

静岡県中部 5 市 2 町
観光関連事業者実態調査
(2024 (令和 6) 年度)

確 報

2025 (令和 7) 年 8 月
公益財団法人するが企画観光局



目次

1. 調査の概要	5
2. 集計結果.....	8
2.1. 事業者の基本情報	8
2.1.1. 所在地.....	8
2.1.2.1. 業種	9
2.1.2.2. 業種（市町別の構成割合）	10
2.1.3.1. 宿泊事業者の営業形態	11
2.1.3.2. 宿泊事業者の営業形態（市町別の構成割合）	12
2.1.4.1. 本業（本業が観光でない場合）	13
2.1.4.2. 本業（本業が観光でない場合）（業種別の構成割合）	14
2.1.4.3. 本業（本業が観光でない場合）（市町別の構成割合）	15
2.1.5.1. 営業開始時期	16
2.1.5.2. 営業開始時期（業種別の構成割合）	17
2.1.5.3. 営業開始時期（市町別の構成割合）	18
2.2. 従業員	19
2.2.1.1. 従業員数	19
2.2.1.2. 従業員数（業種別の構成割合）	20
2.2.1.3. 従業員数（市町別の構成割合）	21
2.2.2.1. 正社員数	22
2.2.2.2. 正社員数（業種別の構成割合）	23
2.2.2.3. 正社員数（市町別の構成割合）	24
2.2.3.1. 正社員の割合	25
2.2.3.2. 正社員の割合（業種別の構成割合）	26
2.2.3.3. 正社員の割合（市町別の構成割合）	27
2.2.4.1. 従業員の過不足感	28
2.2.4.2. 従業員の過不足感（業種別の構成割合）	28
2.2.4.3. 従業員の過不足感（市町別の構成割合）	29
2.2.5.1. 従業員とのコミュニケーション	30
2.2.5.2. 従業員とのコミュニケーション（業種別の構成割合）	30
2.2.5.3. 従業員とのコミュニケーション（市町別の構成割合）	31

2.3. 事業者の特徴	32
2.3.1.1. 明確な強み	32
2.3.1.2. 明確な強み（業種別の構成割合）	32
2.3.1.3. 明確な強み（市町別の構成割合）	33
2.3.1.4. 具体的な強み	34
2.3.2.1. 地域資源の積極的な活用	36
2.3.2.2. 地域資源の積極的な活用（業種別の構成割合）	36
2.3.2.3. 地域資源の積極的な活用（市町別の構成割合）	37
2.3.2.4. 具体的な地域資源	38
2.3.3.1. 地域調達率	40
2.3.3.2. 地域調達率（業種別の構成割合）	41
2.3.3.3. 地域調達率（市町別の構成割合）	42
2.3.4.1. サービス維持に向けた受入調整の仕組み	43
2.3.4.2. サービス維持に向けた受入調整の仕組み（業種別の構成割合）	43
2.3.4.3. サービス維持に向けた受入調整の仕組み（市町別の構成割合）	44
2.4. 経営の状況	45
2.4.1.1. 業況	45
2.4.1.2. 業況（業種別の構成割合）	45
2.4.1.3. 業況（市町別の構成割合）	46
2.4.2.1. 営業利益の前年比較	47
2.4.2.2. 営業利益の前年比較（業種別の構成割合）	47
2.4.2.3. 営業利益の前年比較（市町別の構成割合）	48
2.4.3.1. 業績	49
2.4.3.2. 業績（業種別の構成割合）	50
2.4.3.3. 業績（市町別の構成割合）	50
2.4.4.1. 運営規模の変化（5年前比較）	51
2.4.4.2. 運営規模の変化（5年前比較）（業種別の構成割合）	51
2.4.4.3. 運営規模の変化（5年前比較）（市町別の構成割合）	52
2.5. 来訪者の特徴	53
2.5.1.1. 客単価	53
2.5.1.2. 客単価（業種別）	54
2.5.1.3. 客単価（市町別）	57
2.5.2.1. 客単価の変化	61
2.5.2.2. 客単価の変化（業種別の構成割合）	61

2.5.2.3. 客単価の変化（市町別の構成割合）	62
2.5.3.1. 年間来訪者数	63
2.5.3.2. 年間来訪者数（業種別）	64
2.5.3.3. 年間来訪者数（市町別）	68
2.5.4.1. 域外来訪者割合.....	72
2.5.4.2. 域外来訪者割合（業種別の構成割合）	73
2.5.4.3. 域外来訪者割合（市町別の構成割合）	74
2.5.5.1. 外国人来訪者割合	75
2.5.5.2. 外国人来訪者割合（業種別の構成割合）	76
2.5.5.3. 外国人来訪者割合（市町別の構成割合）	77
2.5.6.1. リピーター割合.....	78
2.5.6.2. リピーター割合（業種別の構成割合）	79
2.5.6.3. リピーター割合（市町別の構成割合）	80
 2.6. 経営の方針	 81
2.6.1.1. 従業員の満足度を高める取組み	81
2.6.1.2. 従業員の満足度を高める取組み（業種別の構成割合）	81
2.6.1.3. 従業員の満足度を高める取組み（市町別の構成割合）	82
2.6.2.1. 顧客のニーズを積極的に聞く方針	83
2.6.2.2. 顧客のニーズを積極的に聞く方針（業種別の構成割合）	83
2.6.2.3. 顧客のニーズを積極的に聞く方針（市町別の構成割合）	84
2.6.3.1. 顧客への提案を積極的に行う方針	85
2.6.3.2. 顧客への提案を積極的に行う方針（業種別の構成割合）	85
2.6.3.3. 顧客への提案を積極的に行う方針（市町別の構成割合）	86
2.6.4.1. 外国人客の積極的な受入.....	87
2.6.4.2. 外国人客の積極的な受入（業種別の構成割合）	87
2.6.4.3. 外国人客の積極的な受入（市町別の構成割合）	88
 2.7. 経営の課題	 89
2.7.1.1. 事業継承上の課題	89
2.7.1.2. 事業継承上の課題（業種別の構成割合）	89
2.7.1.3. 事業継承上の課題（市町別の構成割合）	90
2.7.1.4. 具体的な事業継承上の課題	91

2.8. 受入環境整備・情報発信.....	93
2.8.1.1. 決済手段	93
2.8.1.2. 決済手段（業種別）	94
2.8.1.3. 決済手段（市町別）	95
2.8.2.1. 情報発信に活用しているツール（SNS）	96
2.8.2.2. 情報発信に活用しているツール（SNS）（業種別）	97
2.8.2.3. 情報発信に活用しているツール（SNS）（市町別）	98
2.8.3.1. 対応可能言語	99
2.8.3.2. 対応可能言語（業種別）	100
2.8.3.3. 対応可能言語（市町別）	101
 3. 業績の向上に対する要因の推定.....	 102
3.1. 分析の手順	102
3.2.1. 業績と各設問の相関分析.....	103
3.2.1.1. 業績と各設問の相関分析（全業種）	103
3.2.1.2. 業績と各設問の相関分析（宿泊）	104
3.2.1.3. 業績と各設問の相関分析（飲食）	105
3.2.1.4. 業績と各設問の相関分析（小売）	106
3.2.1.5. 業績と各設問の相関分析（体験）	107
3.2.1.6. 業績と各設問の相関分析（交通）	108
3.2.1.7. 業績と各設問の相関分析（旅行会社）	109
3.2.1.8. 業績と各設問の相関分析（その他）	110
3.2.2. 業績に対する主な設問の相関（全業種）	111
3.2.2.1. 業績と「客単価の変化」の相関	111
3.2.2.2. 業績と「従業員満足度を高める取り組み」の相関	112
3.2.2.3. 業績と「明確な強み」の相関.....	112
3.3. 業績に対する重回帰分析.....	113
3.3.1. 相関分析（総当たり）	113
3.3.2. 標準偏回帰係数.....	115
3.3.3. ステップワイズ分析による要因の絞り込み	116
3.3.3. ステップワイズ分析による「客単価の変化」に影響を与える要因の推定	117
3.4. 静岡県中部地域における観光事業者の好業績モデル.....	118
 4. その他	 119

1. 調査の概要

本調査は、静岡県中部地域における観光事業者の実態を明らかにし、行政および観光関連団体の施策立案および検証に役立てること、また好業績に結びつく要因を分析し観光事業者の戦略策定に役立てることを目的に、静岡県中部地域の観光関連事業者にアンケートを実施したものである。

調査時期	2024（令和6）年12月～2025（令和7）年3月
調査対象	静岡県中部地域の観光関連事業者
調査方法	静岡県中部地域の観光関連事業者に対して調査票を発送し、事業者はインターネット、郵送またはFAXで回答した。
回答事業者数	425件
設問	調査票（次ページ）のとおり

静岡県中部5市2町観光関連施設 事業者実態調査 (2024年12月)

問1 観光業において、どの分野で事業展開していますか。(複数ある場合は、売上高が最も大きい分野に1つ○)

1 宿泊 2 飲食 3 小売 4 体験 5 交通 6 旅行会社 7 その他

問2 前問で「1 宿泊」と答えた方は、どの営業形態ですか。(複数の場合は売上高が最も大きいものに1つ○)

1 ホテル 2 旅館 3 民宿 4 ペンション 5 一棟貸し・コテージ・貸別荘 6 キャンプ場 7 その他

問3 本業が観光業と異なる場合、本業を次から選択してください。本業が観光業の場合は選択不要です。

1 農業、林業 2 漁業 3 鉱業、採石業、砂利採取業 4 建設業 5 製造業
6 電気・ガス・熱供給・水道業 7 情報通信業 8 運輸業、郵便業 9 卸売業・小売業 10 金融業、保険業
11 不動産業、物品賃貸業 12 学術研究、専門・技術サービス業 13 生活関連サービス業、娯楽業 14 教育、学習支援業 15 医療、福祉
16 複合サービス事業 17 サービス業(他に分類されないもの) 18 公務(他に分類されるものを除く)

問4 いつ営業を開始しましたか。

西 暦 _____ 年

問5 従業員(正社員、非正規社員、派遣社員、施設内のテナントスタッフを含む)は何人働いていますか。うち、正社員は何人ですか。

全 体 _____ 人 うち正社員 _____ 人

問6 従業員の過不足感はいかがですか。

1 不 足 2 やや不足 3 適 切 4 やや過剰 5 過 剰

問7 従業員の満足度を高める取り組みをしていますか。

1 していない 2 あまりしていない 3 どちらともいえない 4 ややしている 5 している

問8 従業員とのコミュニケーションは十分にとれていますか。

1 とれていない 2 あまりとれていない 3 どちらともいえない 4 ややとれている 5 とれている

問9 サービス水準維持のために、お客さまの受け入れを調整する仕組みがありますか。(定員制、予約制、時短営業など)

1 な い 2 あまりない 3 どちらともいえない 4 ややある 5 ある

問10 1年間の ①来訪客 は延べ何人ですか。また ②1人当たりの客単価はいくらですか。

集計していない場合は感覚的にお答えください。

① 年間来訪客数 延べ _____ 人 ② 1人当たり客単価 _____ 円

問11 前問でお答えいただいた ②1人当たりの客単価 は、コロナ前(2019年)と比較して変化しましたか。

1 減少した 2 やや減少した 3 変わらない 4 やや増加した 5 増加した

問12 地域資源を積極的に活用していますか。

1 していない 2 あまりしていない 3 どちらともいえない 4 ややしている 5 している

問13 前問で「4 ややしている」「5 している」と答えた方は、具体的にどのような地域資源を活用していますか。

問14 日々の運営に必要な資材や原材料のうち、静岡県中部地域からの調達割合は仕入額ベースで何%ですか。

約 _____ %

問15 事業承継に関する課題はありますか。

1 な い 2 ある ⇒ (具体的な課題: _____)

問16 貴事業所の業況はいかがですか。

1 不振 2 やや不振 3 普通 4 やや好調 5 好調

問17 貴事業所の年間の①売上高 および ②営業利益 はいくらですか。

① 年間売上高 約 _____百万円 ② 年間営業利益額 約 _____百万円

問18 貴事業所の年間の②営業利益 は、前年と比較して増加しましたか。

1 減少した 2 やや減少した 3 変わらない 4 やや増加した 5 増加した

問19 運営規模は5年前（開業5年未満の場合は創業時）と比べていかがですか。（施設面積、従業員数、客室数等）

1 縮小した 2 やや縮小した 3 変わらない 4 やや拡大した 5 拡大した

問20 貴社には、他社にはない明確な強みがありますか。

1 ない 2 あまりない 3 どちらともいえない 4 ややある 5 ある

問21 前問で「4 ややある」「5 ある」と答えた方は、具体的な強みを教えてください。

問22 接客時において、お客様のニーズを積極的に聞く方針ですか。

1 あてはまらない 2 あまりあてはまらない 3 どちらともいえない 4 ややあてはまる 5 あてはまる

問23 接客時において、お客様に対し提案を積極的に行う方針ですか。

1 あてはまらない 2 あまりあてはまらない 3 どちらともいえない 4 ややあてはまる 5 あてはまる

問24 外国のお客さま（インバウンド）の受け入れを積極的に行う方針ですか。

1 あてはまらない 2 あまりあてはまらない 3 どちらともいえない 4 ややあてはまる 5 あてはまる

問25 あなたの施設の運営方針はどちらに近いですか。

来客数の増加	1	2	3	4	5	6	客単価の向上
弱みを改善する	1	2	3	4	5	6	強みを伸ばす
事業拡大	1	2	3	4	5	6	選択と集中

問26 来訪客数に関して、各項目に該当する人の割合をそれぞれお答えください。集計していない場合は感覚的にお答えください。

① 居住地				② 国籍				③ 訪問回数			
県中部		県中部以外		日本人		外国人		新規客		リピーター	
約	%	約	%	約	%	約	%	約	%	約	%

問27 情報発信に活用しているWebツールはありますか。（活用ツール手段すべてに○）

1 自社ホームページ 2 LINE 3 X (旧 Twitter) 4 Facebook 5 Instagram
6 TikTok 7 YouTube 8 Googleビジネスプロフィール

問28 外国のお客様に対して対応可能な言語はどれですか。（対応言語すべてに○）

1 英語 2 中国語（簡体字） 3 中国語（繁体字） 4 韓国語
5 ポルトガル語 6 スペイン語 7 その他（ ） 8 対応していない

問29 現金以外で、どのような決済手段に対応していますか。（対応決済手段すべてに○）

1 クレジットカード 2 カード型電子マネー（nanaco、Toica等） 3 QRコード決済（PayPay、メルペイ等）
4 スマホ型非接触決済（ApplePay、GooglePay等） 5 プリペイドカード（Quoカード） 6 その他 7 対応していない

質問は以上です。ご協力ありがとうございました。

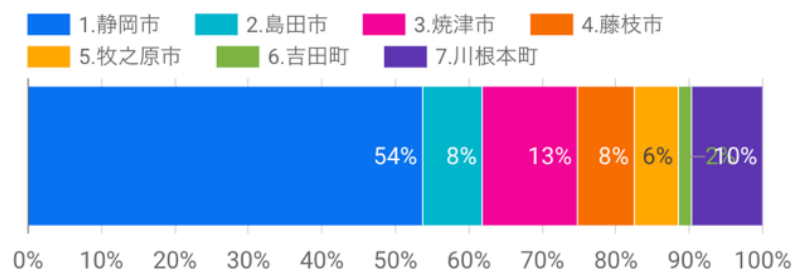
調査票（2/2）

2. 集計結果

2.1. 事業者の基本情報

2.1.1. 所在地

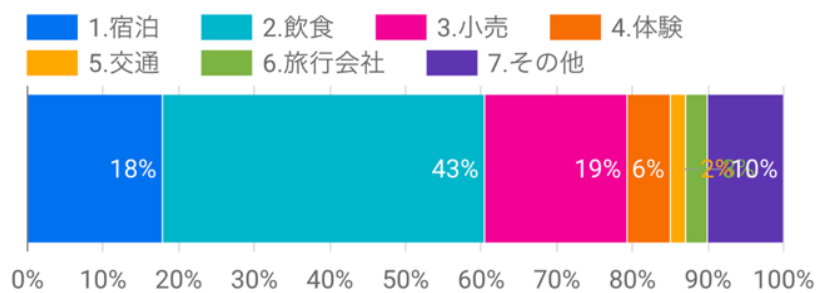
- 回答事業者の割合は、「静岡市」が54%と最も高く、次いで「焼津市」が13%、「川根本町」が10%などの構成となった。



所在地 ▲	回答数	割合
1.静岡市	228	54%
2.島田市	35	8%
3.焼津市	55	13%
4.藤枝市	33	8%
5.牧之原市	25	6%
6.吉田町	8	2%
7.川根本町	41	10%
総計	425	100%

2.1.2.1. 業種

- 業種別の回答事業者の割合は、「飲食」が最も高く 43%、次いで「小売」が 19%、「宿泊」が 18%などとなった。



業種 ▲	回答数	割合
1.宿泊	76	18%
2.飲食	181	43%
3.小売	80	19%
4.体験	24	6%
5.交通	9	2%
6.旅行会社	12	3%
7.その他	43	10%
総計	425	100%

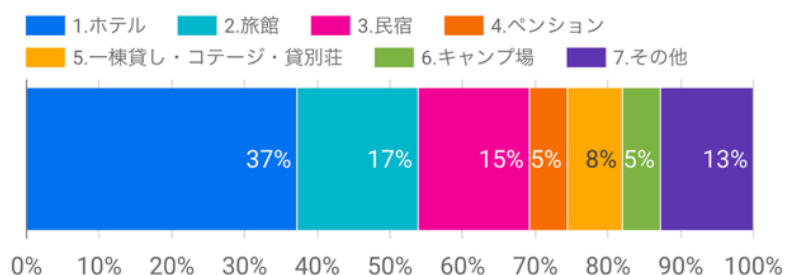
2.1.2.2. 業種（市町別の構成割合）

- 静岡市の「飲食」の割合が26%となり最も高い構成割合となった。
- 静岡市、島田市、焼津市、藤枝市においては、「飲食」の割合が最も高かったが、川根本町では「宿泊」の割合が最も高かった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
業種	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
1.宿泊	33	8%	6	1%	8	2%	6	1%	8	2%	-	-	15	4%
2.飲食	112	26%	16	4%	22	5%	15	4%	6	1%	2	0%	8	2%
3.小売	36	8%	4	1%	12	3%	6	1%	7	2%	5	1%	10	2%
4.体験	10	2%	2	0%	4	1%	1	0%	2	0%	-	-	5	1%
5.交通	2	0%	1	0%	3	1%	1	0%	1	0%	1	0%	-	-
6.旅行会社	10	2%	-	-	1	0%	1	0%	-	-	-	-	-	-
7.その他	25	6%	6	1%	5	1%	3	1%	1	0%	-	-	3	1%
総計	228	54%	35	8%	55	13%	33	8%	25	6%	8	2%	41	10%

2.1.3.1. 宿泊事業者の営業形態

- 宿泊事業者のうち、営業形態として最も多かったのは「ホテル」で、その割合は37%であった。次いで「旅館」が17%、「民宿」が15%であった。
- 全国と比較して「ホテル」の割合が高く、「旅館」の割合が低い結果となった（下記（参考））。



宿泊事業者の内訳 ▲	回答数	割合
1.ホテル	29	37%
2.旅館	13	17%
3.民宿	12	15%
4.ペンション	4	5%
5.一棟貸し・コテージ・貸別荘	6	8%
6.キャンプ場	4	5%
7.その他	10	13%
総計	78	100%

（参考）全国との構成比の比較

	ホテル営業	旅館営業	簡易宿所営業	下宿営業	
全 国	13%	47%	40%	1%	平成 29 年度 衛生行政報告例
静岡県中部地域	37%	17%	46%	—	今回調査

出典：平成 29 年度衛生行政報告例（厚生労働省）

※旅館業法の改正（平成 30 年 6 月 15 日施行）により「ホテル営業」「旅館営業」の営業種別が統合し、「旅館・ホテル営業」となったため、出典については統合前の直近である平成 29 年のデータを引用した

※今回調査を全国と比較するにあたり、以下の置き換えを実施した。「本調査」：「出典」

「ホテル」：「ホテル営業」、「旅館」：「旅館営業」、「ペンション、一棟貸し・コテージ・貸別荘、キャンプ場」、「その他」：「簡易宿営業」

2.1.3.2. 宿泊事業者の営業形態（市町別の構成割合）

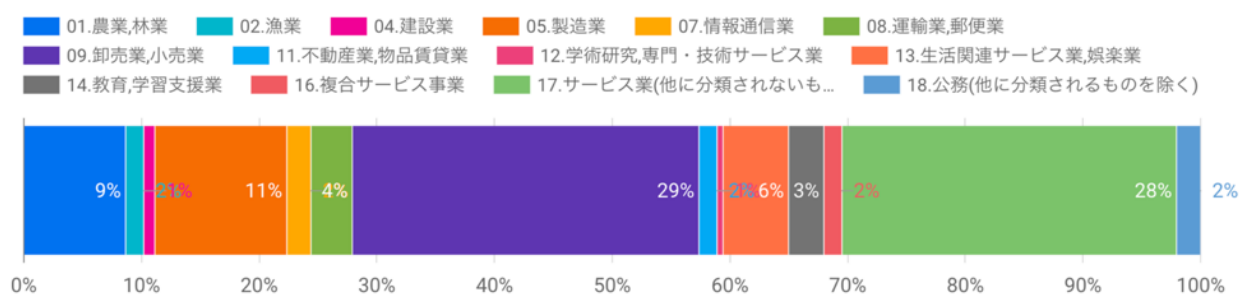
- 静岡市、島田市、藤枝市においては、「ホテル」の割合が高かった。一方、焼津市においては「旅館」が、牧之原市、川根本町においては「民宿」が最も多い営業形態となった。なお、吉田町においては、宿泊事業者の回答が得られなかった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		7.川根本町	
営業形態	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
1.ホテル	18	23%	3	4%	3	4%	4	5%	1	1%	-	-
2.旅館	7	9%	-	-	4	5%	-	-	-	-	2	3%
3.民宿	2	3%	1	1%	-	-	-	-	3	4%	6	8%
4.ペンション	1	1%	-	-	-	-	-	-	2	3%	1	1%
5.一棟貸し・コテージ・貸別荘	1	1%	1	1%	1	1%	2	3%	1	1%	-	-
6.キャンプ場	1	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	3	4%
7.その他	5	6%	1	1%	-	-	-	-	1	1%	3	4%
総計	35	45%	6	8%	8	10%	6	8%	8	10%	15	19%

2.1.4.1. 本業（本業が観光でない場合）

- 本業が観光でない事業者は197件で、全体の46%を占めた。
- 本業として最も多いのは「卸売業、小売業」で29%、次いで「サービス業（他に分類されないもの）」の28%であった。

本業が観光でない事業者の割合 **46%**



本業（本業が観光でない場合） ▲	回答数	割合
01.農業,林業	17	9%
02.漁業	3	2%
04.建設業	2	1%
05.製造業	22	11%
07.情報通信業	4	2%
08.運輸業,郵便業	7	4%
09.卸売業,小売業	58	29%
11.不動産業,物品賃貸業	3	2%
12.学術研究,専門・技術サービス業	1	1%
13.生活関連サービス業,娯楽業	11	6%
14.教育,学習支援業	6	3%
16.複合サービス事業	3	2%
17.サービス業(他に分類されないもの)	56	28%
18.公務(他に分類されるものを除く)	4	2%
総計	197	100%

2.1.4.2. 本業（本業が観光でない場合）（業種別の構成割合）

- 「卸売業、小売業」を本業とする事業者が観光の「小売」を営む割合が 21%となった。また「サービス業（他に分類されないもの）」を本業とする事業者が観光の「飲食」を営む割合が 20%と高く、観光と親和性の高い業種からの参入が多い結果となった。
- 一方で、「製造業」を本業とする事業者が観光の「小売」を営む割合が 7%、「農業・林業」を本業とする事業者が観光の「体験」を営む割合が 4%となるなど異業種からの参入も一定数あった。

本業（本業が観光でない場合）	1.宿泊		2.飲食		3.小売		4.体験		5.交通		6.旅行会社		7.その他	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
01.農業,林業	2	1%	4	2%	2	1%	7	4%	-	-	-	-	2	1%
02.漁業	-	-	1	1%	2	1%	-	-	-	-	-	-	-	-
04.建設業	1	1%	-	-	-	-	1	1%	-	-	-	-	-	-
05.製造業	1	1%	3	2%	13	7%	3	2%	-	-	-	-	2	1%
07.情報通信業	1	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	1%	2	1%
08.運輸業,郵便業	2	1%	-	-	-	-	-	-	5	3%	-	-	-	-
09.卸売業,小売業	-	-	10	5%	41	21%	-	-	-	-	-	-	7	4%
11.不動産業,物品賃貸業	-	-	1	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1%
12.学術研究,専門・技術サービス業	1	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13.生活関連サービス業,娯楽業	1	1%	3	2%	-	-	2	1%	-	-	-	-	5	3%
14.教育,学習支援業	-	-	-	-	-	-	3	2%	-	-	-	-	3	2%
16.複合サービス事業	-	-	1	1%	1	1%	1	1%	-	-	-	-	-	-
17.サービス業(他に分類されないもの)	7	4%	39	20%	1	1%	1	1%	-	-	1	1%	7	4%
18.公務(他に分類されるものを除く)	-	-	-	-	-	-	2	1%	-	-	-	-	2	1%
総計	16	8%	62	31%	60	30%	20	10%	5	3%	2	1%	32	16%

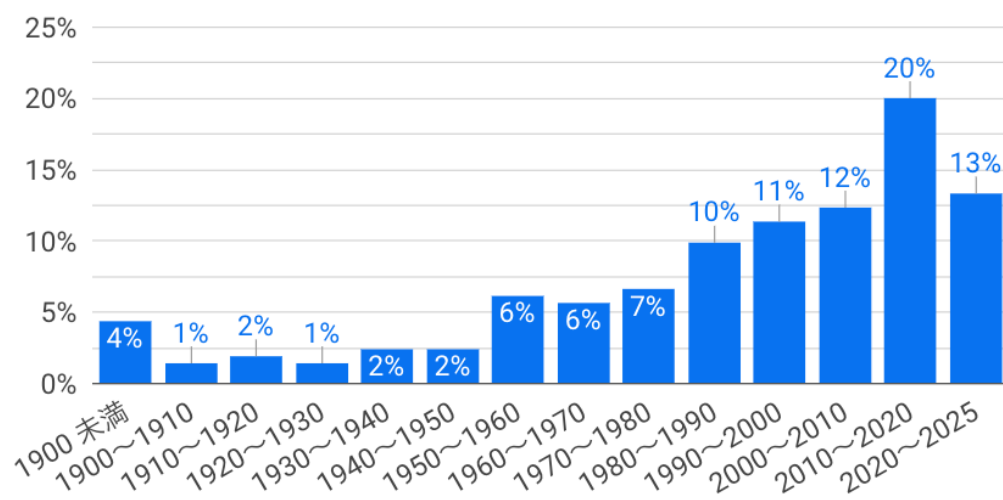
2.1.4.3. 本業（本業が観光でない場合）（市町別の構成割合）

- 全市町において「卸売業、小売業」や「サービス業（他に分類されないもの）」からの参入の割合が高かった。
- 川根本町においては、「農業、林業」からの参入の割合が高かった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
本業（本業が観光でない場合）	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
01.農業,林業	6	3%	2	1%	-	-	1	1%	1	1%	-	-	7	4%
02.漁業	2	1%	-	-	1	1%	-	-	-	-	-	-	-	-
04.建設業	1	1%	-	-	1	1%	-	-	-	-	-	-	-	-
05.製造業	7	4%	3	2%	4	2%	3	2%	2	1%	2	1%	1	1%
07.情報通信業	4	2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
08.運輸業,郵便業	3	2%	-	-	2	1%	1	1%	-	-	1	1%	-	-
09.卸売業,小売業	27	14%	4	2%	10	5%	5	3%	5	3%	3	2%	4	2%
11.不動産業,物品賃貸業	3	2%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
12.学術研究,専門・技術サービス業	-	-	1	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
13.生活関連サービス業,娯楽業	6	3%	2	1%	1	1%	2	1%	-	-	-	-	-	-
14.教育,学習支援業	2	1%	1	1%	2	1%	1	1%	-	-	-	-	-	-
16.複合サービス事業	-	-	2	1%	1	1%	-	-	-	-	-	-	-	-
17.サービス業(他に分類されないもの)	35	18%	2	1%	10	5%	3	2%	3	2%	1	1%	2	1%
18.公務(他に分類されるものを除く)	2	1%	-	-	1	1%	-	-	-	-	-	-	1	1%
総計	98	50%	17	9%	33	17%	16	8%	11	6%	7	4%	15	8%

2.1.5.1. 営業開始時期

- 2010 年以降に営業を開始した事業者が、全体の 33%を占めた。一方で、1900 年より前から創業をしている事業者も 4 %あった。



営業開始時期 ▲	回答数	割合
1900 未満	18	4%
1900~1910	6	1%
1910~1920	8	2%
1920~1930	6	1%
1930~1940	10	2%
1940~1950	10	2%
1950~1960	25	6%
1960~1970	23	6%
1970~1980	27	7%
1980~1990	40	10%
1990~2000	46	11%
2000~2010	50	12%
2010~2020	81	20%
2020~2025	54	13%
総計	404	100%

※グラフおよび表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.1.5.2. 営業開始時期（業種別の構成割合）

- 「小売」は、営業開始時期の平均値が1965年、中央値が1976年となり、50年以上営業を続ける事業者が半数程度あった。さらに、1900年より前に営業を開始した事業者も全体の2%、小売の中でも12%を占めた。
- 「宿泊」および「体験」の営業開始時期は、それぞれ平均が1995年、1993年と創業から若い事業者も一定数あった。

営業開始年	1.宿泊		2.飲食		3.小売		4.体験		5.交通		6.旅行会社		7.その他	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
1900 未満	1	0%	5	1%	9	2%	-	-	-	-	-	-	3	1%
1900～1910	-	-	2	0%	3	1%	-	-	-	-	1	0%	-	-
1910～1920	1	0%	3	1%	2	0%	-	-	-	-	1	0%	1	0%
1920～1930	1	0%	3	1%	1	0%	-	-	-	-	-	-	1	0%
1930～1940	1	0%	2	0%	3	1%	1	0%	1	0%	-	-	2	0%
1940～1950	1	0%	3	1%	4	1%	-	-	1	0%	-	-	1	0%
1950～1960	3	1%	8	2%	6	1%	1	0%	3	1%	1	0%	3	1%
1960～1970	7	2%	8	2%	6	1%	-	-	-	-	1	0%	1	0%
1970～1980	3	1%	12	3%	4	1%	4	1%	-	-	1	0%	3	1%
1980～1990	8	2%	16	4%	4	1%	4	1%	-	-	-	-	8	2%
1990～2000	5	1%	19	5%	12	3%	5	1%	2	0%	1	0%	2	0%
2000～2010	10	2%	25	6%	6	1%	1	0%	-	-	-	-	8	2%
2010～2020	20	5%	45	11%	6	1%	3	1%	-	-	2	0%	5	1%
2020～2025	11	3%	26	6%	7	2%	4	1%	1	0%	2	0%	3	1%
総計	72	18%	177	44%	73	18%	23	6%	8	2%	10	2%	41	10%
業種別営業開始時期平均値	1995		1989		1965		1993		1969		1977		1970	
業種別営業開始時期中央値	2007		2001		1976		1994		1958		1983		1985	

※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.1.5.3. 営業開始時期（市町別の構成割合）

- いずれの市町も全体の傾向と同様となった。
- 吉田町においては、営業開始時期の平均値が 1975 年と最も古かった。一方、川根本町においては、営業開始時期の平均値が 1990 年と最も新しかった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
営業開始年	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
1900 未満	13	3%	3	1%	2	0%	-	-	-	-	-	-	-	-
1900～1910	2	0%	1	0%	-	-	1	0%	1	0%	-	-	1	0%
1910～1920	6	1%	-	-	1	0%	-	-	-	-	-	-	1	0%
1920～1930	4	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0%	1	0%
1930～1940	3	1%	-	-	2	0%	3	1%	1	0%	-	-	1	0%
1940～1950	5	1%	2	0%	-	-	1	0%	1	0%	-	-	1	0%
1950～1960	16	4%	-	-	2	0%	3	1%	1	0%	1	0%	2	0%
1960～1970	8	2%	1	0%	5	1%	1	0%	3	1%	2	0%	3	1%
1970～1980	17	4%	2	0%	4	1%	1	0%	2	0%	-	-	1	0%
1980～1990	21	5%	4	1%	7	2%	1	0%	3	1%	1	0%	3	1%
1990～2000	20	5%	5	1%	6	1%	2	0%	6	1%	1	0%	6	1%
2000～2010	29	7%	4	1%	6	1%	5	1%	2	0%	1	0%	3	1%
2010～2020	45	11%	4	1%	11	3%	8	2%	2	0%	1	0%	10	2%
2020～2025	28	7%	8	2%	7	2%	4	1%	1	0%	-	-	6	1%
総計	217	54%	34	8%	53	13%	30	7%	23	6%	8	2%	39	10%
市町別営業開始時期平均値	1980		1981		1988		1989		1981		1975		1990	
市町別営業開始時期中央値	1997		1999		1997		2004		1989		1975		1998	

※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

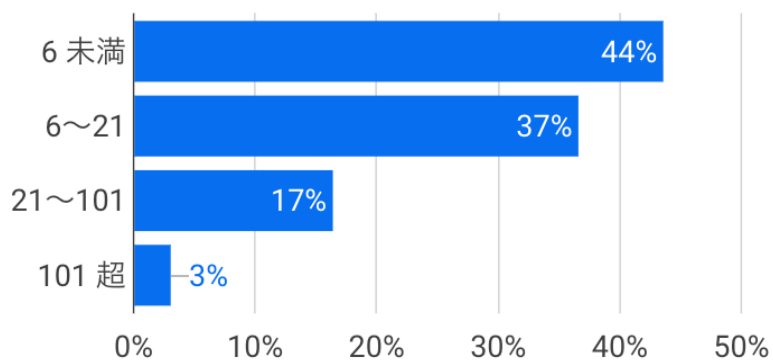
2.2. 従業員

2.2.1.1. 従業員数

- 従業員数が「6 人未満」の事業者が全体の 44%を占めた。また従業員数が「21 人未満」の事業者は全体の 80%を占めた。
- 従業員数が「101 人超」企業は、全体の 3 %であった。

従業員数（平均値） 22 人

従業員数（中央値） 7 人



従業員数（人） ▲	回答数	割合
6 未満	180	44%
6～21	151	37%
21～101	68	17%
101 超	13	3%
総計	412	100%

※グラフおよび表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.2.1.2. 従業員数（業種別の構成割合）

- 「宿泊」、「飲食」、「小売」および「体験」において「6人未満」の割合が最も高かった。
- 「交通」においては「21人以上～101人未満」が、「旅行会社」および「その他」においては「6人以上～21人未満」が最も高かった。

従業員数（人）	1.宿泊		2.飲食		3.小売		4.体験		5.交通		6.旅行会社		7.その他	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
6未満	29	7%	80	19%	38	9%	12	3%	1	0%	4	1%	16	4%
6～21	20	5%	74	18%	29	7%	3	1%	2	0%	6	1%	17	4%
21～101	19	5%	19	5%	8	2%	7	2%	5	1%	2	0%	8	2%
101超	4	1%	4	1%	4	1%	1	0%	-	-	-	-	-	-
総計	72	17%	177	43%	79	19%	23	6%	8	2%	12	3%	41	10%
業種別従業員数平均値		26		18		30		24		31		21		14
業種別従業員数中央値		10		6		6		5		31		11		7

※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.2.1.3. 従業員数（市町別の構成割合）

➤ 牧之原市、吉田町、川根本町においては、「6人未満」の占める割合が高かった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
従業員数（人）	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
6 未満	83	20%	15	4%	22	5%	10	2%	14	3%	4	1%	32	8%
6～21	91	22%	16	4%	21	5%	9	2%	7	2%	1	0%	6	1%
21～101	40	10%	3	1%	8	2%	10	2%	4	1%	3	1%	-	-
101 超	9	2%	1	0%	3	1%	-	-	-	-	-	-	-	-
総計	223	54%	35	8%	54	13%	29	7%	25	6%	8	2%	38	9%
市町別従業員数平均値	29		15		20		18		10		25		3	
市町別従業員数中央値	8		7		6		9		5		8		3	

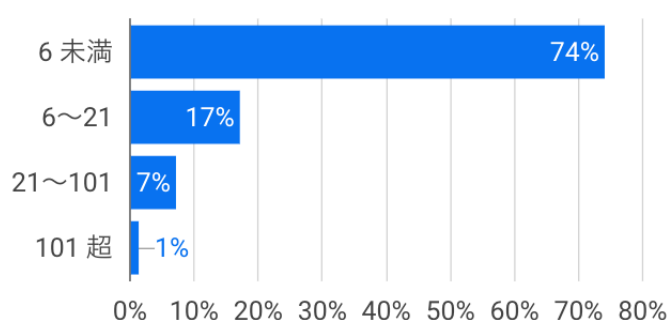
※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.2.2.1. 正社員数

- 正社員数の平均値は8人、中央値は3人となった。従業員のうち正社員の数が「6人未満」の事業者が全体の74%、「21人未満」の事業者は全体の91%を占めた。中小企業の基準である正社員数の数が「101人未満」の事業者の割合が全体99%を占めた。

正社員数（平均値） 8 人

正社員数（中央値） 3 人



正社員数（人） ▲	回答数	割合
6 未満	268	74%
6～21	62	17%
21～101	26	7%
101 超	5	1%
総計	361	100%

※グラフおよび表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

（参考）中小企業者および小企業社の定義

中小企業基本法では、サービス業における中小企業者の定義を「資本金の額又は出資の総額が5千万円以下の会社又は常時使用する従業員の数が100人以下の会社及び個人」としている。また同法では、商業・サービス業において「従業員5人以下」を小規模企業者と定義している。

なお、商工会及び商工会議所による小規模事業者の支援に関する法律（小規模事業者支援法）、中小企業信用保険法、小規模企業共済法の3法においては、政令により宿泊業及び娯楽業を営む従業員20人以下の事業者を小規模企業としている。

2.2.2.2. 正社員数（業種別の構成割合）

- 「宿泊」、「飲食」、「小売」「体験」および「その他」において「6人未満」の割合が最も高かった。
- 「交通」においては「6人以上～21人未満」および「21人以上～101人未満」が、「旅行会社」においては「6人以上～21人未満」の割合が高かったものの、一定程度分散する結果となった。

正社員数（人）	1.宿泊		2.飲食		3.小売		4.体験		5.交通		6.旅行会社		7.その他	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
6未満	44	12%	133	37%	46	13%	14	4%	1	0%	4	1%	26	7%
6～21	14	4%	15	4%	12	3%	6	2%	3	1%	5	1%	7	2%
21～101	4	1%	5	1%	5	1%	3	1%	3	1%	2	1%	4	1%
101超	3	1%	1	0%	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-
総計	65	18%	154	43%	64	18%	23	6%	7	2%	11	3%	37	10%
業種別正社員数平均値		12		5		11		11		20		19		7
業種別正社員数中央値		3		2		3		3		19		10		3

※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.2.2.3. 正社員数（市町別の構成割合）

- 全ての市町で「6人未満」の割合が最も大きかった。
- 川根本町においては96%が「6人未満」となった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
正社員数（人）	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
6未満	142	39%	30	8%	33	9%	20	6%	15	4%	4	1%	24	7%
6～21	37	10%	4	1%	8	2%	5	1%	6	2%	1	0%	1	0%
21～101	17	5%	-	-	4	1%	3	1%	-	-	2	1%	-	-
101超	3	1%	-	-	2	1%	-	-	-	-	-	-	-	-
総計	199	55%	34	9%	47	13%	28	8%	21	6%	7	2%	25	7%
市町別正社員数平均値	10		3		11		7		5		13		2	
市町別正社員数中央値	3		2		2		3		3		5		2	

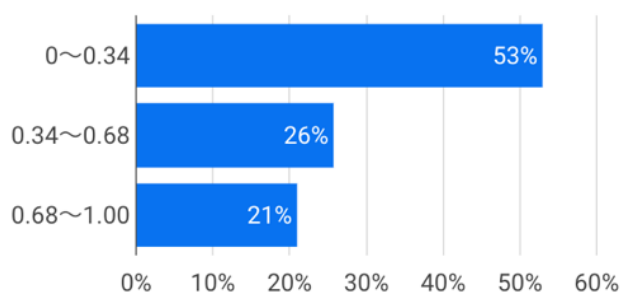
※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.2.3.1. 正社員の割合

- 従業員数および正社員数から、各事業者における正社員の割合を算定したところ、平均値は40%、中央値は33%となった。
- 過半数(全体のうち53%)の事業者においては、正社員の割合が「0 以上～0.34 未満」(34%未満) となった。

正社員割合（平均値） 40%

正社員割合（中央値） 33%



正社員の割合 ▲	回答数	割合
0～0.34	191	53%
0.34～0.68	93	26%
0.68～1.00	76	21%
総計	360	100%

※グラフおよび表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.2.3.2. 正社員の割合（業種別の構成割合）

- 最も正社員の割合の平均値が高いのは「旅行会社」で78%、次いで「交通」が63%となった。
- 最も正社員の割合の平均値が低いのは「飲食」で32%となった。

正社員割合	1.宿泊		2.飲食		3.小売		4.体験		5.交通		6.旅行会社		7.その他	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
0～0.34	33	9%	99	28%	32	9%	10	3%	1	0%	1	0%	15	4%
0.34～0.68	19	5%	38	11%	13	4%	7	2%	2	1%	1	0%	13	4%
0.68～1.00	12	3%	17	5%	19	5%	6	2%	4	1%	9	3%	9	3%
総計	64	18%	154	43%	64	18%	23	6%	7	2%	11	3%	37	10%
業種別正社員割合平均値		41%		32%		45%		47%		63%		78%		44%
業種別正社員割合中央値		32%		23%		34%		43%		70%		86%		43%

※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.2.3.3. 正社員の割合（市町別の構成割合）

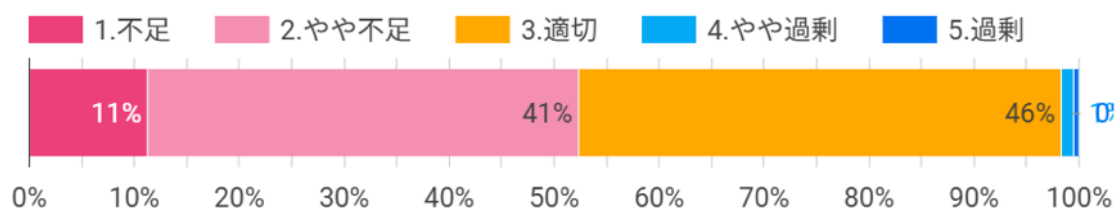
- 静岡市、島田市、焼津市、藤枝市において、正社員割合が「0 以上～0.34 未満」の全体に占める割合が最も高かった。
- 正社員の割合の平均値が最も高いのは、牧之原市で 66%、次いで川根本町が 53%となった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
正社員割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
0～0.34	107	30%	22	6%	24	7%	19	5%	7	2%	2	1%	10	3%
0.34～0.68	57	16%	6	2%	12	3%	6	2%	5	1%	2	1%	5	1%
0.68～1.00	35	10%	6	2%	11	3%	3	1%	8	2%	3	1%	10	3%
総計	199	55%	34	9%	47	13%	28	8%	20	6%	7	2%	25	7%
市町別正社員割合平均値（%）	39%		35%		42%		32%		66%		52%		53%	
市町別正社員割合中央値（%）	33%		26%		33%		22%		50%		60%		67%	

※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.2.4.1. 従業員の過不足感

- 最も多いのは、「適切」で46%となった。「不足」「やや不足」の合計が52%と過半数を占めた。



従業員の過不足感 ▲	回答数	割合
1.不足	47	11%
2.やや不足	171	41%
3.適切	192	46%
4.やや過剰	5	1%
5.過剰	2	0%
総計	417	100%

2.2.4.2. 従業員の過不足感（業種別の構成割合）

- 全体の平均スコアは2.4と、従業員の不足感を示す結果となった。特に、「交通」は1.8と平均を大きく下回り、従業員の不足感が最もある結果となった。

業種	従業員の過不足感の平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1.宿泊	2.4	76	0.75
2.飲食	2.4	177	0.72
3.小売	2.6	78	0.67
4.体験	2.2	24	0.64
5.交通	1.8	8	0.71
6.旅行会社	2.2	12	0.72
7.その他	2.4	42	0.69
総計	2.4	417	0.72

※業種別の従業員の過不足感をスコア化するため、以下の置換を実施した。
「不足」：「1」、「やや不足」：「2」、「適切」：「3」、「やや過剰」：「4」、「過剰」：「5」

2.2.4.3. 従業員の過不足感（市町別の構成割合）

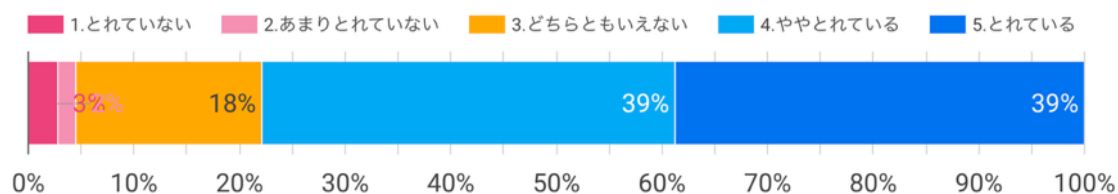
- 全ての市町の平均 2.4 を上回ったのは、島田市、藤枝市および牧之原市であったが、いずれも「適切」の 3 を下回るなど従業員の不足を示す結果となった。
- 静岡市、焼津市、吉田町および川根本町は、2.3 または 2.4 と低かった。

従業員の過不足感	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
1.不足	30	7%	4	1%	7	2%	1	0%	-	-	1	0%	4	1%
2.やや不足	93	22%	11	3%	24	6%	13	3%	11	3%	4	1%	15	4%
3.適切	98	24%	18	4%	23	6%	17	4%	13	3%	3	1%	20	5%
4.やや過剰	3	1%	1	0%	-	-	-	-	1	0%	-	-	-	-
5.過剰	1	0%	-	-	-	-	1	0%	-	-	-	-	-	-
総計	225	54%	34	8%	54	13%	32	8%	25	6%	8	2%	39	9%
市町別平均スコア	2.3		2.5		2.3		2.6		2.6		2.3		2.4	

※市町別の従業員の過不足感をスコア化するため、以下の置換を実施した。
「不足」：「1」、「やや不足」：「2」、「適切」：「3」、「やや過剰」：「4」、「過剰」：「5」

2.2.5.1. 従業員とのコミュニケーション

- 最も多いのは、「ややとれている」で39%となった。「とれている」「ややとれている」の合計が78%で過半数を占めた。



従業員とのコミュニケーション ▼	回答数	割合
5.とれている	156	39%
4.ややとれている	157	39%
3.どちらともいえない	71	18%
2.あまりとれていない	7	2%
1.とれていない	11	3%
総計	402	100%

2.2.5.2. 従業員とのコミュニケーション（業種別の構成割合）

- 「体験」においては、4.5 と高い値になった。
- その他の業種ごとに大きな違いは見られなかった。

業種	従業員とのコミュニケーションの平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1.宿泊	4.0	72	1.00
2.飲食	4.1	172	0.95
3.小売	4.1	75	1.01
4.体験	4.5	24	0.66
5.交通	4.0	8	0.76
6.旅行会社	4.1	11	0.70
7.その他	4.1	40	0.81
総計	4.1	402	0.93

※業種別の従業員とのコミュニケーションをスコア化するため、以下の置換を実施した。

「とれていない」：「1」、「あまりとれてない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややとれている」：「4」、「とれている」：「5」

2.2.5.3. 従業員とのコミュニケーション（市町別の構成割合）

➤ 市町ごとに大きな違いは見られなかった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
取り組み	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
5.とれている	83	21%	13	3%	18	4%	12	3%	11	3%	3	1%	16	4%
4.ややとれている	93	23%	12	3%	20	5%	14	3%	6	1%	2	0%	10	2%
3.どちらともい...	35	9%	7	2%	12	3%	4	1%	6	1%	1	0%	6	1%
2.あまりとれて...	3	1%	-	-	1	0%	2	0%	-	-	1	0%	-	-
1.とれていない	6	1%	2	0%	1	0%	-	-	1	0%	-	-	1	0%
総計	220	55%	34	8%	52	13%	32	8%	24	6%	7	2%	33	8%
市町別平均スコア		4.1		4.0		4.0		4.1		4.1		4.0		4.2

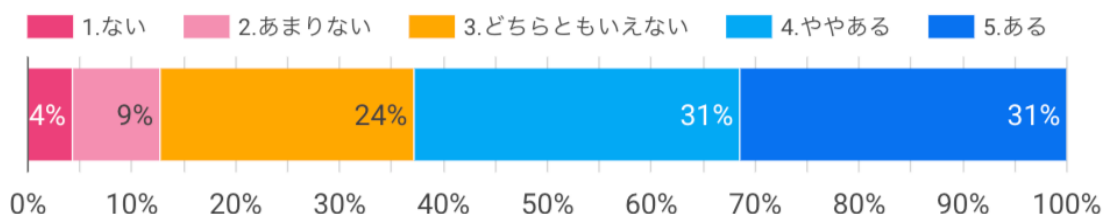
※市町別の従業員とのコミュニケーションをスコア化するため、以下の置換を実施した。

「とれていない」：「1」、「あまりとれてない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややとれている」：「4」、「とれている」：「5」

2.3. 事業者の特徴

2.3.1.1. 明確な強み

- 最も多いのは、「ある」「ややある」でそれぞれ31%となり、合計が63%と過半数を超えた。



明確な強みの有無 ▼	回答数	割合
5.ある	133	31%
4.ややある	133	31%
3.どちらともいえない	103	24%
2.あまりない	36	9%
1.ない	18	4%
総計	423	100%

2.3.1.2. 明確な強み（業種別の構成割合）

- 「体験」が最も高く4.4となり、次いで「その他」が4.0、「旅行会社」が3.9となった。
- 平均の3.8を下回ったのは、「交通」で2.9のほか、「宿泊」が3.4、「小売」が3.7であった。

業種	明確な強みの平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1.宿泊	3.4	75	1.18
2.飲食	3.8	180	1.04
3.小売	3.7	80	1.16
4.体験	4.4	24	1.01
5.交通	2.9	9	1.27
6.旅行会社	3.9	12	1.08
7.その他	4.0	43	0.99
総計	3.8	423	1.11

※業種別の明確な強みをスコア化するため、以下の置換を実施した。

「ない」：「1」、「あまりない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややある」：「4」、「ある」：「5」

2.3.1.3. 明確な強み（市町別の構成割合）

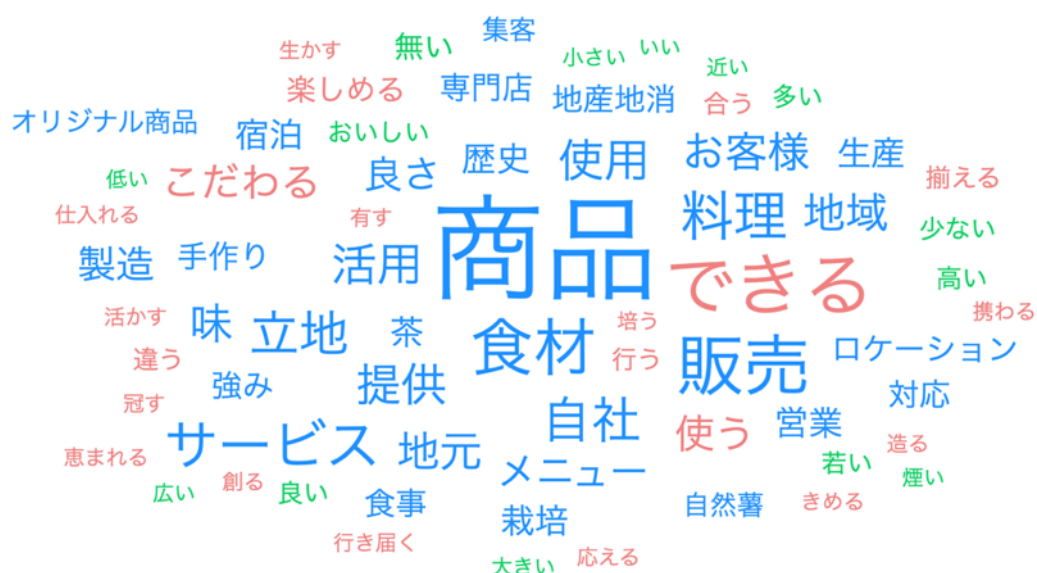
- 平均スコアが3.8のところ、焼津市が4.0と高く、次いで静岡市が3.9、川根本町が3.8となった。吉田町においては2.9と最も低かった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
明確な強み	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
5.ある	75	18%	11	3%	22	5%	8	2%	3	1%	1	0%	13	3%
4.ややある	72	17%	9	2%	18	4%	12	3%	7	2%	3	1%	12	3%
3.どちらともいえない	59	14%	6	1%	9	2%	8	2%	11	3%	-	-	10	2%
2.あまりない	16	4%	5	1%	3	1%	4	1%	2	0%	2	0%	4	1%
1.ない	6	1%	4	1%	2	0%	1	0%	2	0%	2	0%	1	0%
総計	228	54%	35	8%	54	13%	33	8%	25	6%	8	2%	40	9%
市町別平均スコア	3.9		3.5		4.0		3.7		3.3		2.9		3.8	

※市町別の明確な強みをスコア化するため、以下の置換を実施した。
「ない」：「1」、「あまりない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややある」：「4」「ある」：「5」

2.3.1.4. 具体的な強み

- 「実家に来た気分」「アットホーム」な雰囲気を提供し、地元食材を使用した手作り料理を提供するなど、ローカルさを強みとしている事例が見られた。
- 「ここでしか食べられない物がある」「他店には無いメニュー構成」など、独自の商品やサービスを展開しており、特に自社製造や地産地消にこだわることで、独自性と専門性を強みとしている事例もあった。
- 「駅から歩いて1分程の立地」「海水浴場の目の前」など、アクセスの良さを上げる事業者もあった。
- 「顧客対応力」「ブランディング構築」など、顧客との関係を重視し、地域の文化や歴史を活かした商品展開を行っている点を挙げる回答もあった。



【ワードクラウド図】 ※青字…名詞、赤字…動詞、緑字…形容詞、黒字…感動詞

出典：ユーザーローカル AI テキストマイニングによる分析

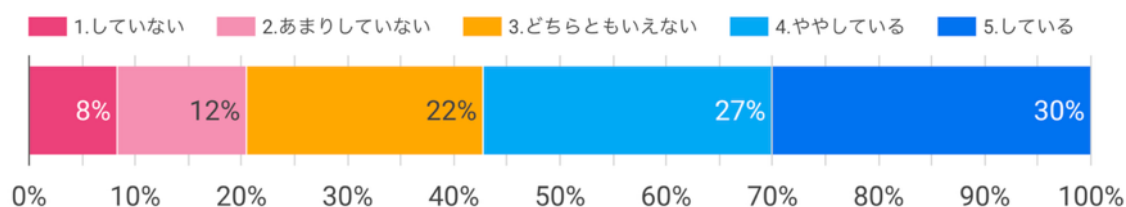
(<https://textmining.userlocal.jp/>)

単語出現頻度（出現回数3回以上の単語）

単語	出現回数	単語	出現回数	単語	出現回数
商品	24	強み	4	静岡	3
販売	13	専門店	4	店舗	3
食材	12	手作り	4	条件	3
サービス	10	食事	4	知識	3
料理	10	対応	4	自然	3
立地	9	オリジナル商品	3	関連	3
自社	9	自然薯	3	すべて	3
活用	8	集客	3	温泉	3
提供	8	自家製	3	運営	3
使用	8	品質	3	限定	3
お客様	7	貸切	3	物	3
地域	7	農家	3		
地元	7	人材	3		
味	7	飲食店	3		
製造	6	事業	3		
メニュー	6	接客	3		
良さ	6	豊富	3		
栽培	5	特	3		
宿泊	5	施設	3		
生産	5	展示	3		
茶	5	製品	3		
歴史	5	わさび	3		
営業	5	駐車場	3		
地産地消	4	ゲスト	3		
ロケーション	4	魚	3		

2.3.2.1. 地域資源の積極的な活用

- 最も多いのは、「ややしている」で27%となった。「している」「ややしている」の合計が57%で過半数を占めた。



地域資源の積極的な活用 ▾	回答数	割合
5.している	126	30%
4.ややしている	114	27%
3.どちらともいえない	93	22%
2.あまりしていない	51	12%
1.していない	35	8%
総計	419	100%

2.3.2.2. 地域資源の積極的な活用（業種別の構成割合）

- 「体験」が最も高く4.0となり、次いで「小売」が3.8となった。
- 平均の3.6を下回ったのは、「交通」で2.5のほか、「旅行会社」が3.3、「宿泊」および「その他」が3.5であった。

業種	地域資源の積極的な活用の平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1.宿泊	3.5	75	1.27
2.飲食	3.6	179	1.20
3.小売	3.8	80	1.23
4.体験	4.0	23	1.26
5.交通	2.5	8	1.51
6.旅行会社	3.3	12	1.44
7.その他	3.5	42	1.40
総計	3.6	419	1.26

※業種別の地域資源の積極的な活用をスコア化するため、以下の置換を実施した。

「していない」：「1」、「あまりしていない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややしている」：「4」、「している」：「5」

2.3.2.3. 地域資源の積極的な活用（市町別の構成割合）

➤ 平均スコアが3.6のところ、川根本町が4.0と高く、次いで焼津市が3.7と地域資源の積極的な活用が図られていることが分かる。

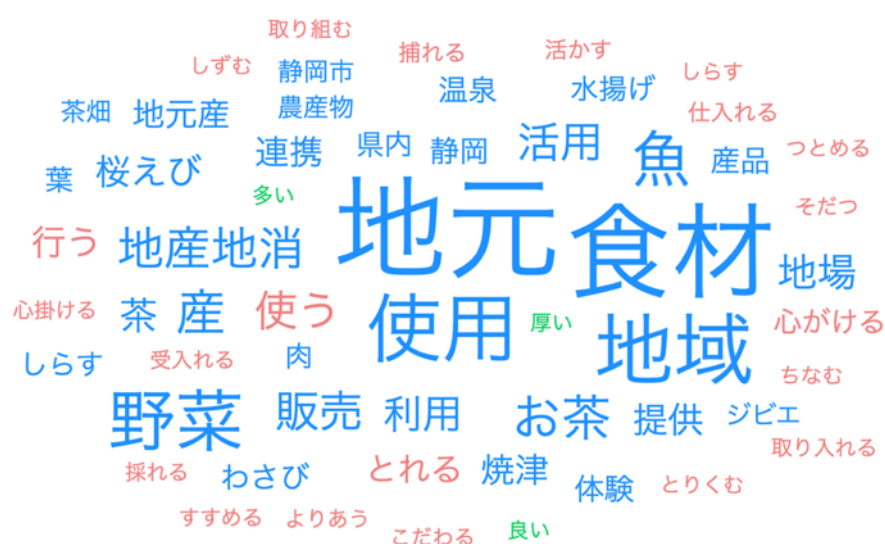
	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
地域資源の積極的な活用	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
5.している	68	16%	6	1%	18	4%	8	2%	7	2%	3	1%	16	4%
4.ややしている	54	13%	8	2%	15	4%	12	3%	8	2%	1	0%	16	4%
3.どちらともいえない	52	12%	9	2%	13	3%	8	2%	5	1%	2	0%	4	1%
2.あまりしていない	35	8%	9	2%	5	1%	1	0%	-	-	1	0%	-	-
1.していない	16	4%	3	1%	3	1%	4	1%	4	1%	1	0%	4	1%
総計	225	54%	35	8%	54	13%	33	8%	24	6%	8	2%	40	10%
市町別平均スコア	3.5		3.1		3.7		3.6		3.6		3.5		4.0	

※市町別の地域資源の積極的な活用をスコア化するため、以下の置換を実施した。

「していない」：「1」、「あまりしていない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややしている」：「4」、「している」：「5」

2.3.2.4. 具体的な地域資源

- 食材として、駿河湾で水揚げされた魚（桜えび、しらす等）や静岡県産の野菜、お茶など、地元の食材の使用が多く挙げられた。
- 地場産業である地元の伝統工芸や農家と協力し、地場産品を使用したカフェメニューやお土産を提供している例もみられる。
- 持続可能な取り組みとして、リユースやリサイクルを意識し、地元の竹を利用した体験プログラムなども行われている。
- 地域の文化や歴史紹介する施設や展示もあり、地域の特産品を通じて観光客に地域の魅力を伝える取り組みもされていた。



【ワードクラウド図】 ※青字…名詞、赤字…動詞、緑字…形容詞、黒字…感動詞

出典：ユーザーローカル AI テキストマイニングによる分析

(<https://textmining.userlocal.jp/>)

単語出現頻度（出現回数3回以上の単語）

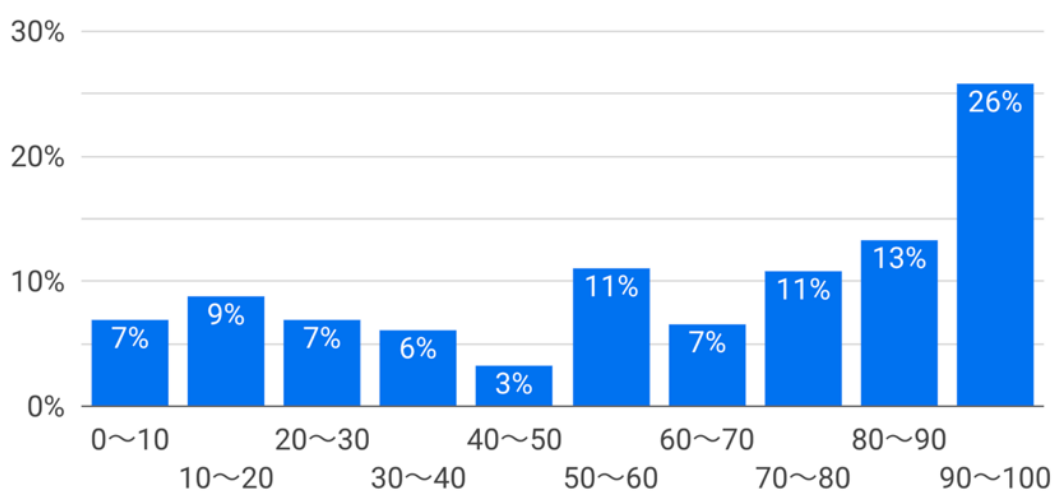
単語	出現回数	単語	出現回数	単語	出現回数
地元	42	温泉	6	久能山東照宮	3
食材	38	とれる	6	地物	3
地域	28	水揚げ	5	駿河湾	3
使用	26	しらす	5	仕入	3
野菜	23	県内	5	地酒	3
魚	20	葉	5	椎茸	3
産	15	肉	5	竹	3
お茶	15	農産物	4	積極	3
地産地消	14	静岡市	4	積極的	3
販売	13	茶畑	4	富士山	3
活用	12	ジビエ	4	生産	3
地場	11	特産品	4	展示	3
利用	11	魚介類	4	業者	3
茶	10	原料	4	中心	3
使う	10	仕入れ	4	観光	3
桜えび	9	港	4	開発	3
提供	9	牛肉	4	ゆず	3
焼津	8	農家	4	米	3
連携	8	施設	4	関連	3
地元産	7	朝食	4	食事	3
行う	7	メニュー	4	商品	3
産品	6	酒	4	紹介	3
わさび	6	イベント	4		
静岡	6	心がける	4		
体験	6	静岡県産	3		

2.3.3.1. 地域調達率

- 地域調達率の平均は 58% となった。
- 最も高いのは「90～100」で 26%、次いで「80～90」で 13% となった。

地域調達率（平均値） 58%

地域調達率（中央値） 68%



地域調達率 (%)	回答数	割合
0～10	25	7%
10～20	32	9%
20～30	25	7%
30～40	22	6%
40～50	12	3%
50～60	40	11%
60～70	24	7%
70～80	39	11%
80～90	48	13%
90～100	93	26%
総計	360	100%

※グラフおよび表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.3.3.2. 地域調達率（業種別の構成割合）

- 最も平均値が高いのは「交通」で75%、次いで「体験」が67%、「その他」が65%、「小売」が64%であった。
- 最も平均値が低いのは「旅行会社」で50%であった。

地域調達率（%）	1.宿泊		2.飲食		3.小売		4.体験		5.交通		6.旅行会社		7.その他	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
0～10	7	2%	8	2%	3	1%	3	1%	-	-	-	-	4	1%
10～20	4	1%	16	4%	9	3%	-	-	-	-	1	0%	2	1%
20～30	5	1%	14	4%	4	1%	-	-	-	-	1	0%	1	0%
30～40	7	2%	12	3%	2	1%	-	-	-	-	1	0%	-	-
40～50	-	-	8	2%	2	1%	-	-	-	-	-	-	2	1%
50～60	9	3%	21	6%	5	1%	3	1%	1	0%	-	-	1	0%
60～70	3	1%	15	4%	3	1%	1	0%	-	-	-	-	2	1%
70～80	9	3%	23	6%	2	1%	1	0%	2	1%	-	-	2	1%
80～90	8	2%	21	6%	11	3%	4	1%	1	0%	-	-	3	1%
90～100	10	3%	31	9%	27	8%	7	2%	2	1%	2	1%	14	4%
総計	62	17%	169	47%	68	19%	19	5%	6	2%	5	1%	31	9%
業種別平均値	52		56		64		67		75		50		65	
業種別中央値	50		60		80		80		75		30		80	

※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.3.3.3. 地域調達率（市町別の構成割合）

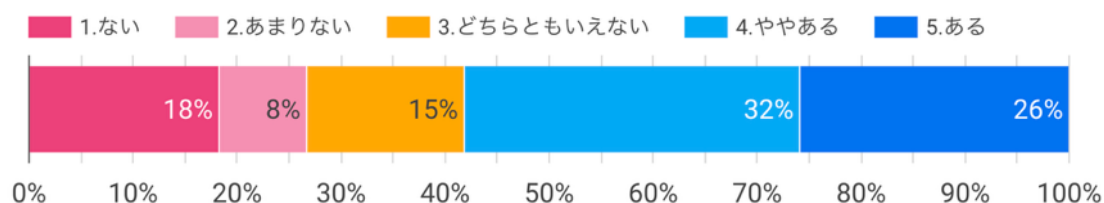
- 最も平均値が高いのは川根本町で72%、次いで焼津市が63%、牧之原市が62%、島田市が60%の順となった。
- 最も平均値が低いのは吉田町で38%であった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
地域調達率（%）	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
0～10	15	4%	3	1%	1	0%	-	-	1	0%	2	1%	3	1%
10～20	19	5%	2	1%	6	2%	3	1%	1	0%	-	-	1	0%
20～30	14	4%	1	0%	2	1%	3	1%	1	0%	1	0%	3	1%
30～40	14	4%	-	-	1	0%	4	1%	1	0%	2	1%	-	-
40～50	6	2%	2	1%	4	1%	-	-	-	-	-	-	-	-
50～60	20	6%	2	1%	6	2%	4	1%	6	2%	-	-	2	1%
60～70	15	4%	3	1%	3	1%	1	0%	2	1%	-	-	-	-
70～80	21	6%	7	2%	3	1%	2	1%	1	0%	-	-	5	1%
80～90	24	7%	5	1%	4	1%	5	1%	3	1%	1	0%	6	2%
90～100	40	11%	6	2%	18	5%	5	1%	6	2%	1	0%	17	5%
総計	188	52%	31	9%	48	13%	27	8%	22	6%	7	2%	37	10%
市町別平均値	55		60		63		55		62		38		72	
市町別中央値	60		70		70		50		60		30		80	

※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す

2.3.4.1. サービス維持に向けた受入調整の仕組み

- 最も多いのは、「ややある」で32%となった。「ある」「ややある」の合計が58%で過半数を占めた。



受入調整の仕組み ▼	回答数	割合
5.ある	108	26%
4.ややある	134	32%
3.どちらともいえない	63	15%
2.あまりない	35	8%
1.ない	76	18%
総計	416	100%

2.3.4.2. サービス維持に向けた受入調整の仕組み（業種別の構成割合）

- 最も高いのは「体験」で平均スコアが4.1、次いで宿泊で3.8となった。
- 最も低いのは「小売」で平均スコアは2.8となった。

業種	受入調整の仕組みの平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1.宿泊	3.8	75	1.26
2.飲食	3.5	180	1.32
3.小売	2.8	78	1.46
4.体験	4.1	24	1.32
5.交通	3.5	8	1.69
6.旅行会社	3.3	10	1.57
7.その他	2.9	41	1.56
総計	3.4	416	1.42

※業種別のサービス維持に向けた受入調整の仕組みをスコア化するため、以下の置換を実施した。
「ない」：「1」、「あまりない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややある」：「4」、「ある」：「5」

2.3.4.3. サービス維持に向けた受入調整の仕組み（市町別の構成割合）

➤ 平均スコアが3.4のところ、川根本町が3.7と高かった。一方、吉田町においては2.9、藤枝市は3.1と低かった。

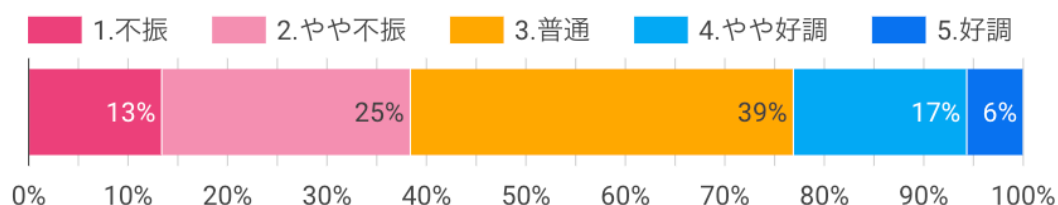
	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
受入調整の仕組み	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
5.ある	58	14%	9	2%	12	3%	4	1%	7	2%	1	0%	17	4%
4.ややある	81	19%	8	2%	16	4%	11	3%	7	2%	3	1%	8	2%
3.どちらともいえない	28	7%	8	2%	9	2%	8	2%	3	1%	1	0%	6	1%
2.あまりない	17	4%	6	1%	8	2%	2	0%	1	0%	-	-	1	0%
1.ない	40	10%	3	1%	10	2%	7	2%	6	1%	3	1%	7	2%
総計	224	54%	34	8%	55	13%	32	8%	24	6%	8	2%	39	9%
市町別平均スコア	3.4		3.4		3.2		3.1		3.3		2.9		3.7	

※市町別のサービス維持に向けた受入調整の仕組みをスコア化するため、以下の置換を実施した。
「ない」：「1」、「あまりない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややある」：「4」、「ある」：「5」

2.4. 経営の状況

2.4.1.1. 業況

- 最も多いのは、「普通」で39%となった。「不振」「やや不振」の合計が38%となり、「好調」「やや好調」の合計23%を上回った。



業況 ▼	回答数	割合
5.好調	24	6%
4.やや好調	73	17%
3.普通	162	39%
2.やや不振	105	25%
1.不振	56	13%
総計	420	100%

2.4.1.2. 業況（業種別の構成割合）

- 「交通」の平均スコアが3.3と最も高かった。
- 「飲食」「体験」「旅行会社」「その他」が全体の平均スコアの2.8を上回る一方で、「小売」の平均スコアは2.3と平均を大きく下回った。

業種	業況の平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1.宿泊	2.8	75	1.01
2.飲食	2.9	180	1.04
3.小売	2.3	80	1.07
4.体験	2.9	22	0.99
5.交通	3.3	9	1.22
6.旅行会社	2.7	12	1.07
7.その他	3.0	42	1.08
総計	2.8	420	1.07

※業種別の業況をスコア化するため、以下の置換を実施した。

「不振」：「1」、「やや不振」：「2」、「普通」：「3」、「やや好調」：「4」、「好調」：「5」

2.4.1.3. 業況（市町別の構成割合）

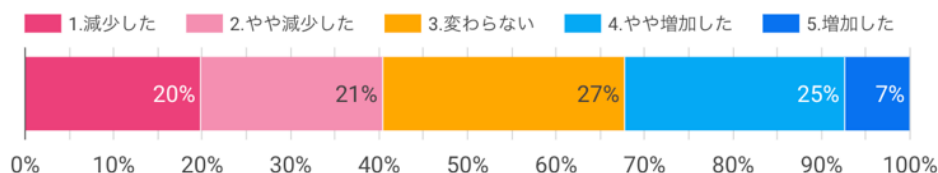
- 全ての市町の平均スコアの2.8を上回ったのは、焼津市および静岡市でそれぞれ3.0、2.9であった。
- 牧之原市、吉田町、川根本町では、全体の平均2.8を大きく下回った。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
業況	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
5.好調	16	4%	2	0%	3	1%	2	0%	1	0%	-	-	-	-
4.やや好調	42	10%	6	1%	14	3%	4	1%	2	0%	1	0%	4	1%
3.普通	89	21%	13	3%	21	5%	15	4%	9	2%	1	0%	14	3%
2.やや不振	53	13%	8	2%	14	3%	8	2%	8	2%	3	1%	11	3%
1.不振	27	6%	6	1%	2	0%	4	1%	5	1%	3	1%	9	2%
総計	227	54%	35	8%	54	13%	33	8%	25	6%	8	2%	38	9%
市町別平均スコア		2.9		2.7		3.0		2.8		2.4		2.0		2.3

※市町別の業況をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。
「不振」：「1」、「やや不振」：「2」、「普通」：「3」、「やや好調」：「4」、「好調」：「5」

2.4.2.1. 営業利益の前年比較

- 最も多いのは、「変わらない」で27%となった。
- 「減少した」「やや減少した」の合計が40%となり、「増加した」「やや増加した」の合計32%を上回った。



営業利益の前年比較 ▼	回答数	割合
5.増加した	30	7%
4.やや増加した	100	25%
3.変わらない	110	27%
2.やや減少した	83	21%
1.減少した	80	20%
総計	403	100%

2.4.2.2. 営業利益の前年比較（業種別の構成割合）

- 「旅行会社」の平均スコアが3.4と最も高く、次いで「交通」が3.3、「宿泊」が3.1となった。「小売」は2.4と平均を大きく下回った。

業種	営業利益の前年比較 の平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1.宿泊	3.1	73	1.14
2.飲食	2.7	174	1.13
3.小売	2.4	78	1.31
4.体験	3.0	21	1.30
5.交通	3.3	9	1.50
6.旅行会社	3.4	11	1.57
7.その他	2.8	37	1.25
総計	2.8	403	1.23

※業種別の営業利益の前年比較をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。

「減少した」：「1」、「やや減少した」：「2」、「変わらない」：「3」、「やや拡大した」：「4」、「拡大した」：「5」

2.4.2.3. 営業利益の前年比較（市町別の構成割合）

- 全ての市町の平均スコア 2.8 を上回ったのは、焼津市および静岡市でそれぞれ 3.0、2.9 であった。
- 牧之原市においては、業況は低かったものの、営業利益の前年比較では平均並みとなった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
営業利益の前年比較	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
5.増加した	18	4%	-	-	6	1%	2	0%	3	1%	-	-	1	0%
4.やや増加した	58	14%	9	2%	12	3%	8	2%	4	1%	2	0%	7	2%
3.変わらない	60	15%	8	2%	14	3%	8	2%	8	2%	1	0%	11	3%
2.やや減少した	41	10%	7	2%	11	3%	7	2%	5	1%	3	1%	9	2%
1.減少した	42	10%	10	2%	7	2%	7	2%	5	1%	2	0%	7	2%
総計	219	54%	34	8%	50	12%	32	8%	25	6%	8	2%	35	9%
市町別平均スコア	2.9		2.5		3.0		2.7		2.8		2.4		2.6	

※市町別の営業利益の前年比較をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。
「減少した」：「1」、「やや減少した」：「2」、「変わらない」：「3」、「やや拡大した」：「4」、「拡大した」：「5」

2.4.3.1. 業績

業績を定義するため、「業況」および「営業利益の前年比較」を変数とした主成分分析を行った。「運営規模の変化（5年前比較）」についても、業績の要素として考えられるが、創業が5年を経過していない事業者も一定数（13%）含まれていることから主成分分析の変数として採用しなかった。また、「年間売上高」に対する「年間営業利益額」の比である年間営業利益率についても、無回答が3割程度生じたため変数として採用しなかった。

- 第1主成分の寄与率は73%と全体の7割以上を説明していることから、本指標を業績として定義した。

変数		第1主成分 (PC1)	第2主成分 (PC2)
主成分負荷量	業況	0.8570	-0.5154
	営業利益の前年比較	0.8570	0.5154
寄与率		0.7344	0.2656
累積寄与率		0.7344	1

2.4.3.2. 業績（業種別の構成割合）

- 最も業績が高かったのは、「交通」で 0.56 となった。次いで、「旅行会社」が 0.30、「宿泊」が 0.17 となった。「小売」は-0.41 と最も低い値となった。

業種	業績の平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1.宿泊	0.17	73	0.93
2.飲食	0.02	173	0.94
3.小売	-0.41	78	1.04
4.体験	0.15	21	1.05
5.交通	0.56	9	1.07
6.旅行会社	0.30	11	1.09
7.その他	0.12	37	1.04
総計	0.00	402	1.00

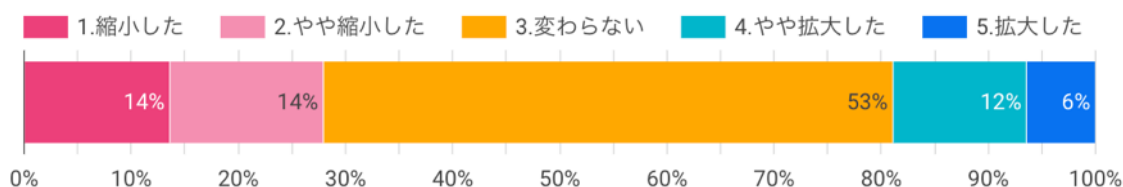
2.4.3.3. 業績（市町別の構成割合）

- 最も業績が高かったのは、焼津市で 0.23、次いで、静岡市が 0.08 となった。吉田町は-0.62 と最も低い値となった。

市町別	業績の平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1.静岡市	0.08	218	1.01
2.島田市	-0.20	34	1.01
3.焼津市	0.23	50	0.93
4.藤枝市	-0.04	32	1.04
5.牧之原市	-0.17	25	1.03
6.吉田町	-0.62	8	0.90
7.川根本町	-0.34	35	0.90
総計	0.00	402	1.00

2.4.4.1. 運営規模の変化（5年前比較）

- 最も多いのは「変わらない」で53%となった。
- 「縮小した」「やや縮小した」の合計が28%となり、「拡大した」「やや拡大した」の合計19%を上回った。



運営規模の変化（5年前比較） ▼	回答数	割合
5. 拡大した	27	6%
4. やや拡大した	52	12%
3. 変わらない	223	53%
2. やや縮小した	60	14%
1. 縮小した	57	14%
総計	419	100%

2.4.4.2. 運営規模の変化（5年前比較）（業種別の構成割合）

- 「体験」の平均スコアが3.1と最も高く、次いで「宿泊」「その他」が3.0となった。また、「飲食」が2.9となり全体の平均スコアの2.8を上回った。
- 「交通」の平均スコアは2.1となり、平均的に運営規模を縮小している。

業種	運営規模の変化 (5年前比較) の 平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1. 宿泊	3.0	75	2.97
2. 飲食	2.9	176	2.87
3. 小売	2.6	80	2.58
4. 体験	3.1	24	3.08
5. 交通	2.1	9	2.11
6. 旅行会社	2.6	12	2.58
7. その他	3.0	43	3.05
総計	2.8	419	2.84

※業種別の運営規模の変化をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。

「縮小した」：「1」、「やや縮小した」：「2」、「変わらない」：「3」、「やや拡大した」：「4」、「拡大した」：「5」

2.4.4.3. 運営規模の変化（5年前比較）（市町別の構成割合）

- 最も高かったのは焼津市で3.0、次いで静岡市および藤枝市が2.9となった。
- 川根本町は、2.0と最も縮小傾向となった。

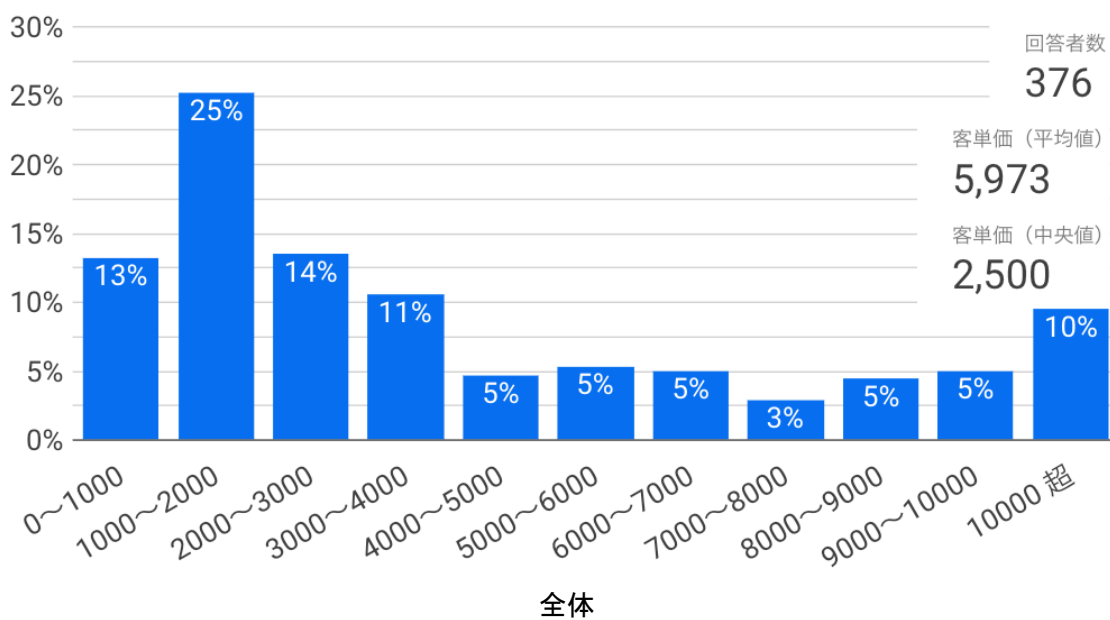
	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
運営規模の変化（5年前比較）	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
5.拡大した	18	4%	-	-	5	1%	2	0%	1	0%	-	-	1	0%
4.やや拡大した	33	8%	4	1%	9	2%	3	1%	-	-	-	-	3	1%
3.変わらない	116	28%	18	4%	25	6%	21	5%	15	4%	3	1%	25	6%
2.やや縮小した	28	7%	6	1%	9	2%	4	1%	5	1%	2	0%	6	1%
1.縮小した	30	7%	5	1%	6	1%	3	1%	4	1%	3	1%	6	1%
総計	225	54%	33	8%	54	13%	33	8%	25	6%	8	2%	41	10%
市町別平均スコア	2.9		2.6		3.0		2.9		2.8		2.6		2.0	

※市町別の運営規模の変化をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。
「縮小した」：「1」、「やや縮小した」：「2」、「変わらない」：「3」、「やや拡大した」：「4」、「拡大した」：「5」

2.5. 来訪者の特徴

2.5.1.1. 客単価

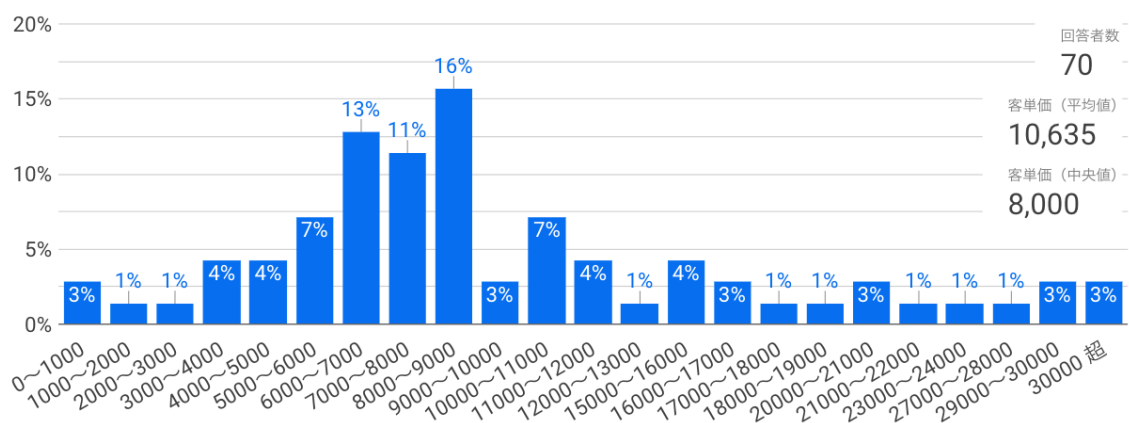
- 客単価の平均値は約 6 千円、中央値は 2.5 千円であった。
- 最も多いのは、「1,000 円～2,000 円」の層であり、全体の 25%を占めた。



※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

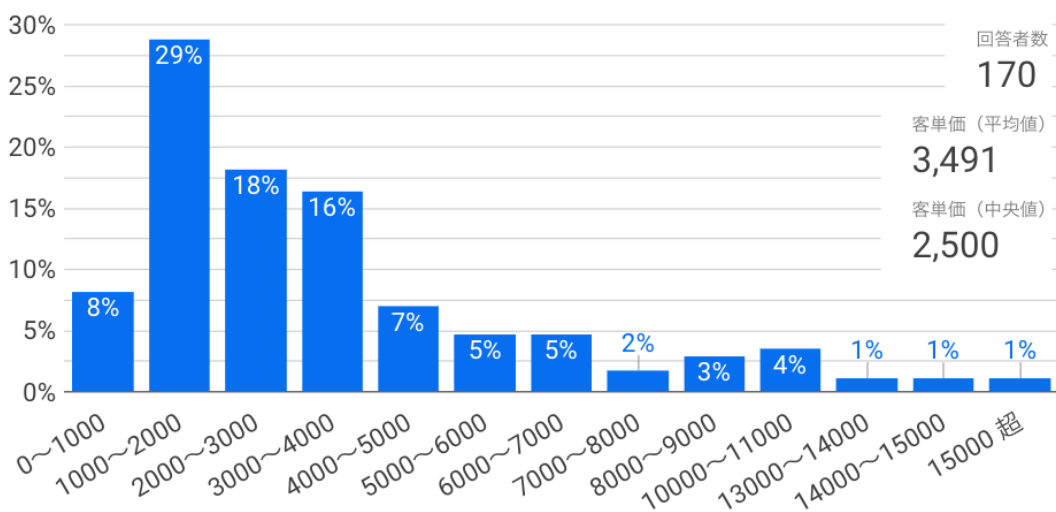
2.5.1.2. 客単価（業種別）

- 客単価の中央値が最も高いのは、「旅行会社」で 50,000 円となり、次いで「宿泊」が 8,000 円となった。
- 客単価の中央値が最も低いのは、「体験」および「その他」で 1,000 円となった。



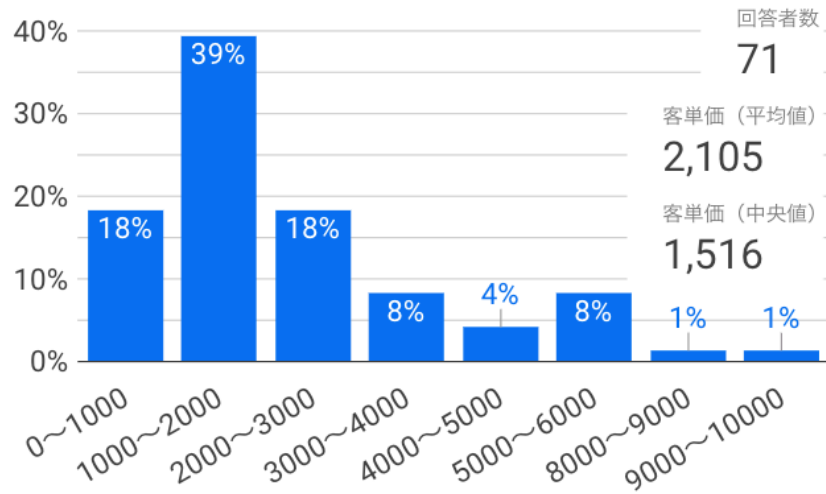
宿泊

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



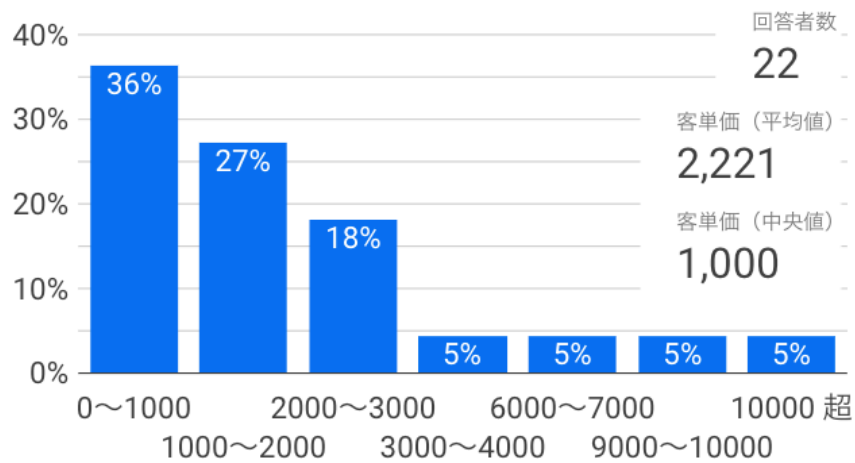
飲食

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



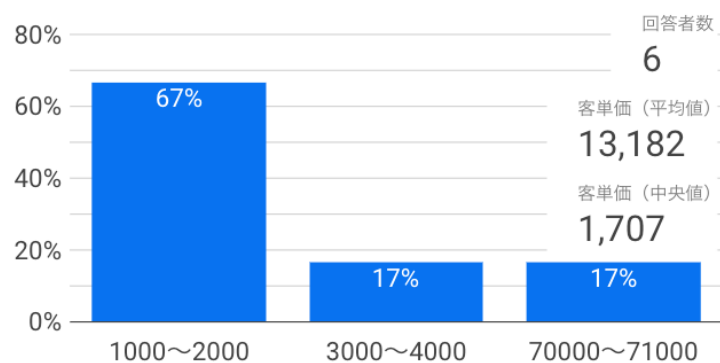
小売

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



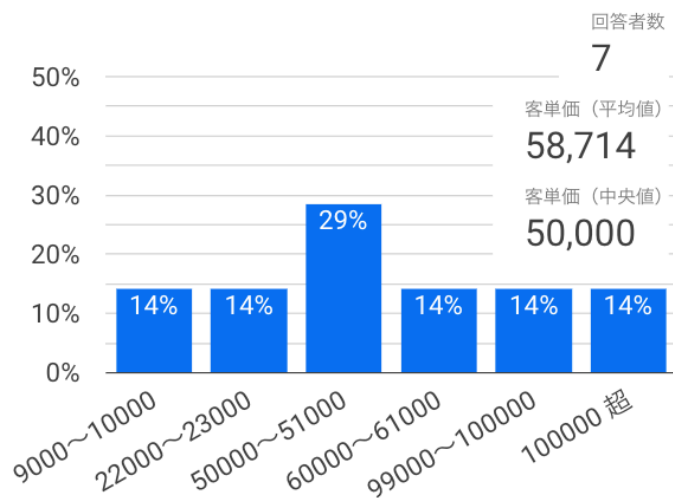
体験

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



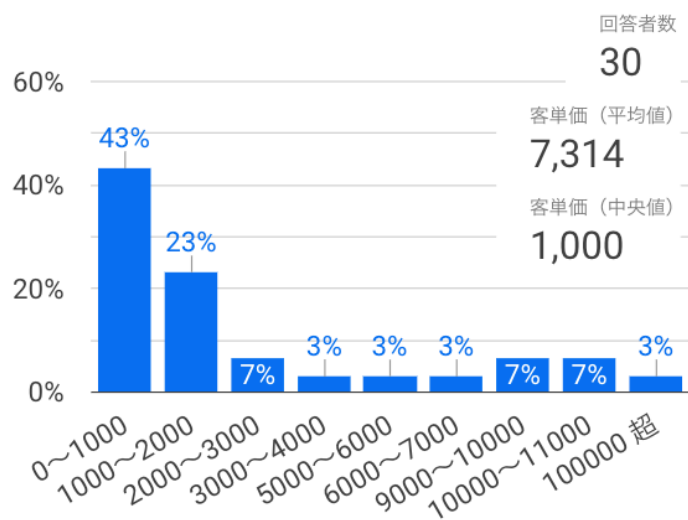
交通

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



旅行会社

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。

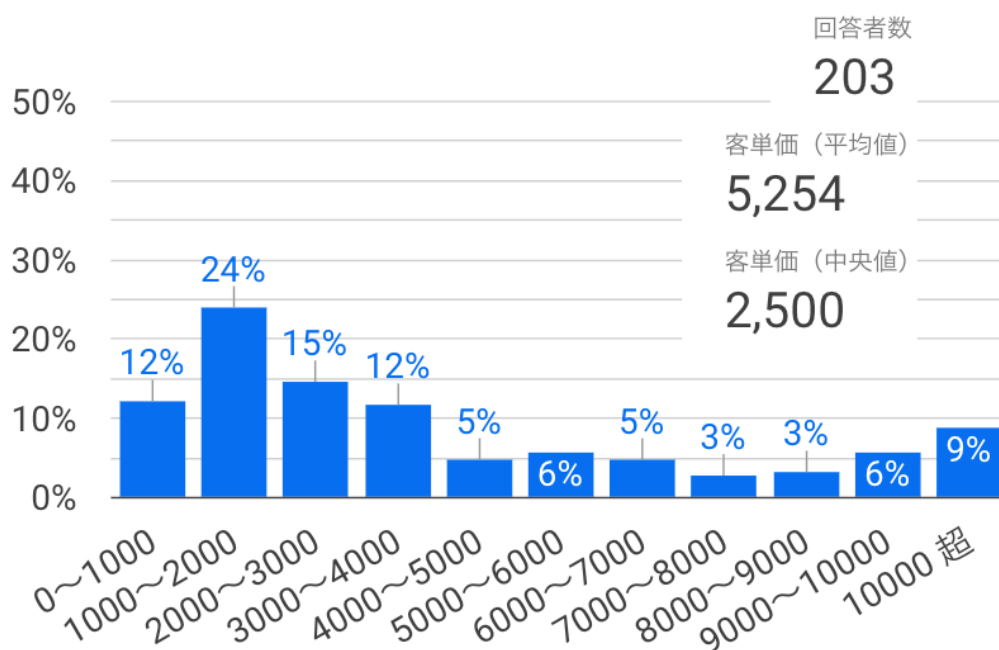


その他

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。

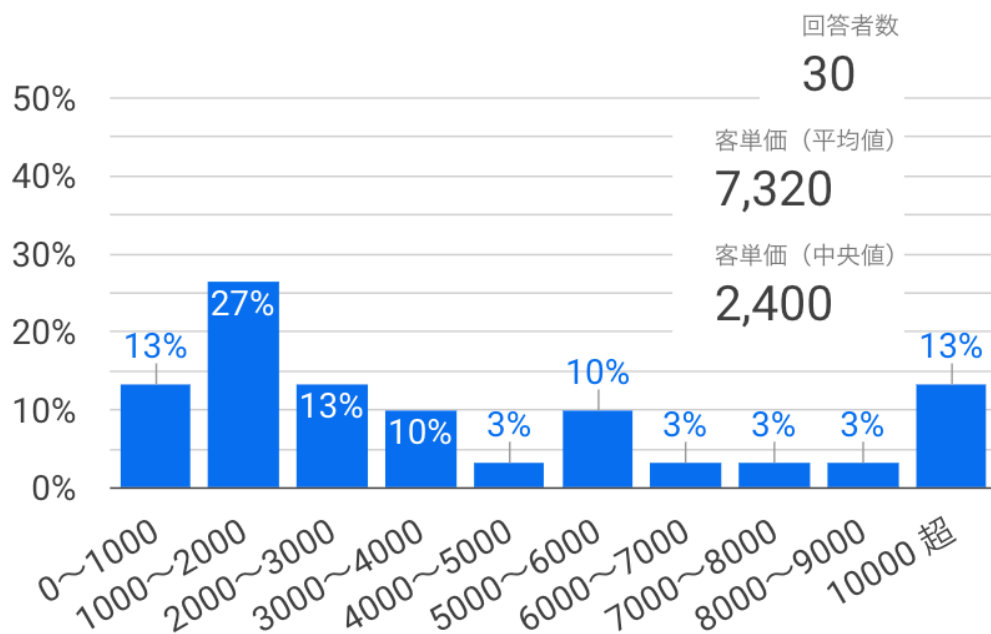
2.5.1.3. 客単価（市町別）

- 客単価の中央値が最も高いのは、藤枝市および牧之原市で 3,000 円となった。
- 客単価の中央値が最も低いのは、吉田町で 400 円となった。



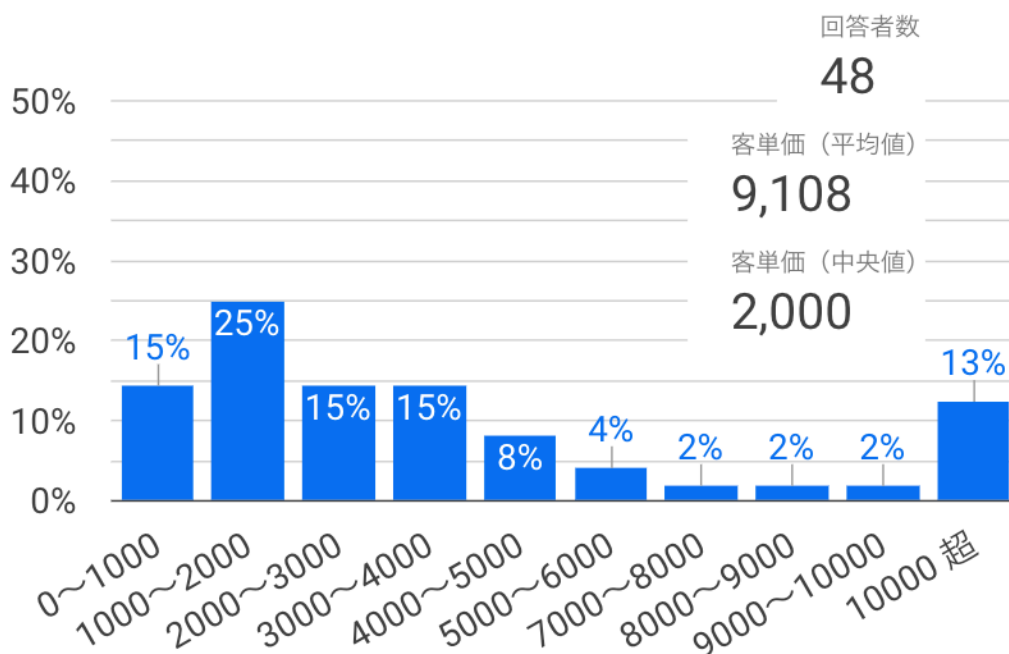
静岡市

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。



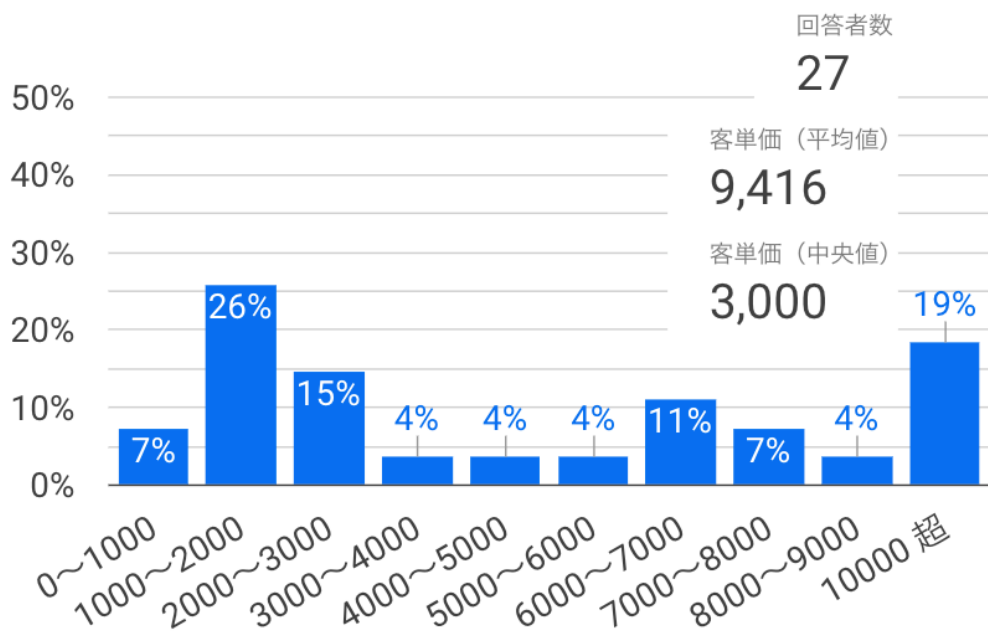
島田市

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



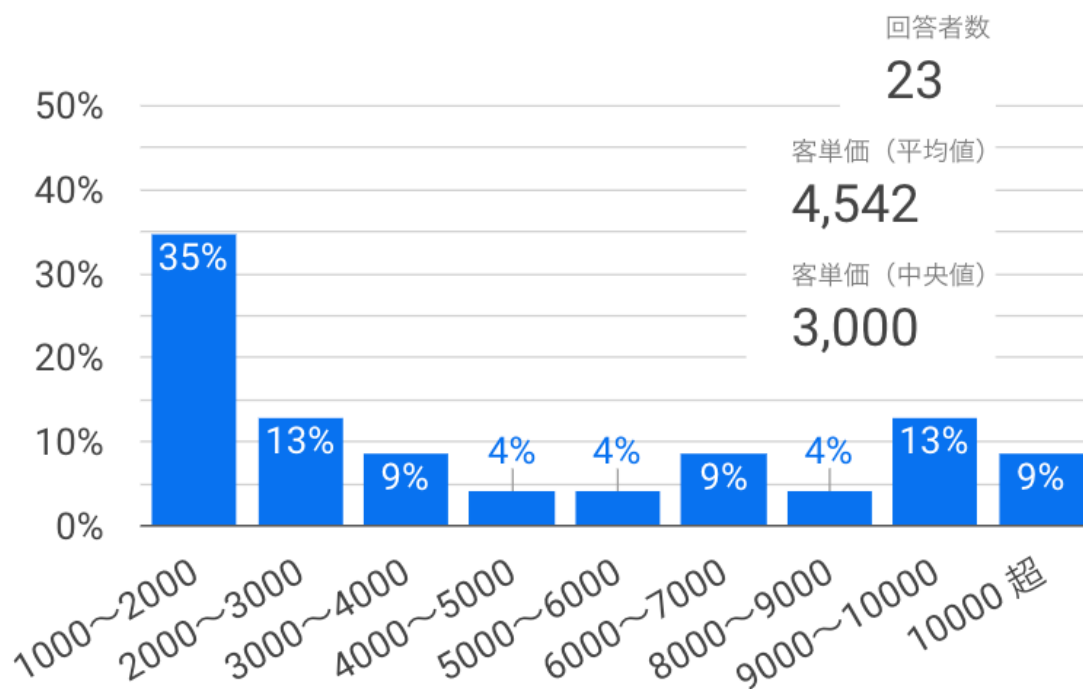
焼津市

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



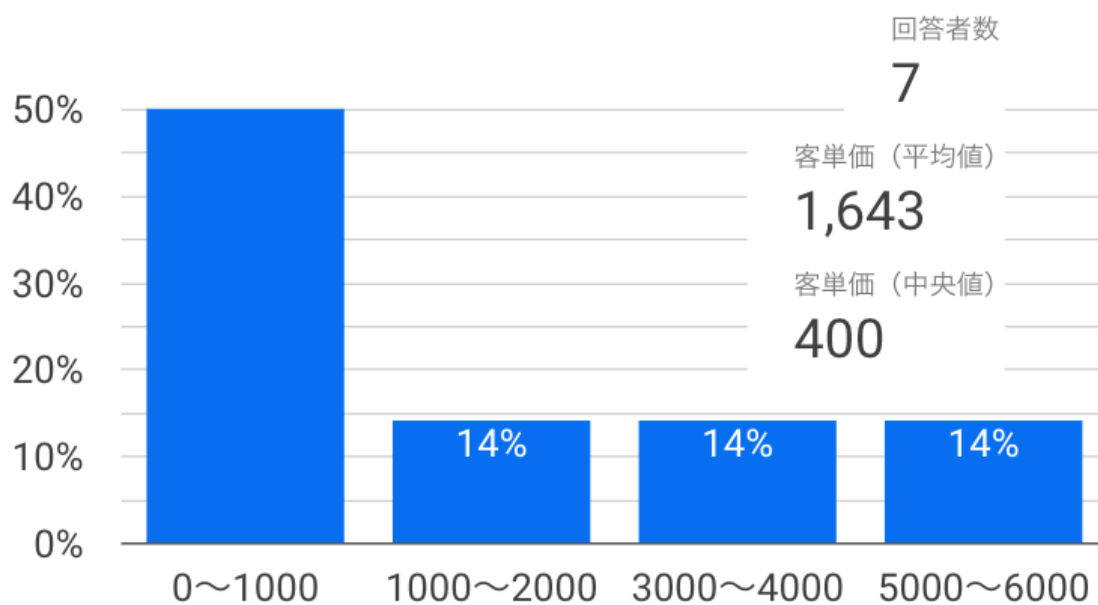
藤枝市

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



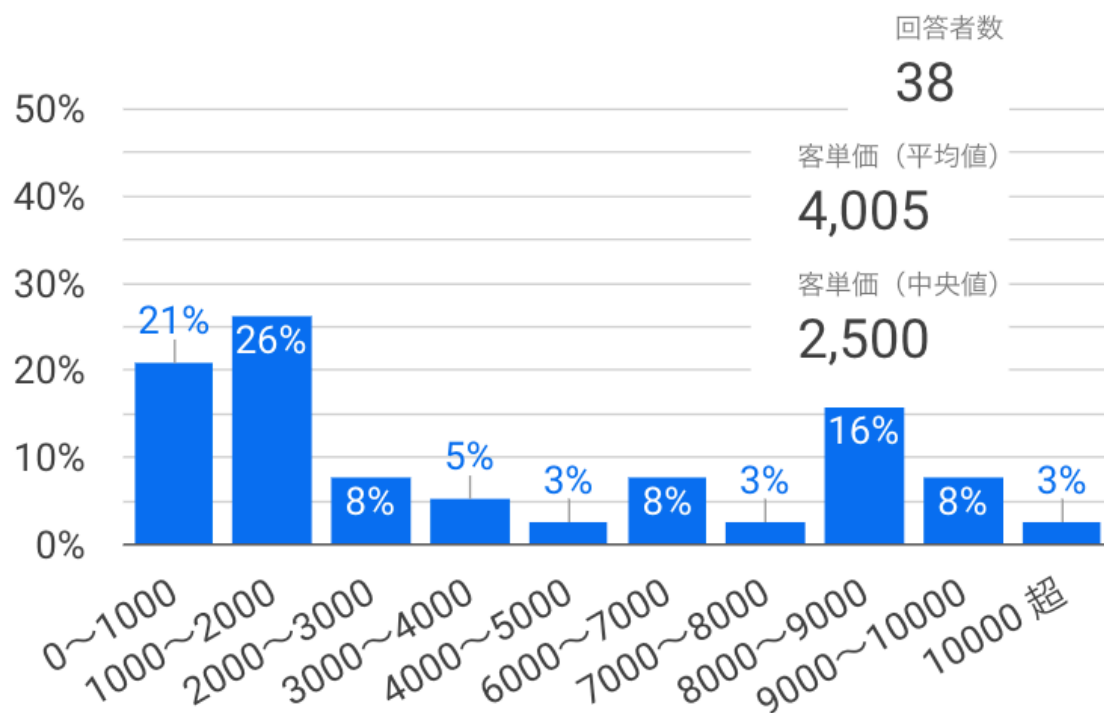
牧之原市

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



吉田町

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。

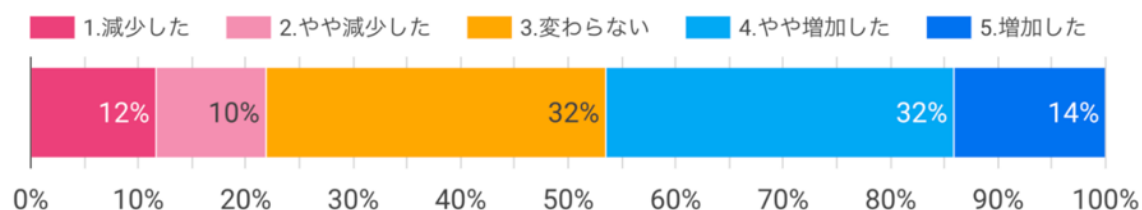


川根本町

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。

2.5.2.1. 客単価の変化

- 最も多いのは「やや増加した」で 32%となった。「増加した」「やや増加した」の合計が 46%であったのに対し、「減少した」「やや減少した」の合計が 22%となり、全体として増加傾向にあった。



客単価の変化 ▼	回答数	割合
5.増加した	57	14%
4.やや増加した	131	32%
3.変わらない	128	32%
2.やや減少した	41	10%
1.減少した	48	12%
総計	405	100%

2.5.2.2. 客単価の変化（業種別の構成割合）

- 「旅行会社」の平均スコアが 4.3 と最も高く、次いで「宿泊」および「飲食」が 3.4 となった。
- 「小売」は 2.6 となり客単価が低下していた。

業種	客単価の変化の平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1.宿泊	3.4	76	1.12
2.飲食	3.4	175	1.15
3.小売	2.6	75	1.18
4.体験	3.0	22	0.95
5.交通	3.8	8	1.28
6.旅行会社	4.3	11	0.79
7.その他	3.3	38	1.13
総計	3.3	405	1.18

※業種別の客単価の変化をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。

「減少した」：「1」、「やや減少した」：「2」、「変わらない」：「3」、「やや増加した」：「4」、「増加した」：「5」

2.5.2.3. 客単価の変化（市町別の構成割合）

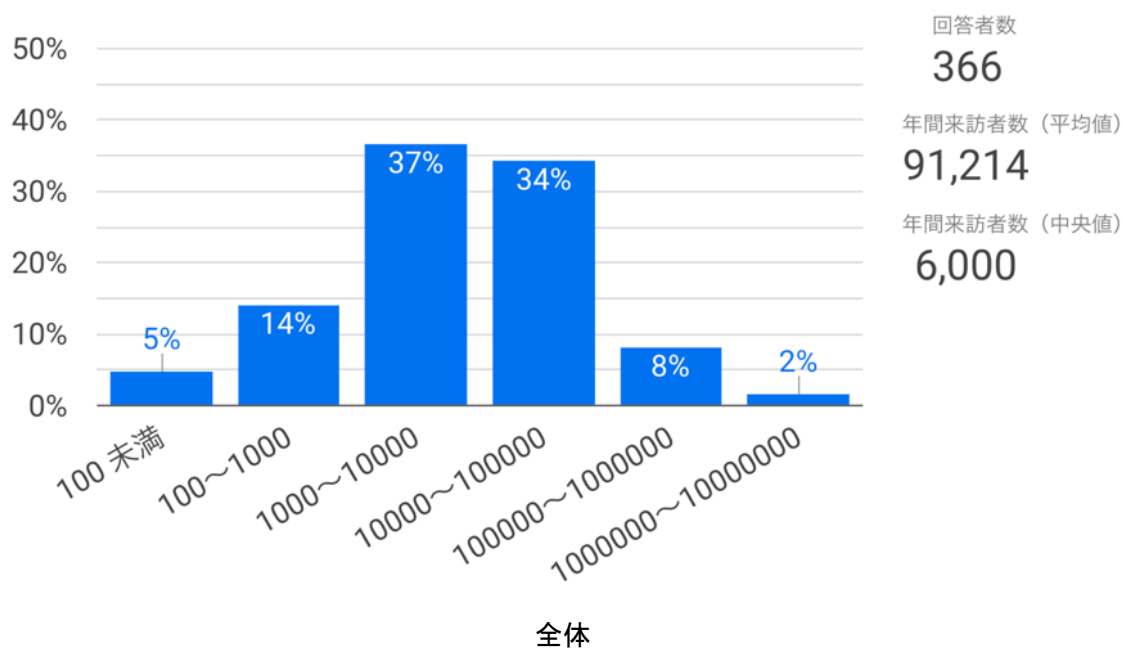
- 全ての市町の平均 3.3 を上回ったのは、静岡市、焼津市および吉田町であった。
- 牧之原市および川根本町は、2.8 と低かった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
客単価の変化	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
5.増加した	35	8%	4	1%	10	2%	4	1%	1	0%	-	-	2	0%
4.やや増加した	84	20%	6	1%	17	4%	10	2%	3	1%	6	1%	5	1%
3.変わらない	53	13%	15	4%	14	3%	10	2%	14	3%	-	-	21	5%
2.やや減少した	23	5%	2	0%	4	1%	4	1%	2	0%	1	0%	4	1%
1.減少した	23	5%	3	1%	4	1%	5	1%	4	1%	1	0%	7	2%
総計	225	54%	33	8%	54	13%	33	8%	25	6%	8	2%	41	10%
市町別平均スコア	3.4		3.2		3.5		3.1		2.8		3.4		2.8	

※市町別の客単価の変化をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。
「減少した」：「1」、「やや減少した」：「2」、「変わらない」：「3」、「やや増加した」：「4」、「増加した」：「5」

2.5.3.1. 年間来訪者数

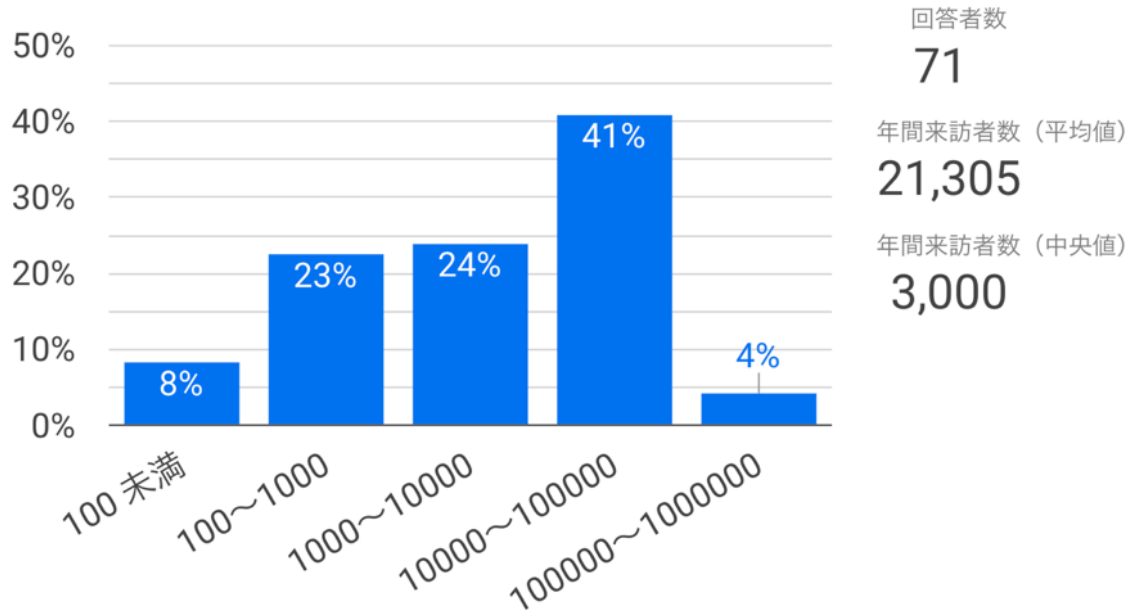
- 平均値は約 9 万 1 千人、中央値は 6 千人であった。
- 最も多いのは、「1,000 ～ 10,000 人」の層で 37%であった。



※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が 0 である範囲を表示していない。

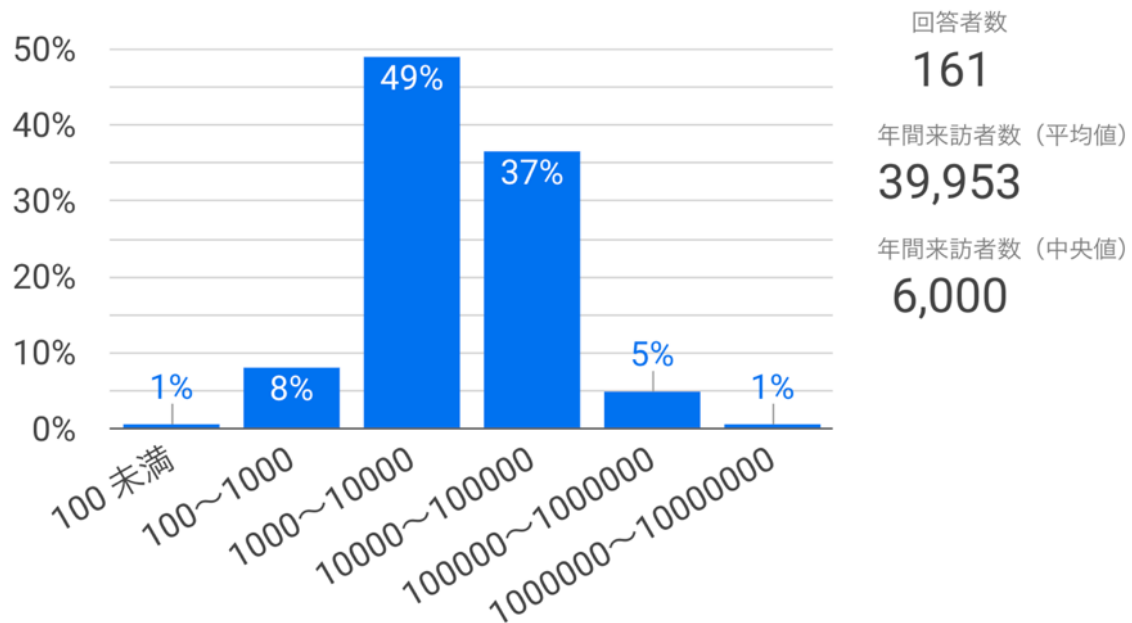
2.5.3.2. 年間来訪者数（業種別）

- 年間来訪者数の中央値が最も多いのは「交通」で約8万1千人となり、次いで「体験」で8千5百人となった。年間来訪者数の中央値が最も少ないのは、「旅行会社」で1千7百人となった。



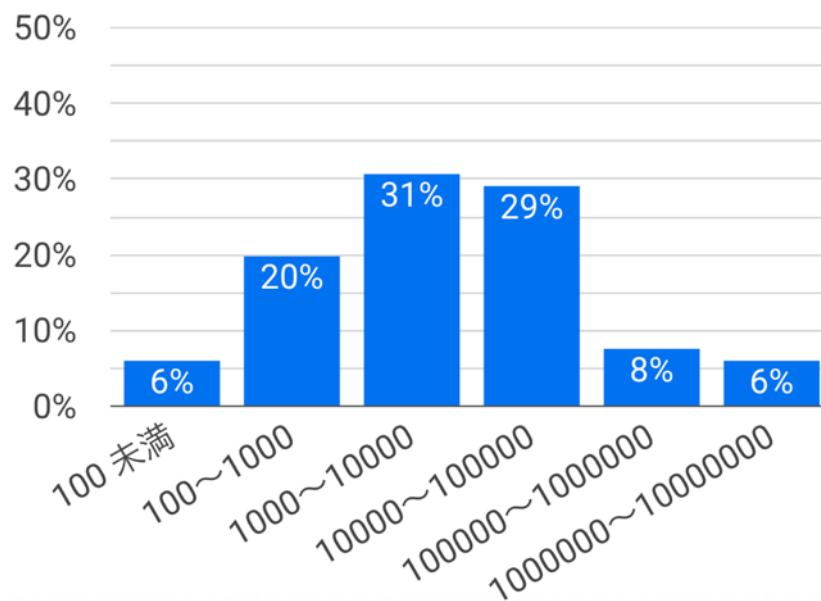
宿泊

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



飲食

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



回答者数

65

年間来訪者数 (平均値)

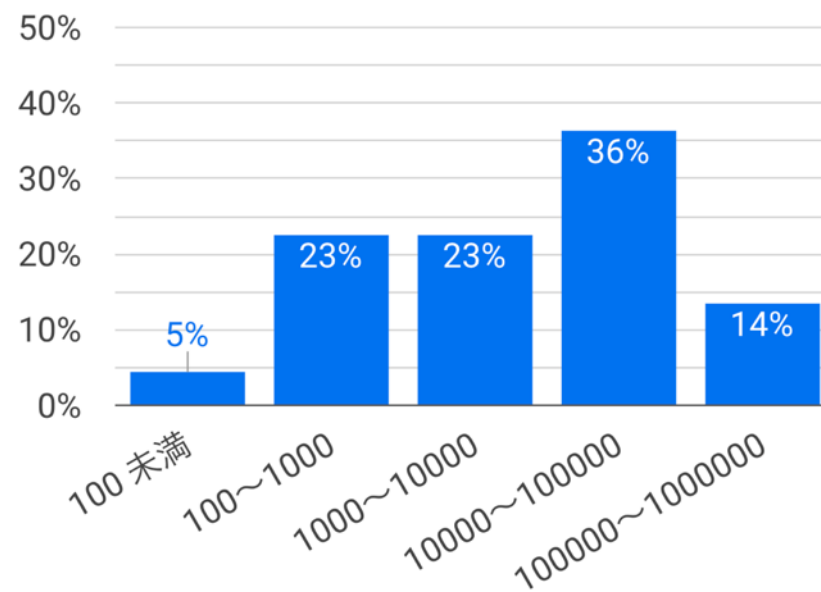
222,506

年間来訪者数 (中央値)

6,000

小売業

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



回答者数

22

年間来訪者数 (平均値)

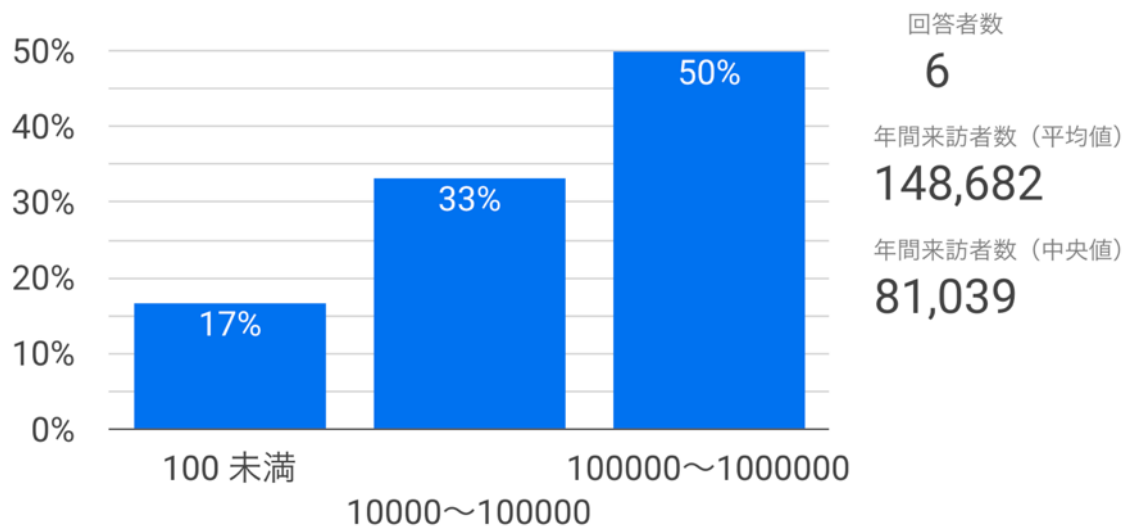
34,796

年間来訪者数 (中央値)

8,500

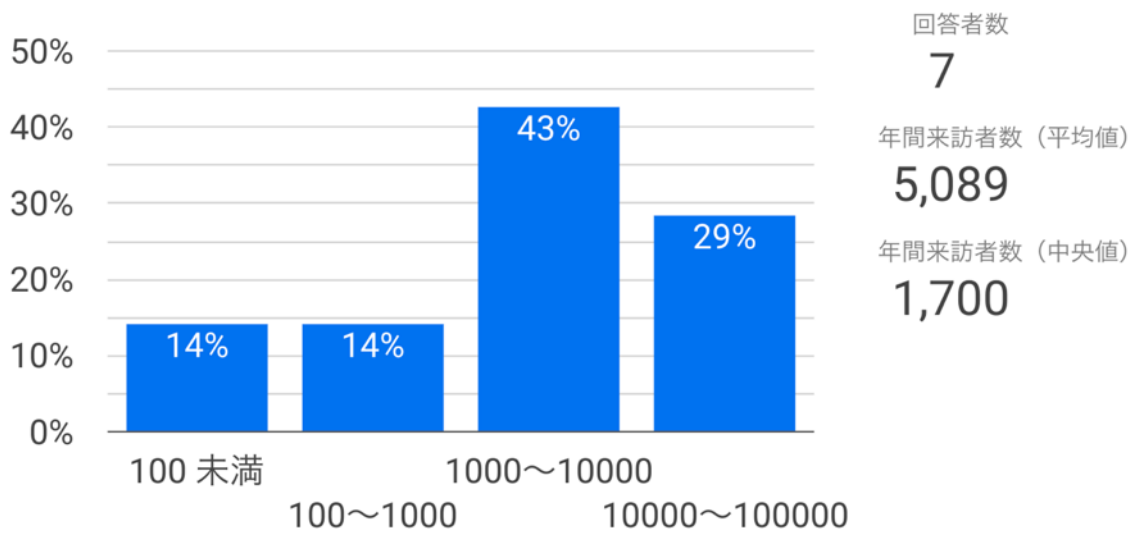
体験

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



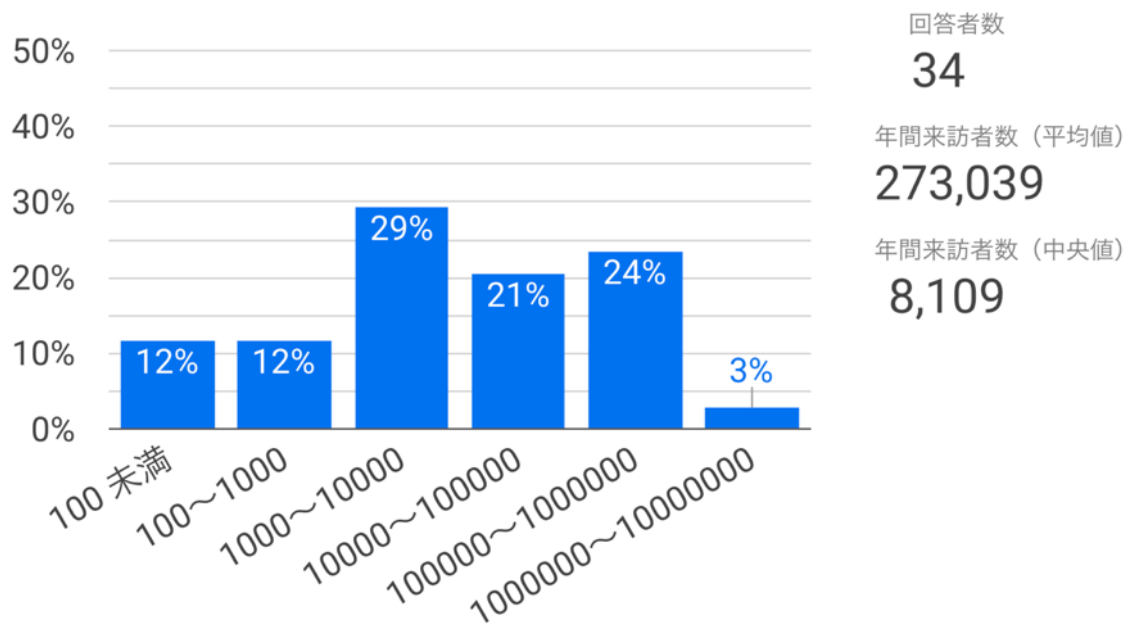
交通

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



旅行会社

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。



回答者数

34

年間来訪者数（平均値）

273,039

年間来訪者数（中央値）

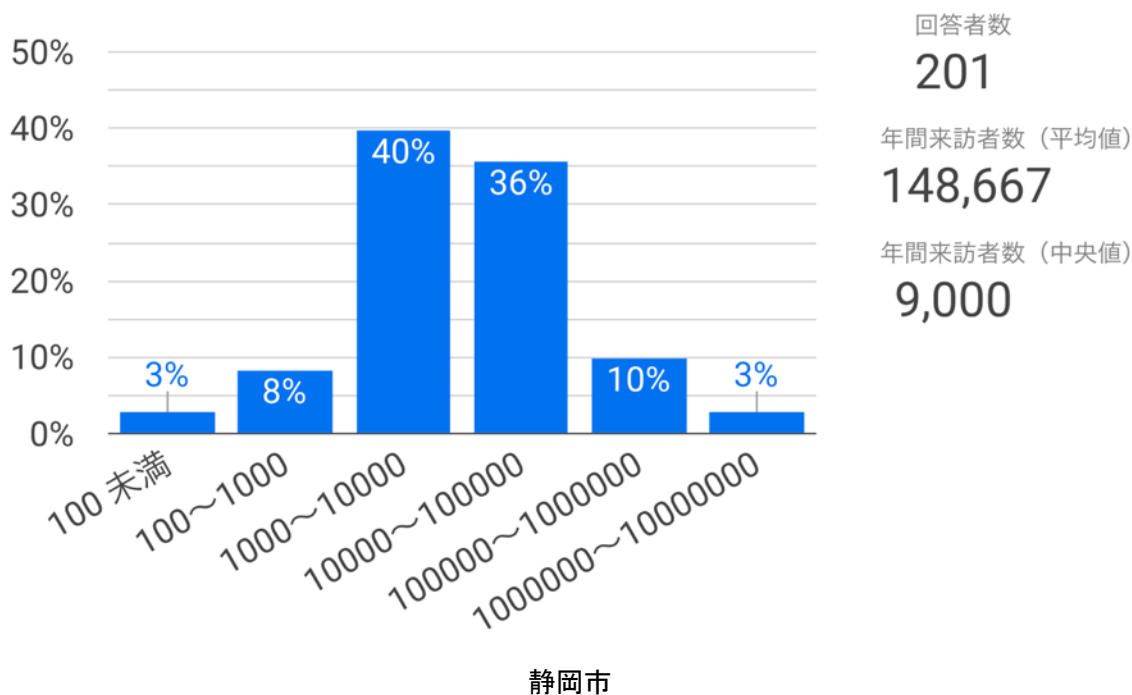
8,109

その他

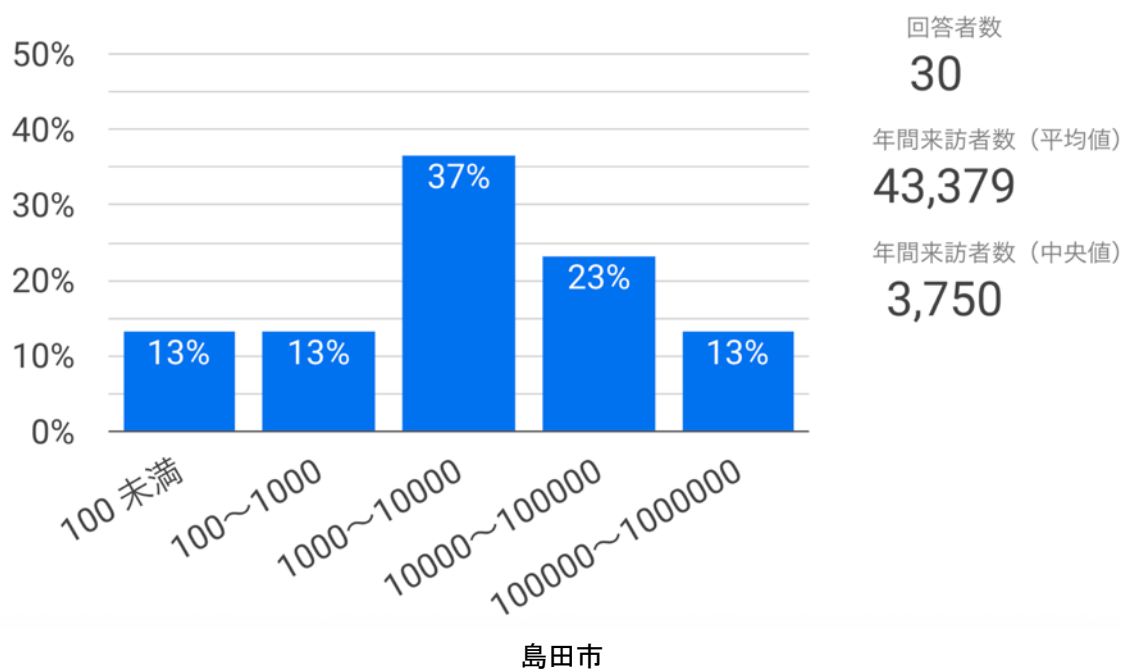
※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。また、ソフトウェアの性質上、度数が0である範囲を表示していない。

2.5.3.3. 年間来訪者数（市町別）

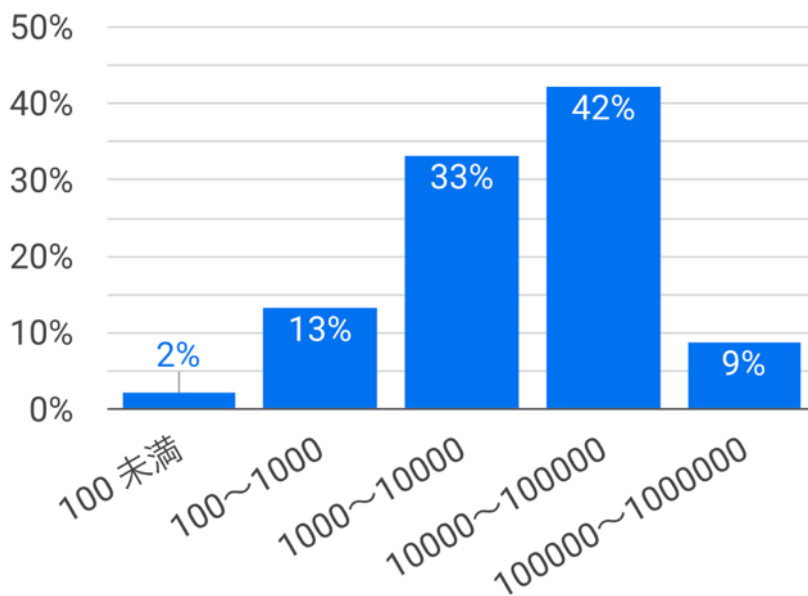
- 年間来訪者数の中央値が最も多いのは藤枝市および焼津市で1万人となり、次いで静岡市で9千人となった。年間来訪者数の中央値が最も少ないのは、川根本町で723人となった。



※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。



※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。



回答者数

45

年間来訪者数 (平均値)

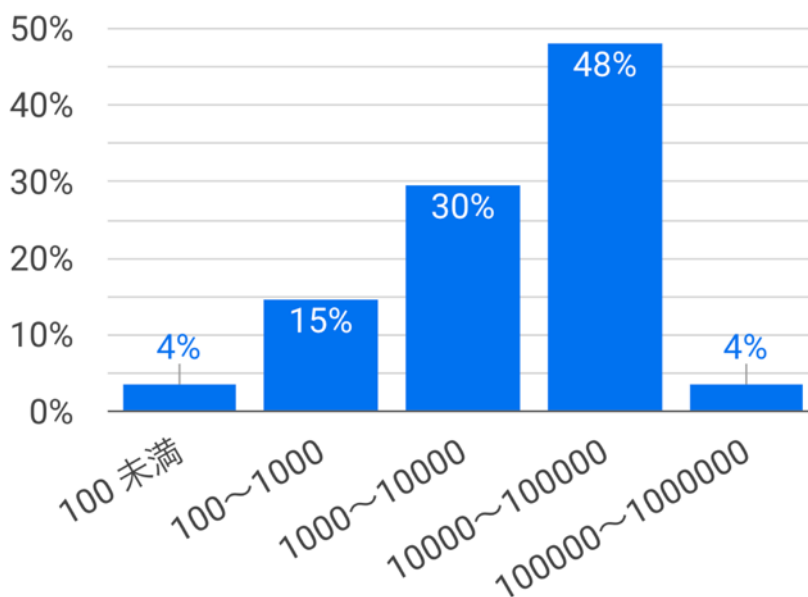
24,194

年間来訪者数 (中央値)

10,000

焼津市

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。



回答者数

27

年間来訪者数 (平均値)

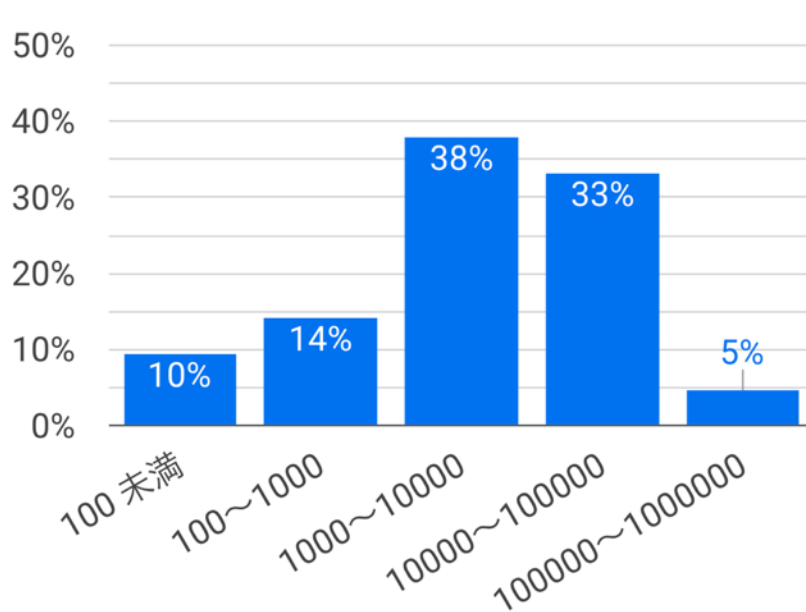
23,785

年間来訪者数 (中央値)

10,000

藤枝市

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。



牧之原市

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

回答者数

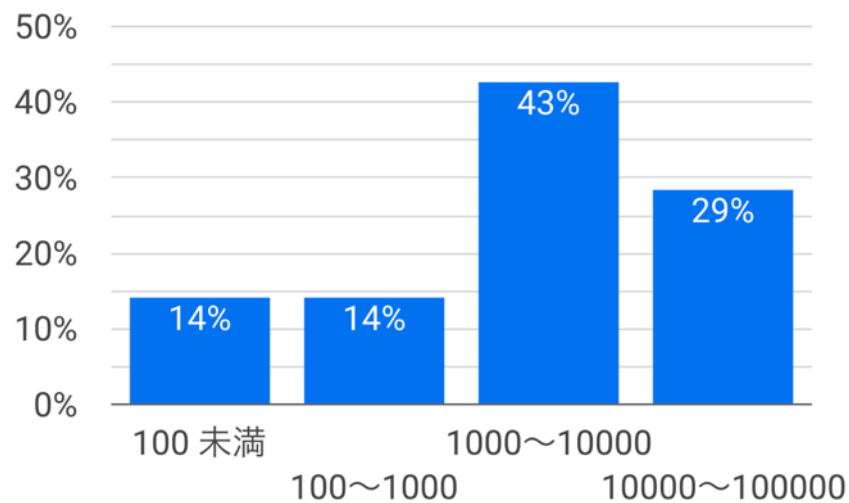
21

年間来訪者数 (平均値)

14,341

年間来訪者数 (中央値)

2,500



吉田町

※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

回答者数

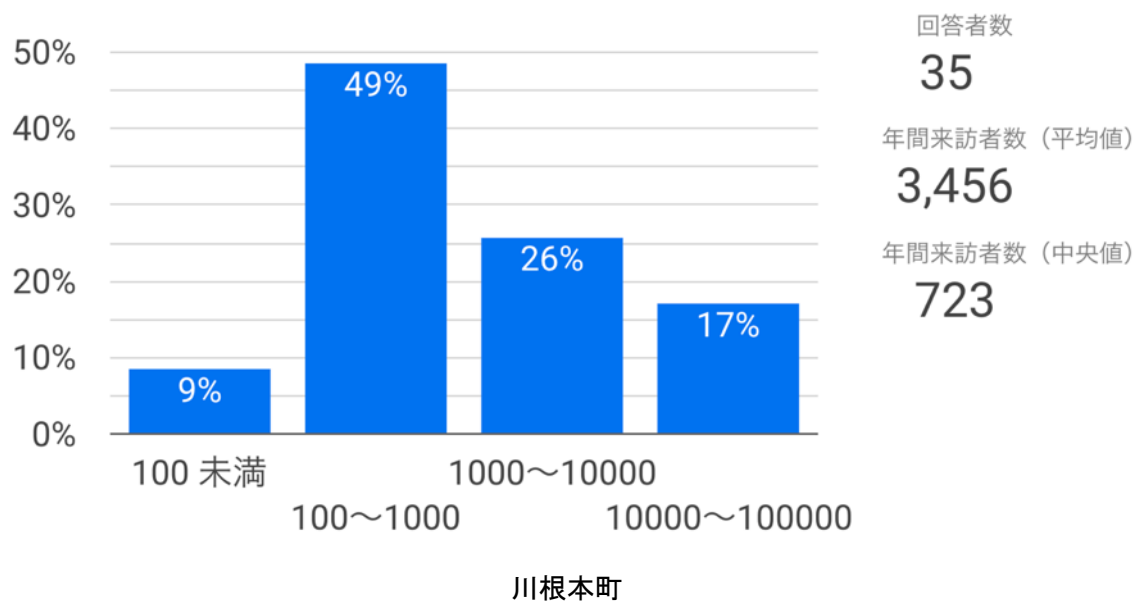
7

年間来訪者数 (平均値)

6,843

年間来訪者数 (中央値)

2,000



※グラフの区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.5.4.1. 域外来訪者割合

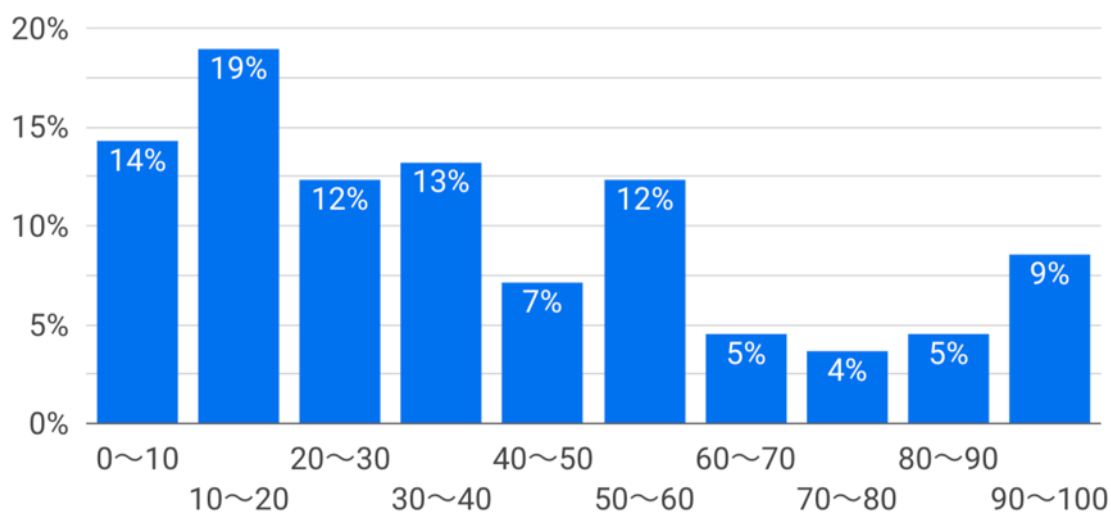
- 静岡県中部地域外からの来訪者の割合の平均値は30%、中央値は35%となった。
- 最も高いのは「10 ～ 20%」の層で全体のうち19%となった。

域外来訪者割合（平均値）

30%

域外来訪者割合（中央値）

35%



域外来訪者割合 (%)	回答数	割合
0～10	50	14%
10～20	66	19%
20～30	43	12%
30～40	46	13%
40～50	25	7%
50～60	43	12%
60～70	16	5%
70～80	13	4%
80～90	16	5%
90～100	30	9%
総計	348	100%

※グラフおよび表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.5.4.2. 域外来訪者割合（業種別の構成割合）

- 最も平均値が高いのは「宿泊」で71%、次いで「体験」が50%であった。
- 最も平均値が低いのは「飲食」で22%であった。

域外来訪者割合（%）	1.宿泊		2.飲食		3.小売		4.体験		5.交通		6.旅行会社		7.その他	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
0～10	1	0%	28	8%	13	4%	-	-	2	1%	3	1%	3	1%
10～20	-	-	43	12%	15	4%	2	1%	-	-	1	0%	5	1%
20～30	3	1%	25	7%	10	3%	1	0%	-	-	-	-	4	1%
30～40	-	-	30	9%	5	1%	3	1%	1	0%	1	0%	6	2%
40～50	5	1%	7	2%	3	1%	2	1%	-	-	2	1%	6	2%
50～60	11	3%	12	3%	9	3%	7	2%	1	0%	-	-	3	1%
60～70	2	1%	3	1%	3	1%	2	1%	1	0%	-	-	5	1%
70～80	7	2%	-	-	4	1%	1	0%	-	-	-	-	1	0%
80～90	6	2%	4	1%	3	1%	-	-	-	-	2	1%	1	0%
90～100	24	7%	1	0%	1	0%	3	1%	-	-	1	0%	-	-
総計	59	17%	153	44%	66	19%	21	6%	5	1%	10	3%	34	10%
業種別平均値	71		22		28		50		28		39		35	
業種別中央値	80		20		20		50		30		35		33	

※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.5.4.3. 域外来訪者割合（市町別の構成割合）

- 最も平均値が高いのは川根本町で 56%であった。
- 最も平均値が低いのは吉田町で 7.5%であった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
域外来訪者割合（%）	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
0～10	25	7%	3	1%	8	2%	4	1%	4	1%	4	1%	2	1%
10～20	35	10%	5	1%	14	4%	6	2%	4	1%	1	0%	1	0%
20～30	30	9%	4	1%	1	0%	4	1%	1	0%	-	-	3	1%
30～40	29	8%	2	1%	8	2%	3	1%	-	-	1	0%	3	1%
40～50	16	5%	5	1%	1	0%	1	0%	-	-	-	-	2	1%
50～60	18	5%	1	0%	7	2%	1	0%	3	1%	-	-	13	4%
60～70	12	3%	4	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
70～80	7	2%	1	0%	1	0%	1	0%	1	0%	-	-	2	1%
80～90	8	2%	-	-	3	1%	1	0%	2	1%	-	-	2	1%
90～100	7	2%	3	1%	4	1%	1	0%	4	1%	-	-	11	3%
総計	187	54%	28	8%	47	14%	22	6%	19	5%	6	2%	39	11%
市町別平均値	32		37		32		27		44		8		56	
市町別中央値	30		35		30		20		50		5		50	

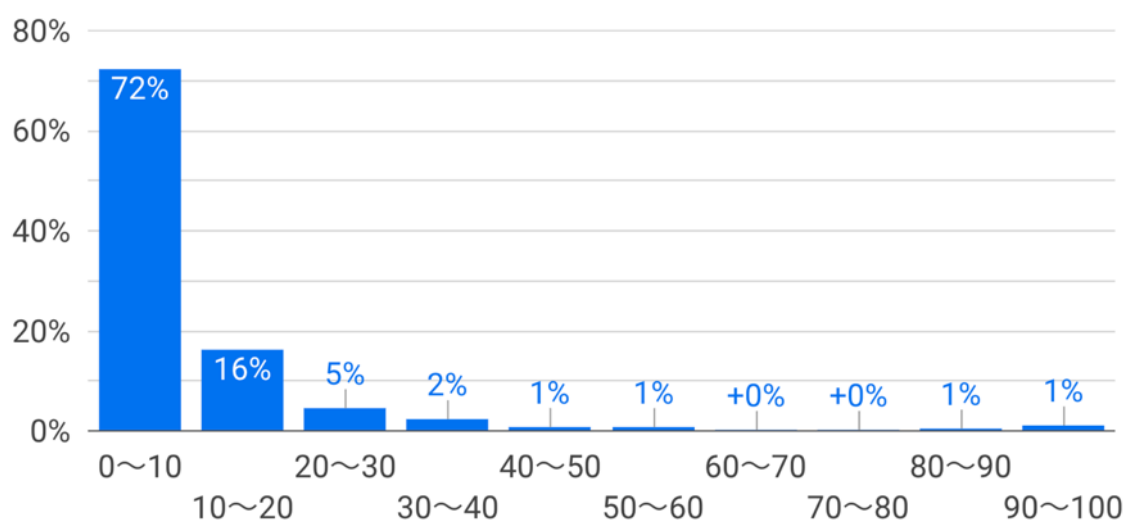
※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.5.5.1. 外国人来訪者割合

- 外国人来訪者の割合の平均は8%となった。
- 最も高いのは「0～10%」の層で全体のうち72%であった。なお、1%未満と答えた回答は62件（全体の17%）存在した。

域外来訪者割合（平均値） **8%**

域外来訪者割合（中央値） **5%**



外国人来訪者割合 (%)	回答数	割合
0～10	266	72%
10～20	60	16%
20～30	17	5%
30～40	9	2%
40～50	3	1%
50～60	3	1%
60～70	1	0%
70～80	1	0%
80～90	2	1%
90～100	5	1%
総計	367	100%

※グラフおよび表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.5.5.2. 外国人来訪者割合（業種別の構成割合）

- 最も平均値が高いのは「旅行会社」で31%、次いで「宿泊」が12%であった。
- 最も平均値が低いのは「交通」で2%であった。

外国人来訪者割合（%）	1.宿泊		2.飲食		3.小売		4.体験		5.交通		6.旅行会社		7.その他	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
0～10	38	10%	118	32%	50	14%	18	5%	5	1%	6	2%	31	8%
10～20	20	5%	31	8%	8	2%	1	0%	-	-	-	-	-	-
20～30	3	1%	5	1%	6	2%	2	1%	-	-	-	-	1	0%
30～40	3	1%	2	1%	1	0%	-	-	-	-	1	0%	2	1%
40～50	1	0%	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0%
50～60	-	-	1	0%	2	1%	-	-	-	-	-	-	-	-
60～70	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
70～80	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0%	-	-
80～90	1	0%	-	-	-	-	1	0%	-	-	-	-	-	-
90～100	2	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1%	1	0%
総計	69	19%	158	43%	67	18%	22	6%	5	1%	10	3%	36	10%
業種別平均値	12		5		7		8		2		31		8	
業種別中央値	5		4		3		2		1		5		2	

※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.5.5.3. 外国人来訪者割合（市町別の構成割合）

- 最も平均値が高いのは川根本町で14%であった。
- 最も平均値が低いのは吉田町で2%であった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
外国人来訪者割合（%）	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
0～10	137	37%	22	6%	41	11%	24	7%	15	4%	5	1%	22	6%
10～20	35	10%	5	1%	8	2%	1	0%	3	1%	1	0%	7	2%
20～30	10	3%	1	0%	-	-	-	-	1	0%	-	-	5	1%
30～40	5	1%	1	0%	-	-	1	0%	1	0%	-	-	1	0%
40～50	2	1%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0%
50～60	2	1%	-	-	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-
60～70	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	1	0%
70～80	1	0%	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-
80～90	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	-	2	1%
90～100	2	1%	1	0%	1	0%	1	0%	-	-	-	-	-	-
総計	194	53%	30	8%	51	14%	27	7%	20	5%	6	2%	39	11%
市町別平均値	8		9		6		7		5		2		14	
市町別中央値	5		5		3		2		2		0		5	

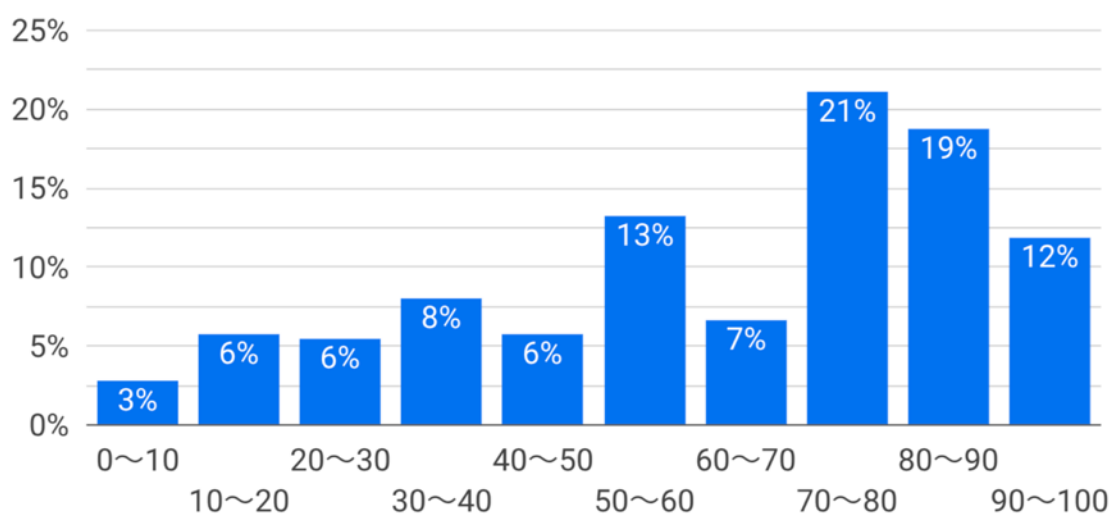
※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.5.6.1. リピーター割合

- リピーターの割合の平均は58%となった。
- 最も高いのは「70～80%」の層で全体のうち21%となった。

リピーター割合（平均値） **58%**

リピーター割合（中央値） **70%**



リピーター割合（%）	回答数	割合
0～10	10	3%
10～20	20	6%
20～30	19	6%
30～40	28	8%
40～50	20	6%
50～60	46	13%
60～70	23	7%
70～80	73	21%
80～90	65	19%
90～100	41	12%
総計	345	100%

※グラフおよび表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.5.6.2. リピーター割合（業種別の構成割合）

- 最も平均値が高いのは「小売」で67%、次いで「飲食」が66%、「交通」が64%であった。
- 最も平均値が低いのは「宿泊」で38%であった。

	1.宿泊		2.飲食		3.小売		4.体験		5.交通		6.旅行会社		7.その他	
リピーター割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
0～10	4	1%	2	1%	-	-	1	0%	-	-	1	0%	2	1%
10～20	7	2%	4	1%	1	0%	4	1%	1	0%	1	0%	2	1%
20～30	11	3%	4	1%	3	1%	-	-	-	-	-	-	1	0%
30～40	10	3%	6	2%	3	1%	3	1%	-	-	1	0%	5	1%
40～50	8	2%	3	1%	4	1%	1	0%	1	0%	-	-	3	1%
50～60	6	2%	21	6%	8	2%	4	1%	-	-	1	0%	6	2%
60～70	5	1%	12	3%	5	1%	1	0%	-	-	-	-	-	-
70～80	9	3%	42	12%	13	4%	3	1%	-	-	1	0%	5	1%
80～90	3	1%	39	11%	10	3%	3	1%	1	0%	3	1%	6	2%
90～100	-	-	17	5%	16	5%	1	0%	2	1%	1	0%	4	1%
総計	63	18%	150	43%	63	18%	21	6%	5	1%	9	3%	34	10%
業種別平均値	38		66		67		48		64		55		54	
業種別中央値	35		70		70		70		50		80		51	

※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.5.6.3. リピーター割合（市町別の構成割合）

- 最も平均値が高いのは吉田町で74%であった。
- 最も平均値が低いのは川根本町で42%であった。

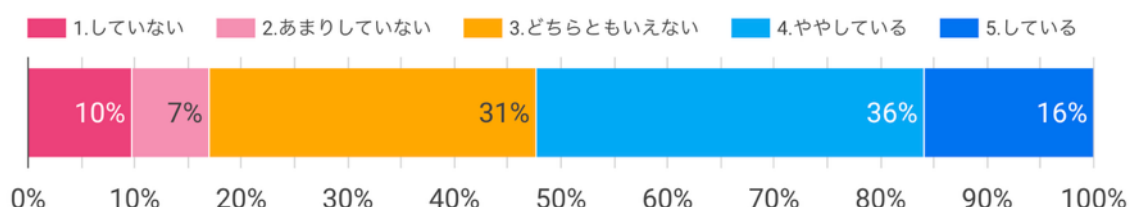
	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
リピーター割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
0～10	3	1%	-	-	2	1%	1	0%	1	0%	-	-	3	1%
10～20	9	3%	2	1%	1	0%	2	1%	2	1%	-	-	4	1%
20～30	8	2%	4	1%	1	0%	-	-	2	1%	-	-	4	1%
30～40	13	4%	2	1%	7	2%	1	0%	1	0%	-	-	4	1%
40～50	12	3%	-	-	4	1%	2	1%	-	-	-	-	2	1%
50～60	25	7%	5	1%	2	1%	3	1%	2	1%	-	-	9	3%
60～70	15	4%	3	1%	-	-	2	1%	-	-	1	0%	2	1%
70～80	42	12%	4	1%	13	4%	8	2%	1	0%	1	0%	4	1%
80～90	37	11%	6	2%	13	4%	4	1%	2	1%	3	1%	-	-
90～100	23	7%	3	1%	6	2%	1	0%	5	1%	-	-	3	1%
総計	187	54%	29	8%	49	14%	24	7%	16	5%	5	1%	35	10%
市町別平均値	61		57		62		57		55		74		42	
市町別中央値	70		60		70		70		60		80		50	

※表の区分は「〇〇以上～〇〇未満」を表す。

2.6. 経営の方針

2.6.1.1. 従業員の満足度を高める取組み

- 最も多いのは、「ややしている」で36%となった。「している」「ややしている」の合計が52%であり、「していない」「あまりしていない」の合計17%を大きく上回った。



従業員の満足度を高める取組み ▼	回答数	割合
5. している	64	16%
4. ややしている	146	36%
3. どちらともいえない	123	31%
2. あまりしていない	29	7%
1. していない	39	10%
総計	401	100%

2.6.1.2. 従業員の満足度を高める取組み（業種別の構成割合）

- 業種ごとに大きな違いは見られなかった。

業種	従業員満足度を高める取組みの平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1. 宿泊	3.4	73	1.15
2. 飲食	3.5	172	1.20
3. 小売	3.3	73	1.19
4. 体験	3.4	24	0.97
5. 交通	3.4	8	0.92
6. 旅行会社	3.5	11	1.13
7. その他	3.6	40	0.90
総計	3.4	401	1.14

※業種別の客単価の変化をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。

「していない」：「1」、「あまりしていない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややしている」：「4」、「している」：「5」

2.6.1.3. 従業員の満足度を高める取組み（市町別の構成割合）

- 最も平均スコアが高いのが藤枝市で3.6となった。
- 最も平均スコアが低いのは吉田町で2.7となった。

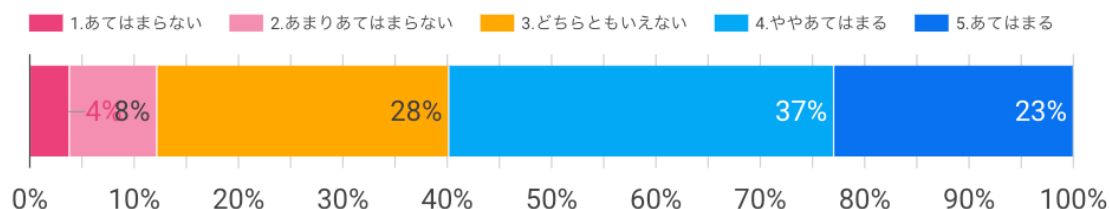
	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
取組み	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
5.している	39	10%	4	1%	6	1%	5	1%	3	1%	1	0%	6	1%
4.ややしている	86	21%	13	3%	18	4%	13	3%	6	1%	1	0%	9	2%
3.どちらともい...	60	15%	6	1%	20	5%	10	2%	11	3%	2	0%	14	3%
2.あまりしてい...	13	3%	6	1%	5	1%	1	0%	3	1%	1	0%	-	-
1.していない	22	5%	5	1%	3	1%	2	0%	1	0%	2	0%	4	1%
総計	220	55%	34	8%	52	13%	31	8%	24	6%	7	2%	33	8%
市町別平均スコア	3.5		3.3		3.3		3.6		3.3		2.7		3.4	

※業種別の客単価の変化をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。

「していない」：「1」、「あまりしていない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややしている」：「4」、「している」：「5」

2.6.2.1. 顧客のニーズを積極的に聞く方針

- 最も多いのは、「ややあてはまる」で37%となった。「あてはまる」「ややあてはまる」の合計が60%であり、「していない」「あまりしていない」の合計12%を大きく上回った。



顧客のニーズを積極的に聞く方針 ▼	回答数	割合
5.あてはまる	97	23%
4.ややあてはまる	155	37%
3.どちらともいえない	118	28%
2.あまりあてはまらない	35	8%
1.あてはまらない	16	4%
総計	421	100%

2.6.2.2. 顧客のニーズを積極的に聞く方針（業種別の構成割合）

- 最も平均スコアが高いのは「旅行会社」で4.5であった。
- 最も平均スコアが低いのは「宿泊」で3.4であった。

業種	顧客ニーズを積極的に聞く方針の平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1.宿泊	3.4	75	1.13
2.飲食	3.6	181	1.01
3.小売	3.7	79	0.98
4.体験	3.7	24	1.08
5.交通	4.0	9	0.87
6.旅行会社	4.5	12	0.67
7.その他	3.9	41	1.06
総計	3.7	421	1.04

※業種別の客単価の変化をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。

「あてはまらない」：「1」、「あまりあてはまらない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややあてはまる」：「4」、「あてはまる」：「5」

2.6.2.3. 顧客のニーズを積極的に聞く方針（市町別の構成割合）

- 最も平均スコアが高いのが川根本町で3.8となった。
- 最も平均スコアが低いのは吉田町で2.9となった。

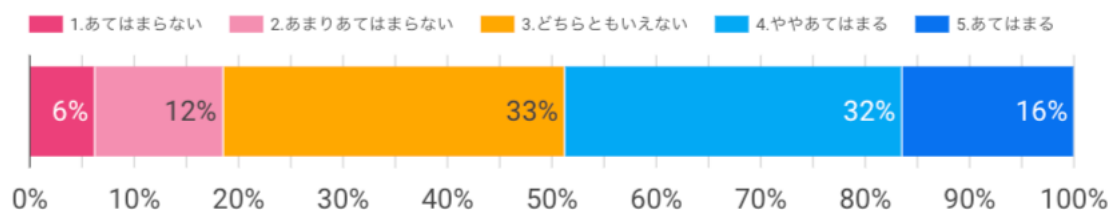
	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
顧客のニーズを聞く方針	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
5.あてはまる	56	13%	9	2%	12	3%	6	1%	4	1%	-	-	10	2%
4.ややあてはまる	79	19%	11	3%	25	6%	12	3%	8	2%	2	0%	18	4%
3.どちらともいえない	66	16%	8	2%	12	3%	10	2%	11	3%	3	1%	8	2%
2.あまりあてはまらない	19	5%	2	0%	4	1%	4	1%	1	0%	3	1%	2	0%
1.あてはまらない	5	1%	5	1%	2	0%	1	0%	1	0%	-	-	2	0%
総計	225	53%	35	8%	55	13%	33	8%	25	6%	8	2%	40	10%
市町別平均スコア	3.7		3.5		3.7		3.5		3.5		2.9		3.8	

※市町別の客単価の変化をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。

「あてはまらない」：「1」、「あまりあてはまらない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややあてはまる」：「4」、「あてはまる」：「5」

2.6.3.1. 顧客への提案を積極的に行う方針

- 最も多いのは、「どちらともいえない」で33%となった。「あてはまる」「ややあてはまる」の合計が49%であり、「あてはまらない」「あまりあてはまらない」の合計19%を大きく上回った。



顧客への提案を積極的に行う ▼	回答数	割合
5. あてはまる	69	16%
4. ややあてはまる	136	32%
3. どちらともいえない	137	33%
2. あまりあてはまらない	52	12%
1. あてはまらない	26	6%
総計	420	100%

2.6.3.2. 顧客への提案を積極的に行う方針（業種別の構成割合）

- 最も平均スコアが高いのは「旅行会社」で4.4であった。
- 最も平均スコアが低いのは「宿泊」で3.1であった。

業種	顧客への提案を積極的に行う方針の平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1. 宿泊	3.1	75	1.08
2. 飲食	3.3	180	1.08
3. 小売	3.6	79	0.94
4. 体験	3.7	24	1.20
5. 交通	3.3	9	1.32
6. 旅行会社	4.4	12	0.67
7. その他	3.5	41	1.21
総計	3.4	420	1.09

※業種別の顧客への提案を積極的に行う方針をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。
「あてはまらない」：「1」、「あまりあてはまらない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややあてはまる」：「4」、「あてはまる」：「5」

2.6.3.3. 顧客への提案を積極的に行う方針（市町別の構成割合）

- 最も平均スコアが高いのが川根本町で3.6となった。
- 最も平均スコアが低いのは、藤枝市および吉田町で3.0となった。

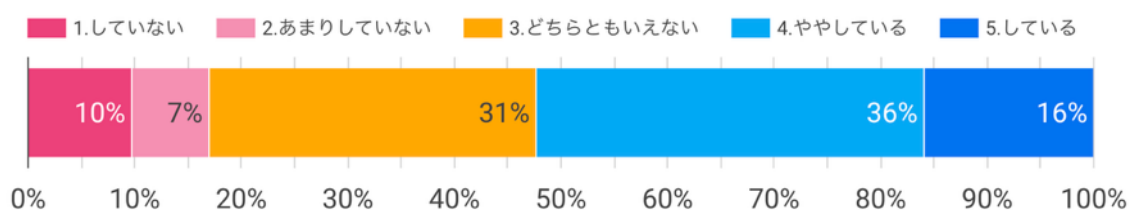
	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
顧客への提案を行う方針	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
5.あてはまる	37	9%	7	2%	10	2%	2	0%	3	1%	-	-	10	2%
4.ややあてはまる	76	18%	7	2%	18	4%	11	3%	9	2%	3	1%	12	3%
3.どちらともいえない	69	16%	13	3%	18	4%	10	2%	11	3%	2	0%	14	3%
2.あまりあてはまらない	32	8%	4	1%	6	1%	5	1%	1	0%	3	1%	1	0%
1.あてはまらない	10	2%	4	1%	3	1%	5	1%	1	0%	-	-	3	1%
総計	224	53%	35	8%	55	13%	33	8%	25	6%	8	2%	40	10%
市町別平均スコア	3.4		3.3		3.5		3.0		3.5		3.0		3.6	

※市町別の顧客への提案を積極的に行う方針をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。

「あてはまらない」：「1」、「あまりあてはまらない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややあてはまる」：「4」、「あてはまる」：「5」

2.6.4.1. 外国人客の積極的な受入

- 1 1 1 最も多いのは、「ややしている」で36%となった。「している」「ややしている」の合計が52%であり、「していない」「あまりしていない」の合計17%を大きく上回った。



従業員の満足度を高める取組み ▼	回答数	割合
5. している	64	16%
4. ややしている	146	36%
3. どちらともいえない	123	31%
2. あまりしていない	29	7%
1. していない	39	10%
総計	401	100%

2.6.4.2. 外国人客の積極的な受入（業種別の構成割合）

- 最も平均スコアが高いのは「その他」で3.6であった。
- 最も平均スコアが低いのは「小売」で3.3であった。

業種	従業員満足度を高める取組みの平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1. 宿泊	3.4	73	1.15
2. 飲食	3.5	172	1.20
3. 小売	3.3	73	1.19
4. 体験	3.4	24	0.97
5. 交通	3.4	8	0.92
6. 旅行会社	3.5	11	1.13
7. その他	3.6	40	0.90
総計	3.4	401	1.14

※業種別の外国人客の積極的な受入をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。

「していない」：「1」、「あまりしていない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややしている」：「4」、「している」：「5」

2.6.4.3. 外国人客の積極的な受入（市町別の構成割合）

- 最も平均スコアが高いのが藤枝市で3.6となった。
- 最も平均スコアが低いのは吉田町で2.7となった。

	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
取り組み	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
5.している	39	10%	4	1%	6	1%	5	1%	3	1%	1	0%	6	1%
4.ややしている	86	21%	13	3%	18	4%	13	3%	6	1%	1	0%	9	2%
3.どちらともい...	60	15%	6	1%	20	5%	10	2%	11	3%	2	0%	14	3%
2.あまりしてい...	13	3%	6	1%	5	1%	1	0%	3	1%	1	0%	-	-
1.していない	22	5%	5	1%	3	1%	2	0%	1	0%	2	0%	4	1%
総計	220	55%	34	8%	52	13%	31	8%	24	6%	7	2%	33	8%
市町別平均スコア	3.5		3.3		3.3		3.6		3.3		2.7		3.4	

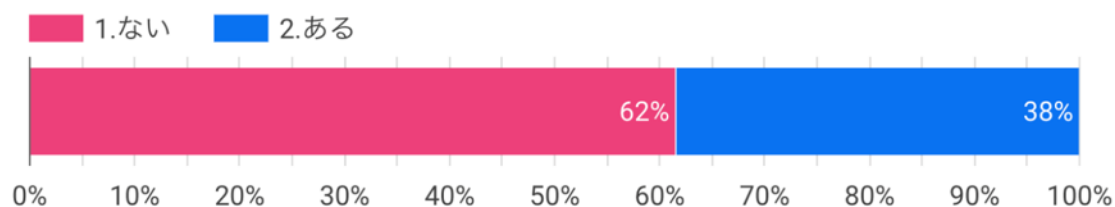
※市町別の外国人客の積極的な受入をスコアにより比較するため、以下の置換を実施した。

「していない」：「1」、「あまりしていない」：「2」、「どちらともいえない」：「3」、「ややしている」：「4」、「している」：「5」

2.7. 経営の課題

2.7.1.1. 事業継承上の課題

- 「ある」と答えたのは38%となった。



事業継承の課題の有無 ▲	回答数	割合
1.ない	248	62%
2.ある	155	38%
総計	403	100%

2.7.1.2. 事業継承上の課題（業種別の構成割合）

- 「体験」および「交通」の平均スコアが1.6と最も高かった。
- 「宿泊」は1.2と最も低かった。

業種	事業継承の課題有無 の平均スコア	回答事業者数	標準偏差
1.宿泊	1.2	71	0.42
2.飲食	1.4	175	0.48
3.小売	1.4	75	0.49
4.体験	1.6	22	0.49
5.交通	1.6	8	0.52
6.旅行会社	1.5	12	0.52
7.その他	1.5	40	0.51
総計	1.4	403	0.49

※業種別の事業継承上の課題をスコアにより比較するにあたり、以下の置換を実施した。
「ない」：「1」、「ある」：「2」

2.7.1.3. 事業継承上の課題（市町別の構成割合）

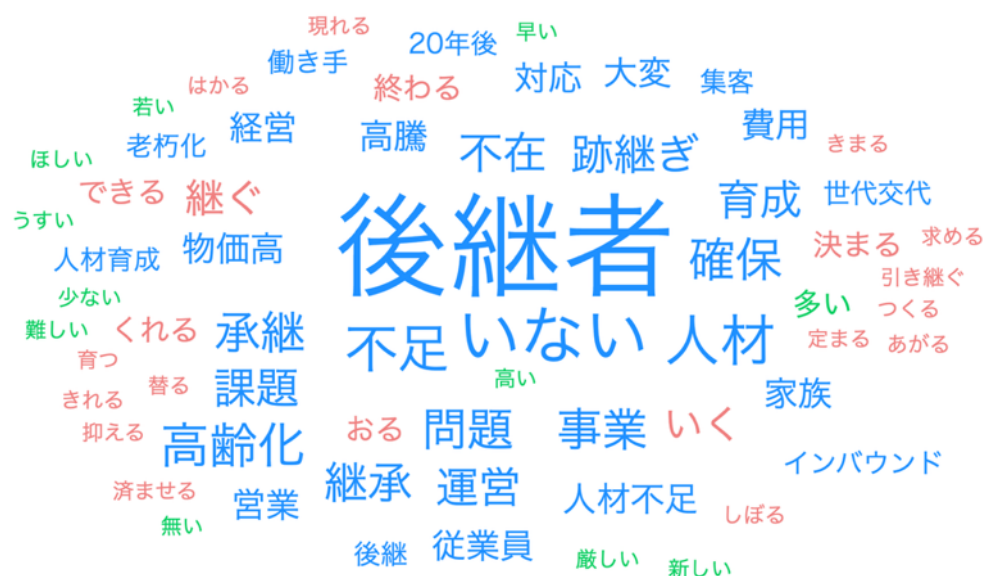
- 全ての市町の平均 1.4 を上回ったのは、「島田市」および「川根本町」で、事業継承に課題を抱える事業者の割合が高かった。
- 「藤枝市」および「吉田町」は、それぞれ 1.2 および 1.3 と低くなり、事業継承の課題を抱える事業者の割合が低かった。

事業承継の課題	1.静岡市		2.島田市		3.焼津市		4.藤枝市		5.牧之原市		6.吉田町		7.川根本町	
	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合	回答数	割合
1.ない	140	35%	17	4%	33	8%	24	6%	13	3%	6	1%	15	4%
2.ある	80	20%	15	4%	20	5%	7	2%	10	2%	2	0%	21	5%
総計	220	55%	32	8%	53	13%	31	8%	23	6%	8	2%	36	9%
市町別平均スコア		1.4		1.5		1.4		1.2		1.4		1.3		1.6

※業種別の事業継承上の課題をスコアにより比較するにあたり、以下の置換を実施した。
「ない」：「1」、「ある」：「2」

2.7.1.4. 具体的な事業継承上の課題

- 多くの事業者が「後継者がいない」「後継者不在」といった問題を抱えており、特に高齢化が進む中で「継ぐ人がいない」状況が続いている。
- 「運営経費の赤字」「営業不振」「物価高」など、経営環境が厳しく、特に「人材不足」や「収益の改善」が求められている。
- 「地域の人口減少」が影響し、後継者が見つからない理由の一つとして挙げられている。特に「若い世代の採用」が難しい状況である。



【ワードクラウド図】 ※青字…名詞、赤字…動詞、緑字…形容詞、黒字…感動詞

出典：ユーザーローカル AI テキストマイニングによる分析

(<https://textmining.userlocal.jp/>)

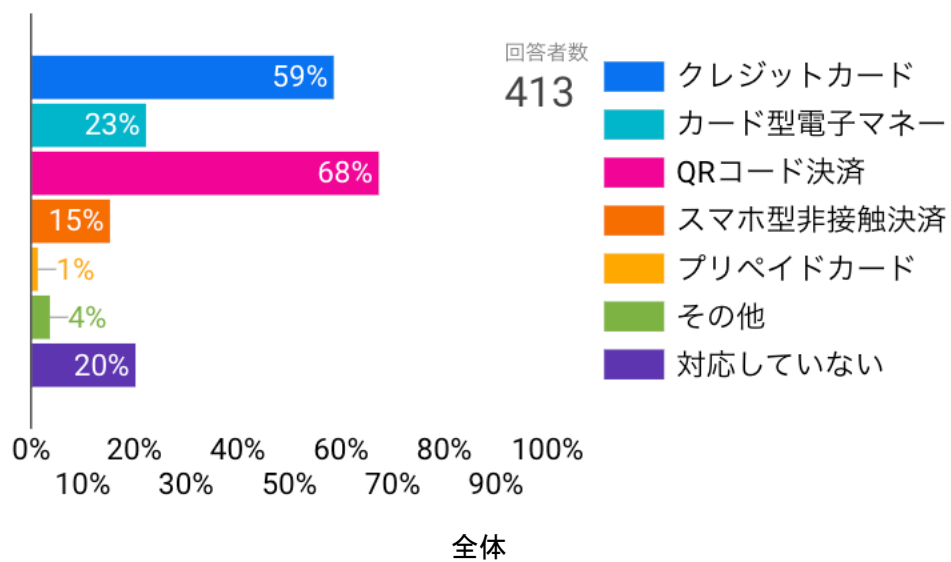
単語出現頻度（出現回数 3 回以上の単語）

単語	出現回数
後継者	46
いない	17
人材	12
不足	10
高齢化	8
確保	7
承継	6
事業	6
問題	6
継承	5
不在	5
跡継ぎ	4
育成	4
運営	4
課題	4
物価高	3
人材不足	3
高騰	3
従業員	3
経営	3
費用	3
営業	3
対応	3
家族	3
大変	3

2.8. 受入環境整備・情報発信

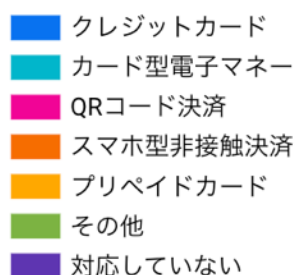
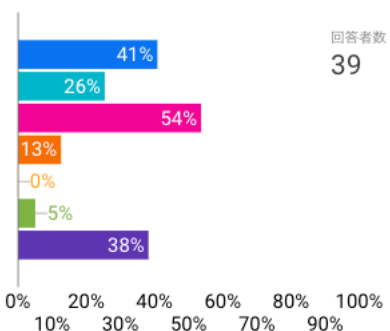
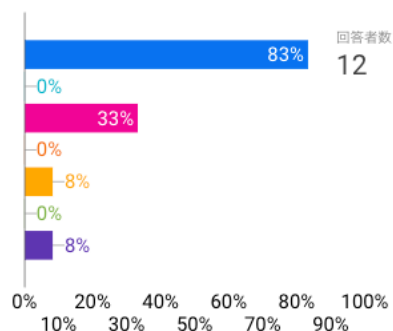
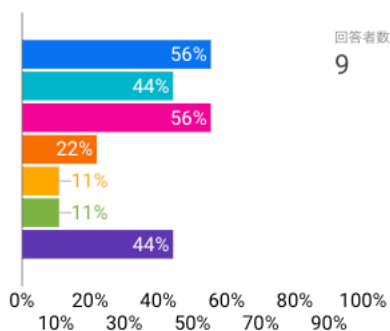
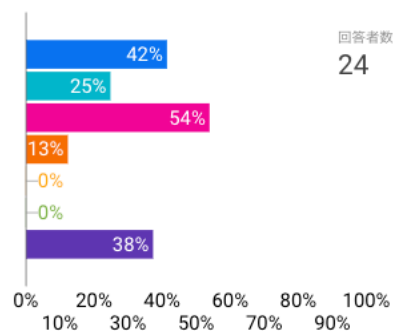
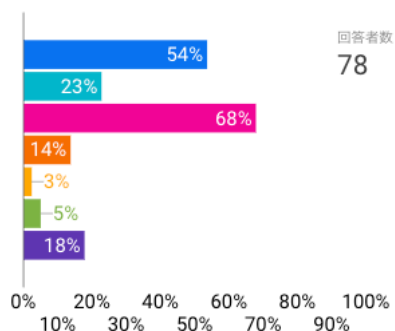
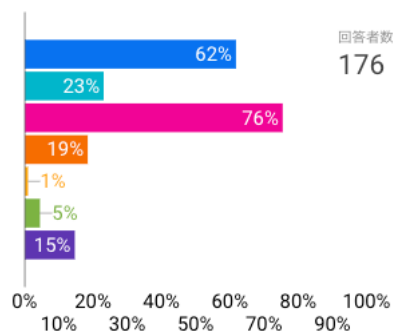
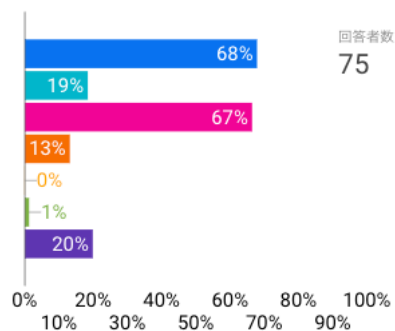
2.8.1.1. 決済手段

- 最も普及している決済手段は「QRコード決済」で68%であった。
- インバウンドも対応可能な「クレジットカード」は59%となった。
- 「対応していない」は20%であった。



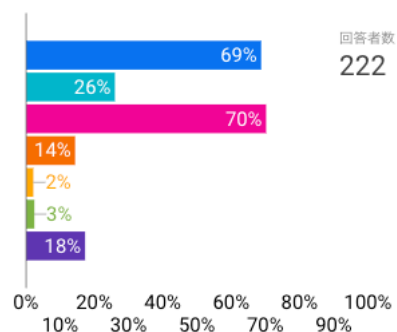
2.8.1.2. 決済手段（業種別）

- 多くの業種で「クレジットカード」と「QRコード決済」の普及が進んでいた。
- 「QRコード決済」は飲食では76%と普及しているものの旅行会社では33%にとどまった。

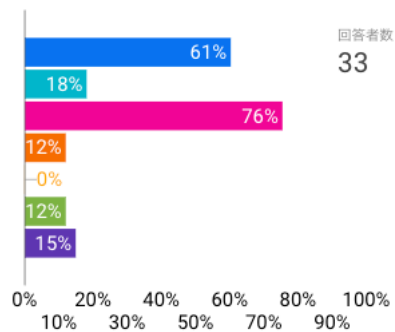


2.8.1.3. 決済手段（市町別）

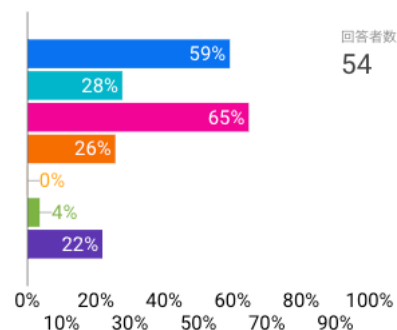
➤ 「クレジットカード」は牧之原市および川根本町で30%未満にとどまった。



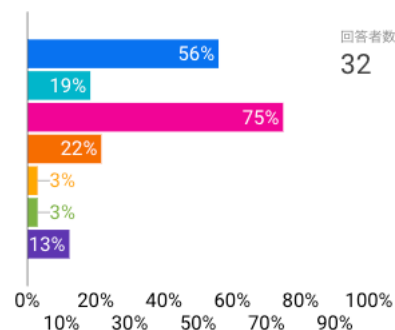
静岡市



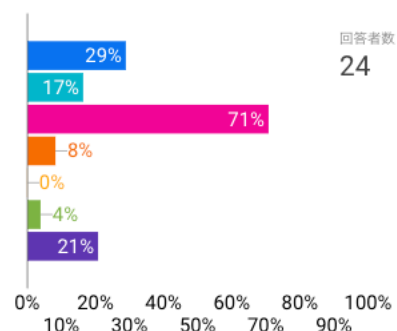
島田市



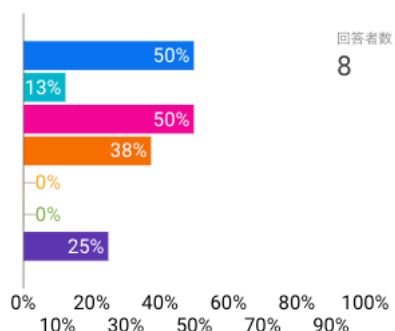
焼津市



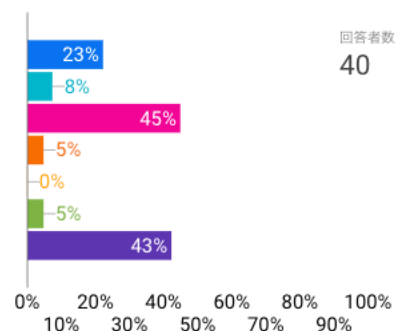
藤枝市



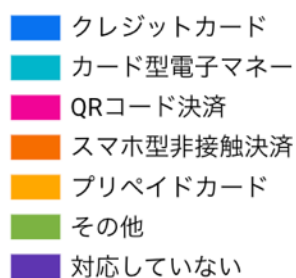
牧之原市



吉田町

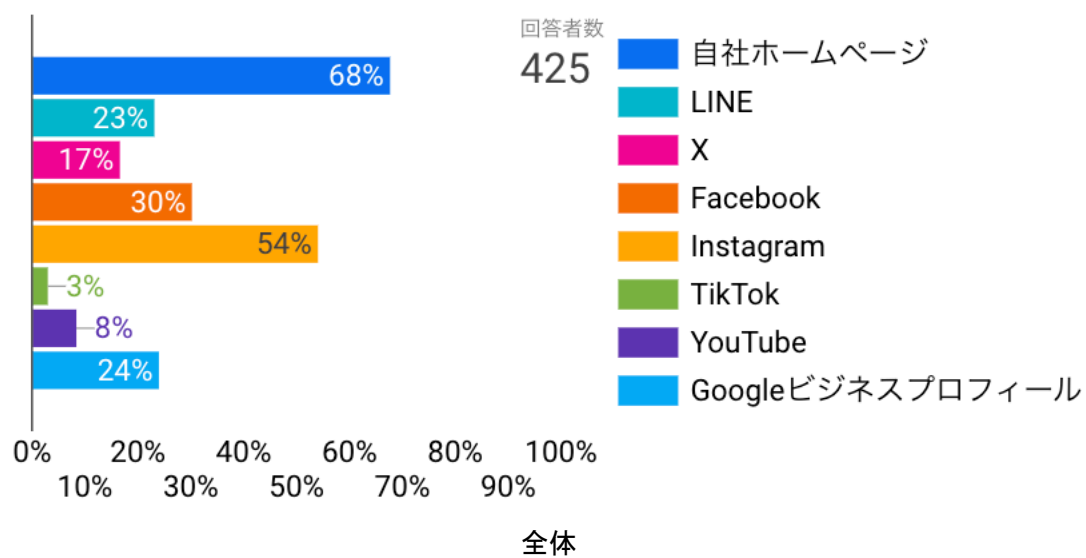


川根本町



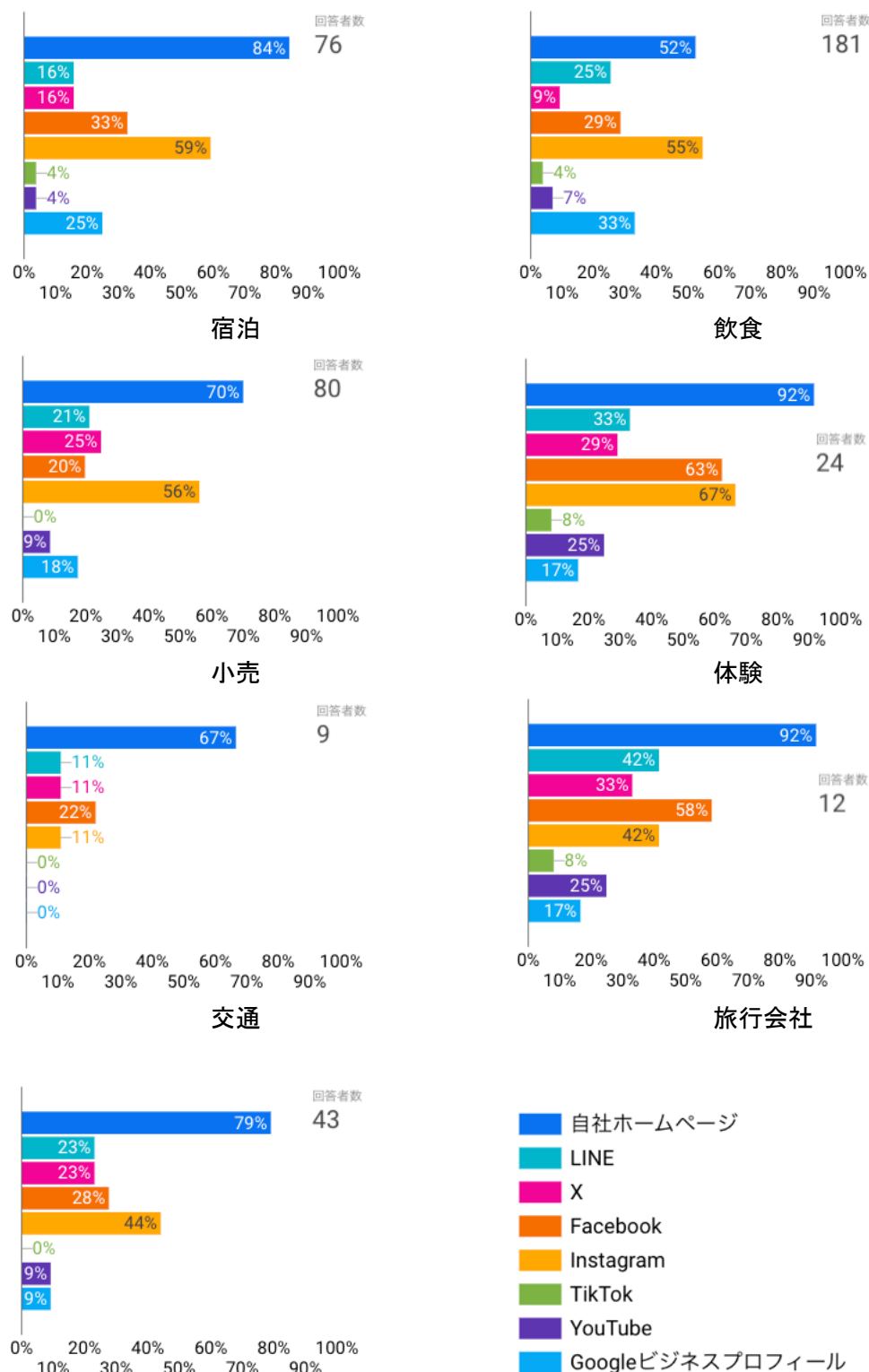
2.8.2.1. 情報発信に活用しているツール（SNS）

- 最も用いられているのは「自社ホームページ」で全体の 68%が活用していた。次いで「Instagram」が 54%、「Facebook」が 30%となった。



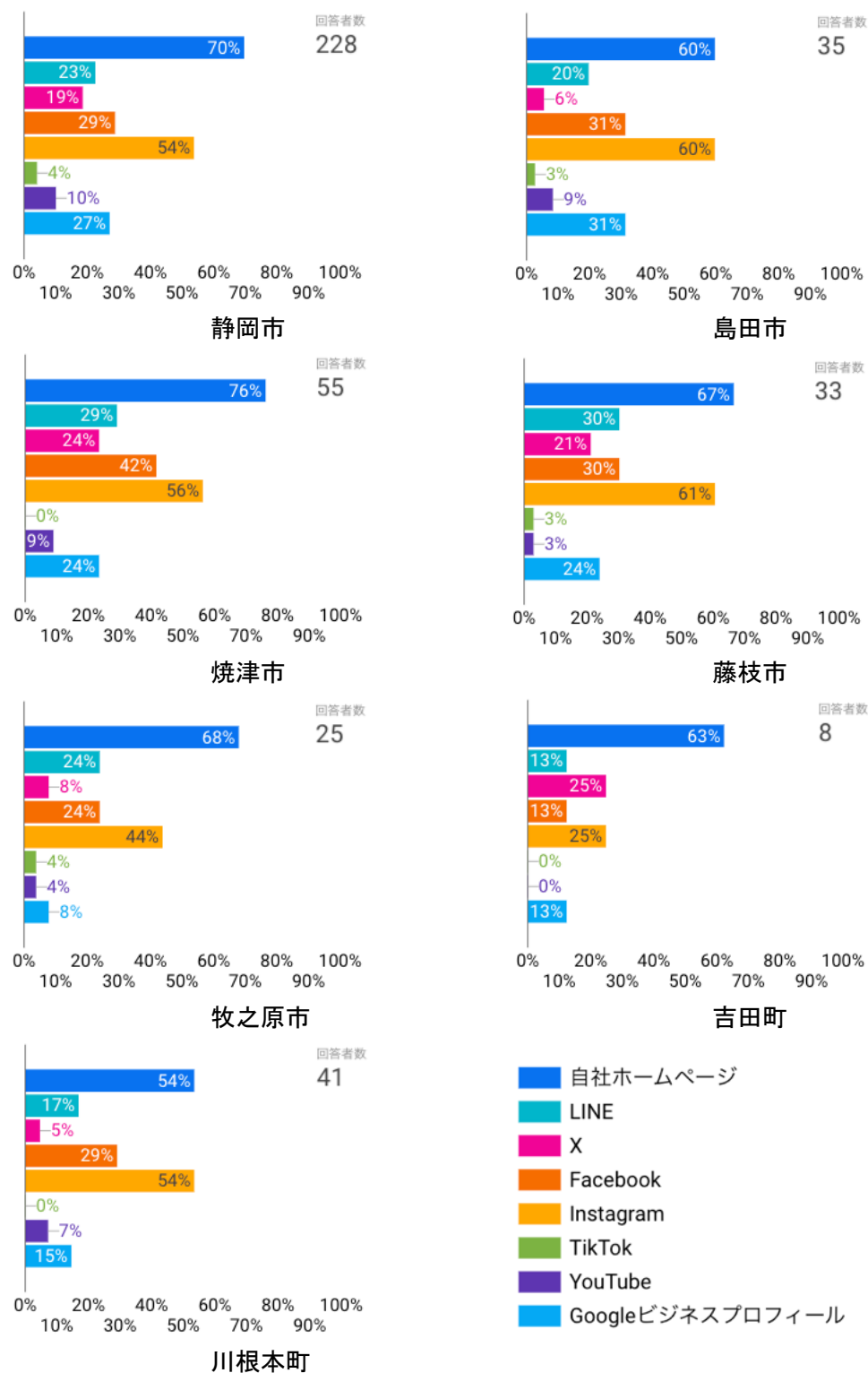
2.8.2.2. 情報発信に活用しているツール（SNS）（業種別）

- 「自社ホームページ」は「体験」および「旅行会社」で活用されている割合が高く、それぞれ92%であった。
- 「Google ビジネスプロフィール」の利用は「飲食」で高く33%であった。



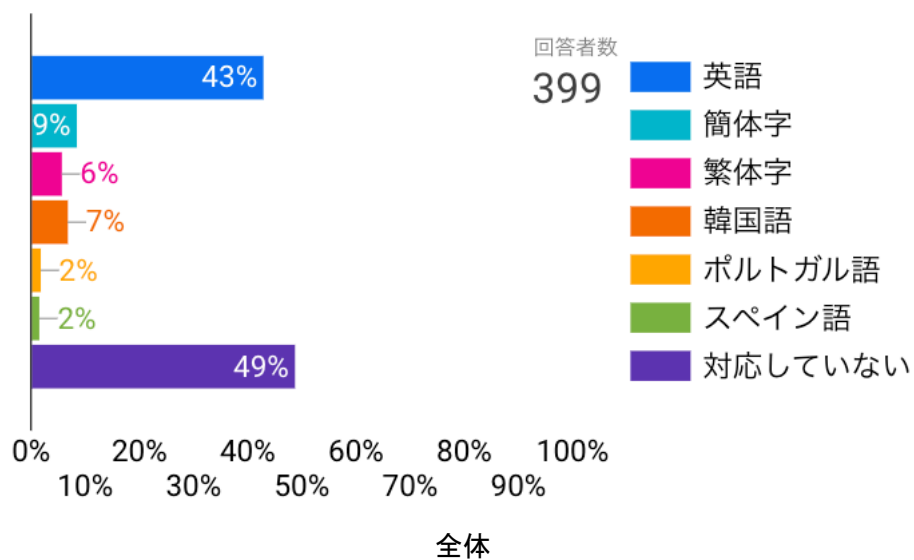
2.8.2.3. 情報発信に活用しているツール（SNS）（市町別）

- 川根本町においては「自社ホームページ」は54%にとどまった一方、「Instagram」が54%と平均並みとなった。
- 島田市においては「Google ビジネスプロフィール」が31%と高かった。



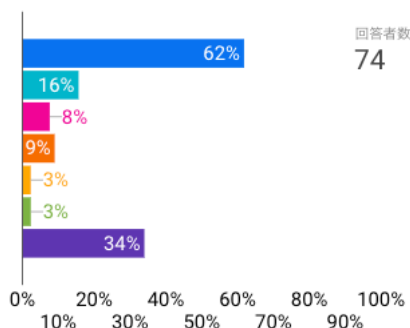
2.8.3.1. 対応可能言語

- 「対応していない」が49%となった。
- 対応している言語で最も高いのは「英語」で43%、次いで「簡体字」が9%、「韓国語」が7%となった。

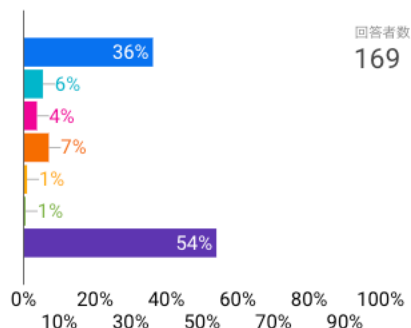


2.8.3.2. 対応可能言語（業種別）

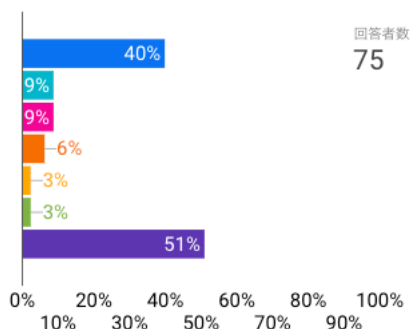
- 宿泊において「対応していない」が34%と最も低く、他の業種と比較し「英語」(62%)を中心に外国語に対応できている。



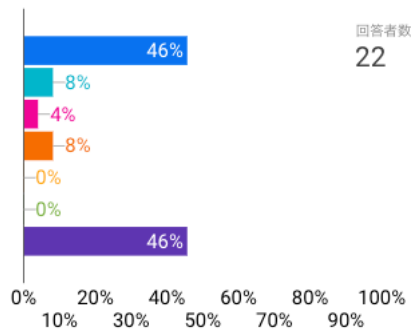
宿泊



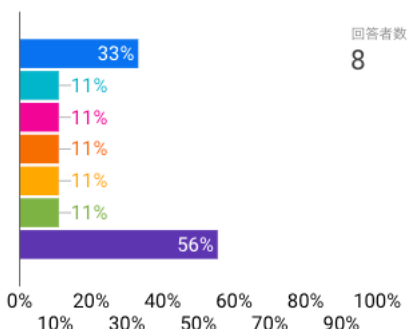
飲食



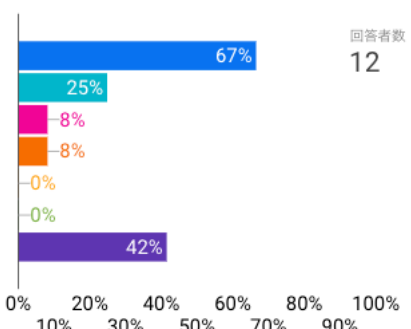
小売



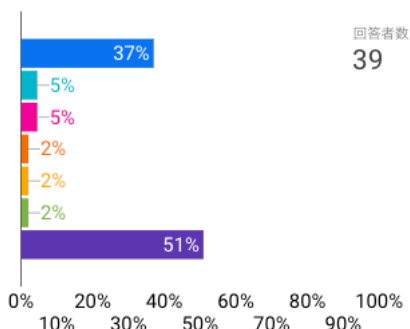
体験



交通



旅行会社

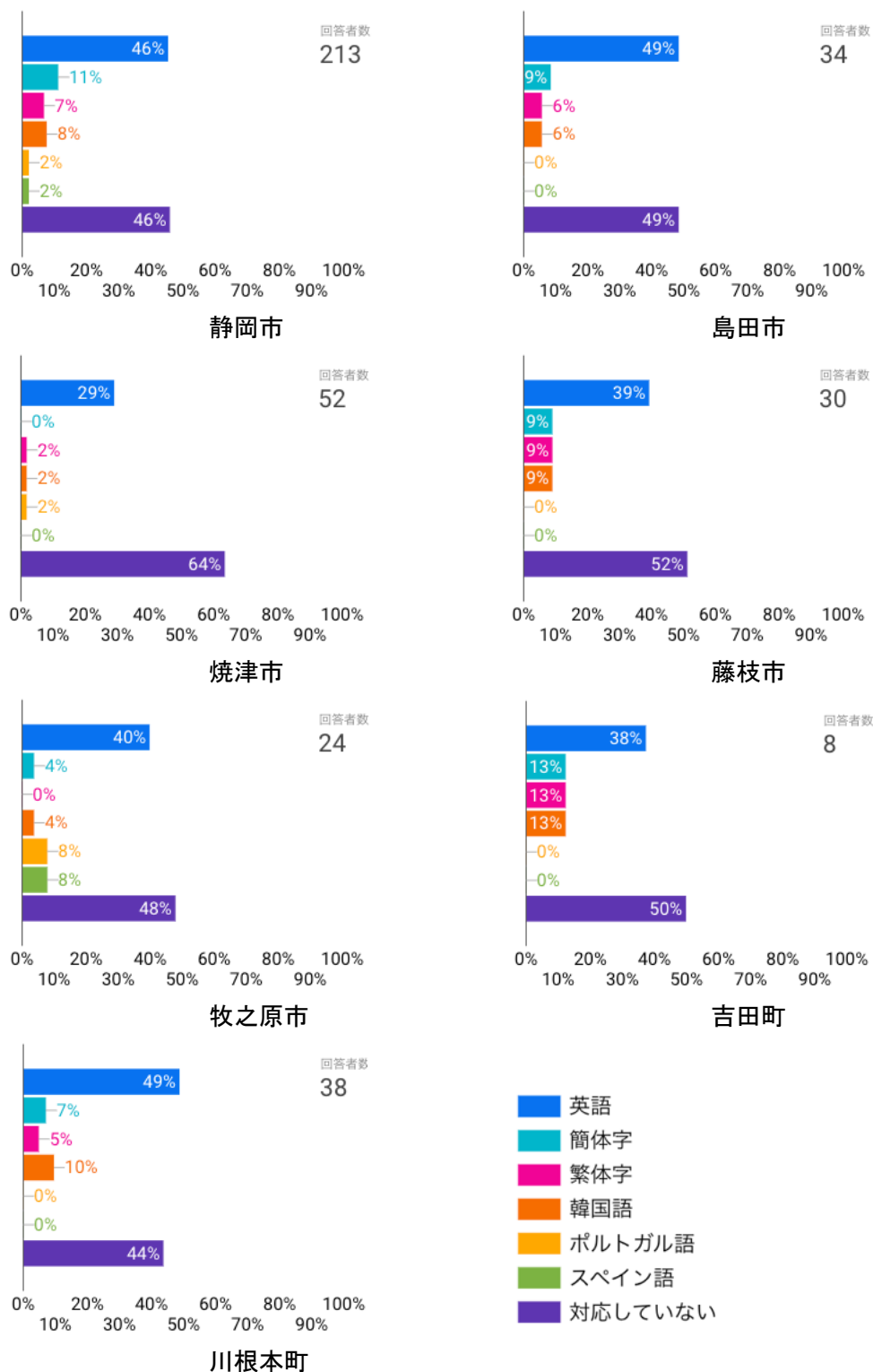


その他



2.8.3.3. 対応可能言語（市町別）

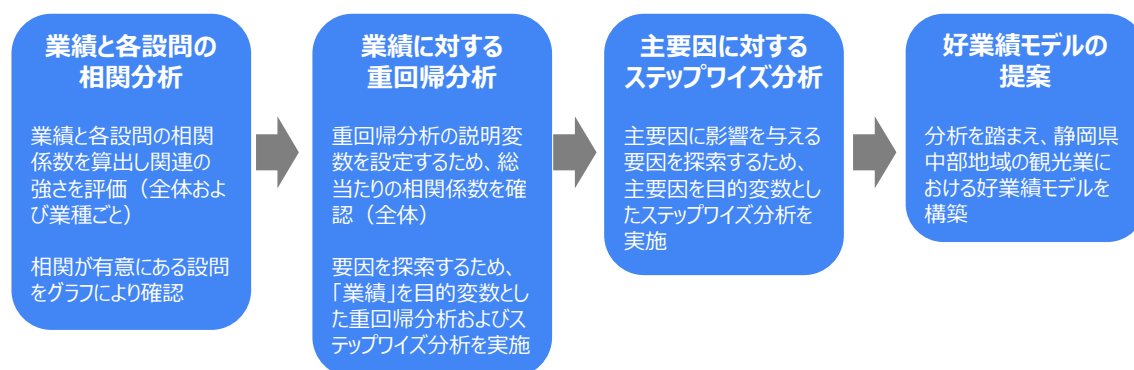
➤ 川根本町において「対応していない」が44%と最も低かった。



3. 業績の向上に対する要因の推定

3.1. 分析の手順

得られたデータから、事業者が業績を向上するために必要な取り組みを推定した。分析は以下の手順で実施した。



分析にあたり、業績と同等の情報を持つと考えられる「運営規模の変化（5年前比較）」「年間売上高」および「年間営業利益額」比である「年間営業利益率」については変数として採用しなかった。また、「年間売上高」および「年間営業利益額」は、単位（円または百万円など）に誤りがあるとみられる回答が散見されたため変数として採用しなかった。

3.2.1. 業績と各設問の相関分析

3.2.1.1. 業績と各設問の相関分析（全業種）

- 「客単価の変化」が 0.447 と高い相関係数を示し、以下「従業員満足度を高める取り組み」(0.230)、「明確な強み」(0.215)、「顧客のニーズを積極的に聞く方針」(0.186)「外国人客の積極的な受入」(0.112)の順となった。これらは、いずれも統計的に有意であった（5%水準）。

設問	相関係数	P値
問11 客単価の変化	0.447	0.0000 ***
問7 従業員満足度を高める取り組み	0.230	0.0001 ***
問20 明確な強み	0.215	0.0004 ***
問22 顧客のニーズを積極的に聞く方針	0.186	0.0047 **
問24 外国人客の積極的な受入	0.175	0.0112 *
問5-2 正社員数	0.161	0.0559 .
問5-1 総従業員数	0.146	0.0888 .
問4 営業開始時期	0.121	0.4333
問23 顧客への提案を積極的に行う方針	0.117	0.4800
問12 地域資源の積極的な活用	0.112	0.6229
問25-2 運営方針（弱み-強み）	0.109	0.8178
問10-2 客単価	0.108	0.9788
問9 サービス維持に向けた受入調整の仕組み	0.098	1.2386
問25-1 運営方針（客数-単価）	0.088	2.0841
問26-2 外国人来訪者割合	0.077	3.6346
問26-1 域外来訪者割合	0.052	8.0443
問8 従業員とのコミュニケーション	0.050	7.9999
問10-1 年間来訪者数	0.023	15.9938
問5-2/問5-1 正社員比率	0.022	16.0425
問6 従業員の過不足感	-0.051	7.4771
問14 地域調達率	-0.088	2.5599
問25-3 運営方針（拡大-集中）	-0.104	1.0854
問26-3 リピーター割合	-0.108	1.1019
問15 事業継承上の課題	-0.148	0.0863 .

相関係数はピアソンの積率相関係数、P値はボンフェローニ補正後の値
 (***: <0.001, **: <0.01, *: <0.05, .:<0.1)

3.2.1.2. 業績と各設問の相関分析（宿泊）

- 「客単価の変化」が 0.442 と高い相関係数を示した。これは、統計的に有意であった（1%水準）。

設問	相関係数	P値
問11 客単価の変化	0.442	0.0022 **
問24 外国人客の積極的な受入	0.285	0.3484
問10-1 年間来訪者数	0.252	0.9250
問 4 営業開始時期	0.234	1.2674
問5-1 総従業員数	0.223	1.5359
問20 明確な強み	0.214	1.7061
問22 顧客のニーズを積極的に聞く方針	0.199	2.2642
問 7 従業員満足度を高める取組み	0.188	2.8063
問26-3 リピーター割合	0.160	4.9789
問 8 従業員とのコミュニケーション	0.145	5.5291
問23 顧客への提案を積極的に行う方針	0.134	6.2677
問5-2 正社員数	0.095	10.8535
問12 地域資源の積極的な活用	0.058	15.0212
問25-1 運営方針（客数-単価）	0.050	16.4158
問25-2 運営方針（弱み-強み）	0.017	21.2797
問5-2/問5-1 正社員比率	0.009	22.6208
問 6 従業員の過不足感	-0.005	23.2335
問26-2 外国人来訪者割合	-0.029	19.6155
問10-2 客単価	-0.096	10.5899
問26-1 域外来訪者割合	-0.151	5.8189
問15 事業継承上の課題	-0.170	3.9879
問25-3 運営方針（拡大-集中）	-0.175	3.6146
問 9 サービス維持に向けた受入調整の仕組み	-0.228	1.2912
問14 地域調達率	-0.286	0.6376

相関係数はピアソンの積率相関係数、P値はボンフェローニ補正後の値
 (***) : <0.001, ** : <0.01, * : <0.05, . : <0.1)

3.2.1.3. 業績と各設問の相関分析（飲食）

- 「客単価の変化」が 0.269 と高い相関係数を示した。これは、統計的に有意であった（1%水準）。

設問	相関係数	P値
問11 客単価の変化	0.269	0.0095 **
問25-1 運営方針（客数-単価）	0.227	0.0956 .
問22 顧客のニーズを積極的に聞く方針	0.218	0.0947 .
問7 従業員満足度を高める取組み	0.209	0.1729
問5-2 正社員数	0.162	1.1111
問5-1 総従業員数	0.150	1.2279
問25-2 運営方針（弱み-強み）	0.139	1.8986
問20 明確な強み	0.121	2.7101
問9 サービス維持に向けた受入調整の仕組み	0.111	3.5729
問23 顧客への提案を積極的に行う方針	0.106	4.0025
問12 地域資源の積極的な活用	0.091	5.6322
問24 外国人客の積極的な受入	0.078	7.3474
問10-1 年間来訪者数	0.071	9.0829
問26-1 域外来訪者割合	0.043	14.3809
問8 従業員とのコミュニケーション	0.039	14.9846
問6 従業員の過不足感	0.016	20.0751
問5-2/問5-1 正社員比率	0.010	21.5906
問26-2 外国人来訪者割合	-0.001	23.7007
問15 事業継承上の課題	-0.027	17.5686
問25-3 運営方針（拡大-集中）	-0.047	13.2057
問4 営業開始時期	-0.055	11.5350
問14 地域調達率	-0.101	4.8190
問10-2 客単価	-0.107	4.1314
問26-3 リピーター割合	-0.137	2.1563

相関係数はピアソンの積率相関係数、P値はボンフェローニ補正後の値
 (***: <0.001, **: <0.01, *: <0.05, .: <0.1)

3.2.1.4. 業績と各設問の相関分析（小売）

- 「客単価の変化」が 0.592 と高い相関係数を示し、以下「明確な強み」(0.425)となった。これらは、いずれも統計的に有意であった（1%水準）。

設問	相関係数	P値
問11 客単価の変化	0.592	0.0000 ***
問20 明確な強み	0.425	0.0025 **
問12 地域資源の積極的な活用	0.328	0.0807 .
問22 顧客のニーズを積極的に聞く方針	0.304	0.1722
問23 顧客への提案を積極的に行う方針	0.281	0.3200
問4 営業開始時期	0.236	1.1436
問9 サービス維持に向けた受入調整の仕組み	0.227	1.1228
問7 従業員満足度を高める取り組み	0.205	2.0663
問26-1 域外来訪者割合	0.198	2.7270
問5-2 正社員数	0.161	4.6096
問5-1 総従業員数	0.158	4.0538
問10-1 年間来訪者数	0.151	5.5900
問10-2 客単価	0.112	8.5082
問14 地域調達率	0.074	13.2634
問26-2 外国人来訪者割合	0.058	0.4635
問8 従業員とのコミュニケーション	0.044	17.1346
問25-2 運営方針（弱み-強み）	0.021	20.6957
問5-2/問5-1 正社員比率	0.012	22.0259
問24 外国人客の積極的な受入	0.003	23.5209
問6 従業員の過不足感	-0.049	16.1135
問26-3 リピーター割合	-0.109	0.0215 *
問25-1 運営方針（客数-単価）	-0.138	5.7957
問25-3 運営方針（拡大-集中）	-0.234	1.2295
問15 事業継承上の課題	-0.323	0.1283

相関係数はピアソンの積率相関係数、P値はボンフェローニ補正後の値
 (***) : <0.001, ** : <0.01, * : <0.05, . : <0.1)

3.2.1.5. 業績と各設問の相関分析（体験）

- 「客単価の変化」が 0.685 と高い相関係数を示し、以下「外国人客の積極的な受入」(0.658) となった。これらは、いずれも統計的に有意であった（5%水準）。

設問	相関係数	P値
問11 客単価の変化	0.685	0.0206 *
問24 外国人客の積極的な受入	0.658	0.0287 *
問25-2 運営方針（弱み-強み）	0.502	0.5770
問5-1 総従業員数	0.501	0.4958
問7 従業員満足度を高める取組み	0.499	0.5102
問14 地域調達率	0.415	2.3420
問20 明確な強み	0.380	2.1505
問12 地域資源の積極的な活用	0.366	2.7121
問5-2 正社員数	0.336	3.2686
問23 顧客への提案を積極的に行う方針	0.324	3.6459
問4 営業開始時期	0.287	4.9771
問10-1 年間来訪者数	0.187	10.6133
問8 従業員とのコミュニケーション	0.181	10.4034
問26-3 リピーター割合	-0.012	23.0775
問22 顧客のニーズを積極的に聞く方針	-0.027	21.7708
問9 サービス維持に向けた受入調整の仕組み	-0.079	17.6317
問15 事業継承上の課題	-0.119	14.7947
問26-2 外国人来訪者割合	-0.146	13.2201
問5-2/問5-1 正社員比率	-0.147	12.5755
問10-2 客単価	-0.150	12.9436
問6 従業員の過不足感	-0.153	12.1995
問25-3 運営方針（拡大-集中）	-0.216	8.6486
問25-1 運営方針（客数-単価）	-0.442	1.2293
問26-1 域外来訪者割合	-0.499	0.8410

相関係数はピアソンの積率相関係数、P値はボンフェローニ補正後の値
 (***: <0.001, **: <0.01, *: <0.05, .: <0.1)

3.2.1.6. 業績と各設問の相関分析（交通）

- 「客単価の変化」が 0.915 と高い相関係数を示した。これは、統計的に有意であった（5%水準）。

設問	相関係数	P値
問11 客単価の変化	0.915	0.0349 *
問5-2 正社員数	0.847	0.1906
問5-2/問5-1 正社員比率	0.665	2.4727
問25-2 運営方針（弱み-強み）	0.487	4.3999
問24 外国人客の積極的な受入	0.442	5.6110
問15 事業継承上の課題	0.366	8.9376
問5-1 総従業員数	0.344	9.6932
問6 従業員の過不足感	0.211	14.7716
問26-2 外国人来訪者割合	0.184	17.4434
問26-1 域外来訪者割合	0.181	18.4988
問14 地域調達率	0.180	17.6012
問25-1 運営方針（客数-単価）	0.168	15.9855
問23 顧客への提案を積極的に行う方針	0.042	21.9519
問10-1 年間来訪者数	0.040	22.5472
問20 明確な強み	0.019	23.0658
問4 営業開始時期	-0.018	23.1885
問26-3 リピーター割合	-0.087	21.3414
問7 従業員満足度を高める取組み	-0.170	16.5034
問25-3 運営方針（拡大-集中）	-0.237	12.9251
問12 地域資源の積極的な活用	-0.280	12.0614
問9 サービス維持に向けた受入調整の仕組み	-0.356	9.2817
問8 従業員とのコミュニケーション	-0.544	3.9253
問22 顧客のニーズを積極的に聞く方針	-0.559	2.8247
問10-2 客単価	-0.764	1.8518

相関係数はピアソンの積率相関係数、P値はボンフェローニ補正後の値
 (***: <0.001, **: <0.01, *: <0.05, .: <0.1)

3.2.1.7. 業績と各設問の相関分析（旅行会社）

➤ 統計的に有意な相関は得られなかった。

設問	相関係数	P値
問9 サービス維持に向けた受入調整の仕組み	0.805	0.2122
問20 明確な強み	0.659	0.6582
問24 外国人客の積極的な受入	0.597	1.2591
問10-2 客単価	0.537	6.5186
問25-2 運営方針（弱み-強み）	0.481	3.2173
問5-2 正社員数	0.433	5.0675
問5-1 総従業員数	0.390	5.6630
問12 地域資源の積極的な活用	0.384	5.8485
問4 営業開始時期	0.366	7.9850
問26-1 域外来訪者割合	0.308	10.0640
問26-2 外国人来訪者割合	0.306	10.1635
問7 従業員満足度を高める取組み	0.160	15.7980
問6 従業員の過不足感	0.156	15.5151
問11 客単価の変化	0.149	15.9097
問8 従業員とのコミュニケーション	0.148	16.3831
問22 顧客のニーズを積極的に聞く方針	0.059	20.7440
問25-3 運営方針（拡大-集中）	-0.093	18.8424
問5-2/問5-1 正社員比率	-0.159	15.8727
問26-3 リピーター割合	-0.178	16.1693
問14 地域調達率	-0.186	19.5368
問23 顧客への提案を積極的に行う方針	-0.258	10.6496
問25-1 運営方針（客数-単価）	-0.430	4.4834
問15 事業継承上の課題	-0.520	2.4319
問10-1 年間来訪者数	-0.566	5.7986

相関係数はピアソンの積率相関係数、P値はボンフェローニ補正後の値
 (***: <0.001, **: <0.01, *: <0.05, .: <0.1)

3.2.1.8. 業績と各設問の相関分析（その他）

➤ 統計的に有意な相関は得られなかった。

設問		相関係数	P値
問11	客単価の変化	0.443	0.2344
問25-1	運営方針（客数-単価）	0.443	0.2080
問7	従業員満足度を高める取組み	0.437	0.2361
問10-2	客単価	0.429	0.6937
問26-2	外国人来訪者割合	0.362	1.0901
問4	営業開始時期	0.217	4.9036
問25-3	運営方針（拡大-集中）	0.210	5.5719
問25-2	運営方針（弱み-強み）	0.207	5.7590
問20	明確な強み	0.184	6.6233
問24	外国人客の積極的な受入	0.122	11.6663
問22	顧客のニーズを積極的に聞く方針	0.073	16.2210
問5-2	正社員数	0.051	18.7705
問12	地域資源の積極的な活用	0.040	19.6299
問5-1	総従業員数	-0.002	23.7832
問8	従業員とのコミュニケーション	-0.007	23.2242
問23	顧客への提案を積極的に行う方針	-0.016	22.2386
問5-2/問5-1	正社員比率	-0.023	21.5826
問10-1	年間来訪者数	-0.065	17.6802
問14	地域調達率	-0.086	16.2617
問6	従業員の過不足感	-0.101	13.3583
問26-1	域外来訪者割合	-0.117	12.8735
問9	サービス維持に向けた受入調整の仕組み	-0.127	11.1988
問26-3	リピーター割合	-0.139	11.3456
問15	事業継承上の課題	-0.456	0.1428

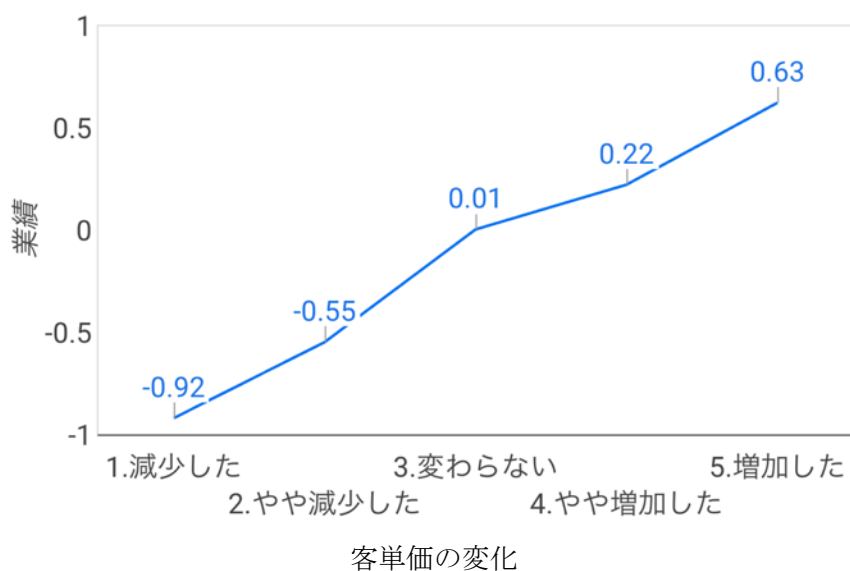
相関係数はピアソンの積率相関係数、P値はボンフェローニ補正後の値
 (***: <0.001, **: <0.01, *: <0.05, .: <0.1)

3.2.2. 業績に対する主な設問の相関（全業種）

業績に対する相関係数が一定程度高く（ ± 0.2 以上）、かつ統計的にも有意（0.1%水準）であった「客単価の変化」「従業員満足度を高める取り組み」および「明確な強み」について業績との相関をグラフにより確認した。

3.2.2.1. 業績と「客単価の変化」の相関

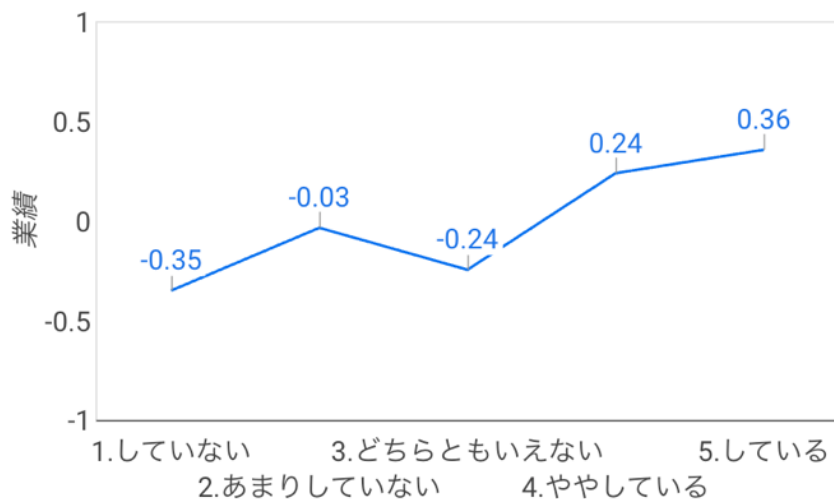
- 「客単価の変化」と業績には強い相関が見られた。
- 2.5.2.2 のとおり特に小売業においては客単価が低下する傾向が見られており、2.4.3.2 の業績では小売業が他の業種と比較して低い傾向にあることと一致した。このことから、小売業における業績悪化の原因は客単価の低下であることが推察される。



（相関係数 0.447, P 値<0.001、グラフ上の値は各水準における業績の平均値）

3.2.2.2. 業績と「従業員満足度を高める取り組み」の相関

- 「従業員満足度を高める取り組み」と業績にはやや強い相関が見られた。特に「している」「ややしている」と答えた層は、業績が大きくプラスとなった。

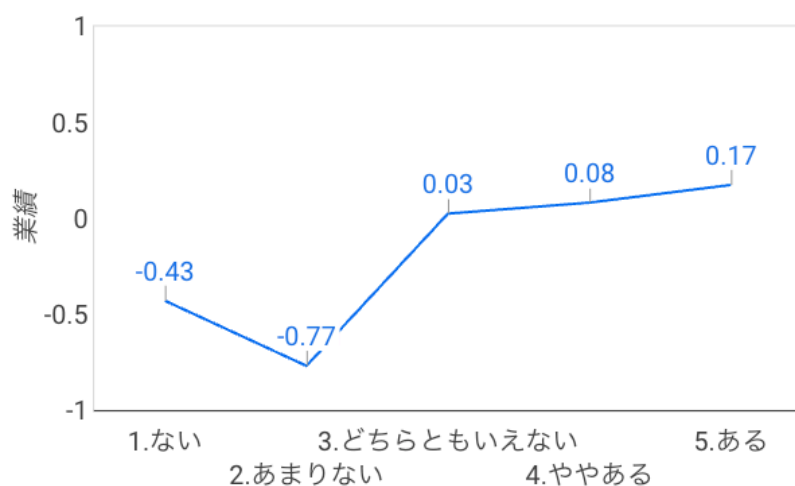


従業員満足度を高める取り組み

(相関係数 0.230, P 値<0.001、グラフ上の値は各水準における業績の平均値)

3.2.2.3. 業績と「明確な強み」の相関

- 「明確な強み」と業績にはやや強い相関が見られた。「ない」「あまりない」と答えた層は、業績が大きくマイナスとなった一方、「ある」と答えた層は 0.17 となり、明確な強みを持つことで一定の業績につながることが示唆される。



明確な強み

(相関係数 0.215, P 値<0.001、グラフ上の値は各水準における業績の平均値)

3.3. 業績に対する重回帰分析

業績の向上にむけた要因を探索するため、業績を目的変数に、各設問を要因（説明変数）として仮定し、重回帰分析を実施した。

3.3.1. 相関分析（総当たり）

適切な説明変数の設定にあたり、設問ごとの総当たりの相関分析を実施した。分析の結果、相関係数が一定程度高い組み合わせを抽出し、各説明変数の性質について考察した。

「総従業員数（問 5.1）」と「正社員数（問 5.2）」は、相関係数が 0.87 と高い。「総従業員数」と「正社員数」は同等の情報と考えられることから、重回帰分析では「総従業員数」で代表した。

また、「明確な強み（問 20）」と「運営方針（弱み-強み）（問 25-2）」については、本質的に同等の情報と考えられること、また相関係数が 0.29 と一定程度あることから、重回帰分析では「明確な強み」で代表した。

			問4	問5-1	問5-2	問5-2 /5-1	問6	問7	問8	問9	問10 -1	問10 -2	問11	問12	問14	問15	問20	問22	問23	問24	問25 -1	問25 -2	問25 -3	問26 -1	問26 -2	問26 -3		
		業績	営業開始時期	総従業員数	正社員数	正社員比率	従業員の過不足感	従業員満足度を高める取組み	コミュニケーション 従業員との	サービス維持に向けた 受入調整の仕組み	年間来訪者数	客単価	客単価の変化	積極的な活用	地域資源の	地域調達率	事業継承上の課題	明確な強み	積極的なニーズを 顧客のニーズを	積極的に行う方針	顧客への提案を 積極的な受入	外国人客の 積極的な受入	（客数・単価） 運営方針	（弱み・強み） 運営方針	（拡大・集中） 運営方針	域外来訪者割合	外国人来訪者割合	リピーター割合
	業績	1.00	0.12	0.15	0.16	0.02	-0.05	0.23	0.05	0.10	0.02	0.11	0.45	0.11	-0.09	-0.15	0.21	0.19	0.12	0.17	0.09	0.11	-0.10	0.05	0.08	-0.11		
問4	営業開始時期	0.12	1.00	-0.02	-0.03	-0.17	-0.03	-0.05	0.00	0.05	0.02	0.04	0.14	0.01	-0.04	-0.14	0.03	-0.04	-0.08	0.12	0.00	0.04	-0.09	0.10	0.15	-0.21		
問5-1	総従業員数	0.15	-0.02	1.00	0.87	-0.04	-0.01	0.13	-0.03	0.01	0.46	0.00	0.11	-0.01	-0.08	-0.11	0.05	0.07	0.08	0.07	0.01	0.04	-0.05	0.00	-0.02	-0.02		
問5-2	正社員数	0.16	-0.03	0.87	1.00	0.11	-0.02	0.16	-0.01	0.05	0.38	0.08	0.12	0.02	-0.03	-0.13	0.06	0.10	0.10	0.09	0.00	0.05	-0.05	0.02	-0.02	-0.05		
問5-2/5-1	正社員比率	0.02	-0.17	-0.04	0.11	1.00	0.09	-0.05	0.01	0.05	0.06	0.22	-0.04	-0.08	0.07	-0.01	0.02	0.10	0.11	0.06	-0.01	-0.04	-0.05	0.09	-0.08	0.02		
問6	従業員の過不足感	-0.05	-0.03	-0.01	-0.02	0.09	1.00	-0.08	0.09	-0.03	0.10	-0.02	-0.09	0.03	0.08	-0.19	-0.10	0.04	0.05	0.01	-0.07	0.06	0.04	-0.01	-0.02	0.15		
問7	従業員満足度を高める取組み	0.23	-0.05	0.13	0.16	-0.05	-0.08	1.00	0.34	0.25	0.10	-0.01	0.15	0.14	-0.01	-0.02	0.25	0.29	0.19	0.13	0.07	0.15	-0.04	-0.10	-0.17	0.04		
問8	従業員とのコミュニケーション	0.05	0.00	-0.03	-0.01	0.01	0.09	0.34	1.00	0.14	0.05	-0.02	0.01	0.16	0.17	0.04	0.04	0.16	0.14	0.13	-0.13	0.12	0.00	0.02	-0.02	0.05		
問9	サービス維持に向けた受入調整の仕組み	0.10	0.05	0.01	0.05	0.05	-0.03	0.25	0.14	1.00	-0.06	0.05	0.11	0.08	0.03	0.00	0.12	0.19	0.14	0.10	0.05	0.14	0.00	0.14	0.02	-0.10		
問10-1	年間来訪者数	0.02	0.02	0.46	0.38	0.06	0.10	0.10	0.05	-0.06	1.00	-0.05	0.10	0.00	-0.03	-0.10	0.07	0.09	0.06	0.05	-0.09	-0.07	-0.04	0.01	-0.02	0.10		
問10-2	客単価	0.11	0.04	0.00	0.08	0.22	-0.02	-0.01	-0.02	0.05	-0.05	1.00	0.13	-0.08	-0.09	-0.06	-0.02	0.09	0.04	0.12	0.08	-0.02	0.05	0.12	0.28	-0.11		
問11	客単価の変化	0.45	0.14	0.11	0.12	-0.04	-0.09	0.15	0.01	0.11	0.10	0.13	1.00	0.06	-0.07	0.02	0.19	0.07	0.02	0.08	0.15	0.14	0.05	-0.01	0.05	-0.13		
問12	地域資源の積極的な活用	0.11	0.01	-0.01	0.02	-0.08	0.03	0.14	0.16	0.08	0.00	-0.08	0.06	1.00	0.17	0.07	0.27	0.24	0.20	0.20	0.03	0.17	-0.01	0.09	0.07	-0.12		
問14	地域調達率	-0.09	-0.04	-0.08	-0.03	0.07	0.08	-0.01	0.17	0.03	-0.03	-0.09	-0.07	0.17	1.00	0.11	-0.09	0.10	0.08	0.00	-0.06	-0.01	-0.02	0.03	0.07	0.04		
問15	事業継承上の課題	-0.15	-0.14	-0.11	-0.13	-0.01	-0.19	-0.02	0.04	0.00	-0.10	-0.06	0.02	0.07	0.11	1.00	0.03	0.11	0.11	0.02	0.02	0.01	-0.02	-0.05	-0.03	-0.06		
問20	明確な強み	0.21	0.03	0.05	0.06	0.02	-0.10	0.25	0.04	0.12	0.07	-0.02	0.19	0.27	-0.09	0.03	1.00	0.32	0.33	0.23	0.04	0.29	0.11	0.00	0.00	-0.14		
問22	顧客のニーズを積極的に聞く方針	0.19	-0.04	0.07	0.10	0.10	0.04	0.29	0.16	0.19	0.09	0.09	0.07	0.24	0.10	0.11	0.32	1.00	0.70	0.30	0.14	0.16	0.04	0.03	-0.02	0.02		
問23	顧客への提案を積極的に行う方針	0.12	-0.08	0.08	0.10	0.11	0.05	0.19	0.14	0.14	0.06	0.04	0.02	0.20	0.08	0.11	0.33	0.70	1.00	0.37	0.13	0.18	0.05	0.01	-0.01	0.04		
問24	外国人客の積極的な受入	0.17	0.12	0.07	0.09	0.06	0.01	0.13	0.13	0.10	0.05	0.12	0.08	0.20	0.00	0.02	0.23	0.30	0.37	1.00	-0.03	0.15	-0.08	0.18	0.36	-0.31		
問25-1	運営方針（客数・単価）	0.09	0.00	0.01	0.00	-0.01	-0.07	0.07	-0.13	0.05	-0.09	0.08	0.15	0.03	-0.06	0.02	0.04	0.14	0.13	-0.03	1.00	0.22	0.14	-0.08	0.04	0.04		
問25-2	運営方針（弱み・強み）	0.11	0.04	0.04	0.05	-0.04	0.06	0.15	0.12	0.14	-0.07	-0.02	0.14	0.17	-0.01	0.01	0.29	0.16	0.18	0.15	0.22	1.00	0.28	-0.05	0.00	-0.01		
問25-3	運営方針（拡大・集中）	-0.10	-0.09	-0.05	-0.05	-0.05	0.04	-0.04	0.00	0.00	-0.04	0.05	0.05	-0.01	-0.02	-0.02	0.11	0.04	0.05	-0.08	0.14	0.28	1.00	-0.04	-0.03	0.08		
問26-1	域外来訪者割合	0.05	0.10	0.00	0.02	0.09	-0.01	-0.10	0.02	0.14	0.01	0.12	-0.01	0.09	0.03	-0.05	0.00	0.03	0.01	0.18	-0.08	-0.05	-0.04	1.00	0.27	-0.43		
問26-2	外国人来訪者割合	0.08	0.15	-0.02	-0.02	-0.08	-0.02	-0.17	-0.02	0.02	-0.02	0.28	0.05	0.07	0.07	-0.03	0.00	-0.02	-0.01	0.36	0.04	0.00	-0.03	0.27	1.00	-0.36		
問26-3	リピーター割合	-0.11	-0.21	-0.02	-0.05	0.02	0.15	0.04	0.05	-0.10	0.10	-0.11	-0.13	-0.12	0.04	-0.06	-0.14	0.02	0.04	-0.31	0.04	-0.01	0.08	-0.43	-0.36	1.00		

3.3.2. 標準偏回帰係数

各説明変数の業績に対する因果効果を推察するため、標準偏回帰係数を算出した。

- 最も標準偏回帰係数が高いのが「客単価の変化」の0.336であり、以下「従業員満足度を高める取り組み」(0.180)、「総従業員数」(0.177)、「顧客のニーズを積極的に聞く方針」(0.175)の順となった。これらは、いずれも統計的に有意であった(5%水準)。
- 最も標準偏回帰係数が低いのが「年間来訪者数」で-0.265、次いで「地域調達率」(-0.137)、「運営方針(拡大-集中)」(-0.128)の順となった。これらは、いずれも統計的に有意であった(5%水準)。

設問	標準偏回帰係数	P値
問11 客単価の変化	0.336	0.0000 ***
問7 従業員満足度を高める取り組み	0.180	0.0081 **
問5-1 総従業員数	0.177	0.0306 *
問22 顧客のニーズを積極的に聞く方針	0.175	0.0413 *
問26-3 リピーター割合	0.116	0.0908 .
問12 地域資源の積極的な活用	0.083	0.1541
問5-2/問5-1 正社員比率	0.080	0.1755
問24 外国人客の積極的な受入	0.065	0.3718
問26-1 域外来訪者割合	0.063	0.3383
問26-2 外国人来訪者割合	0.032	0.6953
問25-1 運営方針(客数-単価)	0.029	0.6239
問4 営業開始時期	0.009	0.8626
問9 サービス維持に向けた受入調整の仕組み	-0.004	0.9486
問20 明確な強み	-0.004	0.9529
問10-2 客単価	-0.012	0.8955
問8 従業員とのコミュニケーション	-0.021	0.7485
問23 顧客への提案を積極的に行う方針	-0.062	0.4863
問6 従業員の過不足感	-0.069	0.2385
問15 事業継承上の課題	-0.103	0.0680 .
問25-3 運営方針(拡大-集中)	-0.128	0.0250 *
問14 地域調達率	-0.137	0.0193 *
問10-1 年間来訪者数	-0.265	0.0195 *
切片	0.012	0.8303

P 値 (***: <0.001, **: <0.01, *: <0.05, .: <0.1)

サンプルサイズ: 237

自由度調整済決定係数: 0.2596

3.3.3. ステップワイズ分析による要因の絞り込み

業績に影響を与えうる要因を絞り込むため、ステップワイズ分析（A I C、変数減少法）を実施した。

- 抽出された説明変数のうち、特に「客単価の変化」は標準偏回帰係数が 0.333 と高く、また 3.2.1.1.において相関係数 0.447 と高かったことから、客単価を増加させることにより、業績を向上させることが期待できると推察される。
- 「客単価の変化」に次いで、標準偏回帰係数が高いのが「従業員満足度を高める取り組み」(0.176)、「総従業員数」(0.175)、「顧客のニーズを積極的に聞く方針」(0.172)の順となった。これらは、いずれも統計的に有意であった（5%水準）。
- 最も標準偏回帰係数が低いのが「年間来訪者数」で-0.264、次いで「運営方針（拡大-集中）」(-0.139)、「地域調達率」(-0.122)、「事業継承上の課題」(-0.112)の順となった。これらは、いずれも統計的に有意であった（5%水準）。

設問	標準偏回帰係数	P値
問11 客単価の変化	0.333	0.0000 ***
問7 従業員満足度を高める取り組み	0.176	0.0024 **
問5-1 総従業員数	0.175	0.0266 *
問22 顧客のニーズを積極的に聞く方針	0.172	0.0044 **
問15 事業継承上の課題	-0.112	0.0360 *
問14 地域調達率	-0.122	0.0271 *
問25-3 運営方針（拡大-集中）	-0.139	0.0092 **
問10-1 年間来訪者数	-0.264	0.0138 *
切片	0.011	0.8359

P 値（***：<0.001，**：<0.01，*：<0.05，.：<0.1）

サンプルサイズ：237

自由度調整済決定係数：0.279

3.3.3. ステップワイズ分析による「客単価の変化」に影響を与える要因の推定

相関係数および標準偏回帰係数ともに、他の設問と比較して大きかった「客単価の変化」に対し、どのような要因が影響をおよぼすかを推察するため、「客単価の変化」を目的変数としたステップワイズ分析（A I C、変数減少法）を実施した。

- 最も標準偏回帰係数が高いのが「従業員満足度を高める取組み」で0.164と高く、以下「営業開始時期」(0.163)、「明確な強み」(0.142)、「運営方針(拡大-集中)」(0.121)の順となった。これらは、いずれも統計的に有意であった（5%水準）。
- 一般的に「営業開始時期」が早いほど「客単価の変化」に対し、物価の上昇が反映されやすい。さらに「営業開始時期」の早い企業は、企業として存続している期間が長いことから、「従業員満足度を高める取組み」や「明確な強み」を持つ機会が増加する。このことから、「営業開始時期」は統制変数だと捉えることができる。
- 「運営方針(拡大-集中)」について、「集中」すると、「業績」に対しては、負の相関（3.3.1. 相関分析（総当たり））が見られたものの、「客単価の変化」に対してはプラスに寄与する結果となった。

設問		標準偏回帰係数	P値
問7	従業員満足度を高める取組み	0.164	0.0107 *
問4	営業開始時期	0.163	0.0031 **
問20	明確な強み	0.142	0.0395 *
問25-3	運営方針（拡大-集中）	0.121	0.0494 *
問14	地域調達率	-0.111	0.0750 .
	切片	0.051	0.4054

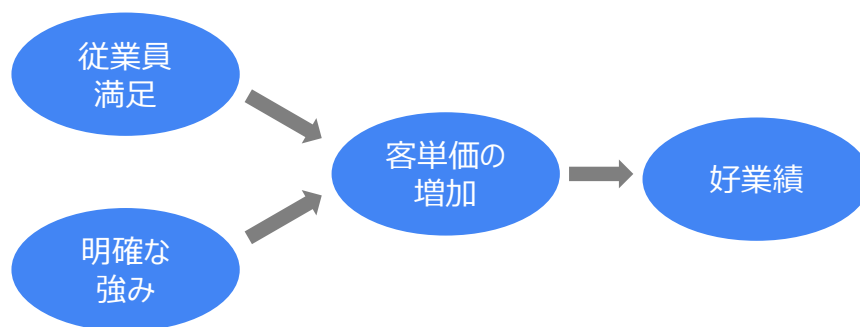
P 値（***：<0.001，**：<0.01，*：<0.05 .：<0.1）

サンプルサイズ：237

自由度調整済決定係数：0.0908

3.4. 静岡県中部地域における観光事業者の好業績モデル

これまでの分析を踏まえ、業績を向上させるには「客単価の増加」が重要な要素と考えられ、さらに客単価を向上させるには、「従業員満足度を高める取組み」および「明確な強み」を高めることが重要であることが示唆される。以上から、次のとおり、静岡県中部地域における観光事業者の好業績モデルを提案する。



4. その他

- 回答者の層の割合は、小数点1桁を四捨五入して1桁目に表示している。そのため、1桁目に表示した各層の割合の和が、実際の割合の和と一致しないことがある。
- 設問のうち「年間売上高」および「年間営業利益額」は、単位（円または百万円など）に誤りがあるとみられる回答が散見されたため本報告書への掲載をしていない。
- 前回（2021（令和3）年度）調査から、設問および選択肢等が変わっている箇所があるため、比較をする際には注意が必要である。
- 本報告の数値を引用する場合は、「出典：するが企画観光局 事業者実態調査（2024（R6）年度）」を明示すること。
- 報道・メディア媒体への掲載にあたっては、最終頁の連絡先まで連絡すること。

静岡県中部５市２町
観光関連事業者実態調査
2024（令和６）年度

確 報

2025（令和７）年８月

公益財団法人するが企画観光局
（地域連携DMO）

〒420-0837 静岡市葵区日出町１－２ TOKAI 日出町ビル９階

T E L 054-204-6677（調査分析グループ）

F A X 054-205-3639

M A I L info@suruga-mtb.or.jp