

「宿泊施設の地域連携に関する調査」結果

宿泊施設の地域連携に関する調査について

■調査概要

訪日外国人旅行者の増大や個人旅行志向など、観光業を取り巻く環境の変化に対し、地域の宿泊施設全体の活性化を図るための地域連携の取組について把握するため、全国の温泉街宿泊施設や観光協会・温泉組合を対象に、調査票の郵送による配布・回収またはインターネット回答による調査を実施した。

(1) 観光協会・温泉組合等の団体へのアンケート調査

調査対象者	温泉街を対象とする観光協会・温泉組合・DMO等から無作為抽出		
調査数	587件		
調査方法	郵送による配布、郵送回収またはネット回答		
調査票回収数	230件	回収率	39.18%
有効調査票回収数	228件	有効回収率	38.84%

(2) 宿泊施設へのアンケート調査

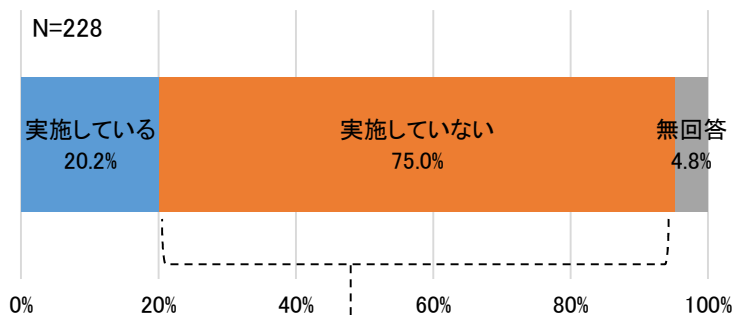
調査対象者	温泉街に立地する旅館・ホテル・民宿・ペンション・ゲストハウス等から無作為抽出		
調査数	3,000件		
調査方法	郵送による配布、郵送回収またはネット回答		
調査票回収数	961件	回収率	32.03%
有効調査票回収数	908件	有効回収率	30.27%

調査結果概要 (1) 観光協会・温泉組合等の団体へのアンケート調査

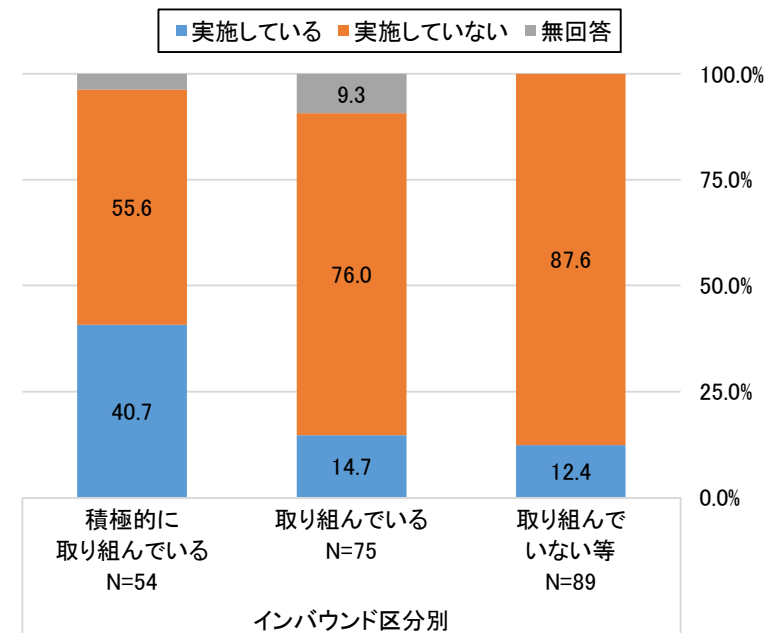
1) 泊食分離について-1

- 泊食分離を実施している割合は 20.2%。実施していないが今後取り組みたい意向は 24.0%となっている。
- インバウンドに「積極的に取り組んでいる」ところでは泊食分離を「実施している」が 40.7%と高く、インバウンドに取り組んでいるところほど泊食分離を実施している割合が高い傾向がみられる。

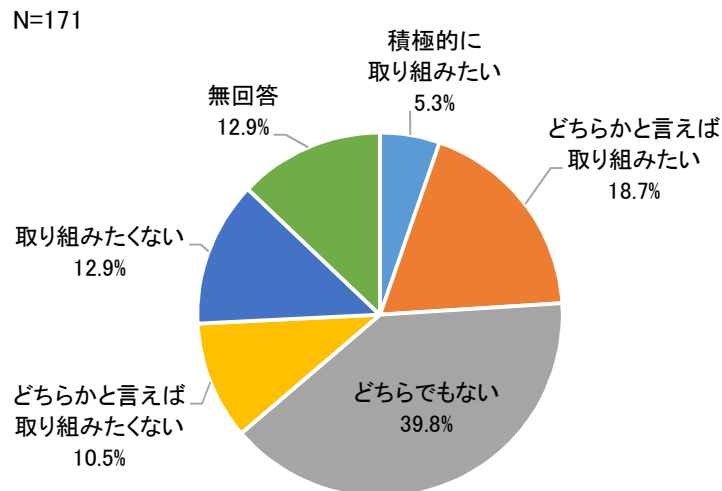
■ 泊食分離を実施しているか (SA)



■ インバウンドの取り組み状況別の泊食分離の実施状況 (SA)



■ 今後、泊食分離に取り組みたいと思うか (SA)

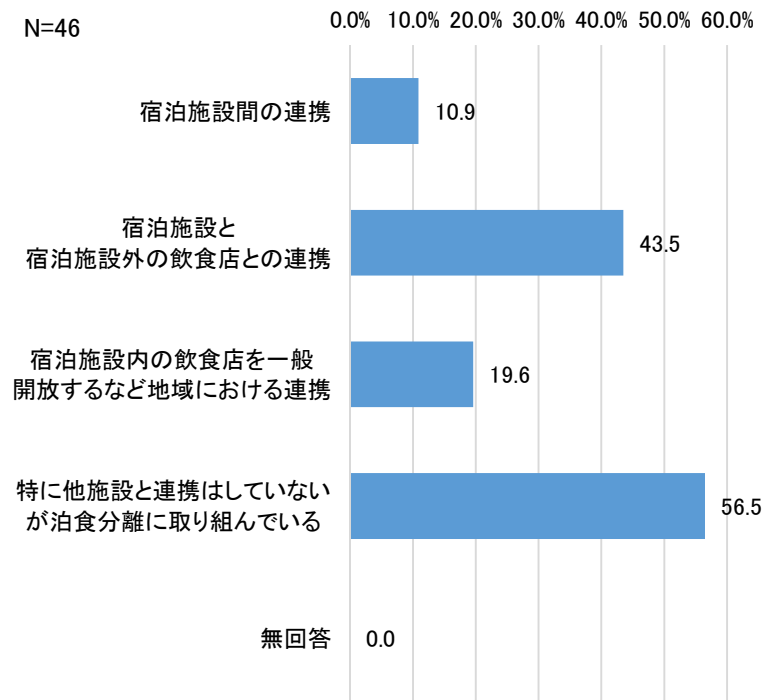


調査結果概要 (1) 観光協会・温泉組合等の団体へのアンケート調査

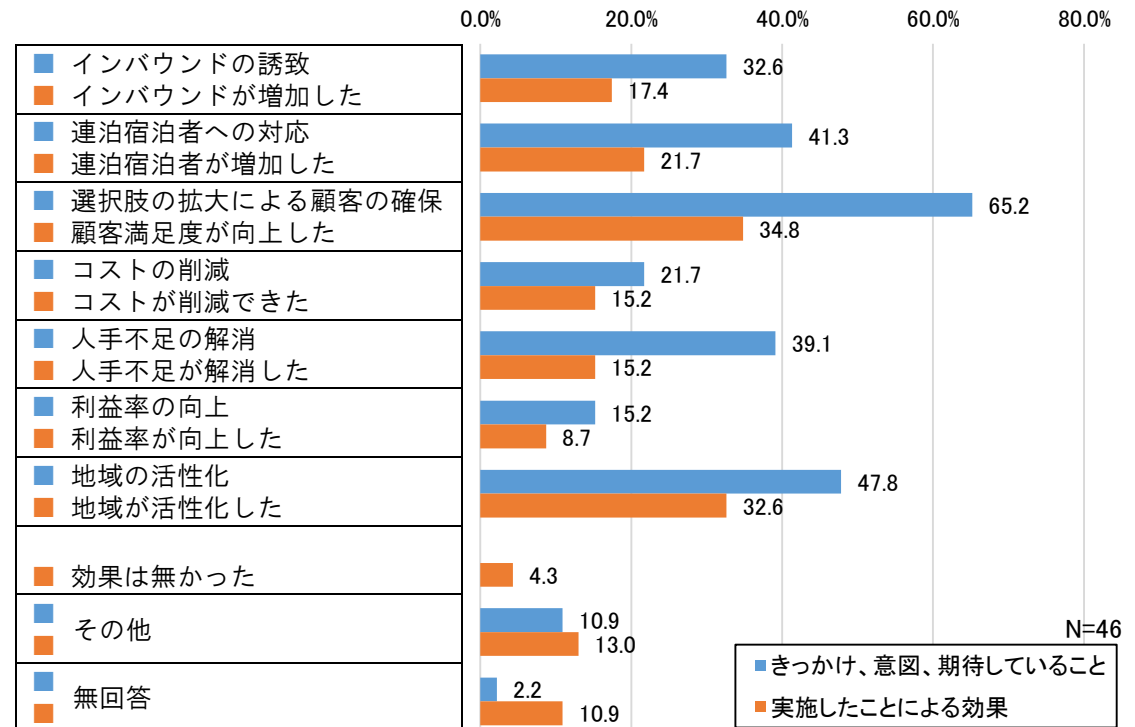
1) 泊食分離について－2

- 泊食分離にあたっての連携としては、「特に他施設と連携はしていないが泊食分離に取り組んでいる」が 56.5%、「**宿泊施設と宿泊施設外の飲食店との連携**」が 43.5%で高い。
- 泊食分離を実施したことによる効果として「**顧客満足度が向上した**」が 34.8%、「**地域が活性化した**」が 32.6%と高い。また、「**連泊宿泊者が増加した**」が 21.7%と一定の効果を上げている。

■ 泊食分離にあたり、どのような連携を図っているか (MA)



■ 泊食分離を実施したきっかけや導入の意図、期待していること 泊食分離を実施したことによる効果 (MA)

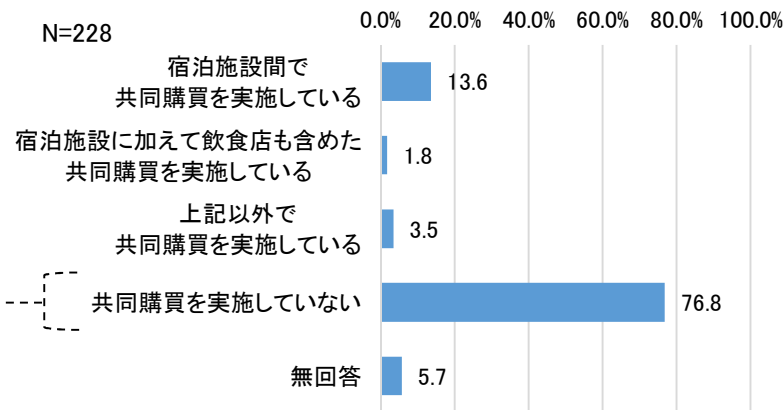


調査結果概要 (1) 観光協会・温泉組合等の団体へのアンケート調査

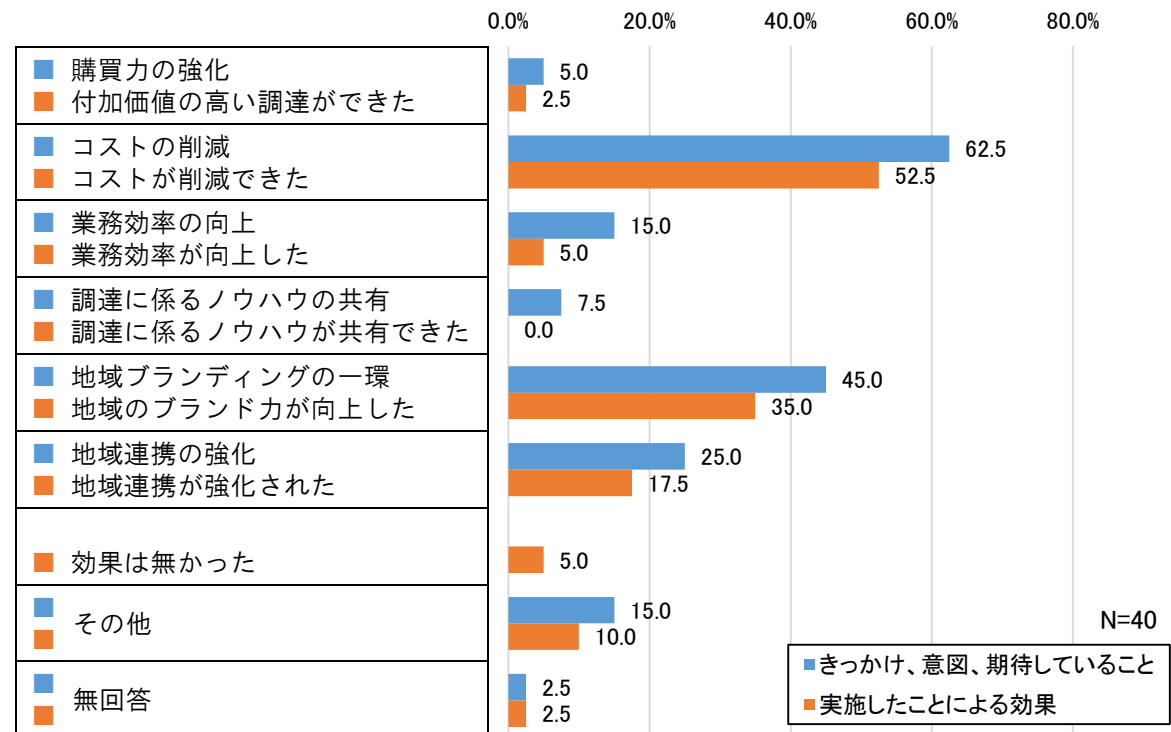
2) 共同購買について

- 共同購買を実施している割合は延べ **18.9%**。実施していないが今後取り組みたい意向は **16.6%**となっている。
- 共同購買を実施したことによる効果として「コストが削減できた」が **52.5%**、「地域のブランド力が向上した」が **35.0%**と高い。また、「地域連携が強化された」が **17.5%**と一定の効果을 上げている。

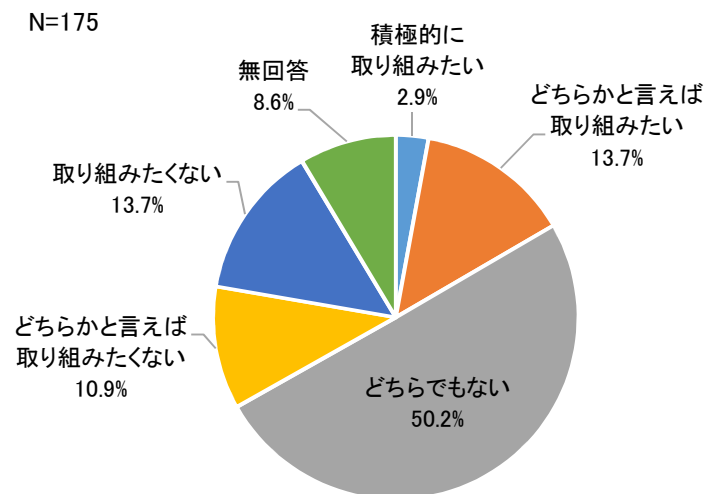
■ 共同購買を実施しているか (MA)



■ 共同購買を実施したきっかけや導入の意図、期待していること 共同購買を実施したことによる効果 (MA)



■ 今後、共同購買に取り組みたいと思うか (SA)

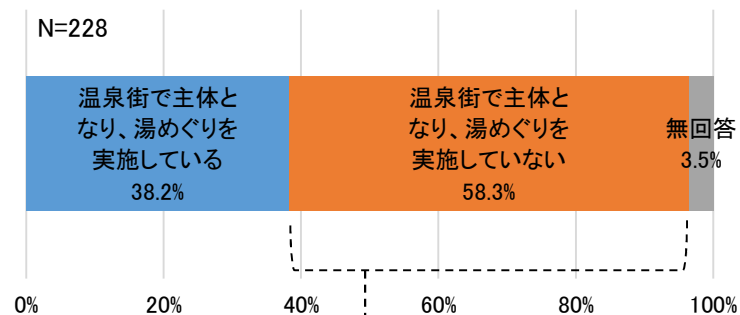


調査結果概要 (1) 観光協会・温泉組合等の団体へのアンケート調査

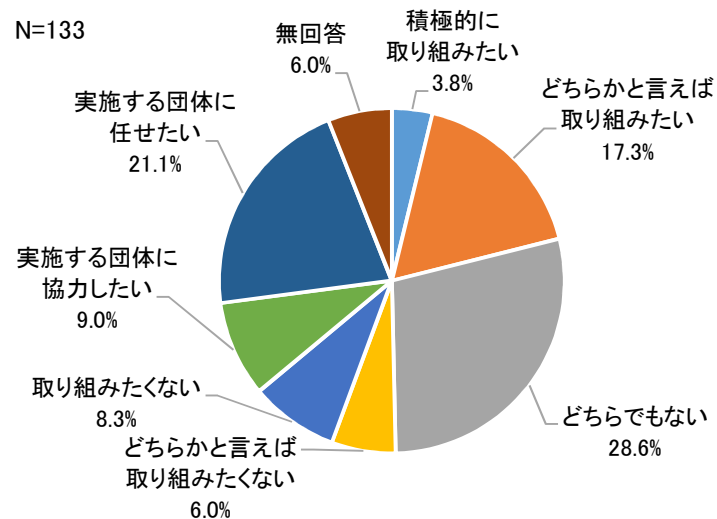
3) 湯めぐりについて-1

- 湯めぐりを**実施している割合は38.2%**。実施していないが**今後取り組みたい意向は21.1%**となっている。
- 湯めぐりの取り組み内容は、「**日帰り客を対象とした湯めぐり**」が77.0%、「**宿泊客を対象とした湯めぐり**」が64.4%と高い。

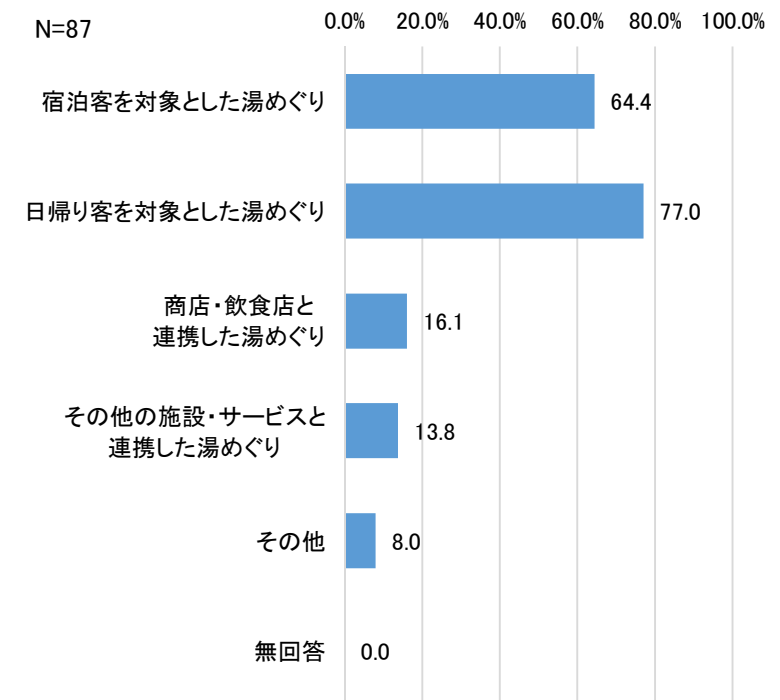
■湯めぐりを実施しているか (SA)



■今後、湯めぐりに取り組みたいと思うか (SA)



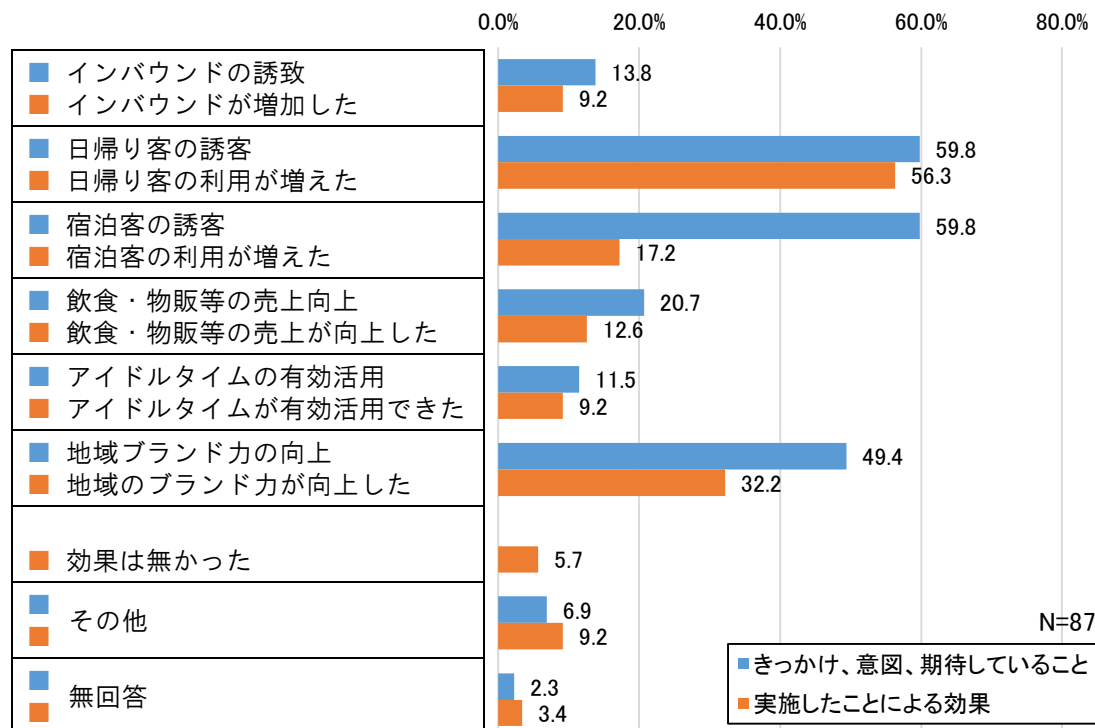
■どのような湯めぐりを実施しているか (MA)



3) 湯めぐりについて－2

●湯めぐりを実施したことによる効果として「日帰り客の利用が増えた」が56.3%、「地域のブランド力が向上した」が32.2%と高い。また、「宿泊客の利用が増えた」が17.2%と一定の効果을上げている。

■湯めぐりを実施したきっかけや導入の意図、期待していること
湯めぐりを実施したことによる効果 (MA)

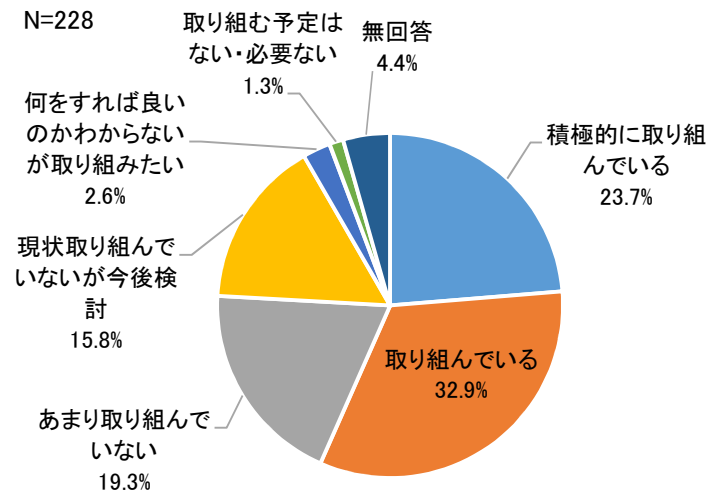


調査結果概要 (1) 観光協会・温泉組合等の団体へのアンケート調査

4) 外国人旅行者の集客について

- 外国人旅行者の集客に取り組んでいる割合は 56.6%。取り組む意向がある割合は 18.4%。
- 外国人を受け入れたことにより、「集客の増加、平日・オフ期の稼働率の向上」、「売上の増加、地域経済の振興」などが良かった点が上がった一方、「外国語・外国文化への対応」、「文化の違いによる日本人客や施設関係者等とのトラブル」などが不安な点が上がっている。

■外国人旅行者の集客に対して、どの程度取り組んでいるか (SA)



■外国人を受け入れて良かった点と、不安な点 (記入回答)

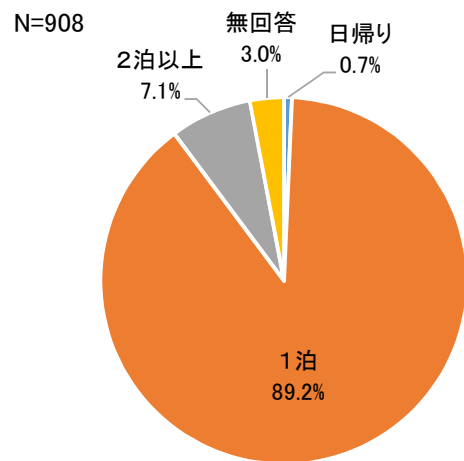
良かった点 (抜粋)	<ul style="list-style-type: none"> ●客層の幅が広がった。集客が増加した ●平日やオフ期の稼働率が向上した ●売上が増加した ●地域経済の振興につながった ●諸外国への地域のPRにつながった ●日本文化にふれて喜んでもらえる点。リピーターが多い ●外国人の受け入れ体制が進んだ(通訳の設置・ガイドブックの作成など)
不安な点 (抜粋)	<ul style="list-style-type: none"> ●言葉の壁、コミュニケーション ●文化の違い(食事制限等) ●地域住人や施設関係者とのトラブル、マナー、ゴミの問題 ●日本人客の減少 ●予約キャンセルが多い。世界情勢(主にアジア)に左右される ●アクセスの整備 ●受け入れ体制(対応できるスタッフの不足、地域の意識) ●PR不足

調査結果概要 (2) 宿泊施設へのアンケート調査

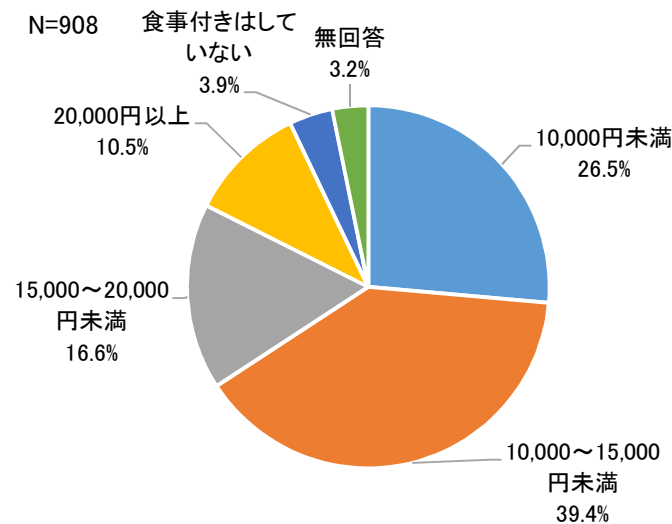
1) 回答者の属性

- 平均宿泊日数は「1泊」が89.2%で大半を占め、「2泊以上」が7.1%、「日帰り」が0.7%である。
- 旅行者1人当たりの平均宿泊単価は「10,000～15,000円未満」が39.4%、「10,000円未満」が26.5%、「15,000～20,000円未満」が16.6%の順に高くなっている。
- 旅行者の団体客：個人客の比率は、「1：9」が29.2%、「0：10」が15.5%と高く、**個人客の比率が高い**。
- 旅行者の日本人：外国人の比率は、「9：1」が41.9%、「10：0」が34.1%と高く、**日本人の比率が高い**。

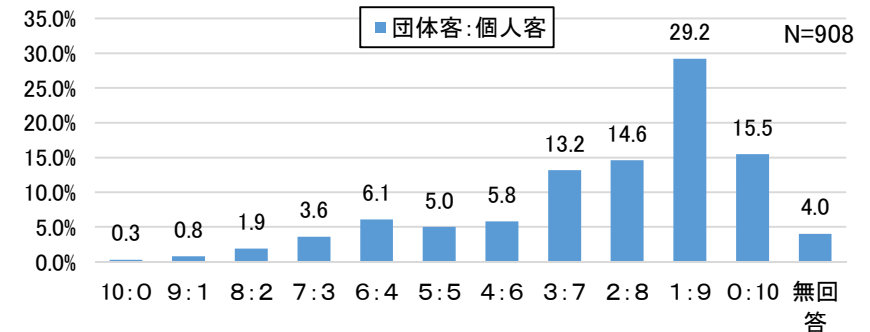
■ 平均宿泊日数 (SA)



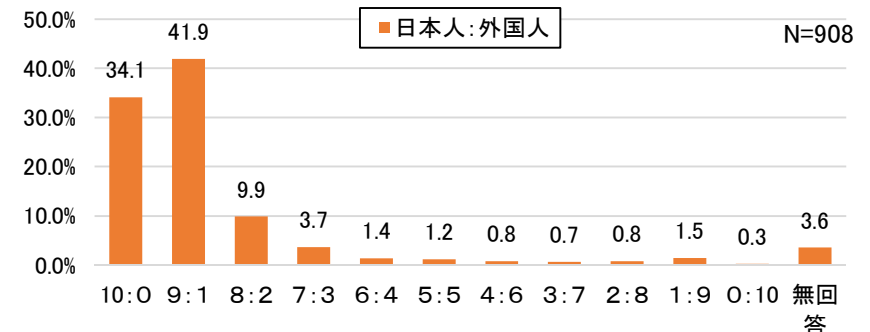
■ 旅行者1人の1泊2食付きの平均宿泊単価 (SA)



■ 旅行者の団体客・個人客の比率 (SA)



■ 旅行者の日本人・外国人の比率 (SA)

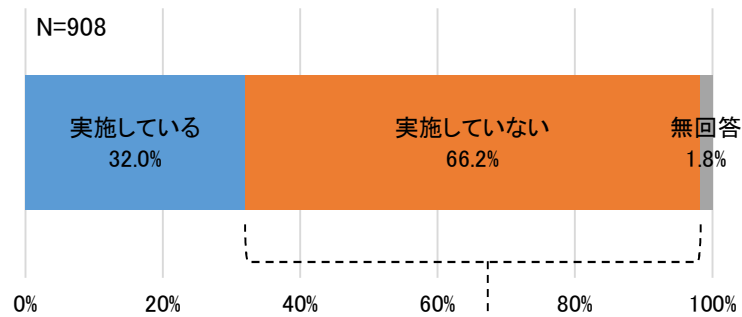


調査結果概要 (2) 宿泊施設へのアンケート調査

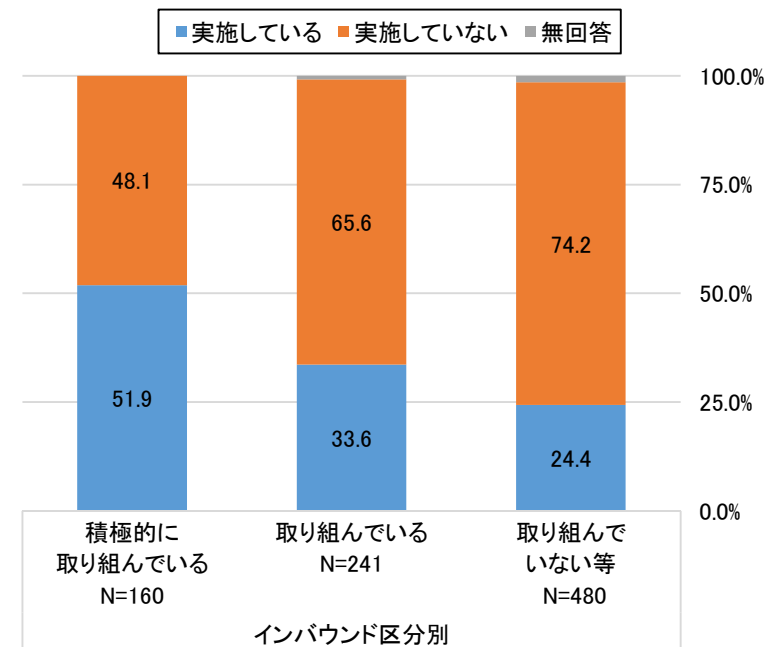
2) 泊食分離について-1

- 泊食分離を実施している割合は **32.0%**。実施していないが今後取り組みたい意向は **20.6%**となっている。
- インバウンドに「積極的に取り組んでいる」ところでは泊食分離を「実施している」が **51.9%**と約半数を占めており、インバウンドに取り組んでいるところほど泊食分離を実施している割合が高い。

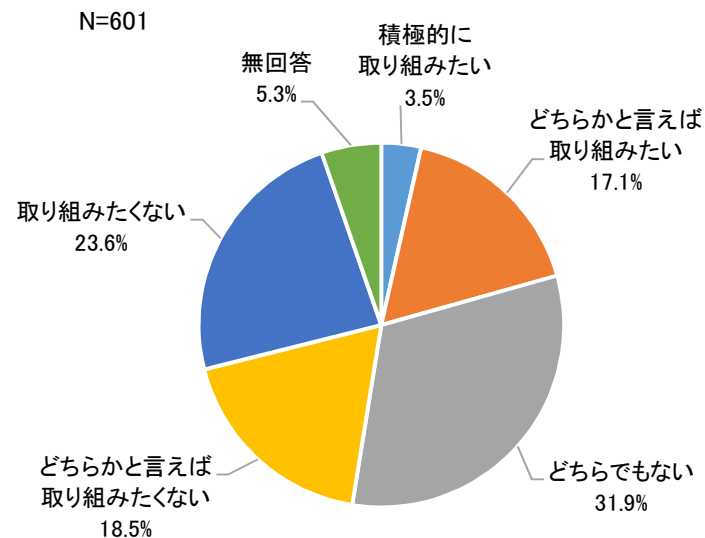
■ 泊食分離を実施しているか (SA)



■ インバウンドの取り組み状況別の泊食分離の実施状況 (SA)



■ 今後、泊食分離に取り組みたいと思うか (SA)

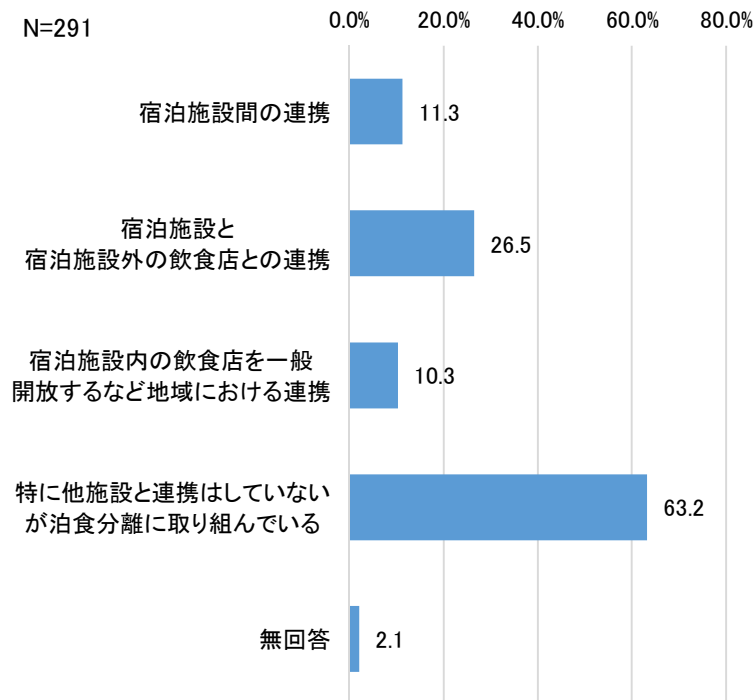


調査結果概要 (2) 宿泊施設へのアンケート調査

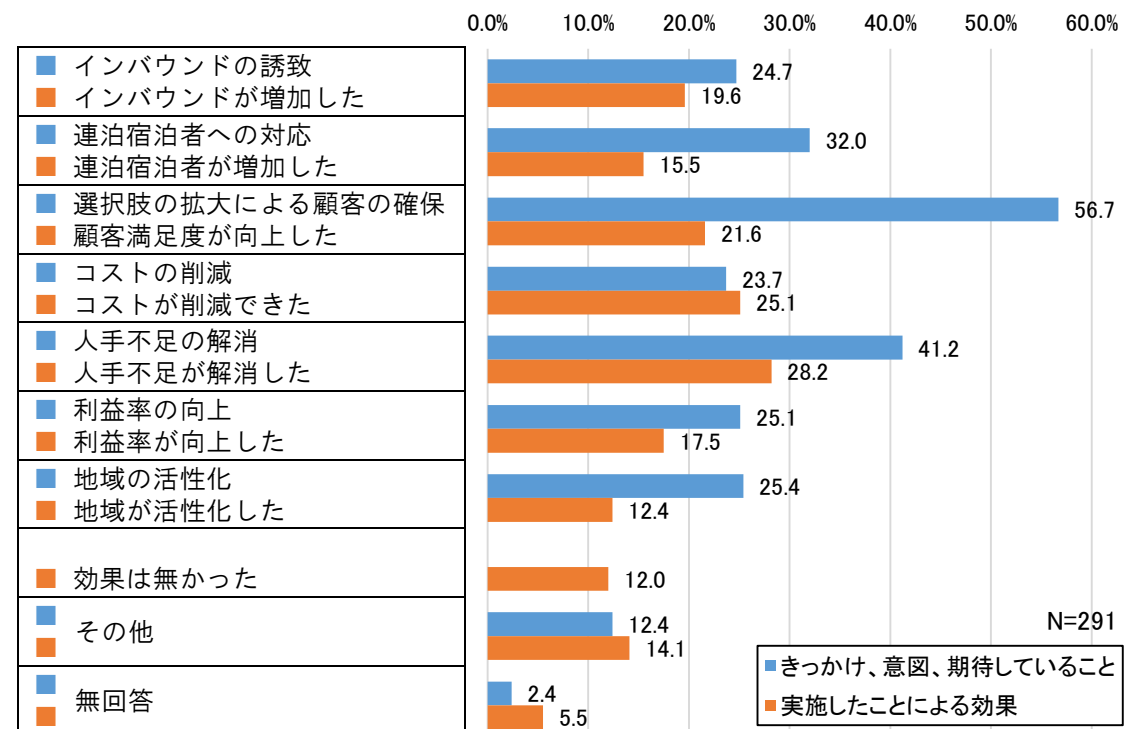
2) 泊食分離について-2

- 泊食分離にあたっての連携としては、「特に他施設と連携はしていないが泊食分離に取り組んでいる」が63.2%、「**宿泊施設と宿泊施設外の飲食店との連携**」が26.5%で高い。
- 泊食分離を実施したことによる効果として「**人手不足が解消した**」が28.2%、「**コストが削減できた**」が25.1%と高い。また、「**顧客満足度が向上した**」が21.6%と一定の効果を上げている。

■ 泊食分離にあたり、どのような連携を図っているか (MA)



■ 泊食分離を実施したきっかけや導入の意図、期待していること 泊食分離を実施したことによる効果 (MA)

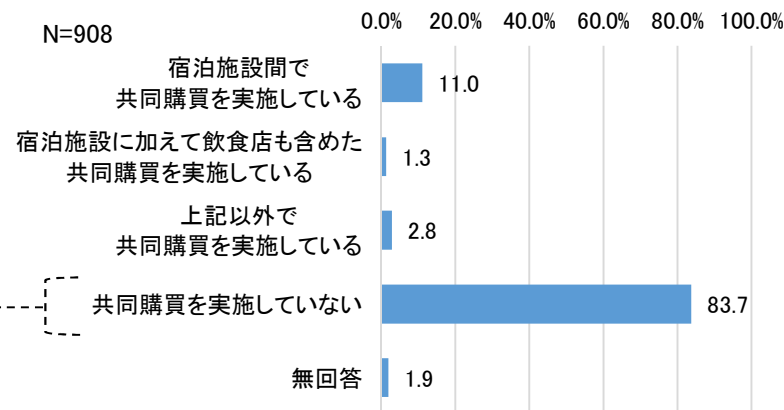


調査結果概要 (2) 宿泊施設へのアンケート調査

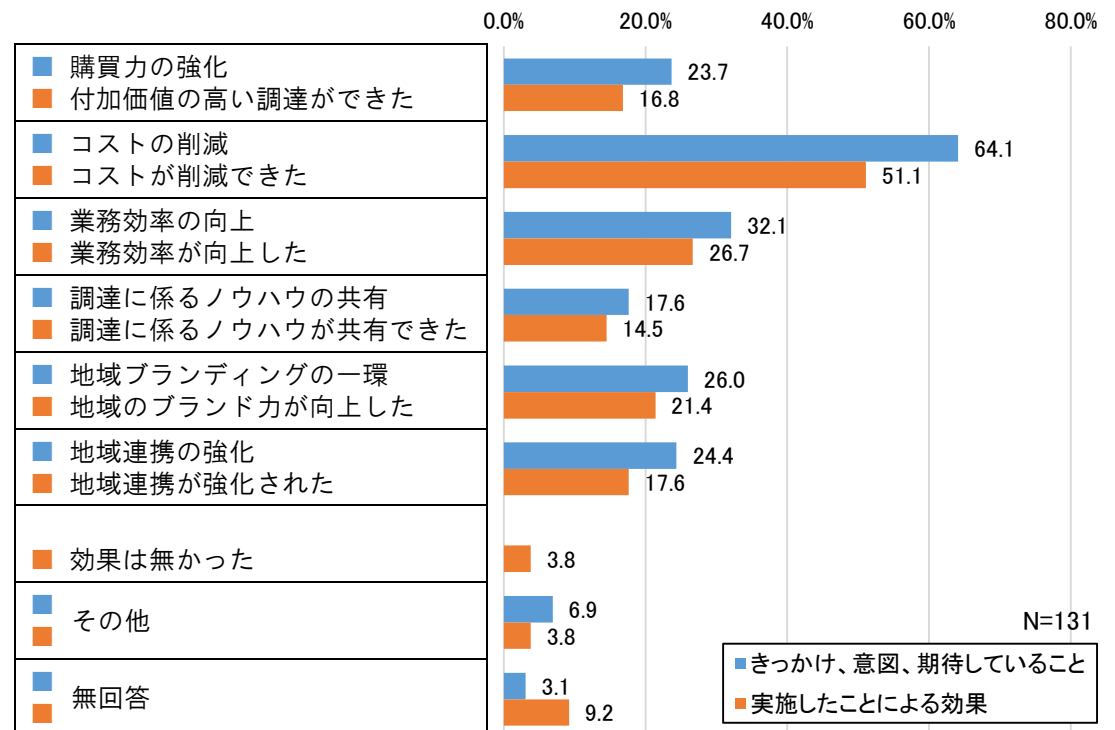
3) 共同購買について

- 共同購買を実施している割合は延べ 15.1%。実施していないが今後取り組みたい意向は 15.8%となっている。
- 共同購買を実施したことによる効果として「コストが削減できた」が 51.1%、「業務効率が向上した」が 26.7%と高い。また、「地域のブランド力が向上した」が 21.4%と一定の効果을 上げている。

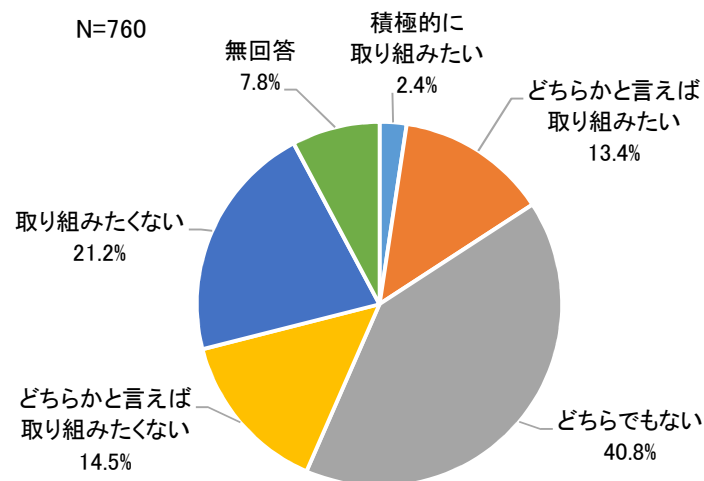
■ 共同購買を実施しているか (MA)



■ 共同購買を実施したきっかけや導入の意図、期待していること 共同購買を実施したことによる効果 (MA)



▶ 今後、共同購買に取り組むか (SA)

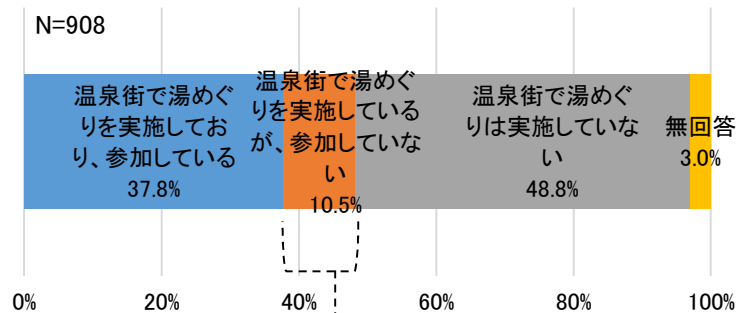


調査結果概要 (2) 宿泊施設へのアンケート調査

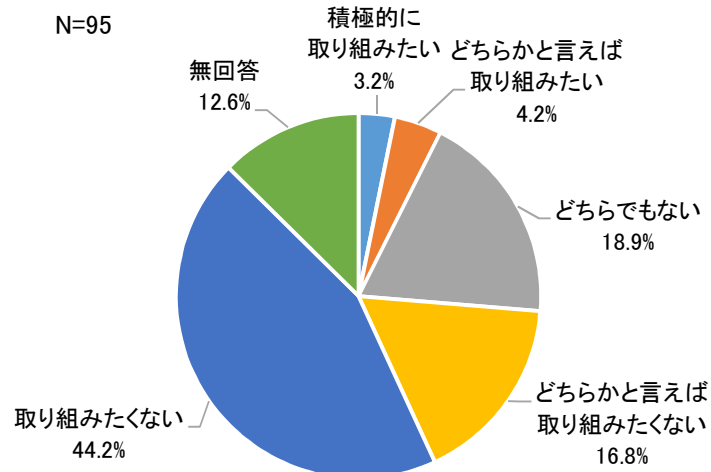
4) 湯めぐりについて-1

- 湯めぐりに参加している割合は37.8%。参加していないが今後取り組みたい意向は7.4%となっている。
- 湯めぐりの取り組み内容は、「宿泊客を対象とした湯めぐり」が69.6%、「日帰り客を対象とした湯めぐり」が54.1%と高い。

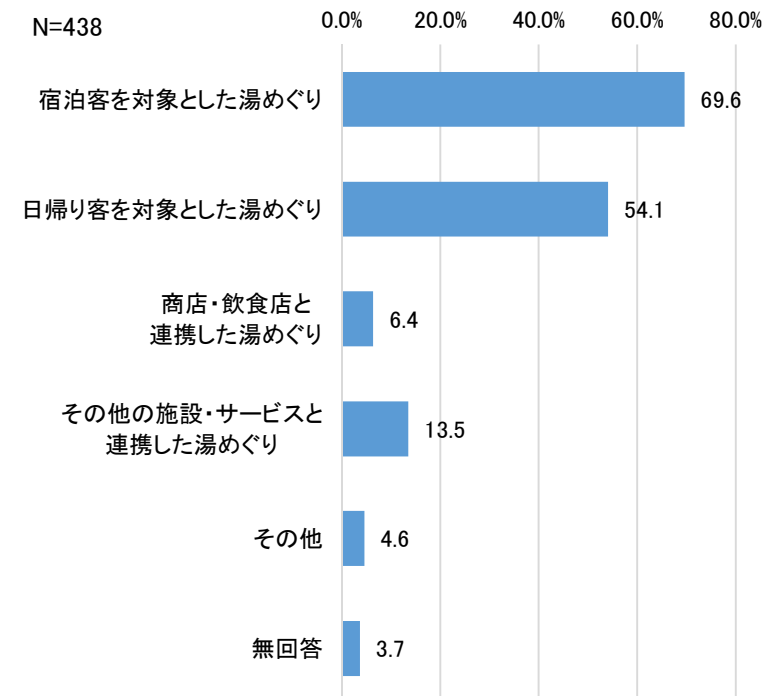
■湯めぐりを実施しているか (SA)



■今後、湯めぐりに取り組みたいと思うか (SA)



■どのような湯めぐりを実施しているか (MA)

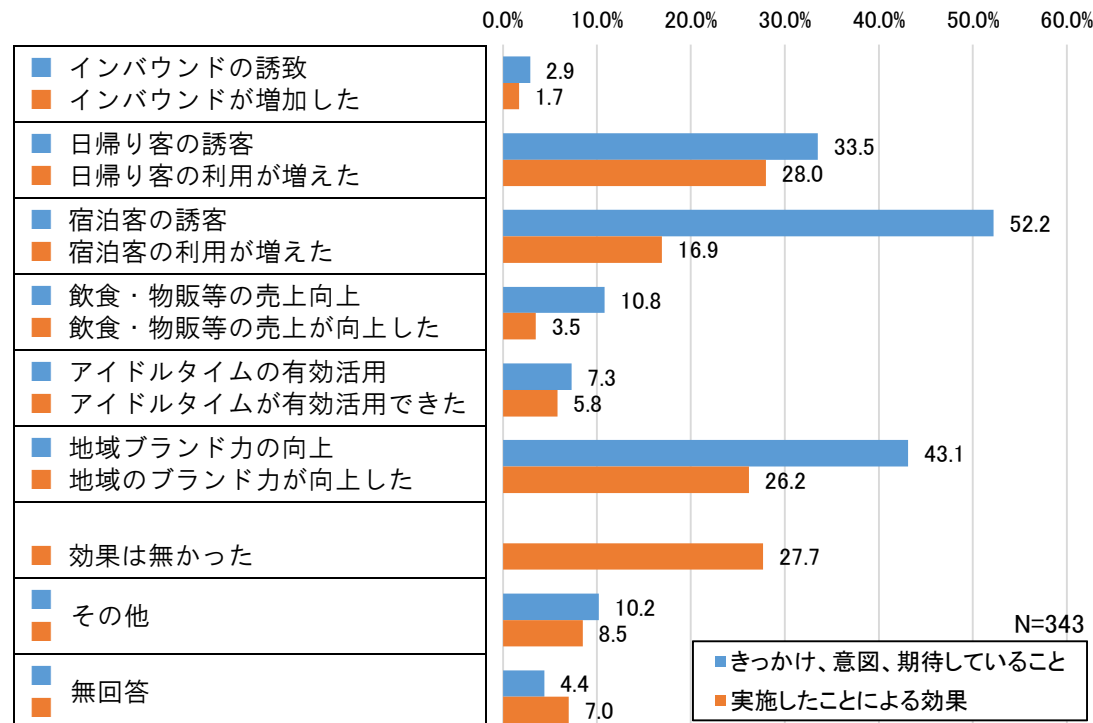


調査結果概要 (2) 宿泊施設へのアンケート調査

4) 湯めぐりについて-2

●湯めぐりを実施したことによる効果として「日帰り客の利用が増えた」が28.0%、「効果は無かった」が27.7%、「地域のブランド力が向上した」が26.2%と高い。また、「宿泊客の利用が増えた」が16.9%と一定の効果を上げている。

■湯めぐりを実施したきっかけや導入の意図、期待していること 湯めぐりを実施したことによる効果 (MA)



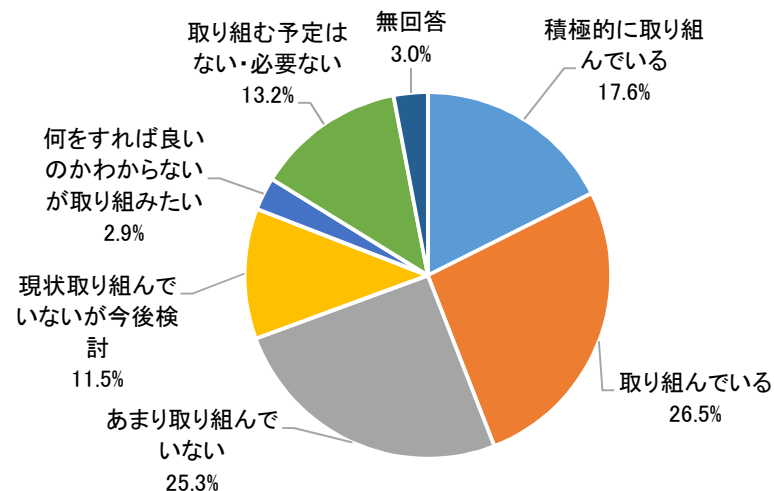
調査結果概要 (2) 宿泊施設へのアンケート調査

5) 外国人旅行者の集客について

- 外国人旅行者の集客に取り組んでいる割合は 44.1%。取り組む意向がある割合は 14.4%。
- 外国人を受け入れたことにより、「集客の増加や外国からの認知度の向上」、「外国人客の受け入れ体制が進んだ」などが良かった点に上がった一方、「外国語・外国文化への対応」、「利用客のマナーの問題とそれに伴う日本人客の減少」などが不安な点が上がっている。

■外国人旅行者の集客に対して、どの程度取り組んでいるか (SA)

N=908



■外国人を受け入れて良かった点と、不安な点 (記入回答)

良かった点 (抜粋)	<ul style="list-style-type: none"> ●平日・オフ期の集客が増えた (販路拡大・売り上げ増加) ●受け入れ体制が進んだ (国際交流、言語対応、スタッフ育成) ●日本の文化や環境にふれて喜んで頂けた ●SNS等を通じた認知度の向上、地域のPRにつながった ●日本人客の減少を補ってくれた ●ツアー客 (団体) の利用が増加した ●付帯のサービスの利用が増えた (単価が高い) ●思ったよりマナーが良い、マナーが良くなってきている ●リピーターができた
不安な点 (抜粋)	<ul style="list-style-type: none"> ●外国語対応 (案内表示、スタッフのスキル) ●マナーが守られない (浴場の使い方、備品の持ち帰り、ゴミ) ●予約時、チェックイン・アウト、ノーショーなどのトラブル ●日本人客からの印象、クレーム、客離れ ●文化、慣習の違いへの対応 (食事制限など) ●利用増加に結びついていない ●単価が安い (部屋単価、レストラン、売店の売上の減少) ●事故、急病、災害時などの緊急時の対応