

# 旅游都市 大阪 ガイドブック

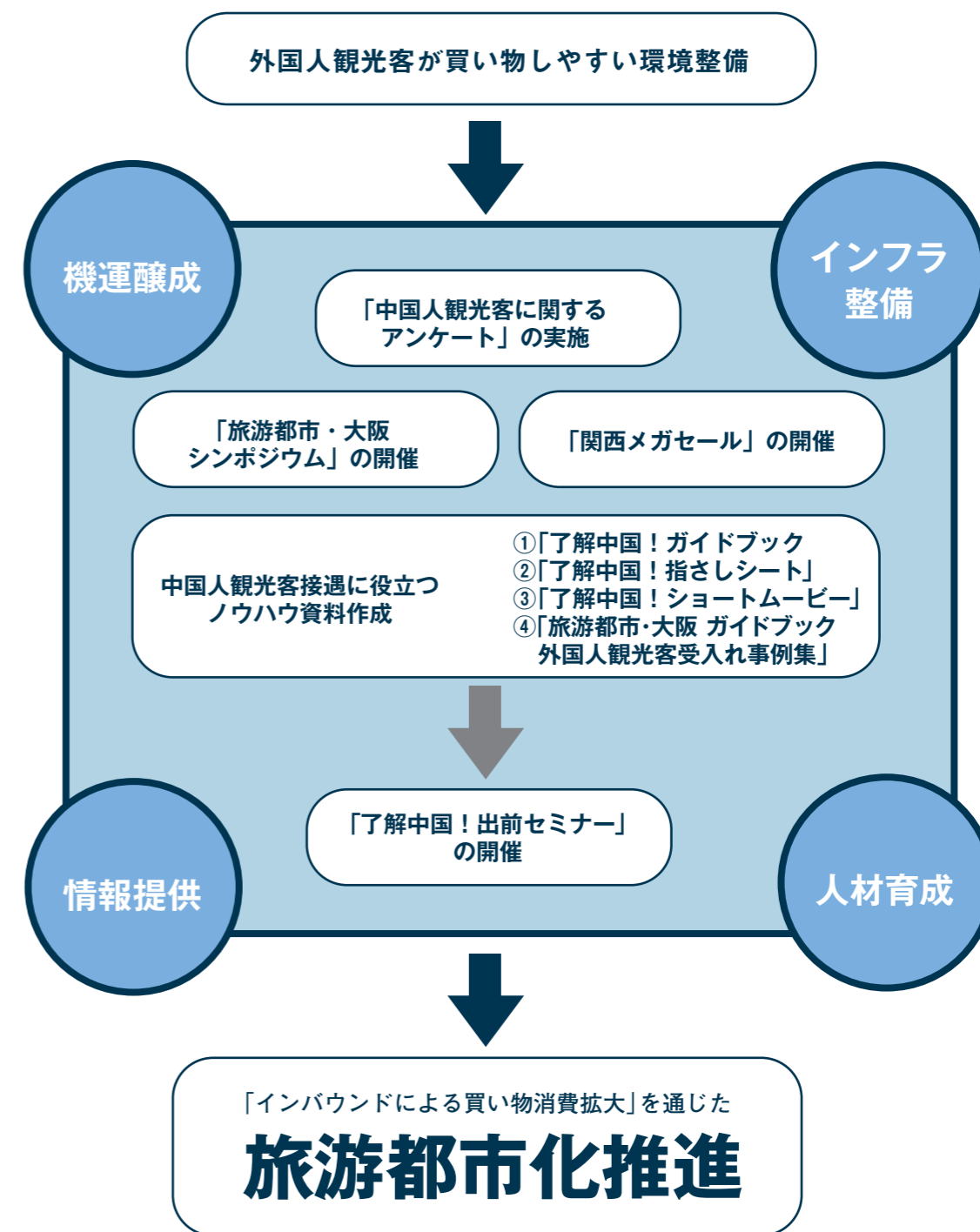
外国人観光客受入れ事例集 第2号

大阪商工会議所



千客万来都市 OSAKA プラン  
旅游都市化推進プロジェクト

「インバウンドによる買い物消費拡大」事業



旅游都市化推進プロジェクト  
「インバウンドによる買い物消費拡大」事業 <http://www.osaka.cci.or.jp/inbound>

「旅游都市・大阪 ガイドブック 外国人観光客受入れ事例集 第2号」

発行：大阪商工会議所 流通活性化委員会  
発行日：2013年3月  
〒540-0029 大阪市中央区本町橋 2-8  
TEL.06-6944-6440 FAX.06-6944-6565

# 外国人に人気の 食品サンプルづくり

## デザインポケット



サンプルづくりの体験をしていたオーストラリアからの留学生。「日本でしかできない体験ができて楽しかったです！」

洋菓子の  
サンプル



株式会社ピンシエルの佐々野忠行さん。食品サンプルを使ったグッズの企画を行っている。



英語・中国語・韓国語・日本語で作り方を紹介している。

店内には実際の食品サンプルも展示されている。



食品サンプルを使ったマグネットやキーホルダーなどのグッズを販売。

### 食品サンプルづくりの体験ができるお店

大阪ミナミの繁華街にある千日前道具屋筋商店街は、調理器具などを扱う店舗が軒を連ねる専門店街。同商店街に2年前オープンした、食品サンプルを扱うお店「デザインポケット」がある。この店の最大の特徴は、その場で食品サンプルづくりの体験ができること。

「道具屋筋には、1週間に2万人ほどの観光客が訪れ、そのうち3割は海外からのお客様です。食品サンプルは日本独特のものなので、たくさんの方の外国人観光客に知っていただき、製造体験もしてもらいたいと思っています」そう語るのは同店舗を運営する(株)ピンシエルの佐々野忠行さん。同体験の所要時間は1グループ45分〜1時間程度で、料金はひとり2000円〜とお手頃。外国人観光客には、英語、中国語、韓国語、日本語の4カ国語で作りを解説したパネルを見せながら、実演をまじえ、サンプル作りを教えている。

また、同社では、食品サンプルを使ったユニークな携帯ストラップやiPhoneケース、キーホルダーなど約600種類を店頭で販売しており、外国人観光客のお土産としても人気を集めている。佐々野さんによると「最初の頃は、お寿司が売れると思っていましたが、意外にも目玉焼きや手羽先などが人気」という。

観光客に、食品サンプルを使った商品を見て、驚いてもらいたい。そして、日本の技術力やアイデアに、感動してもらいたい」と佐々野さんは語る。

食品サンプルは日本が発祥の地とされるだけに、同社の活動は日本文化の発信にも一役買っているとも言えそうである。

# 旅游都市・大阪ガイドブック 外国人観光客受入れ事例集第2号 発刊にあたって

大阪商工会議所 流通活性化委員会  
委員長 山本博史



大阪商工会議所では、事業運営の基本ビジョンである「千客万来都市OSAKAプラン」の実現に向け、「旅游都市化推進プロジェクト」を展開しております。当委員会では、そのプロジェクトのひとつとして、外国人観光客が買い物しやすい環境の整備を目的として、「インバウンドによる買い物消費拡大」事業を展開しております。

このたび、同事業の一環として、「旅游都市・大阪ガイドブック 外国人観光客受入れ事例集第2号」を発行する運びとなりました。本冊子は、昨年3月に発行した「旅游都市・大阪ガイドブック 外国人観光客受入れ事例集」の続編で、外国人観光客の増加をビジネスチャンスとして捉え、外国人観光客に対し積極的に接遇・対応を実施している先進事例を紹介しております。

本冊子を皆様方のビジネスの一助として、広くご活用いただきたく存じます。

## 目次

- 「旅游都市・大阪ガイドブック 外国人観光客受入れ事例集 第2号」発刊にあたって  
デザインポケット  
宇治園 心齋橋本店  
エヴィス 心齋橋店  
ビックカメラ なんば店  
とんかつ KYK あべのキューズモール店  
本福寿司  
大阪キャッスルホテル  
参考資料 「2012年度 中国人観光客に関するアンケート」調査結果概要(抜粋)  
お知らせ 「了解中国! 出前セミナー」の開催について

大阪市中央区難波千日前8・22  
道具屋筋中郵便ビル2F  
【業種】デザイン業、食品サンプル企画・販売業  
tel.06-6630-1123  
http://www.designpocket.net

# 世界的な人気の「メイド・イン・ジャパン」のジーンズ

## エヴィス 心齋橋店

エヴィスジャパン(株)は、海外でも人気のジーンズを製造販売する企業。平成7年の創業以来、直営店は約50店に拡大している。その中でも心齋橋店は外国人客が最も多く訪れる店舗である。同店の菅野弘美さんは、「当店の場合、売上の約4割が外国人。特にメイド・イン・ジャパンの定番のストリートジーンズが良く売れています」と話す。

「私たちが、日本の文化を知っていただくために、外国の方にも日本人と同じ接客をして、おもてなしをしたいのです。」そう話すのは、(株)宇治園専務取締役の重村桜子さん。



ディスプレイされているジーンズ。それぞれのモデルの違いやペイントの色などをひと目で確認することができる。

大阪市中央区心齋橋筋 2-8-4  
【業種】  
紳士服・婦人服の企画製造販売  
tel.06-6211-1993  
http://www.evisu.jp



Tシャツ類も外国人観光客に人気が高い。



心齋橋店の菅野弘美さん。丁寧にペイントを施す。

**直営店の中でも最も外国人観光客が多い心齋橋店**

「カスタムのペイントは、通常1週間のお時間をいただいています。海外からの旅行者の方には、特に30分や1時間で仕上げる場合もあります」と、時間的に余裕のない外国人観光客へのサービスも行っている。

以前は中国人観光客が圧倒的に多かったが、ここ1年くらいの間に、その数は減少傾向にある。有名ミュージシャンやタレントがエヴィスジーンズを身に付けていることもあり、最近ではタイ、マレーシア、シンガポール、さらにヨーロッパからのお客さんが増加している。「いろんな国からメイド・イン・ジャパンのエヴィスジーンズを求めて来られるので、私たちもその期待にしっかりと応えていきたいです」

カスタムペイントの種類や色も、選びやすいように実物を見せる。



# 日本の文化を伝えるべく中国出店も計画中

## 宇治園 心齋橋本店



外国人観光客に試飲をおすすめする。

「私たちは、日本の文化を知っていただくために、外国の方にも日本人と同じ接客をして、おもてなしをしたいのです。」そう話すのは、(株)宇治園専務取締役の重村桜子さん。

「現地のお店に社員を派遣し、日本のおもてなし文化を伝えていきたい。そして、こういった接客が喜ばれるのか、どんな商品やサービスが必要なのかを学ぶことも重要だと考えています」と抱負を語った。

**外国人に人気のお茶、茶器**

中国人はじめ外国人観光客には、抹茶、玄米茶、ほうじ茶がセツトになっている1000円程度の商品が人気。お土産として、良く売れている。最近、力を入れてるのが茶器の販売。「やはり茶葉で飲んでいただきたいので、茶器もおすすめしています」花の図柄

**上海への出店を計画中**

「日本の茶の文化を外国の方にも知っていただく。これが私どもの使命だと思っています」と、重村さんは語る。そのための一歩として、中国・上海への出店を計画している。



専務取締役の重村桜子さん



店内のテレビモニターでは中国語テロップ付で「おいしいお茶の淹れ方」を上映している。



抹茶を使ったお菓子も人気が高く、中国語のPOPを用意。



急須は2000円程度のものが人気。



外国人観光客に向け、POPも豊富。



大阪市中央区心齋橋筋 1-4-20  
【業種】  
お茶販売業・喫茶店  
tel.06-6252-7800  
http://www.uji-en.co.jp

# メニューやサンプルの 多言語化から

## とんかつ KYK あべのキューズモール店

英語・中国語・韓国語のメニューが用意されている。



4か国語対応のプライスカードを準備している店舗もある。



「外国人観光客にもっと沢山、お越しいただくために、いろんなことに取り組んでいきたいと思っています。しかし、個店だけの取り組みでは限界がある」と曲田さんは語る。

### インバウンド対策は、 点ではなく面での展開を期待

このエリアでは、来年「あべのハルカス」がオープンし、外国人観光客の集客が更に期待できることから、「今後、キューズモール

「心と味でおもてなし」の精神をモットーに、外国人観光客に対応しても、「おもてなしの心」で対応するのが、とんかつ専門店KYKを運営する株式会社曲田商店。営業部長の曲田陽一さんは、「英語、中国語、韓国語のメニューはKYK全店舗で用意しています。関空店や京都店など外国人が特に多い店舗では、ショーウィンドウのメニューサンプルの説明書きも多言語表示にしています」と語る。今回取材した「あべのキューズモール店」でもオープン当初から外国人が注文しやすいようにと、4か国語対応のメニューを揃えている。

また、この店舗では、定食を注文したお客様には、カレー、サラ

### 多言語化への取り組み



営業部長の曲田陽一さん

だけでなく、このエリアの各商業施設と連携して、外国人観光客向けのクーポン券を発行するなど、インバウンド対策を地域一体となって進めていく必要がある」と話す。外国人観光客の誘客には、地域内の連携強化が必要との考えであった。



大阪市阿倍野区阿倍野筋 1-6-1  
あべのキューズモール 4F  
【業種】  
飲食業  
tel.06-6649-8808  
http://www.tonkatsu-kyk.co.jp

# 外国人に人気の 家電量販店

## ビックカメラ なんば店

### 回復してきた中国人観光客と タイ人観光客の増加

「中国人観光客の方のお買い物の仕方が変わってきました。以前はとにかく目につくものをまとめて購入することが多かったですが、最近は来日前にネットで調べ、商品の価格情報をプリントアウトして持って来られる方が増えています」とビックカメラなんば店長代理の永友竜一さんは語る。中国本土の価格と日本の価格をネットで調べ、安い方を選んで買うスタイルが増えているとのこと。

「ビックカメラなんば店」では、外国人観光客が多く来店するのは、2階の時計・カメラ売り場と5階のビューティー家電売り場である。いずれも持ち帰り可能な人気商品を販売しているフロア。両フロアには、それぞれ2名の中国語を話せるスタッフが常駐させ、中国人をはじめとした外国人観光客の買い物をサポートしている。5階フロア担当の陳亜楠さんは、「言葉が通じるので安心して買い物ができると喜んでいただいています」と語る。接客はもろろんのこと、中国人向けのPOPの翻訳をするなど、中国人観光客の接遇向上に向けた取り組み全般に活躍している。

全国各地にある「ビックカメラ」の中でも、特に外国人観光客が多いというなんば店。永友さんは、「これからも外国人の来店は増加すると思う。接客の向上はもとより、海外でも使える商品を増やすなど、よりきめ細かな品揃えにも努めていきたい」と外国人観光客の受入れに向けての意気込みを語った。

の1位。これに次ぐのが台湾や韓国であるが、最近ではタイからの観光客が増加するなど「多国籍化」が進展している。そこで、国際保証付きの商品を展示するコーナーの新設や、海外対応商品のカタログを用意するなど、外国人観光客が買い物しやすい売場づくりが進められている。

### 人気フロアには 中国語を話せるスタッフが常駐



5階ビューティー家電コーナーの主任・三宅美衣さんと陳 亜楠さん



海外対応商品のコーナー



人気が高い商品は手作りのPOPで案内。



レジ前では10%の割引サービスの大きなポスターを掲示。



日本製の空気清浄器は外国人観光客にも人気。



春節の時期には売れ筋商品をまとめて陳列する。

大阪市中央区千日前 2-10-1  
【業種】  
家電販売業  
tel.06-6634-1111  
http://www.biccamera.com

# ムスリムフレンドリーを目指す シティホテル

## 大阪キャッスルホテル

宿泊部支配人の林 智一さん



ムスリム対応のために新規購入された冷蔵庫。



昨年秋に「大阪キャッスルホテル」を訪れた、マレーシアからの観光客。ムスリムフレンドリーなサービスが好評だった。

メッカの方角（西北西）を表示するステッカーは各部屋に。



「豚肉を食べない」「アルコールを摂取しない」「メッカの方角にお祈りを捧げる」などのきまりがあることから、ムスリムの観光客を受け入れるにあたっては、様々な対策・対応が求められる。

「最初に旅行会社からムスリム観光客受け入れの話を受けたときは随分悩みました。果たして我々にできるか？現場からも戸惑いの声は多数ありました」

しかし、ムスリムが多いマレーシアのお客様は着実に増えており、今後も増えていくはず。ならばパイオニアとして、できるだけのことをやってみようかと決断した。早速、「NPO法人日本ハラール協会」(大阪市平野区)にムスリム対応についての指導を受けることを決定。

イスラム教では、豚肉の食用はもろろんのこと、例えば、豚肉に触れた包丁も使えないなど厳しい決まりがあることから、同ホテルでは、鍋などの調理器具や冷蔵庫、食器など全てムスリム専用で新しいものを揃えるところからスタートした。それだけでなく、メッカの方角（西北西）を各部屋に表示するとともに、お祈りをする時に必要な専用の絨毯も揃えるなど礼拝に対する配慮も行っている。

このような準備をした上で、昨年秋には30人のムスリムの団体客を受け入れ、その様子はテレビ番組でも紹介されるなど、大きな反響があった。

「今回の取組みは成功したと思います。宿泊されたムスリムの皆様に、喜んでいただけたようで、安心しました」と林さんは語る。



大阪市中央区天満橋京町 1-1  
【業種】 ホテル業  
tel.06-6942-2401  
http://www.osaka-castle.co.jp

### 激減した中国人観光客

ピーク時には宿泊客の3分の2が中国人観光客だったこともあるという「大阪キャッスルホテル」。「しかし、去年あたりから中国人観光客は激減し、今はほぼ皆無です」そう語るのは宿泊部支配人の林智一さん。今は韓国や台湾の個人客、またタイ、マレーシア、インドネシアといった東南アジアのお客様が増えているとのことだ。

そうした中、同ホテルでは、関西はもちろん、全国的にも先駆的な取り組みをスタートした。それはムスリム（イスラム教徒）の観光客受け入れ強化である。

### ムスリム対応の苦勞とは？

「豚肉を食べない」「アルコールを摂取しない」「メッカの方角にお祈りを捧げる」などのきまりがあることから、ムスリムの観光客を受け入れるにあたっては、様々な対策・対応が求められる。

「最初に旅行会社からムスリム観光客受け入れの話を受けたときは随分悩みました。果たして我々にできるか？現場からも戸惑いの声は多数ありました」

しかし、ムスリムが多いマレーシアのお客様は着実に増えており、今後も増えていくはず。ならばパイオニアとして、できるだけのことをやってみようかと決断した。早速、「NPO法人日本ハラール協会」(大阪市平野区)にムスリム対応についての指導を受けることを決定。

# 老舗が最新の メニューを導入

## 本福寿司

### iPadを使い、 外国人観光客に対応

心斎橋の「本福寿司」は、創業180年を超える老舗である。同店を代表するメニューの箱寿司は伝統の逸品。地元大阪はもちろんのこと、外国人観光客からの人気も高い。

店長の大和良幸さんは、「4年ほど前に、香港の出版社が発行した大阪神のガイドブックに掲載されて以来、香港を中心に、中国、韓国からの観光客が急増。その対応に迫られることになった」と話す。

「お店では、「お持ち帰りの場合、3時間以内にお召し上がりください」「ご注文をお受けしてから作



iPadのメニュー画面。写真を拡大して見せることができるので、分かりやすい。

りますので5〜6分お待ちください」などの中国語POPを数種類用意している。また、iPadを活用して外国人のお客様にメニューを紹介している。言語は、英語と中国語の2種類。画像の拡大・縮小もできる。これを使えば、初めて寿司を注文する外国人でも、簡単に注文できるので好評、とのことである。

### 関西の、日本の文化を 海外にも伝えたいという想い

「観光ガイドブックを見て来店され、その後、リピーターになるお客様も多いですね。つい先日、3回目のご来店という香港のお客様がおられました。「このお店は香港でも有名です」と教えていただいていた嬉しかったですね。」

売上が低迷する中、外国人観光客はありがたい存在。外国人観光客を歓迎していこうと、スタッフ



中国人観光客向けに作成した手書きのPOP。

の意識も高まり、努力を惜しまず接客などのサービスを充実させている。

最近では、中国・韓国のお客様は少し減っているとのことだが、その分、台湾、タイ、マレーシアからの来店が増えており、1日の売上3割を外国人観光客が占めることもあるという。

それだけに大和店長はPRに前向きだ。「これからも伝統の味を作り続けなければいけないし、外国人観光客に対するサービスの向上も必要。あわせて、箱寿司を海外に向け、さらに情報発信していきたい」と語る。

### 「ムスリムフレンドリー」ツアー

一方で、「完璧なムスリム対応をするのは現状では難しい」と林さんは語る。

「やれることをしっかりやる。そして、私たちはこれだけのことのできますよ、という発信を正確に行う。この2つが大事だと思っています。これから「ムスリムフレンドリー」なホテルだと世界に向けて情報発信していきたい。」

また、ムスリムの観光客を受け入れていくためには、「街全体、国全体で、ムスリムに対応した取組みが必要」だとも語る。

同ホテルは、ムスリム観光客という新しいターゲットを掴むための第一歩を踏み出したところである。



香港のガイドブックで紹介され外国人観光客の来店が増えた。



店長の大和良幸さん



大阪市中央区心斎橋筋 1-4-19  
【業種】 飲食業  
tel.06-6271-3344  
http://www.hon-fuku.co.jp

# お知らせ

リャオチエ

## 「了解中国！ 出前セミナー」の開催について

大阪商工会議所では、中国人観光客の接客対応の向上に資するべく、本所職員が各商店街やショッピングセンター、百貨店に出向いて「了解中国！ 出前セミナー」開催しております。

当セミナーでは、本所が作成した、(1)中国の基本情報をはじめ、中国人観光客に関する各種情報などを紹介する「了解中国！ ガイドブック」、(2)中国人観光客とのコミュニケーションに役立つ「了解中国！ 指さしシート」、(3)中国人観光客接客方法を映像で紹介する「了解中国！ ショートムービー」、(4)「旅游都市・大阪ガイドブック 外国人観光客受入れ事例集」をテキストとして活用し、その内容を解説します。中国や中国人観光客に関する知識習得や接客アップに向けた「第一歩」として、是非ともご活用ください。

※了解 (リャオチエ) = 日本語で「よくわかる」の意味

### 開催概要

- 1 **プログラム(例)**  
**1回あたり45分程度** (※セミナー時間をご都合に応じて調整可能です)  
 (1)「中国人観光客に関するアンケート」およびガイドブック、事例集の内容説明 (30分)  
 (2) ショートムービーを上映し、売場や飲食店でよくある事例の紹介 (10分)  
 (3) 指さしシートの説明 (5分)
- 2 **対象**  
 商店街、地下街の振興組合・団体、ショッピングセンター、百貨店などが受入主体  
 ※セミナー対象者は、上記受入主体の主に接客を担当するスタッフ
- 3 **講師**  
 大阪商工会議所 職員
- 4 **費用**  
 無料
- 5 **開催実績**  
 心斎橋筋商店街振興組合、近鉄百貨店、あべのキューズモールなど、20商店街・百貨店・商業施設等で、のべ計33回開催。(受講者数計882人) (3月20日現在)



セミナーの様子



### お申し込み・お問い合わせ

大阪商工会議所 流通・サービス産業部 流通担当  
 電話：06-6944-6440 FAX：06-6944-6565

〈参考資料〉

## 「2012年度 中国人観光客に関するアンケート」調査結果概要(抜粋)

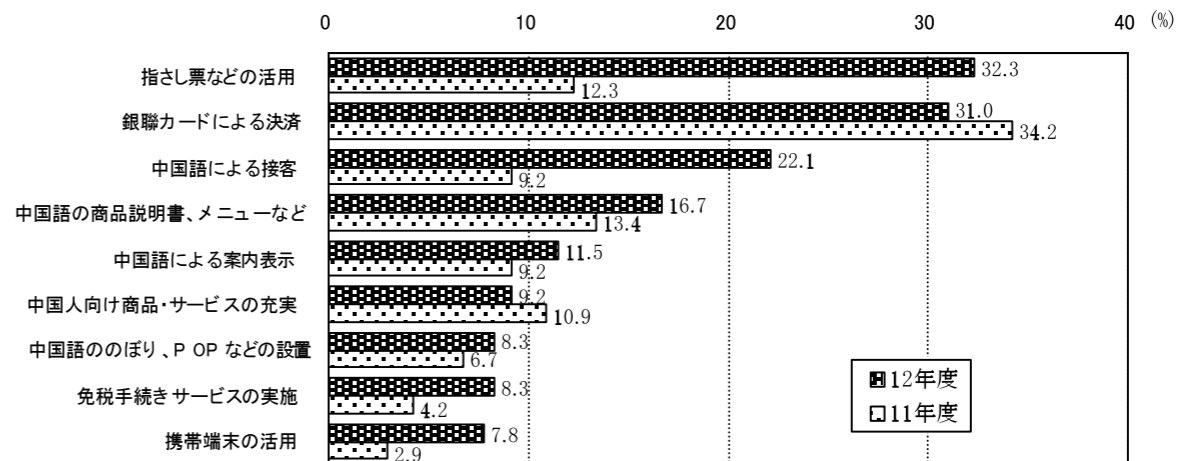
### 1. 調査概要

- (1) 調査目的：大阪商工会議所が「買い物観光魅力強化エリア」としている「船場～なんば」「天王寺・あべの」両地域の小売店、飲食店等における中国人観光客の購買行動や観光客を迎える小売店・飲食店等の対応状況等の実態を把握し、今後の事業実施に向けた参考とする。(昨年度に続いて2回目の実施)
- (2) 調査期間：2012年(平成24年)7月27日(金)～8月31日(金)
- (3) 調査対象：大阪市中央区・浪速区・阿倍野区・天王寺区・西成区各区内の主な商店街・商店会・地下街等43商業組織の加盟店 3,891店
- (4) 有効回答：651店 (調査対象に対する有効回答率 16.7%)

### 2. 調査結果のポイント

#### (1)中国人観光客への接客や広報で実施していること、今後実施したいこと。

- 中国人観光客向けのなんらかの接客や広報対策を実施している店舗は62.4%で11年度調査(54.0%)と比べて8.4ポイント増加した。
- 現在実施している接客や広報で多いのは、①「指さし票、コミュニケーションカードなどの活用」(32.3%)、②「銀聯カードによる決済」(31.0%)、③「中国語による接客」(22.1%)など。このうち「指さし票、コミュニケーションカードなどの活用」は11年度調査(12.3%)と比べて20ポイント増と大幅に増加した。



#### (2)人気のある商品、商品の好みの特徴(記述式回答)

- 商品の好みについては、「日本製を求める」という意見が圧倒的に多い。次いで「色が派手なものを好む」「金色や赤色、黄色を好む」「柄物、カラフルな色が人気」「ブランド品を好む」などの意見が多い。何度も店に足を運ぶなど、商品の選び方が慎重であるという記述も複数あった。
- 人気のある商品については、衣料や靴・装身具ではカジュアルなものから高級品まで幅広い。食品では、抹茶やわさびを使用したものなど日本なものに人気がある。

#### (3)中国人観光客への今後の対応意向。

- 「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」を合計すると、中国人観光客を「迎えたい」とする回答は78.7%に及び11年度の74.0%を上回っている。

