

宮城ゼミナール

～フィールドワークによるゲストハウス・旅館と観光客との関連性(演習Ⅱ)

大阪商業大学 宮城ゼミ

はじめに

1.外国人の増加傾向

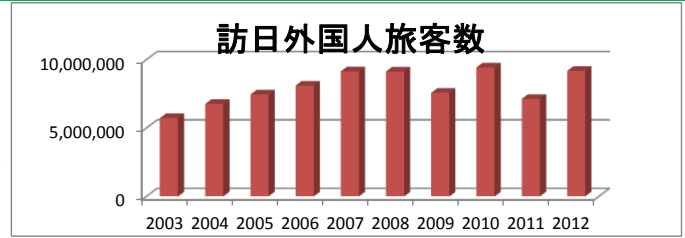
→現在日本は「観光立国」を目指し外国人観光客を増やす取り組みをしている。
2013年12月には外国人観光客が目標としていた1000万人を突破した。
日本は外国人観光客が増加傾向を考えているが、なぜ現在は増加傾向しているのか直接的な理由を追求しようと行動している。また、そこで私たちは増加要因を見つけるとともに外国人観光客を増やすための対策と改善をしたいと思っている。

2. ゲストハウスとは

→ゲストハウスとは、アメニティサービスなどを省いた素泊まりの宿で、海外ではバックパッカー(リュック1つで格安な宿を泊まりながら長期的に旅をする人)が利用する宿として、知られている。
日本でも相対的に所得が低い若年層にとっては格安で宿泊出来るため、近年話題になっている。

3.若年層受入れの必要性

→若年層は相対的に収入が低く、レジャー関連の支出を抑える傾向にあるため、観光地にとっては多く受け入れても短期的な収入のメリットは低いと考えられる。
しかし、若年層の顧客ロイヤルティを獲得することにより、地域のファンになってもらい、クロス・セリング、アップ・セリングしてもらうことができ、結果的に長期的にみると地域にとってメリットがあると言えるであろう。



東北亜観光学会学生セッションに参加

8/20～8/22 東北亜観光学会学生セッション(韓国慶尚金泉市内)において研究結果を発表した。

後期の内容

○後期の活動体制

前期の研究を踏まえ、前期の後半からアンケート班・旅館企画班・ゲストハウス班の三体制に分かれ活動した。
アンケート班は前期の引き継ぎと外国人アンケートを新たに加えた。旅館企画班は京都への宿泊客を増やすため旅館の宿泊企画の立案をする。ゲストハウス班はゲストハウスの現状を調べて実際に宿泊、インタビュー調査を行う。

アンケート班



○日本人アンケート・外国人アンケート

アンケート行動活動

6月7日(貴船神社) 11月4日(嵐山・大悲閣千光寺)

主に若年層(10代～30代): 約100名

11月15日清水寺

主に外国人観光客: 約50名

アンケート内容

・前期に京都周辺でのアンケートをとった。その結果により若年層が少ないということがわかったので若年層を対象にアンケートを行い、京都はどのような存在か、また顧客満足度を調査した。

・外国人観光客に向けてアンケートを採った。日本観光に関することや、感想・満足度などについて質問した。

アンケート結果

・若年層にとって京都は歴史を感じられ景色で癒される存在であり、満足度は非常に高かった。この結果によりリピータが増えると考え顧客ロイヤルティが上がるのではないかと考えた。

・外国人に向けてアンケートを採った結果、日本を観光するのに費用が高すぎて不満を感じている人が多かったが、その他の質問では満足していると回答が多かった。しかしゴミ箱や案内表示が少ないという意見があった。

旅館企画班

昨年の研究内容から

ホテルが増え続け旅館が減少傾向にある。日本や京都らしさが伝わる旅館の魅力が若年層や外国人観光客に伝え、旅館への宿泊客を増やすため旅館の宿泊企画を立案する。



そこで、注目したのが舞妓である。
京都を代表する文化であると考え、舞妓を通して京都の文化を知ってもらうことが目的である。



○インタビュー日時 2013年12月10日(火)

○場所 祇もん 新門荘

インタビュー内容

- ・利用客は幅広く、家族やカップルなど客層は幅広いが特に年配の方が多い。
- ・外国人観光客は主にフランスなど白人系の人が多く英語対応は英語が話せるスタッフや通訳に任せている。
- ・舞妓はキャンセルポリシー100%であり、舞妓と携わるプランには、ご縁や馴染みなど信頼関係が必要となるため舞妓の手配が一筋縄ではいかない場合がある。

<画像参照>

<http://blogs.yahoo.co.jp/mappy3337/14785854>

ゲストハウス班

ゲストハウスの現状

近年ゲストハウスに宿泊する観光客は増加している。ホテルや旅館に比べて安く泊まれるため20代30代の観光客が多く、宿泊者数の割合としては日本人より外国人の方が多い。海外ではゲストハウスが主流であるが現在日本ではあまり浸透していない。



インタビュー内容

- ・近年、ゲストハウスへの宿泊者は増加傾向にある。ゲストハウスは、町屋を改装して作った宿泊施設がほとんどであり京都の歴史や文化に触れることができる。
- ・人との出会いをとて大事にしていて他の宿泊客との交流を求めてくる人も多い。
- ・ホテルや旅館に比べて格安で泊まれるため、外国から一人旅で来た人や安く泊まりたいという人達に人気がある。
- ・繁忙期・閑散期に関わらず値段の変動はしていない。

おわりに 今後の課題

アンケート班では満足度の要因は京都の魅力であるかアンケート調査を引き続き行いイベントや商品開発へ役立てるため顧客ロイヤルティを知る。外国人観光客を増やす為にアンケート結果から分かったことを活かして指摘された事の対策をしたいと考えている。
また、さらに多くのアンケートを採ってさらに改善したほうが良い箇所を見つけていきたいと思っている。
旅館企画班の結果からは、外国人観光客をターゲットにして舞妓に携わるプランを立案するためには、置屋との深い信頼関係が必要となるため難しい。
そこで、新たに私たちでも気軽に体験出来る折り紙や茶道などの宿泊プランを考え直すことにした。
ゲストハウス班からは、ゲストハウスの最初のイメージは、安価で宿泊できるため設備などが不十分ではないかと思っていたが、実際に宿泊してみると設備は充実していた。そして自分達で自炊など、身の回りの事をしなければならないが他の宿泊者の方と交流することができるというメリットがあり、ホテルや旅館とは違ったゲストハウスならではの良さがあると分かった。このような良さを多くの人に知ってもらい、ゲストハウスの知名度を上げるとともに外国人観光客や日本人の若年層宿泊客をどのようにして増やすかが課題である。