

歴史と文教のまちエリアにおける予備的調査結果

歴史と文教のまちエリアの概要

- 本調査の対象となった事業所は139件である。

	観光産業 事業所数（件）
全国 （対象地域合計）	52,745
歴史と文教のまちエリア	139

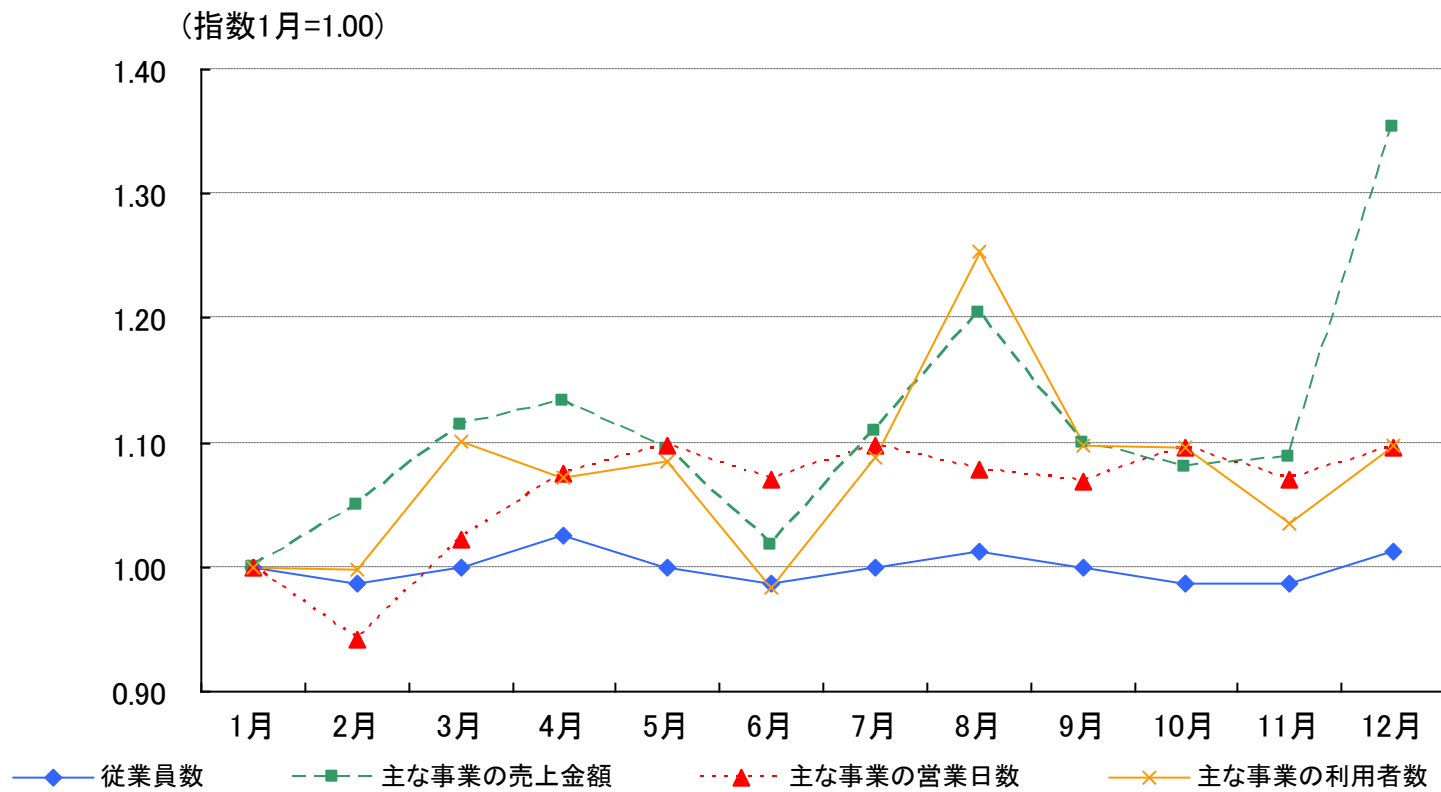
歴史と文教のまちエリアで調査対象となった旧市区町村：
旧佐川町（高知県）

代表的な観光地点：
佐川地質館／青山文庫

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。
- ・ 利用者数の変動についても主な事業の売上と同様に8月にピークがあるが、12月のピークは主な事業の売上と比べて小さくなっている。

※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。



事業別観光売上割合

- 主な事業に占める観光売上割合は0.3～47.9%であり、全体としては1.2%と非常に低いエリアである

※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%)
歴史と文教のまちエリア	主な事業の売上(百万円)	1,255	732	0	0	36	472	0	15	13
	観光売上(百万円)	15	4	0	0	2	2	0	7	-
	(観光売上割合)	(1.2%)	(0.6%)			(5.0%)	(0.3%)		(47.9%)	

観光需要に基づく資金の約0%が域内に循環している

回答事業所数 33事業所

※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。

観光産業事業所
(年間仕入・外注費用計：18,896万円)

域内調達率上位3項目(5割以上)
—

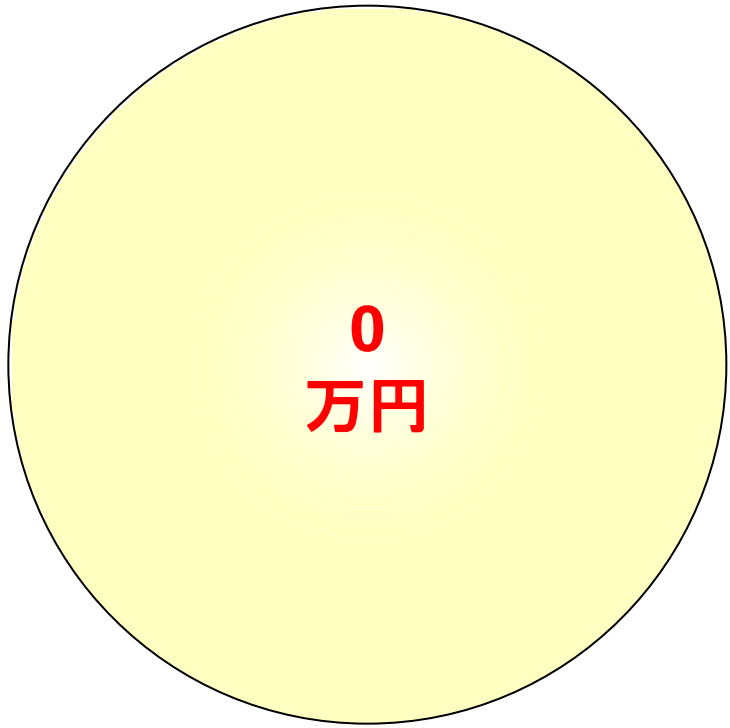
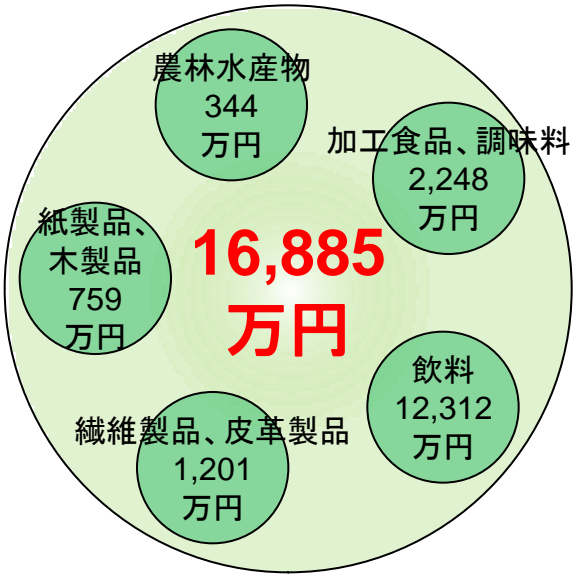
域内調達率下位3項目

1. 農林水産物	0.0%
1. 加工食品、調味料	0.0%
1. 飲料	0.0%
1. 繊維製品、皮革製品	0.0%
1. 紙製品、木製品	0.0%
1. その他(外注費)	0.0%

市区町村内
(域内)

0.0%

89.4%
都道府県内
(他の市区町村)



他の都道府県 **10.6%**



平均売上額 個人経営:約1千万円、法人経営:約1,800万円

- ・ 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。
- ・ 法人経営では、売上原価の平均が販売費及び一般管理費の平均より高く、3倍以上となっている。費用内訳については、サンプルが十分に得られなかった。

※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)	1,074
費用総額(売上原価+経費計) (万円)	866

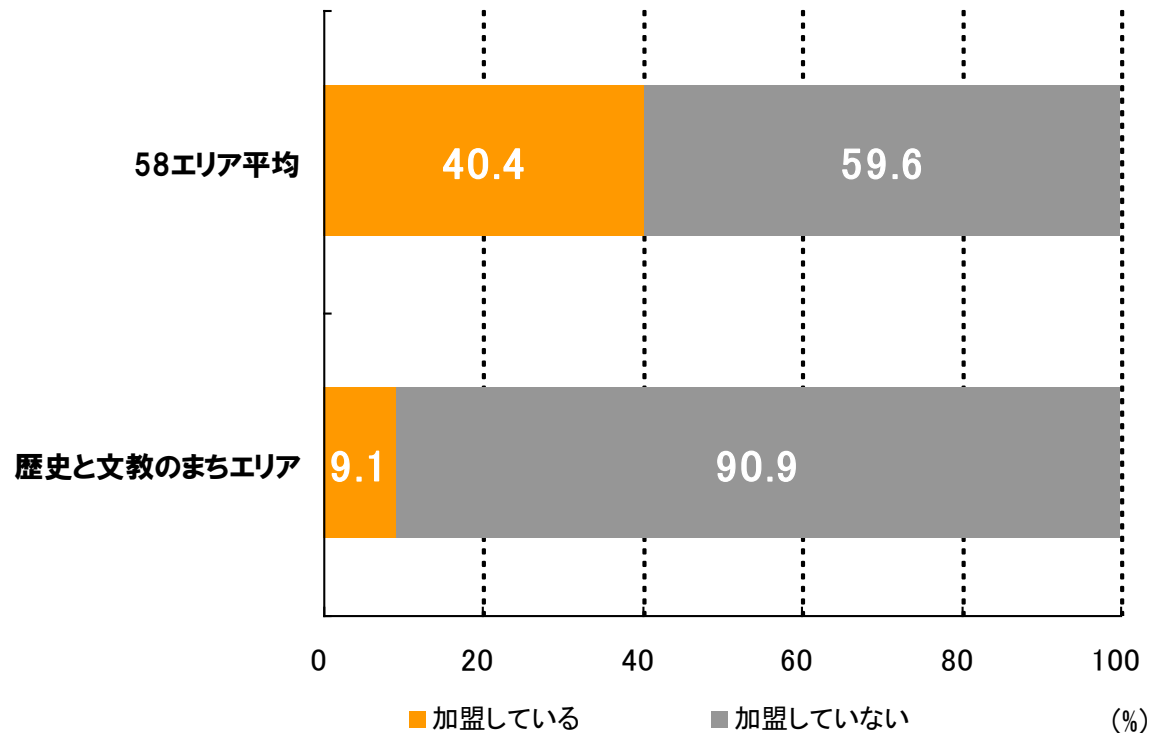
法人

		平均
売上高 (万円)		1,852
費用	売上原価 (万円)	1,482
	販売費及び一般管理費 (万円)	430
費用 内訳 (特掲)	仕入・材料費 (万円)	1,483
	外注費 (万円)	5
	販売手数料 (万円)	86
	広告宣伝費 (万円)	-
	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、歴史と文教のまちエリアで9.1%で、58エリア平均と比べて非常に低い割合となっている。

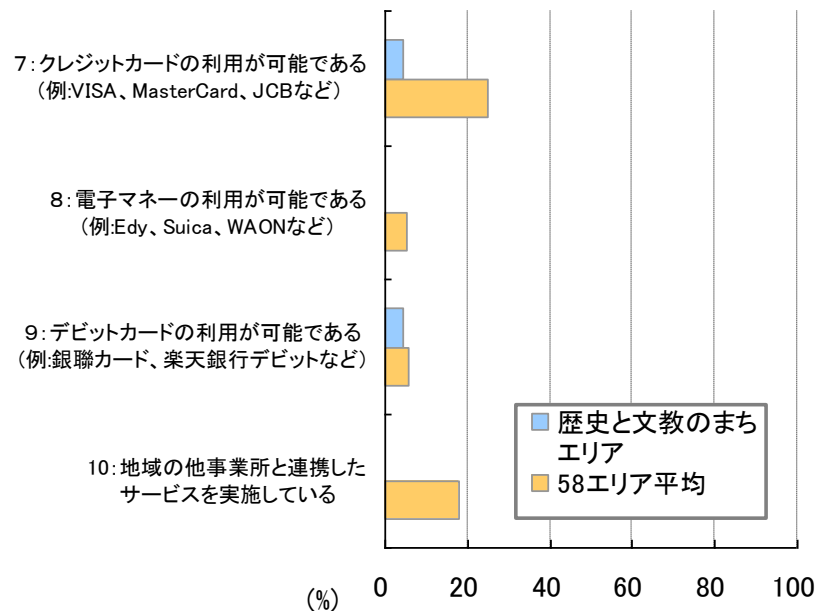
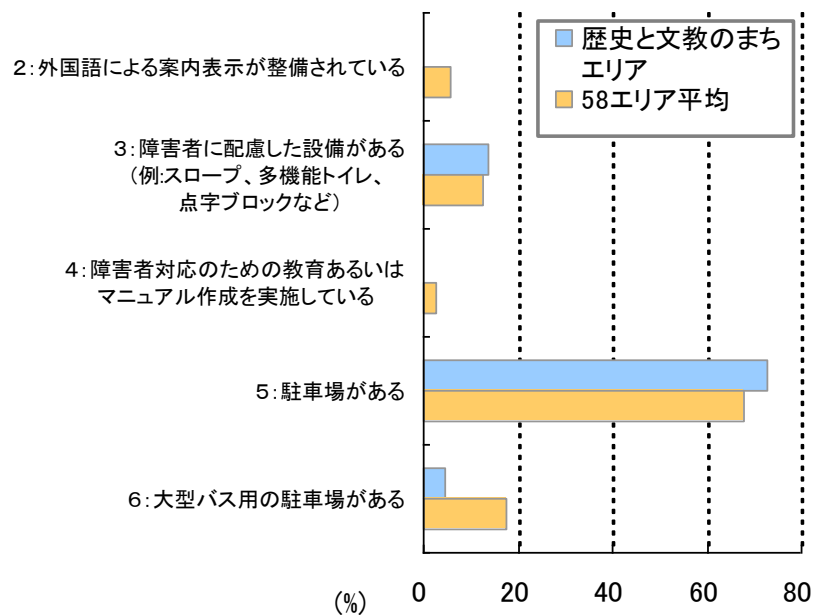
※回答数が十分に得られていないため、結果の解釈には注意が必要である。



取り組みの内容[サービスの提供状況]

- 「3.障害者に配慮した設備」、「5.駐車場」については58エリア平均よりやや高く、「9.デビットカードの利用」も概ね58エリア平均と同様となっているが、その他についてはほとんど整備が進められていない。

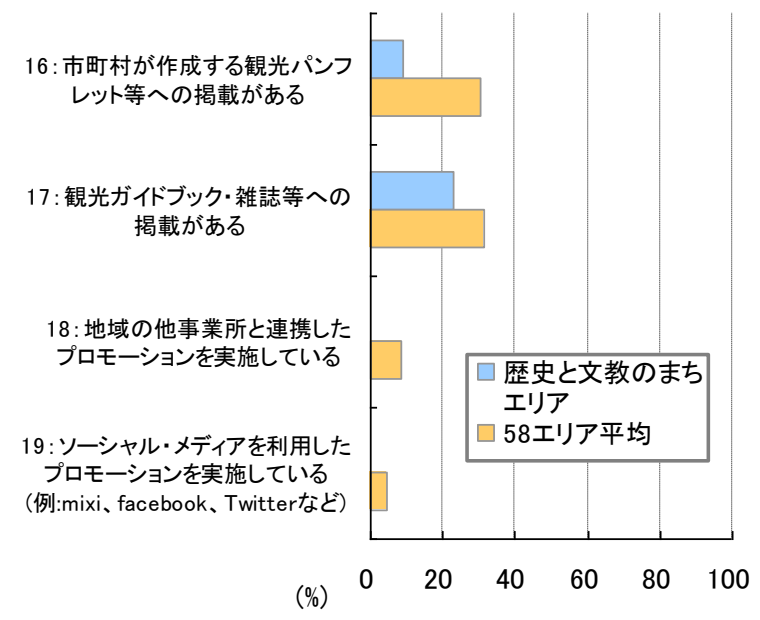
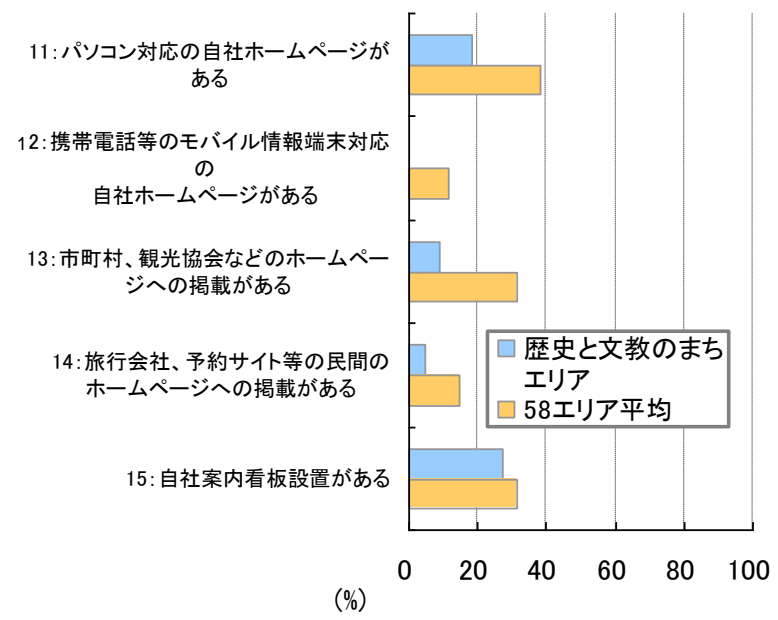
※回答数が十分に得られていないため、結果の解釈には注意が必要である。



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、全体的に58エリア平均より実施割合が低く、特に「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」、「18.地域の他事業所と連携したプロモーションを実施」、「19.ソーシャル・メディアを利用したプロモーション」についてはほとんど実施されていない。

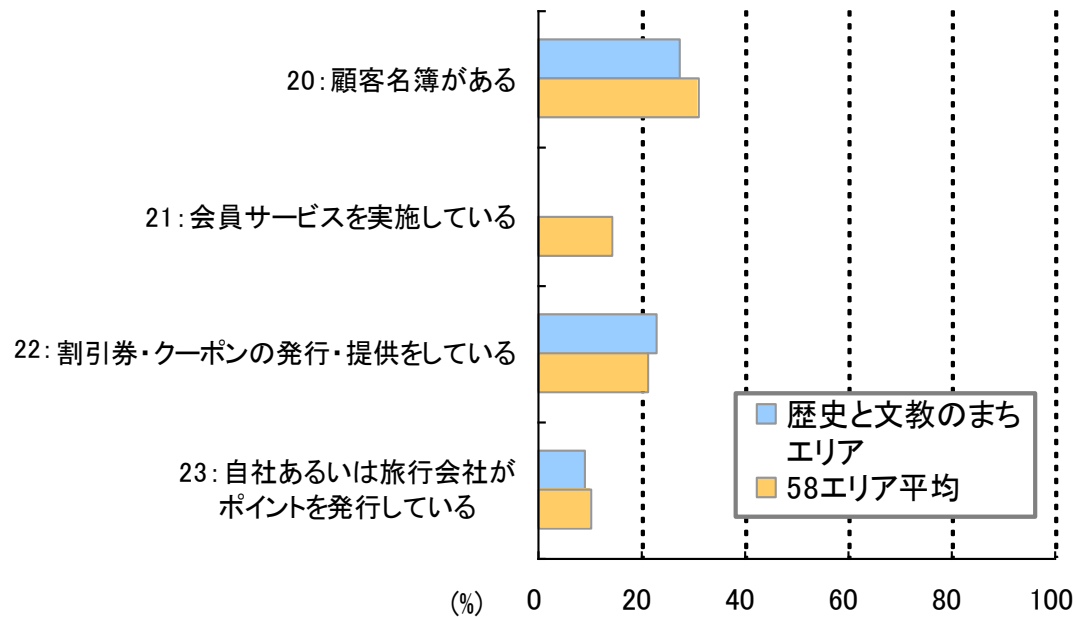
※回答数が十分に得られていないため、結果の解釈には注意が必要である。



取り組みの内容[マーケティング]

- 概ね58エリア平均と同様の割合となっているが、「21.会員サービスを実施」についてはほとんど実施されていない。

※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。



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、すべて観光客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%
歴史と文教のまちエリア	構成比	90.8%	9.2%	0.0%