

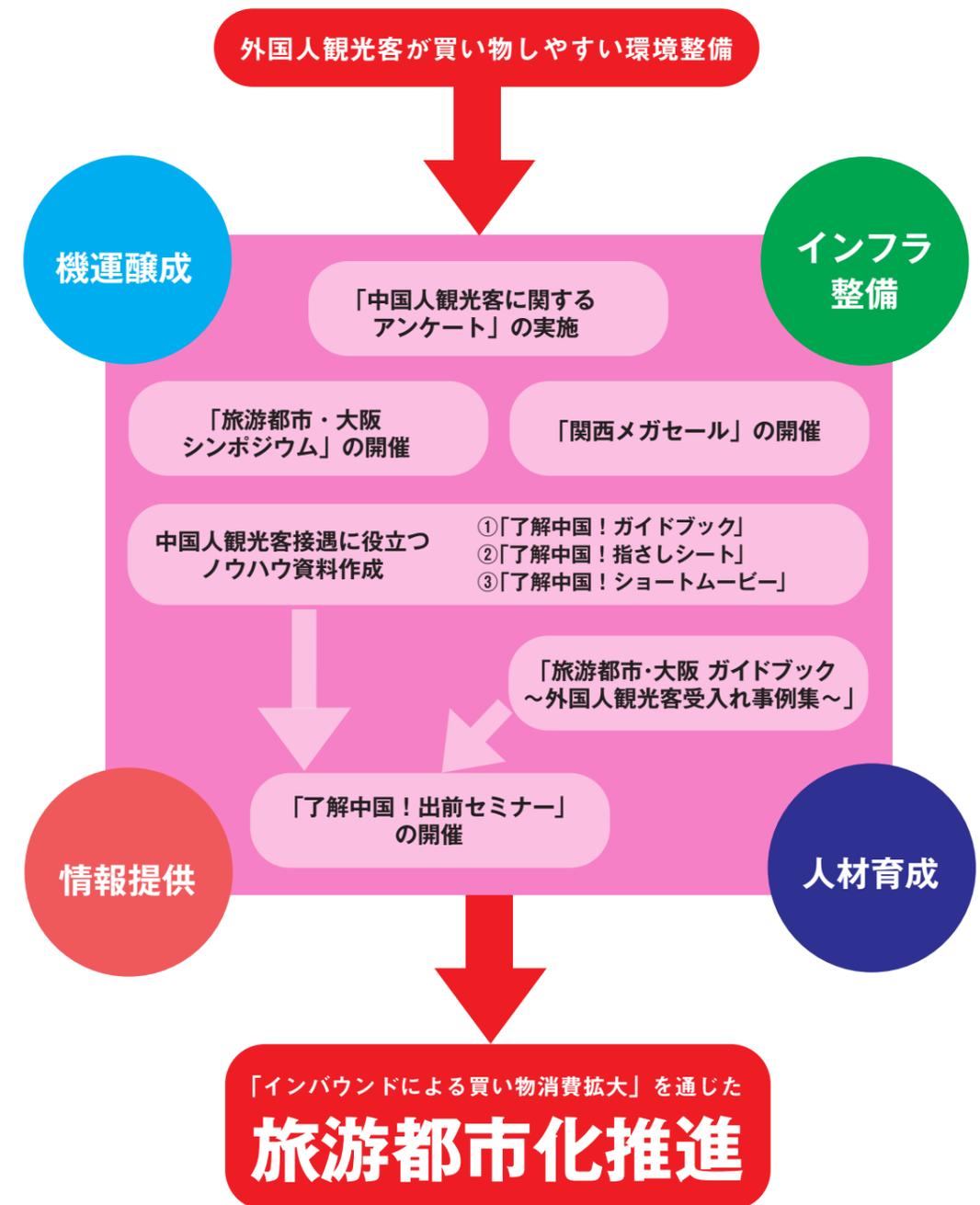
観光都市・大阪 ガイドブック

外国人観光客受入れ事例集



千客万来都市 OSAKA プラン
観光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



メイド・イン・ジャパン

という安心感と信頼感



▲大人のクジ引き。店頭においてあるので、団体客でご利用ください。



▲おみやげに人気の「箸」と「折りたたみ傘」。



▶銀聯カードやおススメ商品の案内など、店内のあちこちでキティちゃんを見かける。



「サンリオの商品は中国でも売っていますが、日本で買う方が断然安いんです」

「中国でも売っているようですが、日本の方が安く購入できるようです。ですから、まとめ買いされる傾向にあります」と、店長の橋本真紀さん。

「1万点はあるというアイテムの中でも特に人気が高いのが、つめ切り、毛抜き、折りたたみ傘。キティちゃんブランドにしては実用的な商品が多い印象ではあるが、「メイド・イン・ジャパン」の品質を評価されているようです。可愛いだけでなく、ちゃんと使える商品が人気です」とのこと。

その延長線であろう、キティちゃんのキャリーケースは1週間で平均4〜5個、多い時は、土日だけで5〜6個は売れるほどの人気商品となっている。まとめ買いたした商品をキャリーケースにそのまま詰め込んで帰るお客さんも少なくないという。

また、「店頭で1回500円程度出来る割引の機械があります。日本人の場合、大抵



▲店長の橋本真紀さん。

1回でお終いですが、中国の方は10回、20回と楽しまれることがあります。1万円ほどの商品が当たるのが魅力なのかもしれません。」と思わぬ人気に驚いている。

同じキャラクターでも、国が変われば売れ筋アイテムも変わるようだ。そのあたりの嗜好や消費動向を敏感にキャッチし、品揃えに反映する努力の積み重ねが売上に直結しているようだ。

株式会社 サンリオ
心斎橋サンリオギャラリー
大阪市中央区心斎橋筋1-5-21
【取り扱い商品】
ぬいぐるみ、雑貨、生活雑貨、服飾雑貨全般
http://www.sanrio.co.jp/blog/gallery/shinsaibashi/



▲おみやげ専用のパンフレットが人気。

▶外国人観光客に人気の商品、特に日本製のものには「MADE IN JAPAN」の表示が。



▲人気のセラミック包丁。



▲オリジナルの「指さし用語集」。



▲1Fのインフォメーション。



▲銀聯カードの案内がひと際目立つ外観。

「お土産用に日本製の商品をまとめ買いする人が多いですね」

「陳列棚を指差して、「この商品をお土産用に買ってください」と言って全部買っていくケースもあります(笑)」と、同店店長の鳥羽幸二さんは語る。

数ある商品の中でも、中国や韓国からの観光客に人気が高いのが、文房具、キッチン用品、美容・健康用品など。特に消えるインクを使用したボールペンや、寿司や天ぷらの形をした消しゴムなどが飛ぶように売れるという。「ひとつ数百円の商品はお土産用でしょうか、大量にまとめ買いされますね。ちょっとしたお土産に日本の文房具は最適なようだ。」

また「メイド・イン・ジャパン」ブランドは、富裕層の個人旅行者にも人気。セラミック包丁や、職人の技術が冴える若狭塗箸、手作りの風合いがある鞆などが特に好まれている。そこで同店では、お薦めの日本製日用品には「ニッポン品質」というポップを掲示。日本品質を前面に打ち出した販売促進を行っている。

もちろん、パンフレットなど

長堀通沿いでは、外国人観光客を乗せた大型バスが頻繁に駐車する。そんな場所にほど近い東急ハンズ心斎橋店は、積極的に外国人対応を進めている。

「陳列棚を指差して、「この商品をお土産用に買ってください」と言って全部買っていくケースもあります(笑)」と、同店店長の鳥羽幸二さんは語る。

数ある商品の中でも、中国や韓国からの観光客に人気が高いのが、文房具、キッチン用品、美容・健康用品など。特に消えるインクを使用したボールペンや、寿司や天ぷらの形をした消しゴムなどが飛ぶように売れるという。「ひとつ数百円の商品はお土産用でしょうか、大量にまとめ買いされますね。ちょっとしたお土産に日本の文房具は最適なようだ。」

また「メイド・イン・ジャパン」ブランドは、富裕層の個人旅行者にも人気。セラミック包丁や、職人の技術が冴える若狭塗箸、手作りの風合いがある鞆などが特に好まれている。そこで同店では、お薦めの日本製日用品には「ニッポン品質」というポップを掲示。日本品質を前面に打ち出した販売促進を行っている。

もちろん、パンフレットなど

株式会社 東急ハンズ 心斎橋店
大阪市中央区南船場3-4-12
【取り扱い商品】
生活雑貨、美容雑貨、服飾雑貨全般
http://shinsaibashi.tokyu-hands.co.jp/



▲左から店長の鳥羽幸二さん、真弘一さん、友久正樹さん。

の印刷物も充実しており、中国語・韓国語・英語で書かれたフロアガイドや、外国人観光客に人気の高いおみやげ物を紹介するパンフレットなども作成している。また1階のインフォメーションコーナーには中国人留學生のスタッフ2名が交替勤務し、中国人観光客からの様々な問い合わせに対応している。

こうした様々な対策が実を結び、東日本大震災後に落ち込んだ中国人観光客による売上も、今ではピーク時とほぼ同等の水準まで回復している、とのことであった。

スタッフの発案・創意

工夫でお客様を迎える

▶留学生のアルバイトスタッフが作成するポップ。



▼床に座るお客さんが多いそうで、この表示。「座らないでください」。



▼外国人観光客に人気の高い商品。左が3Dのポストカード。右はスイーツなどをかたどった消しゴム。



▲フロアの案内表示も多国語対応。



▲客室内のアメニティも多国語対応。



▲ロビーにある国際電話コーナー。4台すべて無料で利用可能。



▲近隣の飲食店などの情報を多言語で紹介する端末。

▶ロビーに設けられた日本文化を紹介するコーナー。1月のテーマは「お正月」。



▶ロビーに設置されているパソコンコーナー。プリントも無料サービス。

▼飛行機に持ち込む荷物の重さを計測できる荷重計。



▲常務取締役の橋本明元さん。



「中国人スタッフには中国人観光客の方に、積極的に声をかけてもらっています」

「中国人の団体客の方は買

「最近ではインターネットでの情報収集が盛んになってい

「当店では3人の中国人留

株式会社カワチ 心齋橋本店
大阪市中央区心齋橋筋1-8-1
【取り扱い商品】
画材・文房具全般
http://www.kawachigazai.co.jp



▲取締役営業部長の河内卓也さん。

「日本の画材、文具品の信頼

「私どもは部屋ではなく、『思い出』を売っています。少しでも工夫をして、喜んで帰っていただきたいんです」

「このサービスのほとんど

「小規模なホテルだからこ

「私どもは、部屋ではなく、

株式会社 王宮
なんば道頓堀ホテル
大阪市中央区道頓堀 2-3-25
http://www.dotonbori-h.co.jp/



▲ズラリと並んだ石像が印象的な外観。

外国人スタッフによる

接客が高い効果を生む



◀中国人留学生の林寧(りん・ねい)さん(右)と土井麻里子店長(左)。



▲日本の風習なども翻訳している。



▲招き猫は人気のおみやげだそう。



▲銀聯カードが使えることを大きく表示している。

「日中のスタッフ間で勉強会を積極的に行っています。私たちは日本語を教える、そして私たちも中国語を教えてもらう。そうやって接客サービスの向上につなげています」

「自分が生まれた国の人たちに、大好きな日本の商品を販売できることを本当に誇りに思いますし、今の私の生き甲斐でもあります」
流暢な日本語でそう言うのは、大阪土産や大阪名物を販売する「いちびり庵道頓堀店」で働く中国人留学生の林寧(りん・ねい)さん。同店では林さんをはじめ、6名の中国人留学生がスタッフとして働く。全スタッフが17人だから、3分の1が中国人ということになる。

中国人スタッフは、単に販売で活躍するだけではない。日本人スタッフに中国語や中国の文化などを伝える役割も担っている。
「日中のスタッフ間で勉強会を積極的に行っています。私たちは日本語を教える、そして私たちも中国語を教えてもらう。そうやって接客サービスの向上につなげています。新しい文化をお互いが採り入れることで、チームワークが良くなりましたね」と、同店店長の土井麻里子さんは語る。

株式会社 せのや
なにわ名物・いちびり庵 道頓堀店
大阪市中央区道頓堀 1-7-21
中座くだおれビル1F
【取り扱い商品】
大阪の土産、名産品(菓子、雑貨など)
http://www.ichibirian.net



▲代表取締役社長の野村育郎さん。

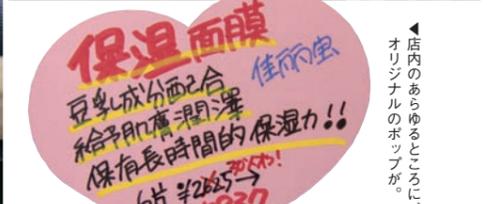
「今後は、店内の空きスペースを活用して、外国人向けにインフォメーションを設け、観光に役立つ情報発信も検討しています。」と、社長の野村育郎さん。更に積極的に外国人観光客への対応を進める考えである。



▲外国人観光客が訪れるとすかさず留学生のスタッフが接客。細やかなサービスを。



▲外国人観光客専用の売り場。詰め合わせセットが人気。



◀店内のあらゆるところに、オリジナルのポップが。

「心斎橋周辺の3店舗だけで、中国人のスタッフが15名ほど。おかげで売上も伸びています」

また、限られた時間で買物する団体客用にと、人気の高い化粧品などをセットで販売するなどの工夫も。中には1セット数万円するものもあるが、福袋感覚で、飛ぶように売れて行く日もあるそう。さらに心斎橋中央店では、外国人観光客の専門コーナーを

「中国のお客さんから、メイド・イン・ジャパンの商品は大変な人気です。化粧品はもちろんです。目薬、毛染めや爪切りが評判です。そういう商品には中国語のポップを付けたら、スタッフにも積極的にアピールしてもらっています」
「中国人留学生の採用に踏み切った、同社常務取締役の吉川博和さんは、「非常に熱心に働いてくれるんです」と喜ぶ。心斎橋筋を中国人観光客が訪れる時間のピークは、午前10時、午後4時、午後6時の3回。留学生だけに朝は無理としても、夕方の2回のピーク時には対応可能。接客スキルも着実にレベルアップしている。

株式会社 コクミン 心斎橋中央店
大阪市中央区心斎橋筋 2-8-5
【取り扱い商品】
化粧品・医薬品・美容雑貨など
http://www.kokumin.co.jp



▶常務取締役の吉川博和さん(右)と、商品部の横尾政信さん(左)。

近隣に3つの店舗が集中していることで、団体客の予約の時間帯に合わせて外国人スタッフを行き来させる連携も。機動力とアイデアで効果を高めている。

留学生の就業時間について
留学生がアルバイトを行う際には、入国管理局の「資格外活動許可」の取得が必要で、就業時間にも制限があります。1週間で28時間以内。大学等の夏休みなど長期休業期間中は、1日8時間以内です。
(入管法施行規則第19条より)

サンプルやメニューでわかりやすく

10

心齋橋ミツヤ 心齋橋本店

▶中国語、韓国語、英語と、それぞれにメニューが用意される。



◀大阪ではおなじみの、くるくる回る人形は、外国人観光客にも好評

▶ひときわ目を引く店頭メニューサンプル。



「今後も外国人観光客の数は増えていくでしょう。他の店舗での外国人対応も徐々に整えていきたいですね」

また、同店の入口に展示された数多くのメニューサンプルが外国人観光客を惹き寄せている。「ご注文をお伺いすると、サンプルの前に連れて行かれます。言葉は分からないですけど、指をさされれば分かりますから(笑)」と、心齋橋店店長の小儀洋二さんは語

る。「大版ではおなじみの、くるくる回る人形は、外国人観光客にも好評。ひときわ目を引く店頭メニューサンプル。」

戦後すぐにこの地に店を構えて以来、心齋橋筋を代表する喫茶店である心齋橋ミツヤ。その人気ぶりは、地元だけでなく、外国人観光客にも拡がっている。

「中国の旅行パンフレットやガイドブックで、日本のカツカレーの紹介がされているようです。カツカレーは当店でも人気商品ですので、それが来ていただけきつかけになったのかも」と、同社代表取締役社長の小儀俊光さん。

旅行会社から外国人観光客の団体予約が入ることもしばしば。外国人団体客は店の奥にご案内し、ゆったりとした時間を過ごしてもらえるように工夫をしている。「文化の違いなどで、困ることなども確かにありますが、今後も外国人観光客の数は増えていくでしょう。心齋橋店だけでなく、他の店舗での外国人対応も徐々に整えていきたいですね」と小儀店長。外国人観光客への接遇強化はミナミの店舗から全店に拡大していくようだ。



▲左が代表取締役社長の小儀俊光さん。右は営業次長の前田克博さん。

株式会社 心齋橋ミツヤ 心齋橋本店
大阪市中央区心齋橋筋 2-3-21
【取り扱い商品】
軽食、ドリンク、甘味など
http://www.mitsuya.co.jp

09

がんこ道頓堀店



▲外国人観光客用の特別メニュー。文字はもちろんのこと、写真もできるだけ掲載している。



▲ひと際目立つ店頭のメニューサンプル。英語、中国語、韓国語に対応している。



▼支配人の片平正博さん。



▶店頭にもメニューを設置し、外国人のお客様にもわかりやすく。



「本物を知っていただく工夫も大切。多いときは4割が海外の方ですね」

「3年ほど前から、海外のお客さんがぐっと増えました。ただ、自由時間が限られているせいか、店舗あたりの滞在時間が短いんです。そこで、限られた時間の中でも出来る限り多彩な食事を楽しんでいただくためにはどうしたらいいのかを考えました」。そう語るのががんこ道頓堀店の支配人・片平正博さん。

「内容、実は日本人向けのものをそのまま翻訳したものではなく、外国人の好みを反映させたメニュー構成になっている。外国人に人気が高いお寿司やしゃぶしゃぶなどの肉メニューや、それらを組み合わせた「黒毛和牛しゃぶ寿司膳」といった食事を前面に打ち出し、外国人観光客の目を引く工夫を盛り込んでいる。

「文化の違いなどで、困ることなども確かにありますが、今後も外国人観光客の数は増えていくでしょう。心齋橋店だけでなく、他の店舗での外国人対応も徐々に整えていきたいですね」と小儀店長。外国人観光客への接遇強化はミナミの店舗から全店に拡大していくようだ。

また、「ただ、画一的なご提案ではご満足いただけませんので、個人旅行の少人数のお客様にはできるだけカウンターに座っていただき、本物を知っていただく工夫も大切かと思えます」と片平さん。さらに、外国人観光客がお寿司を握ることが出来る体験イベントの開催や自店の法被を羽織ってもらい記念撮影

をするなどのサービスも充実させている。「とはいえ、やはり一番大切なのは、日本でしか味わえないおいしいものを提供すること。そして気持ちの良いサービスを提供することです」と、料理と接客の重要性を強調する。そんな努力の結果、今では多いときにはおよそ4割が外国人観光客で占めるといいます。一組あたりの単価も上がり、滞在時間も増えたとのこと。

がんこフードサービス株式会社 がんこ 道頓堀店
大阪市中央区道頓堀 1-8-24
【取り扱い商品】
寿司など和食全般
http://www.gankofood.co.jp

「中国人観光客に関するアンケート」調査結果概要 (抜粋)

1. 調査概要

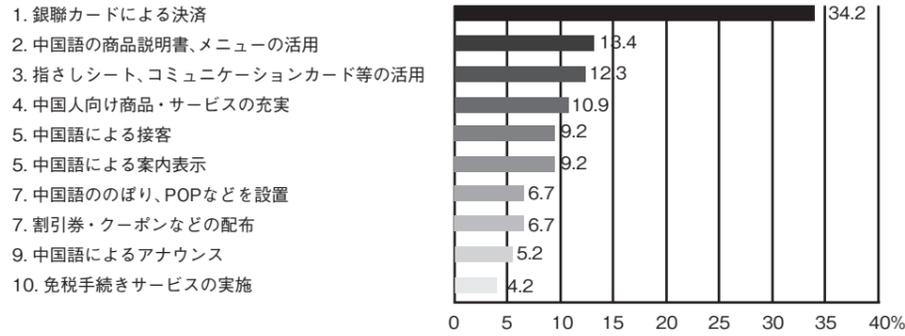
- (1) 調査目的: 「買い物観光魅力強化エリア」としている「船場～なんば」「天王寺・あべの」両地域の小売店・飲食店等における中国人観光客の購買行動や、観光客を迎える小売店・飲食店等の対応状況等の実態を把握し、今後の事業実施に向けた参考とする。
- (2) 調査期間: 2011年9月22日(木)～11月8日(火)
- (3) 調査対象: 大阪市中央区・浪速区・阿倍野区・天王寺区・西成区各区内の主な商店街・商店会・地下街等58商業組織の加盟店3,073店
- (4) 有効回答: 731店(調査対象に対する有効回答率23.8%)
- (5) 回答内訳: 小売業412店(56.4%)、飲食業84店(25.2%)、サービス業69店(9.4%)、その他・無回答66店(9.0%)

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。

接客や広報で実施していること (複数回答)



② 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「(品質の良い)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。

■ 小売業

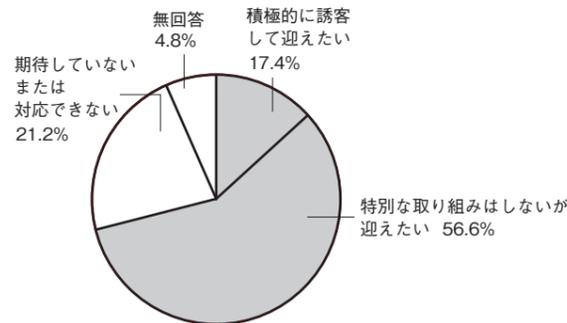
- 衣料品等: 男性用スーツ、ネクタイ、ゆかた、はんでん、高級ジーンズ、女性用高級下着、ハンカチ、足袋形状のくつした、赤・黄など原色の婦人靴、スポーツシューズ
- 雑貨等: 和紙製の小物、機能性やデザインの優れた文房具、セラミック製の包丁、ダイヤモンドやルビーのアクセサリ、原色のバッグ、スーツケース、腕時計
- 食品等: チョコレート、玄米茶、抹茶、抹茶を使ったお菓子、エビ等を使った珍味・菓子、フランスの高級ワイン、珈琲豆、梅酒、だし昆布、旬の果物、タバコ
- 医薬品・化粧品: 胃腸薬、目薬、軟膏、湿布薬、洗顔料、化粧品、乳液、ヘアカラー

■ 飲食業

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

③ 今後の中国人観光客への対応について

右図の通り、「積極的に誘客して迎えたい」「特別な取り組みはしないが迎えたい」を合計すると、74.0%が「迎えたい」と回答している。



▲3カ国語に対応したメニュー。人気はやはり、きつねうどんだ。



▲昭和21年創業の道頓堀今井。

11

道頓堀今井本店

「日本の食文化を知ってもらうために、日本の店としてさらに、レベルを上げていきたいですね」

昭和21年に創業の道頓堀今井。老舗として伝統を守り続けるのはもちろんのこと、常に新しいことに取り組み姿勢も忘れない。

「25年ほど前にホテルに出店した時、当時は欧米のお客さんが多かったので英語のメニューを用意しました。ここ数年は韓国をはじめアジア圏のお客さんが増えてきたので、中国語、韓国語のメニューを作り直しました」と今井徹社長。しかし大事なことは、決して迎合することではなく、「日本のお店」としてレベルを上げていくことだと言う。

「外国に旅行に行つて、あからさまに日本人観光客を意識したお店だと、逆に興ざめしませんか? 地元らしいお店に入つてみたくなりますよね。ですから私どもは日本のお店として、日本の食文化をしっかりと伝えられるように、レベルアップしていきたいんです」と語る。

今井で人気のきつねうどん。このメニューは外国人観光客にも一番人気。中国のガイドブックでも紹介されるほど。

また、外国人特有の食べ方をしている人もいます。

「韓国の人でたまに、キムチを持ち込まれる人がいます」

株式会社 今井
道頓堀今井 本店
大阪市中央区道頓堀 1-7-22
【取り扱い商品】
うどんなど和食全般
http://www.d-imai.com



▲道頓堀商店会の会長も務める社長の今井徹さん。

ね。最初はビックリしましたが、特に鴨のダシとキムチの相性がいいですね。自分でも食べてみてビックリしました」と笑う。

一方、「食べる、ということだけじゃなくて、食べた後に楽しめる場所が必要だと思えますね。道頓堀には芝居の文化があるんですから、食事後に観劇できるところとか。街として、しっかり考えていく必要があると思います」と文化的な歴史を有する地域資源を活かしたツーリズム振興の必要性を強く感じている、とのことでもあった。