

# 伊良湖観光エリアにおける予備的調査結果

# 伊良湖観光エリアの概要

- 本調査にて調査対象となった事業所は83件である。

	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
伊良湖観光エリア	83

伊良湖観光エリアで調査対象となった旧市区町村：  
旧伊良湖岬村(愛知県)

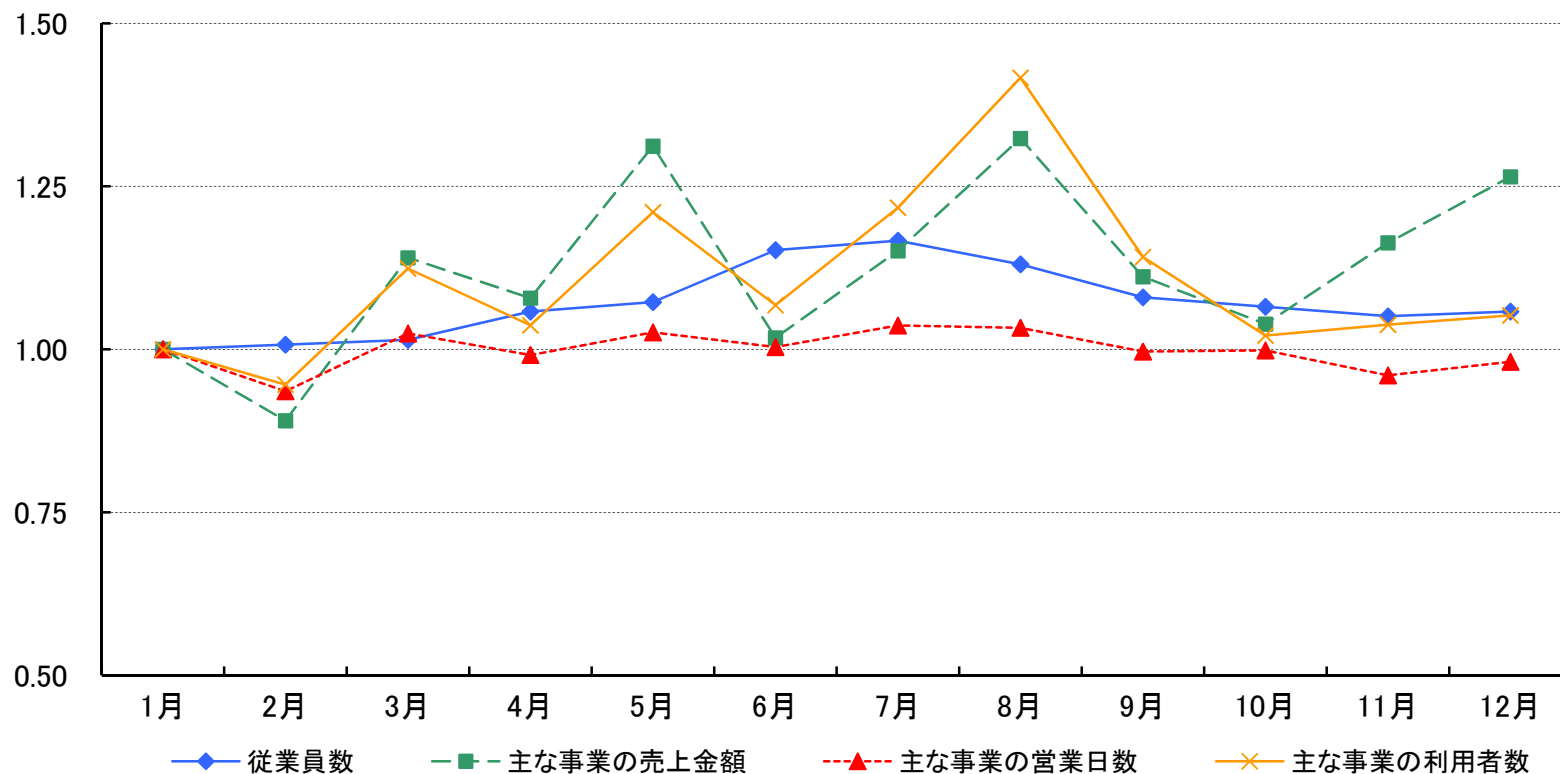
代表的な観光地点：

伊良湖クリスタルポルト／シーサイドファーム伊良湖(メロン狩り)／  
伊良湖シーサイドゴルフ倶楽部

# 観光売上・利用者数の季節変動

- ・ 5月、8月に主な事業の売上のピークがあり、特に8月のピークが大きい。
- ・ 利用者数の変動も同様であり、5月、8月にピークがある。
- ・ 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。
- ・ 他エリアと比較すると、従業員数の変動が顕著となっている。

(指数1月=1.00)



# 事業別観光売上割合

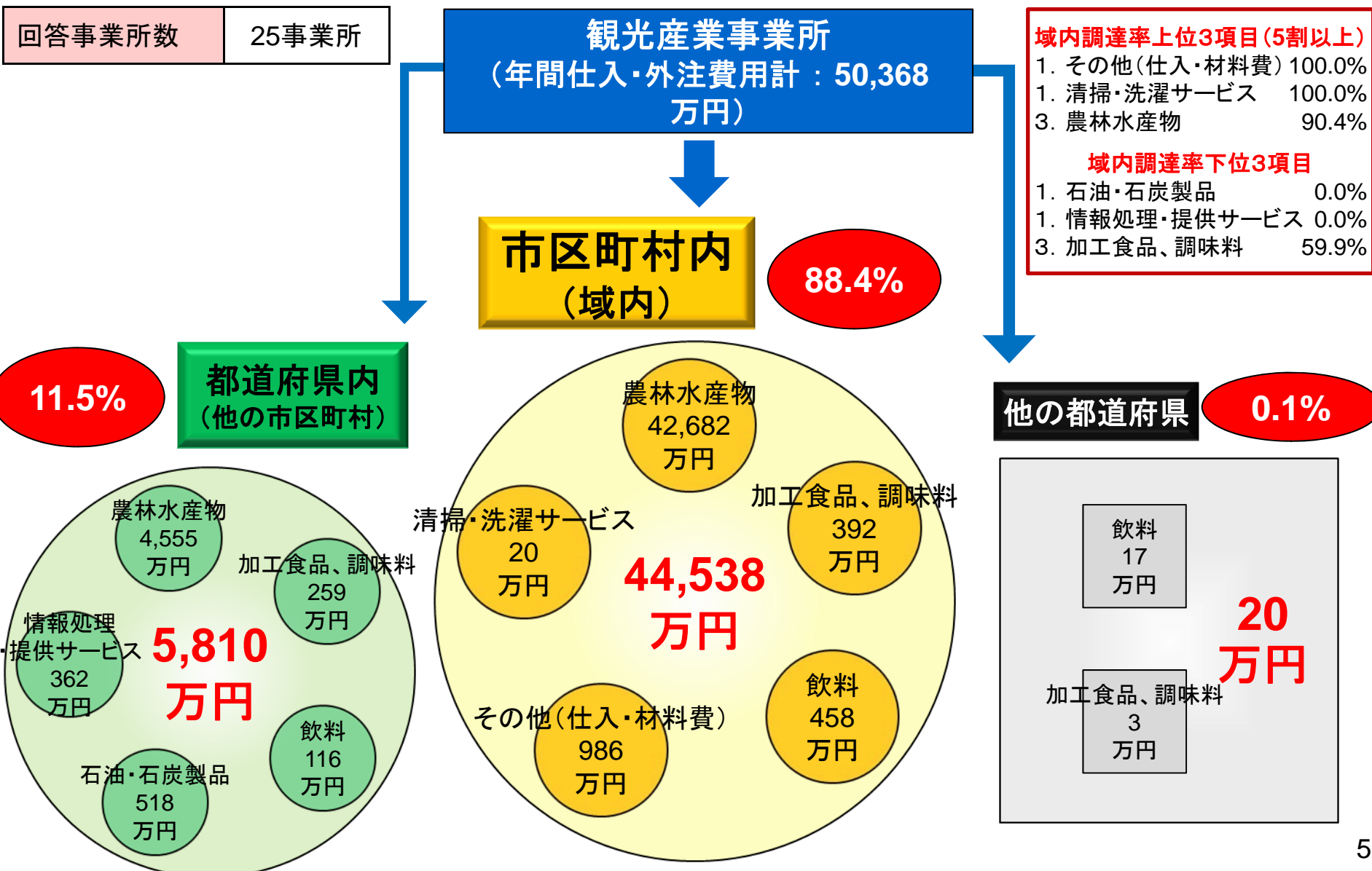
- ・ 主な事業に占める観光売上割合は5.0～73.5%であり、全体としては20.6%となっている。
- ・ エリア内で観光売上割合が高い事業は宿泊事業であるが、小売事業、飲食サービス事業も全国と比べると高いことが特徴である。

※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%)
伊良湖観光エリア	主な事業の売上(百万円)	3,096	701	0	0	345	632	1,385	33	23
	観光売上(百万円)	637	143	0	0	254	239	0	2	-
	(観光売上割合)	(20.6%)	(20.4%)			(73.5%)	(37.8%)	(0.0%)	(5.0%)	

# 観光需要に基づく資金の約88%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。



# 平均売上額 個人経営：約3千万円、法人経営：約1億円

- ・ 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やや高くなっている。

※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。

## 個人経営

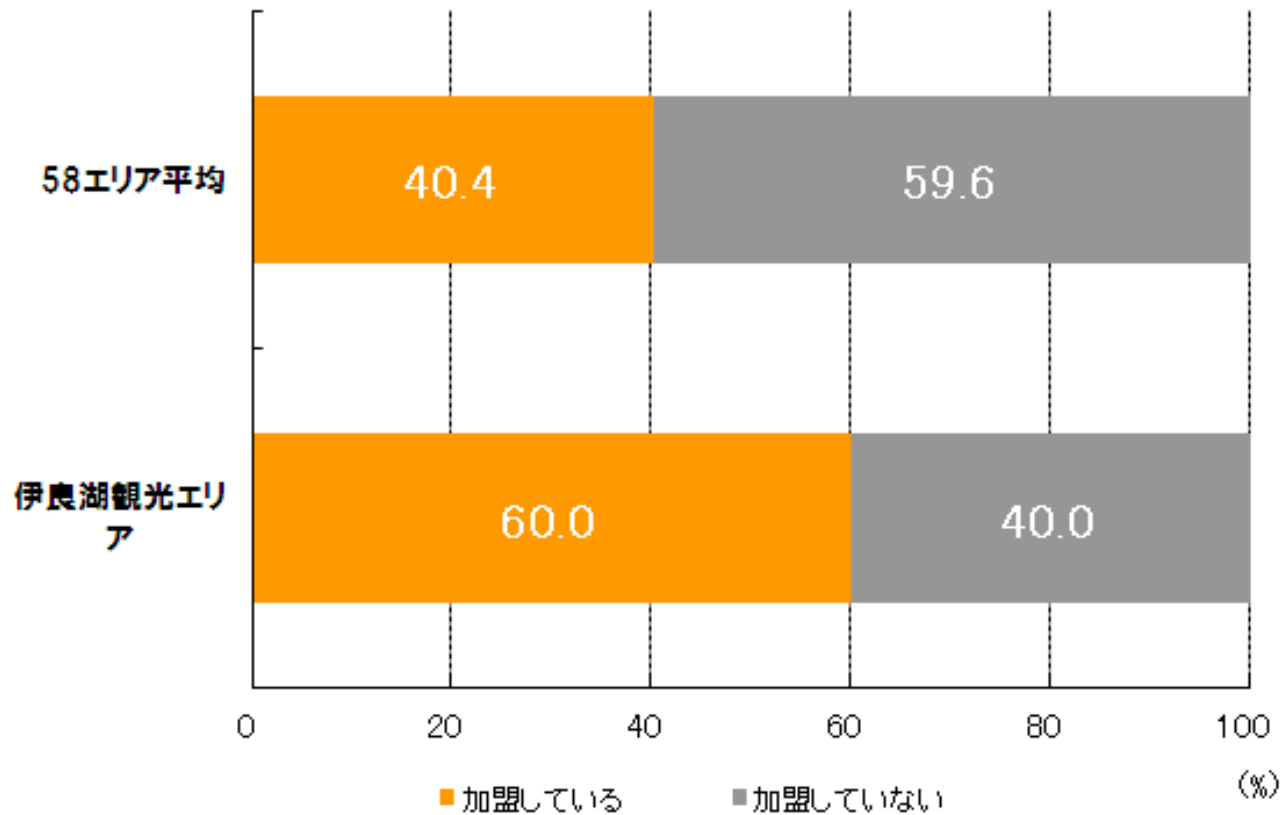
	平均
売上(収入)金額 (万円)	3,173
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	2,484

## 法人

		平均
売上高 (万円)		10,804
費用	売上原価 (万円)	1,828
	販売費及び一般管理費 (万円)	10,851
費用 内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	1,605
	外注費 (万円)	502
	販売手数料 (万円)	316
	広告宣伝費 (万円)	51
	従業員教育費 (万円)	-

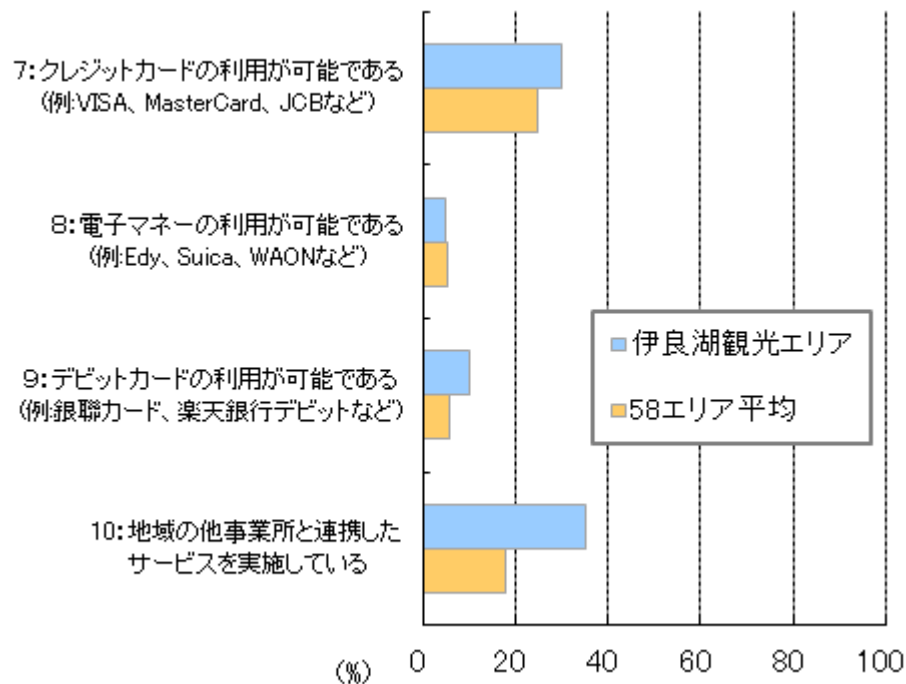
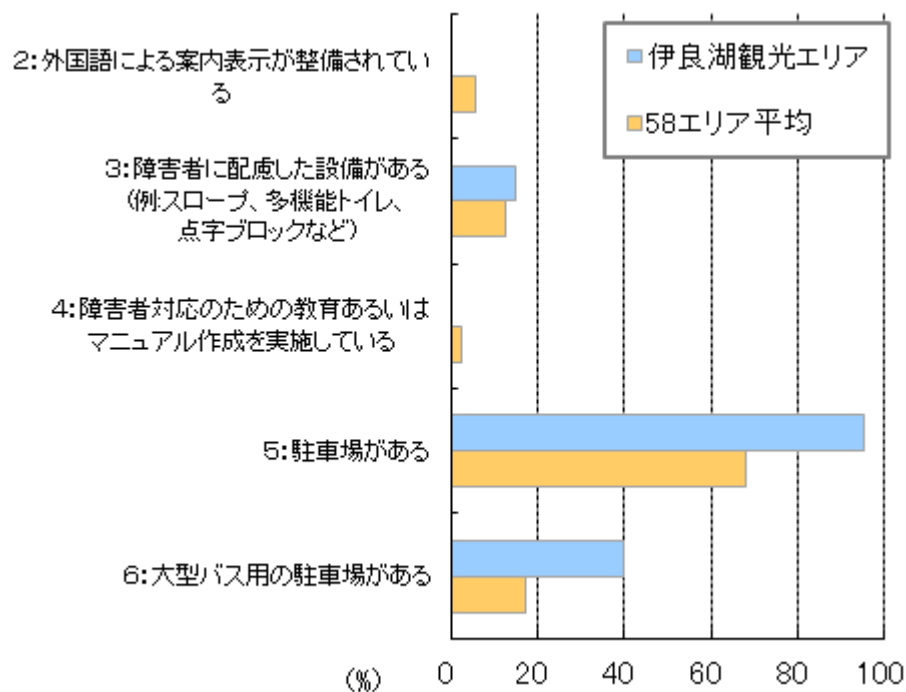
# 取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、伊良湖観光エリアで60.0%となっており、58エリア平均に比べ高い状況にある。



# 取り組みの内容[サービスの提供状況]

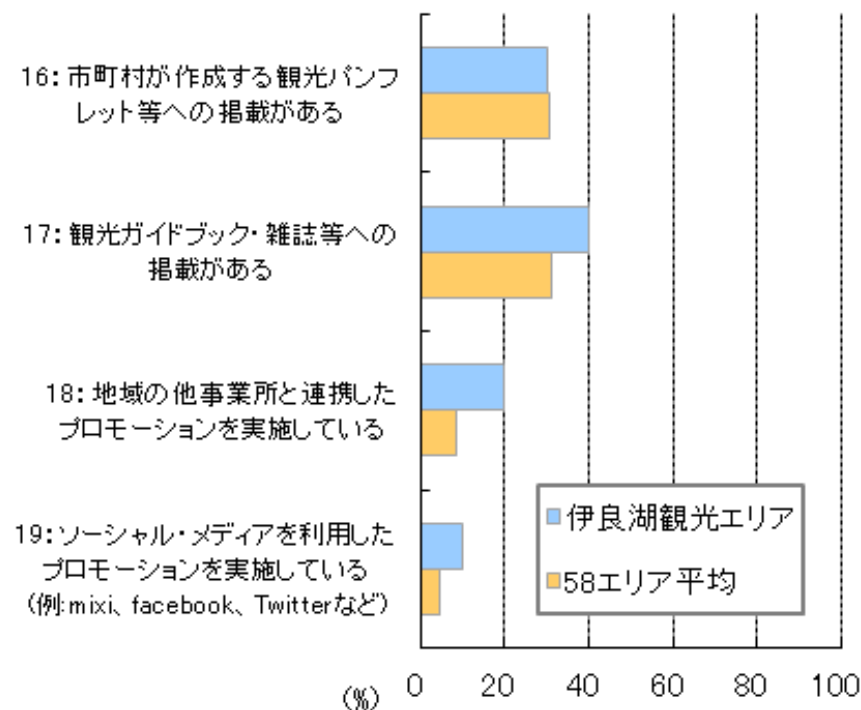
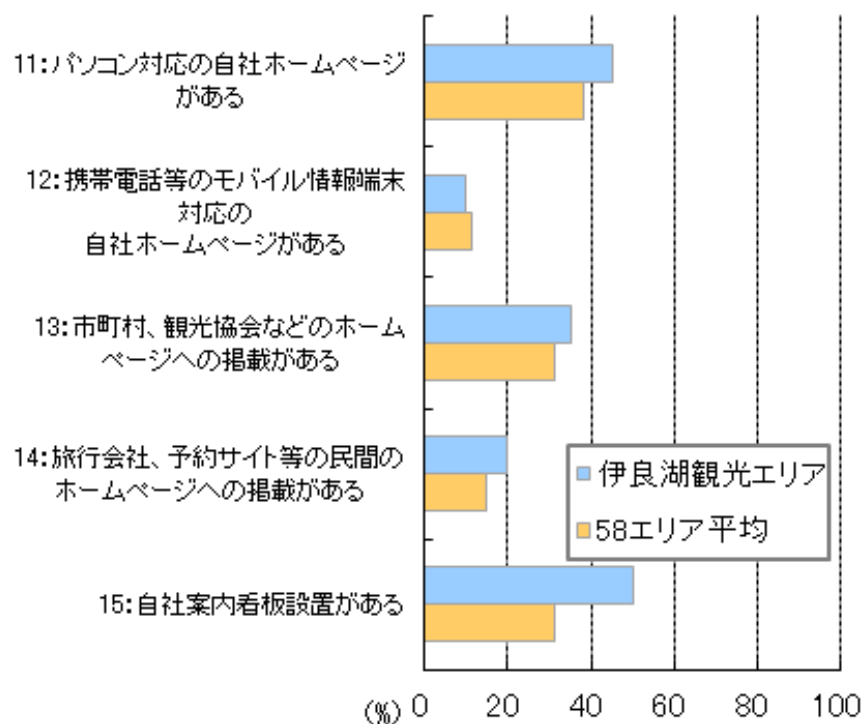
- ・「2.外国語による案内表示」がほとんど進んでいない。
- ・「5.駐車場がある」、「6.大型バス駐車場がある」と回答した割合が58エリア平均と比較して高い。
- ・「10.地域の他事業所と連携したサービスを実施している」の割合も約40%と比較的高く、域内の連携が進んだエリアとなっている。





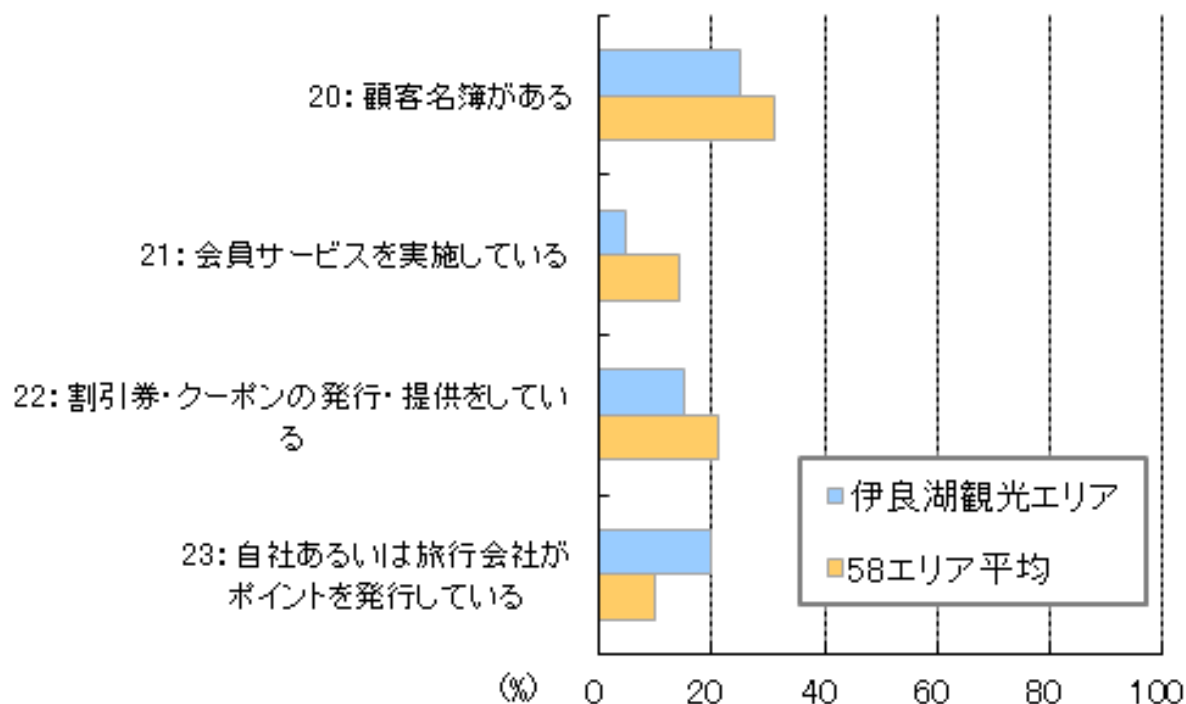
# 取り組みの内容[ 広告の実施状況 ]

- ・ 広告の実施状況は概ね58エリア平均と同様となっている。
- ・ 「18.地域の他事業所と連携したプロモーションを実施している」の割合が比較的高く、事業者同士での連携が進んだエリアとなっている。



# 取り組みの内容[マーケティング]

- 「20.顧客名簿がある」、「21.会員サービスを実施している」の割合が58エリア平均と比較して低い傾向にある。特に、会員サービスはほとんど行われていない。
- 一方で、「23.自社あるいは旅行会社がポイントを発行している」は約20%となっている。



# 電子商取引による売上の相手・手段の構成

- ・ 企業団体への販売がなく、すべて個人への販売となっている。

※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。

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%
伊良湖観光エリア	構成比	39.4%	60.6%	0.0%