

# 尾道観光エリアにおける予備的調査結果

# 尾道観光エリアの概要

- 本調査の対象となった事業所は1,048件である。

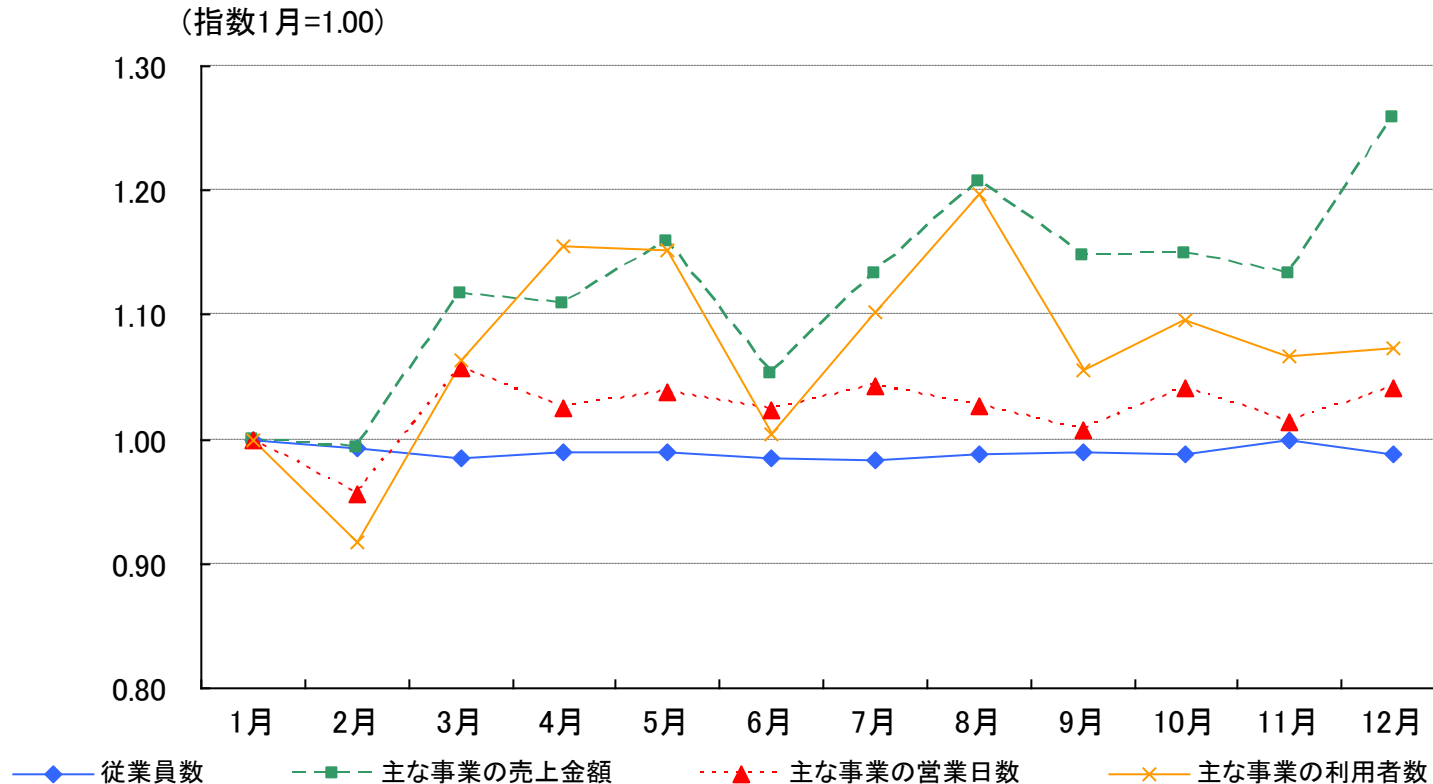
	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
尾道観光エリア	1,048

尾道観光エリアで調査対象となった旧市区町村：  
旧尾道市（広島県）

代表的な観光地点：  
広島県立びんご運動公園／千光寺山ロープウェイ／  
尾道商業会議所記念館

# 観光売上・利用者数の季節変動

- ・ 主な事業の売上は3月、5月、8月、12月がピークとなっている。
- ・ 利用者数の変動は、4月、5月、8月がピークとなっているが、12月のピークがなく、この時期の消費額単価はやや高くな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1.5～54.3%であり、全体としては9.8%となっている。
- ・ 宿泊事業、社会教育事業の観光売上割合がエリア内では高いが、全事業が全国と比較すると低くなっている。

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%)
尾道観光エリア	主な事業の売上(百万円)	47,642	30,698	3,368	871	2,161	7,765	724	72	12
	観光売上(百万円)	4,673	450	402	0	1,173	1,197	0	33	-
	(観光売上割合)	(9.8%)	(1.5%)	(11.9%)	(0.0%)	(54.3%)	(15.4%)	(0.0%)	(46.3%)	

# 観光需要に基づく資金の約17%が域内に循環している

回答事業所数 281事業所

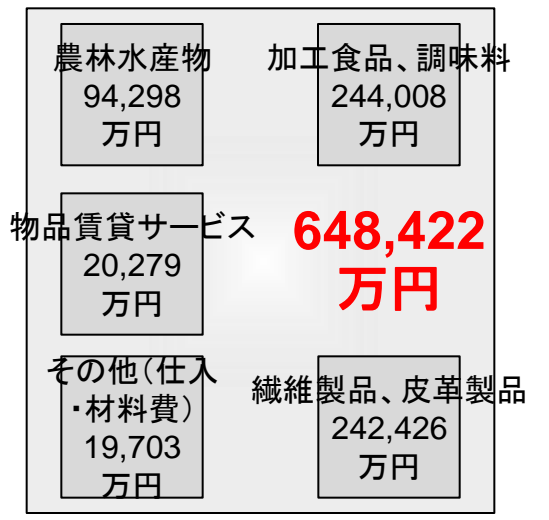
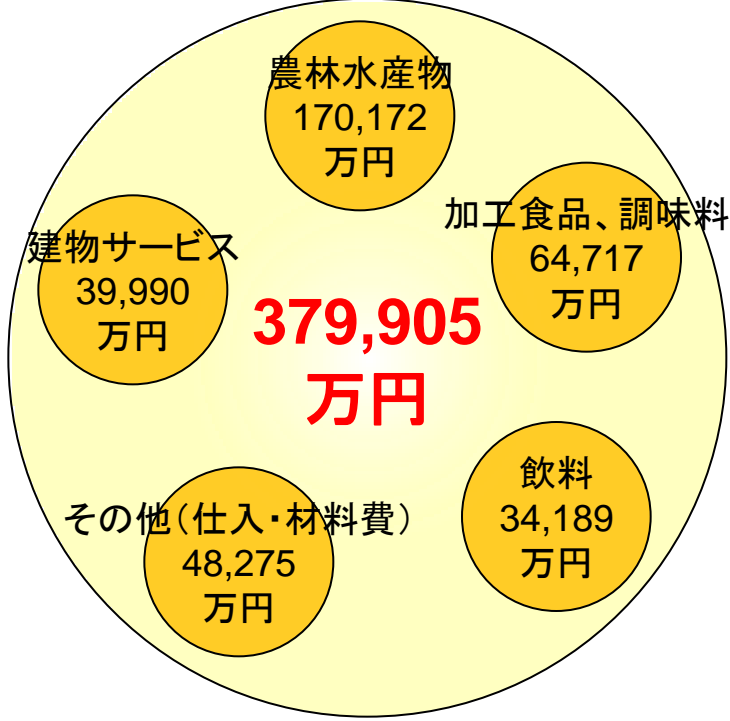
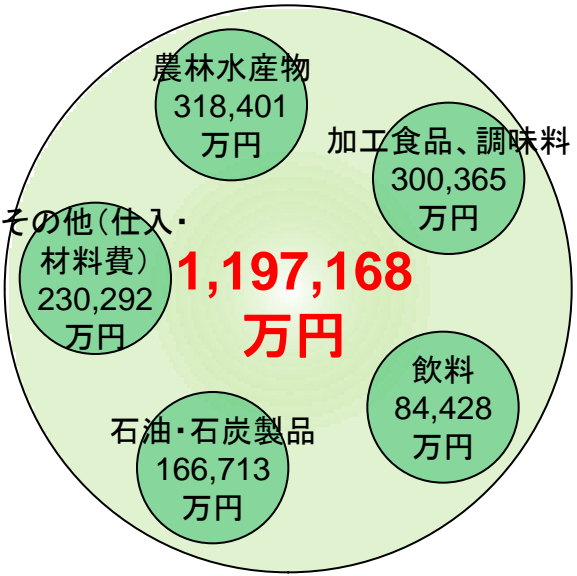
**観光産業事業所**  
(年間仕入・外注費用計：2,225,494万円)

- 域内調達率上位3項目(5割以上)**
- 1. 情報処理・提供サービス 100.0%
  - 1. 建物サービス 100.0%
  - 3. 紙製品、木製品 43.1%
- 域内調達率下位3項目**
- 1. 医薬品・化粧品 0.0%
  - 1. 物品賃貸サービス 0.0%
  - 3. 繊維製品、皮革製品 0.2%

**市区町村内 (域内)** **17.1%**

**53.8%** **都道府県内 (他の市区町村)**

**他の都道府県** **29.1%**



# 平均売上額 個人経営:約1,200万円、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高くなっている。

## 個人経営

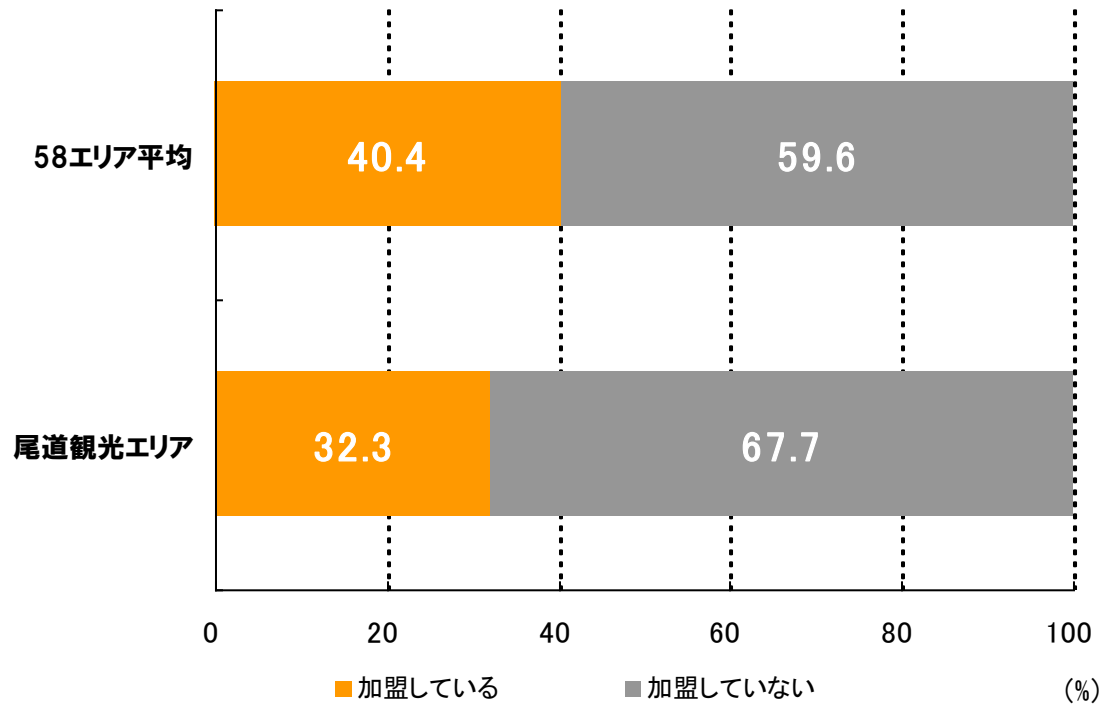
	平均
売上(収入)金額 (万円)	1,187
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	1,057

## 法人

	平均	
売上高 (万円)	18,278	
費用	売上原価 (万円)	11,722
	販売費及び一般管理費 (万円)	6,221
費用内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	9,885
	外注費 (万円)	904
	販売手数料 (万円)	440
	広告宣伝費 (万円)	227
	従業員教育費 (万円)	31

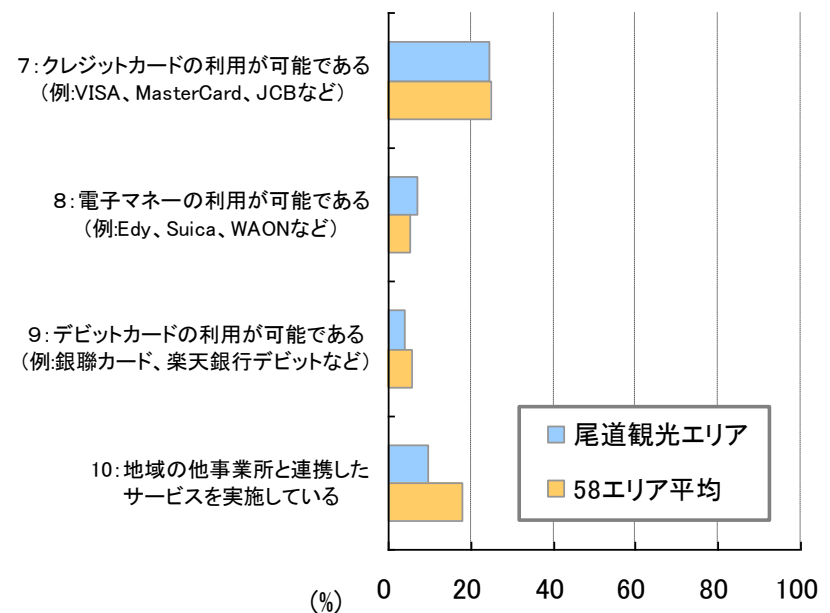
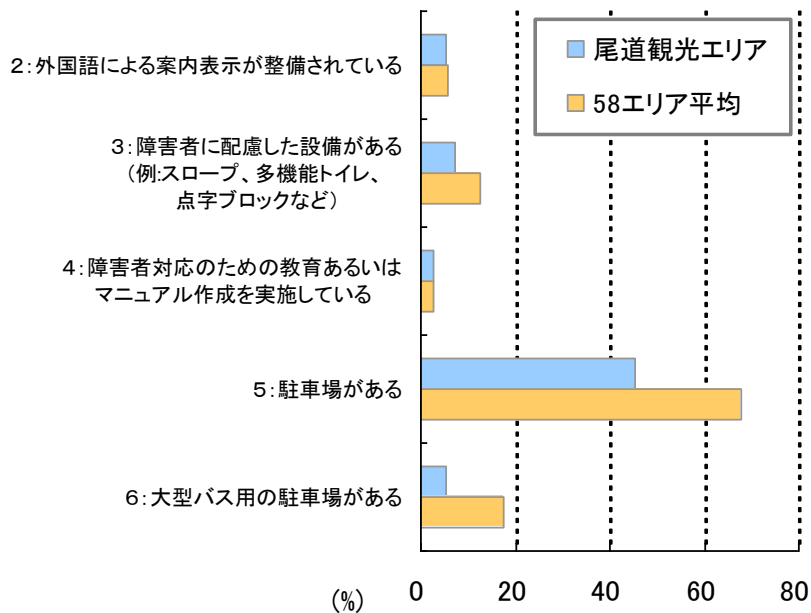
# 取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、尾道観光エリアで32.3%で、58エリア平均と比較してやや低くなっている。



# 取り組みの内容[サービスの提供状況]

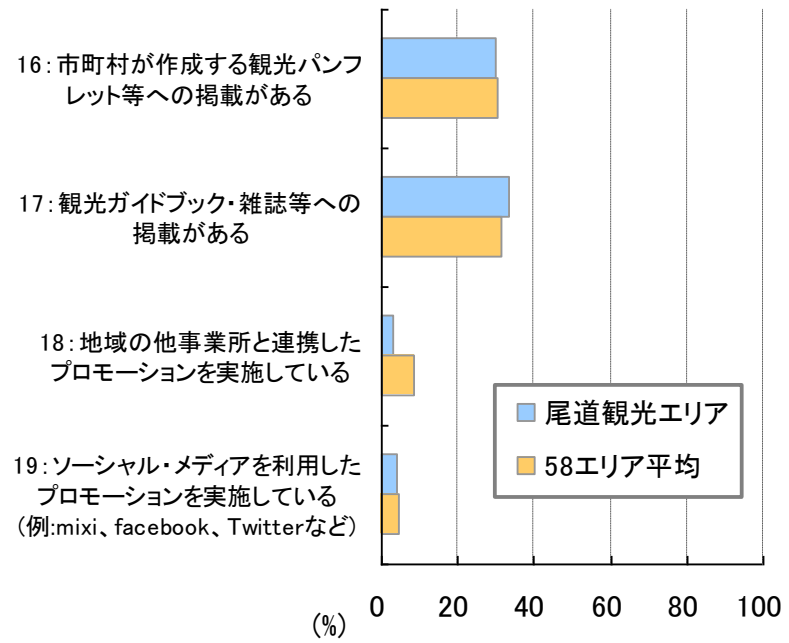
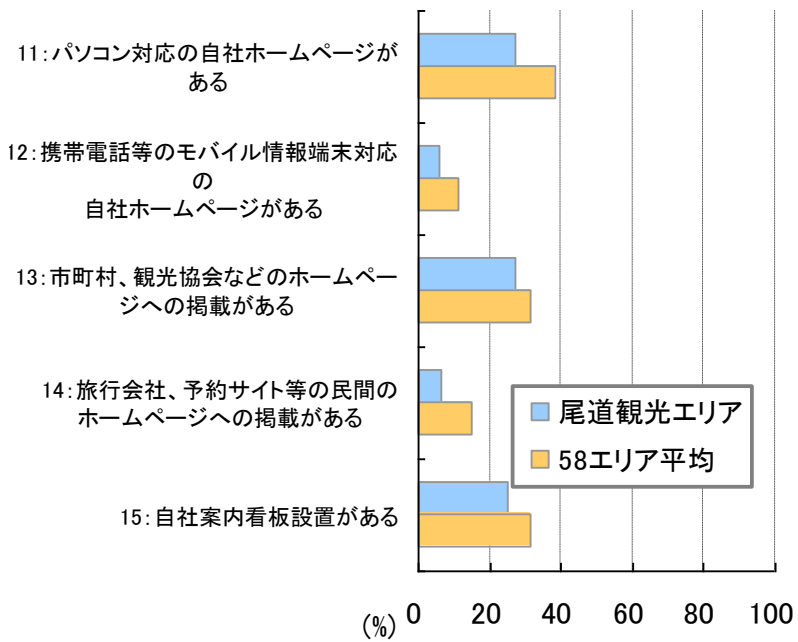
- ・「2.外国語による案内表示」、「4.障害者対応のための教育あるいはマニュアル作成」は概ね58エリア平均と同様となっている。
- ・「5.駐車場がある」と「6.大型バス用の駐車場がある」は58エリア平均と比べて低く、土地的に余裕が少ないとも考えられる。
- ・「7.クレジットカードの利用」、「8.電子マネーの利用」、「9.デビットカードの利用」については58エリア平均と同様かやや高くなっている。





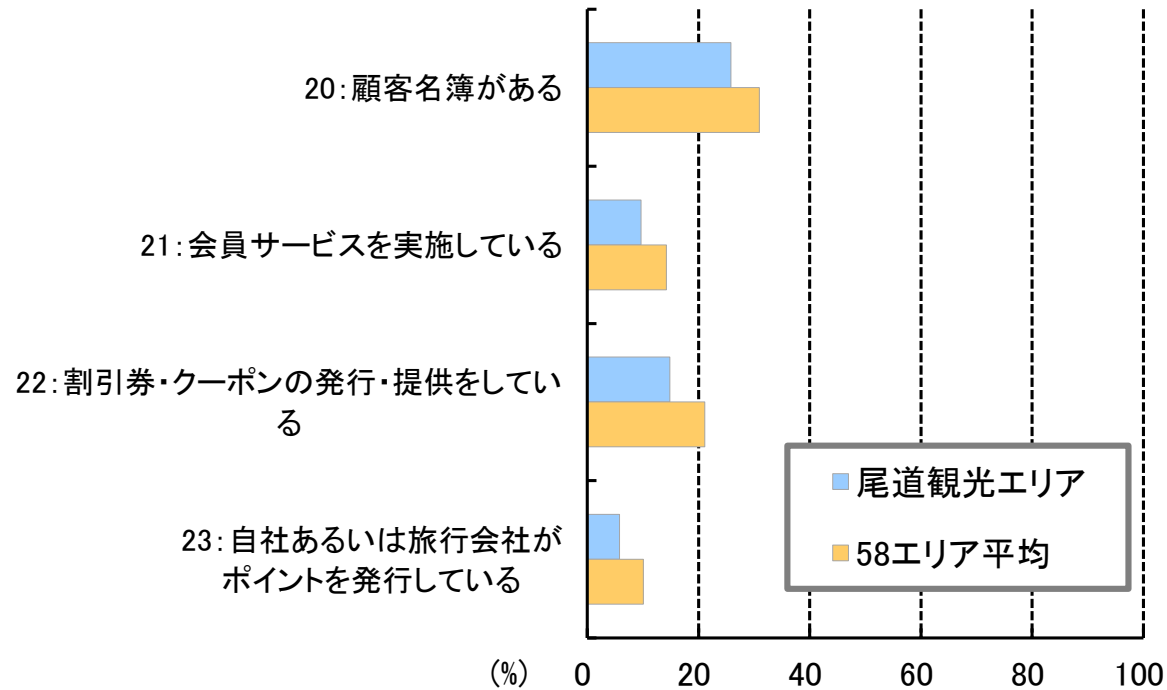
# 取り組みの内容[ 広告の実施状況 ]

- 「16.市町村が作成する観光パンフレット等への掲載」、「17.観光ガイドブック・雑誌等への掲載」、「19.ソーシャル・メディアを利用したプロモーション」は概ね58エリア平均と同様かやや高く、その他の項目については、58エリア平均より低い実施割合となっている。



# 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についてはすべての項目が58エリア平均より低くなっている。



# 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)への販売が約16%となっており、観光客個人への販売(手数料支払販売)は58エリア平均と比べて低く約5%となっている。
- ・ 一方、企業・団体への販売は約80%と58エリア平均と比べて高い割合となっている。

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%
尾道観光エリア	構成比	16.1%	4.9%	79.0%