

【調査概要】

調査期間 平成30年12月19日～平成31年1月11日
 調査対象 観光消費に関連が深い観光・飲食部会、運輸・港湾・貿易部会、小売商業部会の会員1,732社
 回答数 329社（回答率18.9%）

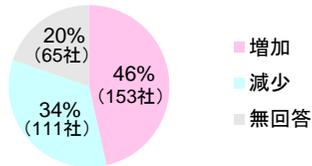
合計	業種別							従業員数					所在地区							
	飲食業	小売業	サービス業	運輸業	宿泊業	旅行業	その他	1～5人	6～20人	21～100人	101～300人	301人以上	中央区	博多区	東区	南区	早良区	西区	城南区	福岡市外
100%	32%	29%	12%	8%	6%	1%	12%	28%	24%	24%	10%	14%	30%	29%	12%	11%	6%	4%	4%	4%
329	106	97	39	26	19	4	38	93	80	78	33	45	100	98	38	36	20	13	12	12

【総括】インバウンド消費は地域に一定の好影響を与えている。

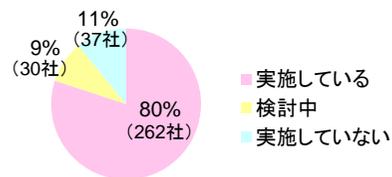
- 対前年比の売上については、無回答を除く半数以上の企業が増加と回答。また、80%の企業が何らかの売上増加策に取り組んでいる。
 （売上増加策の内訳）「既存商品・サービスの改良」20%、「販促強化」・「新商品・サービスの開発」17%、「人材確保・育成」16%と続く。
- 売上増加策に取り組む企業のうち、半数近く（46%）がインバウンド客獲得のための取組も実施中。具体的には、多言語表記対応や無料Wi-fi設置のほか、ITツールを導入して解決を図ろうとしている例も多い。また、それらの企業の8割が、「売上増加に繋がった」あるいは「今後見込みがある」と回答しており、意欲的な取組みが功を奏している。
- 「売上増」と回答した企業に絞ると、インバウンドが寄与したとの回答は約半数にとどまるものの、「インバウンドが売上に寄与している」とする企業の方が売上の増加率も高い伸びを示す傾向がみられ、インバウンドによる消費は地域企業・経済に一定の好影響を与えている。

【1】売上の状況

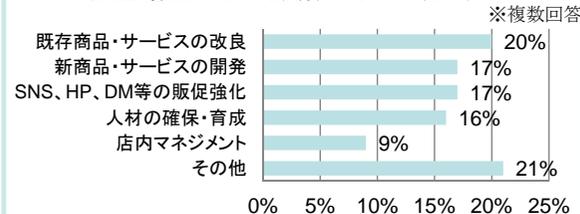
- 1. 〈売上（対前年比）〉 n=329



- 2. 〈売上高増加に向けた取り組み〉 n=329



- 3. 〈売上増加に向けた具体的な取り組み〉 n=262

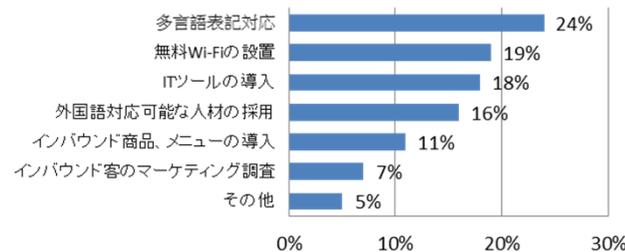


【2】事業者のインバウンド対策

- 1. 〈インバウンド獲得のための取り組み〉 n=261 ※未回答1社除く



- 2. 〈インバウンド獲得のための具体的な取り組み〉 n=120 ※複数回答



- 3. 〈それらの取り組みによる売上への効果〉 n=120

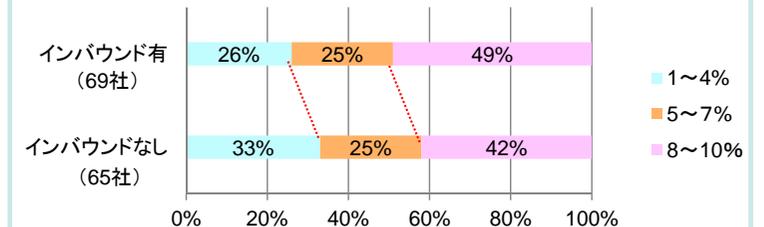


【3】インバウンドによる売上への影響

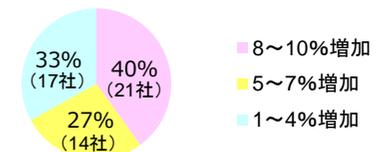
- 1. 〈売上増加におけるインバウンド効果による寄与〉 n=153



- 2. 〈インバウンド効果による売上の増加した割合〉 n=147



- 3. 〈インバウンド売上の伸び（対前年比）〉 n=52



【課題・対策】7割超の企業がインバウンド受入における課題あり。課題ありと回答した企業のうち、課題解決の支援を望む企業が7割超。

- 具体的な課題として、「外国語に対応できる人材の不足」28%、「キャッシュレス等の環境が未整備であること」22%を挙げる声が多いなか、既存の日本人客への影響を懸念する意見も比較的多かった。
- 課題解決の支援策について尋ねたところ、「受入環境を整備するための補助金」38%、「セミナー・勉強会の開催」27%、「人材確保支援」25%と続いている。

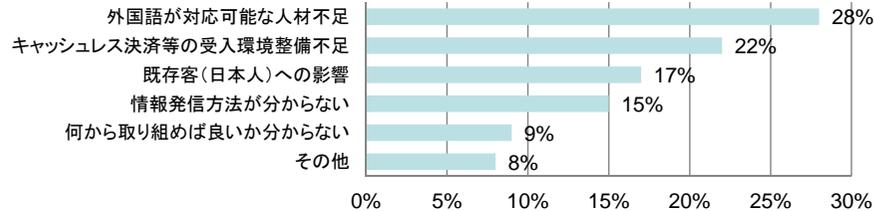
【当所の対応事業】「キャッシュレス決済や多言語翻訳が可能なITツールの導入支援」、「事業者が、国ごとに異なるニーズや価値観に対応するための対策セミナー」、「補助金・人材確保策の拡充に向けた提言」などに引き続き取り組んでいく。

【4】インバウンド客受入における課題

1. 〈インバウンド受入における課題〉n=294



2. 〈インバウンド受入における具体的な課題〉n=214 ※複数回答



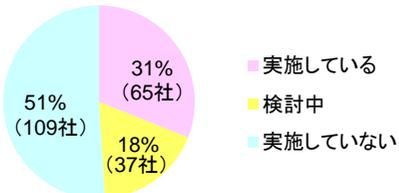
〈その他の回答〉※抜粋

- ・お客様が求める商品の造成(運輸)
- ・メニュー作成などの対応、費用(飲食)
- ・何をしたら良いかは良く解っているが、人手不足で対処できない(飲食)
- ・出来上り迄時間を要する商材のためインバウンドになじみにくい(小売)
- ・情報の変化が早く対応が追いつかない場合がある(その他:レジャー)

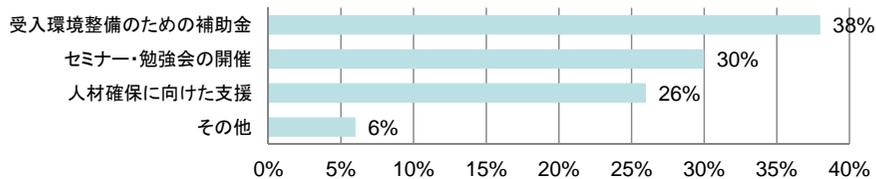
【5】課題解決に向けた支援

1. 〈課題解決に向けた取り組みの実施〉n=214

※未回答3社除く



2. 〈インバウンド受入における課題支援として望むもの〉n=241 ※複数回答



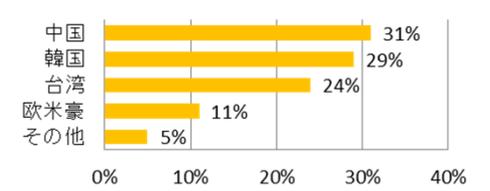
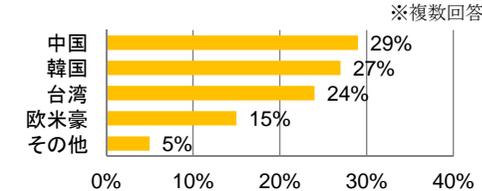
〈その他の回答〉※抜粋

- ・スタッフの語学力の向上(サービス)
- ・個別具体的なサポートを行なって欲しい(小売)
- ・キャッシュレス化をうたうのであれば、カード手数料を安くするべき(飲食)
- ・喫煙ない禁煙環境の整備が必須と思われるので設備資金に対する支援を希望(飲食)
- ・ユニークベニューなど公共施設(付加価値のある会場)のパーティ会場としての利用を許可してほしい(観光)

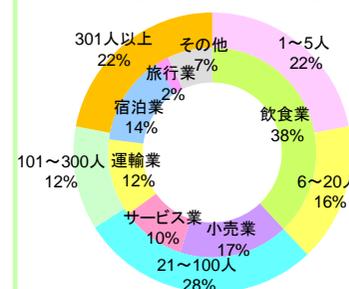
【参考1】インバウンドのターゲット客と実来店客

〈どの国をターゲットにしているか〉n=120

〈どの国から来店しているか〉n=120 ※複数回答



〈欧米豪のインバウンド客が来店した事業者〉n=58



合計	業種別						
	飲食業	小売業	サービス業	運輸業	宿泊業	旅行業	その他
100%	38%	17%	10%	12%	14%	2%	7%
58	22	10	6	7	8	1	4

合計	従業員数				
	1~5人	6~20人	21~100人	101~300人	301人以上
100%	22%	16%	28%	12%	22%
58	13	9	16	7	13

※インバウンドの来店有と回答した企業は204社

【参考2】インバウンド増加に対する事業者の声

〈インバウンド客の更なる増加に期待するか〉n=310 ※未回答19社除く

〈期待するコメント〉※抜粋

- ・福岡地区はホテルが取れないと良く言われるが、昨今市内のホテルが一気に増えはじめ、都心近くにある当ホテルは土曜でも満室にならない日が出てきている。特に平日は低稼働になりやすく、平日の団体として見込めるインバウンドはありがたい
- ・インバウンド効果による消費の増大はもちろんだが、特に平均年齢の若いアジアの方々に来てもらい、福岡の良さを知ってもらい、将来の人口減に伴う労働者としての役割も期待できるから
- ・人口減少時代においては期待せざるを得ない。但し、地元や既存客との折り合いのつけ方、商環境の変化など課題も多い
- ・インバウンド客が増加して福岡が更に活性化し潤えば、少なからずとも巡り巡って影響はあると思うから

〈期待しないコメント〉※抜粋

- ・世界情勢や外部要因によって大きな影響を受けるインバウンド向けの営業ではなく、あくまで地元のお客様に選ばれる店舗を目指し営業を行っているため
- ・インバウンド客は観光地に集中。郊外まで足を運ぶ理由が見当たらない
- ・インバウンド客が増加しても当社の売上には直結しないため
- ・訪日客向けの地域づくりより、地域の文化郷土を守る、店づくりを支援してほしい
- ・今のところ想像が付きません。別の世界の話に思えます

