

朝日町民宿等宿泊サービス事業者  
ヒアリング調査  
報告書

平成 29 年 12 月

朝日町商工会



## 目 次

---

I 調査概要	2
1. 調査目的	2
2. 調査数	2
3. 調査員及び日程	2
II 調査結果	2
1. 企業概要	2
2. 経営状況	5
3. 競合等の状況	6
4. 経営上の課題	7
5. 客層の構成割合と動向	8
6. 顧客からの宿泊申し込み状況	13
7. マーケティングの状況	15
8. インターネットを活用した取り組み状況	16
9. 宿泊プラン別の実施状況	17
10. 今後の経営方針	18
11. 効果的な取り組み、特色ある取り組み	19
12. 当地域の宿泊サービス事業の振興のために商工会に等に望むことは	19
III 調査結果のまとめ	20
1. 企業概要等	20
2. マーケティング状況	20
3. 経営上の課題や今後の経営方針、商工会等への要望	20
4. 今後の検討課題	20
IV. 商工会が民宿等宿泊サービス事業者に関して支援すべき方策	22
(資料) 朝日町民宿等宿泊サービス事業者ヒアリング調査結果集計表	24
(資料) 朝日町民宿等宿泊サービス事業者ヒアリング調査票	32

## I. 調査概要

---

### 1. 調査目的

朝日町商工会の「経営発達支援計画策定推進事業」に係る小規模事業者支援のうち、裾野が広い観光産業の実態や経営状況等の分析データを把握すると共に、小規模事業者（以下、事業所という）の販路拡大や事業計画策定支援をするため、民宿等宿泊サービス事業者に対して地域動向調査を実施するもの。

### 2. 調査数

朝日町の民宿等宿泊サービス事業者 10 事業所に対して訪問ヒアリング調査したもの。

### 3. 調査員及び日程

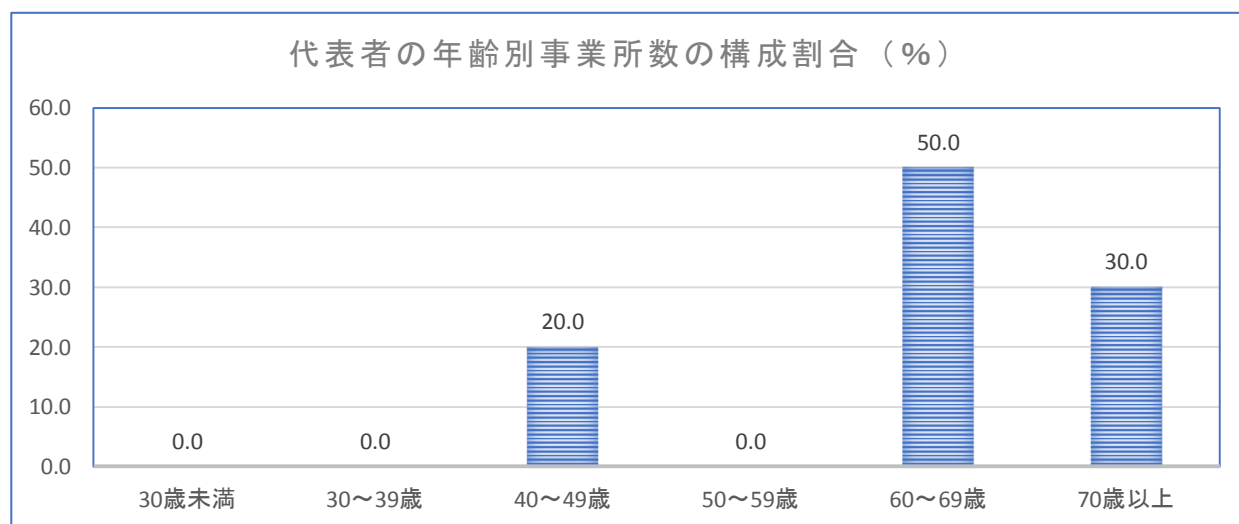
平成 29 年 7 月から 8 月まで、朝日町商工会職員と一般社団法人富山県中小企業診断協会所属の中小企業診断士の 2 名で訪問ヒアリング調査を行い、中小企業診断士が集計・分析したもの。

## II. 調査結果

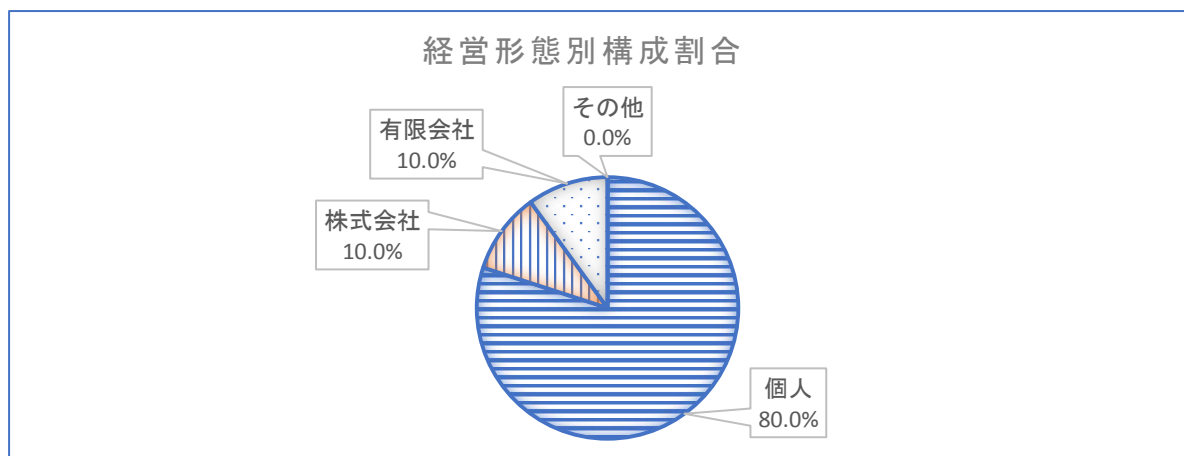
---

### 1. 企業概要

代表者・経営者の年齢別事業所数の構成割合は、「60～69 歳」が最も多く半数を占めている。その次は「70 歳以上」であり、その次が「40～49 歳」である。若い経営者が少ない状況である。

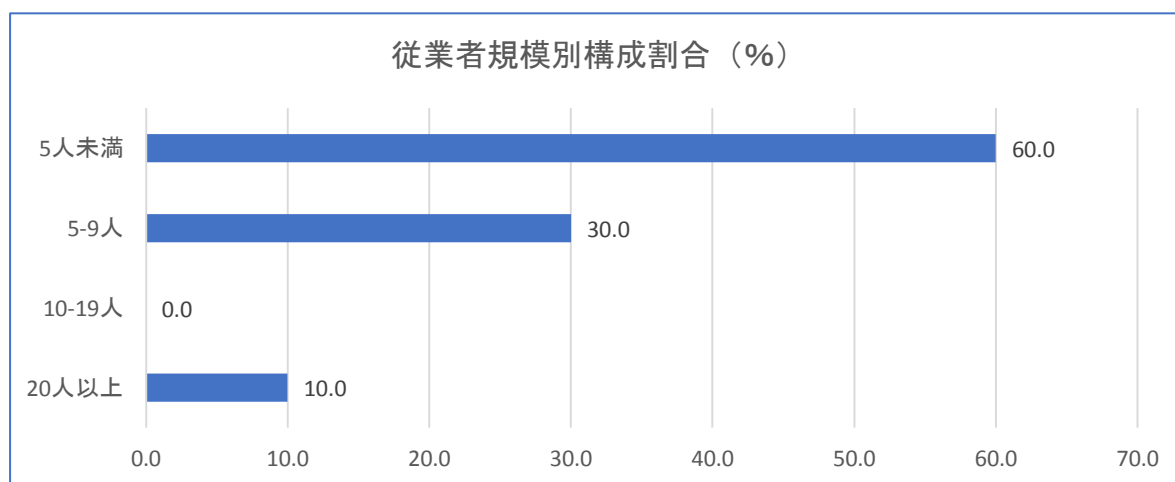


経営形態としては、「個人」が 80%と最も多く、「株式会社」「有限会社」が多くない。今後の発展を考える場合、理想的には株式会社等の法人形態が望まれるのではないだろうか。

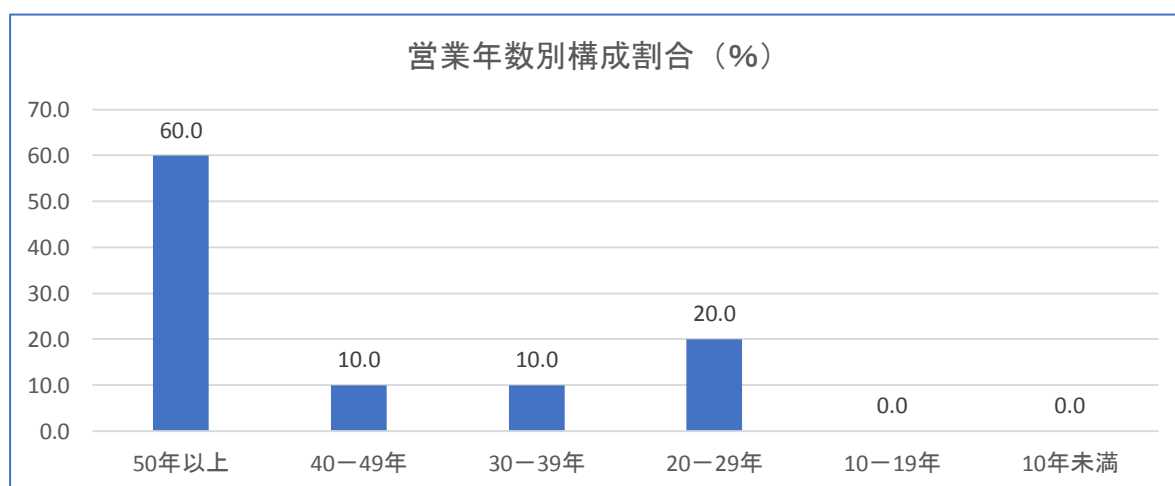


従業員数別の事業所構成割合をみると、常勤換算した従業員数が「5人未満」の事業所が60%と多く、「5～9人」が30%となっている。小規模な事業者が多いという実態である。

また、常時雇用従業員がいる事業所の割合は30%である。家族従業員が主体で運営されている事業所の割合は60%である。

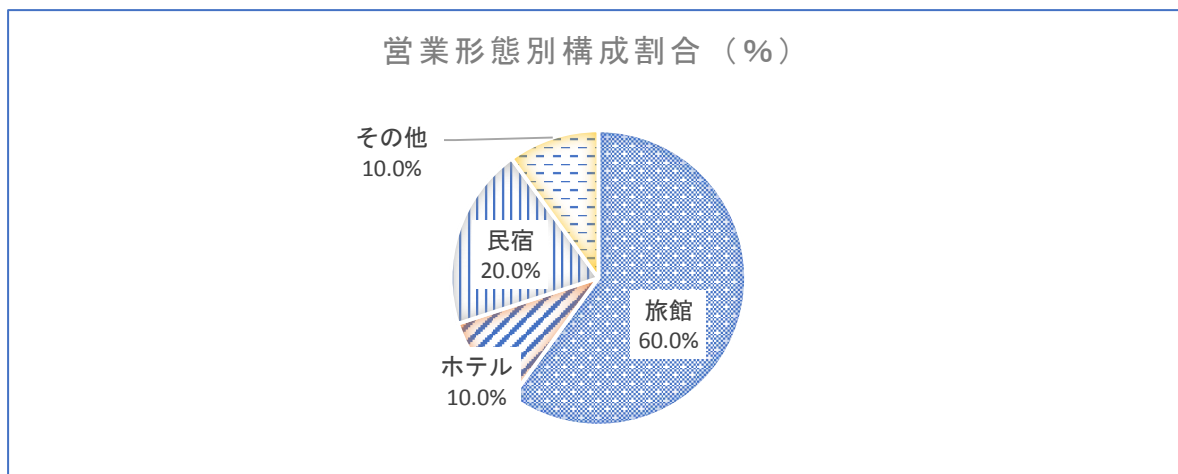


営業年数別にみても、50年以上が60%と最も多く、その他も20年以上であり、朝日町の民宿等は歴史を有している。

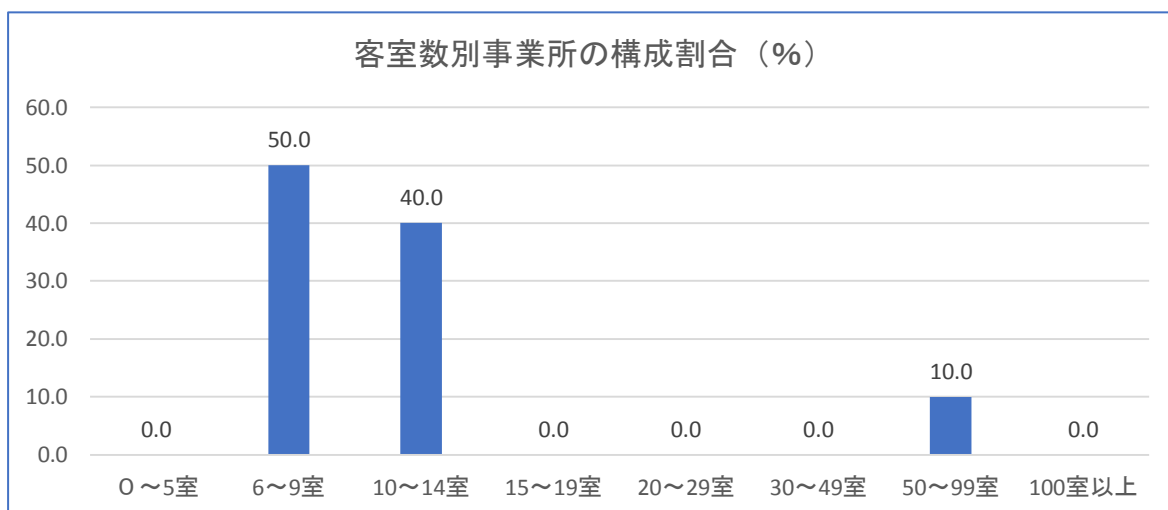


後継者については、「有」70%、「無」30%である。

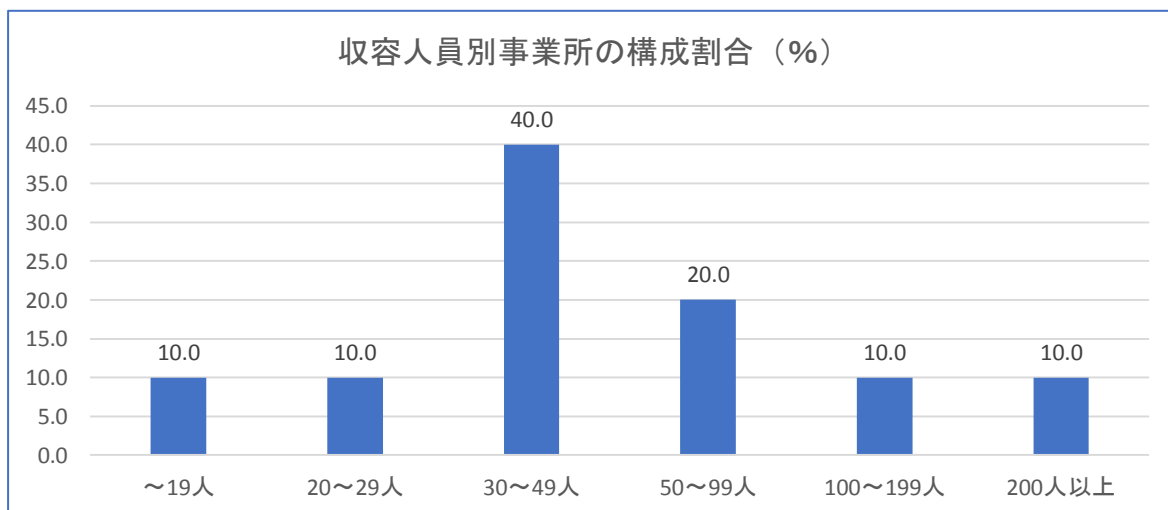
営業形態の構成割合をみると、「旅館」60%と多く、「民宿」20%と続き、「ホテル」は10%とあまり多くない状況である。



施設概要についてみると、まず客室数は、「6～9室」「10～14室」がほとんどであり、小規模施設が多い。



また、全体の収容人員別の事業所の構成割合は、「30～49人」「50～99人」が多くなっている。



兼業の状況については、宿泊関係の収入割合が10割というところが8割であり、兼業部門もあるというのが2割である。兼業部門としては、浜茶屋やドライブンがある。また、宿泊関係が10割という事業所においても宿泊と宴会・日帰り食事を含めて宿泊関係10割というところもある。

全体としてみると、個人経営で家族従業員が主体で運営されている比較的小規模の宿泊サービス事業所が多いという実態である。

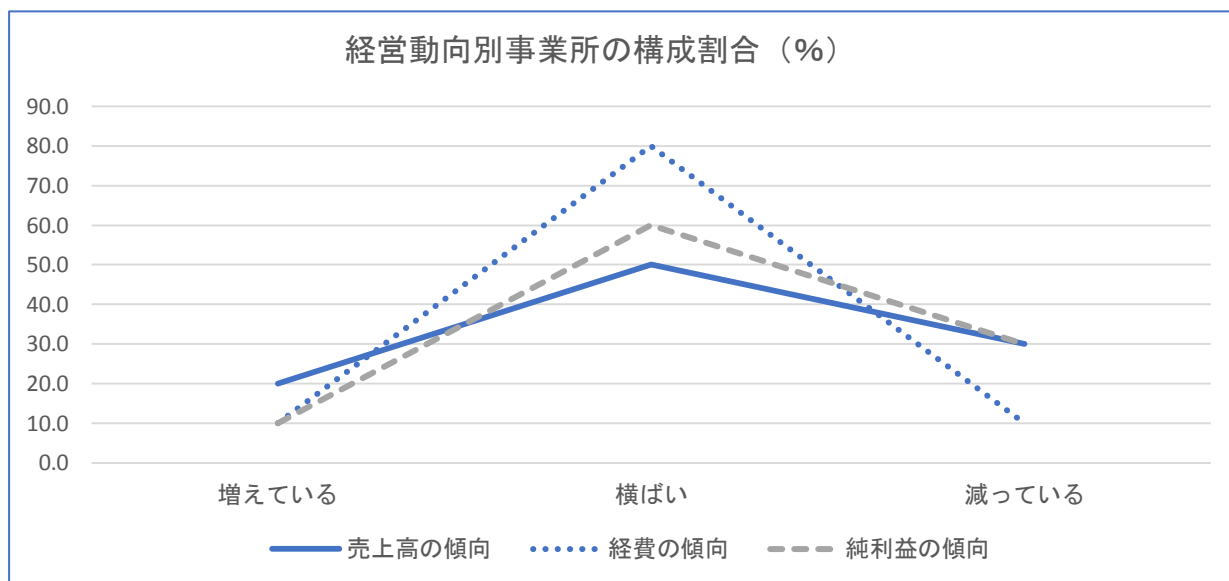
## 2. 経営状況

### (1) 経営動向

昨年からみた経営動向をみると、「売上高」については「横ばい」が50%で「減っている」が30%となっている。「経費」の傾向については、「横ばい」とするものが8割を占める。「純利益」の傾向は、「増えている」より、「減っている」とする者の割合が高い。厳しい状況がうかがえる。

当社の主力のプラン、サービスについては、カニ、タラ汁等地魚を使った料理や美味しい魚料理付きの宿泊などを挙げる事業所が多かった。主力のプラン、サービスの経営動向は、「横ばい」が60%、「増えている」「減っている」がそれぞれ20%であった。

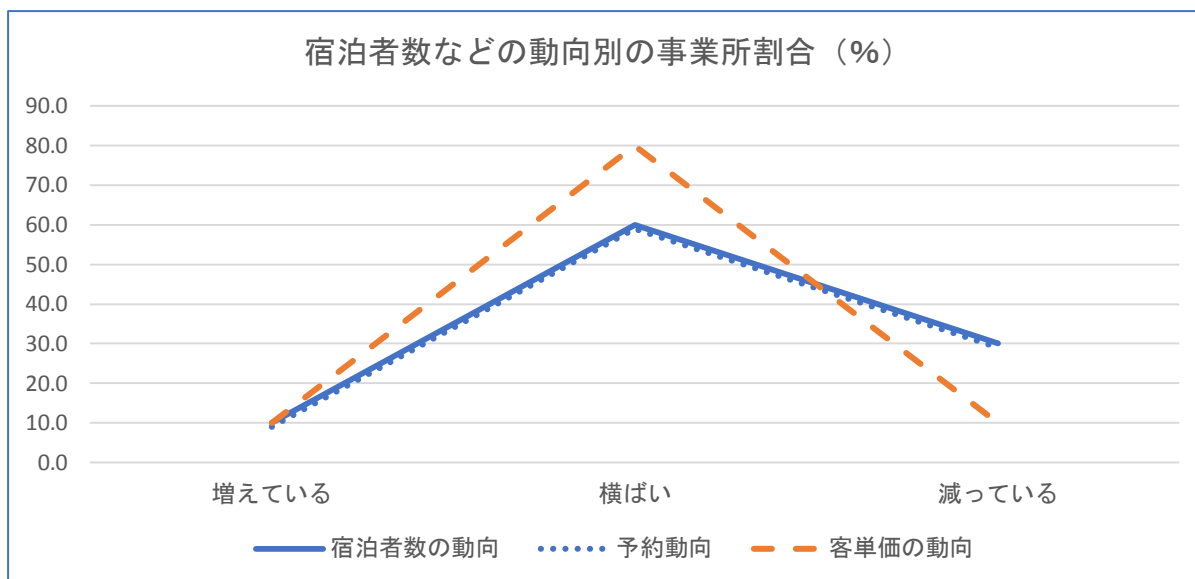
このように、売上高等が横ばいや減っている状況の中で、各事業所においては、最近の顧客ニーズに対応した、魅力的なプラン、サービスの提供により、売上高が増やすための経営活動の強化が望まれる。



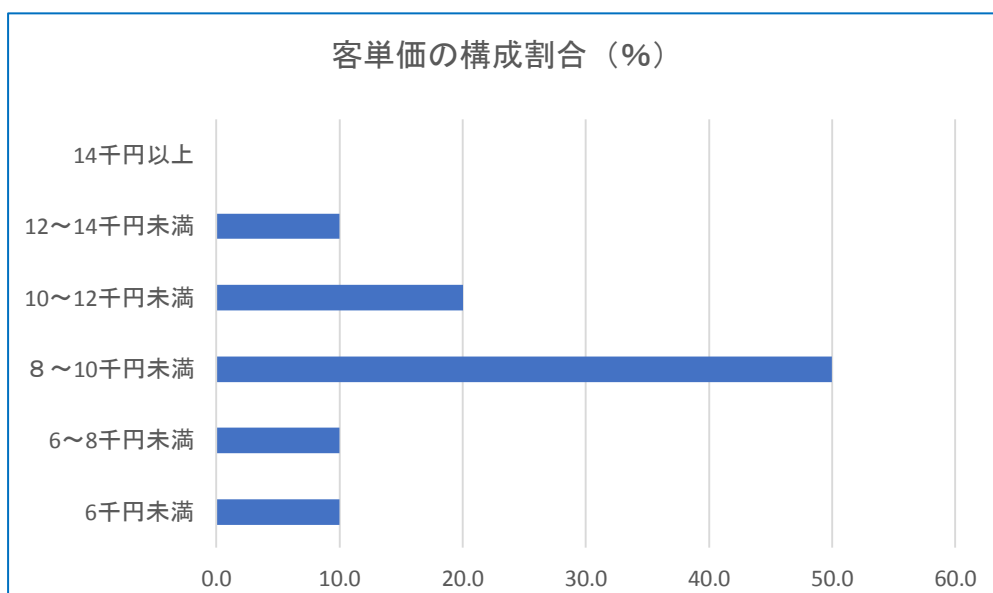
なお、資金繰りについては、「安定している」が60%、「余裕がある」10%、「厳しい」が30%である。

## (2) 宿泊者などの客層の動向

宿泊者数など動向をみると、「宿泊者数」「予約」「客単価」とともに「横ばい」が多い。



客単価は1泊「8～10千円未満」が最も多くなっている。



## 3. 競合等の状況

### (1) 当社の特色、魅力は？

競合等の状況に関して、当社の特色、魅力を聞くと、「美味しい魚料理」「ボリュームがありリーズナブル」「豊かな自然の中でのくつろぎや楽しみ」などを挙げる事業所がほとんどであった。

### (2) 競合の状況は？

競合店のタイプとしては、同じようなタイプの民宿、旅館・ホテルを挙げる事業所がある一方、特に意識していない、自社の美味しい料理等に自信を持っているという意見もあった。

競合する部分としては、おいしい魚料理、価格帯、施設があげられ、競合店の強み・特色としては、魚料理、リーズナブルな価格、施設の良さ（トイレ付など）などがあげられている。



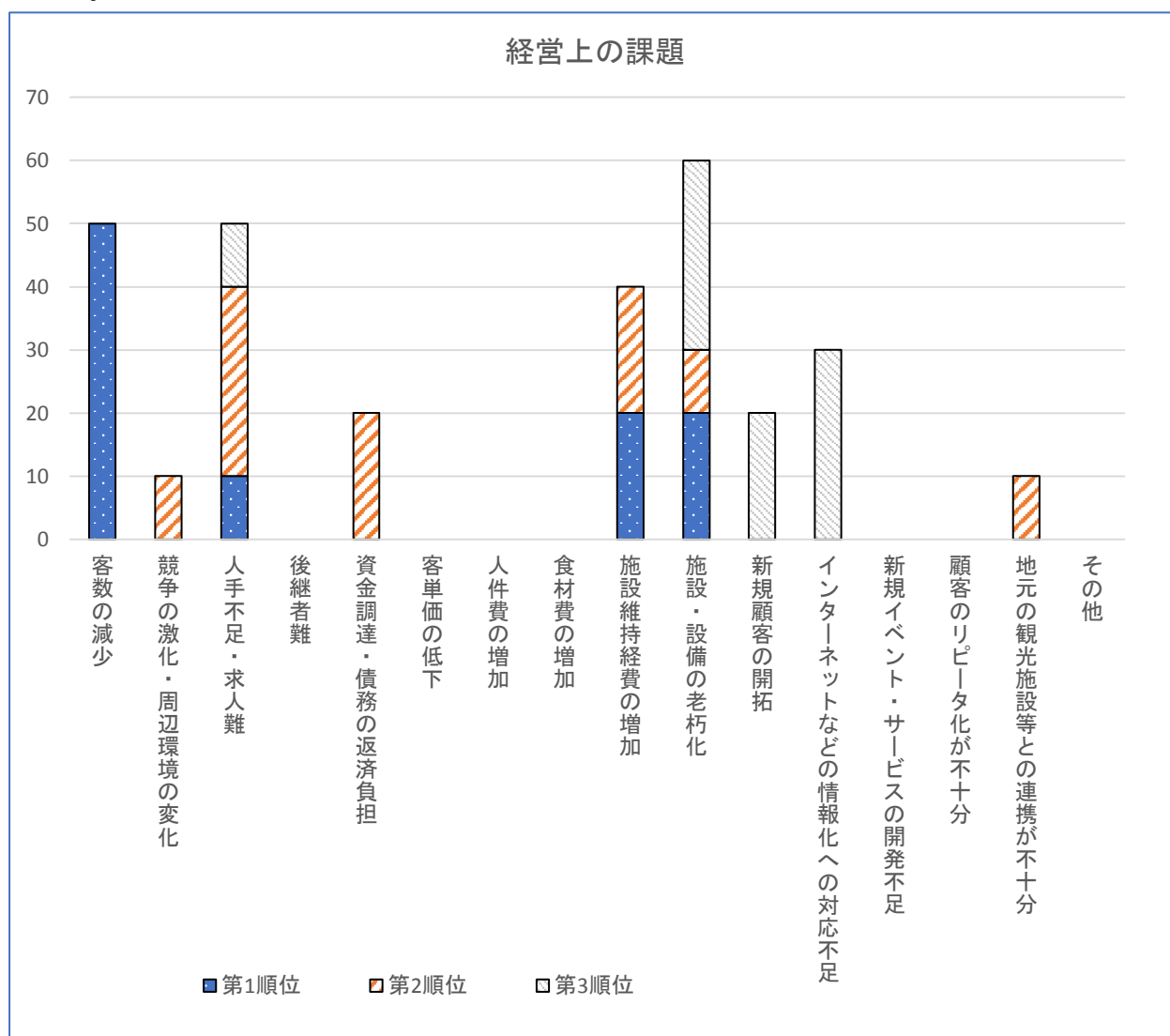
自社の特色、魅力を常に前面にアピールしながら、顧客のニーズ・動向に対応していくという視点から、競合店との競合部分について対策を講じていくことを常に考え経営活動をしていくことが、全体として朝日町内の宿泊サービス事業の発展につながるといえる。

#### 4. 経営上の課題

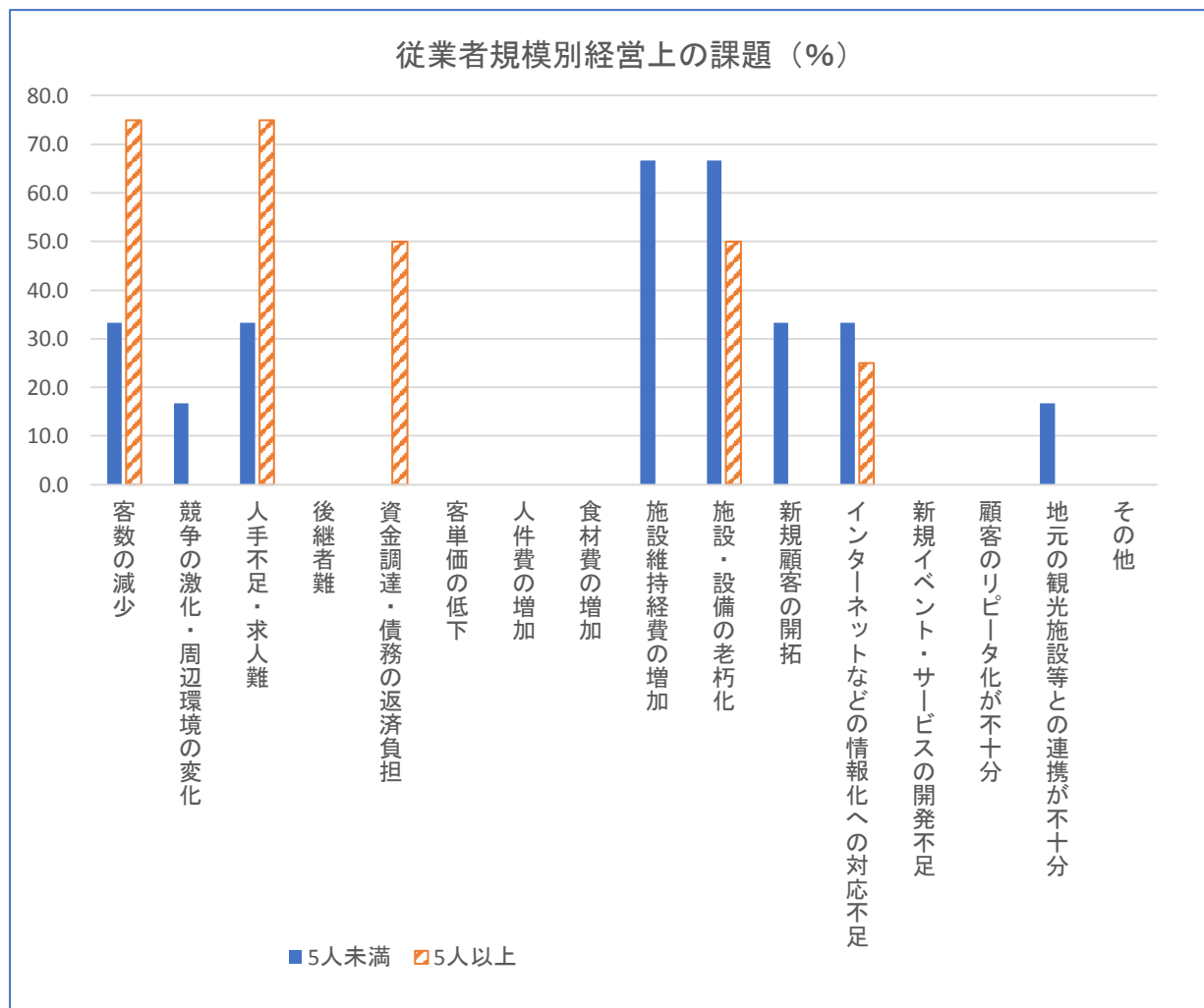
経営上の課題について、重要な順に番号を記入してもらうと、第1順位で多かったのは「客数の減少」で50%であり、「施設維持経費の増加」、「施設・設備の老朽化」がそれに次いで多い。第2順位としては、「人手不足・求人難」、「資金調達・債務の返済負担」、「施設維持経費の増」が多い。第3順位としては、「施設・設備の老朽化」、「インターネットなど情報化への対応不足」などとなっている。

経営上の課題全体としては、「施設・設備の老朽化」、「客数の減少」、「人手不足・求人難」となっている。

基本的に客数の減少にどのように取り組んでいくかということであり、そのためには施設・設備の老朽化への対応という施設面からの対応、サービス提供の基盤である人手の充実が課題ということである。



また、これを従業員規模別（常勤換算）でみると、従業員5人以上の事業所において「客数の減少」、「人手不足・求人難」を課題として挙げており、従業員5人未満の事業所においては、「施設・設備の老朽化」、「施設維持経費の増加」を経営課題として挙げる割合が高い。



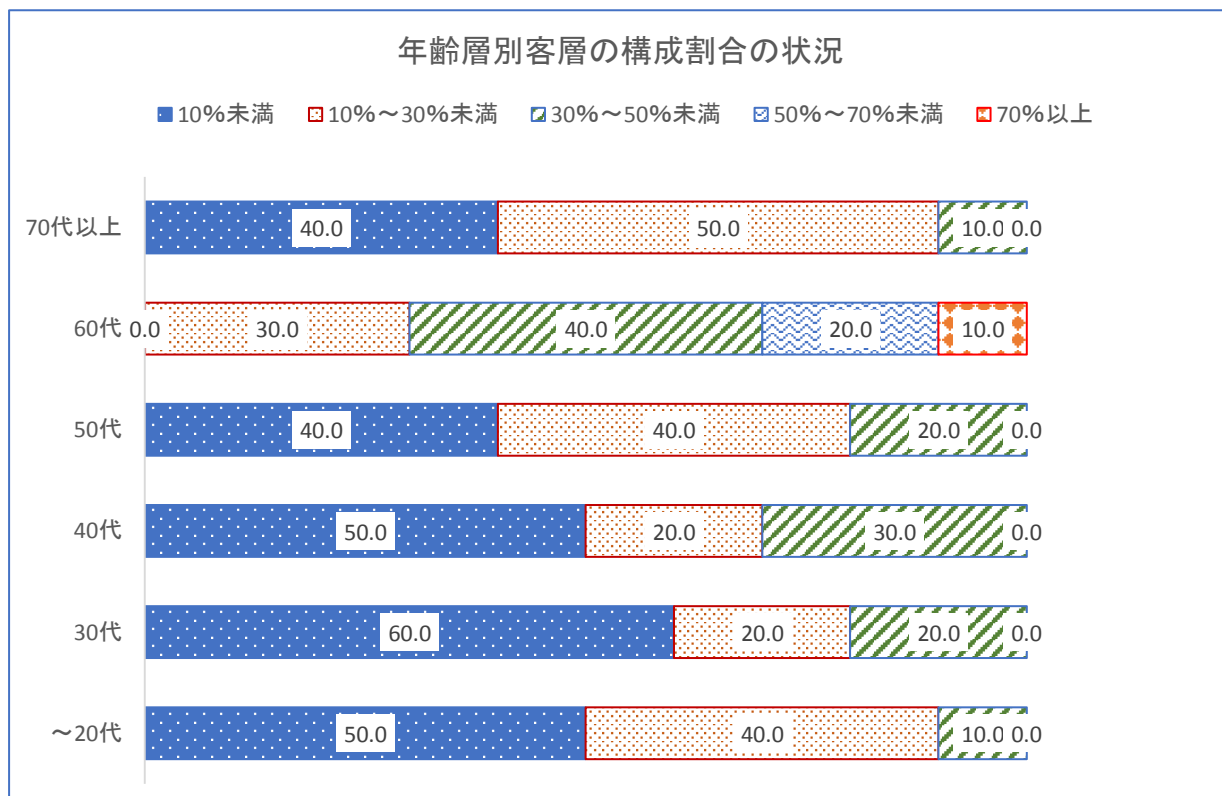
## 5. 客層の構成割合と動向

客層についての構成割合は、まず年代別にみると、全体の単純算術平均をもとに構成比をみると、「～20代」10.4%、「30代」10.5%、「40代」15.9%、「50代」13.2%、「60代」37.0%、「70代以上」13.0%となっており、60代が最も多く、次に40代などとなっている。

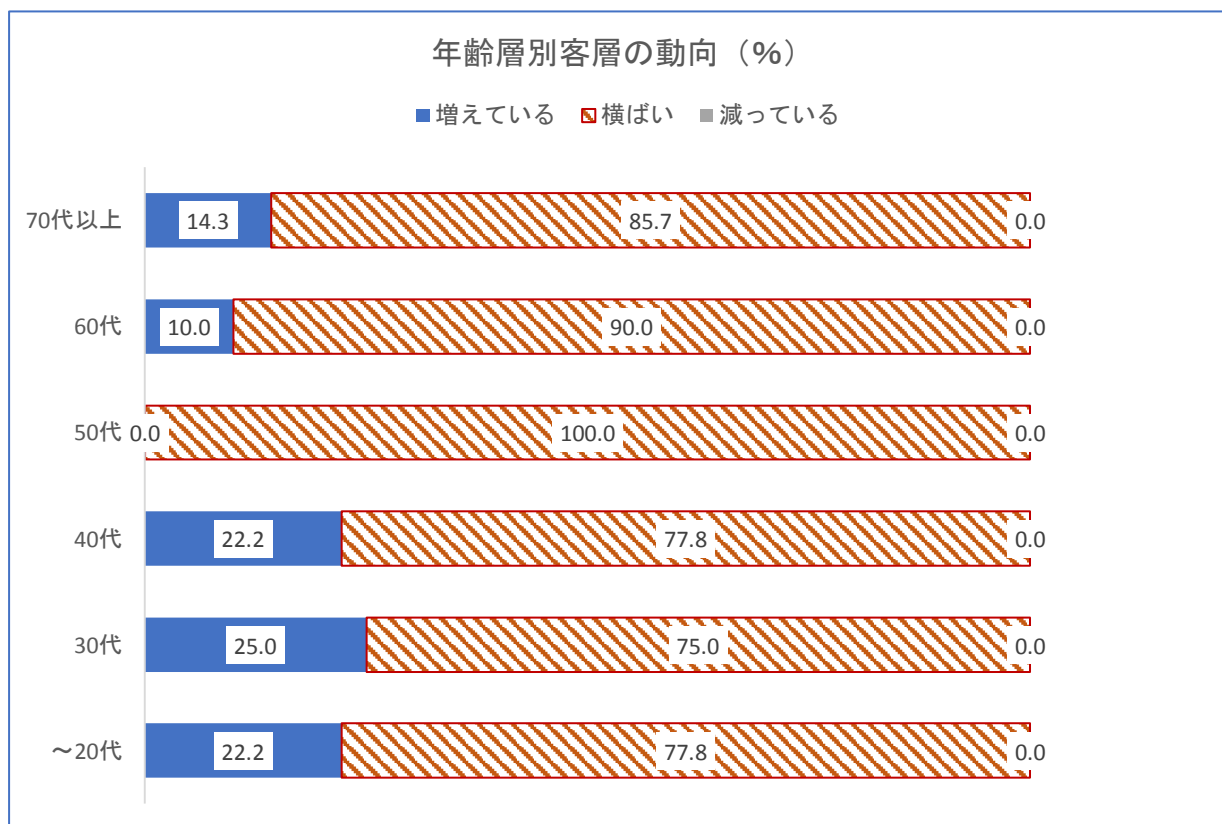
年齢客層別の構成割合をみると、「～20代」では「10%～30%未満」40.0%と最も多い。「50代」では「10%～30%未満」、「30%～50%未満」が多い。「60代」では10%未満が少ない。「70代以上」は「10%～30%未満」が多い。

主要な客層としては、「60代」が多く、「40代」「50代」などが多くなっており、「～20代」があまり多くないという状況である。

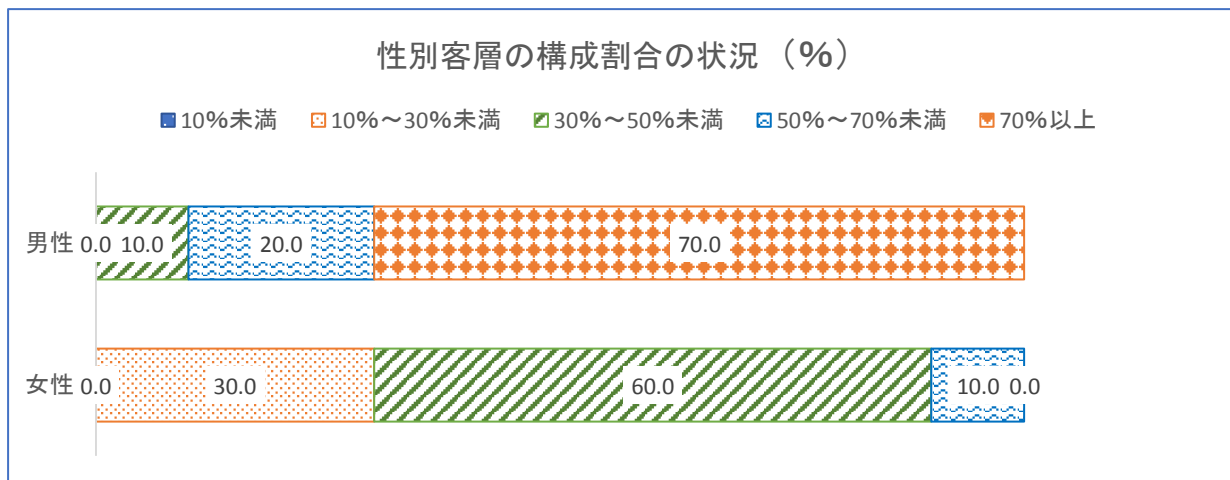
個別にみても、スポーツ関係などで青少年の割合が高い事業所、60代以上の高齢者の割合が高い事業所、40代などの家族連れや少人数グループの割合が高い事業所など、それぞれの事業所が得意分野、特色を生かした経営をしていることが窺える。



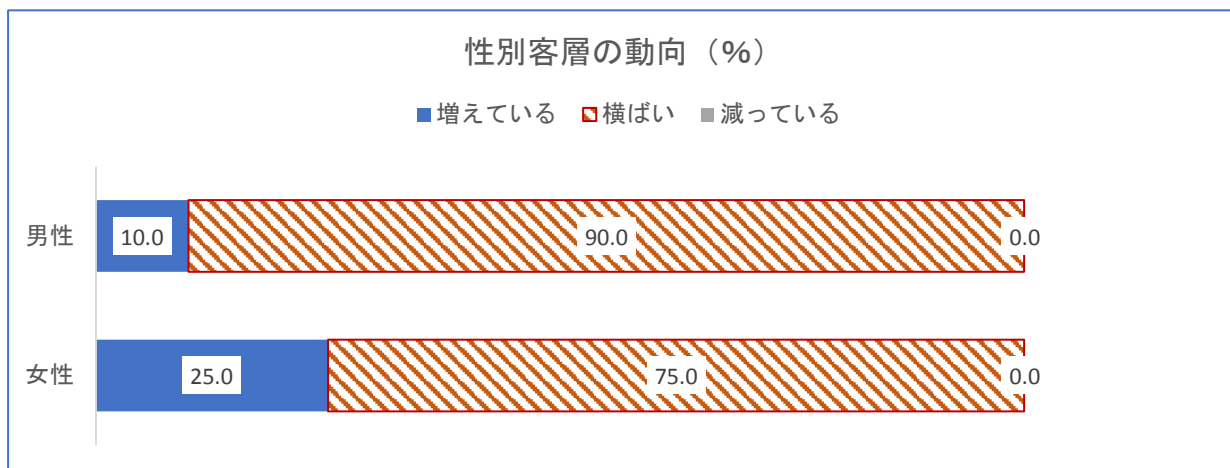
この年齢層別の客層別の昨年からみた動向をみると、各年齢層において横ばいが最も多い。また、比較的若い年代層において「増えている」と答えた割合が高い。



性別の客層の割合をみると、全体の単純算術平均をもとにした構成比をみると、「男性」69.0%、「女性」31.0%となっている。「男性」が「70%以上」というのが70%である。「女性」については、「30%～50%未満」が60%と多い。

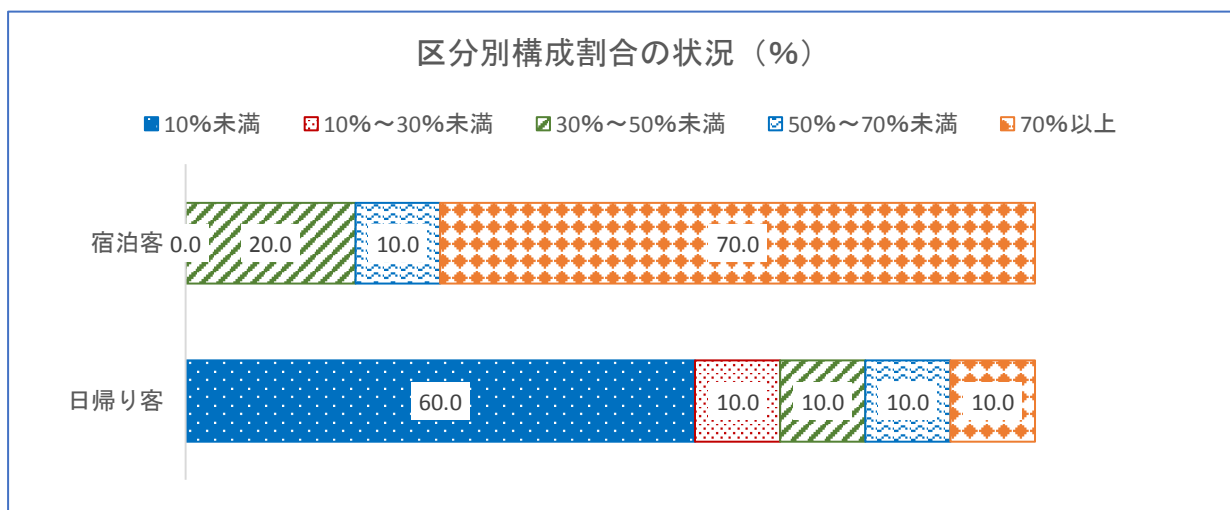


性別客層の動向をみると、横ばいがほとんどであるが、女性が増えているとする割合が高い。

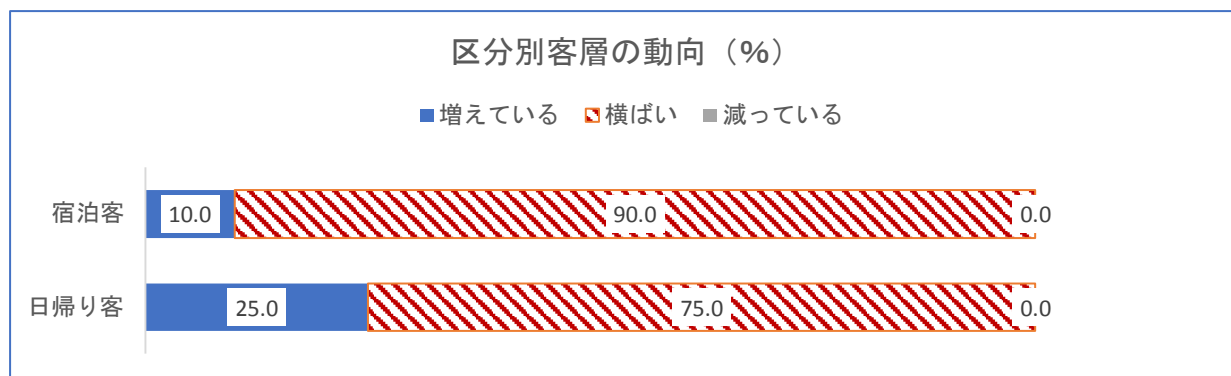


宿泊施設（部門）としての「日帰り客」と「宿泊客」について聞いたところ、全体の単純算術平均をもとにした構成比は、「日帰り客」17.5%、「宿泊客」82.5%である。

「宿泊客」が「70%以上」というのが70%である。



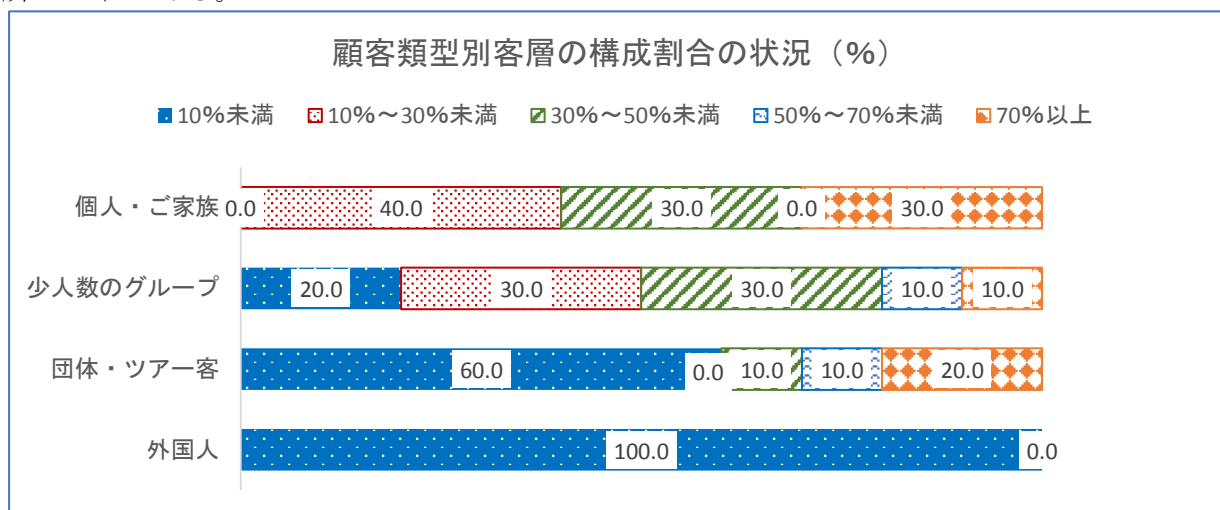
また、これらの客層の動向は、横ばいがほとんどである。「宿泊客」に比べ「日帰り客」が増えているとする事業所の割合がやや多い。



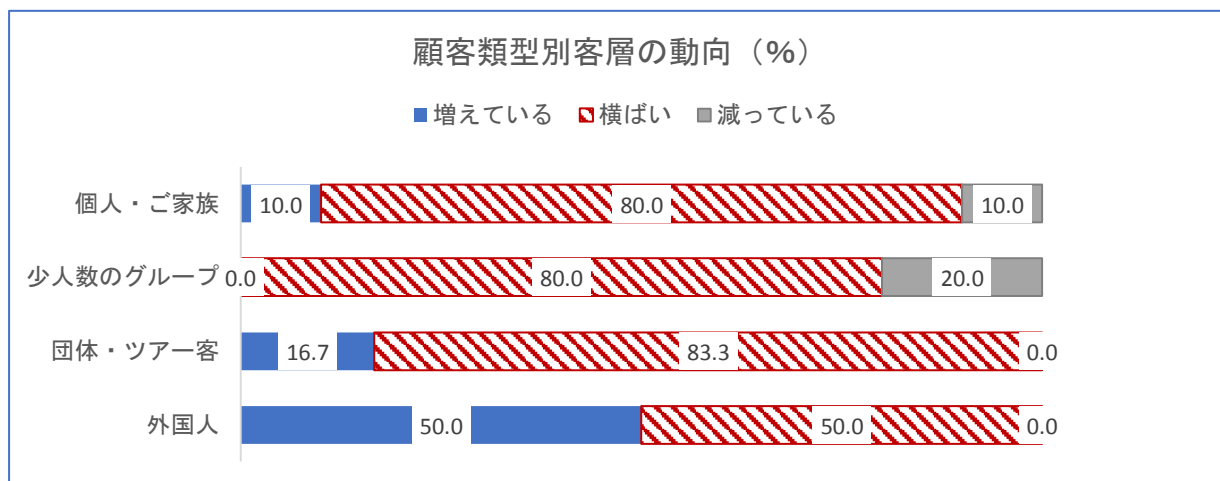
顧客類型でみると、全体の単純算術平均をもとにした構成比は、「個人・ご家族」45.2%、「少人数のグループ」30.2%、「団体・ツアー客」23.6%、「外国人」1.0%となっている。

「個人・ご家族」の割合が70%以上という事業所が30%である。次いで「少人数のグループ」の構成割合が高い。「団体・ツアー客」が10%未満というところが多い。

なお、「外国人」については、0%というものが60%であり、5%未満であるが受け入れている事業所が40%である。

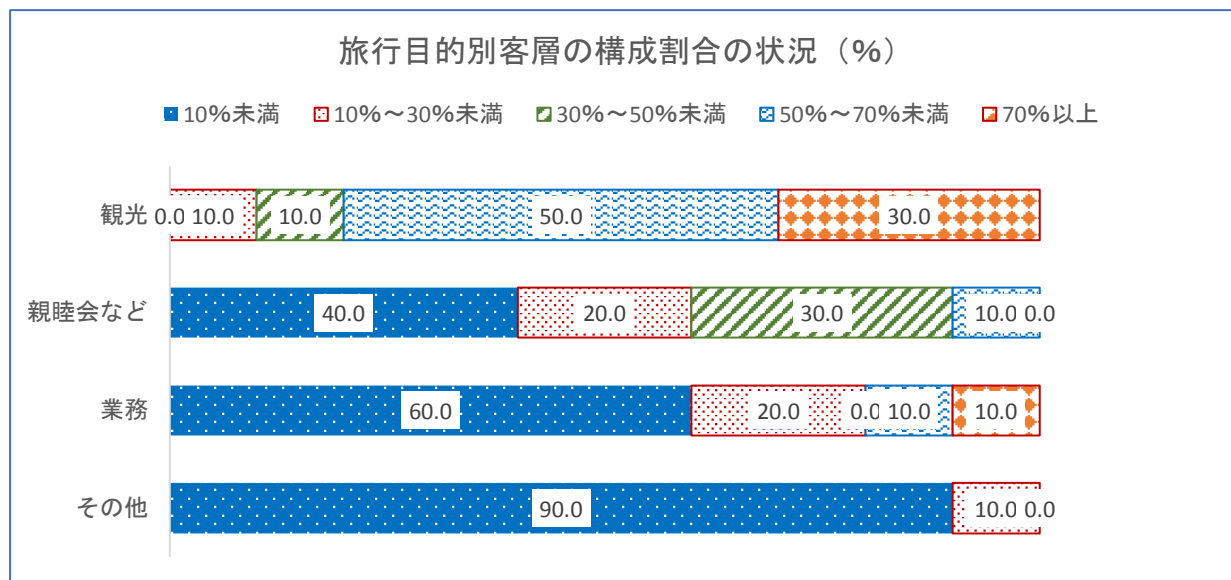


昨年からみた動向をみると、「横ばい」がほとんどであるが、「外国人」については、「増えている」とした割合が高い。



旅行目的でみると、全体の単純算術平均をもとにした構成比は、「観光」60.5%、「親睦会など」21.0%、「業務」16.5%、「その他」2.0%となっている。

「観光」が目的というのが50%~70%未満が50%であり、70%以上というのが30%であり、ほとんどが観光目的である。その他「親睦会など」というのが多い。

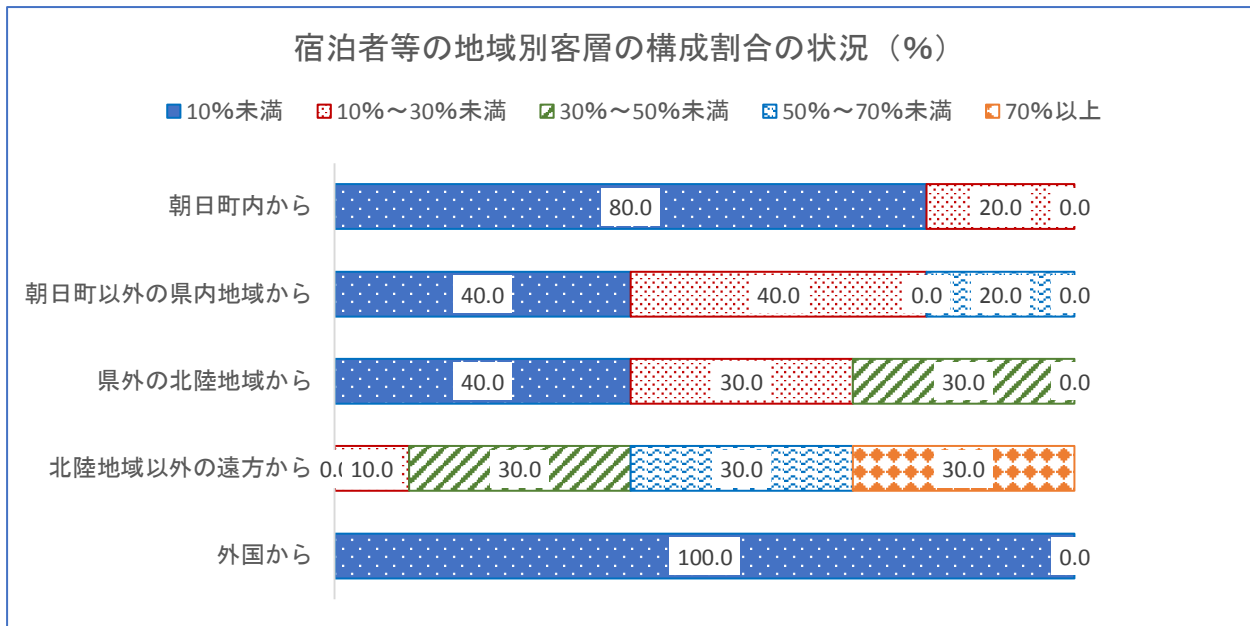


旅行目的の動向をみると、観光目的は増えているが、その他はほとんど横ばいである。

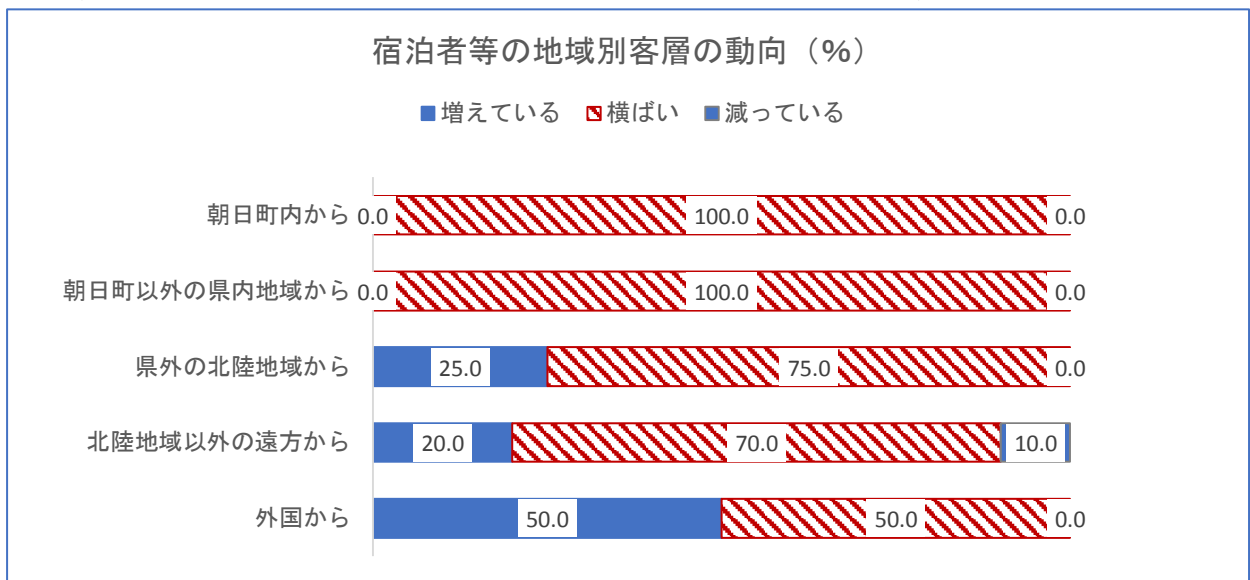


宿泊者等の地域をみると、全体の単純算術平均をもとにした構成比をみると、「朝日町内から」3.9%、「朝日町以外の県内地域から」20.9%、「県外の北陸地域から」15.6%、「北陸地域以外の遠方から」58.6%、「外国から」1.0%となっている。

宿泊者等の地域別客層においては、「朝日町内から」が10%未満というのが80%である。「朝日町内以外の県外から」は10%~30%未満が40%を占める。「県外の北陸地域から」は「10%~30%未満」「30%~50%未満」がそれぞれ30%である。「北陸地域以外の遠方から」は「30%~50%未満」「50%~70%未満」「70%以上」がそれぞれ30%である。北陸地域以外の遠方からのお客さんが多いということである。



地域別の客層の動向は、横ばいが多いが、「県外の北陸地域から」「北陸地域以外の遠方から」において増えている割合がみられ、「外国から」は絶対数は少ないものの増えている割合が高い。

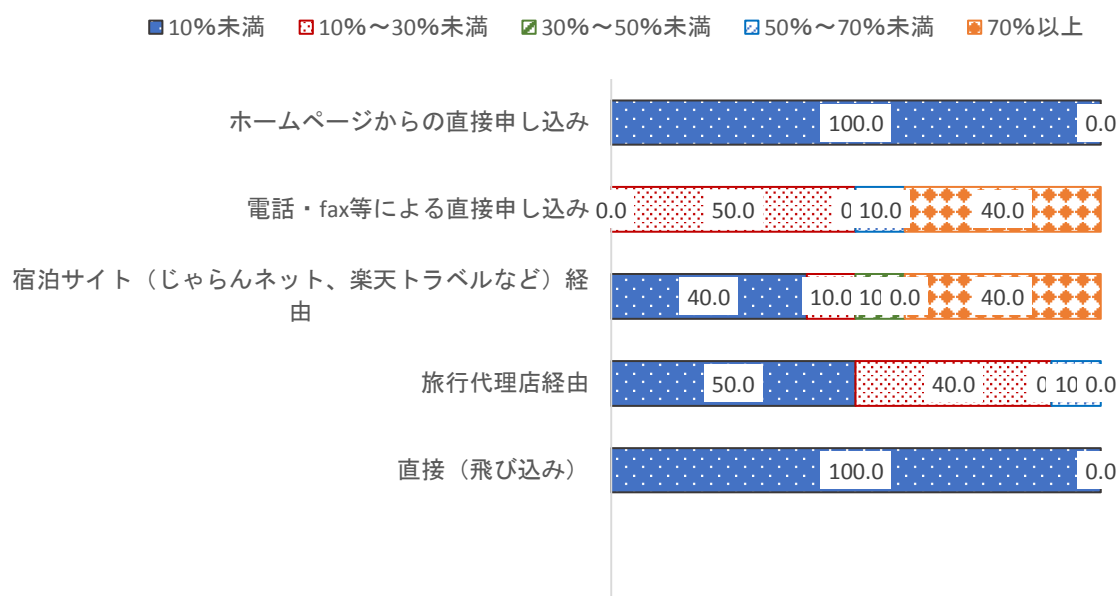


## 6. 顧客からの宿泊申し込み状況

顧客からの宿泊申し込みの方法別にみると、全体の単純算術平均をもとにした構成比は、「ホームページからの直接申し込み」0.9%、「電話・FAX等による直接申し込み」52.0%、「宿泊サイト（じゃらんネット、楽天トラベルなど）経由」36.9%、「旅行代理店経由」9.6%、「直接（飛び込み）」0.6%、「その他」0.0%となっている。

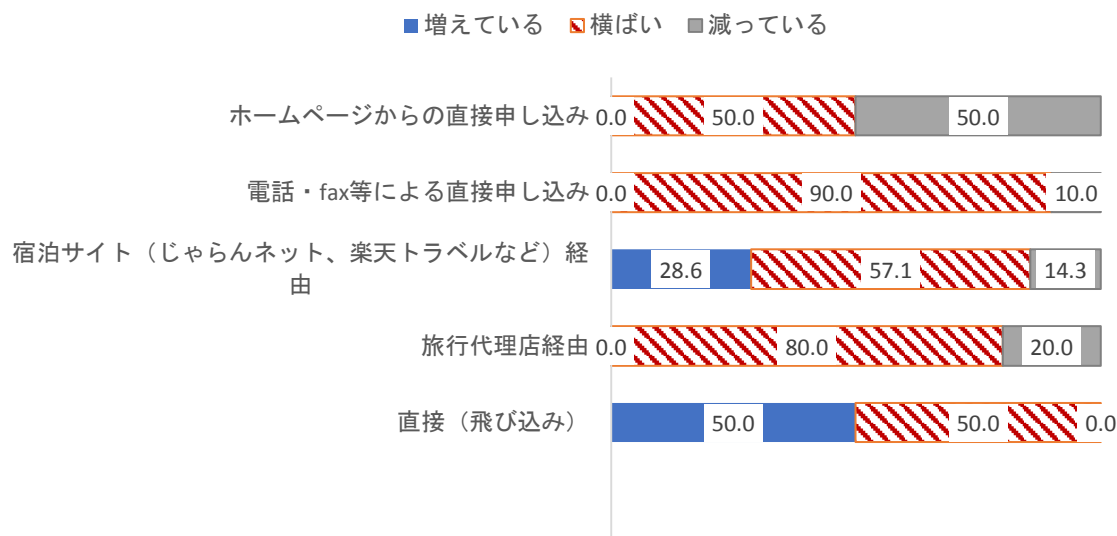
ホームページからの直接申し込みは、そのようなシステム構築をしていないところが80%ということから、10%未満が100%である。「電話・fax等による直接申し込み」においては10%～30%、70%以上が多くなっている。「宿泊サイト（じゃらんネット、楽天トラベルなど）経由」は10%未満と70%以上というのがそれぞれ4割を占める。「旅行代理店経由」は10%未満、10%～30%未満が多い。「直接（飛び込み）」は10%未満である。

### 顧客からの宿泊申し込み状況の構成割合の状況（％）



また、申し込み状況の動向をみると、「宿泊サイト（じゃらんネット、楽天トラベルなど）経由」は「増えている」が28.6%と多く、「旅行代理店経由」は「横ばい」が最も多く、「減っている」が比較的多くなっている。

### 顧客からの宿泊申し込み状況の動向（％）



#### 6-2. 顧客からの宿泊申し込み状況（月別）

顧客からの宿泊申し込みの月別の割合は、全体の単純算術平均をもとにした構成比は、4月4.9%、5月11.3%、6月5.0%、7月13.8%、8月23.2%、9月7.5%、10月9.1%、11月5.8%、12月5.8%、1月5.0%、2月4.2%、3月4.4%となっており、8月、7月、5月が多く、2月、3月、4月が少ない。



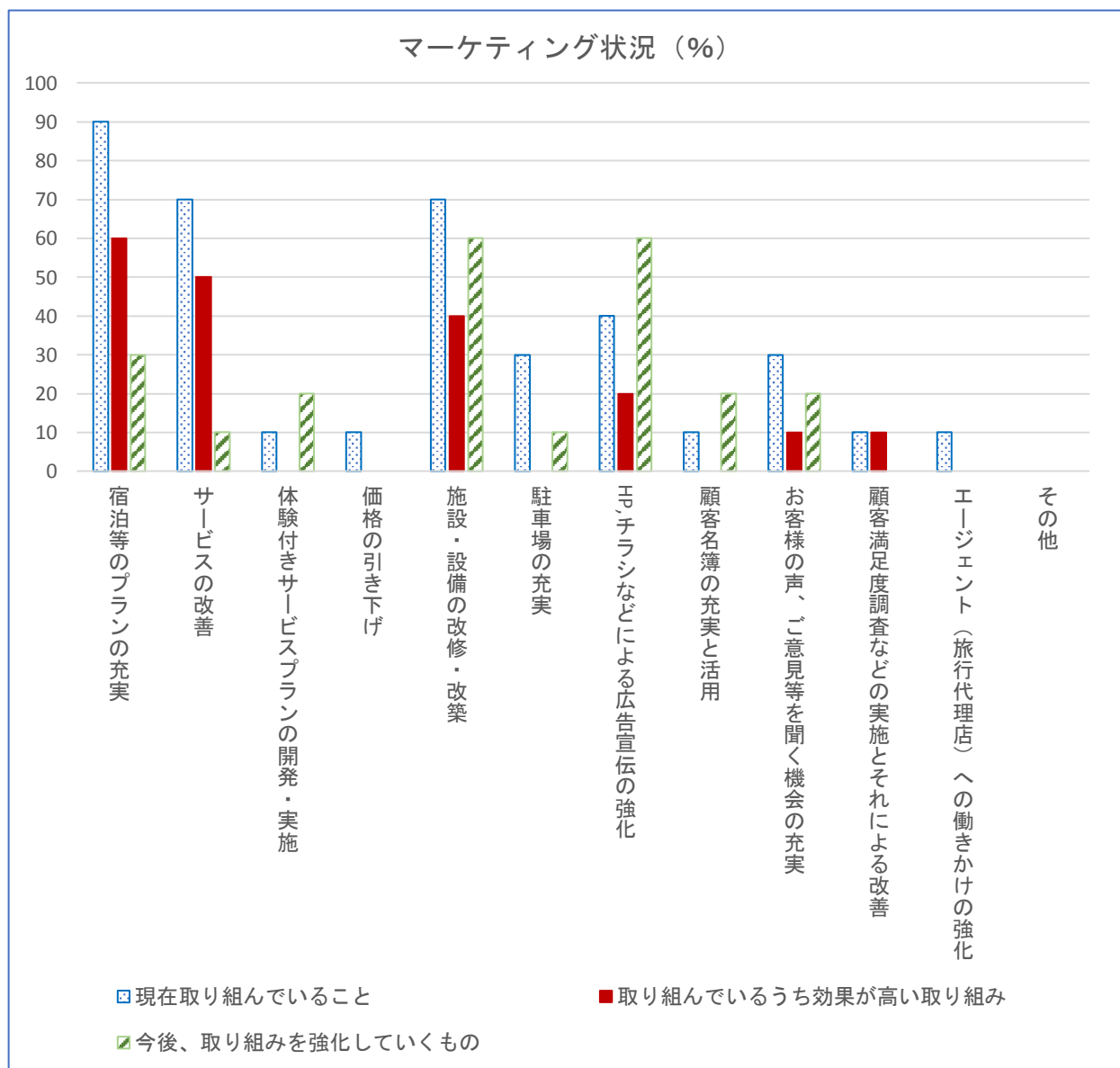
## 7. マーケティングの状況

宿泊事業者のマーケティングの取り組みとしては、「宿泊等のプランの充実（サービス、食事、快適性の向上など）」、「サービスの改善」、「体験付きサービスプランの開発・実施」、「価格の引き下げ」、「施設・設備の改修・改築」、「駐車場の充実」、「ホームページ、チラシなどによる広告宣伝の強化」、「顧客名簿の充実と活用」、「お客様の声、ご意見等を聞く機会の充実（お客様のご意見箱の設置など）」、「顧客満足度調査などの実施とそれによる改善」、「エージェント（旅行代理店等）への働きかけの強化」、「その他」が考えられるところである。

これらの状況についてヒアリングしたところ、現在取り組んでいるのは、「宿泊等のプランの充実（サービス、食事、快適性の向上など）」「サービスの改善」「施設・設備の改修・改築」が多い。

取り組んでいることのうち効果が高い取り組みとしては、「宿泊等のプランの充実（サービス、食事、快適性の向上など）」「サービスの改善」「施設・設備の改修・改築」などがあげられる。

今後、「取り組みを強化していくもの（3つ以内）」としては、「施設・設備の改修・改築」「ホームページ、チラシなどによる広告宣伝の強化」「宿泊等のプランの充実（サービス、食事、快適性の向上など）」などがあげられた。

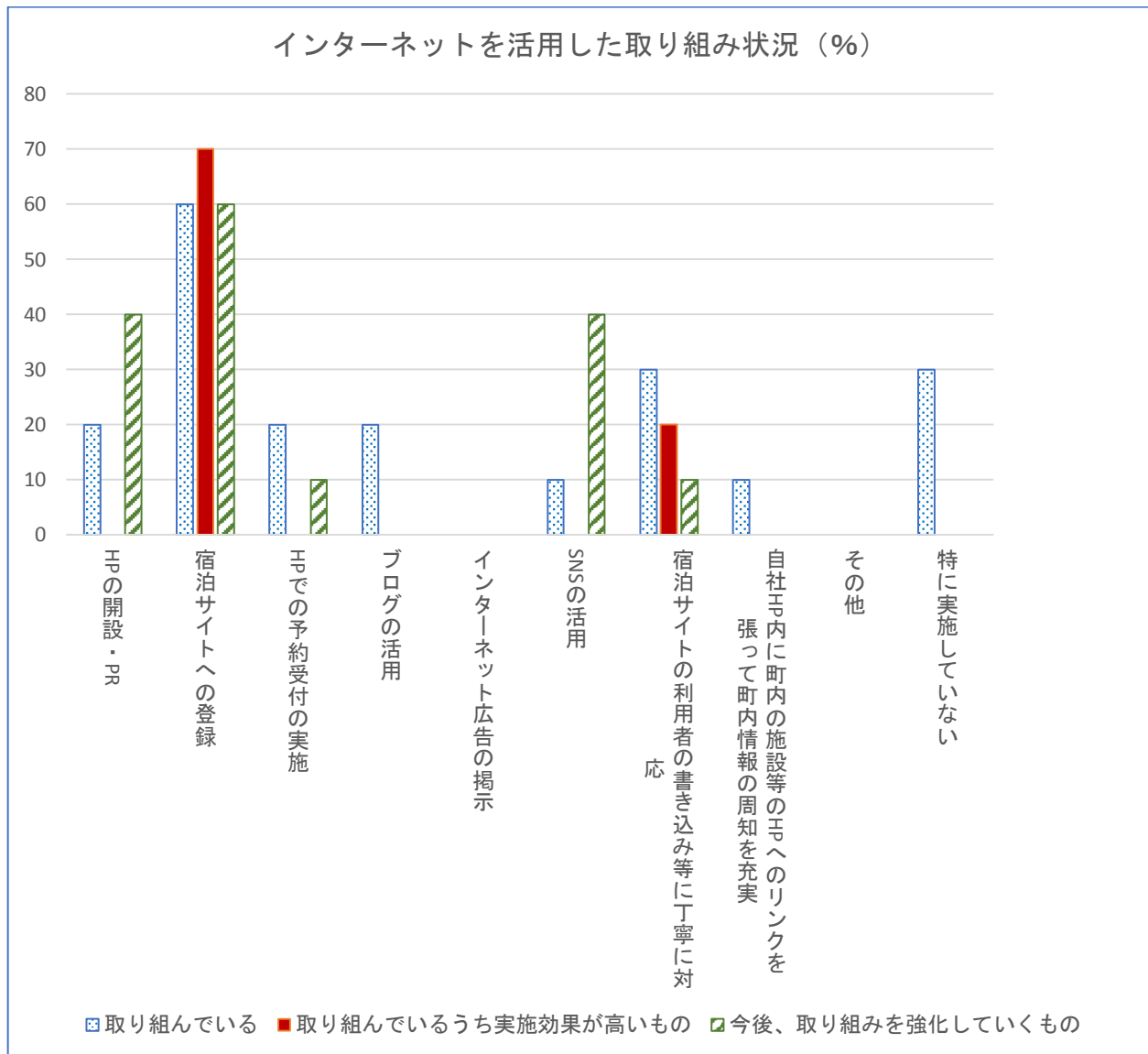


## 8. インターネットを活用した取り組み状況

インターネットの活用については、「ホームページの開設・PR」、「宿泊サイト（じゃらんネット、楽天トラベルなど）への登録」、「ホームページでの予約受付の実施」、「ブログの活用」、「インターネット広告の掲示」、「SNS（face book、ツイッター、インスタグラムなど）の活用」、「宿泊サイトの利用者の書き込み等に丁寧に回答・メール等の問い合わせに丁寧に対応」、「自社のホームページ内に朝日町内の施設等のホームページにリンクを張って、町内情報の周知を充実」、「その他」、「特に実施していない」が考えられるが、その状況を見てみると、取り組んでいるものとしては「宿泊サイト（じゃらんネット、楽天トラベルなど）への登録」「宿泊サイトの利用者の書き込み等に丁寧に回答・メール等の問い合わせに丁寧に対応」が多く、「特に実施していない」も多い。

インターネットがコミュニケーション・ツールとして一般化した今日において、実施効果が高いものとしては、「宿泊サイト（じゃらんネット、楽天トラベルなど）への登録」が最も多くなっている。

今後、取り組みを強化していくもの（3つ以内）としては、「宿泊サイト（じゃらんネット、楽天トラベルなど）への登録」「ホームページの開設・PR」「SNS(face book、ツイッター、インスタグラムなど）の活用」と、インターネット関連が多くなっている。



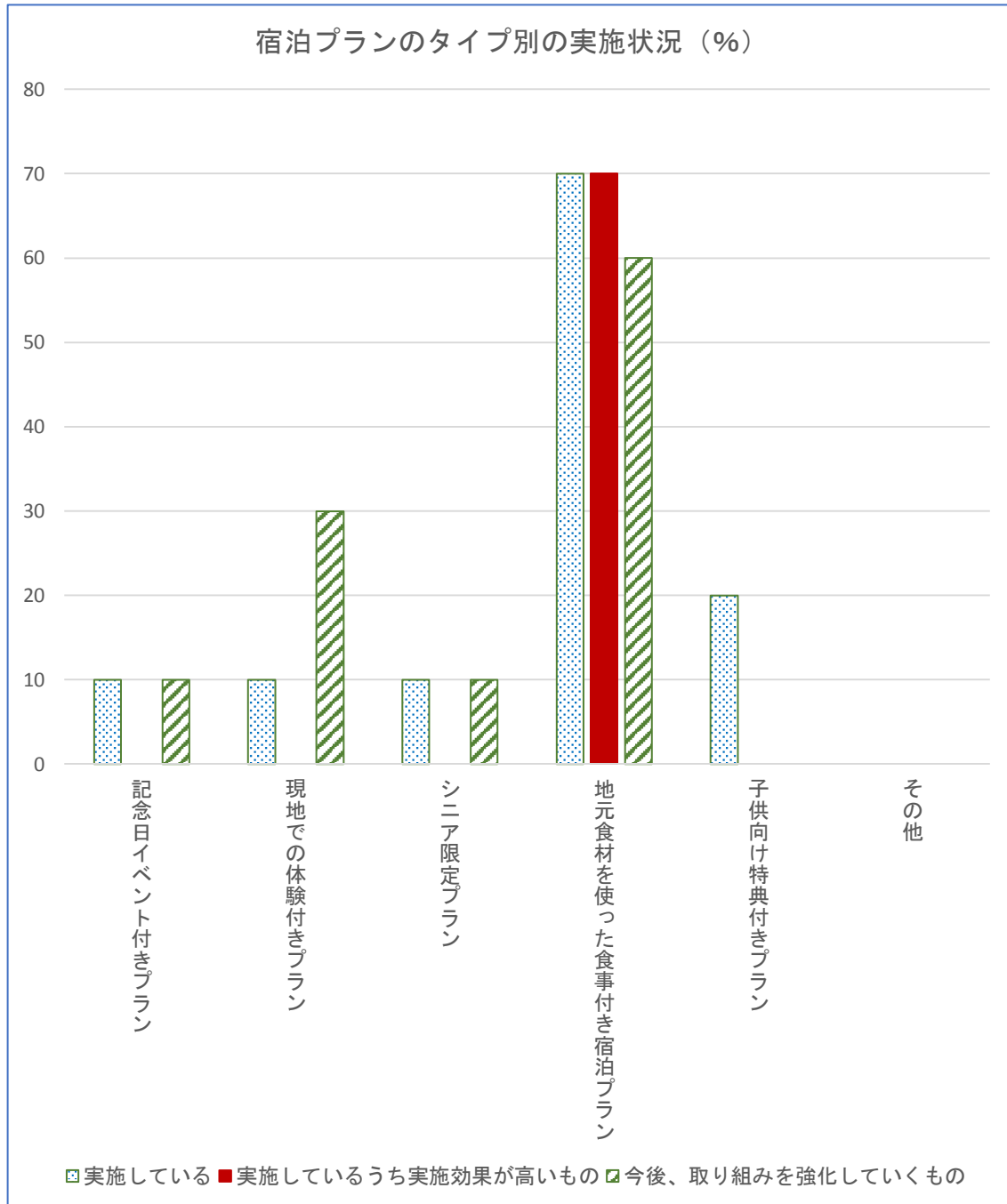
### 9. 宿泊プラン別の実施状況

宿泊プランについては、「記念日イベント付きプラン」、「現地での体験付きプラン」、「シニア限定プラン」、「地元食材を使った食事付き宿泊プラン」、「子供向け特典付きプラン」、「その他」が考えられるが、実施している割合が高いのは、「地元食材を使った食事付き宿泊プラン」が多かった。

また、実施効果が高いものとしては「地元食材を使った食事付き宿泊プラン」が多かった。

今後、取り組みを強化していくものとしては、「地元食材を使った食事付き宿泊プラン」が最も多く、次いで「現地での体験付きプラン」となっている。

これから、地元食材を使った食事付き宿泊に、朝日町ならではの体験をプラスしていくことに取り組むことを検討されている。



## 10. 今後の経営方針（3つ以内）

今後の経営方針としては、「インターネットなどの情報通信の積極的な活用」、「料飲部門の強化（食事内容のグレードアップ・新しいメニューの開発提供など）」、「シニア層へのアピールの強化」、「特色ある施設・サービスの提供」、「施設・設備の充実・強化」、「各種イベントの拡充」、「地域の体験型イベント付きのプランの実施・充実」、「地域内の施設・事業所やイベントとの相互活用・連携の強化」、「県内他地域の施設・事業所やイベントとの相互活用・連携の強化（広域観光拠点化）」、「その他」、「特になし」という選択肢の中から3つ以内を選んでもらった。

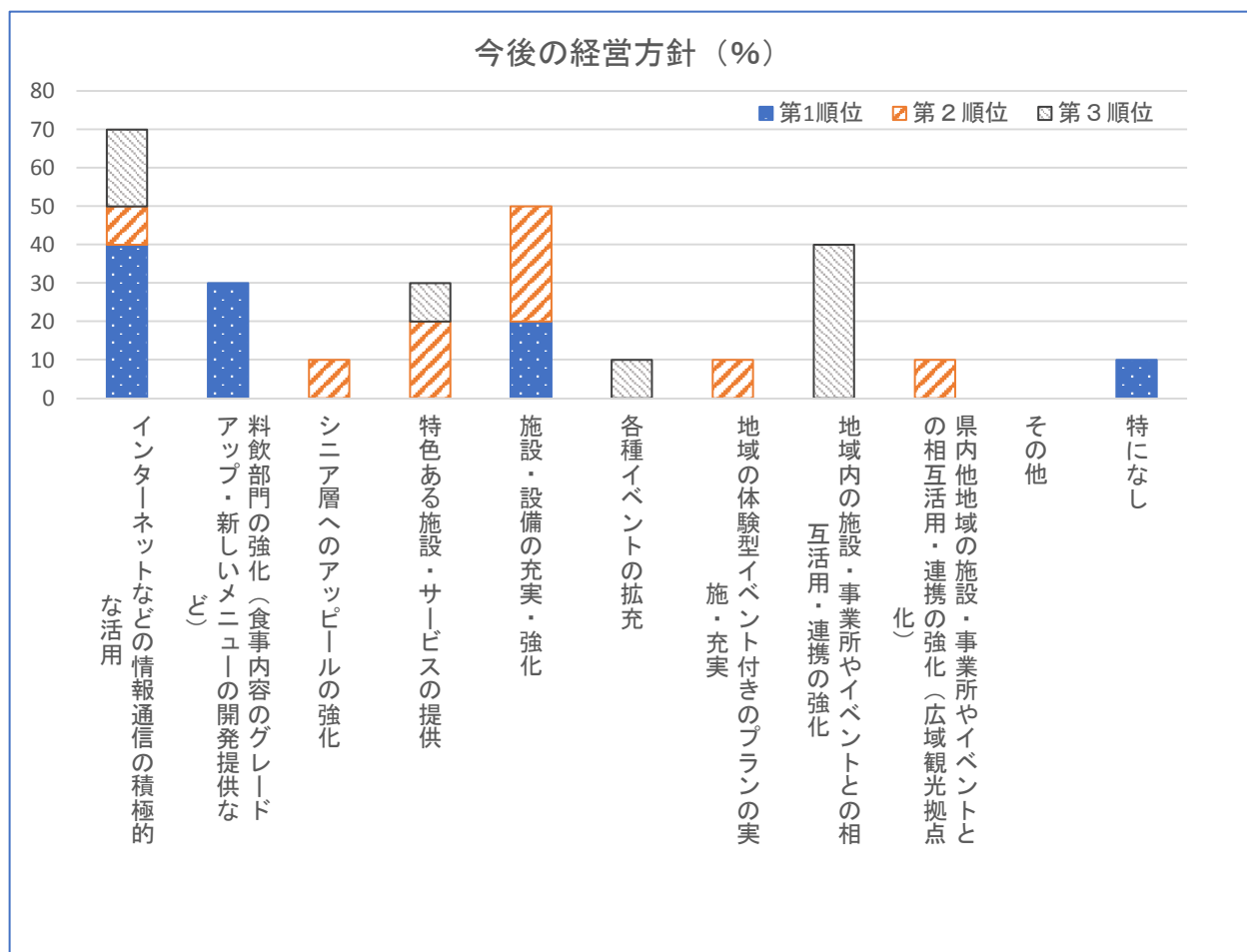
その結果としては、第1順位としては、「インターネットなどの情報通信の積極的な活用」、「料飲部門の強化（食事内容のグレードアップ・新しいメニューの開発提供など）」「施設・設備の充実・強化」があげられた。

第2順位としては、「施設・設備の充実・強化」「特色ある施設・サービスの提供」などがあげられた。

第3順位としては、「地域内の施設・事業所やイベントとの相互活用・連携の強化」、「インターネットなどの情報通信の積極的な活用」があげられている。

全体としてみると多かったのは、「インターネットなどの情報通信の積極的な活用」及び「施設・設備の充実・強化」であり、「地域内の施設・事業所やイベントとの相互活用・連携の強化」、も今後に向けた必要な経営方針とされていた。

顧客からの情報アクセスの向上のための「インターネットの活用」、顧客の快適性・満足向上のための「施設・設備の充実」さらには、地域全体として魅力向上を図る「地域内での相互活用・連携」があげられているという状況である。



11. 効果的な取り組み、特色ある取り組み

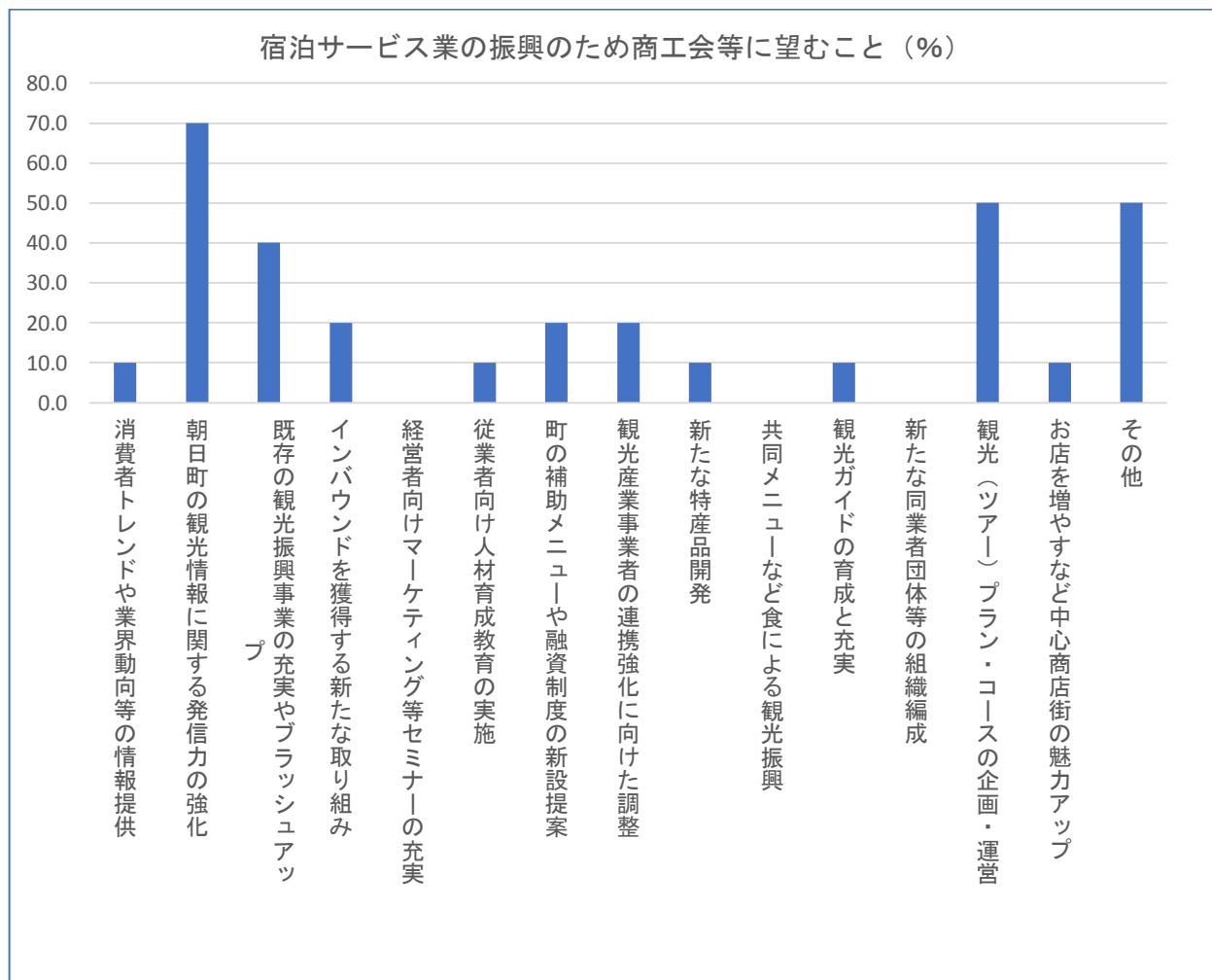
効果が高い取り組みや特色ある取り組みについて聞いたところ、「集客面で特に実施効果が高い取り組み」としては、タラ汁などの美味しい魚料理を挙げる事業所が多かった。

また、「特色ある取り組み」としては、美味しい魚料理を挙げる事業所が多かった。その中でもリーズナブルな価格、地元食材など、各事業所において特色ある取り組みをされている。

12. 当地域の宿泊サービス事業の振興のために商工会等に望むことは何ですか。（上位5つ以内）

朝日町の宿泊サービス業振興のために商工会等に望むことを、「消費者トレンドや業界動向等の情報提供」「朝日町の観光情報に関する発信力の強化」「既存の観光振興事業の充実やブラッシュアップ」「インバウンドを獲得する新たな取り組み」「経営者向けマーケティング等セミナーの充実」「従業者向け人材育成教育の実施」「町の補助メニューや融資制度の新設提案」「観光産業事業者の連携強化に向けた調整」「新たな特産品開発」「共同メニューなど食による観光振興」「観光ガイドの育成と充実」「新たな同業者団体等の組織編成」「観光（ツアー）プラン・コースの企画・運営」「お店を増やすなど中心商店街の魅力アップ」「その他」の15の中から選んでもらった。

その結果としては、「朝日町の観光情報に関する発信力の強化」が最も多く、次いで「観光（ツアー）プラン・コースの企画・運営」「その他」「既存の観光振興事業の充実やブラッシュアップ」などがあげられていた。「その他」としては、町内求人情報の充実・人手不足の解消策、美味しい料理を出す店が増えてほしい、景勝地がない地区として長期滞在のプランがほしい、2次交通の充実、地元高校からの採用があげられていた。



### Ⅲ. 調査結果のまとめ

---

#### 1. 企業概要等

民宿等宿泊事業者は、個人経営が80%を占め、60歳以上の経営者が80%で、小規模が多い状況である。経営動向としては、売上高は「横ばい」か「減少」、純利益は「横ばい」か「減少」、客数は「横ばい」か「減少」であり、客単価は8～10千円である。競合に関しては同じような宿泊事業所が多いという状況であるが、特に競合は意識していないという事業所もみられる。

#### 2. マーケティング状況

客層としては、60代、40代、50代、70代以上が多い状況であるが、比較的若い層で増えている。顧客類型としては、個人・家族、少人数グループが多い一方、外国人は大変少ないが増えている。

目的としては観光が60%である。宿泊者の地域は、県外75%、北陸地域以外の遠方から59%であり、県外からが増えている。

宿泊申し込みは、電話等による申し込み52%、宿泊サイト経由37%であり、宿泊サイト経由が増えている。

インターネットを活用した取り組みについては、宿泊サイトへの登録の取り組みが多く、実施効果が高い。今後、宿泊サイトへの登録、HPの開設・PR、SNSの活用に取り組みを強化していくこととされている。

マーケティングの取り組みとして多いのは、宿泊等プランの充実、サービス改善、施設・設備の改修・改築であり、今後取り組んでいくものとしては、施設・設備の改修・改築、広告宣伝の強化、宿泊等プランの充実があげられている。

#### 3. 経営上の課題や今後の経営方針、商工会等への要望

このような経営状況を踏まえて、民宿等宿泊事業者は、経営上の課題として、客数の減少、施設・設備の老朽化、人手不足・求人難があげられている。

そして、今後の経営方針としては、インターネットの積極的活用、施設設備の充実・強化、地域内の施設・事業所やイベントとの相互活用・連携の強化があげられている。

また、商工会等への要望としては、朝日町の観光情報に関する発信力の強化、観光（ツアー）プラン・コースの企画・運営、既存の観光振興事業の充実やブラッシュアップなど多くあげられている。

#### 4. 今後の検討課題

これらの状況を踏まえると、以下の点について対応していくことが重要であると考えられる。

- ① 経営上の課題を解決するために、まず経営において企業の経営を推進し、利益管理、売上高管理等のマネジメント力の向上
- ② 顧客満足の向上に向け、インターネット対応など、魅力的なマーケティング経営活動の強化
- ③ 観光情報の発信力の強化や地域内の施設・事業所やイベントとの相互活用・連携の強化をはかり、町全体として魅力向上に取り組む

# 朝日町民宿等宿泊サービス事業所の経営状況等(ヒアリング調査結果の概要)

## 民宿等宿泊サービス事業者

### 企業概要

個人経営 80%  
60歳以上の経営者 80%  
小規模が多い

### 経営動向

売上高: 横ばい、減少  
純利益: 横ばい、減少  
客数: 横ばい、減少  
客単価: 8-10千円

### 競争

同じような宿泊事業所が多い  
特に競争は意識していない

### 経営上の課題

客数の減少  
施設・設備の老朽化  
人手不足・求人難

### 客層の動向

60代、40代、50代、70代以上が多い。比較的若い層で増えている。  
男性69%、女性31%。  
個人・家族、少人数グループが多い。  
外国人は大変少ないが増えてきている。  
目的としては観光が60%。  
宿泊者の地域は、県外 75%、北陸地域以外の遠方から 59%。県外からが増えている。

### 宿泊申し込み状況

電話等による申し込み 52%、宿泊サイト経由 37%。宿泊サイト経由が増えている。

### インターネットを活用した取り組み

宿泊サイトへの登録の取り組みが多く、効果あり。  
今後、宿泊サイトへの登録、HPの開設・PR、SNSの活用。

### 今後の経営方針

インターネットの積極的活用  
施設設備の充実・強化  
地域内の施設・事業所やイベントとの相互活用・連携の強化

### マーケティングの取り組み

取り組みとして多いのは、宿泊等プランの充実、サービス改善、施設・設備の改修・改築。  
今後取り組んでいくものは、施設・設備の改修・改築、広告宣伝の強化、宿泊等プランの充実。

### 商工会等への要望

朝日町の観光情報に関する発信力の強化  
観光(ツアー)プラン・コースの企画・運営  
既存の観光振興事業の充実やブラッシュアップ

マーケティング状況

今後の課題

経営上の課題を解決するために、まず経営において企業の経営を推進し、利益管理、売上高管理等のマネジメント力の向上

顧客満足の向上に向け、インターネット対応など、魅力的なマーケティング経営活動の強化

観光情報の発信力の強化や地域内の施設・事業所やイベントとの相互活用・連携の強化をはかり、町全体として魅力向上に取り組む

## IV. 商工会が民宿等宿泊サービス事業者に関して支援すべき方策

---

### 1. 新たなことにチャレンジする小規模事業者等の育成・支援

朝日町の宿泊サービス事業者は、個人経営が80%であり、小規模事業所が多く、家族従業者が主体の事業所の割合も高い。経営状況をみると売上高・純利益が「横ばい」「減っている」という事業所が多い。また、経営上の課題については、客数の減少、施設・設備の老朽化を挙げる事業所が多かった。

このような状況の中において、朝日町宿泊サービス事業者が発展していくためには、企業経営者としての経営力・マネジメント力を高めていくことが必要である。

新たなことにチャレンジする企業家・小規模事業者、戦略的経営を進める事業者を育てて、地域経済全体が元気になっていくことが必要である。

そのためには、宿泊サービス事業者に対して、基本的な経営やマネジメントに関するセミナーの実施に加えて、先進的な取り組みをしている宿泊施設等の経営者による体験的戦略経営セミナー、経営力の向上に向けた戦略的経営セミナー、経営革新チャレンジセミナー、(単に受講するだけというスタイルではない)参加型セミナーなども強力に実施していきたい。

### 2. 新しい魅力的な食事や体験などの企画の実施と推進

朝日町の宿泊サービス事業者においては、「客数の減っている」や「横ばい」が多くなっている。多くの地域においては、様々な魅力的な企画によってお客さんに喜んでもらうための努力・活動を行って、客数の増加を図ってきている。

例えば、富山県内においても、入善町はかき祭り(町内協賛店も参加)、氷見市は氷見三昧御前(氷見の食文化を発信する食のイベント。市内の民宿や割烹、寿司店などが四季折々などの多彩な食材をふんだんに盛り込んだ「氷見三昧御膳」を期間限定、平日の特別メニューで提供)、などを行っている。また、体験付きツアーも人気である。

朝日町においても、宿泊サービス事業者が協働して企画・実行する、地域の特産品や食文化に基づいた「食事企画イベント(〇〇祭り、〇〇御前など)」や「体験付き宿泊」を新たに行い、県外をはじめとした多くのお客さんに魅力的な満足を提供していくことが求められている。

また、その際には要望の多かった商工会等による観光(ツアー)プラン・コースの企画運営なども、商工会、行政、観光事業者などの連携、協働による実施することも積極的に検討していきたい。

### 3. 県外の顧客に向けたアピールの強化

当町における宿泊サービス事業者においては、「北陸地域以外の遠方から」(69%)を含め県外客が75%を占める。経営上の課題として客数の減少があげられており、また商工会等への要望としては、朝日町の観光情報に関する発信力の強化が70%と最も多くなっている。

これらのことから県外からのお客さんに朝日町の魅力、朝日町宿泊サービス事業者の魅力等をいかにアピールするかである。これからの朝日町宿泊サービス事業の発展のためには、①SNSなどによる口コミ情報交流発信機能の向上 ②相互リンク等による情報HUB機能による朝日町情報の集積促進、③多様な人を巻き込んだイベントの開催による情報発信、などの強力な実施が重要である。



#### ① SNS などによる口コミ情報交流発信機能の向上

単に広告宣伝するのではなく、インターネットの多様で戦略的な活用が重要である。そのため、宿泊サイトへの登録、HP の開設・PR は今まで以上に積極的に取り組むこととし、さらに、顧客の口コミによる情報交流などである SNS (face book、ツイッター、インスタグラムなど) の活用である。それには、宿泊事業者も積極的に発信するとともに、SNS の発信に対して反応 (reply (応答する、返事する)) することである。宿泊サイトの顧客の意見に対する丁寧な対応 (コメントの書き込みなど) も重要となってきた。この情報の相互交流が大事である。

これらの口コミ情報交流発信機能向上のために、宿泊サービス事業者に対して、SNS の活用にかかる実践セミナー、宿泊・観光事業者のインターネットの戦略的活用に関するセミナーの開催などに積極的に対応することとしたい。

#### ② HP 相互リンク等による情報 HUB 機能による朝日町情報の集積促進

インターネットは、開設し情報発信するだけでなく、相互にリンクを張ることによって関連の情報が入手しやすくなる。各事業所が町内・隣接市町村等の観光施設、事業所などとリンクを張ることが情報の HUB 機能を果たすこととなる。情報のネットワークが形成され多くの情報が集まり、さらにまた発信されるような拠点形成されるイメージである。

これらが町内の宿泊サービス事業所等を中心において行われると朝日町等の情報が集積 (コンプレックス) することとなる。これによって、朝日町の情報発信力が、官民の協働によって、強力に推進されることが期待される。

#### ③ 多様な人を巻き込んだイベントの開催による情報発信

また、イベント等によって情報発信する、地域の魅力の発信などを進めることが重要となっている。観光客は、魅力的なイベントや新しいイベント、地域ならではのイベントを求めている。そのためイベントの実施は地域の情報発信のためには重要である。イベントの開催を魅力的なものにするには、いつも同じメンバー・関係者だけではなく、多くの多様な人の参加、協働により進めることが効果的と考えられる。

つまり、「地域の人」「よそ者」「若者」を巻き込んで、新たな魅力的なイベントを開催していくことが効果的であると考えられる。そのための取り組みを期待したい。

### 4. 行政・民間が一体となった朝日町の情報発信の強化

商工会等への要望としては「朝日町の観光情報に関する発信力の強化」「既存の観光振興事業の充実やブラッシュアップ」が多く挙げられている。

地域の宿泊事業者が活性化し発展するためには、民間事業者が自主的に積極的に活動することによって情報発信するとともに、行政も行政の立場から積極的に活動することが必要である。その場合、バラバラに行うのではなく、連携していくことが重要である。

行政、民間等が一体となって、朝日町の情報の発信と、ブラッシュアップを積極的に進めることが必要であるが、その際には商工会が中心となって、関係機関の連携を図って、効果的に行われることが大変重要である。

## 朝日町民宿等宿泊サービス事業者ヒアリング調査結果の集計表

今回ヒアリング調査を行った事業所にかかる調査結果の集計表は以下の通りです。

### 1. 企業概要

#### 代表者の年齢別事業所数

	30歳未満	30～39歳	40～49歳	50～59歳	60～69歳	70歳以上
事業所数			2		5	3

#### 経営形態別事業所数

	個人	株式会社	有限会社	その他
事業所数	8	1	1	

#### 従業者数別事業所数

	5人未満	5～9人	10～19人	20人以上
事業所数	6	3		1

#### 営業年数別事業所数

	10年未満	10～19年	20～29年	30～39年	40～49年	50年以上
事業所数			2	1	1	6

#### 後継者の有無

	有	無
事業所数	7	3

#### 営業形態別事業所数

	旅館	ホテル	民宿	その他
事業所数	6	1	2	1

#### 客室数別事業所数

客室数	0～5	6～9	10～14	15～19	20～29	30～49	50～99	100～
事業所数		5	4				1	

#### 収容人員別事業所数

収容人員（人）	0～19	20～29	30～49	50～99	100～199	200～
事業所数	1	1	4	2	1	1

## 2. 経営状況

### (1) 経営動向

	増えている	横ばい	減っている
売上高	2	5	3
主力プラン・サービス	2	6	2
経費	1	8	1
純利益	1	6	3
資金繰り	余裕がある	安定している	厳しい
	1	6	3

### (2) 宿泊者などの客層の動向

	増えている	横ばい	減っている
宿泊者数	1	6	3
予約動向	1	6	3
客単価	1	8	1

### 客単価別事業所数

	6千円未満	6～8千円未満	8～10千円未満	10～12千円未満	12～14千円未満	14千円以上
事業所数	1	1	5	2	1	

## 3. 競合等の状況

### (1) 当社の特色、魅力

- ・「美味しい魚料理」
- ・ボリュームがありリーズナブル
- ・豊かな自然の中でのくつろぎや楽しみ など

### (2) 競合の状況は？

#### 競合店のタイプ

- ・同じようなタイプの民宿、旅館・ホテル
- ・特に意識していない
- ・自社の美味しい料理等に自信を持っている など

#### 競合する部分

- ・おいしい魚料理
- ・価格帯
- ・施設 など

#### 競合店の強み・特色

- ・魚料理
- ・リーズナブルな価格
- ・施設の良さ（トイレ付など） など

#### 4. 経営上の課題

事業所数

	第1順位	第2順位	第3順位	全体合計
客数の減少	5			5
競争の激化・周辺環境の変化		1		1
人手不足・求人難	1	3	1	5
後継者難				
資金調達難・債務の返済負担		2		2
客単価の低下				
人件費の増加				
食材費の増加				
施設維持経費の増加	2	2		4
施設・設備の老朽化	2	1	3	6
新規顧客の開拓			2	2
インターネットなど情報化への対応不足			3	3
新規イベント・サービスの開発不足				
顧客のリピータ化が不十分				
地元の観光施設との連携が不十分		1		1
その他				

#### 5. 客層の構成割合と動向

・構成割合

		10%未満	10～30% 未満	30～50% 未満	50～70% 未満	70%以上
年齢層	～20代	5	4	1		
	30代	6	2	2		
	40代	5	2	3		
	50代	4	4	2		
	60代		3	4	2	1
	70代以上	4	5	1		
性別	男性			1	2	7
	女性		3	6	1	
区分	日帰り客	6	1	1	1	1
	宿泊客			2	1	7
顧客類型	個人・ご家族		4	3		3
	少人数のグループ	2	3	3	1	1
	団体・ツアー客	6		1	1	2
	外国人	10				
旅行目的	観光		1	1	5	3

	親睦会など	4	2	3	1	
	業務	6	2		1	1
	その他	9	1			
宿泊者等の地域	朝日町内から	8	2			
	朝日町以外の県内地域から	4	4		2	
	県外の北陸地域から	4	3	3		
	北陸地域以外の遠方から		1	3	3	3
	外国から	10				

・動向

		増えている	横ばい	減っている
年齢層	～20代	2	7	
	30代	2	6	
	40代	2	7	
	50代		8	
	60代	1	9	
	70代以上	1	6	
性別	男性	1	9	
	女性	2	6	
区分	日帰り客	1	3	
	宿泊客	1	9	
顧客類型	個人・ご家族	1	8	1
	少人数のグループ		8	2
	団体・ツアー客	1	5	
	外国人	2	2	
旅行目的	観光	2	8	
	親睦会など		7	
	業務		5	
	その他		1	
宿泊者等の地域	朝日町内から		3	
	朝日町以外の県内地域から		9	
	県外の北陸地域から	2	6	
	北陸地域以外の遠方から	2	7	1
	外国から	2	2	

## 6. 顧客からの宿泊申し込み状況

### ・構成割合

	10%未満	10～30%未満	30～50%未満	50～70%未満	70%以上
ホームページからの直接申し込み	10				
電話・fax 等による直接申し込み		5		1	4
宿泊サイト（じゃらんネット、楽天トラベルなど）経由	4	1	1		4
旅行代理店経由	5	4		1	
直接（飛び込み）	10				
その他	10				

### ・動向

	増えている	横ばい	減っている
ホームページからの直接申し込み		1	1
電話・FAX 等による直接申し込み		9	1
宿泊サイト（じゃらんネット、楽天トラベルなど）経由	2	4	1
旅行代理店経由		4	1
直接（飛び込み）	1	1	
その他			

## 6-2. 顧客からの宿泊申し込み状況（月別）

### ・構成割合

	10%未満	10～30%未満	30～50%未満	50～70%未満	70%以上
4月	9	1			
5月	3	7			
6月	9	1			
7月	4	5	1		
8月		7	3		
9月	7	3			
10月	4	6			
11月	7	3			
12月	8	2			
1月	8	2			
2月	9	1			
3月	9	1			

## 7. マーケティングの状況

事業所数

マーケティングとしての取り組み	現在取り組んでいること	左のうち効果が 高い取り組み	今後、取り組みを強化して いくもの（3つ以内）
宿泊等のプランの充実（サービス、食事、快適性の向上など）	9	6	3
サービスの改善	7	5	1
体験付きサービス・プランの開発・実施	1		2
価格の引き下げ	1		
施設・設備の改修・改築	7	4	6
駐車場の充実	3		1
ホームページ、チラシなどによる 広告宣伝の強化	4	2	6
顧客名簿の充実と活用	1		2
お客様の声、ご意見等を聞く機 会の充実（お客様のご意見箱の 設置など）	3	1	2
顧客満足度調査などの実施とそ れによる改善	1	1	
エージェント（旅行代理店等）へ の働きかけの強化	1		
その他（ ）			

## 8. インターネットを活用した取り組み状況

事業所数

インターネットを活用した取り組み	取り組んでいる	左のうち実施効 果が高いもの	今後、取り組みを 強化していくもの （3つ以内）
ホームページの開設・PR	2		4
宿泊サイト（じゃらんネット、楽天トラベルな ど）への登録	6	7	6
ホームページでの予約受付の実施	2		1
ブログの活用	2		
インターネット広告の掲示			
SNS（facebook、ツイッター、インスタグラ ムなど）の活用	1		4
宿泊サイトの利用者の書き込み等に丁寧 に回答・メール等の問い合わせに丁寧に対 応	3	2	1

インターネットを活用した取り組み	取り組んでいる	左のうち実施効果が高いもの	今後、取り組みを強化していくもの(3つ以内)
自社のHPに朝日町内の施設・事業所のホームページのリンクを張って、町内の情報の周知を充実	1		
その他( )			
特に実施している取り組みはない	3		

## 9. 宿泊プランのタイプ別の実施状況

事業所数

宿泊プラン	実施しているもの	左のうち実施効果が高いもの	今後、取り組みを強化していくもの(3つ以内)
記念日イベント付きプラン	1		1
現地での体験付きプラン	1		3
シニア限定プラン	1		1
地元食材を使った食事付き宿泊プラン	7	7	6
子供向け特典付きプラン	2		
その他( )			

## 10. 今後の経営方針

事業所数

	第1順位	第2順位	第3順位	全体合計
インターネットなど情報通信の積極的な活用	4	1	2	7
料飲部門の強化(食事内容のグレードアップ・新しいメニューの開発提供など)	3			3
シニア層へのアピールの強化		1		1
特色ある施設・サービスの提供		2	1	3
施設・設備の充実・強化	2	3		5
各種イベントの拡充			1	1
地域の体験型イベント付きプランの実施・充実		1		1
地域内の施設・事業所やイベントとの相互活用・連携の強化			4	4
県内他地域の施設・事業所やイベントとの相互活用・連携の強化(広域観光拠点化)		1		1
その他				
特になし	1			1



11. 効果的な取り組み、特色ある取り組み

- 集客面で特に実施効果が高い取り組み
  - タラ汁などの美味しい魚料理 など
- 特色ある取り組み
  - 美味しい魚料理 など

12. 当地域の宿泊サービス事業の振興のために商工会等に望むことは何ですか。(上位 5 つ以内)

商工会等に望むこと	要望数
消費者トレンドや業界動向等の情報提供	1
朝日町の観光情報に関する発信力の強化	7
既存の観光振興事業の充実やブラッシュアップ	4
インバウンドを獲得する新たな取り組み	2
経営者向けマーケティング等セミナーの充実	
従業員向け人材育成教育の実施	1
町の補助メニューや融資制度の新設提案	2
観光産業事業者の連携強化に向けた調整	2
新たな特産品開発	1
共同メニューなど食による観光振興	
観光ガイドの育成と充実	1
新たな同業者団体等の組織編成	
観光（ツアー）プラン・コースの企画・運営	5
お店を増やすなど中心商店街の魅力アップ	1
その他	5

※「その他」…町内求人情報の充実・人手不足の解消策、美味しい料理を出す店が増えてほしい、景勝地がない地区として長期滞在のプランがほしい、2 次交通の充実、地元高校からの採用

朝日町民宿等宿泊サービス事業者 ヒアリング調査票

調査日	平成 29 年 月 日	担当者	
-----	-------------	-----	--

1. 企業概要

企業名		所在地	朝日町
代表者	( 歳)	経営形態	個人、株式会社、有限会社、その他
従業者数	名	営業年数	年
		後継者	有 ( )・無
従業者数の内訳：家族従業者 人、常時雇用従業員 人、臨時雇用従業者 人 ( )			
営業形態	① 旅館 ② ホテル ③ 民宿 ④ その他 ( )		
施設概要	客室数 室、全体の収容人員 人		
兼業の状況	収入割合： 宿泊関係 割 兼業 割 兼業の内容 ( )		

※兼業の状況は、企業全体の売上の割合で記入。専業の場合は宿泊関係を 10 割と書いてください。

※臨時雇用従業者の ( ) には常勤換算の人数を記入

2. 経営状況

(1) 経営動向

	昨年から見た動向 (①増えている、②横ばい、③減っている)	コメント
売上高	①増えている、②横ばい、③減っている	
当社の主力のプラン、 サービスなど ( )	①増えている、②横ばい、③減っている	
( )	①増えている、②横ばい、③減っている	
( )	①増えている、②横ばい、③減っている	
	①増えている、②横ばい、③減っている	
経費	①増えている、②横ばい、③減っている	
純利益	①増えている、②横ばい、③減っている	
資金繰り	①余裕がある、②安定している、③厳しい	

※コメント欄には「昨年から見た動向」に対し、その要因などについてあれば記入。以下同じ

(2) 宿泊者など客層の動向

	昨年から見た動向 (①増えている、②横ばい、③減っている)	コメント
宿泊者数	①増えている、②横ばい、③減っている	
予約動向	①増えている、②横ばい、③減っている	
客単価 ( 千円)	①増えている、②横ばい、③減っている	

### 3. 競合等の状況

(1) 当社の特色、魅力は？


(2) 競合の状況は？

競合店のタイプ：	
競合する部分：	
競合店の強み・特色：	

### 4. 経営上の課題

経営上の課題は何ですか。重要な順に上から番号を記入してください。(3つ以内)

--	--	--

- ①客数の減少    ②競争の激化・周辺環境の変化    ③人手不足・求人難    ④後継者難
- ⑤資金調達難・債務の返済負担    ⑥客単価の低下    ⑦人件費の増加    ⑧食材費の増加
- ⑨施設維持経費の増加    ⑩施設・設備の老朽化    ⑪新規顧客の開拓
- ⑫インターネットなど情報化への対応不足    ⑬新規イベント・サービスの開発不足
- ⑭顧客のリピータ化が不十分    ⑮地元の観光施設等との連携が不十分
- ⑯その他(                    )

### 5. 客層の構成割合と動向

		構成割合	昨年からの動向 (①増えている、②横ばい、 ③減っている)	コメント
年齢層	～ 20代	%		
	30代	%		
	40代	%		
	50代	%		
	60代	%		
	70代以上	%		
性別	男性	%		
	女性	%		
区分	日帰り客	%		
	宿泊客	%		
顧客 類型	個人・ご家族	%		
	少人数のグループ	%		

		構成割合	昨年から見た動向 (①増えている、②横ばい、 ③減っている)	コメント
	団体・ツアー客	%		
	外国人	%		
旅行目的	観光	%		
	親睦会など	%		
	業務	%		
	その他	%		
宿泊者等の地域	朝日町内から	%		
	朝日町以外の県内地域から	%		
	県外の北陸地域から	%		
	北陸地域以外の遠方から	%		
	外国から	%		

※それぞれの区分で全体が 100%になるように、大体の割合を記入ください。

#### 6. 顧客からの宿泊申し込み状況

申し込み方法	構成割合	昨年から見た動向 (①増えている、②横ばい、③減っている)
ホームページから直接申込み	%	
電話・ファックス等による直接申込み	%	
宿泊サイト（じゃらんネット、楽天トラベルなど）経由	%	
旅行代理店経由	%	
直接（飛び込み）	%	
その他	%	

※全体が 100%になるように、大体の割合を記入ください。

7. マーケティングの状況

マーケティングとしての 取り組み	現在取り組んでい ること（○をつけ る）	左のうち効果が高 い取り組み（○をつ ける）	今後、取り組みを強化し ていくもの（3 つ以内○ をつける）
宿泊等のプランの充実（サ ービス、食事、快適性の向 上など）			
サービスの改善			
体験付きサービス・プラン の開発・実施			
価格の引き下げ			
施設・設備の改修・改築			
駐車場の充実			
ホームページ、チラシなど による広告宣伝の強化			
顧客名簿の充実と活用			
お客様の声、ご意見等を聞 く機会の充実（お客様のご 意見箱の設置など）			
顧客満足度調査などの実 施とそれによる改善			
エージェント（旅行代理店 等）への働きかけの強化			
その他（            ）			

8. インターネットを活用した取り組み状況

インターネットを活用した取り組み	取り組んでいる (取り組んでいるものに○をつける)	左のうち実施 効果が高いもの (○をつける)	今後、取り組みを 強化していくもの (3つ以内○をつける)
ホームページの開設・PR			
宿泊サイト(じゃらんネット、楽天トラベルなど)への登録			
ホームページでの予約受付の実施			
ブログの活用			
インターネット広告の掲示			
SNS (facebook、ツイッター、インスタグラムなど)の活用			
宿泊サイトの利用者の書き込み等に丁寧に回答・メール等の問い合わせに丁寧に対応			
朝日町内の施設・事業所のホームページにリンクを張って、町内の情報の周知を充実			
その他( )			
特に実施している取り組みはない			

9. 宿泊プランのタイプ別の実施状況

宿泊プラン	実施しているもの (○をつける)	左のうち実施効果が 高いもの(○をつける)	今後、取り組みを強化 していくもの(3つ以内○をつける)
記念日イベント付きプラン			
現地での体験付きプラン			
シニア限定プラン			
地元食材を使った食事付き 宿泊プラン			
子供向け特典付きプラン			
その他( )			

10. 今後の経営方針 (3つ以内 ○をつける)

今後の経営方針は何ですか。重要な順に上から番号を記入してください。(3つ以内)

--	--	--

- ①インターネットなど情報通信の積極的な活用      ②料飲部門の強化(食事内容のグレードアップ・新しいメニューの開発提供など)      ③シニア層へのアピールの強化  
④特色ある施設・サービスの提供      ⑤施設・設備の充実・強化      ⑥各種イベントの拡充

- ⑦地域の体験型イベント付きのプランの実施・充実 ⑧地域内の施設・事業所やイベントとの相互活用・連携の強化 ⑨その他( ) ⑩特になし

11. 効果的な取り組み、特色ある取り組み

貴社が実施している中で集客面において実施効果が高い取り組みや特色ある取り組みを教えてください。

ア. 集客面で特に実施効果が高い取り組み

具体的な内容

---

---

イ. 特色ある取り組み

具体的な内容

---

---

12. 宿泊サービス事業の振興のために商工会等に望むことは何ですか。(2つ以内 ○をつける)

- ①経営指導の強化 ②技術・サービス指導の強化 ③経営者の向けのマーケティングなどの研修の充実 ④従業員向け人材育成教育の実施 ⑤融資制度の新設・充実  
⑥町の宿泊サービス事業者全体としての共同の広告宣伝の強化 ⑦町全体の魅力づくりと発信  
⑧観光(ツアー)プラン・コースの企画・運営 ⑨適時適切な情報提供 ⑩その他( )