

資料4

富良野市宿泊税に関するアンケート調査結果（中間報告）

調査概要・回答者属性

調査概要

- 調査期間：2019年8月16日～9月12日
- 言語：日本語、英語
- 調査手法：対面調査及び留置き調査
- 媒体：ウェブ調査（インターネット上に設置した回答用ページによる調査）、及び紙調査（紙調査票）。
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230サンプル（標準誤差10%以内）、外国人10サンプル
※外国人票の有効回答数が少ないため、本報告では日本人票の結果のみ記載。

調査カード

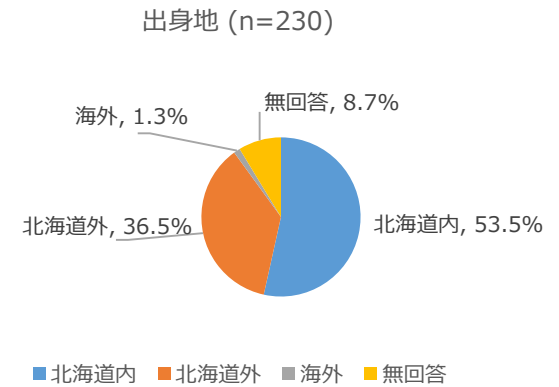
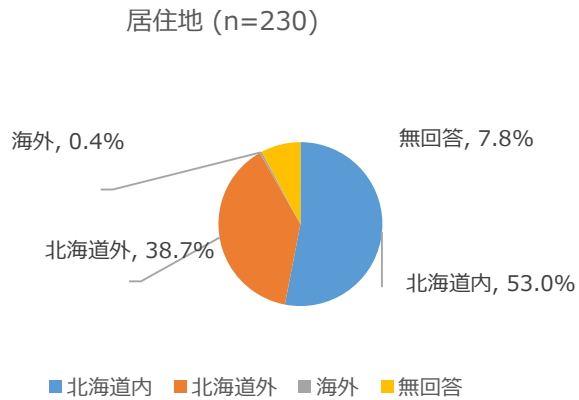
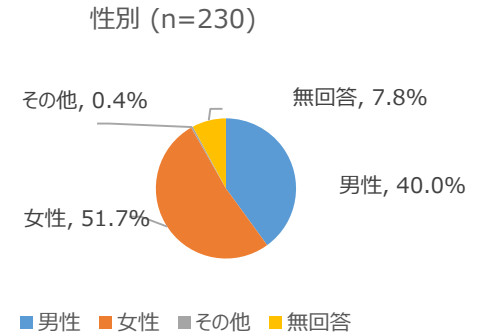
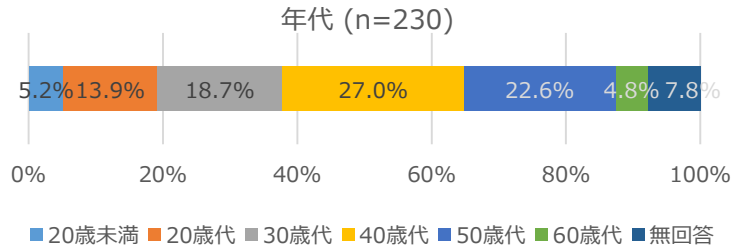


留置き調査施設

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（富良野ナチュラルクスホテル）
	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

調査概要・回答者属性

回答者の基本属性

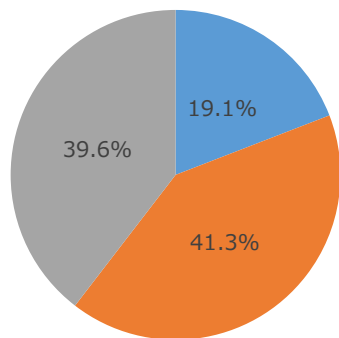


富良野市での宿泊税に対する意識

集計結果（宿泊税の認知度×支払い意思）

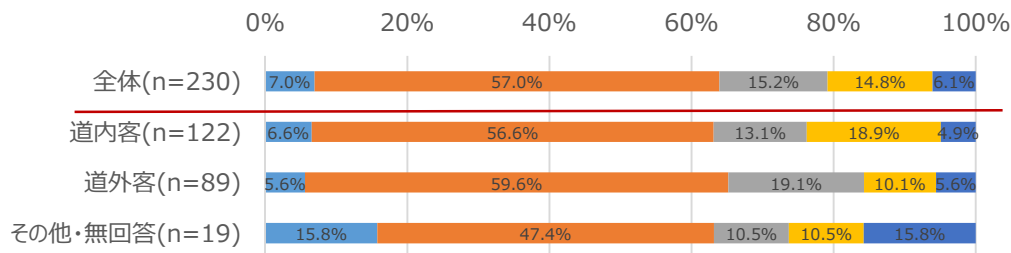
- 宿泊税について、全体の41.3%が「聞いたことがあったが、内容については詳しくは知らなかった」と回答。39.6%は「知らなかった」、内容を含め「どのようなものか知っていた」のは全体の19.1%となった。
- 宿泊税の支払い意思是、「金額、用途によっては支払っても良い」が最多で全体の57.0%となった。次いで「どちらともいえない」（15.2%）、「あまり支払いたくない」（14.8%）となった。
- 居住地別（道内・道外）に支払い意思をみると、宿泊客の多くを占める道外客の方が道内客と比較して、支払いに対してプラスの意向となった。この傾向は2019年2月調査と同様である。

宿泊税の認知度 (n=230)



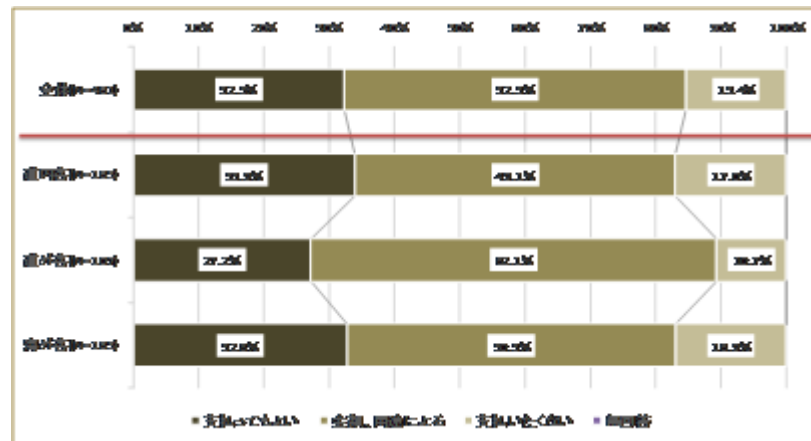
- 宿泊税について、どのようなものか知っていた
- 聞いたことがあったが、内容については詳しくは知らなかった。
- 知らなかった。

支払い意思（居住地別）



- 積極的に支払いたい。
- 金額、用途によっては支払っても良い。
- 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。

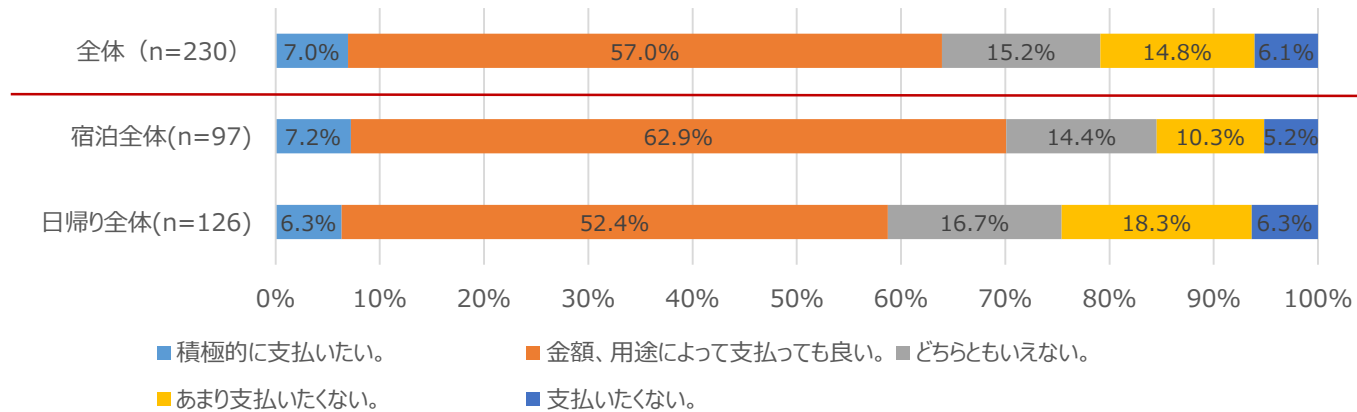
【参考】2019/2 実施調査（富良野市）の結果



集計結果（宿泊有無×支払い意思）

- 日帰り客と宿泊客との支払い意思についてみると、宿泊客において支払い意思は大きくなる。
- 年代別の傾向をみると、特に割合の大きな「金額、用途によって支払っても良い。」について、宿泊客の30歳代、50歳以上、日帰り客の40歳代での回答割合が全体よりも5ポイント以上大きくなっている。

支払い意思（宿泊有無別）



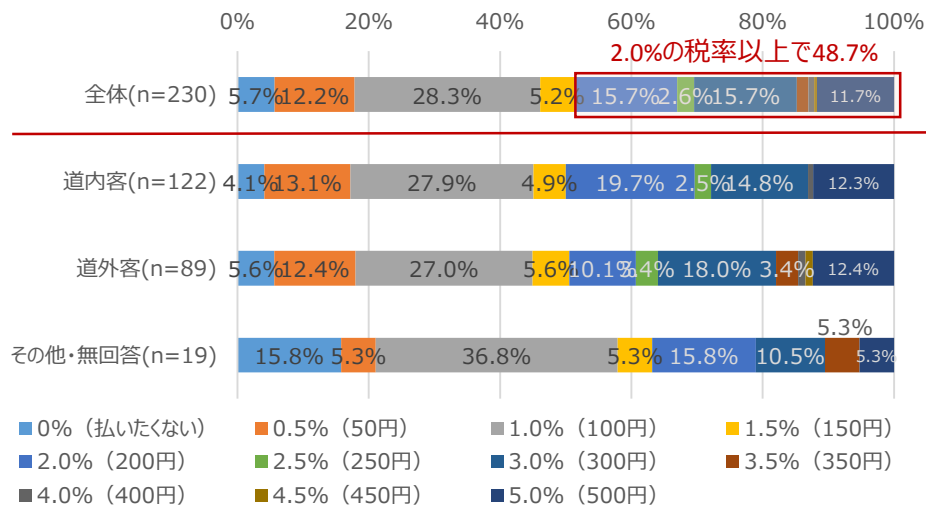
宿泊有無	年代	積極的に支払いたい	金額、用途によって支払っても良い	どちらともいえない	あまり支払いたくない	支払いたくない	全体
日帰り	30歳未満(n=22)	13.6%	50.0%	13.6%	4.5%	18.2%	100.0%
	30歳代(n=23)	4.3%	52.2%	21.7%	17.4%	4.3%	100.0%
	40歳代(n=34)	0.0%	64.7%	14.7%	20.6%	0.0%	100.0%
	50歳以上(n=41)	9.8%	43.9%	17.1%	24.4%	4.9%	100.0%
	不明・無回答(n=6)	0.0%	50.0%	16.7%	16.7%	16.7%	100.0%
	日帰り全体(n=126)	6.3%	52.4%	16.7%	18.3%	6.3%	100.0%
宿泊	30歳未満(n=22)	9.1%	59.1%	18.2%	13.6%	0.0%	100.0%
	30歳代(n=20)	5.0%	80.0%	5.0%	10.0%	0.0%	100.0%
	40歳代(n=28)	7.1%	57.1%	17.9%	10.7%	7.1%	100.0%
	50歳以上(n=22)	0.0%	63.6%	13.6%	9.1%	13.6%	100.0%
	不明・無回答(n=5)	40.0%	40.0%	20.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	宿泊全体(n=97)	7.2%	62.9%	14.4%	10.3%	5.2%	100.0%
不明・無回答	不明無回答全体(n=7)	14.3%	57.1%	0.0%	14.3%	14.3%	100.0%
全体	全体 (n=230)	7.0%	57.0%	15.2%	14.8%	6.1%	100.0%

サンプル数の関係から「20歳未満」と「20歳代」を合算し「30歳未満」、「50歳代」と「60歳以上」を合算し「50歳以上」とした。

集計結果 (居住地×宿泊税の支払う税率の上限)

- 支払って良いと思う宿泊税の税率については、税率1.0%(100円)が最も多く全体の28.3%を占めた。道内・道外客での差はみられない。
- 全体では、税率2.0%(200円)以上が48.7%と全体の約半数を占めたが、2019年2月実施の調査と比較するとその割合は小さくなっている(2月:66.2%)。冬季と夏季での宿泊有無や滞在中の体験の違い等も要因のひとつとして考えられる。
- 支払いたくないとの回答は全体の5.7%とわずかであったが、その理由としては「消費税増税を控え、これ以上の課税を許容しない」「観光客に負担を強いるべきではない」等が挙げられた。

支払う税率の上限 (居住地別) (n=230)

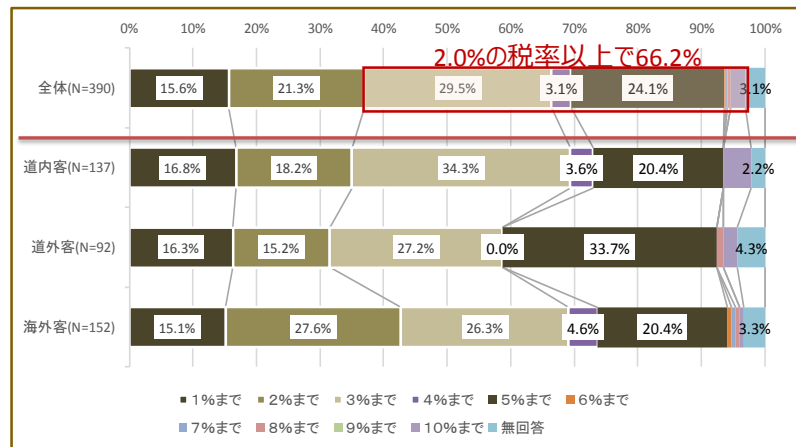


* () 内は宿泊代金10,000円に対する税額

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かわからない。	2	12.5%
消費税増税を控え、これ以上の課税を許容しない。	6	37.5%
富良野市の宿泊料金自体が高いため、負担が大きい。	0	0.0%
観光客に負担を強いるべきではない。	5	31.3%
自分のメリットが見えにくい。	3	18.8%
全体	16	100.0%

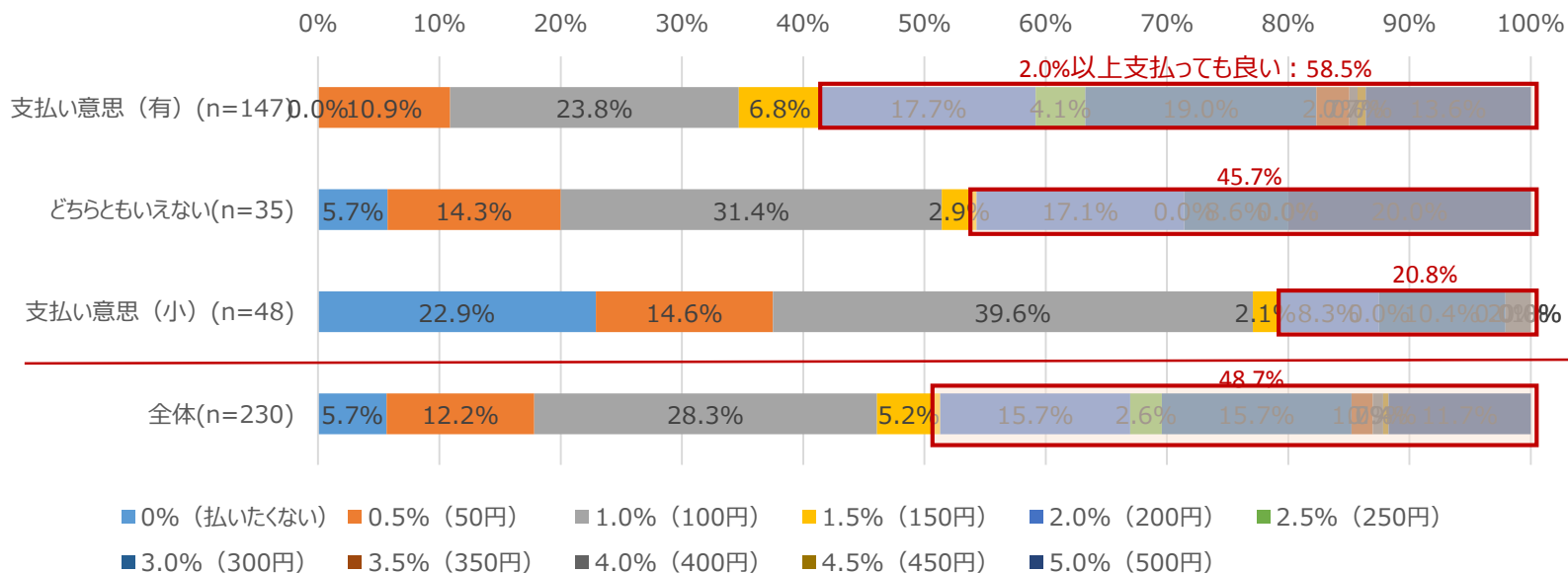
【参考】2019/2 実施調査 (富良野市) の結果



集計結果 (宿泊税の支払い意思×宿泊税の支払う税率の上限)

- 支払い意思別に、支払っても良い税率をみると、支払い意思がある（「積極的に支払いたい」+「金額、用途によっては支払っても良い」）回答者程、高い税率を選択する傾向にあることが分かる。

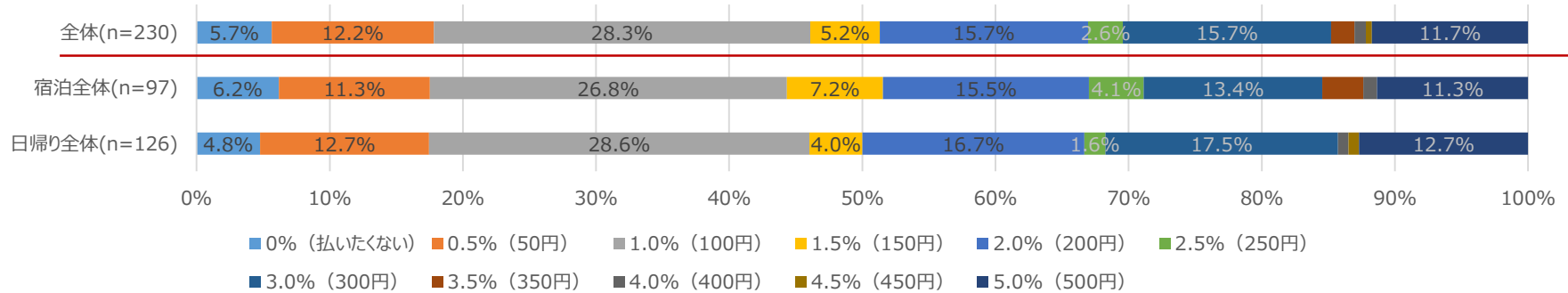
支払い意思別、支払ってもいい金額（最大） (n=230)



集計結果 (宿泊有無×宿泊税の支払う税率の上限)

- 宿泊税の支払う税率の上限に関して、宿泊有無での差はほとんどみられない。
- 年代別の傾向をみると、最も回答の多かった税率3.0%については、日帰り客の30歳代・40歳代、及び宿泊客の30歳代での回答割合が全体よりも5ポイント以上大きくなっている。

支払う税率の上限 (宿泊有無別)



宿泊有無	年代	0% (払いたくない)	0.5% (50円)	1.0% (100円)	1.5% (150円)	2.0% (200円)	2.5% (250円)	3.0% (300円)	3.5% (350円)	4.0% (400円)	4.5% (450円)	5.0% (500円)	全体
日帰り	30歳未満(n=22)	9.1%	4.5%	13.6%	0.0%	22.7%	4.5%	18.2%	0.0%	4.5%	4.5%	18.2%	100.0%
	30歳代(n=23)	4.3%	26.1%	17.4%	8.7%	8.7%	0.0%	21.7%	0.0%	0.0%	0.0%	13.0%	100.0%
	40歳代(n=34)	2.9%	11.8%	35.3%	0.0%	14.7%	2.9%	23.5%	0.0%	0.0%	0.0%	8.8%	100.0%
	50歳以上(n=41)	2.4%	12.2%	34.1%	7.3%	19.5%	0.0%	9.8%	0.0%	0.0%	0.0%	14.6%	100.0%
	不明・無回答(n=6)	16.7%	0.0%	50.0%	0.0%	16.7%	0.0%	16.7%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
	日帰り全体(n=126)	4.8%	12.7%	28.6%	4.0%	16.7%	1.6%	17.5%	0.0%	0.8%	0.8%	12.7%	100.0%
宿泊	30歳未満(n=22)	9.1%	22.7%	22.7%	4.5%	13.6%	4.5%	13.6%	0.0%	0.0%	0.0%	9.1%	100.0%
	30歳代(n=20)	0.0%	5.0%	25.0%	5.0%	20.0%	0.0%	25.0%	5.0%	0.0%	0.0%	15.0%	100.0%
	40歳代(n=28)	7.1%	10.7%	28.6%	14.3%	10.7%	3.6%	10.7%	3.6%	0.0%	0.0%	10.7%	100.0%
	50歳以上(n=22)	9.1%	9.1%	31.8%	0.0%	13.6%	9.1%	9.1%	4.5%	4.5%	0.0%	9.1%	100.0%
	不明・無回答(n=5)	0.0%	0.0%	20.0%	20.0%	40.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	0.0%	20.0%	100.0%
	宿泊全体(n=97)	6.2%	11.3%	26.8%	7.2%	15.5%	4.1%	13.4%	3.1%	1.0%	0.0%	11.3%	100.0%
	不明無回答全体(n=7)	14.3%	14.3%	42.9%	0.0%	0.0%	0.0%	14.3%	14.3%	0.0%	0.0%	0.0%	100.0%
全体	全体(n=230)	5.7%	12.2%	28.3%	5.2%	15.7%	2.6%	15.7%	1.7%	0.9%	0.4%	11.7%	100.0%

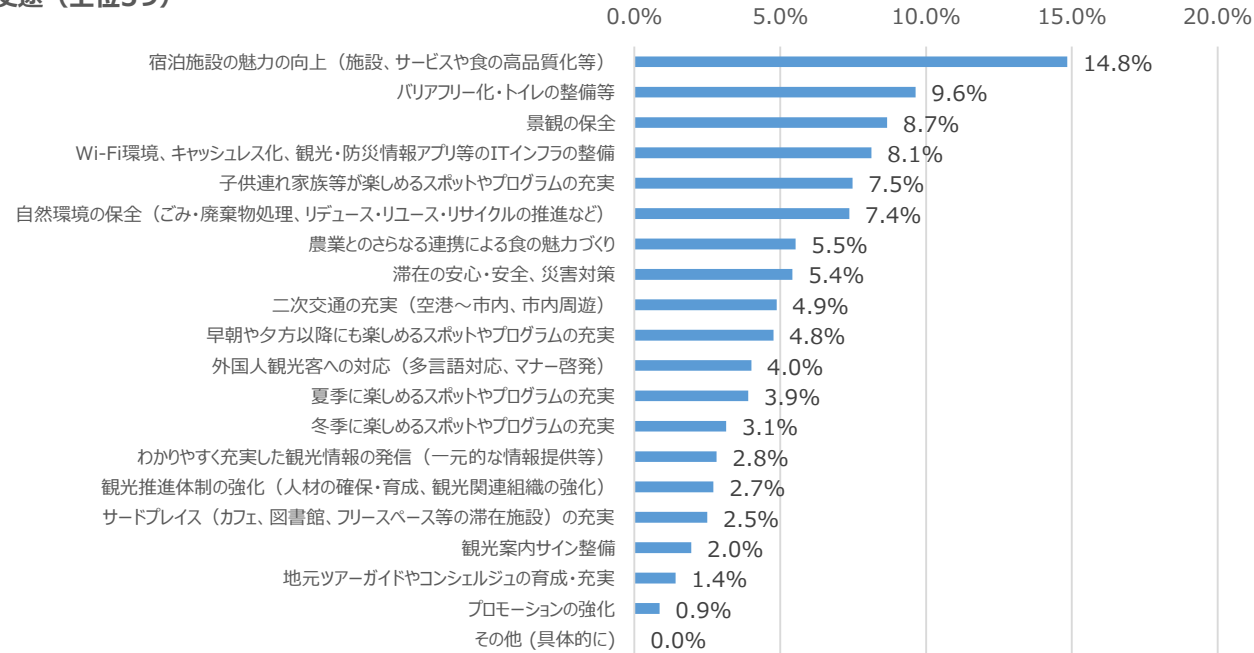
サンプル数の関係から「20歳未満」と「20歳代」を合算し「30歳未満」、「50歳代」と「60歳以上」を合算し「50歳以上」とした。

全体よりも5ポイント以上大きい項目

集計結果 (宿泊税の望ましい用途)

- 宿泊税の望ましい用途としては、トップが「宿泊施設の魅力の向上」(14.8%)となり、他と差をつけている。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」「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」「自然環境の保全」と続く。
- 回答者の支払い意思による顕著な傾向は表れていないが、「どちらでもない」との回答者で「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」を選択する割合が全体と比較して5%以上となった。

望ましい用途 (上位5つ)



表：支払い意思別の望ましい用途

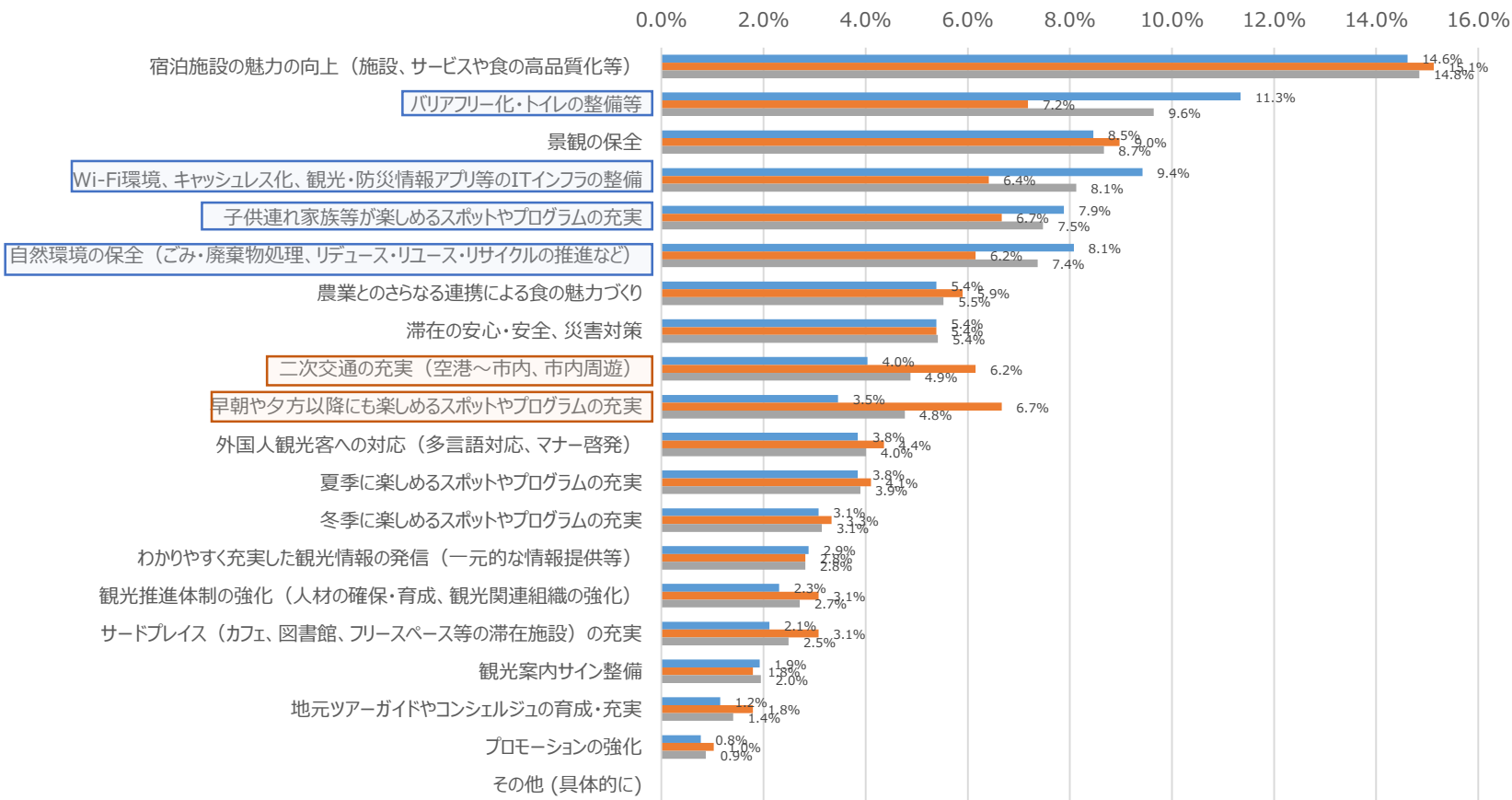
	宿泊施設の魅力の向上 (施設、サービスや食の高品質化等)	子供連れ家族等が楽しめるスポットやプログラムの充実	冬季に楽しめるスポットやプログラムの充実	夏季に楽しめるスポットやプログラムの充実	早朝や夕方以降にも楽しめるスポットやプログラムの充実	農業とのさらなる連携による食の魅力づくり	サードプレイス (カフェ、図書館、フリースペース等の滞在施設) の充実	二次交通の充実 (空港～市内、市内周遊)	バリアフリー化・トイレの整備等	観光案内サイン整備	外国人観光客への対応 (多言語対応、マナー啓発)	Wi-Fi、キャッシュレス化、観光・防災情報アプリ等のITインフラの整備	地元ツアーガイドやコンシェルジュの育成・充実	観光推進体制の強化 (人材確保・育成、観光関連組織強化)	自然環境の保全 (ごみ・廃棄物処理、3Rの推進など)	景観の保全	わかりやすく充実した観光情報の発信 (一元的な情報提供等)	プロモーションの強化	滞在の安心・安全、災害対策	その他 (具体的に)	全体
支払い意思 (有)	14.6%	6.9%	2.8%	3.6%	4.3%	6.1%	2.3%	5.1%	10.8%	2.0%	4.4%	7.4%	1.0%	2.9%	8.2%	9.5%	2.9%	0.8%	4.4%	0.2%	100.0%
どちらともいえない	18.0%	12.5%	3.1%	4.7%	3.9%	4.7%	3.1%	3.1%	7.0%	0.8%	2.3%	8.6%	2.3%	2.3%	4.7%	7.0%	0.8%	1.6%	9.4%	0.0%	100.0%
支払い意思 (小)	13.4%	5.9%	4.3%	4.3%	7.0%	4.3%	2.7%	5.4%	7.5%	2.7%	3.8%	10.2%	2.2%	2.2%	6.5%	7.0%	3.8%	0.5%	5.9%	0.5%	100.0%
全体	14.8%	7.5%	3.1%	3.9%	4.8%	5.5%	2.5%	4.9%	9.6%	1.9%	4.0%	8.1%	1.4%	2.7%	7.4%	8.6%	2.8%	0.9%	5.4%	0.2%	100.0%

サンプル数の関係から「積極的に支払いたい」「金額、用途によっては支払いたい」を「支払い意思 (有)」、「あまり支払いたくない」と「支払いたくない」を「支払い意思 (小)」とした。

集計結果 (宿泊有無×宿泊税の望ましい用途)

- 宿泊有無別に、宿泊税の望ましい用途をみると、宿泊客において「二次交通の充実」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」が、全体や日帰り客と比較して高い回答率となった。
- 一方、日帰り客においては宿泊客と比較して、「バリアフリー化・トイレの整備等」「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」「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」「自然環境の保全」を望む傾向にある。
- 「宿泊施設の魅力の向上」や「景観の保全」については宿泊有無に関係なく望ましい用途として選択されている。

望ましい用途 (宿泊有無別)



■ 日帰り全体 (n=126) ■ 宿泊全体 (n=97) ■ 全体 (n=230)

集計結果 (宿泊税の支払い意思別×旅行目的・旅行情報源)

- 支払い意思の違いによる旅行目的に傾向はほとんどみられない。
- 旅行の情報源については、支払い意思の小さい層で比較的、「SNS」や「以前来訪した際の自分の経験」を参考にしている場合が多い。

支払い意思別の旅行目的 (複数回答)

	アウトドアアクティビティツアーへの参加	農業・加工体験、ファームイン等	その他体験	宿泊施設での滞在	温泉を堪能	食・グルメ	自然観賞	観光スポットめぐり	買い物	祭り・イベントへの参加	帰省・親戚訪問	仕事のみ	その他(具体的に)	全体
支払い意思 (有) (n=147)	5.5%	1.2%	0.9%	5.5%	5.2%	21.4%	16.5%	20.8%	11.0%	2.1%	4.6%	0.9%	4.3%	100.0%
どちらともいえない(n=35)	2.7%	0.0%	1.4%	4.1%	0.0%	23.0%	16.2%	25.7%	13.5%	1.4%	9.5%	1.4%	1.4%	100.0%
支払い意思 (小) (n=48)	2.1%	1.0%	0.0%	3.1%	5.2%	26.8%	13.4%	18.6%	10.3%	4.1%	8.2%	3.1%	4.1%	100.0%
全体(n=230)	4.4%	1.0%	0.8%	4.8%	4.4%	22.7%	15.9%	21.1%	11.2%	2.4%	6.0%	1.4%	3.8%	100.0%

支払い意思別の旅行情報源 (複数回答)

	ガイドブック・旅行雑誌	旅行会社のパンフレット	テーマ・趣味の雑誌	富良野市・観光協会のWEBサイト	テーマ・趣味に関するWEBサイト	旅行会社のWEBサイト	その他WEBサイト	旅行関係アプリ	SNS	旅行会社店頭	家族・友人・知人からの紹介・推奨	テレビや映画での紹介、ロケ地情報	以前来訪した際の自分の経験	自分の意志外	その他	全体
支払い意思 (有) (n=147)	22.8%	2.2%	3.7%	6.6%	4.0%	3.3%	9.6%	1.5%	8.5%	0.4%	14.7%	5.9%	14.0%	2.6%	0.4%	100.0%
どちらともいえない(n=35)	21.1%	3.5%	0.0%	5.3%	1.8%	0.0%	12.3%	1.8%	8.8%	0.0%	14.0%	5.3%	17.5%	3.5%	5.3%	100.0%
支払い意思 (小) (n=48)	13.3%	0.0%	2.7%	5.3%	8.0%	0.0%	5.3%	2.7%	16.0%	0.0%	12.0%	2.7%	25.3%	4.0%	2.7%	100.0%
全体(n=230)	20.8%	2.0%	3.0%	6.2%	4.5%	2.2%	9.2%	1.7%	9.9%	0.2%	14.1%	5.2%	16.6%	3.0%	1.5%	100.0%

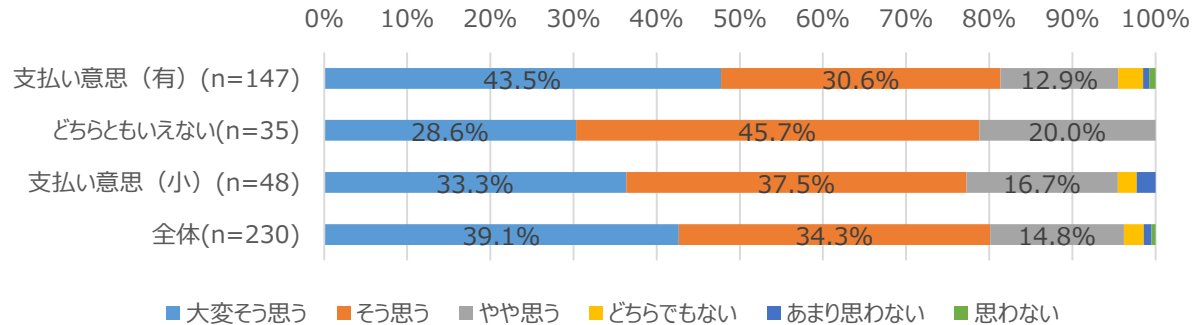
全体よりも5ポイント以上大きい項目

* サンプル数の関係から「積極的に支払いたい」と「金額、用途によっては支払いたい」を「支払い意思 (有)」、「あまり支払いたくない」と「支払いたくない」を「支払い意思 (小)」とした。

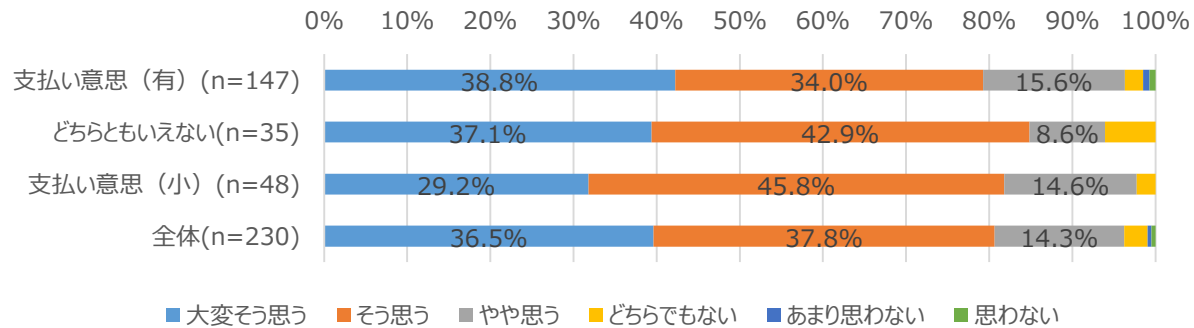
集計結果 (支払い意思×富良野市へのロイヤリティ)

- 富良野市への再来訪意向や推奨意向は総じて高い。
- 支払い意思（有）の層でやや高くなるが、特筆すべき傾向はみられなかった。

支払い意思別の再来訪意向



支払い意思別の推奨意向

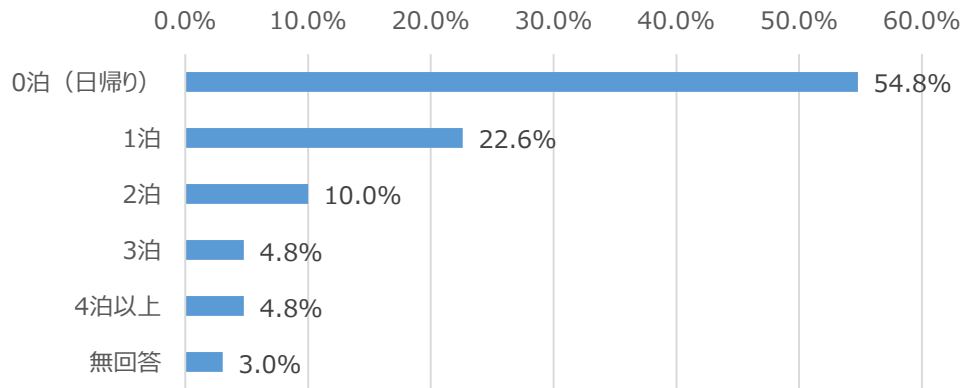


富良野市への旅行について

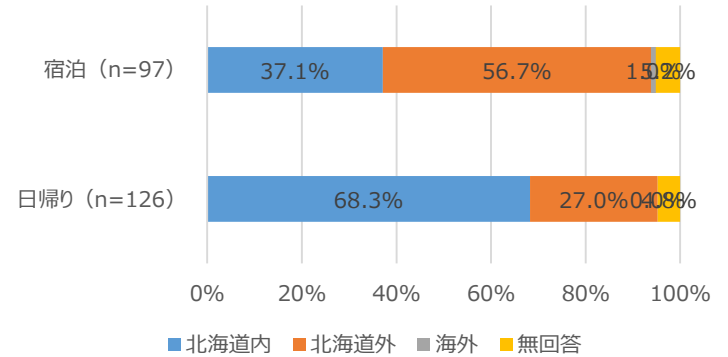
集計結果（滞在日数、宿泊施設タイプ）

- 回答者の半数を超える54.8%が日帰り客、次いで1泊（22.6%）となり、2泊以上はあわせて全体の19.6%となった。
- 宿泊客のうち56.7%が道外客、日帰り客のうち68.3%が道内客となった。
- 利用した宿泊施設のタイプは、ホテル・旅館が最も多く、全体の61.8%を占めた。

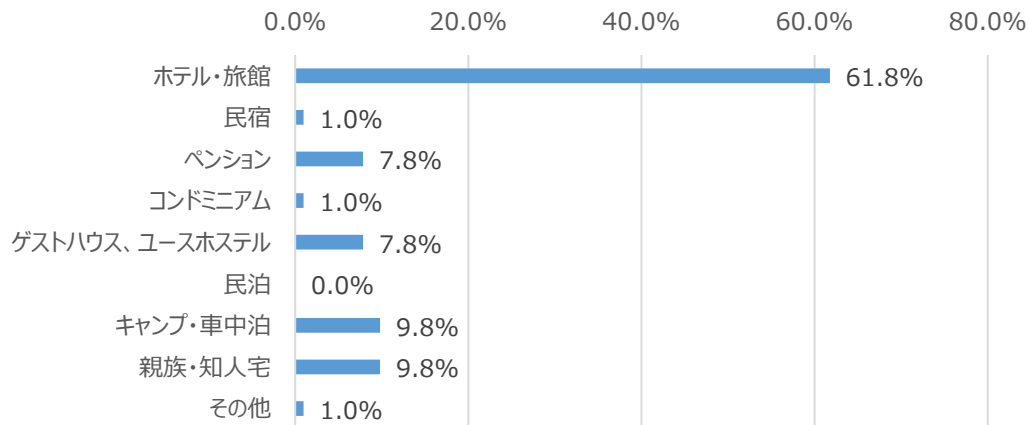
今回の富良野市での滞在日数(n=230)



宿泊有無 (居住地別)



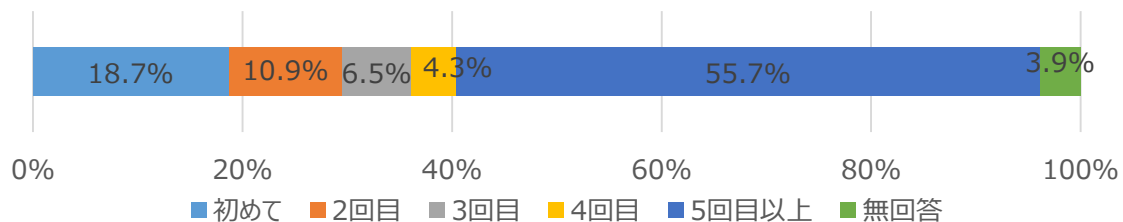
今回の宿泊施設タイプ (n=102)



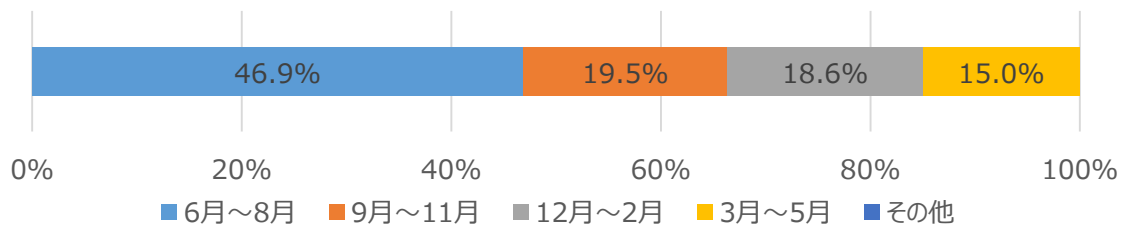
集計結果 (富良野市への旅行経験)

- 富良野市への過去の旅行回数については5回以上が55.7%と半数を超え、近郊の日帰り客が多いと推察される。
- 過去の旅行時期については夏季（6月～8月）が最も多く46.9%、次いで秋季（9月～12月）19.5%、冬季（3月～5月）18.6%となった。

富良野市への過去の旅行回数（日帰り含む）（n=230）



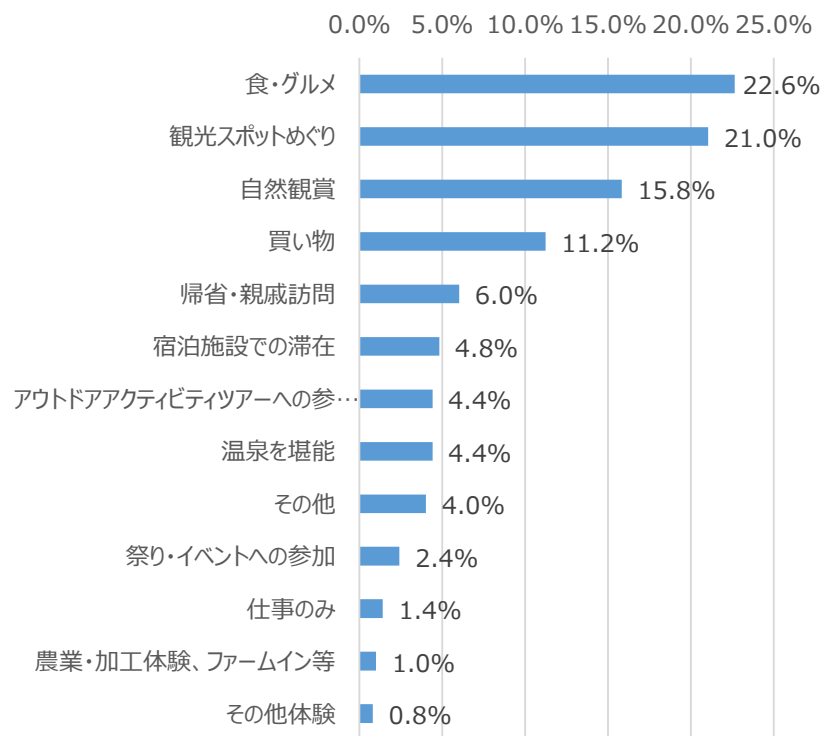
富良野市への過去の旅行時期（n=230）



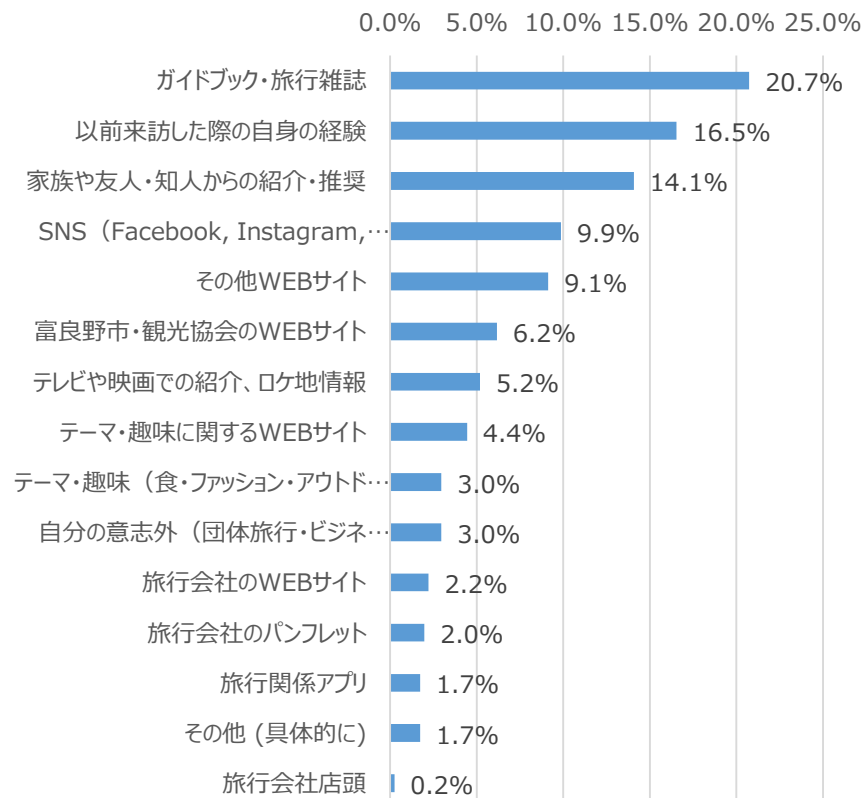
集計結果（旅行目的、情報源）

- 富良野市への旅行目的は、上位から「食・グルメ」（22.6%）、「観光スポットめぐり」（21.0%）、「自然観賞」（15.8%）、「買い物」（11.2%）となった。
- 旅行の参考とした情報源については、上位から「ガイドブック・旅行雑誌」（20.7%）、「以前来訪した際の自身の経験」（16.5%）、「家族や友人・知人からの紹介・推奨」（14.1%）と続き、SNSやwebサイト等は次の階層となった。全国的な傾向と比較して、自分の経験や家族・友人・知人からの紹介・推奨が多いことから、リピーター・近郊客からの支持が強いことがうかがえる。

今回の旅行の目的 (n=230)



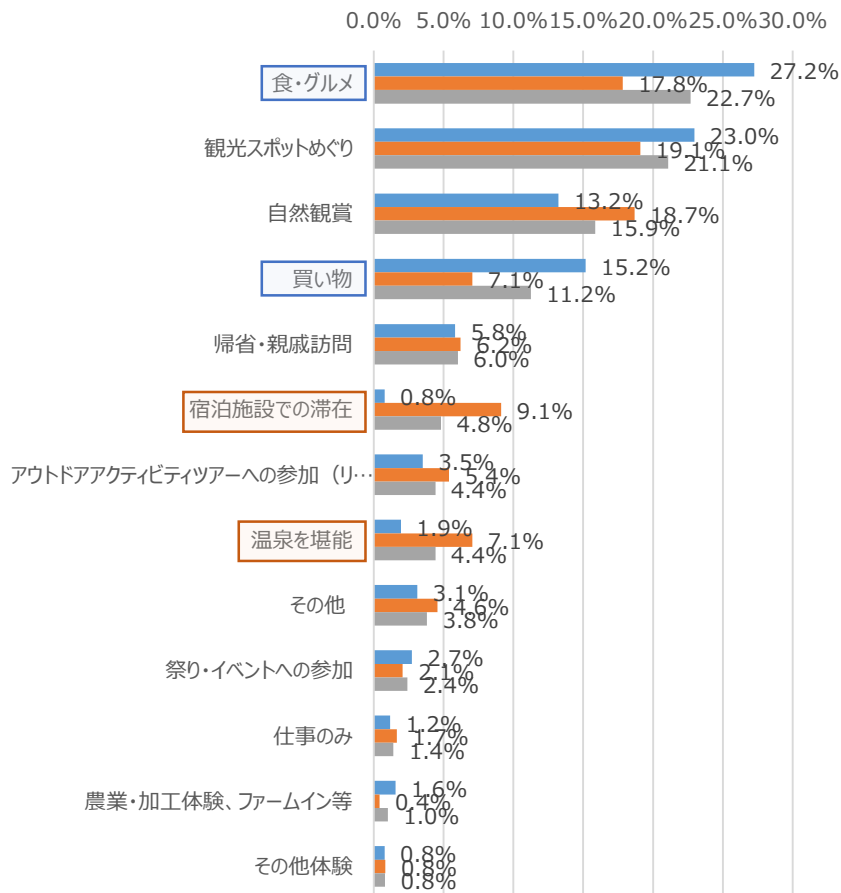
今回の旅行の情報源 (n=230)



集計結果（宿泊有無×旅行目的、情報源）

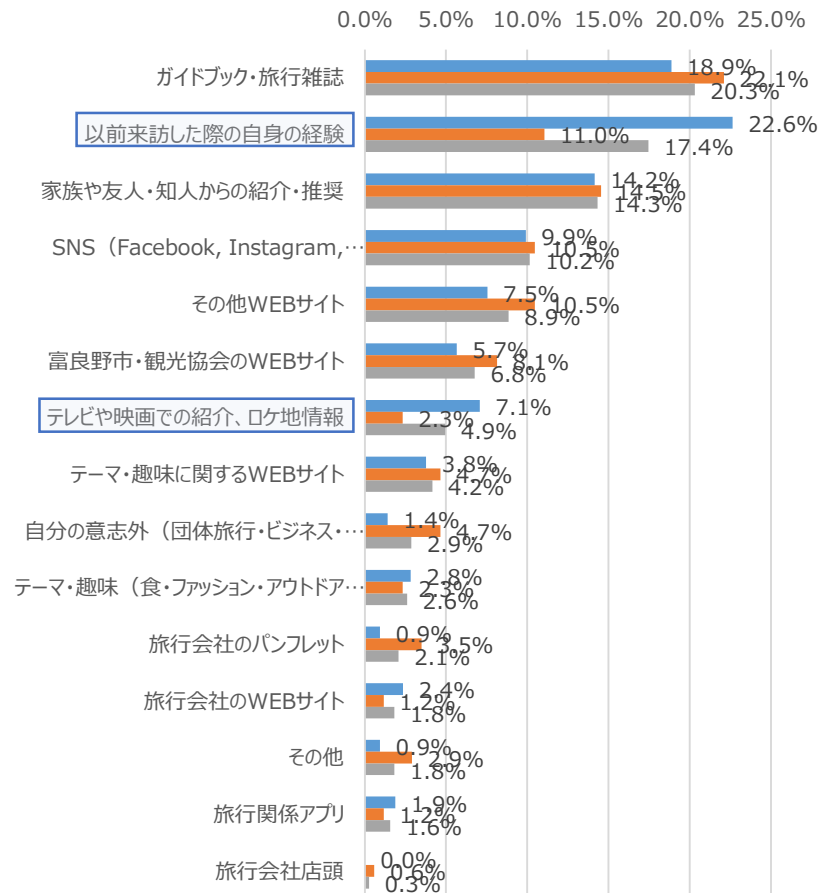
- 旅行目的について宿泊有無別の傾向をみると、宿泊客において「宿泊施設での滞在」や「温泉を堪能」を目的とする割合が全体や日帰り客と比較して高くなっている。一方で、「食・グルメ」「買い物」等については日帰り客が目的とする傾向が強い。
- 旅行の情報源についても宿泊有無別の傾向をみると、日帰り客において「以前来訪した際の自身の経験」「テレビや映画での紹介、ロケ地情報」を情報源とする割合が全体や宿泊客と比較して高くなっている。前述の富良野市への過去の旅行回数の結果ともあわせて、日帰りリピーターが多いことがうかがえる。

今回の旅行の目的（宿泊有無別）



■ 日帰り全体 (n=126) ■ 宿泊全体 (n=97) ■ 全体 (n=230)

今回の旅行の情報源（宿泊有無別）

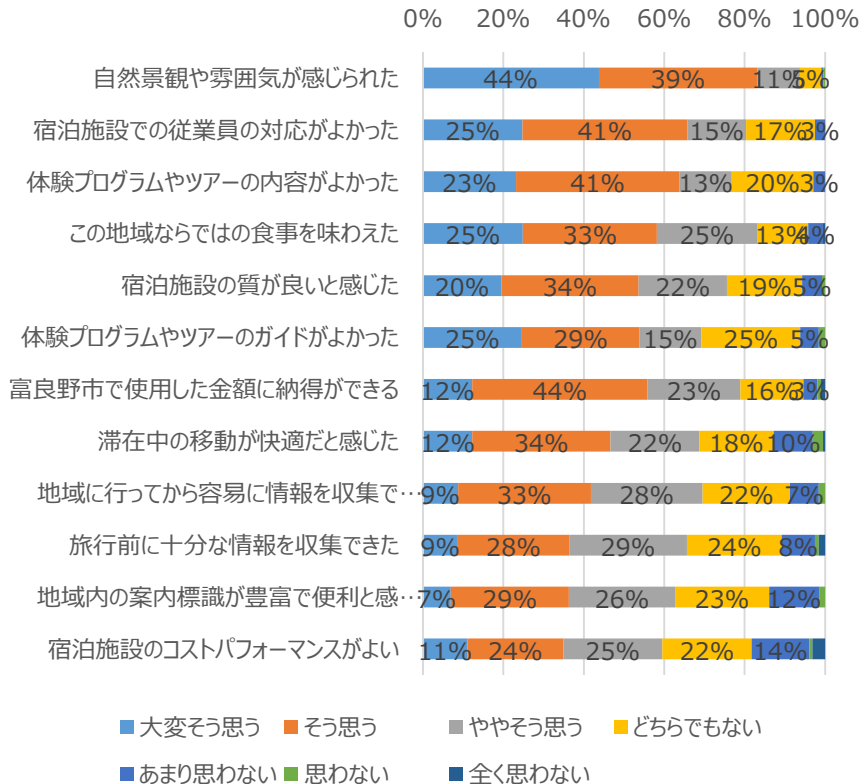


■ 日帰り全体 (n=126) ■ 宿泊全体 (n=97) ■ 全体 (n=230)

集計結果（富良野市の旅行での個別要素の評価）

- 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、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%未満となっている。

個別要素の評価



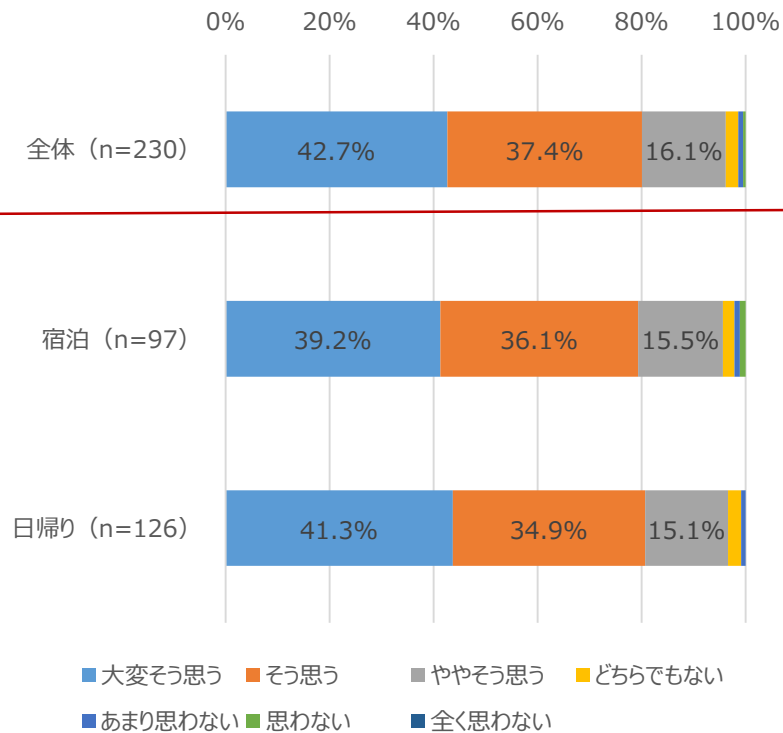
	個別評価点 (加重平均)	経験者数	未経験者数
自然景観や雰囲気が感じられた	6.19	208	4
宿泊施設での従業員の対応がよかった	5.68	117	94
体験プログラムやツアーの内容がよかった	5.61	69	140
この地域ならではの食事を味わえた	5.61	189	23
宿泊施設の質が良いと感じた	5.42	123	89
体験プログラムやツアーのガイドがよかった	5.40	65	144
富良野市で使用した金額に納得ができる	5.39	204	8
滞在中の移動が快適だと感じた	5.11	195	16
地域に行ってから容易に情報を収集できた	5.10	194	17
旅行前に十分な情報を収集できた	4.96	195	17
地域内の案内標識が豊富で便利と感じた	4.91	201	11
宿泊施設のコストパフォーマンスがよい	4.80	126	85

* 未経験者を除く評価

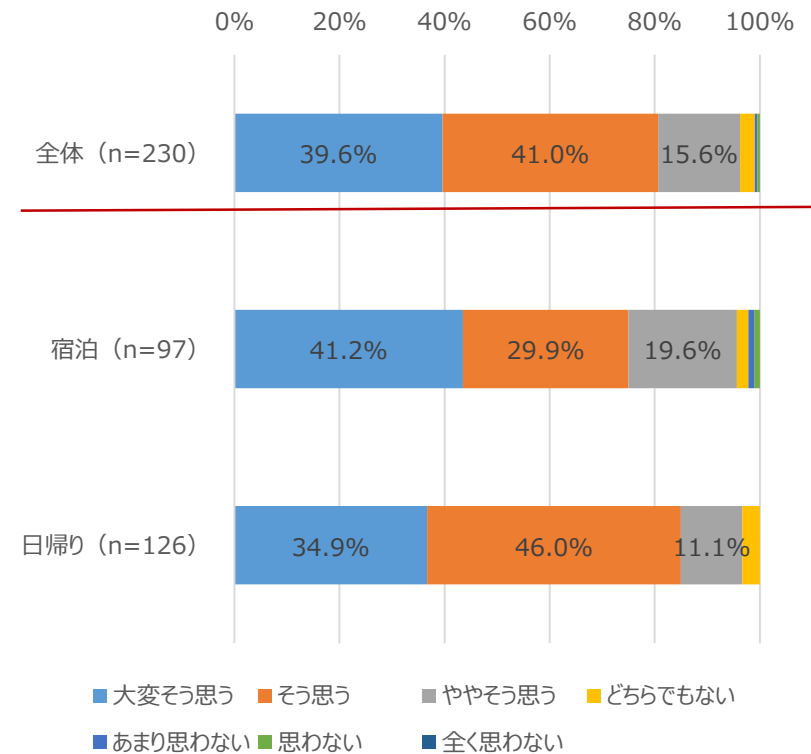
集計結果 (宿泊有無×富良野市への旅行に対するロイヤリティ)

- 富良野市への再来訪意向・推奨意向は総じて高く、両者ともに全体では「大変そう思う」「そう思う」を合わせて80%以上となった。宿泊の有無による大きな傾向の違いもみられない。

再来訪意向 (宿泊有無別)

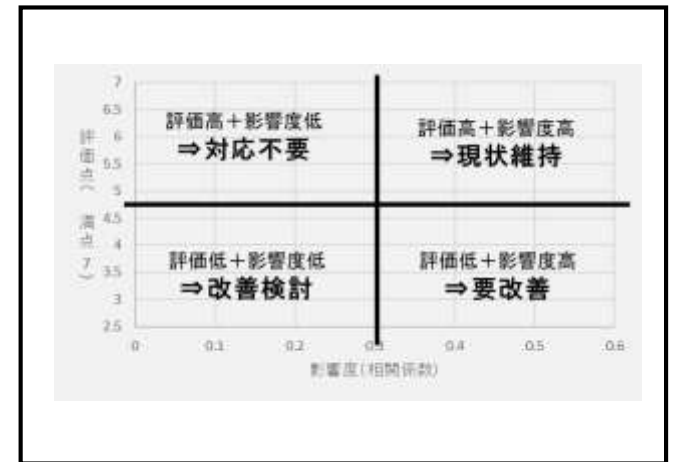
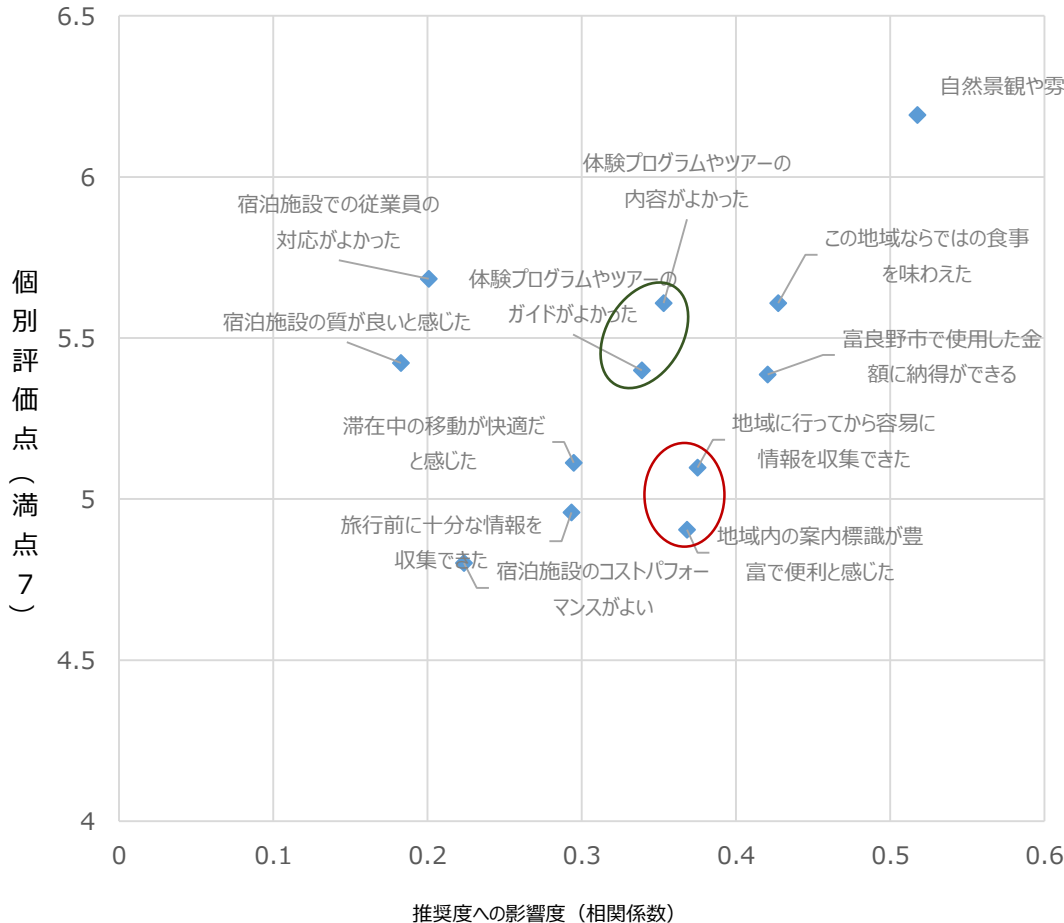


推奨意向 (宿泊有無別)



集計結果 (個別要素の影響力)

- 富良野市での旅行に関する個別要素について、推奨度への影響度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、旅ナカでの情報収集や情報案内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。



重要度-満足度分析の見方