

● 第 1 章 着地型観光に取り組む組織の概要の把握 ●

---

# 第1章 着地型観光に取り組む組織の概要の把握

## Chapter 1

### (1) 着地型観光に取り組む組織に対するアンケート調査の概要

地域の観光振興を促進するためには、観光産業だけにとどまらず、農林水産業、地場産業、流通加工業などの従事者や行政、NPO など、地域の幅広い関係者が連携して、地域資源を活用したサービスや商品（着地型旅行商品）を新たに生み出し、地域の外に向かってそれらを販売していくことが重要である。

本調査では、そうした着地型観光に取り組む組織の事例を全国規模で、包括的に収集、分析、整理することにより、各組織の活動内容について把握することを目的とする。

調査項目	<ul style="list-style-type: none"><li>・ 法人の概要（設立年、法人の形態、旅行業登録、等）</li><li>・ 法人の収入（収入の構成、収支バランス、等）</li><li>・ 旅行業の状況（旅行種別の売上高構成比、増減傾向、関連事業者との役割分担、等）</li><li>・ 事業推進の中核的人材、等</li></ul>
調査時期	平成22年11月～12月
調査対象	旅行業を有する観光協会やまちづくり系の事業者（94団体）
調査方法	調査票を郵便で送付し、FAXで回収した。回収率を向上させるため、電話にて回答協力への依頼を行った
回収数	83団体（回収率88.3%）

### (2) 法人の概要

#### ①法人の設立年

法人の設立年は、「平成元年以前」が26.2%と一番多く、次に「平成20年～平成22年」が23.7%、「平成2年～平成11年」が21.3%となっている。

ここ3年間で設立された法人が1/4程度を占めている一方で、平成元年以前に設立されたものも多くなっている。

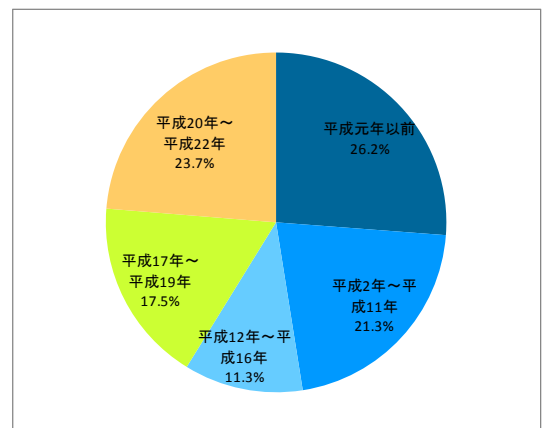


図 法人の設立年

## ②法人の形態

法人の形態は「社団法人」が50.6%で半分を占め、「株式会社」14.5%、「NPO」13.3%となっている。

「社団法人」が圧倒的に多いものの、「株式会社」や「NPO」も一定程度あることがわかる。

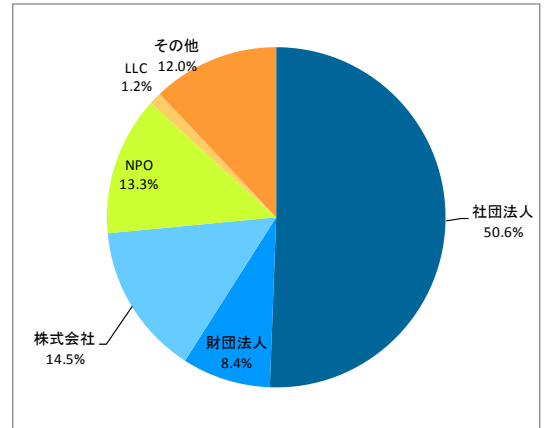


図 法人の形態

## ③旅行業登録の状況

旅行業登録の状況は「第一種」が1.2%、「第二種」が40.7%、「第三種」が49.5%となった。

「第三種」がほぼ半数を占めているものの、「第二種」も約4割と多くなっている。

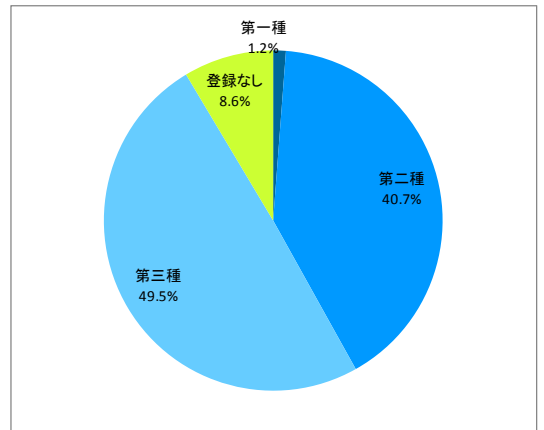


図 旅行業登録の状況

## ④法人の人員数

役員数は「15名以上」が47.6%と最も多くなった。他の形態と比較しても多い傾向にあることが分かる。

正社員数は、「0～2名」が30.5%、「3～4名」が26.8%、「5～9名」が29.3%となった。

自治体等からの出向社員数は、「0～2名」が最も多く84.1%となった。他の形態と比較しても、人数が少ない傾向にあることが分かる。

契約社員数は、「0～2名」が53.7%となり、過半数を占めている。また、派遣社員・パート・アルバイトの人数も、「0～2名」が56.1%となり、過半数を占めている。

法人の人員数は、役員が多い法人が多く、正社員も一定程度おり、契約社員や派遣社員・パート・アルバイトは比較的少ないことが分かる。

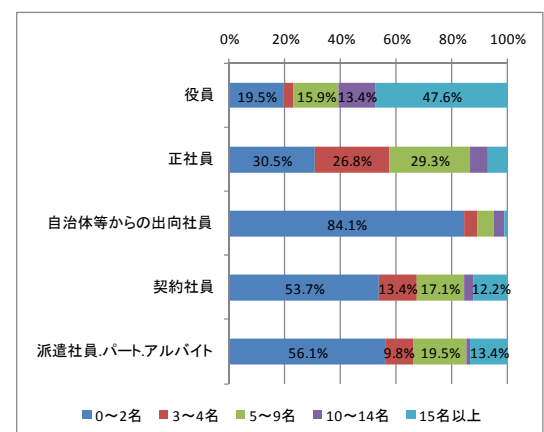


図 法人の人員数 (タイプ別)

合計人数では、「1～4名」が17.1%、「5～9名」で24.4%、「10～14名」が17.1%、「15～29名」と「30名以上」が20.7%となった。

人数が少ない小規模の組織から、人数の多い大規模の組織まで、多様な規模の組織があることが分かる。

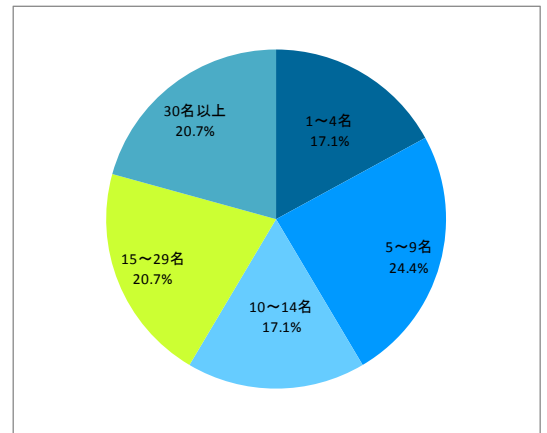


図 法人の人員数

### ⑤地域内外との連携

地域内外の連携の状況をみると、もっとも密接に連携できているのは「地域内の行政関係者」となった。続いて、「宿泊事業者」、「観光施設事業者」となっている。

一方で、「農林漁業関係者」や「その他商工関係者」、「地域住民」とは密接に連携はできていないことが分かる。

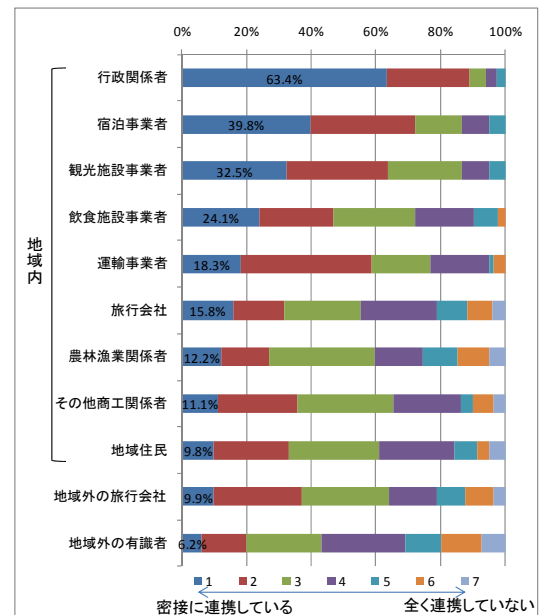


図 地域内外との連携

### (3) 法人の収入の概要

#### ①直近の会計年度における年間総収入額

年間総収入額は、「1～5億円未満」が最も多く49.3%となった。「2,000～5,000万円未満」が17.7%、「5,000万円～1億円未満」が16.5%と続いている。年間総収入額が2000万円未満の法人も、10%以上有ることが分かる。

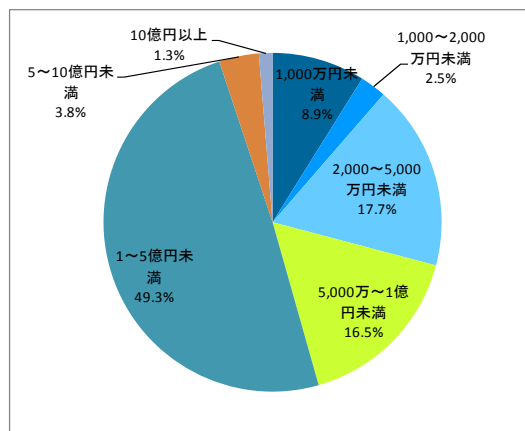


図 直近の会計年度における年間総収入額

#### ②年間総収入額に占める各事業の割合

直近の会計年度における年間総収入額は、「行政からの補助金」が28.3%、「業務委託受任」が21.1%、「旅行業」が14.4%、「その他自主事業」が10.5%、「会費収入」が8.8%、「飲食・物販・宿泊業」が8.6%、「グッズ製造販売」が2.4%、「その他」が5.9%となった。

最も多いのは「行政からの補助金」で、次に多い「業務委託受任」を合わせると約半数となり、自治体等からの収入が多いことが分かる。

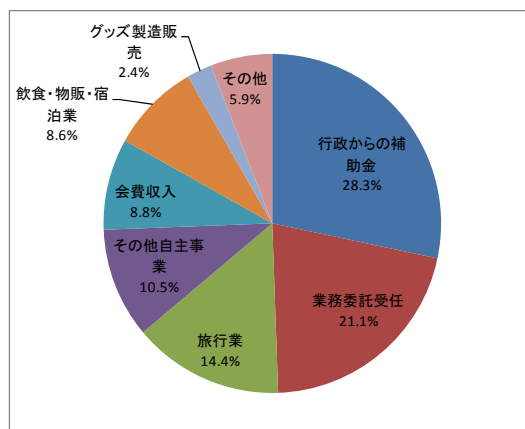


図 年間総収入額に占める各事業の割合

#### ③今後収入額の増加を図りたい事業

収入額の増加を最も図りたい事業は「旅行業」で51.3%と過半数を占めた。次に「会費収入」で13.2%、「その他自主事業」と「飲食・物販・宿泊業」は10.5%となっている。

現時点では旅行業がまだ収益の柱となっている法人は少ないものの、今後も引き続き強化したいと考えている法人が多いことが分かる。

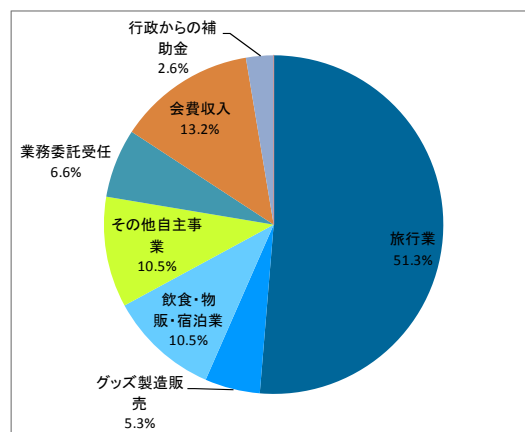


図 今後収入額の増加を図りたい事業

#### ④収支バランス（総収入 - 総支出）の現状

収支バランスの現状は一番多いのが「どちらでもない」で37.1%、「やや悪い状態」が25.9%で続いている。

収支バランスが均衡状態を保っている法人も多いものの、悪い状態となっている法人が4割近くを占めている。

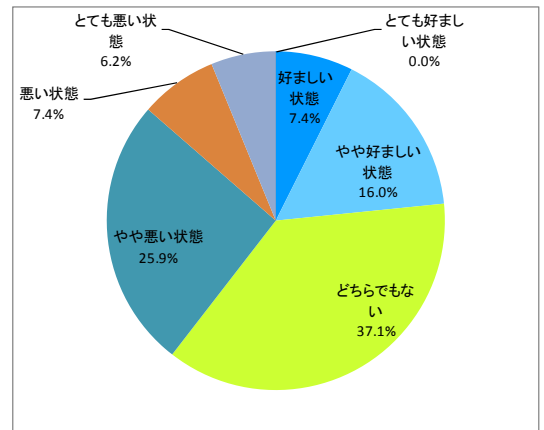


図 収支バランスの現状

#### ⑤3年前と比べての収支バランス（総収入 - 総支出）の変化

収支バランスは「やや悪化している」が最も多く33.8%、次に「変わらない」で29.6%、「悪化している」と「やや良化している」が14.1%となった。収支バランスが悪化している法人が、半数近くに達している。

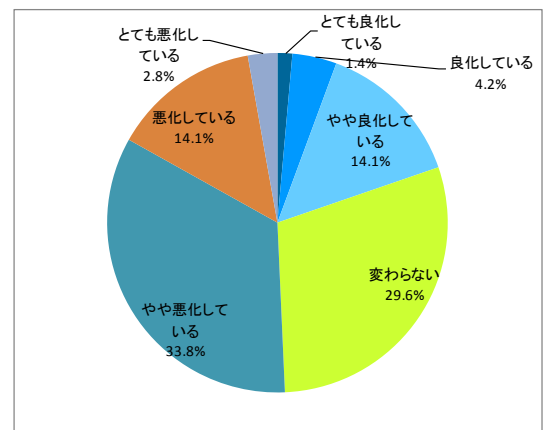


図 収支バランスの変化

## (4) 旅行業の状況

#### ①旅行業の売上高構成比

旅行業の売上高構成比をみると、「募集型企画旅行（着地型）」が最も多く36.2%となった。続いて、「手配旅行（着地型）」が28.4%、「受注型企画旅行（着地型）」が17.4%となった。着地型の旅行が旅行業の売上高の8割以上を占めていることが分かる。

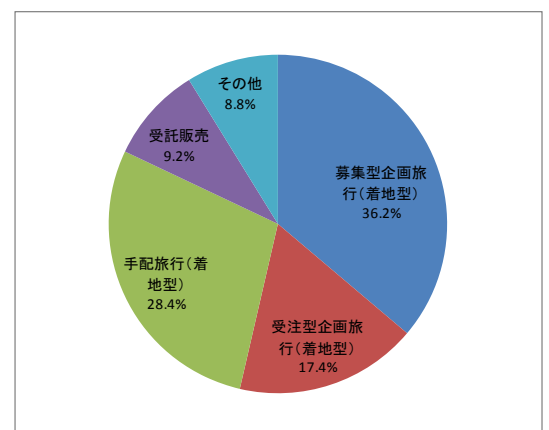


図 旅行業の売上高構成比

## ②旅行業の売上高について3年前と比較した増減傾向

「募集型企画旅行（着地型）」は、6割近くの法人が増加したと回答している。「受注型企画旅行（着地型）」は、4割程度の法人が増加したと回答している。「手配旅行（着地型）」は、3割程度の法人が増加したと回答している。

また、いずれのタイプも増加傾向と回答した法人のほうが、減少傾向と回答した法人より多くなっている。

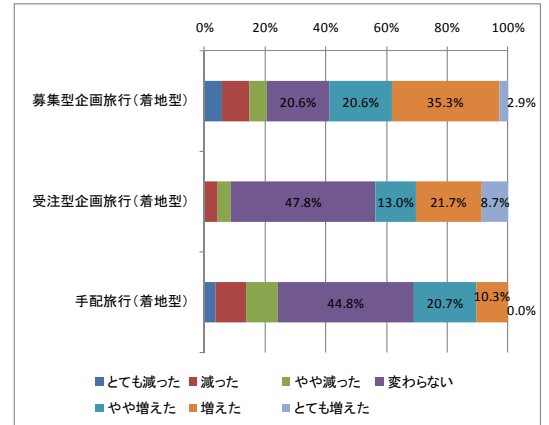


図 旅行業の売上高の3年前と比較した増減傾向

## ③今後もっとも売上高の増加を図りたい旅行商品のタイプ

今後もっとも売上高の増加を図りたいタイプは、「募集型企画旅行（着地型）」が最も多く58.9%となった。続いて、「受注型企画旅行（着地型）」、「手配旅行（着地型）」となった。

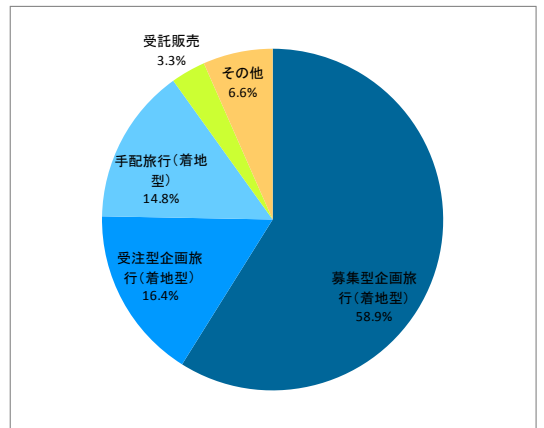


図 今後もっとも売上高の増加を図りたい旅行商品の分野

## ④着地型企画旅行の商品数と取扱人数の3年前と比較した増減傾向

着地型企画旅行とは、自地域を旅行目的地とする企画旅行である。着地型企画旅行は、商品数と取扱人数ともに、募集型のほうが増加傾向と回答する法人が多くなっている。

また、募集型では取扱人数が、受注型では商品数が、やや増加傾向が強くなっている。

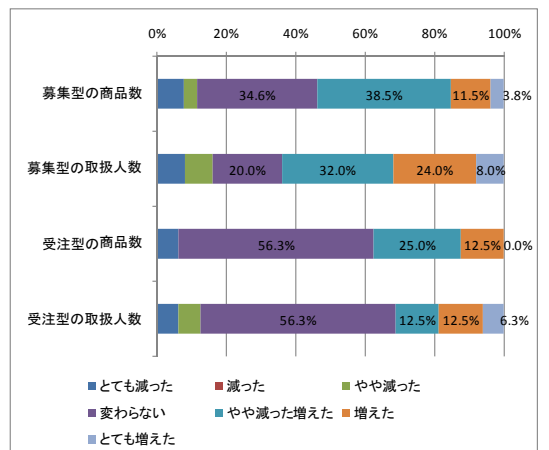


図 着地型企画旅行の商品数と取扱人数の3年前と比較した増減傾向

### ⑤着地型企画旅行の現状

着地型企画旅行の現状は、好ましくも悪くもない「どちらでもない」が24.5%と最も多いが、悪い状態である（「とても悪い状態」、「悪い状態」、「やや悪い状態」を合わせたもの）との回答が合わせて4割を占めている。

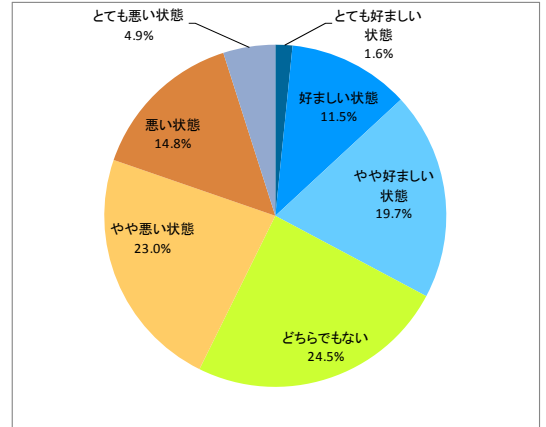


図 着地型企画旅行の現状

### ⑥着地型企画旅行の採算性の3年前と比較した変化

着地型企画旅行の採算性は、「変わらない」が40.0%となっているが、良化しているとの回答も合わせて4割近くになっている。

採算性は、良化しているとの回答のほうが、悪化しているとの回答よりも多くなっている。

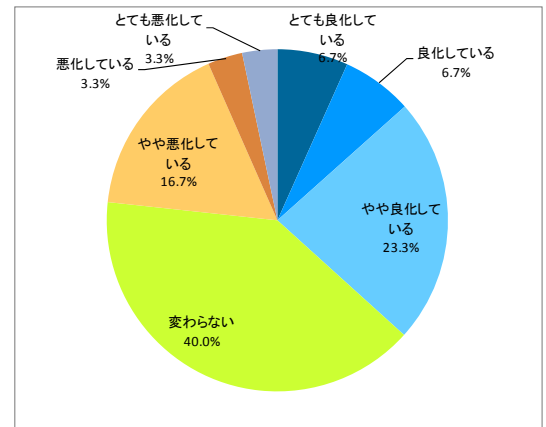


図 着地型企画旅行の採算性の3年前との変化

### ⑦着地型旅行商品の企画と販売の役割分担

着地型旅行商品の企画と販売の役割分担では、企画では、「貴法人を中心に他参加者も企画に参加」が53.0%、「貴法人のみが企画」が26.5%、「他参加者を中心に貴法人も企画に参加」が13.3%、「貴法人は企画に参加せず」が7.2%となった。

販売では、「貴法人を中心に他参加者も販売に参加」が43.9%、「貴法人のみが販売」が26.8%、「貴法人は販売に参加せず」が15.9%、「他参加者を中心に貴法人も販売に参加」が13.4%となった。

商品の販売のほうが、企画に比べて関与の度合いが薄い傾向にあることが分かる。

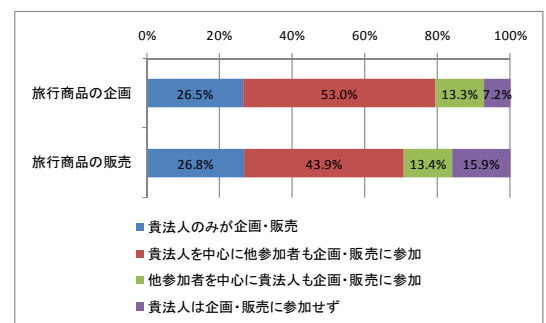


図 着地型旅行商品の企画と販売の役割分担



### ⑧着地型企画旅行の企画段階からの関係者

着地型企画旅行の企画段階から関わっているのは、「宿泊事業者」が最も多く、57.8%となった。続いて、「観光施設事業者」が54.7%、「行政関係者」が50.0%となっている。「飲食施設事業者」は32.8%、「運輸事業者」は31.3%と3割台となったが、上位3者と比べると差が大きく開いている。

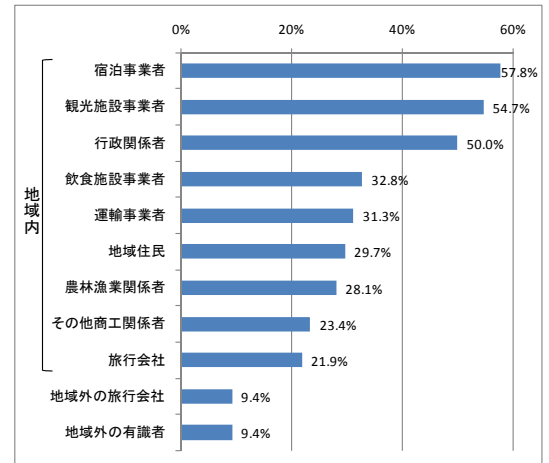


図 着地型企画旅行の企画段階からの関係者

### ⑨着地型企画旅行の情報発信方法

着地型企画旅行の情報発信方法では、「貴法人のホームページ・ブログ」と「貴法人の作成した印刷物」が最も多く、95.3%となった。つづいて、「貴法人の事務所・窓口」が68.8%となっている。市町村・観光協会のホームページや印刷物、窓口等での情報発信も比較的多い。

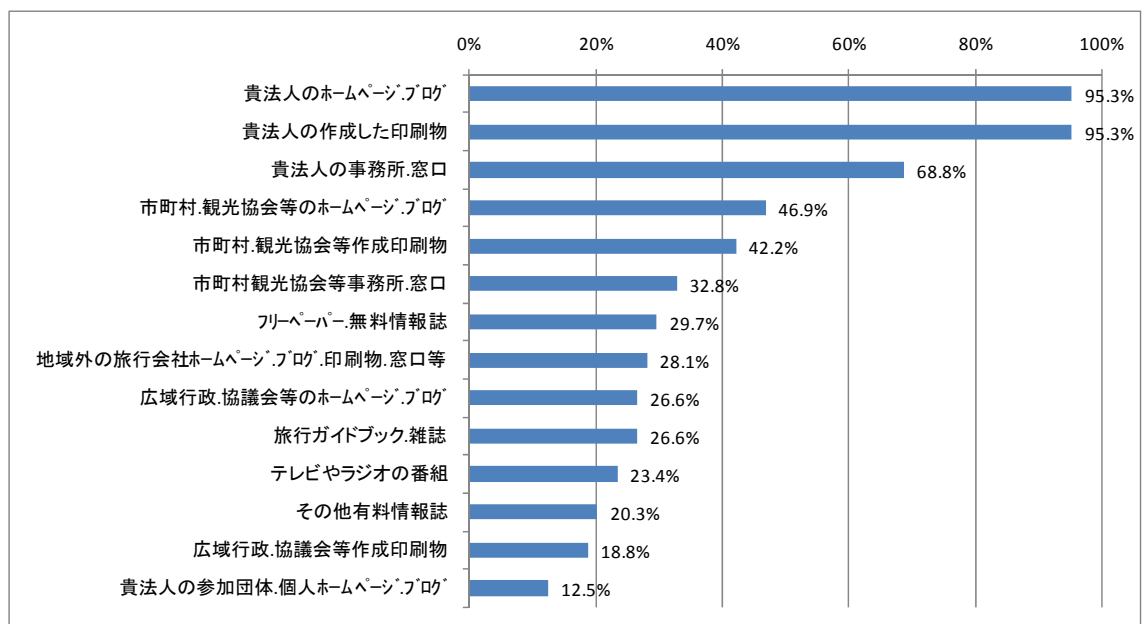


図 着地型企画旅行の情報発信方法

### ⑩着地型旅行商品の今後の取り組み

着地型旅行商品に対する今後の取り組みでは、「現状のまま」も9.8%見られたものの、「大幅に強化する」が13.4%、「強化する」が59.7%と、多くの法人が強化をする方向であることが分かる。

また、「縮小する」という回答は一つも見られなかった。

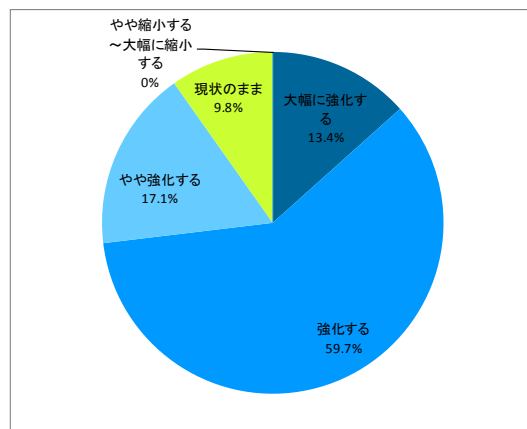


図 着地型旅行商品の今後の取り組み

## (5) 事業推進の中核的人材

### ①年齢

中核的人材の年齢は、「50歳代」が最も多く33.4%で、「40歳代」が28.2%で続いている。「30歳代」と「60歳代」はいずれも17.9%で、「20歳代」はごくわずかとなっている。

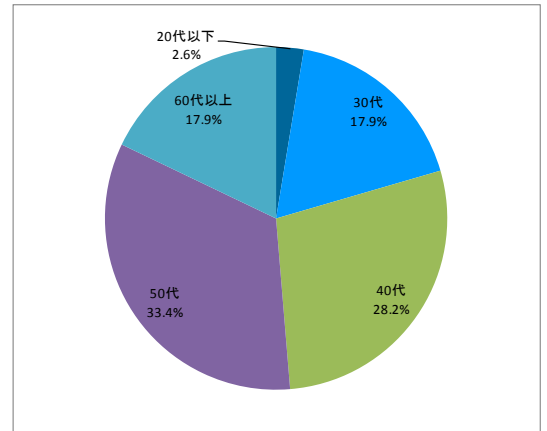


図 年齢

### ②性別

中核的人材の性別は、男性が89.5%とほぼ9割を占めている。

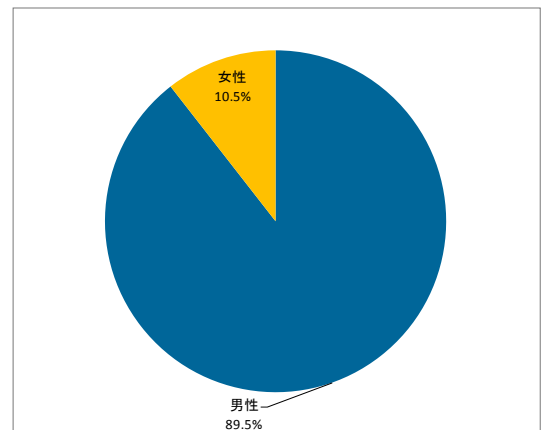


図 性別

### ③兼務の有無

「専任」が60.5%となった。中核的人材の6割は当該法人の専任となっている。兼任先としては、宿泊施設の経営等がやや多い。

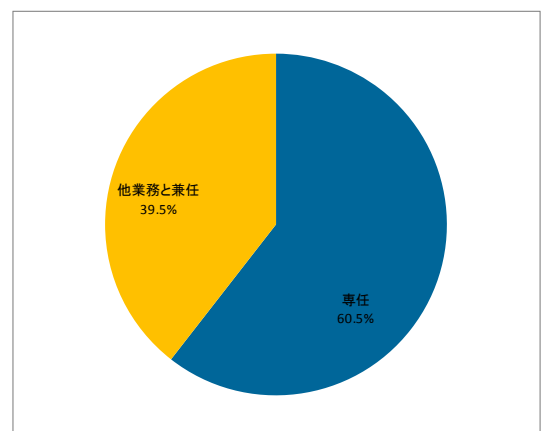


図 兼務の有無

#### ④中核的人材の担当分野

中核的人材の担当分野は、「全体統括・リーダーシップ」が50.6%となり、「マーケティング・商品開発」が41.8%で続いている。「組織管理・会計」は7.6%にとどまっている。

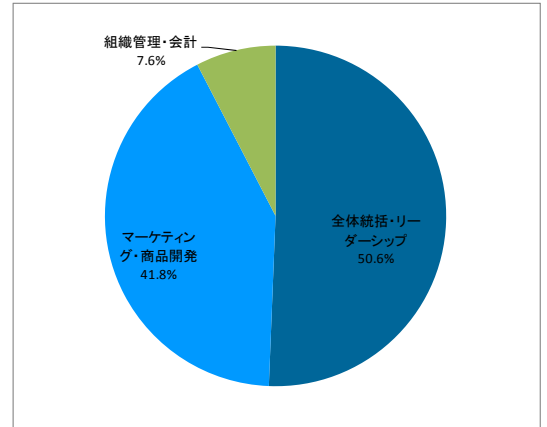


図 中核的人材の担当分野

#### ⑤中核的人材の職歴

中核的人材の職歴は、地域外の旅行会社が最も多く26.3%となった。続いて、「地域内その他会社員」が15.0%、「地域内の公務員」と「地域内の旅行会社」が13.8%で続いている。

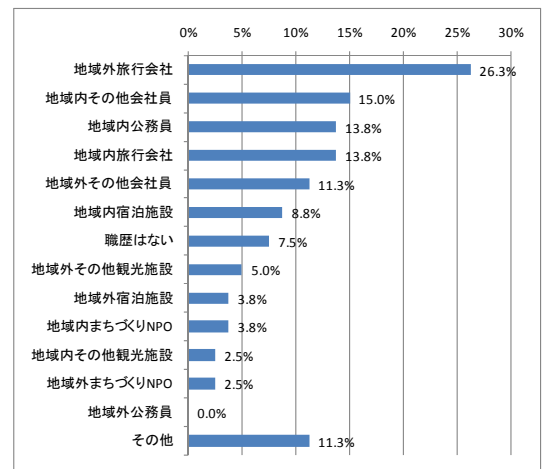


図 中核的人材の職歴

#### ⑥中核的人材の経験値

中核的人材は、「リーダーとしてプロジェクトを推進」や「地域商品のプレゼンテーション」、「組織の事業戦略の立案と実践」、「行政等の支援制度の活用」などは、比較的経験を積んでいる。

一方で、「科学的な市場調査及び分析」や「特産品の開発と販売」については、経験が不足していることが分かる。

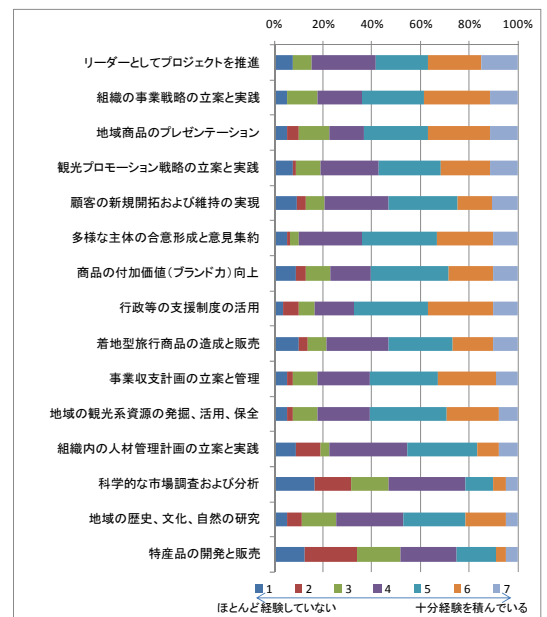


図 中核的人材の経験値

### ⑦実施されている中核的人材の育成手法

中核的人材の育成のために実施されている手法については、「多様な業務機会の提供」が最も多く 57.9%となった。つづいて「外部研修への派遣」が 44.7%、「OJT」が 27.6%となった。

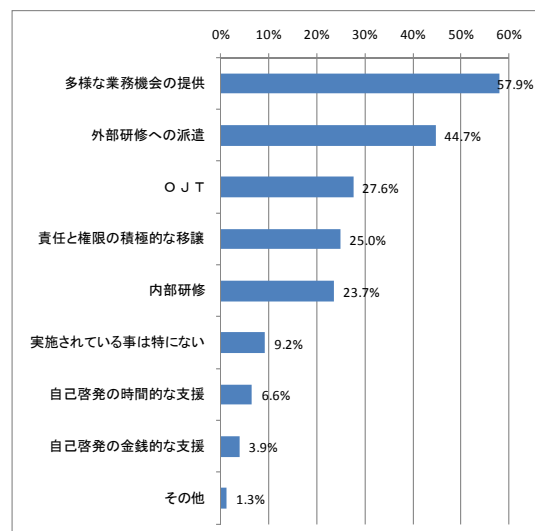


図 実施されている中核的人材の育成手法