

平成 27 年 9 月 25 日

株式会社日本政策金融公庫

食品企業の約半数が外国人観光客への対応に関心 ～食品企業のインバウンド消費への対応～

＜平成27年上半期食品産業動向調査(特別設問: インバウンド消費編)＞

日本政策金融公庫（日本公庫）農林水産事業が平成 27 年 7 月に実施した「平成 27 年上半期食品産業動向調査（特別設問）」において、食品関係企業に対して外国人観光客向けの取組みを調査したところ、約半数の企業が関心を示す結果となりました。

具体的な取組み内容は「おいしさ」や「安全」、「国産」などで日本食の強みをアピールしていることが明らかになりました。

観光振興やビザ要件の緩和、免税制度の拡充などのアベノミクスの成長戦略に連動して、中国、台湾、韓国などのアジア各国だけでなく欧米諸国からも観光目的で来日する動きが活発化しています。こうしたインバウンド消費へ対応する動きが食品関係企業で見えてきたことは、先行きの経済に明るさを与えるものと思われます。調査結果の詳細は以下のとおりです。

＜調査結果詳細＞

○ 飲食業の 29.4%が「既に取り組んでいる」と取組みが進展（資料：図1～2）

全国の食品関係企業（製造業、卸売業、小売業、飲食業）を対象に、外国人観光客向けの取組み状況について聞いたところ、6.2%の企業が「既に取り組んでいる」と回答しました。これに「検討又は計画している」8.3%、「検討していないが、関心はある」30.9%を加えた 45.4%の企業が外国人観光客向けの取組みに関心を示す結果となりました。

業種別にみると、飲食業（外食）では「既に取り組んでいる」が 29.4%と他業種（製造業 6.6%、卸売業 2.8%、小売業 5.9%）と比べ、最も外国人観光客向け取組みが進んでいることを示す結果となりました。

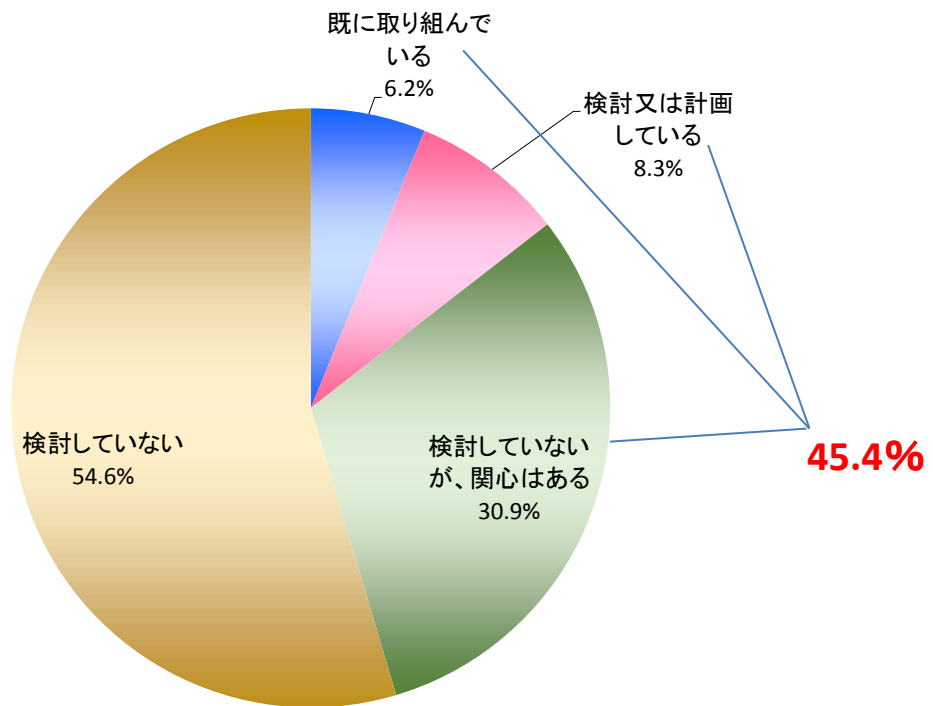
○ 「おいしさ」「安全」「国産」をアピール、飲食業はハラル対応進む（資料：図3～4）

「既に取り組んでいる」「検討又は計画している」と回答した企業を対象に、外国人観光客向けに取り組みたい商品・製品について聞いたところ、「おいしいもの（おいしさ）」との回答が 36.6%と最も多く、次いで「安全性の高いもの（安全）」29.4%、「国産の原材料を使用したもの（国産）」が 24.3%となり、外国人観光客にアピールする「強み」ポイントをどこに置いているかがわかりました。

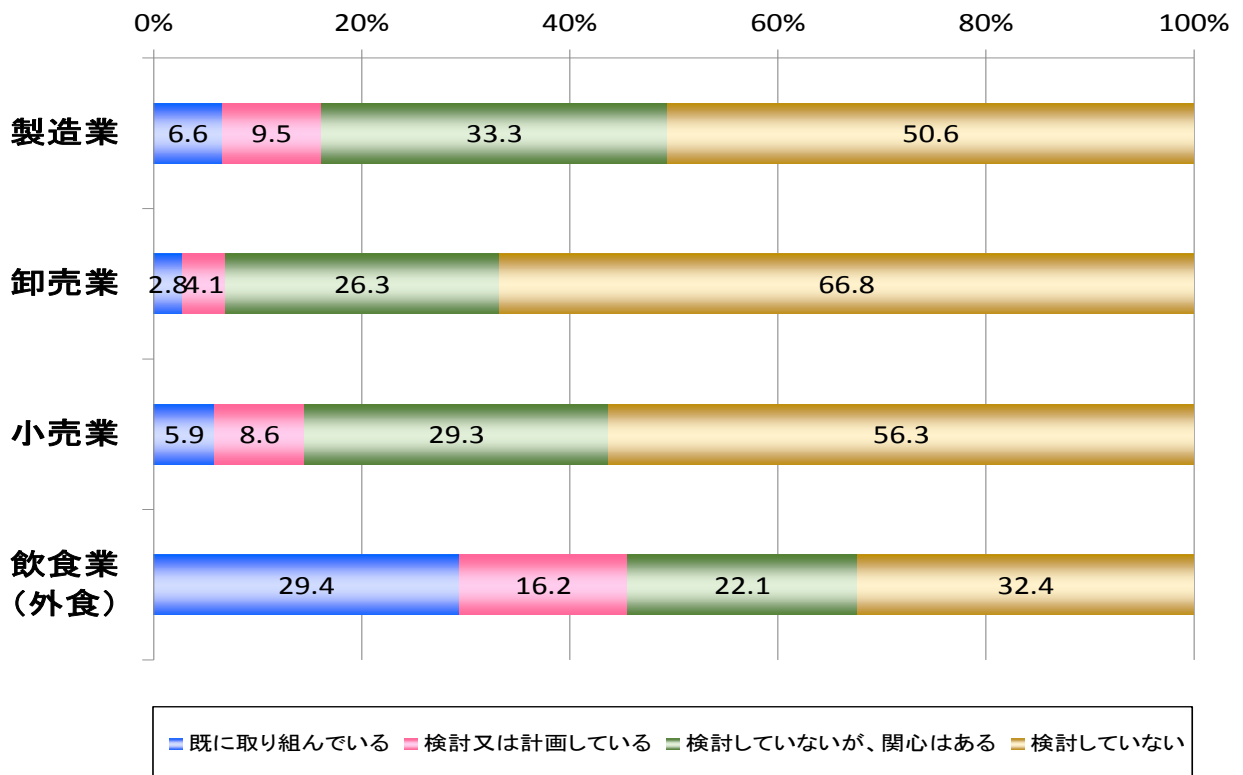
業種別にみると、最も外国人観光向け取組みを行っていた飲食業においては、「おいしいもの（おいしさ）」との回答が 40.7%と最も多くなっているが、次に回答が多かったのが「海外の食文化（ハラール等）に配慮したもの」「安全性の高いもの（安全）」29.6%となっており、飲食業におけるハラール対応など海外食文化への取組みが進んでいる実態が浮き彫りとなりました。

調査時点	平成 27 年 7 月 1 日
調査方法	郵送により調査票を配布し郵送により回収
調査対象	全国の食品関係企業（製造業、卸売業、小売業、飲食業） 7,219 社
有効回収数	全体で 2,747 社（回収率 38.1%） 《内訳》 製造業：1,756 社、卸売業：688 社、小売業：233 社、飲食業：70 社

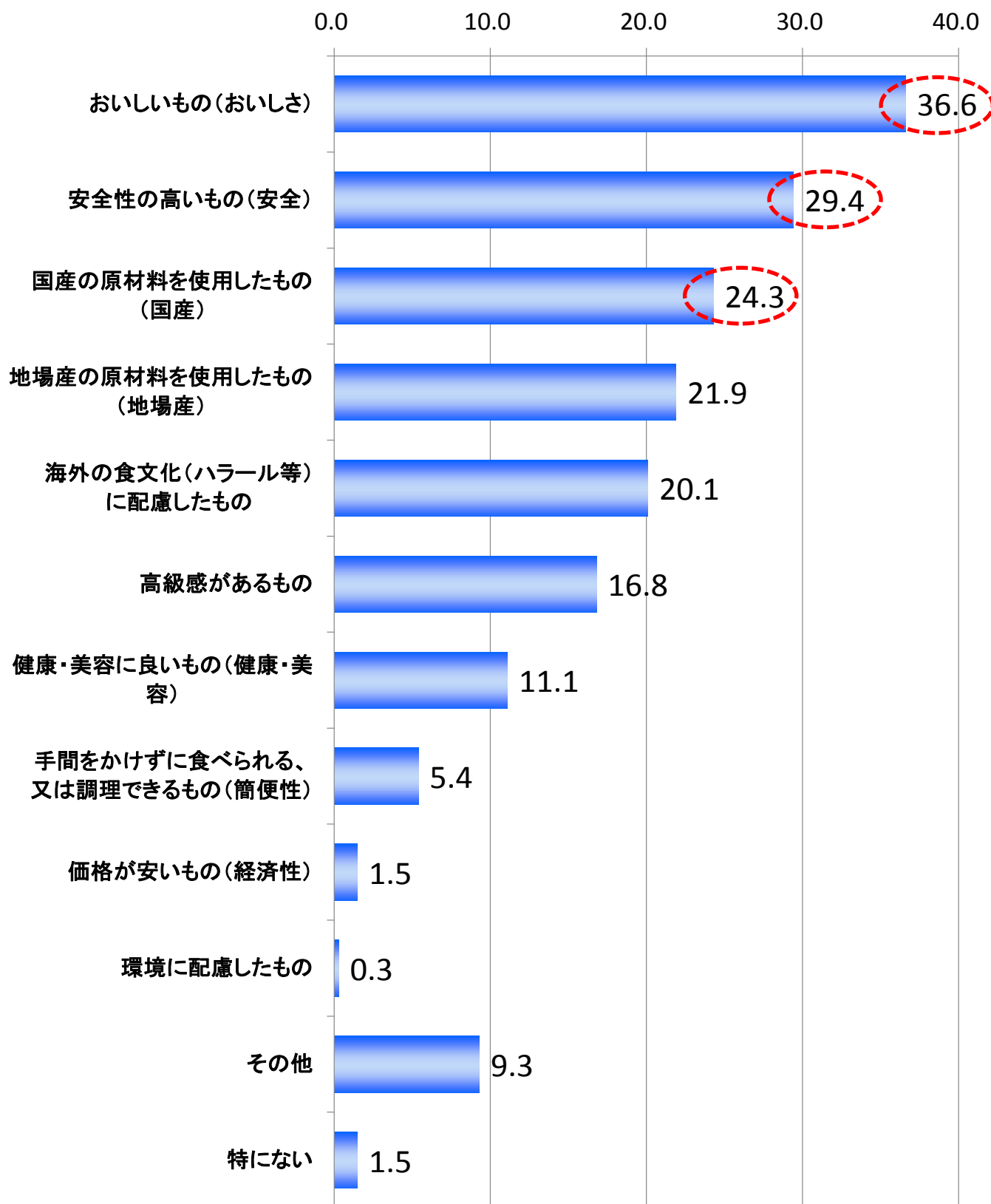
(図1) 外国人観光客が増加していますが、外国人観光客向けの取組を検討されていますか



(図2) 外国人観光客向けの取組状況(業種別)



(図3) 外国人観光客向けにどのような商品・製品に取り組みたいですか (%)



(図4) 外国人観光客向けにどのような商品・製品に取り組みたいですか(業種別)

