

富士河口湖観光エリアにおける予備的調査結果

富士河口湖観光エリアの概要

- ・ 本調査の対象となった事業所は825件である。

	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
富士河口湖観光エリア	825

富士河口湖観光エリアで調査対象となった旧市区町村：

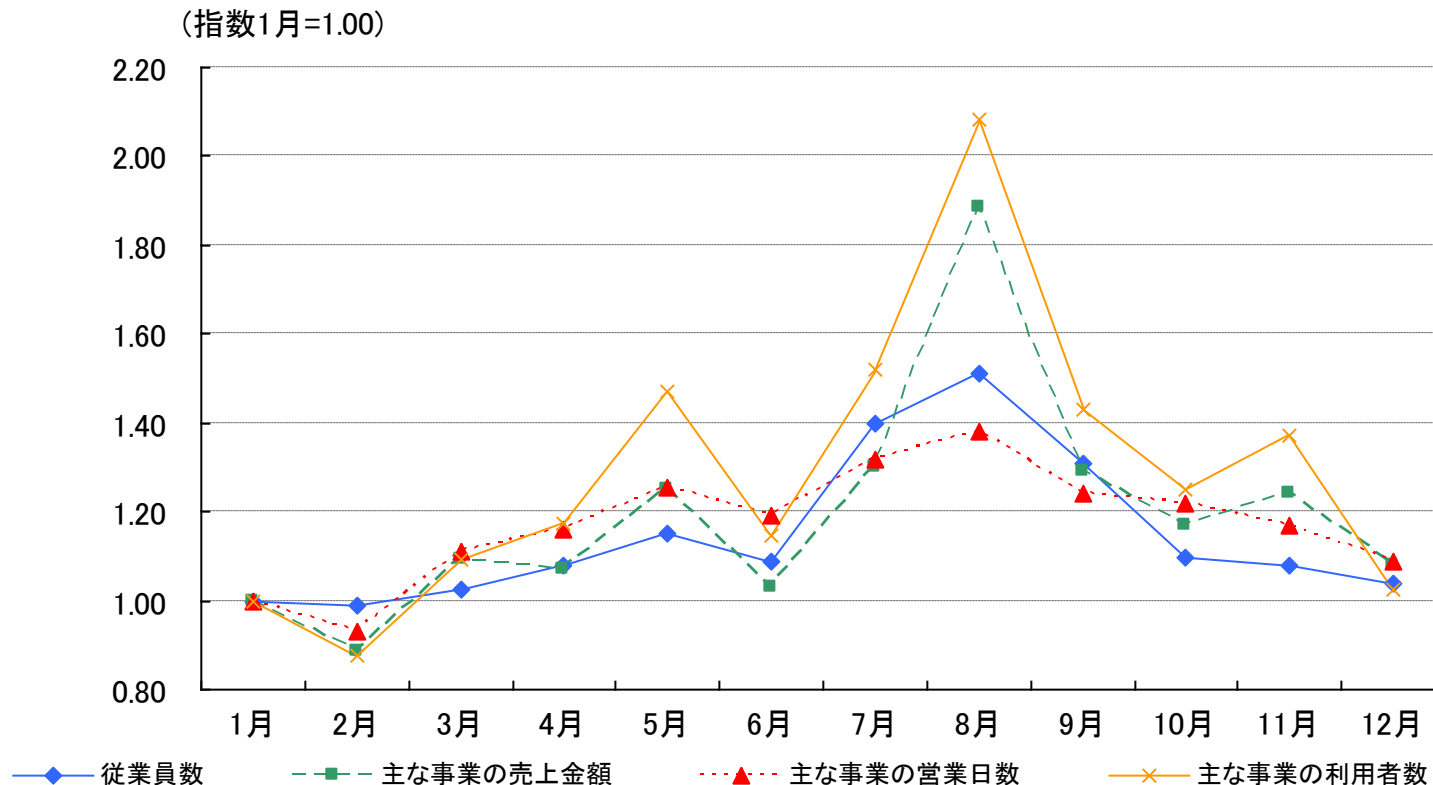
旧河口村、旧勝山村、旧小立村、旧上九一色村、旧西浜村、
旧船津村、旧大石村(山梨県)

代表的な観光地点：

山梨県立富士ビジターセンター／河口湖遊覧船(富士五湖汽船株式会社)／
富岳風穴／Ukai河口湖オルゴールの森美術館

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5月、8月にピークがあり、特に8月のピークが大きくなっている。
- ・ 利用者数の変動も同様であり、8月のピークが一番大きい。
- ・ 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20.7～93.6%であり、全体としては55.5%となっている。
- 旅客運送事業、宿泊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。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20.7%、37.8%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%)
富士河口湖観光エリア	主な事業の売上(百万円)	46,456	20,195	882	49	20,271	4,270	373	412	43
	観光売上(百万円)	25,806	4,173	826	39	18,754	1,616	276	122	-
	(観光売上割合)	(55.5%)	(20.7%)	(93.6%)	(80.5%)	(92.5%)	(37.8%)	(74.0%)	(29.7%)	

観光需要に基づく資金の約23%が域内に循環している

回答事業所数 247事業所

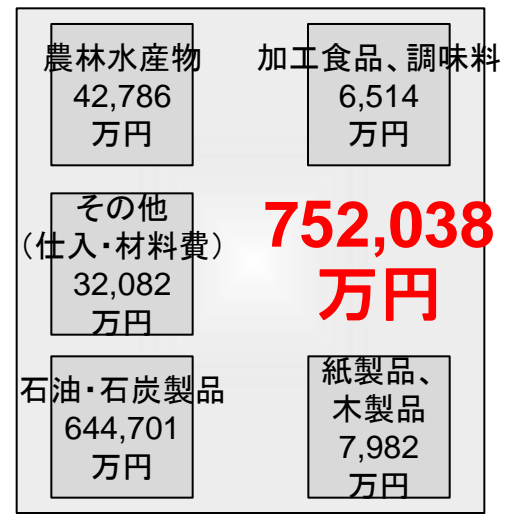
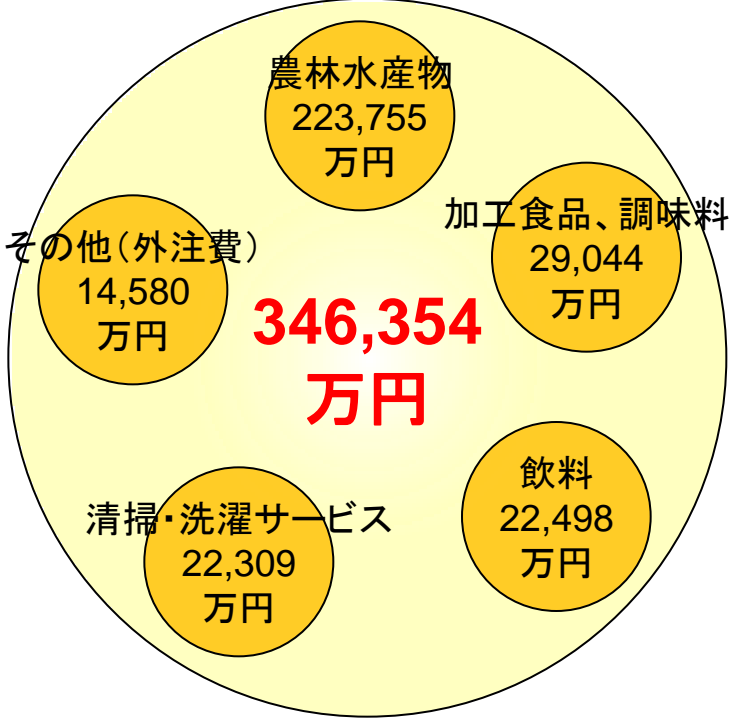
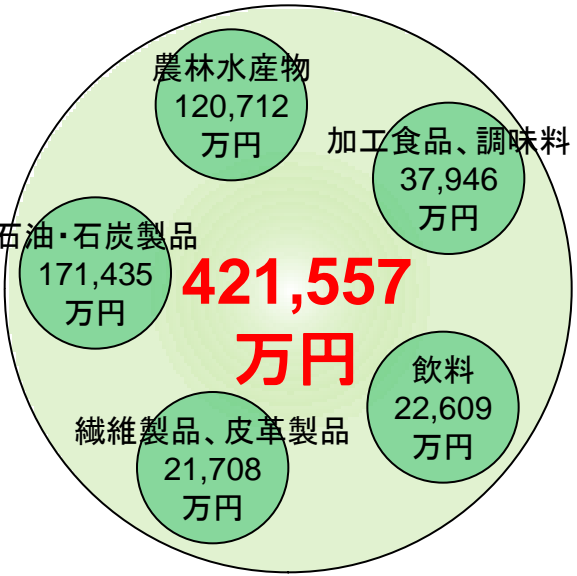
観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計：1,519,949万円)

市区町村内 (域内) **22.8%**

都道府県内 (他の市区町村) **27.7%**

- 域内調達率上位3項目 (5割以上)**
- 1. その他(外注費) 98.3%
 - 2. 電気製品 81.2%
 - 3. 医薬品・化粧品 78.6%
- 域内調達率下位3項目**
- 1. 陶磁器・ガラス製品 0.0%
 - 1. 書籍・新聞・雑誌 0.0%
 - 1. 情報処理・提供サービス 0.0%
 - 1. 物品賃貸サービス 0.0%
 - 1. 警備保障サービス 0.0%
 - 1. 建物サービス 0.0%

他の都道府県 **49.5%**



平均売上額 個人経営：約2,200万円、法人経営：約1億8千万円

- ・ 個人経営では、売上(収入)金額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、販売手数料が高くなっている。

個人経営

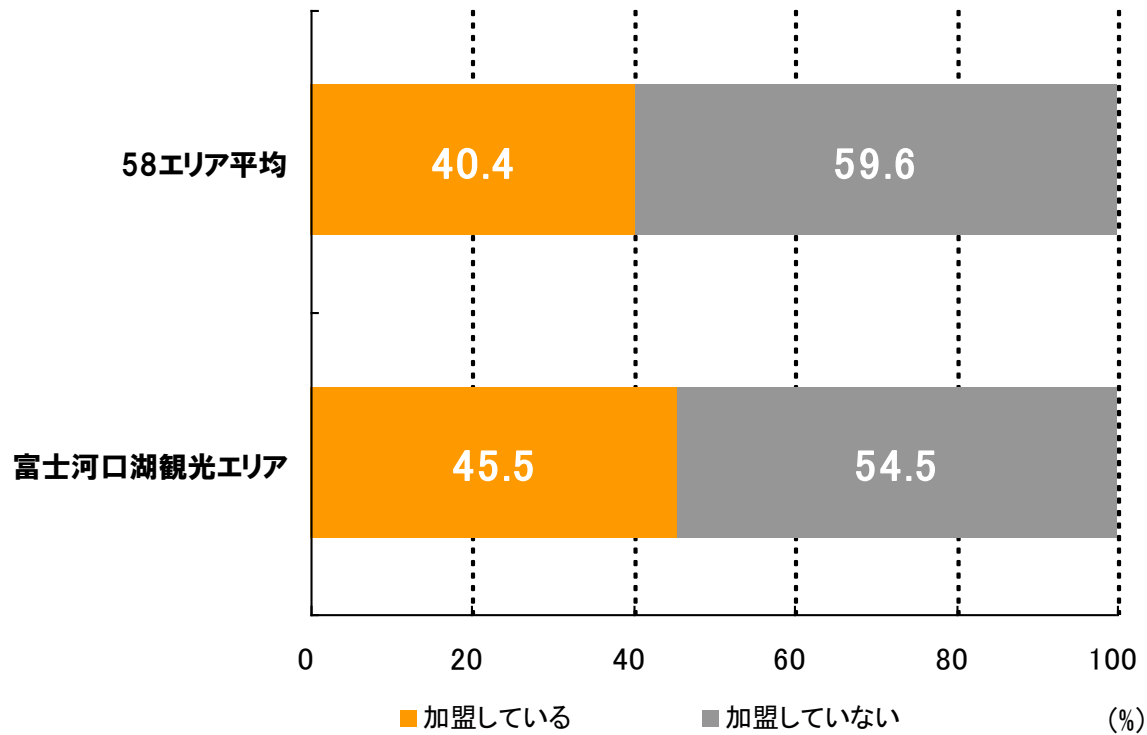
	平均
売上(収入)金額 (万円)	2,182
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	1,894

法人

		平均
売上高 (万円)		18,286
費用	売上原価 (万円)	8,368
	販売費及び一般管理費 (万円)	7,955
費用内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	8,263
	外注費 (万円)	935
	販売手数料 (万円)	1,215
	広告宣伝費 (万円)	255
	従業員教育費 (万円)	191

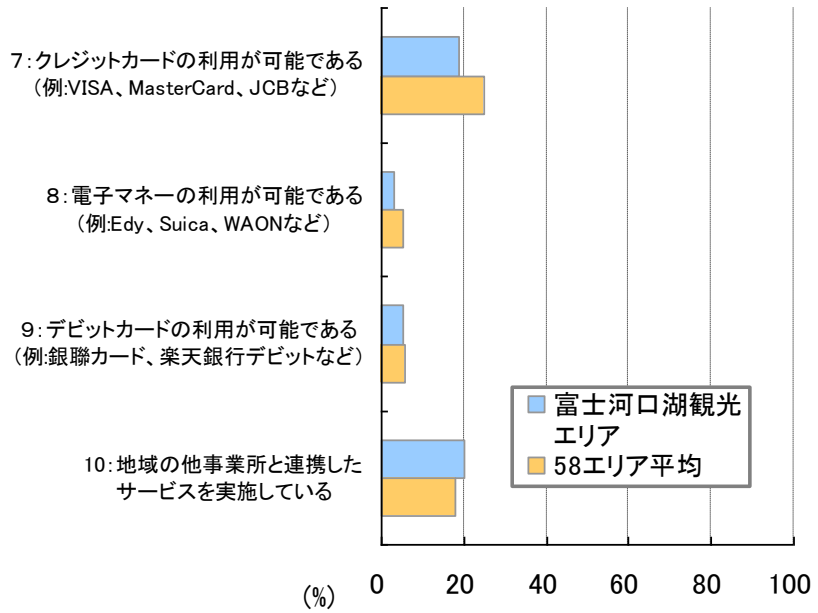
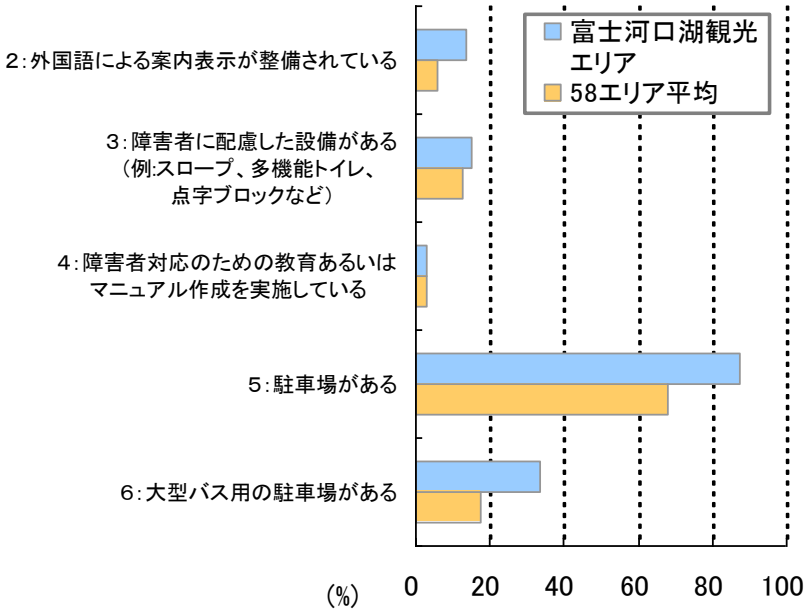
取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、富士河口湖観光エリアで45.5%となっており、58エリア平均に比べ、やや高い状況である。



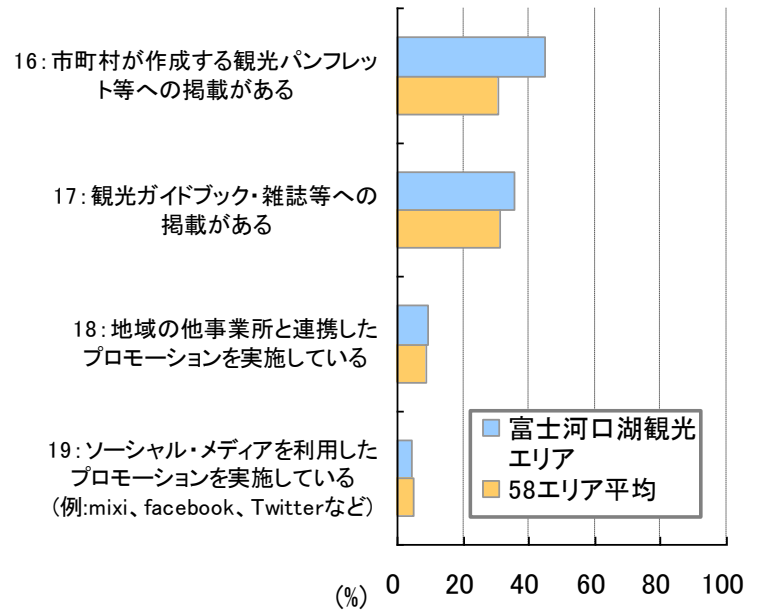
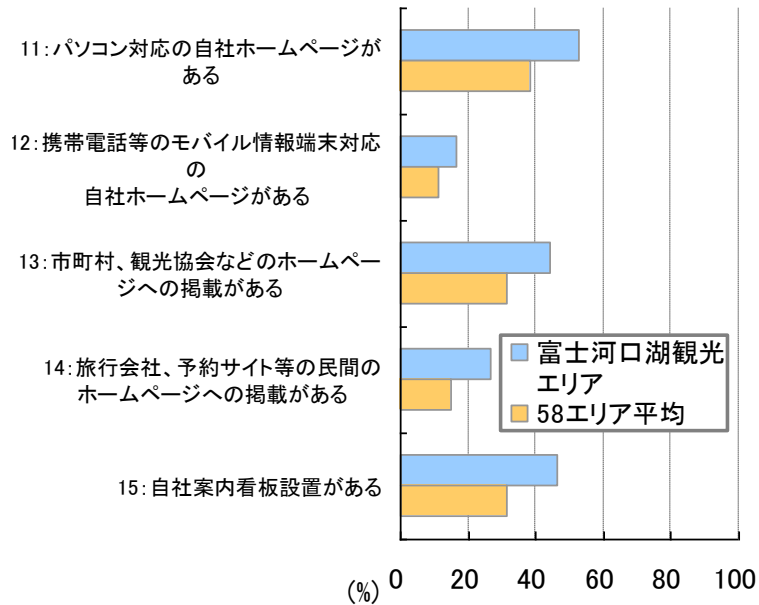
取り組みの内容[サービスの提供状況]

- 「2.外国語による案内表示が整備されている」は58エリアの平均と比べて高い割合となっている。
- 「5.駐車場がある」、「6.大型バス駐車場がある」は58エリア平均と比べて高く、土地的な余裕があるとも考えられる。
- 「7.クレジットカード」、「8.電子マネー」、「9.デビットカード」については58エリア平均と比べて低い割合となっている。



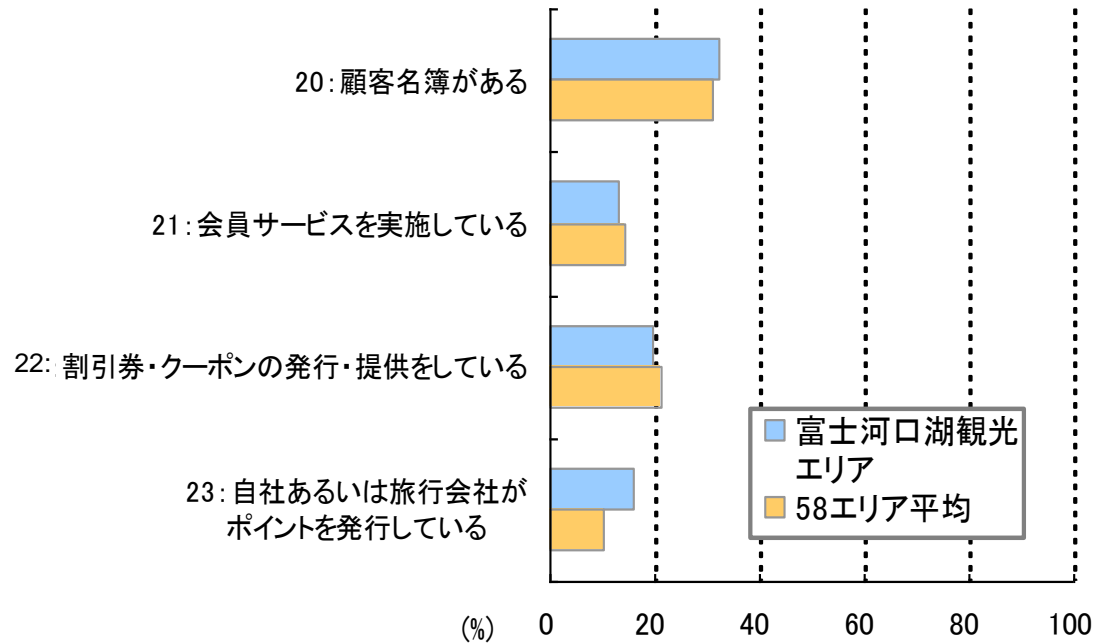
取り組みの内容[広告の実施状況]

- ・ 広告の実施状況は概ね58エリア平均と比較して高い状況となっている。
- ・ 「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」が高く、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。



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58エリア平均と概ね同様であるが、「23.自社あるいは旅行会社のポイント発行」は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)への販売が約44%と58エリア平均と比較して低い割合となっている。
- ・ 一方、観光客個人(手数料支払販売)への販売は約32%、企業・団体への販売も約24%と58エリア平均と比較してやや高くなっている。

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%
富士河口湖観光エリア	構成比	44.3%	31.7%	24.0%