

第1回 国内観光促進委員会 報告

- 日時 令和2年7月27日 15:30~17:30
- 会場 日本観光振興協会 会議室

<目次>

P2	参加者
P3	委員長挨拶
P4	事務局説明
P5-51	講演
P52-56	質疑応答

参加者（敬称略・順不同）

委員長	小川 正人	株式会社ANA総合研究所 顧問
委員	藤崎 良一	全日本空輸株式会社 マーケティング室観光アクション部長
委員	杉山 尚美	株式会社ぐるなび 理事
委員	矢野 勇紀	サービス・ツーリズム産業労働組合連合会 副事務局長
委員	毛利 直俊	株式会社JTB 法人事業本部 事業推進部地域交流事業推進担当部長
委員	安部 修	東武トップツアーズ株式会社 企画仕入本部国内旅行部専門課長
委員	松本麻記子	トリップアドバイザー株式会社 シニアセールスマネージャー
委員	倉田 勝功	日本航空株式会社 本店 国内旅客販売推進部部長
委員	松永 真樹	株式会社 日本旅行 営業企画本部企画・開発部国内旅行チーム担当部長
委員	黒田 英朗	東日本旅客鉄道株式会社 鉄道事業本部観光戦略室 室長
委員	三宅 康晴	株式会社 プリンスホテル セールス&マーケティング本部マーケティング部長
委員	鶴田雄次郎	一般財団法人 ロングステイ財団 事務局長
委員	森口真一郎	公益社団法人 日本観光振興協会 審議役
講師	北村 剛史	一般社団法人 観光品質認証協会 統括理事
オブザーバー	守本 英雄	KNT-CTホールディングス株式会社 グループ事業戦略本部国内旅行部長
オブザーバー	長谷川 淳	株式会社 ジャルパック 執行役員 国内企画商品事業本部長
オブザーバー	南場 敦	ANAセールス株式会社 旅行事業本部国内旅行事業部エリア統括第一部部長
事務局	野島 延之	公益社団法人 日本観光振興協会 交流促進部門交流促進部長
事務局	村上 旭	公益社団法人 日本観光振興協会 交流促進部門交流促進課長

国内観光促進委員会 小川委員長挨拶（要旨）

国内観光促進委員会は昨年度は諸般の事情により開催がなかった。

現在、新型コロナウイルス感染症の拡大により観光業全体が大きな影響を受けている。

そんな中、当委員会に置いてはWithコロナとして「GoToキャンペーンが終わった後に、お客様にどうやって動いていただくのか？」をテーマとして活動していきたい。

今後は、観光業界を復活させるため議論し、実行することでこの危機を共に乗り越えていきたい。

国内観光促進委員会 事務局より（要旨）

いまだ新型コロナウイルス感染症への対策などが定説がない現状である。各委員からの事前アンケートでも、例えば「そもそも温泉は安心なのか?」、「チェックイン時に体温が37.5℃以上あった場合の対応は?」など、各種ガイドラインにある指針が、本当の意味で「安心・安全の旅」に向けて、お客様に理解されているのかどうか?など、不明な点を抱えている。

今回は外部講演として（一社）観光品質認証機構の統括理事である北村講師をお招きし、宿泊施設側に立った視点から、新型コロナウイルス感染症にどうやって対応していくかを講演いただく。その後、質疑応答となるが、洗いざらいここで話していきたい。新型コロナウイルス感染症には、いまだ定説がなく、決まった対策などが無い状況であり、したがって今日は「（北村先生が）こう考えられている」という説として講演いただいたとして、当協会のホームページに報告していく。

Withコロナ時代に求められる 宿泊施設の安全・安心とは？



株式会社日本ホテルアプレイザル
(ホテル旅館の不動産鑑定評価、マーケットリサーチ、コンサルティング)



株式会社サクラクオリティマネジメント
(インスペクション業務、コンサルティング業務)



一般社団法人観光品質認証協会
(全国観光圏推進協議会との連携宿泊施設品質認証)

北村 剛史 (きたむら たけし)

株式会社日本ホテルアプレイザル 代表取締役

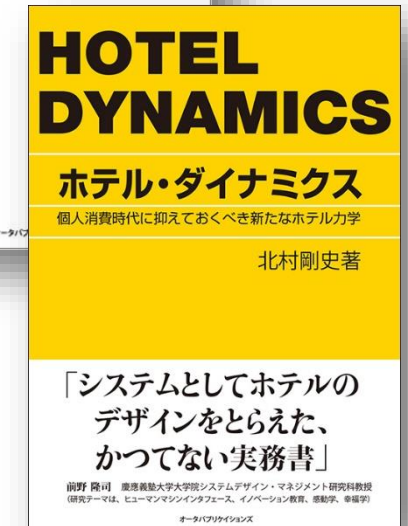
一般社団法人観光品質認証協会 統括理事

株式会社サクラクオリティマネジメント 代表取締役

不動産鑑定士 (日本)、MAI(米国不動産鑑定士)、CRE (米国不動産カウンセラー)

FRICS (英国ロイヤル・チャータード・サベイヤーズ協会 フェロー/英国不動産鑑定士)

慶應義塾大学大学院システムデザインマネジメント博士後期課程単位取得退学 (現研究員)



本資料に関するご注意

消毒に関する記載についての注意事項：

必要個所や作業内容について全てを網羅しているわけではありません。また行政機関等からのいかなる是認・承認を得たものではありません。各種大学・研究機関等による研究成果は日々更新されておりますので最新情報をご確認ください。

本資料は、公式に発表された情報に基づき、また弊協会（一般社団法人観光品質認証協会）顧問の意見も鑑みご用意いたしました。本資料内に添付いたしました消毒作業に関する内容は、参考としてご提示させていただき、安全性や信頼性について、いかなる保証をするものではないことにご留意願います。

サクラクオリティ安全行動基準について

弊会感染症対策委員：北里大学薬学部臨床医学（臨床統計学） 竹内正弘教授

弊会感染症対策委員：株式会社中部衛生検査センター 小澤一弘

ポスト・コロナ時代の顧客ニーズ



株式会社日本ホテルアプレイザル
(ホテル旅館の不動産鑑定評価、マーケットリサーチ、コンサルティング)



株式会社サクラクオリティマネジメント
(インスペクション業務、コンサルティング業務)



一般社団法人観光品質認証協会
(全国観光圏推進協議会との連携宿泊施設品質認証)

◎コロナ対応の経緯

- 3月に入り世界に拡大するに至り、安心・安全を宿泊施設の品質の中心概念に据えているサクラクオリティ内に感染症対策本部を立ち上げ、安全行動基準制定に着手した。
- - ・(株)中部衛生検査センター（厨房などの衛生管理の会社）
 - ・北里大学薬学部竹内教授の他、感染症に知見を有する専門家の協力を得た。
- この活動を3月に立ち上げるとともに、顧客アンケートを実施（3,4,5,6月。7月も実施）。
- 内容はこのコロナ環境の中、お客さまは旅行に対してどのようなものを求めているか？を聞き取り。
- 今後コロナ拡大に伴いガイドラインができた後の、行動指針・マニュアルになりうるものを策定するために聞き取りを継続。

約9割が求めている 不安でも行きたい、楽しみたい

観光ニーズ：2020年5月弊社実施、10,000名のネットアンケート結果では、COVID-19が終息し、「観光に行ってもよいと環境がなれば」、①是非行きたい46.2%、②行きたいを加えると、67.9%、③やや行きたいまで加えると80.5% ①について20代は60%、30代51%、40代41.9%、50代39.4%、60代38.4%

全体を通じ長距離でも行きたい（同調査200名）。
交通（同調査200名）は車（「概ね問題ない」87.5%）が多いものの、電車（同65%）、飛行機（同57.5%）、バス（同51%）の順。

ある程度人が触る部位は消毒していないと宿泊しないが約80%、できる範囲で消毒しないと宿泊したくないが約90%

その他：スタッフマスク着用は80%が支持。不安感があるものの、一方で丁寧なおもてなしは「ややほしい」まで入れると87.5%、おいしい料理が同90%。

◎アンケート（インターネットアンケート）の結果

- 「約9割が観光ニーズを求めている、不安でも行きたい、楽しみたい」
- 具体的には観光ニーズとして①ぜひ行きたい46.2%、②行きたいを加えると67.9%、③やや行きたいまで加えると80.5%。
※3月からアンケートを実施しているが、この傾向は変わらない結果となる。
- ただし年代別となると状況は異なる結果。①については20代は60%、30代51%、40代41.9%、50代39.4%、60代38.4%と若いほど旅行への要求が強い。この年代別も3月から同様な傾向となる。
- 年齢が高くなるにつれ旅行欲求が落ちるのは、コロナウィルスが基礎疾患を持っている人や高齢者に多く発症すると言われていることを反映しているようだ。
- また、現段階でのコロナウィルス対抗としてワクチンなどの薬剤が確立していないため、自然免疫力が唯一という状況だが、若い年齢層の重症者が少ないことが、旅行ニーズで若年層ほど積極的な数値を表しているかもしれない。

北村講師 コメント

◎アンケート（インターネットアンケート）の結果

- 宿泊施設では、「ある程度人が触る部位は消毒していないと宿泊しない約80%」となり、これは「消毒してあるのが望ましい」を通り越え、「消毒していなければ宿泊しないと」と言い換えられる。3月から傾向は同じ。
- 「（個々の施設に任せるが）できる範囲で消毒しないと宿泊したくない約90%」となる。従来までのアンケートでは「清潔感」が一番重要であった。
- まずは「安全（遵法、基準）」があって、安心（安心＝心理的なもの）が成り立つ。サクラクオリティでは「清潔」＋「笑顔」＋「快適な空間」＋「顧客満足」
⇒高い安心感が醸成され品質向上につながる。サクラクオリティは品質認証で格付けは行っていない。つまり、品質向上に重きをおいている。
- マスク着用は80%が支持され、丁寧なおもてなし87.5%、おいしい料理90%とあり、アンケートの割合から見ると「消毒」は、従来の旅行を決める要素と同じか、それ以上の割合を占めて重要視されている。
- 端的には、客室の消毒実施等の感染症対策がされていないと、施設が「お客様から選択されない」と理解することが重要である。



終息を想定した後も客室徹底消毒に対するニーズが非常に高い

新型コロナウイルスが概ね終息したと仮に想定し、旅館を使用する場合に、客室消毒を徹底している施設と、客室消毒に対応していない施設を比較した場合

①消毒している旅館に強く**安心感**を感じる25%、安心感を感じる37%、やや安心感を感じる25.5% (合計87.5%)

②消毒している旅館を是非**使用したい**25%、使用したい38.5%、やや使用したい22% (合計85.5%)

③他者に是非同施設を**紹介したい**22.5%、紹介したい27.5%、やや紹介したい20% (合計70%)

新型コロナウイルスが概ね終息したと仮に想定し、旅館を使用する場合に、客室の消毒を徹底している施設と、消毒はしていないが**清潔感がある施設を比較した場合**

絶対に消毒している施設33%、消毒している施設32%、やや消毒している施設11.5% (合計76.5%と具体的な「消毒」が、概念的な「清潔感」を大きく上回っている)

◎次に新型コロナが収束したと仮定の上のアンケート。

●それでも消毒はして欲しいか？の設問。

①消毒している旅館に「強く安心感を感じる」＋「安心感を感じる」＋「やや安心感を感じる」
＝合計87.5%

②消毒している旅館を「是非使用したい」＋「使用したい」＋「やや使用したい」
＝合計85.5%

③他人にこの施設を「是非紹介したい」＋「紹介したい」＋「やや紹介したい」
＝合計70%

●この結果を見ても、お客さまは「安心＝消毒」を求めており、従来の「旅行＝施設」の決定ポイントであった「清潔感」を上回っている。

●清潔感がある施設（＝これまでの品質のベース）よりも、具体的に消毒をしている施設が選ばれる結果となる。

●これまでとは違い、今回の感染症に対する恐怖心は大きく、人々の価値観や社会構造までも大きく変化していることを理解することが重要。従来の価値観では選択されないことを理解するべき。



ニーズ調査トップが換気、防疫。付加価値に繋がっている。

観光目的での宿泊を想定した場合に重視するサービスアイテムを調査すると、2020年5月時点で防疫関係の対策に支持が集まっている（全72アイテム中の上位を抜粋）

	リゾートホテルサービスアイテム顧客ニーズ調査	①重視する人の割合		②支払う人の割合		回答者(②)の平均追加許容支払料金	
		2020.5調査	対2012.12調査	2020.5調査	対2012.12調査	2020.5調査	対2012.12調査
防疫体制	客室は換気設備が適切に機能している	81.0%	-	27.0%	-	587円/室	-
防疫体制	客室・バスルームにおいて、人が良く触る箇所(リモコン、デスク上、空調パネル、ドアノブ等)は除菌消毒拭き上げ作業を丁寧に行っている	78.5%	-	59.0%	-	680円/室	-
防疫体制	全館、換気を意識し人が良く触るところ(フロントカウンター、エレベーターボタン等)は除菌消毒拭き上げ作業を定期的を実施している	76.0%	-	45.0%	-	650円/室	-
朝食	(朝食)選ぶ楽しみのある品数	73.0%	+2.1%	57.5%	+11.7%	599円/室	+18.1%
バスルーム	バスルームの清潔感と快適	72.5%	△2.7%	30.0%	+1.7%	523円/室	+14.2%
安心感	滞在時の安心感	69.5%	+7.8%	33.0%	+11.9%	550円/室	△0.2%
客室快適性	客室の清潔感	69.5%	△6.7%	28.5%	△9.5%	642円/室	+31.3%
朝食	(朝食)選ぶ楽しみのあるドリンク	69.0%	+8.7%	49.0%	+16.7%	510円/室	+24.4%
防疫体制	客室内に空気清浄機が設置されている	68.0%	-	39.5%	-	535円/室	-
客室機能性	ネット環境(Wi-Fi、LAN接続)の快適性	67.5%	+82.4%	31.5%	+37.0%	449円/室	+25.1%
防疫体制	ロビーやフロント、エレベーターホール、共用トイレ内等共用部で消毒液噴霧器が設置されている	67.5%	-	34.5%	-	483円/室	-

北村講師 コメント

◎P15は、リゾートホテルに対してのアンケート。

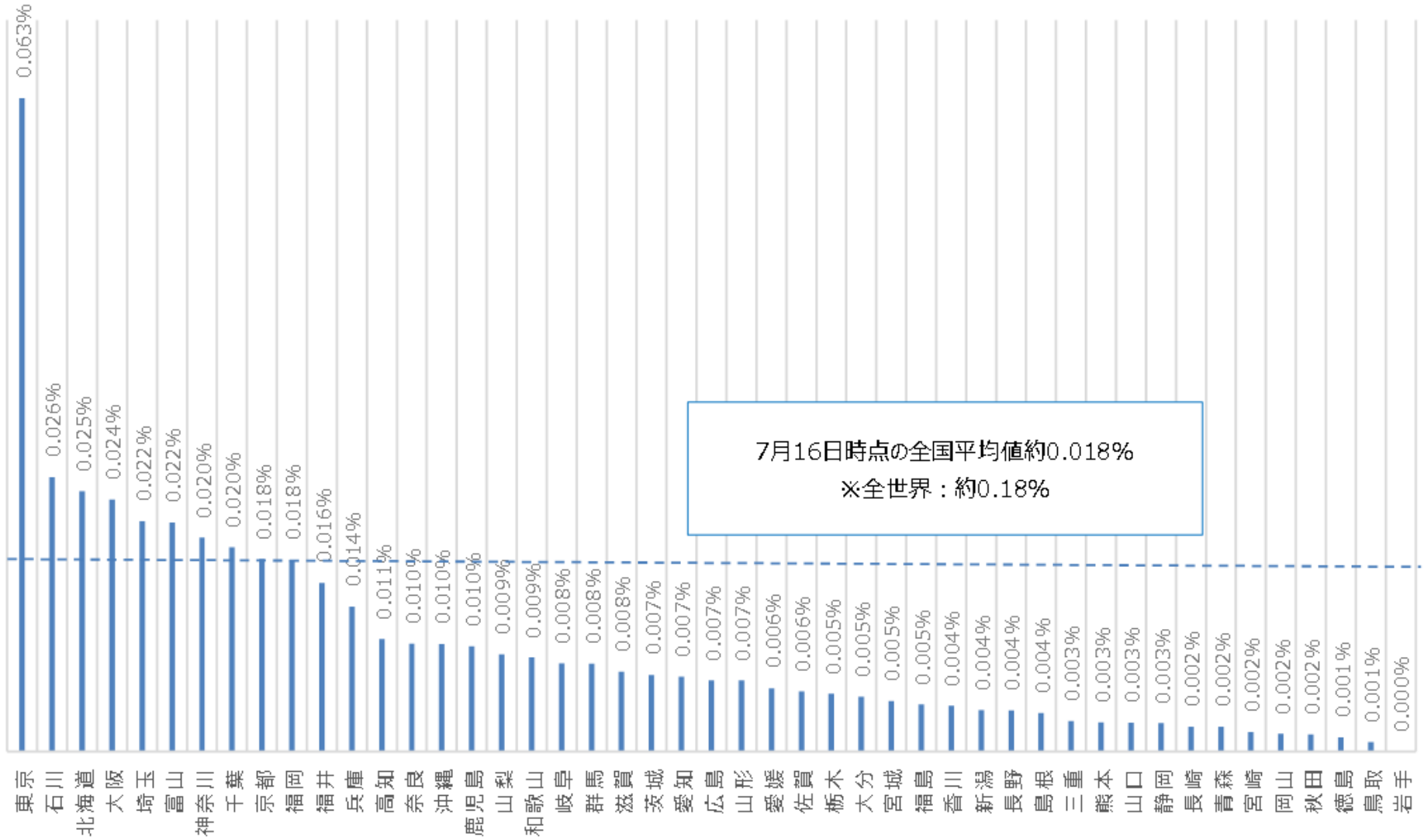
- 2020年対2012年の比較として、青色部分が「防疫体制」であり2012年には全く項目に入っていなかった。
- 「客室の換気」「客室内の消毒」「空気清浄機の有無」「共用部分の消毒」など、従来は全く入っていなかった項目がトップテンに入る結果となる。
- 付加価値的に考えれば「防疫体制」が整っている施設では追加許容範囲の料金が収受できる(ADR上昇)。お客様は防疫レベルが高ければ、追加代金を払っても良いと考えている。
- こういうアンケートについては今後も継続し、サクラクオリティ品質基準も順次見直ししていく。

北村講師 コメント

- ◎参考例として先日、京都府伊根町「舟屋」の観光圏の招請を受け、消毒についてのアドバイスをしてきた。
- 「舟屋」は70～80代の高齢者が運営しており、新型コロナに対して「何をして良いか？」が、十分に理解されていなかった。
 - 消毒一つをとっても家庭用の洗剤を使用したりなど、折角のガイドラインがうまく伝わっていなかった。
 - サクラクオリティとして「実践マニュアル・手順書」を広く利用してもらうため、HPに一般公開している。（P22参照）
 - 宿泊事業者側の私たちは施設を利用いただく「お客様」と「施設のスタッフ」両方を、その保証までは不可能であるものの、新型コロナから守るための最善の努力を実践しなければならない。例えば客室の清掃は、スタッフを中心に考えると、まずは、消毒を行ってから清掃しなければならない。仮に罹患者が宿泊していた場合、先に清掃したら清掃スタッフが感染する可能性があるからである。



都道府県別感染率※（2020年7月16日時点）
 ※都道府県別累計感染者数÷平成30年時点都道府県別人口



北村講師 コメント

◎今回の新型コロナウイルス感染症の感染率は0.018%。

- あえてP18の表を累計で算出したのは、新型コロナウイルス感染症では、再発する罹患者も国内外で報告があるため。
- スタッフ側から見ると「消毒のうえ清掃」が正しいが、お客さま側から見ると「清掃のうえ消毒（清掃時にウィルスが舞い上がることを考え）」が正しい。
- 一時期は次亜塩素酸水の噴霧が有効と話があったが、現在は独立行政法人製品評価技術基盤機構（NITE）の発表では次亜塩素酸水の噴霧では効果なし、吸い込むと人体に影響があるとある。

宿泊施設における新型コロナウイルス対応ガイドライン（以下「ガイドライン」と言う）について



株式会社日本ホテルアプレイザル
(ホテル旅館の不動産鑑定評価、マーケットリサーチ、コンサルティング)



株式会社サクラクオリティマネジメント
(インスペクション業務、コンサルティング業務)



一般社団法人観光品質認証協会
(全国観光圏推進協議会との連携宿泊施設品質認証)

ガイドラインを読み解く3つのキーワード

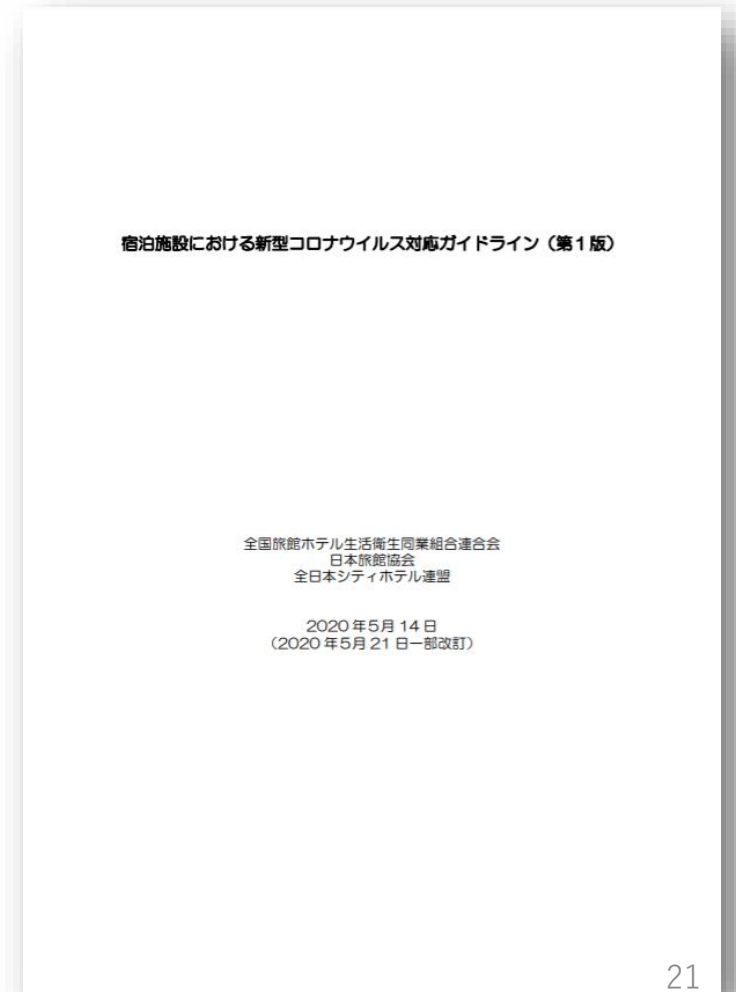
① COVID-19

(感染率0.1%でも危険)

② 感染経路の徹底防御

(徹底防御)

③ パンデミック時対応策



北村講師 コメント

◎宿泊施設の「安心・安全」のためにどうするか？

- ワクチンなど有効な薬剤がない中、「ハードで問題があれば、サービスまたはヒューマンで解決しよう、何とかしよう」というのが、サクラクオリティの考え方。
- 各種「ガイドライン」の次には、「安全行動基準（具体的な行動策）」が必要となり、さらには行動に直結する「マニュアル」や「手順書」が必要と考えた。

参考：（一社）観光品質認証協会「サクラクオリティ」
<https://www.sakuraquality.com/>





① COVID-19（感染率0.1%でも危険）

COVID-19とは？

7月13日時点で世界196カ国・地域、1,280万人に拡大（約0.15%）、死者数は56万人を上回っている。

ワクチンが未整備、致死率で約3%~4%（インフル約0.1%）

現状は個々人の免疫力が頼みという状態

【3つのキーワード】

大人の間でも広がっている、2次感染がある、長く感染力を有する（20日間）

→今こそ十分なケアが求められる。

◎ COVID-19について

- ワクチンが未整備、（7月20日現在）致死率で約3~4%（インフルで約0.1%）。現状は個々の人の免疫力頼み。
- 次に「3つのキーワード」。
 - ・ 大人の間を広がり（経済活動のため外出・接触機会有）
 - ・ 2次感染（無症状・軽症の人が多い）
 - ・ 長く感染力を有する（20日間）
- 感染者がレストランなどでマスク未着用で5分会話すると、3000個/1回に飛沫が飛び散る。
- 対応策としては徹底的な換気が重要。
 - ・ 接触感染防止 ⇒ 消毒
 - ・ 飛沫感染防止 ⇒ 3密解消

◎ COVID-19について

- オゾンガス曝露や紫外線照射による消毒は危険が伴うため、普通の清掃では利用は困難。
- 換気のヒントとして小さい窓から大きい窓へ流れるので対角線上に、これらの窓を換気用に開放することが重要。



① COVID-19 (感染率0.1%でも危険)

留意すべき特徴 → 長い生存期間

素材	銅の表面	段ボールの表面	ステンレス及びプラスチック表面	エアロゾル状態	印刷物、紙類、ティッシュペーパー	加工木材	布	ガラス	紙幣	ステンレス及びプラスチック表面
不活性化までの時間	最大約4時間	最大約24時間	最長2~3日	約3時間	約3時間	2日	2日	4日	4日	7日
公表機関	米国国立衛生研究所等	米国国立衛生研究所等	米国国立衛生研究所等	米国国立衛生研究所等	香港大学	香港大学	香港大学	香港大学	香港大学	香港大学
前提条件	-	-	-	-	温度22℃、湿度65%	温度22℃、湿度65%	温度22℃、湿度65%	温度22℃、湿度65%	温度22℃、湿度65%	温度22℃、湿度65%

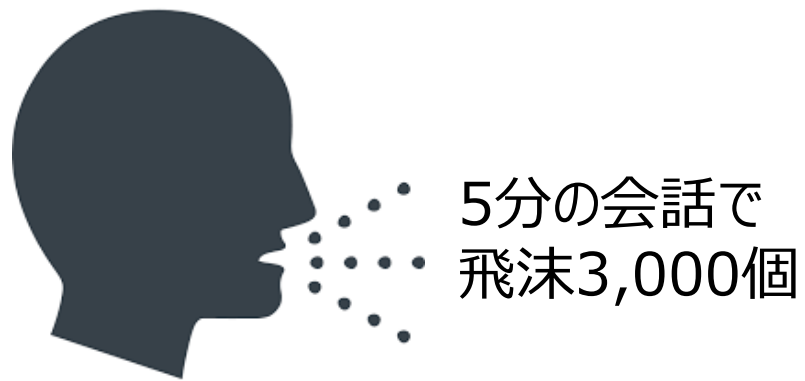
◎ COVID-19について

- 体内でも約20日間と長い生存期間
- 表面の凹凸や環境によっても異なるようだが、これまでの報告ではティッシュペーパーで3時間ほど、固い面では2日以上、活性状態と言われている。つまり、インフルエンザよりも活性状態で生存する時間が長い可能性が高い。つまりは消毒が重要ということ。
- 手洗いや手指消毒の徹底が非常に重要。
- 手袋についても正しい着脱方法を理解しないと、かえって感染することにもなりかねず、正確な作業を把握する必要がある。



②感染経路（徹底防衛）

徹底防衛が求められる2つの感染経路



飛沫感染

- ・飛沫とは、 $5\mu\text{m}$ 以上（ $1\mu\text{m}=1/1,000\text{mm}$ ）の大きさの感染病原体を含む粒子のこと
- ・せきやくしゃみなどでは飛沫は1～2m程度飛散



接触感染

- ・ウイルスが付着した手で目、口、鼻等を触ることによる感染

空気感染力及びエアロゾルの状態における感染力については、専門機関により現在検証中。
現時点では清掃時十分な換気を行うことで対応することが重要とされています。

◎感染経路について

- 空気感染については日本では認めていないが、仮に空気感染があると仮定すれば、 $5\mu\text{m}$ より小さい、つまり相当小さいウィルスのためマスクは通過してしまい、通勤電車での感染がもっと増えているはず。おそらくはそれに近いエアロゾル感染だとすれば、徹底的な換気が求められる。
- 結果として換気・手指消毒の他、長く生存するウィルスであることから接触部位の消毒が重要。



補足①：検温、フェイスシールド、アクリル板、マスク着用（マスク提供）



2020年5月

◎検温について

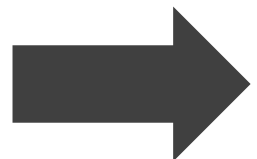
- 検温機を額に近づけ測定するのは、検温されるお客様もストレスに感じる。P30の資料のように、赤外線カメラなどで体温変化がわかるものを採用したほうが良い。
- マスクをしていない人にはマスク着用を求めることが必要。 (ない場合は提供すべき)



補足②：ソーシャルディスタンスの確保

注意すべき3つの「ソーシャルディスタンス」（接触減）

忘れがち！



基本戦略：①距離を確保する、②時間をずらす

◎ソーシャルディスタンスの確保について

- 「お客様Xお客様」、「お客様X従業員」、忘れがちなのは「従業員X従業員」。
- 特に従業員については現在の各種法律（建築基準法、衛生法など）は、新型コロナ拡大の前の制定のため、そもそも「距離をとる」概念がない。
- 例として、エレベーターの規制は重量、安全点検などであり、積載重量はマックスにて計算されている。結果「距離をとる」という概念がない。定員まで乗ってしまうと、当然距離が保てない状況となる。
- これまでの法的基準ではソーシャルディスタンスの確保をする記載は当然無いため、ソフトや、マンパワーにて対応し、補うことが重要。



補足③：食事の際に気を付けること

● 宴会場、食事処・レストラン全般事項

- ・従業員のマスク着用
- ・発熱、咳、かぜ症状のある人はご遠慮いただく
- ・入場時の手洗いまたは手指消毒の徹底
- ・備品類は開始前と終了後の消毒を徹底
- ・横並び着席を推奨
- ・換気を強化する
- ・従業員と利用者の接触を減らすように工夫
- ・下膳と同時に料理提供はしない
- ・下膳作業後の手洗い、手指消毒の徹底を行う
- ・グループ毎に食事後のテーブル等を消毒
- ・鍋料理や刺身盛り等は一人鍋、一人盛りに極力変更、従業員が取り分け

● その他

- ・細菌類やウイルスは厨房には絶対に持ち込まないこと
(健康管理、手指消毒の徹底等)

● 部屋食

- ・運搬用機器の接触部位消毒
- ・できるだけ一度に料理を提供し、
従業員の入室回数を工夫

● ビュッフェ

- ・ビュッフェ方式をセットメニュー提供とする
- ・料理を小皿にもって提供する
- ・スタッフが料理を取り分ける
- ・利用客一人ひとりに取り分け用トングや箸を渡し、使い終わったら回収・消毒してトング類を共有しない
- ・使用したトレイを清拭消毒してから次に使用する

「消毒」について

※サクラクオリティHPにて、無償開示

<https://www.sakuraquality.com/>



株式会社日本ホテルアプレイザル
(ホテル旅館の不動産鑑定評価、マーケットリサーチ、コンサルティング)



株式会社サクラクオリティマネジメント
(インスペクション業務、コンサルティング業務)



一般社団法人観光品質認証協会
(全国観光圏推進協議会との連携宿泊施設品質認証)



重要な視点

- 「フェイルセーフ」と「フルプルーフ」
- 消毒に比較的弱い！
- 罹患者のうち20%が他者へ感染させ、5人/人で現状維持、それを下回れば縮小する⇒罹患しない！ 他人にうつさない！
- 顧客との接点が増える。SWOT分析で弱みを再度、強みへ！

◎P36 重要な視点について

●フェイルセーフ

例として、「間違っても薬剤を使用しても大丈夫な体制を作っておく」

●フルプルーフ

例として、「誰が触っても間違いを起こさない」などの手順書が必要。

- ・扇風機を消毒すると火災を起こす可能性がある。
- ・同じくエアコンの消毒はプロに任せること。
- ・次亜塩素酸などを間違っても使用すると塩素ガスを生じる等、非常に危険である。

●今回の新型コロナウイルスは消毒に弱い、特にエタノールが効果的。

逆にノロウイルスは油膜がないため、エタノールに強い。蚊の媒介が無いのは、正直なところ救いである。



重要なポイント

- 空気感染について
- 温泉に関する感染症対策
- 宴会場における感染症対策
- レストランにおける感染症対策
- 高（中、小）頻度接触部位に対する感染症対策

◎P38 重要なポイントについて

●温泉・プールなど

- 温泉・プールなどはマスクを外している場であることから注意が必要。密を避けるために入場制限・使用制限などが必要。
- 温泉においては行動基準をお客様に示し、お客様にご協力いただく事が重要。
例) 入浴に際しては「まずは体を洗う」、「人と話さない」など理解いただき、実践いただく。

●床・壁など

床についてはスチームクリーナーという手があるが、壁に張り付いているウィルスには手がない。絨毯では2日間活着ている可能性があるため、床・壁の消毒も考える必要がある。

◎P38 重要なポイントについて

●宴会場・レストラン

- 宴会場では乾杯・お酌も接触感染の可能性がある。食事以外はマスク着用のうえ、できるだけ会話に注意いただきたい。非常に静かな宴会となるが、防止策の徹底としては必要。
- 地方ではbuffetの正しい取扱情報が伝わっていない。例えば料理はセットメニュー対応だが、ごはん・みそ汁は、お客様がセルフで取りに行く形では不完全。
- またbuffetでは、スタッフが各料理を取り分けることが必要であるが、スタッフ不在時にお客様自ら取り分けてしまう可能性があるため、十分注意を。

●「高」接触部位に対する感染症対策

一番はエレベーターのボタン。徹底的な消毒をすること。HACCP (Hazard Analysis Critical Control Point)でも、消毒励行を支持している。



重要なポイント

- 旅館特有の課題点（スリッパ他）
- ホテル特有の課題点
- バックヤード、ユニフォームについて
- 事前説明の重要性
- 信頼関係の構築という視点
- 顧客の安全 = スタッフの安全であること

北村講師 コメント

◎P41 重要なポイントについて

●旅館特有の課題点

- スリッパに付着するウィルスは？ 玄関で靴を脱ぎスリッパに履き替えたらば、客室の入り口で、そのスリッパを脱ぐことが必要。客室内にウィルスを持ち込まないこと。
- 温泉は「まず体を洗う」、「人と話さない」などに加え、浴槽に付着するバイオフィルム（ヌルヌル成分）を清掃で取り除くこと。（ウィルスが入り込む可能性があるため）。
- 温泉の消毒については現状は未検証。56度で30分、80度10分で死滅するが、誰も入れない温度。安全行動指針を示すことがやはり重要。
- ドライサウナでは高温により死滅すると思われるが、密状態で会話してしまうとマスク未着用のため、飛沫感染を生じる可能性が高い。人数制限など指針を示すこと。

●事前説明の重要性

指針をお客様を守るために「守っていただく」ことを案内する。

●信頼関係の構築

「聞いていない！」と、ならないように事前説明、信頼関係の醸成に努める。

●顧客の安全＝スタッフの安全

安全の保証は不可能であるが、できうる限り手を尽くす必要がある。清掃の場合においても、まずは換気をしてから行いスタッフの身を守ること。

どのような消毒薬剤があるのか？

- (1) 次亜塩素酸水(電解水)
- (2) 次亜塩素酸ナトリウム水溶液
- (3) 次亜塩素酸ナトリウムを水で薄めたもの = 次亜塩素酸ソーダ
- (4) エタノール
- (5) 界面活性剤 (9種類)

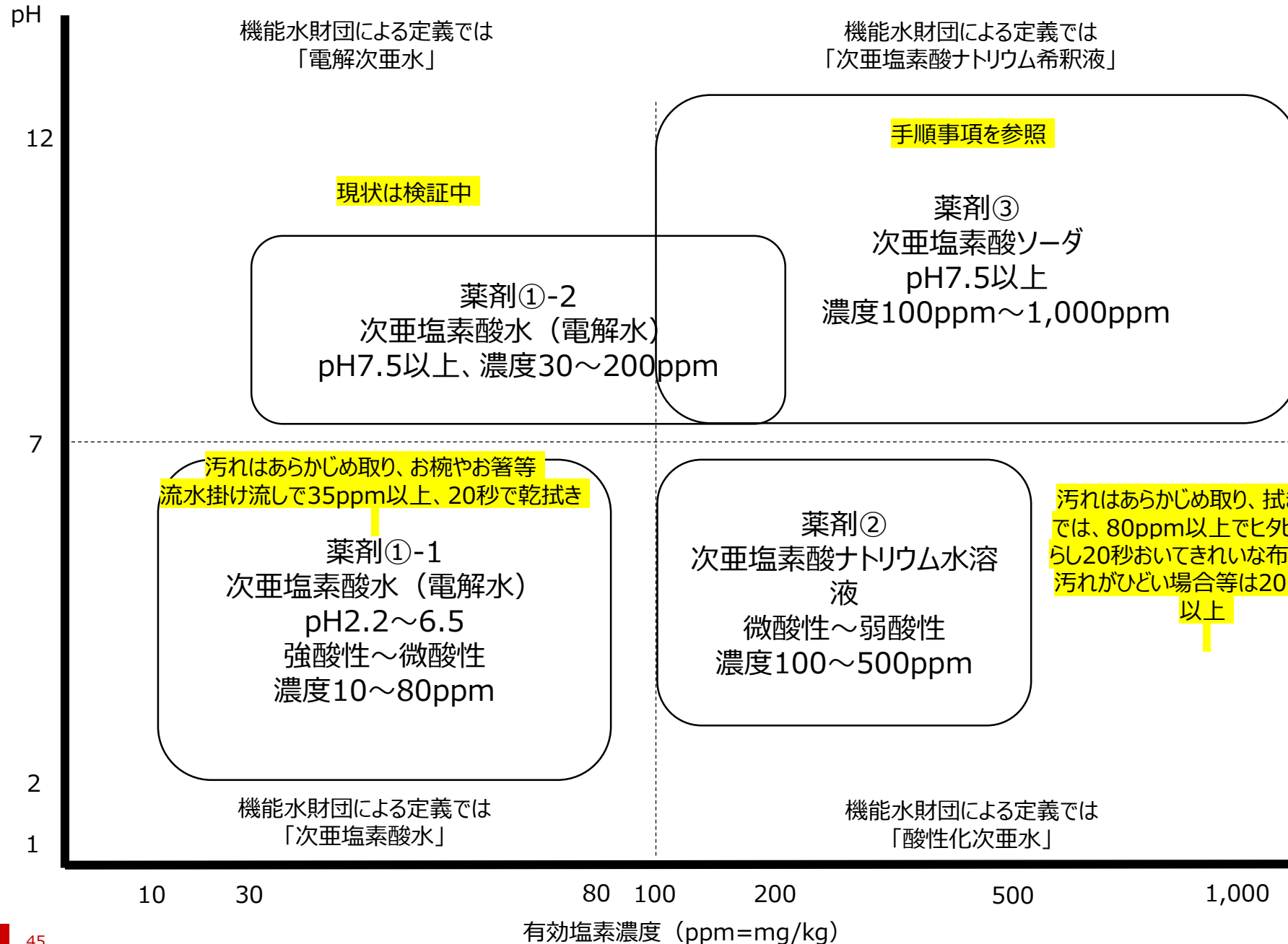
消毒液は、消毒の「即効性」、「安定性」、「安全性」が重要

◎消毒薬剤について

- この部分が一番皆様に届いていないのでは？
- どのような薬剤を使えるのか？（この部分は日々更新されていきます）
 - 電解水については、食品添加物にもなっている。普通のお水から作成され、アルカリ性と、酸性に分かれており身近なものであるが、消毒効果については成分等慎重な確認が必要。
 - 酸性にペーハー等調整した次亜塩素酸ナトリウム水溶液や次亜塩素酸ソーダ（次亜塩素酸ナトリウムを水で薄めたもの）
 - エタノール
 - 界面活性剤は9種類あり、成分表で確認し有効性を確認してほしい。



電解水、次亜塩素酸ナトリウム水溶液、次亜塩素酸ソーダ



北村講師 コメント

◎次亜塩素酸系の効果

●大きく4つに分類される。

- 「次亜塩素酸ソーダ」（わかりやすく言うと「ハイター」を水で薄めたもの）
手指には使えない非常に危険であり、いわゆる「混ぜるな危険」。
- 「電解水」（市中に出回っている）P45のうち
 - ①－2がアルカリ性
 - ①－1が酸性の位置づけ。

※必要なのは黄色部分であり「流水かけ流しで35PPM以上、20秒で乾拭き」とあるが、部屋などにこれを行うのは現実的ではない。

※「35PPMを噴霧すれば」といわれるが、流水かけ流しの状態には程遠い。

- 薬剤②は「80PPM以上でひたひたに濡らし20秒おいて布でふく」も現実的ではない。使いやすいのはエタノール。

●エタノールを選ぶポイントは、速攻性、安全性、安定性の3つがポイント。発火に注意。使用時は濃度70%以上95%未満、最低でも60%以上。ただし70%以上では手を痛める可能性に注意が必要。



エタノール

- ・濃度76.9～81.4vol%の消毒用エタノールあるいはエタノール濃度約60%以上のもの
- ・エタノール濃度50%以上、接触時間1分間で十分なウイルス不活性化を報告
(2020.4.17、北里大学、北里研究所)。

ただし、2020年6月26日NITE報告では、エタノール濃度70%以上95%未満、最低でも60%以上



界面活性剤9種類

- ・直鎖アルキルベンゼンスルホン酸ナトリウム（濃度0.1%以上）
- ・アルキルグリコシド（濃度0.1%以上）
- ・アルキルアミノオキシド（濃度0.05%以上） ※マジックリン等
- ・塩化ベンザルコニウム（濃度0.05%以上）
- ・塩化ベンゼトニウム（濃度0.05%以上）
- ・塩化ジアルキルジメチルアンモニウム（濃度0.01%以上）
- ・ポリオキシエチレンアルキルエーテル（濃度0.2%以上）
- ・純石けん分（脂肪酸カリウム）（濃度0.24%以上）
- ・純石けん分（脂肪酸ナトリウム）（濃度0.22%以上）

別紙



株式会社日本ホテルアプレイザル
(ホテル旅館の不動産鑑定評価、マーケットリサーチ、コンサルティング)



株式会社サクラクオリティマネジメント
(インスペクション業務、コンサルティング業務)



一般社団法人観光品質認証協会
(全国観光圏推進協議会との連携宿泊施設品質認証)

ポストコロナ時代の顧客ニーズ

	リゾートホテルサービスアイテム顧客ニーズ調査	①重視する人の割合		②支払う人の割合		回答者②の平均追加許容支払料金	
		2020.5調査	対2012.12調査	2020.5調査	対2012.12調査	2020.5調査	対2012.12調査
防疫体制	客室は換気設備が適切に機能している	81.0%	-	27.0%	-	587円/室	-
防疫体制	客室・バスルームにおいて、人が良く触る箇所(リモコン、デスク上、空調パネル、ドアノブ等)は除菌消毒拭き上げ作業を丁寧に行っている	78.5%	-	59.0%	-	680円/室	-
防疫体制	全館、換気を意識し人が良く触るところ(フロントカウンター、エレベーターボタン等)は除菌消毒拭き上げ作業を定期的実施している	76.0%	-	45.0%	-	650円/室	-
朝食	(朝食)選ぶ楽しみのある品数	73.0%	+2.1%	57.5%	+11.7%	599円/室	+18.1%
バスルーム	バスルームの清潔感と快適	72.5%	△2.7%	30.0%	+1.7%	523円/室	+14.2%
安心感	滞在時の安心感	69.5%	+7.8%	33.0%	+11.9%	550円/室	△0.2%
客室快適性	客室の清潔感	69.5%	△6.7%	28.5%	△9.5%	642円/室	+31.3%
朝食	(朝食)選ぶ楽しみのあるドリンク	69.0%	+8.7%	49.0%	+16.7%	510円/室	+24.4%
防疫体制	客室内に空気清浄機が設置されている	68.0%	-	39.5%	-	535円/室	-
客室機能性	ネット環境(Wi-Fi、LAN接続)の快適性	67.5%	+82.4%	31.5%	+37.0%	449円/室	+25.1%
防疫体制	ロビーやフロント、エレベーターホール、共用トイレ内等共用部で消毒液噴霧器が設置されている	67.5%	-	34.5%	-	483円/室	-
朝食	(朝食)選ぶ楽しみのあるパン	67.0%	+8.1%	51.0%	+21.4%	523円/室	+19.7%
客室快適性	客室の広さ	66.5%	△3.6%	42.5%	+2.4%	595円/室	+9.2%
客室快適性	安心感、一定のグレード感あるバスルームアメニティ(歯ブラシセット等)	65.0%	+3.2%	33.0%	+3.1%	444円/室	+5.7%
客室快適性	素晴らしい客室からの眺望	65.0%	△4.4%	40.0%	+2.6%	625円/室	+16.2%
客室快適性	気持ちの良いバスルームリネン(タオル)	63.5%	△4.5%	29.0%	△1.7%	493円/室	+27.1%
朝食	(朝食)選ぶ楽しみのあるフルーツ	63.0%	+0.8%	47.0%	+19.0%	523円/室	+26.6%
立地	目的地からの距離	62.5%	+1.6%	39.0%	+20.0%	550円/室	+7.4%
朝食	(朝食)地元の地産品重視	61.5%	+12.8%	44.5%	+21.9%	588円/室	+20.2%
夕食	夕食提供の有無と充実感	61.5%	△0.8%	43.0%	△4.4%	706円/室	△0.4%
大浴場	大浴場と温泉の有無	61.5%	△3.1%	45.0%	+11.1%	556円/室	+7.5%
ロビー	フロント・ロビーの印象の良さ	61.0%	△1.6%	23.0%	+27.8%	530円/室	+13.0%
安心感	見えないところではあるが、徹底した防犯防災体制	60.5%	△6.9%	24.0%	±0.0%	554円/室	+29.1%
人	スタッフサービス力の高さ	60.0%	△2.4%	31.5%	+5.0%	560円/室	+17.4%
客室快適性	完全に禁煙化した客室	58.5%	+3.5%	30.5%	+7.0%	595円/室	+22.9%
大浴場	天然温泉である大浴場の有無	58.5%	△3.3%	47.0%	+4.4%	570円/室	+13.5%
立地	車利便性	57.0%	+16.3%	28.0%	+19.1%	532円/室	+15.7%
安心感	免震構造等耐震補強	56.0%	△6.7%	27.0%	+14.9%	515円/室	△2.1%
車	駐車場の充実度、駐車しやすさ	53.5%	+17.6%	25.5%	+50.0%	504円/室	+17.5%
サービス	観光対策の充実度	49.5%	△2.0%	28.5%	△3.4%	533円/室	+5.5%
客室機能性	十分なコンセントの数	48.5%	+44.8%	19.5%	+85.7%	467円/室	+27.2%
朝食	(朝食)徹底した産地表示の安心感	48.0%	+12.9%	24.5%	△7.5%	569円/室	+34.5%
客室快適性	気持ちの良いナイトウェア	48.0%	△11.9%	26.0%	△3.7%	467円/室	+17.3%

ポストコロナ時代の顧客ニーズ

立地	駅利便性	47.0%	+20.5%	31.0%	+12.7%	555円/室	+32.8%
サービス	何らかのポイント還元や得点制度	43.5%	+35.9%	20.5%	+51.9%	529円/室	+33.6%
ロビー	待ち合わせや使いやすいロビーラウンジ	41.5%	+2.5%	17.5%	±0.0%	546円/室	+19.5%
バスルーム	シャワーブースの有無	41.5%	±0.0%	22.5%	+32.4%	520円/室	+19.5%
サービス	充実した貸出品(客室)	41.5%	△4.6%	24.5%	+14.0%	512円/室	+8.5%
客室機能性	ドライヤーの強度と快適性	41.0%	+7.9%	21.0%	+68.0%	500円/室	+37.4%
客室快適性	ベッドカバーではなく清潔感あるデュベスタイル(純白の羽毛布団)	41.0%	+2.5%	27.5%	+14.6%	480円/室	+6.7%
施設	アミューズメント施設の充実や他施設との提携	38.5%	+22.2%	28.5%	+35.7%	558円/室	+33.2%
客室家具	客室の家具のグレード	38.0%	△3.8%	26.0%	+52.9%	471円/室	±0.0%
バスルーム	バスタブと独立したシャワーブース	37.5%	±0.0%	20.5%	+13.9%	485円/室	△13.1%
人	客室まで丁寧な案内(アテンド)	33.5%	+1.5%	17.0%	+47.8%	535円/室	+25.6%
車	印象のよい車寄せ	33.5%	△6.9%	17.0%	+54.5%	485円/室	+11.2%
ブランド	ホテルブランドとしての知名度	33.0%	+22.2%	26.5%	+65.6%	523円/室	+5.9%
サービス	自動販売機	32.0%	△1.5%	21.0%	+27.3%	405円/室	+16.4%
朝食	(朝食)食材表示(アレルギー対策)の徹底	31.5%	+16.7%	20.5%	+20.6%	561円/室	+30.8%
客層	客層の統一感	30.5%	+7.0%	23.5%	+104.3%	585円/室	+38.6%
新奇性	高級感、落ち着いたいい雰囲気のバー・ラウンジ	29.0%	+45.0%	20.0%	+2.6%	618円/室	+12.2%
朝食	(朝食)バイキング形式ではなく、和洋の定食で持ってきてもらう	29.0%	+16.0%	30.0%	+7.1%	548円/室	+15.9%
朝食	(朝食)カロリー表示の徹底	28.5%	+14.0%	21.0%	+35.5%	555円/室	+28.5%
機能性	スパ、フィットネスの利用	27.5%	△15.4%	26.0%	△13.3%	452円/室	△18.6%
社会性	バリアフリー等高齢者、身障者対策	27.0%	△1.8%	19.0%	△2.6%	532円/室	+16.7%
客層	自身と同じ価値観を有する客層	26.0%	+48.6%	15.0%	+66.7%	480円/室	+12.1%
客層	自身の周辺親族、環境に合致した客層	25.0%	+19.0%	14.0%	+86.7%	429円/室	+19.2%
サービス	清掃担当者のサインがある	25.0%	+2.0%	13.0%	+52.9%	508円/室	+41.5%
客室機能性	使いやすいコインランドリー	24.5%	+14.0%	20.5%	△8.9%	429円/室	+44.0%
客室快適性	質感の高いティーセット(販売で買うこともできる)	24.0%	+4.3%	20.0%	△7.0%	430円/室	+5.1%
客層	自身の社会性(地位等)と整合する客層	23.5%	+51.6%	13.0%	+62.5%	496円/室	+34.4%
客層	自身が目標とする客層	23.0%	+39.4%	14.5%	+81.3%	438円/室	+25.1%
客室機能性	アミューズメント(ペイテレビ、ビデオオンデマンド)	19.5%	+21.9%	18.5%	+76.2%	468円/室	+8.1%
客層	自身と同じ年齢層である客層	17.5%	+84.2%	13.0%	+73.3%	462円/室	+30.9%
ブランド	ホテルコンセプトに合致した客室内備え付け雑誌	17.5%	+29.6%	13.5%	+17.4%	444円/室	+18.7%
託児所	託児所、キッズルーム	17.0%	+61.9%	19.5%	+8.3%	533円/室	+0.4%
ブランド	外資系ホテルブランド	15.5%	+72.2%	14.5%	+107.1%	493円/室	+4.7%
新奇性	様々な人と出会いのあるスタンドバー	15.0%	+11.1%	12.5%	+8.7%	472円/室	△6.3%
客室機能性	客室で聞けるオーディオ機材	15.0%	△9.1%	10.5%	△4.5%	448円/室	+17.3%
サービス	自由に選べる日系新聞サービス	15.0%	△38.8%	14.0%	△3.4%	446円/室	+28.2%
ブランド	ホテルコンセプトに合致した音楽(CD等)の備え付け	12.0%	△17.2%	10.0%	+5.3%	435円/室	+2.1%
サービス	海外新聞サービス	10.5%	+40.0%	10.0%	+53.8%	420円/室	△10.4%
客室機能性	夜間仕事ができるビジネスセンター	10.0%	+33.3%	13.0%	+52.9%	508円/室	+33.0%

質疑応答 1

Q:ココアアプリの有効性、利用の仕方などは？

A:まさに検討している。濃厚接触を判断できれば非常に武器となる。できるだけ多くの方にアプリ登録を行っていただくこと、万一感染の場合はいち早くその旨を入力することが重要。

質疑応答 2

Q:普段TVなどを見ても手洗いが必要と言っているが、なぜ必要なのかが、わかった。
北村講師から見て正しい消毒がされてないとの話があったが、サクラクオリティ230施設以外の正しく消毒をしているか否かの見分け方は？

A:我々も研究しているが「感染症対策のプロがいる」こと。感染症対策の教育プログラムを作成しており、これを各施設に学んでいただくことで、消毒の仕方を理解する施設数を広めたい。先生の中には「接触感染は10%、飛沫感染が90%のため、そんなに一生懸命に消毒をしなくても・・・」という意見もある。

消毒スプレーを上の方から行う人もいるが、これだと揮発する部分もあり、消毒率が下がってしまう可能性がある。またスプレー後の布拭きを「往復拭き」をしては、かえってウィルスを広げてしまう結果となる。大切なのは「一筆書きのように拭く」ことである。

これはプロの感染症対策の「ひと」がいないとその場で指摘できないのが理由である。

Q:感染者が増えている状況中、従来よりなぜ感染者が増えているのでしょうか？
鉄道の場合、他人が座っていた席に自分が座ることやつり革など、ウィルスの生存期間を考えると大丈夫なのか？

A:最近の感染は若い方が多く、経路を話したからないのでは？
若い方は免疫力があるので軽症者が増えている。また自分が罹患したがわかっていない人もいっぱいいるため、感染経路については分かりにくい。

つり革などからの接触感染については約10%と言われており、まずはお客様に消毒をご自身で理解し行動いただくことが重要。手洗い、マスク着用の行動指針を理解してもらうこと。

質疑応答 4

Q:「毒を正確に消す」と理解したが、毒に接しないためにガイドライン・マニュアルがあり守る必要がある。厚労省も含めて行政指導ができる法改正があるのか？

A:我々の指針も厚労省の安全行動綱領（かなり高度）をベースにしている。現在、厚労省は長野県保健所と連携しモデルケースを作っている。明らかに抜けているところがあり、今後補う必要がある。

質疑応答 5

Q:大阪メトロがやっているメルフィールなど有機触媒を使った抗菌の消毒の話聞いた。
エタノールの話もあったが、同様な話があれば教えてほしい。

A:メルフィールなど薬剤は多く出ている。界面活性剤なども濃度を確認してほしい。アルコール濃度ではなくエタノール濃度が重要。成分表でエタノール濃度を確認する必要がある。