

函館観光エリアにおける予備的調査結果

函館観光エリアの概要

- 本調査の対象となった事業所は2,161件である。

	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
函館観光エリア	2,161

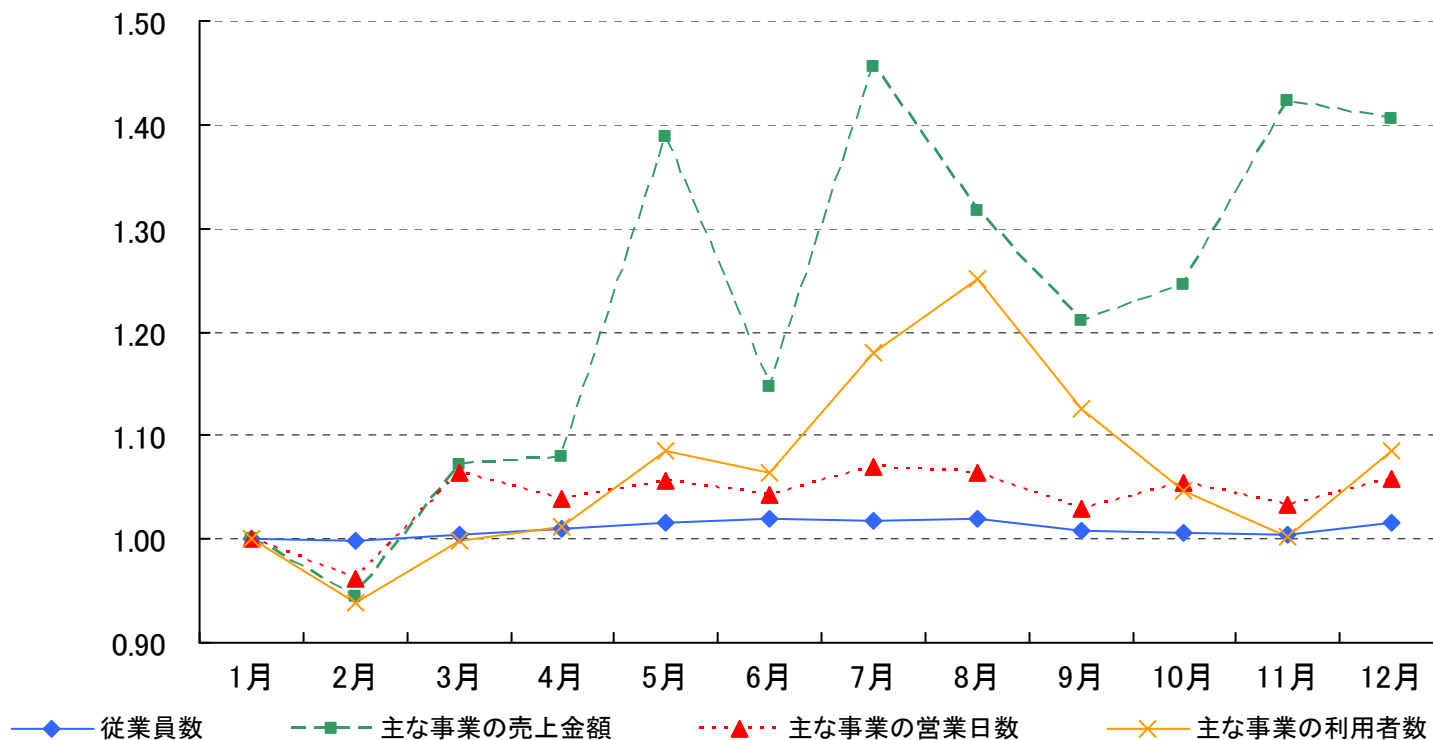
函館観光エリアで調査対象となった旧市区町村：
旧函館市（北海道）

代表的な観光地点：
金森赤レンガ倉庫／函館山ロープウェイ／五稜郭公園

観光売上・利用者数の季節変動

- ・ 主な事業の売上は 5月、7月、11月にピークがある。
- ・ 利用者数の変動は 8月にピークがある。
- ・ 利用者数の変動と主な事業の売上の変動のピークが年間を通じて一致しておらず、消費額単価(円/人)は不安定であると考えられる。

(指数1月=1.00)



事業別観光売上割合

- ・ 主な事業に占める観光売上割合は3.4～48.5%であり、全体としては20.5%となっている。
- ・ 生活関連サービス、娯楽事業、物品賃貸事業の観光売上割合が高いが、全国と比較すると低くなっている。また、小売業は11%となっているが、全国と比較すると高くなっている。

代表地域		全体	小売業	旅客運送事業	物品賃貸事業	宿泊事業	飲食サービス事業	生活関連サービス・娯楽事業	社会教育事業	不詳
全国	主な事業の売上(百万円)	5,151,082	2,861,539	423,935	100,895	417,630	778,564	462,627	74,526	31,366
	観光売上(百万円)	1,276,492	257,465	137,803	53,067	286,370	143,642	348,158	45,938	4,049
	(観光売上割合)	(24.8%)	(9.0%)	(32.5%)	(52.6%)	(68.6%)	(18.4%)	(75.3%)	(61.6%)	(12.9%)
函館観光エリア	主な事業の売上(百万円)	291,549	168,301	34,320	4,064	15,681	24,552	38,206	6,334	90
	観光売上(百万円)	59,819	18,540	10,663	1,927	6,535	3,409	18,531	213	-
	(観光売上割合)	(20.5%)	(11.0%)	(31.1%)	(47.4%)	(41.7%)	(13.9%)	(48.5%)	(3.4%)	

観光需要に基づく資金の約56%が域内に循環している

回答事業所数 433事業所

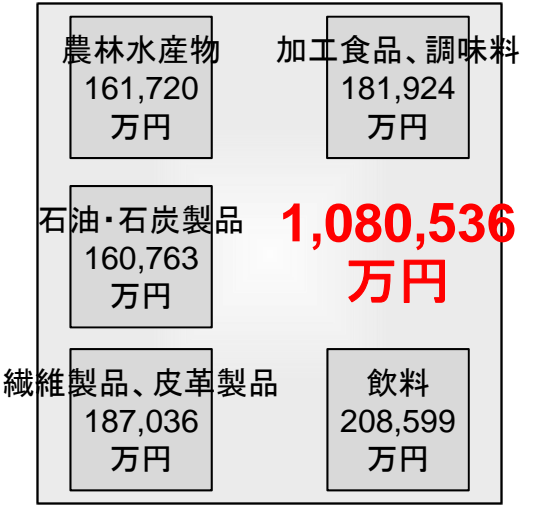
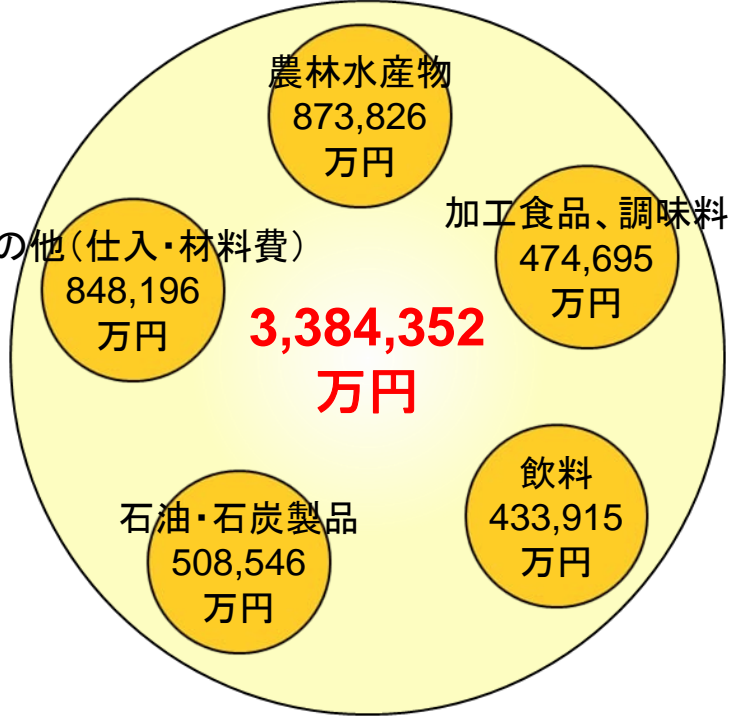
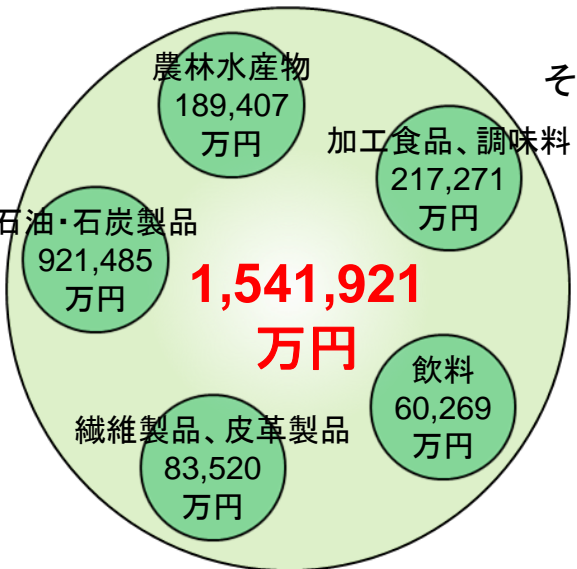
観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計：6,006,810万円)

- 域内調達率上位3項目(5割以上)**
- 1. 飼料、肥料 100.0%
 - 1. 電気製品 100.0%
 - 1. 警備保障サービス 100.0%
 - 1. 建物サービス 100.0%
- 域内調達率下位3項目**
- 1. その他の製造品 0.0%
 - 2. 書籍・新聞・雑誌 4.1%
 - 3. 繊維製品、皮革製品 27.8%

市区町村内 (域内) **56.3%**

25.7% **都道府県内 (他の市区町村)**

18.0% **他の都道府県**



平均売上額 個人経営:約1,600万円、法人経営:約2億1千万円

- ・ 個人経営では、売上(収入)金額の平均が費用総額を上回っている。
- ・ 法人経営の費用内訳では、仕入・材料費を除くと販売手数料が高くなっている。

個人経営

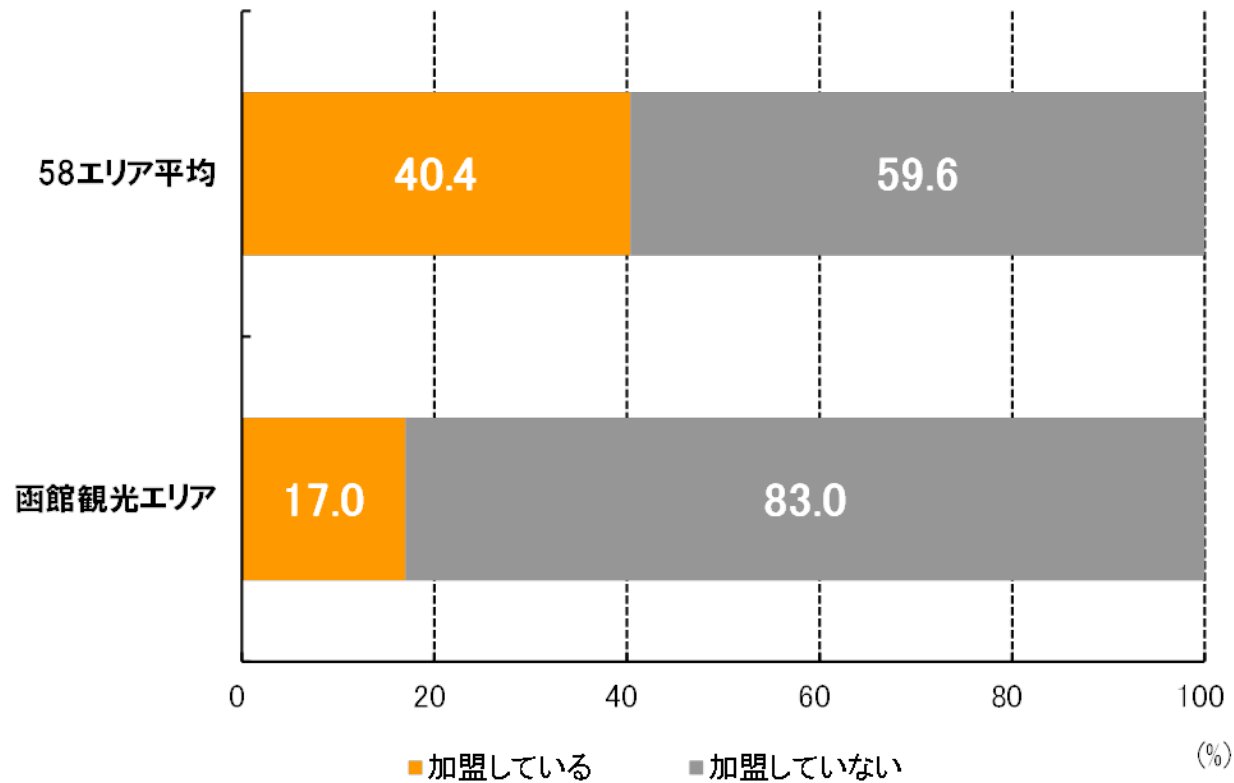
	平均
売上(収入)金額 (万円)	1,572
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	1,398

法人

		平均
売上高 (万円)		21,483
費用	売上原価 (万円)	13,748
	販売費及び一般管理費 (万円)	6,300
費用 内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	9,298
	外注費 (万円)	351
	販売手数料 (万円)	702
	広告宣伝費 (万円)	320
	従業員教育費 (万円)	62

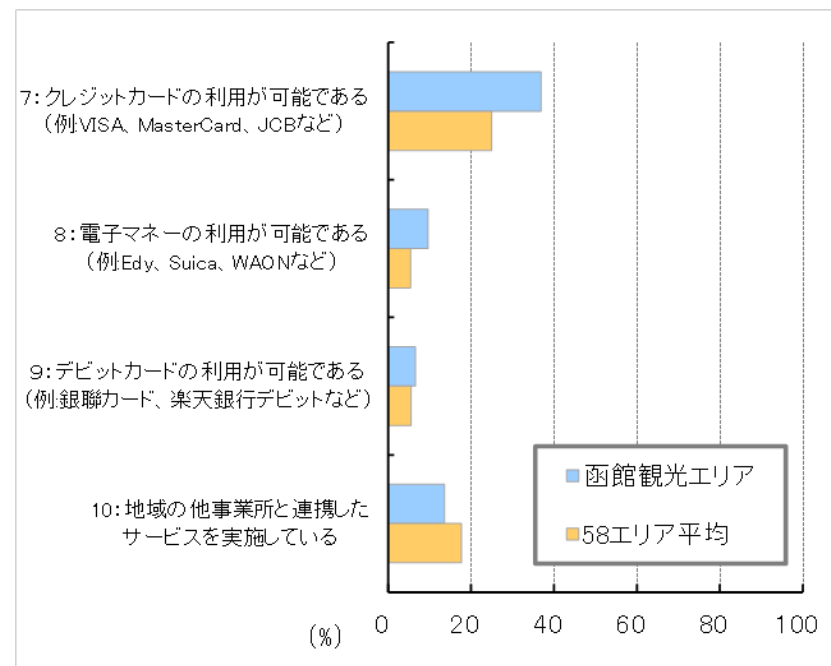
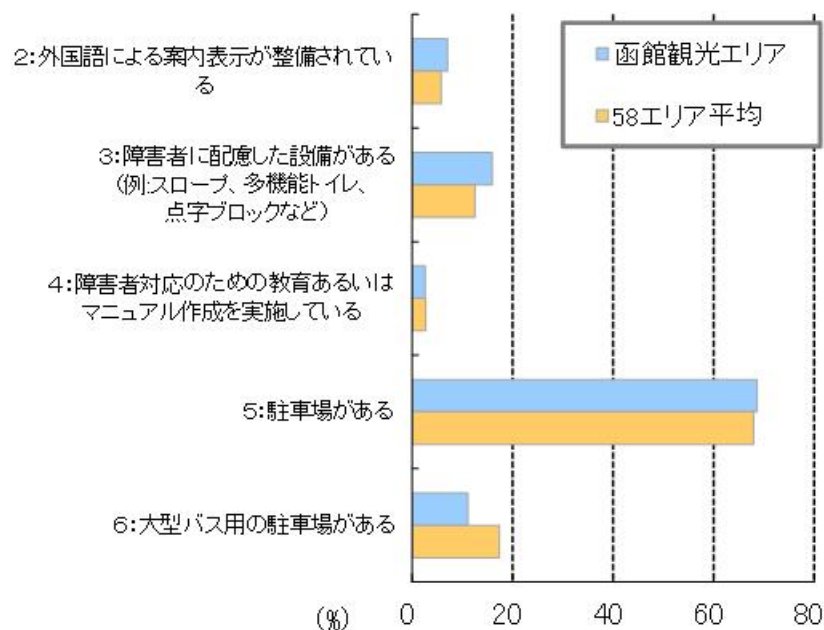
取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、函館観光エリアで17.0%で、58エリア平均と比較して低くなっている。



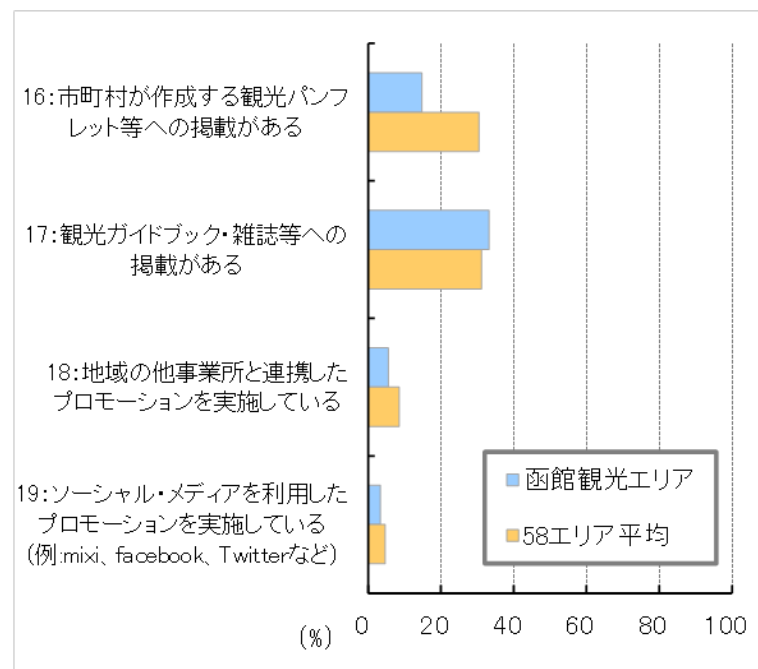
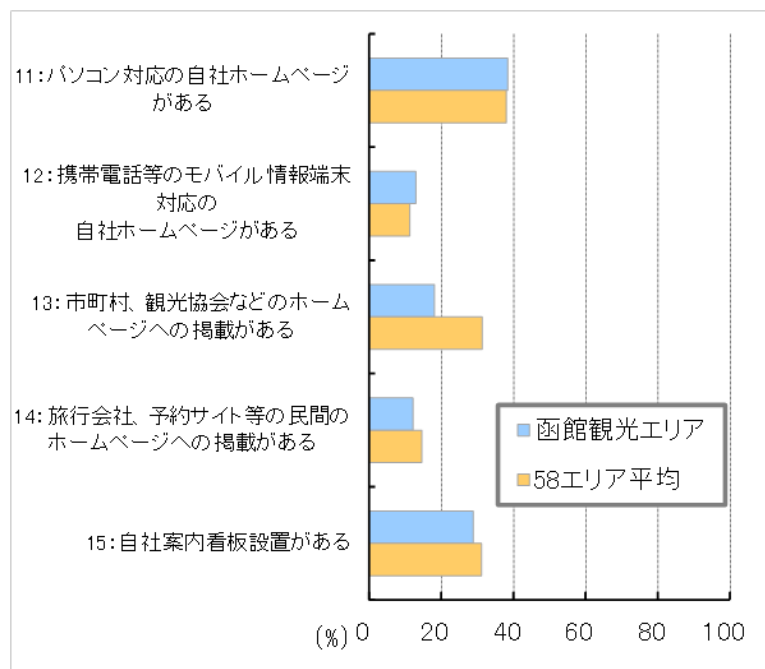
取り組みの内容[サービスの提供状況]

- 「3.障害者に配慮した設備がある」が58エリア平均と比較して高く、障害者に配慮したサービスの提供が進められていると考えられる。
- 「5.駐車場がある」と回答した割合は58エリア平均とほぼ同様となっているが、「6. 大型バス駐車場がある」については低い。
- 「7.クレジットカードの利用」、「8.電子マネーの利用」、「9.デビットカードの利用」についても58エリア平均に比べて高くなっており、これらのサービスの導入に積極的であると考えられる。



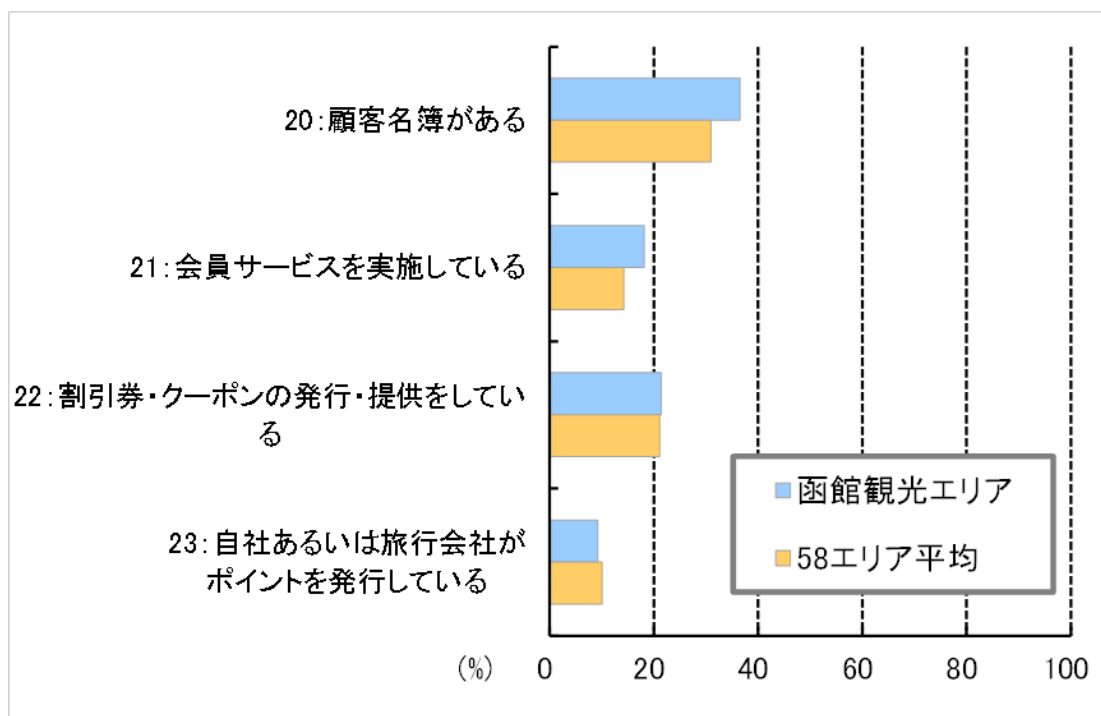
取り組みの内容[広告の実施状況]

- ・ 広告の実施状況は概ね58エリア平均と同様か、やや低い状況となっている。
- ・ 特に「13.市町村、観光協会などのホームページへの掲載」、「16.市町村が作成する観光パンフレット等への掲載」については低くなっている。



取り組みの内容[マーケティング]

- ・ マーケティングについては58エリア平均と概ね同様である。
また、「20.顧客名簿」の割合がやや高くなっている。



電子商取引による売上の相手・手段の構成

- 観光客個人(手数料支払販売)への販売が約53%と58エリア平均と比較して多く、観光客個人(直接販売)への販売が約38%と低い。また、企業・団体への販売はわずか9%となっている。

代表地域		観光客個人 [直接販売]	観光客個人 [手数料支払販売]	企業・団体
58エリア平均	構成比	59.1%	22.0%	18.9%
函館観光エリア	構成比	37.8%	53.0%	9.2%