

2019年春節アンケート結果

2019年3月29日
一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会

平成31年春節期間中の売上動向と免税の電子化について

この度、一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会では、中国の春節期間中の消費動向等を把握するため、当協会と関係するおもてなし事業者及び免税店を対象に調査を実施しました。また、免税手続きの電子化に関する調査も同時に行いましたので、合わせてお知らせいたします。

1. 目的

春節における訪日ゲストの買物動向及びおもてなし事業様の免税取り組みの現状についての調査

2. 調査期間

2019年2月18日～2月25日

3. 調査対象

当協会おもてなし事業者及び「免税メールマガジン」を購読している免税店様
1872人

4. 回答者数

59人

2019年春節アンケート結果（総括）

・アンケートの総括

1) 全体像

以前見られたような大量購入は減少し、家族旅行や個人旅行が増加している。

2) 消費動向

◆来店者は中国、香港からが多い現状であるが、事業者の声は今後東南アジアからの訪日客が増加するのではと、予想している。

◆団体旅行の割合が多かった中国は、近年家族旅行や個人旅行が増えている傾向にある。
売れている商品は、数年前と違い、家電・ブランドものよりも、日用品や衣料品の占める割合が多い形となった。

3) 受入環境整備

訪日ゲストの受け入れ対応については、新たな決済手段の導入をはじめ、翻訳アプリや無料WIFIなどを導入する事業者が多かった。

4) インバウンド消費の展望

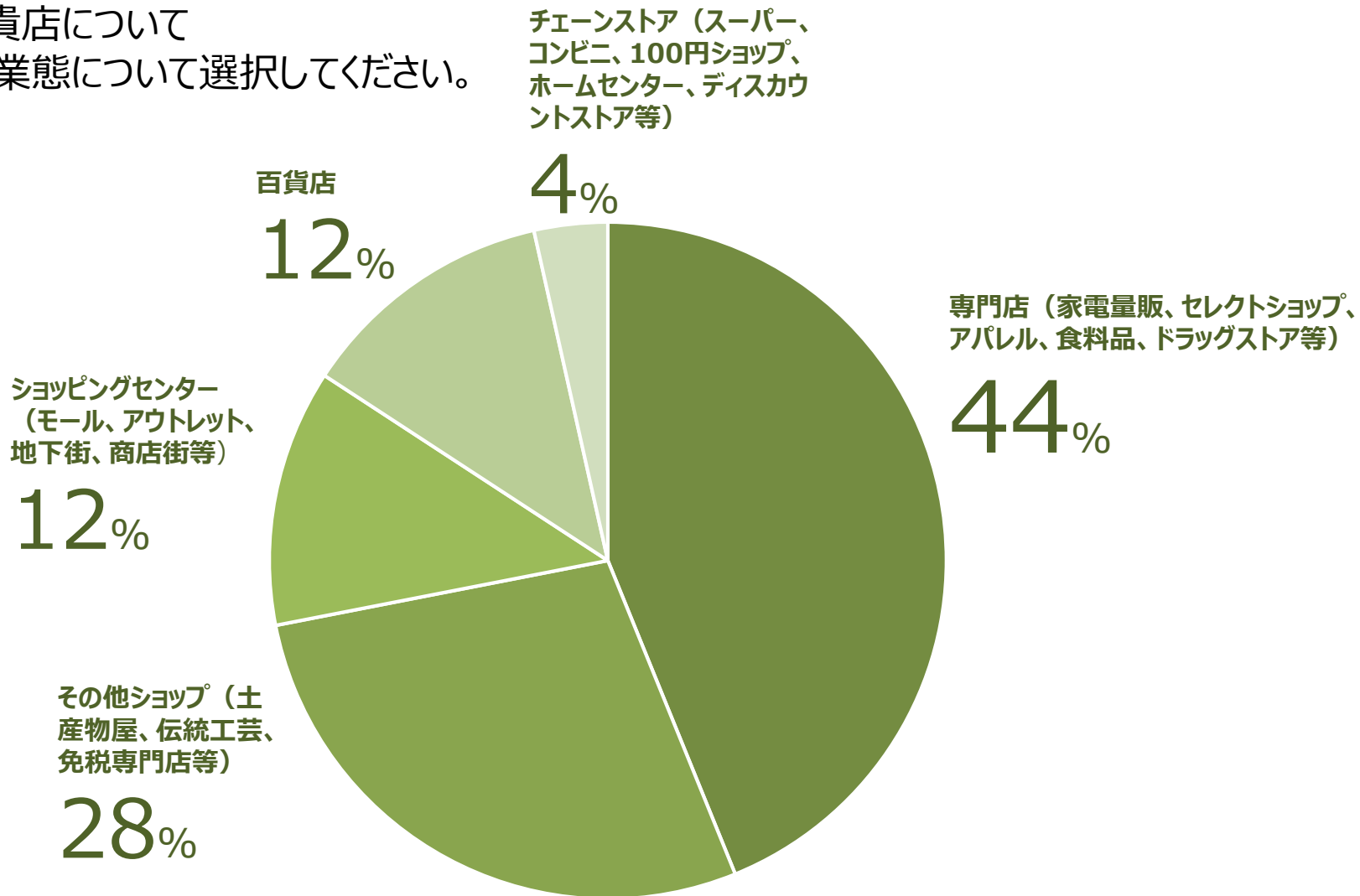
今年は顕著な売上増加を感じられなかったためか、今後のインバウンド消費への期待は意見が分かれた。

5) 免税手続きの電子化

免税手続きが電子化されることを知らなかった免税対応済の事業者が1/4以上だったが、ほとんどの免税店が電子化後も免税店を継続すると回答しており、電子化に対する抵抗はないだろうと思われる。

回答者属性

● 貴社・貴店について
Q1. 事業業態について選択してください。

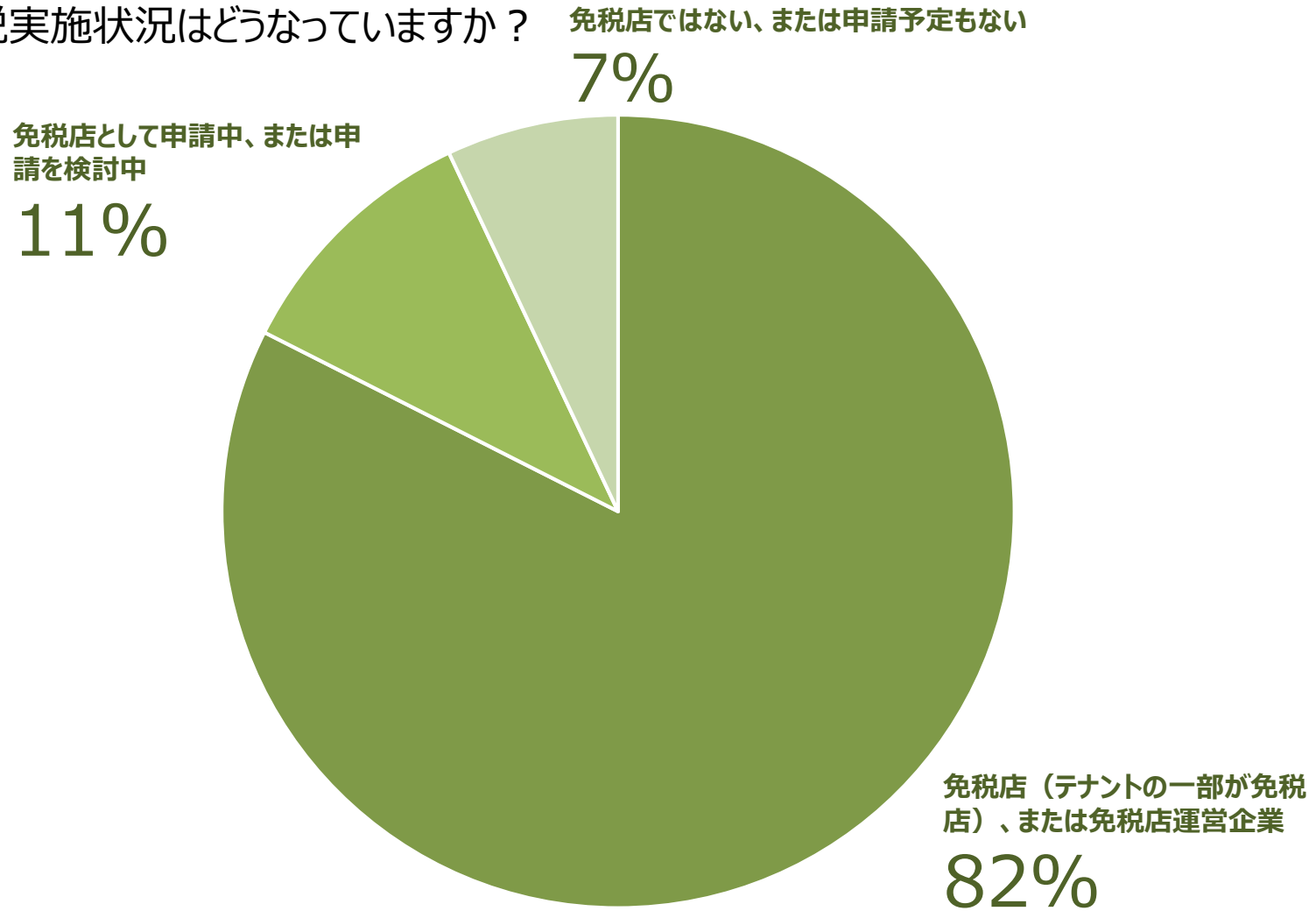


業種は専門店が約半数、その他、お土産物店約3割、百貨店・ショッピングセンター等から各1割ずつの回答を得た。

免税店状況

● 貴社・貴店について

Q2. 免税実施状況はどうなっていますか？

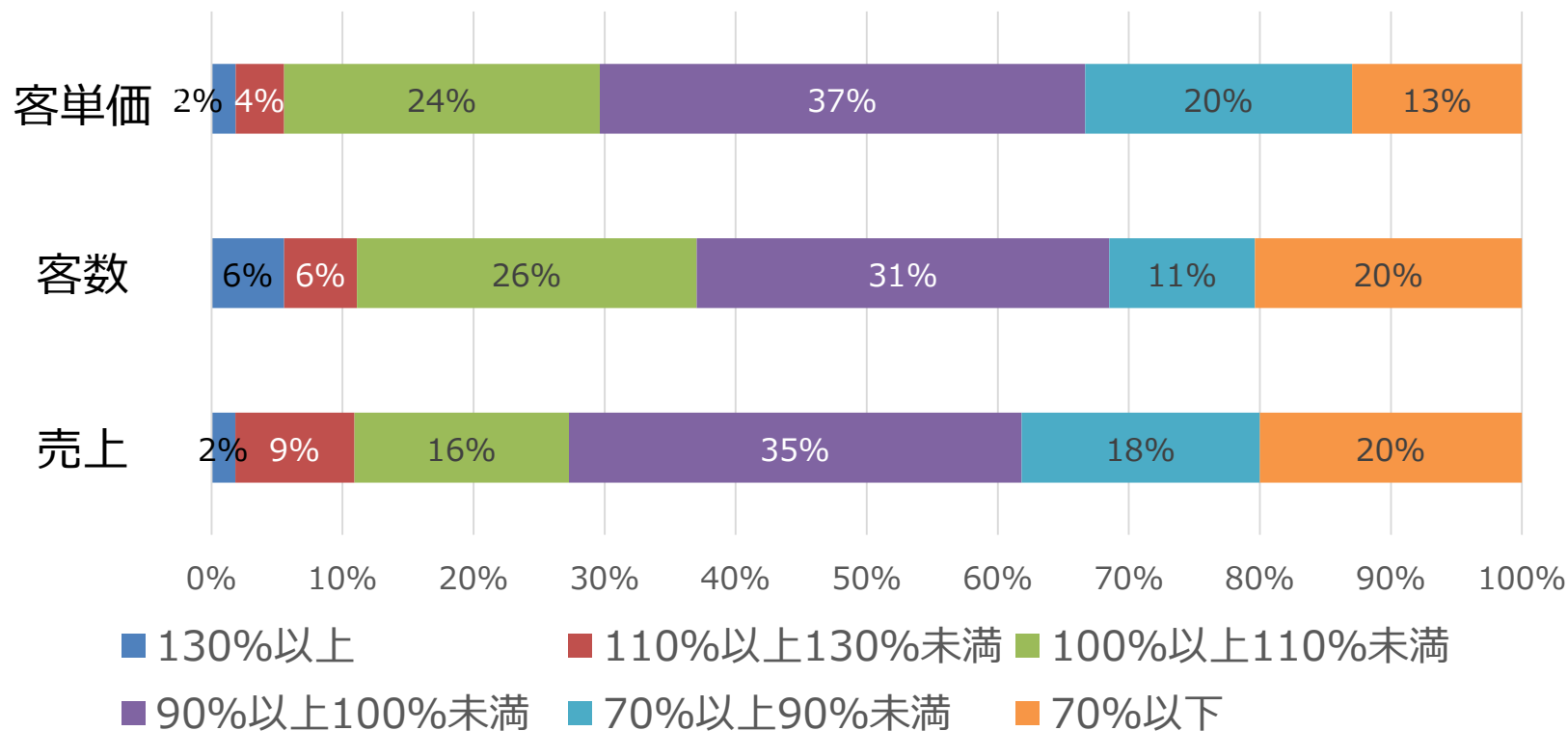


免税店として、稼働している事業者は8割を超え、他約1割が申請中又は検討している状況。

売上実績

● 2019年の春節における売上等について

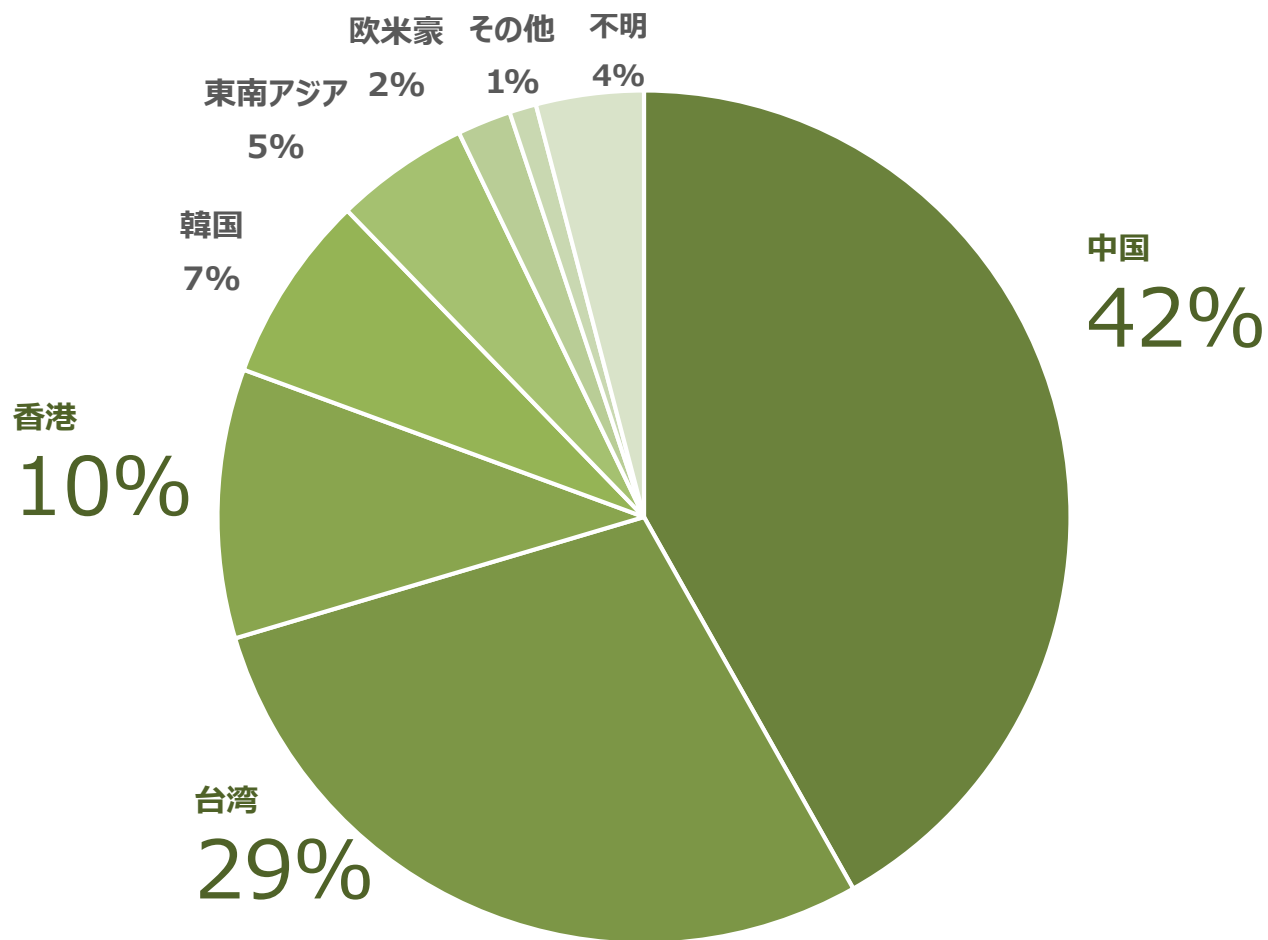
Q3 - ①～③客単価、客数、売上を昨年と比較するといかがでしたか？



春節期間中の実績は売上、客数、客単価ともに約3割程度の事業者が昨対比増加となった。

国別来店者数

- 2019年の春節における売上等について
Q4.期間中、来店の多かった国・地域(複数回答可)

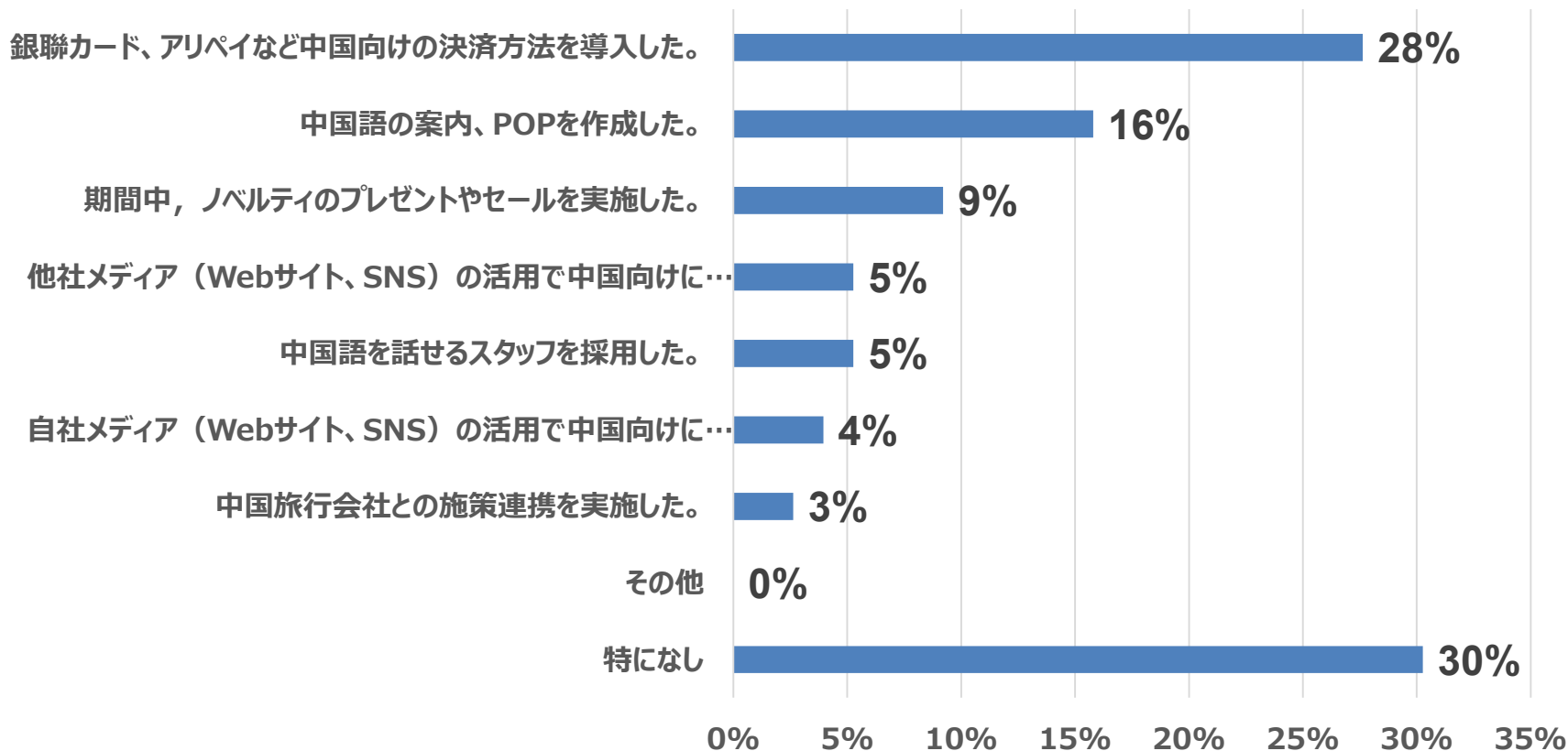


実際に来店、買上げが好調だった国は中国、台湾（上位2か国）。

特別に取り組んだこと

● 2019年の春節における売上等について

Q5. 春節に向けて特別に取り組んだことはありますか？（複数回答）

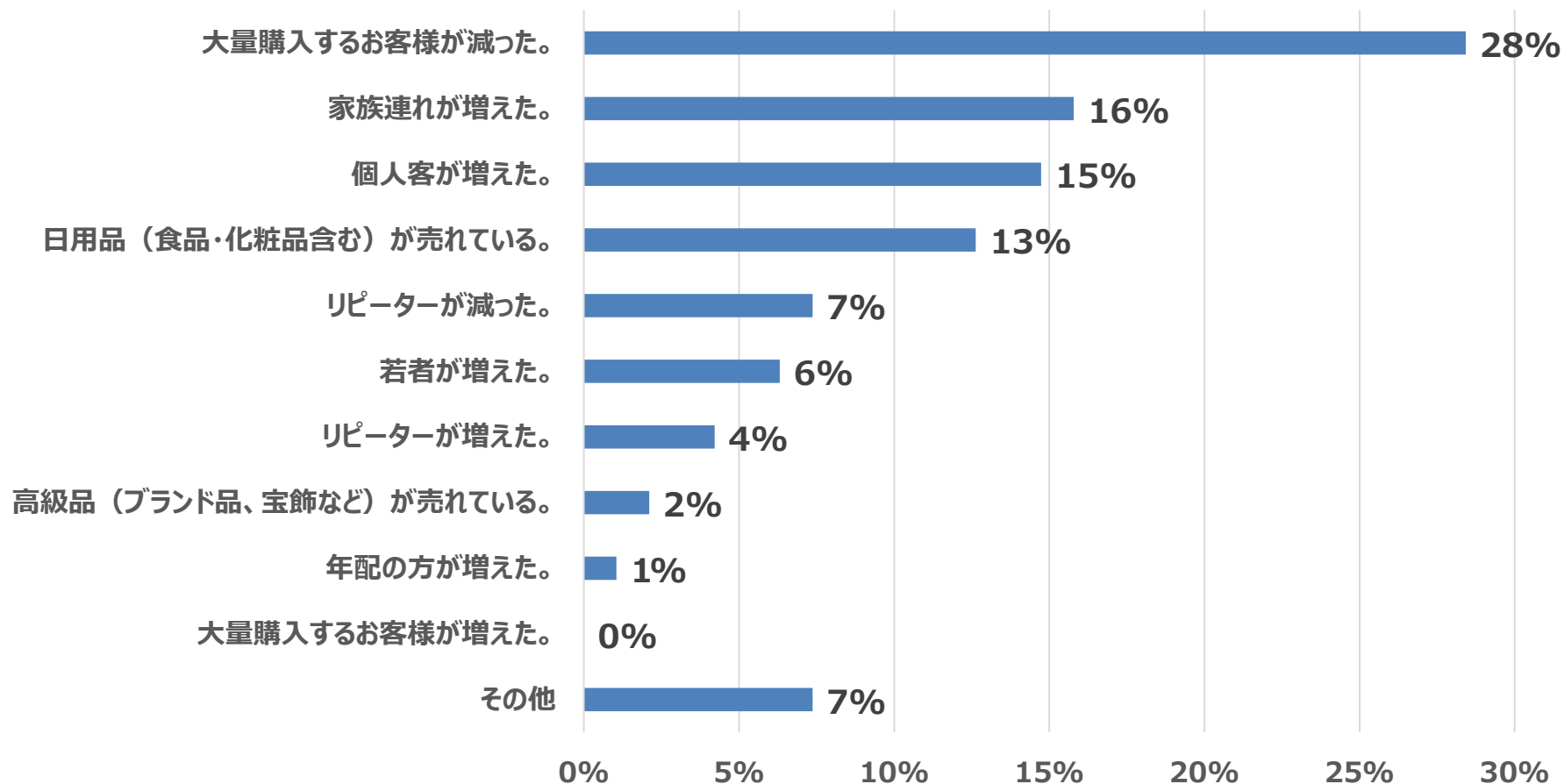


2019年における春節の取り組みは、銀聯カード・アリペイなど中国向けの決済の導入が3割、中国語の案内、POPの作成が約2割の回答となった。

買物動向の傾向

● 2019年の春節における売上等について

Q6.2019年・春節の印象と傾向についてお伺いします。（複数回答）



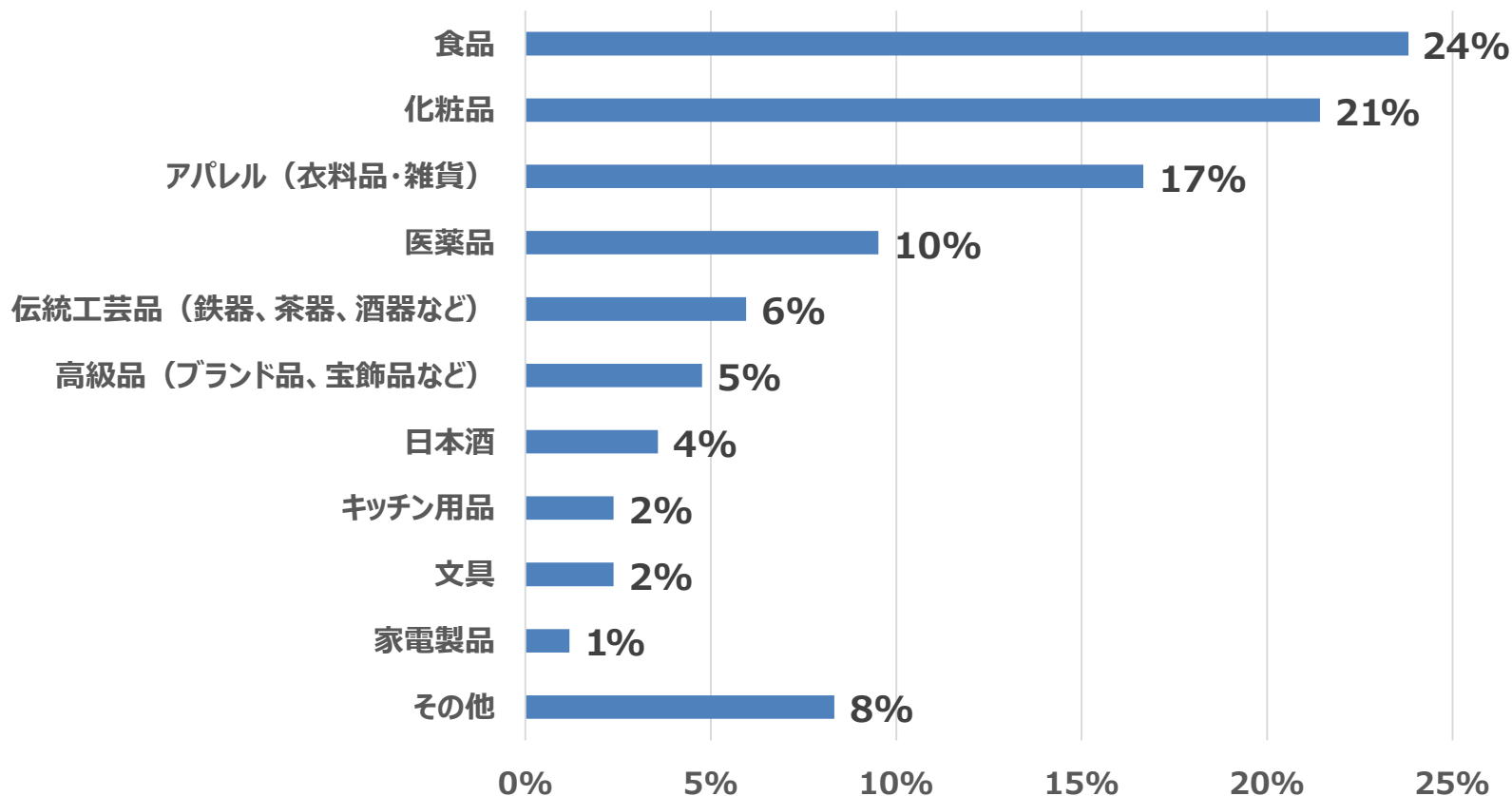
約3割の事業者が大量購入をするお客様が減ったと回答し、そして1.5割の事業者が個人客のお客様が増えたと回答。

よく売れる商品

●インバウンド消費の傾向と対策について

Q7.最近よく売れる商品は、どのような商品が選択して下さい。

(複数回答)

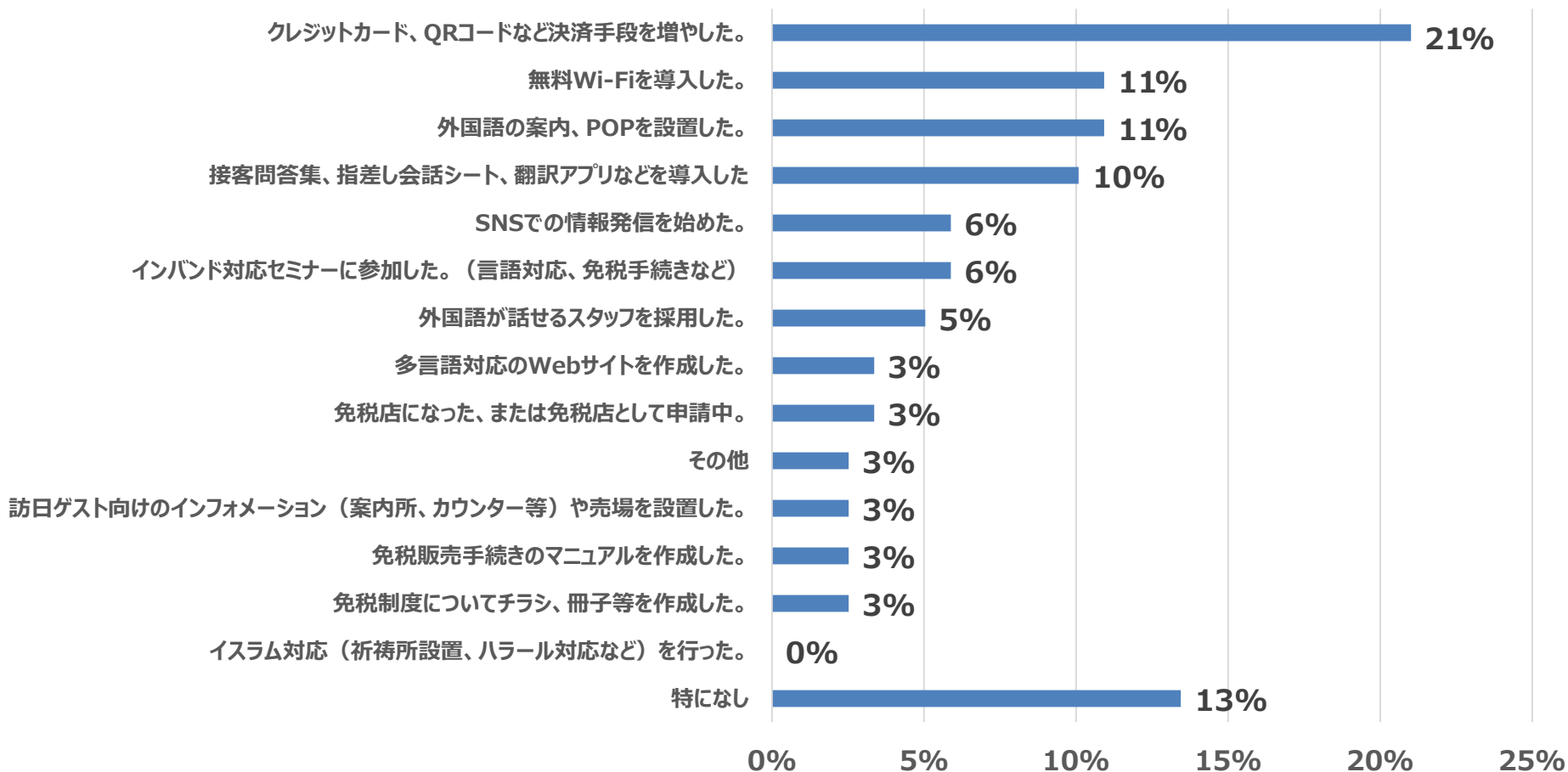


1位：食品 2位：化粧品 3位：アパレル（衣料品・雑貨）など、私たちが日常生活で使うものが約8割を占めている。（その他、釣り竿などニッチなものも）

最近の取り組み

● インバウンド消費の傾向と対策について

Q8. インバウンド対応策について、最近取り組み始めたことをお伺いします。（複数回答）



クレジットカード、QRコードなど決済手段の導入の割合が大きく、どの業者も利便性を高めている。その他POP・無料WIFIの設置など、ハード面での整備が進んでいる。

インバウンド消費への予想

- インバウンドに関する今後（2019年度）の期待や予想について
Q9.インバウンド消費について、今後どうなると思われますか？

インバウンド消費は
減少する

29%

インバウンド消費は
あまり変化しない

37%

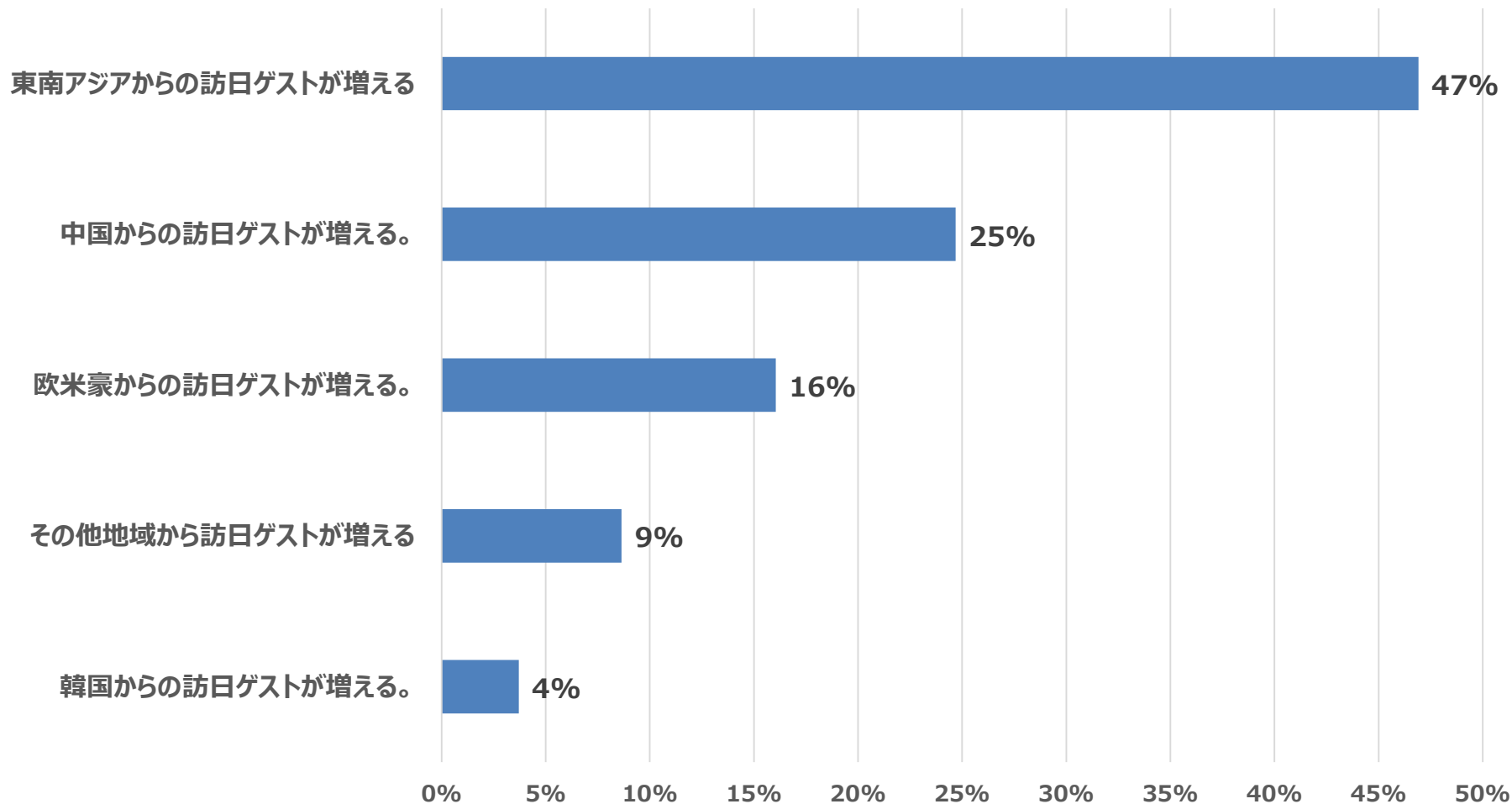
インバウンド消費は
増加する

34%

今後のインバウンド消費への期待は意見が分かれた。

国別の見込客

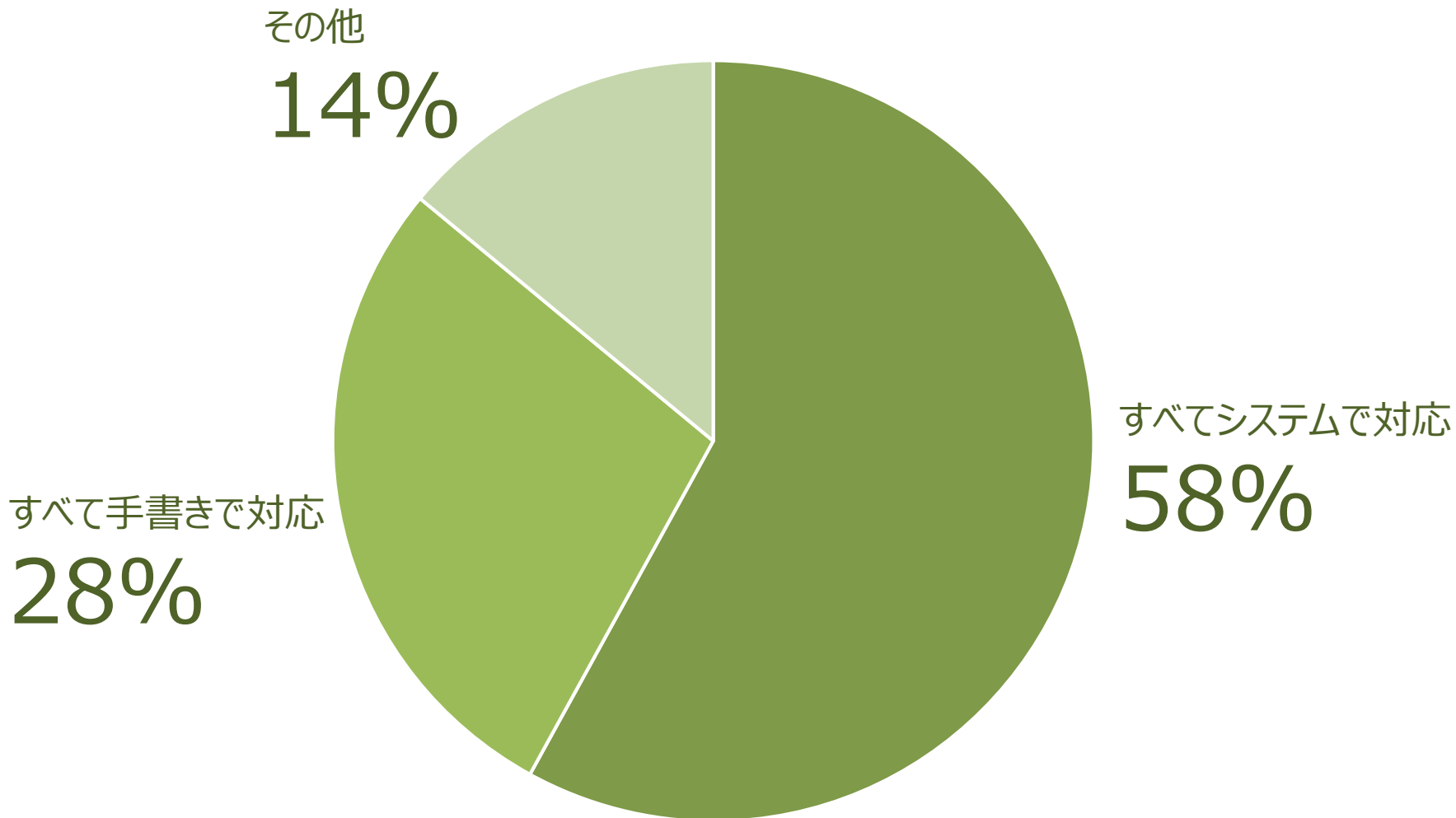
●インバウンドに関する今後（2019年度）の期待や予想について
Q10. 今後、どの国の訪日ゲストが増えると思われますか？



東南アジアからのお客様が増えると約半数が回答。

■ 免税手続きの電子化

- 2020年4月以降の免税手続きの電子化について
- Q11.現在の免税手続きの方法はどのようなものですか？



未だ、4割の免税手続きは手書きで行われている可能性がある。

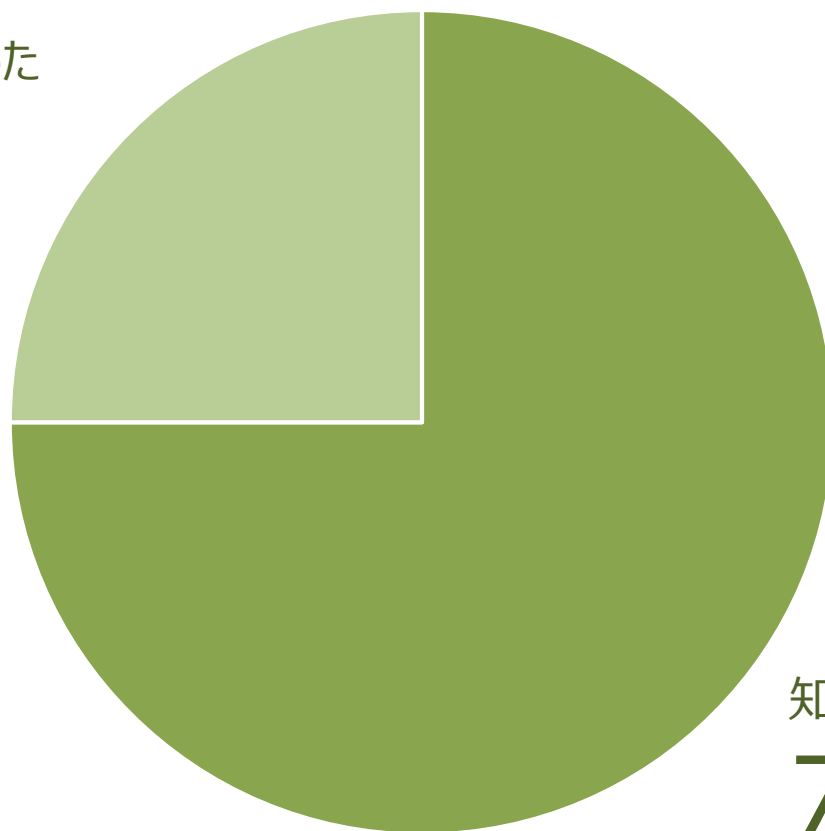
免税手続きの電子化

● 2020年4月以降の免税手続きの電子化について

Q12.「2020年4月以降に免税手続きが電子化されること」はご存知でしたか？

まったく知らなかった

25%



知っていた

75%

免税手続きの電子化を知っていた事業者は3/4、一方で知らなかった事業者は1/4となった。

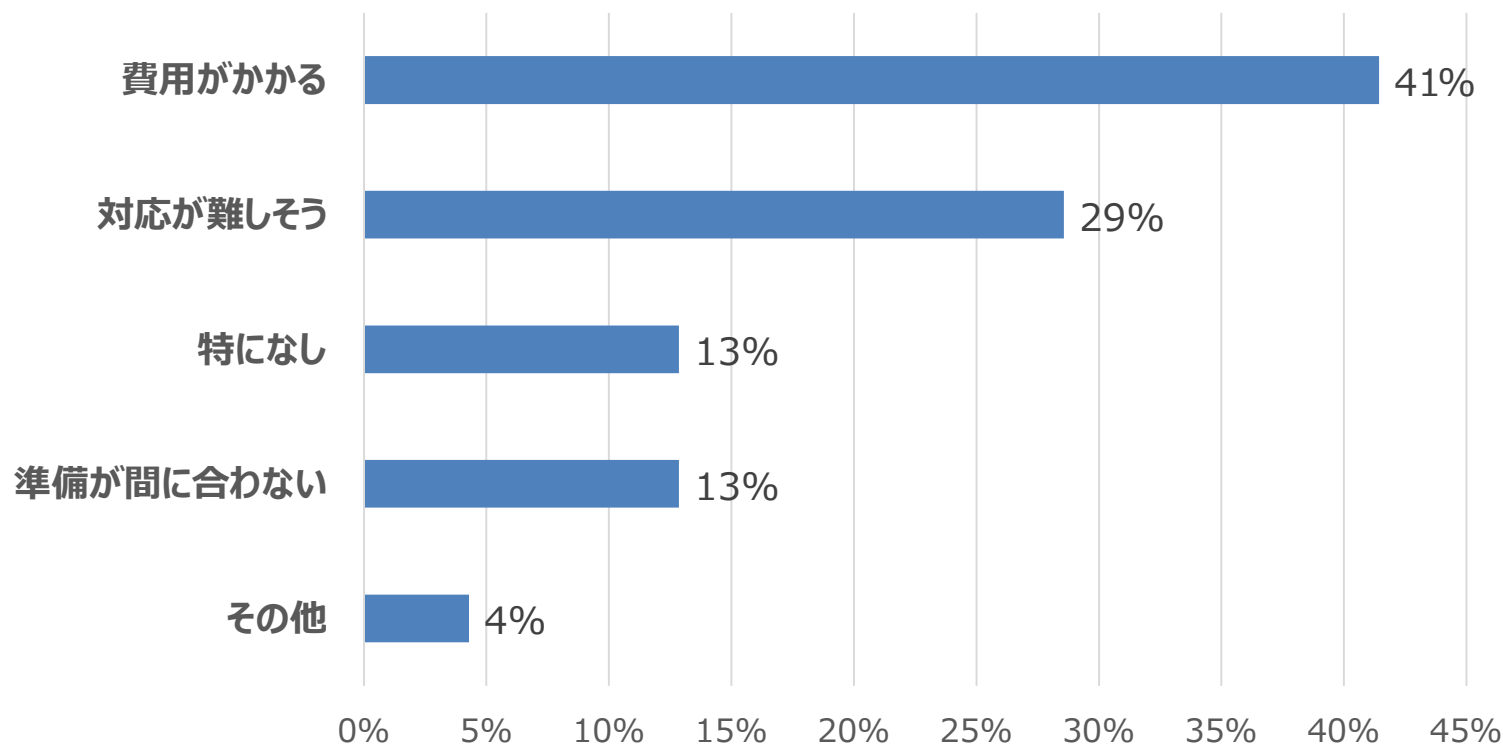
免税手続きの電子化

- 2020年4月以降の免税手続きの電子化について
(免税店の方のみお答えください)

Q13.免税手続きの電子化に関する懸念事項はございますか？(複数回答)

その他の意見

- ・複数のレジで対応が難しくなる
(機器を複数準備する考えはない)
- ・10月からの申請書類に関して詳細が不明
対応できるメーカー機器なども不明



約4割が費用がかかる、3割が対応が難しそうと回答。

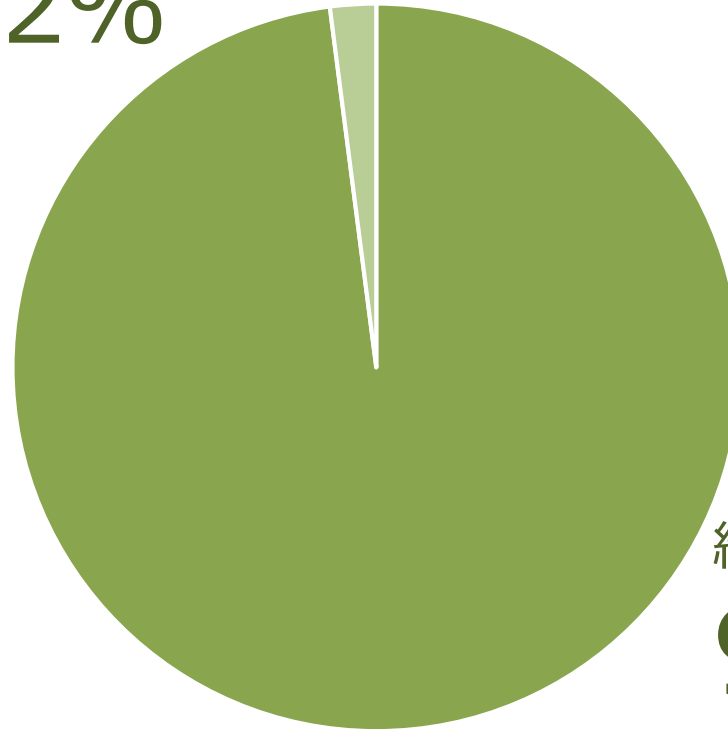
免税手続きの電子化

- 2020年4月以降の免税手続きの電子化について
(免税店の方のみお答えください)

Q14.免税手続きの電子化以降の免税店継続の意思をお伺いします。

続けない

2%



続ける

98%

電子化後の免税店継続の意思はほぼ100%と回答。