

平成 23 年 12 月 1 日

大阪経済記者クラブ会員各位

## 「中国人観光客に関するアンケート」調査結果について

問合せ先：大阪商工会議所 流通・サービス産業部  
流通担当（長谷川、堤）TEL. 06-6944-6440

- 大阪商工会議所は、中国人観光客の購買行動や観光客を迎える小売店・飲食店等の対応状況等の実態を把握するため、「船場～なんば」「天王寺・あべの」の商店街、商店会、地下街等 58 商業組織の加盟店 3,073 店を対象としたアンケート調査を実施した。調査期間は、2011 年 9 月 22 日（木）～11 月 8 日（火）、有効回答数 731（回答率 23.8%）。
- 同調査は、大阪商工会議所の事業運営の基本となるビジョン「千客万来都市 O S A K A プラン～全員参加で『大大阪』『大関西』をつくろう～」のアクションプランに基づく取り組みのひとつ。同プランでは、外国人観光客による買い物消費の拡大を目指すため、「船場～なんば」「天王寺・あべの」の両地域を「買い物観光魅力強化エリア」と位置づけており、同調査は、今後、各種事業を実施する際の基礎資料として活用する。

### 調査結果のポイント

#### (1) 中国人観光客への接客や広報で実施していること、今後実施したいこと

中国人観光客向けの接客や広報に関し、全体の 54.0% (395 店) が、なんらかの対策を既に実施している。現在実施していることでは多いのは、

- ①「銀聯カードによる決済」(34.2%)、②「中国語の商品説明書、メニューなどの作成・活用」(13.4%) など。また、今後取り組みたい事業として多いのは、①「指しし票、コミュニケーションカードなどの活用」(37.6%)、②「中国語の商品説明書、メニューなどの作成、活用」(27.4%) など。

#### (2) 効果の高い接客や広報

特に効果の高い接客や広報が、「ある」と回答した店舗は 14.0%で、その順は、①「銀聯カードによる決済」(31.4%)、②「中国語の商品説明書、メニューなどの作成・活用」(27.5%) など。

### (3) 特に好まれる商品（記述式回答）

特に好まれる商品に共通する理由としては、「（品質のよい）日本製であること」や「中国では手に入り難い商品であること」となっている。

### (4) 中国人観光客による売上の最も多かった時期と最近の動向

中国人観光客による売上の最も多かった時期は、「一昨年(2009年)以前」「昨年の10月～12月ごろ」が共に7.0%。東日本大震災直後と比べた最近の中国人観光客の客数・売上については、「やや増加傾向にある」と「増加傾向にある」の合計は21.9%。「やや減少傾向にある」と「減少傾向にある」の合計は16.1%。

### (5) 「売上の最も多かった時期」、「東日本大震災直後」、「現在」の客数、売上など

売上の最も多かった時期の一日の平均客数は61.0人。客単価は6,436円。現在の数字を東日本大震災直後と比較すると、1日の平均来客数は直後の30.6人から36.8人(20.3%増)に増加し、客単価も2,465円から3,395円(37.7%増)に増えている。

### (6) 今後の中国人観光客への対応について

今後の中国人観光客への対応については、「特別な取り組みはしないが、迎えたい」「積極的に誘客して、迎えたい」を併せると74%に及んでいる。

### (7) 中国人観光客を迎えるにあたって必要なこと

中国人観光客を迎えるにあたって必要なことで多いのは、

- ①「中国語のサイン・案内板の整備」(53.9%)、②「中国語で会話できる案内・相談窓口の設置」(39.3%)、③「中国語の案内パンフレットの作成やアプリの開発」(38.3%)、④「観光バス駐停車場の整備」(22.2%)、など。

以上

添付資料 ・「中国人観光客に関するアンケート」調査結果概要（資料1）  
・「旅游都市化推進プロジェクト「インバウンドによる買い物消費拡大」事業の概要（資料2）」

## 「中国人観光客に関するアンケート」調査結果概要

### 1. 調査概要

- (1) 調査目的：「買い物観光魅力強化エリア」としている「船場～なんば」「天王寺・あべの」両地域の小売店、飲食店等における中国人観光客の購買行動や観光客を迎える小売店・飲食店等の対応状況等の実態を把握し、今後の事業実施に向けた参考とする。
- (2) 調査期間：2011年（平成23年）9月22日（木）～11月8日（火）
- (3) 調査対象：大阪府中央区・浪速区・阿倍野区・天王寺区・西成区各区内の主な商店街、商店会、地下街等 58 商業組織の加盟店 3,073 店
- (4) 有効回答：731 店（調査対象に対する有効回答率 23.8%）

※業種内訳：小売業 412 店（56.4%）、飲食業 184 店（25.2%）、サービス業 69 店（9.4%）、その他・無回答 66 店（9.0%）

※従業員数別内訳：10人未満 491店（67.2%）、10人～29人 188店（25.7%）、30人以上 43店（5.9%）、無回答 9店（1.2%） \*従業員数にはパート・アルバイト数を含む。

### 2. 調査結果のポイント

#### (1) 中国人観光客への接客や広報で実施していること、今後実施したいこと

- 中国人観光客向けの接客や広報に関し、全体の 54.0%（395 店）が、なんらかの対策を既に実施している。現在実施していること多いのは（複数回答）、
- ①「銀聯カードによる決済」（34.2%）、②「中国語の商品説明書、メニューなどの作成・活用」（13.4%）、③「指さし票、コミュニケーションカードなどの活用」（12.3%）。④「中国人向け商品・サービスの充実」（10.9%）⑤「中国語による接客」（9.2%）、「中国語による案内表示」（9.2%）⑦「中国語ののぼり、POP などの設置」（6.7%）、「割引券・クーポンなどの配布」（6.7%）⑨「中国語によるアナウンス」（5.2%）、⑩「免税手続きサービスの実施」（4.2%）。
- 中国人観光客向けの接客や広報に関し、今後取り組みたい事業として多いのは（複数回答）、
- ①「指さし票、コミュニケーションカードなどの活用」（37.6%）、②「中国語の商品説明書、メニューなどの作成、活用」（27.4%）、③「中国語による接客」（24.5%）、④「中国人向け商品・サービスの充実」（22.0%）、⑤「中国語による案内表示」（21.8%）、⑥「携帯端末の活用」（19.2%）、⑦「旅行社などと連携した誘客活動」（18.5%）、⑧「中国語ののぼり、POP などの設置」



(16.6%)、⑨「中国での雑誌などへの広告掲載」(14.5%)、⑩「割引券・クーポンなどの配布」(14.1%)。

## (2) 効果の高い接客や広報

○特に効果の高い接客や広報が、「ある」と回答した店舗は14.0%で、その順は、①「銀聯カードによる決済」(31.4%)、②「中国語の商品説明書、メニューなどの作成・活用」(27.5%)、③「中国語による接客」(25.5%)、④中国人向け商品・サービスの充実(21.6%)、⑤「指さし票などの活用」(15.7%)、⑥中国語ののぼり、POPなどの設置」(14.7%)、⑦「免税手続きサービスの実施」(7.8%)、⑧「中国語による案内表示」(6.9%)、⑨「電子辞書の活用」(4.9%)、「割引券・クーポン券などの配布」(4.9%)。

## (3) 特に好まれる商品（記述式回答）

○特に好まれる商品としては、様々なものがあげられているが、共通する理由としては、「(品質のよい)日本製であること」や「中国では手に入り難い商品であること」となっている。

### ※人気商品（具体例）

#### <小売>

**衣料品等：**男性用スーツ、ネクタイ、ゆかた、はんでん、高級ジーンズ、女性用高級下着、ハンカチ、足袋形状のくつした、赤・黄など原色の婦人靴、スポーツシューズ

**雑貨等：**和紙製の小物、機能性やデザインの優れたボールペン等文房具、セラミック製の包丁、ダイヤモンドやルビーのアクセサリ、原色のバッグ、スーツケース、腕時計

**食品等：**大手菓子メーカーのチョコレート、玄米茶、抹茶、抹茶を使った菓子、エビ等を使った珍味菓子、フランスの高級ワイン、梅酒、だし昆布、旬の果物、タバコ

**医薬品・化粧品：**胃腸薬、目薬、軟膏、湿布薬、洗顔料、化粧水、乳液、ヘアカラー

#### <飲食店>

鮮魚の刺身、にぎり寿司（マグロ、サーモンなど）、カニ、牛肉のしゃぶしゃぶ、鳥の唐揚げ・串焼（内臓は好まれない）、エビ天うどん、クレープなどのデザート

## (4) 中国人観光客による売上の最も多かった時期と最近の動向

○中国人観光客による売上の最も多かった時期の順は、

①「一昨年(2009年)以前」、「昨年の10月～12月ごろ」が共に7.0%。それ以外の期間では、③「今年の1月～東日本大震災」(5.6%)、④「昨年の7月～9月ごろ」(4.5%)、⑤「昨年の4月～6月ごろ」(3.8%)、⑥「昨年の1月～3月ごろ」(3.7%)と大きな差はない。「比較できるほどの売上はない」または



「最近開設した店なので比較できない」が 52.0%。

- 東日本大震災直後と比べた最近の中国人観光客の客数・売上については、  
 ①「あまり変わらない」(30.9%)、②「やや増加傾向にある」(17.9%)、③「減  
 少傾向にある」(9.8%)。④「やや減少傾向にある」(6.3%)、⑤「増加傾向に  
 ある」(4.0%)

「やや増加傾向にある」と「増加傾向にある」の合計は 21.9%。「やや減少傾  
 向にある」と「減少傾向にある」の合計は 16.1%。

#### (5) 「売上の最も多かった時期」、「東日本大震災直後」、「現在」の客数、売上など

- 上記 3 時点における、中国人観光客の一日の来客数、客単価、売上に占める割  
 合の平均値は下の通り。現在の数字を東日本大震災直後と比較すると、来客数  
 は 20.3%増、客単価は 37.7%増、売上に占める割合は 70.8%増。

	最も売上の多 かった時期	東日本大震災 直後	現 在
一日の平均来客数	61.0 人	30.6 人	36.8 人
客単価	6,436 円	2,465 円	3,395 円
売上に占める割合	9.5%	2.4%	4.1%

#### (6) 今後の中国人観光客への対応について

- 今後の中国人観光客への対応については、  
 ①「特別な取り組みはしないが、迎えたい」(56.6%)、②「中国人観光客に  
 期  
 待していない、または対応できない」(21.2%)、③「積極的に誘客して、迎え  
 たい」(17.4%)。

「特別な取り組みはしないが、迎えたい」「積極的に誘客して、迎えたい」を  
 併せると 74%に及んでいる。

また、「中国人観光客に期待していない、または対応できない」とする理由としては、

- ①「中国人観光客に合った品揃えやサービスをしにくいから」(43.9%)、②「固定客になりに  
 くいから」(30.3%)、③「売上が期待できないから」(29.7%)。など

#### (7) 中国人観光客を迎えるにあたって必要なこと

中国人観光客を迎えるにあたって必要なことで多いのは、

- ①「中国語のサイン・案内板の整備」(53.9%)、②「中国語で会話できる案



内・相談窓口の設置 (39.3%)、③ 「中国語の案内パンフレットの作成やアプリの開発」 (38.3%)、④ 観光バス駐停車場の整備 (22.2%)、⑤ 「中国語が堪能なスタッフの採用 (22.0%)。

以 上