

富良野観光エリアにおける予備的調査結果

富良野観光エリアの概要

- 本調査の対象となった事業所は378件である。

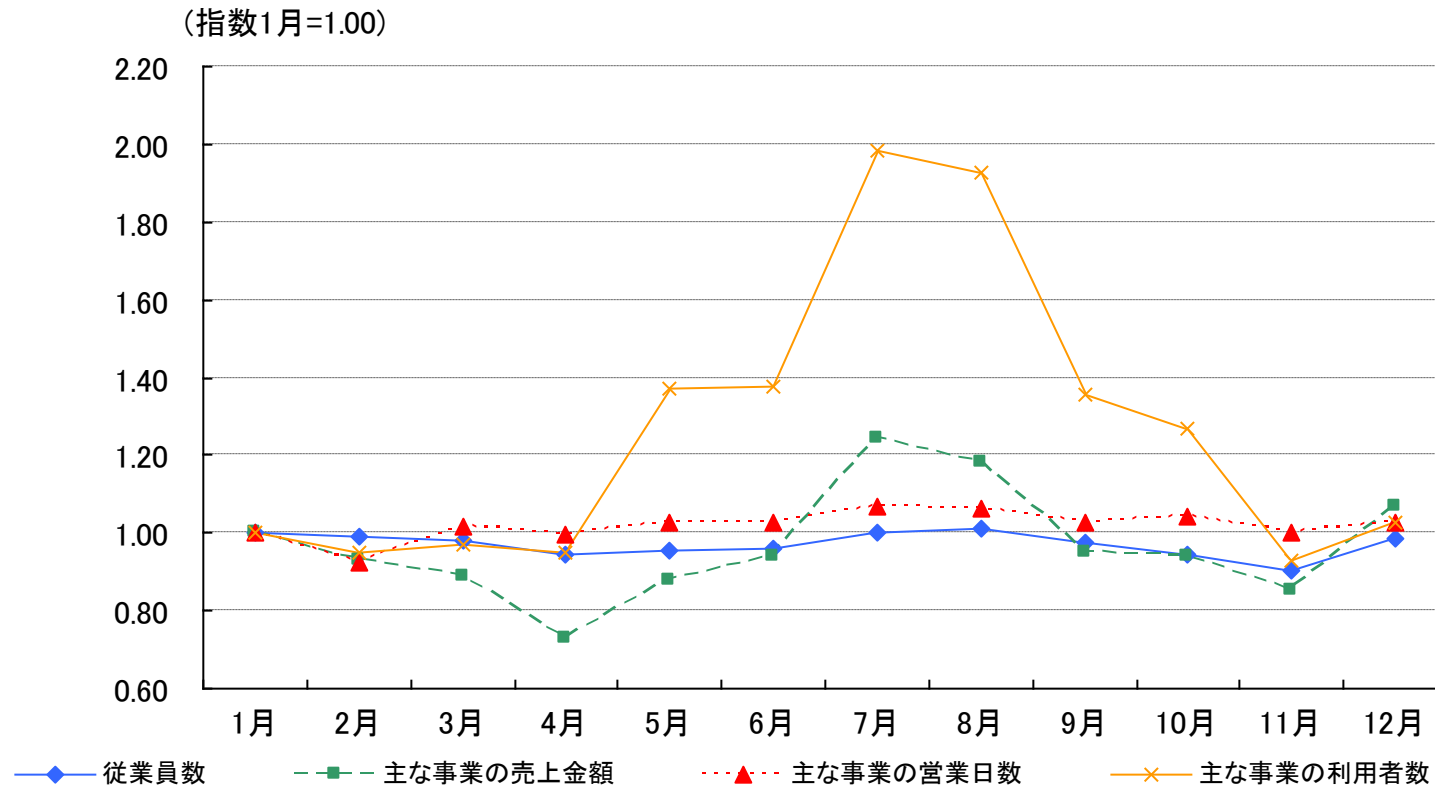
	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
富良野観光エリア	378

富良野観光エリアで調査対象となった旧市区町村：
 旧富良野町（北海道）

代表的な観光地点：
 ふらのマルシェ／ふらのジャム園／富良野チーズ工房

観光売上・利用者数の季節変動

- ・ 主な事業の売上の変動は、7月～8月にピークがあり、4月、11月は多少落ち込む。
- ・ 利用者数の変動も同様に7月～8月にかけてピークがあるが、主な事業の売上の変動幅を大きく上回っており、その時期の消費額単価は低くなっていると考えられる。



事業別観光売上割合

- ・ 主な事業に占める観光売上割合は7.7～81.2%であり、全体としては26.7%となっている。
- ・ 主な事業の売上の大半を小売業の売上が占めている。
- ・ 宿泊事業のエリア内の観光売上割合が高く、全国と比較しても高くなっている。また、小売業は18.1%となっているが、全国と比べると高い観光売上割合となっている。

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%)
富良野観光エリア	主な事業の売上(百万円)	27,723	20,186	1,373	785	2,940	2,416	0	0	24
	観光売上(百万円)	7,406	3,646	105	323	2,389	943	0	0	-
	(観光売上割合)	(26.7%)	(18.1%)	(7.7%)	(41.2%)	(81.2%)	(39.0%)			



観光需要に基づく資金の約33%が域内に循環している

回答事業所数 110事業所

観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計 : 1,613,022 万円)

市区町村内 (域内)

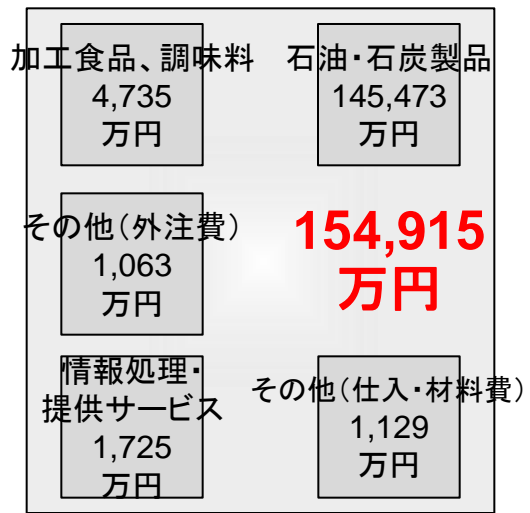
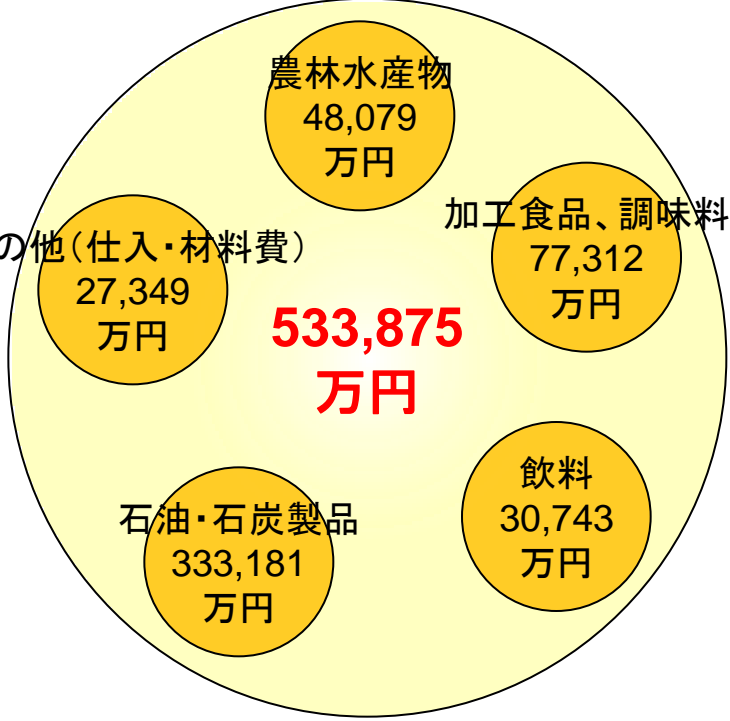
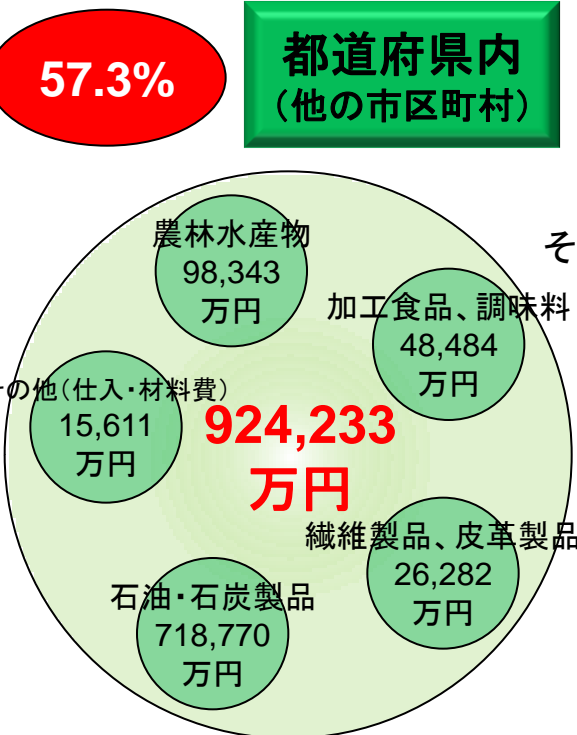
33.1%

都道府県内 (他の市区町村)

57.3%

- 域内調達率上位3項目 (5割以上)**
- 1. 警備保障サービス 100.0%
 - 1. 建物サービス 100.0%
 - 1. 人材派遣サービス 100.0%
- 域内調達率下位3項目**
- 1. 繊維製品、皮革製品 0.0%
 - 1. 情報処理・提供サービス 0.0%
 - 1. 清掃・洗濯サービス 0.0%

他の都道府県 9.6%



平均売上額 個人経営:約2千万円、法人経営:約2億2千万円

- ・ 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

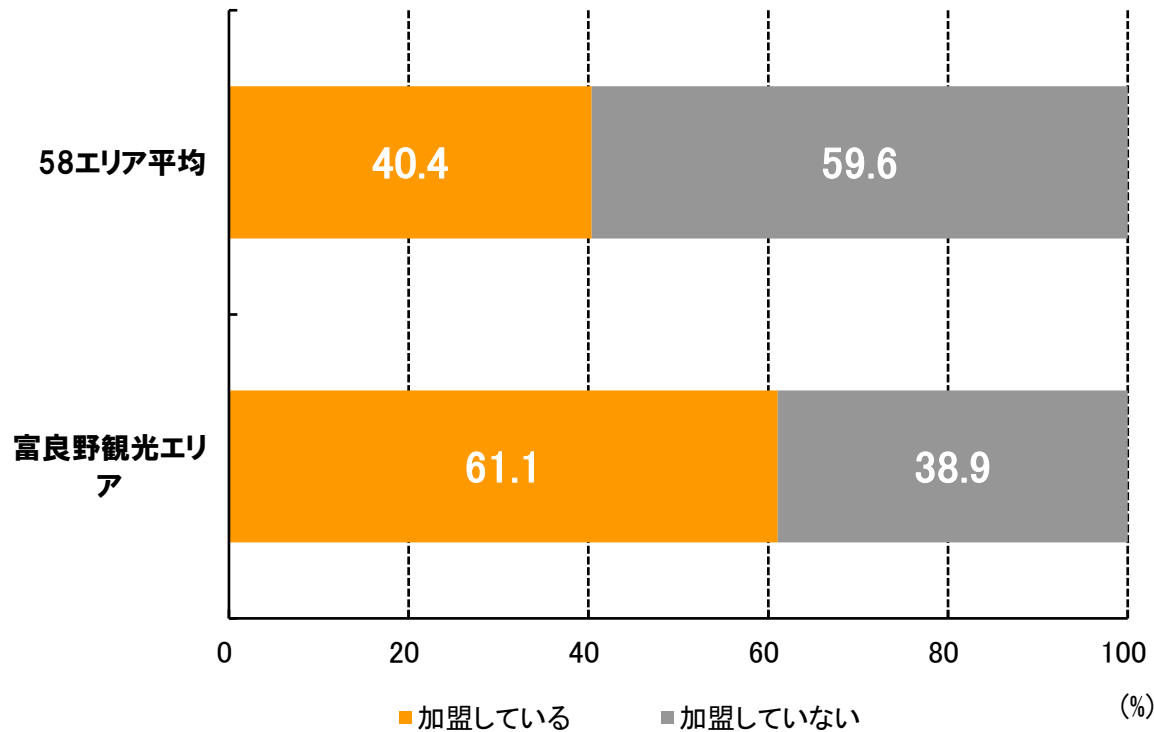
	平均
売上(収入)金額 (万円)	1,911
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	1,587

法人

		平均
売上高 (万円)		21,967
費用	売上原価 (万円)	18,506
	販売費及び一般管理費 (万円)	5,078
費用 内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	11,496
	外注費 (万円)	340
	販売手数料 (万円)	2,086
	広告宣伝費 (万円)	163
	従業員教育費 (万円)	45

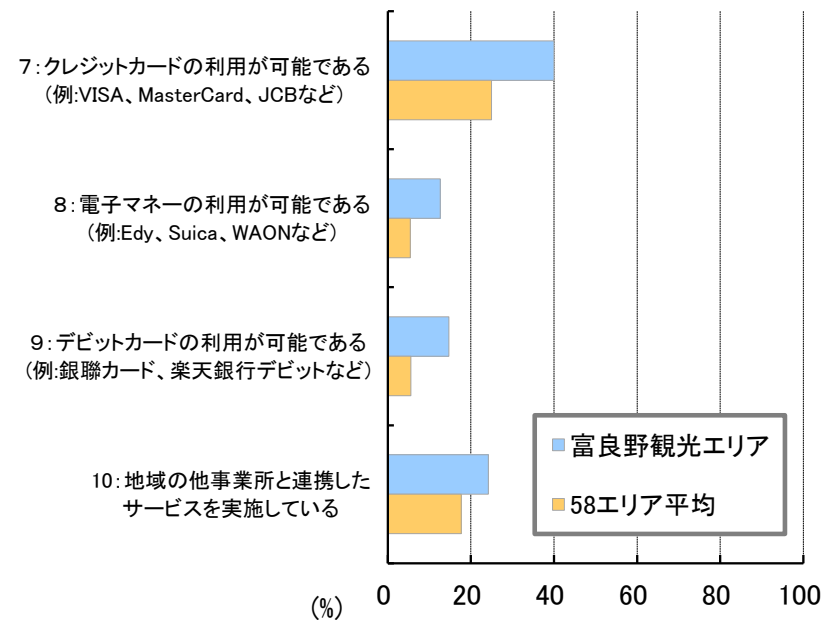
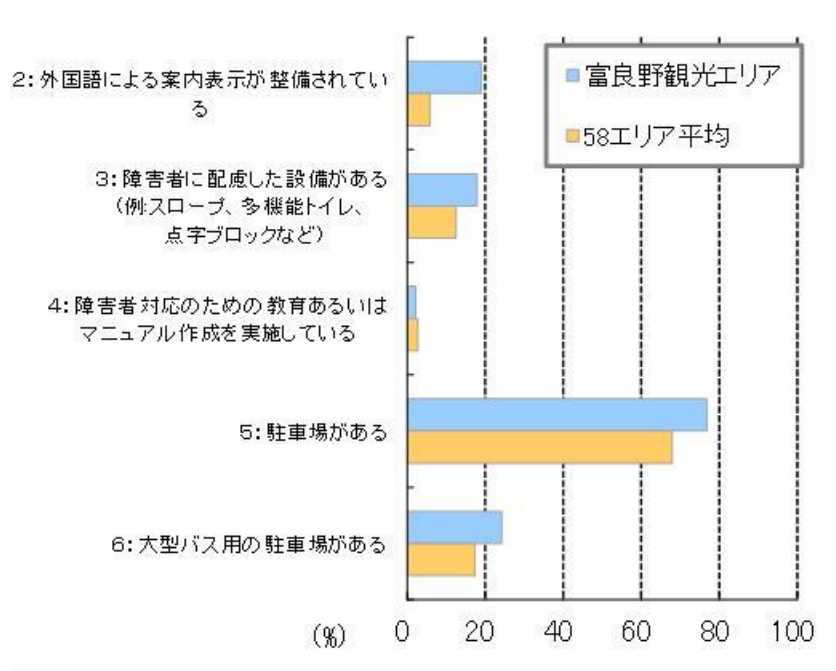
取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、富良野観光エリアで61.1%となっており、58エリア平均に比べ高い状況にある。



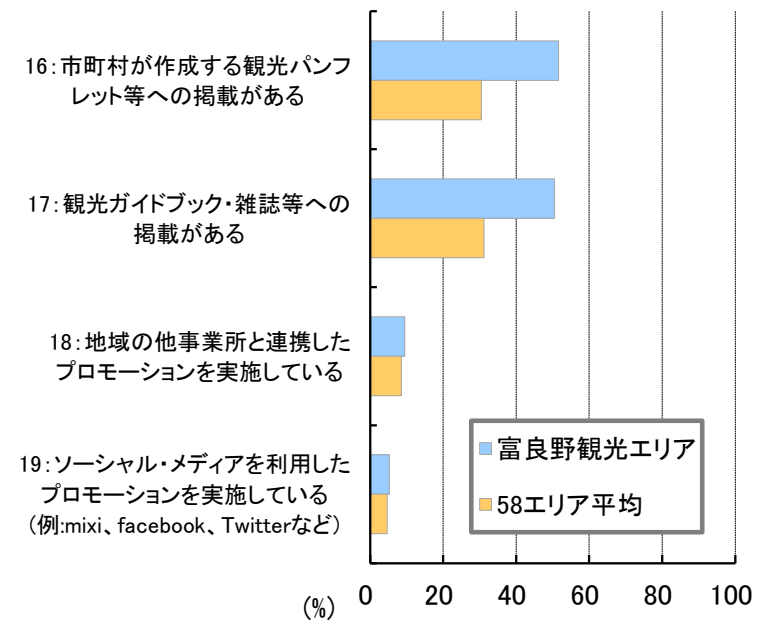
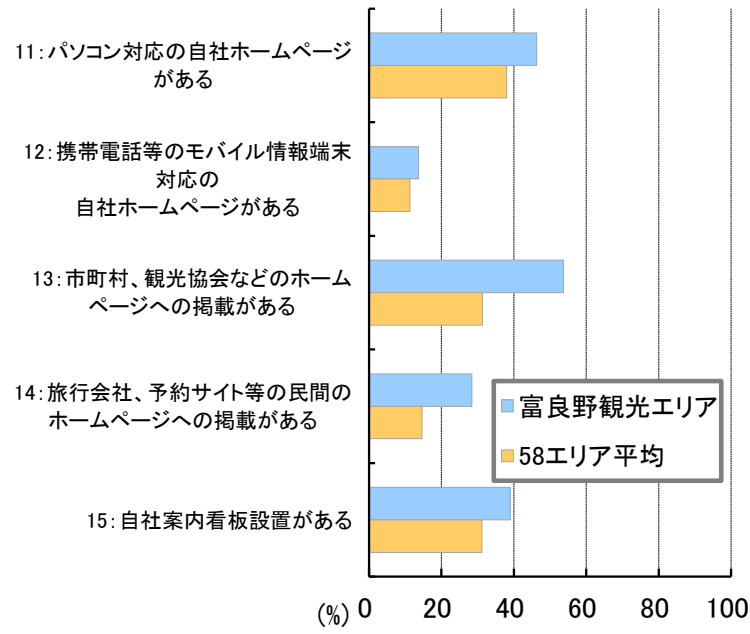
取り組みの内容[サービスの提供状況]

- 「4.障害者対応のための教育あるいはマニュアル作成」を除き、全ての項目で58エリア平均を上回っている。特に、「2.外国後による案内表示」は整備が進んでいる。



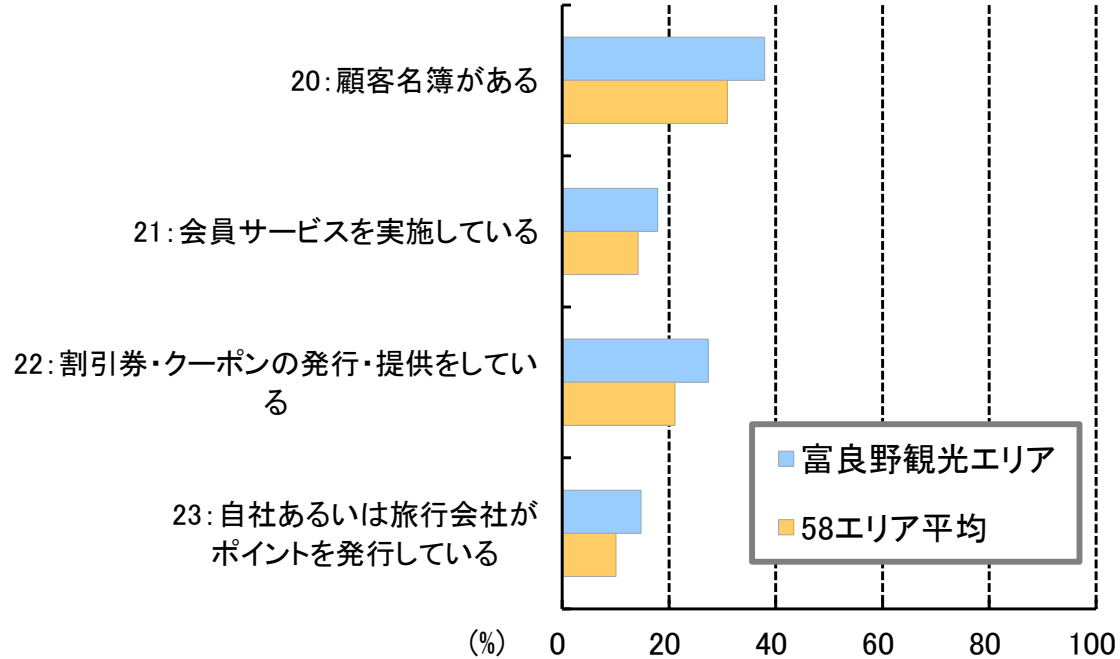
取り組みの内容[広告の実施状況]

- ・ 広告の実施状況は概ね58エリア平均と比較して高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」、「17.観光ガイドブック・雑誌等への掲載」が高くなっている。また、「11.パソコン対応の自社ホームページ」、「12.携帯電話等のモバイル情報端末対応の自社ホームページ」も58エリア平均より高くなっており、本エリアでは広報・周知に対して積極的な事業者が多いものと考えられる。



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、全項目が58エリア平均よりやや高い割合である。



電子商取引による売上の相手・手段の構成

- 構成比は58エリア平均と類似しており、観光客個人への販売が全体の約80%、企業・団体への販売が約20%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%
富良野観光エリア	構成比	49.5%	30.9%	19.6%