

モニター調査

2005.12.5

●調査要綱

(社)日本リネンサプライ協会は、ホテル・旅館等のシーツ・タオル類のリネン品を洗濯サービス付きで貸出す業務を行う企業（リネンサプライヤー）の事業者団体で、全国での会員数が 167 社に達する業界唯一の団体である。リネンサプライヤーは、日本国内のほとんどのホテル・旅館に対するリネン類の貸出し業務を行っている。2000 年度から開始し、2005 年度で第 6 回目となる「消費者モニター事業」は、昨年引き続き首都圏で実施した。この事業は、ホテル・旅館を利用される消費者の生の声を聞き、本当に消費者に必要とされるサービスを提供することを目的とし、矢野経済研究所のインターネットモニター811 名に対してアンケートを実施し、回答を得た首都圏在住の女性 500 名をモニターとして、「宿泊」、「リネン品」、「お気に入りのホテル」などについて 2 回に分けたアンケート調査を行った。この「消費者モニター事業」は 2006 年度以降も継続して実施する予定である。

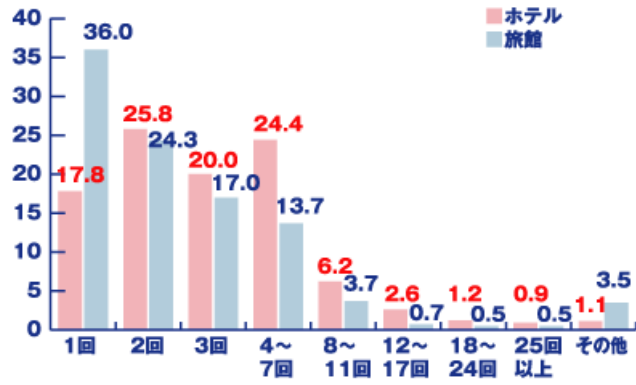
●調査結果サマリー

- ◆第 6 回目となる「消費者モニター事業」は 2005 年 8 月・9 月に実施、首都圏に在住する女性へのアンケート結果を分析するとともに、今回新たな設問及び、ホテルと旅館の区別を追加することで宿泊施設に対する意識の違いを明らかにした。
- ◆「宿泊」について、年間平均宿泊回数はホテルが「2 回」、旅館が「1 回」が最も多くなった。ただ、ホテルでは「4～7 回」「3 回」の比率も高く、前回調査よりも宿泊回数は若干増加傾向。宿泊目的では、「遊び」が 8 割を占める。
- ◆宿泊先を選定するポイントでは、シティホテル、ビジネスホテルは「料金」、「交通の便」が優先されるが、旅館では「食事」、「料金」の順となった。客室の中で重視するポイントは「浴室の清潔さとリネン類」。もう一度宿泊したいと思う理由では宿泊施設により、接客サービス、施設の清潔さ、料理に分かれる。
- ◆「リネン品」について、消費者のリネンサプライヤーへの認知度は 47%、リネン品の清潔度は 38%で、前回は僅かに下回る。タオル類・シーツでは「白」が 8 割強を占め、素材では天然繊維指向が継続している。ロゴではリネンの種類により評価が分かれる。

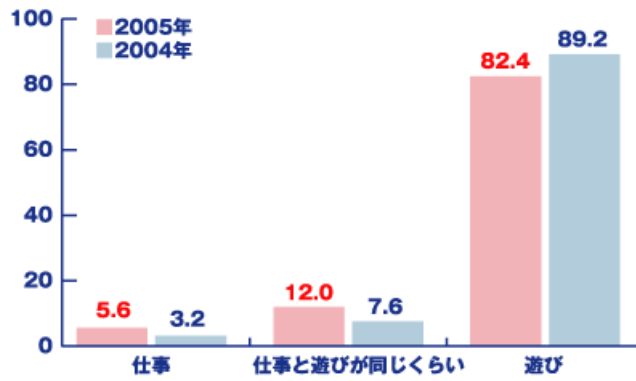
- ◆「ホテル・旅館での備品」について、ゆかたの着用率はホテルで 6 割、旅館で 7 割となった。また、ホテルでの備品に対する認知度、利用意向ともリネン品の比率は高い。
- ◆「ホテルや旅館を評価する際のリネン類の重要度」では、9 割弱が関心を持つなど高い評価を得ているが、ただ全体としては前年より若干の減少となった。

●アンケート結果報告

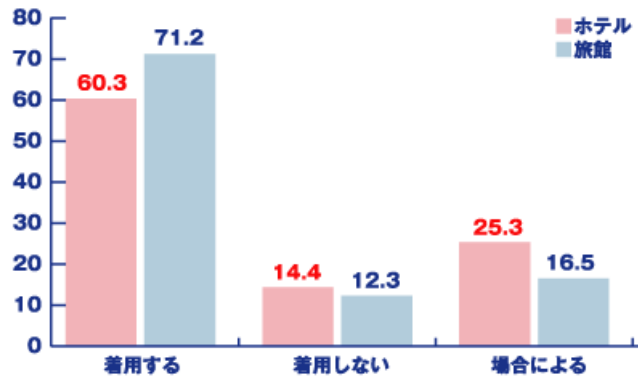
年間でのホテル・旅館への平均宿泊回数



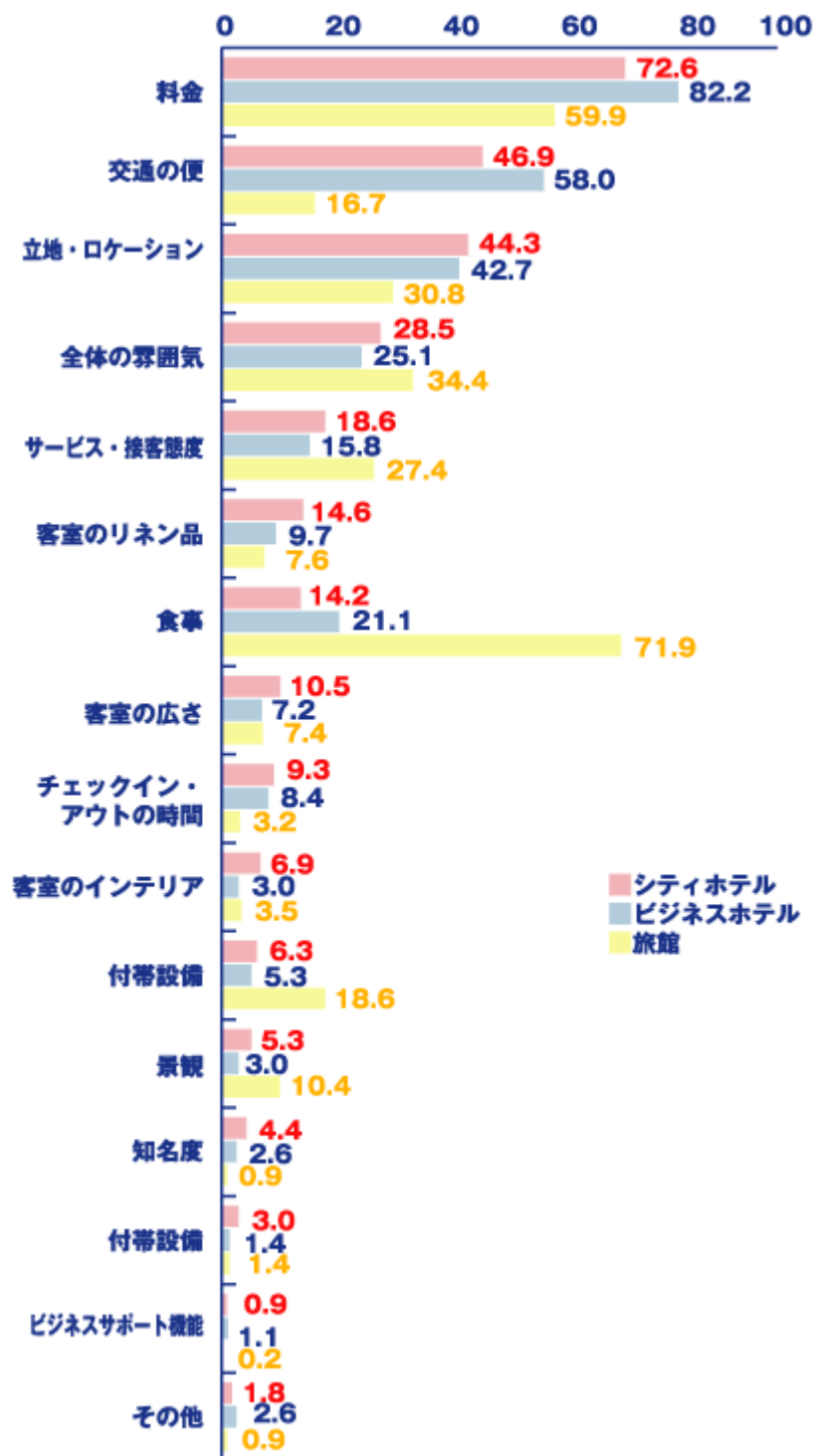
ホテル・旅館へ宿泊する目的



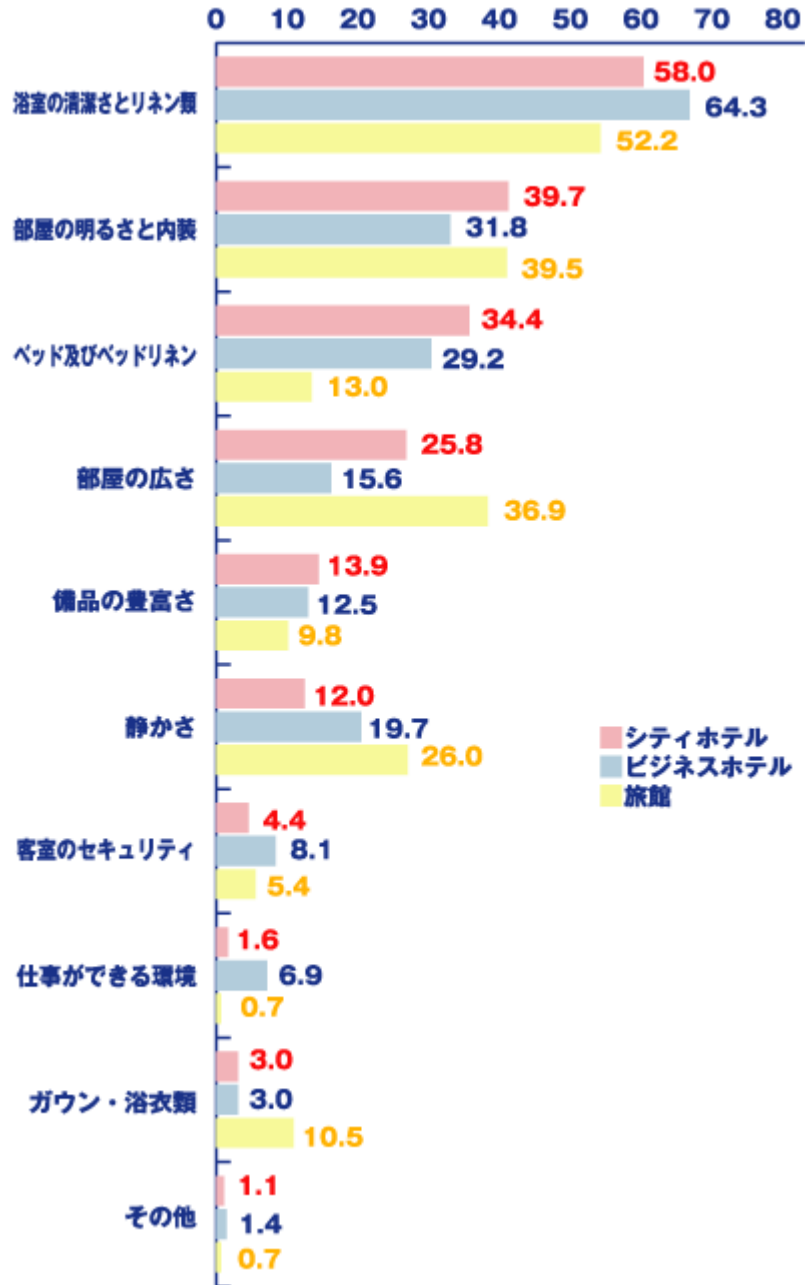
ホテル・旅館でのゆかた・ガウン等の着用状況



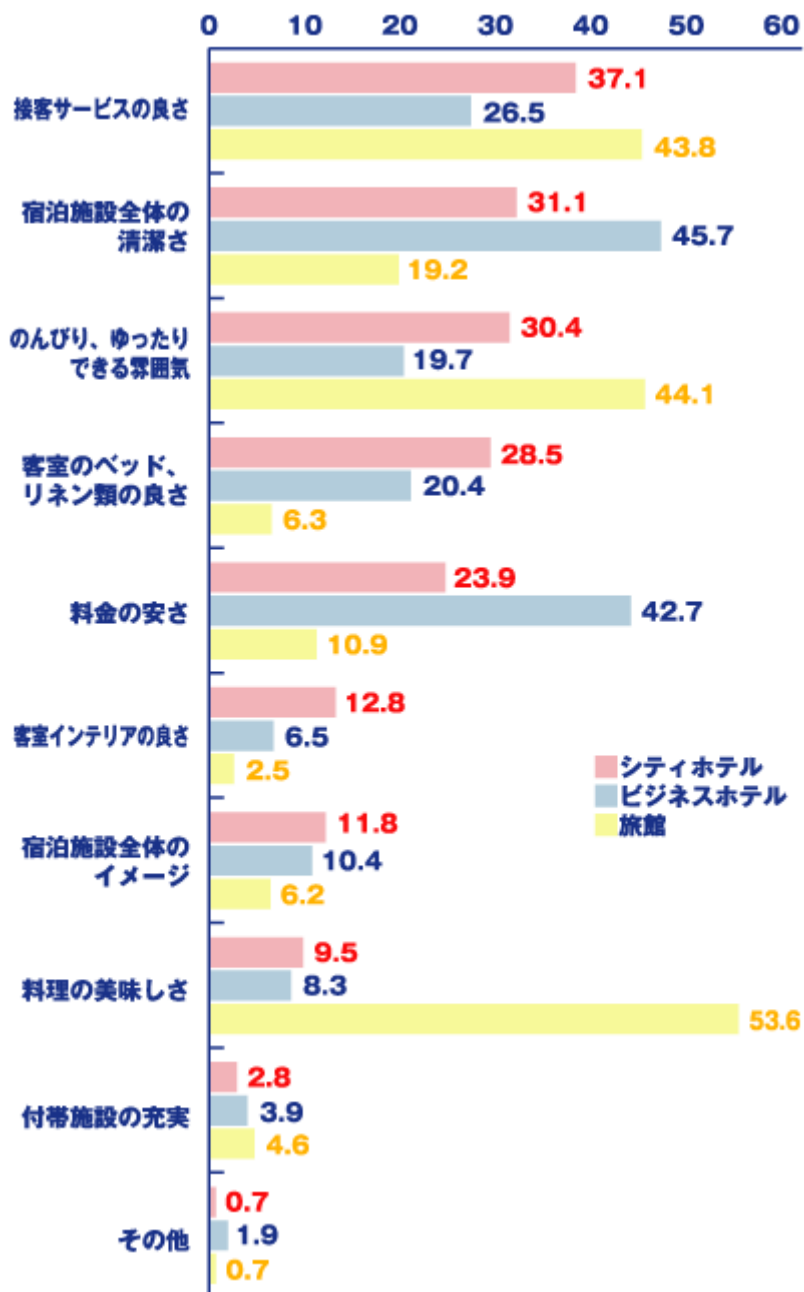
宿泊先を選定する場合に重視するポイント



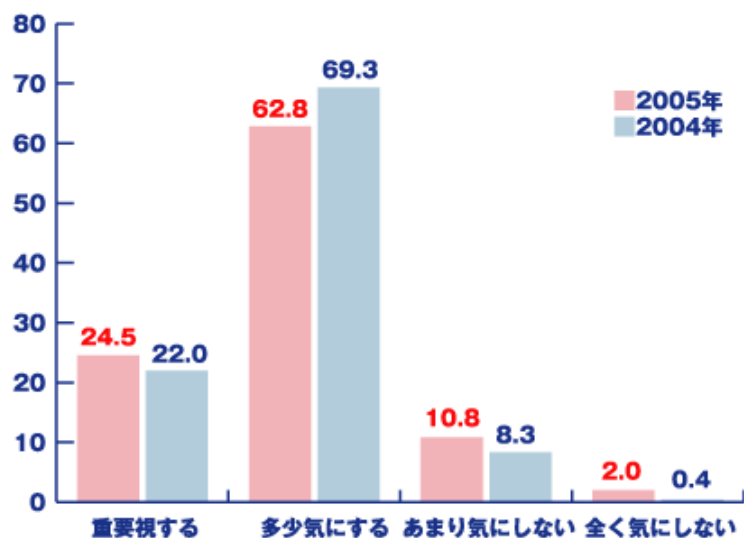
客室で重視するポイント



もう一度宿泊したいと思う(リピート)理由

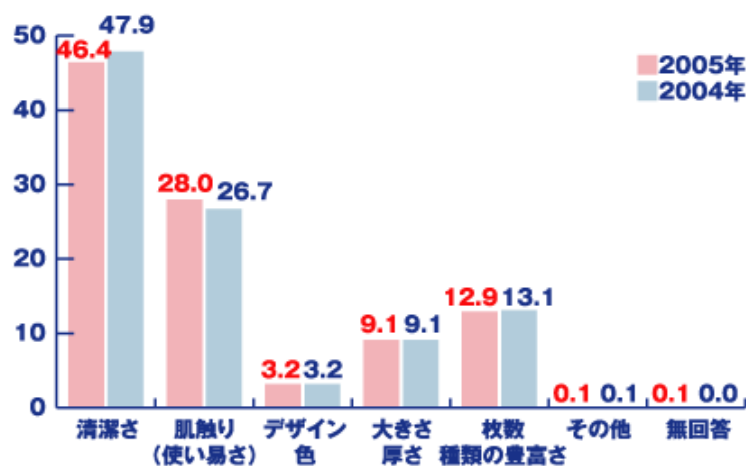


ホテル・旅館を評価する際のリネン類の重要度について



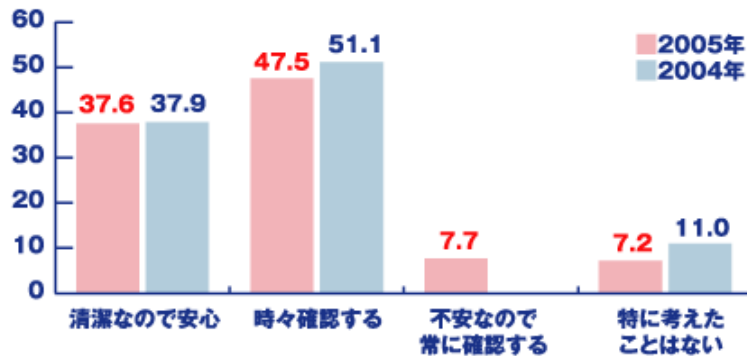
	25～30歳		31～35歳		総計	
	2005年 (%)	2004年 (%)	2005年 (%)	2004年 (%)	2005年 (%)	2004年 (%)
重要視する	21.7	20.1	27.6	24.5	24.5	22.0
多少気にする	64.3	72.2	61.1	65.2	62.8	69.3
あまり気にしない	12.1	7.6	9.2	9.3	10.8	8.3
全く気にしない	1.8	0.0	2.1	1.0	2.0	0.4
総計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
回答数(人)	272	288	239	204	511	492

ホテル・旅館のタオル類に求めるポイント

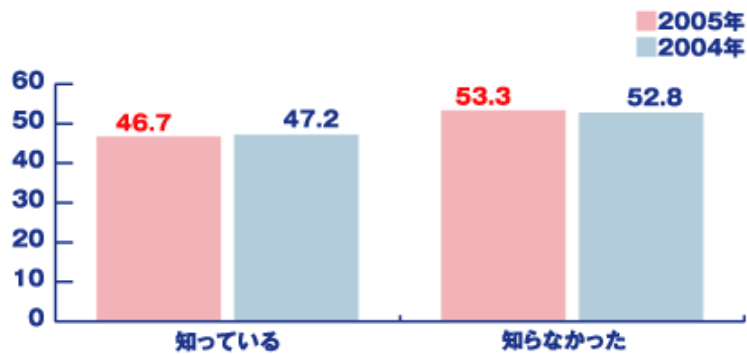


	25～30歳		31～35歳		総計	
	2005年 (%)	2004年 (%)	2005年 (%)	2004年 (%)	2005年 (%)	2004年 (%)
清潔さ	45.6	47.9	47.4	47.6	46.4	47.9
肌触り (使い易さ: 2004年調査)	28.8	6.0	27.2	28.1	28.0	26.7
デザイン・色	3.4	2.9	3.0	.6	3.2	3.2
大きさ・厚さ	8.8	10.0	9.5	7.8	9.1	9.1
備えられている枚数・ 種類の豊富さ	13.2	13.1	12.7	12.9	12.9	13.1
その他	0.1	0.1	0.1	0.0	0.1	0.1
無回答	0.1	0.0	0.1	0.0	0.1	0.0
総計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0
回答数(人)	288	214	204	278	492	492

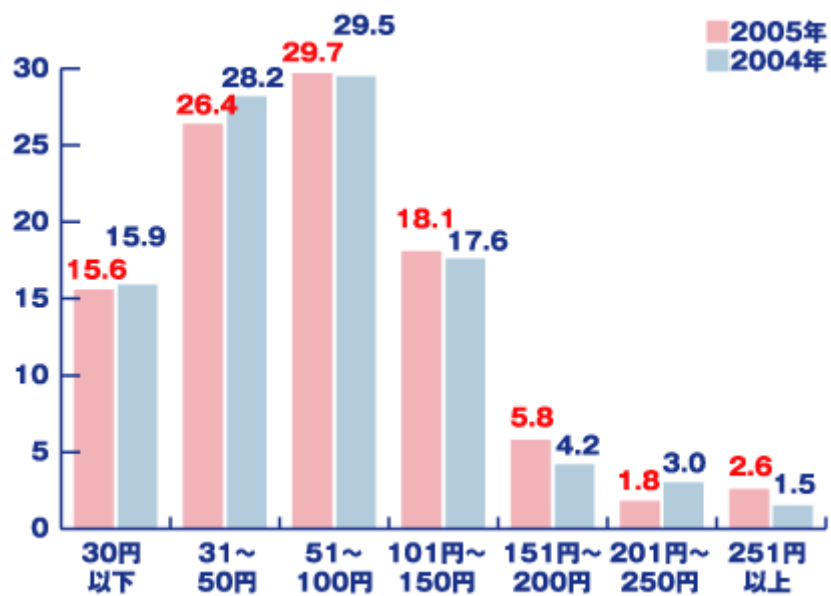
リネン品の清潔度について



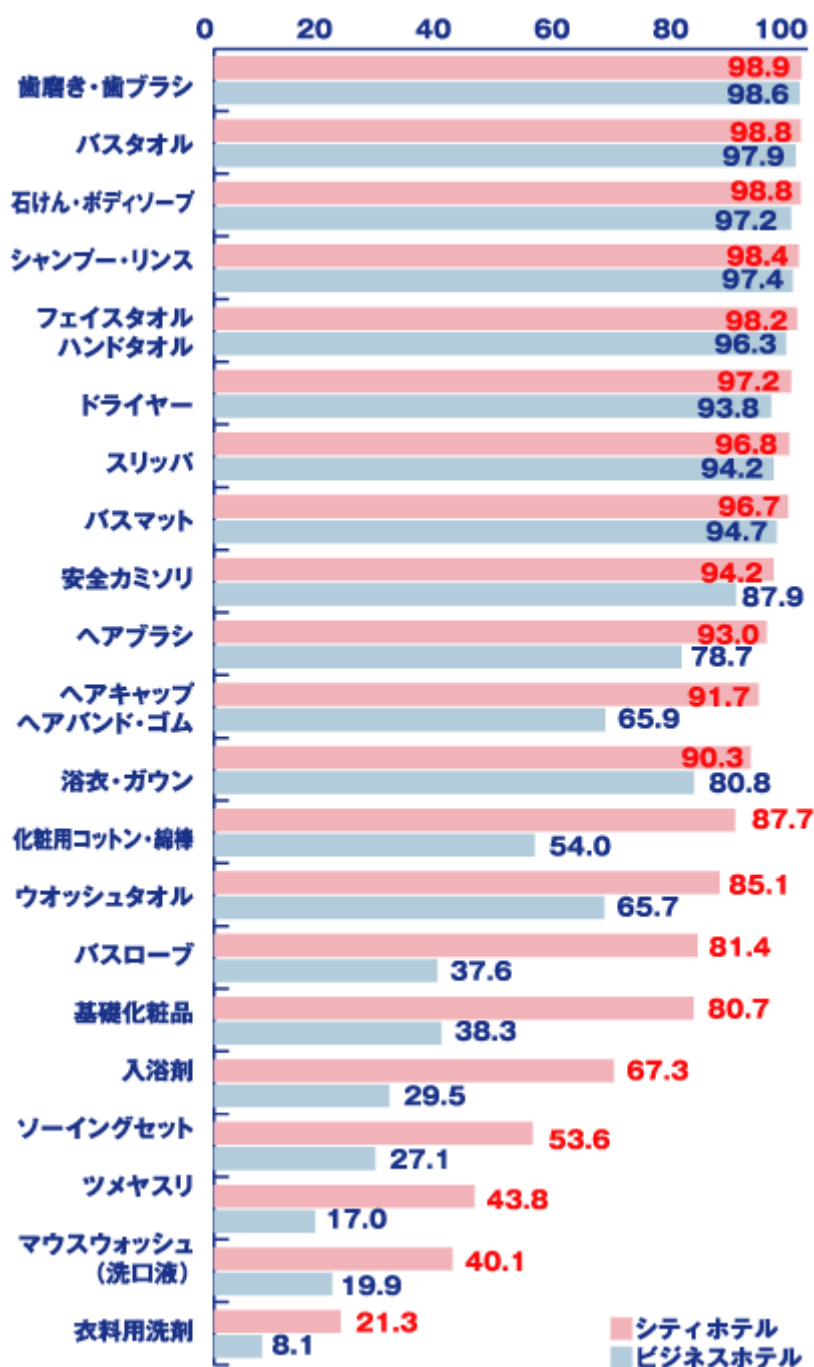
リネンサプライヤーの認知について



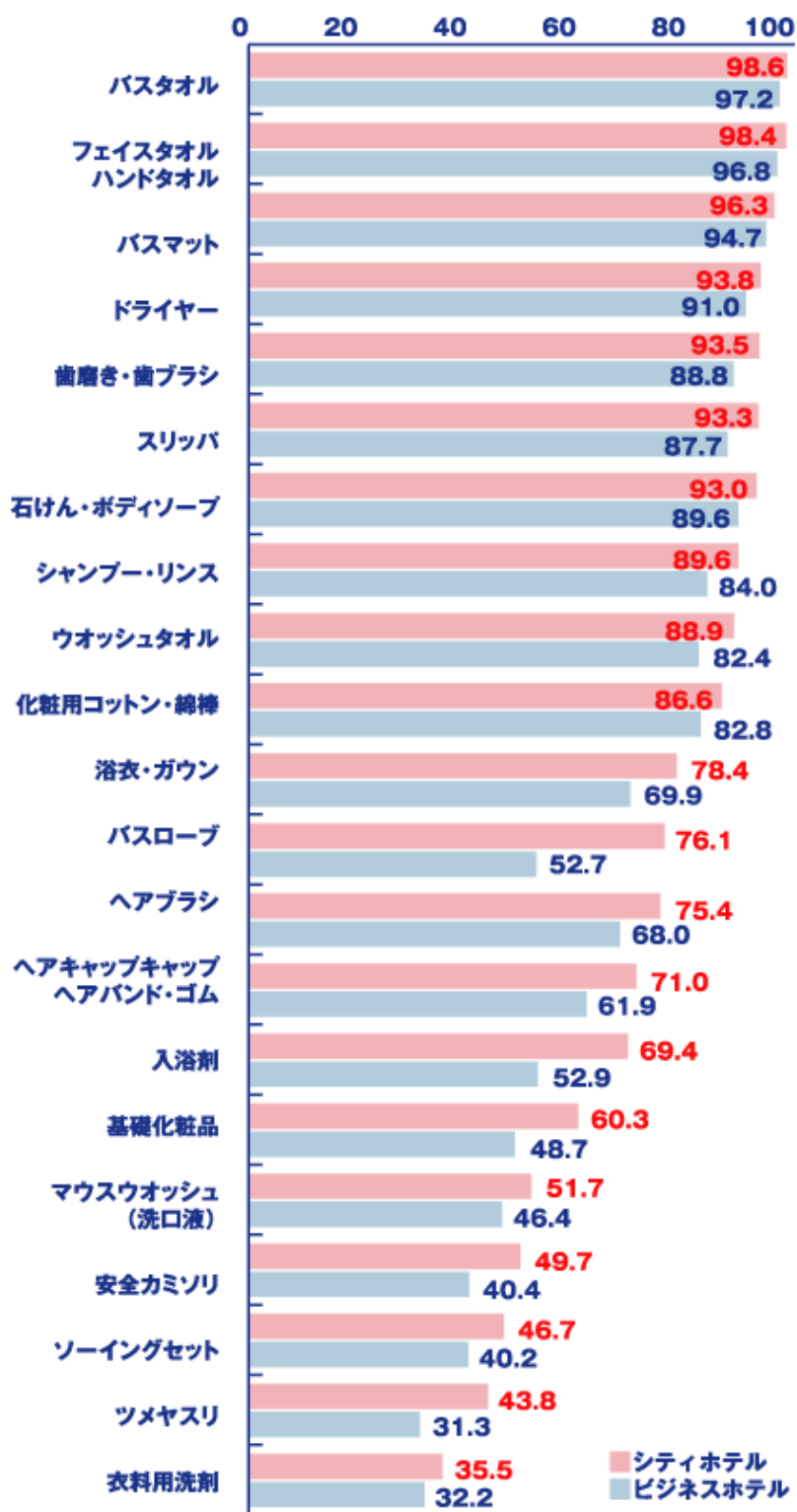
リネンサプライ料金について(バスタオル1枚)



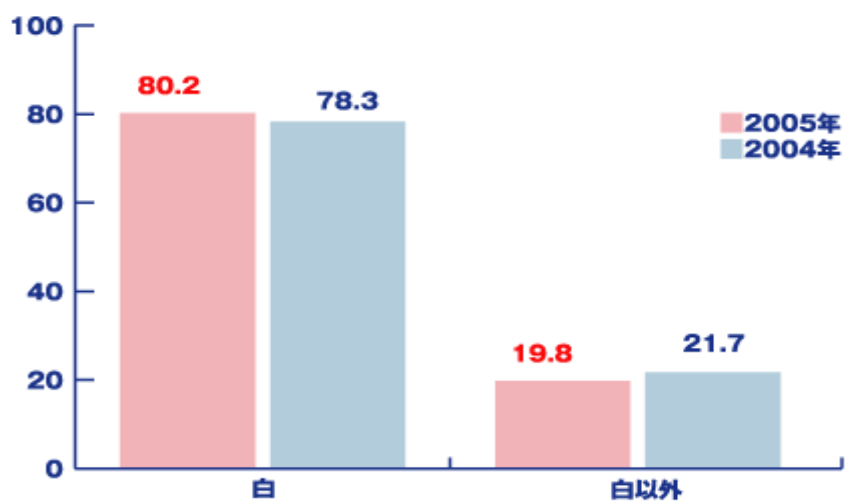
ホテルでの備品の認知度



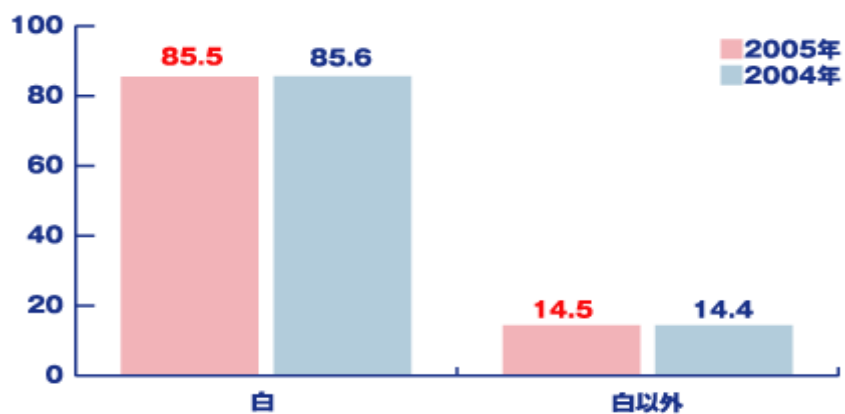
ホテルで利用したい備品



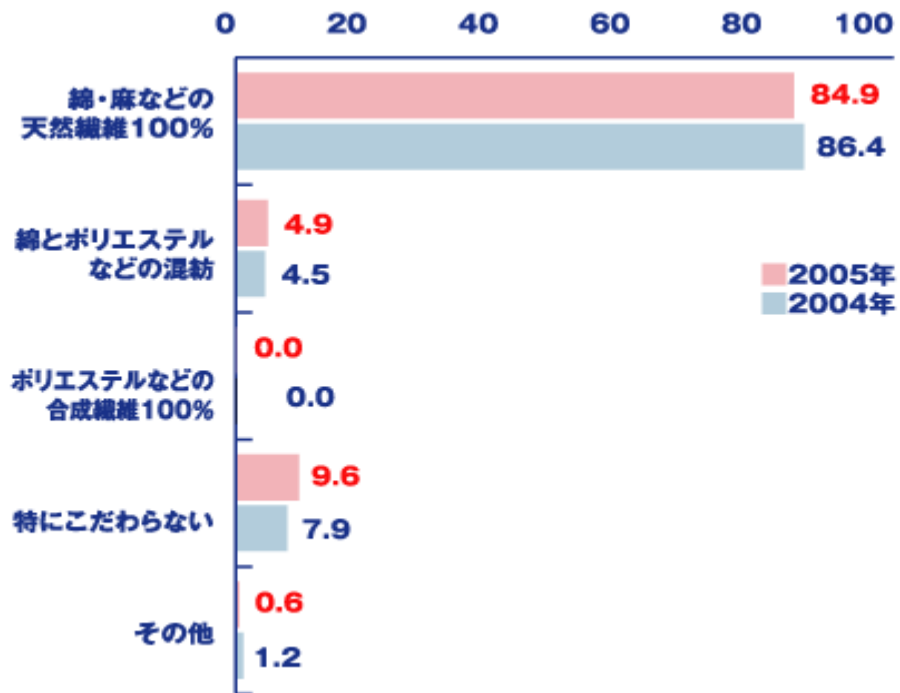
タオル類の色について



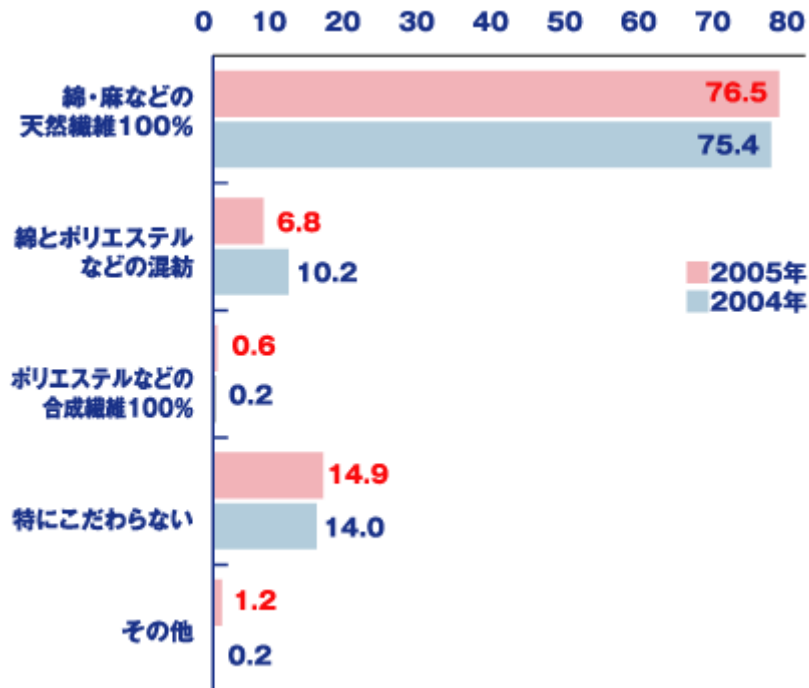
シーツ類の色について



ホテル・旅館のタオル類の素材について



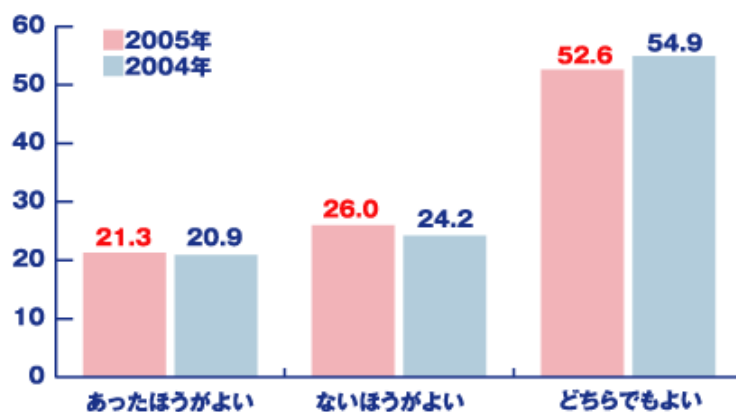
ホテル・旅館のシーツの素材について



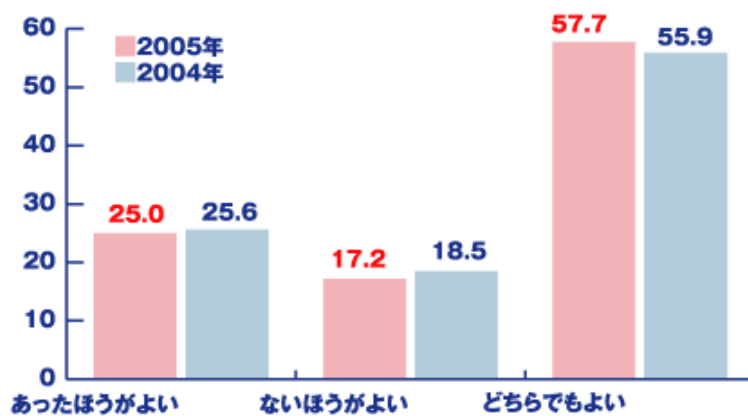
シーツ類でのホテル名や旅館名・ロゴ



浴衣・ガウンでのホテル名や旅館名・ロゴ



タオル類でのホテル名や旅館名・ロゴ



アンケートの結果

◆「消費者モニター事業」は、2000年度から開始して、2005年度は第6回目の調査事業となる。対象としたモニターは首都圏在住の25～35歳までの女性、2005年8月に第1回調査を、9月に第2回調査を実施し、その結果を集計した。対象となるモニター数は第1回が569名、第2回が511名。

◆2005年8月に実施した第1回調査は、「宿泊について」、「宿泊で重視するポイント」、「リネン品について」、「ゆかたの着用等について」、「備付品の認知度・利用意向」、「お気に入りのホテル・旅館名とその理由」の6項目。

第2回は2005年9月に実施。「ホテルや旅館のルームチャージに占めるリネン品の比率」、「タオル・シーツ類の素材や色、ロゴ等について」「ホテルや旅館の評価とリネン類の重要度」、「ホテルや旅館で好印象を感じたリネン品とその理由について」の4項目。

以下は各設問と内容の解説。設問項目の後の（ ）は宿泊タイプ別での設問を表す

◆年間の平均宿泊回数（ホテル・旅館）

ホテルの平均宿泊回数は「2回」が25.8%と最も多く、「4～7回」が24.4%、「3回」が20.0%となり、旅館では「1回」が36.0%で最も多く、「2回」が24.3%、「3回」が17.0%となった。今回よりホテルと旅館を分けたため、ホテルと旅館との宿泊回数の違いが明らかになった。若干であるが、景気の回復傾向が見える中で宿泊回数も増加に向かっている。

お気に入りのホテルは東京ディズニーシー・ホテルミラコスタ、ヒルトン日航東京、プリンスホテル、ヒルトンが上位を占めた。宿泊目的では、「遊び」が82.4%（前回89.2%）と圧倒的に多く、「仕事」は5.6%（同3.2%）であったが、仕事での宿泊比率が徐々に増加。「25～30歳」での宿泊比率は7%台に達している。

◆宿泊先を選定する場合に重視するポイント

（シティホテル・ビジネスホテル・旅館）

シティホテルは「料金」が72.6%で最も多く、「交通の便」、「立地・ロケーション」と続く、ビジネスホテルでも「料金」が82.2%と最も高く、「交通の便」、「立地・ロケーション」となった。一方、旅館では「食事」との回答が71.9%を占め、「料金」、「全体の雰囲気」の順となった。シティホテル、ビジネスホテルではハード面を重視、一方、旅館では「食事」、「全体の雰囲気」などソフト面を重視する傾向が出ている。

◆客室の中で重視するポイント（シティホテル・ビジネスホテル・旅館）

シティホテル、ビジネスホテル、旅館とも「浴室の清潔さとリネン類」を最も高く（58.0%、64.3%、52.2%）。次いで「部屋の明るさと内装」（39.7%、31.8%、39.5%）、以下シティホテルでは「ベッド及びベッドリネン」、ビジネスホテルでも「ベッド及びベッドリネン」、旅館では「部屋の広さ」となった。宿泊タイプ別での差は特にでなかった。

◆もう一度宿泊したいと思う理由（シティホテル・ビジネスホテル・旅館）

シティホテルでは「接客サービスの良さ」が37.1%、「宿泊施設全体の清潔さ」、「のんびり、ゆったり出来る雰囲気」が続き、ビジネスホテルでは「宿泊施設全体の清潔さ」が45.7%、「料金の安さ」が42.7%、これに「接客サービスの良さ」が続く。旅館は「料理のおいしさ」が53.6%と高く、「のんびり、ゆったり出来る雰囲気」、「接客サービスの良さ」が4割以上の回答で上位を占めている。

◆ホテルや旅館を評価する際のリネン類の重要度

リネンを「重要視する」する回答は24.5%（前回22.0%）、「多少気にする」62.8%（同69.3%）を合わせると全体の9割近くがホテルの評価時にリネンを重視していることがわかる。前年と比較すると「重要視する」傾向は強まっているが、逆に「多少気にする」比率が減少している。

◆リネンサプライ料金について

バスタオル1枚のリネンサプライ料金については、「51～100円」が29.7%（前回29.5%）と最も多く、「31～50円」が26.4%（同28.2%）、以下「101～150円」、「30円以下」となった。年齢別でみると若干であるが25～30歳の方が安くみている。

◆備え付けのゆかたの着用（ホテル・旅館）

ホテルでの浴衣の着用率は60.3%、非着用率は14.4%。一方、旅館での浴衣の着用率は71.2%で、非着用率の12.3%を大きく上回る。浴衣を着用する理由としては、ホテル・旅館とも「パジャマを持参しない」「荷物が減る」「旅行気分が味わえる」などがある。非着用の理由としては「はだけてしまう」「着慣れない・落ち着かない」「パジャマを持参する」などがあげられている。

◆ホテルでの備品の認知度と利用意向（シティホテル・ビジネスホテル）

シティホテルで認知度は、「歯磨き・歯ブラシ」が 98.9%（ビジネスホテル 98.6%）、「バスタオル」98.8%（同 97.9%）、「石けん・ボディソープ」が 98.8%（同 97.2%）、「シャンプー・リンス」98.4%（同 97.4%）、「フェイスタオル・ハンドタオル」98.2%（同 96.3%）、「ドライヤー」が 97.2%（同 93.8%）、「スリッパ」96.8%（同 94.2%）、「バスマット」96.7%（同 94.7%）と続きホテルのタイプによる差はないが、「安全カミソリ」94.2%（同 87.9%）、「ヘアブラシ」93.0%（同 78.7%）、「ヘアキャップ・ヘアバンド・ゴム」91.7%（同 65.9%）、「浴衣・ガウン」90.3%（同 80.8%）などはビジネスホテルとの認知度の差が大きくなっている。

◆リネン品の清潔度

「時々確認する」が 47.5%を占め、「清潔なので安心」の 37.6%を上回る。「不安なので常に確認する」が 7.7%あり、リネン品の清潔度について不安視する比率が高くなった。

◆タオル類・シーツに求めるポイントと色、素材、ロゴについて

タオル類に対しては、「清潔さ」が 46.4%（前回 47.9%）と最も求められるポイントとなった。以下、「肌触り」28.0%、「備品としての枚数・種類の多さ」「大きさ・デザイン」となった。色についてはタオル類 80.2%、シーツ 85.5%と「白」が 8 割以上を占める。前回調査との比較ではタオルで「白」が若干増加。その他としてはベージュ、ピンク、ブルー、グリーンなどがある。素材についてはタオルが 84.9%、シーツが 76.5%と「天然繊維」の支持が前回に引き続き高い。また、ロゴについてはタオル類、シーツ、浴衣・ガウンとも全体の 20~25%が支持するが、5~6 割は「どちらでも良い」との回答となった。浴衣・ガウンのみ「ロゴがない方が良い」との回答が多い。

◆一流シティホテル・旅館のルームチャージに占めるリネン品の金額

今回より比率よりも金額を前面に出して調査を実施、「3,000 円」が 22.9%と最も多く、「1,500 円」、「2,100 円」が 10%台で続く。1,200 円から 2,400 円の価格幅が全体の 6 割を占めた。

◆好印象のリネンとその理由

好印象を持ったリネンとしては「タオル・タオル類」が最も多く、「バスタオル」「バスローブ」「シーツ」などもあった。理由としては、肌触りや質の良さ、種類の豊富さ、枚数の多さに加え、浴衣の種類やサイズが選べたことなどがあげられている。