

2. 観光事業者向けアンケート（銚子市観光事業者調査より）

（1）調査概要

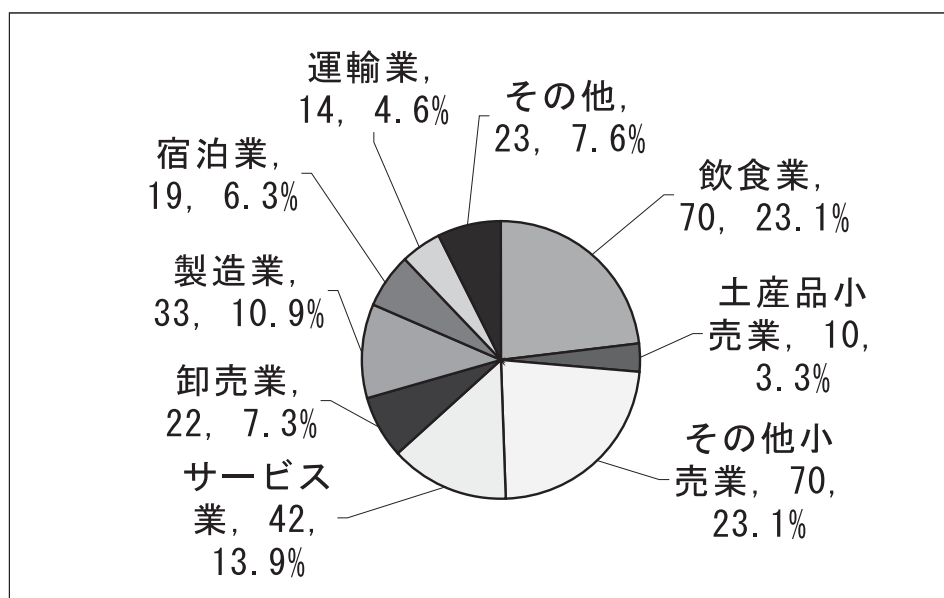
- ・日 時：2010年11月24日（水）～ 12月7日（火）
- ・方 法：銚子信用金庫本店、外川支店、本城支店、橋本支店、松岸支店、船木椎柴支店、清川町支店、東庄支店の8店舗にて、店頭または訪問による調査を実施
- ・回収数：303票（銚子市観光協会会員事業所のうち、飲食業、サービス業、土産品小売業等、320先に配布。回収率94.6%）
- ・調査内容：会社概要、お客様の状況、銚子の活性化に必要なこと等

（2）調査結果

[Q1] 業種

アンケートは飲食業、サービス業、その他小売業を中心に実施した。

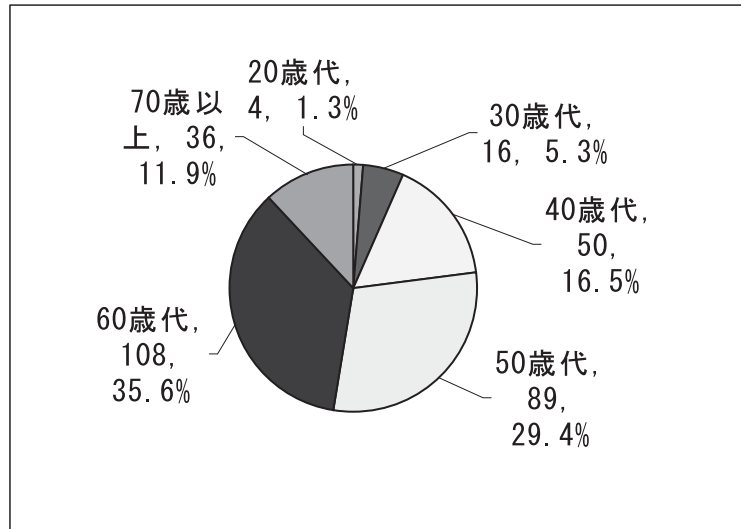
（図表Ⅱ-24）業種



[Q2] 年齢

事業者の年齢層は、60歳代が35.6%と最も多く、50歳代が29.4%となっている。30歳代は5.3%、20歳代は1.3%となっており、占める割合が低い。

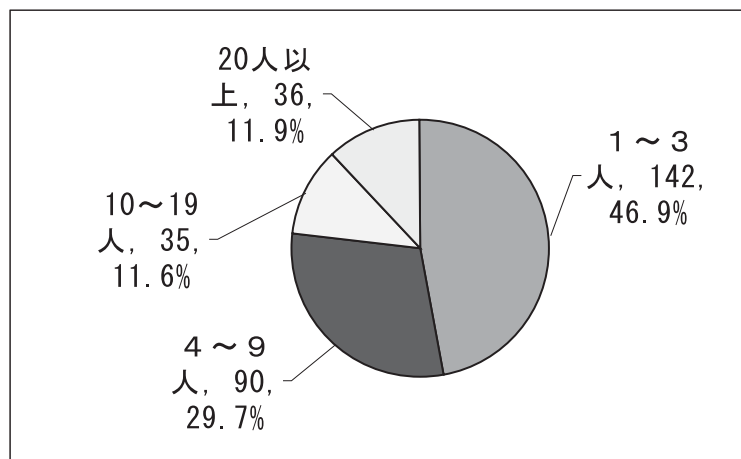
(図表Ⅱ-25) 年齢



[Q3] 従業員数

従業員数が1～3人の企業が46.9%とほぼ半数を占めており、4人～9人の企業が29.7%となっている。

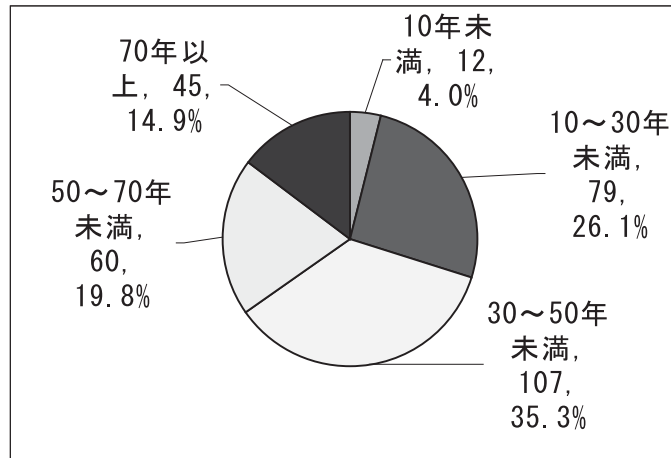
(図表Ⅱ-26) 従業員数



[Q4] 営業年数

事業所の営業年数が 30～50 年未満と答えた事業者が 35.3%と最も多く、次に 10～30 年未満と答えた事業者が多い。業歴 30 年以上と答えた事業者は 70.0%を占めている。10 年未満と答えた事業所はわずか 4.0%となっている。

(図表Ⅱ-27) 営業年数

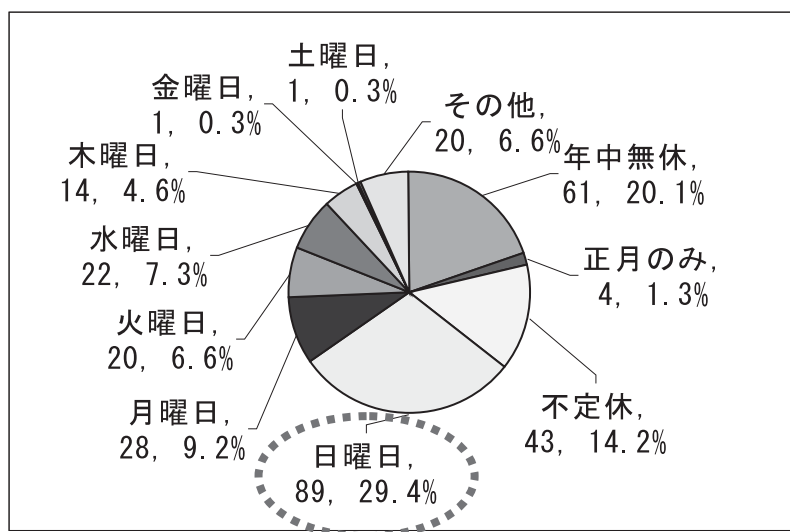


[Q5] 定休日

各事業所の定休日については日曜日という回答が 29.4%を占めており、次に年中無休が 20.1%、不定休が 14.2%と続いている。

観光客にとって、日曜日が定休日となることは不便であり、不定休の場合はいつ休みになるか分からないので、足を運びづらい要因になると思われる。

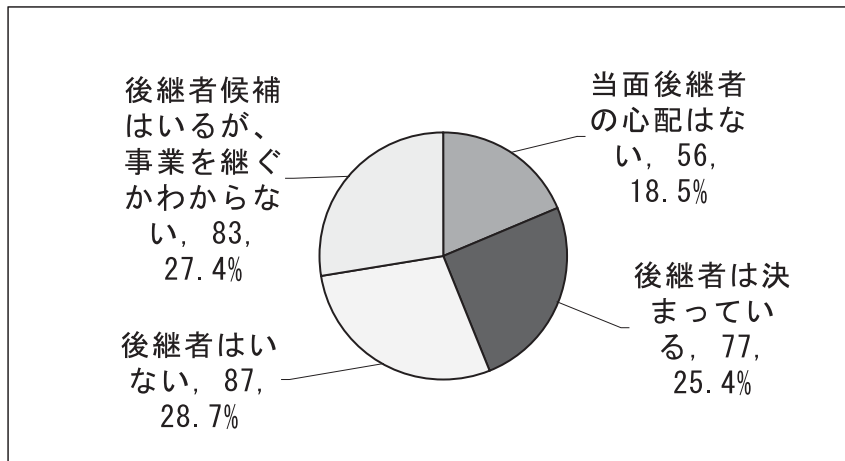
(図表Ⅱ-28) 定休日



[Q6]後継者

後継者については、当面後継者の心配はない、後継者が決まっていると回答した事業者の合計は 43.9%となっている。一方で、後継者はいない・わからないなど後継者問題に不安を抱えている事業者は 56.1%いる。

(図表Ⅱ-29) 後継者

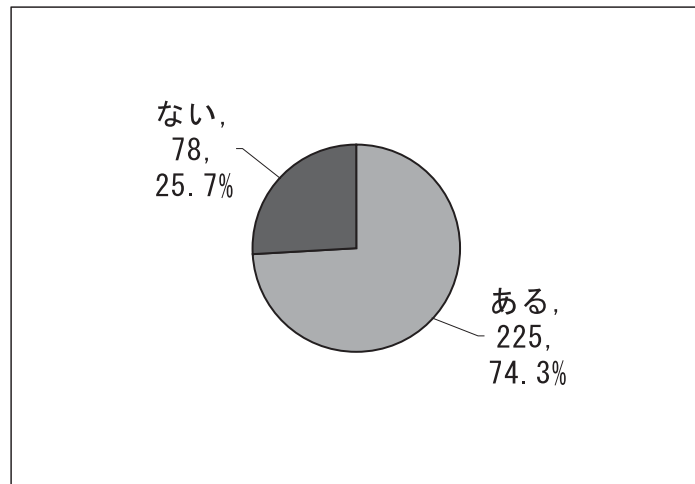


[Q7] 駐車場

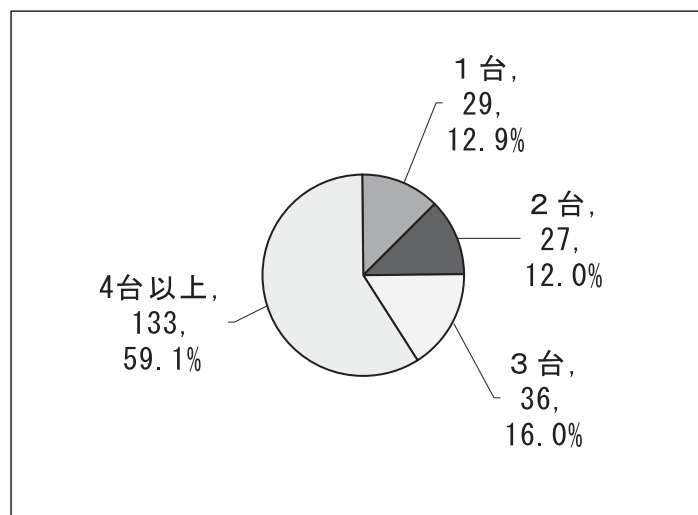
事業所に駐車場があると回答した事業者は 74.3%となっている。うち、乗用車を4台以上停めるスペースがあると回答したのが 59.1%となっている。

また、バスが止められるスペースがあるという回答は 25 票と駐車場を持っていると回答した事業者全体の 11.1%にとどまっている。

(図表Ⅱ-30) 駐車場



(図表Ⅱ-31) 乗用車

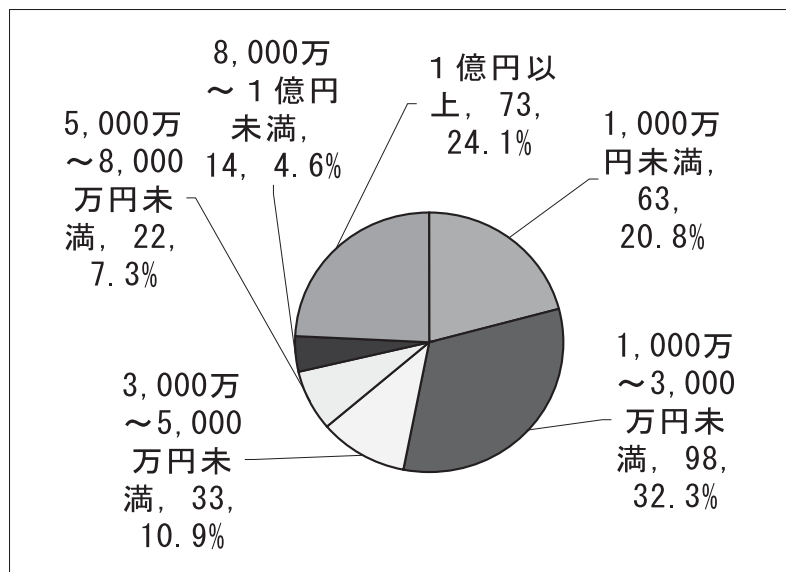


[Q8・Q9] 売上高・売上動向

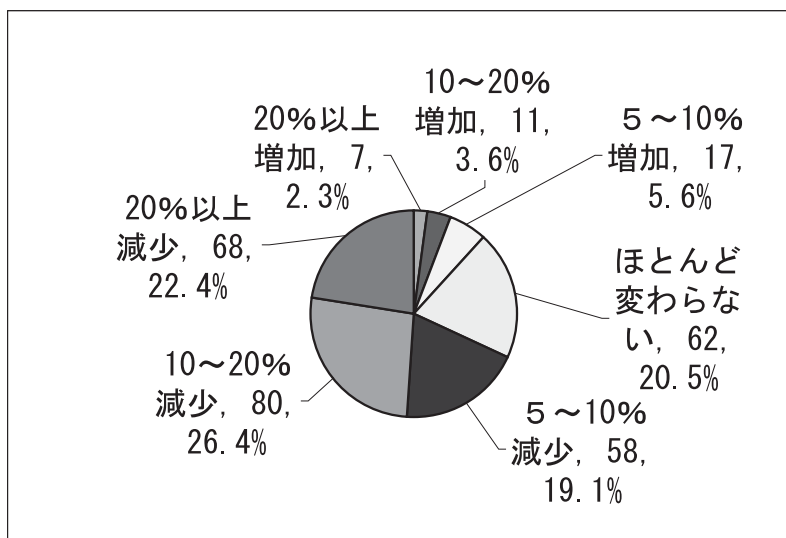
売上高については、1,000万円～3,000万円未満と答えた事業者が32.3%と最も多い。売上1億円以上の事業者が24.1%を占めている一方、5,000万円未満の事業者数が64.0%を占めている。事業者全体の平均売上は約7,000万円程度と思われる。

売上動向は5年前と比較して10%～20%減少という回答が26.4%と最も多く、20%以上減少と答えた事業者が22.4%と続いている。事業者全体で平均すると、約12%の売上減少となっていると思われる。

(図表Ⅱ-32) 売上高



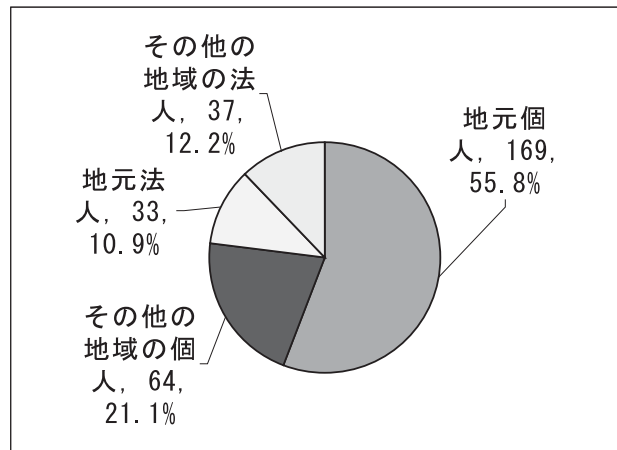
(図表Ⅱ-33) 売上動向



[Q10] 顧客の属性と所在地

顧客の属性は地元個人が 55.8%と最も多く、半分以上を占めている。続いてその他の地域の個人が 21.1%、その他の地域の法人が 12.2%、地元法人が 10.9%と続いている。個人顧客だけで4分の3以上を占めているが、飲食業・サービス業等、個人を顧客対象とした事業者が多いためだと考えられる。

(図表Ⅱ-34) 顧客の属性と所在地

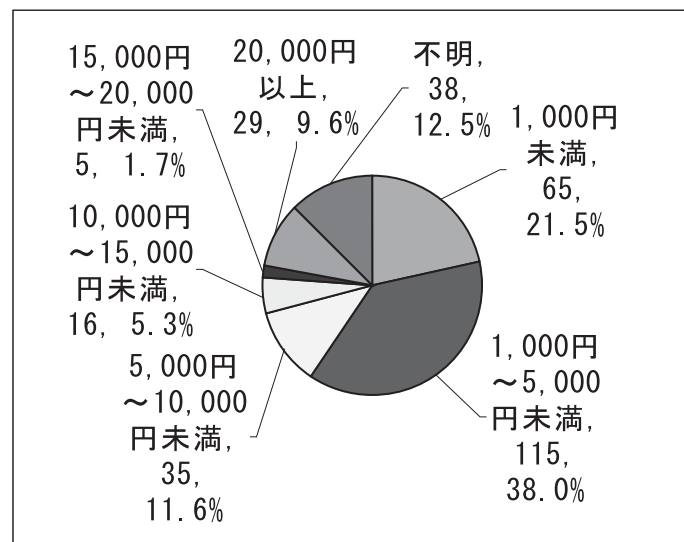


[Q11] 平均売上単価

顧客の一人当たりの平均売上単価としては 1,000 円～5,000 円未満が 38.0%と最も多く、1,000 円未満が 21.5%となっている。平均売上単価が 5,000 円未満と答えた事業者が、全体の6割近くを占めている。

なお、顧客全体の平均売上単価は約 6,000 円程度と思われる。

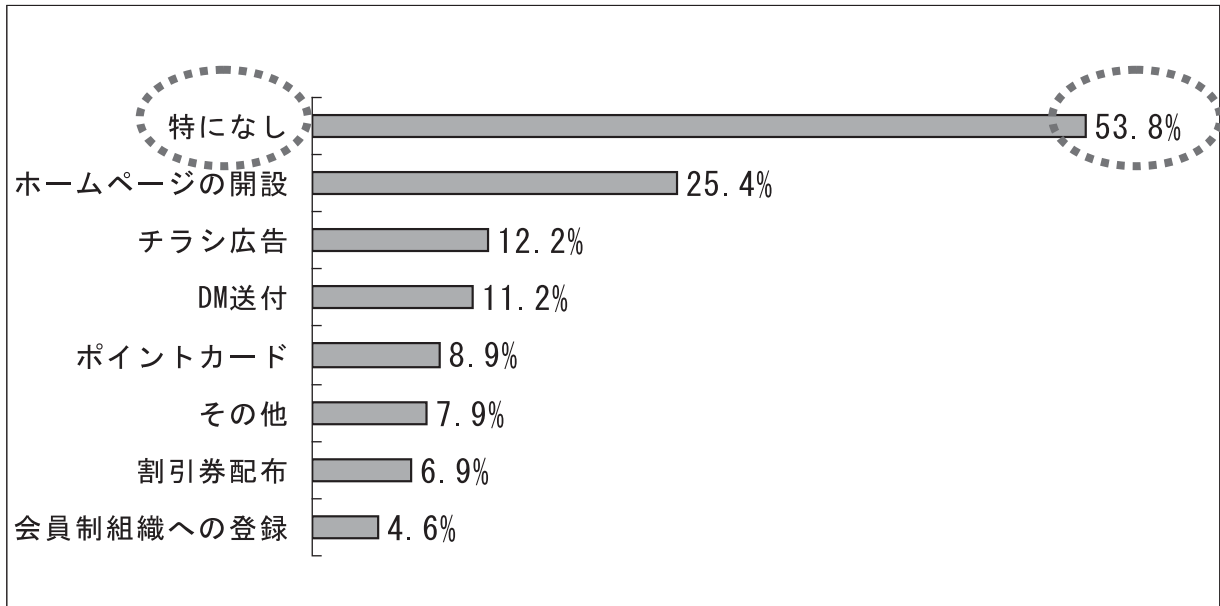
(図表Ⅱ-35) 平均売上単価



[Q12] 施策（複数回答）

顧客確保のために実施している施策は特になしが 53.8%と最も高い。次に、ホームページの開設が 25.4%、チラシ広告が 12.2%、DM 送付が 11.2%と続く。

（図表Ⅱ－36）施策

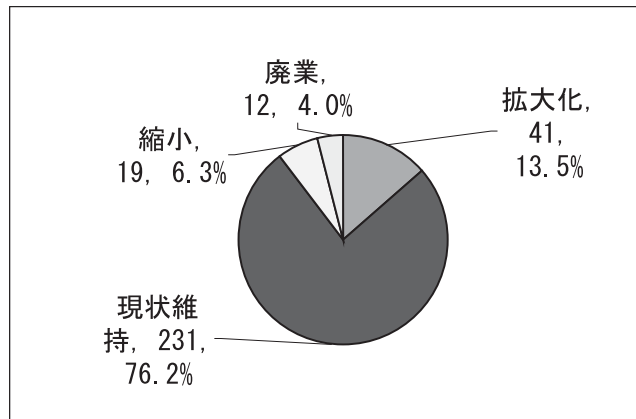


[Q13] 経営方針

今後の経営方針として、現状維持という回答が 76.2%と最も多い。続いて、事業の拡大と答えた事業者が 13.5%となっている。

事業者の活動意欲が乏しいことが現状維持という回答に繋がり、現状維持で良いという意識が前問の顧客確保のための施策は『特になし』という回答にも繋がっていると推測される。

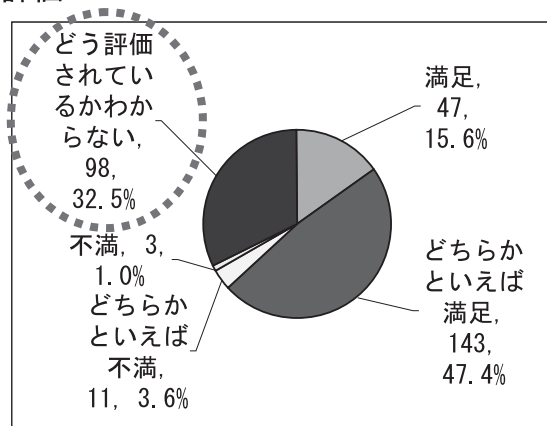
(図表Ⅱ-37) 経営方針



[Q14] 利用者評価

顧客から満足されていると答えた事業者は 15.6%にとどまっている。どちらかといえば満足と答えた 47.4%と合わせ半数以上となるものの、どう評価されているかわからないという回答が 32.5%を占めている。顧客満足度を掴んでいないことから、顧客のニーズを把握できておらず、顧客確保のための各種施策を行っていないことにも繋がっていると考えられる。

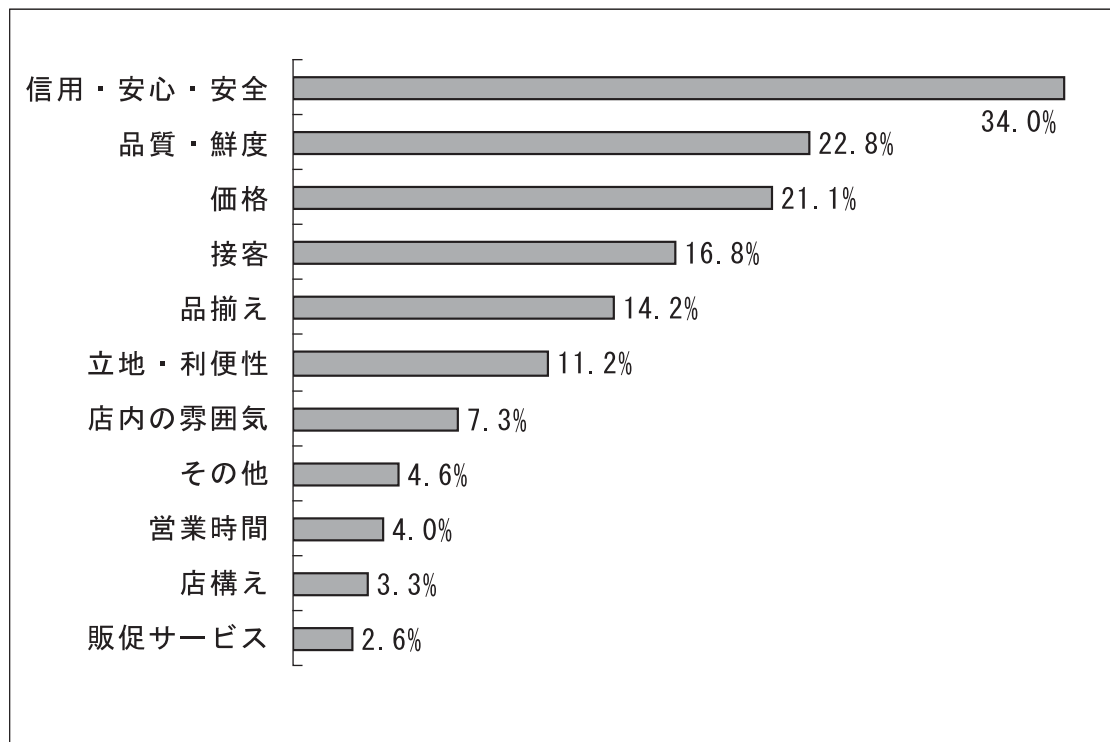
(図表Ⅱ-38) 利用者評価



[Q15] 評価要因（複数回答）

顧客から評価されている要因としては、信用・安心・安全が 34.0%という回答が最も高く、品質・鮮度の 22.8%、価格が 21.1%、接客が 16.8%と続いている。販促サービスは最も低く、2.6%にとどまっている。接客の回答割合はあまり高くないが、来街者による地元住民の評価は悪くないので、もう少し評価されているという自信を持って良いのではないだろうか。

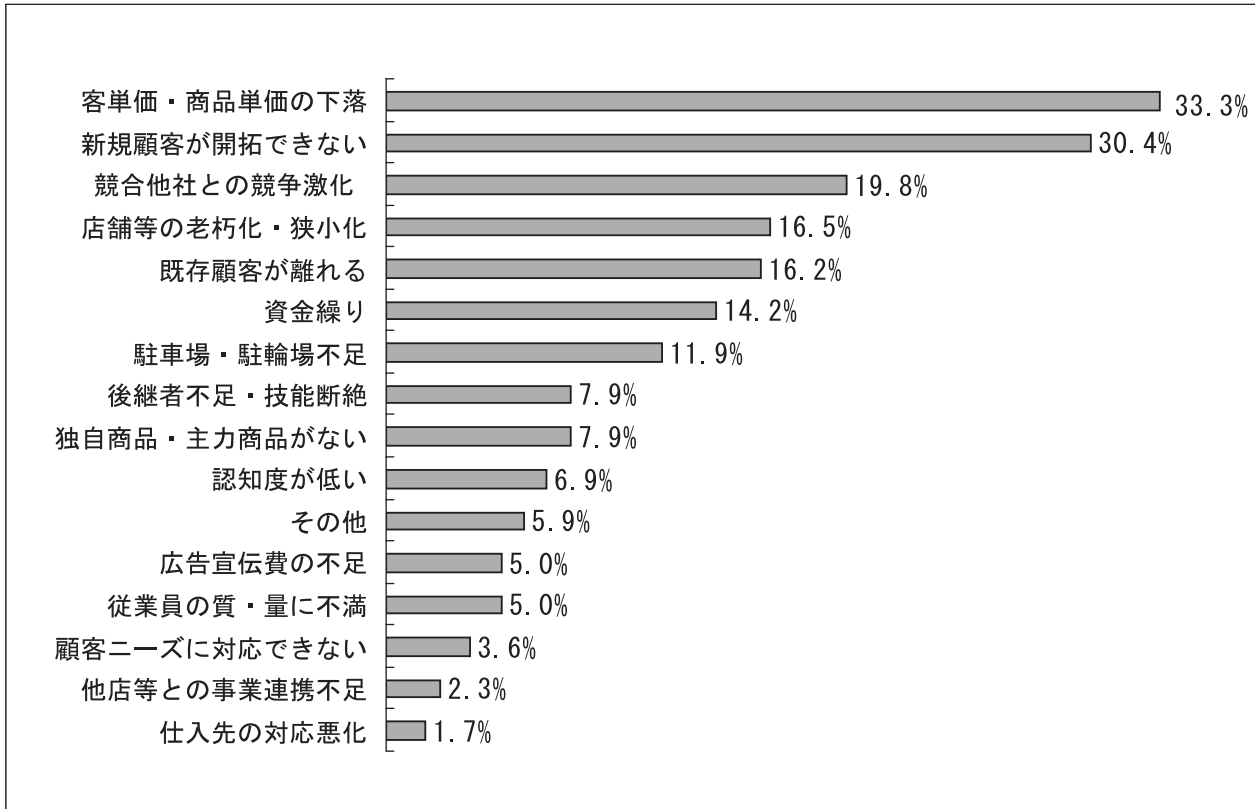
（図表Ⅱ－39）評価要因



[Q16] 問題点（複数回答）

現在抱えている経営上の問題点として、客単価・商品単価の下落と答えた事業者は33.3%、新規顧客が開拓できないと答えた事業者は30.4%であった。売上不振が大きな経営問題となっている。

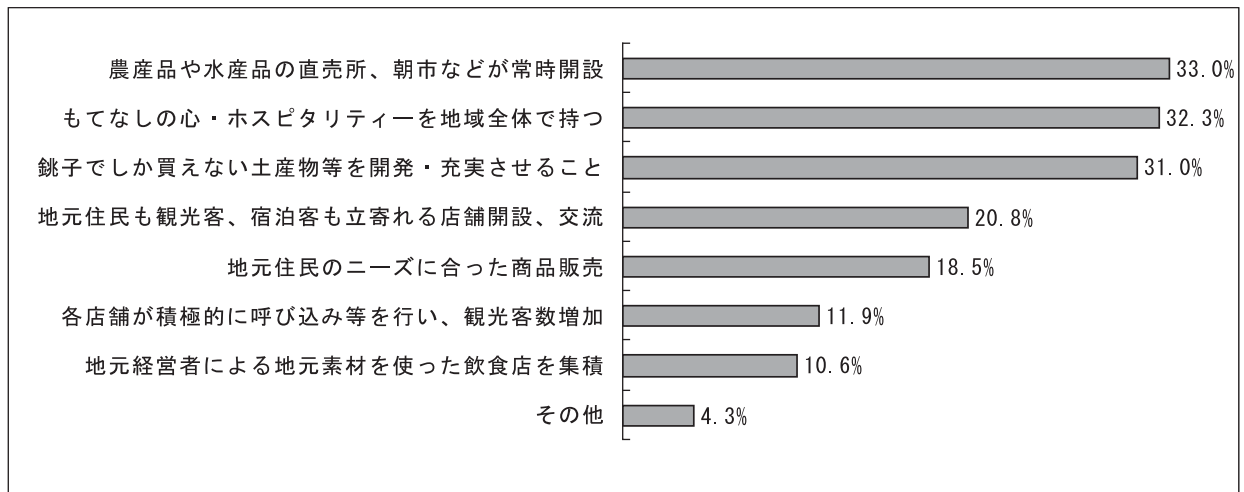
（図表Ⅱ－40）問題点



[Q17] 活性化に必要だと思うこと（複数回答）

農産品や水産品の直売所、朝市などが常時開設と答えた人が 33.0%、もてなしの心・ホスピタリティーを地域全体で持つと答えた人が 32.3%、銚子でしか買えない土産物等を開発・充実させることと答えた人が 31.0%となっている。

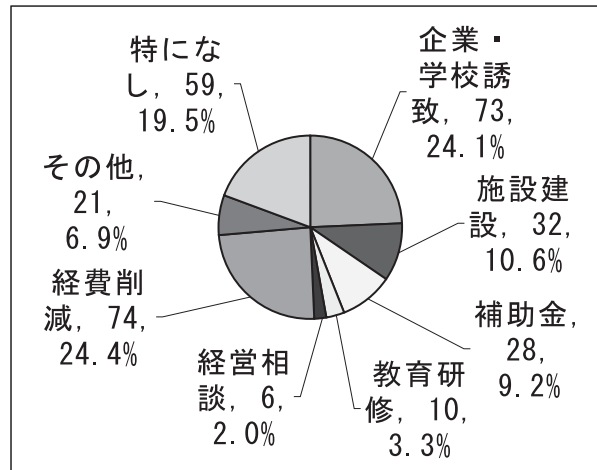
（図表Ⅱ－41）活性化に必要だと思うこと



[Q18] 行政に期待すること

行政に期待することは経費削減が 24.4%と最も多く、企業・学校誘致がほぼ同数の 24.1%で並んでいる。次に、特になしが 19.5%と続いている。

(図表Ⅱ-42) 行政に期待すること



[Q19] 今後の銚子の活性化に関してのご意見、ご要望

主なご意見、ご要望

- ・ 行政の主導・サポートにて観光誘致策を実施してほしい 11票
- ・ 住民の意識改革をして、銚子全体が1つにまとまる必要がある 11票
- ・ 交通インフラの整備を進めてもらいたい 10票
- ・ 観光拠点となるようなコア施設を建設してほしい 9票
- ・ 道の駅・公園等の公営施設を建設してほしい 4票