

「観光関連事業者景況調査（2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"> <li>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”が大きかった項目は、「広報・プロモーションの強化」(22.6%)、「新たな商品・サービスの提供」(22.2%)、「イベント、キャンペーン等の実施」(19.6%) だった。</li> <li>“マイナスの影響”を与えた取組みとしては、「商品・サービスの値上げ」(9.1%) が多い。</li> </ul>	<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"> <li>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”が大きかった項目は、「広報・プロモーションの強化」(23.7%)、「イベント、キャンペーン等の実施」(21.5%)、「商品・サービスの値上げ」(21.4%) だった。</li> <li>“マイナスの影響”を与えた取組みとしては、「商品・サービスの値上げ」(11.5%) が多い。</li> </ul>																																																																					
	<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>22.2</td> <td>29.9</td> <td>0.9</td> <td>47.0</td> </tr> <tr> <td>イベント、キャンペーン等の実施</td> <td>19.6</td> <td>26.7</td> <td>1.4</td> <td>52.3</td> </tr> <tr> <td>広報・プロモーションの強化</td> <td>22.6</td> <td>26.3</td> <td>0.0</td> <td>51.1</td> </tr> <tr> <td>商品・サービスの値上げ</td> <td>17.0</td> <td>18.2</td> <td>9.1</td> <td>55.7</td> </tr> <tr> <td>調達方法等の見直しによるコスト削減</td> <td>16.8</td> <td>29.5</td> <td>4.8</td> <td>48.9</td> </tr> <tr> <td>平時と比べた営業時間の短縮</td> <td>13.9</td> <td>44.3</td> <td>3.8</td> <td>38.0</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	22.2	29.9	0.9	47.0	イベント、キャンペーン等の実施	19.6	26.7	1.4	52.3	広報・プロモーションの強化	22.6	26.3	0.0	51.1	商品・サービスの値上げ	17.0	18.2	9.1	55.7	調達方法等の見直しによるコスト削減	16.8	29.5	4.8	48.9	平時と比べた営業時間の短縮	13.9	44.3	3.8	38.0	<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>19.7</td> <td>26.5</td> <td>0.8</td> <td>53.0</td> </tr> <tr> <td>イベント、キャンペーン等の実施</td> <td>21.5</td> <td>29.2</td> <td>1.5</td> <td>47.7</td> </tr> <tr> <td>広報・プロモーションの強化</td> <td>23.7</td> <td>27.5</td> <td>0.0</td> <td>48.9</td> </tr> <tr> <td>商品・サービスの値上げ</td> <td>21.4</td> <td>22.9</td> <td>11.5</td> <td>44.3</td> </tr> <tr> <td>調達方法等の見直しによるコスト削減</td> <td>16.0</td> <td>28.2</td> <td>4.6</td> <td>51.1</td> </tr> <tr> <td>平時と比べた営業時間の短縮</td> <td>8.5</td> <td>27.1</td> <td>2.3</td> <td>62.0</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	19.7	26.5	0.8	53.0	イベント、キャンペーン等の実施	21.5	29.2	1.5	47.7	広報・プロモーションの強化	23.7	27.5	0.0	48.9	商品・サービスの値上げ	21.4	22.9	11.5	44.3	調達方法等の見直しによるコスト削減	16.0	28.2	4.6	51.1	平時と比べた営業時間の短縮	8.5	27.1	2.3
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	22.2	29.9	0.9	47.0																																																																			
イベント、キャンペーン等の実施	19.6	26.7	1.4	52.3																																																																			
広報・プロモーションの強化	22.6	26.3	0.0	51.1																																																																			
商品・サービスの値上げ	17.0	18.2	9.1	55.7																																																																			
調達方法等の見直しによるコスト削減	16.8	29.5	4.8	48.9																																																																			
平時と比べた営業時間の短縮	13.9	44.3	3.8	38.0																																																																			
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	19.7	26.5	0.8	53.0																																																																			
イベント、キャンペーン等の実施	21.5	29.2	1.5	47.7																																																																			
広報・プロモーションの強化	23.7	27.5	0.0	48.9																																																																			
商品・サービスの値上げ	21.4	22.9	11.5	44.3																																																																			
調達方法等の見直しによるコスト削減	16.0	28.2	4.6	51.1																																																																			
平時と比べた営業時間の短縮	8.5	27.1	2.3	62.0																																																																			





