2013 年 2 月 12 日
日本政策金融公庫
国民生活事業本部
生活衛生融資部

国内宿泊施設の利用に関する消費者意識と旅館業の経営実態調査

主 な 調 査 結 果

■ 消費者意識調査

● 国内旅行の動向

最近１年間の国内旅行の回数は２回以内が約６割、宿泊日数（年間合計）は２日以内が約半数を占めている。一方、国内旅行に伴う支出額（年間合計）は「５万円未満」から「30 万円以上」まで幅がある。以前に比べて宿泊日数、支出金額が「増えた」割合は２割超となっているが、特に若者（20 代）は他の年代に比べて「増えた」割合が高く、20 代女性はいずれも３割を超えている。背景の一つとして 20 代女性では一人旅が増えたことが挙げられる。

また、最近の国内旅行の特徴として、旅行先は近隣地が中心であること、シニア層（60 歳以上）は、宿泊日数、支出金額が他の年代より多くなっていることが挙げられる。

● 宿泊施設の検索・予約方法

宿泊施設の検索方法、予約方法（最も多く行っている方法）は、いずれも「宿泊サイト（「じゃらん net」、「楽天トラベル」など）」が最も多い。利点として「ポイントがたまる」「比較できる」「探しやすい」といった点が挙げられる。

● 宿泊施設を利用する際のポイント

宿泊施設を利用する際に重視する点は「宿泊料金」「立地」のほか、国内旅行目的では「部屋の内容」「浴場の内容」「食事の内容」、ビジネス目的では「喫煙環境の内容」「割引サービスの有無」「インターネットの利用環境の良さ」が上位に挙がっている。

● 宿泊施設の料金についての意識

国内旅行で宿泊施設を利用する際に宿泊料金を増額しても良いと考える条件では、「離れが利用できるなど、プライベートが重視されている」が最も多く、以下、「施設が広く洗練されており、高級感が味わえる」、「健康面に配慮された食事の提供」の順となっている。「宿泊料金を増額するつもりはない」は２割に留まっており、顧客ニーズをうまく汲み取ることにより料金増額の余地があることがわかる。

■ 経営実態調査

● 経営動向

宿泊客数、宿泊客単価の前年と比べた増減動向は、「減少」（それぞれ 35.2%、29.9%）が「増加」（同 26.2%、10.4%）を上回っている。また、宿泊施設からの距離を基準とした宿泊客数の増減動向では、前年に比べて利用が増えた顧客（複数回答）は「国内の近隣からの日本人客」（41.2%）が最も多く、「外国人客」は 5.8%に留まっている。

● 現在の経営環境

現在の東日本大震災による経営への影響は「マイナスの影響」が 47.5%となっている。地域別にみると、東北では、「マイナスの影響」が６割を超える一方で、「プラスの影響」が 14.7%となっている。また、北東アジアにおける外交問題による経営悪化への影響は「影響がある」が 17.8%となっている。

● 経営面での取り組み

集客面で特に実施効果が高いインターネットを活用した取り組みは、「宿泊サイトへの登録」となっている。宿泊サイトへの登録は外国人客の集客においても効果が高い。

また、自由記述回答では、他社にはない独自のサービスの提供、まごころをこめた細やかな接客・サービスの提供といった意見が寄せられた。

● 今後の経営方針

今後の経営方針は「情報通信技術の積極的な活用」が最も多く、以下、「宿泊に特化した、安価でシンプルなサービスの提供、施設づくり」、「自然の景観を生かした趣のある施設づくり」の順となっている。

目　次

調査概要 …… 2

第１章　消費者意識調査の結果

第１節　国内旅行の動向 …… 3
旅行回数／宿泊日数／支出額／利用した宿泊施設のタイプと１泊あたりの平均宿泊料金／最近１年間の旅行先／今後行ってみたい旅行先／同行形態

《ピックアップデータ：一人旅の動向》 …… 10
旅行回数・宿泊日数・利用した宿泊施設のタイプ／一人旅の主な目的

第２節　ビジネスでの宿泊施設の利用動向 …… 12
利用回数・利用者の会社（事業）が属する業種／宿泊日数／利用した宿泊施設のタイプと１泊あたりの平均宿泊料金／利用した宿泊施設の所在地

第３節　宿泊施設の検索・予約方法 …… 15
宿泊施設の検索方法／宿泊施設の予約方法

第４節　宿泊施設を利用する際のポイント …… 16
国内旅行で利用する際のポイント／ビジネスで利用する際のポイント

第５節　宿泊施設の料金、サービス等についての意識 …… 19
国内旅行で利用する際の宿泊料金増額についての考え／国内旅行で利用してみたい宿泊プラン／宿泊施設の喫煙環境についての希望／宿泊施設に特に詳しく案内してほしい情報

《ピックアップデータ：シニア層の特徴》 …… 21
国内旅行の回数・宿泊日数・支出額（年間合計）・１泊あたりの平均宿泊料金／最近１年間の旅行先・今後行ってみたい旅行先／同行形態／宿泊施設を利用する際のポイント

第２章　旅館業の経営実態調査の結果

アンケート回答企業の属性 …… 23
業種／業歴／経営者の性別／経営者の年齢／従業者数／宿泊施設数

第１節　経営動向 …… 24
宿泊施設の所在地と立地環境／客室数と客室の喫煙環境／現在の顧客層／宿泊客数の動向／宿泊客単価の動向

第２節　現在の経営環境と経営上の問題点 …… 27
経営環境／経営上の問題点

第３節　経営の参考情報の入手先 …… 30

第４節　経営面での取り組み …… 31
インターネットを活用した取り組み／宿泊プランの実施状況／シニア層の利用動向と集客に向けた取り組み／外国人客の集客に向けた取り組み／集客面で特に実施効果が高い取り組み／設備投資の実施状況

第５節　今後の経営方針 …… 38

【参考】訪日外国人旅行者に関する旅行代理店へのヒアリング …… 39
訪日外国人旅行者の推移／訪日の目的／日本での旅行ルート／外国人旅行者の訪日経路／日本の宿泊施設に求められること

調 査 概 要

	消費者意識調査	経営実態調査
調 査 目 的	高度化・多様化した消費者のニーズや意識を把握するとともに、事業者の経営課題に対する取り組み等を明らかにする。	
調 査 対 象	最近１年以内に国内の宿泊施設を利用した全国の一般消費者（個人）	日本政策金融公庫（国民生活事業）の全国の支店が融資した旅館業のうち、1,987 企業
調 査 方 法	インターネットによるアンケート調査	郵送、無記名によるアンケート調査
調 査 時 期	2012 年 11 月	2012 年 11 月
回 答 数	5,000 名 ー内訳ー ・性別：男性 2,500 名、女性 2,500 名 ・年齢：20 代～60 代以上、各 1,000 名 ・居住地域：北海道 250 名、東北 350 名、東京都 500 名、関東（東京都を除く）1,100 名、中部 850 名、近畿 900 名、中国 300 名、四国 200 名、九州 550 名	799 企業 （回答率 40.2%）

【本調査における注意事項】

- 複数回答の設問においては、回答割合の合計が 100%を超える場合がある。
- 本文及び図表では、調査票の選択肢等を一部簡略化又は省略している場合がある。
- 経営実態調査では、無回答を除いた回答数を母数として比率を算出している。
- 図表の数字は、集計母数に占める各回答割合（%）である。
- 表中の色掛け（青色）は、全体より５ポイント以上割合の高い回答結果を表示している。

第１章　消費者意識調査の結果

第１節　国内旅行の動向

本節では、最近１年間（2011 年 11 月～2012 年 10 月。以下同じ。）に国内旅行を目的として宿泊施設を利用した方に対して国内旅行（日帰りは除く。）の動向について尋ねた結果を取りまとめている。

（１）旅行回数

○最近１年間の国内旅行の回数は、「１回」（33.1%）が最も多く、以下、「２回」（28.3%）、「３回」（16.2%）となっている（平均は 2.8 回）【図１】。

○性別・年代別では、男性 40 代で「１回」の割合が多く４割を占めている。また、世帯年収（注）別では、1,200 万円以上の世帯は、「６回以上」の割合が 14.4%と他に比べて多い【表１】。

（注）世帯年収とは税引前の世帯全体の年収をいう。ただし、経済的に扶養していない同居者の年収は除く。以下同じ。

図１　旅行回数

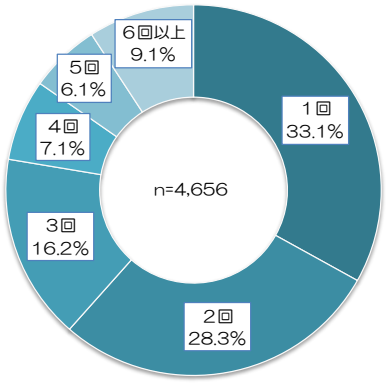


表１　旅行回数（性別・年代別、世帯年収別）

(%)　(回)

	全体	1回	2回	3回	4回	5回	6回以上	平均
全　体	4,656	33.1	28.3	16.2	7.1	6.1	9.1	2.8
性別・年代別								
男性計	2,207	34.1	27.7	15.8	7.1	5.8	9.4	2.9
20代	443	32.5	29.1	14.9	8.8	6.1	8.6	3.1
30代	441	36.7	28.6	13.8	5.0	6.6	9.3	2.8
40代	420	40.7	24.5	16.2	5.5	5.2	7.9	2.7
50代	425	35.1	29.9	14.1	6.4	4.7	9.9	2.7
60代以上	478	26.6	26.6	19.5	9.6	6.5	11.3	3.2
女性計	2,449	32.2	28.9	16.7	7.1	6.4	8.8	2.8
20代	482	29.0	31.1	13.7	8.3	8.7	9.1	3.0
30代	488	33.0	31.4	16.2	4.9	5.9	8.6	2.7
40代	490	37.6	28.8	15.1	5.5	5.3	7.8	2.6
50代	493	33.5	25.4	19.5	7.7	6.3	7.7	2.7
60代以上	496	28.0	27.8	18.8	8.9	5.8	10.7	2.9
世帯年収別								
400万円未満	1,344	38.2	27.1	16.4	6.5	5.2	6.7	2.6
400～600万円未満	1,150	33.7	27.8	16.2	7.0	6.0	9.2	2.9
600～800万円未満	845	33.1	31.2	13.7	6.7	5.8	9.3	2.8
800～1,200万円未満	880	30.1	28.3	16.7	7.5	7.7	9.7	2.9
1,200万円以上	437	22.0	27.9	19.9	8.9	6.9	14.4	3.5

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

（２）宿泊日数

○最近１年間の国内旅行での宿泊日数（年間合計）は、「１日」（25.2%）が最も多く、以下、「２日」（24.0%）、「３日」（16.6%）となっている（平均は 3.8 日）【図２】。性別・年代別では、20 代及び 60 代以上は、「10 日以上」の割合が他に比べて高い。また、世帯年収別では、1,200 万円以上の世帯では、「６～９日」の割合が他に比べて高い【表２】。

○宿泊日数の増減動向は、それ以前より「増えた（かなり・ある程度計）」20.1%、「ほとんど変わらない」60.5%、「減った（やや・かなり計）」19.4%となっている【図３】。特に女性 20 代は増えた割合（33.4%）が高い【表３】。

○今後１年間の宿泊日数の増減見通しは、「増える（かなり・ある程度計）」15.3%、「ほとんど変わらない」63.8%、「減る（やや・かなり計）」15.9%となっている【図４】。特に男性 60 代以上は増える割合（20.9%）が高い【表４】。

図２　宿泊日数

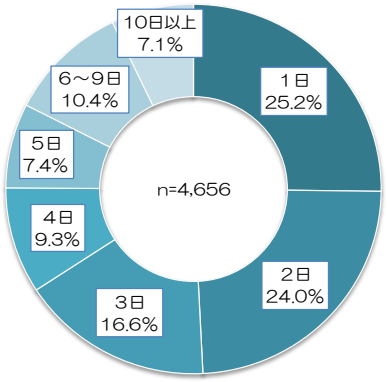


表２　宿泊日数（性別・年代別、世帯年収別）

(%)　(回)

	全体	1日	2日	3日	4日	5日	6～9日	10日以上	平均
全　体	4,656	25.2	24.0	16.6	9.3	7.4	10.4	7.1	3.8
性別・年代別									
男性計	2,207	25.7	25.0	16.2	9.6	6.8	9.1	7.7	3.8
20代	443	24.6	27.1	14.7	7.9	6.1	10.4	9.3	4.1
30代	441	29.7	21.5	19.3	8.2	7.5	7.5	6.3	3.5
40代	420	29.0	27.1	14.5	9.3	5.7	7.6	6.7	3.6
50代	425	26.1	28.2	13.4	11.5	5.9	8.2	6.6	3.5
60代以上	478	19.7	21.5	18.8	10.9	8.4	11.5	9.2	4.3
女性計	2,449	24.7	23.1	17.0	9.1	8.0	11.5	6.6	3.8
20代	482	21.2	23.9	18.0	10.2	7.7	11.0	8.1	4.1
30代	488	25.2	25.0	19.1	7.8	7.4	10.2	5.3	3.5
40代	490	27.8	24.3	15.3	8.2	7.8	10.0	6.7	3.5
50代	493	26.6	21.7	15.8	8.9	9.3	12.4	5.3	3.6
60代以上	496	22.6	20.8	16.7	10.3	8.1	13.9	7.7	4.2
世帯年収別									
400万円未満	1,344	31.3	23.3	16.4	9.4	5.7	7.5	6.5	3.4
400～600万円未満	1,150	25.8	25.7	17.3	8.3	7.0	9.0	6.8	3.6
600～800万円未満	845	24.5	26.3	15.4	8.5	6.9	11.7	6.7	3.8
800～1,200万円未満	880	20.8	23.1	17.8	10.2	9.5	12.0	6.5	3.9
1,200万円以上	437	14.6	19.5	15.6	11.2	10.8	16.7	11.7	5.2

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

図３　宿泊日数の増減動向

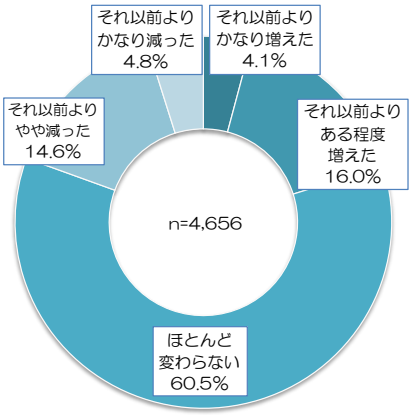


表３　宿泊日数が「増えた（かなり・ある程度計）」の回答割合（性別・年代別）

(%)

	全体	宿泊日数が「増えた」計
全　体	4,656	20.1
性別・年代別		
男性計	2,207	18.1
20代	443	28.0
30代	441	16.6
40代	420	12.1
50代	425	14.1
60代以上	478	19.0
女性計	2,449	21.8
20代	482	33.4
30代	488	20.9
40代	490	17.8
50代	493	19.1
60代以上	496	18.3

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

図４　今後１年間の宿泊日数の増減見通し

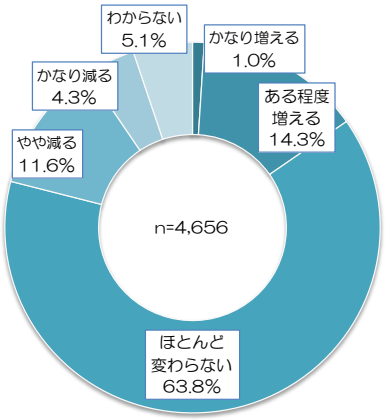


表４　宿泊日数が「増える（かなり・ある程度計）」の回答割合（性別・年代別）

(%)

	全体	宿泊日数が「増える」計
全　体	4,656	15.3
性別・年代別		
男性計	2,207	15.3
20代	443	19.0
30代	441	13.8
40代	420	8.8
50代	425	13.2
60代以上	478	20.9
女性計	2,449	15.2
20代	482	18.5
30代	488	11.5
40代	490	11.4
50代	493	15.8
60代以上	496	19.0

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

（３）支出額

○最近１年間の国内旅行に伴う支出額（年間合計）（注）は、「５～10 万円未満」（22.1%）が最も多く、以下、「10～15 万円未満」（19.7%）、「５万円未満」（19.2%）、「30 万円以上」（18.4%）となっている（平均は 16.7 万円）【図５】。性別・年代別では、年代が高いほど平均支出額が高く、男性 60 代以上は「30 万円以上」の割合が 25.7%となっている。また、世帯年収別では、1,200 万円以上は「30 万円以上」の割合が 34.3%となっている【表５】。

（注）本設問において支出額とは、交通費、宿泊料金、食事代、旅行会社等への支払手数料、現地での遊興費など国内旅行に伴い支出した全ての金額（家族を含めた年間支出総額）をいう。

○支出額の増減動向は、それ以前より「増えた（かなり・ある程度計）」25.9%、「ほとんど変わらない」58.9%、「減った（やや・かなり計）」15.3%となっている【図６】。特に、女性 20 代は増えた割合が 37.1%と高い【表６】。

図５　支出額（年間合計）

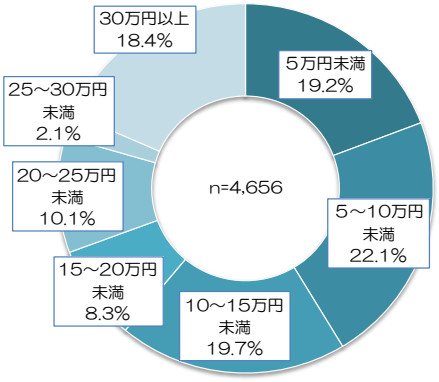


表５　支出額（年間合計）（性別・年代別、世帯年収別）

(%)　(万円)

	全体	5万円未満	5～10万円未満	10～15万円未満	15～20万円未満	20～25万円未満	25～30万円未満	30万円以上	平均
全　体	4,656	19.2	22.1	19.7	8.3	10.1	2.1	18.4	16.7
性別・年代別									
男性計	2,207	19.9	22.4	18.4	8.4	10.1	1.9	18.8	17.1
20代	443	32.3	22.6	15.8	8.1	9.5	0.9	10.8	12.7
30代	441	22.4	23.8	19.7	7.7	10.7	0.9	14.7	14.3
40代	420	16.4	26.0	17.9	7.4	9.3	2.6	20.5	18.7
50代	425	15.3	19.1	20.0	8.7	12.2	3.1	21.6	19.1
60代以上	478	13.4	20.7	18.8	9.8	9.2	2.3	25.7	20.4
女性計	2,449	18.5	21.9	20.9	8.3	10.1	2.2	18.1	16.3
20代	482	25.3	25.5	20.5	7.3	6.4	1.9	13.1	13.3
30代	488	16.8	23.0	24.8	8.6	10.5	1.0	15.4	14.9
40代	490	19.8	18.0	21.6	8.6	9.2	2.0	20.8	17.7
50代	493	16.2	21.9	17.2	9.1	13.0	2.4	20.1	17.7
60代以上	496	14.5	21.4	20.2	7.9	11.5	3.6	21.0	17.9
世帯年収別									
400万円未満	1,344	28.8	25.5	17.0	7.1	8.6	1.3	11.8	12.7
400～600万円未満	1,150	18.5	24.2	21.7	8.3	9.2	2.3	15.9	15.0
600～800万円未満	845	16.4	20.9	22.6	8.8	10.2	2.4	18.7	16.7
800～1,200万円未満	880	13.6	19.1	19.4	10.0	12.3	1.9	23.6	19.5
1,200万円以上	437	7.8	14.9	18.1	8.2	13.0	3.7	34.3	27.5

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

図６　支出額（年間合計）の増減動向

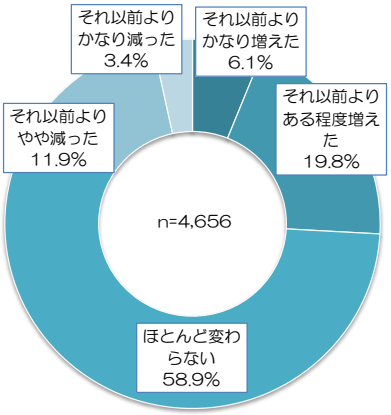


表６　支出額（年間合計）が「増えた（かなり・ある程度計）」の回答割合（性別・年代別、世帯年収別）

(%)

	全体	年間支出総額が「増えた」計
全　体	4,656	25.9
性別・年代別		
男性計	2,207	23.9
20代	443	30.0
30代	441	23.1
40代	420	16.7
50代	425	21.9
60代以上	478	27.0
女性計	2,449	27.7
20代	482	37.1
30代	488	28.5
40代	490	25.5
50代	493	23.5
60代以上	496	24.2
世帯年収別		
400万円未満	1,344	26.9
400～600万円未満	1,150	25.1
600～800万円未満	845	26.3
800～1,200万円未満	880	24.8
1,200万円以上	437	26.3

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

（４）利用した宿泊施設のタイプと１泊あたりの平均宿泊料金

○最近１年間に国内旅行で利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）は、「ホテル」81.4%、「旅館」40.7%、「簡易宿所（民宿、ペンション、カプセルホテル等）」10.8%となっている【図７】。

○１泊あたりの平均宿泊料金（注）は、「10,000～12,000 円未満」（19.7%）が最も多く、以下、「8,000～10,000 円未満」（18.1%）、「6,000～8,000 円未満」（15.5%）となっている【図８】。また、世帯年収別では、1,200 万円以上は「18,000～20,000 円未満」の割合が他に比べて高く 8.9%となっている【表７】。

（注）本設問において宿泊料金とは宿泊料（食事代を含む。）をいい、宿泊施設に支払ったレジャー関連費用・施設内の店舗等への支払代金や旅行会社等への手数料は含まない。

図７　利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）

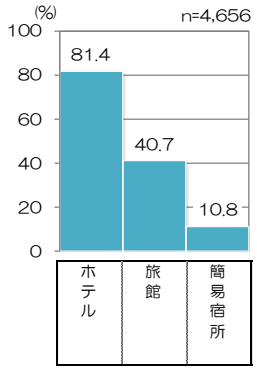


図８　１泊あたりの平均宿泊料金

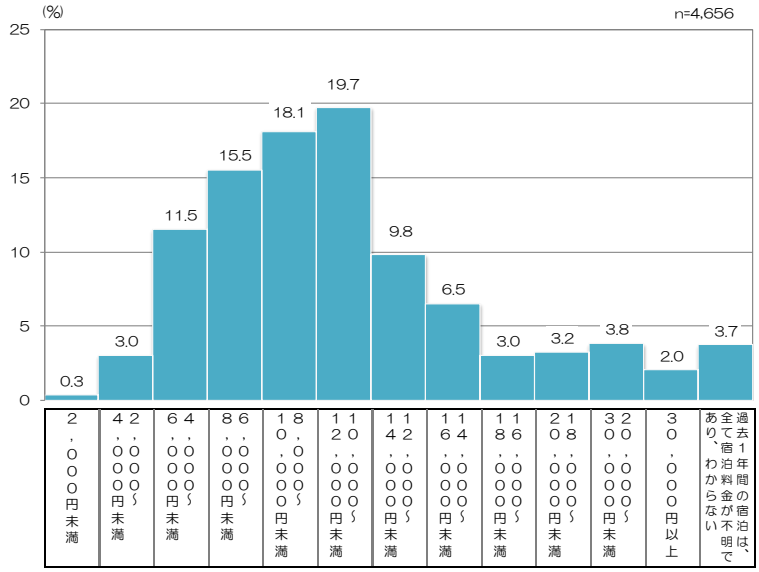


表７　１泊あたりの平均宿泊料金（世帯年収別）

(%)

	全体	2,000円未満	4２,000～6４,000円未満	6４,000～8６,000円未満	8６,000～１０８,000円未満	１０８,000～１２０,000円未満	１２０,000～１４２,000円未満	１４２,000～１６４,000円未満	１６４,000～１８６,000円未満	１８６,000～２０８,000円未満	２０８,000～３２０,000円未満	３２０,000円以上	過去１年間の宿泊は、全て宿泊料金が不明であり、わからない
全　体	4,656	0.3	3.0	11.5	15.5	18.1	19.7	9.8	6.5	3.0	3.2	3.8	2.0	3.7
世帯年収別														
400万円未満	1,344	0.6	5.7	16.0	17.6	17.3	18.6	8.7	4.5	2.2	1.5	2.2	1.0	4.2
400～600万円未満	1,150	0.3	2.7	11.7	17.7	17.1	20.9	10.7	5.9	2.6	2.3	4.1	1.3	2.7
600～800万円未満	845	0.1	2.1	10.3	15.0	20.8	20.1	10.3	7.2	2.5	3.4	3.1	1.3	3.7
800～1,200万円未満	880	0.0	1.1	7.5	13.2	20.2	20.7	10.3	8.8	3.4	3.9	4.9	2.4	3.6
1,200万円以上	437	0.5	0.9	7.1	8.7	14.0	17.6	8.2	8.5	6.4	8.9	7.3	7.3	4.6

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

（５）最近１年間の旅行先

○最近１年間の旅行先（複数回答）は、都道府県別では「東京都」（20.5%）が最も多く、以下、「北海道」（14.2%）、「京都府」（12.0%）、「大阪府」（11.9%）、「神奈川県」（11.7%）となっている【表８】。また、地域別では、「関東」（39.8%）が最も多く、以下、「中部」（35.4%）、「近畿」（32.4%）となっている【図９】。

○回答者の居住地別に旅行先をみると、四国を除く全ての地域で居住地と同一の地域の割合が最も高く、特に北海道、九州では７割を超えている。また、関東は「中部」、中国、四国は「近畿」の割合が高い【表９】。

表８　最近１年間の旅行先（都道府県別）（複数回答）

(%)

全体	4,656	石川県	4.4	岡山県	3.6
北海道	14.2	福井県	2.7	広島県	4.8
青森県	3.2	山梨県	4.9	山口県	3.1
岩手県	3.6	長野県	10.7	徳島県	1.7
宮城県	5.2	岐阜県	5.2	香川県	3.1
秋田県	2.4	静岡県	10.9	愛媛県	3.5
山形県	3.1	愛知県	7.2	高知県	2.7
福島県	4.3	三重県	6.1	福岡県	7.8
茨城県	1.6	滋賀県	2.6	佐賀県	1.7
栃木県	4.9	京都府	12.0	長崎県	4.3
群馬県	4.4	大阪府	11.9	熊本県	4.3
埼玉県	2.0	兵庫県	8.2	大分県	5.1
千葉県	9.5	奈良県	2.5	宮崎県	2.1
東京都	20.5	和歌山県	3.6	鹿児島県	4.3
神奈川県	11.7	鳥取県	2.5	沖縄県	6.7
新潟県	4.5	島根県	2.7		
富山県	2.6				

図９　最近１年間の旅行先（地域別）（複数回答）

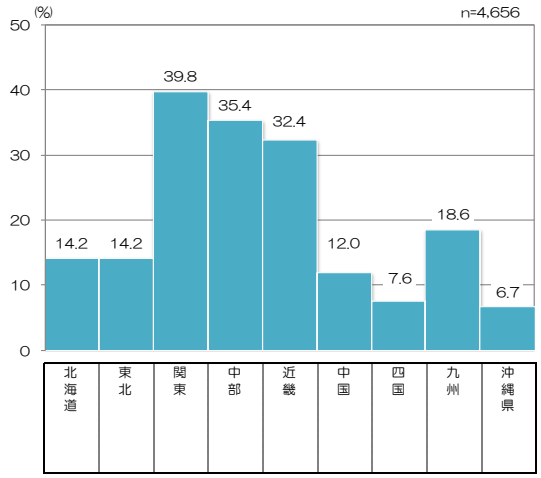


表９　最近１年間の旅行先（回答者の居住地域別）（複数回答）

(%)

	全体	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄県
全　体	4,656	14.2	14.2	39.8	35.4	32.4	12.0	7.6	18.6	6.7
居住地域別										
北海道	236	78.8	6.8	29.2	7.2	14.8	3.0	1.7	6.4	4.7
東北	322	12.7	65.5	57.5	13.7	10.9	1.9	2.5	4.3	2.5
関東	1,499	14.1	20.1	49.8	48.5	24.7	6.7	3.7	10.5	8.1
中部	787	9.5	7.2	39.0	60.1	38.1	6.7	4.6	8.0	5.8
近畿	849	9.4	4.2	29.1	31.7	53.2	17.2	13.2	16.4	7.2
中国	274	9.1	4.0	36.1	13.1	42.7	43.4	15.0	29.6	8.0
四国	187	5.9	3.7	31.6	17.1	43.9	25.1	36.4	16.6	2.7
九州	502	6.0	4.0	27.7	10.2	23.1	15.9	6.0	73.1	7.4

データ比較

経営実態調査では、宿泊施設からの距離を基準として宿泊客を３つに区分（「外国人客」、「国内の遠方からの日本人客」、「国内の近隣（同じ又は近隣の都道府県）からの日本人客」）し、前年と比べた宿泊客数の動向を尋ねている。前年と比べて増えた顧客は、「国内の近隣からの日本人客」が最も多く４割を超えている（25～26 ページ、図 50 参照）。

（６）今後行ってみたい旅行先

○今後行ってみたい旅行先（複数回答）は、都道府県別では「北海道」（54.5%）が最も多く、以下、「沖縄県」（50.3%）、「京都府」（31.1%）、「東京都」（20.8%）、「鹿児島県」（19.5%）となっている【表 10】。また、地域別では、「北海道」（54.5%）が最も多く、以下、「沖縄県」（50.3%）、「近畿」（42.2%）となっている【図 10】。

○回答者の居住地別に旅行先をみると、全ての地域で「北海道」「沖縄」の割合が高い傾向がある。また、東北は「関東」、四国は「近畿」の割合が高い【表 11】。

表 10　今後行ってみたい旅行先（都道府県別）（複数回答）

(%)

全体	4,656	石川県	11.7	岡山県	6.0
北海道	54.5	福井県	6.2	広島県	10.2
青森県	13.1	山梨県	7.1	山口県	6.5
岩手県	10.1	長野県	14.3	徳島県	7.3
宮城県	10.6	岐阜県	7.0	香川県	10.0
秋田県	10.5	静岡県	9.5	愛媛県	9.0
山形県	8.7	愛知県	7.0	高知県	11.3
福島県	7.3	三重県	8.0	福岡県	16.1
茨城県	3.0	滋賀県	4.6	佐賀県	6.3
栃木県	5.5	京都府	31.1	長崎県	17.2
群馬県	5.9	大阪府	14.7	熊本県	13.8
埼玉県	2.6	兵庫県	10.4	大分県	12.8
千葉県	9.4	奈良県	10.4	宮崎県	13.0
東京都	20.8	和歌山県	8.4	鹿児島県	19.5
神奈川県	11.9	鳥取県	7.3	沖縄県	50.3
新潟県	7.5	島根県	8.9		
富山県	8.7				

図 10　今後行ってみたい旅行先（地域別）（複数回答）

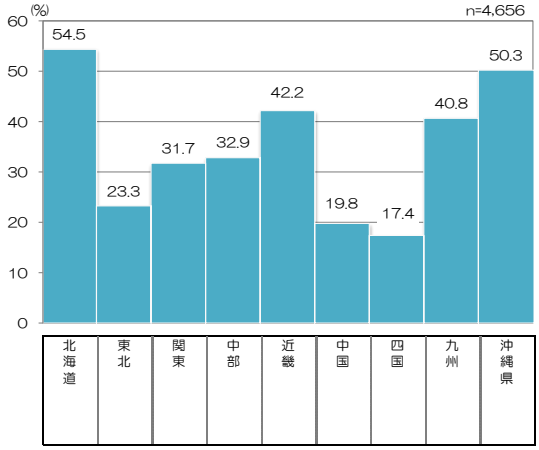


表 11　今後行ってみたい旅行先（回答者の居住地域別）（複数回答）

(%)

	全体	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄県
全　体	4,656	54.5	23.3	31.7	32.9	42.2	19.8	17.4	40.8	50.3
居住地域別										
北海道	236	40.3	17.8	36.4	24.6	44.9	16.5	19.5	36.4	47.9
東北	322	52.2	30.7	46.6	28.9	42.9	16.1	14.6	35.1	44.7
関東	1,499	57.1	27.8	21.6	38.2	45.2	20.8	18.1	40.3	53.4
中部	787	56.3	21.5	34.6	35.6	43.8	18.2	18.0	36.1	50.2
近畿	849	61.2	21.6	32.5	33.5	29.6	23.0	20.0	47.0	52.5
中国	274	49.6	20.4	39.1	24.1	44.9	19.3	18.6	46.0	47.4
四国	187	45.5	21.9	43.3	33.7	48.1	18.2	11.8	44.4	41.7
九州	502	47.0	15.9	35.9	22.5	46.2	18.9	12.5	41.0	46.6

（７）同行形態

○最近 1 年間の国内旅行での同行形態（複数回答）は、「夫婦二人での旅行」（32.8%）が最も多く、以下、「友人との旅行」（28.4%）、「子供連れの家族旅行」（27.0%）、「一人旅」（23.9%）となっている【図 11】。性別・年代別では、男性 60 代以上は「夫婦二人での旅行」（68.6%）が多い。一方、女性 60 代以上は「夫婦二人での旅行」（49.2%）のほか、「友人との旅行」（45.4%）、「親族（親・子どもを除く）連れの旅行」（14.7%）が他に比べて多い。また、1 人旅は、男性 20 代・30 代（45.8%、33.6%）の割合が高い【表 12】。

○同行形態のうち、最近 1 年間の国内旅行で最も多かったもの（単一回答）は、「夫婦二人での旅行」（26.8%）が最も多く、以下、「子供連れの家族旅行」（21.0%）、「1 人旅」（15.6%）となっている【図 12】。性別・年代別にみると、女性 20 代は他に比べて同行形態が多様である【表 13】。

図 11　国内旅行での同行形態（複数回答）

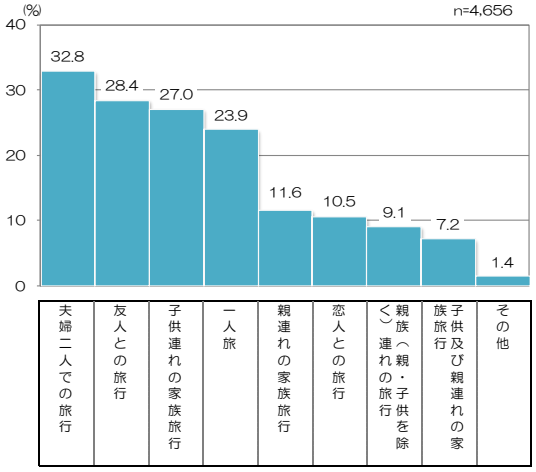


表 12　国内旅行での同行形態（性別・年代別）（複数回答）

(%)

	全体	夫婦二人での旅行	友人との旅行	子供連れの家族旅行	一人旅	親連れの家族旅行	恋人との旅行	親族（親・子供を除く）連れの旅行	子供及び親連れの家族旅行	その他
全　体	4,656	32.8	28.4	27.0	23.9	11.6	10.5	9.1	7.2	1.4
性別・年代別										
男性計	2,207	33.1	24.6	26.5	30.9	9.4	11.3	6.5	6.0	1.4
20代	443	10.4	37.0	6.8	45.8	14.0	30.2	6.5	2.3	0.9
30代	441	18.1	21.5	34.9	33.6	9.8	12.5	5.7	5.9	0.9
40代	420	20.5	16.9	46.4	26.7	10.7	8.6	5.0	7.9	0.7
50代	425	44.7	21.6	31.3	26.8	9.9	3.8	3.5	8.0	1.4
60代以上	478	68.6	25.1	15.1	22.0	3.3	1.9	11.1	6.3	2.7
女性計	2,449	32.6	31.8	27.4	17.6	13.6	9.8	11.5	8.3	1.5
20代	482	15.6	42.3	15.8	24.5	22.2	24.9	12.7	5.2	1.2
30代	488	24.0	21.7	36.7	16.2	15.4	13.9	8.8	10.9	0.4
40代	490	27.1	21.8	39.2	16.7	15.9	4.9	9.6	10.6	1.0
50代	493	46.7	27.6	26.4	16.2	11.2	3.7	11.6	7.9	1.6
60代以上	496	49.2	45.4	19.2	14.7	3.8	1.8	14.7	7.1	3.2

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

図 12　国内旅行での最多同行形態（単一回答）

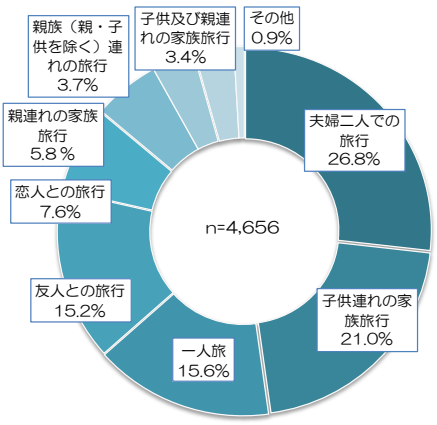


表 13　国内旅行での最多同行形態（性別・年代別）（単一回答）

(%)

	全体	夫婦二人での旅行	子供連れの家族旅行	一人旅	友人との旅行	恋人との旅行	親連れの家族旅行	親族（親・子供を除く）連れの旅行	子供及び親連れの家族旅行	その他
全　体	4,656	26.8	21.0	15.6	15.2	7.6	5.8	3.7	3.4	0.9
性別・年代別										
男性計	2,207	26.3	20.8	22.1	12.6	8.3	4.2	2.3	2.5	0.8
20代	443	8.1	5.6	32.1	19.9	23.0	7.4	2.7	0.7	0.5
30代	441	14.7	31.1	26.1	10.4	8.4	4.3	2.5	2.3	0.2
40代	420	15.5	39.3	18.8	8.3	6.2	6.0	1.7	3.6	0.7
50代	425	33.2	23.8	18.4	12.2	2.4	3.3	1.6	4.2	0.9
60代以上	478	57.3	6.7	15.5	11.7	1.7	0.4	2.9	2.1	1.7
女性計	2,449	27.2	21.2	9.8	17.5	7.1	7.1	4.9	4.2	0.9
20代	482	13.1	12.9	13.3	21.2	18.5	13.3	4.6	3.1	0.2
30代	488	20.7	33.2	8.8	11.5	9.6	6.8	4.1	5.3	0.0
40代	490	23.1	34.1	10.0	11.0	3.5	8.2	4.1	5.7	0.4
50代	493	39.8	16.4	10.1	13.6	2.8	6.3	5.5	3.9	1.6
60代以上	496	39.1	9.7	6.9	30.2	1.2	1.4	6.3	2.8	2.4

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

ピックアップデータ：一人旅の動向

国内旅行の同行形態（複数回答）では一人旅（日帰りは除く。）の割合が 23.9%となっている。性別・年代別では男性 20 代・30 代（45.8%、33.6%）が多いが、一方で女性 20 代も 24.5%となっている。以下では、一人旅を行った方に対して一人旅の動向を尋ねた結果を取りまとめている。

旅行回数・宿泊日数・利用した宿泊施設のタイプ

○最近１年間の一人旅の回数は、「１回」（44.3%）が最も多く、以下、「２回」（23.0%）、「３回」（12.6%）となっている（平均は 2.9 回）【図 13】。

○宿泊日数は、「１日」（29.7%）が最も多く、以下、「２日」（24.5%）、「３日」（13.6%）となっている。一方、「10 日以上」の割合が１割を超えている（平均は 4.2 日）【図 14】。

○宿泊日数の増減動向は、それ以前より「増えた（かなり・ある程度計）」22.5%、「ほとんど変わらない」（61.0%）、「減った（やや・かなり計）」16.4%となっている【図 15】。特に、女性 20 代・40 代は増えた割合（32.2%、30.5%）が他に比べて高い【表 14】。

○利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）は「ホテル」（84.1%）、「簡易宿所（民宿、ペンション、カプセルホテル等）」（17.1%）、「旅館」（16.4%）となっている【図 16】。

図 13　旅行回数

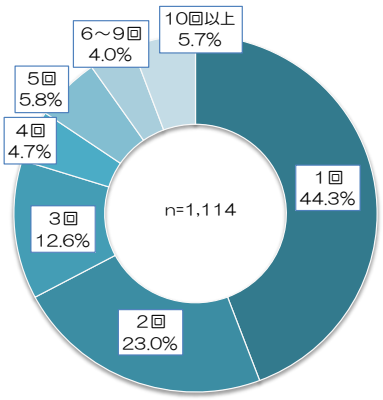


図 14　宿泊日数

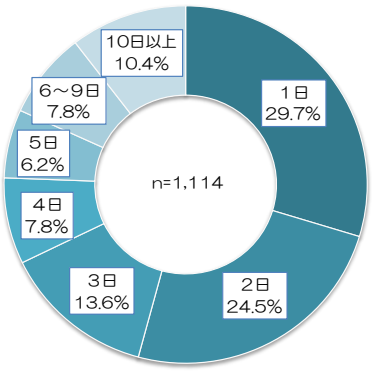


図 15　宿泊日数の増減傾向

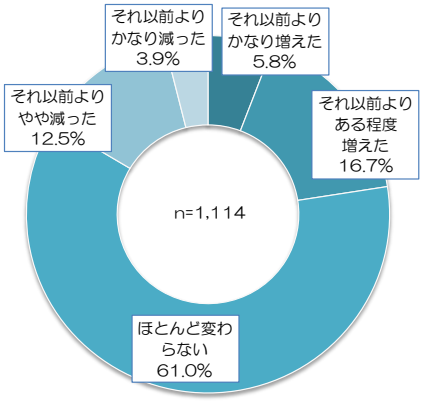


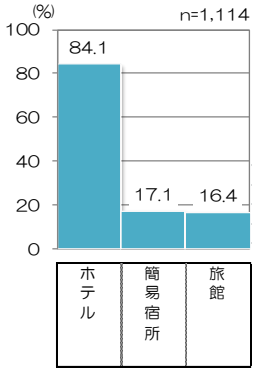
表 14　宿泊日数が「増えた（かなり・ある程度計）」の回答割合（性別・年代別）

(%)

	全体	一人旅の宿泊日数が「増えた」計
全　体	1,114	22.5
性別・年代別		
男性計	682	20.4
20代	203	26.1
30代	148	20.3
40代	112	11.6
50代	114	17.5
60代以上	105	21.9
女性計	432	25.9
20代	118	32.2
30代	79	21.5
40代	82	30.5
50代	80	26.3
60代以上	73	15.1

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

図 16　利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）



一人旅の主な目的

○一人旅の主な目的（複数回答）は、「観光（史跡めぐり）」（37.9%）が最も多く、以下、「観光（史跡めぐり、自然散策以外を主な目的とするもの）」（29.2%）、「趣味の満喫」（25.0%）となっている【図 17】。性別・年代別では、男性 20 代は「観光（史跡めぐり）」（49.3%）が他に比べて多い。また、女性は男性に比べて「その他（友人・親戚などに会う、イベント参加（コンサート、スポーツ観戦など）」の割合が高い【表 15】。

図 17　一人旅の主な目的（複数回答）

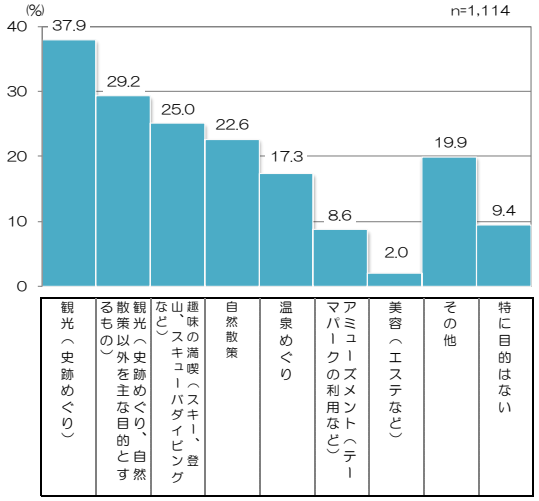


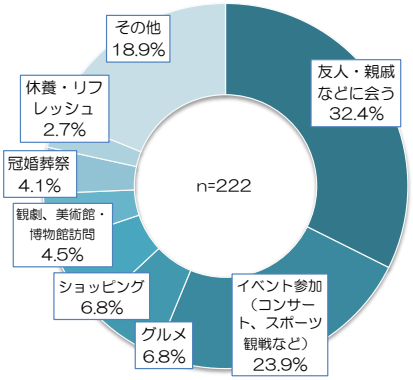
表 15　一人旅の主な目的（性別・年代別）（複数回答）

(%)

	全体	観光（史跡めぐり）	観光（史跡めぐり、自然散策以外を主な目的とするもの）	趣味の満喫（スキー、登山、スキューバダイビングなど）	自然散策	温泉めぐり	アミューズメント（テーマパークの利用など）	美容（エステなど）	その他	特に目的はない
全　体	1,114	37.9	29.2	25.0	22.6	17.3	8.6	2.0	19.9	9.4
性別・年代別										
男性計	682	41.3	25.2	31.2	26.5	20.5	8.5	0.4	14.4	9.8
20代	203	49.3	29.1	38.9	27.1	19.2	13.8	0.5	6.9	7.9
30代	148	46.6	28.4	34.5	30.4	23.6	11.5	1.4	12.2	7.4
40代	112	33.0	14.3	23.2	25.0	19.6	6.3	0.0	17.0	11.6
50代	114	31.6	20.2	28.1	26.3	17.5	1.8	0.0	21.9	14.9
60代以上	105	38.1	30.5	23.8	21.9	22.9	3.8	0.0	21.0	9.5
女性計	432	32.4	18.5	25.9	22.5	12.3	8.8	4.4	28.7	8.8
20代	118	35.6	17.8	31.4	28.0	8.5	12.7	2.5	22.9	5.9
30代	79	38.0	21.5	30.4	31.6	16.5	11.4	7.6	13.9	8.9
40代	82	28.0	15.9	25.6	28.0	8.5	7.3	4.9	39.0	4.9
50代	80	27.5	8.8	15.0	12.5	11.3	5.0	2.5	40.0	13.8
60代以上	73	31.5	30.1	24.7	8.2	19.2	5.5	5.5	30.1	12.3

・全体より5ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

図 18　（参考）一人旅の主な目的の「その他」の内訳



第２節　ビジネスでの宿泊施設の利用動向

本節では、最近１年間にビジネスを目的として国内の宿泊施設を利用した方に対して利用動向を尋ねた結果を取りまとめている。

（１）利用回数・利用者の会社（事業）が属する業種

○最近１年間にビジネス目的で宿泊施設を利用した回数（注）は、「１回」（27.4%）が最も多く、以下、「２回」（21.3%）、「10 回以上」（16.2%）となっている（平均は 5.7 回）【図 19】。
（注）連続して宿泊した場合はそれらを合わせて１回とカウントしている。

○利用した方が勤務する会社（又は経営する事業）の業種は、「製造業」（22.6%）が最も多く、以下、「サービス業」（18.5%）、「学術研究、専門・技術サービス業、教育、学習支援業」（13.1%）となっている【図 20】。

図 19　利用回数

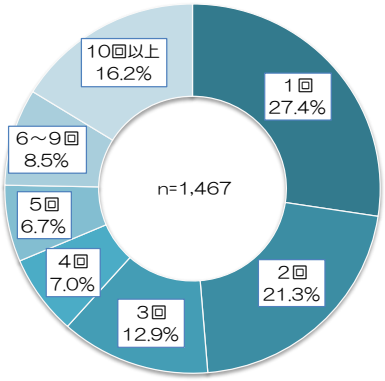
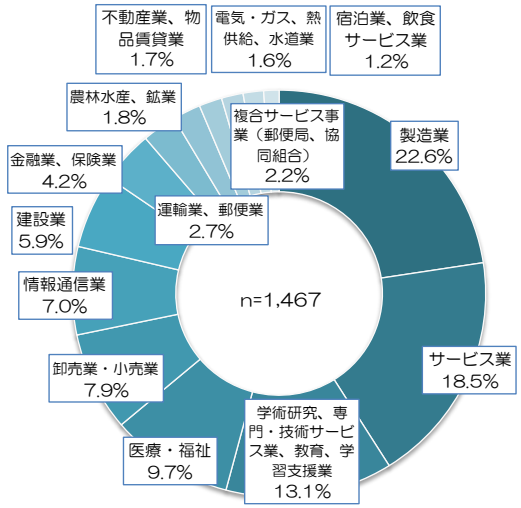


図 20　利用者の会社（事業）が属する業種



（２）宿泊日数

○最近１年間のビジネス目的での宿泊日数（注）は、「１日」（22.4%）が最も多く、以下、「10日以上」（22.2%）、「２日」（19.2%）となっている（平均は 8.0 日）【図 21】。
（注）連続して宿泊した場合は宿泊日数を全てカウントしている。

○宿泊日数の増減傾向は、それ以前より「増えた（かなり・ある程度計）」23.0%、「ほとんど変わらない」58.1%、「減った（やや・かなり計）」18.8%となっている【図 22】。また、今後１年間の増減見通しは、「増える（かなり・ある程度計）」17.7%、「ほとんど変わらない」57.0%、「減る（やや・かなり計）」19.5%となっている【図 23】。

図 21　宿泊日数

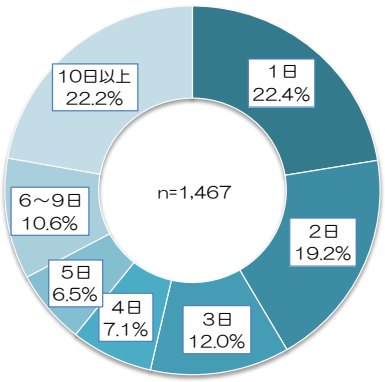


図 22　宿泊日数の増減傾向

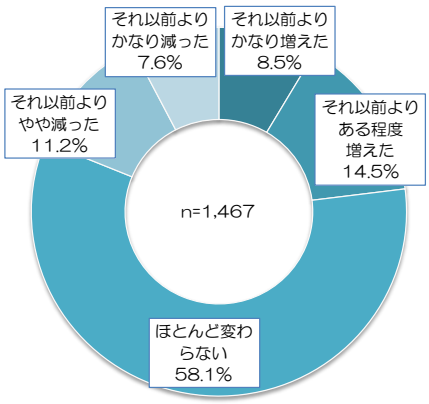


図 23　今後１年間の宿泊日数の増減見通し

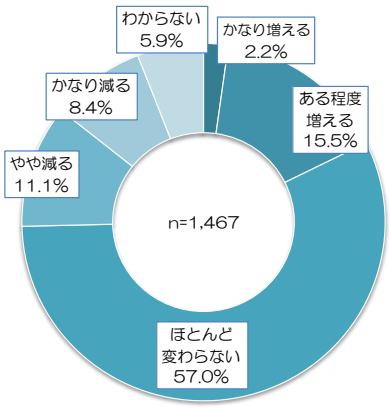


表 16　（参考）宿泊日数の増減動向（左）と今後の増減見通し（右）（業種別）

(%)

	全体	それ以前よりかなり増えた	それ以前よりある程度増えた	ほとんど変わらない	それ以前よりやや減った	それ以前よりかなり減った
全　体	1,467	8.5	14.5	58.1	11.2	7.6
業種別						
建設業	86	9.3	19.8	51.2	12.8	7.0
製造業	332	9.9	13.3	53.0	13.0	10.8
卸売業・小売業	116	6.0	15.5	53.4	17.2	7.8
宿泊業、飲食サービス業	17	11.8	23.5	35.3	11.8	17.6
金融業、保険業	62	9.7	11.3	66.1	8.1	4.8
不動産業、物品賃貸業	25	16.0	8.0	52.0	8.0	16.0
電気・ガス、熱供給、水道業	24	12.5	20.8	50.0	12.5	4.2
運輸業、郵便業	39	10.3	17.9	56.4	7.7	7.7
情報通信業	102	5.9	14.7	57.8	9.8	11.8
医療・福祉	143	6.3	13.3	65.0	12.6	2.8
学術研究、専門・技術サービス業、教育、学習支援業	192	6.3	17.7	63.0	7.3	5.7
複合サービス事業（郵便局、協同組合）	32	15.6	6.3	62.5	12.5	3.1
サービス業	271	8.9	11.8	62.4	10.3	6.6
農林水産、鉱業	26	7.7	23.1	57.7	7.7	3.8

(%)

	全体	かなり増える	ある程度増える	ほとんど変わらない	やや減る	かなり減る	わからない
全　体	1,467	2.2	15.5	57.0	11.1	8.4	5.9
業種別							
建設業	86	2.3	20.9	50.0	8.1	10.5	8.1
製造業	332	2.1	17.2	54.5	13.9	8.4	3.9
卸売業・小売業	116	0.0	14.7	58.6	11.2	8.6	6.9
宿泊業、飲食サービス業	17	5.9	11.8	47.1	5.9	17.6	11.8
金融業、保険業	62	1.6	12.9	62.9	11.3	6.5	4.8
不動産業、物品賃貸業	25	8.0	16.0	40.0	8.0	16.0	12.0
電気・ガス、熱供給、水道業	24	4.2	16.7	50.0	20.8	4.2	4.2
運輸業、郵便業	39	2.6	12.8	61.5	12.8	10.3	0.0
情報通信業	102	2.0	15.7	51.0	11.8	10.8	8.8
医療・福祉	143	3.5	18.9	59.4	6.3	7.0	4.9
学術研究、専門・技術サービス業、教育、学習支援業	192	2.6	13.5	59.4	13.0	4.7	6.8
複合サービス事業（郵便局、協同組合）	32	9.4	3.1	56.3	12.5	18.8	0.0
サービス業	271	0.7	14.4	59.8	9.2	8.9	7.0
農林水産、鉱業	26	0.0	11.5	76.9	7.7	0.0	3.8

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示
・各セルの斜線は、サンプル数僅少（３０未満）のため参考値

（３）利用した宿泊施設のタイプと１泊あたりの平均宿泊料金

○最近１年間にビジネス目的で利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）は、「ホテル」（93.9%）、「旅館」（14.2%）、「簡易宿所」（7.6%）となっている【図 24】。

○１泊あたりの平均宿泊料金は、「6,000～8,000 円未満」（31.6%）が最も多く、以下、「4,000～6,000 円未満」（30.0%）、「8,000～10,000 円未満」（17.7%）となっている【図 25】。

図 24　利用した宿泊施設のタイプ（複数回答）

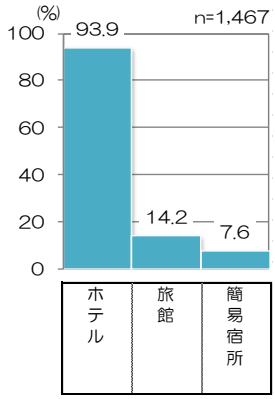
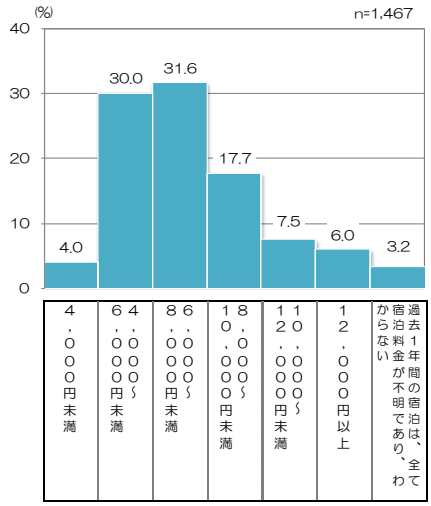


図 25　１泊あたりの平均宿泊料金



（４）利用した宿泊施設の所在地

○最近１年間にビジネス目的で利用した宿泊施設の所在地（複数回答）は、都道府県別では、「東京都」（38.6%）が最も多く、以下、「大阪府」（22.2%）、「福岡県」（13.4%）、「愛知県」（11.5%）、「北海道」（11.2%）となっている【表 17】。また、地域別では、「関東」（49.7%）が最も多く、以下、「近畿」（33.1%）、「中部」（25.8%）となっている【図 26】。

○回答者の居住地別に宿泊した施設の所在地をみると、全ての地域で「関東」の割合が高い傾向がある。また、関東は「近畿」、九州は「九州」の割合が高い【表 18】。

表 17　宿泊施設の所在地（都道府県別）（複数回答）

(%)

全体	1,467	石川県	3.1	岡山県	4.8
北海道	11.2	福井県	2.0	広島県	6.7
青森県	3.8	山梨県	2.2	山口県	2.5
岩手県	3.7	長野県	4.8	徳島県	2.3
宮城県	8.3	岐阜県	2.2	香川県	2.9
秋田県	2.7	静岡県	6.5	愛媛県	3.2
山形県	2.7	愛知県	11.5	高知県	1.7
福島県	3.0	三重県	2.7	福岡県	13.4
茨城県	3.2	滋賀県	2.7	佐賀県	2.0
栃木県	2.7	京都府	8.8	長崎県	3.4
群馬県	2.8	大阪府	22.2	熊本県	3.8
埼玉県	2.4	兵庫県	6.8	大分県	3.1
千葉県	7.0	奈良県	1.5	宮崎県	2.2
東京都	38.6	和歌山県	1.9	鹿児島県	4.5
神奈川県	10.1	鳥取県	1.7	沖縄県	4.1
新潟県	4.2	島根県	2.1		
富山県	3.1				

図 26　宿泊施設の所在地（地域別）（複数回答）

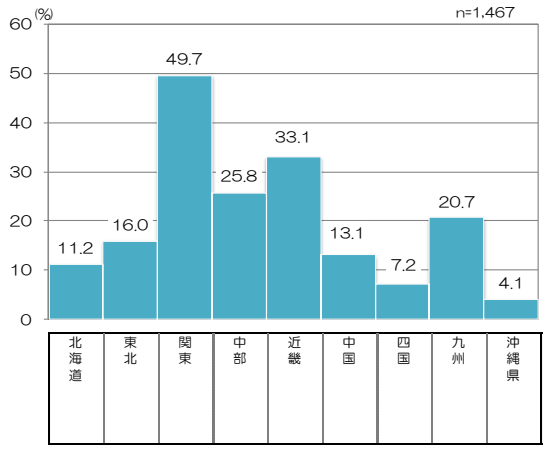


表 18　宿泊施設の所在地（回答者の居住地域別）（複数回答）

(%)

	全体	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄県
全　体	1,467	11.2	16.0	49.7	25.8	33.1	13.1	7.2	20.7	4.1
居住地域別										
北海道	74	77.0	17.6	33.8	6.8	6.8	1.4	0.0	2.7	0.0
東北	112	6.3	58.0	58.0	9.8	11.6	1.8	3.6	4.5	0.9
関東	431	13.2	22.0	41.1	34.8	43.9	13.2	6.3	21.8	6.0
中部	224	4.5	9.4	60.7	45.1	28.6	4.9	4.0	8.9	2.2
近畿	259	5.4	7.3	57.9	24.7	36.7	15.8	10.0	15.4	3.1
中国	100	5.0	5.0	50.0	17.0	32.0	44.0	15.0	22.0	5.0
四国	76	1.3	7.9	53.9	14.5	36.8	14.5	30.3	10.5	1.3
九州	191	6.8	5.8	44.5	9.9	30.9	13.1	1.0	58.6	7.3

第３節　宿泊施設の検索・予約方法

本節では、最近１年間に国内の宿泊施設を利用した方（国内旅行、ビジネス等の利用目的は問わない。）に対して宿泊施設の検索や予約の方法について尋ねた結果を取りまとめている。

（１）宿泊施設の検索方法

○宿泊施設を検索する（探したり、調べたりする）際の方法（複数回答）は、「宿泊サイト」（81.9%）が最も多く、以下、「宿泊施設が作成・公開しているホームページ」（47.3%）、「旅行代理店（代理店のチラシ・カタログを含む）」（22.9%）となっている【図 27】。

○性別・年代別では、女性 20 代・30 代は「宿泊サイト」、女性 50 代は「宿泊施設が作成・公開しているホームページ」、「旅行代理店」が他に比べて多い【表 19】。

図 27　宿泊施設の検索方法（複数回答）

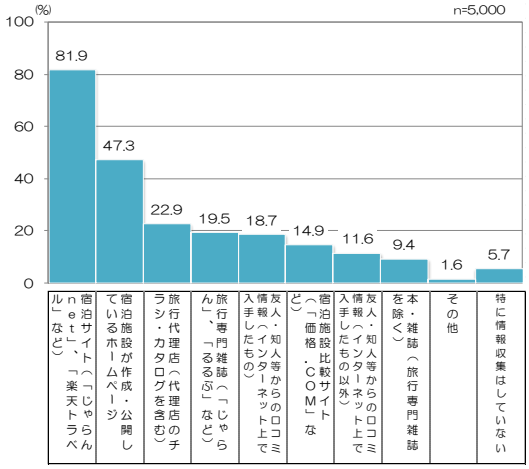


表 19　宿泊施設の検索方法（性別・年代別）（複数回答）

(%)

	全体	宿泊サイト（「じゃらんnet」、「楽天トラベル」など）	宿泊施設が作成・公開しているホームページ	旅行代理店（代理店のチラシ・カタログを含む）	旅行専門雑誌（「じゃらん」、「るるぶ」など）	友人・知人等からのロコミ情報（インターネット上で入手したもの）	宿泊施設比較サイト（「価格．COM」など）	友人・知人等からのロコミ情報（インターネット上で入手したもの以外）	本・雑誌（旅行専門雑誌を除く）	その他	特に情報収集はしていない
全　体	5,000	81.9	47.3	22.9	19.5	18.7	14.9	11.6	9.4	1.6	5.7
性別・年代別											
男性計	2,500	80.7	44.5	19.1	18.5	15.7	13.8	8.9	9.4	1.6	7.1
20代	500	76.4	30.0	14.0	17.2	16.2	13.2	9.4	10.0	1.0	11.2
30代	500	85.4	42.0	16.0	20.2	17.4	12.4	8.4	9.8	1.4	7.2
40代	500	84.8	46.6	19.0	19.0	14.4	13.6	9.4	8.8	1.2	5.6
50代	500	83.0	51.2	21.0	18.2	12.8	13.2	8.8	10.0	2.0	4.2
60代以上	500	73.8	52.8	25.4	17.8	17.6	16.6	8.6	8.2	2.4	7.2
女性計	2,500	83.1	50.1	26.7	20.5	21.7	15.9	14.3	9.4	1.6	4.4
20代	500	87.6	37.0	24.2	23.8	17.6	13.8	11.8	10.0	0.6	3.8
30代	500	87.8	48.2	24.0	23.2	22.8	14.2	13.2	11.6	1.4	3.8
40代	500	85.8	52.6	21.4	18.4	19.6	16.4	12.2	10.6	0.8	4.4
50代	500	84.4	59.4	32.4	21.2	22.8	18.6	14.8	8.6	3.0	2.8
60代以上	500	70.0	53.4	31.6	16.0	25.6	16.6	19.6	6.2	2.4	7.2

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

（２）宿泊施設の予約方法

○宿泊施設を予約する際の方法（複数回答）は、「宿泊施設に直接申し込む（インターネット）」（64.5%）が最も多く、以下、「宿泊サイト」（58.2%）、「宿泊施設に直接申し込む（電話、ＦＡＸ）」（31.3%）となっている。また、そのうち、最も多く行っている方法（単一回答）は、「宿泊サイト」（45.3%）が多い【図 28】。

○最も多く行っている予約方法について、その理由を尋ねたところ（複数回答）、宿泊サイトでは「ポイントがたまるから」（70.0%）をはじめ、全ての項目で他に比べ高くなっている【表 20】。

図 28　宿泊施設の予約方法（複数回答）及び、最も多く行っている予約方法（単一回答）

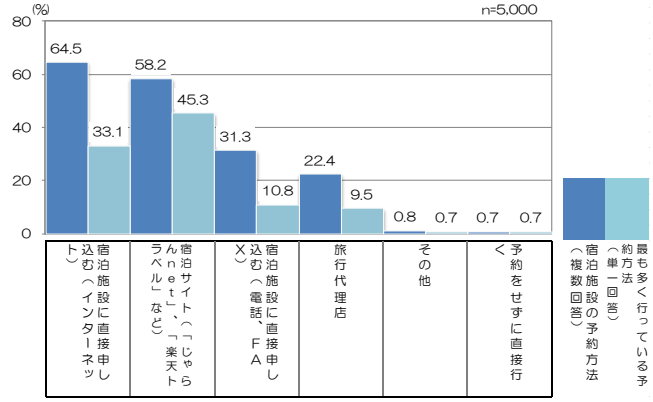


表 20　最も多く行っている予約方法の理由（予約方法別）（複数回答）

(%)

	全体	宿泊サイト（「じゃらんnet」、「楽天トラベル」など）	宿泊施設に直接申し込む（インターネット）	宿泊施設に直接申し込む（電話、FAX）	旅行代理店	その他	予約をせずに直接行く
全　体	5,000	45.3	33.1	10.8	9.5	0.7	0.7
最も多く行っている予約方法の理由							
宿泊代金が安くなるから	2,634	57.2	33.5	3.3	5.2	0.6	0.2
ポイントがたまるから	2,552	70.0	26.7	1.3	1.6	0.4	0.0
宿泊施設をさがしやすいから	2,545	62.0	28.8	2.2	6.6	0.3	0.0
宿泊施設を比較できるから	2,080	65.2	27.9	1.5	5.0	0.3	0.0
特別なキャンペーンを利用できるから	1,203	60.4	29.3	2.2	7.4	0.7	0.0
手続きが楽だから	2,840	49.5	31.9	8.2	9.8	0.4	0.2
早く予約できる・手続きが早いから	2,197	50.9	32.2	10.8	5.7	0.4	0.0
その他	118	16.9	17.8	29.7	28.0	5.9	1.7
特に理由はない	219	7.8	23.7	39.3	15.5	3.7	10.0

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

第４節　宿泊施設を利用する際のポイント

本節では、最近１年間に国内の宿泊施設を利用した方に対して宿泊施設を利用する際のポイントについて尋ねた結果を取りまとめている。

（１）国内旅行で利用する際のポイント

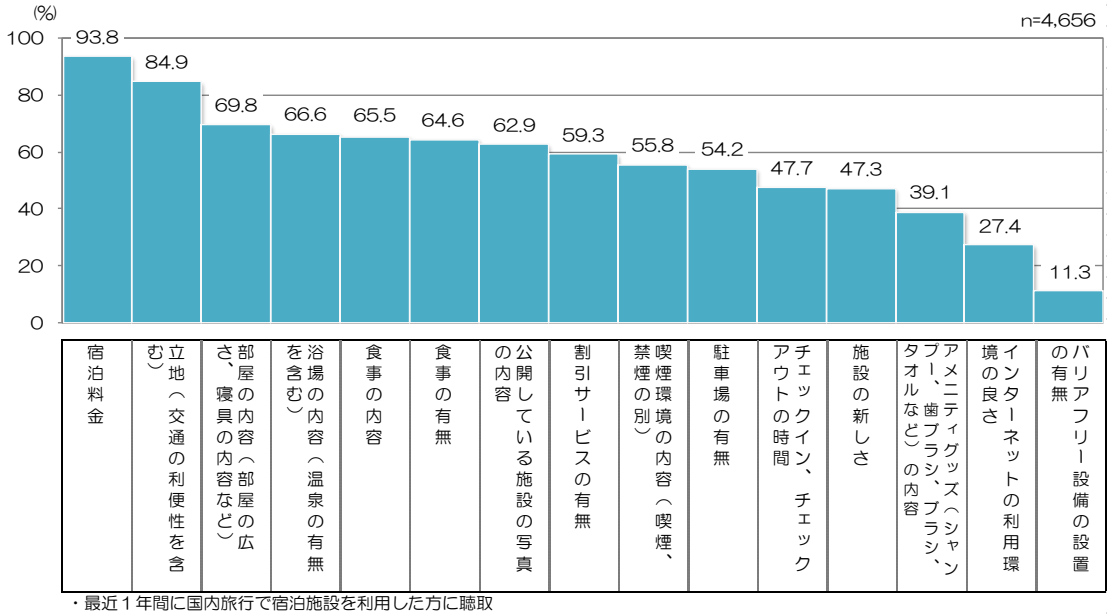
○国内旅行で宿泊施設を利用する際に「重視する（かなり・ある程度計）」項目（複数回答）は、「宿泊料金」（93.8%）、「立地」（84.9%）のほか、「部屋の内容」（69.8%）、「浴場の内容」（66.6%）、「食事の内容」（65.5%）が多い【図 29】。

○性別・年代別では、女性は男性に比べて、「公開している施設の写真の内容」「施設の新しさ」が多い。また、男性 20 代・30 代は「インターネットの利用環境の良さ」、男性 40 代以上は「駐車場の有無」、女性 20 代は「割引サービスの有無」「アメニティグッズの内容」、女性 60 代以上は「浴場の内容」「食事の内容」「食事の有無」がそれぞれ他に比べて多い。また、世帯年収別では、1,200 万円以上は「部屋の内容」「食事の内容」が他に比べて多い【表 21】。

○旅行の同行形態（最近 1 年間で最も多かった形態）別では、一人旅は「インターネットの利用環境の良さ」、親連れの家族旅行は「施設の新しさ」「バリアフリー設備の設置の有無」、恋人との旅行は「公開している施設の写真の内容」が他に比べて多い【表 21】。

○浴場の内容を「重視する（かなり・ある程度）」と回答した方に対して、具体的な内容を尋ねたところ、「温泉の有無」（78.4%）が最も多く、以下、「浴場の広さ」（52.2%）、「露天風呂の有無」（49.0%）となっている【図 30】。

図 29　国内旅行で利用する際に重視する項目（複数回答）



・最近１年間に国内旅行で宿泊施設を利用した方に聴取
・各項目ごとに、「かなり重視する」「ある程度重視する」「どちらともいえない」「あまり重視しない」「全く重視しない」のいずれかを選択。上記は「かなり重視する」「ある程度重視する」割合の合計

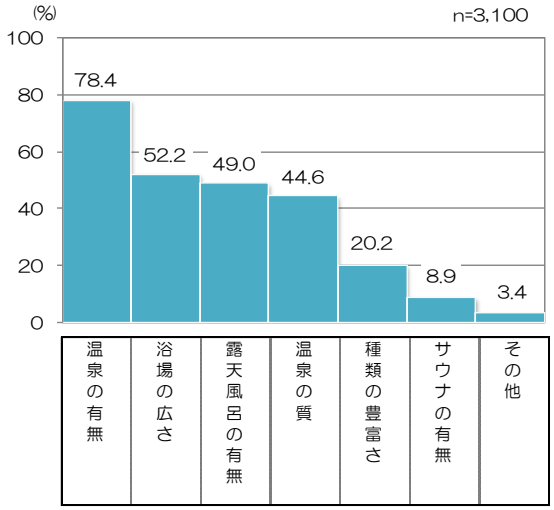
表 21　国内旅行で利用する際に重視する項目（性別・年代別、世帯年収別、最多同行形態別）（複数回答）

(%)

	全体	宿泊料金	立地（交通の利便性を含む）	部屋の内容（部屋の広さ、寝具の内容など）	浴場の内容（温泉の有無を含む）	食事の内容	食事の有無	公開している施設の写真の内容	割引サービスの有無	喫煙環境の内容（喫煙、禁煙の別）	駐車場の有無	チェックイン、チェックアウトの時間	施設の新しさ	アメニティグッズ（シャンプー、歯ブラシ、ブラシ、タオルなど）の内容	インターネットの利用環境の良さ	バリアフリー設備の設置の有無
全　体	4,656	93.8	84.9	69.8	66.6	65.5	64.6	62.9	59.3	55.8	54.2	47.7	47.3	39.1	27.4	11.3
性別・年代別																
男性計	2,207	92.2	81.5	65.7	65.7	62.1	62.4	54.5	56.4	53.6	57.5	45.5	41.4	34.8	31.7	10.0
20代	443	91.6	82.8	66.6	55.3	49.2	55.8	59.4	59.8	44.2	44.5	52.4	39.1	32.7	41.8	15.6
30代	441	93.0	83.9	68.0	64.9	59.2	57.6	58.7	58.3	54.6	57.1	48.1	44.4	38.8	35.4	6.3
40代	420	93.8	80.7	69.5	66.9	62.4	61.0	55.0	58.1	57.6	62.4	47.1	43.1	36.2	29.5	6.7
50代	425	91.3	81.6	66.6	68.5	66.6	66.6	52.9	56.2	60.2	62.6	45.2	42.6	32.5	26.8	10.6
60代以上	478	91.4	78.7	58.6	72.8	72.6	70.5	47.1	50.2	51.9	61.1	35.8	38.1	33.7	25.3	10.5
女性計	2,449	95.3	88.0	73.5	67.3	68.5	66.5	70.4	62.0	57.8	51.2	49.7	52.7	43.1	23.5	12.4
20代	482	95.9	90.9	74.3	60.4	58.1	58.1	74.5	68.0	51.2	44.6	50.6	55.2	49.8	23.0	10.8
30代	488	97.3	91.4	77.9	66.4	67.6	67.0	74.8	62.7	61.1	56.1	51.6	50.4	41.0	26.2	10.2
40代	490	96.3	85.5	76.7	64.7	66.3	64.5	69.0	63.3	60.4	55.9	48.8	51.4	44.1	21.6	12.4
50代	493	95.5	88.0	74.2	70.6	74.4	68.0	72.8	60.6	63.7	51.9	52.7	55.2	40.6	24.7	13.6
60代以上	496	91.5	84.1	64.5	74.4	75.8	74.8	61.3	55.4	52.6	47.6	44.6	51.4	40.1	22.0	14.9
世帯年収別																
400万円未満	1,344	94.1	84.1	65.3	61.8	58.8	60.1	60.6	59.8	53.0	47.9	46.7	42.9	38.2	26.6	10.4
400～600万円未満	1,150	94.4	84.8	67.8	68.2	66.2	65.1	63.8	62.3	54.3	56.3	46.7	47.5	38.6	25.2	11.0
600～800万円未満	845	95.6	83.9	73.3	69.0	68.9	67.6	63.9	60.0	57.6	57.8	47.3	48.2	40.0	26.5	12.1
800～1,200万円未満	880	92.0	85.3	72.0	67.5	68.8	65.3	64.0	54.5	57.4	57.4	46.9	48.4	38.6	27.8	10.3
1,200万円以上	437	91.5	88.8	77.6	70.5	71.2	69.3	63.4	58.6	62.0	54.7	55.8	57.0	42.8	36.6	14.9
旅行の最多同行形態別																
一人旅	728	93.7	88.9	54.3	44.0	37.2	39.0	52.5	55.4	54.1	26.4	49.0	38.7	32.4	40.5	8.7
夫婦二人での旅行	1,248	92.7	80.6	68.8	74.6	75.3	73.2	62.3	56.7	59.5	61.1	44.2	48.3	37.8	26.1	11.4
子供連れの家族旅行	980	95.8	84.8	79.2	70.0	72.3	71.3	67.7	64.9	57.4	70.4	46.4	51.3	42.0	21.9	10.3
親連れの家族旅行	268	95.5	89.6	78.0	67.2	73.1	72.8	67.2	64.6	57.5	55.6	50.7	54.1	42.9	27.6	20.5
子供及び親連れの家族旅行	158	93.7	88.0	81.0	77.2	79.1	79.1	69.0	60.8	55.1	78.5	44.3	51.3	41.1	24.1	20.3
親族（親・子供を除く）連れの旅行	171	93.6	85.4	78.9	66.7	69.6	68.4	67.8	67.3	55.0	45.0	50.9	49.1	40.4	29.2	18.7
友人との旅行	706	93.8	86.4	66.1	67.1	64.2	62.0	60.5	58.1	48.6	44.5	49.0	45.6	40.7	25.8	8.9
恋人との旅行	356	92.7	84.3	71.3	69.4	57.9	57.3	70.8	57.9	57.0	53.9	55.9	46.9	42.7	25.0	9.8
その他	41	85.4	82.9	65.9	63.4	73.2	75.6	53.7	41.5	46.3	58.5	46.3	41.5	34.1	17.1	2.4

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示
・最近１年間に国内旅行で宿泊施設を利用した方に聴取
・各項目ごとに、「かなり重視する」「ある程度重視する」「どちらともいえない」「あまり重視しない」「全く重視しない」のいずれかを選択
　上記は「かなり重視する」「ある程度重視する」割合の合計

図 30　浴場について重視する具体的内容（複数回答）

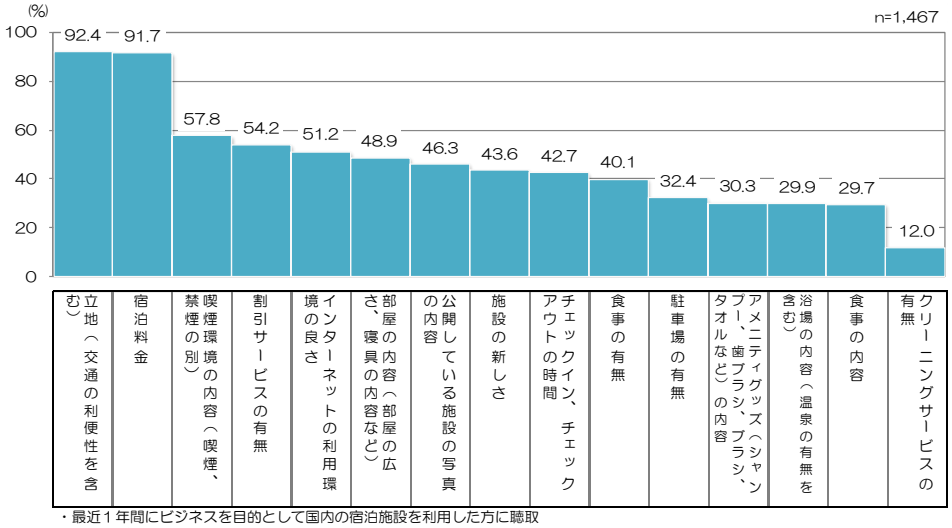


（２）ビジネスで利用する際のポイント

○ビジネスで宿泊施設を利用する際に「重視する（かなり・ある程度計）」項目（複数回答）は、「立地」（92.4%）、「宿泊料金」（91.7%）のほか、「喫煙環境の内容」（57.8%）、「割引サービスの有無」（54.2%）、「インターネットの利用環境の良さ」（51.2%）の割合が多い【図 31】。なお、ビジネス利用と国内旅行（16 ページ、図 29 参照）の重視項目を比較すると、ビジネス利用では「インターネットの利用環境の良さ」（ビジネス 51.2%、国内旅行 27.4%、）、「立地」（ビジネス 92.4%、国内旅行 84.9%）をより重視していることがわかる。

○性別・年代別では、女性は男性に比べて、「部屋の内容」「公開している施設の写真の内容」「アメニティグッズの内容」の割合が高い【表 22】。

図 31　ビジネスで利用する際に重視する項目（複数回答）



・最近１年間にビジネスを目的として国内の宿泊施設を利用した方に聴取
・各項目ごとに、「かなり重視する」「ある程度重視する」「どちらともいえない」「あまり重視しない」「全く重視しない」のいずれかを選択。上記は「かなり重視する」「ある程度重視する」割合の合計

表 22　ビジネスで利用する際に重視する項目（性別・年代別、世帯年収別）（複数回答）

(%)

	全体	立地（交通の利便性を含む）	宿泊料金	喫煙環境の内容（喫煙、禁煙の別）	割引サービスの有無	インターネットの利用環境の良さ	部屋の内容（部屋の広さ、寝具の内容など）	公開している施設の写真の内容	施設の新しさ	チェックイン、チェックアウトの時間	食事の有無	駐車場の有無	アメニティグッズの内容（シャンプー、歯ブラシ、ブラシ、タオルなど）	浴場の内容（温泉の有無を含む）	食事の内容	クリーニングサービスの有無
全　体	1,467	92.4	91.7	57.8	54.2	51.2	48.9	46.3	43.6	42.7	40.1	32.4	30.3	29.9	29.7	12.0
性別・年代別																
男性計	1,121	92.0	92.1	57.2	53.3	53.2	44.6	42.0	41.4	41.2	38.1	33.1	26.6	26.8	26.6	11.3
20代	222	87.4	89.2	45.9	61.3	55.4	49.1	46.4	42.3	47.3	47.3	40.5	34.7	35.6	34.2	23.0
30代	258	91.5	92.2	54.3	53.1	55.0	41.1	45.0	40.3	44.6	35.3	29.1	26.0	29.5	24.0	11.2
40代	264	94.3	93.6	64.0	50.8	56.1	45.8	40.5	40.9	41.7	31.4	29.5	25.4	18.9	22.3	8.3
50代	261	94.6	93.1	60.2	51.7	50.2	45.6	40.2	44.4	36.8	37.5	33.0	22.2	24.9	26.4	6.5
60代以上	116	90.5	92.2	62.9	48.3	44.8	38.8	34.5	36.2	31.0	43.1	36.2	25.0	25.9	27.6	6.9
女性計	346	93.6	90.2	59.8	56.9	44.8	62.7	60.1	50.6	47.4	46.5	30.1	42.5	39.9	39.6	14.2
20代	111	91.0	85.6	59.5	62.2	45.9	65.8	62.2	50.5	49.5	38.7	33.3	53.2	38.7	34.2	21.6
30代	84	92.9	90.5	57.1	51.2	45.2	58.3	57.1	39.3	46.4	52.4	20.2	29.8	29.8	38.1	11.9
40代	67	97.0	91.0	62.7	55.2	40.3	58.2	61.2	61.2	46.3	50.7	29.9	44.8	40.3	41.8	11.9
50代	54	100.0	100.0	64.8	61.1	44.4	59.3	63.0	53.7	48.1	38.9	24.1	35.2	48.1	37.0	3.7
60代以上	30	86.7	86.7	53.3	50.0	50.0	80.0	53.3	53.3	43.3	63.3	56.7	46.7	56.7	63.3	16.7
世帯年収別																
400万円未満	270	85.9	88.9	53.0	55.9	44.8	48.1	46.3	40.4	43.0	40.4	33.3	32.6	33.7	28.9	14.4
400～600万円未満	367	93.2	94.6	56.1	55.6	50.7	42.2	46.3	41.7	45.5	38.1	39.2	31.3	27.2	30.5	13.6
600～800万円未満	295	93.2	93.2	61.0	56.3	52.2	49.2	49.8	42.4	40.3	42.7	33.6	32.9	30.8	30.5	11.2
800～1,200万円未満	336	93.2	90.5	58.3	52.1	50.6	48.2	44.3	43.5	35.7	36.9	26.2	23.8	26.2	25.0	7.1
1,200万円以上	199	97.0	89.9	61.8	49.7	60.3	62.8	44.2	53.3	52.3	44.7	27.1	32.7	34.2	35.7	15.1

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示
・各項目ごとに、「かなり重視する」「ある程度重視する」「どちらともいえない」「あまり重視しない」「全く重視しない」のいずれかを選択
上記は「かなり重視する」「ある程度重視する」割合の合計

第５節　宿泊施設の料金、サービス等についての意識

本節では、宿泊施設の料金やサービスについての意識を尋ねた結果を取りまとめている。

（１）国内旅行で利用する際の宿泊料金増額についての考え

○国内旅行で利用する際に、宿泊料金を増額しても良いと考える条件は（複数回答）、「個室、個室露天風呂、離れが利用できるなど、プライベートが重視されている」（50.6%）が最も多く、以下、「客室、浴場等の施設が広く、洗練されたものであり、高級感が味わえる」（41.0%）、「食材の質、バランスにこだわった、健康面に配慮した食事が提供される」（39.9%）となっている。一方で「宿泊料金を増額するつもりはない」の割合が 21.1%となっている【図 32】。

○性別・年代別では、男性・女性の 20・30 代は「個室、個室露天風呂、離れが利用できるなど、プライベートが重視されている」、男性・女性の 60 代以上は「緑豊かな自然に囲まれ、都会にはない雰囲気が味わえる」が他と比べて多い【表 23】。

○宿泊料金増額の許容額は「2,500～3,000 円未満」（15.9%）が最も多い【図 33】。

図 32　宿泊料金増額についての考え（複数回答）

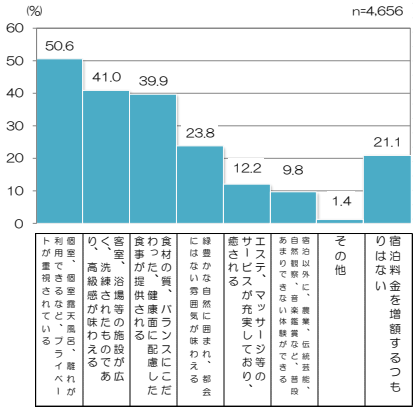


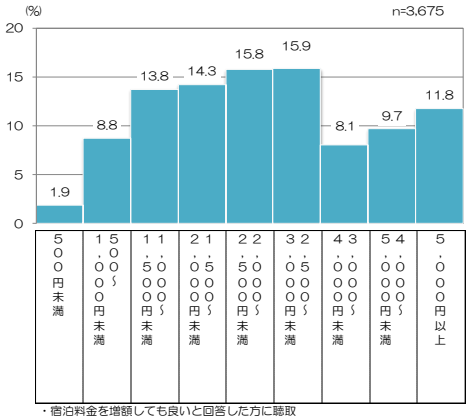
表 23　宿泊料金増額についての考え（性別・年代別）（複数回答）

(%)

	全体	個室、個室露天風呂、離れが利用できるなど、プライベートが重視されている	客室、浴場等の施設が広く、洗練されたものであり、高級感が味わえる	食材の質、バランスにこだわった、健康面に配慮した食事が提供される	緑豊かな自然に囲まれ、都会にはない雰囲気が味わえる	エステ、マッサージ等のサービスが充実しており、癒される	宿泊以外に、農業、伝統芸能、自然観察、音楽鑑賞など普段あまりできない体験ができる	その他	宿泊料金を増額するつもりはない
全　体	4,656	50.6	41.0	39.9	23.8	12.2	9.8	1.4	21.1
性別・年代別									
男性計	2,207	52.4	39.8	37.7	24.3	8.5	8.7	1.4	21.2
20代	443	57.6	37.9	36.1	23.5	12.6	13.1	0.7	18.5
30代	441	59.2	38.3	34.9	25.6	10.4	10.0	2.0	18.6
40代	420	54.5	42.6	35.0	20.2	7.9	6.0	1.4	24.0
50代	425	50.6	42.6	42.6	22.6	8.2	7.8	1.9	19.1
60代以上	478	41.2	37.9	40.0	28.9	3.8	6.5	0.8	25.5
女性計	2,449	49.0	42.1	41.8	23.4	15.5	10.8	1.4	20.9
20代	482	57.3	44.2	40.7	20.3	18.9	12.0	1.5	20.1
30代	488	56.4	42.4	39.8	22.7	19.7	14.5	1.0	20.1
40代	490	49.0	40.6	38.2	20.8	13.1	10.8	1.0	23.7
50代	493	46.2	45.0	46.2	22.5	16.4	8.1	2.2	16.6
60代以上	496	36.5	38.5	44.2	30.4	9.7	8.5	1.2	24.2

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

図 33　宿泊料金増額の許容額



・宿泊料金を増額しても良いと回答した方に聴取

（２）国内旅行で利用してみたい宿泊プラン

○国内旅行で利用してみたい宿泊プラン（割引プランを除く。）（複数回答）は、「個室プラン（個室露天風呂、離れの利用を含む。）」（46.5%）が最も多い。一方で「特に利用したいプランはない」の割合が 23.7%となっている【図 34】。

○性別・年代別では、女性 20 代・30 代はいずれの宿泊プランでも割合が高い傾向がある。特に、20 代女性の「性別限定プラン」（43.4%）は他に比べて多い【表 24】。

図 34　利用してみたい宿泊プラン（複数回答）

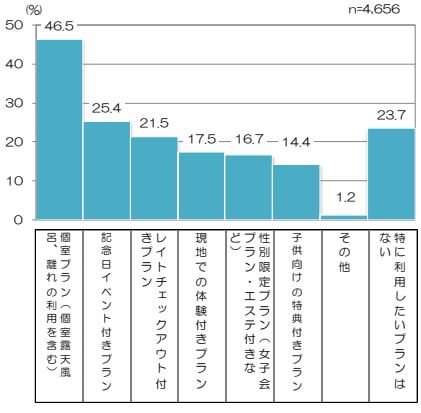


表 24　利用してみたい宿泊プラン（性別・年代別）（複数回答）

(%)

	全体	個室プラン（個室露天風呂、離れの利用を含む）	記念日イベント付きプラン	レイトチェックアウト付きプラン	現地での体験付きプラン	性別限定プラン（女子会プラン・エステ付きなど）	子供向けの特典付きプラン	その他	特に利用したいプランはない
全　体	4,656	46.5	25.4	21.5	17.5	16.7	14.4	1.2	23.7
性別・年代別									
男性計	2,207	46.4	23.2	17.3	15.5	3.5	12.9	1.3	29.6
20代	443	52.4	27.1	20.5	19.4	7.7	6.3	0.5	24.2
30代	441	47.8	22.4	19.5	17.2	3.2	26.8	1.1	24.7
40代	420	52.6	18.6	18.8	16.9	1.9	23.1	1.7	25.2
50代	425	44.9	22.6	19.8	11.8	3.8	7.1	0.5	31.5
60代以上	478	35.4	24.7	24.7	12.3	1.0	2.5	2.7	41.2
女性計	2,449	46.7	27.4	25.2	19.4	28.7	15.8	1.1	18.5
20代	482	51.7	40.7	28.2	26.1	43.4	17.0	0.2	10.2
30代	488	54.1	31.4	32.0	23.2	28.7	36.5	1.0	8.0
40代	490	45.1	22.7	26.9	20.2	24.9	18.2	1.0	18.0
50代	493	46.0	23.5	24.3	13.2	27.2	3.9	2.2	20.5
60代以上	496	36.7	19.2	14.7	14.3	19.6	3.6	1.2	35.3

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

（３）宿泊施設の喫煙環境についての希望

○客室の喫煙環境についての希望は、「全室禁煙がよい」（49.5%）、「分煙がよい」（31.7%）、「特に希望はない・どちらでもよい」（11.5%）となっている【図 35】。

○共用スペース（食堂、ロビーなど）の喫煙環境についての希望は、「禁煙がよい」（61.5%）、「分煙がよい」（24.2%）、「特に希望はない・どちらでもよい」（8.7%）となっている【図 36】。

図 35　客室の喫煙環境についての希望

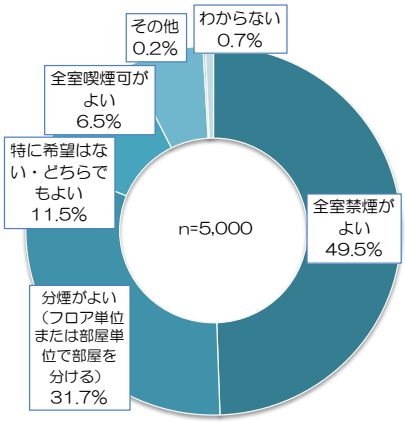
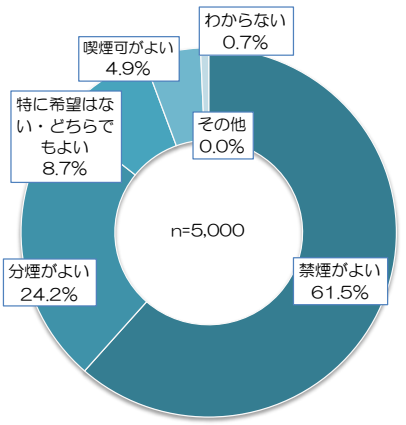


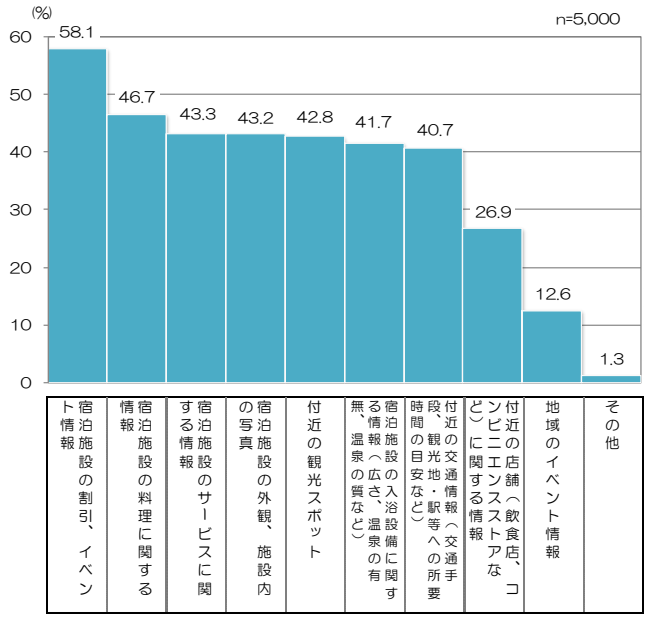
図 36　共用スペース（食堂、ロビーなど）の喫煙環境についての希望



（４）宿泊施設に特に詳しく案内してほしい情報

○宿泊施設に特に詳しく案内してほしい情報（複数回答）は、「宿泊施設の割引、イベント情報」（58.1%）が最も多く、以下、「宿泊施設の料理に関する情報」（46.7%）、「宿泊施設のサービスに関する情報」（43.3%）となっている【図 37】。

図 37　宿泊施設に特に詳しく案内してほしい情報（複数回答）



ピックアップデータ：シニア層の特徴

以下では、シニア層（60 歳以上）と非シニア層（60 歳未満）を比較しながら、シニア層の特徴について取りまとめている。

国内旅行の回数・宿泊日数・支出額（年間合計）・１泊あたりの平均宿泊料金

○シニア層の国内旅行の回数、宿泊日数、支出額（年間合計）は、非シニア層に比べていずれも多い傾向がある【表 25、26、27】。また、１泊あたりの宿泊料金は、シニア層では 8,000～14,000 円が中心となっており、全体の 54.3%を占めている【表 28】。

表 25　国内旅行の回数

(%)

	全体	1回	2回	3回	4回	5回	6回以上	(回) 平均
全　体	4,656	33.1	28.3	16.2	7.1	6.1	9.1	2.8
60歳以上	974	27.3	27.2	19.1	9.2	6.2	11.0	3.1
60歳未満	3,682	34.7	28.6	15.5	6.5	6.1	8.6	2.8

表 26　国内旅行での宿泊日数

(%)

	全体	1日	2日	3日	4日	5日	6～9日	10日以上	(回) 平均
全　体	4,656	25.2	24.0	16.6	9.3	7.4	10.4	7.1	3.8
60歳以上	974	21.1	21.1	17.8	10.6	8.2	12.7	8.4	4.2
60歳未満	3,682	26.2	24.8	16.3	9.0	7.2	9.8	6.8	3.7

表 27　支出額（年間合計）

(%)

	全体	5万円未満	5～10万円未満	10～15万円未満	15～20万円未満	20～25万円未満	25～30万円未満	30万円以上	(万円) 平均
全　体	4,656	19.2	22.1	19.7	8.3	10.1	2.1	18.4	16.7
60歳以上	974	14.0	21.0	19.5	8.8	10.4	3.0	23.3	19.1
60歳未満	3,682	20.6	22.4	19.8	8.2	10.1	1.8	17.1	16.0

表 28　１泊あたりの平均宿泊料金

(%)

	全体	4,000円未満	64,000～6,000円未満	86,000～8,000円未満	18,000～10,000円未満	120,000～15,000円未満	142,000～20,000円未満	164,000～25,000円未満	186,000～30,000円未満	208,000～30,000円未満	32,000～50,000円未満	30,000円以上	過去1年間の宿泊は、全て宿泊料金が不明であり、わからない
全　体	4,656	3.3	11.5	15.5	18.1	19.7	9.8	6.5	3.0	3.2	3.8	2.0	3.7
60歳以上	974	1.5	6.1	11.2	19.5	20.8	14.0	9.5	4.0	4.4	3.5	1.7	3.7
60歳未満	3,682	3.8	12.9	16.6	17.8	19.4	8.6	5.7	2.7	2.9	3.9	2.0	3.6

最近１年間の旅行先・今後行ってみたい旅行先

○シニア層の最近１年間の旅行先（地域別）（複数回答）は「中部」が最も多く４割を超えている【表 29】。また、今後行ってみたい旅行先（地域別）（複数回答）は、シニア層、非シニア層ともに「北海道」が最も多いが、シニア層では「中部」「東北」の割合が高い【表 30】。なお、参考までに　シニア層の最近１年間の旅行先（上位５都道府県）を挙げると、東京都（17.4%）、長野県（15.1%）、北海道（14.9%）、京都府（14.1%）、神奈川県・静岡県（いずれも 12.4%）であり、また、今後行ってみたい旅行先（上位５都道府県）は、北海道（50.2%）、沖縄県（42.4%）、京都府（27.2%）、鹿児島県（19.0%）、長野県（17.2%）である。

表 29　最近１年間の旅行先（地域別）（複数回答）

(%)

	全体	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄県
全　体	4,656	14.2	14.2	39.8	35.4	32.4	12.0	7.6	18.6	6.7
60歳以上	974	14.9	18.3	37.7	41.9	32.4	14.6	10.5	20.9	6.0
60歳未満	3,682	14.0	13.1	40.3	33.7	32.3	11.3	6.8	18.0	6.9

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

表 30　今後行ってみたい旅行先（地域別）（複数回答）

(%)

	全体	北海道	東北	関東	中部	近畿	中国	四国	九州	沖縄県
全　体	4,656	54.5	23.3	31.7	32.9	42.2	19.8	17.4	40.8	50.3
60歳以上	974	50.2	29.5	24.8	38.9	37.6	19.2	17.2	38.6	42.4
60歳未満	3,682	55.7	21.7	33.5	31.3	43.4	20.0	17.5	41.4	52.4

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

同行形態

○シニア層の同行形態（複数回答）は「夫婦二人での旅行」「友人との旅行」の割合が高い【表 31】。
また、最多同行形態（単一回答）でも同様の傾向がうかがえる【表 32】。

表 31　国内旅行での同行形態（複数回答）

(%)

	全体	夫婦二人での旅行	友人との旅行	子供連れの家族旅行	一人旅	親連れの家族旅行	恋人との旅行	親族（親・子供を除く）連れの旅行	子供及び親連れの家族旅行	その他
全　体	4,656	32.8	28.4	27.0	23.9	11.6	10.5	9.1	7.2	1.4
60歳以上	974	58.7	35.4	17.1	18.3	3.6	1.8	12.9	6.7	3.0
60歳未満	3,682	26.0	26.5	29.6	25.4	13.8	12.8	8.1	7.4	1.0

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

表 32　国内旅行での最多同行形態（単一回答）

(%)

	全体	夫婦二人での旅行	子供連れの家族旅行	一人旅	友人との旅行	恋人との旅行	親連れの家族旅行	親族（親・子供を除く）連れの旅行	子供及び親連れの家族旅行	その他
全　体	4,656	26.8	21.0	15.6	15.2	7.6	5.8	3.7	3.4	0.9
60歳以上	974	48.0	8.2	11.1	21.1	1.4	0.9	4.6	2.5	2.1
60歳未満	3,682	21.2	24.4	16.8	13.6	9.3	7.0	3.4	3.6	0.6

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

宿泊施設を利用する際のポイント

○宿泊施設を利用する際に重視する（かなり・ある程度計）項目（国内旅行、ビジネスは問わない。）（複数回答）では、シニア層は、「食事の有無」「食事の内容」「浴場の内容」を重視していることがわかる【表 33】。

表 33　宿泊施設を利用する際に重視する項目（複数回答）

(%)

	全体	立地（交通の利便性を含む）	宿泊料金	部屋の内容（部屋の広さ、寝具の内容など）	食事の有無	食事の内容	浴場の内容（温泉の有無を含む）	喫煙環境の内容（喫煙、禁煙の別）	駐車場の有無	施設の新しさ	チェックイン、チェックアウトの時間	インターネットの利用環境の良さ	割引サービスの有無	公開している施設の写真の内容	アメニティグッズ（シャンプー、歯ブラシ、ブラシ、タオルなど）の内容	バリアフリー設備の設置の有無
全　体	4,656	93.8	84.9	69.8	66.6	65.5	64.6	62.9	59.3	55.8	54.2	47.7	47.3	39.1	27.4	11.3
60歳以上	974	91.5	81.4	61.6	73.6	74.2	72.7	54.3	52.9	52.3	54.2	40.2	44.9	37.0	23.6	12.7
60歳未満	3,682	94.5	85.8	72.0	64.7	63.2	62.4	65.2	61.1	56.8	54.2	49.7	48.0	39.7	28.4	10.9

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

第２章　旅館業の経営実態調査の結果

アンケート回答企業の属性

アンケート回答企業の属性は以下のとおり。

○業種（旅館業法上の分類）は、「旅館」（65.6%）、「ホテル」（17.2%）、「簡易宿所」（16.8%）、「下宿」（0.5%）となっている【図 38】。

○業歴は、「20 年以上 30 年未満」（21.5%）、「30 年以上 40 年未満」（17.7%）、「40 年以上 50 年未満」（12.8%）となっている【図 39】。

○経営者の性別は男性 78.1%、女性 21.9%【図 40】、年齢は「60 代」（37.4%）、「50 代」（25.7%）、「70 代」（16.9%）となっている【図 41】。

○従業者数は、「５人以下」（51.6%）、「６～10 人」（20.8%）、「11～20 人」（14.0%）となっている【図 42】。

○宿泊施設数は、「１施設」（93.2%）、「２施設」（5.2%）となっている【図 43】。

図 38　業種

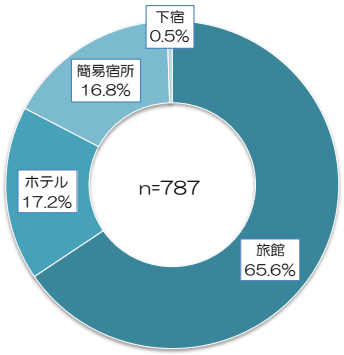


図 39　業歴

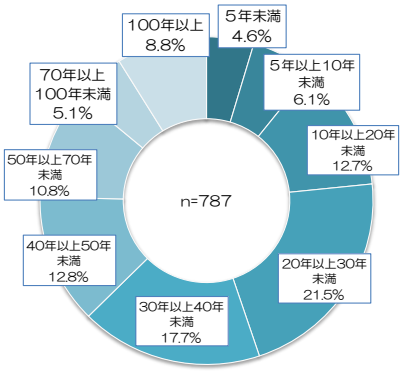


図 40　経営者の性別

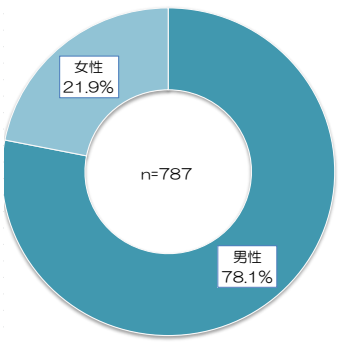


図 41　経営者の年齢

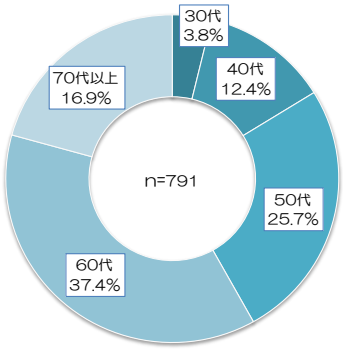


図 42　従業者数

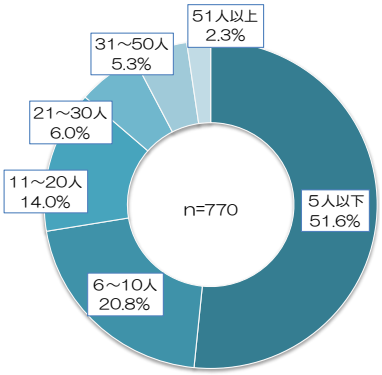
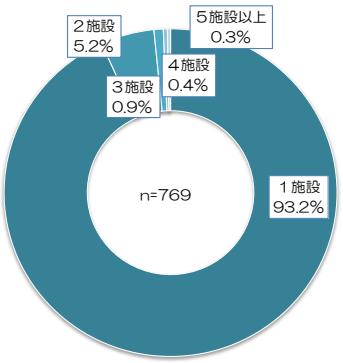


図 43　宿泊施設数



第１節　経営動向

本節では、宿泊施設の立地や客室数のほか、現在の顧客層、宿泊客数・客単価の増減動向について尋ねた結果を取りまとめている。

（１）宿泊施設の所在地と立地環境

○宿泊施設の所在地は、「中部」（30.0%）、「九州」（15.3%）、「関東」（13.1%）となっている【図 44】。また、立地環境は、「自然（海、山、川、湖など）」（49.4%）が最も多く、以下、「温泉・保養地」（20.9%）、「都心部」（12.7%）となっている【図 45】。

図 44　所在地

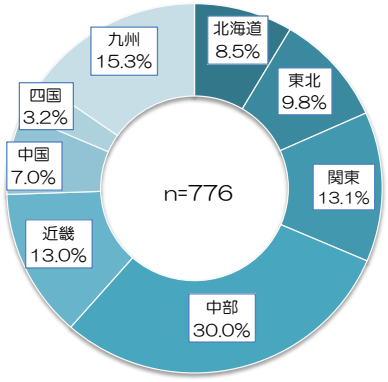
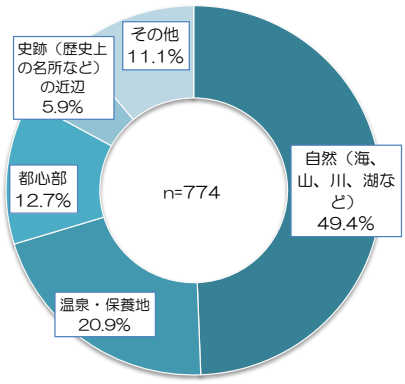


図 45　立地環境



（２）客室数と客室の喫煙環境

○客室数は、「6～10 室」（33.6%）、「11～20 室」（24.5%）、「5室以下」（13.2%）となっている【図 46】。

○客室の喫煙環境は、「全ての客室を喫煙可能にしている」（49.1%）、「喫煙、禁煙の客室を分けている」（26.3%）、「全ての客室を全面禁煙にしている」（19.8%）となっている【図 47】。

データ比較

消費者意識調査では、客室の喫煙環境の希望は「全室禁煙がよい」（49.5%）、「分煙がよい」（31.7%）、「特に希望はない・どちらでもよい」（11.5%）、「全室喫煙可がよい」（6.5%）となっている（20 ページ、図 35 参照）。

図 46　客室数

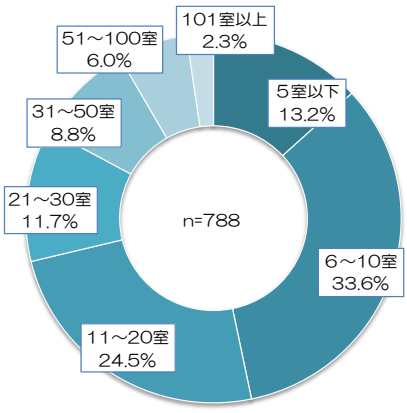
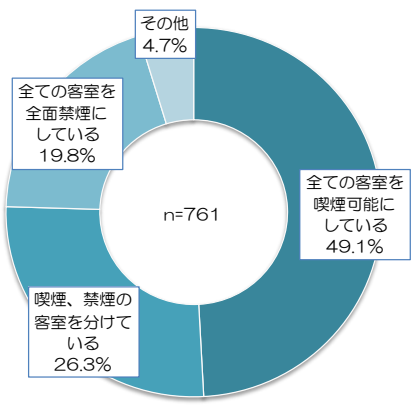


図 47　客室の喫煙環境



（３）現在の顧客層

現在の顧客層について、「新規客」、「外国人客」、「団体・ツアー客」、「旅行代理店経由の申込」のそれぞれが全体に占める割合を尋ねた【図 48】。

①新規客の割合

新規客の割合は、「20%未満」から「80%以上」まで分散化しており、新規客をメインとする企業やリピート客をメインとする企業など、多様な実態がうかがえる。

②外国人客の割合

外国人客の割合は、「20%未満」（93.2%）が最も多い。一方で少数ではあるが、外国人客をメインとする企業（「60～80%未満」５社、「80%以上」３社）もある。

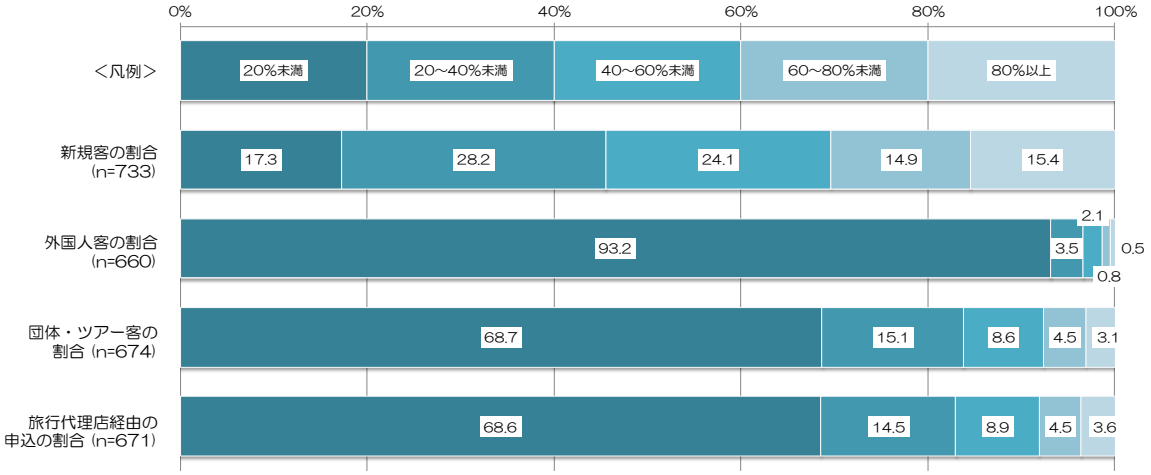
③団体・ツアー客の割合

団体・ツアー客の割合は、「20%未満」（68.7%）が最も多く、以下、「20～40%未満」（15.1%）、「40～60%未満」（8.6%）となっている。一方で、団体・ツアー客が「80%以上」を占める企業も 21 社ある。

④旅行代理店経由の申込の割合

旅行代理店経由の申込の割合は、「20%未満」（68.6%）が最も多く、以下、「20～40%未満」（14.5%）、「40～60%未満」（8.9%）となっている。一方で、旅行代理店経由の申込客が「80%以上」を占める企業も 24 社ある。

図 48　現在の顧客層に占める各顧客の割合
①新規客の割合【新規客／リピート客別】
②外国人客の割合【外国人客／日本人客別)】
③団体・ツアー客の割合【団体・ツアー客／個人客別】
④旅行代理店経由の申込の割合【旅行代理店経由の申込／その他申込別】



（４）宿泊客数の動向

○最近１年間（2011 年 11 月～2012 年 10 月。以下同じ。）の宿泊客数の前年（2010 年 11 月～2011 年 10 月。以下同じ。）と比べた増減動向は、「増加（合計）」26.2%、「ほとんど変わらない」36.0%、「減少（合計）」35.2%となっている【図 49】。

○宿泊施設からの距離を基準とした宿泊客数の動向（複数回答）では、前年と比べて増えた顧客は、「国内の近隣（同じ又は近隣の都道府県）からの日本人客」（41.2%）が最も多く、「外国人客」は 5.8%に留まっている【図 50】。利用が増えた外国人客の国・地域は、「台湾」（38.6%）が最も多く、以下、「ヨーロッパ」（36.4%）、「香港」（22.7%）となっている【図 51】。

図 49　宿泊客数の増減動向

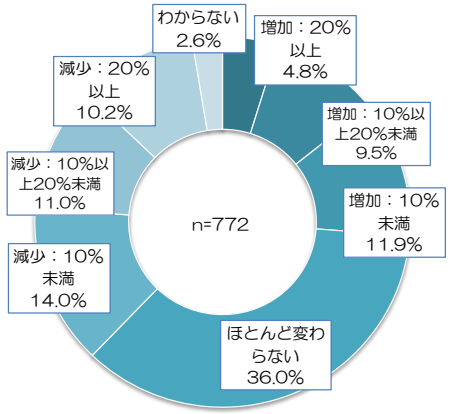


図 50　宿泊施設からの距離を基準とした宿泊客数の動向（前年と比べて増えた顧客）（複数回答）

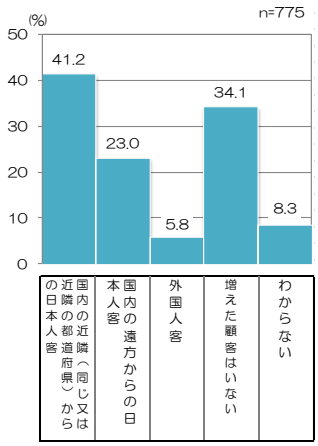
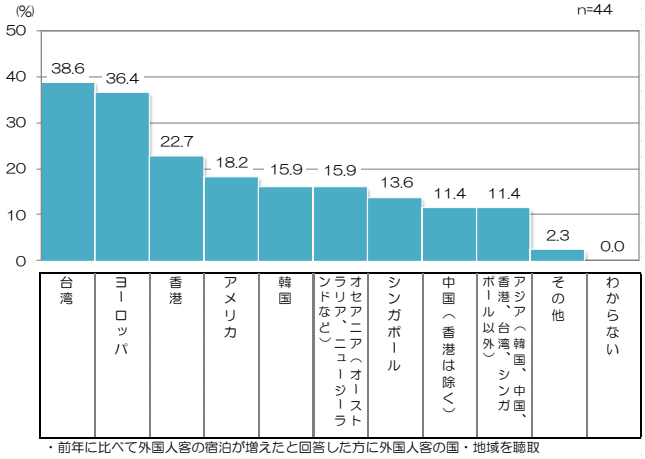


図 51　利用が増えた外国人客の国・地域（複数回答）



・前年に比べて外国人客の宿泊が増えたと回答した方に外国人客の国・地域を聴取

（５）宿泊客単価の動向

○宿泊客１人の１泊あたりの平均宿泊単価は、「4,000～6,000 円未満」（26.0%）が最も多く、以下、「6,000～8,000 円未満」（23.9%）、「8,000～10,000 円未満」（18.6%）となっている【図 52】。

○最近 1 年間の平均宿泊単価の前年と比べた増減動向は、「増加（合計）」10.4%、「ほとんど変わらない」57.1%、「減少（合計）」29.9%となっている【図 53】。

図 52　宿泊客１人の１泊あたりの平均宿泊単価

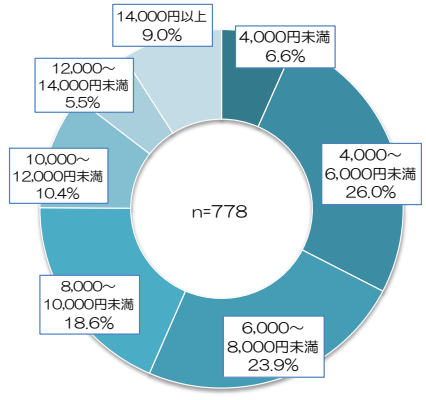
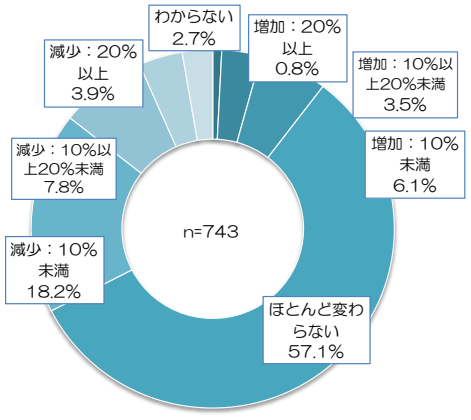


図 53　平均宿泊単価の増減動向



第２節　現在の経営環境と経営上の問題点

本節では、東日本大震災、円高及び北東アジアの外交問題による現在の経営への影響や経営上の問題点について尋ねた結果を取りまとめている。

（１）経営環境

○東日本大震災による経営への影響は、「プラスの影響がある（復興需要など）」2.7%、「マイナスの影響がある」47.5%、「影響はない」32.0%、「わからない」17.8%となっている【図54】。地域別では、東北は「マイナスの影響がある」が６割を超える一方で、「プラスの影響がある」が 14.7%となっている【表 34】。

○円高による経営悪化への影響は、「かなり影響がある」10.2%、「ある程度影響がある」24.3%、「影響はない」34.3%、「わからない」31.2%となっている【図 55】。

○北東アジアにおける外交問題による経営悪化への影響は、「かなり影響がある」4.1%、「ある程度影響がある」13.7%、「影響はない」53.3%、「わからない」28.8%となっている【図56】。

図 54　東日本大震災による経営への影響

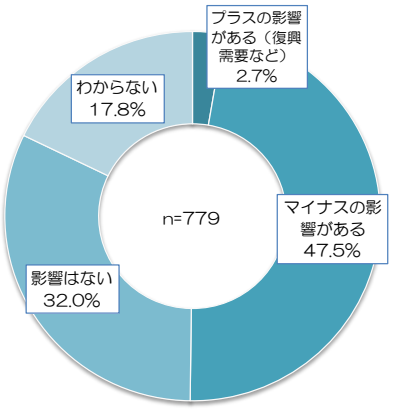


表 34　東日本大震災による経営への影響（従業者規模別、地域別）

(%)

	全体	プラスの影響がある（復興需要など）	マイナスの影響がある	影響はない	わからない
全　体	779	2.7	47.5	32.0	17.8
従業者規模別					
5人以下	391	1.8	46.0	31.5	20.7
6～10人	156	2.6	49.4	32.1	16.0
11～20人	108	3.7	46.3	37.0	13.0
21～30人	45	4.4	44.4	31.1	20.0
31人以上	58	3.4	53.4	32.8	10.3
地域別					
北海道	66	0.0	56.1	30.3	13.6
東北	75	14.7	64.0	13.3	8.0
関東	99	3.0	59.6	28.3	9.1
中部	228	1.8	47.8	33.3	17.1
近畿	99	1.0	40.4	33.3	25.3
中国	53	3.8	24.5	49.1	22.6
四国	25	0.0	40.0	40.0	20.0
九州	119	0.0	37.8	34.5	27.7

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示
・各セルの斜線は、サンプル数僅少（３０未満）のため参考値

図 55　円高による経営悪化への影響

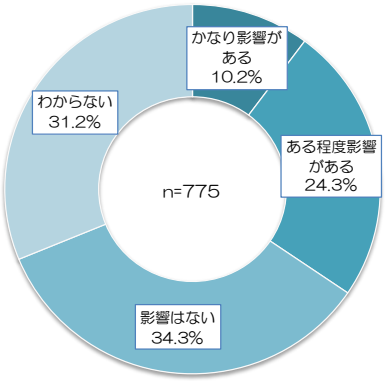


表 35　円高による経営悪化への影響（従業者規模別、地域別）

(%)

	全体	かなり影響がある	ある程度影響がある	影響はない	わからない	「影響がある」計
全　体	775	10.2	24.3	34.3	31.2	34.5
従業者規模別						
5人以下	388	11.1	20.9	34.0	34.0	32.0
6～10人	155	9.7	25.2	35.5	29.7	34.9
11～20人	108	9.3	31.5	30.6	28.7	40.8
21～30人	45	8.9	24.4	42.2	24.4	33.3
31人以上	57	10.5	33.3	38.6	17.5	43.8
地域別						
北海道	66	4.5	30.3	33.3	31.8	34.8
東北	74	6.8	18.9	35.1	39.2	25.7
関東	99	7.1	27.3	34.3	31.3	34.4
中部	229	11.4	26.6	33.2	28.8	38.0
近畿	96	12.5	22.9	36.5	28.1	35.4
中国	53	7.5	18.9	41.5	32.1	26.4
四国	24	12.5	25.0	33.3	29.2	37.5
九州	119	14.3	19.3	31.9	34.5	33.6

・「影響がある」計は、「かなり影響がある」「ある程度影響がある」割合の合計
・「影響がある」計について、全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示
・各セルの斜線は、サンプル数僅少（３０未満）のため参考値

図 56　北東アジアにおける外交問題による経営悪化への影響

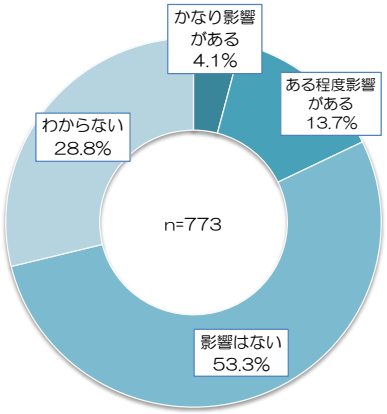


表 36　北東アジアにおける外交問題による経営悪化への影響（従業者規模別、地域別）

(%)

	全体	かなり影響がある	ある程度影響がある	影響はない	わからない	「影響がある」計
全　体	773	4.1	13.7	53.3	28.8	17.8
従業者規模別						
5人以下	388	2.1	11.1	55.7	31.2	13.2
6～10人	154	5.8	10.4	52.6	31.2	16.2
11～20人	108	5.6	18.5	47.2	28.7	24.1
21～30人	45	6.7	22.2	55.6	15.6	28.9
31人以上	56	8.9	26.8	53.6	10.7	35.7
地域別						
北海道	66	6.1	22.7	50.0	21.2	28.8
東北	73	2.7	9.6	61.6	26.0	12.3
関東	97	3.1	17.5	55.7	23.7	20.6
中部	230	3.0	13.0	50.4	33.5	16.0
近畿	97	7.2	13.4	56.7	22.7	20.6
中国	52	0.0	9.6	57.7	32.7	9.6
四国	~~24~~	~~8.3~~	~~12.5~~	~~66.7~~	~~12.5~~	~~20.8~~
九州	119	5.0	11.8	47.9	35.3	16.8

・「影響がある」計は、「かなり影響がある」「ある程度影響がある」割合の合計
・「影響がある」計について、全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示
・各セルの斜線は、サンプル数僅少（３０未満）のため参考値

現在の経営環境について自由記述回答形式で尋ねた。主な意見・感想を集約すると、①～④のとおりとなっている。

① 顧客層の明確化や顧客ニーズの変化への対応が課題
② 大手資本の進出等による競争の激化、宿泊単価の低下
③ 東日本大震災・円高等による影響、経済低迷による消費マインドの悪化
④ 情報化への対応。特にインターネットを活用した集客活動のメリット及びデメリット

特徴的なコメント（要約）

○当館のある福岡市では円高や欧州経済危機の影響がマイナス面として深刻であるが、タイ・マレーシアをはじめ、新興国からのプラスの面もある。欧米中心からアジアに向けた集客態勢にシフトチェンジした結果、韓国からの顧客が圧倒的に増え、他のアジア諸国も大切なマーケットとなっている。

○スキー人口の減少が著しく、冬期の宿泊客の減少が経営に影響している。

○シニア層の取り込みが非常に重要となっている。自社の観光バス（緑ナンバー）を利用した送迎観光プランを売り出し、来館しやすいように取り組んでいる。

○大手資本ホテルの進出により、地元ホテルは厳しい競争にさらされ、宿泊単価の低下を招いている。

○ビジネスホテルであるが、会社員の利用が激減している。

○食事なしプランの利用増加で宿泊単価が低下している。燃料費の高騰による利益の圧迫。人材不足。

○東日本大震災以降、地域での宿泊施設としての役割が変化した気がする。宿泊業として出来ることは内陸部から沿岸部へのバックアップや復興を通じて貢献することだと思う。

○平成 18 年の豪雪から、度重なる災害に伴う復旧工事に多額の出費がかかり、施設の老朽化の改善資金が不足している。

○ネットでの集客は手数料が掛かるため利益が出ず困っている。

（２）経営上の問題点

○現在の経営上の問題点（複数回答）は、「施設の狭隘・老朽化」（53.6%）が最も多く、以下、「宿泊単価の低下」（39.3%）、「資金不足」（36.5%）となっている【図 57】。

○業歴別では、「５年未満」は「新規客の開拓」、「40 年以上 50 年未満」は「後継者難」、「100 年以上」は「顧客のリピーター化が不十分」が他に比べて多い。また、従業者規模別では、31 人以上の企業で「スタッフの確保・育成、活性化」の割合が高い【表 37】。

図 57　経営上の問題点（複数回答）

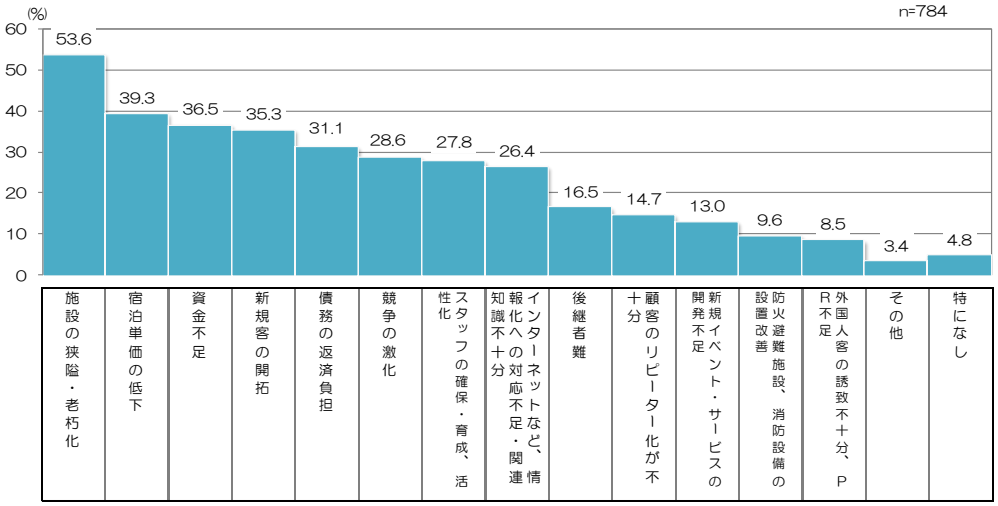


表 37　経営上の問題点（業歴別・従業者規模別）（複数回答）

(%)

	全体	施設の狭隘・老朽化	宿泊単価の低下	資金不足	新規客の開拓	債務の返済負担	競争の激化	スタッフの確保・育成、活性化	インターネットなど、情報化への対応不足・関連知識不十分	後継者難	顧客のリピーター化が不十分	新規イベント・サービスの開発不足	防火避難施設、消防設備の設置改善	外国人客の誘致不十分、PR不足	その他	特になし
全　体	784	53.6	39.3	36.5	35.3	31.1	28.6	27.8	26.4	16.5	14.7	13.0	9.6	8.5	3.4	4.8
業歴別																
5年未満	35	34.3	20.0	20.0	48.6	25.7	25.7	34.3	17.1	5.7	11.4	14.3	11.4	11.4	2.9	8.6
5年以上10年未満	48	41.7	18.8	22.9	29.2	25.0	22.9	31.3	12.5	6.3	12.5	12.5	2.1	8.3	6.3	10.4
10年以上20年未満	99	34.3	36.4	35.4	34.3	25.3	28.3	23.2	24.2	13.1	13.1	16.2	4.0	10.1	4.0	7.1
20年以上30年未満	167	60.5	37.1	36.5	35.9	29.9	26.3	24.0	32.9	18.6	13.2	13.2	10.8	9.0	1.2	6.0
30年以上40年未満	135	52.6	44.4	40.0	34.1	31.1	28.1	24.4	22.2	14.1	11.9	9.6	8.1	5.9	6.7	3.7
40年以上50年未満	101	59.4	42.6	42.6	35.6	35.6	33.7	28.7	27.7	26.7	14.9	17.8	14.9	9.9	1.0	2.0
50年以上70年未満	84	64.3	47.6	40.5	28.6	36.9	29.8	32.1	32.1	14.3	19.0	10.7	14.3	9.5	2.4	2.4
70年以上100年未満	40	67.5	42.5	35.0	32.5	32.5	30.0	40.0	27.5	12.5	17.5	12.5	12.5	5.0	5.0	5.0
100年以上	69	55.1	44.9	36.2	44.9	31.9	30.4	30.4	26.1	21.7	21.7	10.1	7.2	8.7	2.9	2.9
従業者規模別																
5人以下	390	47.4	32.3	35.6	36.2	30.8	21.5	16.2	29.0	20.0	14.4	12.3	9.7	8.7	4.4	8.2
6～10人	160	53.1	47.5	39.4	33.8	28.1	31.9	33.1	29.4	15.0	11.3	15.0	7.5	10.6	2.5	1.3
11～20人	107	67.3	48.6	37.4	33.6	34.6	29.9	42.1	17.8	12.1	11.2	11.2	13.1	2.8	1.9	0.0
21～30人	46	69.6	37.0	41.3	32.6	34.8	52.2	45.7	19.6	4.3	19.6	17.4	8.7	4.3	6.5	0.0
31人以上	59	54.2	47.5	28.8	40.7	35.6	44.1	59.3	20.3	8.5	25.4	11.9	8.5	13.6	1.7	3.4

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

第３節　経営の参考情報の入手先

本節では、経営の参考情報の主な入手先について尋ねた結果を取りまとめている。

○経営の参考情報の入手先（複数回答）は、「インターネット」（50.4%）が最も多く、以下、「同業者」（44.3%）、「顧客」（43.6%）、「新聞・雑誌・書籍」（32.2%）となっている【図 58】。

○経営者の性別別では、女性は「税理士」の割合が男性に比べて高い。経営者の年齢別では、年齢が若いほど「インターネット」の割合が高く、30 代は７割を超えている。また、40 代は「新聞・雑誌・書籍」、「地域の同業者組合」が他に比べて多い【表 38】。

図 58　経営の参考情報の入手先（複数回答）

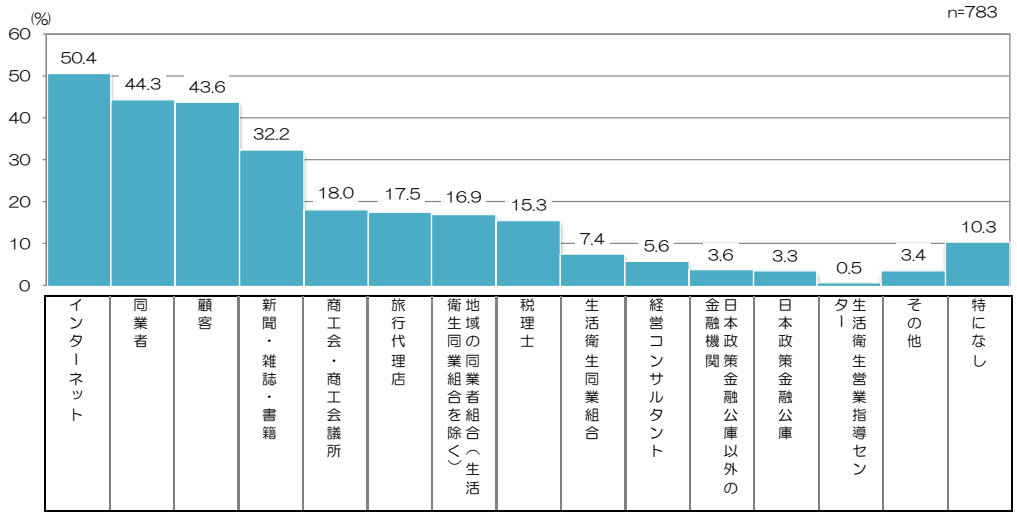


表 38　経営の参考情報の入手先（性別別、年齢別）複数回答）

(%)

	全体	インターネット	同業者	顧客	新聞・雑誌・書籍	商工会・商工会議所	旅行代理店	地域の同業者組合（生活衛生同業組合を除く）	税理士	生活衛生同業組合	経営コンサルタント	日本政策金融公庫以外の金融機関	日本政策金融公庫	生活衛生営業指導センター	その他	特になし
全　体	783	50.4	44.3	43.6	32.2	18.0	17.5	16.9	15.3	7.4	5.6	3.6	3.3	0.5	3.4	10.3
経営者の性別																
男性	607	53.0	45.6	45.8	33.8	18.0	18.8	17.3	14.0	7.7	5.8	3.1	3.6	0.7	3.5	9.7
女性	171	42.1	39.8	35.7	26.9	17.5	12.9	15.2	20.5	6.4	5.3	5.3	2.3	0.0	3.5	12.3
経営者の年齢別																
30代	30	73.3	46.7	56.7	33.3	26.7	16.7	13.3	13.3	3.3	10.0	0.0	3.3	0.0	3.3	3.3
40代	98	61.2	54.1	50.0	41.8	15.3	21.4	23.5	17.3	9.2	4.1	2.0	1.0	0.0	5.1	7.1
50代	203	53.7	47.3	42.9	31.5	17.2	16.7	15.8	15.3	8.4	9.9	3.0	2.5	0.5	3.9	8.4
60代	292	46.2	43.5	44.2	30.5	18.5	14.7	15.1	14.7	5.5	4.1	4.1	3.8	1.0	2.4	12.3
70代以上	129	43.0	34.8	36.1	30.4	18.4	21.5	18.4	15.8	9.5	3.2	5.1	5.1	0.0	3.8	12.7

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

第４節　経営面での取り組み

本節では、インターネットを活用した取り組み、シニア層や外国人客の集客に向けた取り組み、設備投資の実施状況等について尋ねた結果を取りまとめている。

（１）インターネットを活用した取り組み

○インターネットを活用した取り組み（実施割合）（複数回答）は、「ホームページの開設・公開」78.4%「宿泊サイトへの登録」73.9%、「ホームページでの予約受付の実施」55.4%、「ブログの活用」25.5%、「インターネット広告の掲示」20.8%、「SNS の活用」13.7%などとなっている【図 59】。業歴別では、業歴の短い企業ほど、各種インターネットを活用した取り組みの割合が高い傾向がある【表 39】。

○集客面で特に実施効果が高い取り組み（複数回答）は、「宿泊サイトへの登録」（73.3%）が最も多く、以下、「ホームページの開設・公開」（44.8%）、「ホームページでの予約受付の実施」（37.2%）となっている【図 60】。

○宿泊サイトの登録数は、「３サイト」（23.4%）が最も多く、以下、「２サイト」（21.3%）、「１サイト」（17.1%）となっている。一方で「６サイト以上」の割合も１割を超えている（平均は 3.5 サイト）【図 61】。

図 59　インターネットを活用した取り組み（実施割合）（複数回答）

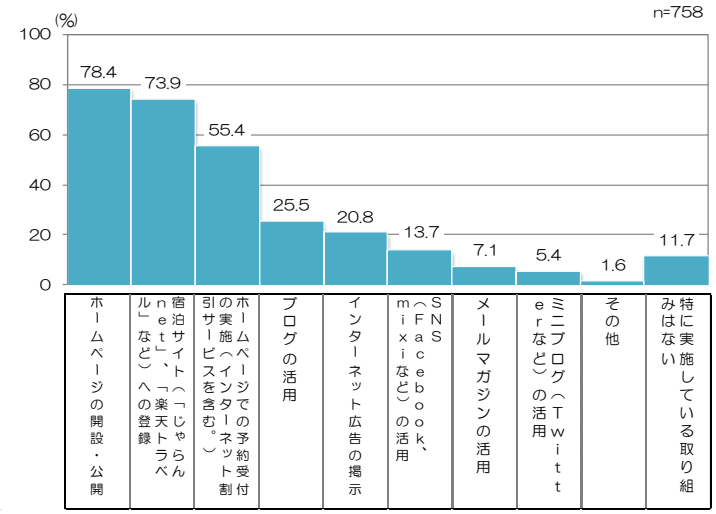


表 39　インターネットを活用した取り組み（実施割合）（業歴別）（複数回答）

(%)

	全体	ホームページの開設・公開	宿泊サイト（「じゃらんnet」、「楽天トラベル」など）への登録	ホームページでの予約受付の実施（インターネット割引サービスを含む。）	ブログの活用	インターネット広告の掲示	SNS（Facebook、mixiなど）の活用	メールマガジンの活用	ミニブログ（Twitterなど）の活用	その他	特に実施している取り組みはない
全　体	758	78.4	73.9	55.4	25.5	20.8	13.7	7.1	5.4	1.6	11.7
業歴別											
5年未満	33	87.9	81.8	57.6	36.4	27.3	18.2	15.2	9.1	0.0	9.1
5年以上10年未満	47	78.7	76.6	61.7	31.9	21.3	21.3	17.0	8.5	2.1	8.5
10年以上20年未満	93	84.9	76.3	63.4	36.6	26.9	16.1	12.9	7.5	1.1	7.5
20年以上30年未満	165	81.8	71.5	55.2	23.6	17.0	16.4	3.6	2.4	1.8	9.7
30年以上40年未満	134	70.1	74.6	57.5	20.9	23.9	12.7	5.2	6.0	1.5	14.9
40年以上50年未満	97	76.3	71.1	49.5	19.6	15.5	5.2	3.1	5.2	2.1	16.5
50年以上70年未満	79	82.3	78.5	49.4	22.8	20.3	8.9	7.6	3.8	2.5	6.3
70年以上100年未満	37	59.5	62.2	45.9	13.5	16.2	18.9	2.7	2.7	0.0	24.3
100年以上	67	79.1	73.1	56.7	31.3	23.9	13.4	9.0	6.0	1.5	13.4

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

図 60　実施効果が高い取り組み（複数回答）

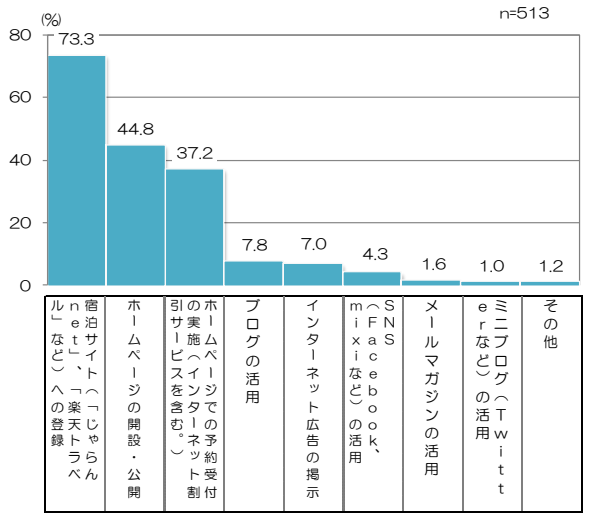
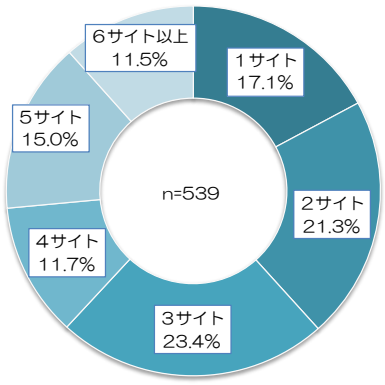


図 61　宿泊サイトの登録数



・宿泊サイトに登録している方に対して登録数を聴取

データ比較

消費者意識調査では、宿泊施設の検索方法で「宿泊サイト」を利用する割合が最も高く、8割を超えている。また、予約方法で最も多く行う方法も「宿泊サイト」（45.3%）の割合が最も高くなっている（15 ページ、図 27・28 参照）。

（2）宿泊プランの実施状況

○宿泊プランの実施状況（割引プランは除く。）は、「現地での体験付きプラン」（14.6%）が最も多く、以下、「記念日イベント付きプラン」（14.2%）、「性別限定プラン（女子会プラン、エステ付きなど）」（13.5%）となっている。なお、「特に実施しているプランはない」が 50.1%となっている【図 62】。

○集客面で特に実施効果が高いプラン（複数回答）は、「記念日イベント付きプラン」（18.9%）が最も多く、以下、「現地での体験付きプラン」（18.4%）、「シニア限定プラン」（16.0%）となっている【図 63】。

図 62　プランの実施状況（複数回答）

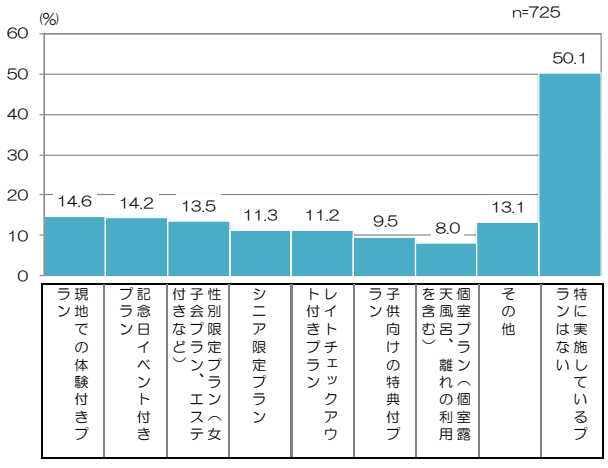
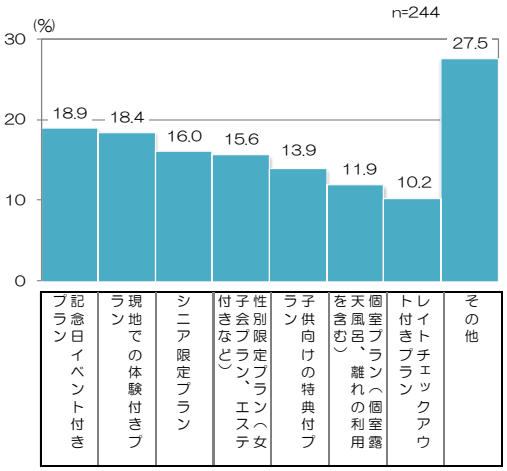


図 63　実施効果が高いプラン（複数回答）



データ比較

消費者意識調査では、利用してみたいプランは「個室プラン」（46.5%）が最も多くなっているものの（19 ページ、図 34 参照）、企業が実施している割合は 8.0%に留まっている。

（３）シニア層の利用動向と集客に向けた取り組み

○最近１年間の宿泊売上全体に占めるシニア層（おおむね 60 歳以上）の売上割合は、「20%未満」35.4%、「20～40%未満」29.0%、「40～60%未満」22.6%などとなっている【図 64】。

○最近１年間のシニア層向け売上の前年と比べた増減動向は、「増えた（かなり・ある程度計）」23.5%、「ほとんど変わらない」54.9%、「減った（やや・かなり計）」15.4%となっている【図 65】。

○最近１年間で特に利用が増えたシニア層の同行形態（複数回答）は、「夫婦のみ」（65.9%）が最も多く、以下、「女性のみ複数」（26.3%）、「男性一人」（18.5%）となっている【図 66】。

図 64　シニア層の売上割合

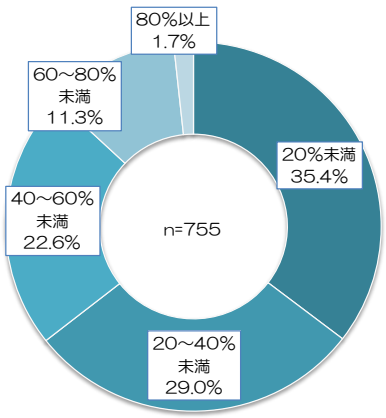


図 65　シニア層向け売上の増減動向

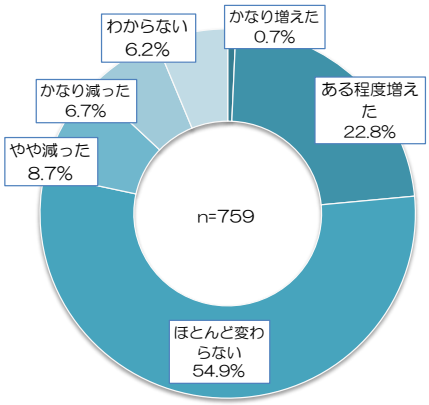
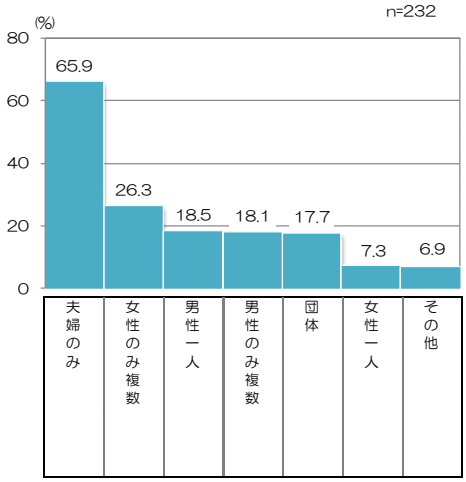


図 66　利用が増えたシニア層の同行形態（複数回答）



○シニア層の集客に向けた取り組みの実施状況は、「現在、何らかの取り組みを実施している」23.2%、「必要性は感じているが、実施していない」54.5%、「必要性を感じておらず、実施していない」22.4%となっている【図 67】。

○取り組みの具体的内容（実施割合）（複数回答）は、「シニア層に特化した食事の提供」（37.5%）が最も多く、以下、「シニア層への割引サービスの実施」（33.3%）、「シニア層に特化したプラン、イベントの実施」（28.0%）となっている。また、「バリアフリー設備の設置」は 19.6%となっている【図 68】。

○集客面で特に実施効果が高い取り組み（複数回答）は、「シニア層への割引サービスの実施」（27.0%）が最も多く、以下、「シニア層に特化したプラン、イベントの実施」（25.2%）、「シニア層に特化した食事の提供」（25.2%）となっている【図 69】。

図 67　シニア層の集客に向けた取り組みの実施状況

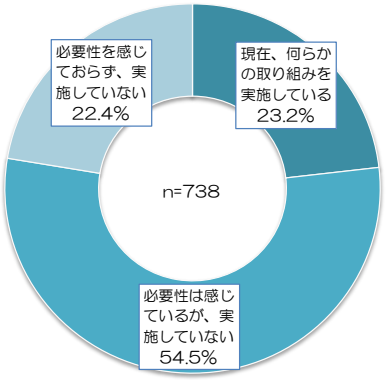


図 68　取り組みの具体的内容（実施割合）（複数回答）

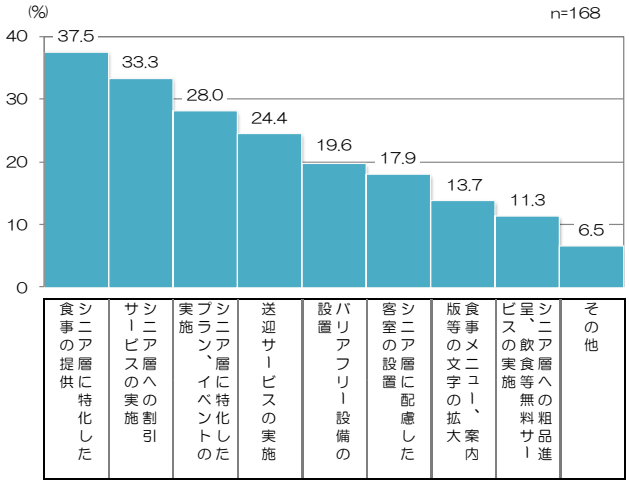
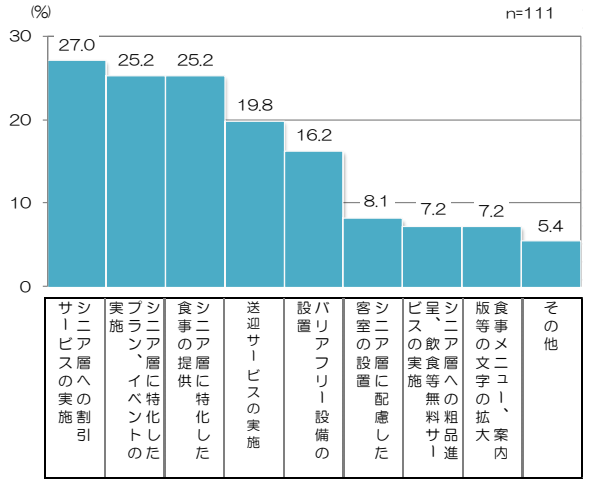


図 69　実施効果が高い取り組み（複数回答）



データ比較

消費者意識調査の宿泊施設を利用する際のポイントでは、「食事の有無」「食事の内容」「浴場の内容」「バリアフリー設備の設置の有無」でシニア層の割合が非シニア層よりも高い（22 ページ、表 33 参照）。また、国内旅行で利用する際の宿泊料金についての考えでは、「緑豊かな自然に囲まれ、都会にはない雰囲気が味わえる」の割合が他に比べて高い（19 ページ、表 23 参照）。企業にとって、このようなシニア層のニーズを的確にとらえたサービスの提供や施設づくりが求められている。

（４）外国人客の集客に向けた取り組み

○外国人客の集客に向けた取り組みの実施状況は、「現在、何らかの取り組みを実施している」17.6%、「必要性は感じているが、実施していない」32.8%、「必要性を感じておらず、実施していない」49.6%となっている【図 70】。

○取り組みの具体的内容（実施割合）（複数回答）は、「外国人客に対応した宿泊サイトへの登録」（59.5%）が最も多く、以下、「自社ホームページの外国語表記の実施」（51.6%）、「外国人客に対応できる（外国語を話せる）スタッフの教育・雇用」（34.1%）となっている【図 71】。

○集客面で特に実施効果が高い取り組み（複数回答）は、「外国人客に対応した宿泊サイトへの登録」（45.3%）が最も多く、以下、「自社ホームページの外国語表記の実施」（37.2%）、「海外の旅行代理店との提携」（14.0%）、「外国人客に対応できる（外国語を話せる）スタッフの教育・雇用」（14.0%）となっている【図 72】。

図 70　外国人客の集客に向けた取り組みの実施状況

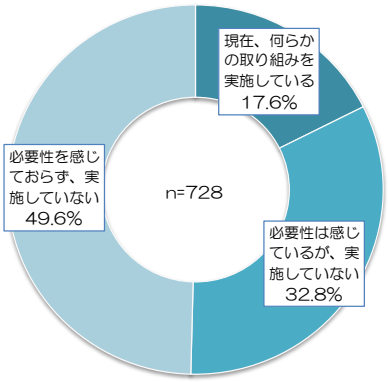


図 71　取り組みの具体的内容（実施割合）（複数回答）

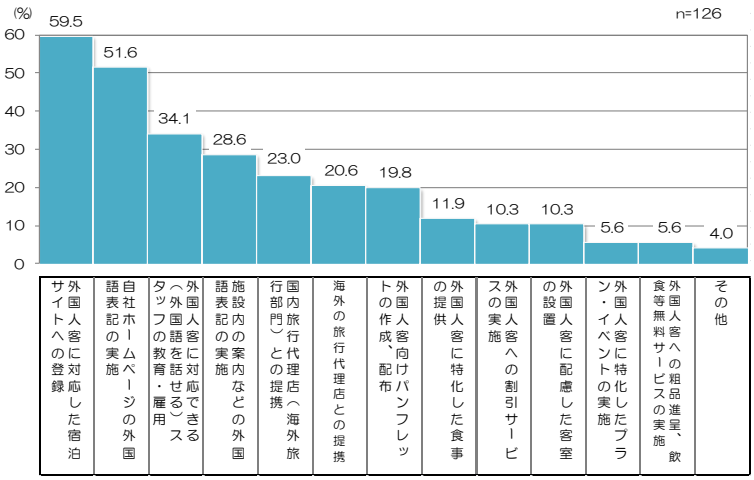
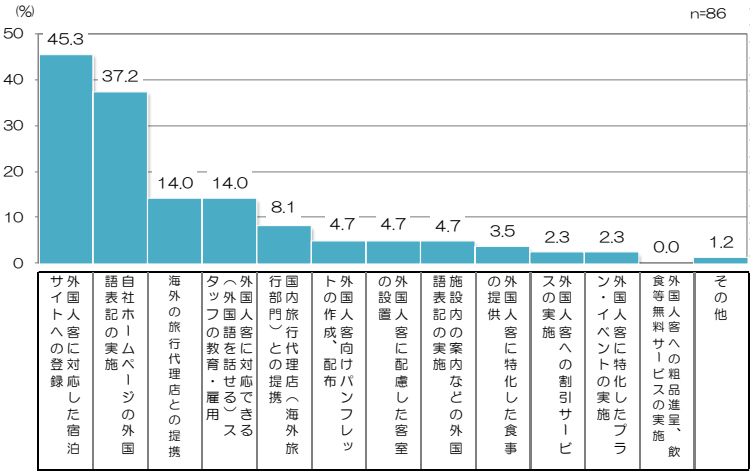


図 72　実施効果が高い取り組み（複数回答）



データ比較

経営実態調査では、外国人客の集客に向けた取り組みについて、「必要性を感じておらず、実施していない」と回答した割合が 49.6%と半数近くを占めている（図 70 参照）。一方、シニア層の集客についての同割合は 22.4%となっており（34 ページ、図 67 参照）、意識に違いがみられる。

（５）集客面で特に実施効果が高い取り組み

集客面で特に実施効果が高い取り組みについて自由記述回答形式で尋ねた。主な回答を集約すると①～③のとおりとなっている。

① 他社にはない独自のサービスの提供。宿泊以外のサービスの拡充。
② インターネットを活用した集客活動の強化。ブログ、ＳＮＳ等の口コミ効果による客数の増加。
③ まごころをこめた細やかな接客・サービスの継続。

特徴的なコメント（要約）

○春から秋は「天然芝フットサル等のスポーツ体験」、冬は「かまくら体験」など、季節に応じて当施設でしか体験出来ないことを強調している。

○フィットネスクラブ、温泉、プールを併設しており、スポーツ・健康を組み合わせた宿泊サービスを提供している。

○会員制度を活用している。得意顧客向け、一般顧客向けの２種類の会員で、それぞれポイントを還元している。また、各会員向けの優待プランの設定やＤＭの送付など、顧客の特性に応じたアプローチにより、主にリピート顧客の獲得に効果を上げている。

○アーユルヴェーダ（インドエステ）に注力している。

○料理のレベルアップによりリピート率が向上している。

○宿泊したお客様に「とても良かった」と喜んでもらっている。お客様がブログ等で施設（ペンション）を載せたり、口コミで新しいお客様を紹介してくれたりして集客につながっている。

○インターネットではどのような宿、部屋なのかをイメージしてもらうため、動画で入口から部屋、スタッフが見られる内容にしている。

○永年、長期滞在客をメインに簡素な家族的サービス（誕生会、夏の花火・野外特設バーベキュー大会、生ビール納涼の夜、秋の田んぼ会など）を提供してきた。どのような時間帯であっても朝、昼は弁当、夜は必ず温かいものを提供していることが評判となっている。

○関東地域の若い女性の利用者が多い。村の歴史、自然のしくみ等を伝え、個人的に情報交換するなど自然な対応を心掛けている。

○海外向けの営業を毎年、復数回実施している。

（６）設備投資の実施状況

○最近３年以内に実施した設備投資（複数回答）は、「施設の増改築」（28.6%）が最も多く、以下、「高効率照明設備（ＬＥＤ照明など）の設置」（28.4%）、「送迎用車両の購入」（13.8%）となっている【図 73】。業歴別では、「５年未満」は「経営管理用ソフト・システムの導入」「エステ、ボディマッサージなど、癒しを提供するスペースの拡充」が他に比べて多い。また、従業者規模別では、規模が大きいほど、各設備の実施割合が高い傾向がある【表 40】。

○特に費用対効果が高い設備投資（複数回答）は、「施設の増改築」（33.2%）が最も多く、以下、「高効率照明設備（ＬＥＤ照明など）の設置」（22.9%）、「浴場のリニューアル」（14.8%）となっている【図 74】。

図 73　最近３年以内に実施した設備投資（複数回答）

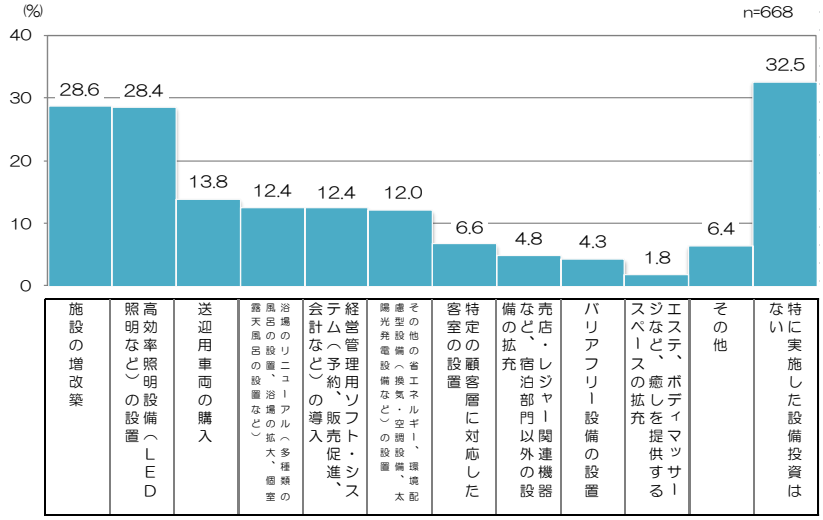


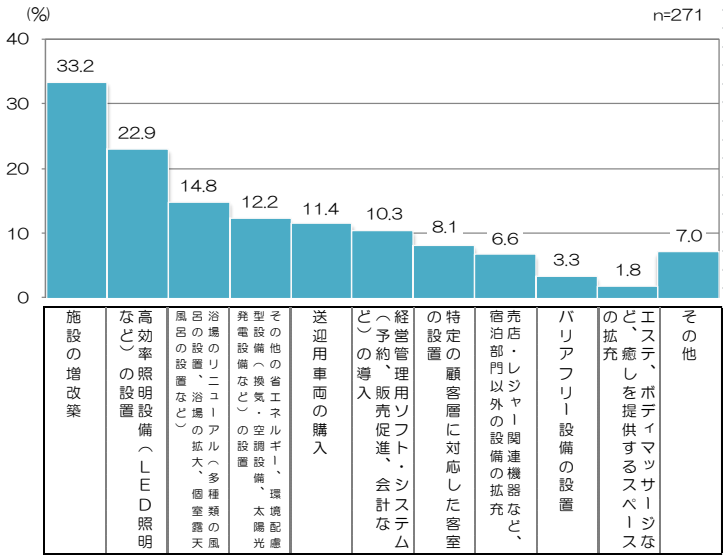
表 40　最近３年以内に実施した設備投資（業歴別・従業者規模別）（複数回答）

(%)

	全体	施設の増改築	高効率照明設備（ＬＥＤ照明など）の設置	送迎用車両の購入	浴場のリニューアル（多種類の風呂の設置、浴場の拡大、個室露天風呂の設置など）	経営管理用ソフト・システム（予約、販売促進、会計など）の導入	その他の省エネルギー、環境配慮型設備（換気・空調設備、太陽光発電設備など）の設置	特定の顧客層に対応した客室の設置	売店・レジャー関連機器など、宿泊部門以外の設備の拡充	バリアフリー設備の設置	エステ、ボディマッサージなど、癒しを提供するスペースの拡充	その他	特に実施した設備投資はない
全　体	668	28.6	28.4	13.8	12.4	12.4	12.0	6.6	4.8	4.3	1.8	6.4	32.5
業歴別													
5年未満	31	32.3	19.4	12.9	22.6	19.4	6.5	6.5	3.2	3.2	9.7	0.0	22.6
5年以上10年未満	39	38.5	38.5	25.6	17.9	15.4	12.8	10.3	7.7	2.6	2.6	10.3	17.9
10年以上20年未満	84	33.3	27.4	19.0	9.5	9.5	11.9	6.0	4.8	4.8	0.0	0.0	36.9
20年以上30年未満	149	28.9	34.9	11.4	14.8	8.7	16.1	4.0	3.4	4.7	2.0	8.1	24.8
30年以上40年未満	113	28.3	26.5	13.3	10.6	11.5	12.4	8.8	3.5	2.7	0.0	6.2	40.7
40年以上50年未満	83	22.9	22.9	9.6	8.4	10.8	9.6	3.6	7.2	4.8	1.2	2.4	41.0
50年以上70年未満	72	27.8	34.7	12.5	9.7	16.7	11.1	9.7	4.2	4.2	2.8	12.5	25.0
70年以上100年未満	34	23.5	20.6	17.6	8.8	14.7	11.8	8.8	8.8	5.9	0.0	11.8	41.2
100年以上	58	22.4	20.7	12.1	17.2	17.2	8.6	3.4	5.2	6.9	3.4	8.6	37.9
従業者規模別													
5人以下	325	24.0	21.8	11.1	8.3	7.7	10.2	3.1	2.5	2.2	1.2	7.1	41.2
6～10人	139	33.1	27.3	14.4	12.9	9.4	12.9	4.3	4.3	6.5	0.7	8.6	30.2
11～20人	94	27.7	46.8	11.7	13.8	22.3	11.7	10.6	8.5	4.3	3.2	3.2	25.5
21～30人	41	36.6	46.3	26.8	24.4	24.4	14.6	17.1	9.8	12.2	4.9	2.4	9.8
31人以上	52	38.5	34.6	23.1	26.9	25.0	21.2	19.2	11.5	7.7	3.8	7.7	9.6

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

図 74　費用対効果が高い設備投資（複数回答）



第５節　今後の経営方針

本節では、今後の経営方針について尋ねた結果を取りまとめている。

○今後の経営方針（複数回答）は、「インターネットなど情報通信技術の積極的な活用」（41.8%）が最も多く、以下、「宿泊に特化した、安価でシンプルなサービスの提供、施設づくり」（37.4%）、「自然の景観を生かした趣のある施設づくり」（23.9%）となっている【図 75】。

○業歴別では、「５年未満」は「事業の拡大」、「50 年以上 70 年未満」は「宿泊に特化した、安価でシンプルなサービスの提供、施設づくり」、「100 年以上」は「料飲部門の強化」「環境への取り組み推進」が他に比べて多い。また、従業者規模別では、「31 人以上」は「ゆったりと寛げる、プライベートを重視したサービスの提供、施設づくり」の割合が他に比べ高い【表 41】。

図 75　今後の経営方針（複数回答）

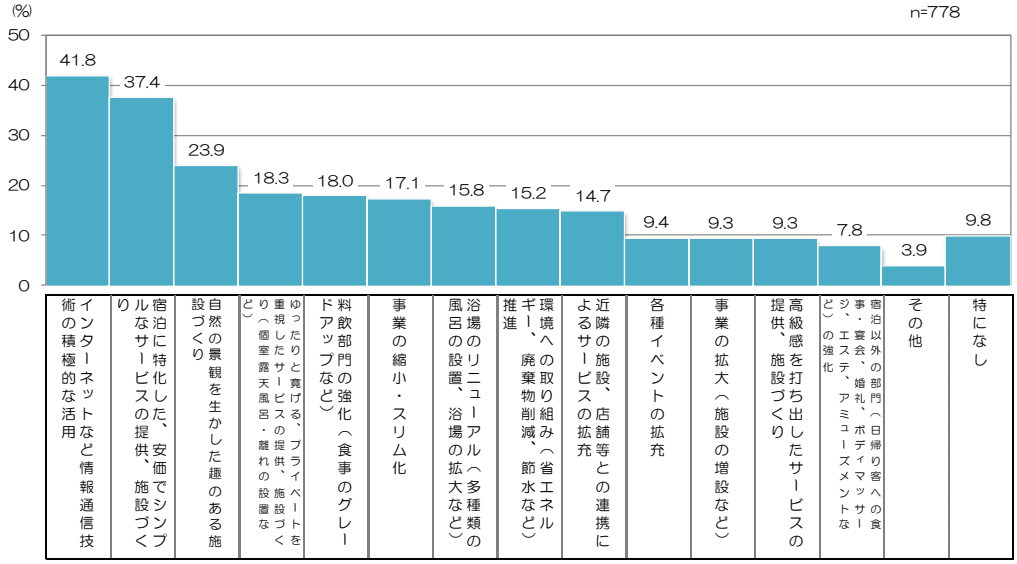


表 41　今後の経営方針（業歴別・従業者規模別）（複数回答）

(%)

	全体	インターネットなど情報通信技術の積極的な活用	宿泊に特化した、安価でシンプルなサービスの提供、施設づくり	自然の景観を生かした趣のある施設づくり	ゆったりと寛げる、プライベートを重視したサービスの提供、施設づくり（個室露天風呂・離れの設置など）	料飲部門の強化（食事のグレードアップなど）	事業の縮小・スリム化	浴場のリニューアル（多種類の風呂の設置、浴場の拡大など）	環境への取り組み（省エネルギー、廃棄物削減、節水など）推進	近隣の施設、店舗等との連携によるサービスの拡充	各種イベントの拡充	事業の拡大（施設の増設など）	高級感を打ち出したサービスの提供、施設づくり	宿泊以外の部門（日帰り客への食事・宴会、婚礼、ボディマッサージ、エステ、アミューズメントなど）の強化	その他	特になし
全　体	778	41.8	37.4	23.9	18.3	18.0	17.1	15.8	15.2	14.7	9.4	9.3	9.3	7.8	3.9	9.8
業歴別																
5年未満	35	42.9	22.9	28.6	28.6	14.3	5.7	17.1	8.6	28.6	22.9	40.0	11.4	20.0	2.9	5.7
5年以上10年未満	48	35.4	29.2	37.5	18.8	12.5	2.1	14.6	10.4	14.6	10.4	27.1	16.7	10.4	0.0	4.2
10年以上20年未満	98	45.9	26.5	22.4	23.5	19.4	10.2	11.2	18.4	18.4	10.2	7.1	10.2	6.1	1.0	10.2
20年以上30年未満	166	44.6	46.4	24.7	12.7	21.7	18.7	16.3	17.5	15.7	11.4	6.0	5.4	8.4	3.0	9.6
30年以上40年未満	135	43.7	38.5	20.7	17.0	12.6	17.8	10.4	12.6	10.4	8.9	6.7	5.2	5.2	6.7	9.6
40年以上50年未満	101	37.6	42.6	20.8	15.8	11.9	15.8	21.8	16.8	12.9	6.9	9.9	6.9	5.9	5.9	12.9
50年以上70年未満	83	43.4	49.4	24.1	20.5	19.3	24.1	15.7	8.4	12.0	6.0	2.4	9.6	3.6	3.6	9.6
70年以上100年未満	38	39.5	23.7	23.7	13.2	21.1	26.3	23.7	18.4	10.5	5.3	5.3	23.7	10.5	2.6	7.9
100年以上	69	33.3	27.5	21.7	24.6	27.5	24.6	18.8	20.3	15.9	7.2	5.8	13.0	13.0	5.8	11.6
従業者規模別																
5人以下	385	37.4	37.9	23.9	15.3	12.5	15.8	15.8	13.5	11.9	9.6	7.8	6.2	6.0	4.7	14.3
6～10人	160	45.6	40.0	26.3	18.1	20.6	19.4	11.9	13.1	19.4	8.1	10.0	8.1	8.1	2.5	7.5
11～20人	107	48.6	39.3	19.6	15.0	26.2	20.6	18.7	19.6	17.8	9.3	6.5	8.4	7.5	1.9	3.7
21～30人	45	46.7	28.9	31.1	22.2	31.1	13.3	13.3	24.4	22.2	20.0	20.0	15.6	13.3	2.2	2.2
31人以上	59	49.2	32.2	23.7	39.0	27.1	15.3	22.0	18.6	10.2	6.8	16.9	28.8	18.6	8.5	1.7

・全体より５ポイント以上割合が高い項目は色掛け（青色）で表示

【参考】訪日外国人旅行者に関する旅行代理店へのヒアリング

本調査では、高度化・多様化した消費者のニーズや意識を把握するために、消費者意識調査を実施しているが、調査対象を国内の一般消費者としており、訪日外国人旅行者の動向や意識については把握していない。そこで、付帯調査として、本調査の業務委託先（調査会社）が旅行代理店（３社）に対して訪日外国人旅行者に関するヒアリングを実施し、内容を取りまとめた。以下では、調査会社から寄せられたヒアリング結果を紹介する。

（１）訪日外国人旅行者の推移

訪日外国人旅行者数は、2008 年まで右肩上がりで推移していたものの、いわゆるリーマンショックの影響から、2009 年には大幅な減少となった。その後、2010 年には過去最高となる 861 万人を記録したが、2011 年は東日本大震災の影響から 622 万人まで急激に減少した。2012 年は、2010 年並みの水準まで回復してきており、最終的には 850 万人程度まで達するものと考えられる（ヒアリング調査実施 2012 年 12 月現在における推測値）。

2012 年の回復は、中国、台湾、タイ、マレーシアといったアジア勢が牽引している。ただし、中国に関しては外交問題の影響により、夏以降の数字は期待できないものと考えられる。

今後は、欧米勢と、アジア勢の中でも回復が鈍かった地域（香港など）の伸長に期待している。特に、人口が世界第２位のインドへの注目度は高い。現在インドでは、近隣のマレーシアとシンガポールへの旅行が中心であると言われているが、これは食文化によるところが大きいものと考えられる。インド旅行者のターゲット層は富裕層であるが、インド富裕層旅行者の留意点として、日本のことをあまり知らない、日本食を食さない、牛肉をはじめ肉類をほとんど口にしないという点が挙げられる。旅行代理店としては、インドの教育水準が高いことから、留学や研修を目的とした訪日者の増加に努め、まずは日本のことを理解してもらい、次のステップでレジャー目的の旅行者を増やしていくという中期的アプローチが必要と考えている。

（２）訪日の目的

欧米勢の訪日目的の主流はレジャーである。アジア勢はレジャーを目的とした旅行者も多いが、最近では、ビジネスの一端を担う「MICE」（注）と呼ばれる分野における訪日者数の増加が著しい。訪日外国人旅行者の約 20%はビジネス目的であると言われており、そのビジネスの内容を詳細にみると、会議、展示会、イベントといった付帯施設を伴うビジネス行動が多く、宿泊施設、会議室、展示場、アリーナ等を一括で利用できる環境が求められている。また、前述の「MICE」には報奨旅行が伴うため、日本の宿泊施設ではビジネスを目的とした訪日外国人は合わせて旅行も行う点を視野に入れてサービスの展開を図ることが必要と考える。

（注）MICE：「Meeting（企業等の会議）」、「Incentive Travel（企業等の行う報酬・研修旅行）」、「Convention（国際機関・団体、学会等が行う国際会議）」、「Exhibition/ Event（展示会・見本市、イベント）」の頭文字をとった言葉。

（３）日本での旅行ルート

初めて日本を訪れる旅行者には、東京から入り箱根・伊豆の温泉を享受してもらい、その後、富士山を経由し、京都・大阪に抜ける、いわゆる「ゴールデンルート」の提供が主流となる。また、訪日２回目以降の旅行者は、過去に行ったことがないルートを希望することが多い。自治体が営業していることも起因しているためか、北海道や沖縄への旅行は人気がある。なお、大阪・京都から輪島を経由し金沢に抜ける「第二のゴールデンルート」という定番ルートも存在するらしい。

また、世界遺産への観光も好まれる。姫路城が最も好評を博しているが、他に厳島神社、白川郷、日光が人気スポットとなっている。一方、最近では、香川県がちょっとした流行になっており、瀬戸内国際芸術祭で脚光を浴びた瀬戸内直島（香川県）は日本ブランドとして君臨しているようだ。

特筆すべき点として、外国人旅行者は自らインターネットで旅行先を調べる傾向が強いことが挙げられる。

（４）外国人旅行者の訪日経路

国内の旅行代理店の場合、海外支社および海外の他の旅行代理店から、旅行者受け入れの要請が入る。要請を受けた旅行代理店は、行程プランの企画、国内移動・輸送の手続き、食事の構成、宿泊施設の選定など、旅行者の特性に合わせて商品やサービスを提供する役割を担う。旅行代理店では多彩なサービスを提供するために充実した態勢をいかに整えるかが重要であり、日頃から仕入れの強化を図っている。

国による個別の事例を挙げると、例えば、香港客は特定のビジネスホテルチェーンを指名することが多い。これは、当該ホテルが英語を重視したサービス展開を図っていること、香港現地でのプロモーションを強化していることが要因であると考えられる。また、中国客は日本国内の代理店を経由しないケースが多い。これは中国人が個人で経営する旅行業者が日本国内に多数あり、中国現地の旅行代理店から当該旅行業者に話が持ちかけられることが多い、という理由があるようである。中国人旅行者における日本の法人を通しての受け入れ量は、全体の１割程度と推測される。

このように訪日経路には様々なケースがあるが、旅行代理店は国によって大きく商品・サービスを変えることは少なく、むしろ宿泊施設の事業者側から旅行代理店へ提案してもらうことを期待している。

（５）日本の宿泊施設に求められること

外国人旅行者はインターネットで情報を入手する傾向が強く、宿泊施設内の通信環境の整備は必須といえる。また、情報発信方法の一つとしてホームページの開設が挙げられ、主要言語に対応したホームページ作りが有効であると考えられる。

外国人旅行者の利用状況を宿泊施設タイプ別にみると、旅館系よりホテル系の宿泊施設の利用が圧倒的に多いと言われているが、これは外国人旅行者向けのインフラが充実しているためであり、決して旅館に対するニーズが低い訳ではない。特に韓国人旅行者はホテルよりも旅館を選択する傾向が強く、韓国国内の業界や行政が牽引する形で開設しているインターネットサイト「RYOKAN」や、大手代理店が運営する「JAPANiCAN」では旅館を中心として日本文化を前面に押し出した作りとなっている。

次に、宿泊施設において多言語に対応できるスタッフが必要かどうかという点であるが、そこまでの投資をする必要はないと考える旅行代理店が多い。多言語をカバーできるスタッフがいれば理想的ではあるが、英語のみ対応できれば特に問題はなく、館内のサインや献立の多言語表記等に注力することで十分対応できると考える。なお、日本食を堪能しようとする外国人旅行者は、手の込んだ日本食の成分に非常に興味を持っていると言われている。

また、外国人客向けに施設を修繕する必要があるどうかという点であるが、こちらも必要ないと考える旅行代理店が多い。外国人旅行者は基本的に日本のしきたりに合わせて行動し、日本文化を享受したいと考える傾向が強いと言われている。したがって、日本人の強みである「ホスピタリティ」や、日本文化を味わい、楽しむといったソフト面の強化がむしろ必要であると考える。例えば、日本人には当然とされている「お茶を無料で提供すること」等は外国人にとっては新鮮なサービスとして受け入れられる。日本人特有の気配りが外国人旅行者に対しても好感を与えることが多い。

なお、外国人旅行者向けサービスの過剰な投資はリスクを伴うことも忘れてはならない。例えば、外国人を多く受け入れているホテルには日本人離れが進み、かえって経営が悪化しているところもある。このような場合は、外国人枠を設定するなどして外国人客を一定量に留めるなどの措置を念頭に置く必要があるものと思われる。