

「外国人観光客の受け入れに関するアンケート」 ～結果の概要～

- I 調査目的
- II 実施要領
- III 調査結果
 - 1 外国人観光客受け入れの現状
 - 2 外国人観光客がいる企業といない企業との違い
 - 3 外国人観光客受け入れに関する今後の方針と取り組み
- IV まとめ

<問い合わせ先>

日本政策金融公庫 総合研究所
小企業研究第一グループ
TEL 03-3270-1687
担当 太田、竹内

I 調査目的

個人消費の伸び悩みが続く中、訪日外国人観光客は中小企業にとって新たな顧客層となりうる存在である。ビジット・ジャパン事業の効果もあって訪日外客数は増加傾向にあり、2013年には初めて1,000万人を超えた。

日本政策金融公庫総合研究所では、融資先の企業を対象に外国人観光客の受け入れの現状や受け入れることによる事業への影響、今後の方針などを探るため、外国人観光客の受け入れに関する調査を実施した。

II 実施要領

- 1 調査時点 2013年 8月
- 2 調査対象 日本政策金融公庫国民生活事業および中小企業事業の融資先のうち業種と地域の条件を満たす10,018社

(業種) ・小売業 ・飲食店
 ・宿泊業 ・旅客運送業 (個人タクシーを除く)

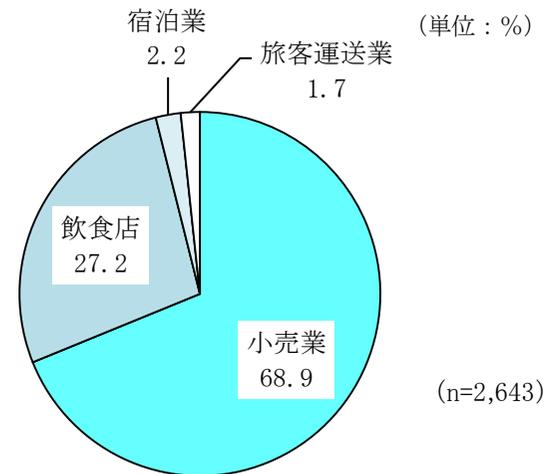
(地域) ・北海道 ・千葉県 ・東京都 ・神奈川県
 ・富山県 ・石川県 ・山梨県 ・長野県
 ・岐阜県 ・静岡県 ・愛知県 ・京都府
 ・大阪府 ・兵庫県 ・奈良県 ・広島県
 ・福岡県 ・長崎県 ・熊本県 ・大分県

上の都道府県は、観光庁が2012年に行った「訪日外国人消費動向調査」において、観光・レジャーを目的とする外国人の訪問率が高い上位20都道府県（沖縄県を除く）である。

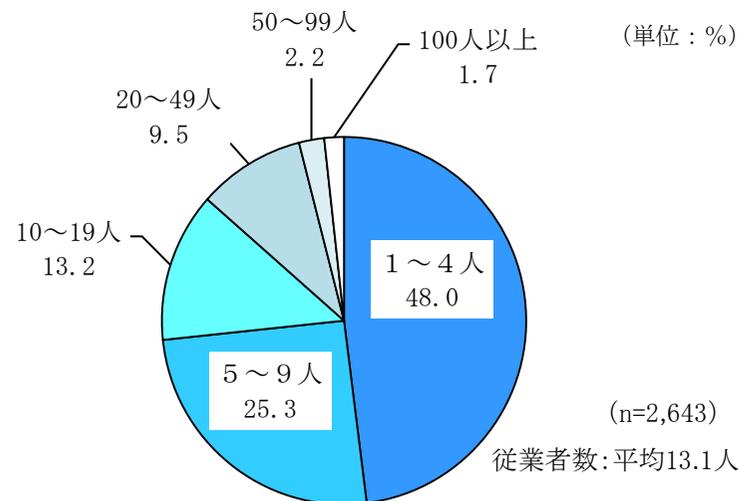
- 3 調査方法 調査票の送付・回収ともに郵送。調査票は無記名。

- 4 回収数 2,643社 (回収率26.4%)

アンケート回答企業の業種



アンケート回答企業の従業員数

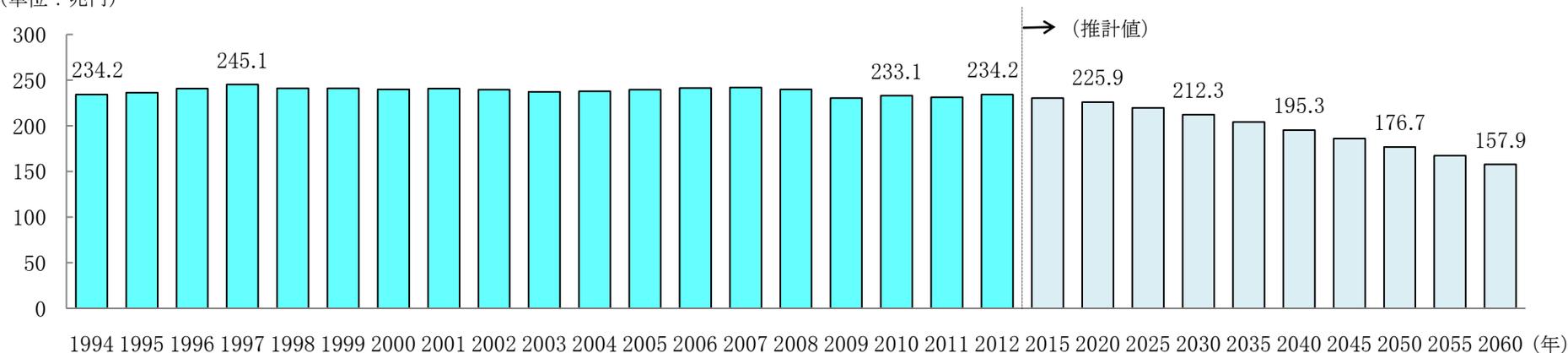


(注) 集計結果は小数第2位を四捨五入しているため、構成比の合計が100%にならない場合がある。

(参考)

○ 個人消費の推移 (名目、暦年)

(単位：兆円)



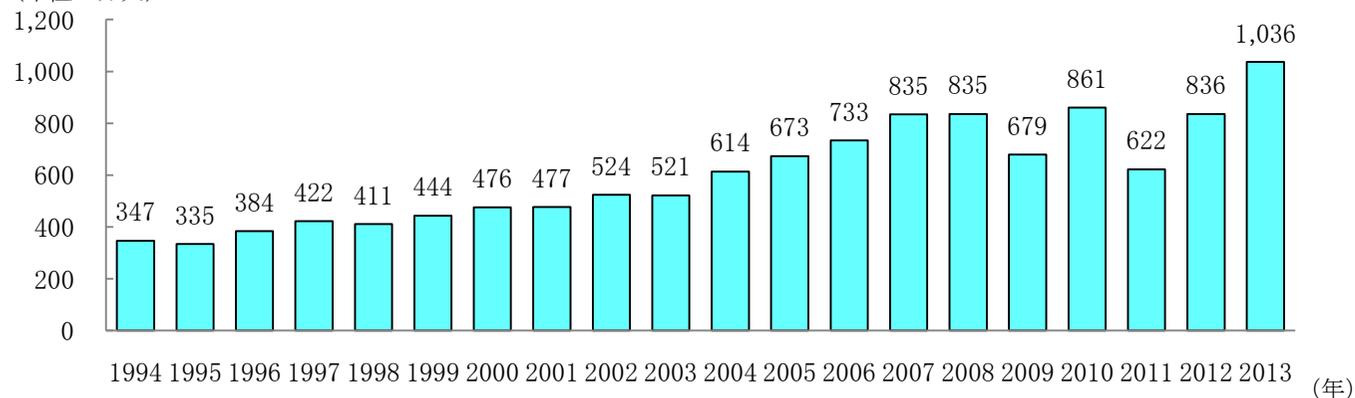
資料：内閣府「国民経済計算」、総務省「国勢調査」、国立社会保障・人口問題研究所「日本の将来推計人口」

(注) 1 個人消費は「家計最終消費支出 (持ち家の帰属家賃を除く)」の数値を用いた。

2 2015~2060年は推計値 (計算式：「2010年家計最終消費支出 (持ち家の帰属家賃を除く)」÷「2010年日本の総人口」×「(各年の) 日本の将来推計人口」)。

○ 訪日外客数の推移

(単位：万人)



資料：日本政府観光局 (JNTO)

(注) 1 1994~2012年は確定値、2013年は推計値である。

2 訪日外客数は、観光目的に加え、商用目的、親族友人訪問、留学、研修、外交・公用などを含む。

○ 都道府県別訪問率（観光・レジャー目的）

都道府県	標本数	訪問率
標本数	13,842	—
東京都	7,094	50.5
大阪府	3,951	30.1
京都府	3,113	23.4
北海道	1,839	13.0
福岡県	1,613	12.7
神奈川県	1,737	12.5
千葉県	1,578	11.3
愛知県	1,126	8.6
山梨県	1,182	8.5
大分県	832	6.6
兵庫県	819	6.0
熊本県	736	5.6
沖縄県	660	4.8
奈良県	603	4.4
長野県	577	4.0
長崎県	491	3.7
岐阜県	448	3.3
広島県	426	3.2
静岡県	369	2.7
石川県	250	1.8
富山県	222	1.5

都道府県	標本数	訪問率
栃木県	214	1.5
和歌山県	197	1.4
鹿児島県	114	0.8
宮城県	103	0.7
埼玉県	96	0.7
三重県	75	0.6
岡山県	75	0.5
群馬県	78	0.5
佐賀県	72	0.5
新潟県	78	0.5
青森県	59	0.4
宮崎県	47	0.3
滋賀県	52	0.3
香川県	44	0.3
茨城県	46	0.3
岩手県	44	0.3
秋田県	47	0.3
愛媛県	42	0.3
山口県	36	0.3
福島県	26	0.2
徳島県	25	0.2
鳥取県	27	0.2

都道府県	標本数	訪問率
福井県	21	0.2
島根県	20	0.1
山形県	23	0.1
高知県	16	0.1

資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2012年）

Ⅲ 調査結果

1 外国人観光客受け入れの現状

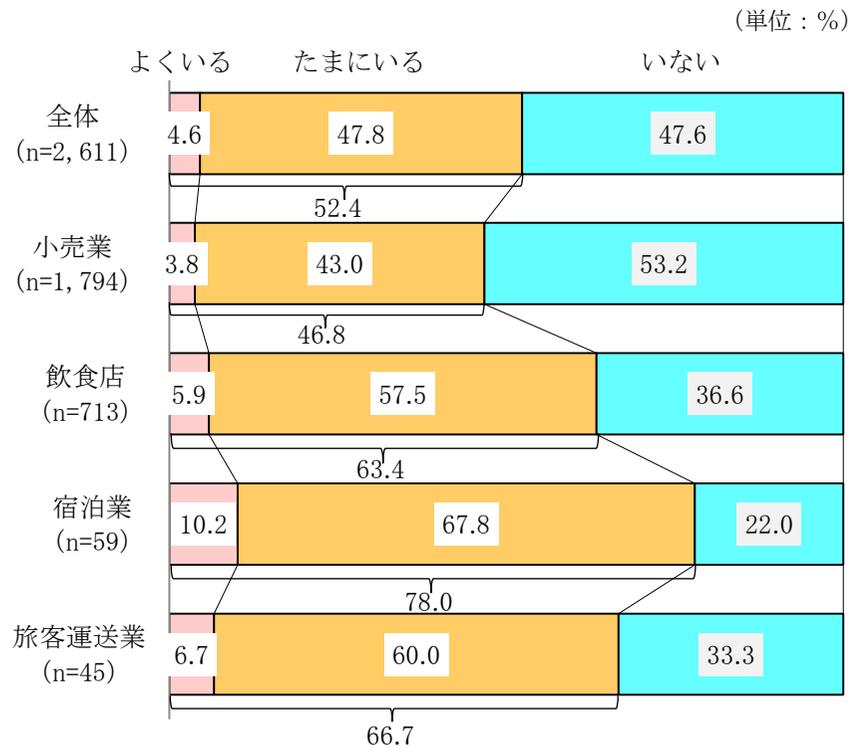
・お客の中の外国人観光客の有無と人数

～外国人観光客を受け入れている企業の割合は52.4%～

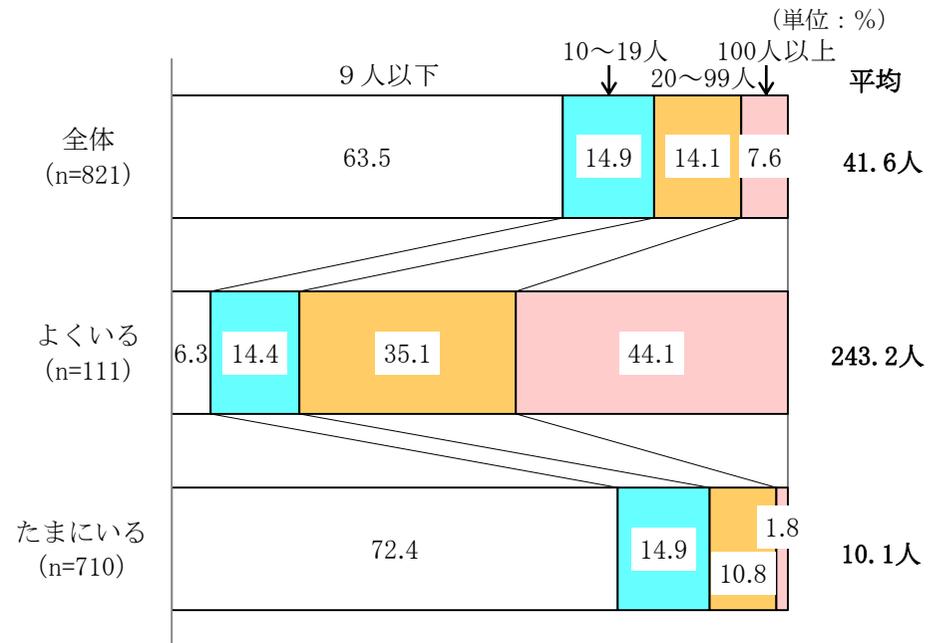
○お客の中に外国人観光客が「よくいる」と認識している企業は4.6%、「たまにいる」と認識している企業は47.8%であり、合わせて52.4%を占める（図一1）。業種別にみると、「宿泊業」「旅客運送業」で「よくいる」「たまにいる」とする企業の割合が多い。

○1カ月当たりのお客の中の外国人観光客数は平均41.6人となった（図一2）。外国人観光客が「よくいる」とする企業に限ると、平均243.2人なり、「たまにいる」とする企業では10.1人となった。

図一1 お客の中の外国人観光客の有無（全体、業種別）



図一2 1カ月当たりのお客の中の外国人観光客の人数



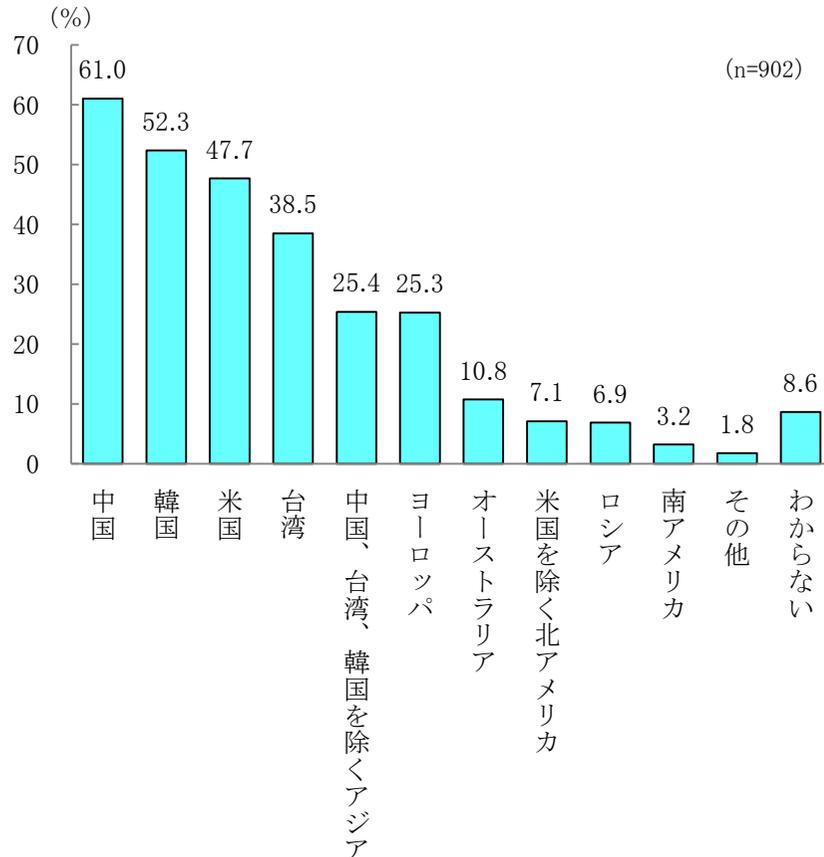
(注) お客の中に外国人観光客が「よくいる」「たまにいる」とした企業を対象とする質問である。

・外国人観光客の出身国・地域
 ～「中国」「韓国」「米国」の順に多い～

○外国人観光客の出身国・地域をみると、「中国」が61.0%で最も多く、「韓国」の52.3%、「米国」の47.7%が続く（図一3）。

図一3 外国人観光客の出身国・地域

（参考）国・地域別訪日外客数（観光客、2013年1～10月）



国・地域	単位：人
台湾	1,762,464
韓国	1,695,187
中国	1,168,974
中国、台湾、韓国を除くアジア	737,186
ヨーロッパ	447,418
米国	436,621
オーストラリア	162,957
米国を除く北アメリカ	117,534
ロシア	33,708
南アメリカ	29,832
その他	31,918
総数	6,623,799

- (注) 1 複数回答である。
 2 お客の中に外国人観光客が「よくいる」「たまにいる」とした企業を対象とする質問である。

(資料) 日本政府観光局 (JNTO)

- (注) 1 暫定値である。
 2 親族友人訪問を含む。

2 外国人観光客がいる企業といない企業との違い

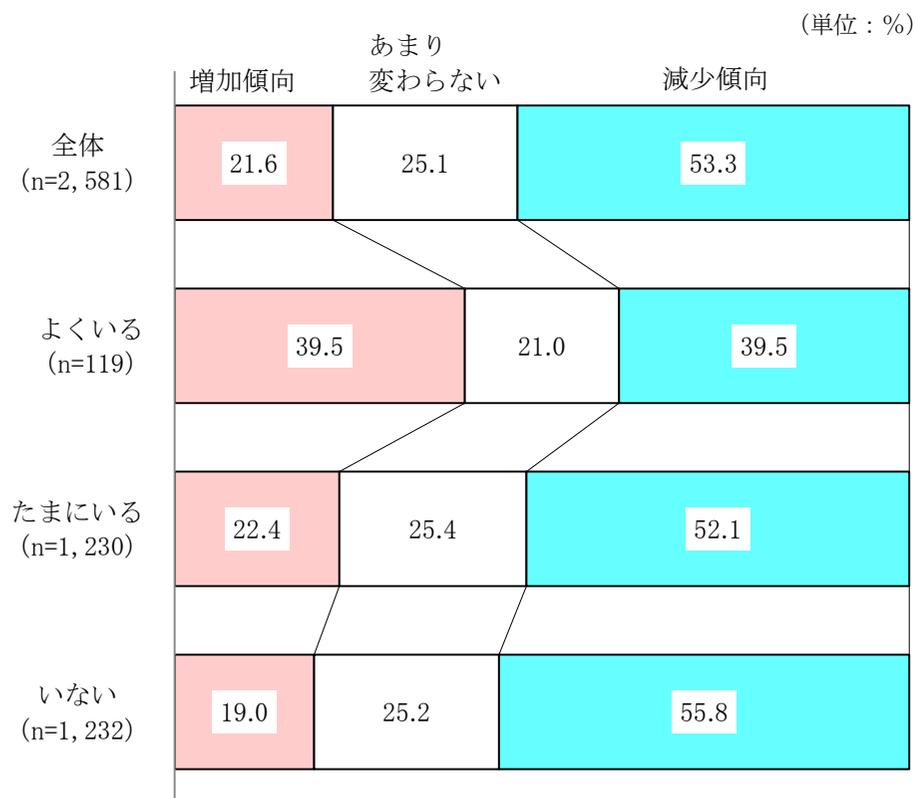
・最近3年間の売上高、採算

～外国人観光客が「よくいる」と回答した企業では、売上高が増加傾向にある企業や採算状況が良いとする企業が多い～

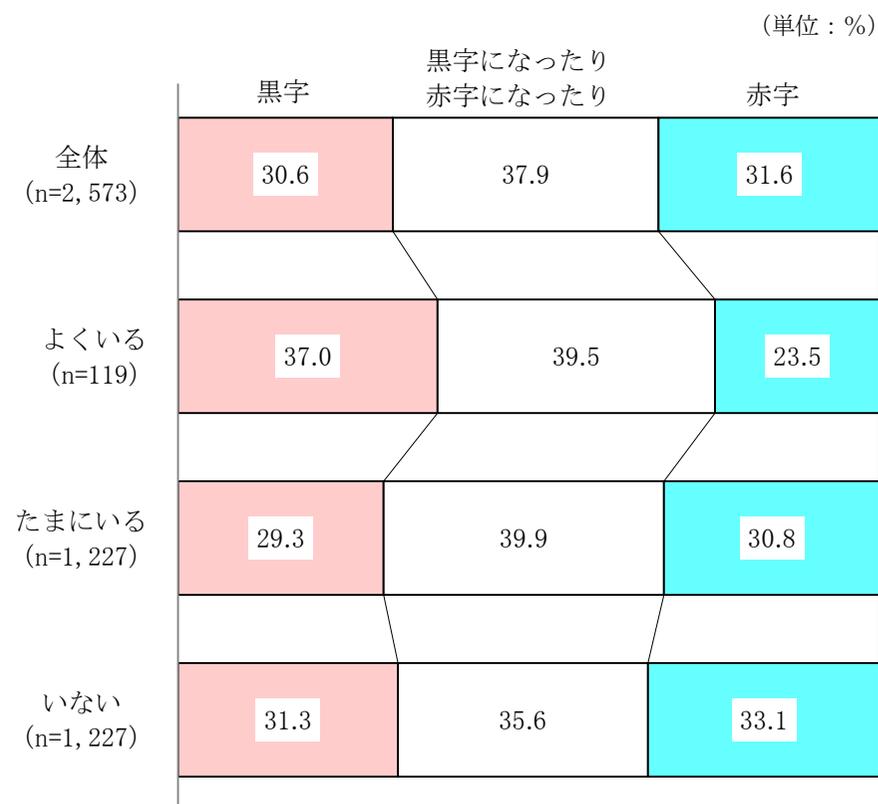
○最近3年間の売上高をみると、「増加傾向」とする割合は、外国人観光客が「よくいる」とする企業では39.5%を占めているのに対し、「たまにいる」とする企業では22.4%、「いない」とする企業では19.0%となっている（図一4）。

○最近3年間の採算をみると、「黒字」とする割合は外国人観光客が「よくいる」とする企業では37.0%で最も多く、「赤字」とする企業は23.5%で最も少ない（図一5）。

図一4 外国人観光客の有無と最近3年間の売上高



図一5 外国人観光客の有無と最近3年間の採算



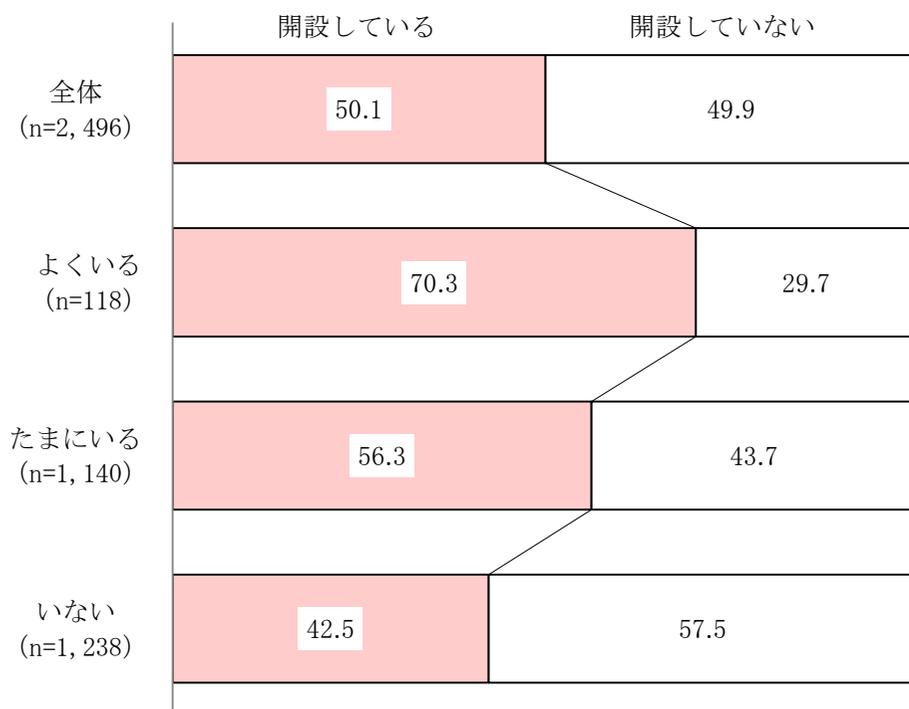
・ホームページ開設、クレジットカード加盟の有無

～ホームページを開設している割合、クレジットカードに加盟している割合は外国人観光客が「よくいる」企業で多い～

- ホームページを「開設している」割合をみると、外国人観光客が「よくいる」企業では70.3%で、「いない」企業に比べて30%ポイントほど多い（図－6）。
- クレジットカードに「加盟している」割合をみると、外国人観光客が「よくいる」企業は68.9%であり、「いない」企業より20%ポイントほど多い（図－7）。

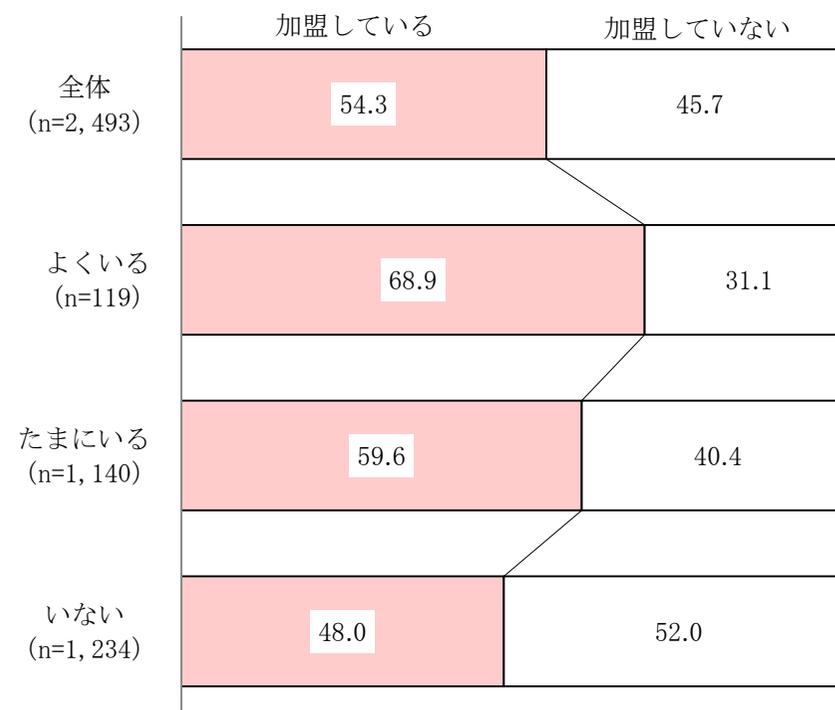
図－6 外国人観光客の有無とホームページ開設（HP）の有無

(単位：%)



図－7 外国人観光客の有無とクレジットカード加盟の有無

(単位：%)



(注) HPを開設している企業のうち、外国語のページも作成している企業の割合は全体で5.5%であり、「よくいる」企業に限っても21.8%である。

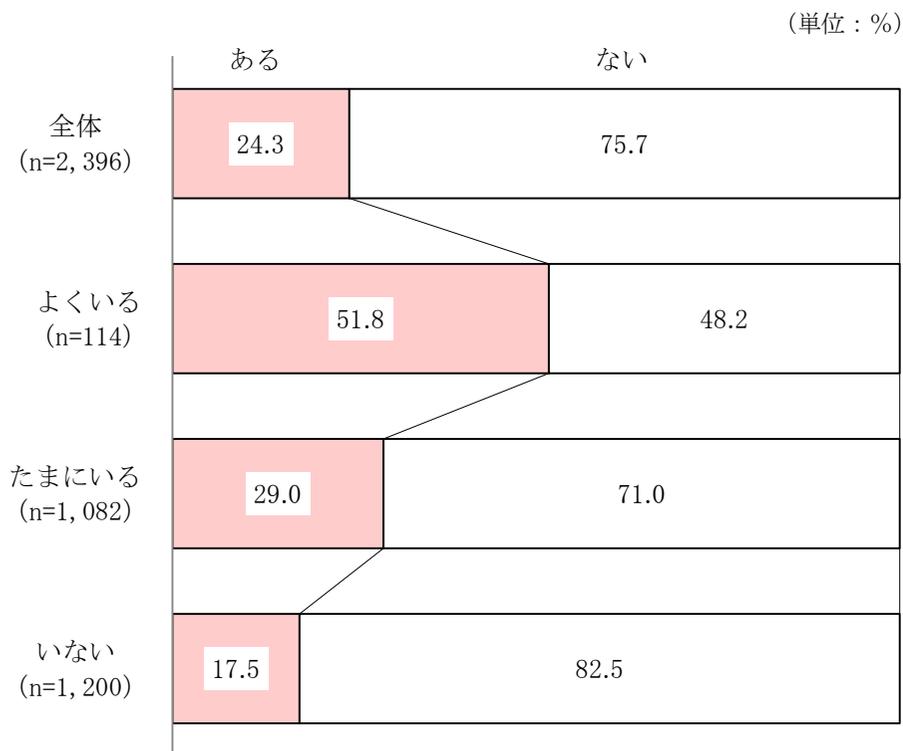
・お客が利用できるWi-Fiアクセスポイント、外国語表記のメニューやパンフレット等の有無

～お客が利用できるWi-Fiアクセスポイントを設けている割合、外国語のメニューやパンフレット等を作成している割合は外国人観光客が「よくいる」企業で多い～

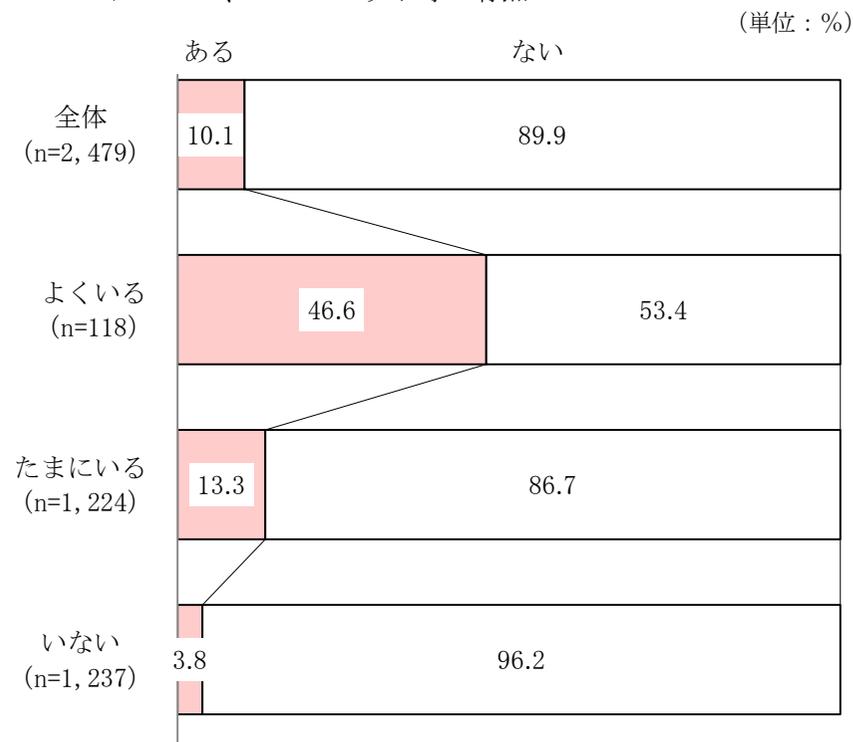
○お客が利用できるWi-Fi（無線LAN）アクセスポイントが「ある」割合をみると、外国人観光客が「よくいる」企業は51.8%で、「いない」企業に比べて35%ポイントほど多い（図－8）。

○外国語の商品説明や看板、店内のPOP、メニュー、パンフレット等が「ある」割合をみると、外国人観光客が「よくいる」企業は46.6%で、「いない」企業より40%ポイントほど多い（図－9）。

図－8 外国人観光客の有無とWi-Fi（無線LAN）アクセスポイントの有無



図－9 外国人観光客の有無と外国語の商品説明や看板、店内のPOP、メニュー、パンフレット等の有無



3 外国人観光客受け入れに関する今後の方針と取り組み

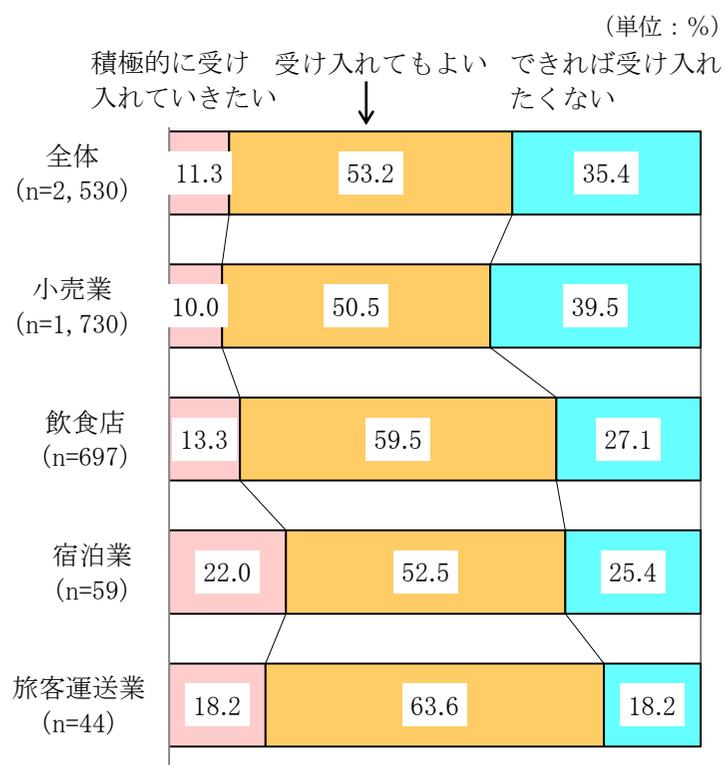
・外国人観光客に対する今後の方針、外国人観光客を受け入れたくない理由

～外国人観光客を「積極的に受け入れていきたい」「受け入れてもよい」とした割合は6割強～

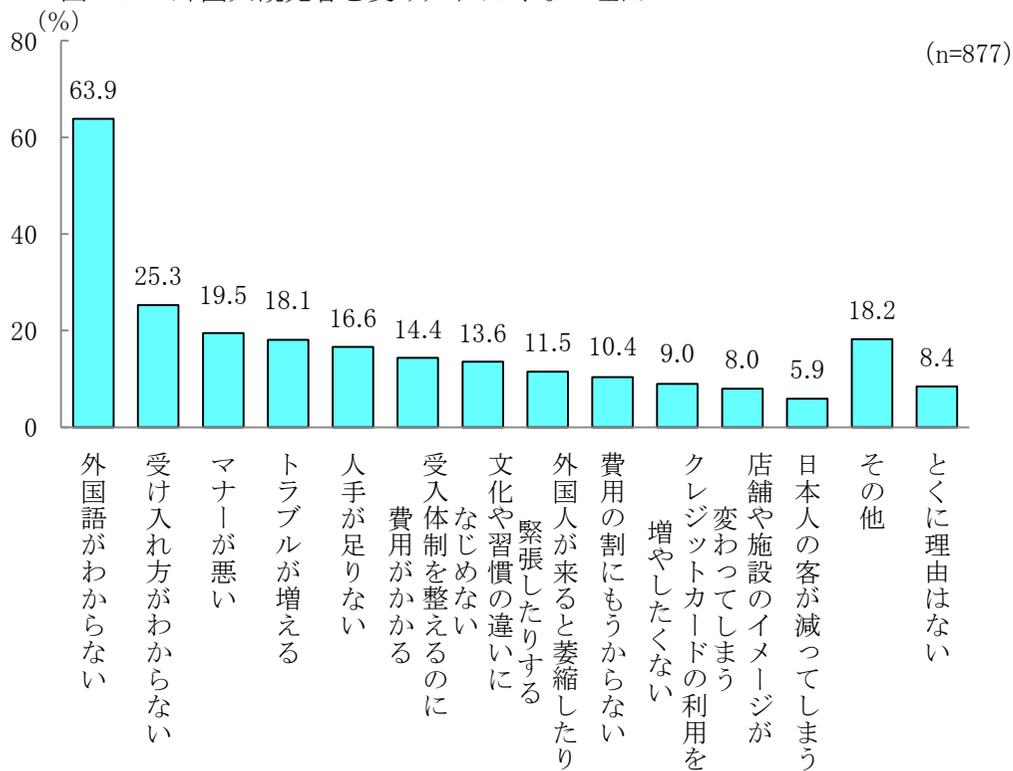
○今後、外国人観光客を「積極的に受け入れていきたい」とする企業の割合は11.3%、「受け入れてもよい」とする割合は53.2%で、合わせて64.6%を占めた（図—10）。業種別にみると、「積極的に受け入れていきたい」「受け入れてもよい」とした割合は「宿泊業」「旅客運送業」で多い。

○外国人観光客を受け入れたくない理由は、「外国語がわからない」と回答した割合が63.9%で最も多い（図—11）。

図—10 外国人観光客に対する今後の方針（全体、業種別）



図—11 外国人観光客を受け入れたくない理由

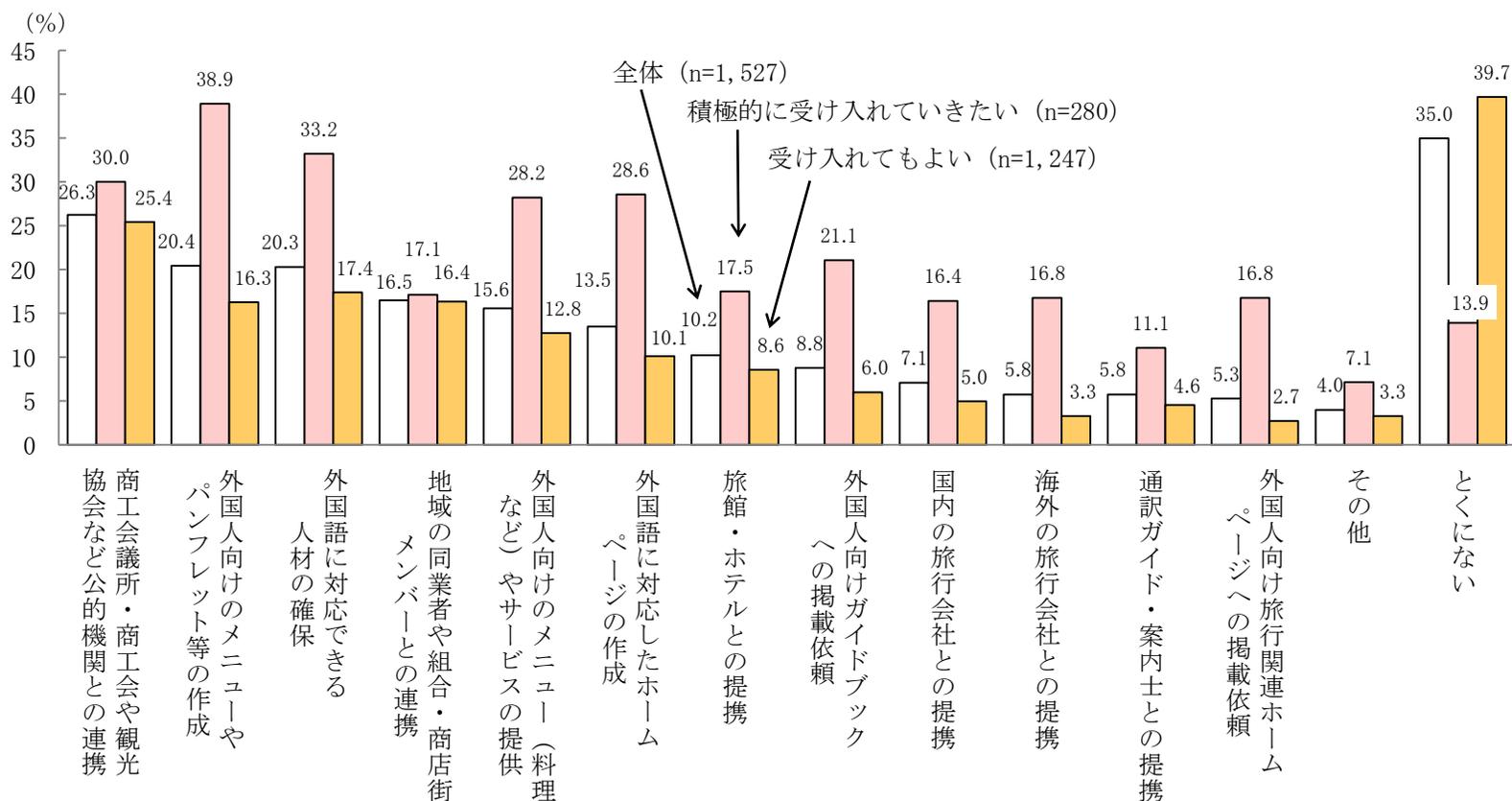


- (注) 1 複数回答である。
 2 外国人観光客に対する今後の方針として「できれば受け入れたくない」とした企業を対象とする質問である。

・外国人のお客を増やすための取り組み
 ～公的機関との連携をあげる企業が26.3%と多い～

○外国人のお客を増やすための取り組みとしては、全体では「とくにない」を除くと「商工会議所・商工会や観光協会など公的機関との連携」とする割合が26.3%で最も多く、次いで「外国人向けのメニューやパンフレット等の作成」が20.4%、「外国語に対応できる人材の確保」が20.3%となった（図-12）。外国人観光客を「積極的に受け入れていきたい」とした企業に限ると、「外国人向けのメニューやパンフレット等の作成」「外国語に対応したホームページの作成」など外国語による情報発信をあげる企業が多い。

図-12 外国人のお客を増やすために取り組みたいこと



(注) 1 複数回答である。
 2 外国人観光客に対する今後の方針として「積極的に受け入れていきたい」「受け入れてもよい」とした企業を対象とする質問である。

IV まとめ

1 およそ半分の企業が外国人観光客を受け入れている

お客の中に外国人観光客が「よくいる」「たまにいる」と認識している企業の割合は、合わせて52.4%である。業種別では、「宿泊業」が78.0%、「旅客運送業」が66.7%と他の業種より多い。外国人観光客を受け入れている企業の1カ月当たりの外国人客数は平均41.6人となっており、外国人観光客が「よくいる」とする企業に限ると、243.2人となった。

2 外国人観光客が「よくいる」企業では、売上高が増加傾向とするものや、採算状況が良いとするものが多い

最近3年間の売上高をみると、「増加傾向」と回答した企業の割合は、外国人観光客が「よくいる」とする企業では39.5%を占めており、「いない」とする企業の約2倍となっている。最近3年間の採算状況をもても、「黒字」と回答した割合は、外国人観光客が「よくいる」企業では37.0%であり、「いない」企業では31.3%である。外国人観光客を受け入れている企業は、業績が良好とする割合が多い。

3 6割超の企業は外国人観光客の受け入れに肯定的

外国人観光客を今後「積極的に受け入れていきたい」「受け入れてもよい」とする企業の割合は合わせて64.6%となった。業種別にみると、「宿泊業」「旅客運送業」が他の業種に比べて肯定的な企業の割合が多い。

外国人のお客を増やすための取り組みとしては、「商工会議所・商工会や観光協会など公的機関との連携」を回答した企業の割合が26.3%と多かった。外国人観光客を「積極的に受け入れていきたい」と回答した企業に限ると、「外国人向けのメニューやパンフレット等の作成」や、「外国語に対応したホームページの作成」など外国語による情報発信に取り組みたいとする企業が多い。