

訪日外国人観光客を対象とした商品マーケティング調査について

1 インバウンド市場・観光市場が学べるセミナー・交流イベントの実施

商品マーケティング調査に先立ち、区内中小事業者を対象に、インバウンド市場・観光市場を学べるセミナー・交流イベントを実施した。

名称 : 観光×産業交流 EXP0
日時 : 令和 7 年 8 月 1 日 (金) 15 時～18 時
会場 : 区役所 10 階 1001・1002 会議室
参加者 : 80 事業者 130 名
内容 : セミナー、区内事業者の商品展示、名刺交換会、補助金相談会
共催 : 公益財団法人東京観光財団、公益財団法人台東区産業振興事業団

セミナータイトル	講師
マーケティングの基礎 「差別化と商品力を高めるヒント」	・ 中小企業診断士
インバウンド対応の基礎 免税制度改正	・ 産業振興事業団 ・ システム開発企業
ワークショップを活用したファンづくり	・ 区内製造業者
ホテルを活用したファンづくり	・ 区内宿泊事業者
訪日外国人観光客を対象とした商品マーケティング調査	・ 観光課
事業者向け支援メニューの紹介	・ 東京観光財団 ・ 東京都中小企業振興公社

・セミナーでは、「観光統計マーケティング調査」なども活用して、インバウンドの最新動向についても説明したほか、区内製造業者・宿泊事業者などにも登壇いただき、「観光×産業」の観点から、各社が行う最新の取組事例を共有した。



・会場内では、区内 32 社の商品展示を実施。ものづくりに取り組む区内中小事業者と、宿泊事業者・旅行会社・百貨店等との関係作りの後押しを行った。



2 訪日外国人観光客を対象とした商品マーケティング調査

(1) 実施概要

本区を訪れる訪日外国人観光客の消費嗜好を把握することにより、マーケティングデータの充実を図る。収集したデータは、区内中小事業者の商品開発などに役立てていただくとともに、今後の観光振興施策に活用する。

日程：令和7年10月23日（木）～11月1日（土）

場所：浅草文化観光センター7階展示スペース

調査数：約1600サンプル

調査項目：各社ごとに異なる定性調査

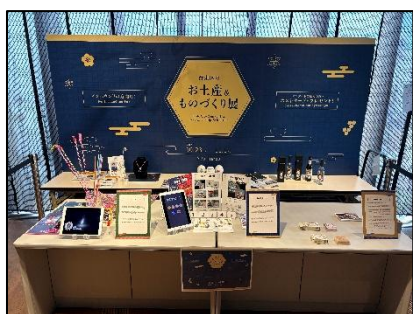
定性調査の項目決定に際しては、産業振興事業団、中小企業診断士同席のもと、全社に対して意見交換会を実施。各社の意向を踏まえ、価格・デザイン・商品の背景・SDGsに対する意識等、各社が希望する調査項目を選定。

各社内容が異なる調査票を、英語、韓国語、中国語（繁体字・簡体字）で作成した上で、調査員によるヒアリングを実施した。

(2) 参加事業者 14社 ※公募により決定

【 調査商品の内訳 】

銀器、木目込人形、組紐アクセサリ、眼鏡ホルダー、和財布、押絵、だるま、七宝焼き、日本酒瓶、飾り簪、杖、石鹼、花火、手拭



(3) 今後の予定

参加した14社に対してはレポート形式での調査報告書を提供する。

令和8年2月には、区内事業者を対象としたオンラインセミナーを実施予定。本セミナーを通じて広く区内事業者に知見の共有を図るとともに、産業振興事業団にも情報共有することで、経営相談などにも活用する。

蓄積したデータに関しては、海外プロモーション等に活用することにより、旅行の計画段階から本区での観光消費を促していく。