

「2013年度 外国人観光客に関するアンケート」調査結果概要

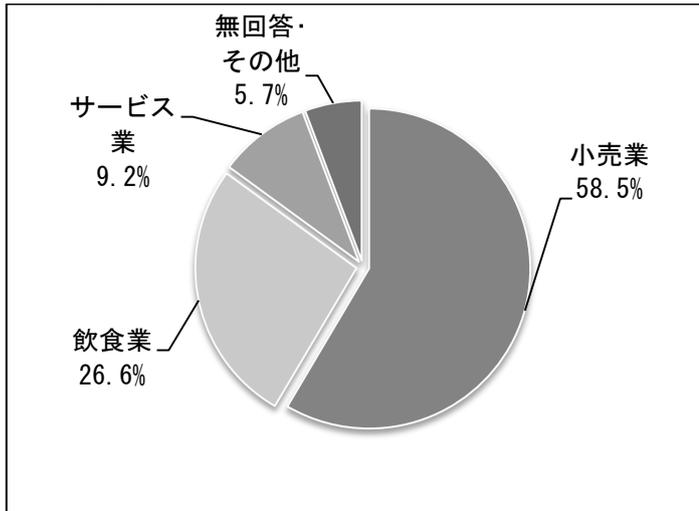
大阪商工会議所

1. 調査概要

- (1) 調査目的：「買い物観光魅力強化エリア」としている、主に「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をはじめとする外国人観光客の購買行動や対応状況等の実態を把握し、今後の事業実施の際の参考とする。(今回で3回目の実施)
- (2) 調査対象：大阪府中央区・浪速区・阿倍野区・天王寺区・西成区・西区各区内の主な商店街・商店会・地下街等、50商業組織の加盟小売店、飲食店等 4,652店
- (3) 調査期間：2013年(平成25年)11月1日(金)～29日(金)
- (4) 有効回答：876店(調査対象に対する有効回答率 18.8%)

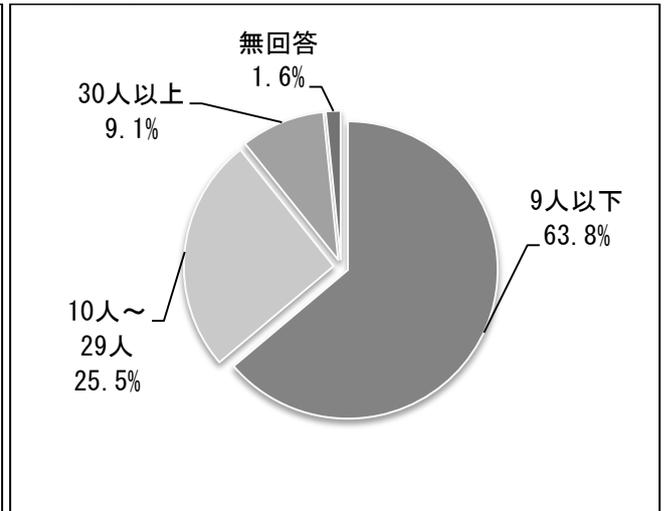
<業種内訳>

(図1)



<従業員数内訳>

(図2)



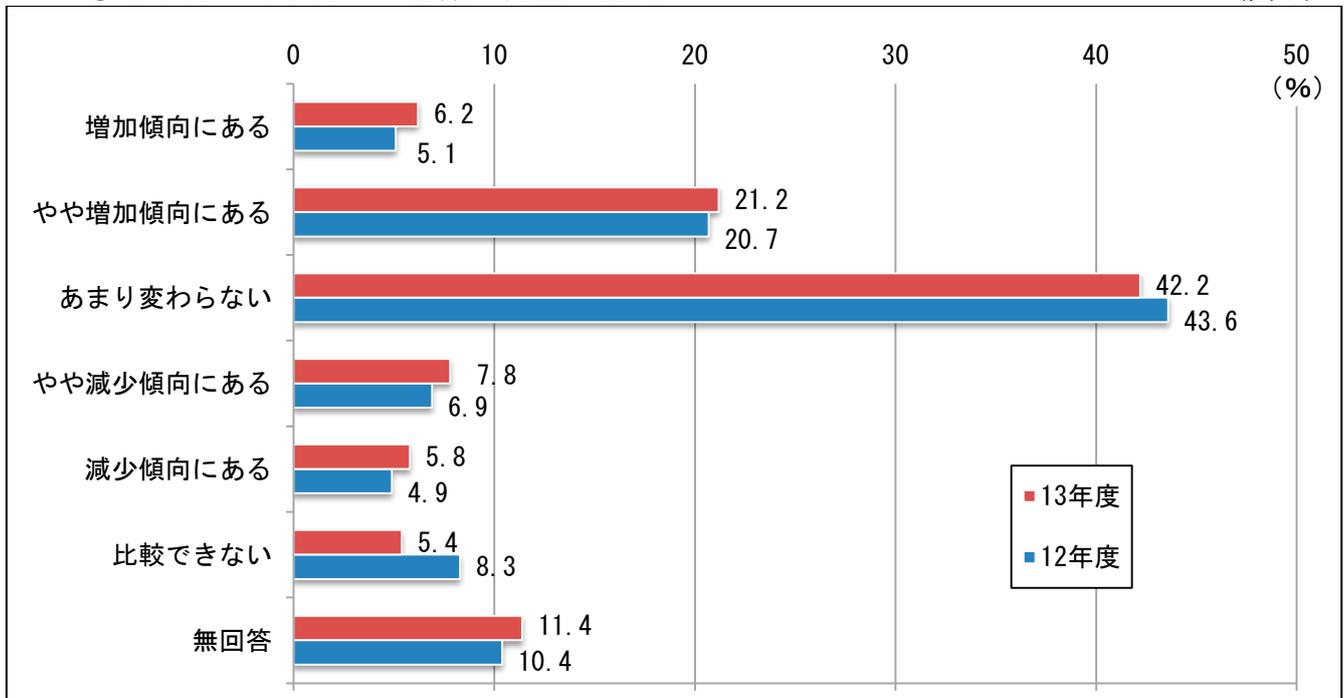
※従業員数にはパート、アルバイトなどを含ま

2. 調査結果のポイント

(1) 中国人観光客の動向について

① 昨年同時期と比べた客数・売上の動向

(図3)

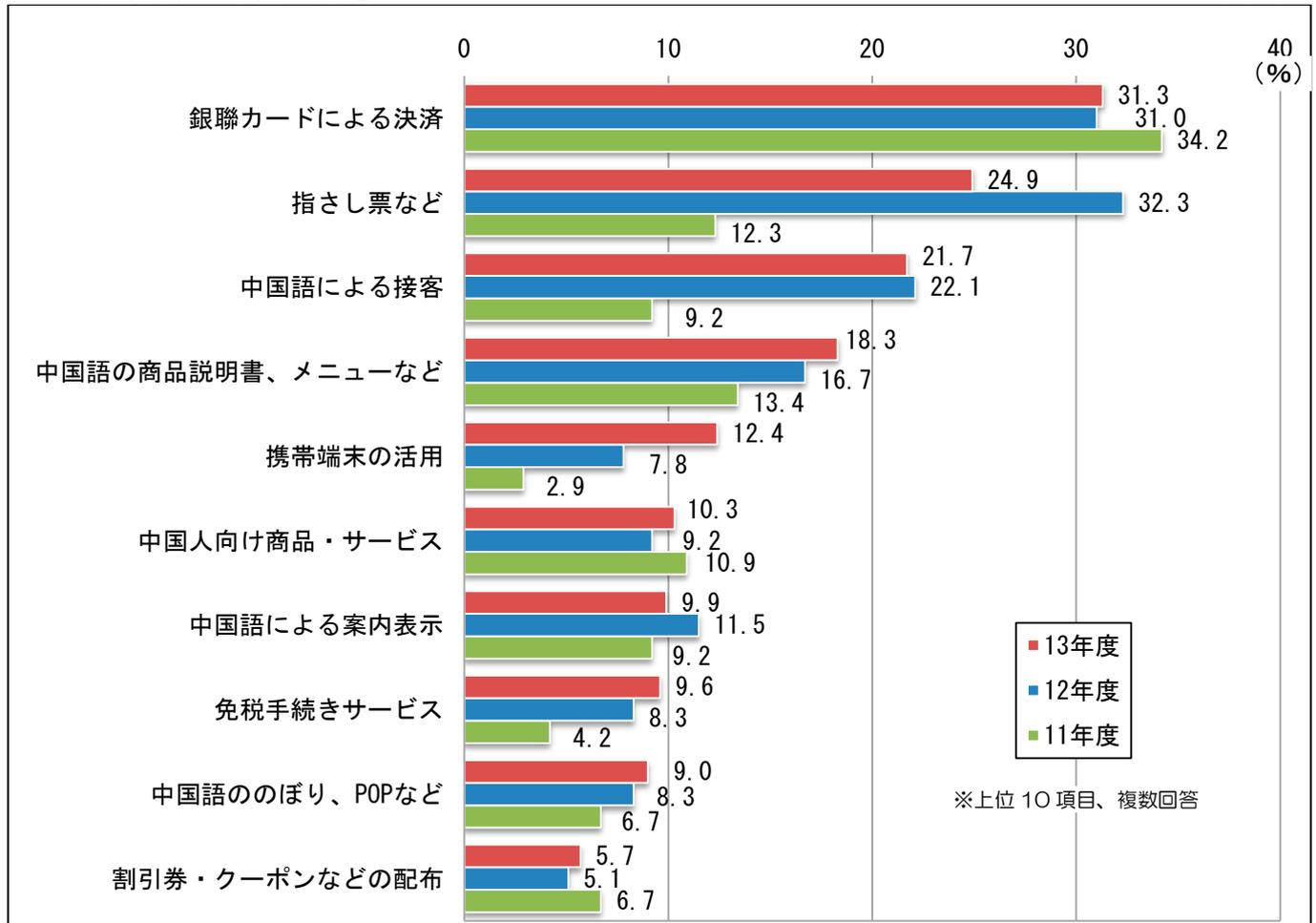


(a) 昨年の同時期と比べた客数・売上は、「やや増加傾向にある」(21.2%)、「増加傾向にある」(6.2%)の合計 27.4%と、「やや減少傾向にある」(7.8%)、「減少傾向にある」(5.8%)の合計 13.6%を 13.8ポイント上回った。

(b) 1年を通して中国人観光客が多かった時期については、「9月下旬～10月上旬(国慶節時期)」との回答が一番多く 24.9%。ついで「1月末～2月上旬(春節時期)」が 19.5%。

②接客や広報で実施していること

(図4)



- (a) 中国人観光客向けの何らかの接客や広報対策を現在実施している店舗は62.7%で12年度調査(62.4%)とほぼ同じ。現在実施していることで多いのは、①「銀聯カードによる決済」(31.3%)、②「指さし票などの活用」(24.9%)、③「中国語による接客」(21.7%)など。
- (b) 今後実施したい接客や広報で多いのは、①「中国語の商品説明書、メニューなどの作成・活用」(21.1%)、②「携帯端末(i-pad、スマートフォンなど)の活用」(20.1%)、③「指さし票などの活用」(19.6%)など。
- (c) 接客や広報において、特に効果が高いものとしては、①「銀聯カードによる決済」(15.4%)、②「中国語による接客」(13.3%)③「中国語の商品説明書、メニューなどの作成・活用」(9.7%)となっている。

③人気のある商品、商品の好みの特徴(記述式回答)

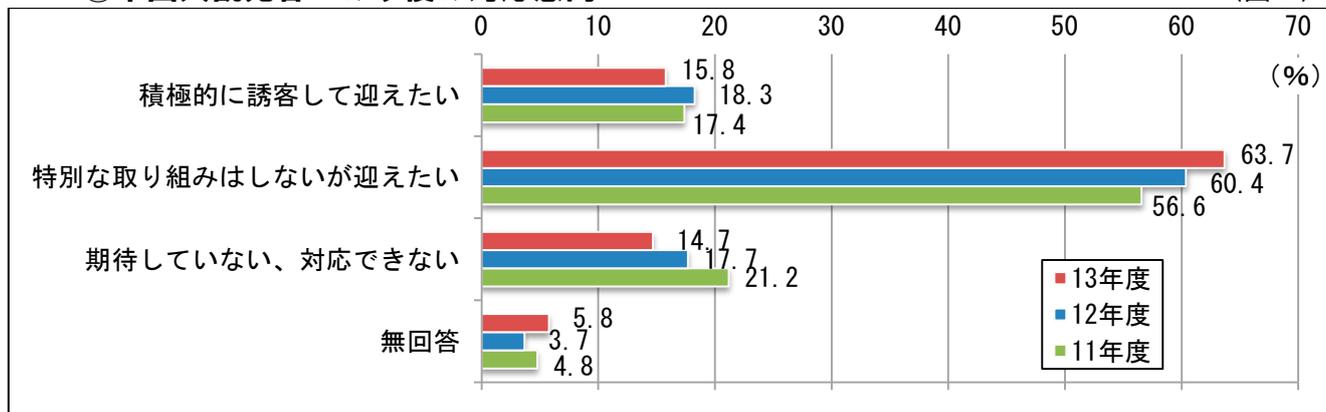
- (a) 全般的に日本製、日本限定発売の商品、日本の文化を感じられる商品(伝統工芸品、抹茶・わさび味等)を求める傾向が強い。また、カラフルで派手な色の商品が好まれるとの回答もあった。
- (b) 人気のある商品の理由については、「日本製の商品は品質が高いから」との回答が圧倒的に多くみられた。また、「中国で買うよりも安価に購入できるから」との回答もあった。

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、デニム、ニット、ワンピース、ブラジャー、ショーツ、靴下・ソックス、ストッキング
- 【コスメ、薬品】資生堂化粧品(ベネフィック、専科パーフェクトホイップ洗顔、シャンプー等)、コーセー雪肌精、マックスファクターSKII、カネボウ化粧品フレッシュローション、クレンジングオイル、洗顔料、市販薬(パブロン、アリナミンEX、サンテFX等)、休足時間、健康補助食品(各種サプリメント)
- 【靴、装身具】スニーカー(ナイキ、ニューバランス、オニツカタイガーなど)、皮革製品(バッグ、財布等)、時計、メガネ・サングラス、ウィッグ
- 【食品】抹茶味の食品、わさび味の食品、果物
- 【雑貨、その他】調理器具(包丁、食器等)、爪切り、工芸品(鉄瓶、和柄の雑貨等)、ボールペン(フリクションペン)
- 【飲食】揚げもの(トンカツ、カツ丼、串カツ、天ぷら等)、肉類(しゃぶしゃぶ、ステーキ等)、麺類(鴨なんばん、天ざる、きつねうどん)、親子丼、お好み焼き、寿司、刺身

④中国人観光客への今後の対応意向

(図5)



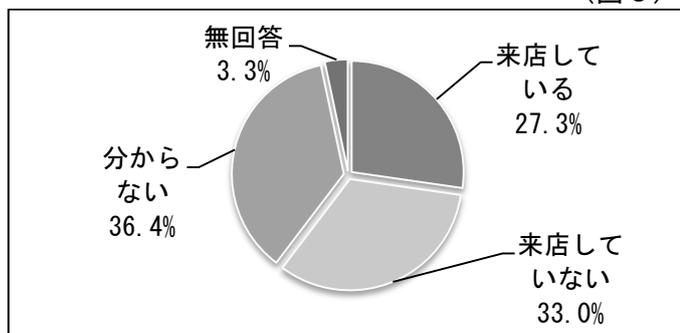
(a) 今後の対応については、「積極的に誘客して、迎えたい」(15.8%、12年度 18.3%)、「特別な取り組みはしないが、迎えたい」(63.7%、12年度 60.4%)となり、中国人観光客を「迎えたい」とする回答は79.5%に及び、昨年度の78.7%を上回っている。

(b) 「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マナー、商習慣の違いを挙げる回答が多くみられた。

(2) イスラム圏からの観光客の動向について

①イスラム圏からの観光客の来店状況

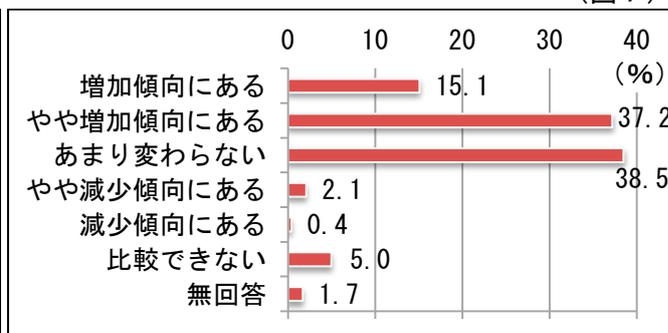
(図6)



(a) 全体の27.3%がイスラム圏からの観光客が来店していると回答。

②昨年同時期と比べた客数・売上の動向

(図7)

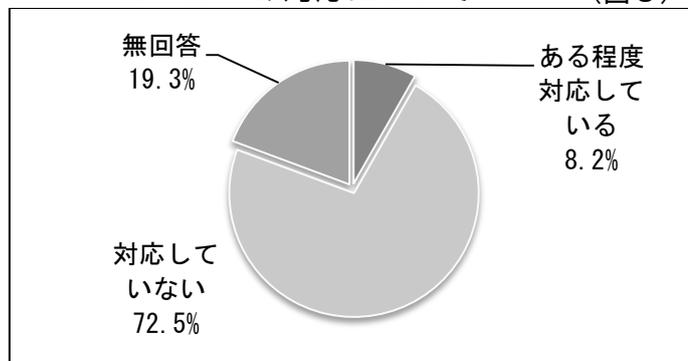


(a) 昨年の同時期と比べた客数・売上は、「やや増加傾向にある」(37.2%)、「増加傾向にある」(15.1%)の合計 52.3%と、「やや減少傾向にある」(2.1%)、「減少傾向にある」(0.4%)の合計 2.5%を49.8ポイント上回った。

※問10(1)で「1.来店している」と回答した239を母数に算出

③イスラム教徒独自の生活習慣やルールへの対応について

(図8)



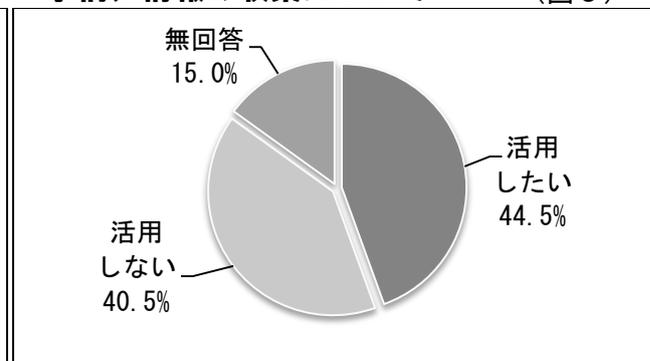
(a) イスラム教徒独自の生活習慣やルールに対応しているかの問いには、「対応していない」が72.5%を占めている。

(b) 対応していない理由としては、「どのように対応すればよいのか分からないから」が一番多く43.6%となっている。

※問10(2)で「2.対応していない」と回答した635を母数に算出

④イスラム教徒の生活習慣やルールなどの事柄、情報の収集について

(図9)

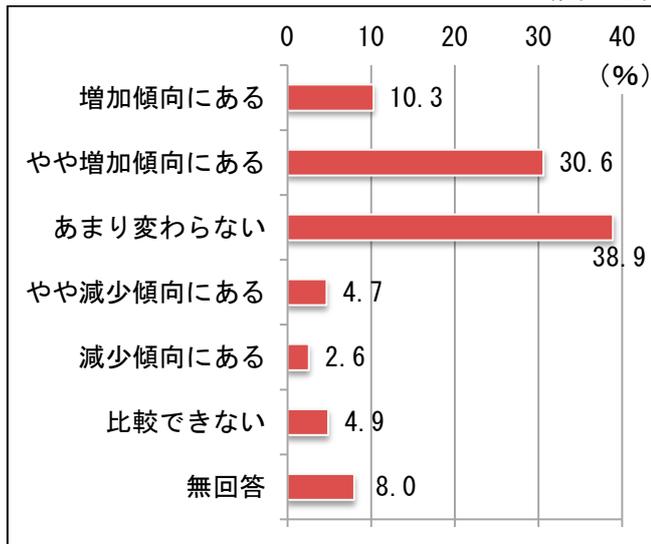


(a) 「イスラム教徒の生活習慣やルールなどの事柄、情報について紹介するセミナーや冊子があれば活用しますか」との問いには、全体の44.5%が活用したいと回答している。

(3) 外国人観光客全般の動向について

① 昨年同時期と比べた客数・売上の動向

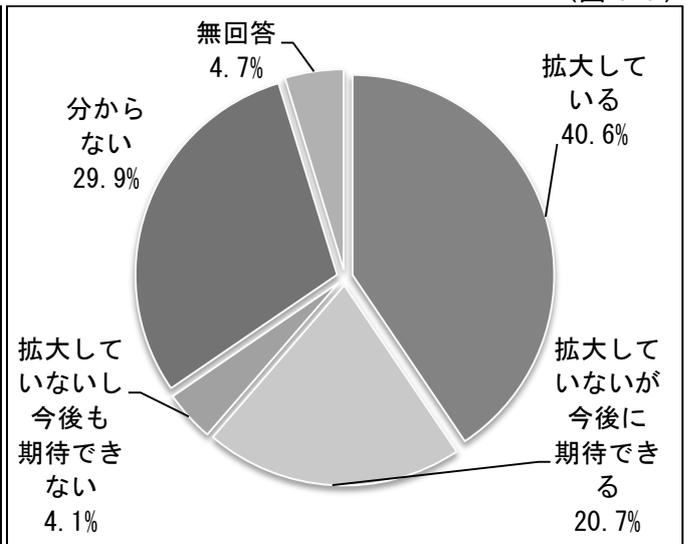
(図10)



(a) 昨年の同時期と比べた客数・売上は、「やや増加傾向にある」(30.6%)、「増加傾向にある」(10.3%)の合計40.9%と、「やや減少傾向にある」(4.7%)、「減少傾向にある」(2.6%)の合計7.3%を33.6ポイント上回った。

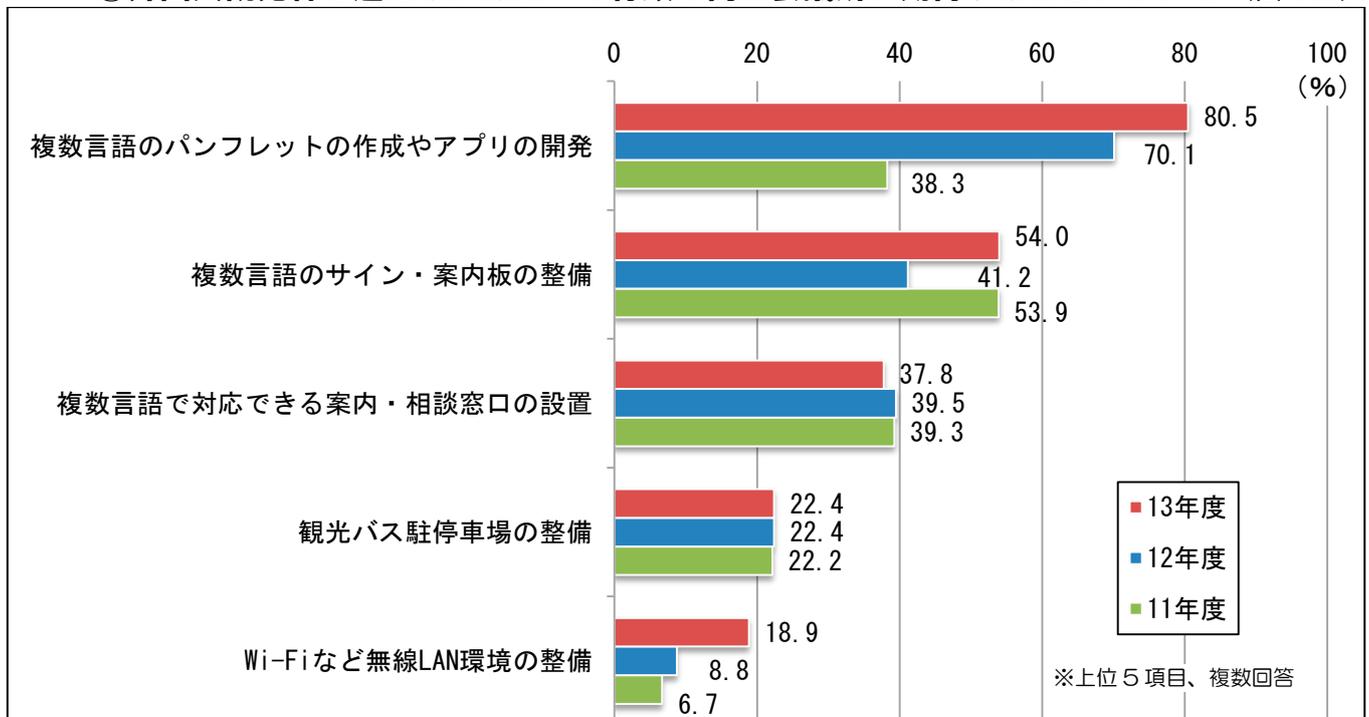
② 地域の買い物消費への外国人観光客の貢献度について

(図11)



(a) 「外国人観光客が地域の買い物消費を拡大していると思いますか」の問いには、40.6%が「拡大している」と回答。また20.7%が「今後期待できる」と回答している。
 (b) 現在、特に注力して迎えている外国人観光客の国・地域についての質問には、中国、台湾、韓国をはじめとする東アジアの各国・地域との回答が多くみられた。

③ 外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について (図12)



(a) 「外国人観光客を迎えるにあたって必要なことで、行政や商工会議所に期待すること」についての問いで多いのは、①「複数言語のパンフレットの作成やアプリの開発」(80.5%)、②「英語や中国語等複数言語によるサイン・案内板の整備」(54.0%) ③「英語や中国語等複数言語で対応できる案内・相談窓口の設置」(37.8%)。
 (b) 「複数言語のパンフレットの作成やアプリの開発」「Wi-Fiなど無線LAN環境の整備」については、需要が急激に増加している。

以上