

大田区観光エリアにおける予備的調査結果

大田区観光エリアの概要

- ・ 本調査の対象となった事業所は2,768件である。

	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
大田区観光エリア	2,768

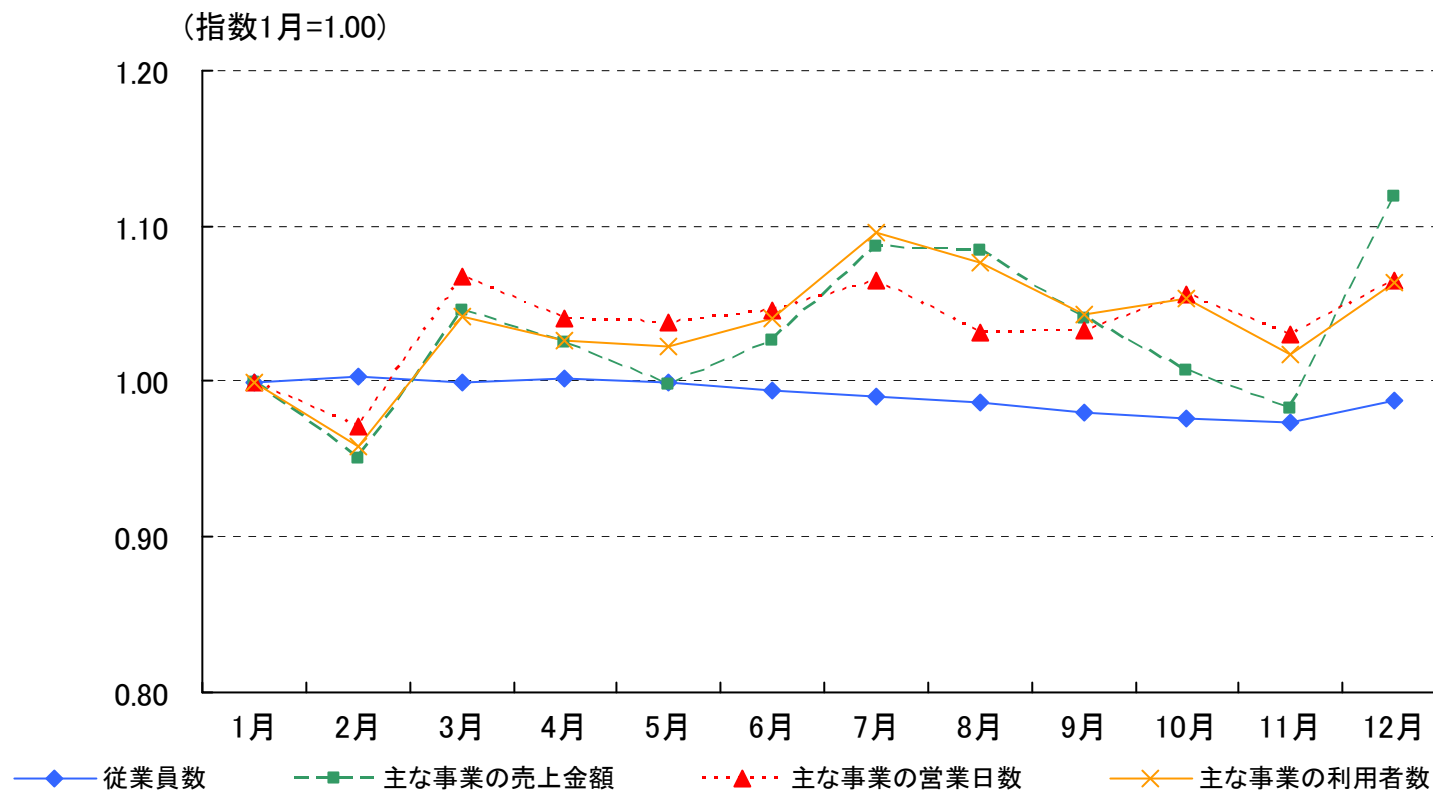
大田区観光エリアで調査対象となった旧市区町村：
 旧大田区（東京都）

代表的な観光地点：

大田区立郷土博物館／羽田空港展望デッキ「バードアイ」／
 東京都中央卸売市場大田市場

観光売上・利用者数の季節変動

- ・ 主な事業の売上の変動については年間を通して緩やかであるが、7月～8月、12月にやや高くなっている。
- ・ 利用者数の変動も同様であるが、主な事業の売上の変動に比べて12月のピークは小さい。
- ・ 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0.6～66.4%であり、全体としては13.3%となっている。
- ・ 生活関連サービス、娯楽事業の観光売上割合が高いが、全国と比較すると低くなっている。

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%)
大田区観光エリア	主な事業の売上(百万円)	503,045	295,024	113,941	6,182	12,227	51,646	21,088	1,118	15
	観光売上(百万円)	67,048	19,826	29,223	398	3,285	309	14,007	0	-
	(観光売上割合)	(13.3%)	(6.7%)	(25.6%)	(6.4%)	(26.9%)	(0.6%)	(66.4%)	(0.0%)	

観光需要に基づく資金の約18%が域内に循環している

回答事業所数 532事業所

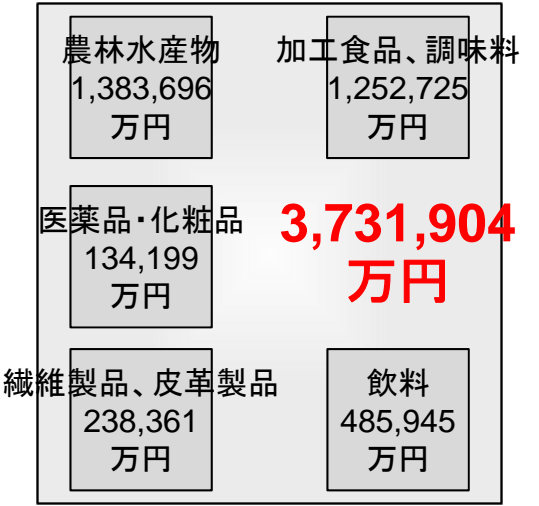
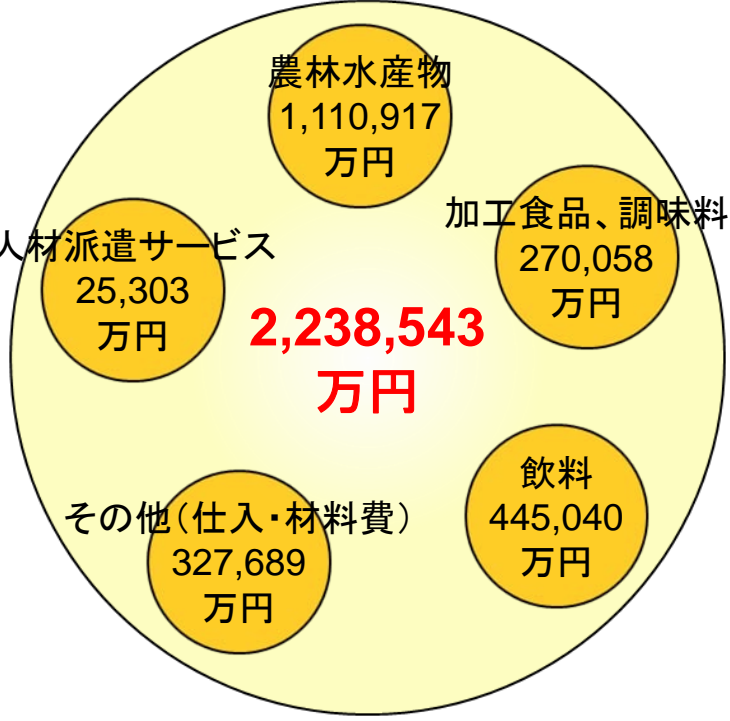
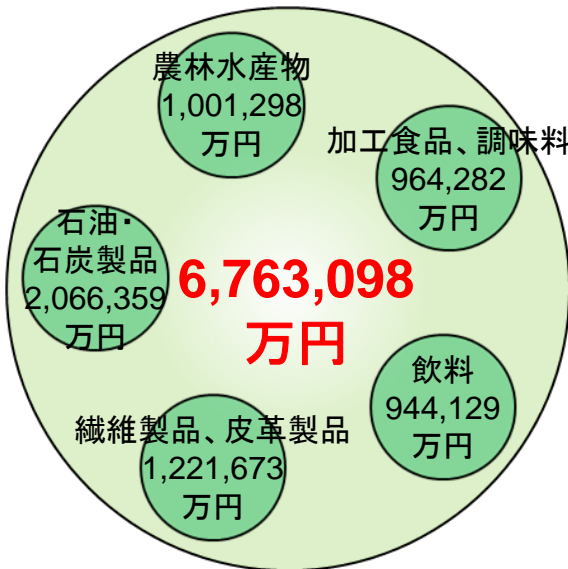
観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計：12,733,546万円)

- 域内調達率上位3項目(5割以上)**
- 1. 人材派遣サービス 82.6%
 - 2. その他(仕入・材料費) 77.6%
 - 3. 書籍・新聞・雑誌 45.4%
- 域内調達率下位3項目**
- 1. 陶磁器・ガラス製品 0.0%
 - 1. 光学製品 0.0%
 - 1. その他の製造品 0.0%
 - 1. 警備保障サービス 0.0%

市区町村内 (域内) **17.6%**

53.1% **都道府県内 (他の市区町村)**

他の都道府県 **29.3%**



平均売上額 個人経営:約1,400万円、法人経営:約1億5千万円

- ・ 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。
- ・ 法人経営では、仕入・材料費を除くと販売手数料がやや高くなっており、また、従業員教育費が低い。

個人経営

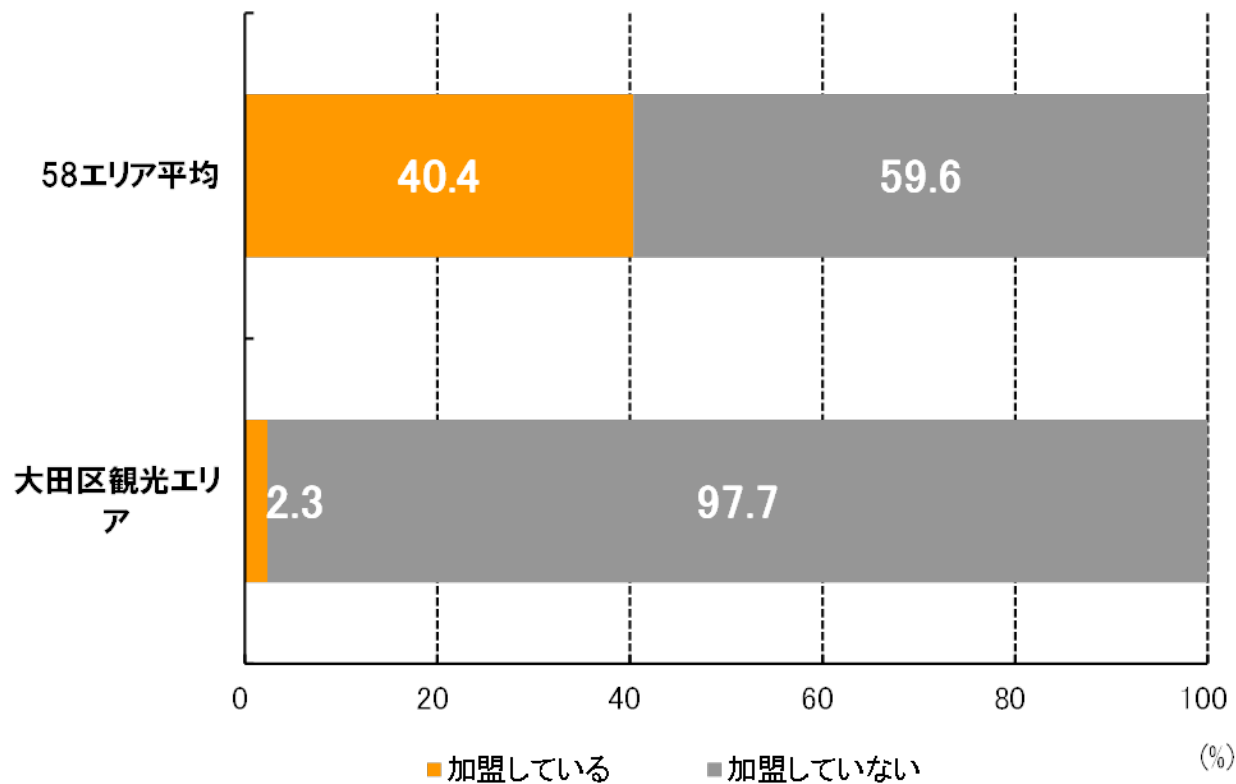
	平均
売上(収入)金額 (万円)	1,355
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	1,080

法人

		平均
売上高 (万円)		15,136
費用	売上原価 (万円)	9,793
	販売費及び一般管理費 (万円)	6,167
費用 内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	8,122
	外注費 (万円)	664
	販売手数料 (万円)	729
	広告宣伝費 (万円)	296
	従業員教育費 (万円)	80

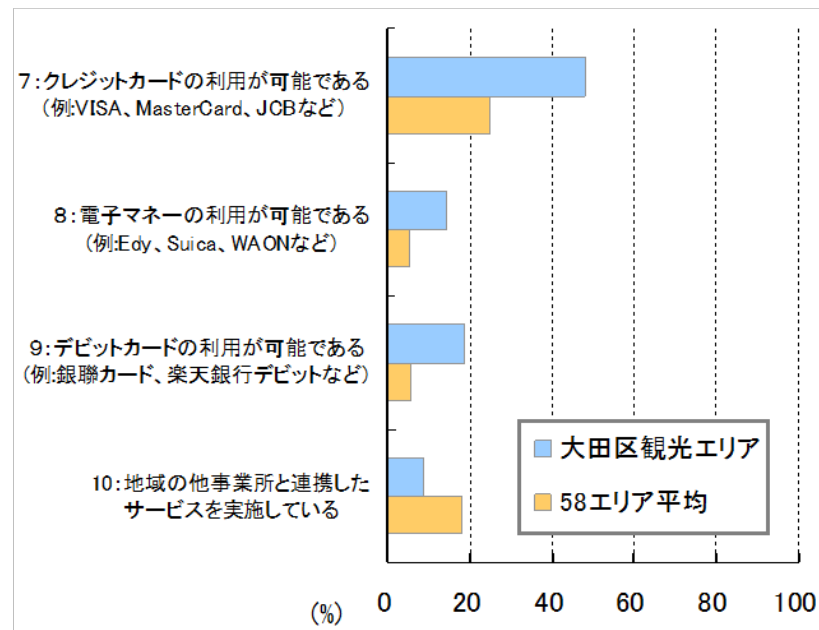
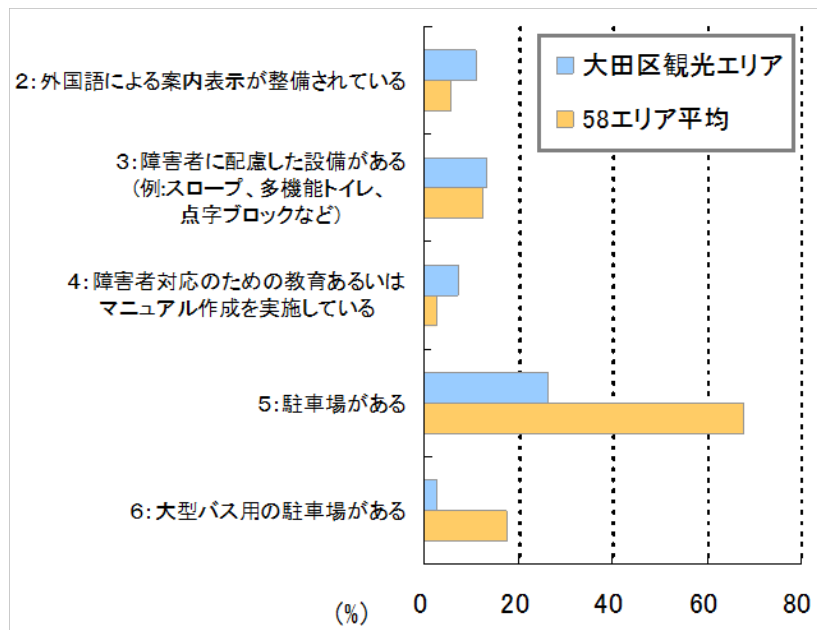
取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、大田区観光エリアで2.3%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。



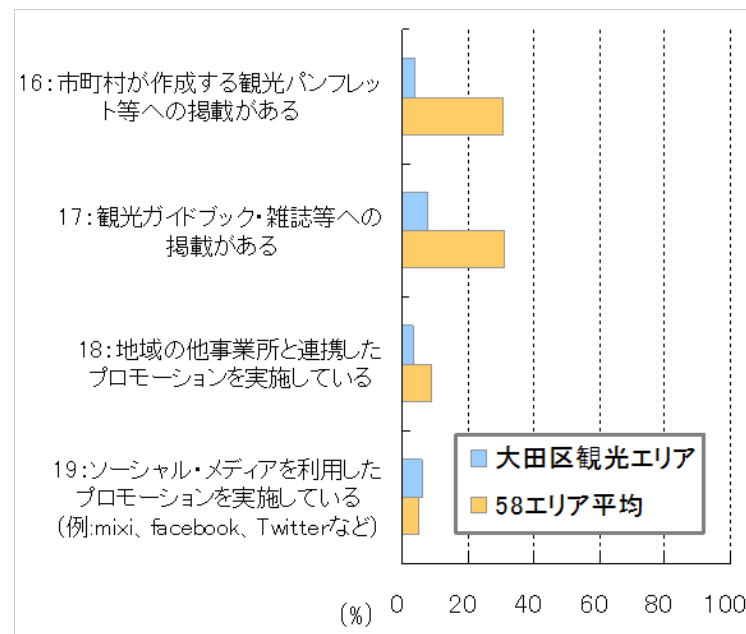
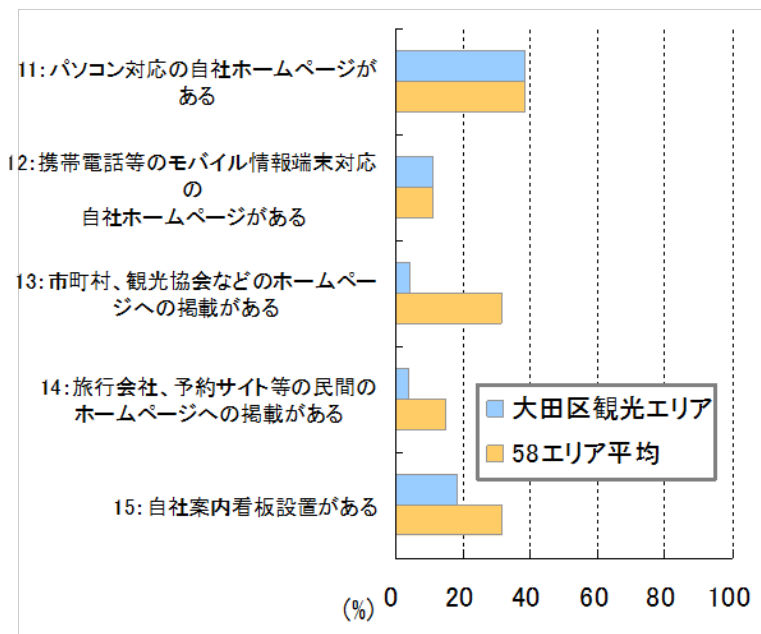
取り組みの内容[サービスの提供状況]

- 「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非常に高くなっており、これらのサービスの導入に積極的であると考えられる。
- 「2.外国語による案内表示」も58エリア平均と比較して高い割合となっており、外国人向けサービスの提供が進んでいるエリアだといえる。
- 「5.駐車場がある」、「6.大型バス駐車場がある」については非常に低い。



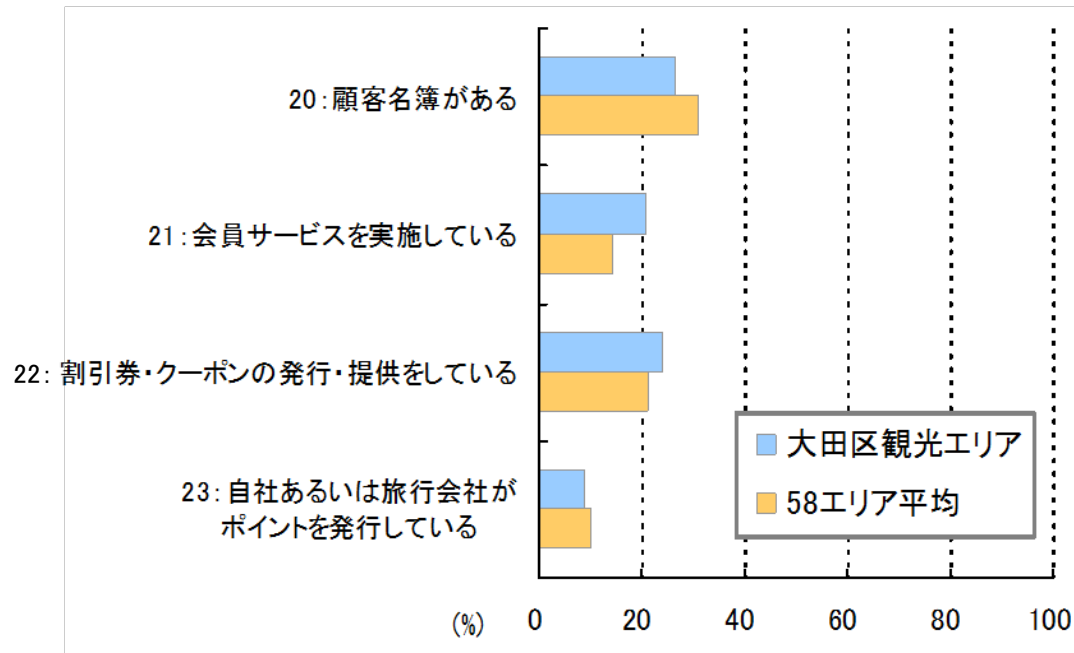
取り組みの内容[広告の実施状況]

- 広告の実施状況については、「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」、「19.ソーシャル・メディアを利用したプロモーション」は58エリア平均とほぼ同様だが、その他については実施率が低い状況となっている。



取り組みの内容[マーケティング]

- ・ マーケティングについては「20.顧客名簿がある」、「23.自社あるいは旅行会社がポイントを発行」の割合が58エリア平均と比較して低い傾向にある。
- ・ 一方で、「21.会員サービスを実施」、「22.割引・クーポンの発行・提供」は58エリア平均と比較してやや高くなっている。



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80%を占めている。また、観光客個人(手数料支払販売)はわずか約3%と少なく、企業・団体への販売は約17%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%
大田区観光エリア	構成比	80.2%	2.7%	17.1%