



京都市旅館稼働実態調査（2019年）

公益社団法人 京都市観光協会（DMO KYOTO）

公益財団法人 京都文化交流コンベンションビューロー

調査結果のポイント

京都市内の旅館の年間稼働率は 67.6%と全国や京都府の水準を大きく上回る (P10~12)

- ・京都市内 108 旅館における 2019 年の客室稼働率は 67.6%と、全国平均 (38.8%) や京都府平均 (40.8%) を大きく上回った。
- ・市内旅館の客室稼働率は、市内主要ホテル (82.3%) より 10%程度低い水準となった。しかしながら、2015 年の前回調査における稼働率 (70.1%) からの減少幅は 2.5 ポイントであり、ホテルにおける減少幅 7.0 ポイント (89.3%から 82.3%に減少) と比べると変動が小さい。市内宿泊施設の増加などに伴い、競争環境が厳しくなっている中で、旅館はホテルと比べると市場変化の影響を受けにくく、安定した需要に支えられていることが示唆された。
- ・一方で、年間の稼働率が 8 割を超える施設の割合は 21.2% (前回調査から 15.1 ポイント減) となっており、高稼働を維持することが難しくなっている状況が伺える。
- ・旅館の最繁忙期は桜シーズンの 4 月 (81.2%) であり、紅葉シーズンの 11 月 (79.7%) が次ぐ結果となった。反対に 1 月 (47.7%)、2 月 (51.8%)、7 月 (55.9%) は、特に稼働率が低くなった。

外国人比率は 34.0%となり、3 分の 1 の施設が外国人による利用を主体に (P10~12)

- ・市内旅館の外国人比率は 2015 年を 4.8 ポイント上回る 34.0%となった。京都府 (14.3%) や全国 (8.8%) の外国人比率も大きく上回り、宿泊客の約 3 人に 1 人が外国人という結果になった。また、全体の 1/3 程度の施設 (35.8%) では、集客の 6 割以上を外国人客が占めており、京都の旅館にとって、インバウンド市場の存在感が強まっている。
- ・市内主要ホテルの外国人比率との差は、2015 年時点は 5.6 ポイントだったが、2019 年には 12.9 ポイント (市内主要ホテルの外国人比率 : 2015 年 34.8%、2019 年 46.9%) まで拡大しており、成長を続けるインバウンド需要が、旅館よりもホテルに多く流れていることが考えられる。

修学旅行者の比率は約 3 割に達し、他の客層とは異なる季節トレンドを示す (P10~12)

- ・市内旅館の宿泊者に占める修学旅行者の比率は 26.7%となった。一方で、修学旅行者の受入を行う施設の割合は 35.8%と偏っており、一部の旅館においては、修学旅行者の重要性が極めて高くなっていることが示唆された。
- ・修学旅行者の割合は、5 月、6 月、10 月が多く、一般の観光客が多い時期とは重ならないことから、宿泊需要の年間を通じた平準化に貢献していると考えられる。

過半数の施設で売上は前年よりも減少。旅館を取り巻く状況は2015年から大きく変化

(P13)

- ・約3割の施設にて客室単価が、約5割の施設にて客室稼働率が、前年よりも低下している。こうした背景のもと、全体の54.1%の施設が、「前年よりも売上が減少している」と回答する結果となった。
- ・一方で、2015年の調査では「売上が減少した」と回答した施設は9.1%に留まっている。京都における宿泊需要は日本人客、外国人客共に伸長を続けた4年間であったが、市内の宿泊施設が増えたこと等により、集客減、売上減に直面する旅館の割合が増加している。

旅館に宿泊する外国人客の割合は中国が1位だが、フランスや韓国が大きな存在感を示す

(P15)

- ・市内旅館における外国人宿泊客の構成比は中国が1位(35.8%)となり、アメリカ(11.7%)、台湾(7.2%)、フランス(6.9%)、韓国(6.2%)が次ぐ結果となった。特に、韓国とフランスは、旅館における構成比が、市内主要ホテルにおける構成比よりも2倍以上高くなっており、旅館に宿泊する京都観光のスタイルが比較的受け入れられていると考えられる。
- ・2015年の調査と比較すると、旅館における中国の構成比が約5ポイント低下している。一方で、市内主要ホテルにおける中国の構成比は11.5ポイント増加(2015年:19.3%、2019年:30.8%)している。京都市内において中国市場の存在感が強くなる中、旅館においては、中国に照準を合わせずに幅広い国、地域の宿泊需要を取り込んできた施設が多いことが考えられる。

外国人客の旅館での平均泊数は2.05泊となり、日本人(1.22泊)の約2倍に(P16)

- ・一般の日本人客は7割以上(74.2%)が1泊2日となっており、土日を利用した旅行などのシーンで利用されることが多いことが伺える。一方で、外国人客においては、2泊(40.7%)、3泊(39.6%)がボリュームゾーンとなっている。この結果、平均宿泊日数は外国人で2.05泊、日本人で1.22泊となり、外国人客は日本人客と比較して約2倍近くの宿泊日数となった。
- ・外国人客、日本人客ともに平均泊数は、市内主要ホテル(外国人2.26泊、日本人1.55泊)よりも少ない泊数となっている。
- ・修学旅行者の宿泊日数は、一般の日本人客よりも長くなる結果となった。

約 8 割の施設が主体的に外国人客の獲得に取組。デジタル技術の活用を進める施設も (P17~20)

- ・外国人客の獲得に向けた取組については、2015 年を上回る約 4 割の施設が「積極的に取り組んでいる」と回答し、「取り組んでいる」と回答した施設もあわせると、全体の約 8 割に達した。
- ・外国人客の集客経路としては、海外 OTA*1 サイトを活用する割合が大幅に増加している。また、外国人向けの宣伝広告では、2015 年と比較して「自社ホームページ」を活用している割合は下がったものの、「SNS」や「オンラインのロコミ対策」「Google マイビジネスの活用」*2 等、幅広いツールが積極的に使用されており、デジタル技術の活用が進んでいることが示唆された。

*1・・・OTA（オンライントラベルエージェント）：インターネットだけで取引を行う旅行会社

*2・・・オンラインのロコミ対策、Google マイビジネスの活用は 2015 年調査では聞いていない

インバウンド受入環境は 4 年間で大きく改善され、受入トラブルも大幅に減少 (P23~25)

- ・キャッシュレス決済の導入、Wi-Fi 対応、外国語対応が出来るスタッフの採用、ベジタリアン対応等の項目で、インバウンドの受入環境整備を行っている施設の割合は、2015 年と比較して大きく増加している。
- ・これに伴い、インバウンドの受入によって発生したトラブルや問題点についても、2015 年と比較して大幅な減少が見られた。トラブルの発生状況を日本人客と比較すると、「ノーショー（No Show）の発生」に限っては外国人のほうが 10 ポイント程度多くなったものの、殆どの項目において、日本人と同様の結果となった。
- ・約 8 割の施設が、外国人客の獲得に向けた取組を進めている中で、京都の旅館における外国人受入体制や受入の経験が着実に蓄積していることが考えられる。

集客減にとどまらず、運営経費増、従業員採用など旅館が抱える課題は非常に多様 (P26~27)

- ・旅館経営における課題としては、市内宿泊施設の増加等の影響による集客難についての課題を掲げる施設が最も多く、全施設の 36.5%となった。また、施設数の増加に起因する内部的な課題として、従業員の採用（30.2%）や運営経費の増加（29.2%）等に直面している施設も多い。
- ・一方で、設備の老朽化（30.2%）や後継者問題（11.5%）等、歴史ある施設をどのように維持していくのかということ課題としている旅館も多く存在している。
- ・また、働き方改革（28.1%）や離職率（13.5%）等、採用した従業員の働き方についても、多くの旅館が課題を感じており、休業日の設定や労働時間を把握する仕組みの導入等、解決に向けた様々な取組が進行していることが明らかになった。

目次

1	旅館の基本情報	7
2	従業員情報.....	8
3	客室稼働率・外国人比率（客室数に応じた加重平均）	10
4	経営状況の推移 *前年(2018年)との比較	13
5	売上の内訳と宿泊客の食事の有無（客室数に応じた加重平均）	14
6	外国人宿泊客の国・地域別構成比（客室数に応じた加重平均）	15
7	平均泊数（客室数に応じた加重平均）	16
8	インバウンド取組意欲.....	17
9	集客（予約）経路.....	18
10	宣伝広告	20
11	客室の在庫管理について.....	21
12	キャッシュレス決済対応.....	23
13	外国人受入対応について.....	24
14	休業日数	26
15	経営について	27
16	旅館規模別の分析.....	29
17	価格帯別の分析	32

調査概要

1. 目的

当協会では、外国人観光客の増加を背景とした外国人宿泊状況等の推移をタイムリーに把握できるよう、平成26年（2014年）4月以降、京都市内の主なホテルの協力を得て、国・地域別の調査を毎月実施している（データ月報）。 ※全国で唯一の取組（京都市観光協会調べ）

一方、データ月報は主に「ホテル」を対象とした調査であり、「旅館」における外国人観光客の動向・現状の課題抽出等は調査・分析が進んでいない。そこで、本調査では、「旅館」を対象にした調査を行い、今後の観光客の受入環境整備の推進に向けた基礎資料として広く活用することを目的として、京都市内の旅館に対してアンケート調査を実施した。

尚、現在、新型コロナウイルス感染症の感染拡大により、京都市内の宿泊客数が減少しているが、本調査は同感染症が顕在化する前の期間を対象とした調査であり、その影響は反映されていない。

2. 調査方法

(1) 調査対象

京都市内の旅館：166軒（2020年2月末日時点）

*本調査における旅館の定義：市内の旅館業法に基づく許可施設のうち、京都府旅館ホテル生活衛生同業組合に加盟している宿泊施設。一般的に「和」を基調とした建物、設えとなっていることが多い。

(2) 対象期間

2019年1月1日～12月31日（宿泊日基準）の受け入れ状況

(3) 調査手順

調査票郵送（必要に応じ、FAX・電話・メール・訪問により調査実施）

(4) 回答施設

108軒（回答率65.1%）うち有効回答104軒

3. 集計における留意事項

- ・客室稼働率等、調査対象施設全体の平均値を算出するような集計においては、施設によって規模が異なることを鑑み、施設ごとの総客室数に応じた「加重平均」を行っている。
- ・一部の集計結果について、京都市および公益財団法人 京都文化交流コンベンションビューローが平成28年に発表した「京都市旅館稼働実態調査（調査対象期間：2015年1月～12月）」と比較することで、直近4年における旅館の稼働実態の推移について分析を行っている。
- ・市内ホテルとの比較を行う際には、京都市観光協会データ年報（2019）が対象とする市内の主要58ホテルの数値を使用する。

4. その他

本資料の数値を引用する場合は、「出典：京都市観光協会 京都市旅館稼働実態調査（2019年）」を明示してください。なお、報道・メディア媒体への掲載については、下記までお問合せください。

<本件に関する問い合わせ先>

公益社団法人京都市観光協会 担当：マーケティング課 加藤、堀江、嵯峨

TEL：075-213-0070 e-mail：marketing@kyokanko.or.jp

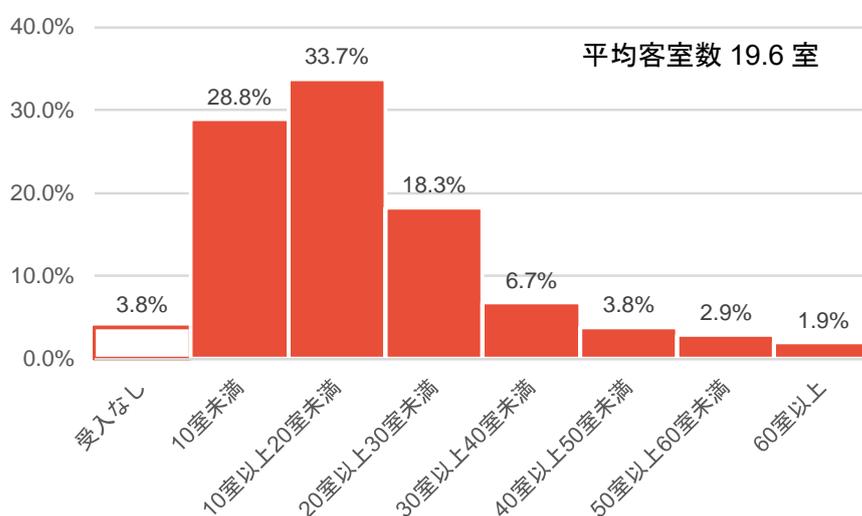
調査結果

1. 旅館の基本情報

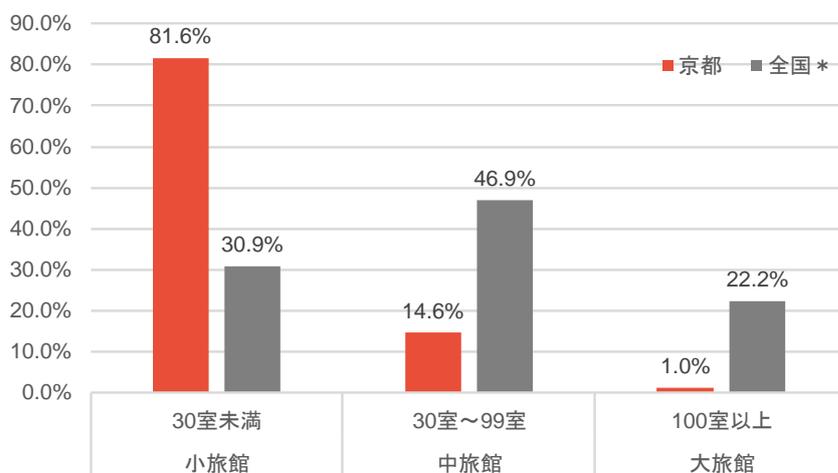
- ・京都市内旅館の平均客室数は 19.6 室。
- ・客室数 11 室以上 20 室未満 (33.7%)、10 室未満 (28.8%) がボリュームゾーンとなっており、全国と比較すると、規模の小さな旅館が占める割合が高くなる。
- ・収容人数 50 人未満の旅館が全体の半数以上 (54.5%) を占める。収容人数の平均は 67.4 人となっており、全国平均*299 人の約 2 割程度となっている。

*一般社団法人 日本旅館協会 2019 年度営業状況等統計調査 (162 全回答施設の平均値)

(1) 客室数別の市内旅館の分布 (n=104)

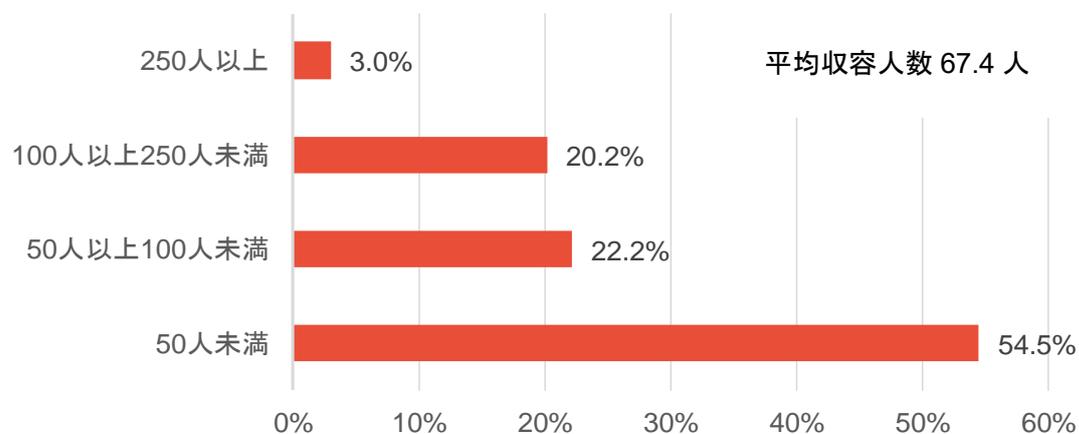


(参考) 全国との比較



* 出所：一般社団法人 日本旅館協会 2019 年度営業状況等統計調査 (162 全回答施設の内訳)

(2) 収容人数別の市内旅館の分布 (n=99)

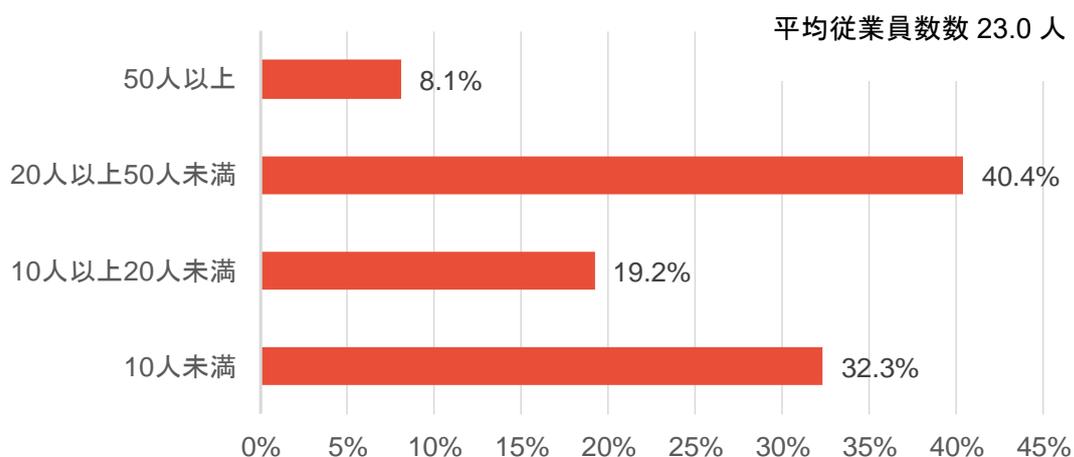


2. 従業員情報

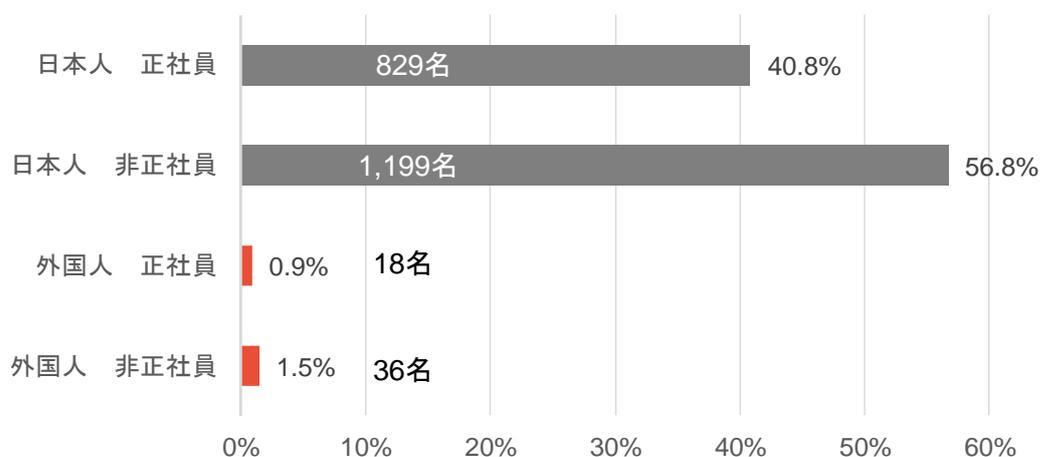
- ・市内旅館の平均従業員数は**23.0**人で、全国平均**91人***の1/4程度となっている。
- ・従業員の半数以上をパート・アルバイトなどの非正規労働者が占めている。約**25%**の旅館が外国人の採用を行っているが、外国人従業員が従業員全体に占める割合は約**2%**に留まっている。
- ・**2015**年の調査と比較すると、1施設当たりの平均従業員数は増加しており、併せて非正社員の割合も増加している。

*一般社団法人 日本旅館協会 2019年度営業状況等統計調査 (162全回答施設の平均値)

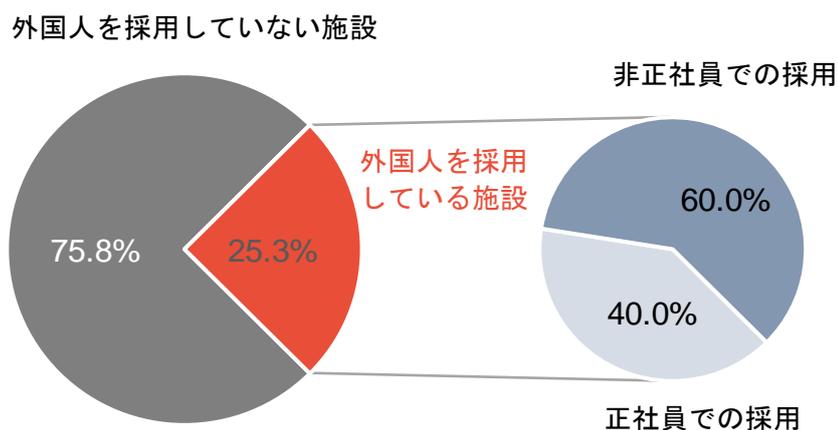
(1) 従業員数別の市内旅館の分布 (n=99)



(2) 旅館従業員の属性



(3) 外国人職員の採用状況



(4) 前回調査との比較

	2019年	2015年	前回比/前回差
1施設あたりの平均従業員数	23.0人	21.3人	108.0%
1施設あたりの正社員数	9.1人	9.8人	92.9%
	41.7%	45.9%	4.2ポイント減
1施設あたりの非正社員数	12.7人	11.5人	110.4%
	58.3%	54.1%	4.2ポイント増

3. 客室稼働率・外国人比率（客室数に応じた加重平均）

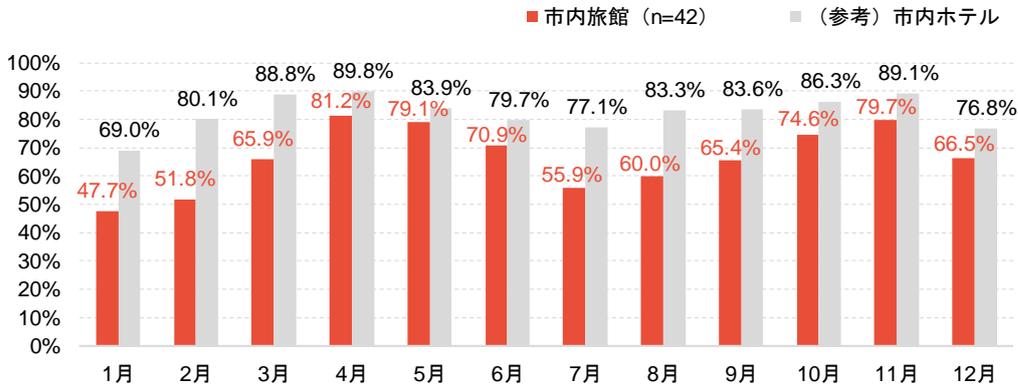
- ・2019年度における京都市内旅館の客室稼働率は67.6%となっており、全国平均（38.8%）、京都府平均（40.8%）を大きく上回っているが、4年前の調査よりも2.5ポイント低い値となった。
- ・最繁忙期は桜シーズンの4月（81.2%）であり、紅葉シーズンの11月（79.7%）が次ぐ結果となった。最閑散期は1月（47.7%）、2月（51.8%）、7月（55.9%）となり、市内58ホテルと類似した傾向が見られた。
- ・市内旅館の外国人比率は4年前よりも4.8ポイント高い34.0%となり、全国（8.8%）、京都府（14.3%）を大きく上回る一方、市内主要ホテルよりは10ポイント以上低い数値となった。外国人比率は1月、2月、7月、8月など、日本人の観光需要が特に少ない時期で高くなる傾向が見られた。一方で、修学旅行比率は5月、6月、10月で顕著に高くなり、外国人と修学旅行が補い合うような形で京都の旅館需要を維持している構造が確認された。
- ・2015年と比較すると80%を超える高稼働率を維持している旅館の割合が減少している。

(1) 客室稼働率、外国人・修学旅行生の比率

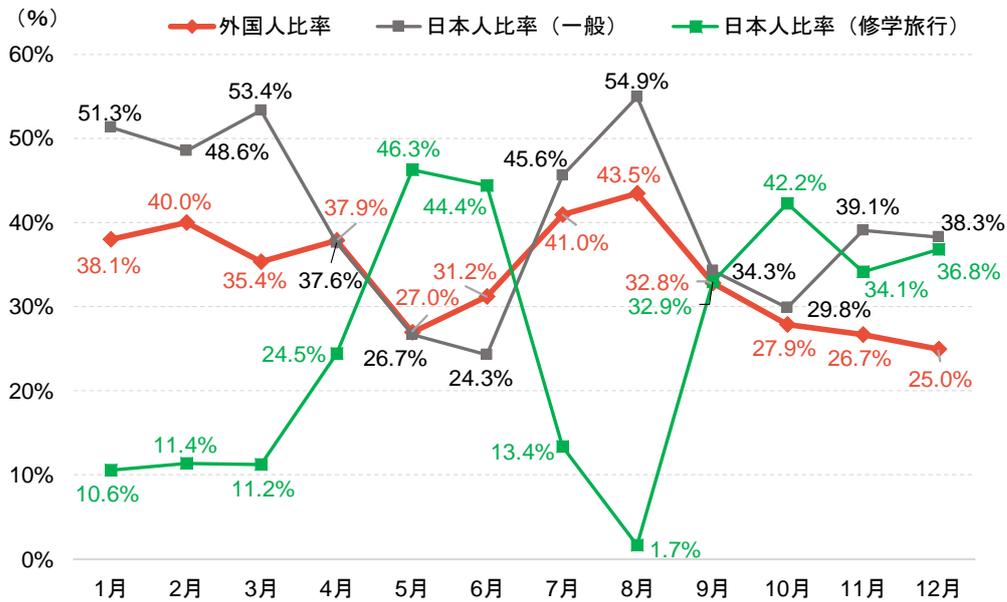
	市内旅館		市内ホテル		京都府・	全国・
	2019年	2015年	2019年	2015年	2019年	2019年
客室稼働率	67.6% (n=86)	70.1%	82.3%	89.3%	40.8%	38.8%
外国人比率	34.0% (n=90)	29.2%	46.9%	34.8%	14.3%	8.8%
日本人比率	66.0% (n=90)	70.8%	53.1%	65.2%	85.7%	91.2%
一般	39.3% (n=90)	内訳なし	内訳なし	内訳なし	内訳なし	内訳なし
修学旅行	26.7% (n=90)					

*出所 観光庁 宿泊旅行統計調査報告 平成30年

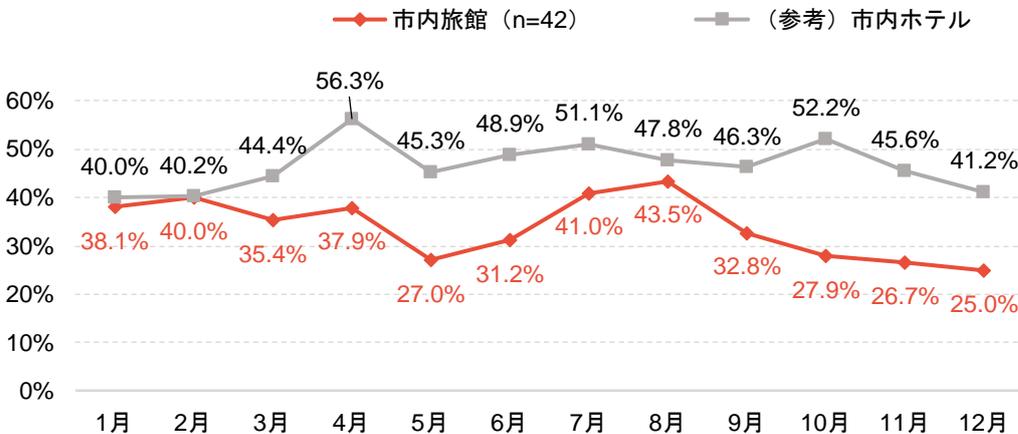
(2) 各月の客室稼働率



(3) 外国人比率・修学旅行比率 (n=42)

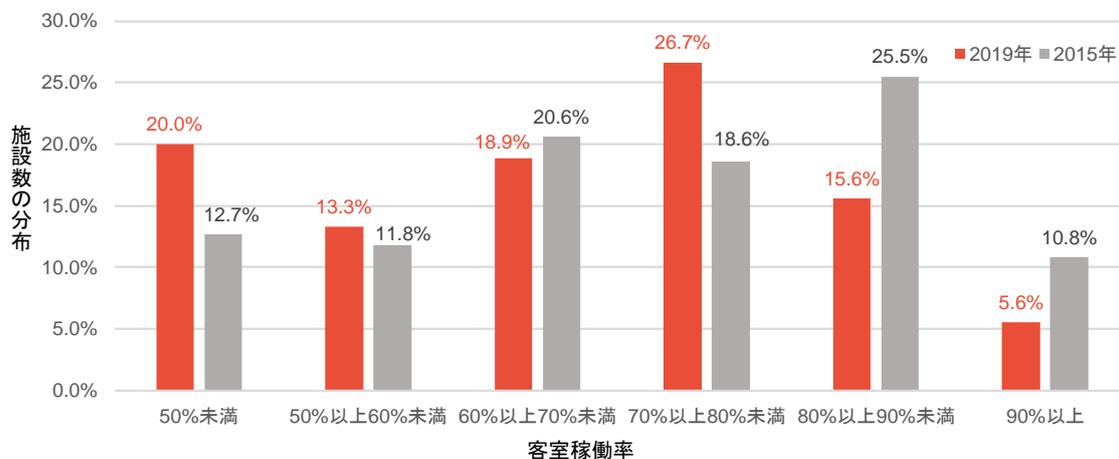


(参考) 京都市内ホテルとの外国人比率の比較

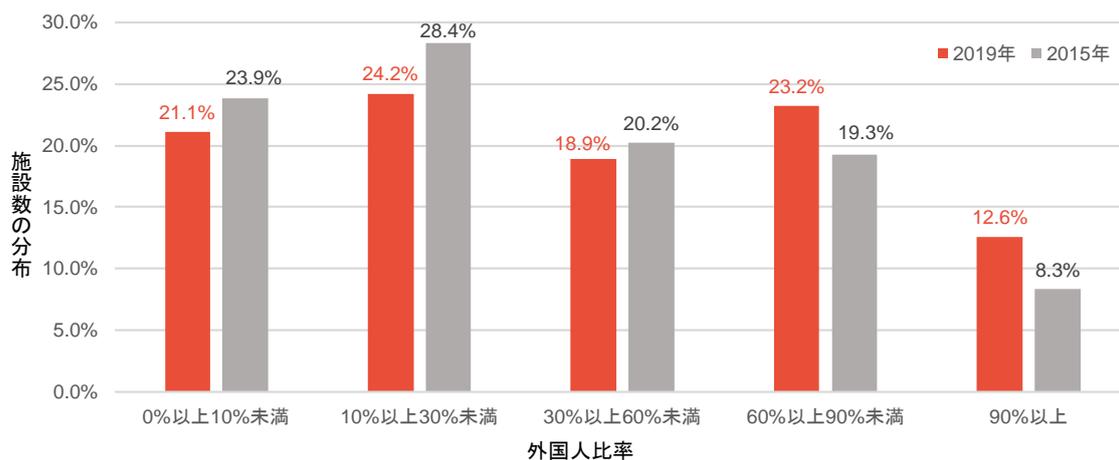


(4) 対象旅館における施設数の割合

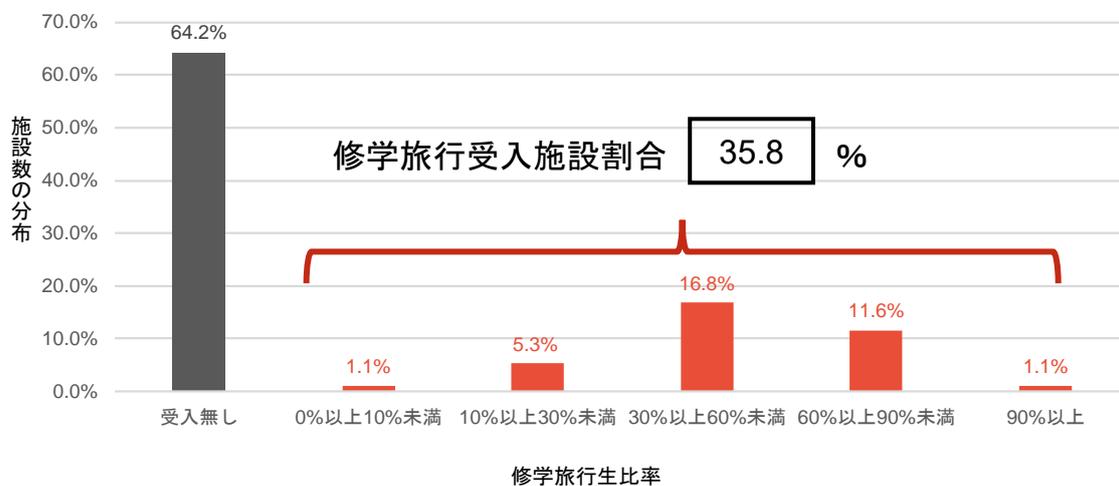
i 客室稼働率別の市内旅館の分布 (n=86)



ii 外国人比率別の市内旅館の分布 (n=90)



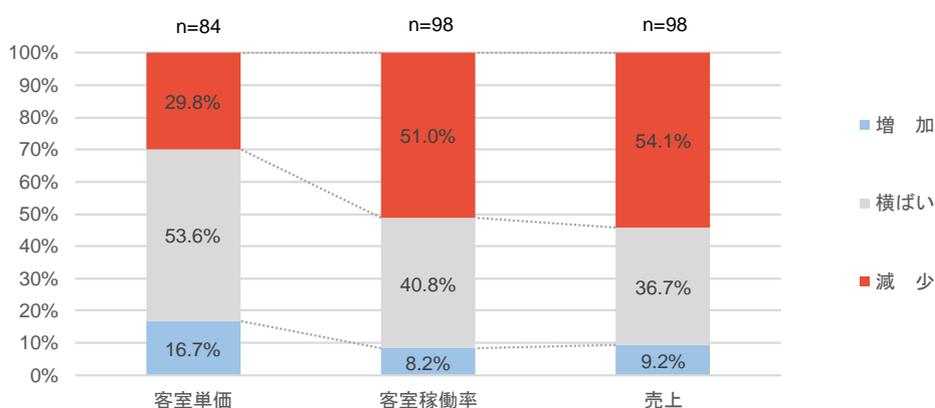
iii 修学旅行生比率別の市内旅館の分布 (n=90)



4. 経営状況の推移 * 前年(2018年)との比較

- ・京都市内旅館の半数以上(54.1%)が、前年と比較して売上が減少傾向にある。
- ・逆に2015年調査では、半数以上(50.4%)の旅館が、前年と比較して売上が増加したと答えており、4年の間に、市場の構造が大きく変化してきていることが伺える。
- ・属性ごとの宿泊者数の推移は、日本人、外国人共に、前年よりも「減少した」と答えた施設が、「増加した」と答えた施設を大幅に上回った。

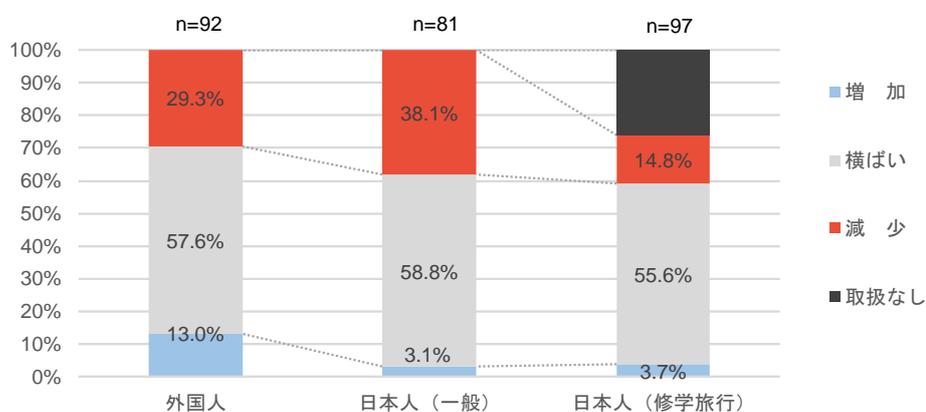
(1) 経営状況の推移(前年との比較)



(2) 2015年調査との比較

売上	2019	2015	前回差
「増加」施設	9.2%	54.0%	▲44.8ポイント
「横ばい」施設	36.7%	36.3%	0.4ポイント
「減少」施設	54.1%	9.7%	44.4ポイント

(3) 前年と比較した属性ごとの宿泊者数の推移

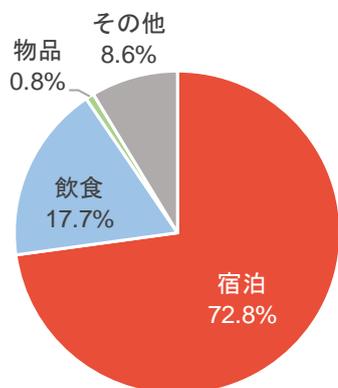


5. 売上の内訳と宿泊客の食事の有無（客室数に応じた加重平均）

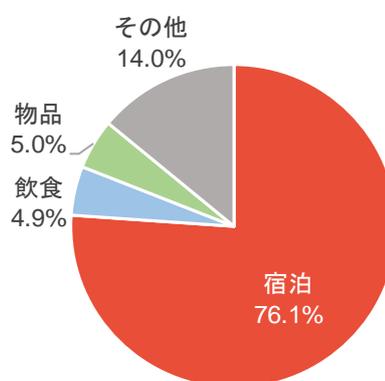
- ・売上の約7割（72.8%）は宿泊によるものであり、次いで飲食が17.7%を占めている。
- ・全国と比較すると、物品やその他の構成比が少ない一方で、飲食の比率が高い。
- ・修学旅行による利用のうち約9割（94.6%）が朝夕食付となる。一方で、日本人の一般利用客が朝夕食付を利用する割合は42.2%、外国人では20.4%と、食事の利用率は低くなる。

(1) 施設における売上の内訳について

【市内旅館】

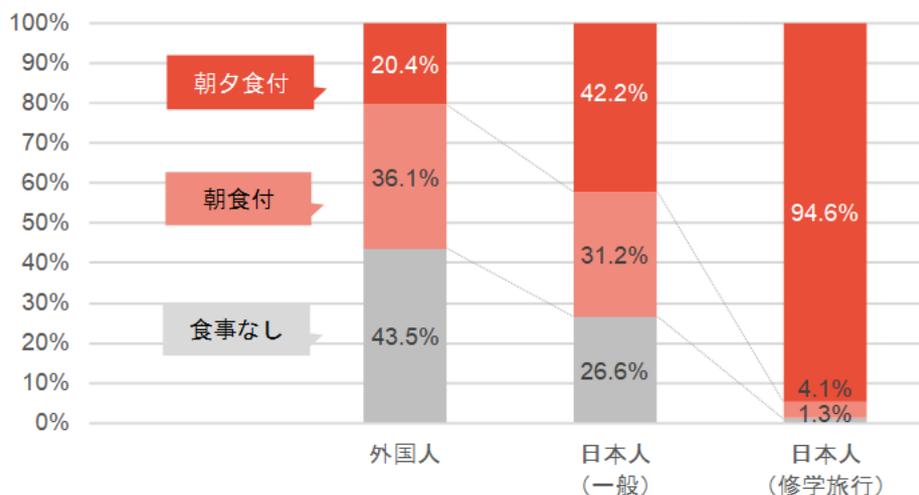


【参考：全国*】



*一般社団法人 日本旅館協会 2019年度営業状況等統計調査（162全回答施設の平均値）

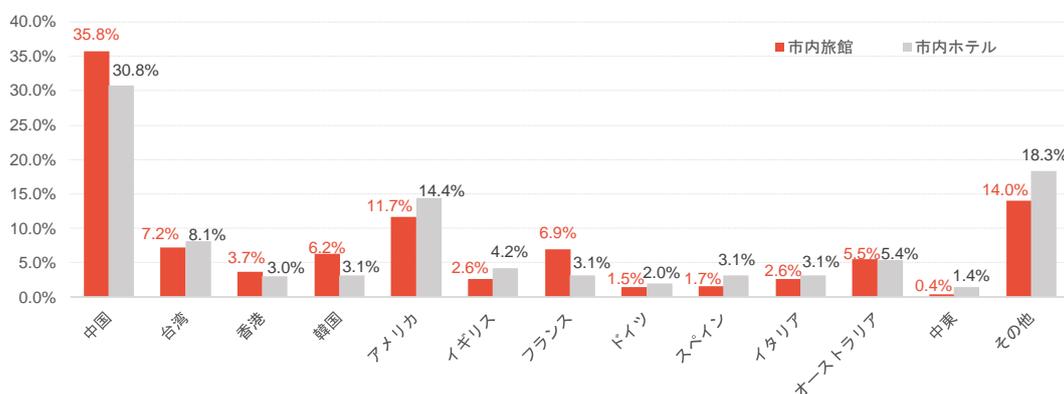
(2) 属性別の食事の有無



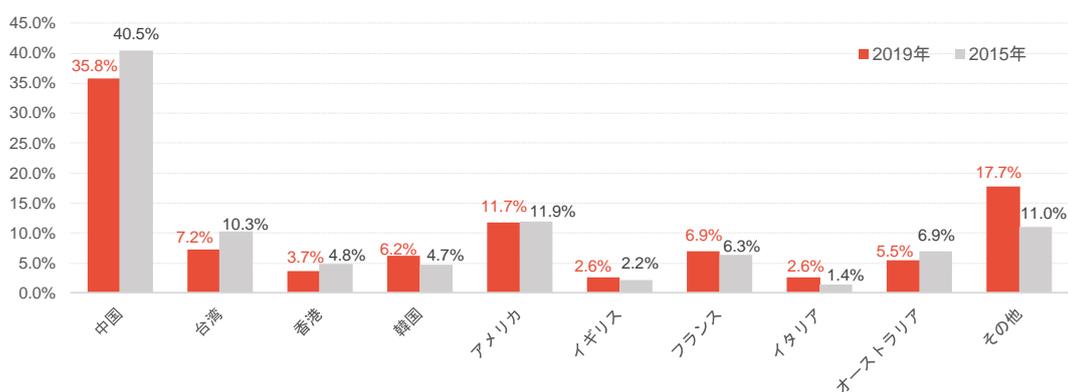
6. 外国人宿泊客の国・地域別構成比（客室数に応じた加重平均）

- ・市内旅館における外国人宿泊客の構成比は中国が1位（35.8%）となり、アメリカ（11.7%）、台湾（7.2%）、フランス（6.9%）、韓国（6.2%）までが上位5ヶ国・地域となった。
- ・市内58ホテルよりも旅館において構成比がとくに大きかった国は、中国、韓国、フランスであった。特に、韓国とフランスでは2倍以上の割合となっている。
- ・2015年の調査と比較すると、中国の構成比が約5ポイント低下している一方で、韓国やフランス、その他の割合が増えている。

(1) 市内ホテルとの比較（n=87）



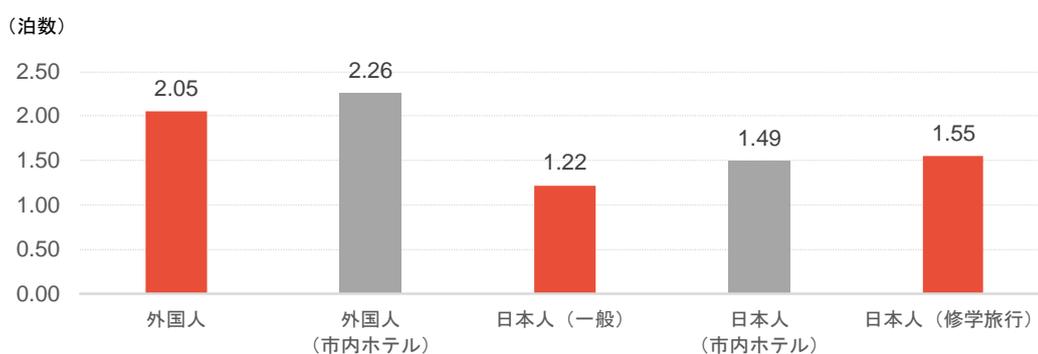
(2) 2015年調査との比較



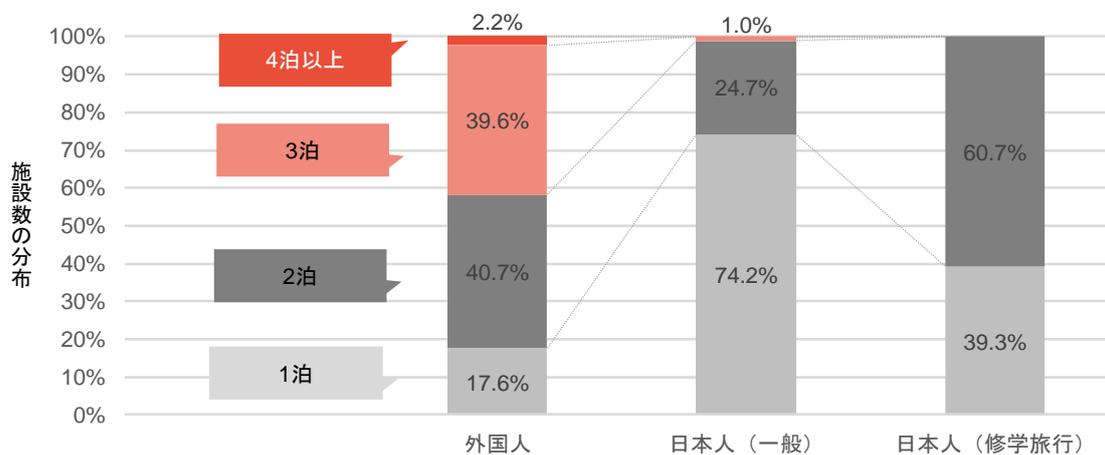
7. 平均泊数（客室数に応じた加重平均）

- ・京都市内旅館の平均宿泊日数は外国人で2.05泊、日本人で1.22泊となっており、市内ホテルよりも少ない泊数となっている。
- ・修学旅行客の宿泊日数は、一般の日本人客よりも多くなる結果となった。
- ・日本人客は7割以上（74.2%）が1泊2日となっており、土日を利用した旅行などのシーンで利用されることが多いことが伺える。一方で、外国人客においては、2泊（40.7%）、3泊（39.6%）の回答が多かった。

(1) 旅館宿泊者の平均宿泊数（n=97）



(2) 宿泊客の平均泊数別の市内旅館の分布

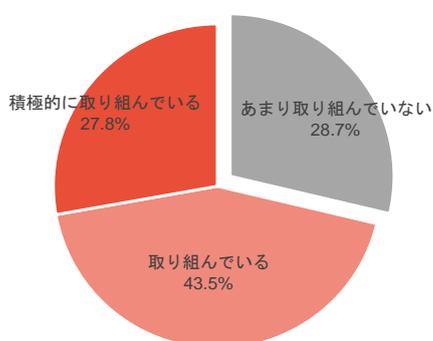


8. インバウンド取組意欲

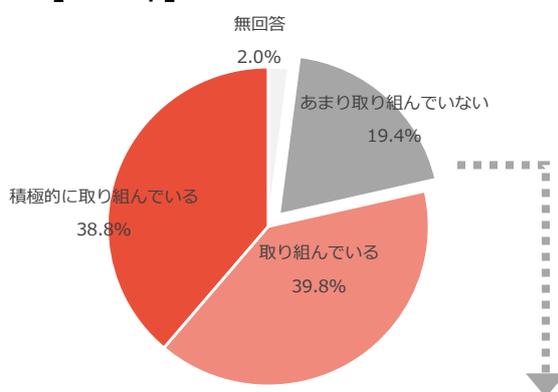
- ・全体の約8割の施設が、外国人獲得に向けて取り組んでいる。その中でも特に「積極的に取り組んでいる」と回答した施設は38.8%となり、2015年調査（27.8%）よりも10ポイント高い数字となった。
- ・「積極的に取り組んでいる」と回答した施設のうち、外国人客が過半数を占めている施設は65.9%にのぼる。

(1) 外国人客の取組意欲

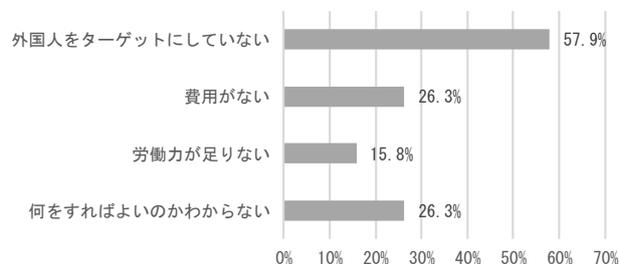
【2015年】



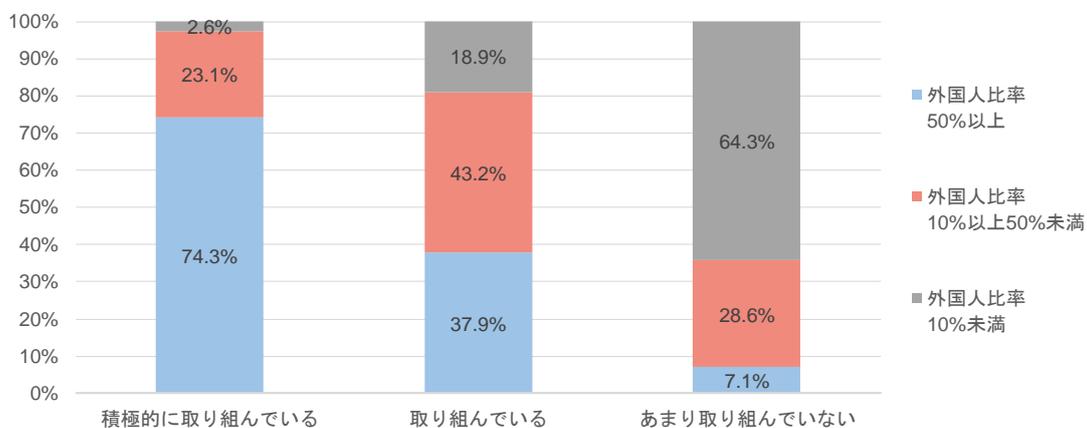
【2019年】



【あまり取り組んでいない理由（複数回答）】



(2) 取組意欲による外国人比率の傾向 (n=90)

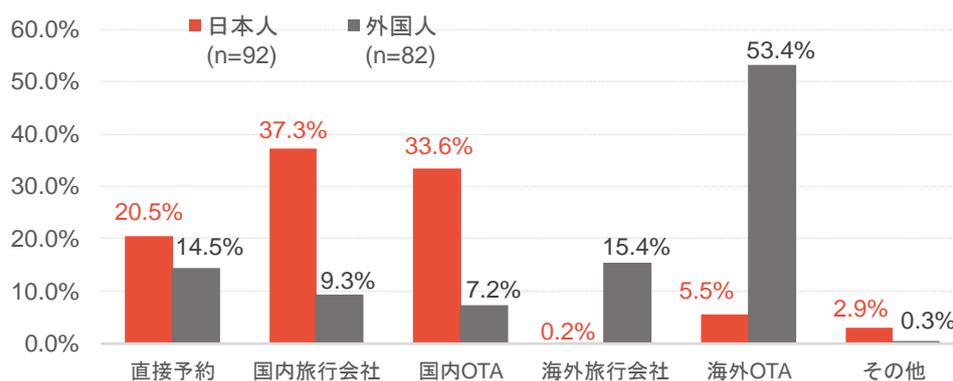


9. 集客（予約）経路

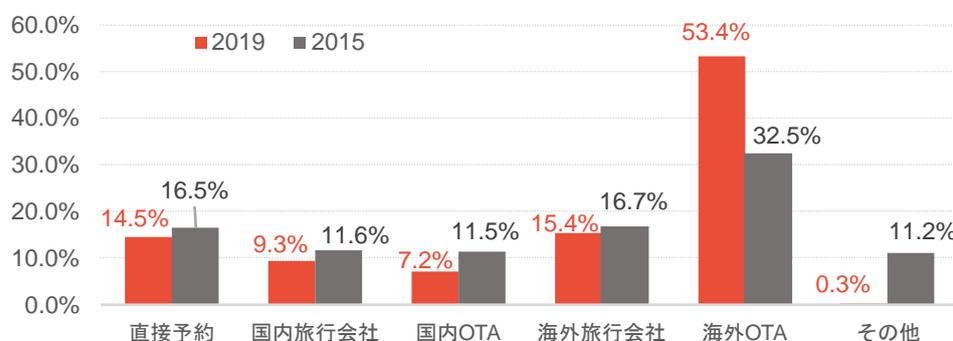
- ・京都の旅館に宿泊する外国人の予約経路は、過半数（53.4%）を海外OTA*が占めており、国内OTAも合わせると約6割がOTA経由での予約となっている。日本人客の予約経路では、旅行代理店を経由する割合が、37.3%と一番高くなっており、ついで国内OTA（33.6%）が多い。また、自社ホームページなどからの直接予約も2割程度存在している。
- ・外国人の予約経路においては、OTA経由の割合が2015年と比較して大幅に増加している。
- ・販売チャネル別の平均手数料では、国内旅行会社への販売手数料は、他の販売チャネルに比べ、比較的高い傾向にある。

*OTA（オンライントラベルエージェント）：インターネットだけで取引を行う旅行会社

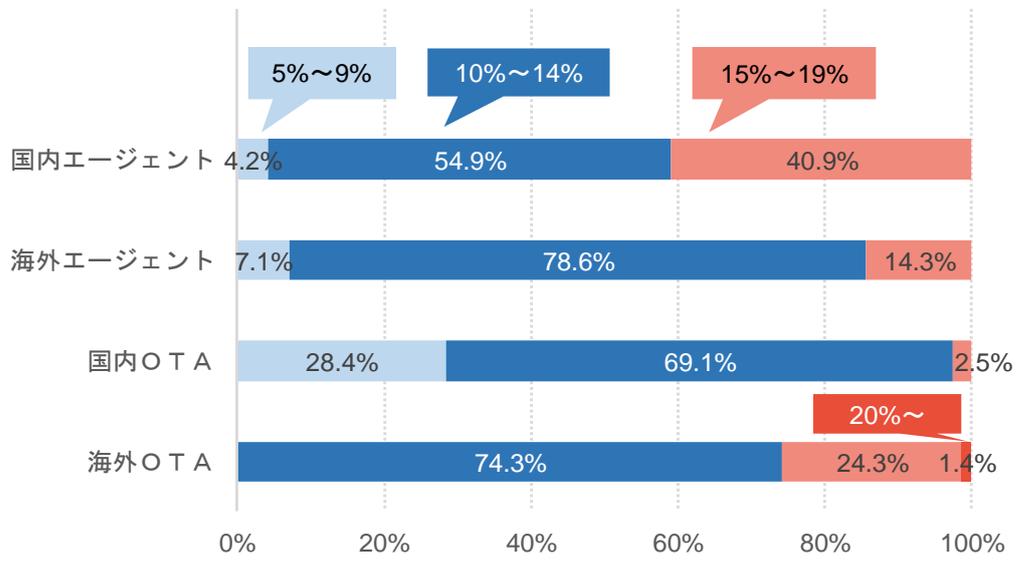
(1) 属性別の販売経路（加重平均）



(2) 2015年との比較した外国人客の販売経路



(3) 販売チャネル別 平均手数料 (n=80)



10. 宣伝広告

- ・外国人向けの宣伝広告としては、約6割の施設が自社のホームページを利用している。その他、SNSでの情報発信や海外OTAサイト、クチコミサイトを活用している施設が多い。
- ・2015年時点と比較すると、海外OTAサイトやSNSなどのWEBサービスが主流になる中で、自社のホームページを活用する施設や、人的ネットワークを活用する施設の割合が減少している傾向が伺える。

(1) 利用している宣伝・広告方法（複数回答）

	外国人向け (n=91)		(参考) 2015年 外国人向け	日本人向け (n=82)
	アジア	欧米豪		
自社ホームページでの情報発信	52.8%	58.5%	68.8%	83.0%
SNSでの情報発信 (Twitter/Facebook/Instagram/Youtube/Line等)	32.1%	35.8%	28.1%	43.4%
海外OTAサイトの有料プラン・有料広告	24.5%	28.3%	26.0%	9.4%
オンラインのロコミ対策* (ロコミ数増加対策やロコミへの返信)	26.4%	24.5%	-	22.6%
クチコミサイトの利用	22.6%	20.8%	38.5%	22.6%
Googleマイビジネスへの登録*	11.3%	13.2%	-	26.4%
行政・政府関連のホームページや媒体への掲載	11.3%	11.3%	2.1%	17.0%
旅行博やキャラバン等のイベント	13.2%	9.4%	9.4%	9.4%
雑誌・新聞・フリーペーパーなどへの掲載*	3.8%	7.5%	-	18.9%
国内OTAサイトの有料プラン・有料広告	5.7%	5.7%	28.1%	28.3%
インフルエンサーの活用*	3.8%	5.7%	-	5.7%
人的ネットワークの活用	1.9%	1.9%	13.5%	3.8%

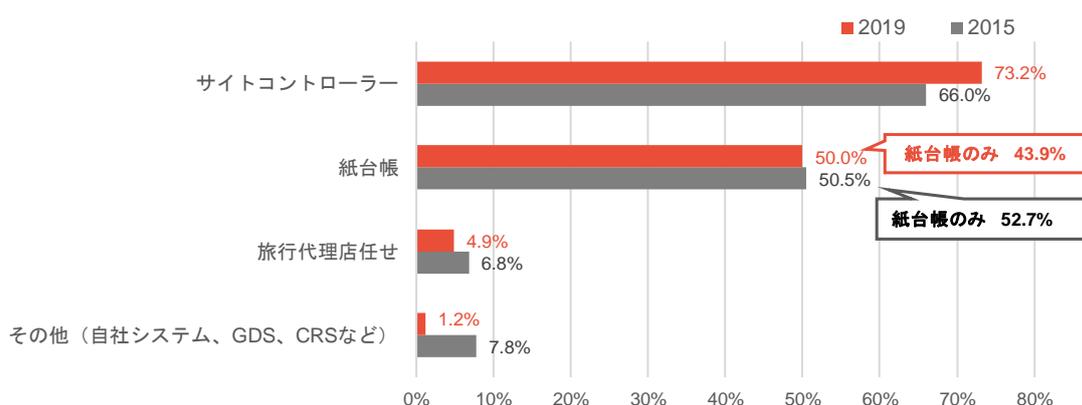
*今回の調査で初めて質問した項目

11. 客室の在庫管理について

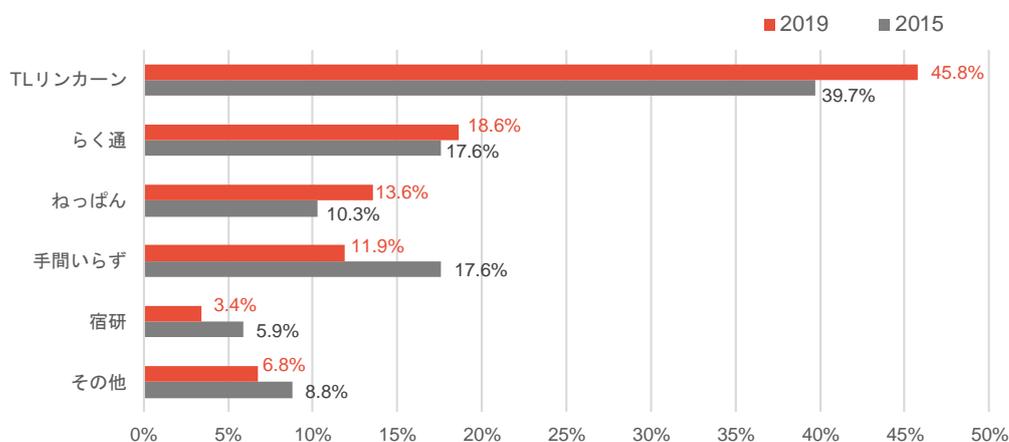
- ・サイトコントローラー*を利用している施設の割合は2015年よりも10%程度増加して、約7割となっている一方で、依然として「紙台帳」のみで在庫管理を行っている施設も多い。使用しているサイトコントローラーとしては、2015年と同様にTLリンカーンを使用している施設の割合がもっとも高くなった。
- ・客室の在庫管理や価格設定は、経営者自身が実施している施設が一番多い(48.1%)。専門の従業員を配置している施設も存在する一方で(27.9%)、フロントスタッフなどが兼業で行っている施設も2割程度存在している。
- ・価格設定や在庫管理に課題を感じている施設は全体の約25%に達しているが、そのうち15%程度の施設では、労力や資金の問題から、優先順位を下げざるを得ないと認識されている。

*サイトコントローラー：旅行会社やOTAなど複数存在する宿泊予約サービスを一元管理できるオンラインのシステム

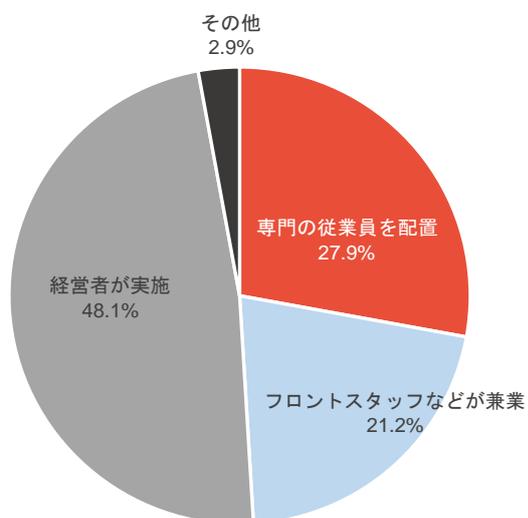
(1) 使用している在庫管理ツールの内訳 (n=82) 複数回答



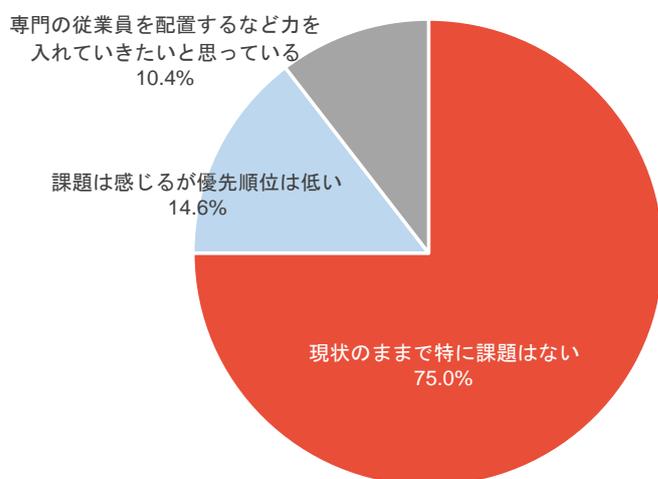
(2) 使用しているサイトコントローラーの内訳 (n=55)



(3) 客室の在庫管理や価格設定の実施者 (n=99)



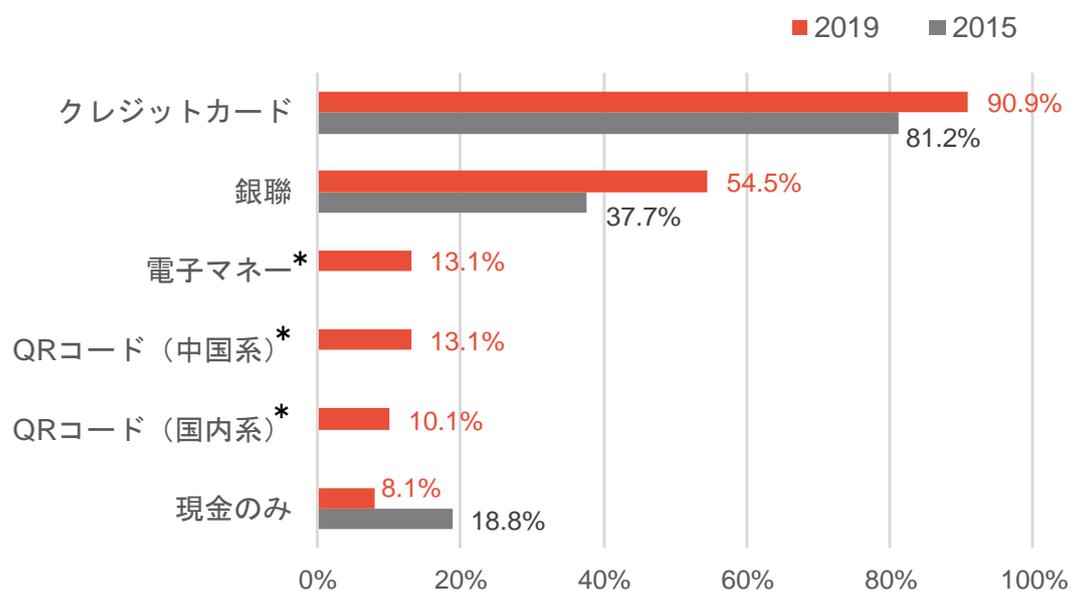
(4) 在庫管理や価格設定への取組意識 (n=99)



12. キャッシュレス決済対応

- ・クレジットカードは約9割程度の施設で利用可能となっており、電子マネーやQRコードなどを導入する施設も増えている。
- ・現金対応しか行っていない施設も8.1%存在しているが、2015年に比べて、10%以上少なくなっている。

(1) キャッシュレス決済対応の内訳 (n=99)

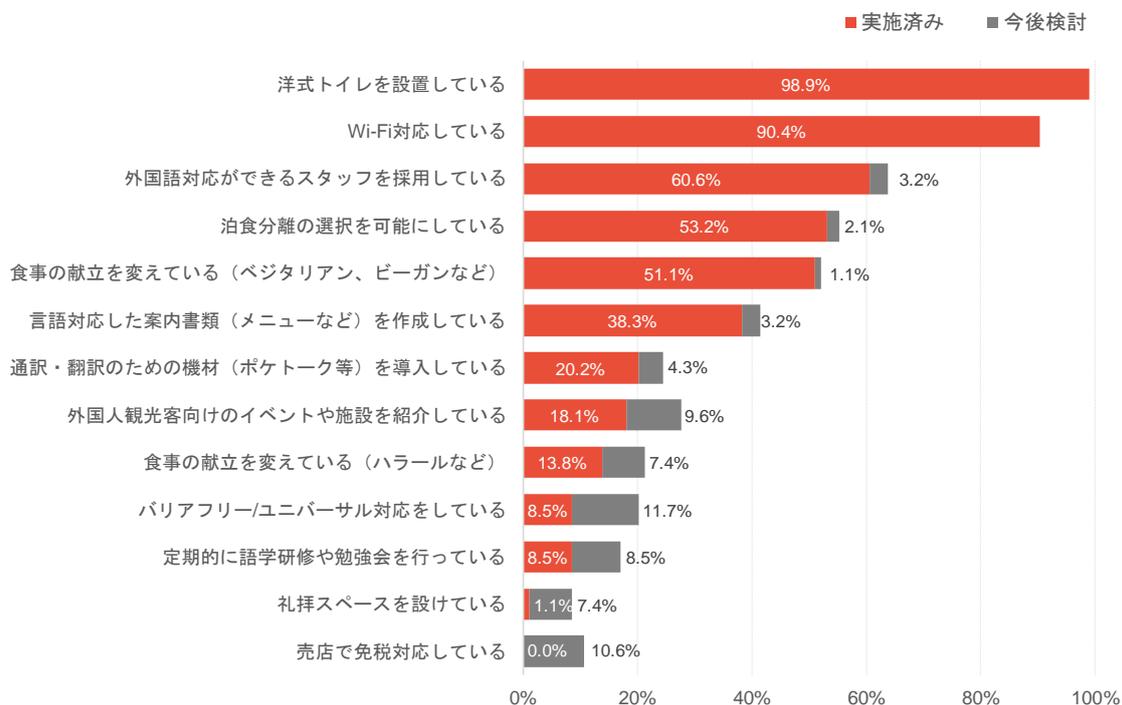


* 今回の調査で初めて質問した項目

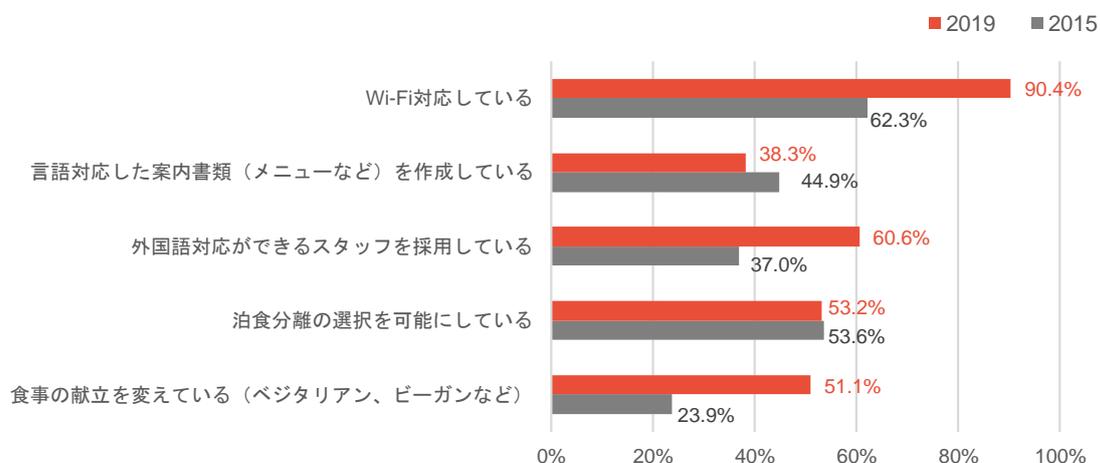
13. 外国人受入対応について

- ・9割以上の施設が、洋式トイレやWi-Fiの対応を進めている。
- ・ハラル対応や外国人向けのイベントなど紹介、バリアフリー対応、語学研修、礼拝スペース、免税対応などの項目で、今後の検討を予定している施設が多く存在している。
- ・Wi-Fi対応を行っている施設は、2015年から3割以上増えており、デジタル環境の整備が4年の間に大きく進んだことが考えられる。ベジタリアンやビーガンの対応をしている施設（23.9%→51.1%）や外国語対応ができるスタッフを採用している施設（37.0%→60.6%）の割合も大きく増えており、外国人受け入れ環境の改善が大きく進んでいることが伺える。
- ・受け入れ時のトラブルは、全ての項目において、2015年よりも発生件数が低下している。特に、「ノーショー（No Show）」やキャンセル料の徴収不可、事前情報とのギャップなどの課題については、発生した施設の割合が大きく減少しており、市内の旅館が外国人客への対応に慣れ、スムーズな受け入れが進んでいると考えられる。

(1) 実施しているサービスや対応（複数回答）（n=96）



(2) 前回調査との比較 (n=96)



(3) 受入で発生したトラブルや問題点 (複数回答) (n=81)

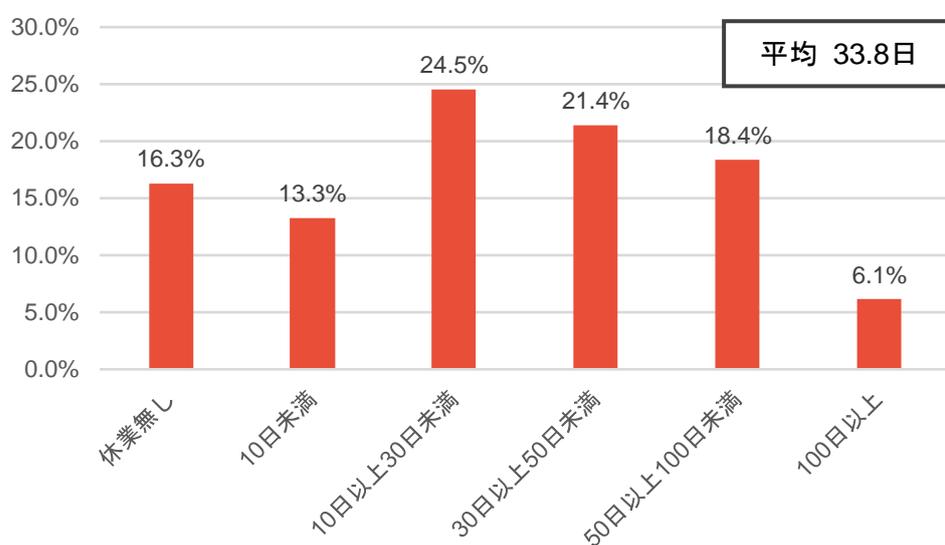
	外国人	(参考) 2015 外国人	日本人
予約を受けながら来訪がない「No Show」が発生した	40.7%	78.4%	30.9%
お客様からキャンセル料の徴収が出来なかった	23.5%	70.1%	22.2%
エージェントとの連絡がうまく取れなかった	12.3%	15.5%	11.1%
事前情報とのギャップでクレームが出た	12.3%	32.0%	9.9%
食事・料理の内容や対応でのトラブルがあった	11.1%	11.3%	9.9%
浴場の利用方法でトラブルがあった	8.6%	22.7%	1.2%
言語対応でのトラブルがあった	7.4%	11.3%	1.2%
支払についてのトラブル (カード利用など) があった	6.2%	22.7%	2.5%
急病人がでた	6.2%	9.3%	14.8%
宗教上のトラブルがあった	2.5%	2.1%	0.0%
団体客がいきなりキャンセルした*	1.2%		6.2%
エージェント等から集金が出来なかった*	1.2%		3.7%

* 今回の調査で初めて質問した項目

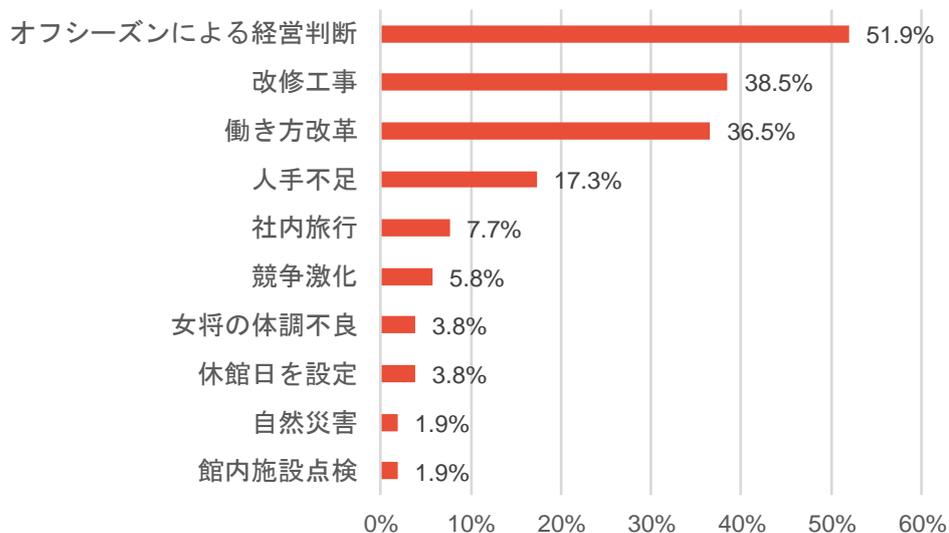
14. 休業日数

- ・市内旅館における年間の平均休業日数は**33.8日**となった。一方で、**6%**の施設は年間**100日**以上休業しており、観光繁忙期や修学旅行シーズンのみ営業している形の施設も一定存在していることが伺える。
- ・休業の理由としては、オフシーズン対応と回答した割合が最も高く、改修工事、働き方改革という回答が続いた。一方で、女将の体調不良や自然災害など突発的な理由で休業を余儀なくされる事例も、わずかではあるが存在している。

(1) 休業日数について (n=98)



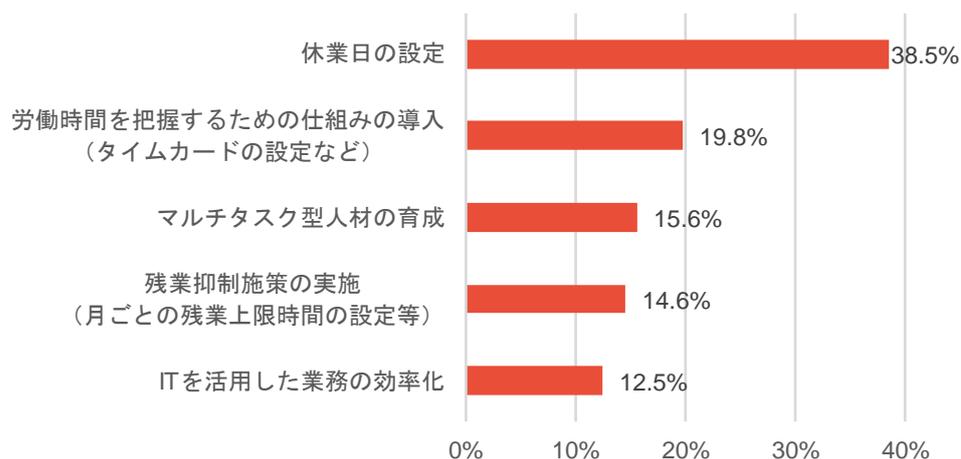
(2) 休業の理由について (複数回答) (n=52)



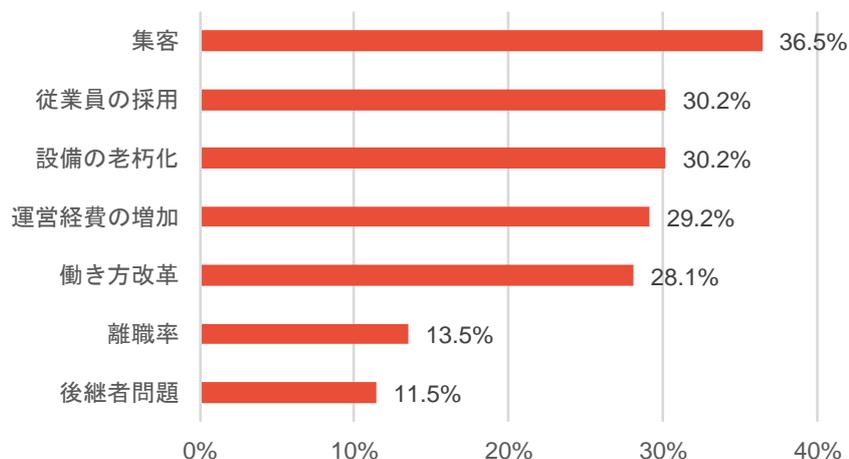
15. 経営について

- ・ 7割程度の施設が、休業日の設定などにより働き方改革に取り組んでいる。それ以外にも、タイムカードなどの仕組みの導入、マルチタスク型人材の育成、ITの活用など、多くの旅館が様々なアプローチにて労働環境の改善に取り組んでいる。
- ・ 主な経営課題としては、集客をあげる施設が最も多かった（36.5%）。また、市内に宿泊施設が増えたこと等に伴う、運営経費の増加や従業員の採用などについても、多くの施設が課題としている。
- ・ 社員教育としては、ビジネスマナーや語学対応、デジタルマーケティングなどを要望する声が多くあげられた。
- ・ 施設の強みとしては「立地」をあげる施設が64.5%と最も高くなったが、食事やホスピタリティなど、内部のリソースで差別化を図る施設も多いことが明らかになった。

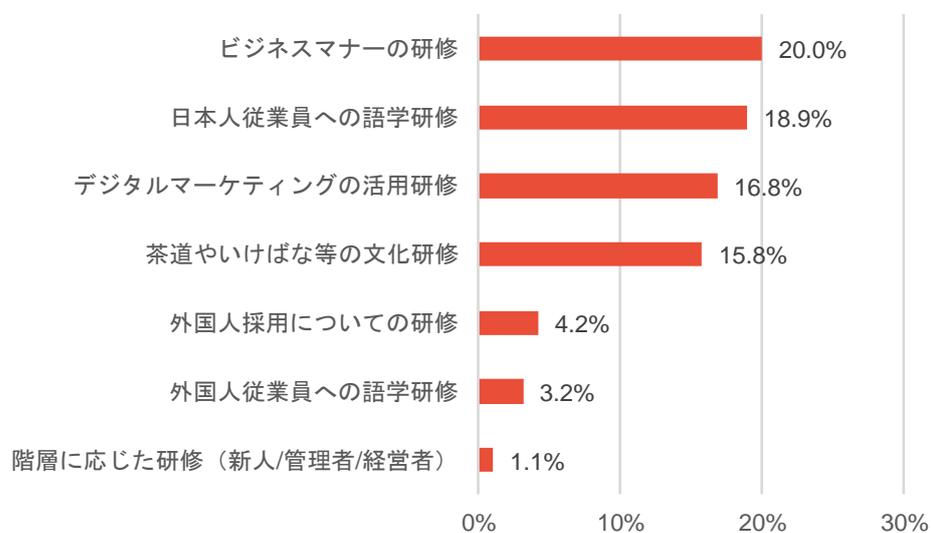
(1) 働き方改革の取組について（複数回答）（n=96）



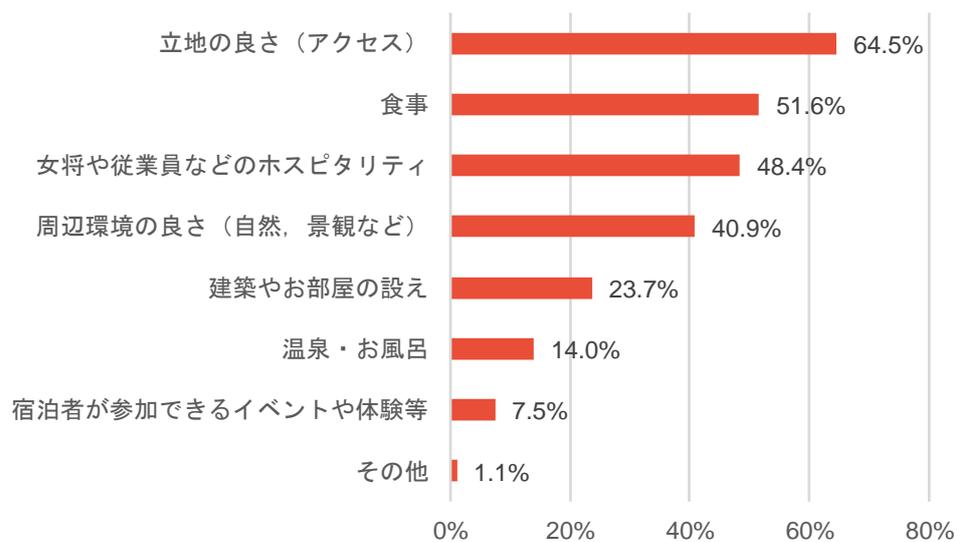
(2) 経営課題について（複数回答）（n=96）



(3) 開催してほしい研修の内容について（複数回答）（n=95）



(4) 施設の強みについて（複数回答）（n=93）



16. 旅館規模別の分析

- ・客室稼働率は、大規模な旅館の方が高くなる傾向が見られた。逆に、外国人比率は小規模な旅館において高くなる傾向が見られた。
- ・小規模旅館においては、修学旅行の受入を行っている施設はほとんどない。
- ・前年度と比較した売上の変化について、「増加した」と答えた施設の割合は、小規模旅館で最も高くなり、大規模旅館で最も小さくなった。インバウンド環境や周辺環境が激変する中で、小規模旅館の方が柔軟にターゲットや戦略を変更しやすい可能性があることが考えられる。
- ・規模の大小による受入環境整備状況の違いはあまり見られなかったが、ユニバーサル対応や機材の導入など、一定の投資が必要となる施策は、大規模な施設の方が実施されている割合が高くなる傾向が見られた。

規模別の分析について

本調査では、客室数によって回答施設を分類した上で各種数値、傾向の違いを分析した。

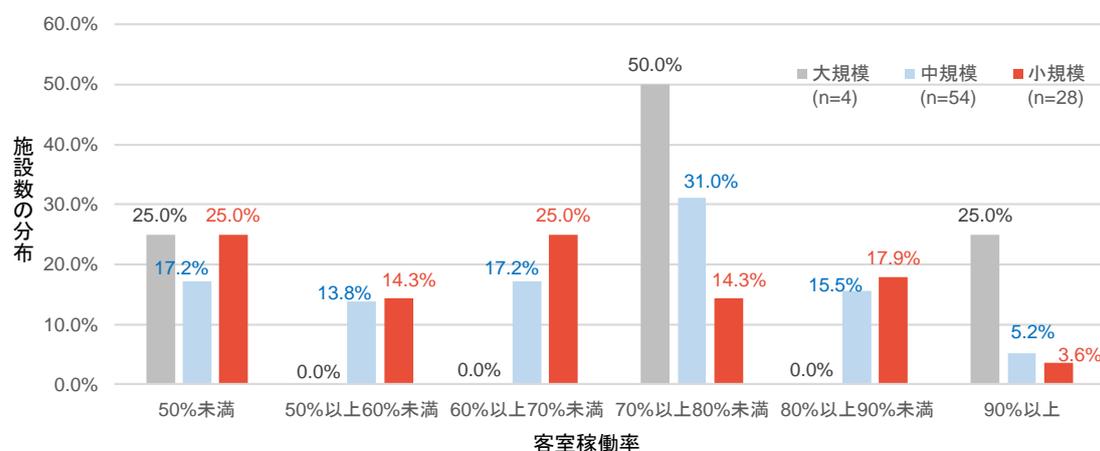
(分類方法)

- ・ 大規模旅館 (50 室以上) : 5 施設
- ・ 中規模旅館 (10~49 室) : 67 施設
- ・ 小規模旅館 (10 室未満) : 32 施設

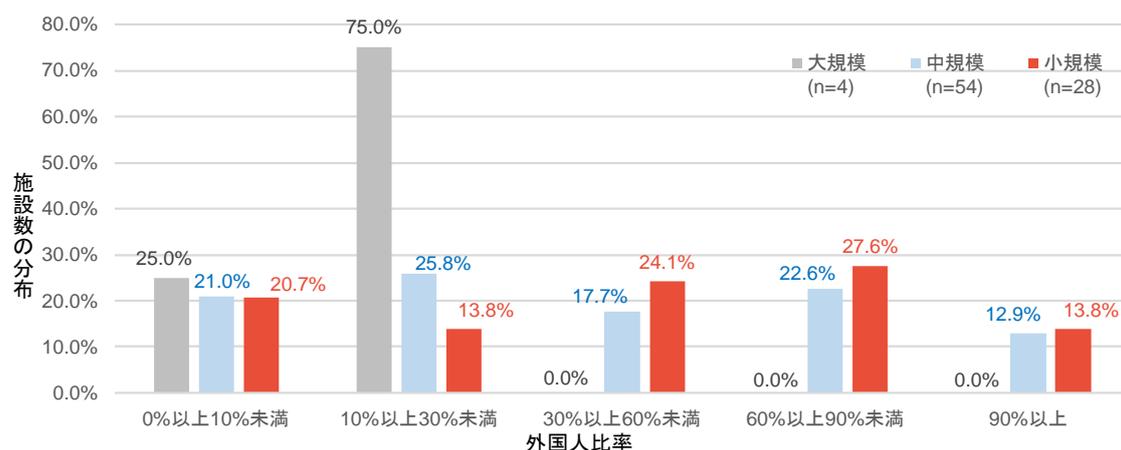
(1) 旅館規模による稼働率および外国人比率の違い

	全体 (n=86)	大規模 (n=4)	中規模 (n=54)	小規模 (n=28)
客室稼働率	67.6%	71.5%	67.3%	59.3%
外国人比率	34.0%	20.9%	36.4%	47.7%
日本人比率 (一般)	39.3%	49.2%	36.0%	49.6%
日本人比率 (修学旅行)	26.7%	29.9%	27.6%	2.7%

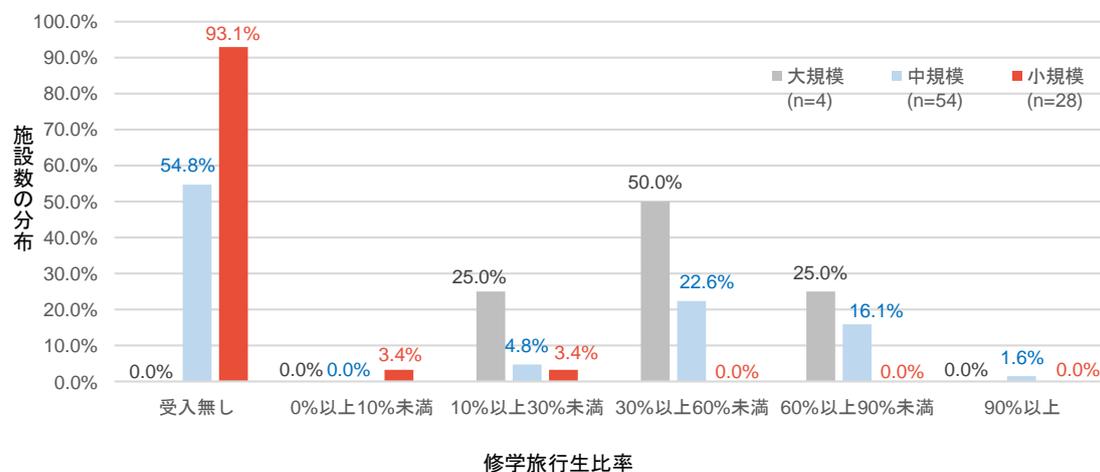
(2) 客室稼働率別の市内旅館の分布（規模別）



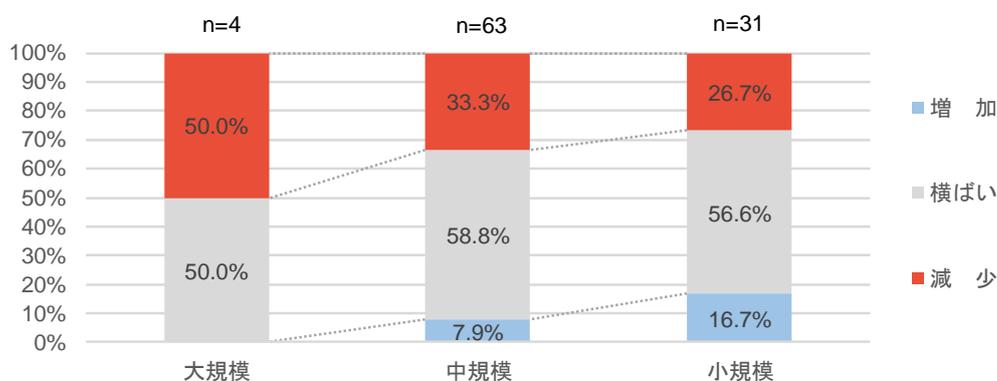
(3) 外国人比率別の市内旅館の分布（規模別）



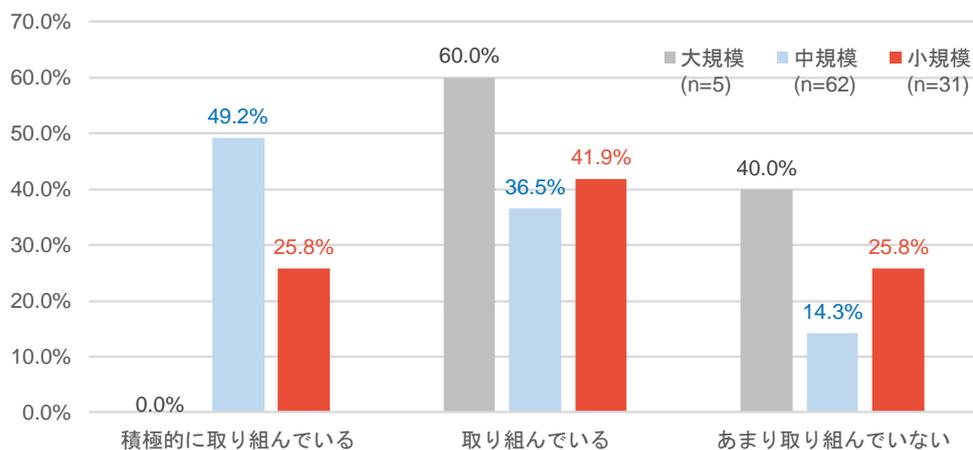
(4) 修学旅行生比率別の市内旅館の分布（規模別）



(5) 旅館規模による前年度からの売上増減の違い



(6) 旅館規模によるインバウンド取組状況の違い



(7) 旅館規模によるインバウンド受入環境整備状況の違い

	大規模 (n=5)	中規模 (n=60)	小規模 (n=92)
洋式トイレを設置している	100.0%	100.0%	96.6%
Wi-Fi対応している	100.0%	95.0%	82.8%
外国語対応ができるスタッフを採用している	40.0%	70.0%	48.3%
泊食分離の選択を可能にしている	20.0%	65.0%	37.9%
食事の献立を変えている (ベジタリアン、ビーガンなど)	40.0%	55.0%	44.8%
言語対応した案内書類 (メニューなど) を作成している	40.0%	45.0%	24.1%
通訳・翻訳のための機材 (ポケトーク等) を導入している	40.0%	20.0%	17.2%
外国人観光客向けのイベントや施設を紹介している	20.0%	21.7%	10.3%
食事の献立を変えている (ハラールなど)	40.0%	13.3%	10.3%
バリアフリー/ユニバーサル対応をしている	20.0%	8.3%	6.9%
定期的に語学研修や勉強会を行っている	0.0%	11.7%	3.4%
礼拝スペースを設けている	0.0%	0.0%	3.4%
売店で免税対応している	0.0%	0.0%	0.0%

17. 価格帯別の分析

- ・価格帯による客室稼働率の違いは、平均値には大きな差が見られなかったが、低価格・中価格施設は稼働率70%~80%がボリュームゾーンになったことに対し、高価格施設では稼働率50%以下と稼働率80%~90%の二極にボリュームゾーンが分かれた。
- ・高価格施設では、修学旅行生の比率は低くなる傾向が見られた。
- ・前年度と比較した売上の変化について、「増加した」と答えた施設の割合は、高価格施設で最も高くなり、低価格施設で最も低くなった。
- ・前年度と比較した外国人客数の変化について、中価格施設では、「減少した」「増加した」それぞれの回答が、他の価格帯の施設よりも大きくなり、外国人客の獲得に成功している施設とそうではない施設の二極化が進んでいることが考えられる。
- ・外国人客の国・地域構成比はすべての価格帯において中国が最も高くなったが、低価格施設においては中国が約45%に達するのに対し、高価格施設では25%未満にとどまり、代わりにアメリカやオーストラリアなど欧米豪の割合が高くなった。
- ・価格が上がるほど、ホスピタリティや食事、建物の設えといったように、施設そのものの価値を強みにしている施設が多く、低価格帯の施設においては立地・アクセスを強みにしている施設の割合が大きくなる。

価格帯別の分析について

本調査では、OTA（掲載がない場合は自社ウェブサイト）等を参考にして、1泊食事なし（1名）*の最小価格によって、旅館の価格を調べた。全回答施設のうち価格情報を入手できた98施設を、価格帯によって3分割した上で、各種数値、傾向の違いを分析した。

*該当するプランがない場合は、宿泊を伴う最も価格の低いプランを選択

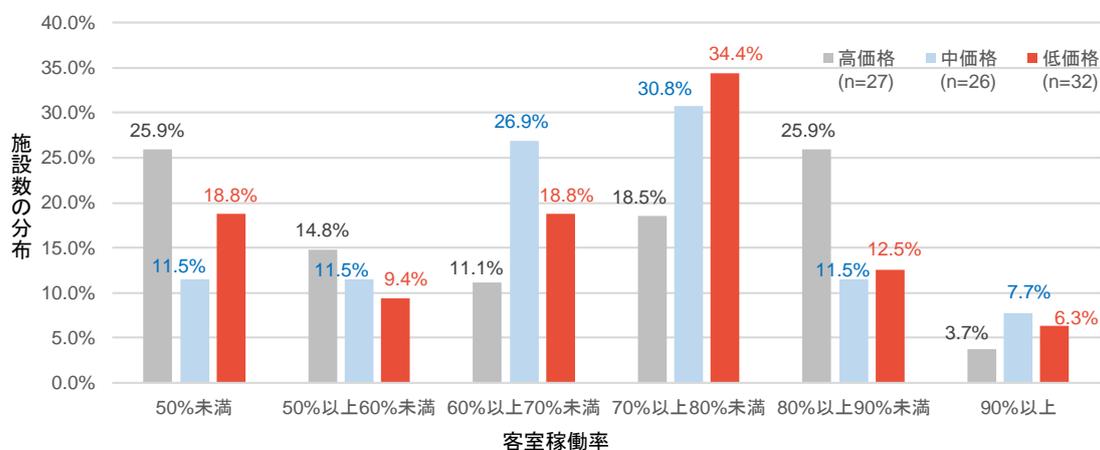
(1) 価格帯による施設規模の違い

価格帯	目安	施設数	大規模旅館	中規模旅館	小規模旅館
高価格	15,000円~	32	0	15	17
中価格	8,000円~14,999円	32	2	23	7
低価格	~7,999円	34	3	19	12

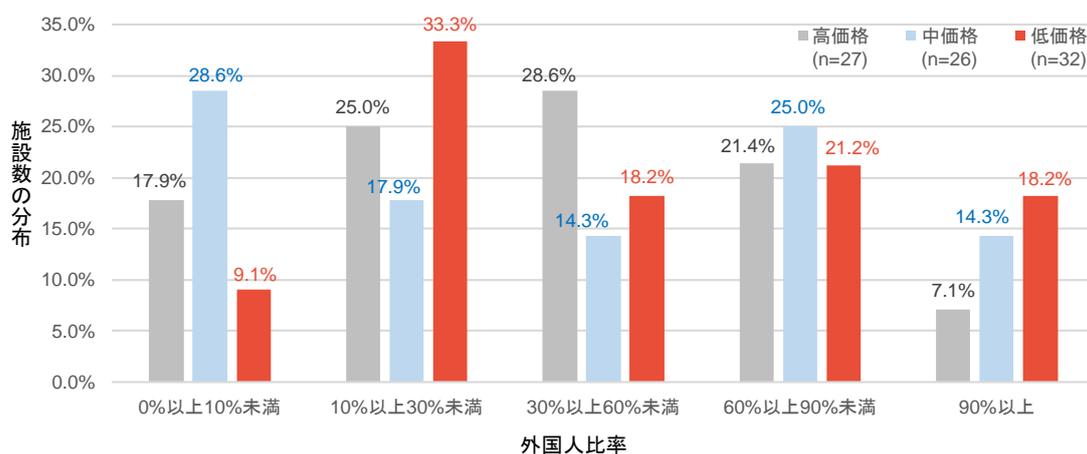
(2) 価格帯による稼働率および外国人比率の違い

	全体	高価格帯 (n=27)	中価格帯 (n=26)	低価格帯 (n=32)
客室稼働率	67.6%	63.4%	70.3%	67.7%
外国人比率	34.0%	37.2%	28.2%	35.3%
日本人比率（一般）	39.3%	46.4%	31.4%	35.7%
日本人比率（修学旅行）	26.7%	16.4%	40.4%	29.0%

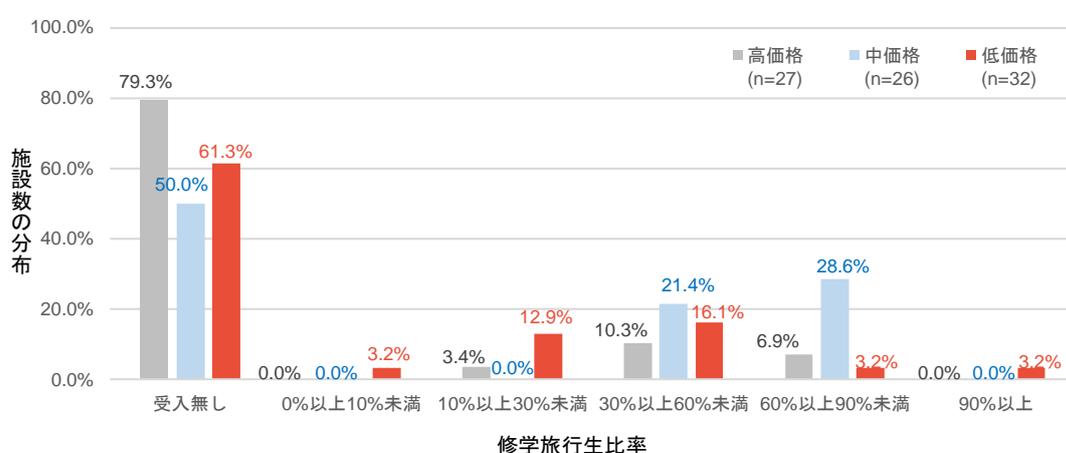
(3) 客室稼働率別の市内旅館の分布（価格帯別）



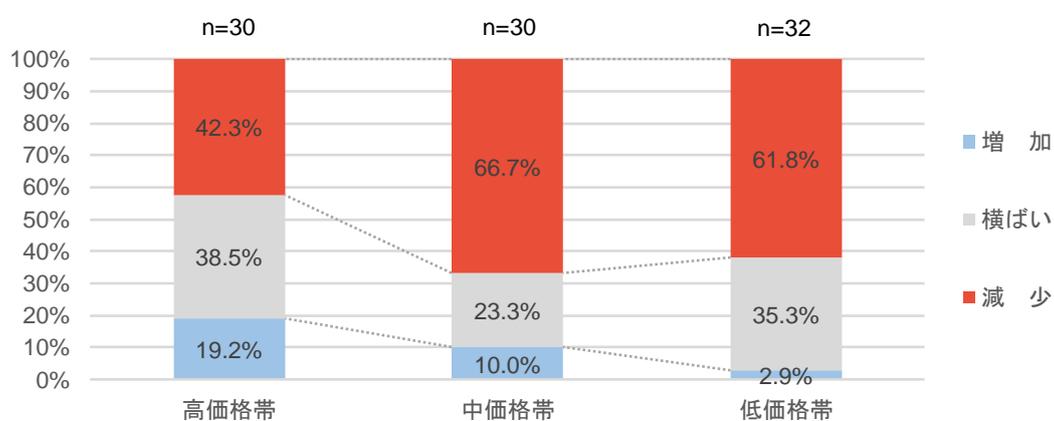
(4) 外国人比率別の市内旅館の分布（価格帯別）



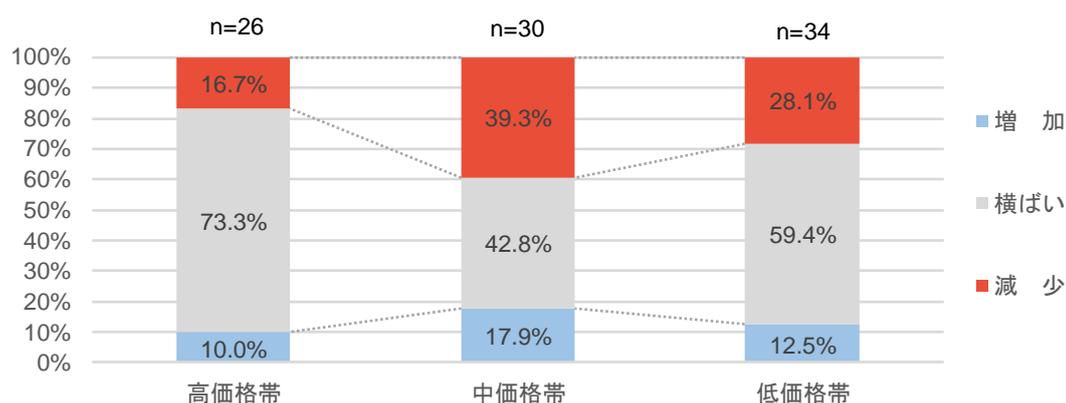
(5) 修学旅行生比率別の市内旅館の分布（価格帯別）



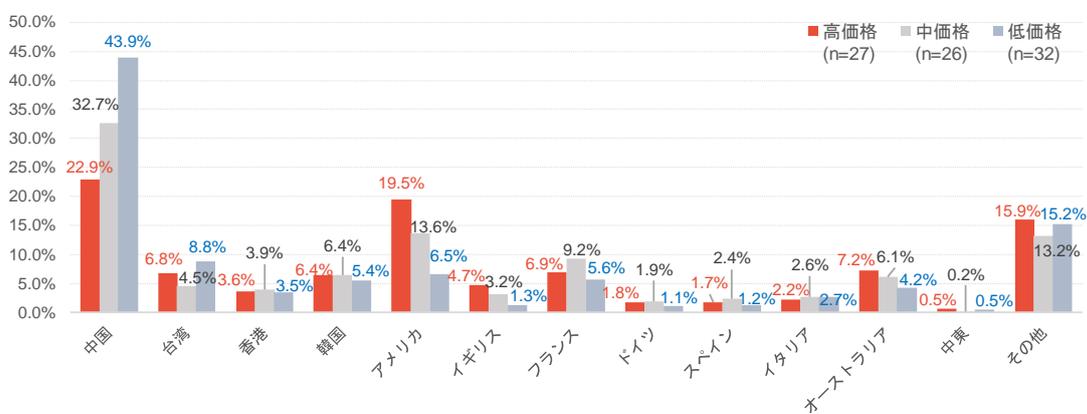
(6) 価格帯による前年度からの売上増減の違い



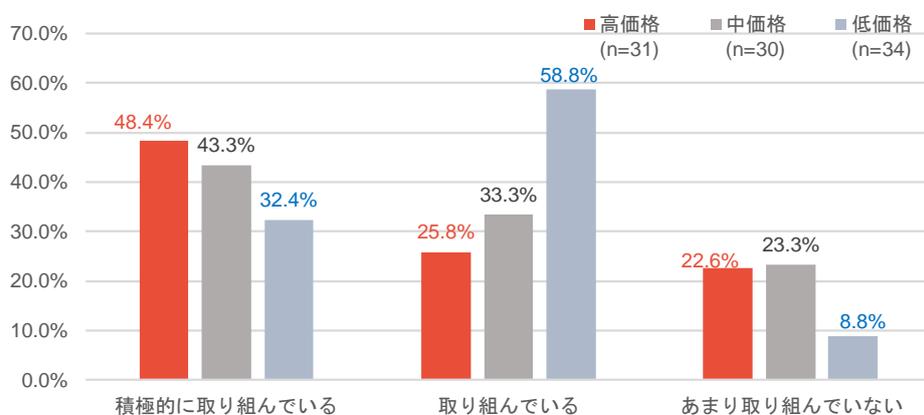
(7) 価格帯による前年度からの外国人客数推移の違い



(8) 価格帯による国籍の違い



(9) 価格帯によるインバウンドへの取組状況の違い



(10) 価格帯によるインバウンド受入環境整備状況の違い（複数回答）

	高価格 (n=28)	中価格 (n=30)	低価格 (n=34)
洋式トイレを設置している	100.0%	100.0%	97.1%
Wi-Fi対応している	92.9%	93.3%	91.2%
外国語対応ができるスタッフを採用している	67.9%	66.7%	52.9%
泊食分離の選択を可能にしている	46.4%	53.3%	58.8%
食事の献立を変えている（ベジタリアン、ビーガンなど）	78.6%	60.0%	20.6%
言語対応した案内書類（メニューなど）を作成している	46.4%	46.7%	23.5%
通訳・翻訳のための機材（ポケトーク等）を導入している	14.3%	26.7%	17.6%
外国人観光客向けのイベントや施設を紹介している	17.9%	26.7%	11.8%
食事の献立を変えている（ハラールなど）	14.3%	26.7%	2.9%
バリアフリー/ユニバーサル対応をしている	14.3%	6.7%	5.9%
定期的に語学研修や勉強会を行っている	14.3%	10.0%	2.9%
礼拝スペースを設けている	3.6%	0.0%	0.0%
売店で免税対応している	0.0%	0.0%	0.0%

(11) 価格帯による強みの違い（複数回答）

項目	高価格 (n=30)	中価格 (n=30)	低価格 (n=30)
立地の良さ（アクセス）	40.0%	73.3%	75.8%
食事	76.7%	56.7%	21.2%
女将や従業員などのホスピタリティ	80.0%	33.3%	27.3%
周辺環境の良さ（自然、景観など）	50.0%	40.0%	30.3%
建築やお部屋の設え	36.7%	23.3%	12.1%
温泉・お風呂	16.7%	20.0%	9.1%
宿泊者が参加できるイベントや体験等	10.0%	10.0%	3.0%