週刊 観光経済新聞
宿泊・旅行業・運輸・自治体（観光全般）
新年号第2部

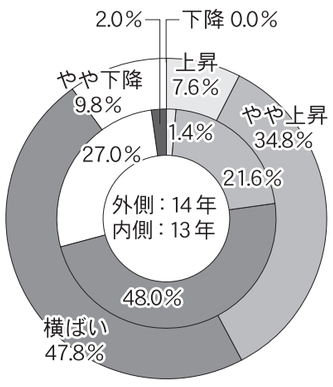
観光立国の実現は地方（地域）から

旅館業績〝落ち込み〟が増加

本紙「経営アンケート調査」

観光経済新聞社が旅館・ホテルに対して行った経営アンケート調査で、14年の業績が13年よりも「落ち込む」とする回答が増加した。「伸びる」と「やや伸びる」の合計回答は減少。12、13年と回復傾向にあったが、それがやや鈍っている。景気回復への期待感が薄れてきているのか、15年の業績については「横ばい」と読む旅館・ホテル経営者が全体の半数と大勢を占めている。宿泊単価については「横ばい」が47・8％と約半数を占めるが、「やや上昇」の見方も34・8％と少なくない。

宿泊単価、今後の見通し



業績と経営課題

景気回復は期待薄

単価は「横ばい」見通し

業績については、前年と比較して「伸びる」「やや伸びる」「横ばい」「落ち込む」「赤字」の5段階で示してもらった。14年の業績が力強く「伸びる」と回答した割合は13・5％で前年対比1・1ポイントの増加、大幅ではないが「やや伸びる」との回答は27・1％で4・0ポイントの減少だった。両回答を合計した「伸長組」は50・6％と2・9ポイントの減少となった。

一方、「落ち込む」の回答は前年よりも6・6ポイント増え、20・3％と20％台に。落ち込みが大きく「赤字」は1・6ポイント減の1・5％となった。両回答を合計した「萎縮組」の割合は21・8％と5・0ポイント増加した。伸長組、萎縮組それぞれの数字から旅館業績が落ち込んでいる状況が読み取れる。

「横ばい」は37・6％と2・5ポイントの減少だった。15年の業績予想も旅館業績に関しては、経営者に聞いており、「伸びる」が2・9ポイント減の10・6％、「やや伸びる」が0・2ポイント増の27・3％、「横ばい」が12・4ポイント増の50・0％、「落ち込む」が9・7ポイント減の10・6％、「赤字」が増減なしの1・5％という状況。相場は20％台の11～30％だ。

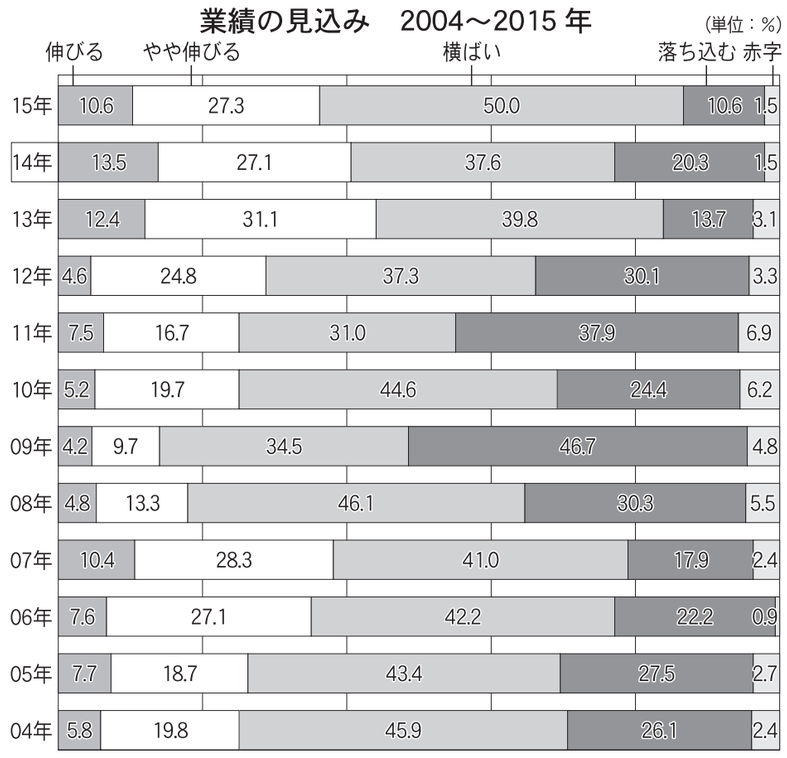
これを基に旅行会社、ネットエージェント、直販の一般的な構成比率を導き出すと、旅行会社が50％、ネットエージェントが30％、直販が20％といったところだろう。

この調査は、往復アンケートはがきを2014年11月に郵送し、旧国観連の会員を中心とした旅館・ホテルに①14年の業績（見込み）②15年の業績見込み③宿泊単価の見通し④経営上の課題⑤旅行会社、ネットエージェント、直販の各客室販売比率⑥旅行会社とネットエージェントの実質的な手数料率（企画参画料金、ポイント負担・ネット広告などを含む）⑦その手数料は高いか適正か⑧外国人観光客の受け入れ⑨地域（観光地）活性化に必要なこと―などについて聞いた。

調査の概要

回答数は134軒。客室規模別では「10～30室」が23軒、「31～50室」が20軒、「51～75室」が26軒、「76～100室」が23軒、「101室以上」が42軒となっている。

業績の見込み　2004～2015年　（単位：％）



客室販売チャネル

旅行会社5・ネット3・直販2

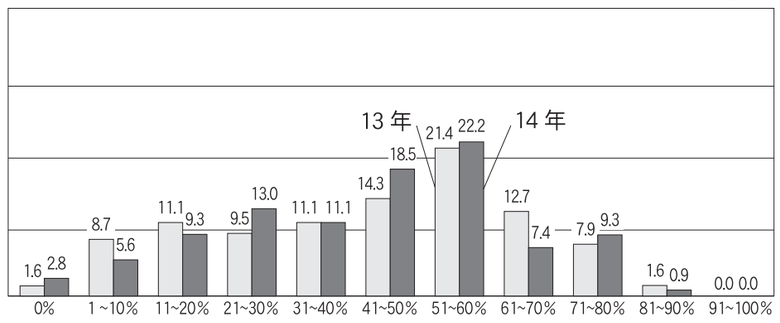
客室の販売チャネルについて、旅行会社、ネットエージェント、直販それぞれの構成比率を教えてもらった。

まず旅行会社経由は、「51～60％」が22・2％と最も多い。以下、「41～50％」18・5％、「21～30％」13・0％となっている。41～60％が主流と言えそうだ。

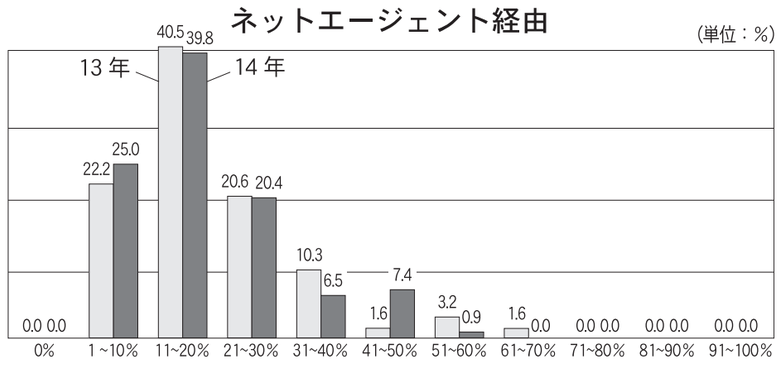
一方、ネットエージェント経由は「11～20％」が39・8％で最多。「1～10％」25・0％、「21～30％」23・1％、「31～40％」15・7％といった状況。相場は20％台の1～30％が中心となっている。

直販は割合の大きな順から「11～20％」24・1％、「1～10％」16％、「21～30％」15・7％、「31～40％」11・1％、「41～50％」10・3％、「51～60％」7・4％、「61～70％」4・0％、「71～80％」2・8％、「81～90％」1・9％、「91～100％」0・9％の順となっており、基本の15％から企画参画料などの名目で上乗せされている状況が見て取れる。

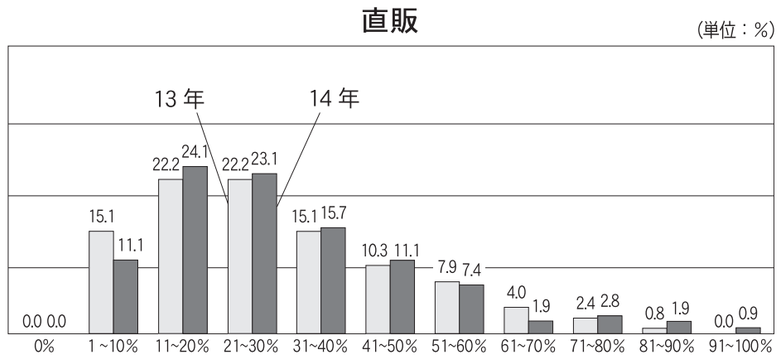
旅行会社経由　（単位：％）



ネットエージェント経由　（単位：％）



直販　（単位：％）



エージェント手数料

「高い」の声が多数

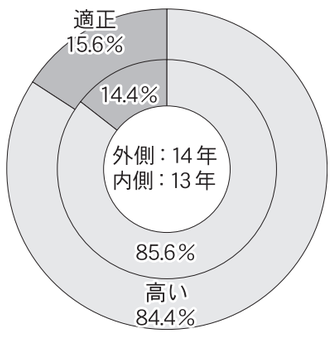
旅行会社とネットエージェントの手数料率と、その手数料が適正かどうかも聞いた。

旅行会社の手数料は大手が基本線としている「15％」が55・8％で、前回同様にここが最も多かった。以下、「16％」24・2％、「18％」7・4％の順となっており、基本の15％から企画参画料などの名目で上乗せされている状況が見て取れる。

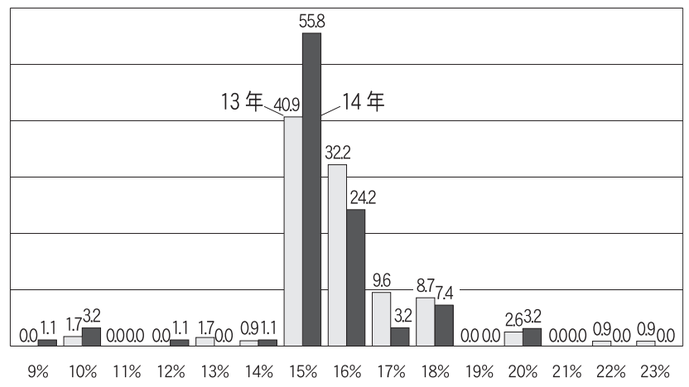
この手数料について「高い」は84・4％と大多数。「適正」は15・6％に過ぎない。

ネットエージェントの手数料は「10％」が40・5％で最多。「8％」25・5％、「9％」8・5％と続く。この手数料が「高い」とするのは68・5％、「適正」が31・5％。旅行会社ほどではないが、不満を抱えている。

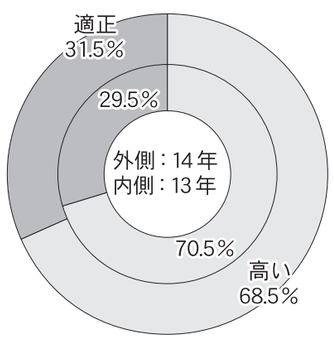
旅行会社の手数料は適正か



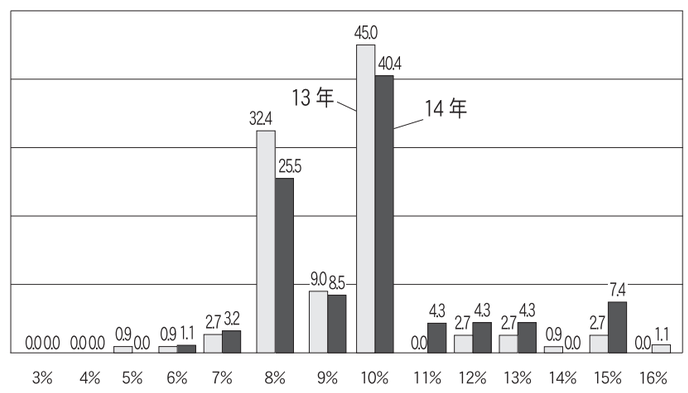
旅行会社の手数料　（単位：％）



ネットエージェントの手数料は適正か



ネットエージェントの手数料　（単位：％）



外国人客の受け入れ

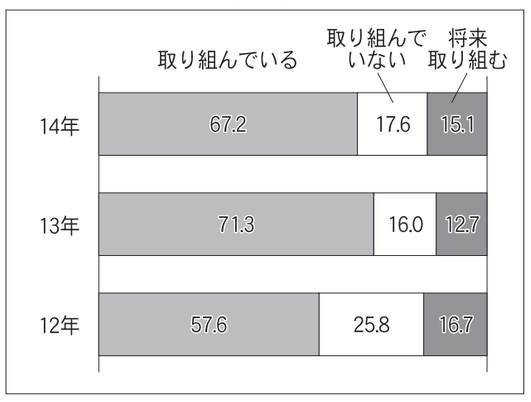
「取り組んでいる」67％

2014年には1300万人が見込まれている訪日外国人旅行者数。国を挙げた取り組みで20年に2千万人を目指しており、今後の増加はほぼ間違いない。旅館・ホテル経営者は外国人旅行客の受け入れについてどう考えているのだろうか。

外国人旅行客の受け入れに「取り組んでいる」と答えたのが最も多く、67・2％。だが、前回の71・3％から4・1ポイント減少した。「取り組んでいない」は1・6ポイント増の17・6％だった。今は取り組んでいないが「将来、取り組む」とするのは2・4ポイント増の15・1％という結果となった。

12年の調査結果と見比べると、外国人旅行客の受け入れは進んでいるようだ。

外国人客の受け入れ　（単位：％）



地域活性化に必要なこと

トップは「街並み整備」

今回は新たに「地域（観光地）活性化に特に必要なこと」の質問を設けた。いくつかの選択肢の中から三つを選んでもらった。回答者数は118人。

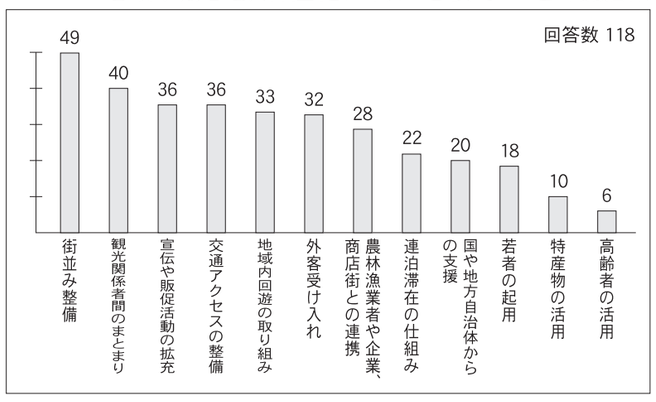
最も多かったのは「街並み整備」（49人）だった。街並み整備を進めるには、費用の捻出も欠かせないが、「国や地方自治体からの支援」（20人）は9番目と必要度は低い。「観光関係者間のまとまり」（40人）が2番目で、金よりも人の要素を重要視しているようだ。

とにかく観光客に来てもらわなくては何事も始まらない。「宣伝や販促活動の拡充」と「交通アクセスの整備」がともに3番目（36人）だった。

4番目は「地域内回遊の取り組み」（33人）で、以下、「外客受け入れ」（32人）、「農林漁業者や企業、商店街との連携」（28人）、「連泊滞在の仕組み」（22人）などとなった。

「若者の起用」（18人）が10番目で、「高齢者の活用」（6人）が11番目。知恵や奉仕精神を持つ長老と、体力や行動力のある若者では、若者に軍配が上がった。

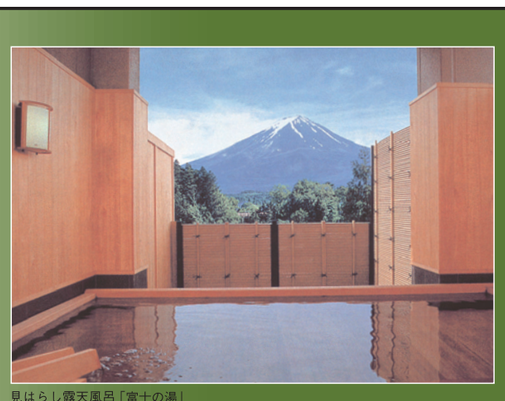
地域（観光地）活性化に特に必要なこと　（複数回答）



施設のご案内
●客室50室／露天風呂・展望風呂付客室15（特別階「野の花亭」純和室5・和室8・ユニバーサルデザイン和洋室2）・和室31・洋室4／全室バス・ウォッシュレットトイレ付・ご宿泊定員220名様●見はらし露天風呂／「富士の湯」「湖（うみ）の湯」●富士山の見える貸切展望風呂「芙蓉の湯」●大浴場／「豪壮　アルプスの湯」「若草の湯」●宴会場／「富士桜」（200畳・両面舞台付・4分割可）・「高砂」（100畳・舞台付・4分割可）●料亭／「小町」（個室8）・「紫」（個室6）●ホール／「麗峰」（330m²・せり出し舞台付・2分割可）「天空」（149m²・2分割可）●ロビーラウンジ「湖畔の舞」●茶席「慈恵庵」●サロン「秋桜」●カラオケルーム／「あじさい」「ゆうがお」●めん処「華水」●おみやげ処「すずらん」●天体観測室「銀河」●富士山展望台●駐車場（乗用車100台）

四季が織りなす湖畔の舞

富士河口湖温泉郷
政府登録国際観光旅館（登旅1626号）
若草の宿
丸栄
〒401-0302 山梨県南都留郡富士河口湖町小立498
☎0555-72-1371
FAX.0555-72-2568
http://www.maruei55.com


見はらし露天風呂「富士の湯」

大浴場「豪壮アルプスの湯」

花と清流に彩られた、格調高く広々としたロビー

お部屋一例

野の花亭
【全室露天風呂付・特別階】
当館最高のお料理、おもてなしにてお迎えいたします。

「若草の宿 丸栄」「四季が織りなす湖畔の舞」「野の花亭」は当館の登録商標です。
見はらし露天風呂「湖（うみ）の湯」