

東北インバウンド客受入環境調査

～東北6県および新潟県の宿泊施設を対象としたアンケート調査～

2019年3月



国土交通省 東北運輸局



一般社団法人 東北観光推進機構



株式会社日本政策投資銀行

はじめに

本調査は、国土交通省東北運輸局（以下、「運輸局」という。）、一般社団法人東北観光推進機構（以下、「東観推」という。）および株式会社日本政策投資銀行東北支店（以下、「DBJ」という。）の3者共同で実施した、東北の宿泊施設（シティホテル、リゾートホテル、ビジネスホテル、旅館、簡易宿所）におけるインバウンド客の受入環境に関するアンケート結果を取り纏めたものである。

本年9月～11月にラグビーワールドカップ、2020年には東京オリンピック・パラリンピックを控え、日本国内および東北において、インバウンド延べ宿泊者数は増加傾向にあるなか、本調査では東北の宿泊施設のインバウンド客の受入実態を明らかにするとともに、今後の方針や、課題を整理することを目的としている。

なお、本調査で使用した質問票は2017年3月に東観推とDBJが共同で発行した「東北インバウンド客受入環境調査」を一部改編したものを使用しており、調査の一部では分析対象を前回調査対象先に限定したうえで、前回調査と比較している。

本調査が、東北の観光振興に向けた取り組みの一助となれば幸いである。

謝辞

本調査にご協力頂いた宿泊施設の皆様には、この場をお借りしてお礼を申し上げます。

2019年3月

国土交通省東北運輸局
一般社団法人東北観光推進機構
株式会社日本政策投資銀行

目次

はじめに.....	1
調査概要（従業員数 10 人未満を含む）	3
調査結果.....	4
調査概要（従業員数 10 人以上）	5
調査結果のポイント	7
I. インバウンド客の現状.....	10
【問 I -1】 インバウンド客の受入比率	10
【問 I -2-(1)】 インバウンド客の属性（個人客か団体客か）	11
【問 I -2-(2)】 インバウンド客の属性（国・地域×形態）	13
【問 I -3】 インバウンド客の宿泊目的	15
【問 I -4】 インバウンド客の収益性への貢献状況	16
【問 I -5】 インバウンド客の集中する時期.....	17
【問 I -6】 インバウンド客への訴求ポイント.....	19
【問 I -7】 インバウンド客の予約ルート.....	21
【問 I -8】 インバウンド客の要望（クレーム含む）の頻度.....	22
【問 I -9】 要望（クレーム含む）の具体的な場面	23
II. インバウンド客受け入れの今後の方針.....	24
【問 II -1】 インバウンド客受け入れに対する方針	24
【問 II -1 -(2)】 インバウンド客の比率の目途.....	26
【問 II -1 -(3)】 今後注力する属性（形態）団体客か個人客.....	27
【問 II -1 -(4)】 今後注力する属性（国・地域×形態）	28
【問 II -1 -(5)】 インバウンド客受け入れに慎重な理由	30
III. インバウンド客対応に関するハード・ソフト面の現状.....	31
【問 III -1】 インバウンド客対応（外国語対応）	31
【問 III -2】 インバウンド客対応（外国語対応以外）	35
【問 III -3】 インバウンド客対応における課題（複数回答）	42
IV. インバウンド客対応の連携に関する要望.....	45
【問 IV -1】 日本版 DMO との連携	45
【問 IV -2】 希望する支援内容.....	46
【問 IV -3】 インバウンド客受け入れに関するご要望・ご意見（自由回答）	47
参考：調査票.....	48

調査概要（従業員数 10 人未満を含む）

（1）調査名

「東北インバウンド客受入環境調査」 ～東北 6 県および新潟県の宿泊施設を対象としたアンケート調査～

（2）調査概要

東北 6 県および新潟県の主要な宿泊施設を対象とし、2017 年度のインバウンド客の受け入れにかかる現状や課題を整理したものの。

（2）調査対象

東北 6 県および新潟県の主要な宿泊施設（1,505 施設）

宿泊施設形態：シティホテル、リゾートホテル、ビジネスホテル、旅館、簡易宿所

（4）調査期間

平成 30 年 8 月 31 日（金）～平成 30 年 11 月 5 日（月）までの回収分を集計。

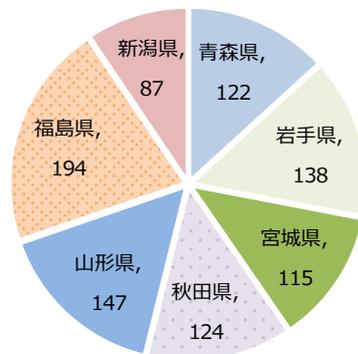
（5）調査方法および回答状況

郵送配布・郵送回収。

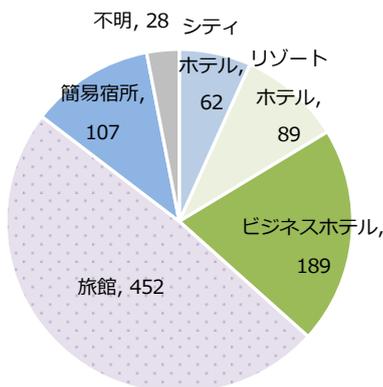
発送数 1,505 施設に対して回収数 927 施設（回収率＝61.6 パーセント）。

<県別・回収数構成比（右グラフの単位は回収数、以下同じ）>

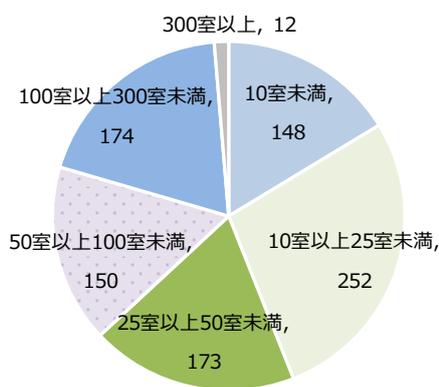
	発送数	回収数	回収率
青森県	174	122	70.1%
岩手県	210	138	65.7%
宮城県	219	115	52.5%
秋田県	185	124	67.0%
山形県	245	147	60.0%
福島県	314	194	61.8%
新潟県	158	87	55.1%
合計	1,505	927	61.6%



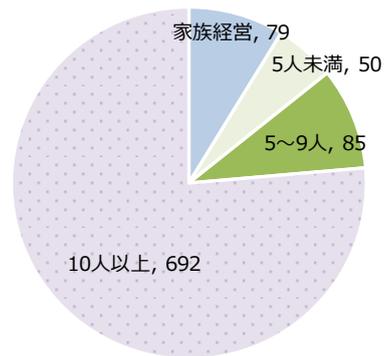
<施設形態別・回収数構成比>



<部屋数別・回収数構成比>



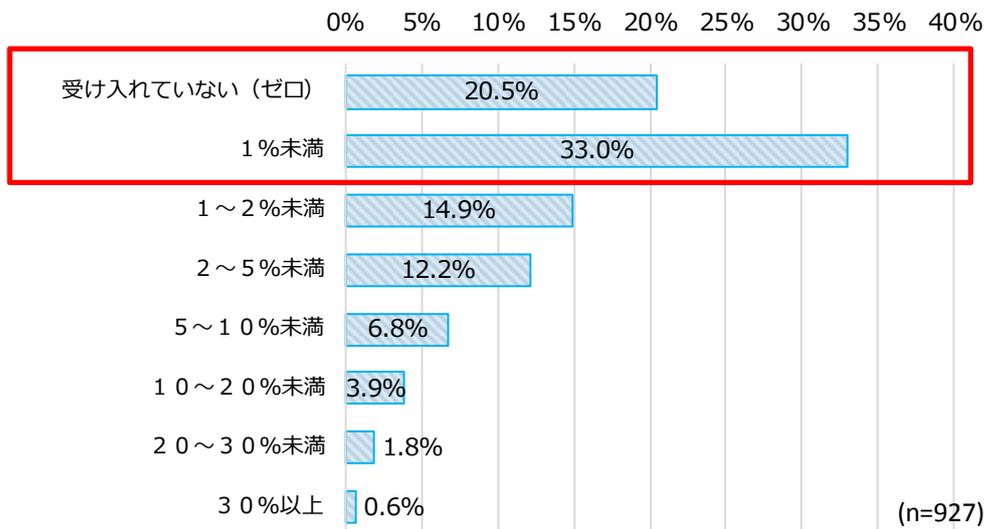
<従業員数別・回収数構成比>



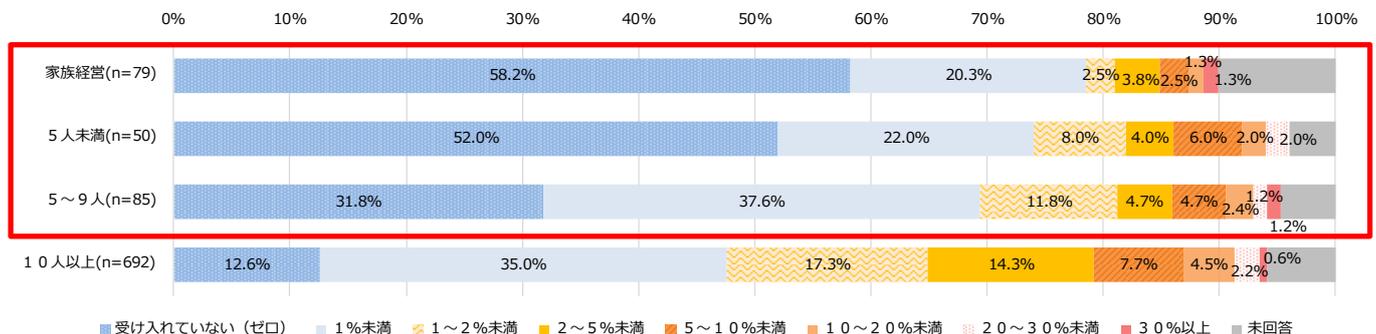
調査結果

【問 I-1】 インバウンド客の受入比率（従業員数 10 人未満を含む）

- ✓ 従業員数 10 人未満の施設を含めた対象先におけるインバウンド客の受入比率は、「受け入れていない」施設が 20.5%、「1%未満」が 33.0%を占めており、合算すると 53.5%と、サンプルの半数以上を占める結果となった。



- ✓ 従業員数別にインバウンド客の比率をみると、従業員数 10 人未満の施設においては、「受け入れていない」と受入比率「1%未満」が合わせて 8 割近くを占めている。
- ✓ 従業員数 10 人以上の施設においては約 9 割がインバウンド客を受け入れており、規模が大きい施設のほうが、よりインバウンド客の受入比率が高い傾向にある。
- ✓ 一方、従業員数 10 人未満の施設においてもインバウンド客受入比率が 30%以上と回答している先もあり、そのような施設の取り組みには参考になるものもあるだろう。



上記のように、従業員数が 10 人未満の施設においては、そもそも「受け入れていない」施設が半数以上を占めており、本調査における多くの質問項目に非該当となってしまうことから、次ページ以降では「従業員数が 10 人以上」のサンプル (n=692) を抽出して整理することとする。

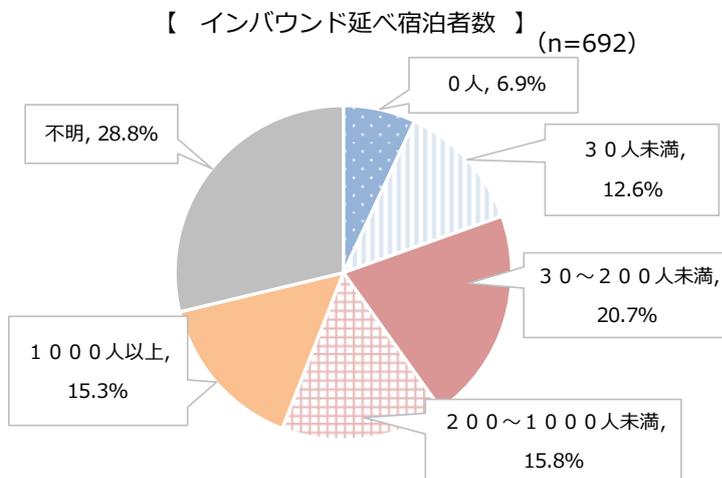
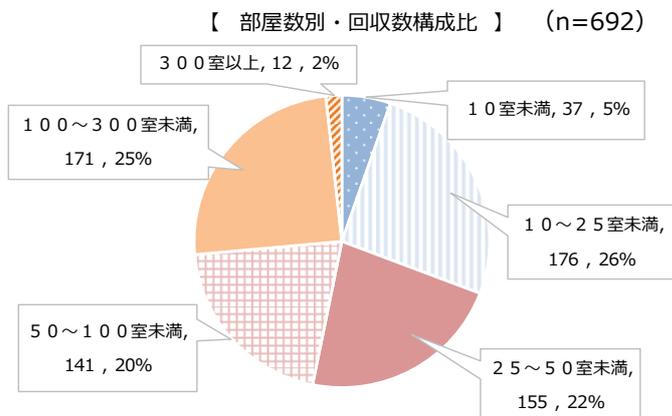
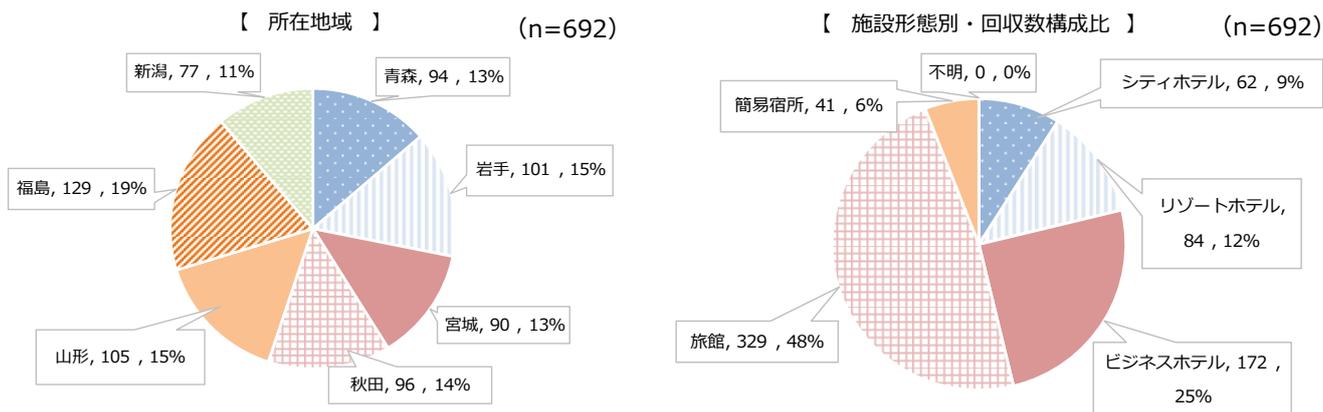
調査概要（従業員数 10 人以上）

（1）調査対象

東北 6 県および新潟県の主要な宿泊施設のうち従業員数 10 人以上の施設（692 施設）

宿泊施設形態：シティホテル、リゾートホテル、ビジネスホテル、旅館、簡易宿所

＜所在地域、施設形態、部屋数別の回収数および構成比＞
 ＜インバウンド延べ宿泊者数＞

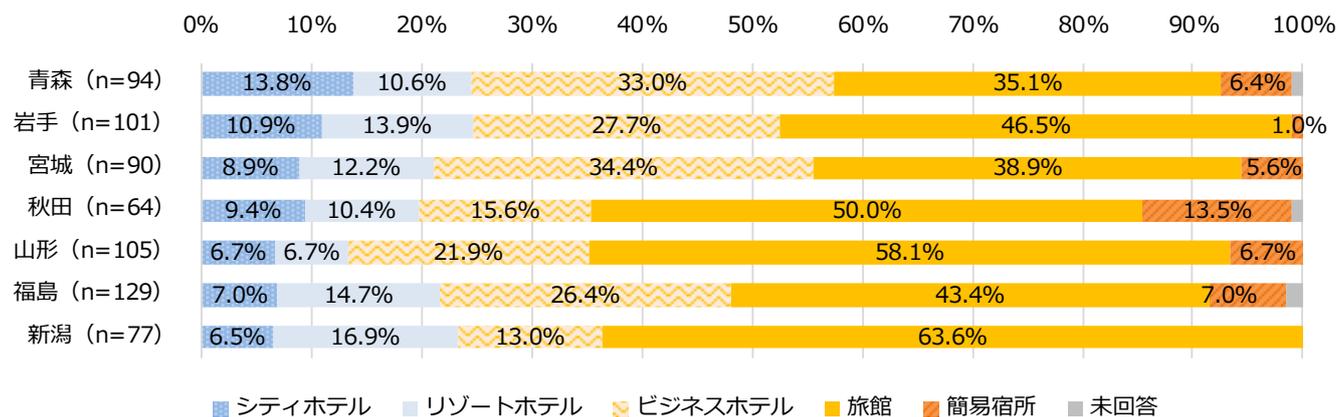


対象施設 692 施設における
 2017 年度のインバウンド延べ宿泊者数
739,906 人

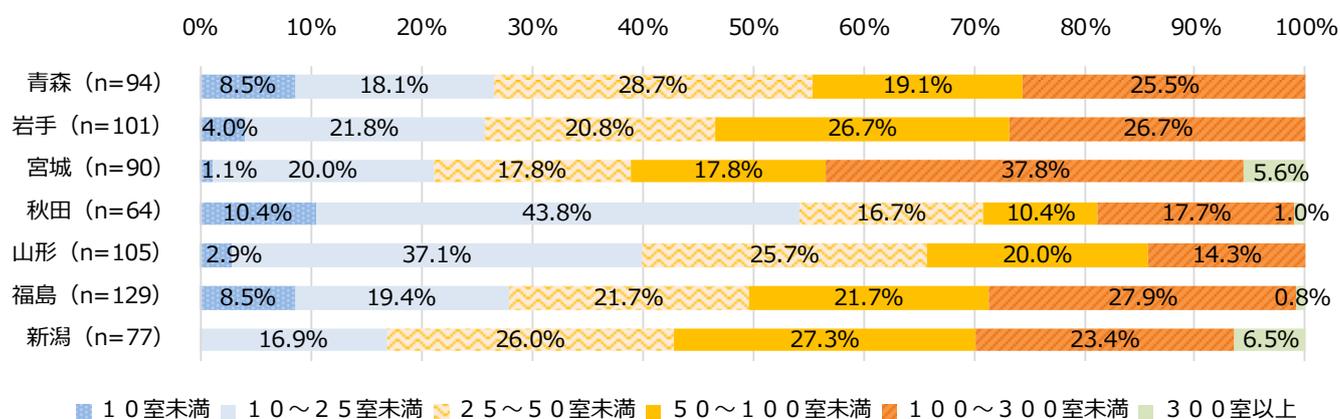
参考)
 宿泊旅行統計調査（従業員数 10 人以上）における
 2017 年度のインバウンド延べ宿泊者数
1,273,240 人

本調査における宿泊旅行統計調査のカバー率：58.1%

参考) 県別でみた施設形態別の割合



参考) 県別でみた部屋数別の割合



(2) 本調査における留意点

- 本調査は「2017年度」のインバウンド客受入状況についてアンケートを行ったものである。
- 本調査では東北6県および新潟県を含めた7県を「東北」と呼称することとする。
- 質問項目によっては「未回答」や「不明回答」の記載を割愛しているため、構成比が合計100%にならない場合がある。
- 本調査における自由回答は記載を省略しているものもある。
- 本調査では2017年3月にDBJおよび東観推が発行した「東北インバウンド客 受入環境調査」を前回調査として表記し、比較することがある。

【インバウンド客の現状】

1. インバウンド客を受け入れた施設は 81.6%。受け入れの裾野が広がり、各施設における受入比率も伸長。

従業員数 10 人以上の主要な東北の宿泊施設において、2017 年度にインバウンド客を受け入れたのは 81.6% であった。前回調査対象先のみを抽出して前回比較を行うと、インバウンド客を受け入れていない施設は 6.0% から 4.6% へ減少し、受入比率 20% 以上の施設の割合も 2 倍以上に伸びていることから、インバウンド客受け入れの裾野が広がるとともに、各施設における受入比率も高まっているといえる。

2. インバウンド客の受け入れによる収益性への貢献状況は「(大きく・ある程度) 貢献した」という回答が 41.6%。受入比率が高くなるにつれて「(大きく・ある程度) 貢献した」との回答は多くなる傾向。

前回調査と同様に、インバウンド客の受け入れによる収益の貢献度合は受入比率の上昇に伴い高くなる傾向にある。特に、受入比率 5% 以上の施設では「(大きく・ある程度) 貢献した」と回答した割合が 7 割を超え、さらに「貢献しなかった (収益的には現状ではマイナス)」という回答がゼロであったことから、インバウンド客の受け入れを進めることが収益に貢献する可能性は大いに存在するといえる。

なお、少数ではあるが、小規模な施設においても「収益に貢献した」と回答した施設があったことから、これらの施設の取り組みに習うことも検討に値しよう。

3. インバウンド客が多いと回答した施設は、10 月、2 月、8 月の順に多かった。山形と新潟は 2 月に最も集中。

宿泊したインバウンド客が多かった月を 1~12 位まで順位づけしたところ、(宿泊旅行統計調査と同様に) 10 月にインバウンド客が多い、という回答が最も集まった。一方、山形や新潟は 2 月に最も回答が集中する傾向にあり、県毎にもインバウンド客の繁忙期と閑散期に差が生じている。山形のインバウンド客の繁忙期は青森の閑散期である等、一部対極的な月もみられるため、県を超えた広域的な連携を行うことにより補完しあうことも可能であろう。

4. 宿泊施設とインバウンド客が考える訴求ポイントには、一部ミスマッチもみられる。 特に、受入比率が低い施設にミスマッチの傾向がある様子。

宿泊施設がインバウンド客に対して考える訴求ポイントと、インバウンド客が宿泊施設に求めることを比較してみると、「通信環境の整備」や「日本料理、地元の酒などの充実」などニーズと合致している点がみられる。

一方、「母国語対応」「英語対応」などの言語面、「ショッピング施設、観光施設へのアクセス」「主要ターミナルや観光地へのシャトルバス」などの二次交通の側面でミスマッチがみられ、改めて「言語」と「交通」における東北の課題が明確となった。

**5. インバウンド客の要望（クレーム含む）の頻度は「ほとんど無い・少ない」施設が 87.6%を占める。
一方、実際にあった具体的な要望（クレーム含む）で最も多かったのは「通信環境」について。**

2017 年度におけるインバウンド客の要望（クレーム含む）は「ほとんど無い・少ない」と回答した施設は 87.6%であった。受入比率別にみても、比率を問わず約 8 割が「ほとんど無い・少ない」を選択している。

一方、実際にあった具体的な要望（クレーム含む）は「通信環境（室内・共有スペースに於ける通信環境）」が最多となり、次いで「情報提供（施設並びに施設周辺の観光施設等による情報）」が挙げられている。前述の項目 4 において「通信環境の整備」を訴求ポイントとしてあげていた施設割合は高かったものの、逆に完備されていないことが直接的なクレームに繋がりがかねないとも考えられるため、引き続き環境整備が求められる。

【インバウンド客受け入れの今後の方針】

6. 今後インバウンド客を「積極的/自然体で受け入れていきたい」という回答が 71.6%と肯定的な傾向。

今後インバウンド客を「積極的/自然体で受け入れていきたい」という回答は全体の 71.6%と肯定的な傾向を示す結果となった。積極的な理由としては国内市場の縮小を危惧する回答が多く、自然体な理由としては受入体制の不十分さを懸念する声が多い。

また、「(あまり) 受け入れたくない」と回答した施設の受け入れに慎重な理由として最も多かった回答は「外国語対応可能な人材不足など、ソフト面での受入体制の未整備」である。

7. 今後注力する国・地域は、依然として台湾へ集中。

今後注力する国・地域は、団体・個人問わず「台湾」に集中しており、次いで「特に決めていない」という回答、そして「香港」「中国」などの東アジアが多い。

東南アジアでは「タイ」、欧米豪では「アメリカ」「オーストラリア」の個人との回答も存在するものの、優先度は低い様子。現状、東北は台湾からの受け入れが多いが、市場ニーズを捉え、多様な国・地域からの受け入れも視野に進めるべきであろう。

【ハード面・ソフト面の対応】

8. 自社ホームページやパンフレット、料理メニューや案内表示などについて多言語対応している割合は、どの項目においても、それぞれ 4 割に満たない。

外国語対応に関する質問では、最も対応が進んでいる「利用案内の多言語化」でも 37.4%と 4 割に満たない。特に、料理メニューについて多言語対応している施設は 15.8%に留まった。また、「対応済」と回答した先の対応言語はほとんどが「英語」であった。今後注力する国・地域として「台湾」を検討しているのであれば、中国語（繁体字）についても対応を検討していく必要があるだろう。

9. Wi-Fi 対応済の施設は客室内対応が 73.3%、ロビーが 85.3%と前回調査よりも大きく伸長。一方、スマートフォン決済の対応率は 8.1%、災害時の避難誘導にかかる取り組みは 12.1%と、今後の対応に期待。

客室内およびロビー共に Wi-Fi の対応率は高まっており、「通信環境」改善の取り組みは進行している。しかし、スマートフォン決済や、災害時の避難誘導対応については対応率が 1 割前後と相対的に低い。決済の利便性が高まれば、宿泊施設内における消費・購買意欲の高まりにも直結することが予想され、対応の期待は大きい。

また、災害時における対応が不十分であると大きな混乱を招く危険性もあるため、東日本大震災を経験した被災地として全国的にも一歩進んだ対応ができるよう、今後の災害時における取り組みに期待したい。

【今後の課題や要望】

10. 外国人対応のための従業員教育に対して課題意識を持つ施設が、全体の約2割を占める結果。

外国人宿泊者対応のための従業員教育に対する課題意識を持つ施設が、全体の18.9%と2割近くを占める結果となった。特に、インバウンド客受入比率の低い施設における課題意識が顕著であり、従業員教育に加えて「外国人対応可能なスタッフの常駐」など、相対での対応に不安を抱えていることがうかがえる。

11. 希望する支援内容として最も回答割合が高かったのは、「外国人対応可能な人材育成面での支援」(38.9%)

今後希望する支援内容としては「外国人対応可能な人材育成面での支援」(38.9%)との回答が多く、上記項目10.に記載した課題認識を踏まえても、「語学面を含めた外国人に直接的に対応する人材および人材育成」という視点が、インバウンド客を受け入れる際の宿泊施設における喫緊の課題であると考えられる。

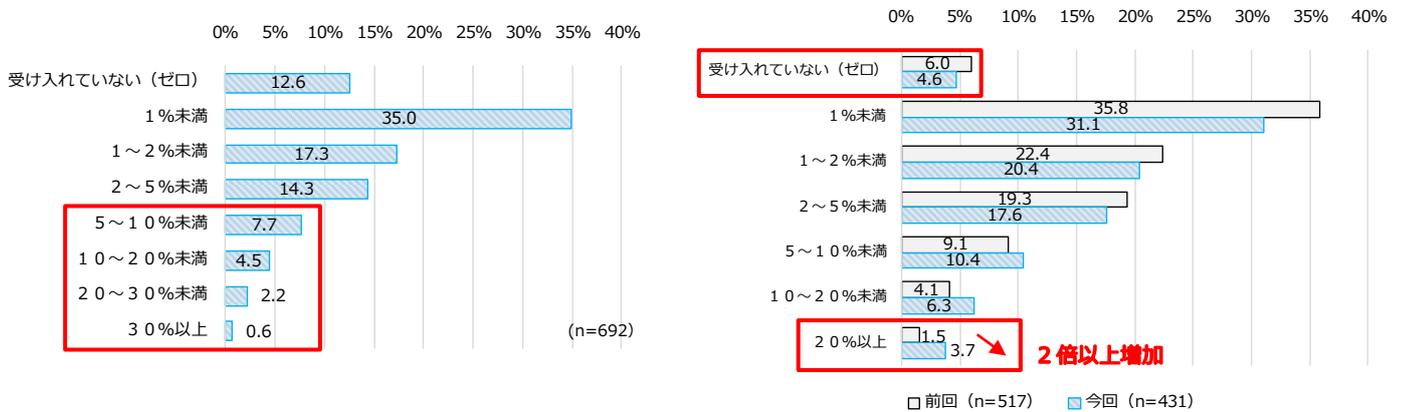
東北の宿泊施設の多くは、インバウンド客の受け入れに肯定的な意見は持ちつつも、上記の課題解決が困難であるが故に積極的な受入姿勢となれない可能性がある。既に行政等が実施している「外国人対応可能な人材育成面での支援」の周知徹底を引き続き行うと同時に、宿泊施設がそれら支援を上手く活用することで、集客に前向き取り組む宿泊施設の増加やインバウンド客の満足度の向上が期待される。

I. インバウンド客の現状

【問 I -1】 インバウンド客の受入比率

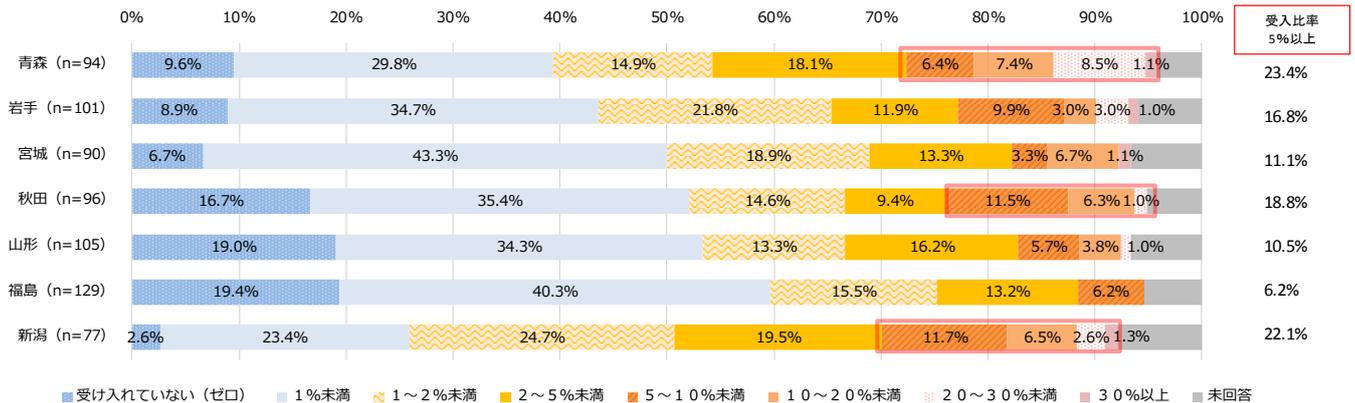
- ✓ 東北における 81.6%の宿泊施設がインバウンド客の受け入れを行っており、受入比率 5%以上の施設が全体の 15.0%を占めた。
- ✓ 前回調査対象先に限定して比較してみると、インバウンド客を受け入れていない施設は 6.0%から 4.6%に減少し、受入比率 20%以上の施設の割合は 2 倍以上に伸びている。
- ✓ 東北において、インバウンド客の受け入れの裾野が広がり、各宿泊施設での受入比率も高まっていることがうかがえる。

参考) 前回調査対象先のみ抽出した前回比較

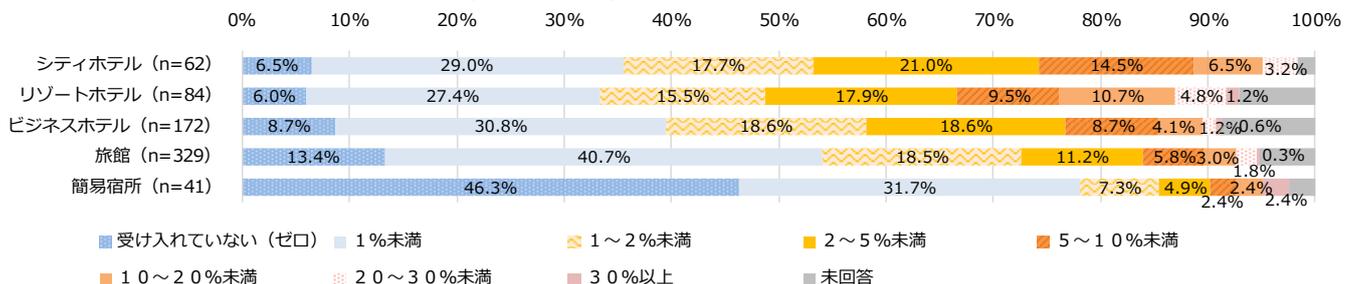


- ✓ 県別にみると、インバウンド客の受入比率が 5%以上の施設の割合は、青森 (23.4%)、新潟 (22.1%)、秋田 (18.8%) の順で高い。
- ✓ 特に青森は、受入比率 20%以上の施設の割合が他県よりも高くなっている (9.6%)。

【問 I -1】 インバウンド客の比率 (県別)



【問 I -1】 インバウンド客の比率 (施設形態別)



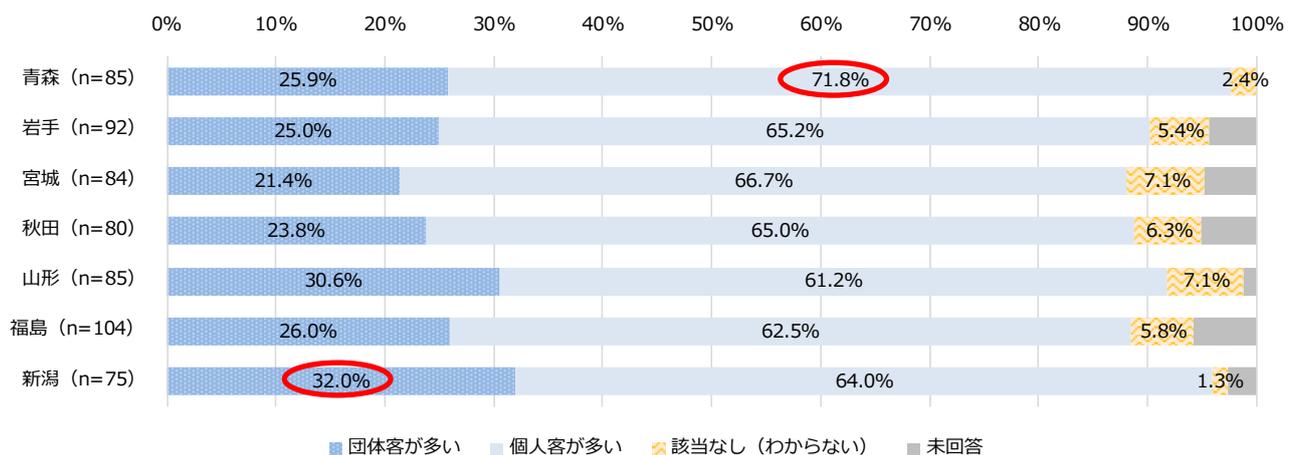
【問 I -2-(1)】 インバウンド客の属性（個人客か団体客か）

- ✓ 2017 年度に宿泊したインバウンド客の属性を聞いたところ、「個人客が多い」と回答した施設の割合が全体の 65.1%を占めた。

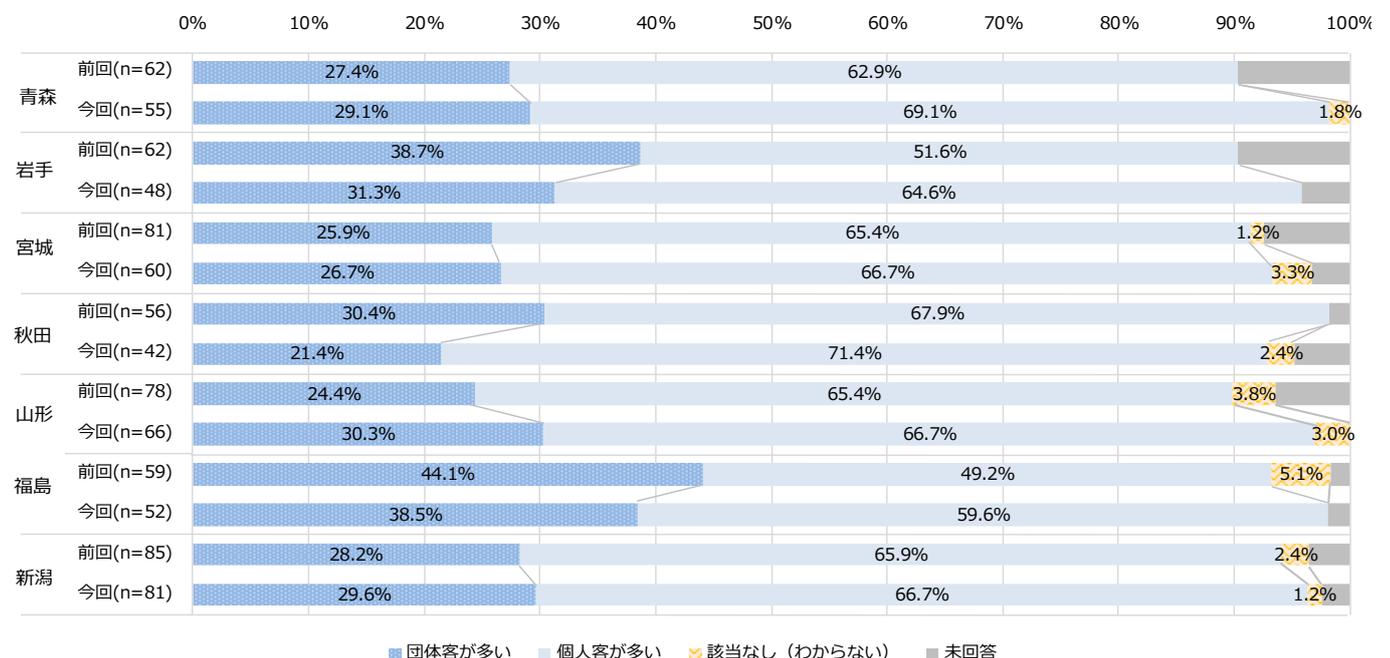


- ✓ 県別にみると、新潟は「団体客が多い」と回答した割合（32.0%）が、青森は「個人客が多い」と回答した割合（71.8%）がそれぞれ最も高い。
- ✓ 形態別では、リゾートホテルが「団体客が多い」（48.1%）と回答した割合が高く、ビジネスホテルが「個人客が多い」（79.6%）と回答した割合が高い。

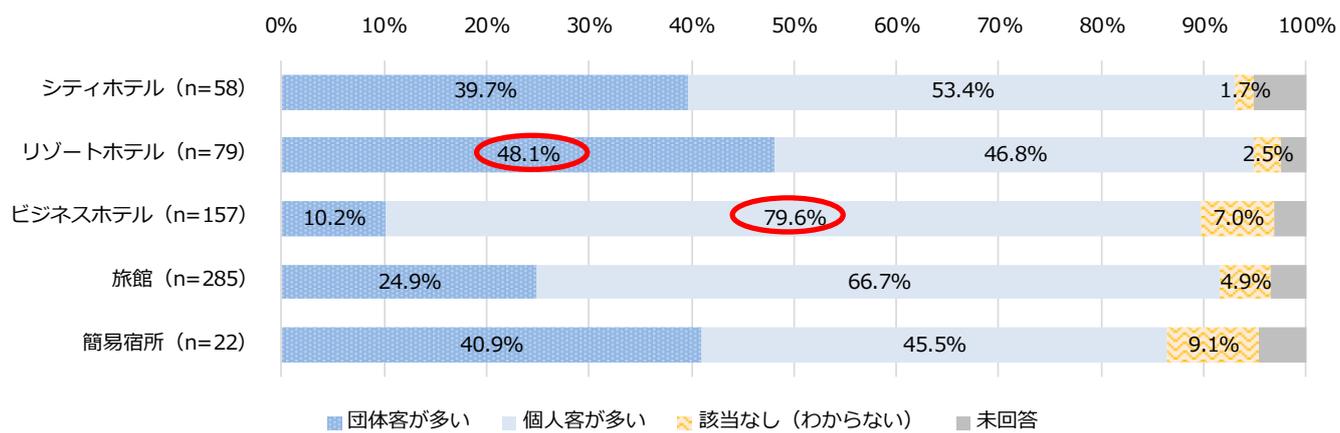
【問 I -2-(1)】 インバウンド客の属性（形態）（県別）



参考) 前回調査対象先のみ抽出した前回比較



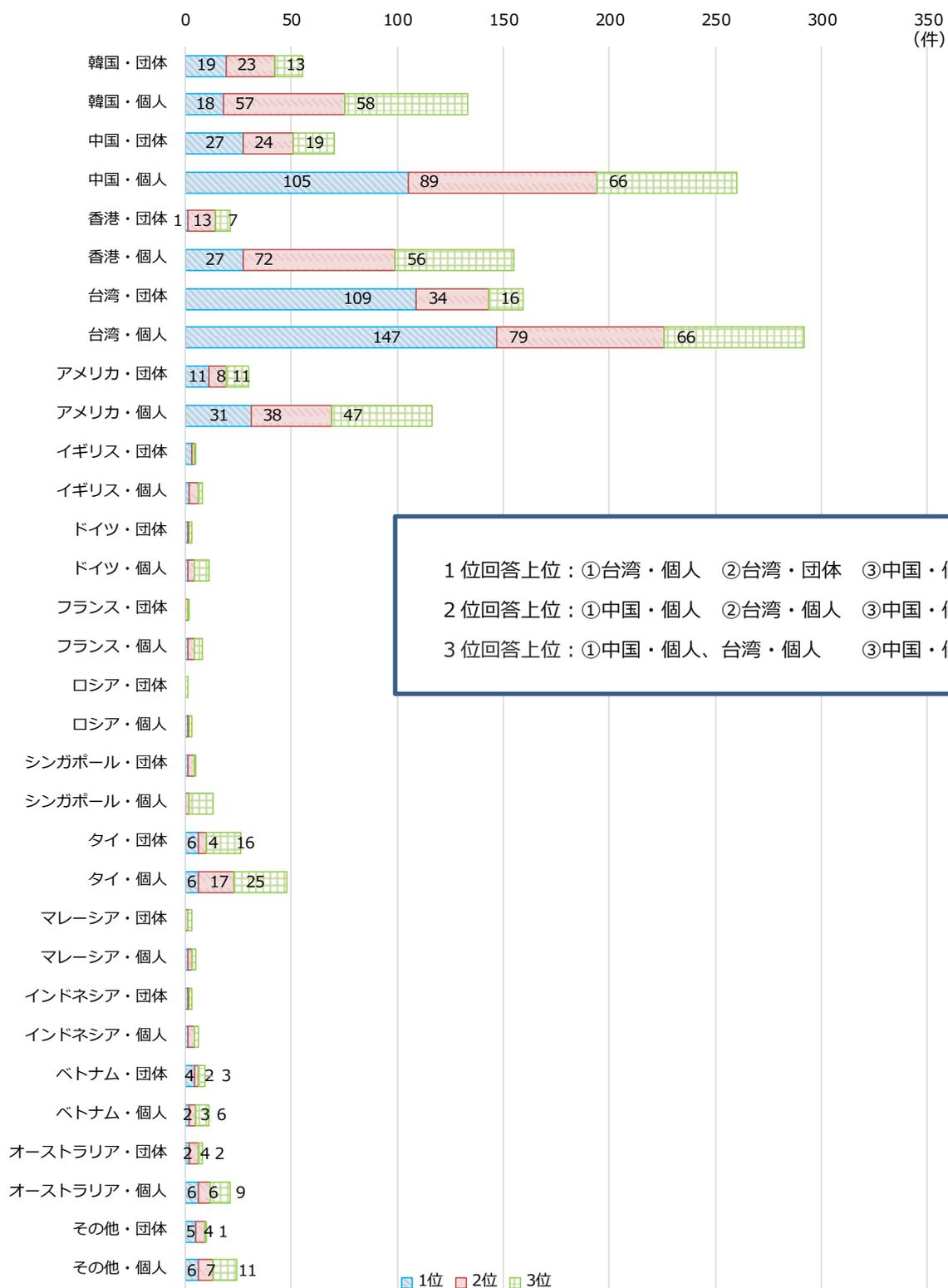
【問 I -2-(1)】インバウンド客の属性（形態）（施設形態別）



【問 I -2-(2)】 インバウンド客の属性（国・地域×形態）

- ✓ 2017 年度に宿泊したインバウンド客の属性を、国・地域と来訪形態（団体か個人か）の掛け合わせで人数の多かったものから上位 3 つまで選択してもらった。
- ✓ 台湾（個人）が多いと回答した施設数が 292 サンプルで最多となった。

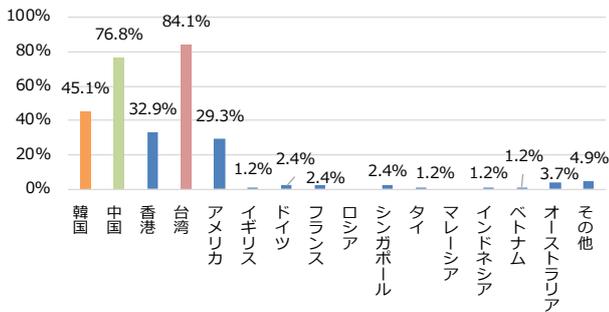
※上記 3 位までを回答。【回答数（不明・未回答除く）】 1 位：545 件、2 位：510 件 3 位：469 件（細かいデータラベルは割愛）



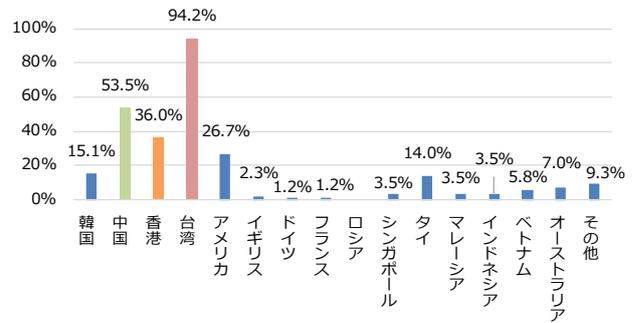
【問 I -2-(2)】 インバウンド客の属性（国・地域×形態 ※団体・個人を合算し集計）（県別） ※未回答を除く

- ✓ 国・地域ごとに団体・個人を合算し、各国を1位～3位と回答した施設割合の合計を算出した。
- ✓ 県別にみても、台湾・中国・韓国・香港が上位にある。
- ✓ ただし、福島ではアメリカが3位となるほか、タイの回答割合が他県よりも高くなっている。

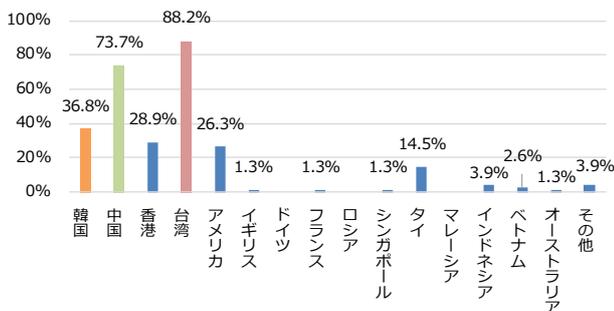
青森 (n=82)



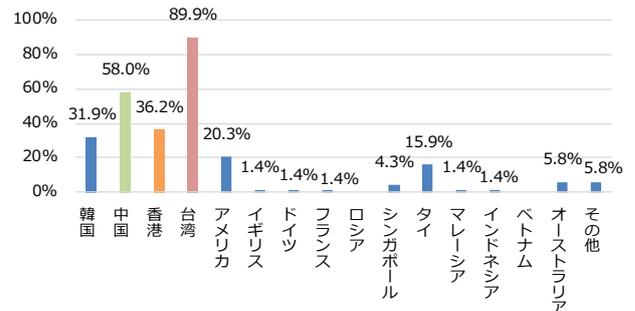
岩手 (n=86)



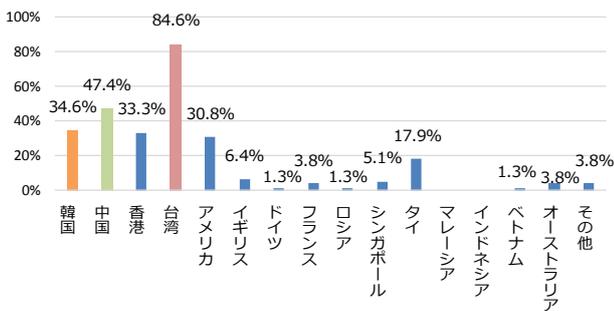
宮城 (n=76)



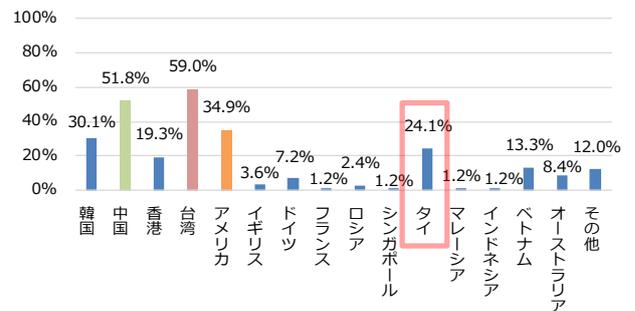
秋田 (n=69)



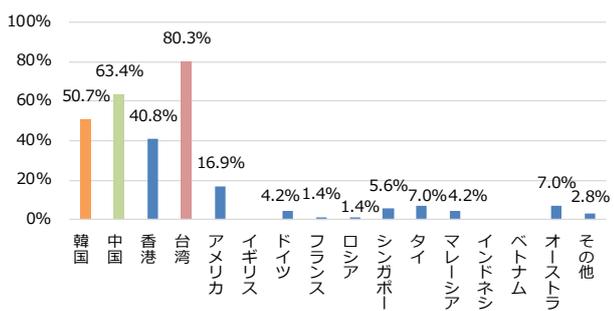
山形 (n=78)



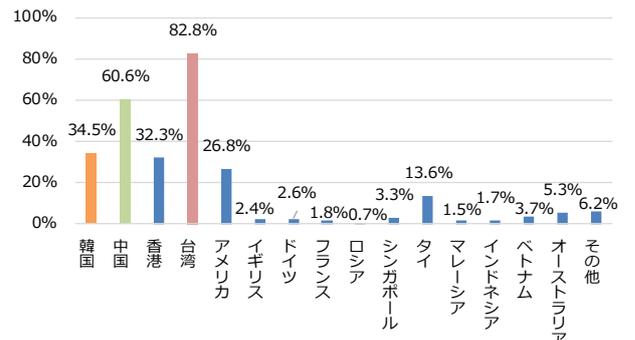
福島 (n=83)



新潟 (n=71)



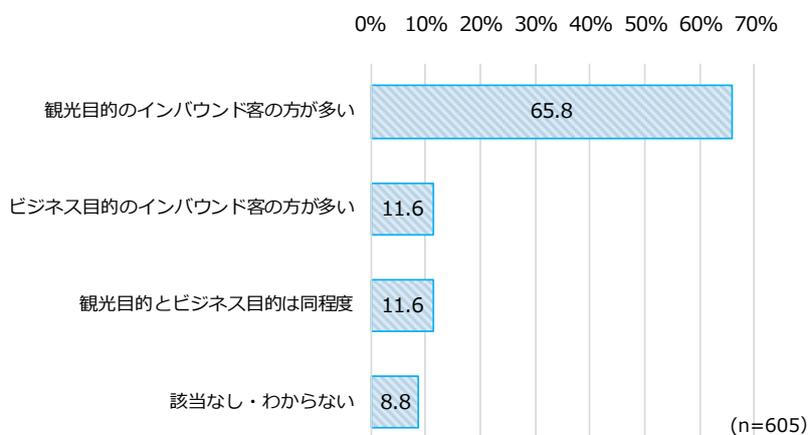
東北計 (n=545)



(注) 1位：赤表示 2位：緑表示 3位：黄色表示

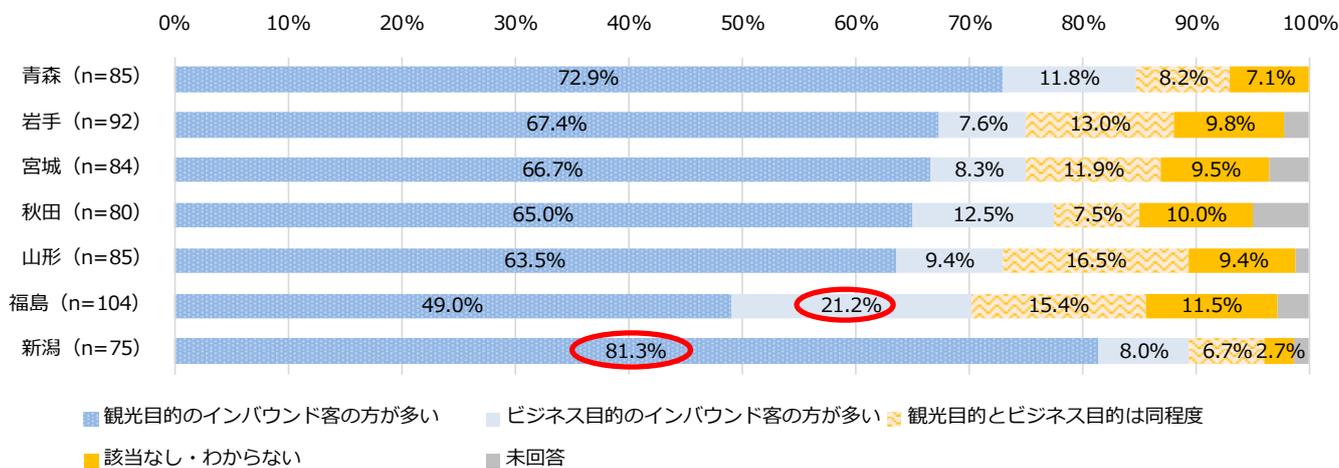
【問 I -3】 インバウンド客の宿泊目的

- ✓ インバウンド客の宿泊目的については、「観光目的のインバウンド客の方が多い」と回答した割合が全体の65.8%を占めた。

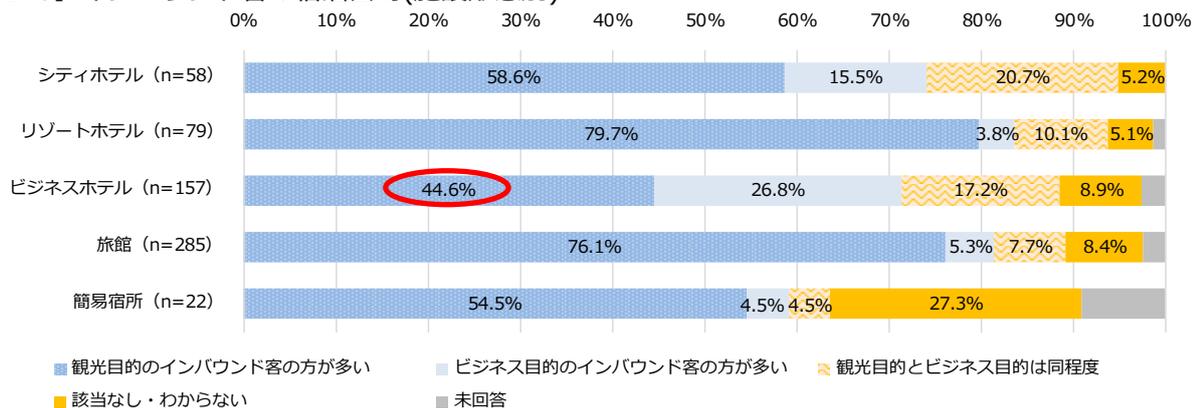


- ✓ 県別にみると、新潟は「観光目的のインバウンド客の方が多い」と回答した割合が他県に比べて高く（81.3%）、福島は他県より「ビジネス目的のインバウンド客の方が多い」と回答した割合が高い（21.2%）。
- ✓ 施設形態別にみると、ビジネスホテルの約半数（44.6%）が「観光目的のインバウンド客の方が多い」と回答している。

【問 I -3】 インバウンド客の宿泊目的(県別)

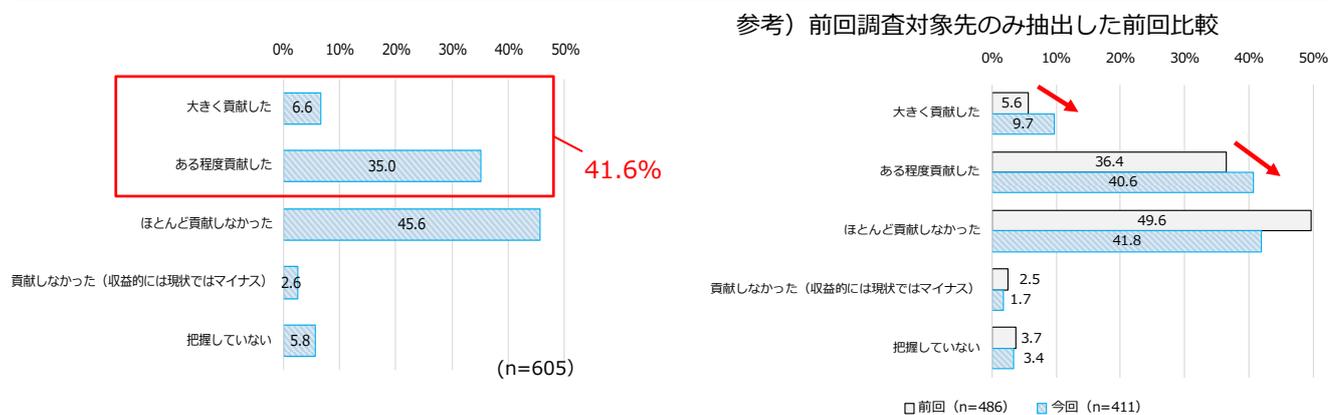


【問 I -3】 インバウンド客の宿泊目的(施設形態別)



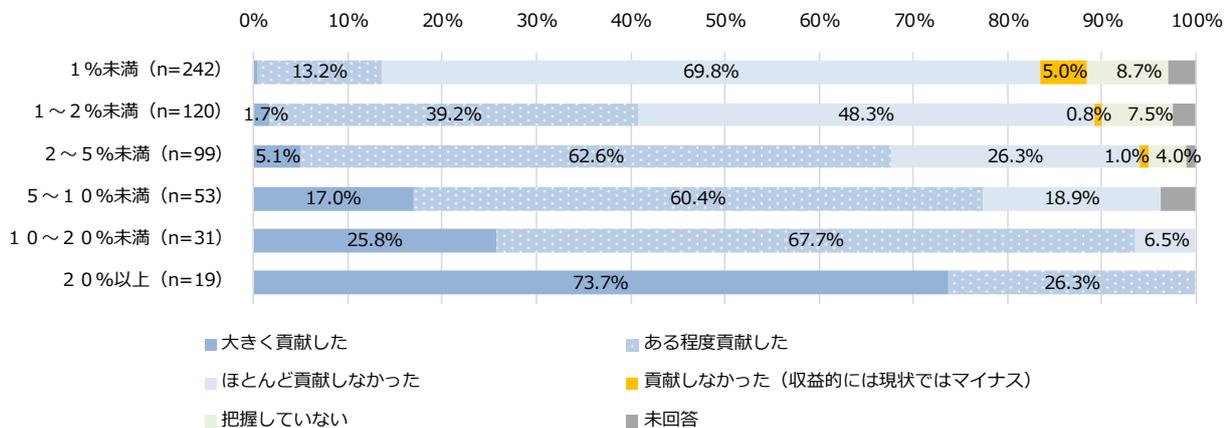
【問 I -4】 インバウンド客の収益性への貢献状況

- ✓ インバウンド客の受け入れによる収益性への貢献状況は「大きく貢献した」と「ある程度貢献した」という回答が41.6%を占めた。
- ✓ 前回調査対象先に限定して比較してみると、「大きく貢献した」と「ある程度貢献した」という回答の割合が高くなっており、「ほとんど貢献しなかった」「貢献しなかった（収益的には現状ではマイナス）」という回答の割合は低下している。

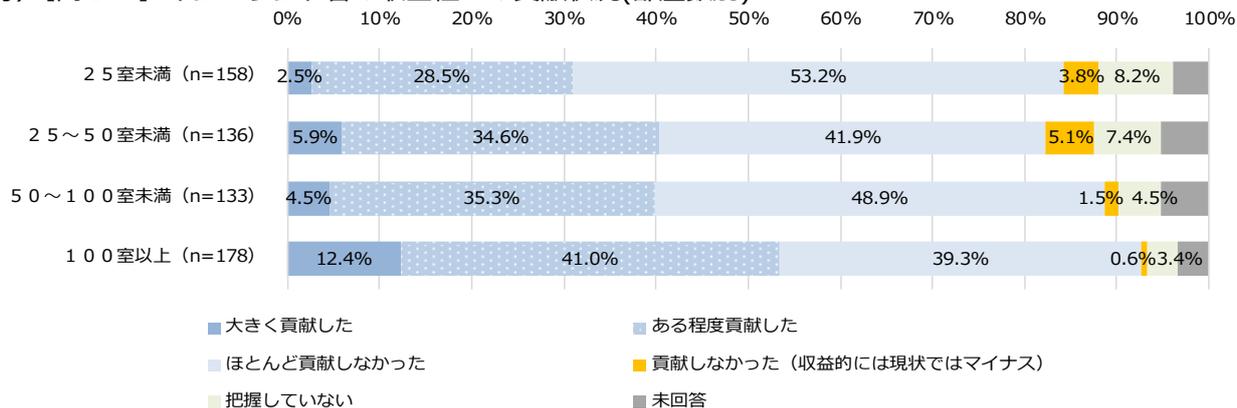


- ✓ インバウンド客受入比率が20%以上の施設は、「大きく貢献した」との回答が高くなっている (73.7%)。
- ✓ 受入比率5%以上の施設では「(大きく/ある程度) 貢献した」と回答した割合が7割を超えており、また「貢献しなかった (収益的には現状ではマイナス)」という回答がゼロだったことから、インバウンド客の受け入れを進めることがある程度収益へ反映されていることがわかる。

【問 I -4】 インバウンド客の収益性への貢献状況(受入比率別)



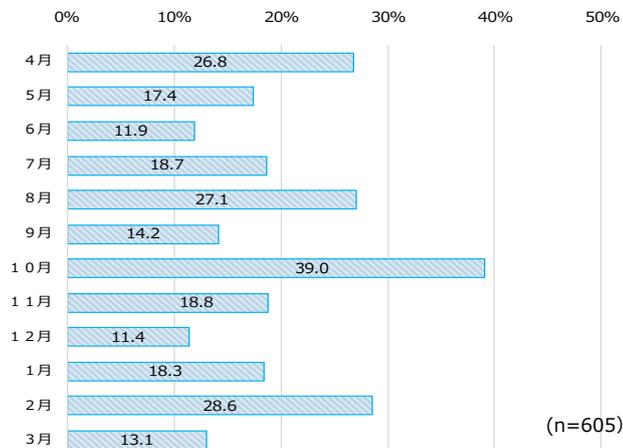
参考) 【問 I -4】 インバウンド客の収益性への貢献状況(部屋数別)



【問 I -5】 インバウンド客の集中する時期

- ✓ 宿泊したインバウンド客が多かった月を 1 位～12 位まで順に選択してもらった。
- ✓ 上位は紅葉の見頃となる 10 月、雪の降る 2 月、8 月の順になり、10 月は国慶節、2 月は春節、8 月は夏期休暇と、中華圏の長期休暇と連動している。

※各月を 1 位～3 位と回答した施設割合の合計



- ✓ 宿泊旅行統計調査における 2017 年度インバウンド延べ宿泊者数を月別にみると、もっとも多い月は 10 月、次いで 2 月となり、上位 2 位に関しては本調査と同様の傾向を示している。
- ✓ 8 月はインバウンド客の受入比率が低い施設において順位が高く、受入比率が高い施設では順位が低い。8 月は日本人客が占める客室数も多いため、インバウンド客が様々な施設に広く分散し宿泊することで、全体でみたインバウンド延べ宿泊者数は少ないものの受入施設数が多くなり上位になったと予想される。

【問 I -5】 インバウンド客の集中する時期（県別）

※最も多い月を 12 点、少ない月を 1 点として、点数合計を順位化したもの

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
青森	3	4	8	5	2	7	1	6	10	9	11	12
岩手	2	3	9	7	4	7	1	5	12	10	6	11
宮城	3	5	11	8	4	6	1	2	10	12	7	9
秋田	2	5	9	8	3	7	1	6	11	10	4	12
山形	9	8	6	3	5	10	2	12	11	4	1	7
福島	2	6	9	5	3	11	1	4	12	10	7	8
新潟	7	10	12	9	8	11	3	5	6	2	1	4

【問 I -5】 インバウンド客の集中する時期（受入比率別）

※最も多い月を 12 点、少ない月を 1 点として、点数合計を順位化したもの

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
1%未満	3	4	6	5	2	7	1	8	11	9	10	12
1～2%未満	2	6	11	8	3	7	1	5	12	10	4	9
2～5%未満	2	6	10	7	5	8	1	3	12	9	4	11
5～10%未満	2	7	12	9	5	10	1	4	8	6	2	11
10～20%未満	2	9	12	10	11	7	1	4	6	5	3	8
20%以上	5	9	12	7	10	8	1	4	6	3	2	11

参考) 宿泊旅行統計調査における、2017 年度インバウンド客の集中する時期（県別）

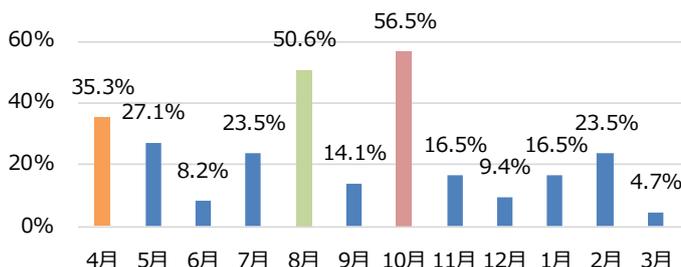
※延べ宿泊者数が最も多い月から順位化したもの

	4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月
青森	3	10	11	6	7	9	1	2	8	5	4	12
岩手	5	12	11	9	10	8	1	3	6	4	2	7
宮城	3	10	12	9	11	7	1	2	5	6	4	8
秋田	3	9	12	10	7	11	1	2	6	5	4	8
山形	7	11	8	10	12	9	3	6	4	2	1	5
福島	3	10	11	8	6	7	2	4	12	9	5	1
新潟	6	12	11	8	10	5	4	9	3	2	1	7
東北計	5	12	11	9	10	8	1	3	6	4	2	7

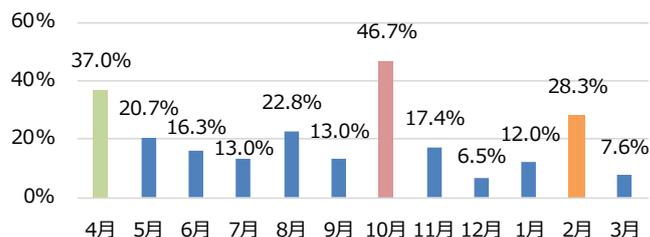
【問 I -5】 インバウンド客の集中する時期（県別） ※各月を 1 位～3 位と回答した施設割合の合計

- ✓ 県別にみると、山形、新潟のみ、2月を中心とした冬に回答が集まっている傾向がある。
- ✓ 東北は全体として雪が深い特徴があるが、樹氷などの雪による特徴的な観光スポットや、スキー場を目的とした観光客が訪れていることがうかがえる。
- ✓ 2月は春節などインバウンド客が増える時期でもあり、山形、新潟以外の県についても、雪景色やスキー場を生かして、受け入れをより増やせるポテンシャルがあるのではないか。
- ✓ 反面、新潟、山形については、他県が繁忙となる4月に閑散期となるため、近隣県との連携により繁閑の差を解消することができるのではないか。

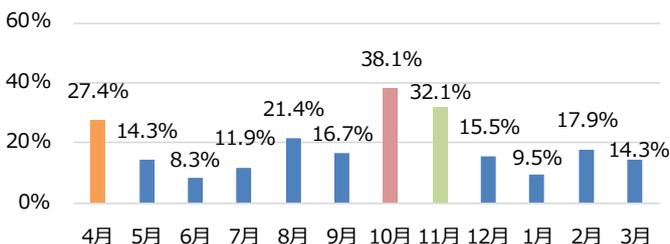
青森 (n=85)



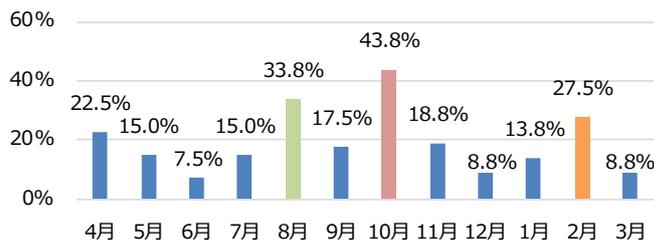
岩手 (n=92)



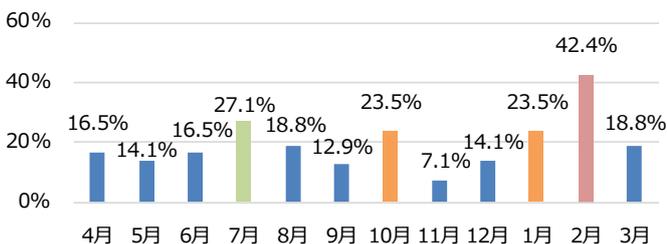
宮城 (n=84)



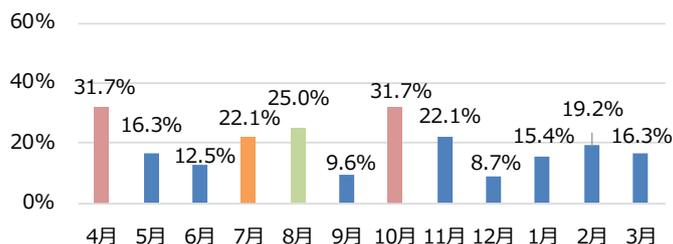
秋田 (n=80)



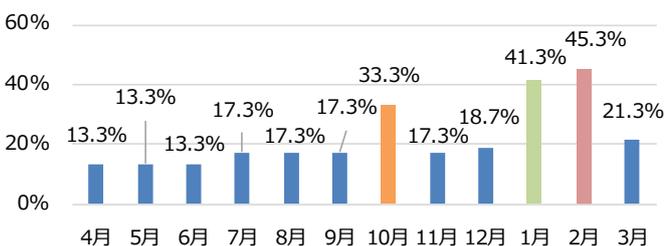
山形 (n=85)



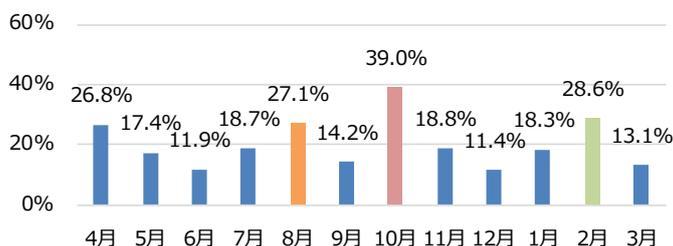
福島 (n=104)



新潟 (n=75)



東北計 (n=605)

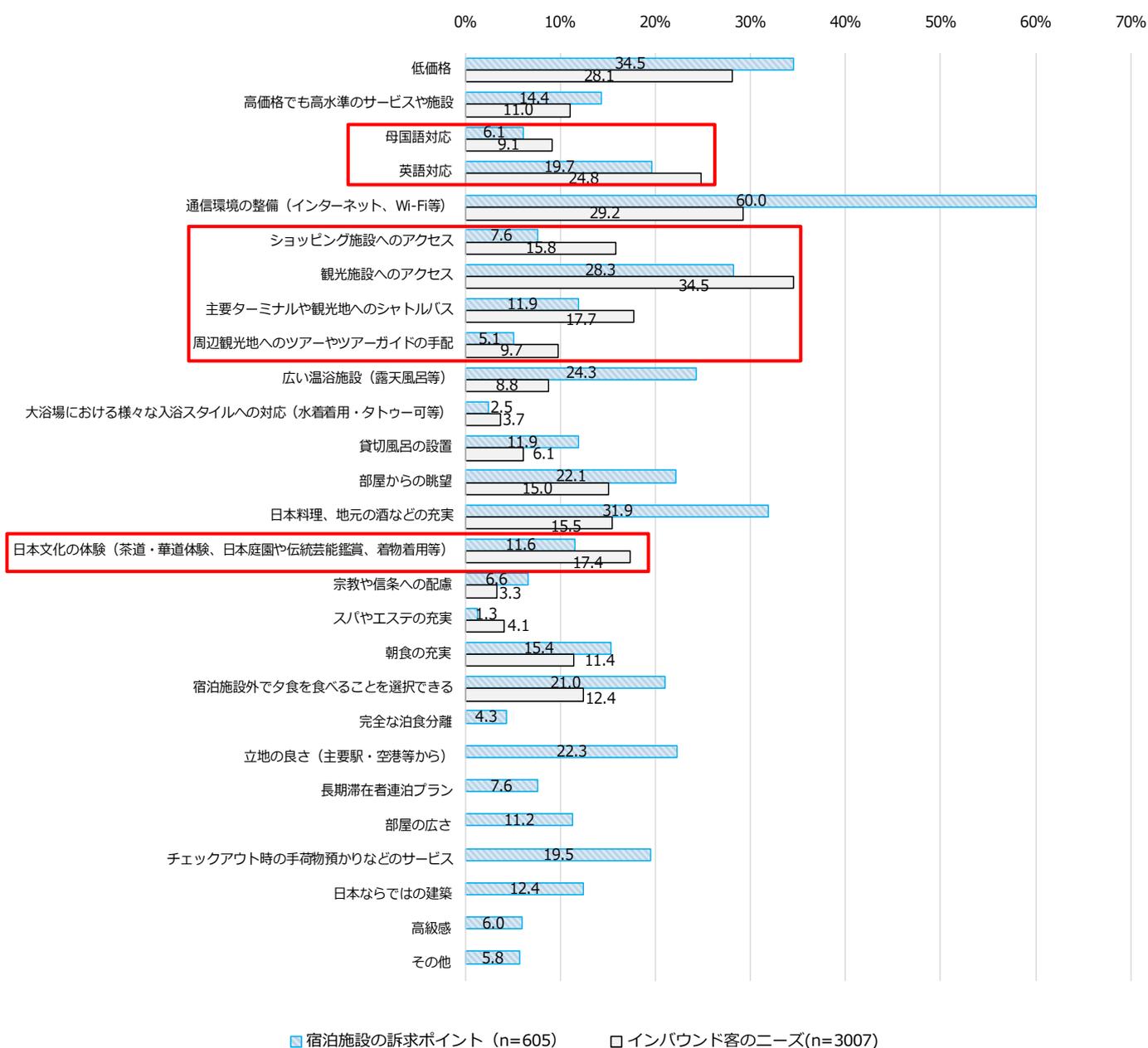


(注) 1位：赤表示 2位：緑表示 3位：黄色表示

【問 I -6】 インバウンド客への訴求ポイント

- ✓ 「東北の宿泊施設がインバウンド客に訴求できると思われるポイント」（上段）と、DBJ が実施した「DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）」のアンケートにおける「訪日希望者が宿泊施設に求めるポイント（3 つまで選択可）」の回答結果（下段）を比較した。
- ✓ 「通信環境の整備」「日本料理、地元の酒などの充実」など、インバウンド客のニーズと合致している点が多くみられる。
- ✓ しかし、「母国語対応」「英語対応」等の言語面、「ショッピング施設、観光施設へのアクセス」「主要ターミナルや観光地へのシャトルバス」などミスマッチ部分も残っていることがわかる。
- ✓ また、「広い温浴施設」や「貸切風呂の設置」、「部屋からの眺望」などについては、訴求ポイントとして高い割合を示しているものの、インバウンド客からのニーズは必ずしも高くない。

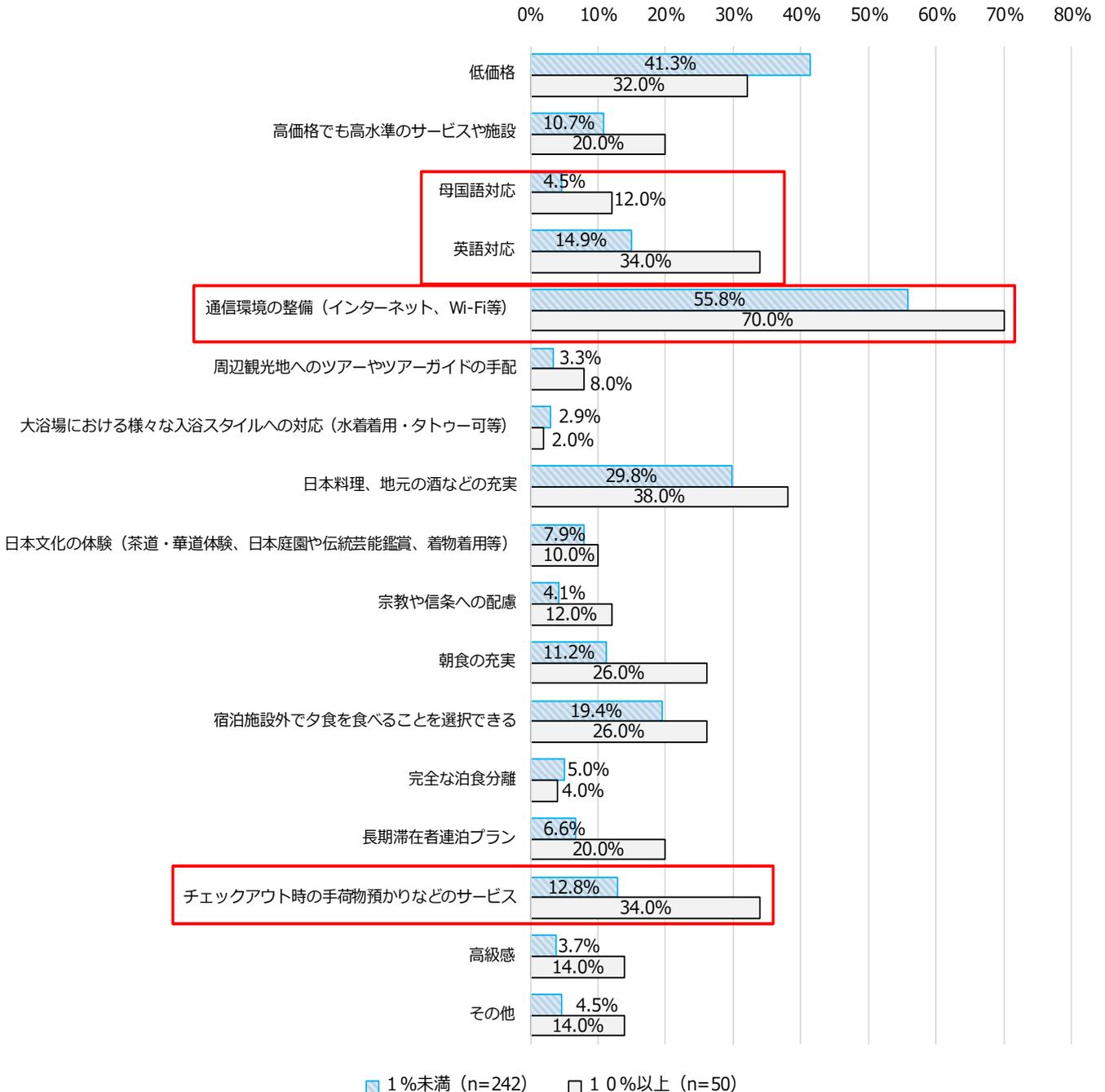
【問 I -6】「宿泊施設の訴求ポイント」と「インバウンド客のニーズ」比較



出所) DBJ・JTBF アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査（2018 年度版）

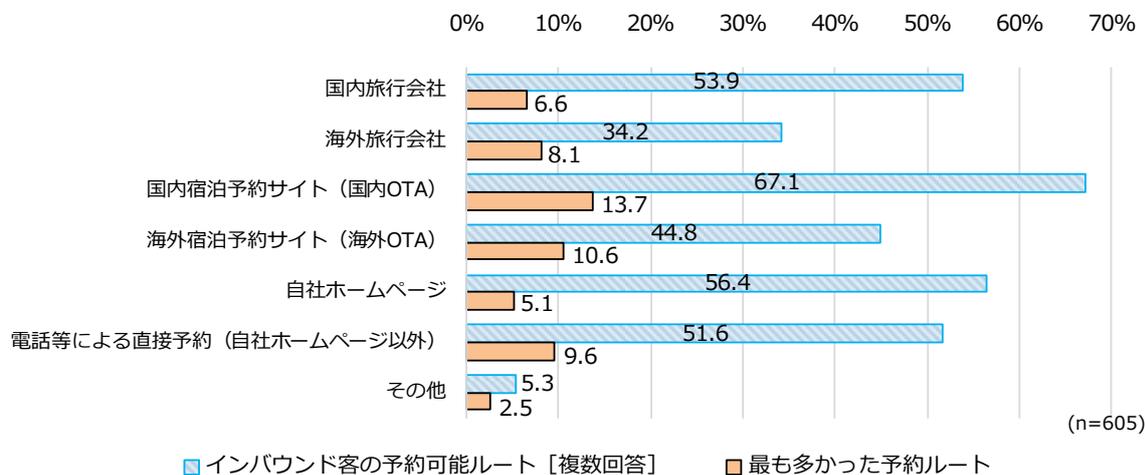
- ✓ 訴求ポイントの一部を抜粋し、受入比率が1%未満の施設と、受入比率が10%以上の施設を比較した。
- ✓ 「母国語対応」「英語対応」などの言語面、「通信環境の整備」、「チェックアウト時の手荷物預かりサービス」に大きな差がみられた。
- ✓ 言語面に関しては、インバウンド客が宿泊施設に求めるポイントと、宿泊施設の訴求ポイントとの比較でもミスマッチとなっており、インバウンド客の受入比率が低い施設を中心に、整備の必要性がうかがえる。

【問 I -6】「宿泊施設の訴求ポイント」（受入比率別）



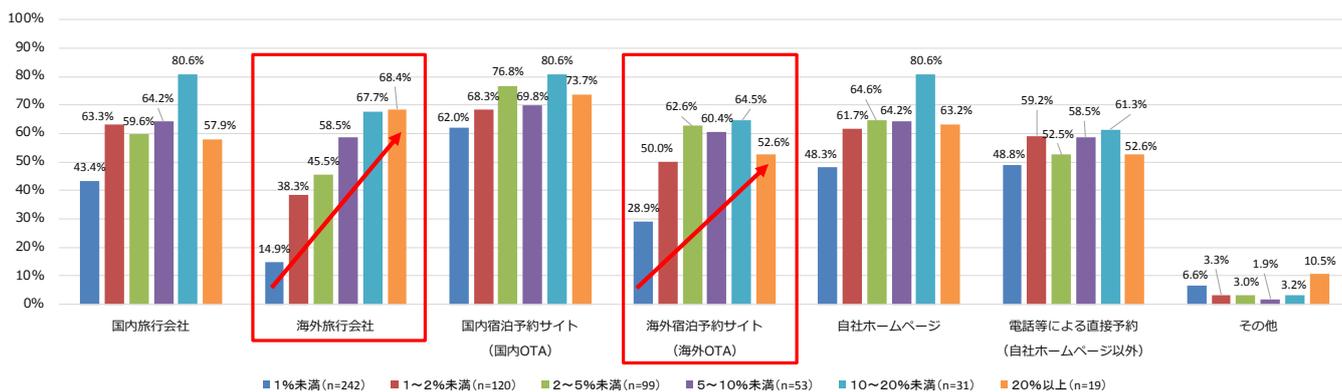
【問 I -7】 インバウンド客の予約ルート

- ✓ インバウンド客の「予約可能ルート」は「国内宿泊サイト」(67.1%) が最も多く、次いで「自社ホームページ」(56.4%) となった。
- ✓ 「最も多かった予約ルート」は「国内宿泊サイト」(13.7%) が最多であり、次いで「海外宿泊予約サイト」(10.6%) となった。

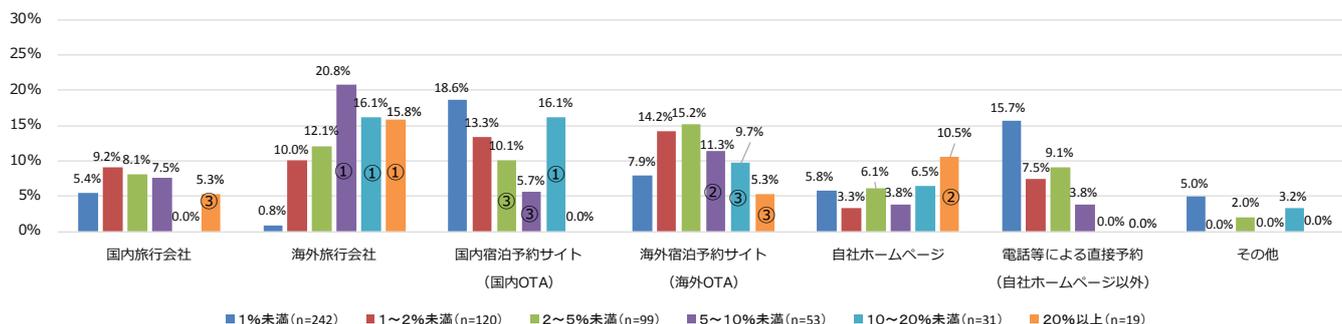


- ✓ インバウンド客の受入比率別に「予約可能ルート」をみると、受入比率が高くなるにつれ、「海外旅行会社」の比率が高くなっており、「海外宿泊予約サイト」も近い傾向にあることがわかる。
- ✓ 特定のルートだけでなく、複数の予約ルートを確認し活用していくことも有用であろう。
- ✓ また、受入比率5%以上の施設については「最も多かった予約ルート」の1位がすべて「海外旅行会社」となっており、その有用性がうかがえる。

【問 I -7】 インバウンド客の予約可能ルート (受入比率別)

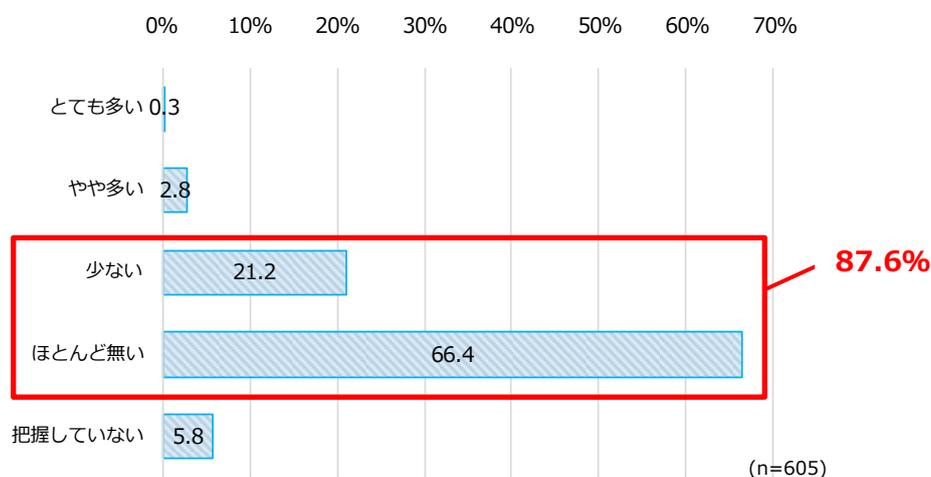


【問 I -7】 最も多かった予約ルート (受入比率別)



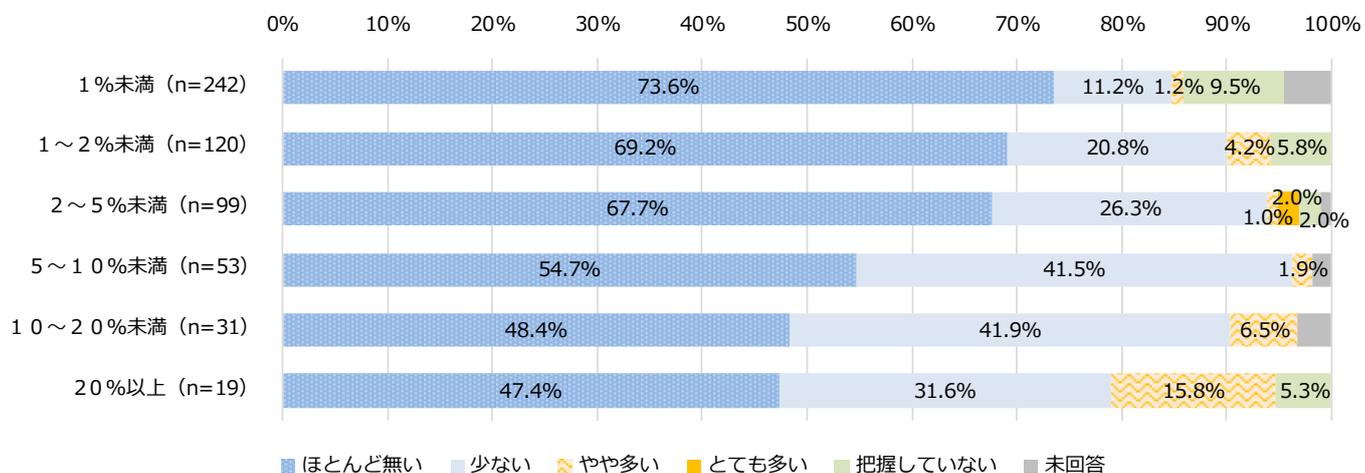
【問 I -8】 インバウンド客の要望（クレーム含む）の頻度

- ✓ 2017 年度に発生したインバウンド客の要望（クレーム含む）は、「ほとんど無い」と「少ない」が施設全体の 87.6%となっている。



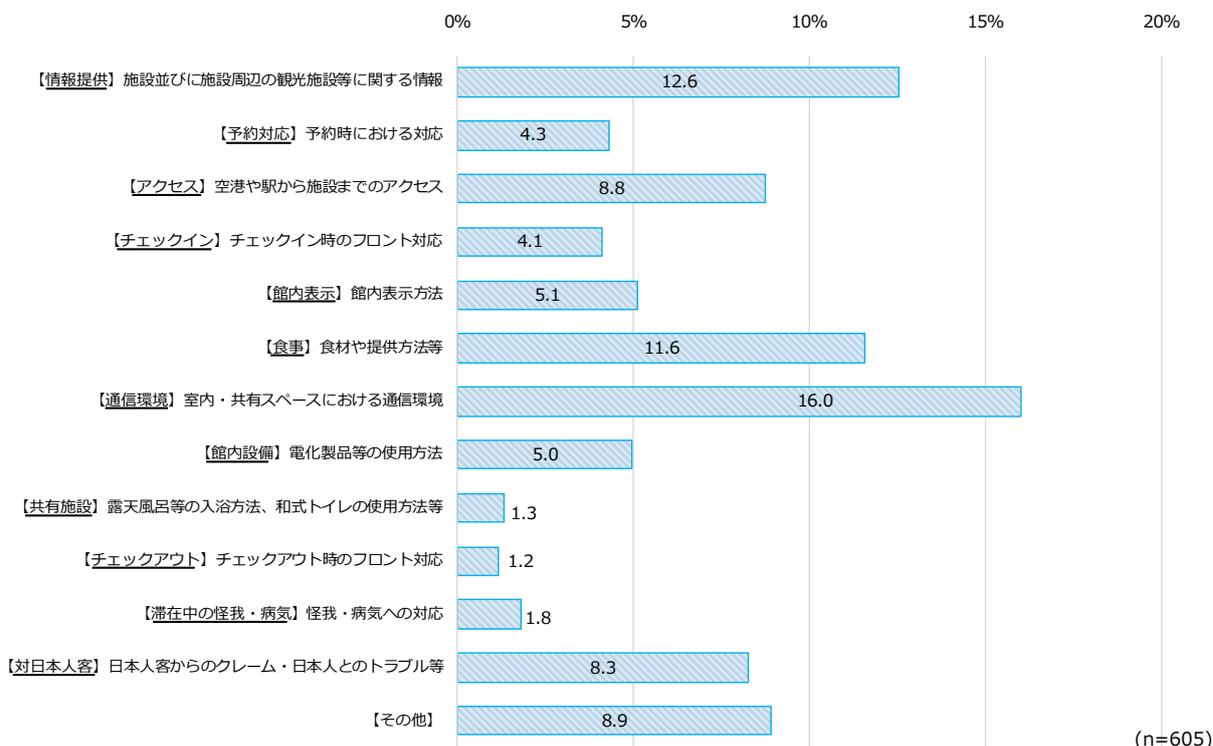
- ✓ 受入比率別にみると、受入比率が高い施設ほど、「とても多い」「やや多い」の割合が高くなる。
- ✓ しかし「ほとんど無い」「少ない」の回答割合の合計は、どの受入比率の施設でも約 8 割、またはそれ以上であり、受入比率 5%以上の施設では、「とても多い」の回答はゼロである。

【問 I -8】 インバウンド客の要望（クレーム含む）の頻度（受入比率別）



【問 I -9】 要望（クレーム含む）の具体的な場面

- ✓ 要望（クレーム含む）の具体的な場面としては、「通信環境」が 16.0%で最多となっている。
- ✓ インバウンド客にとって、旅先での情報収集（訪問先の検討やアクセスの確認など）には Wi-Fi が必要であり、自力での解決が困難なため、要望（クレーム）につながりやすいのではないかと。
- ✓ 次に「情報提供」が 12.6%、「食事」が 11.6%となっている。
- ✓ 自由記述の内容をみると、煙草や精算についての要望（クレーム）も一定数見受けられる。



要望（クレーム含む）の具体的な場面 自由回答（全 39 件） 一部抜粋

✓ 煙草関連（8件）

- ・煙草臭い（禁煙室が少ない）
- ・禁煙希望で、空気がなかった時の喫煙部屋のにおい
- ・禁煙部屋の希望が多い
- ・禁煙・喫煙などの部屋タイプの間違い
- ・喫煙所が少ない
- ・喫・禁煙部屋のお客様の希望との不一致（海外客は、ほとんどが禁煙希望）

✓ Wi-Fi関連（3件）

- ・Wi-Fiの電波が悪い
- ・Wi-Fiの高速さ。

✓ 案内・連絡・コミュニケーション関連（8件）

- ・園地、散策コースのご案内
- ・駐車場案内
- ・言語、コミュニケーション
- ・言葉
- ・言語対応
- ・チェックイン時間が守られていないため、部屋がないと断った時
- ・通行止めなどの情報を前もって連絡しても添乗員に伝わっていない。料金トラブル。
- ・今のところは特にはないが、冬季閉鎖の道路など、ナビに入っていないで困ったことがあった。

✓ 施設設備・環境（6件）

- ・客室内温度（暑い）
- ・車の音がうるさい。
- ・ホテル内の排気ダクトの騒音。
- ・山間部に立地するので、夏場はクモの巣を指摘される。
- ・山間部で虫が多い。
- ・虫（カメ）

✓ 精算関連（4件）

- ・温泉を利用していないのに入湯税を払わされた等
- ・クレジットカードが使用できない時があるなど（会社のカード？）
- ・領収書等の表示方法のリクエスト等

✓ その他（7件）

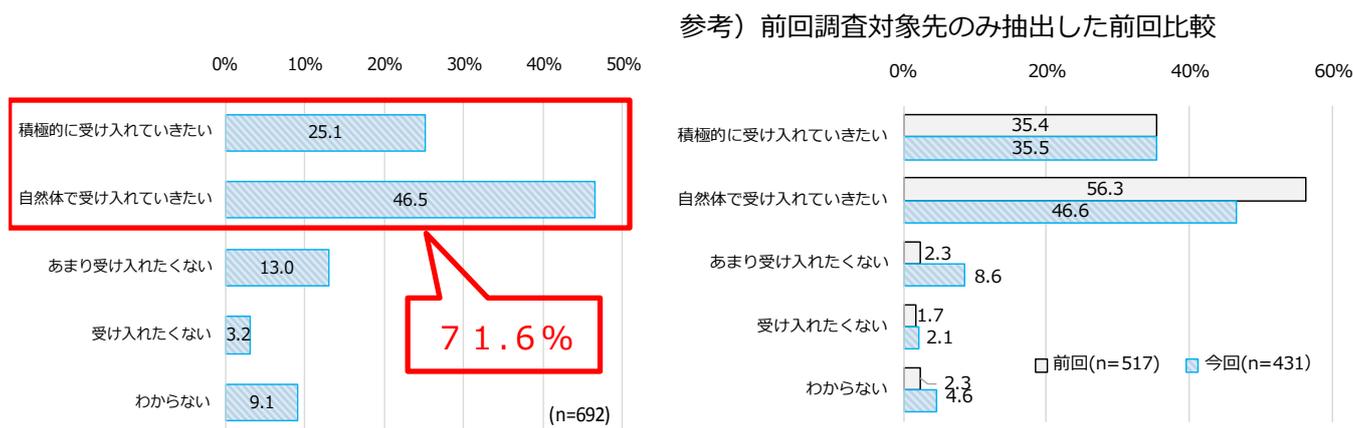
- ・タトゥーの取り扱い
- ・入浴の仕方、日本人からの指摘がある
- ・パスポート、滞在証の呈示
- ・前泊地、後泊地との荷物のやりとり（着払いで発送をされる）
- ・予約内容とゲストのイメージ（思い出）との相違。
- ・当日の変更等。
- ・部屋を離してくれとのこと。

等

Ⅱ. インバウンド客受け入れの今後の方針

【問Ⅱ-1】インバウンド客受け入れに対する方針

- ✓ 「積極的に/自然体で受け入れていきたい」という回答が全体の71.6%を占め、インバウンド客受け入れに肯定的な傾向を示す結果となった。
- ✓ 一方、「あまり受け入れたくない/受け入れたくない」という回答は、あわせて16.2%であった。
- ✓ 自由回答をみると、「積極的に受け入れていきたい」理由として最も多かった回答は国内市場の縮小を危惧した内容となり、「自然体で受け入れていきたい」理由は受入体制の整備不十分さを懸念するものであった。「受け入れたくない」理由については、問Ⅱ-1-(5)で言及する。



積極的に受け入れていきたい or 自然体で受け入れていきたい理由 (自由回答)

積極的に受け入れていきたい理由 (全 141 回答) 一部抜粋

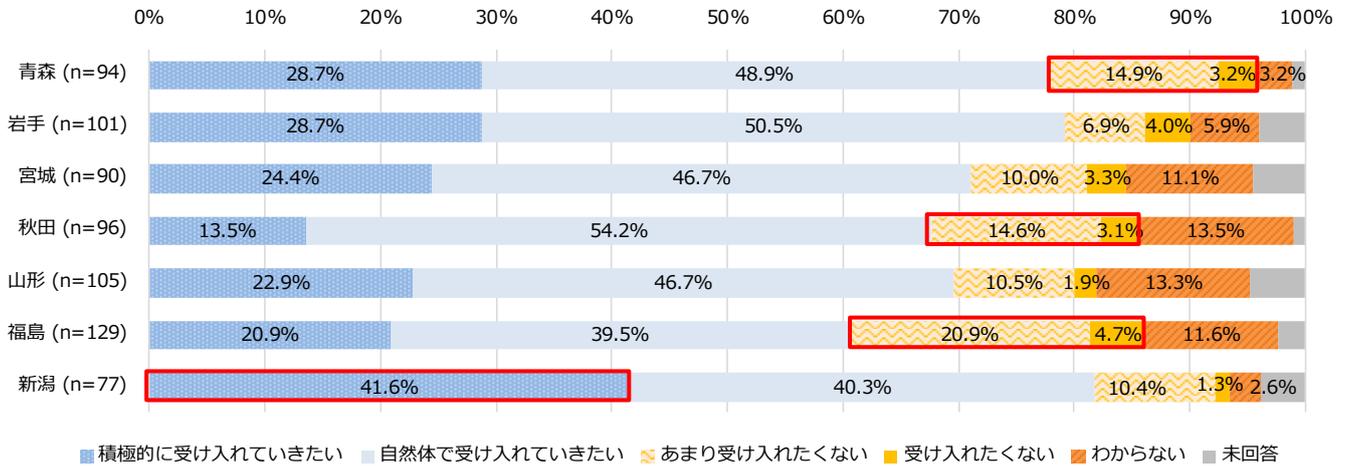
- ✓ 国内市場の縮小に向けた対応として (50 回答)
 - ・縮小する国内旅行需要への対策として、温泉街の活性化に役立つ。
 - ・国内だけでは限界があるため、グローバルな視点は必要。
 - ・国内の人口減による利用者の減分をカバーする必要があるため。
- ✓ 需要・伸びしろが見込まれる、もしくは既に来ているから (24 回答)
 - ・既に重要なビジネス。今後も伸長の期待大 (持続的に)。
 - ・これからますます伸びる販売チャンネルであり、特に東北はこれから伸びると思うため。
- ✓ 収益拡大に向けた対応として (18 回答)
 - ・これから増加が期待できるので、稼働率増加に効果があると考え。お土産品も国内客よりも購買額が多い。
 - ・増加しているインバウンド顧客の取り込みを行い、収益の増収、ブランド力の底上げを図りたい。
- ✓ 閑散期に向けた対応として (7 回答)
 - ・週末、休前日に限らず、宿泊が見込める。連泊が期待できる。冬の閑散期も見込める。
- ✓ ラグビーワールドカップやオリパラを意識した回答 (7 回答)
 - ・2019年/2020年に向け、外国人旅行者が増加すると思われるため。

自然体で受け入れていきたい理由 (全 191 回答) 一部抜粋

- ✓ 受入体制整備が不十分 (44 回答)
 - ・日本語以外のコミュニケーション力が充実していないので、積極的な受け入れは困難。
 - ・受け入れたいが、こちら側の対応 (言語などが) が不十分であるため。
 - ・今後、獲得していくべきセグメントではあるが、受け入れ準備が整っていないため。
- ✓ 受け入れに対してニュートラルな姿勢 (33 回答)
 - ・お客様の種別で区別する理由がないため。
 - ・特別に枠をもうけて受け入れるより、空いていたら受け入れる。
- ✓ 日本人客とのバランスを考えながら (33 回答)
 - ・日本のお客様を大事にしつつ、インバウンドのお客様も大事にしたいため。
 - ・日本人客の対応をまずはしっかりと、その後、受け入れていく。

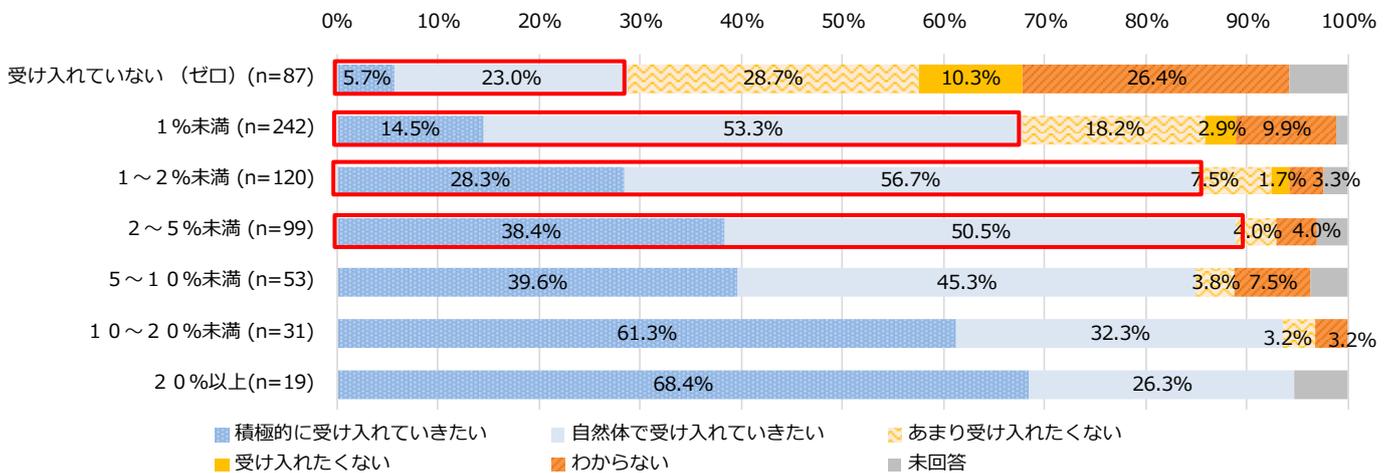
- ✓ 県別にみると、新潟が最も積極的な傾向にあり、「積極的に受け入れていきたい」という回答は41.6%と高く、同時に「あまり受け入れたくない/受け入れたくない」という回答も低い。
- ✓ 福島、青森、秋田においては「あまり受け入れたくない/受け入れたくない」という回答が相対的に高く、特に秋田においては「自然体で受け入れていきたい」という回答が半数以上を占めており、積極性は低い。

【問Ⅱ-1】インバウンド客受け入れに対する方針（県別）

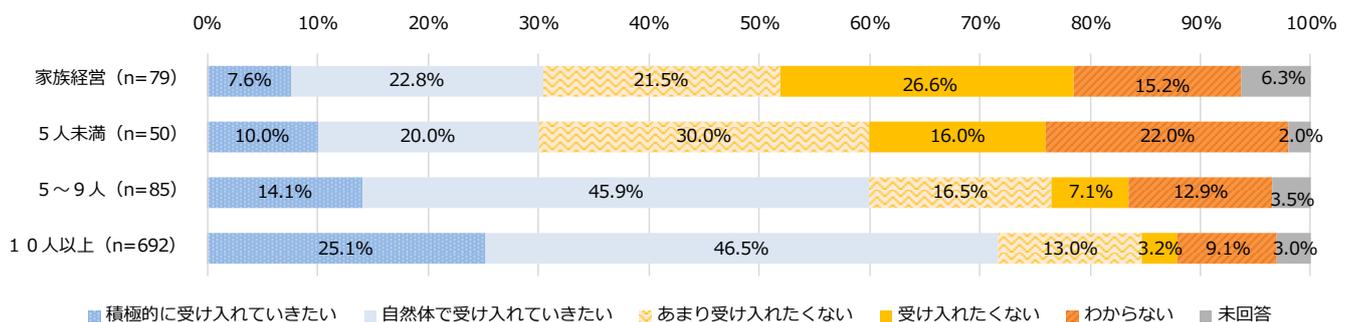


- ✓ 受入比率別にみると、サンプルの7割を占めるインバウンド客受入比率が5%未満の施設に関しても、「積極的/自然体で受け入れていきたい」という回答が相応に存在していることに鑑みると、インバウンド客を受け入れたい一方、受け入れられていない施設も存在していることが想定される。

【問Ⅱ-1】インバウンド客受け入れに対する方針（受入比率別）

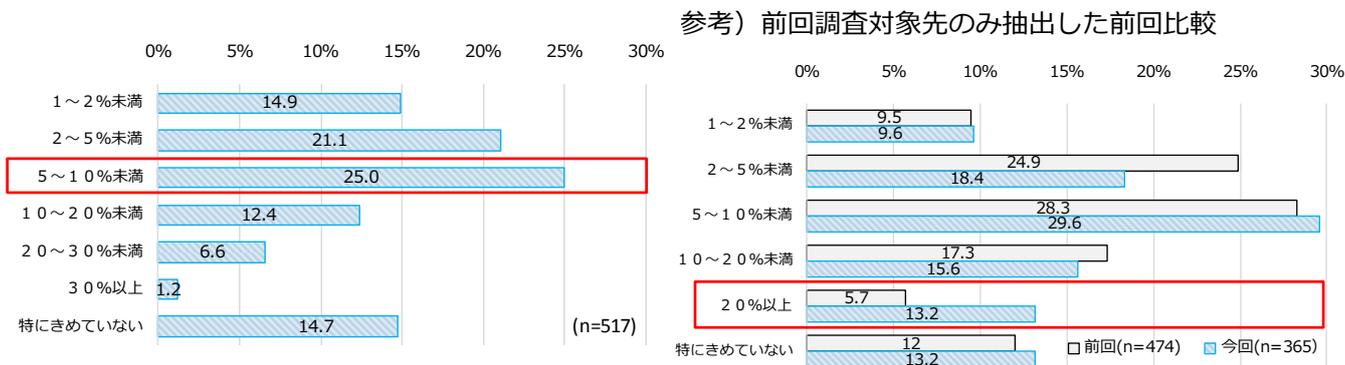


参考) 従業員数10人未満を含んだ場合（従業員数別）



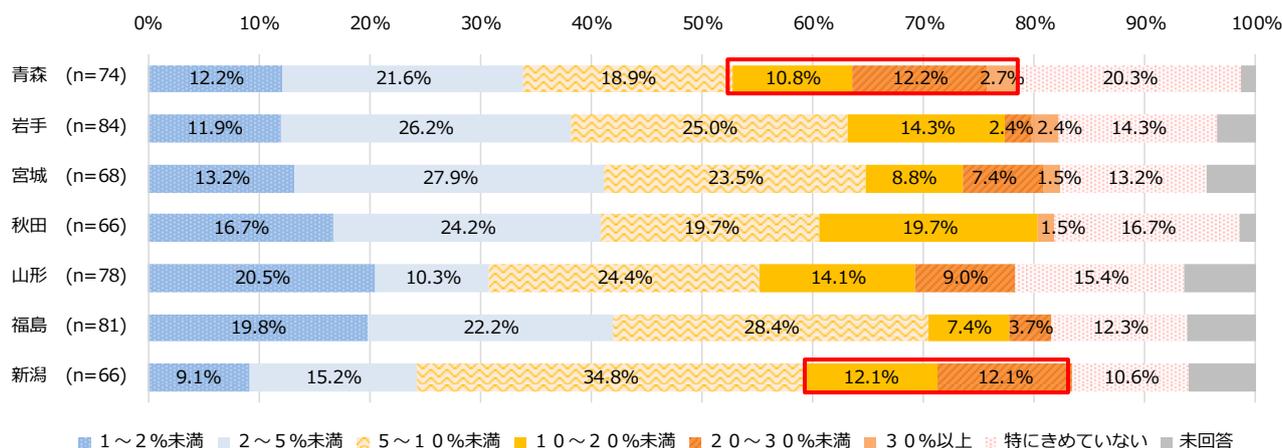
【問Ⅱ-1-(2)】インバウンド客の比率の目途

- ✓ 今後のインバウンド客の受入比率の目途としては、5～10%との回答が最も高く、前回調査対象先に限定して比較してみると、20%以上を目途とする施設が増加していることがわかる。



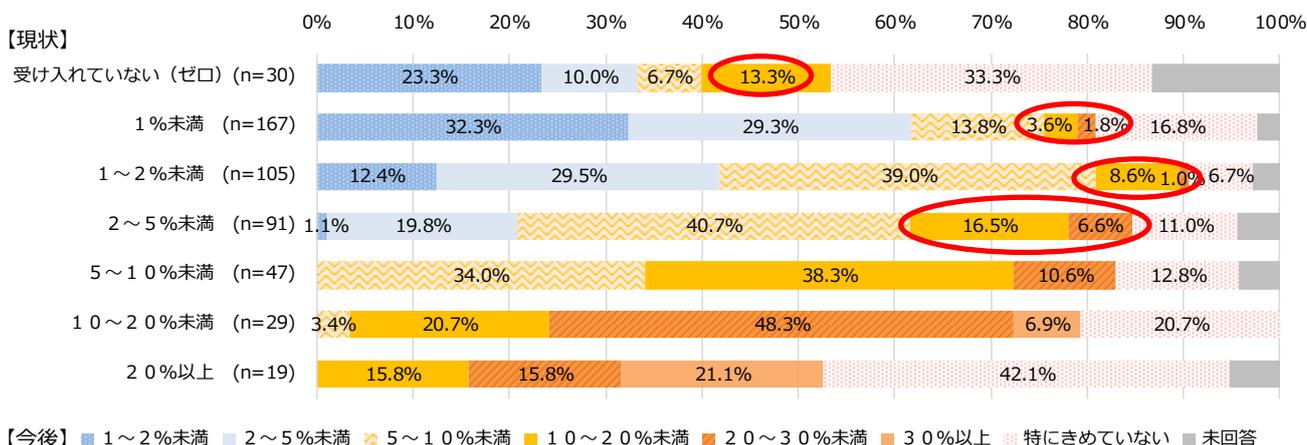
- ✓ 県別にみると、現状の受入比率が高い施設が多い、新潟、青森において10%以上の受け入れを目標とする割合が高く、20～30%という高い数値目標を掲げる施設も多い。しかし、青森では【問Ⅱ-1】の結果で、そもそも「受け入れたくない」施設も多いことから、受入姿勢が二極化している傾向が読み取れる。

【問Ⅱ-1-(2)】インバウンド客の比率の目途 (県別)



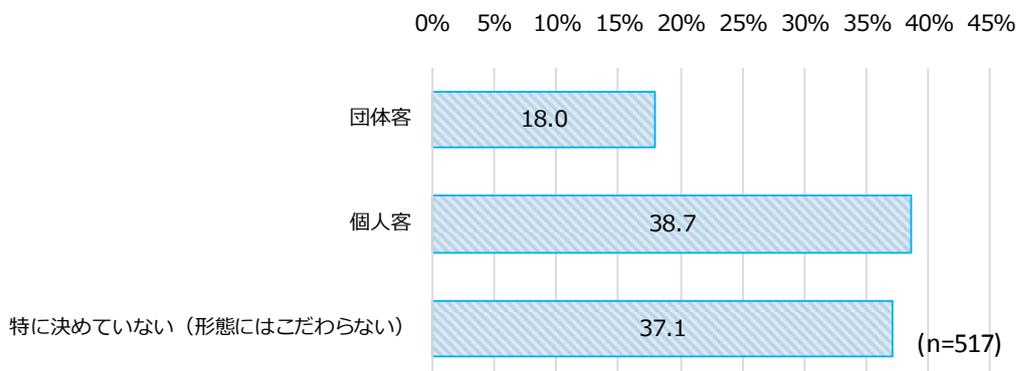
- ✓ 受入比率別にみると、今後の受入比率の目処は、現状よりも増やしたいと思っているところが多い。なお、現状受け入れてない施設や、現状の受入比率が5%未満の施設でも、今後10%以上受入を目指す、インバウンド客受け入れに前向きな施設が存在している。

【問Ⅱ-1-(2)】インバウンド客の比率の目途 (現状受入比率別)



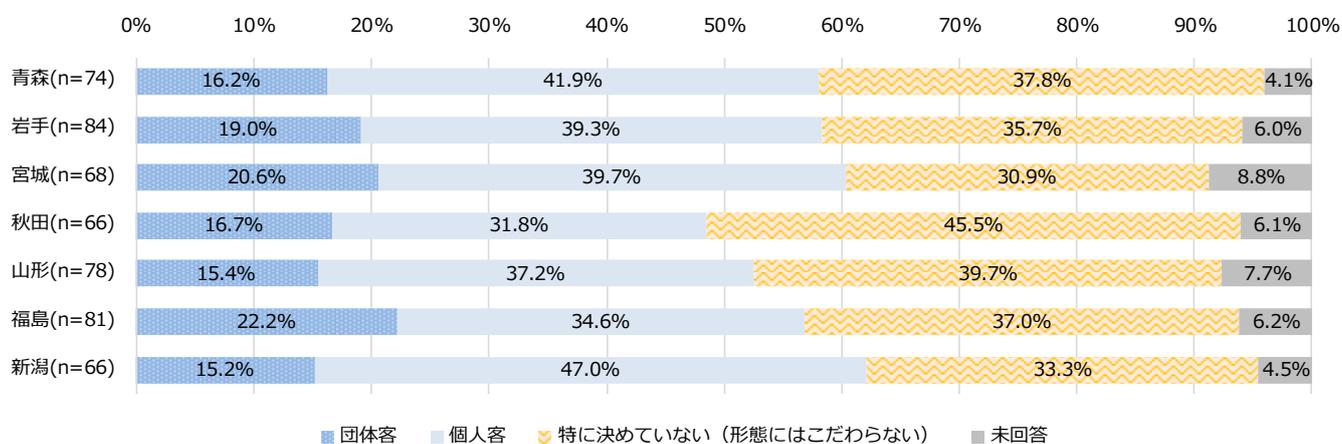
【問Ⅱ-1-(3)】 今後注力する属性（形態） 団体客か個人客

- ✓ 今後注力する属性としては、「個人客」を選択する施設が 38.7%と多いが、「特に決めていない（形態にはこだわらない）」という施設も同程度存在する。

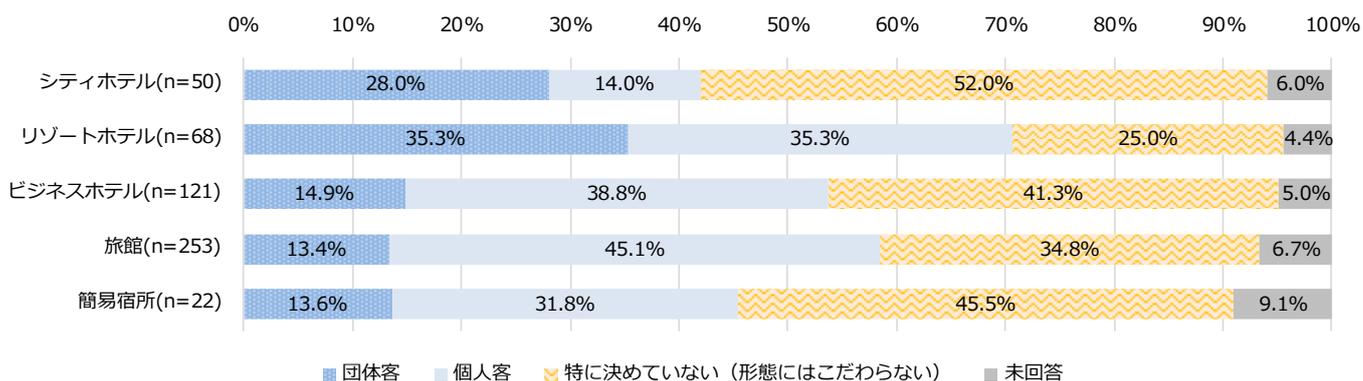


- ✓ 県別にみると、全体の傾向と同様に「個人客」を選択する施設が多いが、秋田、山形、福島においては、それを上回る割合で「特に決めていない(形態にこだわらない)」という回答があった。これら3県は、【問Ⅰ-1（県別）】で示したように、そもそもインバウンド客を「受け入れていない」もしくは受入比率が低い施設が多く、今後注力したい属性が定まっていない可能性がある。
- ✓ 施設別にみると、シティホテルでは「団体客」、ビジネスホテル、旅館ならびに簡易宿所において「個人客」を選択する傾向にあり、リゾートホテルにおいては両属性とも同率の回答であった。

【問Ⅱ-1-(3)】 今後注力する属性（形態） 団体客か個人客 （県別）



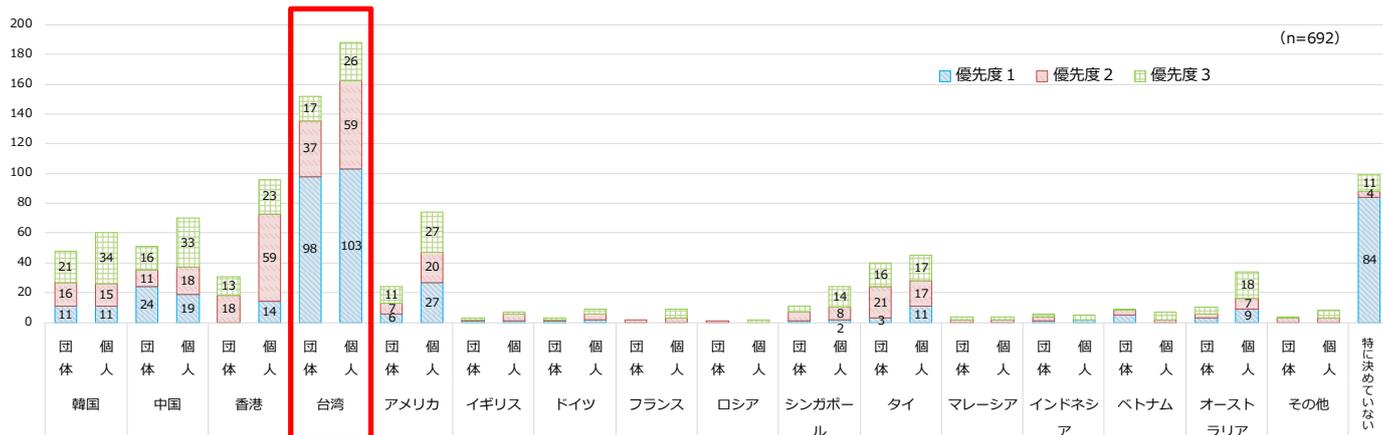
【問Ⅱ-1-(3)】 今後注力する属性（形態） 団体客か個人客 （施設形態別）



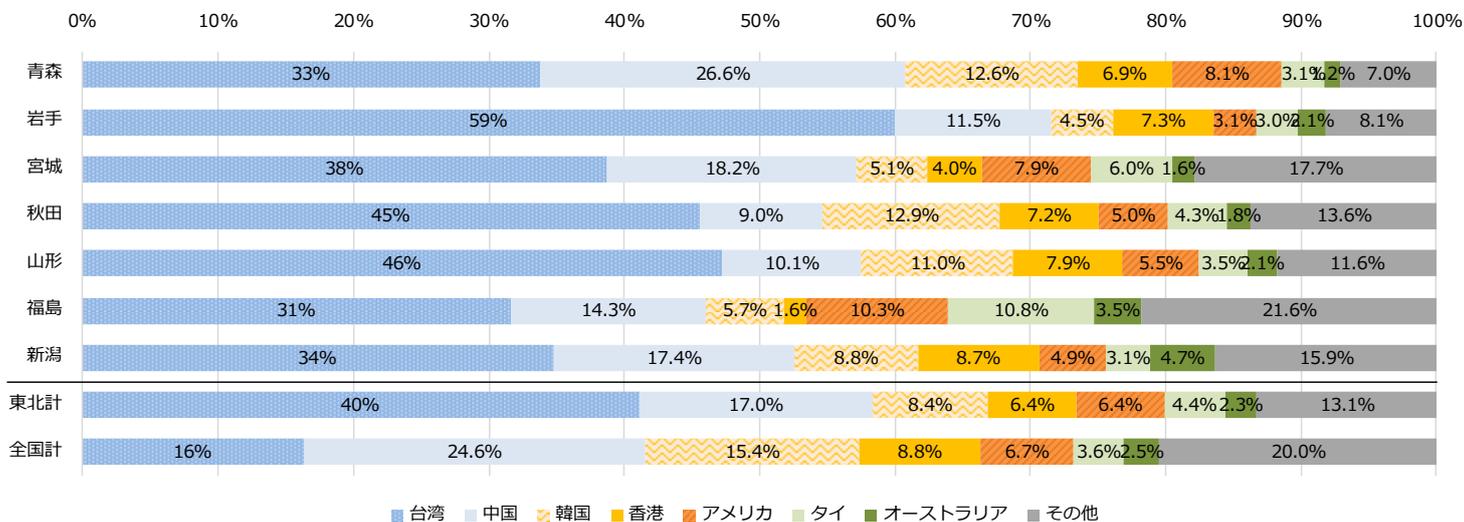
【問Ⅱ-1-(4)】今後注力する属性（国・地域×形態）

- ✓ 今後注力する属性および国・地域に関して、優先度順に「1～3位」の回答を得て、回答数を積み上げた。
- ✓ 団体・個人問わず「台湾」に集中しており、次いで「特に決めていない」という回答、そして「香港」「中国」などの東アジアが多い。
- ✓ 東南アジアでは「タイ」、欧米豪では「アメリカ」「オーストラリア」の個人との回答も存在するものの、優先度は低い。

【問Ⅱ-1-(4)】今後注力する属性（国・地域×形態別）



参考）東北におけるインバウンド客延べ宿泊者数の内訳（2017年）（県別）

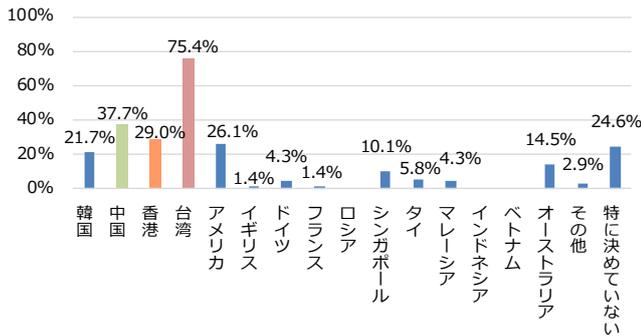


（参照）観光庁「宿泊旅行統計調査（従業員数10以上の施設のみ）」よりDBJ編集

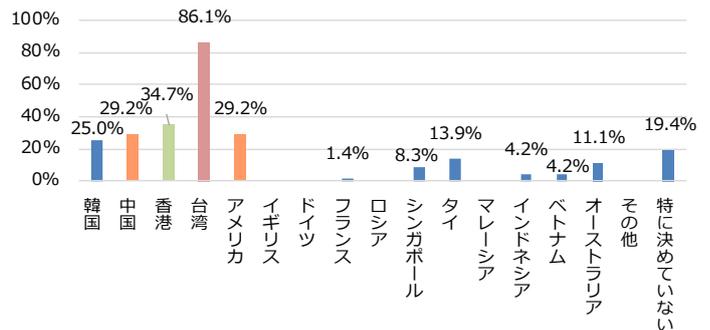
【問Ⅱ-1-(4)】今後注力する属性（国・地域 ※団体・個人および優先度を合算し集計）（県別）※未回答を除く

- ✓ 今後注力する上位3位の属性を集計すると、東北において、「台湾」と回答した割合が最も高く、次いで「中国」もしくは「香港」が挙げられる傾向にある。福島は6割が「台湾」との回答であったものの、タイやベトナムのウエイトも高い。
- ✓ 台湾は現状で最も受入比率が高く、今後最も注力するとして挙げられている。宿泊旅行統計調査をもとに、台湾からの延べ宿泊者数のうち東北に来ている割合を算出すると5%に満たない数値であったものの、市場ニーズを捉え、多様な国・地域からの受け入れも視野に進めるべきである。

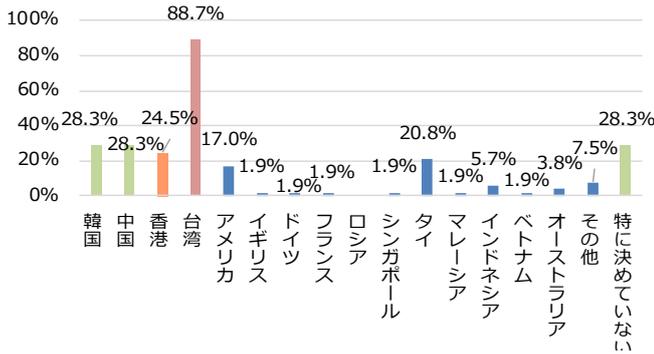
青森(n=69)



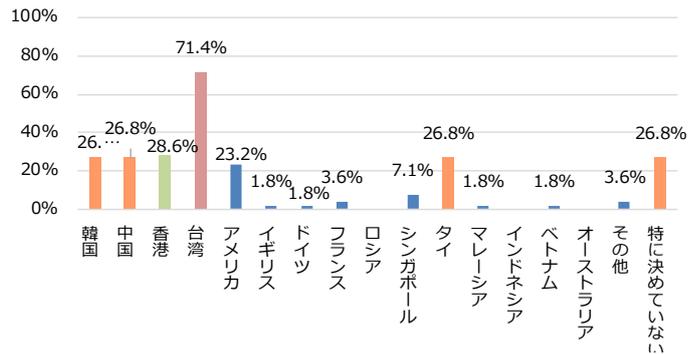
岩手(n=72)



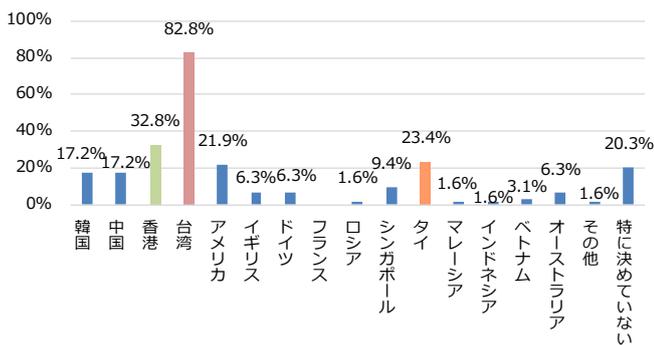
宮城(n=53)



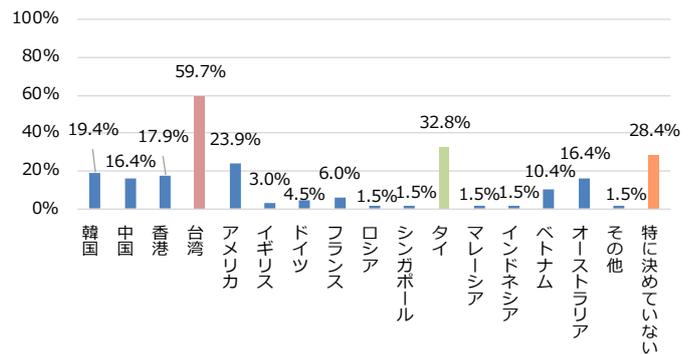
秋田(n=56)



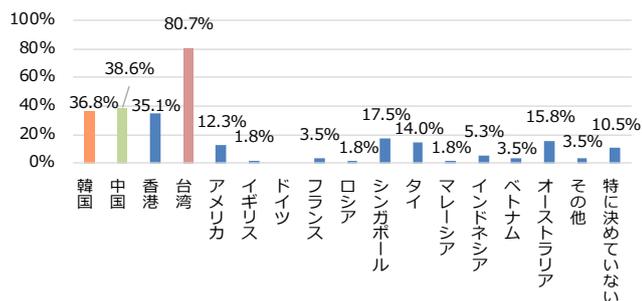
山形(n=64)



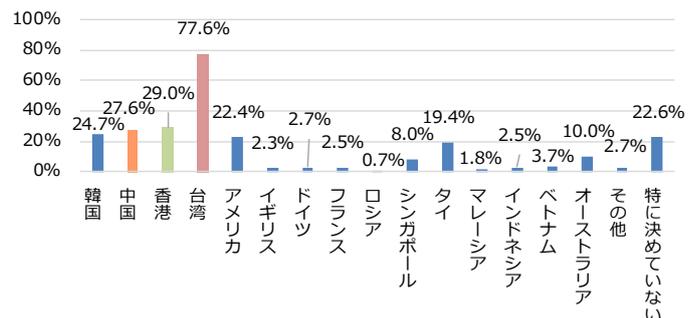
福島(n=67)



新潟(n=57)



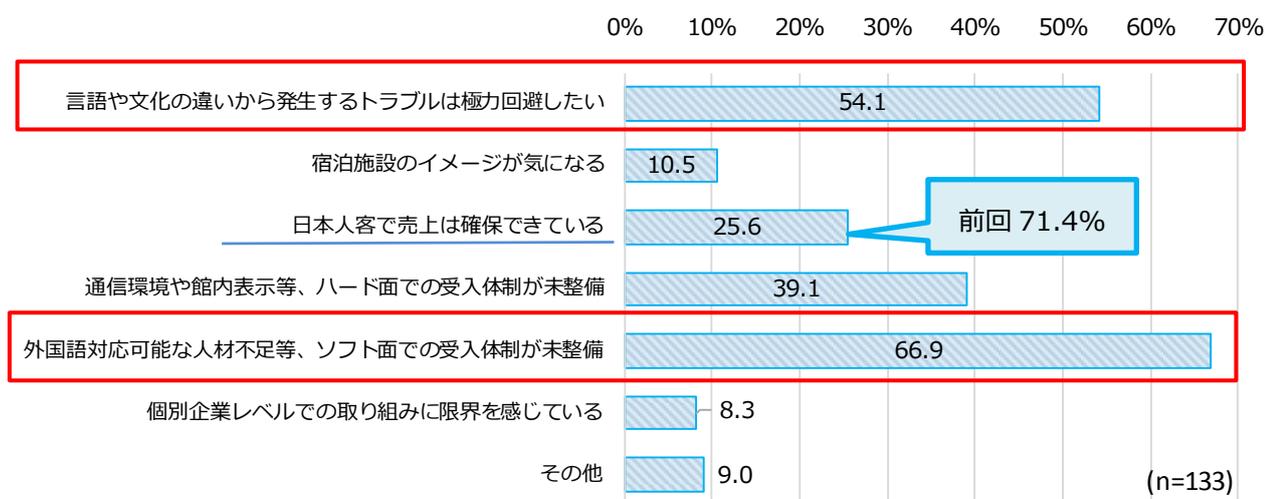
東北計(n=438)



(注) 1位: ■赤表示 2位: ■緑表示 3位: ■黄色表示

【問Ⅱ-1-(5)】インバウンド客受け入れに慎重な理由

- ✓ 【問Ⅱ-1】においてインバウンド客を「(あまり) 受け入れたくない」と回答した施設が受け入れに慎重な理由としては、「外国語対応可能な人材不足等、ソフト面での受入体制が未整備」(66.9%)という回答が最も高い結果となった。
- ✓ 次いで、「トラブルは極力回避したい」という回答割合も高いものの、問Ⅰ-8「要望(クレーム)の頻度」における結果のように、受入比率が20%以上の施設におけるクレーム頻度が決して高くはないことからみれば、インバウンド客の受け入れが必ずしもクレームに直結するわけではないと言えよう。
- ✓ また、単純比較はできないものの「日本人客で売上は確保できている」という前回調査の回答は71.4%であり、国内市場の減少という課題がより浮き彫りになったとも考えられる。



その他 受け入れに慎重な理由 (自由回答)

- ✓ 大浴場のマナーの悪さ。レストラン会場でも同様。
- ✓ アクセスの悪さ、交通の便に不便さがある。
- ✓ 街の成長が必要(バーとかクラブ等を含む)。
- ✓ 基本的に外国人の予約は受けています。ただ、その国の人にもよりますが、あまり部屋をきれいに使ってくれない方が多いです。2~3日その部屋が使えないことや、掃除が大変なことが多かったです。
- ✓ 日本人のお客様が嫌がる。
- ✓ 通常の入客体制では難しいケースが多く、コストがかかる。低価格のビジネスホテルでは対応に限界を感じる。日本人客が嫌がる。
- ✓ 部屋数を2部屋に減らしており、部屋にはトイレ、洗面所等がついていないため。
- ✓ 以前、外国人を受け入れた後に南京虫が発生し、そのフロアを全部消毒した。
- ✓ 海外のお客様が利用した客室は香水などのにおいが残ることがあり、数日間は販売できなくなるため。

Ⅲ. インバウンド客対応に関するハード・ソフト面の現状

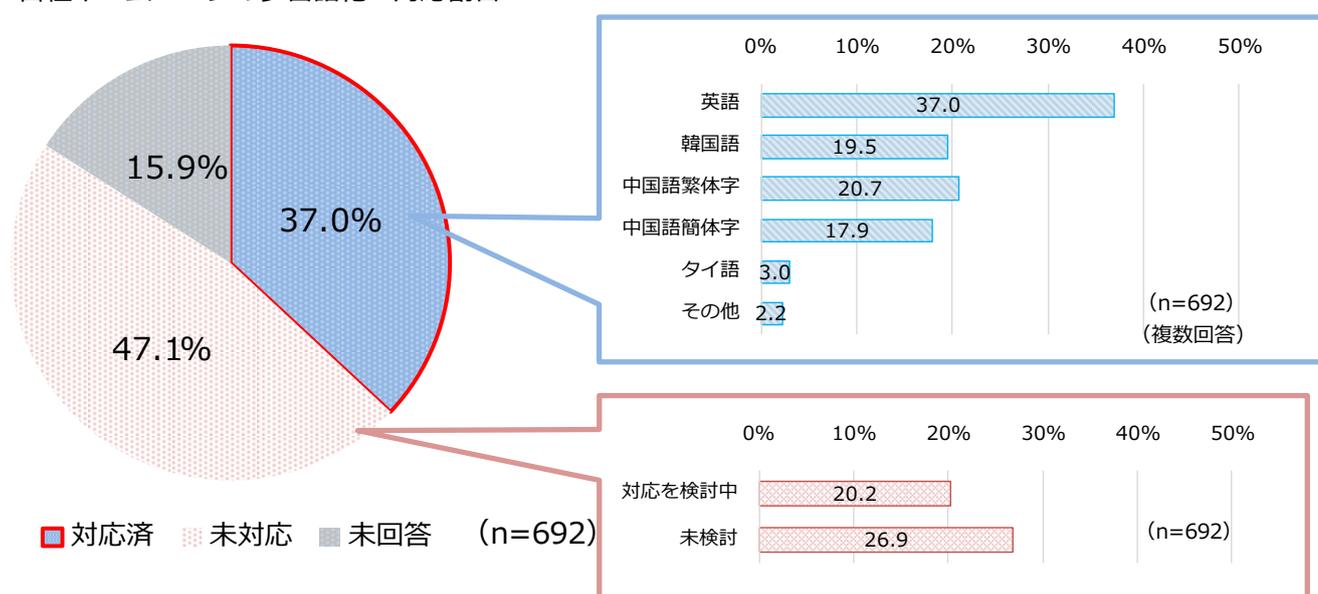
【問Ⅲ-1】インバウンド客対応（外国語対応）

※対応している言語について複数回答で回答。何かしらの言語に対応している施設を対応済として計算。

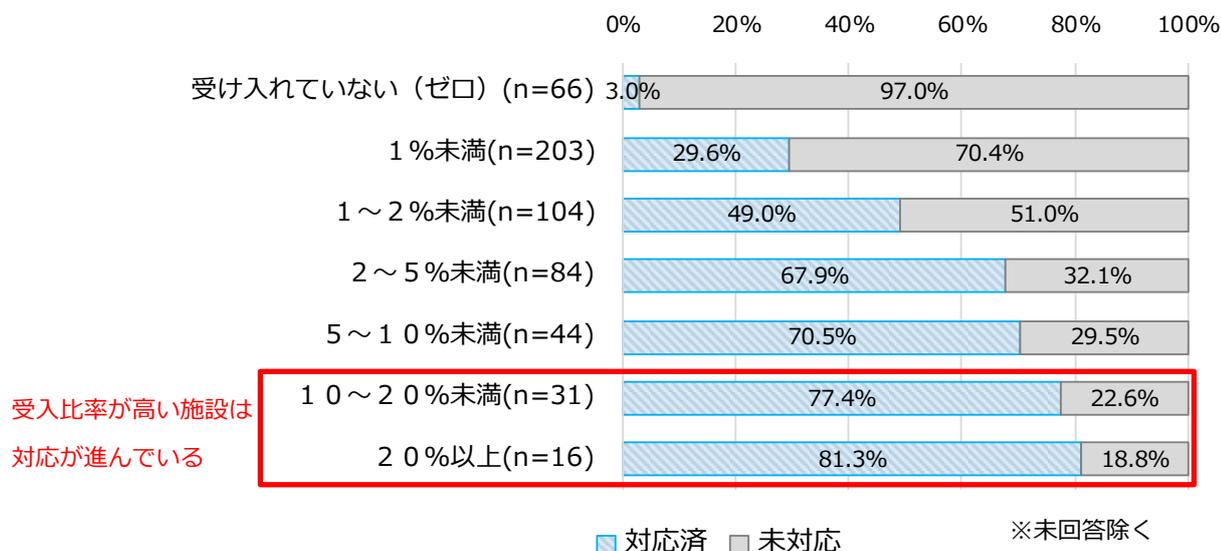
① 自社ホームページの多言語化について（n=692）

- ✓ 自社ホームページの多言語対応をしているのは全体の 37.0%であり、言語別にみると、最も対応が進んでいるのは「英語」である。「中国語・韓国語」についても 20%前後の施設が対応している。
- ✓ 「対応を検討中」という回答は 20.2%を占めている。自社ホームページの多言語化は、インバウンド客からの直接的な予約に繋がることが予想されるため（【問Ⅰ-7】）対応強化が期待される。
- ✓ 受入比率別にみると、受入比率の高い施設は多言語対応が進んでおり、逆に低い施設は「未対応」が多い。

自社ホームページの多言語化 対応割合



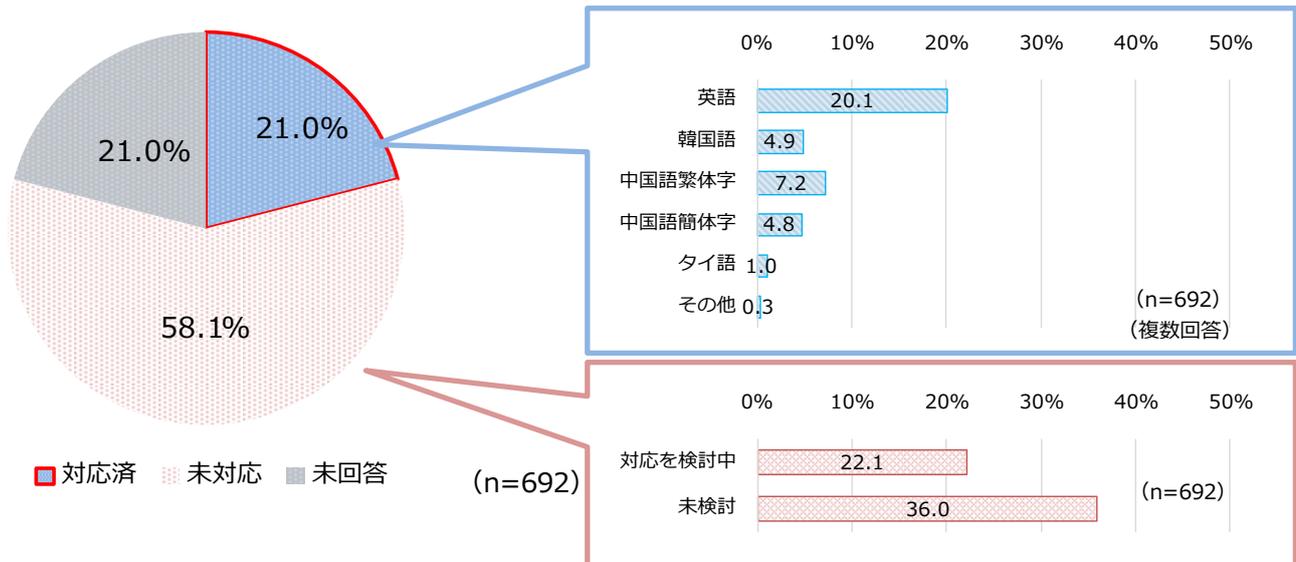
自社ホームページの多言語化（受入比率別）



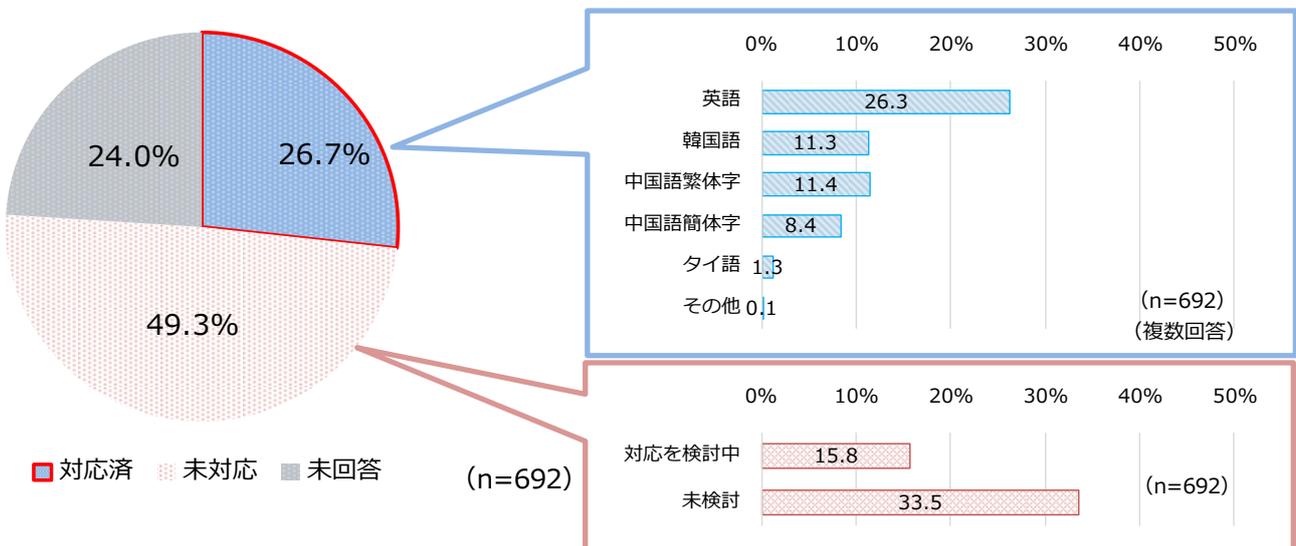
② パンフレットの多言語化について (n=692)

- ✓ 宿泊施設の案内パンフレットは全体の 21.0%が「対応済」であり、言語別にみると「英語」対応が最も進んでいる。「対応を検討中」である施設は全体の 22.1%を占めている
- ✓ 周辺の観光案内パンフレットを多言語対応している割合は全体の 26.7%で、言語別にみると「英語」が進んでいる。

パンフレット（宿泊施設の案内）の多言語化 対応割合



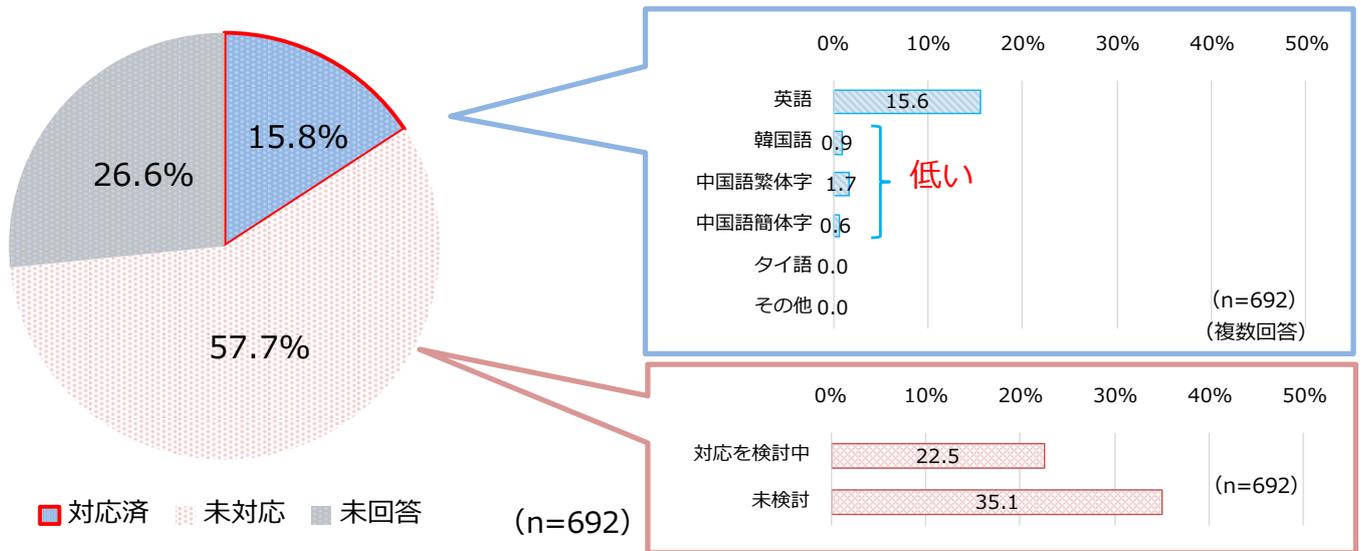
パンフレット（周辺の観光案内）の多言語化 対応割合



③ 料理メニュー（お品書き）の多言語化について（n=692）

- ✓ 料理メニューの多言語化は、全体の15.8%に留まり、他項目と比較すると対応度は低いといえる。特に「英語」以外の言語については対応が1%程度と低い。
- ✓ 今後受け入れを注力する先として、「台湾」等の中華圏を選ぶ施設が多くを占めていた一方（問Ⅱ-1-（4））、中国語に対応する割合が低く、あわせて「対応を検討中」である施設も全体の22.5%を占めていることから、対応化の伸びしろは大きいとも言える。
- ✓ 【問Ⅰ-9】要望（クレーム）の具体的場面として、「食事」が挙げられていたことから、多言語対応化による改善が見込める項目の1つであると言える。

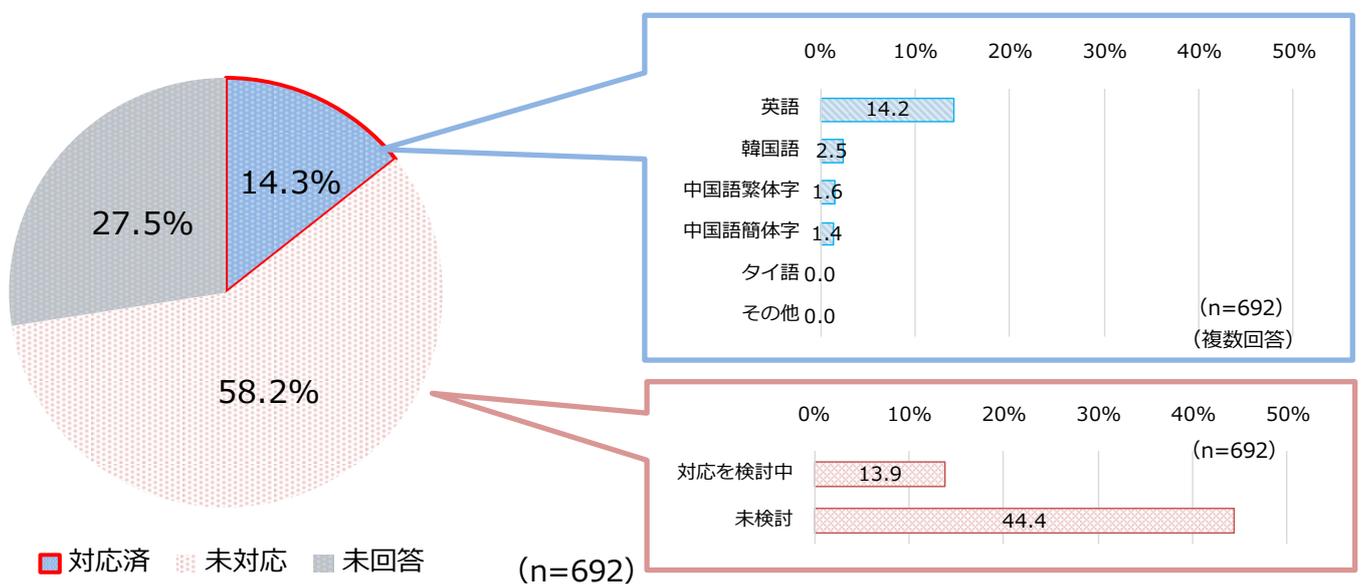
料理メニュー（お品書き）の多言語化 対応割合



④ 屋外看板表示（道路沿いの看板など）の多言語化について（n=692）

- ✓ 屋外看板については、全体の14.3%が対応済であり、そのほとんどが「英語」対応である。
- ✓ また、そもそも未検討である施設が全体の44.4%を占めている。

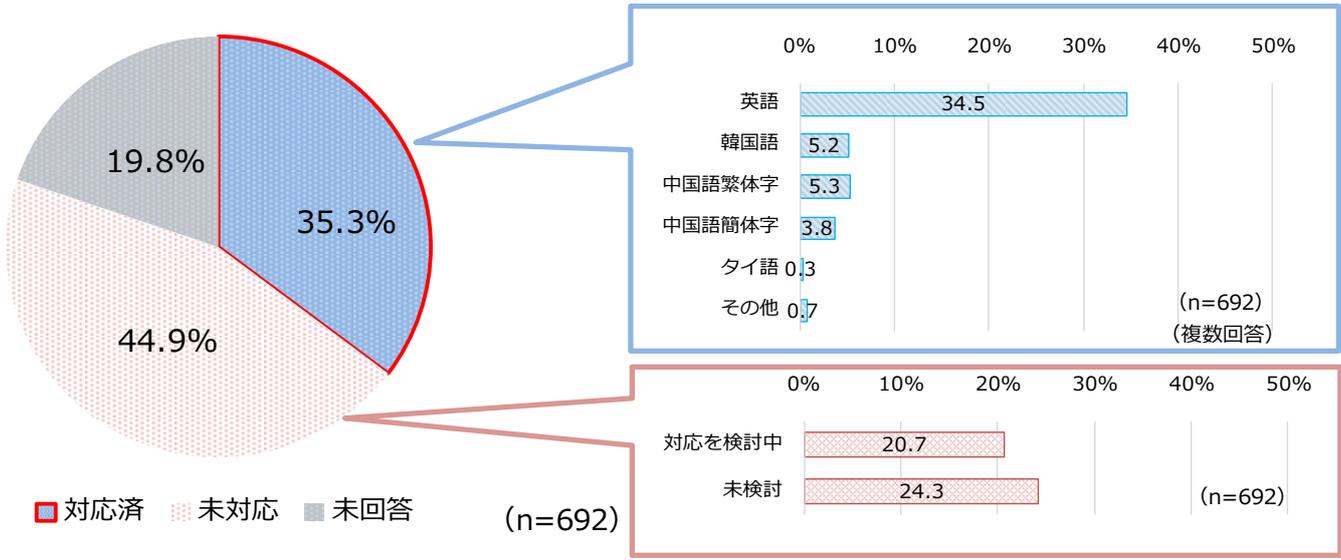
屋外看板表示（道路沿いの看板など）の多言語化 対応割合



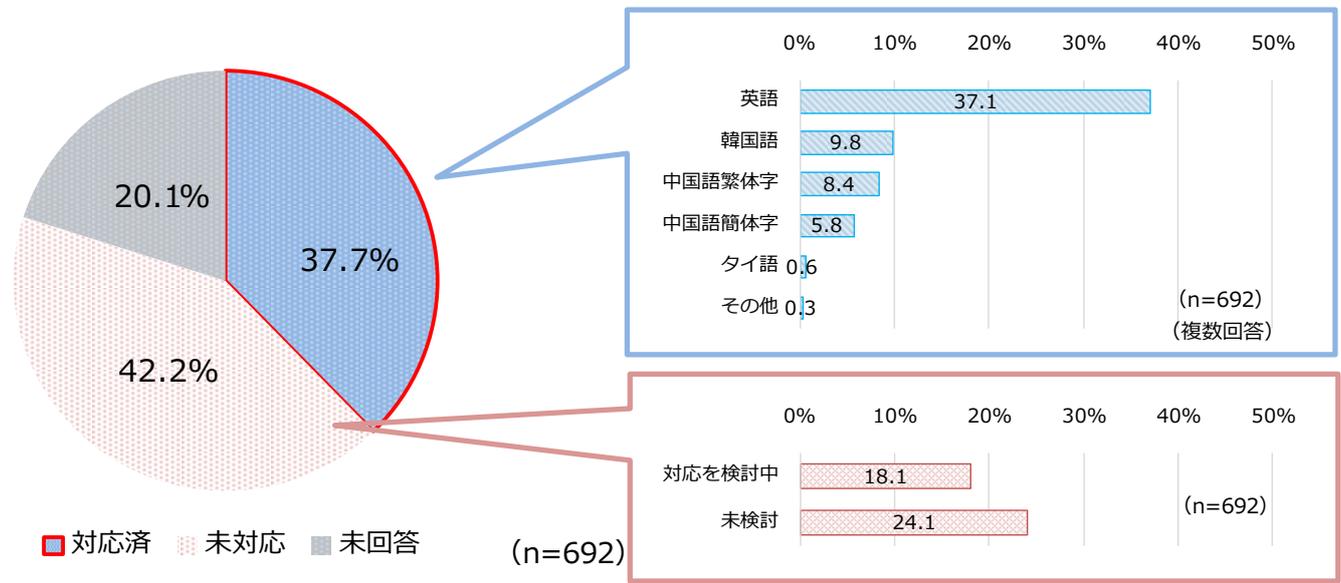
⑤ 施設内の案内表示の多言語化について (n=692)

- ✓ 利用案内については 35.3%、館内表示については 37.7%が「対応済」であり、そのほとんどは「英語」対応である。
- ✓ 案内表示の有無は、その施設の利用のしやすさに直結するため、施設それぞれの注力したい国・地域にあわせた言語対応や、ピクトグラム等を使ったわかりやすい案内表示の設置が求められるだろう。

利用案内（客室装備の操作・利用方法など）の多言語化 対応割合



館内表示（お風呂の場所など）の多言語化 対応割合

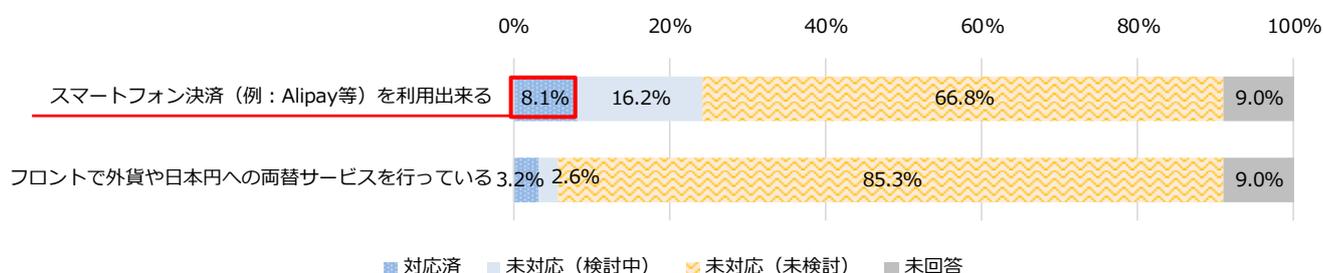


【問Ⅲ-2】インバウンド客対応（外国語対応以外）

参考) 県別 n=692 (青森 n=94、岩手=101、宮城 n=90、秋田 n=96、山形 n=105、福島 n=129、新潟 n=77)
 施設別 n=688 (シティホテル n=62、リゾートホテル n=84、ビジネスホテル n=172、旅館 n=329、簡易宿所 n=41)
 受入比率別 n=651 (受け入れていない n=87、1%未満 n=242、1~2%未満 n=120、2~5%未満 n=99、5~10%未満 n=53、
 10~20%未満 n=31、20%以上 n=19)
 ※施設および受入比率別で見た際、N数の違いにより総計の割合が単純集計と異なる場合がある

① 決済サービスについて (n=692)

- ✓ 決済サービス関連への対応は、「未対応かつ未検討」である施設が大半を占めており、実際にスマートフォン決済を導入している施設は東北全体では1割にも満たない。
- ✓ 県別にみると、青森は「対応検討中」という施設の割合が高く（23.4%）、地元銀行と origamipay の連携をはじめとした取り組みが奏功していると考えられる。
- ✓ 施設別にみると、リゾートホテルや旅館において「対応済」の割合が低い。



参考) 県別 スマートフォン決済 対応状況 (県毎の総計を 100%)

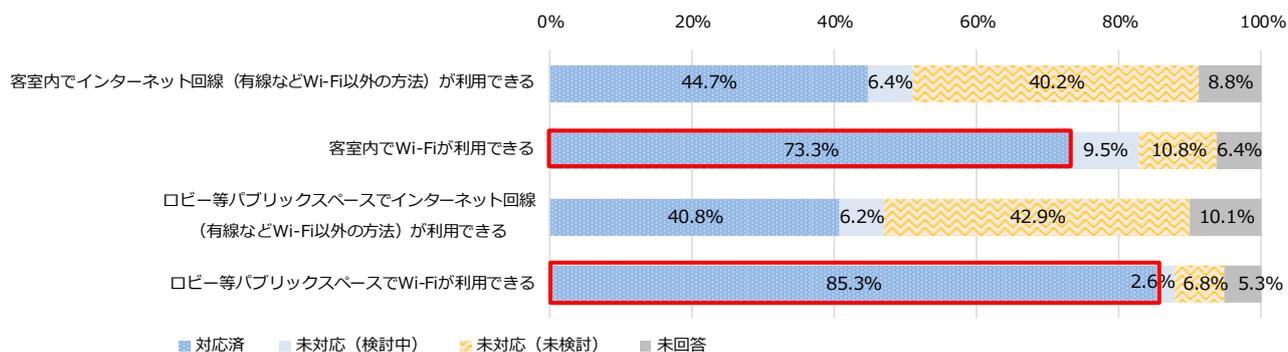
対応状況	青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島	新潟	総計
対応済	10.6%	11.9%	5.6%	8.3%	11.4%	3.1%	6.5%	8.1%
未対応(検討中)	23.4%	15.8%	16.7%	13.5%	15.2%	11.6%	19.5%	16.2%
未対応(未検討)	64.9%	66.3%	67.8%	68.8%	61.0%	72.9%	63.6%	66.8%
未回答	1.1%	5.9%	10.0%	9.4%	12.4%	12.4%	10.4%	9.0%

参考) 施設別 スマートフォン決済 対応状況 (施設毎の総計を 100%)

対応状況	シティホテル	リゾートホテル	ビジネスホテル	旅館	簡易宿所	総計
対応済	12.9%	9.5%	11.6%	6.1%	0.0%	8.1%
未対応(検討中)	17.7%	23.8%	10.5%	18.5%	2.4%	16.1%
未対応(未検討)	67.7%	63.1%	68.6%	65.3%	80.5%	67.0%
未回答	1.6%	3.6%	9.3%	10.0%	17.1%	8.7%

② 通信環境整備について (n=692)

- ✓ 客室内で Wi-Fi が利用可能な施設は、73.3%を占めている。対象施設が異なるため、単純な前回調査比較はできないものの、前回調査の同質問結果は 64.0%であったことから、対応は進んでいると思われる。
- ✓ 県別にみると、青森、岩手、新潟における客室内 Wi-Fi 「対応済」が 8 割を超えており、ロビー等パブリックスペースでの Wi-Fi 対応は、福島以外の 6 県で「対応済」が 8 割を超え、新潟は 96.1%と最も高い。



参考) 県別 客室内 Wi-Fi 対応状況 (県毎の総計を 100%)

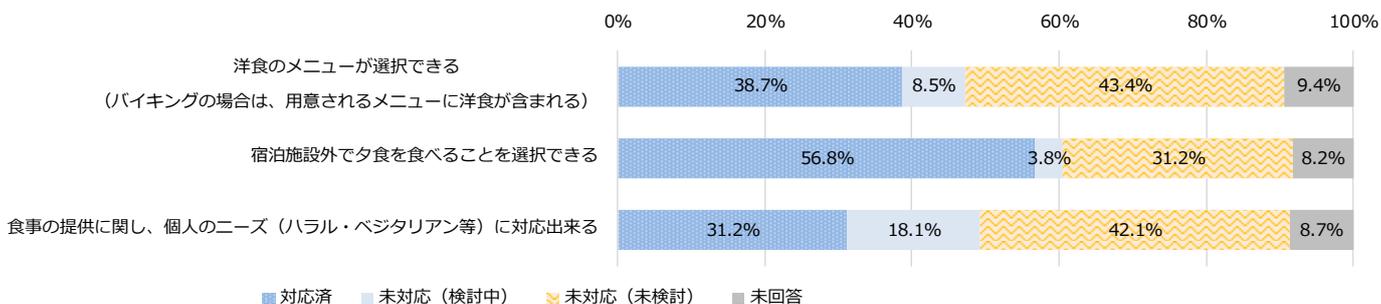
対応状況	青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島	新潟	総計
対応済	80.9%	81.2%	72.2%	71.9%	69.5%	62.0%	80.5%	73.3%
未対応 (検討中)	6.4%	10.9%	11.1%	11.5%	7.6%	9.3%	10.4%	9.5%
未対応 (未検討)	11.7%	5.0%	8.9%	8.3%	15.2%	17.1%	6.5%	10.8%
未回答	1.1%	3.0%	7.8%	8.3%	7.6%	11.6%	2.6%	6.4%

参考) 県別 ロビー等パブリックスペースでの Wi-Fi 対応状況 (県毎の総計を 100%)

対応状況	青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島	新潟	総計
対応済	84.0%	89.1%	85.6%	81.3%	85.7%	79.1%	96.1%	85.3%
未対応 (検討中)	4.3%	1.0%	5.6%	3.1%	1.0%	2.3%	1.3%	2.6%
未対応 (未検討)	10.6%	5.9%	4.4%	8.3%	6.7%	8.5%	1.3%	6.8%
未回答	1.1%	4.0%	4.4%	7.3%	6.7%	10.1%	1.3%	5.3%

③ 食事サービスについて (n=692)

- ✓ 食事の提供方法は、施設のそもそものコンセプトや方針によって異なるため、「対応済」か「未検討」か、2極化する傾向がある。一方、旅館の12.2%は洋食メニューの選択に「対応検討中」、泊食分離についても既に48.3%が「対応済」という結果からも、今後とも多様化する旅行者のニーズ対応が進んでいく傾向が読み取れる。
- ✓ ハラル対応などの個人のニーズへの対応については、「対応検討中」という施設が多く、特にシティホテルやリゾートホテルは、サンプルにおけるおおよそ4分の1が検討中である。



参考) 施設別 洋食のメニューが選択できる (用意されるメニューに洋食が含まれる) (施設毎の総計を100%)

対応状況	シティホテル	リゾートホテル	ビジネスホテル	旅館	簡易宿所	総計
対応済	75.8%	60.7%	50.6%	22.8%	14.6%	38.7%
未対応 (検討中)	8.1%	7.1%	4.1%	12.2%	2.4%	8.6%
未対応 (未検討)	14.5%	28.6%	33.7%	55.9%	61.0%	43.6%
未回答	1.6%	3.6%	11.6%	9.1%	22.0%	9.2%

参考) 施設別 宿泊施設外で夕食を食べることを選択できる (施設毎の総計を100%)

対応状況	シティホテル	リゾートホテル	ビジネスホテル	旅館	簡易宿所	総計
対応済	82.3%	57.1%	65.7%	48.3%	48.8%	56.8%
未対応 (検討中)	1.6%	3.6%	0.0%	6.4%	2.4%	3.8%
未対応 (未検討)	16.1%	35.7%	25.6%	36.2%	31.7%	31.4%
未回答	0.0%	3.6%	8.7%	9.1%	17.1%	8.0%

県別×旅館 宿泊施設外で夕食を食べることを選択できる (県毎の総計を100%)

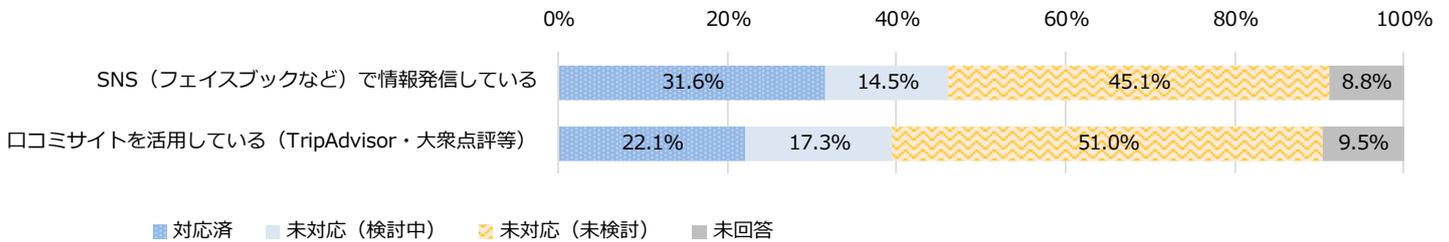
対応状況	青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島	新潟	総計
対応済	57.4%	64.4%	55.6%	58.3%	58.1%	52.7%	50.6%	56.8%
未対応 (検討中)	3.2%	2.0%	1.1%	1.0%	5.7%	2.3%	13.0%	3.8%
未対応 (未検討)	36.2%	28.7%	33.3%	32.3%	25.7%	33.3%	28.6%	31.2%
未回答	3.2%	5.0%	10.0%	8.3%	10.5%	11.6%	7.8%	8.2%

対応状況	シティホテル	リゾートホテル	ビジネスホテル	旅館	簡易宿所	総計
対応済	41.9%	46.4%	15.1%	34.3%	29.3%	31.4%
未対応 (検討中)	24.2%	23.8%	15.7%	17.9%	7.3%	18.0%
未対応 (未検討)	33.9%	27.4%	58.7%	38.6%	43.9%	42.2%
未回答	0.0%	2.4%	10.5%	9.1%	19.5%	8.4%

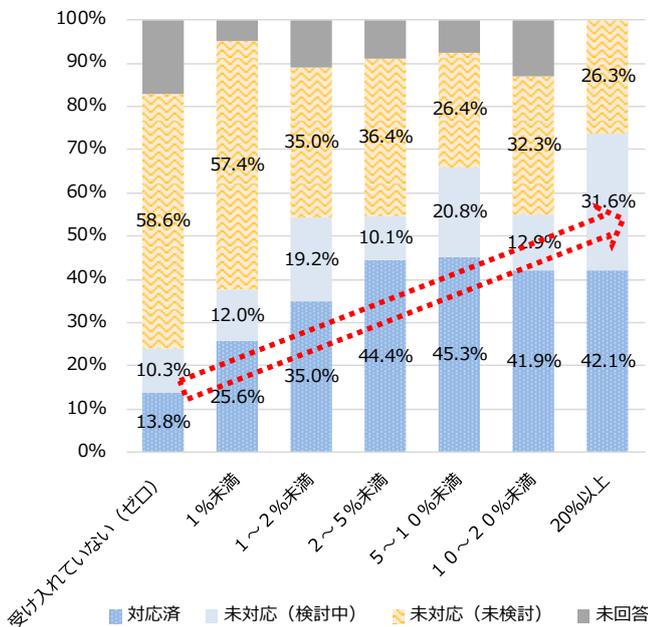
参考) 施設別 食事の提供に関し、個人のニーズに対応出来る (施設毎の総計を100%)

④ 情報発信について (n=692)

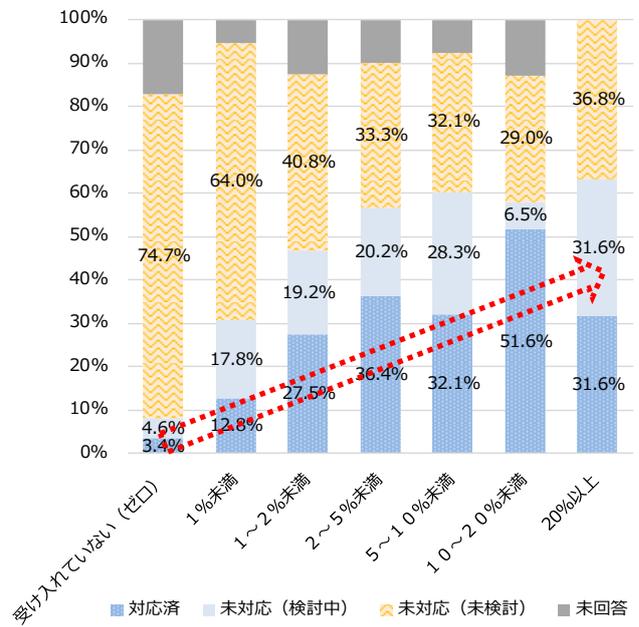
- ✓ SNSで情報発信している施設は31.6%を占め、口コミサイトの活用は22.1%であった。
- ✓ 受入比率別で見ると、受入比率が高い施設ほど「対応済」であり、相関関係がみられる。
- ✓ 施設形態別で見ると、両項目ともにシティホテルにおける「対応検討中」という回答割合が高い。



参考) 受入比率別 SNSで情報発信している



参考) 受入比率別 口コミサイトを活用している



受入比率別 n=651 (受け入れていない n=87、1%未満 n=242、1~2%未満 n=120、2~5%未満 n=99、5~10%未満 n=53、10~20%未満 n=31、20%以上 n=19)

参考) 施設別 SNSで情報発信している (施設毎の総計を100%)

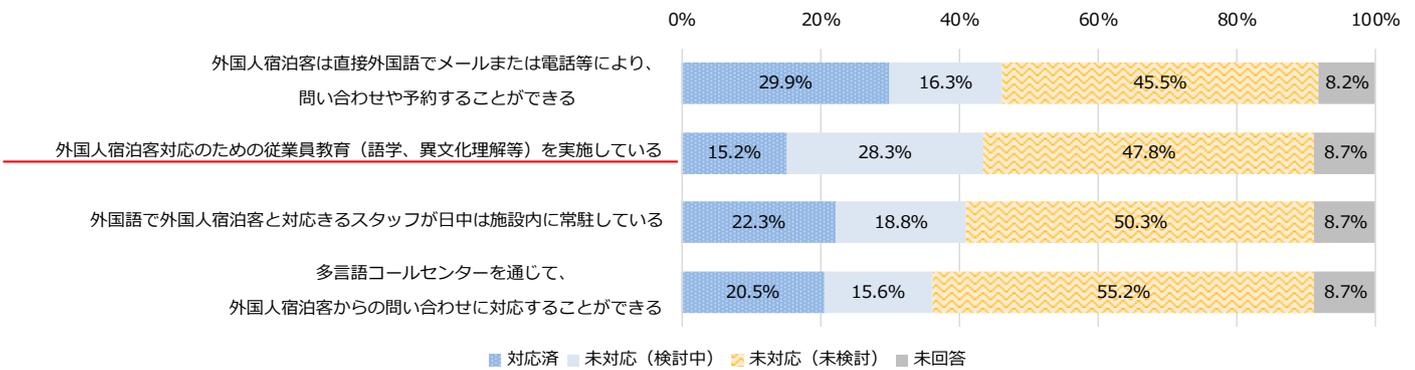
対応状況	シティホテル	リゾートホテル	ビジネスホテル	旅館	簡易宿所	総計
対応済	41.9%	57.1%	16.9%	32.8%	19.5%	31.8%
未対応 (検討中)	21.0%	9.5%	11.6%	16.4%	9.8%	14.4%
未対応 (未検討)	37.1%	31.0%	60.5%	41.3%	53.7%	45.2%
未回答	0.0%	2.4%	11.0%	9.4%	17.1%	8.6%

参考) 施設別 口コミサイトを活用している (施設毎の総計を100%)

対応状況	シティホテル	リゾートホテル	ビジネスホテル	旅館	簡易宿所	総計
対応済	27.4%	27.4%	26.2%	20.7%	0.0%	22.2%
未対応 (検討中)	33.9%	25.0%	13.4%	16.1%	4.9%	17.4%
未対応 (未検討)	38.7%	44.0%	49.4%	52.6%	78.0%	51.0%
未回答	0.0%	3.6%	11.0%	10.6%	17.1%	9.3%

⑤ 外国人宿泊客への人的対応やその教育について (n=692)

- ✓ 従業員教育が「対応済」である施設は 15.2%と低く、28.3%が「対応検討中」であった。
- ✓ 県別にみると、青森や宮城における検討率が高く、近年インバウンド客が急激に増加したことで、対応の必要性が増している可能性が読み取れる。
- ✓ 多言語コールセンターを通じた外国人旅行者からの問い合わせ対応に「対応済」の施設は 20.5%であり、東観推が域内で行っている「多言語電話通訳サービス」を更に周知する必要がある。



参考) 県別 外国人宿泊客対応のための従業員教育

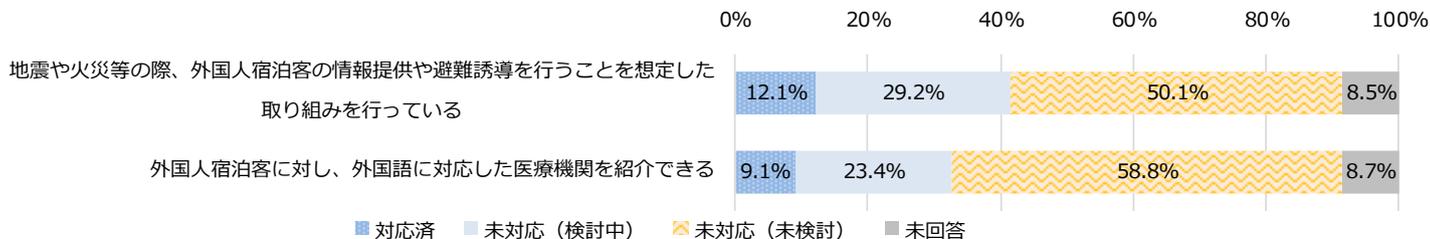
対応状況	青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島	新潟	総計
対応済	14.9%	17.8%	12.2%	13.5%	10.5%	14.7%	24.7%	15.2%
未対応 (検討中)	35.1%	27.7%	33.3%	27.1%	25.7%	21.7%	31.2%	28.3%
未対応 (未検討)	48.9%	48.5%	41.1%	52.1%	50.5%	51.9%	37.7%	47.8%
未回答	1.1%	5.9%	13.3%	7.3%	13.3%	11.6%	6.5%	8.7%

施設別 外国人宿泊客対応のための従業員教育 (施設毎の総計を 100%)

対応状況	シティホテル	リゾートホテル	ビジネスホテル	旅館	簡易宿所	総計
対応済	22.6%	23.8%	17.4%	12.5%	0.0%	15.3%
未対応 (検討中)	40.3%	32.1%	24.4%	29.5%	12.2%	28.5%
未対応 (未検討)	37.1%	41.7%	47.7%	48.6%	70.7%	47.8%
未回答	0.0%	2.4%	10.5%	9.4%	17.1%	8.4%

⑥ 災害時における避難対応や医療機関紹介などの取り組みについて (n=692)

- ✓ 「災害時の避難誘導」や「医療機関の紹介」における取り組みを行っている施設は東北で1割程度にとどまる。
- ✓ 県別にみると、「青森」では19.1%が「対応済」である一方、「山形」では6.7%と、対応は県毎に差がある。
- ✓ 施設別にみると、旅館における「対応済」の回答が低く、検討はしているものの実際の対応率は低い。
- ✓ インバウンド客をアンケート対象とした「2018 東北インバウンド意向調査」によれば、訪日旅行中に被災した場合に求めたい対応として、宿泊施設に求める対応が上位であり、今後の対応強化が期待される。



参考) 県別 地震や火災等の際の情報提供や避難誘導を想定した取り組み

対応状況	青森	岩手	宮城	秋田	山形	福島	新潟	総計
対応済	19.1%	9.9%	16.7%	8.3%	6.7%	10.9%	15.6%	12.1%
未対応（検討中）	33.0%	37.6%	21.1%	25.0%	27.6%	22.5%	41.6%	29.2%
未対応（未検討）	46.8%	46.5%	50.0%	58.3%	53.3%	55.0%	36.4%	50.1%
未回答	1.1%	5.9%	12.2%	8.3%	12.4%	11.6%	6.5%	8.5%

施設別 地震や火災等の際の情報提供や避難誘導を想定した取り組み (施設毎の総計を100%)

対応状況	シティホテル	リゾートホテル	ビジネスホテル	旅館	簡易宿所	総計
対応済	19.4%	14.3%	20.3%	6.7%	7.3%	12.2%
未対応（検討中）	35.5%	36.9%	24.4%	31.9%	2.4%	29.2%
未対応（未検討）	45.2%	46.4%	45.3%	52.0%	73.2%	50.3%
未回答	0.0%	2.4%	9.9%	9.4%	17.1%	8.3%

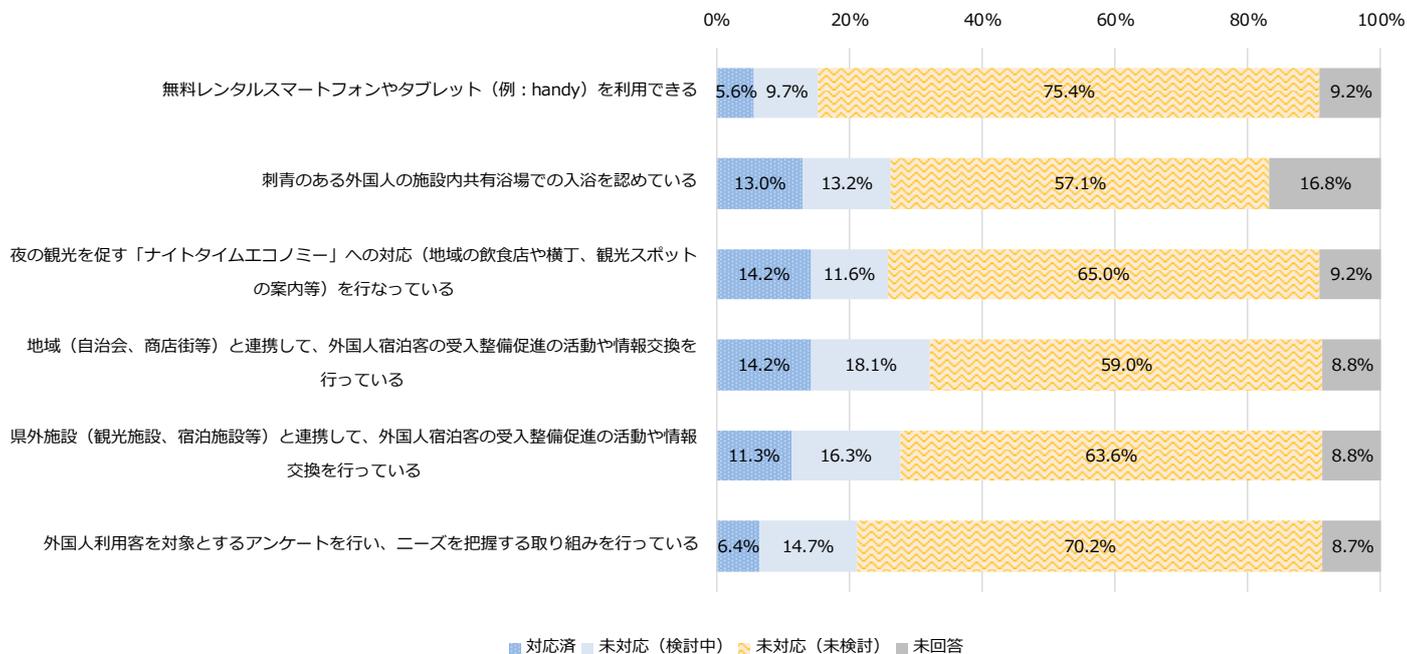
参考) インバウンド客が訪日旅行中に被災した際に求めたい対応 (アジア8地域・欧米豪4地域)

順位	あなたが日本を旅行しているときに、万が一自然災害が発生した場合、現地でのどのような対応があれば、安心して避難あるいは旅行を継続できると思いますか。(回答は5つまで)	n=6283
1	自然災害時の自国大使館や家族との連絡・連携手段の案内や提供	34.8
2	人(ホテル・店舗スタッフ、自治体職員・警察官等)による英語・多言語による避難誘導	33.5
3	自然災害時の外国人対象の避難所の設置	31.2
4	代替移動手段や宿泊施設に関する外国人旅行者向け多言語案内と手配の補助	30.2
5	自然災害時の通訳・翻訳ボランティアの提供	29.9
6	自然災害時の外国人向け多言語電話対応	26.6
7	多言語で受診可能な医療機関の情報提供	26.6
8	被害状況、交通・通信などの復旧状況などを知らせる外国人旅行者向け多言語ウェブサイト	25.1
9	自然災害時のテレビ・ラジオによる多言語放送	24.8
10	外国人向けプッシュ型情報発信アプリ(多言語)	19.9
11	多言語防災リーフレット	16.9
12	紙による被災状況や避難場所などに関する多言語案内の配布・掲示	14.1
13	多言語コミュニケーションカードや指さしフリックボードの提供	13.1
14	ピクトグラム(絵文字)による誘導表示	11.9
15	その他	6.2

出所) (株)日本政策投資銀行東北支店「2018 東北インバウンド意向調査」

⑦ その他利便性や、施設内における取り組みについて (n=692)

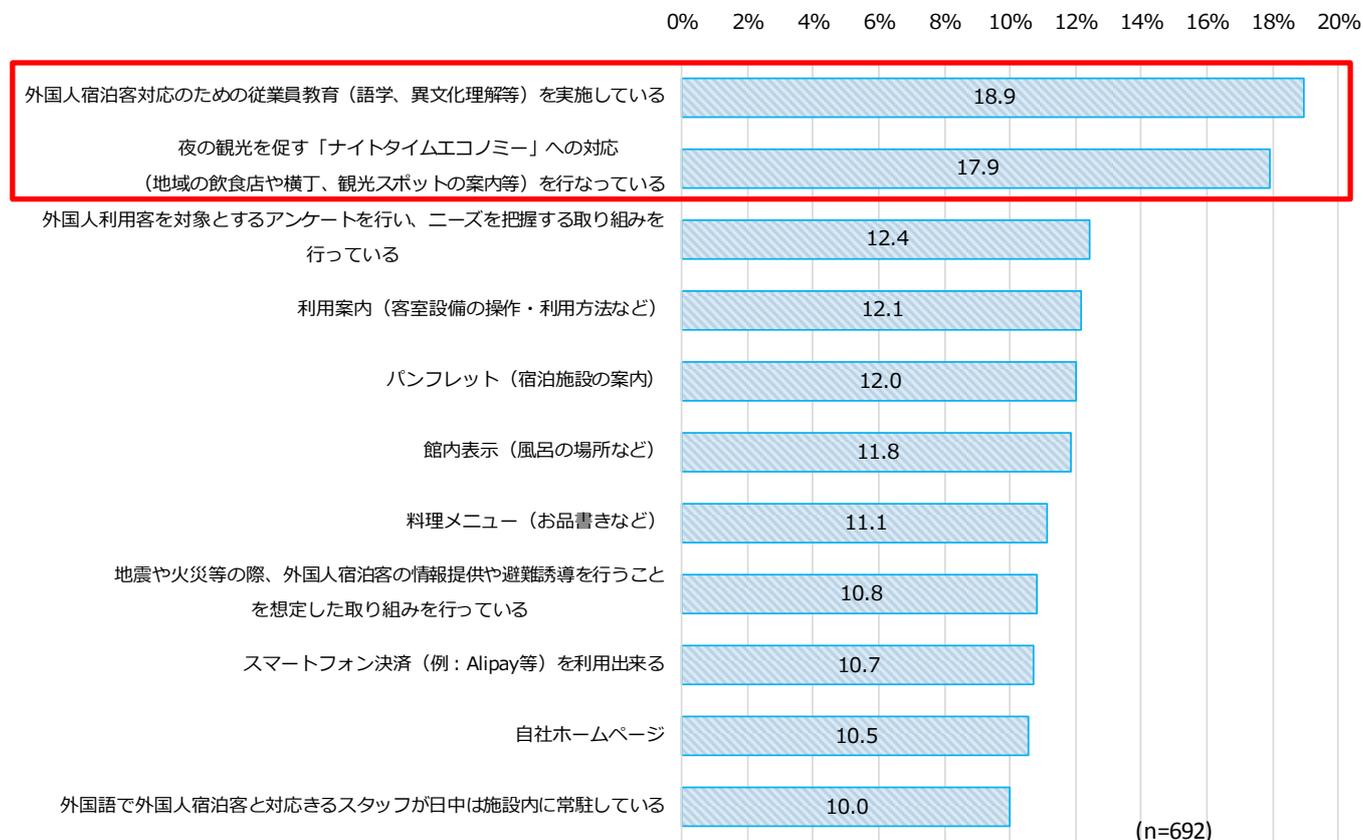
- ✓ 「ナイトタイムエコノミー」について対応を既におこなっている施設が東北7県では14.2%存在し、11.6%についても「対応検討中」である。
- ✓ 自治会、商店街等との連携について「対応検討中」という回答がそれぞれ20%弱あることから、施設同士のマッチング機能に対する需要が一定数あることも想定できよう。



【問Ⅲ-3】インバウンド客対応における課題（複数回答）

✓ 「外国人宿泊客対応のための従業員教育」に対する課題意識をもつ施設が全体の18.9%と高く、次いで「ナイトタイムエコノミーへの対応」への課題意識を持つ施設が17.9%と高い。

※10%以上の回答があった回答項目のみ抽出



参考) その他 インバウンド客対応における課題

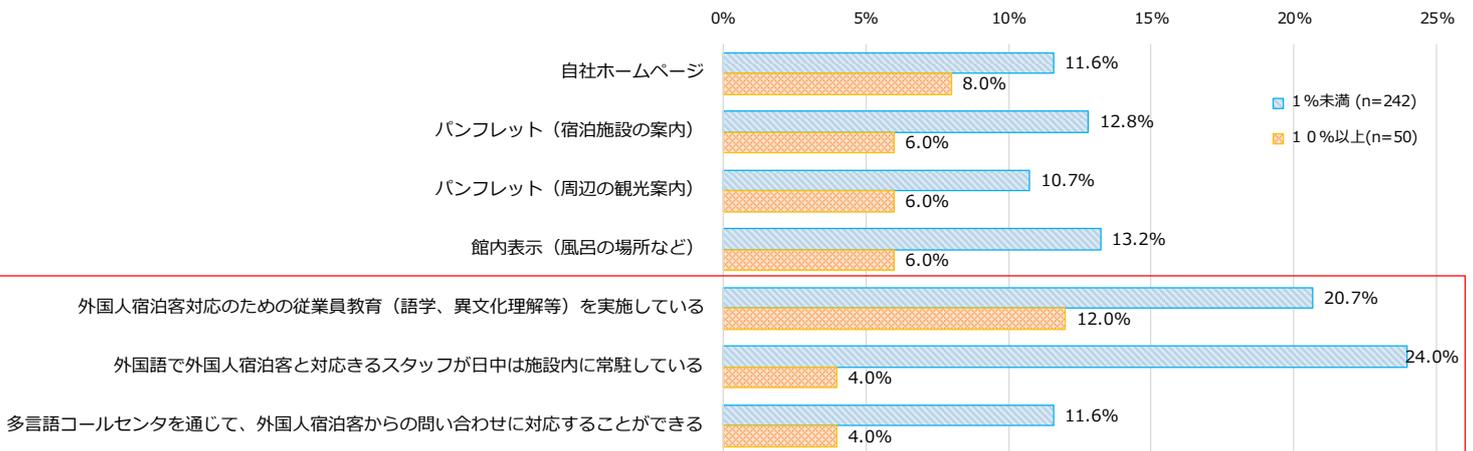
屋外看板表示（道路沿の看板など）	8.5
パンフレット（周辺の観光案内）	8.5
SNS（フェイスブックなど）で情報発信している	7.9
無料レンタルスマートフォンやタブレット（例：handy）を利用できる	7.8
基本的な外国語会話集や指差し会話集（電子媒体を含む）をフロントに常備している	7.5
多言語コールセンターを通じて、外国人宿泊客からの問い合わせに対応することができる	7.1
県外施設（観光施設、宿泊施設等）と連携して、外国人宿泊客の受入整備促進の活動や情報交換を行っている	6.9
口コミサイトを活用している（TripAdvisor・大衆点评等）	6.9
地域（自治会、商店街等）と連携して、外国人宿泊客の受入整備促進の活動や情報交換を行っている	6.5
外国人宿泊客は直接外国語でメールまたは電話等により、問い合わせや予約することができる	5.9
宿泊施設外で夕食を食べることを選択できる	5.8
外国人宿泊客に対し、外国語に対応した医療機関を紹介できる	5.8
ロビー等パブリックスペースでWi-Fiが利用できる	5.2
客室内でインターネット回線（有線などWi-Fi以外の方法）が利用できる	4.9
食事の提供に関し、個人のニーズ（ハラール・ベジタリアン等）に対応出来る	4.9
刺青のある外国人の施設内共有浴場での入浴を認めている	4.5
フロントで外貨や日本円への両替サービスを行っている	4.2
客室内でWi-Fiが利用できる	3.8
洋食のメニューが選択できる（バイキングの場合は、用意されるメニューに洋食が含まれる）	3.2
ロビー等パブリックスペースでインターネット回線（有線などWi-Fi以外の方法）が利用できる	2.6

【問Ⅲ-3】インバウンド客対応における課題（受入比率別比較 1%未満と10%以上）

- ✓ 受入比率別に課題を整理すると、受入比率1%未満の施設に関しては、「従業員教育」や「問い合わせ対応/対応可能なスタッフの常駐」といった、インバウンド客に直接対応出来る人材育成面における課題が大きいがうかがえる。他にも、多言語化に対する課題意識も読み取れる。

【問Ⅲ-3】インバウンド客対応における課題（現状受入比率によって課題が異なる項目）

※ギャップのある項目のみを抜粋



参考）上記課題についてランキングで表示

受け入れ比率1%未満の施設 (n=242)		受け入れ比率10%以上の施設 (n=50)	
外国語で外国人宿泊客と対応できるスタッフが日中は施設内に常駐している	24.0%	料理メニュー（お品書きなど）	12.0%
外国人宿泊客対応のための従業員教育（語学、異文化理解等）を実施している	20.7%	外国人宿泊客対応のための従業員教育（語学、異文化理解等）を実施している	12.0%
館内表示（風呂の場所など）	13.2%	地震や火災等の際、外国人宿泊客の情報提供や避難誘導を行うことを想定した取り組みを行っている	12.0%
地震や火災等の際、外国人宿泊客の情報提供や避難誘導を行うことを想定した取り組みを行っている	13.2%	利用案内（客室設備の操作・利用方法など）	10.0%
パンフレット（宿泊施設の案内）	12.8%	地域（自治会、商店街等）と連携して、外国人宿泊客の受入整備促進の活動や情報交換を行っている	10.0%
外国人宿泊客は直接外国語でメールまたは電話等により、問い合わせや予約することができる	12.8%	外国人宿泊客に対し、外国語に対応した医療機関を紹介できる	10.0%
利用案内（客室設備の操作・利用方法など）	12.0%	食事の提供に関し、個人のニーズ（ハラル・ベジタリアン等）に対応出来る	10.0%

【問Ⅲ-3】インバウンド対応における課題（自由回答 全 83 回答）

- ✓ 外国語対応可能な人材不足（18 回答）
 - ・外国語対応の人材育成が遅れている。研修補助などの取り組みが充実されるとありがたい。また、地域、行政など、一体感をもって外国人を誘致していくことが重要と考えます。
 - ・外国語を話せるスタッフを募集しても集まらない（人材不足）。

- ✓ 言語関連の課題（11 回答）
 - ・英語対応は可能だが、中国語対応ができない。
 - ・中国語（台湾含む）に対する対応。
 - ・会話が難しくても、館内の英語表示やレストランメニューの英語表示などで、はじめられそうなことからやっていきたい。

- ✓ 本調査に掲げた項目全て・もしくは未対応部分が課題（8 回答）
 - ・ ほぼ全ての項目について、課題と思っている。
 - ・ 未検討・未対応の項目全て。
 - ・ 未対応全部

- ✓ 交通アクセスへの課題（7 回答）
 - ・ 最寄り駅（新幹線）からのアクセス。
 - ・ 空港からのアクセス等、行政がしっかりとした取り組みを開示すること。
 - ・ 周辺観光整備、2次交通、交通が不便。周りに店が少ない。必ず車が必要。

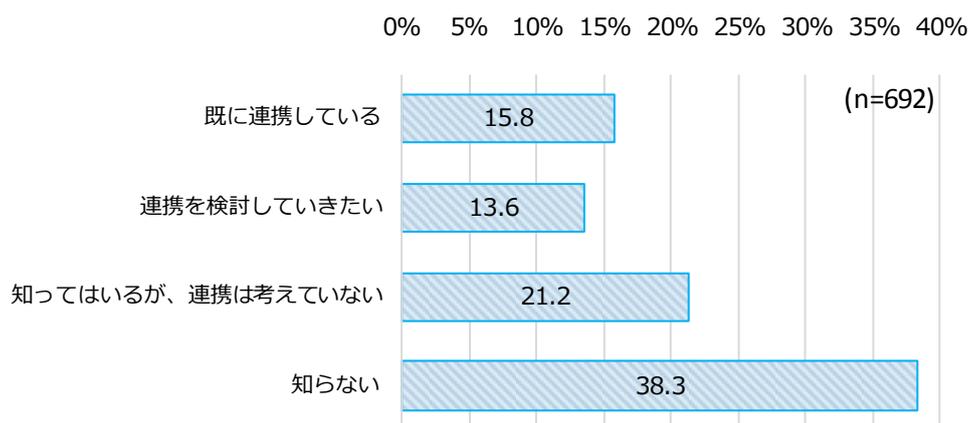
- ✓ 地域・エリアとしての課題（7 回答）
 - ・ 地域・広域での魅力づけ。
 - ・ 旅行してみたいくなる場所の徹底的な整備を継続していくこと。行ってみたいくなる場所づくりが抜け落ちている。このところが解決できないと、東北のインバウンドの将来的な期待がもてないのではないかと。買いたくなる商品がなければ売れないということ。
 - ・ なかなか外部と交わることのない地域性において、いかに地域全体でもてなすかが課題。
 - ・ 施設（ホテル）への一極化がみられ、エリアとしての集客がまちまち。主要空港からのアクセスなど、単館だけではなく、エリア（官民一体）での取り組みが必要。

- ✓ その他
 - ・ 客室内に置いている「ご案内」を、全室 i P a d にし、6 か国語対応にしています。自社に合ったお客様の層というのがあると思うので、無理に集めることはしない方針です。
 - ・ 関係機関（行政や観光協会）も含めて、受け入れ準備体制途上。
 - ・ 付帯収入がないため、売店の免税化などの対応が必要。
 - ・ インターネットの環境が悪く（ほぼないに等しい）、W i - F i の整備がいまだにできないでいる。

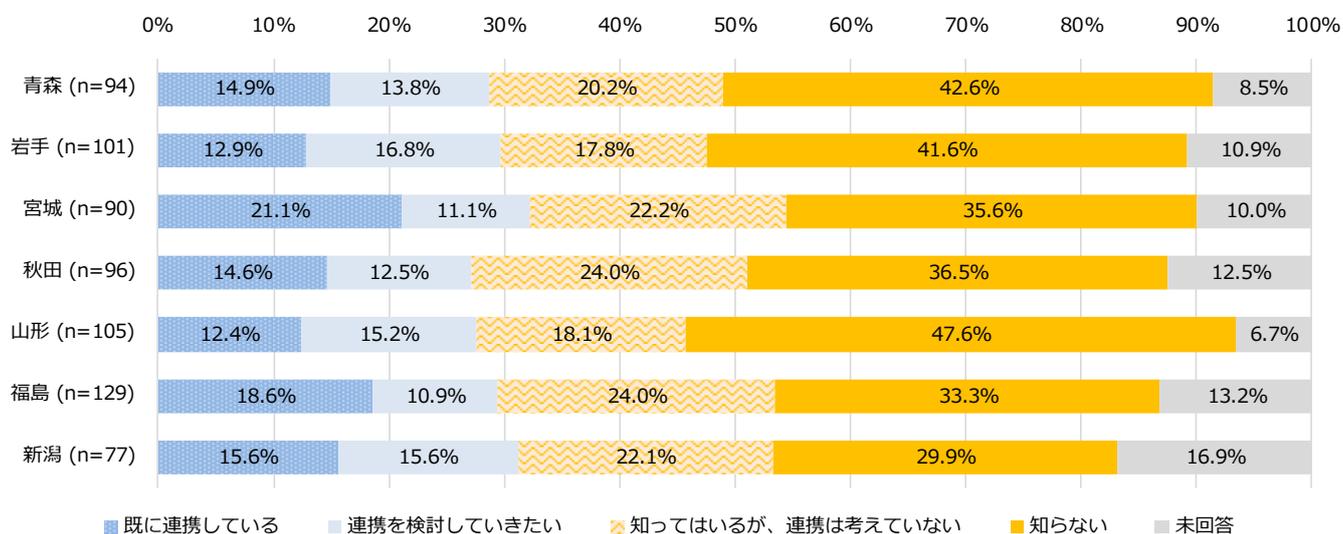
IV. インバウンド客対応の連携に関する要望

【問IV-1】日本版 DMO との連携

- ✓ 日本版 DMO については、「知らない」と回答した割合が 38.3%と最も高い。
- ✓ 県別にみると、「知らない」と回答した割合は山形（47.6%）が最も高く、「既に連携している」との回答については、最も高い宮城でも 21.1%にとどまっている。
- ✓ 宿泊事業者が会員となっている観光協会等が DMO（候補法人）登録している地域が複数あるものの、一部の地域を除いて DMO と宿泊事業者の関係構築はまだその途上にあるものと思われる。

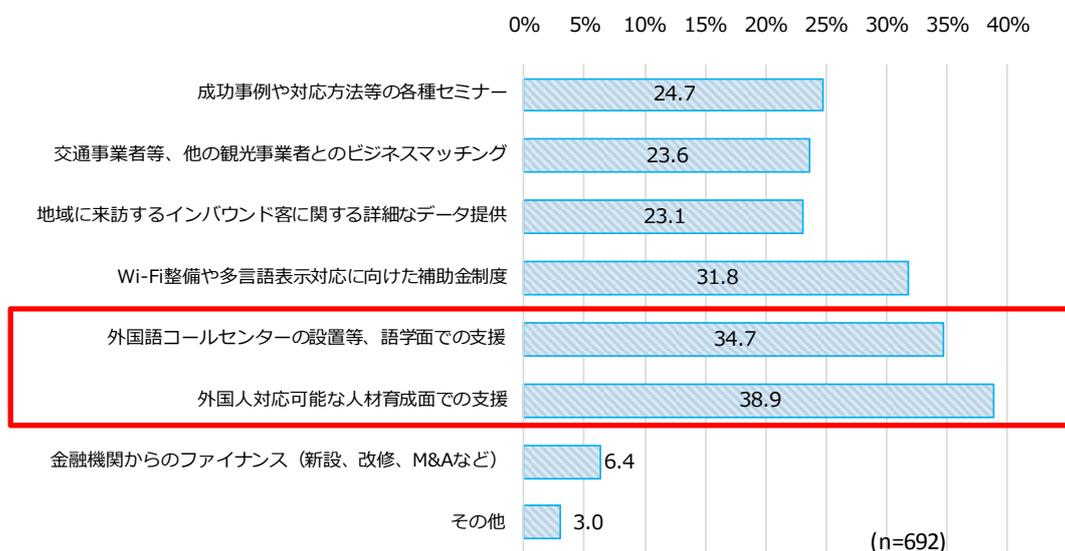


【問IV-1】インバウンド対応の連携に関する要望（県別）

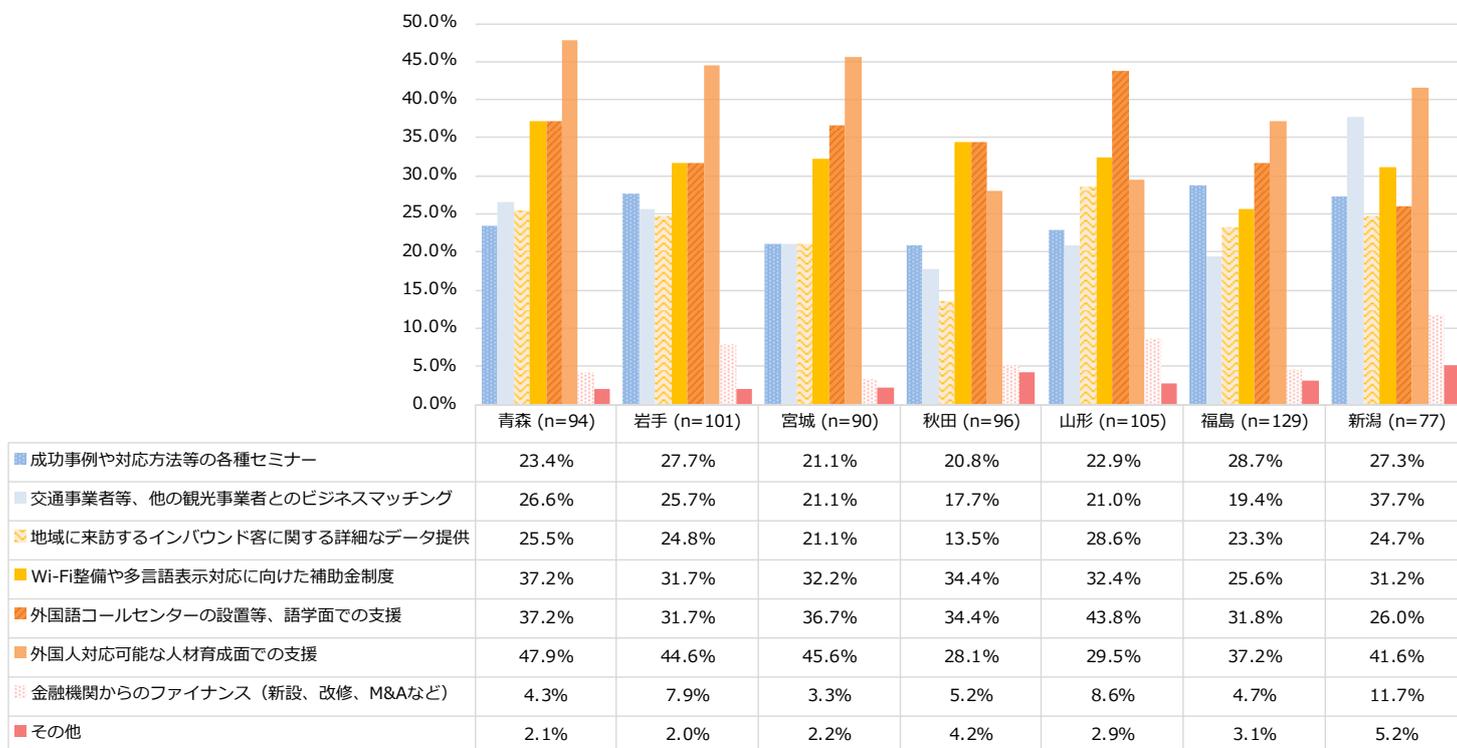


【問Ⅳ-2】希望する支援内容

- ✓ 希望する支援内容として最も回答割合が高かったのは、「外国人対応可能な人材育成面での支援」(38.9%)であり、それに次いで「外国語コールセンターの設置等、語学面での支援」(34.7%)も高い。問Ⅲ-3における課題認識を踏まえても、「語学面を含めた外国人に直接的に対応する人材および人材育成」という視点が、インバウンド客を受け入れる際の、宿泊施設における喫緊の課題となると考えられる。



【問Ⅳ-2】希望する支援内容 (県別)



【問Ⅳ-2】 希望する支援内容（自由回答 全 10 回答）

- ✓ 外国人労働者の受け入れ。
- ✓ 外国語に対応した医療機関の整備（ポケトーク）など。
- ✓ インバウンド客に、日本文化やそれぞれの宿の文化を理解していただくこと。
- ✓ 外国人スタッフ（ビザ）の就労。
- ✓ 働く人への補助金制度（サービス業は人気がないため）。
- ✓ 外貨両替できる銀行が蔵王温泉内にない。
- ✓ サクラクオリティ
- ✓ 他国への研修への助成金、ロボット導入助成金。
- ✓ 二次交通の整備。
- ✓ 海外 A G T に対するプロモーション強化。

【問Ⅳ-3】 インバウンド客受け入れに関するご要望・ご意見（自由回答）

- ✓ 地方は労働人口の減少で、インバウンド客をもっと取り込みたいと思っているが人手不足。外国人労働者をもっと簡単に利用できるようにしてもらいたい。
- ✓ 東北地域は、他地域より海外からの航空会社の受け入れが少ない。新規乗り入れができるように支援がほしいです。
- ✓ 地方（秋田）と首都圏では、インバウンドの状況に温度差があると感じますので、地域に合った取り組みを支援していただけるとありがたい。
- ✓ 日本人客が減少傾向（人口減）にある中で、減りながらも根強くお越しいただいている方々との住み分けが、受け入れ側としての重要な課題となっております。
- ✓ 交通インフラをはじめとして、エリアにとって「魅力」を考えるのが先決と思っています。今は「自然」の一本足打法です。
- ✓ インバウンドも大切ですが、何よりも、日本人、国内のお客様を一番に考えて取り組んでまいります。
- ✓ 現在、セミナー等でインバウンドに向けて検討中であり、今後、自社で取り込めるかを検討している。進行形です。
- ✓ 和食の献立にあった（翻訳）ソフトが欲しい。椀物の吸い口とか、白髪葱・松茸など（全てマッシュルーム）。
- ✓ インバウンド客を積極的に受け入れていく必要性は感じますが、現状は、日々の業務に追われ、インバウンド客を受け入れる準備が整っていない状況です。金銭面だけでなく、語学や異文化に対応するための体制づくりにもご支援いただけたら、インバウンドに対する取り組みにも、今よりも前向きにできると考えております。
- ✓ 受け入れたいが、販路が見つけられない。アドバイスがあると幸いです。
- ✓ 佐渡の世界遺産認定を早期に実現することで恩恵がある。
- ✓ まずは受入体制整備を地域と連携して行うことが大切だと認識しています。そのために、サクラクオリティは品質認証として、ゲストもホストも両方がわかりやすい、安心・安全な指標になると思っています。
- ✓ 今後はある程度考えなければと思うが、積極的に投資できるような状況にはなれないと感じる。
- ✓ 来客はみんな喜んでいただけるようにしたいと思いますが、地元の常連客様に嫌われないように、あまり積極的には考えていない。

【アンケート調査票Ⅱ】

東北6県及び新潟県のインバウンド客受入れに関する
宿泊施設アンケート調査

貴施設のインバウンド客受入れに関する取り組み状況等につきまして、今般、調査にご協力くださいまして、厚く御礼申し上げます。

ご回答につきましては、本アンケート用紙に直接ご記入いただき、同封の返信用封筒にて、平成30年9月21日（金）までにご返送ください。

ご回答いただく事が難しい設問等は未回答としていただき、ご回答が可能な範囲でご記入いただければ幸いです。

尚、本調査に当たっては、ご回答頂いた内容につきましては、本調査のみに使用し、他の目的には使用致しません。ただしご回答内容に関して個別にお話をお伺いしたく、ご連絡を差し上げる可能性があります。

また、調査結果は公表を予定しておりますが、公表内容は集計結果のみとし、個別事業者名までは開示致しません。

■お問合せ先

【調査の趣旨】 国土交通省東北運輸局（担当：住吉、伊藤） Tel022-380-1001

一般社団法人東北観光推進機構（担当：新野、熊谷）Tel022-721-1291

株式会社日本政策投資銀行（担当：柏原、熊谷）Tel022-227-8182

【内容ご質問】 株式会社日本経済研究所（担当：仲倉、能瀬） Tel03-6214-4620

【はじめに】 貴施設に関する以下の事項について、当てはまる番号に○をご記入ください。

所在地域	【1】青森 【2】岩手 【3】宮城 【4】秋田 【5】山形 【6】福島 【7】新潟
形態	（形態区分につきまして、貴施設のご判断で結構です） 【1】シティホテル 【2】リゾートホテル 【3】ビジネスホテル 【4】旅館 【5】簡易宿所
部屋数	【1】10室未満 【2】10室以上25室未満 【3】25室以上50室未満 【4】50室以上100室未満 【5】100室以上300室未満 【6】300室以上
従業員数	【1】家族経営 【2】5人未満 【3】5～9人 【4】10人以上 ※パート従業員を含んだ数でお考え下さい

I. インバウンド客受入れの現状についてお伺いします。

【問Ⅰ-1】インバウンド客の比率

貴施設の 2017 年度のインバウンドの延べ宿泊者数と、全体の宿泊客に占めるインバウンド客の比率についてお伺いします。

【インバウンド延べ宿泊者数】（ 人泊）※概算で結構です
以下の選択肢の中から、当てはまる 選択番号 1 つに○ を付けて下さい。
【1】受け入れていない（ゼロ） 【2】1%未満 【3】1～2%未満 【4】2～5%未満 【5】5～10%未満 【6】10～20%未満 【7】20～30%未満 【8】30%以上

※上記質問で「1 受け入れていない」と回答された方は、【問Ⅱ-1】にお進み下さい。

【問Ⅰ-2-（1）】インバウンド客の属性

貴施設に宿泊した 2017 年度のインバウンド客の属性（形態）に関してお伺いします。以下の選択肢の中から、当てはまる番号 1 つに○を付けてください。

【1】団体客が多い	【2】個人客が多い	【3】該当なし（わからない）
-----------	-----------	----------------

【問Ⅰ-2-（2）】インバウンド客の属性

貴施設に宿泊した 2017 年度のインバウンド客の属性（市場×形態）に関してお伺いします。以下の選択肢の中から、人数の多かった属性を上位から3つまで、当てはまる番号を回答欄にご記入下さい。

1位	2位	3位	※その他を選択した場合は、 国名を手書きで記入願います

東アジア	①韓国・団体 ②韓国・個人 ③中国・団体 ④中国・個人 ⑤香港・団体 ⑥香港・個人 ⑦台湾・団体 ⑧台湾・個人
欧米露	⑨アメリカ・団体 ⑩アメリカ・個人 ⑪イギリス・団体 ⑫イギリス・個人 ⑬ドイツ・団体 ⑭ドイツ・個人 ⑮フランス・団体 ⑯フランス・個人 ⑰ロシア・団体 ⑱ロシア・個人
東南アジア	⑲シンガポール・団体 ⑳シンガポール・個人 ㉑タイ・団体 ㉒タイ・個人 ㉓マレーシア・団体 ㉔マレーシア・個人 ㉕インドネシア・団体 ㉖インドネシア・個人 ㉗ベトナム・団体 ㉘ベトナム・個人
豪州ほか	㉙オーストラリア・団体 ㉚オーストラリア・個人 ㉛その他・団体 ㉜その他・個人

【問Ⅰ-3】インバウンド客の宿泊目的

貴施設に宿泊した 2017 年度のインバウンド客は、観光目的のお客様とビジネス目的のお客様のどちらが多かったですか。以下の選択肢の中から当てはまる選択肢番号 1 つに○を付けてください。

【1】 観光目的のインバウンド客の方が多い
【2】 ビジネス目的のインバウンド客の方が多い
【3】 観光目的とビジネス目的は同程度
【4】 該当なし・わからない

【問I-4】インバウンド客の収益性への貢献状況

貴施設に宿泊した 2017 年度のインバウンド客の収益性への貢献状況についてお伺いします。以下の選択肢の中から最も当てはまる番号 1 つに○を付けてください。

【1】 大きく貢献した
【2】 ある程度貢献した
【3】 ほとんど貢献しなかった
【4】 貢献しなかった（収益的には現状ではマイナス）
【5】 把握していない

【問I-5】インバウンド客の集中する時期

貴施設に宿泊した 2017 年度のインバウンド客の最も多かった時期はいつでしょうか。以下の選択肢の中から多い順に 1～12 までの番号を振ってください。【多い】 1、2、……11、12 【少ない】

4月	5月	6月	7月	8月	9月	10月	11月	12月	1月	2月	3月

【問I-6】インバウンド客への訴求ポイント

貴施設でインバウンド客に訴求できると思われるポイントについて、当てはまる項目番号全てに○をつけてください。

<p>【1】 低価格 【2】 高価格でも高水準のサービスや施設 【3】 母国語対応 【4】 英語対応</p> <p>【5】 通信環境の整備（インターネット、Wi-Fi 等） 【6】 ショッピング施設へのアクセス</p> <p>【7】 観光施設へのアクセス 【8】 主要ターミナルや観光地へのシャトルバス</p> <p>【9】 周辺観光地へのツアーやツアーガイドの手配 【10】 広い温浴施設（露天風呂等）</p> <p>【11】 大浴場における様々な入浴スタイルへの対応（水着着用・タトゥー可等）</p> <p>【12】 貸切風呂の設置 【13】 部屋からの眺望 【14】 日本料理、地元の酒などの充実</p> <p>【15】 日本文化の体験（茶道・華道体験、日本庭園や伝統芸能鑑賞、着物着用等）</p> <p>【16】 宗教や信条への配慮 【17】 スパやエステの充実 【18】 朝食の充実</p> <p>【19】 宿泊施設外で夕食を食べることを選択できる。</p> <p>【20】 完全な泊食分離 【21】 立地の良さ（主要駅・空港等から） 【22】 長期滞在者連泊プラン</p> <p>【23】 部屋の広さ 【24】 チェックアウト時の手荷物預かりなどのサービス</p> <p>【25】 日本ならではの建築 【26】 高級感</p> <p>【27】 その他（)</p>
--

【問 I-7】インバウンド客の予約ルート

貴施設に宿泊した 2017 年度のインバウンド客の予約ルートについて伺います。予約可能なルートについて当てはまる項目番号全てに○をつけるとともに、最も多かった予約ルートの項目番号 1 つに○を付け、具体名を記載下さい。

	予約可能なルート (全てに○)	最も多かった予約ルート (1つに○) (最も多い先の具体名を【 】へ記載)
【1】 国内旅行会社		【会社名 】
【2】 海外旅行会社		【会社名 】
【3】 国内宿泊予約サイト (国内 OTA)		【サイト名 】
【4】 海外宿泊予約サイト (海外 OTA)		【サイト名 】
【5】 自社ホームページ		
【6】 電話等による直接予約 (自社ホームページ以外)		
【7】 その他 差し支えなければ内容を記入下さい ()		

【問 I-8】インバウンド客の要望 (クレーム含む) の頻度

貴施設に宿泊した 2017 年度のインバウンド客に関し発生した要望 (クレーム含む) の頻度についてお伺いします。以下の選択肢の中から当てはまる番号 1 つに○を付けてください。

【1】 とても多い	【2】 やや多い	【3】 少ない	【4】 ほとんど無い
【5】 把握していない			

【問 I-9】 要望 (クレーム含む) の具体的な場面

具体的にはどのような場面でインバウンド客からの要望 (クレーム含む) がありましたでしょうか。以下の選択肢の中から当てはまる番号全てに○を付けて下さい。

【1】 情報提供	: 施設並びに施設周辺の観光施設等に関する情報
【2】 予約対応	: 予約時における対応
【3】 アクセス	: 空港や駅から施設までのアクセス
【4】 チェックイン	: チェックイン時のフロント対応
【5】 館内表示	: 館内表示方法
【6】 食事	: 食材や提供方法等
【7】 通信環境	: 室内・共有スペースにおける通信環境
【8】 室内設備	: 電化製品等の使用方法
【9】 共有施設	: 露天風呂等の入浴方法、和式トイレの使用方法等
【10】 チェックアウト	: チェックアウト時のフロント対応
【11】 滞在中の怪我・病気	: 怪我・病気への対応
【12】 対日本人客	: 日本人客からのクレーム・日本人とのトラブル等
【13】 その他	: その他の場合、差し支えなければ内容をご記入下さい。 【 】

Ⅱ. インバウンド客受入れの今後の方針についてお伺いします。

【問Ⅱ-1】インバウンド客受入れに対するご方針

貴施設における今後のインバウンド客受入れに関するご方針についてお伺いします。以下の選択肢の中から最も当てはまる選択肢番号1つに○を付けてください。なお、【1】【2】と回答された方は、その理由についてもお聞かせ下さい。※【3】【4】と回答した方は【問Ⅱ-1-（5）】へお進み下さい

【1】積極的に受け入れていきたい	理由：()
【2】自然体で受け入れていきたい	理由：()
【3】あまり受け入れたくない	【4】受け入れたくない
【5】わからない	

【問Ⅱ-1-（2）】インバウンド客の比率の目途

（問Ⅱ-1で【1】、【2】と回答された方「受け入れていきたい」にお伺いします）

【1】1～2%未満	【2】2～5%未満	【3】5～10%未満	【4】10～20%未満	てはま
【5】20～30%未満	【6】30%以上	【7】特にきめていない		

【問Ⅱ-1-（3）】今後注力する属性（形態）

（問Ⅱ-1で【1】、【2】と回答された方「受け入れていきたい」にお伺いします）

今後、インバウンド客受け入れ拡大にあたって、貴施設にとって最も好ましいもしくは注力したいと思うインバウンド客の属性について、以下の選択肢の中から当てはまる選択肢番号1つを回答ください。

【1】団体客	【2】個人客	【3】特に決めていない（形態にはこだわらない）
--------	--------	-------------------------

【問Ⅱ-1-（4）】今後注力する属性（市場×形態）

（問Ⅱ-1で【1】、【2】と回答された方「受け入れていきたい」にお伺いします）

今後、インバウンド客の受入れ拡大にあたって、貴施設にとって最も好ましいもしくは注力したいと思うインバウンド客の属性について、優先する順に3つお答え下さい。

優先1	優先2	優先3

※その他を選択した場合は、国名を手書きで記入願います

東アジア	①韓国・団体 ②韓国・個人 ③中国・団体 ④中国・個人 ⑤香港・団体 ⑥香港・個人 ⑦台湾・団体 ⑧台湾・個人
欧米露	⑨アメリカ・団体 ⑩アメリカ・個人 ⑪イギリス・団体 ⑫イギリス・個人 ⑬ドイツ・団体 ⑭ドイツ・個人 ⑮フランス・団体 ⑯フランス・個人 ⑰ロシア・団体 ⑱ロシア・個人
東南アジア	⑲シンガポール・団体 ⑳シンガポール・個人 ㉑タイ・団体 ㉒タイ・個人 ㉓マレーシア・団体 ㉔マレーシア・個人 ㉕インドネシア・団体 ㉖インドネシア・個人 ㉗ベトナム・団体 ㉘ベトナム・個人
豪州ほか	㉙オーストラリア・団体 ㉚オーストラリア・個人 ㉛その他・団体 ㉜その他・個人 ㉝特に決めていない（国/地域・形態にこだわらない）

【問Ⅱ-1-(5)】インバウンド客受け入れに慎重な理由

(問Ⅱ-1で【3】、【4】と回答された方「受け入れたくない」にお伺いします)

インバウンド客の受け入れについて慎重な理由についてお伺いします。以下の選択肢の中から当てはまる番号全てに○を付けてください。

【1】	言語や文化の違いから発生するトラブルは極力回避したい
【2】	宿泊施設のイメージが気になる
【3】	日本人客で売上は確保できている
【4】	通信環境や館内表示等、ハード面での受入体制が未整備
【5】	外国語対応可能な人材不足等、ソフト面での受入体制が未整備
【6】	個人企業レベルでの取り組みに限界を感じている
【7】	その他(自由回答) ()

Ⅲ. 貴施設のインバウンド対応に関するハード・ソフト面の現状についてお伺いします。

【問Ⅲ-1】インバウンド対応(外国語対応)

以下の施設・設備等に関し、外国語対応の状況について該当する欄に○を付けてください。

項目	対応済						未対応	
	① 英語	② 韓国語	③ 中国語 繁体字	④ 中国語 簡体字	⑤ タイ語	⑥ その他	⑦ 対応を 検討中	⑧ 未検討
(回答例1)	○							
(回答例2)							○	
1. 自社ホームページ								
2. 屋外看板表示 (道路沿の看板など)								
3. パンフレット (宿泊施設の案内)								
4. パンフレット (周辺の観光案内)								
5. 館内表示 (風呂の場所など)								
6. 料理メニュー (お品書きなど)								
7. 利用案内 (客室設備の操作・ 利用方法など)								

【問Ⅲ-2】インバウンド対応（外国語対応以外）

以下の各設問に関し、対応状況の選択肢に関し、それぞれ該当する欄 1 つに○を付けてください。

項目	対応状況		
	①対応済	②未対応 (検討中)	③未対応 (未検討)
8. 無料レンタルスマートフォンやタブレット（例：handy）を利用できる			
9. スマートフォン決済（例：Alipay 等）を利用出来る			
10. 外国人宿泊客は直接外国語でメールまたは電話等により、問い合わせや予約することができる			
11. フロントで外貨や日本円への両替サービスを行っている			
12. 客室内でインターネット回線（有線など Wi-Fi 以外の方法）が利用できる			
13. 客室内で Wi-Fi が利用できる			
14. ロビー等パブリックスペースでインターネット回線（有線などの Wi-Fi 以外の方法）が利用できる			
15. ロビー等パブリックスペースで Wi-Fi が利用できる			
16. 刺青のある外国人の施設内共有浴場での入浴を認めている			
17. 洋食のメニューが選択できる（バイキングの場合は、用意されるメニューに洋食が含まれる）			
18. 宿泊施設外で夕食を食べることを選択できる			
19. 夜の観光を促す「ナイトタイムエコノミー」への対応（地域の飲食店や横丁、観光スポットの案内等）を行っている			
20. 外国人宿泊客対応のための従業員教育（語学、異文化理解等）を実施している			
21. 外国語で外国人宿泊客と対応できるスタッフが日中は施設内に常駐している			
22. 多言語コールセンターを通じて、外国人宿泊客からの問い合わせに対応することができる			
23. 基本的な外国語会話集や指差し会話集（電子媒体を含む）をフロントに常備している			
24. 地域（自治会、商店街等）と連携して、外国人宿泊客の受入整備促進の活動や情報交換を行っている			
25. 県外施設（観光施設、宿泊施設等）と連携して、外国人宿泊客の受入整備促進の活動や情報交換を行っている			
26. 外国人利用客を対象とするアンケートを行い、ニーズを把握する取り組みを行っている			
27. 地震や火災等の際、外国人宿泊客への情報提供や避難誘導を行うことを想定した取り組みを行っている			
28. 外国人宿泊客に対し、外国語に対応した医療機関を紹介できる			
29. SNS（フェイスブックなど）で情報発信している			
30. 食事の提供に関し、個人のニーズ（ハラル・ベジタリアン等）に対応出来る			
31. 口コミサイトを活用している（TripAdvisor・大衆点評等）			

【問Ⅲ-3】インバウンド対応における課題

貴施設がインバウンド対応を行う上で現時点で課題と認識されている項目について伺います。

【問Ⅲ-1】(p.6)【問Ⅲ-2】(p.7)の質問1~31項目の中から、当てはまる項目番号全てをご記入下さい。また、その他に課題がある場合は、自由に記載して下さい。

自由記載 ()

IV. 貴施設のインバウンド対応の連携に関する要望について伺います。

【問Ⅳ-1】日本版DMOとの連携

観光地域づくりを行う舵取り役として、各地域で形成・確立されている日本版DMOについて伺い致します。当てはまる項目番号1つに○をつけて下さい。差し支えなければ「連携先」「検討先」についてもお聞かせください。

【1】既に連携している(連携先:)
【2】連携を検討していきたい(検討先:)
【3】知ってはいるが、連携は考えていない
【4】知らない

<日本版DMO 参考例>
・東北観光推進機構
・宮城インバウンドDMO
・秋田犬ツーリズム
・福島県観光物産交流会
・いわき観光まちづくりビューロー 等
【日本版DMO及び日本版DMO候補法人の登録一覧】
http://www.mlit.go.jp/kankocho/page04_000054.html

【問Ⅳ-2】希望する支援内容

貴施設がインバウンド観光を推進する場合、どのような支援が得られると取り組みやすいですか。当てはまる項目番号全てに○を付けて下さい。

【1】成功事例や対応方法等の各種セミナー
【2】交通事業者等、他の観光事業者とのビジネスマッチング
【3】地域に来訪するインバウンド客に関する詳細なデータ提供
【4】Wi-Fi整備や多言語表示対応に向けた補助金制度
【5】外国語コールセンターの設置等、語学面での支援
【6】外国人対応可能な人材育成面での支援
【7】金融機関からのファイナンス(新設、改修、M&Aなど)
【8】その他 ()

【問Ⅳ-3】インバウンド客受入れに関し、ご要望・ご意見がございましたらご記入を御願い致します。

以上でアンケートは終了となります。ご協力誠にありがとうございました。

©Development Bank of Japan Inc. 2019

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、取引等を勧誘するものではありません。本資料は当行が信頼に足ると判断した情報に基づいて作成されていますが、当行はその正確性・確実性を保証するものではありません。本資料のご利用に際しましては、ご自身のご判断でなされますようお願い致します。本資料は著作物であり、著作権法に基づき保護されています。本資料の全文または一部を転載・複製する際は、著作権者の許諾が必要です。当行までご連絡下さい。著作権法の定めに従い引用・転載・複製する際には、必ず、『出所：日本政策投資銀行』と明記して下さい。

(お問い合わせ先)

(株)日本政策投資銀行 東北支店 企画調査課 (担当：柏原、熊谷、菊地) 電話 022-227-8182

