

Destination NEXTを活用した 観光地域診断 調査報告



1. 調査概要

【概要】

- 地域の関係者（以下、ステークホルダーと言う）に対して、様々な角度から観光全般に係る意識をアンケート調査（調査項目はP3～4参照）。その結果をもとに、「観光地としての強み」や「地域の協力関係の強さ」などを他の観光地と比較し、渋谷の「立ち位置」を客観的に分析・評価（アセスメント）する。
- 調査結果から、地域のステークホルダーが①どの調査項目を重要と考えているのか ②地域の現状をどのように評価しているのか ③「重要度」と「地域の現状」のギャップがあるのはどの項目か。が分かる。
- 手法としては、Destination Nextの「Scenario Model（シナリオ・モデル）」を利用。
- アメリカで開発された調査手法であり、既に18か国、350か所以上の観光地で導入されている。（国内先行事例としては、一般社団法人秋田犬ツーリズムのみ。）

【目的】

- 東京の主要観光地としての渋谷を持続的に発展させるために必要な要素をあぶり出し、今後の戦略等に役立ててゆく。
- 持続的な観光振興を推進していくには中核的な組織が必要であり、今回の調査結果を（一財）渋谷区観光協会に還元し、今後の活動に役立てていただく。

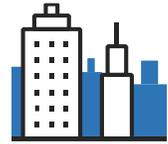
調査項目（1）

観光地の強度変数



Brand

①ブランドカ



Accommodation

②宿泊施設



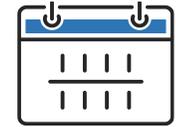
Attractions & Entertainment

③観光施設・エンタメ



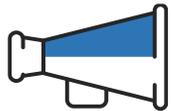
Conventions & Meeting Facilities

④会議施設



Events

⑤各種イベント



Sports & Recreation Facilities

⑥スポーツ・リクリエーション施設



Communication Infrastructure

⑦インターネット環境



Mobility & Access

⑧移動のしやすさ



Air Access

⑨空港からのアクセス



International Readiness

⑩外国人観光客の受入態勢

調査項目（2）

地域社会の連携変数



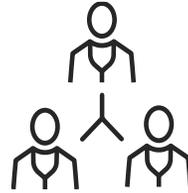
Organization Governance Model

① 組織運営・ガバナンス



Partnership Strength

② 協会との協力関係



Industry Support

③ 産業界の支持



Local Community Support

④ 地域関係者からの支持



Regional Cooperation

⑤ 事業者間の協力関係



Workforce

⑥ 地域の労働力



Hospitality Culture

⑦ おもてなし文化



Policy & Regulatory Environment

⑧ 政策及び規制の環境



Funding Support & Certainty

⑨ 確固たる財政支援

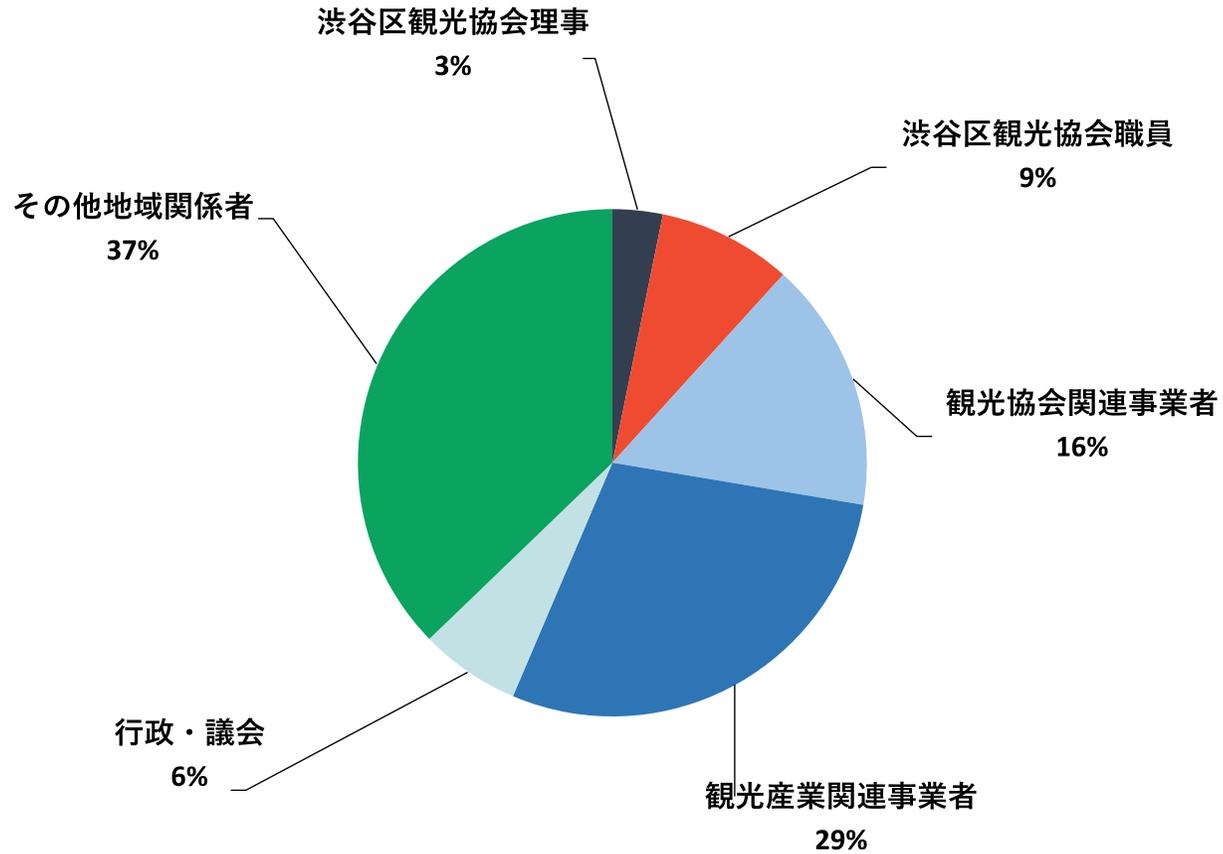


Economic Development

⑩ 経済発展

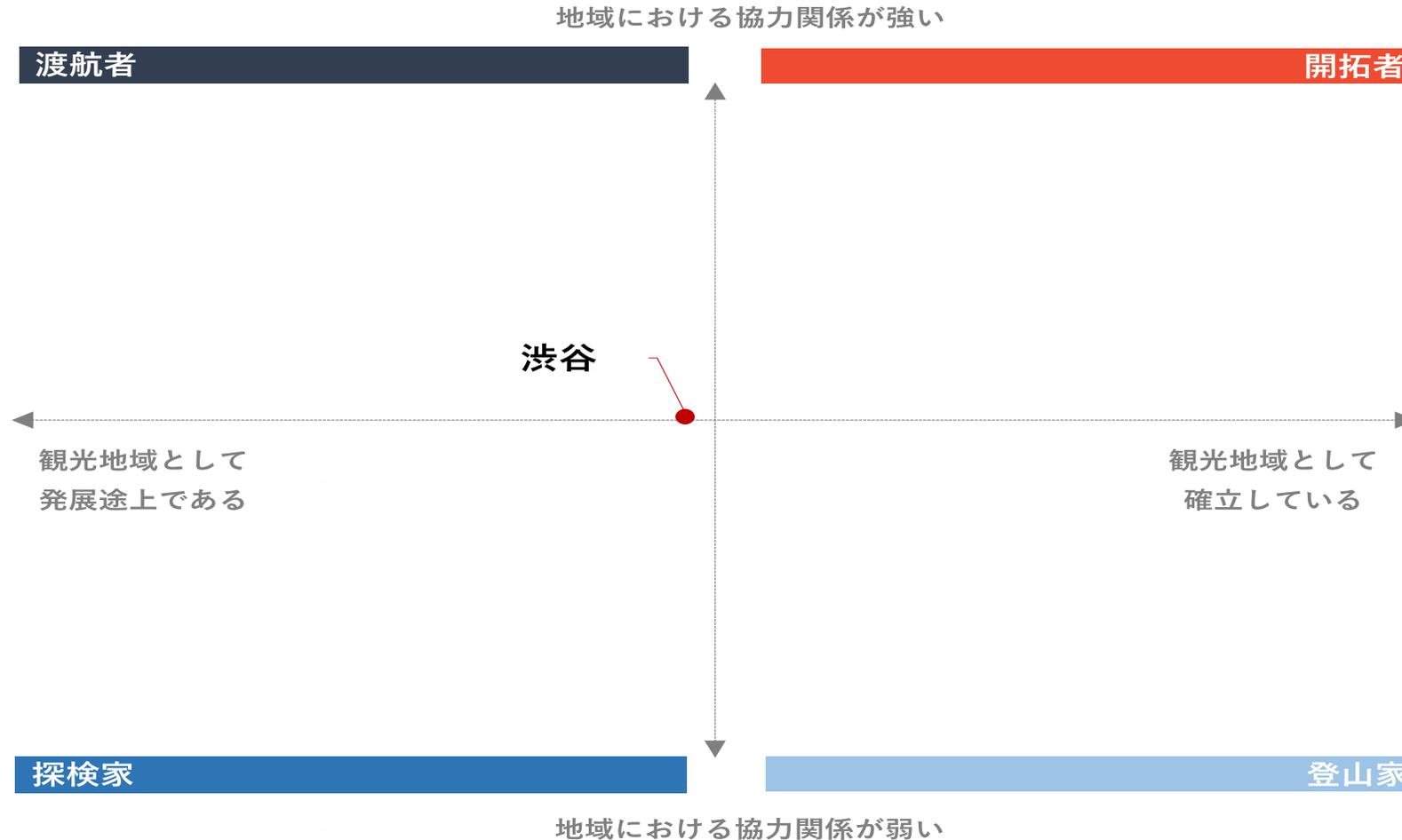
【回答者の構成】

アンケート発送数 292 有効回答数 94 (回答率32%)

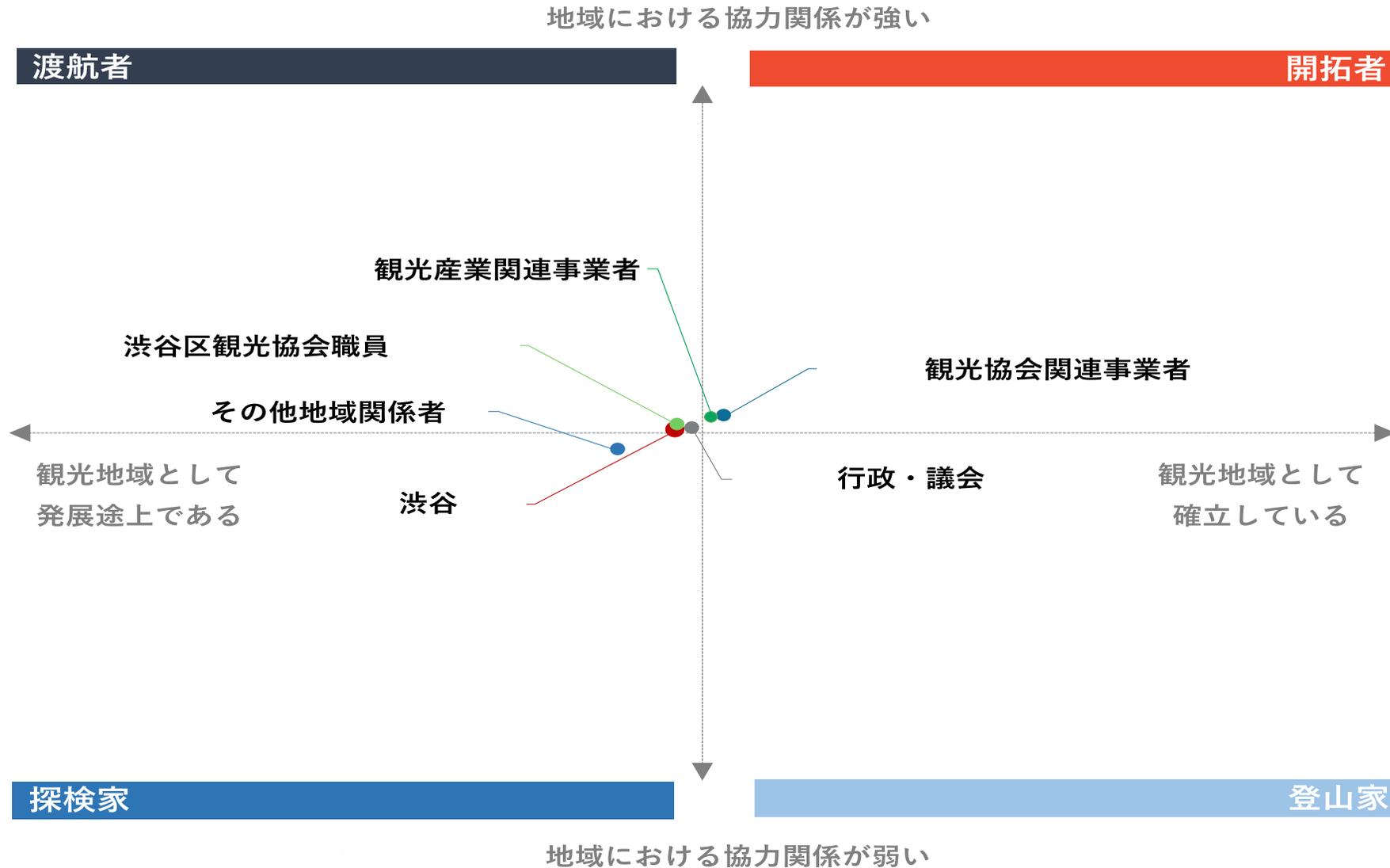


【全体的評価】

渋谷は「渡航者」にカテゴライズ。渋谷の観光地域としての強さは世界の業界平均よりもやや弱く、地域における協力関係については平均的という評価です。



【ステークホルダー別評価】



【2-1. 調査結果詳細】 観光地としての強み – 重要度と現状評価のギャップ

重要度と現状評価の間にギャップが生じている要素は、
今後の改善点となる



「観光地としての強み」の重要度
に対する意識調査

現状評価



インターネット環境

1位

6位



地域内での移動のしやすさ

2位

7位



外国人観光客の受け入れ態勢

3位

5位



交通・アクセス

4位

1位

【観光地としての強み – 評価結果】

- ・「交通・アクセス」の現状評価が他項目より上回っており首位。ステークホルダーが「渋谷の強み」と感じている点。
- ・逆に「宿泊」「会議・展示・公演会施設」が全体から見ると下回っているため、改善の余地がある。

世界の「業界平均」と渋谷のスコアの比較

変数	「観光地としての強み」の重要度 (計100%)		現状の評価スコア (5段階評価)		
	業界平均	渋谷	業界平均	渋谷	標準偏差
インターネット環境	10.0%	11.6%	3.2	3.2	0.8
地域内での移動のしやすさ	10.1%	11.4%	3.0	3.2	0.7
外国人観光客の受け入れ態勢	10.0%	11.2%	3.1	3.2	0.6
交通・アクセス	9.1%	10.7%	3.1	3.8	0.6
観光施設やその他の魅力	10.8%	10.7%	3.6	3.5	0.7
観光地としてのイメージ	10.4%	10.5%	3.5	3.6	0.5
イベント	9.8%	9.5%	3.6	3.4	0.6
宿泊	10.5%	8.6%	3.5	2.6	0.6
アウトドア・スポーツ施設	9.5%	8.4%	3.2	3.2	0.6
会議・展示・公演会施設	9.8%	7.4%	3.1	2.8	0.6

観光地域としての渋谷の強み	3.28
業界平均の行き先の強さ	3.36

シナリオ 渡航者

注釈
 緑：平均値より0.2ポイント以上高い
 黄色：平均値より0.2~0.4ポイント低い
 赤：平均値より0.4ポイント以上低い

【観光地としての強み – ステークホルダー評価結果】

ステークホルダー別では、評価に齟齬がない結果でした。

渋谷の観光・ビジネスイベントについて、ステークホルダー間で概ね共通認識が得られていることが分かりました。

現状の評価スコア
(5段階評価)

変数	渋谷	現状の評価スコア (5段階評価)					
		渋谷区観光協会理事	渋谷区観光協会職員	観光協会関連事業者	観光産業関連事業者	行政・議会	その他地域関係者
インターネット環境	3.2	3.5	2.7	3.4	3.3	3.4	3.0
地域内での移動のしやすさ	3.2	3.2	3.1	3.5	3.4	3.3	2.8
外国人観光客の受け入れ態勢	3.2	3.5	3.5	3.4	3.2	3.4	3.1
交通・アクセス	3.8	4.1	3.6	3.8	3.8	3.6	3.7
観光施設やその他の魅力	3.5	3.7	3.5	3.5	3.8	3.6	3.3
観光地としてのイメージ	3.6	3.9	3.5	3.7	3.6	3.8	3.5
イベント	3.4	3.7	3.5	3.6	3.4	3.3	3.3
宿泊	2.6	2.5	2.5	2.7	2.8	2.7	2.5
アウトドア・スポーツ施設	3.2	3.7	3.6	3.4	3.2	3.2	2.9
会議・展示・公演会施設	2.8	2.7	3.0	2.9	2.9	2.7	2.8
観光地域としての渋谷の強み							3.28
業界平均の行き先の強さ							3.36
シナリオ							渡航者

注釈
 緑：平均値より0.2ポイント以上高い
 黄色：平均値より0.2～0.4ポイント低い
 赤：平均値より0.4ポイント以上低い

【2-2. 調査結果詳細】

観光地としての強み – 現状評価

【インターネット環境】

渋谷の全ての観光スポット・レジャー施設において、携帯電話の電波状況は良好である。

3.6

渋谷の会議・展示施設には十分なWiFi環境が整備されている。

3.1

渋谷では来訪者が集まる野外・公共エリアに十分な無料WiFiが整備されている。

2.9

【地域内での移動のしやすさ】

渋谷には、来訪者がエリア内をめぐり、主要な観光スポットや観光施設へ行くのに十分な公共交通機関がある。

3.8

渋谷の道路標識や案内板、幹線道路(首都高を含む)は、羽田空港や成田空港との行き来や、渋谷エリアの繁華街、主要な観光スポット・施設を周るために利用しやすい。

3.3

渋谷は街歩きがしやすい観光地として知られている。

2.9

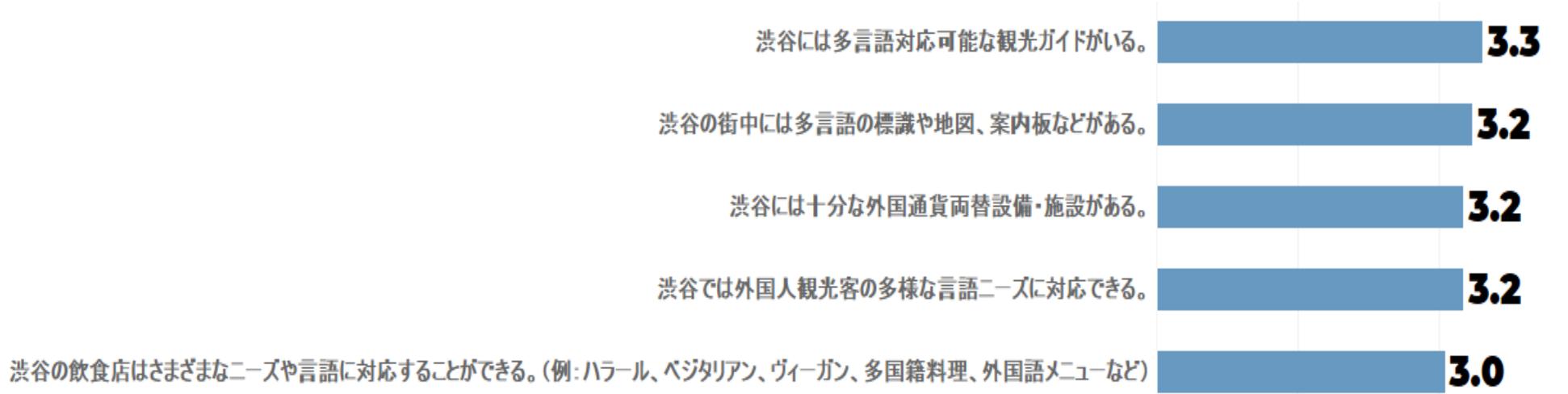
渋谷は体の不自由な人でもアクセスが容易で移動しやすい。(例: 交通機関や道路のバリアフリー整備など)

2.7

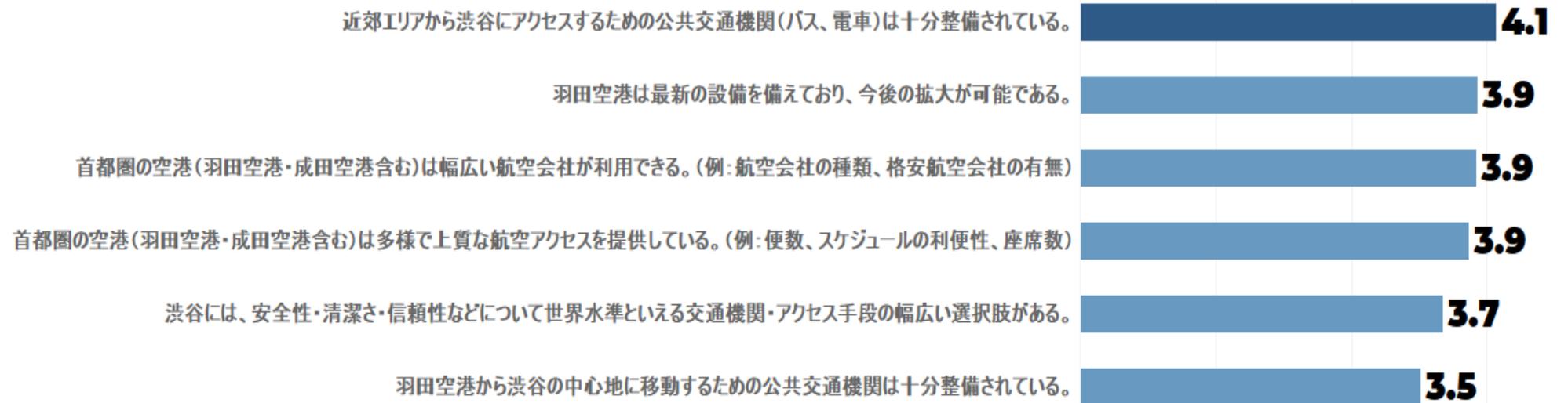
注釈

5段階評価：1=全く思わない、2=そう思わない、3=どちらともいえない、4=そう思う、5=強くそう思う

【外国人観光客の受け入れ態勢】



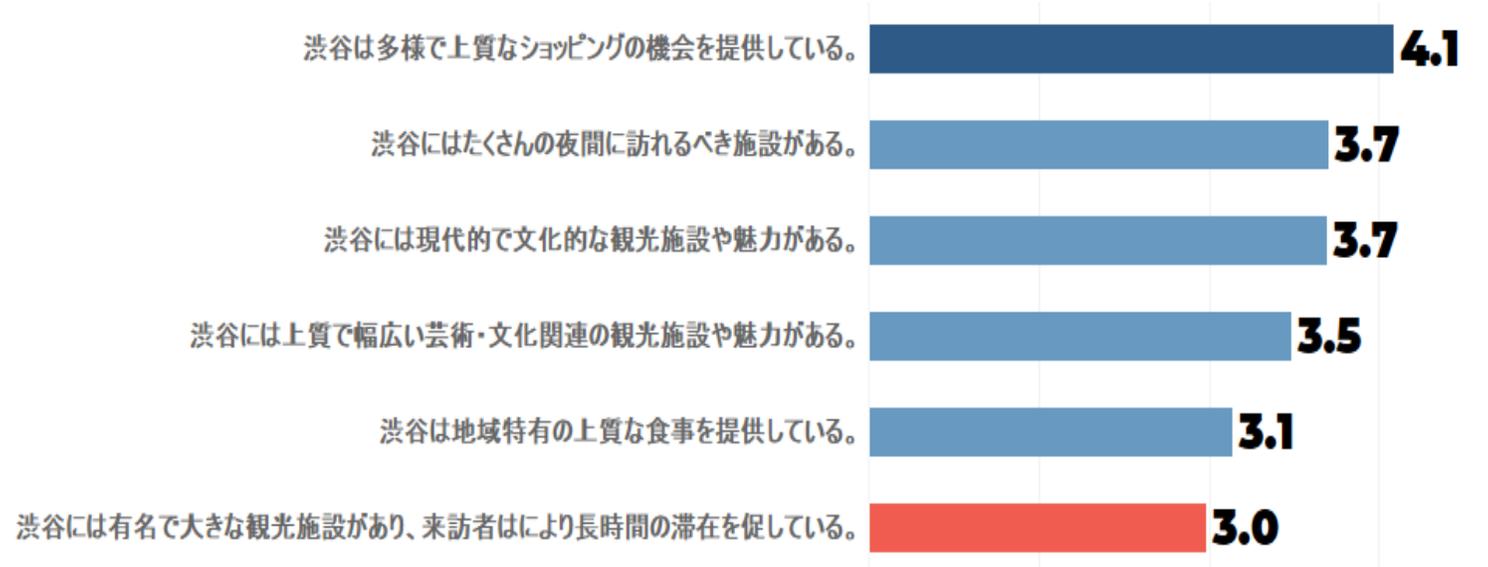
【交通・アクセス】



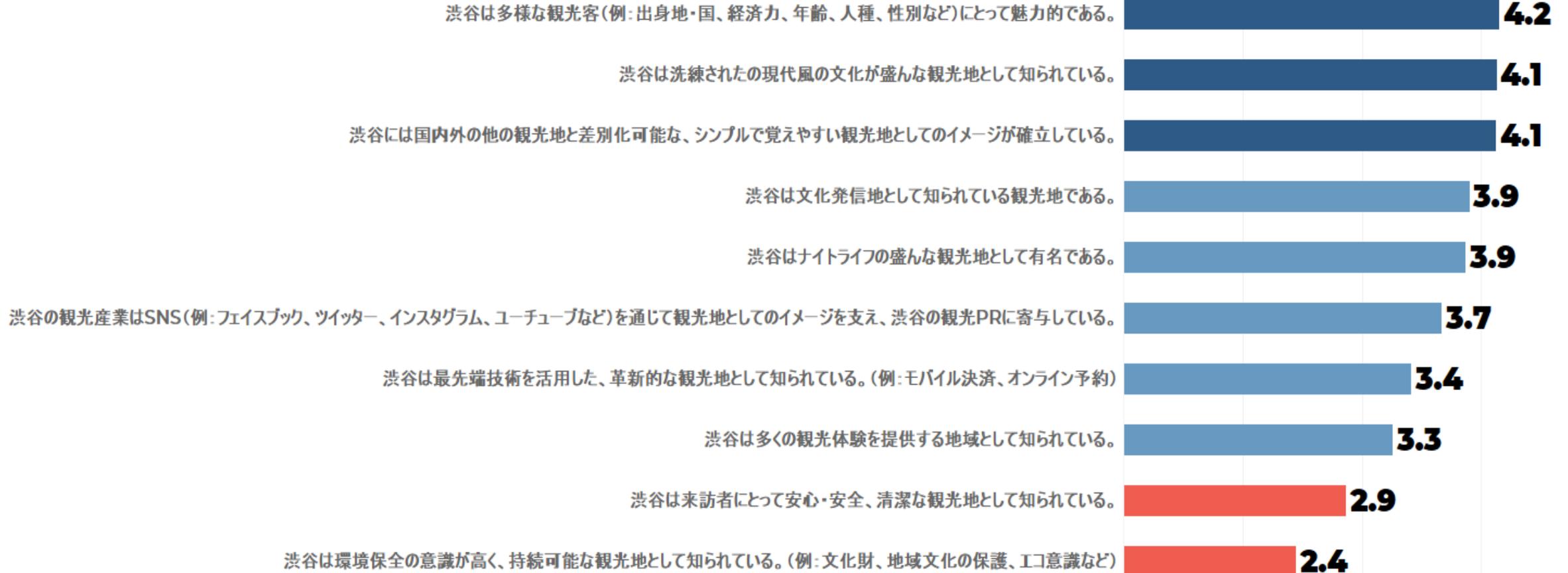
注釈

5段階評価：1=全く思わない、2=そう思わない、3=どちらともいえない、4=そう思う、5=強くそう思う

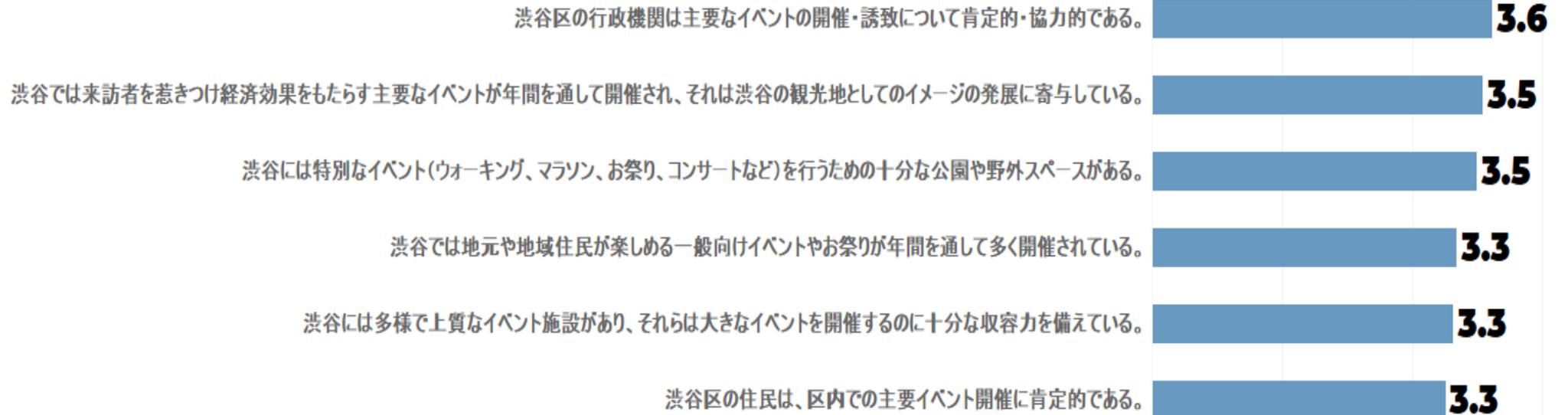
【観光・娯楽施設やその他の魅力】



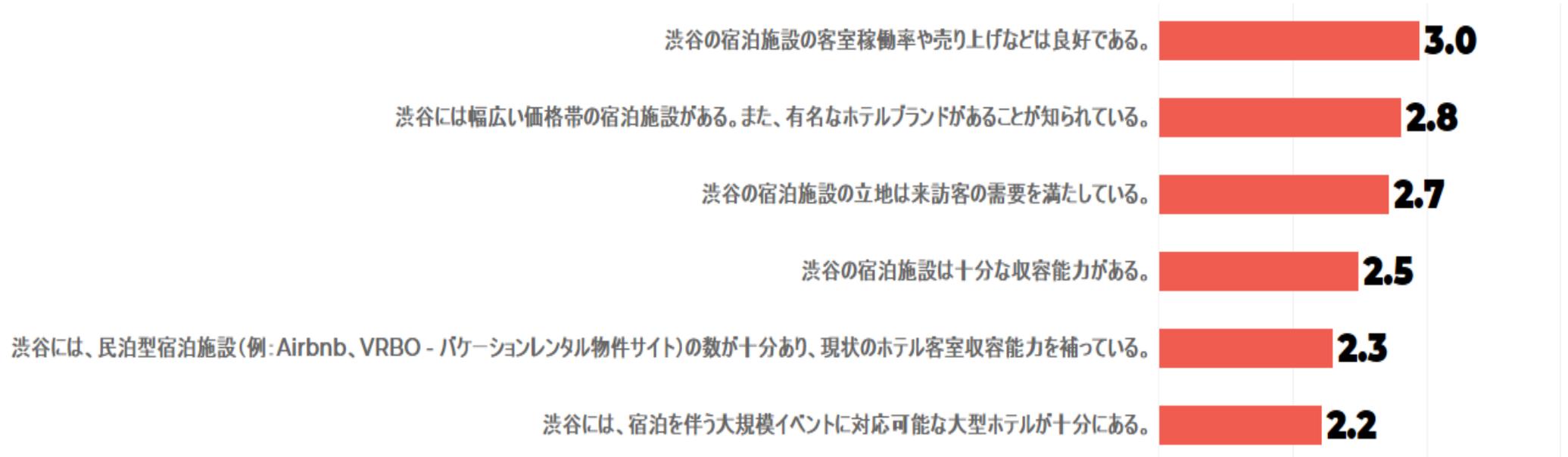
【観光地としてのイメージ】



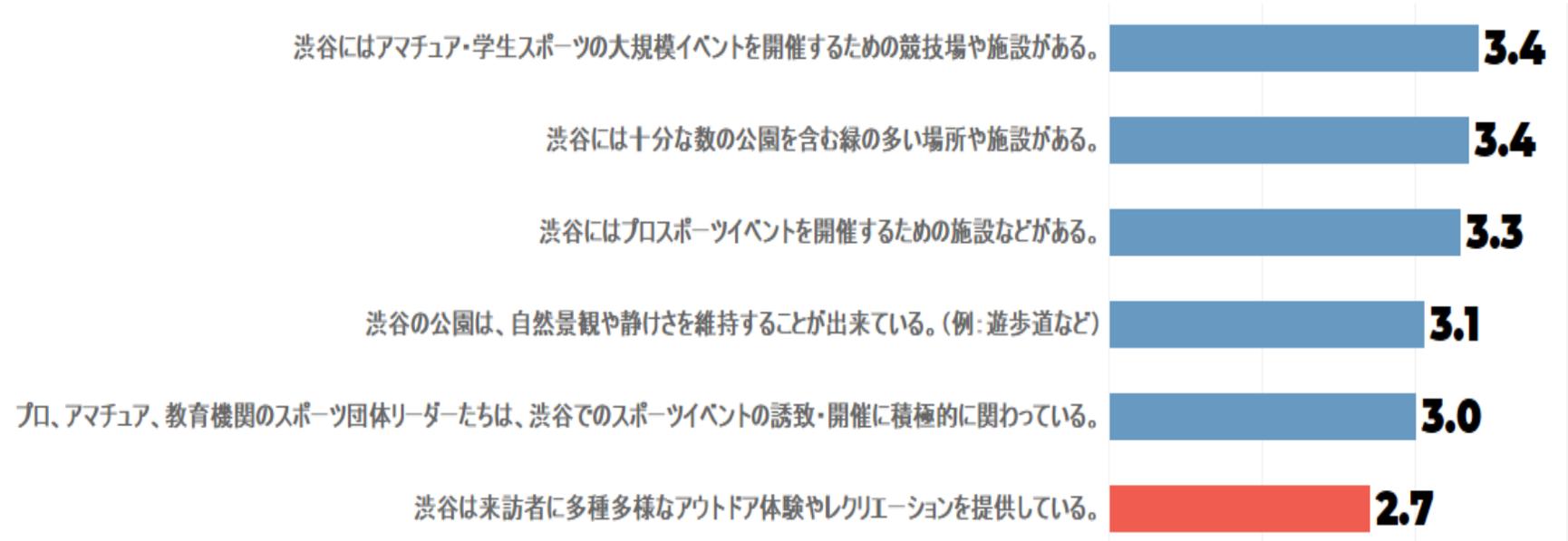
【イベント】



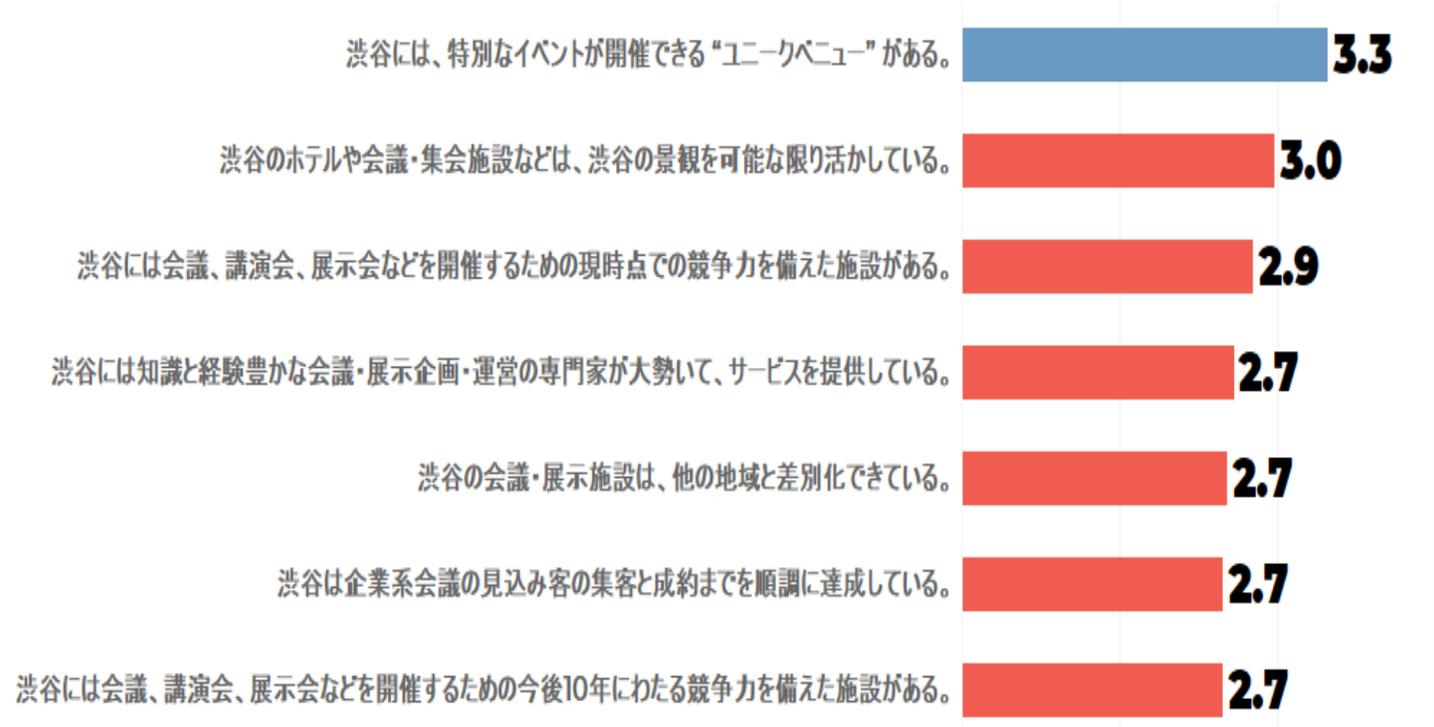
【宿泊】



【アウトドア・スポーツ施設】



【会議・展示・公演会施設】



注釈

5段階評価：1=全く思わない、2=そう思わない、3=どちらともいえない、4=そう思う、5=強くそう思う

【3-1. 調査結果詳細】

地域の協力関係 – 重要度と現状評価のギャップ

重要度と現状評価の間にギャップが生じている要素は、今後の改善点となる



「観光地としての強み」の重要度
に対する意識調査

現状評価



事業者同士の協力関係

1位

5位



おもてなし文化

2位

7位



各市町村行政の支持

3位

3位



地域経済発展との関わり

4位

2位

【地域の協力関係 – 評価結果】

業界平均と比較しても全体的に良好な結果でした。

世界の「業界平均」と
渋谷のスコアの比較

変数	「地域の協力関係」の重要度 (計100%)		現状の評価スコア (5段階評価)		
	業界平均	渋谷	業界平均	渋谷	標準偏差
事業者同士の協力関係	10.1%	10.5%	3.6	3.6	0.6
おもてなし文化	10.3%	10.5%	3.6	3.5	0.8
各市町村行政の支持	10.1%	10.3%	3.5	3.7	0.5
地域経済発展との関わり	10.3%	10.2%	3.9	3.8	0.5
地域住民・事業者・報道機関からの支持	10.3%	10.1%	3.5	3.5	0.5
渋谷区観光協会の協力関係	9.1%	9.8%	3.5	3.8	0.5
地域の働き手	10.2%	9.8%	3.2	3.4	0.4
地域産業の支持	10.0%	9.8%	3.7	3.6	0.5
観光地マーケティングとその財源	10.1%	9.5%	3.2	3.0	0.5
効果的な組織経営・統治 (ガバナンス)	9.5%	9.4%	3.7	3.6	0.5

渋谷における協力関係の計測	3.56
業界平均の行き先の強さ	3.55

シナリオ 渡航者

注釈

緑：平均値より0.2ポイント以上高い
 黄色：平均値より0.2~0.4ポイント低い
 赤：平均値より0.4ポイント以上低い

【地域の協力関係 – ステークホルダー評価結果】

現状の評価スコア
(5段階評価)

変数	渋谷	現状の評価スコア (5段階評価)					
		渋谷区観光協会理事	渋谷区観光協会職員	観光協会関連事業者	観光産業関連事業者	行政・議会	その他地域関係者
事業者同士の協力関係	3.6	3.7	3.8	3.7	3.8	3.2	3.5
おもてなし文化	3.5	4.0	3.7	3.8	3.7	3.9	3.1
各市町村行政の支持	3.7	4.1	3.7	3.8	3.7	3.9	3.7
地域経済発展との関わり	3.8	4.1	3.8	3.9	3.8	3.6	3.8
地域住民・事業者・報道機関からの支持	3.5	3.5	3.6	3.5	3.5	3.6	3.5
渋谷区観光協会の協力関係	3.8	4.0	3.9	3.8	3.9	3.7	3.7
地域の働き手	3.4	3.5	3.6	3.5	3.5	3.4	3.4
地域産業の支持	3.6	3.7	3.7	3.7	3.8	3.8	3.4
観光地マーケティングとその財源	3.0	2.4	2.7	3.1	3.1	2.9	3.0
効果的な組織経営・統治 (ガバナンス)	3.6	4.1	3.6	3.6	3.6	3.7	3.4

渋谷における協力関係の計測	3.56
業界平均の行き先の強さ	3.55

シナリオ	渡航者
------	-----

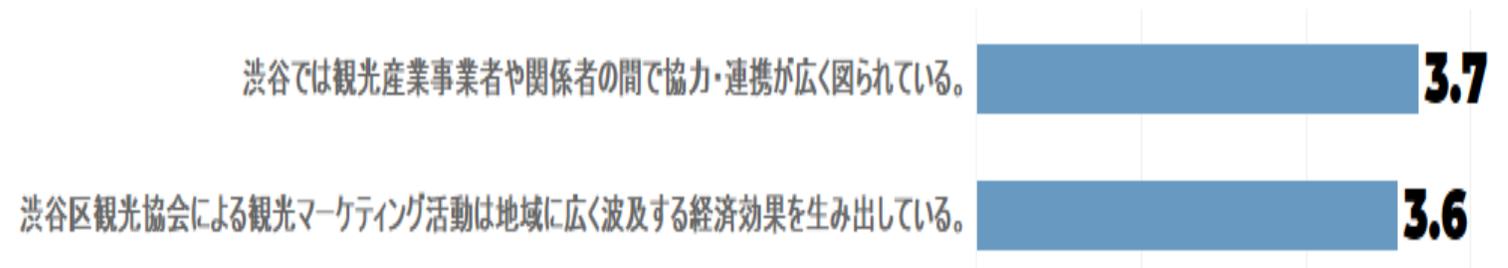
注釈

緑：平均値より0.2ポイント以上高い
 黄色：平均値より0.2~0.4ポイント低い
 赤：平均値より0.4ポイント以上低い

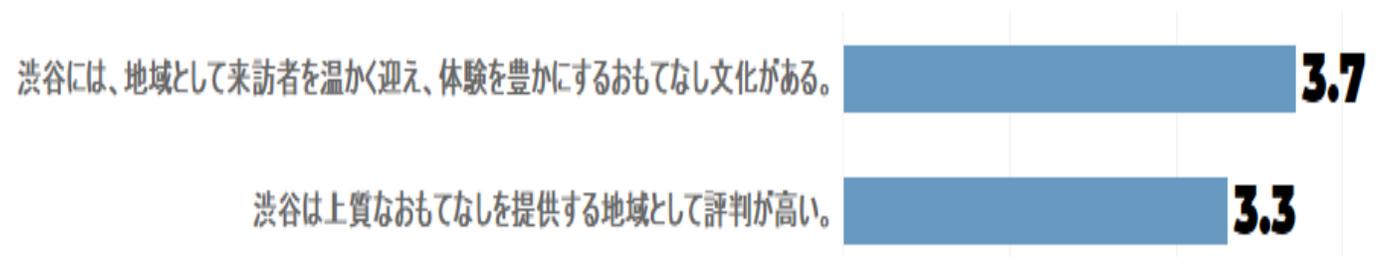
【3-2. 調査結果詳細】

地域の協力関係 – 現状評価

【事業者同士の協力関係】



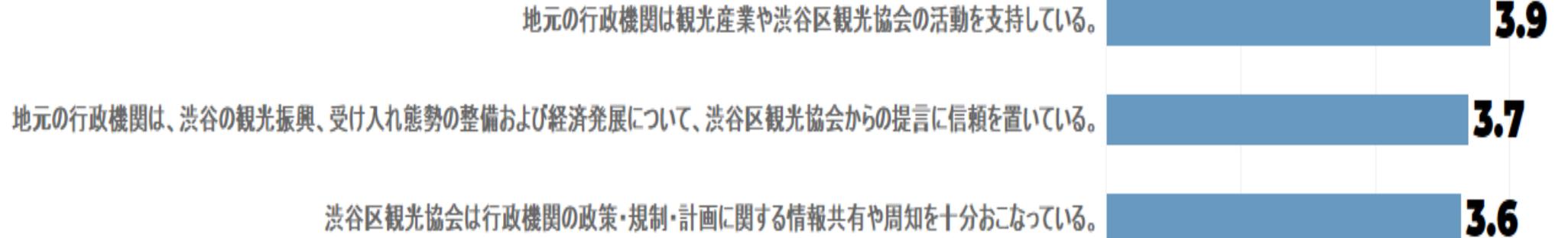
【おもてなし文化】



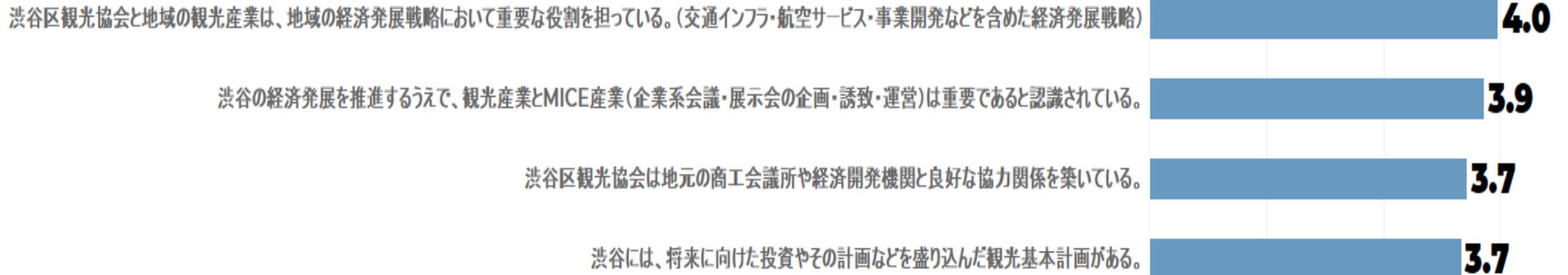
注釈

5段階評価：1=全く思わない、2=そう思わない、3=どちらともいえない、4=そう思う、5=強くそう思う

【各市町村行政の支持】



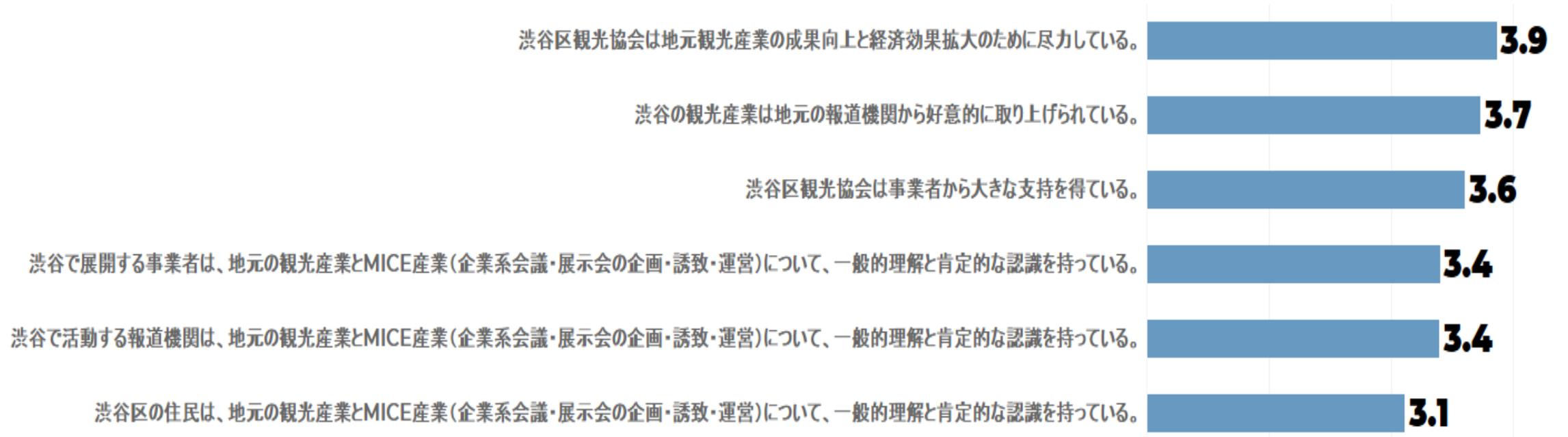
【地域経済発展との関わり】



注釈

5段階評価：1=全く思わない、2=そう思わない、3=どちらともいえない、4=そう思う、5=強くそう思う

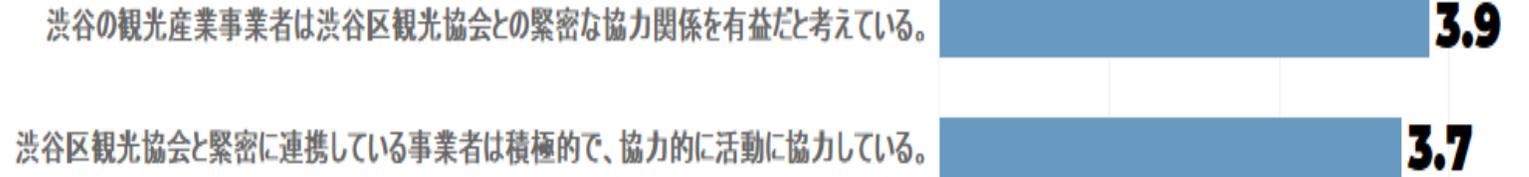
【地域住民・事業者・報道機関からの支持】



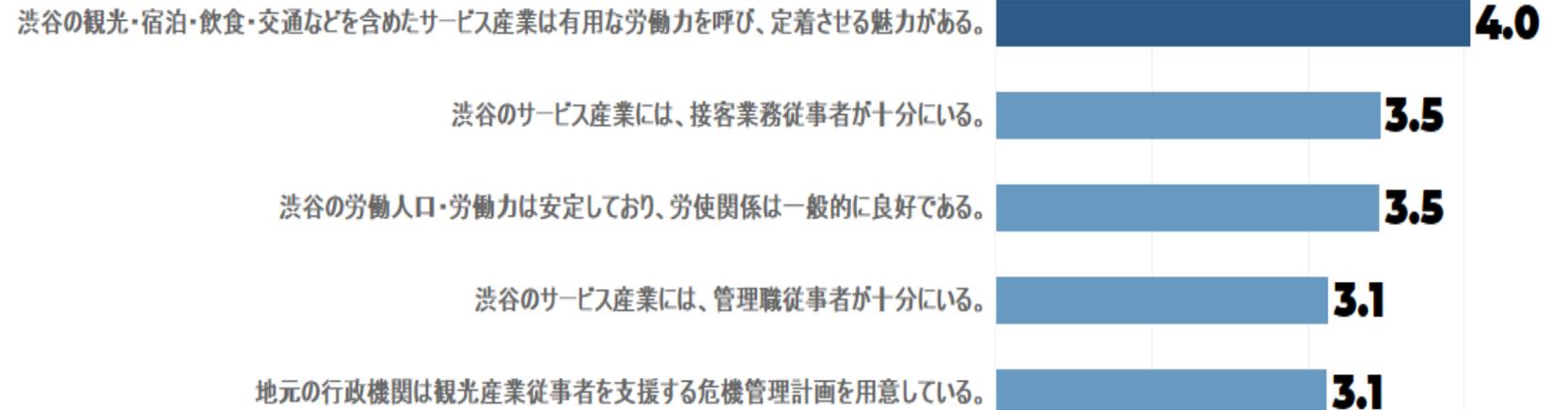
注釈

5段階評価：1=全く思わない、2=そう思わない、3=どちらともいえない、4=そう思う、5=強くそう思う

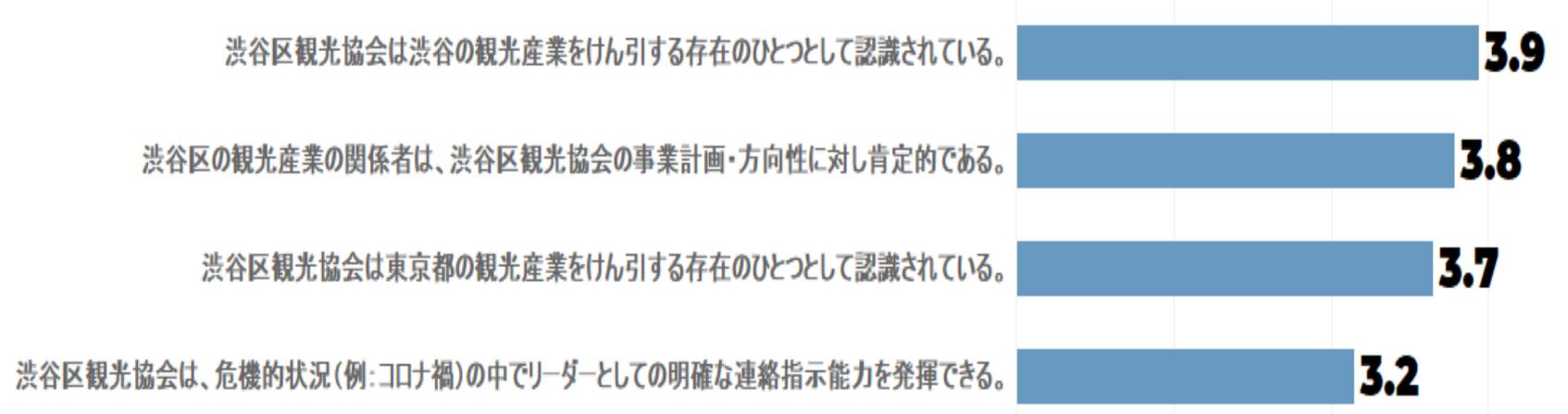
【渋谷区観光協会との協力関係】



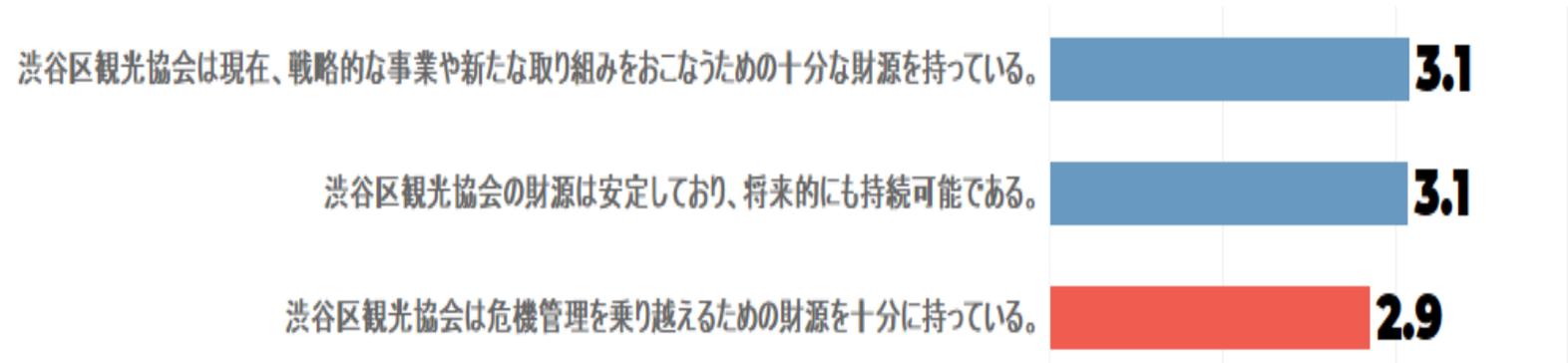
【地域の働き手】



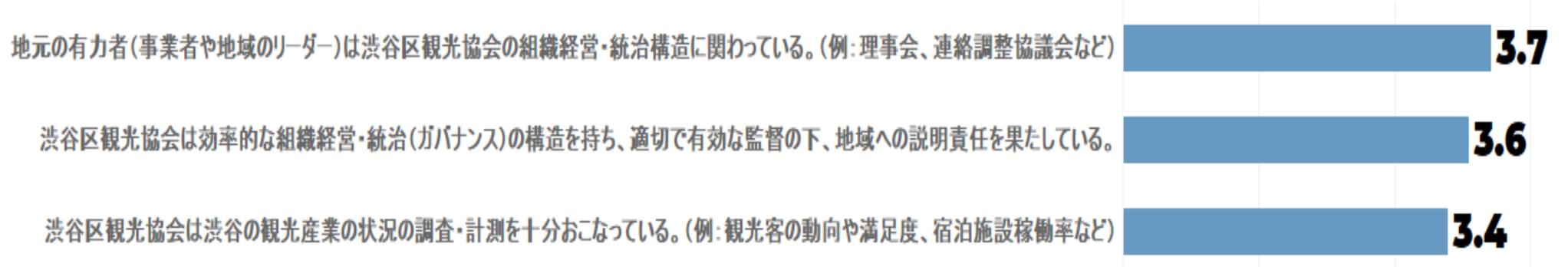
【地域産業の支持】



【観光協会の財源】



【効果的な組織経営・統治（ガバナンス）】



4. 調査を踏まえて

調査結果を踏まえた主な改善点は下記の通りです。

「重要度」と「現状評価」の結果から、現状や課題の意識共有を図り、観光地「渋谷」を強化していきます。

【「観光地としての強み」に関する改善点】

▶ 街歩き

「街歩きがしやすい」、「体の不自由な人でもアクセスしやすい」など街歩きに関する部分の評価が低かった。

今後より多くの旅行者に、渋谷の街を回遊してもらうために、渋谷らしいコンテンツの開発やさらなるインフラの整備が必要。

▶ 安心・安全・衛生面の管理

「安心・安全・衛生面」の管理について評価が低かった。

旅行者・ステークホルダーに対する理解の促進や、非接触、非対面での解決を通じ、コロナ禍においても、安全・安心な新たな観光案内の実現が重要。

▶ 宿泊

大型ホテルから民泊まで全体的に宿泊施設が少ない課題を認識した。新たな宿泊施設さらに地元協力など、渋谷ならではの宿泊の形を模索していくことが必要。

▶ 会議・展示・公演会施設

会議施設不足が従来からの課題であったが、今回の調査でも同じ課題が分かった。最先端な街「渋谷」の良さを生かし、オンライン設備のある最先端会議施設の充実など、渋谷独自のビジネスイベント誘致策が必要。

▶ 多言語対応などサービス産業の向上

多言語対応について、平均的なスコアであった。アフターコロナに向けては、街全体で多言語ニーズへの対応など、最先端の技術を活用しながら、外国人観光客の受け入れ態勢を一層強化することが必要。

【「地域の協力関係」に関する改善点】

▶ 観光に対する地域との対話や住民理解

今回の調査では、観光産業と地域との協力関係は平均的な結果であった。一方、アフターコロナの観光振興においては、地元住民の理解や事業者等との協調関係の重要性が一層高まっていく。今後は様々な主体が一堂に会し、今後の渋谷の観光について話し合える場を創出することで、地域住民等を巻き込んだ形での観光振興を進めることが必要。

▶ 観光戦略や活動のための持続的な財源確保と仕組づくり

観光地「渋谷」の強化に向けて、渋谷の街と連携したイベントの実施や誘致、広報PR、渋谷のお土産や観光情報などインフラ整備の実現に向けた財源が求められる。そのためにも、持続的に財源を確保するための街の支援や理解、エリアごとの体制構築など仕組みづくりが必要。