
愛媛県インバウンド客受入環境調査 報告書

2020 年 3 月

株式会社日本政策投資銀行

松山事務所

はじめに

本調査は、株式会社日本政策投資銀行（以下、「DBJ」という。）が一般社団法人愛媛県観光物産協会の協力の下実施した、愛媛県の宿泊施設（シティホテル、リゾートホテル、ビジネスホテル、旅館、ゲストハウス、遍路宿、古民家・町家宿、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。

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、四国地域、そして愛媛県においてもインバウンド延べ宿泊者数が増加傾向にある中、本調査では愛媛県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、宿泊施設が抱えている課題や地域としての今後の方針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2018年3月に国土交通省東北運輸局、一般社団法人東北観光推進機構と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いる。

本調査が愛媛県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、一般社団法人愛媛県観光物産協会及び宿泊施設の皆様には、この場をお借りして御礼申し上げます。

2020年3月

株式会社日本政策投資銀行

松山事務所

目次

はじめに	1
目次	2
調査概要	3
調査結果のポイント	5
【インバウンド客の現状】	5
【インバウンド客受け入れの今後の方針】	6
【ハード面・ソフト面の対応】	7
【インバウンド客の受け入れに関する課題と要望】	7
【今後の展望】	8
I. インバウンド客の現状	9
【問Ⅰ-1】 インバウンド延べ宿泊者数及びインバウンド客の受入比率	9
【問Ⅰ-2-（1）】 インバウンド客の属性	10
【問Ⅰ-2-（2）】 インバウンド客の属性（国・地域×形態）	12
【問Ⅰ-2-（2）】 インバウンド客の属性（国・地域×形態 団体・個人を合算集計）	13
【問Ⅰ-3】 インバウンド客の宿泊目的	14
【問Ⅰ-4】 インバウンド客の収益性への貢献状況	15
【問Ⅰ-5】 インバウンド客の集中する時期	16
【問Ⅰ-6】 インバウンド客への訴求ポイント	17
【問Ⅰ-7】 インバウンド客の予約ルート	19
【問Ⅰ-8】 インバウンド客の要望（クレーム含む）の頻度	21
【問Ⅰ-9】 要望（クレーム含む）の具体的な場面	22
II. インバウンド客受け入れの今後の方針	23
【問Ⅱ-1】 インバウンド客受け入れに対する方針	23
【問Ⅱ-1-(2)】 インバウンド客の比率の目途	25
【問Ⅱ-1-(3)】 今後注力する属性（形態）団体客か個人客	26
【問Ⅱ-1-(4)】 今後注力する属性（国 地域×形態）	27
【問Ⅱ-1-(5)】 インバウンド客受け入れに慎重な理由	29
III. インバウンド客対応に関するハード・ソフト面の現状	30
【問Ⅲ-1】 インバウンド客対応（外国語対応）	30
【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	44
【問Ⅳ-1】 日本版 DMO との連携	44
【問Ⅳ-2】 希望する支援内容	45
【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）	46
調査票	48

調査概要

(1) 調査名

- ・ 愛媛県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。

(2) 調査

- ・ 愛媛県の主要な宿泊施設を対象としたアンケート調査。

(3) 調査対象

- ・ 愛媛県の主要な宿泊施設（316 施設）。

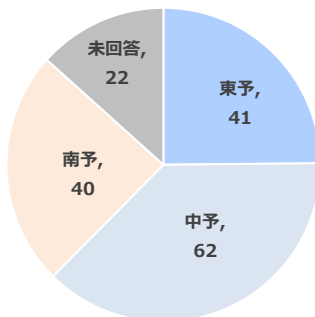
(4) 調査期間

- ・ 2019 年 6 月 28 日（金）～ 2019 年 9 月 13 日（金）までの回収分を集計。

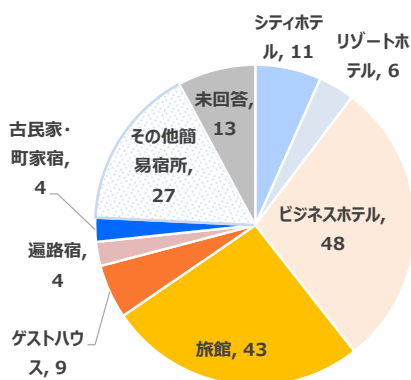
(5) 調査方法および回答状況

- ・ 郵送配布・郵送回収。
- ・ 発送数 316 施設に対して回収数 165 施設（回収率＝52.2%）。
- ・ 対象施設 165 施設における 2018 年度のインバウンド延べ宿泊者数 130,160 人（参考として、宿泊旅行統計調査における 2018 年度の延べ外国人宿泊者数は 193,810 人【カバー率 67.2%】）。

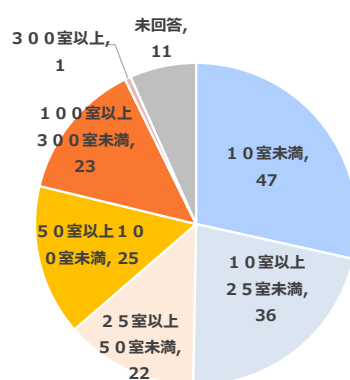
<地域別・回収数構成比（グラフの単位は回収数、以下同じ）>



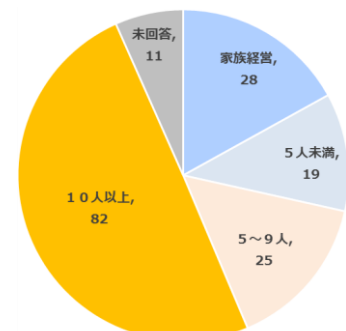
<施設形態別・回収数構成比>



<部屋数別・回収数構成比*>



<従業員数別・回収数構成比>



* 300 室以上の回収数が 1 施設のみとクロス分析の対象としてはサンプルサイズが小さいため、部屋数別については 300 室以下の部屋数を持つ施設を対象としたクロス分析を行うこととする。

(6) 本調査における留意点

- ・ 本調査は「2018 年度」の愛媛県におけるインバウンド客の受け入れ状況について、アンケート方式で調査を行ったものである。
- ・ 本調査では、愛媛県内を大きく3つの地域に分けており、それぞれ「東予」、「中予」、「南予」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」を割愛しているため、構成比が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。
- ・ 本調査結果を示すグラフ上に記載されている「n」は、回答施設数を示している。

調査結果のポイント

【インバウンド客の現状】

1. 愛媛県でインバウンド客を受け入れている施設は 78.1%だが、地域によって受入状況は異なっている。

愛媛県の主要な宿泊施設において、2018 年度にインバウンド客を受け入れたのは 78.1%だった。受入比率別では、1%未満という回答が 25.5%と最も多く、10%以上受け入れている施設は 10.8%と 1 割程度に留まっていた。

地域別では、中予地域においてインバウンド客を受け入れていないという回答が最も少なく、東予地域と南予地域ではインバウンド客を受け入れていないという施設がそれぞれ 2 割弱存在しており、地域によって受入状況に差が見られた。従業員数別では、家族経営や従業員数が 5 人未満といった比較的小規模と考えられる施設において、インバウンド客を受け入れていないという回答が多かった。

2. インバウンド客の大半は個人客であり、アジア圏が最多だが、地域によっては欧米からも来ている。

インバウンド客の属性について、「個人客が多い」と回答している施設は 75.5%となっており、愛媛県で受け入れているインバウンド客には個人客が多いことが推察される。

また、地域別では南予地域に個人客が比較的集中しており、施設形態別ではホテルや旅館に団体客が集中していた。国籍別に見てみると、全体では韓国の個人客や台湾の団体客が多く、これは地域別にも共通して見られる傾向だった。しかし、南予地域ではアメリカやフランス国籍のインバウンド客を比較的多く受け入れており、これは南予地域特有の傾向だった。

3. インバウンド客は観光目的で訪れており、約半分の施設が収益性へプラスの影響を及ぼしていると回答している。

インバウンド客が愛媛県で宿泊する目的としては、観光目的という回答が 75.5%と 8 割近くを占めていた。もっとも、地域別に宿泊目的を見てみると、東予地域にはビジネス目的で宿泊しているインバウンド客が一定数存在しており、東予地域に集積している第二次産業との関わりが可能性として指摘できよう。

また、収益への影響については「大きく／ある程度貢献した」の回答が合わせて 43.6%となっており、半数近くの施設が、インバウンド客を受け入れることによる収益へのプラスの貢献を認識している。この傾向は地域によって異なっており、中予地域では上記の回答が 50.0%と最も高かった。中予地域におけるインバウンドに対するビジネスノウハウを他の地域でも共有することで、愛媛県全体でより収益性の高い仕組みを構築できる可能性も考えられよう。

4. 1 年の内、インバウンド客が集中する時期は 4～5 月、10～11 月の 2 回だが、地域によって多少の差異が生じている。

宿泊したインバウンド客が多かった月を 1～12 位まで順位付けしたところ、インバウンド客が集中する時期は、1 年のうち大きく分けて 2 回あり、桜の季節である 4 月～5 月と紅葉の季節である 10 月～11 月である。もっとも、中予地域では 3 月にも集中するという回答が多かった一方で、東予地域では 6 月に集中するという回答が多く、地域によって差が生じる結果となった。

しかしながら、7月～9月や12月～2月はインバウンド客が集中していない時期であるため、愛媛県全体として、閑散期に対して連携して取り組む必要があるだろう。

5. 宿泊施設とインバウンド客のニーズに一部ミスマッチがあり、観光資源やアクセスに関する部分に課題がある。

宿泊施設がインバウンド客に対して考えている訴求ポイントと、インバウンド客が宿泊施設に対して求めているニーズを比較してみると、言語面や通信環境では両者のニーズがマッチしていたが、「主要ターミナルや観光地へのシャトルバス」や「周辺観光地へのツアーやツアーガイドの手配」、「日本文化の体験」などの観光資源や、観光資源へのアクセスに関する側面でミスマッチがみられたため、こうした点が愛媛県のインバウンド客受け入れにおける課題だと考えられる。

6. インバウンド客の要望（クレーム含む）の頻度は少ないものの、実際にあった具体的な要望（クレーム含む）は通信環境や情報提供に関するものだった。

インバウンド客の要望（クレーム含む）は「少ない」、「ほとんどない」と回答した施設が83.0%となっていた。また、受入比率別にみても、比率に関わらず、8割近くの施設が「少ない」、「ほとんどない」と回答している。

一方で、実際にあった具体的な要望（クレーム含む）については、「（通信環境）室内・共有スペースにおける通信環境」が最多になっており、次いで「（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」が続いていた。特に上記2項目については、南予地域で特に要望が挙げられていた。

前述の項目5において、「通信環境」を訴求ポイントとして挙げている施設が多かったが、実態としては完備されておらず、特に南予地域においてこうした状況が発生していることが考えられる。

【インバウンド客受け入れの今後の方針】

7. 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69.1%と、およそ7割の施設が受け入れに肯定的な意向を示している。

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69.1%と、およそ7割の施設が肯定的な考えを持っていることが分かった。積極的に受け入れていきたい理由としては、今後の需要拡大に期待する声が最も多かった。

一方で、自然体で受け入れていきたい理由では、受入体制の不十分さを懸念する声が多かった。もっとも、自然体で受け入れていきたいと回答している施設の中には、「お客様を区別しない」という回答も同程度あった。

加えて、受入比率別においては、現状インバウンド客を受け入れていない約3割の施設が今後については自然体で受け入れていきたいと回答しており、受け入れていない施設の中にも前向きな意向を持っている施設が一定数いることが指摘できる。

8. 今後注力する国・地域としては、現状と大きな差はないが、地域によって注力先は多少異なる。

今後注力する国・地域は、団体・個人を問わず「台湾」に回答が集中していた。また、観光庁の「宿泊旅行統計調査」のインバウンド客延べ宿泊者数の結果と大きな差異は見られなかった。この点につい

ては東予地域と中予地域においても同様の結果だった。しかし、南予地域では今後注力する国・地域としては、「アメリカ」を挙げる施設が最も多く、「台湾」は「イギリス」と同程度という結果だった。このため、インバウンド客に対する施策を検討する際には、地域ごとの違いを念頭に置かなければ、効果的な施策には繋がらないだろう。

【ハード面・ソフト面の対応】

9. 自社ホームページや施設内の案内表示は多言語化対応されているが、それ以外の項目については5割に満たない対応状況になっている。

外国語対応に関する質問では、自社ホームページや館内表示（お風呂の場所など）、利用案内（客室装備の操作・利用方法など）では、4～5割といった対応比率だったが、それ以外のパンフレット（宿泊施設の案内）や屋外看板表示（道路沿の看板など）では、4割を下回っていた。

また、対応している外国語は、英語が突出しており、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。

10. 通信環境サービスの整備は進んでいるが、キャッシュレスや SNS を活用した情報発信、災害対応といった側面に課題が見られる。

客室内やロビー等のパブリックスペースにおける Wi-Fi の整備は進んでおり、どの地域においても半数以上の施設が対応済みと回答していた。

しかしながら、それ以外の面における対応率は低く、キャッシュレス化が急速に広がっている今日において、キャッシュレス対応をしている施設は2割を下回っていた。また、SNS（フェイスブックなど）での情報発信や口コミサイトを活用している施設もそれぞれ3割と2割を下回っていた。さらに、愛媛県は平成30年7月豪雨で被災した地域だが、災害時における避難対応や医療機関紹介への取組みは2割を下回っている状況である。

サービス面やインバウンド客を呼び込むためのツールの利用の促進も大事なことだが、全国的にも大規模災害や頻発している昨今において、被災地として一歩進んだ対応ができるよう、災害時における取組みが促進されることに期待したい。

また、どの地域においても地域（自治会、商店街等）との連携は未検討が過半を占めていた。項目9では、パンフレットや屋外看板表示の外国語対応比率が低かったが、地域と連携しながらパンフレットや屋外看板表示を共同制作することも考えられるため、今後の連携促進に期待したい。

【インバウンド客の受け入れに関する課題と要望】

11. 宿泊施設が抱えている課題としては言語面に対するものが多く、言語面以外については災害時における対応や医療機関紹介への対応が挙げられていた。

インバウンド客対応における課題では、「外国語で外国語宿泊客に対応できるスタッフの常駐」に対して課題意識を持つ施設が、全体の15.8%と2割近くを占める結果になった。また、外国人宿泊客のための従業員教育や外国語に対応した医療機関の紹介など、言語面に関する課題を挙げる施設が多かった。この点は、自由回答にも現れており、「英語スタッフの常駐」や「他のお客様からのクレームを伝えられない」といった回答もあった。

こうした言語面以外にも、「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」についても 13.9%の施設が課題として挙げていた。項目 10 では、災害時における避難対応や医療機関紹介への取り組みへの対応が進んでいなかったが、課題としては認識されているため、宿泊施設が抱えるボトルネックを洗い出し、それを解消していくことが課題の克服には必要だろう。

12. 希望する支援内容としては、語学面や Wi-Fi 整備に関するものが多かったが、南予地域では金融機関からのファイナンスニーズもあった。

宿泊施設が今後期待する支援内容としては、「外国語コールセンターの設置等、語学面での支援」や「Wi-Fi 整備や多言語表示対応に向けた補助金制度」、「外国人対応可能な人材育成面での支援」がそれぞれ 30%強の回答比率になっており、項目 11 で挙げられていたように言語面に関する支援を希望する施設が多かった。

また、地域別に希望する支援内容をみると、どの地域においても上記 3 つが最もニーズの高い支援内容だったが、南予地域では他地域に比べ、金融機関からのファイナンスによる支援を希望する回答が多かった（東予地域 4.6%、中予地域 6.5%、南予地域で 15.0%）。

【今後の展望】

13. 成長余地は十分にあるが、主に言語面に課題があり、施策を検討する際には「東予・中予・南予」といった地域別の視点や、自治体や商店街、DMO との連携を意識する必要があるだろう。

愛媛県の宿泊施設におけるインバウンド客の受け入れ状況は、現状で最も回答数の多い受入比率が 1 %未満だった一方で、今後については国内需要の縮小という問題意識の下、受け入れていきたいという回答が約 7 割だったこともあり、成長余地は十分にあると考えられる。

しかしながら、成長を実現するためには種々の課題をクリアする必要があり、特に地域・施設規模問わず、言語面に課題を抱えている施設が多かった。また、今後注力する国・地域として、台湾などのアジア圏を挙げている施設が多かったため、英語以外の言語に対する対応も必要だろう。

さらに愛媛県全体に画一的に適用する形で施策を展開するのではなく、「東予・中予・南予」の地域によって訪れているインバウンド客の属性（国・地域、個人・団体）や注力したい属性が異なる点も考慮した上で、施策を検討・実施していくことが必要だろう。また、施策を検討する際には、地域（自治会・商店街）や 3 割の施設が「知らない」と回答していた日本版 DMO との連携も図っていくことにより、ノウハウの共有や地域間の特徴に応じた効果的な施策が実現できるだろう。

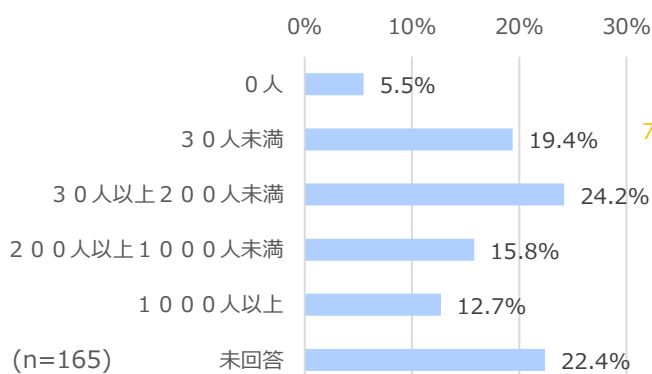
具体的には、インバウンド客と宿泊施設との間には「主要ターミナルや観光地へのシャトルバス」や「周辺観光地へのツアーやツアーガイドの手配」、「日本文化の体験」などの観光資源へのアクセスに関する側面でミスマッチが存在していた。また、宿泊施設は言語面において、パンフレット（宿泊施設の案内）や屋外看板表示（道路沿の看板など）に対する対応が進んでいなかった。これらの点を考慮すると、地域の自治会や商店街、DMO が中心となり、宿泊施設間の連携を促進することで、共通で使用する英語のパンフレットの作成や周辺観光地へのツアーの手配、日本文化を体験できる地域資源を繋げるような観光ルートの構築といった施策が考えられよう。特に言語面では、東予及び中予地域ではアジア圏のインバウンド客が多く宿泊していることに加えて、今後についても注力したいと回答している施設が多かったことから、英語以外の言語への対応も検討すべきだろう。

I. インバウンド客の現状

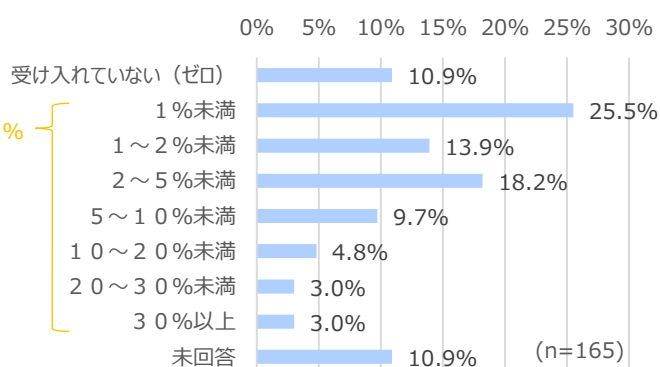
【問 I - 1】 インバウンド延べ宿泊者数及びインバウンド客の受入比率

- ✓ 愛媛県におけるインバウンド客の延べ宿泊者数は、30 人以上 200 人未満という回答が全体の 24.2%を占めており、78.1%の施設がインバウンド客を受け入れていた。
- ✓ インバウンド客の受入比率については、1 %未満という回答が 25.5%と全体に対して最も高い比率を占めており、続いて2～5 %という回答が 18.2%という結果になった。受け入れていないと回答した施設は全体の 10.9%だった。

【問 I - 1】 インバウンド延べ宿泊者数

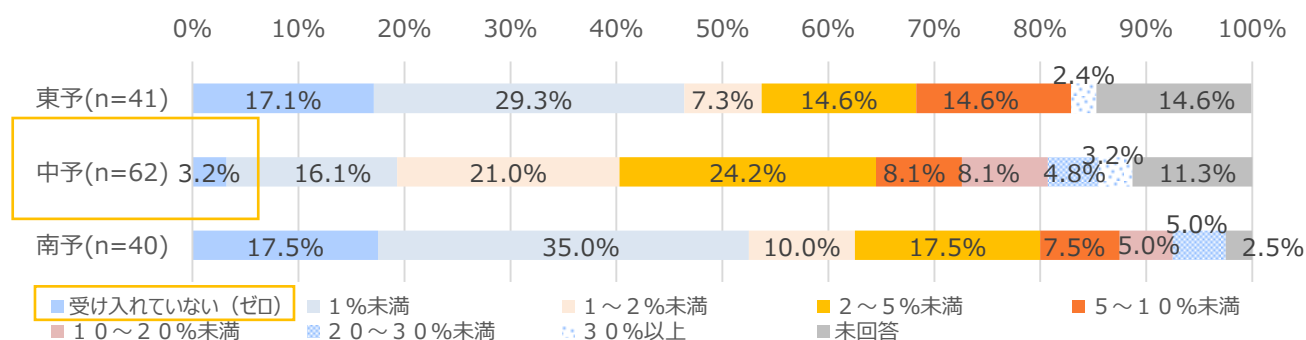


【問 I - 1】 インバウンド客の受入比率

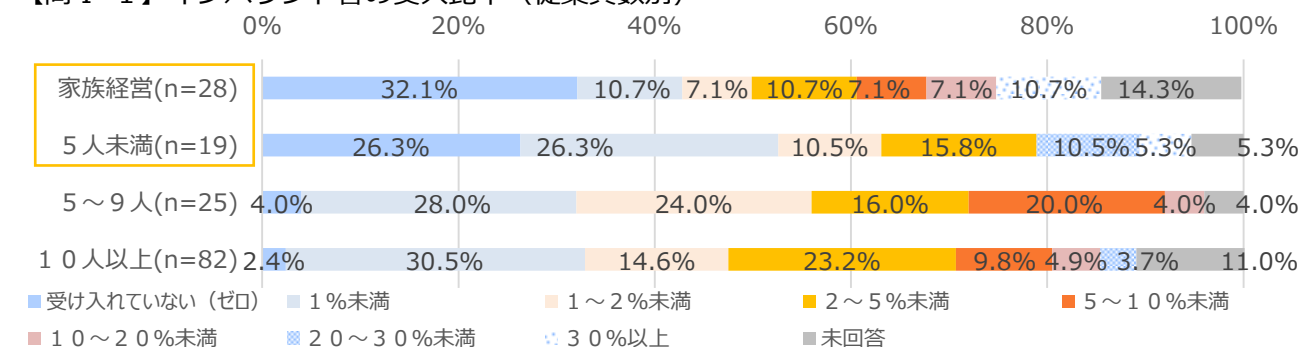


- ✓ 地域別にみると、中予地域においてインバウンド客を受け入れていない（3.2%）という回答比率が最も低かった。
- ✓ 従業員数別にみると、家族経営や5人未満といった比較的施設規模の低い施設でインバウンド客を受け入れていない比率が高かった。

【問 I - 1】 インバウンド客の受入比率（地域別）

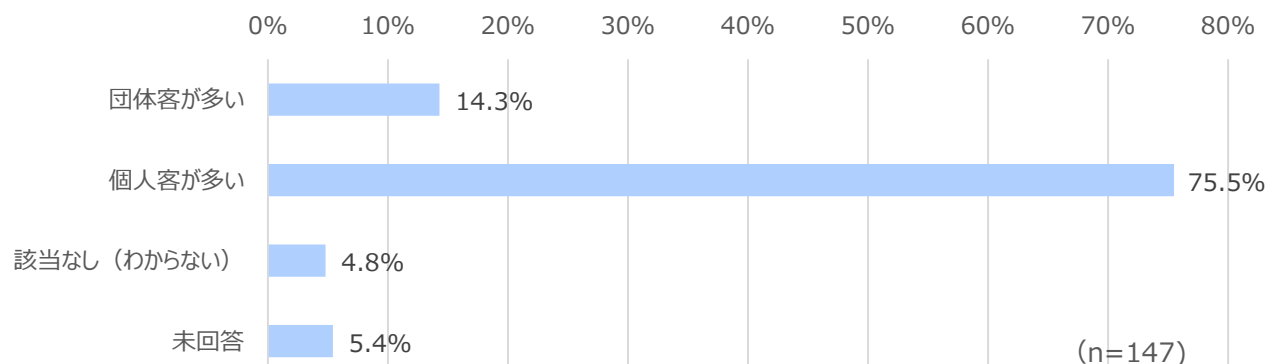


【問 I - 1】 インバウンド客の受入比率（従業員数別）



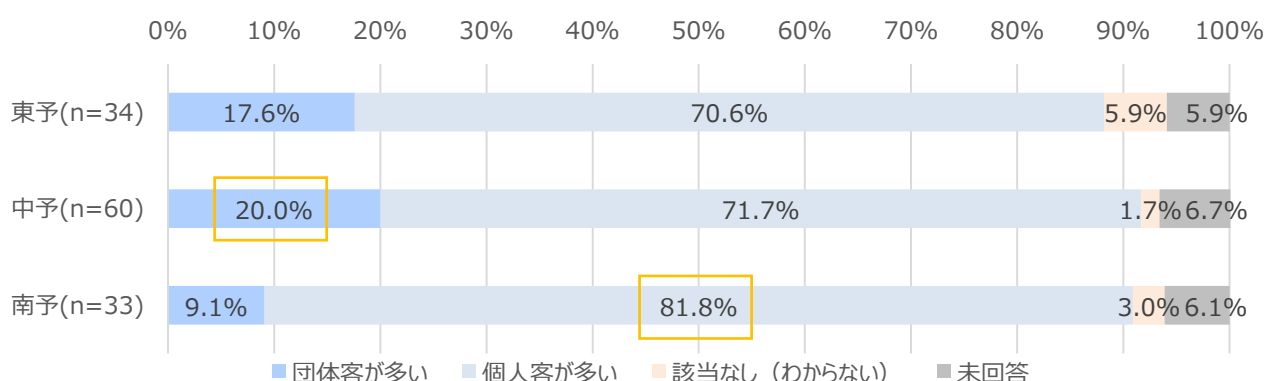
【問 I-2-（1）】インバウンド客の属性

- ✓ 2018 年度に宿泊したインバウンド客の属性について、「個人客が多い」と回答した施設が全体の 75.5 %を占めていた。

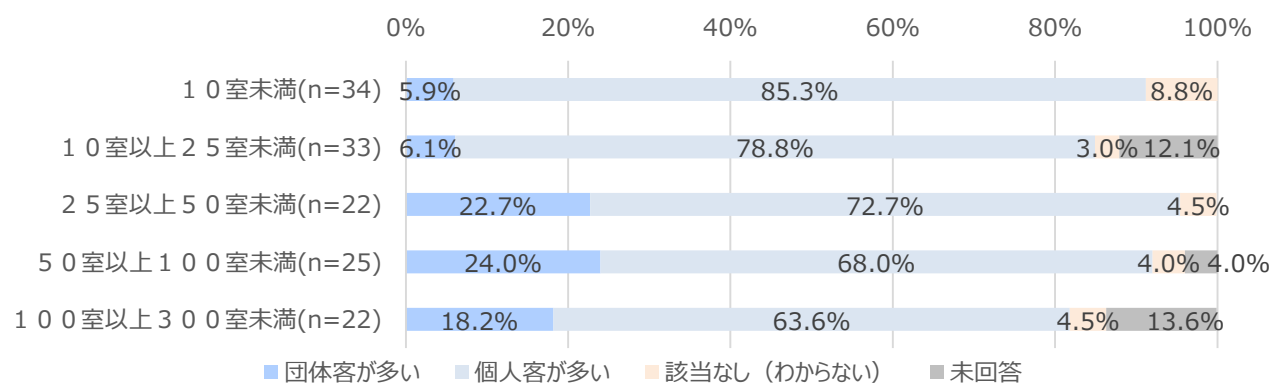


- ✓ 地域別にみると、「団体客が多い」と回答した施設が最も多かったのは中予地域だった。一方、「個人客が多い」という回答が最も多かったのは南予地域だった。
- ✓ 部屋数別にインバウンド客の属性をみると、部屋数が大きくなるほど、団体客が多くなる傾向があった。
- ✓ 施設形態別の状況を見ると、ホテルや旅館に団体客が集中していることが窺える。

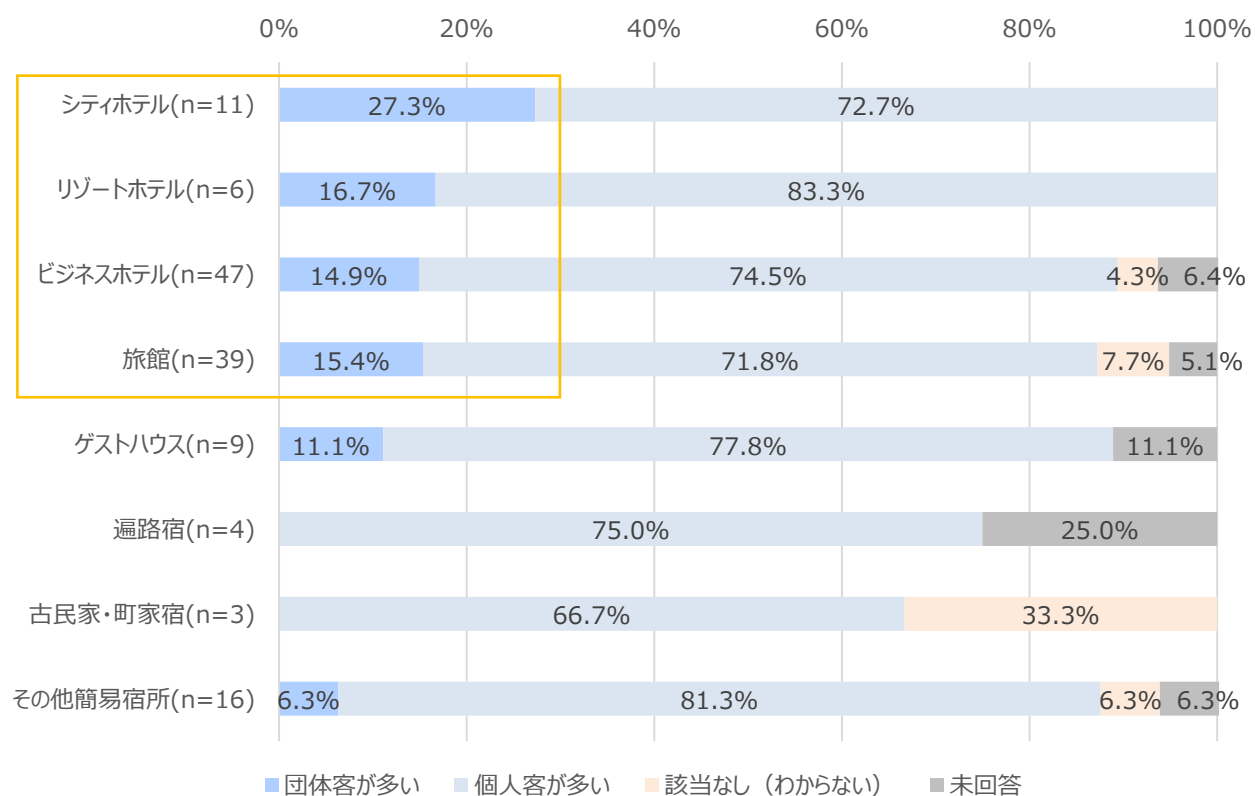
【問 I-2-（1）】インバウンド客の属性（地域別）



【問 I-2-（1）】インバウンド客の属性（部屋数別）



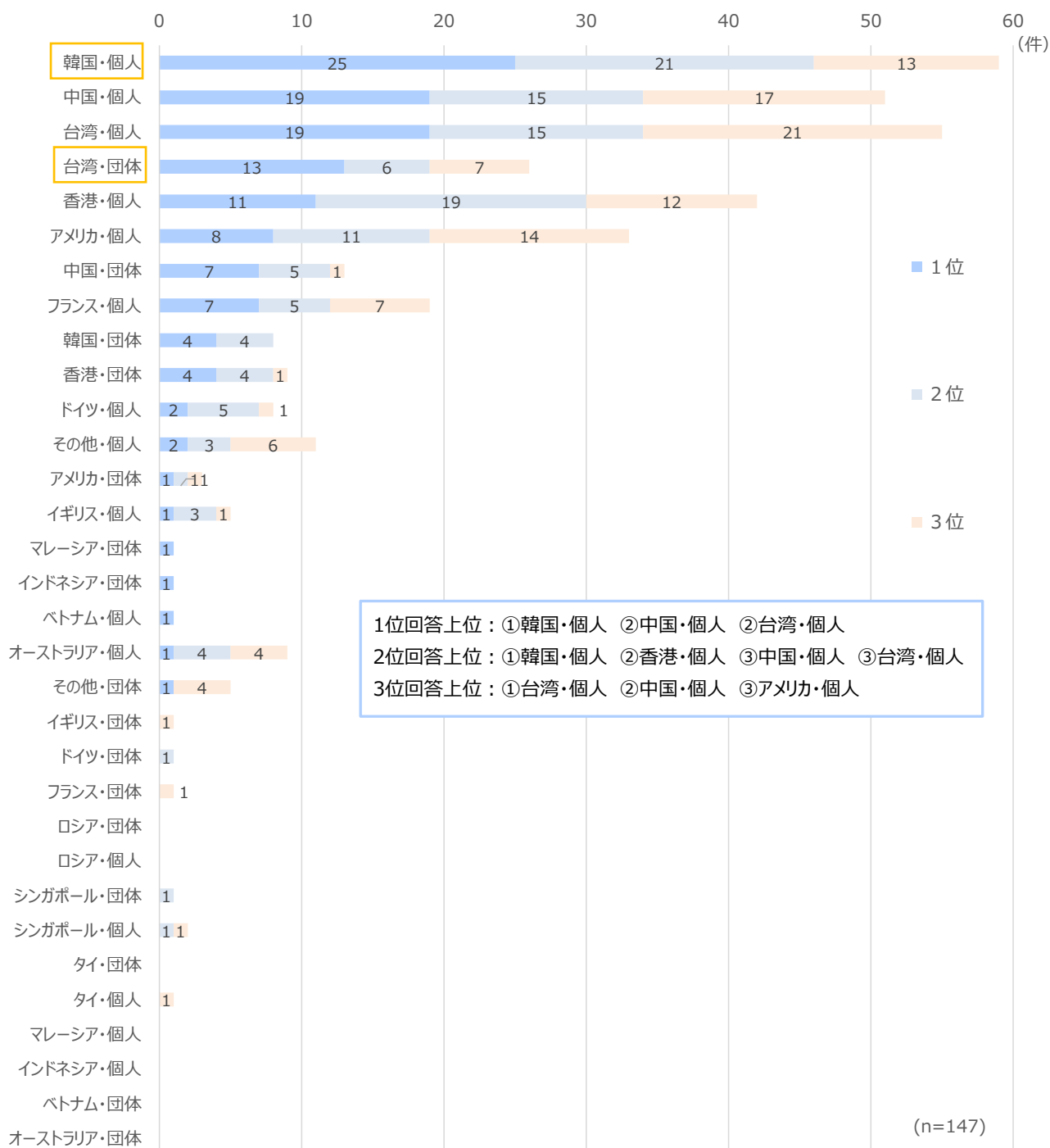
【問 I -2- (1)】 インバウンド客の属性（施設形態別）



【問 I-2-（2）】インバウンド客の属性（国・地域×形態）

- ✓ 2018 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（団体または個人）の掛け合わせで人数の多かったものから、上位 3 つまでを選択してもらった。
- ✓ 韓国（個人）が多いと回答した施設数が、合計 59 件と最多だった。また、団体に関する回答では、台湾が合計 26 件と最も多かった。

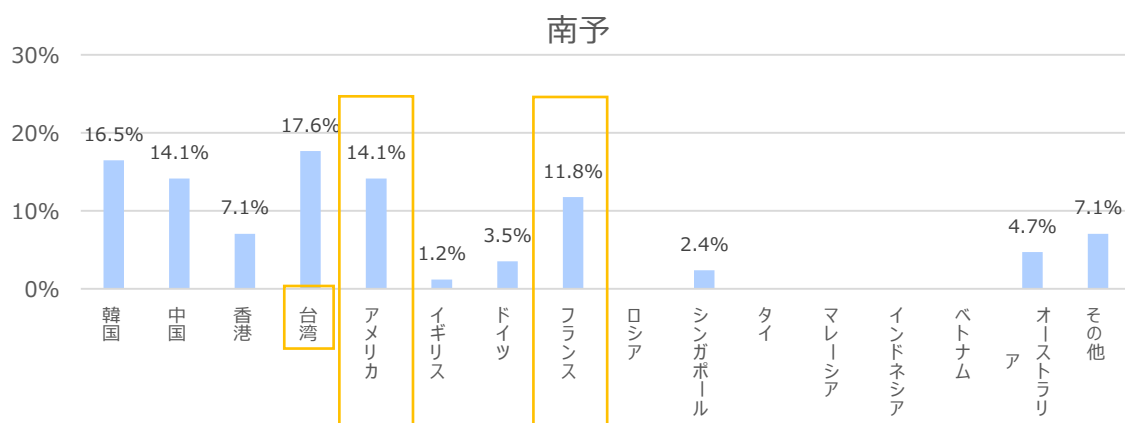
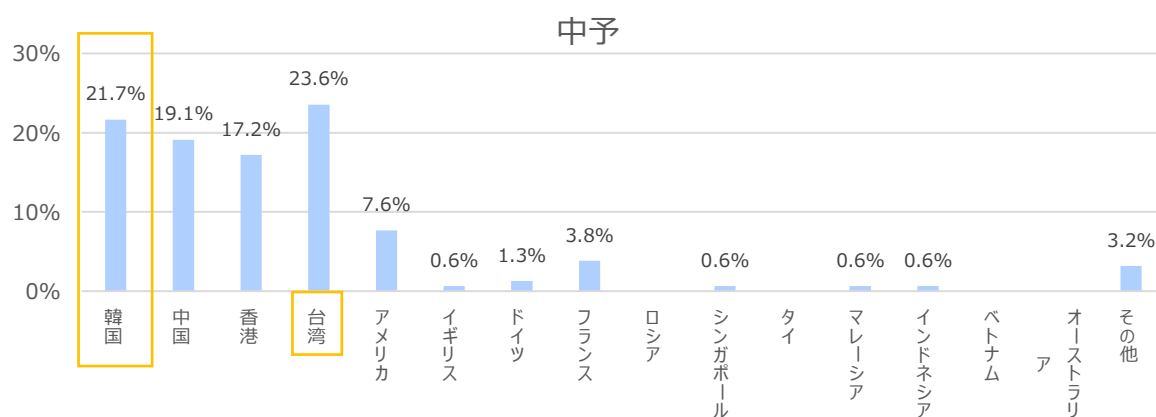
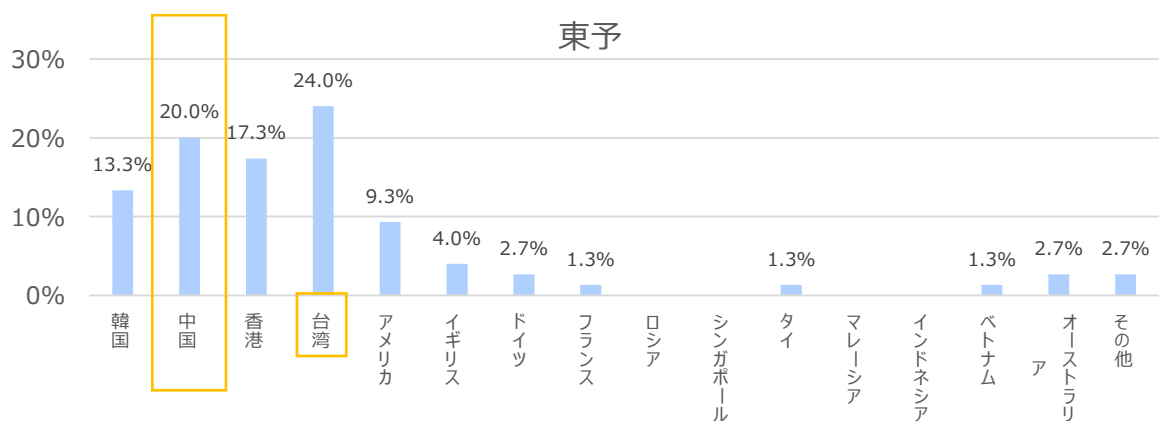
※グラフは 1 位の回答数で降順化。上位 3 位までを回答。【回答数（不明・未回答除く）】1 位：128 件、2 位：124 件、3 位：114 件



【問 I-2-（2）】インバウンド客の属性（国・地域×形態 団体・個人を合算集計）

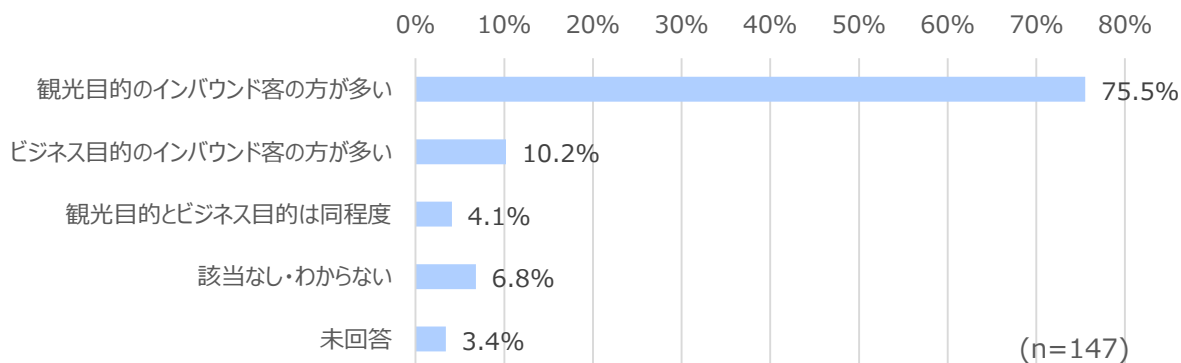
- ✓ 国・地域ごとに団体・個人を合算し、各国について1位～3位と回答した施設比率の合計を算出した。
- ✓ どの地域においても「台湾」に対する比率が最も高い結果になったが、東予では「中国」が次に大きく、また中予と南予では「韓国」となった。また、特に南予では「アメリカ」や「フランス」の回答比率が特に高かった。

【問 I-2-（1）】インバウンド客の属性（国・地域×形態）（地域別）※未回答を除く全体に対する比率



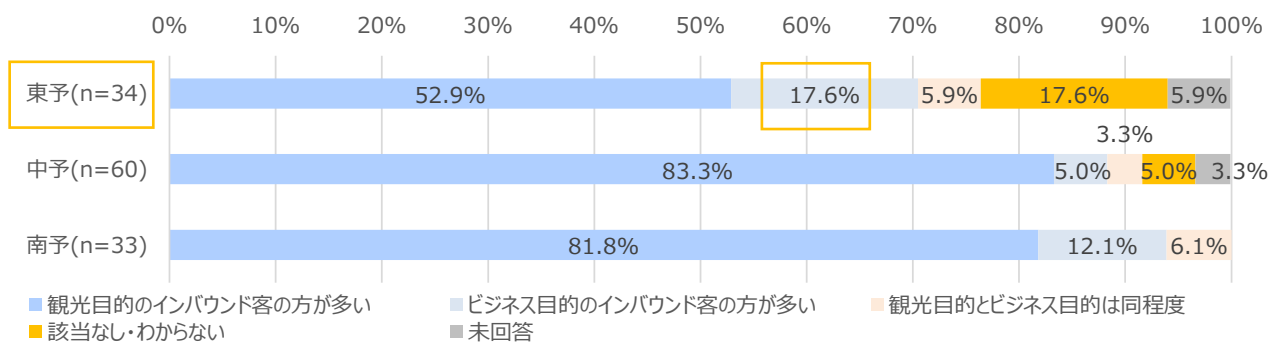
【問 I - 3】インバウンド客の宿泊目的

- ✓ 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」と回答した比率が全体の 75.5%と大半を占める結果になった。

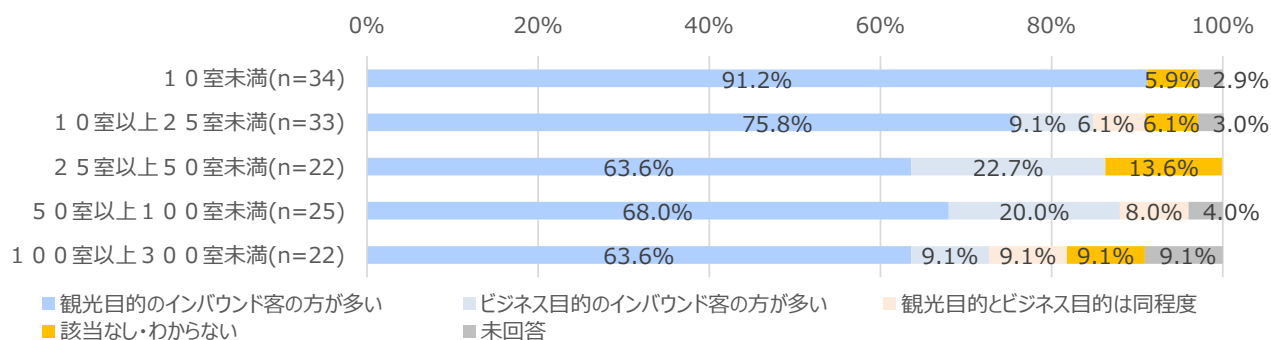


- ✓ 地域別にみると、どの地域においても「観光目的のインバウンド客の方が多い」という回答比率が最も高いが、東予地域では「ビジネス目的のインバウンド客の方が多い」と回答した施設比率が 17.6%と地域別では最も高かった。
- ✓ 部屋数別では、10 室未満の施設で観光目的の回答が目立つが、部屋数が多い施設では、ビジネス目的の施設も一定程度存在する。

【問 I - 3】インバウンド客の宿泊目的（地域別）

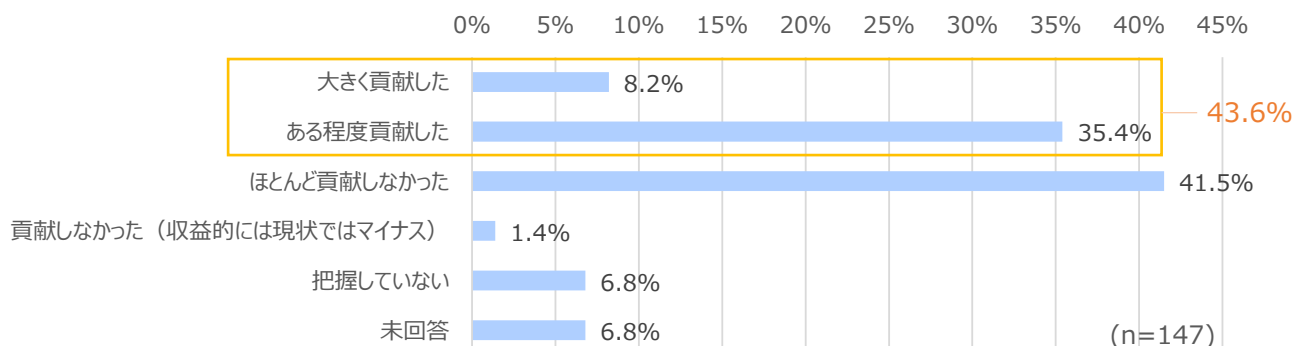


【問 I - 3】インバウンド客の宿泊目的（部屋数別）



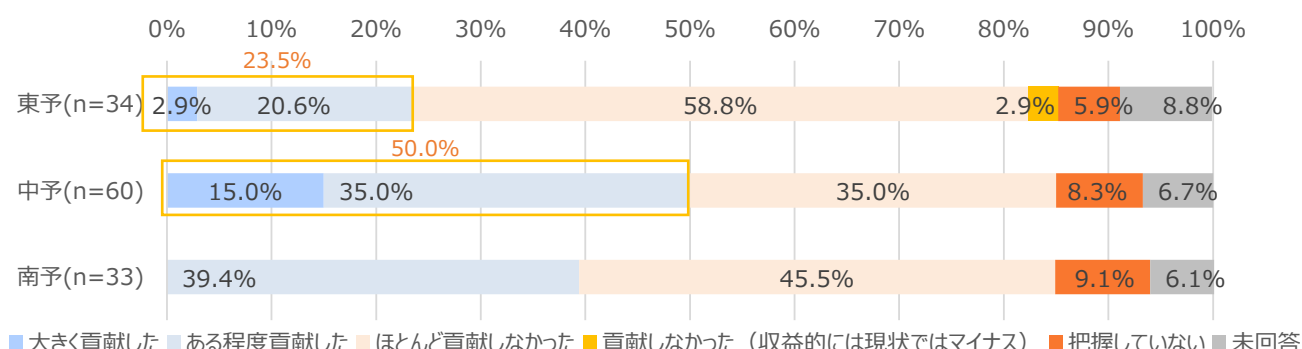
【問 I - 4】インバウンド客の収益性への貢献状況

- ✓ 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」を合計した比率が 43.6% だった。

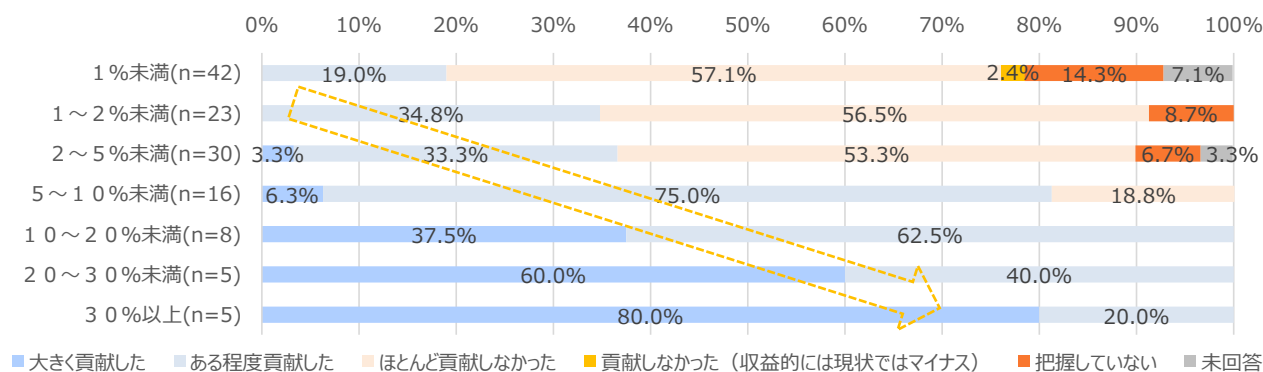


- ✓ 地域別にみると、特に中予地域において「収益に大きく貢献した」という回答比率が最も大きく、「ある程度貢献した」との合計値においても、地域別では最大だった。
- ✓ インバウンド客の受入比率別では、受け入れている比率が高い施設ほど、収益に貢献しているとの回答比率が高かった。一方で、インバウンド客の受入比率が低い施設では、「ほとんど貢献しなかった」という回答が半分以上を占めていた。

【問 I - 4】インバウンド客の収益性への貢献状況（地域別）



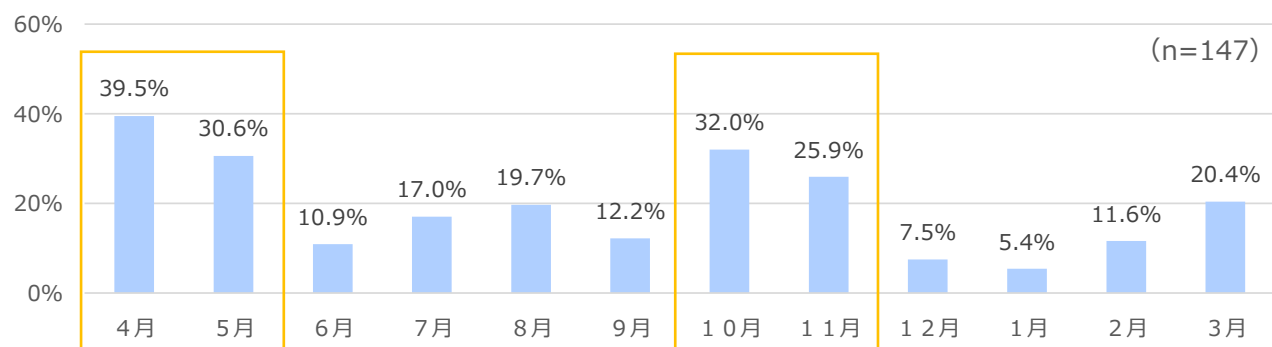
【問 I - 4】インバウンド客の収益性への貢献状況（受入比率別）



【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。
- ✓ 愛媛県でインバウンド客が訪れる時期には大きく 2 回の波があり、4～5 月と 10～11 月であることが分かる。

※各月を 1 位～3 位と回答した施設比率の合計



- ✓ 地域別にみると、南予地域は全体と比較的同じ傾向だったが、中予地域では 3 月の順位が 4 位になっており、東予地域では 6 月の順位が 5 位となっている点に地域性が見られる。
- ✓ 次に受入比率別にみると、インバウンド客を多く受け入れている施設では 3 月を挙げているところが多いことが分かる。
- ✓ 宿泊旅行統計調査における 2018 年度の月別の動向では、全体の傾向と大きな違いはなかった。

【問 I - 5】インバウンド客の集中する時期（地域別）

※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。数字が低いほど、順位が高い。

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

【問 I - 5】インバウンド客の集中する時期（受入比率別）

	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	2	4	10	5	7	5	1	3	9	12	8	11
1～2%未満	1	6	9	7	5	8	2	3	10	11	12	4
2～5%未満	4	2	6	8	5	10	1	3	11	12	9	7
5～10%未満	2	4	8	3	7	6	5	1	10	11	12	9
10～20%未満	2	8	11	6	7	9	4	4	11	10	3	1
20～30%未満	2	5	12	9	8	5	4	3	10	10	7	1
30%以上	2	4	12	5	1	8	3	5	10	9	11	5

【参考】宿泊良好統計調査における、2018 年度のインバウンド客の集中する時期

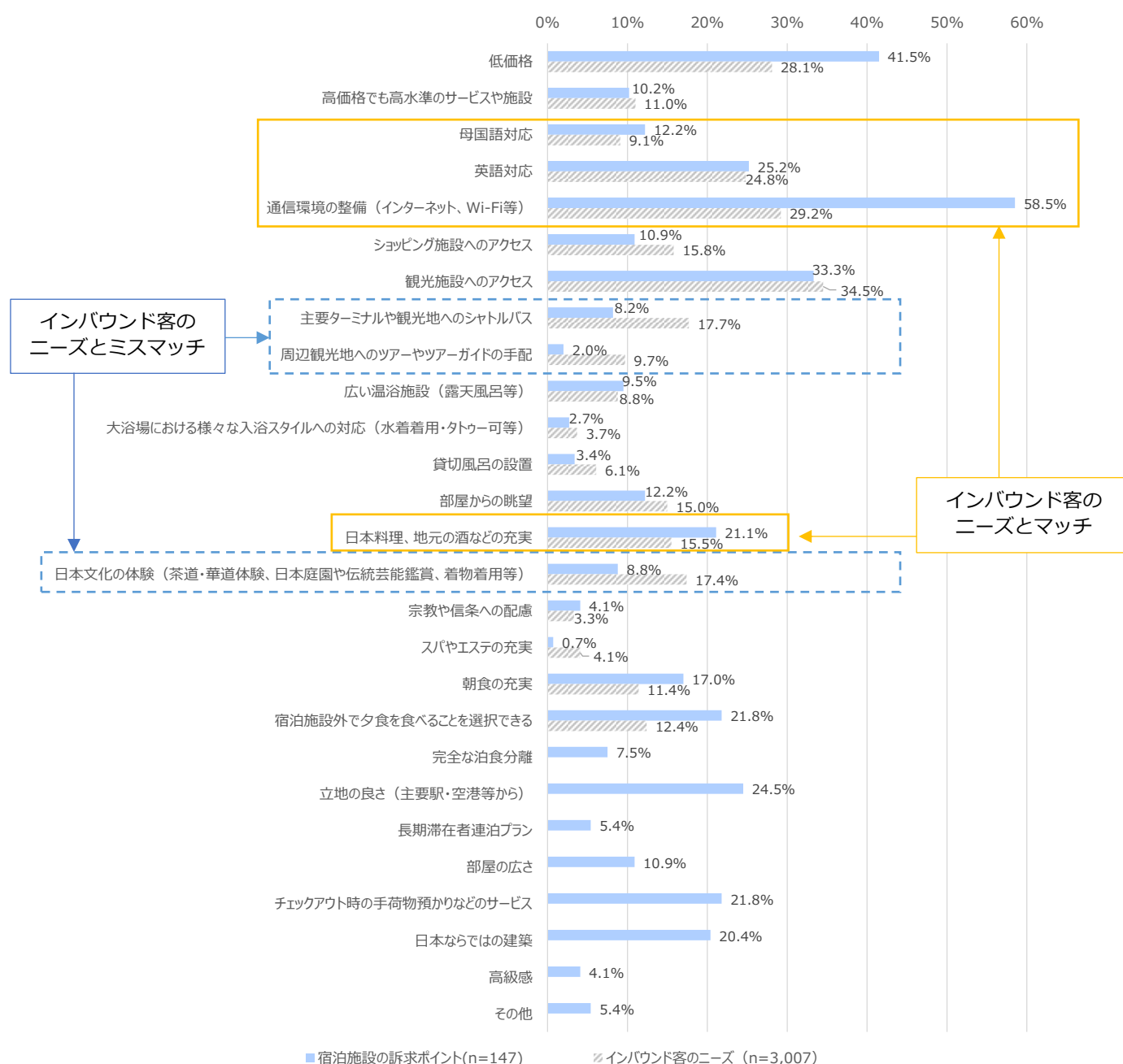
※外国人延べ宿泊者数が最も多い月から順位化したもの。数字が低いほど、順位が高い。

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

（出典）観光庁「宿泊旅行統計調査」

【問 I-6】インバウンド客への訴求ポイント

- ✓ 「愛媛県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 つまで選択可能）」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」といったハード面や、「母国語対応」「英語対応」といった言語面など、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。
- ✓ 一方で、「主要ターミナルや観光地へのシャトルバス」「周辺観光地へのツアーやツアーガイドの手配」「日本文化の体験」など、ニーズを満たさない形のミスマッチ部分も残っていることが分かる。

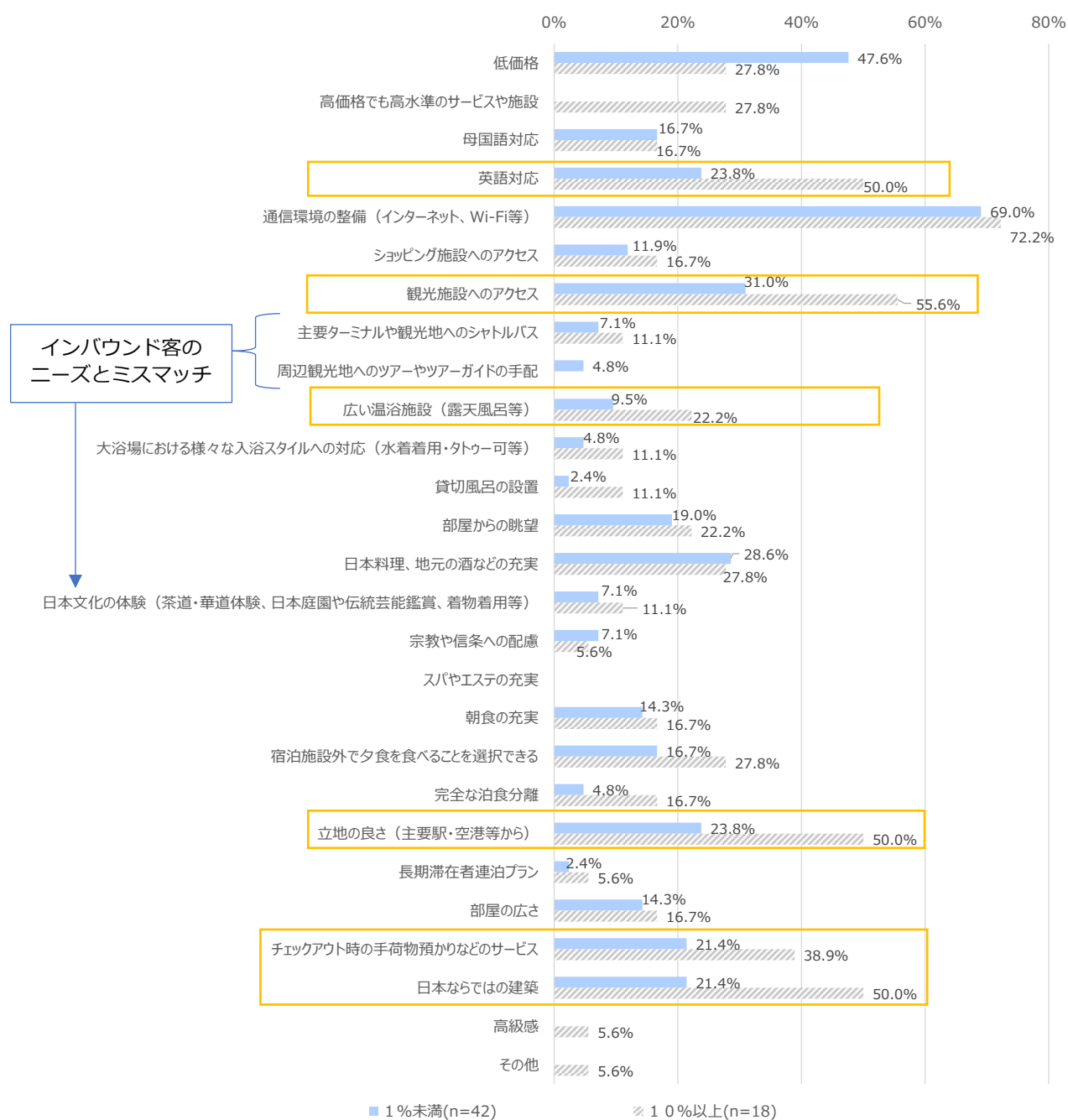


（出典）DBJ「東北インバウンド客受入環境調査」2019年3月

（原出典）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）

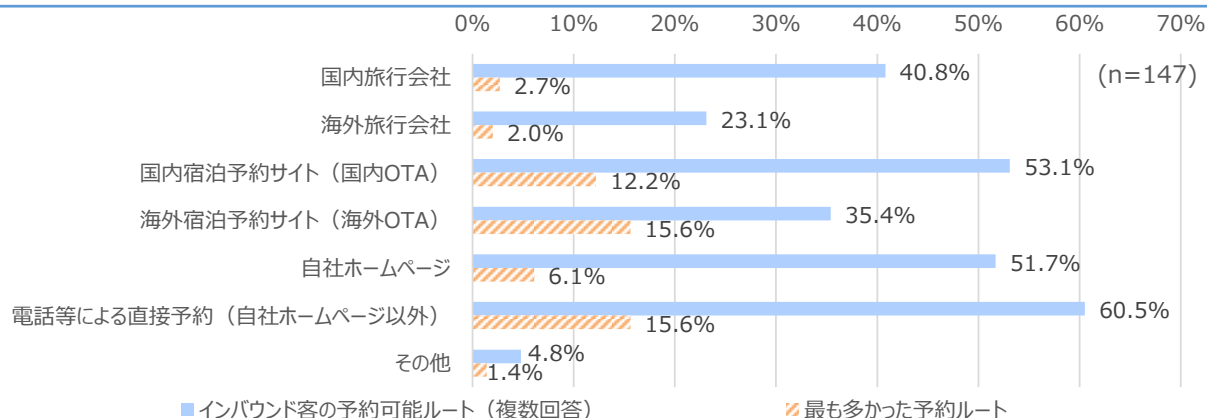
- ✓ 訴求ポイントの一部を抜粋し、受入比率が 1%未満の施設と、受入比率が 10%以上の施設を比較した。
- ✓ 「英語対応」「観光施設へのアクセス」「広い温浴施設」「立地の良さ」「チェックアウト時の手荷物預かりなどのサービス」「日本ならではの建築」といった項目で大きな差が見られた。
- ✓ 一方で、「主要ターミナルや観光地へのシャトルバス」「周辺観光地へのツアーやツアーガイドの手配」「日本文化の体験」など、インバウンド客が宿泊施設に求めるポイントとの間について、いずれの施設においてもニーズを満たさない形でのミスマッチが生じている。

【問 I - 6】「宿泊施設の訴求ポイント」（受入比率別）



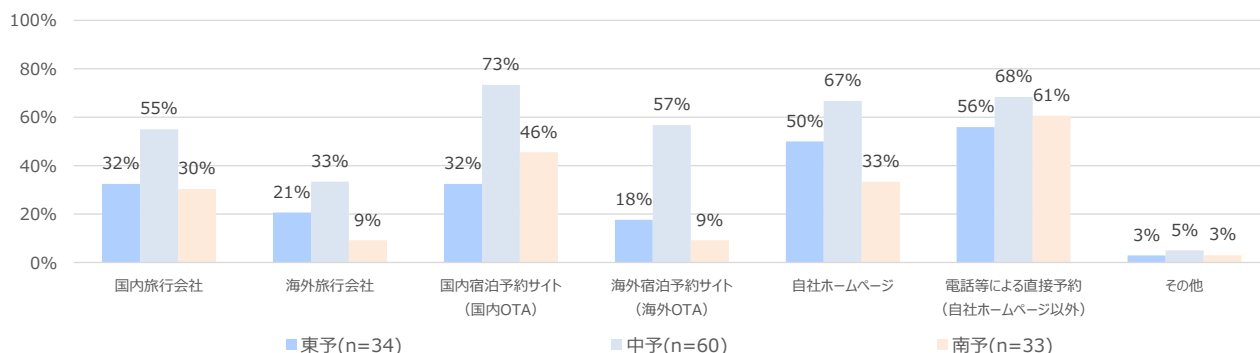
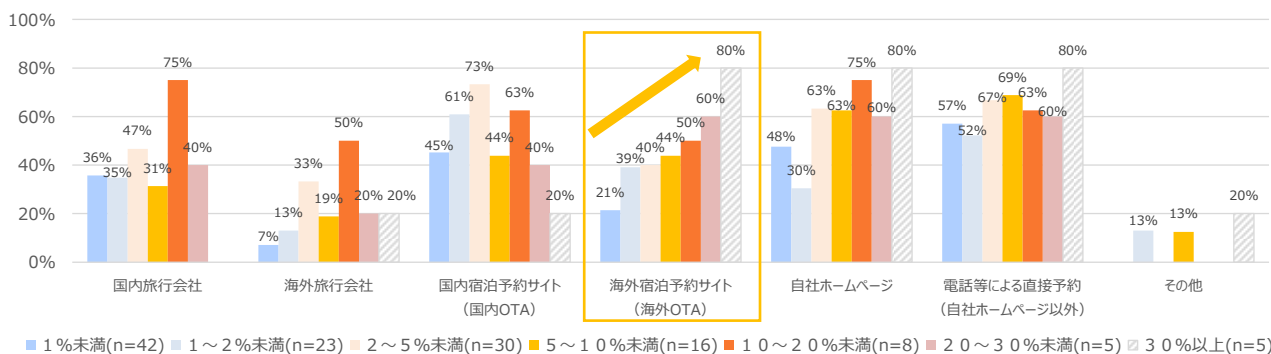
【問 I - 7】 インバウンド客の予約ルート

- ✓ インバウンド客の予約可能ルートは「電話等による直接予約」が最も多く、次いで「国内宿泊予約サイト」、「自社ホームページ」となった。
- ✓ 最も多かった予約ルートについては、「電話等による直接予約」と「海外宿泊予約サイト」が最も多く、次いで「国内宿泊予約サイト」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見ると、受入比率が上昇すると、「海外宿泊予約サイト」の比率が高くなる傾向にある。
- ✓ また、地域別に予約可能ルートを見ると、中予地域は全てのルートにおいて、最も比率が高く、全ルートに対応している。一方で、南予地域では「海外旅行会社」や「海外宿泊予約サイト」の比率が低く、対応面に課題を抱えている可能性がある。

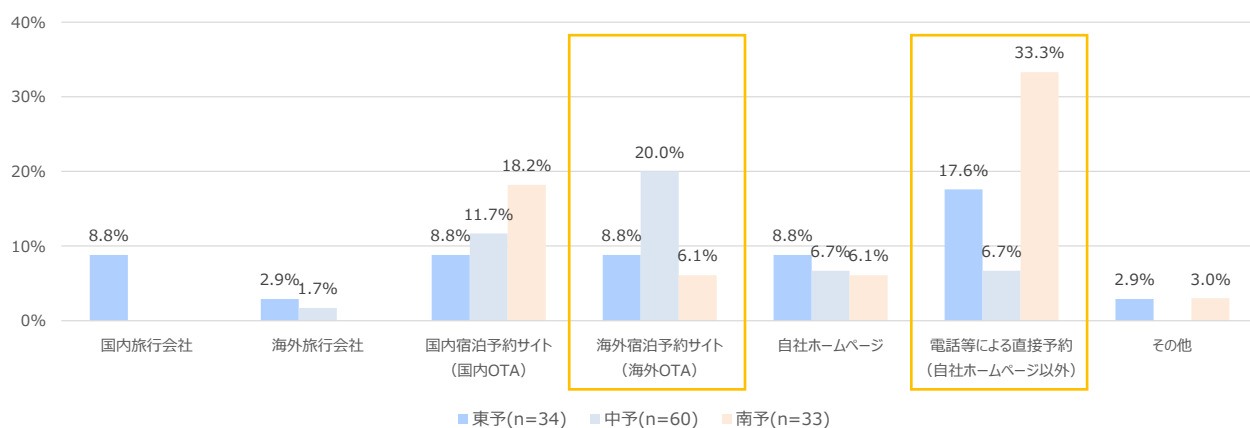
【問 I - 7】 インバウンド客の予約可能ルート (受入比率別)



【問Ⅰ-7】インバウンド客の予約可能ルート（地域別）

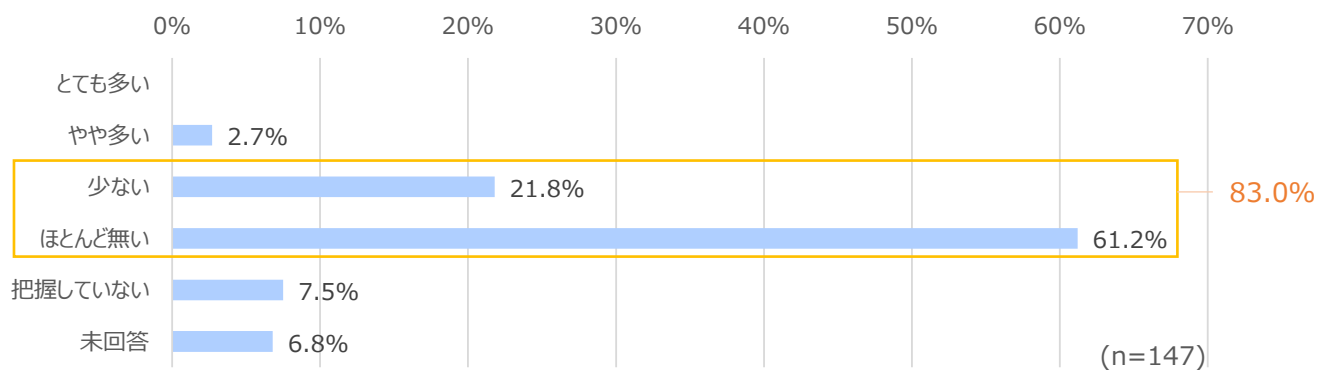
- ✓ 地域別に最も多かった予約可能ルートを見ると、中予地域では「海外宿泊予約サイト」の比率が最も大きく、東予地域と南予地域では「電話等による直接予約」が最も高いという結果になり、地域によって異なる傾向を示している。

【問Ⅰ-7】最も多かった予約ルート（地域別）



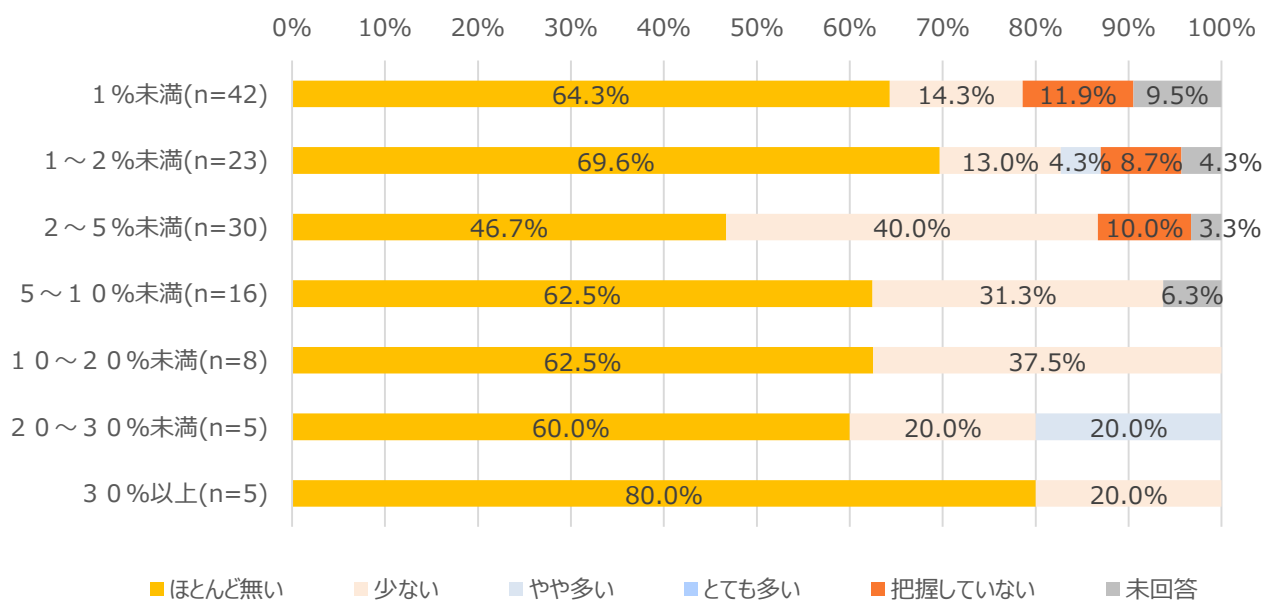
【問 I - 8】 インバウンド客の要望（クレーム含む）の頻度

- ✓ 2018 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」を合わせた値が全体の 83.0%になっている。



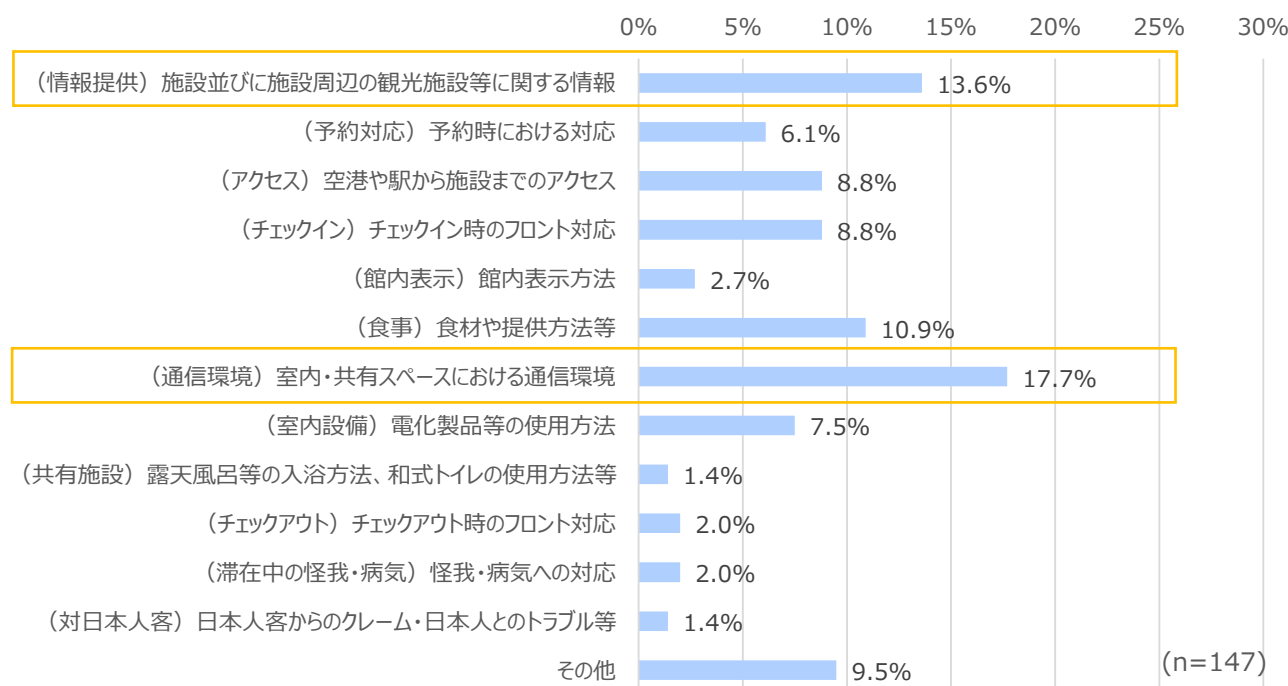
- ✓ 受入比率別では、どの比率においても要望は「ほとんど無い」という回答が最も多く、受入比率による違いはほとんどなかった。

【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）

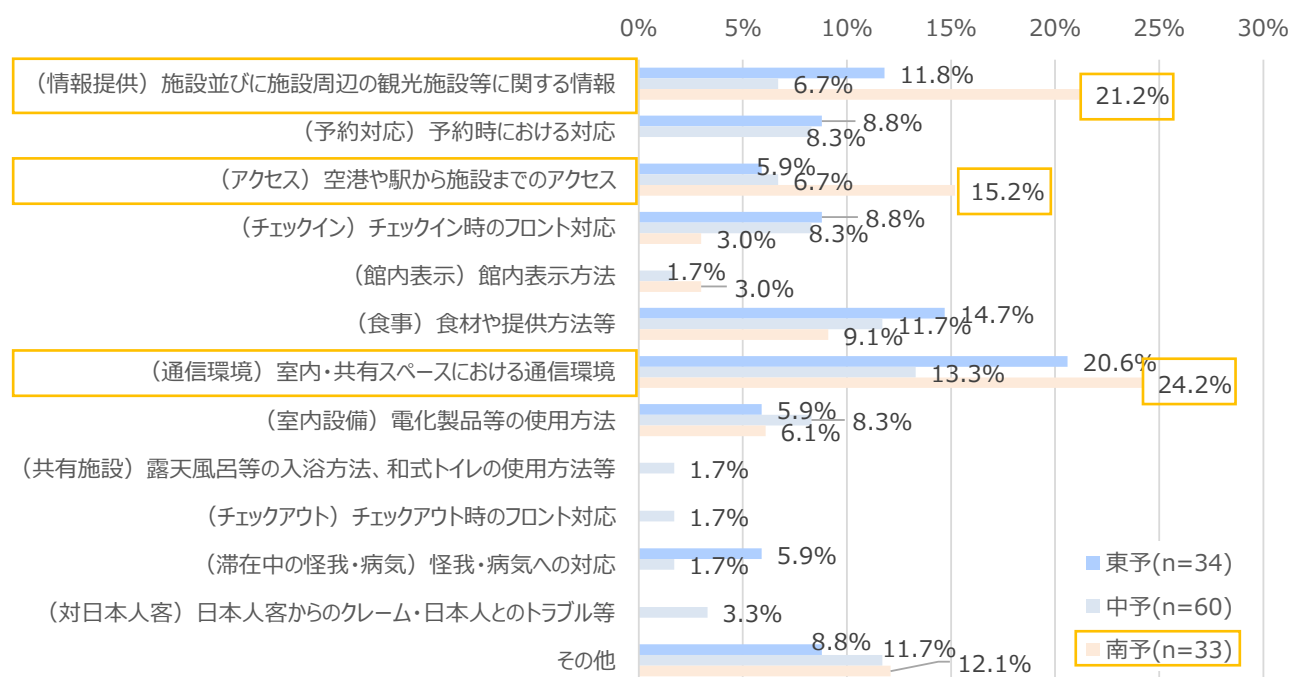


【問 I - 9】要望（クレーム含む）の具体的な場面

- ✓ 要望（クレーム含む）の具体的な場面としては、「通信環境」が 17.7%と最も多く、次いで「情報提供」が 13.6%となっている。
- ✓ また、地域別では、南予地域において、「情報提供」「アクセス」「通信環境」に対する要望が特に多かった。



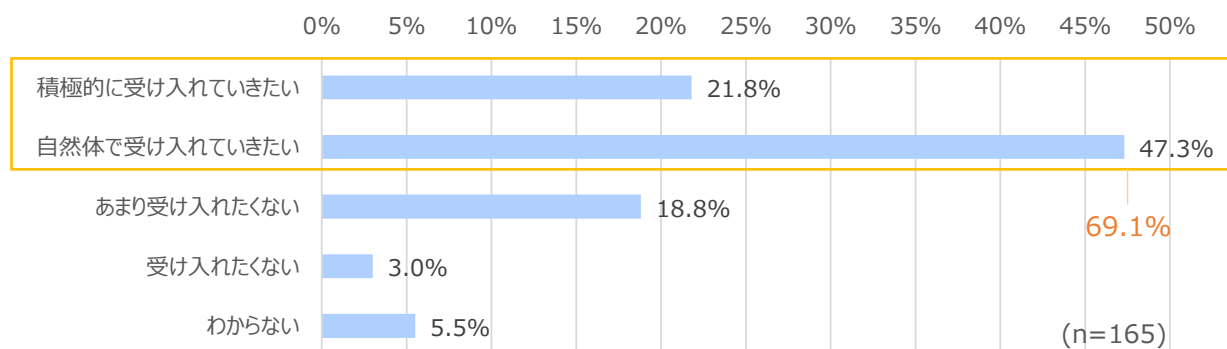
【問 I - 9】要望（クレーム含む）の具体的な場面（地域別）



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

- ✓ インバウンド客の受け入れに対する方針については、「積極的／自然体で受け入れていきたい」という回答が全体の 69.1%を占め、受け入れについて肯定的な方針を持つ施設が多かった。
- ✓ 自由回答を見ると、「積極的に受け入れていきたい」理由として最も多かった理由としては、今後の需要の拡大を見込んだ内容だった。他方、「自然体で受け入れていきたい」理由として最も多かった理由は受入体制の不十分さを懸念するものであった。



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

積極的に受け入れて行きたい理由（全 28 回答） 一部抜粋

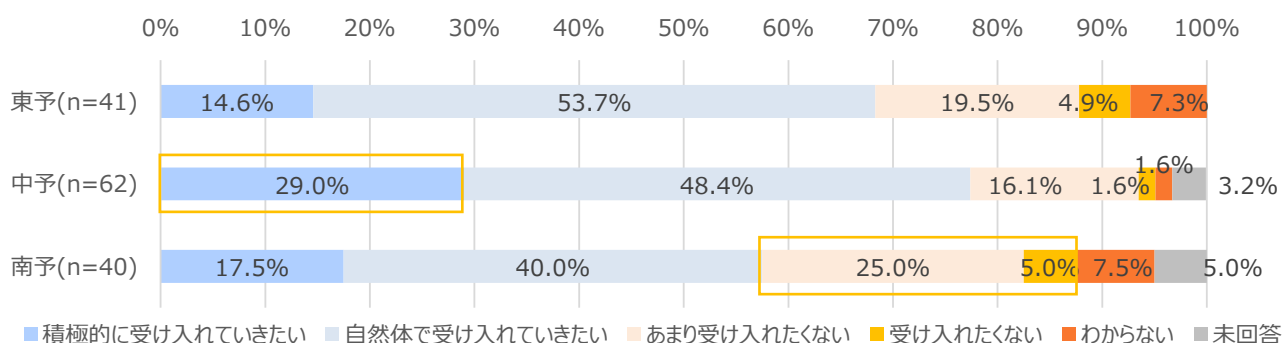
- ✓ 需要の拡大が見込まれるため（全 10 回答）
 - ・近年、外国人の観光客が、少しずつだが増加の傾向にある。
 - ・今後、インバウンド客が愛媛で増加していくため、早めに対応に慣れておきたい。
- ✓ 異文化交流／日本の文化を知って欲しいため（全 4 回答）
 - ・日本のことを知ってほしい。日本人との国際交流をしてほしい。
 - ・いろいろな国の方々に当館での滞在をお楽しみいただきたいため。
- ✓ 直行便の就航（全 3 回答）
 - ・7月18日より、台湾便就航により、ますます拡大するため。
- ✓ 国内市場の縮小に向けた対応として（全 3 回答）
 - ・国内需要の冷え込みから、インバウンドに活路を見出すしかない。
 - ・日本人の人口が減少する中で、安定した宿泊人員を保ちたいため。

自然体で受け入れて行きたい理由（全 52 回答） 一部抜粋

- ✓ 受入体制が不十分（全 16 回答）
 - ・外国語対応ができるスタッフがいないため、急な増加に対応できない。
 - ・現状、外国語を満足に会話できるスタッフが少なく、万全な態勢で受け入れができない時もあるため。
- ✓ お客様を区別しない姿勢（全 16 回答）
 - ・当店利用の趣旨を理解していれば、拒む理由はない。
 - ・来ていただけるのなら、断らない。
- ✓ 日本人客とのバランスを考えながら（全 7 回答）
 - ・連泊で、常連のお客様が中心ため、十分に満足していただけるサービスが提供できる自信がない。
 - ・顧客（リピーター）のお客様の影響を考え、積極的にまでとはいえない。
- ✓ 様子見の姿勢（全 6 回答）
 - ・増えていく見込みだから。

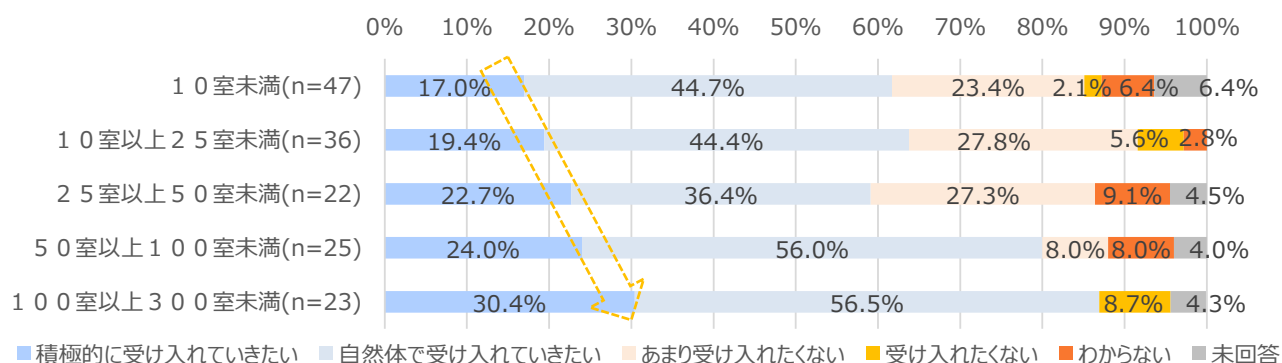
- ✓ 地域別では、中予地域が最も積極的な傾向にあり、「積極的に受け入れていきたい」という回答は29.0%と比較的高く、「あまり受け入れたくない／受け入れたくない」の回答比率も低かった。
- ✓ 一方で、「積極的／自然体で受け入れていきたい」の合計比率が最も低かったのは南予地域であり、「あまり受け入れたくない／受け入れたくない」の回答も30.0%と最も高かった。

【問Ⅱ-1】インバウンド客受け入れに対する方針（地域別）

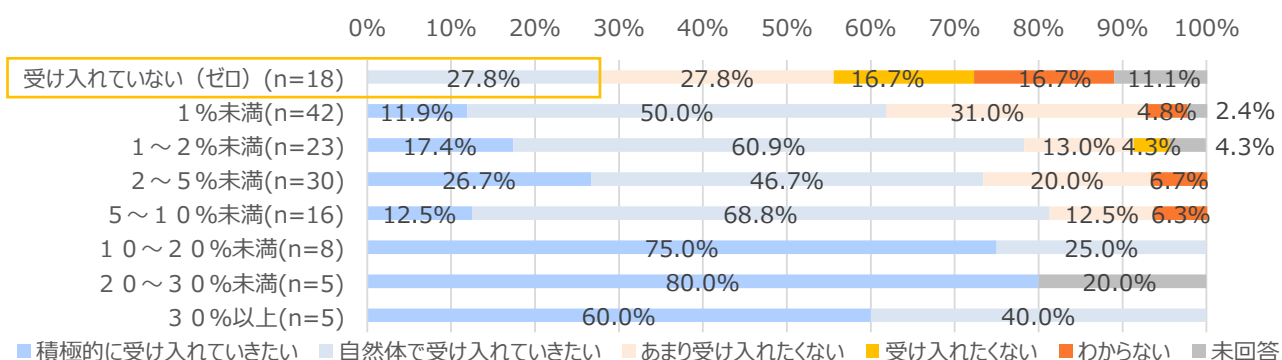


- ✓ 部屋数別にみると、部屋数が多くなるにつれて、「積極的／自然体で受け入れていきたい」という回答比率が大きくなる傾向があった。
- ✓ 一方で受入比率別では、インバウンド客を受け入れていない施設においても、「自然体で受け入れていきたい」という回答が27.86%あり、今後について肯定的な方針を持つ施設が3割程度いた。

【問Ⅱ-1】インバウンド客受け入れに対する方針（部屋数別）

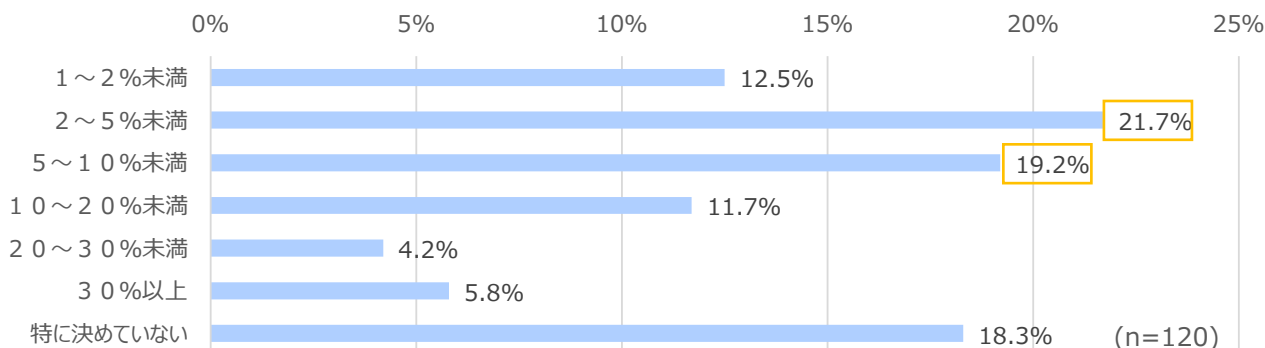


【問Ⅱ-1】インバウンド客受け入れに対する方針（受入比率別）



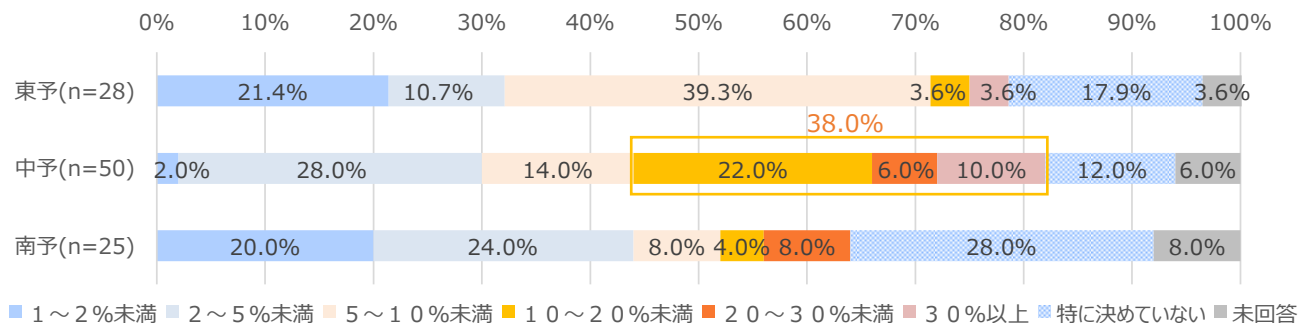
【問Ⅱ-1-(2)】インバウンド客の比率の目途

- ✓ 今後のインバウンド客の受入比率の目途としては、2～5%との回答が最も多く、次いで「5～10」という回答が多かった。

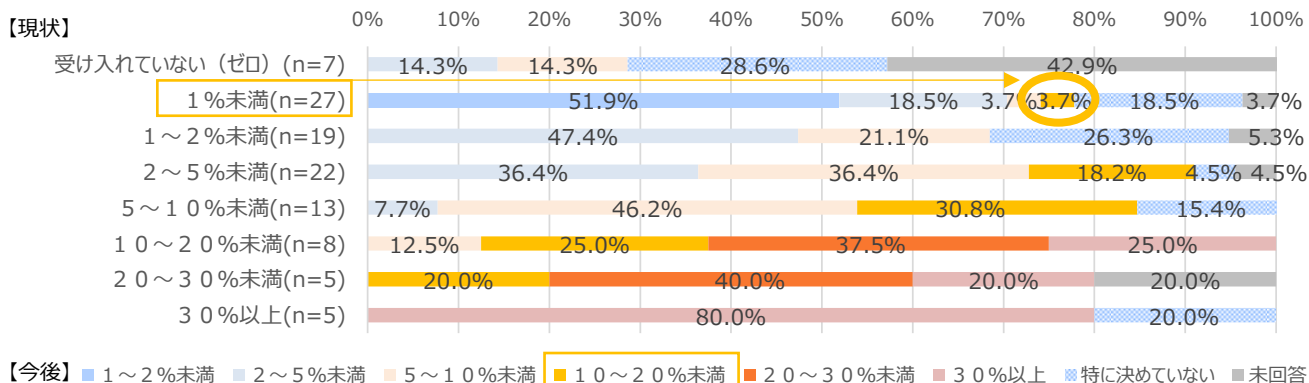


- ✓ 地域別にみると、特に中予地域で10%以上の比率が38.0%と最も高かった。南予地域では「特に決めていない」という回答が28.0%と最も高かった。
- ✓ 受入比率別では、今後の受入比率の目途について、現状の受入比率よりも高い水準を考えている施設が多かった。なお、受入比率が1%未満の施設においても、10%以上の受入比率を考えている施設が存在している。

【問Ⅱ-1-(2)】インバウンド客の比率の目途（地域別）

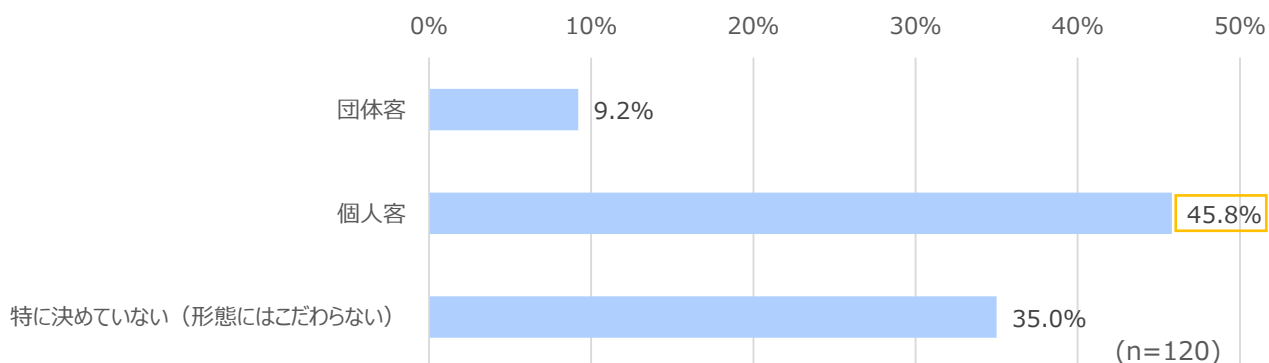


【問Ⅱ-1-(2)】インバウンド客の比率の目途（受入比率別）



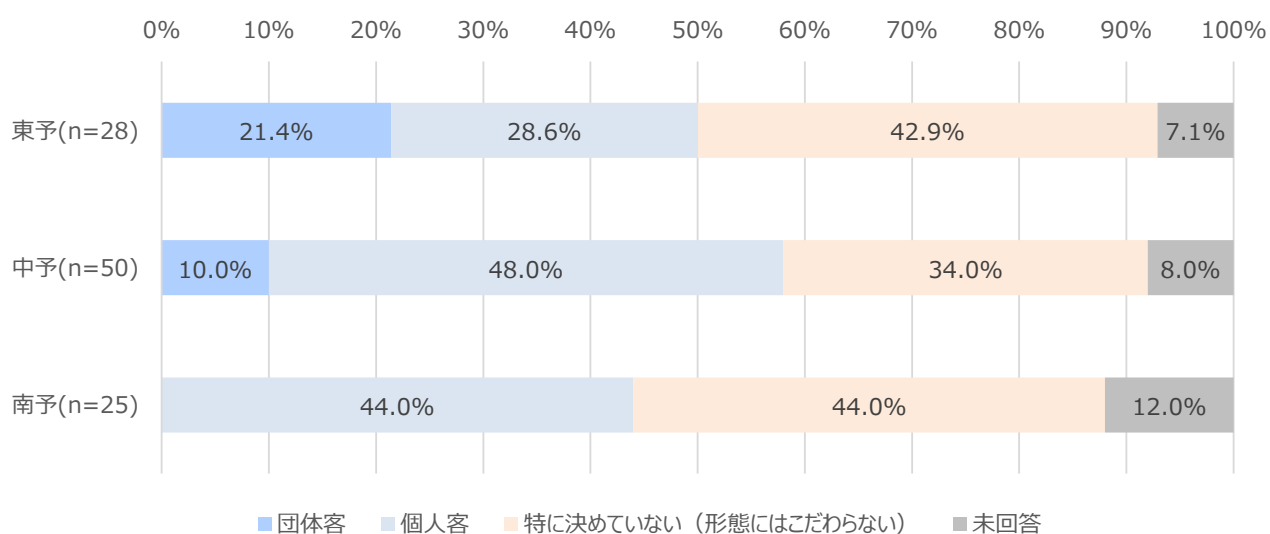
【問Ⅱ-1-(3)】今後注力する属性（形態）団体客か個人客

- ✓ 今後注力する属性としては、「個人客」を選択する施設が45.8%と最も多かった。また、「特に決めていない」という回答も35.0%と比較的多かった。



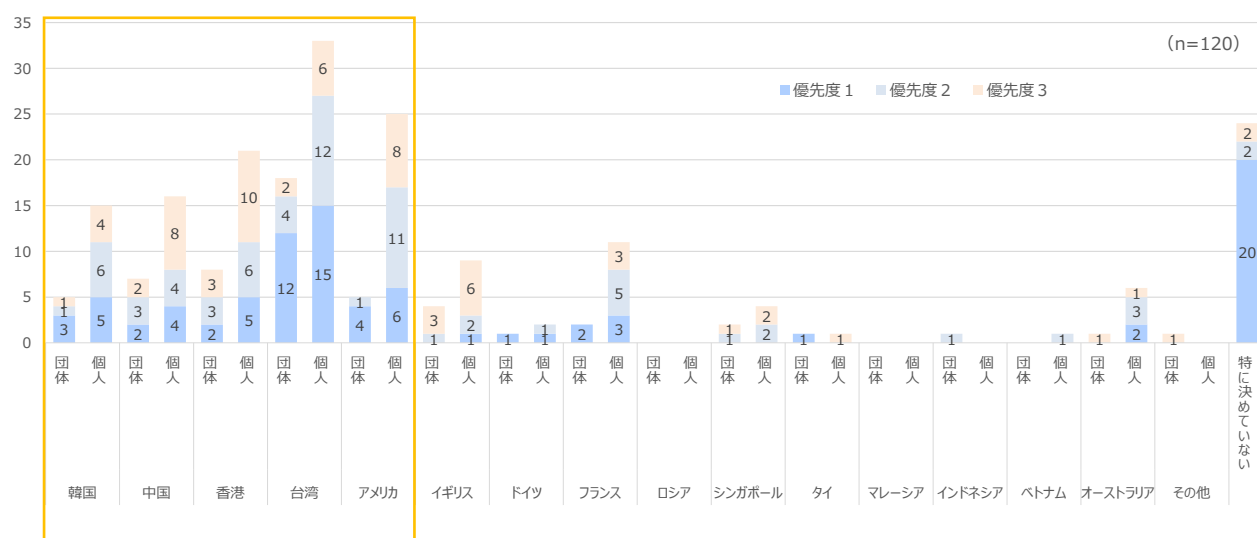
- ✓ 地域別にみると、特に東予地域で「団体客」へ注力すると回答した比率が高かった。一方で、南予地域では「団体客」へ注力すると回答した施設はなく、また「特に決めていない」という回答比率が最も高かった。

【問Ⅱ-1-(3)】今後注力する属性（形態）団体客か個人客（地域別）

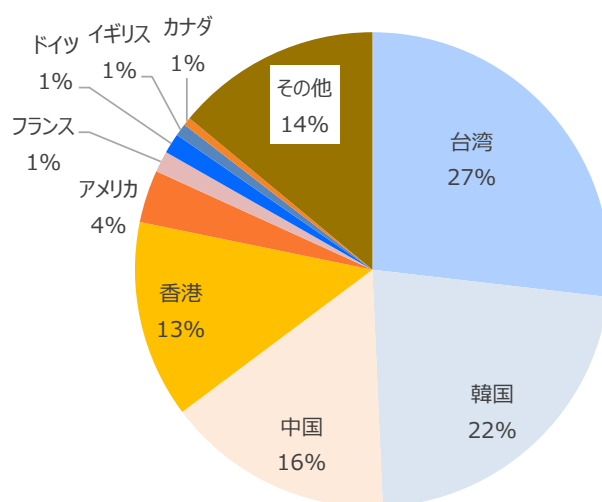


【問Ⅱ-1-(4)】 今後注力する属性（国 地域×形態）

- ✓ 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」で回答してもらい、その回答数を積み上げた。
- ✓ 団体・個人を問わず、「台湾」に回答数が集中している。また、個人では「台湾」の次に「アメリカ」となり、続いて「香港」という回答結果だった。一方、団体では「香港」、「中国」という順で回答数が多かった。
- ✓ 参考までに、2018年度の宿泊旅行統計調査における国別のインバウンド客延べ宿泊者数の内訳を見ると、概ね現状でも多い国へ注力すると回答している傾向にあると言えるだろう。



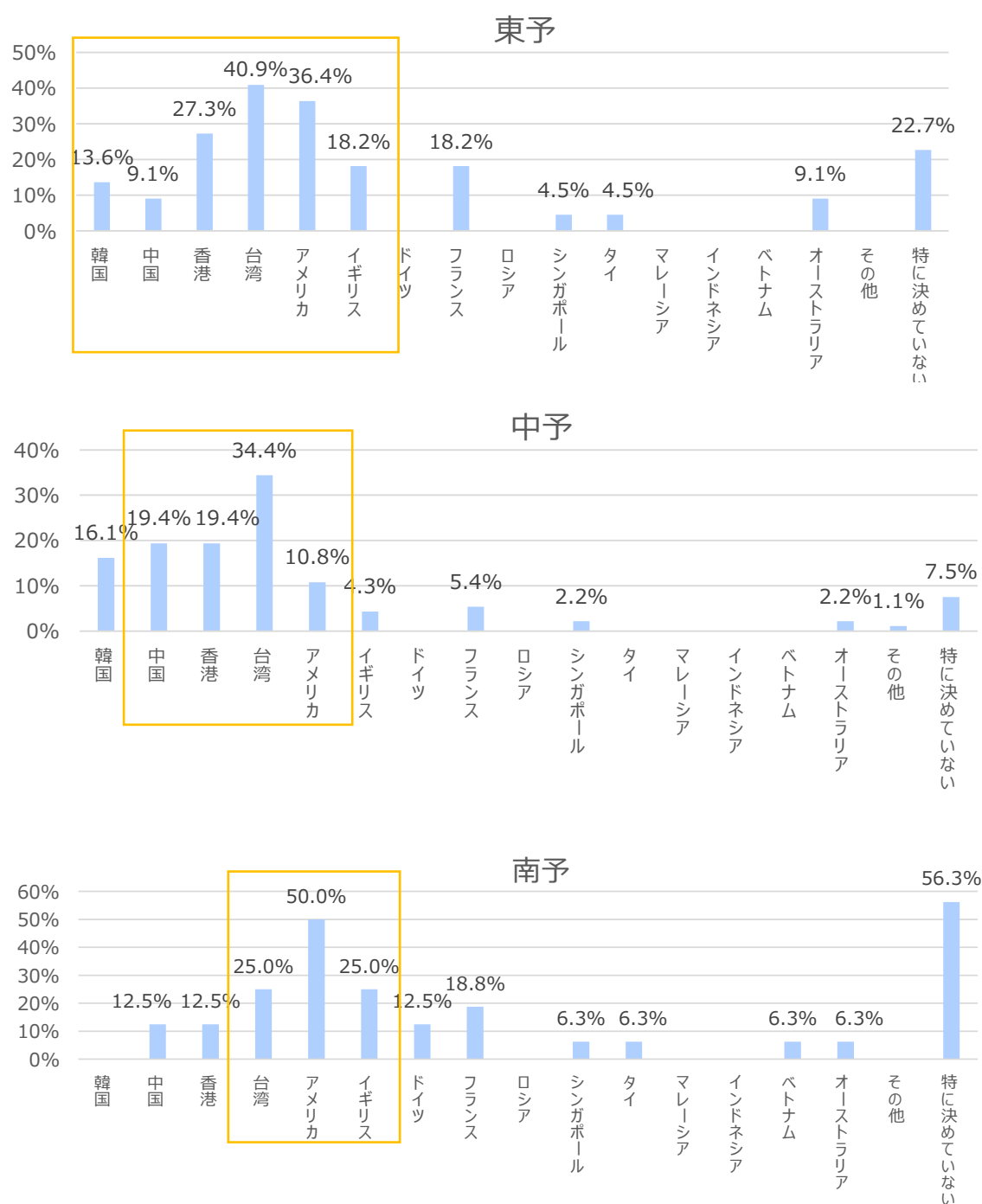
【参考】 愛媛県におけるインバウンド客延べ宿泊者数の国別内訳（2018 年度）



（出典）観光庁「宿泊旅行統計調査（従業者数 10 人以上の施設のみ）」

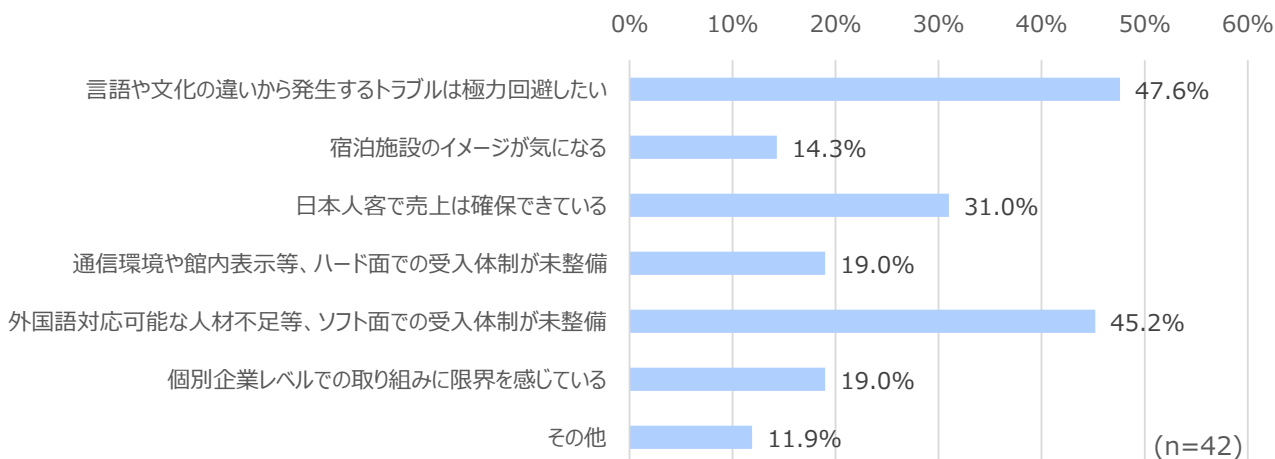
【問Ⅱ-1-(4)】今後注力する属性（国・地域）※団体・個人及び優先度を合算集計（除く未回答）

- ✓ 今後注力する上位3位の属性を集計すると、東予地域と中予地域では「台湾」と回答した比率が最も高かった。東予地域で次に高い比率だったのは「アメリカ」だったが、中予地域では「香港」および「中国」だった。
- ✓ 一方で、南予地域では最も回答比率の高かった国は「アメリカ」であり、次いで「イギリス」および「台湾」となっており、各地域で異なった回答になっている。



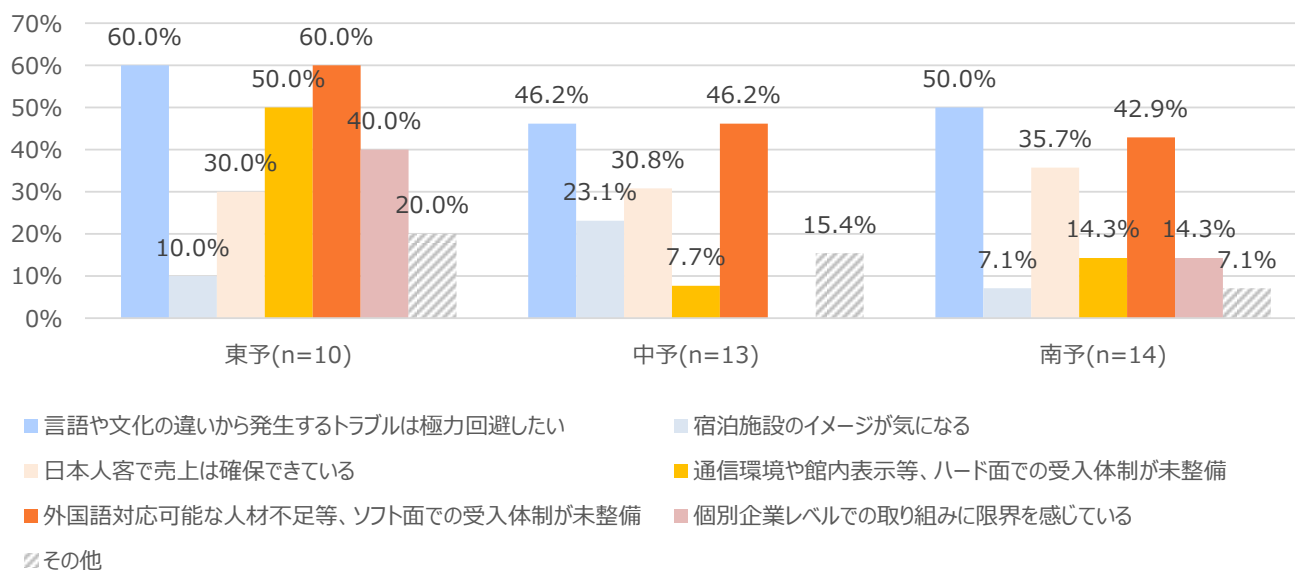
【問Ⅱ-1-(5)】インバウンド客受け入れに慎重な理由

- ✓ 【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、「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」(47.6%)という回答が最も多かった。
- ✓ 次いで、「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」という回答が多く、その次には「日本人客で売上は確保できている」という回答が続いている。



- ✓ 地域別にみると、どの地域においても「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」と「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」の回答が多かった。
- ✓ また、特に東予地域では「通信環境や館内表示等、ハード面での受入体制が未整備」という回答が多かったが、中予地域や南予地域の施設で挙げているところは比較的少なかった。

【問Ⅱ-1-(5)】インバウンド客受け入れに慎重な理由（地域別）



Ⅲ. インバウンド客対応に関するハード・ソフト面の現状

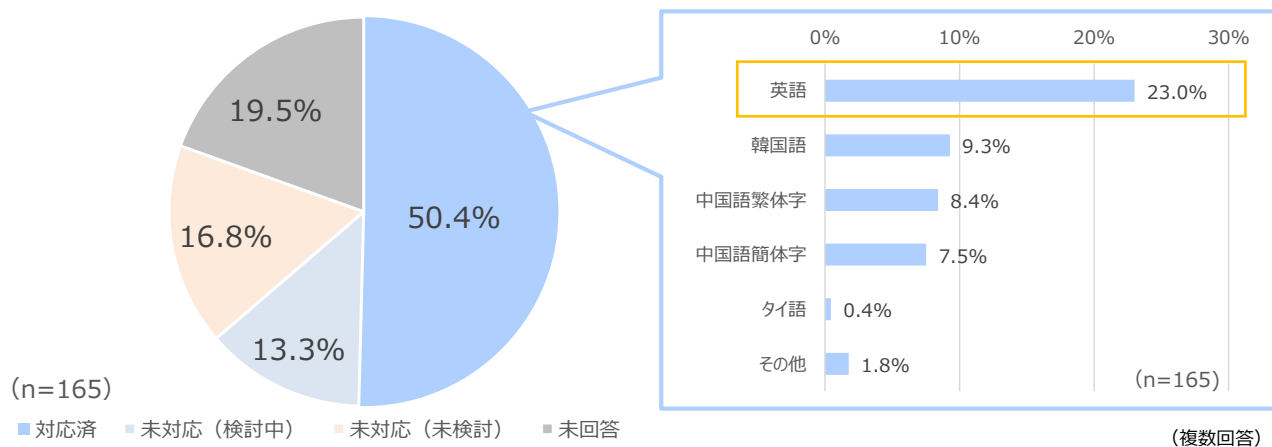
【問Ⅲ-1】インバウンド客対応（外国語対応）

※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みとして計算。

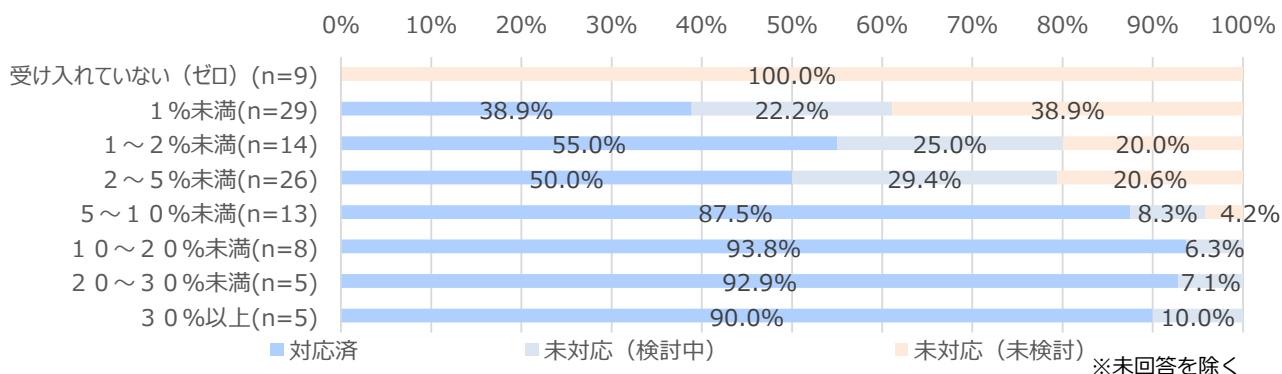
① 自社ホームページの多言語化について

- ✓ 自社ホームページの多言語化対応をしているのは全体の 50.4%であり、言語別で最も対応が進んでいるのは「英語」だった。一方、対応を検討しているという回答は 13.3%だった。
- ✓ 受入比率では、受入比率が高い施設ほど、多言語化対応が進んでおり、地域別では中予地域で最も対応が進んでいた。しかしながら、南予地域では対応が進んでおらず、未検討の回答も多かった。

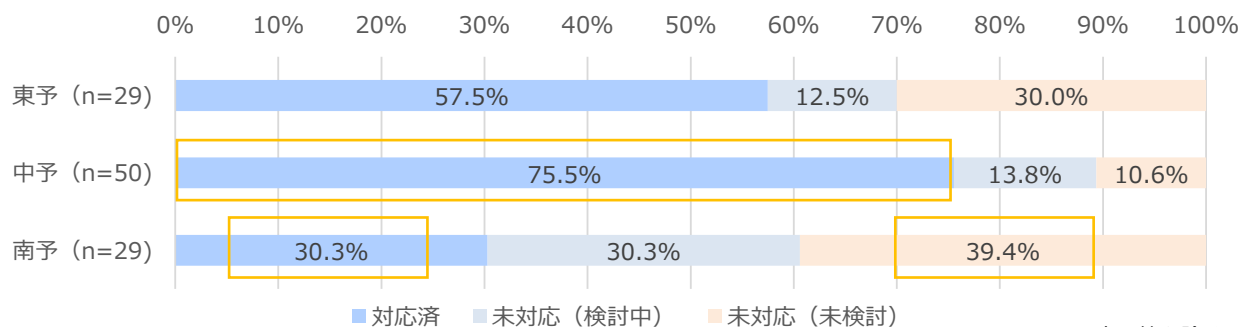
自社ホームページの多言語化 対応比率



自社ホームページの多言語化（受入比率別）



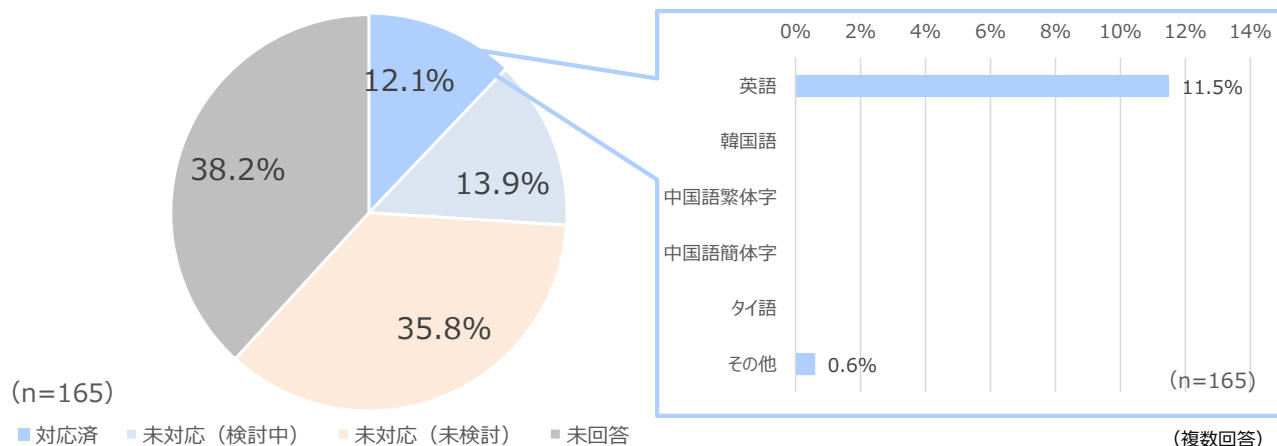
自社ホームページの多言語化（地域別）



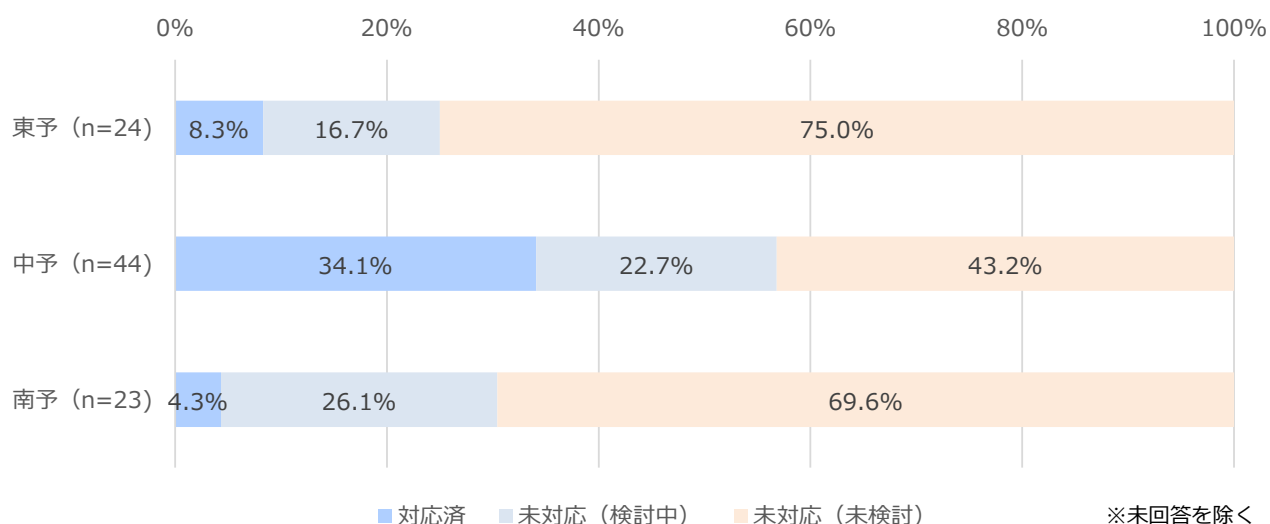
② 屋外看板表示（道路沿の看板など）の多言語化について

- ✓ 屋外看板表示（道路沿の看板など）は全体の 12.1%が「対応済」であり、言語別では「英語」と「その他」のみの対応となっていた。
- ✓ 一方で、「未検討」という回答は 35.8%と「未回答」を除くと最も多かった。
- ✓ 地域別では、中予地域で最も対応が進んでいたが、東予地域や南予地域では対応が比較的進んでいなかった。また、先行きについても「未検討」という回答が多かった。

屋外看板表示（道路沿の看板など）の多言語化 対応比率



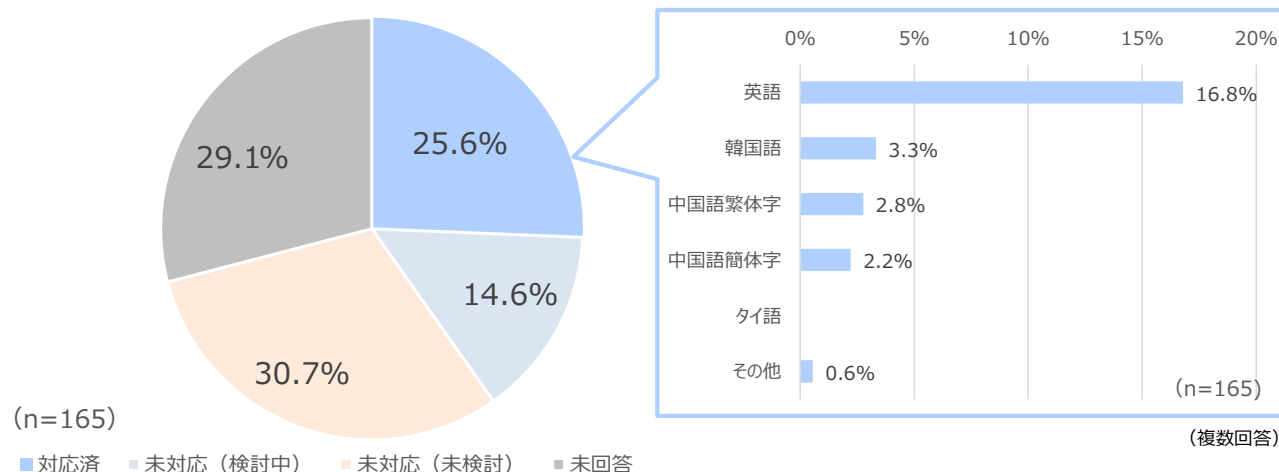
屋外看板表示（道路沿の看板など）の多言語化（地域別）



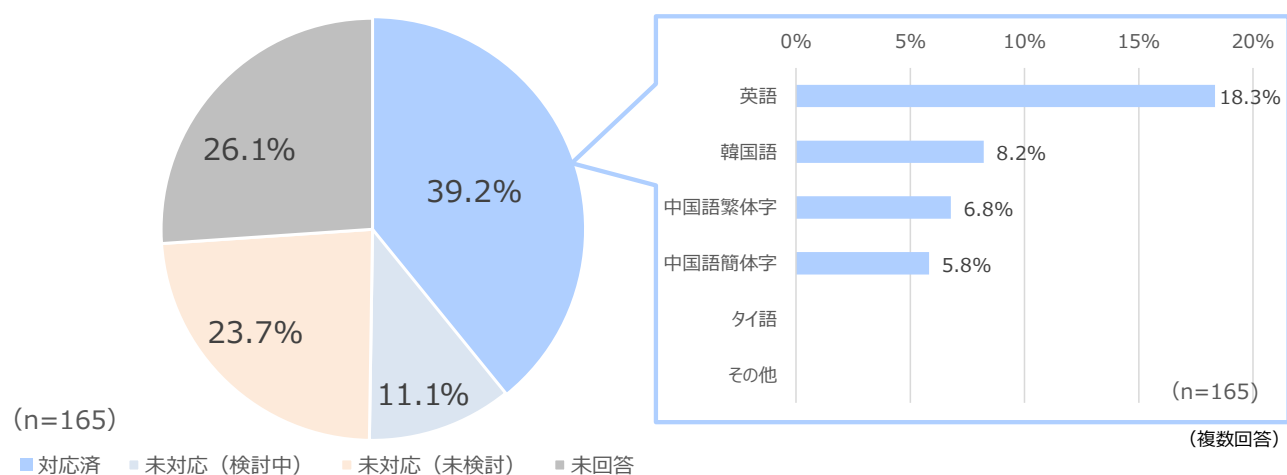
③ パンフレットの多言語化について

- ✓ 宿泊施設の案内パンフレットは全体の 25.6%が「対応済」であり、言語別で対応が最も進んでいたのは「英語」だった。一方で「未検討」という回答は 30.7%と最も多かった。
- ✓ 周辺の観光案内パンフレットについて、多言語化対応している比率は全体の 39.2%であり、言語別にみると「英語」が最も進んでいた。

パンフレット（宿泊施設の案内）の多言語化 対応比率



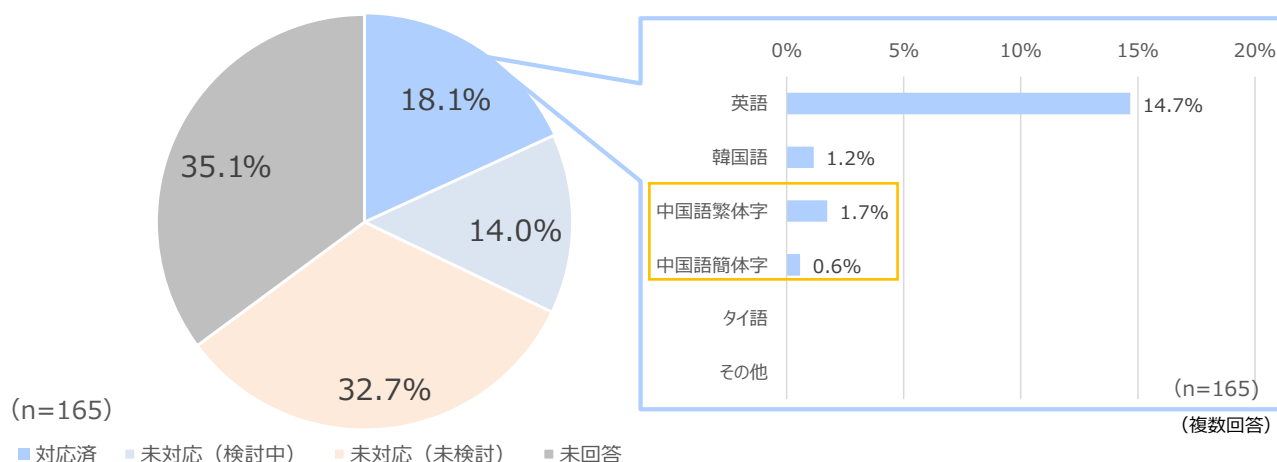
パンフレット（周辺の観光案内）の多言語化 対応比率



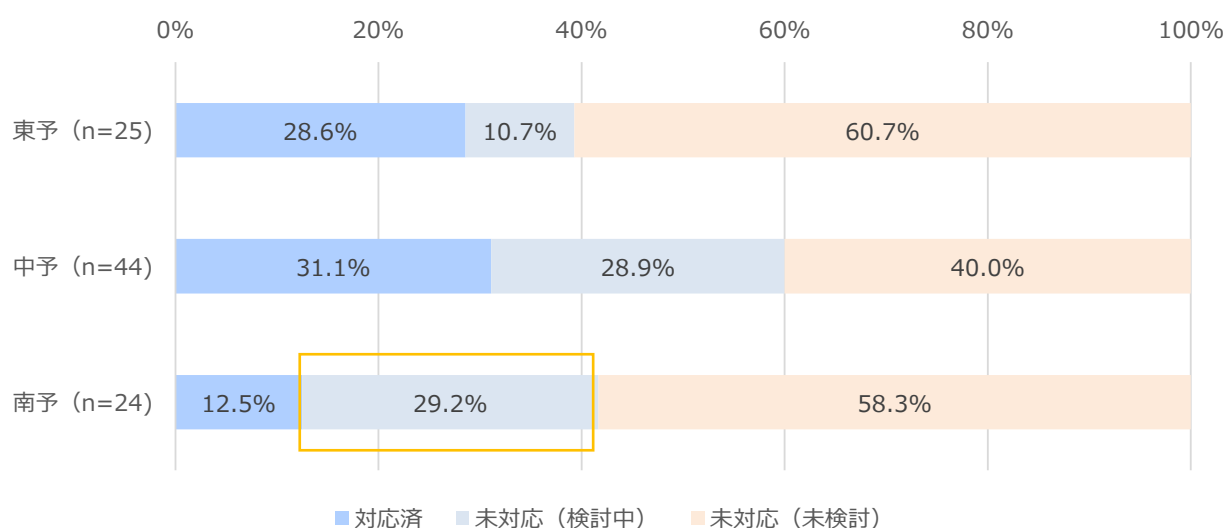
④ 料理メニュー（お品書き）の多言語化について

- ✓ 料理メニューの多言語化は、全体の 18.1%が「対応済」と回答しており、言語別で最も対応が進んでいたのは「英語」だった。
- ✓ 【問Ⅱ-1-（4）】で今後の受け入れ先としての注力先については、「台湾」等の中華圏を選ぶ施設が多かった一方で、中国語に対応する比率は低く、「検討中」という回答も 14.0%に留まっている。
- ✓ また、地域別では中予地域で最も対応が進んでいた。一方で、最も対応が進んでいないのは南予地域だったが、対応を「検討中」と回答している施設は最も多く、料理メニューの多言語化対応については前向きな考えを持っている施設が多いことが窺える。

料理メニュー（お品書き）の多言語化 対応比率



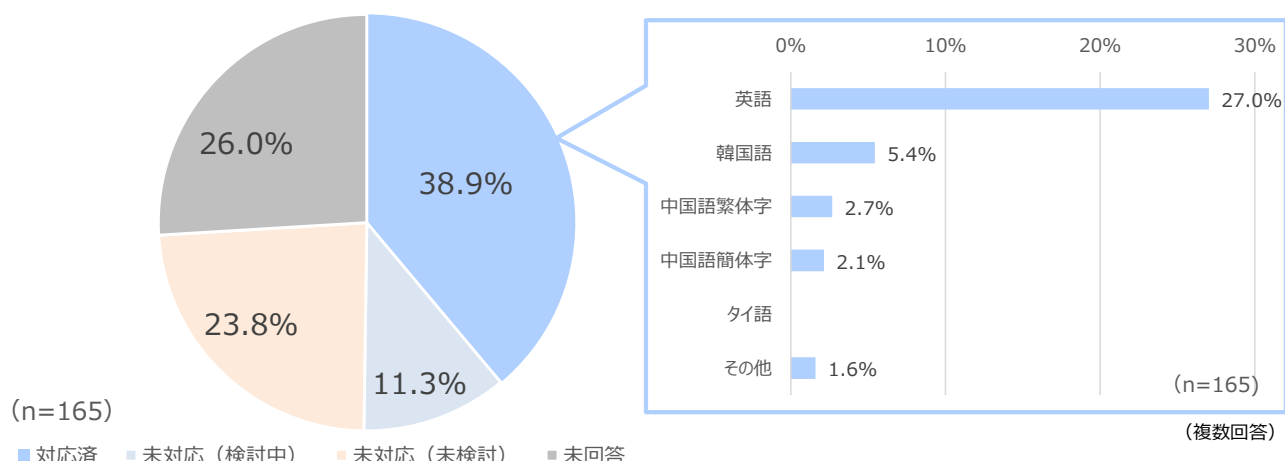
料理メニュー（お品書き）の多言語化（地域別）



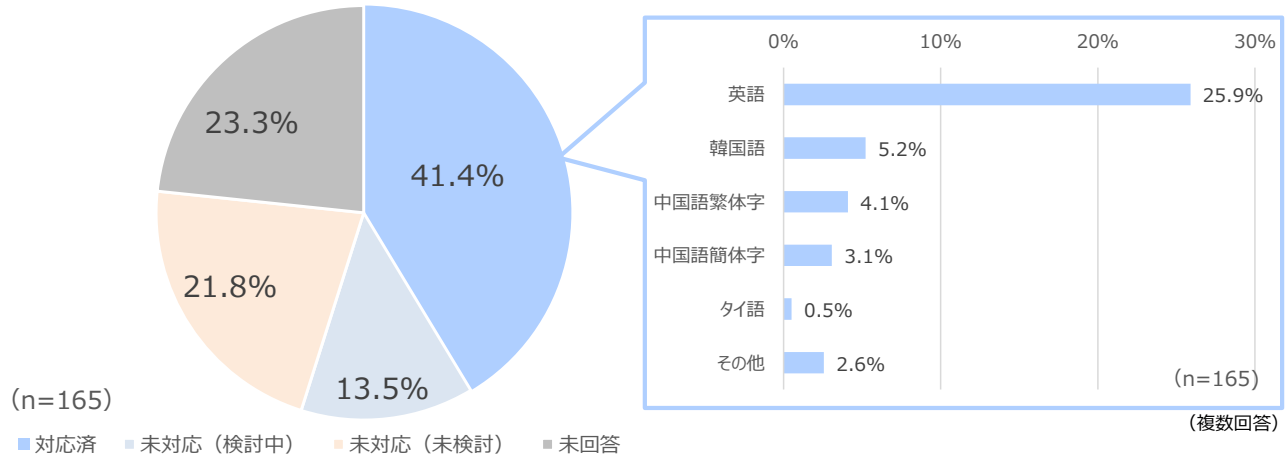
⑤ 施設内の案内表示の多言語化について

- ✓ 施設内の案内表示について、館内表示と利用案内の多言語化対応はそれぞれ、38.9%と41.4%と比較的対応が進んでいることが窺える。
- ✓ もっとも、言語別に見るとどちらも英語については対応が進んでいる一方で、それ以外の言語に関する対応は比較的進んでいない状況にある。

館内表示（お風呂の場所など）の多言語化 対応比率



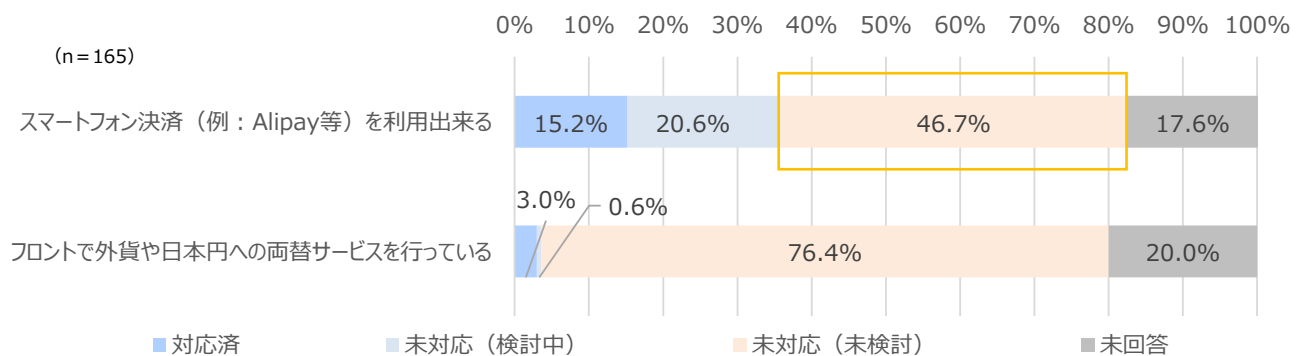
利用案内（客室装備の操作・利用方法など）の多言語化 対応比率



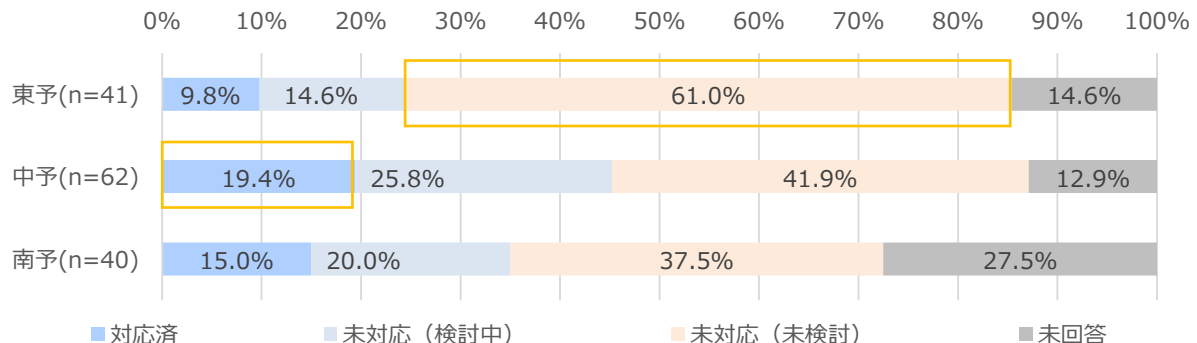
【問Ⅲ-2】インバウンド客対応（外国語対応以外）

① 決済サービス関連について

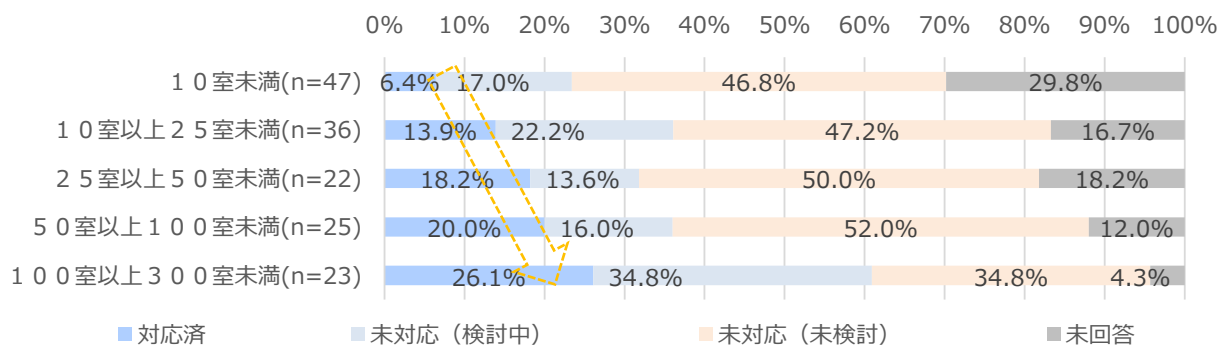
- ✓ 決済サービス関連への対応について、近年、キャッシュレス化が進んではいるが、スマートフォン決済を導入している施設は15.2%であり、「未検討」と回答した施設が半数近くを占めていた。
- ✓ 地域別にスマートフォン決済の対応状況をみると、最も対応が進んでいたのが中予地域であり、続いて南予地域となった。東予地域では対応が最も進んでいなかったことに加えて、6割近くの施設が対応は未検討と回答している。
- ✓ また、部屋数別にみると部屋数が多くなるほど、対応済みという回答比率が高くなる傾向にあり、部屋数の多い比較的高い施設になるほど、スマートフォン決済に対応できている可能性がある。



スマートフォン決済の対応状況（地域別）

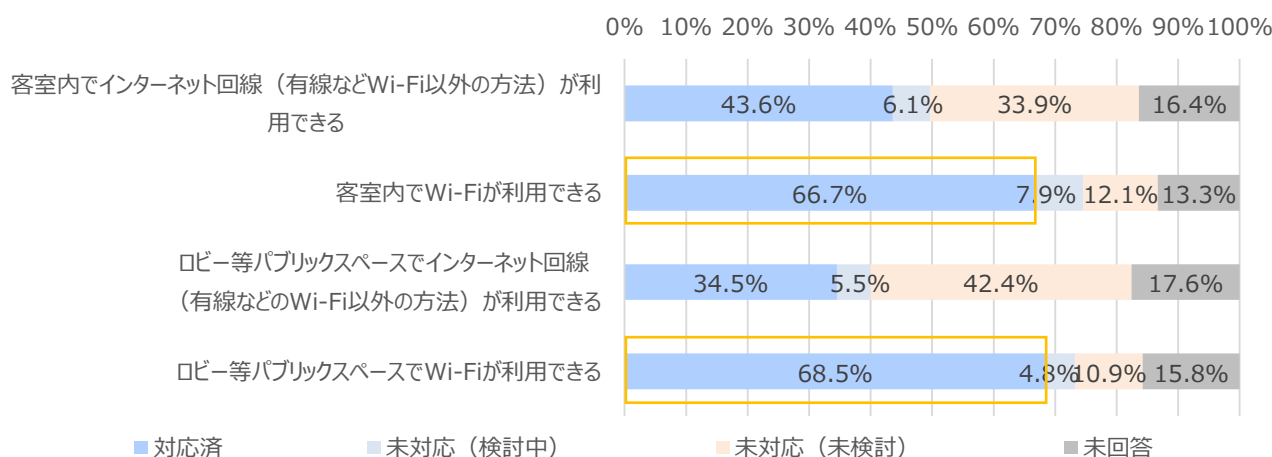


スマートフォン決済の対応状況（部屋数別）

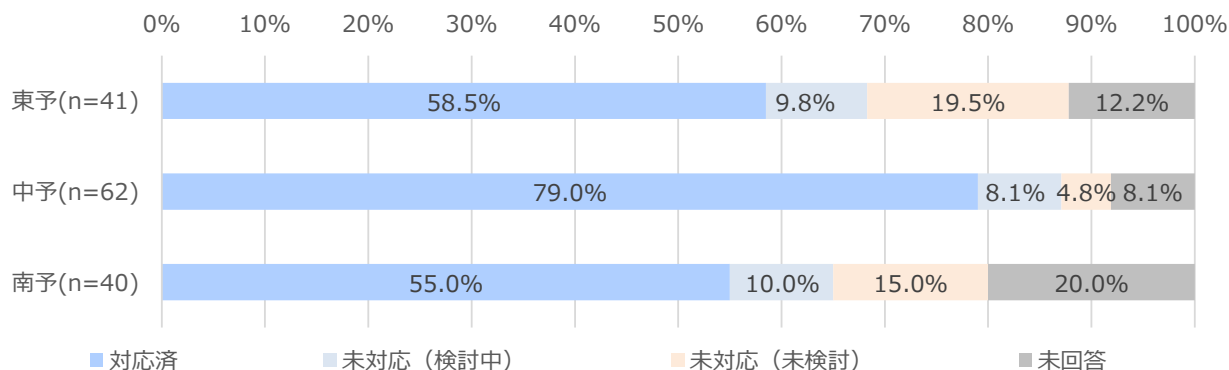


② 通信環境整備について

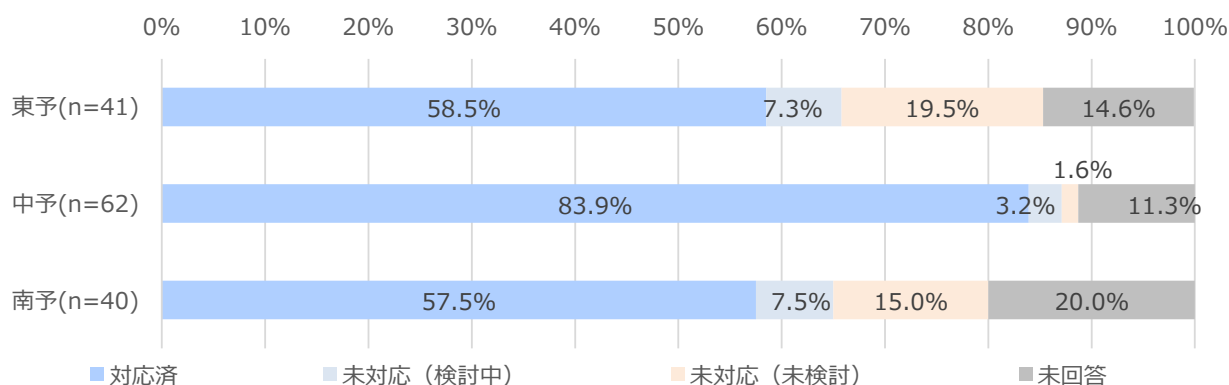
- ✓ 客室内で Wi-Fi が利用可能な施設は、66.7%を占めていた。また、ロビー等パブリックスペースで Wi-Fi が利用できる施設も 68.5%となっており、通信環境の整備については進んでいる。
- ✓ 地域別にみると、中予地域で客室内 Wi-Fi の対応が最も進んでおり、南予地域が最も進んでいなかった。もっとも、どの地域においても半分以上の施設が対応済みと回答している。また、ロビー等パブリックスペースについても、同様の傾向だった。



客室内 Wi-Fi の対応状況（地域別）

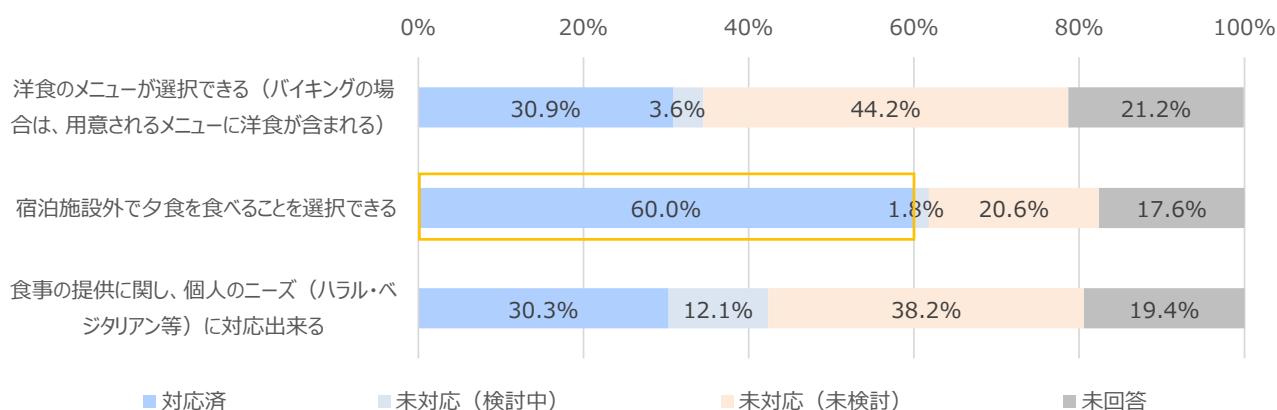


ロビー等パブリックスペースでの Wi-Fi の対応状況（地域別）

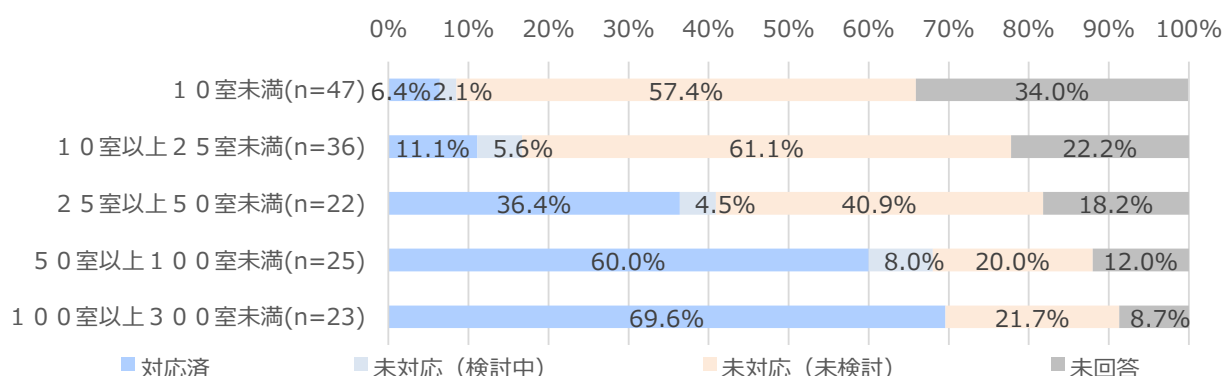


③ 食事サービスについて

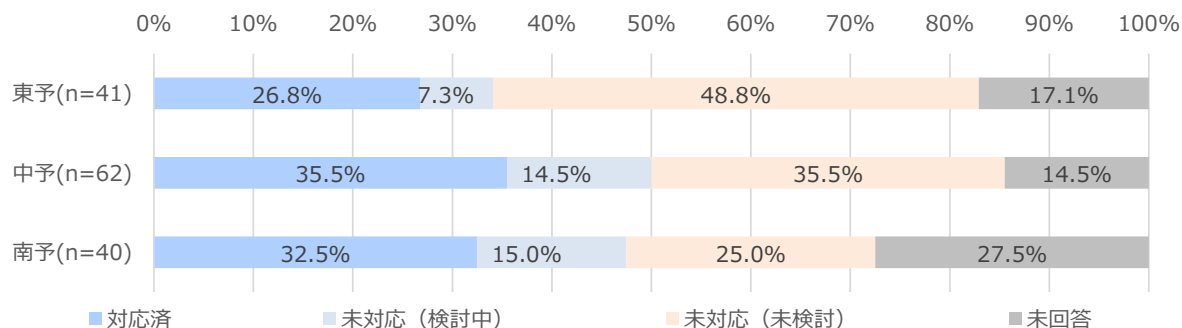
- ✓ 食事の提供方法については、各施設のコンセプトや方針によって異なる点には留意が必要だが、6割の施設が宿泊施設外での夕食に対応している一方で、洋食メニューへの変更や個人のニーズへの対応といった面で対応は進んでおらず、また未検討の比率も高い。
- ✓ 部屋数別に洋食メニューへの対応状況をみると、部屋数が多い施設ほど、対応が進んでいた。また、個人のニーズへの対応状況については、大きな地域差は見受けられなかった。



洋食メニューの選択への対応状況（部屋数別）

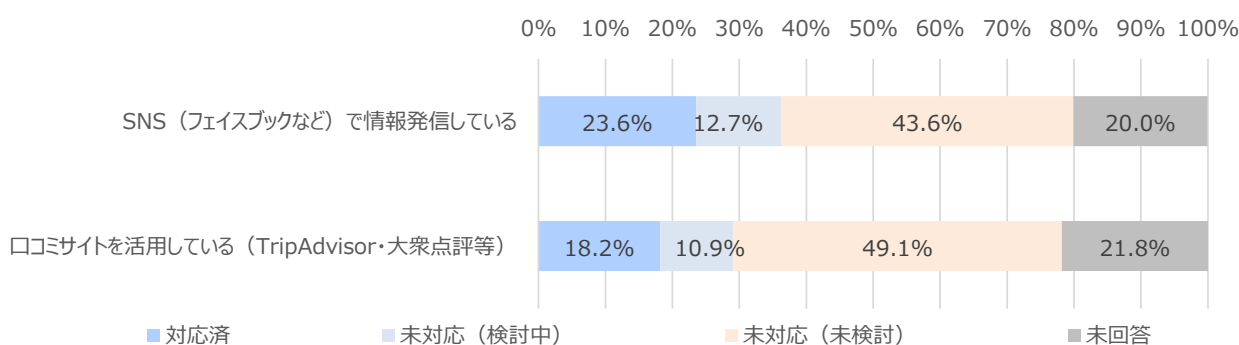


食事の提供に関し、個人のニーズ（ハラル・ベジタリアン等）への対応状況（地域別）

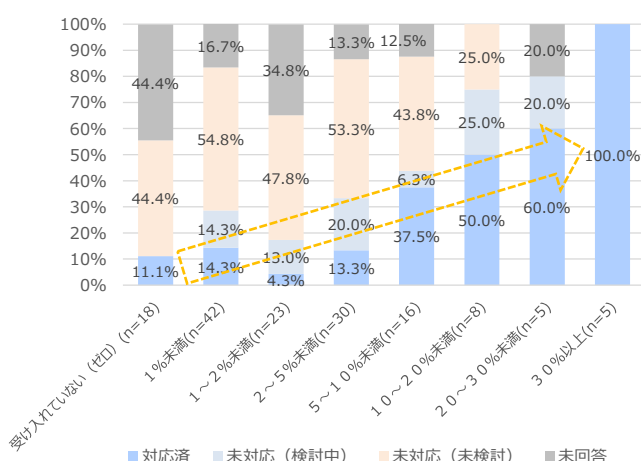


④ 情報発信について

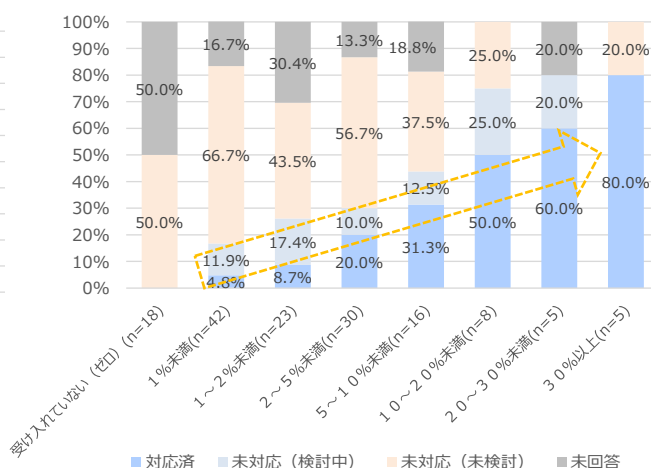
- ✓ SNS で情報発信をしている施設は 23.6%であり、口コミサイトの活用は 18.8%だった。
- ✓ 受入比率別に見てみると、受入比率が高い施設ほど「対応済」の回答が多くなる傾向があった。
- ✓ 地域別では、特に中予地域で両項目ともに対応が進んでいた。しかしながら、どの地域においても「未検討」という回答比率が最も高かった。



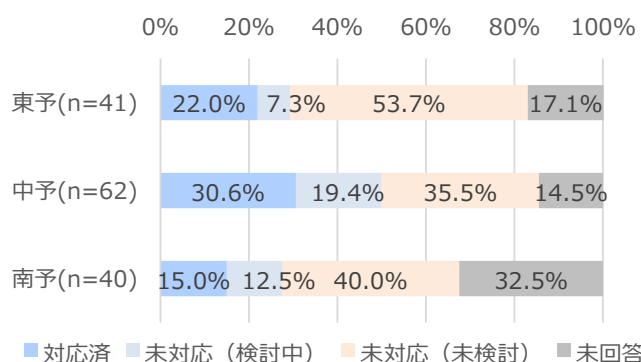
SNS で情報発信している（受入比率別）



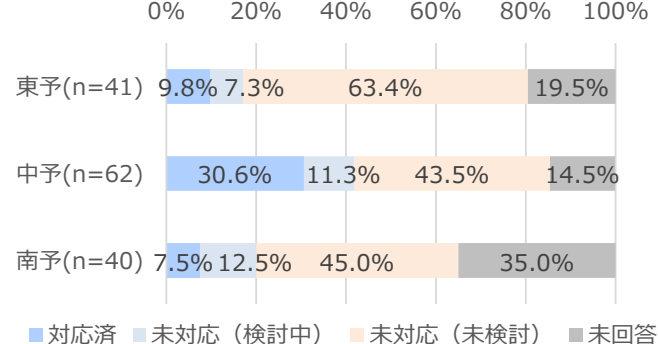
口コミサイトを活用している（受入比率別）



SNS で情報発信している（地域別）

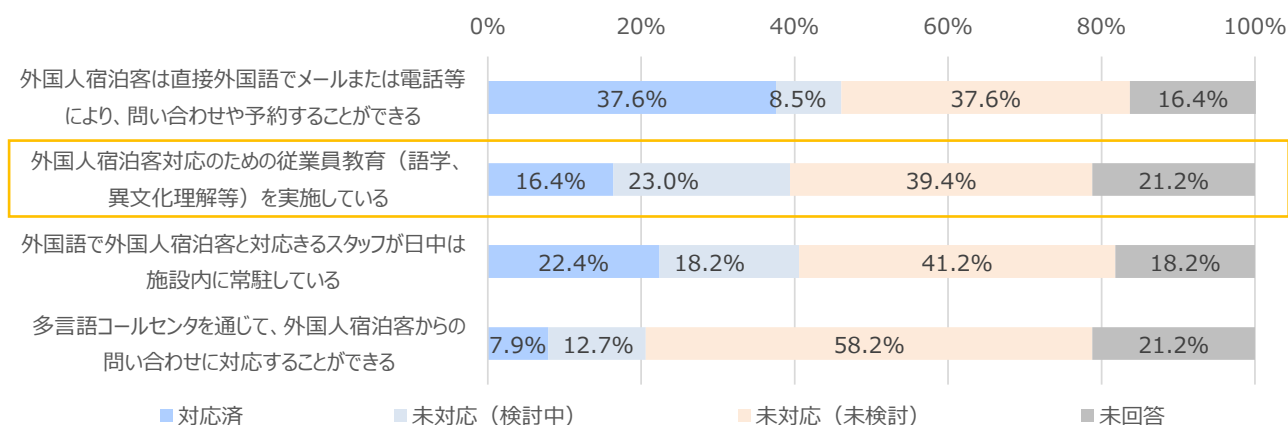


口コミサイトを活用している（地域別）

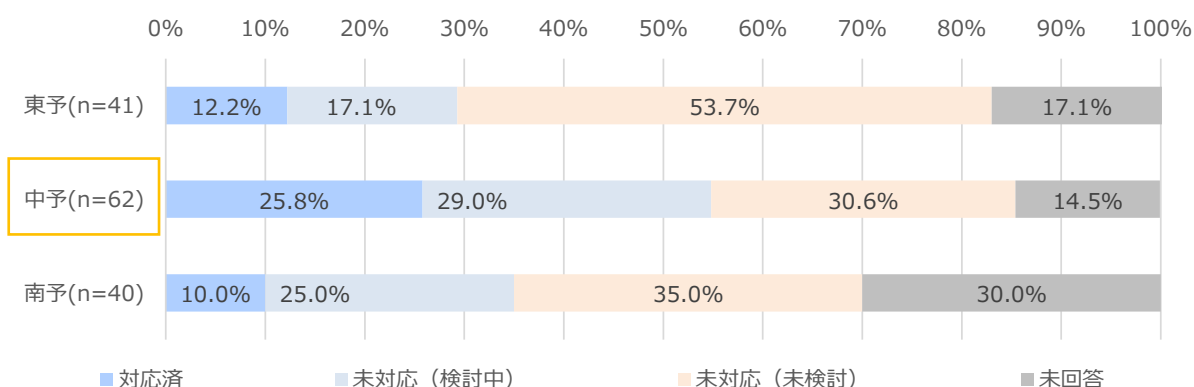


⑤ 外国人宿泊客への人的対応やその教育について

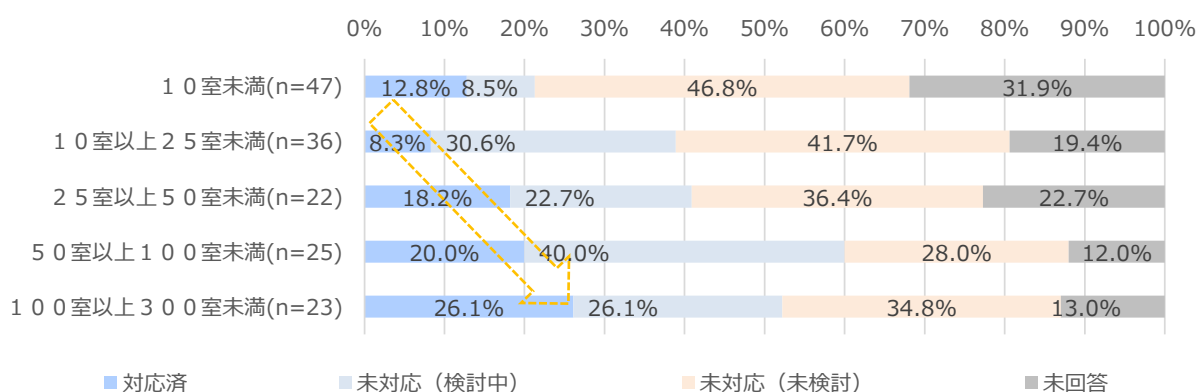
- ✓ 従業員教育が「対応済」と回答した施設は 16.4%と低く、未検討の回答が最も多かった。
- ✓ 地域別に見てみると、中予地域において「対応済」と「検討中」という回答比率が最も高かった。
- ✓ また、部屋数別に見てみると、部屋数が多い施設ほど、「対応済」と回答している施設比率が高くなっていた。



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）への対応状況（地域別）

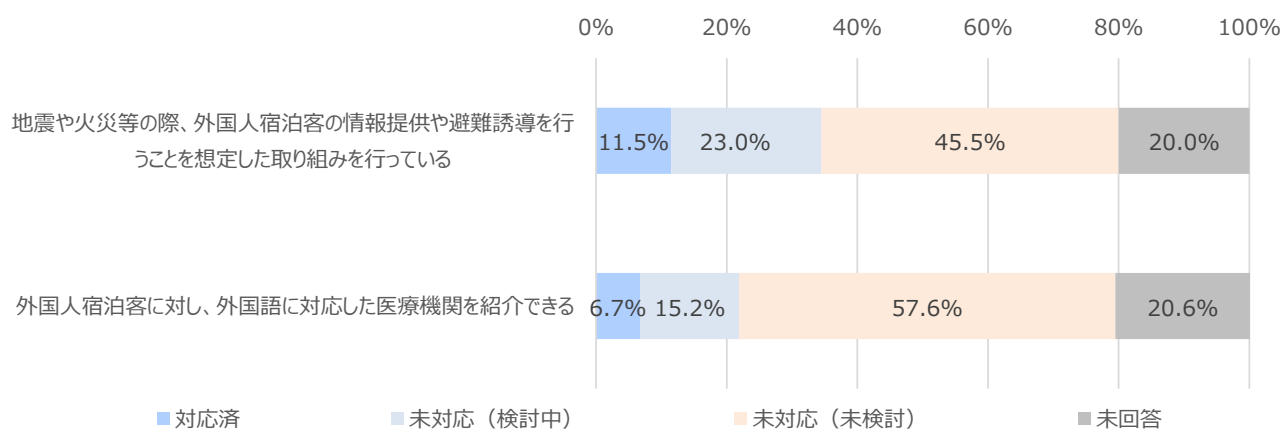


外国人宿泊客対応のための従業員教育（語学、異文化理解等）への対応状況（部屋数別）

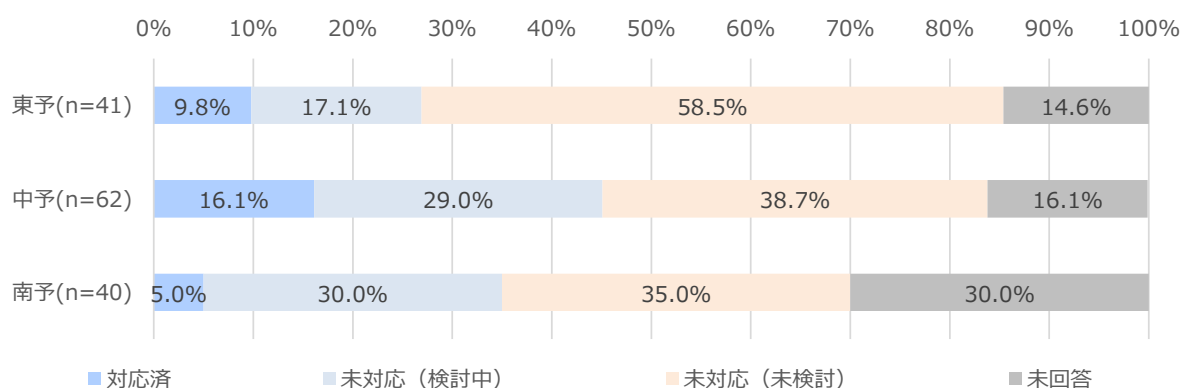


⑥ 災害時における避難対応や医療機関紹介などの取り組みについて

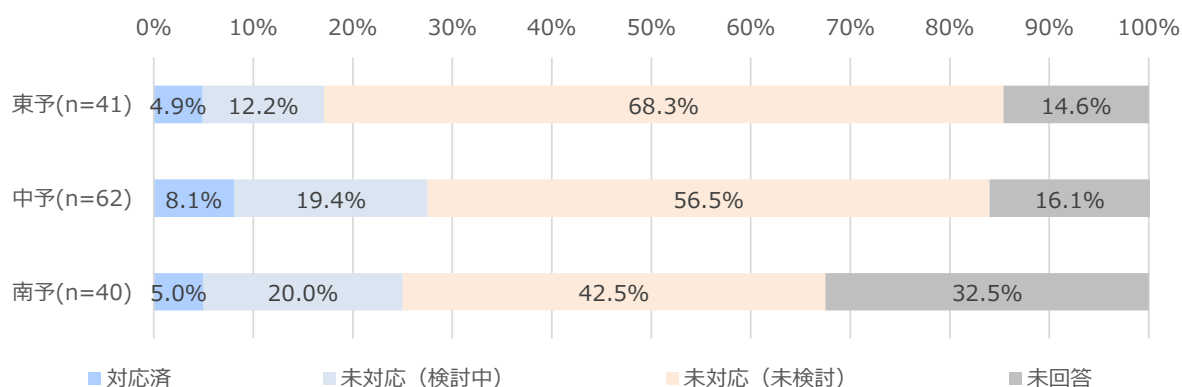
- ✓ 「災害時の避難誘導」や「医療機関の紹介」における取り組みを行っている施設は1割程度に留まっている。また、検討中と回答した施設は少なく、未検討という回答がそれぞれ半分近くを占めていた。
- ✓ 地域別に見てみると、どの地域においても「対応済」という回答比率が低かった。愛媛県では平成30年7月豪雨の影響もあったことから、こうした面での対応強化が期待される。



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への対応状況（地域別）

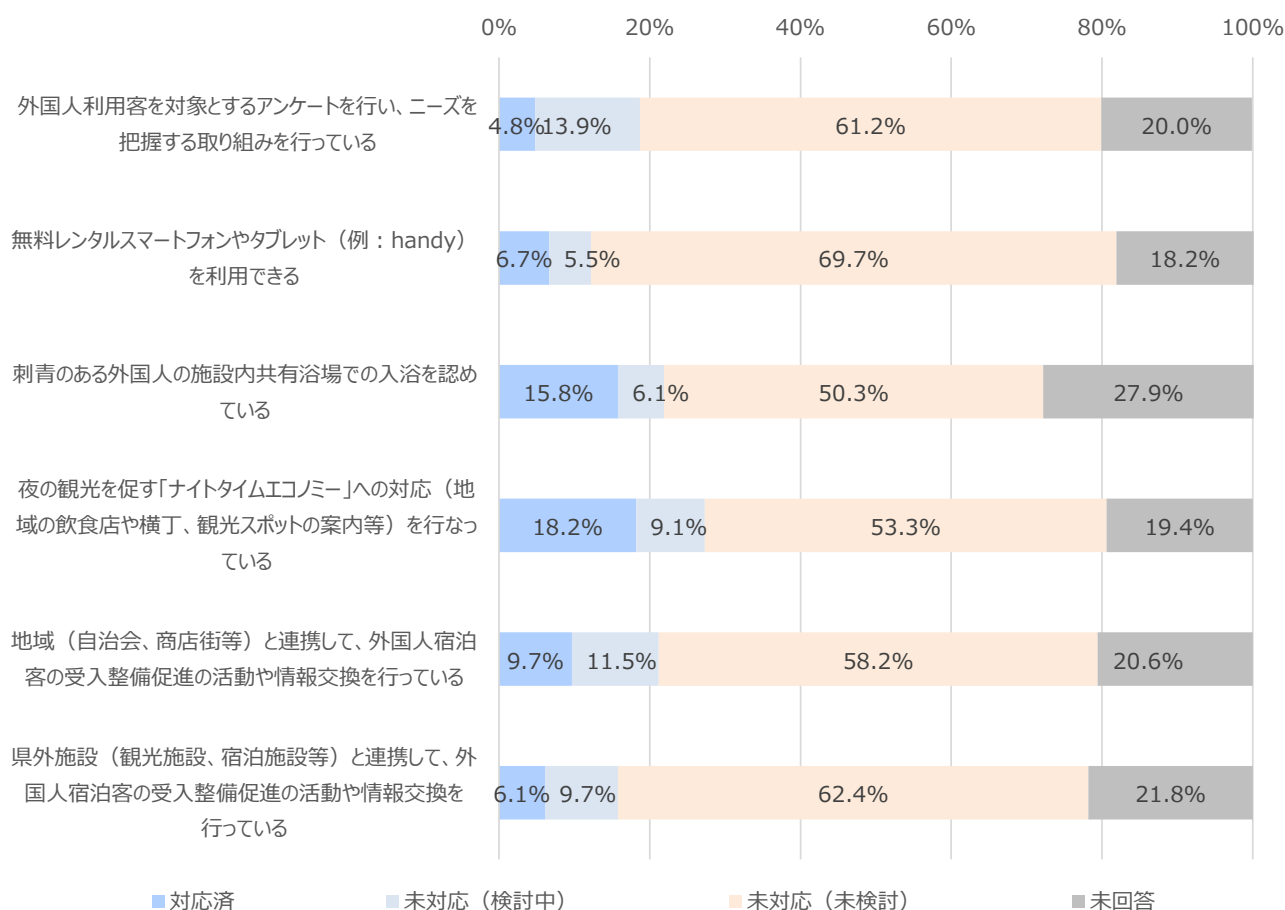


外国人宿泊客に対し、外国語に対応した医療機関の紹介の対応状況（地域別）

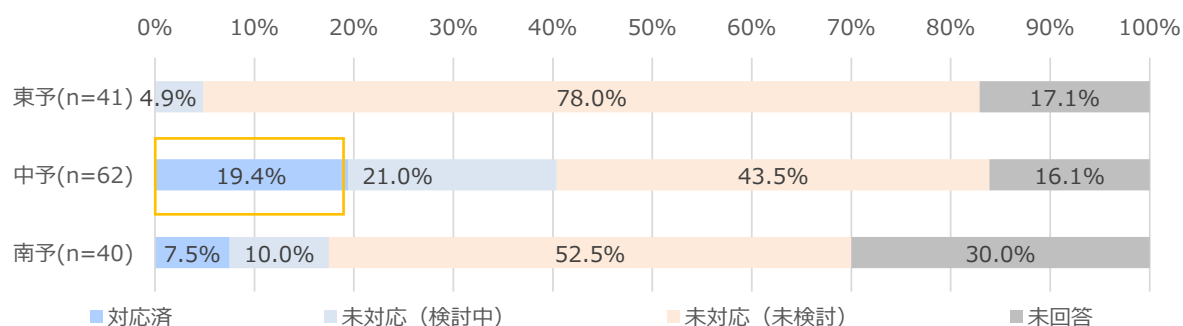


⑦ その他利便性や、施設内における取り組みについて

- ✓ 下記項目については、ほとんどの施設が「未検討」と回答しているが、「ナイトタイムエコノミー」について対応を既に行っている施設は18.2%存在している。
- ✓ 地域（自治会、商店街等）との連携状況について地域別に見てみると、どの地域においても未検討という回答比率が最も高かった。また、中予地域では比較的連携が進んでいたが、東予地域では連携が比較的進んでいない可能性が指摘できる。

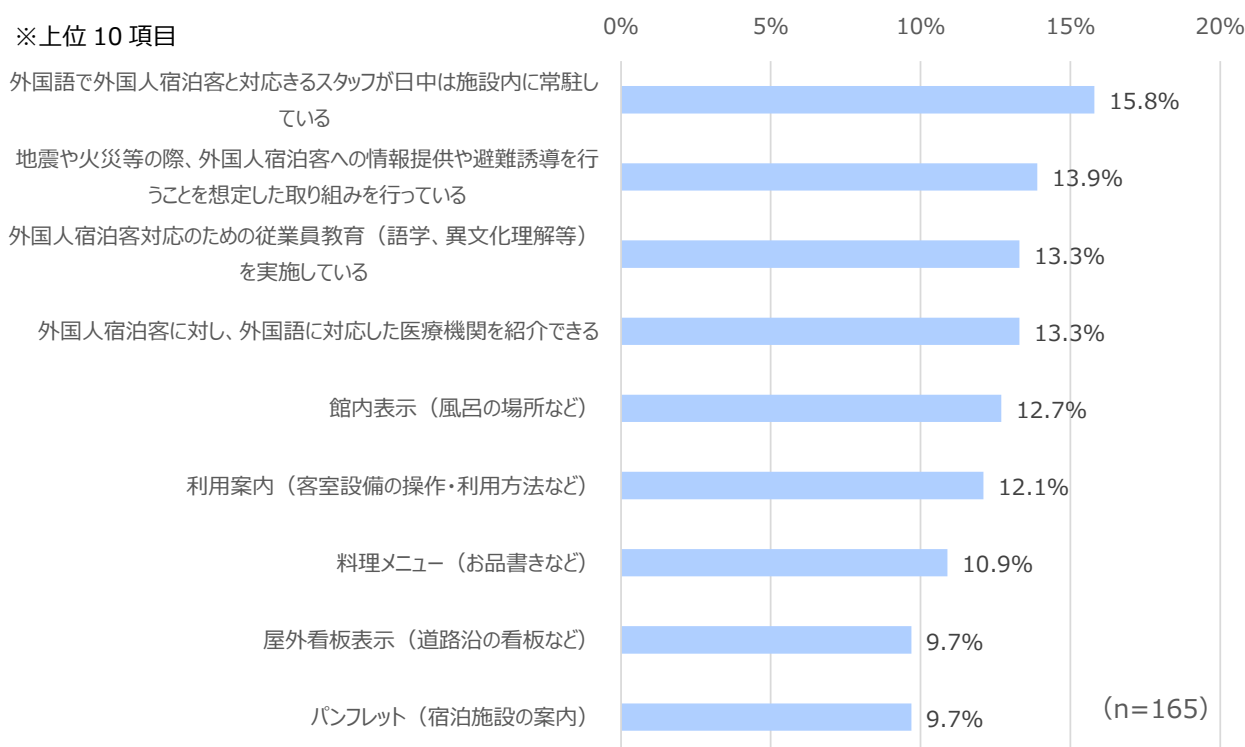


地域（自治会、商店街等）との連携状況（地域別）



【問Ⅲ-3】インバウンド客対応における課題（複数回答）

- ✓ 「外国語対応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」に対する課題意識を持つ施設が全体の 15.8%と最大になっており、次いで「地震や火災の際の避難誘導」への取り組みが 13.9%となっている。
- ✓ 「地震や火災の際の避難誘導」については、平成 30 年 7 月豪雨で被災した経験が反映されている可能性が指摘できる。



【参考】その他のインバウンド客対応における課題

課題	回答比率
多言語コールセンタを通じて、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	8.5
自社ホームページ	7.3
スマートフォン決済（例：Alipay等）を利用出来る	7.3
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	7.3
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	6.7
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）を行なっている	5.5
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	5.5
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	4.8
客室内でWi-Fiが利用できる	4.8
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	4.8
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	4.8
SNS（フェイスブックなど）で情報発信している	4.8
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
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	4.2
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）	4.2
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	4.2
口コミサイトを活用している（TripAdvisor・大衆点评等）	3.6
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	2.4
ロビー等パブリックスペースでWi-Fiが利用できる	2.4
宿泊施設外で夕食を食べることを選択できる	2.4
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	1.8

【問Ⅲ-3】インバウンド客対応における課題（自由記述）

- ✓ インバウンド客対応における課題についての自由記述をみると、Wi-Fi 環境についての課題や言語面に課題を抱える施設が多かった。
- ✓ また、「日本人観光客との棲み分け」といった日本人客への影響を懸念していると推察される回答や、「ベジタリアンの対応が難しい」など、食事面での課題を訴える声もあった。

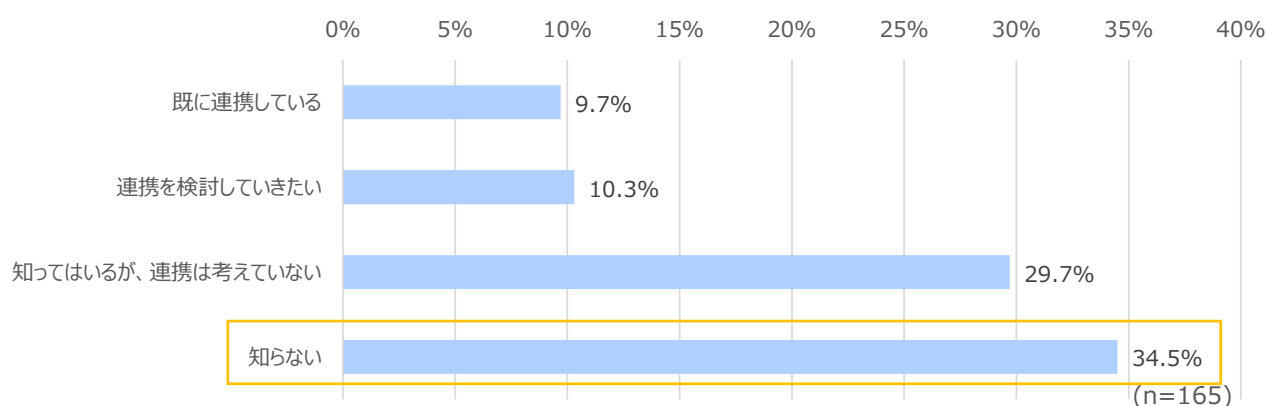
※一部抜粋

自由記述（n=27）
Wi-Fi整備が、インターネット環境の問題のため、なかなか進まない。人手不足もあり、言葉の面での受け入れの不安が多い。
Wi-Fi環境の整備。
外国語対応を充実させること。
外国語の実力に差があるため、ご要望に応えられないことがある。ロビーでの飲食（パーティー）について、他のお客さんからクレームが出て注意しにくい。
英語対応スタッフの常駐。
館内表示、人材面での対応。
インバウンド対応していくための設備投資。
従業員で対応できる人がいない。
日本人観光客の棲み分け。
各部屋にお風呂、またはシャワーが必要。
クレジット決済の導入はしているが、あまり活用していない（小規模の宿なので手数料が痛い）。
ベジタリアンの対応が難しい。

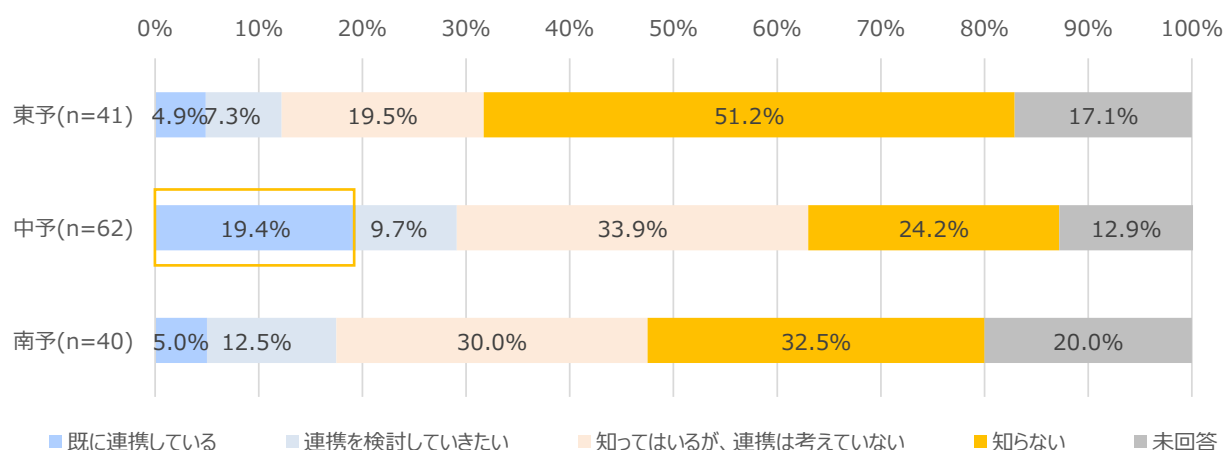
IV. インバウンド客対応の連携に関する要望

【問IV-1】日本版 DMO との連携

- ✓ 日本版 DMO については、「知らない」と回答した比率が 34.5%と最も高かった。
- ✓ 地域別にみると、「知らない」と回答した比率は東予地域で最も高かった。一方で、中予地域では「既に連携している」と回答した比率が 19.4%となっており、中予地域施設の約 2 割が連携をしていた。
- ✓ DMO と宿泊事業者の関係構築はまだ発展途上にあると思われる。

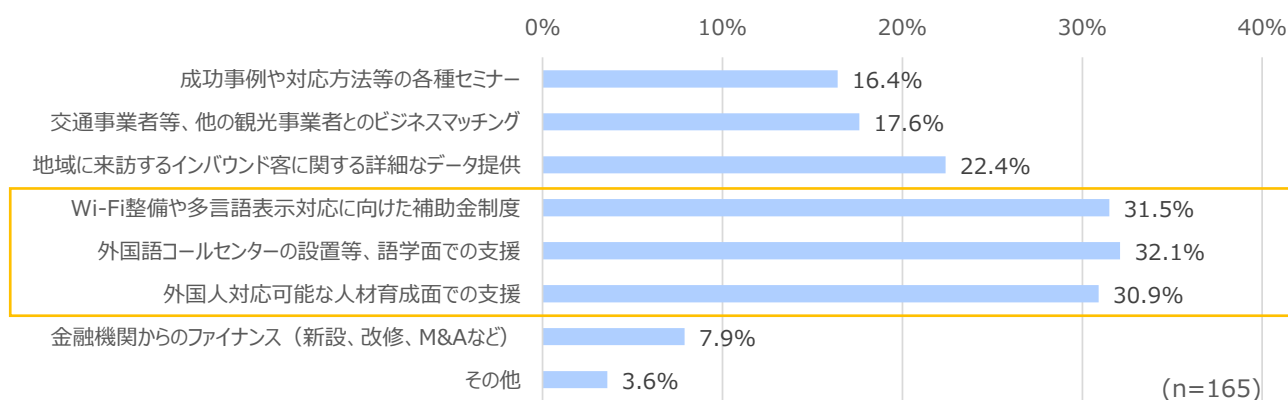


【問IV-1】日本版 DMO との連携（地域別）

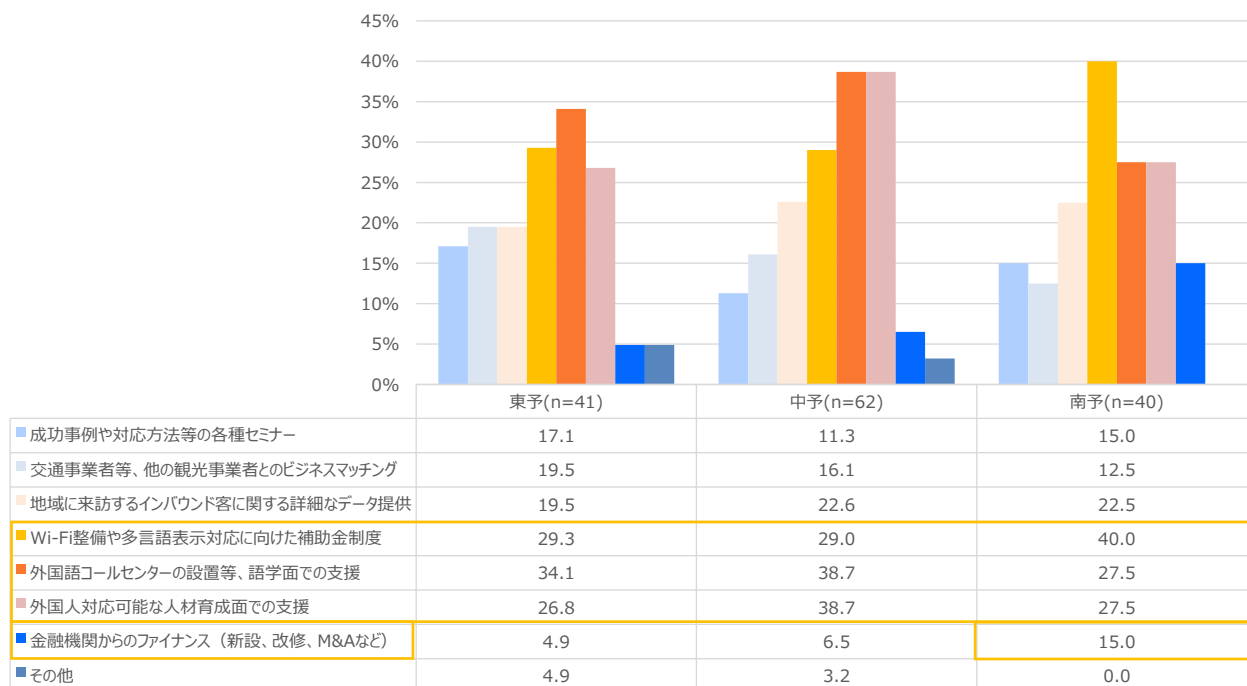


【問Ⅳ-2】 希望する支援内容

- ✓ 希望する支援内容として、最も回答比率が高かったのは、「外国語コールセンターの設置等、語学面での支援」(32.1%)であり、それに次いで「Wi-Fi 整備や多言語表示対応に向けた補助金制度」(31.5%)だった。
- ✓ 地域別にみると、どの地域においても「Wi-Fi 整備や多言語表示対応に向けた補助金」や「外国語コールセンターの設置等、語学面での支援」など、希望する支援内容に全体との大きな地域差は見受けられなかった。もっとも、南予地域では金融機関からのファイナンスを望む施設が比較的多かった。



【問Ⅳ-2】 希望する支援内容（地域別）



【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）

※一部抜粋

- ✓ 観光協会、道の駅等からの紹介に力を入れてもらいたい。
- ✓ インバウンドの日本語としての活用。なぜ横文字を使うのか。日本の古来からの言語を使えばよいと思う。美しい日本語の価値を高めるためにも、日本語の活用を望む。
- ✓ インバウンドの増加と地元民の負の影響（観光公害）を減らす。ビジネスモデルの確立。
- ✓ 今回のアンケート調査で、インバウンド対応に対して、かなり遅れていることを実感しました。日本人客に対しての多様なニーズに応えるだけでも、日々、四苦八苦している中、文化や言葉の違う外国人客に満足していただけるような対応ができるかどうか、とても不安。少しずつできることを取り組んでいきたい。
- ✓ ある程度の日英語表記の案内板（シール）があると取り入れやすい。例えば、チェックインは〇〇から〇〇まで。トイレに紙流せます等。
- ✓ ビジネスホテルとして、常連で長期宿泊かつ仕事目的での宿泊客に特化したスタイルが定着しており、インバウンド客受け入れに関しては圧倒的に準備不足であり、不安しかありません。ただ、今後の見込み客として、ホテルが変化・進化して生き残るためには、避けては通れない道とも感じております。
- ✓ 今のところ、よいマナーの外国人が多く、トラブルは少ないが、増えた場合、様々な外国人がいるので、不安な面はある。
- ✓ 88か所参りの礼所と礼所の中間に位置します。泊まれる外国の方は、ほとんどお遍路さんです。それなりの知識を持っておられるので、困ったことはありません。
- ✓ 日本のパブリック施設利用の際の“マナー読本”があればよい。
- ✓ もっと世界中の人々を受け入れられるような宿泊施設にしていきたいと思う。
- ✓ 地方の小さな観光客では、量よりも質が重要だと個人的に思います。観光産業の発展はよいことだとは思いますが、地域のよさを守りながら、どうインバウンドに対応するかは大きな課題だと思います。そのため、DMOにはとても期待しています。

©Development Bank of Japan Inc.2020

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ので、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。

愛媛県内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す、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、**2019年7月31日（水）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。

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、個別事業者名は開示致しません。

■お問合せ先

〔調査の趣旨〕 一般社団法人愛媛県観光物産協会（担当：大内）TEL: 089-961-4500

株式会社日本政策投資銀行 松山事務所（担当：片岡）TEL: 089-921-8211

〔回答方法及び調査票返送〕 株式会社日本経済研究所（担当：能瀬）TEL:03-6214-4708

■調査票送付先

〒100-0004

東京都千代田区大手町一丁目9番2号

大手町フィナンシャルシティ グランキューブ 15 階

株式会社日本経済研究所 地域本部

「愛媛県内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」係

【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】東予 【2】中予 【3】南予
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】ゲストハウス 【6】遍路宿 【7】古民家・町家宿 【8】その他簡易宿所
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2018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】(p.5)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2018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2018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2018年度のインバウンド客は、観光目的（お遍路を含む）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

貴施設に宿泊した 2018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

貴施設に宿泊した 2018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】

[illegible]

貴施設でインバウンド客に訴求できるとさ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。

【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

【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

【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

【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）

【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）

【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

【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）

【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

【19】宿泊施設外で夕食を食べることを選択できる

【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

【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

【25】日本ならではの建築 【26】高級感

【27】その他（

【問 I-7】インバウンド客の予約ルート

貴施設に宿泊した 2018 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 2018 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) の頻度について伺います。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）

今後、宿泊客に占めるインバウンド客の比率の目途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（あくまでもイメージでかまいません）。

【1】1～2%未満 【2】2～5%未満 【3】5～10%未満 【4】10～20%未満

【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。

※その他を選択した場合は、国名を手書きで記入願います

	優先1	優先2	優先3
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（ハラール・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お伺いします。

【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 等についてお伺い致します。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（候補法人含む）参考例＞

- ・愛媛県観光物産協会
- ・しまなみジャパン
- ・キタ・マネジメント
- ・八幡浜市ふるさと観光公社
- ・四国ツーリズム創造機構
- ・せとうち DMO 等

【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】地域に訪れ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。