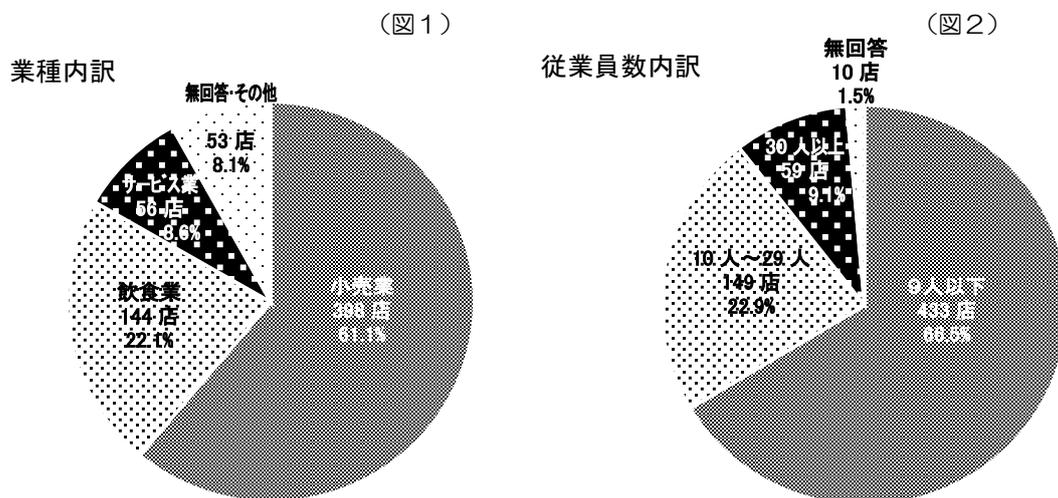


「2012年度 中国人観光客に関するアンケート」調査結果概要

大阪商工会議所

1. 調査概要

- (1) 調査目的：大阪商工会議所が「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。（昨年度に続いて2回目の実施）
- (2) 調査期間：2012年（平成24年）7月27日（金）～8月31日（金）
- (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43商業組織の加盟店 3,891店
- (4) 有効回答：651店（調査対象に対する有効回答率 16.7%）



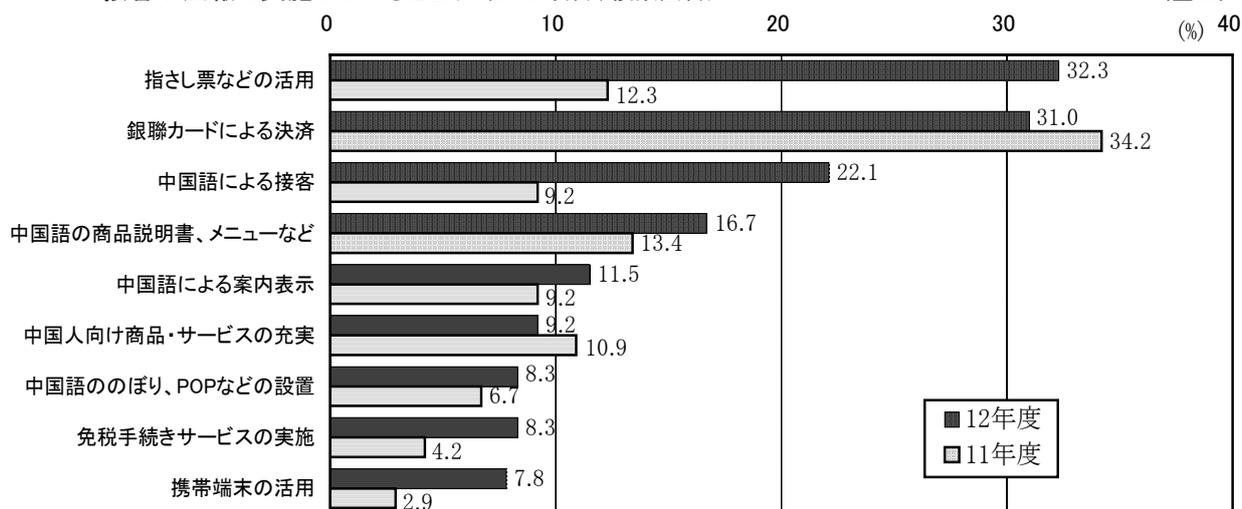
2. 調査結果のポイント

(1) 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なんらかの接客や広報対策を現在実施している店舗は 62.4%で 11年度調査（54.0%）と比べて8.4ポイント増えた。
- 現在実施している接客や広報で多いのは、①「指さし票、コミュニケーションカードなどの活用」（32.3%）、②「銀聯カードによる決済」（31.0%）、③「中国語による接客」（22.1%）④「中国語の商品説明書、メニューなどの作成・活用」（16.7%）など。このうち「指さし票、コミュニケーションカードなどの活用」は 11年度調査（12.3%）と比べて20ポイント増と大幅に増加した。
- 特に実施して効果が高いものが「ある」と回答した店舗は 24.2%で、多い順から①「中国語による接客」（34.2%）、②「中国人向け商品・サービスの充実」（31.0%）、③「中国語の商品説明書、メニューなどの作成・活用」、「銀聯カードによる決済」（いずれも20.9%）、④「指さし票、コミュニケーションカードなどの活用」（19.6%）となっている。

接客や広報で実施していること(上位 10 項目、複数回答)

(図3)



(2) 人気のある商品、商品の好みの特徴（記述式回答）

○商品の好みについては、「日本製を求める」という意見が圧倒的に多い。次いで「色が派手なものを好む」「金色や赤色、黄色を好む」「柄物、カラフルな色味が人気」「ブランド品を好む」などの意見が多い。何度も店に足を運ぶなど、商品の選び方が慎重であるという記述も複数あった。

○人気のある商品については、衣料や靴・装身具ではカジュアルなものから高級品まで幅広い。食品では、抹茶やわさびを使用したものなど日本的なものに人気がある。

人気のある商品（類似の表現が複数あるもの）

〈衣料〉

Tシャツ、ワンピース、デニム・ジーンズ、ブラジャー、ショーツ、ストール、ブラウス、ゆかた、ジャケット、ストッキング・パンスト、ハンカチ、カーディガン、ドレスシャツ・ワイシャツ、ポロシャツ、カットソー、パンツ、ストール、靴下・ソックス

〈コスメ、薬品〉

コーセー雪肌精・雪肌粋、サンテ目薬、救心、資生堂化粧品(パーフェクトホイップほか各種)、休足時間、ウナコーワ、パブロン、ファンケル製品(コラーゲンなど)、SK II

〈靴、装身具〉

スニーカー(プーマ、ナイキ、アディダス、ニューバランスなど)、アシックス(ウォーキングシューズ、スニーカー)、サンダル(クロックスなど)、パンプス、バッグ、帽子(中折、ハンチング)、ネックレス、リング、財布・パスケース、ジュエリー(ダイヤモンド、パール)、ウォッチ(ロレックス、セイコー、シチズンなど)、メガネ、トート、リュック、ウィッグ、ルイ・ヴィトン(新品、中古品)

〈食品〉

抹茶系食品(キットカット、コロネ、カステラ)、わさび系食品(豆、ピーナッツ)、出し昆布、茶(抹茶、煎茶、玄米茶)

〈雑貨、その他〉

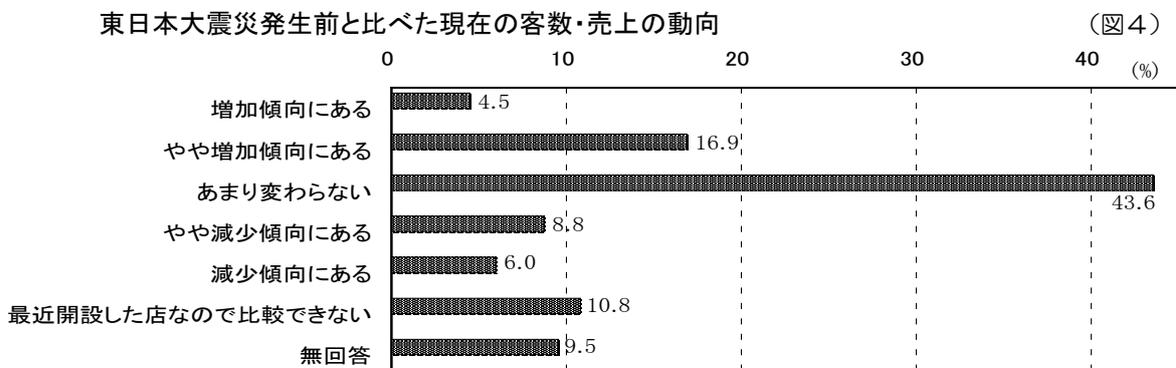
包丁・ナイフ、爪切り、i-phone、カメラ、筆記具(ボールペン、シャープペンシルなど)、各種キャラクター商品(しろたんなど)、家電(ビデオカメラ、炊飯器、シェーバー)

〈飲食〉

揚げもの(かつとじ膳、天ぷら、串カツなど)、めん類(カレーうどん、ざるそばなど)、丼もの(カツ丼など)、しゃぶしゃぶ、てっさ・てっちり、すき焼き、お好み焼き、ぎょうざ、小籠包子、カレー、焼き鳥、ケーキセット、寿司(にぎり、箱)、かき氷

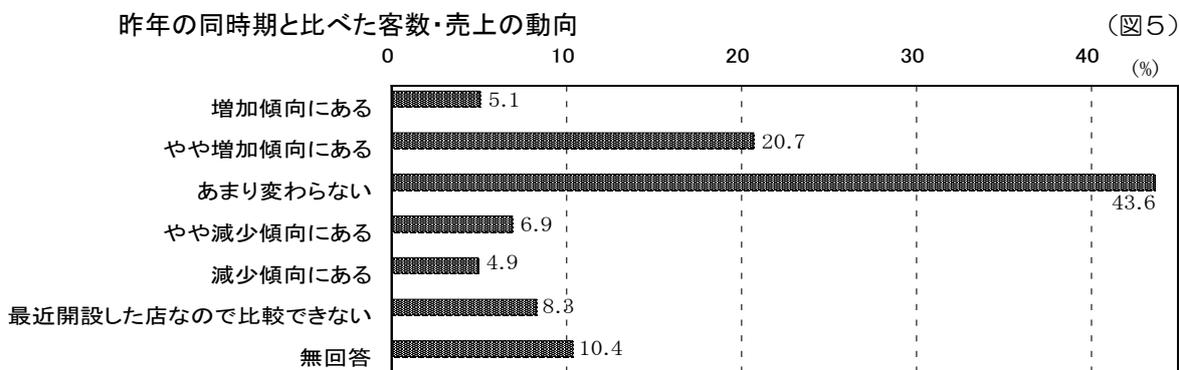
(3) 東日本大震災発生前と比べた現在の客数・売上の動向

○東日本大震災の発生以前と比べた客数・売上は、「やや増加傾向にある」(16.9%)、「増加傾向にある」(4.5%)の合計が21.4%と「やや減少傾向にある」(8.8%)、「減少傾向にある」(6.0%)の合計14.8%を上回った。



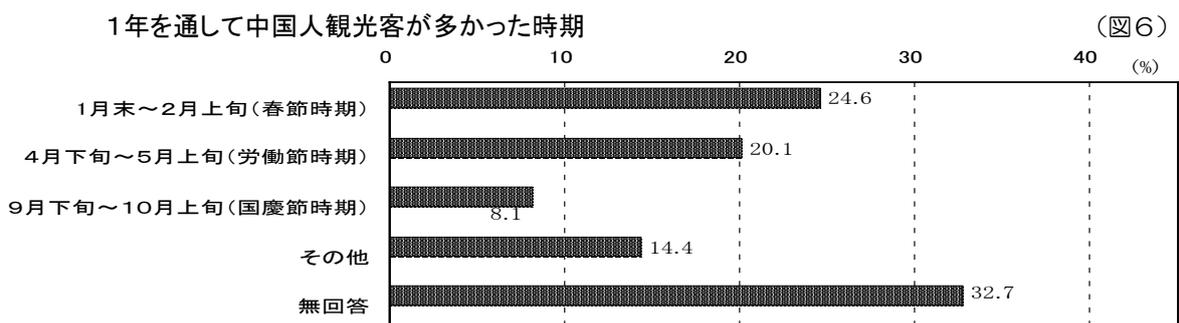
(4) 昨年の同時期と比べた客数・売上の動向

○昨年(2011年(平成23年))の同時期と比べた客数・売上は、「やや増加傾向にある」(20.7%)、「増加傾向にある」(5.1%)の合計25.8%と、「やや減少傾向にある」(6.9%)、「減少傾向にある」(4.9%)の合計11.8%を上回った。



(5) 1年を通して一番中国人観光客が多かった時期

○1年を通して、中国人観光客が多かった時期についての回答は図の通り。「1月末～2月上旬(春節時期)」との回答が一番多かった。

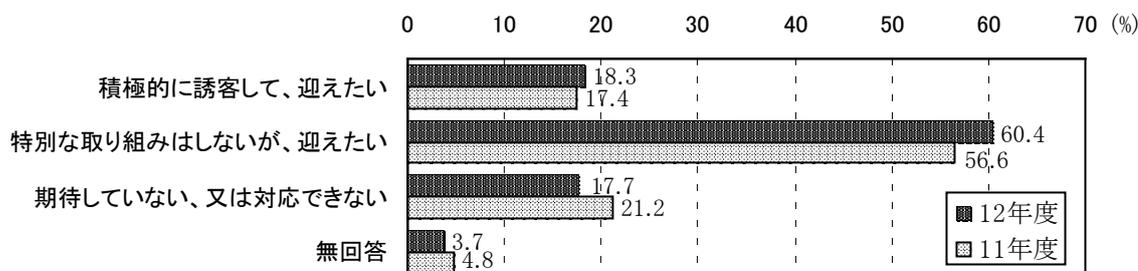


(6) 中国人観光客への今後の対応意向

○今後の対応については、①「特別な取り組みはしないが、迎えたい」(60.4%、11年度56.6%)、②「積極的に誘客して、迎えたい」(18.3%、11年度17.4%)、③「中国人観光客に期待していない、または対応できない」(17.7%、11年度21.2%)と、中国人観光客を「迎えたい」とする回答は78.7%に及び11年度の74.0%を上回っている。

中国人観光客への今後の対応について

(図7)

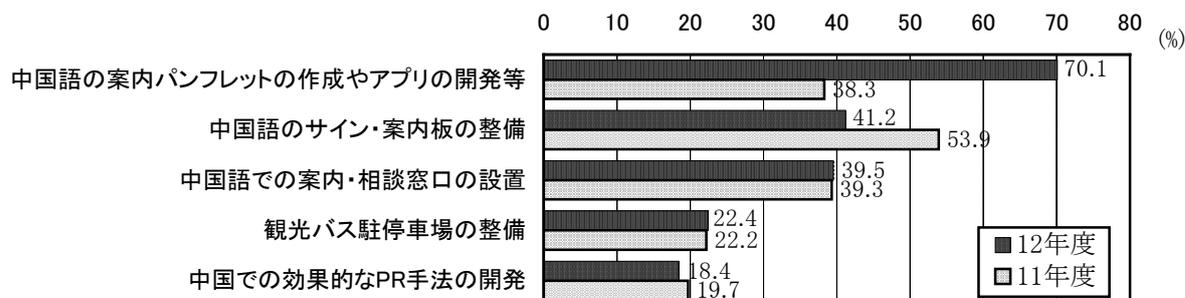


(7) 中国人観光客を迎えるにあたって行政や商工会議所に期待すること(複数回答)

○中国人観光客を迎えるにあたって行政や商工会議所に期待することで多いのは、①「中国語の案内パンフレットやマップ、携帯対応アプリの作成」(70.1%)、②「中国語のサイン・案内板の整備」(41.2%) ③「中国語で対応できる案内・相談窓口の設置」(39.5%) など。

中国人観光客を迎えるにあたって必要なこと(上位5項目)

(図8)



以上