

鎌倉観光エリアにおける予備的調査結果

鎌倉観光エリアの概要

- 本調査の対象となった事業所は1,921件である。

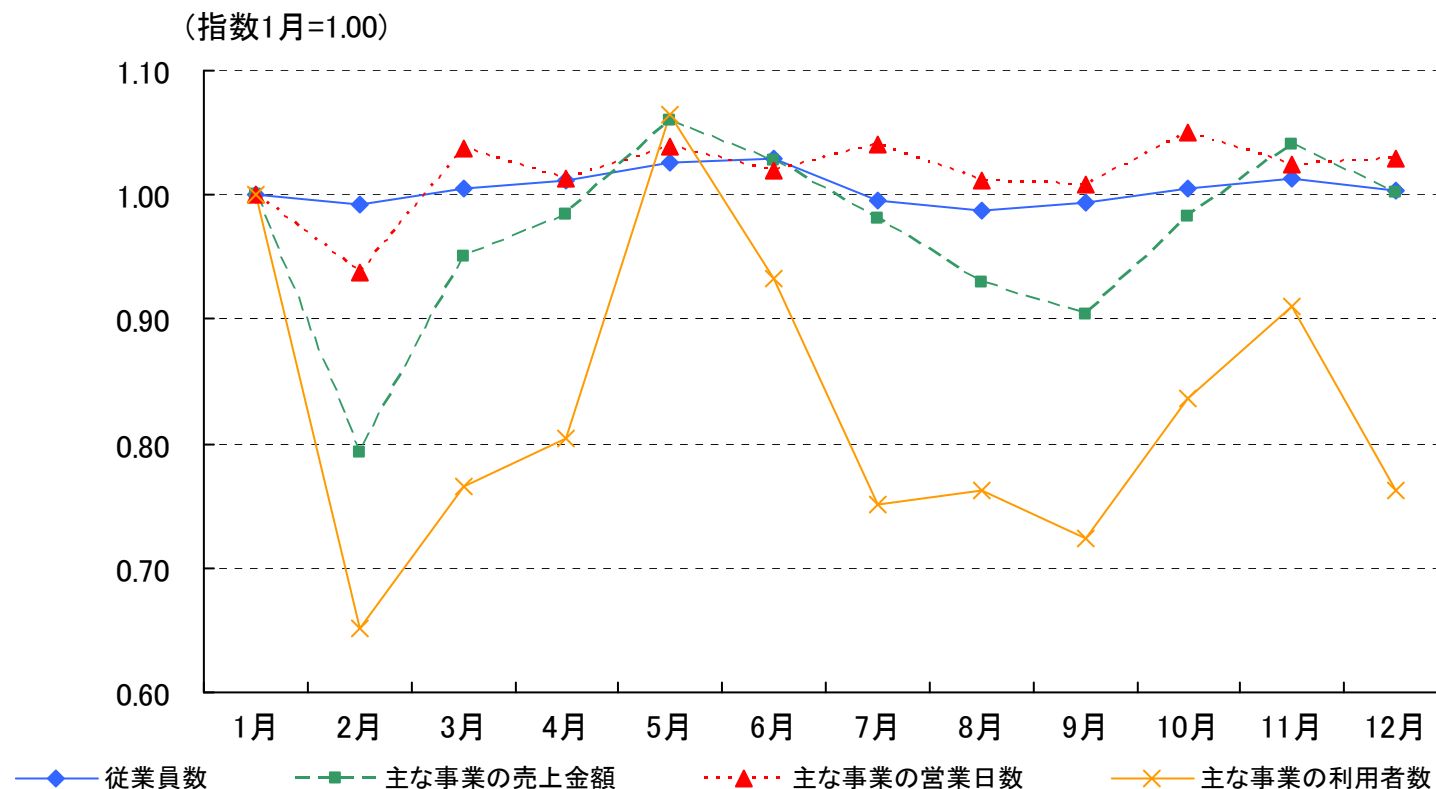
	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
鎌倉観光エリア	1,921

鎌倉観光エリアで調査対象となった旧市区町村：
旧鎌倉市(神奈川県)

代表的な観光地点：
鶴岡八幡宮／鎌倉海岸／銭洗弁財天／その他寺社等

観光売上・利用者数の季節変動

- ・ 主な事業の売上の変動は年間を通じて緩やかであるが、2月にやや落ち込みがみられる。
- ・ 利用者数は変動が激しく、1月、5月、11月にピークがあり、2月、7~9月に落ち込む。
- ・ 主な事業の売上と利用者数の変動幅が大きく異なる時期があり、消費額単価(円/人)はやや不安定になっ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4～96.7%であり、全体としては25%となっている。
- ・ 物品賃貸事業、宿泊事業のエリア内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。小売業、飲食サービス事業についてはエリア内での観光売上割合はそれぞれ12.7%、32.2%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%)
鎌倉観光エリア	主な事業の売上(百万円)	93,080	42,375	4,967	222	4,528	29,899	3,965	6,203	12
	観光売上(百万円)	23,313	5,379	199	215	3,373	9,616	512	4,018	-
	(観光売上割合)	(25.0%)	(12.7%)	(4.0%)	(96.7%)	(74.5%)	(32.2%)	(12.9%)	(64.8%)	

観光需要に基づく資金の約15%が域内に循環している

回答事業所数 474事業所

観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計：3,086,315万円)

- 域内調達率上位3項目(5割以上)**
- 1. 医薬品・化粧品 100.0%
 - 1. 電気製品 100.0%
 - 3. 清掃・洗濯サービス 59.1%
- 域内調達率下位3項目**
- 1. 繊維製品、皮革製品 0.0%
 - 2. 警備保障サービス 0.9%
 - 3. 情報処理・提供サービス 1.3%

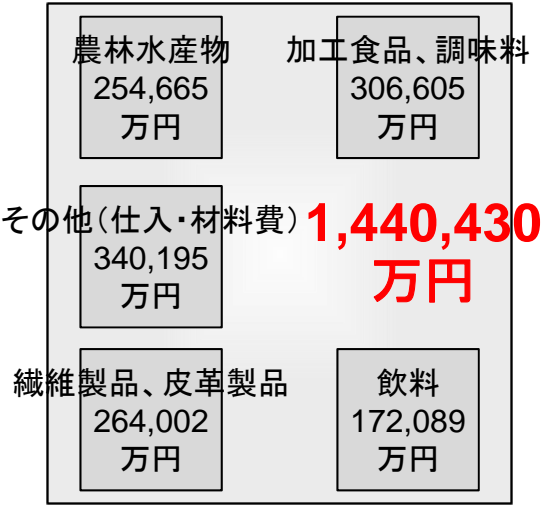
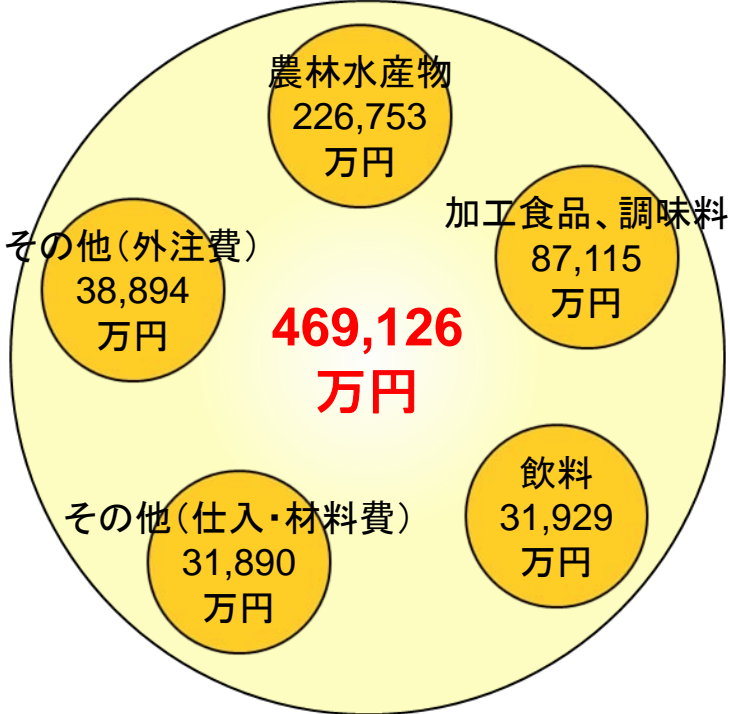
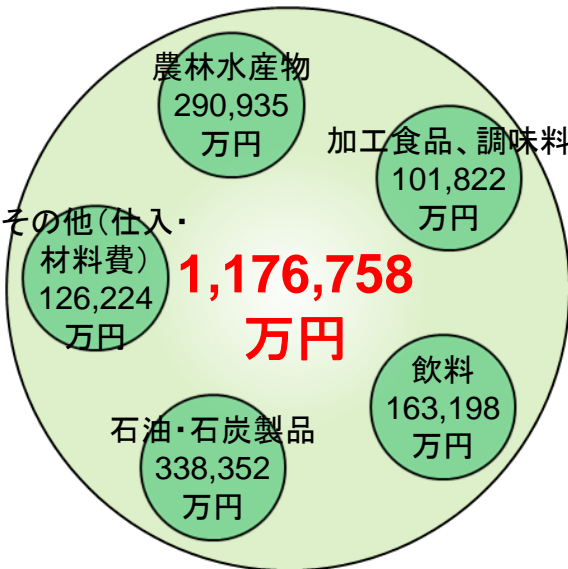
市区町村内
(域内)

15.2%

都道府県内
(他の市区町村)

38.1%

他の都道府県 **46.7%**



平均売上額 個人経営：約1,200万円、法人経営：約7,700万円

- ・ 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・材料費以外は総じて低いが、相対的には販売手数料が高くなっている。

個人経営

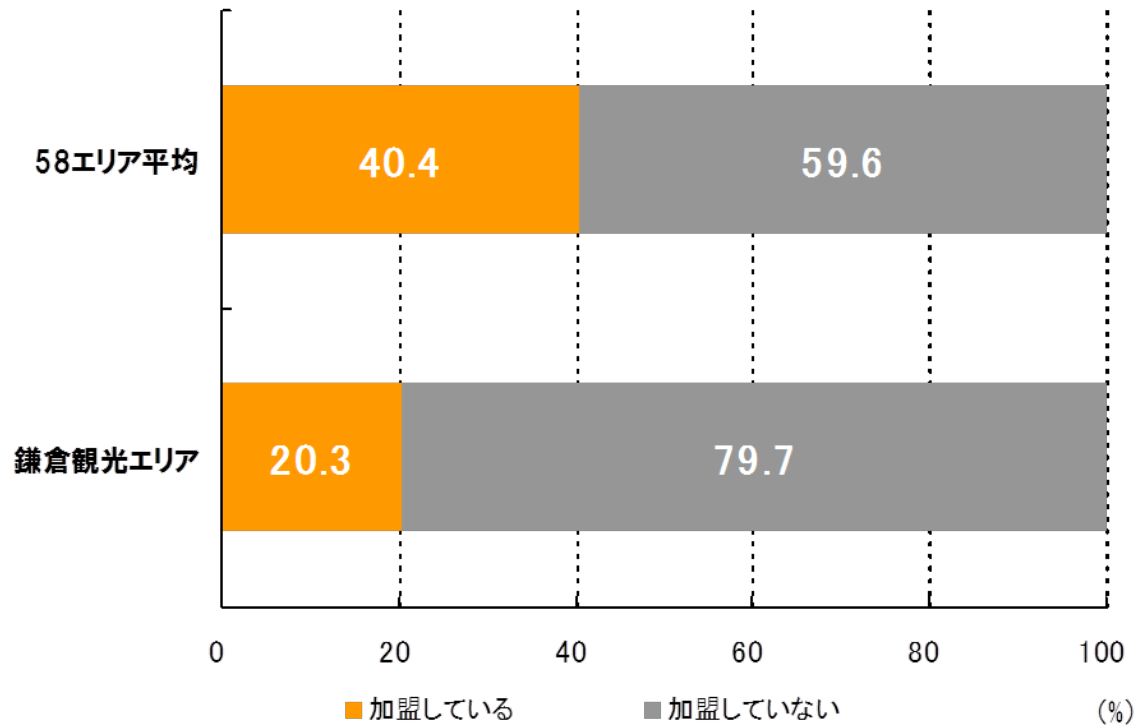
	平均
売上(収入)金額 (万円)	1,221
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	980

法人

		平均
売上高 (万円)		7,748
費用	売上原価 (万円)	4,192
	販売費及び一般管理費 (万円)	2,994
費用 内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	3,860
	外注費 (万円)	148
	販売手数料 (万円)	370
	広告宣伝費 (万円)	91
	従業員教育費 (万円)	106

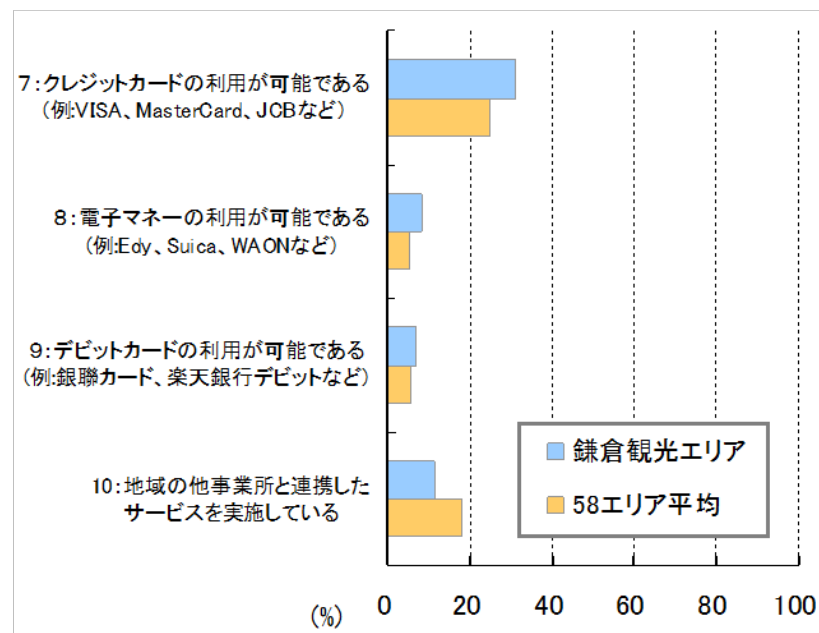
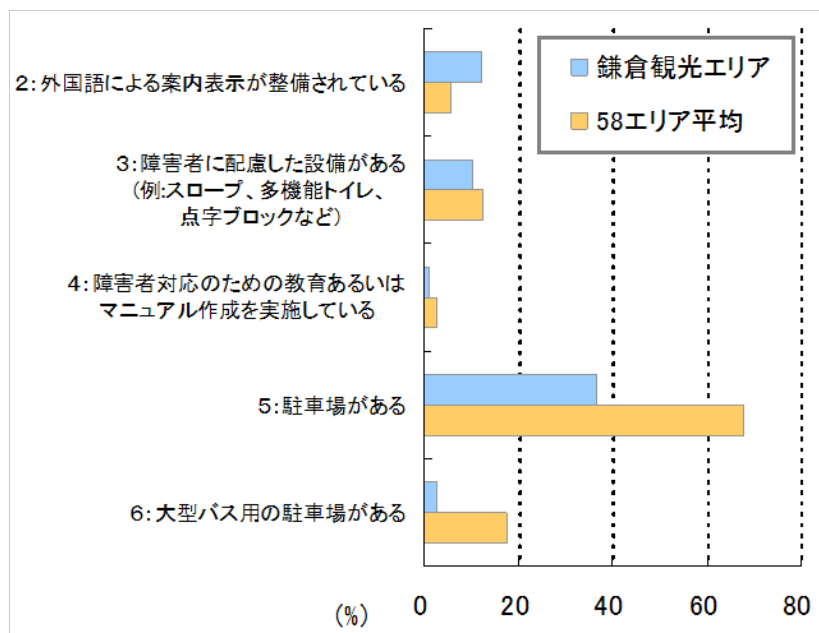
取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、鎌倉観光エリアで20.3%で、58エリア平均と比較して低くなっている。



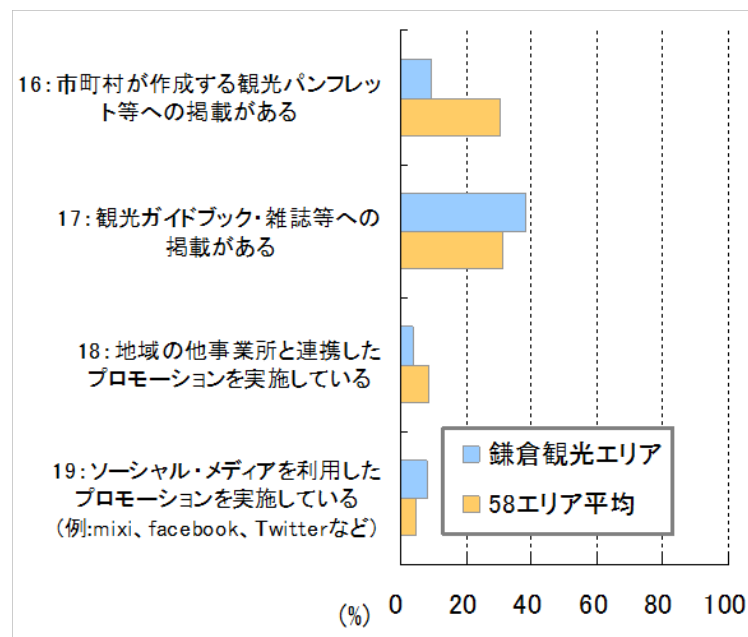
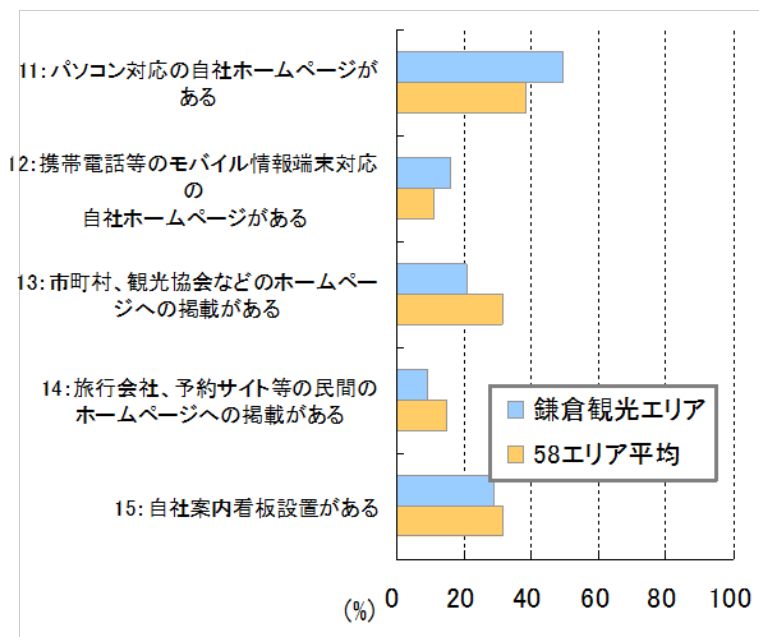
取り組みの内容[サービスの提供状況]

- 「2.外国語による案内表示」は58エリア平均と比較して、高い割合となっており、外国人向けのサービスの提供が進んでいるエリアだといえる。
- 「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」についても58エリア平均に比べて高くなっている。
- 「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。



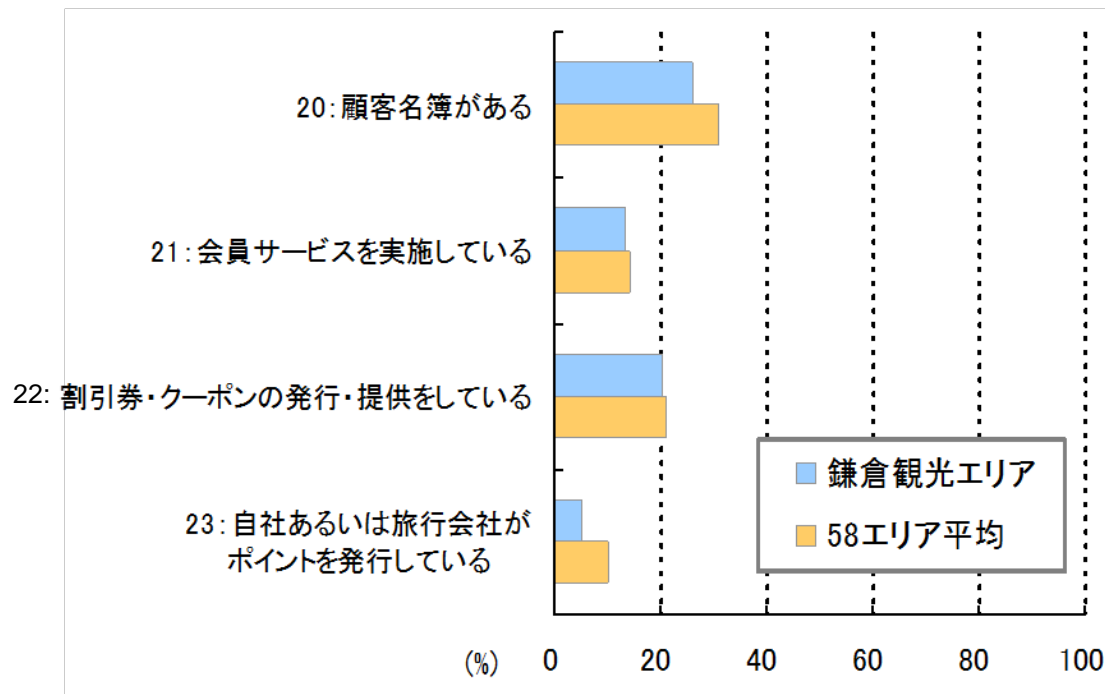
取り組みの内容[広告の実施状況]

- 「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実施されている。
- 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への掲載」は58エリア平均より低くなっている。



取り組みの内容[マーケティング]

- 「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エリア平均より低い。その他の項目は同程度となっている。



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88%を占めている。また、観光客個人(手数料支払販売)が約7%、企業・団体への販売はわずか5%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%
鎌倉観光エリア	構成比	88.2%	7.2%	4.6%