice โดย Kanko Sangyou News 18 พย. 2024 (<https://www.travelvoice.jp/20250109-156908>)
- (11) รายงานเรื่อง “The effectiveness of Personalization in the hotel business” (ホテル業におけるパーソナライズの有効性) โดย Techsuite 2 พค. 2024 (<https://techsuite.biz/16415>)