

男鹿観光エリアにおける予備的調査結果

男鹿観光エリアの概要

- 本調査の対象となった事業所は72件である。

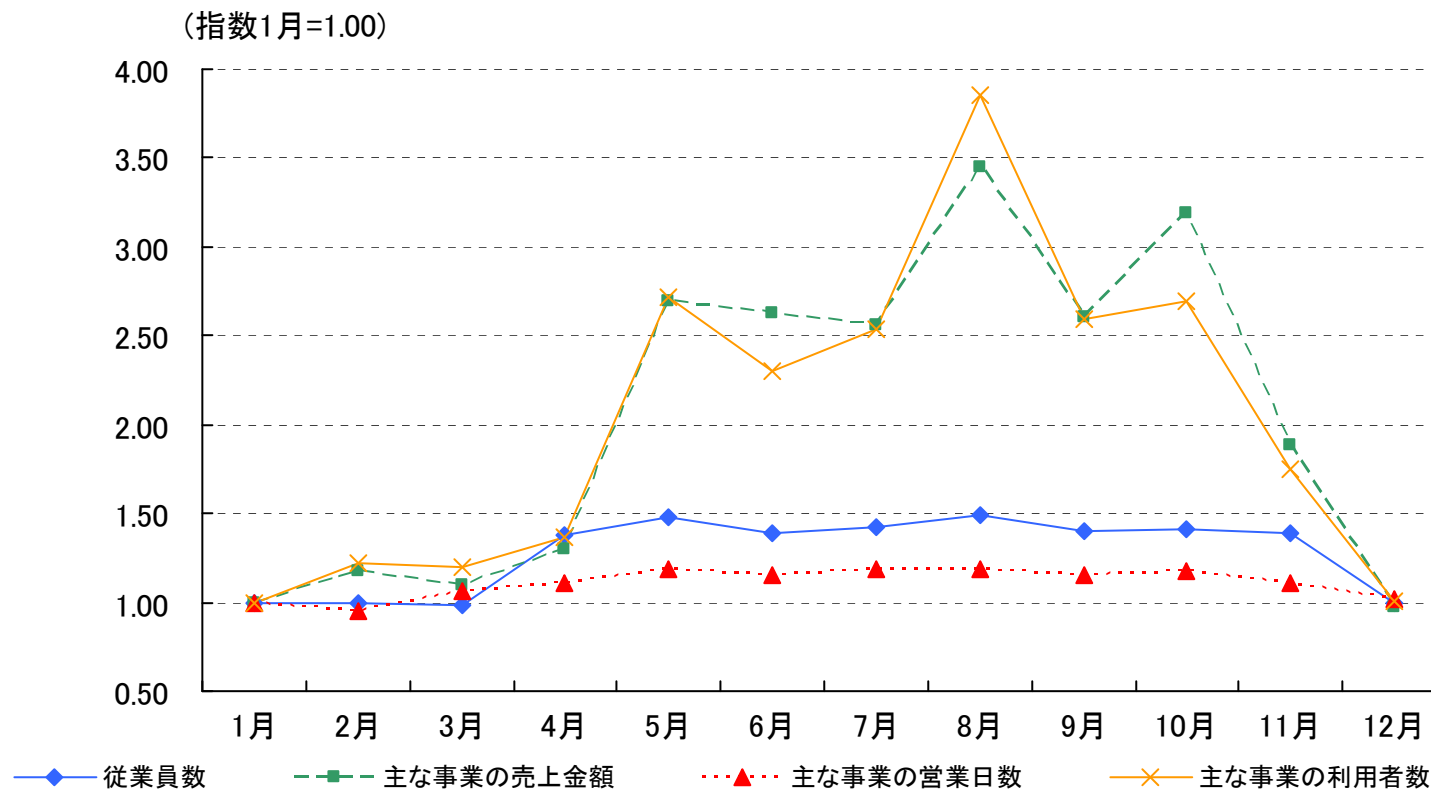
	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
男鹿観光エリア	72

男鹿観光エリアで調査対象となった旧市区町村：
 旧北浦町(秋田県)

代表的な観光地点：
 男鹿温泉郷／なまはげ館／男鹿真山伝承館

観光売上・利用者数の季節変動

- ・ 5月、8月、10月に主な事業の売上のピークがあり、特に8月のピークが大きい。
- ・ 利用者数の変動も同様であり、5月、8月、10月にピークがある。
- ・ 利用者数と、主な事業の売上の変動が類似しており、年間を通じて消費額単価（円／人）が安定し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35.9～90.0%であり、全体としては77.7%となっている。(ただし、主な事業の売上の約8割が宿泊事業であることに留意)
- ・ 社会教育事業、宿泊事業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、飲食サービス業、小売業についてはエリア内での観光売上割合はそれぞれ35.9%、53.2%となっているが、全国と比較すると高い割合となっている。

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 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%)
男鹿観光エリア	主な事業の売上(百万円)	5,404	1,043	0	0	4,025	188	0	148	47
	観光売上(百万円)	4,197	554	0	0	3,442	68	0	133	-
	(観光売上割合)	(77.7%)	(53.2%)			(85.5%)	(35.9%)		(90.0%)	

観光需要に基づく資金の約12%が域内に循環している

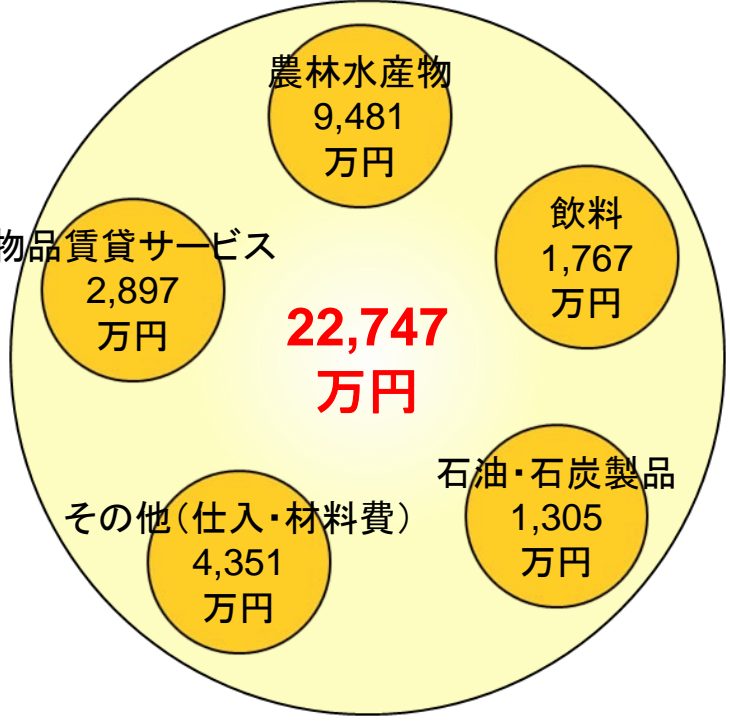
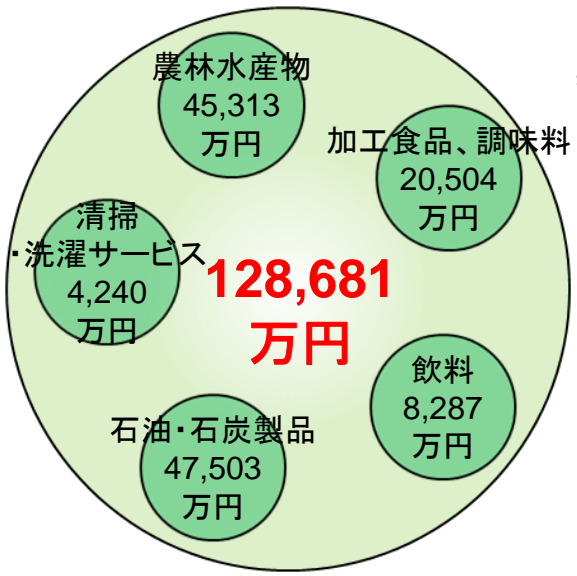
回答事業所数 25事業所

観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計：183,341万円)

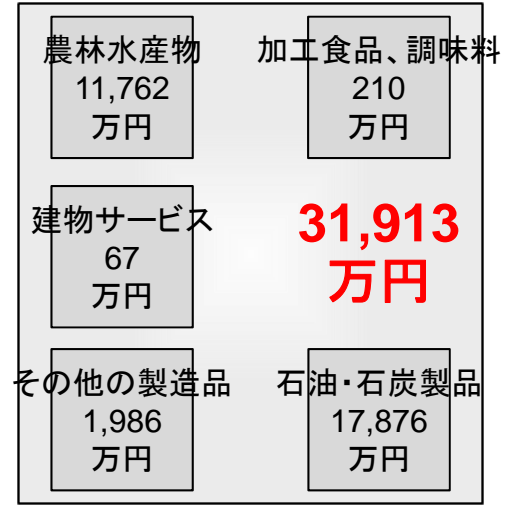
- 域内調達率上位3項目(5割以上)**
- 1. 物品賃貸サービス 100.0%
 - 1. 警備保障サービス 100.0%
 - 3. その他(仕入・材料費) 93.2%
- 域内調達率下位3項目**
- 1. 医薬品・化粧品 0.0%
 - 1. 清掃・洗濯サービス 0.0%
 - 3. 石油・石炭製品 2.0%

市区町村内 (域内) **12.4%**

70.2% **都道府県内 (他の市区町村)**



他の都道府県 **17.4%**





平均売上額 個人経営:約1千万円、法人経営:約1億6千万円

- ・ 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

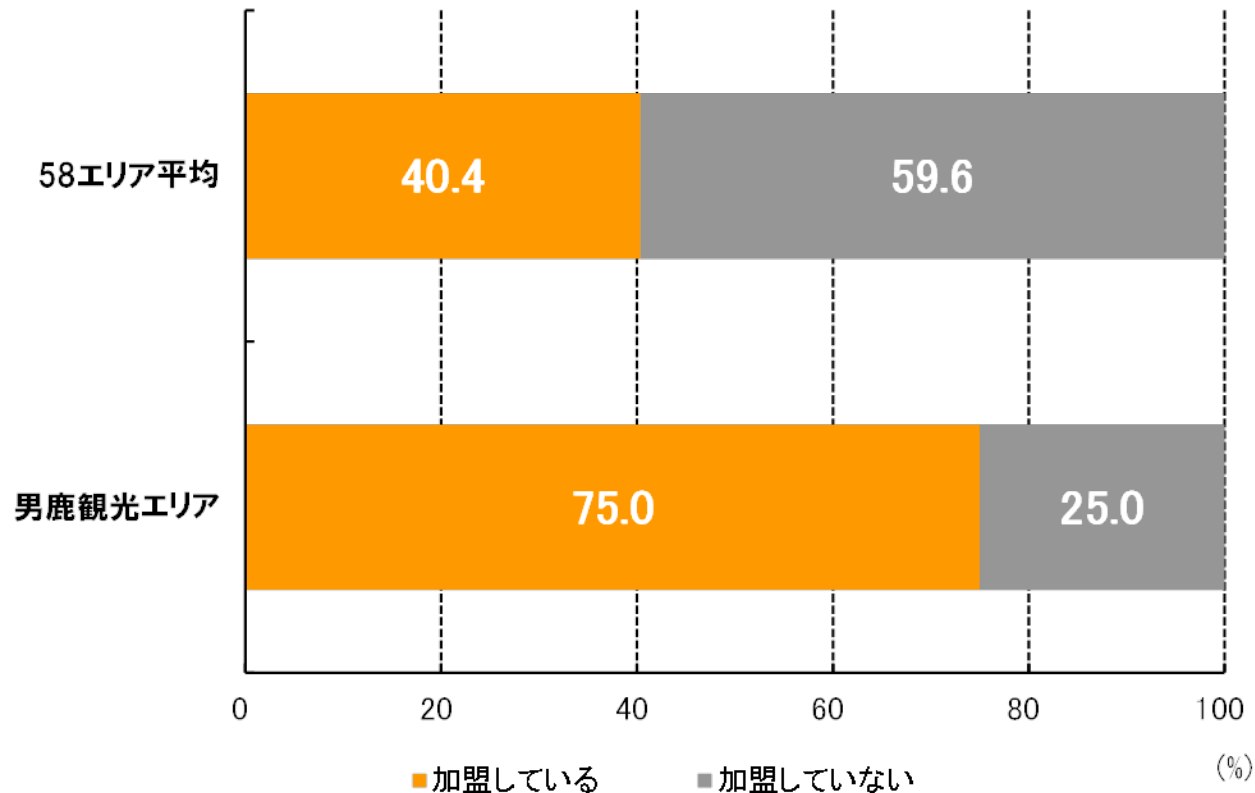
	平均
売上(収入)金額 (万円)	1,012
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	768

法人

	平均	
売上高 (万円)	15,859	
費用	売上原価 (万円)	6,079
	販売費及び一般管理費 (万円)	11,846
費用内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	5,508
	外注費 (万円)	409
	販売手数料 (万円)	2,061
	広告宣伝費 (万円)	74
	従業員教育費 (万円)	42

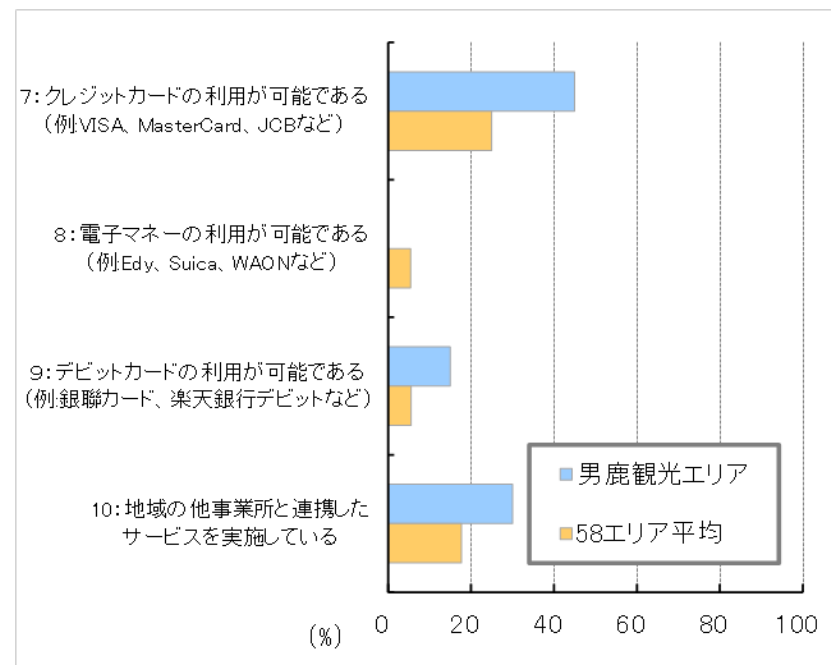
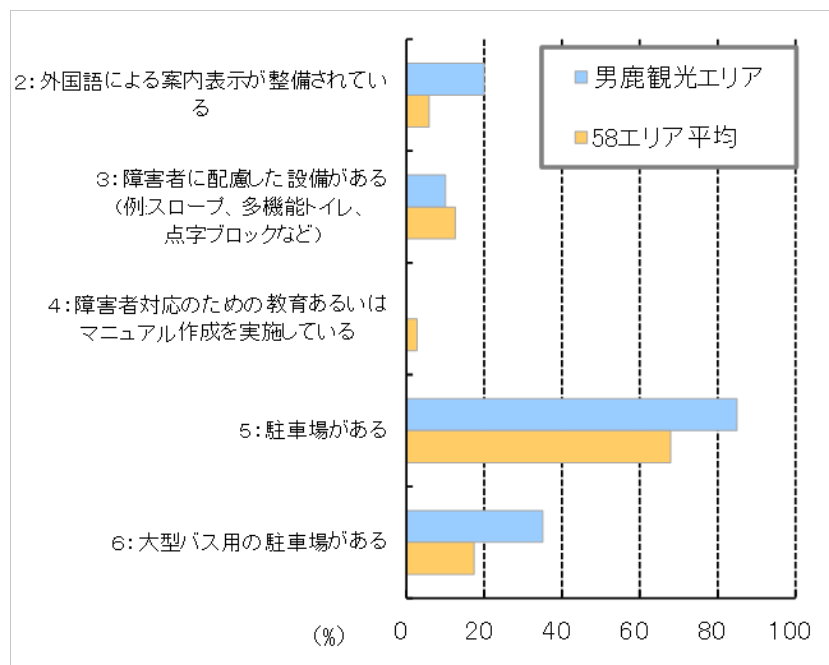
取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、男鹿観光エリアで75.0%となっており、58エリア平均に比べ高い状況にある。



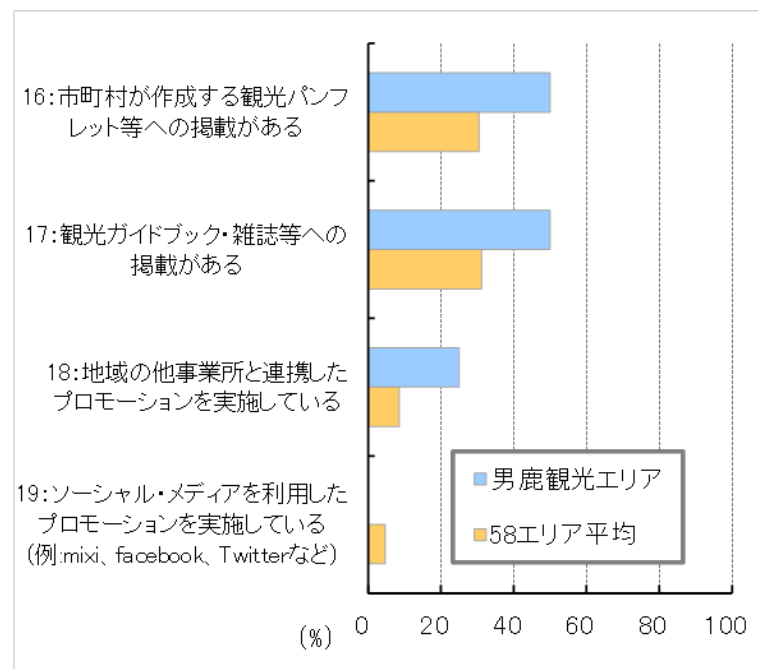
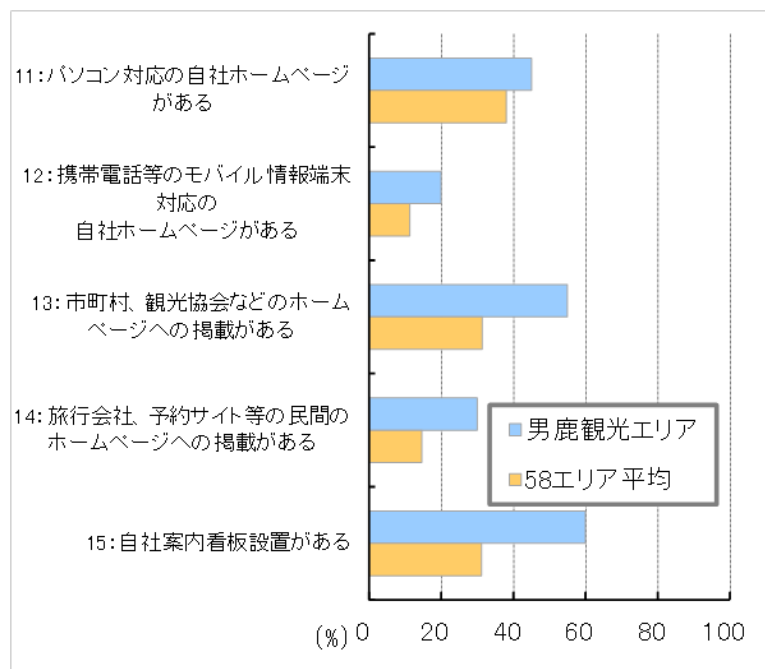
取り組みの内容[サービスの提供状況]

- ・「2.外国語による案内表示が整備されている」は58エリアの平均と比べて高い割合となっている。
- ・「5.駐車場がある」、「6.大型バス駐車場がある」と回答した割合が58エリア平均と比較して高い。
- ・「3.障害者に配慮した設備」は58エリア平均より低く、「4.障害者対応のための教育あるいはマニュアル作成」の整備もほとんど進められていない。
- ・「7.クレジットカード」、「9.デビットカード」については、58エリア平均と比べて非常に高い割合となっているが、「8.電子マネー」は整備がほとんど進められていない。



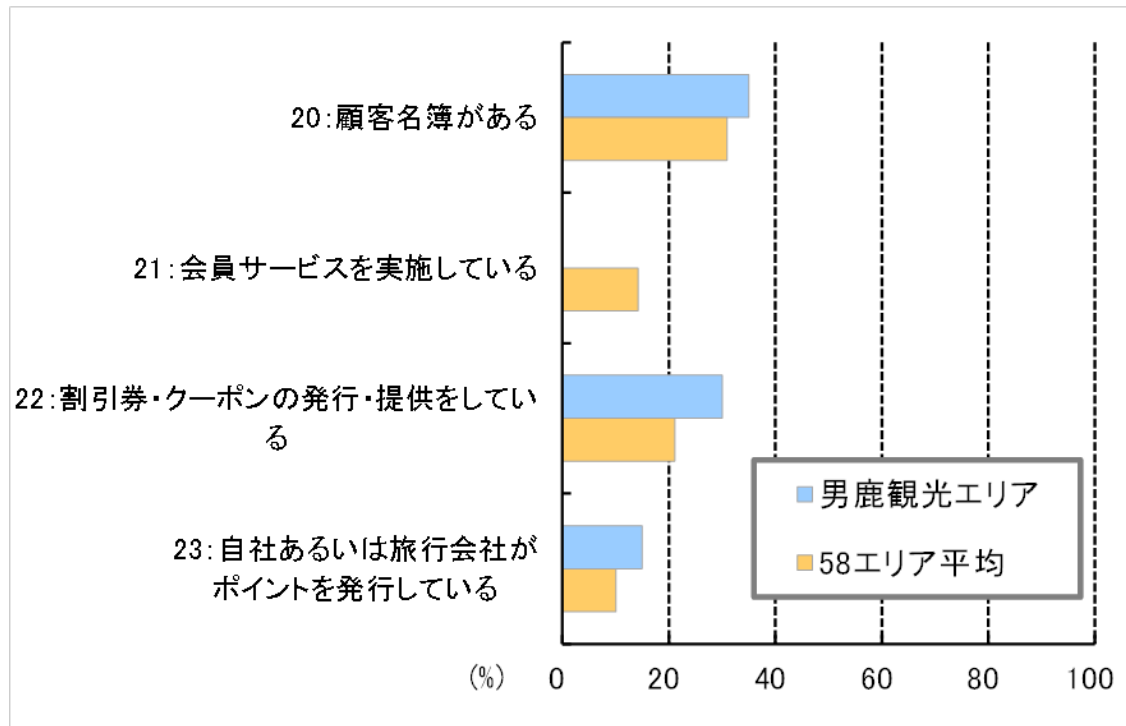
取り組みの内容[広告の実施状況]

- ・ 広告の実施状況については、「19.ソーシャル・メディアを利用したプロモーション」は殆ど実施されていないが、その他については58エリア平均より高い割合となっている。
- ・ 特に「13.市町村、観光協会などのホームページへの掲載」、「15.自社案内看板設置」の割合が高い。
- ・ 「18.地域の他事業者と連携したプロモーションを実施している」の割合も高く、地域内での連携が比較的進んでいるといえる。



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「21.会員サービスを実施」は進んでいないが、その他の項目については58エリア平均よりやや高い。



電子商取引による売上の相手・手段の構成

- ・ 観光客個人(直接販売)への販売は、58エリア平均と比べて低く約13%となっている。
- ・ 一方、観光客個人(手数料支払販売)への販売は約44%、企業・団体への販売は約43%と58エリア平均と比べて高い割合となっている。

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%
男鹿観光エリア	構成比	13.2%	44.1%	42.7%