

勝山観光エリアにおける予備的調査結果

勝山観光エリアの概要

- 本調査の対象となった事業所は60件である。

	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
勝山観光エリア	60

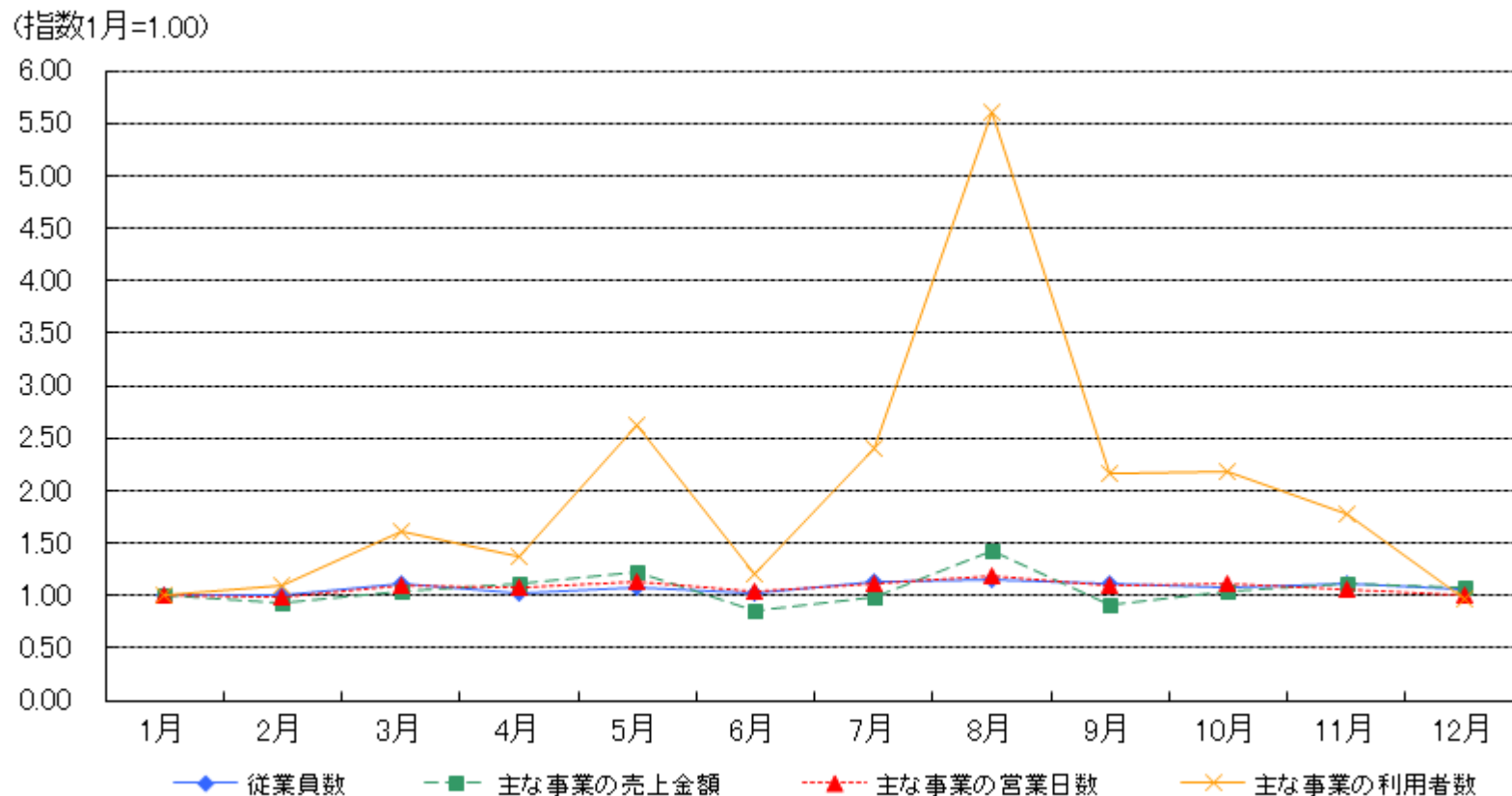
勝山観光エリアで調査対象となった旧市区町村：
旧村岡村(福井県)

代表的な観光地点：
福井県立恐竜博物館／雁ヶ原スキー場／かつやま恐竜の森

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、5月、8月にわずかなピークがある。
- ・ 利用者数は8月に大きなピークがあり、主な事業の売上のピークと比べて変動幅が非常に大きい。主な事業の売上のピークは小さいため、消費額単価(円/人)は低いと考えられる。

※回答数が十分に得られていないため、結果の解釈には注意が必要である。



事業別観光売上割合

- ・ 主な事業に占める観光売上割合は7.9～82.8%であり、全体としては30.7%となっている。
- ・ 特に社会教育事業、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ことが特徴である。

※回答数が十分に得られていないため、結果の解釈には注意が必要である。

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%)
勝山観光エリア	主な事業の売上(百万円)	4,644	2,680	500	0	35	662	0	766	11
	観光売上(百万円)	1,425	211	329	0	15	237	0	634	-
	(観光売上割合)	(30.7%)	(7.9%)	(65.7%)		(41.2%)	(35.8%)		(82.8%)	

観光需要に基づく資金の約8%が域内に循環している

※回答数が十分に得られていないため、結果の解釈には注意が必要である。

回答事業所数 19事業所

観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計 : 330,565 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. 加工食品、調味料 50.3%
- 域内調達率下位3項目**
- 1. 情報処理・提供サービス 0.0%
 - 1. 建物サービス 0.0%
 - 3. 石油・石炭製品 4.1%

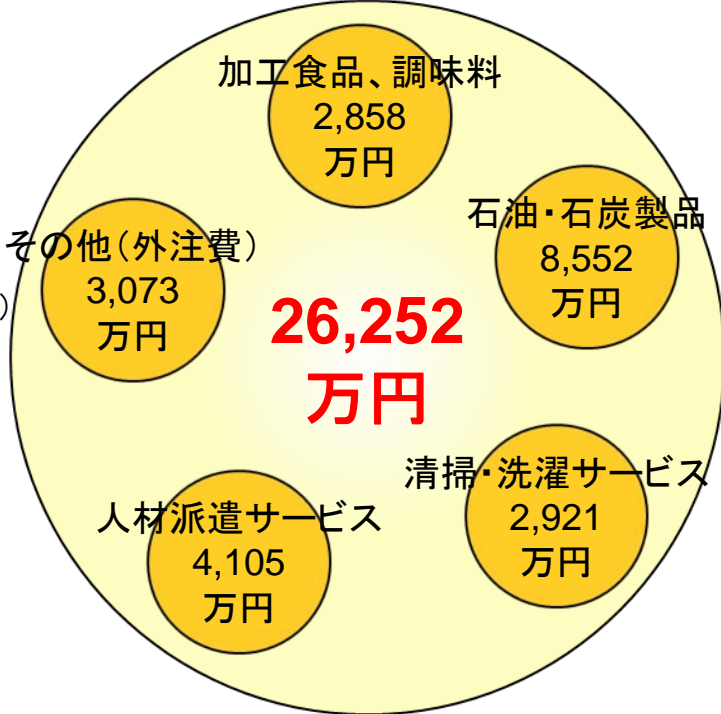
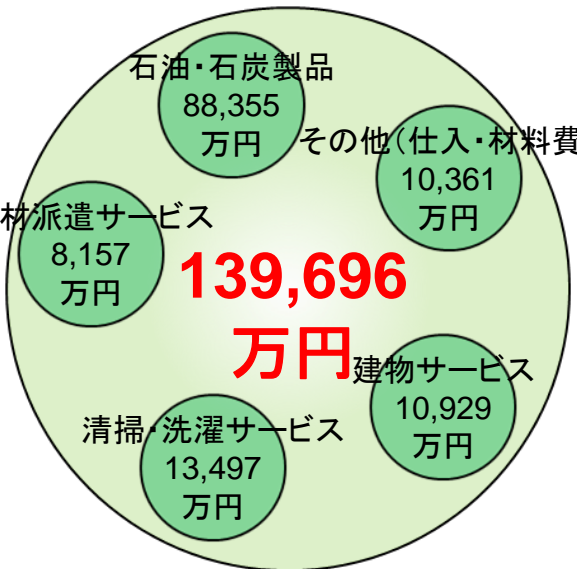
市区町村内 (域内)

7.9%

都道府県内 (他の市区町村)

42.3%

他の都道府県 **49.8%**



農林水産物 8,924 万円	石油・石炭製品 114,234 万円
その他(外注費) 35,204 万円	164,618 万円
建物サービス 2,732 万円	その他の製造品 2,264 万円

- ・ 個人経営では、売上(収入)金額の平均と費用総額が同程度である。
- ・ 法人経営では、売上原価の平均が販売費及び一般管理費の平均の4倍以上となっている。費用内訳については、仕入・材料費を除くと外注費が高い。

※回答数が十分に得られていないため、結果の解釈には注意が必要である。

個人経営

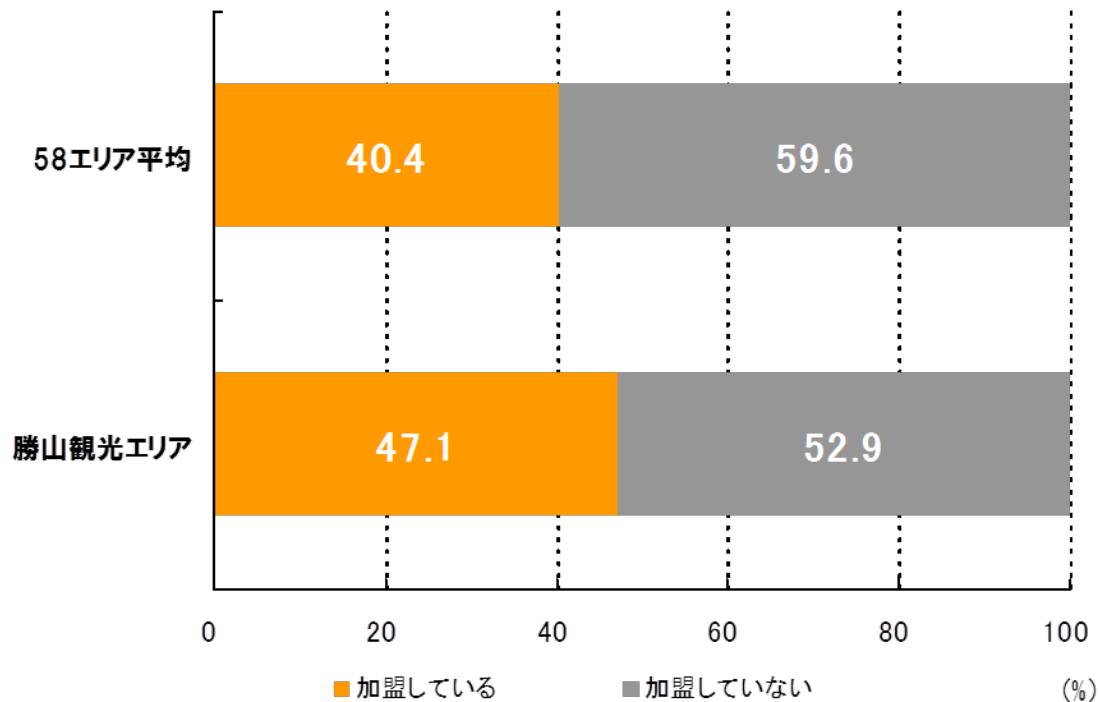
	平均
売上(収入)金額 (万円)	1,087
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	1,044

法人

		平均
売上高 (万円)		14,483
費用	売上原価 (万円)	11,148
	販売費及び一般管理費 (万円)	2,554
費用内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	9,846
	外注費 (万円)	354
	販売手数料 (万円)	141
	広告宣伝費 (万円)	25
	従業員教育費 (万円)	43

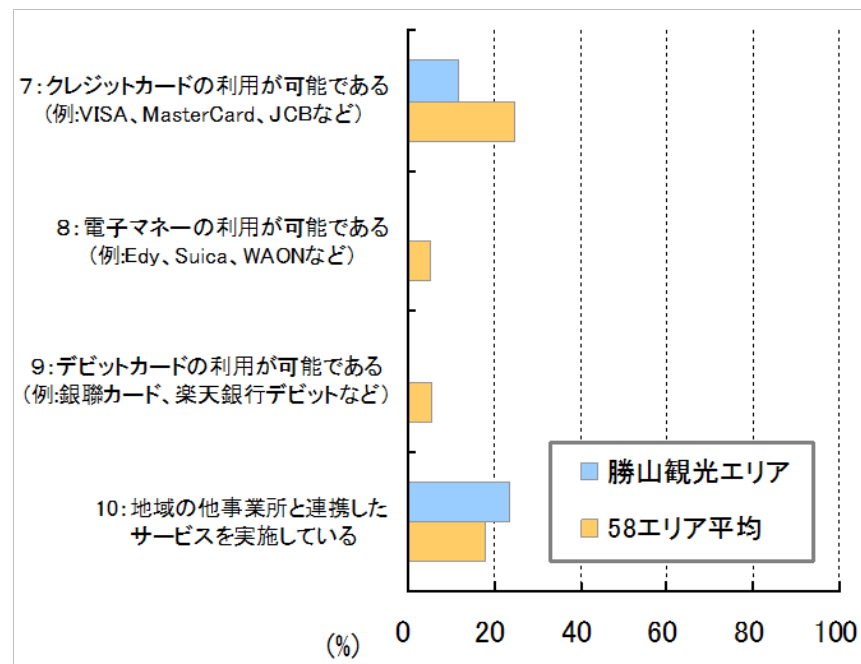
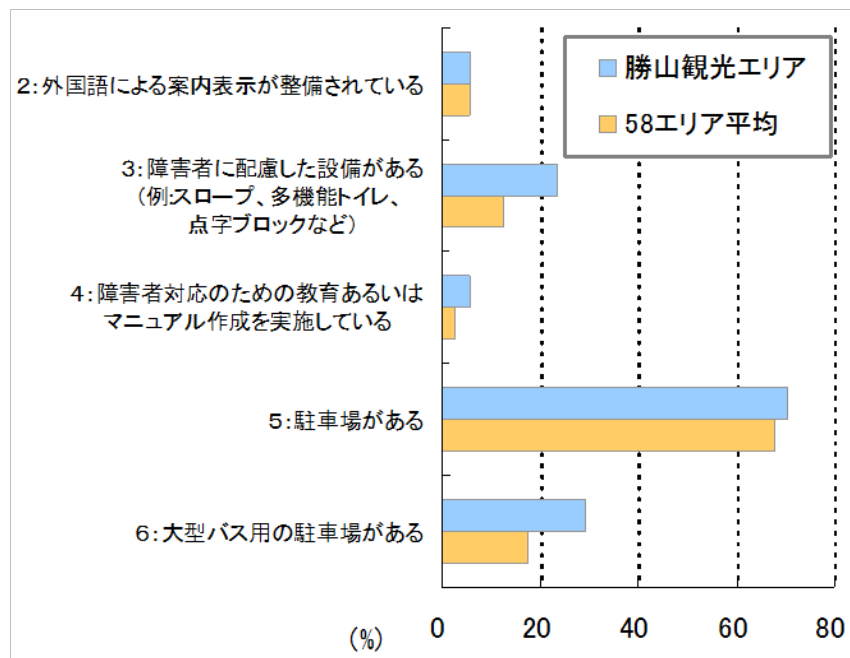
取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、勝山観光エリアで47.1%となっており、58エリア平均に比べ、やや高い状況である。



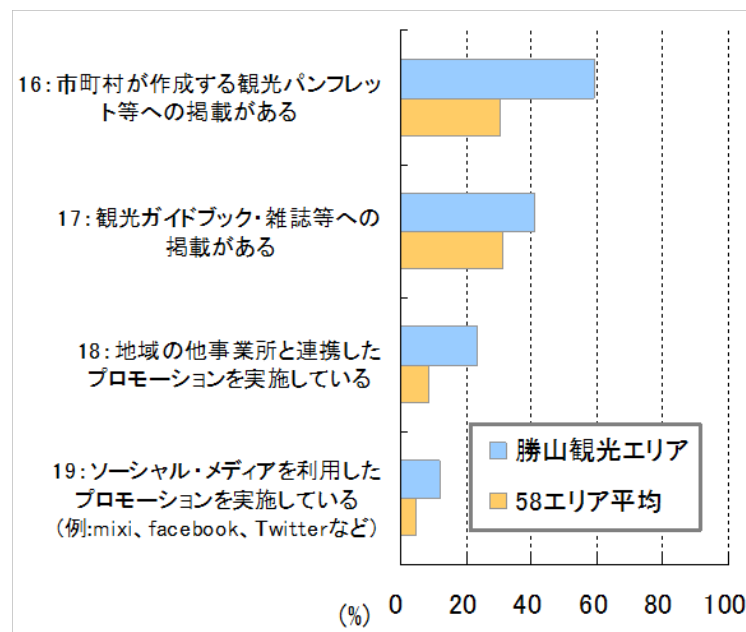
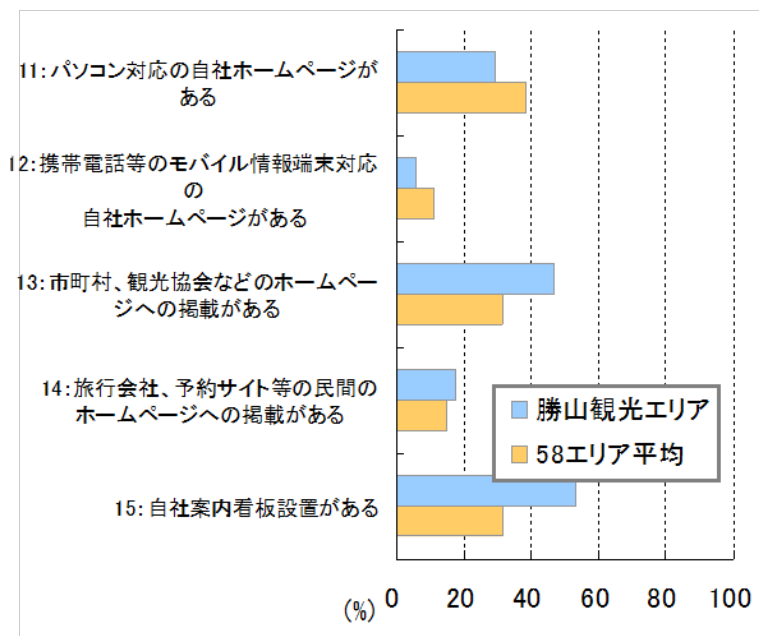
取り組みの内容[サービスの提供状況]

- 「3.障害者に配慮した設備がある」、「4.障害者対応のための教育あるいはマニュアル作成」が58エリア平均と比較して高く、障害者に配慮したサービスの提供が進んでいる。
- 「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高い。
- 「8.電子マネーの利用」、「9.デビットカードの利用」がほとんど進んでいない。また、「7.クレジットカードの利用」も58エリア平均と比較して低い。



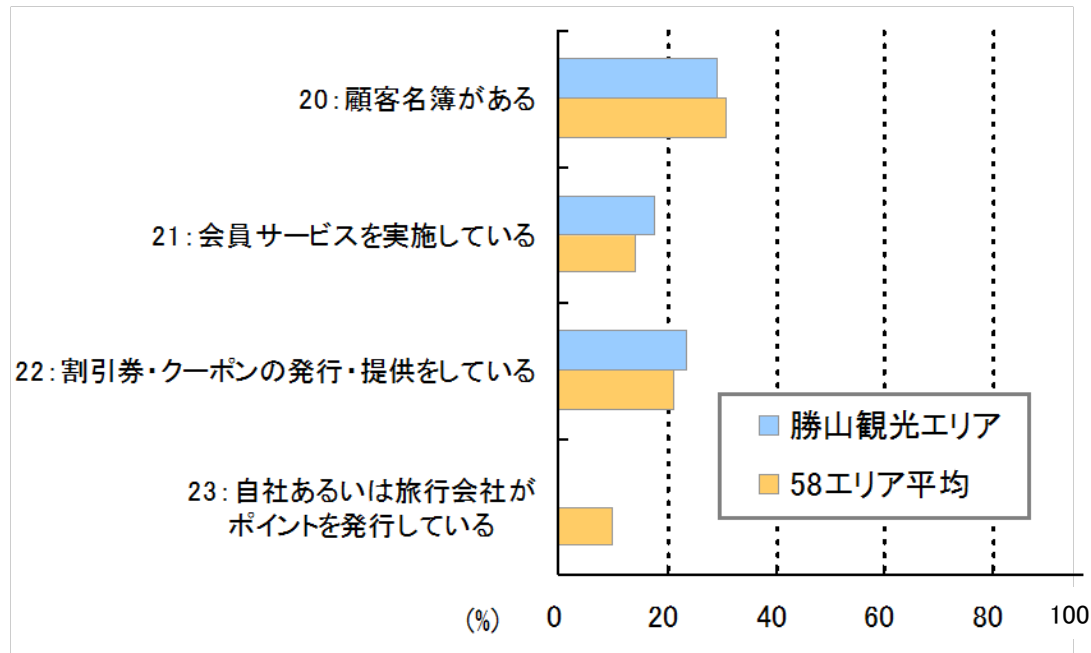
取り組みの内容[広告の実施状況]

- ・ 広告の実施状況は「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」を除いて、58エリア平均より高い状況となっている。
- ・ 「18.地域の他事業者と連携したプロモーションを実施している」の割合も比較的高く、地域同士での連携が進んでいるといえる。



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「23.自社あるいは旅行会社のポイント発行」はほとんど進んでいないが、その他の項目については概ね58エリア平均と同様である。



電子商取引による売上の相手・手段の構成

※回答数が十分に得られていないため、結果の解釈には注意が必要である。

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%
勝山観光エリア	構成比	100.0%	0.0%	0.0%