

下関観光エリアにおける予備的調査結果

下関観光エリアの概要

- 本調査にて調査対象となった事業所は2,053件である。

	観光産業 事業所数（件）
全国(対象地域合計)	52,745
下関観光エリア	2,053

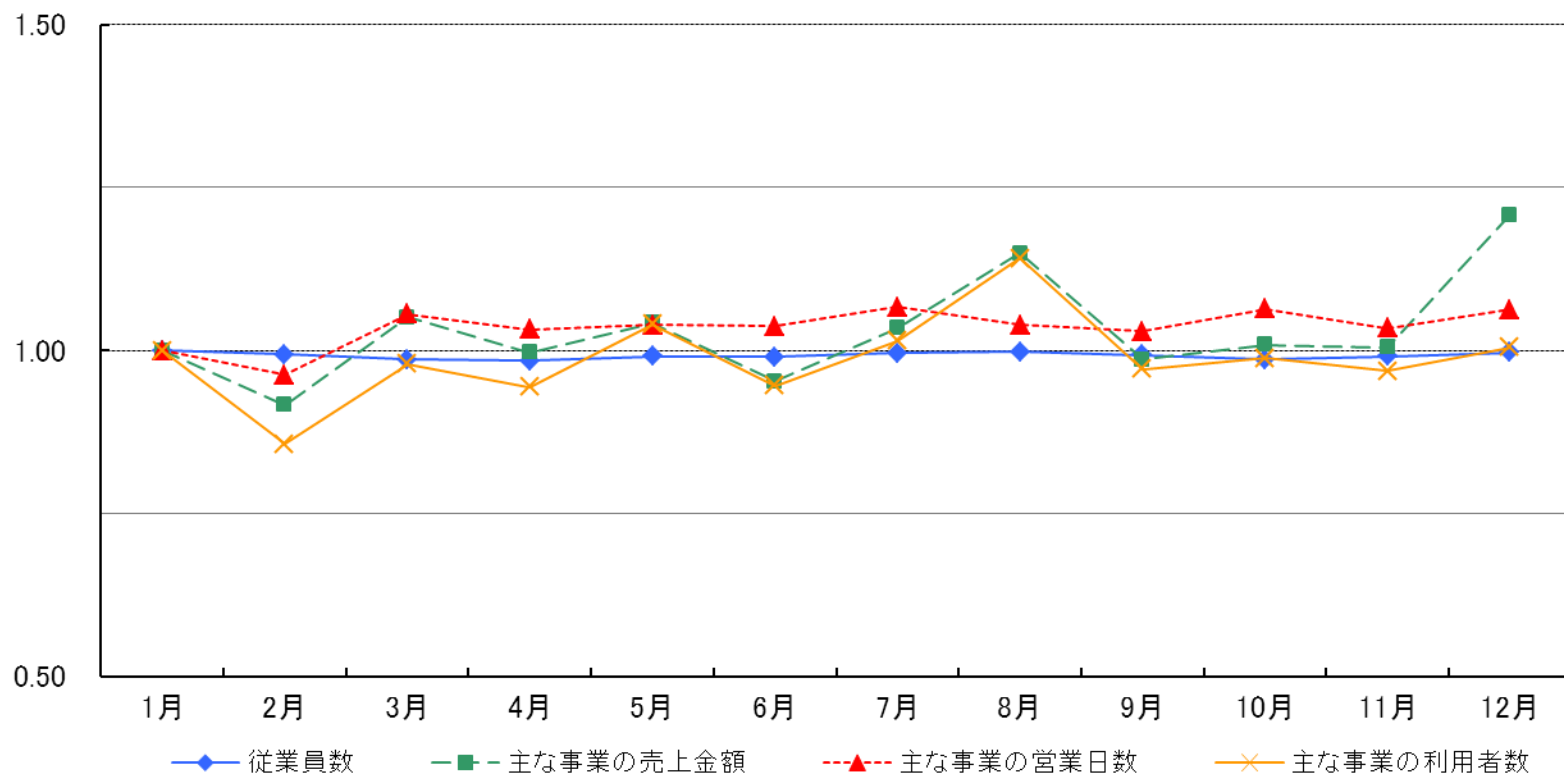
下関観光エリアで調査対象となった旧市区町村：
旧下関市(山口県)

代表的な観光地点：
唐戸市場・カモンワーク／市立しものせき水族館海響館／
下関港国際ターミナル

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8月、12月にピークがある。
- ・ 利用者数の変動と主な事業の売上の変動は12月など、一致しない時期があるものの、概ね同様であり消費額単価(円/人)が年間を通じて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3.5～76.1%と差が大きい。また、全体としては10.5%となっている。
- ・ エリア内で観光売上割合が高い事業は社会教育事業であり、全国と比べても高い割合となっている。
- ・ 一方でその他の事業については、全国と比べて低い傾向があり、宿泊事業の観光売上割合も低い割合となっているのが特徴である。

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%)
下関観光エリア	主な事業の売上(百万円)	210,079	142,633	24,493	2,536	3,485	26,676	1,591	7,857	17
	観光売上(百万円)	22,154	4,945	5,053	228	507	4,719	723	5,979	-
	(観光売上割合)	(10.5%)	(3.5%)	(20.6%)	(9.0%)	(14.6%)	(17.7%)	(45.4%)	(76.1%)	

観光需要に基づく資金の約26%が域内に循環している

回答事業所数 504事業所

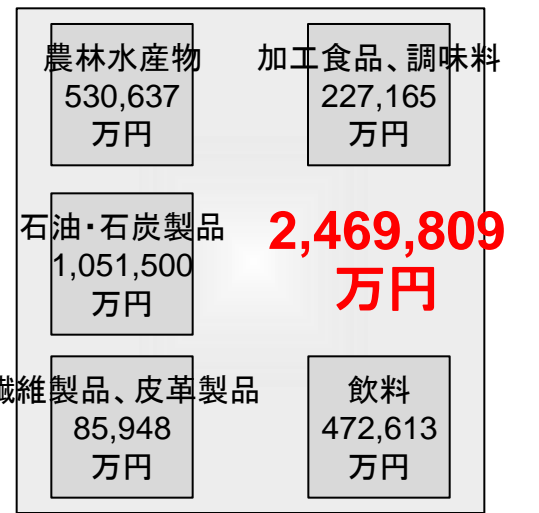
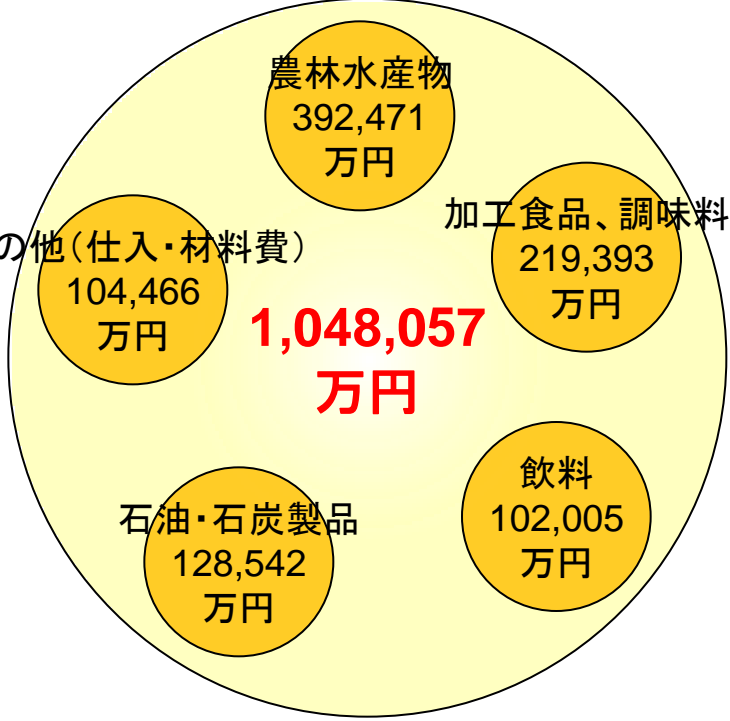
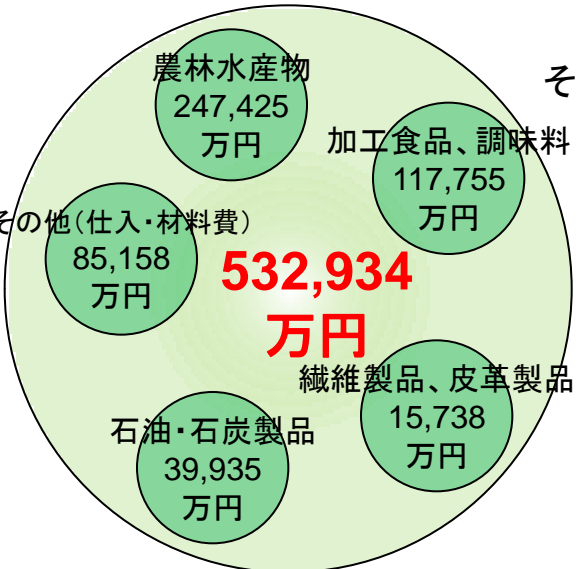
観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計：4,050,800万円)

- 域内調達率上位3項目(5割以上)**
- 1. 人材派遣サービス 100.0%
 - 2. 電気製品 94.4%
 - 3. 建物サービス 84.1%
- 域内調達率下位3項目**
- 1. 陶磁器・ガラス製品 0.0%
 - 1. 光学製品 0.0%
 - 3. 繊維製品、皮革製品 0.6%

市区町村内 (域内) **25.9%**

13.2% **都道府県内 (他の市区町村)**

他の都道府県 **61.0%**



平均売上額 個人経営:1,500万円、法人経営:約2億4千万円

- 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・材料費を除くと販売手数料がやや高くなっている。

個人経営

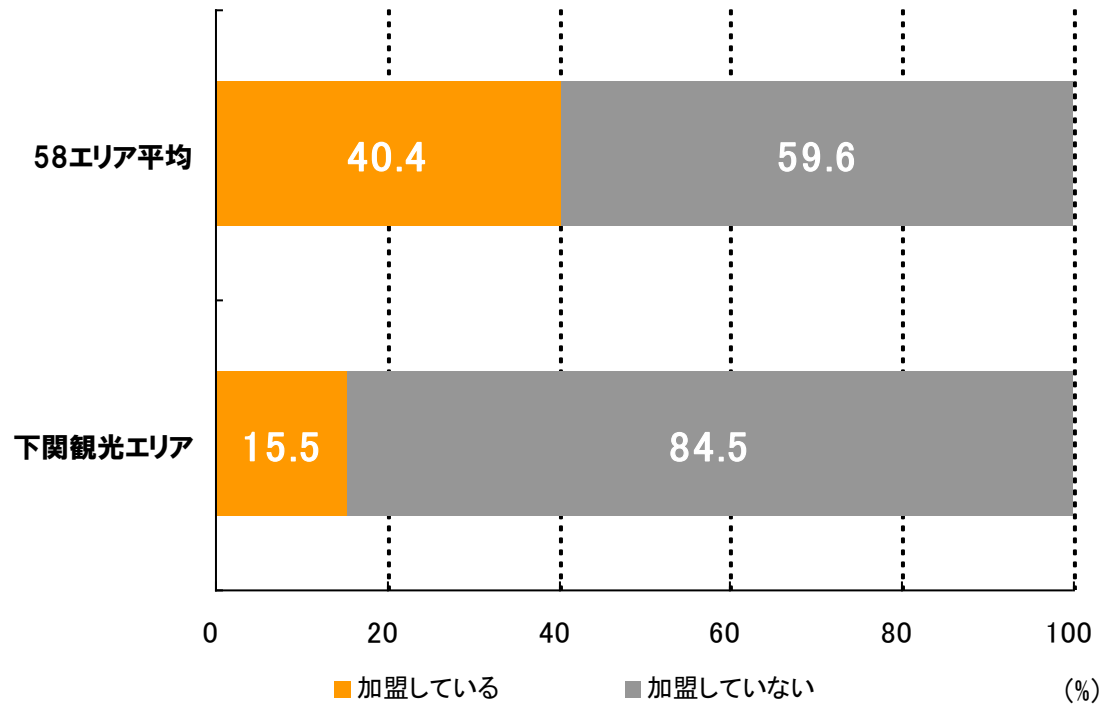
	平均
売上(収入)金額 (万円)	1,537
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	1,203

法人

		平均
売上高 (万円)		23,814
費用	売上原価 (万円)	16,803
	販売費及び一般管理費 (万円)	7,978
費用 内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	9,605
	外注費 (万円)	418
	販売手数料 (万円)	674
	広告宣伝費 (万円)	188
	従業員教育費 (万円)	49

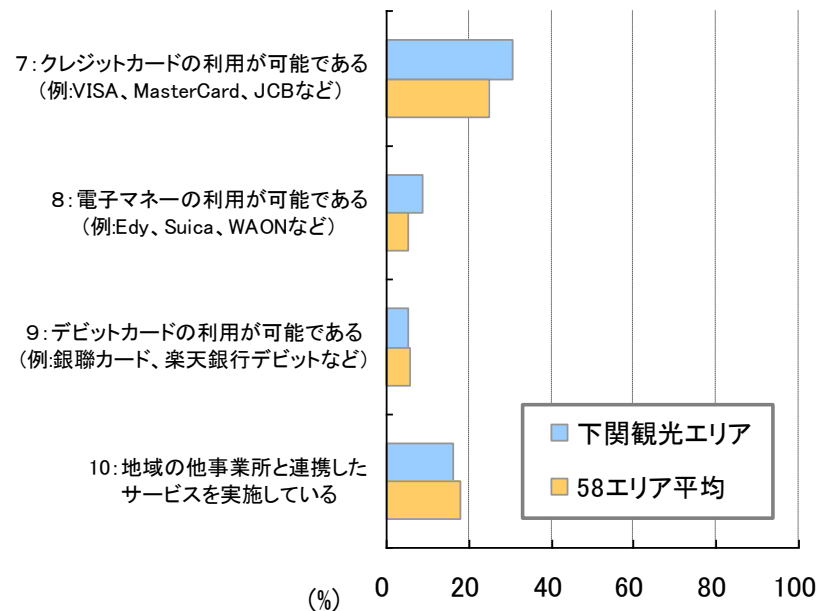
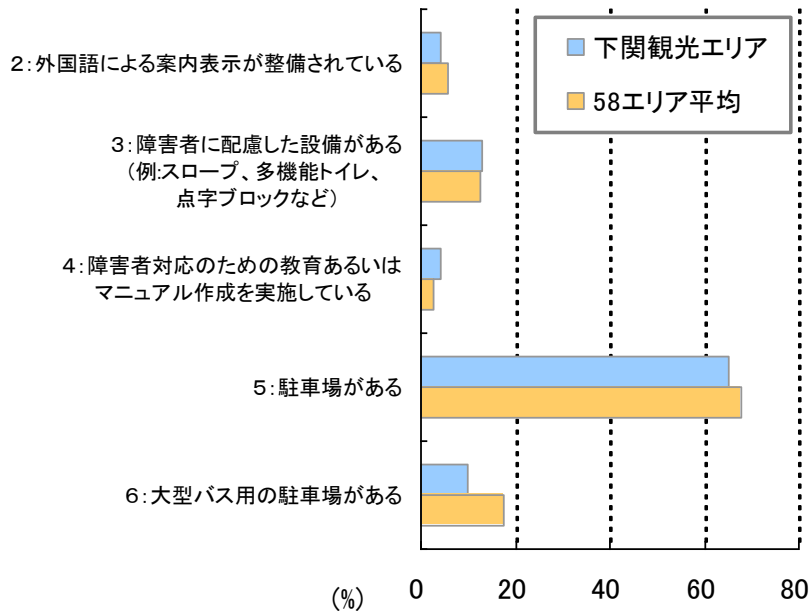
取り組みの内容[観光協会への加盟]

- 観光産業事業所の観光協会への加盟率は、下関観光エリアで15.5%となっており、58エリア平均に比べて低い状況にある。



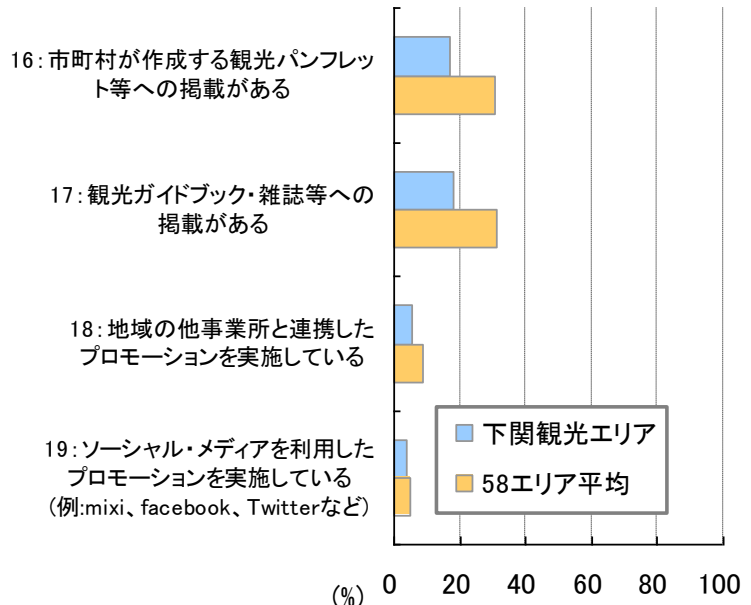
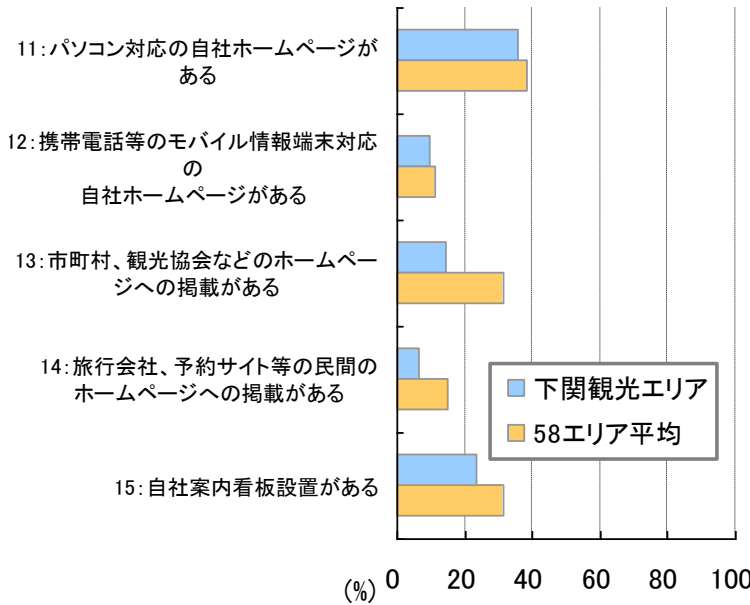
取り組みの内容[サービスの提供状況]

- ・ いずれの項目も概ね58エリア平均と同水準となっている。
- ・ その中でも、「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やや低いのが特徴である。



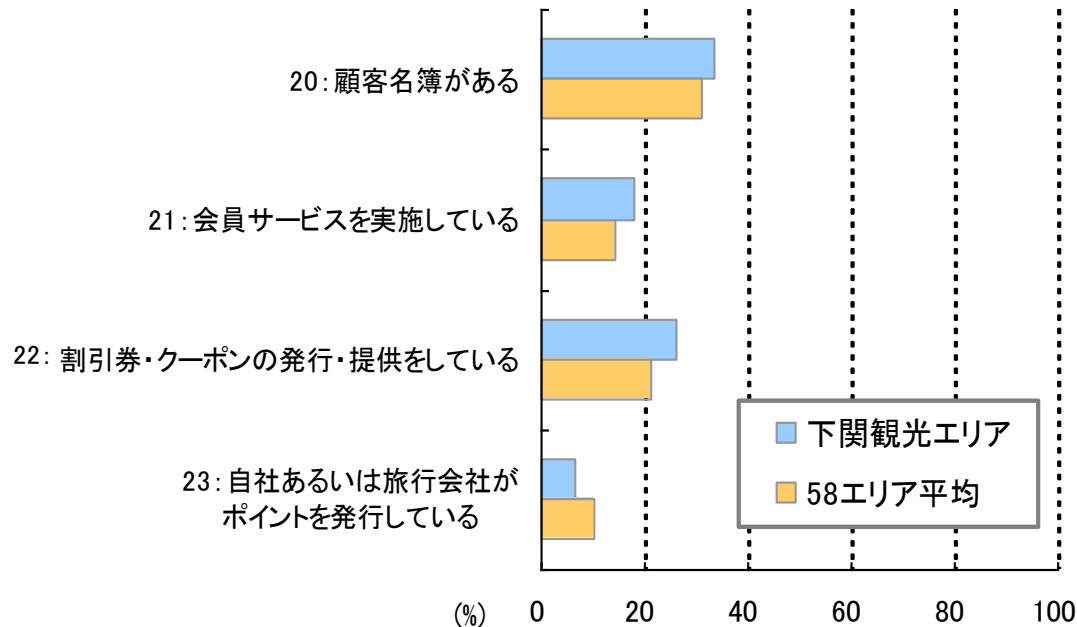
取り組みの内容[広告の実施状況]

- 広告の実施状況については、「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」、「19.ソーシャル・メディアを利用したプロモーションを実施している」は58エリア平均と同水準ではあるものの、他の項目については58エリア平均より明らかに低くなっている。



取り組みの内容[マーケティング]

- 「23.自社あるいは旅行会社がポイントを発行している」は58エリア平均と比べて低い割合となっているが、それ以外について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15%、観光客個人(手数料支払販売)への販売も約8%と、いずれも58エリア平均と比べて低い。
- ・ 一方、企業・団体への販売は約80%と58エリア平均と比べて非常に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%
下関観光エリア	構成比	15.2%	7.6%	77.1%