

# 京都宿泊業の外国人観光客に対する満足度調査

文責 大阪商業大学 総合経営学部 宮城ゼミナール 3回生 小山 恵莉菜

## 研究目的

近年、国際観光・交流という観点から「観光」が注目され始めている。日本においても、2003年の観光立国宣言に基づき、外国人観光客の訪日を促進する「ビジット・ジャパン・キャンペーン」が展開され、さらに2008年には「観光庁」が設置された。ビジット・ジャパン・キャンペーン後の外国人観光客数は、外部環境の影響はあるものの増加している。そして、それに伴い、国内宿泊旅行者数も年々増加傾向にある。また、人口減少・少子高齢化が進む日本の中で、観光客獲得による地域への消費の増加、関連産業の振興、新たな雇用創出による地域の活性化といった経済効果という理由からも観光が注目されている。しかし、観光現象を考察した場合、「リピート客増加に伴うニーズの多様化」「外国人受入」「若年層の対応」の大きく三つの課題が存在する。現在、外国人旅行者は増加しているものの旅行消費額のうち大半は日本人旅行者が大半を占めている事実から、三つの課題のうちの「外国人受入」に焦点を当て調べている。

## 京都観光の現状

京都府は日本文化の中心であり、京都市はアメリカの「Travel+Leisure」誌で2年連続、魅力的な街に選ばれておりその中でも一番高い人気を誇っているのが伏見稲荷大社である。しかし、前述したとおり近年の日本における外国人旅行者数は増加しているものの、国内における旅行消費額の総額22.4兆円(2011年)のうち、訪日外国人旅行は1兆円と全体の4.5%に過ぎず、訪日外国人旅行の増加に期待はかかるものの、市場自体はまだ小さく、日本人旅行が大部分を占めているのが現状である。また、外国人観光客が通るゴールデンルートと呼ばれる大阪から東京までの道のりなかで京都を通るが既存の顧客や満室の関係で通り道でしかない状況である。京都産業観光局の調査では2014年で訪日外国人が1341万人来ているのに対し約1割の183万人しか京都に宿泊をしていない状況である。その中で外国人観光客が日本の宿泊業や観光サービス業に対してどう感じているのか、日本文化を感じられることの一つである旅館での宿泊や日本の観光サービスがどれだけ満足して頂いているのかを探り、日本の宿泊業や観光サービス業の課題解決とさまざまな地域や町の活性化に貢献したいと考える。

## アンケート内容

- 外国人観光客の出身地、年齢、男女比、身分
- 旅館の認知度、宿泊施設の満足度、情報源
- 再度京都を訪れたいか、知人に紹介したいか

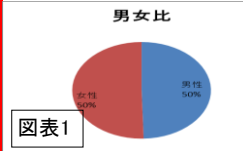
実施日	2015年	8月28日	103枚
		10月5日	80枚
実施場所:		11月9日	66枚
伏見稲荷大社		12月7日	66枚
		11月12日	188枚
			合計503枚



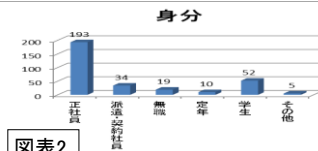
伏見稲荷にてアンケートの様子

## アンケート結果

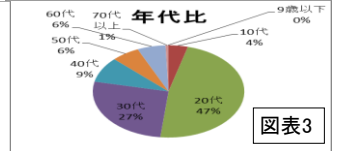
### 1. 外国人観光客の出身地、年齢、男女比、身分



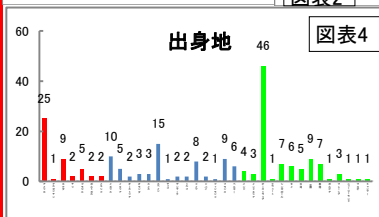
図表1



図表2



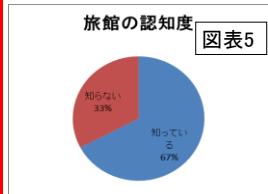
図表3



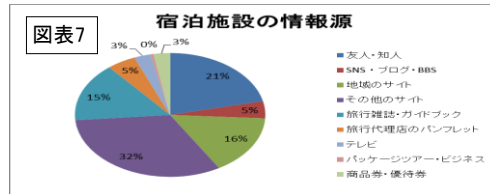
図表4

図表4からアジア圏のオーストラリアからの観光客が多い。買い物目的の中国人、韓国人は京都に来ないようだ。また、日本人観光客は50代60代が多く見られるが外国人観光客は20代30代の若い正社員の方が多い(図表2.3参照)。男女比は対してなく、カップルや友達との旅行者が多数見られた(図表1参照)。

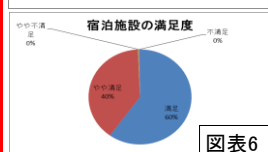
### 2. 旅館の認知度、宿泊施設の満足度、情報源



図表5



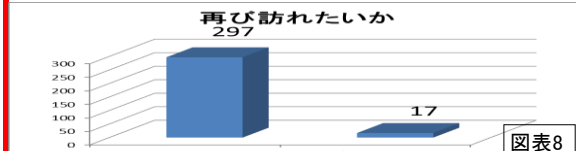
図表7



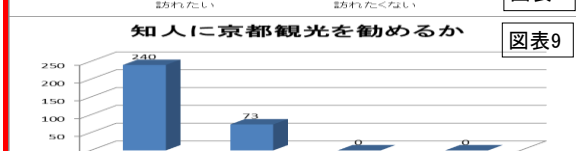
図表6

図表5より日本の宿泊施設を代表する旅館の認知度は極めて高いが、宿泊する場所は、東京、名古屋、大阪、広島に宿泊する観光客の方が多い。図表6より宿泊施設の満足度は高いが、ホテル、ビジネスホテル、ゲストハウスなど旅館より安く、外国人にも馴染みのある宿泊施設を利用する観光客が多い。情報源は知人の紹介やインターネット、雑誌といった自らプランを立てる方や、パッケージツアーなど、プランに組み込まれているところに宿泊する方も少なくはない(図表7参照)。

### 3. 再度京都を訪れたいか、知人に紹介したいか



図表8



図表9

もう一度京都を訪れたいかの質問に対し314人の方が回答したが、そのうちほとんどの観光客が訪れたいと回答した(図表8参照)。また知人に紹介したいか聞いたところ勧めないと答えた方は1人もいなかった(図表9参照)。

## 考察・まとめ

今回は5日に渡り多くのアンケートを採取することに成功した。アンケート結果、京都観光に対し満足度は高く、今後のリピーター客や、新規の観光客になる期待が多くもてる。ただし、訪れたくないと答えた観光客は何に不満を抱いたのか。この問題を改善しないと魅力的な街とは言い切れないのでは、と考える。今後の活動は、京都の旅館に宿泊出来る、アジア県内、20代から30代の観光客に向けた旅行プランの作成や、SNSを使い情報を発信し、旅館の認知度を高め、京都の宿泊客数を増やすこと、また、引き続きアンケート調査を行い京都観光客のマイナス意見にも耳を傾け、京都の宿泊業や観光サービス業の課題解決と地域の活性化に貢献したいと考える。