

訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業

決済環境調査事業
報告書

平成 29 年 3 月

国土交通省 北海道運輸局

目次

1. 事業の概要.....	1
1-1. 事業実施の背景と課題.....	1
1-2. 事業の目的.....	2
1-3. 事業の実施概要.....	2
1-4. 調査実施地域の選定理由.....	5
2. 事業者向け調査 ～決済端末等の設置・利用状況調査～.....	6
2-1. 調査の概要.....	6
2-2. 調査結果.....	8
2-3. 結果の分析（考察）.....	18
3. 外国人旅行者向け調査 ～決済手段に関する利用状況調査～.....	20
3-1. 調査の概要.....	20
3-2. 調査結果.....	22
3-3. 結果の分析（考察）.....	34
4. 決済端末設置等による実証調査.....	38
4-1. 実施概要.....	38
4-2. 調査結果.....	47
4-3. 結果の分析（考察）.....	57
5. 決済端末等の普及モデル.....	59
5-1. 各調査結果の総括的整理.....	59
5-2. 決済端末等の普及に向けた課題.....	61
5-3. 決済端末等の普及モデル.....	63
6. 決済端末等の普及モデルセミナーの開催.....	75
6-1. 開催概要.....	75
6-2. 参加者アンケートの実施.....	80
6-3. 各会場における開催結果.....	83
7. 事業のまとめ・考察.....	99
参考資料（決済端末等の普及モデルセミナー配布資料）.....	101

1. 事業の概要

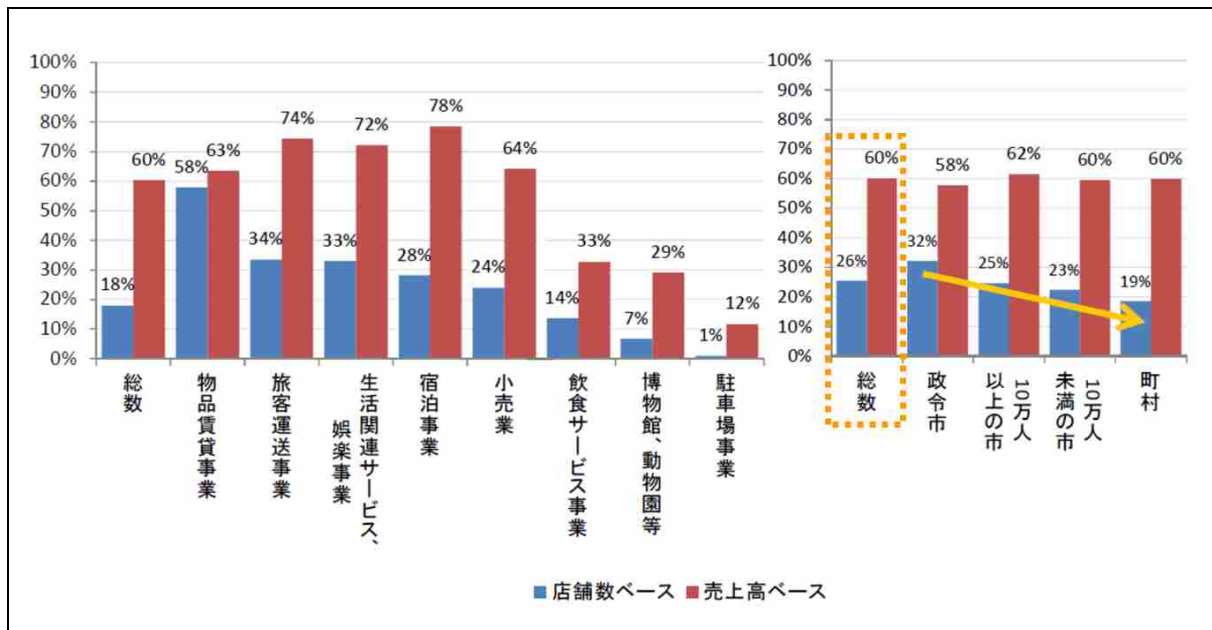
最初に、本調査の「目的」及び「調査実施の概要」について整理する。

1-1. 事業実施の背景と課題

北海道内におけるインバウンド観光は、国内全体の訪日外国人旅行者拡大の影響もあり、今後もそのビジネスチャンスが広がる可能性がある数少ない成長産業分野である。しかしながら同じ道内地域でも、そのチャンスを捉えて成功している地域がある一方、主要観光地でも十分な受入環境が整えられず、インバウンド観光の伸びによるビジネスチャンスを逃しているケースも多い。本事業では、道内地方部でビジネスチャンスを逃している要因の1つである「決済環境」に焦点をあて、調査・実証事業を通じた現状把握と普及モデル策定により、観光分野において北海道が目指すべき将来に向けた指針作りを目指した。

現状・課題	将来ビジョン
【全国の現状】 ●平成 28 年の訪日外国人旅行者数は、前年比 22%増の 2,403 万人 ●外国人旅行者における消費行動に変化（「爆買い」から「コト消費」へシフト） ●外国人旅行者向け決済手段への対応に遅れ（観光分野の店舗数ベースで、クレジットカード対応率は、26%に止まっている。また小規模市町村ほど、普及率が低い） ※次ページ「クレジットカードの普及率」ご参照 →国内で数少ない成長分野であるインバウンド観光の受入れにおいて、ビジネスチャンスを喪失している（＝地域として、その経済効果を享受できていない） 【北海道内の現状】 ●北海道における外国人旅行者の増加。 平成 27 年の来道外国人数は年間 190 万人 ●北海道では釧路市が、観光庁の「観光立国ショーケース」に、選定された →今後、外国人旅行者の更なる来道・来釧が予想される	明日の日本を支える観光ビジョン構想会議 【新目標】 2020 年の訪日外国人旅行者数：4,000 万人 【3つの視点】 ①観光資源の魅力を極め、地方創生の礎に ②観光産業を革新し、国際競争力を高め、わが国の基幹産業に ③すべての旅行者が、ストレスなく快適に観光を満喫できる環境に →「キャッシュレス環境の飛躍的改善」 2020 年までに、主要な観光地等における「100%クレジットカード対応化」などを実現

【観光分野における店舗等でのクレジットカードの普及率】



(出典)「観光立国実現に向けたクレジットカード業界としての取り組み」(平成 26 年、日本クレジットカード協会)

1-2. 事業の目的

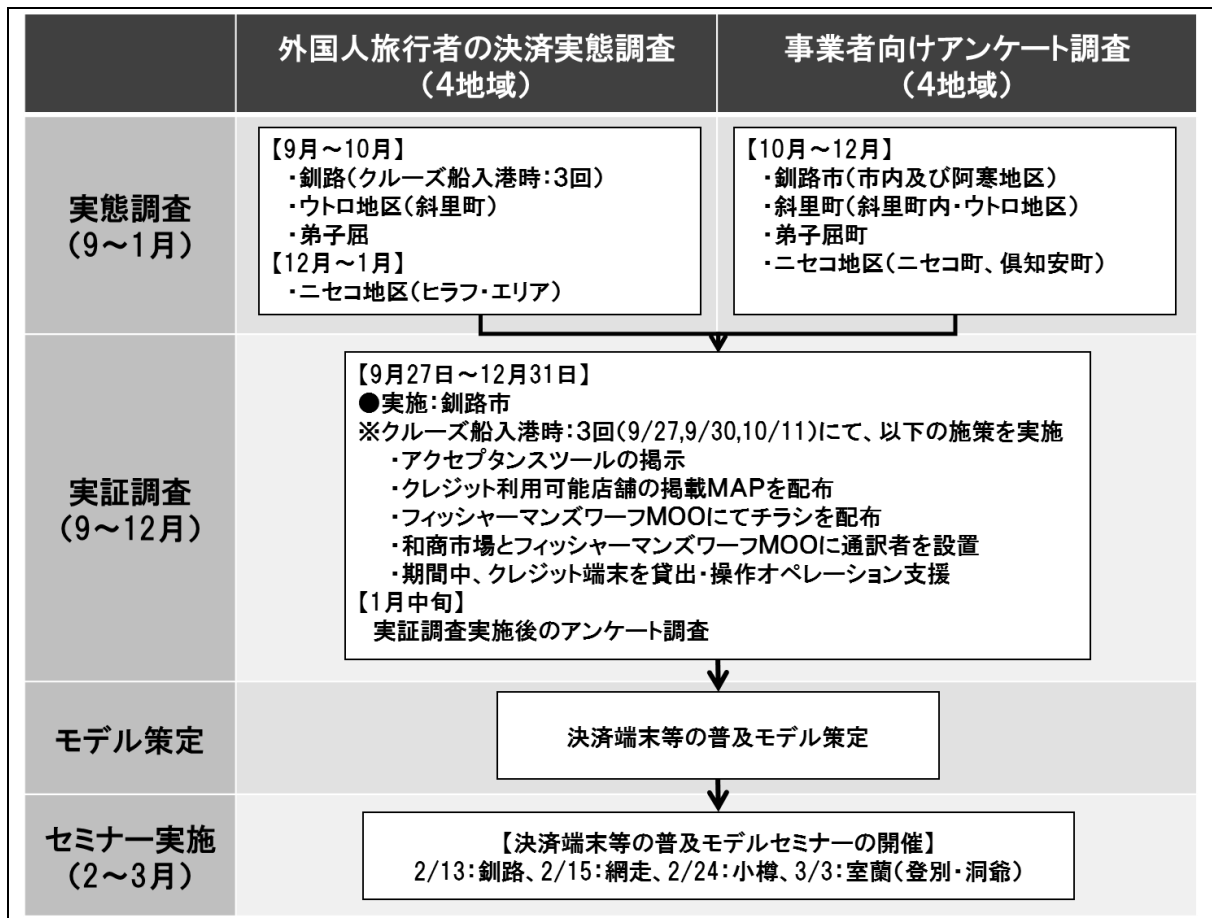
日本政府観光局(JNTO)の統計によると、我が国における平成 27 年の訪日外国人旅行者数は 1,974 万人を記録し、2020 年の政府目標であった訪日外国人旅行者数 2,000 万人に迫る勢いにある(平成 28 年は、2,403 万人)。このような状況を受け政府は、「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」において、観光先進国としての新たな国づくりとして、世界が訪れたい日本を目指し、2020 年の訪日外国人旅行者数を 4,000 万人とする新たな目標を策定している。このことから、訪日外国人旅行者の受入環境整備については、これまで以上に急ピッチで進めることが必要となっている。

本事業は平成 27 年度に設置した、「訪日外国人旅行者数 2,000 万人の受入に向けた北海道ブロック連絡会」を通じて抽出された課題の 1 つである『外国人旅行者向けの決済対応の強化』に向けて、『決済端末等の普及モデル』を策定する事業である。諸外国に比べて、日本はクレジットカード等による決済環境の整備が相対的に遅れているとされている一方、北海道を訪れる来道外国人旅行者は今後も益々増加することが予想される。このことから、外国人旅行者受入環境の一層の高度化に向けて、本事業にて構築する普及モデルを通じて、クレジットカード等による決済対応強化を目的とした。

1-3. 事業の実施概要

本事業の全体像については以下の通り、計 3 種類の調査を実施し、「決済端末等の普及モデル」を策定の上、当該普及モデルの「普及セミナー」を道内 4 箇所にて実施した。

【事業実施の全体像】



(1)事業者向け調査（決済端末等の設置・利用状況調査）

道内4地域における店舗等（宿泊施設、飲食店、お土産品店、観光施設、交通機関、その他商業施設、アウトドアガイド等：以下「店舗等」）を対象に、「決済端末等の設置状況」「クレジットカード等の利用状況」に関する実態把握調査を行い、今後のクレジット端末等の普及に向けて、店舗等側のニーズや課題を抽出し、『普及モデル策定』のための基礎データとした。

なお調査手法については、郵送による「アンケート調査」にて実施した。

(2)外国人観光客向け調査（決済手段に関する利用状況調査）

道内4地域に来ている外国人旅行者を対象に、「旅行先での決済手段」についてヒアリングによる実態把握調査を行い、地域における今後のクレジット端末等の普及に向けて、外国人旅行者のニーズや、彼らから見た課題を抽出し、『普及モデル策定』のための基礎データとした。

なお調査手法については、現地でのヒアリング（予め「アンケート調査」を作成し、当該調査票を使用して調査員がヒアリング）により実施した。

(3) 決済端末等の設置による実証調査

決済端末等の設置による実証調査については釧路港へのクルーズ船入港時に、以下の「外国人旅行者向け『クレジット決済端末等』の設置実証調査」「設置実証調査に関わる広告・宣伝の展開」「実証調査中の店舗等に対する関連オペレーション支援」を実施した。また実証期間後には「実証事業への参加事業者」及び「実証事業を案内したが参加しなかった事業者」を対象に、事後アンケート調査を実施した。

①外国人旅行者向け「クレジット決済端末等」の設置実証調査

外国人旅行者向けの決済手段を増やすため、釧路市内の店舗等への決済端末の貸出・設置等による実証調査を実施した。なお実施にあたっては、釧路市内の地元クレジット会社「㈱日専連釧路」と連携し、「実証事業への参加店舗の開拓」「実証事業期間中のクレジット端末の提供（貸与）」等で協力の上、事業を進めた。

②設置実証調査に関わる広告・宣伝の展開

クレジット決済そのものはあくまでも「決済手段の1つに過ぎない」ことから、実証事業を行っている（＝クレジット決済ができる）だけでは、各店舗の売上は上がらないと考えられる。このことから実証事業期間中はクレジット端末の導入と合わせて、実証事業中の店舗についてのパンフレット等を作成の上、クレジットカードが使用可能であることを見える化し、外国人旅行者に向けた広告・宣伝（PR）活動を展開した。

③実証調査中の店舗等に対する関連オペレーション支援

実証事業の参加店舗等に対する決済関連のオペレーション支援については大きく、「免税対応の支援」と「外国語対応の支援」が必要である。実証事業をスタートするタイミングでは、釧路フィッシャーマンズワーフ MOO として「免税対応（一括カウンターの設置）」をスタートしたことから、免税対応と連携もして、クルーズ船入港時の「外国語対応の支援」を行った。

④実証事業後の事後アンケート調査

実証期間（平成 28 年 9 月～12 月）終了後、平成 29 年 1 月に、「実証事業への参加事業者」及び「実証事業を案内したが参加しなかった事業者」を対象に事後アンケート調査を実施の上、実証事業の効果測定の他、当該事業へ参加した事業者の動機等について分析した。

1-4. 調査実施地域の選定理由

本調査では、道内 4 箇所（釧路、弟子屈、斜里・ウトロ、ニセコ地区）にて「事業者向け調査」と「外国人旅行者向け調査」を実施した他、釧路においては「決済端末等の設置による実証調査」も実施している。なお今回の調査にあたり、当該 4 箇所を選定した理由については、それぞれ以下の通り。

【調査 4 地域の選定理由】

選定地域	事業者向け／外国人旅行者向け調査	決済端末等の設置による実証調査
釧路市	釧路市は平成 27 年度に観光庁より、訪日外国人旅行者を地方へ誘客するモデルケースを形成する「観光立国ショーケース」に選定されている。また、クルーズ船の寄港も道内で 3 番目に多いことから、調査対象地域として選定した。	釧路市は「観光立国ショーケース」に選定されていることと合わせて、クルーズ船入港についても平成 28 年度は道内 14 寄港地のうち道内 3 位の実績がある（1 位：函館、2 位：小樽）。また、フィッシャーマンズワーフ MOO や和商市場等の商業施設が港から近く、ハイヤー協会を中心にハイヤー会社間の連携も強い。このことから、道内主要観光地以外での消費拡大事例形成を目指す地域としてふさわしいとの判断から、本実証調査の地域として選定した。
弟子屈町	弟子屈町は、摩周湖が道東地域の主要観光スポットとして有名であり、1 人旅で訪れる外国人旅行者もいることから、調査対象地域として選定した。	
斜里町 （ウトロ）	知床は世界自然遺産登録されており、当地を訪れる外国人旅行者も多い。また、ガイドツアー等の体験観光も充実していることも踏まえ、調査対象地域として選定した。	
ニセコ地区 （倶知安町、ニセコ町）	特に冬場は、オーストラリアを中心に長期滞在で来道している外国人旅行者も多く、道内では相対的に決済環境の整備が進んでいる地域であることから、調査対象地域として選定した。	

2. 事業者向け調査 ～決済端末等の設置・利用状況調査～

2-1. 調査の概要

事業者向け調査は平成 28 年 10 月～12 月にかけて、以下概要の内容にて実施した。なおアンケート調査票については、次ページのものを使用した。

【調査実施の概要】

項目	内容
調査スケジュール	平成 28 年 10 月～12 月 (10 月中旬より順次発送を開始し、12 月末まで回収)
調査方法	郵送によるアンケート調査票回収方式
調査エリア	釧路市、弟子屈町、斜里町、ニセコ地域（倶知安町・ニセコ町）の計 4 地域 5 市町
調査対象	調査エリア内における観光関係を中心とした事業者。各エリアにおける抽出方法については、以下の通り。 【釧路】 協力事業者：(株)日専連釧路の釧路市内加盟店から、調査対象となりうる事業者を抽出し、調査票を発送（抽出・発送は(株)日専連釧路に外注） 【弟子屈町】 北海道運輸局・釧路運輸支局・弟子屈町の協力の下、「水のカムイ観光圏」に登録のある観光事業者を抽出し、調査票を発送 【斜里町】 斜里町商工会の協力を得て、調査対象となりうる会員向け発送分の会報誌内に封入の上、調査票を発送 【倶知安町】 倶知安観光協会の協力を得て、調査対象となりうる事業者を抽出し、調査票を発送。また、Web フォームも作成し、会員事業者向けに E-mail にて案内（抽出・発送・回収は倶知安観光協会に外注） 【ニセコ町】 ニセコリゾート観光協会の了解を得て、当協会のホームページに会員掲載のある事業者を抽出し、調査票を発送
発送数	計 1,296 件 (釧路市：712 件、弟子屈町：56 件、斜里町：122 件、ニセコ地域：406 件（倶知安町：219 件、ニセコ町：187 件）)
回収数／回収率	計 316 件（回収率：24.3%） (釧路市：113 件、弟子屈町：13 件、斜里町：40 件、ニセコ地域：150 件（倶知安町：107 件、ニセコ町：43 件）)

【事業者向けアンケート調査票（A4×4 ページ）】

【1】

国土交通省 北海道運輸局（受託：北海道地域総合研究所）
「平成29年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」決済環境調査事業

B

外国人観光客向け「決済状況調査」へのご協力をお願い

本アンケート調査は、北海道において今後、ますます増える外国人観光客を受け入れていくための環境整備に向けた現状を把握する調査です。本アンケート結果については、個別の会社・お店等が特定できない統計データとして加工・分析し、今後の北海道における観光振興のために活用させていただきます。お手数をおかけしますが、アンケート調査にご協力頂き、同封の返信用封筒にて、「北海道地域総合研究所（受託事業者）」までご返送いただきますよう、お願い致します。【所要時間：約10～15分】

< 全事業者共通 >

問1. お客さまとの決済手段についてお教えください

以下の該当する項目のどちらかに「○」を付けてください。

1. 現金決済のみ対応している → 「質問票①」へ（p.2へ）
（クレジットカード決済は受け付けていない）
2. クレジットカード決済に対応している → 「質問票②」へ（p.3へ）

※ページ数は、紙面下部に記載してあります。

p. 1

【2】

国土交通省 北海道運輸局（受託：北海道地域総合研究所）
「平成29年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」決済環境調査事業

質問票① → 問1で「1. 現金決済のみ対応」に○を付けた方

①-問2. クレジット決済端末の設置状況についてお教えください

以下の該当する項目に「○」を付けてください。

1. 従来から、設置していない
2. 過去に設置していたが、止めた（加盟店契約を解除した）

①-問3. 「現金決済のみ対応」としている理由についてお教えください

以下の該当する理由に「○」を付けた上で、可能な範囲で詳細を記載をお願いします。（複数回答：可）

1. クレジット決済端末の設置費用が高額
2. カード会社への支払手数料の負担が大きい
3. 商売柄、クレジット決済が増えると資金繰りに影響がでる（例：代金入金までの期間が長いと困る）
4. 商売柄、クレジット決済の必要性を感じていない（例：単価が小額な商品・サービスを扱っている）
5. その他（ ）

（詳細な理由の記述欄）

①-問4. クレジット決済端末について今後、どのような条件が増えれば導入を検討したいと思うか、お教えください

以下の該当する事項に「○」を付けた上で、可能な範囲でその考えの記述をお願いします。

1. 費用負担の軽減 ⇒ （①端末設置費用の軽減 ②カード会社への支払手数料の軽減）
2. 販売から代金入金までの期間が短くなった場合 ⇒ 最大（ ）営業日以内で入金して欲しい
3. クレジット決済を希望するお客様が増えてきた場合
4. その他（ ）
5. あくまで導入意向は無い（仮に上記1～4の条件が揃っても今後、導入する気はない）

（お考えの記入欄）

①-問5. クレジット対応していないことで、ビジネスチャンスを逃した事例があればお教えください

→ p.4 下部の「質問票③ < 全事業者共通 >」へお進み下さい

p. 2

【3】

国土交通省 北海道運輸局（受託：北海道地域総合研究所）
「平成29年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」決済環境調査事業

質問票② → 問1で「2. クレジット決済に対応」に○を付けた方

②-問2. 貴社（貴店）で利用可能なブランド、ブランド別の利用割合についてお教えください

「」以下の該当するブランドに「○」を付け、その利用割合も記載してください。

○欄	カードブランド名	カード利用者のブランド別利用割合
1. VISA		約 %
2. MasterCard		約 %
3. JCB		約 %
4. AmericanExpress(アメックス)		約 %
5. DinersClub(ダイナースクラブ)		約 %
6. 中国銀聯カード		約 %
7. ディスカバーカード		約 %
8. その他（ ）		約 %

②-問3. インターネットやスマートフォンを利用した決済サービス（Square(スクエア)、楽天スマートペイ、PayPal(ペイパル)等）の導入についてお教えください

「」以下の該当する項目に「○」を付けてください。

- 導入中のサービス（①Square ②楽天スマートペイ ③PayPal ④その他（ ））
- 登録状況（①当該サービスのみ導入 ②既存カード会社の加盟店登録と両方登録）
2. 今は、導入していない（1以下についても回答願います：該当項目に「○」）
- ① 今後、導入意向がある（理由： ）
- ② 条件や状況によっては検討したい（検討要件： ）
- ③ 今後も導入意向は無い（理由： ）

②-問4. 現在、貴社（貴店）におけるクレジットでの決済割合についてお教えください

大まかな割合（＝感覚的な割合）で構いませんので、以下の（カッコ）内に、数字を記入してください

項目	全体の売上高（割合）	うち、外国人観光客の売上高（割合）
平均的な月商	100%	月商の（約 %）
うち、現金決済	月商の（約 %）	月商の（約 %）
うち、カード決済	月商の（約 %）	月商の（約 %）

②-問5. クレジットカード利用の、外国人観光客向けプロモーションについてお教えください

1. 積極的にプロモーションしている（使用できるクレジットカードのブランドシール等を自社・自店で作成し、外国語表記も交えて、店頭で目立つように表示している）
2. 普通にプロモーションしている（カード会社等から販促ツールを店頭で設置している）
3. 特にプロモーションはしていない（むしろカード利用の表示等については消極的）

p. 3

【4】

国土交通省 北海道運輸局（受託：北海道地域総合研究所）
「平成29年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」決済環境調査事業

②-問6. 事業者側の事情として、いくら以上だとクレジットカード決済が適切だと考えますか

「」以下の該当する項目に「○」を付けてください。

1. 金額は問わない
2. 1,000 円以上
3. 3,000 円以上
4. 5,000 円以上
5. 10,000 円以上
6. その他（ ）

→ 下部の「質問票③ < 全事業者共通 >」へお進み下さい

質問票③ < 全事業者共通 >

問7. 免税制度への登録状況についてお教えください

以下の該当する項目に「○」を付けてください。

1. 既に免税店登録をしている
2. 現在は登録していないが、今後の登録を検討している →（ ）年以内 をXに検討）
3. 登録する予定は無い（理由： ）

問8. その他お気付きのことがあれば、お答えください（自由記載） 例）ミット・デミット等

問9. ご回答者様に関する基本情報についてお教えください

会社名	ご担当者様 氏名	電話番号（連絡先）

基本情報	回答項目
業種	1. 宿泊施設 2. 飲食店 3. お土産品店 4. 観光施設 5. 交通事業者（バス・タクシー等） 6. 小売店（業種： ） 7. 体験観光等事業（アワードアゲイ等） 8. 医療機関 9. その他の業種（ ）
社員数	（ ）名 ※代表者も含む、うちパート従業員（ ）名
売上高（年商）	（ ）百万円・千万円・億円

※ ご記載頂いた会社名・売上高等は、皆様からのアンケート回収後、統計的に処理しますので、個別企業様の情報が表に出ることはありません。予めご了承ください。

ご協力ありがとうございました。

p. 4

2-2. 調査結果

事業者向け調査については回収した調査票を統計的に処理（単純集計及びクロス集計）し、以下の結果を得た。

(1)回答者の属性

①業種

結果	コメント
【回答 N 数=300】 回答事業者の業種は、「小売店」「宿泊施設」「飲食店」が多く、3 業種で全体の 74%を占めていた。	

②お客様との決済手段

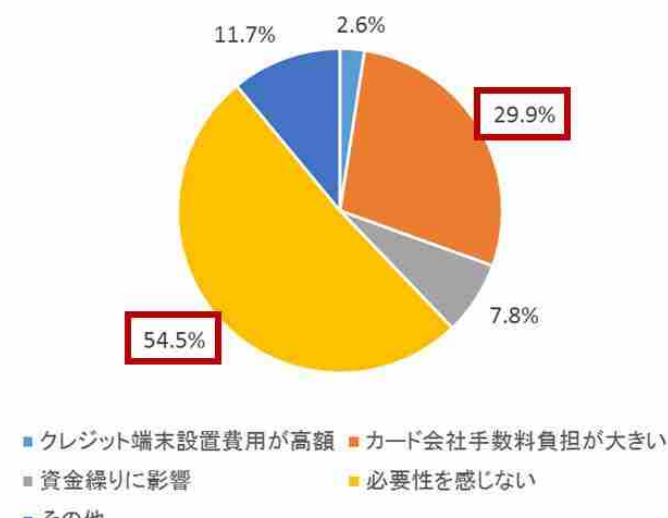
結果	コメント
【回答 N 数=300】 回答 300 件のうち、「現金のみ対応」は 25.7%、「クレジット決済も可」は 74.3%となっていた。	

(2)「現金決済のみ対応している」の回答結果

①クレジット決済端末の設置状況

結果	コメント
 9.5% 90.5% ■ 従来から設置していない ■ 過去設置も、止めた	【回答 N 数=74】 「現金のみに対応している」事業者では、ほとんど従来からクレジット端末を設置していないが、約 1 割は「過去に設置していたが、止めた」事業者がいた。

②「現金決済のみ対応」にしている理由

結果	コメント
 11.7% 2.6% 29.9% 54.5% 7.8% ■ クレジット端末設置費用が高額 ■ カード会社手数料負担が大きい ■ 資金繰りに影響 ■ 必要性を感じない ■ その他	【回答 N 数=77】 「現金のみに対応している」事業者では、54.5%が「必要性を感じていない」との回答であり、次いで 29.9%は「手数料負担が大きい」との回答であった。

③クレジット決済端末の設置状況別の、「現金決済のみ対応」にしている理由

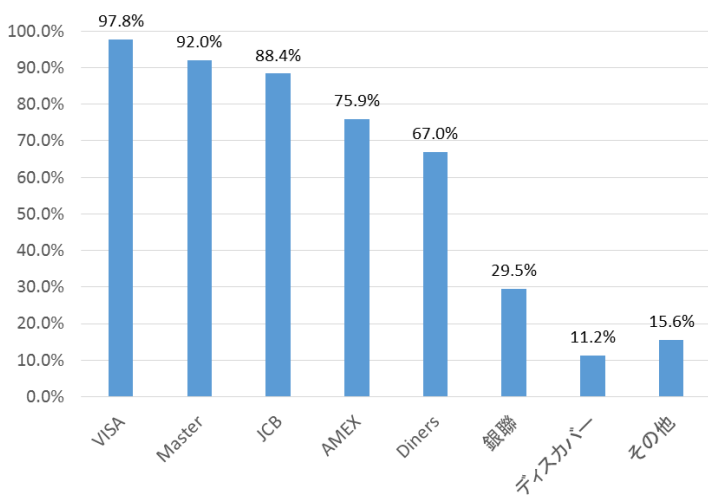
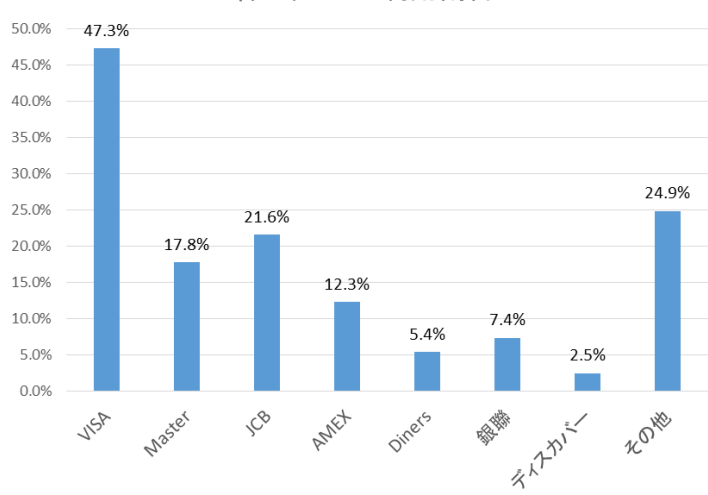
結果	コメント												
【従来から、設置していない】 <table border="1"> <caption>【従来から、設置していない】の理由</caption> <thead> <tr> <th>理由</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>必要性を感じない</td> <td>58.2%</td> </tr> <tr> <td>カード会社手数料負担が大きい</td> <td>29.9%</td> </tr> <tr> <td>クレジット端末設置費用が高額</td> <td>10.4%</td> </tr> <tr> <td>資金繰りに影響</td> <td>6.0%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>1.5%</td> </tr> </tbody> </table>	理由	割合	必要性を感じない	58.2%	カード会社手数料負担が大きい	29.9%	クレジット端末設置費用が高額	10.4%	資金繰りに影響	6.0%	その他	1.5%	【回答 N 数=67】 端末の設置状況別では、従来から設置していない事業者では全体回答と同じく「必要性を感じない」「手数料負担が大きい」が主な理由だった。
理由	割合												
必要性を感じない	58.2%												
カード会社手数料負担が大きい	29.9%												
クレジット端末設置費用が高額	10.4%												
資金繰りに影響	6.0%												
その他	1.5%												
【過去に設置していたが、止めた（加盟店契約を解除した）】 <table border="1"> <caption>【過去に設置していたが、止めた（加盟店契約を解除した）】の理由</caption> <thead> <tr> <th>理由</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>カード会社手数料負担が大きい</td> <td>28.6%</td> </tr> <tr> <td>必要性を感じない</td> <td>28.6%</td> </tr> <tr> <td>クレジット端末設置費用が高額</td> <td>28.6%</td> </tr> <tr> <td>資金繰りに影響</td> <td>14.3%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>14.3%</td> </tr> </tbody> </table>	理由	割合	カード会社手数料負担が大きい	28.6%	必要性を感じない	28.6%	クレジット端末設置費用が高額	28.6%	資金繰りに影響	14.3%	その他	14.3%	【回答 N 数=7】 一方、回答 N 数は少ないものの、過去に設置していたが止めた事業者では、上位 2 理由の他に「その他」が 28.6%となっており、その理由は「カード決済後の事後処理が手間」（事業者が高齢のために煩雑な事務処理が覚えられない）といった理由が挙げられていた。
理由	割合												
カード会社手数料負担が大きい	28.6%												
必要性を感じない	28.6%												
クレジット端末設置費用が高額	28.6%												
資金繰りに影響	14.3%												
その他	14.3%												

④クレジット決済端末について今後、どのような条件が揃えば導入を検討したいと思うか

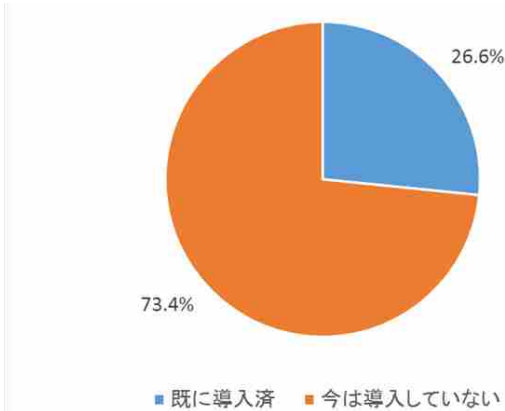
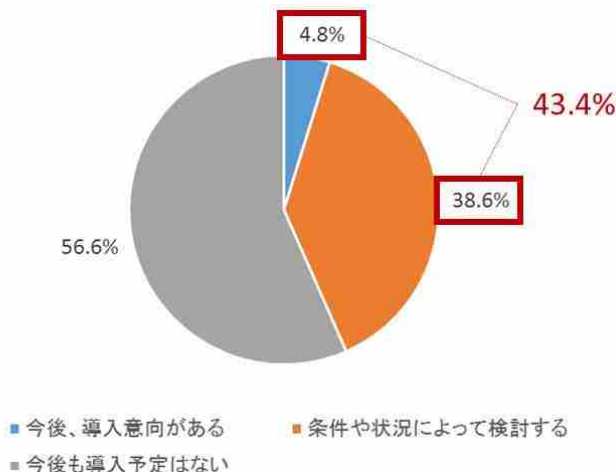
結果	コメント												
<table border="1"> <caption>今後の導入を検討したい条件</caption> <thead> <tr> <th>条件</th> <th>割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>あくまで導入意向は無い</td> <td>41.6%</td> </tr> <tr> <td>費用負担軽減</td> <td>23.4%</td> </tr> <tr> <td>クレジット決済希望の顧客増加</td> <td>18.2%</td> </tr> <tr> <td>代金入金サイトの短縮</td> <td>7.8%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>5.2%</td> </tr> </tbody> </table>	条件	割合	あくまで導入意向は無い	41.6%	費用負担軽減	23.4%	クレジット決済希望の顧客増加	18.2%	代金入金サイトの短縮	7.8%	その他	5.2%	【回答 N 数=77】 最多は「あくまで導入意向は無い」の 41.4%であるが、2 位「費用負担の軽減」、3 位「クレジット決済希望の顧客の増加」を合算すると 1 位と同程度の 41.6% となることから、条件・状況次第では導入を検討する事業者も多い実態がわかった。
条件	割合												
あくまで導入意向は無い	41.6%												
費用負担軽減	23.4%												
クレジット決済希望の顧客増加	18.2%												
代金入金サイトの短縮	7.8%												
その他	5.2%												

(3)「クレジットカード決済に対応している」の回答結果

①自店舗で利用可能なブランドと、ブランド別の利用割合

結果	コメント																		
【自店舗で利用可能なブランド】  <table border="1"> <thead> <tr> <th>ブランド</th> <th>利用割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>VISA</td> <td>97.8%</td> </tr> <tr> <td>Master</td> <td>92.0%</td> </tr> <tr> <td>JCB</td> <td>88.4%</td> </tr> <tr> <td>AMEX</td> <td>75.9%</td> </tr> <tr> <td>Diners</td> <td>67.0%</td> </tr> <tr> <td>銀聯</td> <td>29.5%</td> </tr> <tr> <td>デイスカバー</td> <td>11.2%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>15.6%</td> </tr> </tbody> </table>	ブランド	利用割合	VISA	97.8%	Master	92.0%	JCB	88.4%	AMEX	75.9%	Diners	67.0%	銀聯	29.5%	デイスカバー	11.2%	その他	15.6%	【回答 N 数=224】 「VISA」「Master」「JCB」については、どの事業者でもほぼ利用可能な状況がある反面、昨今のインバウンド対応で伸びてきている「銀聯カード」への対応については 29.5%に留まっていた。
ブランド	利用割合																		
VISA	97.8%																		
Master	92.0%																		
JCB	88.4%																		
AMEX	75.9%																		
Diners	67.0%																		
銀聯	29.5%																		
デイスカバー	11.2%																		
その他	15.6%																		
【自店舗における各ブランドの利用割合】 各ブランドの利用割合  <table border="1"> <thead> <tr> <th>ブランド</th> <th>利用割合</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td>VISA</td> <td>47.3%</td> </tr> <tr> <td>Master</td> <td>17.8%</td> </tr> <tr> <td>JCB</td> <td>21.6%</td> </tr> <tr> <td>AMEX</td> <td>12.3%</td> </tr> <tr> <td>Diners</td> <td>5.4%</td> </tr> <tr> <td>銀聯</td> <td>7.4%</td> </tr> <tr> <td>デイスカバー</td> <td>2.5%</td> </tr> <tr> <td>その他</td> <td>24.9%</td> </tr> </tbody> </table>	ブランド	利用割合	VISA	47.3%	Master	17.8%	JCB	21.6%	AMEX	12.3%	Diners	5.4%	銀聯	7.4%	デイスカバー	2.5%	その他	24.9%	事業者の店舗等における各ブランドの利用割合では、圧倒的に「VISA」の利用が多かった。
ブランド	利用割合																		
VISA	47.3%																		
Master	17.8%																		
JCB	21.6%																		
AMEX	12.3%																		
Diners	5.4%																		
銀聯	7.4%																		
デイスカバー	2.5%																		
その他	24.9%																		

②インターネットやスマートフォンを利用した決済サービス（Square（スクエア）、楽天スマートペイ、PayPal（ペイパル）等）の導入状況

結果	コメント
【スマホ決済サービス等の導入状況】  ■ 既に導入済 ■ 今は導入していない	【回答 N 数=214】 スマホ決済サービス等の導入状況については、導入済は全体の約 4 分の 1 に留まった。
（「今は導入していない」の回答者のみ回答） 【スマホ決済サービス等の、今後の導入意向】  ■ 今後、導入意向がある ■ 条件や状況によって検討する ■ 今後も導入予定はない	【回答 N 数=145】 スマホ決済サービス等について、現在は導入していない事業者が今後、導入する意向については、「今後、導入意向がある」「条件や状況によって検討する」を合わせて 43.4% となり、関心がある様子が伺えた。

③調査店舗におけるクレジットでの決済割合

結果	コメント
● お店全体の売上高 100% ● うち外国人の売上高 29.2%(n=129) ● うち、現金による売上高 67.1%(n=201) ● うち、クレジットによる売上高 29.2%(n=200)	調査全体におけるクレジットでの決済割合については、全体の約 3 割弱となっており、また外国人の売上高に回答があったものについては、お店全体の約 3 割弱となっていた。（ただし、外国人の売上高は回答 N 数が全体の約 6 割であることから、あくまで参考値と言える。）

④クレジットカード利用の外国人旅行者向けプロモーション状況

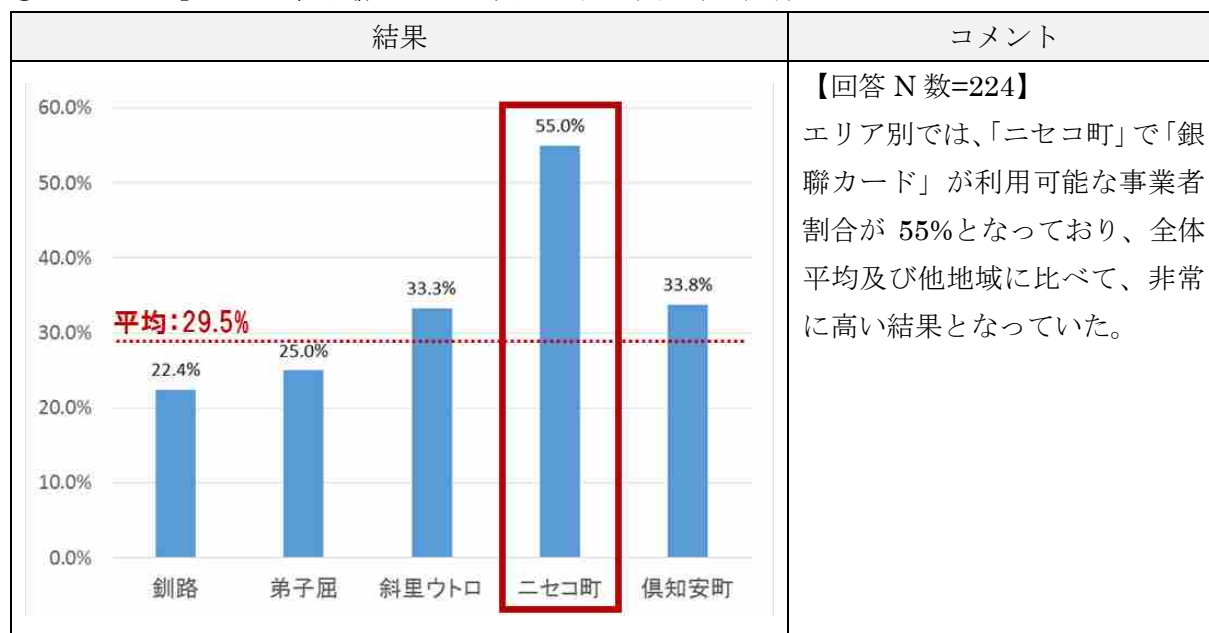
結果	コメント
3.7% 46.3% 50.0% ■ 積極的にプロモーション ■ 普通にプロモーション ■ 特にプロモーションしていない	【回答 N 数=214】 クレジットカードが利用できる旨を外国人旅行者向けにプロモーションしている状況については、半分が「何もしておらず」、「普通にプロモーション（カード会社等からの販促ツールを店頭を設置している）」が 46.3%で、自社で積極的にプロモーションしているのは 3.7%に留まった。

⑤事業者側として適切だと考えるクレジット決済額の状況

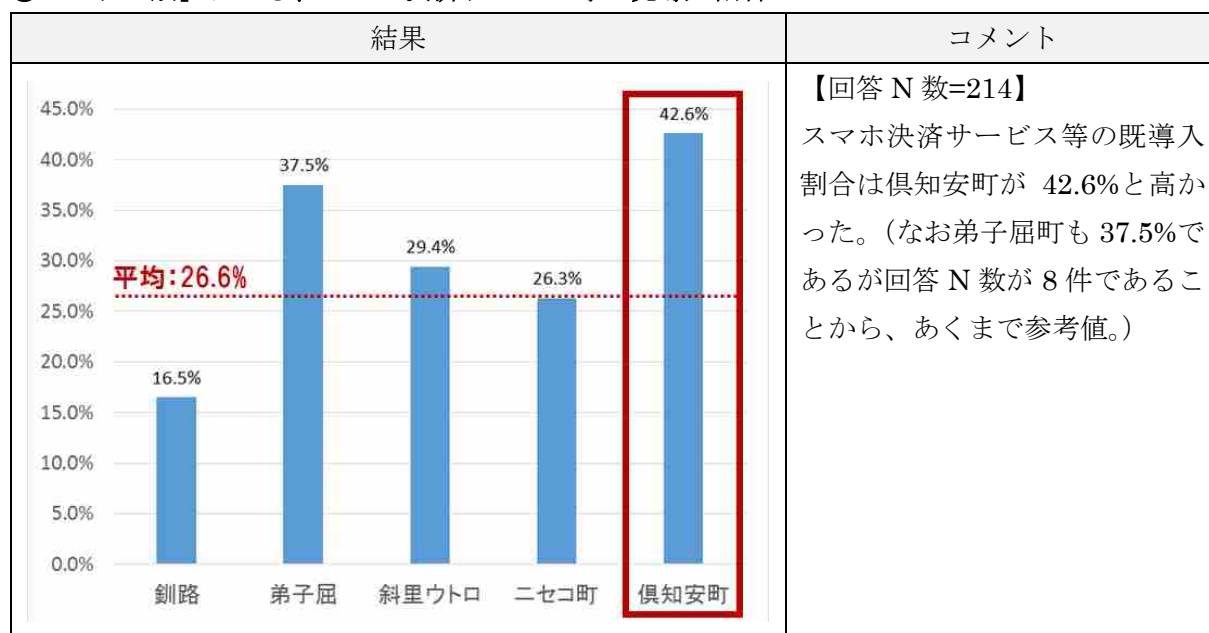
結果	コメント
1.8% 37.4% 7.8% 12.3% 16.4% 24.2% ■ 金額は問わない ■ 1,000円以上 ■ 3,000円以上 ■ 5,000円以上 ■ 10,000円以上 ■ その他	【回答 N 数=219】 「金額は問わない」が 37.4%と最多であるが、基本的には「金額の高い順」に適切だという考え方の事業者が多かった。

(4)「エリア別」の特徴

①「エリア別」による、銀聯カードが利用可能な店舗等の割合



②「エリア別」による、スマホ決済サービス等の既導入割合



③「エリア別」による、事業者側として適切だと考えるクレジット決済額の状況

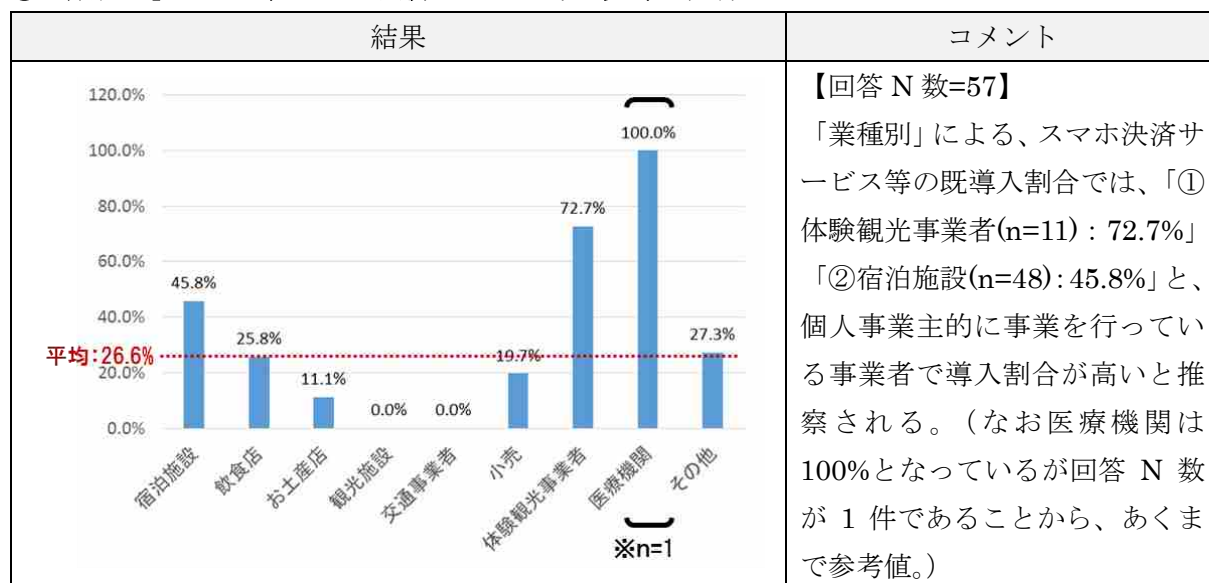
結果	(単位:%)							
		合計	適切なカード決済額					
			金額は問わない	1,000円以上	3,000円以上	5,000円以上	10,000円以上	その他
回収 エリア	全体	219	37.4	7.8	12.3	16.4	24.2	1.8
	釧路	113	38.1	8.0	10.6	16.8	24.8	1.8
	弟子屈	8	37.5	0.0	0.0	50.0	12.5	0.0
	斜里ウトロ	17	35.3	17.6	17.6	5.9	23.5	0.0
	ニセコ町	20	40.0	5.0	20.0	10.0	25.0	0.0
	倶知安町	61	36.1	6.6	13.1	16.4	24.6	3.3
コメント	事業者側として適切だと考えるクレジット決済額の状況は、いずれの地域も「金額は問わない」が最多であるが、「①ニセコ町は『10,000円以上』『3,000円以上』で二極化」「斜里ウトロは『1,000円以上』『3,000円以上』を合算すると35.2%で少額も歓迎」という様子が伺えた。							

④「エリア別」による、クレジットカード利用の、外国人旅行者向けプロモーション状況

結果	(単位:%)				
		合計	外国人向けプロモーション		
			積極的にプロモーション	普通にプロモーション	特にプロモーションしていない
回収 エリア	全体	214	3.7	46.3	50.0
	釧路	113	1.8	42.5	55.8
	弟子屈	8	0.0	62.5	37.5
	斜里ウトロ	17	0.0	70.6	29.4
	ニセコ町	20	10.0	30.0	60.0
	倶知安町	56	7.1	50.0	42.9
コメント	「エリア別」による、クレジットカード利用の、外国人旅行者向けプロモーション状況は「①弟子屈、斜里・ウトロでは、『普通にプロモーション』が全体よりも多い」が、「②ニセコ町は積極的な事業者がある一方、地域性の割にはプロモーションしていない層が多い」という傾向が出ていた。				

(5)「業種別」の特徴

①「業種別」による、スマホ決済サービス等の既導入割合



②「業種別」による、事業者側として適切だと考えるクレジット決済額の状況

結果		(単位: %)						
		合計	適切なカード決済額					
	金額は問わない		1,000円以上	3,000円以上	5,000円以上	10,000円以上	その他	
全体		219	37.4	7.8	12.3	16.4	24.2	1.8
業種	宿泊施設	49	30.6	12.2	12.2	14.3	28.6	2.0
	飲食店	33	36.4	3.0	6.1	21.2	27.3	6.1
	お土産店	9	33.3	33.3	22.2	11.1	0.0	0.0
	観光施設	3	33.3	33.3	0.0	33.3	0.0	0.0
	交通事業者	4	100.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
	小売	76	40.8	5.3	14.5	19.7	18.4	1.3
	体験観光事業者	11	45.5	0.0	27.3	0.0	27.3	0.0
	医療機関	1	0.0	0.0	0.0	100.0	0.0	0.0
	その他	24	33.3	4.2	16.7	12.5	33.3	0.0
コメント		業種別では「①お土産店では全体的に、小額からでも適切と感じている」「②体験観光事業者は二極化（サービス単価によると推察）」という傾向が見られた。						

(6)自由意見

アンケート調査における「自由意見」については、各事業者から回答があったものについて、次ページに掲載した。

【自由回答一覧】

- ・平日昼間の暇な時間に外国人の来店があればメリットがあると思う。どのように来店促進していけばよいかわからない。
- ・免税金額が外国人の方々に知られる様、ポップ等必要ではないかな？と考えている。又、合算（一括カウンターなのでその方法等も）式の件についても知られる様にする必要がある。
- ・隣町の大手スーパー内で営業していますが、外人の観光客が少なく残念です。地域一の品揃えの店舗ですが近隣に同じく大型スーパーがあるので、行政もこちらに寄せないで市内の市場や観光施設、大型スーパーに外人観光客を、案内していると聞きました。観光客が来て損をしていると思います。公平にお客様が行きたい店に案内するべきだと思います。
- ・手数料と手間の時間がめんどろ。高いと思う。
- ・外国人利用者は以前にくらべ減少していて、利用金額も少なくなっているように思います。外国人だけではなく、多くの人が使いやすいものを店舗としては用意できればと考えています。
- ・外国人観光客全然なし
- ・中国人、韓国人のマナーが非常に悪い。日本国内のマナーブック等の冊子を入国者に渡すなど国としての対応を望みます。
- ・カードリーダーの処理が遅く、お客さんを待たせてしまう事がある。
- ・外国人のカードが決算出来ない時、外国語のやり取りで困る。飲食店なので。
- ・カードが使える事で、安心して旅行ができると思います。お金を引き出せる場所が少ないのにお店もカードが使えないとなると、買いたくても買えないという状況になってくるのでは？と思います。
- ・免税制度の仕組みがよくわからない
- ・予約時の手付金のような形でインターネットカード決済を導入したいが、システムや契約、法的な疑惧がある
- ・現在は海外のお客様をターゲットにしていないのでクレジットや免税店にメリットを感じていない。
- ・今年度は宿泊、入浴ともに営業していません
- ・駅の中なので日常的に外国人が多いのでカードは必要！
- ・何に対する免税制度でしょうか？
- ・カード会社によって、CVC、CVV等のコードが通知されないので、キャンセルやノーショーが発生した時はチャージできないので、今後はカード会社に対して事業者側の決済利用時に改善して欲しい。
- ・カードの Web 決済が必要
- ・クレジットフィーが高い
- ・外国人、日本人関係なくカードの手数料のばかばかしさが...
- ・観光客のインフラをよくするために、免税はしないでその分を使用すべきだと思う。公的なきれいなトイレを作るとか。
- ・多く来日すればするほど、外国語対応のパンフレット等の経費がかかる。

2-3. 結果の分析（考察）

前述の事業者向け調査結果を受けて、「決済端末等の普及モデル」を構築するための特徴的な結果、指針的な結果について以下の通り整理した。

(1)事業者向け調査結果の分析の「まとめ」

事業者向けの調査結果について以下の通り分析し、まとめた。

【調査結果の分析の「まとめ」】

現金のみの店舗	【6割】あくまで導入意向は無い
	【4割】条件次第で検討（費用負担の軽減、クレジット希望の顧客増）
クレジット可の店舗	クレジットブランドの利用割合【VISA:5割】と圧倒的
	銀聯カードへの対応率【ニセコ町:55%】で最も進んでいる
	スマホ等の決済サービス導入率【全体の26%が導入済】
	残り74%は未導入も、【うち43%は条件次第で検討】
	アクセプタンスプロモーション
	【50%】特にプロモーションしていない
	【46%】カード会社からのツールのみ
カード決済は基本、金額が高い程、適切	【お土産店】より小額からでも適切
	【体験観光】二極化傾向

●現在は「現金のみ」で対応している店舗でも、「費用負担の軽減」や「クレジット決済を希望する顧客の増加」といった状況によって、全体の約4割は、検討自体の可能性はある

●利用割合では「VISA」が約5割と圧倒的

●調査エリア間での比較では、①「銀聯カード」への対応は「ニセコ町」が進んでいる、②逆に「スマホ等決済サービス」は、倶知安町が進んでいる
→同じ「ニセコ地区」という括りでも、「ニセコ町」と「倶知安町」とでは顧客属性（欧米系か、アジア系か）や事業者属性（個店が多いか、大規模施設が多いか）が異なるため、決済サービス導入の方向性にも違いが出ている

●「スマホ等決済サービス」の導入は、未導入事業者でも約4割は状況次第で検討する可能性

●店舗で「クレジットで決済ができる」旨は、どの事業者も独自で積極的に告知しておらず、約半分が「カード会社からのツール」で、残り半分は「特にプロモーションはしていない」

●事業者側として適切だと感じるカード決済額は、基本的には「利用金額が高ければ高いほど適切」という傾向。しかし、業種別・地域別には以下の傾向も出ていた

- ①「お土産店」は「小額からでも適切」と感じている
- ②「体験観光事業者」では、二極化傾向
- ③エリア別では「斜里・ウトロ」「ニセコ町」で、二極化傾向が出ていた

(2)事業者向け調査分析結果に見られる「推進のヒント」

前項の結果分析のまとめを踏まえ、クレジット端末等の普及に向けた「きっかけ」となりそうな「推進のヒント」について、以下の通りまとめた。

【クレジット端末等の普及に向けた「推進のヒント」】

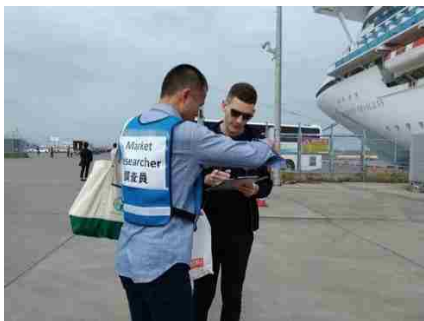
- ①「クレジットカードで決済できる旨のプロモーション」は半数が消極的も、残り半数は「クレジットカード会社が配布するツール」を使用して展開している。このことから、「クレジットカード会社が積極的に、その利用を告知するツール等を配布・展開」することで、アクセプタンス・マーク等を掲示してくれる層が一定程度あると推測される。
(ただしカード会社にとって、そこにコストを掛けて実施した場合、どこまでの費用対効果が期待できるかは別の話。)
- ②季節性の高いビジネスにおいては未使用期間が発生するため、クレジット端末等の積極的な導入につながりにくいため、工夫が必要
- ③「体験観光事業者」の場合、単価が高い体験観光商品の提供もありえるため、観光客の立場から見るとクレジット対応が望ましいと考えられる。その反面、野外で決済対応が多い事業者にとっては、手数料等とは別の意味で課題。このことから、店舗型営業とは異なる環境でのクレジット決済可能な手段には、本来は相応のニーズがあると考えられる（欧米系には、現金を持ちたがらない層もいることに加え、体験アクティビティは欧米系の観光嗜好性とも相性が良いことから、本来は対応強化すべきセグメントなのではないか）。

3. 外国人旅行者向け調査 ～決済手段に関する利用状況調査～

3-1. 調査の概要

外国人旅行者向け調査は平成 28 年 9 月～平成 29 年 1 月にかけて、以下概要の内容にて実施した。なおアンケート調査票については、次ページのものを使用した。

【調査実施の概要】

項目	内容
調査スケジュール	平成 28 年 9 月～平成 29 年 1 月
調査方法	各調査地点に外国語が話せる調査スタッフを設置の上、対面方式にて実施
調査エリア	釧路市、弟子屈町、斜里町、ニセコ地域（倶知安町）の計 4 地域 4 市町
調査日時・ 調査地点	各エリアにおける調査日時・場所については、以下の通り実施した。 【釧路】 ①9/27(火)：ダイヤモンド・プリンセス入港（調査員：6 名） ②9/30(金)：シルバーシャドー入港（調査員：2 名） ③10/2(日)：阿寒湖まりむ館（調査員：2 名） ④10/11(火)：フォーレンダム入港（調査員：4 名） 【弟子屈町】 ①10/1(土)：摩周第一展望台、屈斜路湖ユースホステル（調査員：2 名） ②10/2(日)：摩周ユースゲストハウス（調査員：2 名） 【斜里町】 ①9/20(火)：知床自然センター、道の駅うとろ（調査員：2 名） 【ニセコ地域】 ①12/20(火)～21(水)：ホテルニセコアルペン（調査員：2 名） ②1/9(月)～10(火)：ホテルニセコアルペン（調査員：3 名）
回収数	計 434 件 (釧路市：309 件、弟子屈町：30 件、斜里町：24 件、ニセコ地域：71 件)
調査の様子	 【平成 28 年 9 月 20 日(火)】 「知床自然センター」における調査の様子  【平成 28 年 9 月 27 日(木)】 「釧路港」における調査の様子 (ダイヤモンド・プリンセス入港時)

【外国人観光客向けアンケート調査票（A4×4 ページ）】

【1】

国土交通省 北海道運輸局（委託：北海道地域総合研究所）
「平成 25 年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」決済環境調査事業

C

海外旅行における「決済手段」に関するヒアリング調査

本調査は、外国人観光客の皆さまにより快適な日本旅行をして頂くための環境整備に向け、北海道に旅行に来られている外国人旅行者の方を対象として行っているものです。ヒアリングさせて頂いた結果については、個人が特定できない統計データとして加工・分析し、今後の北海道における決済環境整備のために活用させていただきます。お手数をおかけしますが、調査にご協力いただきますよう、お願い致します。

（所要時間：約15分）

問1. ご回答者様に関する基本情報について教えてください

性別	1. 男性	2. 女性			
年代	1. 10 代	2. 20 代	3. 30 代	4. 40 代	5. 50 代
出身国・地域	1. 台湾	2. 中国	3. 香港	4. 韓国	5. タイ国
	6. シンガポール	7. マレーシア	8. オーストラリア		
	9. アメリカ合衆国	10. カナダ			
	11. ヨーロッパ諸国(国名:)				
	12. その他の国(国名:)				
職業	1. 会社員	2. 会社役員	3. 公務員	4. 自営業	
	5. 農林漁業者	6. 学生	7. 専業主婦	8. 無職	
	10. その他()				
世帯年収	1. ～19,999US\$	2. 20,000～29,999US\$	3. 30,000～49,999US\$		
	4. 50,000～69,999US\$	5. 70,000～99,999US\$	6. 100,000US\$～		

問2. 今回の旅行人数及び構成について教えてください

1. 一人旅	2. 夫婦(2 人旅)	3. 家族旅行(人で行く)
4. 恋人(2 人旅)	5. 友人や仲間(人で行く)	6. その他()

問3. クレジットカード／デビットカードの保有状況及び、保有ブランドについて教えてください (複数回答:可)

1. 持っている(枚)	2. 持っていない		
保有しているカードブランド			
1. VISA	2. MasterCard	3. JCB	4. AmericanExpress(アメリックス)
5. DinersClub(ダイナースクラブ)	6. 中国銀聯カード	7. ディスカバカード	
8. その他()			

p. 1

【2】

国土交通省 北海道運輸局（委託：北海道地域総合研究所）
「平成 25 年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」決済環境調査事業

問4. 自国において日常的に使用している決済手段について教えてください

決済手段	使用の有無	【「使用している」の場合】1 回あたりの決済金額
現金		約(\$)～(\$)
クレジットカード	1. 使用している 2. 使用していない	約(\$)～
デビットカード	1. 使用している 2. 使用していない	約(\$)～(\$)
その他 (電子マネー等)	1. 使用している 2. 使用していない	約(\$)～(\$)

問5. 今回の旅行中に使用している決済手段について教えてください

決済手段	使用の有無	【「使用している場合」1 回あたりの決済金額
現金		約(\$)～(\$)
クレジットカード	1. 使用している 2. 使用していない	約(\$)～
デビットカード	1. 使用している 2. 使用していない	約(\$)～(\$)
その他 (電子マネー等)	1. 使用している 2. 使用していない	約(\$)～(\$)

問6. 旅行先に来てからの決済関連手段として、ご自身として最も望ましいものはどれですか？ (旅先での決済手段として、それが使用できると最も望ましい手段)

1. 店舗でクレジットカードが利用できる	2. 外貨両替機で自国通貨を旅先通貨に両替できる
3. ATM によって旅先通貨を引き出せる	4. 新しい決済手段が使える(仮想通貨や電子マネー)
5. 現金のみで構わない(旅行前に自国にて必要な金額を、旅先通貨へ外貨両替してくるため)	
6. その他()	

問7. 今回の旅行にあたって、「旅行前に自国にて、いくら分、日本円に両替してから来日したのか？」について教えてください

(約 US\$) ⇒ (約 円)

p. 2

【3】

国土交通省 北海道運輸局（委託：北海道地域総合研究所）
「平成 25 年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」決済環境調査事業

問8. 旅行中、クレジット決済(含む、デビットカード)を希望したが、利用できなかったケースについて教えてください(複数回答:可) ※そのようなケースがあった場合、最大 3 つまで

【ケース①】・・・(具体的な店舗名:) ※教えてもらえれば			
決済場所	1. 宿泊施設	2. 飲食店(昼食)	3. 飲食店(夕食)
	4. お土産店	5. 観光施設(博物館、美術館、動物園、ロープウェイ 等)	
	6. 交通機関(タクシー、バス 等)		
	7. アウトドアガイド:体験観光ガイド等(ラフティング、スノーシュー、散策ガイド 等)		
	8. その他()		
利用できなかった理由	1. 店舗等にクレジット対応の設備がなかった(クレジット対応していなかった)		
	2. 持っているブランドのカードが使えなかった(ブランド名:)		
	3. その他()		
どのように対応したのか?	1. 現金で支払った	2. サービス等を利用しなかった	
	3. その他()		

【ケース②】・・・(具体的な店舗名:) ※教えてもらえれば			
決済場所	1. 宿泊施設	2. 飲食店(昼食)	3. 飲食店(夕食)
	4. お土産店	5. 観光施設(博物館、美術館、動物園、ロープウェイ 等)	
	6. 交通機関(タクシー、バス 等)		
	7. アウトドアガイド:体験観光ガイド等(ラフティング、スノーシュー、散策ガイド 等)		
	8. その他()		
利用できなかった理由	1. 店舗等にクレジット対応の設備がなかった(クレジット対応していなかった)		
	2. 持っているブランドのカードが使えなかった(ブランド名:)		
	3. その他()		
どのように対応したのか?	1. 現金で支払った	2. サービス等を利用しなかった	
	3. その他()		

【ケース③】・・・(具体的な店舗名:) ※教えてもらえれば			
決済場所	1. 宿泊施設	2. 飲食店(昼食)	3. 飲食店(夕食)
	4. お土産店	5. 観光施設(博物館、美術館、動物園、ロープウェイ 等)	
	6. 交通機関(タクシー、バス 等)		
	7. アウトドアガイド:体験観光ガイド等(ラフティング、スノーシュー、散策ガイド 等)		
	8. その他()		
利用できなかった理由	1. 店舗等にクレジット対応の設備がなかった(クレジット対応していなかった)		
	2. 持っているブランドのカードが使えなかった(ブランド名:)		
	3. その他()		
どのように対応したのか?	1. 現金で支払った	2. サービス等を利用しなかった	
	3. その他()		

p. 3

【4】

国土交通省 北海道運輸局（委託：北海道地域総合研究所）
「平成 25 年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」決済環境調査事業

(訪日してから外貨両替した方のみ)

問9. 今回の旅行において、訪日してから外貨両替した金額について教えてください

(約 US\$) ⇒ (約 円)

→ 訪日してから外貨両替した理由: 目的

1. 元々、旅行前に自国通貨から日本円へ充分な金額を両替していなかったため (元々、旅行先で両替するつもりだった)
2. クレジットカード・デビットカードが使えるお店が少なかったため (旅行前に思っていたよりもクレジットカードやデビットカードが使えるお店が多かった)
3. 換算レートが安かったため
4. その他()

問10. 今回の旅行パターン(旅行手配)と、旅行予算について教えてください

1. 個人手配	2. 団体旅行(団体ツアー等への参加)	3. その他()
今回の旅行の総額予算 (約 US\$)		
【内訳】		
うち、交通費(約 US\$)		
うち、宿泊費(約 US\$)		
うち、お土産代(約 US\$)		

問11. その他、旅行中のクレジットカード利用に関しての改善点、旅行中の決済に関して困ったことがあれば、教えてください

--

ご協力ありがとうございました。

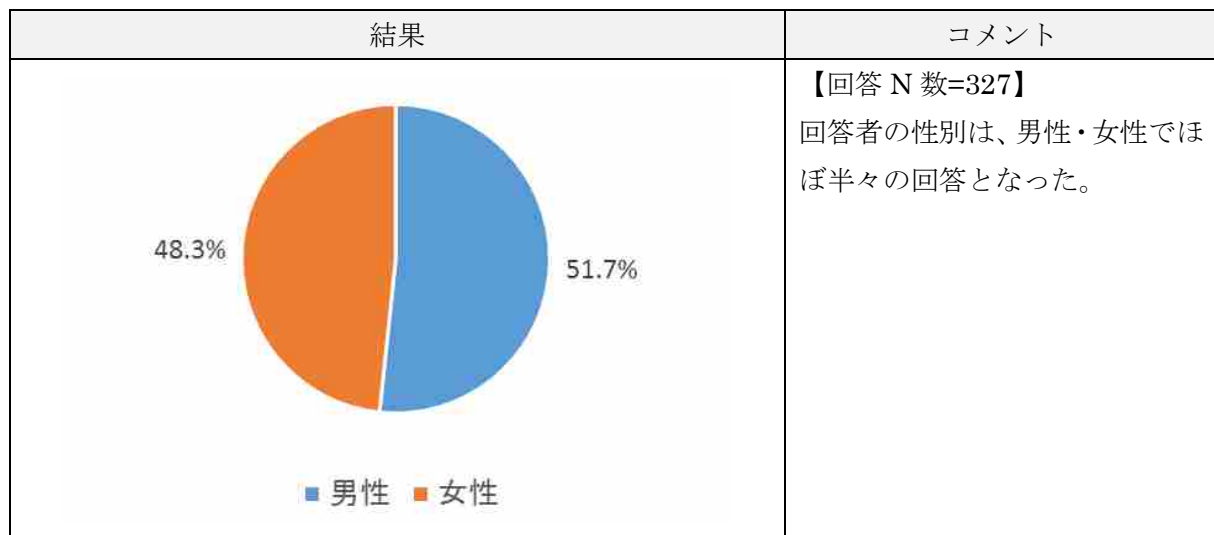
p. 4

3-2. 調査結果

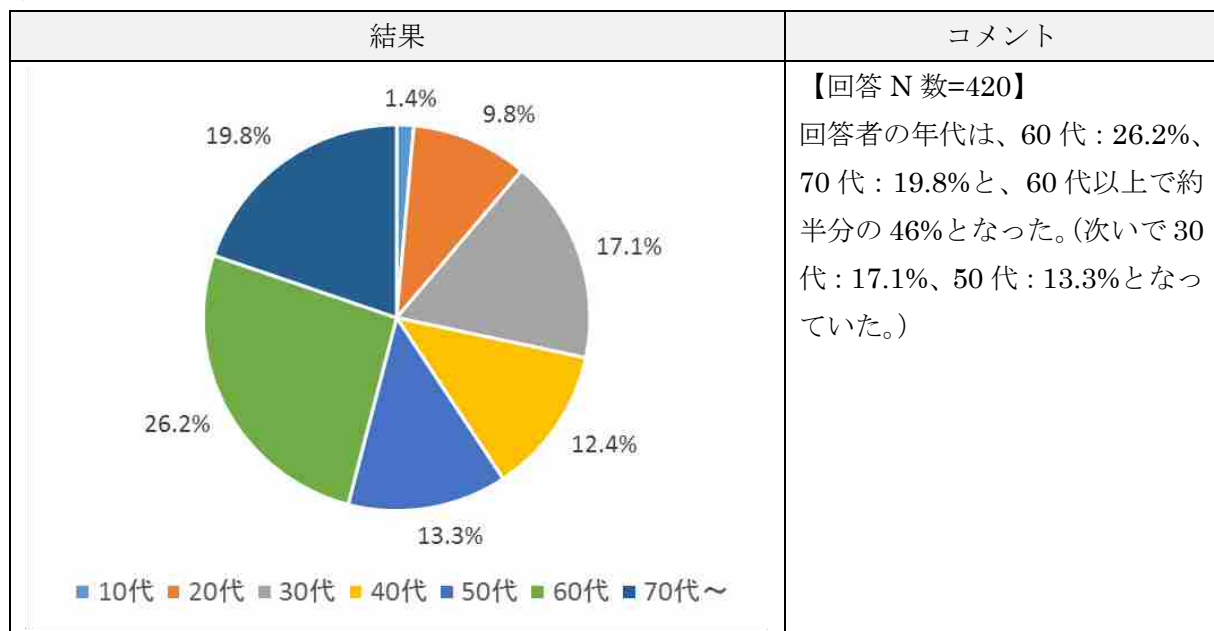
外国人旅行者向け調査については、回収した調査票を統計的に処理（単純集計及びクロス集計）することで、以下の結果を得た。

(1)回答者の属性

①性別



②年代



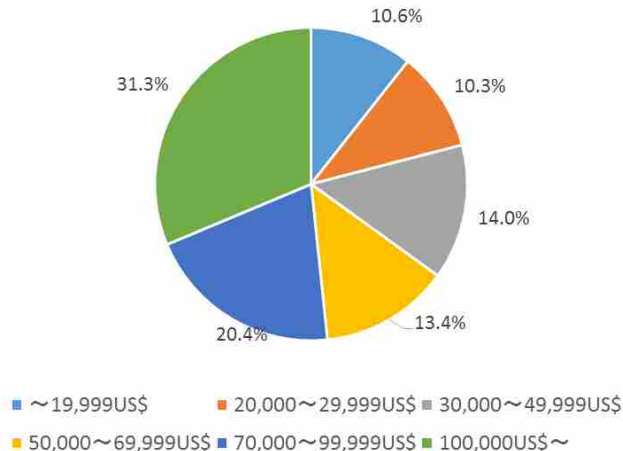
③出身国・地域

結果	コメント
Figure 3: Distribution of respondents by country/region. The chart shows the following percentages: Taiwan (17.5%), China (15.0%), USA (14.3%), Europe (8.9%), Korea (7.9%), Hong Kong (5.6%), Singapore (4.4%), Malaysia (3.7%), Australia (3.5%), Thailand (1.2%), Canada (0.5%), and Other (17.5%). Legend: - 台湾 (Taiwan) - 中国 (China) - 香港 (Hong Kong) - 韓国 (Korea) - タイ (Thailand) - シンガポール (Singapore) - マレーシア (Malaysia) - オーストラリア (Australia) - アメリカ (USA) - カナダ (Canada) - ヨーロッパ (Europe) - その他 (Other)	【回答 N 数=428】 出身国・地域が多かったのは「アメリカ」「ヨーロッパ」「オーストラリア」「(その他)は除く」と欧米系が多かったが、これは釧路でのクルーズ船の乗客に当該国籍等の旅行者が多かったためだと考えられる。

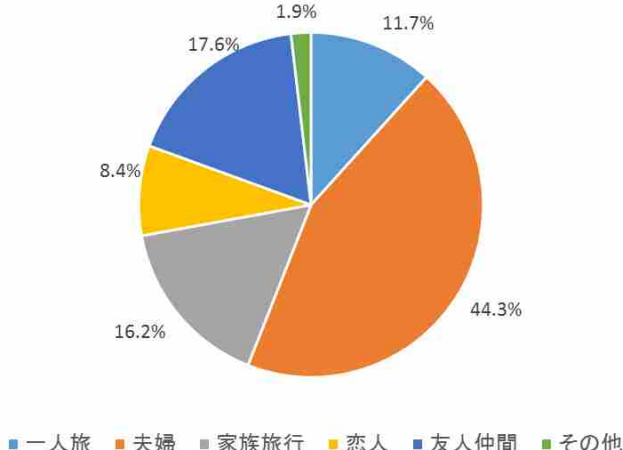
④職業

結果	コメント
Figure 4: Distribution of respondents by occupation. The chart shows the following percentages: Other (50.4%), Company Employee (20.8%), Self-employed (10.2%), Company Officer (7.7%), Public Officer (3.6%), Farmer/Fisher (2.7%), Student (3.4%), Professional (1.0%), Unemployed (0.2%), and Others (0.2%). Legend: - 会社員 (Company Employee) - 会社役員 (Company Officer) - 公務員 (Public Officer) - 自営業 (Self-employed) - 農林漁業者 (Farmer/Fisher) - 学生 (Student) - 専業主婦 (Professional) - 無職 (Unemployed) - その他 (Others)	【回答 N 数=413】 「その他」を除くと、職業で最も多かったのは「会社員：20%」で、次いで「自営業：10.2%」「会社役員：7.7%」となっていた。

⑤世帯収入

結果	コメント
 ■ ~19,999US\$ ■ 20,000~29,999US\$ ■ 30,000~49,999US\$ ■ 50,000~69,999US\$ ■ 70,000~99,999US\$ ■ 100,000US\$~	【回答 N 数=329】 世帯収入は、「100,000\$~」が最多の31.3%で、基本的には世帯収入が多い方が、来道割合が多い様子が伺えた。

⑥旅行人数・構成

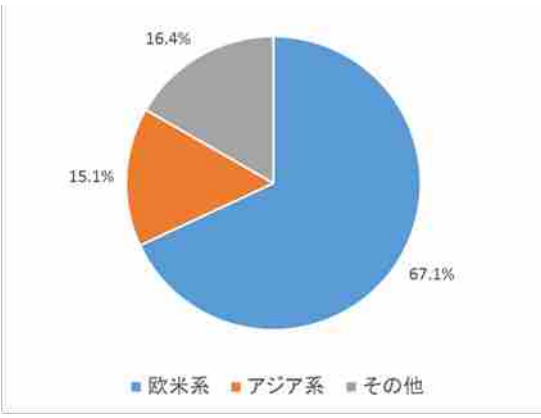
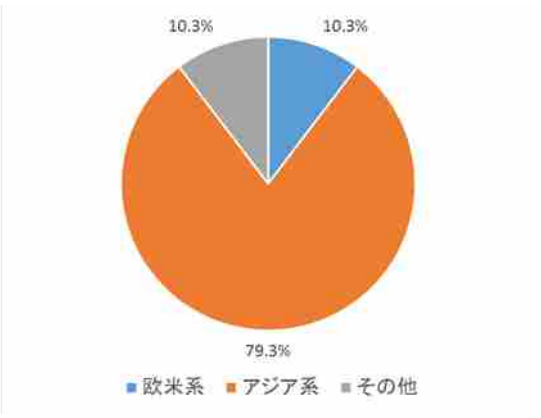
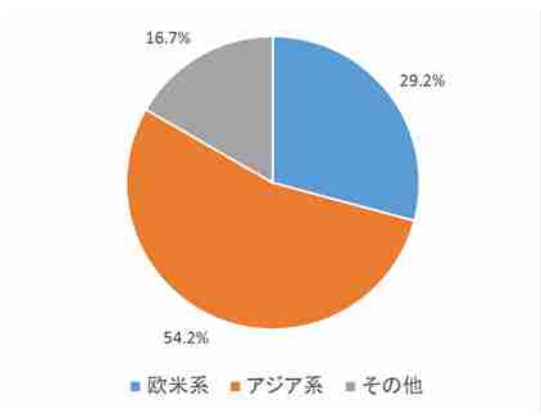
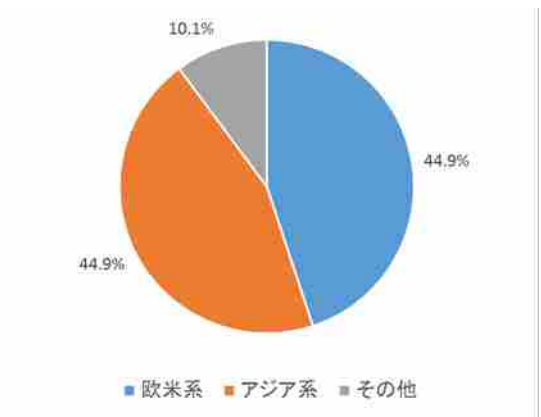
結果	コメント
 ■ 一人旅 ■ 夫婦 ■ 家族旅行 ■ 恋人 ■ 友人仲間 ■ その他	【回答 N 数=427】 旅行構成は「夫婦」が最多で、次いで「家族旅行」「友人・仲間」「一人旅」となっていた。

(2)調査地域の違いによる比較

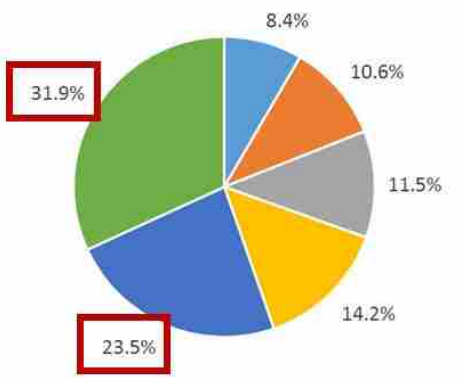
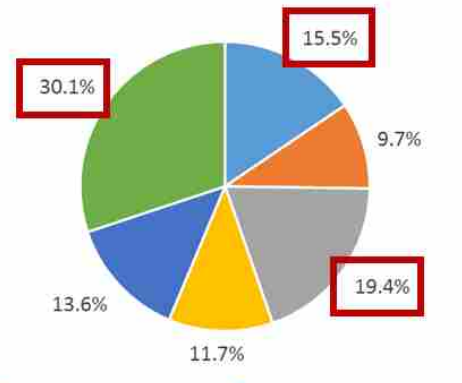
①「クルーズ船客（釧路）」と「非クルーズ船客（弟子屈・ウトロ・ニセコ地区）」での属性比較

クルーズ船客（釧路）：結果	非クルーズ船客：結果
【エリア属性（N=298）】 ■ 欧米系 ■ アジア系 ■ その他	【エリア属性（N=122）】 ■ 欧米系 ■ アジア系 ■ その他
【年代（N=298）】 ■ 10代 ■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代 ■ 70代～	【年代（N=122）】 ■ 10代 ■ 20代 ■ 30代 ■ 40代 ■ 50代 ■ 60代 ■ 70代～
【世帯年収（N=226）】 ■ 一人旅 ■ 夫婦 ■ 家族旅行 ■ 恋人 ■ 友人仲間 ■ その他	【世帯年収（N=103）】 ■ 一人旅 ■ 夫婦 ■ 家族旅行 ■ 恋人 ■ 友人仲間 ■ その他
【クルーズ客の特徴】欧米系 67.1%、年代は 60 代以上 61.7%、旅行構成は夫婦 56.4% 【非クルーズ客の特徴】アジア系 54.9%、年代は 30 代 31.1%・40 代 25.4%、 旅行構成は家族旅行 36.3%・友人仲間 27.4%	

②調査実施 4 地域間での属性比較

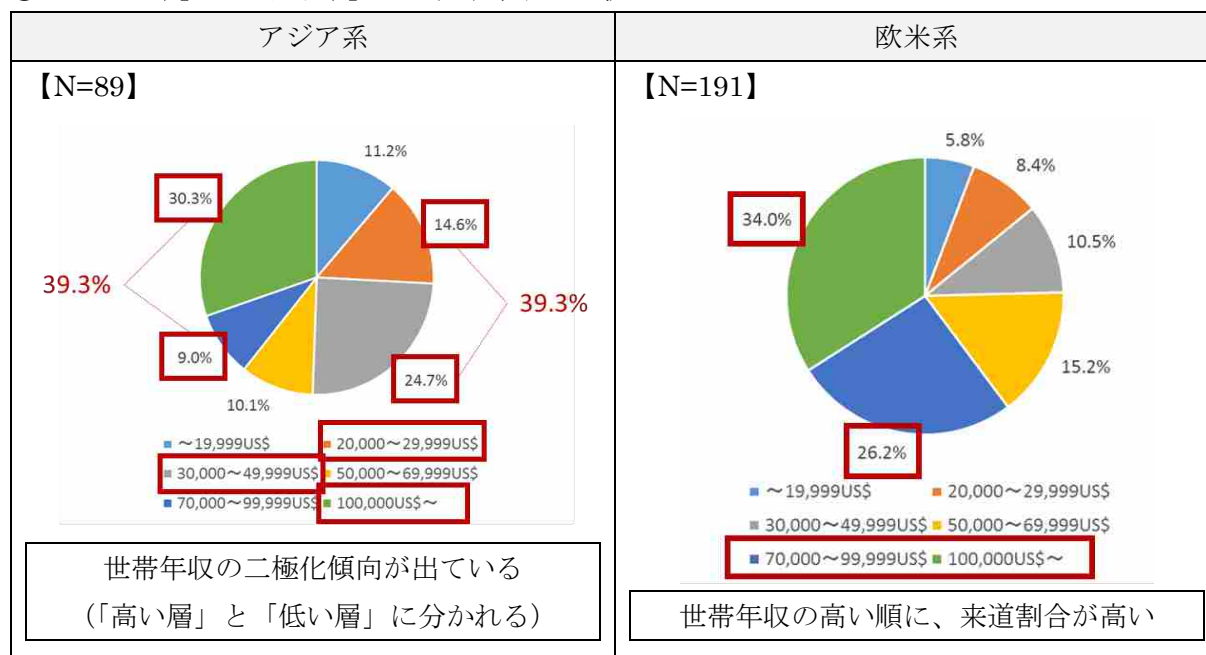
釧路（主にクルーズ船客）	弟子屈
【N=298】  ■ 欧米系 ■ アジア系 ■ その他 欧米系が全体の約 7 割	【N=29】  ■ 欧米系 ■ アジア系 ■ その他 アジア系が全体の約 8 割
ウトロ（斜里）	ニセコ地区（ヒラフ地区）
【N=24】  ■ 欧米系 ■ アジア系 ■ その他 アジア系が約 5 割、欧米系が約 3 割	【N=69】  ■ 欧米系 ■ アジア系 ■ その他 アジア系・欧米系がほぼ半々の割合
エリアによって、来道者のアジア系／欧米系の割合が大きく異なっており、北海道観光の特徴（北海道内の地域毎の観光資源の多様性）が出ている様子が伺えた。	

③「クルーズ船客」と「非クルーズ船客」での世帯年収の比較

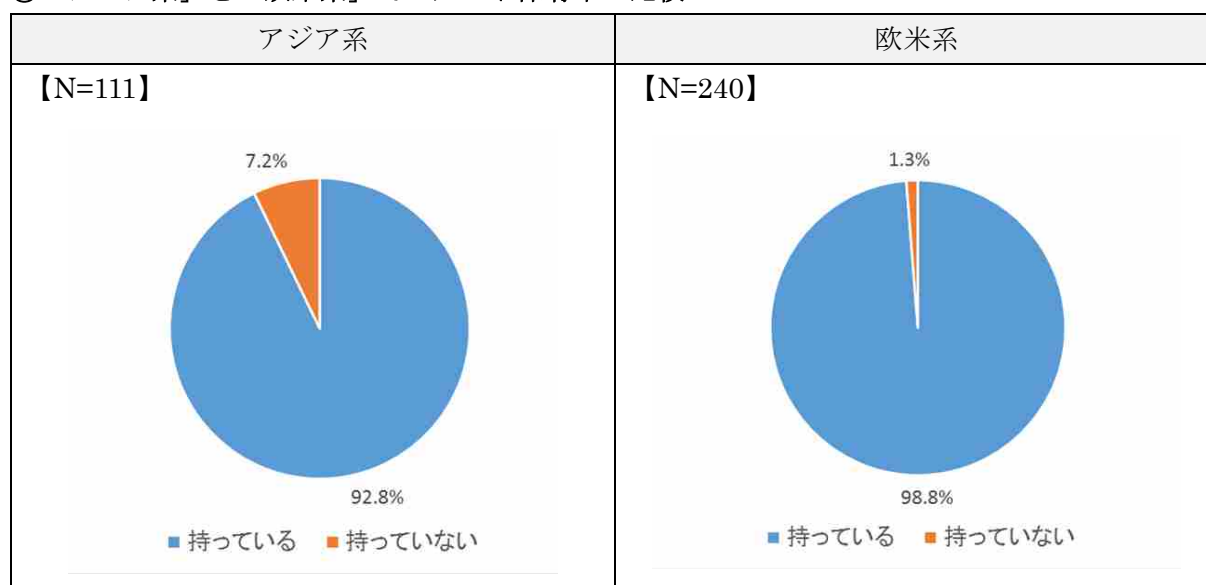
クルーズ船客（釧路）：結果	非クルーズ船客：結果
【エリア属性（N=226）】  ■ ~19,999US\$ ■ 20,000~29,999US\$ ■ 30,000~49,999US\$ ■ 50,000~69,999US\$ ■ 70,000~99,999US\$ ■ 100,000US\$~ 世帯年収の高い順に、来道割合が高い	【エリア属性（N=103）】  ■ ~19,999US\$ ■ 20,000~29,999US\$ ■ 30,000~49,999US\$ ■ 50,000~69,999US\$ ■ 70,000~99,999US\$ ■ 100,000US\$~ 世帯年収の二極化傾向が出ている （「高い層」と「低い層」に分かれる）

(3)外国人旅行者の出身地域属性の違いによる比較（「アジア系」と「欧米系」による比較）

①「アジア系」と「欧米系」での世帯年収の比較

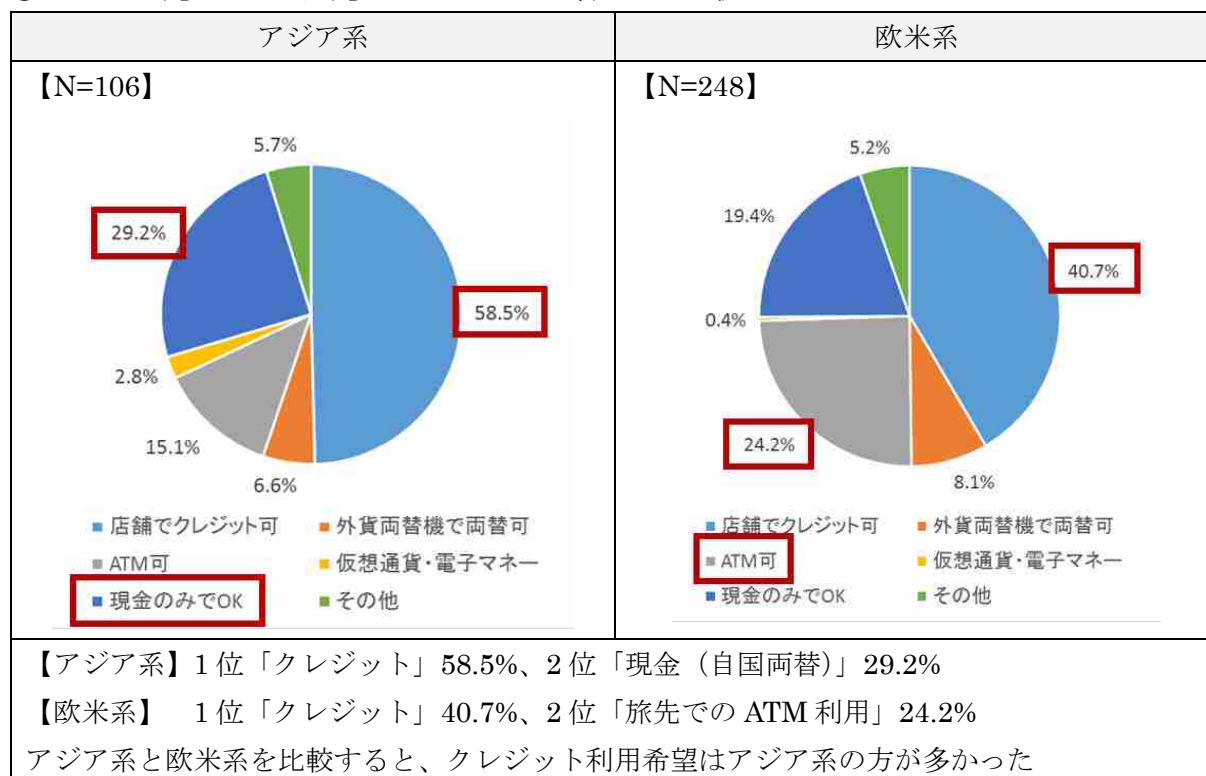


②「アジア系」と「欧米系」でのカード保有率の比較



アジア系と欧米系を比較すると、欧米系の旅行者の方が、クレジットカード保有率が高かった。また JCB の調査によると、日本人のクレジットカード平均保有率は 84%であることから、アジア系・欧米系共に、来道客のクレジットカード保有率は日本人よりも高いと言える。

③「アジア系」と「欧米系」での望ましい決済手段の比較



(4)自由意見の総括（定性要因の整理）

アンケート調査時に回答者からあった「自由意見」については、次ページに掲載している通りであるが、ここではそこから読み取れる傾向を外国人観光客の定性要因として総括した。

【自由意見の総括】

- 複数回、北海道に来たことがある外国人旅行者からは、「以前よりも、決済に関わる利便性が向上している」との意見あり
- 地方部でのヒアリングの方が、クレジットカードが使用できない場面があったことについて意見が出ていた
- 小規模店舗・地元店舗では、クレジット決済が難しい場面が多いとの意見
(自国でクレジット決済が当たり前の国では特に、そのように受取られている可能性)
- クレジットと合わせて要望が高かったのが「インターナショナルATM（キャッシング）」と「外貨両替」
- 外国人旅行者の一部には、日本でクレジット決済が不十分な状況にあることが事前に認識されている（例えば、『Lonely Planet 日本版』での案内）

【自由回答一覧】

【ウトロ地区（H28/9/20）】

- ・クレジットカードが利用できるとディスカウントを楽しむことができる。
- ・観光地ではクレジット対応可能にするべき。外国人は他の国で現金を持ち歩くことが安全ではないことから、好きではない。
- ・アメリカンエクスプレスが ATM で使用できない。
- ・問題は現金を引き出すこと。
- ・簡易的で小さなお店は基本的にクレジットカードを受け付けない。住んでいるフィンランドでは普段ほとんど現金を使用しない。なので、（日本に）に着いた時、両替をしなければならなかった。
- ・全部のコンビニで ATM があるわけではない。層雲峡のような小さい地域では追加の現金を引き出すための、デビットカードが使える ATM がなかった。
- ・大手コンビニの ATM では時々自分のカードが使えない時があった。
- ・クレジットカードを使用したかったのですが、使用が難しい場面がありました。コンビニに買い物に何回か行ったのですが、現金が足りなく、さらにクレジットカードを受け付けてもらえない為、商品を購入できないケースがありました。しかし、（旅行の）すべてが素晴らしくて感謝しています。

【摩周湖第一展望台（H28/10/1）】

- ・残念な事に、日本全国多くの場所で ATM から現金を引き出す事が不可能だった。ドイツ銀行からは日本でもカードが利用できると聞いていたのだが。

【弟子屈ユースホステル（H28/10/1）】

- ・まだ北海道についたばかりでまだわからない。しかし、首都圏では全く問題なかった。

【摩周ユースゲストハウス（H28/10/2）】

- ・日本に来るのは5回目なので、ローカルな地域のこと（クレジットカードや ATM が使用できないこと）は把握していた。2006 年に最初に来た時は大変だった。今はインターナショナル ATM があるコンビニがあるから大丈夫。
- ・旅行中クレジットカードを使用しなかった。必要な時に ATM で現金を引き出した。クレジットカードが多くの場所で使用できないのが、懸念事項である。

【釧路：ダイヤモンドプリンセス入港（H28/9/27）】

- ・パスモが使用できたらとても良い。
- ・交通費がとても高い。
- ・クレジットサービスの向上について。
- ・クレジットカードはそんなに使わない。
- ・とても安全。

- ・この旅行でクレジットカードを利用するかもしれません。
- ・シンガポールではどこでもクレジットカードが利用可能です。
- ・東京でこれまでに一番美味しいコーヒーショップがあった。
- ・ベンダー（お店）にクレジットカード決済ができるサインが掲示されているのはとても役に立つ。両替レートを掲示してくれるとより良い。
- ・時々日本では、小さいお店でクレジットカードが利用できないなどの問題がある。
例えば、コーヒーショップなど。
- ・クレジットカードが使用できないことを知っていたので、事前に現金を用意してきていた
- ・今のところ問題ない。
- ・US ドルはクレジットカードにチャージされている。すでに日本円に両替を行った。なので、追加両替を行うだけ。あまりクレジットカードは普段使用しない。
- ・オーストラリア発行の VISA カードはどこも使用できない。
- ・私がクレジットカードを使用した場面で問題が発生した経験は一度もなかった。普段小さなお店では現金で支払う。
- ・クレジットカードは使用しなかった。バンクーバーで両替した日本円を使用した。
- ・クレジットカードを使用する必要がなかった。
- ・もっと多くのお店でクレジットカードが使用できるべきだと思う。
- ・スーパーマーケットでクレジットカードが使用できなかった。
- ・日本でクレジットカードを使用するのは問題がない。
- ・もっと多くの両替機が必要。
- ・選択肢が増えることは助かる。日本は現金社会だと知るべきだと思う。

【釧路：シルバーシャドー入港（H28/9/30）】

- ・はい、クレジットカードは良い支払い方法だと思います。イギリス人はクレジットカードでの支払いを好みます。
- ・とてもクリーンなシステムなのでリラックスできます。
- ・今までのところは素晴らしい。
- ・クレジットカードの使用に問題のある事はない。普段利用するのにとても良い。
- ・特にマーケットでは英語の話せる人が少ない。
- ・ビジネスシーンではいつもクレジットカードが必要だ。
- ・全く問題がなかった。みなさんとても親切だった。

【釧路：フォーレンダム入港（H28/10/11）】

- ・銀行で最良の情報は USD と JPY のベストレートで両替できること。
- ・Wi-Fi で写真が送れない。
- ・10,000 円分をカナダで両替した。クレジットカードは使用しなかった。
- ・ヌードルを食べたかったので、2,000 円分を船の中で両替した。

- ・寿司を買いたかったので、お昼頃ちょうど下船してきたところです。10,000 円分船の中で両替しました。
- ・インターネットをチェックした。ラーメンを食べる計画。
- ・妻がメガネの新しいフレームを購入した。地元の銀行で両替をした。
- ・クレジットカードの支払いの向上は、旅行者の利便性とビジネスを促進する。
- ・まだクレジットカードは使用していない。ATM を好む。
- ・まだわかりません。まだここにきてから数分しか経っておりません。明後日東京に行きます。
- ・個々のベンダー（店舗）は英語のサインでクレジットカードが使用できることを示している。
- ・オランダではモバイル ATM というのがある。もしより現金の引出しの向上をさせるなら、良い方法である。
- ・オランダではクレジットカードは広く受け入れられておらず、デビットカードの方が使用されていることを知ってほしい。
- ・情報として、日本でもデビットカードが使用できるべきである。
- ・クレジットカードは使用しなかった。現金のみ。
- ・一番早いインターネットは駅だった。MOO は遅すぎる。
- ・利便の向上。
- ・取引では多くの場合クレジットカードもしくはデビットカードを利用できるようにすべきだと思う。そうでなければビジネスチャンスを逃すだろう。
- ・地元のお店でもっとクレジットカードが使用できると良い。ありがとう。
- ・小さな支出は現金で十分である。
- ・クレジットカードが利用できるか確認しなければならなかった。横浜でも確実に確認する。
- ・支払い方法は Apple Pay や同じような決済方法に変わりつつある。

【(ニセコエリア) 倶知安町：ヒラフ地区__第 1 回 (H28/12/20-21)】

- ・もっとクレジットカードが使用できるお店やレストランが必要。有名なデビットカードが公共の乗り物に使用できた。
- ・クレジットカードは問題ないが、ATM に制限がある。
- ・もっとインターナショナルカードの使用できる ATM が必要。
- ・すべてのお店が最低料金なしでクレジットカードが使用できれば良い。
- ・時々クレジットカードが使用できなかった。寒かったからでしょうか？
リフトパス（と一緒にしていたので）との干渉でしょうか？
- ・もっとレストランやお店でカードが使用できたら良い。
- ・クレジットカードでの支払いを少なくしている。
- ・もっと VISA、アメックス、マスターカードを使用できる場所を増やして欲しい。
- ・銀行カードのドルの引き下ろし額に制限がある。

【(ニセコエリア) 倶知安町：ヒラフ地区__第2回 (H29/1/9-10)】

- ・今までのところ問題ない。
- ・現金のみ使用しているので、今のところ問題ない。
- ・現金での支払いを主に好む。しかしもっと高級なレストランはカードの支払いの方が便利かもしれない。
- ・現金は大丈夫。
- ・2年前に来た時より向上している。もっと現金を引きおろせる機械があると良い。
- ・安いレート。
- ・問題ない。オーストラリアのカードは問題なく（お店で）スキャンできる。
- ・両替手数料がないこと。
- ・もっとアウトレットでクレジットカードが使用できれば良い。もっと ATM が必要。また、手数料を安くしてほしい。
- ・クレジットカードが使用できるのはありがたい。現金を使い果たしてしまった。こんなに技術が進んだ国だとは予想していなかった。
- ・オーストラリアからオンラインでディズニーランドの支払いをしたかったのだが、幾つかのサイトは VISA が使用できなかった。使用できるサイトがあったので問題ない。
- ・問題ない。

3-3. 結果の分析（考察）

外国人旅行者向け調査結果を受けて、「決済端末等の普及モデル」を構築するための特徴的な結果、指針的な結果について以下の通り整理した。

(1)外国人旅行者向け調査結果の分析の「まとめ」

外国人旅行者向けの調査結果について以下の通り分析し、まとめた。

【調査結果の分析の「まとめ」】

- 来道する外国人のクレジット保有率は、アジア系・欧米系問わず、日本人の平均保有率（84%）よりも高い。
- 欧米系の方がアジア系よりも全般的に「所得が高い（高所得）」の傾向。一方でアジア系は、「高所得者層」と「中間年収層」とに分かれる。
→「どの層にアプローチしたいのか？」によって、事業者や地域として整備すべき決済手段も異なる。
- クルーズ船で来道している外国人旅行者の中心層は、「欧米系」「世帯年収 700 万円以上」「60 代以上」「夫婦」という構成。
→ 金銭的に余裕がある一方、「欧米系の高年齢夫婦」が多いため、そのような層に訴求可能な商品・サービス開発が必要（例えば、食事の量は少なくなっている方が多いと想定されることから、少量でも「より地元らしいもの」を提供する等、「量より、質」「モノ消費より、コト消費」で強化を図る必要がある。
- 非クルーズ船客で多いのは、「アジア系」「30～40 歳代」「家族旅行 or 仲間・友人との旅行」で、世帯年収は「1,000 万円以上の層」と「500 万円未満の層」に二極化している。
→一義的には「世帯年収：1,000 万円以上の層」に、「これまで以上に消費をしてもらうためには、どんな商品・サービスが必要か？」を考える必要がある。
- 道内でリゾート投資が進んでいるニセコ地区でも、インターナショナル ATM に対する要求は多く、決済環境への整備投資が進んでいない実態がわかった。
- 地方部でのヒアリングの方が、「クレジットが使用できない場面」に関する意見が出ていた。
- 「小規模店舗」「地元店舗」で、「クレジット決済できなかった」との意見が多く出ていた。

(2)外国人旅行者向け調査分析結果に見られる「推進のヒント」

前項の結果分析のまとめを踏まえ、クレジット端末等の普及に向けた「きっかけ」となりそうな「推進のヒント」について、以下の通りまとめる。外国人旅行者の受入れについて抽象的な議論をすると、どの国・地域の出身でも「外国人旅行者」と一括りにしがちであるが、本調査では消費拡大に向けた「推進のヒント」についてまとめた。

①「クルーズ船客」「非クルーズ船客」での来道外国人旅行者の属性相違傾向

クルーズ船の入港を積極的に受入れている地域については、入港時には一度に多くの観光客が地域内を観光し、またクルーズ客には外国人観光客も多いことから、そこに対する地域内での消費への期待も大きい。しかしながらクルーズ客は、多くの来道外国人旅行者の傾向（台湾・中国を中心とした北海道が観光目的のアジア系）からするとやや異なる属性の層（日本観光が目的の欧米系）が多いことから、当該顧客層を対象に消費拡大を図る場合には、その属性の違いに配慮した対応が求められる。

【「クルーズ船客」「非クルーズ船客」での来道外国人旅行者の属性相違傾向】

項目	クルーズ客	非クルーズ客
① 中心客の属性	●欧米系 ●60代以上 ●夫婦	●アジア系 ●30～40代 ●家族旅行or仲間・友人の旅行
② 世帯年収	●世帯年収700万円以上	●世帯年収は二極化 a)1,000万円以上 層 b)500万円未満 層
③「消費」に対する仮説(観光商品開発の方向性)	●『欧米系の高齢・高所得層の夫婦向け(2人)向け』の観光商品・サービス開発が必要	●「世帯年収:1,000万円以上」の層に、これまで以上に消費してもらうことを考える ●中心属性である『アジア系の30～40代、家族・仲間連れ(4～10名)向け』の観光商品・サービスの開発が必要
キーワード 【日本旅行の楽しみ】 ※H28年3月 北海道観光振興機構「他都府県との比較分析調査事業報告書」より	【欧米圏】 ①自然景観を楽しむ ②日本料理を食べる ③大都会の見物 ④異文化体験 ⑤日本庭園の見物	【アジア圏】 ①自然景観を楽しむ ②日本料理を食べる ③ショッピング ④日本の伝統的な街並み ⑤温泉に入る

②「アジア系」「欧米系」での決済に関する相違傾向

外国人旅行者でも、そのお国柄・地域柄によって文化が異なるように、「決済」に関する感覚・慣習についても基本的には国・地域によって異なっている。本調査ではその違いについて大きく「アジア系」と「欧米系」に分けて分析し、以下の相違点について明らかにした。したがって今後、各地域において消費拡大を図る場合には、「どの層をターゲットにするのか？」によって、地域毎に積極的に整備すべき決済手段についても異なってくることに注意しなければならない。

【「アジア系」「欧米系」での決済に関する相違傾向】

項目	アジア系	欧米系	考察
① クレジットカード保有率	持っている 92.8%	持っている 98.8%	保有率はアジア系、欧米系ともに9割超。 日本人の平均保有率：84%よりも10%前後高い
② 世帯年収	二極化傾向	年収が高い順	欧米系は金銭的に余力ある層が来道傾向が強い。一方アジア系は、中間年収層も来道。
③ 望ましい決済手段	① クレジット:58.5% ② 現金(自国両替):29.2% 自国で両替してくる人も多い	① クレジット:40.7% ② 旅先でATM利用:24.2% 旅行先でのATM利用	欧米系は旅先で現金を調達、アジア系は事前準備してくる傾向。ただしクレジットを好む割合はアジア系の方が高い
決済意識に関する地域・国民性の考察	旅行前に両替してきた現金範囲内での消費傾向。その分、クレジット決済を好む割合も、欧米系より高い。	必要に応じて、旅行先で現金を調達して消費する傾向(そもそも自国でも普段から、現金は小額しか保有していない)	その意味でクレジットは、国民性や現金保有の有無に左右されにくく、現地での追加消費を促しやすい決済手段

③クレジット端末等の普及に向けた「推進のヒント」

前述した相違点：2点も踏まえ、外国人旅行者向け調査分析から得られたクレジット端末等の普及に向けた「推進のヒント」について、以下の通りまとめた。

【クレジット端末等の普及に向けた「推進のヒント」】

- アジア系は旅行前に自国で外貨両替してくるのに対し、欧米系は来道してから現地で通貨を入手しようとする傾向がある
- 地方ほど、決済手段（＝ATM、外貨両替）が限定的なため、地方に行くほど、潜在的にはクレジット利用希望が増える
 - 地方に行く程、実は各店舗でのクレジット対応が必要であり、本来は都市部よりもその整備の必要性は高い
 - ATM や外貨両替は、地方では日常的な需要が少なく、採算が取れないため、インフラ整備への投資が進みにくい
- 購入単価の引上げを図るには、外国人観光客／国内観光客を問わず、現金だけの決済対応には限界がある
 - 一定の単価以上の商売では、クレジット決済への対応は不可欠

4. 決済端末設置等による実証調査

4-1. 実施概要

決済端末設置等による実証調査は平成 28 年 9 月～平成 29 年 1 月にかけて、決済端末設置等による実証調査について、以下の通り実施した。

(1) 外国人旅行者向け「クレジット決済端末等」の設置実証調査

外国人旅行者向け「クレジット決済端末等の設置」及び「実証事業への参加状況」については以下の通り。

【「クレジット決済端末等」の設置及び実証事業への参加状況】

項目	内容
実証参加の募集期間	平成 28 年 7 月～9 月
募集方法	以下の機関に実証事業への協力を要請し、地元のクレジットカード会社： (株)日専連釧路と連携してクレジット端末の設置・入替を実施した。 ・(株)釧路河畔開発公社（釧路フィッシャーマンズワーフ MOO） ・釧路和商協同組合 （釧路和商市場／くしろ丹頂市場／釧路駅西商店街振興組合） ・釧路商工会議所 ・阿寒町商工会 阿寒湖畔支所 ・釧路市商店街振興組合連合会 ・釧路第一商店街振興組 ・くしろ北大通商店街振興組合 ・根釧地区ハイヤー協会
実証事業に伴う、 端末の設置状況及び 事業への参加状況	計 79 事業者 ①新規設置事業者：8 者 （小売店：1 者、飲食店：2 者、タクシー：5 者） ②端末の入替事業者（銀聯カード対応端末への入替）：4 者 （小売店：3 者（うちお土産店：2 者）、飲食店：1 者） ③アクセプタンスの掲示のみ（既端末設置事業者）：67 者 （MOO：18 者、和商市場：14 者、丹頂市場：2 者、 釧路駅前の個別店舗：14 者、阿寒湖畔の個別店舗：18 者、 タクシー：1 者）

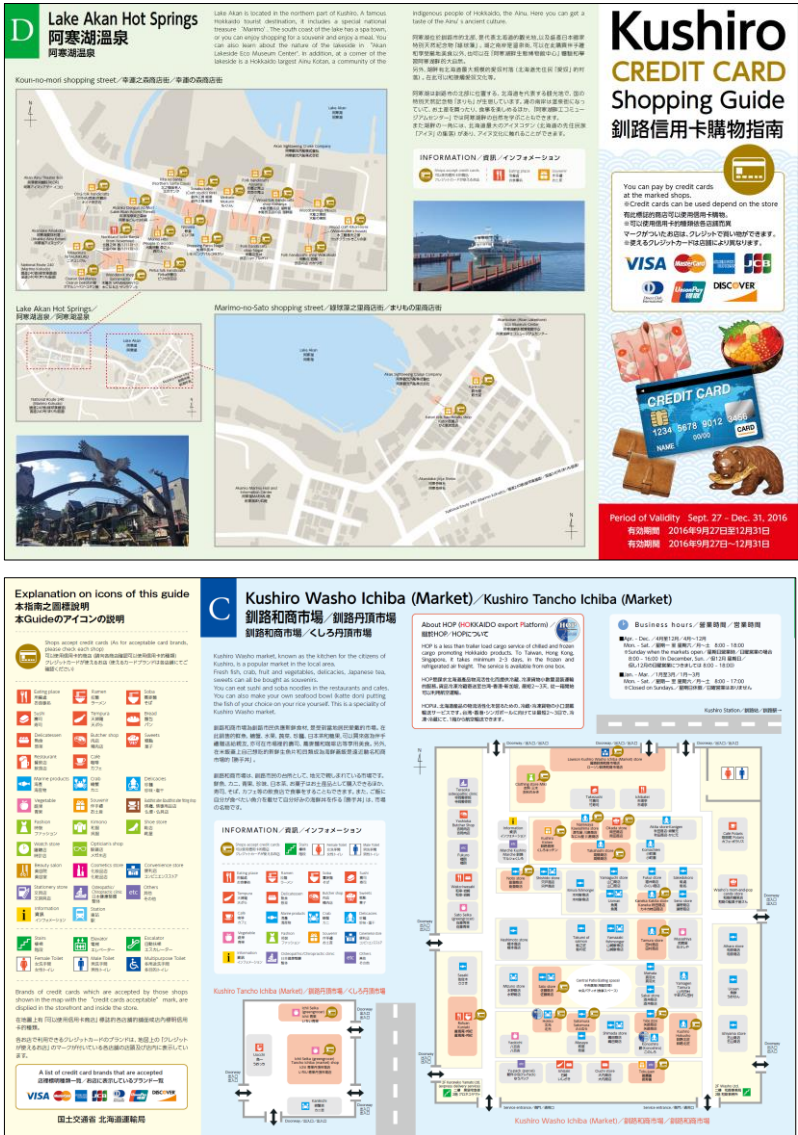
また実証事業への参加募集締め切り後、参加事業者に対しては、以下のアクセプタンスツールを制作の上、個別事業者毎に配布・設置依頼を行った。

【広告・宣伝の展開①】

項目	内容
制作ツール① (アクセプタンス)	 The image shows three different types of posters designed for acceptance tools. On the left is a vertical red banner with 'WELCOME' and '欢迎使用' (Welcome to use) written vertically. In the middle is a swing POP (swing poster) with a red header and a grid of credit card logos (VISA, MasterCard, JCB, Discover, UnionPay, etc.). On the right is a poster for a window display with a red header and a grid of credit card logos. A label 'ミニ・ノボリ' (Mini Poster) points to the vertical banner, and 'スイングPOP' (Swing POP) points to the middle poster. A label 'ショーウィンドー用' (For Show Window) points to the right poster. A label '←吸盤' (← Suction Cup) points to the base of the vertical banner.
配布セット数 (=参加事業者数)	計 73 事業者へ配布（タクシー事業者：6 者を除く） ・ MOO：19 者 ・ 和商市場：18 者 ・ 釧路駅前の個別店舗：15 者 ・ 阿寒湖畔の個別店舗：21 者

また今回の実証事業エリアとした地域・施設の実証事業参加店舗について次ページの通り、「クレジットカード決済が可能な店舗」を掲載したパンフレットを制作し、クルーズ船入港時に配布した他、市内の観光施設・ホテル等にも期間中の設置を依頼した。

【広告・宣伝の展開②】

項目	内容
制作ツール② (パンフレット)	【制作部数：5,000 部】  The guide is titled "Kushiro CREDIT CARD Shopping Guide 釧路信用卡購物指南". It provides information on where to use credit cards in Kushiro, including Lake Akan Hot Springs, Kouto-no-mori shopping street, and Kushiro Washo Ichiba (Market). It also includes a section for credit card usage, a list of accepted credit cards (VISA, Mastercard, JCB, Discover, etc.), and a list of businesses that accept credit cards. The guide is available in both Japanese and English.
パンフレットの 設置場所	計 18 箇所 ● 釧路フィッシャーマンズワーフ MOO ● 釧路和商市場 ● 釧路市観光案内所 (JR 釧路駅構内) ● JR 釧路駅 みどりの窓口 ● 釧路市観光国際交流センター ● ガイドステーション観光案内所 ● 釧路空港 総合案内所 ● 阿寒湖温泉まりむ館 観光案内所 ● 釧路センチュリーキャッスルホテル ● 釧路プリンスホテル ● ANA クラウンプラザホテル釧路 ● 東横イン釧路十字街 ● 釧路ロイヤルイン ● ホテルパコ釧路 ● ラビスタ釧路川 ● ホテルルートイン釧路駅前 ● スーパーホテル釧路 ● スーパーホテル釧路駅前

【広告・宣伝の展開③】

項目	内容
制作ツール③ (MOO 用 リーフレット)	【制作部数：5,000 部】  (日本語)  (英語)
パンフレットの 設置場所	計 1 箇所 ●釧路フィッシャーマンズワーフ MOO (免税一括カウンター他)

【店舗等に対する関連オペレーション支援】

項目	内容																																																												
通訳の設置状況	以下のクルーズ船入港時において、「釧路フィッシャーマンズワーフ MOO」「釧路和商市場」及び「釧路港の臨時タクシー乗り場」において、『通訳者』を設置して、各店舗における言語対応について支援した。 ①平成 28 年 9 月 27 日(火)：ダイヤモンド・プリンセス入港 <table><tr><td></td><td>英語</td><td>中国語</td><td>計</td></tr><tr><td>MOO</td><td>4 名</td><td>2 名</td><td>6 名</td></tr><tr><td>和商市場</td><td>3 名</td><td>3 名</td><td>6 名</td></tr><tr><td>タクシー</td><td>1 名</td><td>0 名</td><td>1 名</td></tr><tr><td>計</td><td>8 名</td><td>5 名</td><td>13 名</td></tr></table> ②平成 28 年 9 月 30 日(金)：シルバーシャドー入港 <table><tr><td></td><td>英語</td><td>中国語</td><td>計</td></tr><tr><td>MOO</td><td>2 名</td><td>0 名</td><td>2 名</td></tr><tr><td>和商市場</td><td>2 名</td><td>0 名</td><td>2 名</td></tr><tr><td>タクシー</td><td>1 名</td><td>0 名</td><td>1 名</td></tr><tr><td>計</td><td>5 名</td><td>0 名</td><td>5 名</td></tr></table> ③平成 28 年 10 月 11 日(火)：フォーレンドム入港 <table><tr><td></td><td>英語</td><td>中国語</td><td>計</td></tr><tr><td>MOO</td><td>2 名</td><td>0 名</td><td>2 名</td></tr><tr><td>和商市場</td><td>3 名</td><td>0 名</td><td>3 名</td></tr><tr><td>タクシー</td><td>1 名</td><td>0 名</td><td>1 名</td></tr><tr><td>計</td><td>6 名</td><td>0 名</td><td>6 名</td></tr></table>		英語	中国語	計	MOO	4 名	2 名	6 名	和商市場	3 名	3 名	6 名	タクシー	1 名	0 名	1 名	計	8 名	5 名	13 名		英語	中国語	計	MOO	2 名	0 名	2 名	和商市場	2 名	0 名	2 名	タクシー	1 名	0 名	1 名	計	5 名	0 名	5 名		英語	中国語	計	MOO	2 名	0 名	2 名	和商市場	3 名	0 名	3 名	タクシー	1 名	0 名	1 名	計	6 名	0 名	6 名
	英語	中国語	計																																																										
MOO	4 名	2 名	6 名																																																										
和商市場	3 名	3 名	6 名																																																										
タクシー	1 名	0 名	1 名																																																										
計	8 名	5 名	13 名																																																										
	英語	中国語	計																																																										
MOO	2 名	0 名	2 名																																																										
和商市場	2 名	0 名	2 名																																																										
タクシー	1 名	0 名	1 名																																																										
計	5 名	0 名	5 名																																																										
	英語	中国語	計																																																										
MOO	2 名	0 名	2 名																																																										
和商市場	3 名	0 名	3 名																																																										
タクシー	1 名	0 名	1 名																																																										
計	6 名	0 名	6 名																																																										
免税対応について	免税対応については「釧路フィッシャーマンズワーフ MOO」において、9 月 27 日(火)のダイヤモンド・プリンセス入港時に合わせて『免税一括カウンター』を新規に開設。実証期間中も日に数件の利用はあり、徐々に利用は伸びている。																																																												
郵便局 EMS の対応	計 3 回のクルーズ船入港時に、「釧路フィッシャーマンズワーフ MOO」内に入居している郵便局において、EMS（国際スピード郵便：Express Mail Service）をクレジット決済で利用できる対応を実施。計 3 回の入港時に 1 件の利用があった。																																																												

【実証事業実施の様子（クルーズ船入港時の対応）】



下船客への配布の様子



釧路港臨時タクシー乗り場での案内の様子



臨時タクシー乗り場での各社端末設置の様子



店頭でのアクセプタンス設置の様子



通訳者による外国人旅行者への案内の様子



釧路フィッシャーマンズワーフ MOO 内
免税一括カウンター利用の様子

(2) 実証事業後の事後アンケート調査

実証期間（平成 28 年 9 月～12 月）終了後、平成 29 年 1 月に、「実証事業への参加事業者」及び「実証事業の参加案内をしたが参加しなかった事業者」を対象に、以下の通り事後アンケート調査を実施した。なおアンケート調査票については、次ページのものを使用した。

【事後調査の実施概要】

項目	内容
調査スケジュール	平成 28 年 12 月～平成 29 年 1 月 ※12 月中旬に発送・配布、1 月末迄回収
調査方法	「個別郵送」及び「施設運営事業者による配布」でのアンケート調査票の配布後、返信用封筒による返送回収方式
調査エリア (調査票配布方法)	釧路市内における以下の施設・エリア・商店街 ①釧路フィッシャーマンズワーフ MOO 内事業者 (株釧路河畔開発公社経由で配布：全事業者) ②釧路和商市場・くしろ丹頂市場内事業者(釧路駅西商店街振興組合) (和商協同組合経由で配布：全事業者) ③釧路第一商店街振興組合 (個別に事業者へ郵送配布：参加事業者のみ) ④くしろ北大通商店街振興組合 (個別に事業者へ郵送配布：参加事業者のみ) ⑤阿寒湖温泉：幸運の森商店街・まりもの里商店街 (個別に事業者へ郵送配布：参加事業者のみ)
発送・配布数	計 132 件（うち実証事業参加事業者：70 件） (①MOO：38 件、②和商市場：59 件、③④市内商店街：15 件、 ⑤阿寒湖温泉：20 件)
回収数／回収率	計 85 件（回収率：64.3%）（うち実証事業参加事業者：33 件） (①MOO：29 件、②和商市場：43 件、③④市内商店街：7 件、 ⑤阿寒湖温泉：6 件)

【実証事業後の事後アンケート調査票① (A4×6 ページ)】

【1】

国土交通省 北海道運輸局（委託：釧路地域総合研究所）
「平成 28 年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」決済環境調査事業

釧路市内における「クレジットカード実証実験」実施後の、事後アンケート調査へのご協力をお願い

本調査は、平成28年9月～12月にかけて、釧路市内で行った外国人観光客向けのクレジットカード利用の実証実験に関わる、実証実験実施後の事後アンケート調査です。本調査票は実験にご参加頂いた事業者様の他、お声がけした結果、今回は不参加で回答頂いている事業者様にも配布しています。
なお本アンケート結果については、個別の会社・お店等が特定できない統計データとして加工・分析し、今後の北海道におけるクレジットカード利用環境整備のための基礎資料として活用させていただきます。
お手数をおかけしますがアンケートにご記載頂き、平成29年1月10日(火)まで「釧路河野開発公社 事務所」までご提出いただけますよう、ご協力の程お願い申し上げます。
(アンケート回答の所要時間：約10分)

＜ 全事業者共通 ＞

問1. 今年(平成28年)9月～12月の釧路市内(釧路市街、阿寒湖畔)における、外国人観光客の入込数について、昨年(平成27年)9月～12月と比較してどのように感じていますか。
1. 昨年よりも増えている 2. 昨年と変わらない 3. 昨年よりも減っている

問2. 今年(平成28年)9月～12月にかけて釧路市内(釧路市街、阿寒湖畔)で実施した、クレジットカード利用環境整備のための実証実験(店舗における「クレジットカード利用可能マーク」の設置等)への参加についてお答えください。

1. 実証実験に参加しなかった → 「質問票①」へ (p.2 へ)
2. 実証実験に参加した → 「質問票②」へ (p.3 へ)

※なおお店様には、以下の外国人受入のアピールツールをお渡しています



※ページ数は、紙面下部に記載してあります。

※なおお店が事業に参加していたかどうか不明の場合は、以下までご連絡下さい。

- ① ファッションマンスプーフ MOO の店舗の皆さま → 釧路河野開発公社 事務所
② 釧路和商市場の店舗の皆さま → 釧路和商協同組合 事務所
③ 釧路市内及び阿寒湖畔の店舗の皆さま → 道徳地域総合研究所 (TEL:011-233-3561、担当:山本)

p. 1

【2】

国土交通省 北海道運輸局（委託：釧路地域総合研究所）
「平成 28 年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」決済環境調査事業

質問票① → 問1で「1. 参加しなかった」に○を付けた方

①-問3. 店舗におけるお客様との決済手段についてお答えください

1. 現金のみに対応している
2. クレジットカード決済にも対応している (含む、スマートフォン等を利用した決済サービス)

①-問4. 今回の実証実験に参加しなかった理由について1つだけお答えください

1. カード会社への支払手数料の負担が大きいので、クレジットカードを増やしたくない
2. 商売柄、クレジット決済が増えると資金繰りに影響がでる (例：代金入金までの期間が長いと困る)
3. 商売柄、クレジット決済の必要性を感じていない (例：単価が小額な商品・サービスを扱っている)
4. 外国人客の利用を好んでいない (例：言語対応が不十分のためアピールしたくない)
5. その他 ()

①-問5. 平成28年9月～12月の売上における客単価についてお答えください

1. 昨年よりも上がった 2. 昨年と変わらない 3. 昨年よりも下がった
(客単価が増減した理由について)

①-問6. 平成28年9月～12月の売上の増減についてお答えください

- 問6-1. 昨年(平成27年)の9月～12月と比較した際の、**全体的な売上**の増減について
1. 増加した 2. 変わらない 3. 減少した
問6-2. 昨年(平成27年)の9月～12月と比較した際の、**外国人客による売上**の増減について
1. 増加した 2. 変わらない 3. 減少した
(上記の各売上が増減した理由について)

※ ①-問2で、「クレジットカードにも対応している」にご回答頂いた方は、以下もご回答ください

①-問7. 平成28年9月～12月のクレジットカード決済による売上増についてお答えください

- 問7-1. 昨年(平成27年)の9月～12月と比較した際の、**クレジットカード決済による売上**の増減について
1. 増加した 2. 変わらない 3. 減少した
問7-2. 昨年(平成27年)の9月～12月と比較した際の、**外国人客のクレジットカード決済による売上**の増減について
1. 増加した 2. 変わらない 3. 減少した
(上記のクレジット決済による各売上が増減した理由について)

→ p.5～6の「質問票③ <全事業者共通>」へお進み下さい

p. 2

【3】

国土交通省 北海道運輸局（委託：釧路地域総合研究所）
「平成 28 年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」決済環境調査事業

質問票② → 問1で「2. 参加した」に○を付けた方

②-問3. 今回の実証実験に参加した理由について1つだけお答えください

1. より一層、外国人客の消費を取り込んでいきたいと考えているため
2. クレジットカード増進の導入に関心があったため(この機会に新たに導入したいと考えたため)
3. 行政機関(北海道運輸局)の取り組みなので、とあらず参加してみようと考えたため
4. その他 ()

②-問4. 平成28年9月～12月の売上に関する客単価についてお答えください

1. 昨年よりも上がった 2. 昨年と変わらない 3. 昨年よりも下がった
(客単価が増減した理由について)

②-問5. 平成28年9月～12月の売上の増減についてお答えください

- 問5-1. 昨年(平成27年)の9月～12月と比較した際の、**全体的な売上**の増減について
1. 増加した 2. 変わらない 3. 減少した
問5-2. 昨年(平成27年)の9月～12月と比較した際の、**外国人客による売上**の増減について
1. 増加した 2. 変わらない 3. 減少した
(上記の各売上が増減した理由について)

②-問6. 平成28年9月～12月のクレジットカード決済による売上の増減についてお答えください

- 問6-1. 昨年(平成27年)の9月～12月と比較した際の、**クレジットカード決済による売上**の増減について
1. 増加した 2. 変わらない 3. 減少した
問6-2. 昨年(平成27年)の9月～12月と比較した際の、**外国人客のクレジットカード決済による売上**の増減について
1. 増加した 2. 変わらない 3. 減少した
(上記のクレジット決済による各売上が増減した理由について)

問7. 今回の実証実験のような、「外国人の消費を促進する取組み」は必要だと考えますか

1. 必要だと考える 2. 必要ない 3. わからない
(上記回答に関する理由)

p. 3

【4】

国土交通省 北海道運輸局（委託：釧路地域総合研究所）
「平成 28 年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」決済環境調査事業

②-問8. 事業期間中(9月～12月)、本事業で配布した「クレジットカード可能」を示す「アピールツール(ミニポルや POP)」を実際、店頭でどの程度の期間掲示していたか?についてお答えください ※実証調査ですので、掲示しなかった場合も正直にご回答願います

1. 一度も掲示しなかった
2. クルーズ船が入港した日(9/27、9/30、10/1)のみ掲示した
3. 最初の1～2ヶ月程度は掲示していた(その後、止めてしまった)
4. 期間中(9/27～12月末まで)、ずっと掲示していた(実証実験期間後は、止める予定)
5. 期間中(9/27～12月末まで)、ずっと掲示していた(実証実験期間後も、継続掲示する予定)
6. その他 ()

②-問9. 事業期間中(9～12月)、本事業で配布した「クレジットカード可能」を示す「アピールツール(ミニポルや POP)」について、その効果を感じられましたか? ※実証調査ですので、仮に効果がなかった場合も正直にご回答願います

1. 非常にプラスの効果があったと感じている(利用増、客単価増、売上増に大きく効果があった)
2. そこそこプラスの効果があったと感じている(利用増、客単価増、売上増にそこそこ効果があった)
3. 効果は実感できなかった、わからない
4. その他 ()

②-問10. 事業期間中(9～12月)、本事業で配布した「クレジットカード可能なお店」を示す「外国人観光客向けパンフレット」について、その効果を感じられましたか? ※実証調査ですので、仮に効果がなかった場合も正直にご回答願います

1. 非常にプラスの効果があったと感じている(利用増、客単価増、売上増に大きく効果があった)
2. そこそこプラスの効果があったと感じている(利用増、客単価増、売上増にそこそこ効果があった)
3. 効果は実感できなかった、わからない又は、存在自体を知らなかった
4. その他 ()

(ご参考)



→ p.5～6の「質問票③ <全事業者共通>」へお進み下さい

p. 4

【実証事業後の事後アンケート調査票②（A4×6 ページ）】

【5】

国土交通省 北海道運輸局（委託・釧路圏地域総合研究所）
「平成 25 年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」決算検証調査事業

質問票③ < 全事業者共通 >

問11. 9/27(火)ダイヤモンドプリンセス、9/30(金)シルバーシャドー、10/11(火)フォーレンダム
入港時の、通訳者の配置について教えてください

※ 問11は「フィッシャーマーズワフ MOO」と「和商市場」に入店のお店の方のみご回答下さい

1. 非常に役に立った(常時、通訳がいてくれると今後もビジネスチャンスにつながる)
2. 役に立ったが、いつも必要とは思わない(クルーズ船入港等のイベント時にいけば良い)
3. 通訳は必要ない
4. その他()

(通訳に関するご意見、上記回答に関する理由)

問12. お店として今後、外国人による商品購入・サービス利用を、さらに増やしていきたいと考えますか

1. もっと増やしていきたいと考えている
2. 現状程度で良い、これ以上は増やしたくない
3. むしろ減らしていきたい
4. その他()

(今後の外国人消費に関するご意見等、上記回答に関する理由)

問13. 「地域単位」「商業施設単位」「商店街単位」として、このような外国人による商品購入や
サービス利用を促すための取り組みを、今後も続けていくべきだと考えますか

1. 今後も継続して続けていくべき
2. このような活動は必要ない
3. わからない

(上記回答に関する理由)

問14. その他外国人対応が必要だと感じることがあれば、教えてください(自由記載)

p. 5

【6】

国土交通省 北海道運輸局（委託・釧路圏地域総合研究所）
「平成 25 年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業」決算検証調査事業

問15. ご回答者様の業種について教えてください(必須)

業種	1. 飲食店 2. お土産品店 3. 観光施設 4. 小売店・商店(主な販売品:) 5. 体験観光等事業者(アウダアガイド等) 6. その他の業種()
----	--

問16. ご回答者様に関する基本情報について教えてください(任意)

会社名	(連絡先 TEL:)
ご担当者様 氏名	
社員数	(名) ※代表者も含む、うちパート従業員(名)
売上高(年商)	(百万円)

ご記載頂いた会社名・売上高等は、皆様からのアンケート回収後、統計的に処理しますので、
個別企業様の情報が表に出ることはありません。予めご了承ください。

ご協力ありがとうございました。

p. 6

4-2. 調査結果

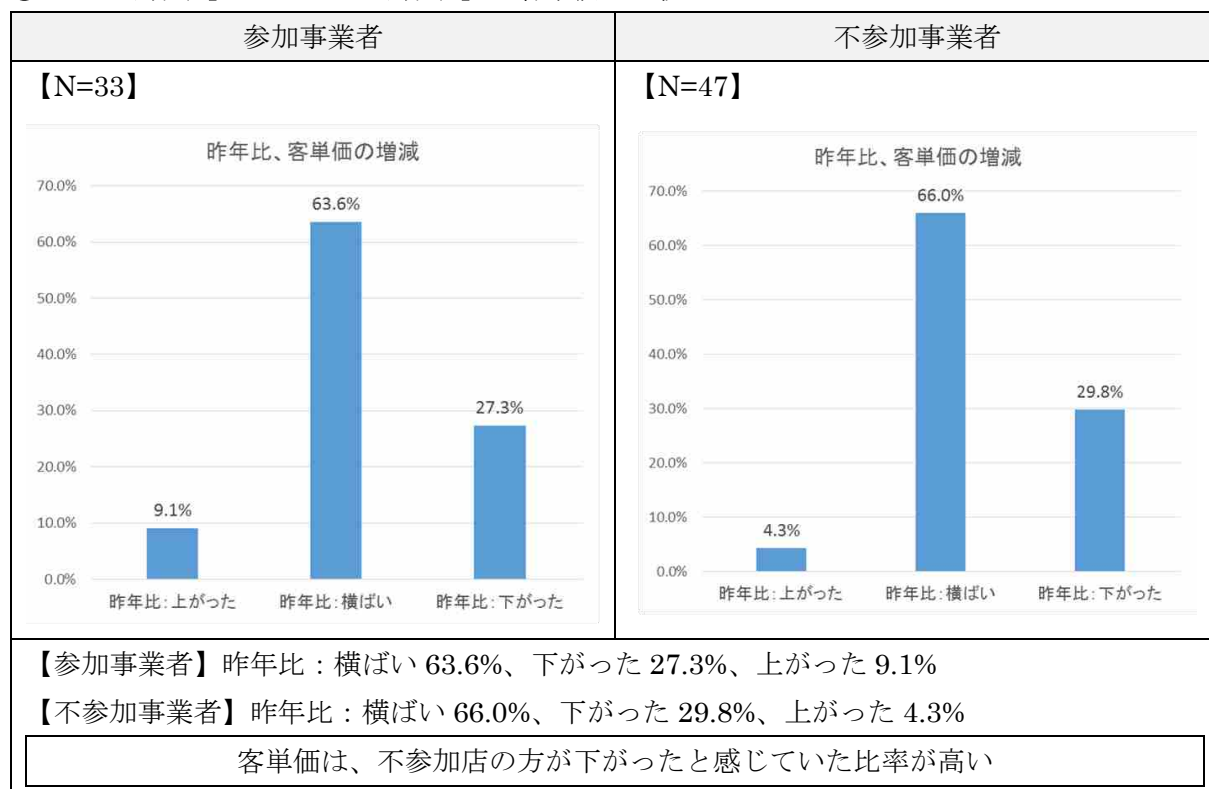
実証事業実施後の調査については、回収した調査票を統計的に処理（単純集計及びクロス集計）することで、以下の結果を得た。

(1)実証事業への「参加事業者」と「不参加事業者」の回答結果の比較

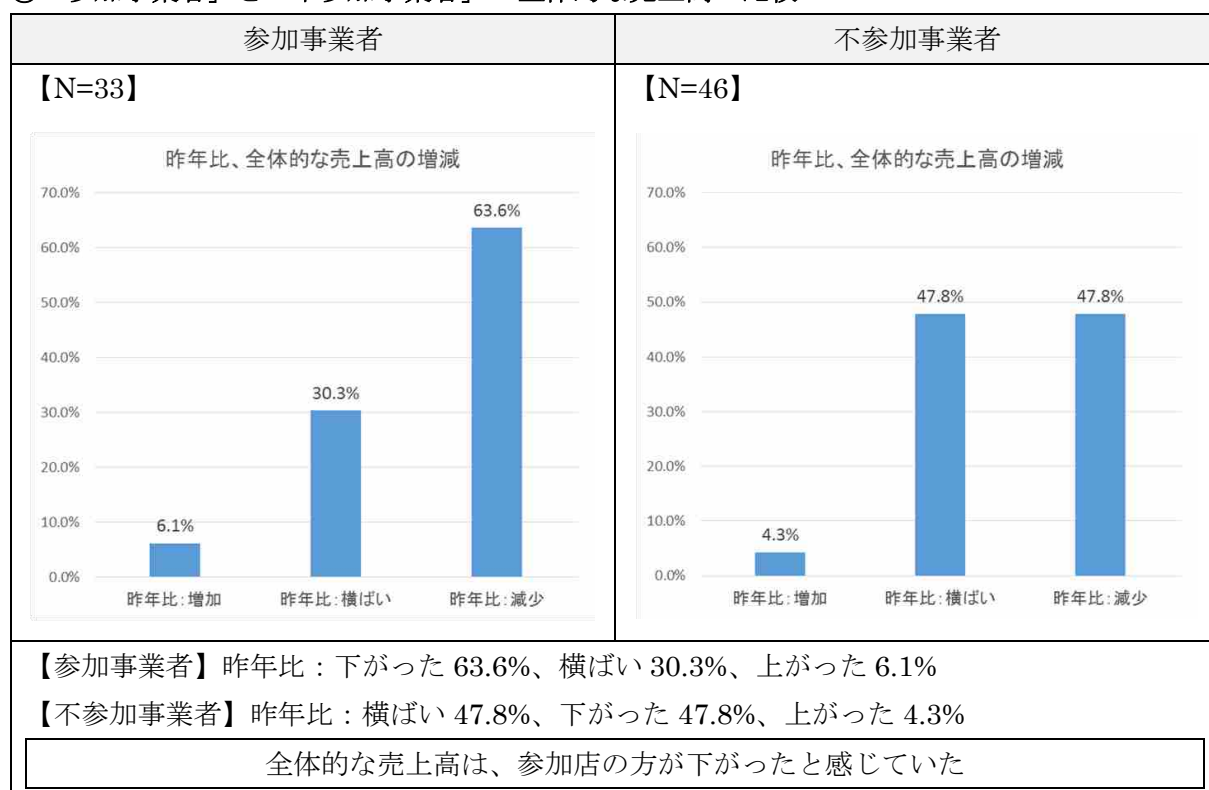
①実証事業への「参加」又は「不参加」の理由

参加	不参加
【参加した理由（N=30）】 ■ 一層、外国人の消費を取り込みたい ■ クレジット端末導入に関心 ■ 行政機関の取組みだから ■ その他	【参加しなかった理由（N=42）】 ■ 支払手数料負担が大きい ■ 資金繰りの悪化懸念 ■ 必要性を感じない ■ 外国人客の利用を好まない ■ その他
	※実証事業への「不参加事業者」における、対応可能な決済手段【回答 N 数=47】 ■ 現金のみ ■ クレジットも可 不参加事業者の約 3 割は、「クレジットカード対応できないこと以外」の理由により不参加
参加事業者の参加理由は、以下の通りとなっており、「行政機関による取組み」というのは普及を推進する上で有効性が高いと言える。 【1 位】一層、外国人消費を取込みたい：56.7% 【2 位】行政機関の取組みだから：36.7%	【1 位】必要性を感じない：45.2% 【2 位】支払手数料負担が大きい：33.3%

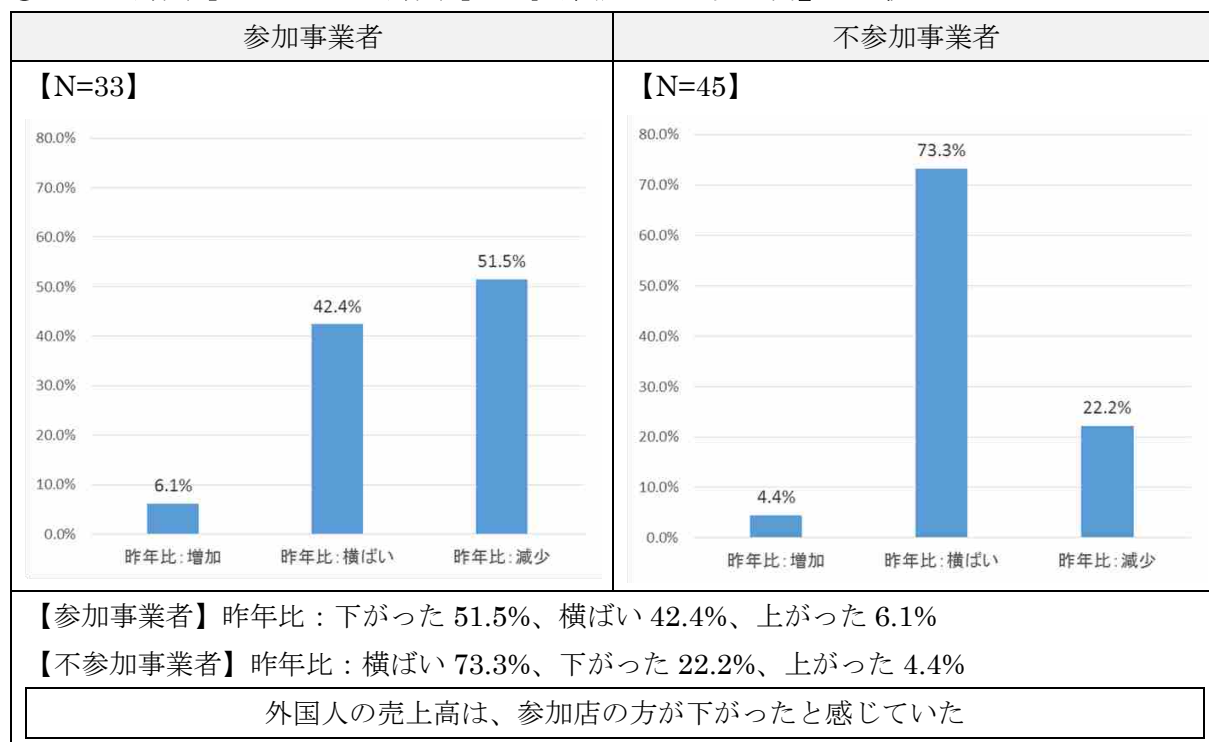
②「参加事業者」と「不参加事業者」の客単価の比較



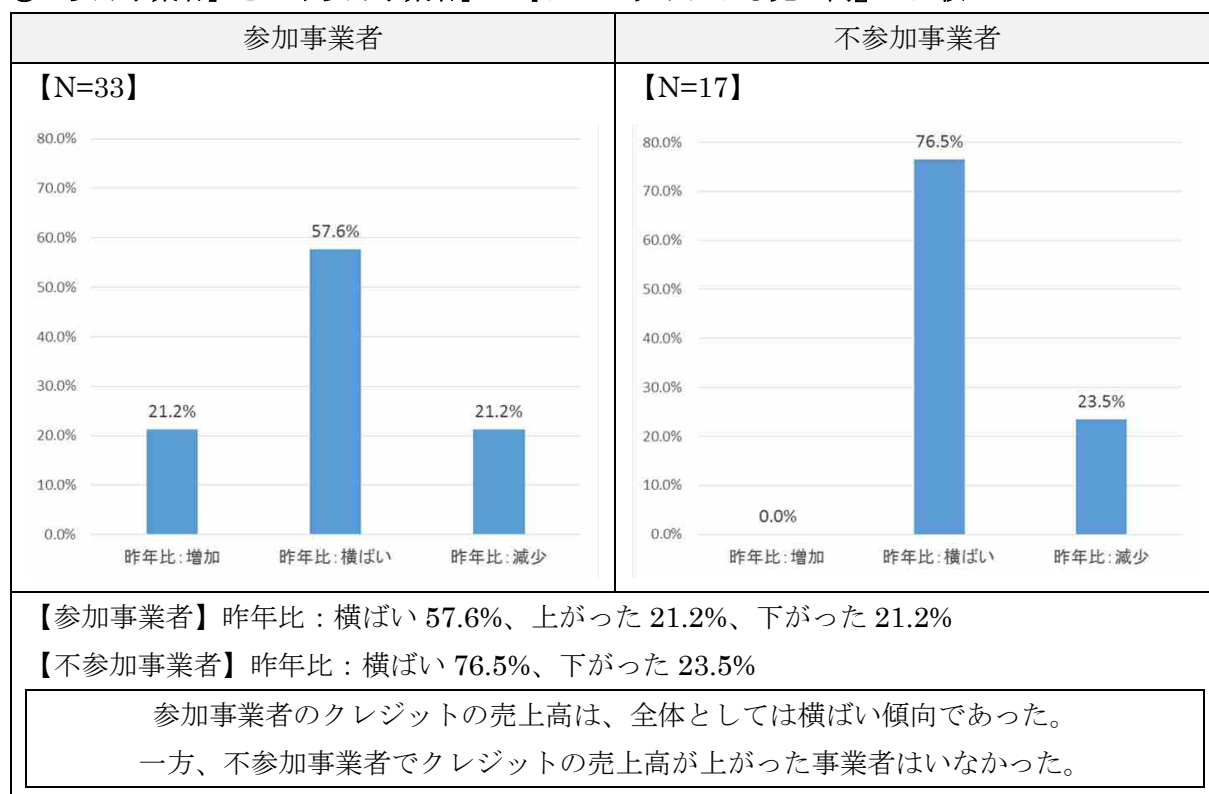
③「参加事業者」と「不参加事業者」の全体的な売上高の比較



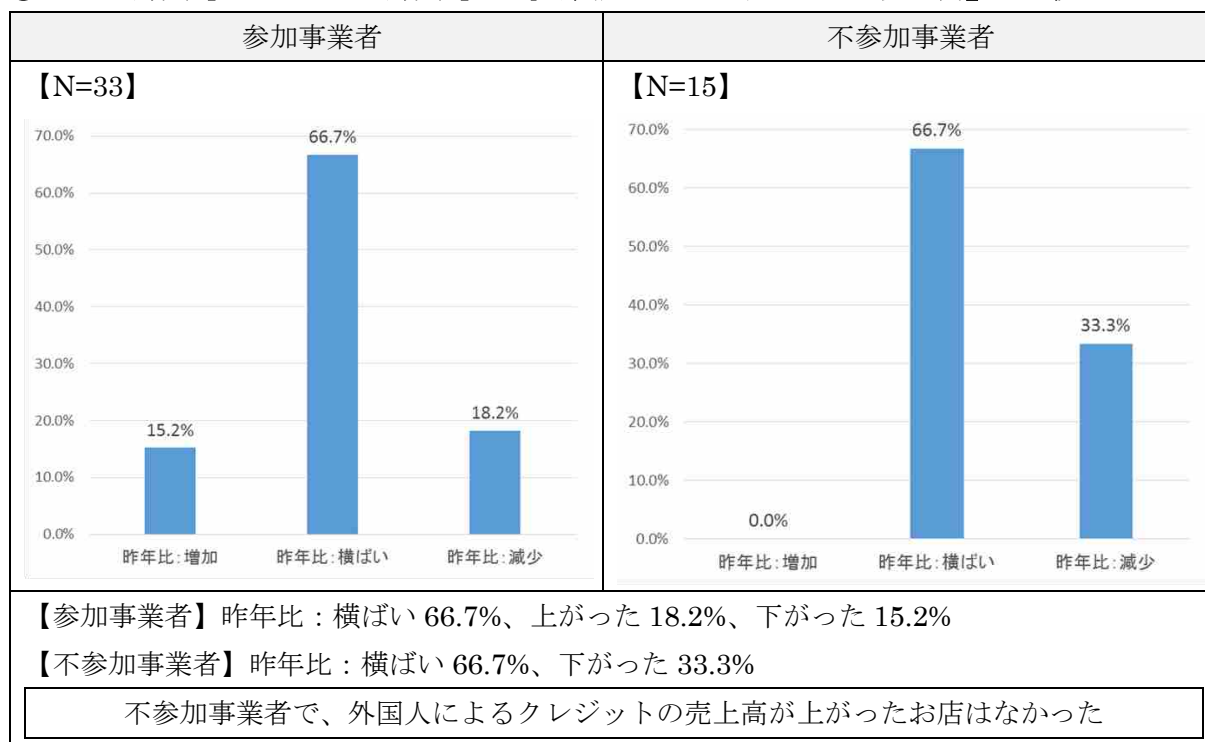
④「参加事業者」と「不参加事業者」の『外国人による売上高』の比較



⑤「参加事業者」と「不参加事業者」の『クレジットによる売上高』の比較

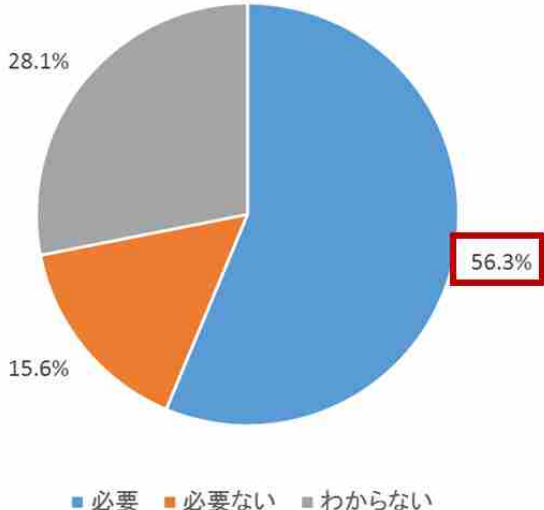


⑥「参加事業者」と「不参加事業者」の『外国人のクレジットによる売上高』の比較

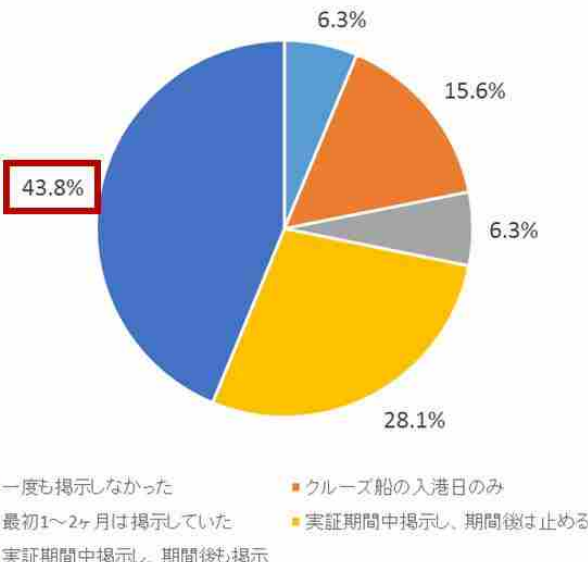


(2)実証事業への「参加事業者」の回答結果

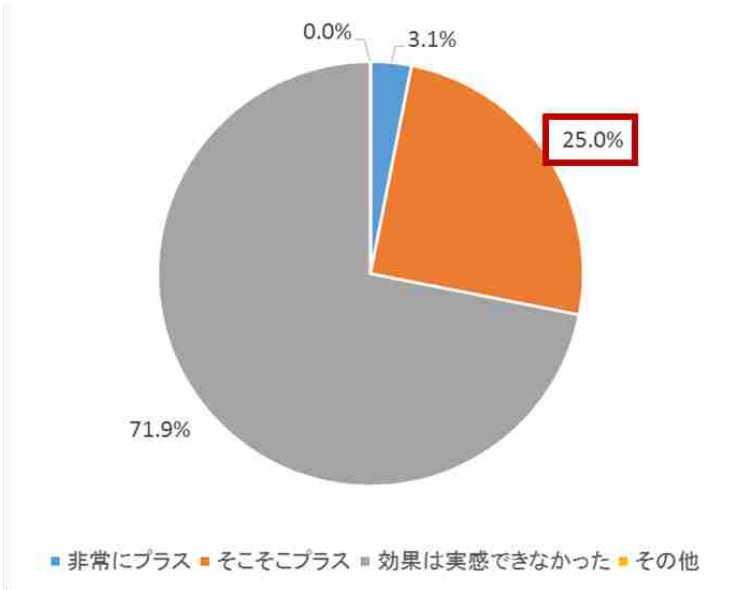
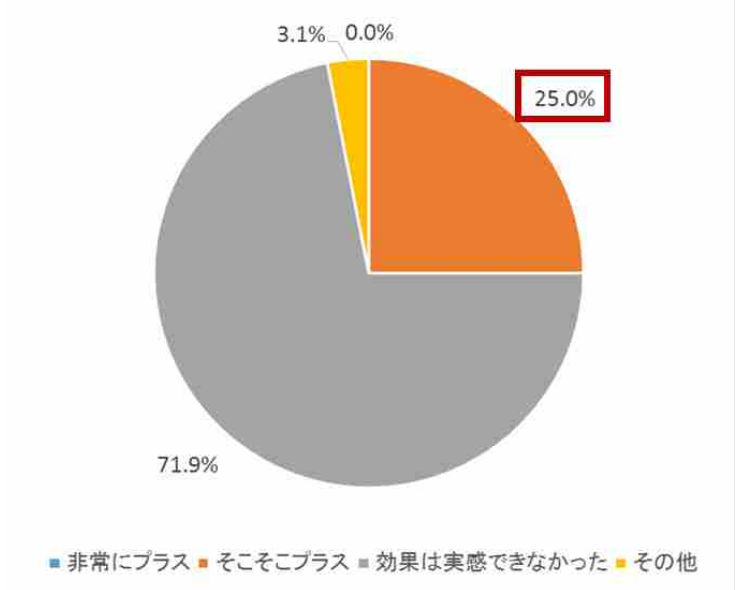
①外国人消費を促進する取組みの必要性

結果	コメント
 ■ 必要 ■ 必要ない ■ わからない	【回答 N 数=32】 回答事業者では、「必要」が 56.3%と全体の半分以上を占めているが、「必要ない」という回答も 15.6%あった。

②掲示ツールの掲示期間

結果	コメント
 ■ 一度も掲示しなかった ■ クルーズ船の入港日のみ ■ 最初1〜2ヶ月は掲示していた ■ 実証期間中掲示し、期間後は止める ■ 実証期間中掲示し、期間後も掲示	【回答 N 数=32】 回答事業者では、「実証期間後も掲示」が 43.8%となり、全体の 4 割強は継続掲示することの必要性を感じて頂いた様子が伺えた。

③ 掲示ツール／パンフレットの効果実感

結果	コメント
【掲示ツール】  0.0% 3.1% 25.0% 71.9% ■ 非常にプラス ■ そこそこプラス ■ 効果は実感できなかった ■ その他	【回答 N 数=32】 「掲示ツール」については、「効果は実感できなかった」という回答が 7 割強を占めているものの、25%は「そこそこプラス」との回答であり、掲示している事業者にとっては多少の効果は感じてもらえたようであった。
【パンフレット】  3.1% 0.0% 25.0% 71.9% ■ 非常にプラス ■ そこそこプラス ■ 効果は実感できなかった ■ その他	【回答 N 数=32】 「パンフレット」についても掲示ツール同様、「効果は実感できなかった」という回答が 7 割強を占めているものの、25%は「そこそこプラス」との回答であり、掲示している事業者にとっては多少の効果は感じてもらえたようであった。

(3)実証事業への取組みに関する回答結果（全事業者対象）

①クルーズ船入港時の通訳設置効果

結果	コメント
42.9% 46.0% 4.8% 6.3% ■ 非常に役立った ■ 役立ったが、平常日は必要ない ■ 通訳は必要ない ■ その他	【回答 N 数=63】 クルーズ船入港時の通訳設置効果については、「役立ったが、平常日は不要」が 46.0%、「非常に役立った」が 42.9%となっており、全体的な取組みの中では最も効果的であることがわかった。反面、「役立ったが、平常日は不要」が最多意見となっており、「日常的に外国人観光客を取り込みたい」という意識はそれ程高くない様子も伺えた。
自由意見	
・メニュー説明等（宗教上・ベジタリアン 等） ・通訳人数が少なかった（MOO） ・売上への影響は、わからなかった ・人数が足りなかった（和商市場） ・ボランティア通訳者の方々という事でしたので、日本語以外会話できない人には大変必要性を感じていると思います。 ・外国人の利用がなかったので、答えようがない ・売上は別として、交流に良い影響を与える	
当日参加した『通訳者』からの意見	
●「地元のもの」「日本らしいもの」「日持ちするもの」（例：日本酒、雪見大福）を求める傾向があった → 珍味・乾物はアジア系に売れていた ●「クレジットは使えるか？」という質問は多い（クレジット可否、ATM、外貨両替に関する情報は必須） ●施設の入口等には、最低でも「英語表記」は必要 ●「試食・試飲」がないと買わない → 外国人は食べてみないと、どんなものかわからない ●「勝手井」は、「生ちらし寿司」という説明が必要。寿司は人気がある ●文化の違いで、「火を通してあるもの」を求める顧客もいた ●和商市場では「どんな魚か？」を聞かれることも多く、多少「魚を知らない」と答えられないこともあった ●MOO では、コーヒーを飲みたいけど現金を持っておらず、クレジットが使えないという例もあった	

②今後の外国人による消費の増加希望

結果	コメント
■もっと増やしていきたい ■現状程度で良い、これ以上は増やしたくない ■むしろ減らしていきたい ■その他	【回答 N 数=73】 「もっと増やしていきたい」が52.1%で最多であるが、「現状程度で良い」という回答も39.7%あった。

③外国人消費拡大の取組みの継続

結果	コメント
■今後も継続して続けていくべき ■わからない ■このような活動は必要ない	【回答 N 数=73】 「今後も継続性続けていくべき」が69.9%と最多であるが、「わからない」26.0%、「このような活動は必要ない」も4.1%あった。

(4)自由意見の総括（定性要因の整理）

アンケート調査時に回答者からあった「自由意見」については、以下に掲載している通りであるが、ここではそこから読み取れる傾向を実証事業後アンケートの定性要因として総括した。

【自由意見の総括】

- 外国人の入込、特に団体での入込が減ったとの意見
 - 「8月の大型台風」「台湾：復興航空の破綻」の影響が大きい
 - また売上については、中国「持込制限」に触れている意見も出ていた
- 言語対応については、課題認識がある通訳だけでなく、メニュー、魚や食材等、中身の説明)
- 外国人旅行者が欲しいお土産がわからない
- 国として取組むことには、力を入れていきたい
- 買い物だけでなく、体験・イベント的なものをした方が良い
- 一方で、外国人旅行者の増加に、ネガティブな意見も出ていた

【自由回答一覧】

- ・本州客が少ない、外国人は中国人が減っている
- ・大型船からのお客様の立ち寄りが少ない。天候、台湾：復興航空破綻の影響：大。特に10月末～12月は団体旅行が減少。
- ・台湾・中国だけでなく、全ての外国人にお店を利用してもらいたい。
- ・クルーズ船からのお客様が、どのようなルートで、例えば阿寒湖に立ち寄り、何日の何時頃、どの辺りに来られるのかわかれば、外国人向けに、その時間帯に、喜んでもらえるよう散策マップ等を差し上げて、阿寒湖の自然にふれあい、何かしらおもてなしができると思います。小さなお店でも何かしたいです。
- ・去年は端末がなかったが、クレジット決済を利用できるようになったため、去年よりも単価が上がった
- ・台風の影響など、観光客の入込が減少したため、全体的な売上げ、外国人による売上げは下がった
- ・言葉の壁をどう、乗り越えるか
- ・クルーズ船入港時に、街頭放送で外国人にメッセージを流したい
- ・（接客が）1人で対応することが多いので、これ以上、現状程度で良い
- ・通訳がいたこともわからなかった
- ・外国人の団体利用が減った
- ・店舗スタッフの語学力の向上
- ・台風の影響でツアーが減った
- ・クレジットカード利用は以前から外国人にも普通に行っているため、今回のような実証事業は必要ない
- ・各テナントで会計するように知らせるPOPなどの設置が必要
- ・地元食材利用の、わかりやすいメニュー作り（表示）

- ・ SNS を利用した細い、各店舗の商品、メニュー作り。外国人客はタブレット・スマホ等で、情報・検索が多く見られる。
- ・ 団体利用が減った
- ・ 業種を問わず、外国人向けに売れる商品であれば、率先して販売していく必要があるのでは？
- ・ 外国人が買い物を目的とはしていない。小売は厳しいでしょう。
- ・ 特に販促をする必要はない
- ・ 何か買ってもらうより、イベント的なことをした方が良いと思う。買い物よりも体験。
- ・ 楽しめる、何かイベントがあればいいと思う。
- ・ 湿原までは遠いし、釧路市内は観光するところがない
- ・ 釧路に来て楽しかったのか、疑問に思う
- ・ 海外客のみを特別扱いすることには疑問
- ・ 釧路市は観光モデル都市なので、もっともっとアピールが必要
- ・ 市場では、魚などの名前（英語、韓国語、中国語）など、わかり易い本があればいいと思います。
- ・ 外国人が欲しい土産品がわからない（中国、韓国以外）
- ・ 国が力を入れている取組みに対応していかなければならない
- ・ 店全体の語学力不足を感じている。店員の高齢化。
- ・ 持ち込み禁止で、これ以上の売上は見込みない。
- ・ カニ販売のことでは、中国人以外、他の国では利用がない。勝手井はいろいろな国の人の需要があるが本来、外国人向け商品は扱っていない
- ・ 言語や文化の違いに対するインフラをどうするべきかについて、まず第一に考えなくてはいけないと思う
- ・ うるさいだけ
- ・ 魚屋であり、土産屋ではないので、むずかしい
- ・ 街全体が潤えばいい
- ・ そのうち外国に持ち帰れる物を増やしていきたいと思う
- ・ 施設全体としてサービスを強化していきたい
- ・ 資金不足のため、（取組みには）援助が必要
- ・ 売りを前面に出すより、交流を！！

4-3. 結果の分析（考察）

前述の決済端末設置等による実証調査の結果を受けて、「決済端末等の普及モデル」を構築するための特徴的な結果、指針的な結果について以下の通り整理した。

(1)実証事業の調査結果の分析の「まとめ」

【調査結果の分析の「まとめ」】

- 事業参加の理由として、参加者の4割弱が「行政機関の取組みだから」と回答
→行政主導の取組みは、参加の裾野を広げるには有効
- 不参加事業者のうち約3割は、クレジット決済対応が可能にも関わらず不参加であった
→「クレジット決済を増やしたくない」「外国人旅行者による購入を増やしたくない」という層が一定程度存在する
- 参加事業者の方が全体的な売上が減少傾向。また、外国人による売上も減少傾向
→参加事業者は外国人による売上比率が高いと想定されるため、外国人による売上が前年より下がった分、全体の売上高も下がったと推察される（爆買い減少の余波と推察）
- クレジット利用に積極的な分、不参加事業者よりも参加事業者の方が、クレジットによる売上減少の影響は小さかった。その中で、外国人のクレジットによる売上は前年比横ばい傾向
- 外国人旅行者に対する消費拡大の取組みについては、事業への参加・不参加に関わらず、約7割が継続すべきとの回答。一方、自店舗において今後、外国人による消費増加希望については約5割にとどまっており、外国人旅行者による消費拡大は、総論では賛成であるものの、個別店舗毎の対応（各論）としては反対の傾向が見られる（総論賛成、各論反対）
- クルーズ船入港時の通訳設置は、全体の約9割が「役立った」と回答。ただし46%は、日常的には必要ないとの回答
→実証事業への参加・不参加に関わらず、通訳設置自体はどの事業者にも前向きに受け止めてもらっていた
- 本事業で作成した、外国人に向けてクレジット利用を周知するための「掲示ツール」や「パンフレット」については、4分の3が「効果を実感できない」、4分の1が「そこそこプラス」と回答
→アクセプタンス周知が直接的な売上増加につながるとは言い難い結果であるも、プラス効果を感じられている事業者も一部いたことから、中長期的に継続することで相応の効果が得られると考えられる（ただし、単にアクセプタンスを表示すれば良いというものではなく、効果的なデザインに対する工夫は必要）
- 通訳者からは「通訳をしている意見」として、以下のものが出ていた。
 - ・外国人旅行者は「地元のもの」「日本らしいもの」「日持ちするもの」を求めている。また、「試食・試飲」がないと買わない（食べてみないと、どんなものかわからない）
 - ・「クレジットは使えるか？」という質問は多い

(2)実証事業の調査結果の分析に見られる「推進のヒント」

前項の結果分析のまとめを踏まえ、クレジット端末等の普及に向けた「きっかけ」となりそうな「推進のヒント」について、以下の通りまとめた。

【クレジット端末等の普及に向けた「推進のヒント」】

- アクセプタンスの周知は、やらないよりは、やった方が良い。ただし費用対効果の観点から、個別事業者毎で取り組んでもらうにはハードルが高い
- 行政機関等が主導することで、必ずしも外国人の消費拡大に積極的ではなくてもこのような取り組みに参加してくれる層は一定程度存在している（本事業では、参加者の約4割）
- 外国人の消費拡大については、「総論賛成、各論反対」の傾向があることから、個店毎に、外国人対応に課題意識はあるものと推察される（継続すべきとの回答も約7割あった）
- 「通訳」、広義でのスムーズな言語対応（=外国語対応メニュー等）については、事業者側のニーズは高い
- 地元で商売されている方々にとっては、外国人、特に欧米系の求めているものがわからない（まずは自分達が取り扱っている商品を売るだけで、「さらに売れるようにするために、さらにどうアレンジすれば良いか？」という発想まで結びつきにくい。）
- 以上から、インフラとしての決済環境整備そのものやアクセプタンス周知は、短期的な売上増加につながっているとは言い難い中でも、外国人対応についての地域としての課題意識は、総論としては共有されていることから、各事業者とも何かしらの対応は必要だと考えている。このことから、個別事業者として取り組むにはメリットは少ないものの、地域等として面で、かつ継続的に取り組むことが必要。これによって長期的には、外国人旅行者が地域にお金を落としていく受け皿につながる（実施単位・範囲については、検討する必要がある）

5. 決済端末等の普及モデル

本項では、ここまでの各種調査の分析結果に基づいて、「決済端末等の普及モデル」を構築する。決済端末等の普及モデル構築については、まずは各調査の分析結果を総括的に整理した上で普及に向けた課題を抽出。その課題の解消を図る方策・方針として「決済端末等の普及モデル」について記載した。

5-1. 各調査結果の総括的整理

まずは各調査の分析結果について、以下の通り総括的に整理した。総括的整理では「訪日外国人旅行者」「地域の事業者」双方の『意見』から、その『課題』と『利害一致点』を探ることで、普及モデル構築に向けた糸口を探った。

【各調査の分析結果に関する総括的整理】



ここからさらに、上記表の総括的整理から得られた『気付き(=普及に向けたヒント)』に基づいて、普及モデル構築に向けた方向性として次ページの通り、『消費拡大』に向けたポイントと、決済環境整備の方向性について整理した。

【『消費拡大』に向けたポイントと、決済環境整備の方向性】

消費拡大に向けたポイントの総括	①外国人対応についての課題意識は各事業者、総論で共有されている中、「点（=個別事業者単位）」ではなく、「面（=施設単位、地域単位、カード会社単位）」での対応が必要 →個店毎に導入を促して整備していくことは、個別事情が絡み、ハードルが高い（消費拡大効果が短期的に見えない中で、個店対応は各論に埋没してしまう） ②国民性を問わず外国人旅行者は、「地元のもの」「日本らしいもの」「日持ちするもの」が大事。その上で国民性に合わせた商品提供方法を考えていく他、「試食・試飲」は不可欠 （商品の魅力を情報だけでなく、「五感」で伝えることが必要）
決済環境の整備に向けた、展開の方向性	①クレジット使用可能店舗等における、「地域単位」「施設単位」「業界団体単位」「カード会社単位」「観光協会」等での、アクセプタンス・プロモーションの強化が必要 ②地域内の決済全般（クレジット可能店舗、外貨両替、インターナショナルATM等）に関する包括的な情報提供が必要 ③「地域単位」「施設単位」で、一括でクレジット決済できる仕組みの導入が必要 →仕組みの一例として、地域内で利用できるクーポンのようなものを、クレジット決済で購入できるようにする等がアイデアとして考えられる

5-2. 決済端末等の普及に向けた課題

以上までの分析結果を踏まえ、「決済端末等に普及に向けた課題」について以下の通りまとめた。

【決済端末等の普及に向けた主要な課題一覧】

区分	課題
需要・手間	①外国人旅行者を対象に商売をしたいという需要・意欲に乏しい（地元客が自分達の顧客であり、外国人旅行者は主要顧客では無いと考えている）
	②外国人旅行者が「現金」で決済してくれるので、それで良いと思っている（さらなるビジネスの拡大意向・意欲がそれほど無い）
	③事業者の高齢化が進んでおり、端末操作や事後処理の手間が面倒
費用対効果	④「カード会社に支払う手数料がもったいない」と感じている（手数料分、損をしているという意識で、クレジット払いによる需要喚起まで至っていない）
	⑤上記④に付随して、クレジット払いによる需要喚起を図るための「アクセプタンスの掲示」等を充分に行っていない。（よって、費用対効果を得られない）
北海道全体	⑥道内地方に行く程上記①～⑤による意識が強く、クレジット端末設置が進んでいないが、地方に行く程、外国人観光客側のクレジット利用ニーズは高くなる

普及に向けた課題は上記の通りであるが、その中でも最大の課題は、次ページの表「道内の各地域の特性と、決済環境整備状況の区分一覧」で示している通り、「北海道らしさが堪能できる大自然がある地域に行って観光しようとする程、現金（日本円）以外での決済手段が乏しい」という矛盾を抱えていることにある。具体的には、以下のような現状が北海道内では起こっており、これは日本国内でも面積が広い北海道ならではの課題だと言えることができる。

- ①札幌・旭川等の都心部又は都心部近郊では、必ずしも個別店舗においてクレジット決済環境が整っていないとしても「銀行等での外貨両替」や「国際 ATM を利用したキャッシング」によって、外国人観光客でもスムーズに現金化（日本円化）できる環境がある。
- ②その反面、北海道内における観光の「売り」はその『大自然』であり、大自然を観光資源として売り込んでいくために今後、一段と非都心部での観光アクティビティ等（体験観光）の整備を進めていく必要がある。
- ③しかしながら一般論として、地方部に行く程「外貨両替」や「国際 ATM を利用したキャッシング」といった決済環境が整備されておらず、ここに訪日外国人の立場では現金（日本円）を保有している範囲でしか観光を楽しめないという矛盾が生じている。
- ④加えて北海道は、他の都府県と比較してもその面積が広大（1 振興局が、1 都府県に匹敵もしくはそれ以上の面積を有する）であることから、訪日外国人観光客にとっては「外貨両替施設・設備」や「キャッシング可能な国際 ATM」を含めた決済環境整備の密度は、他府県と比較して著しく低い環境にあると言える。
- ⑤以上の課題を解消する手段として、地方部の個別店舗や地域では「クレジット端末の導入」等を通じたクレジット決済できる環境整備が、より重要になってくると考えられる。

【道内の各地域の特性と、決済環境整備状況の区分一覧】

		地域中核都市から近い（公共交通機関で2時間圏内）		地域中核都市から遠い（公共交通機関で2時間以上）		
		体験型（文化・歴史等）	体感型（自然等）	体験型（文化・歴史等）	体感型（自然等）	
道内地域の例		・札幌 ・小樽（小樽運河） ・旭川（旭山動物園） ・函館	・富良野/美瑛（花観光） ・釧路湿原 ・網走（冬：流氷） ・根室（バードウォッチ）	・登別・洞爺（温泉） ・阿寒（アイヌ文化、温泉） ・余市（ニッカ） ・日高（競走馬）	・ニセコ地区（スキーリゾート） ・ウトロ地区 ・利尻/礼文	
観光展開の方向性		・地元体験/食 ・散策/街歩き	・観光地観光	・文化体験 ・そのため観光	・大自然体感 ・そのため観光	
決済傾向	アジア系	・自国で事前に日本円に外貨両替してくる層はいる。ただし世帯年収は二極化しているので、高所得層を取り込むには現金だけでは厳しい				
	欧米系	・旅行先で必要に応じて、ATM等で引き出す層も多い。来道観光客の世帯年収も高めなので、現金以外の手段は必要				
大まかな地域区分による決済環境の整備状況		徒歩圏で決済環境は整っている	決済環境は整っているが、密度は低い	外貨両替は難しく、コンビニATM次第	現金以外の決済手段の使用は難しい	
		○	△	▲	×	
①クレジット決済対応		○ 業種問わず、多くの店舗等で使用可能	△ 大手小売店舗・お土産店・大～中規模宿泊施設等で使用可能	△ 大手小売店舗・お土産店・大～中規模宿泊施設等で使用可能	▲ お土産店の他、大～中規模宿泊施設等があれば可能な程度	
②外貨両替		○ 外貨両替可能な銀行店舗：多	△ 銀行によっては支店で外貨両替に対応している	×	×	
③国際ATM		○ 大手銀行支店の他、コンビニATMもあり、密度も高い	△ コンビニATM次第だが、コンビニ自体の密度は低い	△ コンビニATM次第だが、コンビニ自体の密度は低い	▲ コンビニATM次第だが、コンビニ自体がかなり少ない	
④その他手段		△ 一部では導入が進んでいる	×	×	×	
業種別のクレジット利用可否傾向		①宿泊施設	○ 通常のホテルであれば、問題なく使用できる	△ 通常のホテルであれば使用できるが、ペンション・民宿等では使えないところもある	△ 通常のホテルであれば使用できるが、ペンション・民宿等では使えないところもある	
		②飲食店	○～△ 個人経営の場合は使えない場合も多いが、観光客も来るお店は大体使用できる（しかし店舗外からはわかりにくい）	▲ チェーン店以外では、有名店でも使えないお店が多い	▲ チェーン店以外では、有名店でも使えないお店が多い	▲ チェーン店以外では、有名店でも使えないお店が多い（ただしニセコ地区のリゾートエリアは例外）
		③お土産店	○ ほぼ使える	○ ほぼ使える	○ ほぼ使える	○ ほぼ使える
		④観光施設	×	×	×	×
		⑤交通事業者	×	×	×	×
		⑥小売店	○ 通常のお店であれば可	△ チェーン店等では可も、地元のお店はお店による	△ チェーン店等では可も、地元のお店はお店による	△ チェーン店等では可も、地元のお店はお店による
		⑦体験観光事業者	△ 個人事業主としてやっている観光ガイド等では扱っていないケースも多い	△ 個人事業主としてやっている観光ガイド等では扱っていないケースも多い	△ 個人事業主としてやっている観光ガイド等では扱っていないケースも多い	△ 個人事業主としてやっている観光ガイド等では扱っていないケースも多い
観光振興の観点から、特に決済環境整備の促進が求められる業種		●公共の観光施設等	●公共の観光施設等 ●地元の飲食店 ●バス・タクシー事業者 ●体験観光ガイド等	●公共の観光施設等 ●地元の飲食店 ●地元の小売店	●地元の飲食店 ●バス・タクシー事業者 ●体験観光ガイド等	

以上から普及モデルには、前ページで記載した「外国人旅行者を対象に商売をしたいという需要・意欲に乏しい」「外国人観光客が現金決済してくれるので、それで良いと思っている」「端末操作や事後処理の手間が面倒」「カード会社に支払う手数料がもったいない」「アクセプタンスの掲示等を充分に行っていない」といった課題が同時に解消される対応策でなければ、北海道として最大の課題である「地方部に行く程、決済環境が整備されていない状況」も解消されないと考えられる。

5-3. 決済端末等の普及モデル

決済端末等の普及に向けては「地域特性」による決済環境の整備状況と、地域毎に外国人旅行者のニーズが高い「業種別」で、その整備すべき方向性が違っていると考えられる。このことから以下の通り、横軸に「地域特性」、縦軸に「主要な観光関連業種」をプロットした『展開モデル』を構築し、それぞれの地域性に応じた展開方策を検討できるように整理した。

(1)「地域特性×業種別」による展開モデル

以下の展開モデルは、道内の地域をその特性に応じて4つに分類し、その地域毎に決済環境を強化すべき業種を一覧にした表である。

【「地域特性×業種別」による展開モデル】

業種別	地域中核都市から近い		地域中核都市から遠い	
	体験型 (文化・歴史等)	体感型 (自然等)	体験型 (文化・歴史等)	体感型 (自然等)
①公共の観光施設	行政施策として、クレジット端末導入が必要	行政施策として、クレジット端末導入が必要	行政施策として、クレジット端末導入が必要	—
②地元の飲食店	—	個店毎の端末設置の他、観光協会やホテル等によるミールクーポンの販売等で入金までの立替等に対応	個店毎の端末設置の他、観光協会やホテル等によるミールクーポンの販売等で入金までの立替等に対応	個店毎の端末設置の他、観光協会やホテル等によるミールクーポンの販売等で入金までの立替等に対応
③地元の小売店	—	市場や施設のテナントの場合は施設単位で、個店は原則、個別対応にならざるを得ない	市場や施設テナントの場合は施設単位で、個店は原則、個別対応にならざるを得ない	—
④バス・タクシー事業者	—	全車への個車対応は難しいため、出発・帰着の同一対応又は、事前支払いが可能な定期観光ルートの構築強化が必要	—	全車への個車対応は難しいため、出発・帰着の同一対応又は、事前支払いが可能な定期観光ルートの構築強化が必要
⑤体験観光ガイド	—	モバイルタイプの端末等による対応強化	—	モバイルタイプの端末等による対応強化
パターン区分	A.都市部・体験パターン	B.都市部・体感パターン	C.地方・体験パターン	D.地方・体感パターン

モデル表の通り、北海道は全体的に決済環境が整っていないとは言え、実際は札幌のような都心部では、「クレジット」「外貨両替」「国際ATM」等の外国人旅行者にとっての決済手段は相応に充実していると言える。また、そのような決済整備の状況と合わせて、地域の主要な観光資源によっても、特に決済ができた方が良い業種も異なってくる。このことから以下、道内地域の4分類別に、該当する地域が取るべき対応方針について「決済端末等の普及モデル」としてまとめた。

①「A.都市部・体験パターン」

札幌や旭川のような中核都市又は中核都市に近い街では、クレジット決済ができないとしても、「外貨両替」や「国際 ATM」といった対応が相応に可能である。しかしながら、「公共の観光施設」については道内全般にクレジット対応していないことから、より文化的な観光を充実させるためにも、美術館や博物館・科学館等において、クレジット対応を進めていくことは重要だと考えられる。

【「A.都市部・体験パターン」における業種別の現状・課題と、普及策及び展開主体】

	①公共の 観光施設	②地元の 飲食店	③地元の 小売店	④バス・ タクシー	⑤体験観光 ガイド
地域における 現状	ほとんどの公共の 観光施設は、クレ ジットに対応して いない	個人店舗では対 応していないお店 もあるが、観光客 向けはほぼ対応	同業も多いことか ら、お店を探せば 購入できない物 品はほぼない	タクシーの約半分 がクレジット対応。 バスは都市間と 定期観光のみ	個人事業主の場 合を除けば、旅行 代理店経由であ れば問題ない
導入における 課題	行政機関の対応 次第(例:国立西洋 美術館はクレジットで 観覧券が購入可能)	—	—	路線バスでのクレ ジット対応は現状、 極めて困難	—
個店での対応	—	—	—	—	—
施設単位での 対応	—	—	—	—	—
地域単位での 対応	施設は道立、市 立等あるが、クレ ジット対応は自治 体単位で進める べき事項(国のス マート決済の取り組 みに合わせるべき)	—	—	—	—

②「B.都市部・体感パターン」

富良野や網走等、地域の中核都市に近いながらも、北海道らしい自然が観光資源となっている地域においては、近隣中核都市において「外貨両替」や「国際ATM」といった決済手段が一通り整っている一方、その密度の低さは課題である。一方で、距離的には中核都市に近いことから、各業種においてクレジット決済ができる環境を進めることによる消費拡大が期待しやすい地域であるとも言える。

【「B.都市部・体感パターン」における業種別の現状・課題と、普及策及び展開主体】

	①公共の観光施設	②地元の飲食店	③地元の小売店	④バス・タクシー	⑤体験観光ガイド
地域における現状	ほとんどの公共の観光施設は、クレジットに対応していない	個人店舗が多く、有名店でもクレジット対応していない店が多い	同業も多いことから、お店を探せば購入できない商品は少ない	タクシーの約半分以上がクレジット対応。バスは都市間と定期観光のみ	個人事業主の場合を除けば、旅行代理店経由であれば問題ない
導入における課題	行政機関の対応次第	「手数料」と「入金までの立替」	「手数料」と「入金までの立替」	タクシー会社単位で全車への端末設置は困難	「入金までの立替」の他、「屋外使用」「季節性」
個店での対応	—	通常のカード会社加盟の他、スマホ決済等も視野に入れて個別推進	路面店は、通常のカード会社加盟、スマホ決済での個店導入を検討	事前予約についてはクレジット対応できるよう最低台数の導入推進	モバイル端末やスマホ決済等、野外通信可能な端末の導入推進
施設単位での対応	—	—	テナントの場合は、外国人の受入れ啓蒙からスタート	—	—
地域単位での対応	施設は道立、市立・町立等があるが、クレジット対応は自治体単位で進めるべき事項	観光協会やホテルと連携してミールクーポンをクレジットで購入できる体制構築(北見焼肉ミートクーポンの仕組みを応用)	—	定期観光コースの充実化を図り、事前決済できるよう、各社の端末が少なくても対応できるようにする	観光協会やホテルと連携してガイドクーポンをクレジットで購入できる体制構築

「B.都市部・体感パターン」の地域は、北海道らしい特徴ある観光資源に恵まれていることから、上記表に記載の通り、特に「地域単位」で各業種における決済環境整備を積極的に進めることが望ましい。

③「C.地方・体験パターン」

登別・洞爺や阿寒等、地域の中核都市から離れているものの、その地域の観光資源が文化的なものである地域については、当該エリア内での飲食・小売による消費拡大が期待できる。一方で近隣には「外貨両替」や「国際ATM」といった決済手段は限られている（せいぜい国際ATMが設置されているコンビニエンスストアが、車で数km走った範囲にあるかどうか）ことから、原則は個別の事業者毎にクレジット対応を進めることが望ましい。

【「C.地方・体験パターン」における業種別の現状・課題と、普及策及び展開主体】

	①公共の 観光施設	②地元の 飲食店	③地元の 小売店	④バス・ タクシー	⑤体験観光 ガイド
地域における 現状	ほとんどの公共の 観光施設は、クレ ジットに対応して いない	個人店舗では対 応していないお店 もあるが、観光客 向けはほぼ対応	同業も多いことか ら、お店を探せば 購入できない物 品はほぼない	タクシーの約半分 がクレジット対応。 バスは都市間と 定期観光のみ	個人事業主の場 合を除けば、旅行 代理店経由であ れば問題ない
導入における 課題	行政機関の対応 次第	「手数料」と「入金 までの立替」	「手数料」と「入金 までの立替」	路線バスでのクレ ジット対応は現状、 極めて困難	—
個店での対応	—	通常のカード会社 加盟の他、スマホ 決済等も視野に 入れて個別推進	路面店は、通常 のカード会社加盟、 スマホ決済での 個店導入を検討	—	—
施設単位での 対応	—	—	—	—	—
地域単位での 対応	施設は道立、市 立・町立等あるが、 クレジット対応は 自治体単位で進 めるべき事項	観光協会やホテルと連携してミールクーポンをクレジットで購入できる体制構築	—	—	—

一方で温泉地として観光地化しているような、地域内の観光施設等の密度が高い地域においては、特に飲食店を中心に、「地域単位」での対応を高めることで、新しい需要喚起も望めると考えられる（一例として、温泉街の場合は夕食がホテル内で提供されるため、夕食後の時間をスナック等で楽しむようにする等の体制を、観光協会等が中心となって構築することが可能ではないか）。

④「D.地方・体感パターン」

ウトロ地区・利尻島／礼文島といった、地域中核都市から離れていて、主たる観光資源が北海道らしい自然になっている地域では、域内を移動するための「バス・タクシー」といった交通機関や、自然を堪能するための「体験観光ガイド」に需要がある。一方で「外貨両替」や「国際 ATM」といった決済手段はほぼ期待できないことから、原則的には個別事業者毎にクレジット対応を進めることが望ましい。

【「D.地方・体感パターン」における業種別の現状・課題と、普及策及び展開主体】

	①公共の 観光施設	②地元の 飲食店	③地元の 小売店	④バス・ タクシー	⑤体験観光 ガイド
地域における 現状	公共の観光施設は、あまり無い	個人店舗では対応していないお店もあるが、観光客向けはほぼ対応	同業も多いことから、お店を探せば購入できない物品はほぼない	タクシーの約半分がクレジット対応。バスは都市間と定期観光のみ	個人事業主の場合を除けば、旅行代理店経由であれば問題ない
導入における 課題	—	「手数料」と「入金までの立替」	「手数料」と「入金までの立替」	タクシー会社単位で全車への端末設置は困難	「入金までの立替」の他、「屋外使用」「季節性」
個店での対応	—	通常のカード会社加盟の他、スマホ決済等も視野に入れて個別推進	路面店は、通常のカード会社加盟、スマホ決済での個店導入を検討	事前予約についてはクレジット対応できるよう最低台数の導入推進	モバイル端末やスマホ決済等、野外通信可能な端末の導入推進
施設単位での 対応	—	—	—	—	—
地域単位での 対応	—	観光協会やホテルと連携してミールクーポンをクレジットで購入できる体制構築	—	定期観光コースの充実化を図り、事前決済できるよう、各社の端末が少なくても対応できるようにする	観光協会やホテルと連携してガイドクーポンをクレジットで購入できる体制構築

ただし「D.地方・体感パターン」の地域は、北海道らしい特徴ある自然環境ゆえに、特に交通機関が非常に不便であることから、「二次交通の仕組み化」と「体験観光」を組み合わせた仕掛けと、それを地域の観光協会等が決済代行できる仕組みを進めることで、既存の観光事業者だけでなく、新規の観光ガイド事業者等呼び込むことも期待できると考えられる。

(2)「業種別」による具体的な展開モデルの考察

①公共施設

公共施設における決済環境整備については、所管する行政機関（省庁、地方自治体等）の対応次第で、クレジット端末等の設置等が可能であると考えられる。その一例として「国立西洋美術館」（運営・管理：独立行政法人国立美術館）を始めとした複数の国立美術館では、既に観覧料のクレジットカード決済対応を実施していると共に、ホームページにおいても具体的にクレジット利用が可能な旨を告知している。

【国立西洋美術館ホームページより】

国立西洋美術館 (The National Museum of Western Art) のホームページのスクリーンショット。右側の「ご利用案内」ページには、観覧料の表が掲載されている。

	個人	団体(20名以上)
一般	430円	220円
大学生	130円	70円

(参考) 国立西洋美術館 (最終アクセス：平成 29 年 3 月 30 日) <http://www.nmwa.go.jp/jp/index.html>

②地元の飲食店

地元の飲食店における決済環境整備については、飲食店が単独でクレジット等が利用できる環境整備を進めるには、飲食店オーナー毎の考え方の違いもあることから、地域・エリアとして個別店舗が一律の整備を進めるにはハードルが高いと考えられる。これに対する代替策として、地域の『観光協会』や『ホテル』等が連携して、地元飲食店で使用できるミールクーポン等をクレジット決済で購入できる体制を地域で構築する等が望ましいと考えられる。

そのような仕組みの一例として、北海道北見市で実施している「北見焼肉ミートクーポン」の仕組みは、参考になる取組みの 1 つだと言える（「北見焼肉ミートクーポン」とは、北見観光協会が中心となって、北見市内のホテル宿泊者が 2,000 円のクーポンをホテルで購入し、市内 20 店舗の焼肉店で北見焼肉のセットを食べることができる仕組み）。

本クーポンの平成 29 年 3 月時点の仕組みは、既にクレジット決済対応していることが多いホテル等で購入する仕組みとなっているため、クレジットカード決済可能なホテルではクレジットによるクーポン購入が可能となっている。このような仕組みの整備によって、購入についてクレジット利用できるようにしたことで、地域・エリアとしては間接的にクレジット決済の環境を整えることにつながると考えられる。

【「北見焼肉ミートクーポン」ホームページより】

北見焼肉 ミートクーポン

ミートクーポンについて 北見式焼肉とは クーポンが使える焼肉店 購入可能宿泊施設 焼肉後はバーで2次会

北見焼肉 ミートクーポンとは

北見焼肉ミートクーポンとは、北見市内のホテル宿泊者だけが購入できる、お得なクーポンです。2,000円のクーポンをホテルで購入し、市内20店舗の焼肉店で通常よりも500円～1,000円お得に北見焼肉のスペシャルセットを食べることができます。

ひがし北海道を旅する際、北見市にご宿泊いただき、自慢の食文化を楽しんでいただく企画「北見焼肉ミートクーポン」。北見に宿泊するみなさんに、北見のソウルフードを気軽に、そしてお得に！ぜひご活用ください。

北見焼肉 ミートクーポン 使い方指南

- クーポン取り扱い宿泊施設を予約**
まずは、クーポンの取り扱い宿泊施設を予約しましょう。
取り扱い施設は、下のリストをご参考に。
- 宿泊施設でクーポンを買う**
宿泊施設のフロントで、ミートクーポンを購入しましょう。
お得なクーポン購入は、宿泊者の特権です。
- 焼肉店を予約する**
※ 営業中入店できない場合もあり、事前に要確認。
北見観光協会ホームページを参考に、クーポンの利用が出来る事をお店に伝えて予約しましょう。
- お店でミートクーポンを渡す**
お店についたら、クーポンをお店の人に渡しましょう。
セットだけじゃ足りない時は、別途追加注文！

(参考) 北見焼肉ミートクーポン(最終アクセス:平成 29 年 3 月 30 日) <http://kitami-meatcoupon.info/index.html>

③地元の小売店

地元の小売店における決済環境整備については、路面店の場合は通常のクレジットカード会社への加盟やスマホ決済での個店導入を検討するしかなく、基本的には小売店オーナー毎の考え方の違いもあり、地域として個別店舗が一律に整備を進めるにはハードルが高いと考えられる。一方で商業施設等へのテナントの場合には、施設単位による外国人観光客の受入れ啓蒙活動からスタートする必要がある。

具体的には、本実証調査にて実施した例のように、「クレジットカード」「免税手続き（免税一括カウンターの設置）」「購入商品の配送」をワンパックにしてアピールする等による消費意欲喚起を地道に訴求していくことが重要である。

【本実証調査にて実施した、釧路フィッシャーマンズワーフ MOO での取組み例】

釧路フィッシャーマンズワーフMOO

MOOでの買い物は、 クレジットで便利に! 免税でお得に!

Point 1 クレジットカードでショッピング

釧路フィッシャーマンズワーフMOOには、クレジットカードでショッピングできるお店や飲食店が多数揃っているのので、安心してお買物をすることができます。

また、クレジットカードに対応しているお店については、[KUSHIRO Credit Cards Shopping Guide]に掲載しています。

※使用できるカードブランドは、各店舗でご確認ください。

Point 2 免税のお手続き

釧路フィッシャーマンズワーフMOOでは、以下のお店でショッピングしたものに 대해서는、「消耗品で合計5,000円(税別)以上」「一般物品で合計5,000円(税別)以上」となった場合に、「免税一括カウンター」にて免税の手続きを受けられます。

【免税店舗一覧】

- たんばや
- おが町
- 中野屋
- MOOガイド

【免税手続きの例】

A店でお菓子を購入: 4,000円	合計5,000円(税別)以上
B店でお菓子を購入: 3,000円	

免税カウンターで一括手続き!

旅行中に購入した商品は、EMS(Express Mail Service)で自国に送ることができます。

EMS(Express Mail Service)は世界120以上の国や地域に、30kgまでの荷物を安心、簡単、便利に送れる国際郵便のサービスです。EMSを使えば、旅行中に購入した商品や、かさばる荷物も、釧路フィッシャーマンズワーフMOOの1階にある郵便局から、自国の自宅や、ご家族・ご友人宛に郵送することができます。

日本で発送

自国で受取

※商標等はEMSで送れません。また、お届け先の国で輸入を禁止しているものもあるので、発送前には郵便局で確認ください。

④バス・タクシー会社

バス・タクシーにおける決済環境整備については、基本的には事業者毎の対応による他、特にバスは地域で独占的に実施しているケースも多く、事業者意向次第という面が大きい。その中で、地域として二次交通の決済環境を整備していく方策として、以下の対応が考えられる。

a)バス事業者

バス会社は、特に地方部に行く程独占的に営業しているケースも多いことから、他の業種以上に個別事業者毎の意向が強く反映される環境にある。このことから現状として可能だと考えられる対応は、以下のような地域内の『路線バスを活用した観光バスパック』や『乗り放題 PASS』をバス会社として、もしくは観光協会等が主導してクレジット対応を進めることが考えられる。

【バス事業者における参考例】

十勝バス：日帰り路線バスパック



稚内観光協会：N-Pass



(参考) 十勝バスホームページ (最終アクセス：平成 29 年 3 月 31 日) <http://www.tokachibus.jp/buspack2017/>

利尻礼文観光推進協議会・わっかない観光活性化促進協議会：45N-Pass ホームページ

(最終アクセス：平成 29 年 3 月 31 日) <http://45npass.jp/>

『路線バスを活用した観光バスパック』については、十勝バスが行っている「日帰り路線バスパック」が参考になると考えられる。『日帰り路線バスパック』についての先方ヒアリングでは、現在は現金のみの決済対応であるものの、顧客からのクレジット決済への要望も多く、その対応整備についても検討しているとの話があった。

『乗り放題 PASS』については、わからない観光活性化促進協議会が企画・販売している『45° N-PASS』が参考になると考えられる。本パスは、宿泊する観光客が域内の路線バス・フェリーを乗り放題にしたチケットとなっており、WEB 購入の場合はクレジットで決済できる仕組みになっている（外国人観光客向けには、JTB が運営する海外向けサイト『JAPANiCAN.com』から購入でき、クレジット決済にも対応しているとのこと。ただし観光協会の店頭で販売する場合は、現金のみの対応ということであった）。また外国人観光客向けには、英語と繁体中文での表示をしている他、動画による搭乗方法等の案内も WEB 上で行っている（なお『45° N-PASS』は年度単位で企画・販売しているが、先方ヒアリングでは平成 29 年度も企画・販売予定との話であった。）

b) タクシー事業者

タクシーは基本的に、各社が全個車にクレジット端末を設置する対応は難しいと考えられる（札幌でも個車毎にクレジット対応しているタクシーは全体の 6 割程度）。このことから以下の方策により、タクシー事業者における決済環境整備を進めていくことが望ましいと考えられる。

- ①特に訪日外国人旅行者向けには定額の『定期観光ルート』の構築を強化することで、タクシー乗車時に「事前決済」が可能な状況を整備しておく。
- ②タクシー会社としては各社固定設置にせず、数台の『モバイル決済端末』を用意しておくことで、「事前予約」による顧客等に対してはクレジット決済を受付けられるような体制構築が可能。（事前予約受付時に、クレジット決済希望があれば、運転手が端末を持参して対応できる体制を整備しておく）
- ③また、クルーズ船入港といったイベント的な対応が必要な際は、上記①の定期観光ルート対応と各社協調によるクレジット決済対応組み合わせることで、スムーズに誘導することが可能。（今回、釧路市での実証事業で実施した「管内のタクシー会社が各 1 台ずつモバイル型のクレジット決済端末を持ち寄り、定額の定期観光ルートを事前決済で支払う方法」：釧路方式）



定額の定期観光コース案内の様子



各社の端末で決済している様子

⑤体験観光ガイド

体験観光ガイドにおける決済環境整備については、各ガイド事業者の主たるフィールドや事業者規模の違いにもよると考えられるが、一義的には以下の理由により、体験サービスの利用単価が高い割には積極的にクレジット対応を進めようというインセンティブが働かない面がある。

【個別の体験観光ガイド事業者において、クレジット対応が進みにくい理由】

- ①へき地であっても、「体験」自体を目的として来ているため、現地に来る前段階でクレジット利用ができないことがわかっているならば、事前に現金を用意してくる顧客が多い。
- ②個人事業主的に行っている事業者が多いことから、そもそもの受入れキャパシティが小さいため、事業規模拡大に対するインセンティブが働きにくい。(売上を増やすよりも、自分達が対応できる範囲で事業を継続できれば良いと考える事業者も多い。)

その上で今後、体験観光分野でクレジット等が利用できる環境整備を進めるには、まずはモバイル決済端末やスマホ決済等の野外通信可能な端末導入を推進すると同時に、地元飲食店と同様、観光協会やホテルと連携したガイドクーポンをクレジットで購入できる体制の構築が求められる。

そのような仕組みの一例として、青森県八戸市が運営している「八戸観光 Navi」では、八戸市の体験観光（体験プログラム）を分野別に整理して掲載した、ポータルサイトの形になっている。当該サイトについては平成 29 年 3 月時点では、クレジットカードによる決済ができる仕組みにはなっていないが、既にクレジット決済対応していることが多いホテル等と連携することで、その購入についてクレジット利用できるようにすることが可能であり、間接的に、地域・エリアとしてはクレジット決済の環境を整えることにつながると考えられる。

【「八戸観光 Navi」 ホームページより】



(参考) 八戸観光 Navi (最終アクセス: 平成 29 年 3 月 30 日) <https://hachinohe-kanko.com/>

6. 決済端末等の普及モデルセミナーの開催

前項の「決済端末等の普及モデル」について、道内での啓蒙を図るため、「釧路市」「網走市」「小樽市」「室蘭市（登別・洞爺）」の道内4地域において以下の通りセミナーを開催した。

6-1. 開催概要

セミナーは全4会場で「ビザ・ワールドワイド・ジャパン(株)」と「(株)JTB 北海道」にご協力を頂き、また釧路会場では前出2社に「(株)カーニバル・ジャパン」と「釧路市水産港湾空港部」を加えた計4団体（3社+1自治体）にご協力を頂いて、以下の通り開催した。

(1) 釧路会場

項目	内容
セミナー名	訪日外国人『消費拡大』セミナー
開催日時	平成29年2月13日（月）13:00～17:15
セミナー会場	道東経済センタービル 5階 大会議室（釧路市大町1丁目1-1）
当日次第 (タイムテーブル)	【第1部】クルーズ船受入れセミナー（13:00～14:30） ・主催者挨拶（13:00～13:05） 北海道運輸局 釧路運輸支局長 畑中 雅嗣 ・講演（13:05～13:55） 「近年のクルーズ船客の動向と寄港時の現状と課題」 講師：(株)カーニバル・ジャパン 営業部長 猪股 富士雄 氏 ・報告（13:55～14:15） 「クルーズ船の寄港と釧路港」 講師：釧路市 水産港湾空港部 港湾空港振興課 みなと活性化主幹 渡部 港吾 氏 ・質疑応答＋参加者アンケート（10分） 【第2部】決済環境改善セミナー（14:45～17:15） ・主催者挨拶（14:45～14:50） 北海道運輸局 釧路運輸支局長 畑中 雅嗣 ・報告（14:50～16:10） 「北海道内における決済環境調査結果のご報告」 報告者：(株)道銀地域総合研究所 主任研究員 山本 真史 ・先進地域での事例紹介（16:15～17:05） 「国内のインバウンド、決済インフラ整備の課題と取り組み」 講師：ビザ・ワールドワイド・ジャパン(株) マーケティング ディレクター 龍 武史 氏 (株)JTB 北海道 札幌法人事業部 橋本 明史 氏 ・質疑応答＋参加者アンケート（10分）

参加者募集用 リーフレット	訪日外国人『消費拡大』セミナー 今後益々の増加が期待される外国人観光客による釧路地域での消費拡大に向けて、『クルーズ船』決済環境『免税制度』をテーマとしたセミナーを開催します。本セミナーでは各テーマについて具体的な事例を交えながら、地域の観光・経済のキーマンとなる皆様へ、今後取り組んでいくにあたっての近年のトレンド・参考情報を得て頂くことを目的としています。ぜひ、皆様のご参加をお待ち申し上げます。 【セミナー①】クルーズ給受入れセミナー ■日時：平成 29 年 2 月 13 日(月) 13:00～14:30 ■会場：道東経済センタービル 5 階 大会議室（住所：釧路市大町 1 丁目 1-1）※セミナーは全て同会場 ■定員：80 名程度 ■講演：㈱カーニバル・ジャパン 営業部長 猪股 富士雄 氏、釧路市水産港湾空港部 ※ ㈱カーニバル・ジャパンは、プリンセス・クルーズ（ダイヤモンド・プリンセス）などを運航する世界最大の客船運航会社の日本法人です。 （主催）北海道運輸局、北海道運輸局釧路運輸支局 （共催）釧路港利用整備促進協議会釧路クルーズ振興部会 【セミナー②】決済環境改善セミナー ■日時：平成 29 年 2 月 13 日(月) 14:45～17:15 ■会場：道東経済センタービル 5 階 大会議室（住所：釧路市大町 1 丁目 1-1）※セミナーは全て同会場 ■定員：80 名程度 ■講演：㈱道銀地域総合研究所、Visa Japan、㈱JTB 北海道 （主催）北海道運輸局、北海道運輸局釧路運輸支局 （共催）釧路商工会議所、水のカムイ観光圏協議会 （協力）釧路市、（一社）釧路観光コンベンション協会 【セミナー③】外国人旅行者向け消費税免税制度説明会 ■日時：平成 29 年 2 月 14 日(火) 13:30～15:30 ■会場：道東経済センタービル 5 階 大会議室（住所：釧路市大町 1 丁目 1-1）※セミナーは全て同会場 ■定員：80 名程度 ■説明者：北海道運輸局、札幌国税局、北海道経済産業局 （主催）釧路市、（一社）北海道商工会議所連合会、釧路商工会議所 【駐車場のご案内】 会場の駐車台数には限りがございますので、近隣の駐車場もしくは公共交通機関等もご利用願います。
主催・共催・協力	【第 1 部】 （主催）北海道運輸局、北海道運輸局釧路運輸支局 （共催）釧路港利用整備促進協議会釧路クルーズ振興部会 【第 2 部】 （主催）北海道運輸局、北海道運輸局釧路運輸支局 （共催）釧路商工会議所、水のカムイ観光圏協議会 （協力）釧路市、（一社）釧路観光コンベンション協会

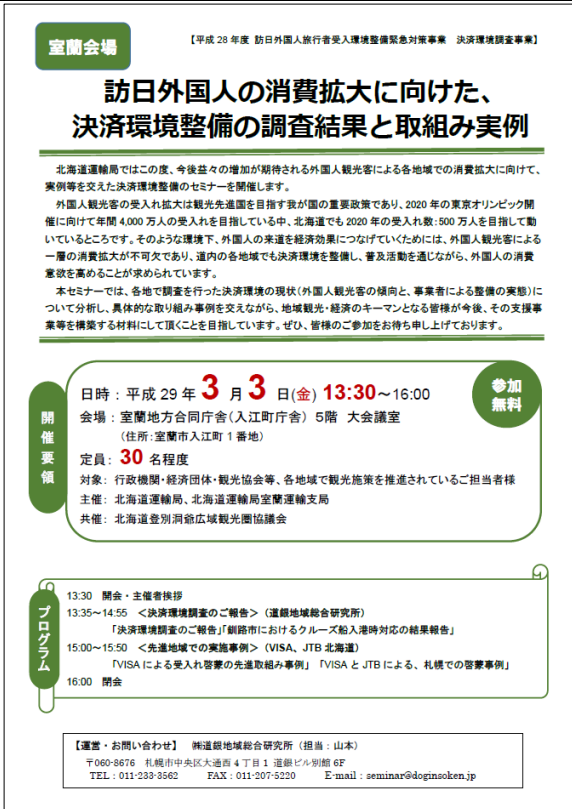
(2) 網走会場

項目	内容
セミナー名	訪日外国人の消費拡大に向けた、決済環境整備の調査結果と取組み実例
開催日時	平成 29 年 2 月 15 日 (水) 13:30~16:00
セミナー会場	オホーツク・文化交流センター (エコーセンター2000) 2 階 会議室 (網走市北 2 条西 3 丁目 3 番地)
当日次第 (タイムテーブル)	・主催者挨拶 (13:30~13:35) 北海道運輸局 北見運輸支局長 立川 雅志 ・報告 (13:35~14:35) 「北海道内における決済環境調査結果のご報告」 報告者：(株)道銀地域総合研究所 主任研究員 山本 真史 ・先進地域での事例紹介 (14:40~15:30) 「国内のインバウンド、決済インフラ整備の課題と取り組み」 講師：ビザ・ワールドワイド・ジャパン(株) マーケティング ディレクター 龍 武史 氏 (株)JTB 北海道 札幌法人事業部 橋本 明史 氏 ・免税制度に関する説明 (15:30~15:50) 説明者：北海道運輸局 観光部 観光企画課 課長補佐 清野 信也 ・質疑応答 (10 分)
参加者募集用 リーフレット	
主催・共催・協力	(主催) 北海道運輸局、北海道運輸局北見運輸支局 (共催) 網走市、網走商工会議所

(3) 小樽会場

項目	内容
セミナー名	訪日外国人の消費拡大に向けた、決済環境整備の調査結果と取組み事例
開催日時	平成 29 年 2 月 24 日（金）13:30～16:00
セミナー会場	小樽経済センター 4 階 ホール（小樽市稲穂 2 丁目 22 番 1 号）
当日次第 (タイムテーブル)	・主催者挨拶（13:30～13:35） 北海道運輸局 観光部 観光企画課長 野口 知希 ・報告（13:35～14:45） 「北海道内における決済環境調査結果のご報告」 報告者：(株)道銀地域総合研究所 主任研究員 山本 真史 ・先進地域での事例紹介（14:50～15:50） 「国内のインバウンド、決済インフラ整備の課題と取組み」 講師：ビザ・ワールドワイド・ジャパン(株) マーケティング ディレクター 龍 武史 氏 (株)JTB 北海道 札幌法人事業部 橋本 明史 氏 ・質疑応答（10 分）
参加者募集用 リーフレット	 【平成 28 年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業 決済環境調査事業】 小樽会場 訪日外国人の消費拡大に向けた、決済環境整備の調査結果と取組み事例 北海道運輸局ではこの度、今後益々の増加が期待される外国人観光客による各地域での消費拡大に向けて、事例等を交えた決済環境整備のセミナーを開催します。 外国人観光客の受入れ拡大は観光先進国を目指す我が国の重要政策であり、2020 年の東京オリンピック開催に向けて年間 4,000 万人の受入れを目指している中、北海道でも 2020 年の受入れ数 500 万人を目指して動いているところです。そのような環境下、外国人の来道を経済効果につなげていくためには、外国人観光客による一層の消費拡大が不可欠であり、道内の各地域でも決済環境を整備し、普及活動を通じて、外国人の消費意欲を高めることが求められています。 本セミナーでは、各地で調査を行った決済環境の現状(外国人観光客の傾向と、事業者による整備の課題)について分析し、具体的な取組み事例を交えながら、地域観光・経済のキーマンとなる皆様が今後、その支援事業等を構築する材料として頂くことを目指しています。ぜひ、皆様のご参加をお待ち申し上げます。 日時：平成 29 年 2 月 24 日(金) 13:30～16:00 参加無料 会場：小樽経済センター 4 階 ホール (住所：小樽市稲穂 2 丁目 22 番 1 号) 定員：30 名程度 対象：行政機関・経済団体・観光協会等、各地域で観光施策を推進されているご担当者様 主催：北海道運輸局 協力：小樽市、小樽商工会議所、小樽観光協会 プログラム 13:30 開会・主催者挨拶 13:35～14:55 <決済環境調査のご報告> (道銀地域総合研究所) 「決済環境調査のご報告」「釧路市におけるクルーズ船入港時対応の結果報告」 15:00～15:50 <先進地域での実施事例> (VISA、JTB 北海道) 「VISA による受入れ啓蒙の先進取組み事例」「VISA と JTB による、札幌での啓蒙事例」 16:00 閉会 駐車場の利用について 車でご来場される場合は、「樽石ビル立体駐車場(経済センター横)」か「第一ビル駐車場(経済センター徒歩 1 分、小樽駅前第 1 ビル横)」をご利用下さい。会場にて無料駐車チケットをお渡し致します。 ※ なお駐車台数には限りがございます。予めご了承下さい。 【運営・お問い合わせ】 道銀地域総合研究所 (担当：山本) 〒060-8676 札幌市中央区大通西 4 丁目 1 道銀ビル別館 6F TEL：011-233-3562 FAX：011-207-5220 E-mail：seminar@doginsoken.jp
主催・共催・協力	(主催) 北海道運輸局 (協力) 小樽市、小樽商工会議所、小樽観光協会

(4) 室蘭会場（登別・洞爺）

項目	内容
セミナー名	訪日外国人の消費拡大に向けた、決済環境整備の調査結果と取組み事例
開催日時	平成 29 年 3 月 3 日（金）13:30～16:00
セミナー会場	室蘭地方合同庁舎（入江町庁舎）5 階 大会議室（室蘭市入江町 1 番地）
当日次第 （タイムテーブル）	・主催者挨拶（13:30～13:35） 北海道運輸局 室蘭運輸支局長 佐藤 秀典 ・報告（13:35～14:45） 「北海道内における決済環境調査結果のご報告」 報告者：㈱道銀地域総合研究所 主任研究員 山本 真史 ・先進地域での事例紹介（14:50～15:50） 「国内のインバウンド、決済インフラ整備の課題と取組み」 講師：ビザ・ワールドワイド・ジャパン(株) マーケティング マネージャー 西谷 麻耶 氏 ㈱JTB 北海道 札幌法人事業部 橋本 明史 氏 ・質疑応答（10 分）
参加者募集用 リーフレット	 室蘭会場 【平成 28 年度 訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業 決済環境調査事業】 訪日外国人の消費拡大に向けた、決済環境整備の調査結果と取組み事例 北海道運輸局ではこの度、今後益々の増加が期待される外国人観光客による各地域での消費拡大に向けて、事例等を交えた決済環境整備のセミナーを開催します。 外国人観光客の受入れ拡大は観光先進国を目指す我が国の重要政策であり、2020 年の東京オリンピック開催に向けて年間 4,000 万人の受入れを目指している中、北海道でも 2020 年の受入れ数 500 万人を目指して動いているところです。そのような環境下、外国人の来道を経済効果につなげていくためには、外国人観光客による一層の消費拡大が不可欠であり、道内の各地域でも決済環境を整備し、普及活動を進じながら、外国人の消費意欲を高めることが求められています。 本セミナーでは、各地で調査を行った決済環境の現状（外国人観光客の傾向と、事業者による整備の実際）について分析し、具体的な取り組み事例を交えながら、地域観光・経済のキーマンとなる皆様が今後、その支援事業等を構築する材料にして頂くことを目指しています。ぜひ、皆様のご参加をお待ち申し上げます。 開催要領 日時：平成 29 年 3 月 3 日（金）13:30～16:00 会場：室蘭地方合同庁舎（入江町庁舎）5 階 大会議室 （住所：室蘭市入江町 1 番地） 定員：30 名程度 対象：行政機関・経済団体・観光協会等、各地域で観光施策を推進されているご担当者様 主催：北海道運輸局、北海道運輸局室蘭運輸支局 共催：北海道登別洞爺広域観光圏協議会 プログラム 13:30 開会・主催者挨拶 13:35～14:45 ＜決済環境調査のご報告＞（道銀地域総合研究所） 「決済環境調査のご報告」札幌市におけるクルーズ船入港時対応の結果報告 15:00～15:50 ＜先進地域での事例紹介＞（VISA、JTB 北海道） 「VISA による受入れ啓蒙の先進取組事例」「VISA と JTB による、札幌での啓蒙事例」 16:00 閉会 【運営・お問い合わせ】 ㈱道銀地域総合研究所（担当：山本） 〒060-8676 札幌市中央区大通西 4 丁目 1 道銀ビル別館 6F TEL：011-233-3562 FAX：011-207-5220 E-mail：seminar@doginsoken.jp
主催・共催・協力	（主催）北海道運輸局、北海道運輸局室蘭運輸支局 （共催）北海道登別洞爺広域観光圏協議会

6-2. 参加者アンケートの実施

セミナー参加者に対して、以下のアンケートを実施し、セミナーの有益性の他、今後の地域におけるインバウンド拡大に向けて取組みたい事項等について回答してもらった。なお回答結果については、次ページ以降の結果集計の通りであった。

【参加者アンケート票（4会場共通）】

【空蘭会場】決済環境改善セミナー『参加者アンケート』																																			
この度は『決済環境改善セミナー』ご参加いただき、誠にありがとうございます。 今後の参考にさせて頂くため本セミナーについて率直なご意見を頂戴し、本アンケートへのご協力の程、 よろしくお願い致します。（以下質問項目で該当するものに、○印及びご記入をお願いします。）																																			
1. あなたの所属について教えてください。 ① 行政機関 ② 観光協会等 ③ 経済団体 ④ 商店街組合等 ⑤ 民間事業者（業種： ） ⑥ その他（ ）																																			
2. 貴社・貴施設・貴団体における訪日外国人旅行者（以下、インバウンド）の受入意向について教えてください。 ① インバウンドを積極的に受け入れていきたい ② インバウンドの受入れに消極的である ③ 直接、インバウンドと接する仕事に従事していないのでわからない																																			
3. 本日のセミナー内容につきまして、今後のインバウンドによる消費拡大に向けて、「どの程度参考になったか？」をお教え下さい。 ① すぐに役立てられるヒントがあった ② 今後の参考となる情報・アイディアがあった ③ 既に知っている内容だった（参考にならなかった） ④ 期待していた内容と違っていた ⑤ その他（ ） ①②に○を付けて頂いた方は、特にどの内容が参考になりましたか。（複数回答可） a) アンケート結果分析（外国人向け・事業者向け・実証事業） b) 消費拡大と決済端末等の普及のポイント c) 他地域での先端事例（JTB・VISA）																																			
4. 地域に来ているインバウンドの消費拡大に向けて、「<u>④ 地域として</u>、特に強化すべきだと考える事項」及び、「<u>⑥ 貴社・貴施設・貴団体として</u>、今後、積極的に取り組みたいと考える事項」について、お教え下さい。 ※下表の④欄、⑥欄に、それぞれ最大3つまで、○印をご記入ください。 <table border="1"> <thead> <tr> <th>④</th> <th>⑥</th> <th>項目</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td></td> <td></td> <td>① 外国語を話せるスタッフの設置（必要な言語： ）</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>② 多言語表示の対応（a) 施設案内・看板 b) メニュー・パンフレット c) ホームページ d) その他（ ）</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>③ ピクトグラムによる非言語での表示</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>④ クレジットカード・デビットカード等による決済環境</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>⑤ アップルペイ・アリペイ・仮想通貨等、最新の決済サービス</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>⑥ 国際ブランドのカードでキャッシングが可能なATM</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>⑦ 両替機の設置</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>⑧ Wi-Fi等のインターネットインフラの整備</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>⑨ 地域の人達のインバウンドに対するおもてなし意識の醸成</td> </tr> <tr> <td></td> <td></td> <td>⑩ その他（ ）</td> </tr> </tbody> </table>			④	⑥	項目			① 外国語を話せるスタッフの設置（必要な言語： ）			② 多言語表示の対応（a) 施設案内・看板 b) メニュー・パンフレット c) ホームページ d) その他（ ）			③ ピクトグラムによる非言語での表示			④ クレジットカード・デビットカード等による決済環境			⑤ アップルペイ・アリペイ・仮想通貨等、最新の決済サービス			⑥ 国際ブランドのカードでキャッシングが可能なATM			⑦ 両替機の設置			⑧ Wi-Fi等のインターネットインフラの整備			⑨ 地域の人達のインバウンドに対するおもてなし意識の醸成			⑩ その他（ ）
④	⑥	項目																																	
		① 外国語を話せるスタッフの設置（必要な言語： ）																																	
		② 多言語表示の対応（a) 施設案内・看板 b) メニュー・パンフレット c) ホームページ d) その他（ ）																																	
		③ ピクトグラムによる非言語での表示																																	
		④ クレジットカード・デビットカード等による決済環境																																	
		⑤ アップルペイ・アリペイ・仮想通貨等、最新の決済サービス																																	
		⑥ 国際ブランドのカードでキャッシングが可能なATM																																	
		⑦ 両替機の設置																																	
		⑧ Wi-Fi等のインターネットインフラの整備																																	
		⑨ 地域の人達のインバウンドに対するおもてなし意識の醸成																																	
		⑩ その他（ ）																																	
5. 決済環境整備に向けた取組について、ご意見をお聞かせ下さい。 （自由記述欄）																																			
6. 今回のセミナー開催について、どのように知りましたか。 ① 北海道運輸局からの案内 ② 地元自治体からの案内 ③ 設置してあるリーフレットを見て ④ インターネットやブログ・SNS等での告知を見て ⑤ その他（ ）																																			
アンケートへのご協力ありがとうございました。																																			

【全4会場におけるアンケート結果集計】

項目	結果	コメント
Q1.所属	行政機関 39.1% 観光協会 21.8% 経済団体 4.6% 商店街組合 5.7% 民間 23.0% その他 5.7%	【回答 N 数=87】 行政機関・観光協会が中心も、民間事業者からも 23%の出席があり、「訪日外国人の決済環境整備」について相応の関心を持っている様子が伺える。
Q2.受入意向	積極的 89.4% 消極的 3.5% わからない 7.1%	【回答 N 数=85】 インバウンド観光の受入れ意向については、参加者の 89.4%が「積極的」と回答しており、関心のある団体・事業者の参加が多かった。
Q3-1.セミナーの参考程度	役立つ 16.5% 参考になった 80.0% 既に知っている 2.4% 思っていたのと違った 0.0% その他 1.2%	【回答 N 数=85】 セミナーの内容については「役立つ」と「参考になった」で 96.5%となり、全4回を通じて一定の有効性があったものと考えられる。
Q3-2.特に参考になった内容	a) アンケート結果分析 81.2% b) 消費拡大と観光普及のポ... 36.2% c) 他地域での先進事例 43.5%	【回答 N 数=69】 回答者の 81.2%が「アンケート結果分析」を、43.5%が「他地域での先進事例」が参考になったと回答していた。

項目	結果	コメント																						
Q4-1.外国人の消費拡大に向けた <u>地域</u> の強化事項	<table><thead><tr><th>強化事項</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>外国語スタッフ設置</td><td>55.1%</td></tr><tr><td>多言語表示対応</td><td>47.2%</td></tr><tr><td>ビジュアルの表示</td><td>12.4%</td></tr><tr><td>クレジット等による決済環境</td><td>41.6%</td></tr><tr><td>最新の決済サービス</td><td>14.6%</td></tr><tr><td>国際ATM設置</td><td>21.3%</td></tr><tr><td>両替機設置</td><td>13.5%</td></tr><tr><td>Wi-Fi等整備</td><td>52.8%</td></tr><tr><td>おもてなし意識の醸成</td><td>39.3%</td></tr><tr><td>その他</td><td>0.0%</td></tr></tbody></table>	強化事項	割合	外国語スタッフ設置	55.1%	多言語表示対応	47.2%	ビジュアルの表示	12.4%	クレジット等による決済環境	41.6%	最新の決済サービス	14.6%	国際ATM設置	21.3%	両替機設置	13.5%	Wi-Fi等整備	52.8%	おもてなし意識の醸成	39.3%	その他	0.0%	【回答 N 数=89】 『地域』としての強化事項では、「言語対応」「Wi-Fi」「おもてなし」が上位に来る中、決済環境は「クレジット等による決済環境の整備」についても上位に来ていた。
強化事項	割合																							
外国語スタッフ設置	55.1%																							
多言語表示対応	47.2%																							
ビジュアルの表示	12.4%																							
クレジット等による決済環境	41.6%																							
最新の決済サービス	14.6%																							
国際ATM設置	21.3%																							
両替機設置	13.5%																							
Wi-Fi等整備	52.8%																							
おもてなし意識の醸成	39.3%																							
その他	0.0%																							
Q4-2.外国人の消費拡大に向けた <u>自法人</u> の強化事項	<table><thead><tr><th>強化事項</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>外国語スタッフ設置</td><td>44.9%</td></tr><tr><td>多言語表示対応</td><td>36.0%</td></tr><tr><td>ビジュアルの表示</td><td>9.0%</td></tr><tr><td>クレジット等による決済環境</td><td>18.0%</td></tr><tr><td>最新の決済サービス</td><td>9.0%</td></tr><tr><td>国際ATM設置</td><td>6.7%</td></tr><tr><td>両替機設置</td><td>6.7%</td></tr><tr><td>Wi-Fi等整備</td><td>33.7%</td></tr><tr><td>おもてなし意識の醸成</td><td>51.7%</td></tr><tr><td>その他</td><td>2.2%</td></tr></tbody></table>	強化事項	割合	外国語スタッフ設置	44.9%	多言語表示対応	36.0%	ビジュアルの表示	9.0%	クレジット等による決済環境	18.0%	最新の決済サービス	9.0%	国際ATM設置	6.7%	両替機設置	6.7%	Wi-Fi等整備	33.7%	おもてなし意識の醸成	51.7%	その他	2.2%	【回答 N 数=89】 『自法人』としての強化事項については、「おもてなし」「言語対応」が上位に来ているが、「クレジット等による決済環境の整備」については 18%と限定的であった。(行政機関等、決済を伴わない法人からの参加も多かったためと考えられる。)
強化事項	割合																							
外国語スタッフ設置	44.9%																							
多言語表示対応	36.0%																							
ビジュアルの表示	9.0%																							
クレジット等による決済環境	18.0%																							
最新の決済サービス	9.0%																							
国際ATM設置	6.7%																							
両替機設置	6.7%																							
Wi-Fi等整備	33.7%																							
おもてなし意識の醸成	51.7%																							
その他	2.2%																							
Q5.セミナーの情報入手源	<table><thead><tr><th>情報入手源</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>北海道運輸局からの案内</td><td>65.8%</td></tr><tr><td>地元自治体からの案内</td><td>22.8%</td></tr><tr><td>設置してあるリーフレットを見て</td><td>10.1%</td></tr><tr><td>インターネットやブログ・SNS等の告知を見て</td><td>1.3%</td></tr><tr><td>その他</td><td>0.0%</td></tr></tbody></table>	情報入手源	割合	北海道運輸局からの案内	65.8%	地元自治体からの案内	22.8%	設置してあるリーフレットを見て	10.1%	インターネットやブログ・SNS等の告知を見て	1.3%	その他	0.0%	【回答 N 数=79】 セミナー参加者の 65.8%が北海道運輸局経由で、22.8%が地元自治体経由でセミナー情報を入手していた。										
情報入手源	割合																							
北海道運輸局からの案内	65.8%																							
地元自治体からの案内	22.8%																							
設置してあるリーフレットを見て	10.1%																							
インターネットやブログ・SNS等の告知を見て	1.3%																							
その他	0.0%																							

6-3. 各会場における開催結果

各会場における開催結果については、会場別に以下の通りまとめた。

※なお、当日配布のセミナー資料については、P.101 ページ以降に参考資料として掲載。

(1) 釧路会場

平成 29 年 2 月 13 日(月)に開催した釧路におけるセミナー結果については、以下の通り。

①セミナー参加人数（第 1 部及び第 2 部合算）

事前応募人数	76 名
当日参加人数	60 名 （内訳） 出席：52 名、当日参加：8 名、欠席：24 名

②開催の様子（第 2 部：決済環境改善セミナー）



「主催者挨拶」
北海道運輸局 釧路運輸支局
支局長 畑中 雅嗣



「北海道内における決済環境調査結果のご報告」
㈱道銀地域総合研究所
主任研究員 山本 真史



「先進地域での実施事例①」
ビザ・ワールドワイド・ジャパン(株)
マーケティング ディレクター 龍 武史 氏



「先進地域での実施事例②」
㈱JTB 北海道 札幌法人事業部
橋本 明史 氏

③質疑応答

質疑①	質問	(質問ではないが、) クルーズ船入港時のタクシー利用について、本実証事業を通じてクレジットによる決済が増え、次年度につながる取組みになったと思う。ありがとうございました。
	回答	—
質疑②	質問	京都での外国人向けタクシーの事例もあったが、もう少し詳細について教えて頂いてもよいか？
	回答	【回答者】 Visa : 龍 氏 京都市では外国人に親切なタクシーという意味で「Foreign Friendly TAXI (フォーリン・フレンドリー・タクシー)」という定義を明示し、京都駅前に専用の乗り場も設けた実証事業に取り組んでいる。この取組みでは、「運転手が簡単な英語等で外国人とコミュニケーションを取れる」や「料金のクレジットカード決済が可能」といったことを条件に「Foreign Friendly TAXI」を名乗れるようにしている。

④アンケート結果（第2部：決済環境改善セミナー）

項目	結果	コメント														
Q1.所属	<table><thead><tr><th>所属</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>行政機関</td><td>25.0%</td></tr><tr><td>観光協会</td><td>5.0%</td></tr><tr><td>経済団体</td><td>5.0%</td></tr><tr><td>商店街組合</td><td>0.0%</td></tr><tr><td>民間</td><td>50.0%</td></tr><tr><td>その他</td><td>15.0%</td></tr></tbody></table>	所属	割合	行政機関	25.0%	観光協会	5.0%	経済団体	5.0%	商店街組合	0.0%	民間	50.0%	その他	15.0%	【回答 N 数=20】 アンケート回答者では、民間事業者からの出席が 50%と最多であり、本事業での実証事業を実施した地域として、一定程度の浸透が図れた様子が伺えた。
所属	割合															
行政機関	25.0%															
観光協会	5.0%															
経済団体	5.0%															
商店街組合	0.0%															
民間	50.0%															
その他	15.0%															
Q2.受入意向	<table><thead><tr><th>意向</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>積極的</td><td>75.0%</td></tr><tr><td>消極的</td><td>10.0%</td></tr><tr><td>わからない</td><td>15.0%</td></tr></tbody></table>	意向	割合	積極的	75.0%	消極的	10.0%	わからない	15.0%	【回答 N 数=20】 75%が「積極的」も、「わからない」が 15%、「消極的」が 10%と、相応の割合となっていた。						
意向	割合															
積極的	75.0%															
消極的	10.0%															
わからない	15.0%															
Q3-1.セミナーの参考程度	<table><thead><tr><th>参考程度</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>役立つ</td><td>15.8%</td></tr><tr><td>参考になった</td><td>78.9%</td></tr><tr><td>既に知っている</td><td>5.3%</td></tr><tr><td>思っていたのと違った</td><td>0.0%</td></tr><tr><td>その他</td><td>0.0%</td></tr></tbody></table>	参考程度	割合	役立つ	15.8%	参考になった	78.9%	既に知っている	5.3%	思っていたのと違った	0.0%	その他	0.0%	【回答 N 数=19】 セミナー内容については「役立つ」と「参考になった」で 94.7%となり、受入意向の有無にも関わらず、参考になる部分を得て頂いた。		
参考程度	割合															
役立つ	15.8%															
参考になった	78.9%															
既に知っている	5.3%															
思っていたのと違った	0.0%															
その他	0.0%															
Q3-2.特に参考になった内容	<table><thead><tr><th>内容</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>a)アンケート結果分析</td><td>85.7%</td></tr><tr><td>b)消費拡大と端末普及の示...</td><td>42.9%</td></tr><tr><td>c)他地域での先進事例</td><td>42.9%</td></tr></tbody></table>	内容	割合	a)アンケート結果分析	85.7%	b)消費拡大と端末普及の示...	42.9%	c)他地域での先進事例	42.9%	【回答 N 数=14】 回答者の 85.7%が「アンケート結果分析」を、42.9%が「他地域での先進事例」「消費拡大と決済端末等の普及のポイント」が参考になったと回答しており、関心の高さが伺えた。						
内容	割合															
a)アンケート結果分析	85.7%															
b)消費拡大と端末普及の示...	42.9%															
c)他地域での先進事例	42.9%															

項目	結果	コメント																						
Q4-1.外国人の消費拡大に向けた地域の強化事項	<table><tr><th>強化事項</th><th>割合</th></tr><tr><td>外国語スタッフ設置</td><td>75.0%</td></tr><tr><td>多言語表示対応</td><td>45.0%</td></tr><tr><td>ピクトグラム表示</td><td>10.0%</td></tr><tr><td>クレジット等による決済環境</td><td>55.0%</td></tr><tr><td>最新の決済サービス</td><td>15.0%</td></tr><tr><td>国際ATM設置</td><td>30.0%</td></tr><tr><td>両替機設置</td><td>20.0%</td></tr><tr><td>Wi-Fi等整備</td><td>40.0%</td></tr><tr><td>おもてなし意識の醸成</td><td>45.0%</td></tr><tr><td>その他</td><td>0.0%</td></tr></table>	強化事項	割合	外国語スタッフ設置	75.0%	多言語表示対応	45.0%	ピクトグラム表示	10.0%	クレジット等による決済環境	55.0%	最新の決済サービス	15.0%	国際ATM設置	30.0%	両替機設置	20.0%	Wi-Fi等整備	40.0%	おもてなし意識の醸成	45.0%	その他	0.0%	【回答 N 数=20】 『地域』としての強化事項では、「言語対応」の次に「クレジット等による決済環境の整備」が上位に来ており、実証事業を実施した地域として、一定程度の浸透が進んだものと考えられる。
強化事項	割合																							
外国語スタッフ設置	75.0%																							
多言語表示対応	45.0%																							
ピクトグラム表示	10.0%																							
クレジット等による決済環境	55.0%																							
最新の決済サービス	15.0%																							
国際ATM設置	30.0%																							
両替機設置	20.0%																							
Wi-Fi等整備	40.0%																							
おもてなし意識の醸成	45.0%																							
その他	0.0%																							
Q4-2.外国人の消費拡大に向けた自法人の強化事項	<table><tr><th>強化事項</th><th>割合</th></tr><tr><td>外国語スタッフ設置</td><td>60.0%</td></tr><tr><td>多言語表示対応</td><td>45.0%</td></tr><tr><td>ピクトグラム表示</td><td>0.0%</td></tr><tr><td>クレジット等による決済環境</td><td>25.0%</td></tr><tr><td>最新の決済サービス</td><td>0.0%</td></tr><tr><td>国際ATM設置</td><td>0.0%</td></tr><tr><td>両替機設置</td><td>5.0%</td></tr><tr><td>Wi-Fi等整備</td><td>50.0%</td></tr><tr><td>おもてなし意識の醸成</td><td>50.0%</td></tr><tr><td>その他</td><td>0.0%</td></tr></table>	強化事項	割合	外国語スタッフ設置	60.0%	多言語表示対応	45.0%	ピクトグラム表示	0.0%	クレジット等による決済環境	25.0%	最新の決済サービス	0.0%	国際ATM設置	0.0%	両替機設置	5.0%	Wi-Fi等整備	50.0%	おもてなし意識の醸成	50.0%	その他	0.0%	【回答 N 数=20】 一方、『自法人』としての強化事項は、「おもてなし」「言語対応」「Wi-Fi」が上位に来る中、「クレジット等による決済環境の整備」は 25%と限定的だった。 (行政機関等、決済を伴わない法人からの参加が多かったためと思われるが、民間事業者間でも差異が見られる。)
強化事項	割合																							
外国語スタッフ設置	60.0%																							
多言語表示対応	45.0%																							
ピクトグラム表示	0.0%																							
クレジット等による決済環境	25.0%																							
最新の決済サービス	0.0%																							
国際ATM設置	0.0%																							
両替機設置	5.0%																							
Wi-Fi等整備	50.0%																							
おもてなし意識の醸成	50.0%																							
その他	0.0%																							
Q5.セミナーの情報入手源	<table><tr><th>情報入手源</th><th>割合</th></tr><tr><td>北海道運輸局からの案内</td><td>72.2%</td></tr><tr><td>地元自治体からの案内</td><td>22.2%</td></tr><tr><td>設置してあるリーフレットを見て</td><td>0.0%</td></tr><tr><td>インターネットやブログ・SNS等の告知を見て</td><td>0.0%</td></tr><tr><td>その他</td><td>5.6%</td></tr></table>	情報入手源	割合	北海道運輸局からの案内	72.2%	地元自治体からの案内	22.2%	設置してあるリーフレットを見て	0.0%	インターネットやブログ・SNS等の告知を見て	0.0%	その他	5.6%	【回答 N 数=18】 セミナー参加者の 72.2%が北海道運輸局経由で、22.2%が地元自治体経由でセミナー情報を入手していた。										
情報入手源	割合																							
北海道運輸局からの案内	72.2%																							
地元自治体からの案内	22.2%																							
設置してあるリーフレットを見て	0.0%																							
インターネットやブログ・SNS等の告知を見て	0.0%																							
その他	5.6%																							
Q6.自由意見	●小規模事業者（事業所）へ対する資金的な支援策が欲しい。 ※カード決済から入金までのつなぎ資金。 ●小規模店舗が多い中では、決済手数料がおさえられることが何より普及に対して重要だと思われます。 ●外国人向けには増強すべきだが、地域においては使用状況が低調。 ●現在は海外でたくさんおろせないため（限度あり）クレジットカードで支払うのが便利です。それに、ATM の利用も好まない。 ●ストレスフリーになるよう、努力したいと思います。																							

(2) 網走会場

平成 29 年 2 月 15 日(水)に開催した網走におけるセミナー結果については、以下の通り。

①セミナー参加人数

事前応募人数	20 名
当日参加人数	22 名 (内訳) 出席：18 名、当日参加：4 名、欠席：2 名

②開催の様子



「主催者挨拶」
北海道運輸局 北見運輸支局
支局長 立川 雅志



「北海道内における決済環境調査結果のご報告」
(株)道銀地域総合研究所
主任研究員 山本 真史



「先進地域での実施事例①」
ビザ・ワールドワイド・ジャパン(株)
マーケティング ディレクター 龍 武史 氏



「先進地域での実施事例②」
(株)JTB 北海道 札幌法人事業部
橋本 明史 氏

③質疑応答

質疑①	質問	クレジットカード払いに関わる、事業者側の手数料について教えて欲しい。
	回答	【回答者】道銀総研：山本 手数料は加盟店事業者の業種等によって異なるため、この場では一律で何%とは回答できない。具体的には、「クレジットブランド」と「業種」で ある程度決まり、ここに実際に加盟店契約をする信販会社手数料が入って 来るので、最後は加盟店契約をする個別の信販会社との交渉になる。

④アンケート結果

項目	結果	コメント
Q1.所属	行政機関 42.1% 観光協会 36.8% 経済団体 5.3% 商店街組合 5.3% 民間 10.5% その他 0.0%	【回答 N 数=19】 アンケート回答者では、42.1%が「行政機関」、36.8%が「観光協会」と、想定していたターゲット層を中心に集客ができた。
Q2.受入意向	積極的 100.0% 消極的 0.0% わからない 0.0%	【回答 N 数=19】 「積極的」が 100%となっていた。
Q3-1.セミナーの参考程度	役立つ 11.1% 参考になった 77.8% 既に知っている 0.0% 思っていたのと違った 11.1% その他 0.0%	【回答 N 数=18】 セミナー内容については「役立つ」と「参考になった」で 88.9%となったが、「思っていたのと違った」も 11.1%の回答があった。
Q3-2.特に参考になった内容	a) アンケート結果分析 78.6% b) 消費拡大と週末普及の示... 42.9% c) 他地域での先進事例 35.7%	【回答 N 数=14】 78.6%が「アンケート結果分析」を、42.9%が「消費拡大と決済端末等の普及のポイント」を、35.7%「他地域での先進事例」と回答しており、自地域への応用へはもう一步踏み込む必要があると推察される。

項目	結果	コメント																						
Q4-1.外国人の消費拡大に向けた地域の強化事項	<table><thead><tr><th>強化事項</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>外国語スタッフ設置</td><td>50.0%</td></tr><tr><td>多言語表示対応</td><td>60.0%</td></tr><tr><td>ピクトグラム表示</td><td>0.0%</td></tr><tr><td>クレジット等による決済環境</td><td>45.0%</td></tr><tr><td>最新の決済サービス</td><td>5.0%</td></tr><tr><td>国際ATM設置</td><td>10.0%</td></tr><tr><td>両替機設置</td><td>5.0%</td></tr><tr><td>Wi-Fi等整備</td><td>55.0%</td></tr><tr><td>おもてなし意識の醸成</td><td>40.0%</td></tr><tr><td>その他</td><td>0.0%</td></tr></tbody></table>	強化事項	割合	外国語スタッフ設置	50.0%	多言語表示対応	60.0%	ピクトグラム表示	0.0%	クレジット等による決済環境	45.0%	最新の決済サービス	5.0%	国際ATM設置	10.0%	両替機設置	5.0%	Wi-Fi等整備	55.0%	おもてなし意識の醸成	40.0%	その他	0.0%	【回答 N 数=20】 『地域』としての強化事項では、「言語対応」「Wi-Fi」「クレジット等による決済環境の整備」「おもてなし」が上位に来ていた。
強化事項	割合																							
外国語スタッフ設置	50.0%																							
多言語表示対応	60.0%																							
ピクトグラム表示	0.0%																							
クレジット等による決済環境	45.0%																							
最新の決済サービス	5.0%																							
国際ATM設置	10.0%																							
両替機設置	5.0%																							
Wi-Fi等整備	55.0%																							
おもてなし意識の醸成	40.0%																							
その他	0.0%																							
Q4-2.外国人の消費拡大に向けた自法人の強化事項	<table><thead><tr><th>強化事項</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>外国語スタッフ設置</td><td>50.0%</td></tr><tr><td>多言語表示対応</td><td>40.0%</td></tr><tr><td>ピクトグラム表示</td><td>10.0%</td></tr><tr><td>クレジット等による決済環境</td><td>5.0%</td></tr><tr><td>最新の決済サービス</td><td>0.0%</td></tr><tr><td>国際ATM設置</td><td>10.0%</td></tr><tr><td>両替機設置</td><td>5.0%</td></tr><tr><td>Wi-Fi等整備</td><td>30.0%</td></tr><tr><td>おもてなし意識の醸成</td><td>70.0%</td></tr><tr><td>その他</td><td>0.0%</td></tr></tbody></table>	強化事項	割合	外国語スタッフ設置	50.0%	多言語表示対応	40.0%	ピクトグラム表示	10.0%	クレジット等による決済環境	5.0%	最新の決済サービス	0.0%	国際ATM設置	10.0%	両替機設置	5.0%	Wi-Fi等整備	30.0%	おもてなし意識の醸成	70.0%	その他	0.0%	【回答 N 数=20】 『自法人』としての強化事項については、圧倒的 1 位が「おもてなし」で、次が「言語対応」が上位に来ていた。(行政機関・観光協会の参加が多かったため、「クレジット等による決済環境の整備」について直接は関係なかったと推察される。)
強化事項	割合																							
外国語スタッフ設置	50.0%																							
多言語表示対応	40.0%																							
ピクトグラム表示	10.0%																							
クレジット等による決済環境	5.0%																							
最新の決済サービス	0.0%																							
国際ATM設置	10.0%																							
両替機設置	5.0%																							
Wi-Fi等整備	30.0%																							
おもてなし意識の醸成	70.0%																							
その他	0.0%																							
Q5.セミナーの情報入手源	<table><thead><tr><th>情報入手源</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>北海道運輸局からの案内</td><td>57.9%</td></tr><tr><td>地元自治体からの案内</td><td>36.8%</td></tr><tr><td>設置してあるリーフレットを見て</td><td>0.0%</td></tr><tr><td>インターネットやブログ・SNS等の告知を見て</td><td>0.0%</td></tr><tr><td>その他</td><td>5.3%</td></tr></tbody></table>	情報入手源	割合	北海道運輸局からの案内	57.9%	地元自治体からの案内	36.8%	設置してあるリーフレットを見て	0.0%	インターネットやブログ・SNS等の告知を見て	0.0%	その他	5.3%	【回答 N 数=19】 セミナー参加者の 57.9%が北海道運輸局経由で、36.8%が地元自治体経由でセミナー情報を入手していた。										
情報入手源	割合																							
北海道運輸局からの案内	57.9%																							
地元自治体からの案内	36.8%																							
設置してあるリーフレットを見て	0.0%																							
インターネットやブログ・SNS等の告知を見て	0.0%																							
その他	5.3%																							
Q6.自由意見	●クレジットカードの利用が国際的に高いことが理解できた。																							

(3) 小樽会場

平成 29 年 2 月 24 日(金)に開催した小樽におけるセミナー結果については、以下の通り。

①セミナー参加人数

事前応募人数	33 名
当日参加人数	30 名 (内訳) 出席：27 名、当日参加：3 名、欠席：6 名

②開催の様子



「主催者挨拶」
北海道運輸局 観光部 観光企画課
課長 野口 知希



「北海道内における決済環境調査結果のご報告」
(株)道銀地域総合研究所
主任研究員 山本 真史



「先進地域での実施事例①」
ビザ・ワールドワイド・ジャパン(株)
マーケティング ディレクター 龍 武史 氏



「先進地域での実施事例②」
(株)JTB 北海道 札幌法人事業部
橋本 明史 氏

③質疑応答

質疑①	質問	釧路の実証事業でフィッシャーマンズワーフ MOO に免税カウンターを設置したとのことだが、その辺の現状についてわかる範囲でお教え頂きたい。
	回答	【回答者】北海道運輸局：清野 MOO の免税一括カウンターについて実際は、本実証事業として行った訳ではないが、今回は本実証事業と免税一括カウンター開設のタイミングが合ったので一緒に展開した。(8月の台風等の影響もあって) 実証期間中の MOO 自体の集客が減っていたという状況はあったものの 1 日何件かの利用はあり、また 12 月は売上総体も増えているとのことから、相応の効果はあると考えている。ただ現在は仮設のカウンターなので、今後改修し、観光案内機能も強化していく予定もあると聞いている。
質疑②	質問	クレジットの環境整備について、事業者側の整備進まない具体的理由は何か。
	回答	【回答者】Visa：龍 氏 やはり、「手数料」が一番の課題だとは考えている。しかし「何のために手数料を払ってまで、クレジット決済を受け付けているのか？」という点は、事業者とカード会社との間で目線が合っていないと感じており、この理解齟齬があるために単純に「手数料がもったいない」という部分に焦点が当たってしまっているのではないかと考えている。手数料を払ってまでクレジット決済ができるようにしているのであれば、そのメリットを最大限に活かせるように店頭でのアクセプタンス表示等に力を入れるべきであるし、クレジット払いを受付けられるメリットを享受するための工夫をしないのであれば、そもそもクレジットを受付けられるようにする意味も薄いので、個人的にはそういう事業者にとってはクレジット自体を止めてしまっても良いのではないかと考えている（そこは、お店毎の判断だと思う）。
質疑③	質問	京都のアクセプタンスマークの印刷費用等は、カード会社で負担したのか。また京都の例で、Visa 以外の他のカードブランドのマークも貼りたいという要望はでなかったのか。
	回答	【回答者】Visa：龍 氏 京都の例では、京都市と Visa とで実施した実証事業なので、Visa として費用負担をして作成した。また、あくまで Visa として実施した実証事業なので、他のカードブランドマークも貼りたいという話にはならなかった。表参道の例では、Visa 以外のものも貼りたいということとなったので、そこは地域が費用負担して対応し、Visa は費用を負担していない。

④アンケート結果

項目	結果	コメント
Q1.所属	■ 行政機関 ■ 観光協会 ■ 経済団体 ■ 商店街組合 ■ 民間 ■ その他	【回答 N 数=25】 「民間事業者」と「行政機関」がそれぞれ 32%と最多であり、民間の観光事業者が積極的な様子が伺えた。
Q2.受入意向	■ 積極的 ■ 消極的 ■ わからない	【回答 N 数=23】 95.7%が「積極的」であった。
Q3-1.セミナーの参考程度	■ 役立つ ■ 参考になった ■ 既に知っている ■ 思っていたのと違った ■ その他	【回答 N 数=25】 観光の街ということもあり、「役立つ」と「参考になった」で 100%となった。特に「役立つ」が 28%と開催 4 地域で最多であり、観光に対する意識の高さが伺えた。
Q3-2.特に参考になった内容	a) アンケート結果分析 85.0% b) 消費拡大と観光普及のポ... 35.0% c) 他地域での先進事例 55.0%	【回答 N 数=20】 回答者の 85%が「アンケート結果分析」を、55%が「他地域での先進事例」が参考になったと回答しており、他地域の事例を自地域に活かしていこうとする様子が伺えた。

項目	結果	コメント																				
Q4-1.外国人の消費拡大に向けた地域の強化事項	<table><thead><tr><th>強化事項</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>外国語スタッフ設置</td><td>48.0%</td></tr><tr><td>多言語表示対応</td><td>44.0%</td></tr><tr><td>クレジット等による決済環境</td><td>68.0%</td></tr><tr><td>最新の決済サービス</td><td>28.0%</td></tr><tr><td>国際ATM設置</td><td>8.0%</td></tr><tr><td>両替機設置</td><td>16.0%</td></tr><tr><td>Wi-Fi等整備</td><td>16.0%</td></tr><tr><td>おもてなし意識の醸成</td><td>44.0%</td></tr><tr><td>その他</td><td>0.0%</td></tr></tbody></table>	強化事項	割合	外国語スタッフ設置	48.0%	多言語表示対応	44.0%	クレジット等による決済環境	68.0%	最新の決済サービス	28.0%	国際ATM設置	8.0%	両替機設置	16.0%	Wi-Fi等整備	16.0%	おもてなし意識の醸成	44.0%	その他	0.0%	【回答 N 数=25】 『地域』としての強化事項では、「Wi-Fi」が1位で、「クレジット等による決済環境の整備」については28%に留まっていたことから、観光面では相応にクレジット対応も地域として進めているものと想像された。
強化事項	割合																					
外国語スタッフ設置	48.0%																					
多言語表示対応	44.0%																					
クレジット等による決済環境	68.0%																					
最新の決済サービス	28.0%																					
国際ATM設置	8.0%																					
両替機設置	16.0%																					
Wi-Fi等整備	16.0%																					
おもてなし意識の醸成	44.0%																					
その他	0.0%																					
Q4-2.外国人の消費拡大に向けた自法人の強化事項	<table><thead><tr><th>強化事項</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>外国語スタッフ設置</td><td>20.0%</td></tr><tr><td>多言語表示対応</td><td>20.0%</td></tr><tr><td>クレジット等による決済環境</td><td>40.0%</td></tr><tr><td>最新の決済サービス</td><td>20.0%</td></tr><tr><td>国際ATM設置</td><td>16.0%</td></tr><tr><td>両替機設置</td><td>4.0%</td></tr><tr><td>Wi-Fi等整備</td><td>4.0%</td></tr><tr><td>おもてなし意識の醸成</td><td>24.0%</td></tr><tr><td>その他</td><td>8.0%</td></tr></tbody></table>	強化事項	割合	外国語スタッフ設置	20.0%	多言語表示対応	20.0%	クレジット等による決済環境	40.0%	最新の決済サービス	20.0%	国際ATM設置	16.0%	両替機設置	4.0%	Wi-Fi等整備	4.0%	おもてなし意識の醸成	24.0%	その他	8.0%	【回答 N 数=25】 『自法人』としての強化事項については、「おもてなし」が上位に来ており、それ以外については20%前後で万遍なく課題意識がある様子が伺えた。
強化事項	割合																					
外国語スタッフ設置	20.0%																					
多言語表示対応	20.0%																					
クレジット等による決済環境	40.0%																					
最新の決済サービス	20.0%																					
国際ATM設置	16.0%																					
両替機設置	4.0%																					
Wi-Fi等整備	4.0%																					
おもてなし意識の醸成	24.0%																					
その他	8.0%																					
Q5.セミナーの情報入手源	<table><thead><tr><th>情報入手源</th><th>割合</th></tr></thead><tbody><tr><td>北海道運輸局からの案内</td><td>40.9%</td></tr><tr><td>地元自治体からの案内</td><td>27.3%</td></tr><tr><td>設置してあるリーフレットを見て</td><td>27.3%</td></tr><tr><td>インターネットやブログ・SNS等の告知を見て</td><td>4.5%</td></tr><tr><td>その他</td><td>0.0%</td></tr></tbody></table>	情報入手源	割合	北海道運輸局からの案内	40.9%	地元自治体からの案内	27.3%	設置してあるリーフレットを見て	27.3%	インターネットやブログ・SNS等の告知を見て	4.5%	その他	0.0%	【回答 N 数=22】 セミナー参加者の40.9%が北海道運輸局経由で、27.3%が地元自治体経由で、27.3%がその他からセミナー情報を入手していた。								
情報入手源	割合																					
北海道運輸局からの案内	40.9%																					
地元自治体からの案内	27.3%																					
設置してあるリーフレットを見て	27.3%																					
インターネットやブログ・SNS等の告知を見て	4.5%																					
その他	0.0%																					
Q6.自由意見	●決済端末の助成だけではなく、加盟店手数料の助成やクレジット取引の税制優遇などの国としての取組みを要望します。 ●外国人の来店を好まない商店主等が意外に多いのに驚きました。日本人の意識改革も必要だと思いました。 ●JTB の橋本さんの話は面白かった！VISA、道銀さんの話はクレジットの宣伝のように聞こえた！ ●決済システムの多様化がわずらわしい。1本化できないか。 ●行政が音頭を取らないと進まない。																					

(4) 室蘭会場（登別・洞爺）

平成 29 年 3 月 3 日(金)に開催した釧路におけるセミナー結果については、以下の通り。

①セミナー参加人数

事前応募人数	27 名
当日参加人数	27 名 （内訳） 出席：24 名、当日参加：3 名、欠席：3 名

②開催の様子



「主催者挨拶」
北海道運輸局 室蘭運輸支局
支局長 佐藤 秀典



「北海道内における決済環境調査結果のご報告」
（株）道銀地域総合研究所
主任研究員 山本 真史



「先進地域での実施事例①」
ビザ・ワールドワイド・ジャパン(株)
マーケティング マネージャー 西谷 麻耶 氏



「先進地域での実施事例②」
（株）JTB 北海道 札幌法人事業部
橋本 明史 氏

③質疑応答

質疑①	質問	実際にクレジット決済のシステムを導入する場合に、当初費用や月々のランニングがいくらくらいかかるのかについて教えて欲しい。(事業者と話をしていく際の参考にしたい。)
	回答	【回答者】 Visa：西谷 氏 Visa 自体はカード等を直接発行している訳ではなく、決済の仕組みを提供している会社になる。したがってご質問の費用関係については、実際にカードを発行されているカード会社に直接お問い合わせ頂くことになる。 【回答者】 道銀総研：山本 今回の調査を通じてわかった範囲で回答させて頂くと、カード業界全体は Visa のような親元カードブランド会社の下に、提携の国内大手カード会社、地域地場のカード会社がある構造。したがって原則的には、カード会社と加盟店契約する事業者との間で個別に取引条件を決める仕組みになっている。費用は大きく 2 種類あり、当初コストは端末代、ランニングコストはクレジット決済額に応じた手数料が発生し、この手数料率が業種毎で異なっている。 【回答者】 Visa：西谷 氏 最近はスマートフォン等に差す形で初期コストを抑えた端末商品 (square や楽天スマートペイ等) も出ているので、そういったものを使うと初期コストが安く抑えられる。

④アンケート結果

項目	結果	コメント
Q1.所属	行政機関 56.5% 観光協会 34.8% 経済団体 8.7% 商店街組合 0.0% 民間 0.0% その他 0.0%	【回答 N 数=23】 「行政機関」が 56.5%、「観光協会」が 34.8%、「経済団体」が 8.7%であった。
Q2.受入意向	積極的 87.0% 消極的 4.3% わからない 8.7%	【回答 N 数=23】 87%が「積極的」も、「わからない」が 8.7%、「消極的」が 4.3%となっていた。
Q3-1.セミナーの参考程度	役立つ 91.3% 参考になった 8.7% 既に知っている 0.0% 思っていたのと違った 0.0% その他 0.0%	【回答 N 数=23】 「役立つ」と「参考になった」で 100%であったが、「役立つ」の回答は 8.7%にとどまった。
Q3-2.特に参考になった内容	a) アンケート結果分析 76.2% b) 消費拡大と週末普及のポ... 28.6% c) 他地域での先進事例 38.1%	【回答 N 数=21】 回答者の 76.2%が「アンケート結果分析」を、38.1%が「他地域での先進事例」が参考になったと回答しており、インバウンドの入込が多い地域の割には全体的な回答率が低位であったと感じられた。

項目	結果	コメント																						
Q4-1.外国人の消費拡大に向けた地域の強化事項	<table><tr><th>強化事項</th><th>割合</th></tr><tr><td>外国語スタッフ設置</td><td>50.0%</td></tr><tr><td>多言語表示対応</td><td>41.7%</td></tr><tr><td>ピクトグラム等の表示</td><td>25.0%</td></tr><tr><td>最新の決済環境</td><td>41.7%</td></tr><tr><td>国際決済サービス</td><td>29.2%</td></tr><tr><td>国際ATM設置</td><td>29.2%</td></tr><tr><td>両替機設置</td><td>12.5%</td></tr><tr><td>Wi-Fi等整備</td><td>45.8%</td></tr><tr><td>おもてなし意識の醸成</td><td>29.2%</td></tr><tr><td>その他</td><td>0.0%</td></tr></table>	強化事項	割合	外国語スタッフ設置	50.0%	多言語表示対応	41.7%	ピクトグラム等の表示	25.0%	最新の決済環境	41.7%	国際決済サービス	29.2%	国際ATM設置	29.2%	両替機設置	12.5%	Wi-Fi等整備	45.8%	おもてなし意識の醸成	29.2%	その他	0.0%	【回答 N 数=24】 『地域』としての強化事項では、「言語対応」「Wi-Fi」「クレジット等の決済環境の整備」が上位も、全体的に万遍なく課題意識があるような様子が伺えた。
強化事項	割合																							
外国語スタッフ設置	50.0%																							
多言語表示対応	41.7%																							
ピクトグラム等の表示	25.0%																							
最新の決済環境	41.7%																							
国際決済サービス	29.2%																							
国際ATM設置	29.2%																							
両替機設置	12.5%																							
Wi-Fi等整備	45.8%																							
おもてなし意識の醸成	29.2%																							
その他	0.0%																							
Q4-2.外国人の消費拡大に向けた自法人の強化事項	<table><tr><th>強化事項</th><th>割合</th></tr><tr><td>外国語スタッフ設置</td><td>54.2%</td></tr><tr><td>多言語表示対応</td><td>41.7%</td></tr><tr><td>ピクトグラム等の表示</td><td>20.8%</td></tr><tr><td>最新の決済環境</td><td>20.8%</td></tr><tr><td>国際決済サービス</td><td>16.7%</td></tr><tr><td>国際ATM設置</td><td>12.5%</td></tr><tr><td>両替機設置</td><td>12.5%</td></tr><tr><td>Wi-Fi等整備</td><td>33.3%</td></tr><tr><td>おもてなし意識の醸成</td><td>50.0%</td></tr><tr><td>その他</td><td>0.0%</td></tr></table>	強化事項	割合	外国語スタッフ設置	54.2%	多言語表示対応	41.7%	ピクトグラム等の表示	20.8%	最新の決済環境	20.8%	国際決済サービス	16.7%	国際ATM設置	12.5%	両替機設置	12.5%	Wi-Fi等整備	33.3%	おもてなし意識の醸成	50.0%	その他	0.0%	【回答 N 数=24】 『自法人』としての強化事項については、「おもてなし」「言語対応」が上位にきているが、「クレジット等の決済環境の整備」については限定的であった。 (行政機関等、決済を伴わない法人からの参加も多かったためと考えられる。)
強化事項	割合																							
外国語スタッフ設置	54.2%																							
多言語表示対応	41.7%																							
ピクトグラム等の表示	20.8%																							
最新の決済環境	20.8%																							
国際決済サービス	16.7%																							
国際ATM設置	12.5%																							
両替機設置	12.5%																							
Wi-Fi等整備	33.3%																							
おもてなし意識の醸成	50.0%																							
その他	0.0%																							
Q5.セミナーの情報入手源	<table><tr><th>情報入手源</th><th>割合</th></tr><tr><td>北海道運輸局からの案内</td><td>95.0%</td></tr><tr><td>地元自治体からの案内</td><td>5.0%</td></tr><tr><td>設置してあるリーフレットを見て</td><td>0.0%</td></tr><tr><td>インターネットやブログ・SNS等の告知を見て</td><td>0.0%</td></tr><tr><td>その他</td><td>0.0%</td></tr></table>	情報入手源	割合	北海道運輸局からの案内	95.0%	地元自治体からの案内	5.0%	設置してあるリーフレットを見て	0.0%	インターネットやブログ・SNS等の告知を見て	0.0%	その他	0.0%	【回答 N 数=20】 セミナー参加者の 95.0%が北海道運輸局経由で、セミナー情報を入手していた。										
情報入手源	割合																							
北海道運輸局からの案内	95.0%																							
地元自治体からの案内	5.0%																							
設置してあるリーフレットを見て	0.0%																							
インターネットやブログ・SNS等の告知を見て	0.0%																							
その他	0.0%																							
Q6.自由意見	●総論賛成、各論反対の細かい分析が知りたい。 ●小さな店がカード決済を導入したいと思える環境をカード会社も考えてほしい。 ●免税店もそうだが、決済に関しては地域や商店街が一体となり取り組むことが旅行者の利便性につながる。伴わせて、地域の売りにもなると思う。地域全体で取り組むことの重要性を再認識した。 ●商品の魅力増進のほかに、買える環境づくりの重要性を感じました。																							

7. 事業のまとめ・考察

本事業のまとめとして、本項にて改めて、クレジット端末等の普及を中心とした決済環境整備について、その課題と方策の全体像を以下の通り整理した。

【北海道におけるクレジット決済端末等の普及に向けた課題構造と普及モデル】



【クレジット端末等の普及に向けたポイント】

主なポイント（施策指針）	内容
①「総論賛成、各論反対」への対応	外国人旅行者が急速かつ継続的に増えている中で、「地域」として何かしら取組むべきという意識は各事業者とも有している。その一方で個別の事業者がコストをかけて取組むことについては、事業者毎の費用対効果意識のため、消極的であった。このことから、「地域としての取組み」を強調した、総論に沿った動きが必要である
②行政主導による動きは、地域への影響力が大きい	上記①に関連して、「地域としての取組み」の担い手として、「地域の自治体」を中心とした行政機関（含む、関連機関）は最も適切だと言える。行政主導の動きは、個々の事業者間の利害関係意識を薄め、地域の関係者に安心感を与えるという効果が期待できる。
③点ではなく、面で展開	「地域で取組む」ということはすなわち、「面で取組む」ということであるが、いずれにせよ今回の調査事業では「個々の事業者（＝点）を1者ずつ説得していくことによる決済環境整備には限界がある」ことがわかった。地域毎に主要な「業種」を絞り込む等も含め、「面で取組む」ことで事業者側の負担感の軽減も図りながら取組める仕組み作りができると、直接的・間接的に、クレジットを利用した決済環境の整備につながっていくものと考えられる。

ここまでの検証から、訪日外国人向け決済環境整備に取り組む際、その初動段階での動きを行政機関が主導することの重要性は非常に高いと言える。また、地域の小売店等の個々の事業者の決済端末設置に対する負担軽減を図りながら決済環境整備を進めるには、観光協会や商店街等が主導して、地域内で利用可能なクーポン（ミールクーポン、体験メニュークーポン等）を事前にクレジット決済できる仕組み（＝間接的なクレジット決済環境の整備）の構築や、地域一体となったキャンペーン実施による話題づくりやPRを行うなど、地域（＝面）として取り組むことが効果的である。

以上のことから、決済環境の整備及びクレジットカードの普及・啓蒙の取り組みを推進するためには、地域の行政機関が、初動段階においてリーダーシップをとって啓蒙活動を行い、意識醸成を図るとともに、地域の「観光協会」「経済団体（商工会議所、商工会、商店街組合 等）」「業界団体（宿泊、飲食、体験観光 等）」「地元のクレジットカード会社」「商業施設」等と連携し、例えば上記のような“地域一体の取組”として、目指すべき環境作りにむけた啓蒙活動に、複数年をかけて取り組むことが最重要であると本稿では結論付ける。

以上

参考資料（決済端末等の普及モデルセミナー配布資料）

(1) 北海道内における決済環境調査結果のご報告（道銀地域総合研究所）

決済環境調査のご報告

北海道運輸局「訪日外国人旅行者受入環境整備緊急対策事業/決済環境調査事業」

平成 29年 2月

【報告者(事業運営)】

株式会社 道銀地域総合研究所 主任研究員 山本 真史

※ 後日の個別のご質問等につきましては、以下E-mailアドレスまでお問い合わせ下さい。

【E-mail】masafumi.yamamoto@doginsoken.jp

外国人観光客の受入れを、消費拡大につなげるために...

インバウンド観光のインパクトと、 インバウンド消費のトレンド

- **定住人口1人**当たりの**年間消費額**（125万円）は、旅行者の消費に換算すると**外国人旅行者8人分**、国内旅行者（宿泊）25人分、国内旅行者（日帰り）80人分にあたる
- 「爆買い」から、「越境EC」と「**体験**」へ

「観光の産業化」の必要性

- 「観光振興」によって交流人口が増えても、比例して経済活動が活発化するとは限らない
→「**滞在時間の引き延ばし**」が必要
- 滞在時間を引き延ばす施策として、**地元ならではの「コト消費=旅行目的創り」**を推進

- 北海道の人口は、2025年までに500万人を割り込み、2040年には419万人にまで減少する予測
- **人口減少に伴う、経済縮小、地域の衰退**

北海道のこれからと課題

Copyright © 2017 Dogin Regional Research Institute co.ltd All Rights Reserved.

外国人観光客の受入れを、消費拡大につなげるために・・・

インバウンド観光のインパクトと、 インバウンド消費のトレンド

- 定住人口1人当たりの年間消費（125万円）は、旅行者の消費に換算すると外国人旅行者（宿泊）25人、国内旅行者（宿泊）25人、旅行者（日帰り）80人
- 「爆買い」から、「越境EC」へ

「観光の産業化」の必要性

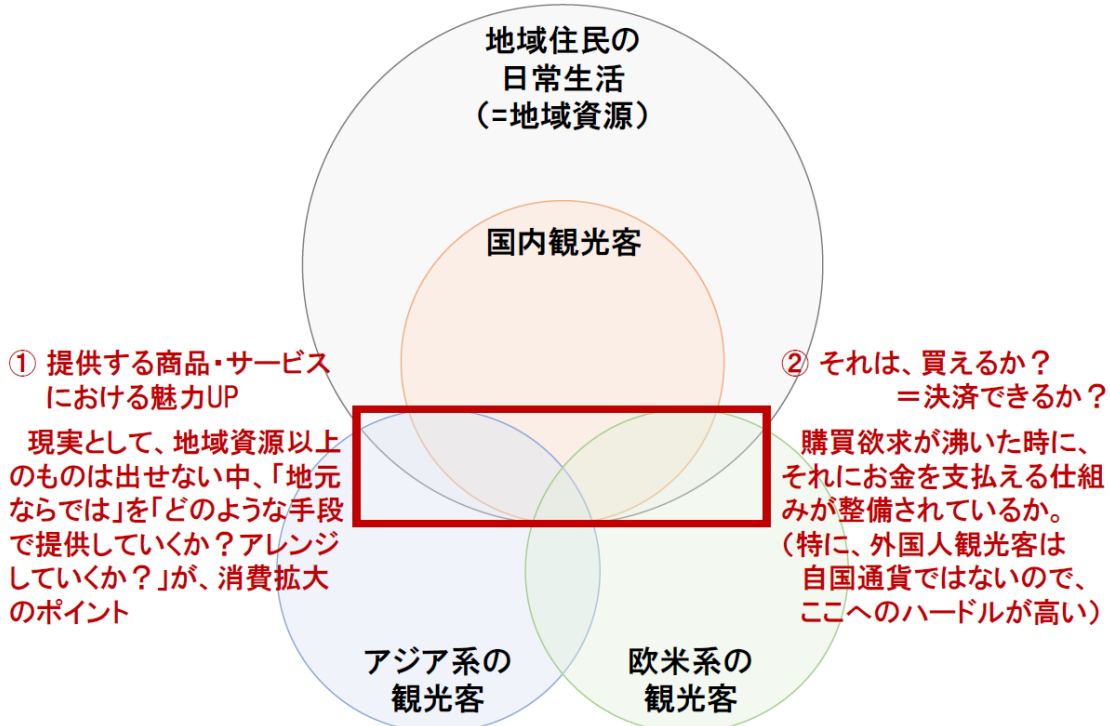
- 【これからの観光振興】観光振興によって交流人口が増加しても、比例して経済活動が拡大するとは限らない。滞在時間の引き延ばしが必要。引き延ばす施策として、コト消費=旅行目的
- 地域の交流人口の増加／地元のファン創り／リピーター化の促進
- 地元だからこそ、「本物の体験」を提供：コト消費推進
- 地元にお金が落ちる仕掛け作り（＝地元店舗の決済環境整備、滞在時間・日数を増やす工夫）

- 北海道は、観光客の消費を減らすのではなく、地元のお店で消費してもらう（地元住民による観光振興）人に来てもらう
- 人口減少に伴う、経済縮小、地域の衰退

北海道のこれからと課題

Copyright © 2017 Dogin Regional Research Institute co.ltd All Rights Reserved.

「地元」を売れる形に変える～嗜好性に提供手段を合わせる～



Copyright © 2017 Dogin Regional Research Institute co.ltd All Rights Reserved.

インバウンドを消費拡大につなげるために理解しておくべき理論

■二要因理論：「動機」に関する理論

動機付け 要因

【やる気につながる要因】

満たされることで**満足感**につながり、仕事への
動機(やる気)になる要素

■ やりがい ■ 達成感 ■ 昇進・昇格etc...

商品やサービスの魅力

衛生要因

【不満につながる要因】

改善されても仕事のやる気につながるわけではない
が、不十分だと**不満につながる**要素

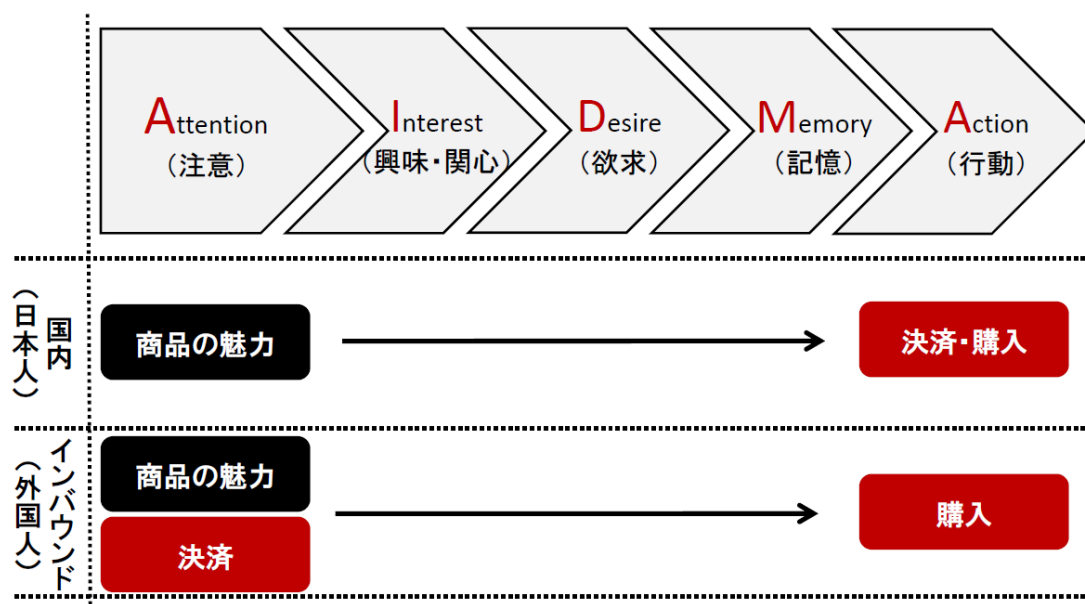
■ 人間関係 ■ 給与 ■ 労働条件 etc...

決済環境

Copyright © 2017 Dogin Regional Research Institute co.ltd All Rights Reserved.

インバウンドの消費行動を理解するために知っておくべき理論

■AIDMA理論：「購入」に至るまでのプロセス



Copyright © 2017 Dogin Regional Research Institute co.ltd All Rights Reserved.

外国人アンケート：結果分析② ～アジア系・欧米系の比較～ まとめ

項目	アジア系	欧米系	考察
① クレジットカード保有率	持っている 92.8%	持っている 98.8%	保有率はアジア系、欧米系ともに9割超。 日本人の平均保有率：84%よりも10%前後高い
② 世帯年収	二極化傾向	年収が高い順	欧米系は金銭的に余力ある層が来道傾向が強い。一方アジア系は、中間年収層も来道。
③ 望ましい決済手段	① クレジット:58.5% ② 現金(自国両替):29.2% 自国で両替してくる人も多い	① クレジット:40.7% ② 旅行先でATM利用:24.2% 旅行先でのATM利用	欧米系は旅行先で現金を調達、アジア系は事前準備してくる傾向。ただしクレジットを好む割合はアジア系の方が高い
決済意識に関する地域・国民性の考察	旅行前に両替してきた現金範囲内での消費傾向。その分、クレジット決済を好む割合も、欧米系より高い。	必要に応じて、旅行先で現金を調達して消費する傾向(そもそも自国でも普段から、現金は小額しか保有していない)	その意味でクレジットは、国民性や現金保有の有無に左右されにくく、現地での追加消費を促しやすい決済手段

Copyright © 2017 Dogin Regional Research Institute co.ltd All Rights Reserved.

外国人アンケート：結果分析の「まとめ」

		地域中核都市から近い (公共交通機関で2時間圏内)		地域中核都市から遠い (公共交通機関で2時間以上)	
		体験型 (文化・歴史等)	体感型 (自然等)	体験型 (文化・歴史等)	体感型 (自然等)
道内地域の例		・札幌 ・小樽(小樽運河) ・旭川(旭山動物園) ・函館	・富良野/美瑛 (花観光) ・釧路湿原 ・網走(冬:流水) ・根室(バードウォッチ)	・登別・洞爺(温泉) ・阿寒(アイヌ文化) ・余市(ニッカ) ・日高(競走馬)	・ニセコ地区 (スキーリゾート) ・ウトロ地区 ・利尻/礼文
観光展開の方向性		・地元体験/食 ・散策/街歩き	・観光地観光 ・そのため観光	・文化体験 ・そのため観光	・大自然体感 ・そのため観光
決済傾向	アジア系	・自国で事前に、日本円に外貨両替してくる層はいる。ただし世帯年収は二極化しているので、高所得層を取り込むには現金だけでは厳しい			
	欧米系	・旅行先で必要に応じて、ATM等で引き出す層が多い。来道観光客の世帯年収も高めなので、現金以外の手段が必要			
大まかな決済整備状況		徒歩圏で決済環境は整っている ○	決済環境は整っているが、密度は低い △	外貨両替は難しく、コンビニATM次第 ▲	現金以外の決済手段は難しい ×

Copyright © 2017 Dogin Regional Research Institute co.ltd All Rights Reserved.

「調査の全体像」の整理

①訪日外国人

- 来道外国人のクレジット保有率は、日本人より高い
- 欧米系の方がアジア系よりも全体的に「お金持ち」の傾向。
アジア系は、「お金持ち」と「中間年収層」に二極化
- クルーズ船の中心客は、「欧米系」「世帯年収700万円以上」「60代以上」「夫婦」という構成
→ 金銭的には余裕がある一方、欧米系の嗜好性や、量より質を重視した地元らしい商品・サービスの提供が必要
- クルーズ船以外で多いのは、「アジア系」「30～40歳代」「家族or仲間・友人との旅行」で、世帯年収は二極化
- 地方ほど、また小規模店舗・地元店舗ほど、クレジット決済に対応していないとの意見
- アジア系は旅行前に自国で外貨両替をしてくるのに対し、欧米系は旅行先で現地通貨を入手しようとする傾向
- 地方へ行くほど、他の決済手段(=ATM、外貨両替)が利用できないため、潜在的にはクレジット利用希望が増える

②事業者

- 現在「現金のみ対応」している店舗でも、「費用負担の軽減」「クレジット決済を希望する顧客の増加」次第で、全体の約4割は、検討自体には可能性がある。
- 地域間で顧客属性・事業者属性が違っていると、効果的な決済手段も異なる
- 「スマホ等決済サービス導入」は、未導入事業者でも約4割は状況次第で検討の可能性がある
- 調査事業者全体の割合では、売上の約3割が外国人による
- 「クレジットで決済ができる」旨は、どの事業者も独自で積極的には告知しておらず、約半分は「カード会社からのツール」で、残りの半分は「特にプロモーションはしていない」
- 事業者事情では、カード決済額は基本的に「金額が高ければ高いほど適切」という傾向。しかし業種別には、以下の傾向も出ている。
①「お土産店」は「小額からでも適切」と感じている
②「体験観光事業者」は二極化

- インフラとしての決済環境整備そのものや、アクセプタンス周知は、短期的な売上増加につながるとは言えない
- 一方、外国人対応についての課題意識は、総論では共有されており、各事業者も何かしらの対応は必要だと考えている
- 以上から、個店として取り組むにはメリットは少ないものの、地域単位や施設単位として「面」で「継続的」に取り組むことが必要。長期的には、外国人観光客が地域にお金を落とす受け皿につながる
- 「通訳」、広義でのスムーズな言語対応については、事業者側のニーズは高い(通訳アプリ等の活用も可)
- 通訳者からの意見として、以下のものが出ていた
・「地元のもの」「日本らしいもの」「日持ちするもの」を求める / 「クレジットは使えるか？」という質問は多い / 「試食・試飲」がないと買わない(食べてみないと、どんなものかわからない) / 現金を持っておらず、クレジットが使えないと、コーヒー1杯飲めない
- 地元で商売をされている方々にとっては、外国人の求めているものがわからない

③実証事業

Copyright © 2017 Dogin Regional Research Institute co.ltd All Rights Reserved.

「調査の全体像」の整理

①～『消費拡大』に向けたポイントと、決済環境整備の方向性～

【総括】

- 外国人対応についての課題意識は各事業者、総論で共有されている中、「点(=個店)」ではなく、「面(=施設単位、地域単位、カード会社単位)」での対応が必要
→ 個店毎に導入を促して整備していくことは、個別事情が絡み、ハードルが高い(消費拡大効果が短期的に見えない中で、個店対応は各論に埋没してしまう)
- 国民性を問わず、「地元のもの」「日本らしいもの」「日持ちするもの」が大事。その上で国民性に合わせた商品提供方法を考えていく他、「試食・試飲」は不可欠(商品の魅力を情報だけでなく、「五感」で伝えることが必要)

↓

【決済環境の整備に向けた、展開の方向性】

- クレジット使用可能店舗等における、「地域単位」「施設単位」「業界団体単位」「カード会社単位」「観光協会」等での、アクセプタンス・プロモーションの強化
- 地域内の決済全般(クレジット可能店舗、外貨両替、インターナショナルATM等)に関する包括的な情報提供
- 「地域単位」「施設単位」で一括でクレジット決済できる仕組みの導入
→ 仕組みの一例として、旅行会社クーポンのようなものを地域通貨的に代用し、クーポン購入にクレジット決済が可能にする等(外国人旅行者向けの『プレミアム地域通貨』のようなものができるか?)

実証事業

Copyright © 2017 Dogin Regional Research Institute co.ltd All Rights Reserved.

商品・サービスの魅力を伝えるための視点

【食品・お土産①】

- 「**試食・試飲**」によって、情報だけでなく「五感」で伝える
→ 都会より遅れていては売れない
(例:お土産販売では、釧路空港は、羽田空港よりも遅れている)
- 言語対応:**最低でも英語表記**による情報提供は不可欠
→ 食べ方／保存の仕方(常温保存の可否)

Copyright © 2017 Dogin Regional Research Institute co.ltd All Rights Reserved.

商品・サービスの魅力を伝えるための視点

【食品・お土産②】

- 地元産品の外国人向け／観光客向けの**アレンジ**
※ ただし、**あからさまな観光客向けではなく、地元の方々にも「おっ！面白い！」と思わせることが必要**
 - ① 「**小分け化**」「**単品訴求**」「**国民性**」によるアレンジ
Ex.アジア観光客の特性に合わせて、片手で食べ歩きできるよう、蒲鉾をスティックや串に刺して販売
Ex.単に生牡蠣を販売するだけでなく、「オイスターシューター」風アレンジし、その場で地元のお酒と楽しめるようにする
 - ② **イベント的要素の導入**
Ex.マグロやアンコウの解体ショー
(例えば、クルーズ船が入る時だけでも実施し、結果、地元の人にも買ってもらえるようにする)

Copyright © 2017 Dogin Regional Research Institute co.ltd All Rights Reserved.

商品・サービスの魅力を伝えるための視点

【体験＝コスト消費】

- 言語対応：**最低でも英語表記**による情報提供は不可欠
- プログラムへの工夫
 - 「**日本らしさ**」「**地元ならではの**」を出しつつ、地元の人でもやらないようなことをプログラム化する
- 「**オンリーワン体験**」を意図的に創り出す
 - 富裕層が求めているものは、一般の収入層の方々には想像がしにくい。「**こんなの、売れるはずないよ**」が**意外と売れる**ことがある
 - Ex. スキー場を一日貸切にして、プライベートゲレンデ化して、アジア系のリゾートウェディングを誘致する
(新郎新婦がドレスとタキシードで、ゲレンデから滑って降りてくる演出 等、普通はやらないことを企画する)

Copyright © 2017 Dogin Regional Research Institute co.ltd All Rights Reserved.

「地域特性×業種別」での展開モデル

業種別	地域中核都市から近い		地域中核都市から遠い	
	体験型 (文化・歴史等)	体感型 (自然等)	体験型 (文化・歴史等)	体感型 (自然等)
①公共の観光施設	行政施策として、クレジット端末導入が必要	行政施策として、クレジット端末導入が必要	行政施策として、クレジット端末導入が必要	—
②地元の飲食店	—	個店毎の端末設置の他、観光協会やホテル等によるミールクーポンの販売等で入金までの立替等に対応	個店毎の端末設置の他、観光協会やホテル等によるミールクーポンの販売等で入金までの立替等に対応	個店毎の端末設置の他、観光協会やホテル等によるミールクーポンの販売等で入金までの立替等に対応
③地元の小売店	—	市場や施設のテナントの場合は施設単位で、 個店 は原則、個別対応にならざるを得ない	市場や施設テナントの場合は施設単位で、 個店 は原則、個別対応にならざるを得ない	—
④バス・タクシー事業者	—	全車への個車対応は難しいため、 出発・帰着の同一対応 又は、 事前支払い が可能な 定期観光ルート の構築強化が必要	—	全車への個車対応は難しいため、 出発・帰着の同一対応 又は、 事前支払い が可能な 定期観光ルート の構築強化が必要
⑤体験観光ガイド	—	モバイルタイプの端末等による対応強化	—	モバイルタイプの端末 等による対応強化
パターン区分	A.都市部・体験パターン	B.都市部・体感パターン	C.地方・体験パターン	D.地方・体感パターン

Copyright © 2017 Dogin Regional Research Institute co.ltd All Rights Reserved.

(2) 国内のインバウンド、決済インフラ整備の課題と取り組み①

(ビザ・ワールドワイド・ジャパン㈱)

国内のインバウンド、決済インフラ整備の
課題と取り組み

龍 武史

ビザ・ワールドワイド・ジャパン株式会社
マーケティング
クロスボーダーマーケティング & ビジネス

VISA

Visa Public

アクセプタンスマーク掲示
の重要性

VISA

Visa Public

店舗における一般的なカード受入の価値



- 顧客満足度向上のサポート
- 処理スピードの向上
- 機会逸失の削減
 - ✓ 後払い
 - ✓ ボーナス/分割払いの導入
 - ✓ 訪日客の取り込み

4 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

海外からみた日本の決済環境事情



BOUTIQUE JAPAN®

CASH, CREDIT CARDS & ATMS IN JAPAN

In our brand-new Japan Travel Tips series, we share quick and useful information to help you get the most out of your trip to Japan.

Today's Japan Travel Tip is about **cash, currency, credit cards and ATMs in Japan**.

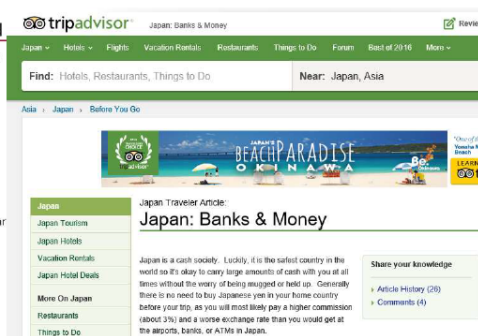
Despite the fact that things are changing, it may surprise you to learn that an incredibly modern country like Japan is in some ways quite old fashioned when it comes to money.

Not only is the use of cash extremely prevalent, but in many places credit cards are simply not accepted. And to further complicate things, ATM machines that work with non-Japanese credit or debit cards can be hard to find, particularly in rural areas.

出典 <http://boutiquejapan.com/money-in-japan/>
<https://www.tripadvisor.com/Travel-g294232-v601/JapanBanksAndMoney.html>

5 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public



海外からみた日本の決済環境事情

VISA

- Guides
- Community
- Tools
- Features
- Company
- Contact

Japan

Japan > Japan Guide > Money > Money in Japan

TOPICS

- Visas & Permits
- Jobs
- Housing & Rentals
- Property
- Health
- Money
- Language
- Telephone & Internet

Money in Japan

Cash, cards, and ATMs

In spite of its technology-driven economy, Japan is still very much a cash-based society. Though credit cards are increasingly popular, foreigners should not expect to have much luck with them outside of major cities.

Home > Passports, travel and living abroad > Travel abroad > Foreign travel advice

Foreign travel advice

Japan

Money

en. You may have difficulty using credit and debit cards issued outside Japan. Cirrus, Maestro, Link and Delta cash cards are not widely accepted. Japanese post offices, 7-Eleven stores and Citi Bank have cash machines, which will accept some foreign cards during business hours. Cash machines at banks and post offices generally close at 9pm or earlier and may not operate at the weekends or on national holidays, however, ATMs in convenience stores and some shopping centres are available 24 hours a day. Check with your bank before travelling and take sufficient alternative sources of money for the duration of your stay.

出典 <https://www.justlanded.com/english/Japan/Guide/Money/Money-in-Japan>
<https://www.gov.uk/foreign-travel-advice/japan/money>

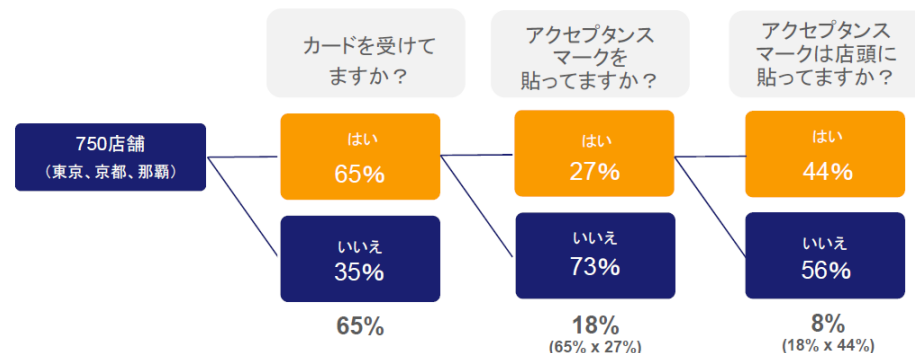
6 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

カード受入とアクセプタンスマークの掲示調査 (2014年)

VISA

東京、京都、那覇の飲食店750店舗のうち店頭にアクセプタンス
マークを貼っている割合は **8%**



出典: 2014年12月 インタジェントターミナル現地実地調査
 7 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

アクセプタンスマークと訪日客心理

VISA



出典: Visaゾーン札幌・ブロックボックスリサーチ2014 (N=471)
© 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

83%

アクセプタンスマークのあるお店を好む

54%

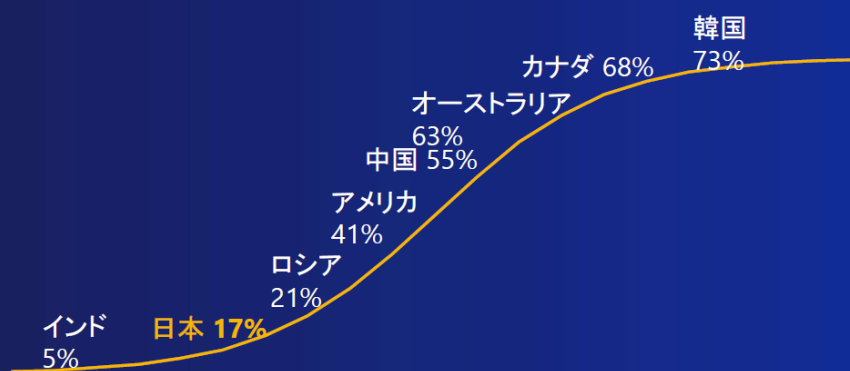
頻繁にアクセプタンスマークを探す

64%

カードが使えない場合、利用金額に慎重になる

個人消費支出に占めるカード支払いの比率

VISA



Source: Euromonitor, 2014 card volumes

9 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

Visaのインバウンドに
関する取組について

VISA

Visa Public

インバウンド施策概要の骨子

VISA

訪日客受け入れ環境の整備

1. アクセプトマーク掲示の強化
(地域独自のアクセプトマークの導入)
2. 地域行政・加盟店・商店会に対する啓蒙活動

訪日客誘客施策

3. 顧客タッチポイントでの誘客施策
4. プロモーションレビュー/地域における課題の共通認識

11 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

インバウンド施策(Visaゾーン)



活動内容:

自治体、観光協会、商店会などと協力し、エリア全体におけるカード受入環境の整備(アクセプタンスマーク掲示の強化)を図る

エリア	パートナー	2012	2013	2014	2015	2016	2017 (案)
沖縄	沖縄観光コンベンションビューロー	○					
表参道	東京観光財団(-2015年)/ 原宿表参道樺会商店街振興組合		○	○	○	○	○
札幌	札幌市観光文化局観光コンベンション部/ JTB北海道		○	○	○	○	○
京都	京都市/ 京都文化交流コンベンションビューロー					○	○

12 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

インバウンド施策概要の骨子



訪日客受け入れ環境の整備

1. アクセプタンスマーク掲示の強化
(地域独自のアクセプタンスマークの導入)
2. 地域行政・加盟店・商店会に対する啓蒙活動

訪日客誘客施策

3. 顧客タッチポイントでの誘客施策
4. プロモーションレビュー/地域における課題の共通認識

13 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

1. アクセプタンスマーク掲示の強化(京都市)

VISA



14 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

地域店舗によるデザインの作成
⇒地域の人々の参加意識の醸成

景観に馴染む洗練されたもの
⇒店頭に貼しやすいデザイン性

フランス語による歓迎の追加
⇒地域特性を踏まえたメッセージ

Tax-Freeとの一体化デザイン
⇒顧客への分かりやすいメッセージ

2. 地域行政・加盟店・商店会等に対する啓蒙活動(京都)



京都文化交流コンベンションビューロー様主催のセミナーにてカード受入れの意義を啓蒙。札幌たぬきや様、京都宇治伊藤久右衛門様からもインバウンド対応事例をご紹介。店舗で今すぐに対応出来ることを意識したセミナーを実施

15 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

2.地域行政・加盟店・商店会に対する啓蒙活動(京都) **VISA**

✓設問4

アクセプタンスマーク(カード受入れマーク)についてお伺いします。

設 問	掲示している	掲示していない	有効回答
外を歩いているお客様から見える場所にアクセプタンスマークを掲示しているか教えてください。	32.0% (22件)	68.0% (46件)	68件
上記設問のうち免税店のみの数値	55.0%	45.0%	
上記設問のうち小売店のみの数値	28.0%	72.0%	
上記設問のうち飲食店のみの数値	40.0%	60.0%	

✓設問4-7

設 問	はい	いいえ	有効回答
本日の話を聞いて、店頭用のアクセプタンスマークを手如果能たら、店頭に貼ろうと思いましたが？	91.0% (48件)	9.0% (5件)	53件

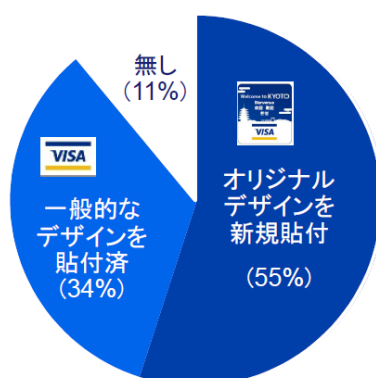
✓設問4-8

設 問	はい	いいえ	有効回答
京都オリジナルアクセプタンスマークをご希望されますか？	87.0% (41件)	13.0% (5件)	46件

16 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

アクセプタンスマーク掲示に関する事例(京都/免税店) **VISA**



出典：KCVB調査(Kyoto Tax Free Shopping Book)に参画している366店のうち、今回の施策に対して賛同頂けた275店に対するヒアリング調査/2015年12月)

17 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

アクセプタンスマークの表示については概ね達成(89%)

貼付無し店舗(全体の11%)のうち、28%がテナント型(入り口が複数ある、適切な掲示スペースが無い)

→店舗視点に立ったデザインの更なる検討が必要

インバウンド施策概要の骨子



訪日客受け入れ環境の整備

1. アクセプタンスマーク掲示の強化
(地域独自のアクセプタンスマークの導入)
2. 地域行政・加盟店・商店会に対する啓蒙活動

訪日客誘客施策

3. 顧客タッチポイントでの誘客施策
4. プロモーションレビュー/地域における課題の共通認識

18 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

3.顧客タッチポイントでの誘客施策例(過去事例)



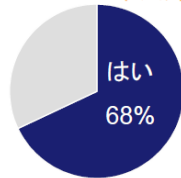
19 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

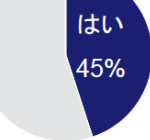
オンライン/SNSに関する日本人と外国人の意識

VISA

日本人海外旅行者(*1)

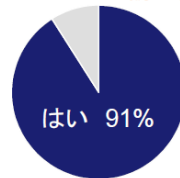


プランニング

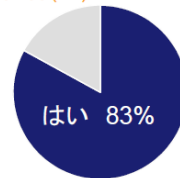


体験のシェア

訪日旅行者(*2)



プランニング



体験のシェア

旅行後の体験シェア(国別)

訪日客全体(*3)		台湾		韓国		中国		香港		タイ		日本(*4)	
Facebook	58%	Facebook	74%	Naver	41%	Weibo.com	52%	Facebook	61%	Facebook	73%	Facebook	30%
Google+	13%	Google+	13%	Facebook	23%	ctrip.com	24%	whatsapp	29%	Agoda.com	24%	Twitter	16%
Instagram	13%	Yahoo! Mail	11%	Twitter	15%	qunar.com	22%	Agoda.com	13%	Instagram	24%	楽天トラベル	11%

(*1-4) Visa グローバルトラベルインテンションスタディ2015調べ (*1)N:480 (*2)N:718 (*3)N:598 (*4) N:190

20 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

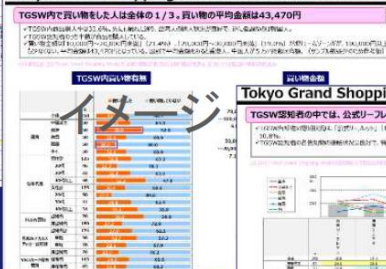
4.プロモーションレビュー/課題認識

VISA

原宿・表参道来訪目的



Tokyo Grand Shopping Week買い物有無と買い物金額

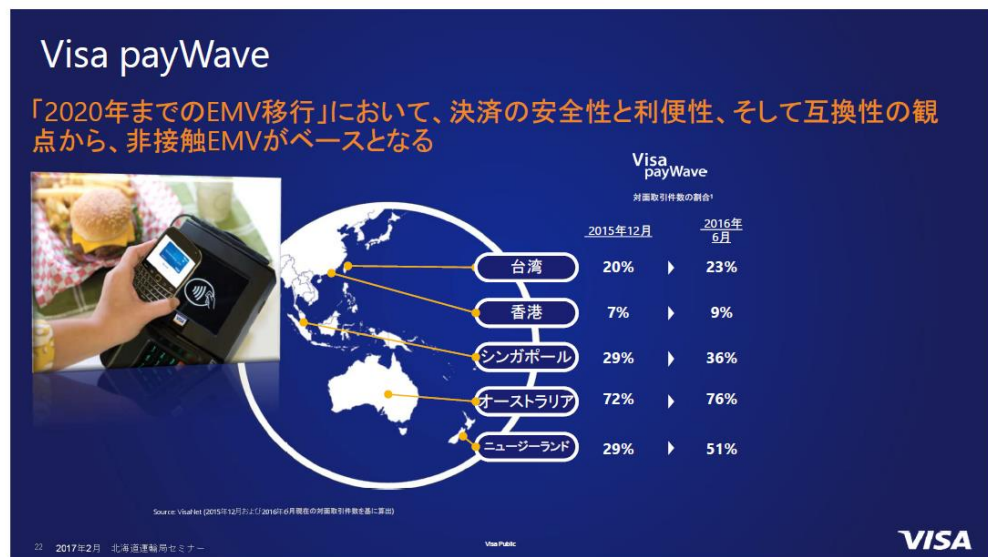


Tokyo Grand Shopping Week告知情報認知状況【表示物あり】

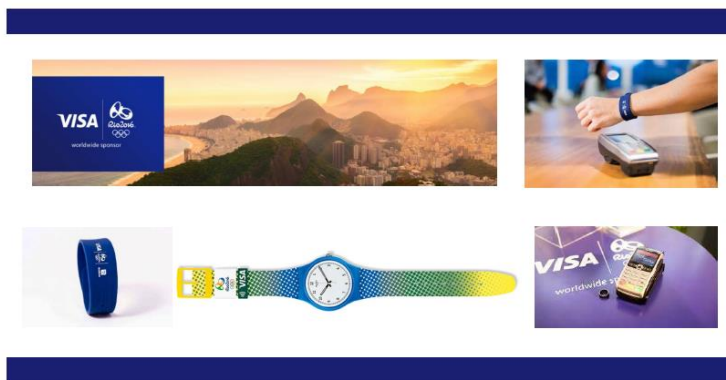


21 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public



ウェアラブル端末(リオオリンピック2016における取組) VISA



新たな変化が生まれている

VISA



24 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

まとめ

VISA

カードの受け入れ環境整備は、生活基盤整備である。訪日外国人のみならず、地域の人々の生活を豊かにする上でも重要な整備活動。アクセプタンスマークの掲示は、今すぐにもスタートできる基盤整備活動

基盤整備を進めるには、その導入意義を地域行政、加盟店、商店街などの関係者が理解することが重要

地域活性化を図る上では、地域行政、加盟店、商店会などがヴィジョンを共有することが大切。ヴィジョンを達成する為には試行を繰り返していくことが重要。上手く行かなくて普通。失敗から学ぶことを次に生かすサイクルを回し続ける事が重要

技術や消費者行動の変化を意識した取り組みも重要

25 2017年2月 北海道運輸局セミナー

Visa Public

(3) 国内のインバウンド、決済インフラ整備の課題と取り組み②（株JTБ 北海道）

訪日外国人
ショッピング・消費動向調査
（北海道）

アンケート調査結果

株式会社JTБ北海道
札幌法人事業部
橋本明史

①アンケート実施の意図

添乗業務や、通訳業務で「実際に」インバウンドのお客様をご案内している方から、生の情報を収集し、今後の消費活動促進につなげる。

※旅行企画側の調査ではありません。

②アンケート対象者

北海道を案内する（したことのある）下記の対象者に向けて実施。

1：インバウンド対応している添乗員（JTＢ以外にも複数の会社をまたいで実施）

2：通訳案内士（通訳ガイド）

※別途、5名のインバウンド専門添乗員に「インタビュー」を実施。

◆合計 61 件
（一部未回答項目も含）

③アンケート対象項目

観光庁の実施する「訪日外国人消費動向調査」の項目の中から抜粋

訪日外国人ショッピング・消費動向調査（北海道） アンケート調査結果

●アンケートフォーム

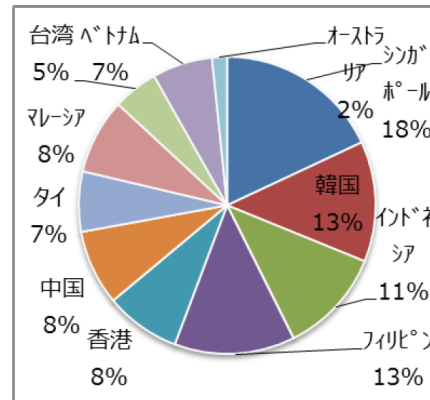
（Q1：国籍の選択。Q2以降は該当の国籍の方の特性について選択）

訪日外国人ショッピング・消費動向調査（北海道） 【国籍1】				
Q1で旅行者の国籍を選択していただき、その国ごとに以降の質問にお答えいただく形式です。				
Q1 旅行者の国籍について（ご案内したことのある旅行者の国籍を1つ選択下さい）				
☐ 韓国	☐ 台湾	☐ 香港	☐ 中国	☐ タイ
☐ マレーシア	☐ インドネシア	☐ ベトナム	☐ フィリピン	☐ シンガポール
Q2 北海道滞在中に買物をした場所を選択して下さい（※Q1で選択した国籍の旅行者についての回答です） （お客様から「問い合わせが多かった」と印象を受ける施設で結構です。※複数回答可）				
☐ 百貨店・デパート	☐ ドラッグストア	☐ 家電量販店	☐ ディスカウントストア	☐ ファッション専門店
☐ アウトレットモール	☐ 100円ショップ	☐ 道の駅	☐ 観光地の土産店	☐ 宿泊施設
☐ 空港免税店	☐ スーパーマーケット	☐ コンビニエンスストア		
Q3 買い物された商品について（※Q1で選択した国籍の旅行者についての回答です） （お客様から「問い合わせが多かった」と印象を受ける施設で結構です。※複数回答可）				
☐ 菓子類	☐ その他食料品・飲料・酒・たばこ	☐ カメラ・ビデオカメラ・時計	☐ 電気製品	☐ 化粧品・香水
☐ 衣料品・健康グッズ・トイレット	☐ 和服（着物）・民芸品	☐ 服（和服以外）・かばん・靴	☐ マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	☐ 書籍・絵葉書・CD・DVD
Q4 訪問施設におけるクレジットカードの利用可否の確認について				
☐ よくある	☐ たまにある	☐ ない		
Q5 その他ショッピングについて、よく受ける質問などを教えてください （お店・場所などの情報に加え、購入物についての情報でも結構です）				
Q6 ツアー中のフリータイムの過ごし方について（ショッピングに関係のないこと） ※もっとインバウンドのお客様に、北海道内で消費を促進してもらうための情報収集です。				
・よくある質問				
・よくあるお客様の過ごし方				
・北海道観光についての不満				
・こんなサービスがあったらよかった など について問い合わせや相談があったことなどを教えてください。				
ご協力ありがとうございました！				

(回答数 61名)

Q1 旅行者の国籍について（ご案内したことのある旅行者の国籍を1つ選択下さい）

シンガポール	11
韓国	8
インドネシア	7
フィリピン	8
香港	5
中国	5
タイ	4
マレーシア	5
台湾	3
ベトナム	4
オーストラリア	1



●考察①：シンガポール・韓国・インドネシアの割合が高い結果

（旅行形態の種別）

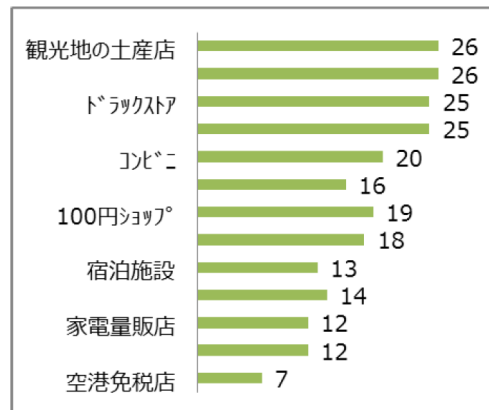
- 1) パッケージ旅行
- 2) FIT富裕層
- 3) FIT

⇒ 来道NO1の台湾はFIT化？

●考察②：添乗員インタビューからは「シンガポール」「フィリピン」からの富裕層が大きく増えている印象

Q2 北海道滞在中に買物をした場所を選択して下さい。（複数回答）

観光地の土産店	26
百貨店・デパート	26
ドラッグストア	25
アウトレット	25
コンビニ	20
道の駅	16
100円ショップ	19
ディスカウントストア	18
宿泊施設	13
スーパーマーケット	14
家電量販店	12
ファッション	12
空港免税店	7



その他回答

ドンキホーテ 2名/ふらのマルシェ/チーズ工房/アニメイト/北ーガラス/千歳空港/AEON

●考察①：「観光地の土産店」

※上位4種の中で、地方観光地にもある施設

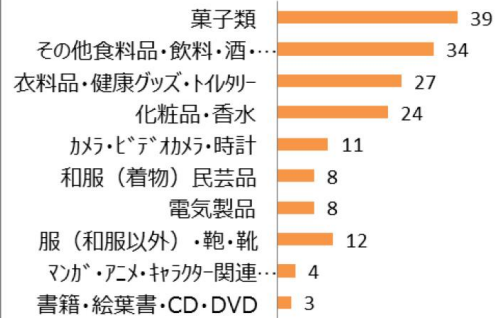
●考察③：家電量販店でのショッピングはもう少ない？

●考察②：空港免税店の魅力の低さ？

訪日外国人ショッピング・消費動向調査（北海道） アンケート調査結果

Q3 買い物された商品について（複数回答）

菓子類	39
その他食料品・飲料・酒・たばこ	34
衣料品・健康グッズ・トイレタリー	27
化粧品・香水	24
カメラ・ビデオカメラ・時計	11
和服（着物）民芸品	8
電気製品	8
服（和服以外）・靴・靴	12
マンガ・アニメ・キャラクター関連商品	4
書籍・絵葉書・CD・DVD	3



その他回答

ワイン/アニメグッズ/駄菓子/浴衣/キッチングッズ/文房具/北海道米/野菜

●考察：日用品 ＞ 高額商品

（参考）国・地域別の買い物ベスト5（2014年度）※日本全国

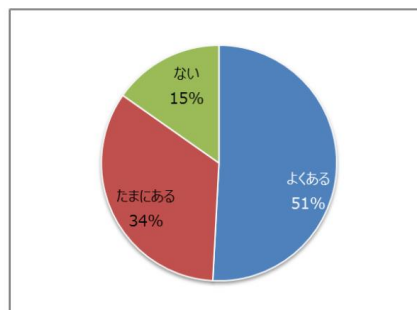
	韓国		台湾		香港		中国		タイ	
	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)
1位	菓子類	70.2	菓子類	75.3	菓子類	64.2	菓子類	76.5	菓子類	72.9
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	51.3	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	61.3	服（和服以外）・かばん・靴	59.5	化粧品・香水	62.8	化粧品・香水	49.7
3位	化粧品・香水	24.7	その他食料品・飲料・酒・たばこ	53.1	その他食料品・飲料・酒・たばこ	51.2	その他食料品・飲料・酒・たばこ	54.9	その他食料品・飲料・酒・たばこ	44.9
4位	服（和服以外）・かばん・靴	24.2	服（和服以外）・かばん・靴	43.3	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	43.2	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	50.2	服（和服以外）・かばん・靴	43.6
5位	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	19.2	化粧品・香水	31.9	化粧品・香水	37.0	服（和服以外）・かばん・靴	44.5	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	14.5
	シンガポール		マレーシア		ロシア		米国		オーストラリア	
	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)	費目	購入率(%)
1位	菓子類	73.2	その他食料品・飲料・酒・たばこ	52.7	菓子類	48.2	その他食料品・飲料・酒・たばこ	46.3	その他食料品・飲料・酒・たばこ	52.0
2位	その他食料品・飲料・酒・たばこ	54.0	菓子類	48.2	その他食料品・飲料・酒・たばこ	47.2	菓子類	32.1	菓子類	42.9
3位	服（和服以外）・かばん・靴	43.7	服（和服以外）・かばん・靴	47.3	服（和服以外）・かばん・靴	39.2	和服（着物）・民芸品	26.4	服（和服以外）・かばん・靴	39.8
4位	化粧品・香水	23.6	化粧品・香水	25.3	化粧品・香水	31.1	服（和服以外）・かばん・靴	20.0	和服（着物）・民芸品	25.5
5位	医薬品・健康グッズ・トイレタリー	16.4	和服（着物）・民芸品	19.3	和服（着物）・民芸品	22.4	書籍・絵葉書・CD/DVD	16.3	書籍・絵葉書・CD/DVD	16.1

※訪日外国人消費動向調査

Q4 訪問施設におけるクレジットカードの利用可否の確認について

（回答数 59名）

よくある	30
たまにある	20
ない	9



●考察：添乗員・通訳案内士に質問＝「事前に」知りたい情報？（店舗前＞店舗内？）

Q5 その他ショッピングについて、よく受ける質問などを教えてください

●韓国

- ・スーパーマーケットなどでの菓子類の購入についての質問
- ・VISA表示が店舗によって分かりづらい場所がある。
- ・地下街 ファッションビルの有無・場所

●台湾

- ・以前の旅行で買ったものやお土産でもう一度買いたいという質問。
- ・かぜ薬や胃腸薬、サプリ、アイマスク、マスク、馬油や保湿クリームなどの購入が多い印象。
（台湾でも手に入るものもあるが、日本の方が安いので購入する印象）
- ・英語や中国語対応店舗が少ない。行政で推進していないのか。

●香港

- ・チョコレートやお菓子類の賞味期限が短いのはなぜか？（→余計な添加物が少なく高品質だからと説明）
- ・日本のコンビニが充実していて店舗数も多く、品そろえがよい。
- ・免税手続きについて。免税のお店の場所。
- ・お土産に購入する食品の説明（味、材料など）
- ・帰国当日に茹で蟹を買って、配送ではなく直接持って飛行機に乗ることはできるか
- ・海産物、加工物は何をどの程度国際便で持って帰れるか
- ・和風のお店（京都みたいな）が少ない

●中国

- ・ドラッグストアの場所
- ・菓子・浴衣・口紅・お菓子

●タイ

- ・免税手続き・免税店。お土産に購入する食品の説明（味、材料など）
- ・生きてる蟹を買って食べたい
- ・ラーメン屋の場所
- ・ロイス購入場所
- ・観光ガイドに載っていない場所に行きたい
- ・日本風の小物が買える場所はどこか？

●マレーシア

- ・免税店で買い物をする際、「●円以上は免税」といった情報がわかり易く掲示されていない場合の質問。
- ・海産物・和牛・お菓子・文房具・スポーツウェア
- ・函館金森倉庫での菓子類について
- ・ドラッグストア・100円ショップの場所
- ・anelloというリュックをほぼ全員が買ったがり1人何個も購入
- ・菓子などは事前知識というよりツアー中に誰かが買って美味しければそれが流行る（売れる）という傾向。

●インドネシア

- ・ハラル食品を買うことができる場所。
- ・京都のような和の小物などを売っている場所
- ・SIMカードの購入場所
- ・お土産には手軽なものをダイソーなどで購入したい。一方で良いものはデパートで自分用に。
- ・珍しい食品は道の駅で試食をした後に購入された。
- ・日持ちするお菓子・日本で人気があるお菓子はどれか？
- ・お菓子、干物など（宗教上理由で洋菓子が食べられない方も多いため）
- ・神戸牛、東京ばなな、寄木細工、ブランド物などの「北海道にないもの」（多くは過去に日本に旅行した家族や友人からの「口コミ」や頼まれもの）
- ・工芸品、昆布

●ベトナム

- ・観光地名入りキーチェーン
- ・アイスクリームが大好きで、北海道のおいしいアイスクリームを食べられる場所（2・3時間の散策で複数個購入は一般的）
- ・イオンショッピングモール
- ・百貨店に入っている高いブランドではなく、ショッピングモールに入っているような衣料品の購入
- ・お菓子についても、も土産店に置いている銘菓よりもスーパーにある日用の菓子などを大量に購入。
- ・お茶、インスタント食品、味噌など。
- ・健康食品（フコイダン）
- ・一般薬

Q5 その他ショッピングについて、よく受ける質問などを教えてください（続き）

●フィリピン

- ・百貨店で防寒着、ブーツを買われた女性のお客様が、その品質の高さに感動。
（暑い国でほとんど使わない冬のコート、ブーツなどをたくさん購入）
- ・年代性別問わず、札幌の名産銘菓に詳しく、白い恋人、サッポロビールへの興味が高い（札幌エリア）
- ・白い恋人は北海道以外、東京などでは買える場所はないか？
- ・サッポロビールを少しでも安く買えないか？（価格は道内、道外で違いはあるか？）
- ・サンリオ商品の購入場所
- ・サントリーの響、ニッカウヰスキーの良い銘柄のもの
- ・デパートでカバンや洋服をご購入したが、どうしたら免税になるのか？
- ・スノーモービル体験のできる場所
- ・ユニクロ、100均、ドラッグストアなどの安価なものの購入場所
- ・医薬品、歯みがき（サンスター薬用メジカぶつづ塩）のまとめ買い（自国でも買えるが「本物かどうかわからない」ため）
- ・高級化粧品
- ・スーパーで売っているようなお菓子や、しゃぶしゃぶ用ごまだれ（フィリピンにはない）、高級ウイスキー（特にサントリー）
- ・お客様の層によって質問内容が異なる。
（VIP：有名百貨店が多い。品物商品名も名前まで指定して場所を聞かれる）
（一般：衣料品（ユニクロ）の場所、ドラッグストアなど）

●シンガポール

- ・免税手続き
- ・お菓子類、目薬、双眼鏡、時計、おにぎりなど
- ・デパート（大丸、デパート地下、菓子類）・中央卸売市場（海産物・海鮮丼）・白い恋人パーク（札幌エリア）
- ・フルーツ（季節柄出回っていないものもよく聞かれる。例）冬場にメロンなど
- ・自国では売っていない日本の（北海道の）人気のお菓子について
- ・アニメ、マンガ製品について（北海道で本格的なアニメグッズを買うことができる場所はどこがあるかという質問）
- ・ロイズ（シンガポールにもあるが高いため北海道でまとめ買い）
- ・ブランドもの（特にブルーレーベル）
- ・ユニクロ（シンガポールにもあるが日本の方が種類多い）
- ・じゃがぼくろ、馬油・フェイスマスク（その都度違うブランドが多く。口コミで知ったり頼まれた特定のものを求める（写真持ってくる））
- ・地方では土産店でクレジットカードが使えないと驚かれることが多い。
- ・日本製品の情報は時として添乗員以上に知っている印象（画像を見せてくれるので調べやすいですし、わかりやすい）
- ・乾物（ホタテ）の買える場所 ※シンガポールでは2.5 倍の価格で販売されている



<商品について>

- ・高級品ではなく、日用品などの安価な商品についての興味（ほぼ全国籍の方からの質問に有り）
- ・自国にない、自国より安いという興味（フィリピン、シンガポール、台湾 など）

<場所>

- ・ドラッグストア（一部百貨店）への興味
- ※「欲しいものがまとめて買える場所」として、ドラッグストアが人気？

<手続き>

- ・免税について（表示の問題・手続きの問題）
- ・発送・物流について（※北海道が旅程の最終訪問先？）

Q6 ツアー中のフリータイムの過ごし方について（ショッピングに関係のないこと）

- ◆よくある質問
- ◆よくあるお客様の過ごし方
- ◆北海道観光についての不満
- ◆こんなサービスがあったらよかった 等の感想

～もっとインバウンドのお客様へ消費をしてもらうための情報収集～

●韓国

- ・飲食店における韓国語表記メニューが少ない

●台湾

- ・フリータイムはほとんどショッピングに割いている印象（ドラッグストアでのショッピングが多い印象）
- ・ホテルや病院で英語が通じなかったという不満。
- ・給湯器がある場所についての質問（冷たい飲み物が苦手な人が多い）
- ・少し遅い時間になると、飲食店とドラッグストア以外のお店が営業終了していることが多い

●香港

- ・冬の観光は日が暮れるのが早いこともあり、札幌や都市部とちがい地方エリアはあまりすることがなく、時間もない。
- そのため、地方については、館で食事をしみゆつりと温泉で疲れを癒したりする印象（道内のエリアに応じて楽しみ方を変化）
- ・free wi-fiの場所について質問が多い。
- ・年齢層が高いグループの場合は、土産物購入、散策のためのフリータイムとは別に、カフェなどでの休憩時間を設定の要望。
- ・J Rのチケットは表記が漢字中心の日本語のみなので、英語でも併記してほしい。
- ・札幌市街地からアクセスしやすいスキー場は？そのアクセス方法は？（札幌エリアについて）
- ・J Rやバスなど公共交通が充実していない。思ったより遠く、時間がかかる。バスなど行き先が限られている。
- ・複数スキーリゾートをはしごできるツアーがほしい（例：ニセコ三泊、トマム二泊のように泊数アレンジ自由ではしご）
- ・プロ野球の試合を見たい
- ・ショッピング（お店）の開まる時間が早い
- ・天候不順で公共交通機関が機能しなくなった時のアナウンスが少ない

●中国

- ・自由時間はほとんどドラッグストア

●タイ

- ・フリーWi-Fiの場所・拡充
- ・夜景観賞についての質問
- ・北海道は広く移動が大変
- ・お土産の宅配サービスの充実を希望（北海道のあと、東京へ向かう旅行などについて）

●マレーシア

- ・飲食店における英語メニューが少ない
- ・アクティビティについての質問（犬ぞり・スノーモービル・スノーラフティング）
- ・天候が悪化した場合の代替え地が少ない
- ・日本の伝統文化（忍者、侍衣装、踊り、歌、もちつき）体験のできる場所が少ない
- ・道案内、誘導路など日本語表記の他に、最低でも英語表記が欲しい
- ・夕食後に飲める所がないか聞かれる（札幌でいうすすきの的な所）
- ・温泉地においては、「みんなが集まって酒など持ち寄れるラウンジ的な場所」がほしい

●インドネシア

- ・サイクリング、スキー、乗馬などが出来るガイドが欲しい
- ・スノーモービルのできる場所
- ・吹きガラス体験（小樽）（制作したグラスを東京で宿泊するホテルへ郵送）
- ・Wi-fiが使えないところが多い。もっと使えるようにしてほしい。
- ・食品において外国語表示がないため「中身が何なのかわからない」という質問が多い
- ・夕食後に買い物ができる場所が少ない
- ・外貨両替できる場所が少なすぎる。

※両替所はもちろん、札幌でもホテルでさえ両替できない場合が多い。地方に行くと「皆さん札幌でしてくるから」と言われるものの、そういうところはクレジットカードも使えないことが多い。

Q6 ツアー中のフリータイムの過ごし方について（ショッピングに関係のないこと）（続き）

●ベトナム

- ・ベトナムのスイーツはとても甘いため、北海道のソフトクリームは少し物足りなく感じる。
- ・交通が不自由（高速鉄道がもっと発達していると思った）
- ・札幌と限られた近郊都市以外の遠隔観光地へのアクセスが不便。
- ・展望台やタワー上階の見晴らしが好き、夜景も楽しみにしている。
- ・ほどよい日帰りの距離でゆったり列車旅行がしたいものの、あまりそういうプランがないのが残念。
- ・あまりあわただしバックツアーは好まない
- ・WiFi環境については自国より不便を感じている（観光地・レストラン、行く先々でSNSにアップしたい）
- ・北海道のことをまだよく知らない方が多く（関心はあるが、情報が少ない？）提案することについて来てくれるイメージ。

●フィリピン

- ・夜あまりすることがない（札幌エリア）
- ※暑い国から来られる方は、自国では夜遅くまでお店が開いていて、散歩しながら食べ歩きをする習慣がある
- ・自国のテレビタレントの北海道旅行のコピーを実施する方がいた
- ・「振ってくる雪」を体験したい。雪はいつごろまでみられるか？
- ・北海道観光は移動時間が多く、滞在時間にゆとりがないため
- ・店やレストランの営業時間の質問が多く、答えると必ず「閉まるのが早い」と言われる。
- ・地方に行くとホテル以外に買い物をするところがない。
- ・移動が長い。
- ・富裕層と一般層の格差が大きいため、過ごし方もご案内も二極化している。

●シンガポール

- ・Wi-Fi環境の少なさへの不満
- ・シンガポールは自然が好きで、自然を目的に来道するお客様が意外に多く、他エリアの東南アジアのお客様に比べ歩く距離が長いなどは気にならない様子。
- ・日本人が多いレストランが好き。
- ・北海道の新鮮な野菜や海産物を持って帰りたい
- ・自国に簡単に発送できるお土産制度が欲しい
- ・地方（温泉地など）に行くと夜にすることがない＜買物・カラオケ・バー（ホテル内ではなく繁華街のような場所）、たまにスポーツジム＞
- ・バス車内でのWi-Fi利用についての問合せ。
- ・自国にあふれる情報量が多いためか、質問は多岐に渡る印象。
- ・現地の口コミ・メディアなど日本への関心は強い。
- ・ムスリム系の方からはハラルフードが少ないという声も多い。

（未回答 22名）



＜設備・インフラ関係＞

- ・外国語表記が少ない？
- ・Wi-Fi環境の拡充（ほぼ全ての国籍の方より）
- ・営業時間が短い（東南アジアの文化との違い／夜の食べ歩き）
- ・夜間観光が少ない（地方エリアだけでなく、都市部札幌も）

→ 決済以前に、そのサービス自体にも課題が？

●その他（インタビューから） ～ 北海道観光についての意見 ～

1：「日本旅行」の中の北海道

お客様は「北海道」や「東京」に来る前にまず「日本」に来ている。北海道だけ、東京だけで完結するのではなく「北海道も東京もある」のがお客様にとっての日本旅行の魅力。
東京にもあるものを北海道に置く必要はなく、日本旅行中のお客様における「北海道の立ち位置」を明確にし、「北海道にしかない魅力を発信」することも重要。

2：3世代旅行

購入するモノに限らず「3世代家族で買い物しやすい環境」が求められている。
たとえば北広島のアウトレットは「暖かく、ブランド物以外にも食べ物も売っていて、買い物をしてない祖父母などが待っているスペースもある」ことで人気。
（3世代で旅行しても「安心」である日本）

3：「遊ぶ+買う+食べる」がセットになっている場所が少ない

冬は特に移動に時間がかかり、また東南アジア人は雪道をささと歩けないので、一か所でいろいろ楽しめる場所の方が効率が良い。

4：食事の工夫

「素材の味」だけや、ワンパターンの味付けは、外国人の旅行では飽きてしまう。
北海道の食材はおいしいものが多いものの、「素材そのまま」だけでは飽きてしまう。

例えばカニはツアー中何度が出てくるものの、ほとんどが「ゆでただけ」のもの。
最初は問題ないのだが、何度も出ると飽きてきて、また酢では物足りず、持ってきたサンバル(チリソース/インドネシアなど東南アジアの調味料)で食べたり。
生でおいしいものは、料理してもおいしいはず。同じ素材でも味付けや・料理方法のバリエーションがもっとあっていいのでは。

5：動物を見ろという観光

北海道でしか見られない動物を見て・感じられる観光地・素材がもっとほしい。
富裕層から一般層まで、基本的にみな興味を持ってくれる素材。特に、ファミリー旅行で周遊するお客様は、子供連れがほとんど。
都市部でなくても、こういった観光素材であれば地方エリアでも可能なのでは？

6：5つ星ホテルがない（富裕層アテンドの通訳案内士から）

リッツカールトン・マリオット・ハイアットなどのホテルが少なく、札幌エリアですら案内するホテルがない
（ヒルトンニセコ：仕方なく泊まる）

7：体験型観光とは？

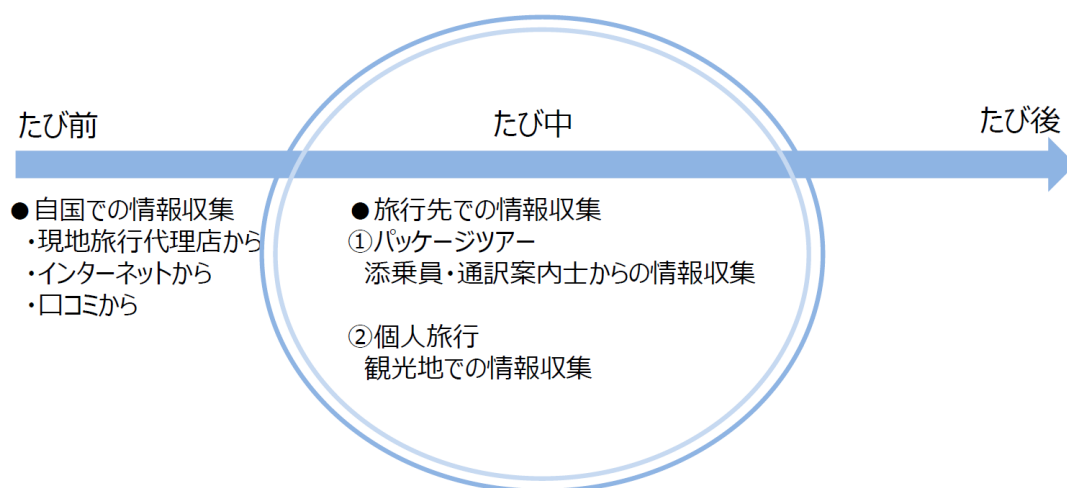
外国人の旅行者の観光スタイルも、体験型観光へと変わってきている印象。
うにの殻むき、魚のさばき方講座、もちつき、漁業体験に加え、北海道ならではの「広大な麦畑での収穫体験」など。

そういったサービスや素材が増えることもありがたいが、お客様からよく聞く意見は「現地の人とコミュニケーションをとりたい」ということ。
自分では（その土地では）当たり前の日常の話を、とても興味を持って聞いてくれる
（その土地の天候・普段の生活・普段食べているもの・困っていることなども。）

もっと地元の人とコミュニケーションをとれる「機会」（接点）がほしい。

まとめ：「たび中」で捕まえるインバウンドのお客様

今回のアンケートは「たび中」にいるお客様と直接接している方に対してのアンケートです。



● パッケージツアーの場合：添乗員などから、ご案内として現地の情報を伝達。
(減少傾向)

● 個人旅行の場合：どうやって情報収集し、何に喚起されて消費が行われているのか？
(増大傾向)

個人旅行が増えていく中で、訪問先における魅力的な観光素材はもちろん、

「今そこにいるお客様」

に対して分かりやすい仕組みで情報発信されていることも、インバウンド消費拡大のチャンス。

～ ご清聴ありがとうございました。