

奥久慈観光エリアにおける予備的調査結果

奥久慈観光エリアの概要

- 本調査の対象となった事業所は235件である。

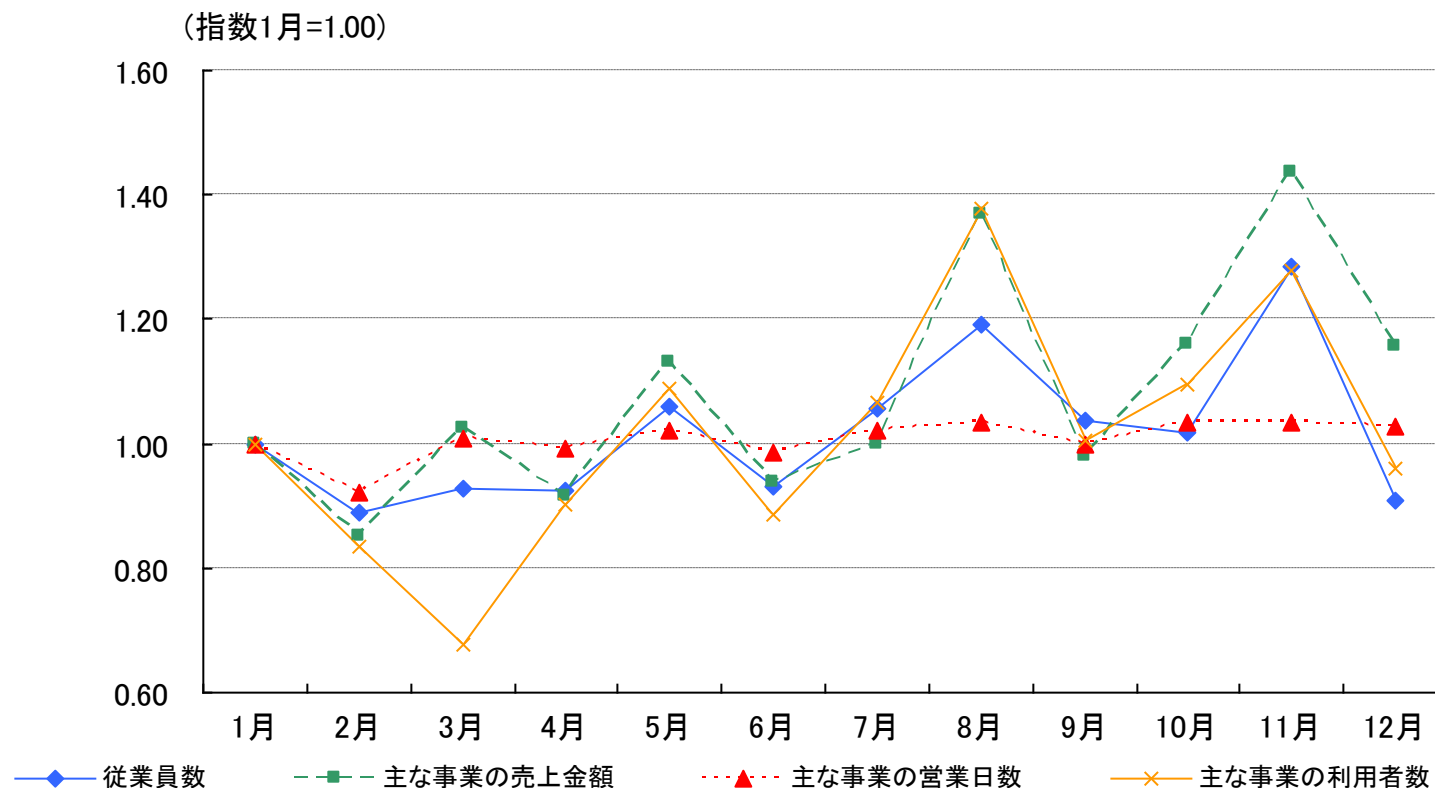
	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
奥久慈観光エリア	235

奥久慈観光エリアで調査対象となった旧市区町村：
旧袋田村、旧大子町(茨城県)

代表的な観光地点：
袋田の滝／森林の温泉／フォレスパ大子／グリーンヴィラ

観光売上・利用者数の季節変動

- ・ 主な事業の売上は5月、8月、11月にピークがある。
- ・ 利用者数の変動も主な事業の売上に類似しているが、3月に落ち込んでいる点が異なっている。3月以外の時期は概ね消費額単価(円/人)が安定しているものと考えられる。
- ・ 従業員数にも主な事業の売上と同様のピークが現れている。



事業別観光売上割合

- ・ 主な事業に占める観光売上割合は25.9～86.2%であり、全体としては49.3%となっている。
- ・ 旅客運送事業、宿泊事業の観光売上割合が高く、全国と比較しても高く、また特に小売業は35%と非常に高い水準となっている。

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%)
奥久慈観光エリア	主な事業の売上(百万円)	7,314	2,985	165	0	2,272	1,711	181	0	19
	観光売上(百万円)	3,605	1,045	143	0	1,591	781	47	0	-
	(観光売上割合)	(49.3%)	(35.0%)	(86.2%)		(70.0%)	(45.6%)	(25.9%)		

観光需要に基づく資金の約19%が域内に循環している

回答事業所数 91事業所

観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計：237,276万円)

域内調達率上位3項目(5割以上)

1. その他(外注費)	100.0%
2. 石油・石炭製品	68.2%
3. 物品賃貸サービス	38.4%

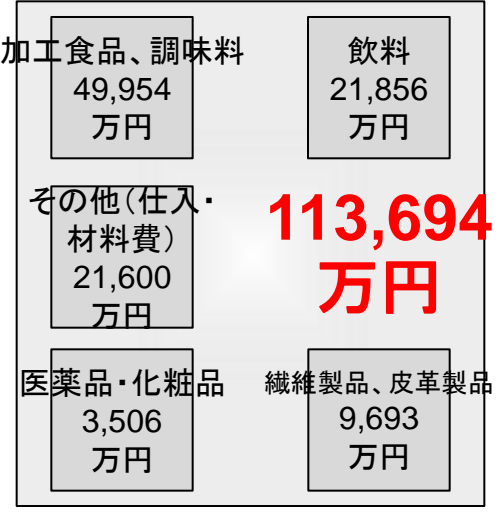
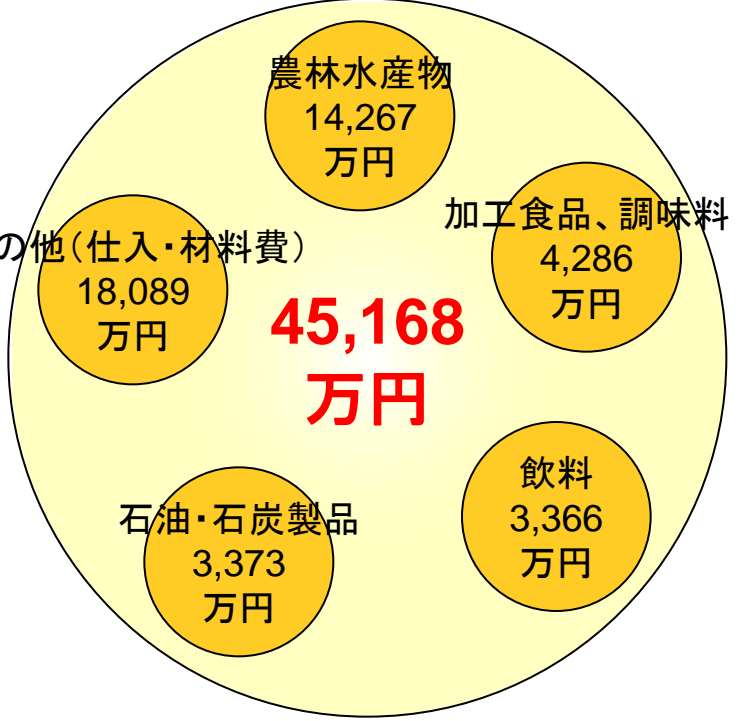
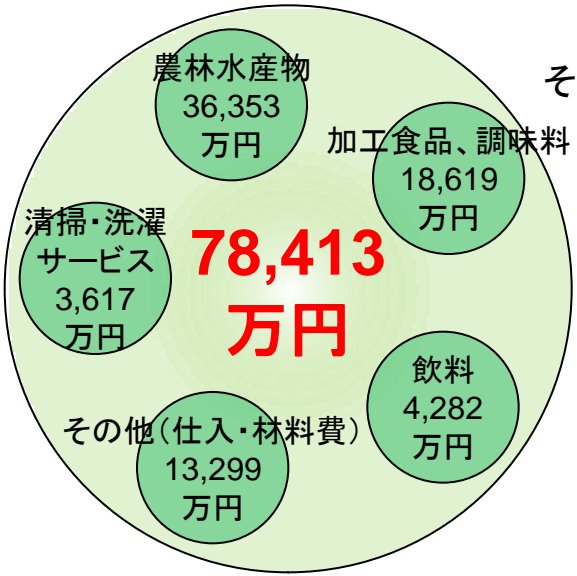
域内調達率下位3項目

1. 陶磁器・ガラス製品	0.0%
1. 紙製品、木製品	0.0%
1. 書籍・新聞・雑誌	0.0%
1. 警備保障サービス	0.0%

市区町村内 (域内) **19.0%**

33.0% **都道府県内 (他の市区町村)**

他の都道府県 **47.9%**



平均売上額 個人経営:約1千万円、法人経営:約1億2千万円

- ・ 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

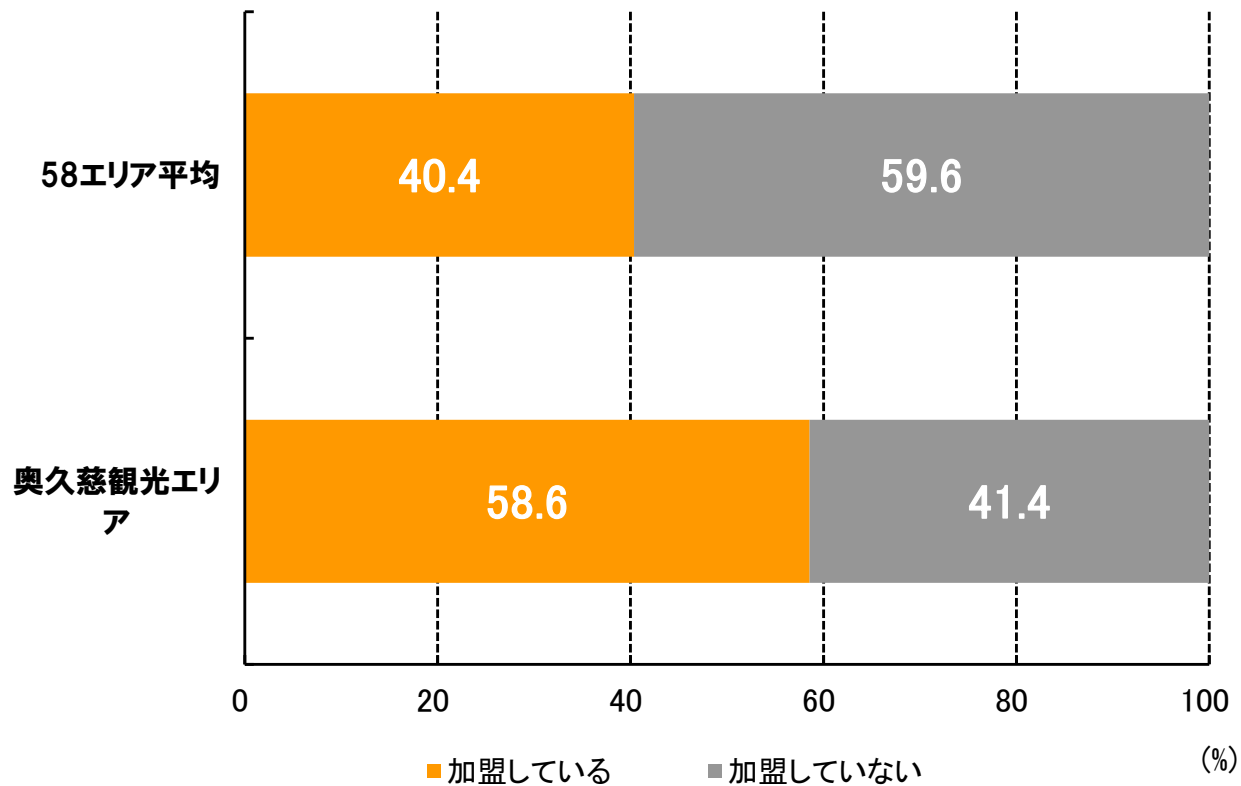
	平均
売上(収入)金額 (万円)	999
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	822

法人

	平均	
売上高 (万円)	11,671	
費用	売上原価 (万円)	5,598
	販売費及び一般管理費 (万円)	6,004
費用内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	4,755
	外注費 (万円)	370
	販売手数料 (万円)	1,223
	広告宣伝費 (万円)	139
	従業員教育費 (万円)	30

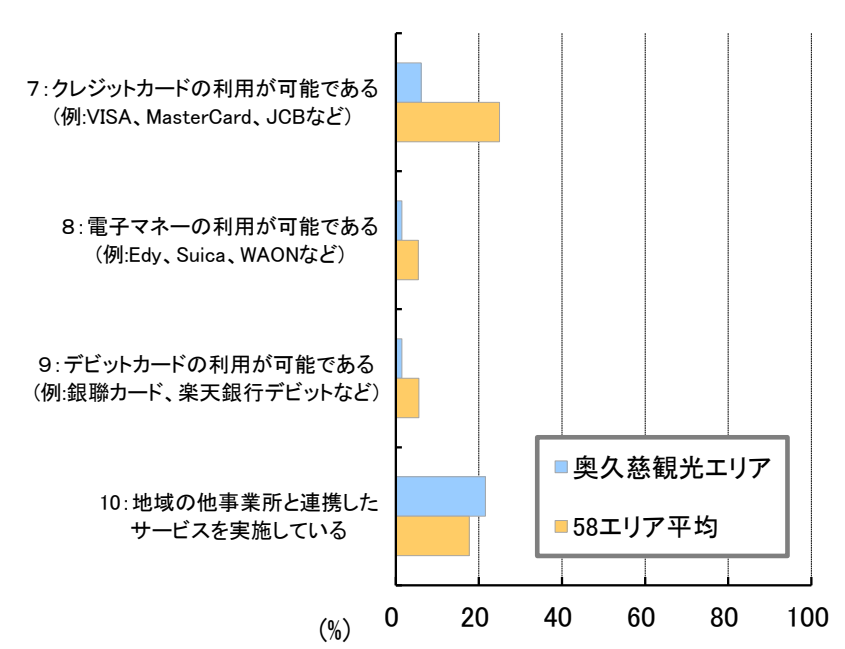
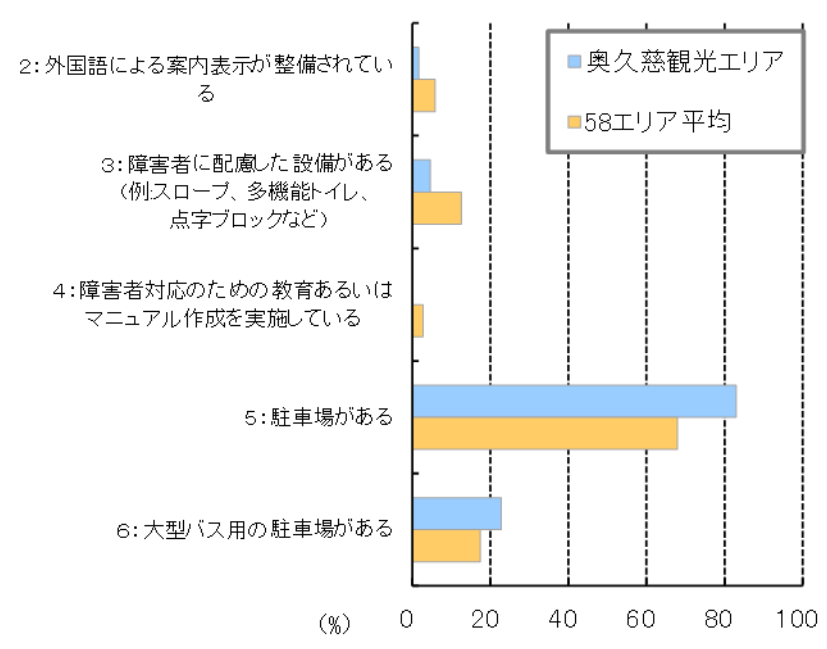
取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、奥久慈観光エリアで58.6%で、58エリア平均に比べ高い状況である。



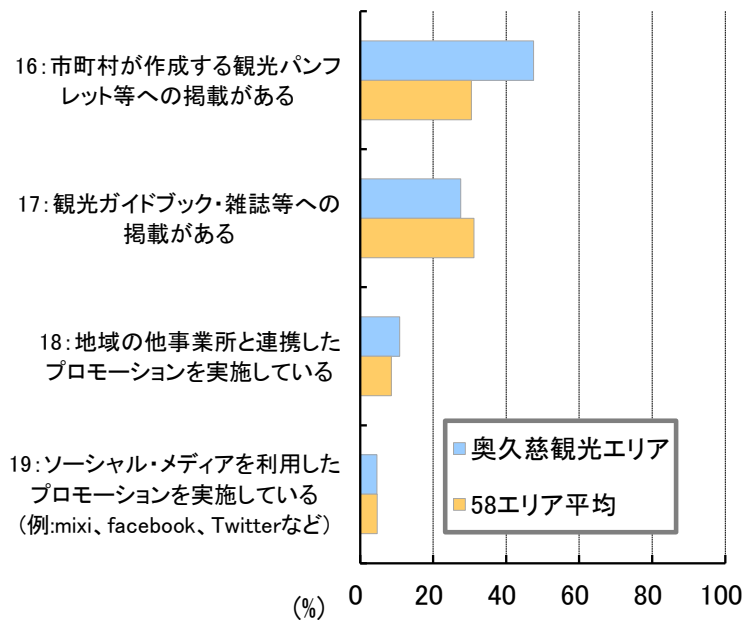
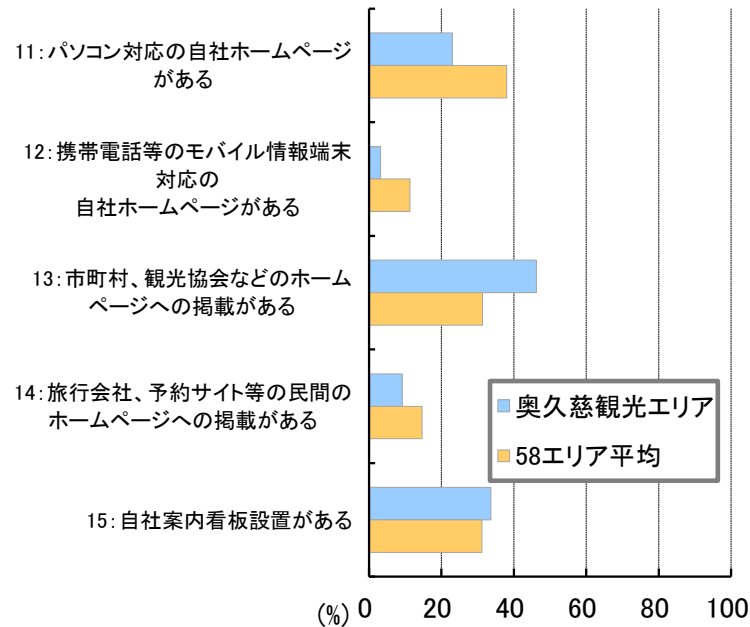
取り組みの内容[サービスの提供状況]

- 「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く、土地的な余裕があるとも考えられる。
- 「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」、「8. 電子マネー」、「9. デビットカード」についても58エリア平均と比べて非常に低い割合となっている。



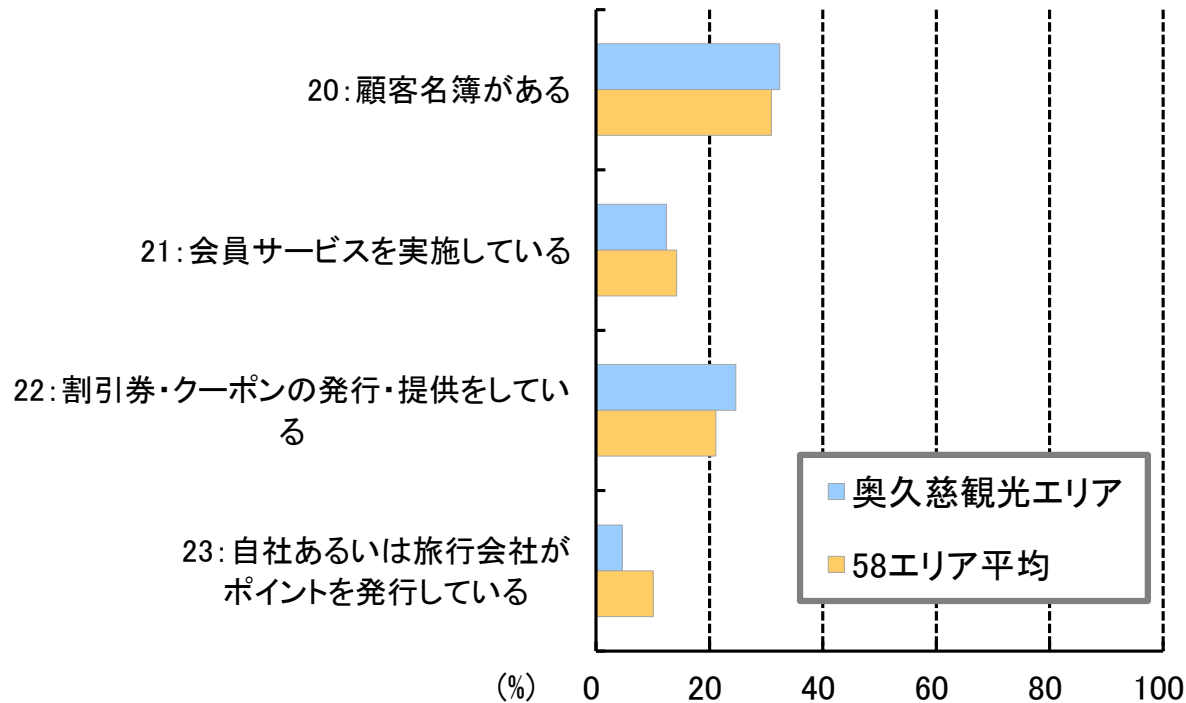
取り組みの内容[広告の実施状況]

- 「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」は58エリア平均より高くなっている。
- 一方、「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」については非常に低く、自社ホームページの構築にはあまり積極的でない傾向が見て取れる。



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「23.自社あるいは旅行会社のポイント発行」は58エリア平均よりやや低いが、その他の項目については概ね同様である。



電子商取引による売上の相手・手段の構成

- ・ 観光客個人への販売が全体の約94%を占めており、直接販売が約44%、手数料支払販売が約50%となっている。
- ・ 一方、企業・団体への販売はわずか6%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%
奥久慈観光エリア	構成比	44.2%	49.9%	5.9%