資料3

事業者調査の概要とビジョンへの反映

1　調査の概要

項目	内容
目的	区内事業者の観光との関わり、受入環境、地域への貢献、災害への備えの実態と意向を把握する
対象	観光と関わりの深い4業種 （小売業、飲食サービス業、宿泊業、娯楽業）の5,523事業所
方法	地区と業種ごとに3,256事業所を選び[1]、はがきで依頼してウェブで回答を得た（9月1日発送）
回収	410件（回収率14.0%。宛先不明等を除く2,937通に対する割合。 10月13日回収終了）
数値の性格	確定値（地区と業種ごとの抽出率と回収率の差を補正した集計。 補正前の値との差は最大2ポイント）

2　主な結果

（1）観光との関わり

・観光客を主要な顧客と位置づける事業者は約3割で、宿泊業では8割を超える一方、飲食サービス業では約2割です。地元客や常連客を重視する事業者は約4割を占めています。

（2）地域への貢献と区の支援

・店舗の前や周辺の清掃は7割超の事業者が実施していますが、観光マナーの周知に協力している事業者は約2割にとどまり、「取り組みたいが未着手」が約4割です。

・未着手の事業者の約8割は、区が提供する観光マナーの啓発物品を知りませんでした。行政に求める支援の筆頭は、啓発物品の提供（6割超）です。

・食の認証の取得に関する区の助成制度を知らない事業者は74.9%です。

---

[1] 地区と業種ごとに抽出する方法（層化抽出）。小売業と飲食サービス業は半数を抽出し（一部の地区は全数）、宿泊業と娯楽業は全数とした。

（3）観光客への対応と災害への備え

・観光客への対応で課題に感じることの筆頭は「接客時の語学対応に不安」（47.5%）です。外国人観光客から食事に関する問い合わせを受けた事業者は62.3%です。

・事業継続計画（BCP）を策定している事業者は1割に満たず、区に望む支援は、多言語の避難・防災案内のひな形（約5割）が上位です。

（4）事業者間の交流

・これまで接点のなかった事業者と交流している事業者は10.1%です。「興味はあるが未実施」は37.8%、「興味がない」は52.2%で、行えていない理由の筆頭は「本業が忙しく人手・時間がない」（56.4%）です。

※　出典：台東区観光関連事業者等調査

3　中間まとめ案への反映

調査の結果	反映した箇所	反映の内容
調査の結果全体	2-6（4）	「観光関連事業者の意識」として、事業者の状況に記載しました
観光との関わり	2-6（4）	観光客を主要な顧客と位置づける事業者の割合（約3割）を、事業者の状況に記載しました
事業者間の交流	第5章 （目標指標⑥）	これまで接点のなかった事業者と交流している事業者の割合（10.1%）を、目標指標の現状値としました
清掃・マナー周知への協力	2-6（4）	観光マナーの周知に協力している事業者が約2割にとどまり、「取り組みたいが未着手」が約4割であることを記載しました
区の支援策の認知	2-6（4）	啓発物品や助成制度が事業者に知られていない状況を記載しました
来訪者の取込みの意向	2-6（4）	インバウンドの受入れに前向きな事業者が6割強である一方、飲食サービス業の4割強は積極的な受入れを考えていないことを記載しました
観光客への対応、災害への備え	2-6（4）	語学対応、食事の問い合わせ、事業継続計画の状況を記載しました

※　箇所は、中間まとめ案の章、節及び基本方針を示します。