

研究報告

岩手県観光客の食に関する意識について (第 2 報)
—朝食からの検討—

Expectation and Satisfaction in Hotel Meals of Travelers in Iwate: Breakfast (Second Report)

長坂慶子^{*1}, 松本絵美^{*2}, 吉岡美子^{*3}
櫛引文浩^{*4}, 石山洋治^{*4}, 伊藤和夫^{*4}, 大島正喜^{*4},
田中 充^{*5}, 山田敬三^{*6}, 佐々木 淳^{*7}
Keiko NAGASAKA^{*1}, Emi MATSUMOTO^{*2}, Yoshiko YOSHIOKA^{*3},
Fumihiko KUSHIBIKI^{*4}, Youji ISHAIYAMA^{*4}, Kazuo ITHO^{*4}, Masaki OHBATAKE^{*4},
Michiru TANAKA^{*5}, Keizou YAMADA^{*6} and Jun SASAKI^{*7}

A breakfast before the departure is the last major service that hotels can provide to customers and therefore becomes one of the elements that determine the rating and overall experience of the hotel. The hotel can also provide regional and unique attributes to the breakfast which can contribute to its publicity. This study examined the expectation and satisfaction of travelers to Iwate toward breakfast and compared them to those in dinner we have previously reported. Two surveys were distributed to hotel guests to explore 1) expectation toward breakfast when they arrive at the hotel and 2) satisfaction on the breakfast right after their last breakfast time. The surveys showed that hotel guests prefer a breakfast with a variety of selection in both Japanese and Western buffet including high quality and locally produced ingredients. The studies also revealed that they feel approximately 1000 yen to be the ideal cost of the breakfast. Based on the satisfaction survey we found that the hotel can enhance guest's satisfaction by providing seasonal and Iwate's unique elements in the breakfast.

Keywords: *Travelers in Iwate, Hotel Meals, Satisfaction*
岩手県観光客, 料理, 満足度

1.はじめに

平成 21 年の日本人の余暇活動の中で参加人口が高い種目はドライブ、国内旅行(避暑、避寒、温泉など)、外食(日常的なものは除く)であり、参加希望率の高い種目には国内旅行、ドライブ、海外旅行があげられた。海外旅行が低単価で手軽になっても、余暇活動おける国内旅行の需要と関心度はかなり高い¹⁾。

現在、国内旅行の約 90%は個人旅行が占め、個人の旅行者は日常生活の質的な向上や海外旅行経験の増加によって成熟化しており、従来の観光地における宿泊サービスの水準では満足しなくなっている。

特に、旅行先での「食事の楽しみ」は、「リフレッシュ・癒し」に次いで、国内旅行における大きな要素である²⁾。食事内容が、従来のような品(皿)数だけでは多くても画一的で自由度が低い会席料理では旅行者を満足させることができない。宿泊客の食事に関する多様な要求に応えるためには、旅館・ホテルと地域が連携を進めることにより、地域の特徴を生かした都市で

は得られない魅力を提供すること、泊食分離型あるいは泊食一体型のいずれにおいても、食事の取り方の自由度を高めることが求められている³⁾。

著者らは前報⁴⁾で、岩手県の大規模リゾートホテルの宿泊客を対象に食に関する意識調査を行い、その結果を報告した。このホテルの周辺地域内には適当な飲食施設がないためホテル外での食事の選択肢はほぼ無く、旅行者の多くは夕食にバイキングを利用している。バイキングには予算の関係上、一般的に知られている岩手県の高級ブランド食材を使用することはできない。しかし、その分を補うために旬の県産食材を利用して季節感や岩手らしさを強調し、目の前で作って出来立てを供したり、1人分ずつを器に美しく盛り付けるなど提供方法にも工夫を凝らしており、夕食のバイキング利用者の満足度は高かった。著者らは、利用者からより高い満足度を得るための方策として、地域性のある味や食感の良い材料を使用すること、利用者の年齢や発地別の嗜好に合った味付けをすることなどを提案

^{*1}生活科学科食物栄養学専攻講師 ^{*2}生活科学科食物栄養学専攻助手 ^{*3}青森県立保健大学健康科学部准教授

^{*4}(株)岩手ホテル&リゾート ^{*5}岩手県立大学ソフトウェア情報学部非常勤講師

^{*6}岩手県立大学ソフトウェア情報学部講師 ^{*7}岩手県立大学ソフトウェア情報学部准教授

した。

団塊の世代といわれる人たちの旅行スタイルが、短期周遊型からコストを抑えた長期滞在型に変わり、岩手県においても滞在型観光につながる取り組みを促進している⁵⁾。このような状況の中で、前出のホテルは朝食はホテルの印象を決定する要因であり、ホテルから最後に宿泊客に提供できるサービスとして位置付け、利用者のニーズに応えられる朝食について模索している。

本研究では、ホテルの宿泊者に朝食についてアンケート調査を行い、ホテルで食べる朝食のニーズを明らかにするとともに、朝食を食べた宿泊者に満足度調査を行い、朝食と夕食の調査結果を比較しながら、ホテルの朝食の方向性について検討したので報告する。

2 調査方法

調査は平成21年6月から7月の2ヶ月間にホテル安比グランドにおいて、教育旅行客を除く一般旅行者を対象として自記式留置法で実施した。調査は、宿泊客の旅行状況やホテルの朝食に関することを中心に問う「ニーズ調査」と、ホテルで提供されている朝食の評価を問う「満足度調査」を実施した。「満足度調査」は、提供形式の定食式とバイキング式に分けて行った。集計および解析はSPSS statistics 17.0を用い、男女別の比較には χ^2 乗検定を行った。

3 調査結果と考察

3.1 ニーズ調査について

ニーズ調査では回答者の①属性(性別、居住地域、年齢)、②旅行状況(年間国内国外旅行回数、旅行の主な目的、旅行の主な同伴者)、③朝食(朝食を食べる習慣、ホテルで食べる食事、朝食の形式、朝食の予算、ホテルの朝食に期待するもの)について質問した。アンケートの回収率は20.0%である。

3.1 1 属性について

回答者は180名で、男女比は男性43.3%、女性56.7%である。年齢構成を図1に示す。20歳未満は0.6%(男性2.6%、女性0.0%)、20歳~30歳代は22.2%(男性19.3%、女性24.5%)、40歳~50歳代は48.9%(男性39.8%、女性55.9%)、60歳以上は27.2%(男性38.5%、女性18.6%)、無回答は0.6%(男性0.0%、女性1.0%)で、40歳~50歳代が多く、全体の約5割を占めた。

回答者の居住地域を図2に示す。東北地区41.6%(男性44.9%、女性41.2%)、関東地区13.2%(男性9.0%、女性15.7%)、北陸地区0.5%(男性0.0%、女性1.0%)、近畿地区42.1%(男性44.9%、女性38.2%)、九州地区0.5%(男性0.0%、女性1.0%)、無回答は2.1%(男性1.3%、女性2.9%)で、東北地区と近畿地区の居住者が多かった。

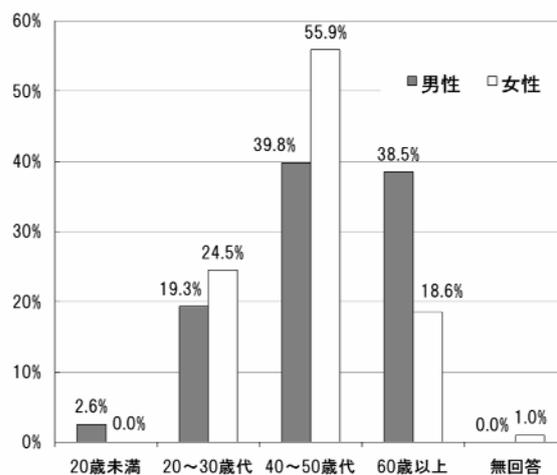


図1. 年齢構成

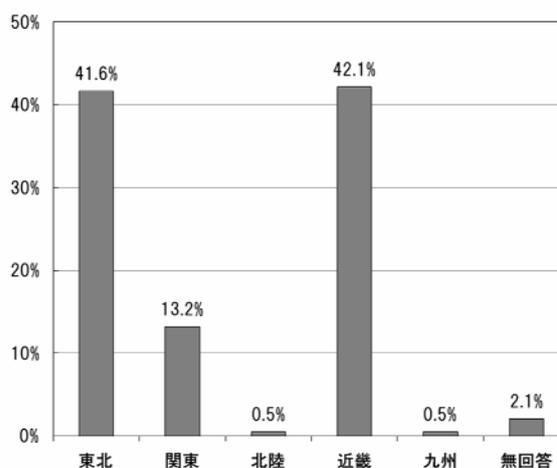


図2. 居住地域

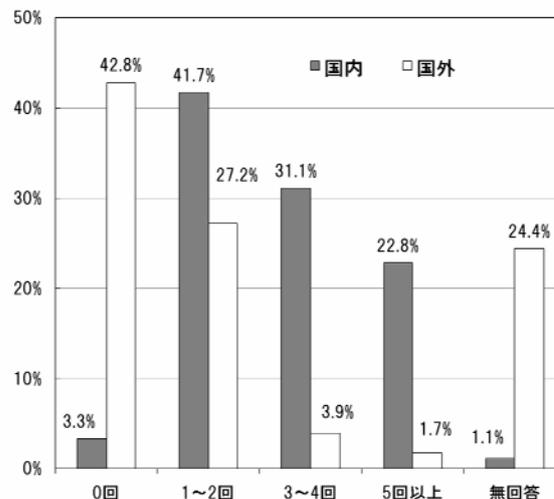


図3. 年間国内外旅行回数

3.1 2 旅行状況について

回答者の年間国内国外旅行回数を図3に示す。国内旅行回数は、0回は3.3%（男性5.1%、女性2.0%）、1～2回は41.7%（男性39.7%、女性43.1%）、3～4回は31.1%（男性29.5%、女性32.4%）、5回以上は22.8%（男性25.6%、女性20.6%）、無回答は1.1%（男性0.0%、女性2.0%）であった。男女ともに年間国内旅行回数が1～2回が最も多かった。今回の調査結果の旅行回数は、2009年の国内観光宿泊旅行は1.42回/年/人⁶⁾という報告とほぼ変わらない回数である。年間国外旅行回数は、0回は42.8%（男性42.3%、女性43.1%）、1～2回は27.2%（男性25.6%、女性28.4%）、3～4回は3.9%（男性2.6%、女性4.9%）、5回以上は1.7%（男性2.6%、女性1.6%）、無回答は24.4%（男性26.9%、女性22.5%）で、国外旅行回数は0回が男女ともに多く約4割を占め、次いで1～2回が多かった。

回答者の旅行の主な目的を図4に示す。旅行の主な目的は、観光39.4%（男性35.9%、女性42.2%）、レジャー20.6%（男性24.4%、女性17.6%）、休養8.9%（男性9.0%、女性8.8%）、グルメ1.7%（男性1.3%、女性2.0%）、研修会0.6%（男性1.3%、女性0.0%）、出張0.6%（男性1.3%、女性0.0%）、その他1.7%（男性2.6%、女性1.0%）、無回答26.7%（男性24.4%、女性28.4%）で、男女ともに観光を目的とした旅行が最も多く、次いでレジャーを目的としていた。国内旅行で最も多い旅行タイプは「周遊観光」である⁷⁾という報告と同様の傾向であった。

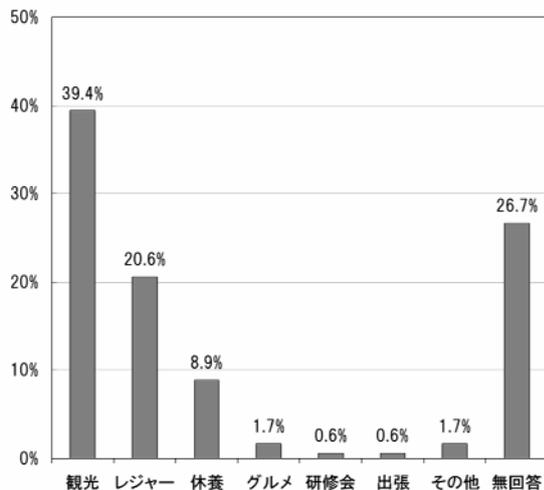


図4. 主な旅行の目的

回答者の旅行の主な同伴者を図5に示す。主な同伴者は、家族71.1%（男性78.2%、女性65.7%）、友人8.3%（男性3.8%、女性11.8%）、1人1.7%（男性1.3%、女性2.0%）、同僚0.6%（男性1.3%、女性0.0%）、その他1.7%（男性2.6%、女性1.0%）、無回答16.7%（男

性12.8%、女性19.6%）で、男女ともに家族と一緒に旅行することが多い。

旅行の中でも家族旅行のシェアは大きく、家族旅行の位置づけは「家族の絆を深めるために無くてはならないもの」、「子どもに旅行の楽しさを伝えるために必要なものである」と考え、家族旅行の意義を意識している²⁾ことが報告されている。今回の調査結果からも、同伴者を家族とする回答率が高い傾向にあり、前述の報告と同様に家族との旅行に意義を見出していることの表れと考えられる。

男女間に有意差は認められなかったが、男性は女性に比べて家族と一緒に旅行すると回答した人が多く、女性は男性に比べて友人と一緒に旅行をすると回答した人が多い傾向にある。女性の国内旅行を年代別にみた調査では、30歳代は旅行の約7割を家族旅行が占め、40歳代後半からは家族旅行が減少し、夫婦が約2割、友人・知人が約3割に増える⁷⁾と報告されている。回答者には40歳～50歳代の女性が最も多く、今回の結果は友人とも活発に旅行をしている状況を示すものと考えられる。

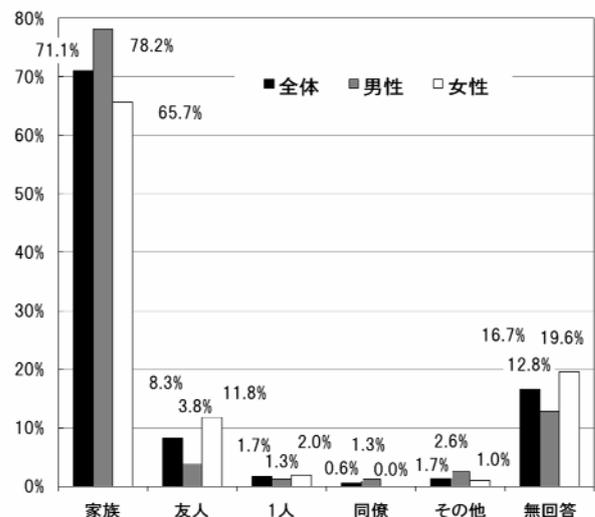


図5. 主な旅行の同伴者

今回のニーズ調査の回答者は、男性が約4割、女性が約6割で、男女ともに40歳～50歳代の人数が多く約半数を占めた。男性では60歳代以上も多く、この中には定年退職者などが多く含まれていると考えられる。一方、女性では40歳代と50歳代の人数が多く、末子の子育てが一段落して自分の人生を楽しもうと積極的に行動する世代である。旅行は年間国内旅行に1～2回行き、海外旅行には行かないという回答者が約4割を占めた。国内観光旅行は家族や友人などの気心の知れた人たちと観光やレジャーを目的に、安心・安全・(比較的)安価な国内旅行を楽しんでいると考えられる。今回のニーズ調査回答者と前回の夕食のニーズ調査対

象者⁴⁾の旅行歴はほぼ同様の傾向である。

3.1 3 食事について

回答者の普段の朝食を食べる習慣について図6に示す。朝食を毎日必ず食べるは74.4%（男性78.2%、女性71.6%）、大体毎日食べる12.2%（男性11.5%、女性12.7%）、昼食と兼ねて食べる5.6%（男性3.8%、女性6.9%）、食べない5.0%（男性1.3%、女性7.8%）、無回答2.8%（男性5.1%、女性1.0%）であった。「朝食を必ず毎日食べる」と回答した人が最も多く、「朝食を毎日必ず食べる」と「だいたい毎日食べる」を合わせると、全体の約9割の人が普段朝食を食べる習慣がある。その一方で、「食べない」、すなわち普段朝食を食べる習慣がないと回答した女性が7.8%いた。

回答者の旅行先のホテルで食べる食事について図7に示す。ホテルで夕食・朝食の両方食べる63.9%（男性66.7%、女性61.8%）、夕食のみ食べる1.1%（男性1.3%、女性1.0%）、朝食のみ食べる27.8%（男性24.4%、女性30.4%）、食べない2.2%（男性0.0%、女性3.9%）、無回答5.0%（男性7.7%、女性2.9%）であった。男女間に有意差は認められなかったが、ホテルで「夕食・朝食の両方食べる」と回答した人は、男性が女性に比べ多い傾向にあり、「朝食のみ食べる」と回答した人は、女性が男性に比べ多い傾向にあった。

佐原は⁸⁾ホテル内レストランの方向性を町場のレストランとの比較から検討している。その中でホテル内レストランの魅力は安定性、高級感、複合力であり、町場のレストランの魅力は個性、カジュアル感、情報発信力であると分析している。そして、宿泊者は様々な「費用対効果」を考えながら、目的や用途に応じてどちらを利用するかを選んでいると述べている。今回の調査結果から、ホテルでは「朝食のみ食べる」と回答した人の多くは、この「費用対効果」を考えて夕食場所はホテル外を選んでいると考えられ、その傾向は女性に多く見られた。

今回の調査でホテルで「夕食・朝食の両方食べる」と「朝食のみ食べる」と回答した人はあわせて91.7%で、ほとんどの人が朝食はホテルで食べることがわかった。また、ホテルでは「食事を食べない」と回答した女性は3.9%で、前述の朝食を食べる習慣のない女性の7.8%に比べわずかではあるが減少しており、朝食を家では食べなくても旅行先のホテルなら食べるという人がいると考えられる。

旅行先のホテルで食べる朝食形式を図8に示す。バイキング（和食）7.2%（男性9.0%、女性5.9%）、バイキング（洋食）17.8%（男性17.9%、女性17.6%）、バイキング（和洋食）61.1%（男性53.8%、女性66.7%）、定食（和食）7.8%（男性9.0%、女性6.9%）、定食（洋食）1.7%（男性3.8%、女性0.0%）、無回答4.4%（男性6.4%、女性2.9%）であった。朝食形式では、バイキング（和洋食）が利用する人が最も多く、男女間に

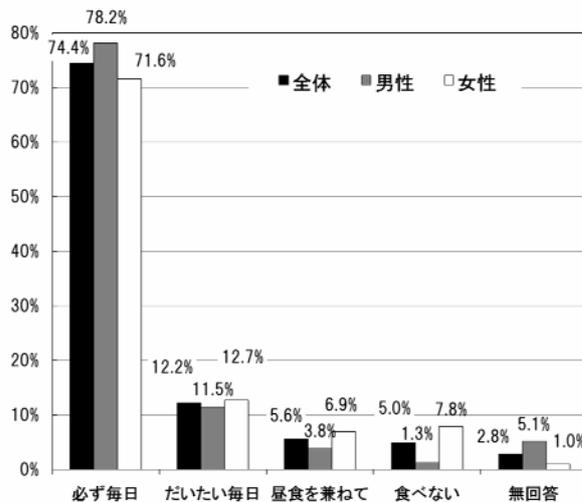


図 6. 朝食を食べる習慣

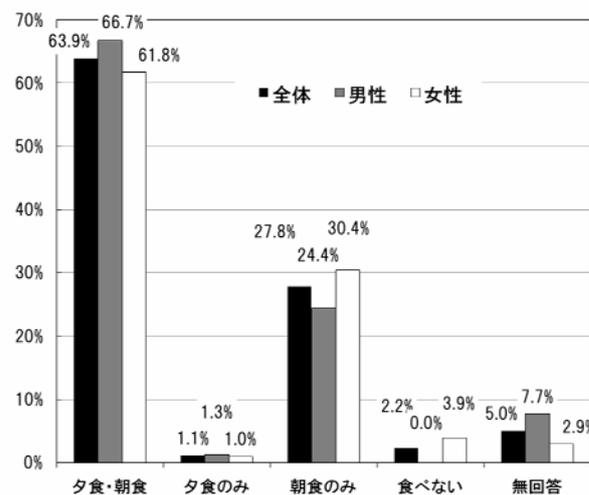


図 7. ホテルで食べる食事

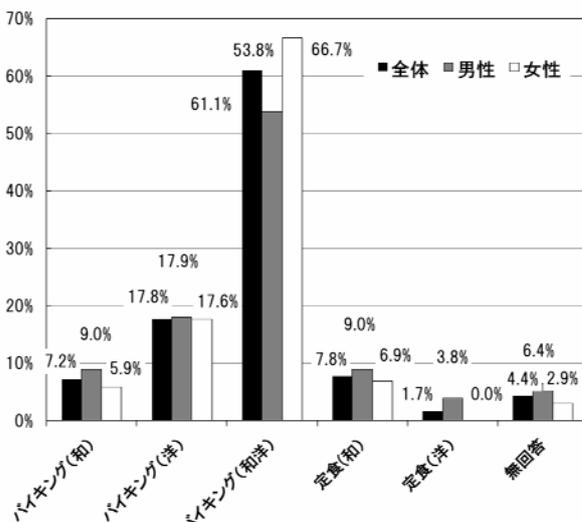


図 8. ホテルで食べる朝食の形式

有意差は認められなかったが、女性が男性に比べてこのスタイルの朝食を利用する人が多い傾向にあった。

旅行先のホテルで食べる朝食の予算額を図9に示す。予算が500～1,000円未満30.0%（男性34.6%、女性26.5%）、1,000～1,500円未満50.6%（男性42.3%、女性56.9%）、1,500～2,000円未満12.2%（男性16.7%、女性8.8%）、2,000～2,500円未満2.2%（男性0.0%、女性3.9%）、2,500円以上0.6%（男性0.0%、女性1.0%）、無回答4.4%（男性6.4%、女性2.9%）であった。

朝食の予算額は男女ともに1,000～1,500円未満が最も多く、次に500～1,000円未満が多かった。男女間に有意差は得られなかったが、女性の約6割が1,000～1,500円未満を予算額に選び、その割合は男性に比べ多い傾向にある。また、全体の約3割は500～1,000円未満を選んでいる。これはビジネスホテルや宿泊特化型ホテルの有料朝食の価格帯、あるいはファストフード

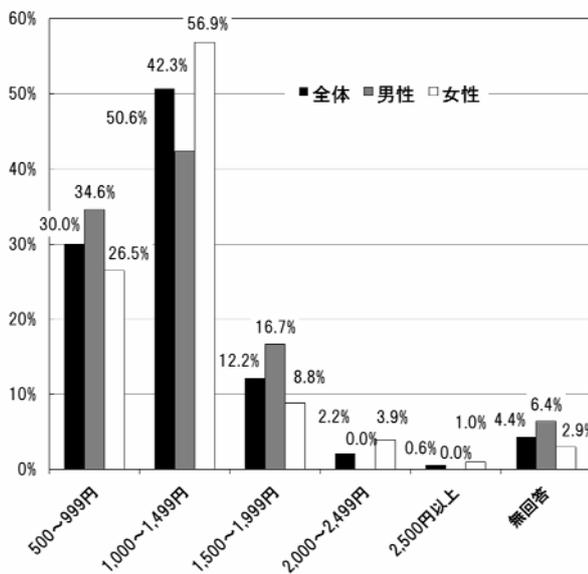


図9. ホテルで食べる朝食の予算額

店などのモーニングサービスと同等の価格を予算としていると考えられる。

夕食の予算額の調査結果では、女性が男性に比べ予算の設定金額が全体に高い傾向にあった。朝食では予算額を1,000円以上に設定している男性は59.0%、女性は69.6%で、朝食も夕食と同様に、女性が男性に比べ予算額の設定が高い傾向にあるという結果になった。

ホテルの「朝食に期待するもの」と「夕食に期待するもの」⁴⁾をあわせて図10に示す。この質問項目では10の選択肢の中から3つまで選んで回答させている。回答総数は朝食は509件、夕食は372件である。また、夕食の調査では「豊富なメニュー」という選択肢を入れていないため、朝食の結果のみとなっている。

朝食に期待されるものは美味しさ（図中では“美味しさ”と表記する・28.7%）、地域性のある食材（地域性・21.0%）、豊富なメニュー（種類・20.8%）、安心・安全（安心・9.0%）、健康的なメニュー（健康・9.0%）、ホテル独自の創作料理が食べられること（独自性・7.1%）、値段の安さ（値段・2.4%）、高級感・豪華さ（高級感・1.0%）、食材の産地や料理人などの情報が得られること（情報・0.6%）、その他（1.0%）の順であった。夕食に期待されるものは、美味しさ（27.7%）、地域性のある食材（28.9%）、安心・安全（13.0%）、健康的なメニュー（7.0%）、ホテル独自の創作料理が食べられること（10.1%）の順であった。朝食と夕食に期待されるものは共通し、「美味しさ」と「地域性のある食材」であることがわかった。

以上述べてきた食事についての調査結果から、ホテル内レストランで夕食を食べる宿泊客は約6割であるが、朝食をホテル内レストランで食べる宿泊客は約9割で、ほとんどの宿泊客が朝食はホテル内レストランで食べる。宿泊客が望んでいるホテルの朝食とは、「美味しく」、「地域性のある食材」が使われ、「豊富なメニュー」が揃い、食べたい料理を食べたい量だけ選ぶ自

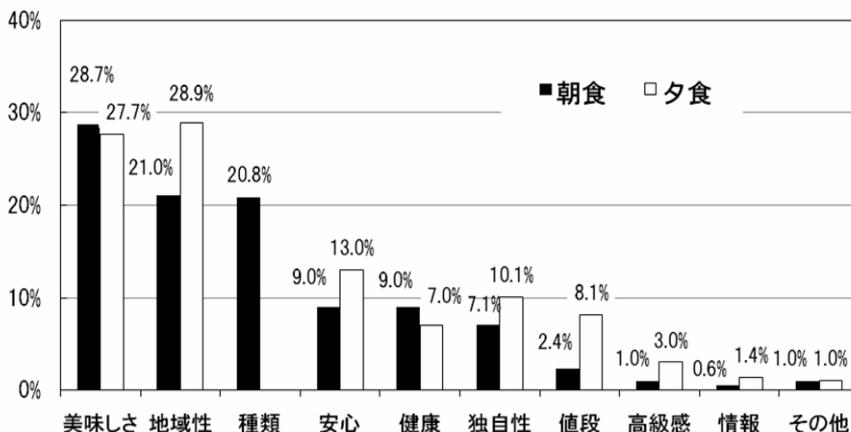


図10. ホテルの食事に期待するもの(朝食と夕食の比較)

由度のあるバイキング(和洋食)式で、予算は1,000～1,500円程度ということがわかった。

食事は食べてしまえば目の前から消えてしまう。さらに、旅行先のホテルの朝食は、出発前の限られた時間の中で慌ただしく食べるため宿泊客の記憶に残りにくい。しかし、朝食をホテル内施設で食べる宿泊客は非常に多く、期待するものも夕食とほとんど変わらず、朝食に充てる予算額も決して少なくはない。夕食をホテル外で食べる宿泊客に対しても、朝食はホテルから宿泊客に提供できるサービスであり、印象に残るような創意工夫が必要である。

3.2 満足度調査について

満足度調査では①回答者の属性、②食事形式の選択(バイキング(和洋食)式、定食(和)式)、③バイキングの種類の実度、④朝食の満足度について質問した。アンケートの回収率は21.4%である。満足度調査と前述のニーズ調査の回答者は必ずしも同一ではない。

3.2.1 属性について

回答者数は182名で、男女比は男性44.0%、女性56.0%である。年齢構成を図11に示す。20歳未満は2.5%(男性2.5%、女性0.0%)、20歳～30歳代は23.6%(男性20.0%、女性26.5%)、40歳～50歳代は43.4%(男性41.3%、女性45.1%)、60歳以上は30.8%(男性36.3%、女性26.5%)、無回答は1.1%(男性0.0%、女性2.0%)であった。男女ともに40歳から50歳代が多く、全体の約4割を占めた。

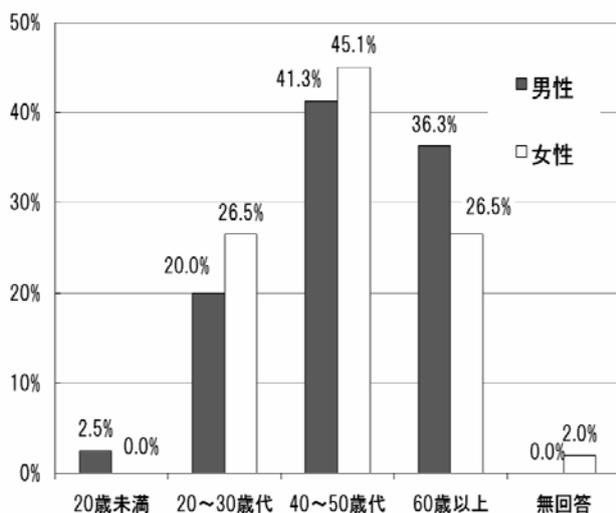


図11. 年齢構成

回答者の居住地域は東北地区41.8%(男性40.0%、女性43.1%)、関東地区12.1%(男性11.3%、女性12.7%)、北陸地区0.5%(男性0.0%、女性1.0%)、近畿地区37.9%(男性40.0%、女性36.3%)、四国地区0.5%(男性0.0%、

女性1.0%)、九州地区1.1%(男性0.0%、女性2.0%)、無回答は6.0%(男性8.8%、女性3.9%)で、ニーズ調査と同様に東北地区と近畿地区の居住者が多かった。

3.2.2 食事形式の選択について

食事形式の選択を図12に示す。バイキング(和洋食)形式(以後、“バイキング”と表記)の選択者は121名(66.5%)、定食(和)形式(以後、“和定食”と表記)の選択者は61名(33.5%)であった。約6割がバイキングを選び、男女とも同様の傾向であった。

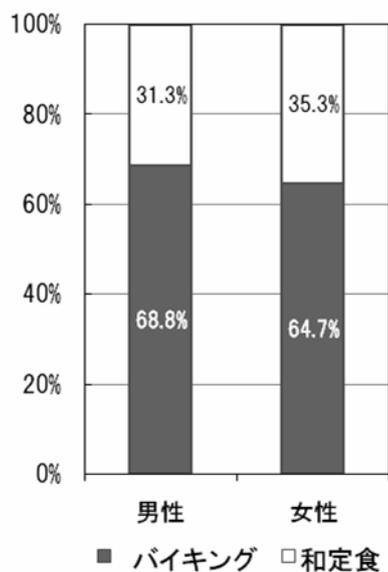


図12. 食事形式の選択

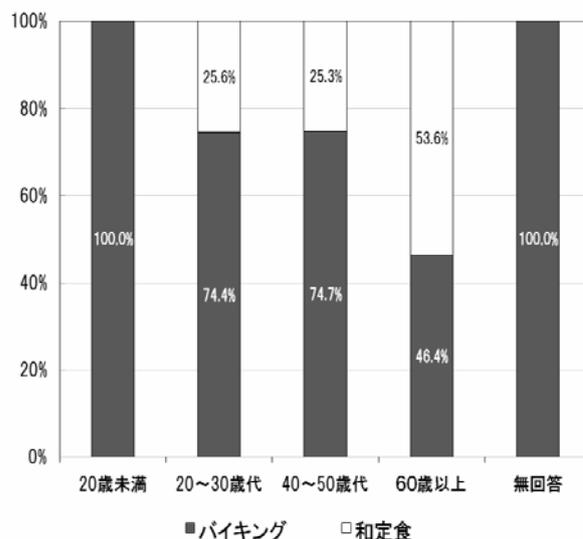


図13. 世代別の食事形式の選択

食事形式選択の世代別比較を図13に示す。20歳未満は100%がバイキングを選択している。20歳～30歳代ではバイキング74.4%、和定食25.6%、40歳～50歳

代ではバイキング 74.7%、和定食 25.3%、60 歳以上ではバイキング 46.4%、和定食 53.6%、無回答はバイキング 100%であった。20 歳～30 歳代、40 歳～50 歳代の約 75%はバイキングを選択しているが、残りの約 25%は和定食を選んでいる。60 歳以上ではバイキングと和定食の選択者が半々になっていた。若年層はバイキングを選び、中高年層は和定食を選ぶとイメージしがちであるが、食事の選択は必ずしも年齢に固定化されることがわかった。

以上のことから、朝食の一つの方向性として、バイキングにも中高年層が好む料理を用意し、和定食にも若年層が好む料理を用意するなど、世代別による嗜好に対応できるような食事内容にしておくことは、ホテルのきめ細かなサービスとして魅力ある朝食の提供につながると考えられる。

ホテルでは、朝食と夕食にバイキングを提供している。夕食のバイキング選択者にも朝食のような傾向が見られるのかどうか、朝食と夕食のバイキング選択者の年齢の比較検討を試みた。朝食と夕食のバイキング選択者の世代別比較を図 14 に示す。ここでは 20 歳～30 歳代以上の 3 つの年齢区分で比較した。20 歳～30

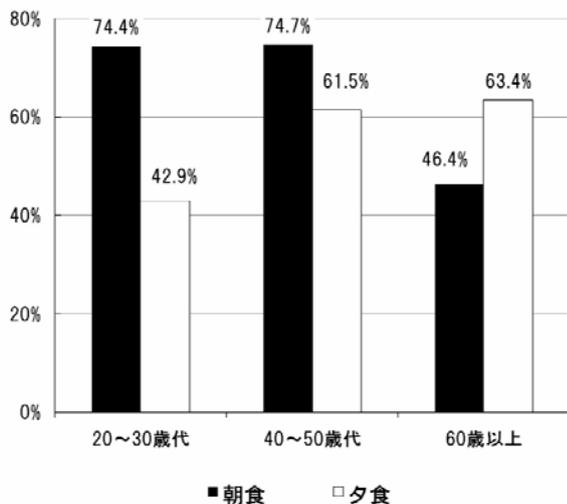


図 14. 朝食と夕食のバイキング選択者の世代別比較

歳代で朝食は 74.4%、夕食は 42.9%、40 歳～50 歳代で朝食は 74.7%、夕食は 61.5%、60 歳以上で朝食は 46.4%、夕食は 63.4%であった。

朝食のバイキング選択者では 60 歳以上が、20 歳～30 歳代、40 歳～50 歳代に比べて少ない傾向にあり、夕食のバイキング選択者では 20 歳～30 歳代が、40 歳～50 歳代、60 歳以上に比べて少ない傾向にある。夕食のバイキング選択者にも朝食のバイキング選択者と同様に世代による傾向の違いがみられた。また、20 歳～30 歳代と 60 歳以上では、バイキングの利用時間帯が逆転し、朝食は 60 歳未満の宿泊客の多くが利用し、夕

食は 60 歳以上の宿泊者の利用が多い傾向にあることがわかった。バイキングでは時間帯ごとに、どの年齢層を中心にした食事を提供するかの検討することも重要であると考えられる。

3.2 3 食事の満足度について

バイキングに提供されている食事の種類の実態を図 15 に示す。食事を料理（主食、主菜、副菜、汁物など）、飲み物（ジュース、牛乳、嗜好飲料など）、デザート（乳製品、果実、甘味類など）に分けて、種類が充実している、普通、充実していないの 3 段階で評価した。

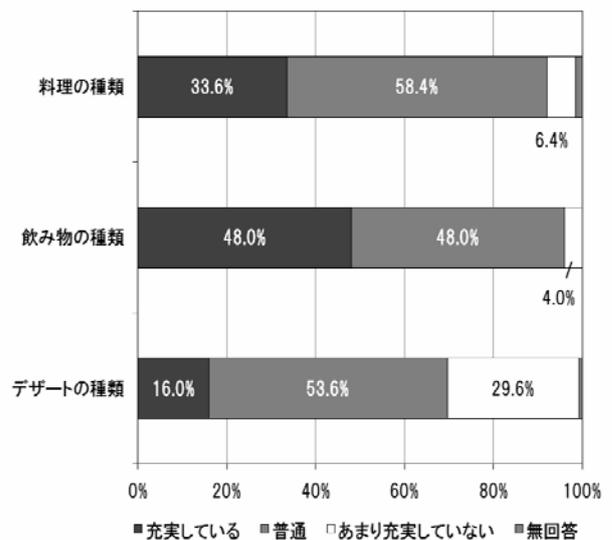


図 15. バイキングの種類の実態

料理の種類は、充実している 33.6%、普通 58.4%、充実していない 6.4%、無回答 1.6%であった。飲み物の種類は、充実している 48.0%、普通 48.0%、充実していない 4.0%、無回答 0.0%であった。デザートの種類は、充実している 16.0%、普通 53.6%、充実していない 29.6%、無回答 0.8%であった。デザートの種類が充実していると評価した回答率が料理や飲み物に比べて低い傾向にあり、充実していないと評価した回答率が高い傾向にあった。朝食においても、果物を含むデザートは食事の締めくくりとなり、特にバイキングでは多くの人が食べるため種類や量は揃えておく必要があることがわかった。

バイキングと和定食の食事全体の満足感を図 16 に示す。バイキングでは満足 32.8%、やや満足 32.0%、普通 28.8%、やや不満 4.8%、不満 1.6%であった。和定食では満足 47.1%、やや満足 41.2%、普通 10.3%、やや不満 0.0%、不満 1.5%であった。和定食がバイキングに比べて、「満足」あるいは「やや満足」と評価す

る回答率が高い傾向にあり、「満足」と「やや満足」を合わせると和定食は88.3%、バイキングは64.8%になり、和定食を食べた人の満足感が高いことがわかった。また、「やや不満」と「不満」を合わせると和定食は1.5%、バイキングは6.4%になり、バイキングを食べた人に不満と評価した人が多いことがわかった。

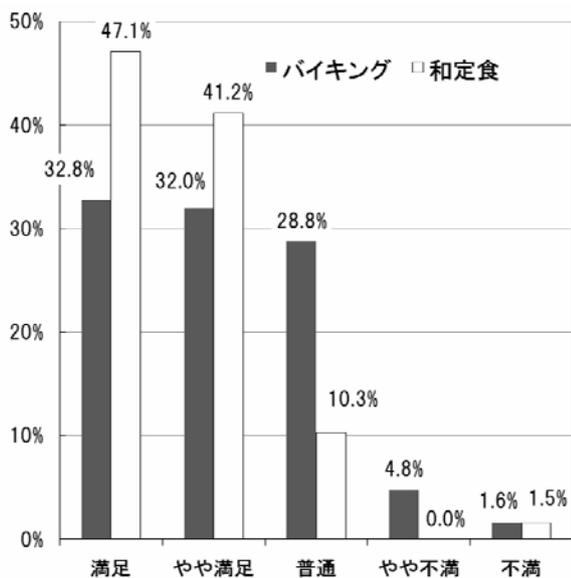


図 16. バイキングと和定食の満足感の比較

バイキングの満足感の評価が和定食の評価に比べて低かった理由として、宿泊客がホテルの朝食に期待するもの(図10)として挙げていた「美味しさ」、「地域性のある食材」、「豊富なメニュー」が十分ではなかったことが考えられる。特に、前述のバイキングの種類の実度(図15)では、果物を含むデザートの種類が「あまり充実していない」と評価した回答率が29.6%と高く、「充実していた」と評価した回答率が16.0%と低かったこと、さらに料理の種類が「充実していた」と評価した回答率が33.6%とあまり高くなかったことから「豊富なメニュー」という点で期待に添えていなかったと考えられる。

そこで、朝食のバイキングの満足感を高める方法を検討するために、朝食と夕食のバイキングの満足感の比較を試みた。朝食と夕食のバイキングの満足感を図17に示す。朝食の調査で使用した「満足感の高さ」と夕食の調査で使用した「満足度の高さ」は同じことを意味し、ここでは、「満足感」で統一表記した。

朝食の評価の「満足」と「やや満足」を合わせると64.8%、夕食の評価の「満足」と「やや満足」を合わせると77.7%になり、朝食に比べて夕食のバイキングを食べた人の満足感が高いことがわかった。夕食の調査では、食事内容の「季節感」、「岩手らしさ」について、とても感じた、感じた、普通、あまり感じない、

全く感じないの5段階で評価した。その結果、季節感を「とても感じた」(23.0%)と「感じた」(50.8%)と回答した人を合わせると全体の73.8%が料理に季節を感じたと評価していた。また、岩手らしさを「とても感じた」(12.4%)と「感じた」(52.8%)と回答した人を合わせると全体の65.2%が料理に岩手らしさを感じたと評価した。夕食のバイキング評価が高かったのは、料理に「季節感」と「岩手らしさ」を感じたことが要因になったと考えられる⁴⁾。

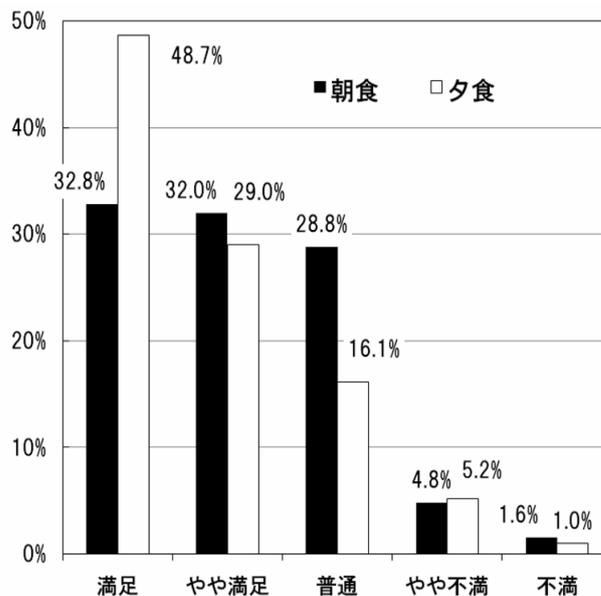


図 17. 朝食と夕食のバイキングの満足感の比較

森川⁹⁾は旅行者の顧客満足を決定づける要因について心理学的側面から分析を行った。顧客満足評価への影響力は、館内施設や従業員の接客態度よりも「食事の内容」が最も高く、食事の量より質が厳しく評価され、顧客が身近に触れるサービスが満足度評価に大きく関わっていることを報告している。朝食のバイキングにも夕食のバイキングの評価結果を生かし、「季節感を感じる」料理や「岩手らしさを感じる」料理を盛り込むことがメニューを豊富にすると同時に食事の質を高めることになり、朝食のバイキングの満足感の評価を上げることにつながるのではないかと考える。

以上述べてきた満足度調査の結果から、食事の形式と利用時間は、朝食のバイキングの利用者には60歳未満の人が多く、しかし、和定食を利用する者も少なくない。一方、60歳以上では、朝食はバイキングと和定食の利用者が半々になり、夕食にバイキングを利用する者が多い。60歳未満と60歳以上ではバイキングの利用時間が異なるため、朝食のバイキングでは60歳未満の人、夕食のバイキングでは60歳以上の人を主たる対象とした食事内容を検討する必要がある。60歳が食事内容と利用時間の「境界年齢」になると考えられる。

また、宿泊者の食事の自由度を高めるために、利用者は少なくとも、バイキングに中高年層が好む料理を用意し、和定食に若年齢層が好む料理を用意するなどの細かいサービスの提供、朝食のバイキングの満足感を高める方法として料理に「季節感」や「岩手らしさ」を盛り込んだメニューを増やし、それが利用者に十分感じてもらえるような創意工夫が必要である。

4 まとめと課題との取り組み

ホテルの宿泊者に、ホテルで食べる朝食に対するニーズ、ホテルで食べた朝食の満足度についてアンケート調査を実施し、今後のホテルの朝食の方向性を検討した。

1. 宿泊客が望むホテルの朝食とは、「美味しく」、「地域性のある食材」が使われ、「豊富なメニュー」の中から選ぶ自由度の高いバイキングで、予算は1,000～1,500円程度である。
2. 朝食のバイキングは、宿泊者の約9割が利用する。利用は60歳未満の宿泊客が多く、夕食にバイキングを利用する年齢層とは異なっていた。利用者の多い年齢層に対応した食事内容を検討するとともに、食事の選択の自由度を高めるためのサービスが必要である。
3. 朝食のバイキングには、「季節感」と「岩手らしさ」を料理に盛り込んだメニューを増やし、利用者に十分感じてもらえるような創意工夫が必要である。このことにより、宿泊客が朝食に期待するものに比べると同時に、食事の満足感を高めることにつながる。

著者らは本調査結果をホテルに報告し、朝食のバイキングには改善の余地があることをホテル関係者とともに確認した。改善策を検討するため、朝食のバイキングの評価が高い県外の大型リゾートホテルで研修を行った。そこでは岩手県産食材の品質の高さ・価値を改めて感じ、今後も積極的に岩手県産食材を利用することを確認した。また、朝食にも夕食と同様に「見せる効果（演出）」の必要性があることを認識した。

研修後、朝食のバイキングの見直しに着手し、現在ホテルでは次の3点に取り組んで改善を行っている。第1点は利用者が料理を選びやすく取りやすくするための提供方法と作り立ての料理を食べている感覚が味わえるような演出、第2点は朝食のバイキングに岩手県産食材や地元有名店の食品を使った料理が提供されていることの効果的なPR、第3点はブランド食材ではないが岩手県ならではの食材と料理方法の発掘、そしてこれらの利用の推進である。

改善の取り組みの進捗状況やその効果の有無については、改めて調査を行い検証しなければならないと考えている。宿泊客に満足度の高い食事を提供できる

ことが、このホテルの特色となるようにホテル側と協力して検討していきたい。

引用文献・参考文献

- 1) 公益財団法人 日本生産性本部：レジャー白書 2010 pp.8～11
- 2) 国土交通省 観光庁編：平成22年版 観光白書 pp.14～18、2010
- 3) 国土交通省：宿泊産業活性化ビジネス戦略に関する調査検討委員会報告書 平成18年7月
- 4) 長坂慶子、松本絵美、吉岡美子 他：岩手県観光客の食に関する意識について（第1報）、盛岡短期大学部研究論集、第11号、pp.27～35、2009
- 5) 岩手県：みちのく岩手観光立県基本計画（案）、pp.20～24、平成22年3月
- 6) (株) ツーリズム・マーケティング研究所：JTB 宿泊白書 2010 pp.2～4、2010
- 7) 財団法人 日本交通公社：旅行者動向 2010 国内・海外旅行者の意識と行動 pp.16～17、pp.30～31、2010
- 8) 佐原秋生：ホテル内レストランの方向性、日本観光学会誌、第44号、pp.61～69、2004
- 9) 森川 毅：ホテル・旅館の評価 ～心理学的側面からの分析～ 長崎国際大学論叢、第1巻、pp.273～280、2001

付記：

- ①本報告は本学公募型地域課題研究「地元食材の機能性・官能性を生かす料理情報提供システムの構築」の研究成果の一部である。
- ②本報告は日本観光学会第100回全国大会（東京大学）で発表した内容に訂正加筆を加えたものである。