

「観光関連事業者向けヒアリング調査」結果概要

【目次】

1．はじめに	1
2．調査概要	1
3．ヒアリング調査結果	2
(1) 観光入込客の動向に対する感想	2
(2) 北海道新幹線開業効果が当該地域へ与えるインパクト	2
(3) 観光需要が観光関連事業者の業績に与えるインパクト	3
(4) 観光関連事業者が今後注力したいターゲット	4
(5) 観光関連事業者が特に意識する「外部環境の変化」	4
(6) 観光需要獲得に向けた優先検討事項	5
(7) 観光需要獲得に向けた設備投資計画	6
4．さいごに（調査結果の考察）	6

2016年4月



1. はじめに

足元までの北海道経済においては、インバウンド客を中心とした観光需要増加が明確になりつつある状況です。加えて、本年 3 月には北海道新幹線が開業するなど、観光需要の増加を「機会」と捉える道内企業が多くなっています。

こうした外部環境の変化をふまえ、北海道銀行では従来以上に北海道観光の発展へ向けて貢献すべく、その手法を検討する必要性があると認識。本年 1 月、観光需要に接する機会の多い業種に属する、もしくは、既に観光関連事業に取り組んでいる事業者(企業)様へのアンケート形式でのヒアリング調査を実施いたしました。本調査結果からは、「観光関連事業者が北海道観光の現状をどのように捉え、いかなる問題・課題認識を抱えているのか」という一端を把握可能だと考えられます。

そこで北海道銀行では、本調査結果を通じて観光に関与する幅広い主体間で観光関連事業者様の問題意識・課題点を共有していただくことが、各種の問題・課題解決、ひいては、北海道観光の発展の一助になるものと考え、本稿を公表することにいたしました。

加えて、本調査結果をふまえ、北海道銀行では本年 4 月 1 日付で設置する観光推進専担部署「観光推進室」を中心に、本支店一丸となって北海道観光の発展に向けた取組みを加速させていくことも併せてご報告とさせていただきます。

2. 調査概要

● 調査対象

道内に本店所在地を置く観光需要に接する機会の多い業種に属する、もしくは、既に観光関連事業に取り組んでいる事業者(企業)計 465 社を有意抽出。

● 調査月

平成 28 年 1 月

● 調査手法

北海道銀行職員による聞き取り調査(面談、電話等)

● ヒアリング回答事業者(企業)数

計 354 社(詳細は下表の通り)

<業種別回答社数構成比>

調査業種	調査対象		回答数	
	(社)	構成比 (%)	(社)	構成比 (%)
宿泊業	96	20.6	63	17.8
食料品製造業	86	18.5	70	19.8
運輸業	80	17.2	65	18.4
小売業	74	15.9	54	15.3
外食業	58	12.5	45	12.7
卸売業	22	4.7	19	5.4
不動産業	8	1.7	8	2.3
物品賃貸業	12	2.6	8	2.3
その他	29	6.2	22	6.2
合計	465	100.0	354	100.0

(注)業種は、主要事業内容にて分類。

<地域別回答社数構成比>

地域別	調査対象		回答数	
	(社)	構成比 (%)	(社)	構成比 (%)
札幌・石狩	194	41.7	160	45.2
十勝	51	11.0	39	11.0
道北	48	10.3	35	9.9
道南	48	10.3	28	7.9
後志	27	5.8	24	6.8
胆振・日高	28	6.0	19	5.4
オホーツク	20	4.3	18	5.1
空知	26	5.6	16	4.5
道東	23	4.9	15	4.2
合計	465	100.0	354	100.0

(注)調査対象企業の本店所在地にて分類。

3. ヒアリング調査結果

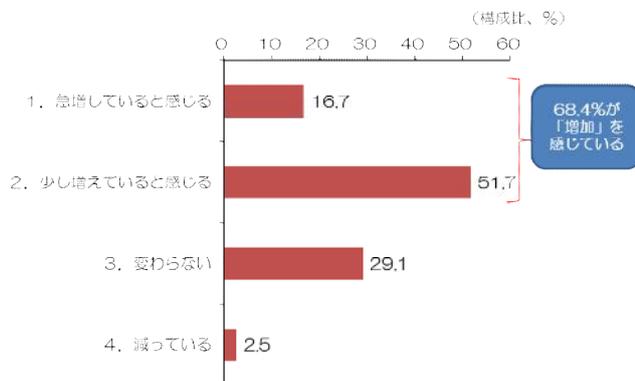
(1) 観光入込客の動向に対する感想

『北海道への観光入込客は増加基調にありますが、当該地域(貴社本店所在地)においても増加していると感じられますか。』という設問に対する回答結果は、以下の通りとなりました(回答社数:354社)。

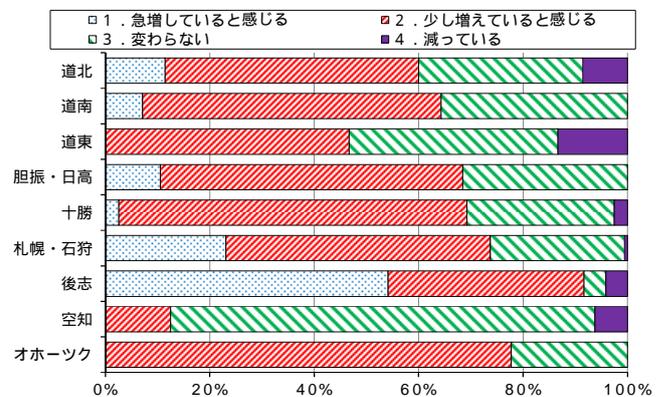
<ポイント>

- 観光関連事業者の68.4%が、当該地域における観光入込客が「増加している」と感じている。
- 地域別にみると、回答結果にバラつきが見受けられる。
- ニセコ・小樽を含む後志地区では、「急増している」回答した事業者が半数を超えるなど、実に9割以上の事業者が観光入込客増加を実感している。
- 一方、道東地区、空知地区では、「急増している」と回答した事業者がゼロであった。
- 道東地区は、「減っている」と回答した事業者が1割以上を占める他、少しでも「増えている」と回答した事業者が全体の半数に満たなかった。
- 空知地区は、大半が「変わらない」と回答。「少し増えていると感じる」「減っている」の構成比も概ね均衡しており、観光客増加を実感している事業者が非常に少ない。

<全体>



<地域別にみた回答構成比>



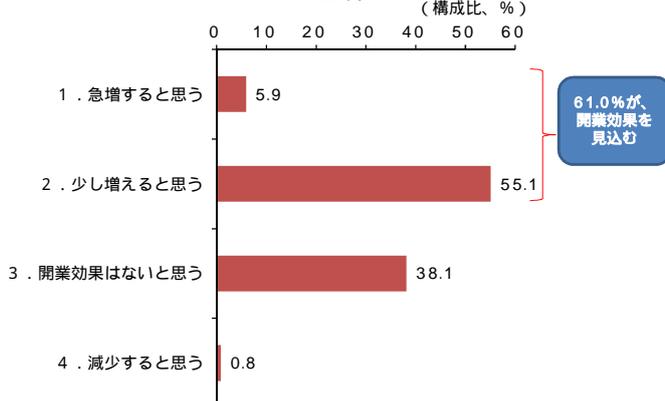
(2) 北海道新幹線開業効果が当該地域へ与えるインパクト

『北海道新幹線が開業しますが、当該地域の観光入込客数にはどのような影響を予想していますか。』という設問に対する回答結果は、以下の通りとなりました(回答社数:354社)。

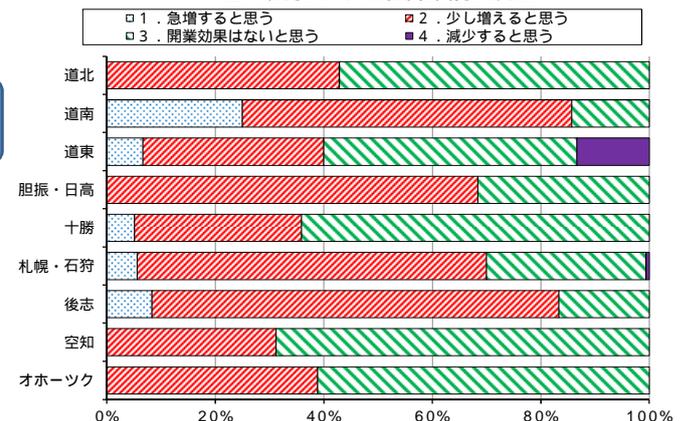
<ポイント>

- 回答事業者のうち約6割が、“観光入込客の増加という好影響”を見込んでいる。
- 地域別にみると、新幹線駅が開業する道南地区の他、地理的に近い後志地区、胆振・日高地区、そして、札幌・石狩地区において開業効果を見込む声が6割を超える。
- 一方、道北地区、オホーツク地区、十勝地区、道東地区など道南地区から一定の距離を有する地区では、開業効果を期待する声が少ない。

<全体>



<地域別にみた回答構成比>

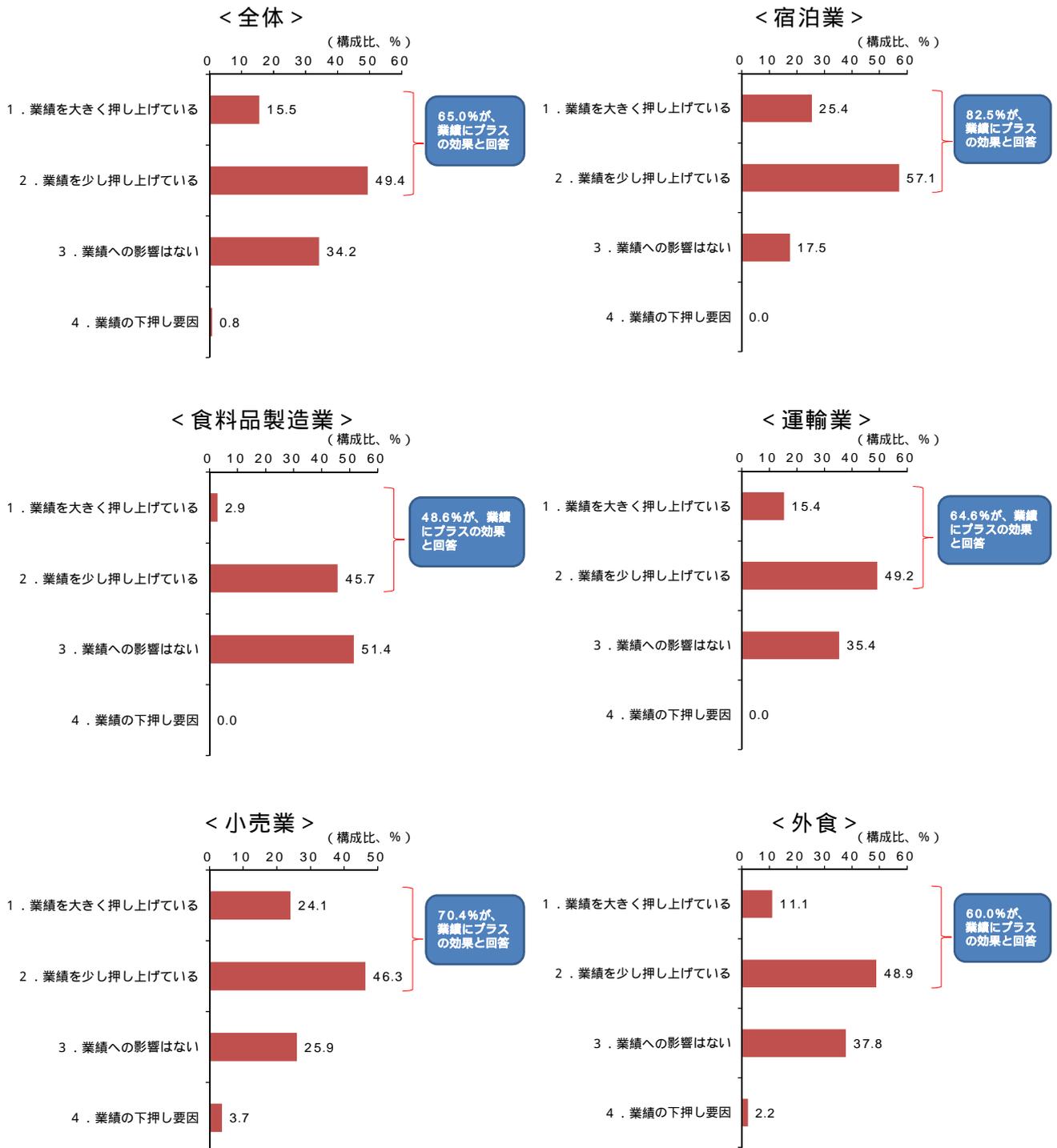


(3) 観光需要が観光関連事業者の業績に与えるインパクト

『観光客による消費は、貴社の業績(売上高)へどのように影響していますか。』という設問に対する回答結果は、以下の通りとなりました(回答社数:354社)。

<ポイント>

- 約6割の事業者が、“業績を押し上げる効果がある”と回答。
- 主要業種で比較すると、宿泊業、小売業では“業績を押し上げる効果がある”という回答が特に多い一方で、食料品製造業では「業績への影響がない」という回答が半数を超えた。



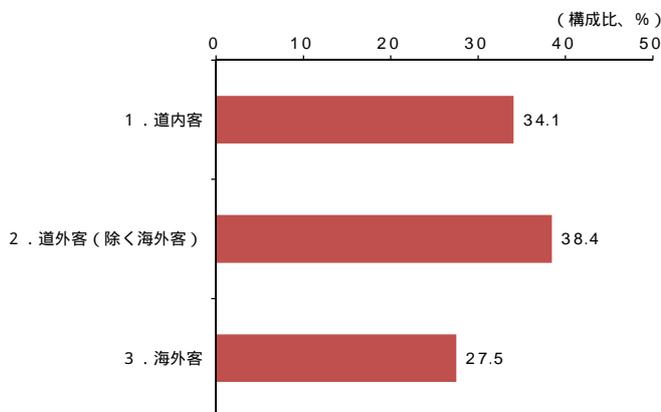
(4) 観光関連事業者が今後注力したいターゲット

『貴社における今後特に注力したいターゲットはどの客層ですか。いずれか一つをお選び下さい。』という設問に対する回答結果は、以下の通りとなりました(回答社数:320社)。

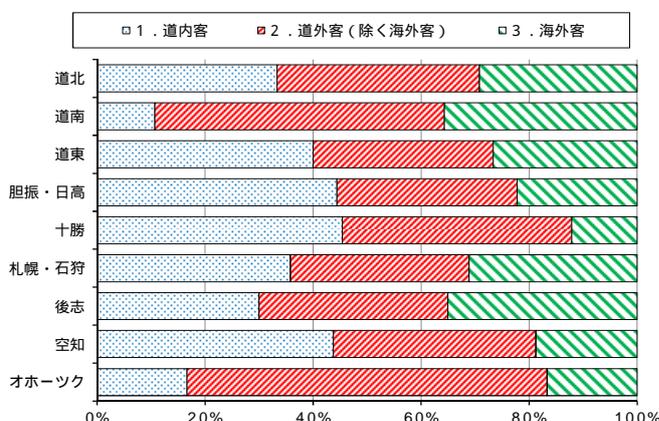
<ポイント>

- 今後特に注力したいと考えるターゲットは、「道外客(除く海外客)」という回答が最も多かった。もっとも、回答構成比をみる限り、「道内客」「海外客」との差は大きくない。
- 地域別にみると、北海道新幹線開業効果を見据えている道南地区では、「道外客」「海外客」と回答する事業者が多い一方で、「道内客」を最も注力したいターゲットとする事業者は少ない。
- 外国人人気の高いニセコ・小樽を含む後志地区では、「海外客」をターゲットとして挙げる事業者が多い。
- 十勝地区は「海外客」をターゲットとして挙げる事業者が少ない。また、オホーツク地区では、圧倒的に「道外客」をターゲットとする事業者が多い。
- 参考として、インバウンド客のターゲットに挙げられた具体的な国・地域名としては、台湾・中国・香港など、訪日外国人来道者数のうち国・地域別で多い国・地域順の回答結果となっていた。

<全体>



<地域別回答社数構成比>



(5) 観光関連事業者が特に意識する「外部環境の変化」

『貴社が特に意識している観光関連産業を取り巻く「外部環境の変化」は、何でしょうか。』という設問に対する回答結果は、以下の通りとなりました(回答社数:351社、最大3つまで回答可、回答数計:797)。

<ポイント>

- 観光関連事業者が特に意識する外部環境の変化としては、「少子・高齢化の進展による国内・道内客の減少」「海外客の急増」「インバウンド客の消費意欲の強さ」などの回答が上位に入った。
- 主要業種別にみると、宿泊業では「観光分野での人材不足」「団体旅行から個人旅行というニーズの変化」を挙げる事業者が全体と比べて多い一方で、「インバウンド客の消費意欲の強さ」に着目している事業者は少ない。
- 食料品製造業では、「食の安心・安全に対するニーズの高まり」「海外における日本食ブーム」を挙げる事業者が、他業種と比べて多い。
- 運輸業では、「団体旅行から個人旅行というニーズの変化」「観光分野での人材不足」を挙げる事業者が全体と比べて多い。
- 小売業では、「海外客の急増」「インバウンド客の消費意欲の強さ」などインバウンド客による消費を意識した回答項目が全体と比べて多い他、食品を取り扱う小売事業者を中心に「食の安心・安全に対するニーズの高まり」を意識している声も多い。
- 外食業では、「インバウンド客の消費意欲の強さ」を特に意識している事業者が最も多い。

< 外部環境の中で特に意識している項目 >

(構成比、%)

回答選択肢	全体	宿泊業	食料品 製造業	運輸業	小売業	外食
少子・高齢化の進展による国内・道内客の減少	22.7	25.8	27.1	23.9	20.2	16.8
海外客の急増	19.9	20.1	15.3	21.1	25.8	15.8
インバウンド客の消費意欲の強さ	13.6	6.9	11.1	9.2	16.9	24.8
食の安心・安全に対するニーズの高まり	13.2	5.7	25.7	3.5	18.5	11.9
団体旅行から個人旅行というニーズの変化	10.8	15.7	2.8	20.4	4.8	10.9
観光分野での人材不足	8.5	17.6	0.7	13.4	6.5	4.0
海外における日本食ブーム	5.3	0.6	10.4	2.1	4.8	11.9
体験型旅行(スポーツ・農業等)ニーズの高まり	2.6	1.9	4.2	2.8	0.8	3.0
無線LAN環境へのニーズの高まり(主に海外客)	1.5	1.9	0.7	2.1	1.6	1.0
ヘルス(医療)ツーリズムの可能性の高まり	0.8	0.6	0.7	1.4	0.0	0.0
事業継続計画(BCP)対策の必要性の高まり	0.6	3.1	0.0	0.0	0.0	0.0
その他	0.5	0.0	1.4	0.0	0.0	0.0
小計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(注1) 上記は複数回答可(最大3つまで)。

(注2) 業種別回答社数構成比における色付きセル部分は、全体の回答社数構成比と比べて、構成割合が高い項目を示している。

(6) 観光需要獲得に向けた優先検討事項

『観光需要獲得に向けて、貴社が検討していることを教えてください。』という設問に対する回答結果は、以下の通りとなりました(回答社数:352社、優先度の高いもの最大3つまで回答可、回答数計:740)。

<ポイント>

- 回答選択肢を多く用意したこともあり、回答が分散した。こうした中、全体では「集客を図るための広告宣伝の活発化」を挙げる事業者が最も多かった。次いで、食料品製造業・小売業・外食などを中心に「観光客をターゲットとした新商品の開発」を挙げる事業者が多い。
- 全体を通じて、「従業員の確保、新規採用」「店舗・施設内での案内表示等の多言語化への対応」「海外客への対応力強化を目的とした従業員教育」「店舗・施設のリニューアル、既存営業エリア内での出店」など、増加する観光客を見据えた“受入体制の強化対策項目”を回答する事業者も比較的多い。

< 観光需要獲得に向けた優先検討事項 >

(構成比、%)

選択肢	全体	宿泊業	食料品 製造業	運輸業	小売業	外食
集客を図るための広告宣伝の活発化	13.5	13.8	16.1	15.5	11.5	10.4
観光客をターゲットとした新商品の開発	12.7	6.9	21.2	6.2	16.0	17.7
従業員の確保、新規(含む新卒・中途)採用	12.6	14.5	7.6	17.8	12.2	9.4
店舗・施設内での案内表示等の「多言語化」への対応	12.3	11.3	11.0	10.9	16.0	13.5
海外客への対応力強化を目的とした従業員教育	8.1	6.9	7.6	11.6	7.6	7.3
旅行代理店、口コミサイト等との接点強化	7.7	12.6	6.8	7.8	3.8	9.4
検討していない	6.8	2.5	13.6	5.4	5.3	4.2
店舗・施設のリニューアル、既存営業エリア内での出店	6.1	13.8	0.8	2.3	6.1	7.3
宿泊・外食予約サイトの運営事業者との連携	4.9	6.3	3.4	4.7	2.3	6.3
国内・道内の他地域への進出・展開	3.6	0.6	1.7	1.6	6.9	5.2
免税店に関する設備(含む更なる充実化)	3.2	1.9	2.5	0.8	9.2	3.1
クレジットカードなどの決済関連機能の充実化	2.7	2.5	1.7	5.4	2.3	1.0
店舗・施設内等におけるWi-Fi等の無線LAN整備	2.4	4.4	0.8	4.7	0.8	2.1
他の観光関連事業への参入	1.4	0.0	1.7	1.6	0.0	2.1
ムスリム(ハラール等)への対応	0.9	1.3	2.5	0.0	0.0	1.0
その他	1.1	0.6	0.8	3.9	0.0	0.0
小計	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0	100.0

(注1) 上記は複数回答可(優先度の高いものから3つまで)。

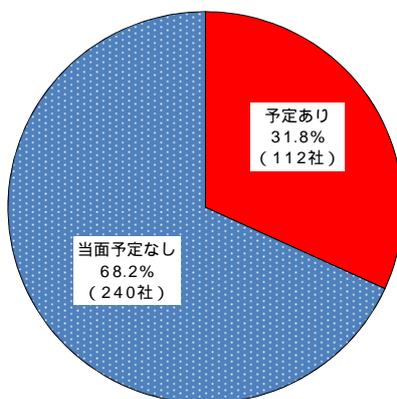
(注2) 業種別回答社数構成比における色付きセル部分は、全体の回答社数構成比と比べて、構成割合が高い項目を示している。

(7) 観光需要獲得に向けた設備投資計画

本調査では、観光需要獲得に向けた設備投資計画の有無についてもヒアリングいたしました。

回答結果をみると、「投資計画有り(予定あり)」と回答した事業者が352社中112社となり、2015年度内及び時期未定分も含めた設備投資計画金額は、約760億円(計84社分)に達しました。投資計画先数ベースでは、宿泊業、運輸業、小売業の順に多い状況となりました。なお、既に着工している大型工事分(インフラ関係)も投資計画金額の中には含まれています。

< 設備投資計画の有無 >



4. さいごに(調査結果の考察)

上記結果からは、北海道観光及び観光事業者が抱える課題点や特徴の一端が見受けられます。

例えば、『(2)北海道新幹線開業効果が当該地域へ与えるインパクト』という設問に対する回答結果をみる限り、道南地域と比較的距離のない地域では、地元にも開業効果が期待されるという声が多い一方、それ以外の地域では、開業効果を期待する声が少ない状況でした。こうした回答結果をふまえると、北海道地域全体の課題としては「北海道新幹線開業効果を道内の広範囲に拡げていくための取組みを更に加速させていく必要がある」と指摘できそうです。

『(4)観光関連事業者が今後注力したいターゲット』という設問に対する回答結果では、本店所在地別にみて注力したいターゲットに差異があると確認できます。道内各地域・各自治体の中には、「観光」を地域活性化策の一つの柱として戦略・戦術を検討している場合も多い状況です。官・民が効果的に連携・協働していくためには、「地域に属する観光事業者とその他の地域の主体間にて、誘客・受入ターゲットの目線が合っているのか」という点を確認し、必要に応じて目線を合わせるための対話をする事が優先すべき課題であると考えられそうです。

『(5)観光関連事業者が特に意識する「外部環境の変化」』という設問に対する回答結果からは、観光関連事業者が道内・道外客の減少という内需縮小懸念(脅威)を受け止めていると言えます。またそれと同時に「インバウンド客の増加」や、「団体旅行から個人旅行へ」「食の安心・安全に対するニーズの高まり」といった量的・質的な外部環境の変化を“機会”と捉えて行動する必要があるといった「観光関連事業者における問題・課題認識」が見受けられました。

『(6)観光需要獲得に向けた検討事項』という設問に対する回答結果からは、外部環境の変化(機会・脅威)と自社の内部環境(強み・弱み)をふまえ、多種多様な検討事項(対応策)が存在することが明確になったと理解できます。この結果を大きく分類すれば、「営業戦略(販売促進・商品開発)」「受入体制の整備」に分類される項目が上位の回答結果となっており、インバウンド客の増加を意識した検討事項が多いとも感じられる結果と指摘できます。また、「商品開発」という側面では、「(観光客向けの)PB商品の共同開発・製造委託先を探している」という小売業の声があった一方、「(観光客向けの)PB商品の製造受託などが増えている」という食料品製造業者の声もございました。このように、観光需要の獲得に向けた異業種間(川上・川下企業間)連携、協働という動きが少しずつ活発化している状況と受け止められそうです。

以上

本資料は情報提供のみを目的として作成されたものであり、金融商品等の売買や投資などの行動を勧誘するものではありません。本資料の記載内容は、信頼できると考えられる情報源に基づいたものですが、その正確性・完全性を保証するものではありません。

「観光関連事業者向けヒアリング調査」結果概要

調査・発行 株式会社 北海道銀行
企画・編集 株式会社 道銀地域総合研究所

(本資料に関する内容照会先)

照会先 株式会社 道銀地域総合研究所経済調査部（担当：坂野）
住 所 北海道札幌市中央区大通西4丁目1番地
TEL 011(233)3562