

琉球大学学術リポジトリ

沖縄県宿泊施設における格付け制度の考察 — 特色ある宿泊施設づくりを事例として —

メタデータ	言語: 出版者: 琉球大学大学院観光科学研究科 公開日: 2013-04-02 キーワード (Ja): キーワード (En): 作成者: 上地, 恵龍, Uechi, Keiryu メールアドレス: 所属:
URL	https://doi.org/10.24564/0002007339

沖縄県宿泊施設における格付け制度の考察 —特色ある宿泊施設づくりを事例として—

-A Case Study of Accommodation Rating System for Okinawa-

上 地 恵 龍*
Keiryu UECHI

Abstract

Globally there are as many rating system as there are countries and it is difficult for a tourist to know what he/she get for his/her money. The original star ratings were in the Michelin Guides mainly for restaurants. Hotels are usually independently assessed, based heavily on the facilities and 'hardware' provided, with a higher star rating indicating more luxury. In general, by virtue of the fact that rating systems are based on quantitative factors, the number of stars gives the tourist an idea of what type of facilities are available in the hotel. It is always disadvantageous to smaller hotels by lack of one particular item of hardware can prevent it reaching a higher rating.

Nowadays, the criteria used for evaluating a hotel are mostly established by the travel industry or some associations and travel website from the tourist's feedback, which included quality of customer service, the features of the rooms, the elegance of the hotel decoration and the amenities available.

This study suggested that the hotels in Okinawa may be revaluated in accordance with new criteria, such as engagement in introducing activities for environmental issues and promoting the concept of local culture awareness through the daily operation. The rating system must be introduced to the candidate hotel through some sort of formal on-site survey, and if necessary, training process will be conducted. Once the candidate hotel understands what is expected and is able and willing to participate the rating, the process can begin. If problems are exposed, the concerned organization should formally present an action plan or training designed to overcome any problems that may have surfaced. Survey should also be conducted on an ongoing basis to clarify and incorporate tourist viewpoints and to keep hotel rating systems updated. These measures would not only increase acceptance but also the recognition of tourists visiting Okinawa.

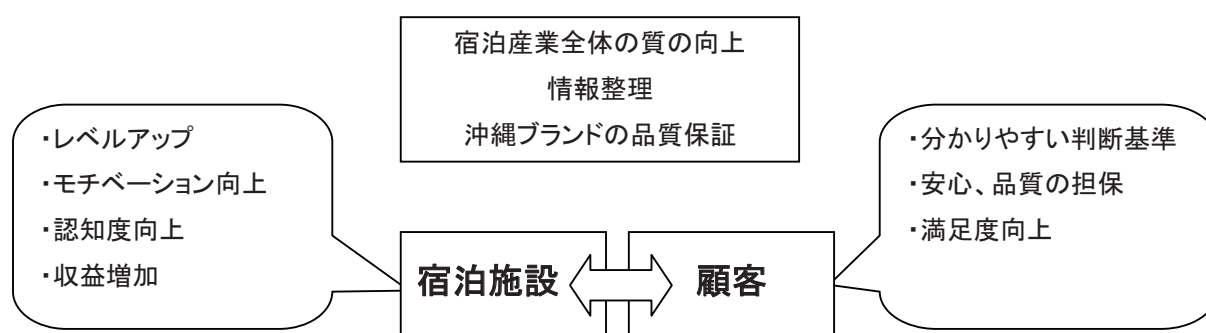
1. はじめに

2010年12月末時点で、沖縄県内の宿泊施設軒数は、民宿など小規模宿泊施設の増加で前年比5.4%増の1299軒となった。客室数は1.9%増の3万7050室、収容人数も3.1%増の9万2833人となるなど、宿泊軒数、客室、収容人数ともに過去最高を記録した。このデータから見てわかるように、県内における宿泊産業はいまだに成長し続けており、また沖縄県としても入域観光客数1000万人を目指していく中で、より一層の宿泊産業全体の質の向上及び情報の整理が求められてくる。特に、これから沖縄の観光産業にとって重要なマーケットとなる海外からの旅行者を呼び込むためにも、格付け制度は明確でわかりやすい情

* 琉球大学大学院観光科学研究科

報提供の手段としての役割を担うことになろう。彼らを含めた潜在的旅行者に対して、いかにわかりやすく情報を提供し、沖縄をPRできるか。その点において、沖縄県における宿泊施設の格付け制度というものは旅行者にとって便利なツールであり、旅行前の不安をなくすだけでなく、沖縄を楽しむことができる選択肢の幅を広げ、観光産業の発展とともにより多くの旅行者に沖縄を訪れるきっかけを提供することができよう。

本稿は、沖縄県の宿泊施設が今後観光客のニーズを把握し、観光客の宿泊施設満足度を高め、宿泊施設の収益増大が図れるという視点を持ち、またそれが将来的に来訪者およびリピーター率の増加へとつなげるることについて、ホスピタリティ・マネジメントの視野から格付け制度を検討することを目的とする。



「沖縄県の宿泊施設の格付け制度の研究枠組」筆者作成

2. 各国の宿泊施設の格付け制度事情

格付けと聞いて日本人の間で最初に思い浮かぶのは、ミシュランガイドではないだろうか。その知名度や威厳は偉大であり、2007年には欧米以外で初のミシュランガイド「東京2008」が出版され、大変な社会現象となった。この日本版ミシュランガイドは年々調査範囲を広げていき、現在では東京だけでなく、横浜や京都、大阪、奈良、横浜、鎌倉なども含まれている。しかしホテルの格付けに関しては、高い評価を受けたのは特に外資系を中心とした高級ホテルばかりであり、さらにその評価には「豪華さ」や「快適さ」という言葉が並び、特にこの「快適」には具体的な基準がない。あくまで印象になってしまうため、それらの評価が自分と合うかどうかのポイントとなってくる。そこで、次項では、これまで各地域の格付け制度について基本的な整理を試みた。

(1) ヨーロッパ

まずはミシュランの本家でもあるフランス。フランスのホテルの格付けは、政府機関であるフランス政府観光局が行っている。評価基準はフランスの法律に基づいたものであり、格付け自体は商業目的ではない。2009年10月に新たな格付け法が施行されるまでは、評価対象は施設や規模ばかりで、サービス面はほとんど考慮されていなかった。そして新たに施行された格付けでは、格付け法の明確化、ホテル業全体のレベルアップ、国際基準に合わせることで競争力強化等を目的として、従来なかった5つ星を創設。さらに上位のランクに差別化されるべきホテルもあるとして、2010年11月には最高位「パラス」ランクの創設が定められた。パラスへ認定されるには、5つ星ホテルであることが前提だが、認定の客観的基準は234項目にも及ぶ。その中にはホテルが持つ歴史、由緒、格式、社会や環境への配慮なども含まれており、文化や伝統を重んじるフランスならではの特徴がみられる。主な変更点は、ソフト面での評価項目が多くなり、項目内容がより細かくなった。これまでは各カテゴリー別に設けられた項目をすべてクリアしなければならなかったが、ポイント取得制になったことで、施設ごとの個性を認める余地を残している。また、フランスのお隣モナコ公国もこれに合わせ、モナコ政府観光局は最高位を5つ星として評価する新

制度を導入している。さらに、ヨーロッパ各国を見ていくと、イギリスではクラウンの数を使って格付けをする英国政府観光庁をはじめ、スコットランド観光局、ウェールズ観光局、オートモービル・アソシエーション、ロイヤル・オートモービル・クラブの5団体があり、サービス主体で評価を行っている。しかし、最近ではホテルが自己採点し、勝手に星を標榜する「Self Award」行為が横行しており、政府を悩ませている。また、イタリアでは各州によって評価基準が違うなど、格付けそのものに対する信用にまで影響する事例も見受けられた。その他にも、オーストリア、チェコ、オランダ、スイス、ドイツ、スウェーデン、ハンガリー、エストニア、ラトビア、リトアニア、ルクセンブルグの11か国からなる「欧州ホテル格付け連合 - HOTREC - 」といった、EUのように国をまたがって格付け基準を統一して行うという取り組みも見られる。

(2) アメリカ大陸

アメリカ合衆国はホテルの本場であり、もっとも有名な格付け機関は、AAA（全米自動車協会）によるAAA Diamond Ratings」である。評価は5段階に分けられ、その名の通り星ではなくダイヤモンドの数で表される。ミシュランと対立関係にあるといわれるこの格付け機関だが、アメリカ合衆国に加え、カナダ、メキシコ、カリブ海のホテルを網羅しており、北中米ではむしろミシュランよりもメジャーである。評価基準は、清潔さや安全性、メンテナンスの良し悪しに加えて、家具やアメニティの質、サービスの良し悪しなど、細かな基準が定められているが、やはり設備中心である。

(3) アジア

まず紹介したいのが、アジアの経済大国として近年著しく発展してきた中国の国際観光ホテルは、中国観光産業発展の重要な支柱であり、観光外貨収入の重要な経営部門でもある。国際観光ホテルの管理を強化し、そのサービス水準を向上させるため、中国では1980年代から国際観光ホテルの格付け作業をスタートした。競争原理を導入し、観光産業と観光客の合法的權益を守るために実施したものであり、星付きホテルの評定制度は、ホテルの建築、装飾、設備、メンテナンス、管理水準、サービス水準、サービス項目などに基づき、全面視察と総合的評価が確定される。5つ星が最高であり、2007年からは新たにプラチナ5つ星を新設した。これらを管理、審査しているのはいずれもと全国旅遊飯店星等級評定委員会といった公的機関である。また、ランク付けを通じて、観光名所を序列化してお互いの競争意識をかきたて、それぞれのサービス水準を向上させることを目的として、中国国家旅遊局では観光地も格付けを推進している。

一方、2010年11月に台湾の交通部観光局が初めてホテルの格付け制度を導入し、利用者にホテル選びの参考指標を提供するとともに、業界全体のサービスの質を底上げする狙いがある。評価の内容は米自動車協会（AAA）のランク格付け制度を参考に、台湾各地の大学の評価を行っている台湾評鑑協会（TWAEA）に委託して行われた。その内容について第一段階ではホテルのハード面をチェックし、点数に応じて「1つ星」から「3つ星」を与える。「3つ星」を得たホテルに対してのみ、第2段階のサービスの質のチェックを行い、元ホテル従業員などが客を装って、部屋からフロントに電話して呼び出し音3回以内で取るかどうか、チェックイン手続きは5分以内にできるかなど13項目で評価した。観光局によると評価の有効期間は3年で、期限が切れれば改めて評価を受けなければならない。また、評価に見合ったサービスが行われていないという苦情が利用者から寄せられた場合、降格されることもある。同局はまた、評価を受けていないのに「5つ星クラス」などと宣伝を行うホテルに対し、利用者は行政院公平交易委員会（公平会）に知らせよう呼び掛けている。こうした業者は「虚偽広告」の度合いに応じて5万～2,500万台湾元（約13万7,000～6,860万円）の罰金が科される。

これに対して、日本は2008年度、日本政府の経済財政諮問会議（議長：安部元首相）において、ホテルの格付けにあたる新たなプログラムを導入する方針があった。政府の「成長力加速プログラム」に基づき、サービス業の競争を促すため、顧客がどれだけ満足しているかを示す顧客満足度指数を算出し、公表

するもので、その顧客満足度の指数は、

- ・商品・サービスの質に満足しているか
- ・値段に見合っているか
- ・期待通りの内容だったか

等を消費者に聞き取り、苦情の有無や再購入意欲なども勘案し、100点満点で評価する方針であったが残念ながら、日本ではまだ正式に導入されていない。

現在では主に旅行代理店やガイドブックを出版する会社が顧客や添乗員から寄せられた情報などをもとに格付けしているが、代理店間で評価にばらつきがある。旅行者はこれらの情報、あるいは口コミなどによって宿泊先を判断しているのが現状である。

① JTBのお客様アンケート評価

JTBのホテル評価はJTBが独自に定めた評価基準であり、日本全国の販売契約を締結している宿泊施設に利用したお客から年間約60万件のアンケートを回収している。また、JTBホームページでは、この「お客様アンケート評価」が表示され、利用者の宿泊施設の選びに参考させている。アンケート評価の内容として、宿泊施設の総合的な満足度に関するアンケート項目を総合評価とし、70点以上の場合、点数と★数で表示している。「サービス」「部屋」「夕食」「朝食」「大浴場」の各項目についても同様の表示をしている。

90点以上… ★★★★★

70点以上… ★★★★★

85点以上… ★★★★★

70点未満… ---

80点以上… ★★★★★

アンケート集計数が10枚未満… アンケート収集中

75点以上… ★★★★★

大浴場の設備がない場合… 設備なし

出所：JTBお客様アンケート評価の見方（2011年）

①旅行サイト関連

Whole Travel はホテルをグリーン度（エコ貢献度）で格付けするホテルの「グリーン度」をチェックし、持続可能性を増進する旅行社を啓蒙普及しようとするサイト。ホテルが地元を与えている文化的および経済的悪影響、顧客との対話的な関係、あるいは地元が抱えている環境的・経済的・文化的問題を宿泊者に正しく伝えているか、などに基づいて採点。ホテルを採点されるためにまずサイトに登録し、自分の努力の程度を自己申告する。

① 旅行口コミサイト（Trip Advisor）

国内の「朝食の評判がいいホテル」トップ20において、ベスト5のうちの4つが沖縄のホテル。しかし、ランキングを見ても大規模ホテルのみ。

エクスペディア：もともとはマイクロソフト社の旅行予約システムの一部門であった。アメリカのオンライン旅行会社。世界180か国、8万件以上の宿泊施設を取り扱う。20か国で運営する世界最大の旅行予約サイト。2006年に日本進出していたが、今年3月8日より日本市場に本格参入した。

② Expedia(エクスペディア)の世界ベストホテルランキングもともとはマイクロソフト社の旅行予約システムの一部門であった。アメリカのオンライン旅行会社。世界180か国、8万件以上の宿泊施設を取り扱う。20か国で運営する世界最大の旅行予約サイト。2006年に日本進出していたが、今年3月8日より日本市場に本格参入した。そのエクスペディアのホテルランキングではユーザーによるホテル評価にか

なりの比重が置かれており、加えてエクスペディアのホテル専門スタッフの評価なども組み合わせて集計したもので、単なる高級ホテルやリゾートのランキングではなく、コストパフォーマンスなども含めた総合的な満足度が評価基準となっている。

以上から見てもわかるように、一般的な宿泊施設の格付けとは、公的、民間にかかわらず明確に設定している国としていない国があるうえ、世界的な統一基準も存在しない。さらに、何を評価するのかという基準がなければ、公平な判断は難しいゆえに、現在の格付けシステムはハード面（施設や設備の大小、有無など）に頼らざるを得なくなってしまう。つまり、ホテルの格付けとは、「地域や国、もしくはポリシーなどの独自の文化基準によってなされたグループ分け」という定義が一般的な現状である。一方、その高単価を維持するために欠かせないのがサービス品質の維持・向上である国際ホテルチェーンの評価基準の特色について、次項で論じることとしたい。

3. 国際ホテルチェーンの評価基準

2002年に開業した「フォーシーズンズホテル丸の内東京」を先駆けに、03年に「グランドハイアット東京」05年「コンラッド東京」「マンダリンオリエンタル東京」、07年「ザ・リッツ・カールトン」「ザ・ペニンシュラ東京」と続き、09年に「シャングリ・ラ・ホテル東京」、10年には「セントレジスホテル大阪」など外資系高級ホテルチェーン日本進出が相次いでいる。現にそれぞれグループ内に独自なマニュアルの保有や品質評価システムの構築・実施を図っている現状である。例えば、現在日本で展開している世界最大のホテルグループであるインターコンチネンタルホテルグループの最高級シティホテル、及びリゾートホテル「InterContinental」、高級シティホテル「Crowne Plaza」、一般的なシティホテルとビジネスホテル及びリゾートホテル「Holiday Inn」など7つのブランドを展開している。その独自の「Quality Evaluation System」の概要を次のように整理してみた。

(1) IHG（インターコンチネンタルホテル）グループの品質管理の事例

IHG（インターコンチネンタルホテル）グループでは、グループホテルの共通自己チェックマニュアルがあり、品質管理が徹底されている。こうした完全システム化された品質管理は外資系ホテルでは多いが日本ではおそらくまだ例がない。その品質評価システム

(Quality Evaluation System)とは会社のブランド品質標準の継続、遵守を図るためのツールである。その採点対象項目は消火・防災安全、ブランド品質遵守、サービス・スタンダード及び清潔さ&設備状態であり、またその特徴として、①社内イントラネット上で管理している②施設内のあらゆる箇所に関するチェックリストをもとに現場をチェック③合格点に満たない部分に関して期限付きの改善指示が送られる④改善を行った後再び承認申請を行う義務化⑤採点ごとの結果・評価(%)、今年実績、今年目標、昨年実績も提示され、そして⑥結果はグラフでも閲覧できる。

上記の国際チェーンホテルの評価基準を参考にしながら、今後環境の維持と持続的な事業の達成が世界的に重要な課題として認識される中、宿泊施設としても日々の経営活動と環境社会の配慮は評価基準項目の策定にあたっては必須であると考えらる。

4. 社会や環境への配慮を前提した認証制度の導入

近年の特徴として品質の評価に、ホテルの環境に対する取り組みや姿勢を含める評価や格付けする組織または団体が導入している。参考となる国内・外の主要制度について概要をまとめ、次のとおりである。

(1) ISO 14001 (International Organization for Standardization 14001)

国際標準化機構（略称ISO）によって発行される国際的な認証である。PDCAサイクル（計画・実行・

評価・改善)を繰り返すことによって、環境保全の取り組みを促進する「仕組み」を改善するものである。つまり、事業者の経営面での管理手法について基準を定めたものであり、具体的な取り組みの内容や質を測るものではない。また、基準は一般的な記述に留められており、具体的な管理手法の構築は各事業者が自らの組織状況に合わせて行うことになっている。認証については自己評価による「自己宣言」と外部評価による「第三者認証」を選択することができる。認証取得により組織の経営改善が図られるのに加えて、国際的に認知された認証であり、取得した際の外部への宣伝・信用効果は比較的高いと考えられる。ただし、費用・手間・時間の面で中小企業にとっては取得しづらい要因となっている。2011年2月20日時点の日本国内適合組織数は20,283件。うち産業分類「ホテル・レストラン」については147件。沖縄県内では、「株式会社南西楽園リゾート西表サンクチュアリーリゾートニラカナイ」、「生活協同組合コープおきなわ」、「株式会社カヌチャリゾート」の3件となっている。

(2) エコアクション21 (Eco- Action 21)

環境省が策定した国内認証である。環境保全の取り組みを促進する「仕組み」に加えて取り組みの「実施内容」についても評価する。認証については、「エコアクション21中央事務局」が認定する「エコアクション21審査人」が第三者評価をおこなう。

ISO14001と比較して要求事項が簡便かつ取得と維持にかかる費用が低額であると評価されることが多く、中小企業者にとっても認証が取得しやすい状況があると考えられる。また、取り組みの実施内容を評価していることで、効果が認識しやすいメリットがある。ただし国内認証のため、国際的場面での宣伝・信用効果については比較的小さいことと、観光産業において取り組みが進んでいない状況もある。2011年1月時点での認証・登録事業者数は6,029件。うち業種分類「宿泊業・飲食サービス業」については11件。沖縄県内では、「株式会社かりゆし」の1件となっている。

(3) エコチャレンジ (Eco-Challenge)

エコチャレンジホテルとは、「GPNエコチャレンジホテル旅館データベース」に掲載をされている宿泊施設で、掲載に一定の条件を設けている。利用者が環境に取り組んでいる宿泊施設を選択するため情報をレーダーチャート等でホームページ上において紹介しており、宿泊予約サイトや各ホテルホームページとリンクさせて、データベース経由で予約をできるようにしている。その意味で、登録有無だけでなく、登録内容を利用者が見ることを意識している認証となっている。対象は日本のみで、自己申告による登録制度となっており、登録情報は登録事業者が責任を持つこととしている。また、名称のとおり宿泊事業者のみを対象とした認証である。登録料は、年間10,000円 (GPN会員は6,000円) となっている。2012年1月現在では全国でR&Bホテルグループが16軒、ワシントンホテルプラザグループが13軒、東急ホテルズグループが5軒、新阪急ホテルグループが2軒、その他単体ホテルが6軒、合計42軒が加入しているが沖縄では加入した施設はまだない。

(4) グリーンキー (Green Key)

デンマークから広まった宿泊施設における国際認証である。2003年からは、NGO団体である環境教育基金 (Foundation for Environmental Education、略称FEE) により運営されており、日本ではスウェーデン政府観光局内に事務局を置く日本支部 (FEE JAPAN) が事務局となっている。環境保全の取り組みを促進する「仕組み」に加えて取り組みの「実施内容」について、計約80の基準によって評価する。認証は、事務局で定められた外部委員による定期的な審査によっておこなわれる。エコアクション21と同じく仕組みと実施内容の双方を評価しており、違いは宿泊施設に特化していることと国際的な認証という点にある。要求事項は細かな部分で当然異なってくるが、事務局では顧客とのコミュニケーションをはじめとして、従業員、地域も含めた関係者との良好な関係構築を特徴として挙げている。2010年時点で約1,250 (18カ国) の施設が認証を取得した。日本においては5施設が認証を取得しているが沖縄ではまだ認証を取得した施設はない。

(5) クォールマークグリーン (Qualmark Green)

ニュージーランド政府より出資を受けたクォールマーク事務局が発行する環境認証である。ニュージーランド国内の観光事業者を対象としている。元々、クォールマークとして品質の認証制度（5段階）をおこなっていたのに加えて、2008年より環境保全に対する貢献度や取り組み状況を評価する「クォールマークグリーン」が付加された。認証を受けた事業者は、クォールマークとは別に新たにクォールマークグリーンのロゴ掲示が認められることとなり、両者を取得した事業者は並べて掲示していることが多い。誘客に力を発揮するとの評価がある一方で、手間と時間がかかるといった声も挙がっている。2011年2月時点で、クォールマークグリーンの登録（認証の手前）は約800件である。

(6) アースチェック(Earth Check)

観光産業および観光地を対象とした国際認証である民間団体による認証であり、その本部はロンドンに、アジア太平洋本部はブリズベンに置かれている。以前は、グリーングローブ (Green Globe) の名で知られていたが、2010年にアジア太平洋本部が新たにアースチェックを立ち上げた形となっている。認証は、ウェブサイトを通じて自身で申請することが可能となっているが、専門知識を必要とする内容となっており中小企業等には取り扱いにくいとの評価もある。取り組みの結果をモニタリングする内容となっており、着実な環境負荷低減につながる期待が高いと言える。2010年3月時点で日本国内においてベンチマークド（登録）が7社、シルバー認証取得が2社となっている。

(7) D B J 環境格付け (DJB Environmental Assessment Rating)

「D B J 環境格付け」は日本政策投資銀行が開発し格付けシステムにより企業の環境経営度を評価化、優れた企業を選定し、得点に応じて3段階の適用金利を設定するという、「環境格付」の専門手法を導入した世界で初めての融資メニューです。2011年12月にはビジネスホテルチェーンの(株) スーパホテルに対し全国初の環境「D B J 環境格付け」に基づく融資を実施した。スーパーホテルは、「安全・清潔・ぐっすり眠れる」というコンセプトをモットーに、お客様の快適的な睡眠に特化したホテルチェーンを展開している。また、「エコロジーとエコノミーを両立する」という経営方針に基づき、ホテル経営を通じた環境負荷の低減についても積極的に取り組んでいる。

6. 沖縄の宿泊施設の格付け制度の現状

現在、県内のホテル利用者数の60%以上はサイトまたはネットでホテル予約を行った人のアンケートによる口コミやホテルのランキング等を参考にしてホテルを決めたという現状である。一方、既往のメディアによる特集では2005年1月30日の地元紙の琉球新報がホテル・観光学の専門家として国内主要76ホテルの指導に当たる鈴木雅之氏に、初めて「県内ホテルを評価」の特集記事として掲載された。その評価対象項目は①従業員サービス②客室の清潔度・居心地③料飲施設④女性向けプラン・エステ⑤総合評価（「ハード」）⑥総合評価（ソフト）等6項目に関する評価をまとめられた内容であった。その後を追う連載記事はなかった。そこで、次項では国内・外の現状に基づき、今後沖縄における格付制度のあり方について検討してみたい。

7. 沖縄の宿泊施設における格付け制度の基本構想

以上、世界及び国内の格付けや評価制度の現況を踏まえ、今後沖縄県が取り組むことを想定した宿泊施設の格付け制度を行うために公正性と独自性の確保が必要となることを主張し、筆者がこれまでの調査及び整理した内容を踏まえながら、今後の沖縄県の宿泊施設の格付け制度の方向性を示していくことにしたい。

(1) シンプルでわかりやすく

制度の目的の1つは、利用者に対して宿泊施設の内容を理解しやすく提供するためのツールである。評

価内容や基準などを細かくして複雑にすることは、かえって混乱を招きかねない。評価者、被評価者間の誤解を防ぐとともに、両者にとって使いやすい制度にすることで制度の利用促進を図り、相互の利益に貢献するためにもシンプルでわかりやすくすることは重要であろう。

(2) 利用者にアピールできる

制度のもう1つの目的は、魅力ある内容によって沖縄の良さを知っていただくきっかけをつくることである。当然これらの内容を発信するにあたってのターゲットは国内に限らず、今後大きく観光交流人口の増加が予想されるアジアを中心とした海外も含まれる。格付け制度を実施して観光地沖縄の良さを伝えることにより、沖縄のブランドイメージの向上につながる事が可能だ。そのためにも、利用者の支持と協力を得ることが大切である。

(3) 地域社会への貢献度、密着度

この制度の大きな特色の1つである。宿泊施設はそれ単体のみではなく、それぞれの土地や資源などの外部要因による恩恵を受けて成り立っている。このことをしっかりと認識したうえで、努力した、あるいは努力している取り組みを地域に還元することにより、地域からの信頼を得ているか、あるいは地域振興や社会に貢献しているかを見極め、また利用者に示すことで、宿泊施設のみならずその地域の活性化にも努めるべきだろう。

(4) 環境に配慮した取り組み

特に美ら島、沖縄において自然は貴重かつ重要な観光資源である。同時に、宿泊施設は少なからず間接的にもその自然にダメージを与えているのは事実。このことに配慮し、持続的な発展を目指す取り組みも積極的に評価することが求められる。また、模範的な内容については表彰対象とする。

(5) 自分の努力の程度を自己申告できる仕組み

自己申告できる仕組みを設けることにより、他人評価による偏りをなくし、施設及び従業員の自発的な行為の促進を図る。不正な申告については、利用者からの信用低下などにより長期的に自らの首を絞める結果となるが、当然申告内容の正確性は確認する必要がある。

(6) 利用者に公表する仕組み

例えばホームページ公開の義務付けを行うなどして、利用者の選択条件の1つとして利便性を図り、さらには宿泊施設を通して沖縄の魅力を世界中へ発信する仕組みがより透明な制度となる。

(7) ランキングがあることで逆に隠されてしまっている努力している宿泊施設の認知度アップ。

旅行代理店やガイドブック、あるいはウェブページなどにおけるランキングでは、主にある程度の施設規模があり、利用者の多い宿泊施設ばかりがスポットライトを浴びてしまっている現状がある。この格付け制度では、ホテルに限らず、さらには施設規模の大小にとらわれない様々な宿泊形態の施設を紹介することで、より多くの情報と選択肢を提供し、宿泊産業全体のレベルアップとしての役割が期待されるであろう。

(8) 研修・コンサールの提供

認証制度を申請する施設に対し、改善に向けて具体的なアドバイスと研修を行い、宿泊産業全体のサービス品質を高めていくことを本制度の特色の一つにしたい。

8. 評価項目と基準

本制度の評価項目ならびに評価基準については大きく以下の通りに分類した。

(1) 地域特性に配慮したホテルの個性づくり

本制度の基盤となり、特徴となる部分である。ハード面やソフト面、食材、演出、アクティビティなど、いかに沖縄やその地域性を表現しているか。そのオリジナリティやアイデアなど、沖縄の卓越性をうまく取り入れているかについて評価していく。同時に、その地域を中心としたステークホルダーとの信頼

関係を構築できているか、あるいは地域社会に貢献しているかも評価の対象となる。

(2) 「おきなわ食材の店」の登録制度への加入

登録要件は、沖縄県内で生産された農林水産物を食材数で5割以上使用したメニュー（加工品や調味料は除く）が、「提供メニューの半数以上を占める」沖縄の宿泊施設内の飲食店であること、使用している県産食材について、積極的に情報提供を行っている店舗が申請可能になる仕組みである。

(3) エコ貢献度（環境配慮型経営）

宿泊施設が地域に与える環境的なインパクトを最小限に抑え、持続可能性に配慮した取り組みを評価する。例えば、重油の使用量削減、照明のLED（発光ダイオード）への転換、環境方針を実行する仕組みが機能しているか、などの省エネ対策。さらには、エコツアーをはじめとした環境教育やサンゴの養殖などの社会貢献活動も評価の対象とする。

(4) 健康配慮

シックハウス対策、あるいは禁煙、分煙対策がしっかりできているか。また、アレルギーを持つ利用者への配慮や対策が整っているかも評価の対象となる。

(5) 防災・防犯・食品衛生などの安全対策の取り組み

（法令義務の遵守）においてそれぞれ法令による基準を満たすマニュアルを持っているか。そして訓練を行っているか。

(6) ユニバーサルデザインの推進

外国人旅行者、体の不自由な方、シニア、幼児の受け入れにあたって、言語、サービスや環境は整っているか。体の不自由な方や高齢者の方向けにバリアフリーになっているか。

(7) 女性客利用率の向上

男性利用者より清潔面、安全面、設備面、サービス面に対する重視傾向から女性利用率の向上に努める必要がある。例えば、レディースフロアの用意による利用促進など。

(8) 重点評価項目の徹底

宿泊施設の評価基準の基本であるベッド(Bed)、バスルーム(Bathroom)及び朝食、(Breakfast)を重視した運営方針が求められている。すなわち、ぐっすり寝ることができるベッド（静けさ、ベッドの大きさ、硬さ）、バスルームの状態（広さ、清潔、水の出具合、お湯の温度）及び朝食の充実度（内容、健康志向、地域の特色メニュー、

地産地消の推進）が求められている。

(9) 提供内容を反映する経済的パフォーマンスの評価

従来の格付け制度にあるような、より高級で、館内設備が充実しているから高格付け、というものではない。それぞれの価格帯、宿泊費用において提供物に対してどれだけの満足感が得られるのか、費用対効果によるコストパフォーマンスを重視することが求められている。

9. 期待する波及効果

魅力ある施設づくりと共に県内宿泊施設が果たすべき社会的責任として

1. 県内食材の利用促進によって農産物の栽培種類や生産量を増やして、生産農家の産出額を大きくしていくことが期待できる。
2. 地産地消による輸送距離の短縮による環境負荷（二酸化炭素、窒素酸化物）の削減、農薬使用量の減少。
3. 地域循環の推進、ローカルマーケットの創出。

県産食材の利用促進にあたり生産者と料理人間の連携を図り、新たな飲食メニューを開発し、お客に喜んでもらえる料理を提供していく役割でもある。

10. まとめ

本稿で提案する格付け制度は、沖縄の独自の文化や価値観を意識し、沖縄を訪れる観光客に宿泊施設の情報を伝える役割を果たすものとして位置付けている。よって、認定された宿泊施設とは、沖縄の卓越性を表現し、観光地沖縄の良さを日本全国、あるいは世界へ発信することに貢献する施設でなければならない。しかし、格付けプログラムへの参加は宿泊施設側の自主的な判断に任されており、格付けのない宿泊施設が必ずしも質の悪いことを意味するものではない。

また、格付けは単なる順位付けを目的としたものとは異なり、利用者に対して宿泊施設の内容を理解しやすく提供するツールである。さらには、魅力ある内容によって沖縄の良さを知っていただくきっかけをつくるとともに、参加していただく宿泊施設に対しては、改善点や評価結果に基づくコンサルテーションを提供し、魅力ある施設づくりをサポートするという発想が本稿の主たるポイントである。そして、沖縄の各宿泊施設の現状を本稿で示した評価基準とどのように関わり合いながら実現していくのかということに関心を持っていきたい。そのためには定量的な調査や定性的な調査も視野に入れて検討するべきであろう。例えば、施設の規模の大きさによって評価内容も明らかに違うものであり、本稿はあくまでその一部を研究対象においたに過ぎない。そのため、今後量と質の双方の視点から検証していくことが求められると考え、ここに結論付ける。

引用・参考文献

- ・『琉球新報』2005年1月30日朝刊「県内ホテル評価」
- ・『琉球新報』2005年3月21日朝刊「ホテル競争時代を勝ち抜くために」
- ・石塚勉(1998)『日本旅館のマネジメント』pp.93-117.財団法人日本ホテル教育センター
- ・鈴木博・大庭 祺一郎(1999年)『基本ホテル経営教本』pp317-320.株式会社柴田書店
- ・仲谷秀一・杉原淳子・森重喜三雄(2006年)『ホテル・ビジネス・ブック』pp.1-34.
(株)中央経済社
- ・土師清次郎(2011年)『ホテルマネジメント15のポイント』pp.93-117.
(株)銀行研修社
- ・フリー百科事典『ウィキペディア』
http://ja.wikipedia.org/wiki/ISO_14000 (参照2012-04-29)
- ・環境省『エコアクション21』
<http://www.env.go.jp/policy/j-hiroba/04-5.html> (参照2012-04-29)
- ・スカンジナビア政府観光局『グリーンキー』 (参照2012-04-29)
<http://www.feejapan.org/greenkey/> (参照2012-04-29)
- ・ニュージーランド観光局『クオールマークグリーン』 (参照2012-04-29) (<http://nzfarm.blog122.fc2.com/blog-entry-16.html>(参照2012-04-29))
- ・(株)日本政策投資銀行『環境格付け融資のケース』http://www.dbj.jp/service/finance/long_term/e_finance.html (参照2012-01-09)
- ・Whole Travelはホテルをグリーン度(エコ貢献)で格付けする
<http://jp.techcrunch.com/archives/20080929whole-travel-launches-rating-system>
(参照2012-01-09)
- ・エコチャレンジホテル一覧
<http://www.ecohotels.jp/list/index.php> (参照2012-01-10)
- ・沖縄県農林水産部流通政策課『おきなわ食材の店』

<http://www.okinawa-shokuzai.com/> (参照2012-04-29)

- ・ About France com 『A guide to hotels in France』
<http://about-france.com> (参照2012-04-29)
- ・ USA TODAY 『Confusion is the star of hotel rating systems』 http://www.usatoday.com/travel/columnist/frossman/2004-03-05-grossman_x.htm
(参照2012-04-29)
- ・ CNN.com 『The dirty truth about hotel ratings』 (参照2012-04-29)
<http://edition.cnn.com/2011/09/07/travel/truth-hotel-ratings-bt/index.html>
- ・ Asia Travel Tips.com 『2011 Ranking of Hotel Groups in North and Latin America』
<http://www.asiatraveltips.com/print11.cgi?file=176-HotelRankings.shtml>
(参照2012-04-29)
- ・ Britain Express 『The Star Rating System for Hotels』
<http://www.britainexpress.com/oxford-hotels/star-ratings.htm>(参照2012-04-29)
- ・ BBC News 『Hotel star ratings: To infinity and beyond』
http://news.bbc.co.uk/2/hi/uk_news/magazine/8603430.stm (参照2012-04-29)
- ・ hotel MANAGEMENT ASIA 『China hotel ranking system to go under review』
<http://hma.hotelworldasia.com/content/china-hotel-ranking-system-go-under-review>
(参照2012-04-29)
- ・ エクスぺディア世界ベストホテルランキング2011
<http://www.expedia.co.jp/corporate/insiders-select.aspx> (参照2012-01-09)
- ・ 沖縄トラベルナビ 『沖縄の宿・ホテル予約』
<http://okinawa.travel/hotels/> (参照2012-04-29)
- ・ JTB 『お客様アンケート評価について』
http://dom.jtb.co.jp/yado/howto/rating_exp.asp (参照2012-04-29)
- ・ トリップアドバイザー 『ホテル・旅行の口コミ』
<http://www.tripadvisor.jp/> (参照2012-01-09)
- ・ 沖縄リゾートホテル特集—人気ランキング&予算別リゾート
<http://hotel.okitour.net/special/sp10.asp> (参照2012-01-09)