

東日本大震災に関わる調査研究プロジェクト  
**北海道観光産業に関わる緊急調査報告書**

(その1:道内事業者調査)

2011年8月12日

北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院  
東日本大震災に関わる調査研究プロジェクトチーム

北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院

◆東日本大震災に関わる緊急調査研究プロジェクト第1フェーズ プロジェクトチーム ◆

■北海道大学大学院メディア・コミュニケーション研究院

教授(プロジェクト・リーダー) 宮部潤一郎

教授 伊藤直哉

■北海道大学観光学高等研究センター

特任教授 臼井冬彦

特任助教 池ノ上真一

学術研究員 松本秀人

■メディア・コミュニケーション研究院東アジアメディア研究センター

准教授 玄武岩

准教授 西茹

准教授 北見幸一

■北大大学院国際広報メディア・観光学院の学生が参加した。

\*本報告書の執筆は宮部、伊藤、北見の3名が担当した。

## 調査概要

### <道内事業者調査:東日本大震災に関わる道内観光産業の影響度緊急調査>

方法：郵送法

対象：社団法人北海道観光振興機構会員企業のうちの道内企業1,197社

(対象社リストを北海道観光振興機構にご提供いただいた)

実施時期：2011年4月15日～28日（回収は5月20日分まで）

回収サンプル数：504（有効回答：501）

回収率：42.1%

### <調査の狙い>

- ・ 東日本大震災により北海道の観光事業者が急速かつ甚大な影響を被っているとの認識に基づき、震災後1カ月の時点で状況の把握と対応状況に関する緊急の調査が必要と判断した。
- ・ 今回の大震災は、長期的で非可逆的な影響を広く我が国の経済社会に及ぼすであろうことから、数年間に及ぶ継続的な観察・分析と評価を必要とすると考えて、北海道大学大学院国際広報メディア・観光学院に東日本大震災に関わる緊急調査研究プロジェクトチームを設置した。本調査は、その第1フェーズにあたる調査の一部をなすものである。
- ・ 本調査は、北海道の主要産業である観光産業に従事する事業者が、東日本大震災後1カ月の時点でどのような状況にあるのかを把握し、今後の見通しと対応策に関する意向を把握することを目的とした。
- ・ 同時に、広報・コミュニケーションの観点から、中小中堅企業における緊急時コミュニケーションの実態を把握することも目的とした。
- ・ 本調査の結果は、直接的には北海道内の観光事業者への緊急の情報提供という位置付けで、調査実施後の2011年5月19日にメディアに対して中間分析結果を発表した。ついで、6月25日開催のシンポジウムにおいて、本調査を含む3調査の結果を報告した。

## 調査結果の概要

東日本大震災の発生直後から、北海道の観光産業に対する影響が懸念され、それは日を追うごとに現実のものとなった。本報告書は、そのような状況の中で、震災後1カ月の時点で実施した調査の結果を報告する。

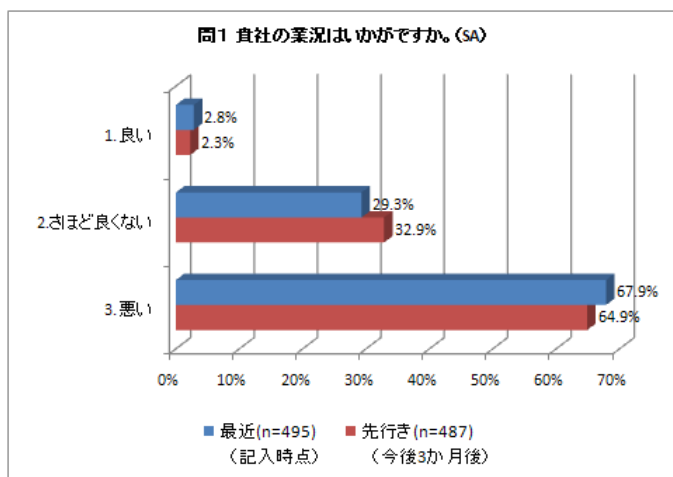
本調査で明らかになった点は、以下のとおりである。なお、同時期に実施した消費者調査、海外調査の結果を合わせた考察は、本報告書シリーズの「その4」としてまとめている。

- 1) 震災後1カ月の時点で、震災前の見通しと比較して売上げは25%ポイントから30%ポイントの減少である。それに伴い、業況判断も-65というかつて経験したことのない厳しい水準に陥っていることを確認した。
- 2) 事業環境が急激に変化する状況下では、事業を進めていく上で情報収集が鍵となる。観光事業者の情報行動をみると、一般新聞、テレビへの依存度が高く、逆に顧客を情報源として見る事業者は極めて少ない。そのために、「顧客ニーズ」が不足する情報として意識されることになった。
- 3) 近年の事業展開において、主要ターゲットとしていたマーケットは、関東地方が34%、道内が26%で、海外マーケットをターゲットとしていた事業者は21%であった。また、半数は旅行代理店依存の事業であった。
- 4) 震災による急激な業績の落ち込みは、直接的には予約キャンセルに起因する。回答事業者の93%が何らかのキャンセルを経験しており、影響が広範に及んだことが確認できる。多くの事業者がキャンセル理由を把握しようと努力しており、いわゆる自粛ムードを見ている。
- 5) 2011年度第2四半期の受注見通しについて、「大幅減」、「小幅減」、「見通し立たず」が1/3づつという結果であった。3社に1社が見通しを持ってない状況であった。
- 6) 当面の対策を検討している事業者は74%で、積極的にマーケットに働きかけていこうとする事業者が有る中で、価格引き下げという選択を迫られている事業者も31%存在する。さらに厳しい対応を余儀なくされている事業者が10%程度存在する。
- 7) 今後の見通しについて、「自粛ムードの払拭」や「消費マインドの回復」を過半の事業者が挙げるが、同時に半数を超える事業者が原発事故の推移を注視している。中長期的なインパクトを見ている。

## 調査結果

### <問1 業況判断>

- ・ 調査時点（2011年4月中下旬）での業況判断は、良いとする回答は3%弱で、悪いとする回答が68%であり、ほぼすべての事業者が業況の悪化を経験している。
- ・ 3ヶ月後の業況も、ほぼ同様の厳しい判断である。



- ・ 日銀短観<sup>1</sup>と同様の方法でDI<sup>2</sup>を算出すると、-65ないし-68となる。日銀短観では観光業の区分は無いので直接の比較はできないが、この水準はかつて経験したことのない深刻な状況と言える。海外客を主要ターゲットとする事業者の業況判断は、特に厳しい。
- ・ 先行きについて、若干の改善が見込まれているが、厳しい状況が続くとの判断である。

#### 業況判断指数(DI)

	道内	道外	海外	計	
最近(記入時点)	-50.4	-72.1	-79.8	-67.7	(n=406)
先行き(3カ月先)	-50.0	-69.0	-76.4	-65.4	(n=399)

\*主たる顧客ターゲット別（問7-1）にDIを算出した。

#### 業況判断指数(DI)

	宿泊	運輸・施設	その他	計	
最近(記入時点)	-66.3	-60.4	-67.6	-64.9	(n=485)
先行き(3カ月先)	-64.2	-53.5	-68.3	-62.3	(n=477)

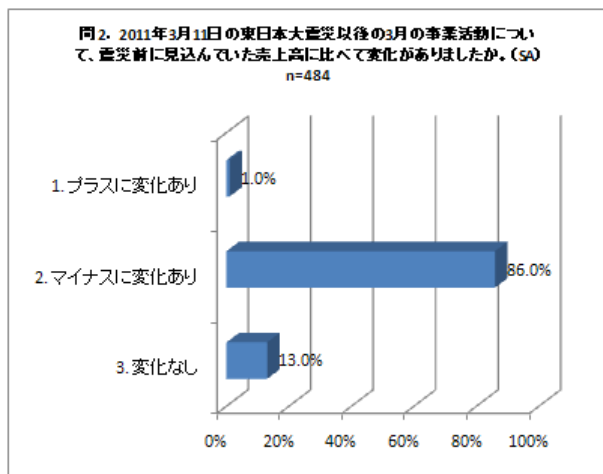
\*業種区分でそれぞれDIを算出した。

<sup>1</sup>日銀短観：正式には「全国企業短期経済観測調査」といい、日本の景気動向を把握するため、全国約1万社の企業を対象にして、日本銀行が3か月に1度(3、6、9、12月)実施する統計調査である。

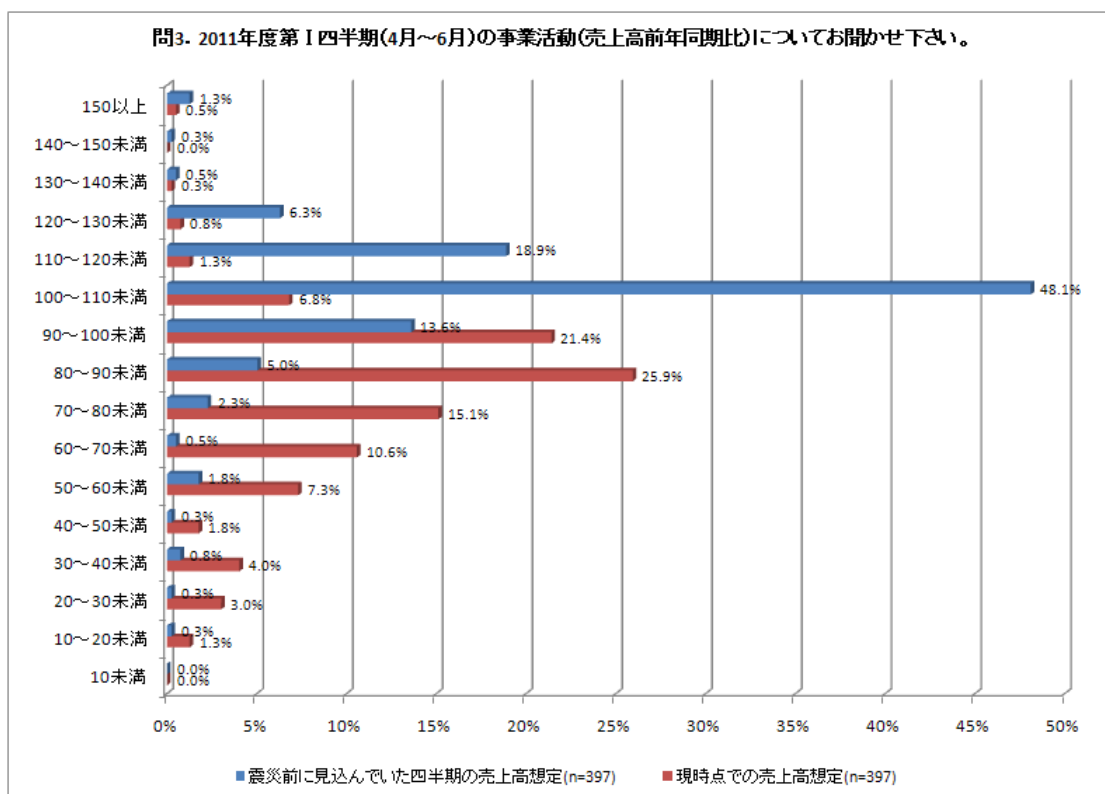
<sup>2</sup>判断指数(D.I.) = (「良い」の回答数構成百分比) - (「悪い」の回答数構成百分比)

### <問2、3 売上げ見通し>

- ・ 2011年3月の売上げ見通しは、震災前の見通しに比較して、86%が減少としている。3月11日以降の20日間の影響がいかに広範なものであったかを示す結果である。



- ・ 2011年4月～6月の第I四半期の売上見通しが、震災前の見通しに比較してどのように変化したかを尋ねている。
- ・ 震災前の見通しでは前年同期をやや上回る見通しであったが、震災後には前年同期を10～20ポイント下回る見通しとなった。



- ・ 第 I 四半期の見通しについて、主要ターゲット別（後述の間 7-1 参照）に整理すると、海外顧客を主要ターゲットとする事業者の落ち込みが最も大きく、単純平均で 30 ポイントを超える。
- ・ 一方、道内容を主要ターゲットとする事業者は、震災前の見通しでは前年同期を下回る見通しであったが、震災後の落ち込み幅は他と比較して相対的に軽微である。

2011年度第 I 四半期の見通し(回答企業の単純平均) (n=332)

	道内	道外	海外	計
震災前想定	99.2	101.7	102.0	101.1
震災後想定	81.0	73.3	71.6	75.0

- ・ また業種別にみると、業種による多少のばらつきはあるものの、25 ポイント前後の落ち込みである。

2011年度第 I 四半期の見通し(回答企業の単純平均) (n=391)

	宿泊	運輸・施設	その他	計
震災前想定	99.1	101.5	100.7	100.3
震災後想定	74.7	77.6	73.2	75.1

- ・ 上記の見通しの変化を売上額に換算すると、やや異なる様相が見える。すなわち、売り上げ規模の相対的に大きい道外客を主要顧客とする事業者の落ち込みが特に大きくなっている。

#### 売上想定額の推計

(百万円、%)

	道内	道外	海外	計
震災前想定	11,950.5	47,412.6	13,499.6	72,862.7
震災後想定	9,923.2	31,377.0	10,508.5	51,808.7
落ち込み率	-17.0%	-33.8%	-22.2%	-28.9%
回答社数(社)	73	143	68	284

- ・ また、業種別にみると、売り上げの喪失率の最も大きいのはその他（旅行業、飲食業、観光土産製造・販売など）で 34%ポイントの落ち込みである。

#### 売上想定額の推計

(百万円、%)

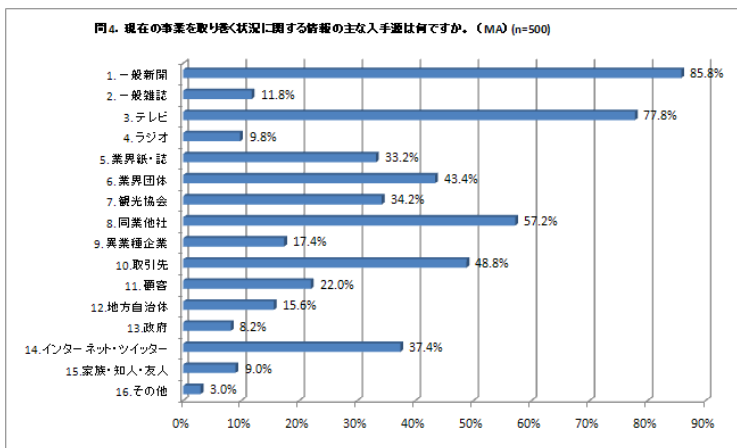
	宿泊	運輸・施設	その他	計
震災前想定	22,652.1	14,242.5	44,168.9	81,063.5
震災後想定	15,783.4	10,769.0	29,212.8	55,765.2
落ち込み率	-30.3%	-24.4%	-33.9%	-31.2%
回答社数(社)	128	101	103	332

<売上想定額の推計>

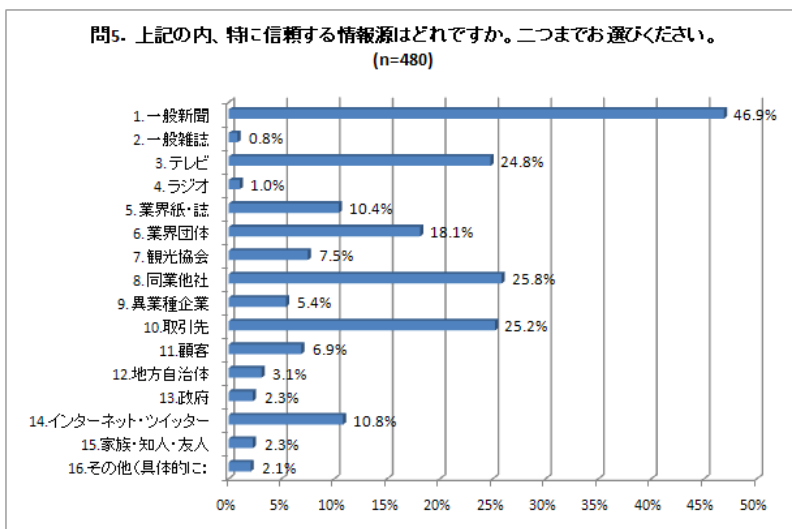
2010年の年間売上高を、2010年来道者数の四半期別割合で按分し、震災前後の売上想定を適用して事業者毎の売上見込みを推計した。震災前後の売上見通し、2010年の年間売上額、主要ターゲット層に関する設問すべてに回答した企業のみを推計対象とした。

<問4、5 環境情報の入手源>

- ・ 最も一般的な情報源は、一般新聞（86%）とテレビ（78%）である。次いで、同業他社、取引先、業界団体と続く。
- ・ インターネットは業界団体を下回り、37%が利用するに過ぎない。
- ・ また、顧客を情報源とするものは22%である。



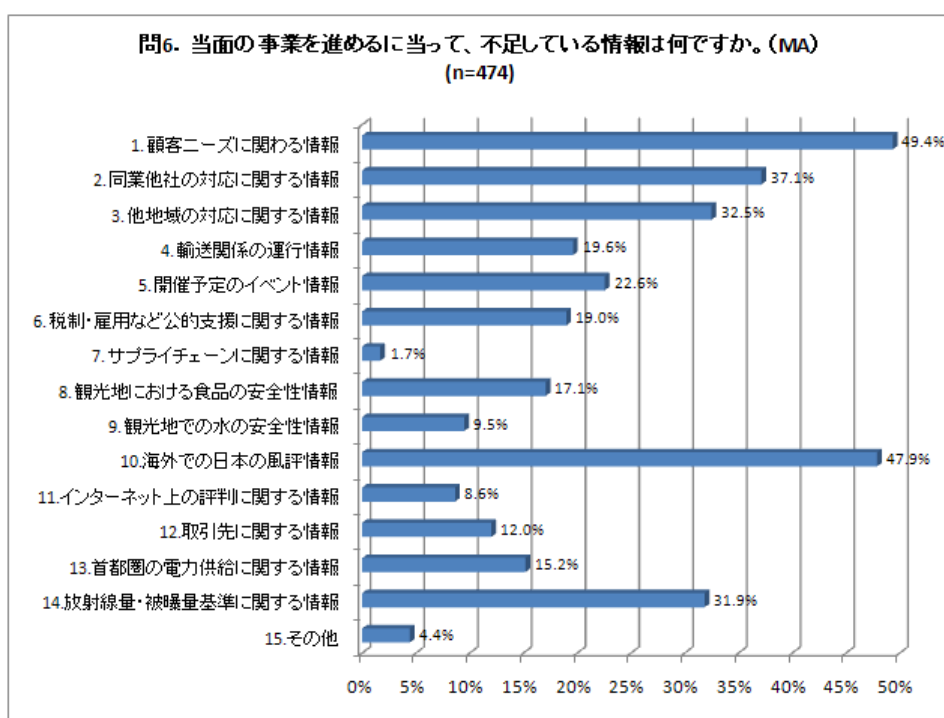
- ・ 特に信頼する情報源について重ねて尋ねたところ、一般新聞への信頼度が飛びぬけて高く、47%に上った。ついでテレビ、同業他社、取引先が25%前後で並んでいる。
- ・ 顧客を信頼する情報源として認識するのは、7%に過ぎない。





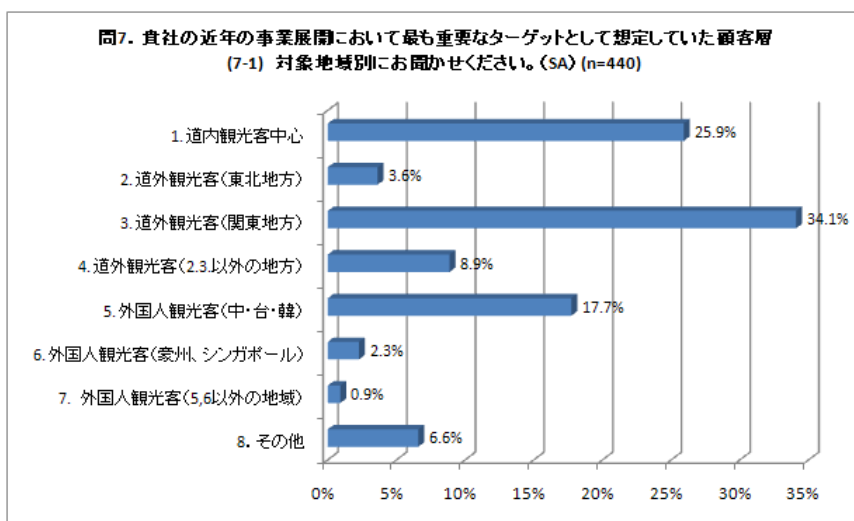
## <問6 当面の事業に関して不足している情報>

- ・ 当面の事業を進めるうえで不足の情報として、飛び抜けて指摘が多かったのは“顧客ニーズに関わる情報”（49%）と“海外での日本の風評情報”（48%）である。
- ・ 次いで“同業他社の対応に関する情報”（37%）、“他地域の対応に関する情報”（33%）が続く。
- ・ 顧客ニーズは顧客に聴かなければわからない。問4、5で顧客を情報源として認識していないことの裏返しの結果がここに表れていると読むことができるのではないだろうか。
- ・ “海外での日本の風評情報”を不足の情報としたのは、主として宿泊業で回答事業者の61%を占めている。

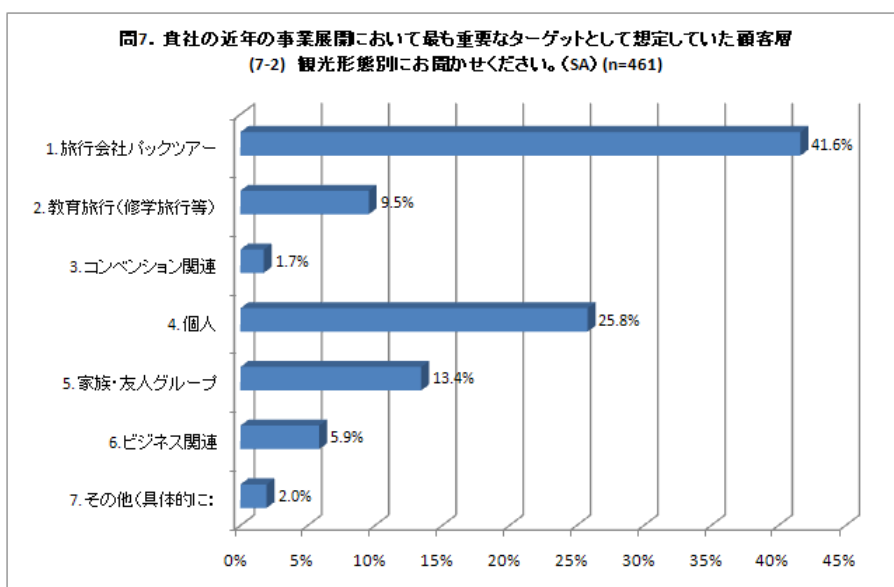


## <問7 主要ターゲット層>

- ・ 事業展開の最重要ターゲットとして意図していた、あるいは想定していた顧客層を尋ねた。
- ・ 道内観光客中心が26%で、海外を含めた道外客を中心とする回答が68%である。
- ・ このうち、外国人観光客を最重要ターゲットとするのは21%で、うち18%は中・台・韓の観光客をターゲットと想定している。
- ・ 道外（国内他地域）観光客を最重要ターゲットとする回答のうち、過半は関東地方からの観光客に焦点を当てている。

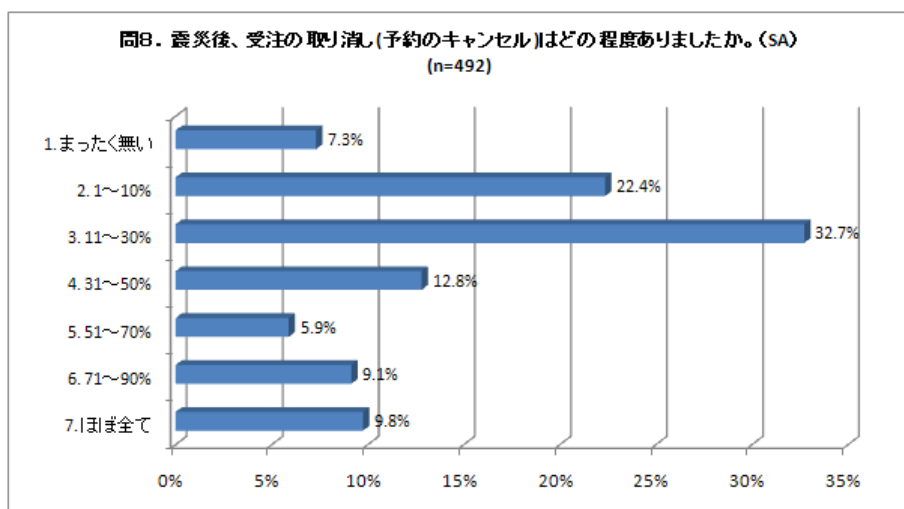


- ・ 形態別の最重要ターゲットでは、旅行代理店への依存が明らかである。パックスツアーが42%に加えて、修学旅行等も多くの場合には旅行代理店経由と想定できることから、代理店依存は半数を超える。

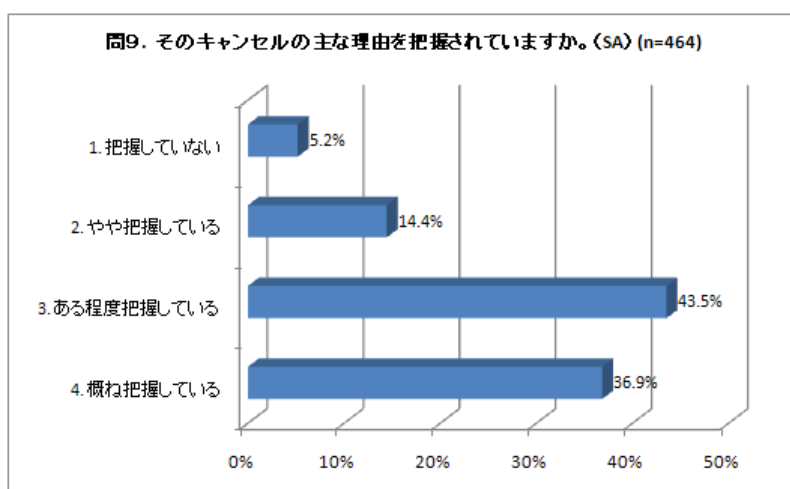


### <問8、9、10 予約キャンセルの状況とキャンセル理由の把握>

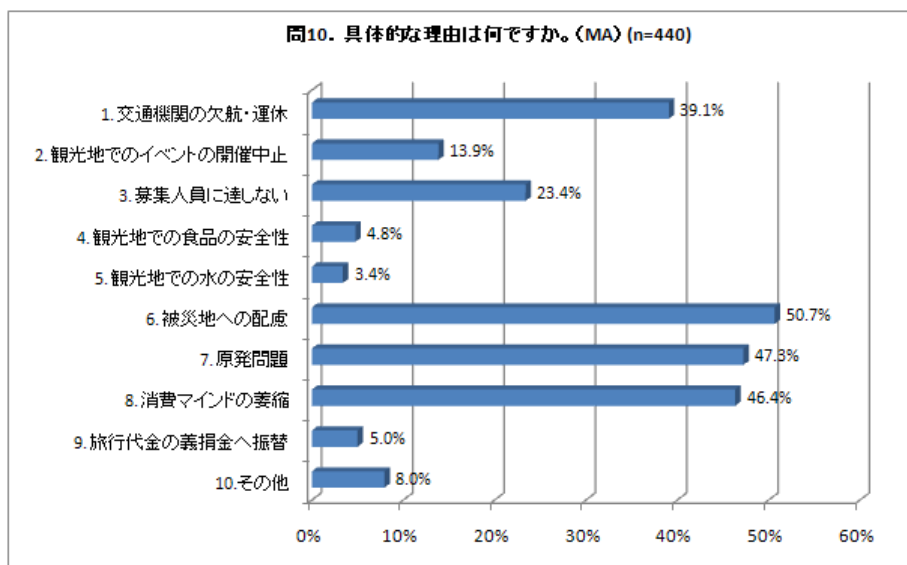
- ・ 急激な売り上げと見通しの減少の背景に、受注取り消し（予約キャンセル）の動きがあった。
- ・ 最頻値は 11～30%だが、50%を超えるキャンセルを経験したとする回答が約 25%と、4社に1社にのぼり、10%は“ほぼ全て”としている。
- ・ 一方、キャンセルを受けなかったとする回答も 7%あり、業種、業態によって影響度合いが異なっているようである。



- ・ キャンセルの理由について、概ね把握しているのは 37%、ある程度ないしやや把握とする回答が 58%である。
- ・ 把握していないとする回答は 5%にとどまり、すべてではないにせよキャンセル理由の把握に向けた努力が払われている。

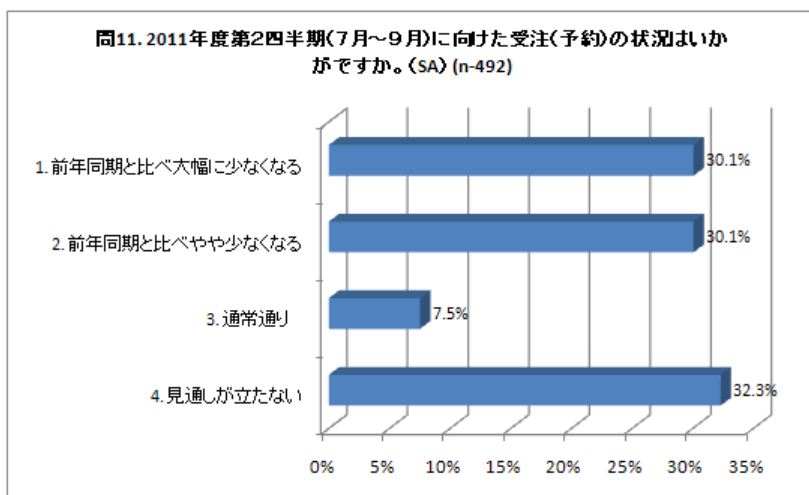


- ・ キャンセルの具体的な理由として事業者が把握しているのは、“被災地への配慮”と“消費マインドの委縮”に示される、いわゆる自粛ムードにかかわる理由である。
- ・ 観光旅行の実施が物理的に困難になる“交通機関の欠航・運休”も 39%が理由に挙げている。被災地を除いて実際に交通機関で大規模な混乱が生じたのは震災直後の限られた期間ではあったが、先行きの見えない状況の中で不要不急とみなされた観光旅行が相当先の予定までキャンセルされた可能性はある。



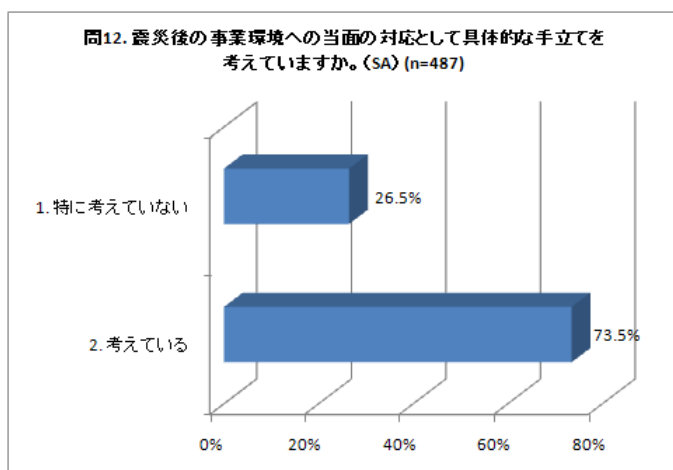
### <問11 第2四半期の見通し>

- ・ 2011年度第2四半期の受注について、4月中旬時点での見通しは、“通常通り”とする回答は8%で、大幅減が30%、小幅減が30%である。
- ・ 特に注目しておきたい点は、この時点で見通しが立たないとする回答が32%に及んでいることである。

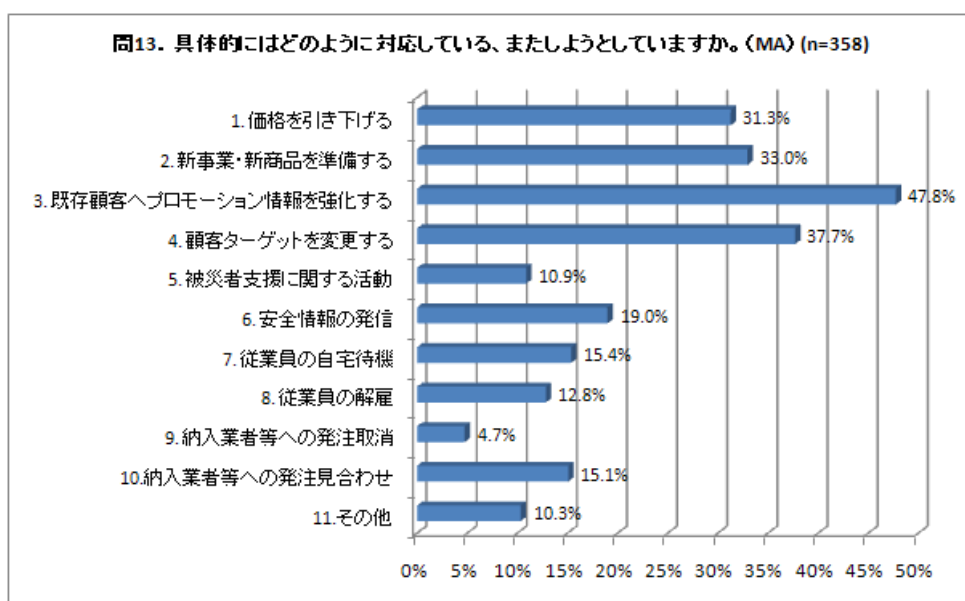


## ＜問12、13 当面の対応策＞

- ・ 震災後1カ月の時点で、急激に悪化した業況に対して何らかの対応策が考えられているかどうかを尋ねた。
- ・ 何らかの対応策を考えているとの回答は74%で、概ね4社に3社は具体的な対応策を考えている。

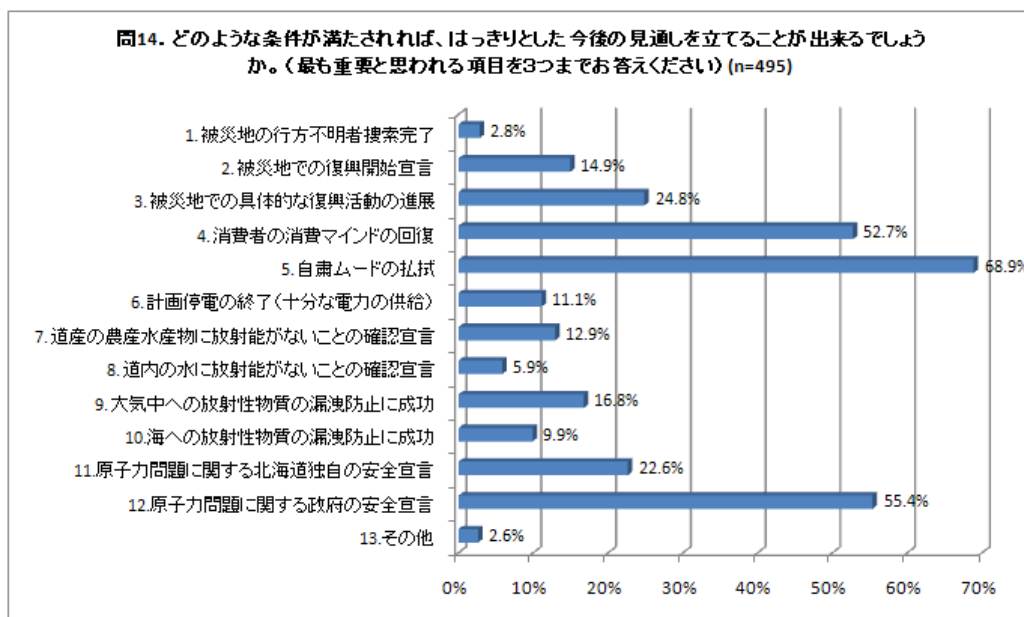


- ・ 具体的な対応策として48%が採っている／考えているのは、“既存顧客へのプロモーション強化”である。また、“顧客ターゲットの変更”（37%）や“新事業・新商品の準備”（33%）という、より積極的な対応を採っている事業者も多い。
- ・ 一方、そのような積極的な対応とほぼ同じ31%が、“価格引き下げ”という選択を迫られている。
- ・ さらに、“従業員の自宅待機、解雇”や“発注取り消し、見合わせ”といった事業の縮小に直結する厳しい対応を余儀なくされている事業者が10%～15%存在する。



### <問14 今後の見通しの条件>

- ・ “自粛ムードの払拭”、“消費マインドの回復”、“政府の安全宣言” が今後の見通しを立てるにあたっての前提 3 条件と考えられている。
- ・ 安全宣言は一般のメディア報道により容易に確認可能だが、前 2 点については動向把握のための手段を持たなければならない。



<回答者属性>

F1. 所在地(総合振興局および振興局)

	実数	比率
1.空知	18	3.7%
2.石狩	148	30.0%
3.後志	47	9.5%
4.胆振	48	9.7%
5.日高	3	0.6%
6.渡島	47	9.5%
7.檜山	4	0.8%
8.上川	51	10.3%
9.留萌	4	0.8%
10.宗谷	30	6.1%
11.オホーツク	31	6.3%
12.十勝	28	5.7%
13.釧路	25	5.1%
14.根室	9	1.8%
有効回答数	493	
(無回答)	8	

F2. 主な事業内容

	実数	比率
1. 運輸業	72	14.7%
2. 宿泊業	195	39.7%
3. 観光レジャー施設	75	15.3%
4. 飲食業関係	67	13.6%
5. 土産物製造関係	6	1.2%
6. 旅行業(旅行代理業)	11	2.2%
7. 土産物販売関係	24	4.9%
8. 通訳・翻訳業	1	0.2%
9. その他	40	8.1%
有効回答数	491	
(複数回答)	9	
(無回答)	1	

F3.2010年1月～12月までの年間売上高

	実数	比率
1000万円未満	15	3.7%
1000～2000万円未満	11	2.7%
2000～3000万円未満	23	5.7%
3000～4000万円未満	14	3.5%
4000～5000万円未満	13	3.2%
5000～6000万円未満	9	2.2%
6000～7000万円未満	7	1.7%
7000～8000万円未満	12	3.0%
8000～9000万円未満	6	1.5%
9000万円～1億円未満	3	0.7%
1～2億円未満	61	15.2%
2～3億円未満	33	8.2%
3～4億円未満	35	8.7%
4～5億円未満	29	7.2%
5～10億円未満	64	16.0%
10～20億円未満	34	8.5%
20～30億円未満	11	2.7%
30～40億円未満	4	1.0%
40～50億円未満	5	1.2%
50～100億円未満	7	1.7%
100～150億円未満	2	0.5%
150～200億円未満	0	0.0%
200～250億円未満	1	0.2%
250～300億円未満	0	0.0%
300～350億円未満	0	0.0%
350～400億円未満	0	0.0%
400～450億円未満	0	0.0%
450～500億円未満	0	0.0%
500～1000億円未満	1	0.2%
1000億円以上	1	0.2%
計	401	
<無回答>	100	

F4. 2010年3月末現在の従業員数(連結) (数字を記入)

正社員	実数	比率	非正規従業員(最も多)	実数	比率
10人未満	197	42.8%	10人未満	109	26.0%
10～20人未満	87	18.9%	10～20人未満	87	20.8%
20～30人未満	42	9.1%	20～30人未満	57	13.6%
30～40人未満	37	8.0%	30～40人未満	35	8.4%
40～50人未満	17	3.7%	40～50人未満	29	6.9%
50～60人未満	16	3.5%	50～60人未満	18	4.3%
60～70人未満	9	2.0%	60～70人未満	12	2.9%
70～80人未満	5	1.1%	70～80人未満	13	3.1%
80～90人未満	10	2.2%	80～90人未満	13	3.1%
90～100人未満	3	0.7%	90～100人未満	4	1.0%
100～150人未満	14	3.0%	100～150人未満	17	4.1%
150～200人未満	7	1.5%	150～200人未満	9	2.1%
200～250人未満	4	0.9%	200～250人未満	6	1.4%
250～300人未満	7	1.5%	250～300人未満	2	0.5%
300～350人未満	1	0.2%	300～350人未満	1	0.2%
350～400人未満	1	0.2%	350～400人未満	1	0.2%
400～450人未満	0	0.0%	400～450人未満	3	0.7%
450～500人未満	0	0.0%	450～500人未満	1	0.2%
500～550人未満	0	0.0%	500～550人未満	0	0.0%
550～600人未満	1	0.2%	550～600人未満	1	0.2%
600～650人未満	0	0.0%	600～650人未満	1	0.2%
650～700人未満	0	0.0%	650～700人未満	0	0.0%
700～750人未満	0	0.0%	700～750人未満	0	0.0%
750～800人未満	0	0.0%	750～800人未満	0	0.0%
800～850人未満	0	0.0%	800～850人未満	0	0.0%
850～900人未満	0	0.0%	850～900人未満	0	0.0%
900～950人未満	0	0.0%	900～950人未満	0	0.0%
950～1000人未満	0	0.0%	950～1000人未満	0	0.0%
1000～1500人未満	0	0.0%	1000～1500人未満	0	0.0%
1500人以上	2	0.4%	1500人以上	0	0.0%
計	460		計	419	
<無回答>	41		<無回答>	82	

F5. 震災前の主要顧客の売上高割合(対象地域別)

	道内		道外国		国内計		東アジア		海外(豪)		その他	
0%	13	3.0%	17	3.9%	1	0.2%	149	35.1%	273	64.7%	285	68.0%
10%未満	25	5.7%	30	6.9%	3	0.7%	164	38.7%	115	27.3%	113	27.0%
10~20%未満	51	11.7%	44	10.1%	4	0.9%	58	13.7%	26	6.2%	17	4.1%
20~30%未満	48	11.0%	48	11.0%	5	1.1%	16	3.8%	4	0.9%	2	0.5%
30~40%未満	50	11.5%	55	12.6%	8	1.8%	11	2.6%	3	0.7%	1	0.2%
40~50%未満	54	12.4%	54	12.4%	3	0.7%	4	0.9%	0	0.0%	0	0.0%
50~60%未満	46	10.6%	43	9.9%	6	1.4%	7	1.7%	0	0.0%	1	0.2%
60~70%未満	34	7.8%	47	10.8%	10	2.3%	5	1.2%	0	0.0%	0	0.0%
70~80%未満	27	6.2%	49	11.3%	21	4.8%	5	1.2%	0	0.0%	0	0.0%
80~90%未満	33	7.6%	24	5.5%	46	10.6%	3	0.7%	1	0.2%	0	0.0%
90~100%未満	46	10.6%	19	4.4%	189	43.4%	2	0.5%	0	0.0%	0	0.0%
100%	8	1.8%	5	1.1%	139	32.0%	0	0.0%	0	0.0%	0	0.0%
計	435		435		435		424		422		419	

F6. 震災前の主要顧客の売上高割合(対象形態別)

	個人客		団体客	
0%	18	4.2%	23	5.3%
10%未満	14	3.2%	31	7.2%
10~20%未満	22	5.1%	65	15.1%
20~30%未満	31	7.2%	65	15.1%
30~40%未満	24	5.6%	52	12.1%
40~50%未満	29	6.7%	41	9.5%
50~60%未満	25	5.8%	19	4.4%
60~70%未満	42	9.7%	31	7.2%
70~80%未満	61	14.1%	21	4.9%
80~90%未満	57	13.2%	37	8.6%
90~100%未満	84	19.4%	27	6.3%
100%	25	5.8%	18	4.2%
計	432		430	



## 【参考資料】

# 東日本大震災に関わる道内観光産業の影響度緊急調査 調査票

問 1. 貴社の業況はいかがですか。(○は各一つ)

最近(記入時点)	1. 良い	2. さほど良くない	3. 悪い
先行き(今後3か月後)	1. 良い	2. さほど良くない	3. 悪い

問 2. 2011年3月11日の東日本大震災以後の3月の事業活動について、震災前に見込んでいた売上高に比べて変化がありましたか。(○は一つ) 1. または 2. を選択した場合は( )内に数字をご記入下さい。

1. プラスに変化あり	→	震災前に見込んでいた売上高に比べて( )%プラス
2. マイナスに変化あり	→	震災前に見込んでいた売上高に比べて( )%マイナス
3. 変化なし		

問 3. 2011年度第I四半期(4月～6月)の事業活動(売上高前年同期比)についてお聞かせ下さい。  
(数字を記入)

震災前に見込んでいた四半期の売上高想定	前年同期比( )%
現時点での売上高想定	前年同期比( )%

問 4. 現在の事業を取り巻く状況に関する情報の主な入手源は何ですか。(○はいくつでも)

1. 一般新聞	2. 一般雑誌	3. テレビ
4. ラジオ	5. 業界紙・誌	6. 業界団体
7. 観光協会	8. 同業他社	9. 異業種企業
10. 取引先	11. 顧客	12. 地方自治体
13. 政府	14. インターネット・ツイッター	15. 家族・知人・友人
16. その他(具体的に: )		

問 5. 上記の内、特に信頼する情報源はどれですか。二つまでお選びください。(数字を記入)  
( ) ( )

問 6. 当面の事業を進めるに当って、不足している情報は何か。(○はいくつでも)

1. 顧客ニーズに関わる情報	2. 同業他社の対応に関する情報	3. 他地域の対応に関する情報
4. 輸送関係の運行情報	5. 開催予定のイベント情報	6. 税制・雇用など公的支援に関する情報
7. サプライチェーンに関する情報	8. 観光地における食品の安全性情報	9. 観光地での水の安全性情報
10. 海外での日本の風評情報	11. インターネット上の評判に関する情報	12. 取引先に関する情報
13. 首都圏の電力供給に関する情報	14. 放射線量・被曝量基準に関する情報	
15. その他(具体的に: )		

問 7. 貴社の近年の事業展開において最も重要なターゲットとして想定していた顧客層についてお聞きます。  
2つの質問にお答えください。

(7-1) 対象地域別にお聞かせください。(○は一つ)

1. 道内観光客中心	2. 道外観光客(東北地方)	3. 道外観光客(関東地方)
4. 道外観光客(2,3.以外の地方)	5. 外国人観光客(中・台・韓)	6. 外国人観光客(豪州、シンガポール)
7. 外国人観光客(5,6 以外の地域)	8. その他(具体的に:	)

(7-2) 観光形態別にお聞かせください。(○は一つ)

1. 旅行会社バックツアー	2. 教育旅行(修学旅行等)	3. コンベンション関連
4. 個人	5. 家族・友人グループ	6. ビジネス関連
7. その他(具体的に:		)

問 8. 震災後、受注の取り消し(予約のキャンセル)はどの程度ありましたか。(○は一つ)

1. まったく無い	2. 1~10%	3. 11~30%	4. 31~50%
5. 51~70%	5. 71~90%	6. ほぼ全て	

問 9. そのキャンセルの主な理由を把握されていますか。(○は一つ)

1. 把握していない	2. やや把握している	3. ある程度把握している	4. 概ね把握している
------------	-------------	---------------	-------------

(問 9.で 2~4 と回答した方のみ問 10.を回答下さい)

問 10. 具体的な理由は何ですか。(○はいくつでも)

1. 交通機関の欠航・運休	2. 観光地でのイベントの開催中止	3. 募集人員に達しない
4. 観光地での食品の安全性	5. 観光地での水の安全性	6. 被災地への配慮
7. 原発問題	8. 消費マインドの萎縮	9. 旅行代金の義捐金へ振替
10. その他(		)

問 11. 2011 年度第2四半期(7月~9月)に向けた受注(予約)の状況はいかがですか。(○は一つ)

1. 前年同期と比べ大幅に少なくなる	2. 前年同期と比べやや少なくなる
3. 通常通り	4. 見通しが立たない

問 12. 震災後の事業環境への当面の対応として具体的な手立てを考えていますか。(○は一つ)

1. 特に考えていない	2. 考えている
-------------	----------

(問 12 で 2. と回答した方のみ問 13.を回答下さい)

問 13. 具体的にはどのように対応している、またしようとしていますか。(○はいくつでも)

1. 価格を引き下げる	2. 新事業・新商品を準備する
3. 既存顧客へプロモーション情報を強化する	4. 顧客ターゲットを変更する
5. 被災者支援に関する活動	6. 安全情報の発信
7. 従業員の自宅待機	8. 従業員の解雇
9. 納入業者等への発注取消	10. 納入業者等への発注見合わせ
11. その他(	)

問 14. どのような条件が満たされれば、はっきりとした今後の見通しを立てることが出来るでしょうか。(最も重要と思われる項目を3つまで○でお答えください)

1. 被災地の行方不明者搜索完了	2. 被災地での復興開始宣言
------------------	----------------

3. 被災地での具体的な復興活動の進展	4. 消費者の消費マインドの回復
5. 自粛ムードの払拭	6. 計画停電の終了(十分な電力の供給)
7. 道産の農産水産物に放射能がないことの確認宣言	8. 道内の水に放射能がないことの確認宣言
9. 大気中への放射性物質の漏洩防止に成功	10. 海への放射性物質の漏洩防止に成功
11. 原子力問題に関する北海道独自の安全宣言	12. 原子力問題に関する政府の安全宣言
13. その他(具体的に:	)

問 15. 東日本大震災の影響と北海道観光について、ご意見ご要望等がありましたら、自由に記入下さい。  
(自由記述)

<統計的な処理のために、貴社についてお伺いします>

F1. 所在地(総合振興局および振興局) (○は一つ)

1. 空知	2. 石狩	3. 後志	4. 胆振	5. 日高	6. 渡島	7. 檜山
8. 上川	9. 留萌	10. 宗谷	11. オホーツク	12. 十勝	13. 釧路	14. 根室

F2. 主な事業内容 (○は一つ)

1. 運輸業	2. 宿泊業	3. 観光レジャー施設
4. 飲食業関係	5. 土産物製造関係	6. 旅行業(旅行代理業)
7. 土産物販売関係	8. 通訳・翻訳業	9. その他( )

F3. 2010年1月～12月までの年間売上高 (数字を記入)

百万円

F4. 2010年3月末現在の従業員数(連結) (数字を記入)

正社員	人	非正規従業員(最も多い時期)	人
-----	---	----------------	---

F5. 震災前の主要顧客の売上高割合(対象地域別)

道内	道外国内	東アジア(中国・台湾・韓国)	海外(豪州・シンガポール)	その他海外	合計
%	%	%	%	%	100%

F6. 震災前の主要顧客の売上高割合(対象形態別)

個人客	団体客	合計
%	%	100%

— ご協力ありがとうございました —