

【 論 文 】

韓国における宿泊施設の基盤整備に向けた取り組みについて
—インバウンド旅行の受け入れを中心として—

Policy Initiatives toward the Institutional Development for the Revitalization of
the Lodging Industry in Korea: With a Focus on the Reception of Inbound Tourists

李 貞順*
Lee JungSoon

【要 旨】

本稿では、ソウル一極集中化による宿泊施設不足、高騰する宿泊価格等の課題を抱えている韓国インバウンドの現状の中で、韓国インバウンド旅行市場で圧倒的な割合を占める中国人旅行者と、それに次ぐ割合である日本人旅行者の宿泊需要特性を把握した上で、宿泊施設の基盤整備に向けた取り組みについて考察した。考察の結果、課題解決のためには大枠で旅行需要を捉えるのではなく、旅行需要の多様性に応じた政策や制度設計がいかに有効であるかが確認できた。

Keywords : インバウンド旅行、宿泊施設、旅行需要特性

I. はじめに

韓国におけるインバウンド観光客数¹は、2000年に約870万人であったが、2012年に約1,100万人、2013年には約1200万人を超え、2014年には、1400万名を記録した。マーズの影響で、前年比減少を見せた2015年を除けば、年平均で約12%増加している。しかし、急激なインバウンド観光客の増加に伴い、宿泊施設の不足とその品質の向上が喫緊の課題となっている。

韓国観光公社が2011年に行った調査²によると、韓国への旅行を計画したが、実施できなかった旅行者について、その理由を尋ねると、外国からの個人旅行者の48.8%が、宿泊に関わる問題を理由に挙げている。また、国内の旅行会社³の64.1%、海外の旅行会社⁴の46%が、宿泊問題が理由で、顧客獲得に結び付かなかったことがあると答えている。そして、その地域については、海外の旅行会社は、ソウルが86.9%、済州島が63.5%であり、国内の旅行会社はソウルが85.7%、済州島が70.3%であり、宿泊施設の需要が特定の地域に集中していることが分かった。

この調査で顧客獲得に失敗をした旅行会社が挙げている宿泊問題とは、‘客室不足’が76.6%、‘高価格’が56.6%等であった。もし、宿泊問題が解決されたなら、という質問に対し、国内の旅

* 阪南大学国際観光学部 准教授

Associate Professor, Faculty of International Tourism, Hannan University.

¹ 文化体育観光部、2015年基準 観光動向に関する年次報告書、2016年、18頁

² 韓国観光公社、外来観光客宿泊予約失敗調査、2012年、1~41頁

³ 旅行素材を手配するランドオペレーター

⁴ 韓国への旅行商品を販売する海外の旅行会社

行会社は前年比（2011年比）120.7%、海外の旅行会社は129.2%まで顧客を増やすことが可能であろうと答えている。

このように、韓国では、持続的なインバウンド観光客誘致に向けて、特定地域への需要の集中、宿泊施設の不足、高価格、品質等が課題となっており、国全体の観光産業の競争力を低下させる大きな原因となりうると指摘されている。しかし、韓国の観光宿泊施設の中で、外国人観光客の利用頻度が最も高いのはホテルであり、インバウンド観光客の約70%が利用している⁵が、ホテルは、土地の取得、設備、備品、什器など多額の初期投資が必要な事業である。一般商品財の場合は、需要が増加すると、需要に合わせて生産増が容易であるが、ホテルの場合、事業特性として、限定された客室をもって、需要に応じるので、柔軟な需給の調整が困難である。また、需要動向の把握は国内外の環境変化に影響を受けやすく難しい。特にインバウンド観光客需要は、為替の変動、国家間の争いやテロ、伝染病の流行、国際的イベントの開催な等多種多様な要因によって左右されやすい。

このような理由もあり、宿泊の基盤を整えるには、国の方針や中長期的な需要予測に基づき、行う必要があり、新たなホテル客室の数を拡充することに加え、既存の宿泊施設の効率的な運用、管理することが求められる。

このような要求に対して、韓国政府は、新規ホテルの建設に向けて法的規制緩和や既存観光ホテルの等級制度の見直し、その他の宿泊施設に対する品質向上に向けて品質認定制度を設けるなど、宿泊施設の新規拡充と既存の宿泊施設の質の向上や効率的な運用についての方策を講じている。

最近では、その成果を上げており、インバウンド旅行者における年度別の宿泊に関する満足度を見ると、‘満足’の比率が2011年は70%だったのが、2015年度は90.1%へと高まって来ている。

表1.年度別宿泊に関する満足度（単位：％）

区分	2015年	2014年	2013年	2012年	2011年
満足	90.1	88.6	83.1	81.6	70.0
普通	9.0	10.2	15.0	15.9	24.8
不満足	0.9	1.1	1.8	1.7	4.4

注：満足は‘大変満足＋満足’を合わせたもの

出典：文化体育観光部、2015年外来観光客実態調査より

本稿では、韓国におけるインバウンド観光需要に伴う宿泊需要の現状を把握した上で、宿泊施設の現況や宿泊施設活性化のための取り組みについて考察する。この研究により特にインバウン

⁵ 文化体育観光部、2015年外来観光客実態調査、2016年、121頁

ド観光客誘致における今後の宿泊産業のあり方について幅広く検討を行い、韓国と類似した課題を抱えつつある日本においての課題解決に向けて考えるためのヒントが得られるのではないかと考える。

II. 韓国宿泊産業の現状

1. 宿泊業を取り巻く旅行需要の動向

韓国のインバウンド観光者数⁶は、2014年に過去最多の約1,420万人を記録した。国籍別の割合を見ると、中国人観光客の割合が最も多く全体の43.1%、日本人が16.1%、欧州が6%、米国が5.4%の順である。ここでは、韓国におけるインバウンド2大市場である中国人と日本人について近年の旅行需要の動向を考察してみたい。

(1) 中国人の訪韓観光の特徴

中国人の訪韓観光者数⁷は2000年44万人であったのが、2007年に100万人、2011年には200万人、2013年に400万人を突破、2014年には前年比41.6%増加⁸し6,126,865人を記録した。また、韓国のインバウンド観光客の市場に占める割合⁹も、2002年10%から2014年には43.1%に拡大し、韓国における最大のインバウンド市場として位置づけられるようになった。

中国人インバウンド観光客について概観すると、女性観光客数が増加しており、2014年では63%を占めている。年齢別では、20代の割合が最も多く、30代までを含むと、平均47.7%（2011年～2014年）と半数近くを占める。

また、旅行形態を見ると、日本人の訪韓旅行と比べて、団体旅行の割合が多く、リピーターの比重が年々減少傾向にある。滞在期間は日本人よりは長いものの、10日から7日へと短くなってきている。

そして、観光目的の訪問者の割合が年々増加し2014年には77.8%を占めており、主な訪問目的を見ても、余暇目的の割合が2011年59.1%から2014年に77.9%へと増加傾向にある。訪問地域がソウルとその周辺の京義圏や済州島を中心に、限定された地域への集中が見られる。滞在中に行う主な活動では、ショッピングの割合が目立って多い。

⁶ 文化体育観光部、2014年基準観光動向に関する年次報告書、2015年、21頁

⁷ 観光統計、観光知識情報システムホームページ、www.tour.go.kr、2016年9月閲覧

⁸ 文化体育観光部、2014年基準観光動向に関する年次報告書、2015年、4頁

⁹ 同上、21頁

表2. 中国人の訪韓観光の変化 (%)

区分	2011年	2012年	2013年	2014年
*訪問者数	2,220,196人	283,689人	4,326,869人	612,6865人
*性別	男性 49 女性 51	男性 44 女性 56	男性 41 女性 59	男性 37 女性 63
*観光目的	59.1	71.6	72.5	77.8
*滞在期間	10.9日	8.4日	9.9日	7.7日
*年齢	21~30才 26 31~40才 23 41~50才 23	21~30才 25 31~40才 23 41~50才 22	21~30才 24. 31~40才 22.7 41~50才 20.7	21~30才 24.4 31~40才 22.8 41~50才 18.2
#主な訪韓目的	余暇 48 事業専門活動 18.6 知人訪問 13.8 買い物 9.8 その他 8.8	余暇 49 事業専門活動 15.4 知人訪問 11.7 買い物 9.8 その他 14	余暇 59.5 事業専門活動 13.4 知人訪問 8.5 買い物 8.7 その他 10	余暇 74.4 事業専門活動 5.9 知人訪問 2.9 買い物 12.5 その他 4.3
#訪韓回数	1回 68.5 2回 14.8 3回 6.0 4回 10.7	1回 70.3 2回 13.0 3回 5.9 4回 10.9	1回 74.3 2回 12.2 3回 4.9 4回 8.7	1回 79.8 2回 11.6 3回 3.8 4回 4.8
#訪問圏域 (複数回答)	ソウル圏 91.3 京義 26.4 済州圏 23.6	ソウル圏 86.2 済州圏 25.8 京義 21	ソウル圏 79.3 済州圏 35.1 京義 17.2	ソウル圏 77.8 済州圏 34.2 京義
#旅行形態	個人 61.8 団体 36.1 Air-tel2.	個人 63.4 団体 33.4 Air-tel3.2	個人 53.8 団体 42.8 Air-tel3.4	個人 57.8 団体 39.4 Air-tel2.8
#訪韓活動 (複数回答)	ショッピング 81. グルメ 51.2 自然鑑賞 20.	ショッピング 85.7 グルメ 60. 自然鑑賞 18.6	ショッピング 82.8 グルメ 47.7 シティツアー 23.2	ショッピング 87.7 グルメ 60.7 自然鑑賞 42.7

出典：#は、文化体育観光部、2011~2015年外来観光客実態調査。

*は、2011~2014年観光統計、観光知識情報システムホームページ参照に作成。

(2) 日本人の訪韓観光の特徴

日本人の訪韓観光¹⁰は、1965年「韓日国交正常化」からその交流が本格的に始まり、その後、訪問者数は急激に伸び、1971年には訪韓外国人旅行者の割合で、日本人が41.5%を占め、初めて第1位を記録して以来、2012年まで韓国でのインバウンド観光客の割合で首位の座を守ってきた。しかし、2013年以降、円安や日韓の外交問題などの要因によって減少が続き、2014年には約228万人、割合では16.1%となっている。

日本人のインバウンド観光客について概観すると、中国人と同様女性の割合が半分以上を占めている。年齢別では、20代から50代までの年齢層が満遍なく占めており、中国人の訪韓観光者と比べて40~50代の年齢層が多い。また、旅行形態を見ると、個人旅行とリピーターの割合が多く、2014年の数字で見ると、個人旅行が、72.6%、2回以上のリピーターが71.7%となっている。滞在期間は平均3.4日で短い方であるが、滞在中の主な活動はショッピングとグルメに加え、2014年には、故宮・歴史遺産の巡りが増えている。その影響からか、訪問地域でも、ソウ

¹⁰ 文化体育観光部、2014年基準観光動向に関する年次報告書、2015年、21頁

ルを旅行する人が最も多いが、世界遺産のある慶州（慶尚圏）や水原（京義圏）の訪問者が多い。

表 3. 日本人の訪韓観光の形態（％）

区分	2011年	2012年	2013年	2014年
*訪問者数	3,289,651人	3,518,792人	2,747,750人	2,280,434人
*性別	男性 41 女性 59	男性 41 女性 59	男性 43 女性 57	男性 44 女性 56
*観光目的	97.4	97.2	95.8	95.2
*滞在期間	3.2日	3.3日	3.5日	3.6日
*年齢	21～30才 21 41～50才 19 31～40才 18	41～50才 20 21～30才 20 51～60才 18	41～50才 21.1 21～30才 19.4 31～40才 18.5	21～30才 22.7 31～40才 22.1 41～50才 19.2
#主な訪韓目的 (複数回答)	余暇 50.8 事業専門活動 23.6 知人訪問 9.4 買い物 12.8 その他 3.2	余暇 45.2 事業専門活動 17.6 知人訪問 9.7 買い物 20.7 その他 6.7	余暇 45.7 事業専門活動 16.7 知人訪問 9.7 買い物 22.2 その他 5.8	余暇 52.1 事業専門活動 20.2 知人訪問 8.9 買い物 13.3 その他 5.5
#訪韓回数	1回 49.1 2回 20 3回 9.6 4回 21.2	1回 35.7 2回 20.7 3回 13.2 4回 30.4	1回 30.9 2回 17.6 3回 14.1 4回 37.4	1回 28.3 2回 14.2 3回 13.2 4回 44.3
#訪問圏域 複数回答	ソウル 69.3 慶尚 19.5 京義 12.3	ソウル 73.7 慶尚 17.9 京義 11.6	ソウル 75 慶尚 20.2 京義 10.4	ソウル 80.9 京義 17.9 済州 16.7
#旅行形態	個人 56.6 団体 23.5 Air-tel20	個人 57 団体 17.3 Air-tel25.7	個人 67.7 団体 15.3 Air-tel17	個人 72.6 団体 5.2 Air-tel22.2
#訪韓活動 (複数回答)	ショッピング 76.5 グルメ 64.9 美容観光 21.1	ショッピング 77.2 グルメ 61.7 ビューティ 17.9	ショッピング 73.4 グルメ 56.6 ビューティ 15.4	グルメ 61.2 ショッピング 59.6 故宮歴史遺跡 24.8

出典：#は、文化体育観光部、2011～2015年外来観光客実態調査。

*は、2011～2014年観光統計、観光知識情報システムホームページ参照に作成。

2. 宿泊施設の需要動向

日本人の観光客と中国人の観光客が利用する宿泊施設は表4で示しているようにホテルが最も多い。しかし、ここ数年日本人の観光客の場合、ホテルの利用する割合が、減少傾向にある。一方、ユスホステル／ゲストハウス／旅館／モーテルの利用者の割合が増加傾向にある。また、中国人の観光客はもともと日本人に比べ、ホテルの利用率が低く、ユスホステル／ゲストハウス／旅館／モーテルの利用者の割合が多く、その割合が、2011年15.3%から2013年13%へ、減少したものの、2015年には15.3%へと再び増加している。

表 4. 年度別日本人・中国人利用宿泊施設 (%)

区分	2015年		2014年		2013年		2012年		2011年	
	日本人	中国人	日本人	中国人	日本人	中国人	日本人	中国人	日本人	中国人
ホテル	79.6	69.9	82.3	76.7	84.0	69.6	84.4	59.7	86.9	59.5
ユースホステル/ ゲストハウス/ 旅館/モーテル	10.1	15.3	9.1	13.0	7.7	10.9	7.4	12.5	7.6	15.3
親戚/知人の家	5.8	9.5	4.2	4.2	4.8	11.1	6.2	15.3	5.8	20.4
学校/会社寮/ 研修院	2.6	2.6	3.1	2.3	3.0	6.8	4.3	11.9	3.4	6.3
コンドミニアム/ ペンション/ レジダンス	1.9	2.9	2.6	5.4	3.5	6.1	3.0	4.9	1.9	5.3
ホームステイ	0.4	2.0	0.5	1.4	—	—	—	—	—	—
お寺	0.4	0.1	0.1	0.0	0.0	0.1	0.2	0.4	0.4	0.5
その他	0.5	1.6	0.8	0.4	0.9	0.3	1.0	0.3	0.8	0.5

- 注1) 利用宿泊施設をすべて選択
2) 1泊以上宿泊した外来観光客を対象に分析
3) ‘ホームステイ’は2014年から追加された項目

出典：文化体育観光部、2011年～2015年外来観光客実態調査を参照に作成

次に宿泊施設の価格については、2011～2012年に韓国文化観光研究院が行った調査（インバウンド観光客の宿泊施設利用実態及びニーズを測定するために行ったアンケート）¹¹によると、まず、韓国のインバウンド市場の主要3カ国である日本、中国、アメリカの観光客が支払っている平均宿泊料金は、一泊あたり218,310¹²ウォンである。これに対し、インバウンド観光客が適切であると考える宿泊料金は一泊当たり138,649ウォンであり、韓国での宿泊料金が高いと感じていることが分かる。

さらに詳細に当該調査を分析すると、日本人観光客の場合、一泊の平均宿泊料金として支払っている金額が、個人旅行が175,106ウォン、団体旅行が186,644ウォンである。一方、中国人観光客は、個人旅行が310,582ウォン、団体旅行が79,421ウォンである。

これに対し、適切であると考える料金に関しては、日本人観光客は、団体旅行と個人旅行がほ

¹¹ 文化体育観光部、観光宿泊施設需給分析研究、2012年、84～89頁

¹² 一日平均宿泊費は日本人観光客、176,104ウォン、中国人観光客296,284ウォン、アメリカ人観光客、215,269ウォンとなっている。

ぼ変わりなく約15万ウォン程度であると答えている。これは韓国における客室価格では、ビジネスホテルクラスの価格帯である。

また、中国人の観光客が考える適切な料金は、個人旅行が約9万ウォン、団体旅行では76,751ウォンであり、旅行形態によって違いがあるものの、日本人観光客に比べ、低価格の宿泊施設を好む傾向が強いようだ。

次に、宿泊施設選択時に重視する条件については、中国人の観光客と日本人の観光客は共通してアクセスの良い立地条件を第一に挙げ、次いで価格、施設内容の順であった。しかし、もう少し詳細に見ると、日本人観光客は、立地条件を重視する割合が比較的に高かったことに対し、中国人観光客は立地条件と価格に対する要求割合がほぼ同じであり、より価格を重視しているように考えられる。ただし、個人旅行においては、日本人観光客と中国人観光客双方とも、立地条件を最も重視すると答え、差異が見られなかった。

最後に本調査によると、再訪問の際に利用したい宿泊施設について、日本人の場合は、ホテルとする割合が80.4%と最も高く、中国人の場合は、ホテルとする割合は、47.5%にすぎず、ユースホテル/ゲストハウスが14.4%、コンドミニウム/レジダンス・インが8.1%であるなど、ホテル以外の宿泊施設を利用したいとする割合が日本人より高かった。

他方、宿泊施設に関する満足度を見ると、インバウンド観光客全体の満足度は、前述のように2011年から2015年までの間に70%から90.1%に向上している。しかし、訪問者の国別の満足度を見ると、中国人観光客の場合、2011年以降、満足度の割合が年々増加する傾向にあり、しかも満足度の水準が高い。一方、日本人観光客の場合は、満足度は増加しているものの、中国人観光客と比べると満足度水準がかなり低いことが分かる。

表5. 宿泊に関する満足度

区分	2011年		2012年		2013年		2014年		2015年	
	中国人	日本人	中国人	日本人	中国人	日本人	中国人	日本人	中国人	日本人
満足度及び満足比率	3.97	3.59	4.17	3.91	4.11	3.91	91.1%	77.7%	92%	79.1%

注；2011年～2013年は5点満点の評価、2014年～2015年は‘非常に満足’と‘満足’を選択した割合

出典：文化体育観光部、2011年～2015年の外来観光客の実態調査を参照に作成

以上から、国別、または旅行需要別に、宿泊施設に対する期待や満足度には差異がありその特性を踏まえたうえで、宿泊施設の需給方策を練る必要があると考える。

Ⅲ. 韓国における宿泊施設の法的位置づけ

1. 宿泊施設の種類

(1) 観光振興法による宿泊施設の種類¹³

観光振興法は、観光資源の開発、育成と観光振興に寄与することを目的に制定され、観光宿泊施設に関する登録手続きや登録基準などを規定している。2015年現在、観光振興法上の宿泊施設は、ホテル業、休養コンドミニアム業、観光便宜施設業等に大別され、更にホテル業は観光ホテル業、韓国伝統ホテル業、家族ホテル業、ホステル業、小型ホテル業、医療観光ホテル業に区分されている。

①ホテル業

ア、観光ホテル業

観光客の宿泊に適合する施設を備え、これを観光客に提供する他、宿泊に伴う料飲、運動、娯楽、休養、公演、研修に適合する施設等を併せ持ち、観光客に提供する施設である。観光ホテルの品質の向上やホテル利用者の便宜を図るため、等級を特1級～3級までの5段階で設定していたが、2015年、新たに導入された制度では、1星～5星の5つの星で等級を分類した。2015年現在、等級別ホテルの軒数は以下のとおりである。

図 6. 観光ホテル業の現況

区分	5星	4星	3星	2星	1星	特1等級	特2等級	1等級	2等級	3等級	等級無し	総計
個数	11	1	19	32	21	75	114	133	83	135	283	907
客室数	4,445	215	2,042	1,796	941	24,820	21,727	13,599	6,094	8,225	17,822	101,726

注：等級無しの場合は、新規登録業態及び等級有効期間が満了したもので、2015年12月現在、有効等級を持っていない。2018年までは新・旧の等級が並行して運用される。

出典：文化体育観光部、2015年基準観光動向に関する年次報告書、251頁を参照に作成。

イ、水上観光ホテル業

水上の建物、または、船舶を固定させ、観光客の宿泊に適合する施設を備える他、それに付随する施設を備え、サービスを提供する施設である。2000年に初めて釜山海雲台に50室の水上観光ホテルが登録されたが、台風により閉鎖となり、現在は14存在しない。

¹³ 法制処、法令情報、観光振興法、www.moleg.go.kr

¹⁴ 文化体育観光部、2015年基準観光動向に関する年次報告書、2016年、256頁

ウ、 韓国伝統ホテル業

建築物の外観が伝統家屋の形態を備えたもので、宿泊に適合する施設とそれに付随する施設を備え、サービスを提供する施設である。1991年に済州島で初めて登録され、2015年現在6軒、157室が登録¹⁵されている。

エ、 家族ホテル業

家族単位の観光客に適合する宿泊施設及び炊事場を備え、自炊利用ができる他、宿泊に伴う飲食、運動、休養または、研修に適合する施設を共に備え、サービスを提供する施設である。家族単位の観光需要に対応する国民福祉のために導入されたものである。2015年現在、121軒、10,389室が登録¹⁶されている。

オ、 ホステル業

バックパッカーなど個人観光客の宿泊に適合する施設で、シャワー室、炊事場等の施設と外国人と自国民が文化や情報の交流を図れる施設を共に備え、利用できる施設である。2009年に追加された業種で、宿泊料金がゲストハウスよりは高く、ビジネスホテルよりはやや安い水準の宿泊施設¹⁷として、2015年現在232軒、4,889室が登録¹⁸されている。

カ、 小型ホテル業

観光客の宿泊に適合する小規模施設（客室30室未満）を備え、また、宿泊に伴う料飲、運動、娯楽、休養、公演、研修に適合する施設などを備え、観光客にサービスを提供する施設である。ブティックホテルなど、客室数は少ないが、特色がある宿泊体験を求めるニーズに応えるため、2013年から追加され、2015年現在13軒、265室が登録¹⁹されている。

キ、 医療観光ホテル業

医療観光客に適合する宿泊施設であり炊事施設や宿泊に伴う飲食、運動、休養に適合する施設を備え、主に外国人観光客を対象とした施設である。医療観光の活性化を目的に2013年追加されたが2015年現在登録²⁰されているホテルは存在しない。

¹⁵ 同上

¹⁶ 同上

¹⁷ キム・ジンス、国内観光産業の両極化問題及び改善方向、Hotel & Restaurant マガジン、www.hotelrestaurant.co.kr、2016年4月5日

¹⁸ 文化体育観光部、2015年基準観光動向に関する年次報告書、2016年、257頁

¹⁹ 同上

²⁰ 同上

②休養コンドミニアム業

施設の会員や共有者や観光客の宿泊と炊事に適合する施設を備え、宿泊に伴う飲食、運動、娯楽、休養、公演、研修等に適合する施設を備え、サービスを提供する施設である。1982年に追加されて以降、国民の主要宿泊施設として捉えられており、2015年現在209軒42,796室が登録²¹されている。

③観光客便宜施設業²²

観光客便宜施設業とは、観光事業のうち旅行業、観光宿泊業、観光客利用施設業、国際会議用施設業を除いた事業や施設で、観光振興に役に立つと認められるもので、「観光振興法」が定める規定により、地方自治体長または、地域別観光協会が指定するものである。

ア、外国人観光、都市民泊業

住民が居住している住宅を利用し、韓国の家庭文化の体験に適合する施設を備え、外国人観光客に泊食などを提供する施設で、2011年に導入され、2015年で1,209カ所が指定²³されている。

イ、観光ペンション業

自然、文化、体験観光に適合した施設を備え、運営者がそれら体験型サービスを提供できる施設である。2015年、386カ所が指定²⁴されている。

ウ、韓屋体験業

韓屋での宿泊に適合する施設を備え、観光客に提供する他、宿泊に伴う食事体験やその他の伝統文化の体験に適合するサービスを提供する施設である。2009年に新設され、2015年1,065カ所が指定²⁵されている。

(2)「公衆衛生管理法」上の宿泊施設の種類²⁶

保険福祉部所管の公衆衛生管理法は、国民の衛生水準の向上を図り、国民の健康増進に寄与することを目的に制定されており、宿泊施設の種類の有無によって、一般宿泊施設と生活宿泊施設に分類される。

²¹ 同上

²² 法制処、法令情報、観光振興法、www.law.go.kr

²³ 文化体育観光部、2015年基準観光動向に関する年次報告書、2016年、273頁

²⁴ 同上

²⁵ 同上

²⁶ 法制処、法令情報、公衆衛生管理法、www.law.go.kr

① 一般宿泊業

宿泊滞在できる施設（炊事施設は除外する）であり、施設設備利用等のサービスを提供する事業で、一般的には旅館²⁷、モーテル²⁸などがこれに含まれる。

② 生活宿泊業

宿泊滞在できる施設（炊事施設を含む）であり、施設設備利用等のサービスを提供する事業で、レジダンス（serviced residence）などがこれに含まれる。

表7. 公衆衛生管理法上の宿泊施設の数

年度	2011年	2012年	2013年	2014年	2015年
事業者数	30,651	30,673	30,640	30,746	30,880

出典：国家統計ポータルサイト、<http://www.kosis.kr>

IV. 韓国における宿泊施設の供給活性化に向けた取組み

1. 宿泊施設拡充のための政策

韓国における観光宿泊施設充実に向けての取組みは、1961年の「観光事業振興法」の制定と同時にスタートした。その後、更なる充実を図るため、1986年、1997年、2012年の3回にわたり「特別法」が制定された。それぞれの特別法について時系列に分析すると、まず、1986年の特別法であるが、この特別法は、1988年末まで適用されたもので、アジア大会とソウル・オリンピックを控え、この国際的イベントを混乱なく成功裏に開催するため、観光客の受け入れ態勢の拡充を目的に「オリンピック等を控えた観光宿泊業などの支援に関する法律」であった。この特別法により、1987年と1988年、観光ホテルの建設ラッシュが現出した。3,990室のホテル客室が新たに供給され宿泊施設の拡充に大きな影響を及ぼしたとされる²⁹。

その後、1997年、再び「宿泊施設の支援などに関する特別法」³⁰が制定され、2002年末まで適用された。これは、2000年のASEM、2002年のワールドカップ、アジア大会などの開催を控え、観光宿泊施設の拡充と共に、宿泊施設のサービス改善を支援し、宿泊産業発展にむけての基盤整備が目的であった。当該特別法では、観光ホテル施設の建設に必要な行政手続きの簡素化や、観光ホテルを建設する際の土地の造成面積、建築規模、付設駐車場の設置基準などの規制が

²⁷ 日本の旅館とは異なり、食事や飲料などが提供できる付帯施設はなく、客室のみを備えている低価格の宿泊施設

²⁸ 外国では自動車を用いる旅行者のための宿泊施設であるが、それとはことなり、韓国では、旅館とほぼ同様の宿泊施設

²⁹ 韓国観光公社、通史編—半百年の大韓民国の価値を高めた観光振興の半世紀、176頁

³⁰ 法制処、観光宿泊施設支援などに関する特別法、www.law.go.kr

緩和された。また、交通誘発負担金や、環境改善負担金などの各種負担金の減免などの支援規定を設けるとともに、サービスの善のために観光宿泊業者に対して、従業員に対する資質向上のための教育の実施を義務化した³¹。当該特別法の制定による効果についてキムとユ（2002）³²は、観光ホテル数が1997年から2001年で、457軒から488軒へと、年平均6.7%増加し、客室数が48,078室から52,073室、年平均8.3%増加し、制定前の同じ期間と比較すると、年平均増加率が2倍近くとなり、観光宿泊業の発展に大きな役割を果たしたと評価している。また、この特別法が施行された期間に、公衆衛生管理法による一般宿泊業のうち、4,238軒（2002年4月基準）を指定宿泊業者と指定し、'World Inn'と命名された中低価格帯の宿泊施設との共同予約システムを構築し運用を行い、その後のインバウンド旅行における宿泊施設利用の多様化に寄与したと評価している。

次に、2011年「観光宿泊施設の拡充・支援等に関する特別法」³³が制定され、2015年までの運用予定であったが1年間の延長となり、2016年末まで適用される予定である。

この特別法は、インバウンド観光客の2,000万人の時代を迎えるにあたり、新規ホテルの建設手続きを簡素化し、観光ホテルの拡充期間を大幅に縮め、とりわけ、ソウルを中心とした首都圏の宿泊不足問題を解消することと、中低価格帯のビジネスホテルの新規建設のための規制緩和に対応するなど、観光宿泊施設の拡充の基盤整備を目的としている。具体的な中身は、2015年までに総部屋数3万8,000室の拡充³⁴を目標に、事業計画の承認や建築許可など、観光ホテルの建設の手続きを簡素化、観光振興開発基金の優先的支援、容積率や駐車場に対する特例を適用、グローバルなホテルチェーンブランドと契約を締結する場合、優先的に支援を行うなどである³⁵。

特別法を制定した2011年以降、新規ホテル数と客室数の増加率を見ると、新規ホテル数は2011年644軒だったのが、2015年907軒へと、約40.8%増加しており、客室数は2011年70,763室から2015年101,726室へと約43.7%増加した³⁶。また、韓国観光サービス評価院のキム院長³⁷によると、当該特別法は、中低価格帯のビジネスホテルの建設促進に影響を与えたとされる。特級ホテルの業界がセカンドブランドを増やし³⁸、特にソウル市において、ビジネスホ

³¹ キムヒャンジャ・ユジユン、観光宿泊施設支援などに関する特別法の効果分析、韓国観光研究院、2002年、7月、要約vii頁

³² 同上、要約ix頁

³³ 法制処、観光宿泊施設拡充のための特別法、www.law.go.kr

³⁴ チェヒョンギョン・キムジンヨン、ホテル産業の供給周期と規制研究、産業研究院、2013年、59頁

³⁵ 法制処、観光振興法、www.law.go.kr

³⁶ 文化体育観光部、2015年基準観光動向に関する年次報告書、2016年、年度別観光ホテル客室増加の推移を参照

³⁷ キム・ジンス、国内宿泊産業の両極化問題及び改善方向、Hotel & Restaurant マガジン、www.hotelrestaurant.co.kr、2016年4月5日

³⁸ 例えば、'ホテル・リッツ'が2011年～2012年の期間に韓国においてビジネスホテル4軒をオープンしている。（文化体育観光部、世界ホテル産業の動向と未来研究、2012年、104頁）

テルが多く含まれる4星級と3星級のホテルの数が2013年71カ所から2015年に98カ所へと38%増えたとしている。

2. 宿泊施設の品質向上への取り組み

(1) ホテル業に対する等級評価の義務化

2014年9月、ホテル等級制度に大改正が行われ、観光ホテル業は3年ごとに等級評価を受けることが義務付けられることとなった。その背景として、韓国におけるホテル等級制度は、施設及びサービス水準を効果的に維持・管理し、利用者の便宜を図ることを目的に1970年に初めて導入された。当時、客室数を基準に等級が付与され、200室以上の場合は特等級、100室以上は1級、それ以下は2、3級が付与された³⁹。1979年の改正では、観光ホテルの品質向上を目的に、ホテルの施設だけではなく、サービスの運営実態についても評価されるようになった⁴⁰。その後、1999年の改正では、等級決定業務が文化体育観光部から、韓国ホテル協会と韓国観光協会中央会の二つの民間機関に委託された。この措置は、事業者団体が自ら等級を決定することによって、業界が自発的に等級制度のルールを守り、ホテルサービスの品質向上を図ることができるという狙いであった⁴¹。しかし、近年、客観的な品質水準を図る制度として機能していない等の指摘がなされた。とりわけ、調査の容易性を強調するあまり、有形の施設基準を中心とした評価内容や配点割合になっていることや、等級決定機関が二元化されていることによって、機関別に評価方式や手続きの相違点が生じるなど、改善の必要性が提起されるようになった。しかも、等級の有効期間が超えても、評価申請をしていない違反行為が目立ち、2012年に文化体育観光部が実態調査⁴²を行ったところ、ホテル等級決定を受けていない、あるいは、実際と異なる等級を表しているなどの違法ホテルが全体の63%になっていることが判明した。

そこで、今回に改正されたホテルの等級決定制度では、客観性や公平性を高め、インバウンド観光客に韓国のホテルの施設やサービス水準に対する正確な情報を等級によって伝えることに重点をおいた⁴³。

具体的な改正内容は、等級表示をグローバル基準に合わせ、韓国の国花「槿の花」から、「星」へ変更した上で、信頼性と客観性を高めるため、等級決定機関を韓国ホテル協会と韓国観光協会中央会から公的機関である韓国観光公社へと変更した。

そして、評価基準について、これまでは、等級別に採点内容の違いがなく、総点700満点で採

³⁹ 韓国文化観光政策研究院、観光ホテル等級制度の改善方案、2003年15頁

⁴⁰ 同上、16頁

⁴¹ 文化体育観光部報道資料、「ホテル等級制度」全面改編、信頼度が上がる、www.mcst.go.kr、2014年11月20日。

⁴² 文化体育観光部、観光ホテル等級管理実態調査研究報告書、2012年、20頁

⁴³ 韓国観光公社、ホテル業等級決定事業、www.hotelrating.or.kr

点され、特1級は評価点数が90%以上、特2級は80%以上、それ未満は1級、2級、3級と等級が付与された。2014年の改正では、等級別に別途採点基準を設けるほか、評価方法と評価内容の修正を行った。サービスを重視する基準に改め、評価方法は、評価日を事前に知らせ、評価員が直接訪問し調査する‘現場調査’と、評価日を事前に知らせず、訪問し調査する‘暗行（4～5星級）／不時（1～3星級）評価’つまり、ミステリーショッパー形式の二段階に分けて実施するようになった。その上で、等級決定は、5星ホテルは、1000点満点で評価し点数が90%、4星ホテルは850点満点で評価し点数が80%以上、3星ホテルは700点満点で評価し点数が70%以上、2星ホテルと1星ホテルは、は評価点数が600点満点で評価が行われ、それぞれ点数が60%以上、50%以上で合格となる。

評価内容は、①共用空間のサービス部分②客室及び浴室部分③料飲及び付帯施設部分④その他、付加点数（加点、減点）の内容が含まれる。暗行／不時評価には①予約サービス②玄関及び駐車サービス③ロビーの環境及びフロント④客室サービス⑤ルームサービス⑥ビジネスセンター⑦食堂⑧チェックアウト⑨見送りの内容が含まれる。

表8. ホテル等級制度の概要

区分	等級制度の内容	
決定機関	韓国観光公社	
等級体系	1星	客室、浴室、朝食が可能
	2星	1星の基準に加え、食飲料の付帯施設
	3星	2星の基準に加え、1個以上のレストラン、ロビー、ラウンジ、休息空間
	4星	3星の基準に加え、カスタマイズされたサービス、品格があるロビー 品格がある寝具や家具を備えた客室、2つ以上のレストラン、ビジネスセンター、宴会場、国際会議場、12時間以上のルームサービスが可能、フィットネスセンター
	5星	4星の基準に加え、最上級の施設とカスタマイズされたサービス、3つ以上のレストラン、大型宴会場や国際会議場、24時間ルームサービスが可能
評価方式	現場評価；評価日を事前に通報した後に現場調査 暗行／不時4～5星；1泊暗行調査／1～3星；無泊不時訪問調査 ※暗行／不時評価は等級決定申し込み日より90日以内に実施	
等級決定基準	5星	1000点満点；評価点数が90%以上
	4星	850点満点；評価点数が80%以上
	3星	700点満点；評価点数が70%以上
	2星	600点満点；評価点数が60%以上
	1星	600点満点；評価点数が50%以上

出典：韓国観光公社、ホテル業等級決定事業ホームページ www.hotelrating.or.kr を参照に作成

(2) グットステイ認証制度

グットステイは、優良な中低価格帯の宿泊施設充実のために、韓国観光公社所管の下、2006年にスタートした認証制度である。旅館やモーテルなど、公衆衛生管理法所管の一般宿泊業と生活宿泊業に登録されている宿泊施設を対象とするもので、2015年現在、全国に612カ所22,653

室が認定を受けている⁴⁴。

この制度導入の背景は、週休二日制実施による韓国人の国内旅行需要の多様化、そして、中国人観光客の急増による宿泊施設不足に対応し、宿泊施設の供給不足が緩和するまでの間の多様な代替宿泊施設の拡充のためであった⁴⁵。

認定を受けた宿泊施設に関しては、‘グットステイ’ブランドロゴの使用権の提供、運営者及び従業員にサービス標準化のための教育支援、オン・オフラインでの広告及び客室販売のための支援、施設の増築・増設のための低金利での融資等、宿泊施設の運営及び改善のための必要な支援を行う⁴⁶。2014年からは、ホームページの改編により、顧客への利便性の強化を図り、オンライン宿泊予約サイトのOTA（Online Travel Agency）との提携を通じて客室販売の支援を実施した。また、定期的運営実態のモニタリングや新規指定業者の事前教育やフェイス・ツウ・フェイスの訪問サービス教育を通じて品質管理を強化した。その結果、2014年はオンライン販売の客室数が164カ所の73,105室で前年比82%増加したとされる⁴⁷。

(3) 韓屋ステイ認証制度

韓屋ステイは、代替宿泊施設の発掘及び宿泊施設の高付加価値化に資するため、2013年から韓国観光公社が韓屋体験業として登録している業者を対象に、認証する制度であり2015年末現在、全国に383カ所、2,388室が認証を受けている。認証を受けた業者⁴⁸は、認証マークの使用や商標権を付与される。そして、観光公社が運営するホームページ上への情報の掲載や韓屋ステイに関する広報冊子の制作及び配布（英語、日本語、中国語）、観光公社の国内外のネットワークと連携した商品開発及びメディア広報、運営者を対象としたサービス向上のためのアカデミー講座の実施など、円滑な運営を実施するための様々な支援が用意されている。

特に、2014年からは、広報マーケティングの支援をより強化している。例えば、韓屋ステイ及び名品古宅⁴⁹を対象に取材を行い、その内容を、Webサイトに掲載。有力ポータルサイトとの連携を通じて韓屋ステイブランドの広告や韓屋ステイ・サポーターズの立上げや運営を通じて双方向での広報マーケティングの実施、韓国最大のポータルサイトネイバーとの業務提携を通じたモバイルホームページの構築などである。その他にも、名品古宅の宗家の食に焦点を当て、観光商品化するため、パワーブロガー対象のパムツアーを実施するなど2015年にはオンラインを通じ

⁴⁴ 文化体育観光部、2015年基準観光動向に関する年次報告書、2016年、73頁

⁴⁵ ソウル特別市観光政策課、観光宿泊施設建立及び支援制度の案内書、2013年、37頁

⁴⁶ 韓国観光公社、グットステイホームページ、www.korean.vistkorea.or.kr

⁴⁷ 文化体育観光部、2014年基準観光動向に関する年次報告書、2015年、72頁

⁴⁸ 韓国観光公社、韓屋ステイホームページ、www.hanokstay.or.kr

⁴⁹ 古宅や宗宅のうち、文化財に指定されているか、あるいは、築70年以上の韓屋を宗家の妻が自ら管理・運営する韓屋。

て10,609室を販売、59万4千人の観光客が宿泊した⁵⁰。

(4) コリアステイ認証制度

都市の遊休住居施設を、外国人観光客が韓国の家庭文化を体験できる宿泊施設として活用するもので、2011年に導入された韓国型B&B認証制度である。2013年からは、個人旅行の増加に伴う低価格で多様な宿泊需要に対応するため、既存のホームステイに加え、ゲストハウスまで拡大し、認証するようになり⁵¹、2015年末現在321カ所871室が認証を受けた⁵²。認定を受けた施設は、認定マークを使用できる他、韓国観光公社ホームページ（英語、中国語、日本語）にホストの情報掲示板を通じてゲストを募集できること等、予約マッチングサービスの提供や韓国観光公社が制作する広報物にコリアステイの広報及び掲載さらに運営者を対象にサービス向上のためのアカデミー講座の実施、メディアを利用したブランド広報等の支援も行う⁵³。2015年には、オンライン客室販売及び韓国語教育、修学旅行とホームステイを融合した商品を販促することで、総20,998室を販売しており、総5万4千名が宿泊した⁵⁴とされる。

(5) ベニキア（韓国型ビジネスホテル チェーンブランド）事業⁵⁵

ベニキアは、韓国観光公社が文化体育観光部の支援の下、国内外の旅行客に便利で合理的な価格の宿泊サービスを提供することを目的に2006年にスタートした中低価格帯（ビジネス）⁵⁶ホテルのチェーン事業である。ベニキア（BENIKEA）はBest Night In Koreaの頭文字をもじった造語で‘最高の休息を送る韓国の代表ホテル’をモットーにしている。種類としては、BENIKEA（30室以上の観光ホテルを対象）、BENIKEA HOME（30室以上の家族ホテルを対象）、BENIKEA Premier（100室以上の観光ホテルを対象）の三つのブランドを展開しており、2016年6月の現在、国内51か所、国外2カ所⁵⁷の4,725室の加盟ホテルを運営している。ブランドの特徴として、信頼性（専門機関の厳重な審査を通過したホテル）、経済性（1泊に米ドル100ドル程度の合理的な客室料金）、一体性（従業員のサービス教育、宿泊客へのアンケート調査、ミステリーショッパーを通じた一体的なサービス品質管理）、立地性（ソウル、釜山、江源、済州道等の全国主要観光地にアクセスしやすい立地）を掲げ、ベニキア独自の基準による厳格な品質管理を行う。また、SNSや多様な媒体広告、情報発信等によってブランドイメージ

⁵⁰ 文化体育観光部、2015年基準観光動向に関する年次報告書、2016年、74頁

⁵¹ 韓国観光公社、コリアステイホームページ www.koreastay.or.kr、

⁵² 文化体育観光部、2015年基準観光動向に関する年次報告書、2016年、73頁

⁵³ 韓国観光公社、コリアステイホームページ、www.koreastay.or.kr

⁵⁴ 文化体育観光部、2015年基準観光動向に関する年次報告書、2016年、73頁

⁵⁵ 韓国観光公社、ベニキアホームページ、www.benikea.com

⁵⁶ 旧ホテル等級で1～3級観光ホテルを対象にしている。

⁵⁷ 日本の福岡、アメリカのLA

向上に向けた取り組みを行っており、2011年12月に行ったホテル宿泊経験者を対象としたオンライン調査では、ビジネスホテルにおける認知度が17.3%⁵⁸だったのが、2015年の同調査では、34.5%まで向上し、韓国国内におけるビジネスホテルのうち、認知度一位⁵⁹を記録している。

V.おわりに

韓国のインバウンド旅行市場は、2010年以降、年平均10%の増加率で急拡大し、宿泊施設の拡充やその運用についての対応に迫られている。宿泊施設の需要に関しての特徴は、旅行需要がソウル等限定した地域に集中し、その地域での宿泊施設不足と高騰する宿泊費などが喫緊の課題となっている。このような現状を踏まえ、本稿では、韓国インバウンド旅行市場で圧倒的な割合を占める中国人旅行者とそれに次ぐ割合を占める日本人旅行者の宿泊需要特性を把握した上で、宿泊施設活性化に向けた取り組みについて考察した。

考察の結果、課題解決のためには大枠で市場を捉えるのではなく、ターゲットとする旅行市場特性に応じた政策や制度設計が必要であるということである。

例えば、最大のターゲット市場である中国人の場合、比較的団体の割合が高く、20～30代の若い年齢層が多い。そして宿泊施設を選ぶ際は、価格を重視する傾向が強く、ホテル以外の低価格な宿泊施設を利用したいというニーズが多い。一方、日本人の場合は、個人旅行やリピーターが多く、滞在期間が比較的短く平均4日以内であることから、宿泊施設に関しては立地を重視する傾向があり、ビジネスホテルの様な中低価格帯のホテルを好む傾向が見られる。そこで、韓国政府はこれらのニーズに対応するため、「特別法」の制定や運用を通じて、従来は主に自国民の宿泊施設として利用されてきた一般宿泊施設について、その宿泊施設に見合う認定制度を設けるなど質の向上や客室販売の支援を行うと同時に、中低価格帯のホテルの拡充にも力を入れている。

その結果、インバウンド旅行者の宿泊に対する満足度や宿泊施設不足には一定の成果が見られたようである。これらの考察結果は、韓国同様急激な成長を遂げつつある日本のインバウンドにおける宿泊施設に関する現状⁶⁰と課題解決に大きな示唆となろう。今後さらに詳細に分析した結果について、学会や現場において提案して行きたい。

⁵⁸ 文化体育観光部、2011年観光動向に関する年次報告書、2012年、36頁

⁵⁹ 2位は東横インホテル、3位はウェストベスタホテルが続く

⁶⁰ みずほ総合研究所の分析によると、2020年まで訪日客が2500万人となる前提では、東京・大阪・京都など11都府県を中心に、4万室強の客室不足が発生し、その客室不足解消のため5,688億円の新規ホテル投資が必要になり、(大橋香織、「インバウンド観光と宿泊施設不足—2020年までに東京・関西を中心に不足感強まる—」、みずほインサイト、2015年8月)さらに、訪日客が4000万人になる前提では、とりわけ、東京・大阪を中心に4.4万室が不足するとしている。しかし、その一方で東京・近畿以外では、宿泊施設過剰感が強まる可能性がある指摘している(市川雄介・宮嶋貴之、「訪日外国人4000万人時代の宿泊施設不足—日本人の需要減少にもかかわらず、4.4万室が不足—」、みずほインサイト、2016年8月)。

なお、大都市ソウルにおける宿泊施設不足問題はより深刻で、2014年に文化体育観光部⁶¹が発表した資料によると、観光目的で訪れる旅行者の割合、客室稼働率（80%）、平均滞在日数、ホテル利用率などを考慮し、ホテル需給を予測すると、2017年の場合、ソウル地域での宿泊需要は41,301室であるに対し、供給面では33,864室でしかなく7,437室が不足すると推計している。しかし、ソウルは人口密集地域であり、新規ホテルの土地の確保にも限りがあるとも指摘している⁶²。韓国におけるインバウンド旅行の持続的な発展を考えると、旅行需要の地方への分散が必要不可欠であろう。現状のインバウンド旅行者の主な活動は、ソウルなど首都圏でのショッピングやグルメであり、多様性に欠ける。そこで、どうしても地域分散化が必要になる。様々な地域での体験型のコンテンツの開発やそれらの有効な情報発信に向けた取り組みが求められる。これも日韓共通のインバウンド観光における大きな課題であり、筆者の今後の研究課題でもある。

【参考文献】

- 市川雄介・宮嶋貴之、「訪日外国人 4000 万人時代の宿泊施設不足—日本人の需要減少にもかかわらず、4.4 万室が不足—」、みずほインサイト、2016 年。
- 大橋香織、「インバウンド観光と宿泊施設不足—2020 年までに東京・関西を中心に不足感強まる—」、みずほインサイト、2015 年。
- 韓国観光公社、外来観光客宿泊予約失敗調査、2012 年。
- キムヒャンジャ・ユジユン、観光宿泊施設支援などに関する特別法の効果分析、韓国観光研究院、2002 年。
- ソウル市観光施設課、観光宿泊施設建立及び支援制度の案内書、2013 年。
- 文化体育観光部、2014 年～2015 年基準観光動向に関する年次報告書。
- 文化体育観光部、2011 年～2015 年外来観光客実態調査。
- 文化観光政策研究院、韓国ホテル等級の改善方案、2003 年。
- 文化体育観光部、観光ホテル等級管理実態調査研究報告書、2012 年。
- 文化体育観光部、世界ホテル産業の動向と未来研究、2012 年。
- 文化観光研究院、観光宿泊施設の需給分析の研究、2012 年。
- チェヒョンギョン・キムジンヨン、ホテル産業の供給周期と規制研究、産業研究院、2013 年。
- キム・ジンス、国内宿泊産業の両極化問題及び改善方向、Hotel & Restaurant マガジン。
- www.hotelrestaurant.co.kr

⁶¹ 文化体育観光部、報道資料、www.mcst.go.kr、2014 年 1 月 16 日

⁶² 文化体育観光部、世界ホテル産業の動向と未来研究、2012 年、72 頁

韓国観光公社、コリアステイホームページ。 www.koreastay.or.kr

韓国観光公社、グットステイホームページ。 www.korean.vistkorea.or.kr

韓国観光公社、ベニキアホームページ。 www.benikea.com

韓国観光公社、ホテル業等級決定事業ホームページ。 www.hotelrating.or.kr

観光知識情報システム。 www.tour.go.kr

国家統計ポータルサイト。 <http://kosis.kr>

文化体育観光部。 www.mcst.go.kr

法制処ホームページ。 www.moleg.go.kr

【ABSTRACT】

Inbound tourism in Korea is beset with problems. Among them, an overconcentration of accommodation in Seoul have caused shortages of facilities and raising cost. This study investigates the policy initiatives toward the institutional development for the revitalization of the lodging industry by examining the characteristics of demand for accommodation in the Korean travel market from Chinese tourists, who constitute the majority of overseas travelers, as well as those from Japanese tourists, who followed in second place. This investigation confirms that the resolution of the accommodation issue does not necessarily lie in the general travel needs but rather in the effectiveness of policy and institutional planning that corresponds to the diversity of tourist demands.