

# ホテル・旅館の評価 ～心理学的側面からの分析～

## An Evaluation of Using Hotel and Ryo-kan

森 川 毅  
Takeshi MORIKAWA

### 要旨

観光旅行における旅行者の顧客満足を決定づける大きな要因として、宿泊したホテル・旅館など宿泊機関の施設およびそこで提供されたサービスがある。しかも、同じホテルや旅館を利用しても利用者の評価はかならずしも同一ではない。ここではN旅行代理店が実施した膨大なアンケートの一部を原資料とし心理学の立場から分析した。このアンケートはハガキによって回答を求める形式であり回答者は全国的な規模となっている。平成11年7月～8月に実施・回収されたハガキの中から任意抽出した。顧客満足を決定付ける多くの要因があるが、これらを大きく4つのカテゴリーに分類し顧客満足度評価との相関分析を行った。顧客満足度評価への影響力では①食事の内容が最も高く以下②客室などの手入れ、③館内の設備、④従業員の接客態度ということが出来る。

### キーワード

顧客満足 満足度評価 ホテル・旅館利用者

### 1. 基本的分析

表1は、抽出した1150通のハガキを分析したものである。男性は、792人、女性は358人である。男性は30歳～49歳が多く、女性は35歳～39歳がピークとなり、次いで、25歳～29歳となっている。

表2は、調査項目1従業員の接客態度の評価について分析した結果を示している。これまでホテルや旅館の火事が多数例発生しているにもかかわらず、非常口の案内をしていないとの回答が300以上もあったことは問題である<sup>1) 2)</sup>。

同表に見られるように、全体として従業員に対する評価は良い。しかし、かなりの数の悪い評価があることを無視してはならない。

表3はホテルや旅館の全体評価を示している。通常、ハガキなどによるアンケートは回答結果が甘くなると言われている。特に、今回のように回答者に何がしかの謝礼が期待されるものについてはその傾向が強いものと考えられる<sup>3)</sup>。したがって、この表の結果について、利用者の評価は手厳しいものと考えらるべきであろう。

表4は客室などの手入れについての評価を分析したものである。特にトイレについての評価に厳しさが見られる。

表5は食事の内容などについての評価を分析したものである。食事に関しては、食事の量より質について厳しい評価が見られる。

表6は館内の設備などについての評価の分析である。大浴場、露天風呂について回答が無いものが多いのは、館内にこれらの施設を備えていないものが数多く含まれていたため回答出来

なかったためである。館内施設の中では、大浴場・露天風呂に対して厳しい評価がなされている。

注1：参考のためアンケート用紙を後尾に示す。

表1 対象者分析表

年齢	男子	女子	合計
～19	7	4	11
20～24	10	40	50
25～29	24	59	83
30～34	60	35	95
35～39	142	65	207
40～44	186	45	231
45～49	133	46	179
50～54	59	16	75

年齢	男子	女子	合計
55～59	67	20	87
60～64	59	14	73
65～69	28	6	34
70～74	15	7	22
75～79	1	0	1
80～	1	0	1
不明	0	1	1
合計	792	358	1150

表2 従業員の接客態度に関する評価

評価	フロント係		客室係		レストラン	
	男	女	男	女	男	女
良い	432	206	388	196	286	146
やや良い	297	124	254	102	333	138
やや悪い	40	22	47	16	64	29
悪い	15	3	20	3	14	4
無回答	8	3	83	41	95	41
合計	792	358	792	358	792	358

	非常口の案内	
	男	女
あり	553	234
なし	203	112
無回答	36	12
合計	792	358

表3 旅館・ホテルの全体に関する評価

評価	清潔感		値ごろ感		満足感	
	男	女	男	女	男	女
良い	374	192	338	165	332	168
やや良い	293	112	324	123	313	127
やや悪い	95	43	89	52	103	43
悪い	24	7	27	10	35	13
無回答	6	4	14	8	9	7
合計	792	358	792	358	792	358

表4. 客室などの手入れに関する評価

評価	客室全体		客室の風呂		室内トイレ		寝 具		浴衣・タオル		その他備品	
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
良 い	381	202	313	173	345	195	382	197	409	210	307	159
やや良い	310	117	266	112	301	118	341	123	296	110	311	129
やや悪い	77	28	86	36	109	31	52	30	59	31	83	39
悪 い	20	9	22	9	24	10	12	6	20	3	26	12
無 回 答	4	2	105	28	13	4	5	2	8	4	65	19
合 計	792	358	792	358	792	358	792	358	792	358	792	358

表5-① 食事の内容などに関する評価

評価	夕 食						朝 食					
	夕食の質		夕食の量		夕食の味		朝食の質		朝食の量			
	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女	男	女
良 い	288	132	411	183	293	134	337	160	416	215	334	165
やや良い	255	98	197	98	270	101	304	133	263	91	329	130
やや悪い	96	34	44	24	74	26	94	30	56	21	71	33
悪 い	35	11	18	11	38	13	20	12	15	9	23	9
無 回 答	118	83	122	84	117	84	37	23	42	22	35	21
合 計	792	358	792	400	792	358	792	358	792	358	792	358

表5-② 食器についての評価

評価	食 器	
	男	女
良 い	338	166
やや良い	345	143
やや悪い	48	18
悪 い	13	4
無 回 答	48	27
合 計	792	358

表6. 館内の設備などに関する評価

評価	大浴場		露天風呂		洗面所・トイレ		ロビー等	
	男	女	男	女	男	女	男	女
良 い	349	144	236	112	282	143	349	185
やや良い	202	75	150	47	267	96	316	114
やや悪い	78	19	34	14	71	35	69	34
悪 い	19	9	19	7	18	8	11	4
無 回 答	144	111	353	178	154	76	47	21
合 計	792	358	792	358	792	358	792	358

2. 第2次分析—クロス集計

(1) 年齢層間および性別間における差異分析

クロス集計を進める前に、年齢層間および性別間に、各項目に対する満足度評価に差異があるかどうかの検定を行った。結果、年齢層間および男女間には5%水準で有意な差は見られなかった。(参考：表①、表②) したがって、以下の分析は年齢および性別を考慮せず行った。

参考：表① 年齢層別満足評価—回答者の年齢を10代から90代までに分類し、クロス集計した。

表中の数値はデータの件数

年齢層	満足度					総計
	1	2	3	4	無回答	
10	4	5	2			11
20	66	43	19	4	1	133
30	119	133	32	14	4	302
40	187	141	61	16	5	410
50	74	60	18	7	3	162
60	35	49	14	5	3	106
70	12	10		1		23
80	1					1
90	1					1
無回答	1					1
総計	500	441	146	47	16	1150

\*年齢層間において5%水準で有意な差は見られない。

参考：表② 男女別満足評価—回答者の性別に分類し、クロス集計した

表中の数値はデータの件数

性別	満足度					総計
	1	2	3	4	無回答	
男	332	314	103	34	9	792
女	168	127	43	13	7	358
総計	500	441	146	47	16	1150

\*男女間において5%水準で有意な差は見られない。

## (2)クロス集計

① 満足度を軸にして各項目とのクロス集計をおこなった。ここではその一部を紹介する。

表7は、旅館・ホテルの「顔」ともいえるフロント係の接客態度への評価を示している。フロントに対する「悪い評価」は致命的とも言える。従業員との「最初」のふれあいが悪ければこの悪い印象は施設を最後に出るまで持続すると考えられる。

表8はトイレの評価に関する結果である。回答者909人中150人が不満足を訴えている。この不満は和式～洋式ということではなく、「悪臭がする・汚れている」などの不満足感を意味している。

表7. 満足度評価とフロント系の接客態度の評価との関係

		満 足 感				合 計
		満 足	やや満足	やや不満	不 満 足	
接客態度	良 い	396	185	45	5	631
	やや良い	96	223	76	19	414
	やや悪い	6	24	18	13	61
	悪 い	1	1	7	9	18
合 計		499	433	146	46	1124

表8. 満足度評価と客室の洗面所・トイレに対する評価との関係について

		満 足 感				合 計
		満 足	やや満足	やや不満	不 満 足	
洗面 トイレ	良 い	366	146	22	2	536
	やや良い	111	213	69	19	412
	やや悪い	21	66	38	14	139
	悪 い	0	6	14	11	31
合 計		498	431	143	46	1118

② さらに、ここで満足度評価と各項目間の相関分析を行ったところ、すべての項目に高い相関が見られた。(参考:表③) すべての項目がホテル・旅館利用者の顧客満足度評価の要因となっていることがわかる。

参考:表③満足評価と各項目間の相関

	項 目	相関係数	有意確率 (両側)
従業員の 接客態度	フロント	0.483882	1.29E-22
	客室係	0.523112	1.60E-22
	レストラン	0.500192	1.64E-22
	非常口案内	0.200907	2.32E-11
客室など の手入れ	客室全体	0.613741	1.28E-22
	客室の風呂	0.527176	1.63E-22
	洗面所トイレ	0.517958	1.30E-22
	寝 具	0.513791	1.28E-22
	浴衣・タオル	0.503968	1.29E-22
	その他備品	0.548369	1.47E-22
食事内容	夕食の質	0.609041	1.90E-22
	夕食の量	0.517877	1.93E-22
	夕食の味	0.623362	1.91E-22

  

	項 目	相関係数	有意確率 (両側)
食事 内容	朝食の質	0.516941	1.41E-22
	朝食の量	0.459101	1.42E-22
	朝食の味	0.538402	1.40E-22
食 器 類		0.503064	1.44E-22
部屋以外 の館内施 設	大浴場	0.521908	2.17E-22
	露天風呂	0.488245	5.92E-22
	洗面所トイレ	0.532269	2.04E-22
	ロビー・ラウ ンジ	0.554001	1.42E-22
全体の 感 想	清潔感	0.688399	1.27E-22
	値ごろ感	0.687315	1.30E-22

\*すべての項目について1%水準で有意。

### 3. 三次分析

第3次分析においては、アンケート項目を「従業員の接客態度」、「客室などの手入れ」、「食事内容」および「館内の設備」の4つに分類し、それらと「満足度評価」との相関分析を行った。(参考：表④相関表を参照)

その結果、いずれも「満足度評価」と1%水準で有意という非常に高い相関が見られた。どれも満足度評価に強い影響力をもっているといえるが、これを「満足度評価」に与える影響力の強さという観点から比較すると次のような順となる。

- ① 食事内容 ②客室などの手入れ ③館内の設備 ④従業員の接客態度

参考：表④ 相関表

		満 足 度	接客態度	手 入 れ	食事内容	館内設備
満 足 度	相関係数	1.000	<b>0.590</b>	<b>0.657</b>	<b>0.669</b>	<b>0.625</b>
	有意確率(両側)		<b>0.000</b>	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>
	N	1134	903	945	905	553
接客態度	相関係数	<b>0.590</b>	1.000	<b>0.569</b>	<b>0.536</b>	<b>0.548</b>
	有意確率(両側)	<b>0.000</b>		<b>0.000</b>	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>
	N	903	913	782	776	503
手 入 れ	相関係数	<b>0.657</b>	<b>0.569</b>	1.000	<b>0.575</b>	<b>0.607</b>
	有意確率(両側)	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>		<b>0.000</b>	<b>0.000</b>
	N	945	782	954	743	470
食事内容	相関係数	<b>0.669</b>	<b>0.536</b>	<b>0.575</b>	1.000	<b>0.550</b>
	有意確率(両側)	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>		<b>0.000</b>
	N	905	776	743	915	530
館内設備	相関係数	<b>0.625</b>	<b>0.548</b>	<b>0.607</b>	<b>0.550</b>	1.000
	有意確率(両側)	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>	<b>0.000</b>	
	N	553	503	470	530	558

### 4. 自由記入の分析

ハガキの自由記入を分析した。旅館・ホテルの印象に関して255個(重複あり)の回答を得た。

- (1) この回答をホテル・旅館に対する「好意的意見」と「批判的意見」に分け代表例を示す。

	好意的意見		批判的意見	
	意 見	度数	意 見	度数
1	接客サービスが良い	81	食事が悪かった	38
2	食事が良かった	49	部屋の掃除が雑である	27
3	露天風呂が良かった	40	接客サービスが悪い	26
4	館内がきれい	35	施設が古い	16
5	眺めが良かった	29	部屋が狭い	10
6	部屋が広くて良かった	14	フロントの対応に個人差がある	9
7	値段が適当だった	10	風呂の手入れが悪い	7
8	館内の施設が良かった	8	パンフレットと内容が異なる	7
9	行事(イベント)が良かった	7	食器が汚れている	6
10	子供向きの行事が良かった	6	照明が暗かった	6

(2)次に自由記入意見を第3次分析と同様に4つのカテゴリーに分類すると次のようになる。

	好意的意見	批判的意見	合計
従業員の接客態度	84	46	130
客室など野手入れ	78	84	162
食事の内容	56	98	154
部屋以外の館内施設	76	65	141
その他（上記以外のもの）	39	30	69

批判的意見を旅行者の期待の裏返しと見ると、「食事の内容」に対する期待が最も高く、次に「客室の手入れ」と第3次分析の結果と同様な結果が見られる。

### 結果の考察

今回のアンケートの調査・分析においては顧客満足要因を特定するまでには至らなかった。しかし、基本分析、第2次分析、第3次分析および自由記入欄の分析の結果、ホテル・旅館の宿泊者の満足評価を決定付ける要因は、「館内施設」や「従業員の接客態度」といったハードやソフト面以前に「食事の内容」や「客室の清掃」といった顧客が身近に触れるサービスがより満足度評価に大きく関わっていると言える。

今回の分析はN旅行代理店が自社の販売戦略の1つとして毎年実施されているアンケートの平成11年夏期に実施・回収されたものから任意に抽出したものを原データとして心理学的側面から分析したものである。本調査・分析結果を踏まえて、学術的観点からアンケート項目、調査方法および調査対象などを改善のうえ、追跡調査・分析による顧客満足の本質についてより深い研究が望まれる。

### 謝辞

本分析に関し、大阪大学人間科学部応用心理学研究室（大森教授、浜端・余村・岡田の院生）の協力をいただきました。厚く感謝の意を表します。

### 引用文献

- 1) 高橋 太 出火原因ワーストテンの変遷 東京消防庁予防部 予防時報 No. 122 1980
- 2) 井上 義郎 テナントビルの火災 東京消防庁予防部 予防時報 No. 185 1996
- 3) 土田 昭司・竹村 和久 (2000)「感情と行動・認知・生理」誠信書房

### 参考文献

- Nigel Hill, John Brierley and Rob MacDougall (1999) 「How to Measure Customer Satisfaction」
- 福永 昭、鈴木 豊 (1996)「ホスピタリティ産業論」中央経済社
- 佐野 良夫 (1999)「CS顧客満足の実際」日本経済新聞社
- 持本 志行 (1993)「顧客満足学」産能大学出版部
- 武田 哲男 (1996)『顧客「不満足」度のつかみ方』PHP研究所
- 杉本 徹雄 (1999)「消費者理解のための心理学」福村出版 生産性出版

