

浅草寺とその周辺エリアにおける予備的調査結果

浅草寺とその周辺エリアの概要

- 本調査の対象となった事業所は2,643件である。

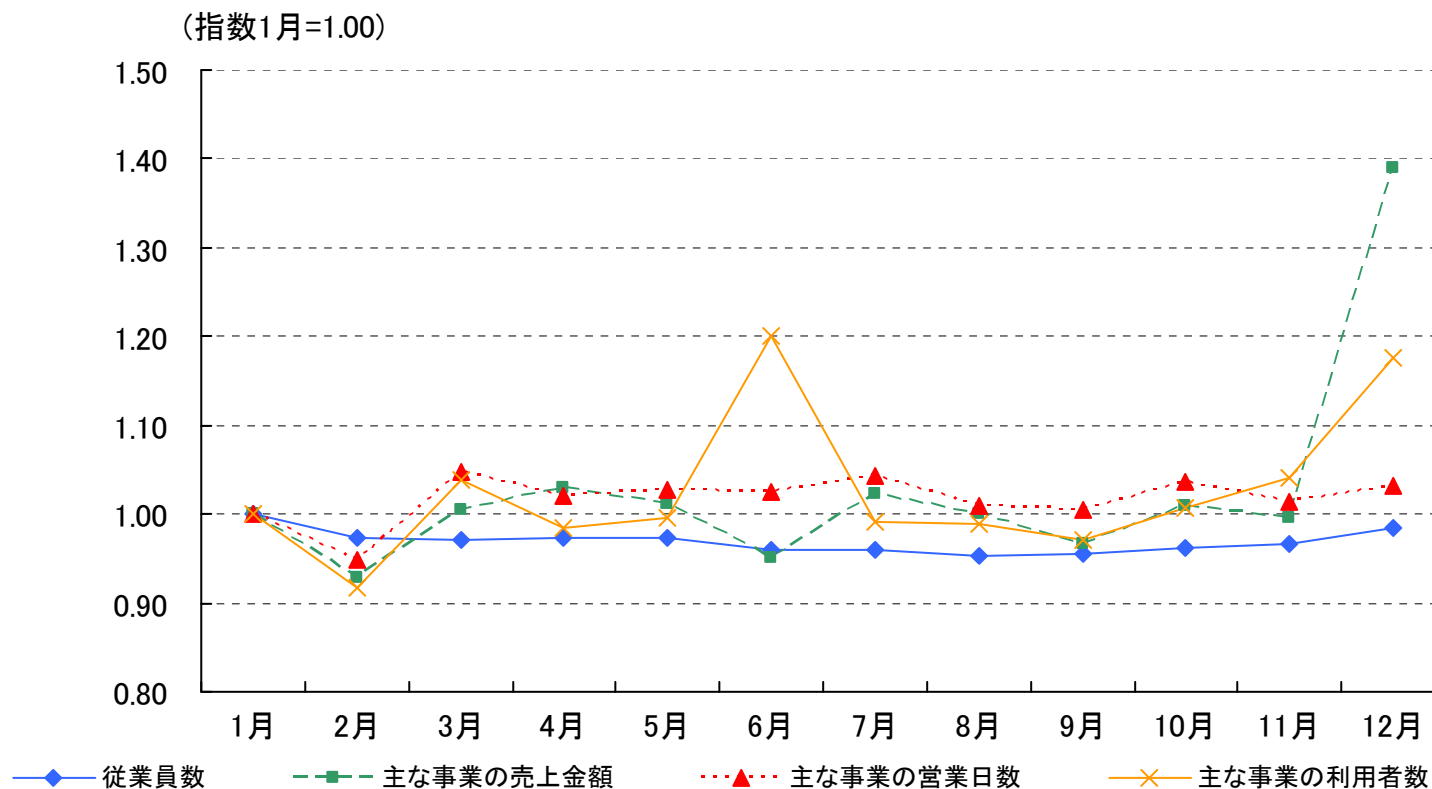
	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
浅草寺とその周辺エリア	2,643

浅草寺とその周辺エリアで調査対象となった旧市区町村：
 旧台東区(東京都)

代表的な観光地点：
 都立旧岩崎邸庭園／東京国立博物館／浅草文庫

観光売上・利用者数の季節変動

- ・ 主な事業の売上については12月に大きなピークがある。
- ・ 利用者数の変動については、6月、12月にピークがある。
- ・ 利用者数と、主な事業の売上は6月の変動が両者で異なっているなど、必ずしも一致しない時期があるものの、年間推移は概ね同様であり、消費額単価(円/人)は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1.0～93.3%であり、全体としては18.4%となっている。
- ・ 生活関連サービス、娯楽事業、旅客運送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、小売業は11.8%となっているが、全国と比較すると高くなっている。また、宿泊事業の観光売上割合が低くなっているのも特徴である。

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%)
浅草寺とその周辺エリア	主な事業の売上(百万円)	430,806	256,841	3,368	2,630	32,311	109,269	21,839	2,084	18
	観光売上(百万円)	79,286	30,413	2,294	789	7,611	17,790	20,367	22	-
	(観光売上割合)	(18.4%)	(11.8%)	(68.1%)	(30.0%)	(23.6%)	(16.3%)	(93.3%)	(1.0%)	

観光需要に基づく資金の約40%が域内に循環している

回答事業所数 520事業所

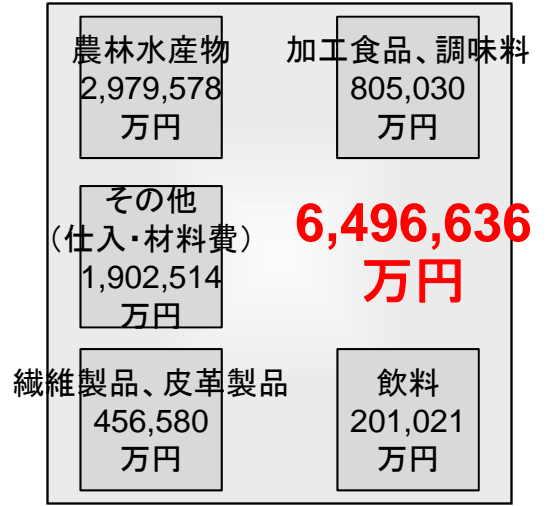
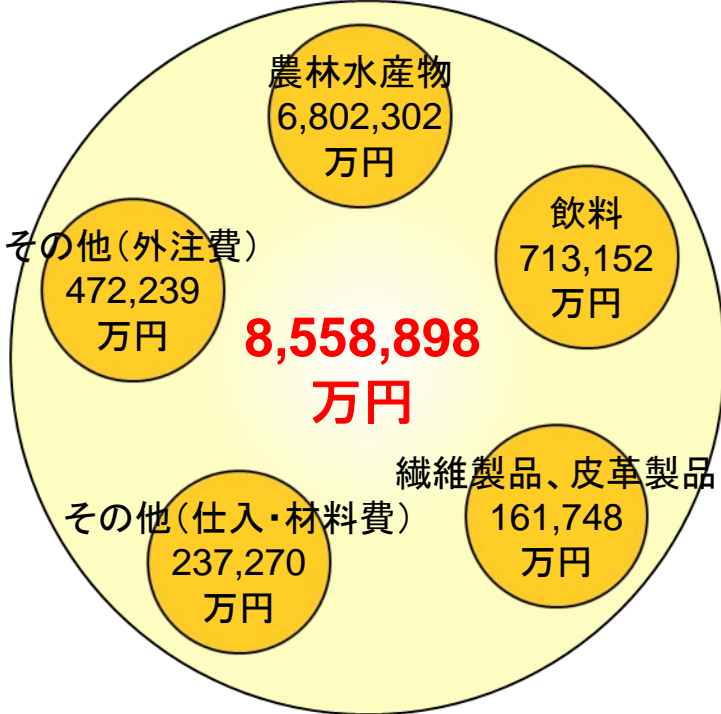
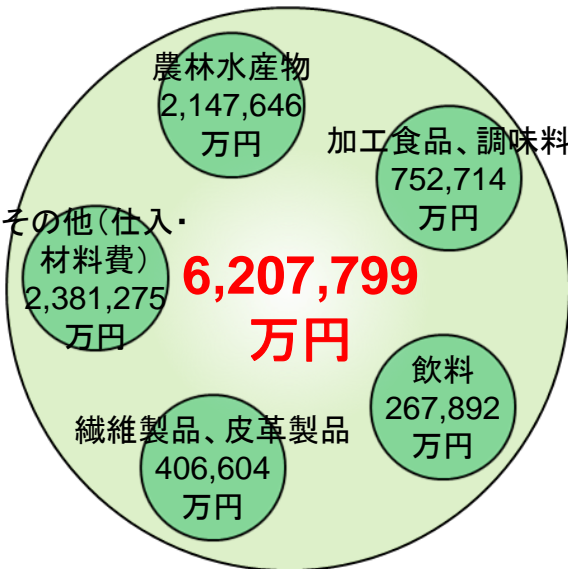
観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計：21,263,333万円)

- 域内調達率上位3項目(5割以上)**
- 1. 警備保障サービス 90.4%
 - 2. その他(外注費) 81.9%
 - 3. 飲料 60.3%
- 域内調達率下位3項目**
- 1. その他の製造品 0.0%
 - 2. 石油・石炭製品 2.2%
 - 3. 加工食品、調味料 4.4%

市区町村内 (域内) **40.3%**

29.2% **都道府県内 (他の市区町村)**

他の都道府県 **30.6%**



平均売上額 個人経営:約1,400万円、法人経営約1億7千万円

- ・ 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・材料費を除いた費目は概ね同水準となっている。

個人経営

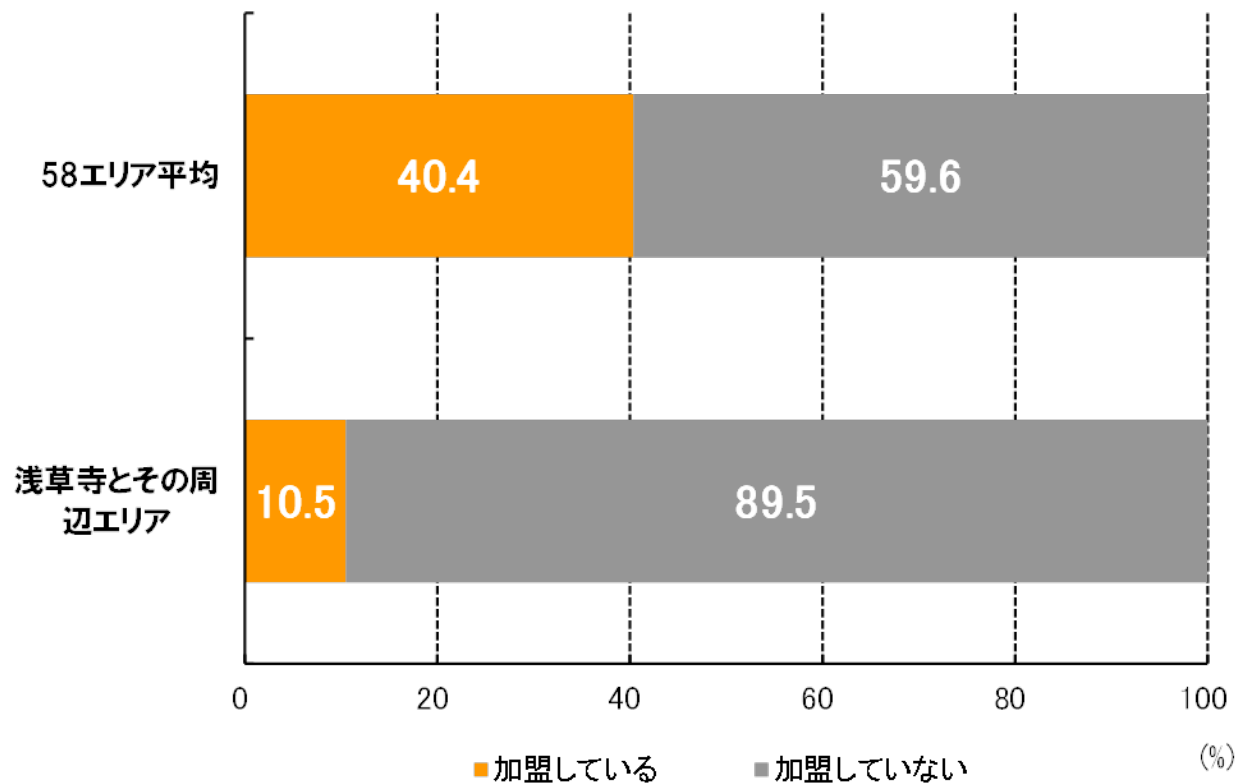
	平均
売上(収入)金額 (万円)	1,380
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	942

法人

	平均	
売上高 (万円)	17,415	
費用	売上原価 (万円)	10,894
	販売費及び一般管理費 (万円)	7,081
費用 内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	9,593
	外注費 (万円)	889
	販売手数料 (万円)	515
	広告宣伝費 (万円)	283
	従業員教育費 (万円)	374

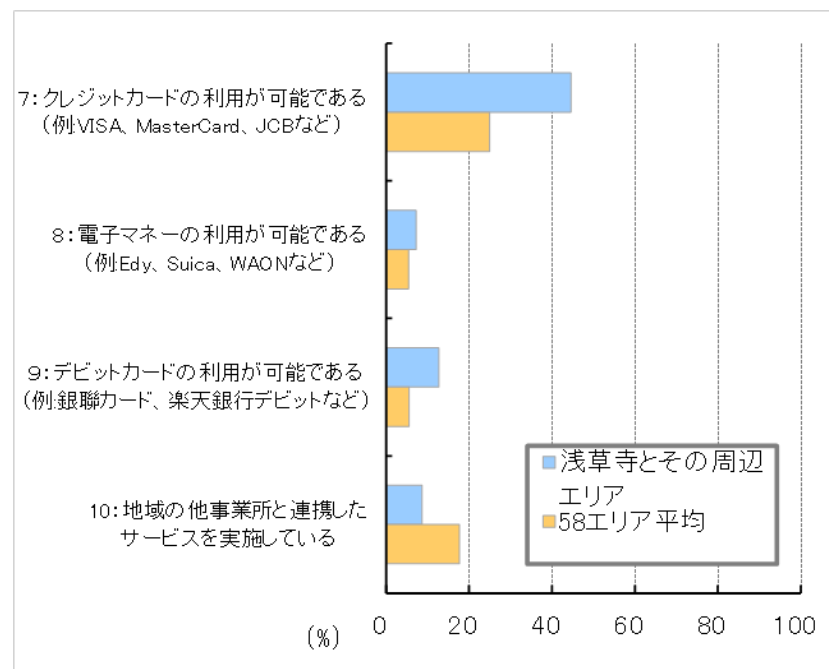
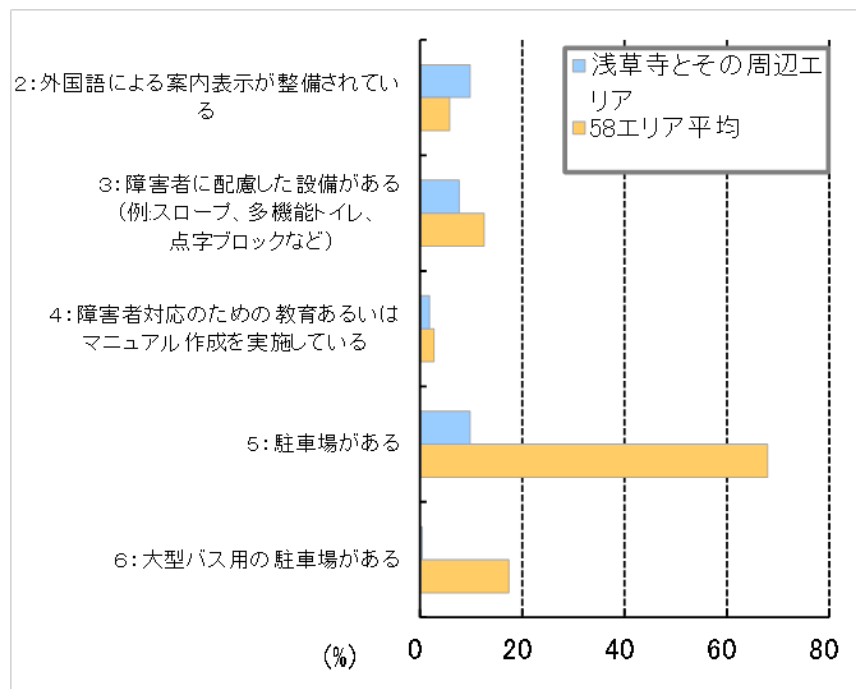
取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、浅草寺とその周辺エリアで10.5%で、58エリア平均と比較すると非常に低い割合となっている。



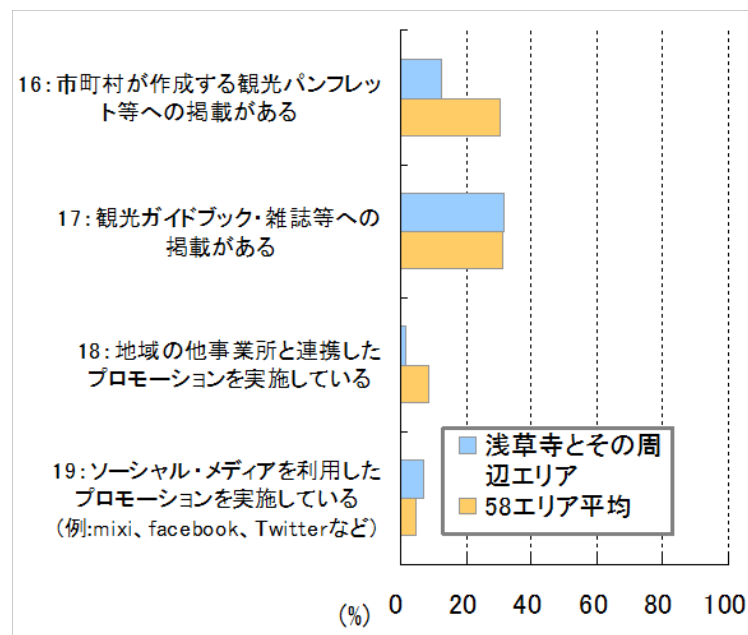
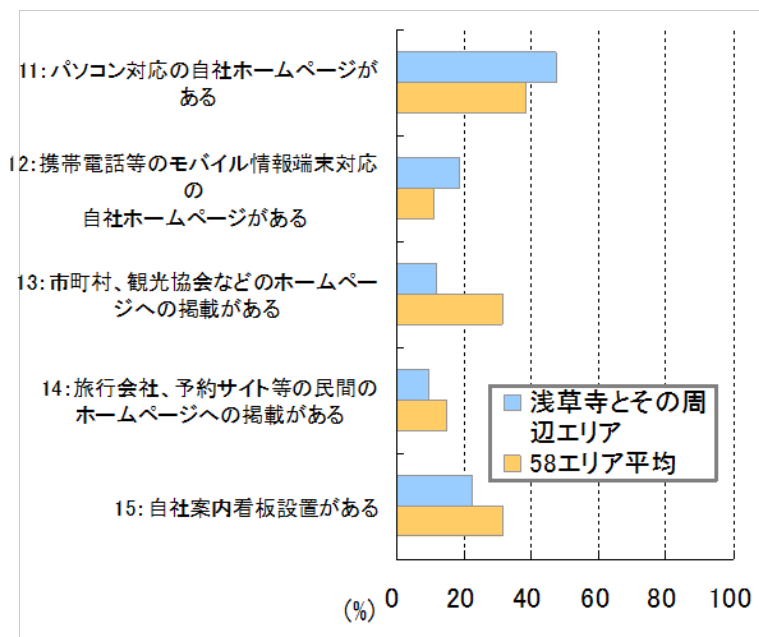
取り組みの内容[サービスの提供状況]

- ・ 駐車場については「5. 駐車場がある」、「6. 大型バス駐車場がある」の双方とも非常に低い。
- ・ 「2. 外国語による案内表示が整備されている」、「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」については58エリア平均に比べて高くなっており、これらの取り組みには積極的である。
- ・ 「10. 地域の他事業所と連携したサービス」の割合は低い



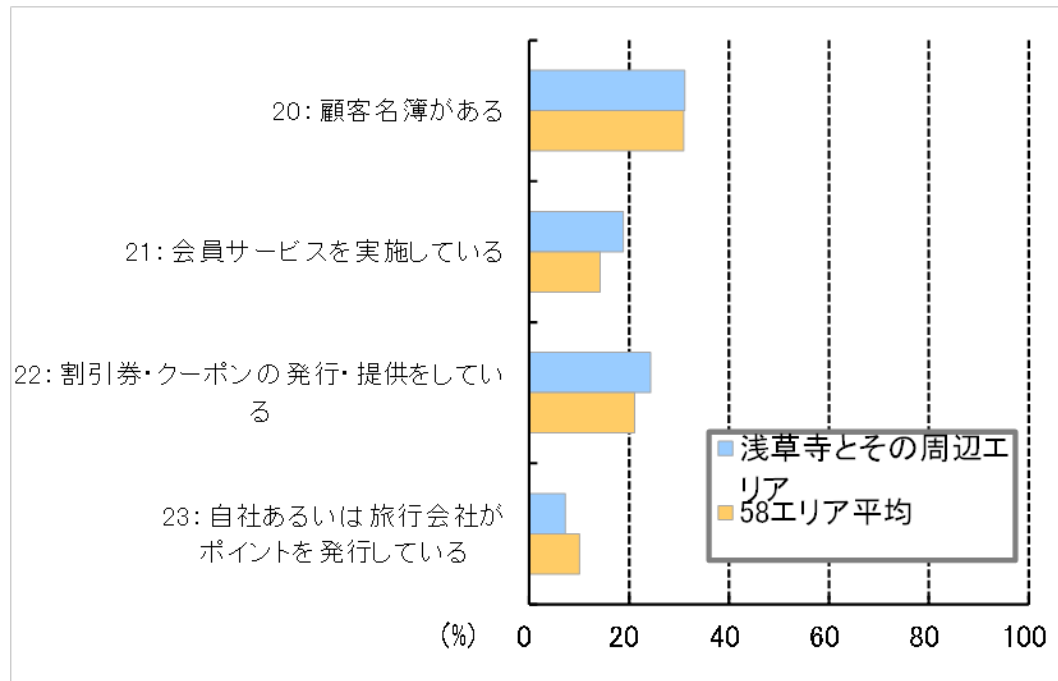
取り組みの内容[広告の実施状況]

- 「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」は58エリア平均より高くなっており、事業所自らによる情報提供が積極的に実施されていると考えられる。
- 一方で、「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」、「18.地域の他事業者と連携したプロモーション」は低くなっている。



取り組みの内容[マーケティング]

- マーケティングへの取り組みについては58エリア平均と同様かやや高いものの、「23.自社あるいは旅行会社のポイント発行」は低くなっている。



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70%を占めている。また、観光客個人(手数料支払販売)がわずかに約9%となっており、企業・団体への販売は約23%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%
浅草寺とその周辺エリア	構成比	68.2%	8.9%	22.9%