

「観光関連事業者景況調査（7月分）」報告書 正誤表

令和5年6月30日

該当頁	修正内容																																																																							
	誤	正																																																																						
4 頁	<p>(4) 前月と比べた景況感に影響を与えた「自施設の取組み」と「外部要因」</p> <p>①景況感に影響を与えた「自施設の取組み」</p> <ul style="list-style-type: none"> 景況感に影響を与えた自施設の取組みとして、“プラスの影響”が大きかったのは、「イベント、キャンペーン等の実施」(27.5%)、「広報・プロモーションの強化」(22.7%)、「新たな商品・サービスの提供」(20.6%)だった。 一方、「商品・サービスの値上げ」や「平時と比べた営業時間の短縮」は“マイナスの影響”が“プラスの影響”を上回った。 <p>前月と比べた当月の景況感に影響を与えた「自施設の取組み」</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>取組み</th> <th>プラスの影響</th> <th>影響なし</th> <th>マイナスの影響</th> <th>実施していない</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>新たな商品・サービスの提供</td> <td>20.6</td> <td>24.3</td> <td>1.4</td> <td>54.5</td> </tr> <tr> <td>イベント、キャンペーン等の実施</td> <td>27.5</td> <td>16.4</td> <td>6.9</td> <td>52.9</td> </tr> <tr> <td>広報・プロモーションの強化</td> <td>22.7</td> <td>21.6</td> <td>1.3</td> <td>55.1</td> </tr> <tr> <td>商品・サービスの値上げ</td> <td>10.1</td> <td>32.5</td> <td>16.7</td> <td>48.9</td> </tr> <tr> <td>調達方法等の見直しによるコスト削減</td> <td>13.1</td> <td>32.8</td> <td>7.4</td> <td>50.4</td> </tr> <tr> <td>平時と比べた営業時間の短縮</td> <td>4.6</td> <td>49.0</td> <td>11.3</td> <td>39.6</td> </tr> </tbody> </table>	取組み	プラスの影響	影響なし	マイナスの影響	実施していない	新たな商品・サービスの提供	20.6	24.3	1.4	54.5	イベント、キャンペーン等の実施	27.5	16.4	6.9	52.9	広報・プロモーションの強化	22.7	21.6	1.3	55.1	商品・サービスの値上げ	10.1	32.5	16.7	48.9	調達方法等の見直しによるコスト削減	13.1	32.8	7.4	50.4	平時と比べた営業時間の短縮	4.6	49.0	11.3	39.6	<p>(4) 前月と比べた景況感に影響を与えた「自施設の取組み」と「外部要因」</p> <p>①景況感に影響を与えた「自施設の取組み」</p> <ul style="list-style-type: none"> 景況感に影響を与えた自施設の取組みとして、“プラスの影響”が大きかったのは、「イベント、キャンペーン等の実施」(30.9%)、「広報・プロモーションの強化」(27.9%)、「新たな商品・サービスの提供」(24.6%)だった。 一方、「平時と比べた営業時間の短縮」は“マイナスの影響”が“プラスの影響”を上回った。 <p>前月と比べた当月の景況感に影響を与えた「自施設の取組み」</p> <table border="1"> <thead> <tr> <th>取組み</th> <th>プラスの影響</th> <th>影響なし</th> <th>マイナスの影響</th> <th>実施していない</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>新たな商品・サービスの提供</td> <td>24.6</td> <td>29.1</td> <td>0.7</td> <td>45.5</td> </tr> <tr> <td>イベント、キャンペーン等の実施</td> <td>30.9</td> <td>18.4</td> <td>3.7</td> <td>47.1</td> </tr> <tr> <td>広報・プロモーションの強化</td> <td>27.9</td> <td>26.5</td> <td>0.7</td> <td>44.9</td> </tr> <tr> <td>商品・サービスの値上げ</td> <td>9.6</td> <td>31.1</td> <td>8.1</td> <td>51.1</td> </tr> <tr> <td>調達方法等の見直しによるコスト削減</td> <td>13.3</td> <td>33.3</td> <td>3.7</td> <td>49.6</td> </tr> <tr> <td>平時と比べた営業時間の短縮</td> <td>3.0</td> <td>32.1</td> <td>4.5</td> <td>60.4</td> </tr> </tbody> </table>	取組み	プラスの影響	影響なし	マイナスの影響	実施していない	新たな商品・サービスの提供	24.6	29.1	0.7	45.5	イベント、キャンペーン等の実施	30.9	18.4	3.7	47.1	広報・プロモーションの強化	27.9	26.5	0.7	44.9	商品・サービスの値上げ	9.6	31.1	8.1	51.1	調達方法等の見直しによるコスト削減	13.3	33.3	3.7	49.6	平時と比べた営業時間の短縮	3.0	32.1	4.5	60.4
	取組み	プラスの影響	影響なし	マイナスの影響	実施していない																																																																			
新たな商品・サービスの提供	20.6	24.3	1.4	54.5																																																																				
イベント、キャンペーン等の実施	27.5	16.4	6.9	52.9																																																																				
広報・プロモーションの強化	22.7	21.6	1.3	55.1																																																																				
商品・サービスの値上げ	10.1	32.5	16.7	48.9																																																																				
調達方法等の見直しによるコスト削減	13.1	32.8	7.4	50.4																																																																				
平時と比べた営業時間の短縮	4.6	49.0	11.3	39.6																																																																				
取組み	プラスの影響	影響なし	マイナスの影響	実施していない																																																																				
新たな商品・サービスの提供	24.6	29.1	0.7	45.5																																																																				
イベント、キャンペーン等の実施	30.9	18.4	3.7	47.1																																																																				
広報・プロモーションの強化	27.9	26.5	0.7	44.9																																																																				
商品・サービスの値上げ	9.6	31.1	8.1	51.1																																																																				
調達方法等の見直しによるコスト削減	13.3	33.3	3.7	49.6																																																																				
平時と比べた営業時間の短縮	3.0	32.1	4.5	60.4																																																																				