

氷見観光エリアにおける予備的調査結果

氷見観光エリアの概要

- 本調査の対象となった事業所は572件である。

	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
氷見観光エリア	572

氷見観光エリアで調査対象となった旧市区町村：

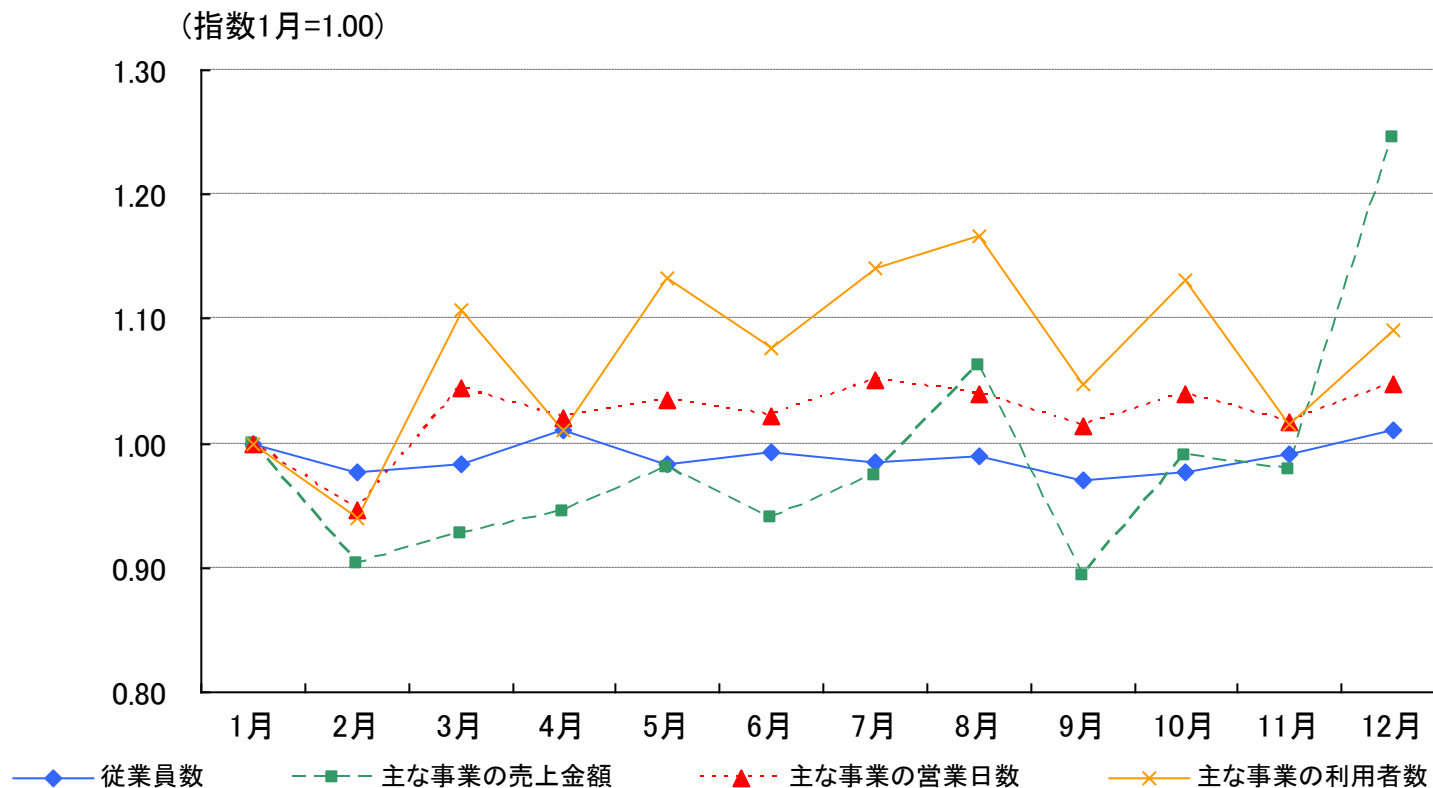
旧阿尾村、旧宇波村、旧氷見町、旧藪田村(富山県)

代表的な観光地点：

氷見フィッシャーマンズワーフ海鮮館／朝日山公園／湊川リバーウォーク／
氷見灘浦地区民宿

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、8月にやや高くなり、12月にやや大きなピークがある。
- ・ 利用者数の変動も緩やかではあるが、3月、5月、8月、10月にやや高くなっており、利用者数と主な事業の売上の変動が一致しない時期もある。両者の変動幅が年化を通じて緩やかであるため、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7.8～94%であり、全体としては15.9%となっている。
- ・ 個々の観光売上割合は全国平均と概ね近いが、旅客運送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%)
氷見観光エリア	主な事業の売上(百万円)	27,326	21,052	426	50	1,512	2,468	1,597	120	19
	観光売上(百万円)	4,355	1,642	401	0	1,008	354	904	46	-
	(観光売上割合)	(15.9%)	(7.8%)	(94.0%)	(0.0%)	(66.7%)	(14.4%)	(56.6%)	(38.3%)	

観光需要に基づく資金の約33%が域内に循環している

回答事業所数 151事業所

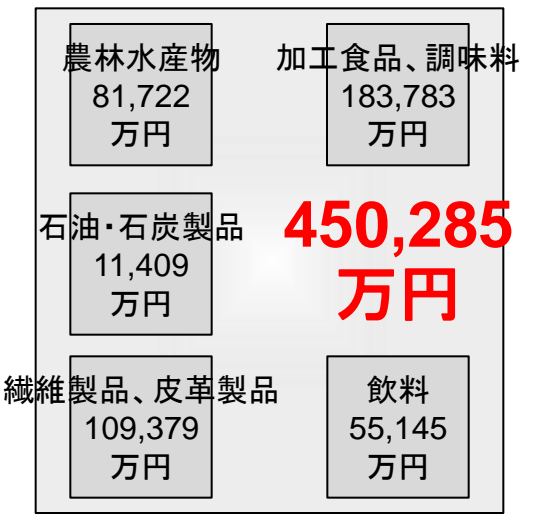
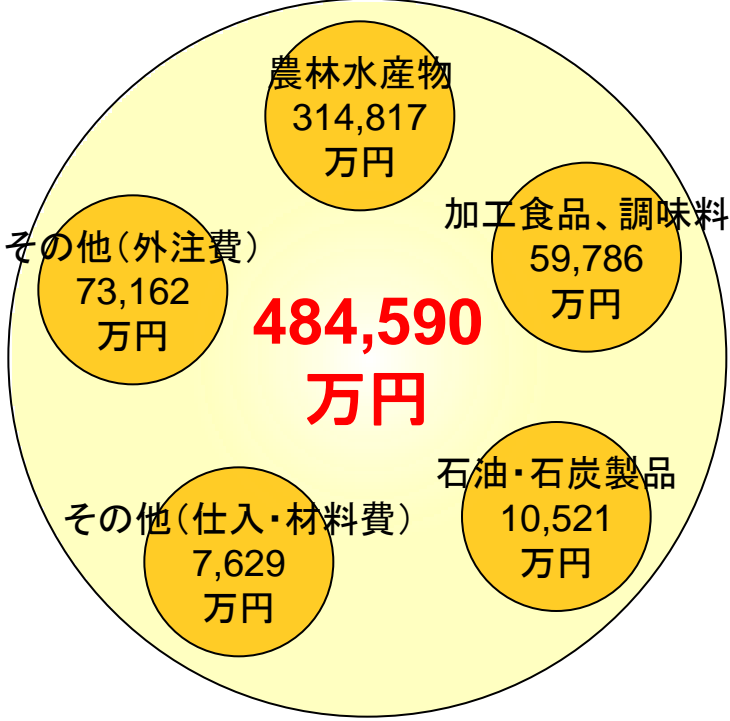
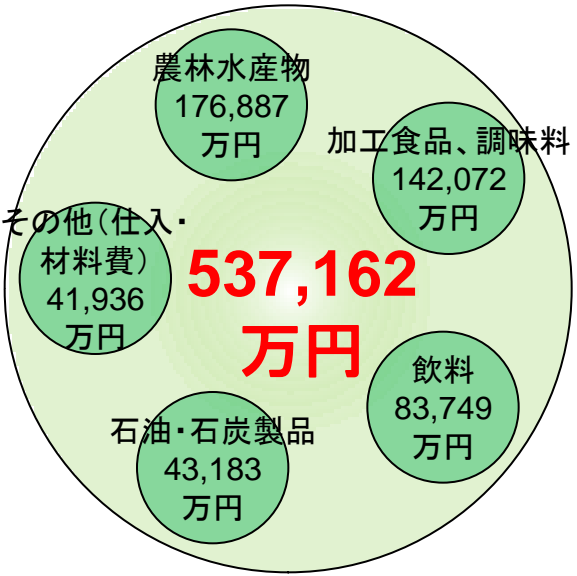
観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計：1,472,037万円)

- 域内調達率上位3項目(5割以上)**
- 1. 書籍・新聞・雑誌 100.0%
 - 2. 紙製品、木製品 93.0%
 - 3. 清掃・洗濯サービス 92.5%
- 域内調達率下位3項目**
- 1. 陶磁器・ガラス製品 0.0%
 - 1. 飼料、肥料 0.0%
 - 1. 警備保障サービス 0.0%

市区町村内 (域内) **32.9%**

36.5% **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1,500万円、法人経営:約1億6千万円

- ・ 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

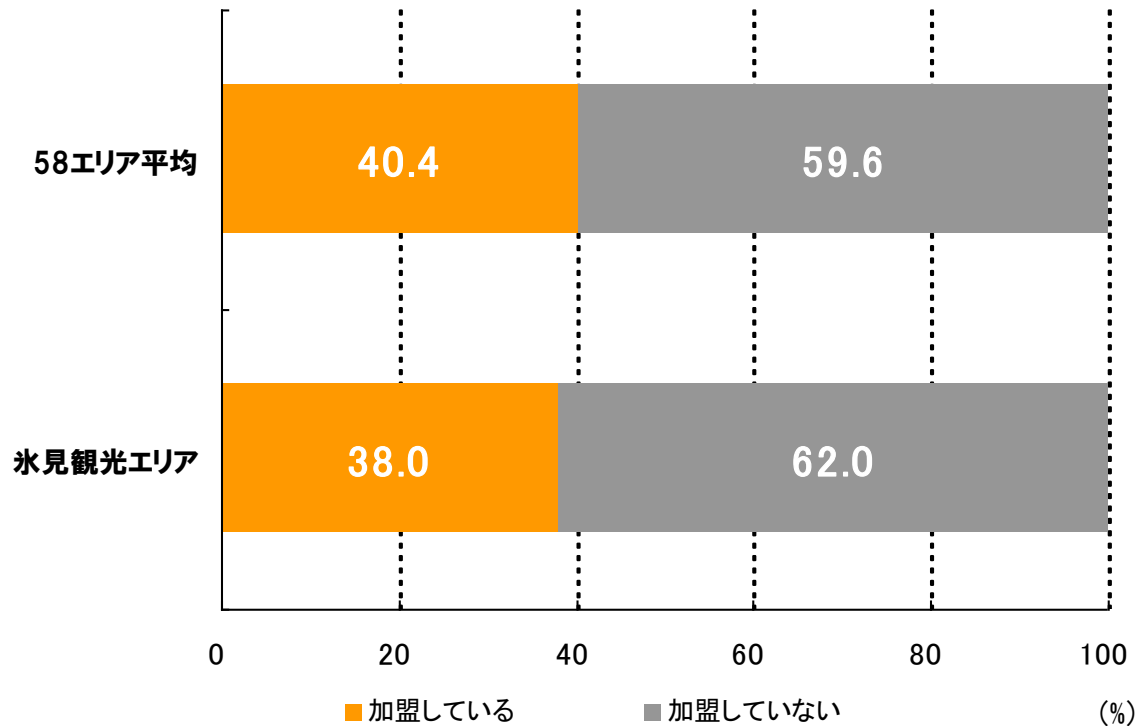
	平均
売上(収入)金額 (万円)	1,524
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	1,239

法人

	平均	
売上高 (万円)	15,614	
費用	売上原価 (万円)	9,488
	販売費及び一般管理費 (万円)	7,433
費用内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	8,731
	外注費 (万円)	1,685
	販売手数料 (万円)	548
	広告宣伝費 (万円)	167
	従業員教育費 (万円)	4

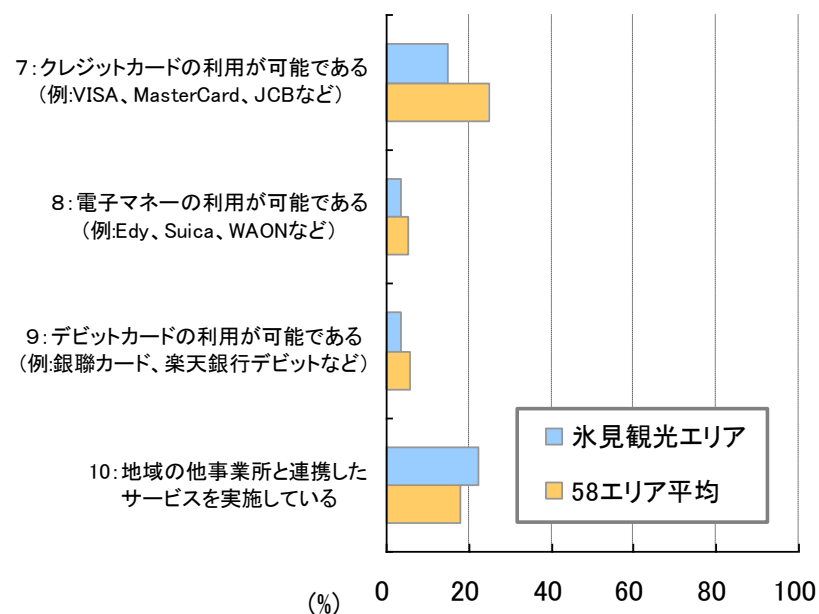
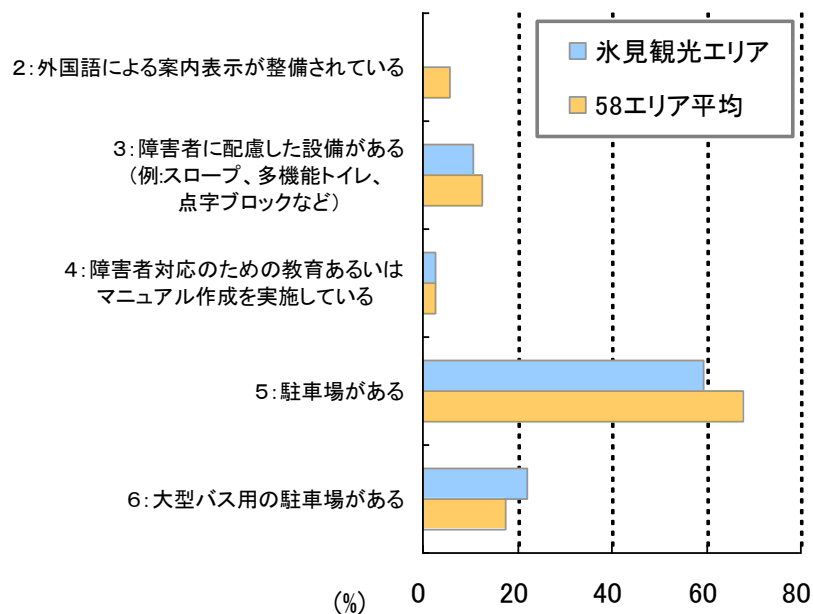
取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、氷見観光エリアで38%で、58エリア平均と比較してやや低くなっている。



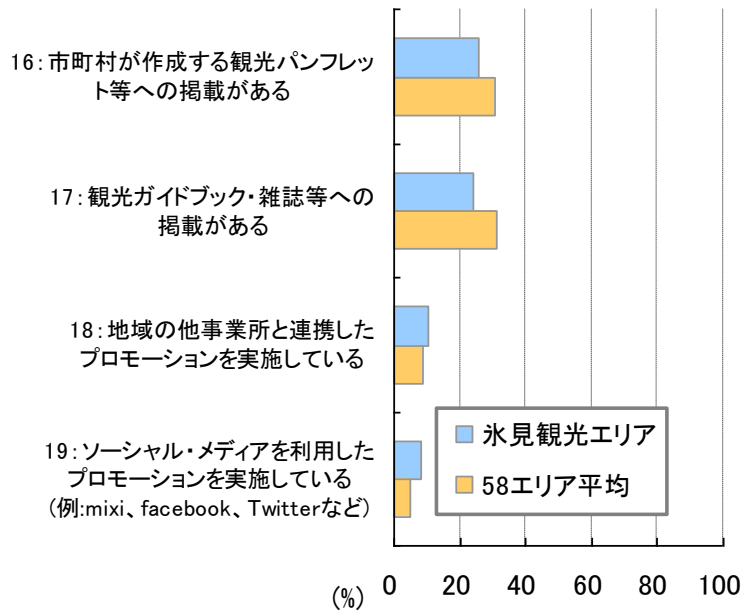
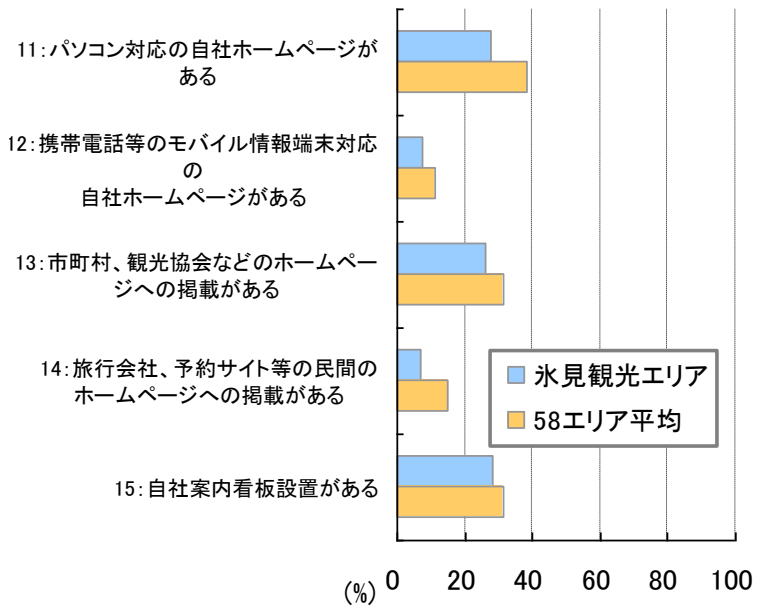
取り組みの内容[サービスの提供状況]

- 「10.地域の他事業所と連携したサービスを実施している」の割合が比較的高く、域内の連携が進んだエリアとなっている。
- 「2.外国語による案内表示が整備されている」についてはサービスの整備が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」についてもサービスの整備がほとんど進められておらず、58エリア平均と比べて低い割合となっている。



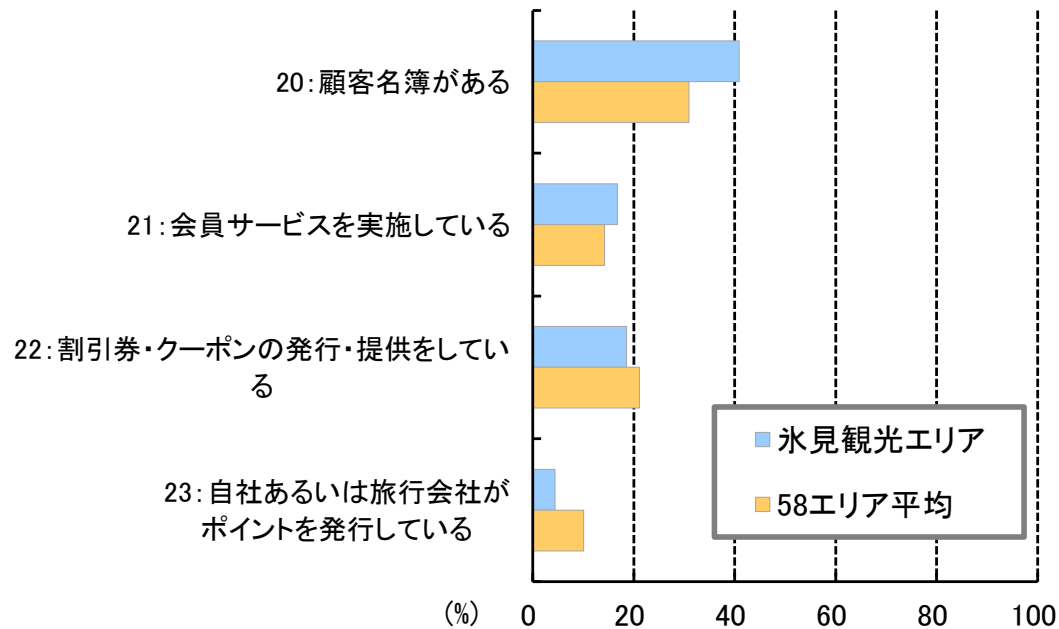
取り組みの内容[広告の実施状況]

- 「18.地域の他事業者と連携したプロモーション」、「19.ソーシャル・メディアを利用したプロモーション」は58エリア平均よりもやや高くなっているが、その他については総じて低くなっている。



取り組みの内容[マーケティング]

- マーケティングについては「20.顧客名簿がある」は58エリア平均と比較して高く、「23.自社あるいは旅行会社のポイント発行」が低くなっている。



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)への販売が約90%と58エリア平均と比較して高く、観光客個人(手数料支払販売)への販売は約9%と非常に低い。
- ・ 一方、企業・団体への販売はわずか約2%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%
氷見観光エリア	構成比	89.5%	8.7%	1.8%