

浜松市観光エリアにおける予備的調査結果

浜松市観光エリアの概要

- 本調査にて調査対象となった事業所は2,754件である。

	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
浜松市観光エリア	2,754

浜松市観光エリアで調査対象となった旧市区町村：

旧奥山村、旧神久呂村、旧赤佐村、旧浜松市、旧北庄内村、
旧亀玉村(静岡県)

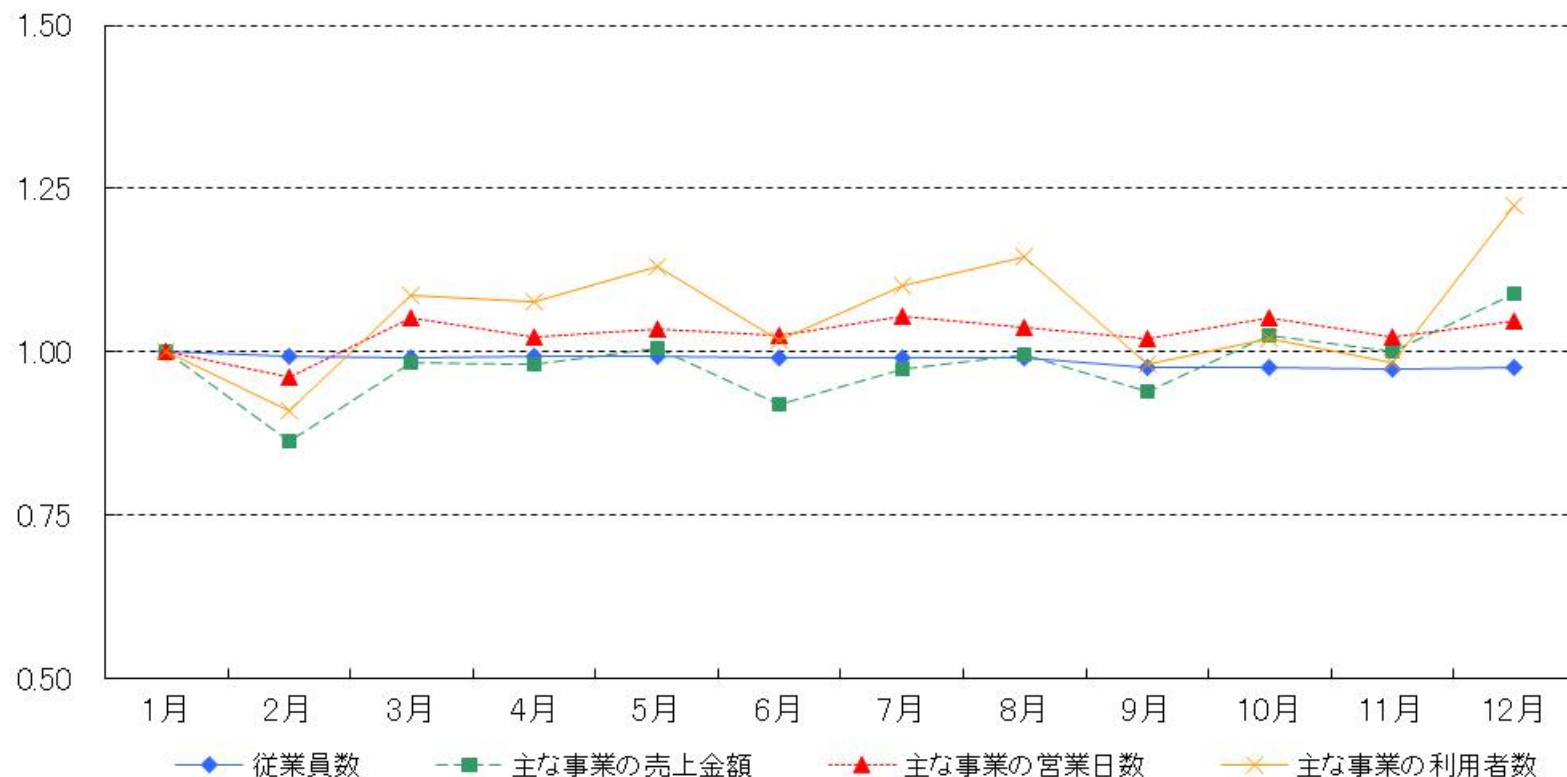
代表的な観光地点：

浜名湖パルパル／航空自衛隊浜松広報館エアパーク／
静岡県立森林公園

観光売上・利用者数の季節変動

- ・ 年間を通して「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、6月は多少ピークが落ち込む。
- ・ 利用者数の変動は5月、8月、12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が、年間を通じて比較的、消費額単価(円/人)は安定していると考えられる。

(指数1月=1.00)



事業別観光売上割合

- ・ 主な事業に占める観光売上割合は0.9～77.8%であり、全体としては16.1%となっている。
- ・ エリア内で観光売上割合が高い事業は生活関連サービス、娯楽事業、旅客運送事業であり、全国と比べても高い割合となっているが、その他の事業については概ね全国より低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%)
浜松市観光エリア	主な事業の売上(百万円)	359,853	213,150	26,513	8,467	23,793	53,190	31,162	1,506	18
	観光売上(百万円)	57,865	1,818	15,378	830	11,340	4,088	24,240	170	-
	(観光売上割合)	(16.1%)	(0.9%)	(58.0%)	(9.8%)	(47.7%)	(7.7%)	(77.8%)	(11.3%)	

観光需要に基づく資金の約30%が域内に循環している

回答事業所数 673事業所

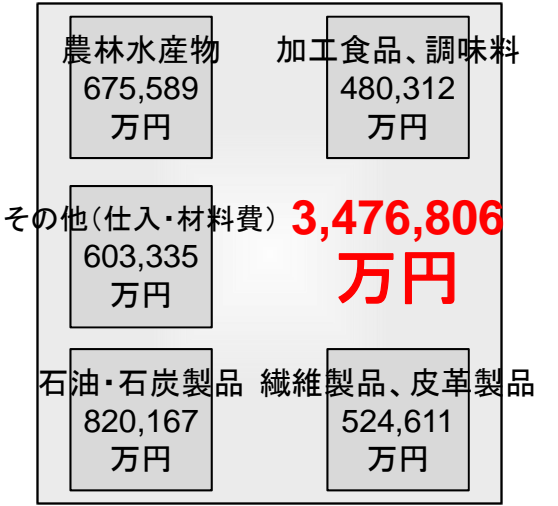
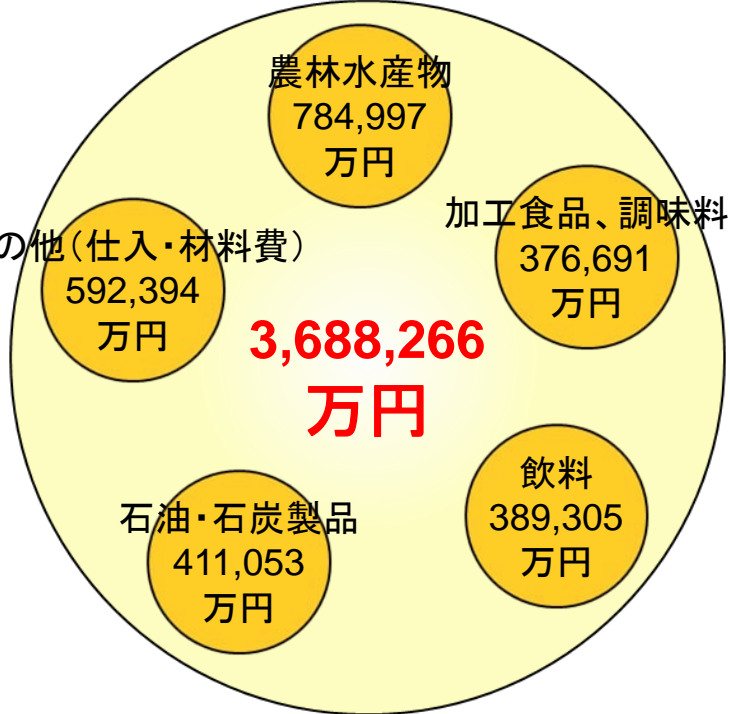
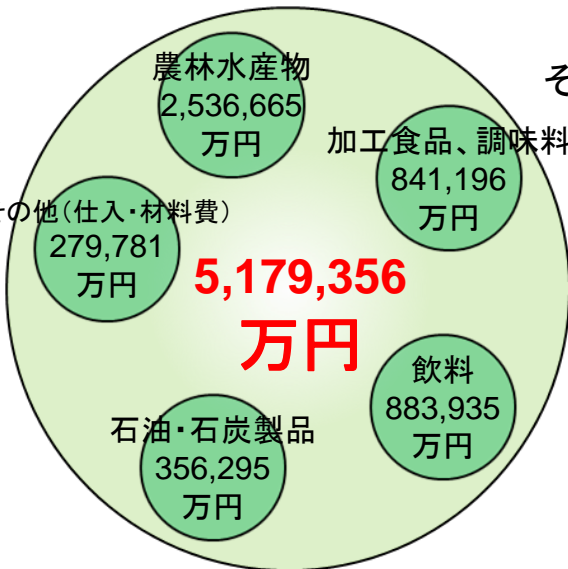
観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計 : 12,344,427 万円)

- 域内調達率上位3項目 (5割以上)**
- 1. 飼料、肥料 100.0%
 - 2. 警備保障サービス 95.7%
 - 3. 清掃・洗濯サービス 92.2%
- 域内調達率下位3項目**
- 1. 情報処理・提供サービス 8.8%
 - 2. 建物サービス 17.8%
 - 3. 農林水産物 19.6%

市区町村内 (域内) **29.9%**

42.0% **都道府県内 (他の市区町村)**

他の都道府県 **28.2%**



平均売上額 個人経営：約1,700万円、法人経営：約2億3千万円

- 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、販売手数料が高い。

個人経営

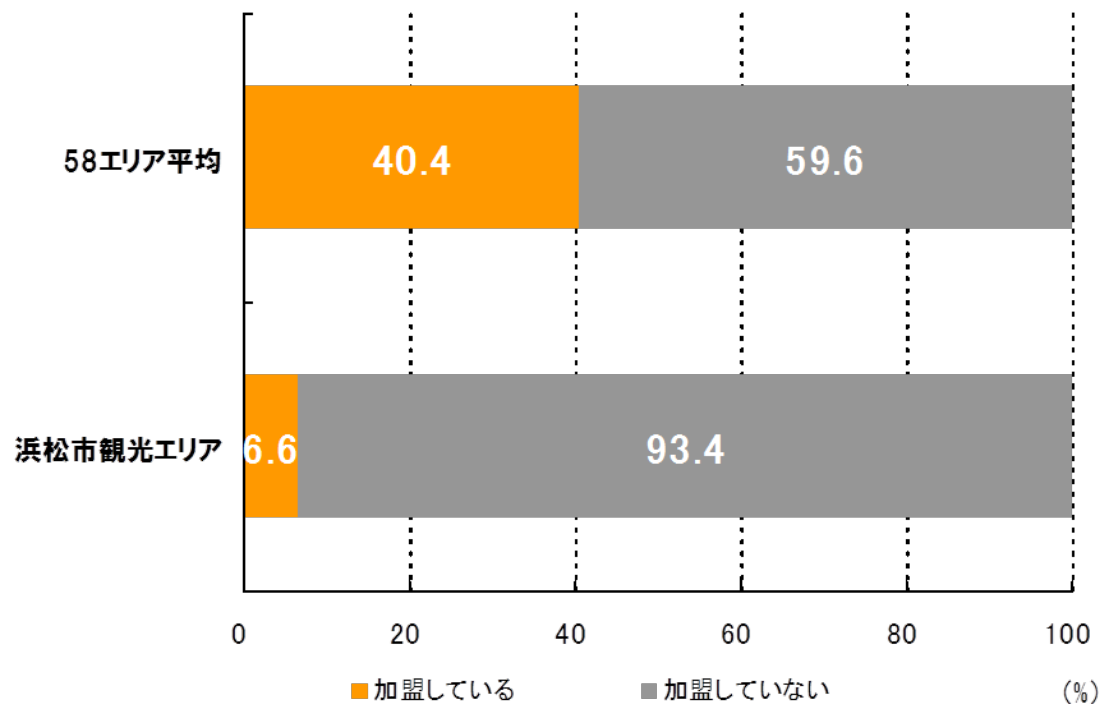
	平均
売上(収入)金額 (万円)	1,688
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	1,336

法人

		平均
売上高 (万円)		23,026
費用	売上原価 (万円)	13,137
	販売費及び一般管理費 (万円)	8,748
費用 内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	11,471
	外注費 (万円)	1,744
	販売手数料 (万円)	1,711
	広告宣伝費 (万円)	407
	従業員教育費 (万円)	192

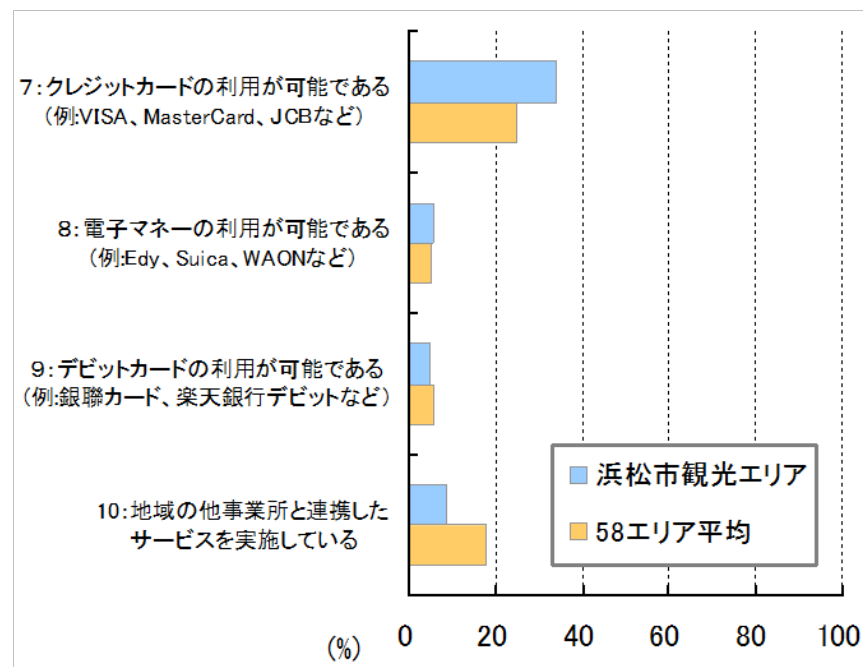
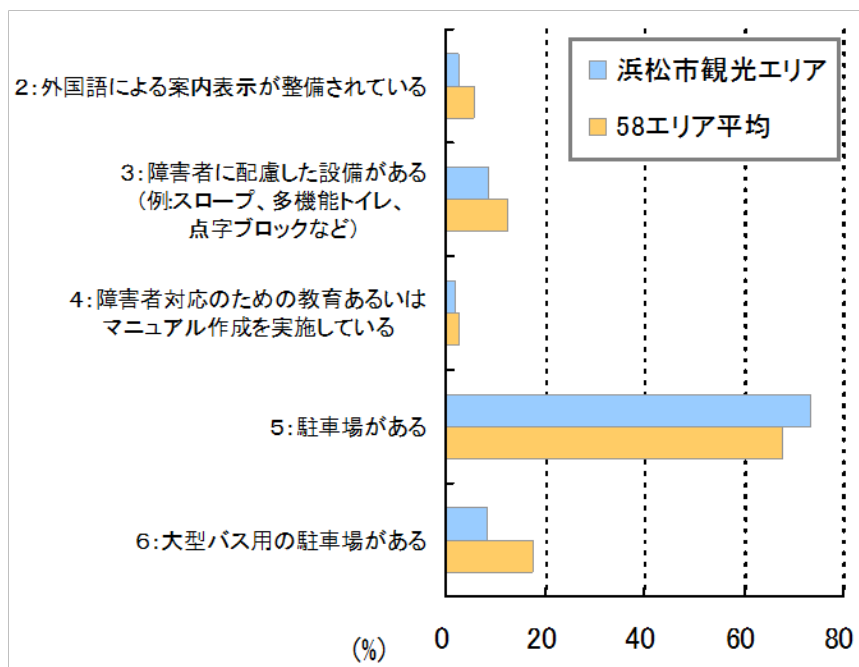
取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、浜松市観光エリアで6.6%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。



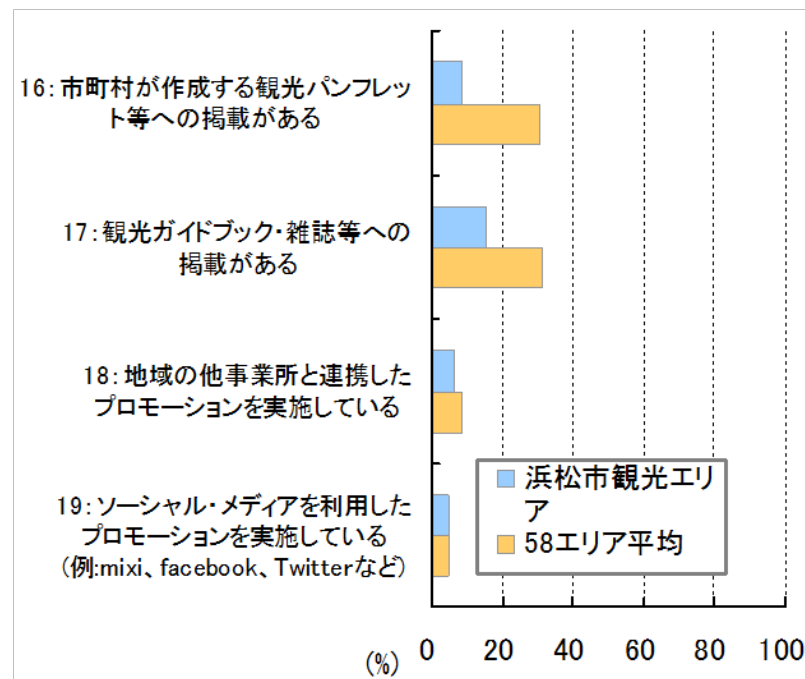
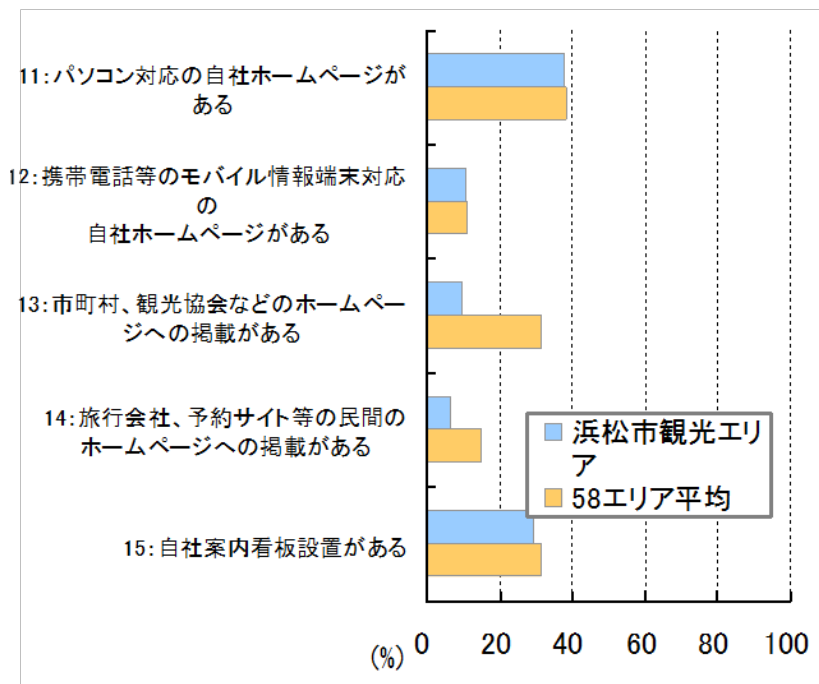
取り組みの内容[サービスの提供状況]

- サービスの提供状況は58エリア平均と概ね同様となっている。
- 「5. 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くなっているが、「6. 大型バス駐車場がある」についてはやや低い。



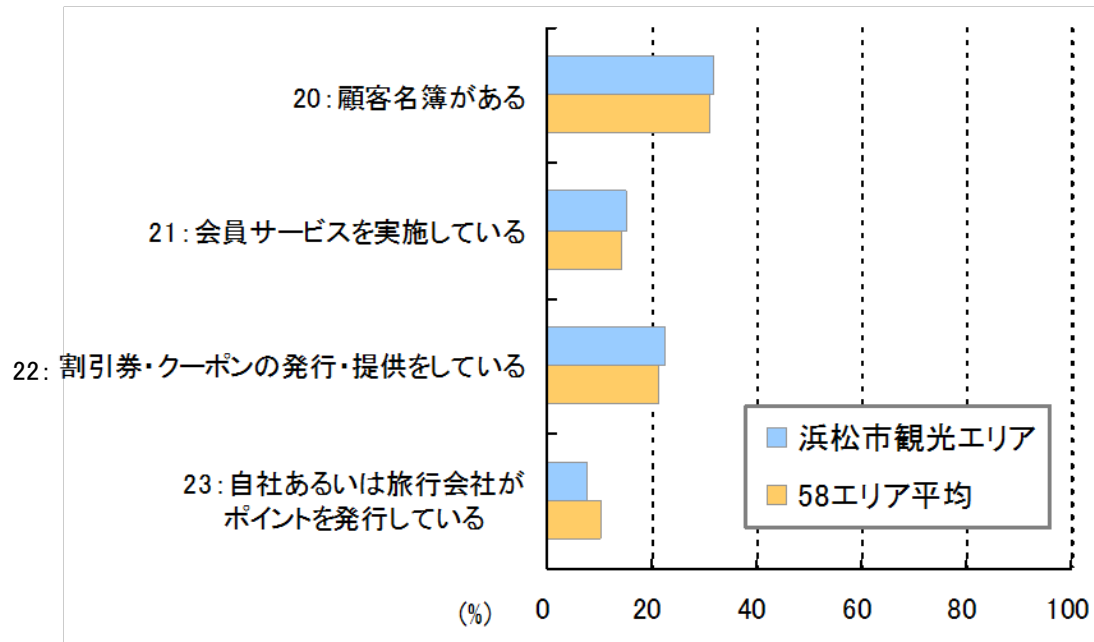
取り組みの内容[広告の実施状況]

- ・ 広告の実施状況は概ね58エリア平均と同様か、やや低い状況となっている。
- ・ 公的なホームページや観光パンフレット、ガイドブックなどへの掲載の割合が低く、観光客への広報を行っていない事業所が多いことがうかがえるが、これは都市部のエリアの特徴である。



取り組みの内容[マーケティング]

- ・ マーケティングへの取り組み状況については概ね58エリア平均と類似している。



電子商取引による売上の相手・手段の構成

- ・ 構成比は58エリア平均と類似しており、観光客個人への販売が全体の約90%、企業・団体への販売が10%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%
浜松市観光エリア	構成比	66.8%	23.0%	10.2%