

片品観光エリアにおける予備的調査結果

片品観光エリアの概要

- ・ 本調査の対象となった事業所は318件である。

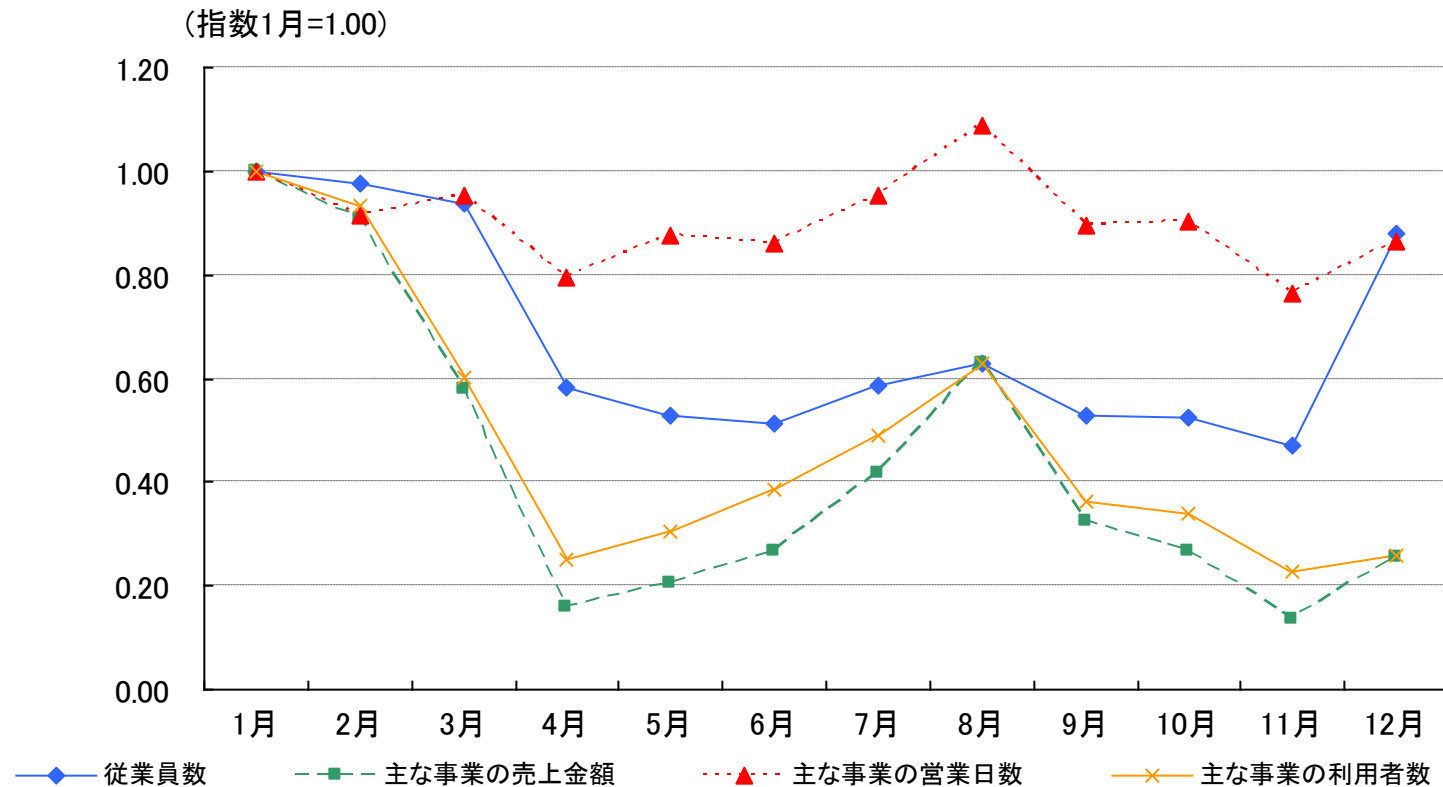
	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
片品観光エリア	318

片品観光エリアで調査対象となった旧市区町村：
 旧片品村(群馬県)

代表的な観光地点：
 ホワイトワールド尾瀬岩鞍／丸沼高原スキー場／花咲の湯

観光売上・利用者数の季節変動

- 主な事業の売上、利用者数ともに1月、2月、8月にピークがあり、春季、秋期は落ち込んでいる。変動が連動しており、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57～91.6%であり、全体としては82.3%となっている。
- ・ 特に旅客運送事業、生活関連サービス、娯楽事業の観光売上割合がエリア内でも高く、全国と比較しても高くなっている。

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%)
片品観光エリア	主な事業の売上(百万円)	8,112	1,067	1,270	0	3,128	389	2,249	0	19
	観光売上(百万円)	6,673	608	1,163	0	2,683	239	1,980	0	-
	(観光売上割合)	(82.3%)	(57.0%)	(91.6%)		(85.8%)	(61.4%)	(88.1%)		

観光需要に基づく資金の約17%が域内に循環している

回答事業所数 107事業所

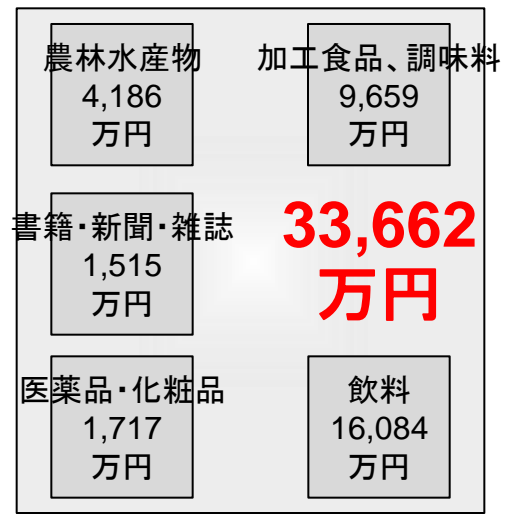
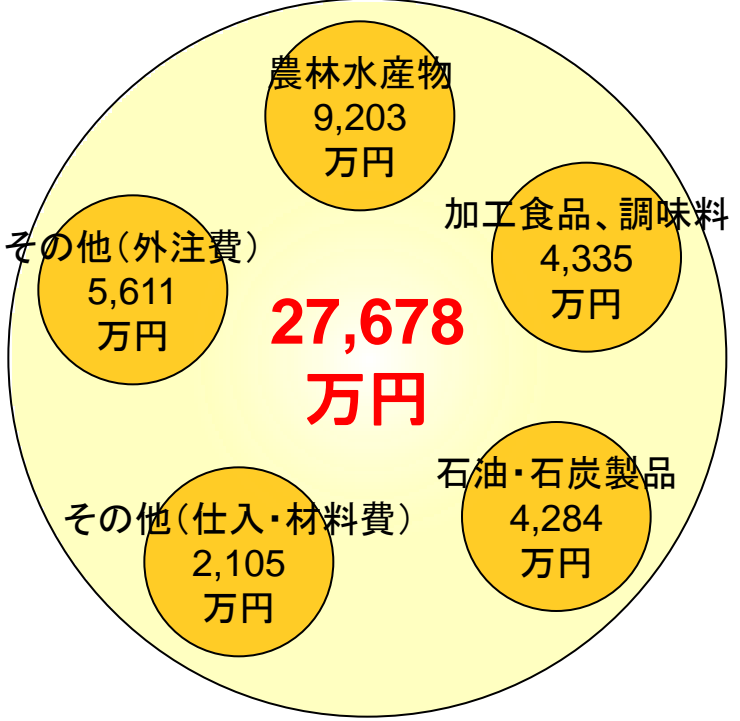
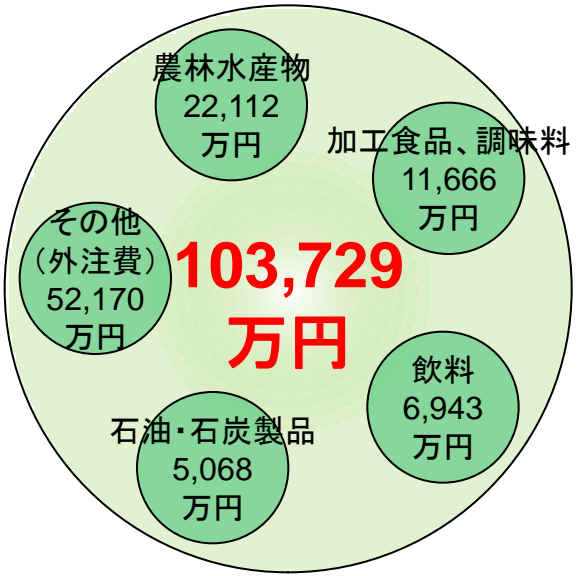
観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計：165,069万円)

- 域内調達率上位3項目(5割以上)**
- 1. 人材派遣サービス 90.1%
 - 2. その他の製造品 75.0%
 - 3. 石油・石炭製品 45.7%
- 域内調達率下位3項目**
- 1. 情報処理・提供サービス 0.0%
 - 1. 清掃・洗濯サービス 0.0%
 - 3. 医薬品・化粧品 0.2%

市区町村内 (域内) **16.8%**

62.8% **都道府県内 (他の市区町村)**

他の都道府県 **20.4%**



平均売上額 個人経営:約1,200万円、法人経営:約1億3千万円

- ・ 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・材料費を除くと外注費が高くなっている。

個人経営

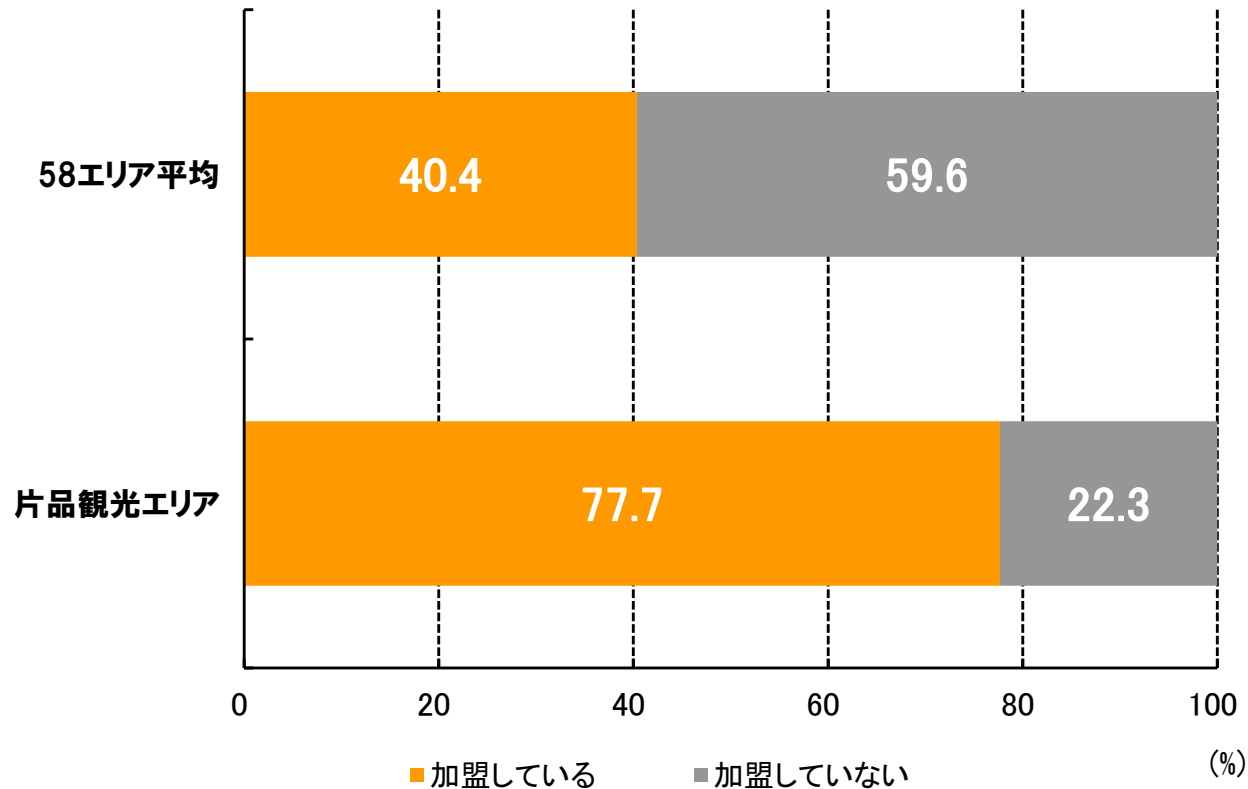
	平均
売上(収入)金額 (万円)	1,175
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	1,015

法人

		平均
売上高 (万円)		12,883
費用	売上原価 (万円)	2,835
	販売費及び一般管理費 (万円)	11,710
費用 内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	2,995
	外注費 (万円)	5,150
	販売手数料 (万円)	844
	広告宣伝費 (万円)	438
	従業員教育費 (万円)	86

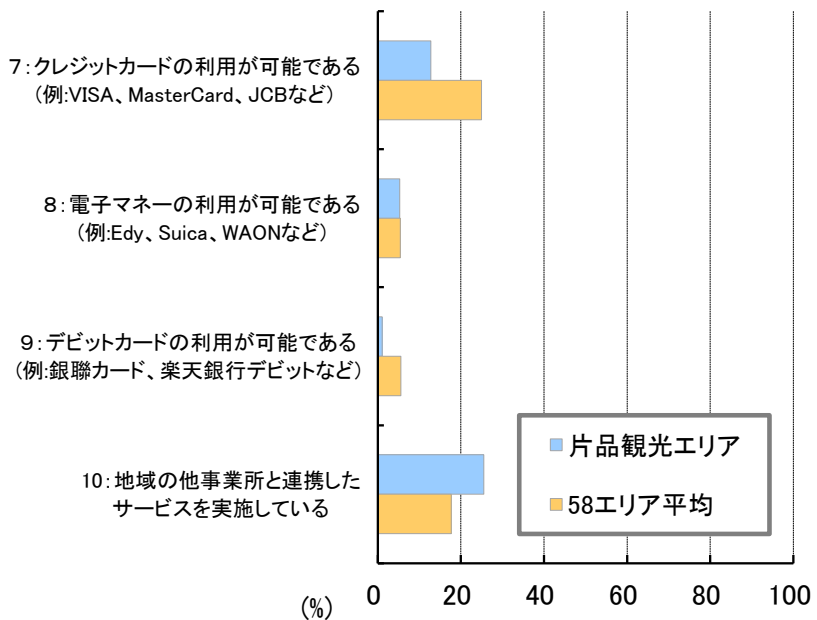
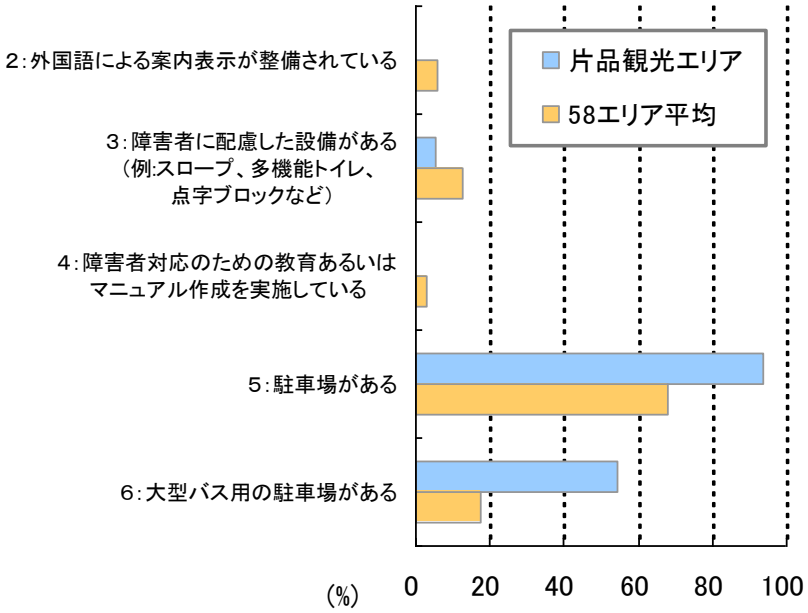
取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、片品観光エリアで77.7%となっており、58エリア平均に比べ高い状況にある。



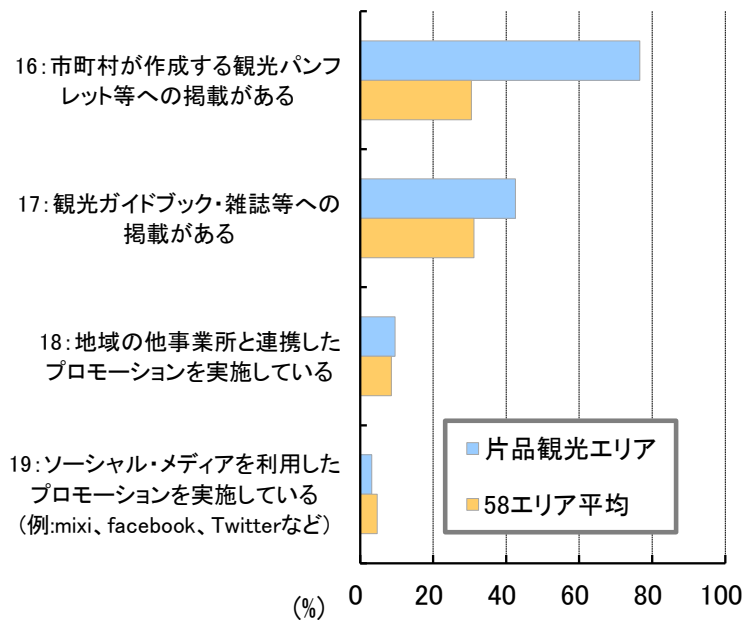
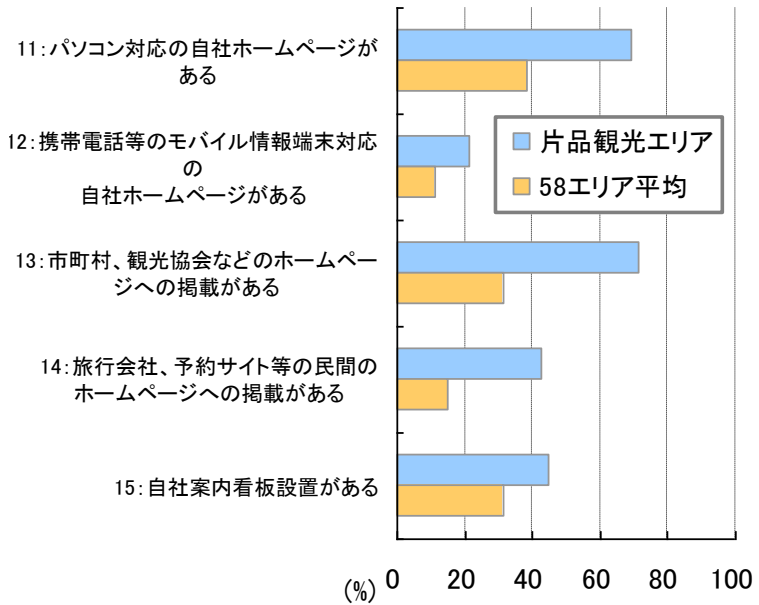
取り組みの内容[サービスの提供状況]

- 「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非常に高い。
- 「10. 地域の他事業所と連携したサービスを実施している」の割合も比較的高く、域内の連携が進んだエリアとなっている。
- 一方で、「2. 外国語による案内表示」はほとんど進められていない。また、「3. 障害者に配慮した設備」、「4. 障害者対応のための教育あるいはマニュアル作成」もほとんど進められていない。



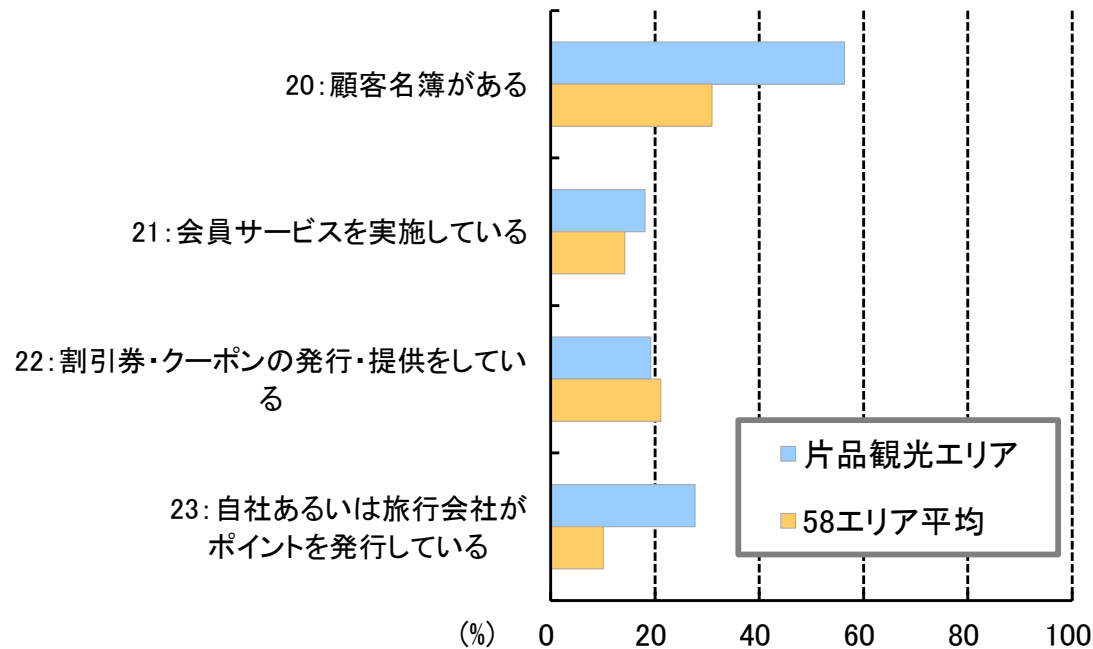
取り組みの内容[広告の実施状況]

- ・ 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58エリア平均よりやや低いものの、すべての項目で58エリア平均より高い割合となっている。
- ・ 事業所自らによる情報提供に加え、自治体等の広報媒体や観光ガイドブックなど多方面において広報活動を積極的に実施していると。



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が、「20.顧客名簿がある」、「23.自社あるいは旅行会社のポイント発行」は58エリア平均と比較して高くなっている。



電子商取引による売上の相手・手段の構成

- 観光客個人(直接販売)への販売が全体の約60%を占めている。また、観光客個人(手数料支払販売)が約40%となっており、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%
片品観光エリア	構成比	57.6%	36.2%	6.1%