

# 宿泊施設・旅行業者アンケートの結果について

観光部

## <調査の概要>

### 宿泊施設向けアンケート

#### 1 趣旨

観光産業の中核を担う宿泊施設から、営業の実態や経営課題を聴取し、観光客受入体制の強化に向けた現状把握を行う

#### 2 実施時期

平成29年9月

#### 3 対象

全宿泊施設から企業の宿泊施設等を除き、室数30室以上の施設の全て(486施設)と30室未満の施設から無作為に抽出した1/3の施設(1,714施設)の計2,200施設

#### 4 回答

686施設から回答

### 旅行業者向けアンケート

#### 1 趣旨

県内の観光地に送客する旅行業者から、送客側の視点で意見を聴取し、長野県観光の強みと課題を把握する

#### 2 実施時期

平成29年9月

#### 3 対象

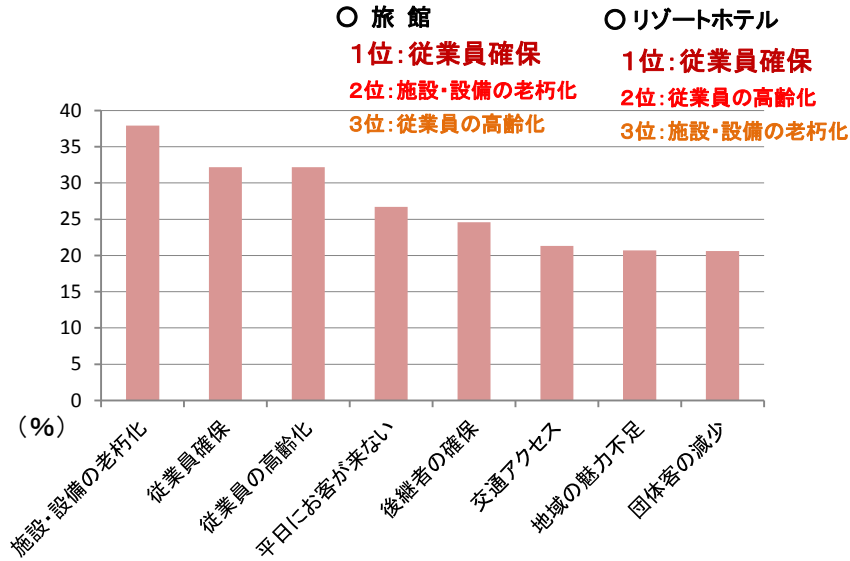
大手旅行会社10社の本・支店 計19社

#### 4 回答

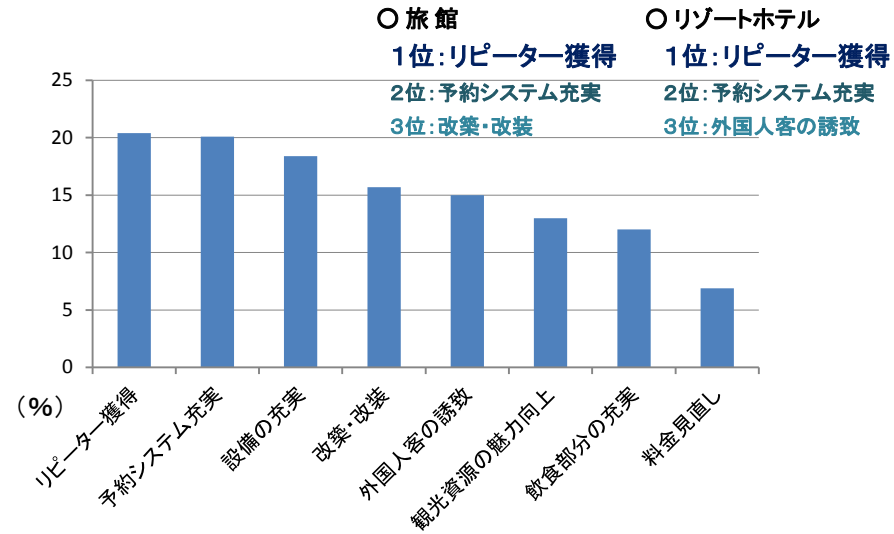
全19社から回答

# 【現状】宿泊施設経営者の悩みは何か？

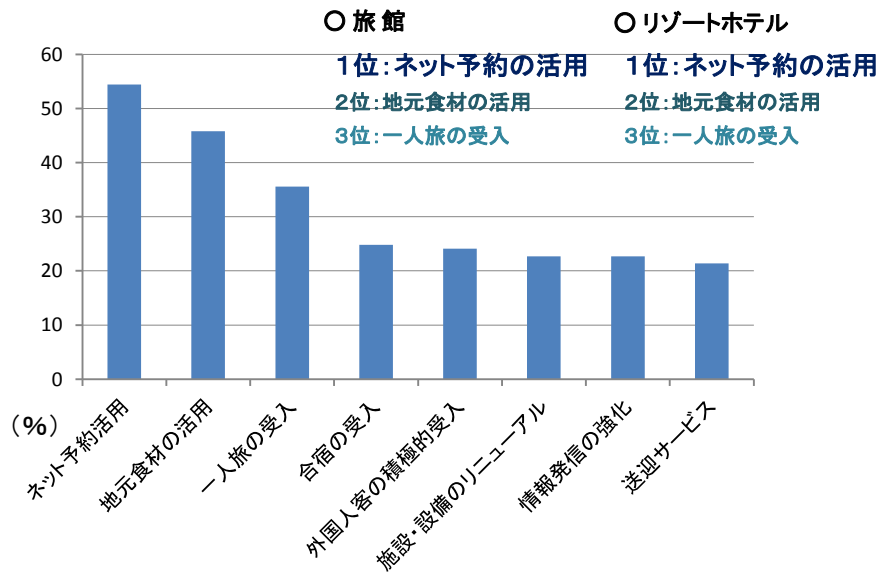
## 現在の経営課題



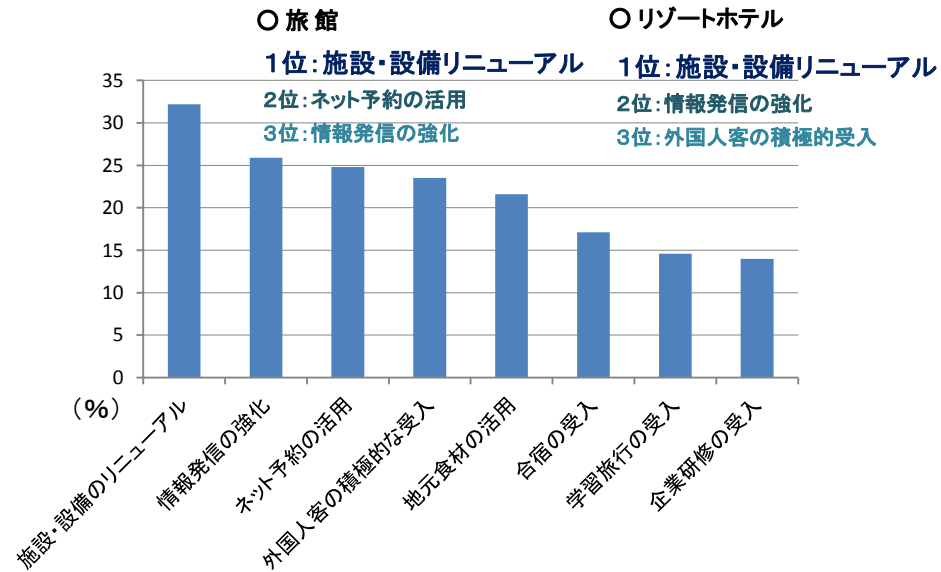
## 観光客増加につながっていると思われる取組



## 現在実施している取組

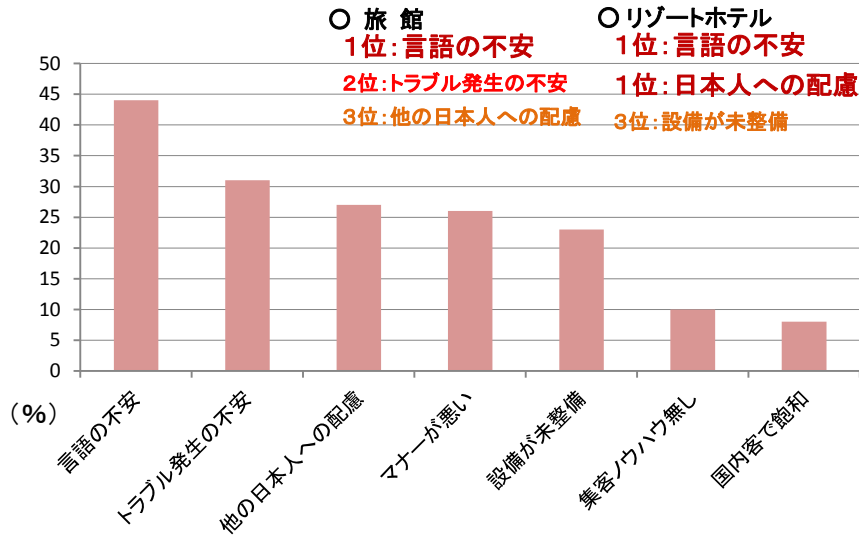


## 今後実施したい取組

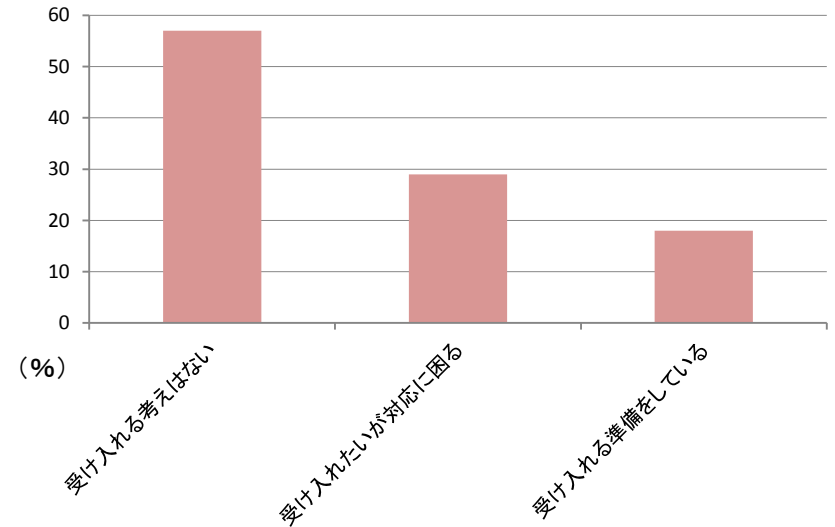


# 【現状】宿泊施設の外国人受け入れのための悩みは何か？

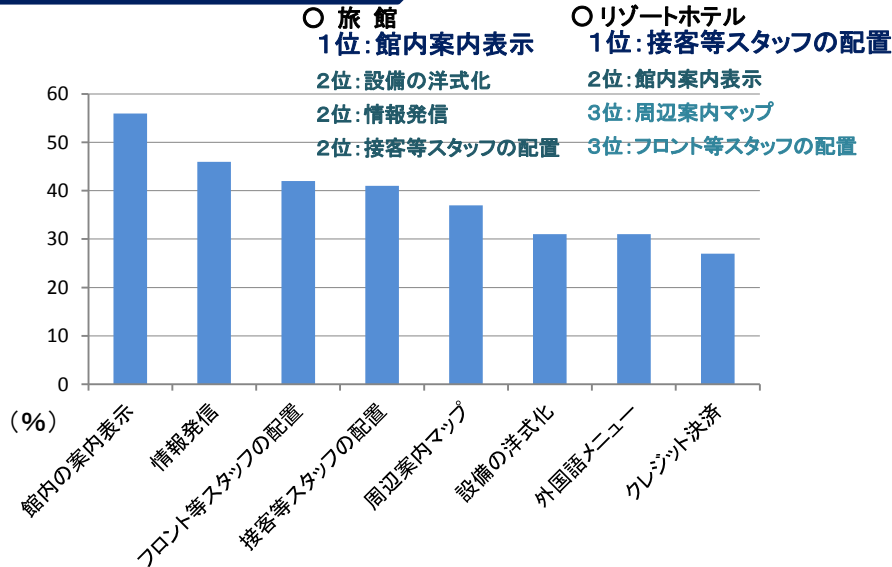
## 外国人を受け入れていない理由



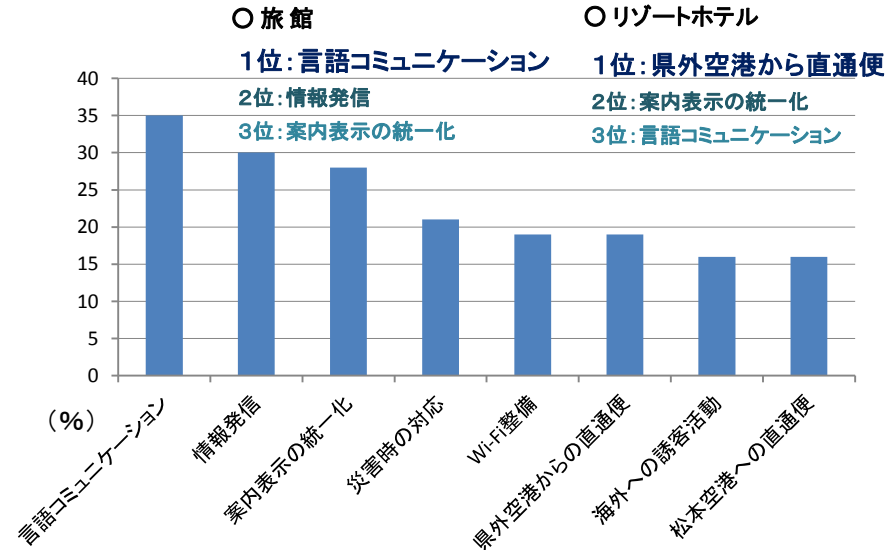
## 今後の受け入れへの考え (受け入れていない宿泊施設)



## 受け入れに必要なこと (対応に困っている宿泊施設)

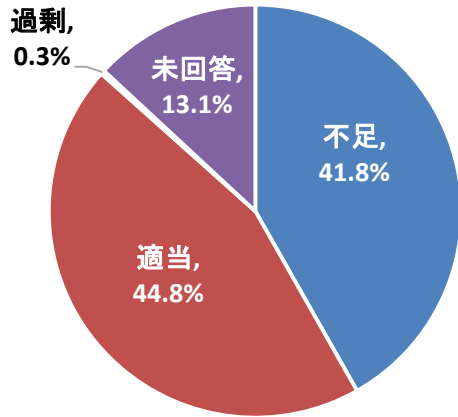


## 受け入れのために支援が必要な分野(上位回答)



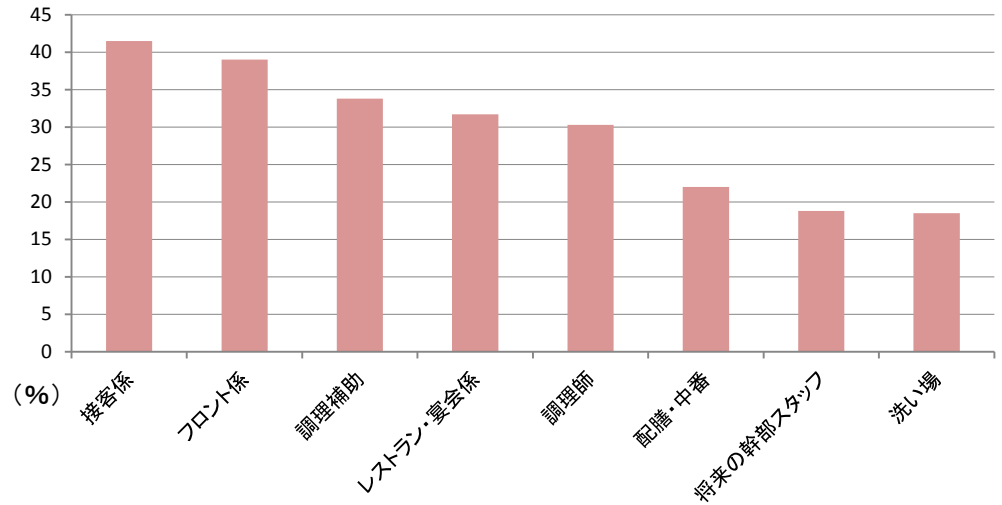
# 【現状】宿泊施設の人材に関する悩みは何か？

## 従業員の過不足状況

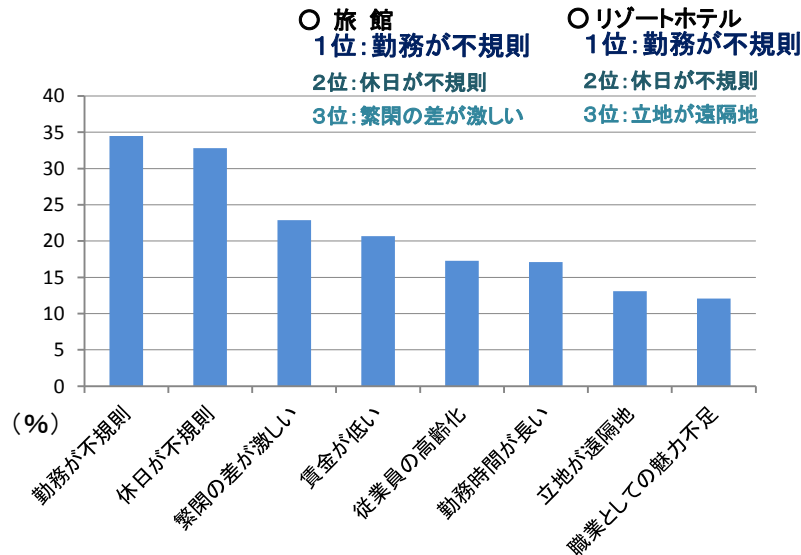


- 旅館
  - 不足: 54.5%
  - 適当: 31.1%
  - 過剰: 0.3%
- リゾートホテル
  - 不足: 62.1%
  - 適当: 32.2%
  - 過剰: 1.1%

## 不足しているスタッフ

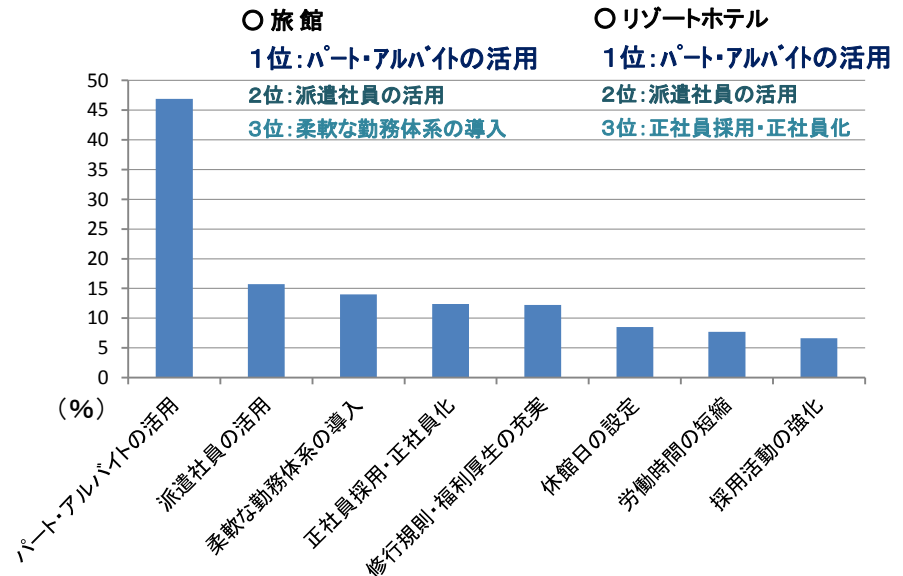


## 人材不足の原因(上位回答)



- 旅館
  - 1位: 勤務が不規則
  - 2位: 休日が不規則
  - 3位: 繁閑の差が激しい
- リゾートホテル
  - 1位: 勤務が不規則
  - 2位: 休日が不規則
  - 3位: 立地が遠隔地

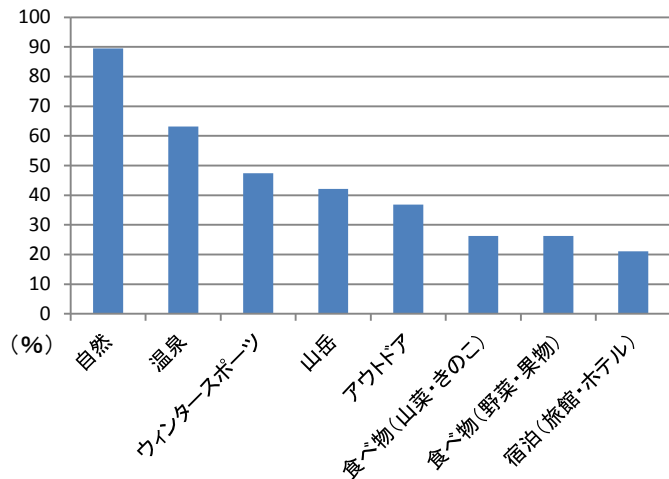
## 人材確保・育成のために現在実施している取組



- 旅館
  - 1位: パート・アルバイトの活用
  - 2位: 派遣社員の活用
  - 3位: 柔軟な勤務体系の導入
- リゾートホテル
  - 1位: パート・アルバイトの活用
  - 2位: 派遣社員の活用
  - 3位: 正社員採用・正社員化

# 【現状】旅行会社は信州をどのように見ているのか？ ①

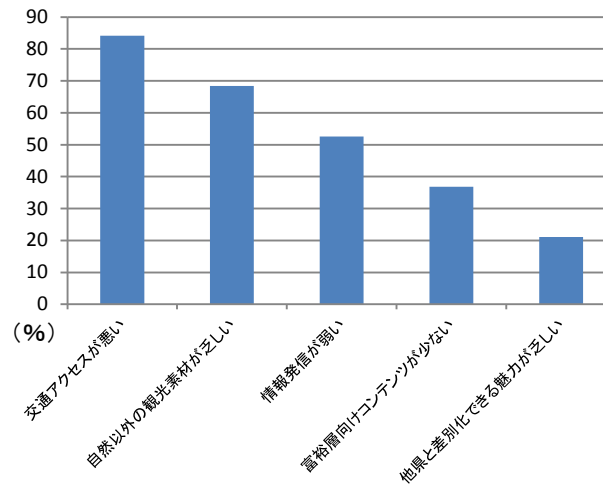
## 長野県が旅行先に選択された理由



### 【コメント】

- 日本人が宿泊先として最重要視する「温泉」の魅力の発信に欠けるため、他県へ宿泊客が流れる傾向にある。

## 長野県が旅行先に選択されない理由



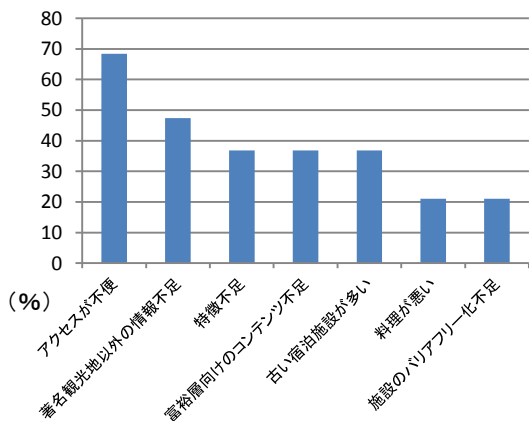
### 【コメント】

- これという食事処がない
- 新幹線以外の交通アクセスが悪い
- 魅力的な箇所は沢山あるが、その存在が知られていない
- 発信力が弱い

## 観光地としての信州の課題(観光地・宿泊地)

### 【コメント】

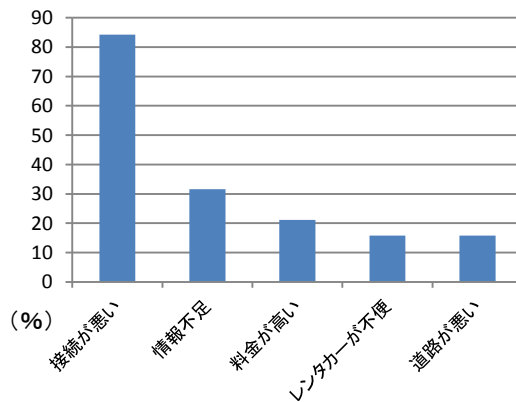
- キラークンテツになり得る料理・素材が少ない
- 高級志向の宿泊施設が少ない
- 情報発信が上手くない



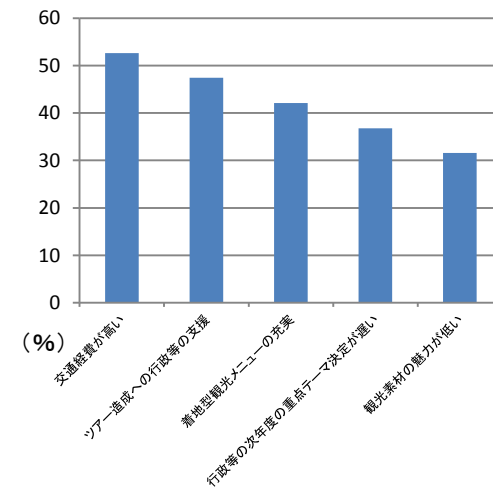
## 観光地としての信州の課題(交通)

### 【コメント】

- 二次交通の整備と認知度向上
- 主要観光地で施設の駐車場が整っていない

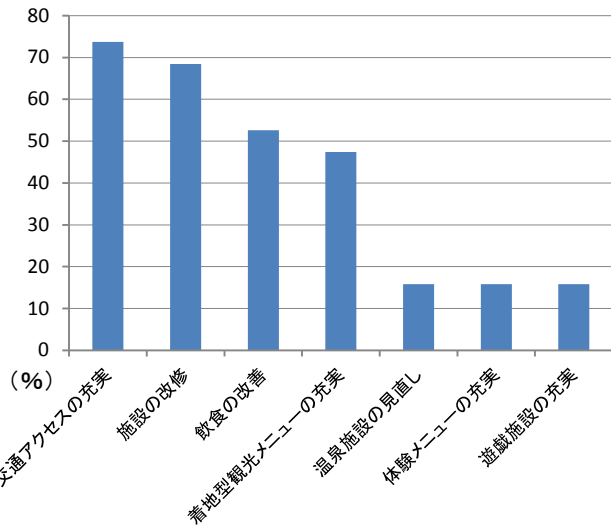


## 旅行商品造成における課題

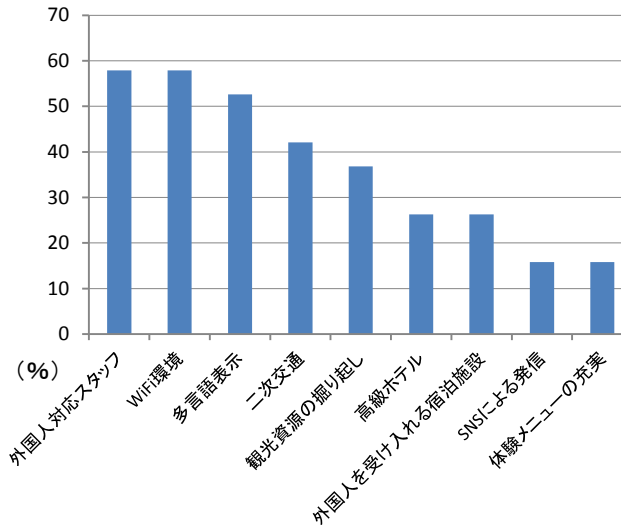


# 【現状】旅行会社は信州をどのように見ているのか？ ②

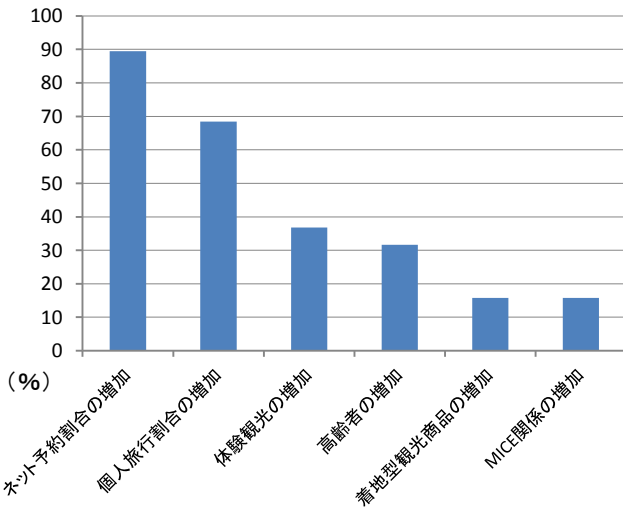
## 長野県内に泊まりたくなる宿泊地を増やす方策



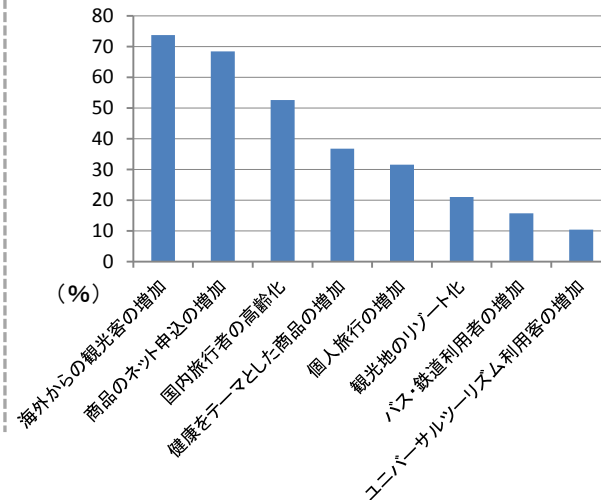
## インバウンドに取り組むにあたって長野県に欠けているもの



## 長野県を志向する観光客にみられる動向の変化



## 長野県の観光は今後どのように変化するか



## <自由記載から抜粋>

### ○ 観光素材

- ・ 滞在型の観光となるように、**着地型素材の充実**
- ・ 温泉地においては**エリア全体で一体感のある受入体制**が必要
- ・ これという食事処がない (**老舗は閉店時間が早い**)
- ・ 宿泊施設や温泉地の魅力を十分に**発信**すること
- ・ **他県に負けないキラーコンテンツ**の開発
- ・ 「**早店仕舞対策**」**宿泊を意識した観光地**や土産物店等の対応
- ・ **夜間イベントの充実**
- ・ **温泉の魅力**を最大限に伝えることで**宿泊に誘引**

### ○ 観光客

- ・ 「**明確な目的**」をもった**お客様**が増えている
- ・ **高齢者**にも**インターネットやSNS**が身近に活用されるようになってきた

### ○ インバウンド対策

- ・ 山岳高原、田舎の良さ、自然環境の良さを**観光の観点でブラッシュアップ**してはどうか
- ・ **周辺各県との広域連携**も必要
- ・ **海外からの方が求めること**と日本人の考えが異なることがある
- ・ 県内の観光資源を**海外の方の意見**や希望を聞きながら掘り起こしてみると良い
- ・ 観光等に就いている人のための**英会話教育や講座**の開催
- ・ Web社会で一番強い宣伝「**口コミ**」を**活かすこと**