

旅館における外国人宿泊客の受入、 外国人宿泊客の旅館利用ニーズの実態

2014年7月22日

MRI 株式会社三菱総合研究所

社会公共マネジメント研究本部 政策評価チーム 兼 観光立国実現支援チーム
チームリーダー 尾花 尚弥

目次

旅館経営者アンケート結果	3
外国人宿泊客アンケート結果	16
とりまとめ	32

旅館経営者アンケート結果

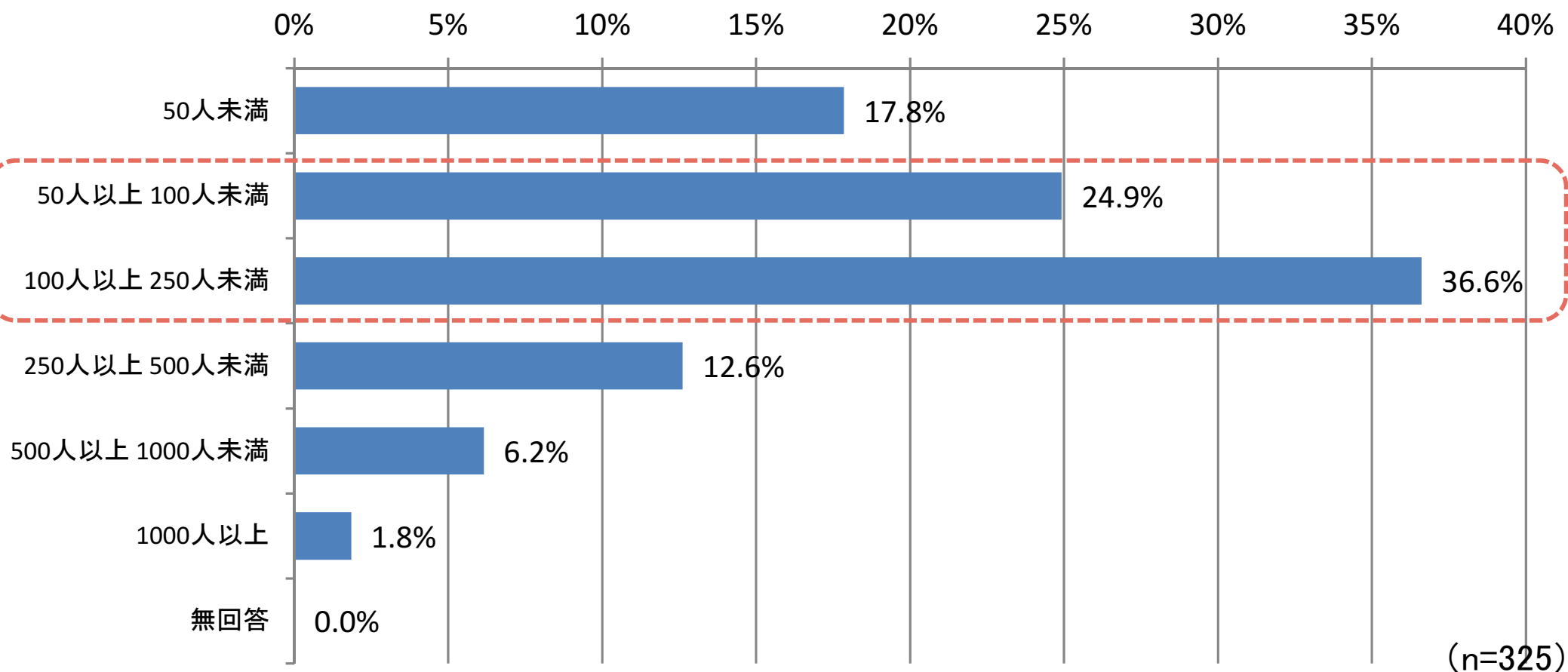
1 調査概要

調査目的	旅館の外国人の受け入れ体制や 取り組み、考え方を把握する
調査対象	旅館経営者
調査方法	WEBアンケート
実施時期	2013年12月19日 ～ 2014年1月7日
回収件数	325件

2 調査結果

① 回答施設の規模

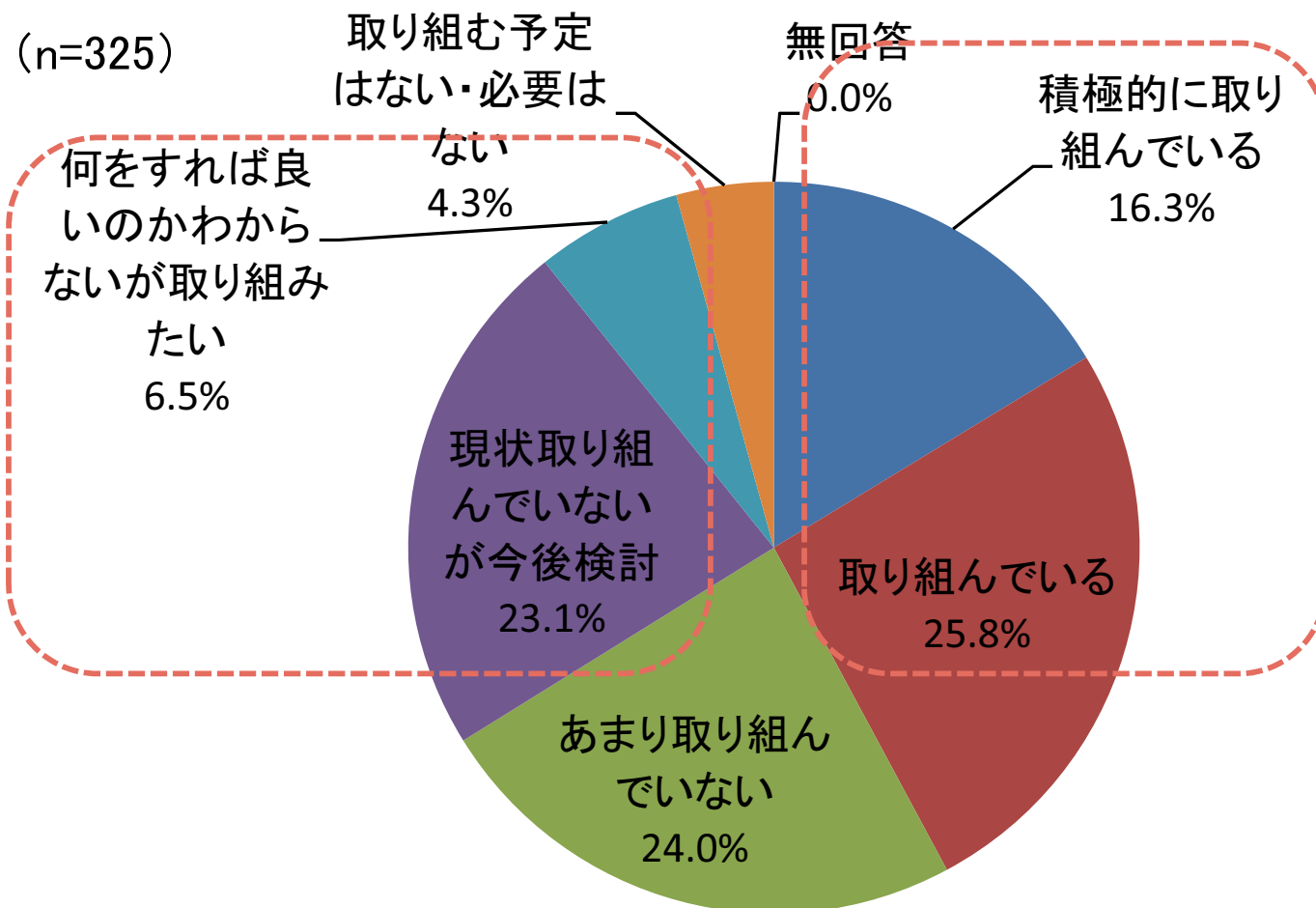
■ 約6割が「収容人数50人以上250人未満」の施設



2 調査結果

② 外国人集客の取組み

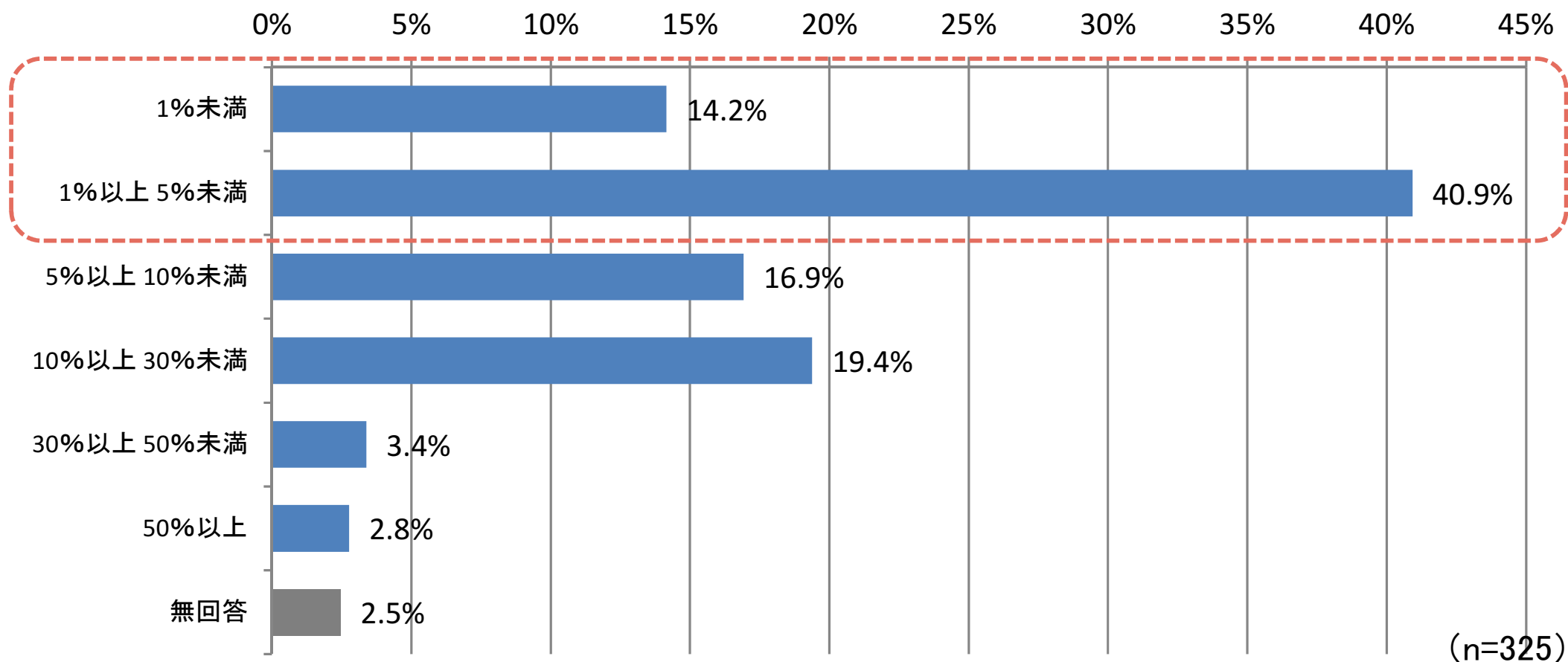
■ 約4割が取組みを実施、約3割が取組み意向有



2 調査結果

③ 外国人宿泊客の割合

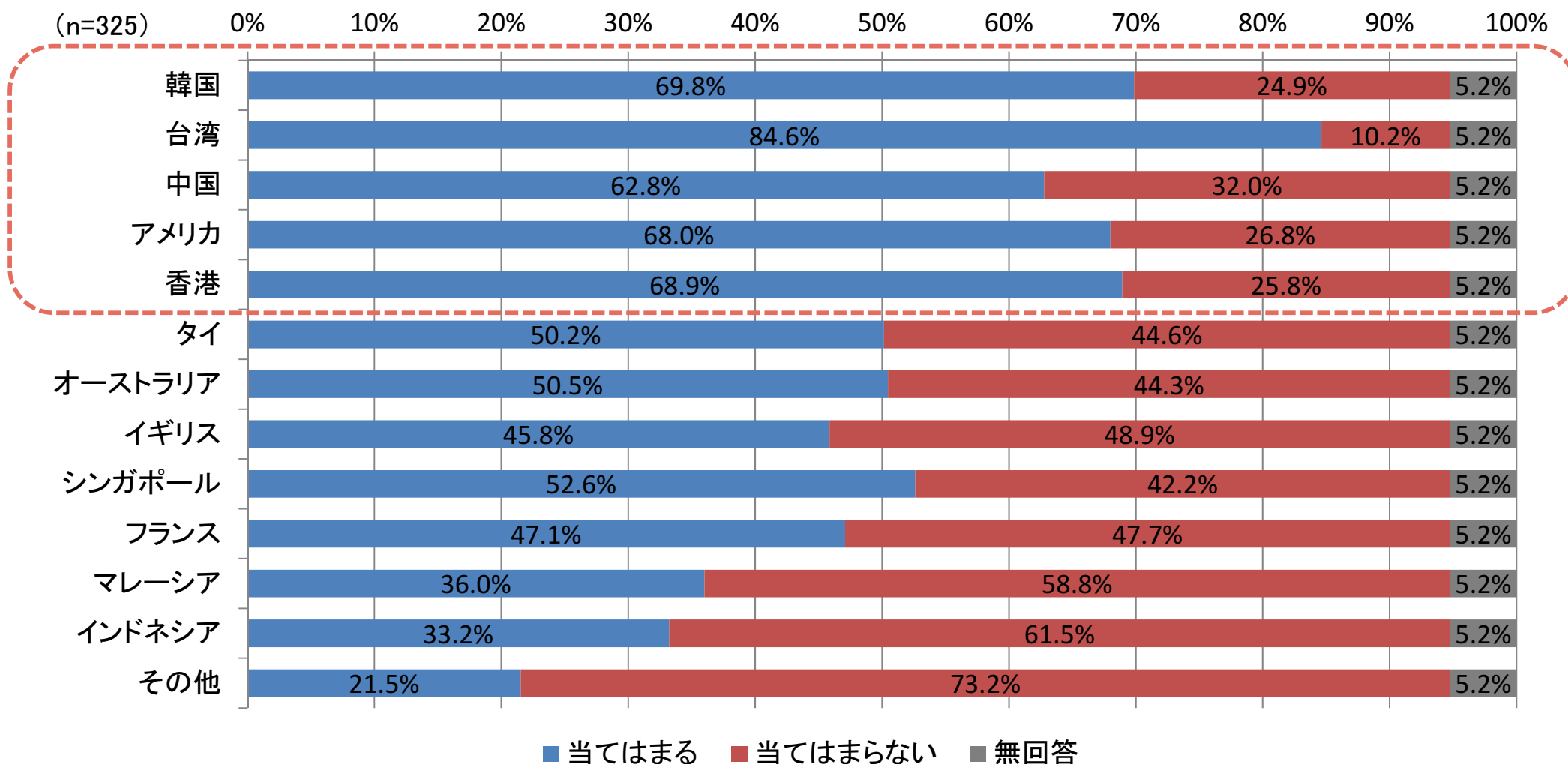
■ 外国人宿泊客の割合が5%未満の施設が半数以上



2 調査結果

④ 国別の外国人宿泊客数

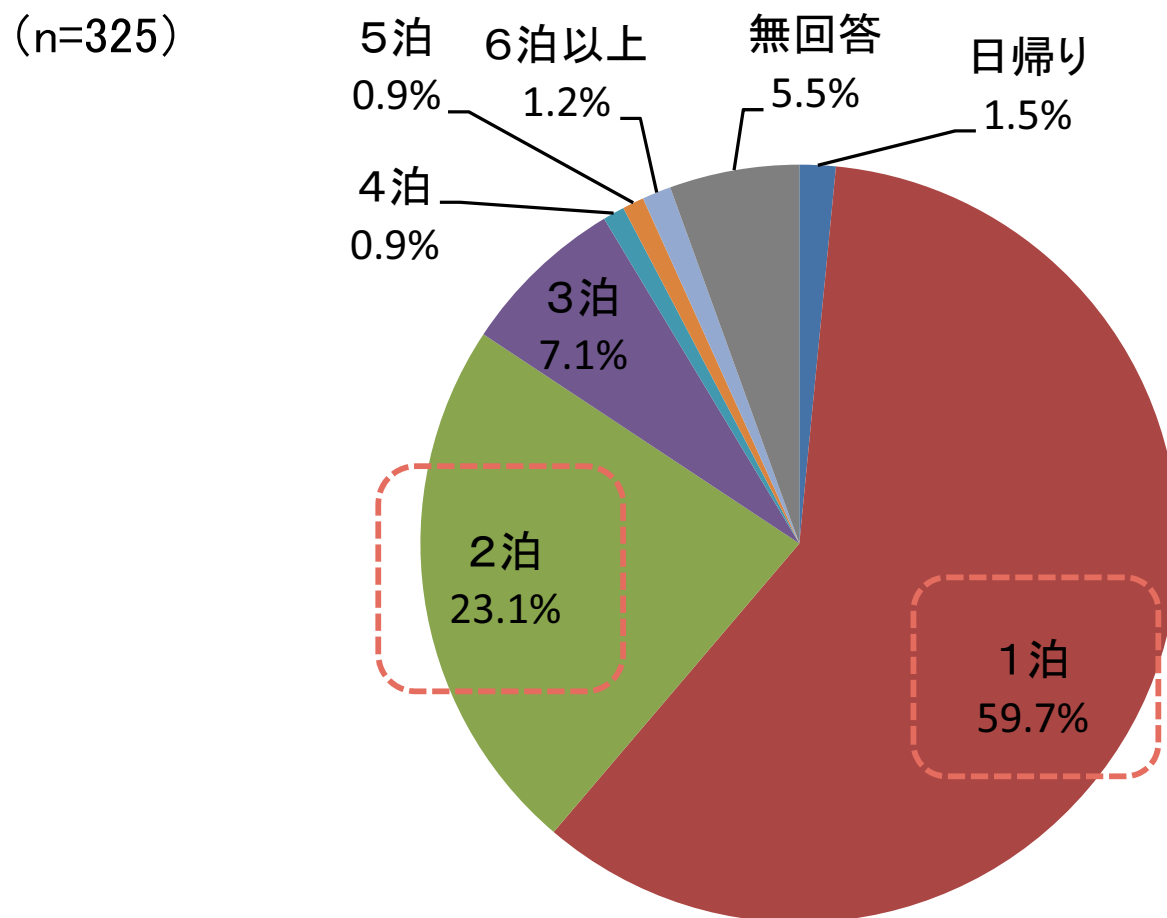
■ 東アジア・アメリカからの宿泊客が多い



2 調査結果

⑤ 平均宿泊数

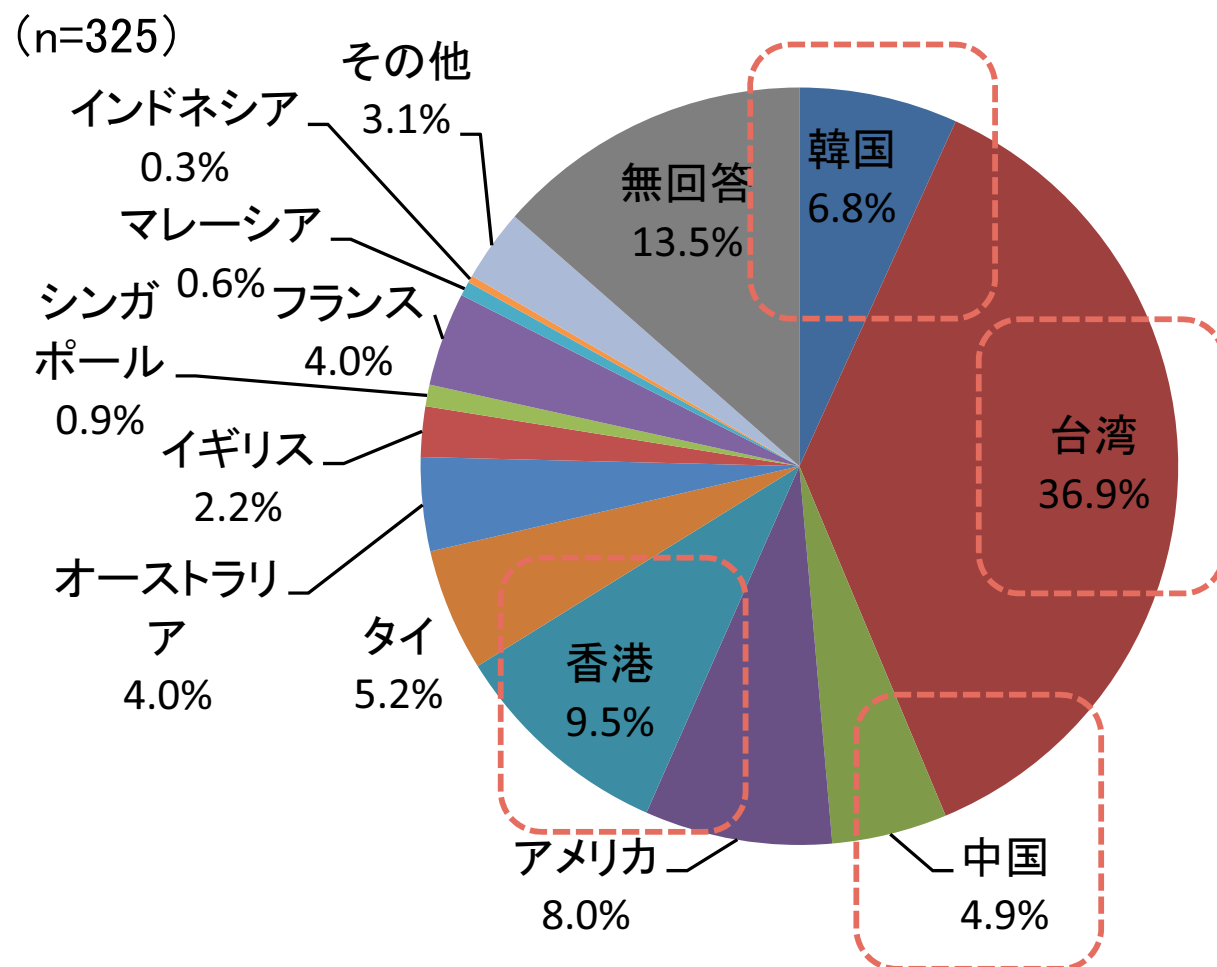
■ 外国人宿泊客の8割が「1～2泊」の短期宿泊



2 調査結果

⑥ ターゲット国（現在）

- 施設の1／3が台湾、6割が東アジアを誘客のターゲットに設定

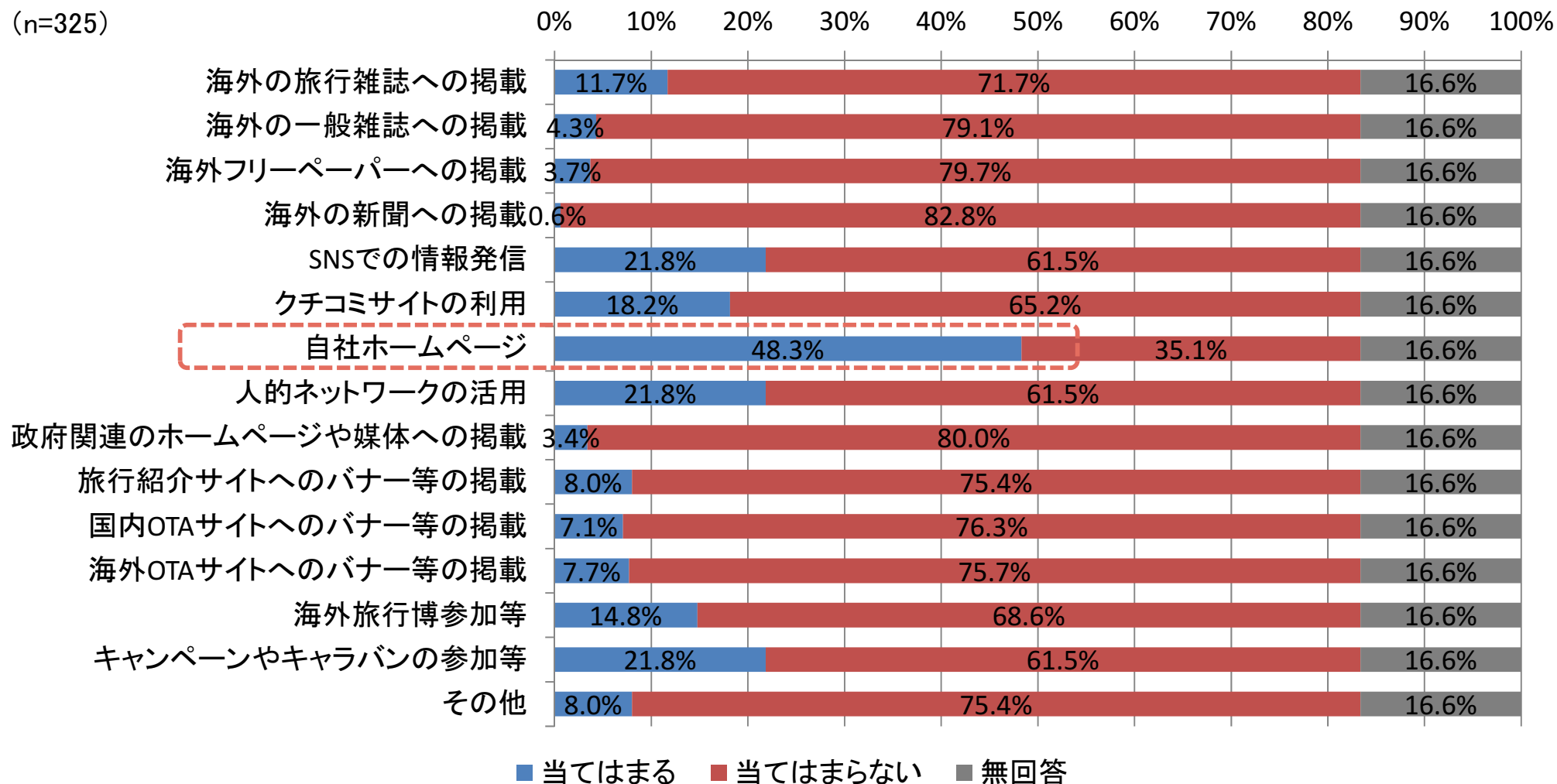


2 調査結果

⑦ 宣伝・PR

■ ほぼ半数が自社ホームページで情報発信

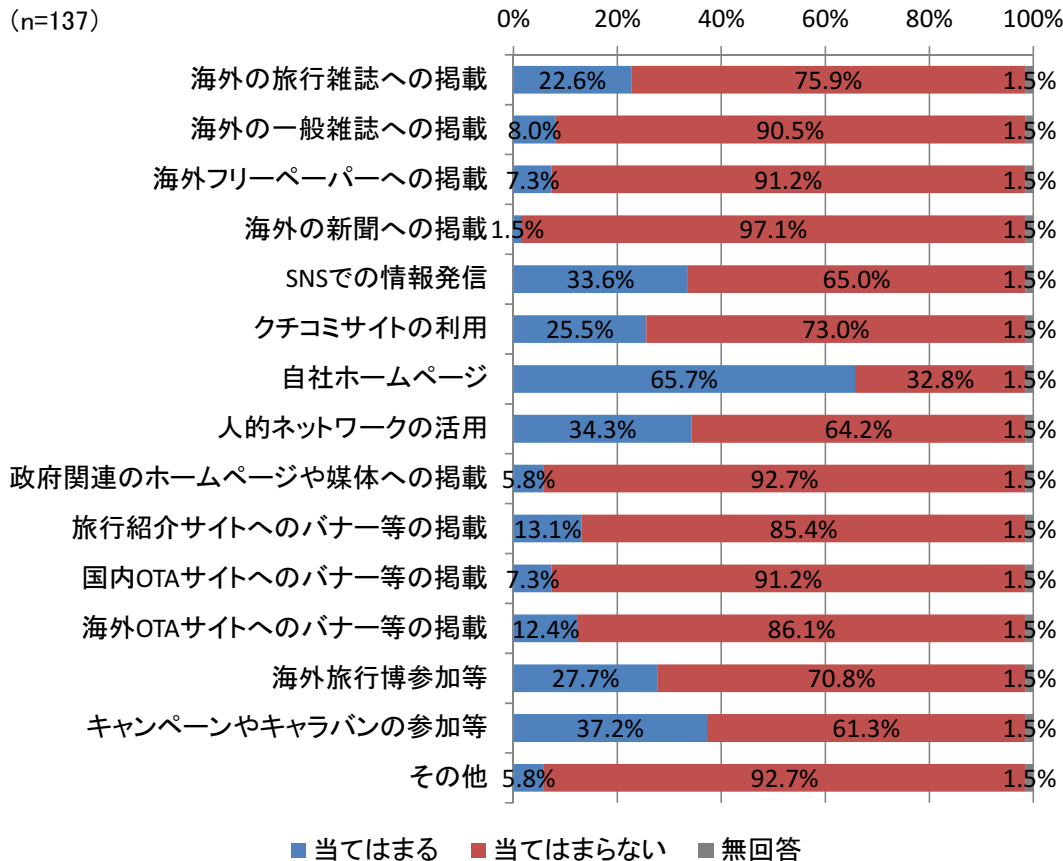
(n=325)



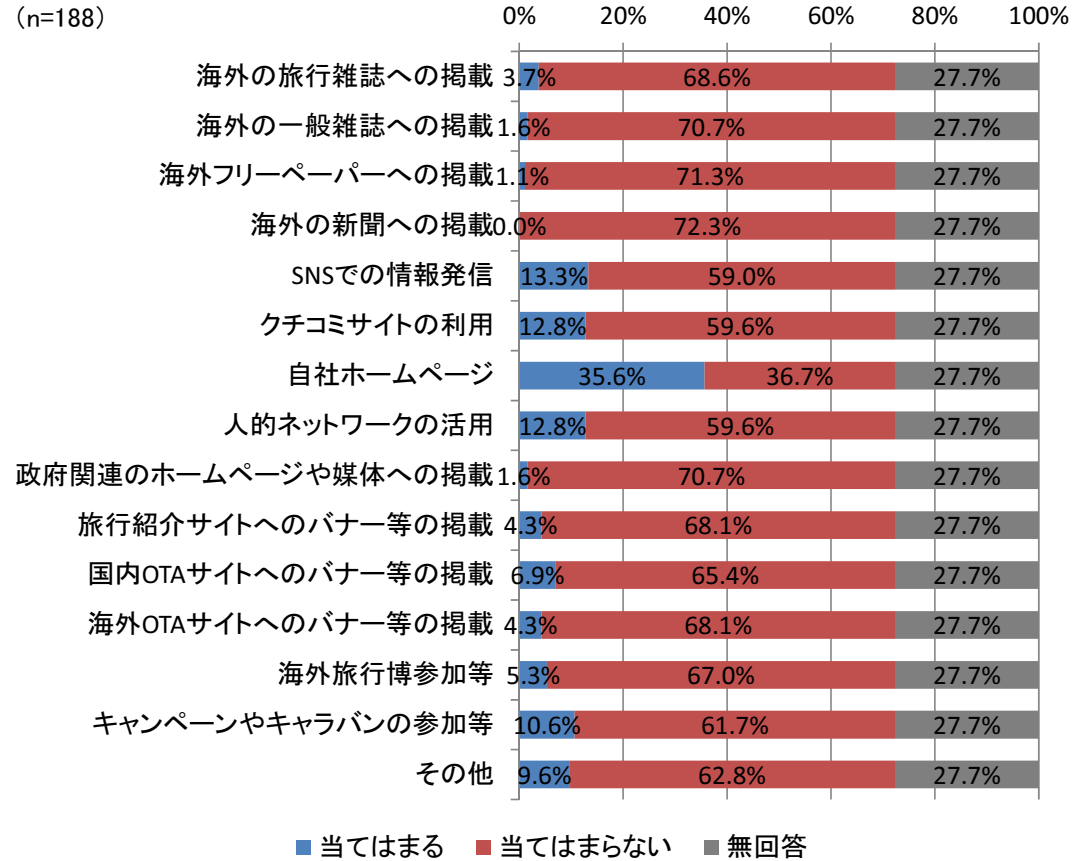
2 調査結果 ⑦ 宣伝・PR（取組み有無別）

■ 集客の取組みを行っている旅館は宣伝に積極的

取組みを行っている



取組みを行っていない

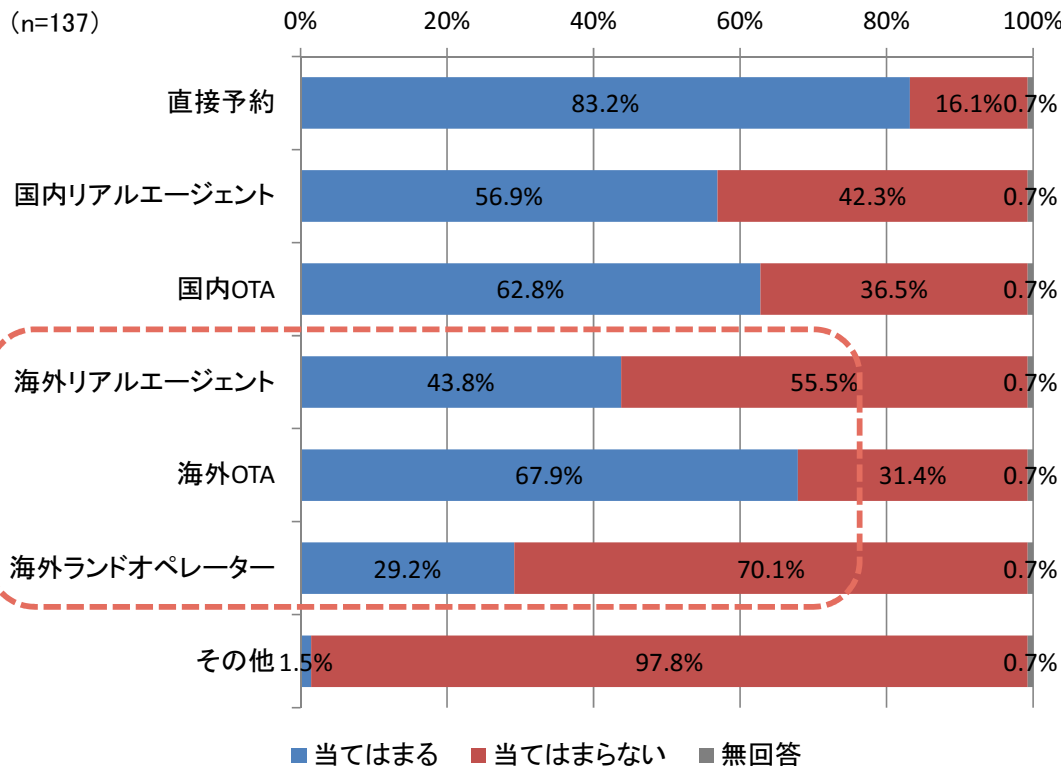


2 調査結果

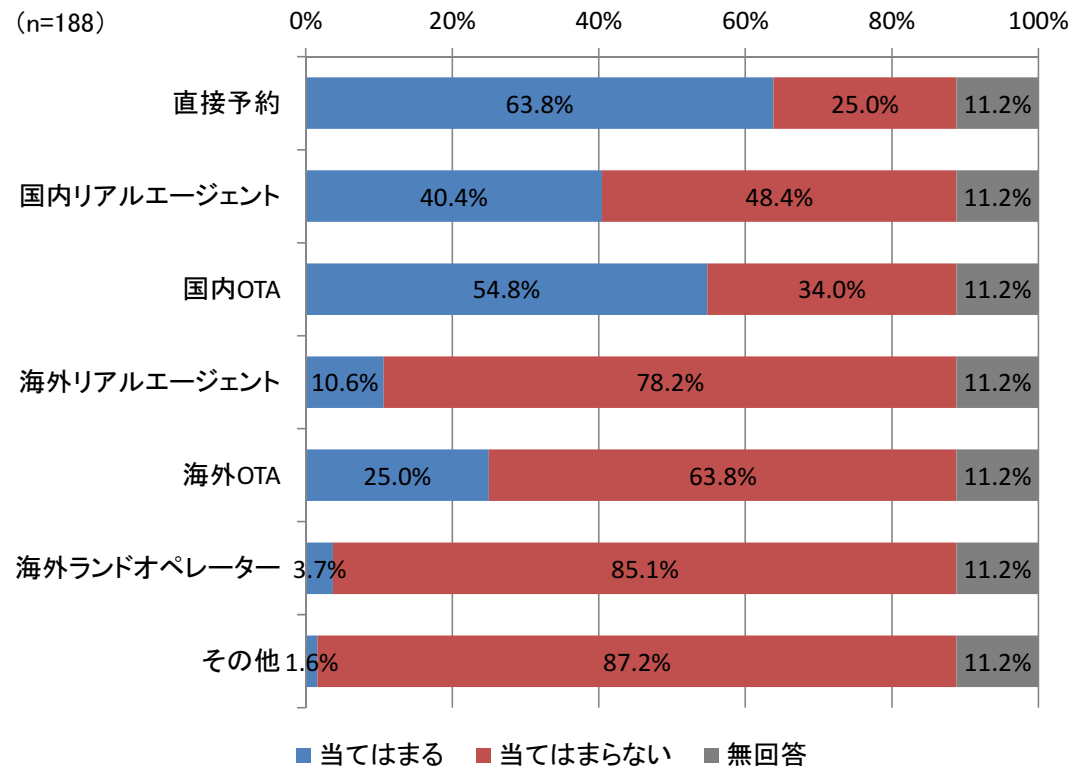
⑧ 販売（取組みの有無別）

- 集客の取組みを行っている旅館は、海外のチャネル（OTA等）を通じた販売に積極的

取組みを行っている



取組みを行っていない



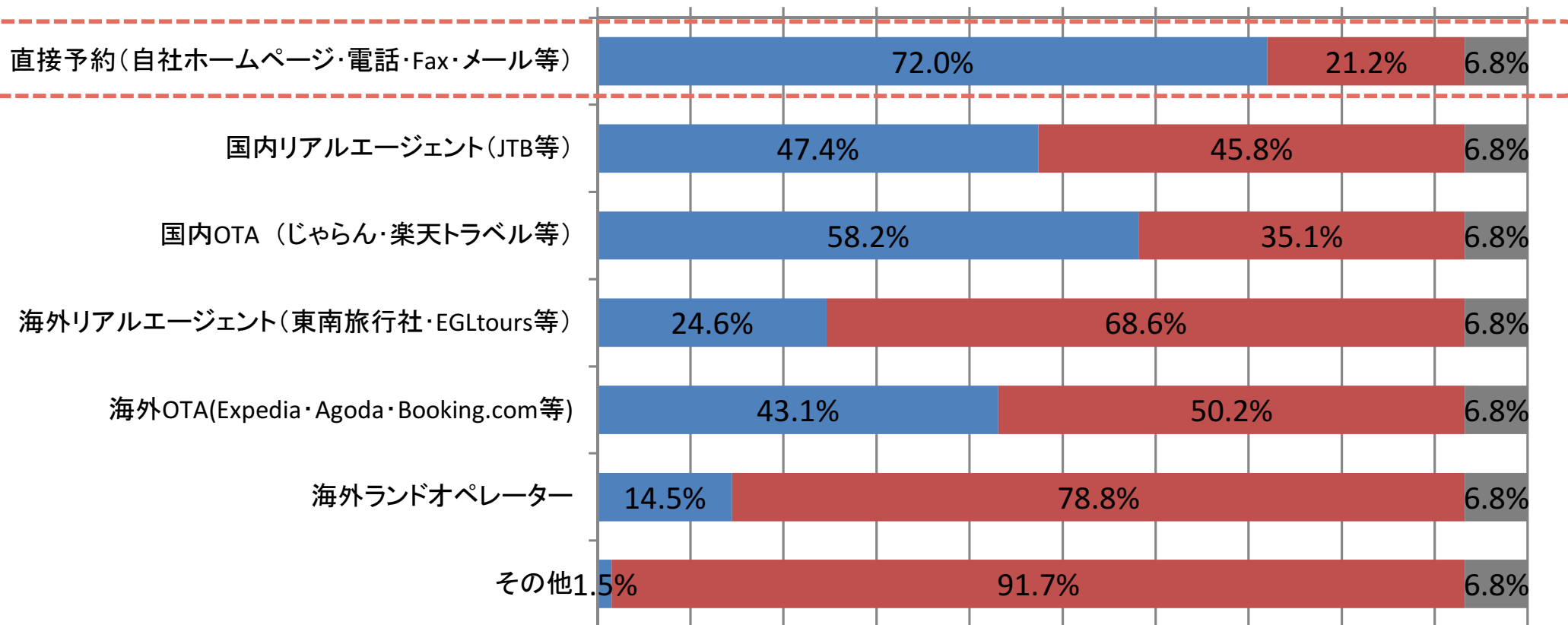
2 調査結果

⑨ 予約

■ 外国人宿泊客の7割が直接予約

(n=325)

0% 10% 20% 30% 40% 50% 60% 70% 80% 90% 100%



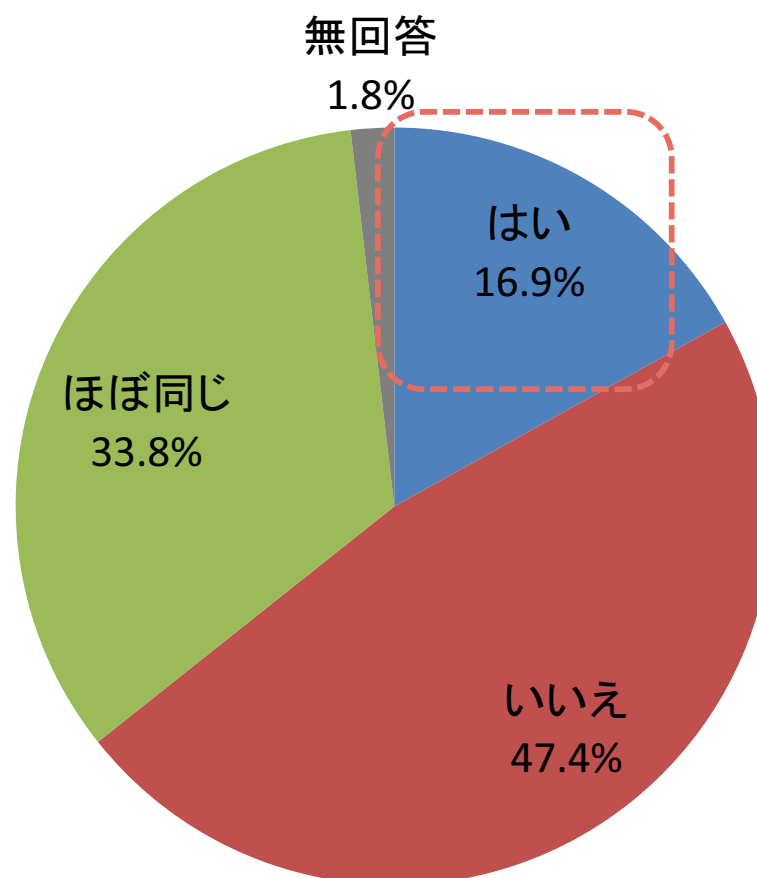
■ 当てはまる ■ 当てはまらない ■ 無回答

2 調査結果

⑩ 単価設定

- 外国人旅行者に対して異なる単価設定をしている施設は2割弱

(n=325)

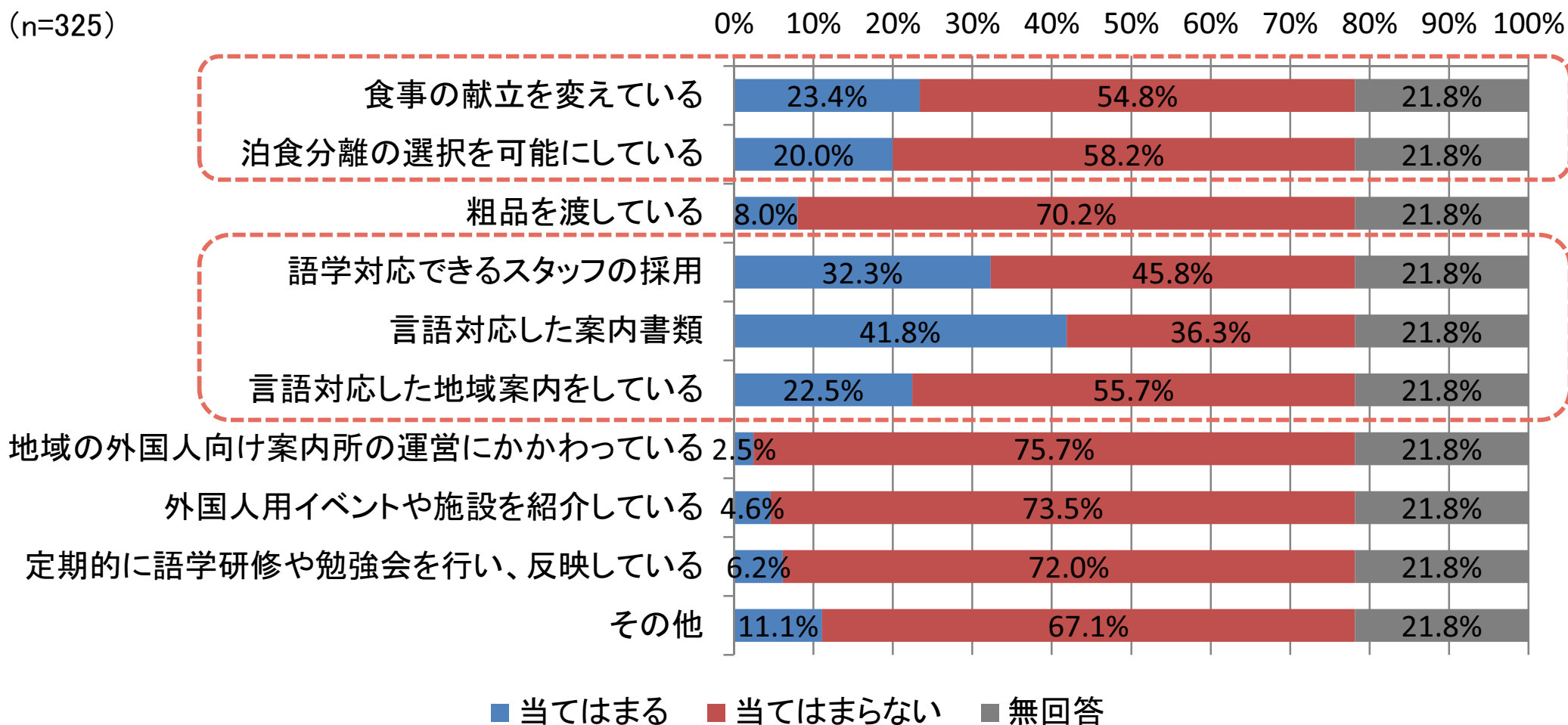


2 調査結果

⑪ 外国人向けの特別サービス

「言語対応」「食事」の面で配慮

(n=325)

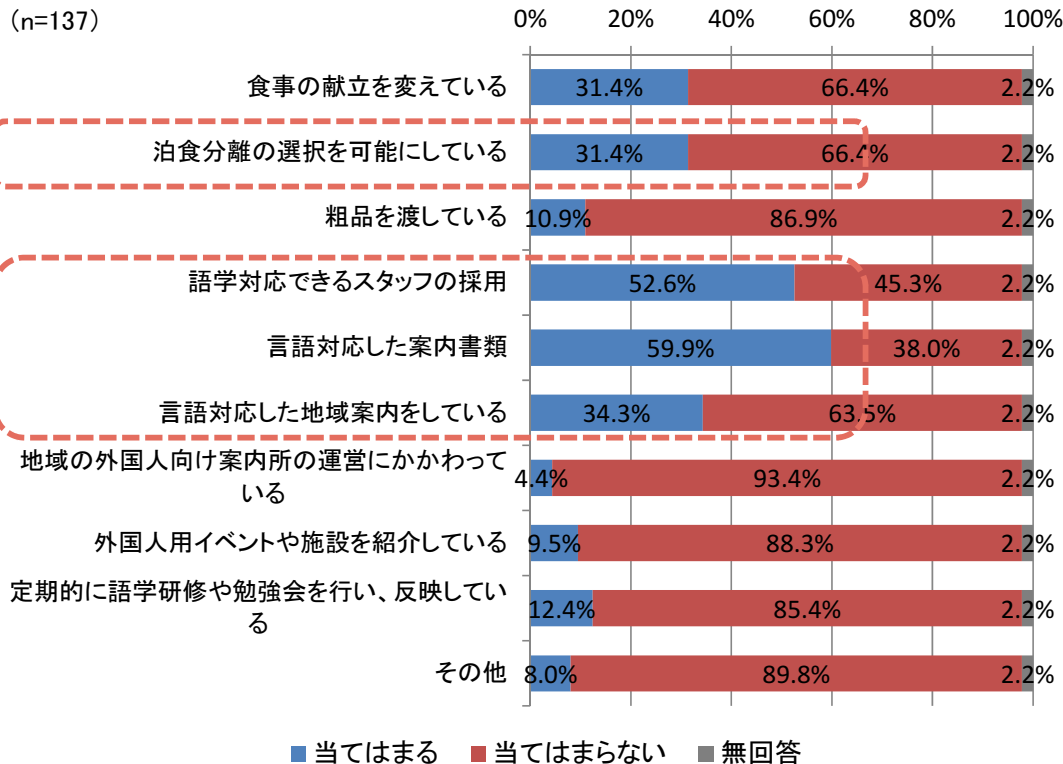


2 調査結果

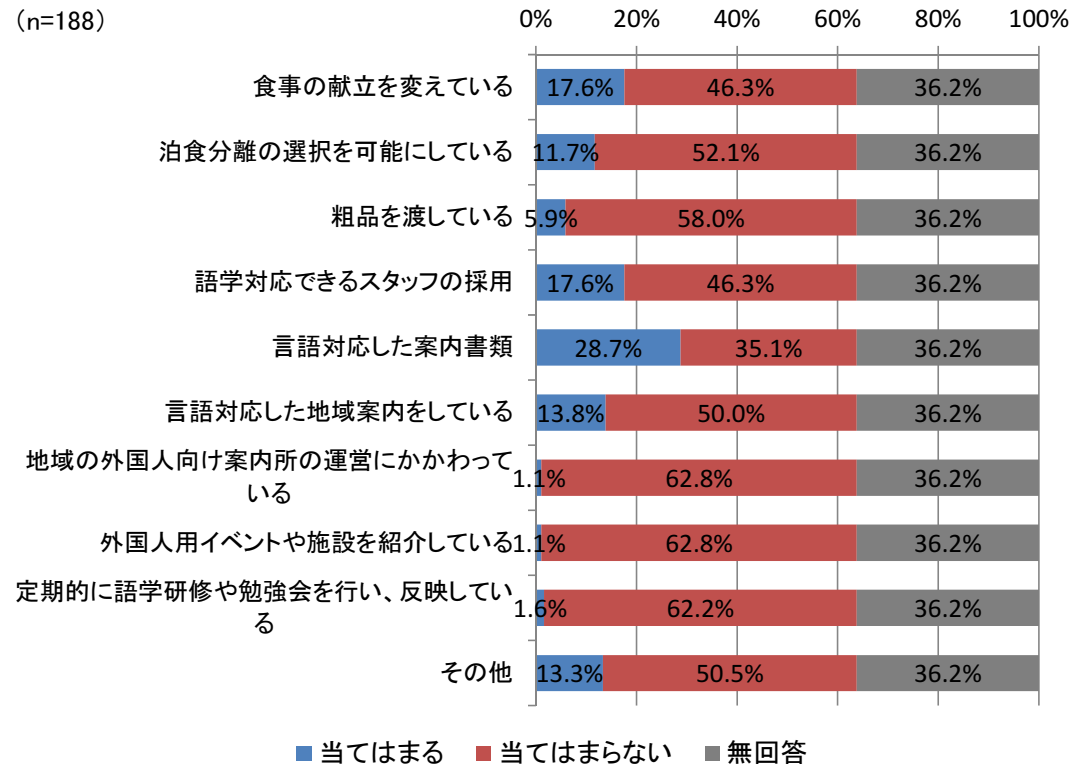
⑪ 外国人向けの特別サービス

■ 集客の取組みを行っている旅館は、「言語対応」「泊食分離」のサービス提供に積極的

取組みを行っている



取組みを行っていない

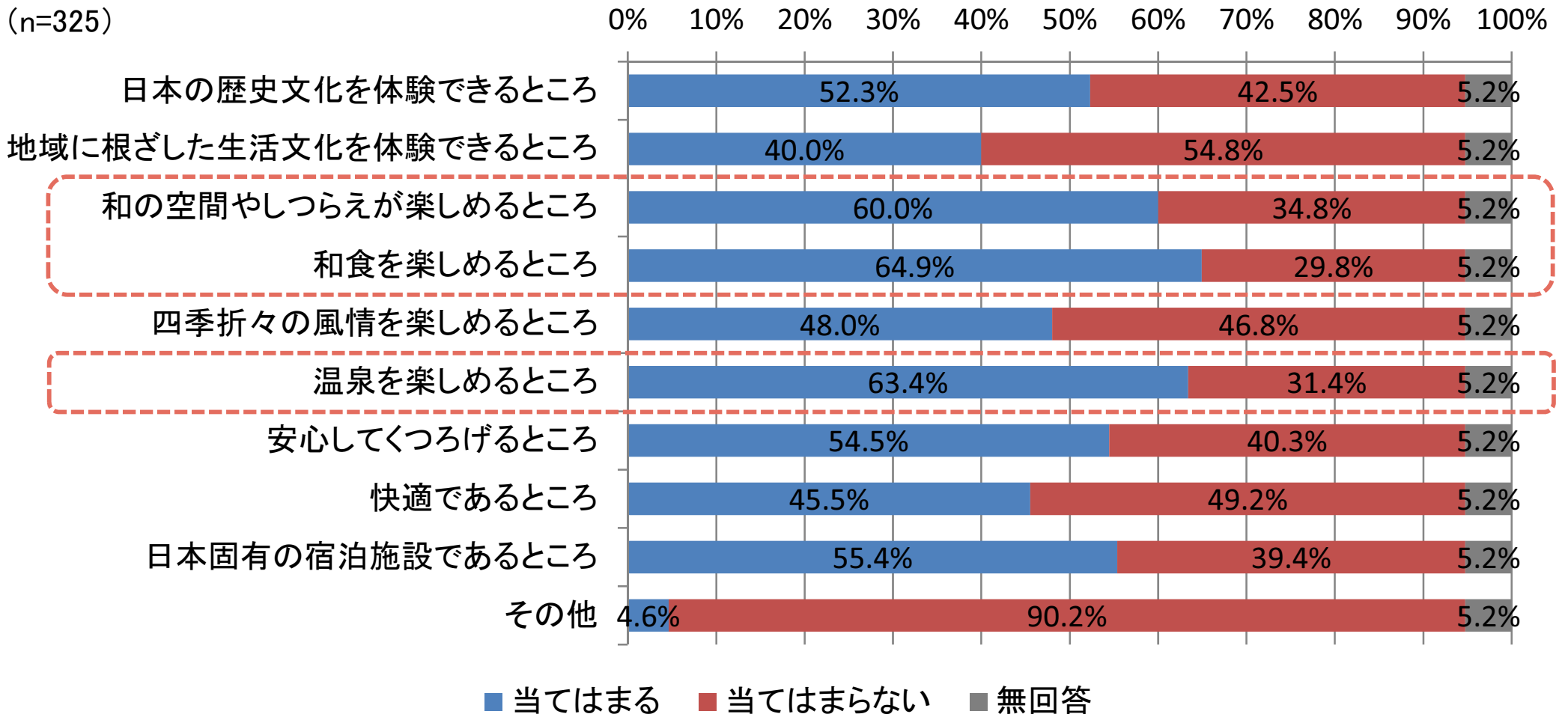


2 調査結果

⑫ 外国人が旅館に抱く印象

■ 「和食」「和風」「温泉」を挙げる施設が多い

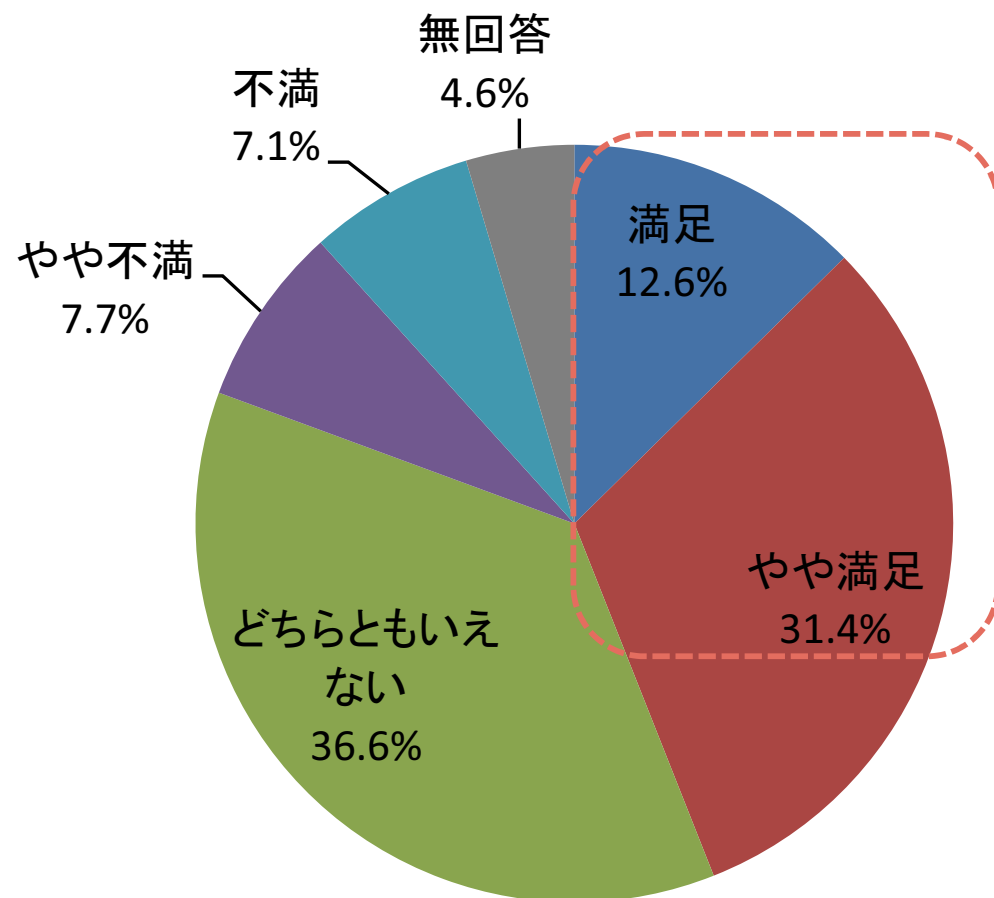
(n=325)



2 調査結果 ⑬ 外国人の満足度（自己評価）

■ 「満足している」と感じている施設は半数以下

(n=325)



外国人宿泊客アンケート結果

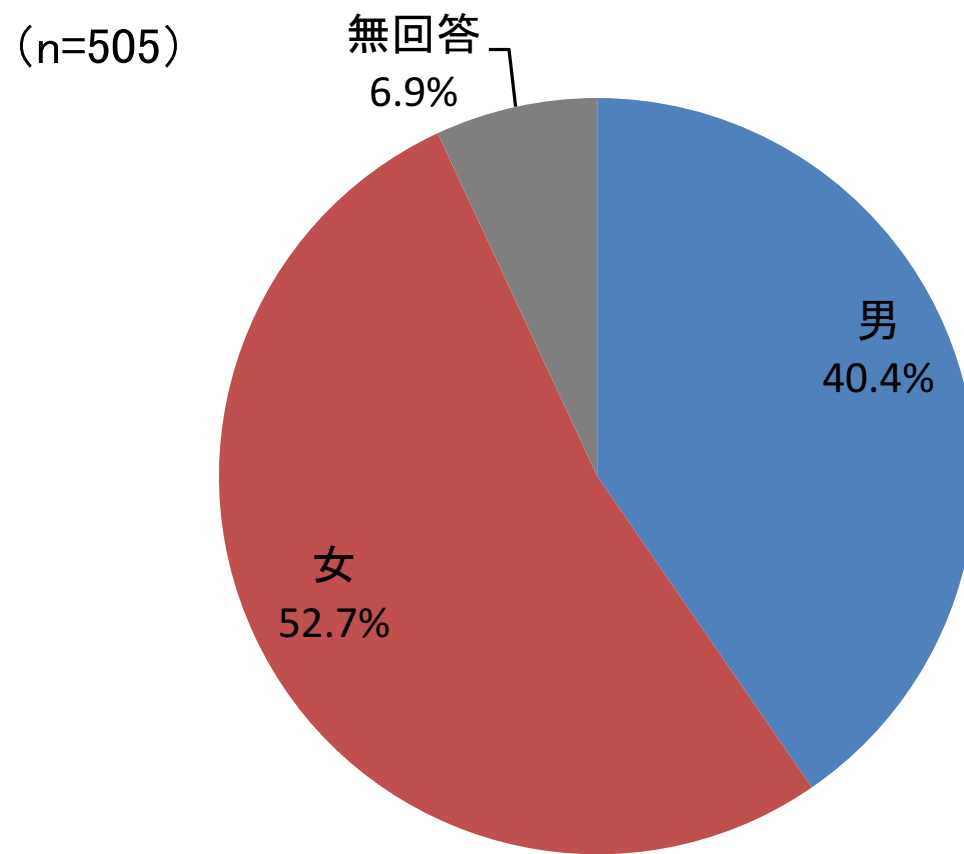
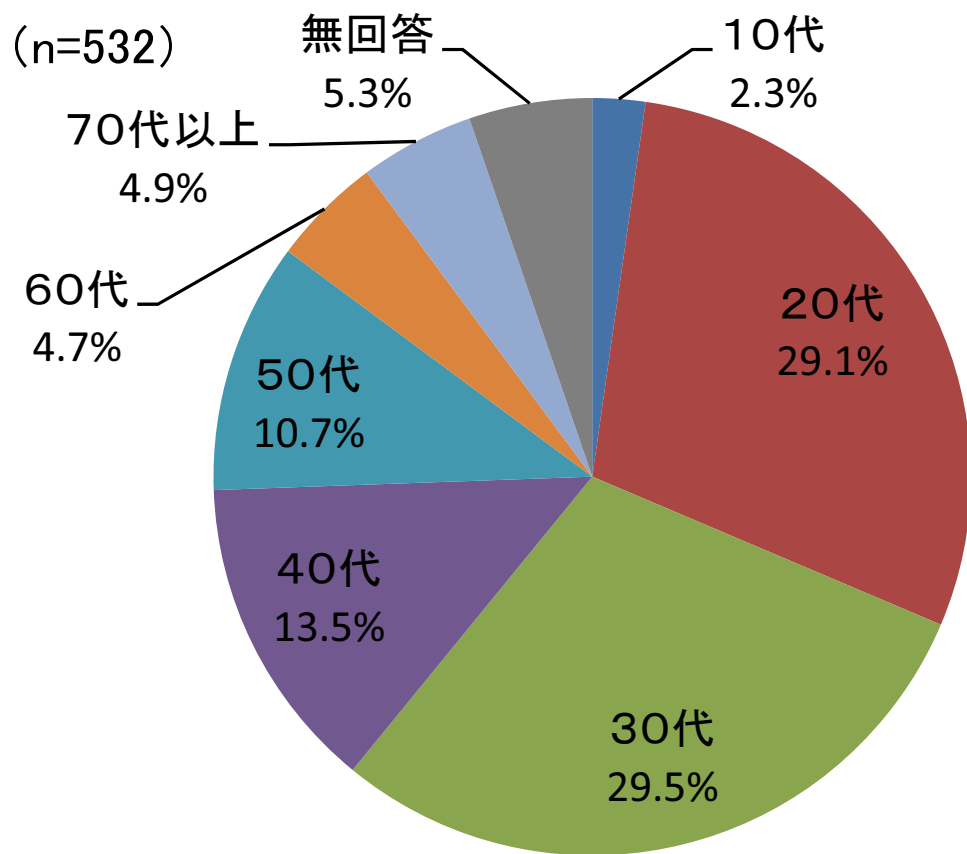
1 調査概要

調査目的	旅館に宿泊する外国人旅行者の属性、旅行形態、予約手段、選択理由、満足度等を把握する
調査対象	旅館に宿泊した外国人旅行者
調査方法	記入式アンケート
実施時期	2014年2月1日 ~ 2月28日
回収件数	549件
協力施設	全国34

2 調査結果

① 属性（年齢・性別）

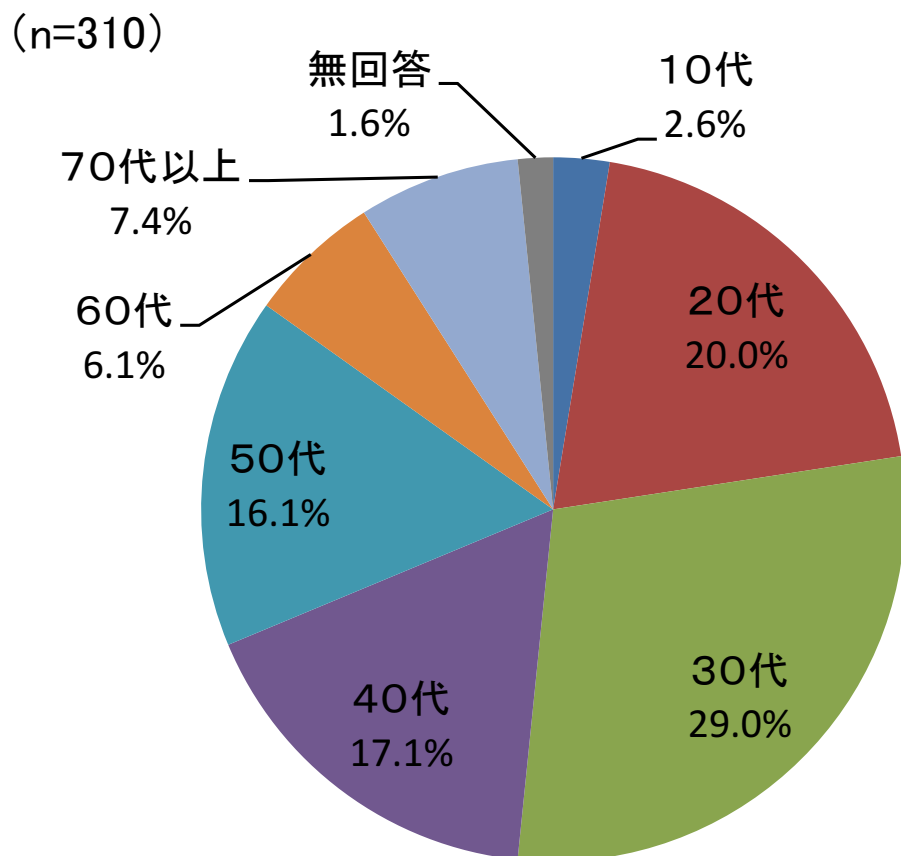
■ 20～30歳代が約6割、男女はほぼ半々



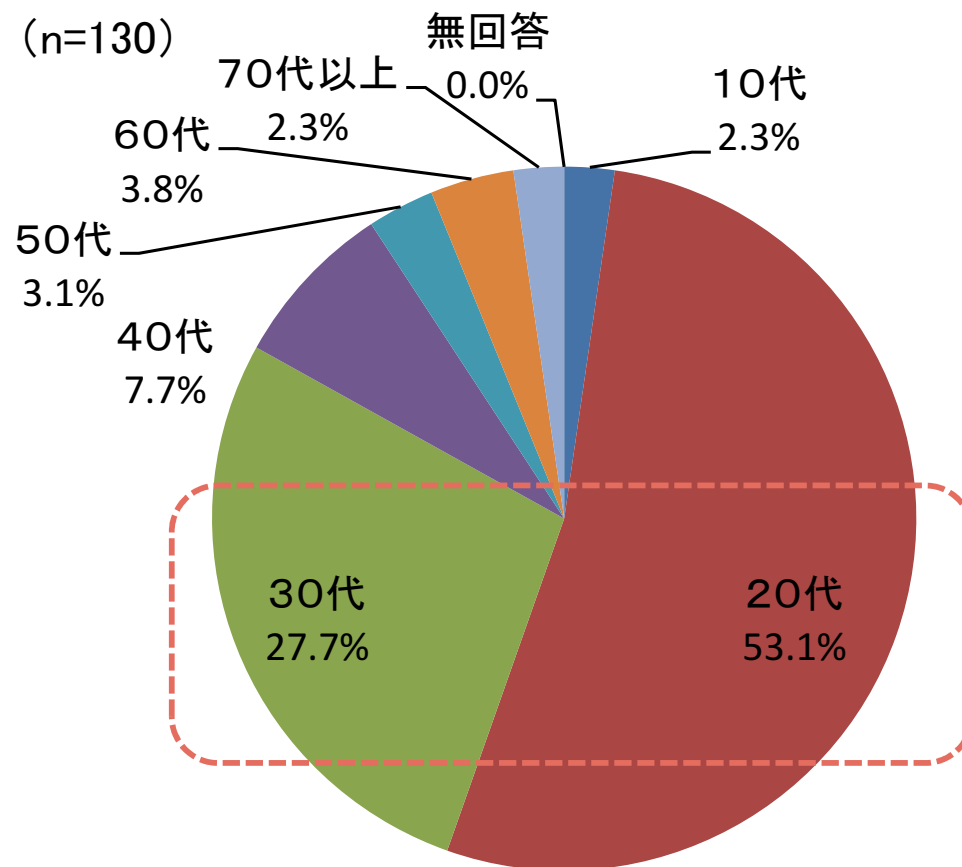
2 調査結果 ① 属性（年齢、国・地域別）

■ 欧米豪の宿泊客の8割が20～30歳代

アジア



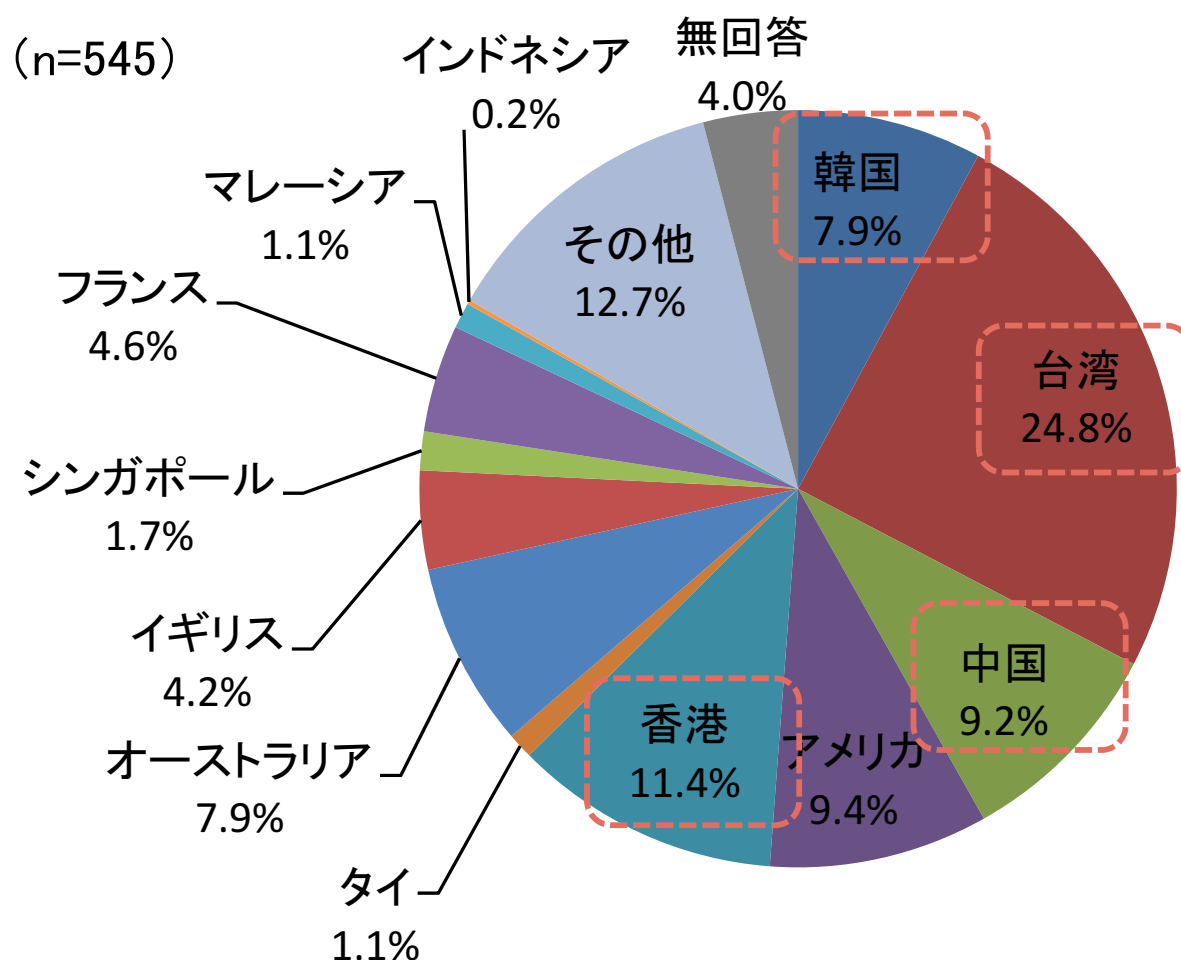
欧米豪



2 調査結果

① 属性（国・地域）

外国人宿泊客の半数は東アジア

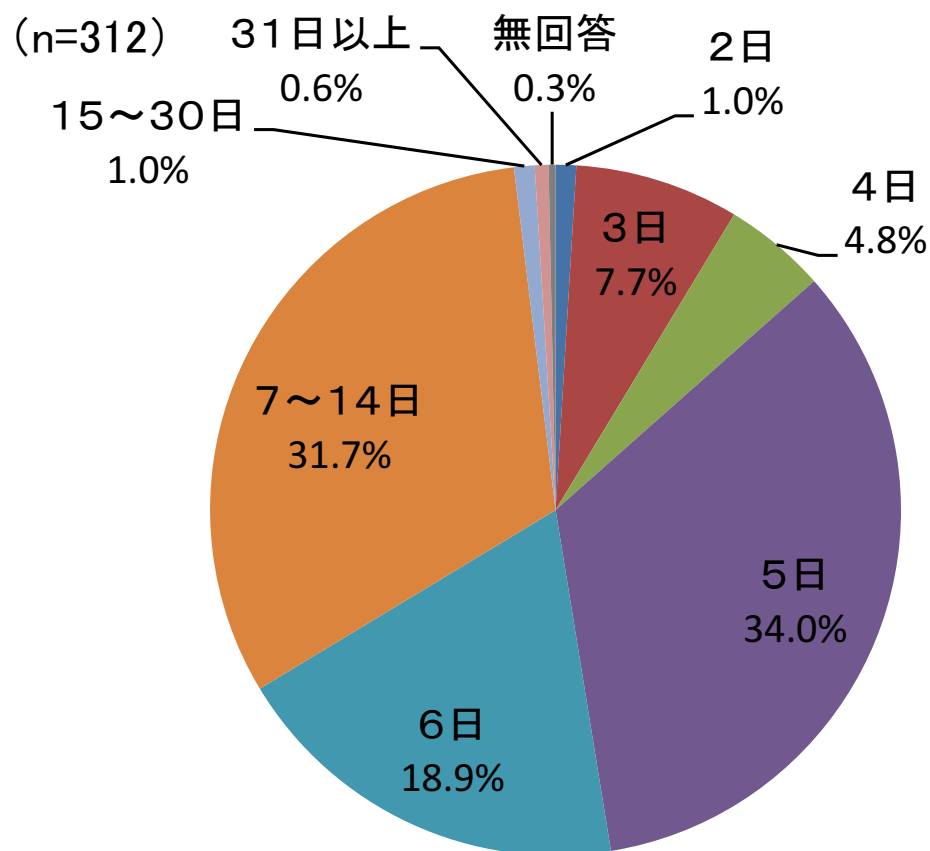


2 調査結果

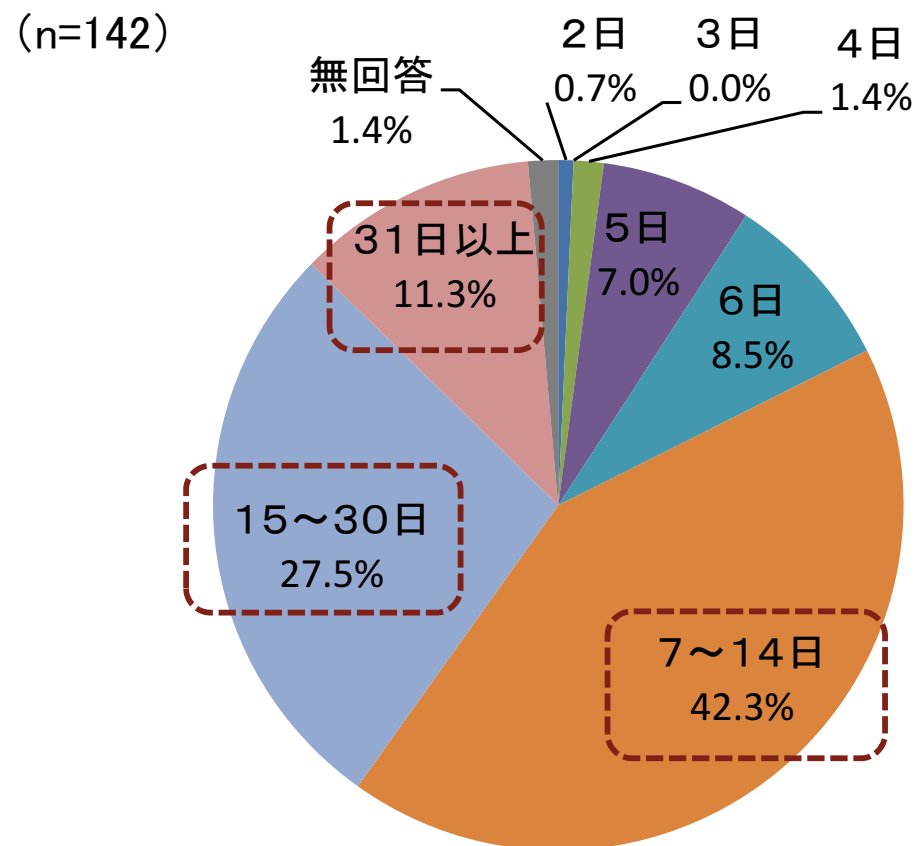
② 滞在日数（国・地域別）

- 欧米豪の宿泊客の約8割が、日本に1週間以上滞在

アジア



欧米豪



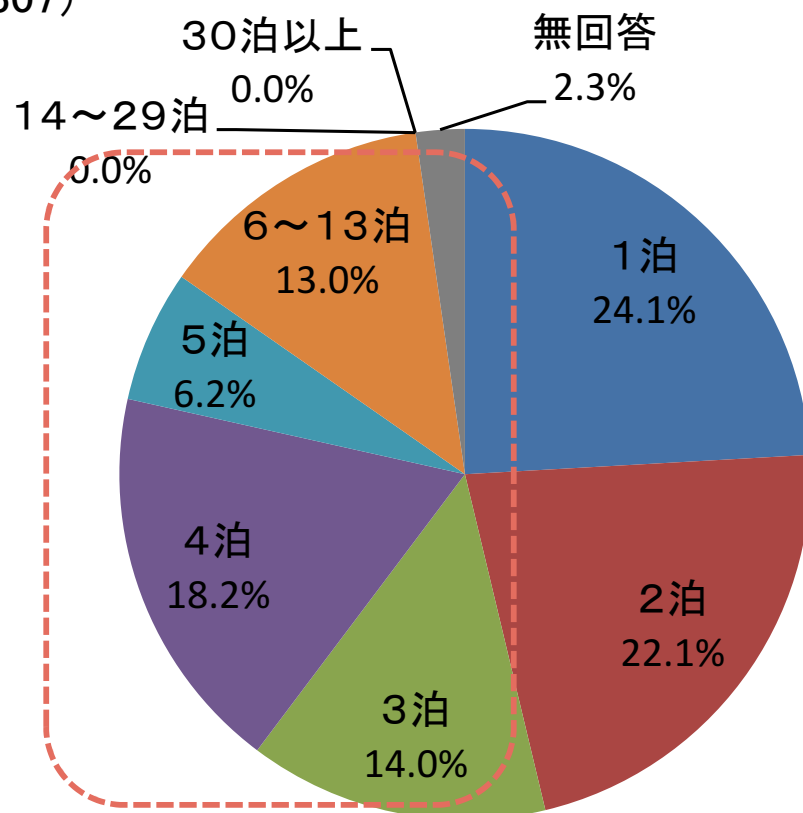
2 調査結果

③ 宿泊数（国・地域別）

■ アジアの宿泊客の半数以上が3泊以上宿泊

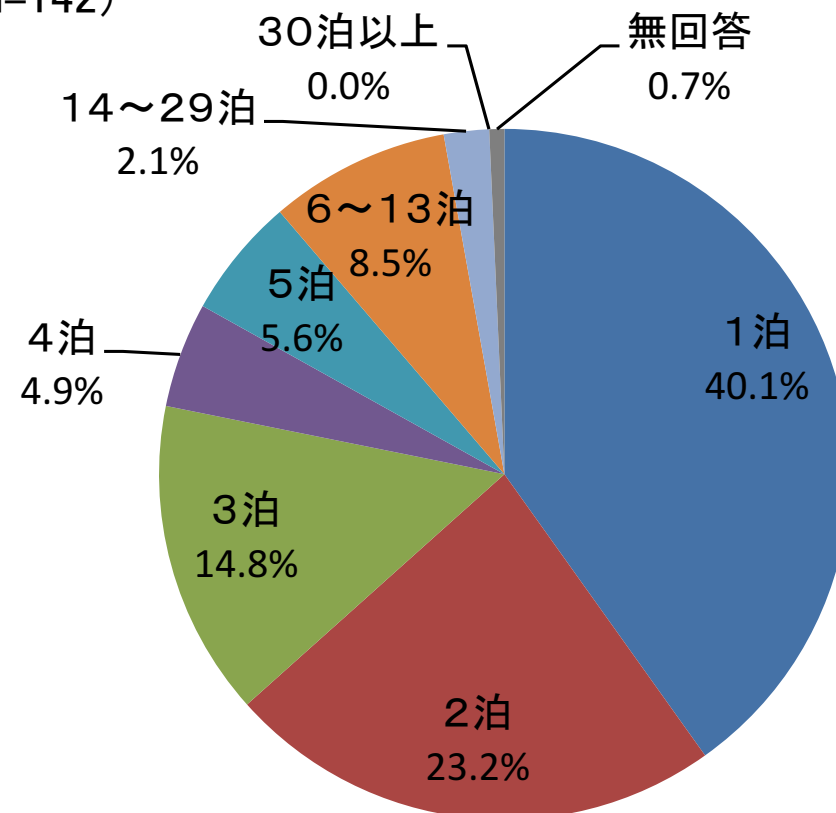
アジア

(n=307)



欧米豪

(n=142)

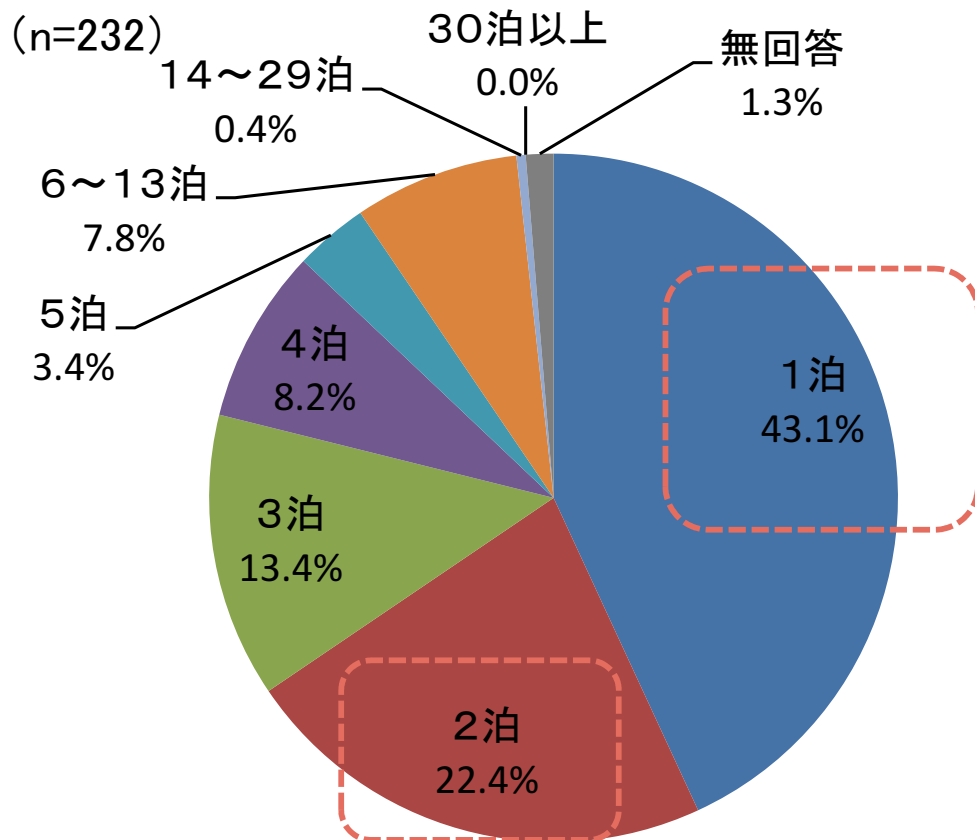


2 調査結果

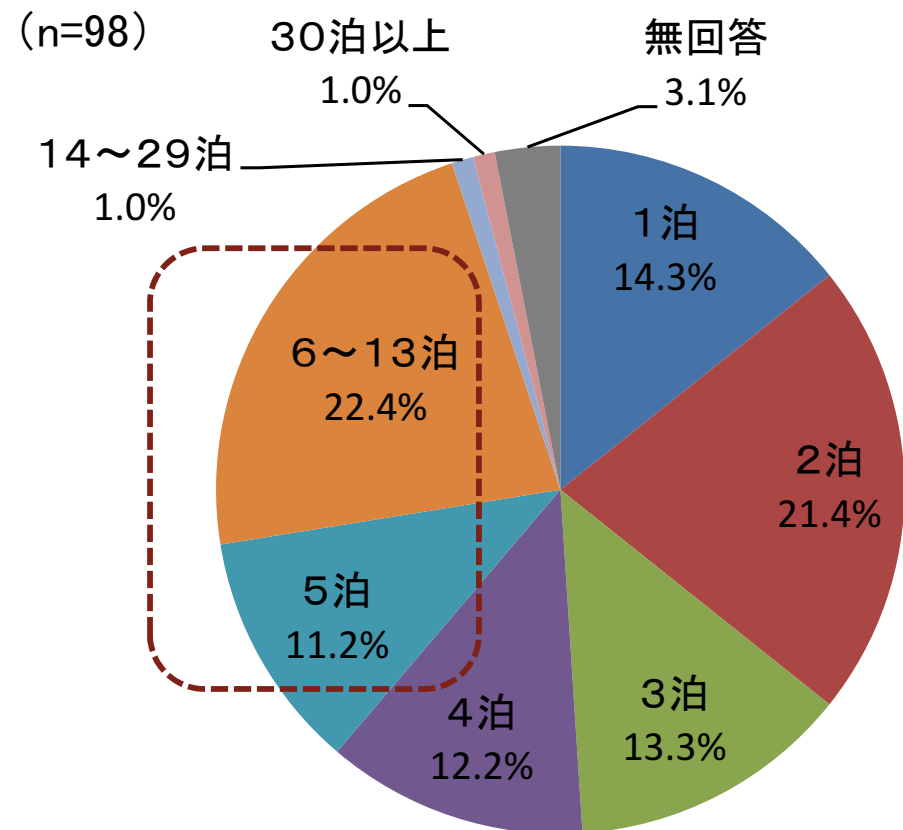
③ 宿泊数（宿泊回数別）

■ 宿泊経験が豊富な宿泊者ほど、長期宿泊の傾向

初めて



5回以上



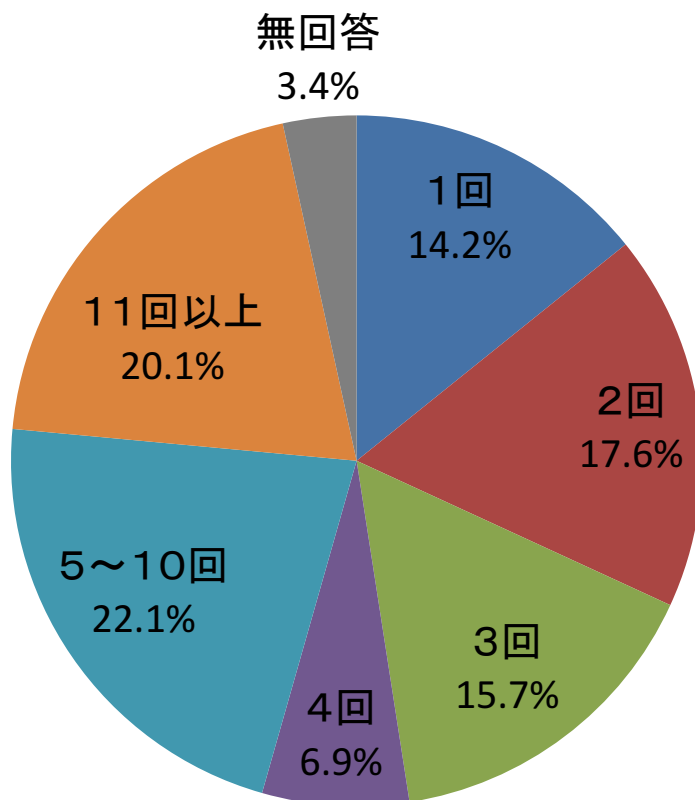
2 調査結果

④ 宿泊回数（国・地域別）

■ アジアの宿泊客の大半がリピーター

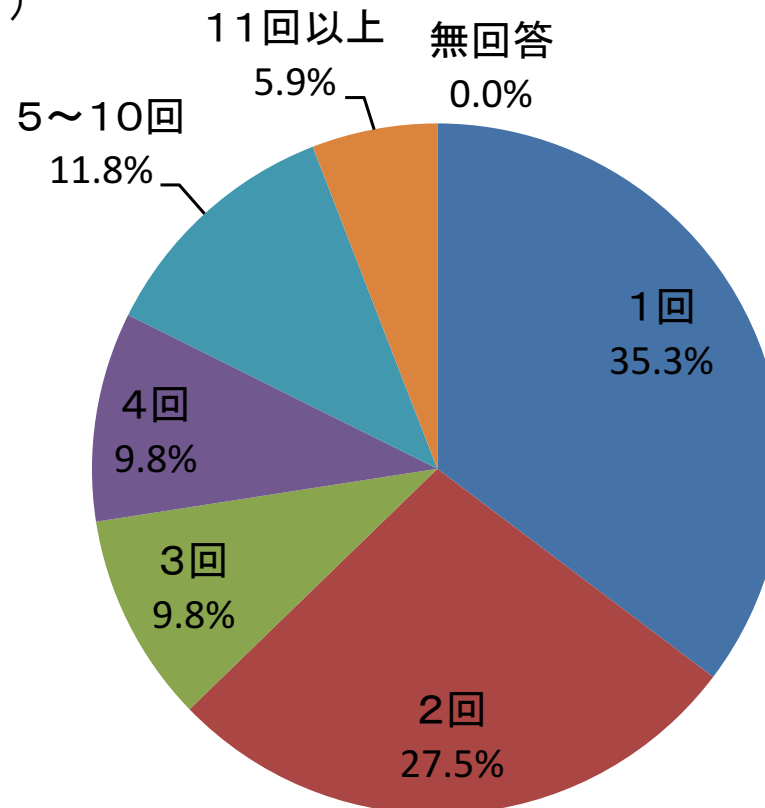
アジア

(n=204)



欧米豪

(n=51)



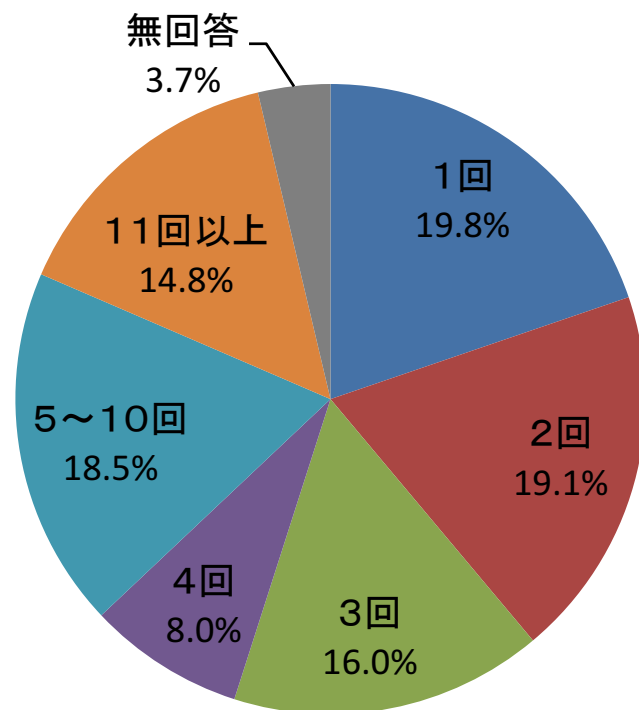
2 調査結果

④ 宿泊回数（和風度）

■ 和風度の高い旅館ほど、リピーターが多い

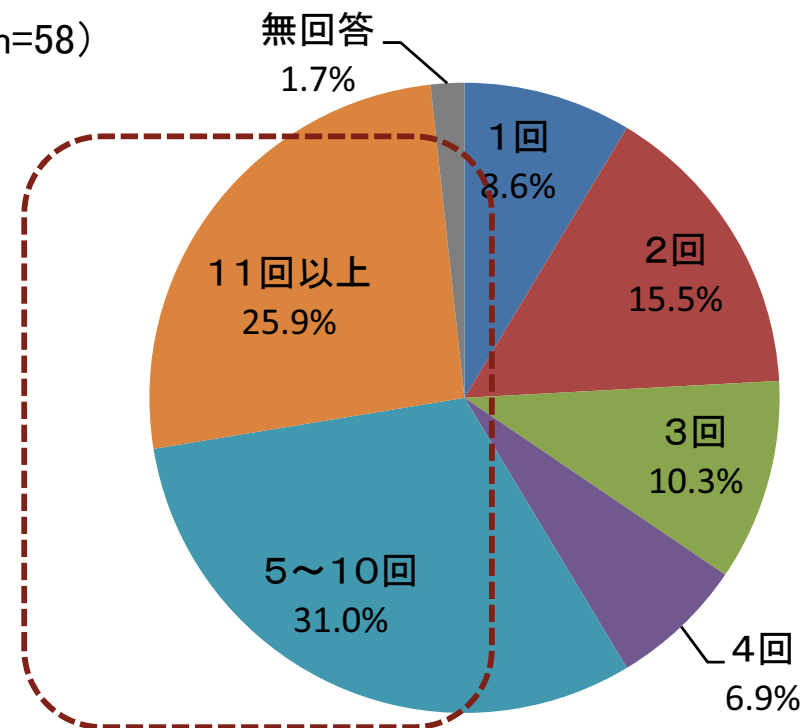
和風度1

(n=162)



和風度3

(n=58)

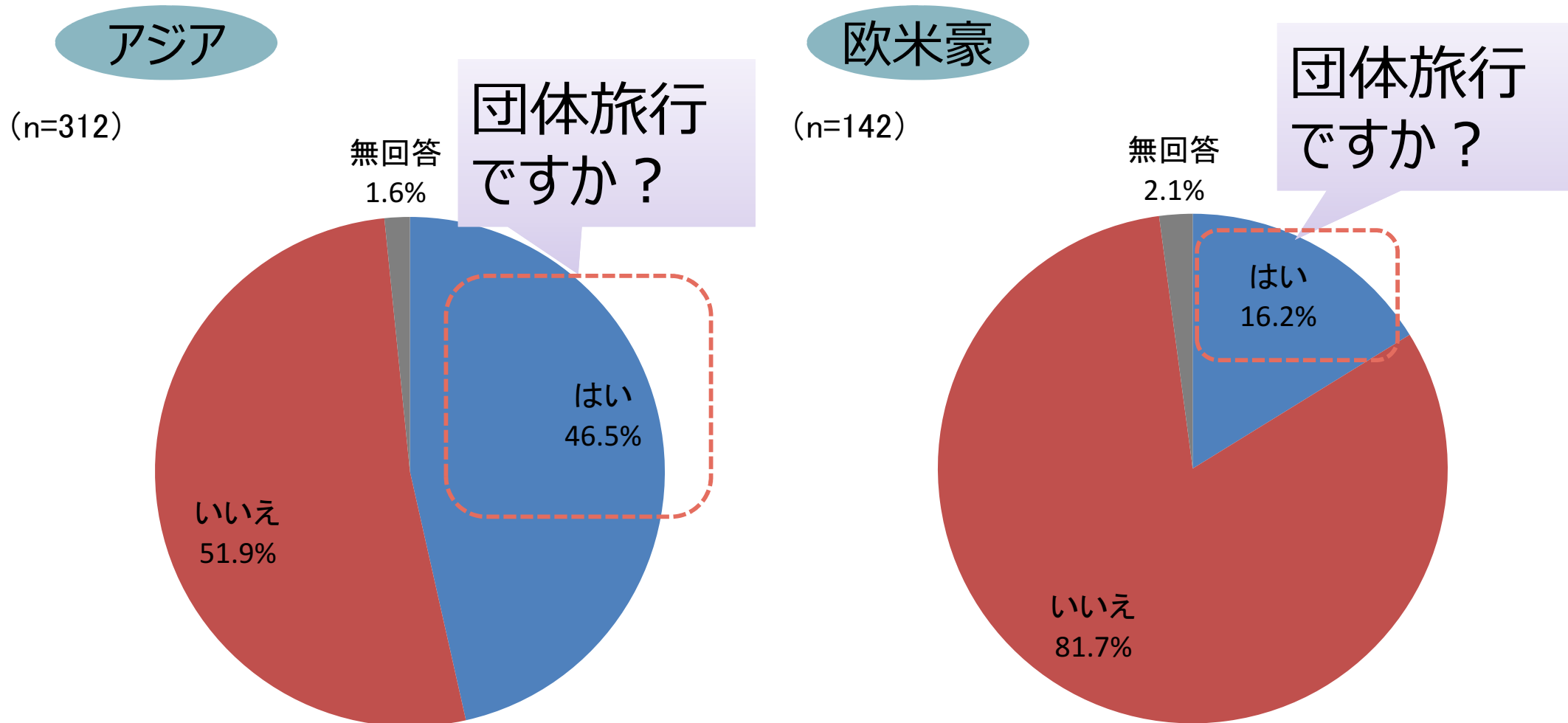


和風度 3	玄関より土足厳禁・和風建築
和風度 2	玄関より土足厳禁・鉄筋建築 または、部屋だけ土足厳禁・和風建築
和風度 1	部屋だけ土足厳禁

2 調査結果

⑤ 旅行形態（国・地域別）

- アジアの宿泊客の半数近くが団体旅行（欧米豪は2割弱）



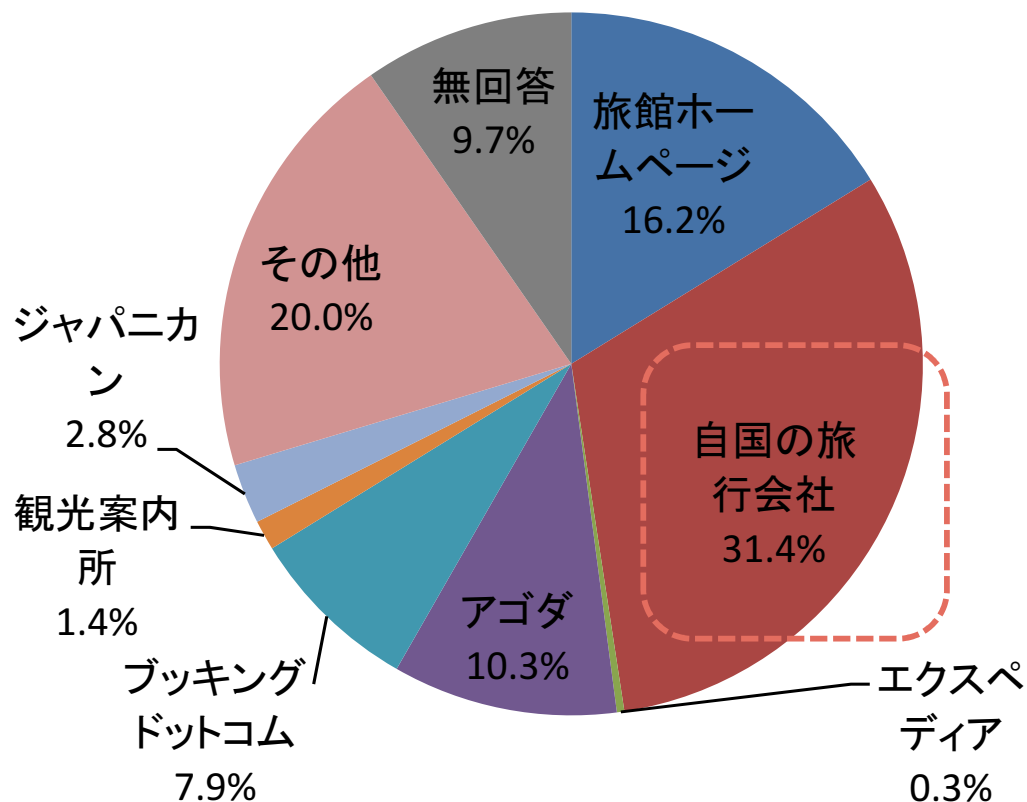
2 調査結果

⑥ 予約手段（国・地域別）

■ アジアは自国の旅行会社、欧米豪はOTA

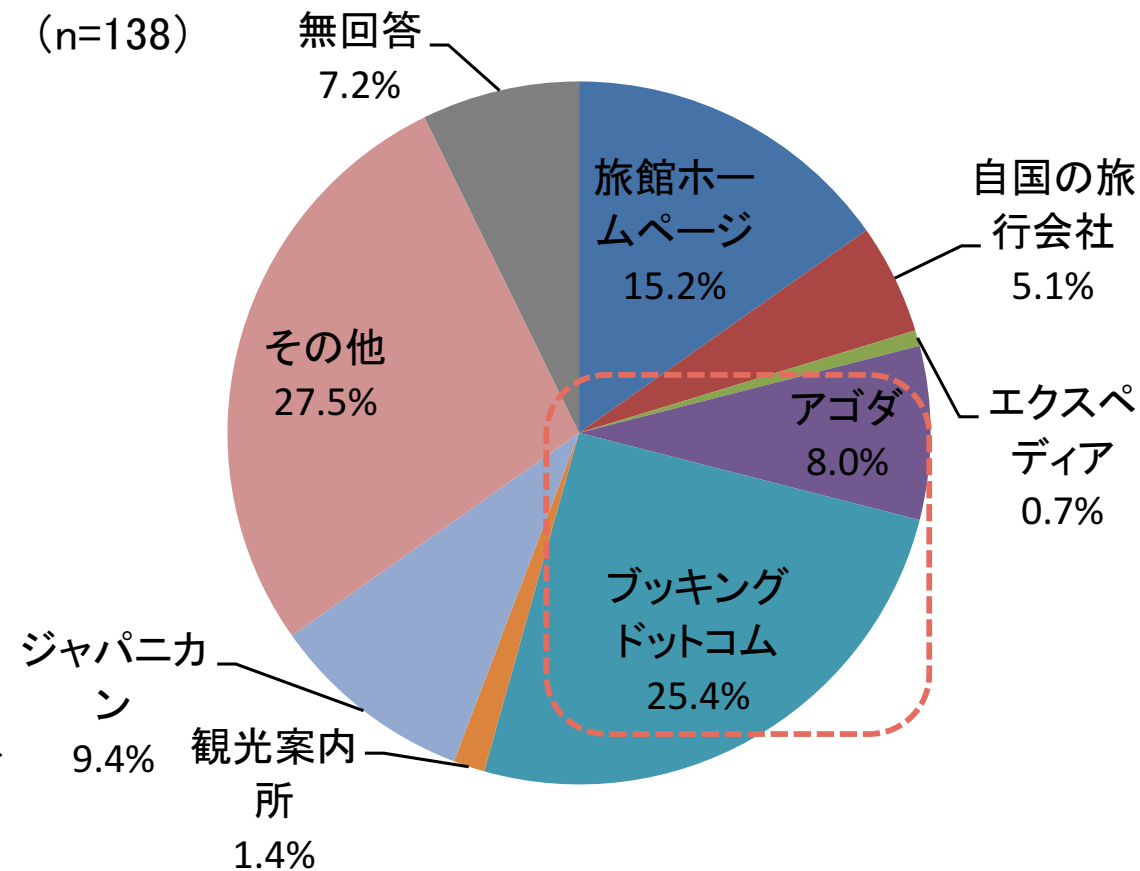
アジア

(n=290)



欧米豪

(n=138)

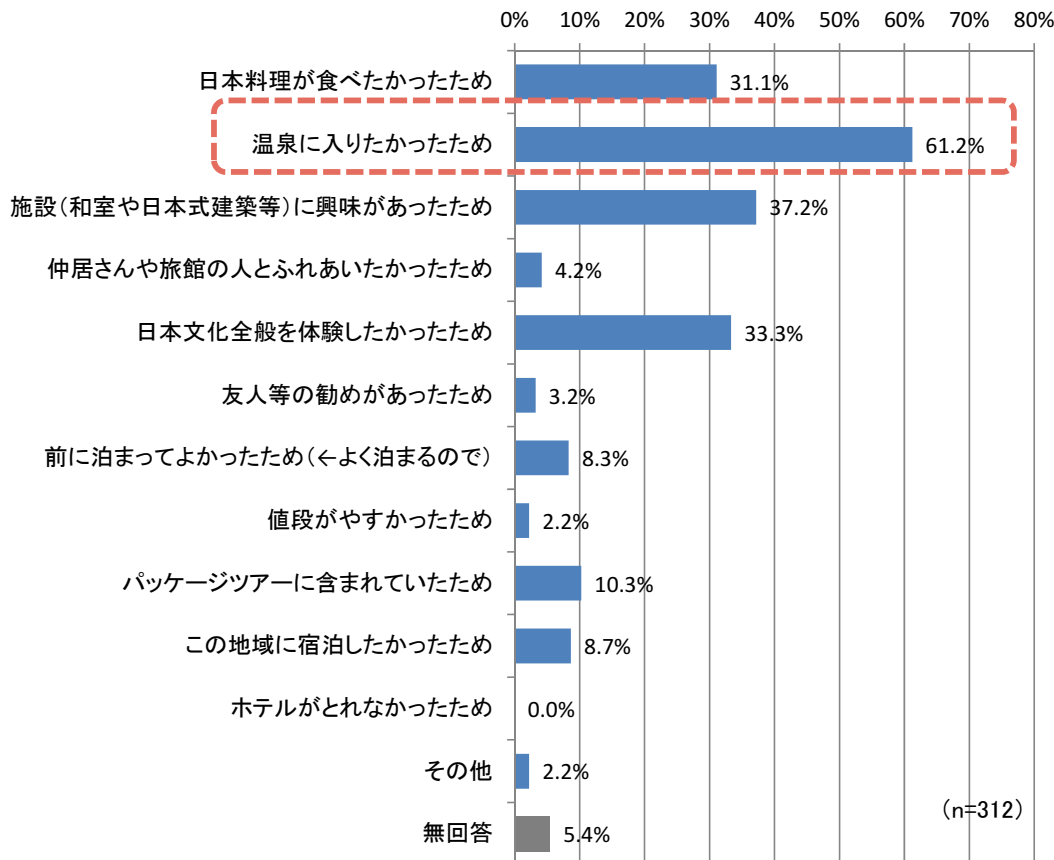


2 調査結果

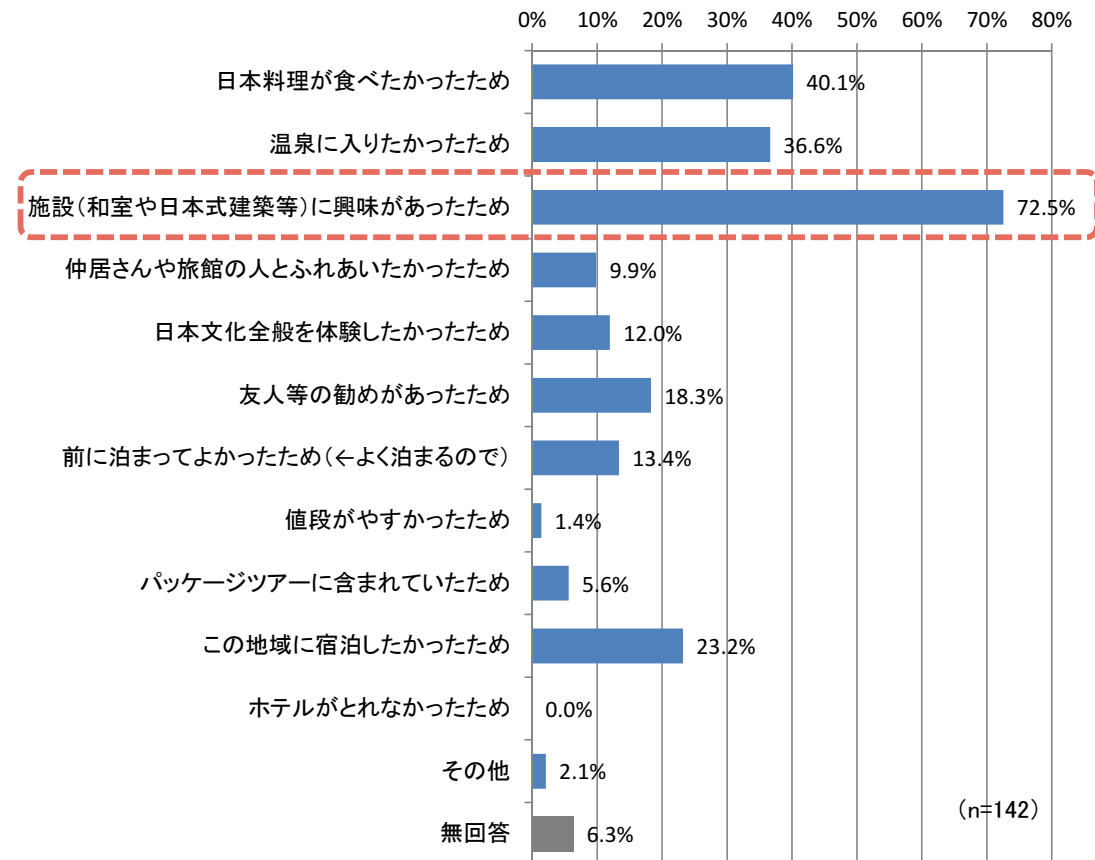
⑦ 選択理由（国・地域別）

■ アジアは「温泉」、欧米豪は「和室・日本建築」

アジア



欧米豪

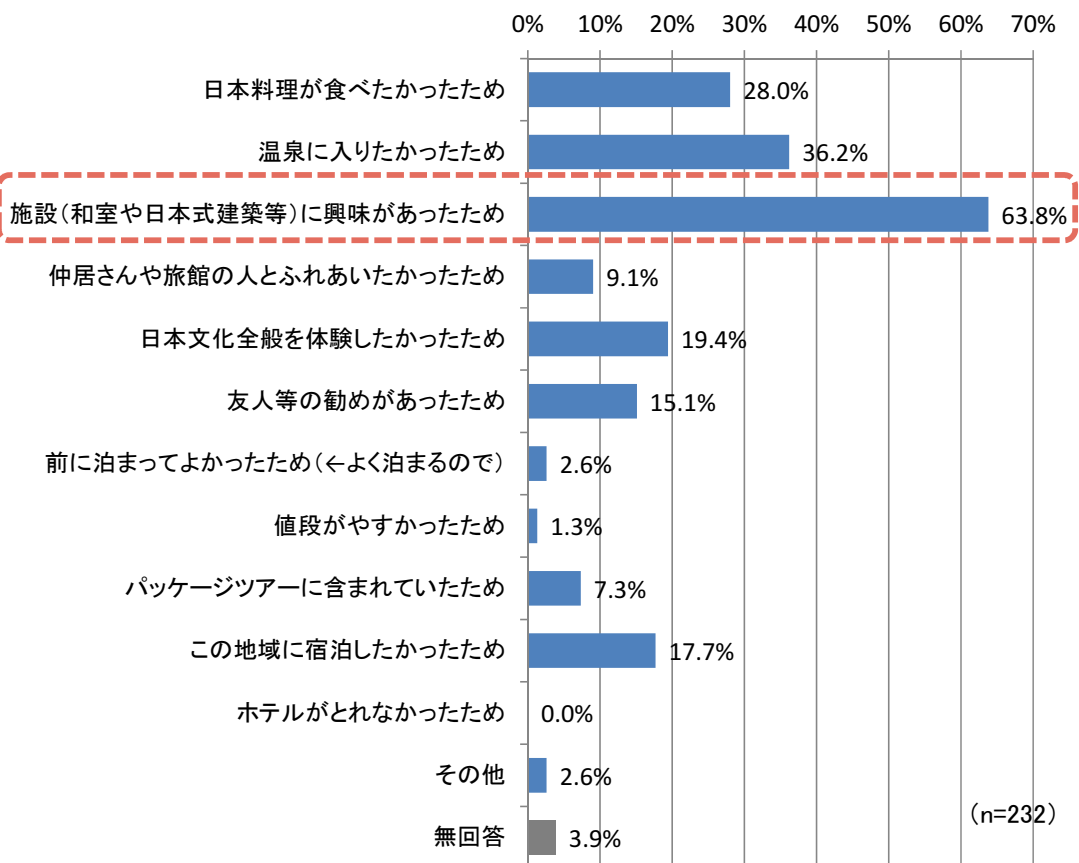


2 調査結果

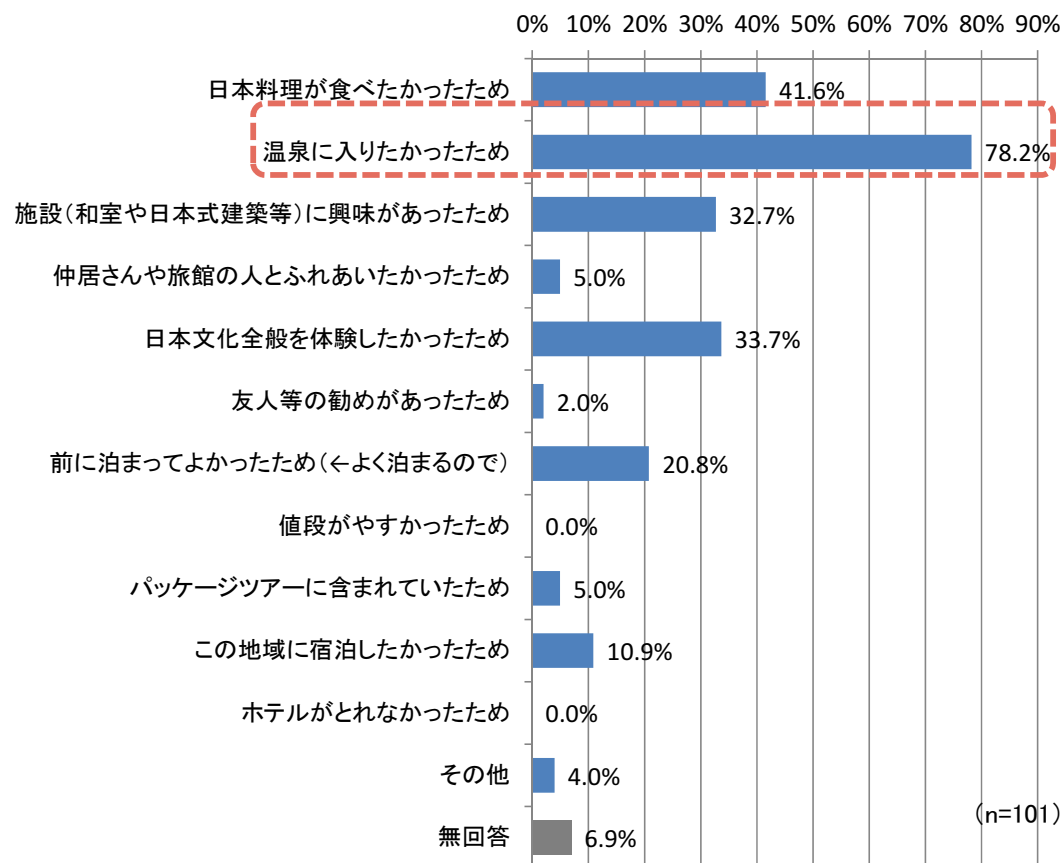
⑦ 選択理由（回数別）

■ 宿泊経験が多い外国人ほど「温泉」志向

初めて



5回以上

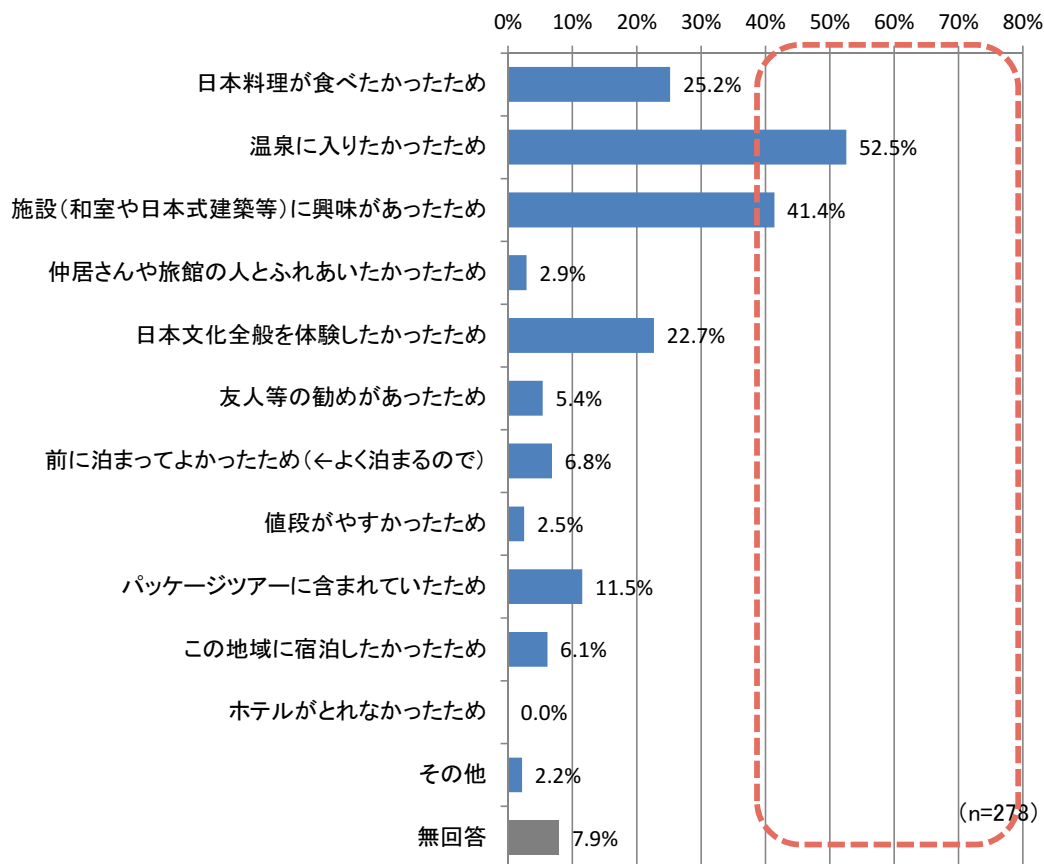


2 調査結果

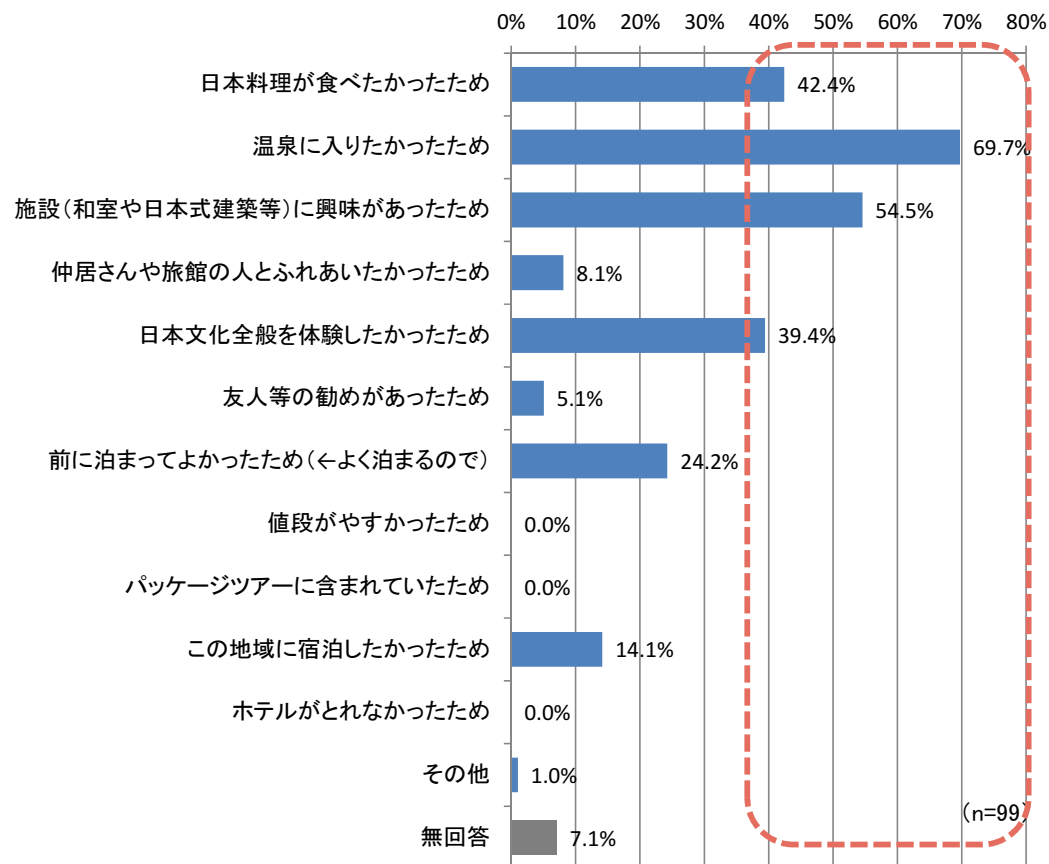
⑦ 選択理由（和風度別）

■ 和風度の高い旅館に泊まる外国人ほど、「温泉」「施設」「和食」に対する期待大

和風度1



和風度3

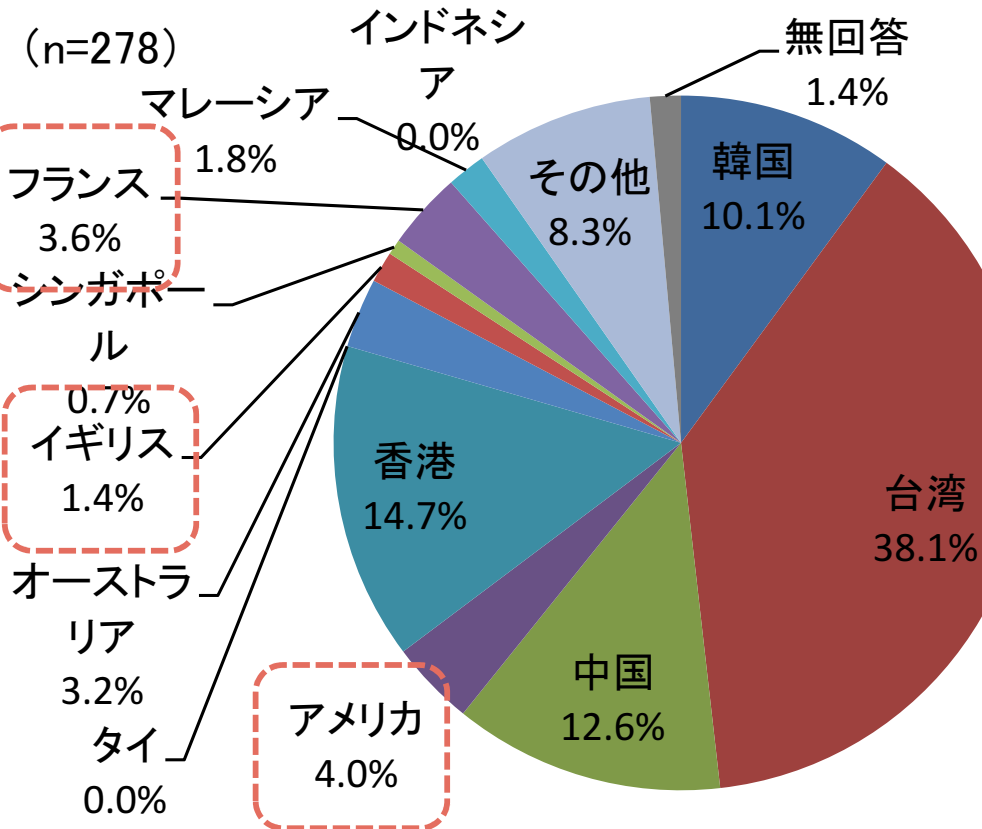


2 調査結果

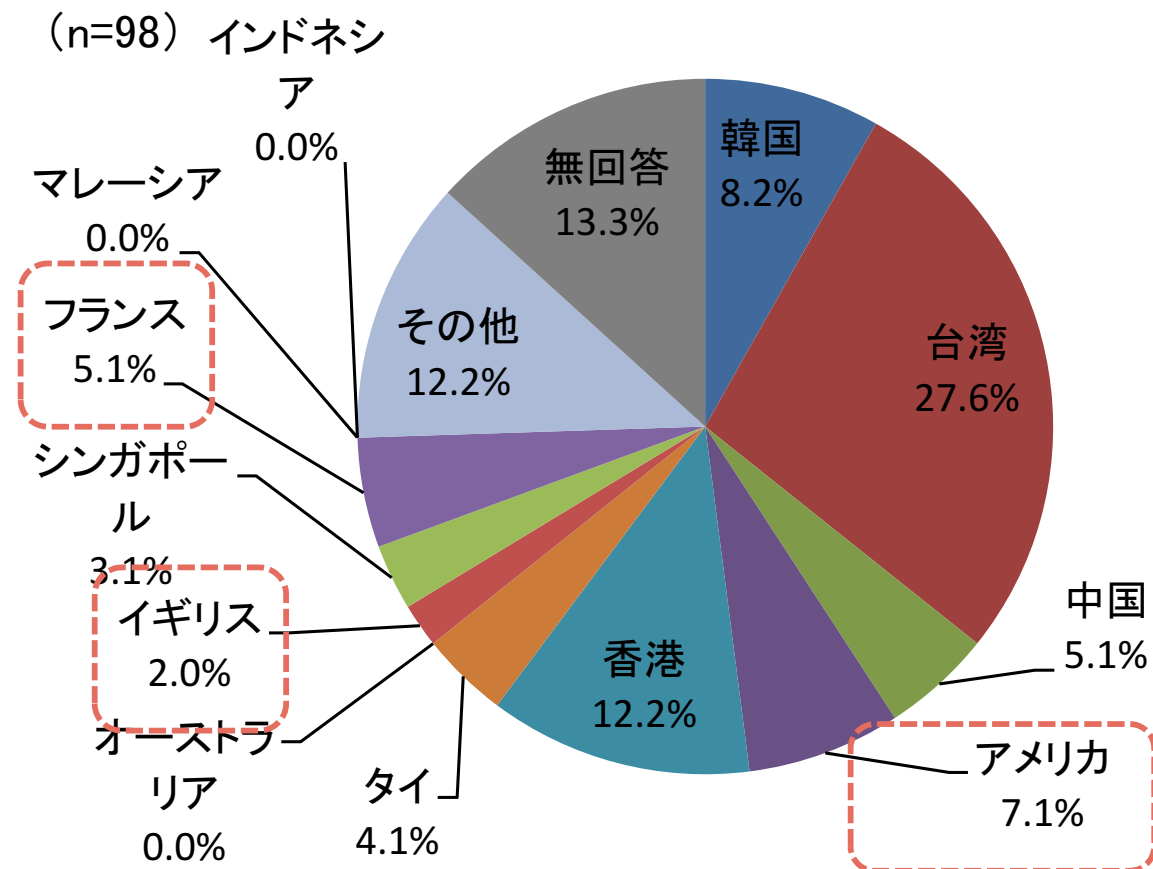
⑧ 和風志向（国・地域別）

■ 和風度の高い旅館は、欧米の比率が高い

和風度1



和風度3



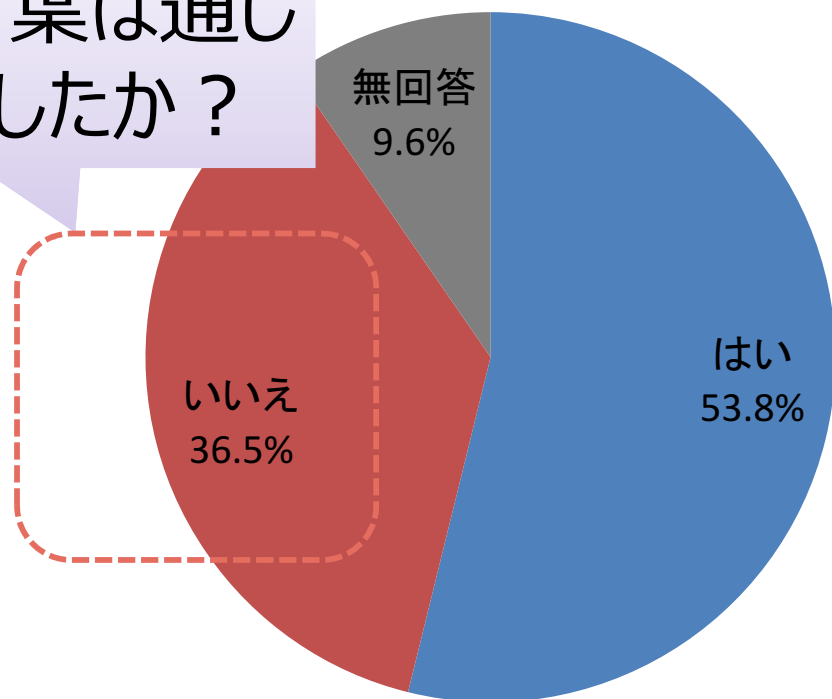
2 調査結果

⑨ 言葉の問題（国・地域別）

- アジアの宿泊客の方「言葉が通じない」と回答した割合が高い

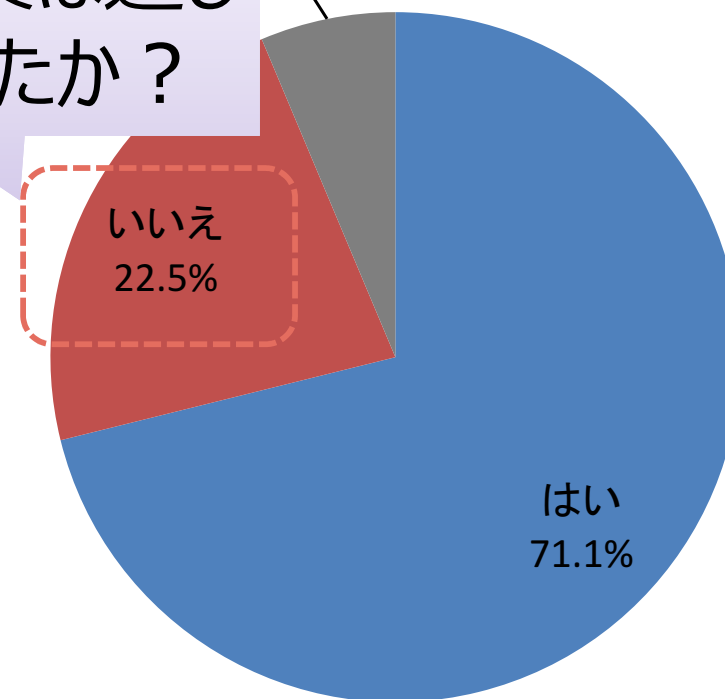
アジア

言葉は通じ
ましたか？



欧米豪

言葉は通じ
ましたか？

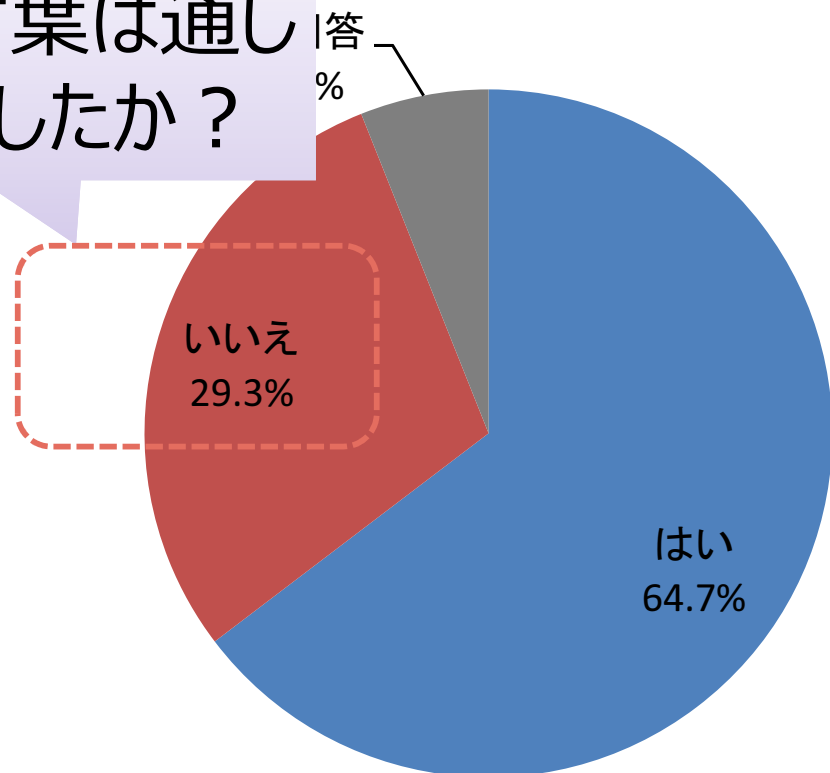


2 調査結果 ⑨ 言葉の問題（宿泊回数別）

- リピーターの宿泊客の方が「言葉が通じていない」と回答した割合が高い

初めて

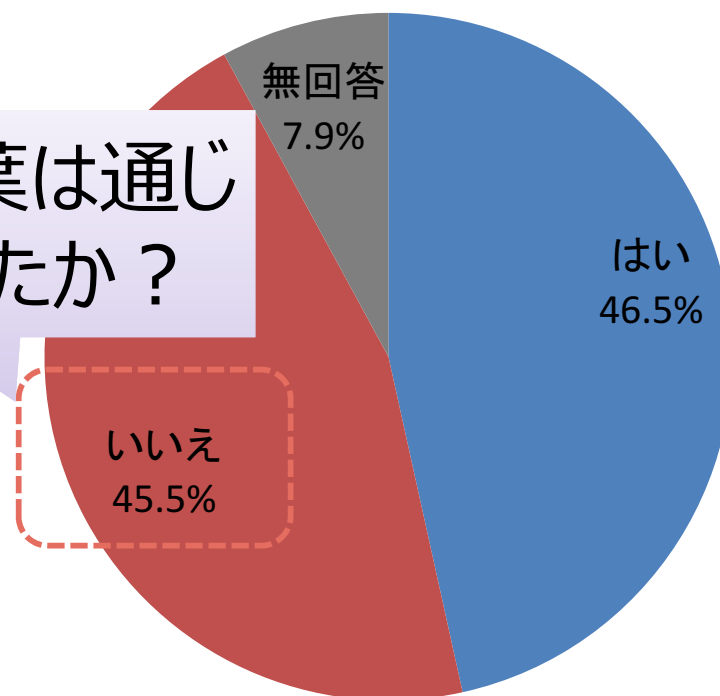
言葉は通じ
ましたか？



5回以上

(n=101)

言葉は通じ
ましたか？



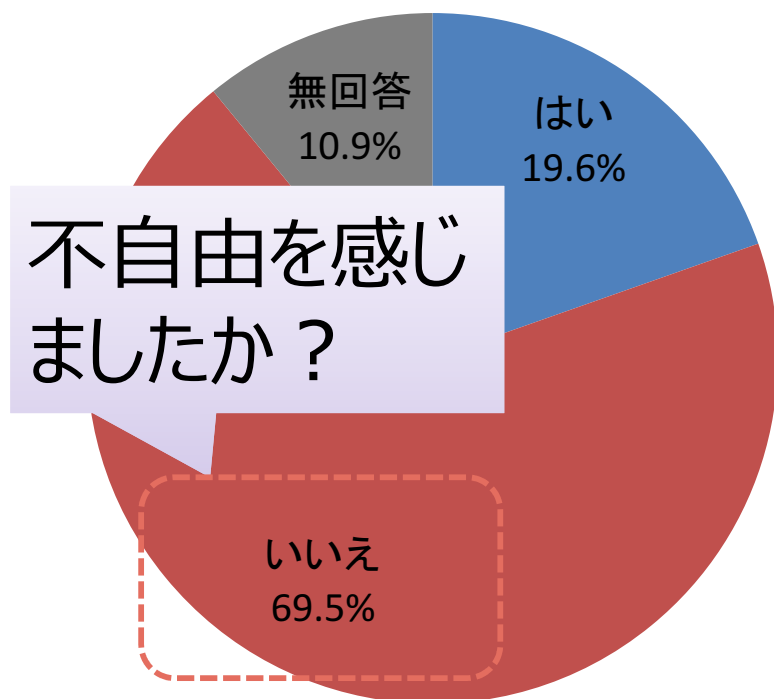
2 調査結果

⑩ 不自由（国・地域別）

- アジア・欧米豪ともに「不自由を感じなかった」と回答した宿泊客が7割近く

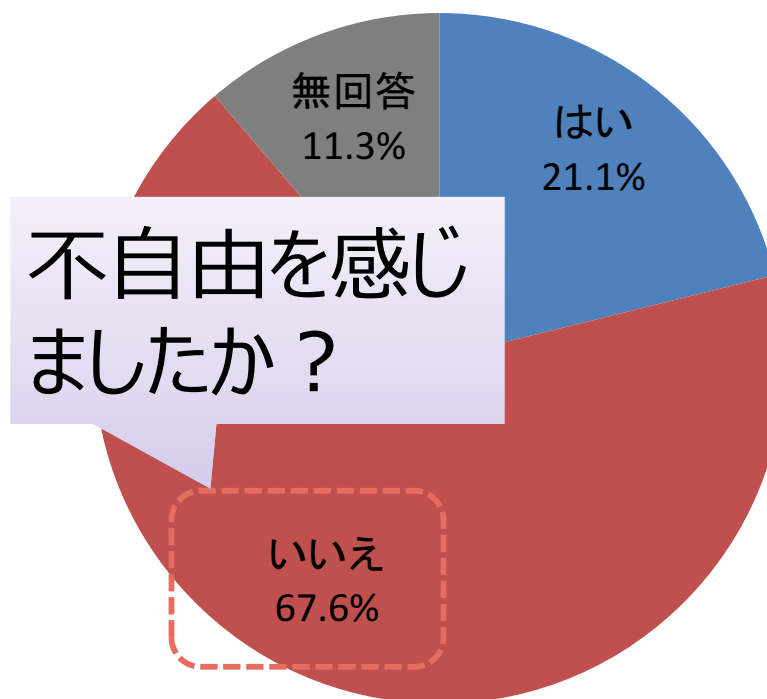
アジア

(n=311)



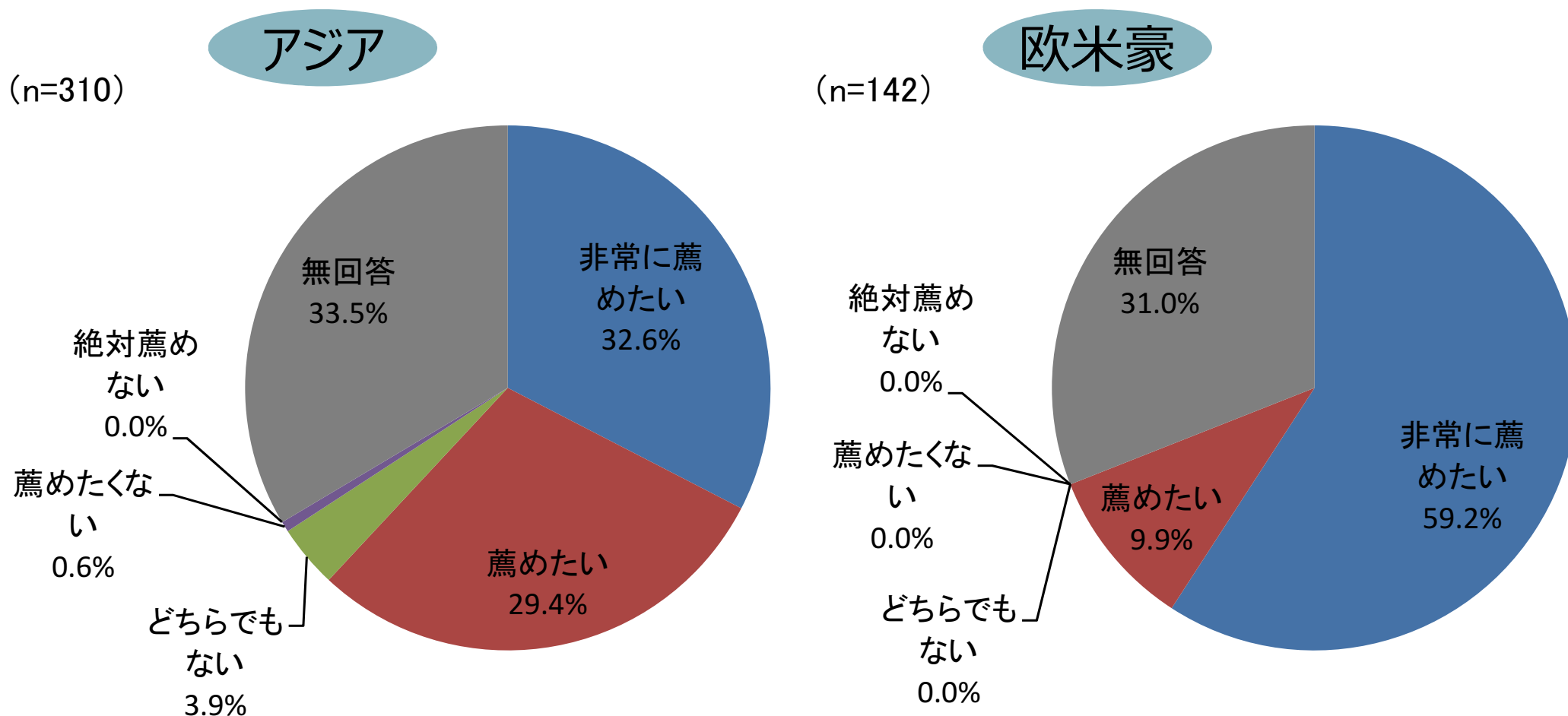
欧米豪

(n=142)



2 調査結果 ⑪ 他者への推薦（国・地域別）

- 欧米豪の宿泊客は「他人に推薦したい（≒満足度）」と回答した割合が高い



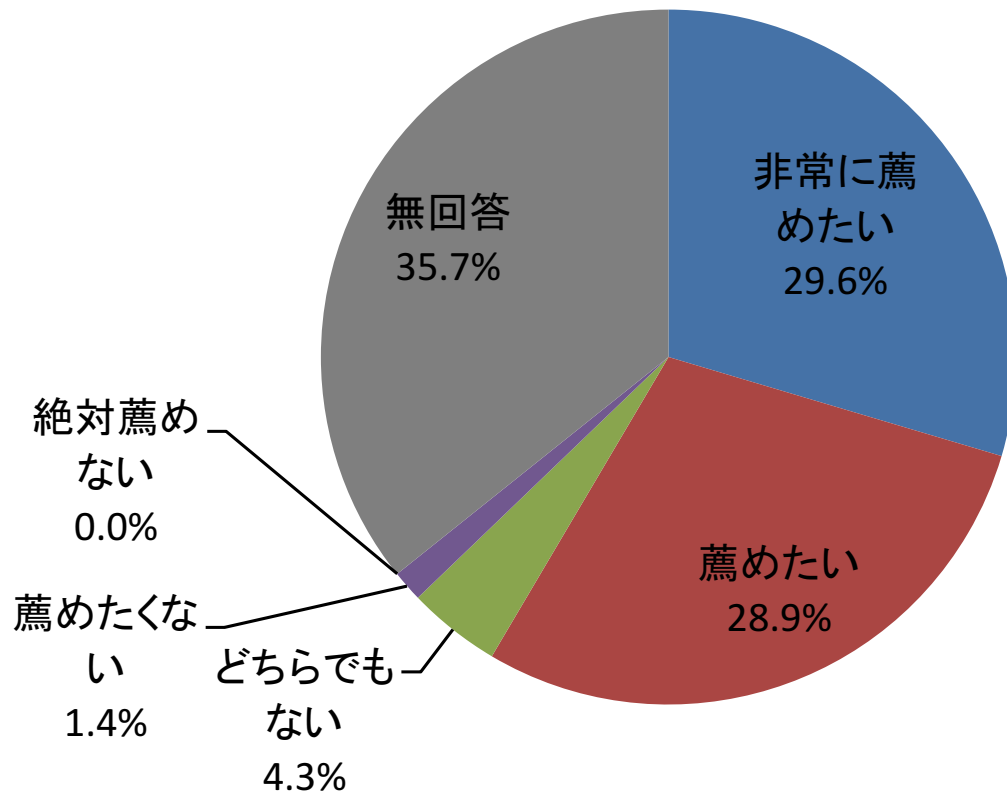
2 調査結果

⑪ 他者への推薦（和風度）

■ 和風度が高い旅館ほど、推薦割合が低い

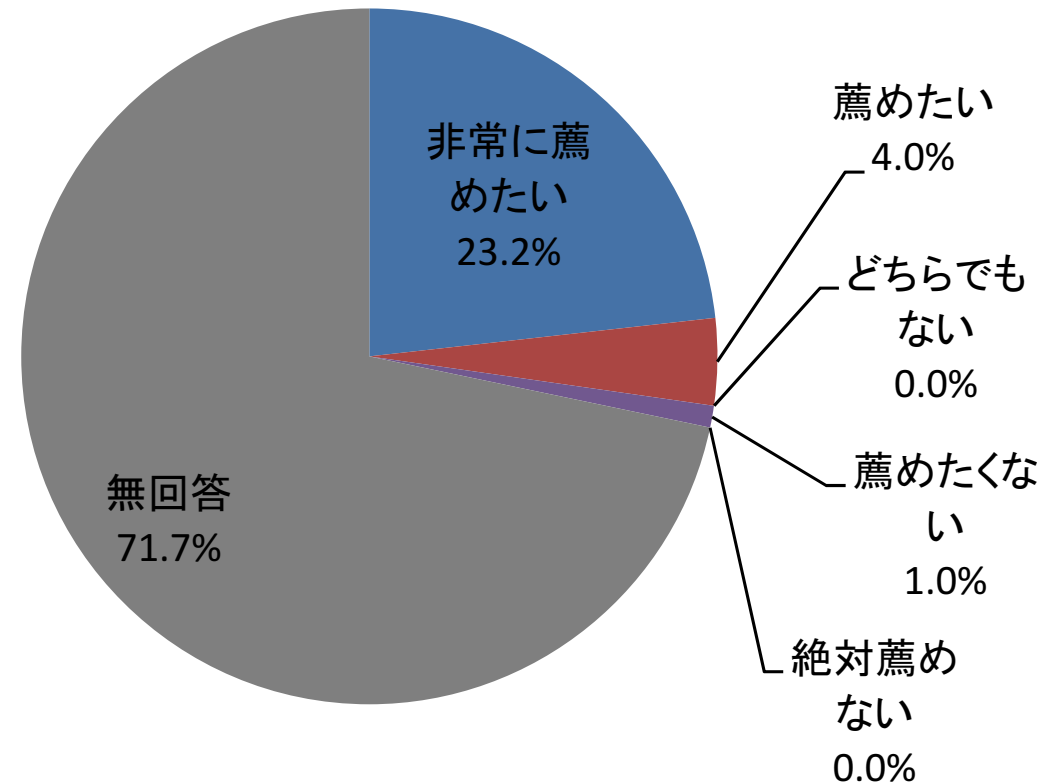
和風度1

(n=277)



和風度3

(n=99)

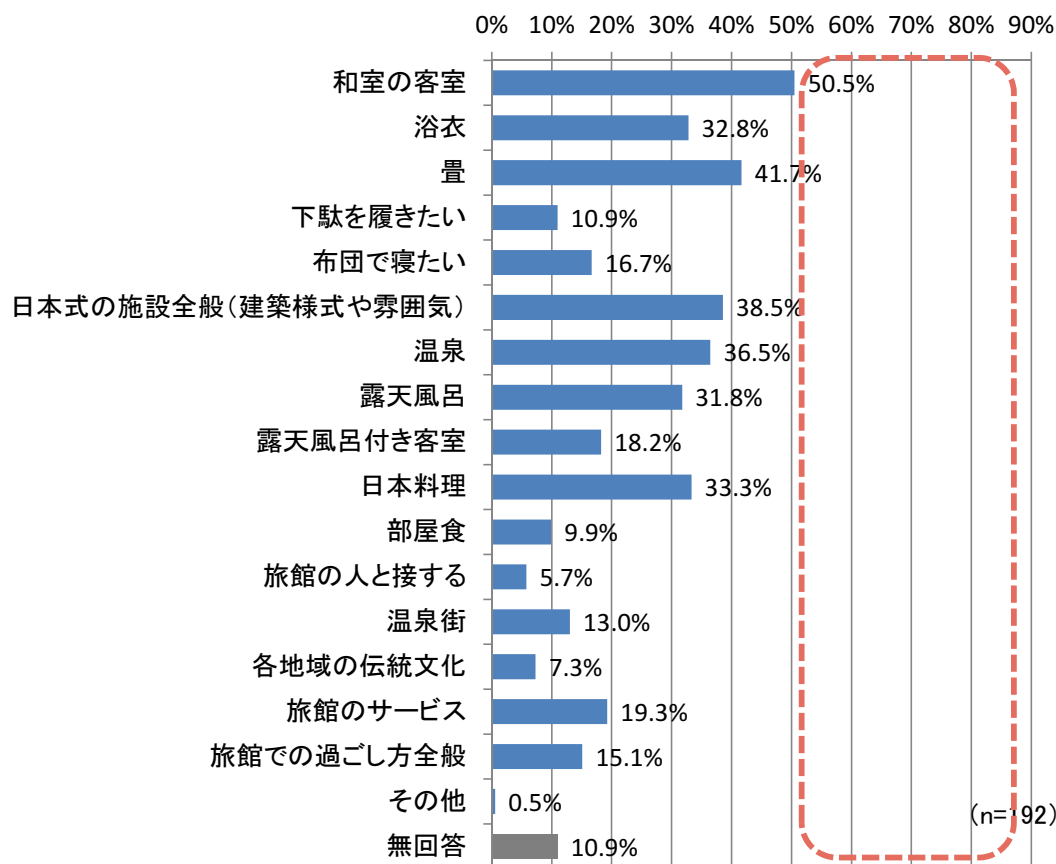


2 調査結果

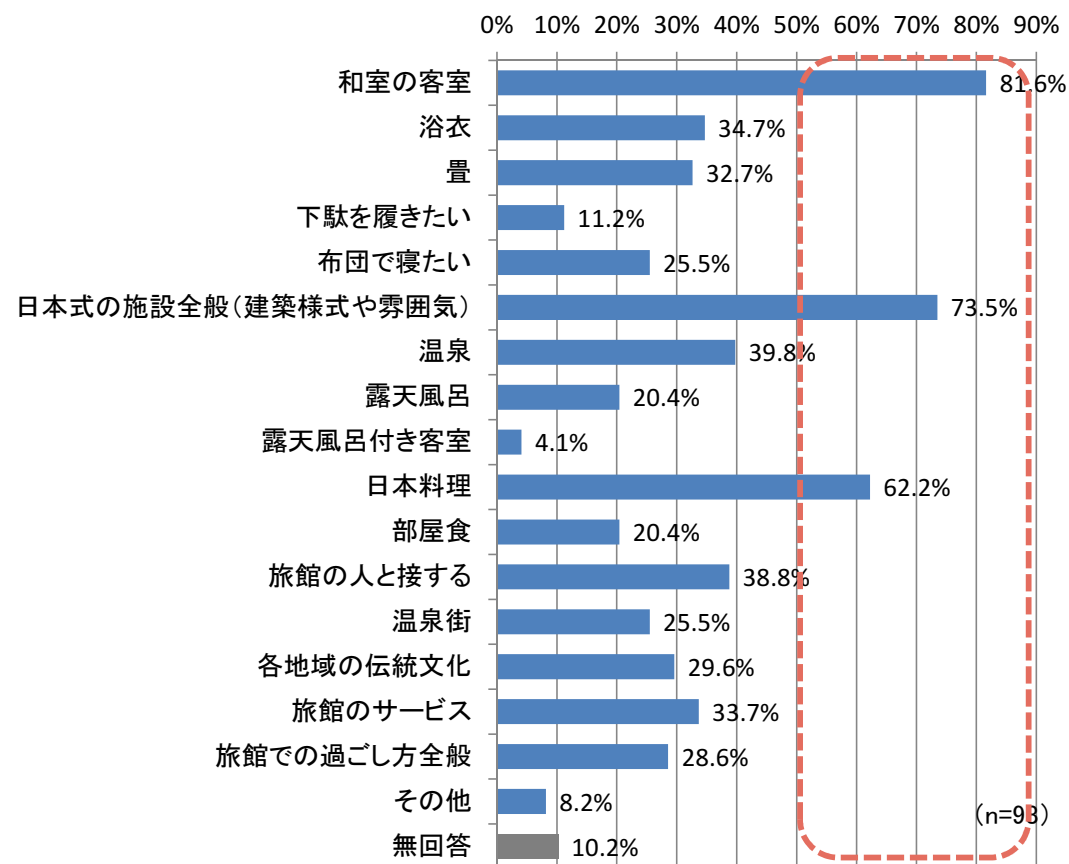
⑫ 推薦理由（国・地域別）

■ 欧米豪の宿泊客の方が推薦意向が強い

アジア



欧米豪

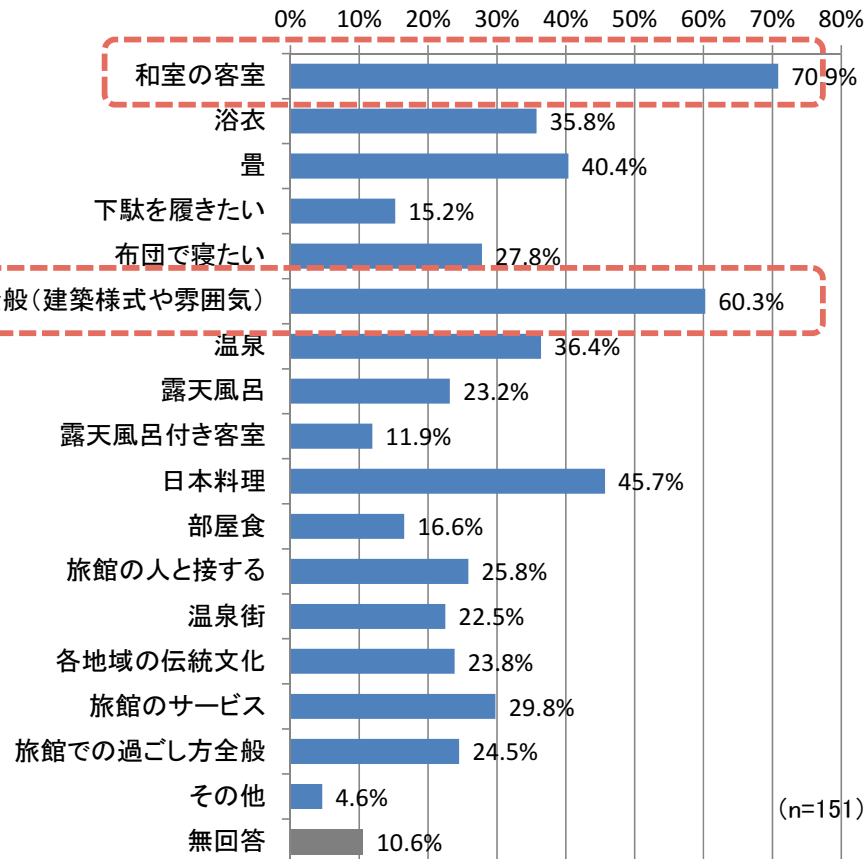


2 調査結果

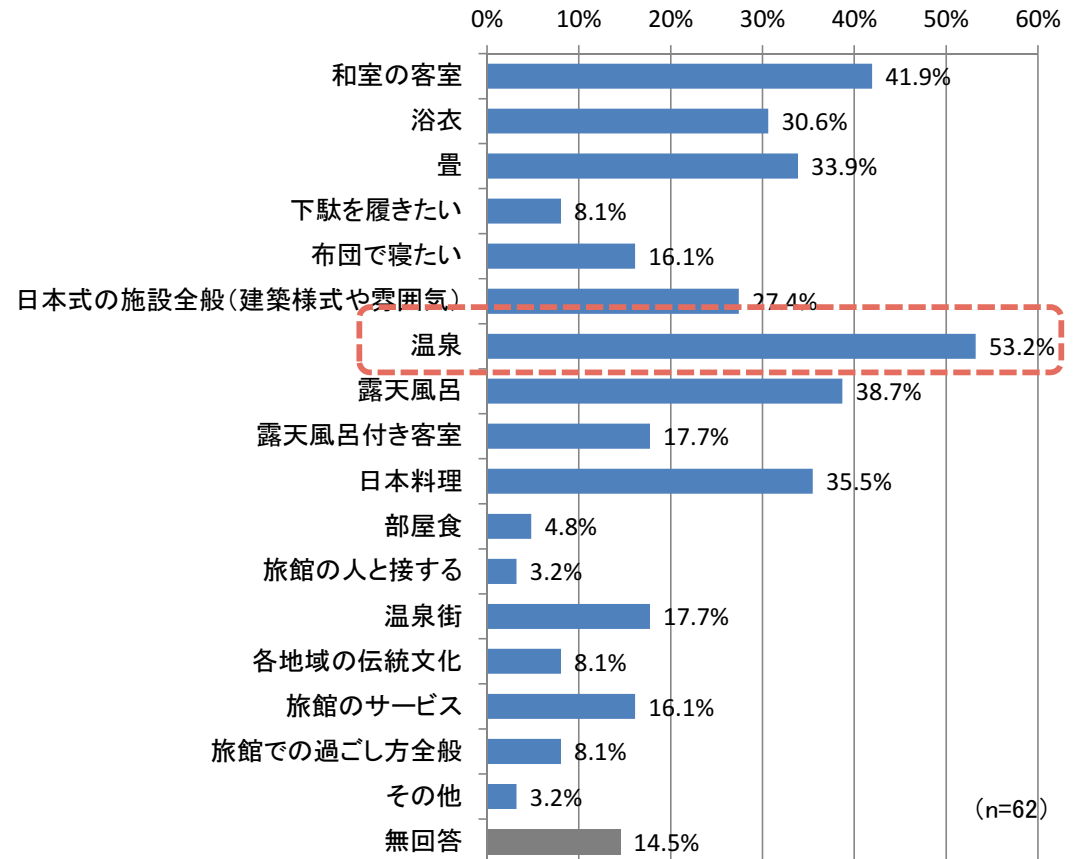
⑫ 推薦理由（宿泊回数別）

■ 初めての人は「和風建築」、リピーターは「温泉」

初めて






5回以上





とりまとめ

0 旅館経営者と外国人宿泊客のギャップ

ギャップがあった部分

- × 言葉  p36~38
(不自由を感じていない)
- × 満足度  p19 ⇔ p39
(満足度は高い)
- × 予約手段  p31
(アジアは自国の旅行会社)

ギャップが無かった部分

- 旅館のイメージ  p18、p32~34
(和風、温泉)
- 予約手段  p20
(欧米豪はインターネット)

1 欧米豪の宿泊客

年齢		若年層（20～30代）が中心
旅行	スタイル	FIT
	同伴者	夫婦・パートナー、友人
訪日	経験	1～2回
	滞在期間	長期滞在（1週間以上）
旅館	宿泊経験	1～2回
	宿泊日数	1～2泊が中心
	お気に入り	和風（和室の客室 など）
	言葉	不便を感じる宿泊客は少ない
	評価	非常に高い

2 アジアの宿泊客



年齢		20代から高齢者まで様々
旅行	スタイル	団体とFITが半々
	同伴者	家族・親族、夫婦・パートナー
訪日	経験	2回以上が大半 (100室以上の施設は2回未満が半数)
	滞在期間	短期滞在 (1週間未満)
旅館	宿泊経験	2回以上が大半
	宿泊日数	3泊以上が中心
	お気に入り	温泉
	言葉	通じない人が半分 (それでもリピート)
	評価	まあまあ高い

3 リピーターの宿泊客

年齢		20代から高齢者まで様々
居住国・地域		台湾・香港・中国が中心
旅行	スタイル	団体とFITが半々
	同伴者	家族・親族、夫婦・パートナー、友人
訪日	滞在期間	短期滞在と長期滞在が半々
旅館	宿泊日数	3泊以上が中心
	お気に入り	温泉、和風
	言葉	通じない人が半分（それでもリピート）
	評価	まあまあ高い

4 外国人宿泊客のマーケット

- ホテル系旅館は、リピーターの確保が課題
- 欧米豪の宿泊客は、初来日時に確実に誘客、リピーターの開拓は今後の課題

	初体験	リピーター
ホテル系旅館	アジアの宿泊客	
純和風旅館	欧米豪の宿泊客	アジアの宿泊客 



株式会社三菱総合研究所