

宿泊施設の経営環境と業績との関係についての統計的分析  
 — 温泉地域の現状と取り組みについての学術調査(1) —

金井雅之（山形大）・籠谷和弘（関東学院大）・小林盾（成蹊大）・武藤正義（東京工業大）・針原素子（日本学術振興会）・渡邊勉（信州大）・秋吉美都（専修大）・辻竜平（明治学院大）・高久聡司（東京工業大）・三隅一人（九州大）

1. 調査の方法と回収状況

この調査は、平成 17～19 年度科学研究費補助金基盤研究(B)「市民活動の活性化支援の調査研究：秩序問題的アプローチ」(研究代表者：籠谷和弘)の一環として、今年初めに実施したものである。宿泊施設に対する調査と旅館組合に対する調査を同時におこなったが、今回報告するのは前者に関する分析結果の一部である。

- ・ 調査実施時期：2007 年 1 月 23 日～2 月 20 日。
- ・ 調査方式：郵送による、自計式の質問紙調査。44 項目。
- ・ 調査実施機関：(社) 中央調査社。
- ・ 調査対象：長野・山形・群馬・新潟の各県で、旅館組合への加盟宿泊施設数が 10 施設以上の温泉地において、旅館組合に加盟するすべての宿泊施設。
- ・ 計画サンプル：1,515 (うち長野 597、山形 224、群馬 329、新潟 365)。
- ・ 有効サンプル：779 (回収率 51.4%。県別の回収率に大きな違いはなかった)。

2. 経営状況に影響を与える要因

宿泊施設ごとの経営状況を判断する指標として

- ・ 「貴館のお客数(日帰りの方も含む)は、5年前と比べてどう変わりましたか」
- ・ 「貴館の年間の売り上げは、5年前と比べてどう変わりましたか」

の2つの設問を利用した。回答選択肢は「5割以上減った」から「5割以上増えた」まで7段階である。それぞれの回答の分布を図1に、県別の売上の変化を図2にそれぞれ示す。客数・売上とも、回答数をもっとも多いのは「1～2割減った」、ついで「3～4割減った」であり、全体として経営状況は悪化する傾向がみられる。

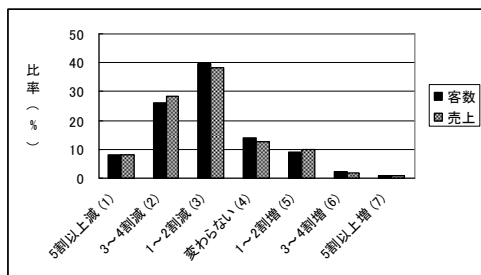


図1 5年前と比べた経営状況の変化

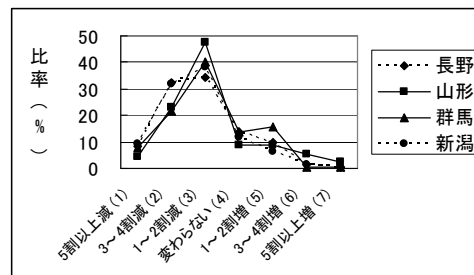


図2 5年前と比べた売上の変化 (県別)

経営状況に影響を与える要因を探るために、上記2つの設問の回答選択肢を減少率が大きいものから順に1～7まで点数化し、それを従属変数とする回帰分析をおこなった(表1)。予備分析で経営状況に有意な影響を与えることが判明した変数の中から、決定係数等に照らして独立変数を取捨選択した。

表 1 5年前と比べた経営状況の変化に影響する要因（非標準化係数  $B$  と標準化係数  $\beta$ ）

	客数の増加			売上の増加		
	$B$	$\beta$		$B$	$\beta$	
施設の改築・改装（ここ5年間）	.39	.162	***	.50	.206	***
常連客への挨拶状送付（ここ5年間）	-.23	-.098	**	-.19	-.079	*
他の温泉地や観光地へ単独で研修・視察（ここ5年間）	.21	.085	*	.20	.083	*
単独で外部講師を招聘（ここ5年間）	.37	.107	**	.36	.104	**
各温泉地で2006年に実施されたイベントへの参加率 （20%刻みで5段階）	.08	.088	*	.05	.062	†
セールスポイント・お客様へのきめ細かい対応	.19	.079	*	.07	.031	
経営形態が株式会社・有限会社	.22	.093	*	.25	.105	**
後継者決定	.20	.084	*	.20	.084	*
サンプルサイズ		702			704	
調整済み決定係数		.117			.123	

†  $p < .10$ , \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$ 。

客数の増加をもたらすのは、標準化係数の絶対値の大きい順に「施設の改築・改装」、「外部講師を招聘」、「株式会社・有限会社」、「イベントへの参加率」等の要因である。また、売上の増加をもたらすのは、「施設の改築・改装」、「株式会社・有限会社」、「外部講師を招聘」、「後継者決定」等の要因である。反対に、「常連客への挨拶状送付」をおこなっている施設では、客数も売上も有意に減少する傾向がみられる。

ここで客数と売上の増加に共通する3要因は、「外部講師を招聘」と「株式会社・有限会社」の相関が高い（.265、 $p < .01$ ）ことからわかるように、経営における資金力に関するものと考えられる。一方、経営状況の不振に関係する「常連客への挨拶状送付」は、おもな利用客のタイプが「観光型（1泊程度）」よりも「保養・休養型（2～3泊程度）」、会社経営よりも個人・家族経営、グループ経営よりも独立経営の宿泊施設で高い傾向がある。

### 3. 議論と今後の課題

近年、高度経済成長期に全国各地に出現した男性団体客を主なターゲットとする歓楽型の大規模かつ画一的な温泉観光地から、保養を目的とした滞在型の個人客をターゲットとし地域全体で客をもてなすホスピタリティあふれる温泉地への転換が唱えられている<sup>1)</sup>。今回の分析結果は、少なくとも個々の宿泊施設の客数や売上という指標で判断する限り、こうした新しい温泉地経営の在り方が必ずしもまだ成果に結びついていない可能性を示唆するものである。

しかしながら、温泉地全体でのまちづくりの方向性と個々の宿泊施設の経営状態とは必ずしも直接結びつくものではないだろうし、「常連客への挨拶状送付」が具体的にどのようなメカニズムで経営状況の不振と関係しているのかも未解明である（もちろん、挨拶状送付が経営不振の直接の「原因」であるとは考えられない）。今後こうした点を中心に、さらに分析を進めていく予定である。

#### 注・参考文献

- 1) 山村順次（1998）：『新版 日本の温泉地』日本温泉協会、220～222頁。