

旅館・ホテル業のみなさまへ

ウィズコロナ、ポストコロナ時代の 生産性向上に向けた 取組みのヒント

旅館・
ホテル業
編



厚生労働省委託事業

令和3年度生活衛生関係営業の生産性向上を図るための
新ガイドライン・マニュアル策定に係る検証調査等一式



業界動向

→ P. 1

消費者動向

→ P. 6

経営のヒント

→ P.10

お役立ち情報

→ P.14

マニュアルの使い方



旅館・ホテル業の動向はご存じですか？
この冊子で業界の動向をつかんでみましょう。

業界動向

消費者動向



業界動向をつかんだら、自店で取組むテーマを探してみましょう。

経営のヒント

お役立ち情報

自店の困りごとが見えにくいときは…

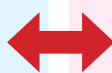


自店の困りごとを
「生産性＆効率アップ
必勝ガイド」で
見える化しましょう。
※ A～Jの3領域10テーマに対応

取組方法をもっと知りたいと思ったら…



具体的な取組方法を
「マニュアル（基礎編）」で
確認してみましょう。
(A～Nの計14冊＋付録)

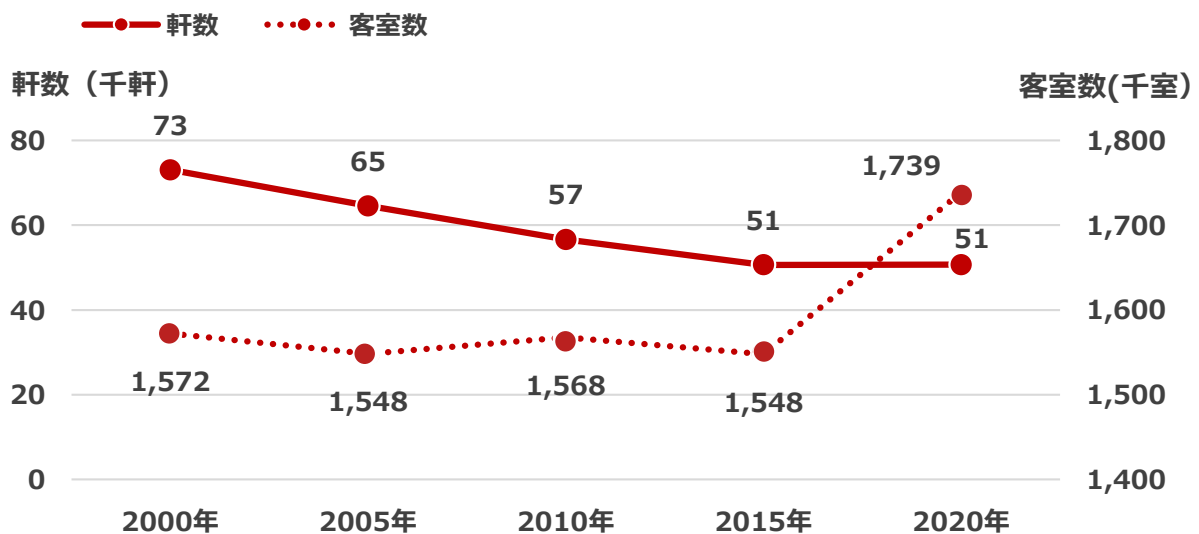




旅館・ホテルの軒数は減少していたが 2020 年は、 オリンピック需要で歯止め 客室数は横ばいで推移していたが、2020 年は増加

- 旅館・ホテルの軒数は、年々減少し、2015 年には 51,000 軒に減少しています。2020 年のオリンピックの開催の需要を見越して減少が下げ止まったところに、新型コロナウイルス感染症が拡大しました。
- 一方、客室数は 2000 年から横ばいで推移し、2020 年には 2015 年の 112% 水準と急増しています。
- コロナ禍でのオリンピック開催となり人流抑制対策がとられたことで、宿泊需要は一気にしぼみました。その結果、供給過剰が続いています。

旅館・ホテルの軒数・客室数の推移

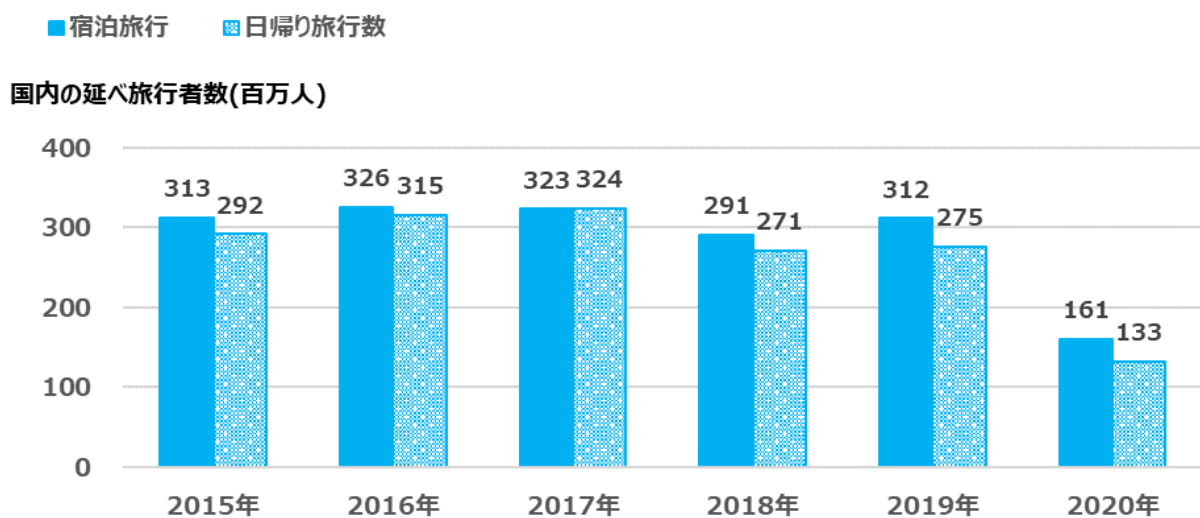


出典：厚生労働省「衛生行政報告例の概況」

国内の宿泊旅行数、日帰り旅行数はコロナ禍で半減

- 国内の宿泊旅行者数は2019年まで横ばいで推移し、日帰り旅行者数はやや漸減傾向がみられるものの、両者をあわせると6億人前後の旅行者数となっています。
- そのような状況のなか、新型コロナウイルス感染症の拡大で、旅行者数は半減し、2020年の国内の宿泊旅行者数は2019年の52%水準に、国内の日帰り旅行者数は48%水準にまで大きく減少しています。ホテル・旅館は生衛業のなかでもコロナ禍の影響を大きく受けた業種の1つです。

国内の宿泊旅行、日帰り旅行の推移



出典：観光庁「令和3年版観光白書」より作成



2020年の宿泊料・国内パック旅行の支出は、それぞれ前年の47%、35%水準にまで低下

- 2人以上世帯の宿泊料は2015年から2018年までは横ばいで推移していましたが、2019年には26,810円/年と2015年の111%水準と好調だったところに新型コロナウイルス感染症で消費は大きく減退しています。
- 一方、国内パック旅行は、2015年の34,952円/年から、漸減傾向にありましたが、2020年には10,516円/年と2015年の30%水準にまで低下しています。
- 2021年には、宿泊料は改善がみられるものの、国内パック旅行はさらに減退しており、依然厳しい状況下にあります。

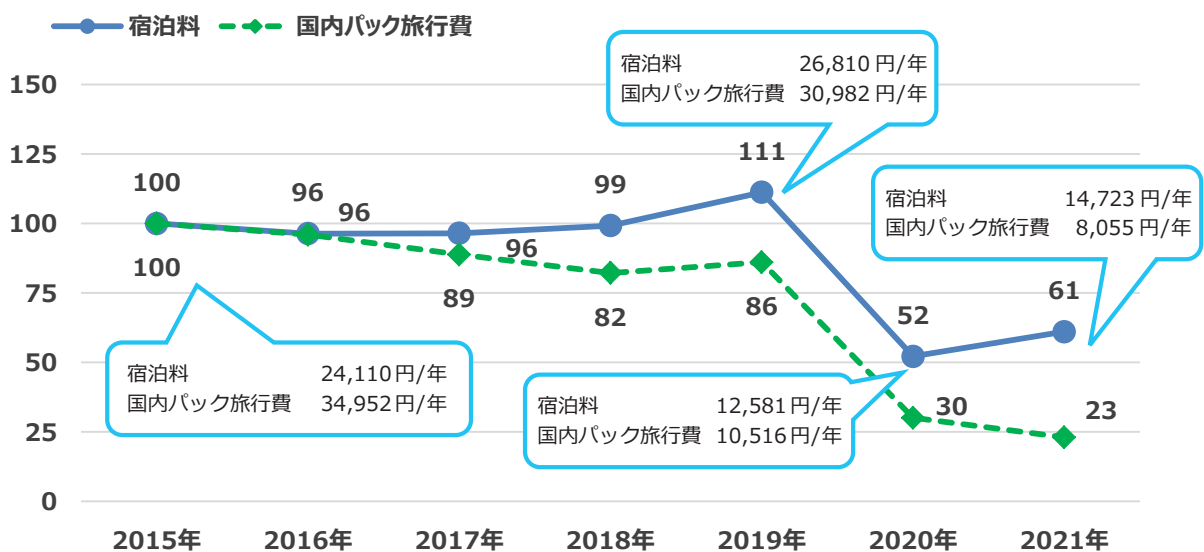
業界動向

消費者動向

経営のヒント

お役立ち情報

2人以上世帯の「宿泊料」「国内パック旅行」の家計消費指数（2015年=100）



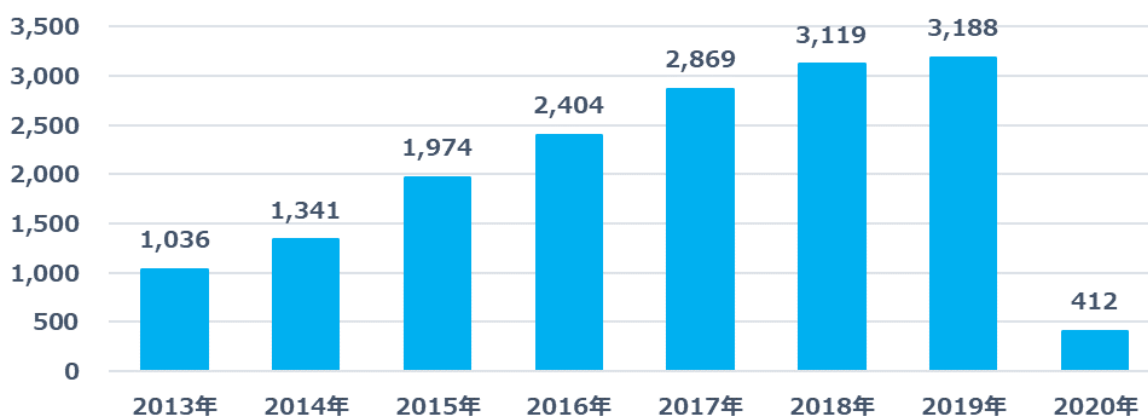
出典：総務省「家計調査年報」（家計収支編）より作成

訪日外国人旅行者数は 2019 年の 13% 水準にまで低下

- 訪日外国人旅行者数は 2013 年以降急激に増加し、2019 年には 2013 年の 3 倍以上の外国人旅行者が日本を訪れていました。
- 2020 年はオリンピック開催を控え、訪日外国人旅行者が 2019 年以上になるとみられていただけにコロナ禍の影響はより大きなものとなっています。
- コロナ禍の収束が見えないなか、世界の情勢も変化しており、コロナ収束後に訪日外国人旅行者が、コロナ禍前に戻るかは極めて不透明な状況です。

訪日外国人旅行者数の推移

訪日外国人旅行者数(万人)

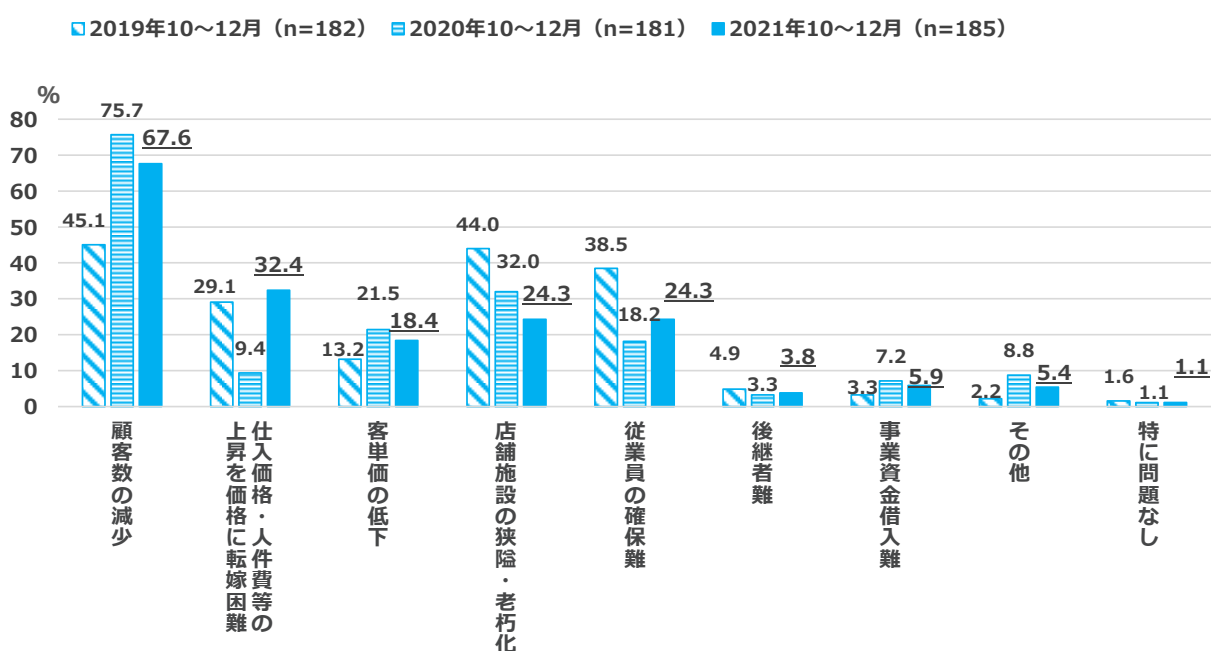


出典：日本政府観光局（JNTO）「年別 訪日外客数，出国日本人数の推移（1964 年～ 2020 年）」より作成

旅館・ホテル業の経営上の問題点は「顧客数の減少」

- 顧客数の減少は、短期的にはインバウンド需要が見通せないことを踏まえれば、内需の掘り起こしが必要です。コロナ禍の対策として、Go to Travelをはじめ、地域観光事業支援などの政策も進められています。選ばれる旅館・ホテルになるためには、他施設とどう差別化を図るか、それをどのように伝えるかが重要です。
- また、わが国は、今後も人口が減少し続けます。総人口に占める65歳以上の高齢者人口は増加しており、今後も、高齢化率は上昇し続けます。どのような付加価値をつけて、客単価を向上させるかを考えることも必要です。

旅館・ホテル業 主な経営上の問題点



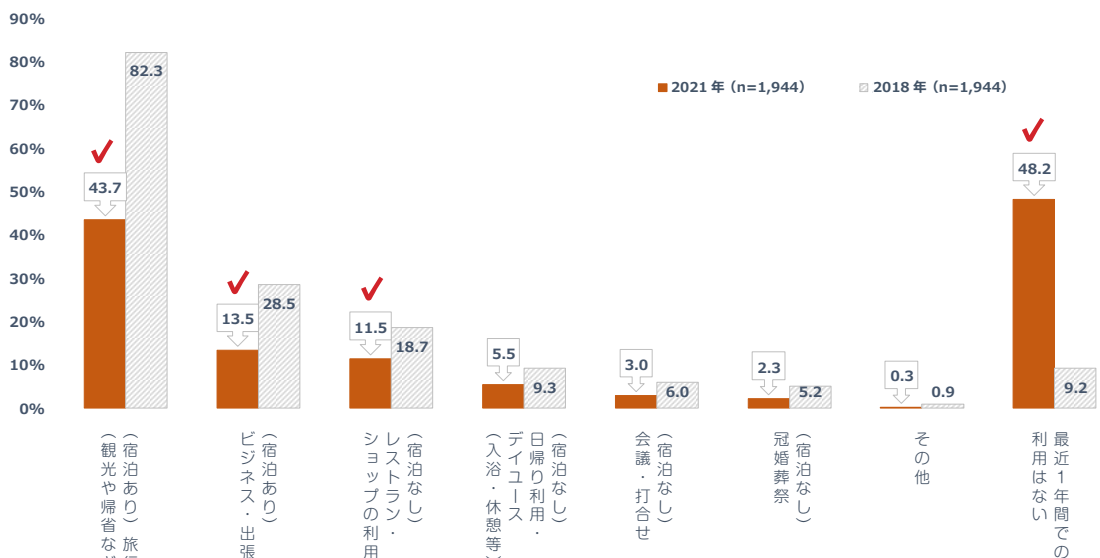
出典：(株)日本政策金融公庫「生活衛生関係営業の景気動向等調査結果」より作成

調査方法	インターネット調査
調査地域	全国
抽出方法	楽天インサイトアンケートモニターおよび提携先モニター、かつ、2018年実施調査の回答者より抽出
有効回収数	本調査:7,817サンプル(外食:2,764サンプル/卸:2,242サンプル/サービス・施設:2,811サンプル)
集計対象	2018年実施調査で最近3年以内に旅館・ホテルの利用経験があると回答した20～60代の男女(1,944サンプル)
調査期間	2021年4月28日～2021年5月12日
調査実施機関	実査：楽天インサイト株式会社/分析：株式会社日本能率協会総合研究所

コロナ禍で半数が最近1年間は旅館・ホテルを利用せず

- 最近1年間の旅館・ホテルの利用の有無と利用目的をたずねたところ、半数が「利用はない」と回答しています。
- 最近1年間の旅館・ホテルの利用目的は「(宿泊あり)旅行(観光や帰省など)」の割合が最も高くなっています。
- 2018年から2021年にかけて、「(宿泊あり)旅行(観光や帰省など)」、「(宿泊あり)ビジネス・出張」、「(宿泊なし)レストラン・ショップの利用」の割合が減少しています。政策的な支援事業により、観光はコロナ禍前に戻る可能性が高いですが、「(宿泊あり)ビジネス・出張」については、リモート会議が普及したことで、コロナ禍前に戻るかは不透明です。今後の動向に注視が必要です。

旅館・ホテルの利用目的（最近1年間）（複数回答）



※ ✓ 差が見られる項目



旅行の旅館・ホテルの1泊（1回）あたりの宿泊費は増加傾向

- 最近1年間の旅館・ホテルの1泊（1回）あたりの宿泊費をみると、2018年と2021年との間に大きな差はみられません。なお、2018年から2021年にかけて、旅行の宿泊費（1泊）における「20,000円以上」の割合が増加しています。性年代別にみると、男女ともに40～69歳で増加がみられました。
- コロナ禍で旅行に行く頻度も低下しているなか、数少ない旅行であれば、1ランク上の旅館・ホテルに宿泊したいというニーズがあるようです。コロナ禍前と客層がどのように変化しているかを把握して、販売戦略を見直すことも検討しましょう。

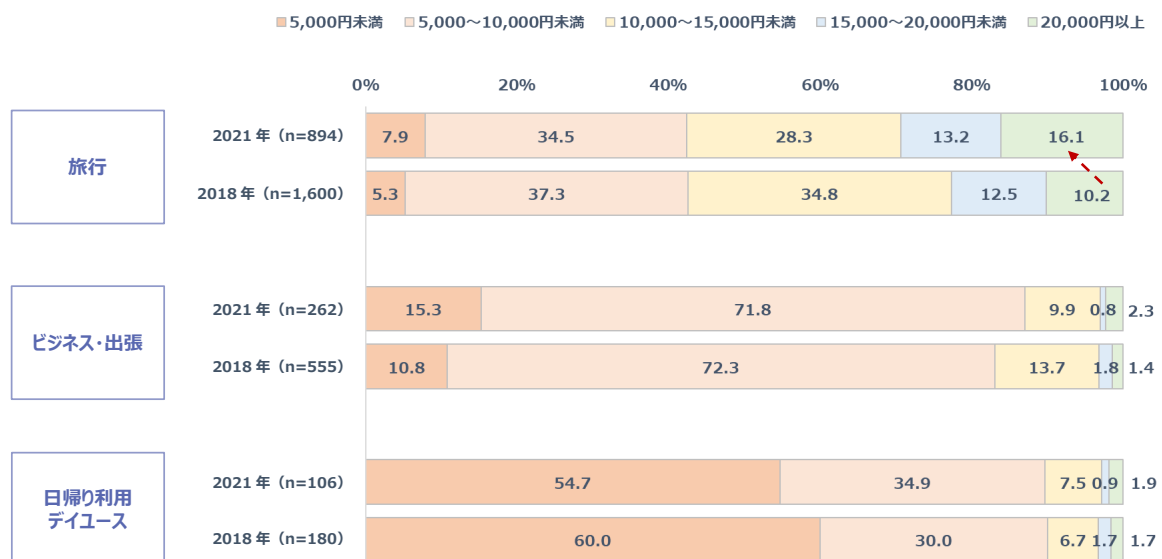
業界動向

消費者動向

経営のヒント

お役立ち情報

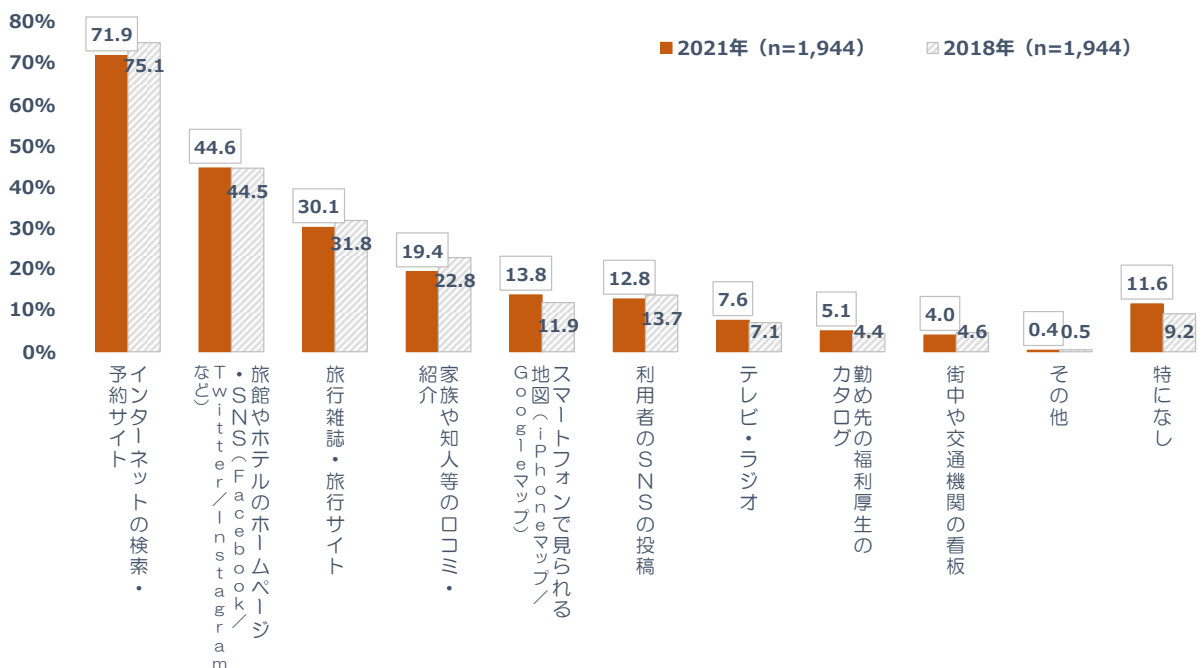
最近1年間の旅館・ホテルの1泊（1回）あたりの宿泊費（単一回答）



インターネットの情報をもとに検討

- 旅館・ホテルを検討する際の情報源は、「インターネットの検索・予約サイト」の割合が最も高く、次いで「旅館やホテルのホームページ・SNS」、「旅行雑誌・旅行サイト」の順でインターネット上の情報が上位を占めています。
- インターネットの検索・予約サイトの活用を検討するのはもちろんのこと、旅館やホテルのホームページも重要です。旅行者は予約サイトだけでなく、ホームページの情報やSNSなどさまざまな情報をもとに比較して、宿泊先を選定しています。値段も重要ですが、それに見あう食事か、部屋や施設の設備は十分かなど、訴求したい点を整理しましょう。そのうえで自施設のイメージにあったホームページを作成することが必要です。

旅館・ホテルを検討する際の情報源（複数回答）





「自動精算」や「朝食セルフサービス」「アメニティの削減」などのサービスの簡略化に賛成 「ネット予約」「カード・電子マネー」「無線LAN」で利便性が向上

- 簡略化してもよいサービスは「自動精算機・自動チェックアウト機」、「朝食のセルフサービス化」、「アメニティの削減（必要な分をフロントで配布）」で、3割以上の方が肯定しています。
- 一方、利便性向上のために導入してほしいものとしては、「インターネット予約」の割合が最も高く8割の人が期待しています。次いで「クレジットカード・電子マネー対応」、「無線LAN」で、キャッシュレス決済と通信環境の整備は必須といえます。

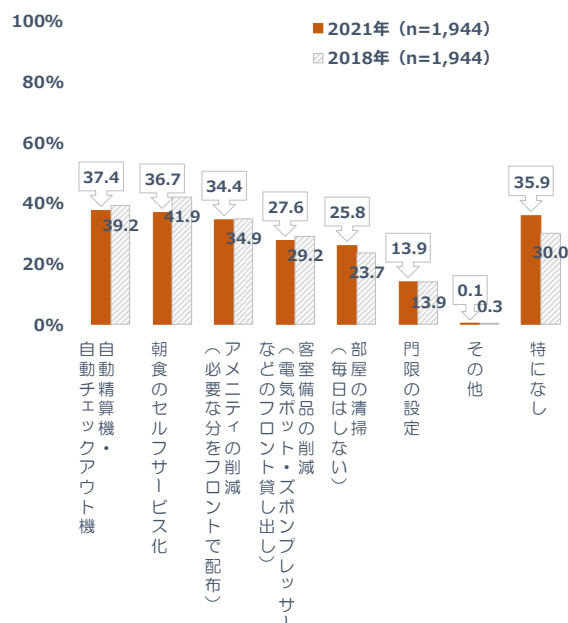
業界動向

消費者動向

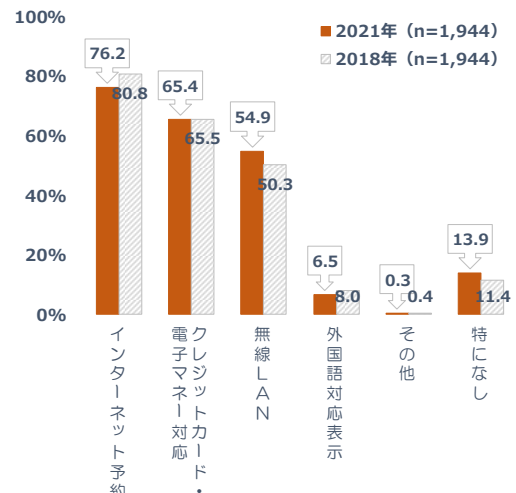
経営のヒント

お役立ち情報

簡略化してもよいと思うサービス
(複数回答)

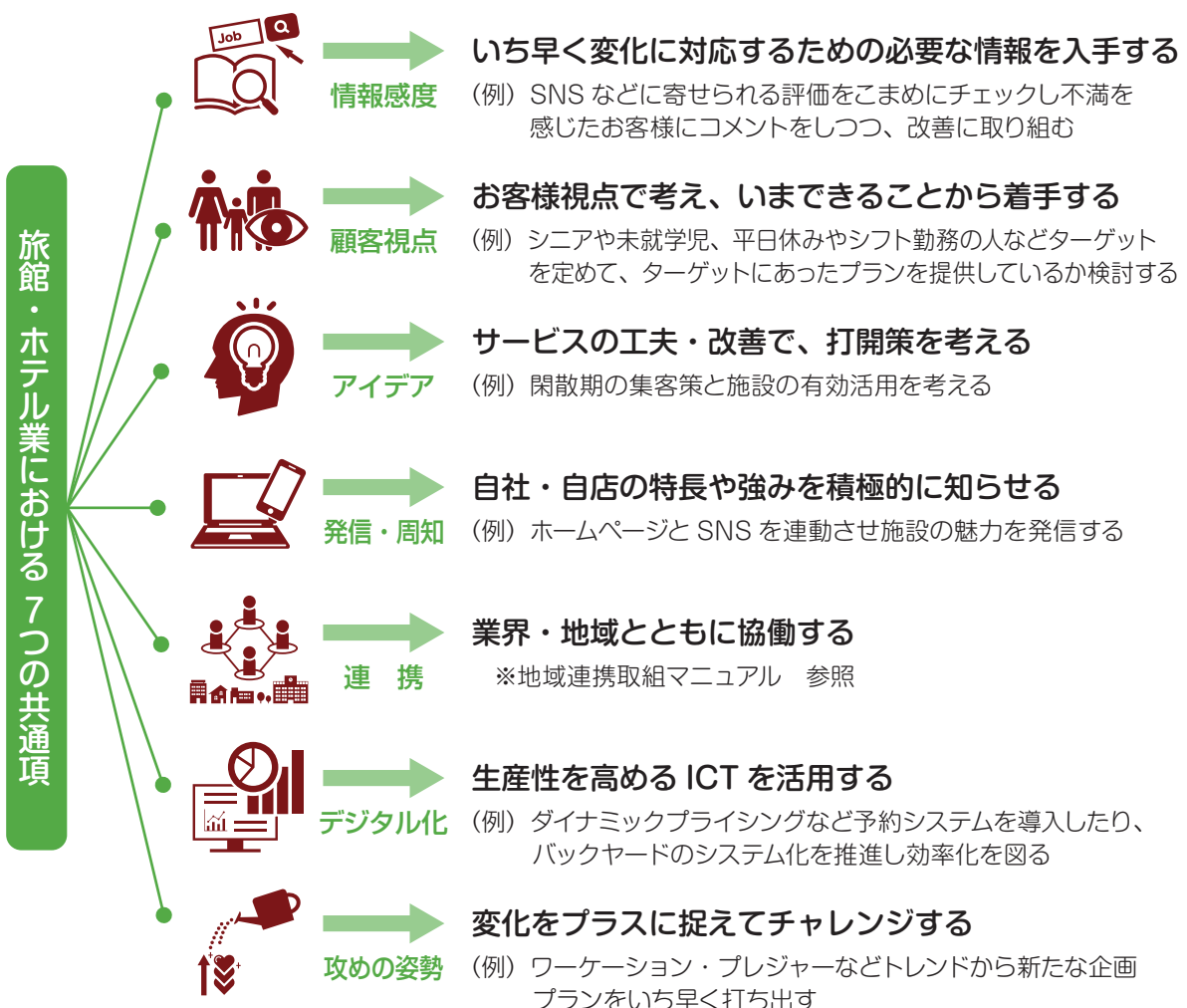


利便性向上のために導入すべきもの
(複数回答)



旅館・ホテル業は、もともと繁閑差の大きい業界で、宴会需要の減少や人手不足といった課題があるなか、新型コロナウイルス感染症による社会変化に直面しました。インバウンド需要の改善は不透明で、国は内需喚起の対策として地域観光支援事業等で後押しをしているものの、宿泊事業の抜本的な課題は残されたままです。また、コロナ禍において、密や人との接触を避けた場所の志向や、施設設備の安全・安心を気にする人の意識も変化しており、それらを踏まえた対策を検討することも求められています。

アフターコロナを見据えて、今後どのように営業すればいいか、旅館・ホテル業の生産性向上を図るための7つの共通項をみてみましょう。



旅館・ホテル業 取組例 1



発信・周知

取組

お客様視点で、魅力や体験できることを発信する

取組の視点

旅館・ホテルの宿泊を検討する際の情報源は、インターネットが中心です。ホームページや SNS で魅力を発信し、できるだけ見てもらう工夫をしていくことは、来館者増加へ直結する可能性があります。SNS にも Facebook、Twitter、Instagram など、ツールの特徴や登録者層の違いがありますので、特性を生かした発信を、複数のチャネルを活用し行いましょう。発信は定期的に行うと効果的です。

取組のヒント

①お客様が期待する情報を発信できているか点検する

リゾート地の施設は景観のすばらしさや、ゆったりと過ごせることが魅力になります。また、ビジネス客向けであれば、施設の機能性や立地の利便性が訴求ポイントになってきます。宿泊してもらうだけでなく、施設での体験も重要なアピールになるものです。それらの情報を魅力あるコンテンツとして発信できているか定期的に点検しましょう。

②ホームページと SNS を連動させた情報発信を行う

ホームページの開設は基本です。予約サイト等で提供するホームページ制作サービスを活用するなどもありますが、自施設の魅力を十分伝えられるものであるか確認し、必要に応じて自前のホームページを作成しましょう。自社ホームページを中心に体験や学び、風光明媚な地域の魅力を SNS と連動させて積極的に発信することが重要です。

③業界情報や一般情報から最新のトレンドを把握し、自店でも取り入れられるものがないか検討する

ハッシュタグ (#) で検索する人も増えています。検索に掛かりやすいキーワードのアンテナを張って試してみましょう。また、写真は施設のイメージ形成に大きく左右します。撮影の角度や時間帯でも印象が変わりますので、こだわって質をあげていくとよいでしょう。顧客層を想定して発信内容を変えるなど、細かい工夫の積み重ねが重要です。



情報感度を高め、新しい宿泊業の姿を発見しよう

業界動向

消費者動向

経営のヒント

お役立ち情報

旅館・ホテル業 取組例 2



取組

**バックヤードのデジタル化を推進し、
業務の効率的な推進をめざす**

取組の視点

宿泊業における就業者は 60 代以上が 3 割を占めており、今後の退職に伴う大幅な従業員数の減少が見込まれることが、総務省の 2017 年就業構造基本調査で明らかになっています。もともと人手不足の業界ですが、さらに採用難になることも見込まれ、今後は限られた人数で効率的に運営できる体制づくりが欠かせません。そのためには、業務のやり方を見直し、デジタルを活用し、効率的な運営を推進することが重要です。予約対応、お客様情報の管理、問合せ対応、決済方法など多種多様なツールが既にありますので、それらを活用し、自施設にあった改善を進めましょう。

取組のヒント

① 人手がかかっている業務に何があるかを把握し、 デジタル活用の可能性を考える

お客様に直接関わる業務と、バックヤードで必要な業務がありますが、いずれもどこに人手がかかっているか、洗い出してみます。例えばシフト管理を手作業で行っているとしたら、それも人手がかかっている業務の 1 つです。また、取引先とのやり取りを FAX で行い、情報を転記入力しているとしたら、そこにも手間が発生しています。シフト管理ツールやインターネット上の入力フォームなど、デジタル化できる可能性について考えてみます。

② 導入しやすいものから活用してみる

ICT を使いこなせるようになるまでには時間がかかるものです。まずは簡単に導入できるものから着手することも考え方の 1 つです。FAX の代わりに入力フォームを活用し、取引先にメールで送って入力してもらえるようにすることで、転記ミスを減らすことができます。ポイントはお客様、スタッフ双方が楽になるようなデジタルの活用です。何から手をつけてよいかわからない場合は、組合や指導センターなどに相談してみましょう。

③ スタッフのスキル向上を計画的に進める

新しいやり方を導入する際、スタッフの教育・育成は欠かせません。また、特定のスタッフに負担がかからないようにすることも重要です。スタッフがマルチに対応できるよう、スキルアップしてもらう必要がありますので育成には計画を立てて取り組みましょう。



**デジタル化は業務を楽にする手段
まずは、使いこなせる ICT から導入してみよう**



取組

ワーケーション・プレジャーなどトレンドから 新たな企画プランを打ち出す

取組の視点

旅館・ホテル業は新型コロナウイルス感染症の影響が大きく、2020年4月以降は8割以上の施設が70%以上の売上減少となり、今後も極めて厳しい状況が続く見込みです。観光需要だけでなく、稼働率を向上させるためにも、閑散期の集客策と施設の有効活用を検討することが必要です。自施設の立地条件・設備状況を考慮して、お客様のいまのニーズの先に、自施設として何が提供できるかを検討しましょう。

取組のヒント

①いまできる「おもてなし」に取り組む

接客時の会話から、お客様がどのようなタイミングで訪れてくれるかを把握します。リラックスして独りの時間を楽しみたい、積極的に会話をしたいなど、お客様の求めるものはそれぞれです。特に、常連客に対しては、期待に沿った接客ができるよう、定性的な情報をデジタルで蓄積し、スタッフ間で共有しましょう。些細なお客様の情報も取りこぼさないことが、お客様の感動を生み出す「おもてなし」へとつながります。

③お客様の潜在需要を掘り起こす

魅力あるサービス開発の考え方として、ラフティングなど自然体験を提供するだけでなく、快適な設備のなかで、自然を満喫できるグランピングは、お客様の潜在的な需要を掘り起こした好事例です。グランピングとまではいかなくとも、乳幼児連れ・ファミリー層が気兼ねなく宿泊できるよう手づくりの離食提供などのサービスで新たなターゲットを設定することができます。

②早期にトレンドに対応する

お客様のニーズの多様化とコロナ禍でのワークスタイルの変化により、リゾート地や地方都市での滞在需要を喚起できるようになりました。例えば、平日の利用を促進するためにワーケーション・プレジャーや長期出張者の獲得などが考えられます。そのためには仕事がしやすい環境の整備は欠かせません。ワーケーションニーズに対応して、ビジネスセンター機能の設置や、飲酒代や特別なサービスなどをセットにしたオールインクルーシブの価格設定など差別化を検討しましょう。

**顧客ニーズ、最新トレンドを自社のもつ、
経営資源の活用集に取り組もう**

困ったときは・・・

●経営に関しては

都道府県生活衛生営業指導センター

営業活動を行うなかでの悩み等、経営全般に関する相談ができます。

web https://www.seiei.or.jp/db_meibo/3.html



●生活衛生営業者向けの各種情報に関しては

生活衛生営業者向けのスマートフォンアプリ「せいえいNAVI」(無料)

生活衛生関係営業に関する情報提供・検索(融資・補助金やセミナー・講習のご案内)、先進事例の紹介、自社・自店の経営診断などの機能があります。



iPhone/iPad(App Store)



Android(Google Play)

●雇用関係の助成金に関しては

各都道府県労働局またはハローワーク

最低賃金の引上げに向けた取組の支援(業務改善助成金)や非正規雇用労働者の企業内キャリアアップの促進(キャリアアップ助成金)、人材確保等を支援する助成金等さまざまな助成制度があります。

web https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/koyou_roudou/koyou/kyufukin/index.html



●その他の相談

よろず支援拠点

国が全国に設置した中小企業・小規模事業者のための経営相談所です。一歩踏み込んだ専門的な助言が何度でも無料で受けられます。各都道府県のよろず支援拠点のページにアクセスできます。

web <https://yorozu.smrj.go.jp/>





全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会の紹介

全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会（全旅連）は、都道府県生活衛生同業組合の中央連合体として旅館・ホテル営業について衛生施設の改善向上、その衛生水準の維持向上を図り、あわせて利用者又は消費者の利益の擁護に資するため、営業者の組織の自主的活動を促進するとともに、組合員の経営の安定をもたらすための措置を講じています。

<http://www.yadonet.ne.jp/info/zenryoren.html>



◎「宿ネット」

全旅連公式サイト「宿ネット」を通じて、組合員の施設情報や業界の最新情報を発信しています。<http://www.yadonet.ne.jp/>

◎カード決済サービス（C→REX）の取り扱い

通常のクレジットカード手数料より安く契約できます。

◎旅館賠償責任保険の団体割引

団体で加入できるため割引となり、PL 保険にも対応できます。

◎日本政策金融公庫の融資

振興事業貸付・生活衛生改善貸付等の組合員を対象とした融資制度が利用できます。

◎日本音楽著作権協会の使用料の割引

カラオケ、生演奏等の音楽著作権使用料が 20% 団体割引になります。

◎高速道路の大口・多頻度割引制度

ETC コーポレートカードを使用することで、高速国道等の通行料金の割引を受けられます（全国旅館ホテル事業協同組合に加入後）。

全国旅館ホテル生活衛生同業組合連合会

〒102-0093 千代田区平河町 2-5-5 全国旅館会館 4 階 03-3263-4428

都道府県組合の連絡先は以下の通り

北海道	011 (221) 4203	滋賀県	077 (522) 2553
青森県	017 (777) 3411	奈良県	0742 (32) 3523
岩手県	019 (622) 7214	京都府	075 (221) 6231
宮城県	022 (298) 8933	大阪府	06 (6251) 1771
秋田県	018 (823) 7775	兵庫県	078 (341) 3667
山形県	023 (622) 4891	和歌山県	073 (431) 1366
福島県	024 (521) 1448	鳥取県	0857 (22) 2464
茨城県	029 (225) 2291	島根県	0852 (21) 3882
栃木県	028 (636) 7246	岡山県	086 (233) 5583
群馬県	027 (233) 2873	広島県	082 (296) 1021
埼玉県	048 (861) 9511	山口県	083 (920) 3002
千葉県	043 (222) 6590	香川県	087 (851) 2661
神奈川県	0460 (85) 5520	徳島県	088 (652) 7694
山梨県	055 (225) 4277	愛媛県	089 (931) 0638
長野県	026 (266) 7575	高知県	088 (823) 5941
新潟県	025 (384) 0761	福岡県	092 (737) 5050
東京都	03 (3262) 4376	佐賀県	0954 (28) 9150
静岡県	054 (254) 6388	長崎県	095 (821) 3544
愛知県	052 (261) 1685	熊本県	096 (353) 2897
岐阜県	058 (216) 2091*	大分県	0977 (22) 0401
三重県	059 (227) 3621	宮崎県	0985 (24) 4730
富山県	076 (441) 4796	鹿児島県	099 (222) 0180
石川県	076 (263) 5777	沖縄県	098 (861) 4166
福井県	0776 (22) 7449		

※ 2022年5月9日より（2022年3月現在）

業界動向

消費者動向

経営のヒント

お役立ち情報

memo

厚生労働省委託事業

令和3年度生活衛生関係営業の生産性向上を図るための
新ガイドライン・マニュアル策定に係る検証調査等一式

令和3年度

**ウィズコロナ、ポストコロナ時代の
生産性向上に向けた取組みのヒント**
旅館・ホテル業編

発行

厚生労働省医薬・生活衛生局生活衛生課

協力

公益財団法人全国生活衛生営業指導センター
公益財団法人都道府県生活衛生営業指導センター

企画・制作

株式会社日本能率協会総合研究所

令和4年3月発行

厚生労働省委託事業

令和3年度生活衛生関係営業の生産性向上を図るための
新ガイドライン・マニュアル策定に係る検証調査等一式

ウィズコロナ、ポストコロナ時代の 生産性向上に向けた 取組みのヒント

旅館・ホテル業編