

平成 1 5 年度

集客交流産業事業所基礎調査
報 告 書

平成 1 6 年 3 月

札幌市経済局観光コンベンション部観光振興課

目 次

1	調査の概要	
1.1	調査目的	1
1.2	調査概要	1
2	集客交流産業の定義及びその産業規模	
2.1	観光産業の定義	3
2.2	集客交流産業の定義	5
2.3	集客交流産業の規模	20
3	集客交流産業事業所アンケート調査	
3.1	アンケート調査概要	21
3.2	アンケート調査結果	23
4	集客交流産業活性化に向けて	
4.1	札幌市全産業と集客交流産業の比較	53
4.2	アンケート調査結果の整理	60
4.3	市民、企業、行政の連携による集客交流活性化への取り組み	62
	参考資料	
	参考資料1 アンケート調査票	65
	参考資料2 アンケート調査結果データ	67

1 調査の概要

1.1 調査目的

札幌市では、集客交流産業を札幌市の産業振興の重点分野に位置付けており、さまざまな集客交流促進の取り組みを行っている。

集客交流産業の活性化のためには、集客交流産業とは具体的にどのような企業が該当するか定義し、その産業規模が札幌市の全産業に対して占める割合等の基礎的データを整備することが必要である。その上で集客交流産業企業の現状や経営上の課題等を明らかにする必要がある。

そこで、集客交流産業に該当する企業を対象としてアンケート調査を実施し、調査結果に基づき集客交流産業特有の課題等を把握し、今後の集客交流産業の活性化方策を見出すことを目的とした。

1.2 調査概要

集客交流産業は平成14年に策定された「札幌市集客交流促進プラン」において、「来札者への直接的なサービス提供（主なものとしては、飲食、買い物、レジャー、コンベンション、交通、宿泊）に関連する産業や来札者への情報提供（主なものとしては、観光企画、情報メディア）に関連する産業」と定義されている。この定義を具体的な産業分類に当てはめ、集客交流産業の就業者数等の基礎データや札幌市の全産業に占める産業規模を把握した。

次に、札幌市における集客交流産業事業所に対するアンケート調査により、現在の業績、経営上の問題点、集客交流産業振興に対する意識、札幌市が実施している観光事業等に対する認識度、来札客増加に向けての意見等を把握した。

さらにアンケート調査の結果を札幌市産業振興部で行っている「札幌市企業経営動向調査」の調査結果と比較・分析することにより、集客交流産業特有の課題を把握し、札幌市が行うべき支援策を検討した。

2 集客交流産業の定義及びその産業規模

2 集客交流産業の定義及びその産業規模

2.1 観光産業の定義

集客交流産業を産業分類から定義するにあたり、集客交流産業に含まれる観光産業について、これまでにどのように考えられてきたかを整理する。

観光産業とは狭義に考えると、「旅館業」、「旅行業」、「旅客輸送業」、「土産品小売業」が該当すると考えられる（北海道「観光産業総合調査事業：観光産業業種別調査結果報告書」の調査対象業種）。

逆に観光「関連」産業として広義に考えると、例えば土産品を生産している業種や観光施設を建設している業種等、ほとんど全ての業種が含まれ、観光関連産業ではない業種が例外的になる。これでは観光関連産業を定義することに意味がなくなってしまう。

狭義の観光産業に加え、観光産業は供給者側ではなく観光者側からみることで、把握できるといわれている。観光者の行動プロセス（準備、移動、滞在）に基づいて財、サービスを提供している主たる観光関連事業を整理すると図表2-1のようになる。

図表2-1 観光関連事業

	古典的な事業	観光の大衆化に伴って登場した事業	近年の新しい事業
準備に関わる事業	出版業 旅行案内書や時刻表 金融業 トラベラーズチェック	製造業、小売業 スーツケース、旅行用の衣料品・家電製品等 レンタル業 旅行に必要な諸用品の貸出 放送業 紀行・旅行番組の制作 金融業 トラベルローン・クレジットカード	デリバリー・サービス業 旅行に必要な荷物を集荷・配送 駐車場サービス業 空港等で観光者の自家用車を預かり送迎 ショッピングサービス業 航空機内で土産品等を販売 複合型サービス施設 「道の駅」等
移動に関わる事業		レンタカーサービス業 空港・駅等の乗用車の貸出 飲食業、土産品販売業 ドライブインや物産館での飲食物・土産品の販売	人材派遣業 宿泊業、旅行業等からの委託による諸サービスの提供 コンベンションサービス業 会場誘致や運営を担当 アクティビティサービス業 スポーツ・レクリエーションの指導
滞在に関わる事業	飲食業 居酒屋 娯楽業 劇場、舞踏場等	飲食業、土産品販売業、娯楽業 温泉街を構成する各種の飲食店や土産品店、射的場・パチンコ店等 スポーツ・レクリエーション施設業 スキー場、ゴルフ場、遊園地等 文化・教育施設 博物館や動物園等 観光案内施設	

資料：前田勇編著「現代観光総論」(平成7年発行)より作成。

なお参考までに観光産業には「宿泊業（宿泊、土産品販売等）、旅行業（情報収集と手配）、輸送業（移動）、その他の関連産業（観光目的地でのレジャー行動）」が含まれるとする考え方もあるが、前述の観光産業の概念とほぼ同様であるといえよう。

図表 2 - 2 観光産業の概念

<p>< 定義 > 観光産業とは、需要の一部に観光需要を含む産業分野の総称である。</p> <p>< 産業分類 > 一般には観光行動を構成する要素をもとに<u>旅行業</u>、<u>輸送業</u>、<u>宿泊業</u>、<u>その他の関連産業</u>に分類され、</p> <ul style="list-style-type: none">・ 旅行業は 情報収集と手配・ 輸送業は 移動・ 宿泊業は 宿泊、土産品販売等・ その他関連産業は 観光目的地でのレジャー行動 <p>に対応している。</p> <p>< 概念 > 観光産業はあくまでも需要サイドからの便宜的な概念である。これらの諸業種が観光サービスを生産しているのではなく、生産されたサービスの一部が観光者によって消費されていると考えることができる。</p> <p>輸送業の需要の過半は業務需要等の観光以外であり、また典型的観光産業とみなされる都市ホテルでも需要に占める観光の比率は極めて低い。このためこれらの諸業種は、観光に関わっているという意識も一様ではない。</p> <p>一方従来から観光産業とみなされてきた諸業種は、旅行業を除いて資本集約的でありながら、消費者の満足に関わる末端の価値伝達は人的サービスを媒介にするという複雑な二重性を持っている。</p> <p>現在では観光行動の多様化を前提に、観光産業の範囲を観光農漁業や観光で用いられる用具の生産販売まで拡張しようという試みもなされているが、レジャー産業等周辺概念との整合性があり定着するにいたっていない。</p>
--

資料：長谷政弘編著「観光学辞典」(平成9年発行)。

2.2 集客交流産業の定義

(1) 集客交流産業と観光産業及び日本標準産業分類

集客交流産業は、平成14年に策定された「札幌市集客交流促進プラン」において、来札者への直接的なサービス提供（主なものとしては、飲食、買い物、レジャー、コンベンション、交通、宿泊）に関連する産業や来札者への情報提供（主なものとしては、観光企画、情報メディア）に関連する産業と定義されている。

すなわち、集客交流産業は来札者の直接の目的に対して財・サービスを提供する業種（飲食、買い物、レジャー）、あるいはそのための基盤を提供する業種（コンベンション、交通、宿泊、観光企画、情報メディア）ということができる。こうした定義は、来札者からみた産業区分であることから、前述の観光関連事業と一致する部分も多い。

そこで、このように定められた業種を日本標準産業分類に基づいて再定義するにあたって、まず集客交流産業と観光関連事業の関係を整理する。

図表2-3 従来の観光産業及び観光関連産業と集客交流産業との関連

日本標準産業分類 第10回改訂 (平成5年)	日本標準産業分類 第11回改訂 (平成14年)	「札幌市集客交流促進プラン」における 集客交流産業	観光産業 (狭義)	観光関連産業		
				古典的な 観光関連事業	観光の大衆化 に伴って 登場した 観光関連事業	近年の新しい 観光関連事業
I 卸売・小売業、飲食店	M 飲食店、宿泊業	飲食	-	飲食業	飲食業	複合型サービス施設
I 卸売・小売業、飲食店	J 卸売・小売業	買い物	土産品小売業	-	小売業、土産品販売業	ショッピングサービス業、複合型サービス施設
L サービス業	O 教育、学習支援業 Q サービス業 (他に分類されないもの)	レジャー	-	娯楽業、レンタカーサービス業	レンタル業、スポーツ・レクリエーション施設業、娯楽業、文化・教育施設	駐車場サービス業、アクティビティサービス業
L サービス業	O 教育、学習支援業 Q サービス業 (他に分類されないもの)	コンベンション	-	-	文化・教育施設	コンベンションサービス業
H 運輸・通信業	I 運輸業	交通	旅客輸送業	-	-	デリバリー・サービス業
L サービス業	M 飲食店、宿泊業	宿泊	旅館業	-	-	人材派遣業
H 運輸・通信業	I 運輸業	観光企画	旅行業	-	観光案内施設	人材派遣業
H 運輸・通信業 F 製造業	H 情報通信業	情報メディア	-	出版業	放送業	-

注：「観光関連産業」における各産業の概要は、「図表2-1 観光関連サービス産業業種」で記述しているものと同様。

図表 2 - 3 は、集客交流産業や観光関連産業が日本標準産業分類に上では、どの産業分類に含まれるかを大分類で示したものである。これをみると、「飲食」から「情報メディア」のそれぞれについて、様々な分類に含まれる業種が関連していることがわかる。

これらの業種も、来札者からみた業種となることからそれぞれ適切な日本標準産業分類への読み替えが必要となる。

(2) 集客交流産業の考え方

従来の観光産業および、図表 2 - 3 にあるような、その関連産業を参考としながら、集客交流産業の日本標準産業分類に基づいた定義について以下で考察する。産業分類から抽出する際の考え方をまとめると以下の通りとなる。最初に述べたように、集客交流に関連する業種を広義に考えた場合、その対象範囲がほとんど全ての業種にわたってしまうことから、これらは「どのように産業を限定するか」に関連したものである。

まず、基本となる業種は「飲食」、「買い物」、「レジャー」、「コンベンション」、「交通」、「宿泊」、「観光企画」、「情報メディア」とする。業種については、来札者の目的が様々な方面に拡大していくことが考えられ、それにしたがって拡大させる必要があるが、現時点ではその主なものとしてこれらに限るとする。

次に関連する産業として、来札者の直接利用となる産業を含めるが、2次利用、3次利用となるような産業は含めないとする。これは、対象とする範囲を不必要に広げないためであり、来札者の「直接」の目的に対してサービスを提供するということから基準を定めた。また直接の利用であっても、来客の考え方から定期的な訪問を要する業種は含めないとする。

図表 2 - 4 日本標準産業分類に基づく集客交流産業の抽出についての考え方

1. 「札幌市集客交流促進プラン」における集客交流産業に基づく。
業種は、飲食、買い物、レジャー、コンベンション、交通、宿泊、観光企画、情報メディア。
2. 観光産業、観光関連産業を含める。
3. 「1」をもとに、「2」を拡充する。
観光関連産業を参考に、集客によって成り立つ産業などを抽出する。ただし、一般生活に関連するサービスは来札者の直接の目的とはならないと考えられるため、関連する産業には含めない。
4. 来札者にとって2次利用（卸売業等）、3次利用（製造業等）となる産業は含めない。ただし、イベント・コンベンション主催者にとって直接利用となる関連産業は含める。
5. 「集客交流」の考え方から、通院など利用者の定期的な訪問を要する産業は含めない。

図表2 - 3をみると、「飲食」から「情報メディア」の各業種について、様々な産業が関連していることがわかる。

それらの産業の一つ一つは、ある程度定まった財やサービスを提供する業種であり、日本標準産業分類（小分類上）でも、特定が可能な産業が多いが、小売業のように広範な種類の財を提供する産業も含まれている。

そこで、集客交流産業のそれぞれの業種について詳細を見る前に、小売業を中心に別の角度からも集客交流産業を整理しておく。

（3）来札者の消費行動からみる集客交流産業

図表2 - 5は、道外からの北海道観光及び道民の道内観光における観光地等での消費額をまとめたものである。

まず、買い物・お土産代をみると、入場料やレンタル料、レンタカー料金や運送代など、図表2 - 3にある観光関連産業を利用していることがわかるが、買い物・お土産代の合計が道民185,157百万円、道外客149,375百万円（第3回）に対して、おみやげ品代は道民46,141百万円、道外客104,649百万円（同）となっており、土産品にかける費用は買い物全体で道民は約25%、道外客は約70%である。

商品によって金額の差はあるものの、観光客は土産品以外に様々な商品を購入していることがわかる。このことは、集客交流産業としての小売業を広くとらえる必要があることを示している。

さらに、より日常的な行動としての「買い物」について、北海道広域商圈動向調査から来札者の買い物行動を簡単に整理すると、図表2 - 6のようになる。これは、札幌市の近隣にある市から札幌市へ買い物に来る割合を商品ごとに示したものである。商品ごとに割合の差はあるものの、日常的な買い物のほとんどについて、札幌で購入する場面があることが見て取れる。

図表 2 - 5 北海道における観光消費額

単位：百万円

	第3回		第2回		第1回	
	道民観光消費額	道外客観光消費額	道民観光消費額	道外客観光消費額	道民観光消費額	道外客観光消費額
買物・お土産代	185,157	149,375	175,639	126,225	158,238	114,231
菓子・めん類、弁当、パン等	34,272	27,551	31,716	23,232	22,047	10,941
織物、衣服、ハンカチ等の布製品	30,521	5,879	30,290	6,169	37,758	7,242
清涼飲料水（コーラ、ジュース等）購入費	15,800	5,634	15,126	5,114	12,637	4,663
その他の品物	14,868	9,955	11,232	4,899	12,360	11,835
ビール、ウィスキー等の酒類購入費	12,302	12,111	14,968	8,061	13,070	12,525
生鮮魚介類	12,202	26,353	7,837	17,746	-	-
野菜、果物等の農産品	11,352	6,598	7,784	7,402	-	-
水産加工品	9,872	20,199	9,265	19,846	8,820	21,546
電気製品、電池、カメラ・時計等	8,728	1,853	6,804	769	5,485	1,822
玩具、ぬいぐるみ、小物等の雑貨	7,418	6,315	10,702	4,338	4,551	2,425
水産加工品以外の加工食品	6,449	7,750	5,690	8,355	7,331	16,613
フィルム、ビデオテープ	4,128	1,348	3,239	1,649	4,671	2,716
革製品	3,987	2,171	5,405	2,004	9,231	2,276
たばこ	3,158	2,177	3,477	1,288	3,937	1,816
ガラス製品、陶磁器	2,928	3,885	2,929	6,116	3,854	5,166
書籍、新聞、絵はがき	2,671	3,096	4,098	1,695	2,939	2,208
石鹸、はみがき粉、化粧品、医薬品	2,488	1,043	2,462	893	3,098	781
木製の民芸品、置物等	2,013	5,457	2,615	6,649	6,449	9,656
（内おみやげ代）	46,141	104,649	36,713	64,668	-	-
（買物・お土産代全体に占める割合）	24.9%	70.1%	20.9%	51.2%	-	-
雑貨・通信費・運送費	108,594	67,839	80,787	31,190	67,426	24,735
入場料・施設利用料、娯楽用品レンタル料	92,726	11,920	66,326	9,484	53,019	7,294
洗濯・理容・美容費・入浴料	8,067	1,382	5,310	796	4,221	634
写真、修理、その他のサービス費	3,512	3,802	3,254	2,328	4,643	3,665
レンタカー料金	1,611	43,648	1,372	11,599	1,196	3,930
自動車修理費	1,202	181	2,788	213	2,427	22
電話、官製はがき、切手代、運送料	903	5,380	974	6,510	1,509	8,262
医療費	573	1,526	763	260	411	928

資料：北海道経済部観光振興課「北海道観光の概況平成11年度～13年度」（北海道観光産業経済効果調査委員会調べ）、株式会社たくぎん総合研究所「北海道観光産業経済効果調査報告書（平成7年10月）、株式会社たくぎん総合研究所「北海道観光産業経済効果調査報告書（平成2年3月）」より作成。

注：第1回調査の項目は第2、3回調査とほぼ同様の項目と想定されるが、項目名が若干異なるものは以下の通りである。

第2、3回調査項目	第1回調査項目
菓子・めん類、弁当、パン等	弁当、パン、菓子代、乾麺等
玩具、ぬいぐるみ、小物等の雑貨	筆記具、玩具、樹脂製品、楽器等の雑貨
織物、衣服、ハンカチ等の布製品	織物、衣服、マフラー等の身のまわり品
革製品	靴、履物、かばん等
木製の民芸品、置物等	家具、置物等の木製品
レンタカー料金	レンタカー料金、その他のレンタル料

図表 2 - 6 札幌市中央区で買物する割合

単位：%

購入者の居住地	生鮮食料品	一般食料品	日用雑貨	医薬品・化粧品	実用衣料	高級衣料	呉服・反物・寝具	服飾品・アクセサリ	靴・カバン	時計・メガネ・カメラ	家庭電気製品	家具・インテリア	書籍・文具	楽器・CD・スポーツ用品	贈答品	合計
恵庭市	0.4	0.3	3.2	1.4	4.0	27.2	13.3	22.8	13.6	12.8	5.3	9.2	5.2	9.5	14.4	9.4
千歳市	0.3	0.5	4.1	1.1	4.9	21.5	7.1	17.5	11.1	8.9	2.2	6.8	4.4	9.9	10.5	7.3
夕張市	1.3	1.6	3.7	1.8	8.3	25.4	10.9	23.1	13.7	18.3	4.7	8.4	7.3	15.6	14.7	10.5
小樽市	0.7	0.6	2.7	0.8	6.1	19.6	8.7	15.2	10.0	9.1	4.4	9.9	3.8	6.2	10.1	7.1
江別市	0.6	1.3	6.9	3.6	9.9	37.9	21.9	34.7	21.7	21.6	10.4	19.2	9.1	17.7	33.0	16.5
岩見沢市	0.4	0.6	2.2	1.7	4.7	24.4	9.8	20.3	12.9	9.1	2.4	5.7	3.9	6.4	11.3	7.6
美唄市	0.3	0.4	1.7	0.8	2.4	16.9	3.9	14.0	6.5	6.6	1.3	2.1	1.5	5.0	5.3	4.5
滝川市	0.5	0.6	2.5	1.4	5.3	15.1	9.4	15.9	9.1	11.3	4.4	4.3	2.8	6.8	11.8	6.7

資料：北海道商工労働観光部「北海道広域商圈動向調査報告書（平成4年3月）」より作成。

「北海道における観光客の消費額」及び「来札者の消費行動」を整理すると、札幌市外在住者の札幌市中央区での購買率や、道民及び道外客の観光消費額は、業種によってその割合、金額に差はあるが、来札者はいずれの小売業においても、何らかの消費行動をおこなっている。さらに小売業は全て「集客によって成り立つ産業」であることから、集客交流産業に含まれると考えられよう。

(4) 集客交流産業各分野における定義

以上をふまえ、日本標準産業分類から集客交流産業に該当する産業を抽出する。ただし、需要者側からみた産業の区分を供給者側からみた産業の区分に置き換えるため、抽出した産業分類に含まれる全ての事業所が実際に集客交流産業であるとは限らない。したがって、抽出された産業の全体は集客交流産業を含む産業ということになる。また、今後の集客交流促進によって、集客交流産業の範囲は拡大することも考えられる。このため、これから定義する産業は、あくまで現時点で考えられる定義である。

飲食

「飲食」には、図表 2 - 3 にあるように観光産業に含まれている「飲食業」、観光関連産業に含まれている「複合型サービス施設（「道の駅」等のように飲食及び小売業等の業種が複合している施設等）」が該当する。「複合型サービス施設」はその形態により分類が異なることから、日本標準産業分類では「I卸売・小売業，飲食店」の「60 一般飲食店」、「61 その他の飲食店」とする。

買い物

「買い物」には、図表2 - 3にあるように観光産業における「土産品小売業」、観光関連産業における「小売業」、「ショッピングサービス業（航空機内で土産品等の販売）」、「複合型サービス施設（「道の駅」等のように飲食及び小売業等の業種が複合している施設等）」が該当する。このうち主なものは小売業であるが、「（3）来札者の消費行動からみる集客交流産業」でみたように、来札者は多様な小売業に対して、何らかの消費行動をおこしていることから、逆にある小売業を集客交流産業ではないと特定することが難しい。

よって「買い物」は、日本標準産業分類での「Ⅰ卸売・小売業，飲食店」のうち小売業の全て「54 各種商品小売業」、「55 織物・衣服・身の回り品小売業」、「56 飲食物品小売業」、「57 自動車・自転車小売業」、「58 家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業」、「59 その他の小売業」とする。

レジャー

「レジャー」には、図表2 - 3にあるように観光関連産業における「娯楽業」、「レンタカーサービス業（空港・駅等の乗用車の貸出）」、「レンタル業」、「スポーツ・レクリエーション施設業」、「文化・教育施設」、「駐車場サービス業（空港等で観光者の自家用車を預かり送迎）」、「アクティビティサービス業（スポーツ・レクリエーションの指導）」が該当する。

このうちアクティビティサービス業は産業分類では、「749 他に分類されない生活関連サービス業（観光案内業（ガイド）等）」、あるいはLサービス業において「848 個人教授所」に含まれると考えられるが、この分類は定期的な来札により成立している場合が多い産業として位置付けられるため、ここでは集客交流産業には含めない。

これらは日本標準産業分類では「Lサービス業」の「726 特殊浴場業」、「73 駐車場業」、「743 写真業」、「749 他に分類されない生活関連サービス業（観光案内業（ガイド）等）」、「76 娯楽業」、「794 自動車賃貸業」、「795 スポーツ・娯楽用品賃貸業」、「799 その他の物品賃貸業」、「918 社会教育（博物館等が含まれる。「その他の社会教育」は除く）」に含まれる。

コンベンション

「コンベンション」には、図表2 - 3にあるように観光関連産業に含まれている「文化・教育施設（博物館等）」、「コンベンションサービス業（会場誘致や運営を担当）」が該当する。

コンベンションサービスとして具体的には、図表2 - 7にある通り、会議運営、人材派遣、機材レンタル、展示、舞台、看板等がある。

図表 2 - 7 コンベンションサービス

区 分	コンベンションサービス概要
会議運営	広告業や旅行業が多いと考えられる
人材派遣	他に分類されない事業サービス業
機材レンタル	各種物品賃貸業
展示、舞台、看板等	他に分類されない事業サービス業、その他の専門サービス業
宿泊、宴会、会議施設	旅館、その他の宿泊所、集会場
広告	広告業
企画	広告業や旅行業が多いと考えられる
印刷	出版・印刷業
出版	出版・印刷業
WEB	新しい業種であり、主な産業分類がない。ただし、出版・印刷などの業種が多いと考えられる

資料：財団法人札幌国際プラザコンベンションビューロー発行、コンベンション関連産業札幌ネットワーク編集「札幌コンベンションサービスガイド」。

これらの中には新しい業種であって日本標準産業分類となじまないものもあるが、「コンベンション」には、「F 製造業」の「19 出版・印刷・同関連産業（新聞業を除く）」、「L サービス業」の「791 各種物品賃貸業」、「793 事務用機械器具賃貸業」、「822 情報処理・提供サービス業（その他の情報サービス業を除く）」、「83 広告業」、「849 その他の専門サービス業（通訳業等）」、「869 他に分類されない事業サービス業」、「918 社会教育（公民館等が含まれる。「その他の社会教育」は除く）」、「951 集会場」に含まれる。

交通

「交通」には、図表 2 - 3 にあるように観光産業に含まれている「旅客輸送業」、観光関連産業に含まれている「デリバリー・サービス業（旅行に必要な荷物を集荷・配送）」が該当する。

日本標準産業分類では「H 運輸・通信業」の「39 鉄道業」、「40 道路旅客運送業」、「41 道路貨物運送業（特定貨物自動車運送業は除く）」、「42 水運業（船舶貸渡業は除く）」、「43 航空運輸業（航空機使用業は除く）」、「45 運輸に附帯するサービス業（旅行業及びこん包業、運輸施設提供業、その他の運輸に附帯するサービス業は除く）」に含まれる。

宿泊

「宿泊」には、図表 2 - 3 にあるように観光産業に含まれている「旅館業」、観光関連産業に含まれている「人材派遣業」該当する。

これらは日本標準産業分類では「L サービス業」の「75 旅館，その他の宿泊所（下宿業は除く）」、「869 他に分類されない事業サービス業（労働者派遣業のみ含む）」に含まれる。

観光企画

「観光企画」には、図表2 - 3にあるように観光産業に含まれている「旅行業」、観光関連産業に含まれている「観光案内施設」、「人材派遣業」が該当する。

これらは日本標準産業分類では「H運輸・通信業」の「451 旅行業」、「459 その他の運輸に付帯するサービス業（観光協会等）」、「869 他に分類されない事業サービス業（労働者派遣業のみ含む）」に含まれる。

情報メディア

「情報メディア」には、図表2 - 3にあるように観光関連産業に含まれている「出版業」、「放送業」が該当する。また図表2 - 3にはないが、Webを媒体とした新しい形の観光等の情報提供が考えられる。

これらは日本標準産業分類では「Lサービス業」の「81 放送業」、「822 情報処理・提供サービス業（その他の情報サービス業を除く）」、「83 広告業」に含まれる。

(5) 日本標準産業分類に基づく集客交流産業の定義

集客交流産業の日本標準産業分類における定義は、図表2 - 8 ~ 2 - 15のとおりとなる。以下の図表では集客交流産業を網掛けしている部分の産業として示しており、例えば製造業には、出版業、印刷関連サービス業等が含まれる。

図表2 - 8 集客交流産業分類（製造業）

	事業所数	従業者数	備考	札幌市集客交流促進プランにおける集客交流産業
F 製造業	3,040	48,559		
19 出版・印刷・同関連産業	713	11,776		
191 新聞業	43	2,336		
192 出版業	92	1,210		コンベンション
193 印刷業（謄写印刷業を除く）	493	7,332		コンベンション
194 製版業	49	557		ション
195 製本業，印刷物加工業	34	323		
199 印刷関連サービス業	2	18		
網掛け部分（小分類）合計値	670	9,440		

資料：総務庁「日本標準産業分類（平成5年10月）」、総務省ホームページ（平成13年事業所・企業統計調査 都道府県別集計結果（確報）：第9表産業（小分類），従業者規模（13区分）別民営事業所数及び男女別従業者数 - 都道府県，14大都市）。

注：網掛け部分の色が濃い部分■は従来の観光産業及び観光関連産業、薄い部分□は今回新たに集客交流産業として追加したものである（以下同様）。

図表 2 - 9 集客交流産業分類（運輸・通信業）

	事業所数	従業者数	備考	札幌市集客交流促進プランにおける集客交流産業
H 運輸・通信業	2,037	52,349		
39 鉄道業	39	2,196		交通
391 鉄道業	39	2,196	線路等を使用して旅客又は貨物の運送を行う事業所	
40 道路旅客運送業	550	14,443		交通
401 一般乗合旅客自動車運送業	16	1,302	乗合バス業	
402 一般乗用旅客自動車運送業	514	12,109	ハイヤー業、タクシー業	
403 一般貸切旅客自動車運送業	20	1,032	貸切バス業	
404 特定旅客自動車運送業	-	-		
409 その他の道路旅客運送業	-	-		
41 道路貨物運送業	731	21,443		
411 一般貨物自動車運送業	549	17,847		交通
412 特定貨物自動車運送業	59	1,649		
413 貨物軽自動車運送業	90	454		交通
414 集配利用運送業	20	1,214	自動車による集荷、配達を行う事業所等	
419 その他の道路貨物運送業	13	279	自転車貨物運送業等	
42 水運業	15	171		
421 外航海運業	2	6	外航旅客、貨物定期航路業等	交通
422 沿海水運業	13	165	国内旅客、貨物定期航路業、自動車航送業等	
423 内陸水運業	-	-	通船業；港湾内遊覧船業等	
424 船舶貸渡業	-	-		
43 航空運輸業	17	416		
431 航空運送業	17	416	航空機により旅客又は貨物の運送を行う事業所	交通
432 航空機使用業（航空運送業を除く）	-	-	航空機を使用して宣伝広告等を行う事業所	
44 倉庫業	94	1,206		
441 普通倉庫業	82	996		
442 冷蔵倉庫業	12	210		
443 水面木材倉庫業	-	-		
45 運輸に附帯するサービス業	287	4,691		
451 旅行業	211	2,767	一般旅行業、国内旅行業、旅行業代理店業	観光企画
452 港湾運送業	4	48	港湾荷役業、いかだ運送業等	交通
453 貨物運送取扱業	15	90	利用運送業、運送取扱業	
454 運送代理店	5	48	航空運送代理店	
455 運輸あっせん業	1	72	海運貨物仲立業、船舶仲立業	
456 こん包業	24	1,199	荷造業、組立こん包業等	
457 運輸施設提供業	4	35	飛行場業（国際空港等）、自動車道業（有料道路等）等	
459 その他の運輸に附帯するサービス業	23	432	水先業、観光協会、海上交通センター、水路測量業等	観光企画
46 郵便業	22	128		
461 郵便業	-	-		
462 郵便受託業	22	128		
47 電気通信業	282	7,655		
471 国内電気通信業	44	4,778		
472 国際電気通信業	-	-		
473 有線放送電話業	-	-		
474 電気通信に附帯するサービス業	238	2,877		
網掛け部分（小分類）合計値	1,552	40,477		

資料：総務庁「日本標準産業分類（平成 5 年 10 月）」、総務省ホームページ（平成 13 年事業所・企業統計調査 都道府県別集計結果（確報）：第 9 表産業（小分類）、従業者規模（13 区分）別民営事業所数及び男女別従業者数 - 都道府県，14 大都市）。

図表 2 - 10 集客交流産業分類（卸売・小売業、飲食店）（1）

	事業所数	従業者数	備考	札幌市集客交流促進プランにおける集客交流産業	
I 卸売・小売業、飲食店	32,505	293,447			
48～53 卸売業	7,101	84,943	卸売業とは、主として次の業務を行う事業所をいう。 (1) 小売業又は他の卸売業に商品を販売するもの。 (2) 鉱工業、建設業、運輸・通信業、サービス業（ホテル、病院、理容所、学校など）、官公庁、またはその他の産業用使用者に商品を大量又は多額に販売するもの。 (3) 主として業務用に使用される商品（事務用機械及び家具、病院、美容院、レストラン、ホテルなどの設備、産業用機械（農業用器具を除く）、建設材料（木材、セメント、板ガラス、かわらなど）など）を販売するもの。 (4) 鉱工業会社が別の場所に経営している自己製品の卸売事業所（主として統括的・管理的事務を行っている事業所を除く） (5) 他の事業所のために商品の売上の代理行為を行い、又は仲立人として商品の売上のあっせんをするもの。		
48 各種商品卸売業	18	490			
481 各種商品卸売業	18	490			
48A 各種商品卸売業	-	-			
48B その他の各種商品卸売業	18	490			
49 繊維・衣服等卸売業	486	6,301			
491 繊維品卸売業	38	246			
492 衣服・身の回り品卸売業	448	6,055			
50 飲食料品卸売業	1,240	18,667			
501 農畜産物・水産物卸売業	495	7,506			
50A 米穀類卸売業	40	419			
50B 野菜・果実卸売業	116	2,254			
50C 食肉卸売業	90	1,218			
50D 生鮮魚介卸売業	211	3,290			
50E その他の農畜産物・水産物卸売業	38	325			
502 食料・飲料卸売業	745	11,161			
51 建築材料、鉱物・金属材料等卸売業	1,399	14,257			
511 建築材料卸売業	798	8,136			
512 化学製品卸売業	257	2,473			
513 鉱物・金属材料卸売業	240	2,891			
514 再生资源卸売業	104	757			
52 機械器具卸売業	2,046	22,782			
521 一般機械器具卸売業	778	7,507			
522 自動車卸売業	269	2,693			
523 電気機械器具卸売業	556	8,617			
529 その他の機械器具卸売業	443	3,965			
53 その他の卸売業	1,912	22,446			
531 家具・建具・じゅう器等卸売業	281	2,850			
532 医薬品・化粧品等卸売業	518	9,179			
533 代理商、仲立業	6	32			
539 他に分類されない卸売業	1,107	10,385			
54～59 小売業	13,351	138,739		買い物	
54 各種商品小売業	62	11,068			
541 百貨店	39	10,284			
549 その他の各種商品小売業	23	784	デパートメントストア（従業者が常時50人未満のもの）等		
55 繊維物・衣服・身の回り品小売業	2,029	11,153			
551 呉服・服地・寝具小売業	285	1,616			
552 男子服小売業	339	1,795			
553 婦人・子供服小売業	895	5,002			
554 靴・履物小売業	157	838			
559 その他の繊維物・衣服・身の回り品小売業	353	1,902	かばん小売業、トランク小売業等		
56 飲食料品小売業	4,100	52,687			
561 各種食料品小売業	1,477	31,676	食料雑貨店等		
562 酒小売業	365	1,935			
563 食肉小売業	93	417			
564 鮮魚小売業	186	1,442			
565 乾物小売業	20	114			
566 野菜・果実小売業	272	1,402			
567 菓子・パン小売業	653	5,743			
568 米穀類小売業	127	675			
569 その他の飲食料品小売業	907	9,283			
56A 料理品小売業	505	7,255	惣菜屋、ピザ小売業等		
56B その他の飲食料品小売業	402	2,028	牛乳小売業、茶小売業、豆腐小売業等		
57 自動車・自転車小売業	1,148	10,795			
571 自動車小売業	1,021	10,531			
572 自転車小売業	127	264			
58 家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業	1,016	8,717			
581 家具・建具・畳小売業	248	1,780			
582 金物・荒物小売業	170	1,977			
583 陶磁器・ガラス器小売業	49	194			
584 家庭用機械器具小売業	533	4,700			
589 その他のじゅう器小売業	16	66	茶道具小売業、漆器小売業等		

資料：総務庁「日本標準産業分類（平成5年10月）」、総務省ホームページ（平成13年事業所・企業統計調査 都道府県別集計結果（確報）：第9表産業（小分類）、従業者規模（13区分）別民営事業所数及び男女別従業者数 - 都道府県、14大都市）。

図表 2 - 11 集客交流産業分類（卸売・小売業、飲食店）（2）

	事業所数	従業者数	備考	札幌市集客交流促進プランにおける集客交流産業
59 その他の小売業	4,996	44,319		
591 医薬品・化粧品小売業	1,128	7,252		
592 農耕用品小売業	37	175		
593 燃料小売業	858	8,467		
594 書籍・文房具小売業	674	15,576		
595 スポーツ用品・がん具等小売業	424	2,731		
59A スポーツ用品小売業	218	1,438		
59B がん具・娯楽用品小売業	126	672		
59C 楽器小売業	80	621		
596 写真機・写真材料小売業	45	280		
597 時計・眼鏡・光学機械小売業	293	1,429		
598 中古品小売業(他に分類されないもの)	283	939		
599 他に分類されない小売業	1,254	7,470		
59D 花・植木小売業	394	1,701	花屋、植木小売業等	
59E 他に分類されない小売業	860	5,769	たばこ・喫煙具専門小売業	
60～61 飲食店	12,053	69,765		飲食
60 一般飲食店	5,334	38,558		
601 食堂，レストラン	2,967	22,882		
60A 一般食堂（別掲を除く）	767	5,064		
60B 日本料理店	374	3,804		
60C 西洋料理店	391	4,461		
60D 中華料理店	975	5,744		
60E 焼肉店（東洋料理のもの）	335	2,820		
60F 東洋料理店	125	989		
602 そば・うどん店	444	2,952		
603 すし店	576	4,613		
604 喫茶店	1,109	3,970		
609 その他の一般飲食店	238	4,141		
60G ハンバーガー店	96	2,595		
60H お好み焼店	58	313		
60J その他の一般飲食店	84	1,233	大福屋、氷水屋等	
61 その他の飲食店	6,719	31,207		
611 料亭	8	61		
612 バー，キャバレー，ナイトクラブ	4,054	16,929		
613 酒場，ピヤホール	2,657	14,217		
網掛け部分（小分類）合計値	25,404	208,504		

資料：総務庁「日本標準産業分類（平成 5 年 10 月）」、総務省ホームページ（平成 13 年事業所・企業統計調査 都道府県別集計結果（確報）：第 9 表産業（小分類）、従業者規模（13 区分）別民営事業所数及び男女別従業者数 - 都道府県，14 大都市）。

図表 2 - 12 集客交流産業分類（サービス業）（1）

	事業所数	従業者数	備考	札幌市集客交流促進プランにおける集客交流産業
L サービス業	21,635	250,628		
72 洗濯・理容・浴場業	5,089	19,244	洗濯業、洗張・染物業、理容業、美容業、浴場業などの主として個人に対して身の回りの清潔を保持するためのサービスを提供する事業所	
721 洗濯業	995	5,842	普通洗濯業、洗濯物取次業、リネンサプライ業	
72A 普通洗濯業	940	4,565	クリーニング業等	
72B リネンサプライ業	55	1,277	貸おしぼり業等	
722 洗張・染物業	20	79	染抜（しみぬき）業、染物屋等	
723 理容業	1,711	4,167	床屋、理容院等	
724 美容業	2,131	6,870	美容室、マニキュア業等	
725 公衆浴場業	138	951	銭湯業、ふる屋等	
726 特殊浴場業	53	1,252	温泉浴場業、サウナぶる業等	レジャー
729 その他の洗濯・理容・浴場業	41	83	コインシャワー業、コインランドリー業等	
73 駐車場業	308	1,155	自動車の駐車のための場所を提供する事業所	レジャー
731 駐車場業	308	1,155	自動車庫業等	
74 その他の生活関連サービス業	769	4,834	主として個人を対象としてサービスを提供する他に分類されない事業所（統計に当該項目の記述無し）	
741 家事サービス業（住込みのもの）			（統計に当該項目の記述無し）	
742 家事サービス業（住込みでないもの）			（統計に当該項目の記述無し）	
743 写真業	421	2,128	写真館、街頭写真業等	レジャー
744 衣服裁縫修理業	131	777	衣服修理業、かけはぎ業等	
745 物品預り業	1	2	荷物一時預り業、コインロッカー業等	
746 火葬・墓地管理業	5	38	火葬場、納骨堂、墓地管理業等	
747 冠婚葬祭業	98	1,134	葬儀業、結婚式場業、冠婚葬祭互助会	
74A 葬儀業	82	780	斎場、葬儀屋	
74B 結婚式場業	5	157	主として挙式、披露宴挙行等婚礼の為に施設・サービス提供事業所	
74C 冠婚葬祭互助会	11	197	婚礼の為に施設・サービスの提供、葬儀執行業務を一体として行い、これらの便益の提供を受けるものから、当該便益等の提供に先立って、対価の一部または全部を二ヶ月以上の期間にわたり、かつ三回以上に分割して受	
749 他に分類されない生活関連サービス業	113	755	観光案内業（ガイド）、結婚式場紹介業等	レジャー
75 旅館、その他の宿泊所	526	14,066	宿泊又は宿泊と食事を提供する事業所。本分類には、一般公衆に提供する営利的宿泊施設、特定の団体の会員のみに限られる宿泊施設、会社、官公署、学校、病院などの事業体附属の宿泊施設及びキャンプ場が含まれる	宿泊
751 旅館	276	12,616	旅館、ホテル、ビジネスホテル等	
752 簡易宿所	3	26	山小屋、カプセルホテル等	
753 下宿業	147	422	下宿屋等	
759 その他の宿泊所	100	1,002	会社・団体の宿泊所、リゾートクラブ、他に分類されない宿泊所	宿泊
75A 会社・団体の宿泊所	32	726	会員宿泊所、ユースホステル等	
75B 他に分類されない宿泊所	68	276	キャンプ場、会社の独身寮、学生寮等	
76 娯楽業（映画・ビデオ制作業を除く）	840	13,787	映画、演劇その他の興行及び娯楽を提供し、又は休養を与える事業所並びにこれに附帯するサービスを行う事業	レジャー
761 映画館	19	137	映画劇場、野外映画劇場、映画館貸貸業等	
762 劇場、興行場（別掲を除く）	7	207	劇場、劇場附属の劇団、寄席、演芸場等	
763 興行団	20	283	劇団（独立のもの）、楽団（独立のもの）、プロ野球団	
764 競輪・競馬等の競走場	1	532	競馬場、競輪場、自動車モーターボート等の競走場	
765 競輪・競馬等の競技団	6	54	日本自転車振興会、日本中央競馬会等	
766 スポーツ施設提供業	100	2,451	体育館、ゴルフ場、ボウリング場、テニสนาม等	
76A スポーツ施設提供業（別掲を除く）	10	532	陸上競技場、サッカー場等	
76B 体育館	2	6	体育館	
76C ゴルフ場	26	1,131	ゴルフ場	
76D ゴルフ練習場	39	473	ゴルフ練習場	
76E ボウリング場	11	225	ボウリング場	
76F テニสนาม	2	8	テニสนาม	
76G バッティング・テニス練習場	10	76	バッティング・テニス練習場	
767 公園、遊園地	2	5	公園、遊園地	
768 遊戯場	406	6,028	ビリヤード場、囲碁・将棋所、マージャンクラブ等	
76K マージャンクラブ	129	368	マージャン荘等	
76L パチンコホール	164	4,478	パチンコ店等	
76M その他の遊戯場	113	1,182	スロットマシン場、ゲームセンター等	
769 その他の娯楽業	279	4,090	ダンスホール、マリナー業、遊漁船業等	
76N マリナー業	-	-	ヨットハーバー等	
76P 遊漁船業	-	-	釣船業等	
76Q その他の娯楽業	279	4,090	ブレイガイド、場外馬券売場等	

資料：総務庁「日本標準産業分類（平成5年10月）」、総務省ホームページ（平成13年事業所・企業統計調査 都道府県別集計結果（確報）：第9表産業（小分類）、従業者規模（13区分）別民営事業所数及び男女別従業者数 - 都道府県、14大都市）。

図表 2 - 13 集客交流産業分類（サービス業）（2）

	事業所数	従業者数	備考	札幌市集客交流促進プランにおける集客交流産業
77 自動車整備業	598	4,084	自動車の整備修理を行う事業所	
771 自動車整備業	598	4,084	自動車整備業、自動車車体修理業等	
78 機械・家具等修理業（別掲を除く）	481	4,307	機械、家具等他に分類されないその他の修理を行う事業	
781 機械修理業	326	3,827	機械修理業、船舶修理業、テレビ修理業、建設機械整備	
782 家具修理業	8	22	家具修理業、いす修理業	
783 かじ業	-	-	かじ業、手工鍛造業等	
784 表具業	17	50	表具業、ふすま張業等	
789 他に分類されない修理業	130	408	時計修理業、履物修理業、楽器修理業等	
79 物品賃貸業	547	5,278	主として産業用機械器具、事務用機械器具、自動車、スポーツ・娯楽用品、映画・演劇用品等の物品を賃貸する総合リース業、各種物品レンタル業	
791 各種物品賃貸業	41	547		コンベンション
792 産業用機械器具賃貸業	176	1,698	農業機械器具賃貸業、自動販売機（コインオペレータ）賃貸業、建設用クレーン賃貸業等	
793 事務用機械器具賃貸業	17	162	電子式複写機賃貸業、電子計算機関連機器賃貸業等	コンベンションレジャー
794 自動車賃貸業	80	877	レンタカー業等	
795 スポーツ・娯楽用品賃貸業	9	98	スポーツ用品賃貸業、スキー用品賃貸業等	
799 その他の物品賃貸業	224	1,896	映画・演劇用品賃貸業、音楽・映像記録物賃貸業（別掲を除く）、貸衣しょう業（別掲を除く）等	
79A 音楽・映像記録物賃貸業（別掲を除く）	111	846	レンタルビデオ業、レコード賃貸業等	
79B その他の物品賃貸業	113	1,050	貸本屋、貸楽器業等	
80 映画・ビデオ制作業	54	947	映画及びテレビ番組の制作・配給並びにこれらに付帯するサービスを行う事業所	
801 映画、ビデオ制作・配給業	54	947	映画撮影所、テレビ番組制作業、映画配給業等	
802 映画・ビデオサービス業	-	-	映画出演者あっせん業、タイトル書き業等	
81 放送業	29	1,946	公衆によって直接視聴される目的をもって、無線又は有線の電気通信設備により放送事業（放送の再送信を含む）を行う事業所	情報メディア
811 公共放送業（有線放送業を除く）	2	375	日本放送協会本部・同地方放送局・同放送局支局	
812 民間放送業（有線放送業を除く）	15	1,275	テレビジョン放送業、ラジオ放送業等	
813 有線放送業	12	296	有線テレビジョン放送業、有線ラジオ放送業	
82 情報サービス・調査業	708	16,766	主として企業経営を対象として、情報の処理、提供、調査等のサービスを行う事業所	
821 ソフトウェア業	519	12,058	受託開発ソフトウェア業、パッケージソフトウェア業	
822 情報処理・提供サービス業	158	4,473	情報処理サービス業、情報提供サービス業、その他の情報処理・提供サービス業	
82A 情報処理サービス業	92	3,618	受託計算サービス業、計算センター等	情報メディア、コンベンション
82B 情報提供サービス業	36	676	データベースサービス業（不動産情報、交通運輸情報、気象情報、科学技術情報などの提供サービス業）	
82C その他の情報サービス業	30	179	市場調査業、世論調査業	
823 ニュース供給業	12	74	新聞社支局（印刷発行を行わないもの）、民間放送局支局（放送設備のないもの）	
824 興信所	19	161	私立探偵社、信用調査所等	
83 広告業	229	2,718	広告代理業等主として依頼人のために広告することを業とする事業所	情報メディア、コンベンション
831 広告代理業	195	2,463	新聞広告代理業、車両内広告代理業等	
839 その他の広告業	34	255	掲示案内業、サンプル配布業等	
84 専門サービス業	4,570	30,487	法務に関する事務、助言、相談、その他の法律的服务、財務及び会計に関する監査、調査、相談のサービス、税務に関する書類の作成、相談のサービス及び土木建築に関する設計、相談のサービス並びに他に分類されない自由業的、専門的なサービスを行う事業所	
841 法律事務所、特許事務所	240	841	弁護士事務所、弁理士事務所等	
842 公証人役場、司法書士事務所	162	503	司法書士事務所等	
843 公認会計士事務所、税理士事務所	665	2,892	外国公認会計士事務所、会社設立決算事務引受業等	
844 獣医業	132	541	家畜診療所；犬猫病院	
845 土木建築サービス業	1,298	13,462	建設コンサルタント業、地質調査業等	
846 デザイン業	147	668	インテリアデザイン事務所、工業デザイン事務所等	
847 著述家・芸術家業	6	10	作家業、映画監督業等	
848 個人教授所	1,278	7,104	ピアノ教授所、家庭教師等	
84A 学習塾（各種学校でないもの）	359	2,690	進学塾など	
84B フィットネスクラブ	22	727	アスレチッククラブ、フィットネスクラブ等	
84C スポーツ・健康個人教授所	56	638	（日本標準産業分類に説明記述無し）	
84D 生花・茶道個人教授所	66	95	（日本標準産業分類に説明記述無し）	
84E そろばん個人教授所	71	138	（日本標準産業分類に説明記述無し）	
84F 音楽個人教授所	244	448	（日本標準産業分類に説明記述無し）	
84G 書道個人教授所	89	226	（日本標準産業分類に説明記述無し）	
84H 和裁・洋裁個人教授所	21	42	（日本標準産業分類に説明記述無し）	
84J その他の個人教授所	350	2,100	（日本標準産業分類に説明記述無し）	
849 その他の専門サービス業	642	4,466	経営コンサルタント業、広告制作業、通訳業、司会業等	コンベンション

資料：総務庁「日本標準産業分類（平成5年10月）」、総務省ホームページ（平成13年事業所・企業統計調査 都道府県別集計結果（確報）：第9表産業（小分類）、従業者規模（13区分）別民営事業所数及び男女別従業者数 - 都道府県、14大都市）。

図表 2 - 14 集客交流産業分類（サービス業）(3)

	事業所数	従業者数	備 考	札幌市集客交流促進プランにおける集客交流産業
85 協同組合（他に分類されないもの）	214	4,232	企業経営に対して総合的に各種サービスを行う農林水産業協同組合、事業協同組合の事業所	
851 農林水産業協同組合	53	3,334	農業協同組合（各種事業を行うもの）等	
852 事業協同組合（他に分類されないもの）	161	898	青果物商業協同組合（各種事業を行うもの）等	
86 その他の事業サービス業	1,201	41,504	企業経営を対象としてサービスを行う他に分類されない	
861 速記・筆耕・複写業	101	823	あて名書業、青写真業等	
862 商品検査業	16	313	計量検定業等	
863 計量証明業	18	300	長さ・面積等計量証明業等	
864 建物サービス業	380	22,897	ビルメンテナンス業、ガラスふき業等	
865 民営職業紹介業	63	584	配せん人紹介業、マネキン紹介所等	
866 警備業	114	4,691	警備保障業等	
869 他に分類されない事業サービス業	509	11,896	ディスプレイ業、産業設備洗浄業、看板書き業等	コンベンション、宿泊、観光企画
86A 労働者派遣業	77	4,905	労働者派遣業	
86B 他に分類されない事業サービス業	432	6,991	温泉供給業、レッカー車業等	
87 廃棄物処理業	54	1,610	廃棄物の処理を行う事業所	
871 一般廃棄物処理業	24	1,164	浄化槽清掃業、ごみ収集運搬業、ごみ処分業等	
872 産業廃棄物処理業	28	442	産業廃棄物収集運搬業、産業廃棄物処分業等	
879 その他の廃棄物処理業	2	4	死亡獣畜取扱業、放射性廃棄物処理業等	
88 医療業	3,159	52,846	医師または歯科医師等が患者に対して医療または医薬類似行為を行う事業所及びこれに直接関連するサービスを提供する事業所	
881 病院	210	32,230	総合病院、精神病院、結核病院、らい病院、伝染病院等	
882 一般診療所	944	9,537	有床診療所、無床診療所	
883 歯科診療所	1,081	5,971	歯科医院、歯科診療所	
884 助産所	4	10	助産所、助産婦業	
885 療術業	709	2,087	マッサージ業、はり業、温泉療法業等	
886 歯科技工所	135	693	歯科技術業	
887 医療に附帯するサービス業	32	901	骨髄バンク、衛生検査所等	
889 その他の医療業	44	1,417	老人保健施設、老人訪問看護ステーション等	
89 保健衛生	18	894	保健所、健康相談施設、検疫所（動物検疫所、植物防疫所を除く）等保健衛生に関するサービスを提供する事業	
891 保健所	-	-	保健所	
892 健康相談施設	11	862	結核健康相談施設、精神保健相談施設等	
893 検疫所（動物検疫所、植物防疫所を除く）	-	-	検疫所、検疫支所、検疫出張所	
899 その他の保健衛生	7	32	消毒業、検査業等	
90 社会保険、社会福祉	490	9,896	社会保険または社会福祉の事業を行う事業所及び免囚、少年保護等更生保護事業を行う事業所	
901 社会保険事業団体	42	936	健康保険組合、国家（地方）公務員共済組合等	
902 福祉事務所	-	-	社会福祉事務所、福祉事務所	
903 児童福祉事業	227	3,534	保育所、その他の児童福祉事業	
90A 保育所	210	3,274	保育所、託児所	
90B その他の児童福祉事業	17	260	児童相談所、乳児院等	
904 老人福祉事業	113	3,583	養護老人ホーム、老人デイサービスセンター等	
905 知的障害・身体障害者福祉事業	75	1,287	（日本標準産業分類では「905 精神薄弱・身体障害者福祉事業」となっており、精神薄弱者福祉事業、身体障害者福祉事業が含まれる）	
906 更生保護事業	2	16	免囚保護会、司法保護協会等	
909 その他の社会保険、社会福祉	31	540	社会福祉協議会、共同募金会等	
91 教育	387	11,494	所定の学科課程を教授する学校または教育に関連する施設	
911 小学校	1	4	小学校	
912 中学校	7	176	中学校	
913 高等学校	21	1,482	高等学校	
914 高等教育機関	19	2,563	大学、短期大学、高等専門学校	
915 特殊教育諸学校	1	25	盲学校、聾学校、養護学校	
916 幼稚園	141	2,119	幼稚園	
917 専修学校、各種学校	102	3,578	専門学校（専門課程をおく専修学校）	
918 社会教育	18	229	公民館、図書館、博物館、美術館、動物園等	
91A 公民館	-	-	公民館	レジャー及びコンベンション
91B 図書館	1	5	図書館、専門図書館、点字図書館	
91C 博物館、美術館	9	167	天文博物館、郷土資料館等	
91D 動物園、植物園、水族館	1	15	一般公衆に対して動植物を観覧させる施設	
91E その他の社会教育	7	42	他に分類されない学校教育を除く社会的、組織的な教育活動を行う施設その他の事業所	
919 その他の教育施設	77	1,318	職員訓練施設（気象大学校等）、職業訓練施設（料理学校等）、少年院等	

資料：総務庁「日本標準産業分類（平成5年10月）」、総務省ホームページ（平成13年事業所・企業統計調査 都道府県別集計結果（確報）：第9表産業（小分類）、従業者規模（13区分）別民営事業所数及び男女別従業者数 - 都道府県、14大都市）。

図表 2 - 15 集客交流産業分類（サービス業）（４）

	事業所数	従業者数	備 考	札幌市集客交流促進プランにおける集客交流産業
92 学術研究機関	43	805	学術的研究、試験、開発研究等を行う事業所	
921 自然科学研究所	39	792	理学研究所、農学研究所等	
922 人文・社会科学研究所	4	13	国立教育研究所等	
93 宗教	494	2,077	神道系、仏教系、キリスト教系並びにその他の宗教の各宗教系統ごとに、礼拝施設を備える宗教団体である神社、寺院、教会等及びこれらを包括する宗教団体の事務所である教務本庁、宗務所、教団事務所等	
931 神道系宗教	46	227	神道系の神社、普及所等	
932 仏教系宗教	234	1,168	仏教系の神社、普及所等	
933 キリスト教系宗教	105	273	キリスト教系の教会、修道院等	
939 その他の宗教	109	409	神道、仏教、キリスト教のいずれにも分類しがたい諸宗教の支部、普及等	
94 政治・経済・文化団体	741	5,266	経済団体、労働団体、学術文化団体、政治団体等のほかに分類されない非営利団体	
941 経済団体	292	2,235	商工会議所、日本歯科医師会、日本百貨店協会等	
942 労働団体	49	236	労働組合、職員組合等	
943 学術・文化団体	15	105	日本学術振興会、日本医学会等	
944 政治団体	16	78	政党その他の政治結社	
949 他に分類されない非営利的団体	369	2,612	育英会、Y M C A等	
95 その他のサービス業	86	385	他に分類されないサービスを提供する事業所が分類され	
951 集会場	79	349	文化会館、公会堂、婦人会館等	コンベンション
952 と畜場	-	-	と殺業等	
959 他に分類されないサービス業	7	36	地方卸売市場、家畜保健衛生所等	
網掛け部分（小分類）合計値	4,212	63,159		

資料：総務庁「日本標準産業分類（平成 5 年 10 月）」、総務省ホームページ（平成 13 年事業所・企業統計調査 都道府県別集計結果（確報）：第 9 表産業（小分類）、従業者規模（13 区分）別民営事業所数及び男女別従業者数 - 都道府県、14 大都市）。

2.3 集客交流産業の規模

札幌市における集客交流産業の事業所数及び従業者数は、順に 31,838 事業所、321,580 名で、それぞれ全産業の 41.8%、41.0%となった。

図表 2 - 16 札幌市における集客交流産業の事業所数及び従業者数

産業分類	事業所数 (事業所)	従業者数 (名)
集客交流産業と想定される産業 (A～L全産業(M公務を除く)に占める割合)	31,838 41.8%	321,580 41.0%
製造業(網掛部分合計値)	670	9,440
運輸・通信業(網掛部分合計値)	1,552	40,477
卸売・小売業, 飲食店(網掛部分合計値)	25,404	208,504
サービス業(網掛部分合計値)	4,212	63,159
(参考) A～L全産業(M公務を除く)	76,083	785,123
F 製造業	3,040	48,559
H 運輸・通信業	2,037	52,349
I 卸売・小売業, 飲食店	32,505	293,447
L サービス業	21,635	250,628
A 農業	37	344
B 林業	7	56
C 漁業	1	7
D 鉱業	28	435
E 建設業	6,765	81,262
G 電気・ガス・熱供給・水道業	34	3,139
J 金融・保険業	1,582	31,415
K 不動産業	8,412	23,482

資料：総務省ホームページ(平成13年事業所・企業統計調査 都道府県別集計結果(確報):第9表産業(小分類),従業者規模(13区分)別民営事業所数及び男女別従業者数 - 都道府県,14大都市)。

3 集客交流産業事業所アンケート調査

3 集客交流産業事業所アンケート調査

3.1 アンケート調査概要

2.2 で定義づけた集客交流産業に該当する札幌市内の事業所を対象として、札幌市における集客交流産業の経営動向、集客交流産業への意識、集客交流産業と観光事業との関連性等を把握することを目的とし、アンケート調査を実施した。

アンケート調査の内容は、

1. 経営状況及び経営上の課題
 2. 札幌市における観光事業への認識度
 3. 集客交流産業への意識及び集客交流産業と観光事業との関連性
 4. 札幌市から企業への情報提供及びPRのあり方
 5. 来札幌増加へのアイデア及び意見
- 等である。

アンケートは札幌市内に本社が所在し、従業員が6人以上の集客交流産業事業者を対象とした。アンケート発送総数2,267件中、回答総数は311件、有効回答総数は307件（有効回答率13.5%）となった。

図表3-1 アンケート回答状況

アンケート発送総数	2,267 件
アンケート回答総数	311 件
アンケート有効回答総数	307 件
アンケート有効回答率	13.5%

業種別（大分類）で見ると、発送数は「卸売・小売業，飲食店」業の企業が1,127件、「運輸・通信業」が472件、「サービス業」が471件、製造業が197件となっている。また、回答数は「卸売・小売業，飲食店」が120件、「サービス業」が81件、「運輸・通信業」が71件、「製造業」が30件となっている。ただし、アンケート発送時の業種分類と、回答された業種が異なる場合が若干あったため、回答企業の業種は回答された業種とした。

なお、以降の図表において、集客交流産業全体の状況を「合計」、業種別の状況をそれぞれ大分類で「卸売・小売業，飲食店」、「サービス業」、「運輸・通信業」、「製造業」と表示するが、業種不明分については件数が5件であるため、ここでは回答状況は表示しないものとする（詳細結果は参考資料2参照）。

図表 3 - 2 アンケート回答企業の主業（大分類）

	卸売・小売業， 飲食店	運輸・通信業	サービス業	製造業	業種不明	合 計
発送数	1,127	472	471	197	-	2,267
	(49.7%)	(20.8%)	(20.8%)	(8.7%)	-	(100.0%)
回答数	120	81	71	30	5	307
	(39.1%)	(26.4%)	(23.1%)	(9.8%)	(1.6%)	(100.0%)

アンケート回答企業の業種を詳細にみると、「卸売・小売業，飲食店」とする企業がアンケートに回答した企業の39.1%（120件）と最も多いが、その中でも「その他の小売業」、「飲食料品小売業」等からの回答が多い結果となっている。

図表 3 - 3 アンケート回答企業の主業

業 種		発送数	回答数	回答率
卸売・小売業， 飲食店	その他の小売業	374	35	9.4%
	飲食料品小売業	163	22	13.5%
	一般飲食店	133	18	13.5%
	織物・衣服・身の回り品小売業	119	14	11.8%
	自動車・自転車小売業	111	10	9.0%
	その他の飲食店	73	9	12.3%
	家具・じゅう器・家庭用機械器具小売業	104	8	7.7%
	各種商品小売業	50	4	8.0%
	計	1,127	120	10.6%
サービス業	娯楽業（映画・ビデオ制作業を除く）	124	16	12.9%
	旅館，その他の宿泊所	58	14	24.1%
	広告業	57	13	22.8%
	情報サービス・調査業	42	11	26.2%
	物品賃貸業	56	10	17.9%
	その他の事業サービス業	48	5	10.4%
	放送業	8	3	37.5%
	駐車場業	8	3	37.5%
	専門サービス業	29	3	10.3%
	その他の生活関連サービス業	31	2	6.5%
	洗濯・理容・浴場業	10	1	10.0%
	その他のサービス業	0	0	0.0%
	計	471	81	17.2%
運輸・通信業	道路貨物自動車運送	343	37	10.8%
	道路旅客運送業	57	16	28.1%
	運輸に附帯するサービス業	67	16	23.9%
	鉄道業	2	1	50.0%
	水運業	2	1	50.0%
	航空運輸業	1	0	0.0%
	計	472	71	15.0%
製造業	出版・印刷・同関連産業	197	30	15.2%
	計	197	30	15.2%
業種不明		-	5	-
	合 計	2,267	307	13.5%

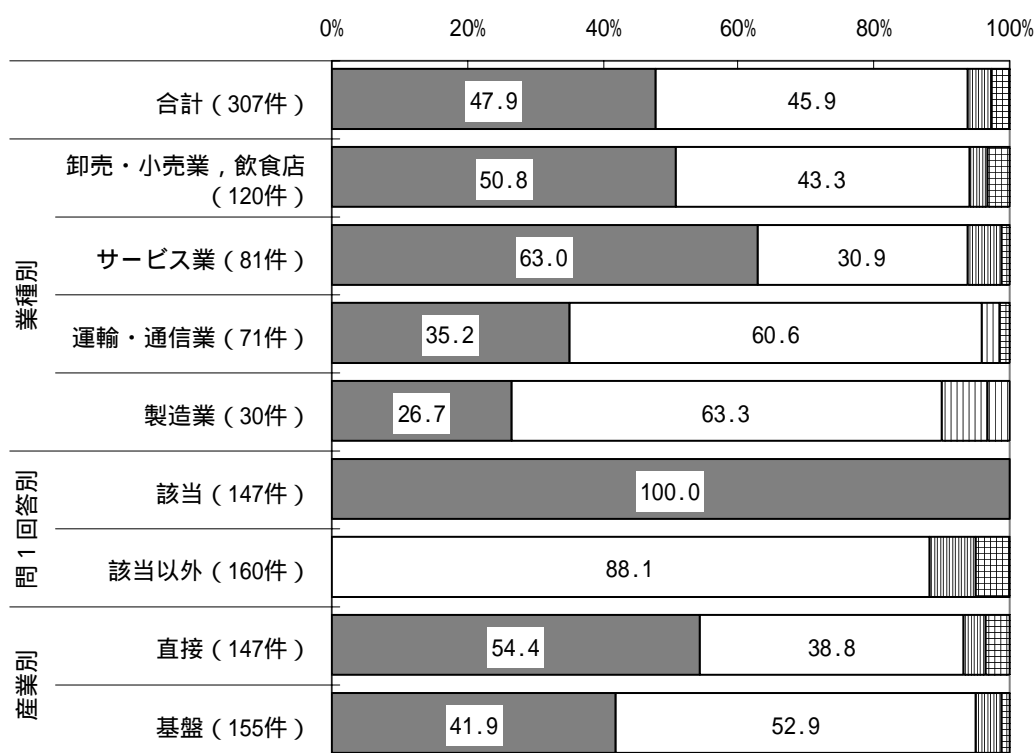
3.2 アンケート調査結果

(1) 集客交流産業についての意識

問1. 貴社の事業内容（全部または一部）は「集客交流産業」に当てはまりますか。（集客交流産業）とは来札者への直接的なサービスの提供（主なものとして、飲食、買い物、レジャー、コンベンション、交通、宿泊）に関連する産業や来札者への情報提供（主なものとして、観光企画、情報メディア）に関連する産業。）

アンケート回答企業の事業内容（全部または一部）が集客交流産業に該当するかどうかを尋ねたところ、「当てはまる」が47.9%、「当てはまらない」が45.9%となった。

図表3-4 集客交流産業についての意識



■ 当てはまる □ 当てはまらない ▨ わからない ▩ 無回答

注1: 「該当」とは、問1で事業内容が集客交流産業に「1. 当てはまる」と回答した企業、「該当以外」とは問1で「2. 当てはまらない」あるいは「3. わからない」と回答あるいは「無回答」の企業（以下同様）。

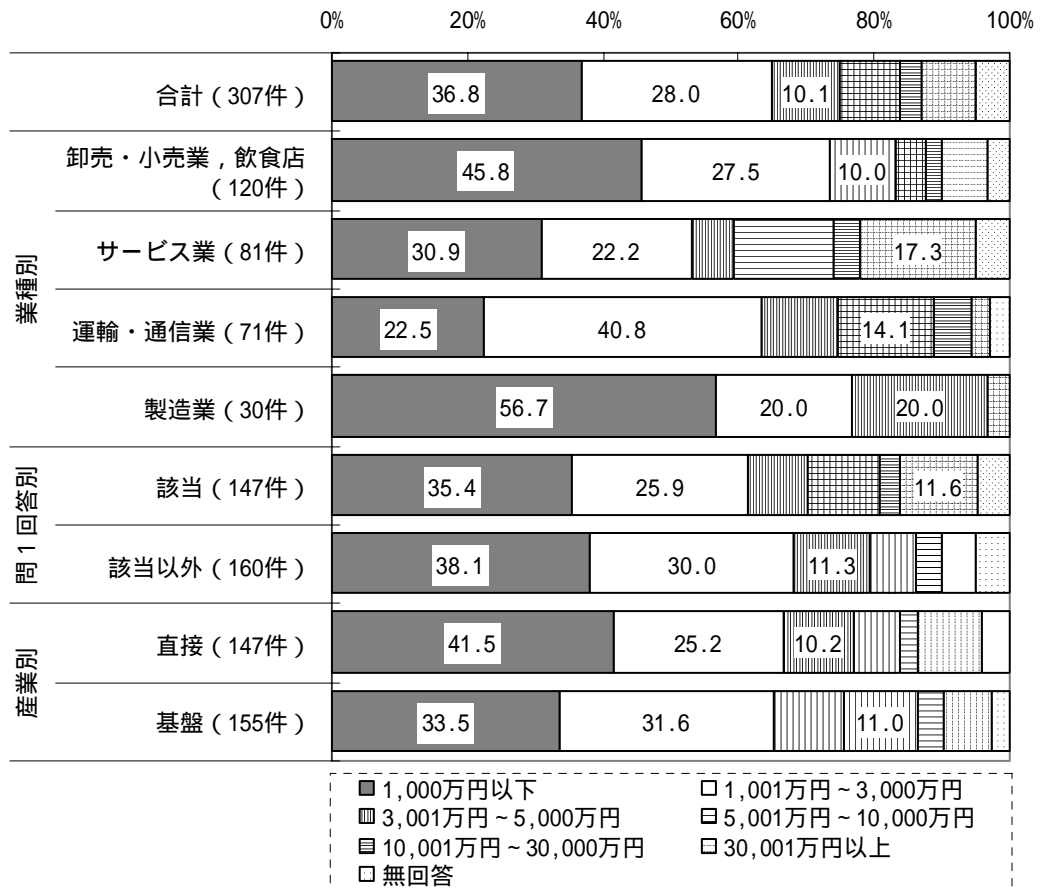
注2: 産業別の「直接」とは、来札者の直接の目的に対して財・サービスを提供する業種（飲食、買い物、レジャー）、「基盤」とは、財・サービスを提供するための基盤を提供する業種（コンベンション、交通、宿泊、観光企画、情報メディア）（以下同様）。

(2) アンケート回答企業の資本金規模と従業員数

資本金規模

アンケート回答企業の資本金規模については、「1,000万円以下」の企業が36.8%と最も多く、次いで「1,001万円～3,000万円」が28.0%、「3,001万円～5,000万円」が10.1%等となっている。

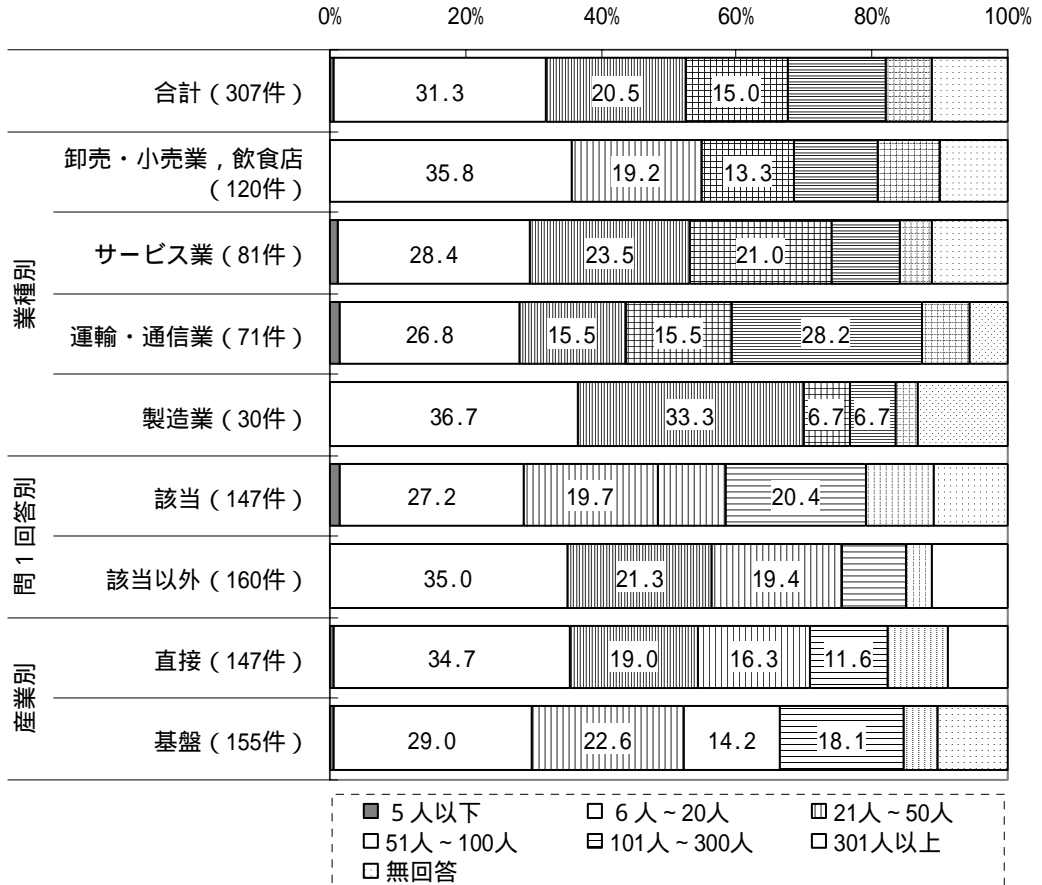
図表3-5 アンケート回答企業の資本金規模



従業員数（全事業所）

アンケート回答企業の全事業所常用従業員数（常用パート含む）については、「6人～20人」の企業が31.3%と最も多く、次いで「21人～50人」が20.5%、「51人～100人」が15.0%等となっている。

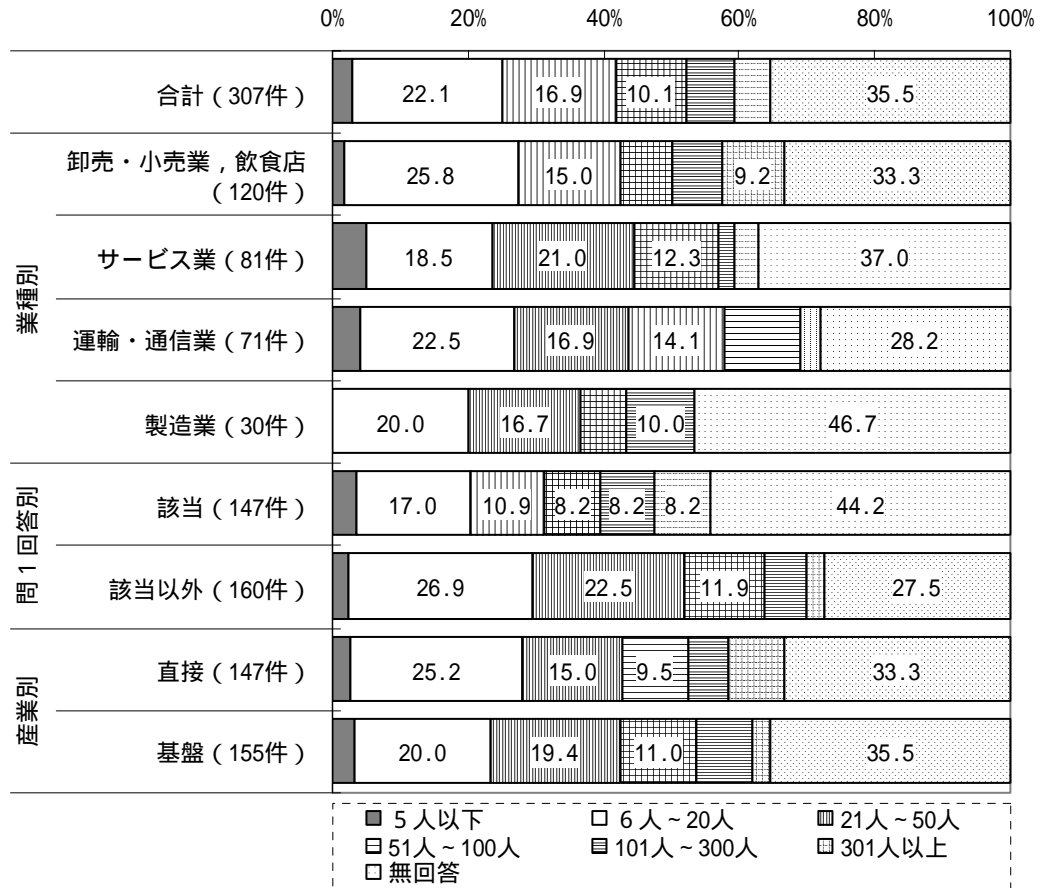
図表3-6 アンケート回答企業の全事業所常用従業員数（常用パート含む）



従業員数（札幌市内事業所）

アンケート回答企業の札幌市内事業所における常用従業員数（常用パート含む）については、「6人～20人」規模の企業が22.1%と最も多く、次いで「21人～50人」が16.9%、「51人～100人」が10.1%等となっている。

図表3-7 アンケート回答企業の札幌市内事業所常用従業員数（常用パート含む）



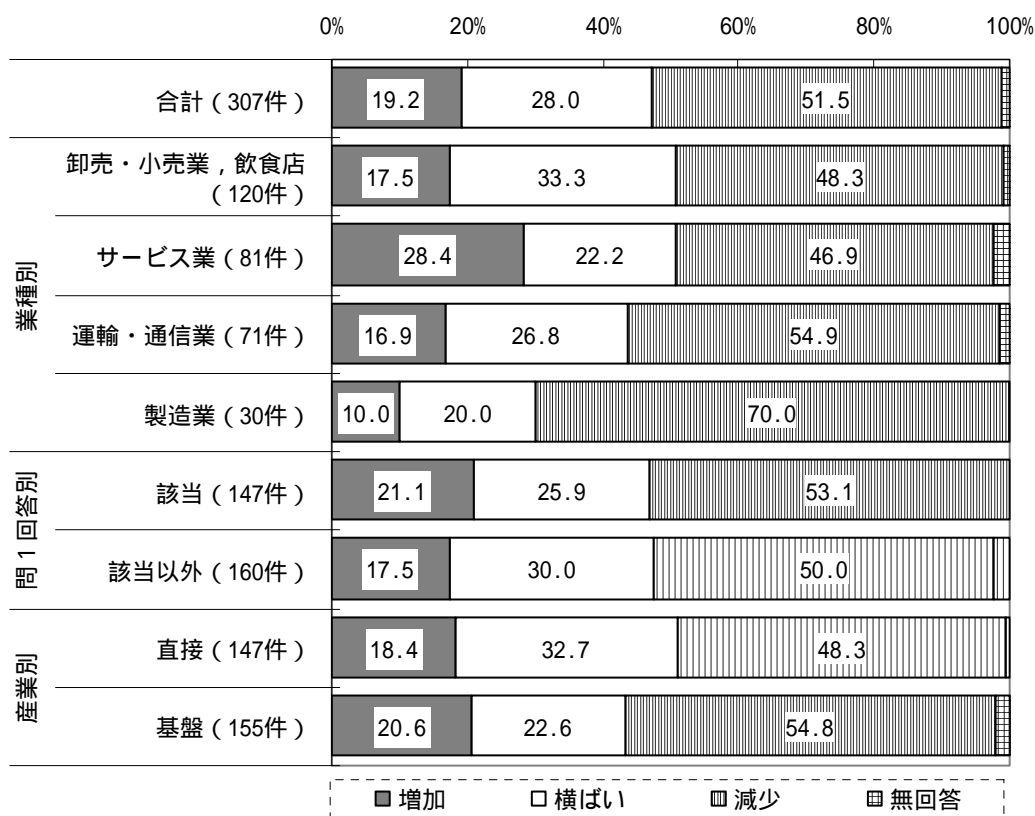
(3) 経営状況及び経営上の課題

売上高（生産高）

問2.(1) 貴社の15年度上期の売上高（生産高）は、前年度同期（14年4月～14年9月）と比較してどのように変化しましたか。

前年度同期（14年4月～14年9月）と比較した15年度上期の売上高（生産高）の変化については、「減少」が51.5%、「横ばい」が28.0%、「増加」が19.2%となっている。

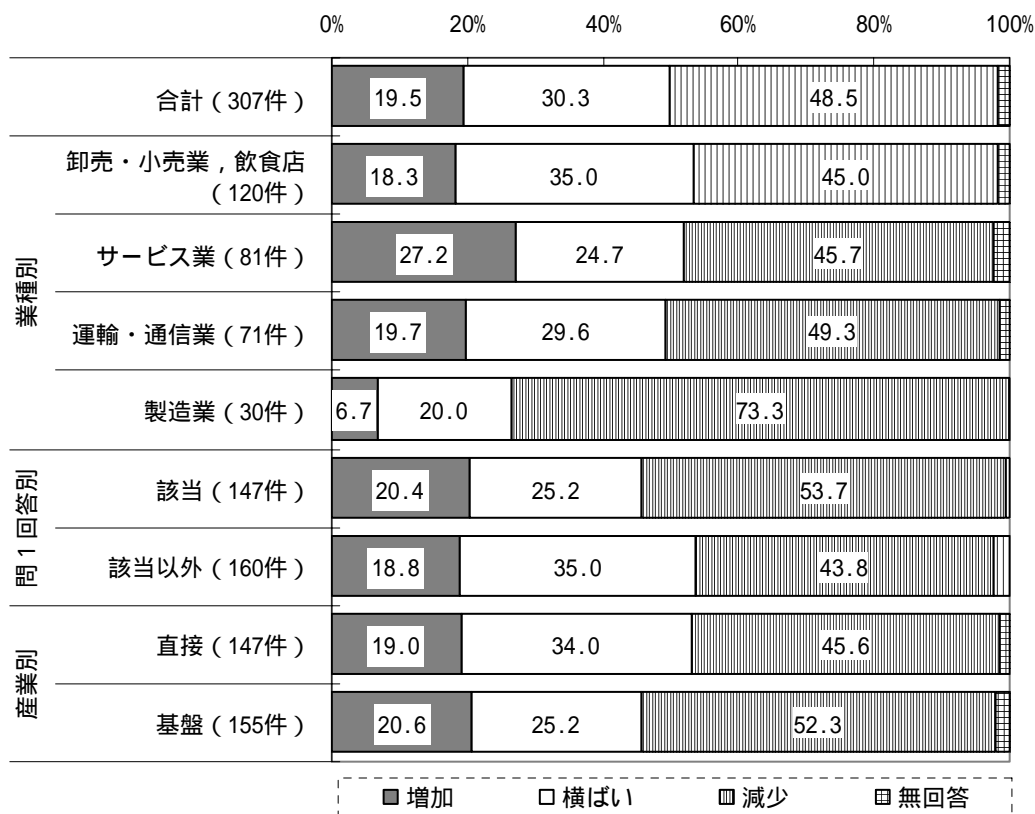
図表3-8 15年度上期の売上高（生産高）



問2.(2) 貴社の15年度下期の売上高(生産高)は、前年度同期(14年10月~15年3月)と比較してどのように変化しましたか。

前年度同期(14年10月~15年3月)と比較した15年度下期の売上高(生産高)の変化については、「減少」が48.5%、「横ばい」が30.3%、「増加」が19.5%となっている。

図表3-9 15年度下期の売上高(生産高)

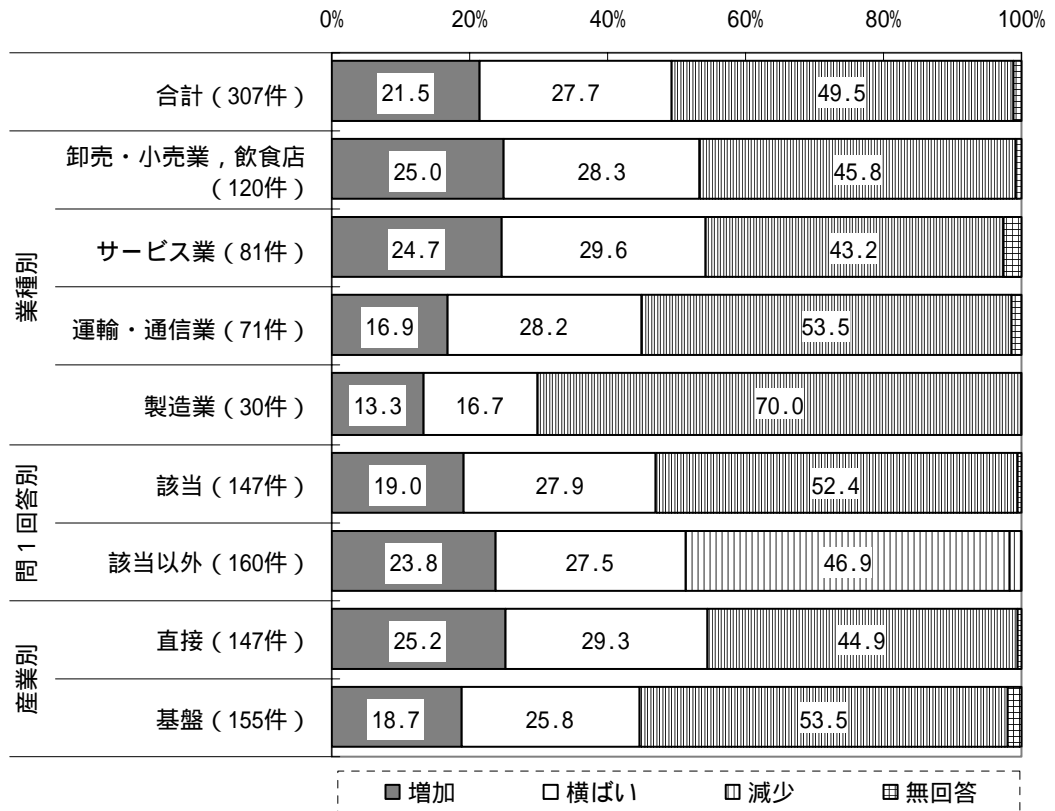


経常利益

問3 .(1) 貴社の15年度上期の経常利益は、前年度同期と比較してどのように変化しましたか。

前年度同期と比較した15年度上期の経常利益の変化については、「減少」が49.5%、「横ばい」が27.7%、「増加」が21.5%となっている。

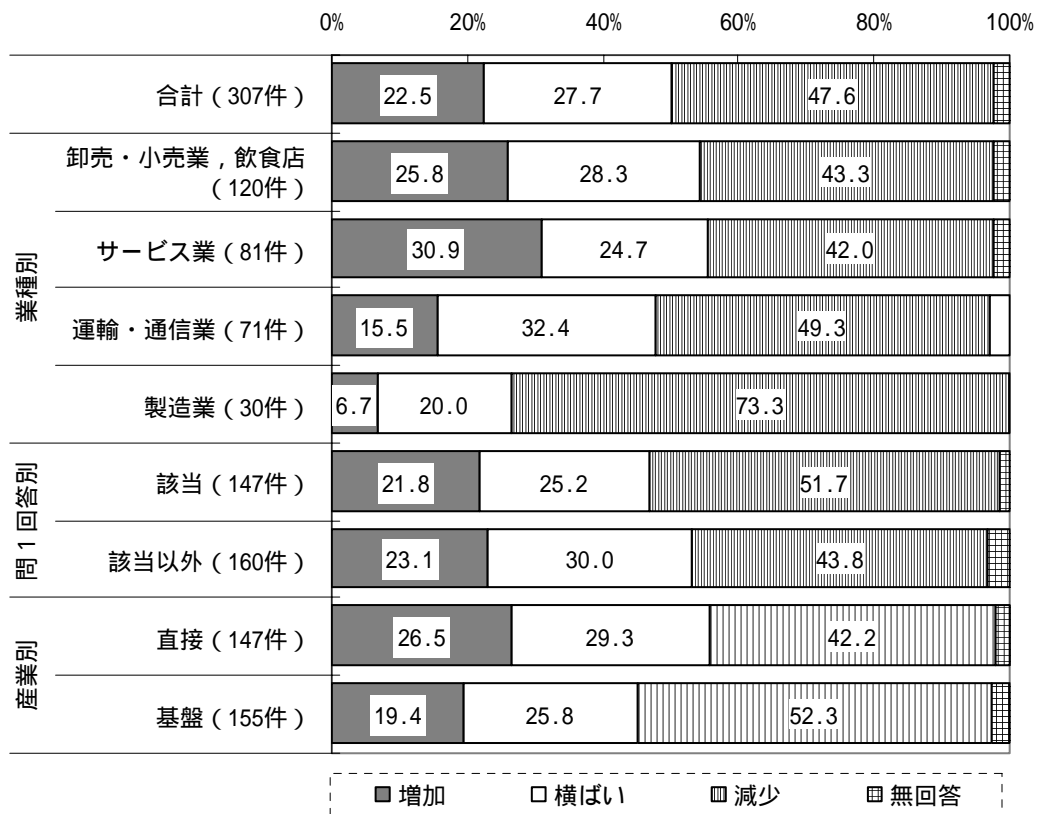
図表3-10 15年度上期の経常利益



問3.(2) 貴社の15年度下期の経常利益は、前年度同期と比較してどのように変化しましたか。

前年度同期と比較した15年度下期の経常利益の変化については、「減少」が47.6%と最も多く、次いで「横ばい」が27.7%、「増加」が22.5%となっている。

図表3-11 15年度下期の経常利益

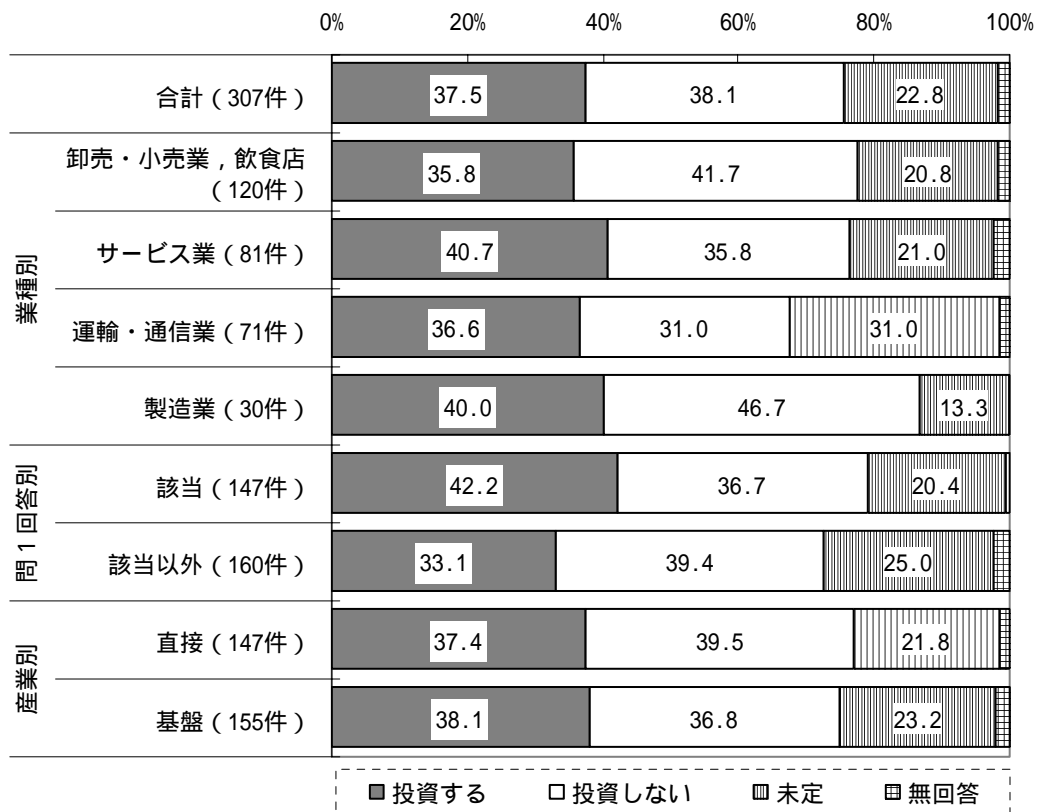


設備投資

問4 .(1) 貴社は16年4月から17年3月までの1年間に設備投資しますか。

16年4月から17年3月までの1年間における設備投資の有無については、「投資しない」が38.1%、「投資する」が37.5%、「未定」が22.8%となっている。

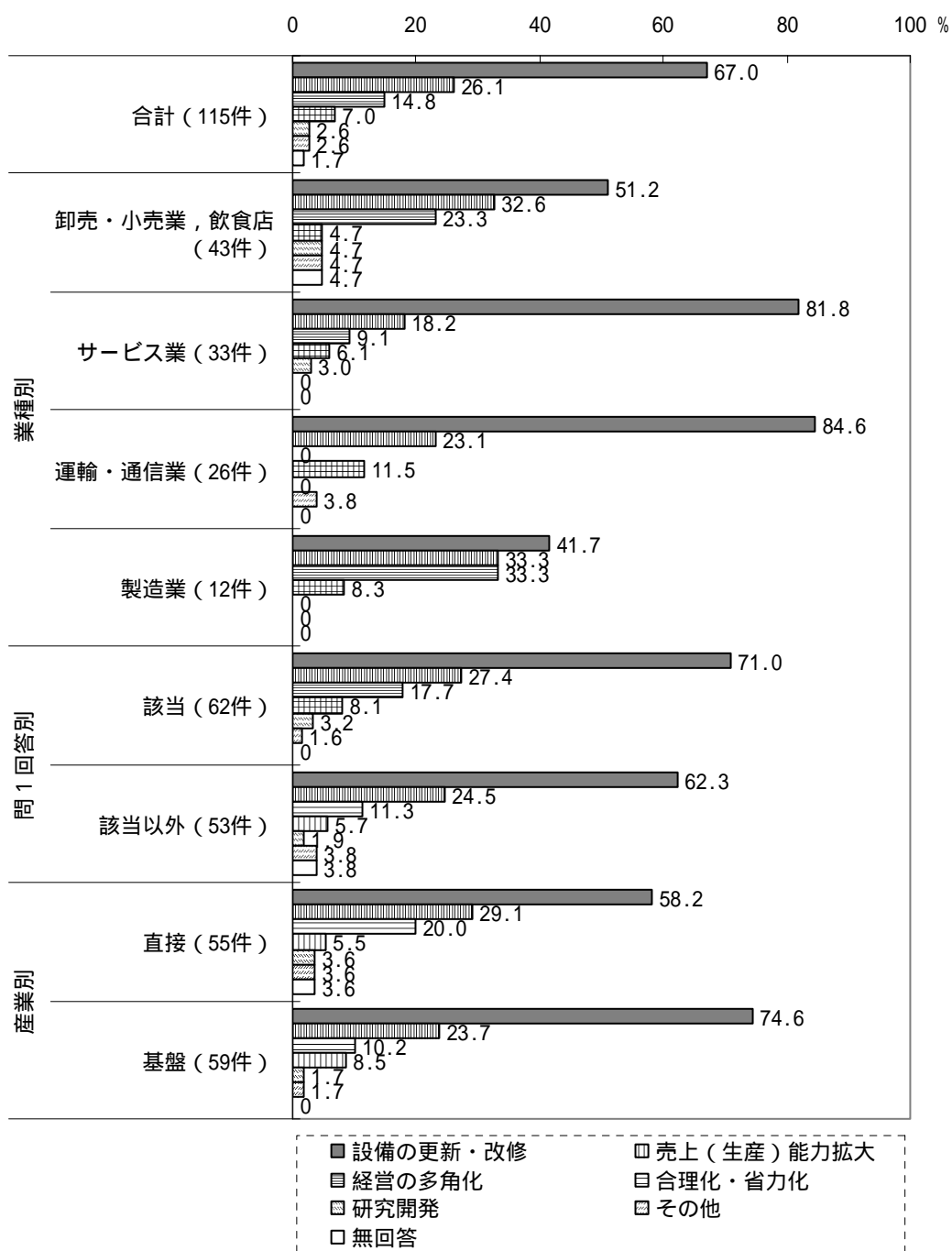
図表3-12 設備投資の有無



問4.(2) 設備投資の主な理由は何ですか。【複数回答】

問4(1)で「投資する」と回答した企業における設備投資の主な理由については、「設備の更新・改修」が67.0%と最も多く、次いで「売上(生産)能力拡大」が26.1%、「経営の多角化」が14.8%となっている。
 なお「その他」の理由には、「売上利益の確保」等があげられている。

図表3-13 設備投資の主な理由



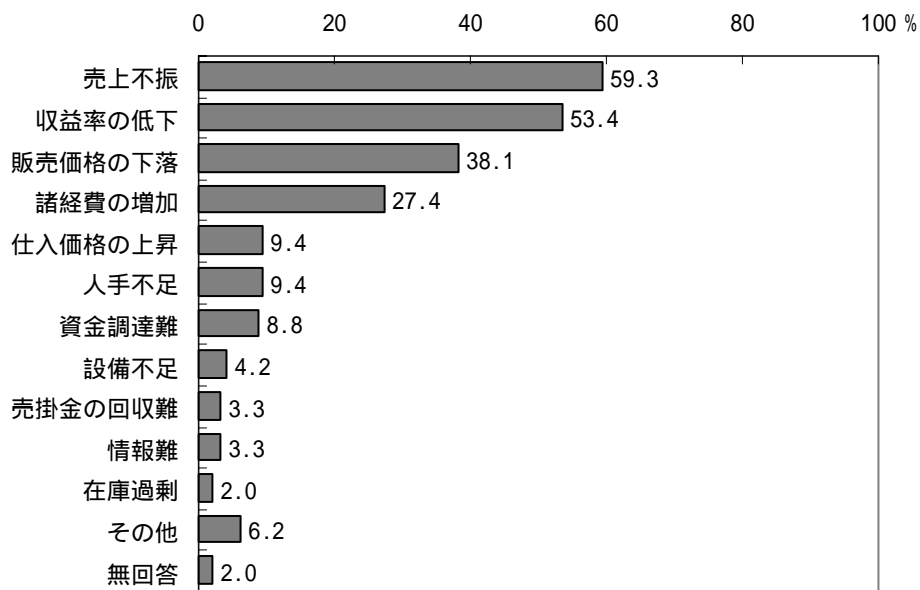
経営上の課題

問5．貴社にとって、現在最も重要な経営上の課題と思われるものは何ですか。
【複数回答：3つ以内】

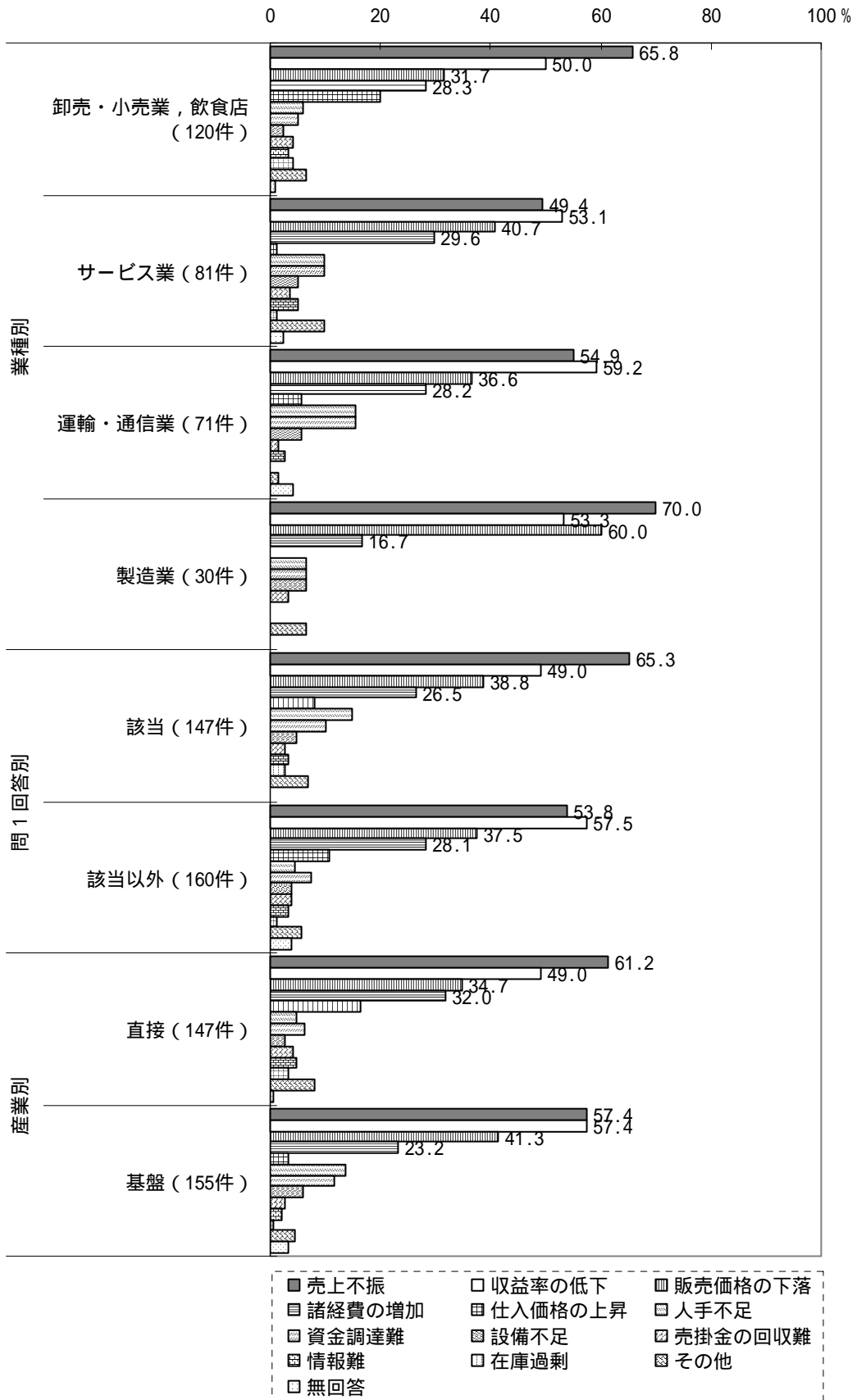
現在最も重要な経営上の課題については、「売上不振」が59.3%と最も多く、次いで「収益率の低下」が53.4%、「販売価格の下落」が38.1%となっている。

なお「その他」の内容については、「人材不足」、「技術転換のおくれ」等があげられている。

図表3-14 経営上の課題(1)



図表 3 - 15 経営上の課題（ 2 ）



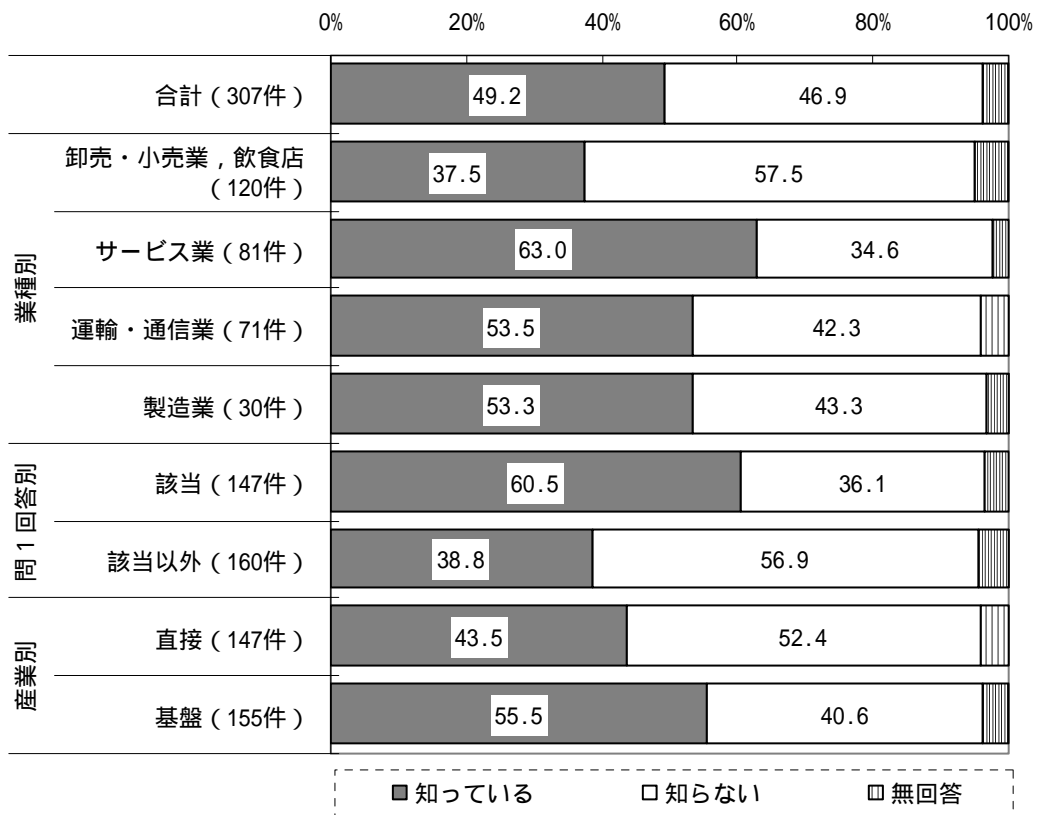
(4) 札幌市における観光事業の認識度

集客交流・シティPRキャンペーンの認識度

問6. 札幌市の観光事業の一つである「集客交流・シティPRキャンペーン」では、わかりやすく効果の高い事業を通して企業・市民とともに集客交流都市を目指し、平成15年度から3年間をめどに事業を企画・実施しています。以下、この事業についてお伺いします。
 (1) 現在札幌市を訪れる観光客は、年間1,300万人であることを知っていますか。

札幌市を訪れる観光客数の認識度については、「知っている」が49.2%、「知らない」が46.9%となっている。

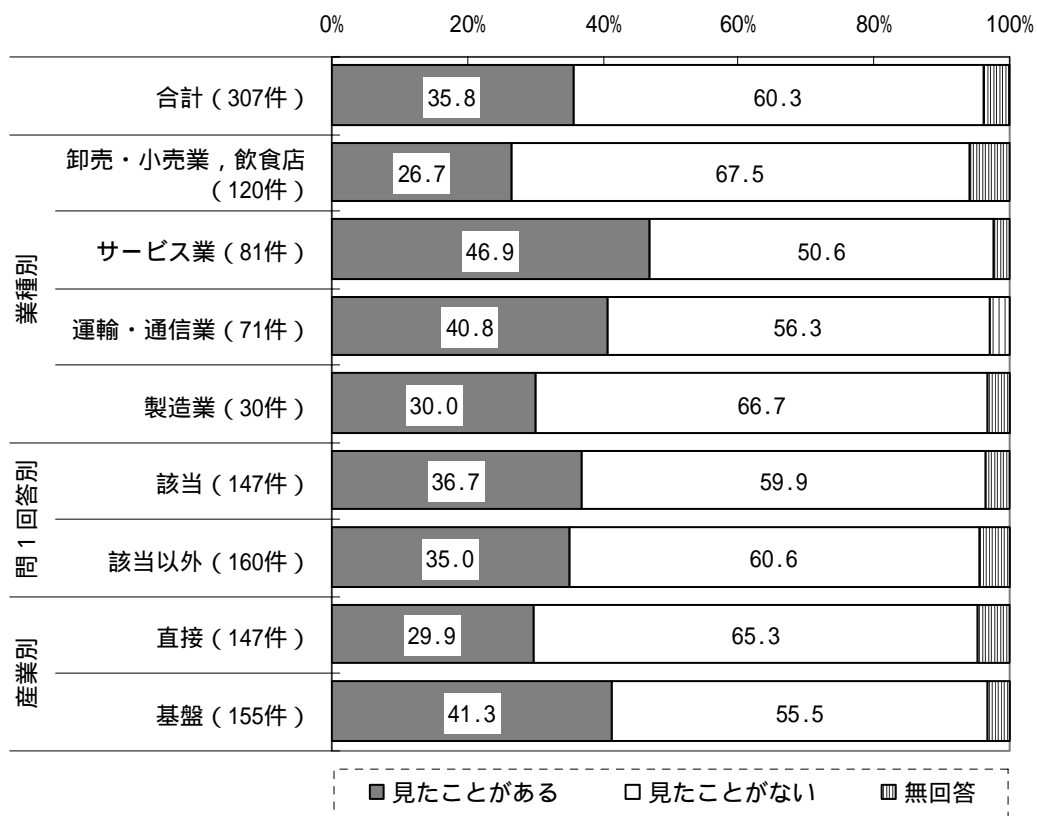
図表3-16 札幌市を訪れる観光客数への認識度



問6.(2) 札幌市では、おもてなしをPRするポスターを地下鉄等で掲出していますが、見たことはありますか。

札幌市におけるおもてなしPRポスターの認識度については、「見たことがない」が60.3%、「見たことがある」が35.8%となっている。

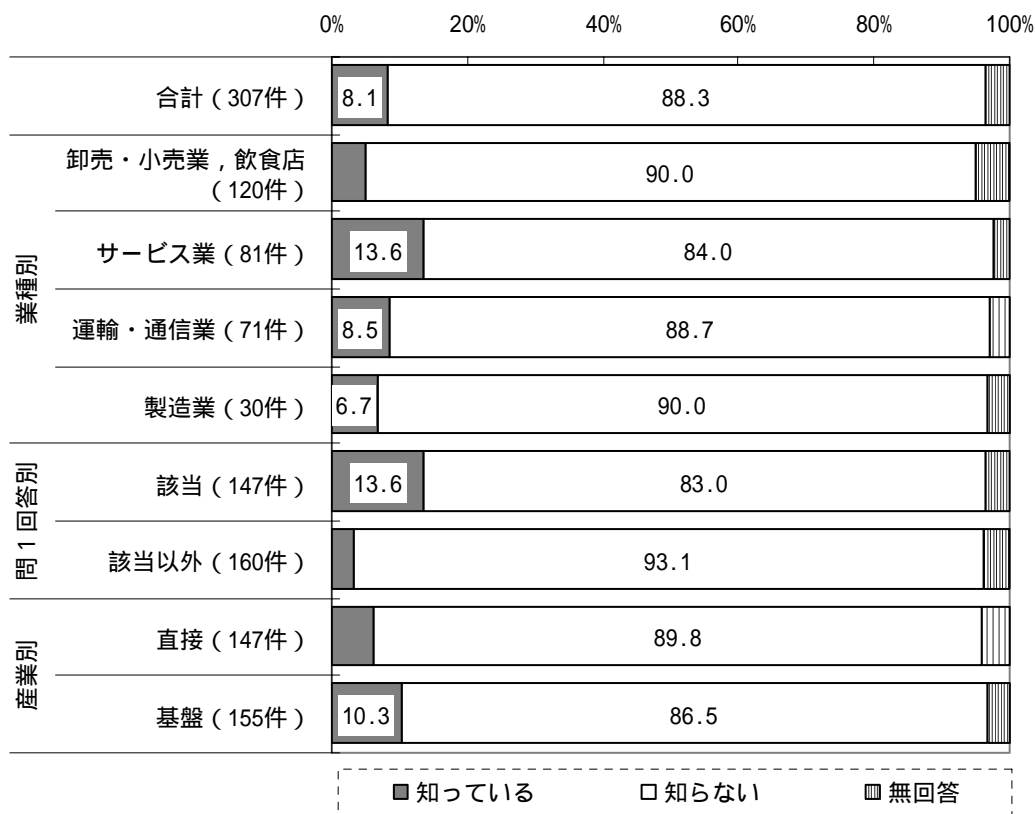
図表3-17 おもてなしPRポスターへの認識度



問6.(3) 昨年10月に市内6観光施設で、市民に観光案内を実際に体験していただく「さっぽろおもてなしday」を開催しましたが、知っていますか。

さっぽろおもてなしdayの認識度については、「知らない」が88.3%、「知っている」が8.1%となっている。

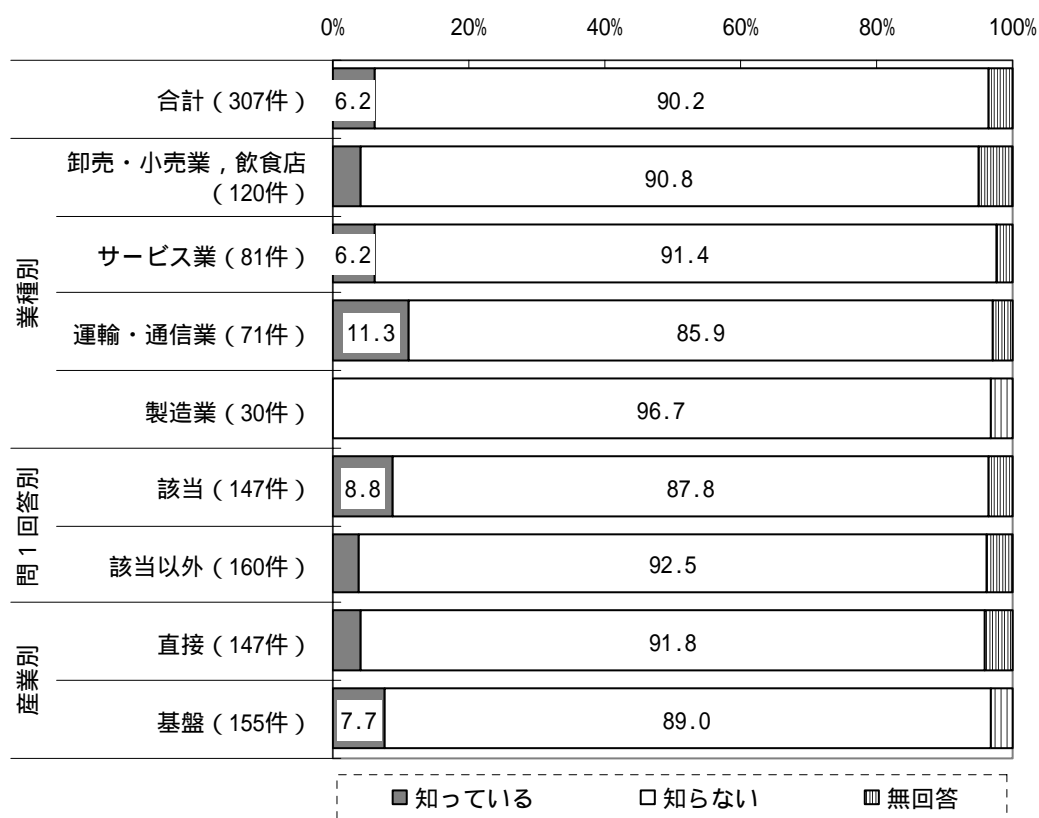
図表3-18 さっぽろおもてなしdayへの認識度



問6.(4) 昨年11月から観光に関心のある市民との意見交換の場「集客交流アイデア会議」を、また昨年12月から観光関連事業者を対象とした「集客交流戦略懇談会」を実施していますが知っていますか。

「集客交流アイデア会議」及び「集客交流戦略懇談会」の認識度については、「知らない」が90.2%、「知っている」が6.2%となっている。

図表3-19 集客交流アイデア会議及び集客交流戦略懇談会への認識度

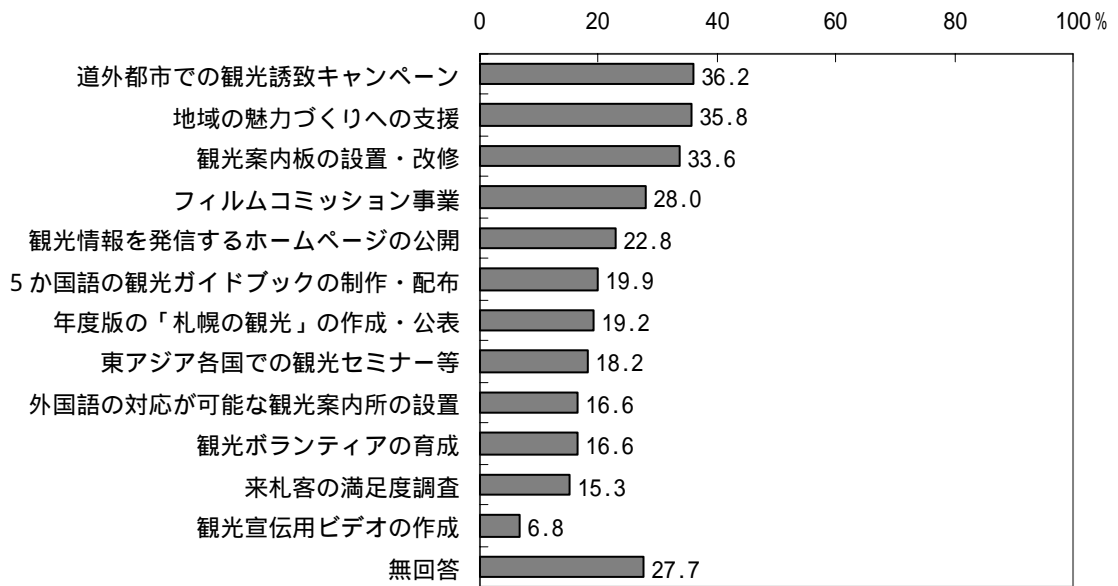


その他の事業への認識度

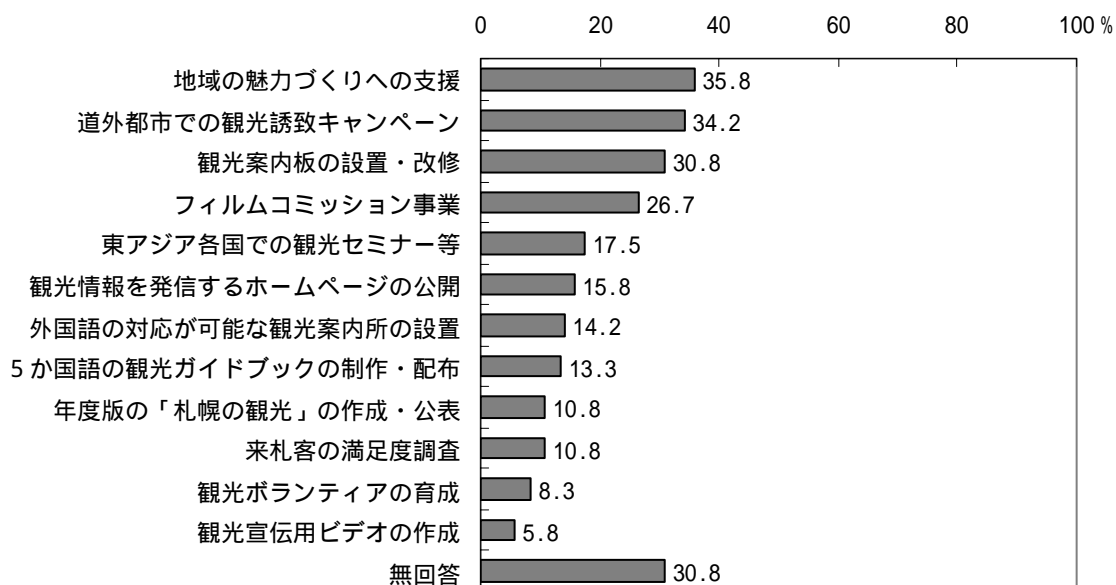
問7 .(1) 札幌市では様々な観光事業を展開しています。以下の事業で知っているものに をつけてください。【複数回答】

札幌市が実施している各種の観光事業の認識度については、「道外都市での観光誘致キャンペーン」が36.2%と最も多く、次いで「定山溪温泉街への足湯設置等、地域の魅力づくりへの支援」が35.8%、「観光案内板の設置・改修」が33.6%等となっている。

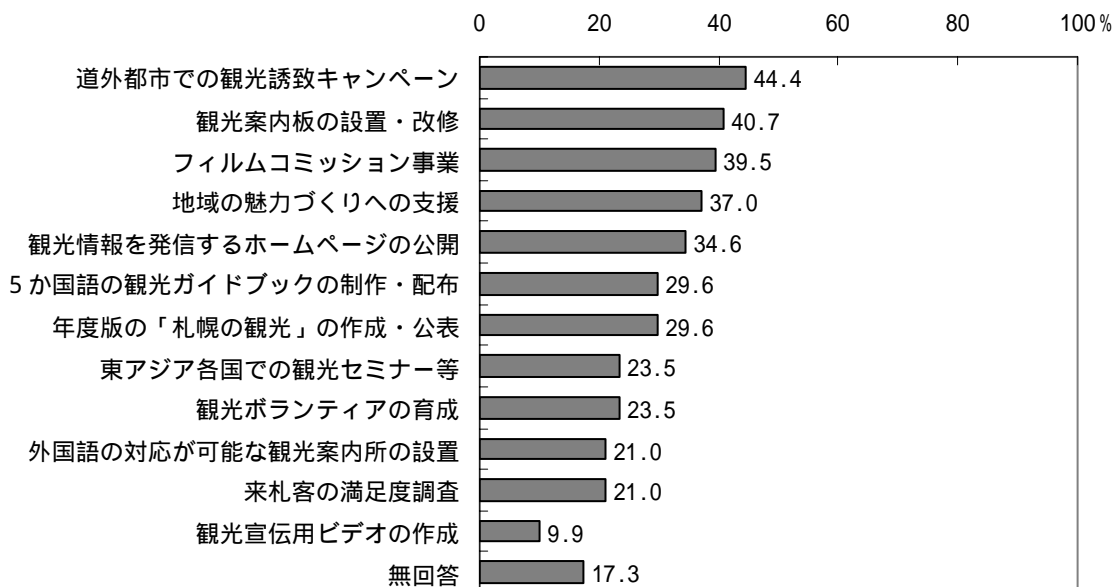
図表3-20 札幌市の観光事業への認識度（合計307件）



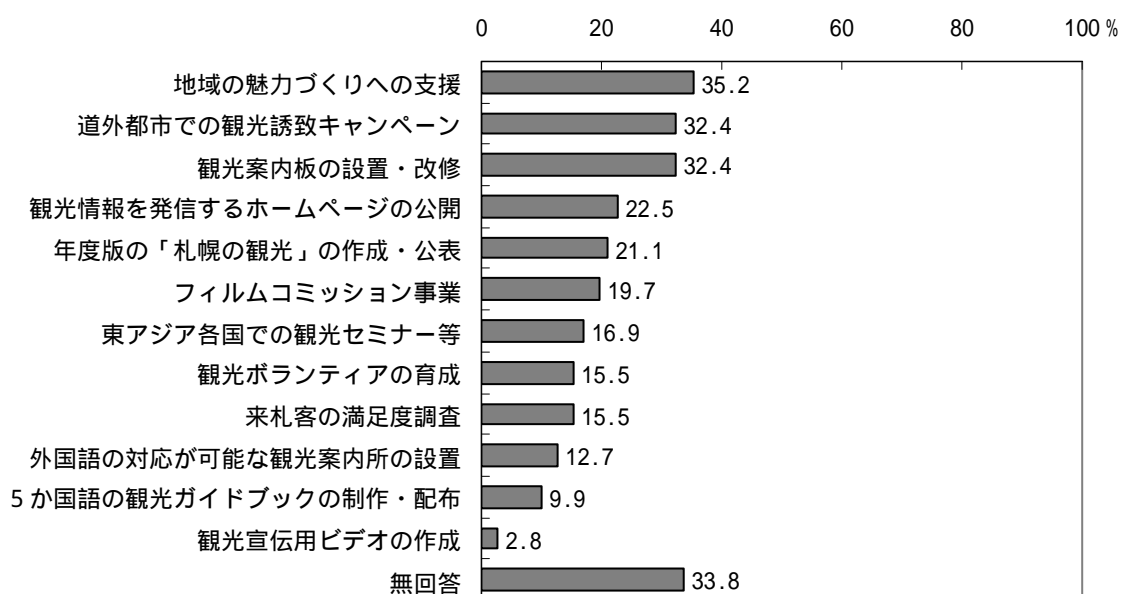
図表 3 - 21 札幌市の観光事業への認識度（業種別）
（卸売・小売業、飲食店：120 件）



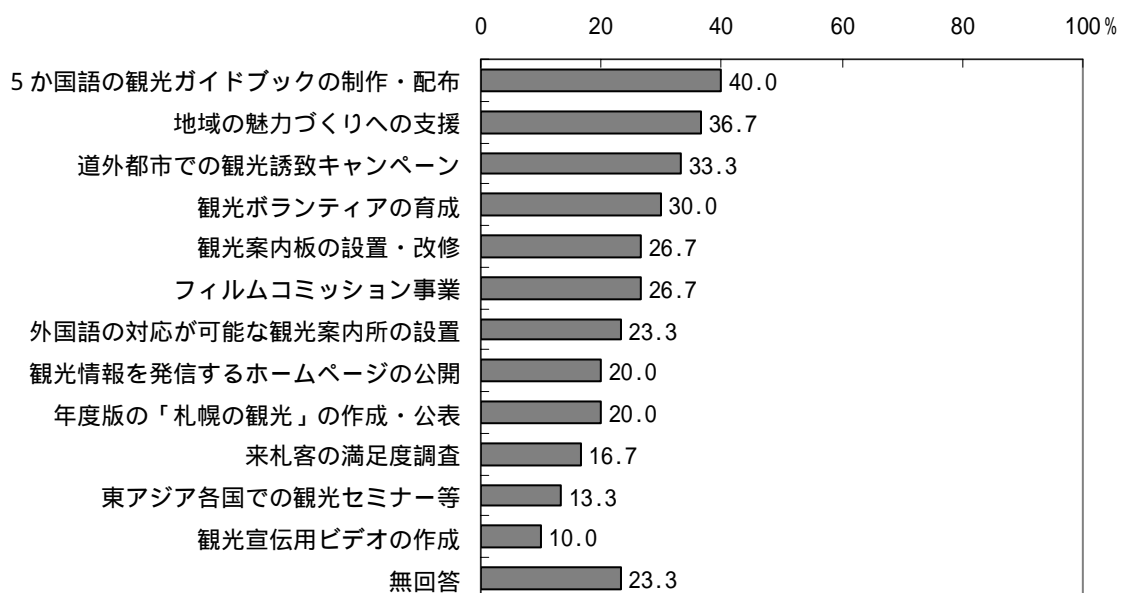
図表 3 - 22 札幌市の観光事業への認識度（業種別）
（サービス業：81 件）



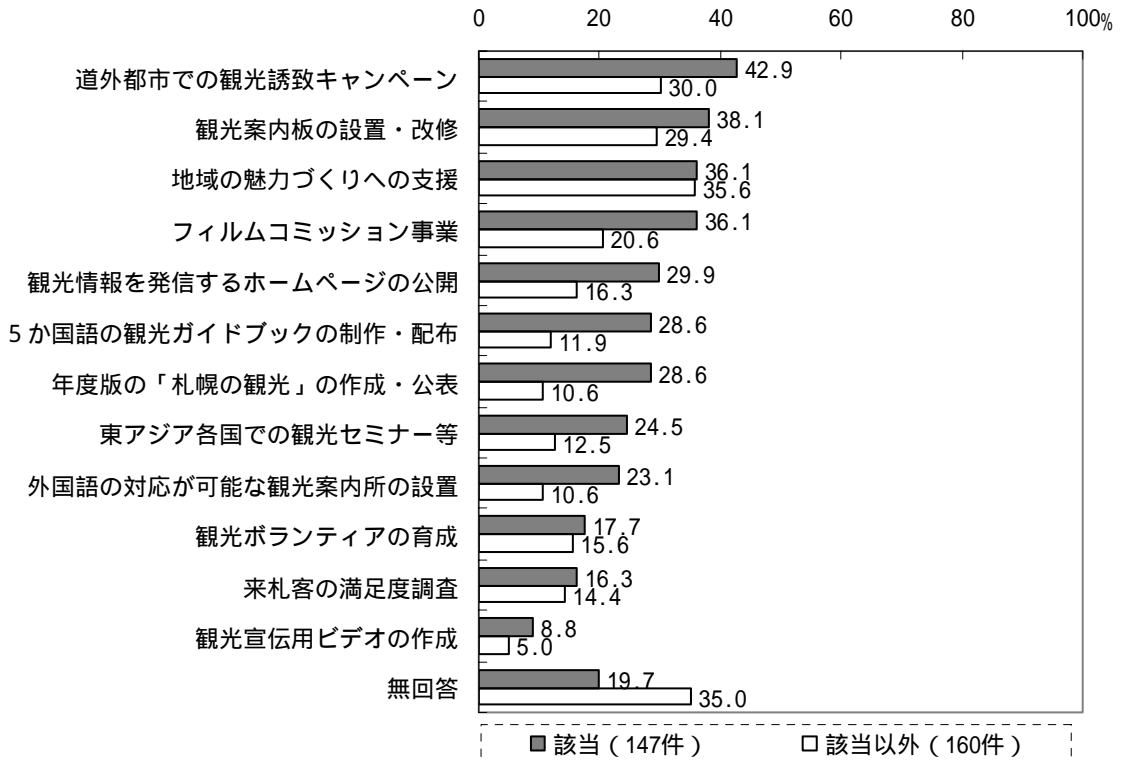
図表 3 - 23 札幌市の観光事業への認識度（業種別）
（運輸・通信業：71 件）



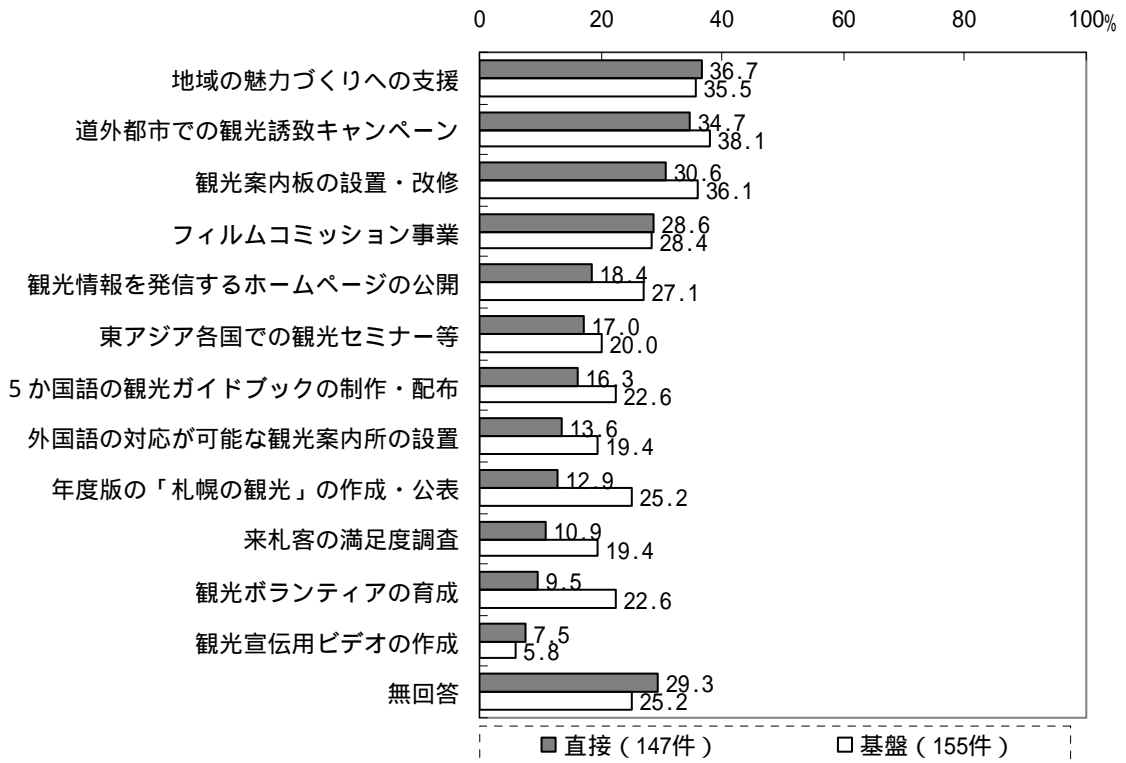
図表 3 - 24 札幌市の観光事業への認識度（業種別）
（製造業：30 件）



図表 3 - 25 札幌市の観光事業への認識度（問 1 回答別）



図表 3 - 26 札幌市の観光事業への認識度（産業別）



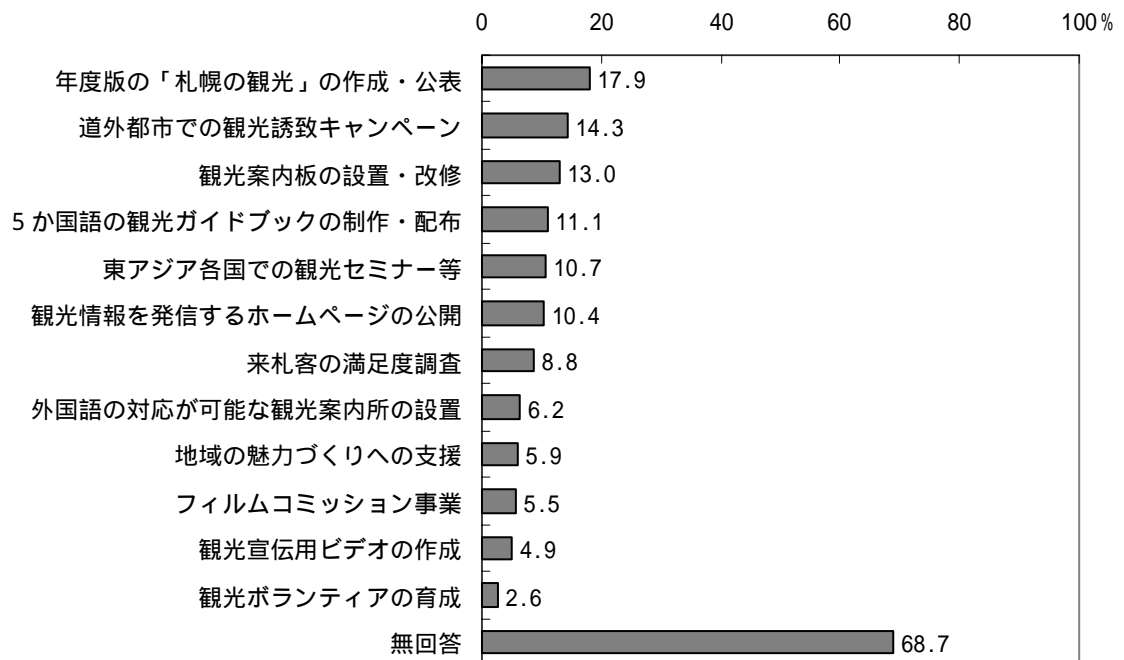
(5) 集客交流産業への意識及び集客交流産業と観光事業との関連性

札幌市の観光事業とアンケート回答企業の業務との関連

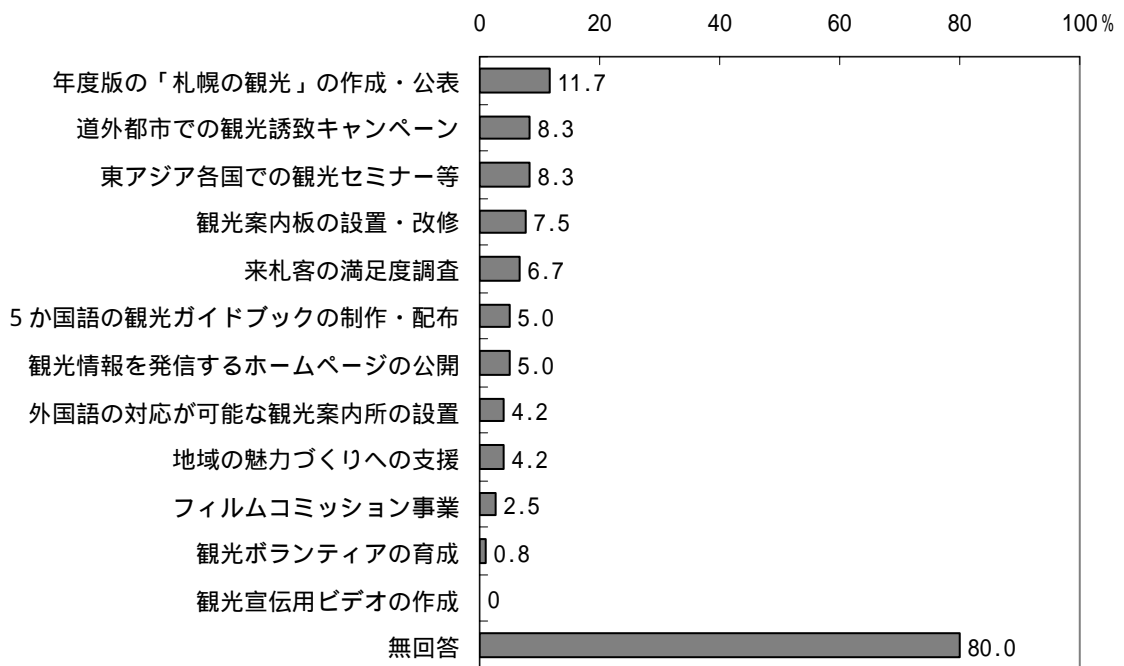
問7.(2)問7(1)の項目のうち、貴社の業務に関連しているものの番号をご記入下さい。【複数回答】

札幌市が実施している各種の観光事業とアンケート回答企業の業務との関連については、「年度版の「札幌の観光」(札幌市の観光・コンベンション施策の概要、観光客の入り込み状況、宿泊施設の利用状況、参考資料)の作成・公表」が17.9%と最も多く、次いで「道外都市での観光誘致キャンペーン」が14.3%、「観光案内板の設置・改修」が13.0%となっている。

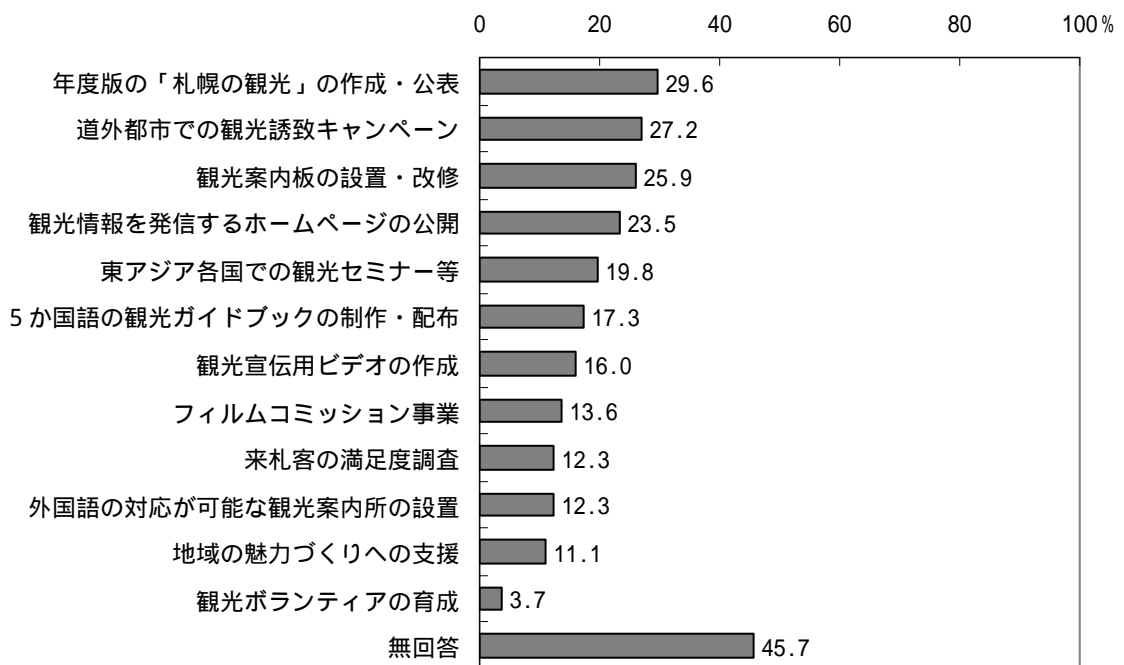
図表3-27 札幌市の観光事業とアンケート回答企業の業務との関連(合計307件)



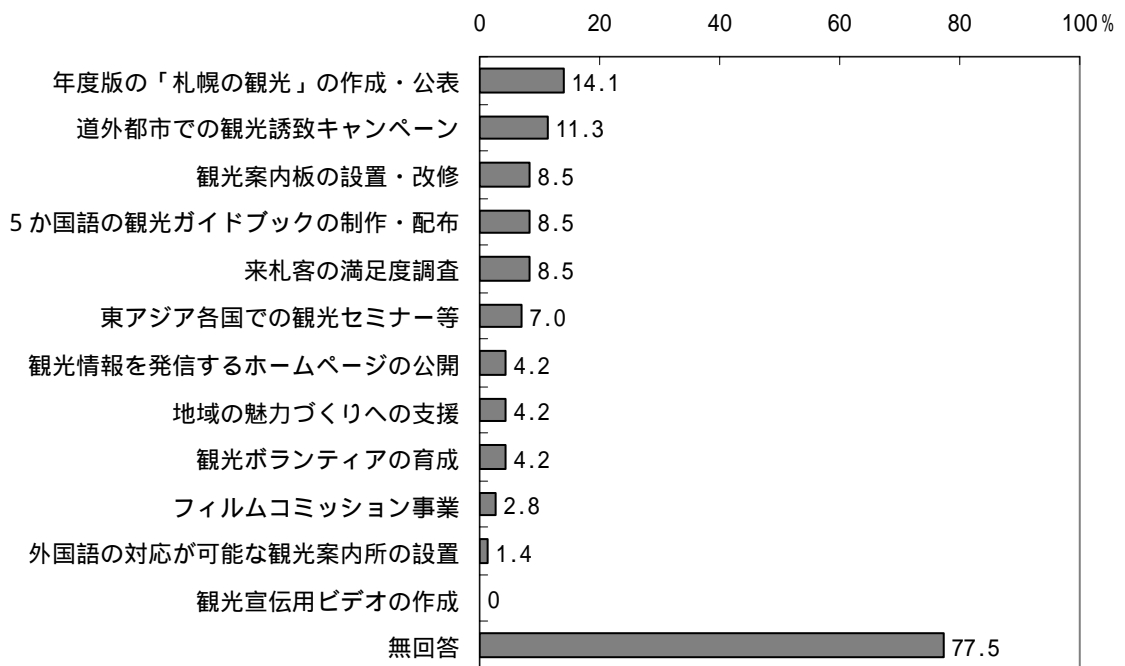
図表 3 - 28 札幌市の観光事業とアンケート回答企業の業務との関連（業種別）
（卸売・小売業、飲食店：120 件）



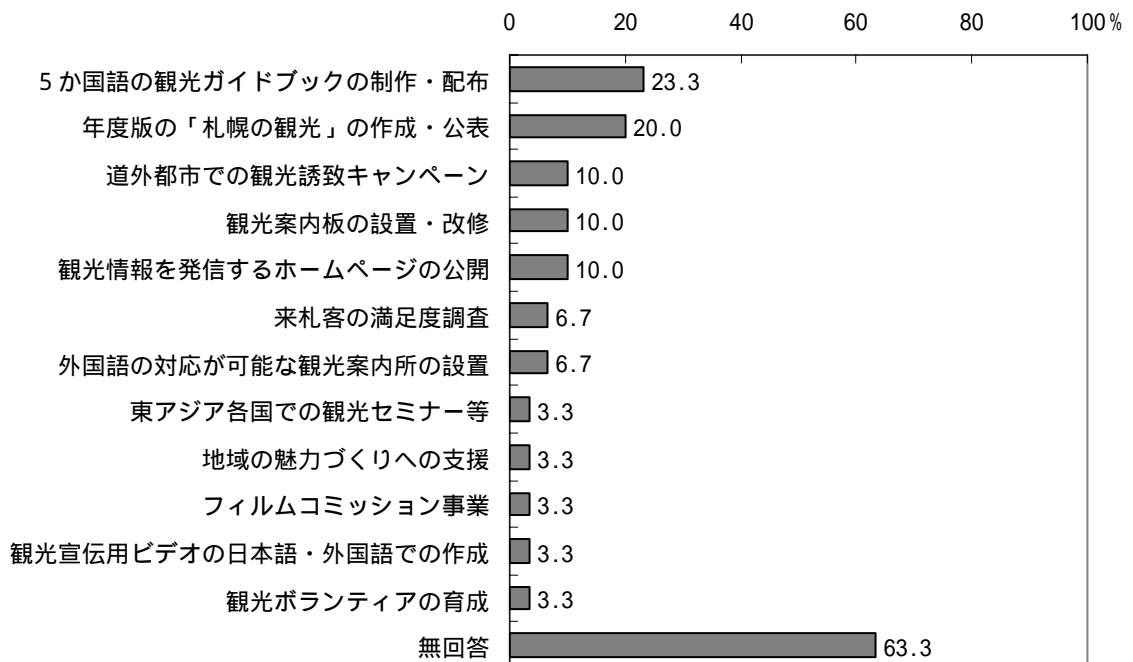
図表 3 - 29 札幌市の観光事業とアンケート回答企業の業務との関連（業種別）
（サービス業：81 件）



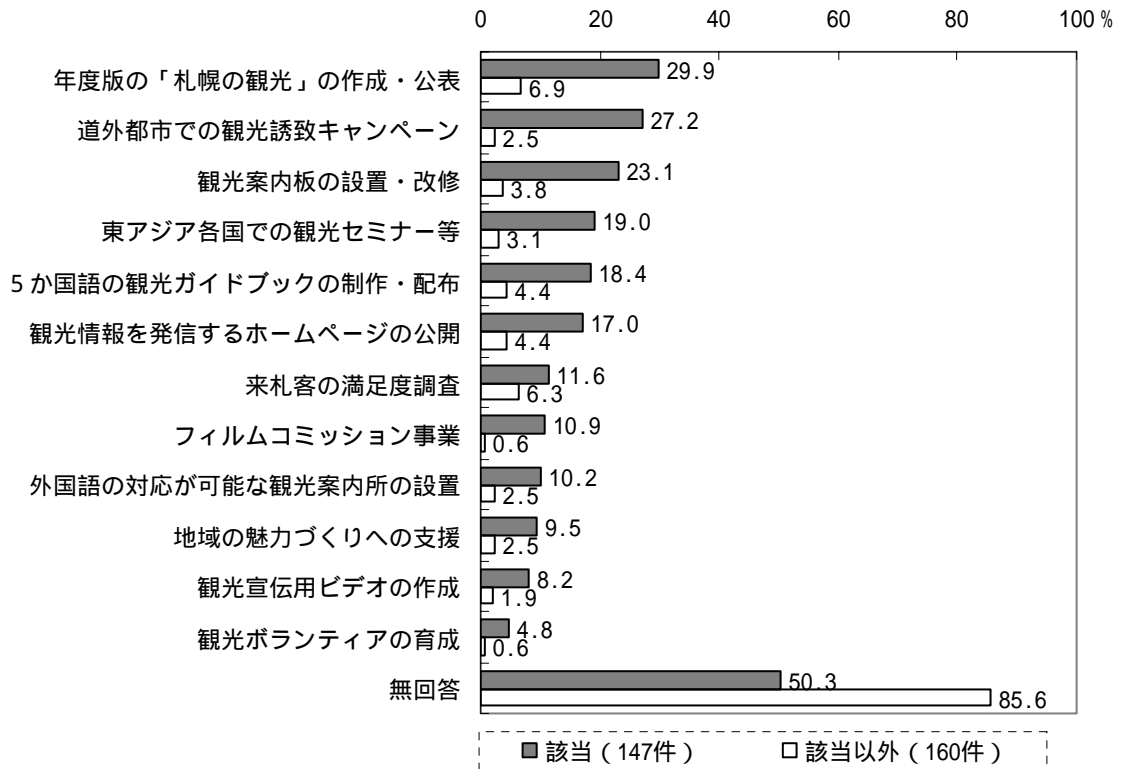
図表 3 - 30 札幌市の観光事業とアンケート回答企業の業務との関連（業種別）
（運輸・通信業 71 件）



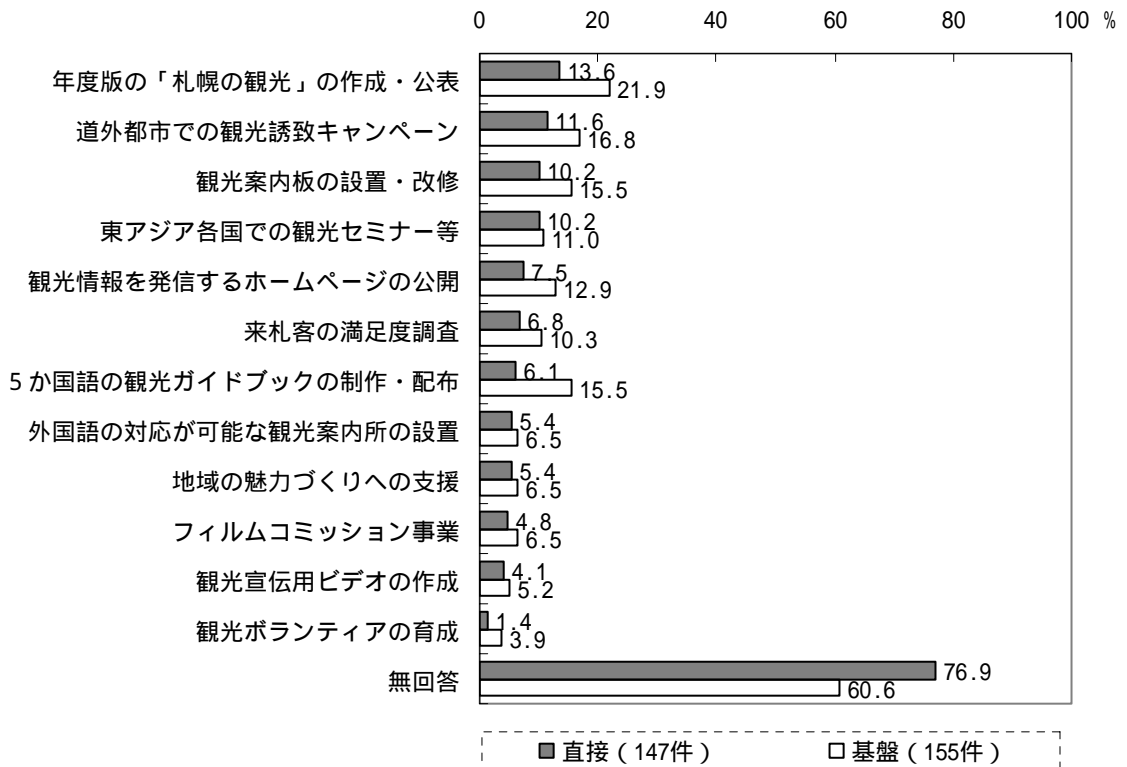
図表 3 - 31 札幌市の観光事業とアンケート回答企業の業務との関連（業種別）
（製造業：30 件）



図表 3 - 32 札幌市の観光事業とアンケート回答企業の業務との関連（問1回答別）



図表 3 - 33 札幌市の観光事業とアンケート回答企業の業務との関連（産業別）



札幌市の観光事業とアンケート回答企業の業務との関連内容

問7.(3) 具体的に貴社の業務とどのような関連があるか、ご記入下さい。

札幌市が実施している各種の観光事業とアンケート回答企業の業務との関連内容については、問7(2)において業務に関連していると回答した割合が高い項目順にみると、「年度版の「札幌の観光」(札幌市の観光・コンベンション施策の概要、観光客の入り込み状況、宿泊施設の利用状況、参考資料)の作成・公表」と回答していた企業(17.9%)は、「自社商品の開発にあたるマーケット分析を行える」等、業務上でデータを参考にしていることがうかがえる。

次いで「道外都市での観光誘致キャンペーン」と回答していた企業(14.3%)は、「観光情報のパンフレット等の制作」のようにキャンペーンに関わる印刷物等制作の受注があげられている。

図表 3 - 34 札幌市の観光事業とアンケート回答企業の業務との関連内容

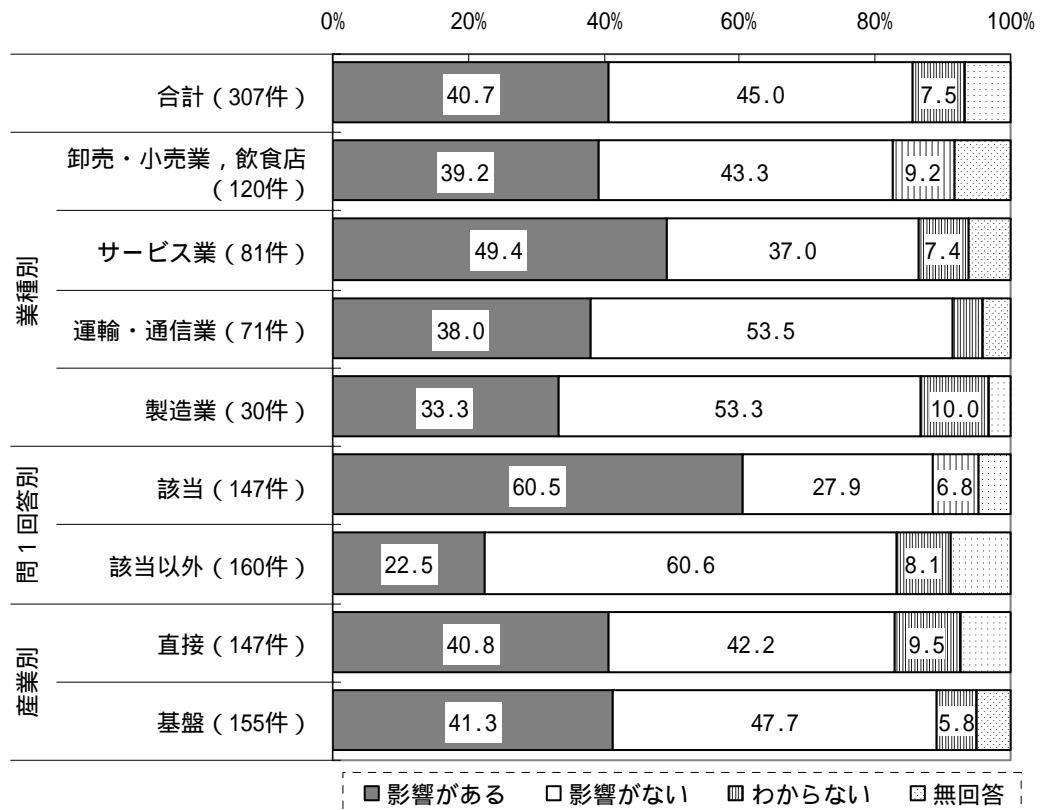
問7(2)での回答状況	業務との関連性
年度版の「札幌の観光」(札幌市の観光・コンベンション施策の概要、観光客の入り込み状況、宿泊施設の利用状況、参考資料)の作成・公表	<ul style="list-style-type: none"> ・自社商品の開発にあたるマーケット分析を行える(卸売・小売業、飲食店・各種商品通信販売) ・来札客の満足度調査は大きな関心を持っている(サービス業・広告代理業) ・今年から観光客向けの広告を出しているため、観光客のデータを参考にしたい(卸売・小売業、飲食店・酒場、ピヤホール) ・統計資料の提供等により自社の経営戦略の参考にしている(運輸・通信業・乗合旅客自動車運送)等
道外都市での観光誘致キャンペーン	<ul style="list-style-type: none"> ・観光情報のパンフレット等の制作(サービス業・広告代理業) ・キャンペーンに参加している(サービス業・スポーツ施設提供業) ・観光のPRシールの企画デザイン(サービス業・他の専門サービス)等
観光案内板の設置・改修	<ul style="list-style-type: none"> ・商業写真関連で宣伝物、ホテル等イベント広告物製作(サービス業・写真DPE業) ・印刷・看板及び集客・販売の為に企画・立案・制作(サービス業・広告制作)等
上記以外の項目	<ul style="list-style-type: none"> ・パンフ・リーフレット類の印刷・企画(製造業・印刷業) ・印刷物の受注(製造業・印刷業)等

札幌市で開催されるイベントによる事業への影響の有無

問 8 .(1) 貴社の事業は雪まつり、YOSAKOI ソーラン祭り、夏まつり等の札幌市で開催されるイベントによって、何らかの影響がありますか。

札幌市で開催されるイベントによる事業への影響の有無については、「影響がない」が45.0%、「影響がある」が40.7%、「わからない」が7.5%となっている。

図表 3 - 35 札幌市で開催されるイベントによる事業への影響の有無



札幌市で開催されるイベントによる事業への影響内容

問 8 .(2) どのような影響がありますか。具体的にご記入下さい。

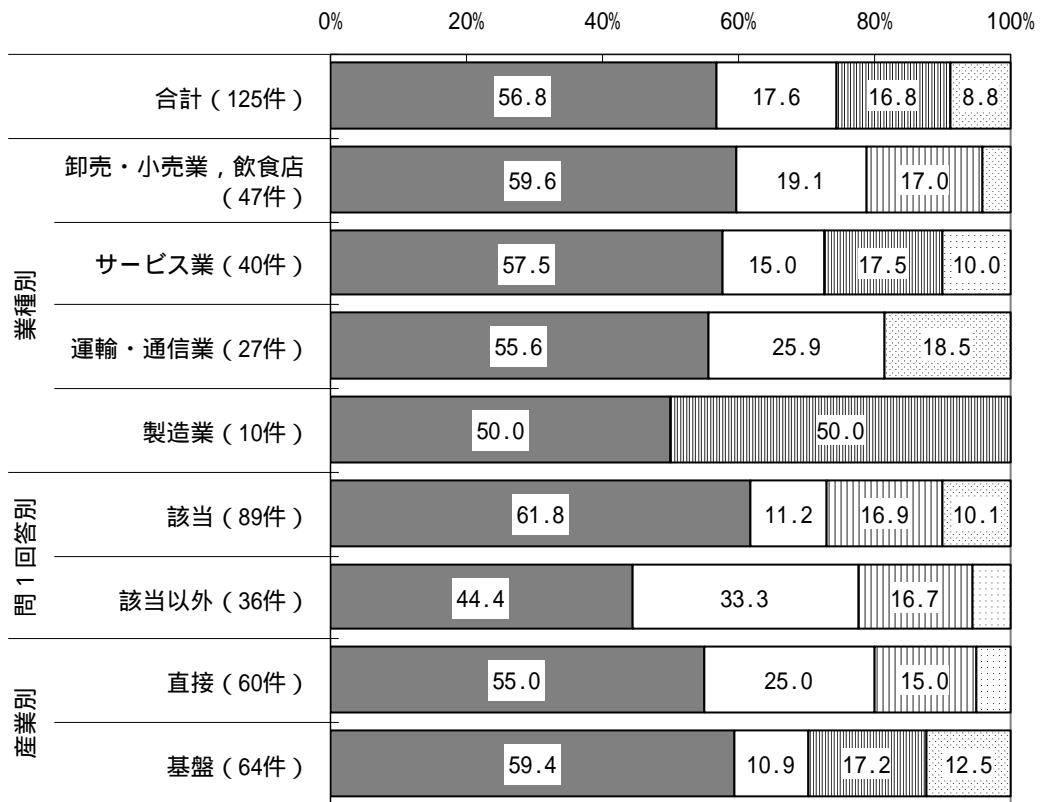
札幌市で開催されるイベントによる事業への影響内容については、プラスの影響として「売上高の増加」の他、「集客、来店客の増加」等があげられている。一方マイナスの影響としては「道路封鎖に伴う迂回等により業務遅延等」、イベント場所の集中による「売上高の減少」等があげられている。

札幌市で開催されるイベントによる事業への影響を、プラスの影響とマイナスの影響に区分して整理すると、売上高の増加等が含まれる「プラスの影響」は 56.8%、売上高の減少等が含まれる「マイナスの影響」は 17.6%、「その他」は 16.8%となっている。

図表 3 - 36 札幌市で開催されるイベントによる事業への影響内容

イベントにより受ける影響内容		
プラスの影響	売上高の増加	・広告等の売上高の増加（サービス業・広告代理業）。 ・中央区の店舗は人が集まる為売上増加につながる（卸売・小売業、飲食店・中華・東洋料理店）。等
	来店客の増加	・集客、来店客の増加（卸売・小売業、飲食店・料理品小売）。 ・イベント時には、集客人数が増加している（卸売・小売業、飲食店・酒場、ピヤホール）。等
マイナスの影響	交通渋滞	・道路封鎖に伴う迂回等により業務遅延（時間ロス）（運輸・通信業・一般貨物自動車運送）。 ・交通渋滞による配送遅れ（卸売・小売業、飲食店・ガソリンスタンド）。等
	売上高の減少等	・売上の減少、すすきのに集まる（卸売・小売業、飲食店・料理品小売）。 ・イベント自体が大通なので、客足がそちらにむき、逆にひまになる（卸売・小売業、飲食店・西洋料理店）。等
その他		・直接的にはありませんが、取引先に影響があり、2 次的な影響としてはあります（卸売・小売業、飲食店・婦人・子供服小売）。等

図表 3 - 37 札幌市で開催されるイベントによる事業への影響



■ プラスの影響 □ マイナスの影響 ▨ その他 □ 無回答

(6) 札幌市から企業への情報提供及びP Rのあり方

問7 .(4) 札幌市から企業への情報提供やP Rのあり方について、改善すべき点があればその内容をご記入下さい。

札幌市から企業への情報提供やP Rのあり方について改善すべき点については、「イベントの日・時・住所を事前に周知してください」のように事前にイベント等の情報提供を望む意見の他、「観光客の行動に関するデータが必要」のように各種データの提供、「フォーラムやイベントを開催し、情報交換出来ると良い。」のように情報交換の場づくり等が意見としてあげられている。

図表 3 - 38 札幌市から企業への情報提供及びP Rのあり方

改善点	
イベント等情報提供	<ul style="list-style-type: none"> ・イベントの日・時・住所を事前に周知してください(卸売・小売業, 飲食店・燃料小売)。 ・年間スケジュール表等があれば、イベント等々(サービス業・写真DPE業)。 ・観光客に紹介できる(活用してもらえ)情報の提供(サービス業・旅館・ホテル)等
データの提供	<ul style="list-style-type: none"> ・観光客の行動に関するデータが必要(運輸・通信業・普通鉄道業)。 ・海外から道内観光における交通手段等のデータ及びレンタカーの要望(サービス業・自動車賃貸)。 ・ベンチャー支援のデータ(サービス業・情報提供サービス)等
広報誌等によるP R	<ul style="list-style-type: none"> ・広報さっぽろ企業版のようなものでP Rや支援、協力等を訴える(卸売・小売業, 飲食店・宝石貴金属製品小売)。 ・もっと市民(道民)への観光産業の重要性と『おもてなしの心』を持ってもらうようP Rする(サービス業・情報処理サービス)。 ・テレビメディアを利用するのが効果あるのでは(運輸・通信業・一般貨物自動車運送)等
情報交換の場づくり	<ul style="list-style-type: none"> ・フォーラムやイベントを開催し、情報交換出来ると良い(サービス業・労働者派遣業)。 ・札幌市と企業で進める事業についてのテーマ、それに対するプレゼンの場の提供を増やす(卸売・小売業, 飲食店・各種商品通信販売)等
ガイドブック等の置場所	<ul style="list-style-type: none"> ・観光地図の置場所(市庁舎に置かず商店街(中心部)に置くようにする)(卸売・小売業, 飲食店・その他各種商品小売)。 ・見本を区役所が区民センターにおいてほしい(卸売・小売業, 飲食店・日本料理店)。 ・市で作成したガイドブック等を旅客に配布することができるのもっと事業者と協力すべきである(運輸・通信業・貸切旅客自動車運送)等
その他	<ul style="list-style-type: none"> ・プロスポーツと観光をもっと密接に関連づけをすべき(サービス業・その他の興行団)。 ・ホームページを大幅に充実する(卸売・小売業, 飲食店・一般食堂)等

(7) 来札客増加へのアイデア及び意見等

問9. 来札客を現在の年間1,300万人から2,000万人に増やすためのアイデア、ご意見等がありましたらご記入下さい。

来札客を現在の年間1,300万人から2,000万人に増やすためのアイデア、意見等については、「イベントの誘致」をはじめ、「PR活動の促進」、「案内施設等の充実」、「交通整備」、「案内施設等の充実」等があげられている。

図表3-39 来札客増加へのアイデア及び意見等

アイデア及び意見等	
イベントの誘致	<ul style="list-style-type: none"> 各種イベントの札幌開催誘致（運輸・通信業・乗用旅客自動車運送） 国際的イベントの誘致。観光イメージを国内外へ売り込む（卸売・小売業、飲食店・一般食堂）等
PR活動の促進	<ul style="list-style-type: none"> 韓国、中国、台湾からのお客様のPRシステム作りをして頂きたい（卸売・小売業、飲食店・その他各種商品小売） 札幌観光PR大使の設置（卸売・小売業、飲食店・日本料理店）等
交通整備	<ul style="list-style-type: none"> 集客のための交通機関の整備（便利さ）と利用（値段の安さ）のしやすさ（製造業・印刷業） 交通の便を良くする事。交通のわかりやすい時刻表 老人でも見やすい様に。特に接続など（卸売・小売業、飲食店・酒場、ピヤホール） 観光客用の移動手段の確保と移動コストの低減（例えば、観光客専用の観光スポット循環バス。定額でなくとか）（サービス業・労働者派遣業）等
案内施設等の充実	<ul style="list-style-type: none"> 観光案内所の増設。観光マップの内容検討（情報量、エリアなど）（卸売・小売業、飲食店・新聞小売） 外国人に対する案内表示等の強化、ホテル従業員の英会話力向上の補助制度（企業では負担しきれない）（サービス業・旅館・ホテル） 市民が欲しくなるような札幌市内の各種施設等の案内を盛り込んだ観光用地図（中国語・韓国語・英語・日本語用）観光案内窓口を札幌駅、地下商店街に設置する（卸売・小売業、飲食店・写真機写真材料小売）等
通年の観光資源の発掘	<ul style="list-style-type: none"> 全国的に雪まつりやYOSAKOIソーラン祭りなどは知られているが、その他のイベントは知名度がうすく年間を通して来札客を増やすイベントが必要（サービス業・他生活関連サービス） 通年の観光資源の発掘（運輸・通信業・乗合旅客自動車運送）等
リピーター増加に向けた取組	<ul style="list-style-type: none"> リピーターの増加を図る。観光名所以外にも札幌の開拓の歴史が生活の中に生かされている建物とか、元気の出る商店街の紹介とか、街の近所に存在する農業地帯とか、本州等には体験できない空間の紹介（卸売・小売業、飲食店・野菜小売） リピーターを増加させるための顧客のデータベース化（サービス業・自動車賃貸）等
参加型イベント	<ul style="list-style-type: none"> 雪まつり、YOSAKOIソーラン祭り、夏祭りとも地域住民と遊離して住民参加型になっていない。祭りとしての盛り上げがない。露天商、各種アトラクションなどの導入の他毎年意外性のあるイベントが必要と思われる（サービス業・広告代理業） 雪まつりも、YOSAKOIソーランも見る祭りから参加型の祭りへの転換が必要。親雪雪まつり（雪と親しむ）観光客の為のソーラン踊りレッスン&披露（卸売・小売業、飲食店・宝石貴金属製品小売）等
その他	<ul style="list-style-type: none"> 市民全員がホテルのコンシェルジュの様なつもりで札幌についてよく知る事で、人的な充実を図る（運輸・通信業・他運輸付帯サービス） まずは一流のホスピタリティ精神を海外か本州から学ぶことが必要。観光向上委員会を設置して飲食業、ホテルなどの評価システムをつくる（製造業・出版業）等

4 集客交流産業活性化に向けて

4 集客交流産業活性化に向けて

4.1 札幌市全産業と集客交流産業の比較

ここでは集客交流産業の全般的な経営概況を、札幌市の全産業と比較し、集客交流産業特有の課題の有無等を検討する。

なお全産業については、平成 15 年度上期及び下期の札幌市企業経営動向調査の調査結果を使用する。本調査で実施した「札幌市集客交流産業事業所基礎調査」と平成 15 年度上期及び下期の札幌市企業経営動向調査の実施概要は図表 4 - 1 のとおりである。

図表 4 - 40 各アンケート調査対象等

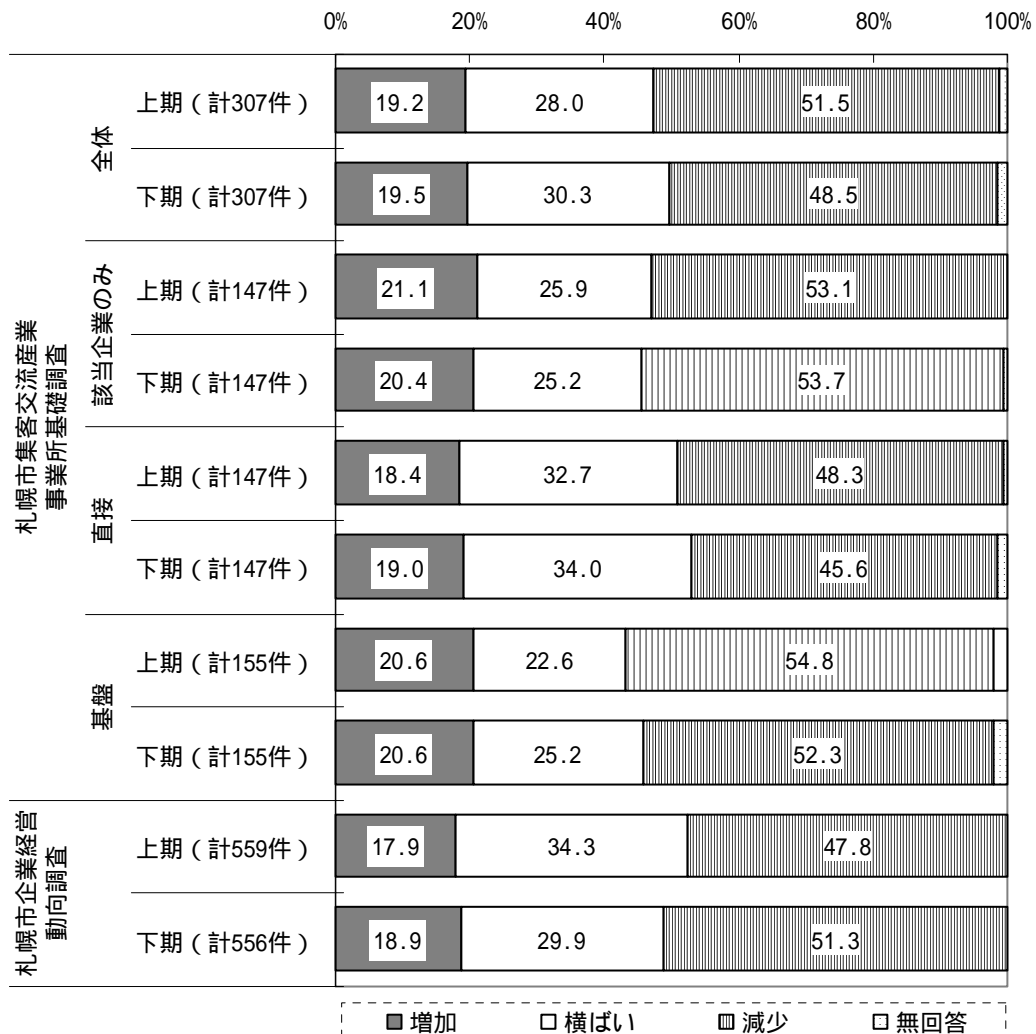
	札幌市集客交流産業 事業所基礎調査	札幌市企業経営動向調査	
		平成 15 年度上期	平成 15 年度下期
調査時期	平成 16 年 3 月	平成 15 年 8 月	平成 16 年 2 月
調査方法	調査票の郵送によるアンケート調査		
調査対象業種	「2.2 集客交流産業の定義」で定義した集客交流産業(小売業、飲食店、サービス業の一部、製造業の一部、運輸・通信業の一部)	建設、製造、卸売、小売、飲食、不動産、運輸・通信、サービス	
調査対象規模等	市内に本社があり従業員 6 人以上の企業	市内に事業所を有する資本金 1,000 万円以上の企業	
調査対象企業数	2,267 社	1,000 社	
回答状況(有効回答)	307 社	561 社	557 社

資料：札幌市経済局産業振興部「札幌市企業経営動向調査結果概要(平成 15 年度上期、下期)」。

(1) 売上(生産)高

平成 15 年度上期及び下期の売上(生産)高の前年度同期比をみると、集客交流産業、全産業とも同様の傾向となっており、下期は上期と比較して「増加」と回答した割合が若干増えている。

図表 4 - 41 売上(生産)高の変化(平成 15 年度上期、下期)



資料：札幌市経済局産業振興部「札幌市企業経営動向調査結果概要(平成 15 年度上期、下期)」(以下同様)。

注 1：「該当」とは、問 1 で事業内容が集客交流産業に「1. 当てはまる」と回答した企業、「該当以外」とは問 1 で「2. 当てはまらない」あるいは「3. わからない」と回答あるいは「無回答」の企業(以下同様)。

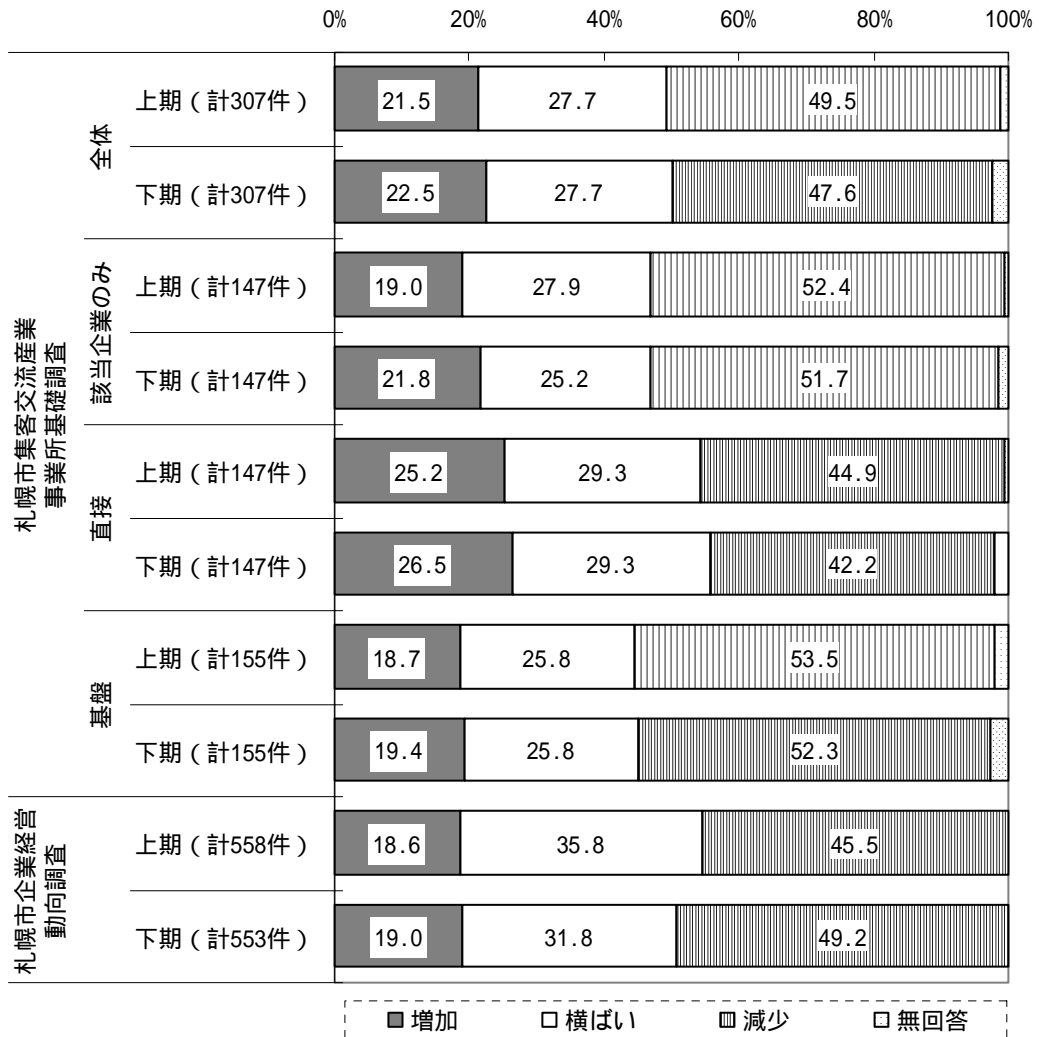
注 2：産業別の「直接」とは、来札者の直接の目的に対して財・サービスを提供する業種(飲食、買い物、レジャー)。「基盤」とは、財・サービスを提供するための基盤を提供する業種(コンベンション、交通、宿泊、観光企画、情報メディア)(以下同様)。

注 3：「札幌市企業経営動向調査結果概要(平成 15 年度上期、下期)」には「無回答」の項目設定はなし(以下同様)。

(2) 経常利益

平成 15 年度上期及び下期の経常利益の前年度同期比をみると、集客交流産業、全産業とも同様の傾向となっており、下期は上期と比較して「増加」と回答した割合が若干増えている。

図表 4 - 42 経常利益の変化（平成 15 年度上期、下期）

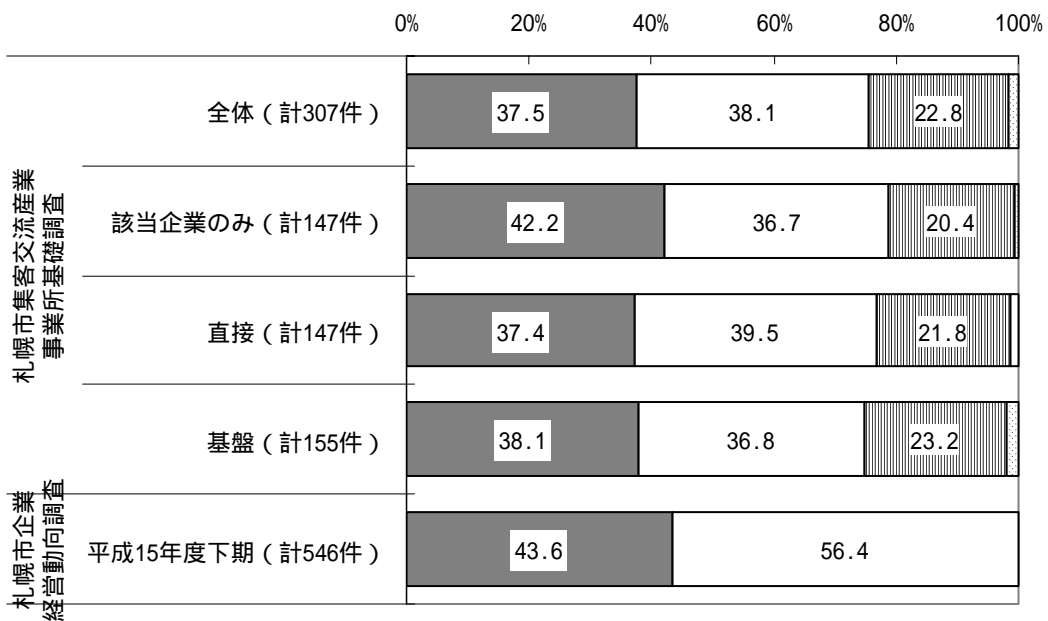


(3) 設備投資

今後1年間(平成16年4月～平成17年3月)の設備投資の見通しをみると、「投資する」と回答している企業の割合が集客交流産業では全産業と比較すると若干低い。

設備投資をするその主な理由としては、いずれも「設備の更新・改修」が最も多く、次いで「売上(生産)能力拡大」等となっており、ほぼ同様の傾向がみられるが、集客交流産業では「経営の多角化」が全産業と比較すると全体に占める割合が高くなっている。

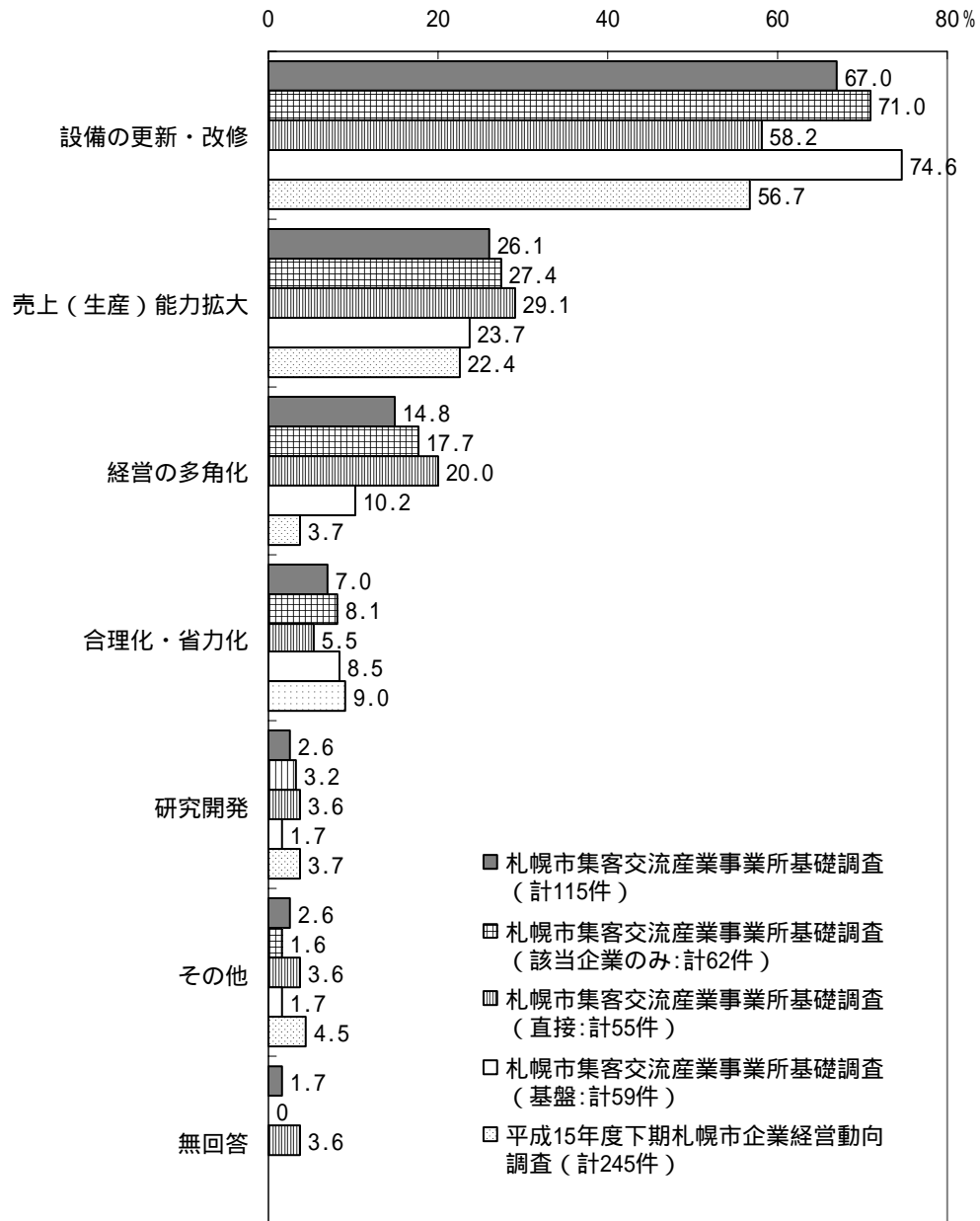
図表4-43 設備投資(今後1年間・平成16年4月～平成17年3月)



■ 投資する □ 投資しない ▨ 未定 □ 無回答

注:「札幌市企業経営動向調査結果概要(平成15年度下期)」には「未定」の項目設定はなし。

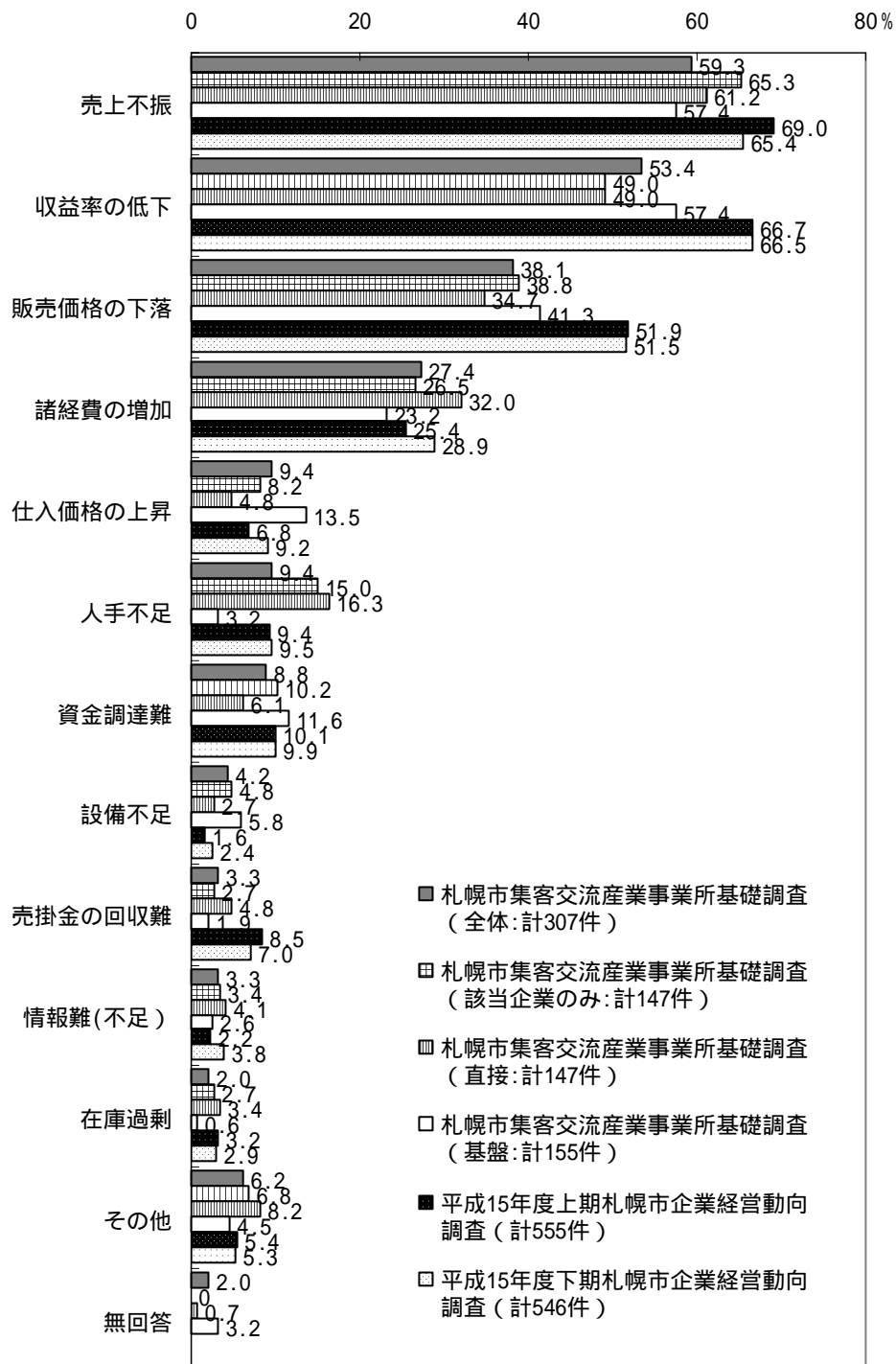
図表 4 - 44 設備投資の主な理由



(4) 経営上の課題

経営上の課題は、いずれの調査結果においても「売上不振」が最も多く、次いで「収益率の低下」、「販売価格の下落」等と続いており、それぞれ割合は異なるがほぼ同様の傾向がみられている。ただし、集客交流産業および該当企業のみでは、「収益率の低下」、「販売価格の下落」の割合が、全産業を対象とした調査に比べて低くなっている。

図表 4 - 45 経営上の課題



(5) 札幌市企業経営動向調査との比較

集客交流産業事業所基礎調査結果と札幌市企業経営動向調査結果から、経営状況を比較すると以下のとおりとなる。

図表 4 - 46 札幌市企業経営動向調査との比較

売上高

集客交流産業と全産業との大きな差はない。札幌市を含め北海道全体の景気が低迷している現状では、全体としては大きな差が現れにくいといえよう。

経常利益

「直接」産業群では、「基盤」産業群や全産業に比べて、増加している割合が高い。

設備投資

集客交流産業では全産業に比べ投資した割合が低い。投資の理由をみると、傾向としては全産業と同様であり、「直接」産業群、「基盤」産業群ともに設備の更新・改修が主だった理由となっているが、「直接」産業群では売上増強、経営の多角化との回答も目立っている。

経営上の課題

全産業と同様に、売上不振、収益率の低下、販売価格の下落の順に高い割合となっているが、「直接」産業群では売上の不振が特に高く、「基盤」産業群では売上不振と収益率の低下が同程度となっている。

北海道全体の景気が低迷している状況下では、集客交流産業と全産業の経営概況の違いはほとんどみられないが、集客交流産業を「直接」産業群と「基盤」産業群に区分すると、両者の経営上の課題などに違いがあることがうかがえる。

4.2 アンケート調査結果の整理

本調査で実施した集客交流産業事業所基礎調査結果は、以下のとおり整理することができる。

図表 4 - 47 集客交流産業事業所基礎調査結果の整理 (1)

集客交流産業と意識している事業所は約半数

本調査では、集客交流産業を日本標準産業分類に即して定義づけ、集客交流産業にあたる事業所に対してアンケート調査を実施し、各事業所が自身を集客交流産業と意識しているかを尋ねた。アンケート調査の結果は、集客交流産業に該当していることを意識している事業所は約半数であった。

集客交流産業の意識とイベント等による影響との関連性

集客交流産業と意識している事業所とそうではない事業所の違いの一つは、札幌市内で行われるイベント等による事業への影響の有無である。アンケート調査の結果から、集客交流産業と意識している事業所は6割以上が何らかのイベントの影響を受けており、その多くは売上の増加などよい影響を受けているとしている。逆に、意識していない事業所では、影響を受けるとした割合が2割強となっている。

集客交流産業と意識している事業所では集客交流事業の認知度が高い

集客交流産業と意識している事業所とそうではない事業所では、札幌市が実施している集客交流関連事業に対する認識に明らかな違いがあった。特に違いがあるのは、国内外の観光客誘致に関する事業と観光関連情報の発信についてである。

集客交流産業と意識している事業所では集客交流事業との関連性も高い

集客交流産業と意識している事業所とそうではない事業所では、札幌市が実施している集客交流関連事業に対する関係についても明らかな違いがあった。しかしながら、意識していない事業所でも、関係があるとした回答がある。

集客交流産業の裾野拡大の可能性

集客交流産業と意識している事業所は約半数であったが、今後は約半数の意識していない事業所にも複合産業としての集客交流産業を認識してもらうことが重要となる。来札者増加へのアイデアや意見の回答者を見ると、集客交流産業と意識していない事業者からも多数の意見があった。これは、多くの事業者が観光都市としての札幌を意識しているということであろう。集客交流産業の裾野が広がる可能性は十分にあるといえる。

次に、集客交流産業を直接サービスを提供する産業群と基盤を提供する産業群に区分し、調査結果をまとめると以下のとおりとなる。

図表 4 - 48 集客交流産業事業所基礎調査結果の整理（ 2 ）

集客交流産業としての認識は「直接」が高い

集客交流産業と意識している事業所の割合をみると、「直接」産業群では 54.4% と半数以上となっているのに対し、「基盤」産業群では 41.9% と半数以下となっている。これは、「基盤」産業群では、集客交流に関係するのは事業の一部でしかない等の理由が考えられる。

札幌市の観光事業の認知度・関連度は「基盤」が高い

札幌市が実施している各事業についての認知度は、ほとんどの事業で「基盤」産業群の認知度が「直接」産業群の認知度に比べて高い割合となっている。また、関連度については、全ての事業で「基盤」産業群の関連度が「直接」産業群に比べて高い割合となった。

このように、アンケート調査結果からは「集客交流産業としての認識度は高いが、札幌市が実施する各種事業には関心が薄い」直接産業群と「集客交流産業としての認識度は低いが札幌市が実施する各種事業には関心が高い」基盤産業群という集客交流産業全体の構造がうかがえる。集客交流産業の活性化に向けては、第一に両者のギャップを埋める必要がある。

4.3 市民、企業、行政の連携による集客交流活性化への取り組み

アンケート調査結果等をふまえ、集客交流産業活性化に向けて、市民、企業、行政の連携による集客交流産業事業所に対する支援策としては、次の4点が想定されよう。

(1) 各種来札客に関する調査等の実施と調査結果のPR

今度実施したアンケート調査の問7(1)(札幌市における観光事業への認識度)において、「来札客の満足度調査(年2回、冬季〔雪まつり期間中〕と夏季に実施)」、「年度版の「札幌の観光」(札幌市の観光・コンベンション施策の概要、観光客の入り込み状況、宿泊施設の利用状況、参考資料)の作成・公表」の観光状況等調査結果に対する認知度は、他の観光事業と比較して高いとはいいがたい状況にあった。

一方問7(2)(札幌市における観光事業と業務との関連性)では業務に関連する札幌市の事業として「年度版の「札幌の観光」(札幌市の観光・コンベンション施策の概要、観光客の入り込み状況、宿泊施設の利用状況、参考資料)の作成・公表」への回答が最も多かった。

集客交流産業事業所が業務上使用する可能性の高い調査結果が、より広く認知され活用されるためには既存の調査事業のPRと、さらに集客交流産業活性化に向けて、事業所が経営戦略をたてる上で役立つよう来札客に関する調査を実施し、新たに情報を提供していく必要がある。

(2) 集客交流産業事業所間の情報交換会等の実施

前述したように、アンケート調査から集客交流産業の構造として「集客交流産業としての認識度は高いが、札幌市が実施する各種事業には関心が薄い」直接産業群と「集客交流産業としての認識度は低いが札幌市が実施する各種事業には関心が高い」基盤産業群がうかがえる。集客交流産業は、はじめに述べたように様々な業種からなる複合的な産業であり、その活性化のためには直接産業群、基盤産業群両者の交流が必要であろう。

同業種、異業種間交流により、連携等が可能となり、また相互間の要望等を把握する機会が増え、また来札者増加に向けて何らかの取り組みを計画、実施する機会ともなり、来札者受入れ基盤の強化を図る上でも効果があると考えられる。

(3) イベント等の事前情報提供

アンケート調査の問8(1)(札幌市で開催されるイベントによる影響)において、影響があると回答している企業は全体の約4割であった。またその具体的な影響としては、売上高の増加等と回答している。イベントにより受ける影響は大きいため、事前の情報提供が望まれよう。

現在イベント情報の提供は民間の事業者等によって行われているものの、それぞれの情報が分散しており、必ずしも情報が利用しやすい状況になっているとはいいがたい。そのため、今後事業者にとって、より利用しやすくするためには、イベント情報を集約したような資料、サイト等が望まれよう。

規模の大小に関わらず札幌市内で開催されるイベント、コンベンション等の日程を

はじめとする詳細な情報を、関連する事業所が事前に把握できることで、売上増加につながるような経営計画等をたてることができよう。

(4) 札幌市の観光事業のPR

来札者への直接的なサービス提供に関連する産業や来札者への情報提供に関連する産業である集客交流産業の事業者に、様々な機関が発信する観光関連情報も広く認識されることは重要である。そのため情報伝達のあり方として、今後ホームページの充実等が望まれよう。