

## Ⅱ コロナ禍が観光に及ぼす影響

### 1. 区内観光関連事業者の現状把握

令和3年11月から12月まで、区内の観光関連団体並びに観光関連事業者に対して、意見交換会、ヒアリング、アンケートを実施した。

#### 回答数

種別	件数
事業者数	124
観光関連団体	7
学識経験者	1

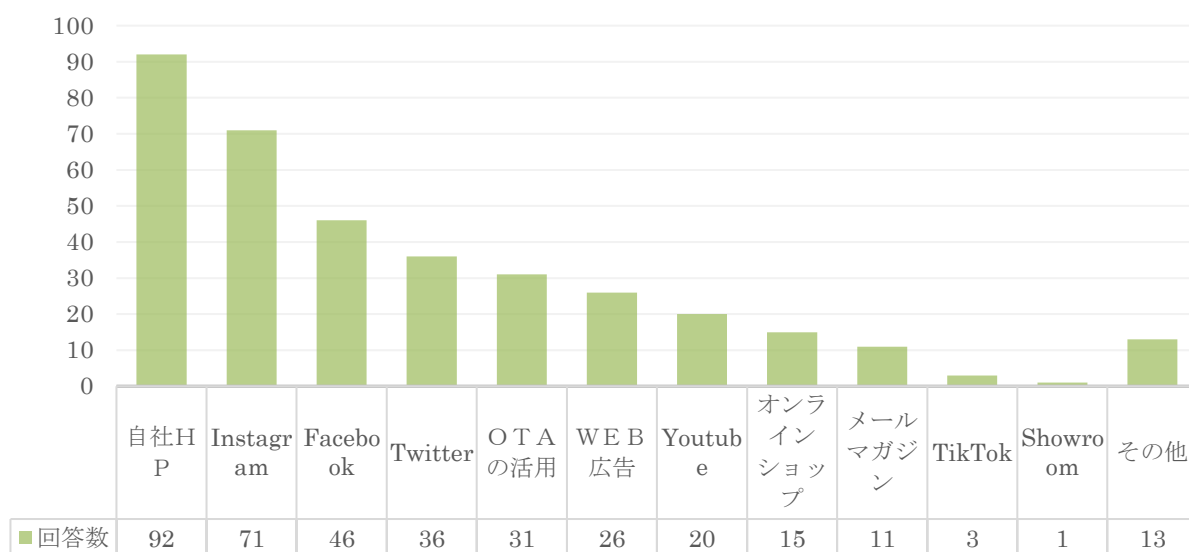
#### 業種

業種	回答件数
製造	11
卸・小売	48
サービス・体験	14
飲食	21
宿泊	26
その他	16

※複数の事業を展開する事業者が含まれるため、事業者数とは一致しない。

## 2. アンケート結果(事業者)

Q1 顧客獲得、売上アップ、認知向上のために取り組んでいることがあればお選びください(複数回答可)



「その他」の内容(自由記述)

- ・通信販売の拡張
- ・所属商店街の情報発信、地元商店会との協力
- ・ポスティング、ダイレクトメール
- ・自社オークション開催

自社HP、InstagramなどのSNSを利用している事業者が多い。また、自社オークションの開催や通信販売の拡張など、厳しい状況下でも工夫した取り組みを行っている事業者も見られる。

Q2 【異業種連携について】異業種で連携した取り組みをされていればお答えください  
(自由記述)

Q2-1) 連携をしている事業者の業種をお答えください

Q2-2) 連携内容を具体的にご記入ください。

Q2-3) 機会があれば商談をしてみたい業種・企業はありますか？

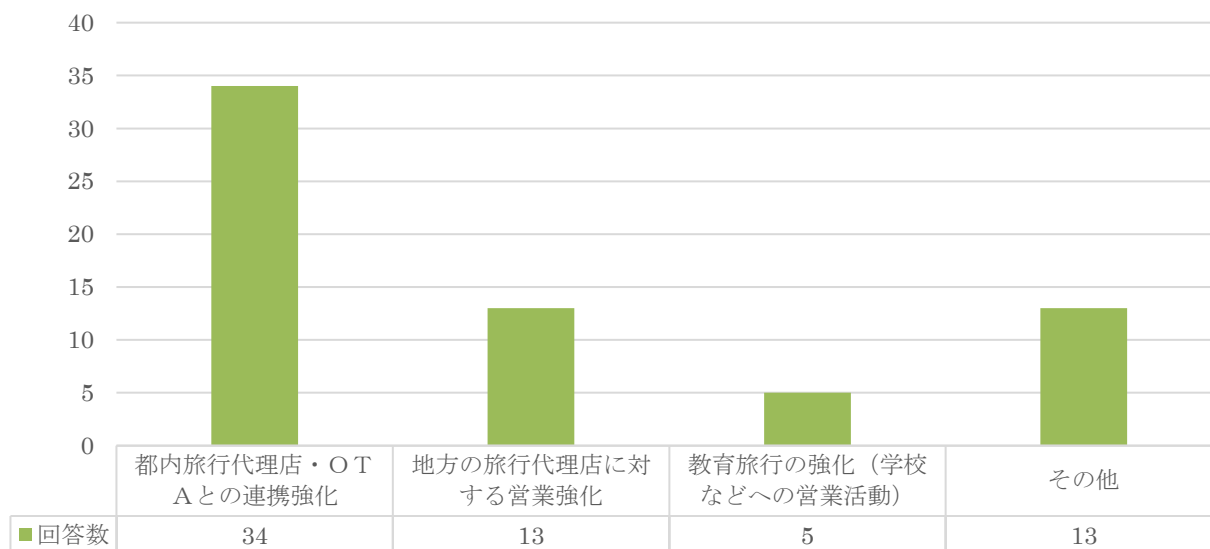
〈一部抜粋〉

回答率 24.19%(30/124 件)

サービス・体験	
人力車	A2-1) 宿泊施設、アミューズメント施設、OTA A2-2) セットプラン、OTAでの販売 A2-3) 飲食店、服飾メーカー、食品メーカー、旅行会社、印刷会社
着物 レンタル	A2-1) 人力車、飲食店 A2-2) 相互の集客案内、ショップカードの設置 A2-3) ホテル、他の体験・サービス業
製造	
伝統工芸	A2-1) 旅行会社 A2-2) 日帰りツアー A2-3) 観光業種
伝統工芸	A2-1) 商業施設、ホテル、旅行会社 A2-2) プラン増設 A2-3) 海外の学校、日本語学校
宿泊	
ホテル	A2-1) 飲食 A2-2) クーポン利用の連携、宿泊パック、飲食店の出前サービス A2-3) 新たな飲食店
卸・小売	
商業施設	A2-1) 人力車 A2-2) 福袋等の企画 A2-3) 地元菓子店、行政

連携をしている2割強の事業者が、すでに多岐にわたる異業種との連携をしている。連携内容はセットプランや相互紹介といった内容がよく見られる。機会があれば商談をしてみたい業種・企業については、アパレルメーカーや公共交通等の固定店舗を持たない業種への希望も見られる。

Q3 国内旅行者の獲得強化について取り組まれていることがあればお答え下さい。(複数回答可)

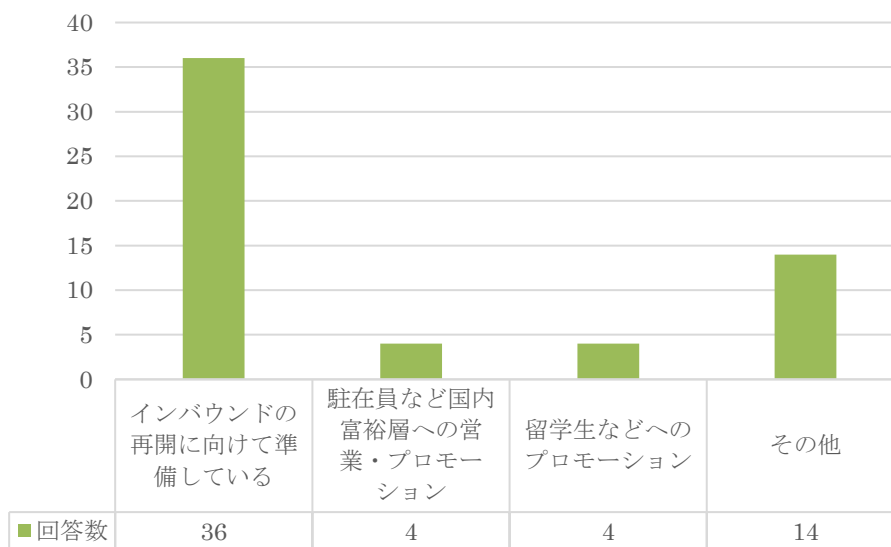


「その他」の内容

- ・ SNSでの情報発信
- ・ HPや掲示内物を日本語仕様に変更
- ・ アニメやコスプレのファン向け企画への参加

インバウンド向けから日本人対応への変更や、アニメコンテンツやコスプレなどの未開拓の客層に向けた企画の参加など、新たな分野での顧客獲得に向けた取り組みをしている事業者の存在が伺える。

Q4 外国人観光客の獲得に向けて取り組んでいることがあればお答えください(複数回答可)



「インバウンドの再開に向けて準備している」の内容(自由記述)

- ・ 人員確保、技能実習生の受入れ営業、外国語スタッフの拡充
- ・ 表示方法、案内ツール制作、メニューやHPの多言語化
- ・ 免税カウンター設置・免税システム電子化
- ・ Facebook外国人コミュニティに投稿、海外有名インフルエンサーとのコラボ
- ・ ホテルのコンシェルジュへのカタログ配布
- ・ 海外OTAの予約数確保のためのシステム構築

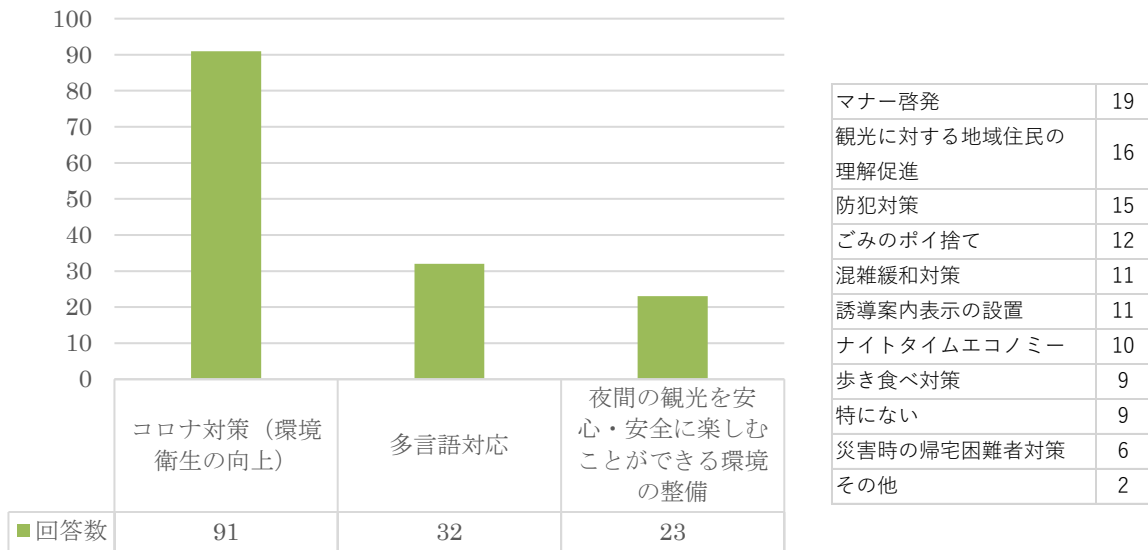
「その他」の内容(自由記述)

- ・ キャッシュレス決済対応
- ・ WEBで海外に直販することで認知度向上を図る
- ・ 専門学校との連携

免税システムの電子化の導入、免税カウンターの設置、外国語メニューの充実、HPの多言語化、外国語スタッフの拡充など、プロモーションよりも、インバウンドの再開に向けた受入準備をしている事業者が多い。

ほとんどの事業者がアフターコロナのインバウンド回復を見据えている一方、駐在員や留学生などの長期滞在者の消費に期待をしている事業者も1割強の割合で見られる。

Q5 観光客の回復期に向けて貴社(または貴社が所属する団体等)で取り組んでいる、もしくは取り組みたいと思う観光課題がありましたらお答えください。(複数回答可)

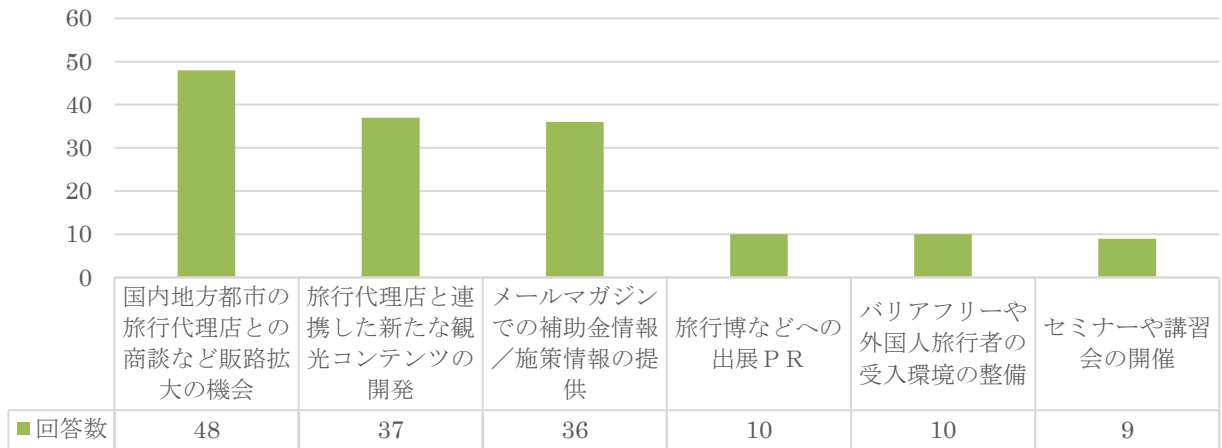


「その他」の内容(自由記述)

- ・ 海外への情報発信
- ・ デジタル化、高速Wifi完備
- ・ SDGs推進

コロナ対策に次いで多言語対応が挙げられていることから、インバウンド回復が念頭にあることが伺える。一方、夜間の観光を安心・安全に楽しむことができる環境の整備やマナー啓発など、外国人観光客だけでなく日本人観光客にも当てはまる取り組みが課題として見られる。

Q6 (観光振興)行政に期待する支援策をお選びください(複数回答可)



「セミナーや講習会の開催」において希望するテーマ(自由記述)

- ・観光先進国(フランスやシンガポール等)におけるアフターコロナ対策の実例共有
- ・SNSやフライヤー等のPR方法
- ・海外越境EC戦略(中国を主対象)
- ・客・従業員・住民を罹患させないための講習会

上位の「国内地方都市の旅行代理店との商談など販路拡大の機会」や「旅行代理店と連携した新たな観光コンテンツの開発」は、行政では支援することが難しかった内容である。コロナによる状況の変化により、これまでとは異なる支援が行政に求められている。

### 3. ヒアリング結果(観光関連団体・学識経験者)

#### 【コロナ禍での取り組み及び今後取り組みたいこと】

- ・ 国内観光客をターゲットに、歴史や名所旧跡など、新たな観光資源の磨き上げ
- ・ イベント開催時の出演者の抗原検査、来場者のワクチン接種証明確認の徹底
- ・ 「オンライン盆踊り」のユーチューブでの配信
- ・ 旅行代理店と連携した吉原ツアー
- ・ オンラインツアー(芸者さんと歩くまち歩き)の実施
- ・ アパレル業界と連携し、若者を対象とした「新しい着物のコーディネート」の提案
- ・ インバウンドから国内観光客へのシフト。若者向けに、宿泊施設のホームページをリニューアル。パンフレットを各都道府県に発送して国内観光市場を開拓
- ・ デジタルスタンプラリー

#### 【区に対する要望】

- ・ 「インバウンドを対象とした物販店」の在庫解消支援
- ・ イベント実施に際しての台東区独自の方針の策定
- ・ 学生や若い人たちの活用
- ・ 伝統芸能支援、文化支援



#### 4. コロナ禍によって変化した旅行者ニーズ

コロナ禍における、日本人旅行者の観光ニーズの変化に関しては、複数のシンクタンクが調査報告を行っているほか、令和4年度修正の台東区長期総合計画でも本区来訪者に対する独自のアンケート調査を実施した。

コロナ禍における観光ニーズは、感染拡大状況の変化、国の観光振興施策、新たな治療法の開発等により変化することが想定されるため、常に最新の調査結果に基づいて施策を柔軟に変更させることが重要である。

##### 【民間シンクタンクによる調査報告／抜粋】

###### ○ 混雑回避 (\*2)

2021年5月に実施された調査によると「今後の旅行先選択や旅行行動」については「変化する」との回答が8割を超えた。旅行の計画や旅行先での行動について、今後の旅行で意識することは、「混雑場所の回避」、「混雑日・時期・季節の回避」、「混雑時間の回避」、「混雑状況の事前確認」など密を避ける行動が上位となっている。

###### ○ 旅行の行先の変化 (\*3)

2021年11月に実施された「旅行の行先」について県内隣県と遠方とを比較する調査によると、2021年-2022年の冬季(年末年始を除く)までは「県内または近隣県へ」を希望している割合が約2倍を示し、その後も2022年夏までは優勢が続く。逆転が起きるのは2022年秋以降と見て取ることができる。

###### ○ 宿泊施設等の感染対策 (\*4)

「今後の国内宿泊旅行で希望すること」に対しては「人の多いところは避けたい」、「感染症対策を十分にしているところを選びたい」が過去の調査(2020年5月から2021年11月まで)においても、一貫して上位を占めている。

###### ○ 宿泊施設に要望すること (\*5)

2021年11月に実施された「宿泊施設について求める条件」に対しては、「従業員がマスク・消毒を徹底して行っている」、「部屋の備品(TVのリモコンや充電器など)までチェックイン前に消毒がされている」、「個室での食事」、「従業員に検温を行っている」、「従業員の安全対策が、施策内・HPに掲載され、徹底している」と続いた。

## ○ ひとり旅の増加 (\*6)

2020年12月に実施された「これからの旅は主に誰と行きたいですか？」という調査に対しては、「ひとり旅」、「友人との旅」、「配偶者・恋人とのふたり旅」、「家族旅」、「親子旅」の順となり、ひとり旅の回答が6割を超えた。

(\*2) 公益財団法人日本交通公社による「新型コロナウイルス感染症下の日本人旅行者の動向(その15)」

(\*3) (\*4) (\*5) 株式会社リクルート「じゃらんりサーチセンター」による「新型コロナウイルス感染症の旅行市場への影響」第7回調査報告書、第10回調査報告書

(\*6) 旅メディア「ことりっぴ」「あたらしい旅のカタチ」をテーマにしたインターネット読者調査

## 【台東区長期総合計画修正のための基礎調査・来訪者アンケート】

### ○ 台東区を訪れる上での不安や心配事

2021年10・11月に実施された調査における「今後、区を訪れる上での不安や心配事」という質問に対しては「観光地やイベント会場での人の混雑」が約4割で最も多く、次いで「観光客のマナー」が約3割となっている。また、「特にない」が約3割となっている。シンクタンクの調査報告同様に、本区に来訪者に関しても、混雑を避ける傾向が見られる。

### ○ 今後も観光で台東区を訪れたいか

2021年10・11月に実施された調査における「今後も観光で台東区を訪れたいか」という質問に対しては「機会があれば訪れたい」が約5割、「ぜひ訪れたい」の約4割と合わせて、約9割が今後も観光で来訪することを希望しており、コロナ禍においても根強い需要があることがわかる。