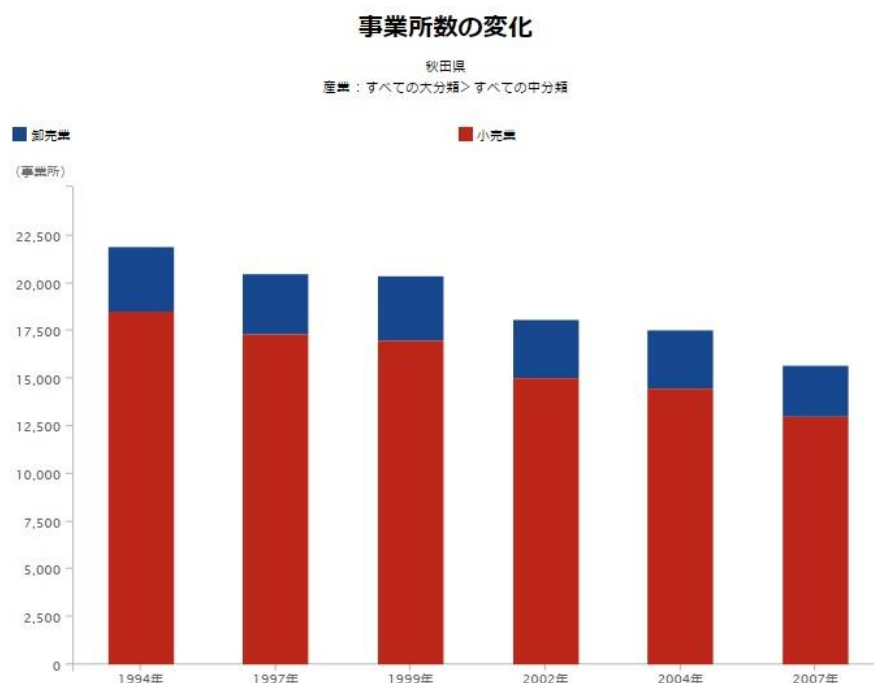


3 卸売・小売業

全国と同様に、本県においても企業数、従業者数共に最も多い卸売・小売業を見ると、卸売業については、営業拠点の統廃合や零細事業所の淘汰等により年々事業所数は減少傾向にある。小売業も同様に、人口減少による購買力低下や景気低迷の長期化に伴う所得の伸び悩み、大型店や全国チェーン店の出店拡大による競争激化を背景に、事業所数、従業者数、年間販売額共に減少している。

「産業構造マップ・全産業の構図」により事業所数を見ると、2009 年の 15,739 事業所あったものが、2014 年には 13,536 事業所と約 2,200 事業所の減少となっている。

【図表 5 2】卸売業・小売業の事業所数の推移



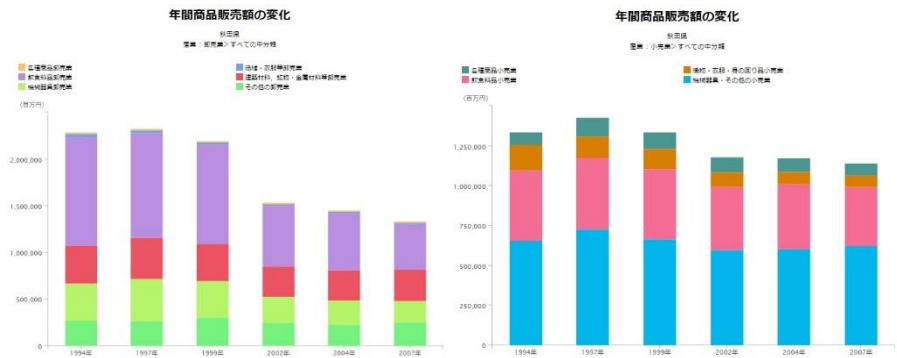
「産業構造マップ／商業の構造／商業構造変化を分析（全期間）／事業所数の変化」

卸売・小売業の年間販売額を見ると、1997 年をピークに減少し、2007 年では 2 兆 5,816 億円となっている。なかでも、卸売業の減少割合が大きく、2000 年代に入ると、小売業との差が小さくなってきている。

卸売業における年間商品販売額の構成を過年度で見ると、飲食料品が最も大きく、また、その減少幅が大きくなっている。

さらに、小売業を見ると、機械器具・その他の小売業が最も多くなっている。

【図表 5 3】卸売業・小売業の年間商品販売額の推移と部門別構成



「産業構造マップ／商業の構造／産業分類で表示する／年間商品販売額で表示する
／卸売業・小売業／産業構造変化を分析」

小売業の販売形態別の商品販売額（2012 年）を見ると、全国ではインターネット販売が 1.7%となるが、本県では 0.4%となっている。全国的なネット通販市場拡大の動きも、地方小売業の実店舗販売に影響を与えている。

今後は、インターネット販売などを含めた地元以外への販路拡大だけでなく、地産池消や地場密着をより強めるなど、価格以外の魅力や独自性を顧客にアピールしていくことが重要となってくる。

【図表 5 4】小売業の形態別延べ事業所数と年間商品販売額（秋田県と全国）2012 年

	秋田県				全国			
	延べ事業所数		年間商品販売額		延べ事業所数		年間商品販売額	
	(事業所)	構成比 (%)	(百万円)	構成比 (%)	(事業所)	構成比 (%)	(百万円)	構成比 (%)
小売業計	12,110	100.0	975,226	100.0	999,928	100.0	109,393,883	100.0
店頭販売	8,507	70.2	857,572	87.9	717,067	71.7	92,679,370	84.6
訪問販売	1,111	9.2	61,745	6.3	86,091	8.6	5,558,627	5.1
通信・カタログ販売	148	1.2	6,733	0.7	15,730	1.6	2,598,169	2.4
インターネット販売	289	2.4	3,520	0.4	33,148	3.3	1,831,573	1.7
自動販売機による販売	1,093	9.0	8,438	0.9	64,314	6.4	1,161,503	1.1
その他	962	7.9	37,219	3.8	83,578	8.4	5,564,813	5.1

「平成 24 年経済センサス」より作成

4 医療・福祉

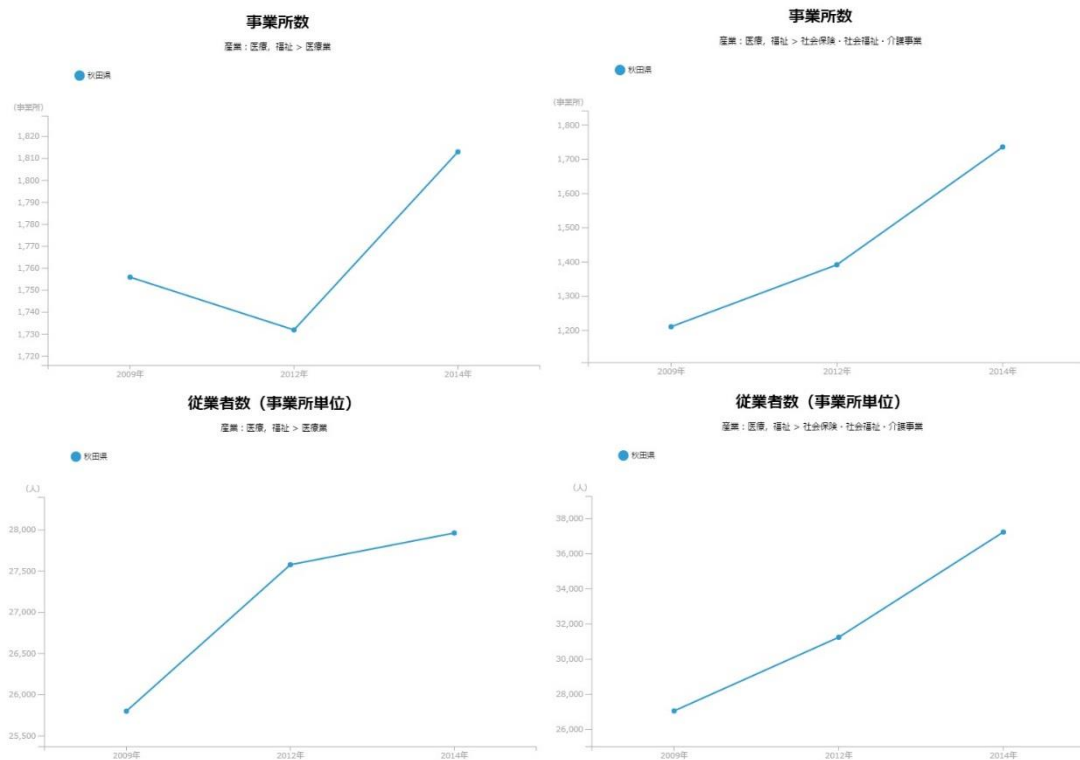
「全産業の構図」を見ると、医療・福祉は付加価値額で本県1位、従業者数で2位となり、高齢化が進む本県にとって産業規模は拡大傾向にある。

市町村別に医療業の推移を見ると、地域ごとに増加、減少と分かれている。本県では高齢化の進展に合わせ医療体制の拡充が進められているが、それでもなお医師数の不足や診療科目による偏在、都市部と山間部など地域間における医療体制の格差があり、今後も引き続き改善が求められる。

社会保険、社会福祉、介護事業を見ると、2014年の事業所数は1,736事業所、従業者数は37,232人といずれも増加傾向にある。高齢化率の上昇に伴い、日常生活で介助などを必要とする人は増加傾向にあり、「雇用／医療・福祉マップ」を見ると、2015年の要介護（要支援）認定者数は71,040人と、2007年の56,074人から約15,000人増加している。

今後も、介護サービス利用者の増加が予想され、介護職の人手不足が懸念される。地域が必要とする人材の育成と確保は、本産業の抱える課題の一つである。

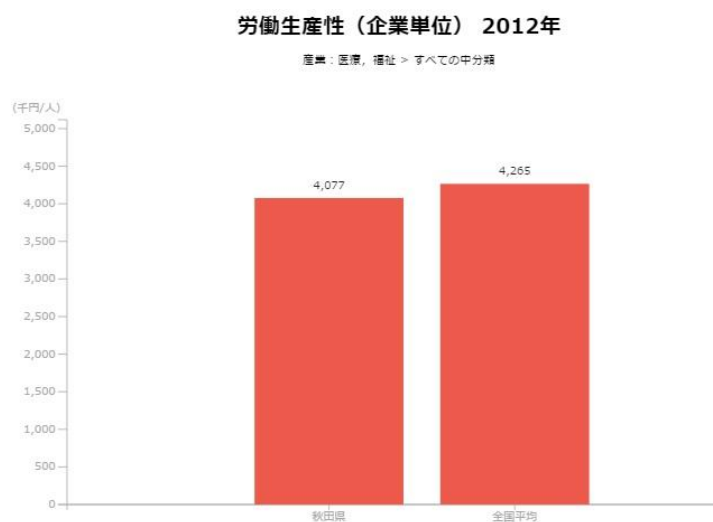
【図表55】事業所数、従業者数の推移（医療業及び社会保険・社会福祉・介護事業）



「産業構造マップ／事業所数及び従業者数／医療・福祉／各中分類業種」

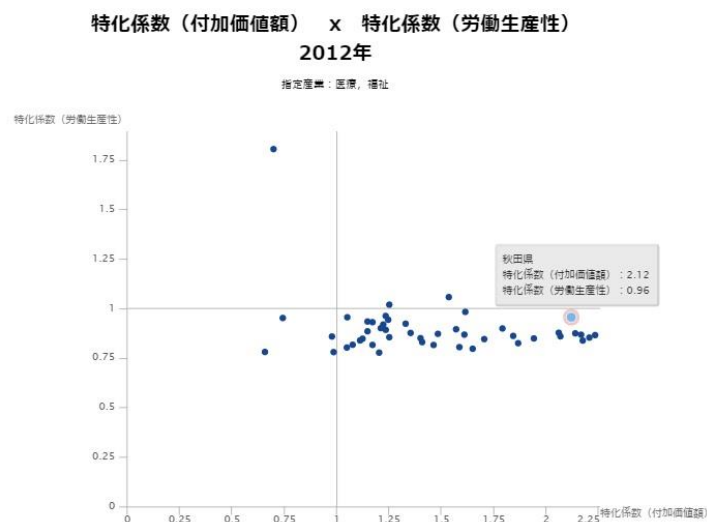
本県の医療・福祉産業の労働生産性を見ると、4,077 千円で全国 6 位と上位に位置している。東京都が 7,698 千円と突出して高くなっているが、本産業において労働生産性が高いことは、設備投資や生産工程の改善によって直接的に効率化が図られる製造業等とは違い、マーケット規模に対して従業者数が少ないことを反映しているとも捉えることができる。

【図表 5 6】医療・福祉の労働生産性、2012 年



「産業構造マップ／労働生産性（企業単位）／医療・福祉」

【図表 5 7】特化係数の産業分布（付加価値額、労働生産性）

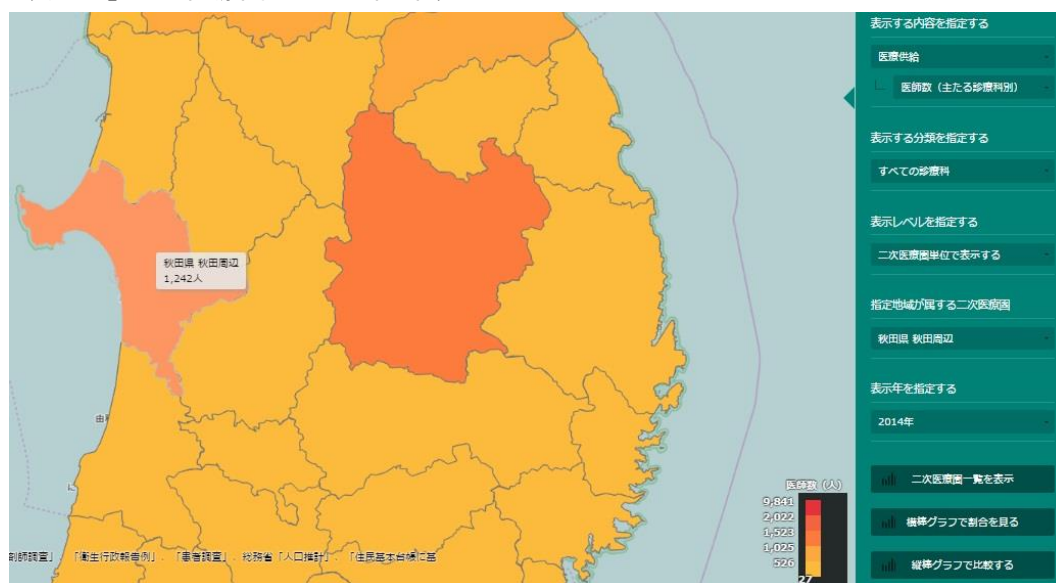


「産業構造マップ／稼ぐ力分析／医療・福祉／グラフ分析／散布図で分析／地域の分布を見る」

なお、平成 29 年 2 月に新たに「雇用／医療・福祉マップ」が追加されており、「医療需給」、「介護需給」の 2 つのメニューから、医療・福祉産業の分析に有効な次のデータを活用することが可能になっている。

医療需給：病院の推計入院患者数（傷病分類別）、地域の病院数、病床数、医師数等
二次医療圏単位での確認も可能
介護需給：介護サービス利用者数、要介護（要支援）認定者数、介護施設数、定員数、
介護職員数等

【図表 5 8】二次医療圏における医師数

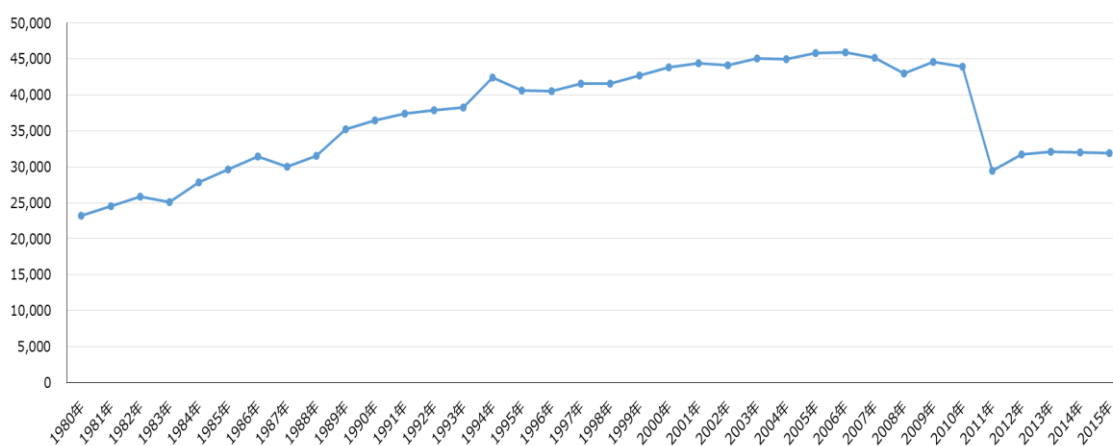


「雇用／医療・福祉マップ／医療需給／医療供給・医師数／二次医療圏単位で表示する」

5 観光・インバウンド

「秋田県観光統計」により、本県の観光客数の推移を見ると、1994年に4,000万人を超えて推移していたが（2006年の4,595万人がピーク）、2011年に発生した東日本大震災の影響により大きく落ち込み、以降2015年までは3,000万人強で推移している（なお、2011年以降調査方法を変更している）。本県では大震災の影響は薄れつつあるが、観光客数の本格回復には至っていない。

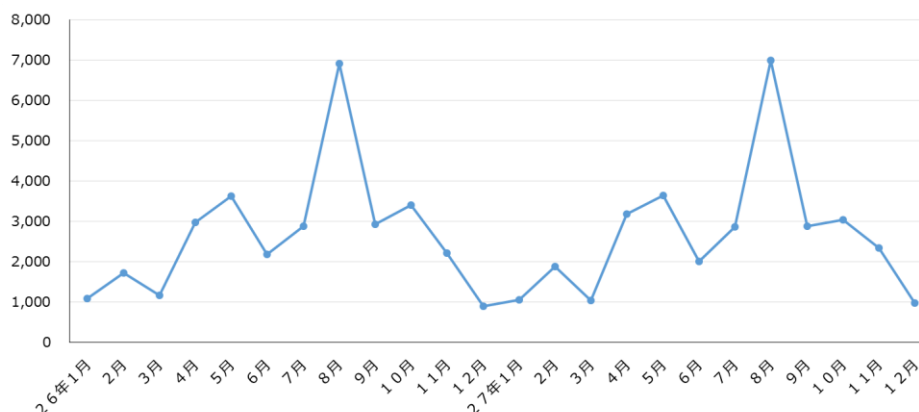
【図表59】秋田県の観光地点等入込客数（延べ人数）の推移（単位：千人）



「秋田県 観光統計」より作成

また、同統計の月別観光地点等入込客数の状況を見ると、本県各地で行われる夏祭りや花火大会が開催される8月が突出して多く、12月から3月までの冬期間を中心に落ち込む傾向にある。

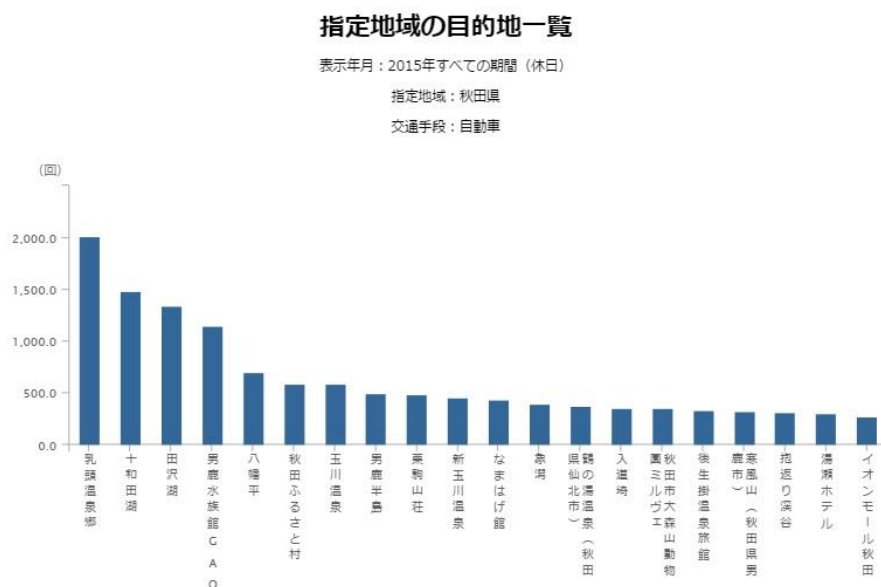
【図表60】秋田県の観光地点等入込客数（延べ人数）の推移（単位：千人）



「秋田県 観光統計」より作成

RESAS の観光マップでは、自動車のナビで検索された回数データを確認することができる。2015 年に秋田県内の観光地で最も検索された場所は「乳頭温泉郷」の 2,013 回となっている。検索上位を見ると、仙北市周辺、男鹿市周辺を目的地とした検索が多くなっており、当該地域には観光資源を有する強みがあるといえる。

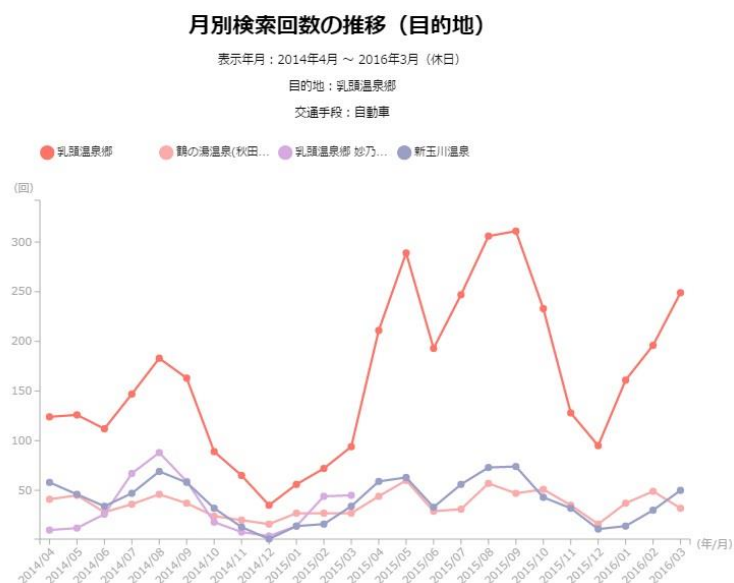
【図表 6 1】秋田県内の検索回数（自動車ナビ）ランキング



「観光マップ／目的地分析／目的地検索ランキングを表示／都道府県単位で表示する」

目的地分析で 1 位である「乳頭温泉郷」とその周辺地の月別の検索回数を見ると、春から秋にかけて検索数が増加し、冬は減少している（乳頭温泉郷、鶴の湯温泉、妙の湯、新玉川温泉）。これは、観光統計における仙北市の入込客数の推移と一致する。ただし、推移を見ると 2016 年においては 12 月から 3 月までの検索回数が大きく伸びていることから、温泉地は、冬期間にも集客できる観光資源としての強みを持っている。

【図表 6 2】 検索回数（自動車ナビ）の推移

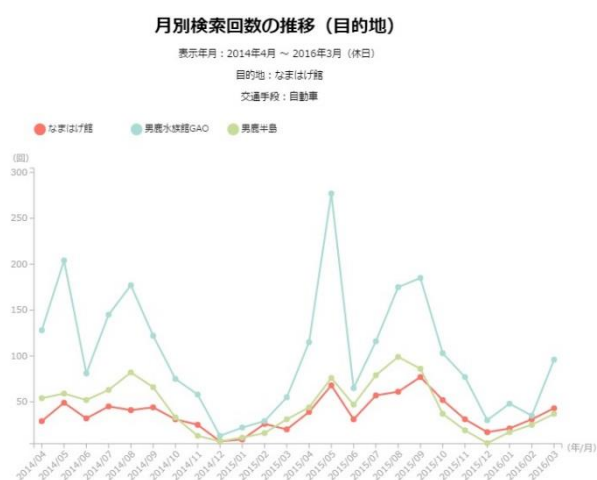


「観光マップ／目的地分析／目的地検索ランキングを表示／推移を見る」

男鹿半島周辺の観光地の検索回数を見ると、GWがある4～5月や、夏休みのある7～8月が多くなっている。なかでも、男鹿水族館G A Oの検索回数が突出しており、水族館を中心に、周辺地への移動が多くなっていると考えられる。

また、男鹿半島が検索された出発地点を表示すると、全国広範囲から検索されていることも分かる。実際の来訪につながったかは確認できないものの、当該地に興味を持っている人が全国に存在していることを示すデータである。

【図表 6 3】 検索回数（自動車ナビ）の推移



「観光マップ／目的地分析／目的地検索ランキングを表示／推移を見る」

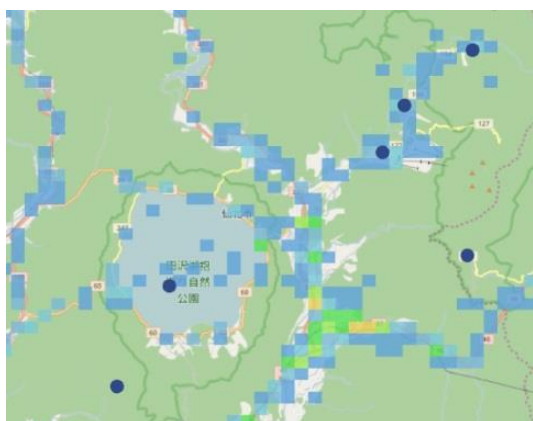
目的地分析において県内3位である仙北市の田沢湖周辺の流動人口について、「まちづくりマップ・流動人口メッシュ」を用いて、季節ごとに見てみる。

田沢湖駅周辺（田沢湖の右下辺り）は、夏になると黄色やオレンジのメッシュが増えており、1年の中でも人の流れが多い。秋には、湖の中や、湖に沿って囲むように青や緑のメッシュが現れる。一方、冬になると湖周辺のメッシュはほぼなくなり、人が少なくなっていることが分かる。ただしスキー場や各温泉郷の周辺には緑色のメッシュが現れており、春や夏よりも人の流れは多い。

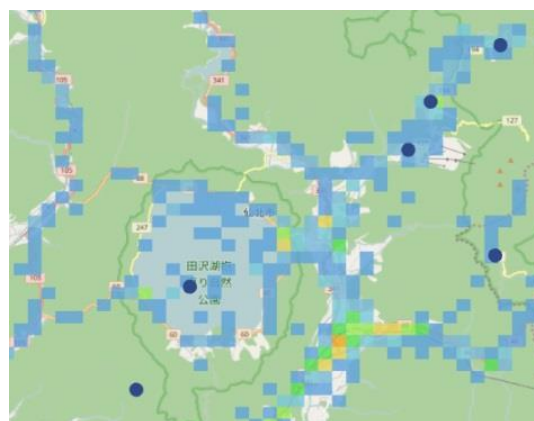
RESASのメッシュ分析を利用する注意点としては、メッシュの色は直接観光客の混雑状況を表しているのではなく、あくまでもその地点にいる流動人口を表しており、地域の人口密度によっても左右される点である（2017年2月に名称が観光マップからまちづくりマップに変更）。

【図表6-4】田沢湖周辺の流動人口

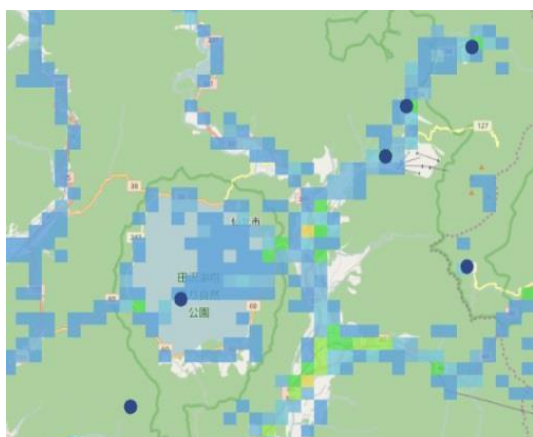
2015年4月（春）



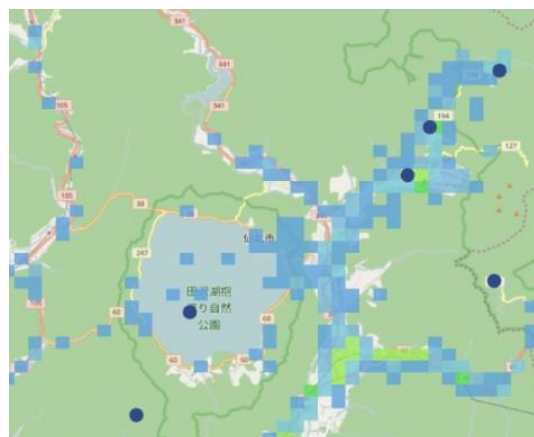
2015年8月（夏）



2015年10月（秋）



2016年2月（冬）

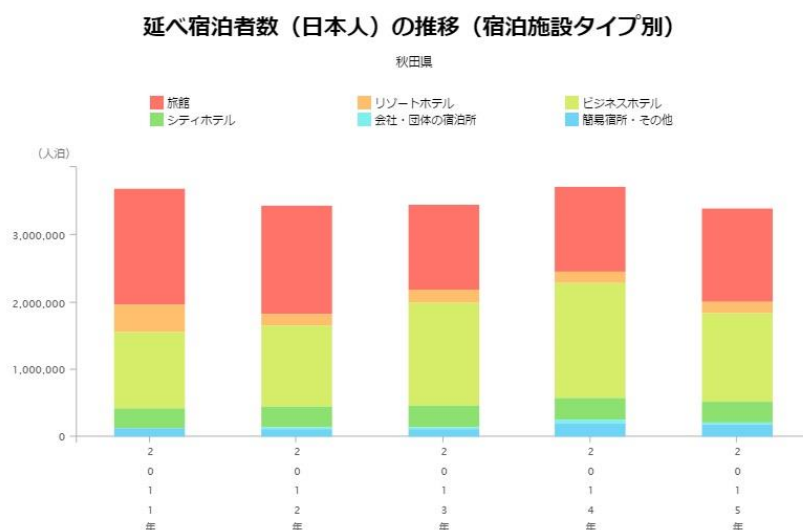


「まちづくりマップ／流動人口メッシュ／時間指定なし・休日」

観光統計によると県内宿泊者数について、2016 年は 345 万人と前年比 30 万人減となっているが、その内、外国人宿泊者数は 6 万人で前年比 2 万人増加している。

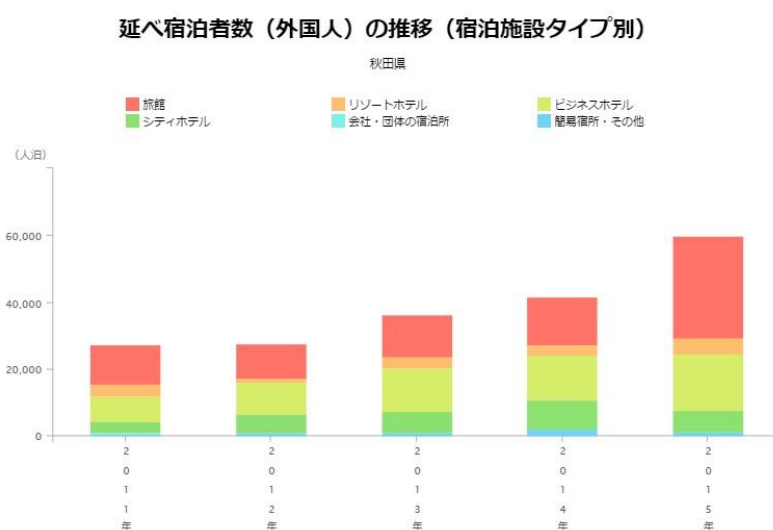
観光庁の宿泊旅行統計調査の県内宿泊施設の客室稼働率を見ると、2015 年は 45.6%で全国 43 位と下位に位置している。施設別に見るとビジネスホテルが 61.0%と本県では一番高いものの、全国と稼働率を比較すると、47 位と最下位（最高は大阪府の 86.8%）であることが分かる。

【図表 6 5】日本人宿泊者の推移（秋田県）



「観光マップ／宿泊施設／延べ宿泊者数（日本人）／年単位で表示する」

【図表 6 6】外国人宿泊者の推移（秋田県）

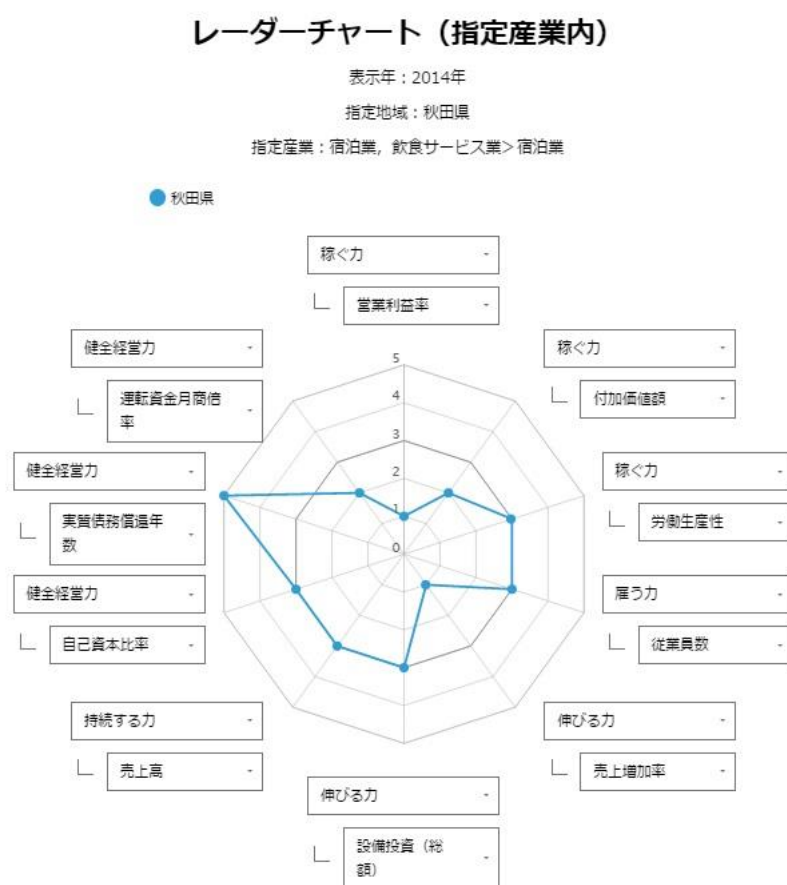


「観光マップ／宿泊施設／延べ宿泊者数（外国人）／年単位で表示する」

この状況は、本県の宿泊業の稼ぐ力にも表れており、「産業マップ・中小・小規模企業財務比較」を見ると、稼ぐ力（営業利益率）は全国平均3に対し本県は1と低く、伸びる力（売上増加率）も弱い。

本県は、全国から検索されるような観光資源を有しており、これらを組み込んだ魅力的なルートの開発によって宿泊者をいかに取り込んでいくかが重要となる。

【図表67】秋田県の宿泊業のレーダーチャート

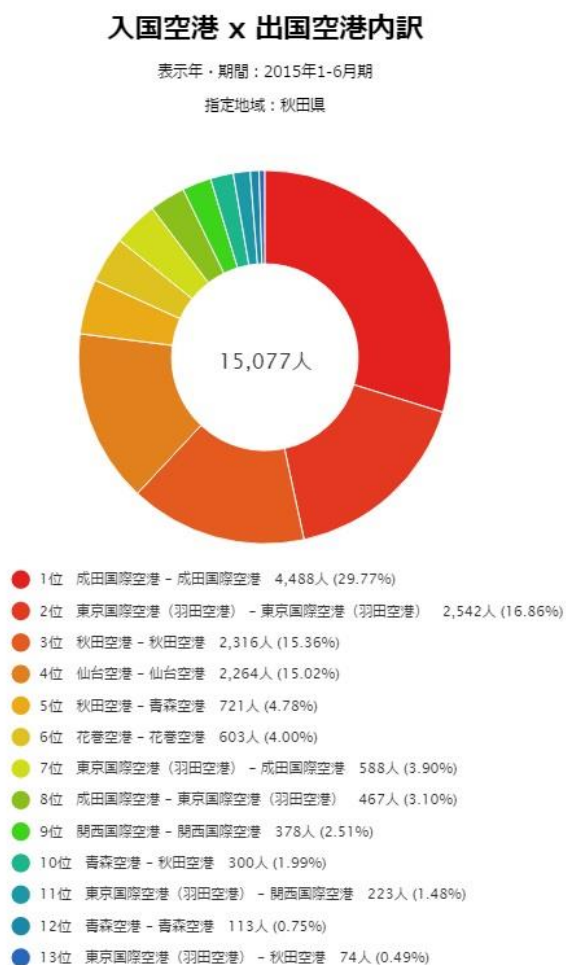


「企業活動マップ／中小・小規模企業財務比較／宿泊業／レーダーチャートで見る」

RESAS で 2015 年 1 月から 6 月までの外国人訪問者の利用空港を見ると、合計 15,077 人のうち、入出国共に成田国際空港と東京国際空港（羽田空港）を利用している人は約 54%と半数以上を占める。一方、入出国のいずれかにおいて秋田空港を利用している人は約 23%、その内、入出国のどちらも秋田空港を利用している人は約 15%となっている。

このことから、インバウンド推進においては、ターゲットは都市圏の空港を利用する（利用せざるを得ない）外国人と、秋田空港を利用できる（本県を訪れることを主たる目的としている）外国人と大きく 2 つに分けられる。秋田空港を利用する人には本県のみ観光周遊ルートも構築可能となるが、都市圏空港を利用する人には、本県まで来てもらうことを考えると、隣県とも連携した周遊ルートがより効果的である。どちらにおいても、本県ならではの観光資源を活かした魅力づくりや、2 次アクセスの整備が共通した課題となる。

【図表 6 8】外国人訪問者（秋田県）が利用する空港の状況



「観光マップ／外国人入出国空港分析／宿泊業／レーダーチャートで見る」

これは、本県が北国であることや、都市圏から遠いことが不利とはならず、観光資源のPRや観光プログラム・周遊ルートの工夫によって、外国人訪問者を増加させるチャンスがあるとも捉えられる。

都道府県別訪問者数

表示年・四半期：2015年 すべての期間

指定国轄：すべての地域＞すべての国轄等

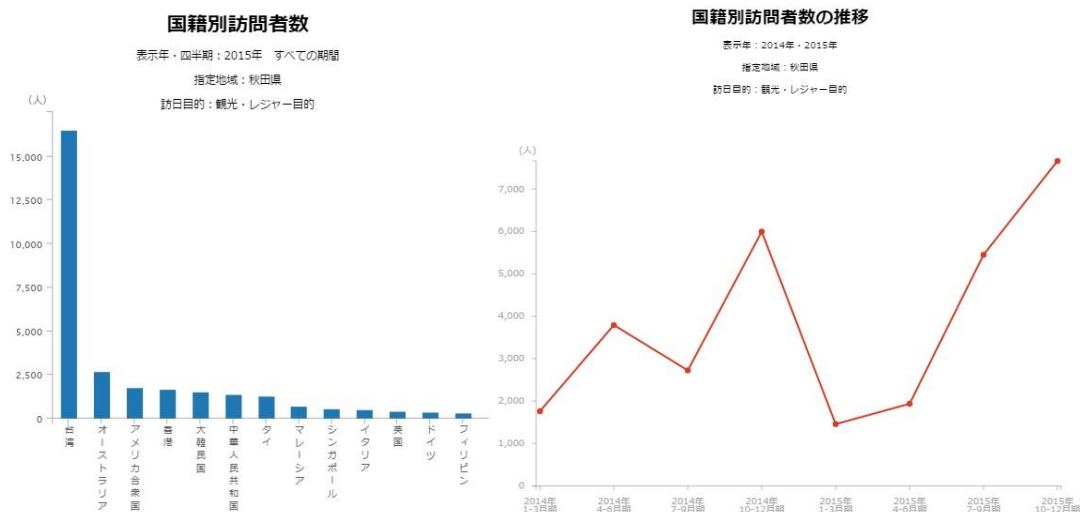
訪日目的：観光・レジャー目的

都道府県	訪問者数(人)
山梨県	1,100,000
沖縄県	1,080,000
兵庫県	1,020,000
奈良県	980,000
静岡県	900,000
大分県	820,000
熊本県	750,000
長野県	520,000
岐阜県	480,000
広島県	420,000
長崎県	400,000
石川県	380,000
香川県	300,000
和歌山県	220,000
栃木県	180,000
鹿児島県	120,000
香川県	100,000
岡山県	80,000
山口県	70,000
徳島県	60,000
高知県	50,000
佐賀県	40,000
福岡県	30,000
三重県	20,000
青森県	15,000
群馬県	10,000
茨城県	8,000
栃木県	6,000
埼玉県	4,000
千葉県	3,000
東京都	2,000
神奈川県	1,000
大阪府	500
奈良県	300
和歌山県	200
鳥取県	100
島根県	50
岡山県	30
広島県	20
山口県	10
徳島県	5
高知県	3
佐賀県	2
福岡県	1
熊本県	1
鹿児島県	1
沖縄県	1

※上図は上位8地域を除いたランキング

本県では、台湾からの訪問者数増加を目指した取組が県、各市町村共に行われているが、それらの活動の効果と検証は今後重要となってくる。

【図表 7 0】秋田県の国籍別訪問者数と推移

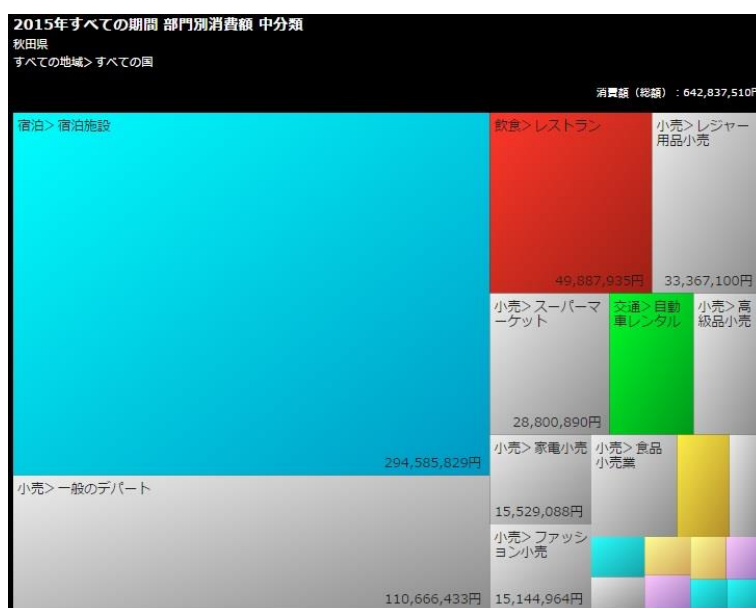


「観光マップ／外国人訪問分析／指定した都道府県で分析する／秋田県」

「観光マップ・外国人消費の構造（クレジットカード）」はクレジットカードの利用状況データであるが、本県における2015年の外国人訪問者の利用内訳を見ると、宿泊（宿泊施設）が約46%と最も多く、次いで小売（一般デパート）約17%、飲食（レストラン）約8%である。

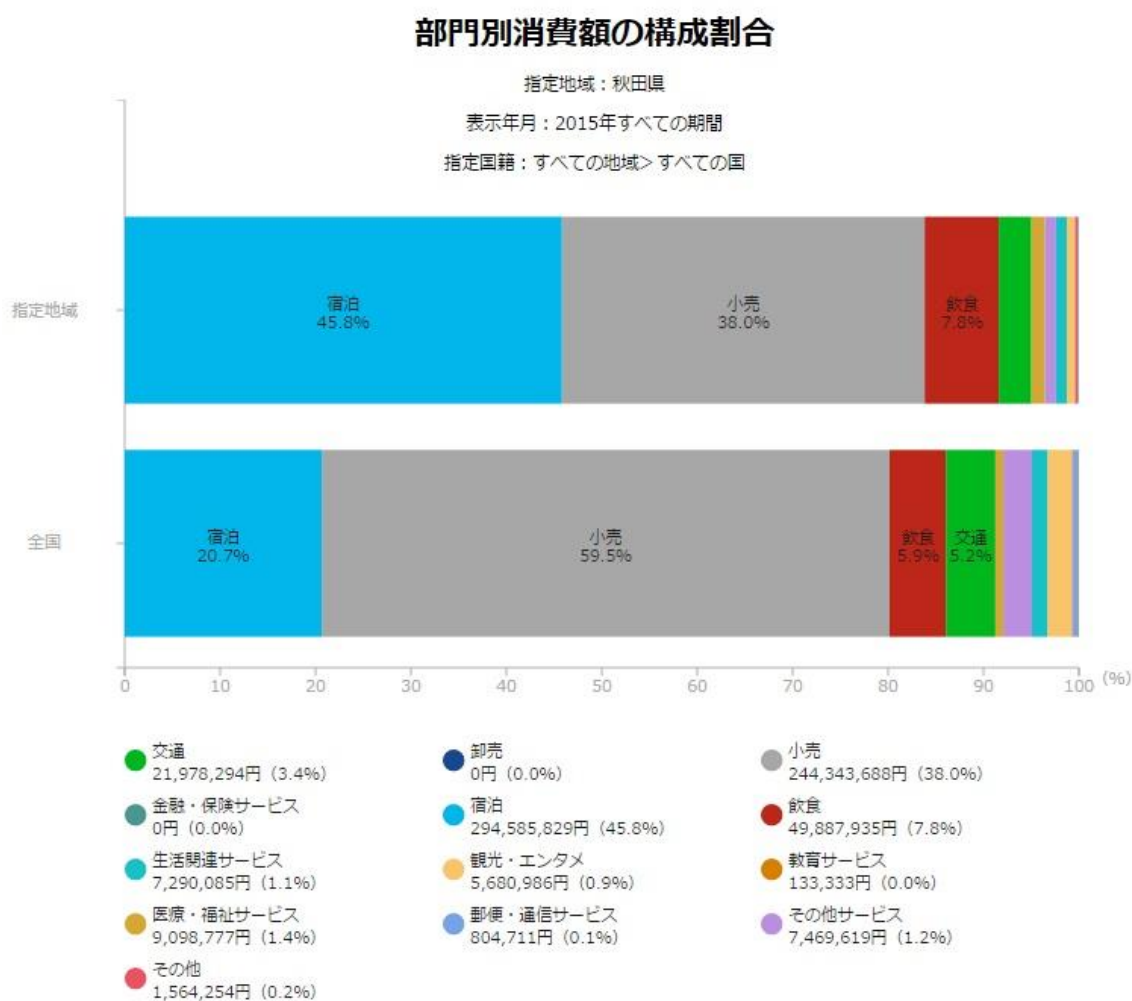
構成割合を全国と比べると、小売による消費が他地域に比べて少ないことが分かる。

【図表 7 1】秋田県の外国人訪問者による部門別消費額と割合



「観光マップ／外国人消費の構造（クレジットカード）／中分類で見る」

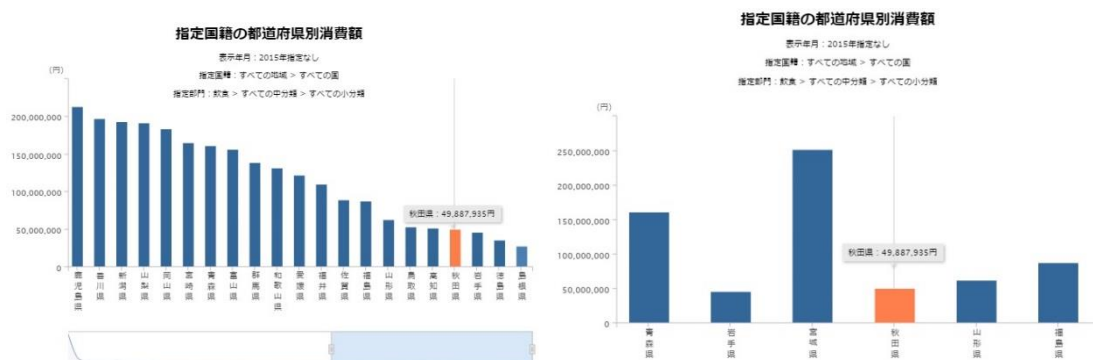
【図表 7 2】秋田県の外国人訪問者による部門別消費額と割合



「観光マップ／外国人消費の構造（クレジットカード）／横棒グラフで割合を見る」

同じくクレジットカードの利用データから、外国人訪問者の都道府県別の消費額を見ると、本県は全国 44 位、東北 6 県では 5 位と下位に位置している。宿泊者数増加に加え、飲食やお土産等、県内での消費増加を促す仕組みづくりが必要である。

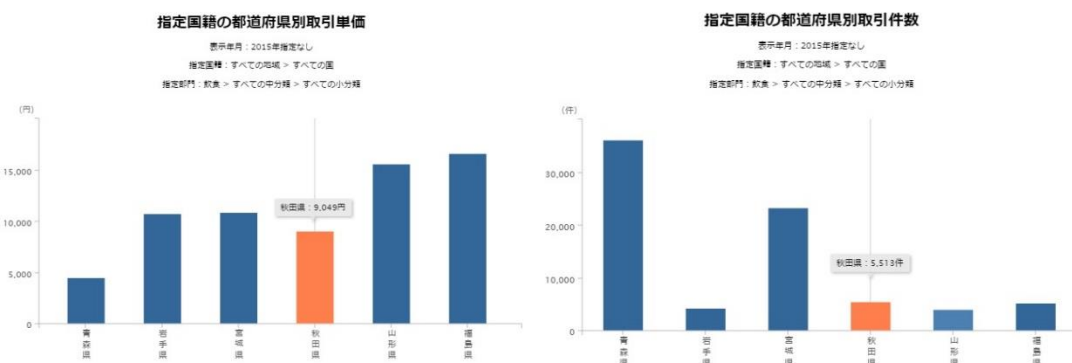
【図表 7 3】消費額の全国比較と東北 6 県比較



「観光マップ／外国人消費の比較／指定した国籍で分析する」

地域の消費総額は取引件数と取引単価に分けられるが、観光産業において重要な位置付けにある飲食部門をそれぞれ見てみる。青森県は取引単価こそ最も低い、取引件数が東北 6 県で最も多く、消費総額では本県を上回り 2 位となっている。一方、福島県は取引件数が本県より低いものの、取引単価では東北で最も高くなっており、消費総額は本県を上回っている。

【図表 7 4】取引単価と取引件数の東北 6 県比較

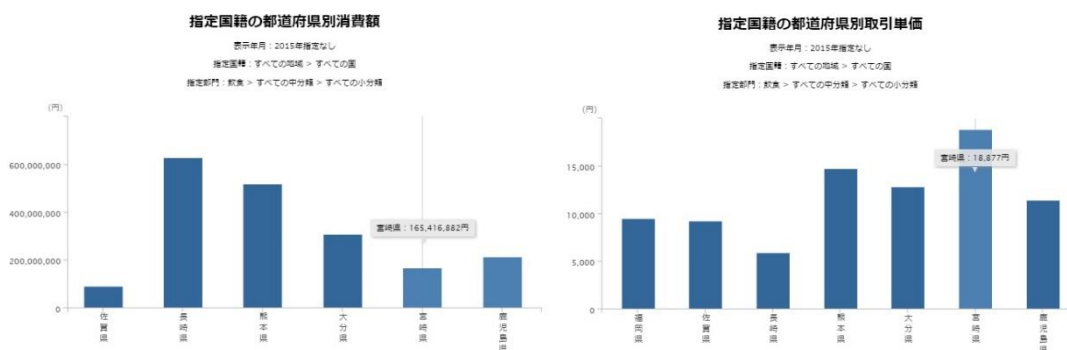


「観光マップ／外国人消費の比較／指定した国籍で分析する」

宮崎県の外国人訪問客数は、大分県の 10 分の 1 しかないが、飲食部門の消費額においては、訪問客数ほどの差がない。これは宮崎県の取引単価が九州で最も高いためである。

宮崎県は農林水産業の販売額構成では肉用牛が最も割合が高いが、観光客の飲食においても宮崎牛のステーキといった、単価の高いものが提供されていることが想定される。本県においても、消費の促進を図るためには、訪問客数増加を主体とした取引件数の面、提供するサービス・商品の高付加価値化による取引単価の面の両面からアプローチする必要がある。

【図表 7 5】宮崎県の外国人消費額と取引単価



「観光マップ／外国人消費の比較／指定した国籍で分析する」

また、本県では大館市や羽後町で先行してDMOが組織化されるなど、インバウンド獲得に向けた動きが本格化している。

以上の分析から、本県の観光周遊ルート、観光推進の例を挙げるとすれば、以下のようなメニューが考えられる。

- ① 秋田空港を拠点にした県内周遊ルート
 - ⇒ 既に人気の高い男鹿市、仙北市など観光資源を多く有している地域を中心に、他市町村の観光資源（単独では魅力が弱いもの）と連携する。
- ② 都市圏からの新幹線・鉄道などを利用した観光ルート
 - ⇒ 隣県（青森県、岩手県）と連携する。青森県であれば大館市、岩手県であれば仙北市など。（宿泊地は本県とするようなプログラム）
- ③ 取引単価の高いメニューの提供。
 - ⇒ 飲食であれば、お土産や軽食ではなく、本県ならではの農産品、特産品を使った単価の高いディナー等の提供。（ディナーが目当てとなれば自ずと宿泊客数も増加する。）
 - ⇒ サービスであれば、宿泊だけではなく各体験型のメニューや温泉を活用したヘルスツーリズムなどの開発。