

外国人誘致における旅館のありかた

-京都・箱根・浅草でのヒアリング調査をもとにした質的データ分析-

明治大学商学部諸上ゼミナール4年 青山祐太郎

大熊舞

総田祐士

西喬平

松下沙織

目次

第1章 研究の概要と目的

第2章 ヒアリング調査による分析

第1節 分析方法

第2節 調査対象と調査期間

第3節 質問項目とその意義

第4節 考察

第1項 旅館全体で見られた傾向

第2項 外国人宿泊率から見られた傾向

第3項 旅館の価格から見られた傾向

第4項 旅館タイプから見られた傾向

第5節 考察のまとめと日本旅館の課題

第3章 ヒアリング調査からの発見

第4章 結論

第1章 研究の概要と目的

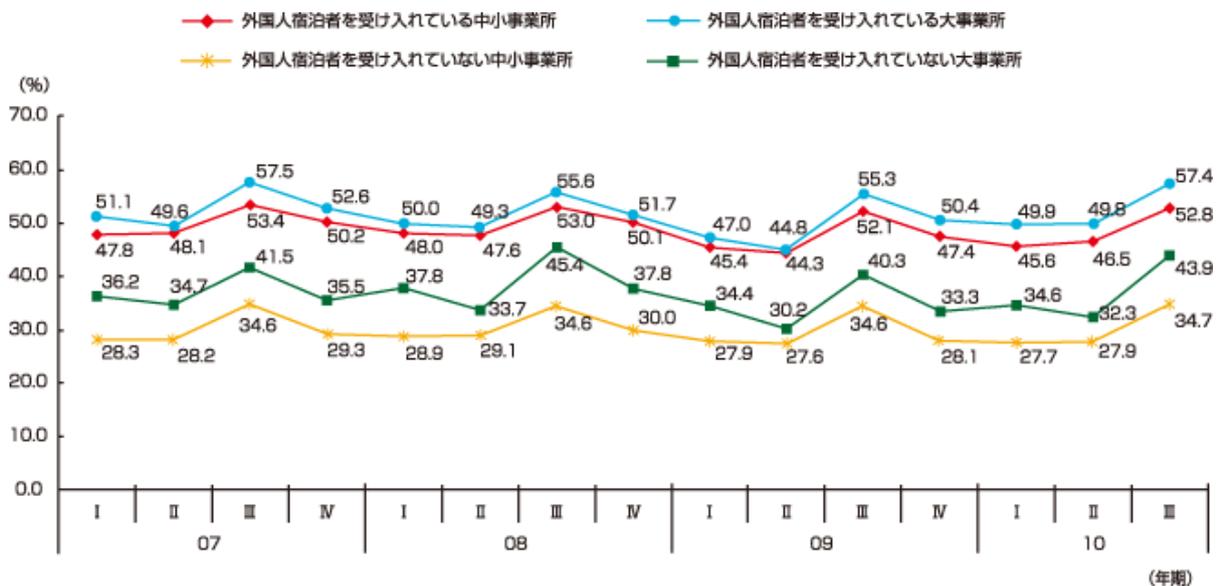
2003年、当時の首相小泉純一郎は観光立国宣言を発した。これは日本の経済構造が変化していく中で、改めて観光のもたらす経済効果や国際交流の重要性が認識されたことを意味している。

しかし、観光産業の状況を見てみると、未だ多くの問題を抱えていることが伺える。中でも大きな苦境に立たされていると言えるのが、観光産業のインフラともいえる宿泊業界である。宿泊業の市場規模は平成3年に4.94兆円を記録した後は縮小傾向が続いており、平成23年には2.70兆円と45.3%の減少となっている。稼働率という観点でも、平成22年1月～平成23年12月において、客室稼働率で50%前後、定員稼働率で35%前後を推移しており十分な数値であるとは言い切れない¹。このような状況に陥った背景には、バブル崩壊による旅行関係支出や団体旅行の減少、旅行形態の変化などが影響している。

中でも旅館の市場規模は減少額が大きい。国際観光旅館連盟の2008年度調査では、会員旅館のうち49.7%が経常赤字であった。施設数も年々減少を続けており、平成14年は61,583軒存在したが、平成24年には44,744軒と、約30%減少している。

この状況を打破するための方策として、ホテルのような所有と経営の分離による体質改善、外国人旅行者の受け入れ拡大などが挙げられる。中でも外国人旅行者の受け入れ拡大は、日本人観光客のオフ・減少対策、地域での消費による波及効果などに繋がることから、観光産業全体でもその拡大が期待されている。ターゲットとなる訪日外国人数は年々増加しており、2003年に約521万人だった訪日外国人数は東日本大震災前の2010年には約861万人を記録。2011年は震災の影響で約621万人に減少したものの、2013年は10月までの時点で約865万人が日本を訪れている。また、次ページの図の通り、外国人を受け入れている事業所で、外国人宿泊者を受け入れていない事業所と比較して定員稼働率が高いというデータが出ている。このことから、外国人の受け入れは旅館の活性化に繋がると考えられる。加えて、観光庁の、「観光立国の推進と訪日外国人受入の取組について（2013）」によると、日本旅館の佇まいや雰囲気、きめ細やかなもてなし方などが、訪日外国人から「日本の魅力」として受け止められている。

¹ 定員稼働率とは、延べ宿泊者を総収容人数で除して算出したものをいい、総収容人数とは、収容人数に各月の日数を乗じて算出したものをいう。客室稼働率とは、利用客室数を総客室数で除して算出したものをいい、総客室数とは、客室数に各月の日数を乗じて算出したものをいう。観光庁（2012）「宿泊旅行統計調査」<http://www.mlit.go.jp/common/000996114.pdf>（最終確認日：11月28日）



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」再編加工

- (注) 1. 従業者10~99人を中小事業所、100人以上を大事業所とした。
 2. ここでいう従業者には、当該事業所で就業している全ての人(臨時雇用者、他からの派遣、出向等)を含む。
 3. 定員稼働率=延べ宿泊者数/延べ収容人数(当該施設の収容人数×期間)×100。

<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/h23/h23/html/k322300.html> より

しかし観光庁の「2012年度訪日外国人消費動向調査」によると、外国人の約80%がホテルに宿泊しているのに対し、旅館を選択する外国人は約16%に留まっているなど、まだまだ外国人にとって旅館が親しまれているとは言い難い。また、社団法人国際交流サービス協会の外国人旅行者の受け入れに関する調査では、過半数の宿泊施設が外国人を受け入れていきたいという考えがある一方で、ノウハウ不足や言語などに対する不安を感じているという結果が出ており、外国人を受け入れる側の体制が十分に整っていないと言える。

以上のような問題を受け、本論文では、旅館へヒアリング調査を行うことで、旅館の外国人受け入れに対する効果的な取り組みを明らかにし、外国人旅行者の受け入れを促進することで、日本観光産業の活性化に寄与することを目的とする。

第2章 ヒアリング調査による分析

第1節 分析方法

本研究では、佐藤郁哉の『質的データ分析法』をもとに分析を進める。佐藤(2008)によると、質的分析においては、「定性的コーディング」を経て「コード・マトリックス」を作成する事が最初の手続きになるという。「コード・マトリックス」を作成することにより、

質的データ分析を進めることが可能となる。定性的コーディングは、「収集された文字データに対して、『コード』、つまり、それぞれの部分を含む内容を示す一種の小見出しのようなものをつけていく作業」である（佐藤 2008）。コーディングした文章を概念ごとに並び替え、「コード・マトリックス」化する事で、小見出し同士を比較し、その関係性を見る事ができる。本研究では、ヒアリング調査によって得た音声データの文章化を行い、それをコーディングした上で「コード・マトリックス」を作成した。

第2節 調査対象と調査期間

本研究は、旅館の外国人受け入れに必要な要素を探る研究であるため、2013年3月に観光庁に作成された宿泊旅行統計調査報告をもとに、外国人に人気の高い北海道・岐阜・長野・東京・神奈川・京都・和歌山・大分の8都道県から、672軒の旅館を抽出した。さらに672軒の旅館について、2013年7月30日宿泊における1泊2食付きの料金を調査し、「高価格」「中価格」「低価格」の3グループに、それぞれ旅館の数が均等になるよう類別した。また、和室のみの旅館を「純和風旅館」、洋室もしくは和洋室をもつ旅館を「ハイブリッド旅館」と大きく2つに分類した。すなわち、価格と旅館のタイプを合わせて6つのグループを作成した。この分類をもとに、研究における時間的・経済的制約を考慮に入れた上で、箱根・浅草・京都の3地域の旅館へヒアリング調査を依頼し、各グループ2軒ずつ、計12軒の旅館より承諾を得た。なお、ヒアリング調査は2013年10月3日～11月3日の期間に行った。

第3節 質問項目とその意義

旅館へのヒアリング項目は、「外国人宿泊客」「プロモーション・予約方法」「館内設備」「食事」「価格・決済方法」「その他」の6つの質問群に大別される。なお、このヒアリング項目は、国土交通省の「訪日外国人受入接客教本一事例・基本会話集一(平成19年度版)」、静岡県文化・観光部観光局静岡県ホテル旅館生活衛生同業組合の「平成22年度 海外からの観光客受入施設調査」、日本政府観光局(JNTO)の「外国人旅行者の迎え方」を参考に作成した。表1はヒアリング調査における質問項目の要素を抽出したものであり、表2はヒアリング調査をもとに作成したコード・マトリックスである。

【表 1】

質問項目	具体的な質問内容
1.外国人宿泊客について	
1.1 外国人宿泊客の受け入れ意向	外国人宿泊客の受け入れ意向について教えてください。
1.2 外国人宿泊率	ここ5年間の外国人宿泊率を教えてください。
1.3 外国人宿泊客の属性	
1.3.1 宿泊者の国籍	外国人宿泊客のうち、どの国籍の方が最も多いですか。
1.3.2 宿泊目的	外国人宿泊客のうち、どのような宿泊目的の方が最も多いですか。(ex観光目的、ビジネス目的)
1.3.3 宿泊形態(個人or団体)	外国人宿泊客のうち、個人旅行と団体旅行ではどちらの割合が高いですか。
2.プロモーション・予約方法について	
2.1 外国人宿泊客向けプロモーション	外国人宿泊客向けにどのようなプロモーションを行っていますか。
2.2 外国語ホームページ	外国人宿泊客向けに外国語でのホームページを設けていますか。ある場合は何か国語に対応していますか。
2.3 外国人宿泊客の予約方法	外国人宿泊客の予約方法について教えてください。
2.4 効果的なプロモーション・予約方法等	その他、プロモーションや宣伝方法、予約方法等において、外国人宿泊者に特に効果的だと感じたものは何ですか。また、非効果的に感じたものがあれば教えてください。
3.館内設備について	
3.1 総客室数	総客室数を教えてください。
3.2 客室タイプ	和室・洋室(・和洋室)の割合を教えてください。
3.3 外国人に人気の客室について	
3.3.1 外国宿泊客に人気の客室タイプ	和室・洋室(・和洋室)のうちどの客室タイプが外国人宿泊客に人気ですか。
3.3.2 トイレのタイプ	トイレは和式・洋式、どちらですか。
3.4 露天風呂の有無	露天風呂はありますか。
3.5 温泉の有無	温泉はありますか。
3.6 インターネット環境	館内共有スペースまたは客室でのWifi・インターネットの利用は可能ですか。
3.7 外国語標記	
3.7.1 外国語標記の有無と範囲	館内共有スペースまたは客室において外国語標記の説明書き・案内表示等がありますか。ある場合、具体的にどのような場所に設置されていますか。
3.7.2 外国語周辺パンフレットの有無	館内案内や周辺の観光地等についての外国語パンフレットはありますか。
3.8 外国人宿泊客の施設に対する反応	客室や館内設備等について、外国人宿泊客に特に喜ばれたものはありますか。また、逆効果だったものがあれば教えてください。
4. 食事について	
4.1 食事タイプ	食事は和食と洋食どちらですか。
4.2 メニューの外国語標記	外国語表記のメニューはありますか。
4.3 宗教文化への対応	宗教文化への対応はしていますか。
4.4 外国人宿泊客の食事への反応	食事について、外国人宿泊客に特に喜ばれたものはありますか。また、逆効果だったものがあれば教えてください。
5. 価格・決済方法について	
5.1 外国人向け価格	外国人宿泊客向けの料金設定はありますか。また、泊食分離は可能ですか。
5.2 オンライン・クレジット決済	オンライン・クレジット決済は可能ですか。
5.3 外国人宿泊客の反応	価格・宿泊プラン・決済方法等において外国人宿泊客に喜ばれた点はありますか。
6. その他	
6.1 外国人宿泊客対応マニュアルの有無	外国人客対応に関するマニュアルはありますか。
6.2 外国語対応社員の有無	外国語対応が可能な人材は確保していますか。
6.3.1 おもてなし・接客に対する評判	おもてなしや接客において、外国人客の反応がよかったもの、悪かったものについて教えてください。また、逆効果だったものがあれば教えてください。
6.3.2 外国人宿泊客への特別なおもてなし・接客	外国人宿泊客向けの特別なおもてなし、サービスはありますか。
6.4 行政からの補助	外国人宿泊客誘致に関して、行政からの補助は受けていますか。

【表 2-1】

		1.1 外国人受け入れ意向	1.2 外国人宿泊率	1.3.1 宿泊者の国籍	1.3.2 宿泊目的	1.3.3 宿泊形態
高価格ハイブリッド	旅館A	ウェルカム、来る者拒まず。体制は整えている。しかし、自分からアプローチして増やしていく意向はない。日本人は頭打ちだし、外国人が今後増えたらいいと思う。	外国人宿泊客は2割弱。イースター、夏休み、クリスマス、旧正月の時期が多い。9月は外国の新学期にあたるため少ない。外国人は増加傾向にある(リーマンショック、震災前はよかったが、後は減少。昨年からまた増えて	中国(香港)韓国のアジア系が6割7割くらい。2割が米・伊・仏などの欧米。残りの1割が中東、東南アジアであり、最近増えてきている。・1位中国・香港2位韓国3位台湾4位ヨーロッパ系・中東、カタール、インドネシア、タイ	観光目的。	個人旅行が多い。団体旅行は時折断ることがある。(部屋の数が少ない、個人よりも団体のほうが問題が起きるリスクが高い)
	旅館B	成り行き任せ。一応増えている傾向にはある。	外国人宿泊客は全体の10%程度。	中国・韓国・アメリカが多い。	観光目的	ほぼ個人
中価格ハイブリッド	旅館C	特にお断りすることはない。最近増加傾向にある。	全体で外国宿泊客の方が多い。(5~6割程) GWの時は、全室ほぼ外国の方で埋まることもある。その時、日本人のお客さん2人しかいなかった。	2、3年前までは米・中・韓が多く、たまに英・伊。世界中から訪れる。最近では東南アジア系が多い/ヨーロッパ系はどうしても少なくなる	観光目的	個人
	旅館D	外国人に来て頂きたいという思いはある。部屋数が少ない/現状の稼働率はほぼ100%なため、日本人を優先して受け入れる傾向	外国人宿泊客は1%以下。	台湾が一番多く香港がその次。逆に中国と韓国は少ない。文化の違いへの対応が大変なので、欧米よりもアジアから来て欲しい。	観光目的	個人で来ることが多い。主にカップルや夫婦がいる。
低価格ハイブリッド	旅館E	特にお断りするようにはこちらではしていない。どの国の方でもお越しいただく。外国人は増加傾向にある。	1:15で日本人が多い。月全体で。多い時は20%。中国の春節では50%。	アジア圏中心だが、インターネット経由で多方面からの客が増加。英語圏、中国圏、韓国圏	観光目的	個人
	旅館F	あります。これまで通り今後も積極的に取り組んでいます。	震災前だと7割、震災後は5割くらいが外国人。震災でやや減ったが、徐々に回復して増加傾向にある。	フランス、イギリス、ヨーロッパ系が多い。アジア圏は少ない。	観光目的	個人
高価格純和風	旅館G	特別なことはやってはいない。今まで以上に外国の方には来て頂きたいと思っている。	全体の10~15%が外国人宿泊客。	国は傾向として、欧米の方が多い。	観光目的	個人
	旅館H	特に積極的に受け入れているというわけでない。来るもの拒まずというスタンス。	全体の20~30%が外国人宿泊客。	韓国フランスアメリカが多い。最近では台湾も。中国は少ない。	ほとんど観光目的だが、たまにビジネス目的の方もいる。	個人
中価格純和風	旅館I	外国人は積極的に受け入れている。来ればウェルカムというスタンスを保っている。	ここ10年くらいで増加・日本人:外国人=2:8	ヨーロッパは多い。ここしばらくは東南アジア(シンガポール、タイ、マレーシア、インドネシア)以前は中国(香港マカオ上海)	ほぼ観光目的	ほとんど個人。数多いのになりますとファミリーなどグループ、友達同士
	旅館J	同業他社と比べても積極的にやっていると自負。ネットエージェントを幅広く活用し、それぞれの手数料に合わせて料金設定を細かくしている	普段は一割程度が外国の方。8月には外国人多く泊まる。	中国よりもオーストラリアを含めた欧米がほとんど。アジアと欧米だと1:4くらい。シンガポール・インドネシア・タイが最近ビザ緩和に伴って増えている。	ほとんどが観光目的。京都の国際会議場もあるので、学会をビジネスに含めるといえるビジネス利用はいる。	99%個人。年に数回海外からの修学旅行もある。
低価格純和風	旅館K	外国人を受け入れることに抵抗なし。	外国人客:日本客=6:4	3,4年前はオーストラリアのバックパッカー(宿の体制が変わる前で安かった)圧倒的に多いのはヨーロッパ(フランス、イタリア、スペイン、ドイツ)+北欧/韓国、中国、台湾、シンガポール、マレーシア、インドネシア、タイがたまに。	ほぼ100%観光。ビジネスのついでにちょっと泊まる人がいる程度。	圧倒的に個人。団体は受け入れるけど、1割もない。
	旅館L		震災以降は外国人宿泊客は減少したが、現在は2割未満くらい戻ってきている。それ以前は3割くらいの外国の方が来ていた	ヨーロッパ、欧米人とアジアの人(特にタイ)は、増加傾向にある。	観光	個人が多い。中国人の団体はとらない。(問題が起こる前にリスクを避けたいため)

【表 2-2】

		2.1 外国人向けプロモ	2.2 外国語ホームページ	2.3 外国人の予約方法	2.4 効果的なプロモなど
高価格ハイブリッド	旅館A	今は特にしていない。以前は外国人向けフリーペーパー等。今はbooking.com等のウェブ情報があるのでない。フリーペーパーの時はこっちからのアプローチではなく、オファーが来た時のみ。来た人の口コミ。	ない	booking.comが多い。直接の電話やメールでのコンタクトもあり。	実際に来たお客様に良い印象を与えるように尽くし、口コミを通して宣伝になったら。文章、メールできちんと伝える
	旅館B	宣伝とうことはしていない。ジャパニカンやじゃらんは契約しているため一応海外向けにも公開されている。その他のクチコミは利用していない。	ある	るるぶじゃらんJTBがメイン。基本的に自社サイトからの流入はない。	やはりネットエージェントのちからが大きい。
中価格ハイブリッド	旅館C	宣伝っていうものは何もしてない。旅行会社を通してアゴダ、エクスペリア、ブッキングドットコム	ない	アゴダだったりブッキングドットコムっていうところを主にお客様として受け入れるっていう形をとるようにしている	海外の旅行会社。クチコミを聞いてくるお客さんが多い。
	旅館D	今は特にやっていない。予約サイトやHPで英語対応を全くしていないため、基本的にはお客様にってもらえない。Booking.comは登録しているが、素泊まり・連泊を担当者が求められるので、対応が難しい。	ない	じゃらの外国語版のみから予約が来る。	特になし。
低価格ハイブリッド	旅館E	特にうちでこういう国に対してプロモーションをかけたっていうのはいっさいうち独自ではしていない。小田急電鉄さんとプロモーションフォーラムとか。箱根全体の動きはある。	ある	一番多いのが自社サイト。アゴダやブッキングは一定数ある、最近エクスペディアを始めたが流入増加傾向。	ジャパニカンは早くやればよかった。実際に流入が増加した。エクスペディアも。
	旅館F	特にプロモーションはこれと言ってしてない。海外の旅行泊向けに、パンフレットとか、チラシを作るとかところで広告料を出し配布してもらったことがある。効果はわからない。	フランス、スペイン、イタリア、ドイツ、英、日本語に対応	HPからってのも若干ありますけれども、やっぱり一番多いのは、Expediaとか、booking.comといった、オンライン・トラベルエージェントが一番多いですね。	Expediaとか、booking.comみたいなオンライン・トラベルエージェントにやっぱり入ってないと、今の時代は少し難しい。
高価格純和風	旅館G	特にプロモーションは行ってない。自然に任せている。	ある	公式ホームページが主流	外国の方同士の『ここが良かったよ、あそこが良かったよ』公式ホームページ
	旅館H	外国のガイドブックに載っていることが結構あるが、こちらから載せてもらうように頼んでいるわけではない。宣伝費がないのでこちらからのアプローチはとくになし	ある(英語)	半々。旅行会社、外国の旅行会社、あとは直接メールか電話	特になし
中価格純和風	旅館I	HPを出す(オンラインエージェントも含む言い方だった)	ある(英語)		インターネットやお客さん同士で のあそこが良かったよという評価
	旅館J	広告は単体ではやっていない。京都市を通しての海外露出はある。トリップアドバイザーのクチコミ、SNS活用も。	ある(英語)。7,8年前から運用	自社サイトが比率的には多い	インターネット利用で外国人は確実に増えている。自社HPに予約システムを入れたことも利便性が向上したという声がある。
低価格純和風	旅館K	一切していない。	ある(英語)	自社HP。しかし圧倒的に海外の予約サイトからの予約が多い。1番はブッキングドットコム。アゴダ、エクスペディア	お客さん同士の口コミ
	旅館L	お金をかけてというのではない。風体のおかげで露出度は高い。	ある(英語)	オンライン・エージェント	結果論として風体が差別要因に

【表 2-3】

		3.1 総客室数	3.2 客室タイプ	3.3.1 人気タイプ	3.3.2 トイレ	3.4 部屋の風呂	3.5 温泉の有無	3.6 ネット環境	3.7.1 外国語表記	3.7.2 周辺パンフ	3.8 施設への反応
高価格ハイブリッド	旅館A	9	和室1、和洋室8	和室・洋室どちらも人気	洋式	すべての部屋に露天風呂あり。多くの外国人は部屋の露天風呂を利用。	あり。しかし、外国人はあまり共有風呂に入らない。	インターネット環境はロビーのみWi-Fi、PC1台。外国人からは「Wi-Fi」と言われる。共有スペースで使えるしPCも1台あるので部屋に増設する見込みはない。	特にない。ホテルの案内表示？のみ。なのですべてお客様が来た時にすべて英語で説明しています。それ以外のことは身振り手振り。	あり。箱根旅館組合で作成しているものを置いてあります。	特にこれと言ってはないけど、和のものに好感を抱いてくれます。
	旅館B	105	和洋室12、あとは洋室	二名の客が多いのでツインの部屋が人気。洋室。	様式	露天は貸し切り風呂、大浴場あり。風呂はスウィートのみ、あとはシャワーブース	温泉は大浴場の内風呂のみ	客室は有線LAN。ライブラリという一室のみ無線が利用可能。	案内表記とうはほとんどないが、チェックイン時に英語の館内図を渡す。お風呂の入り方は聞かれたら答える程度。	表には出していないが必要に応じてバックヤードから出す。	ベッド等があり、純和室というものではないから、結果的に過ごしやすくなっているかも知れない。
中価格ハイブリッド	旅館C	15	和室14、洋室1	和室	ほとんど洋式	なし	あり。大小2つ	館内にWi-Fiとパソコン3台あり。	ない。今のところは考えてもいない。	観光案内とかインフォメーションとか、英訳の探してくる。バスとかフリーパスもわかるように。一応中国語、英語、韓国語とか出てるから、それを必ず部屋に	自然のところ、温泉、日本風の中庭。
	旅館D	5	和室1和洋室4	和室	洋式	露天風呂付きの部屋が1室	あり。貸し切り露天風呂が3つあってそれぞれ入浴していただく。	Wi-Fiのニーズは高まっていて、つけたいけれども資金面で断念した。	全くないですね。あえて今後もやっていかないんじゃないかな	ない	貸切風呂は評判がいい
低価格ハイブリッド	旅館E	39	和室12洋室12和洋室15	和室	洋式	ユニットタイプの沸かし湯がある。バス・トイレ別々の沸かし湯のみ。	ある。部屋でより外国人は積極的に利用。タトゥー等は他の客の指摘がないので当面は考える必要はない。共同の温泉あり	ロビーのみ使用可。今後は客室にも整備していきたいが現状問題ないので当面は考えていない。ロビーに一台パソコン。	英語・韓国語・中国語の客室案内を配布。いずれもスタッフで出来る人がいた。風呂の入り方に関しては箱根町が作成したものを掲示(お風呂の入り方は英語と図で)	箱根の案内所にあるものは揃えてある。	和風様式の露天風呂が人気。
	旅館F	17	和室12、洋室5	和室	洋式	バス・トイレなしの部屋が中心。露天風呂はなし。	なし。湯沸しの共同風呂があり、外国人の利用数は多い。	館内全てWi-Fi可。	一部(トイレやお風呂・非常口・避難経路)には英語表記あり。	あり。館内パンフレット・周辺地図・フリーペーパー。	Wifiが全館で無料できることが喜ばれる。
高価格純和風	旅館G	18部屋+離れ1	和室、1部屋だけベッド付き	和室。海外の方はベッド付きの部屋は嫌がる。	洋式	露天風呂はないが、どの部屋も温泉は引いている。	温泉・大浴場がある。	Wi-Fiがこのロビー付近と客室があと1部屋	英語のみ。海外のお客様が来られる時にお渡しする	外国語表記の地図。海外のお客様が来られる時にお渡しする	環境とか日本的な雰囲気とか大浴場や露天風呂
	旅館H	20	和室	和室。	洋式。	なし	湯沸しの大浴場ならあり	全館Wi-Fi可。1階にPC1台あり。	あり。入り口や共同風呂。外国人が泊まるお部屋にはお掃除の方が靴を脱ぐ場所やお茶の入れ方等の紙をおく。お風呂の入り方・浴衣の着方の案内もあり。詳しくはもらった資料参照。全部フロントで作成	あり。英語・フランス語韓国語中国語	日本(江戸)らしい雰囲気や骨董品の写真を撮る人が多い。蔵造の部屋が喜ばれる。入り口等小さい部屋が多いが、異文化として楽しめたりする。反対に気に入らずに連泊中に帰っちゃう人もいる
中価格純和風	旅館I	5	全部和室。ベッドはない	和室	洋式+パブリックに和式のお手洗いと2つ	バス・トイレ付のお部屋は1室。あとアウトバスルーム。露天風呂はなし。	部屋ごとに風呂あり。	館内どこでも利用可能	ちょっと。風呂、トイレとか。名前だけ？	周辺の案内地図など観光パンフレットがたくさん。英語、中国、韓国	中庭・床の間・日本風の彫刻は外人ウケがいい
	旅館J	24	和室24	和室	洋式	沸かし湯が12室にあるだけ。	なし。沸かし湯のみ。	全館利用できる。	基本的に案内表記は全部英語がある。	京都市作成のものがある。	旅館そのもの泊まるのが初めてで喜ばれる方がほとんど。自転車貸出サービスを始めた所好評。浴衣や茶羽織も人気。
低価格純和風	旅館K	10	和室	和室	洋式	なし	大浴場(家族風呂、プライベートで使う)。温泉ではない。	Wi-Fiどこでも使える(要望が多かったから二年前につけた)。共有PC1台。	館内全部やっってる。お風呂は使い方も表記。	ペラー一枚の旅館インフォメーションあり、英語日本語両方書いてある。浅草の観光マップ、時刻表など英語のものあり。	韓国人のお客さんはWi-Fi無料で喜ぶ。Wi-Fiがあつて安心するという声が聞かれる。
	旅館L	19	和室		洋式	室内風呂のみ(シャワーといった方がよい)。		Wi-Fiはロビーにインタビューの一週間後につく予定。	部屋は全てローマ字。鍵にも。風呂はMen/Ladies表記+日親連発行のガイドブックからお風呂の入り方引用	あり	Wi-Fiはあると思っているのが前提かもしれない。建物、花の写真撮る人が多い。館内の壁も喜ばれる。湿気と臭いがだめな人はいる。

【表 2-4】

		4.1 食事タイプ	4.2 メニューの外国語表記	4.3 宗教文化への対応	4.4 食事への反応
高価格ハイブリッド	旅館A	オリジナルの創作懐石料理。和が中心だが洋折衷。外国人で朝だけ洋食にしてほしい等の要望があった場合は臨機応変に対応。	ないが、漢字が全くできない等、必要なときは作成。	できる限り対応している。申し出がなくとも、国籍によっては豚が入らない料理をあらかじめ準備しておくなどの対応	懐石料理は驚かれたりする。臨機応変な対応は喜ばれる。
	旅館B	和食のみ。	メニューは頻繁に変わるので英語表記を用意できていない。食事会場で英語を話せる従業員がおもてなしをする形で対応する。	可能な限り宗教への対応はする。メッセージで事前にやりとりを行う。	てんぷらの食べ放題、おぼんざいの食べ放題をコンセプトとして、和を楽しむにきているお客様にとっては満足いただけていると思う。
中価格ハイブリッド	旅館C	和食／外国人向けメニュー(半々ぐらいで選ばれる)	素泊まりとか半泊まりの場合は注文、オーダーいただいで支度するから、各、円で全部書いて、選んでいただく	しています。聞く場合もあるし、言ってくる場合もある。	
	旅館D	和洋折衷。創作料理的な料理で。クレソンそばのオリブオイルがけ	英語表記なし。ほしいと思っただけではない。	事前に行って頂ければ準備はできる。	日本風のものなだけで味付けが欧米風のものが入りやすく好まれる。
低価格ハイブリッド	旅館E	和食。洋食の用意はない。	ドリンクのみあり。	宗教文化とアレルギーには対応する。あらかじめメールで密にやりとりする。予約フォームになかったらこちらから伺う。メニュー変更の当日対応は厳しい	和室に泊まっておそばと天ぷらをという「ジャパニーズカルチャーエクスペリエンスプラン」が喜ばれている。
	旅館F	朝食は和食か洋食いずれかを選んでいただく。朝食のみ食べる方が多い。	ない。和食か洋食の確認だけで、食材については聞かれたら説明する。	お客様の申し出があった際に対応する。	結構和食が好きな人が多いので。喜ばれますね。
高価格純和風	旅館G	夕食は和食のみなんですけれども、朝食に関しては一応和洋	お品書きも外国語表記	要望があった点を	日本料理自体を喜ばれる方が多い
	旅館H	和食のみ。	あり。食べ方等の説明書きもあり。	事前にメール等で聞いて対応する	特になし。料理が口に合わないときもあるらしい。
中価格純和風	旅館I	和食。朝食は和食と洋食の用意があるが、8割が和食で2割が洋食ですね。	外国語表記メニューなし	対応している	懐石料理の非日常性がうけるときのあれば嫌われるときも
	旅館J	和食がメイン。希望があれば簡単な洋食の用意はある。	あり。	イスラム教等の難しい部分についてはお断りすることもある。	コンチネンタルブレックファーストを2年半前くらいから用意しているが好評。
低価格純和風	旅館K	夕食は和食。朝食は和洋要望次第。	特になし。写真で見せるから	一切しない。外で食べる	和朝食、味噌汁は好評。洋朝食はいっぱい出すフルーツが好評。
	旅館L	夕食は和食。朝はバイキング。子どもにはパンとオムレツぐらいなら。	料理&ドリンク英語表記あり。	ベジタリアンには和食のベジタリアンを(油、食材)。アレルギーや生ものも対応。宗教は依頼がくれば。	来て1日目2日目の人は美味しいっていう(滞在期間が長いひとは飽きてる感じがある)

【表 2-5】

		5.1 外国人向け価格	5.2 オンライン決済	5.3 決済方法への反応
高価格ハイブリッド	旅館A	外国人向けの設定はない。泊食分離も不可。同じ値段で食事を抜くことはできる。でも、食事なしを希望する方は少ない。2泊まで。	あり。銀聯カードも可。	シーズン外で価格を下げるキャンペーンをすると、日本人も外国人も安さに食いついてくる
	旅館B	特に無い。	オンラインエージェントを通してはある。	
中価格ハイブリッド	旅館C		オンラインエージェントを通してはある。	
	旅館D	この宿いいなあって思ってもらえる宿を目指しているので、食事無しというプランはやってないですね	ない	
低価格ハイブリッド	旅館E	予約サイト経由に関しては料金が少し高いが外国人向けの設定というわけではない。泊食分離があって食事は別料金と記載。	オンラインエージェントを通してはある	
	旅館F	オンライントラベルエージェントによって手数料が異なるので、それに応じて異なる価格を出す。	ない。日本ページにはじゃらんの決済システムを入れているけど外国人向けにはしていない。	特に無い。比較的低廉な方なので高いとも言われない。
高価格純和風	旅館G	ない。泊食分離は一泊朝食まで	楽天さん、じゃらんさんあたりでやっているぐらい	
	旅館H	特にないが、外人は荷物が多いので広い部屋を優先したりする。	オンラインエージェントを通してはある。	
中価格純和風	旅館I	(外国人用ではないが)泊食分離可。	ない	特になし。外国人は2・3泊する人が多い
	旅館J	コミッションの関係でサイトが異なると基本的には料金が異なることはある。泊食分離で、片泊も可。	あり	シーズン別、食事の有無毎に細かい料金設定表をつくり、それを見せることで納得してもらうことができる。
低価格純和風	旅館K	なし。基本素泊まり(泊食分離)	あり	
	旅館L	あり。円安で少し値段をあげた。一泊朝食が最低。	オンラインエージェントによる	

【表 2-6】

		6.1 外国人対応マニュアル	6.2 外国語対応社員	6.3.1 おもてなしの評判	6.3.2 特別なおもてなし	6.4 行政からの補助
高価格ハイブリッド	旅館A	ない。国籍別でデータをとったりもしていない。ノウハウをその時々で共有している。	フロントの2人(英語のみ)。増やす見通しもない。仲居さんは簡単な説明ができる程度の英語力。他の言語に関してはポディランゲージ。	来た時に抹茶をお出しする。和のものに好感をもたれる。また、小さい旅館なりによりお客さんと近い存在になるように、仲居さんなんかはハグしたり、フロントは別れ際に握手したりしています。	特にない。温泉の入り方や浴衣の着方等については細かく説明するくらいか違いがない。あと、次の日の予定を聞いて、何時に出発した方がいい等のアドバイスをしている。	補助を受けたい。旅館組合、箱根という地域では補助はあるが、各旅館ごとにはない。
	旅館B	日本人と一緒に、特に外国人に対して変えている部分はない。	70名中、フロントでしゃべることのできる人材が2名、管理職が1名、レストランで2名。中国人に対しては台湾出身の従業員1名に任せている	中居がいない、ペルサービスマないということでパーソナルな部分を尊重する、国内外問わずお客様に喜ばれる点。外国人は特にそういったところに満足するのかなあと考えている。	特別扱いはしない。	
中価格ハイブリッド	旅館C		ない	団扇をあげたり	外国語の説明を置いておく	
	旅館D	ない。作る見込みもない。	全然居ない。	積極的にコミュニケーションとることに対してはすごい喜んでくれます		
低価格ハイブリッド	旅館E	特にはないが、予約時にトラブルを避けるための記入事項や注意事項が定められたフォームがある。おもてなしに関してはその場その場で臨機応変に対応。	8人中で英語を喋れるのが3名。翻訳アプリ等を用いる。英語を喋れる人材を集めたわけではないがたまたま集まった。中国語ができる人もいた時期がある。	中国語対応の説明書き。英語だけだと問題があった。	景色がいい部屋や周りに宿泊客が少ない部屋を優先する。	小田急が力を入れている。中国の歓迎イベントやキャンペーン等を展開し、そこに積極的に参加している。
	旅館F	政府から配布された外客接遇マニュアルを使用	家族経営なので、家族みんな片言の英語は可	特にない。親切にいろいろ調べてあげると喜ぶ。	特にない。わからないことがあれば英語で説明するくらい。	ない。浅草は行政とかが何もなくてもお客さんが集まる場所なので、実際には何もやってないです。
高価格純和風	旅館G	ファイルがあるんですね。それをお見せしたり、お客様にお渡ししてっいる形にしています。	英語だけ	日本人の方と同じように対応する	特別にしてないことがいいのになって思ったりする	
	旅館H	特にない。外人に見せる・配布する資料は統一しているが、何かをデータ化したりはしていない。	フロント4名(英語)	元気よく明るくフレンドリーに挨拶している	木札にレーザーで名前を彫ってプレゼントしている(日本人にも)	
中価格純和風	旅館I	ない。各自の蓄積	娘がある程度話せる。あとは単語とポディランゲージ。誠意をもって伝えればよい	英語がペラペラなよりもカタコトの方が、逆にあなたかみがあり良い。ホスピタリティなどの言葉で褒めてもらうことが多い。	ない。	京都の観光協会的なものとかから外国語のパンフレットもらうくらい。
	旅館J	特別なマニュアルはないが、客室担当が心得ているところはある。個人の対応能力に頼っている。	5人中5人がたいだいのコミュニケーションは取れる。留学生もいたりするため、その人がサポートに入ったりもする。	お茶を入れてあげた時に「ティーセレモニーをしても良かった」と非常に喜ばれた。言語が通じることがやはり大きい。	名前入りのうちのプレゼント、クリスタルガイザーのプレゼント。和室がどうしてもダメな方にベットの部屋をご安納する。	金銭面ではない。京都市として外国人を呼び込む施策はあって、無料Wi-Fiスポットの充実などがある。パンフレットの作成・配布もある。
低価格純和風	旅館K	ない。インフォメーションで大体わかってもらえる。ミーティングでロコミ等を共有する。主に良い方面で。	10名中10名英語流暢に話せる。アルバイトでも。中国人留学生とか。意識して採用。	まあ自分の行きたいところについて教えてくれてありがととか。子供に親切にしてくれてありがととか。朝食は美味しかったよとか。	特別なものはないが、レストランの予約をしてあげたり、行きたい場所を教える。・たまに折り紙興味あったら鶴折ってあげるとかね。	旅館組合の組合長がこの社長ですから、そういう意味では組合として海外からのお客様への対応というのはやっている。
	旅館L	料理は指差しで伝えられる仕組み	3人英語が喋れる(全体の2割)。基本はフロントが喋れる。	縦書きで名前を書いたら喜ばれた。	特別扱いはしない。飛騨高山や京都への行き方は伝えられるようにしている。浴衣をあわせてあげる。プランによっては貸切風呂	箱根観光協会ですべて旅館にWi-Fiを1機つけられる制度が導入され、活用

第4節 考察

本節においては、コード・マトリックスを「継続的比較法」を用いて考察した結果について述べていく。「継続的比較法」は、コード・マトリックスを用いて複数事例同士を比較する方法である。比較方法は4種類あり、①コード間の比較、②コードと文書セグメントの比較、③文書セグメント間の比較、④事例間の比較がある。第1項では、12軒の全旅館の中で、概ね観察された傾向・共通点・相違点について述べ、第2項以降では、旅館の外国人対応に関する現状について、「価格」「旅館タイプ」に「外国人宿泊率」を加えた3つの観点から述べていく。第2項では外国人宿泊率、第3項では価格、第4項では旅館タイプから見られる傾向について述べていく。

第1項 旅館全体で見られた傾向

本項では、ヒアリング調査により明らかとなった旅館の外国人対応に関する現状について、12軒全ての旅館を分析し、観察された傾向・共通点・相違点を述べていく。

[質問項目 2.1 外国人向けプロモーション]では、どの旅館においても、とりわけ旅館側からの情報発信はしていないという結果が見られた。しかしながら、[質問項目 2.3 外国人宿泊客の予約方法]、[質問項目 2.4 効果的なプロモーション・予約方法等]における回答から、Booking.com や Agoda.com をはじめとする海外旅行サイト²を通じた、口コミによる宣伝効果についてはどの旅館も行っていた。

[質問項目 3.3.1 外国人に人気の客室タイプ]では、タイプを問わず、外国人宿泊客は和室を好む傾向があり、[質問項目 4.1 食事タイプ]では、和食を好む傾向にあることがわかった。また、[質問項目 4.3 宗教文化への対応]では、旅館 K (浅草)を除いて、どの旅館も可能な限りで宗教への対応を行っていた。

² 本稿では「海外旅行サイト」という用語を TripAdvisor (<http://www.tripadvisor.jp/>) などの口コミ情報サイト、Booking.com (<http://www.booking.com/index.ja.html>) や Agoda.com (<http://www.agoda.com/ja-jp>) などのオンライントラベルエージェントの両方の意味を含む用語として用いる。

第2項 外国人宿泊率から見られた傾向

本項では、ヒアリング調査を行った全12軒を外国人宿泊率50%以上、20-30%、15%以下の3つに分類し、宿泊率から見られる傾向を述べる。この観点では、[質問項目 1.3.1 国籍]、[質問項目 2.3 外国人宿泊客の予約方法]、[質問項目 3.5 インターネット環境]、[質問項目 6.2 外国語対応社員の有無]、の4点において差異が見られた。

i. [質問項目 2.3 外国人宿泊客の予約方法]

外国人宿泊客の予約方法において、外国人宿泊率が高い旅館では、海外旅行サイトの利用に対して積極的であるという傾向が見られた。外国人宿泊率が50%以上の旅館K(浅草)は、「圧倒的に旅館公式HPよりもBooking.comからの予約が多い」と述べている。外国人宿泊率が50%以上の旅館C(箱根)、旅館F(浅草)でも同様の声を聞くことができた。一方、外国人宿泊率が10%程度の旅館J(京都)が「旅館公式HPからの予約が多い」と述べているように、外国人宿泊率が低い旅館では、主な外国人宿泊客の予約経路として旅館公式HPを挙げていた。つまり、外国人宿泊率の高い旅館では、海外旅行サイトが主流であり、一方、外国人宿泊率の低い旅館では、旅館公式HPが主に活用されていた。以上の傾向から、海外旅行サイトの積極的・効果的な活用が外国人の誘致を促進させる要因の一つであると推察できる。事実、外国人宿泊率の高低に関わらず、半数以上の旅館で[質問項目 2.4 効果的なプロモーション]に対して、海外旅行サイトの活用や、海外旅行サイトに掲載されている口コミの宣伝効果を挙げていた。

ii. [質問項目 3.5 インターネット環境]に関する差異

インターネット環境において、外国人宿泊率が50%以上の4軒全てにおいて、Wi-Fiの客室を含む全館完備が確認された。一方、外国人宿泊率が50%未満の旅館では、ロビーのみ・有線LANのみという回答が多く見られた。また、[質問項目 3.6.3 施設面の評判]に対して、外国人宿泊率が50%以上の旅館F(浅草)は「Wi-Fiが全客室で、無料でできることが喜ばれる」と述べており、Wi-Fiの客室含めた全館完備が外国人宿泊客の満足度に対して好影響を与える旅館が存在した。このような回答から、外国人宿泊客を誘致する上で、Wi-Fiの客室を含む全館完備が重要であることを、現場の声として聞くことができた。一方で、「Wi-Fiのニーズは高まっていて、実際につけたいけれども資金面で断念した」と回答する旅館も存在し、旅館の資金や客室数、敷地面積によっては全客室完備が経済的・規模的な面で難しいケースもあることが確認できた。

iii. [質問項目 6.2 外国語対応社員の有無]に関する差異

外国語対応従業員の有無において、英語対応が可能な人材がいるかという点と、外国人宿泊率の間には相関関係が見られなかった。これは外国人の対応には、必ずしも英語を流暢に話せる必要はないということを示唆している。例として、外国人宿泊率が80%の旅館I(京都)は、「ボディランゲージじゃないですけども、手まね足まねで十分間に合います。～中略～英語がペラペラなよりも片言の方が、逆に温かみがあり、よく『ホスピタリティ』という言葉で褒めて頂く」と述べている。また、旅館F(浅草)では「片言の英語で対応」を行っているが、宿泊率では50%を超えており、必ずしも英語が流暢である必要性はないケースも確認できた。これは外国語の対応に不安を感じ、外国人宿泊客の受け入れに消極的になっている旅館にとっては、参考にすべきケースであるように思われる。

第3項 旅館の価格から見られた傾向

本項では、旅館の価格から見られる傾向を述べる。価格の観点からは、[質問項目 3.6.3 施設面の評判]、[質問項目 6.2 外国語対応可能な従業員の有無]の、2点において差異が見られた。

i. [質問項目 3.6.3 施設面の評判]

高価格・中価格の旅館では、客室や建物自体に伝統的な日本の雰囲気があり、外国人宿泊客が「和風の内装や雰囲気」を感じることができるかどうか宿泊客に重要視された。一方、低価格の旅館では、Wi-Fiの有無について宿泊客からの評判として数多く言及された。この違いから、外国人旅行者は、旅館の価格が高くなるにつれ、建物の内装など細かい雰囲気や居心地に期待しており、反対に価格が安くなるにつれ、旅館を宿泊するための拠点として、旅館に寝泊まりする上での利便性を求める傾向があることがわかった。

ii. [質問項目 6.2 外国語対応可能な従業員の有無]

外国語対応可能な従業員の有無において、価格帯ごとに差異が見られた、外国語対応可能な従業員の有無において差異が見られた。旅館の価格が高くなるにつれて、英語やその他の言語の対応可能な従業員が在籍している旅館が数多く見られ、反対に旅館の価格が低くなるにつれて、片言の英語やボディランゲージで対応している旅館が多く見られた。宿泊率との相関性はないものの、この違いから、価格によって求められる外国語対応レベルが旅館の価格帯ごとで異なる傾向にあるということがわかった。

第4項 旅館タイプから見られた傾向

本項では、旅館タイプから見られる傾向を述べる。この観点では [質問項目 1.3.1 国籍]、[質問項目 3.6.1 外国語標記の有無と範囲]、[質問項目 4.1 食事タイプ]の3点において差異が見られた。

i. [質問項目 1.3.1 国籍]に関する差異

外国人宿泊客の国籍において、純和風旅館では宿泊客の多くを欧米人が占める割合が高いが、ハイブリッド旅館ではアジア人の割合が高い、という差異が見られた。

純和風旅館の旅館K(浅草)では、「アメリカはそこそこ来ますけど、圧倒的に多いのはヨーロッパ、中でも特にフランス、イタリア、スペインあとドイツ。北欧、スウェーデン、ノルウェーも多いです」と述べている。一方、ハイブリッド旅館の旅館A(箱根)では、「中国・香港・韓国のアジア系が6割7割くらいで、2割くらいがアメリカ・イタリア・フランスなどの欧米人です。残りの1割が中東、東南アジアで、最近増えてきている」と述べている。このように、旅館のタイプによって外国人宿泊客の国籍に傾向が見られ、それに見合った対応、例えば外国語での案内標記やパンフレットの設置が求められるといえる。

ii. [質問項目 3.6.1 外国語標記の有無と範囲]に関する差異

外国語標記の有無と範囲において、純和風旅館では外国語標記の有無・範囲と宿泊率の間に相関関係が確認できたが、ハイブリッド旅館では確認されなかった。

純和風旅館に関して、旅館H、I、J、K、Lで外国語(英語)での館内標記があり、残り1軒の旅館G(箱根)では館内に外国語の案内標記はないが、案内資料の配布を行っていた。さらに、宿泊率が高くなるにつれ、お風呂の入り方や浴衣の着方などに至るまでの詳しい英語標記を設置していることがわかった。一方、ハイブリッド旅館では、宿泊率の高い旅館であっても英語標記は最低限(受付・風呂・避難経路の標記のみ)、または、標記無しという結果が見られ、お風呂の入り方等に至るまでの詳しい標記がある旅館は全体で旅館E(箱根)の1軒のみであった。

実際に純和風旅館の旅館I(京都)は、「お風呂に浸かることや布団で寝ることは、外国人にとっては異文化・非日常的なことなんですよ。だからお風呂の入り方なんかは必ずと言っていいほど聞かれますね」と述べていた。また同じく純和風旅館の旅館H(浅草)も、「お風呂の入り方や浴衣の着方、お茶の入れ方の説明があると、外国人の方は喜ばれる」と述

べていた。これらのことから、純和風旅館は、ハイブリッド旅館と比較して外国人宿泊客が文化の差を感じやすいため、より詳細な外国語での案内標記が必要となると考えられる。

iii. [質問項目 4.1 食事タイプ]に関する差異

食事タイプにおいて、ハイブリッド旅館では、洋食の有無と外国人宿泊率との間に関係が見られたが、純和風旅館では見られなかった。

純和風旅館とハイブリッド旅館、両者ともに食事は基本的に和食であったが、一部の旅館では、外国人宿泊客を考慮し、和食・洋食の選択が可能であった。中でもハイブリッド旅館では、外国人宿泊率が高くなるにつれ、和食・洋食の選択が可能な旅館が多いことが観察された。実際に洋食の導入を始めたハイブリッド旅館の旅館J(京都)では、「コンチネンタルブレックファーストを2年半前くらいから用意しているが、外国人のお客様に非常に喜ばれましたね。『(洋食があつて) ああよかった』とよく言われます」と述べている。一方、純和風旅館の旅館I(京都)では「うちは和食メインで考えてお客様も来られるので、朝食だけ洋食の用意もあるが、8割の方が和食ですね」と、和食が外国人宿泊客に主に好まれているという現状を述べている。

このことから、ハイブリッド旅館の実情として、純和風旅館と比較して、和食に加え洋食の選択肢を用意する必要性が高い傾向が見られる。

第5節 考察のまとめと日本旅館の課題

本節では、第4節のまとめと、そこから導かれた日本旅館に対する今後の課題について述べていく。

第4節では、ヒアリング調査により明らかとなった、旅館の外国人対応に関する現状について、「全体の傾向」、「外国人宿泊率」、「価格」、「旅館タイプ」の4つの観点から述べてきた。第1項では、現在の旅館を取り巻く現状、旅館の外国人宿泊客誘致への取り組みを観察することができた。第2項～第4項では、いくつか特徴的な差異や傾向を観察することができた。各旅館によって対策は異なる部分が多いが、観点ごとに旅館の特性に合う部分を改善することが、外国人宿泊客の増加に効果的な影響を与えられ

る。特に、価格や旅館タイプに関わらず全旅館が目すべき点として「インターネット環境の整備」が挙げられる。外国人宿泊率の観点からは、宿泊率50%以上の4軒においてWi-Fiの客室を含めた全館での完備が確認できた。一方、Wi-Fiがロビーのみ、あるいは全く整

備できていない旅館からも、外国人の Wi-Fi に対するニーズの高さから、今後客室まで整備を進めていきたいという声が多くあがった。これらの傾向から、Wi-Fi の客室を含めた全館完備は外国人宿泊客の増加に好影響を与えられと考えられる。実際に、「地域におけるインバウンド観光マーケティング戦略 (NIRA 研究報告書 0701)」によれば、外国人観光客から、インターネット環境の面で日本が遅れていることが指摘されている。そのため、今後早急に Wi-Fi などのインターネット環境を整備していくことが必要となる。

上記のように、「インターネット環境の整備」は、外国人宿泊客の増加に非常に重要な要素となることが推測される。ヒアリング調査からも、外国人宿泊率の高い旅館ではこの点をしっかりと取り組んでいることが確認できた。旅館の特性に関わらず、インターネット、特に Wi-Fi 環境の客室を含めた全館完備は、日本の旅館が早急に取り組むべき課題であると考えられる。しかしながら、Wi-Fi 環境の必要性を感じているものの、資金面で問題に直面している旅館も多く見受けられた。これら旅館に対しては、政府や自治体が何らかの支援を行い、外国人宿泊客が訪れたいと望む環境の整備を行っていく必要がある。

第3章 ヒアリング調査からの発見

本章では、ヒアリング調査により見えてきた新たな発見について述べていく。ヒアリング調査から、宿泊率 50%以上の 4 軒中 3 軒が、外国人宿泊客を誘致する際に、海外旅行サイト上の口コミの効果を実感していることがわかった。このことから、外国人宿泊客の受け入れを促進する上ではそれら海外旅行サイトの効果的な活用が求められると考えられる。具体的には、「定期的な口コミサイトのチェック」「口コミを参考にした業務改善」が重要であることが、ヒアリング調査を通じて明らかになった。外国人宿泊客が半数以上を占め、Booking.com から表彰を受けた経験のある旅館 L (浅草) では、「契約している全ての予約サイトの口コミを定期的にチェックし、毎日のようにミーティングで議題として取り上げる」と述べていた。また、同様に宿泊客の大半が外国人で、TripAdvisor からの表彰を 2 度受けた経験のある旅館 H (京都)、口コミ評価も高い旅館 K (浅草) でも積極的に口コミのチェックをしており、口コミを参考にした業務改善の事例が確認できた。



Booking.com から表彰を得た旅館 K



TripAdvisor から表彰を得た旅館 I

それに加えて、口コミの投稿を促す「口コミの奨励」も、宿泊客の声を聞くという意味においては有効であると思われる。海外予約サイトにおいて多くの口コミ数を獲得している旅館 J（京都）は、「お客様がお帰りの際に、口コミの投稿を促すようお声かけしている」と話していた。更に、TripAdvisor の調査によると、日本国内の 99% の宿泊施設が、宿泊客の予約決定要因として「口コミが重要である」と考えている。しかしその一方で、宿泊客に口コミの投稿を奨励している宿泊施設は全体の 45% に留まっており、世界全体の 81% の宿泊施設が「口コミの奨励」を行っていることを鑑みると、国内の宿泊施設における「口コミの奨励」が未だ限定的であることが分かる。

以上のことから、口コミの「奨励→定期的なチェック→業務への反映」のサイクルを回し、口コミを介して宿泊客のニーズや満足度を把握した上で設備や業務の最適化を図ることが、今日の旅館業に求められる行動の 1 つとして見なすことができる。しかし、今回のヒアリング調査で対象とした旅館全体を通してみると、実際には海外旅行サイトを利用はしているものの、口コミの「奨励→定期的なチェック→業務への反映」のサイクルを十分に行っている旅館は極めて少なく、各旅館において改善の余地が残されている。

第4章 結論

2020 年のオリンピックの開催地が東京に決定するなど、日本における国際観光の機運は、今後益々高まっていくと考えられる。訪日外国人数が増加していく中で、観光産業のインフラともいえる宿泊業、中でも日本の伝統的な雰囲気伝える旅館の重要性は計り知れない。我々の研究はそのような旅館へ、外国人宿泊客の誘致を促すことを目的としている。

研究に際して我々は旅館の接点がある時点、つまり予約段階から宿泊までの範囲に限定

して質問項目を作成した。しかし、ヒアリング調査から旅館の接点がない段階、つまり海外旅行サイトでの旅館選択や、宿泊後の口コミ投稿などの側面を含めた、よりトータルな視点が旅館の外国人宿泊客誘致において非常に重要だということが明らかになった。先行研究において、この点に言及されている研究は少なく、今後の研究に新たな視点を与えることができたと考える。ヒアリング調査から確認されたこのような「トータルな視点」について、量的なアプローチを行うことを今後の課題としたい。

そして、このようなトータルな視点は、世界に誇れる日本独自の文化である「おもてなしの心」を、より幅広い視点から提供していく必要があることを意味するのではないだろうか。そして、そのように一貫した「おもてなし」をすることが、日本の宿おもてなし検定が定義する「おもてなし」の最終目標である、「お客様のより大きな満足と感動」の実現に一翼を担うと言えるだろう³。

結びとして、本研究を作成するにあたってご協力をいただいた、多くの旅館、関係者の方々に深く感謝の意を表したい。

協力旅館様一覧

協力旅館一覧		
旅館名	所在地	電話番号
くつろぎの宿 静観荘	〒250-0312 神奈川県足柄下郡箱根町湯本茶屋19番地	0460-85-5795
雉子亭 豊栄荘	〒250-0312 神奈川県足柄下郡箱根町湯本茶屋227	0460-85-5763
山荘なかむら	〒250-0631 神奈川県足柄下郡箱根町仙石原1283-97	0460-84-5557
雀のお宿 春光荘	〒250-0311 神奈川県足柄下郡箱根町湯本554	0460-85-5336
箱根の森 おかだ	〒250-0312 神奈川県足柄下郡箱根町湯本茶屋191	0460-85-6711
湯屋 やまざくら	〒250-0631 神奈川県足柄下郡箱根町仙石原138-3	0460-84-8262
京都 嵐山温泉 花伝抄	〒616-0003 京都府京都市西京区嵐山西一川町5-4	075-863-0489
京料理 宿屋枳殻荘	〒600-8143 京都府京都市下京区 七条河原町上る一筋目西入る 住吉町357-1	075-371-7781
京の宿 綿善旅館	〒604-8113 京都府京都市中京区柳馬場通六角下る井筒屋町413	075-223-0111
助六の宿 貞千代	〒111-0032 東京都台東区浅草2-20-1	03-3842-6431
桜旅館	〒110-0013 東京都台東区入谷2丁目6-2	03-3876-8118
旅館 加茂川	〒111-0032 東京都台東区浅草1-30-10	03-3843-2681

参考文献

- 貞清栄子(2008)「観光立国へ向けて～訪日外国人旅行者の現状と課題～」1頁
http://www.smtb.jp/others/report/economy/cmtb/pdf/repo0812_4.pdf (最終確認日：11月28日)
- 国土交通省, 観光庁(2012)「平成24年度 観光白書」73頁

³ 日本の宿おもてなし検定 HP (<http://www.omotenashi-kentei.jp/info.htm>) (最終確認日：11月28日)

<http://www.mlit.go.jp/common/001006709.pdf> (最終確認日：11月28日)
国土交通省, 観光庁(2013)「観光統計の概要と利活用について」12-13頁

<https://www.mlit.go.jp/common/000991742.pdf> (最終確認日：11月28日)
全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会(2010)「温泉排水規制に対する取り組み状況と意見」1頁

<http://www.env.go.jp/water/onsen-haisui/conf/02/mat05.pdf>(最終確認日:11月28日)
厚生労働省(2012)「衛生行政報告例 平成24年3月末現在」1頁

http://www.mhlw.go.jp/bunya/kenkou/seikatsu-eisei21/dl/eiseihoukoku_seieill.pdf
(最終確認日：11月28日)

日本政府間公共(JNTO)(2013)「訪日外客の動向 国籍/月別 訪日外客数(2003年～2013年)」

http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/tourism_data/visitor_trends/pdf/2013_tourists.pdf (最終確認日：11月28日)

観光庁(2012)「平成24年度 宿泊旅行統計調査」

<http://www.chusho.meti.go.jp/pamflet/hakusyo/h23/h23/html/k322300.html> (最終確認日：11月28日)

観光庁観光地域振興部長 瀧本徹「観光立国の推進と訪日外国人受入の取組について」

http://www.niac.or.jp/katudo/kouen/130305_kankocho.pdf (情報確認日：11月28日)

国土交通省, 観光庁(2012)「2012年度訪日外国人消費動向調査 平成25年1月～3月期報告書」

<http://www.mlit.go.jp/common/000996498.pdf> (最終確認日：11月28日)

社団法人国際交流サービス協会(2010)「外国人旅行者受け入れについての調査」8頁

<http://inboundcafe.ihcsa.or.jp/bindata/upfile/00000016.pdf> (最終確認日：11月28日)

国土交通省(2007)「訪日外国人受入接客教本一事例・基本会話集—(平成19年度版)」

<https://www.mlit.go.jp/common/000059326.pdf> (最終確認日：11月28日)

静岡県ホテル旅館生活衛生同業組合 静岡県文化・観光部観光局(2010)「平成22年度 海外からの観光客受入施設調査」

<http://hellonavi.jp/data/documents/0901.pdf> (最終確認日：11月28日)

日本政府観光局(JNTO)「外国人旅行者の迎え方」

http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/visitor_support/greeting/ (最終確認日：11月28日)