

参考資料 1

富良野市宿泊税に関するアンケート調査結果

2020年 1月23日

公益財団法人 日本交通公社

目次

1. 調査概要	p3
1-1. 実施概要	p4
1-2. 回答者属性.....	p5
2. 富良野市での宿泊税に対する意識	p6
2-1. 宿泊税の支払いに対する意識.....	p7
2-2. 宿泊税の使途に対する来訪者の意識.....	p14
3. 富良野市への旅行について	p18
3-1. 今回の旅行実態.....	p19
3-2. 富良野市への旅行に対する評価.....	p24

1. 調査概要

1-1. 実施概要

調査概要

- 調査期間：2019年8月16日～10月31日
- 言語：日本語、英語
- 調査媒体：ウェブ調査（インターネット上に設置して回答用ページによる回答）、及び紙回答（紙調査票使用）
ウェブ調査については、回答ページにアクセスするためのQRコードを記載した名刺サイズの調査カードを使用
- 調査地点：対面調査は、フラノマルシェ1・2、ニングルテラス。
留め置き調査施設については下表参照。
- 回収実績（有効回答数）：日本人281サンプル（標準誤差10%以内）、外国人15サンプル 合計296サンプル

調査カード

ご来訪、誠にありがとうございます。
富良野市宿泊税に関するアンケート調査にご協力ください。

QRコードまたはURLから回答ページへアクセス！
5分程度で回答いただけます。

ご回答者のなかから抽選で
5,000円相当の
富良野特産品をプレゼント

<https://jp.surveymonkey.co/m/fr/q78TW8F>

本調査は公益財団法人日本交通公社が実施しております。
調査についてのお問い合わせは03-5770-8436までお願いいたします。

Thank You Very Much for your Stay.
-Survey About Accommodation Tax in Furano-
We would like to get your Feedback.

Access the answer page with the QR code or the URL(→).
It takes approx 5 minutes.

We will be entered into a draw to win Furano Special gifts (worth 5000 JPY)

<https://jp.surveymonkey.co/m/fr/1SV8PNQ>

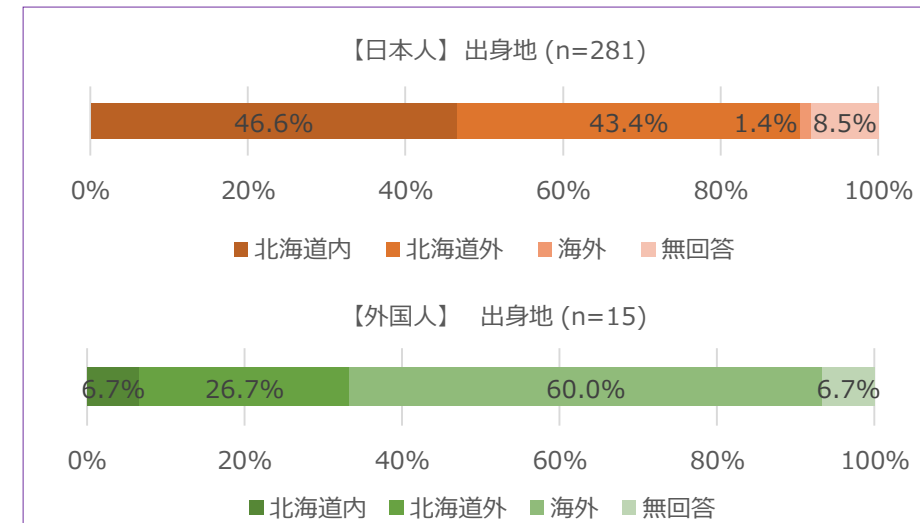
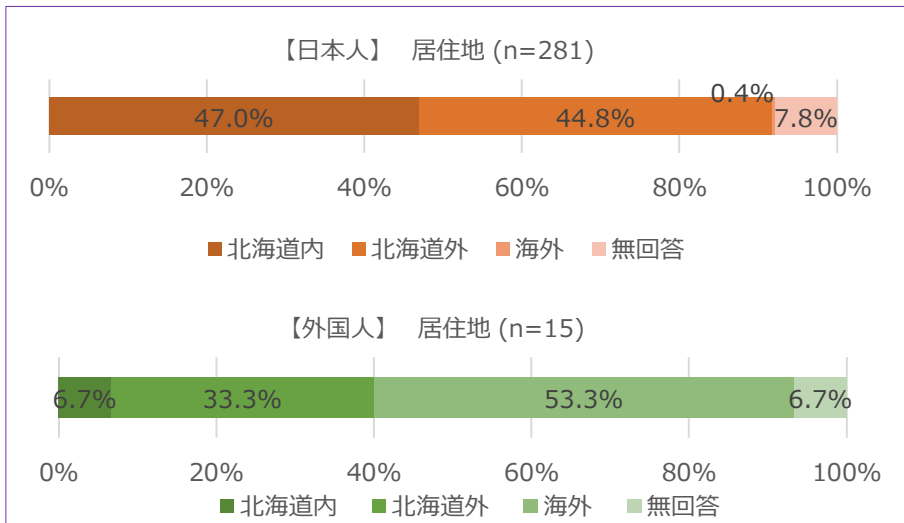
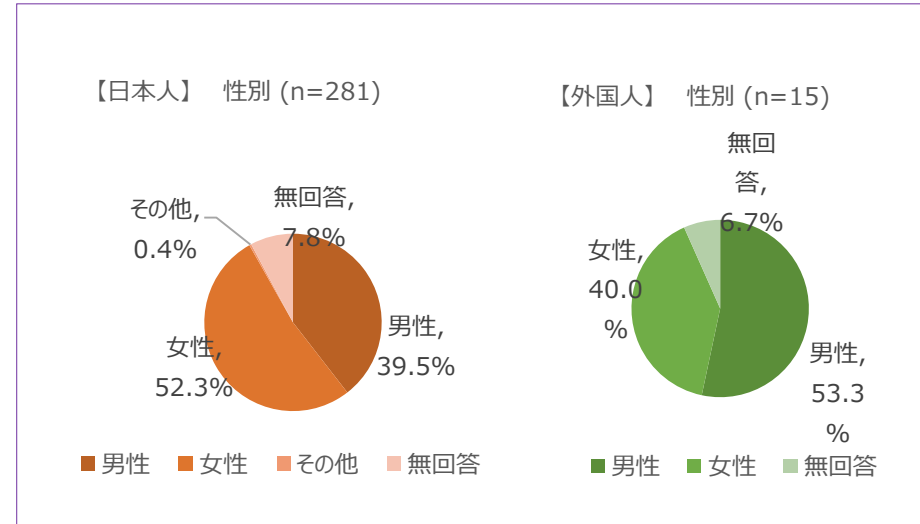
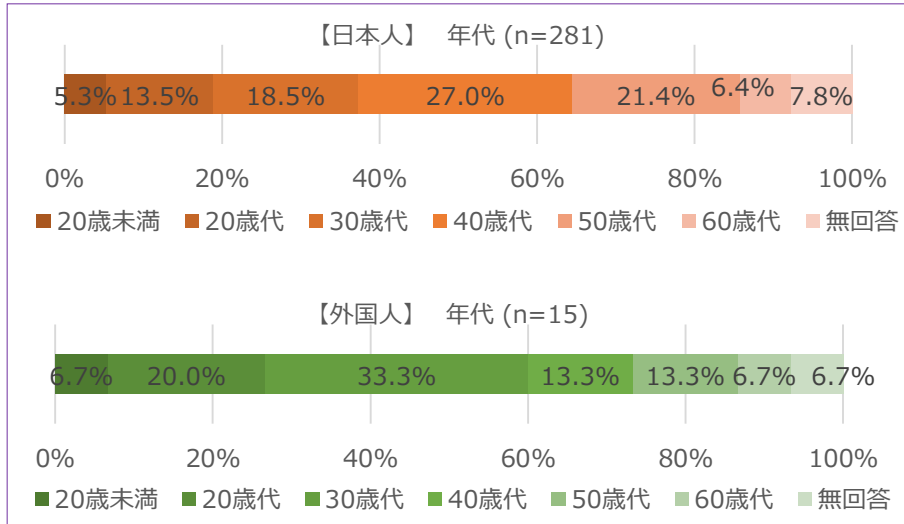
This survey is conducted by the Japan Travel Bureau Foundation.

留置き調査施設

区分	施設名	
観光施設	1	フラノマルシェ
	2	ニングルテラス
	3	富良野チーズ工房
	4	ふらのワイン工場
	5	五郎の石の家
	6	観光インフォメーション（駅横）
	7	観光インフォメーション（コンシェルジュ フラノ）
宿泊施設	1	新富良野プリンスホテル
	2	FURANO NATULUX HOTEL（富良野ナチュラクスホテル）
	3	ホテルナトゥールヴァルト富良野
	4	Hostel TOMAR（ホステル トマル）
	5	すずき旅館
	6	民宿あきば

1-2. 回答者属性

回答者の基本属性



* 日本語での回答者を「日本人」、英語での回答者を「外国人」と表記。

2. 富良野市での宿泊税に対する意識

2-1. 宿泊税の支払いに対する意識

2-1-1. 概要

2-1-2. 宿泊税の支払い意思に対するその他の要素の影響

- ①居住地
- ②宿泊の有無
- ③旅行目的
- ④旅行の情報源

2-2. 宿泊税の使途に対する来訪者の意識

2-2-1. 概要

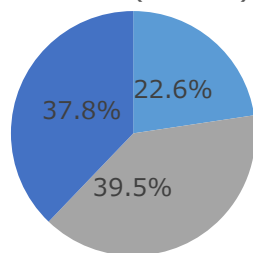
2-2-2. 来訪者が思う望ましい使途に対するその他の要素の影響

- ①居住地
- ②宿泊の有無

2-1-1. 概要 ① 宿泊税の認知度・支払い意思

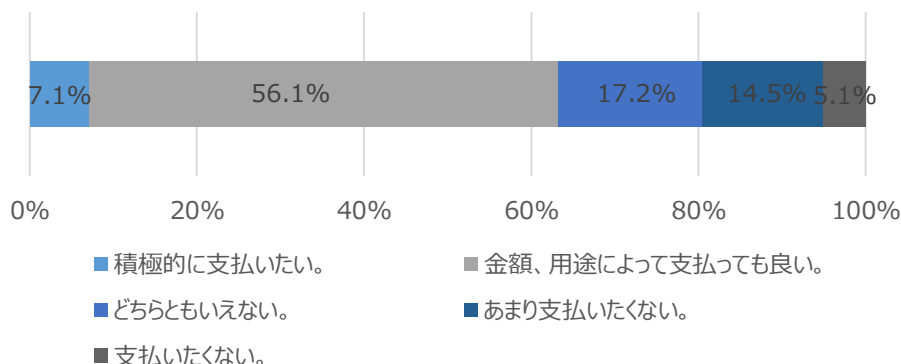
- 宿泊税について、回答者全体の39.5%が「聞いたことがあったが、内容については詳しくは知らなかった」と回答。37.8%は「知らなかった」、内容を含め「どのようなものか知っていた」のは全体の22.6%となった。
- 宿泊税の支払い意思是、半数以上の56.1%が「金額、用途によっては支払っても良い」と答え、税負担者となる来訪者における宿泊税に対する理解促進のための取組（目的や用途の明示等）の必要性が伺える。
- 支払っても良い税率の最大額は、1%（100円）と回答した方が最も多く全体の28.4%を占めた。2%（200円）以上を許容する方は全体の48.0%であった。

宿泊税の認知度 (n=296)



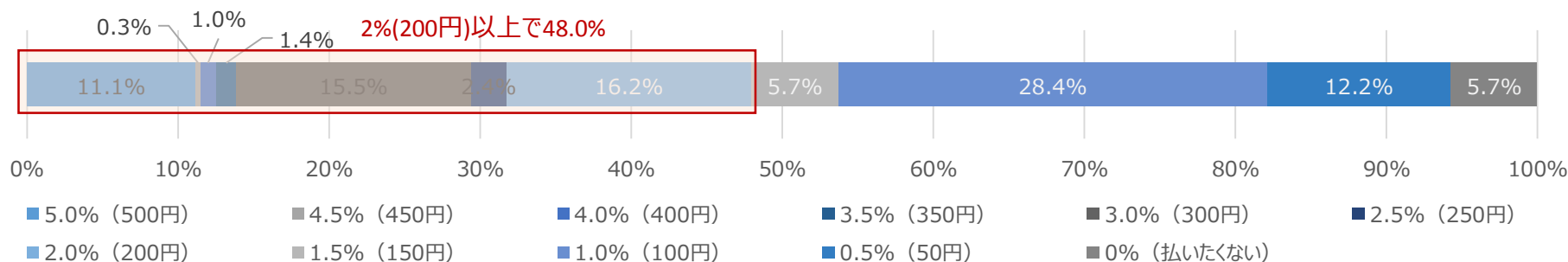
- 宿泊税について、どのようなものか知っていた。
- 宿泊税という名前は聞いたことがあったが、内容については詳しくは知らなかった。
- 知らなかった。

宿泊税の支払い意思 (n=296)



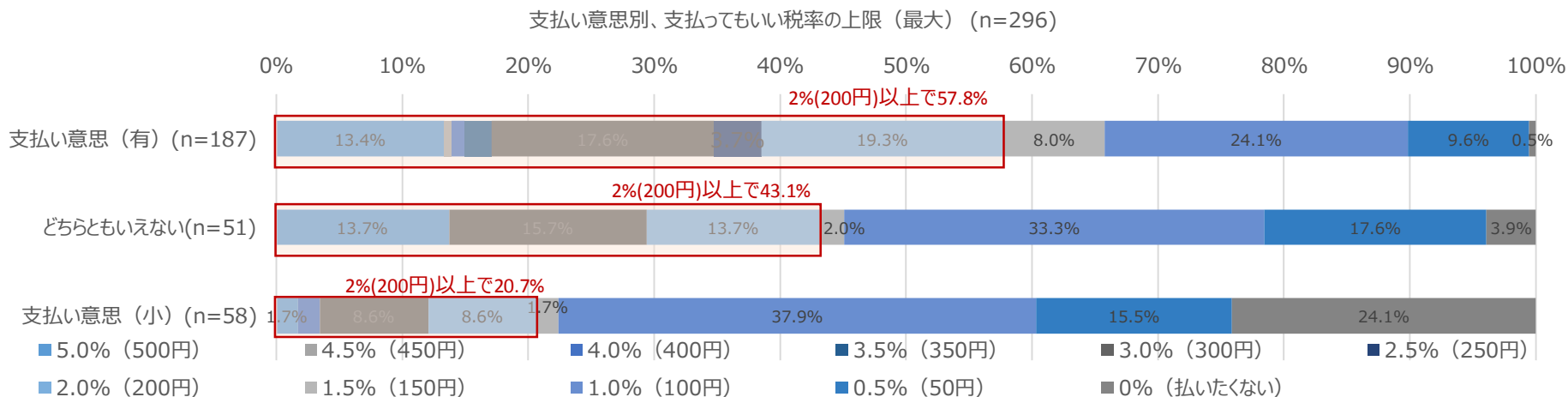
- 積極的に支払いたい。
- 金額、用途によって支払っても良い。
- どちらともいえない。
- あまり支払いたくない。
- 支払いたくない。

支払っても良い税率（最大） (n=296)



2-1-1. 概要 ② 支払い意思と税額

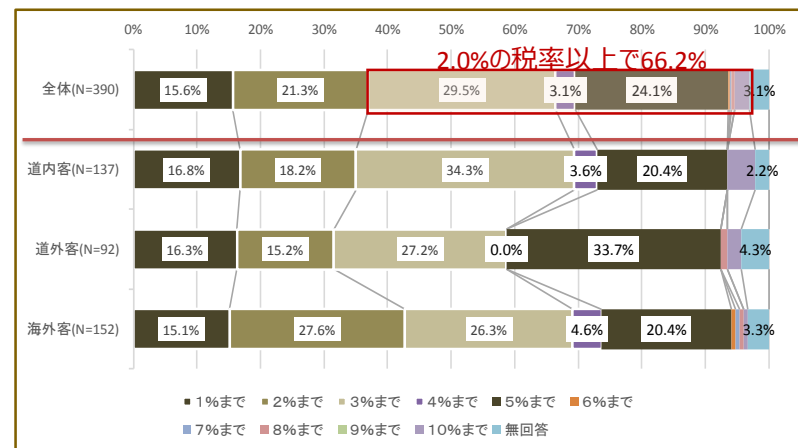
- 宿泊税の許容額は支払い意思と正の相関があることが分かる。このことから、まずは富良野市における宿泊税に対する来訪者の理解促進（例：目的や用途の分かりやすい明示等）が重要となるといえる。



0%（払いたくない）と回答した方の理由(複数回答)

支払いたくない理由	n	%
観光客の利便性向上に繋がるかどうか分からない。	4	19.0%
消費税増税を控え、これ以上の課税を許容しない。	7	33.3%
富良野市の宿泊料金自体が高いため、負担が大きい。	1	4.8%
観光客に負担を強いるべきではない。	6	28.6%
自分のメリットが見えにくい。	3	14.3%
全体	21	100.0%

【参考】2019/2 実施調査（富良野市）の結果

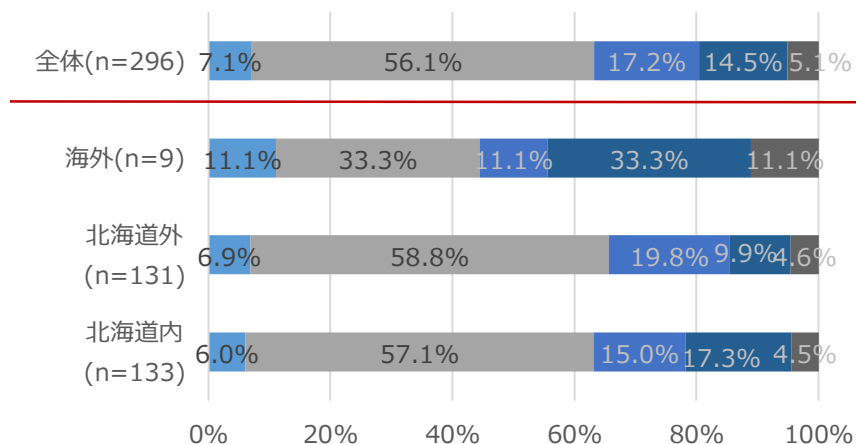


2-1-2.「宿泊税の支払い意思」に対するその他の要素の影響 ①居住地

- ・ 宿泊税の支払い意思は、全体の半数以上の56.1%が「金額、用途によっては支払っても良い」と答えた（再掲）。
- ・ 国内居住者においては道内、道外での差はほとんど見られない。
- ・ 一方で、海外居住者においては、支払いに対してマイナスの意向(*)が国内居住者に比べて高く、マイナスの意向とプラスの意向(**)が拮抗する結果となった。
- ・ 海外からの来訪者も視野に入れた理解促進の取組が求められる。

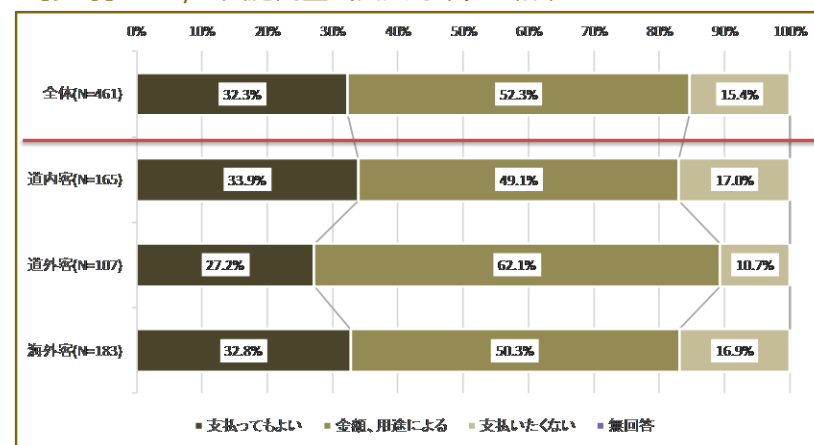
(*)「あまり支払いたくない」と「支払いたくない」の合計(**)「積極的に支払いたい」と「金額、用途によって支払いたい」の合計

支払い意思【居住地別】(n=296)



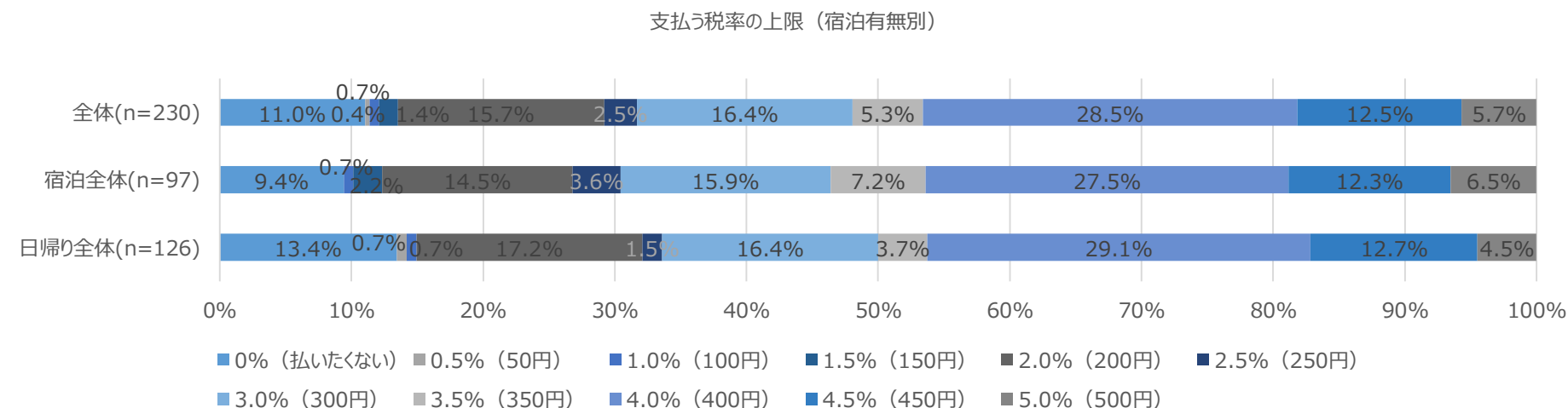
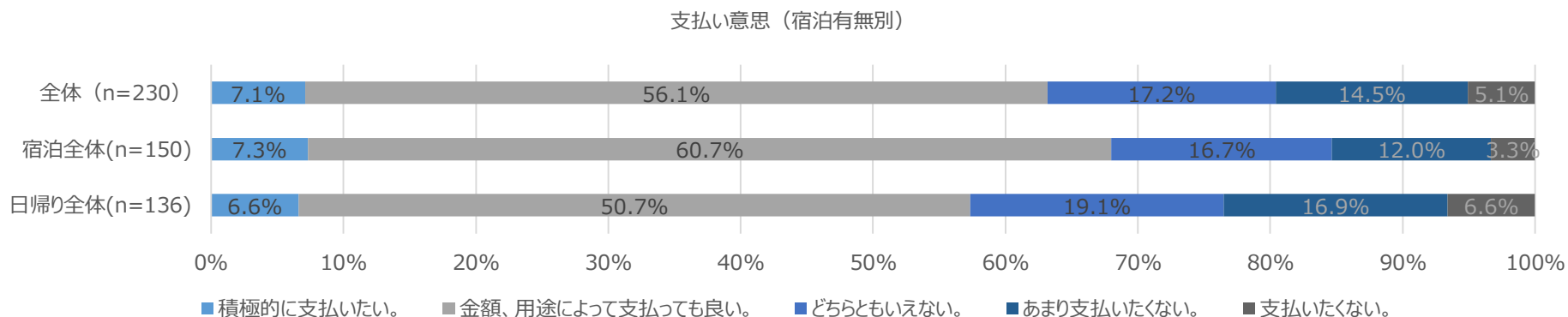
- 積極的に支払いたい。
- どちらともいえない。
- 支払いたくない。
- 金額、用途によっては支払っても良い。
- あまり支払いたくない。

【参考】2019/2 実施調査（富良野市）の結果



2-1-2.「宿泊税の支払い意思」に対するその他の要素の影響 ② 宿泊有無

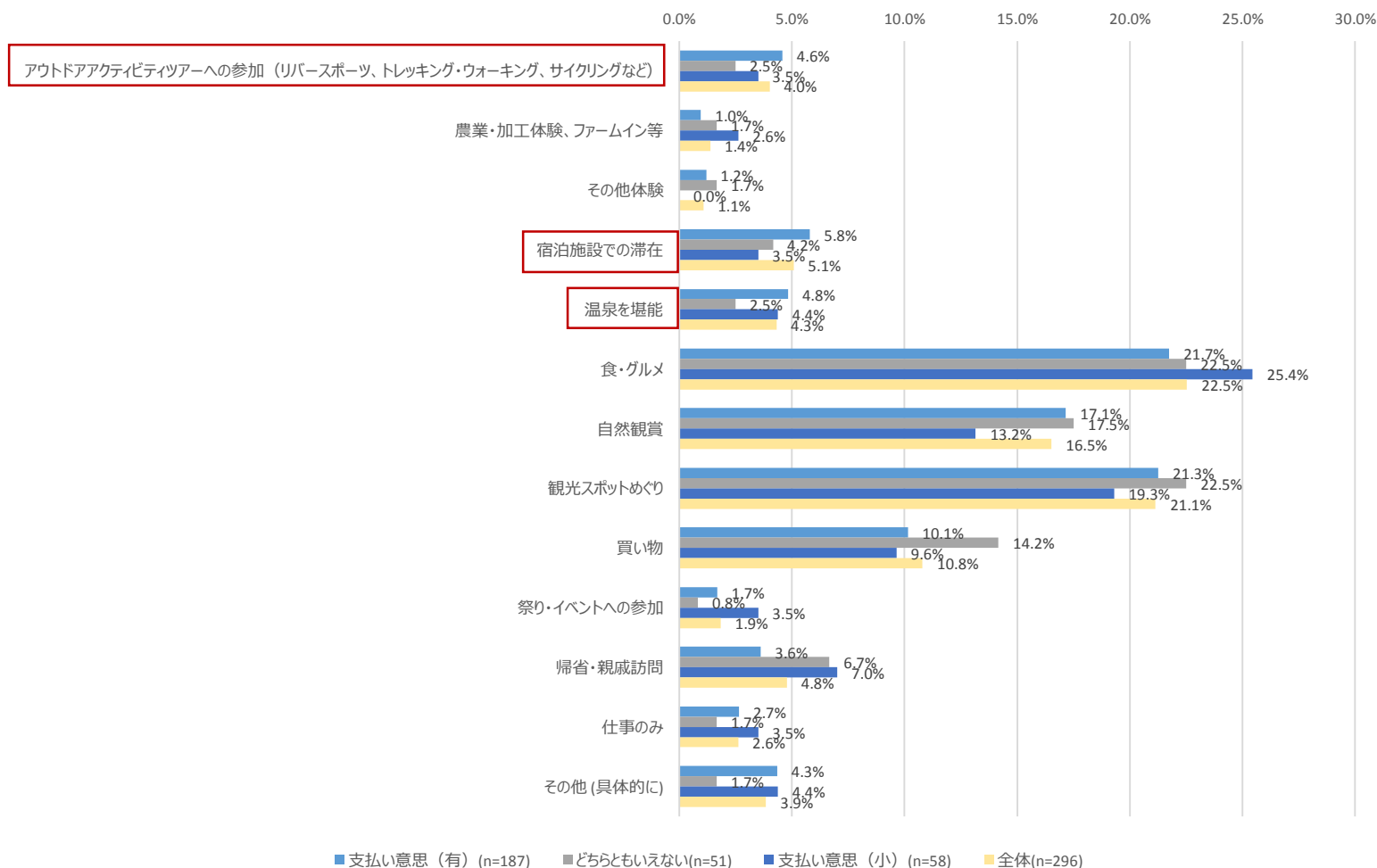
- ・ 宿泊の有無別に支払い意思を見ても、日帰り客に比べて宿泊客の方がやや支払い意思は高くなる。
- ・ 税率については大きな差はみられない。



2-1-2.「宿泊税の支払い意思」に対するその他の要素の影響 ③旅行目的

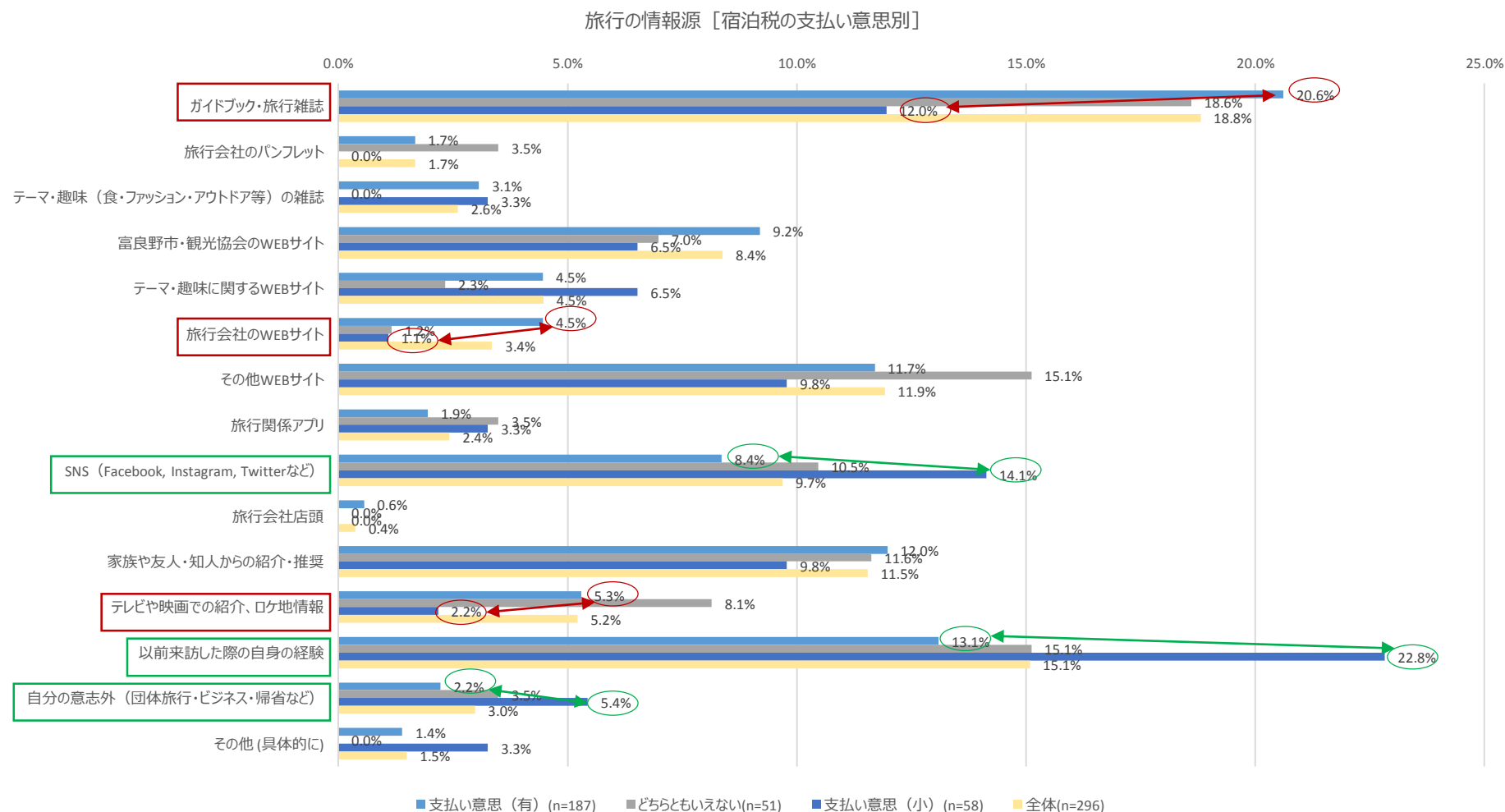
- 富良野市への旅行目的は全体では、「食・グルメ」、「観光スポットめぐり」、「自然観賞」が大きな割合を占める。
- 宿泊税の支払い意思の違いによる差をみると、支払い意思の有る層では「宿泊施設での滞在」や「温泉を堪能」、「アウトドアアクティビティツアーへの参加」等の“滞在”をベースとした目的が他の層に比べて高くなることが分かる。

旅行の目的〔宿泊税の支払い意思別〕



2-1-2.「宿泊税の支払い意思」に対するその他の要素の影響 ④ 旅行の情報源

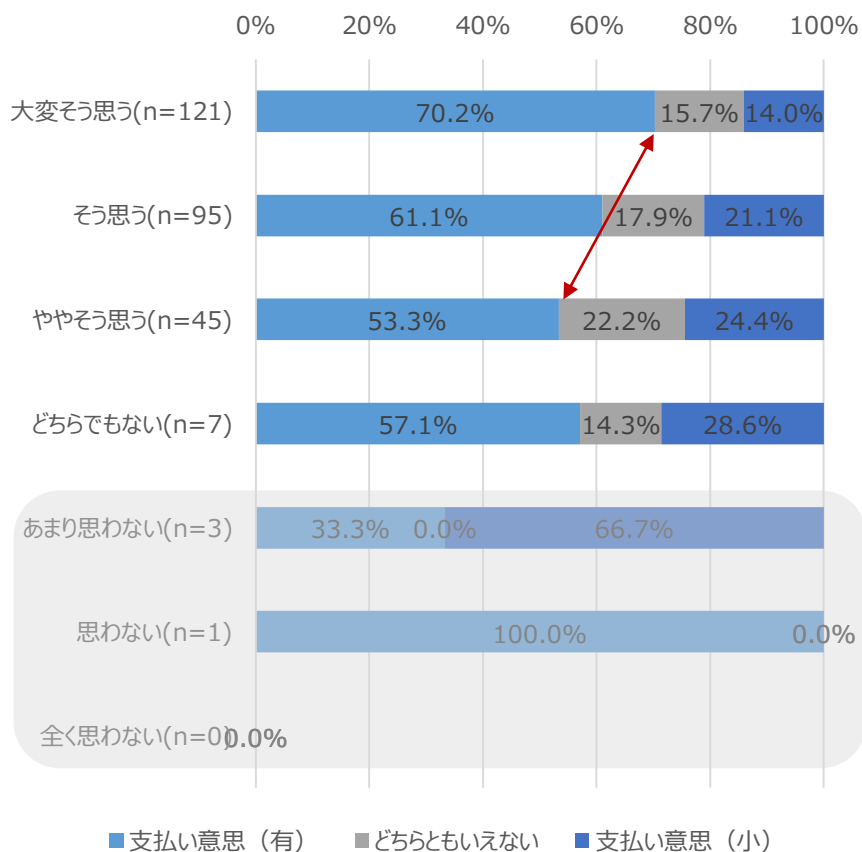
- 旅行の情報源について宿泊税の支払い意思の違いによる差をみたところ、支払い意思の有る層と無い層で差がみられた。
- 支払い意思の有る層では「ガイドブック・旅行雑誌」や「旅行会社のWEBサイト」、「テレビや映画での紹介、ロケ地情報」等の、富良野市への旅行を前提とした（あるいは旅行目的地として認識した）情報媒体を用いる場合が、支払い意思の無い層を大きく上回る。
- 一方で、支払い意思の無い層においては、「以前来訪した際の自身の経験」や「SNS」、「自分の意志外」等が、支払い意思の有る層に比べて高くなる。



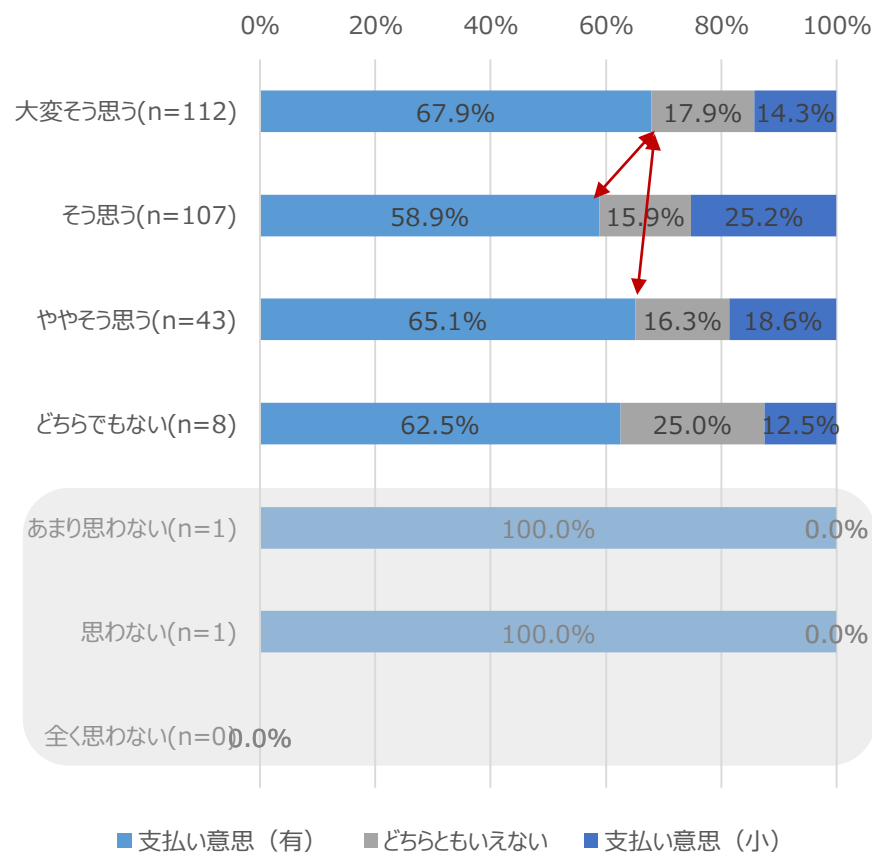
2-1-2. 「宿泊税の支払い意思」に対するその他の要素の影響 ⑤ 富良野市へのロイヤリティ

- 富良野市への再来訪意向、及び推奨意向の違い、宿泊税の支払い意思の差を見てみると、再来訪意向及び推奨意向ともに、その意向の高い層の方が、宿泊税の支払い意思がやや高くなる。

再来訪意向と宿泊税の支払い意思 (n=296)



推奨意向と宿泊税の支払い意思(n=296)



2. 富良野市での宿泊税に対する意識

2-1. 宿泊税の支払いに対する意識

2-1-1. 概要

2-1-2. 宿泊税の支払い意思に対するその他の要素の影響

- ①居住地
- ②宿泊の有無
- ③旅行目的
- ④旅行の情報源

2-2. 宿泊税の使途に対する来訪者の意識

2-2-1. 概要

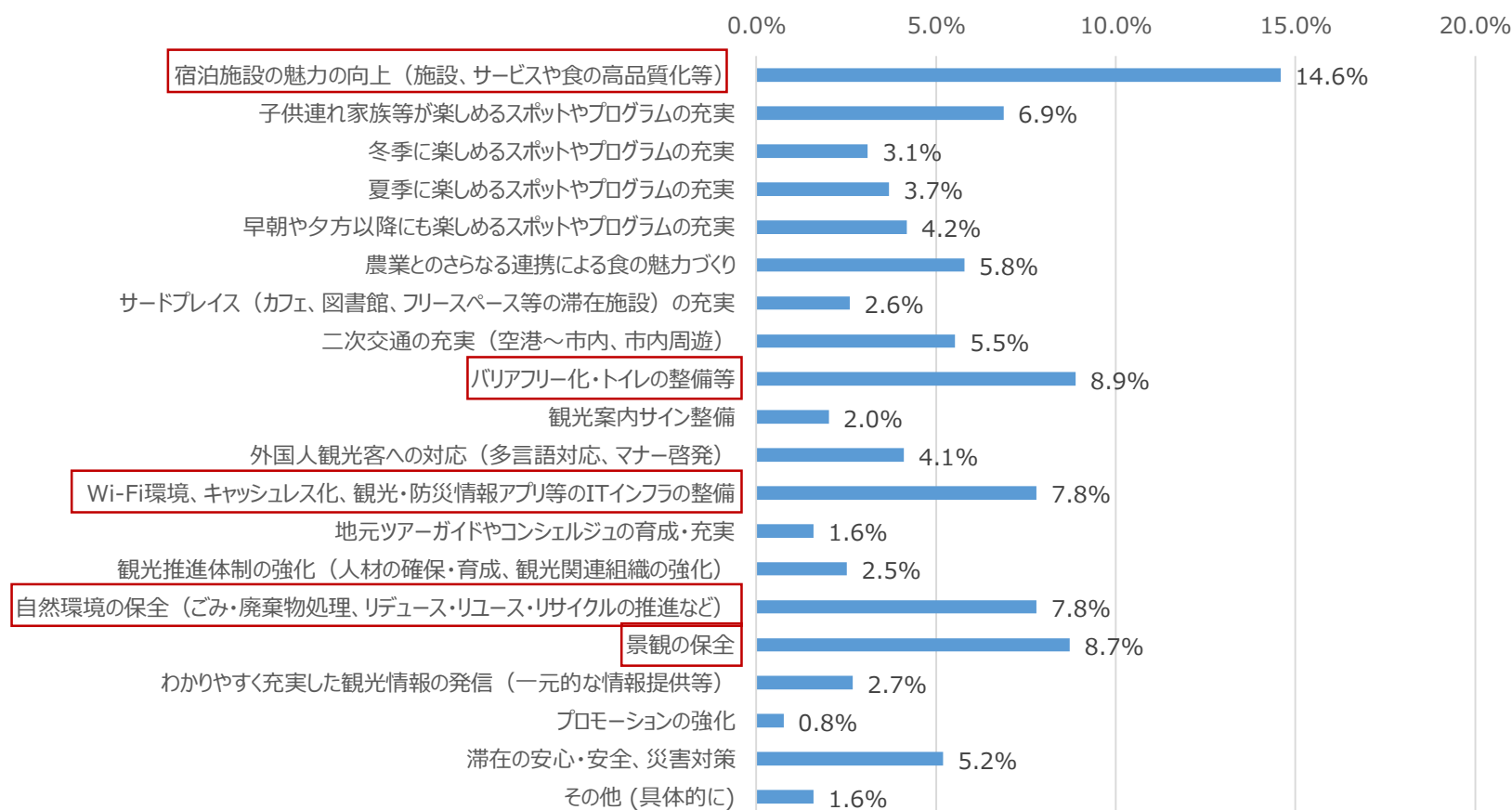
2-2-2. 来訪者が思う望ましい使途に対するその他の要素の影響

- ①居住地
- ②宿泊の有無

2-2-1. 概要

- 宿泊税の望ましい用途については、「宿泊施設の魅力の向上」との回答が最も多く、次いで「バリアフリー化・トイレの整備等」、「景観の保全」、「Wi-Fi環境、キャッシュレス化、観光・防災情報アプリ等のITインフラの整備」、「自然環境の保全」となった。

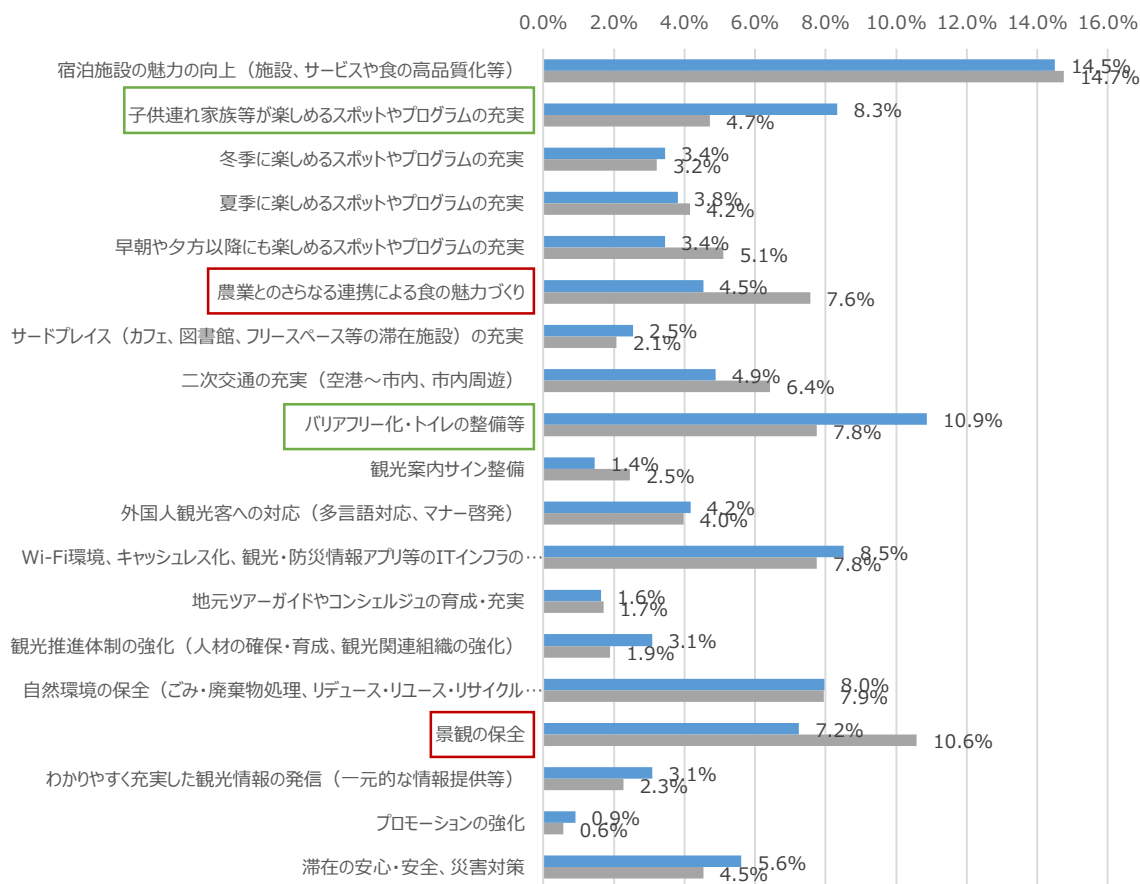
望ましい用途（上位5つ）（n=296）



2-2-2. 来訪者が思う望ましい使途に対するその他の要素の影響 ①居住地

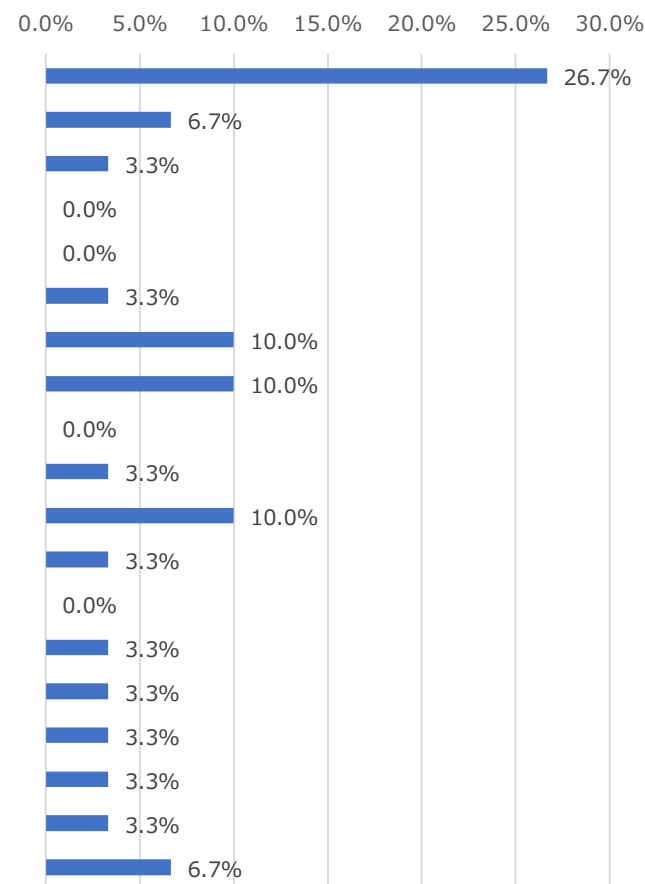
- 居住地別に「望ましい使途」をみると、道内客においては「子供連れ家族等が楽しめるスポットやプログラムの充実」や「バリアフリー化・トイレの整備等」が道外客に比べて高くなり、一方で道外客においては「農業とのさらなる連携による食の魅力づくり」や「景観の保全」が道内客に比べて高くなる。
- 他方、海外からの来訪者においては、「宿泊施設の魅力の向上」と回答する割合が国内客の値よりも高くなった。

望ましい使途〔道内・道外〕（上位5つ）



■ 北海道内(n=552) ■ 北海道外(n=529)

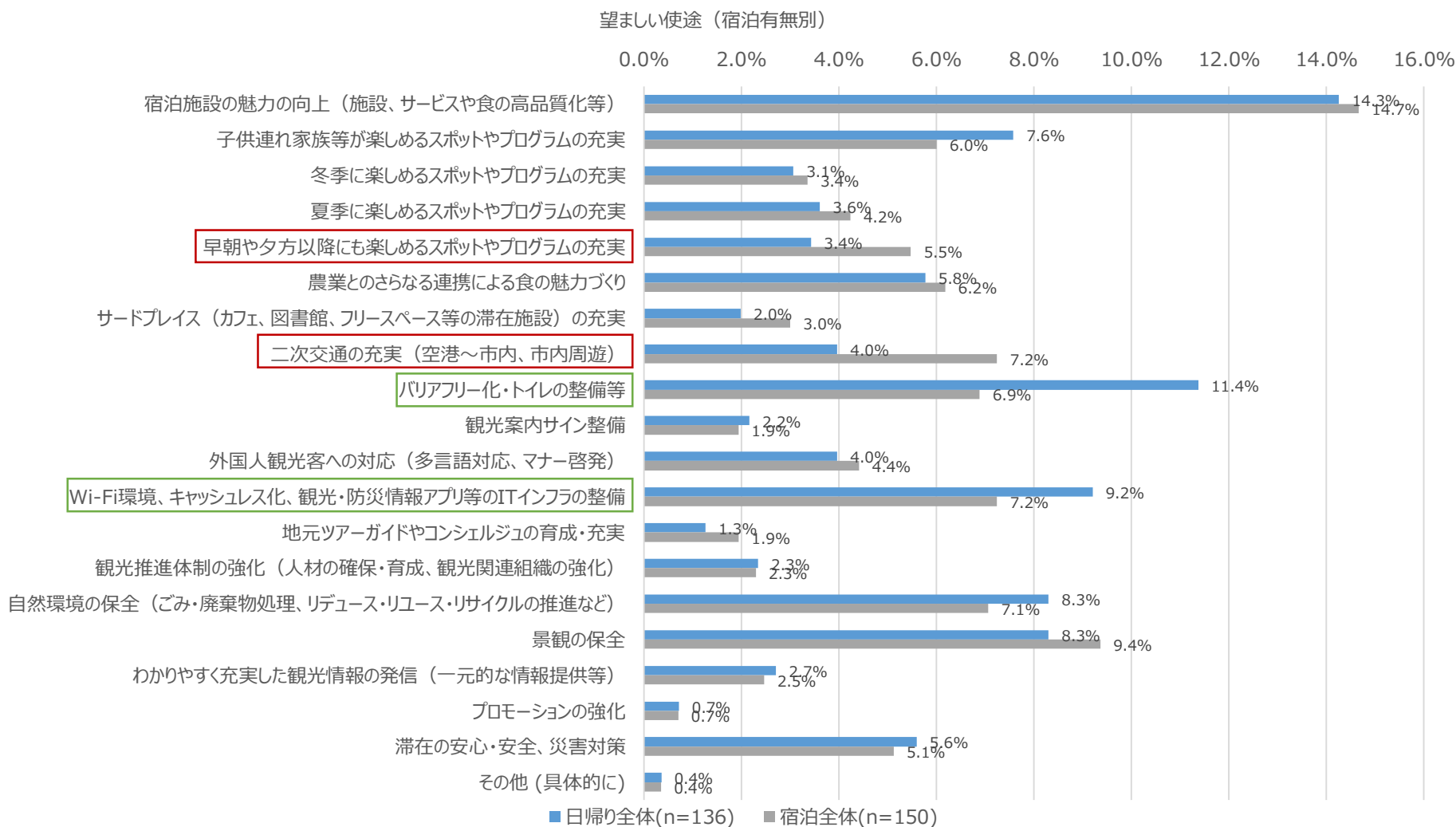
望ましい使途〔海外〕（上位5つ）



■ 海外(n=30)

2-2-2. 来訪者が思う望ましい使途に対するその他の要素の影響 ② 宿泊の有無

- ・ 宿泊の有無別に宿泊税の望ましい使途をみると、宿泊者において「二次交通の充実（空港～市内、市内周遊）」や「早朝や夕方以降にも楽しめるスポットやプログラムの充実」といった富良野市への滞在を充実させる使途を回答する割合が日帰り客と比較して高くなった。
- ・ 一方で日帰り客では「バリアフリー化・トイレの整備等」や「Wi-Fi環境、キャッシュレス化、観光・防災情報アプリ等のITインフラの整備」等の環境・インフラ整備に関する回答が宿泊客と比較して高くなった。



3. 富良野市への旅行について

3-1. 今回(*)の旅行実態

3-1-1. 来訪者

①旅行同行者

②これまでの富良野市への旅行経験

3-1-2. 富良野市への滞在日数、宿泊施設

3-1-3. 旅行目的

3-1-4. 旅行の情報源

3-2. 富良野市への旅行に対する評価

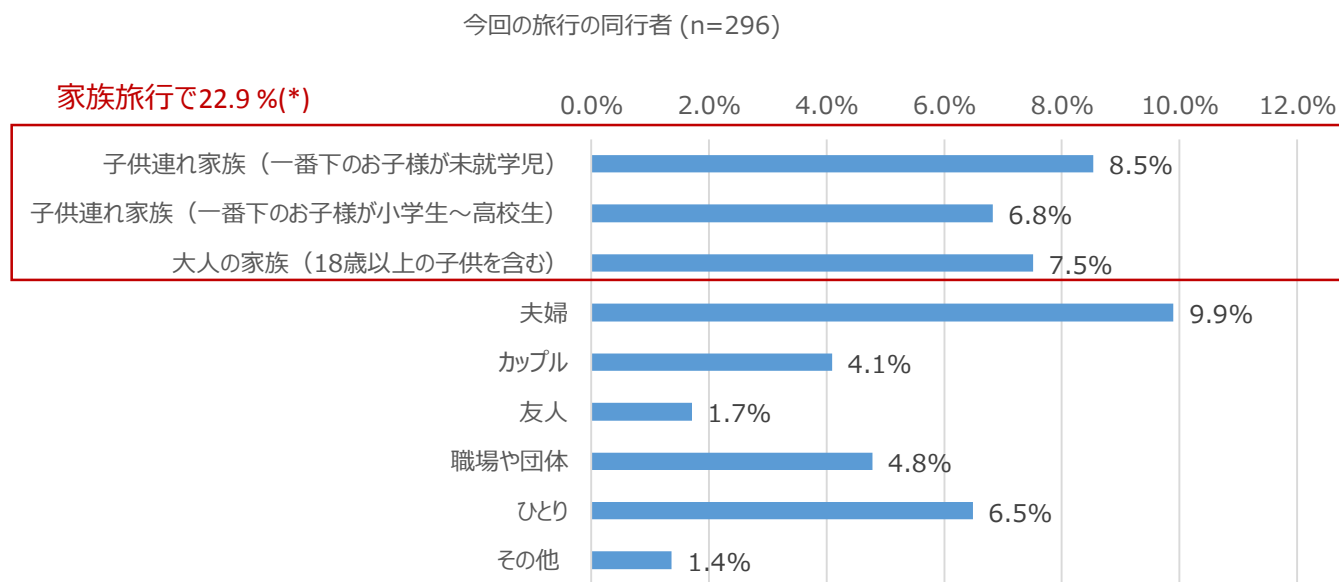
3-2-1. 個別要素の評価

3-2-2. ロイヤリティ

3-2-3. 個別要素のロイヤリティに対する影響度

3-1-1. 来訪者 ①旅行同行者

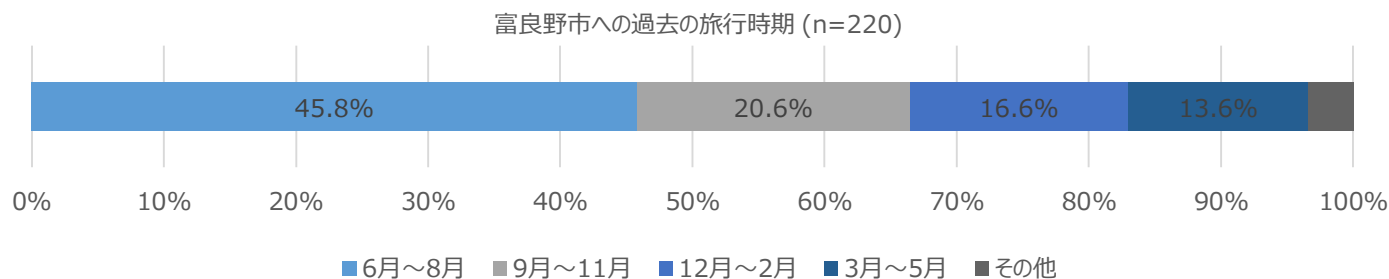
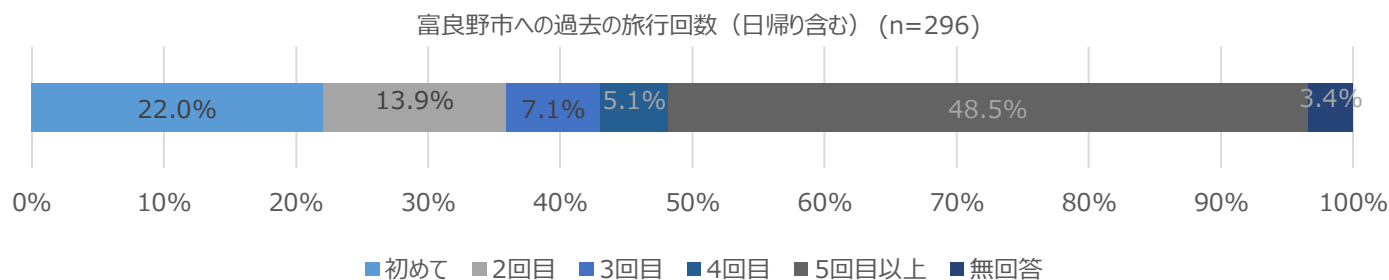
- 来訪者の旅行同行者を伺ったところ、家族旅行が最も多く全体の22.9%を占めた。次いで、「夫婦での旅行」が全体の9.9%となり、カップルや友人、職場や団体、ひとり旅行については全体の5%未満となった。



(*)小数点第二位を四捨五入

3-1-1. 来訪者 ②これまでの富良野市への旅行経験

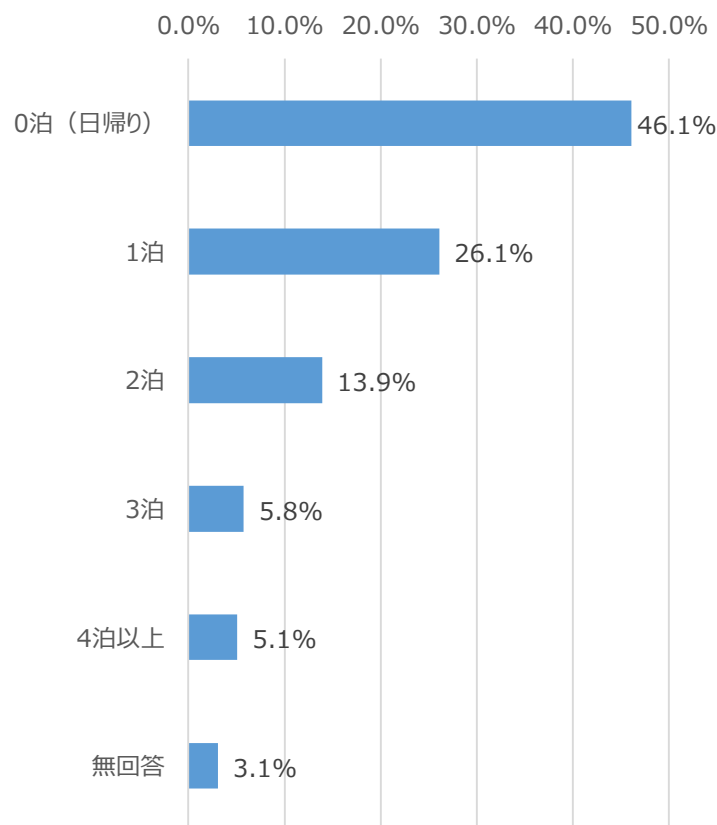
- 回答者のこれまでの富良野市への旅行回数、及びその時期を伺った。
- 全体の約80%がリピーターであり、5回以上来訪経験のある方も約半数（48,5%）を占めた。
- 過去の来訪時期は、夏季（6～8月）が最も多く全体の45.8%を占め、次いで秋季（9～11月）、冬季（12～2月）、春季（3～5月）となった。



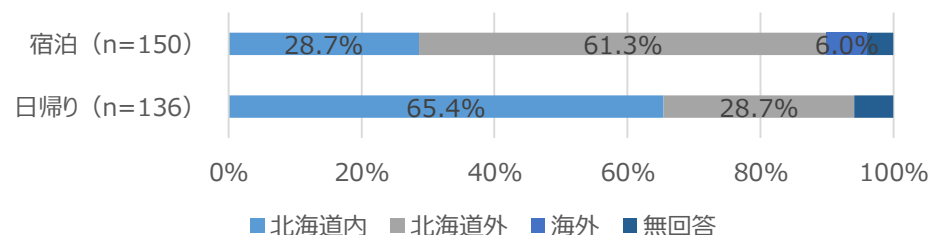
3-1-2. 富良野市での滞在日数、宿泊施設

- 今回の旅行での富良野市への滞在は日帰りが最も多く、全体の46.1%を占めた。宿泊客については1泊が最も多く、泊数が多くなるに従いその割合は小さくなる。
- 宿泊客、日帰り客のそれぞれの内訳をみると、宿泊客では道外客が全体の61.3%、道内客が28.7%となる。一方、日帰り客では、日帰りの旅行と周遊のなかでの立ち寄りの場合があるといえるが、道内客が65.4%、道外客が28.7%となる。
- 宿泊客が利用した施設は、ホテル・旅館が多くを占めた。

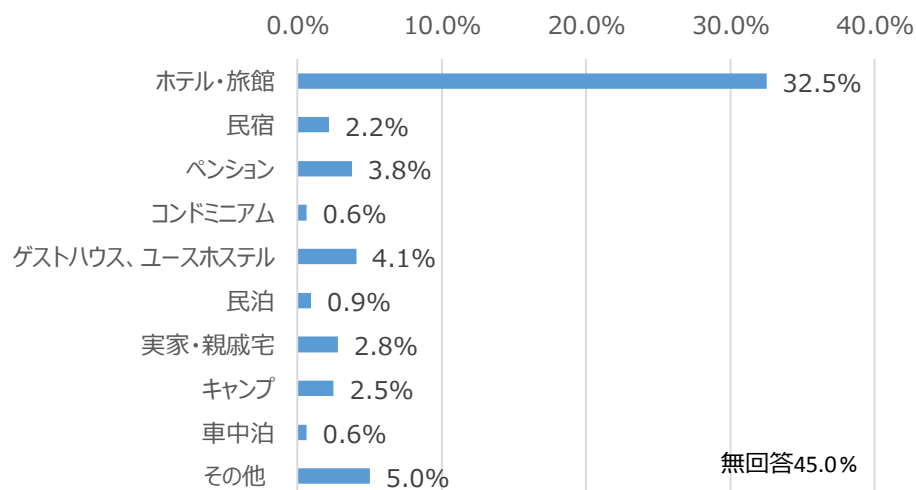
今回の富良野市での滞在日数(n=296)



宿泊有無 (居住地別)



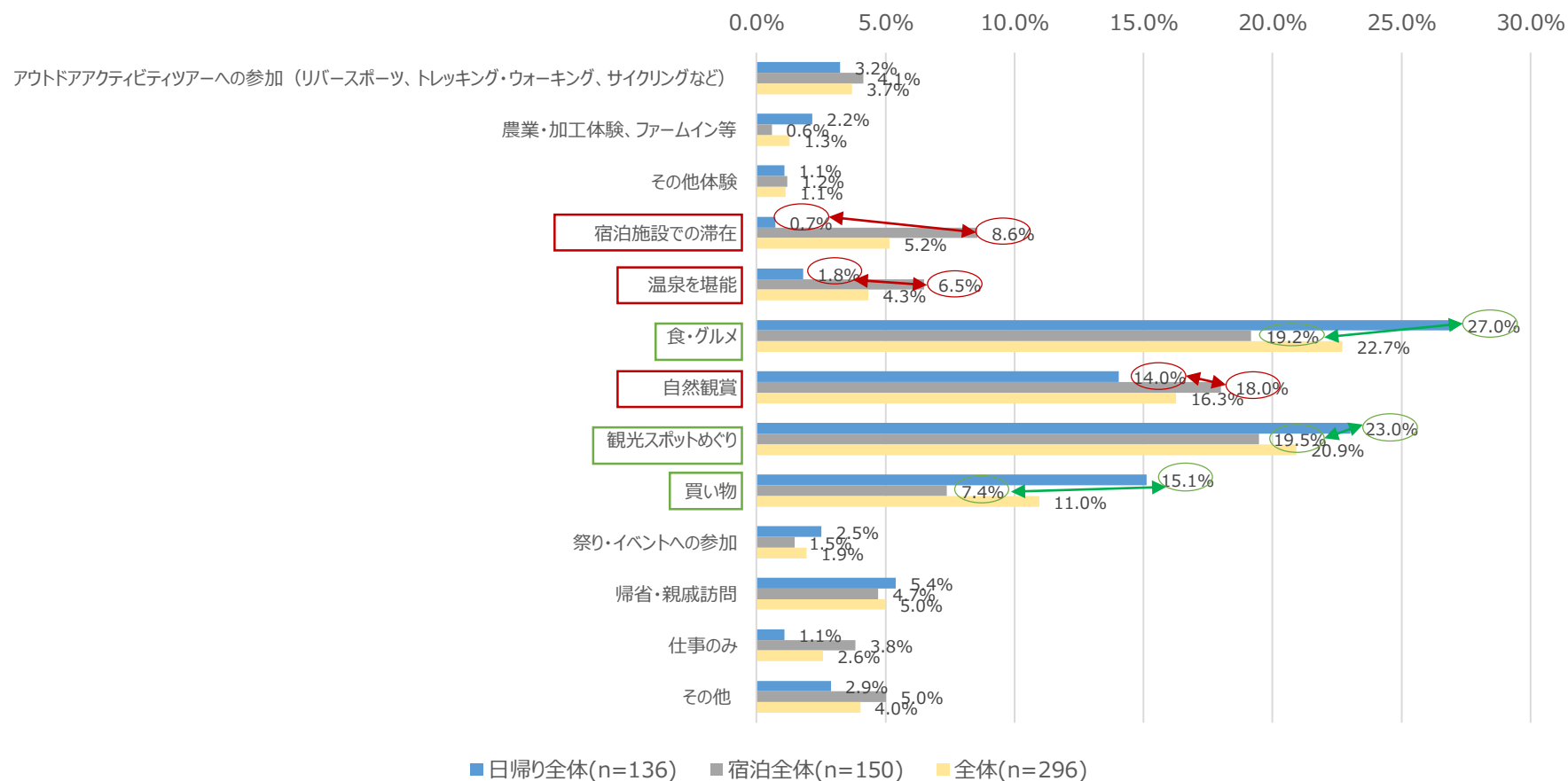
今回の宿泊施設タイプ (n=296)



3-1-3. 富良野市への旅行目的

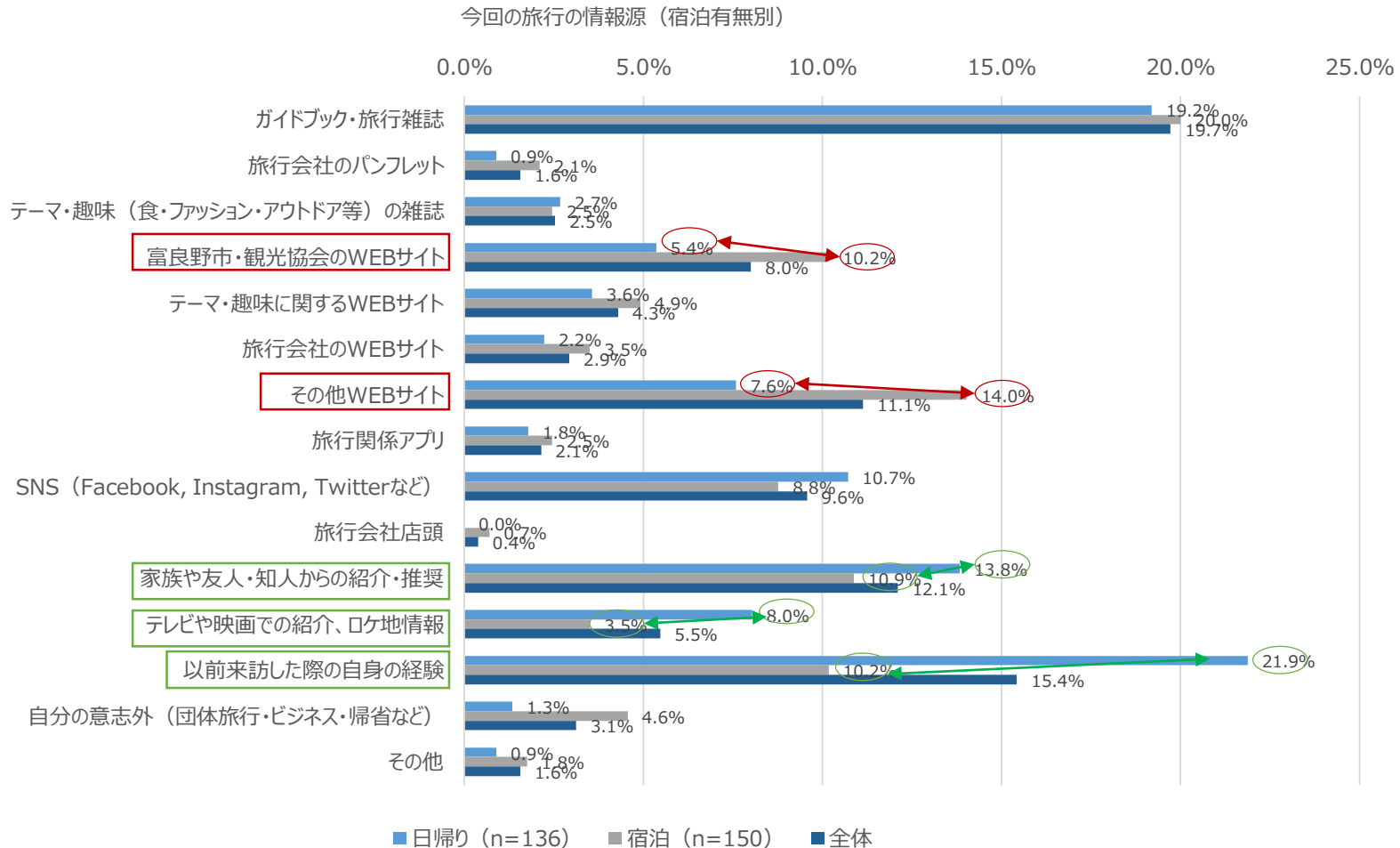
- 富良野市への旅行の目的は、「食・グルメ」が最も高い割合となり、次いで「観光スポットめぐり」、「自然観賞」となった。
- 旅行の目的について宿泊客と日帰り客で比較すると、宿泊者では「宿泊施設での滞在」のほか、「温泉を堪能」や「自然観賞」を目的とする割合高くなった。一方で、「食・グルメ」や「観光スポットめぐり」、「買い物」については、日帰り客が目的とする割合が高くなった。

今回の旅行の目的（宿泊有無別）



3-1-4. 富良野市への旅行の情報源

- 富良野市への旅行の際に用いた情報源としては、全体では「ガイドブック・旅行雑誌」が最も高い割合、次いで「以前来訪した際の自身の経験」、「家族や友人・知人からの紹介・推奨」、「その他WEBサイト」となった。
- 宿泊客と日帰り客で比較してみると、最も多い「ガイドブック・旅行雑誌」では大きな差はみられないが、「その他WEBサイト」や「富良野市・観光協会のWEBサイト」は宿泊客に、「以前来訪した際の自身の経験」や「テレビや映画での紹介、ロケ地情報」、「家族や友人・知人からの紹介・推奨」は日帰り客に用いられる割合が高くなっている。



3. 富良野市への旅行について

3-1. 今回(*)の旅行実態

3-1-1. 来訪者

①旅行同行者

②これまでの富良野市への旅行経験

3-1-2. 富良野市への滞在日数、宿泊施設

3-1-3. 旅行目的

3-1-4. 旅行の情報源

3-2. 富良野市への旅行に対する評価

3-2-1. 個別要素の評価

3-2-2. ロイヤリティ

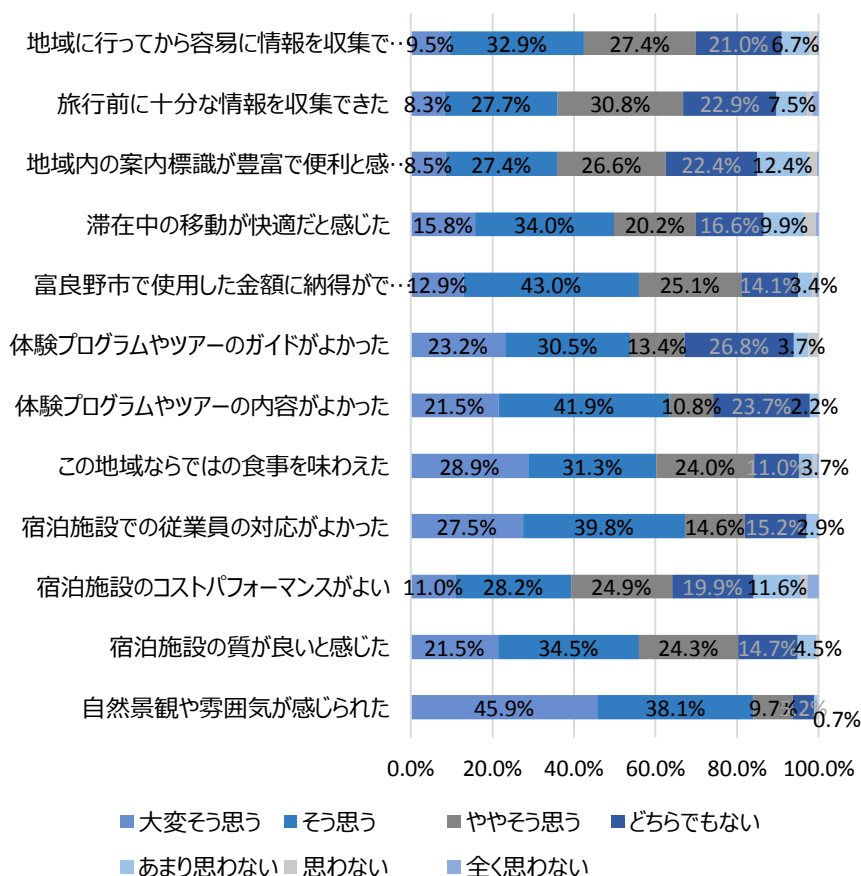
3-2-3. 個別要素のロイヤリティに対する影響度

■3-2. 富良野市への旅行に対する評価

3-2-1. 個別要素に対する評価

- 富良野市での旅行に関する個別要素について、自然景観や雰囲気をはじめ、総じて高い評価となった。
- 体験プログラムに関しても経験者からの評価が高いが、一方で未経験者が回答者の半数を超えており、提供の機会と情報の発信の必要性がうかがえる。
- 宿泊施設に関しては従業員の対応や質に対する評価が高い一方で、コストパフォーマンスに対する評価は比較的低い結果となった。
- 滞在中の移動や案内標識、情報収集（旅マエ・旅ナカ）、前述の宿泊施設のコストパフォーマンスについては、「大変そう思う」と「そう思う」を合わせて50%未満となった。

個別要素の評価



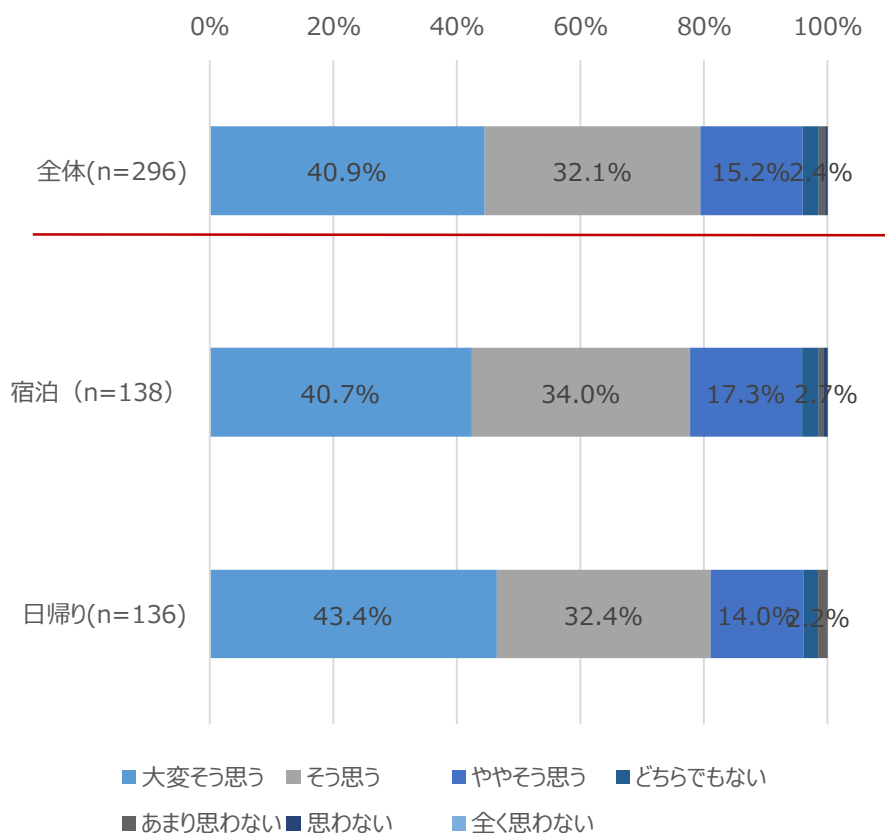
	個別評価点 (加重平均(*))	経験者数	未経験者数
自然景観や雰囲気が感じられた	6.23	268	5
宿泊施設の質が良いと感じた	5.48	177	94
宿泊施設のコストパフォーマンスがよい	4.89	181	90
宿泊施設での従業員の対応がよかった	5.72	171	100
この地域ならではの食事を味わえた	5.62	246	25
体験プログラムやツアーの内容がよかった	5.57	93	174
体験プログラムやツアーのガイドがよかった	5.41	82	186
富良野市で使用した金額に納得ができる	5.43	263	9
滞在中の移動が快適だと感じた	5.15	253	18
地域内の案内標識が豊富で便利と感じた	4.86	259	13
旅行前に十分な情報を収集できた	4.94	253	19
地域に行ってから容易に情報を収集できた	5.07	252	19

(*)未経験者を除く

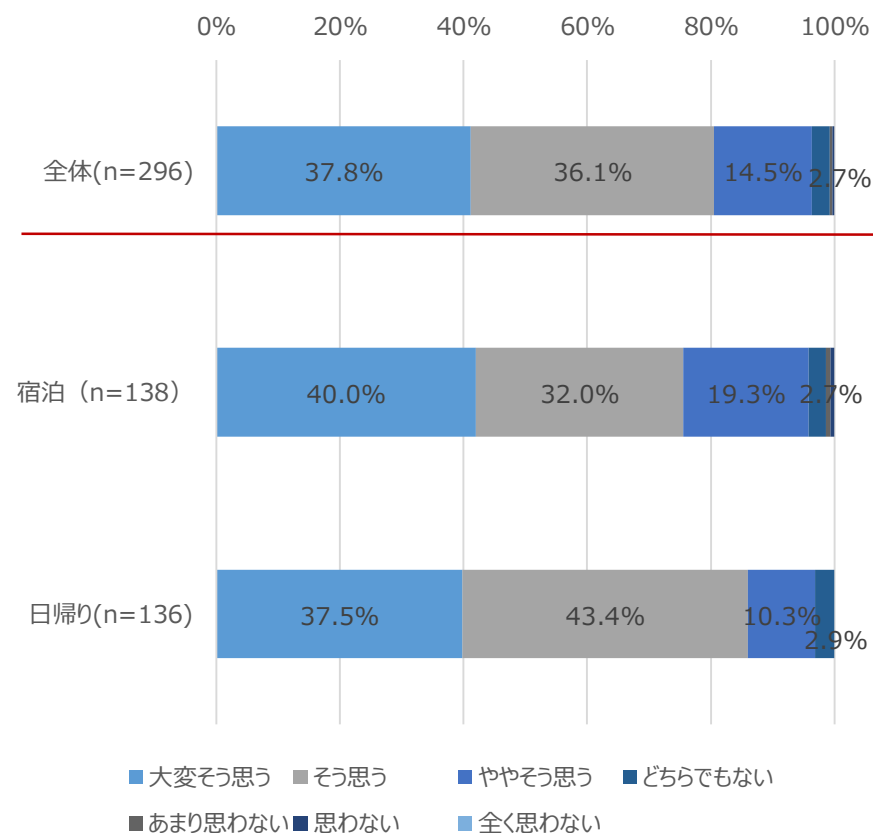
3-2-2. 富良野市へのロイヤリティ

- 富良野市への再来訪意向、及び推奨意向については、総じて高くなり、宿泊客と日帰り客でも大きな差はみられなかった。

再来訪意向（宿泊有無別）

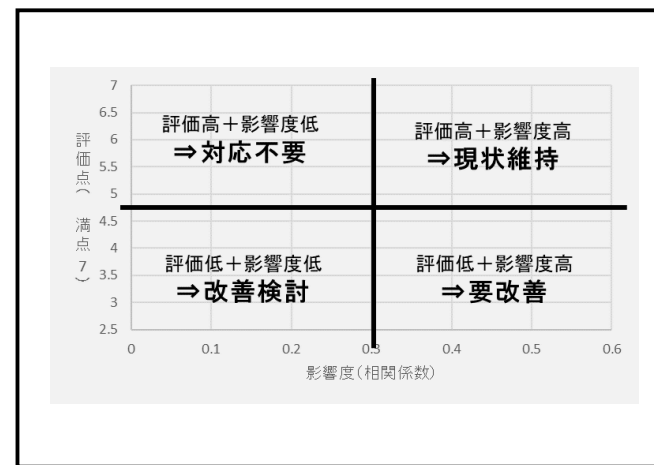
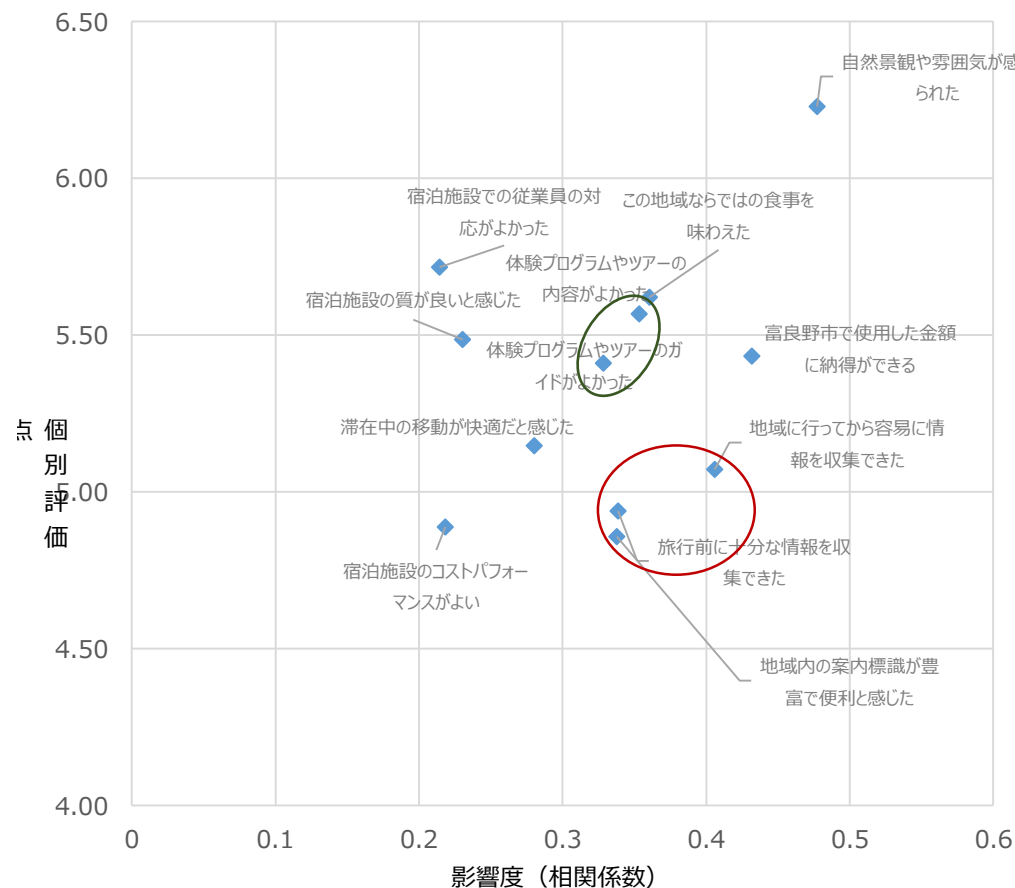


推奨意向（宿泊有無別）



3-2-3. 個別要素のロイヤリティに対する影響度

- 富良野市での旅行に関する個別要素について、推奨度への影響力を考察するために重要度-満足度分析を行った。
- 要改善課題として、来訪者への旅マエ・旅ナカでの情報提供であることが浮かび上がる。
- また、体験プログラムについては、個別の評価及び推奨度への影響度が共に大きく、富良野市での旅行の満足度を向上させる重要な要素であることが分かるが、先述のように、来訪者のなかでの経験者が少ない状況である。体験プログラムの提供機会の創出と情報の提供も今後の対応課題となると考えられる。
- 自然景観や食の魅力については、富良野市の旅行の目的としても主要な要素となっているが、個別の評価及び推奨度への影響度共に大きく、今後も維持・向上をしていくべきであるといえる。



重要度-満足度分析の見方