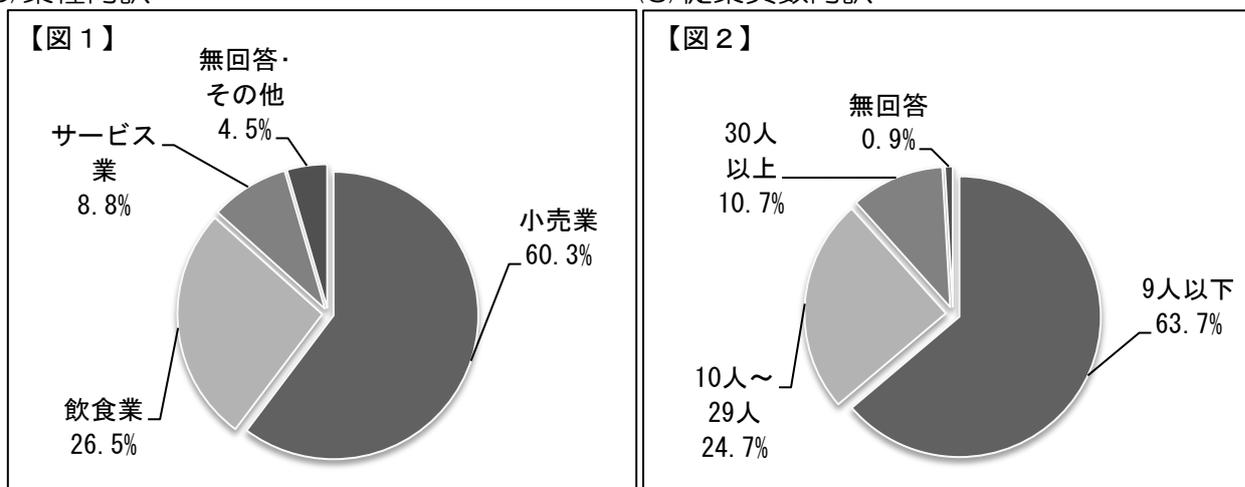


「2015年度 外国人観光客に関するアンケート」調査結果概要

大阪商工会議所

1. 調査目的・対象等

- (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、今後の事業実施の参考とする。
- (2)調査期間：2015年（平成27年）11月2日（月）～27日（金）
- (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・西区各区内の主な商店街・商店会・地下街等、52商業組織の加盟小売店、飲食店等4,497店
- (4)有効回答：891店（調査対象に対する有効回答率 19.8%）
- (5)業種内訳： (6)従業員数内訳：



※従業員数にはパート、アルバイトなどを含む

2. 今回の調査結果の特徴

客数・売上について

- 外国人観光客全般、ならびに中国人観光客の客数・売上については、増勢はやや鈍化したものの、これまでの調査に引き続き増加基調にある。（2ページ）
- 「外国人観光客が地域の買い物消費を拡大している」との回答は全体の65.0%で昨年（55.0%）を10ポイント上回った。そのうち64.9%が「今後にも期待できる」と回答する一方で、「今後にも期待できない」との先行きに悲観的な回答も35.1%みられた。（4ページ）
- 外国人観光客の増加に伴い、既存顧客（特に日本人客）の客数・売上が「変化した」とする回答は全体の22.7%。そのうち39.1%が「増加傾向」と回答する一方で、60.4%が「減少傾向」とあると回答。（4ページ）

接客・対応等について

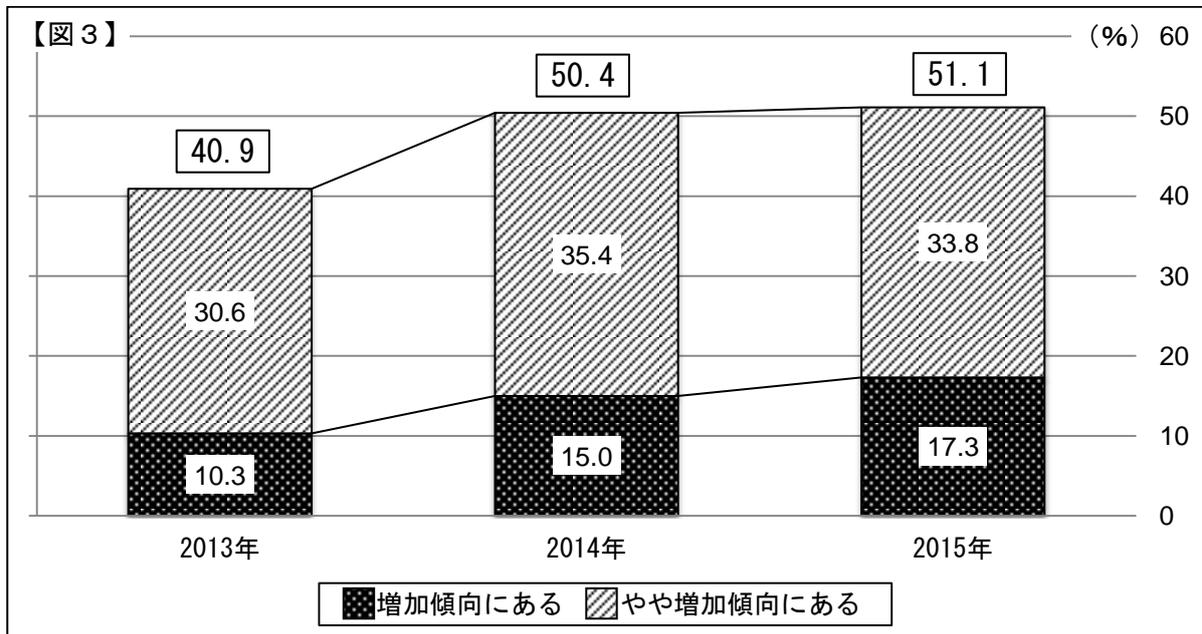
- 「免税販売」の許可要件に関する理解が進み（43.2%→60.6%）、理解した上で、実際に「免税販売を行っている」事業者も増加した（29.0%→52.4%）。また、中国人観光客に向けて、現在実施している対応としても、「免税販売」が増加している（12.6%→30.4%）。（※数値は全て昨年の調査との比較/5ページ、7ページ）
- 中国人観光客に向けて、今後実施したいこととして、これまでの受入態勢の整備に加えて、「中国での広告掲載」（19.1%）、「旅行社等と連携した誘客活動」（20.9%）など、積極的に誘客する「攻め」の姿勢を示す回答が増えた。（5ページ）
- これまでに「中国人観光客の行動・マナーで困ったことがある」との回答は全体で46.4%。地域別では「船場～なんば」、規模別では「30人以上」で割合が高くなっている（6ページ）。

3. 調査結果のポイント

(1) 客数・売上の動向について

①外国人観光客（中国人・ムスリム観光客含む）全般

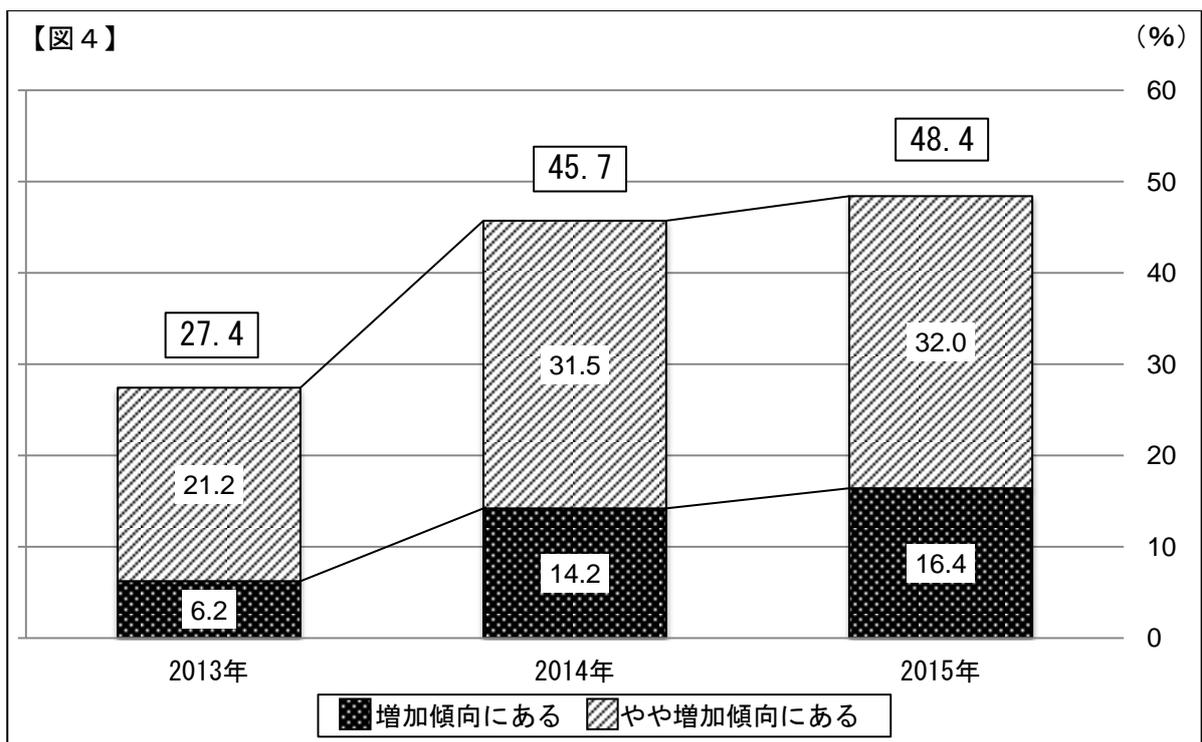
⇒客数・売上が「増加傾向にある」（17.3%）、「やや増加傾向にある」（33.8%）とする回答が合計 51.1%。昨年の調査を 0.7 ポイント上回った。



②中国人観光客

⇒客数・売上が「増加傾向にある」（16.4%）、「やや増加傾向にある」（32.0%）とする回答が合計 48.4%。昨年の調査を 2.7 ポイント、2013 年の回答（27.4%）と比較すると 21.0 ポイント上回った。

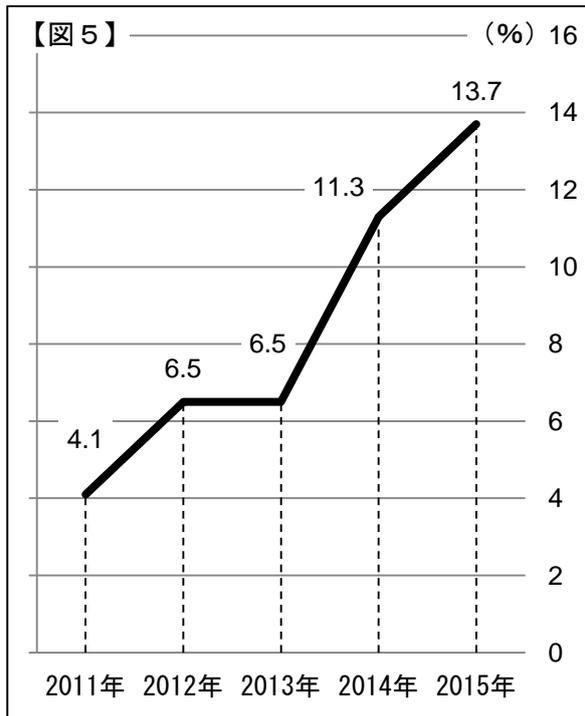
※ 1 年を通して中国人観光客が多かった時期については、「1 月末～2 月上旬（春節時期）」との回答が一番多く 28.2%。ついで「9 月下旬～10 月上旬（国慶節時期）」26.7%。「7～8 月の夏休み期間」との回答も見られた。



③中国人観光客の売上に占める割合

⇒「売上に占める割合」の平均値は13.7%で、調査を開始した2011年以来、上昇基調にある。また、「50%以上」とする回答も6.0%あった。

※同設問への全回答500を母数に集計



【データ1】

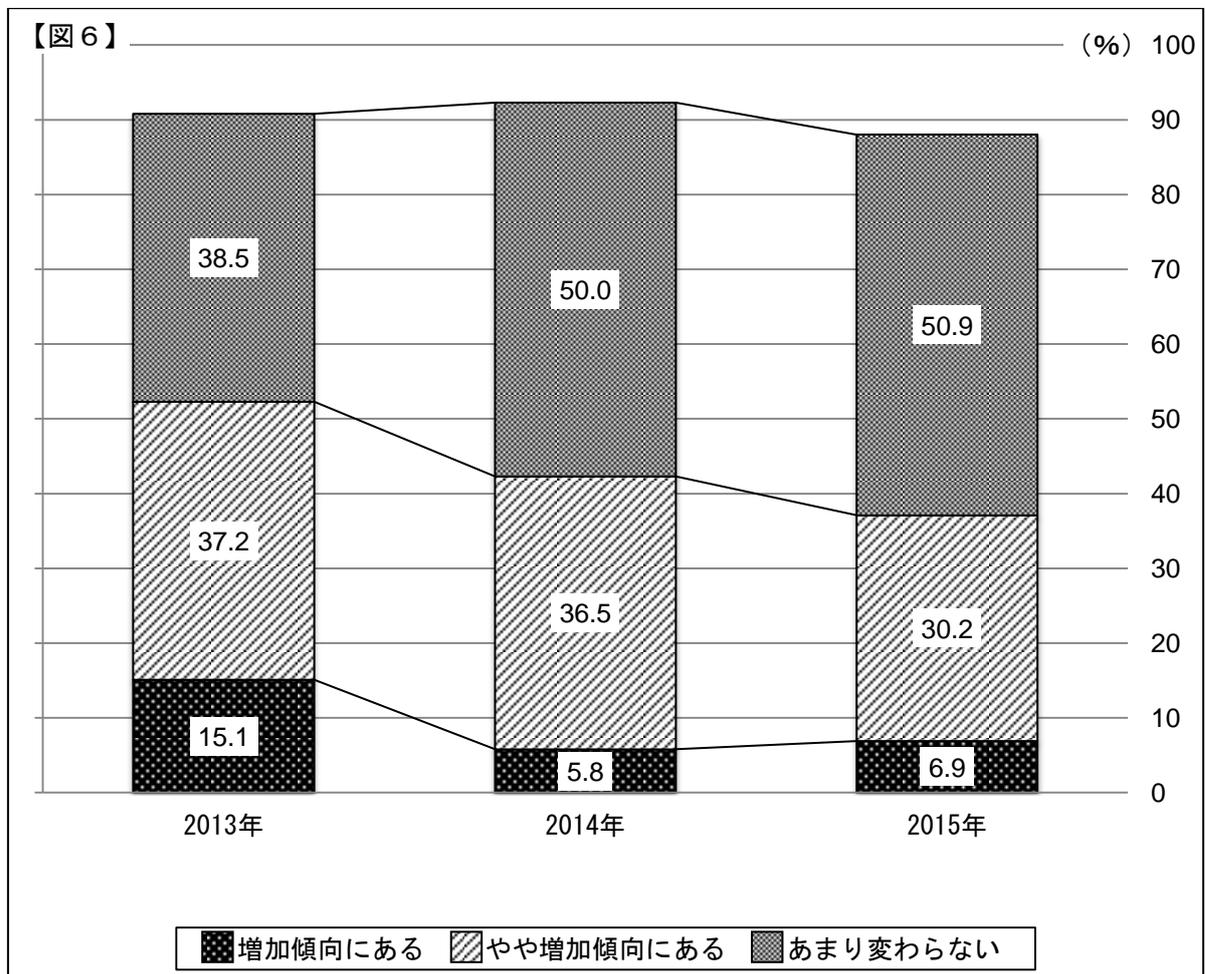
【売上に占める割合】

1. 5%未満…36.0% (2014年：41.9%)
2. 5～10%未満…17.8% (2014年：17.9%)
3. 10～20%未満…19.2% (2014年：17.4%)
4. 20～30%未満…10.6% (2014年：9.6%)
5. 30～40%未満…7.6% (2014年：6.1%)
6. 40～50%未満…2.8% (2014年：1.7%)
7. 50%以上…6.0% (2014年：5.4%)

④ムスリム(＝イスラム教徒)観光客

⇒客数・売上が「あまり変わらない」とする回答が一番多く50.9%。

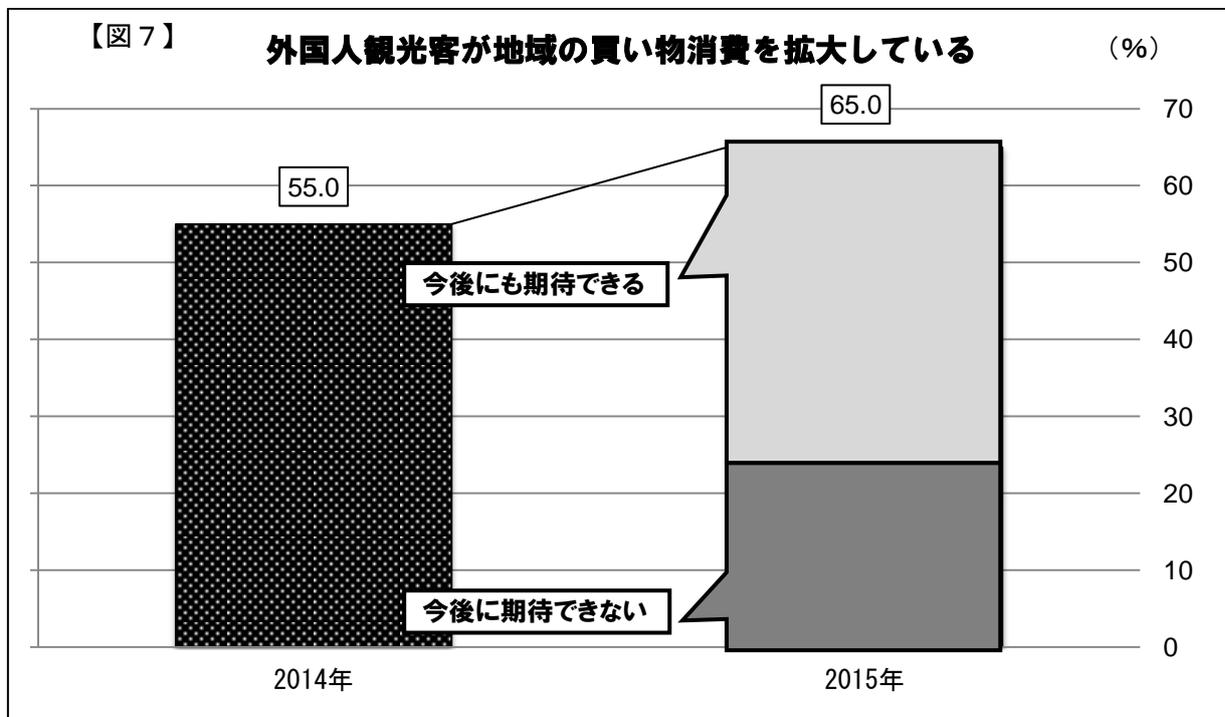
※「ムスリム観光客が来店している」と回答した159を母数に集計



(2) 外国人観光客の地域の買い物消費への貢献度について

⇒「外国人観光客（中国人・ムスリム観光客含む）が地域の買い物消費を拡大している」とする回答が 65.0%。そのうち「今後にも期待できる」が 64.9%、「今後にも期待できない」が 35.1%。

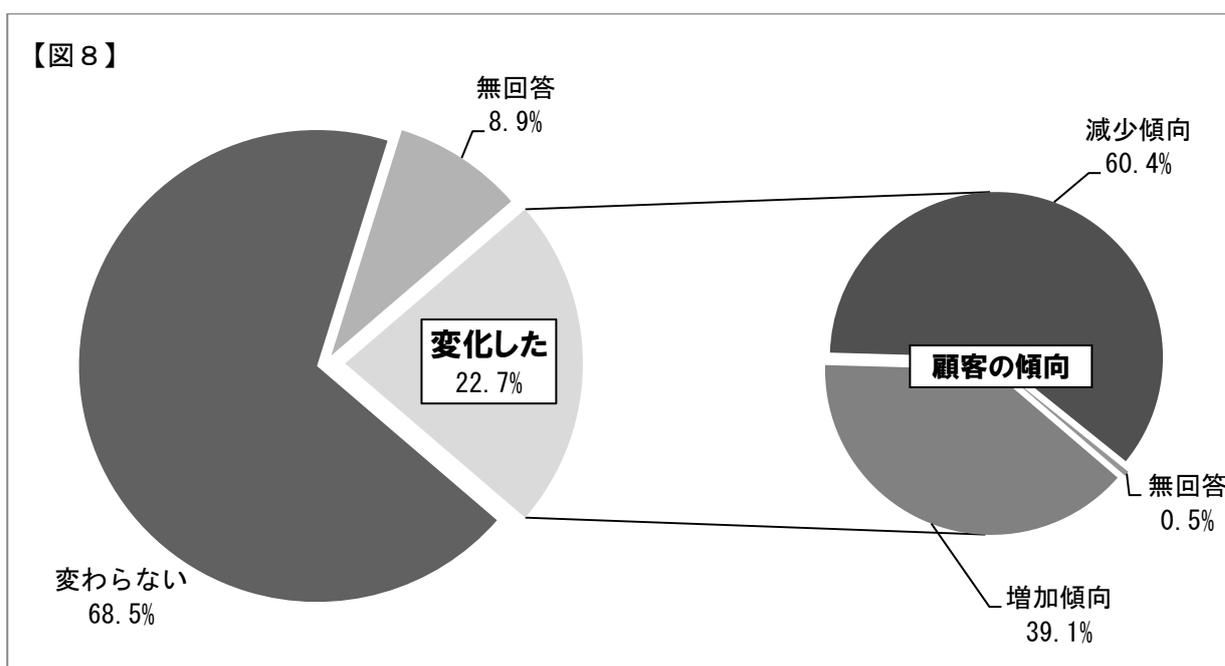
※現在、特に注力して迎えている外国人観光客の国・地域についての質問には、①中国、②韓国、③タイ、④アメリカ、⑤シンガポール・インドネシアとの回答が見られた。



(3) 【参考資料】既存顧客（特に日本人客）への影響

⇒外国人観光客の増加に伴い、既存顧客の客数・売上が「変化した」とする回答は 22.7%。そのうち 60.4%は「減少傾向」にあると回答。

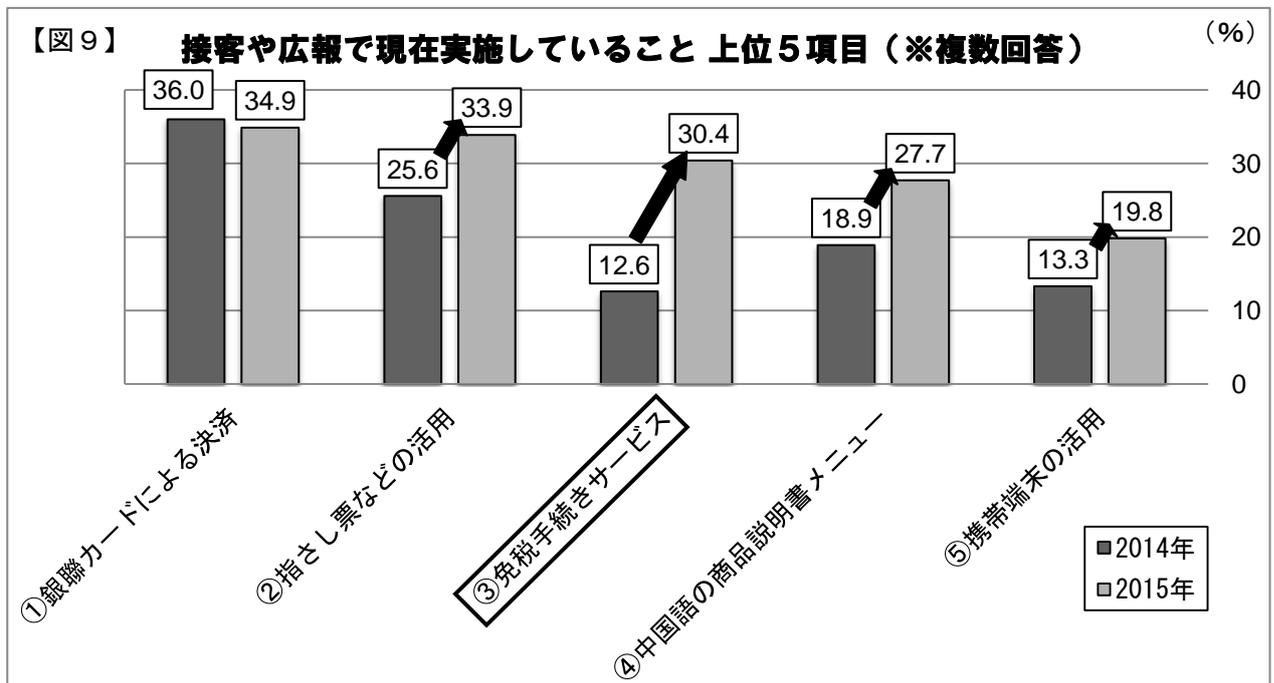
※「変化した」と回答した 202 を母数に集計



(4) 接客・対応について

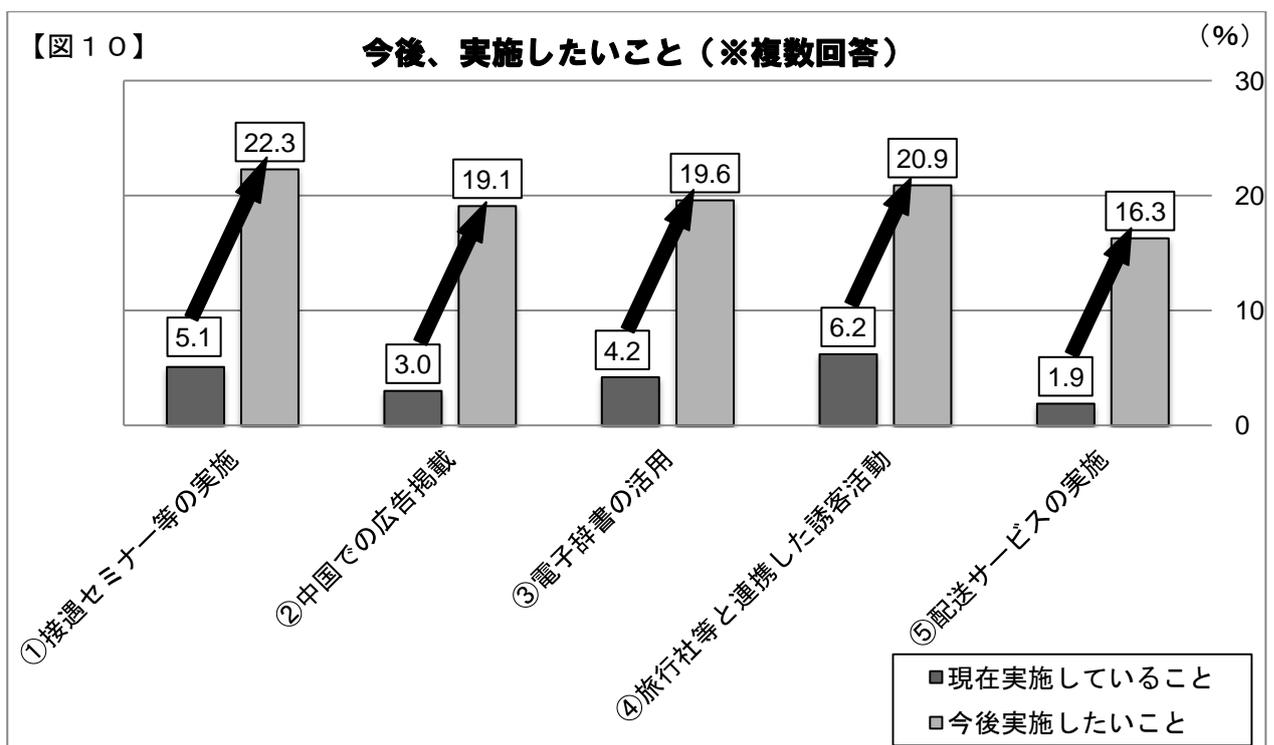
① 中国人観光客対応の現状について

⇒ 中国人観光客に向けて、何らかの接客や対応を実施している店舗は、全体の 72.5%。
 中でも「免税手続きサービスの実施」との回答は 30.4%で、昨年の調査を 17.8
 ポイント上回った【図9】。



② 中国人観光客への今後の対応について

⇒ 「積極的に誘客して迎えたい」が 25.3%で、これまでの調査で最も高くなった。
 「特別な取り組みはしないが迎えたい」(56.2%)と合わせると、全体の 81.5%。
 また、今後実施したいことのうち、現在実施していることと比較して差の大きい
 回答は、受入態勢の整備に加え、「中国での広告掲載」(19.1%)、「旅行社等と連携
 した誘客活動」(20.9%)など、積極的に誘客する姿勢を示す回答が見られた
 【図10】。

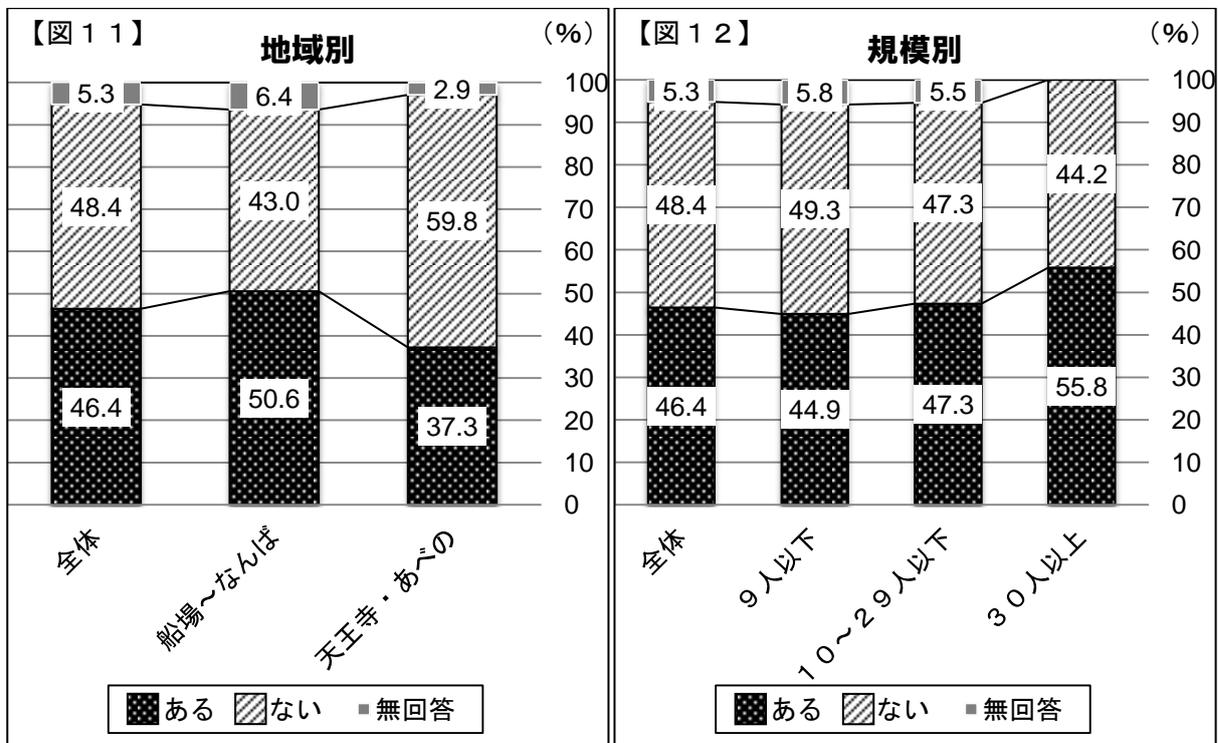


③中国人観光客の行動・マナーについて

⇒これまでに「行動・マナーで困ったことがある」との回答は全体で 46.4%。地域別では「船場～なんば」、規模別では「30人以上」で割合が高くなっている。

また、これまでと比較して「行動・マナーは変わらない」とする回答が 68.5%。

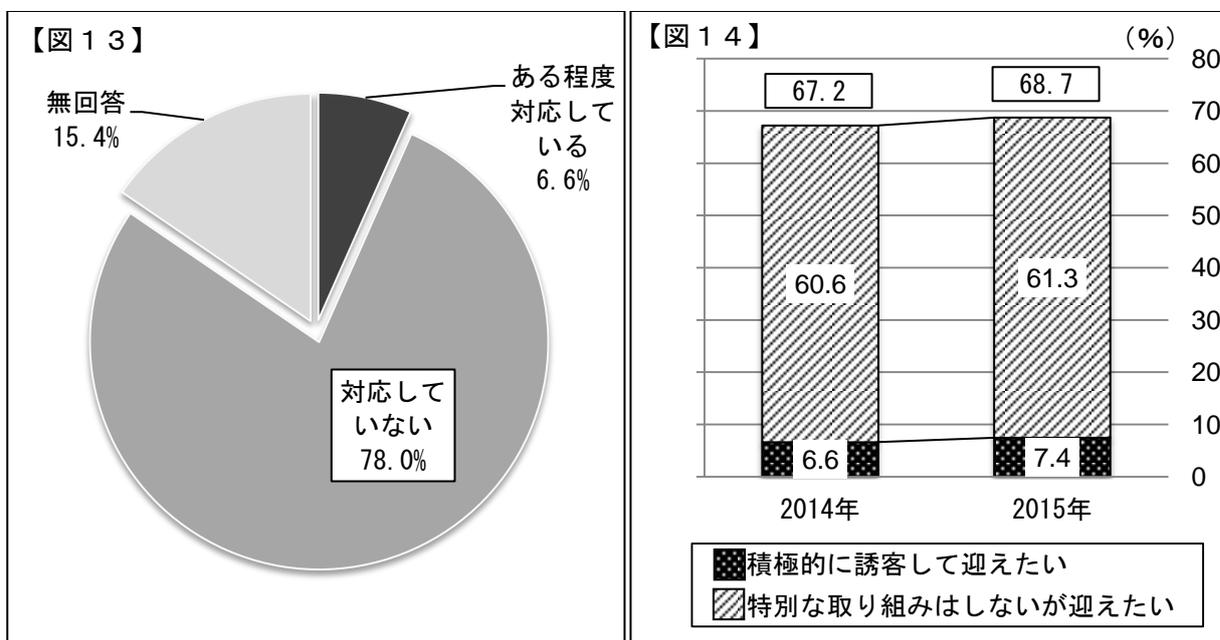
※具体的に困った点としては、接客中の割り込み、商品の扱いが乱雑、無断で商品を開封する、「持ち込み」での飲食、飲食中の食べこぼし、長時間の席の占拠、大声での会話、ごみのポイ捨て、トイレの使用方法など。



④ムスリム観光客への対応について

⇒「イスラム教徒独自の生活習慣やルール」について、「ある程度対応している」とする回答は 6.6%【図 1 3】。今後、「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」とする回答は合計 68.7%【図 1 4】。

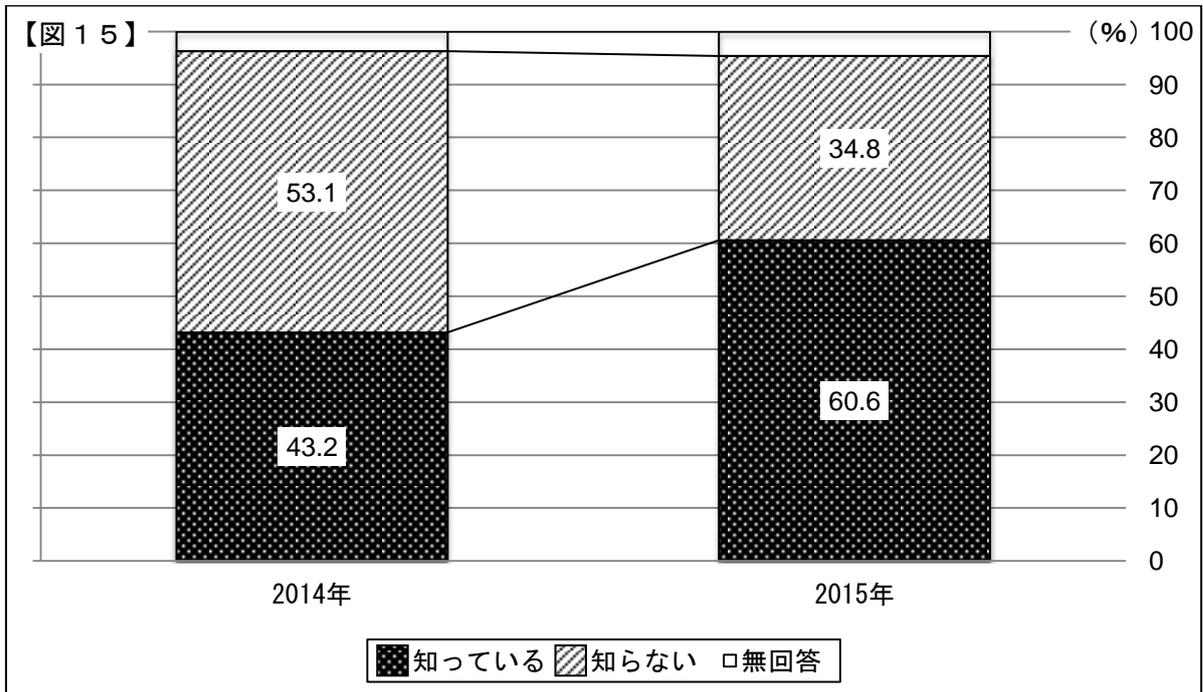
また、「行動・マナーで困ったことがある」との回答は 0.9%で、これまでと比較しても「変わらない」とする回答が 62.4%。



(5) 免税販売の現状について

① 免税販売の許可要件について

⇒「一定の要件を満たせば、個店単位で免税店の許可を受けられること」を「知っている」とする回答が60.6%で昨年の調査を17.4ポイント上回った。



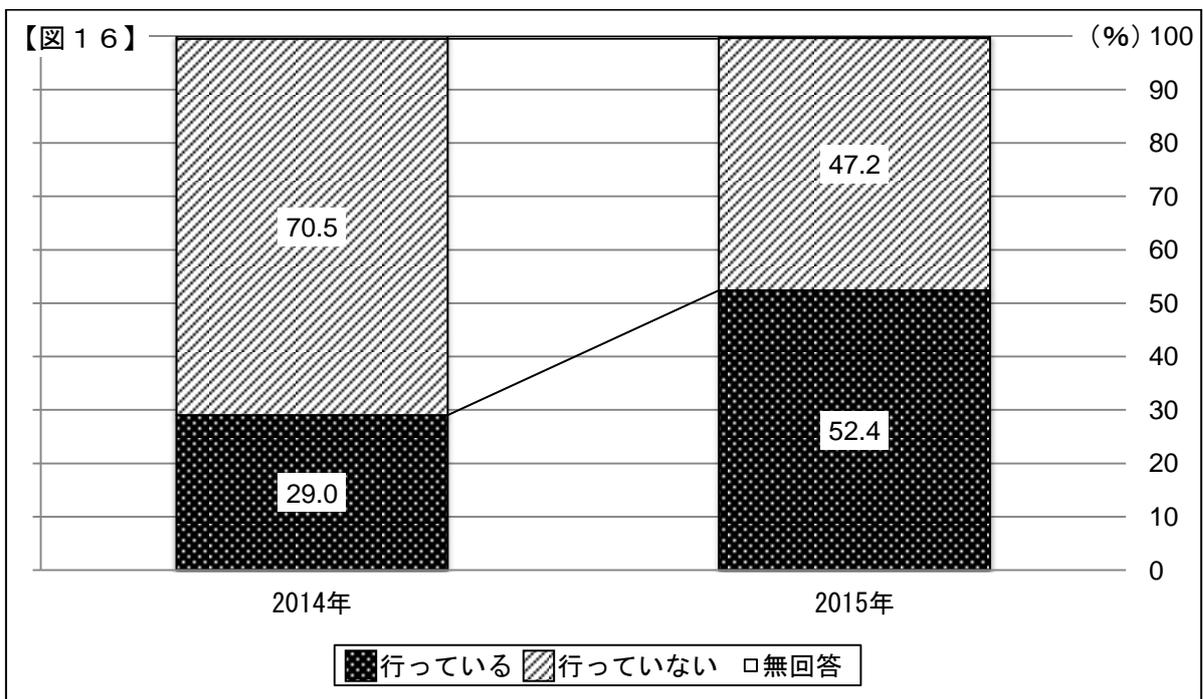
② 免税販売の実施状況について

⇒免税販売の実施状況についての問いに対して「免税販売を行っている」とする回答が52.4%で昨年の調査を23.4ポイント上回り、急増した【図16】。

※「個店単位で免税店の許可を受けられることを知っている」と回答した540を母数に集計

また、中国人観光客への接客や広報について、最も効果の高いものは「免税手続きサービスの実施」(22.1%)と回答している。

※免税販売を行っていない理由としては、①「必要性を感じないから」(46.3%)、②「精算、事務作業が面倒だから」(23.9%)、③「申請手続きが煩雑だから」(15.3%)など。※「免税販売は行っていない」と回答した255を母数に集計



(6) 行政、商工会議所に期待することについて

⇒「Wi-Fi など無線 LAN 環境の整備」(34.9%)を期待するとの回答が、年々増加している(2011年:6.7%、2012年:8.8%、2013年:18.9%、2014年:27.7%)とともに、今回は「観光バス駐停車場の整備」(30.6%)の増加が見られた(2011年:22.2%、2012年:22.4%、2013年:22.4%、2014年:24.0%)。

【行政や商工会議所に期待すること 上位5項目(※複数回答)】 [データ2]

1.	複数言語のサイン・案内板の整備	… 55.0%
2.	複数言語のパンフレットの作成	… 50.4%
3.	複数言語で対応できる案内・相談窓口の設置	… 36.7%
4.	Wi-Fi など無線 LAN 環境の整備	… 34.9%
5.	観光バス駐停車場の整備	… 30.6%

(7) 【参考資料】中国人観光客に人気のある商品(記述式回答)

[データ3]

人気のある商品(類似の表現が複数あるもの)

【衣料】下着(「超盛ブラ」「ワコール」「グンゼ」等)、Tシャツ、カーディガン、ニット、ゆかた、甚平、「アツギタイツ」「赤色の商品」

【コスメ、薬品】マックスファクター(「SKII」等)、コーセー(「雪肌精」等)、資生堂化粧品(「クレ・ド・ポー ボーテ」等)、FANCL(サプリメント、クリーム等)、美容液、馬油、「アリナミンEX」「サンテ目薬」

【靴、装身具】バッグ(メッセンジャーバッグ、トートバッグ、「イッセイミヤケ バオバオ」等)、スニーカー、腕時計(「SEIKO」等)、ブレスレット、指輪、サングラス・めがね

【食品】抹茶関連(キットカット、カステラ、ドーナツ、ワッフル、プリン、ムース、ラテ、アイス等)、わさび味の菓子、和菓子、チョコレート、果物(ぶどう、桃、りんご等)、果物、ウイスキー(「響」「山崎」等)、日本酒、出し昆布

【雑貨、日用品】包丁、キャラクター商品(ぬいぐるみ、タオル等)、ステンレスボトル・水筒、筆記具(万年筆、ボールペン等)、折りたたみ傘、陶器、ピンバッチ、雑貨一般(和風・和柄、ねこ柄等)、アップル製品(iPhone 等)、「南部鉄瓶」「すしマグネット」

【飲食】うなぎ(うな井・うな重等)、お好み焼き、とんかつ、牛肉(ステーキ、しゃぶしゃぶ、「神戸ビーフ」等)刺身、寿司、カツカレー、カレーうどん、天ぷら

【サービス】リラクゼーション(フット・足つぼ・ボディマッサージ等)、鉄道割引きっぷ

以上