

コンベンション施設の需要調査結果

～第1回調査～	～第2回調査～
> 調査時期 2016年11月～12月 > 対象者 岡崎商工会議所常議員、議員 ※調査には従業員数は考慮していません。 > 配布数及び回答数 82件/140件（回答率：59%）	> 調査時期 2018年6月～7月 > 対象者 岡崎市内に本社や支店のある企業等 ※従業員数が概ね100名超の企業を中心に。 > 配布数及び回答数 58件/100件（回答率：58%）

§1. 事業者・団体の従業員数、会員数

会員数・ 従業員数	第1回調査		第2回調査	
	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)
100名未満	50	62	14	24
100～299名	11	14	11	19
300～499名	7	9	15	26
500～999名	4	5	8	14
1,000名以上	8	10	10	17
合計	80	100	58	100

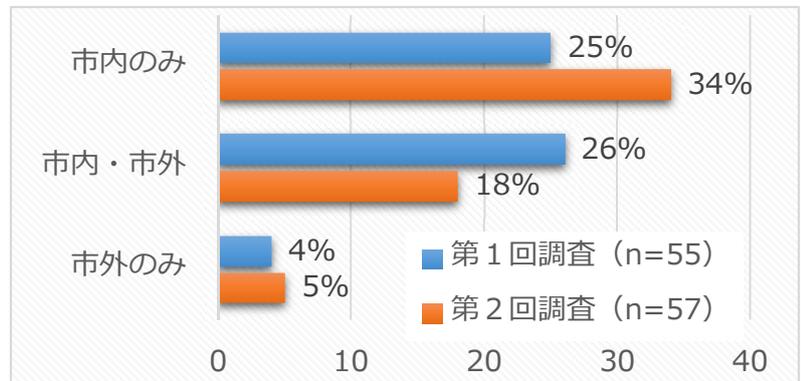
※第1回調査の回答82件のうち、2件は回答なし

※第2回調査では、第1回調査と異なり、従業員数の多い企業等を中心に調査しています。

§2. 事業者・団体のエリア別の施設の利用状況

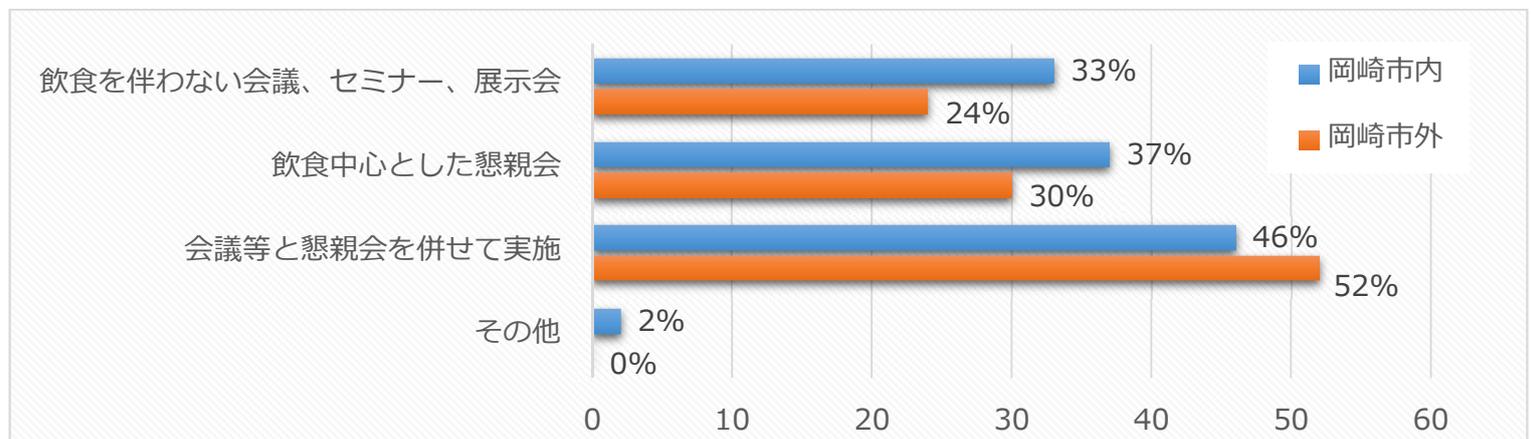
第1回調査及び第2回調査のいずれにおいても「市内のみ」「市内・市外」の合計が90%を超えており、市内の施設を高い割合で利用している傾向が見受けられます。

一方で、市内・市外の施設を併用している企業等も多いことも見受けられ、現状の施設だけではニーズを満たしきれない傾向も見受けられます。



※未回答分除く

§3. 既存施設の利用目的（第2回調査より）



● 市内、市外問わず、食事を伴う利用の割合が比較的高くなっています。

● 約半数が「会議等と懇親会を併せて実施する」と回答しており、ホールや会議室の利用と共に飲食サービスの提供が可能な施設の需要が高いと言えます。

§4. エリア別の宴会場・ホール・会議室の年間利用回数

● 第1回調査

年間開催件数	岡崎市内		名古屋市		その他の地区		全体	
	回答数	開催回数	回答数	開催回数	回答数	開催回数	回答数	開催回数
年1回未満	0	0.0	0	0.0	1	0.4	1	0.4
年1～2回未満	20	23.5	5	5.0	7	8.0	32	36.5
年2～3回未満	10	20.0	6	12.0	5	10.5	21	42.5
年3～5回未満	7	22.0	1	3.0	5	17.0	13	42.0
年5～10回未満	5	27.5	2	10.0	2	10.0	9	47.5
年10回以上	9	345.0	6	100.0	3	50.0	18	495.0
合計	51	438.0	20	130.0	23	95.9	94	663.9

● 第2回調査

年間開催件数 (カウント数)	岡崎市内		三河エリア (岡崎市除く)		名古屋市		全体	
	回答数	開催回数	回答数	開催回数	回答数	開催回数	回答数	開催回数
年1回未満 (1回)	1	1	4	4	7	7	12	12
年1～3回 (2回)	28	56	8	16	4	8	40	80
年4～6回 (5回)	9	45	1	5	0	0	10	50
年7回以上 (7回)	14	98	6	42	3	21	23	161
合計	52	200	19	67	14	36	85	303

※年間開催件数の回答の選択肢は、回数の幅があるため中間値をカウントする数としています。7回以上については7回としてカウントしています。

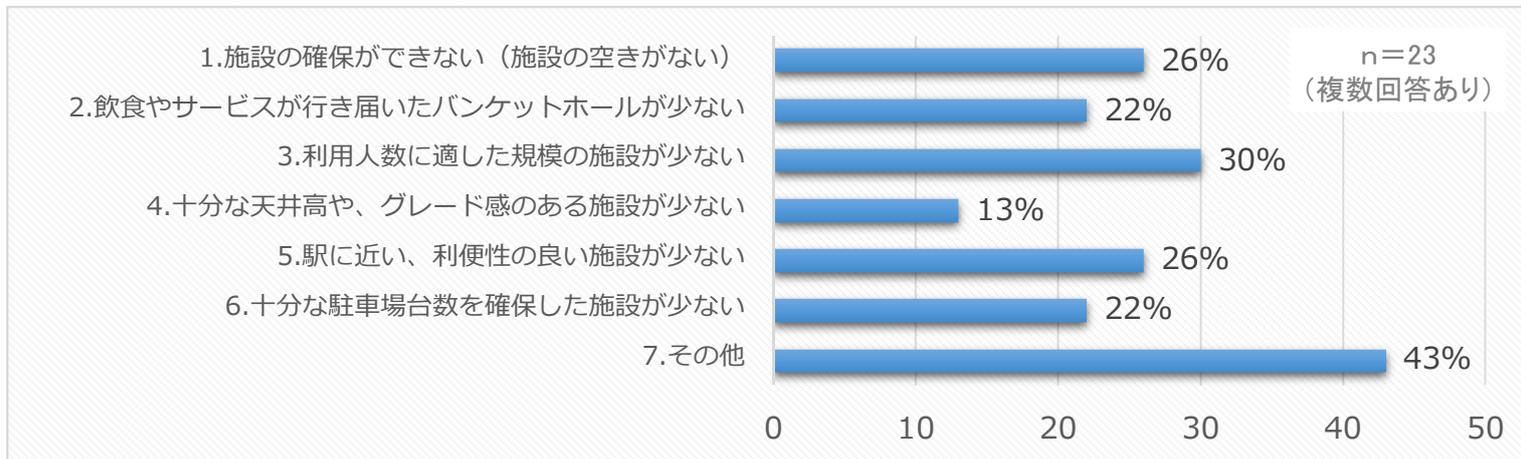
- 第1回調査と第2回調査ともに、全体の60%超は市内施設で開催されています。
- 第1回の調査では、市内施設を年10回以上利用している企業等が9社ありました。
- 第2回調査では、年7回以上の利用はすべて7回としてカウントしています。よって、**概ね100人超の市内企業等58社の回答結果からは、市内で年間200回を超える催事・行事、または、市外で年間100回を超える催事・行事を行っていることが分かります。**

§5.1 1回あたりの参加人数について (第2回調査より)

1回あたりの 参加人数	岡崎市内		三河エリア (岡崎市除く)		名古屋市		全体	
	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)	回答数	割合 (%)
50名未満	11	20	6	33	3	23	20	23
50～100名未満	28	50	6	33	5	38	39	45
100～300名未満	12	21	5	28	1	8	18	21
300名以上	5	9	1	6	4	31	10	11
合計	56	100	18	100	13	100	87	100

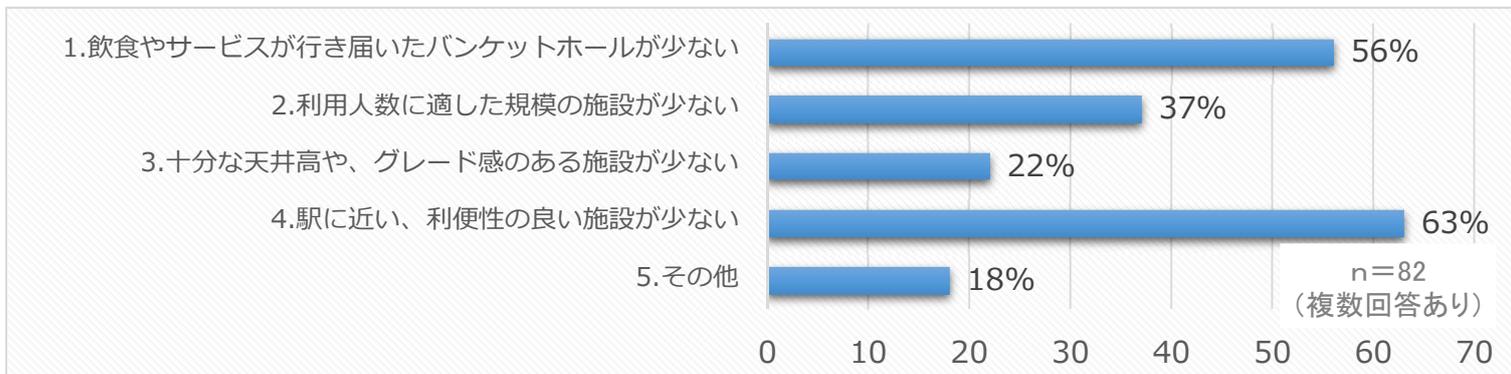
- 1回あたりの参加人数は各エリアともに「50～100名未満」という回答が最も多くなっています。
- 名古屋市での利用は「300名以上」が30%を超えており、他のエリアと比較すると大人数での利用割合が高く大規模で好立地の施設を多く有する名古屋市に需要が流出している可能性があります。
- 岡崎市内及び三河エリア（岡崎市除く）の利用においては、参加人数の規模に大きな差が見られないことから、施設の規模以外の要因によって市外の施設が利用されていることが推測されます。
- 全体では「300名未満」までの割合が約90%を占めていることから**市内の企業等がコンベンション施設で実施する催事・行事は、300人までを想定したものが主流になっていると考えられます。**

§ 6. 市外の施設を利用している理由（第2回調査より）



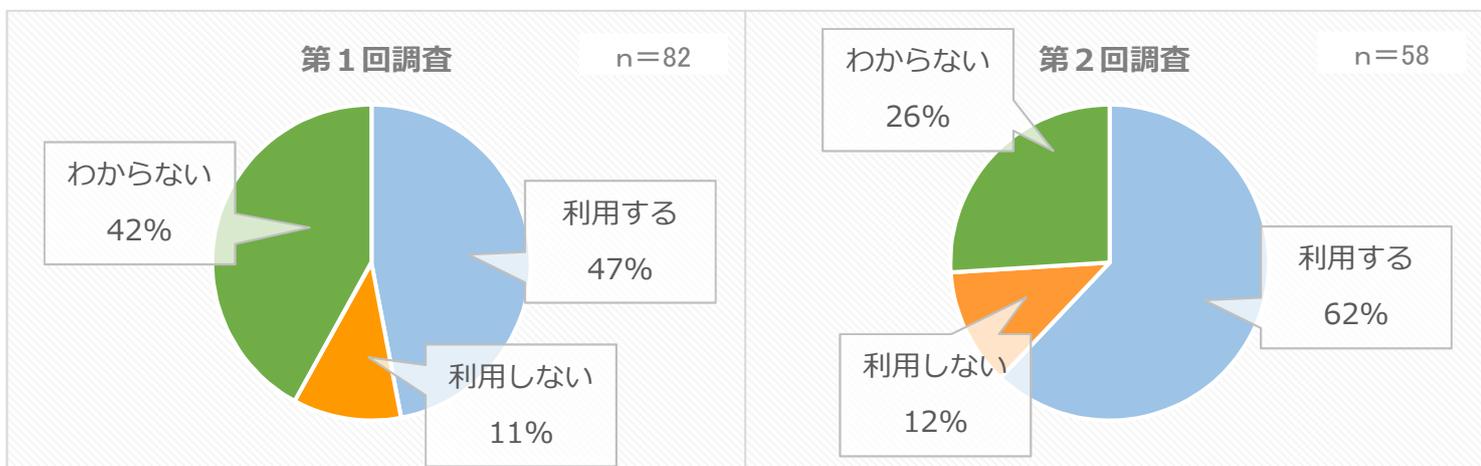
- 市外の施設を利用している23社中14社が複数の理由を挙げています。
- 「施設の確保ができない(施設の空きがない)」と回答した6社はすべて2～6の理由も同時に挙げています。
- **市内には、企業等の求める規模・機能・利便性等を持ち合わせた施設が不足していることが市外流出の一因となっていると考えられます。**

§ 7. 市内施設の利用にあたっての課題（第1回調査より）



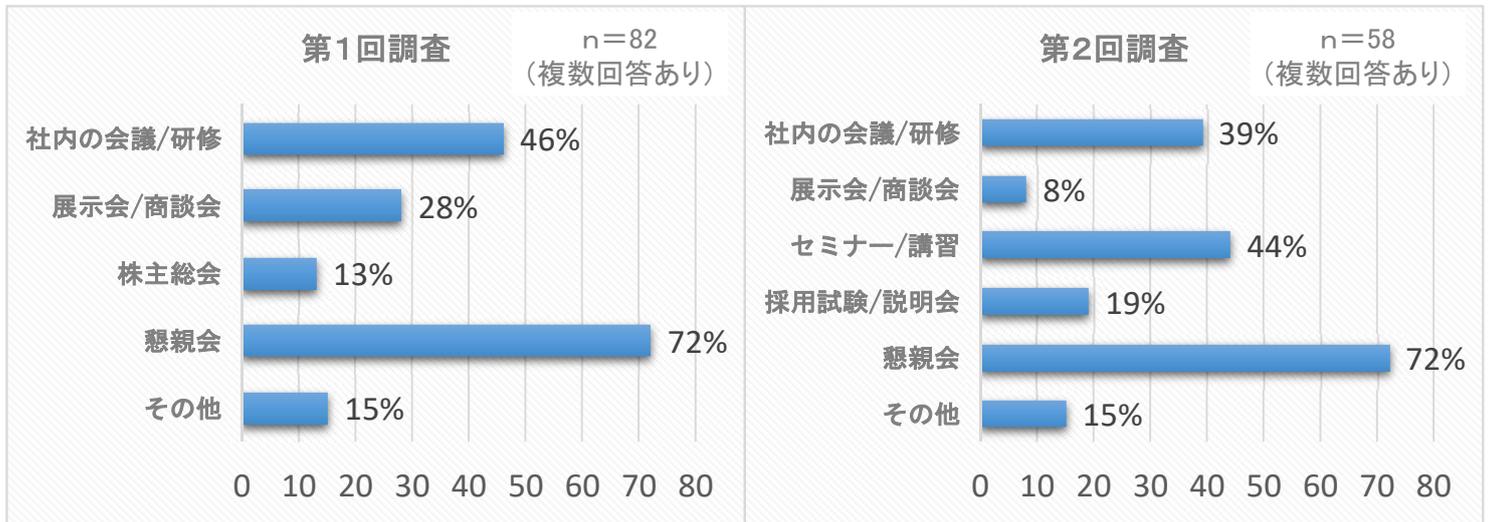
- 市内施設の利用にあたっては、82社中76社が課題があると回答しており、そのうち44社が複数の理由を挙げています。
- **企業等の求める規模・機能・利便性等を持ち合わせた施設が市内に不足していると思う企業等が多いことが分かります。**

§ 8. 新施設の利用意向



- 新施設の利用意向は第1回調査では「利用する」が47%であったものが、第2回調査では62%へと上昇しています。
- 一方、「利用しない」は第1回調査と第2回調査も変化がありません。この中には、「事業者所有の施設がある」や「岡崎市以外に本拠がある」など特有の理由が見られるため、新施設の需要には関連性が低いと考えられます。

§9.新施設の利用目的について



- 新施設の利用目的は第1回、第2回の調査も共に「懇親会」が最も多く、**飲食を伴う利用ニーズが高い**ことが分かります。
- 次いで「社内の会議/研修」や「セミナー/講習」の利用も多いことから、日中利用も一定程度見込めるものと考えます。

§10.新施設の想定利用回数

年間開催件数	既存施設の利用状況						全体	
	市内のみ		市内・市外		市外のみ			
	回答数	開催回数	回答数	開催回数	回答数	開催回数	回答数	開催回数
年1～2回未満	3	3.5	3	4.0			6	7.5
年2～3回未満	4	8.5	4	9.0	1	2.0	9	19.5
年3～5回未満	10	34.0	4	14.0			14	48.0
年5～10回未満	1	6.0	1	9.0			2	15.0
年10回以上	3	96.0	1	45.0			4	141.0
合計	21	148.0	13	81.0	1	2.0	35	231.0

- 新施設の想定利用回数は年231回となっており、平均で年6.6回と、新施設への期待の高さが表れています。
- ただし、アンケート調査においては、施設の具体的な規模や利用料等を示していないことから、実際には、企業等の多くがそれらを考慮した上で利用を判断することが想定されます。

～まとめ～

- ① 市内には企業等が求める規模・機能・利便性等を持ち合わせたコンベンション施設が不足しており、企業等の催事・行事が市外に流出する一つの要因となっていると考えられます。
- ② 企業等の催事・行事の1回あたりの参加者数を見ると、300名までの割合が全体の約90%を占めていることから、企業等がコンベンション施設を利用して実施する催事や行事は概ね300人までを想定したものであると考えられます。一方で、既存施設の規模や機能に合わせて、企業等が催事・行事の規模を縮小して開催している可能性もあります。
- ③ 300人程度の催事・行事が実施可能な市内の施設は、竜美丘会館「ホール (672㎡/1,008人)」や、一部の民間施設に限られ、かつ、これらの施設で300人規模の会議等と懇親会を併せて(連続して)実施する場合は会場の模様替えが必要となるなど、利用ニーズによっては運営面に課題が見られます。

以上の結果から、**新たなコンベンション施設には、利用者ニーズが高いにも関わらず市内の既存施設では対応が難しい「これまでになかった機能や価値」が求められます。**

加えて、施設の日常使いを意識した上で、100人～300人程度の来場者を主なターゲットとして、受付⇒全体会議⇒分科会⇒再び全体会議⇒懇親会、あるいは、受付⇒全体会議⇒懇親会などの一連の活動が円滑に実施できる機能が必要となります。

立地・施設・設備・サービスなどのあらゆる側面から「これまでになかった機能や価値」を地域に提供することで、新たな需要の喚起や、既存の需要をより質の高いものへ導くことが期待できます。