

春節期間中の免税店の売上状況について ～昨年より市内消費が増加するも、「爆買い」は減速傾向に～

中国の春節期間中（2月7日～13日）に合わせ、京都市及び（公財）京都文化交流コンベンションビューローでは、「KYOTO×Visa キャンペーン」や観光事業者を対象とする業種別の外国語研修（英語・中国語）の実施、市内免税店を紹介した冊子「Kyoto Tax-free Shopping Book」の増刷配布など、訪日外国人観光客の京都市内での消費拡大に向けた様々な取組を展開するとともに、期間中の消費動向を把握するため、市内免税店での売上状況調査を実施致しました。

この度、調査結果がまとまりましたので、お知らせします。

記

1 調査結果概要

●47.1%の免税店が、昨年の春節よりも売上が増えたと回答。一方、28.8%の店舗では、昨年よりも売上が減っており、いわゆる爆買いが減速傾向にあるというコメントも目立った。

●昨年の国慶節との比較では、国慶節よりも売上が増えたと回答した免税店は34.2%で、減ったという店が33.3%とほぼ均衡し、変わらないが32.4%を占めた。中国の二大休暇は、京都の免税店において、同水準の消費インパクトがある結果となった。

●業種別では、百貨店や酒類、化粧品などで売上が上がったという回答が目立った。特に、中国人観光客において、ブランド品や日本製日用品に人気が集まる傾向にあることが明らかになった。

●外国語研修で学んだ中国語による挨拶や免税POPの掲出などに取り組んだ店舗も多く、外国人観光客の買い物環境整備は、免税店が先頭になって、おもてなしの向上が進んでいるといえる。

(参考) (公財) 京都文化交流コンベンションビューロー「外国人客宿泊状況調査」より
市内 28 ホテルにおける宿泊客数 (実人数)

国・地域	2015年2月	2014年2月	前年同月比
中国	21,532人	16,706人	128.9%
台湾	21,092人	23,645人	89.2%
香港	3,779人	3,664人	103.1%
韓国	3,262人	2,513人	129.8%
東アジア計	50,274人	47,062人	106.8%

2 調査結果詳細

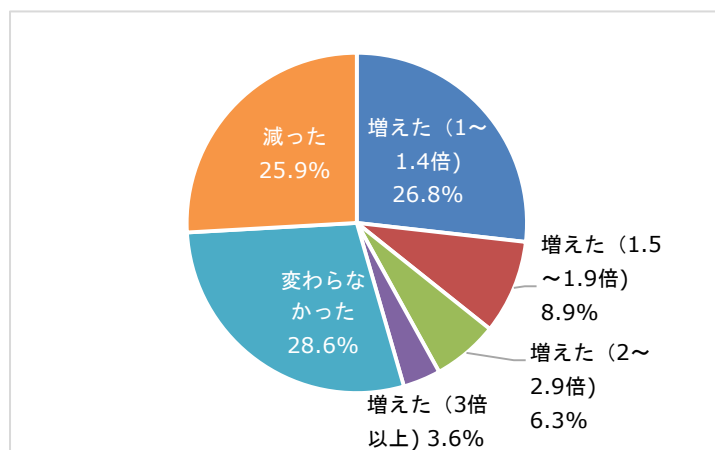
(1) 今年の春節と昨年の春節 (2/18-2/24) を比べて

京都市内の免税店の 47.1%が、「昨年の春節より外国人観光客の売上が増えた」と回答。

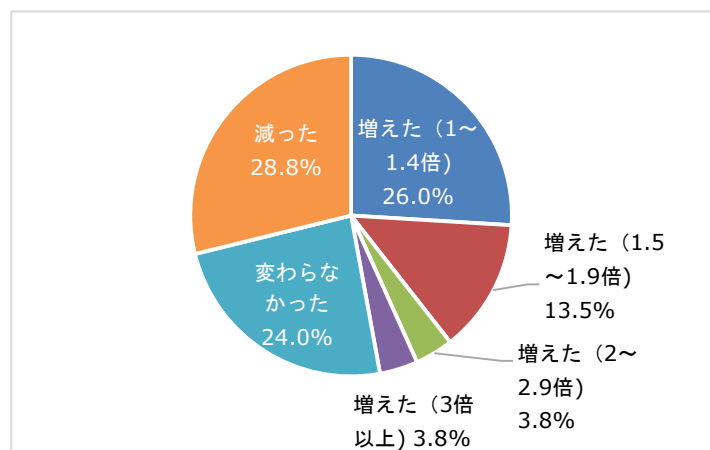
一方、28.8%の店舗が、売上が減ったと回答し、店舗により変化が見られた。特に、百貨店や酒類、化粧品など売上が増加したという回答が目立った。

昨年の春節より来客が増加した店舗	45.6%	(うち2倍以上増加: 9.9%)
昨年の春節より売上が増加した店舗	47.1%	(うち2倍以上増加: 7.6%)

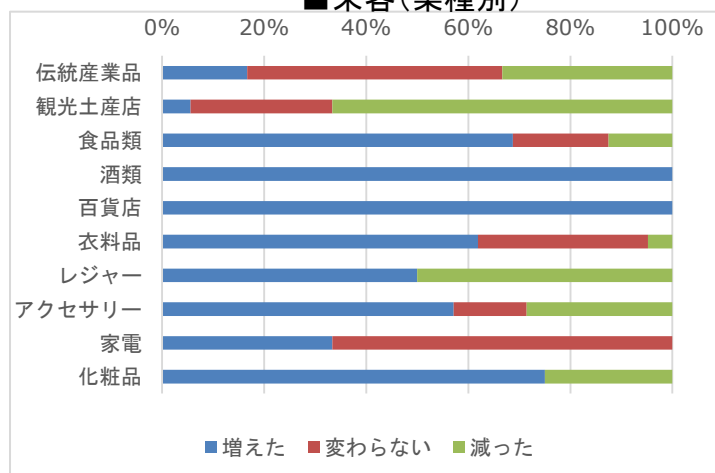
■ 来客(全体)



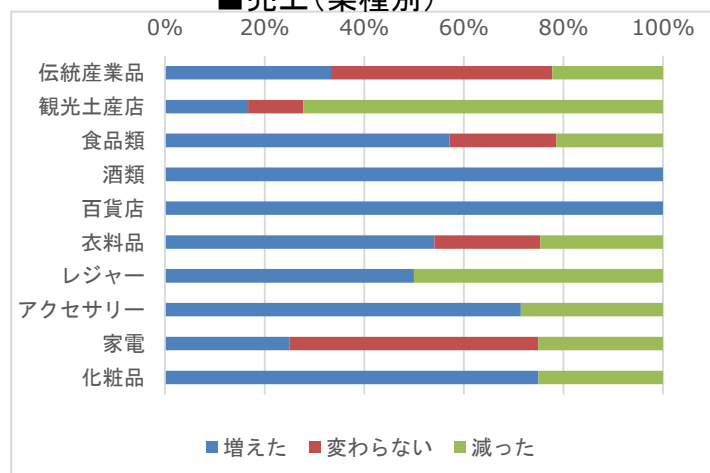
■ 売上(全体)



■ 来客(業種別)



■ 売上(業種別)



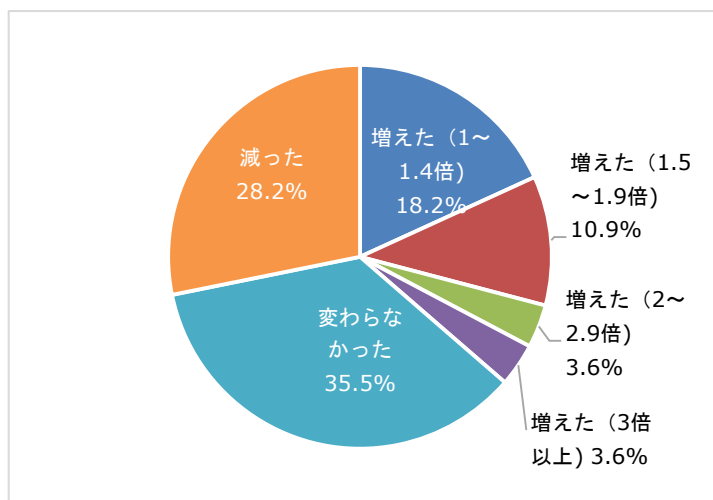
(2) 今年の春節と昨年の国慶節（10/1-10/7）を比べて

昨年の国慶節との比較では、国慶節よりも売上が増えたと回答した免税店は34.2%で、減ったという店が33.3%とほぼ均衡し、変わらないが32.4%を占めた。中国の二大休暇は、京都の免税店において、同水準の消費インパクトがある結果となった。

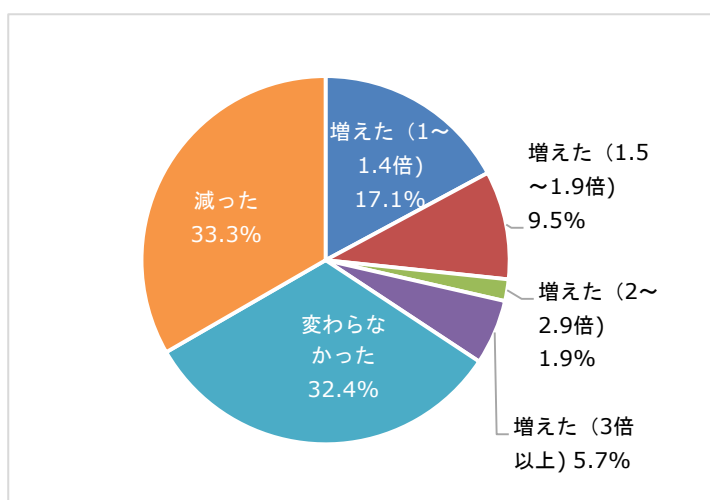
業種別では、食品類や百貨店で売上が増加したという回答が目立った。

昨年の国慶節より来客が増加した店舗	36.3%	（うち2倍以上増加：7.2%）
昨年の国慶節より売上が増加した店舗	34.2%	（うち2倍以上増加：7.6%）

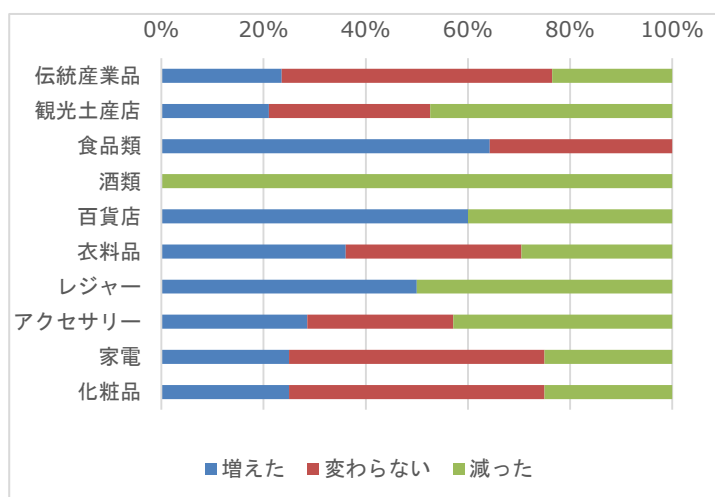
■ 来客(全体)



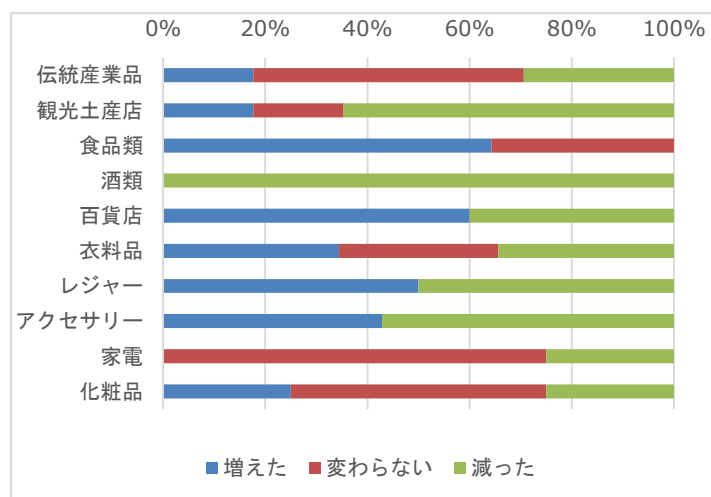
■ 売上(全体)



■ 来客(業種別)



■ 売上(業種別)



(3) 春節期間中，来客が多かった国・地域

■全体

順位	国・地域名	ポイント数
1位	中国	56.9ポイント
2位	台湾	30.0ポイント
3位	香港	4.5ポイント
4位	韓国	2.7ポイント
5位	アメリカ	1.8ポイント

来客が多かった上位3か国・地域に対する回答について、1位に5ポイント、2位に3ポイント、3位に1ポイントを加算し、100ポイント満点で算出

■業種別

カテゴリー	1位		2位		3位	
伝統産業品	中国	54.3P	台湾	34.7P	アメリカ	5.2P
観光土産店	中国	56.1P	台湾	31.2P	韓国	8.1P
食品類	中国	61.8P	台湾	30.5P	香港・タイ	3.1P
酒類	中国	51.9P	台湾	30.4P	香港	7.6P
百貨店	中国	57.1P	台湾	34.3P	香港・韓国	4.2P
衣料品	中国	57.3P	台湾	32.7P	香港	7.7P
レジャー	台湾	44.8P	中国	27.6P	香港	17.2P
アクセサリ	中国	68.8P	台湾	22.5P	タイ	5.0P
家電	中国	48.8P	ベトナム	12.2P	台湾・韓国	9.8P
化粧品	中国	60.3P	台湾	20.5P	香港	14.1P

(4) 春節期間中，印象にのこったエピソード

内容	カテゴリー	エピソード
大量購入	衣料品	11万円のセット買いがあった。セール品を20点くらい爆買いされた。
	伝統産業品	赤色系統の和紙・和製品のまとめ買いが多数あった。
	観光土産店 家電・化粧品等	爆買い，大量購入が減っている感がある。（複数）
好み，趣向	伝統産業品	男女とも積極的に商品を選び，中国では男女で買物欲求に違いがないと感じた。
	衣料品	店頭に出ている物ではなく，新しい物を希望されるお客様が多い。
	衣料品	中国の方は「赤」の色目や大胆な柄に興味を示される。（複数）
	衣料品	ネットで検索した商品を探して来店された。
	化粧品・薬局	一人が買うと皆同じ物を欲しがると。ほとんどの人がipadを見せ，同じ物を欲しがるとの傾向がある。

来店数の傾向	伝統産業品 衣料品等	中国人をはじめ外国人観光客の来店が全体的に減少した。(複数)。
	百貨店	夕方から夜の来店が多い。アジア以外では免税する方は少ない。
	百貨店	免税について、ご存知のお客様が去年より増えた。
	衣料品・食品等	リピーターが多かった。(複数) 3日間連続の来店もあった。
	アクセサリ	今回の春節は単品買いや低単価の商品購入が多く、免税額に達しないことが増えた。
マナー	食品	中国人含め、アジア人観光客のマナーが良くなった。
	衣料品	中華系のお客様が商品を散乱させ、他のお客様に迷惑がかかった。
	アクセサリ	電話を借りたい、水が欲しい等のリクエストがあった。勝手にスタッフルームに入ろうとした。
コミュニケーション	伝統産業品	中国語での対応ができず、商品の説明が難しかった。(複数)
	観光土産店 衣料品	スタッフが個々で覚えた中国語での新年の挨拶が通じ、よりお客様とのコミュニケーションが取れた。(複数)

(5) 春節に向けて取り組んだこと

内容	カテゴリー	取り組み
中国向け店内 装飾、商品の 陳列	伝統産業品・衣料品・アクセサリ等	おすすめ商品を前方に並べたり、特設コーナーを設けた。(複数)
	伝統産業品・衣料品・アクセサリ等	中国人が好むアイテムや赤色や派手な柄のものを揃えた。(複数)
	衣料品・伝統産業品等	ハッピーバック(福袋)を販売した。(複数)
	観光土産店	価格が安く、日本を意識できる品(工芸品)を揃えた。
	食品	普段取扱っていない茶器の販売を行った。
	アクセサリ・観光土産店・食品等	免税店紹介冊子をわかりやすい場所に置き、免税POPや、Tax-freeのポスターを貼った。(複数)
イベント・キャンペーン開催	観光土産店・伝統産業品等	嵐山全体で「日本の正月」「アジアの正月」を実証実験した。逆さ福のステッカーやポスターを店頭に掲げ、日本式のもちつき、ぜんざいなどを振る舞った。

	観光土産店・伝統産業品等・百貨店等	KYOTO×Visa キャンペーンに参加した。(複数)
	百貨店・食品・衣料品等	期間中、カレンダー、マイバッグなどのノベルティや買い物券のプレゼントを行った。
	衣料品	SNS・メルマガ広告提示で5%OFF、着物の着付けサービスなど、春節 FAIR を開催した。
	化粧品・薬局	海外店舗で人気の目元用保湿マスクを限定販売し、まとめ買いで、おまけをプレゼントした。
多言語、中国語への対応	アクセサリ・食品・伝統産業品・百貨店等	外国語研修に参加したりして、英語や中国語を覚えた。店内の多言語ポップを増やした。(複数)
	百貨店・家電等	留学生の雇用や対応機器の増設など、言語案内を強化した。(複数)
	化粧品	中国の SNS (we chat) を導入した。

3 調査概要

(1) 調査目的

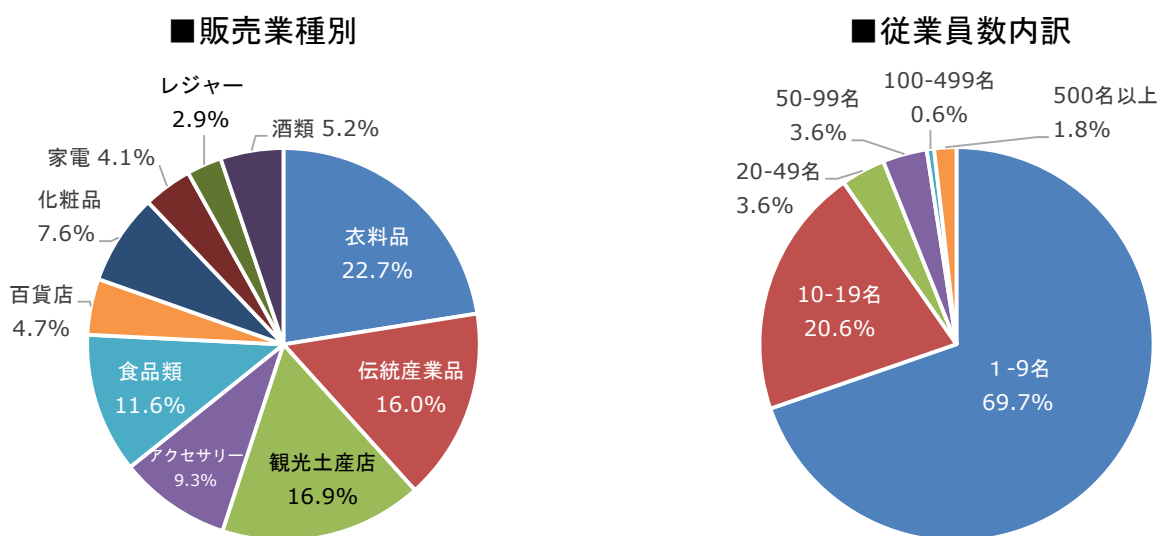
京都市内の免税店における売上や外国人観光客の購買実態を把握し、今後の事業実施の参考とする。

(2) 調査対象

免税店紹介小冊子「Kyoto Tax-free Shopping Book」掲載の 366 店舗

(3) 回答店舗

177 店舗 (回収率 48.4%)



■この件に関するお問合せ先■
(公財)京都文化交流コンベンションビューロー
Tel : 075-212-4145 メール: f-kuwada@hellokcb.or.jp
担当: 水上、桑田