

令和 2 年度
白馬村宿泊事業者実態調査報告書

令和 3 年 3 月

白馬村

目次

I. 事業概要	3
1. 事業の背景.....	3
白馬村の宿泊産業の現状	3
2. 本調査の目的	6
3. 実施内容	6
II. 調査結果概要.....	7
III. 宿泊収容力	8
IV. 宿泊施設実態調査	10
1. 調査概要	10
(1) 設問構成.....	10
(3) 調査対象.....	10
(2) 調査期間.....	10
(3) 媒体	10
2. 回収実績及びデータ処理	11
(1) 回収実績.....	11
(2) 有効調査票.....	11
(3) データ処理.....	11
3. 調査結果	12
(1) 回答施設の概要.....	12
(2) 価格設定.....	19
(3) 経営・運営状況.....	22
(4) お客様について.....	29
(5) 事業の経緯や今後について	35
(6) 新型コロナウイルス感染症の影響	44
(7) 自身の事業への意向	46
(8) 白馬村に関する観光関連情報の収集.....	48
(9) 回答施設の立地、収容力等	54
V. ヒアリング	56
VI. 考察 58	
1. 過年度調査からの変化	58
2. 事業承継の意向	58
3. 宿泊施設の経営力の向上.....	58
4. 地域での面的取組み	60
5. 調査手法に関して.....	60
VII. 付属資料.....	62
1. インターネット回答ページ.....	62
2. 紙調査票.....	78

I. 事業概要

1. 事業の背景

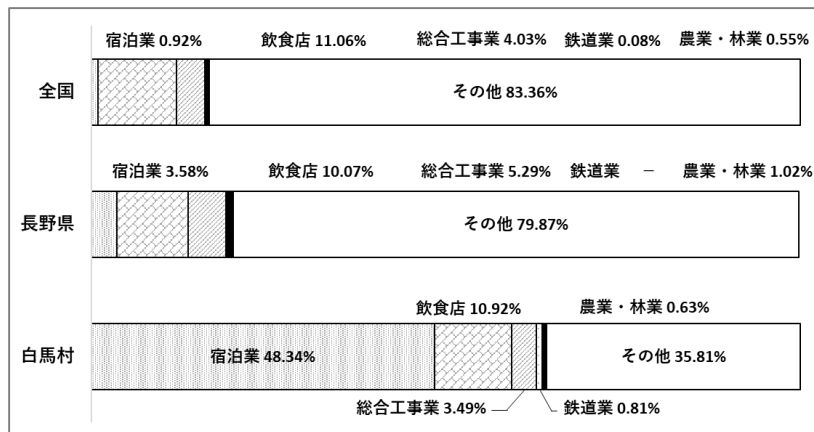
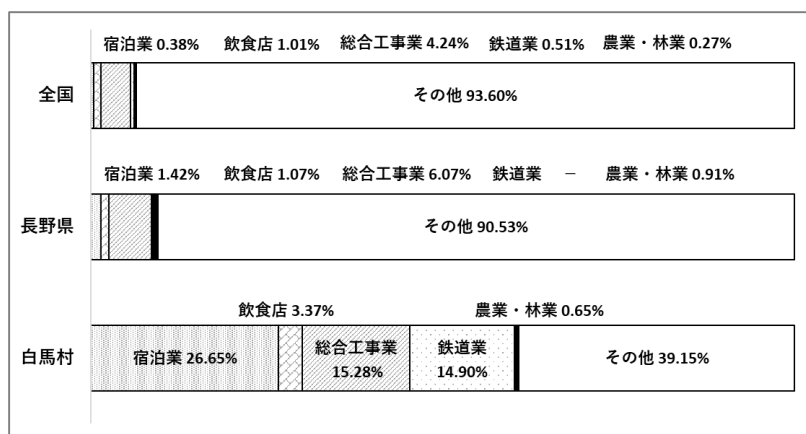
白馬村の宿泊産業の現状

白馬村において、宿泊産業は全産業の売上高の 26.65%、事業所数の 48.34%を占める主要産業のひとつであり、「白馬村観光地経営計画(2015 年度策定)」においても、「宿泊施設の戦略的な活性化」が重点プロジェクトの一つとして掲げられている。

一方で、白馬村の宿泊産業については、生産性の低さも指摘されており、全国または長野県と比較しても約半分程度となっている。これは、労働生産性の向上により、地域経済を発展させる余地があるということをも示している。

他方、近年においては、外国人観光客の増加や、その影響と考えられる宿泊施設数の増加、多様な滞在スタイルに対応した宿泊施設の多様化といった変化も確認される。さらに、消費者の価値観やライフスタイル/旅行スタイル等の外部環境の変化も、今後ますます激しくなっていくと考えられ、そうした環境の変化に応えながらも、白馬村の宿泊産業ひいては観光地としての競争力を高めていくためにも、まずは、現状をしっかりと把握することが求められる。

(参考)

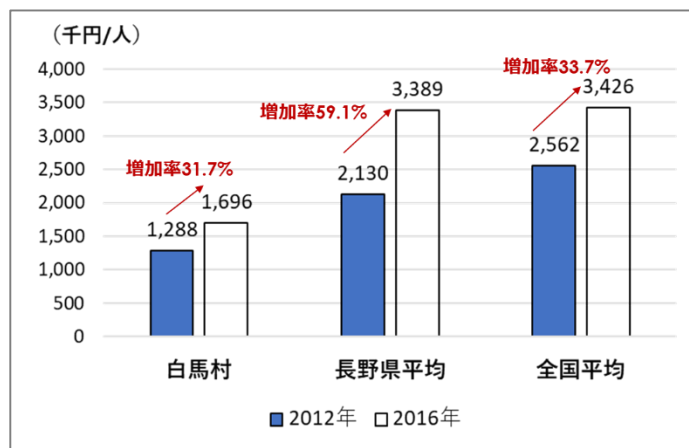


白馬村の宿泊産業が占める割合は全国、長野県と比較しても高いことがわかる。

上図：産業別割合(売上高)、下図：産業別割合(事業所数)

出典：経済産業省「経済センサスー活動調査」再編加工

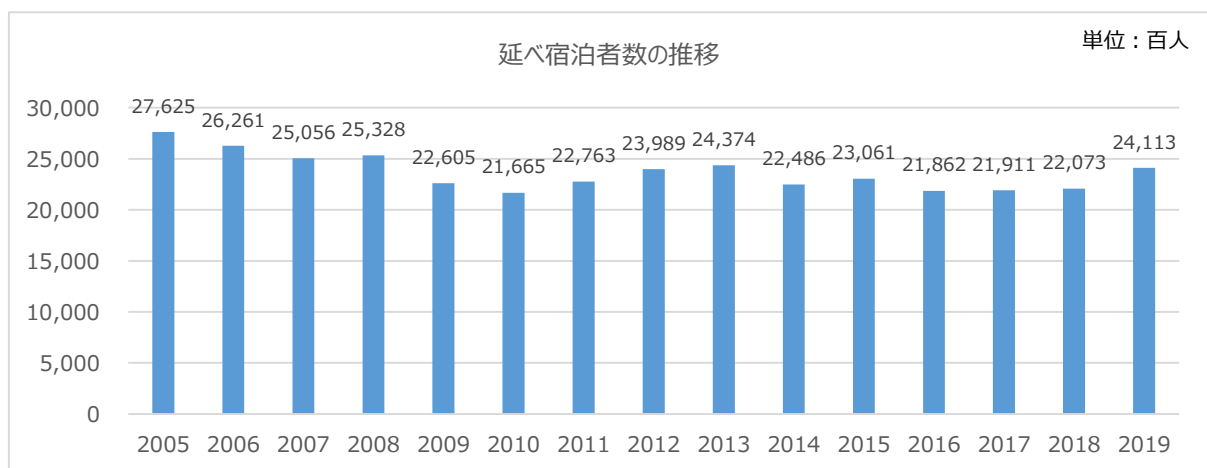
※白馬村・(一社)長野県観光機構「令和元年度白馬村の経済産業構造分析」より転



白马村の宿泊産業の労働生産性は、長野県及び全国平均の約半分であり、外国人来訪者の急増がみられた2012年から2016年にかけても、その増加率は小さいことがわかる。

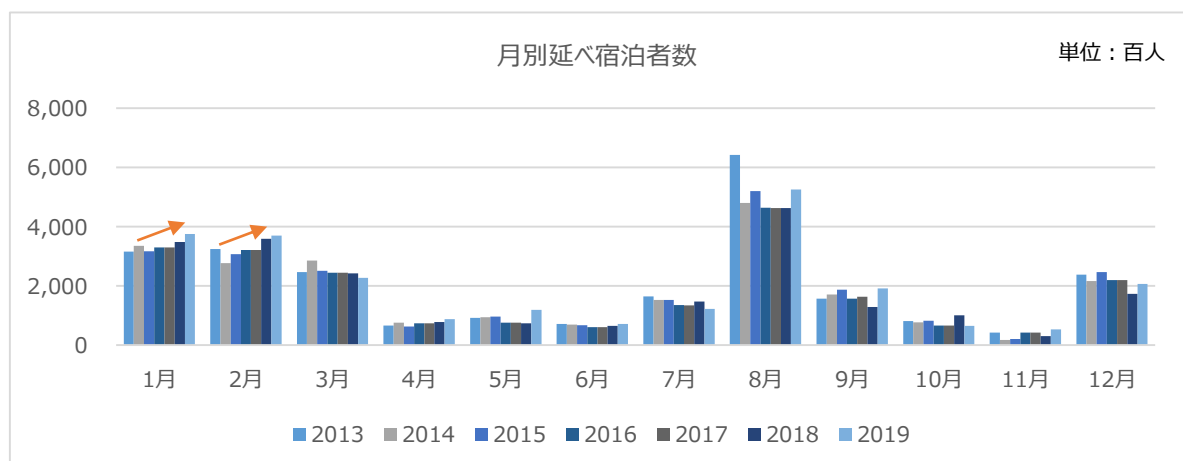
図：宿泊産業の労働生産性、出所：経済産業省「経済センサス-活動調査」再加工

※白马村・(一社)長野県観光機構「令和元年度白马村の経済産業構造分析」より転載



図：白马村の延べ宿泊者数の推移(2005～2019年)

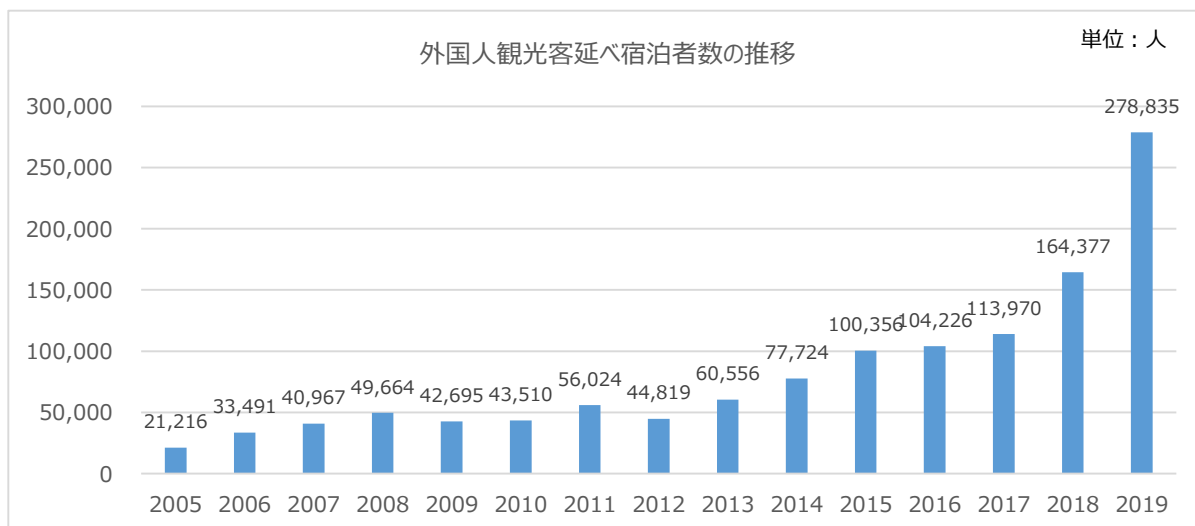
出典：長野県観光部山岳高原観光課「観光地利用者統計調査結果」



図：白马村の月別延べ宿泊者数(2013～2019年)

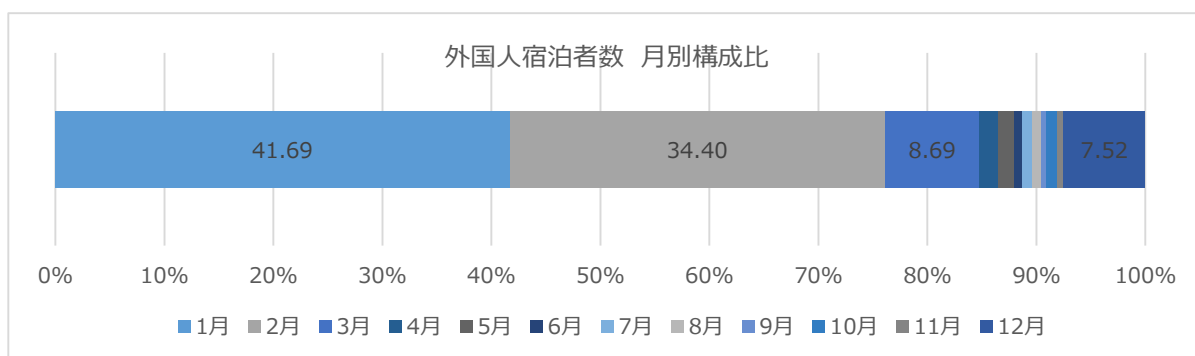
出典：長野県観光部山岳高原観光課「観光地利用者統計調査結果」

月別の宿泊者数をみると1月、2月のウインターシーズンの伸びが確認され、下記に示す外国人観光客の影響が大きいと考えられる。一方で、グリーンシーズンについては2018年まで減少傾向にあったものの2019年8月、9月には回復をみせている。グリーンシーズンのスキー場の開発やアクティビティの創出、またグランピングやワーケーションといった新たな滞在スタイルの拡大も影響していると考えられる。



図：白马村の外国人延べ宿泊者数の推移(2005～2019年)

出典：白马村「外国人観光客宿泊者数の推移」



図：白马村の月別外国人宿泊者構成比(2019年)

出典：白马村「令和元年モバイル空間統計からの推計に基づく外国人観光客延宿泊者数（国・地域別、月別）」

外国人宿泊者数（延べ数）は2013年以降右肩上がりであり、特に2018年以降は顕著な伸びである。月別構成比から、その大半は1月、2月が占めており（2019年は1月＋2月で全体の76.10%を占める）、村全体での宿泊者数増加の傾向に貢献しているといえる。

2. 本調査の目的

本調査では、白馬村の宿泊産業の経営実態や事業者の意識の実態を把握すること、そして今後取り組むべき課題を抽出することを目的とした。

3. 実施内容

- (1) 宿泊事業者向けアンケート調査
- (2) 上記アンケート調査を補足するためのヒアリング調査
- (3) 上記アンケート調査とヒアリング調査を元にした宿泊事業者の実態と課題の分析

Ⅱ. 調査結果概要

宿泊収容力

- ・ 白馬村の宿泊施設は 2020 年 10 月時点で 919 軒、総客室数は 8,503 室、総定員数は 29,680 名。
- ・ 民宿・ペンション等の小規模施設の割合が大きく総定員数 20 名以下の施設で全体の半数程度を占める。

価格設定

- ・ 宿泊の価格設定は冬季・夏季ともに 5,000～10,000 円未満の設定とする施設が最も多く(49.4%)、38.8%の施設では年間を通して一定の価格設定としている。シーズンによる価格のコントロールを実施している施設は 38.1%、日単位でコントロールをしている施設は 7.5%。

稼働率

- ・ 客室稼働率はどの業態でも冬季が夏季を上回り、最も客室稼働率の高い業態であるホテルで 60%台。
- ・ 旅館やペンション等では冬季と夏季の客室稼働率の差が大きく、需要平準化や繁忙期の人手確保等という課題も推察される。
- ・ 定員稼働率をみると、ホテルではその平均値が 2017 年度以降右肩下がり。定員稼働率を上げている施設と反対に低下している施設との差が大きくなっていることがうかがえる。

開業、事業承継のきっかけ・理由

- ・ 白馬村で事業をはじめたきっかけについては、旅館や民宿では親や親族の事業を継承する機会が多いが、ホテルやペンションでは 45%が「白馬村出身ではないが、白馬村で事業を行いたかった」となる。
- ・ 村外からの移住(U・I ターン)で開業をした理由としては、事業性に加えて、居住環境としての魅力、地域としての魅力が挙げられている。

経営の向上や改善

- ・ 経営の向上や改善のための取組みとしては、「アナログからデジタルでの管理への移行」「サービス品質の改善による単価の向上」「営業規模の見直し」がそれぞれ 28.1%で最も高い割合となった。

事業の継続

- ・ 事業継続のための課題としては、「感染症対策対応」(44.4%)と最も高く、次いで「新たな顧客の確保」(41.3%)、「販路の開拓・確保」(35.0%)となった。
- ・ 今後の事業継続に関しては、「このまま自身で経営継続したい」が 60.3%で最も高い割合。旅館、民宿、ペンションの一部では、「廃業したいが土地建物は保持希望」、「廃業・売却希望」もみられる。

新型コロナウイルス感染症の影響

- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響を受け、2020 年度上半期(4～9 月)の売上前年比は、10%以下となった施設が最も多く回答施設の 34.4%(55 施設)となった。

事業へのやりがい、次世代への意向

- ・ 自身の事業にやりがいを感じている割合は 61.1%あるものの、次世代への事業承継を望む意向は 34.4%とやや低い割合となる。

白馬村に関する観光関連情報の収集(p.43～)

- ・ 白馬村からの情報提供の方法については、情報窓口を統一し、情報がある度に配信されることが望まれていることがわかる。また、スマートフォンやタブレット等での提供に対するニーズも高い。

Ⅲ. 宿泊収容力

- ・ 長野県データによると 2019 年 10 月 12 日時点での白馬村内の宿泊施設(※)は、全体で 919 件、総客室数は 8,503 部屋、総定員数は 29,680 名となる。(※)旅館業法許可施設を対象
- ・ 定員数別にみると、11～20 名(224 軒)及び 10 名以下(221 軒)の施設が最も多く、30 名以下の施設で全体の約 64.6%、40 名以下の施設で全体の約 77%を占める。
- ・ 定員数を業態別にみると簡易宿所が全体の約 38.7%を占め、次いで旅館が約 38.2%を占める。

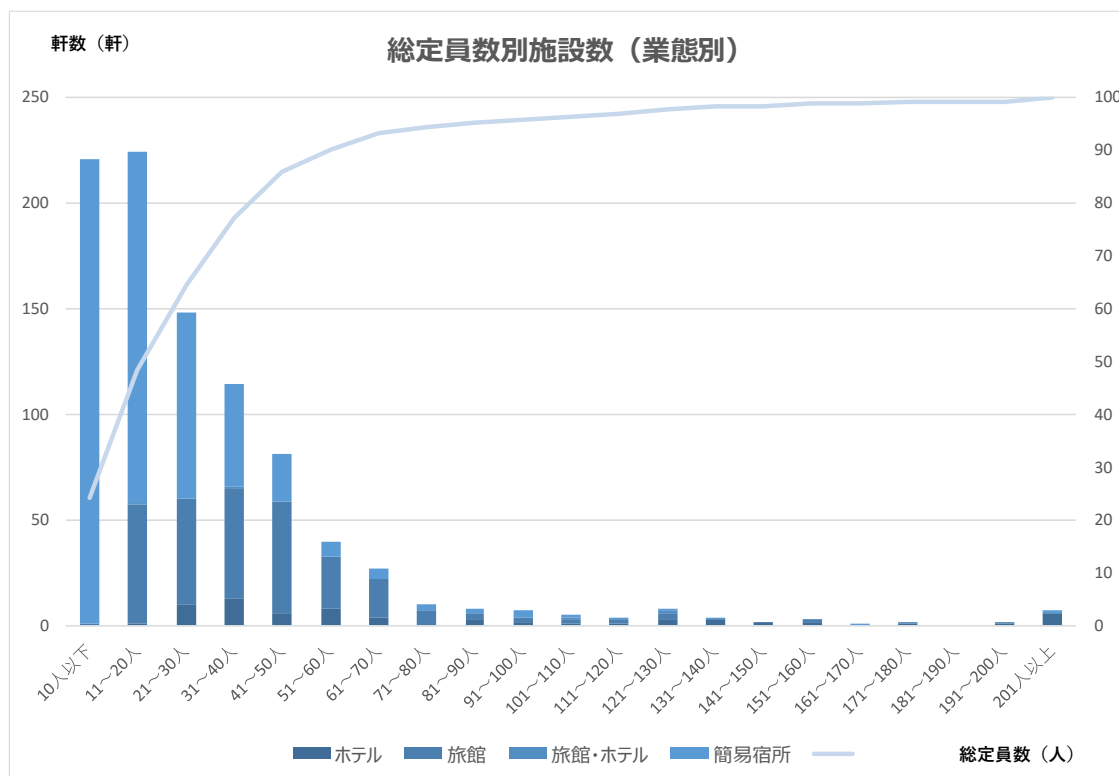


図 1-1 総定員数別の宿泊施設数 （出所）長野県「旅館業法許可施設一覧(2019 年 10 月 12 日時点)」

表 1-1 白馬村村内の業態別 宿泊施設数、総客室数、総定員数

	n %	ホテル	旅館	旅館・ホテル	簡易宿所	計
総宿泊施設数		67	277	4	570	918
		7.3%	30.2%	0.4%	62.1%	100.0%
総客室数		1,950	3,296	79	3,178	8,503
		22.9%	38.8%	0.9%	37.4%	100.0%
総定員数		6,559	11,349	288	11,484	29,680
		22.1%	38.2%	1.0%	38.7%	100.0%

(出所)長野県「旅館業法許可施設一覧(2019 年 10 月 12 日時点)」

表 1-2 業態別・総定員数別の宿泊施設数

総定員数	ホテル		旅館		旅館・ホテル		簡易宿所		計（軒数）
	n	%	n	%	n	%	n	%	
10人以下	0	0.0%	1	0.5%	0	0.0%	220	99.5%	221
11～20人	1	0.4%	56	25.0%	1	0.4%	166	74.1%	224
21～30人	10	6.8%	50	33.8%	0	0.0%	88	59.5%	148
31～40人	13	11.4%	52	45.6%	1	0.9%	48	42.1%	114
41～50人	6	7.4%	53	65.4%	0	0.0%	22	27.2%	81
51～60人	8	20.0%	25	62.5%	0	0.0%	7	17.5%	40
61～70人	4	14.8%	18	66.7%	0	0.0%	5	18.5%	27
71～80人	0	0.0%	7	70.0%	0	0.0%	3	30.0%	10
81～90人	3	37.5%	3	37.5%	0	0.0%	2	25.0%	8
91～100人	2	28.6%	2	28.6%	0	0.0%	3	42.9%	7
101～110人	1	20.0%	2	40.0%	1	20.0%	1	20.0%	5
111～120人	1	25.0%	2	50.0%	0	0.0%	1	25.0%	4
121～130人	3	37.5%	3	37.5%	1	12.5%	1	12.5%	8
131～140人	3	75.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	25.0%	4
141～150人	2	100.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	2
151～160人	2	66.7%	1	33.3%	0	0.0%	0	0.0%	3
161～170人	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%	1	100.0%	1
171～180人	1	50.0%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	2
181～190人	0	—	0	—	0	—	0	—	0
191～200人	1	50.0%	1	50.0%	0	0.0%	0	0.0%	2
201人以上	6	85.7%	0	0.0%	0	0.0%	1	14.3%	7
計	67		277		4		570		918
構成比	7.3%		30.2%		0.4%		62.1%		100.0%

（出所）長野県「旅館業法許可施設一覧（2019年10月12日時点）」

※定員数不明1件（簡易宿所）を除く

IV. 宿泊施設実態調査

1. 調査概要

(1) 設問構成

以下、本調査における質問の概要を示す（質問の詳細は付属資料を参照）。

- ・施設の概要に関する項目
- ・価格設定に関する項目
- ・施設の経営・運営状況に関する項目
- ・施設の受入客に関する項目
- ・事業の経緯や今後の意向に関する項目
- ・新型コロナウイルス感染症の影響に関する項目
- ・自身の事業に対する意向に関する項目
- ・白馬村の観光に対する考えに関する項目

(3) 調査対象

白馬村内の宿泊施設を対象とし、全 425 件に調査票を配布した。※民泊、山小屋は除外。

(2) 調査期間

2020 年 11 月 19 日（木）～2021 年 1 月 19 日（火）

(3) 媒体

本調査ではインターネット上に設置した回答用ページによる調査（以下「ウェブ調査」と表記）と、紙面に印刷した調査票による調査（以下「紙調査」と表記）を併用した。ウェブ調査、紙調査ともに、回答者の自記入方式により回答を収集した。

ウェブ調査画面、および紙調査票については、付属資料に示した。

2. 回収実績及びデータ処理

(1) 回収実績

調査実施期間終了までに 173 件の回答が回収された。回収された回答について、調査別の内訳を表 2-1 に示した。

表 2-1 媒体別の回収実績

媒体別内訳	
ウェブ調査	84
紙調査	89
合計	173

(2) 有効調査票

回収された回答 173 票のうち、13 票を無効票、残りの 160 票を有効調査票とし、集計分析を実施した。

(3) データ処理

有効調査票 160 票については list-wise（一部に無効回答が含まれる調査票であっても、調査票自体は有効とする方法）によって処理し、データ集計においては無回答を除外して行った。

3. 調査結果

(1) 回答施設の概要

主たる事業主の年代

- ・ 事業主の年代は、60代が最も多く全体の33.1%を占める。
- ・ 業態別にみると民宿の事業主は回答者の全てが50歳以上、その50%が60代である。旅館についても60代以上が61.6%を占め、特に70代が38.5%と高い割合となっている。
- ・ ホテルや一軒貸に関しては比較的若い層も多く、40歳以下の事業主がそれぞれ45%、45.5%となっている。

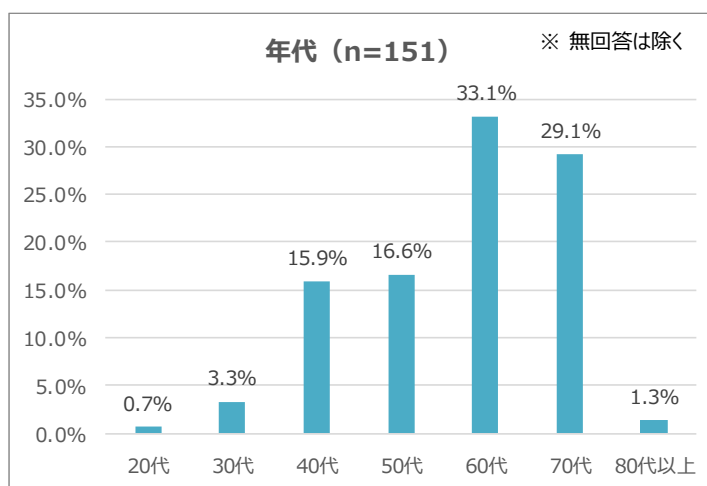


図 3-1 主たる事業主の年代

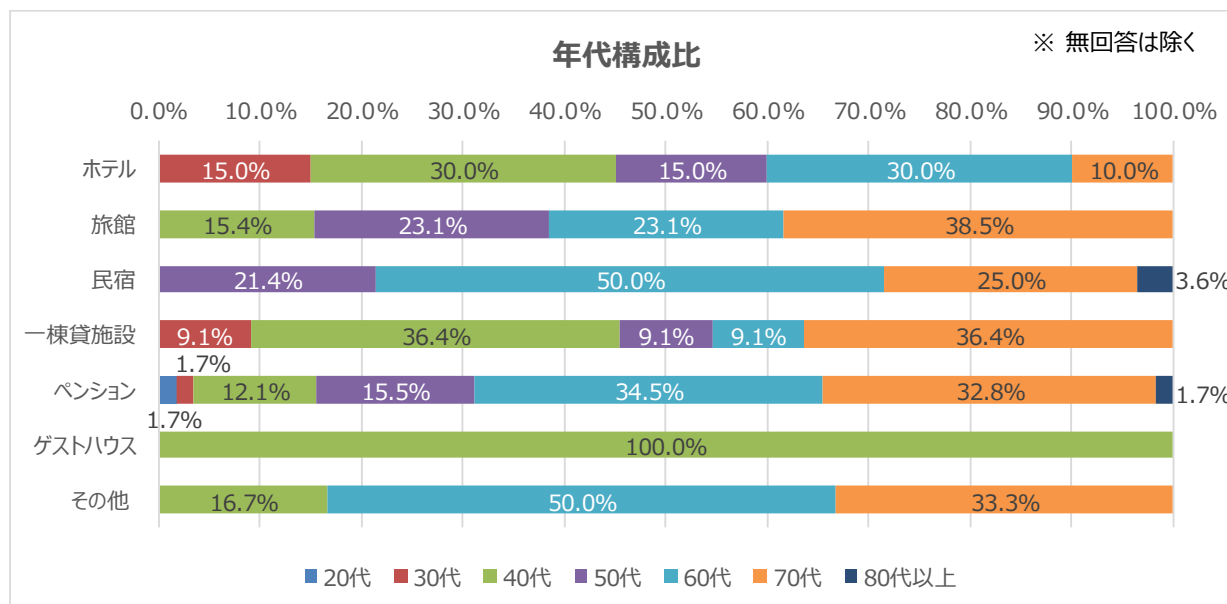


図 3-2 主たる事業主の業態別年代構成比

表 3-1 主たる事業主の業態別年代構成比

	20代	30代	40代	50代	60代	70代	80代以上	計
ホテル	0	3	6	3	6	2	0	20
	0.0%	15.0%	30.0%	15.0%	30.0%	10.0%	0.0%	100.0%
旅館	0	0	4	6	6	10	0	26
	0.0%	0.0%	15.4%	23.1%	23.1%	38.5%	0.0%	100.0%
民宿	0	0	0	6	14	7	1	28
	0.0%	0.0%	0.0%	21.4%	50.0%	25.0%	3.6%	100.0%
一棟貸施設	0	1	4	1	1	4	0	11
	0.0%	9.1%	36.4%	9.1%	9.1%	36.4%	0.0%	100.0%
ペンション	1	1	7	9	20	19	1	58
	1.7%	1.7%	12.1%	15.5%	34.5%	32.8%	1.7%	100.0%
ゲストハウス	0	0	2	0	0	0	0	2
	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
その他	0	0	1	0	3	2	0	6
	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	50.0%	33.3%	0.0%	100.0%
計	1	5	24	25	50	44	2	151
割合	0.7%	3.3%	15.9%	16.6%	33.1%	29.1%	1.3%	100.0%

※ 無回答は除く

回答施設の経営形態

- ・ 経営形態に関しては、村内の宿泊施設の 95.4%が所有直営型であり、ホテル・旅館または一軒貸施設、ペンションの一部で、運営委託型、あるいはリース型をとっている。

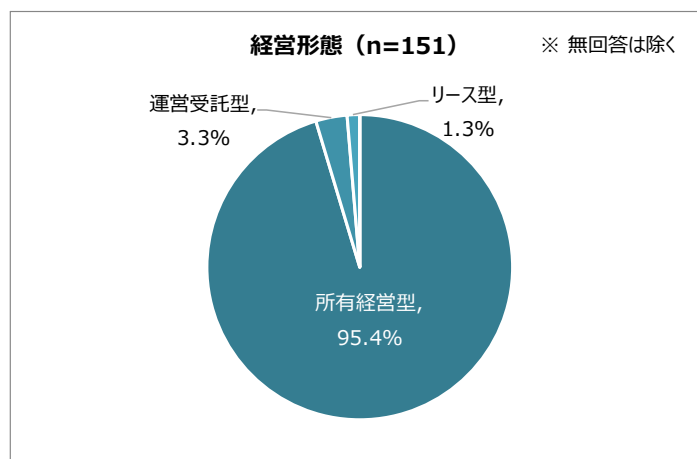


図 3-3 経営形態

表 3-2 業態別経営形態

	所有経営型	運営委託型	リース型	フランチャイズ型	その他	計
ホテル	18	1	1	0	0	20
	90.0%	5.0%	5.0%	0.0%	0.0%	100.0%
旅館	24	2	0	0	0	26
	92.3%	7.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
民宿	28	0	0	0	0	28
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
一棟貸施設	9	1	1	0	0	11
	81.8%	9.1%	9.1%	0.0%	0.0%	100.0%
ペンション	57	1	0	0	0	58
	98.3%	1.7%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
ゲストハウス	2	0	0	0	0	2
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
その他	6	0	0	0	0	6
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
計	144	5	2	0	0	151
割合	95.4%	3.3%	1.3%	0.0%	0.0%	100.0%

※ 無回答は除く

参考-2015 年度

ホテル・旅館チェーン等への加盟状況

- 1.特になし(独立営業)103 軒 (94.5%)
- 2.複数店舗を経営 2 軒(ペンション、リゾートホテル各 1) (0.4%)
- 3.国内のホテル・旅館チェーンに加盟 1 軒(リゾートホテル) (0.1%)
- 4.海外のホテルチェーン等に加盟無し
- 5.その他()

営業時期

- ・ 営業期間については村内の 87.1%の施設が通年営業、冬季のみ営業は 7.5%、夏季のみ営業が 2.7%である。(※冬季:12～3 月、夏季:4～11 月、以下同様)
- ・ 2015 年 2 月実施の調査結果と比較すると、通年営業の割合が増加(65%→87%)していることがわかる

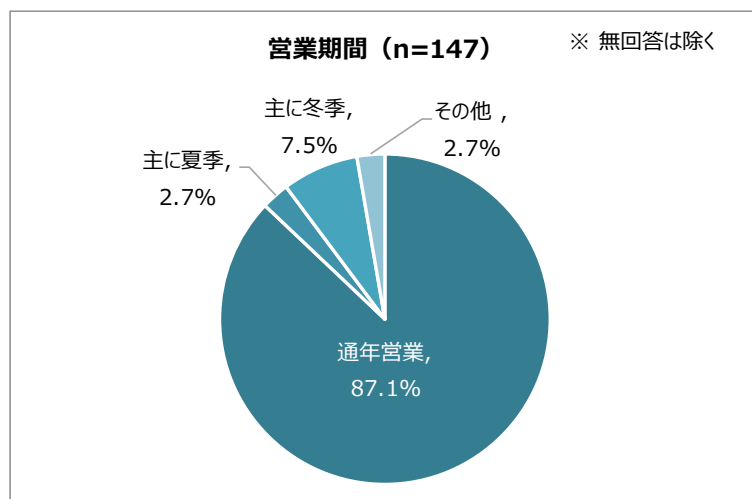


図 3-4 営業期間

表 3-3 業態別 営業期間

	通年営業	主に夏季	主に冬季	その他	計
ホテル	16	0	3	1	20
	80.0%	0.0%	15.0%	5.0%	100.0%
旅館	22	0	3	0	25
	88.0%	0.0%	12.0%	0.0%	100.0%
民宿	22	0	2	2	26
	84.6%	0.0%	7.7%	7.7%	100.0%
一棟貸施設	10	0	0	1	11
	90.9%	0.0%	0.0%	9.1%	100.0%
ペンション	52	2	3	0	57
	91.2%	3.5%	5.3%	0.0%	100.0%
ゲストハウス	2	0	0	0	2
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
その他	4	2	0	0	6
	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	100.0%
計	128	4	11	4	147
割合	87.1%	2.7%	7.5%	2.7%	100.0%

※ 無回答は除く

参考-2015 年度

Q1-2業態ーQ1-4 営業期間 施設数分布

	ペンション・ロッジ等	民宿	旅館	リゾートホテル	その他	総計	構成比
通年営業	41軒	12軒	9軒	5軒	4軒	71軒	65%
ほぼ季節営業	7軒	7軒	3軒			17軒	16%
季節営業	10軒	7軒	3軒	1軒		21軒	19%
総計	58軒	26軒	15軒	6軒	4軒	109軒	100%

従業員

- ・ 従業員についてみると、シーズンによる正職員の変動はほとんど見られず、パート・アルバイトで人手のコントロールをしていることがわかる。

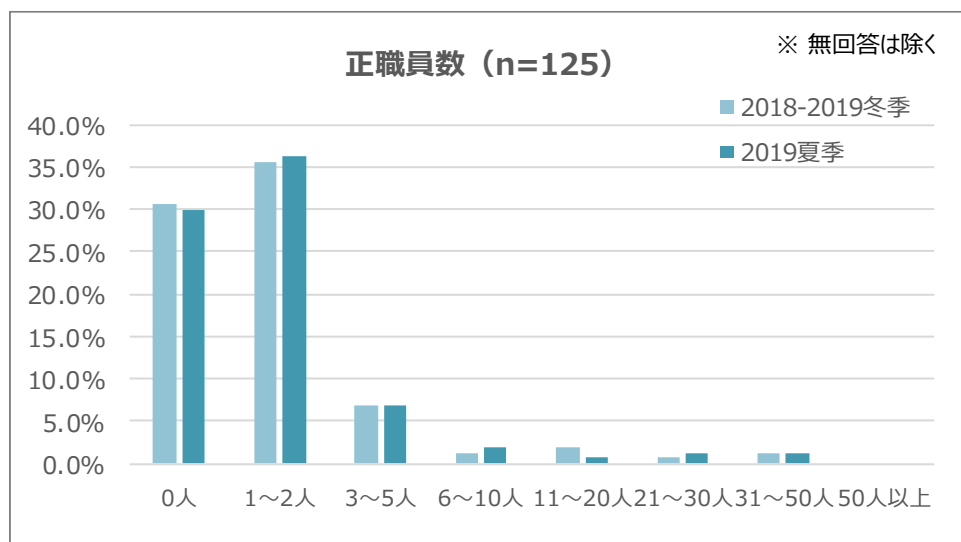


図 3-5 従業員数（正職員、2018-2019 冬季、2019 夏季）

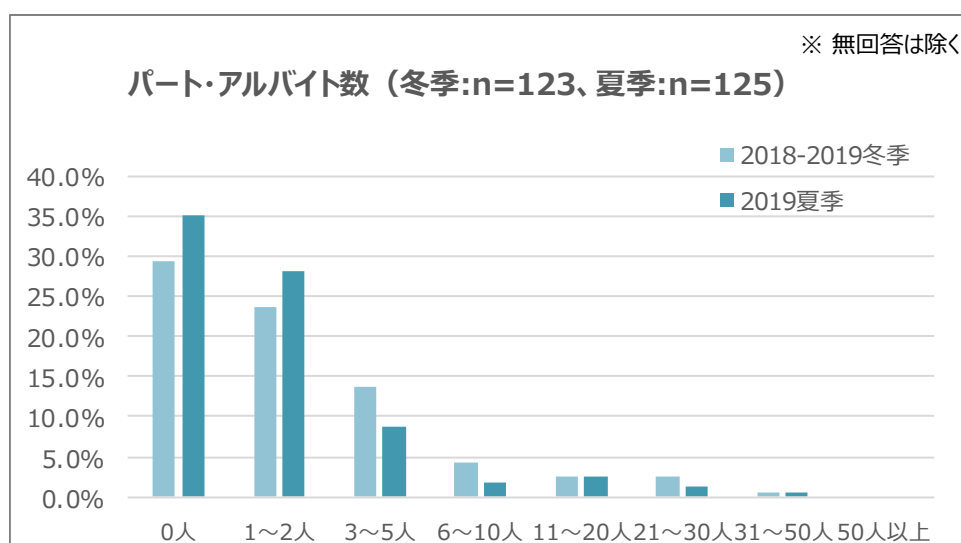


図 3-6 従業員数（パート・アルバイト、2018-2019 冬季、2019 夏季）

表 3-4 業態別 従業員数（正職員・2018-2019 冬季）

	0人	1～2人	3～5人	6～10人	11～20人	21～30人	31～50人	50人以上	計
ホテル	3	4	2	0	3	1	2	0	15
	20.0%	26.7%	13.3%	0.0%	20.0%	6.7%	13.3%	0.0%	100.0%
旅館	5	7	6	1	0	0	0	0	19
	26.3%	36.8%	31.6%	5.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
民宿	11	11	1	0	0	0	0	0	23
	47.8%	47.8%	4.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
一棟貸施設	3	5	0	1	0	0	0	0	9
	33.3%	55.6%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
ペンション	19	28	2	0	0	0	0	0	49
	38.8%	57.1%	4.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
ゲストハウス	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
その他	2	1	0	0	0	0	0	0	3
	66.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
計	49	57	11	2	3	1	2	0	125
割合	30.6%	35.6%	6.9%	1.3%	1.9%	0.6%	1.3%	0.0%	100.0%

※ 無回答は除く

表 3-5 業態別従業員数（パート・アルバイト・2018-2019 冬季）

	0人	1～2人	3～5人	6～10人	11～20人	21～30人	31～50人	50人以上	計
ホテル	1	1	2	3	3	4	1	0	15
	6.7%	6.7%	13.3%	20.0%	20.0%	26.7%	6.7%	0.0%	100.0%
旅館	3	3	10	4	1	0	0	0	21
	14.3%	14.3%	47.6%	19.0%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
民宿	9	11	3	0	0	0	0	0	23
	39.1%	47.8%	13.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
一棟貸施設	4	1	3	0	0	0	0	0	8
	50.0%	12.5%	37.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
ペンション	23	19	4	0	0	0	0	1	47
	48.9%	40.4%	8.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	2.1%	100.0%
ゲストハウス	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
その他	3	0	0	0	0	0	0	0	3
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
計	47	38	22	7	4	4	1	0	124
割合	29.4%	23.8%	13.8%	4.4%	2.5%	2.5%	0.6%	0.0%	100.0%

※ 無回答は除く

表 3-6 業態別 従業員数（正職員・2019 夏季）

	0人	1～2人	3～5人	6～10人	11～20人	21～30人	31～50人	50人以上	計
ホテル	2	5	2	0	1	2	2	0	14
	14.3%	35.7%	14.3%	0.0%	7.1%	14.3%	14.3%	0.0%	100.0%
旅館	4	7	7	1	0	0	0	0	19
	21.1%	36.8%	36.8%	5.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
民宿	12	10	0	0	0	0	0	0	22
	54.5%	45.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
一棟貸施設	3	5	0	1	0	0	0	0	9
	33.3%	55.6%	0.0%	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
ペンション	19	28	2	0	0	0	0	0	49
	38.8%	57.1%	4.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
ゲストハウス	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
その他	2	2	0	1	0	0	0	0	5
	40.0%	40.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
計	48	58	11	3	1	2	2	0	125
割合	30.0%	36.3%	6.9%	1.9%	0.6%	1.3%	1.3%	0.0%	100.0%

※ 無回答は除く

表 3-7 業態別 従業員数（パート・アルバイト・2019 夏季）

	0人	1～2人	3～5人	6～10人	11～20人	21～30人	31～50人	50人以上	計
ホテル	1	5	3	1	1	2	1	0	14
	7.1%	35.7%	21.4%	7.1%	7.1%	14.3%	7.1%	0.0%	100.0%
旅館	6	5	8	1	1	0	0	0	21
	28.6%	23.8%	38.1%	4.8%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
民宿	11	10	1	0	0	0	0	0	22
	50.0%	45.5%	4.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
一棟貸施設	3	4	1	0	0	0	0	0	8
	37.5%	50.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
ペンション	29	17	1	0	1	0	0	0	48
	60.4%	35.4%	2.1%	0.0%	2.1%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
ゲストハウス	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
その他	3	0	0	1	1	0	0	0	5
	60.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
計	56	45	14	3	4	2	1	0	125
割合	35.0%	28.1%	8.8%	1.9%	2.5%	1.3%	0.6%	0.0%	100.0%

※ 無回答は除く

宿泊事業以外の収入

- ・ 収入源についてみると、回答施設の 49.4%が「宿泊業以外の収入がある」という結果となり、特に民宿や一棟貸施設の業態でその割合が高いことがわかる。
- ・ 宿泊業以外の収入源としては、農林業(25.3%)、不動産収入(22.8%)、民間企業(会社勤め)(20.3%)が比較的多い。

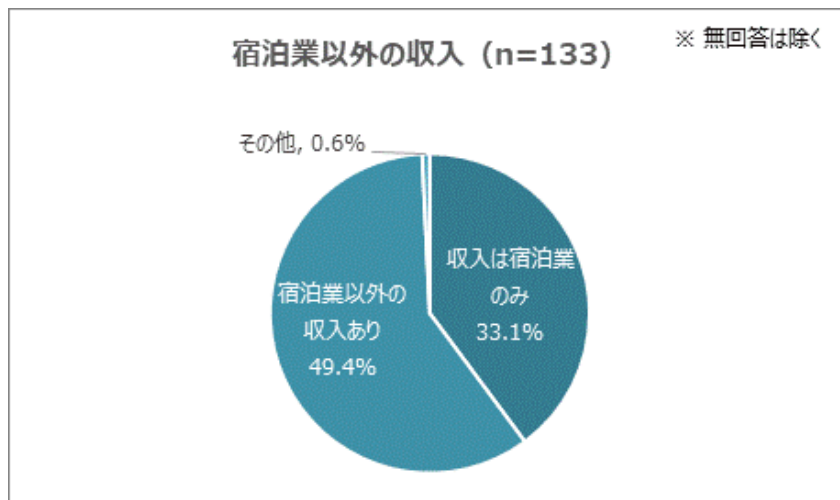


図 3-7 宿泊業以外の収入

表 3-8 業態別 宿泊業以外の収入

	収入は宿泊業のみ	宿泊業以外の収入あり	その他	計
ホテル	9	8	0	17
	52.9%	47.1%	0.0%	100.0%
旅館	8	11	0	19
	42.1%	57.9%	0.0%	100.0%
民宿	4	20	0	24
	16.7%	83.3%	0.0%	100.0%
一棟貸施設	3	7	0	10
	30.0%	70.0%	0.0%	100.0%
ペンション	27	25	1	53
	50.9%	47.2%	1.9%	100.0%
ゲストハウス	0	1	0	1
	0.0%	100.0%	0.0%	100.0%
その他	1	5	0	6
	16.7%	83.3%	0.0%	100.0%
計	53	79	1	133
割合	33.1%	49.4%	0.6%	100.0%

※ 無回答は除く

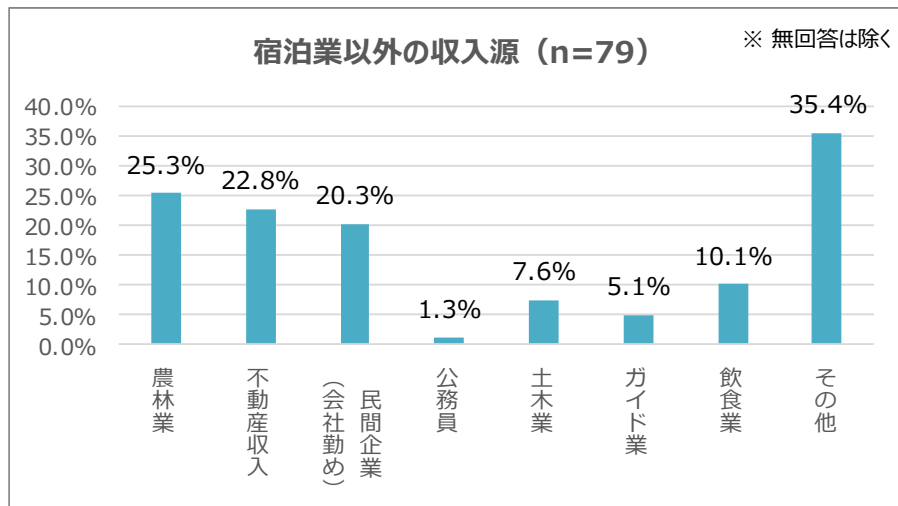


図 3-8 宿泊業以外の収入源

表 3-9 業態別宿泊業以外の収入源

	農林業	不動産収入	民間企業 (会社勤め)	公務員	土木業	ガイド業	飲食業	その他	計	サンプル数
ホテル	0	3	0	0	1	0	3	5	12	8
	0%	38%	0%	0%	13%	0%	38%	63%	150%	100%
旅館	6	5	3	0	0	0	1	1	16	11
	55%	45%	27%	0%	0%	0%	9%	9%	145%	100%
民宿	9	4	5	0	2	0	1	2	23	20
	45%	20%	25%	0%	10%	0%	5%	10%	115%	100%
一棟貸施設	2	2	1	0	1	0	1	2	9	7
	29%	29%	14%	0%	14%	0%	14%	29%	129%	100%
ペンション	1	2	5	0	1	4	2	14	29	25
	4%	8%	20%	0%	4%	16%	8%	56%	116%	100%
ゲストハウス	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1
	0%	0%	100%	0%	0%	0%	0%	0%	100%	100%
その他	1	0	0	1	1	0	0	4	7	5
	20%	0%	0%	20%	20%	0%	0%	80%	140%	100%
計	20	18	16	1	6	4	8	28	101	79
割合	25.3%	22.8%	20.3%	1.3%	7.6%	5.1%	10.1%	35.4%		

※ 無回答は除く

参考-2015 年度

Q1-11その他収入の有無-Q1-2業態

	ペンション・ロッジ等	民宿	旅館	リゾートホテル	その他	総計
農林業	3軒	14軒	7軒			24軒
土地収入	4軒	2軒	5軒			11軒
民間サービス	4軒	2軒				6軒
公務員		1軒				1軒
その他	14軒	4軒			1軒	19軒

(2)価格設定

主な料金体系

- ・ 料金体系については、夏季・冬季ともに、1泊2食付きが中心が多くなるが、冬季では1泊朝食付き中心の割合が増加、2食付きの割合が減少している。
- ・ 業態別内訳から、一部のホテルで夏季は1泊2食、冬季は1泊朝食のみを中心としていることがうかがえる。

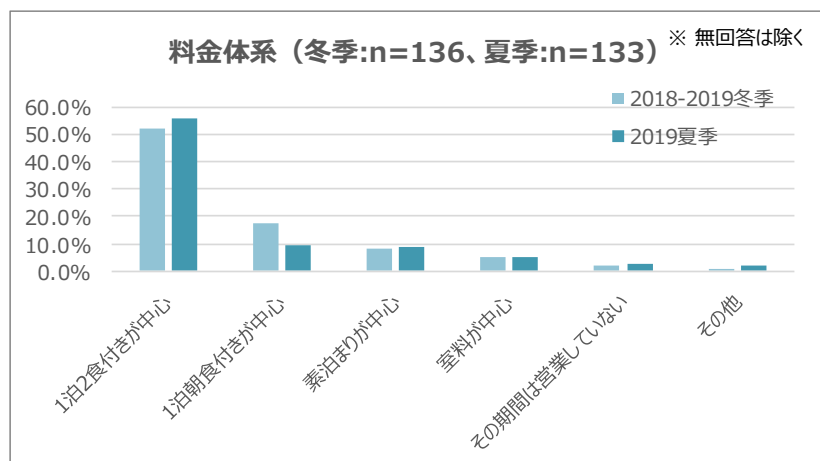


図 3-9 料金体系（2018-2019 冬季、2019 夏季）

表 3-10 業態別料金体系（2018-2019 冬季）

	1泊2食付きが中心	1泊朝食付きが中心	素泊まりが中心	室料が中心	その期間は営業していない	その他	計
ホテル	7 36.8%	12 63.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	19 100.0%
旅館	17 70.8%	6 25.0%	1 4.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	24 100.0%
民宿	25 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	25 100.0%
一棟貸施設	0 0.0%	0 0.0%	2 20.0%	8 80.0%	0 0.0%	0 0.0%	10 100.0%
ペンション	32 62.7%	10 19.6%	6 11.8%	0 0.0%	2 3.9%	1 2.0%	51 100.0%
ゲストハウス	0 0.0%	0 0.0%	2 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 100.0%
その他	2 40.0%	0 0.0%	2 40.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	5 100.0%
計	83	28	13	8	3	1	136
割合	51.9%	17.5%	8.1%	5.0%	1.9%	0.6%	100.0%

※ 無回答は除く

表 3-11 業態別料金体系（2019 夏季）

	1泊2食付きが中心	1泊朝食付きが中心	素泊まりが中心	室料が中心	その期間は営業していない	その他	計
ホテル	12 60.0%	6 30.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 10.0%	0 0.0%	20 100.0%
旅館	17 81.0%	2 9.5%	2 9.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	21 100.0%
民宿	22 95.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 4.3%	23 100.0%
一棟貸施設	0 0.0%	0 0.0%	2 20.0%	8 80.0%	0 0.0%	0 0.0%	10 100.0%
ペンション	36 70.6%	7 13.7%	5 9.8%	0 0.0%	2 3.9%	1 2.0%	51 100.0%
ゲストハウス	0 0.0%	0 0.0%	2 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 100.0%
その他	2 33.3%	0 0.0%	3 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 16.7%	6 100.0%
計	89	15	14	8	4	3	133
割合	66.9%	11.3%	10.5%	6.0%	3.0%	2.3%	100.0%

※ 無回答は除く

主な価格帯

- ・ 価格帯について全体でみると冬季と夏季では大きな差はみられない。
- ・ 民宿については回答した施設の全てが 5,000～10,000 円未満の設定であり、シーズンによる変動はみられない。一方では、ホテルでは冬季の価格を 40,000 円以上等の高価格帯に設定する施設や、下記の価格帯を 5,000 円未満に設定する施設もあり、繁閑に応じた価格設定をしていることがうかがえる。（次項参照）
- ・ 2015 年 2 月実施の調査と比較すると、高価格帯の宿泊施設が現れていることがうかがえる。

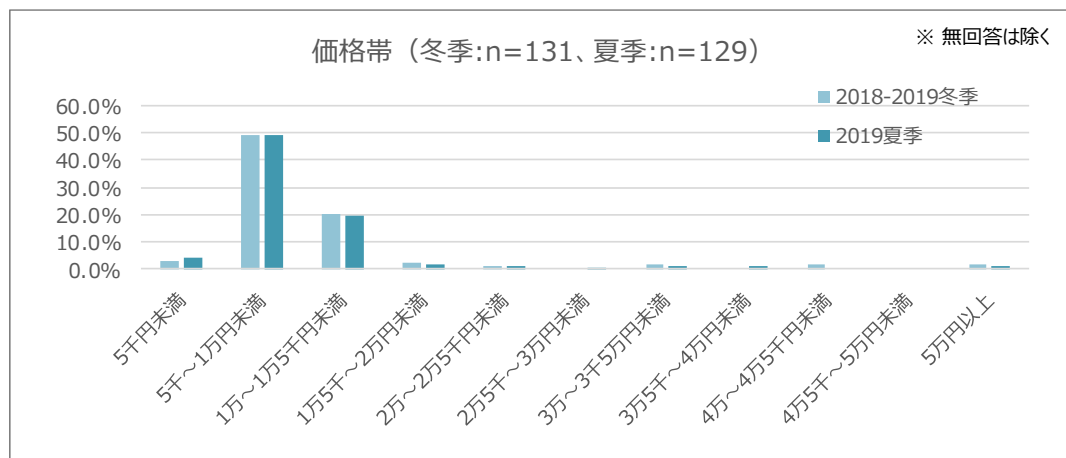


図 3-10 価格帯（2018-2019 冬季、2019 夏季）

表 3-12 業態別価格帯（2018-2019 冬季）

	5千円未満	5千～1万円未満	1万～1万5千円未満	1万5千～2万円未満	2万～2万5千円未満	2万5千～3万円未満	3万～3万5千円未満	3万5千～4万円未満	4万～4万5千円未満	4万5千～5万円未満	5万円以上	計
ホテル	0 0.0%	5 25.0%	6 30.0%	3 15.0%	1 5.0%	0 0.0%	2 10.0%	0 0.0%	2 10.0%	0 0.0%	1 5.0%	20 100.0%
旅館	0 0.0%	13 54.2%	10 41.7%	1 4.2%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	24 100.0%
民宿	0 0.0%	24 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	24 100.0%
一棟貸施設	0 0.0%	2 25.0%	1 12.5%	0 0.0%	1 12.5%	0 0.0%	1 12.5%	0 0.0%	1 12.5%	0 0.0%	2 25.0%	8 100.0%
ペンション	2 4.1%	33 67.3%	14 28.6%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	49 100.0%
ゲストハウス	1 50.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 100.0%
その他	2 50.0%	1 25.0%	1 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	4 100.0%
計	5	79	32	4	2	0	3	0	3	0	3	131
割合	3.1%	49.4%	20.0%	2.5%	1.3%	0.0%	1.9%	0.0%	1.9%	0.0%	1.9%	100.0%

※ 無回答は除く

表 3-13 業態別価格帯（2019 夏季）

	5千円未満	5千～1万円未満	1万～1万5千円未満	1万5千～2万円未満	2万～2万5千円未満	2万5千～3万円未満	3万～3万5千円未満	3万5千～4万円未満	4万～4万5千円未満	4万5千～5万円未満	5万円以上	計
ホテル	2 10.5%	4 21.1%	7 36.8%	3 15.8%	1 5.3%	0 0.0%	2 10.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	19 100.0%
旅館	0 0.0%	13 56.5%	10 43.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	23 100.0%
民宿	0 0.0%	22 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	22 100.0%
一棟貸施設	0 0.0%	3 37.5%	0 0.0%	0 0.0%	1 12.5%	1 12.5%	0 0.0%	2 25.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 12.5%	8 100.0%
ペンション	2 4.0%	35 70.0%	13 26.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	50 100.0%
ゲストハウス	1 50.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 100.0%
その他	2 40.0%	1 20.0%	1 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 20.0%	5 100.0%
計	7	79	31	3	2	1	2	2	0	0	2	129
割合	4.4%	49.4%	19.4%	1.9%	1.3%	0.6%	1.3%	1.3%	0.0%	0.0%	1.3%	100.0%

※ 無回答は除く

参考-2015 年度

Q2-1主な料金体系－Q1-2業態

	ペンション・ロッジ等	民宿	旅館	リゾートホテル	その他	総計
1泊2食販売が中心	44軒	21軒	11軒	5軒	2軒	83軒
1泊朝付・素泊まりが中心	11軒	2軒		1軒	2軒	16軒
室料が中心	2軒			2軒	1軒	5軒

Q2-1B1泊2食料金－Q1-2業態

	ペンション・ロッジ等	民宿	旅館	リゾートホテル	その他	総計
2000-3999円	1軒				1軒	2軒
4000-5999円	1軒	1軒		1軒	1軒	4軒
6000-7999円	14軒	19軒	6軒	1軒		40軒
8000-9999円	24軒	2軒	3軒			29軒
10,000-11999円	5軒		1軒			6軒
12,000-13,999円	1軒		1軒	1軒		3軒
16,000-17,999円			1軒			1軒
18,000-20,000円				1軒		1軒
20,000円-						
不明	12軒	4軒	3軒	2軒	2軒	23軒
総計	58軒	26軒	15軒	6軒	4軒	109軒

販売価格のコントロール

- ・ 価格のコントロールについては、「一定にしている」が最も多く全体の 38.8%を占め、次いで「時期によって変えている」が 38.1%となる。
- ・ 業態別にみると、ホテルや旅館では、時期または日次で価格をコントロールしている施設が他業態と比較して高い。一方で、民宿やペンション等では約半数が一定の価格としている。

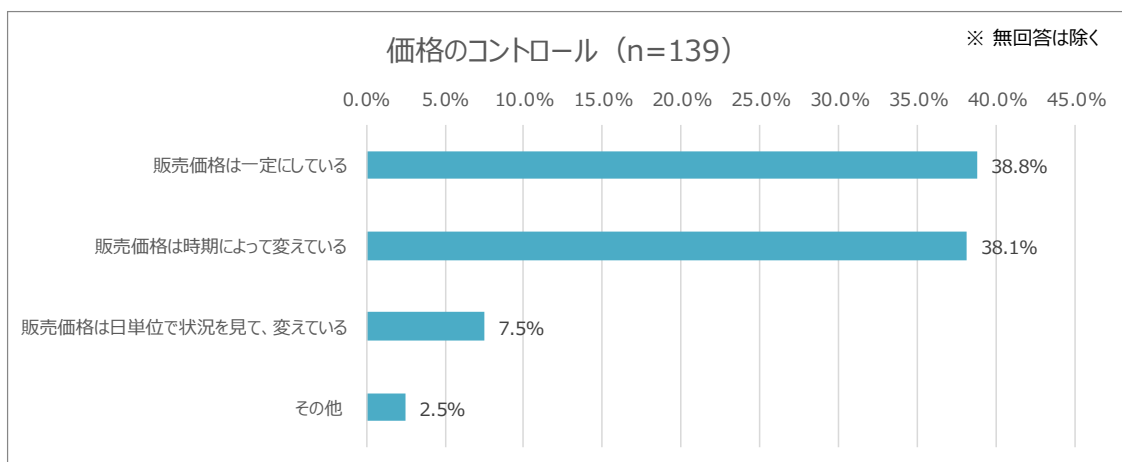


図 3-11 価格のコントロール

表 3-14 業態別 価格のコントロール数

	販売価格は一定にしている	販売価格は時期によって変えている	販売価格は日単位で状況を見て、変えている	その他	計
ホテル	3	9	4	1	17
	17.6%	52.9%	23.5%	5.9%	100.0%
旅館	7	11	2	2	22
	31.8%	50.0%	9.1%	9.1%	100.0%
民宿	13	9	1	0	23
	56.5%	39.1%	4.3%	0.0%	100.0%
一棟貸施設	2	6	2	0	10
	20.0%	60.0%	20.0%	0.0%	100.0%
ペンション	29	22	2	1	54
	53.7%	40.7%	3.7%	1.9%	100.0%
ゲストハウス	0	1	0	0	1
	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
その他	5	1	0	0	6
	83.3%	16.7%	0.0%	0.0%	100.0%
計	62	61	12	4	139
割合	38.8%	38.1%	7.5%	2.5%	100.0%

※ 無回答は除く

(3)経営・運営状況

年間宿泊客数

- ・ 年間宿泊客数をみると年間「101～600 人」、及び「601～1100 人」がボリューム層となっており、この多くは民宿やペンション等の比較的小規模な施設である。
- ・ 一方で、ホテル、旅館では年間 4,901 人以上を受け入れている施設も一定数あることがわかる。

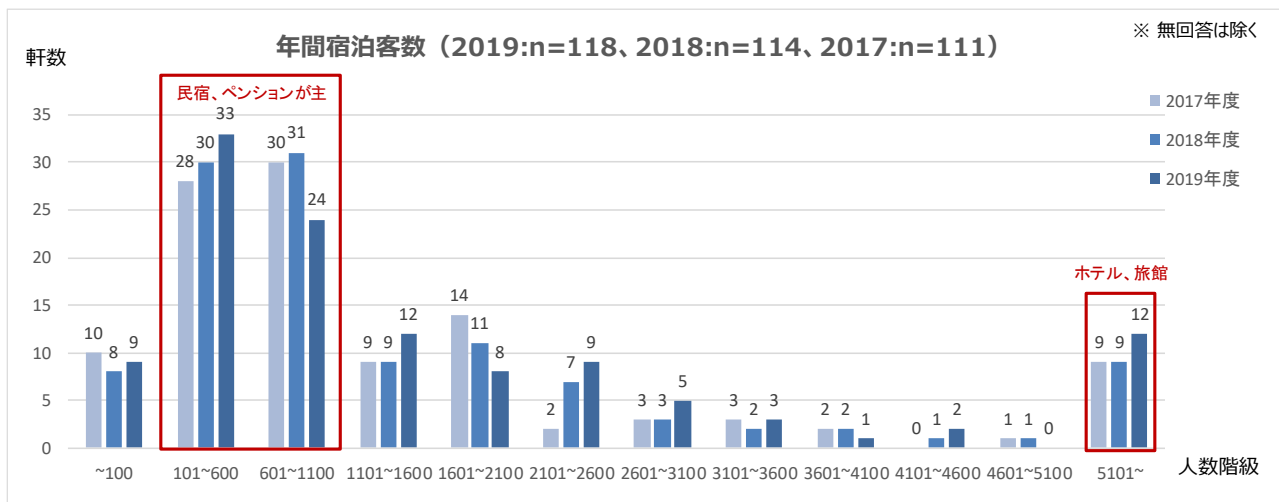


図 3-12 年間宿泊客数 (2017-2019 年度)

表 3-15 業態別 年間宿泊客数別 (2019 年度)

年間宿泊客数(人)	ホテル	旅館	民宿	一棟貸施設	ペンション	ゲストハウス	その他	計
～100	0	0	2	2	4	0	1	9
101～300	0	1	4	1	8	0	0	14
301～500	2	2	4	0	5	0	0	13
501～700	1	0	3	2	6	0	0	12
701～900	0	1	5	1	9	0	0	16
901～1100	1	0	0	0	1	0	0	2
1101～1300	1	0	1	0	4	0	1	7
1301～1500	0	2	1	0	2	0	0	5
1501～1700	0	1	0	0	1	0	1	3
1701～1900	0	1	0	0	0	0	0	1
1901～2100	0	2	1	0	1	0	0	4
2101～2300	0	0	0	0	4	0	0	4
2301～2500	0	2	0	0	2	0	1	5
2501～2700	0	1	0	0	0	0	0	1
2701～2900	2	0	0	0	0	0	0	2
2901～3100	0	1	0	0	1	0	0	2
3101～3300	0	0	1	0	0	0	0	1
3301～3500	0	0	0	1	0	0	0	1
3501～3700	0	2	0	0	0	0	0	2
3701～3900	0	0	0	0	0	0	0	0
3901～4100	0	0	0	0	0	0	0	0
4101～4300	0	0	0	0	1	0	0	1
4301～4500	0	0	0	0	0	0	0	0
4501～4700	0	1	0	0	0	0	0	1
4701～4900	0	0	0	0	0	0	0	0
4901～	8	3	0	0	0	0	1	12

※ 無回答は除く

表 3-16 業態別 年間宿泊客数別 (2018 年度)

年間宿泊客数(人)	ホテル	旅館	民宿	一棟貸施設	ペンション	ゲストハウス	その他	計
～100	0	0	1	2	4	0	1	8
101～300	0	1	4	1	8	0	0	14
301～500	1	2	5	0	4	0	0	12
501～700	0	0	4	2	6	0	0	12
701～900	1	1	3	1	8	0	0	14
901～1100	2	0	1	0	6	0	0	9
1101～1300	0	1	0	0	2	0	1	4
1301～1500	0	0	1	0	1	0	0	2
1501～1700	0	2	1	0	1	0	1	5
1701～1900	0	2	0	0	2	0	0	4
1901～2100	0	1	1	0	3	0	0	5
2101～2300	1	0	0	0	1	0	0	2
2301～2500	1	2	0	0	1	0	1	5
2501～2700	0	1	0	0	0	0	0	1
2701～2900	0	0	0	0	1	0	0	1
2901～3100	0	0	0	1	0	0	0	1
3101～3300	0	0	1	0	0	0	0	1
3301～3500	0	1	0	0	0	0	0	1
3501～3700	0	0	0	0	0	0	0	0
3701～3900	0	1	0	0	0	0	0	1
3901～4100	0	0	0	0	1	0	0	1
4101～4300	0	1	0	0	0	0	0	1
4301～4500	0	0	0	0	0	0	0	0
4501～4700	0	0	0	0	0	0	0	0
4701～4900	0	0	0	0	0	0	0	0
4901～	8	2	0	0	0	0	0	10

※ 無回答は除く

表 3-17 業態別 年間宿泊客数別 (2017 年度)

年間宿泊客数(人)	ホテル	旅館	民宿	一棟貸施設	ペンション	ゲストハウス	その他	計
～100	1	0	1	3	4	0	1	10
101～300	1	2	3	0	6	0	0	12
301～500	0	1	5	0	5	0	0	11
501～700	1	0	3	2	5	0	0	11
701～900	0	1	4	1	10	0	0	16
901～1100	2	1	1	0	4	0	0	8
1101～1300	0	0	1	0	3	0	1	5
1301～1500	0	1	1	0	1	0	1	4
1501～1700	0	1	0	0	2	0	0	3
1701～1900	0	1	0	0	3	0	0	4
1901～2100	1	2	1	0	3	0	0	7
2101～2300	0	0	0	0	0	0	0	0
2301～2500	0	1	0	0	0	0	1	2
2501～2700	0	1	0	0	0	0	0	1
2701～2900	0	0	0	0	1	0	0	1
2901～3100	0	0	0	1	0	0	0	1
3101～3300	0	1	0	0	0	0	0	1
3301～3500	0	1	1	0	0	0	0	2
3501～3700	0	0	0	0	0	0	0	0
3701～3900	0	0	0	0	0	0	0	0
3901～4100	1	0	0	0	1	0	0	2
4101～4300	0	0	0	0	0	0	0	0
4301～4500	0	0	0	0	0	0	0	0
4501～4700	0	0	0	0	0	0	0	0
4701～4900	0	1	0	0	0	0	0	1
4901～	7	2	0	0	0	0	0	9

※ 無回答は除く

年間売上高

- ・ 年間売上高は、前項の年間受入客数と連動し、同様の傾向となっている。

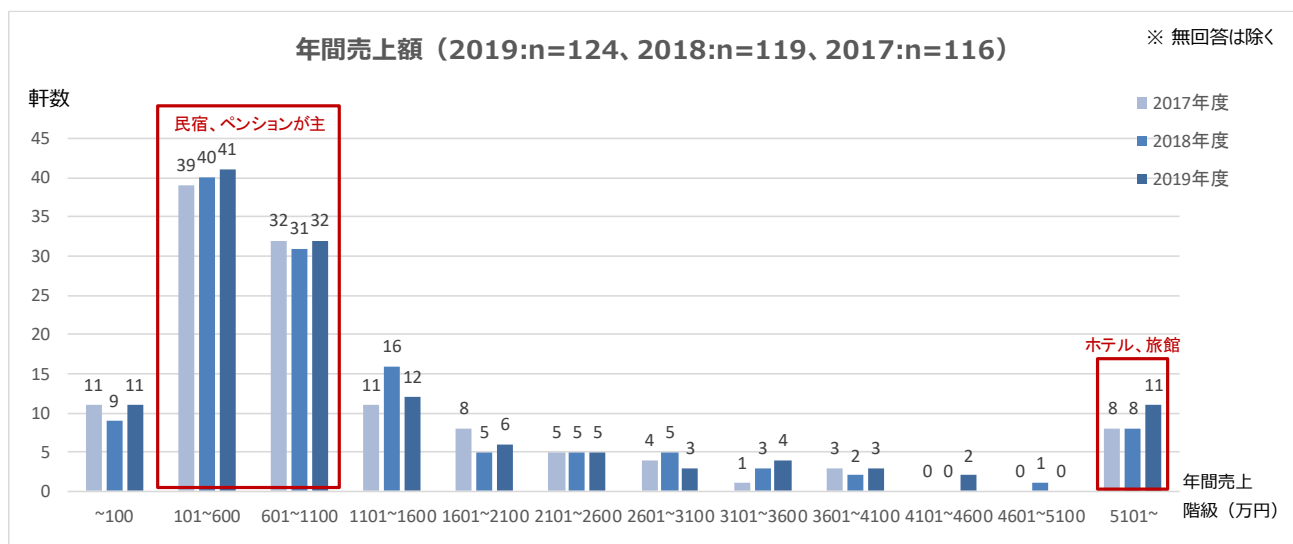


図 3-13 年間売上額 (2017-2019 年度)

表 3-18 業態別 年間売上額別

2019年度

年間売上（万円）	ホテル	旅館	民宿	一棟貸施設	ペンション	ゲストハウス	その他	計
～100	0	0	2	2	5	0	2	11
101～600	0	3	11	2	22	0	0	38
601～1100	3	4	7	2	13	0	1	30
1101～1600	1	3	0	1	5	0	2	12
1601～2100	0	2	0	0	2	0	1	5
2101～2600	1	2	1	0	1	0	0	5
2601～3100	0	1	0	1	1	0	0	3
3101～3600	2	1	0	1	0	0	0	4
3601～4100	0	1	0	0	2	0	0	3
4101～4600	2	0	0	0	0	0	0	2
4601～5100	0	0	0	0	0	0	0	0
5101～	7	3	0	1	0	0	0	11

2018年度

年間売上（万円）	ホテル	旅館	民宿	一棟貸施設	ペンション	ゲストハウス	その他	計
～100	0	0	1	2	5	0	1	9
101～600	0	2	12	3	21	0	0	38
601～1100	4	3	6	1	13	0	1	28
1101～1600	0	6	1	0	6	0	3	16
1601～2100	1	1	0	1	1	0	0	4
2101～2600	0	3	1	0	1	0	0	5
2601～3100	1	1	0	2	1	0	0	5
3101～3600	1	1	0	0	1	0	0	3
3601～4100	1	0	0	0	1	0	0	2
4101～4600	0	0	0	0	0	0	0	0
4601～5100	1	0	0	0	0	0	0	1
5101～	5	2	0	1	0	0	0	8

2017年度

年間売上（万円）	ホテル	旅館	民宿	一棟貸施設	ペンション	ゲストハウス	その他	計
～100	1	0	1	3	5	0	1	11
101～600	1	1	11	3	20	0	1	37
601～1100	2.0	6.0	7.0	0.0	13	0	1	29
1101～1600	0.0	3.0	0.0	0.0	6	0	2	11
1601～2100	2.0	3.0	0.0	1.0	1	0	0	7
2101～2600	0.0	1.0	1.0	1.0	2	0	0	5
2601～3100	0.0	1.0	0.0	1.0	2	0	0	4
3101～3600	0.0	1.0	0.0	0.0	0	0	0	1
3601～4100	2.0	0.0	0.0	0.0	1	0	0	3
4101～4600	0.0	0.0	0.0	0.0	0	0	0	0
4601～5100	0.0	0.0	0.0	0.0	0	0	0	0
5101～	6.0	2.0	0.0	0.0	0	0	0	8

※ 無回答は除く

客室稼働率

- ・ 平均客室稼働率をみると業態によって差はあるものの、どの業態においても冬季の稼働率が夏季を上回っている。
- ・ 冬季の平均稼働率については、ホテルで 60%台、旅館で 50%台、民宿やペンション等の簡易宿所や一棟貸施設等では 40%程度となる。
- ・ 旅館やペンション、一棟貸施設に関しては冬季と夏季の稼働率の差が比較的大きいということが把握でき、繁忙期の人手確保や、ひいては需要平準化といった課題を裏付けている。

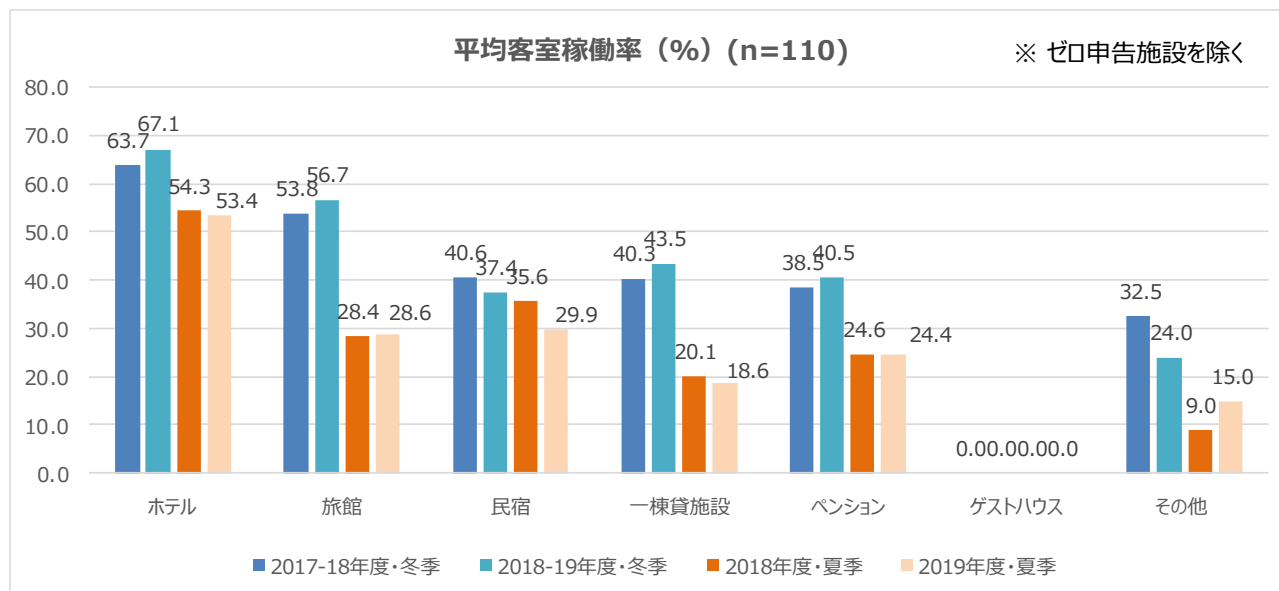


図 3-14 平均客室稼働率

表 3-19 業態別 平均客室稼働率（平均値、最大値、最小値、中央値）

	客室稼働率 (%)	ホテル	旅館	民宿	一棟貸施設	ペンション	ゲストハウス	その他
2017-18年度・冬季	平均	63.7	53.8	40.6	40.3	38.5	—	32.5
	最大値	90.0	90.0	100.0	70.0	86.0	0.0	50.0
	最小値	16.0	10.0	5.0	15.0	7.0	0.0	15.0
	中央値	67.0	60.0	40.0	38.5	34.0	—	32.5
2018-19年度・冬季	平均	67.1	56.7	37.4	43.5	40.5	—	24.0
	最大値	90.0	90.0	100.0	80.0	90.0	0.0	50.0
	最小値	25.0	10.0	1.0	15.0	4.0	0.0	5.0
	中央値	70.0	62.5	31.0	44.5	35.5	—	17.0
2018年度・夏季	平均	54.3	28.4	35.6	20.1	24.6	—	9.0
	最大値	87.0	70.0	100.0	50.0	70.0	0.0	17.0
	最小値	11.0	2.0	1.0	5.0	2.0	0.0	4.0
	中央値	64.0	27.5	30.0	13.0	20.0	—	7.5
2019年度・夏季	平均	53.4	28.6	29.9	18.6	24.4	—	15.0
	最大値	88.0	60.0	100.0	50.0	69.0	0.0	30.0
	最小値	11.0	2.0	1.0	7.0	4.0	0.0	5.0
	中央値	55.0	28.5	20.0	12.0	20.0	—	12.5

※ゼロ申告施設を除く。

定員稼働率

- ・ 平均定員稼働率をみると、ホテルで2017年度以降右肩下がりとなっていることが分かる。定員稼働率の最大値・中央値・最小値から、ホテルでは稼働率を上げている施設とそうではない施設（稼働率が低下）とでの差が広がっていることがうかがえる。
- ・ 一方で、旅館の平均定員稼働率は増加しており、2013年度と比較すると4.5ポイント程度大きくなっている。民宿やペンションでは大きくは変わらない。

※年間宿泊者数を総定員数で除すことで算出

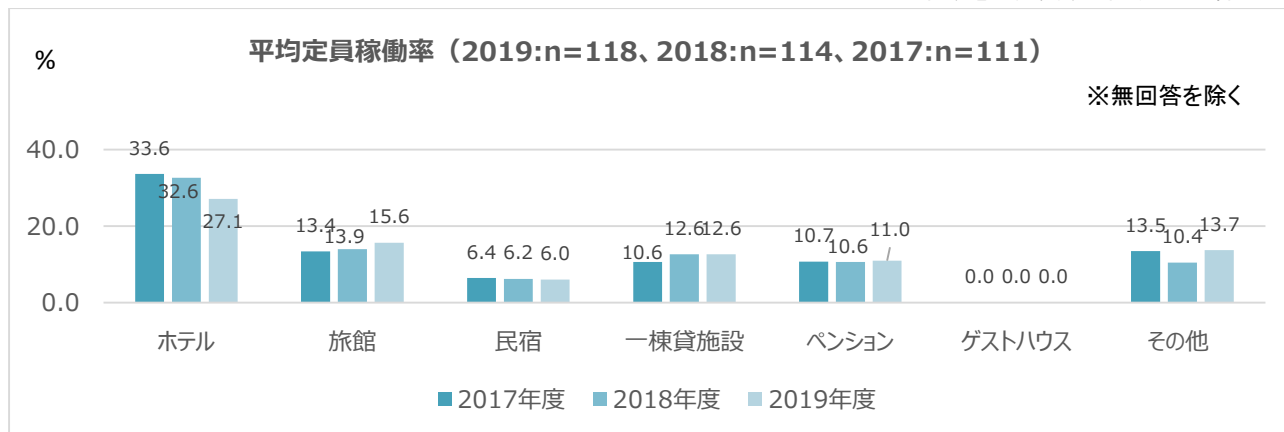


図 3-15 平均定員稼働率

表 3-20 業態別 定員稼働率 平均値, 最大値, 最小値, 中央値

	定員稼働率 (%)	ホテル	旅館	民宿	一棟貸施設	ペンション	ゲストハウス	その他
2017	平均値	33.6	13.4	6.4	10.6	10.7	—	13.5
	最大値	82.2	31.1	18.3	23.2	27.4	—	17.3
	最小値	5.0	2.4	1.5	3.8	1.4	—	7.6
	中央値	16.4	10.0	5.5	7.7	10.5	—	15.6
2018	平均値	32.6	13.9	6.2	12.6	10.6	—	10.4
	最大値	86.4	30.6	18.3	28.0	34.2	—	17.5
	最小値	6.2	2.1	1.5	4.5	1.6	—	0.5
	中央値	16.8	10.9	5.0	9.1	8.8	—	11.8
2019	平均値	27.1	15.6	6.0	12.6	11.0	—	13.7
	最大値	84.3	41.1	18.3	23.5	34.2	—	16.8
	最小値	2.4	1.9	0.9	4.2	1.2	—	8.6
	中央値	18.3	12.5	5.1	11.4	9.1	—	15.6

販売チャネル

- 販売チャネルの販売に占める割合をみると、国内 OTA や海外 OTA 経由の販売も一定程度あることが確認できるが、冬季、夏季ともに直接販売が占める割合が多いということがわかる。販売のうち直接販売が 91%以上を占める施設は、冬季で 24.8%、夏季で 30.3%となっている。
- 白馬村の旅行会社経由、国内大手旅行会社経由での販売はほとんどないことがわかる。

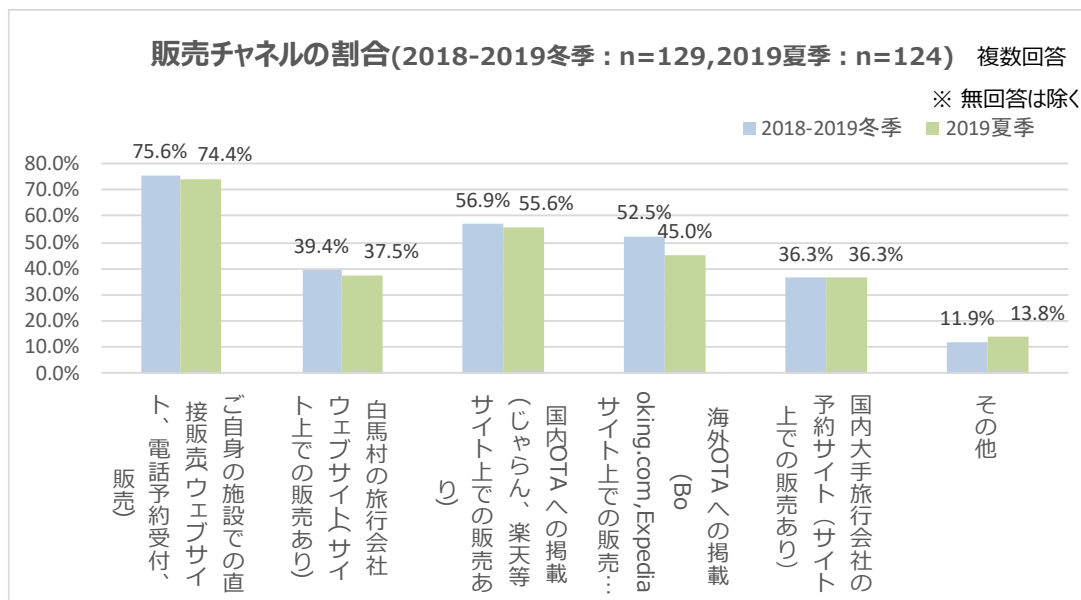


図 3-16 販売チャネルの割合

表 3-21 販売に占める販売チャネルの割合(2018-2019 冬季、2019 夏季)

2018-2019冬季

販売チャネル %	ご自身の施設での直接販売(ウェブサイト、電話予約受付、販売)	白馬村の旅行会社ウェブサイト(サイト上での販売あり)	国内OTAへの掲載(じゃらん、楽天等サイト上での販売あり)	海外OTAへの掲載(Booking.com, Expediaサイト上での販売あり)	国内大手旅行会社の予約サイト(サイト上での販売あり)	その他
0~10 %	23	59	34	37	51	14
11~20 %	14	2	7	7	4	3
21~30 %	11	1	11	8	2	0
31~40 %	9	0	11	7	1	0
41~50 %	7	0	5	8	0	0
51~60 %	7	1	7	3	0	0
61~70 %	11	0	4	2	0	0
71~80 %	2	0	5	4	0	0
81~90 %	7	0	6	5	0	1
91~100 %	30	0	1	3	0	1
計	121	63	91	84	58	19
構成比	75.6%	39.4%	56.9%	52.5%	36.3%	11.9%

2019夏季

販売チャネル %	ご自身の施設での直接販売(ウェブサイト、電話予約受付、販売)	白馬村の旅行会社ウェブサイト(サイト上での販売あり)	国内OTAへの掲載(じゃらん、楽天等サイト上での販売あり)	海外OTAへの掲載(Booking.com, Expediaサイト上での販売あり)	国内大手旅行会社の予約サイト(サイト上での販売あり)	その他
0~10 %	20	56	29	48	50	19
11~20 %	10	2	10	9	0	2
21~30 %	11	1	8	3	3	0
31~40 %	13	1	6	2	1	0
41~50 %	5	0	9	2	1	1
51~60 %	4	0	6	2	0	0
61~70 %	7	0	6	0	1	0
71~80 %	4	0	7	1	0	0
81~90 %	9	0	4	4	0	0
91~100 %	36	0	4	1	2	0
計	119	60	89	72	58	22
構成比	74.4%	37.5%	55.6%	45.0%	36.3%	13.8%

(4)お客様について

旅行会社等による団体ツアー受入の割合

- ・ 旅行会社等による団体ツアーの受入に関しては、冬季、夏季ともに「受け入れていない」が回答施設の60%を超える。
- ・ 業態別の内訳から、一部の施設では特に夏季について、団体ツアーの受入を事業の主体としていることがうかがえる。

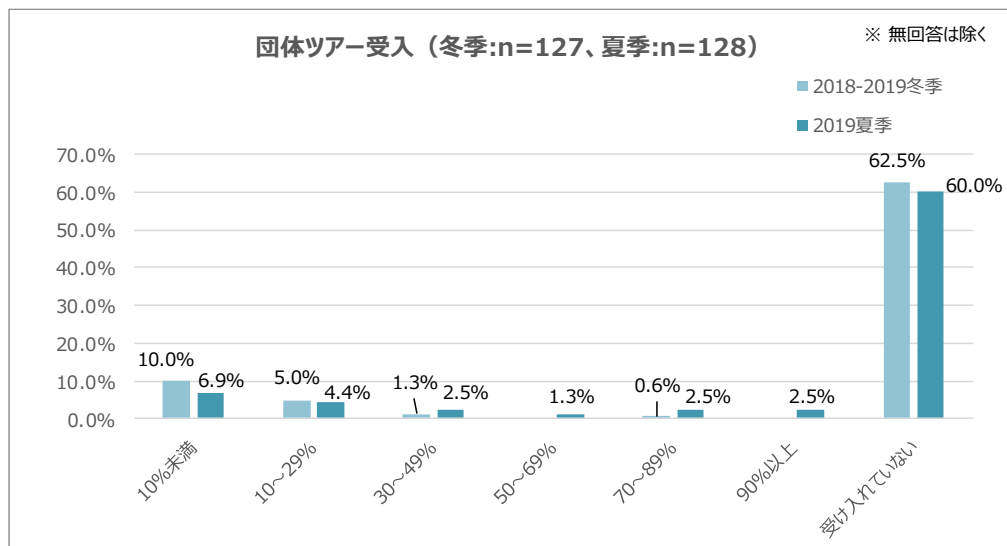


図 3-17 団体ツアーの受入割合

表 3-22 業態別 団体ツアーの受入割合別

2018-2019冬季

	10%未満	10~29%	30~49%	50~69%	70~89%	90%以上	受け入れていない	計
ホテル	3	3	0	0	0	0	10	16
	18.8%	18.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	62.5%	100.0%
旅館	2	1	0	0	0	0	17	20
	10.0%	5.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	85.0%	100.0%
民宿	5	0	1	0	1	0	16	23
	21.7%	0.0%	4.3%	0.0%	4.3%	0.0%	69.6%	100.0%
一棟貸施設	1	0	0	0	0	0	8	9
	11.1%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	88.9%	100.0%
ペンション	5	2	0	0	0	0	45	52
	9.6%	3.8%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	86.5%	100.0%
ゲストハウス	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	0	1	0	0	0	0	3	4
	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	100.0%
計	16	8	2	0	1	0	100	127
割合	12.6%	6.3%	1.6%	0.0%	0.8%	0.0%	78.7%	100.0%

2019夏季

	10%未満	10~29%	30~49%	50~69%	70~89%	90%以上	受け入れていない	計
ホテル	2	4	0	0	2	1	8	17
	11.8%	23.5%	0.0%	0.0%	11.8%	5.9%	47.1%	100.0%
旅館	0	2	2	1	0	0	16	21
	0.0%	9.5%	9.5%	4.8%	0.0%	0.0%	76.2%	100.0%
民宿	4	0	0	1	0	1	14	20
	20.0%	0.0%	0.0%	5.0%	0.0%	5.0%	70.0%	100.0%
一棟貸施設	2	0	0	0	0	0	7	9
	22.2%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	77.8%	100.0%
ペンション	2	1	1	0	1	1	46	52
	3.8%	1.9%	1.9%	0.0%	1.9%	1.9%	88.5%	100.0%
ゲストハウス	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	1	0	0	0	1	0	4	6
	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	66.7%	100.0%
計	11	7	4	2	4	4	96	128
割合	8.6%	5.5%	3.1%	1.6%	3.1%	3.1%	75.0%	100.0%

海外客受入の割合

- ・ 海外客の受入割合については、受入を行っていない施設が冬季・夏季ともに回答施設の 30%前後となっている。
- ・ 受入を行っている施設においては、冬季でその割合は大きく、冬季の受入の 70%以上を海外客とする施設も一定数確認できる(14.4%)。

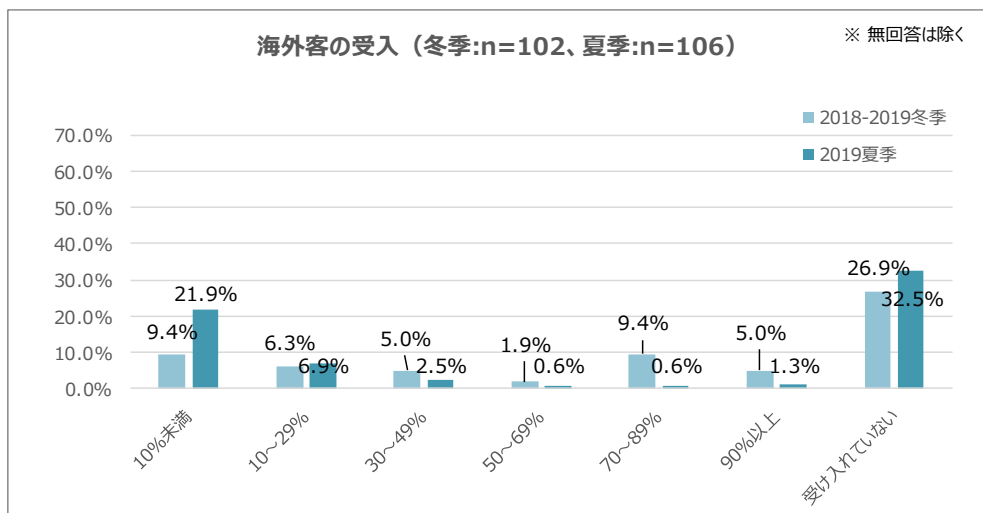


図 3-18 海外客の受入割合

表 3-23 海外客の受入割合別 業態別宿泊施設数

2018-2019冬季

	10%未満	10～29%	30～49%	50～69%	70～89%	90%以上	受け入れていない	計
ホテル	1	1	2	0	3	2	1	10
	10.0%	10.0%	20.0%	0.0%	30.0%	20.0%	10.0%	100.0%
旅館	3	3	3	0	4	1	4	18
	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%	22.2%	5.6%	22.2%	100.0%
民宿	3	2	0	0	0	0	15	20
	15.0%	10.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	75.0%	100.0%
一棟貸施設	1	0	1	1	2	3	0	8
	12.5%	0.0%	12.5%	12.5%	25.0%	37.5%	0.0%	100.0%
ペンション	6	3	2	2	5	2	19	39
	15.4%	7.7%	5.1%	5.1%	12.8%	5.1%	48.7%	100.0%
ゲストハウス	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	0	1	0	0	1	0	2	4
	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	50.0%	100.0%
計	15	10	8	3	15	8	43	102
割合	14.7%	9.8%	7.8%	2.9%	14.7%	7.8%	42.2%	100.0%

2019夏季

	10%未満	10～29%	30～49%	50～69%	70～89%	90%以上	受け入れていない	計
ホテル	4	5	0	0	0	0	2	11
	36.4%	45.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	18.2%	100.0%
旅館	10	1	1	0	0	1	6	19
	52.6%	5.3%	5.3%	0.0%	0.0%	5.3%	31.6%	100.0%
民宿	1	1	0	0	0	0	17	19
	5.3%	5.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	89.5%	100.0%
一棟貸施設	5	2	1	0	0	0	0	8
	62.5%	25.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
ペンション	11	1	2	1	1	1	23	40
	27.5%	2.5%	5.0%	2.5%	2.5%	2.5%	57.5%	100.0%
ゲストハウス	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	3	1	0	0	0	0	2	6
	50.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	100.0%
計	35	11	4	1	1	2	52	106
割合	33.0%	10.4%	3.8%	0.9%	0.9%	1.9%	49.1%	100.0%

海外客の主な国籍

- ・ 海外客の受入に関して、冬季と夏季それぞれの1位～3位をうかがった。
- ・ 冬季の1位についてはオーストラリアが突出して高く、2位は台湾や中国、香港等の東アジアやシンガポール等が比較的多くなる。
- ・ 夏季においては、冬季と比較すると海外客の受入割合は全体的に小さくなる。国籍についても冬季とは異なる傾向となり、オーストラリア客の割合は大きく下がり、相対的に中国、台湾、香港等の東アジア客が多くなる。

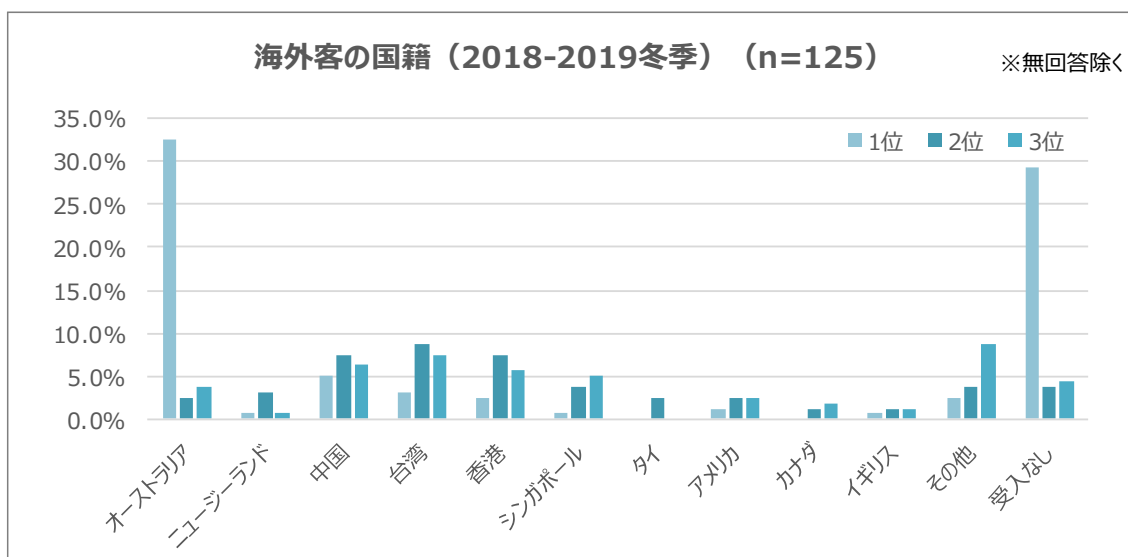


図 3-19 海外客の主な国籍（2018-2019 冬季）

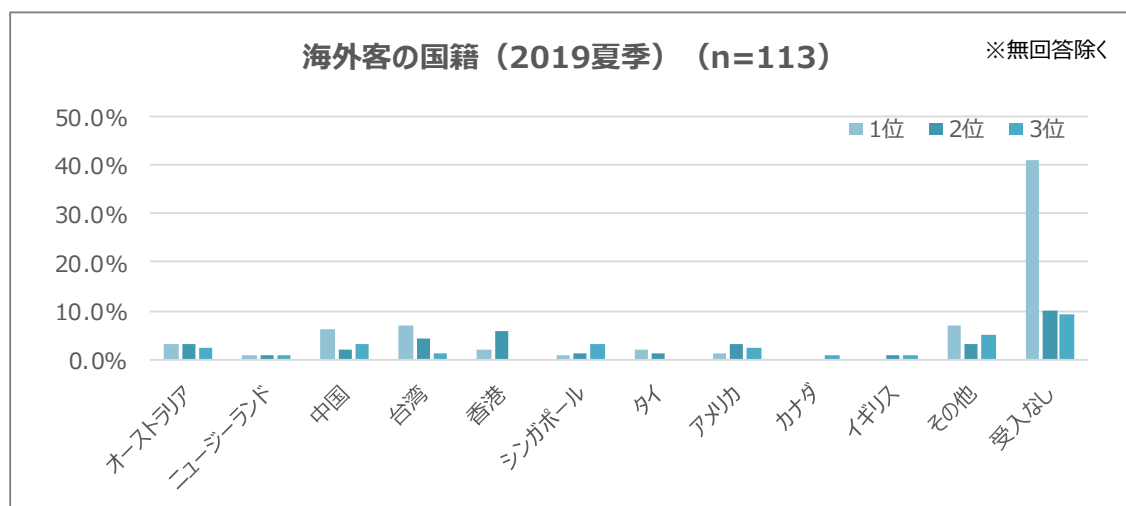


図 3-20 海外客の主な国籍（2019 夏季）

表 3-24 業態別 海外客の主な国籍 (2018-2019 冬季)

2018-19冬季：1 位 - 国籍

	オーストラ リア	ニュージー ランド	中国	台湾	香港	シンガポー ル	タイ	アメリカ	カナダ	イギリス	その他	受入なし	計
ホテル	12	0	2	0	0	0	0	0	0	0	1	1	16
	75.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	6.3%	100.0%
旅館	12	0	1	2	0	0	0	0	0	0	1	3	19
	63.2%	0.0%	5.3%	10.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	5.3%	15.8%	100.0%
民宿	1	0	0	2	1	0	0	1	0	0	0	16	21
	4.8%	0.0%	0.0%	9.5%	4.8%	0.0%	0.0%	4.8%	0.0%	0.0%	0.0%	76.2%	100.0%
一棟貸施設	5	0	1	0	2	0	0	0	0	0	0	0	8
	62.5%	0.0%	12.5%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
ペンション	20	1	4	0	1	0	0	1	0	0	1	22	50
	40.0%	2.0%	8.0%	0.0%	2.0%	0.0%	0.0%	2.0%	0.0%	0.0%	2.0%	44.0%	100.0%
ゲストハウス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	0	0	0	1	0	1	0	0	0	0	1	2	5
	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	40.0%	100.0%
計	52	1	8	5	4	1	0	2	0	1	4	47	125
割合	32.5%	0.6%	5.0%	3.1%	2.5%	0.6%	0.0%	1.3%	0.0%	0.6%	2.5%	29.4%	100.0%

2018-19冬季：2 位 - 国籍

	オーストラ リア	ニュージー ランド	中国	台湾	香港	シンガポー ル	タイ	アメリカ	カナダ	イギリス	その他	受入なし	計
ホテル	0	0	1	6	1	1	2	2	0	1	1	0	15
	0.0%	0.0%	6.7%	40.0%	6.7%	6.7%	13.3%	13.3%	0.0%	6.7%	6.7%	0.0%	100.0%
旅館	0	1	5	1	4	0	1	1	1	1	1	0	16
	0.0%	6.3%	31.3%	6.3%	25.0%	0.0%	6.3%	6.3%	6.3%	6.3%	6.3%	0.0%	100.0%
民宿	0	0	1	0	1	0	0	0	0	0	0	2	4
	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	100.0%
一棟貸施設	0	0	1	0	2	2	1	0	1	0	1	0	8
	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	25.0%	25.0%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	100.0%
ペンション	3	4	3	6	2	3	0	1	0	0	2	3	27
	11.1%	14.8%	11.1%	22.2%	7.4%	11.1%	0.0%	3.7%	0.0%	0.0%	7.4%	11.1%	100.0%
ゲストハウス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	1	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	1	4
	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	25.0%	100.0%
計	4	5	12	14	12	6	4	4	2	2	6	6	77
割合	2.5%	3.1%	7.5%	8.8%	7.5%	3.8%	2.5%	2.5%	1.3%	1.3%	3.8%	3.8%	100.0%

2018-19冬季：3 位 - 国籍

	オーストラ リア	ニュージー ランド	中国	台湾	香港	シンガポー ル	タイ	アメリカ	カナダ	イギリス	その他	受入なし	計
ホテル	1	0	1	2	3	3	0	1	1	0	2	0	14
	7.1%	0.0%	7.1%	14.3%	21.4%	21.4%	0.0%	7.1%	7.1%	0.0%	14.3%	0.0%	100.0%
旅館	1	0	4	1	3	1	0	0	0	1	5	0	16
	6.3%	0.0%	25.0%	6.3%	18.8%	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	6.3%	31.3%	0.0%	100.0%
民宿	0	0	1	0	0	0	0	1	1	0	0	2	5
	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	0.0%	0.0%	40.0%	100.0%
一棟貸施設	1	0	0	4	0	1	0	0	0	0	2	0	8
	12.5%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	100.0%
ペンション	2	1	3	5	3	3	0	1	1	1	3	4	27
	7.4%	3.7%	11.1%	18.5%	11.1%	11.1%	0.0%	3.7%	3.7%	3.7%	11.1%	14.8%	100.0%
ゲストハウス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	2	1	3
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	66.7%	33.3%	100.0%
計	6	1	10	12	9	8	0	4	3	2	14	7	76
割合	3.8%	0.6%	6.3%	7.5%	5.6%	5.0%	0.0%	2.5%	1.9%	1.3%	8.8%	4.4%	100.0%

※ 無回答は除く

表 3-25 業態別 海外客の主な国籍（2019 夏季）

2019夏季：1 位 - 国籍

	オーストラ リア	ニュージー ランド	中国	台湾	香港	シンガポ ール	タイ	アメリカ	カナダ	イギリス	その他	受入なし	計
ホテル	4	0	1	5	0	0	1	0	0	0	2	2	15
	26.7%	0.0%	6.7%	33.3%	0.0%	0.0%	6.7%	0.0%	0.0%	0.0%	13.3%	13.3%	100.0%
旅館	1	0	1	2	1	0	0	0	0	0	3	8	16
	6.3%	0.0%	6.3%	12.5%	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	18.8%	50.0%	100.0%
民宿	0	0	1	0	0	0	0	0	0	0	0	17	18
	0.0%	0.0%	5.6%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	94.4%	100.0%
一棟貸施設	0	0	2	0	0	1	2	0	0	0	1	0	6
	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	16.7%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	100.0%
ペンション	0	1	5	4	1	0	0	2	0	0	3	31	47
	0.0%	2.1%	10.6%	8.5%	2.1%	0.0%	0.0%	4.3%	0.0%	0.0%	6.4%	66.0%	100.0%
ゲストハウス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0	1	3	5
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	60.0%	100.0%
計	5	1	10	11	3	1	3	2	0	0	11	66	113
割合	3.1%	0.6%	6.3%	6.9%	1.9%	0.6%	1.9%	1.3%	0.0%	0.0%	6.9%	41.3%	100.0%

2019夏季：2 位 - 国籍

	オーストラ リア	ニュージー ランド	中国	台湾	香港	シンガポ ール	タイ	アメリカ	カナダ	イギリス	その他	受入なし	計
ホテル	0	0	0	3	4	0	1	0	0	1	2	2	13
	0.0%	0.0%	0.0%	23.1%	30.8%	0.0%	7.7%	0.0%	0.0%	7.7%	15.4%	15.4%	100.0%
旅館	0	0	1	0	2	0	0	2	0	0	1	2	8
	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	12.5%	25.0%	100.0%
民宿	1	0	0	0	0	0	0	1	0	0	0	3	5
	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	60.0%	100.0%
一棟貸施設	1	0	0	2	2	0	0	1	0	0	0	0	6
	16.7%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
ペンション	3	1	2	2	1	1	1	1	0	0	1	8	21
	14.3%	4.8%	9.5%	9.5%	4.8%	4.8%	4.8%	4.8%	0.0%	0.0%	4.8%	38.1%	100.0%
ゲストハウス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	0	0	0	0	0	1	0	0	0	0	1	1	3
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	33.3%	100.0%
計	5	1	3	7	9	2	2	5	0	1	5	16	56
割合	3.1%	0.6%	1.9%	4.4%	5.6%	1.3%	1.3%	3.1%	0.0%	0.6%	3.1%	10.0%	100.0%

2019夏季：3 位 - 国籍

	オーストラ リア	ニュージー ランド	中国	台湾	香港	シンガポ ール	タイ	アメリカ	カナダ	イギリス	その他	受入なし	計
ホテル	2	0	3	0	0	2	0	2	0	0	1	2	12
	16.7%	0.0%	25.0%	0.0%	0.0%	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	8.3%	16.7%	100.0%
旅館	1	0	0	1	0	1	0	0	0	1	2	2	8
	12.5%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	25.0%	25.0%	100.0%
民宿	0	0	0	0	0	0	0	0	1	0	0	2	3
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	33.3%	0.0%	0.0%	66.7%	100.0%
一棟貸施設	1	0	2	1	0	0	0	0	0	0	1	0	5
	20.0%	0.0%	40.0%	20.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	0.0%	100.0%
ペンション	0	1	0	0	0	2	0	2	0	0	3	8	16
	0.0%	6.3%	0.0%	0.0%	0.0%	12.5%	0.0%	12.5%	0.0%	0.0%	18.8%	50.0%	100.0%
ゲストハウス	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0
その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	1	1	2
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	50.0%	100.0%
計	4	1	5	2	0	5	0	4	1	1	8	15	46
割合	8.7%	2.2%	10.9%	4.3%	0.0%	10.9%	0.0%	8.7%	2.2%	2.2%	17.4%	32.6%	100.0%

※ 無回答は除く

海外客誘客に対する意向

- ・ 海外客誘客に対する意向は、ポジティブな意向がやや高いものの、ネガティブな意向と二極化していると捉えられる。
- ・ 今後の夏季については「特に条件はなく積極的に誘客していきたい」と「積極的に誘客していきたい」を合わせて 36.3%、冬季については 41.3%となった。
- ・ 業態別にみると、民宿やペンションでネガティブな意向を持つ施設が比較的多いことがわかる。

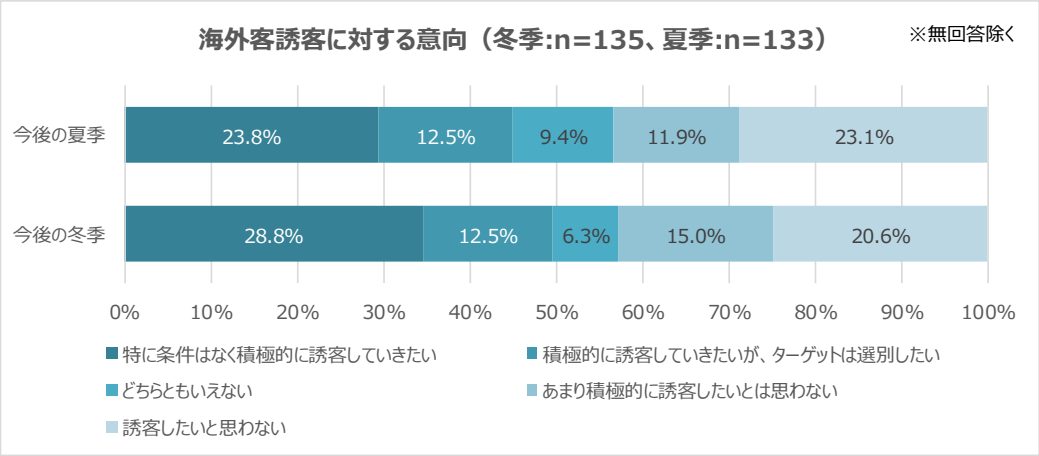


図 3-21 海外客の誘客に対する意向

表 3-26 業態別 海外客の誘客に対する意向

今後のウインターシーズン

	特に条件はなく積極的に誘客していきたい	積極的に誘客していきたいが、ターゲットは選別したい	どちらともいえない	あまり積極的に誘客したいとは思わない	誘客したいと思わない	その他	計
ホテル	7 41.2%	7 41.2%	2 11.8%	0 0.0%	1 5.9%	0 0.0%	17 100.0%
旅館	11 55.0%	2 10.0%	1 5.0%	4 20.0%	2 10.0%	0 0.0%	20 100.0%
民宿	0 0.0%	2 8.3%	4 16.7%	8 33.3%	10 41.7%	0 0.0%	24 100.0%
一棟貸施設	8 88.9%	1 11.1%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	9 100.0%
ペンション	14 26.4%	6 11.3%	2 3.8%	11 20.8%	18 34.0%	2 3.8%	53 100.0%
ゲストハウス	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 100.0%
その他	2 40.0%	1 20.0%	1 20.0%	0 0.0%	1 20.0%	0 0.0%	5 100.0%
計	46	20	10	24	33	2	135
割合	28.8%	12.5%	6.3%	15.0%	20.6%	1.3%	100.0%

今後のグリーンシーズン

	特に条件はなく積極的に誘客していきたい	積極的に誘客していきたいが、ターゲットは選別したい	どちらともいえない	あまり積極的に誘客したいとは思わない	誘客したいと思わない	その他	計
ホテル	4 25.0%	7 43.8%	3 18.8%	0 0.0%	1 6.3%	1 6.3%	16 100.0%
旅館	8 40.0%	3 15.0%	3 15.0%	2 10.0%	4 20.0%	0 0.0%	20 100.0%
民宿	0 0.0%	1 4.2%	5 20.8%	7 29.2%	11 45.8%	0 0.0%	24 100.0%
一棟貸施設	7 87.5%	1 12.5%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	8 100.0%
ペンション	14 26.9%	5 9.6%	3 5.8%	8 15.4%	19 36.5%	3 5.8%	52 100.0%
ゲストハウス	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 100.0%
その他	2 33.3%	1 16.7%	1 16.7%	1 16.7%	1 16.7%	0 0.0%	6 100.0%
計	38	20	15	19	37	4	133
割合	23.8%	12.5%	9.4%	11.9%	23.1%	2.5%	100.0%

※ 無回答は除く

(5)事業の経緯や今後について

白馬村で事業をはじめたきっかけ、理由

- ・ 回答者の 45.6%が「白馬村出身ではないが、白馬村で事業を行いたかったから」と回答しており、「親や親族の事業を継承したため」(37.5%)を上回る結果となった。
- ・ 業態別にみると、民宿や旅館では「親や親族の事業を継承」の場合が多い一方、ペンションやホテルでは、「白馬村出身ではないが白馬村で事業を行いたかった」という場合が多いことがわかる。

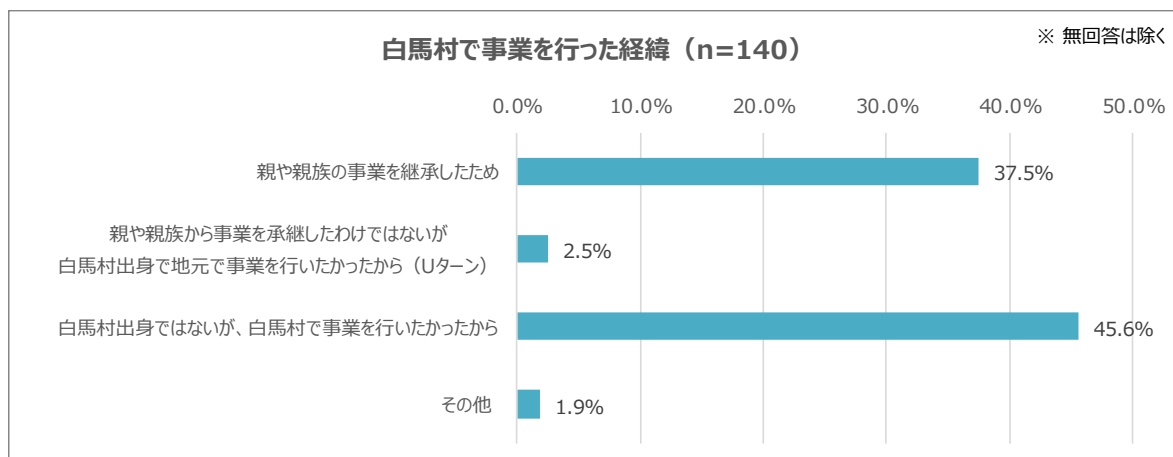


図 3-22 白馬村で事業を行った経緯

表 3-27 業態別 白馬村で事業を行った経緯

	親や親族の事業を 継承したため	親や親族から事業を承継し たわけではないが、白馬村出 身で地元で事業を行いた かったから (Uターン)	白馬村出身ではないが、 白馬村で事業を行いた かったから	その他	計
ホテル	3	0	14	0	17
	17.6%	0.0%	82.4%	0.0%	100.0%
旅館	17	0	4	1	22
	77.3%	0.0%	18.2%	4.5%	100.0%
民宿	23	1	0	0	24
	95.8%	4.2%	0.0%	0.0%	100.0%
一棟貸施設	2	1	6	1	10
	20.0%	10.0%	60.0%	10.0%	100.0%
ペンション	10	0	43	1	54
	18.5%	0.0%	79.6%	1.9%	100.0%
ゲストハウス	1	0	0	0	1
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
その他	0	2	4	0	6
	0.0%	33.3%	66.7%	0.0%	100.0%
計	60	4	73	3	140
割合	37.5%	2.5%	45.6%	1.9%	100.0%

※ 無回答は除く

白馬村で事業を行った理由

- ・ 親や親族の事業を継承した場合以外の施設に、白馬村で事業を行った理由をうかがった。
- ・ 白馬村で事業を行った理由としては「居住環境として魅力があるため（山岳環境等）」がトップ（51.3%）となり、ついで「もともと好きな地域だったから」と「観光地としてのポテンシャルを感じたため」が41.3%で並んだ。
- ・ 事業性はもちろんであるが、居住環境としての魅力、地域としての魅力があることが、創業や事業承継においては重要なポイントとなることがうかがえる。

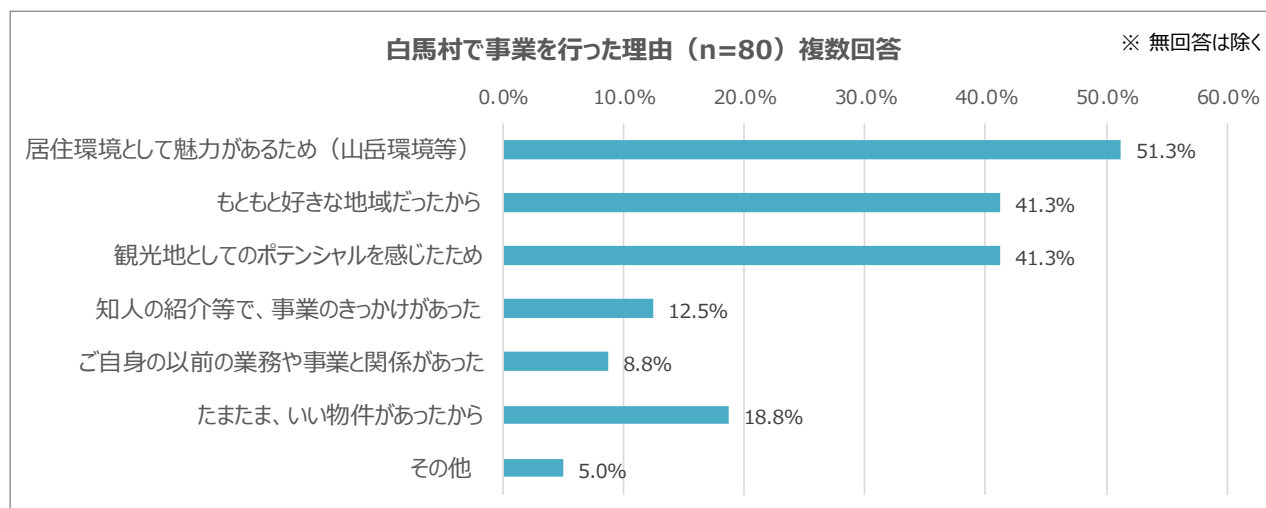


図 3-23 白馬村で事業を行った理由

表 3-28 業態別 白馬村で事業を行った理由（複数回答）

	居住環境として魅力があるため（山岳環境等）	もともと好きな地域だったから	観光地としてのポテンシャルを感じたため	知人の紹介等で、事業のきっかけがあった	ご自身の以前の業務や事業と関係があった	たまたま、いい物件があったから	その他	サンプル数
ホテル	7 50.0%	7 50.0%	8 57.1%	2 14.3%	2 14.3%	2 14.3%	0 0.0%	14 100.0%
旅館	1 20.0%	0 0.0%	4 80.0%	0 0.0%	1 20.0%	2 40.0%	0 0.0%	5 100.0%
民宿	0 0.0%	1 100.0%	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 100.0%
一棟貸施設	6 75.0%	6 75.0%	3 37.5%	1 12.5%	2 25.0%	1 12.5%	1 12.5%	8 100.0%
ペンション	24 54.5%	16 36.4%	15 34.1%	6 13.6%	1 2.3%	10 22.7%	3 6.8%	44 100.0%
ゲストハウス	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
その他	3 50.0%	3 50.0%	2 33.3%	1 16.7%	1 16.7%	0 0.0%	0 0.0%	6 100.0%
計	41	33	33	10	7	15	4	80
割合	51.3%	41.3%	41.3%	12.5%	8.8%	18.8%	5.0%	100.0%

※ 無回答は除く

施設の営業開始時期

- ・ 白馬村で営業を開始する施設数は 1970 年代から 1990 年にかけて大きく伸びていたことがうかがえる。業態別の内訳から、当該時期には特にペンションの営業開始が多かったことがわかる。
- ・ また近年では、一棟貸施設の開業も増加傾向であることがうかがえる。
- ・ 宿泊施設の開業は 1981 年以降右肩下がりとなっていたが、2011 年以降、回復傾向にある。ここにはインバウンド客の増加が影響していると推察される。

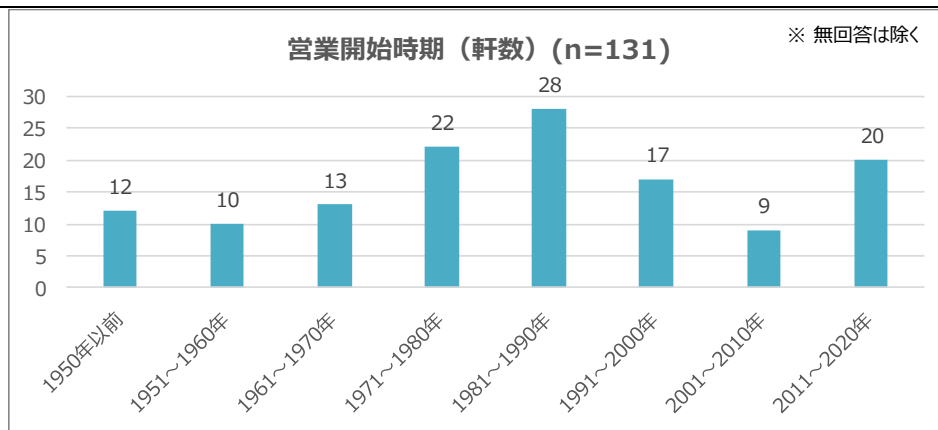


図 3-24 営業開始年時期

表 3-29 業態別 営業開始時期 施設数

営業開始時期（年）	ホテル	旅館	民宿	一棟貸施設	ペンション	ゲストハウス	その他	計
1950年以前	1	8	2	0	1	0	0	12
1951~1960年	1	2	6	0	1	0	0	10
1961~1970年	1	1	9	0	1	0	0	13
1971~1980年	4	3	3	1	10	0	0	22
1981~1990年	0	2	1	1	22	0	1	28
1991~2000年	2	3	1	2	8	0	1	17
2001~2010年	2	0	0	2	4	0	1	9
2011~2020年	5	2	0	4	5	1	3	20
2021~年	0	0	0	0	0	0	0	0

※ 無回答は除く

施設の事業承継、リニューアル時期

- ・ 事業承継の時期としては、2011 年以降が最も多く、同時期のリニューアル件数も多くなっている。
- ・ また、リニューアル件数に関しては 1991～2000 年の間で多くっており、1998 年の長野オリンピックの影響があると考えられる。

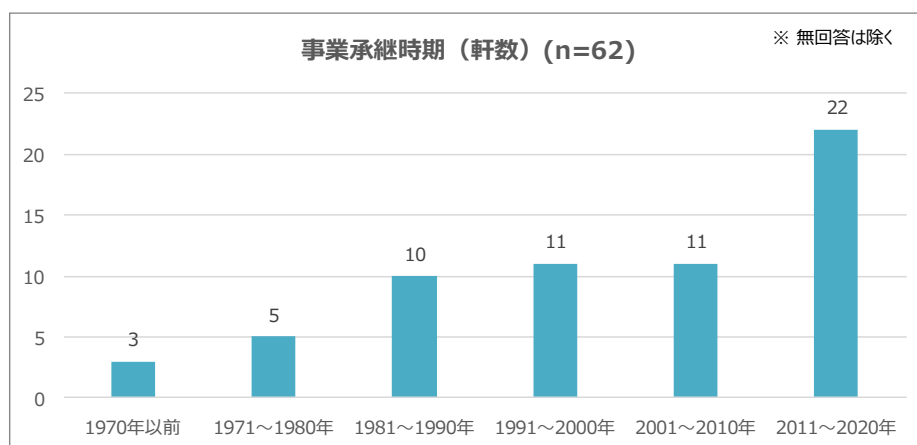


図 3-25 施設の事業承継の時期

表 3-30 業態別 施設の事業承継時期

事業承継時期（年）	ホテル	旅館	民宿	一棟貸施設	ペンション	ゲストハウス	その他	計
1970年以前	0	1	0	0	1	0	0	3
1971～1980年	0	2	3	0	0	0	0	5
1981～1990年	1	3	3	1	2	0	0	10
1991～2000年	0	2	4	0	4	0	0	11
2001～2010年	2	2	5	0	2	0	0	11
2011～2020年	4	4	5	1	6	0	1	22
2021～年	0	0	0	0	0	0	0	0

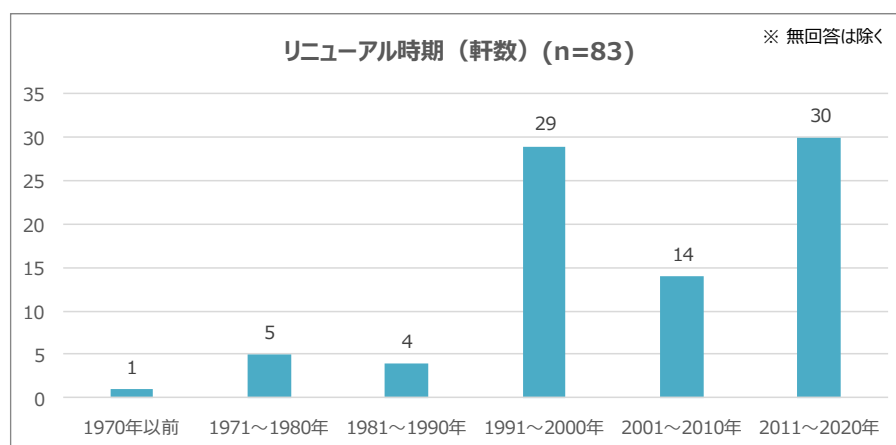


図 3-26 施設のリニューアル時期

表 3-31 業態別 施設のリニューアル時期

リニューアル時期（年）	ホテル	旅館	民宿	一棟貸施設	ペンション	ゲストハウス	その他	計
1970年以前	0	1	0	0	0	0	0	1
1971～1980年	0	1	3	0	1	0	0	5
1981～1990年	1	1	1	0	0	0	0	4
1991～2000年	1	9	10	1	7	0	0	29
2001～2010年	1	2	4	0	7	0	0	14
2011～2020年	9	3	1	2	13	1	1	30
2021～年	0	0	0	0	0	0	0	0

経営の向上・改善のための取組み

- ・ 経営の向上や改善のための取組みとしては、「アナログからデジタルでの管理への移行」「サービス品質の改善による単価の向上」「営業規模の見直し」がそれぞれ 27.8%で最も高い割合となった。
- ・ 次いで、「定例業務の見直し（オペレーションの最適化）」や「販売チャネルの見直し」（それぞれ 18.5%）が挙げられる。
- ・ 業態別にみると、ホテルでは上述の項目をはじめ、積極的に取り組んでいることがわかる。
- ・ 民宿では、「営業規模の見直し」が 46.4%と他業態を大きく上回る。

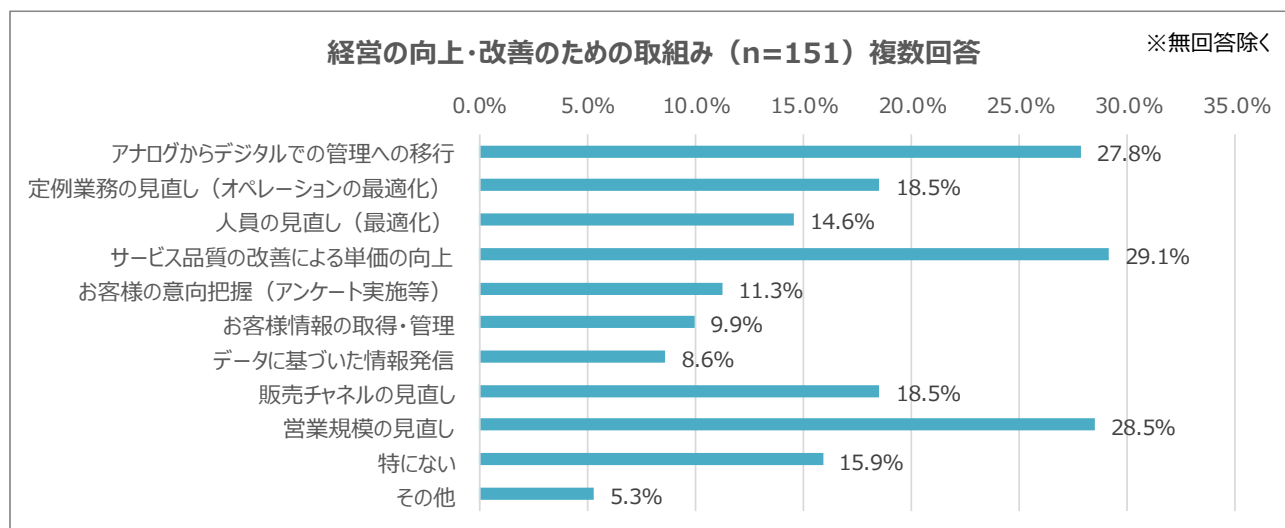


図 3-27 経営向上・改善のための取り組み

表 3-32 業態別 経営向上・改善のための取り組み（複数回答）

	アナログからデジタルでの管理への移行	定例業務の見直し（オペレーションの最適化）	人員の見直し（最適化）	サービス品質の改善による単価の向上	お客様の意向把握（アンケート実施等）	お客様情報の取得・管理	データに基づいた情報発信	販売チャネルの見直し	営業規模の見直し	特にない	その他	計
ホテル	9 45.0%	9 45.0%	8 40.0%	11 55.0%	1 5.0%	5 25.0%	3 15.0%	7 35.0%	3 15.0%	0 0.0%	0 0.0%	56
旅館	11 42.3%	4 15.4%	4 15.4%	10 38.5%	4 15.4%	3 11.5%	3 11.5%	5 19.2%	10 38.5%	2 7.7%	1 3.8%	57
民宿	6 21.4%	4 14.3%	4 14.3%	4 14.3%	2 7.1%	1 3.6%	2 7.1%	2 7.1%	13 46.4%	4 14.3%	0 0.0%	42
一棟貸施設	2 18.2%	3 27.3%	2 18.2%	3 27.3%	2 18.2%	1 9.1%	1 9.1%	5 45.5%	2 18.2%	1 9.1%	0 0.0%	22
ペンション	14 24.1%	8 13.8%	4 6.9%	14 24.1%	7 12.1%	5 8.6%	4 6.9%	8 13.8%	15 25.9%	15 25.9%	4 6.9%	98
ゲストハウス	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%	2
その他	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 33.3%	1 16.7%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 33.3%	2 33.3%	7
計	42	28	22	44	17	15	13	28	43	24	8	284
割合	27.8%	18.5%	14.6%	29.1%	11.3%	9.9%	8.6%	18.5%	28.5%	15.9%	5.3%	

※ 無回答は除く

事業継続のための課題

- ・ 事業継続のための課題としては、「感染症対策対応」（47.0%）と最も高く、次いで「新たな顧客の確保」（43.7%）、「販路の開拓・確保」（37.1%）となった。
- ・ 感染症対策については、特に旅館や民宿、ペンションで課題認識が高くなっている。

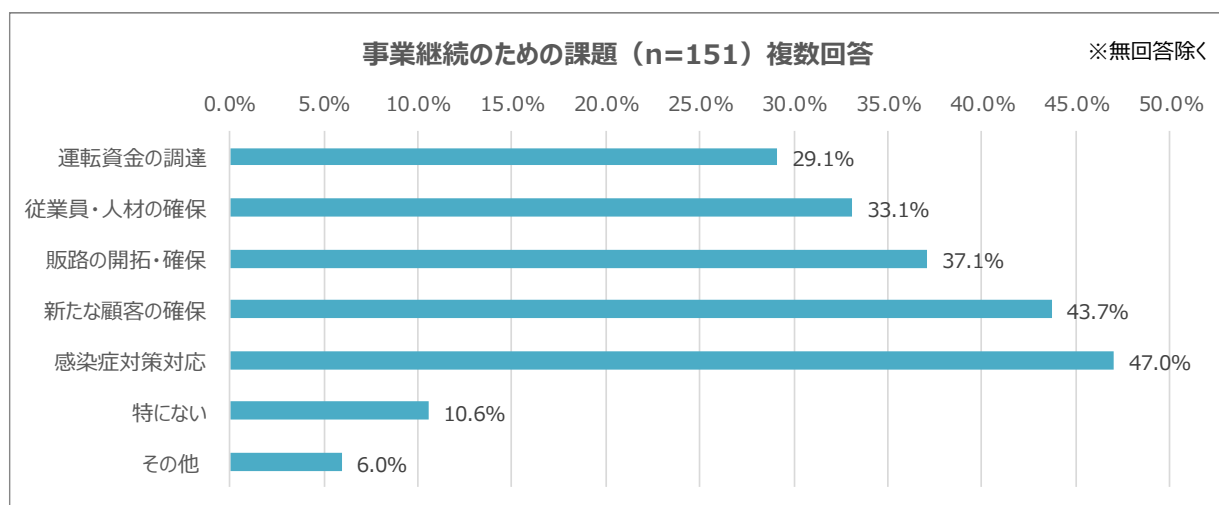


図 3-28 事業継続のための課題

表 3-33 業態別 事業継続のための課題（複数回答）

	運転資金の 調達	従業員・人 材の確保	販路の開 拓・確保	新たな顧客 の確保	感染症対策 対応	特にない	その他	計
ホテル	8	13	7	12	8	0	1	49
	40.0%	65.0%	35.0%	60.0%	40.0%	0.0%	5.0%	
旅館	9	14	9	12	13	1	1	59
	34.6%	53.8%	34.6%	46.2%	50.0%	3.8%	3.8%	
民宿	8	5	8	10	13	2	2	48
	28.6%	17.9%	28.6%	35.7%	46.4%	7.1%	7.1%	
一棟貸施設	1	3	7	6	4	0	0	21
	9.1%	27.3%	63.6%	54.5%	36.4%	0.0%	0.0%	
ペンション	15	13	19	22	27	11	3	110
	25.9%	22.4%	32.8%	37.9%	46.6%	19.0%	5.2%	
ゲストハウス	1	0	1	1	0	0	0	3
	50.0%	0.0%	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	
その他	1	2	3	1	3	1	1	12
	16.7%	33.3%	50.0%	16.7%	50.0%	16.7%	16.7%	
計	44	50	56	66	71	16	9	312
割合	29.1%	33.1%	37.1%	43.7%	47.0%	10.6%	6.0%	

※ 無回答は除く

今後の事業継続に対する意向

- ・ 今後の事業継続に関しては、「このまま自身で経営継続したい」が 60.3%で最も高い割合となった。
- ・ 旅館、民宿、ペンションの一部では、「廃業したいが土地建物は保持希望」、「廃業・売却希望」もみられる。

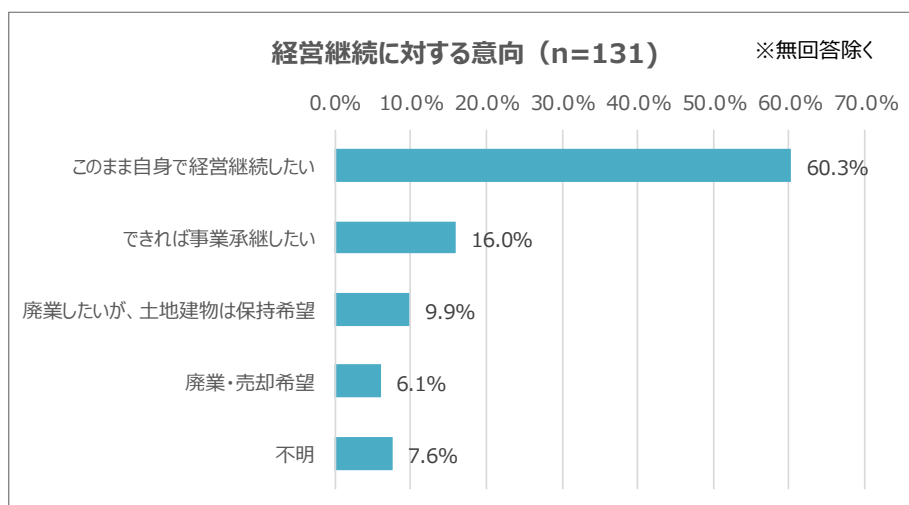


図 3-29 今後の事業継続に対する意向

表 3-34 業態別 今後の事業継続に対する意向

	このまま自身で経営継続したい	できれば事業承継したい	廃業したいが、土地建物は保持希望	廃業・売却希望	不明	計
ホテル	15 88.2%	2 11.8%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	17 100.0%
旅館	9 45.0%	4 20.0%	3 15.0%	1 5.0%	3 15.0%	20 100.0%
民宿	10 41.7%	5 20.8%	5 20.8%	3 12.5%	1 4.2%	24 100.0%
一棟貸施設	9 90.0%	1 10.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	10 100.0%
ペンション	30 60.0%	7 14.0%	4 8.0%	4 8.0%	5 10.0%	50 100.0%
ゲストハウス	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 100.0%
その他	5 83.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 16.7%	6 100.0%
計	79	21	13	8	10	131
割合	60.3%	16.0%	9.9%	6.1%	7.6%	100.0%

※ 無回答は除く

事業承継や売却の状況

- ・ 「できれば事業承継をしたい」「廃業・売却希望」という施設に、事業承継や売却の状況をうかがったところ、具体的な動きを始めている施設は、「承継先、売却先が決まっている」(37.5%)と「探しているが、まだ決まっていない」(20.8%)施設を合わせて 58.3%となり、37.5%の施設では、まだ具体的には検討を始めている、という状況である。

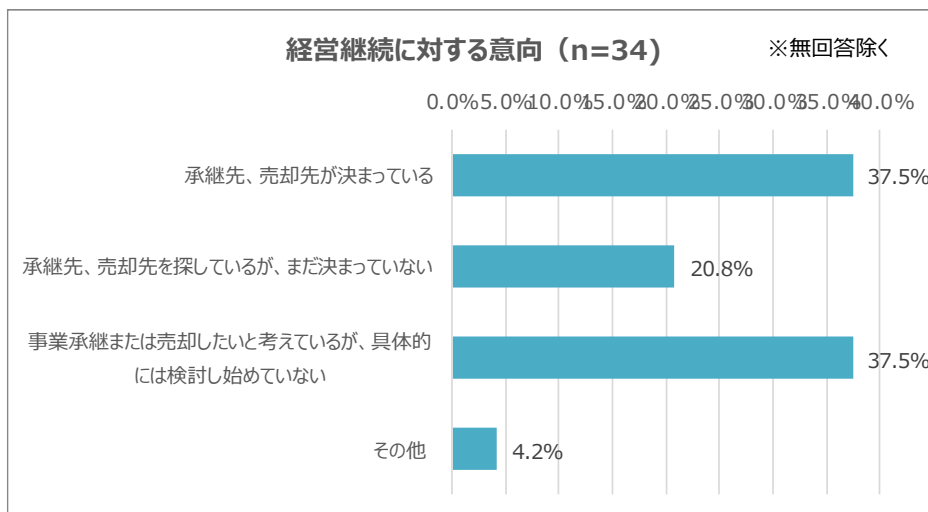


表 3-35 業態別 事業承継や売却の状況

	承継先、売却先が 決まっている	承継先、売却先を探 しているが、まだ決 まっていない	事業承継または売却 したいと考えている が、具体的には検討	その他	計
ホテル	1 50.0%	0 0.0%	1 50.0%	0 0.0%	2 100.0%
旅館	2 50.0%	1 25.0%	1 25.0%	0 0.0%	4 100.0%
民宿	1 14.3%	1 14.3%	4 57.1%	1 14.3%	7 100.0%
一棟貸施設	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 100.0%
ペンション	4 40.0%	3 30.0%	3 30.0%	0 0.0%	10 100.0%
ゲストハウス	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
その他	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%
計	9	5	9	1	24
割合	37.5%	20.8%	37.5%	4.2%	100.0%

※ 無回答は除く

事業承継先、又は売却先の条件

- ・ 「できれば事業承継をしたい」「廃業・売却希望」という施設に、事業承継先、または売却先の条件をうかがったところ、「自分の子供」が他と差をつけて高く 55.6%となった。
- ・ 「自分の子供」以外では、親族や地元の人、または知人よりも、「信頼できる運営会社」(14.8%)が挙げられている。

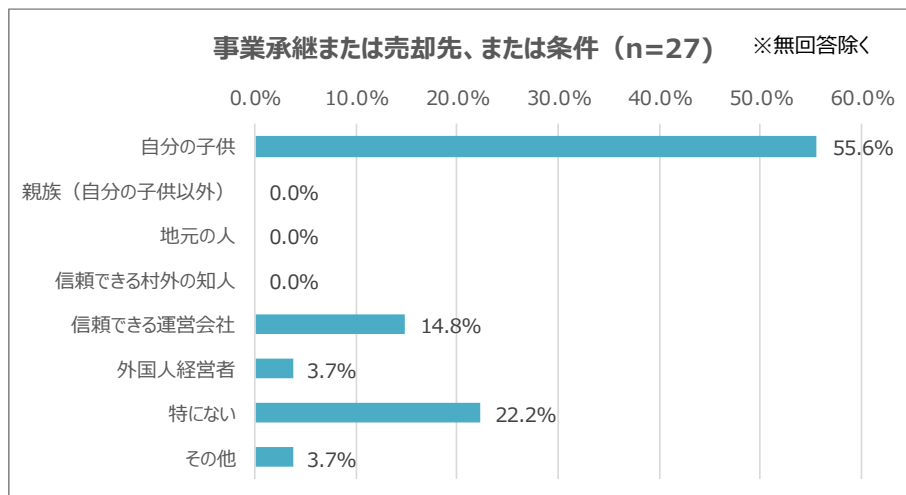


図 3-31 事業承継、または売却先の条件

表 3-36 業態別 事業承継や売却先または条件

	自分の子供	親族 (自分の子供以外)	地元の人	信頼できる村外の知人	信頼できる運営会社	外国人経営者	特にない	その他	計
ホテル	2	0	0	0	0	0	0	0	2
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
旅館	3	0	0	0	2	0	0	0	5
	60.0%	0.0%	0.0%	0.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
民宿	3	0	0	0	1	1	1	0	6
	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	16.7%	16.7%	16.7%	0.0%	100.0%
一棟貸施設	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
ペンション	5	0	0	0	1	0	4	1	11
	45.5%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	0.0%	36.4%	9.1%	100.0%
ゲストハウス	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
その他	0	0	0	0	0	0	0	0	0
	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%
計	15	0	0	0	4	1	6	1	27
割合	55.6%	0.0%	0.0%	0.0%	14.8%	3.7%	22.2%	3.7%	

※ 無回答は除く

(6)新型コロナウイルス感染症の影響

2020 年度上半期（4 月～9 月）の売上前年比

- ・ 新型コロナウイルス感染症の影響を受け、2020 年度上半期（4～9 月）の売上前年比は、10%以下となった施設が最も多く回答施設の 43.7%(52 施設)となった。
- ・ ホテルをはじめ一部の施設では売上減を抑えられていたことも確認できるが、多くの施設で厳しい状況であったことがわかる。

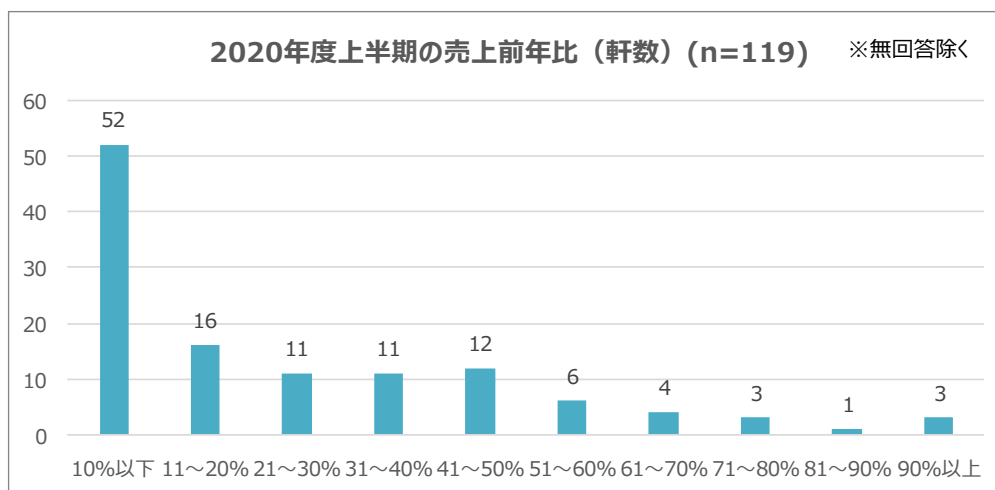


図 3-32 2020 年度上半期の売り上げ前年比

表 3-37 業態別 2020 年度上半期の売り上げ前年比別

2020年度上半期（4～9月）の売上の前年比（%）	ホテル	旅館	民宿	一棟貸施設	ペンション	ゲストハウス	その他	計
10%以下	5	9	17	0	20	0	1	52
11～20%	2	5	2	0	6	0	1	16
21～30%	1	2	1	1	5	0	1	11
31～40%	3	1	0	3	4	0	0	11
41～50%	2	2	2	1	5	0	0	12
51～60%	1	0	1	1	3	0	0	6
61～70%	1	0	0	0	2	0	1	4
71～80%	1	0	1	0	1	0	0	3
81～90%	0	0	0	0	1	0	0	1
90%以上	1	0	1	1	0	0	0	3

※ 無回答は除く

2020 年 11 月～12 月時点での営業状況（新型コロナウイルス感染の影響を受けて）

- 新型コロナウイルスの影響があるなか、2020 年 11 月～12 月の営業状況を伺ったところ、45.5%の施設では「通常営業している」、「限定的に営業している」施設は 33.6%、「休業中」の施設は 17.2%であった。

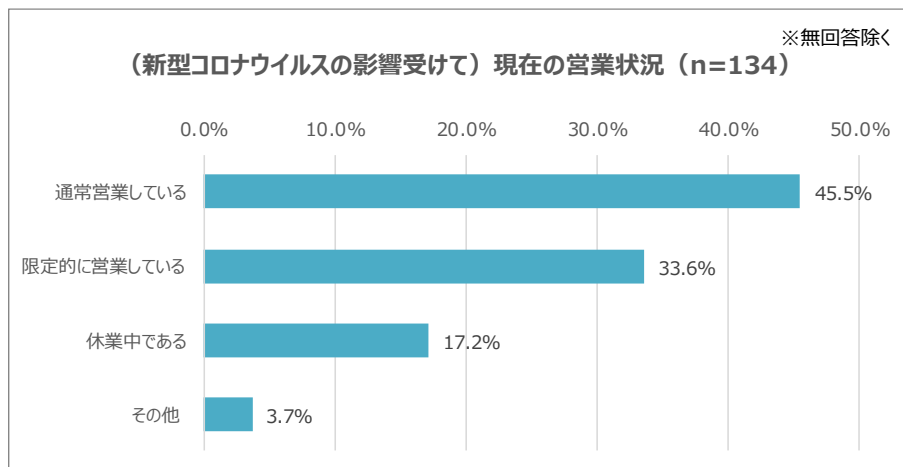


図 3-33 現在の営業状況

表 3-38 業態別 現在の営業状況

	通常営業している	限定的に営業している	休業中である	その他	計
ホテル	7	4	5	1	17
	41.2%	23.5%	29.4%	5.9%	100.0%
旅館	8	12	1	0	21
	38.1%	57.1%	4.8%	0.0%	100.0%
民宿	7	9	9	0	25
	28.0%	36.0%	36.0%	0.0%	100.0%
一棟貸施設	6	2	0	1	9
	66.7%	22.2%	0.0%	11.1%	100.0%
ペンション	28	15	6	3	52
	53.8%	28.8%	11.5%	5.8%	100.0%
ゲストハウス	1	0	0	0	1
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
その他	2	3	1	0	6
	33.3%	50.0%	16.7%	0.0%	100.0%
計	61	45	23	5	134
割合	45.5%	33.6%	17.2%	3.7%	100.0%

※ 無回答は除く

(7)自身の事業への意向

自身の事業に対するやりがい

- ・ 自身の事業に対するやりがいを感じている割合は 61.1%である一方、「どちらともいえない」という回答も比較的高い割合となった(32.1%)。
- ・ 業態別にみると、民宿で、「どちらともいえない」や「あまりやりがいは感じられない」が比較的高い割合となっている。

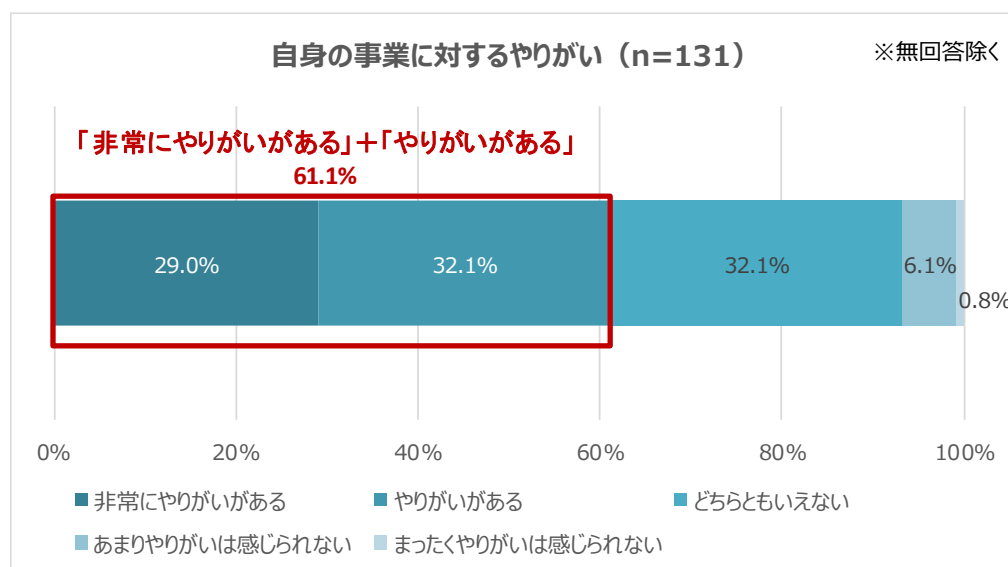


図 3-34 自身の事業のやりがい

表 3-39 業態別 自身の事業のやりがい

	非常にやりがいがある	やりがいがある	どちらともいえない	あまりやりがいは感じられない	まったくやりがいは感じられない	計
ホテル	10	4	2	0	0	16
	62.5%	25.0%	12.5%	0.0%	0.0%	100.0%
旅館	7	7	4	2	0	20
	35.0%	35.0%	20.0%	10.0%	0.0%	100.0%
民宿	2	4	14	4	1	25
	8.0%	16.0%	56.0%	16.0%	4.0%	100.0%
一棟貸施設	5	5	0	0	0	10
	50.0%	50.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
ペンション	12	17	20	2	0	51
	23.5%	33.3%	39.2%	3.9%	0.0%	100.0%
ゲストハウス	0	1	0	0	0	1
	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
その他	1	3	1	0	0	5
	20.0%	60.0%	20.0%	0.0%	0.0%	100.0%
計	38	42	42	8	1	131
割合	29.0%	32.1%	32.1%	6.1%	0.8%	100.0%

※ 無回答は除く

次世代への事業承継に対する意向

- ・ 次世代への事業承継に対する意向をうかがったところ、「とてもそう思う」「そう思う」を合わせて 24.4%となり、「どちらともいえない」といった意向が 38.2%と最も高い割合となった。
- ・ 業態別でみると、民宿やペンションで、ネガティブな意向が高くなっている。

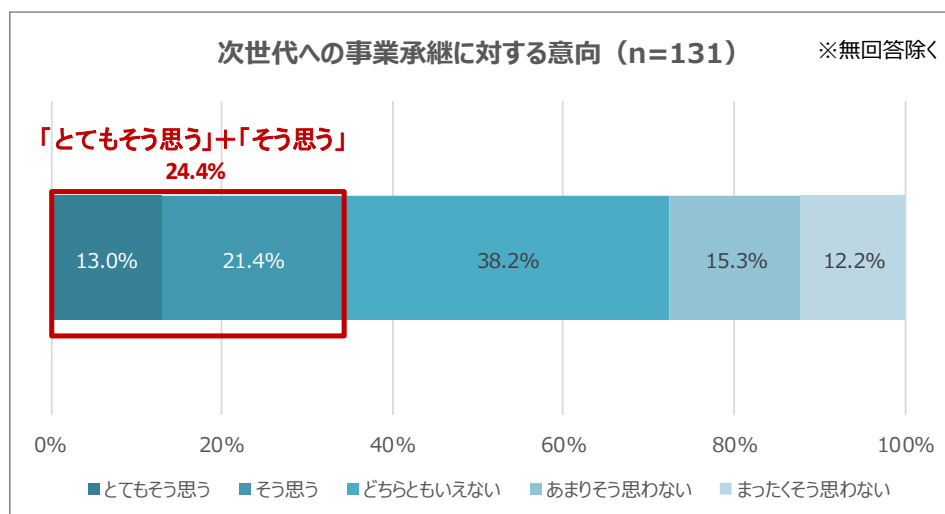


図 3-35 次世代への事業承継に対する意向

表 3-40 業態別 次世代への事業承継に対する意向

	とてもそう思う	そう思う	どちらともいえない	あまりそう思わない	まったくそう思わない	計
ホテル	7	2	5	1	1	16
	43.8%	12.5%	31.3%	6.3%	6.3%	100.0%
旅館	3	3	8	4	0	18
	16.7%	16.7%	44.4%	22.2%	0.0%	100.0%
民宿	1	3	10	6	5	25
	4.0%	12.0%	40.0%	24.0%	20.0%	100.0%
一棟貸施設	2	5	2	1	0	10
	20.0%	50.0%	20.0%	10.0%	0.0%	100.0%
ペンション	4	9	21	8	10	52
	7.7%	17.3%	40.4%	15.4%	19.2%	100.0%
ゲストハウス	0	0	1	0	0	1
	0.0%	0.0%	100.0%	0.0%	0.0%	100.0%
その他	0	5	1	0	0	6
	0.0%	83.3%	16.7%	0.0%	0.0%	100.0%
計	17	28	50	20	16	131
割合	13.0%	21.4%	38.2%	15.3%	12.2%	100.0%

※ 無回答は除く

(8)白馬村に関する観光関連情報の収集

白馬村（観光課や観光局等）が取り組んでいる観光関連の情報の認知

- ・ 白馬村が取り組んでいる観光関連の情報については、知っている方だと思（「十分知っている方だと思
う」＋「知っている方だと思」）と知らない方だと思（「あまり知らない方だと思」＋「知らない方だと思
う」）が同程度となった。

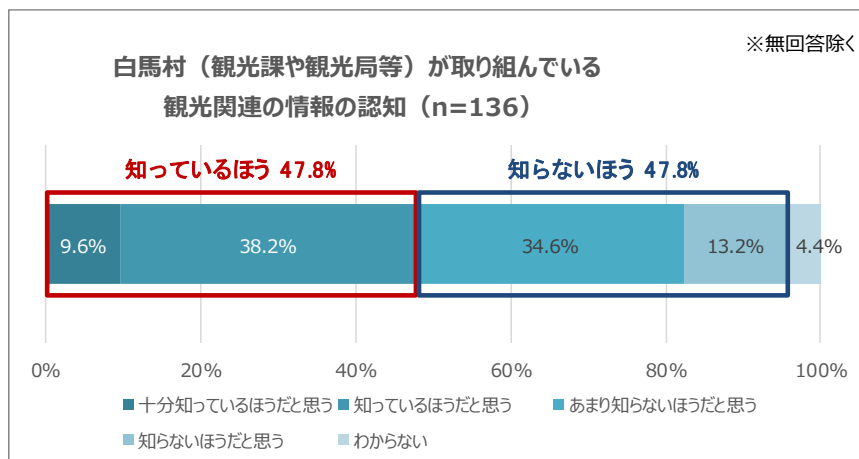


図 3-36 白馬村が取り組んでいる観光関連の情報の認知

表 3-41 業態別 白馬村が取り組んでいる観光関連の情報の認知

	十分知っている ほうだと思	知っているほう だと思	あまり知らないほう だと思	知らないほう だと思	わからない	その他	計
ホテル	2 11.8%	9 52.9%	6 35.3%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	17 100.0%
旅館	3 14.3%	7 33.3%	8 38.1%	2 9.5%	1 4.8%	0 0.0%	21 100.0%
民宿	2 8.0%	8 32.0%	9 36.0%	4 16.0%	2 8.0%	0 0.0%	25 100.0%
一棟貸施設	0 0.0%	3 30.0%	4 40.0%	3 30.0%	0 0.0%	0 0.0%	10 100.0%
ペンション	5 9.4%	21 39.6%	17 32.1%	7 13.2%	3 5.7%	0 0.0%	53 100.0%
ゲストハウス	0 0.0%	1 100.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 100.0%
その他	1 16.7%	3 50.0%	0 0.0%	2 33.3%	0 0.0%	0 0.0%	6 100.0%
計	13	52	47	18	6	0	136
割合	9.6%	38.2%	34.6%	13.2%	4.4%	0.0%	100.0%

※ 無回答は除く

普段の白馬村に関する観光関連情報の収集方法

- ・ 普段の白馬村に関する観光関連情報の収集方法としては、「白馬村観光課や観光局、HakubaValleyTourism の公式サイトや公式 Facebook」の利用(47.7%)、及び「地区の観光協会や旅館組合経由」(45.7%)、「白馬村の観光局や Hakuba Valley Tourism からの配信メール」(44.4%)が高い割合となった。

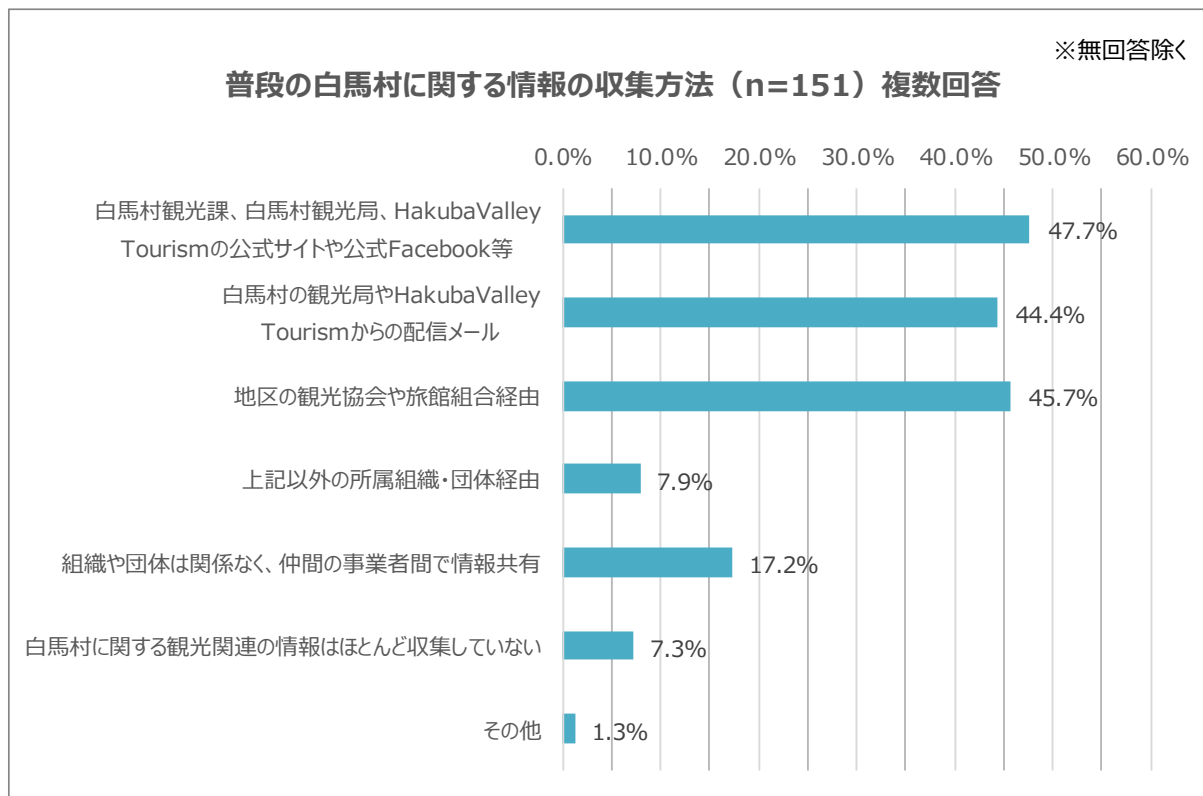


図 3-37 普段の白馬村に関する観光関連情報の収集方法

表 3-42 業態別 普段の白馬村に関する観光関連情報の収集方法(複数回答)

	白馬村観光課、白馬村観光局、HakubaValley Tourismの公式サイトや公式Facebook等	白馬村の観光局やHakubaValley Tourismからの配信メール	地区の観光協会や旅館組合経由	上記以外の所属組織・団体経由	組織や団体は関係なく、仲間の事業者間で情報共有	白馬村に関する観光関連の情報はほとんど収集していない	その他	計
ホテル	12 60.0%	10 50.0%	9 45.0%	1 5.0%	4 20.0%	0 0.0%	0 0.0%	36 —
旅館	9 34.6%	13 50.0%	17 65.4%	5 19.2%	4 15.4%	2 7.7%	0 0.0%	50 —
民宿	11 39.3%	8 28.6%	19 67.9%	0 0.0%	3 10.7%	1 3.6%	0 0.0%	42 —
一棟貸施設	7 63.6%	6 54.5%	3 27.3%	0 0.0%	3 27.3%	2 18.2%	0 0.0%	21 —
ペンション	30 51.7%	27 46.6%	18 31.0%	5 8.6%	11 19.0%	5 8.6%	2 3.4%	98 —
ゲストハウス	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	0 0.0%	1 50.0%	0 0.0%	0 0.0%	2 —
その他	2 33.3%	3 50.0%	3 50.0%	1 16.7%	0 0.0%	1 16.7%	0 0.0%	10 —
計	72	67	69	12	26	11	2	259
割合	47.7%	44.4%	45.7%	7.9%	17.2%	7.3%	1.3%	

※ 無回答は除く

白馬村(観光課や観光局等)からの情報提供について望ましい方法と頻度

- ・ 白馬村からの情報提供の方法については、情報窓口を統一し、情報がある度に配信されることが望まれていることがわかる。
- ・ また、それらをスマートフォンやタブレット等で閲覧可能な方法で提供することに対するニーズも高い。

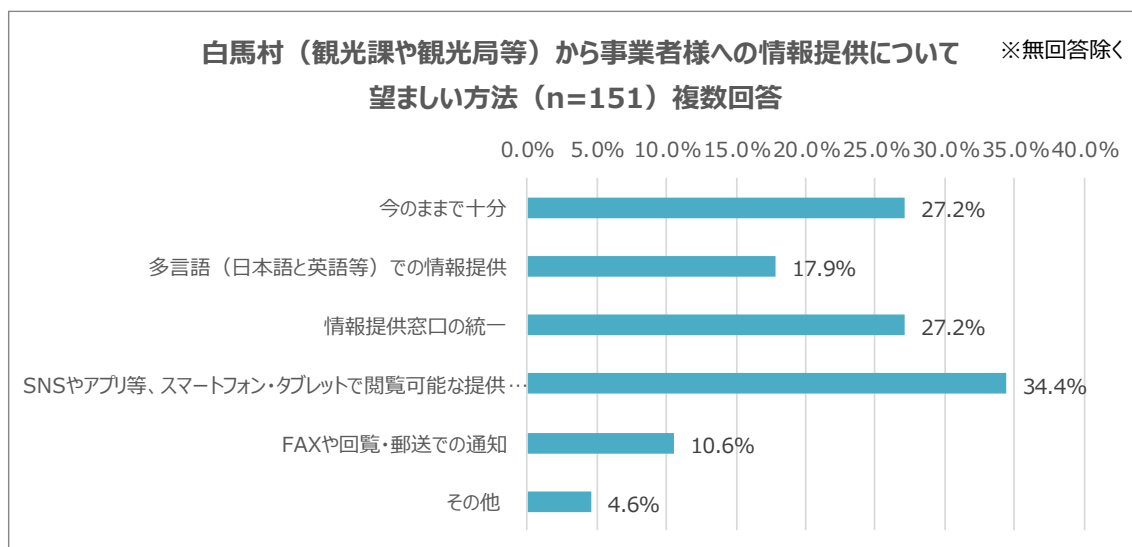


図 3-38 白馬村からの情報提供について望ましい方法

表 3-43 業態別 白馬村からの情報提供について望ましい方法（複数回答）

	今のままで十分	多言語（日本語と英語等）での情報提供	情報提供窓口の統一	SNSやアプリ等、スマートフォン・タブレットで閲覧可能な提供方法	FAXや回覧・郵送での通知	その他	計
ホテル	4	8	5	8	1	0	26
	20.0%	40.0%	25.0%	40.0%	5.0%	0.0%	—
旅館	6	3	8	8	5	2	32
	23.1%	11.5%	30.8%	30.8%	19.2%	7.7%	—
民宿	8	1	7	8	5	0	29
	28.6%	3.6%	25.0%	28.6%	17.9%	0.0%	—
一棟貸施設	2	4	4	4	1	1	16
	18.2%	36.4%	36.4%	36.4%	9.1%	9.1%	—
ペンション	18	10	14	22	4	4	72
	31.0%	17.2%	24.1%	37.9%	6.9%	6.9%	—
ゲストハウス	0	0	0	1	0	0	1
	0.0%	0.0%	0.0%	50.0%	0.0%	0.0%	—
その他	3	1	3	1	0	0	8
	50.0%	16.7%	50.0%	16.7%	0.0%	0.0%	—
計	41	27	41	52	16	7	184
割合	27.2%	17.9%	27.2%	34.4%	10.6%	4.6%	

※ 無回答は除く

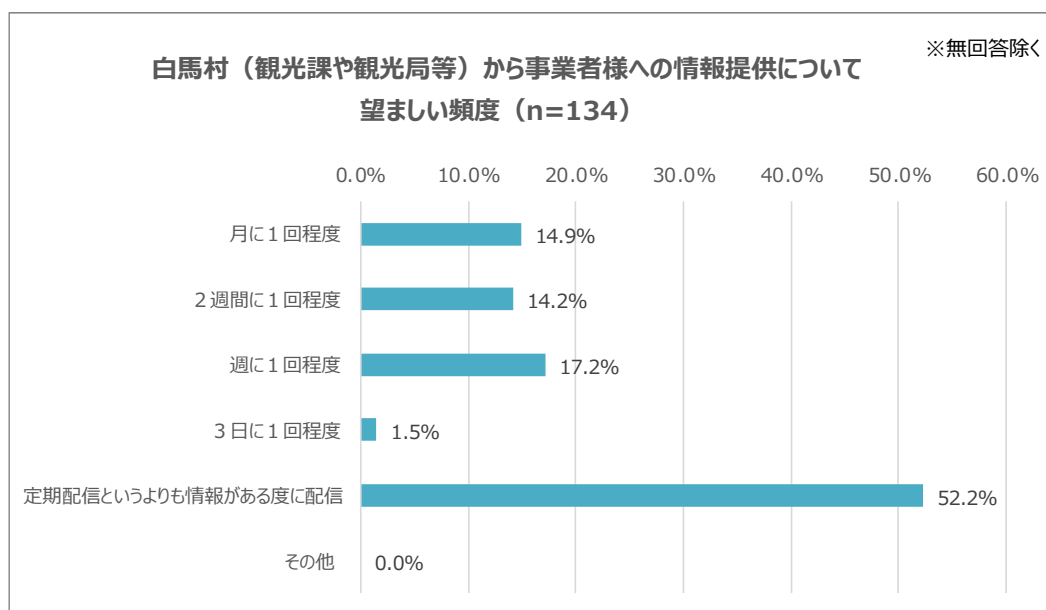


図 3-39 白馬村からの情報提供について望ましい頻度

表 3-44 業態別 白馬村からの情報提供について望ましい頻度（複数回答）

	月に1回程度	2週間に1回程度	週に1回程度	3日に1回程度	定期配信というよりも情報がある度に配信	その他	計
ホテル	4	2	2	0	8	0	16
	25.0%	12.5%	12.5%	0.0%	50.0%	0.0%	100.0%
旅館	1	1	4	0	14	0	20
	5.0%	5.0%	20.0%	0.0%	70.0%	0.0%	100.0%
民宿	4	1	5	1	13	0	24
	16.7%	4.2%	20.8%	4.2%	54.2%	0.0%	100.0%
一棟貸施設	2	0	2	0	6	0	10
	20.0%	0.0%	20.0%	0.0%	60.0%	0.0%	100.0%
ペンション	7	13	10	1	21	0	52
	13.5%	25.0%	19.2%	1.9%	40.4%	0.0%	100.0%
ゲストハウス	1	0	0	0	0	0	1
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
その他	0	1	0	0	4	0	5
	0.0%	20.0%	0.0%	0.0%	80.0%	0.0%	100.0%
計	19	18	23	2	66	0	134
割合	14.2%	13.4%	17.2%	1.5%	49.3%	0.0%	100.0%

※ 無回答は除く

白馬村(観光課や観光局等)の情報提供で欲しい情報

- ・ 白馬村から提供してほしい情報としては「事業者向けの助成事業・補助事業等の情報」(71.2%)が最も高く、次いで「村内・近隣エリアの施設・店舗の最新の営業状況や新規開店情報」(67.4%)、「イベント・セミナー等の情報」(62.9%)となった。

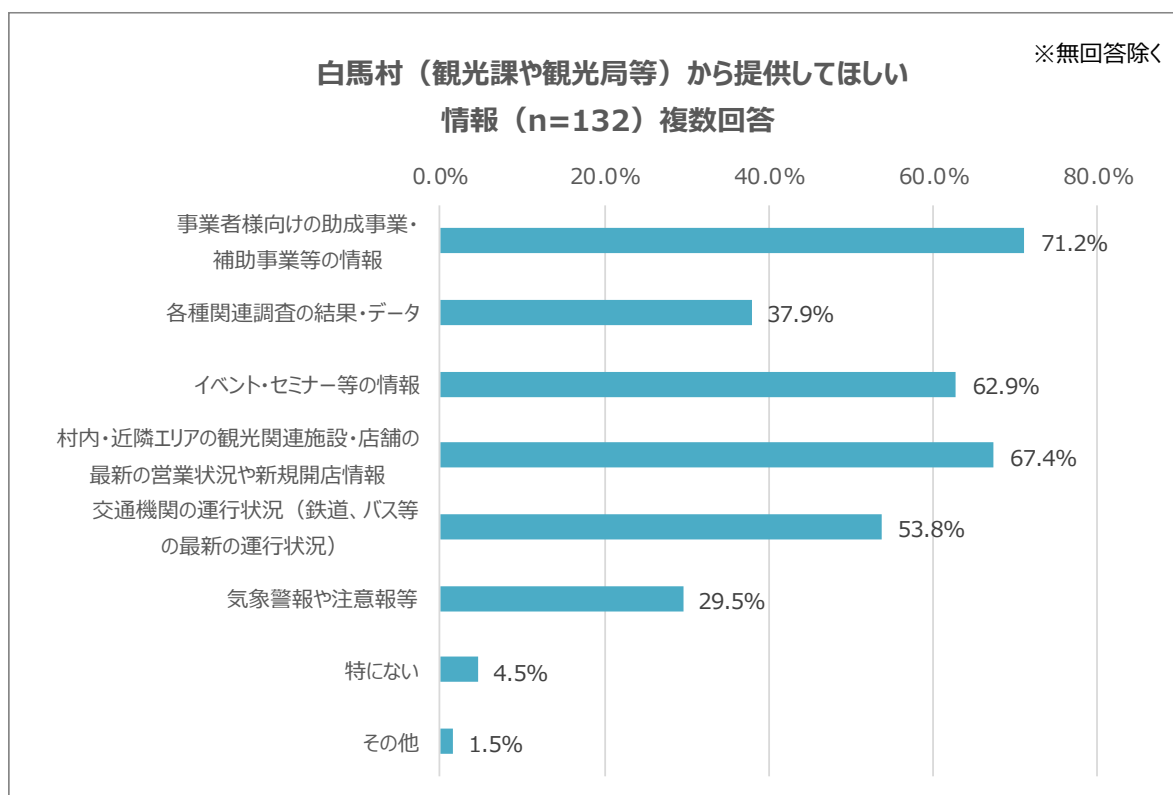


図 3-40 白馬村からの情報提供で欲しい情報

表 3-45 業態別 白馬村からの情報提供で欲しい情報

	事業者様向けの 助成事業・補助 事業等の情報	各種関連調査 の結果・データ	イベント・セミナー 等の情報	村内・近隣エリアの 観光関連施設・店 舗の最新の営業状 況や新規開店情報	交通機関の運行 状況（鉄道、バス 等の最新の運行 状況）	気象警報や 注意報等	特にない	その他	計
ホテル	12	9	10	11	10	7	1	0	60
	75.0%	56.3%	62.5%	68.8%	62.5%	43.8%	6.3%	0.0%	—
旅館	15	11	15	15	12	10	1	0	79
	71.4%	52.4%	71.4%	71.4%	57.1%	47.6%	4.8%	0.0%	—
民宿	16	5	13	13	12	2	1	0	62
	69.6%	21.7%	56.5%	56.5%	52.2%	8.7%	4.3%	0.0%	—
一棟貸施設	7	4	7	7	4	3	0	1	33
	63.6%	36.4%	63.6%	63.6%	36.4%	27.3%	0.0%	9.1%	—
ペンション	33	16	31	31	28	11	3	1	154
	61.1%	29.6%	57.4%	57.4%	51.9%	20.4%	5.6%	1.9%	—
ゲストハウス	1	0	0	0	0	0	0	0	1
	100.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	—
その他	6	3	4	6	2	4	0	0	25
	100.0%	50.0%	66.7%	100.0%	33.3%	66.7%	0.0%	0.0%	—
計	94	50	83	89	71	39	6	2	434
割合	71.2%	37.9%	62.9%	67.4%	53.8%	29.5%	4.5%	1.5%	

※ 無回答は除く

表 3-46 白馬村の観光についての意見（自由記述）

山岳観光に特化しすぎてきた。スキー登山。里山にも魅力を創らなくてはならない。テーマはdo sports かな。姫川沿いを整備して車を排除し自転車道ウォーキング道など。
環境はいいのだが、文化的な魅力が乏しい、動きが遅い。
宿泊は1泊2食が基本 外食を勧める政策は反対。
美食の村になったらいいなあ。
世界中の人が夏の観光にも来ていただく為の更なる誘客をお願いします。
各観光エリアのイベントの日程が被ったりして、もっと分散するように調整してほしい。
ウィンターシーズンはオリンピック開催地である白馬は全世界に知れ渡っており、観光の宣伝はグリーンシーズン（オールシーズンリゾート）に重点を置くべきだと思います。
落倉地区のアピール度が低い。バス便も段々、不便になり、困る。
オンとオフがはっきり分かれているため、オフ期間での来客の食事場所等の対応がしづらい。通年通して営業できると思うが難しいのもわかるので、そこが難点だと思う。
噂では、このコロナ禍の中でも大きなホテルの集客数はかつてないほどに盛り上がっているようですが、当館（8名収容）のロッジでは大変苦しい状態です。何らかの手当、補助、援助をお願いできたらと思います。
まず、自分の村のことは自分たちで考えましょう。税金の無駄遣いはやめて、自分（村民）で考えましょう。
白馬の自然や農村文化を残し、活かしていく観光。質の高い景観は白馬の重要な財産である。
白馬村の魅力をアピールできていない。残念。野沢温泉村は村一丸となってPRしている。
世の中の状況から見て、出遅れていると思われるが、もっとマスコミを使ったり、今まで開催していた良いイベントの継続を望みます。白馬村も頑張れ！
民間主導のイメージ ロケ地として映画製作の誘致など、村として強力でプッシュするものがあるのもいいと思う。観光地として足りない人材確保のため、移住希望者と企業（就職）のマッチングを企画してほしい。
インバウンドより国内の人を呼ぶ努力をすべき。ずっとそう思っていました。
インバウンドへの対応は必須かと思いますが、地域全体がインバウンド受入に適應できるわけではありません。「民宿発祥の地」という名誉をないがしろにすることのないよう、白馬村としての哲学を尊重してほしいと思います。
行政や観光局に頼り過ぎ。お客様頼みなので、浮き沈みはあります。もっと自分達で考え行動する事が必要だと考えます。
スポーツイベントなど、村民自身がボランティアや観客として、もっと参加して、イベントを盛り上げるような工夫を考えてほしい
インバウンドに期待しているが、シフトすることが大事です。現時点の有事（コロナ）、今後の有事に備え、国内のお客様を迎える努力をすること 大量、安売り、団体をやめるべき（百害あって一利なし）。
人材確保。外国人が非常に多く、頼っているにも関わらず、税金が高い(20%)のはお互いに大きな負担（日本人のアルバイトがいない）。
年間を通して、ますます白馬村が活気づくことを願っています。
白馬村は観光資源に恵まれています、そのことが「村としてのあり方、強み」を逆に消しているように思います。恵まれているが故に、何かに絞って予算を投入することができず、行政も個々人の事業に任せている節があるように思います。「観光立村」を目指すのであれば、どのような村づくりをしていくのか方針を立て、それに沿った事業展開の後押しなどをしていく必要があるのではないかと思います。
村に税を納めていない所ばかり大切にしていって、役場のやっていることがわからない。昔からの施設は大変な思いをして、地域のことなどをやっています。負担が多すぎて、平等ではないと思う。助成金も1度しか使えないので、もう少し、枠の拡充をしてほしい。
昔ながらの宿（兼業）の良さをもっとアピールすべき。外部投資等は十分検討する必要がある。
若い後継者がいないのでデジタル化についていけない。カード払いの導入や海外からのメールにかなり苦労している。高度成長期に若者で、年金を満足に受け取っていた世代(現在75歳以上)が長い間おなじみさんだったが、ついにその世代が出歩けない時代となった。若い客が続かない。
提案です。白馬村は山の景色が素晴らしいのですが、それを望む場所、特に松川にかかる2本の橋と平川にかかる橋から写真を撮ろうとすると車を停める場所がない。お客様駐車場をしっかりと作ってはどうでしょうか。平川のトイレの駐車場も観光客にわかりやすいような看板を設置したら良いと思う。
巡回バスルートの簡素化。通年雇用が可能になるようにグリーンシーズンの注力が必要。閑散期には施設や飲食店がクローズし、観光客が来ない悪循環から脱したい。イメージアップが必要。廃墟の撤去、村の色、イメージの統一が必要。欧州のかわいい山岳の村を参考にしたい。
観光施設を作ることばかりでなく、もう少し、宿などとイベント等を行って？ Go Toなどもそうだが、大きな宿ばかりでなく、小規模な宿にも還元するイベント、やり方を考えてほしい。
現状に満足しております。
大いに集客してほしいのですが、コロナが！ イベント等を多く受け入れて、送客してください。
散策する道の整備。
村外、国外などの参入者には高いハードルを設けてほしい。資金力等で劣る地元民が負けがちで、地域としてのまとまりも薄れてしまうから。
これだけ海外のお客様が来ているので、住んでいる外国人の意見も取り入れて欲しい。
外国人に頼りすぎない観光地になってほしい。
多様な観光客のニーズに対応をしていかなくてはならないと感じます。多くの観光に関するスペシャリストを育てる。
年々積雪が減少しているのでそれを見越した新たな開発。
白馬だけの問題ではありませんが、やはりコロナ禍でお客さんが激減しているのでどうやって観光していただけるのか…そして経営を続けていけるか… 意見というよりも悩みです。
村内の観光地をつなげて情報発信をする事。
ペットツーリズムについての考えを伺いたいです。

(9)回答施設の立地、収容力等

①事業所・施設のエリア

表 3-47 回答施設の所在エリア

	佐野	飯田	飯森	八方口	八方	瑞穂	白馬町	エコランド
ホテル	0	1	0	1	3	1	1	3
旅館	1	1	0	1	14	2	0	0
民宿	3	3	2	2	4	1	0	0
一棟貸施設	0	0	0	0	1	0	0	2
ペンション	2	8	0	0	0	0	0	8
ゲストハウス	0	0	0	1	0	0	0	0
その他	0	3	0	0	1	0	0	0
計	6	19	3	5	25	4	1	13
割合	3.8%	12.0%	1.9%	3.2%	15.8%	2.5%	0.6%	8.2%

	和田野	切久保	どんぐり	山麓	新田	落倉	その他	計
ホテル	4	1	0	1	0	1	1	19
旅館	0	1	0	1	4	0	1	26
民宿	0	4	0	0	7	0	2	28
一棟貸施設	1	1	0	1	0	2	1	11
ペンション	3	1	8	1	1	5	2	58
ゲストハウス	1	0	0	0	0	0	0	2
その他	1	0	0	0	0	0	1	6
計	10	8	8	4	12	8	8	158
割合	6.3%	5.1%	5.1%	2.5%	7.6%	5.1%	5.1%	100.0%

※ 無回答は除く

②客室数・宿泊収容力

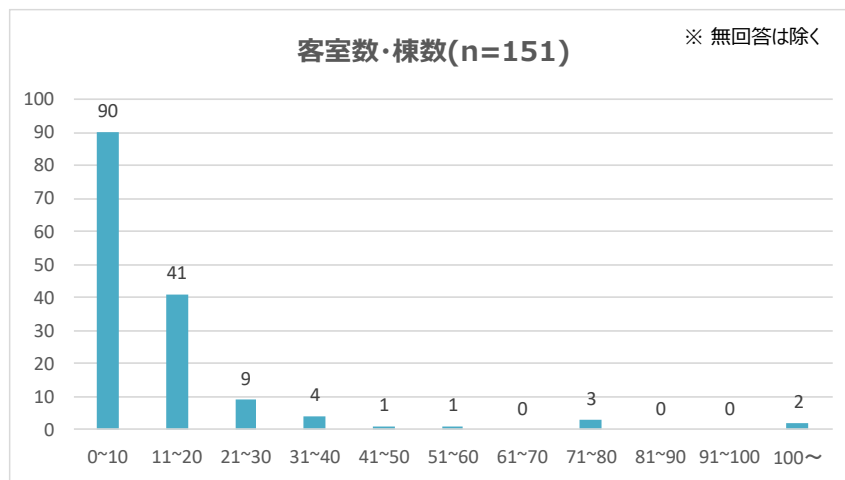


図 3-41 客室数・棟数

表 3-48 業態別 客室数・棟数別

客室数・棟数 (部屋・棟)	ホテル	旅館	民宿	一棟貸施設	ペンション	ゲストハウス	その他	計
0~10	6	5	19	9	45	2	4	90
11~20	3	14	9	2	12	0	1	41
21~30	2	6	0	0	1	0	0	9
31~40	3	1	0	0	0	0	0	4
41~50	1	0	0	0	0	0	0	1
51~60	1	0	0	0	0	0	0	1
61~70	0	0	0	0	0	0	0	0
71~80	3	0	0	0	0	0	0	3
81~90	0	0	0	0	0	0	0	0
91~100	0	0	0	0	0	0	0	0
100~	1	0	0	0	0	0	1	2
計	20	26	28	11	58	2	6	151

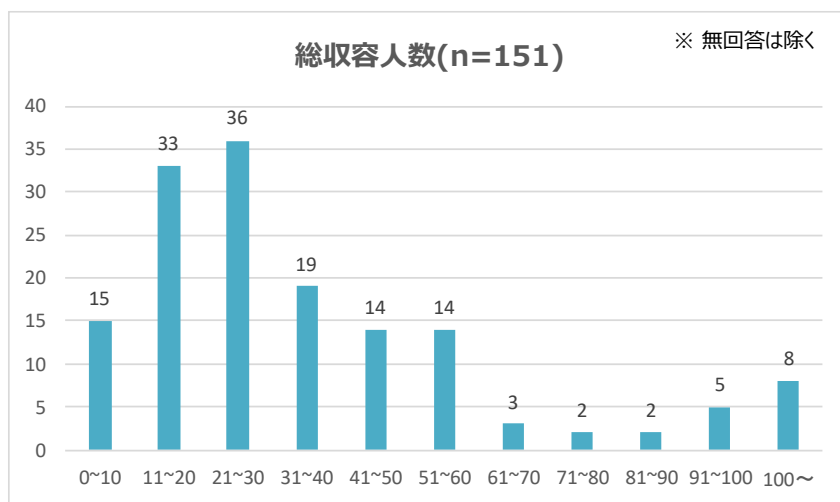


図 3-42 収容人数別軒数

表 3-49 業態別 総収容人数別 業態別

総収容人数 (人)	ホテル	旅館	民宿	一棟貸施設	ペンション	ゲストハウス	その他	計
0~10	1	0	1	5	7	0	1	15
11~20	2	3	3	0	21	2	2	33
21~30	3	3	12	0	18	0	0	36
31~40	1	1	6	3	8	0	0	19
41~50	1	7	4	0	1	0	1	14
51~60	2	6	1	1	3	0	1	14
61~70	1	1	1	0	0	0	0	3
71~80	1	0	0	1	0	0	0	2
81~90	0	1	0	1	0	0	0	2
91~100	1	4	0	0	0	0	0	5
100~	7	0	0	0	0	0	1	8

※ 無回答は除く

V. ヒアリング

アンケートだけでは得られない実態の把握のため、宿泊事業者に対してヒアリング調査を実施した。

※ただし、新型コロナウイルス感染拡大の影響から、ヒアリングが可能であった1施設のみの実施となった。

ヒアリング記録

日時:2021年1月19日(火)15:00-16:30

場所:対岳館

ヒアリング対象者:対岳館 代表 丸山徹也

ヒアリング実施者:公益財団法人日本交通公社 観光政策研究部 主任研究員 福永香織

<対岳館について>

- ・ 対岳館は祖父の代(大正時代)から山のガイドをしており、その一環でお客さんを家に泊めていた。細野地区で同様の施設が集まって警察の許可を得て営業をしたのが民宿のはじまりとされている。槍温泉を細野まで引こうと試みたこともあった。
- ・ 白馬館も明治期に山の測量をしていたのが最初とされている。
- ・ 徹也さん自身は平成元年に白馬に帰ってきた。祖父の代から対岳館を経営していたので継ぐものだと思っていた。息子さんは東京にいて、娘さんは白馬に戻って仕事をしている。継いでもらいたいとは思いますが、観光を取り巻く状況がここまで不安定だとなかなか複雑な想いがある。
- ・ アンケートは対岳館は会計の締めが毎年5月なので年度としての書き方が難しい。また、グリーンシーズンとウィンターシーズンがいつを指しているのかをもう少しわかりやすく書いてもよいかもしれない。4月もまだスキー場はやっているの、白馬にとってはゴールデンウィークくらいまではウインターシーズンというイメージがある。
- ・ インバウンドは1月～2月にかけてが圧倒的に多い。MAXで全体の3割はインバウンド。しかもリピーターが多く、1～2週間滞在する。エージェン트経由ではほとんど入らない。
- ・ 日本人でも2泊3日される方が多い。ちなみに最長宿泊は50泊。もう仕事は引退されている方。
- ・ ワークेशनについては、冬に関して言えば皆さん仕事を終わらせて遊びに来ている感じなので仕事は持ってこないイメージ。せいぜいメールチェックできる環境があれば良さそうかと思っている。
- ・ 対岳館の中でもシングルユースの部屋をワークेशन仕様の部屋と位置付けて販売はしている。
- ・ 対岳館は社員はシェフとフロントの2人とパートを雇っている。最近はコロナで最低限の人数で回せてしまう。
- ・ 役場からの情報発信については海外の観光関連組織の事業報告書が参考になると思う。DMOが取り組んだことや調査結果などをわかりやすくカラーの冊子にして、役員以外の会員にも全員配っている。

<八方地区について>

- ・ 八方エリアでも通年営業している宿は20軒ほど。
- ・ 外国人が経営する宿も増えてきた。村内全体だと200軒ほどある(1経営者が複数施設を経営しているケースもある)。ずっと白馬に住んでいる人もいるし、冬だけ来る人もいる。
- ・ コロナ禍でも八方のチケット売り場での目視確認で約9800人(2020年12月のみ)の外国人客が来ていた。白馬バレー全体で13万人。日本在住の外国人だと思う。

- ・ コロナ禍だと特にコテージやコンドミニアムの需要が高い。
- ・ 八方の宿でも平日は営業していない宿もある。八方観光協会では定期的に調査をしているが、この週末もさらに入り込みが減ってくると予想している。また、県の感染警戒レベルがまた1段階上がると思う。ただし自粛を要請するなら行政としても補償をしてくれなければ。
- ・ 索道事業者と八方地区の会議は定期的実施しているが、この終わりの見えないコロナ禍では本当にどうすればよいのかわからない状態。
- ・ 白馬の場合はコロナが追い風になっている面もある。例えばワーケーション、休暇分散化など。
- ・ 日本酒づくりの取り組みは八方尾根開発とともに実施。冬の期間、しかも白馬に来なければ飲めないというのが売り。八方八味も地元の食材を使った郷土料理を味わってもらおうと思って取り組んでいる。
- ・ 八方観光協会は事務作業をする方を一人雇っている。会費は主に会員である宿からの会費と八方尾根開発の会費。パンフレットの発行などは八方尾根開発に任せている。
- ・ 八方は旅館組合も観光協会内にあるが、行政との連絡のやりとりくらい。
- ・ 八方、岩岳、五竜、さのさかなど、他の地区の観光協会が集まって会議をする場もあるが、皆スタンスはバラバラ。八方は通年営業している宿が多く、経営者も若い世代が多い。
- ・ コロナは本当に想定外。体力が持つかどうか不安。まちの賑わいを作っていかなければいけないと思うが。。

＜白馬村について＞

- ・ 東京オリンピックの7か月後には北京オリンピックがある。北京はコロナを克服したオリンピックとして絶対にやると思うのでそれと比較されてしまうという意味では日本もやると思う。
- ・ 白馬は長野オリンピックを経験しているということは大きい意味を持つ。長野五輪があったからこそインフラが整備された。
- ・ インバウンドに対して白馬は覚えやすくイメージが良い。八方尾根も英語にすると八方1になる。日本酒の黒菱もブラックダイヤモンド。
- ・ 白馬バレーのデザインコードを作っているが、照明のデザインは東京駅前の行幸通りの照明などをデザインした南雲勝志さんに関わっていただく予定。
- ・ 電柱の撤去については災害の面からアプローチする予定。
- ・ 宿泊税については推進派。ドイツのイシュケルが最も観光予算を持っている。
- ・ サンアントンに藤本前副村長を連れて行ったし、自分自身も白馬村とレツヒとの交流コーディネーターをやっていた。
- ・ 観光地経営会議は基本的には良いと思うが、前回ワーケーション白馬でやったのは良かった。より話しやすくするために、今後は少人数に分けてもいいかもしれない。

VI. 考察

1. 過年度調査からの変化

2015 年度に実施した調査との比較から、通年営業の施設の増加や高価格帯の施設の増加が確認される。ここには、高単価の外国人観光客の増加による影響や、グリーンシーズンの施策展開の効果が現れているとも考えられる。

ただし、本調査では近年増加している民泊や外国人経営者の施設からの回答は十分に得ることができておらず、現状の実態を把握するためにも、こうした施設へのアプローチは今後の課題といえる。

2. 事業承継の意向

「白馬村観光地経営計画(後期:2021～2025 年度)」の KPI のひとつともなっている「次世代への事業承継意向」については、本調査の結果からは事業承継を望む割合が 34.4%(とてもそう思う 13%+そう思う 21.4%)とやや低い結果となった。事業に対するやりがいは 61.1%が「やりがいがある」と感じているものの、従来から指摘をされている宿泊事業の生産性の低さが、次世代への事業承継の意向を下げるひとつの要因となっているとも考えられる。

一方で、本調査からは山岳リゾートとしてのポテンシャルも確認された。村外からの移住(U・I ターン)で開業をした理由としては、事業性に加えて、居住環境としての魅力、地域としての魅力が挙げられており、これらは山岳リゾートとしてのポテンシャルが表出していると捉えられる。

次世代への事業承継意向の阻害要因を緩和し、白馬村のポテンシャルの発揮のためにも、下記に示すような個々の施設の経営力向上のための取り組み、及び地域での面的取り組みの推進は求められるだろう。

3. 宿泊施設の経営力の向上

白馬村の経済産業構造分析(白馬村・(一社)長野県観光機構、2020 年 3 月)でも示されているように、白馬村の労働生産性は、長野県平均や全国平均と比較して約半分という結果となっている。この背景には小規模施設の多さが挙げられているが、本調査では、価格設定や繁閑格差といった、より具体的な点が明らかとなった(以下、参照)。

- 価格設定に関して、日単位で価格のコントロールをしている施設は約 7.5%に留まる。
- 客室稼働率をみると特に旅館やペンションで夏季と冬季の差が大きい。

次に、ここでは、本調査から得られた結果から、個別の宿泊施設の経営力の向上のための課題をマーケティング戦略の枠組みに沿って考察する。

一般的にマーケティング戦略のプロセスは、①市場環境の把握、②市場のセグメンテーション、③自社もしくは製品・サービスのポジショニング、④ターゲット層の設定、⑤マーケティング・ミックスの設定、という段階を経て総合的なマーケティング行動につながるといわれている。

「①市場環境の把握」や「②市場のセグメンテーション」に関して、従来に比べ観光を取り巻く環境の変化がより激しくなっている近年においては(*)、特に重要性を増しているプロセスであるといえる。上述のように、白馬村においても、顧客層の変化や、それと連動する宿泊施設の多様化をはじめとした内部環境の変化が確認されるが、これらは社会情勢や消費者の価値観/ライフスタイルの変化、または気象条件等といった外部環境の

影響を受けるものである。デジタル化社会の浸透・進展によって、外部環境の変化も加速度を増していると考えられ、今後よりタイムリーな情報の収集と対応力をつけることは、さらに重要になると考えられる。

(*)インバウンドの動向、民泊や定額制多拠点移住等をはじめとした新たなサービスの登場、等

「③ポジショニング」と「④ターゲット層の設定」について、特に小規模な宿泊施設の場合は、③と④を行き来しながら、各施設の個性/強みや、それを活かせるターゲット層を精緻にし、それぞれの施設と相性の良い(≒価値観を同じにする)ターゲット層との関係性を強固にしていくことが有効であると考えられる。小規模施設が全体の宿泊施設の多くを占める(総定員数 40 名以下の施設で全体の約 77%)白馬村においては、個々の施設の強みを活かしていくことが地域全体としての競争力の強化にもつながる。そのためにも、改めて、各施設の強みは何か、それに合う顧客層はどこか、ということを見極めていくことは求められるだろう。

次に、マーケティング・ミックスの設定について、4C の各要素についてそれぞれ見ていく。

(1)提供価値(Customer Value)

宿泊施設における提供価値は大きく分けると、おもてなしや食事等といった各種サービスのソフト部分と、施設・設備等のハード部分で構成される。ソフト部分に関して本調査では、全体の約 30%の施設が「サービス品質の向上」に取り組んでいることが把握された。一方で、ハード部分への投資については、費用面からも簡単に出来ることではない。特に社会情勢の影響を受けやすく、且つ在庫を持たずに、その時々のカッシュフローに依存しやすい宿泊業においては、そのハードルは一層高くなる。白馬村においては、1991～2000 年の間と 2011～2020 年の間に、施設をリニューアルした件数が多くなっているが、これらはそれぞれ、長野オリンピック、インバウンド増加の影響を受けたものであると考えられ、このように十分な需要が確保されている環境下でなければ再投資が難しいということの現れとも捉えられる。

顧客の経験価値に焦点を置き、ソフト部分の品質向上とともに、小さな部分からもハード部分への投資も意識していくことが望ましく、このことが結果的には、価格競争に陥らずに価値競争のなかでの競争力に繋がると考えられる。

(2)提供価格(Cost of the Customer)

上述のように、本調査からはほとんどの施設において、固定価格での運営であることが把握された。ホテルの経営等では、需要に応じて価格を変動させることによって収益を最大化するレベニューマネジメントが浸透しているが、白馬村の各施設においてもこうした販売管理を取り入れていくことが経営力の向上にダイレクトに影響するものと考えられる。特に需要のシーズン格差や顧客層の変化も大きい白馬村においては、より一層重要となると考えられる。

他方、近年は宿泊のサブスクリプションや長期滞在を対象とした価格の差別化等の新たなモデルも見受けられ、こうした新たなビジネスモデルと柔軟に対応していくことも求められるだろう。

(3)顧客の利便性(Convenience)

宿泊事業における Convenience は、販売チャネルと置き換えることができる。本調査から、白馬村の宿泊施設の販売に占めるチャネルの割合をみると、国内 OTA や海外 OTA 経由の販売も一定程度あることが確認できるが、冬季・夏季ともに直接販売が占める割合が多いということが把握された。下記の情報コミュニケーションと連携させ、各施設のターゲット層に適切な販売チャネルの活用を検討していくことが求められる。

(4)顧客コミュニケーション(Communication)

顧客コミュニケーションについては、白馬村全体と個別施設の、面と点での双方での取組みが必要であるといえる。前者については、エリアとしての情報の整理や魅力の発信、後者については従来の情報発信に加え、これからは、オンラインを活用した双方向のコミュニケーションがより重要性を増してくると考えられる(*)。また、当然のことながら、面と点、点同士での情報共有も重要となる。

(*)インターネットの浸透により、消費者がより自分に合った情報、商品やサービスを検索するようになっている。

本調査では、村内での情報共有の実態について設問を設けたが、得られた回答からは白馬村(観光課や観光局)が取り組んでいる観光関連情報の認知度は半数程度ということが把握された。これらの情報収集の方法については、白馬村観光課や観光局、HakubaValleyTourism 経由(公式サイトや公式 Facebook、配信メール)、地区の観光協会や旅館組合経由での情報収集は、それぞれ半数弱程度の利用率となっており、村内での情報共有について改善の余地が窺える。これらに関連して、望ましい情報提供方法について伺った回答からは、情報窓口を統一し、情報がある度に、スマートフォンやタブレット等で閲覧可能なかたちでの提供に対するニーズが高くなっており、こうした事業者視点も取り入れながら村内での情報共有の方法を検討していくことが求められる。

4. 地域での面的取組み

上記のような個々の施設での取組みに加え、白馬村全体としてのコーディネート、ブランディングは欠かせない。例えば、グリーンシーズンの需要確保施策や山岳リゾートとしてのブランディング等を、行政やDMOが事業者と連携しながら展開していくこと等が挙げられる。

また他方で、本調査結果からは感染症対策に対する課題意識が特に小規模施設で高くなっていることが把握されたが、同様に個々の施設だけでは対応が困難あるいは非効率的な取組みについて、地域内で連携しながら取り組んでいく体制や仕組みも、特に小規模施設が多くを占める白馬村においては、有効になると考えられる。

5. 調査手法に関して

(1)回答者属性の偏り

今回の調査では、回収票における属性の偏りがあったことが否めず、特に近年増加している外国人経営者や民泊等の新規参入施設に対する調査は、今後の課題として挙げられる。

(2)経年調査手法の検討

本調査のような実態調査は、単発ではなく継続的に把握していくことで有益なものとなると考えられる。数年に1度の本格調査に加え、簡易的な調査を毎年実施し、データベース化していくことが望ましいのではないかと(以下、簡易調査のイメージ、参照)。

(簡易調査のイメージ)

- ・オンライン回答を基本とし、入力情報はデータベースとして保管される
- ・各施設の情報を入力すると、Rev.per 等の数値が自動算出される仕組みを付与

宿泊施設カルテ（変更があった時だけ更新）	
宿泊施設名	
住所	
代表者名	
メールアドレス	
業態	
総客室数	
定員数	
従業員数	正規： アルバイト： 人（時期）
営業時期	
販売形態	素泊まり 1泊2食 1泊朝食
直近1年間の顧客動向（毎年更新していただく）	
年間宿泊者数	
販売室数	
客室平均単価（ADR）	
居住地	
同行者	
主な来訪目的	春： 夏： 秋： 冬：
平均泊数	
予約ルート	
気付いたこと	
稼働率（OCC）	上記を入力すれば自動計算
Rev/Par	上記を入力すれば自動計算
宿泊売り上げ	上記を入力すれば自動計算
直近1年間の宿泊施設の変化（変化があった年だけ更新）	
リニューアル	あり→（具体的に ） なし
休館	
販売形態の変更	
通信欄	
伝えたいこと、提案など	

Ⅶ. 付属資料

1. インターネット回答ページ

「2020年度 白馬村宿泊産業実態調査」へのご協力のお礼

日頃は、白馬村の観光政策にご理解・ご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。
白馬村では「白馬村観光地経営計画」(2015年度策定)に基づき観光振興を推進していますが、特に観光産業の中核でもある宿泊産業の活性化は戦略的重点プロジェクトの一つとして掲げ、次世代に自信をもって引き継いでいける宿泊産業としていくためにも、宿泊産業の実態を把握できればと考えています。
ご多用のところ恐縮でございますが、ご協力を賜りますようお願い申し上げます。

※ご回答いただいた内容はすべて統計的に処理し、個別の施設が特定されることがや調査結果を他の目的に使用することはありません。

【同意する】をチェックし、アンケート入力へお進みください。

※個人情報の取扱いについては、調査委託先の(公財)日本交通公社の

「個人情報保護方針 (<https://www.jtb.or.jp/privacy-policy/>)」

ならびに

「個人情報のお取り扱いについて (<https://www.jtb.or.jp/privacy-policy-001/>)」

に従って適切に管理いたします。

☐ 同意する

ご自身について

氏名

連絡先

(メールアドレス)

ご自身の施設について

※複数施設を営んでいる場合は、主な施設（1つ）をご記入ください。以降の設問についてもご記入いただいた施設を対象に、ご回答ください。

※同一敷地内で複数のコテージ等を所有している場合は、全ての棟を合わせて1施設としてください。

経営する施設の数

主な施設名称（1つ）

施設代表者名

主たる事業主の年代

☐ 20代

☐ 30代

☐ 40代

☐ 50代

☐ 60代

☐ 70代

☐ 80代以上

事業所・施設の地区について

☐ 佐野

☐ 飯田

☐ 飯森

☐ 八方口

☐ 八方

☐ 篠穂

☐ 白馬町

☐ エコーランド

☐ その他

☐ みそら野

☐ 和田野

☐ 切久保

☐ どんぐり

☐ 山麓

☐ 新田

☐ 落倉

宿泊施設の業態について

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

- | | |
|---------------------------------|--|
| ☐ ホテル | ☐ 民宿 |
| ☐ 旅館 | ☐ ゲストハウス |
| ☐ ペンション | ☐ 一棟貸施設
(コテージ・貸別荘・コンドミニアム等) |
| ☐ その他(具体的に) | |

経営形態について

- ☐ 所有経営型(施設の所有と経営・運営を行っている)
- ☐ 運営受託型(土地や施設の所有はせずに、運営のみを行っている)
- ☐ フランチャイズ型(経営・運営に携わるが、フランチャイズ先であるホテルチェーンからブランドや運営ノウハウを提供されたうえで運営を行う)
- ☐ リース型(土地や施設の所有者から施設を借り上げて運営)
- ☐ その他(具体的に)

施設の客室数・総収容人数について

※1軒貸の場合は棟数をお答えください。

客室数または棟数

総収容人数

(ベッド数)

営業期間について

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

- ☐ 通年営業
- ☐ 主に夏季（グリーンシーズン・4～11月）
- ☐ 主に冬季（ウインターシーズン・12～3月）
- ☐ その他（具体的に）

主な料金体系について

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

料金体系

2018-19冬季

2019夏季

価格帯について

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

※一棟貸の場合は1部屋の金額をご記載ください。

価格帯

2018-19冬季

2019夏季

経営・運営状況に関して

年間宿泊客数について（大まかな値で構いません）※単位：人

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

2017年度	
2018年度	
2019年度	

年間売上高について（大まかな値で構いません）※単位：円

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

2017年度	
2018年度	
2019年度	

客室稼働率について（大まかな値で構いません）※単位：％

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

2017-18年度・冬季	
2018-19年度・冬季	
2018年度・夏季	
2019年度・夏季	

従業員数について

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

※個人事業主は従業員に含まない。家族従業員（専従者）は含む。

	0人	1～2人	3～5人	6～10人	11～20人	21～30人	31～50人	50人以上
2018-19冬季： 正社員	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2018-19冬季： パート・アルバイト	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2019夏季： 正社員	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐
2019夏季： パート・アルバイト	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐	☐

2018-19冬季：販売チャネルの占める割合について（大まかな値で構いません）単位：％

※OTA：Online Travel Agent

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

ご自身の施設での直接販売（ウェブサイト、電話予約受付、販売）

白馬村の旅行会社ウェブサイト（サイト上での販売あり）

国内OTAへの掲載（じゃらん、楽天等 サイト上での販売あり）

海外OTAへの掲載（Booking.com, Expedia サイト上での販売あり）

国内大手旅行会社の予約サイト（サイト上での販売あり）

その他

2019夏季：販売チャネルの占める割合について（大まかな値で構いません）単位：％

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

ご自身の施設での直接販売（ウェブサイト、電話予約受付・販売）

白馬村の旅行会社のウェブサイト（サイト上での販売あり）

国内OTA（じゃらん、楽天等 サイト上での販売あり）

海外OTA（Booking.com, Expedia等 サイト上での販売あり）

国内大手旅行会社の予約サイト（サイトへの販売あり）

その他

販売価格のコントロールについて

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

- ☐ 販売価格は一定にしている
- ☐ 販売価格は時期によって変えている
- ☐ 販売価格は日単位で状況を見て、変えている
- ☐ その他(具体的に)

白馬村で事業を行った経緯について

- ☐ 親や親族の事業を継承したため
- ☐ 親や親族から事業を承継したわけではないが白馬村出身で地元で事業を行いたかったから (Uターン)
- ☐ 白馬村出身ではないが、白馬村で事業を行いたかったから
- ☐ その他(具体的に)

白馬村で事業を行った理由について

- ☐ 居住環境として魅力があるため（山岳環境等）
- ☐ もともと好きな地域だったから
- ☐ 観光地としてのポテンシャルを感じたため
- ☐ 知人の紹介等で、事業のきっかけがあった
- ☐ ご自身の以前の業務や事業と関係があった
- ☐ たまたま、いい物件があったから
- ☐ その他（具体的に）

ご自身の施設の営業開始時期について（事業を承継した場合はその時期も）

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

営業開始年：西暦

事業承継の年：西暦

施設を最後にリニューアルした時期について

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

リニューアル年：西暦

宿泊業以外の収入の有無について

- ☐ 宿泊業以外の収入あり
- ☐ 収入は宿泊業のみ
- ☐ その他（具体的に）

宿泊業以外の収入源について

※家族経営の場合は世帯としてお答えください。

☐ 農林業

☐ 土木業

☐ 不動産収入

☐ ガイド業

☐ 民間企業（会社勤め）

☐ 飲食業

☐ 公務員

☐ その他（具体的に）

お客様の受入に関して

旅行会社等による団体ツアー受入の割合（施設全体の受入に対する割合）について

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

旅行会社の団体ツアー受入割合

2018-19冬季	
2019夏季	

海外客の割合について

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

海外客の受入割合

2018-19冬季	
2019夏季	

海外客の国籍について多い順にお選びください。

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

国籍

2018-19冬季：1位	
2018-19冬季：2位	
2018-19冬季：3位	
2019夏季：1位	
2019夏季：2位	
2019夏季：3位	

海外客の誘客に対する意向について

	特に条件はなく 積極的に誘客 していきたい	積極的に誘客 していきたい が、 ターゲットは選 別したい	どちらとも いえない	あまり積極的に 誘客したいとは思 わない	誘客したいと思 わない	その他
今後の ウィンターシーズン	☐	☐	☐	☐	☐	☐
今後の グリーンシーズン	☐	☐	☐	☐	☐	☐

その他を選択した場合の自由回答

今後の事業に関して（差し支えない範囲で教えてください）

経営の向上や改善のために取り組んでいること

- | | |
|--|---------------------------------------|
| ☐ アナログからデジタルでの管理への移行 | ☐ お客様情報の取得・管理 |
| ☐ 定例業務の見直し（オペレーションの最適化） | ☐ データに基づいた情報発信 |
| ☐ 人員の見直し（最適化） | ☐ 販売チャネルの見直し |
| ☐ サービス品質の改善による単価の向上 | ☐ 営業規模の見直し |
| ☐ お客様の意向把握（アンケート実施等） | ☐ 特になし |
| ☐ その他（具体的に） | |

今後、事業を継続していくための課題について

- | | |
|------------------------------------|-----------------------------------|
| ☐ 運転資金の調達 | ☐ 新たな顧客の確保 |
| ☐ 従業員・人材の確保 | ☐ 感染症対策対応 |
| ☐ 販路の開拓・確保 | ☐ 特になし |
| ☐ その他（具体的に） | |

経営の継続について

- ☐ このまま自身で経営継続したい
- ☐ できれば事業承継したい
- ☐ 廃業・売却希望
- ☐ 廃業したいが、土地建物は保持希望
- ☐ 不明

事業承継または売却の状況について

- ☐ 承継先、売却先が決まっている
- ☐ 承継先、売却先を探しているが、まだ決まっていない
- ☐ 事業承継または売却したいと考えているが、具体的には検討し始めている
- ☐ その他(具体的に)

事業承継の条件について

- ☐ 自分の子供
- ☐ 親族(自分の子供以外)
- ☐ 地元の人
- ☐ 信頼できる村外の知人
- ☐ その他(具体的に)
- ☐ 信頼できる運営会社
- ☐ 外国人経営者
- ☐ 特になし

新型コロナウイルス感染症の影響に関して

2020年度上半期（4～9月）の売上の前年比について 単位：％

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

（新型コロナウイルス感染症の影響を受けて）現在の営業状況について

※はじめにご記入いただいた主な施設についてお答えください。

- ☐ 通常営業している
- ☐ 限定的に営業している
- ☐ 休業中である
- ☐ その他（具体的に）

ご自身の事業や白馬村の観光に対するお考えについて

ご自身の事業に対するやりがいについて

- ☐ 非常にやりがいがある
- ☐ やりがいがある
- ☐ どちらともいえない
- ☐ あまりやりがいは感じられない
- ☐ まったくやりがいは感じられない

次世代にこの仕事を引き継ぐことについて。理由も教えてください。

- ☐ とてもそう思う
- ☐ そう思う
- ☐ どちらともいえない
- ☐ あまりそう思わない
- ☐ まったくそう思わない

理由

白馬村（観光課や観光局等）が取り組んでいる観光関連情報について

- ☐ 十分知っているほうだと思う
- ☐ 知っているほうだと思う
- ☐ あまり知らないほうだと思う
- ☐ 知らないほうだと思う
- ☐ わからない
- ☐ その他（具体的に）

普段の白馬村に関する観光関連の情報の収集について

- ☐ 白馬村観光課、白馬村観光局、HakubaValleyTourismの公式サイトや公式Facebook等
- ☐ 白馬村の観光局やHakubaValleyTourismからの配信メール
- ☐ 地区の観光協会や旅館組合経由
- ☐ 上記以外の所属組織・団体経由
- ☐ 組織や団体は関係なく、仲間の事業者間で情報共有
- ☐ 白馬村に関する観光関連の情報はほとんど収集していない
- ☐ その他（具体的に）

白馬村（観光課や観光局等）から事業者への望ましい情報提供の方法について

- ☐ 今のままで十分
- ☐ 多言語（日本語と英語等）での情報提供
- ☐ 情報提供窓口の統一
- ☐ SNSやアプリ等、スマートフォン・タブレットで閲覧可能な提供方法
- ☐ FAXや同封・郵送での通知
- ☐ その他（具体的に）

白馬村（観光課や観光局等）から事業者への情報提供の望ましい頻度について

- ☐ 月に1回程度
- ☐ 2週間に1回程度
- ☐ 週に1回程度
- ☐ 3日に1回程度
- ☐ 定期配信というよりも情報がある度に配信
- ☐ その他（具体的に）

白馬村（観光課や観光局等）から提供する情報で欲しいものについて

- ☐ 事業者様向けの助成事業・補助事業等の情報
- ☐ 各種関連調査の結果・データ
- ☐ イベント・セミナー等の情報
- ☐ 村内・近隣エリアの観光関連施設・店舗の最新の営業状況や新規開店情報
- ☐ 交通機関の運行状況（鉄道、バス等の最新の運行状況）
- ☐ 気象警報や注意報等
- ☐ 特になし
- ☐ その他（具体的に）

白馬村の観光についてのご意見を記入ください。

2. 紙調査票

2020 年度 白馬村宿泊産業実態調査

「2020 年度 白馬村宿泊産業実態調査」へのご協力をお願い

時下益々ご清祥のこととお慶び申し上げます。日頃は、白馬村の観光政策にご理解・ご高配を賜り、厚く御礼申し上げます。白馬村では「白馬村観光地経営計画」(2015 年度策定)に基づき観光振興を推進しておりますが、特に観光産業の中核でもある宿泊産業の活性化は戦略的重点プロジェクトの一つとして掲げております。次世代に自信をもって引き継いでいける宿泊産業としていくためにも、宿泊産業の実態を把握できればと考えております。ご多用のところ恐縮でございますが、**11 月 27 日(金)まで**にご回答いただけますと幸いです。

本アンケートは Web 経由でご回答いただくことも可能です(右の QR コードを読み取ってご回答ください)。なお、ご回答いただいた内容はすべて統計的に処理し、個別の施設が特定されることはございません。また、調査結果を他の目的に使用することはございません。
※個人情報の取扱については、調査委託先の(公財)日本交通公社の「個人情報保護方針」(<https://www.jtb.or.jp/privacy-policy/>)」ならびに「個人情報のお取り扱いについて」(<https://www.jtb.or.jp/privacy-policy/001/>)に従って適切に管理いたします。
個人情報の取扱いに同意いただける場合は、下記に☒を、お願いいたします。



☒ 同意する

※必ず☒をお願いいたします。同意いただけない場合はご回答いただけません。

【調査実施主体】白馬村観光課

問合せ:kanko@vill.hakuba.lg.jp TEL:0261-85-0722

【調査委託先】(公財)日本交通公社 観光政策研究部 (担当:小坂・福永)

Q1 ご自身についてお伺いします。

(1) ご記入者名	(2) ご連絡先(メールアドレス)

Q2 ご自身の施設についてお伺いします。

※(4)以降について、複数施設を経営している場合は、**主な施設(ひとつ)**についてご記入ください。なお、**以降の設問についてもご記入**いただいた**主な施設**を対象に、ご回答くださいますようお願いいたします。

※同一敷地内で複数棟のコテージ等を所有している場合は、全ての棟を合わせて 1 施設としてください。

(3) 経営する施設の数	(4) 主な施設の名称(ひとつ)	(5) 主な施設の代表者名

(6) 主たる事業主の年代をお教えてください。(ひとつに○)

① 20 代 ② 30 代 ③ 40 代 ④ 40 代 ⑤ 50 代 ⑥ 60 代 ⑦ 70 代 ⑧ 80 代以上

(7) 事業所・施設の地区をお教えてください。(ひとつに○)

① 佐野 ② 飯田 ③ 飯森 ④ 八方口 ⑤ 八方 ⑥ 瑞穂 ⑦ 白馬町
⑧ エコランド ⑨ みそら野 ⑩ 和田野 ⑪ 切久保 ⑫ どんぐり ⑬ 山麓
⑭ 新田 ⑮ 落倉 ⑯ その他()

(8) 宿泊施設の業態をお教えてください。(ひとつに○)

- ① ホテル ② 旅館 ③ ペンション ④ 民宿 ⑤ ゲストハウス
⑥ 一棟貸施設(コテージ・貸別荘・コンドミニアム等) ⑦ その他()

(9) 経営形態をお教えてください。(ひとつに○)

- ① 所有経営型(施設の所有と経営・運営を行っている)
② 運営受託型(土地や施設の所有はせずに、運営のみを行っている)
③ フランチャイズ型(経営・運営に携わるが、フランチャイズ先であるホテルチェーンからブランドや運営ノウハウを提供されたうえで運営を行う)
④ リース型(土地や施設の所有者から施設を借り上げて運営)
⑤ その他()

(10) 施設の客室数・総収容人数をご記入ください。

※一軒貸施設の場合は棟数をご記入ください。

客室数又は棟数	_____ 室(又は棟)	総収容人数 (ベッド数)	_____ 人(台)
---------	--------------	-----------------	------------

(11) 営業期間をお教えてください。(ひとつに○)

- ① 通年営業 ② 主にグリーンシーズン(4～11月) ③ 主にウインターシーズン(12～3月)
④ その他()

(12) 主な料金体系と価格帯をお教えてください。

それぞれ、下記の枠線のなかから該当する記号(ア～カイール)をお選びください。(あてはまるもの全て)

	料金体系	価格帯
2018-19 ウインターシーズン	▼ア)～カ)から選択 _____	▼イ)～ル)から選択 _____
2019 グリーンシーズン	▼ア)～カ)から選択 _____	▼イ)～ル)から選択 _____

料金体系

- ア). 1泊2食付きが中心
イ). 1泊朝食付きが中心
ウ). 素泊まりが中心
エ). 室料が中心(1軒貸施設等)
オ). その他
カ). その期間は営業していない

価格帯

- イ). 5,000円未満
ロ). 5,000～10,000円未満
ハ). 10,000～15,000円未満
ニ). 15,000～20,000円未満
ホ). 20,000～25,000円未満
ヘ). 25,000～30,000円未満
ト). 30,000～35,000円未満
チ). 35,000～40,000円未満
リ). 40,000～45,000円未満
ス). 45,000～50,000円未満
ル). 50,000円以上

Q3 経営・運営状況についてお伺いします。

(13) 年間宿泊客数をご記入ください(大まかな値で構いません)。(単位:人)

2017年度	2018年度	2019年度
_____人	_____人	_____人

(14) 年間売上高をご記入ください(大まかな値で構いません)。(単位:円)

2017 年度	2018 年度	2019 年度
_____ 円	_____ 円	_____ 円

(15) 客室稼働率をご記入ください(大まかな値で構いません)。(単位:%)

ウインターシーズン		グリーンシーズン	
17-18 年度	_____ %	2018 年度	_____ %
18-19 年度	_____ %	2019 年度	_____ %

(16) 従業員数について、正社員およびアルバイト・パートの人数をお教えてください。それぞれ下記の枠線のなかから該当する記号(ア〜キ)をお選びください。

※個人事業主は従業員に含まない。 ※家族従業員(専従者)は含む。

	2018-19 ウインター シーズン	2019 グリーンシーズン	人数 ア). 0 人 イ). 11~20 人 イ). 1~2 人 ⅲ). 21~30 人 ⅴ). 3~5 人 ⅴ). 31~50 人 ⅴ). 6~10 人 ⅴ). 50 人以上
正社員	▼ ア)〜ⅴ)から選択 _____	▼ ア)〜ⅴ)から選択 _____	
パート・アルバイト	▼ ア)〜ⅴ)から選択 _____	▼ ア)〜ⅴ)から選択 _____	

(17) 販売チャネルについて、販売に占める割合をそれぞれお教えてください(大まかな値で構いません)。

※OTA: Online Travel Agent

	ご自身の施設 での直接販売 (ウェブサイト、電 話予約受付・販 売)	白馬村の 旅行会社 ウェブサイトへ の掲載(サイト上 での販売あり)	国内 OTA(じゃ らん、楽天等)へ の掲載(サイト上 での販売あり)	海外 OTA (Booking.com Expedia 等)へ の掲載(サイト上 での販売あり)	国内大手旅 行会社の予 約サイトへの 掲載(サイト上で の販売あり)	その他 (自由回答)
2018-19 ウインターシーズン	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %	(具体内容) _____ _____ %
2019 グリーンシーズン	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %	_____ %	(具体内容) _____ _____ %

(18) 販売価格のコントロールについてお教えてください。(ひとつに○)

- ① 販売価格は一定にしている
② 販売価格は時期によって変えている
③ 販売価格は日単位で状況を見て、変えている
④ その他(_____)

(19) 白馬村で事業を行った経緯をお教えてください。(ひとつに○)

- ① 親や親族の事業を承継したため →(21)へお進みください。(20)の回答は不要です。
② 親や親族から事業を承継したわけではないが白馬村出身で地元で事業を行いたかったから(U ターン)
③ 白馬村出身ではないが、白馬村で事業を行いたかったから
④ その他(_____)

(20) (19)で②③④を選択の方にお伺いします。白馬村で事業を行った理由をお教えてください。(あてはまるもの全てに○)

- ① 居住環境としての魅力があるため(山岳環境等)
- ② もともと好きな地域だったから
- ③ 観光地としてのポテンシャルを感じたため
- ④ 知人の紹介等で、事業のきっかけがあった
- ⑤ ご自身の以前の業務や事業と関係があった
- ⑥ たまたま、いい物件や土地があったから
- ⑦ その他()

(21) ご自身の施設の営業開始時期をお教えてください。事業承継した場合はその時期もあわせてお教えてください。

■営業開始時期:西暦 年 ■事業承継の時期:西暦 年

(22) 施設について最後にリニューアルした時期をお教えてください。(該当する場合のみ)

■リニューアル時期:西暦 年

(23) 宿泊業以外の収入の有無をお教えてください。※家族経営の場合は世帯収入についてお答えください。

- ① 宿泊業以外の収入あり →(24)へ
- ② 収入は宿泊業のみ →(24)の回答は不要です。(25)からご回答ください。
- ③ その他()

(24) (23)で①を選択の方にお伺いします。宿泊業((5)で回答いただいた主な事業を含む)以外の収入源をお教えてください。(あてはまるものすべてに○)※家族経営の場合は世帯収入についてお答えください。

- ① 農林業 ② 不動産収入 ③ 民間企業(会社勤め) ④ 公務員
- ⑤ 土木業 ⑥ ガイド業 ⑦ 飲食業 ⑧ その他()

Q4 お客様の受入についてお伺いします。

(25) 旅行会社等による団体ツアー受入の割合(施設での受入全体に対する割合)について、あてはまるものを枠線の記号(ア～ク)からすべてお選びください。

2018-19 ウィンターシーズン	2019 グリーンシーズン	旅行会社の団体ツアー受入割合
▼ ア)～ク)から選択	▼ ア)～ク)から選択	ア). 受け入れていない イ). 30～49% ｷ). 90%以上
		ｲ). 10%未満 ｵ). 50～69% ｴ). その他・不明
		ｴ). 10～29% ｶ). 70～89%

(26) 海外客の割合についてあてはまるものを枠線の記号(ア～ク)からお選びください。

2018-19 ウィンターシーズン	2019 グリーンシーズン	海外客の受入割合
▼ ア)～ク)から選択	▼ ア)～ク)から選択	ア). 受け入れていない イ). 30～49% ｷ). 90%以上
		ｲ). 10%未満 ｵ). 50～69% ｴ). その他・不明
		ｴ). 10～29% ｶ). 70～89%

(27) 海外客の国籍について多い順に枠線の記号(ア～サ)からお選びください。

受入がない場合は「受入なし」に☑。

	2018-19 ウィンター シーズン	2019 グリーン シーズン	ア).オーストラリア イ).ニュージーランド ウ).中国 エ).台湾 オ).香港	カ).シンガポール キ).タイ ク).アメリカ ケ).カナダ コ).イギリス サ).その他
1位	_____	_____		
2位	_____	_____		
3位	_____	_____		
受入なし	☐	☐		

(28) 海外客の誘客に対する意向をお教えてください。あてはまるものひとつに☑。

	今後のウィンターシーズン	今後のグリーンシーズン
特に条件はなく、積極的に誘客していきたい	☐	☐
積極的に誘客していきたいが、ターゲットは選別したい	☐	☐
どちらともいえない	☐	☐
あまり積極的に誘客したいと思わない	☐	☐
誘客したいと思わない	☐	☐
その他(自由回答)	_____	_____

Q5 今後の事業について差支えない範囲でお教えてください。

(29) 経営の向上や改善のために取り組んでいることをお教えてください。(あてはまるものすべてに○)

- | | |
|----------------------|-------------------------|
| ① アナログからデジタルでの管理への移行 | ② 定例業務の見直し(オペレーションの最適化) |
| ③ 人員の見直し(最適化) | ④ サービス品質の改善による単価の向上 |
| ⑤ お客様の意向把握(アンケート実施等) | ⑥ お客様情報の取得・管理 |
| ⑦ データに基づいた情報発信 | ⑧ 販売チャネルの見直し |
| ⑨ 営業規模の見直し | ⑩ 特になし |
| ⑪ その他() | |

(30) 今後、事業を継続していくために課題だと思うことをお教えてください。(あてはまるものすべてに○)

- | | | |
|------------|-------------|------------|
| ① 運転資金の調達 | ② 従業員・人材の確保 | ③ 販路の開拓・確保 |
| ④ 新たな顧客の確保 | ⑤ 感染症対策対応 | ⑥ 特になし |
| ⑦ その他() | | |

(31) 経営の継続についてあてはまるものをお選びください。(ひとつに○)

- ① このまま自身で経営継続したい →(34)へお進みください。(32)(33)の回答は不要です。
- ② できれば事業承継をしたい →(32)(33)へ
- ③ 廃業・売却希望 →(32)(33)へ
- ④ 廃業したいが、土地建物は保持希望 →(34)へお進みください。(32)(33)の回答は不要です。
- ⑤ 不明 →(34)へお進みください。(32)(33)の回答は不要です。

(32) (31)で②③を選択した方にお伺いします。事業承継または売却の状況についてお教えてください。(ひとつに○)

- ① 承継先、売却先が決まっている
- ② 承継先、売却先を探しているが、まだ決まっていない
- ③ 事業承継又は売却をしたいと考えているが、具体的には検討し始めている
- ④ その他()

(33) (31)②③を選択した方にお伺いします。事業承継または売却先、または条件をお教えてください。(ひとつに○)

- ① 自分の子供 ② 親族(自分の子供以外) ③ 地元の人 ④ 信頼できる村外の知人
- ⑤ 信頼できる運営会社 ⑥ 外国人経営者 ⑦ 特になし
- ⑧ その他()

Q7 新型コロナウイルス感染症の影響についてお伺いします。

(34) 2020 年度上半期(4 月～9 月)の売上の前年比をご記入ください。

2020 年度上半期(4 月～9 月)	
の売上(前年比)	%

(35)(新型コロナウイルス感染症の影響を受けて)現在の営業状況をお教えてください。(ひとつに○)

- ① 通常営業している ② 限定的に営業している ③ 休業中である
- ④ その他()

Q6 ご自身の事業や白馬村の観光に対するお考えを教えてください。

(36) ご自身の事業に対するやりがいをお教えてください。(ひとつに○)

- ① 非常にやりがいがある ② やりがいがある ③ どちらともいえない
- ④ あまりやりがいを感じられない ⑤ まったくやりがいを感じられない

(37) 次世代にこの仕事を引き継ぎたいと思われますか。理由もあわせて教えて下さい。(ひとつに○)

- ① とてもそう思う ② そう思う ③ どちらともいえない
- ④ あまりそう思わない ⑤ まったくそう思わない

【理由】

(38) 白馬村(観光課や観光局等)が取り組んでいる観光関連の情報についてどの程度ご存知ですか。(ひとつに○)

- ① 十分知っているほうだと思う ② 知っているほうだと思う ③ あまり知らないほうだと思う ④ 知らないほうだと思う ⑤ わからない
- ⑥ その他()

(39) 普段、白馬村に関する観光関連の情報はどのように収集していますか。(あてはまるものすべてに○)

- ①白馬村観光課、白馬村観光局、HakubaValleyTourism の公式サイトや公式 Facebook 等
- ②白馬村観光局や HakubaValleyTourism からの配信メール
- ③地区の観光協会や旅館組合経由
- ④上記以外の所属組織・団体経由
- ⑤組織や団体は関係なく、仲間の事業者間で情報共有
- ⑥白馬村に関する観光関連の情報はほとんど収集していない
- ⑦その他()

(40) 白馬村(観光課や観光局等)から事業者様への情報提供について望ましい方法を教えてください。(あてはまるものすべてに○)

- ①今のままで十分
- ②多言語(日本語と英語等)での情報提供
- ③情報提供窓口の統一
- ④SNS やアプリ等、スマートフォン・タブレットで閲覧可能な提供方法
- ⑤ FAX や回覧・郵送での通知
- ⑥その他()

(41) 白馬村(観光課や観光局等)から事業者様への情報提供について望ましい頻度をお教えてください。(ひとつに○)

- ①月に 1 回程度 ②2 週間に 1 回程度 ③週に 1 回程度
- ④3 日に 1 回程度以上 ⑤定期配信というよりも情報がある度に配信
- ⑥その他()

(42) 白馬村(観光課や観光局等)から事業者様への情報提供について、どのような情報が欲しいですか。(あてはまるものすべてに○)

- ①事業者様向けの助成事業・補助事業等の情報
- ②各種関連調査の結果・データ
- ③イベント・セミナー等の情報
- ④村内・近隣エリアの観光関連施設・店舗の最新の営業状況や新規開店情報
- ⑤交通機関の運行状況(鉄道、バス等の最新の運行状況)
- ⑥気象警報や注意報等
- ⑦その他()
- ⑧特にない

(43) 白馬村の観光についてご意見がございましたら、お教えてください。

アンケートは以上になります。ご協力をいただきまして誠にありがとうございました。

令和 2 年度 白馬村宿泊事業者実態調査業務

令和 3 年 3 月

白馬村