

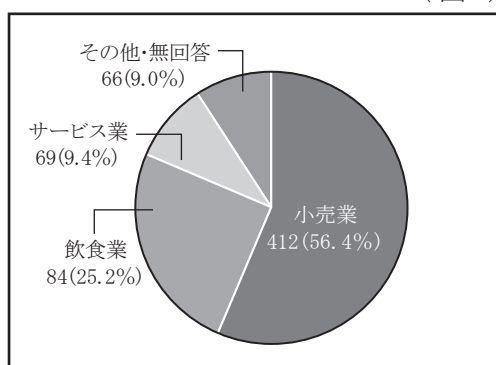
# 「中国人観光客に関するアンケート」調査結果概要

## 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%）

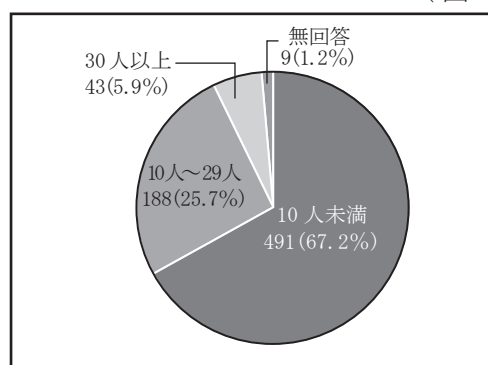
<業種内訳>

(図1)



<従業員数別内訳>

(図2)



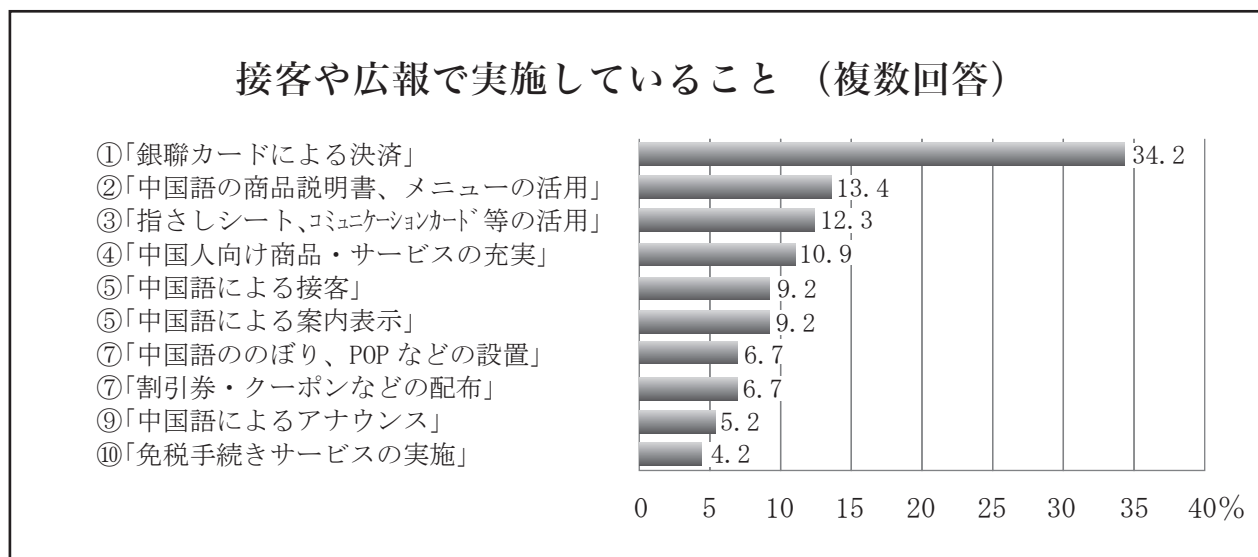
※従業員数にはパート・アルバイト数を含む。

## 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。

(図3)



現在実施していることで多いのは（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「指さしシート、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「指さしシート、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)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**：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、珈琲豆（ブルマウンテン）、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

#### <飲食業>

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

### (3)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、

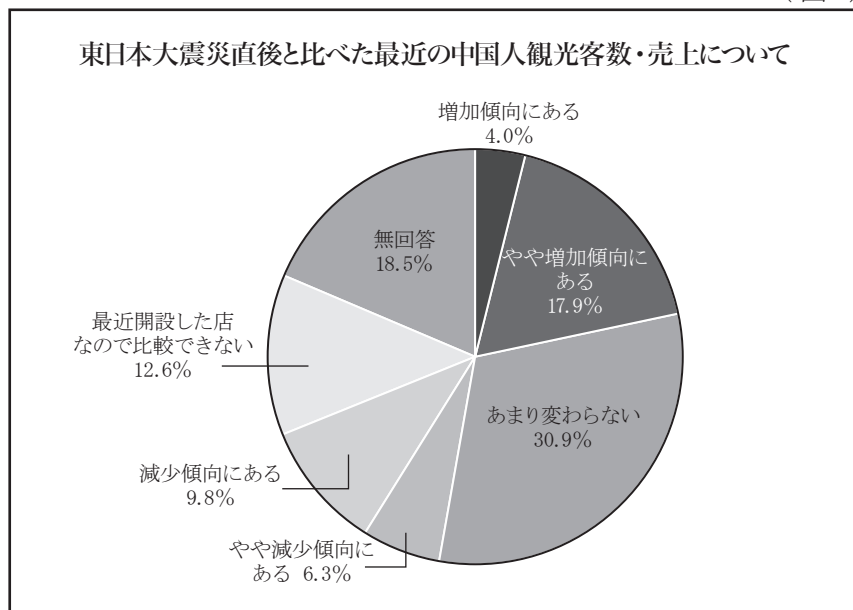
①「一昨年(2009年)以前」、「昨年の10月～12月ごろ」が共に7.0%。それ以外の期間では、③「今年の1月～東日本大震災」(5.6%)、④「昨年の7月～9月ごろ」(4.5%)、⑤「昨年の4月～6月ごろ」(3.8%)、⑥「昨年の1月～3月ごろ」(3.7%)と大きな差はない。「比較できるほどの売上はない」または「最近開設した店なので比較できない」が52.0%。

○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%。

(図4)



### (4)「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%

## (5)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、

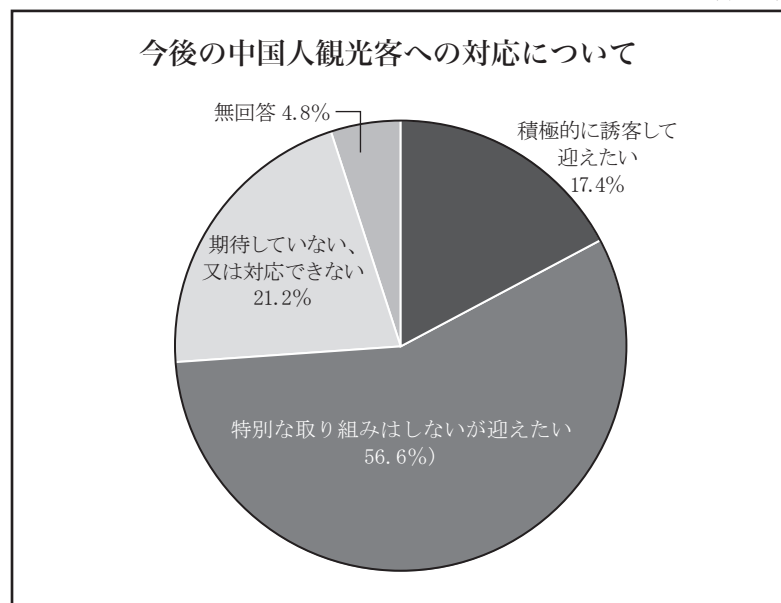
①「特別な取り組みはしないが、迎えたい」(56.6%)、②「中国人観光客に期待していない、または対応できない」(21.2%)、③「積極的に誘客して、迎えたい」(17.4%)。

「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

(図5)



## (6)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