

【概要資料】

旅館ブランドに関する調査研究

～旅館経営者の外国人旅行者受入の実態と

外国人宿泊客から見た「Ryokan」～

平成26年10月20日

国土交通省 国土交通政策研究所

Copyright © 2014 Policy Research Institute for Land, Infrastructure, Transport and Tourism All Rights Reserved.

1. 調査研究の概要

1

<背景と目的>

外国人旅行者の増加に伴い、地域への誘客が課題とされる中で、日本の観光資源の一つである旅館は、今後インバウンド観光の有力な担い手としての役割が期待されている。より効果的に海外に旅館を発信していくためには「旅館の魅力とは何か」を明らかにし、海外にどのように発信を行っていくべきか議論を深めると共に旅館経営者の受入意識を向上させる必要がある。

本調査研究は、全旅連青年部※、三菱総合研究所、有識者等と共に、平成25年9月より「旅館ブランド研究会」を有志で立ち上げ、①外国人旅行者にとって「旅館の魅力とは何か」の検討、②海外に向けた旅館の発信に関する現状と課題の把握、③旅館における外国人旅行者受入に関する取組みの実態把握を目的としたものである。

<当資料について>

当資料は、研究所報「旅館ブランドに関する調査研究」の概要資料であり、より詳細な分析については本編参照のこと。

※全旅連青年部：全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会青年部は、未来の宿泊産業を支える人材を育成する目的のために設立された、47都道府県の組合青年部が加盟する組織。

Copyright © 2014 Policy Research Institute for Land, Infrastructure, Transport and Tourism All Rights Reserved.

(1) 「旅館の魅力とは何か？」についての議論、整理

そもそも「旅館の魅力とは何か」について解明し、関係者がインバウンドを進めるにあたって、自らの訴求点、強みや弱みを共有し、効果的な取組みを進めていくことが必要との認識のもと、議論を行い、その内容を整理した。

(2) 仮説設定

日本の多様な宿泊施設 (ホテルとの違い)	日本には、ホテルやホステルのほかに、歴史文化に根ざした旅館(RYOKAN)という宿泊施設があり、自宅にいるような安心とくつろぎを旅人に提供してきました。
旅館とは？ (旅館に共通すること)	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 旅館は、みなさんにとっての日本での家です。 ❖ 日本の家では、四季折々の風情を和の空間や和食で楽しみ、お風呂にゆったりと入り、安心してくつろいで頂くことができます。 ❖ 旅館は地域ごとの生活文化(衣食住)を体現しており、日本の豊かな地域性も堪能できる場です。 ❖ 日本の旅館は、スタッフ全員が、みなさんを家族の一員としてお迎えします。
個々の旅館におけるバリエーション	<ul style="list-style-type: none"> ❖ 家がそれぞれ個性的なように、旅館ごとに、施設内容、食事や入浴、過ごし方の決まり事が異なります。 ❖ 私達日本人も、旅館ごとの違いを楽しんで滞在しています。

魅力の要素をアンケート項目にも反映

(3) アンケート調査による検証

①旅館経営者アンケート
実施期間：2013年12月19日～2014年1月7日
回収件数：325件

②外国人宿泊客アンケート
実施期間：2014年2月1日～28日
回収件数：549件

(4) 分析及びまとめ

- ①外国人旅行者にとって「旅館の魅力とは何か」
- ②海外に向けた旅館の発信に関する現状と課題の把握
- ③旅館における外国人旅行者受入に関する取組みの実態把握

図 旅館の魅力の仮説

「旅館の魅力とは何か」について議論を行った結果、旅館の魅力、アピールポイントなどの仮説を設定。

3-①約4割の旅館で外国人旅行者集客への取組みを行っている

- 外国人旅行者の集客について「積極的に取り組んでいる」「取り組んでいる」と回答した旅館は、合計で約4割（42.1%）であった。
- 「取り組んでいないが今後検討」「取り組みたいが何をすれば良いかわからない」と回答した旅館も合計で約3割（29.6%）を占めている。

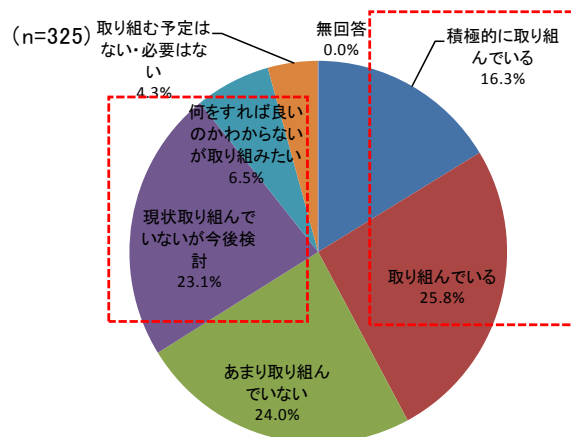


図 外国人旅行者集客への取組状況(旅館経営者)

3-② 宿泊規模別外国人旅行者集客の取組み状況

- 規模が大きい旅館ほど、外国人旅行者の集客に「取り組んでいる」と回答している。
- 部屋数50室以上の旅館では、半数以上が外国人旅行者集客に「取り組んでいる」と回答している。

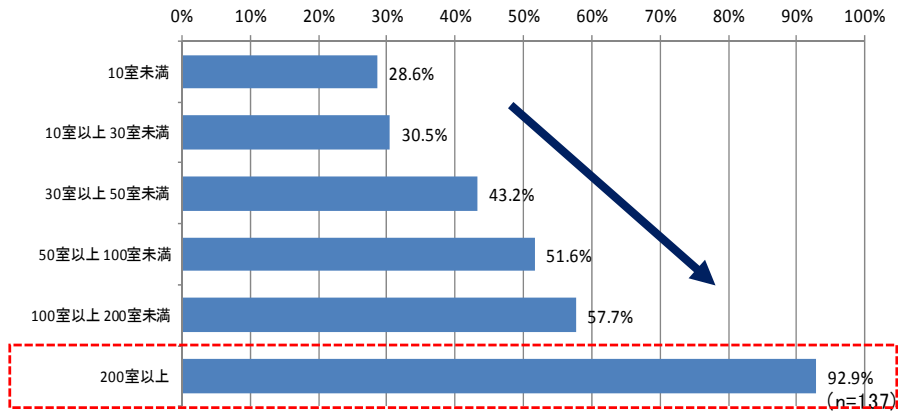


図 外国人旅行者の集客に取り組んでいる旅館(施設規模別割合)

3-③ 宿泊客全体に対する外国人宿泊客の割合

- 「1%以上5%未満」と回答した旅館が全体の4割（40.9%）を占めており、外国人宿泊客の割合は比較的小さい。
- 外国人旅行者の集客に取り組んでいる旅館は10%以上30%未満と回答している割合が最も大きく、取り組んでいない旅館では1%以上5%未満が最も大きい。



- 宿泊客全体に占める外国人宿泊客の割合は、ごく一部に留まっている。

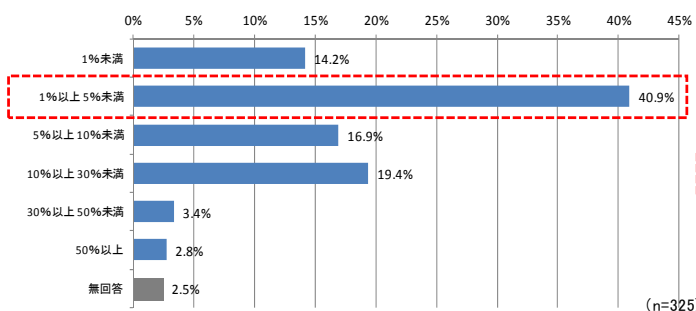


図 外国人宿泊客の割合(全体)

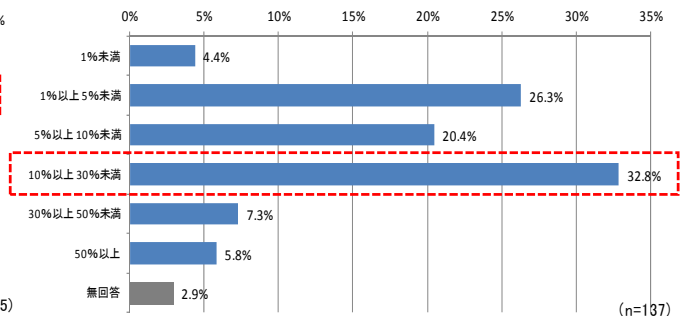


図 外国人宿泊客の割合
(外国人旅行者集客に取り組んでいる旅館)

3-④「安心してくつろげる」は、旅館経営者が考えている以上に外国人宿泊客が魅力と感じている

- 旅館経営者は、特に「和食（65.0%）」「温泉（64.9%）」「和の空間や設え（60.0%）」などを外国人に旅館の魅力として知ってもらいたいと考えている。
- 外国人宿泊客が旅館に泊まって感じたことは「和の空間や設え（65.8%）」「安心してくつろげる（60.3%）」「和食（59.7%）」の順で回答が多い。

○ 旅館経営者と外国人宿泊客が旅館の魅力として捉えている点は、概ね共通しているものの、「安心してくつろげる」という点においては、旅館経営者が考えている以上に外国人旅行者が感じている旅館の魅力と考えられる。

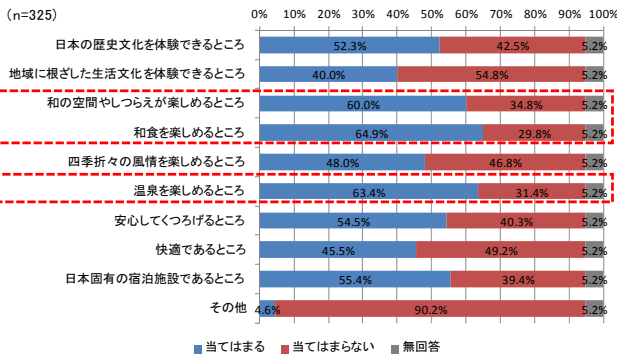


図 旅館がどのようなところだと思ってもらいたい (旅館経営者)

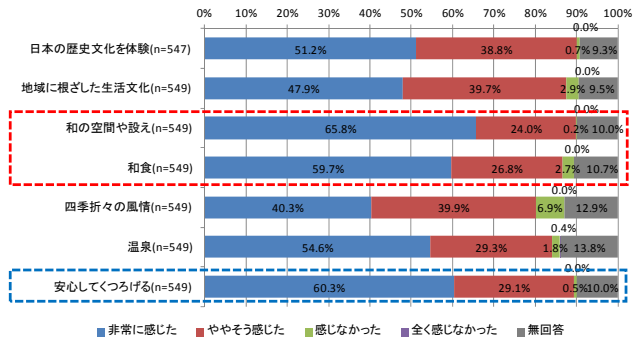


図 旅館に泊まって感じたこと (外国人宿泊客)

3-⑤アジアは「温泉」、欧米豪は「和室・日本建築」に関心が高い

- 地域別 (アジア・欧米豪) に見ると、宿泊先を旅館に選んだ理由として、アジアは「温泉に入りたかったため」(61.2%)、欧米豪は「施設 (和室・日本式建築等) に興味があったため」(72.5%) が最も回答割合が大きい。

○ 地域 (アジア・欧米豪) によって、宿泊先を旅館にした理由は大きく異なる。

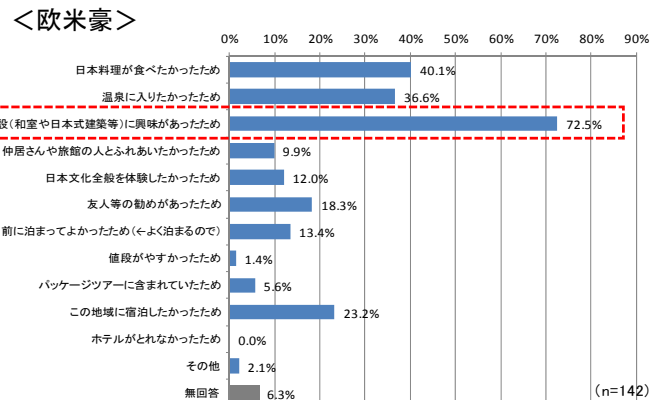
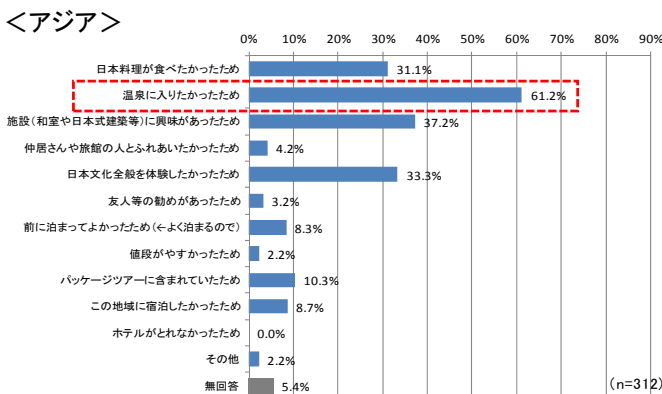


図 宿泊先を旅館にした理由 (地域別・外国人宿泊客)

3-⑥宿泊経験が豊富な外国人宿泊客ほど「温泉」に関心が高い

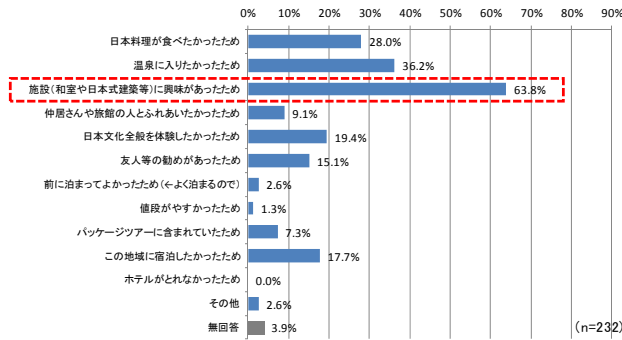
○ 宿泊経験別に旅館を選んだ理由をみると、宿泊が初めての外国人宿泊客は「施設（和室や日本式建築等）に興味があったため」（63.8%）、宿泊が5回目以上になると「温泉に入りたかったため」（78.2%）が最も回答割合が大きい。



○ 地域（アジア・欧米豪）に加え、宿泊経験によっても宿泊先に旅館を選んだ理由は異なる。

○ 対象国や宿泊経験などに合わせた旅館の魅力の発信をしていくことが必要である。

<宿泊が初めて>



<宿泊経験5回以上>

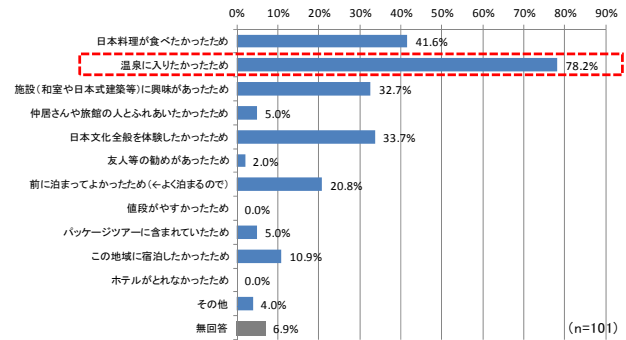


図 宿泊先に旅館を選んだ理由（宿泊経験別・外国人宿泊客）

Copyright © 2014 Policy Research Institute for Land, Infrastructure, Transport and Tourism All Rights Reserved.

3-⑦旅館経営者は「営業面の充実」「言語対応」を課題や不安要素と感じている傾向がみられる

○ 外国人旅行者の集客について「現在取り組んでいないが今後検討」「取り組みたいが何をすれば良いかわからない」と回答のあったアンケート調査票の自由回答欄への記述から「営業面の充実」「言語対応」などを旅館経営者が主な課題として捉えている傾向がみられた。また、「地域としての取り組みが必要」といった回答もみられた。

自由回答の内訳（旅館経営者）

「現状取り組んでいないが今後検討」と回答した旅館経営者（n=59）

- ・ 言語対応（言葉の問題が不安、体制が整っていない）（回答数12）
- ・ 営業、HP（HPによる取組みを強化したい、日本文化を発信したい）（回答数7）
- ・ 国内需要が停滞、国内マーケットは縮小していきと考えている（回答数5）
- ・ 外国人のニーズが、もともと少ない（回答数3）
- ・ 地域としての取り組みが必要（回答数2）

「何をすれば良いのかわからないが取り組みたい」と回答した旅館経営者（n=17）

- ・ 言語対応（言葉の問題が不安、体制が整っていない）（回答数12）
- ・ 営業、HP（HPによる取組みを強化したい、日本文化を発信したい）（回答数7）
- ・ 国内需要が停滞、国内マーケットは縮小していきと考えている（回答数5）
- ・ 外国人のニーズが、もともと少ない（回答数3）
- ・ 地域としての取り組みが必要（回答数2）

3-⑧言葉が通じないことが不自由につながっている訳ではないと考えられる 10

○ 旅館への滞在中に言葉が通じなかったと回答した外国人宿泊客は、全体の33.7%存在するが、不自由を感じたと回答した割合は22.8%となっている。

○ 必ずしも言葉の問題が不自由につながっている訳ではないと考えられる。

＜旅館滞在中に不自由を感じたか＞
(n=548)

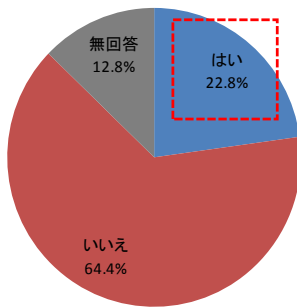


図 旅館滞在中に不自由を感じたか(外国人宿泊客)

＜旅館で言葉は通じたか＞
(n=549)

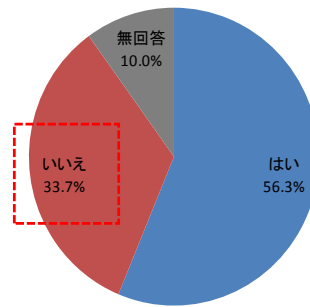


図 旅館で言葉は通じたか(外国人宿泊客)

Copyright © 2014 Policy Research Institute for Land, Infrastructure, Transport and Tourism All Rights Reserved.

3-⑨外国人旅行者の集客に取り組んでいる旅館における受入れに関する工夫 11

○ 外国人旅行者の集客に取り組んでいる旅館では、外国人宿泊客に対して特別に行っているサービスとして「言語対応」や「食事面での配慮」などを実施している。

○ 外国人旅行者の集客に取り組んでいる旅館では「言語対応した案内を作成」「食事の献立の工夫」などの取組みを積み重ねて受入を実現している。

＜外国人旅行者の集客に取り組んでいる旅館＞
(n=137)

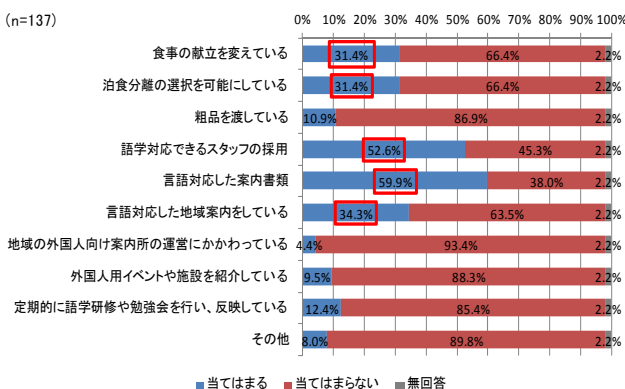
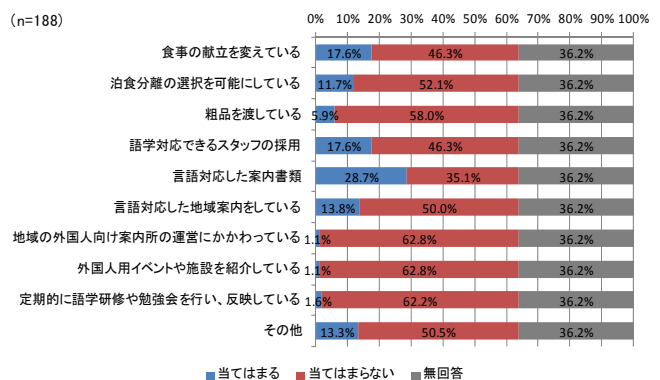


図 外国人宿泊客に対し特別に行っているサービスや対応(旅館経営者)

＜外国人旅行者の集客に取り組んでいない旅館＞
(n=188)



Copyright © 2014 Policy Research Institute for Land, Infrastructure, Transport and Tourism All Rights Reserved.