

那智勝浦観光エリアにおける予備的調査結果

那智勝浦観光エリアの概要

- 本調査の対象となった事業所は382件である。

	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
那智勝浦観光エリア	382

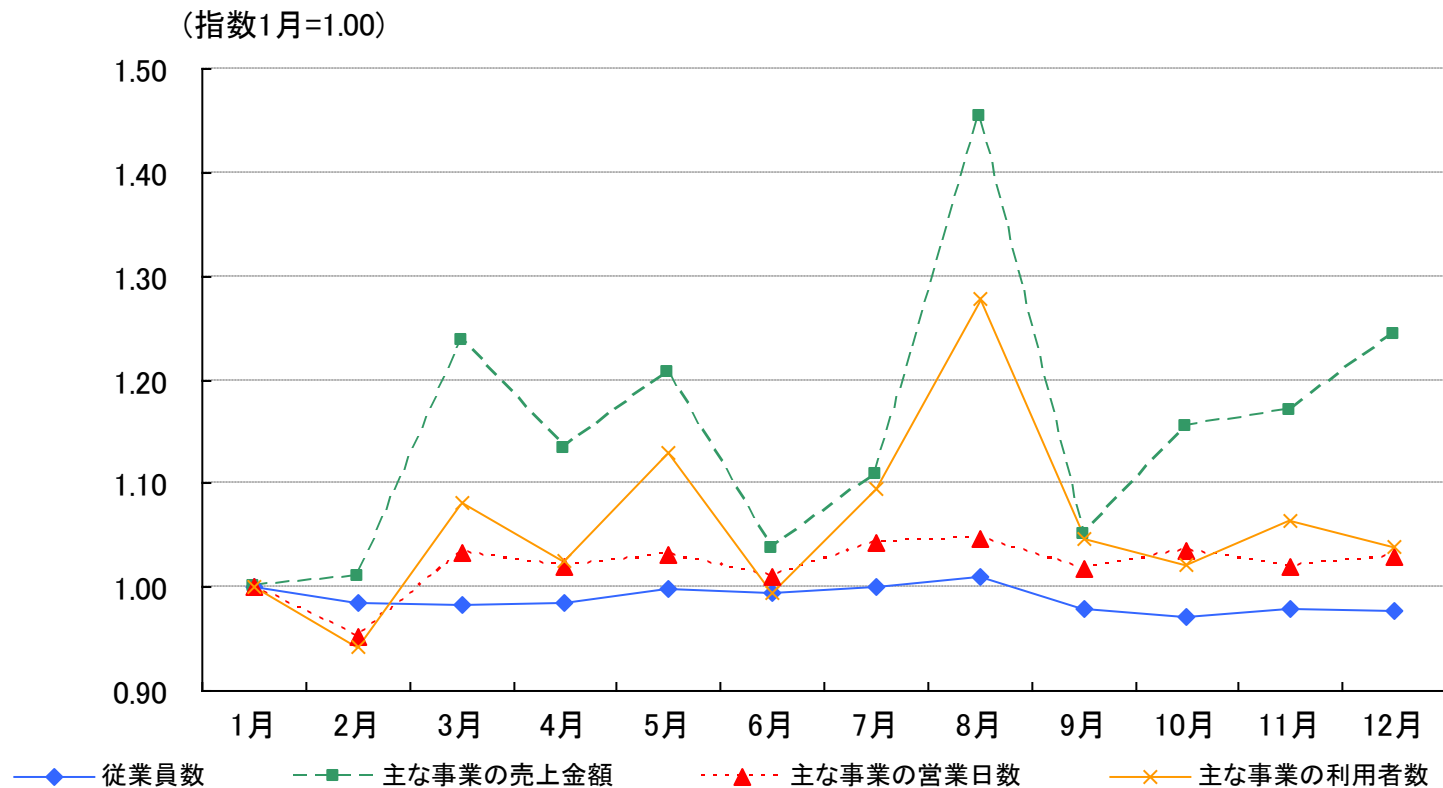
那智勝浦観光エリアで調査対象となった旧市区町村：
旧勝浦町、旧那智町（和歌山県）

代表的な観光地点：

那智の滝 飛龍神社／熊野古道大門坂／湯川温泉 きよもんの湯／
紀の松島巡り

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3月、8月、12月にピークがある。
- ・ 利用者数の変動も3月、8月にピークがあるが、10～12月の変動が主な事業の売上と異なっており、この時期は消費額単価(円/人)が上がっ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8.4～90.0%であり、全体としては38.5%となっている。
- ・ 特に宿泊事業の観光売上割合がエリア内で高く、全国と比較しても高くなっている。また、小売業は16.9%となっているが、全国と比較すると高くなっている。

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%)
那智勝浦観光エリア	主な事業の売上(百万円)	27,165	14,060	581	0	5,605	3,981	834	0	21
	観光売上(百万円)	10,448	2,376	174	0	5,043	693	70	0	-
	(観光売上割合)	(38.5%)	(16.9%)	(29.9%)		(90.0%)	(17.4%)	(8.4%)		

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 111事業所

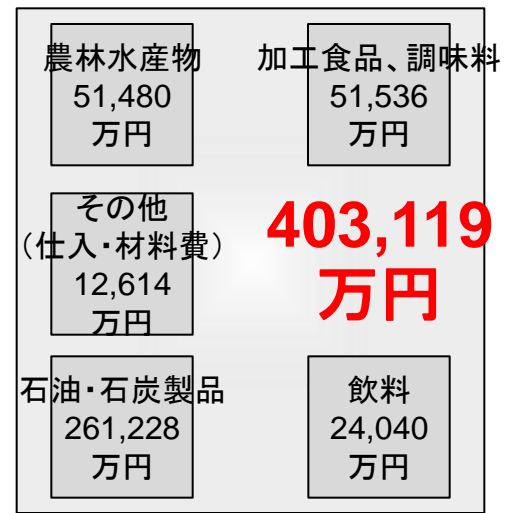
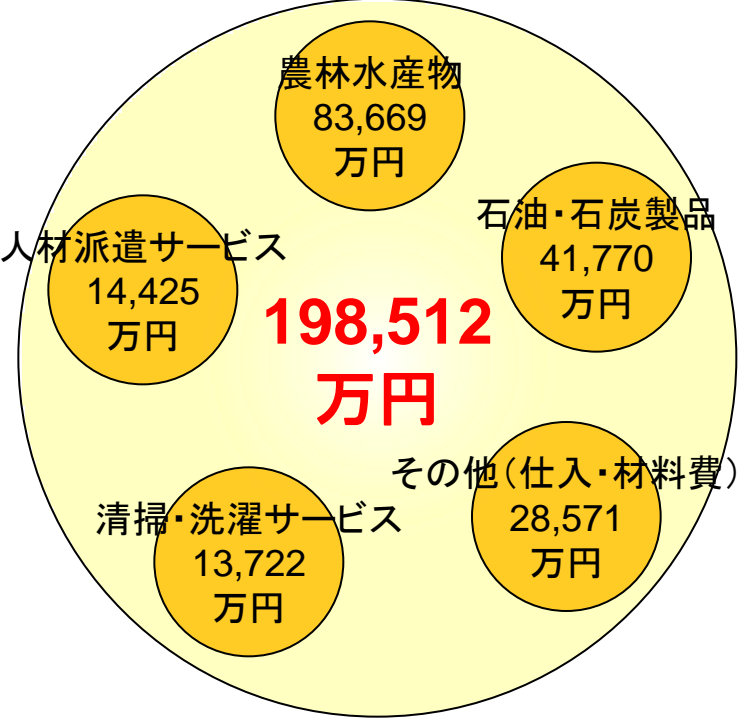
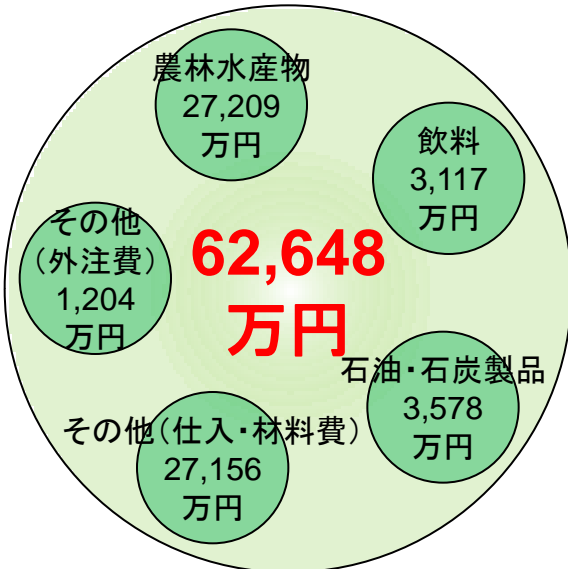
観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計 : 664,278 万円)

- 域内調達率上位3項目 (5割以上)**
- 1. 紙製品、木製品 100.0%
 - 1. 建物サービス 100.0%
 - 1. 清掃・洗濯サービス 100.0%
- 域内調達率下位3項目**
- 1. その他の製造品 0.0%
 - 2. 加工食品、調味料 1.4%
 - 3. 石油・石炭製品 13.6%

市区町村内 (域内) **29.9%**

9.4% **都道府県内 (他の市区町村)**

他の都道府県 **60.7%**



平均売上額 個人経営:約1,800万円、法人経営:約3億1千万円

- ・ 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、販売手数料が高くなっている。

個人経営

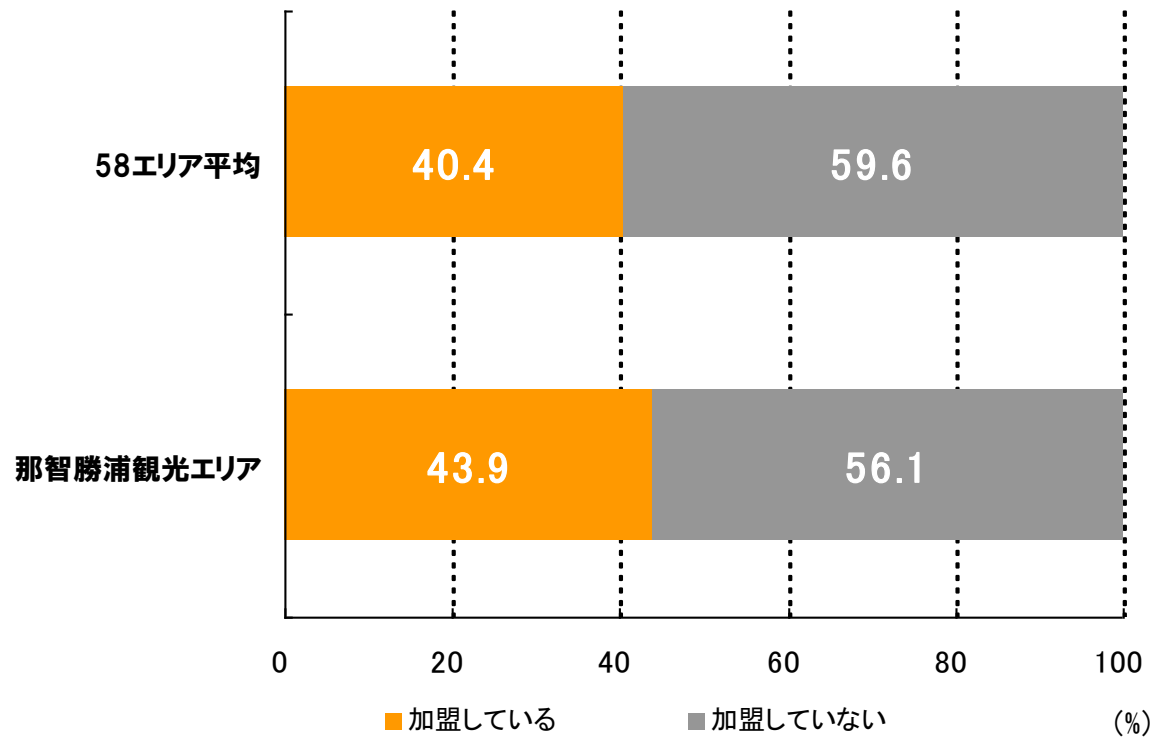
	平均
売上(収入)金額 (万円)	1,813
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	1,561

法人

		平均
売上高 (万円)		31,101
費用	売上原価 (万円)	19,068
	販売費及び一般管理費 (万円)	13,821
費用 内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	17,337
	外注費 (万円)	1,323
	販売手数料 (万円)	1,751
	広告宣伝費 (万円)	216
	従業員教育費 (万円)	14

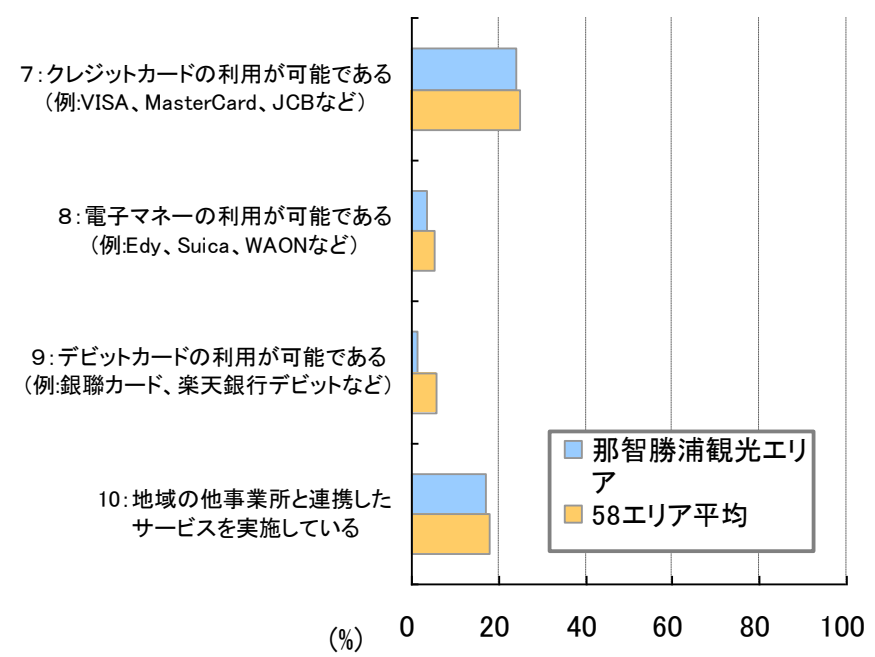
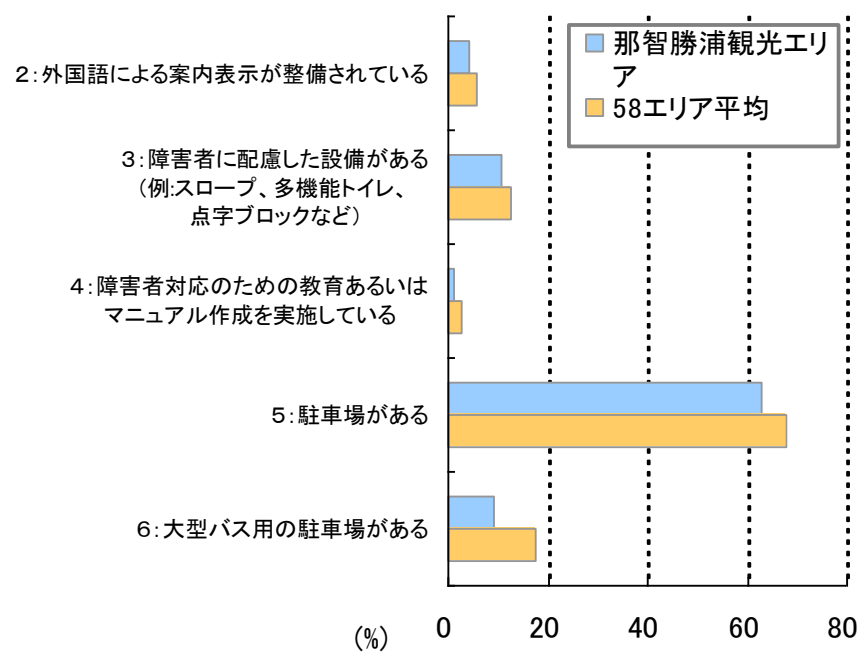
取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、那智勝浦観光エリアで43.9%となっており、58エリア平均に比べ、やや高い状況である。



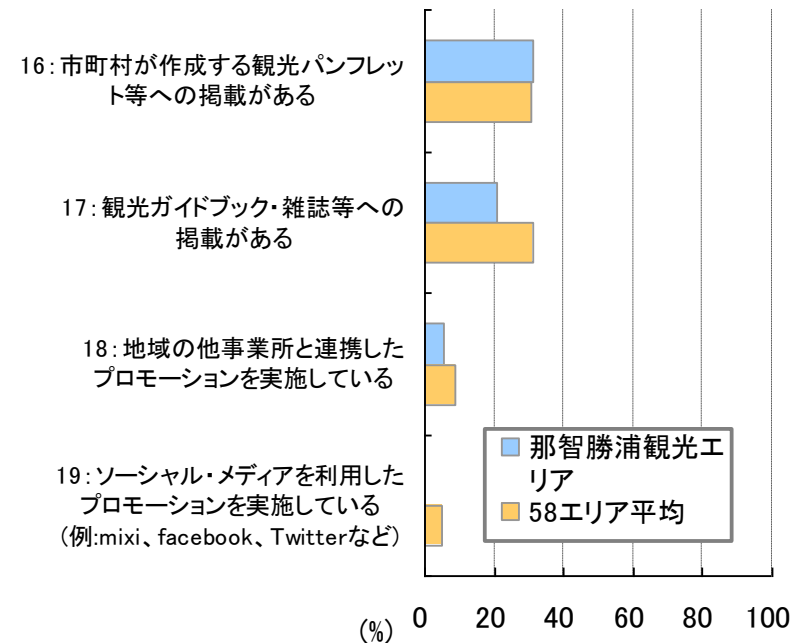
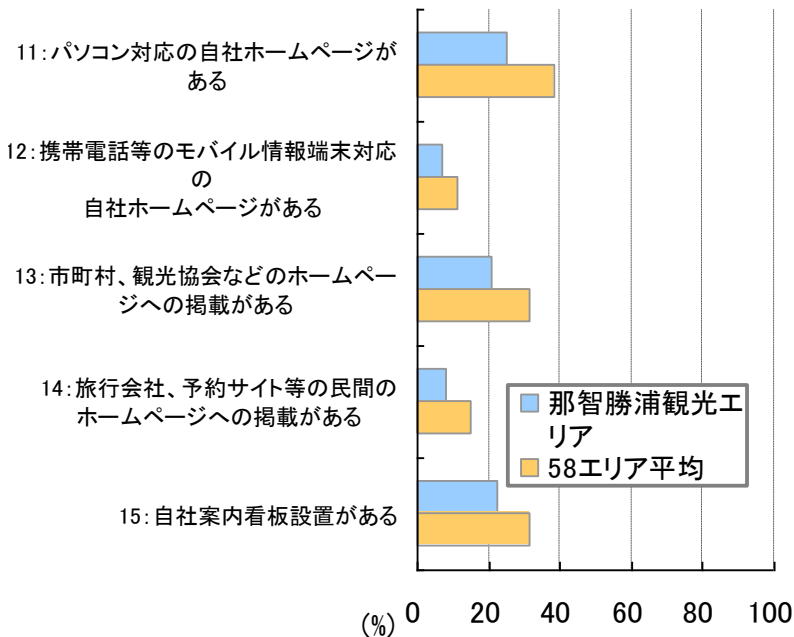
取り組みの内容[サービスの提供状況]

- サービスの提供状況は概ね58エリア平均と同等か、やや低くなっている。



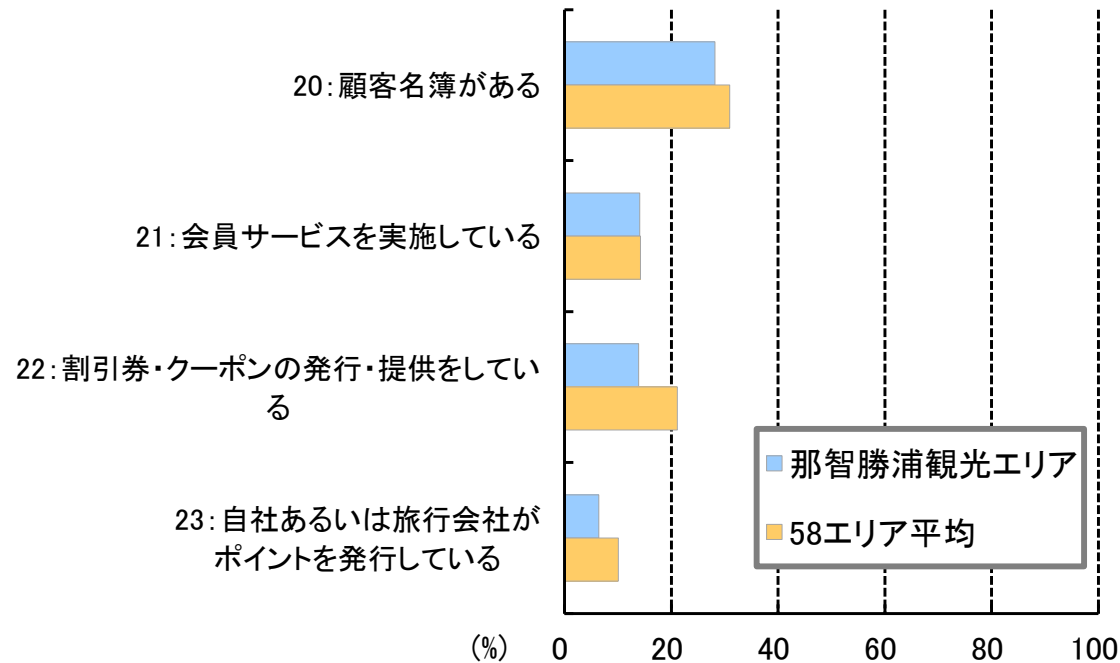
取り組みの内容[広告の実施状況]

- ・ 広告の実施状況については、「16.市町村が作成する観光パンフレット等への掲載」を除き、その他の全ての項目で58エリア平均より低くなっている。
- ・ 「19.ソーシャル・メディアを利用したプロモーション」はほとんど実施されていない。



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については「21.会員サービスを実施」は58エリア平均と同様であるが、その他の項目はやや低くなっている。



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)への販売が全体の約74%を占めている。また、観光客個人(手数料支払販売)が約26%となっており、企業・団体への販売はわずか0.3%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%
那智勝浦観光エリア	構成比	73.8%	25.9%	0.3%