

**MCEI TOKYO**

Marketing Communications Executives International

## 第13回 MCEI実務家気まぐれアンケート

### インバウンドに関する実務家「実感」アンケート

### 集計結果より

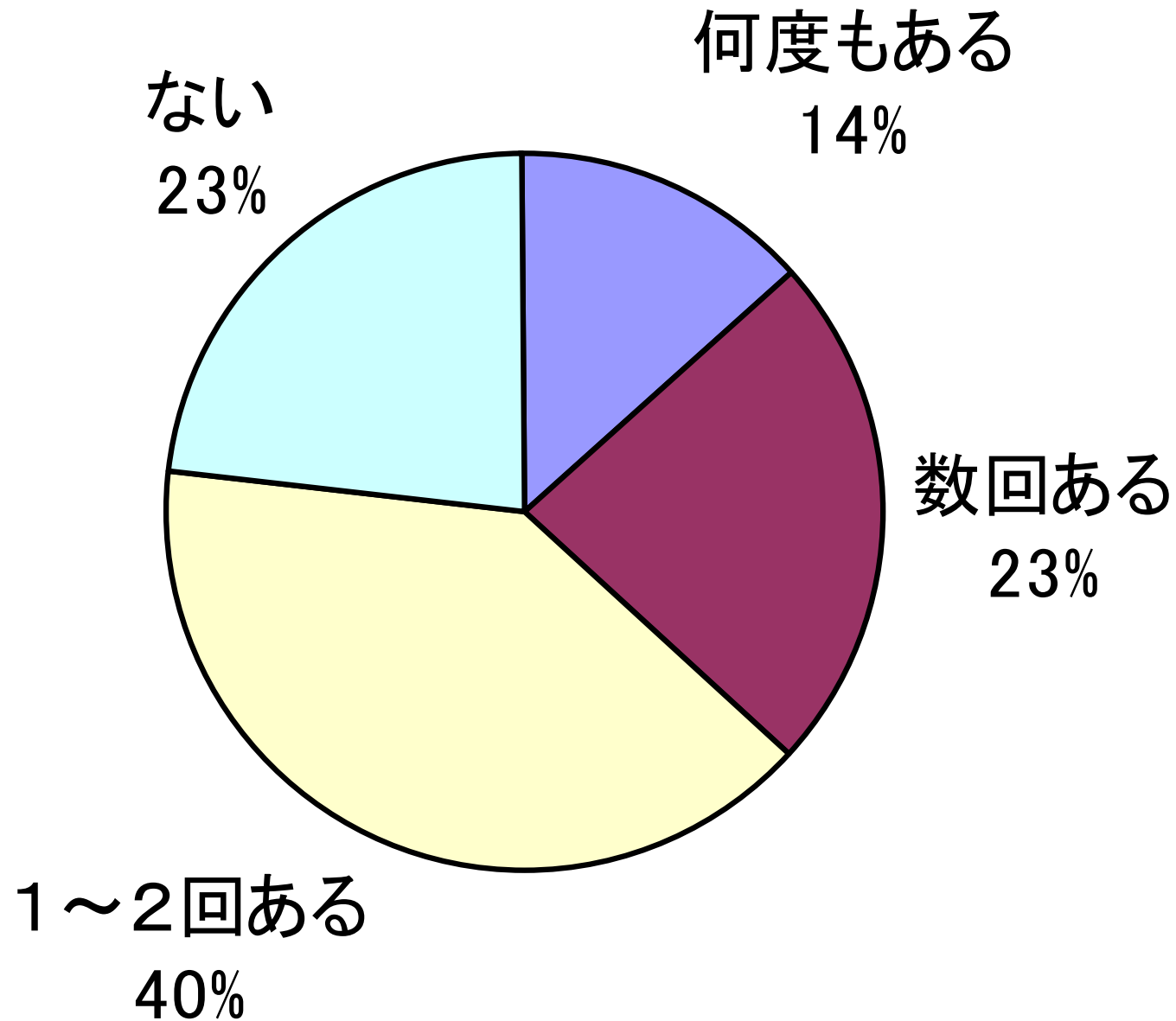


TOKYO

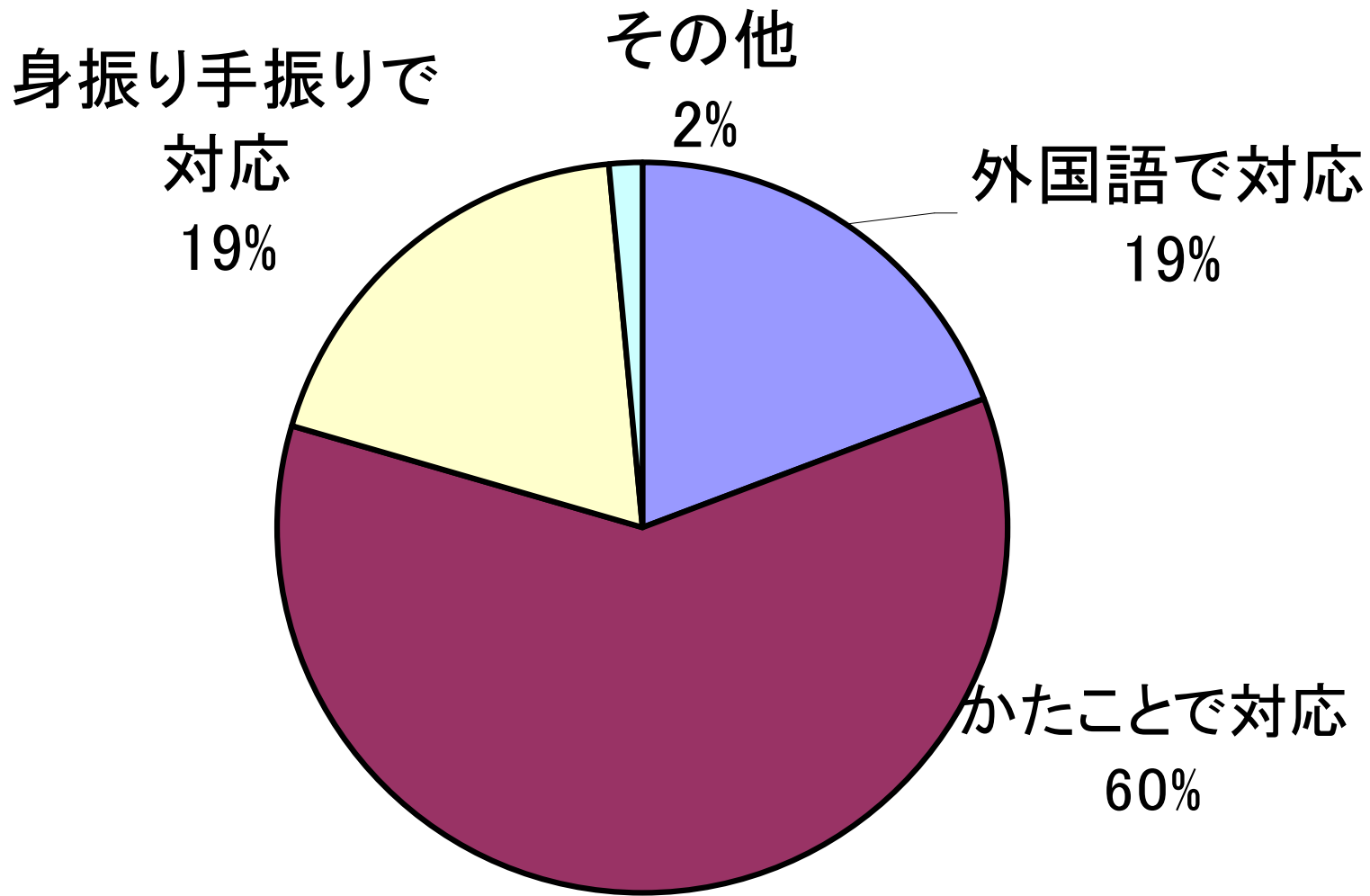
2016.2.4

MCEI 東京支部コミュニケーション委員会

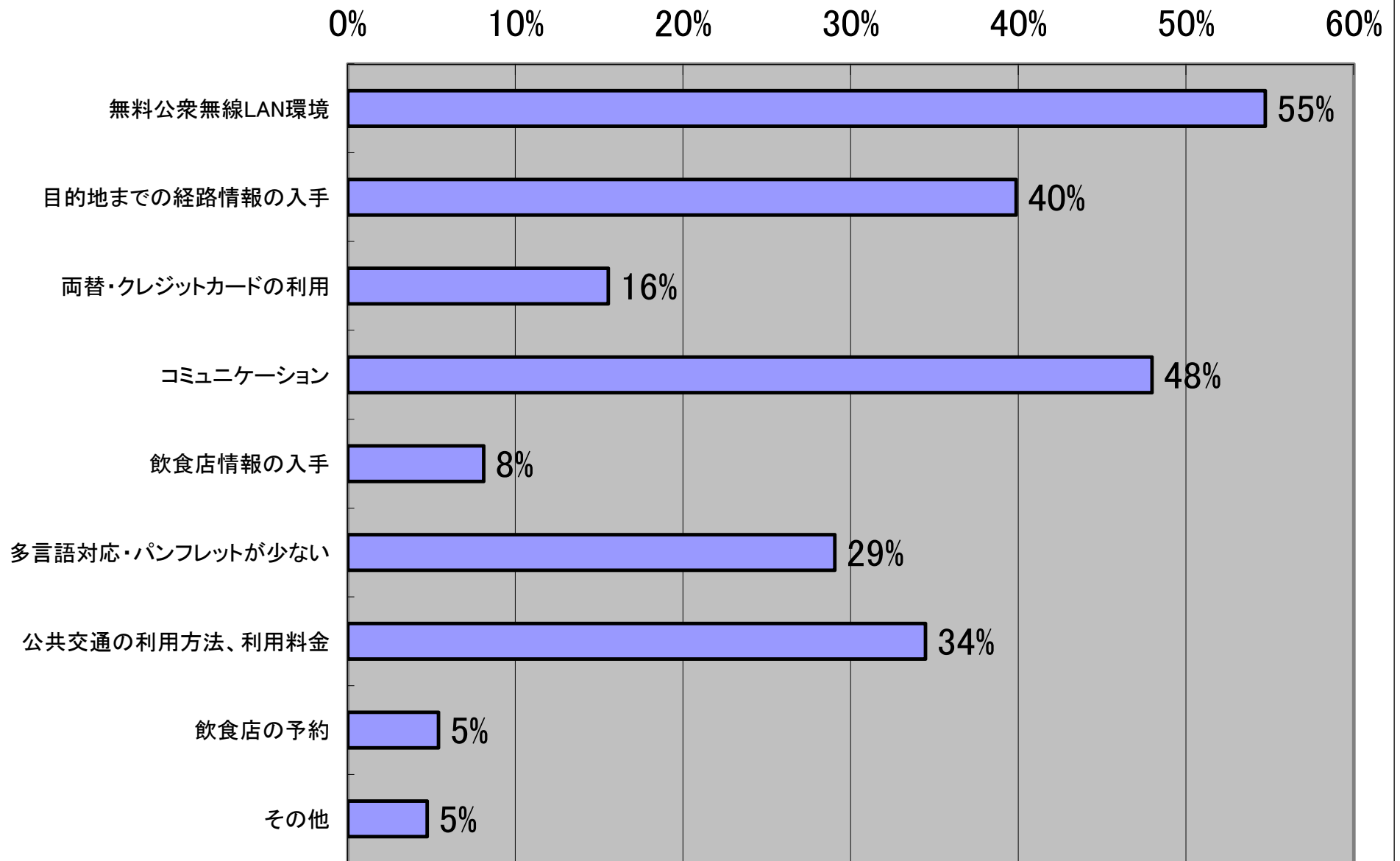
Q1. あなたはここ1年で、訪日外国人客に声をかけられたり、自ら声をかけたことはありますか？



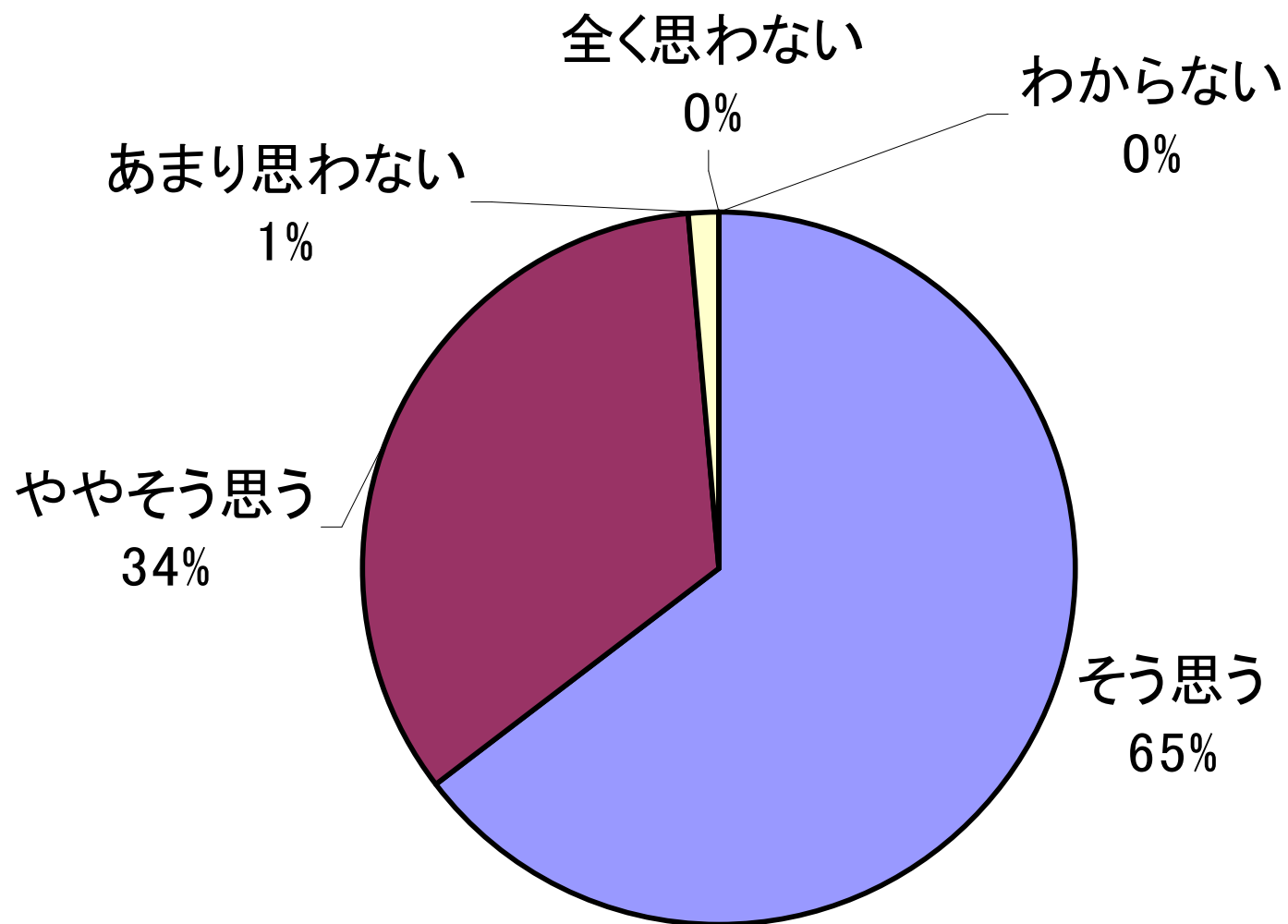
Q1-1. また、そのような時にあなたはどのように対応されましたか？対応されますか？



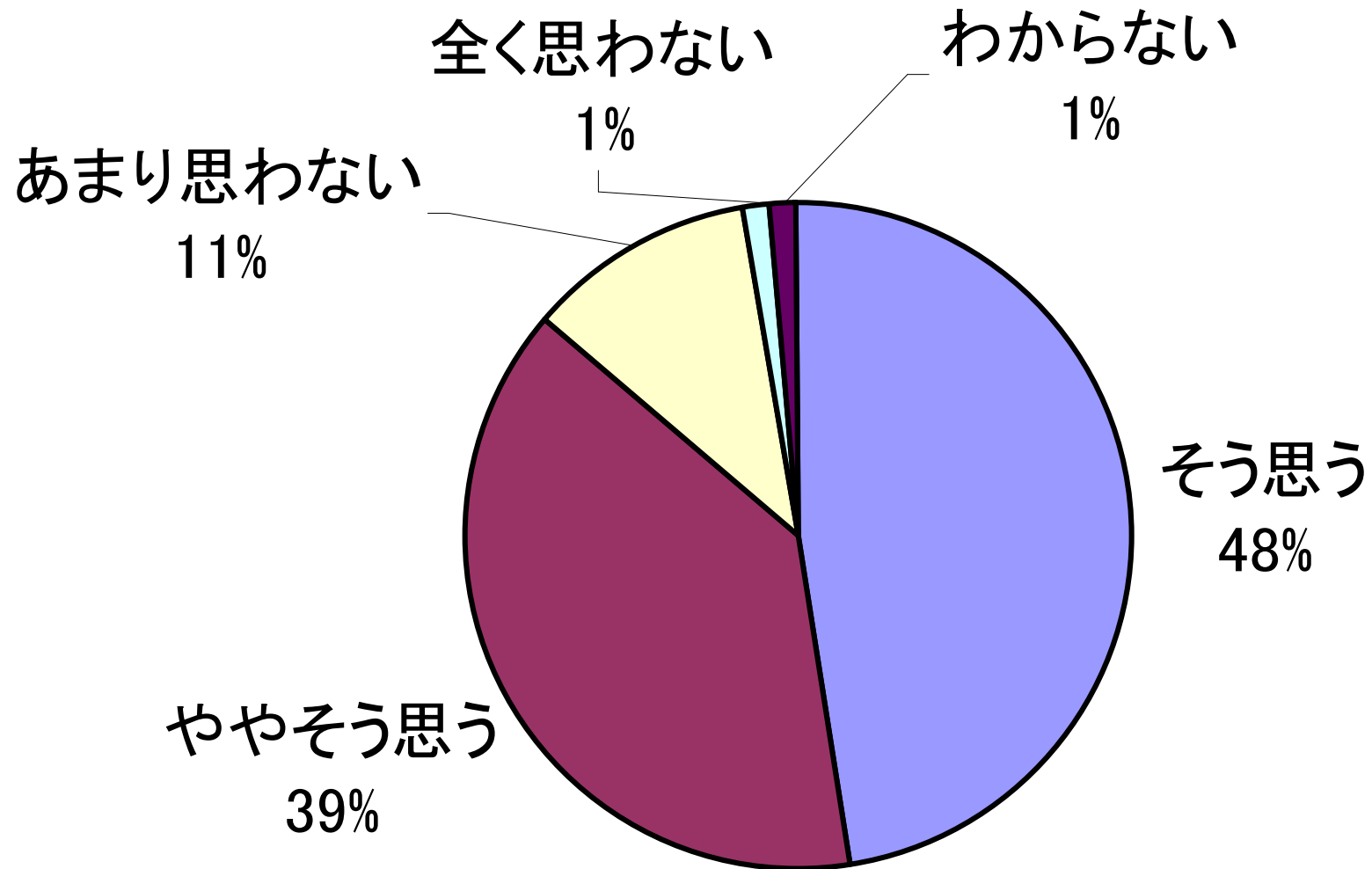
**Q2. 訪日外国人客が日本を旅行中に不満・不便を感じることで、  
あなたに対応が急務であると思われるものを選んでください。(上位3つまで)**



Q3. あなたご自身は、インバウンド市場の拡大は日本経済にとって重要なテーマだと思いますか？



Q4. あなたの業界にとって、インバウンド市場は重要な取り組みテーマだと思いますか？



## Q4. あなたの業界にとって、インバウンド市場は重要な取り組みテーマだと思いますか？

### Q-4(製造業)

そう思う	53%
ややそう思う	28%
あまり思わない	16%
全く思わない	2%
わからない	2%
総計	64

### Q-4(流通業)

そう思う	0%
ややそう思う	75%
あまり思わない	25%
全く思わない	0%
わからない	0%
総計	4

### Q-4(広告代理業)

そう思う	58%
ややそう思う	33%
あまり思わない	9%
全く思わない	0%
わからない	0%
総計	33

### Q-4(情報通信業)

そう思う	17%
ややそう思う	58%
あまり思わない	17%
全く思わない	8%
わからない	0%
総計	12

### Q-4(その他)

そう思う	38%
ややそう思う	58%
あまり思わない	0%
全く思わない	0%
わからない	4%
総計	26

### Q-4(経営関連)

そう思う	28%
ややそう思う	61%
あまり思わない	11%
全く思わない	0%
わからない	0%
総計	18

### Q-4(営業関連)

そう思う	54%
ややそう思う	31%
あまり思わない	12%
全く思わない	3%
わからない	0%
総計	59

### Q-4(企画・マーケティング関連)

そう思う	48%
ややそう思う	36%
あまり思わない	14%
全く思わない	0%
わからない	2%
総計	50

### Q-4(クリエイティブ関連)

そう思う	25%
ややそう思う	75%
あまり思わない	0%
全く思わない	0%
わからない	0%
総計	4

### Q-4(技術関連)

そう思う	100%
ややそう思う	0%
あまり思わない	0%
全く思わない	0%
わからない	0%
総計	1

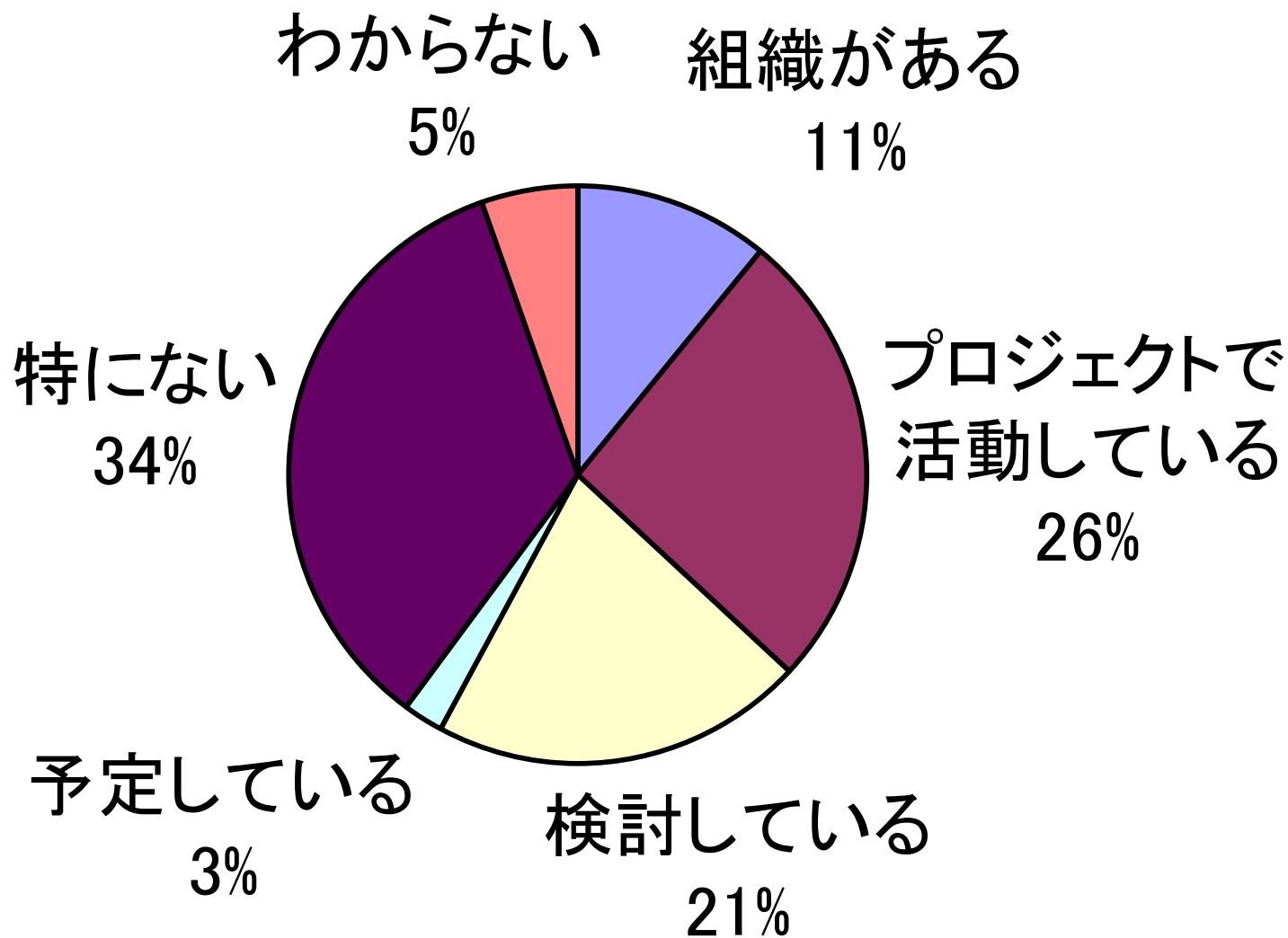
### Q-4(販売関連)

そう思う	40%
ややそう思う	60%
あまり思わない	0%
全く思わない	0%
わからない	0%
総計	5

### Q-4(その他)

そう思う	50%
ややそう思う	38%
あまり思わない	0%
全く思わない	0%
わからない	13%
総計	8

Q5. あなたの会社ではインバウンド対応の組織やプロジェクトはありますか？





## Q5. あなたの会社ではインバウンド対応の組織やプロジェクトはありますか？

Q-5(製造業)	
組織がある	10%
プロジェクトで活動している	35%
検討している	21%
予定している	2%
特にない	27%
わからない	6%
総計	63

Q-5(流通業)	
組織がある	0%
プロジェクトで活動している	25%
検討している	25%
予定している	0%
特にない	50%
わからない	0%
総計	4

Q-5(広告代理業)	
組織がある	9%
プロジェクトで活動している	31%
検討している	22%
予定している	0%
特にない	31%
わからない	6%
総計	32

Q-5(情報通信業)	
組織がある	0%
プロジェクトで活動している	8%
検討している	17%
予定している	17%
特にない	50%
わからない	8%
総計	12

Q-5(その他)	
組織がある	23%
プロジェクトで活動している	19%
検討している	23%
予定している	0%
特にない	35%
わからない	0%
総計	26

Q-5(経営関連)	
組織がある	0%
プロジェクトで活動している	50%
検討している	11%
予定している	6%
特にない	33%
わからない	0%
総計	18

Q-5(営業関連)	
組織がある	5%
プロジェクトで活動している	22%
検討している	24%
予定している	2%
特にない	41%
わからない	5%
総計	58

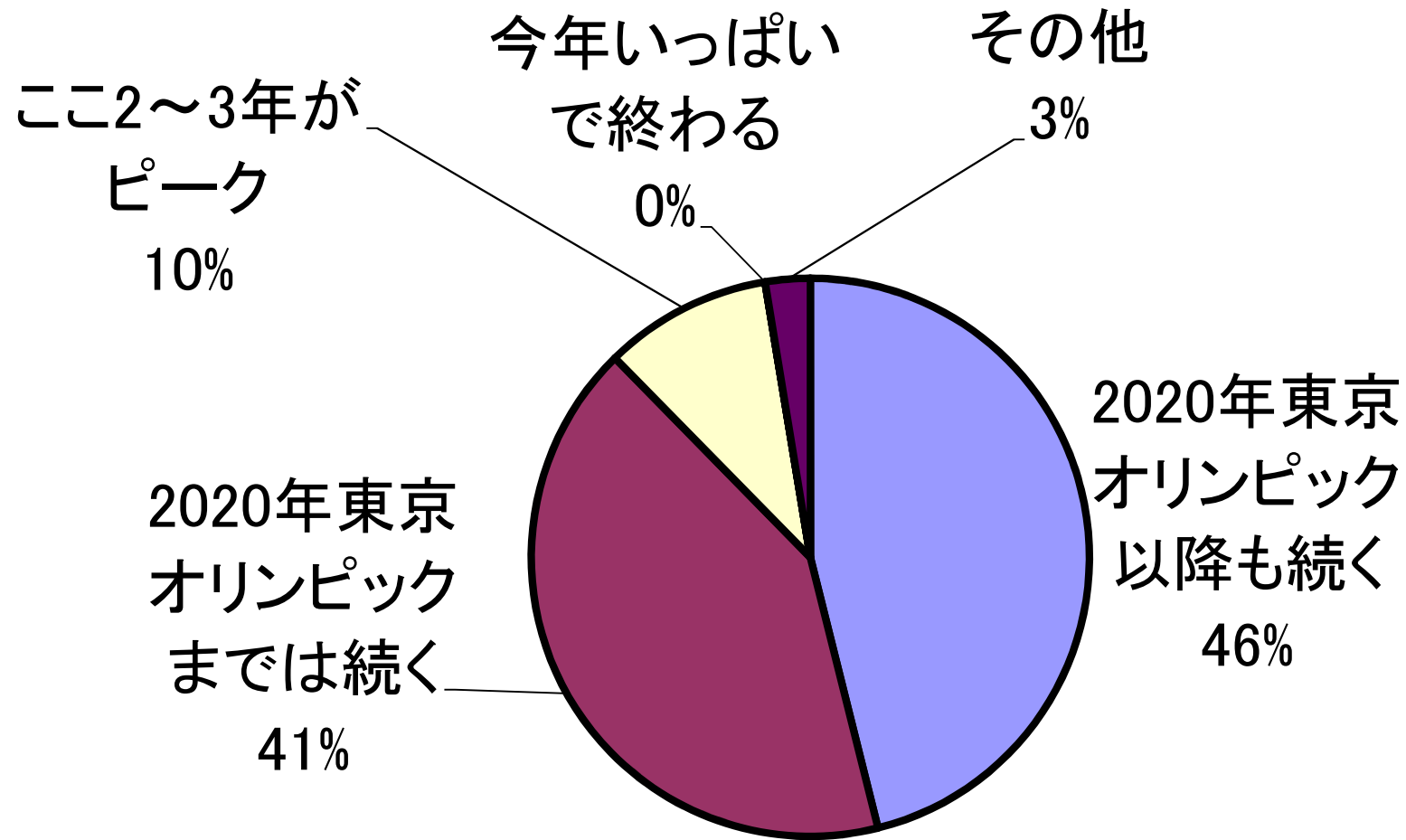
Q-5(企画・マーケティング関連)	
組織がある	19%
プロジェクトで活動している	23%
検討している	23%
予定している	2%
特にない	25%
わからない	8%
総計	48

Q-5(クリエイティブ関連)	
組織がある	25%
プロジェクトで活動している	0%
検討している	25%
予定している	0%
特にない	50%
わからない	0%
総計	4

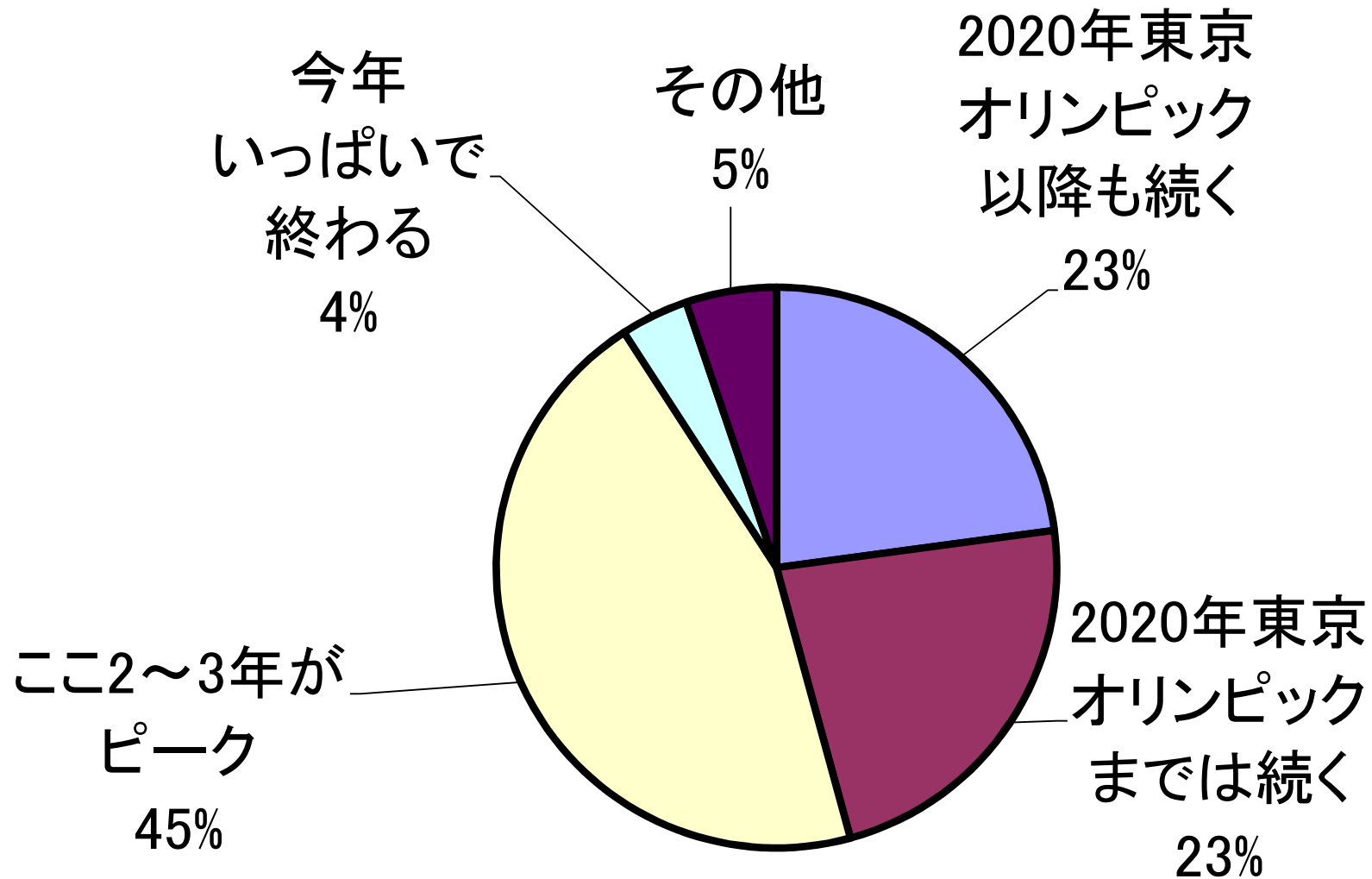
Q-5(技術関連)	
組織がある	0%
プロジェクトで活動している	100%
検討している	0%
予定している	0%
特にない	0%
わからない	0%
総計	1

Q-5(販売関連)	
組織がある	33%
プロジェクトで活動している	0%
検討している	17%
予定している	0%
特にない	50%
わからない	0%
総計	6

Q6. あなたはインバウンド市場の拡大がいつまで続くと思いますか？



Q6-1. また、あなたは中国・アジアの方々を中心とした大量購入(通称“爆買い”)はいつまで続くと思いますか？



**Q7. あなたは、訪日外国人客が魅力を感じる日本ならではのコンテンツ  
(モノ、コト、サービス)や、イベント等は何だと思えますか?(3つまで)(自由記述)**

**★回答トップ15**

日本の食文化全般(和食・B級・寿司・天ぷら・食料品・和菓子・抹茶等)	58
伝統的な文化(歴史的建造物・寺社仏閣・歴史・伝統工芸・能等・茶道等)	41
エンタメ・サービスコンテンツなどのサブカルチャー(ゲーム・アニメ・漫画・コスプレ・キャラクター・ホビー等)	30
日本のおもてなしサービス精神(きめ細やかさ・親切さ・丁寧さ・心配り・接客等)	28
Made IN Japanに代表される高品質な製品	20
家電	13
日本独自の自然・四季(雪・花見・景観・田んぼ等)	13
日本人としての生活体験(文化・茶等)	10
観光(都市観光・京都等)	10
お祭りなどのイベントや文化	7
交通機関などのインフラ(新幹線・電車・公共トイレ等)	7
日本人・日本人気質	7
日本の治安の良さ・安全性	6
清潔感などの衛生面	6
ショッピング	6

Q8.あなたは、長く訪日外国人客の増加を維持していくために大切なことは何だと思いますか？（自由記述）

★回答トップ5

①英語などのコミュニケーション能力の強化	21
②日本らしさ・日本の魅力の強化・発信	20
③ハードの環境整備（通信環境、交通環境、宿泊環境 など）	15
④経済環境	8
⑤リピーターの創出	5

Q9. あなたは、インバウンド市場拡大の恩恵が、都市部だけでなく地方まで波及していくために大切なことは何だと思いますか？（自由記述）

★おもな回答

①インフラ環境の整備
②地方ならではのコンテンツ・魅力作りと情報発信
③人の流れを作る（地方から地方へ）
④都市間での連携や国策での地域産業育成 など

## 調査概要

調査期間： 2015年9月24日～11月24日

調査対象： MCEI東京支部、大阪支部会員および研究会・セミナー参加者

調査方法：会場でのアンケート調査、およびウェブアンケート

回収数： 154（男性112名 女性38名 20代～70代）

調査主体及び分析：MCEIコミュニケーション委員会