

＜中韓米の訪日外国人 600 人に聞いた「自動販売機利用」に関する意識調査＞

日本の自販機に対する満足度は 9 割以上！

中国は「決済方法が分かりにくい」。アメリカは「商品がイメージと違った」など、

課題は出発国ごとに異なることも明らかに！

～当社は「インバウンド向け多機能自販機」を通じ、誰にとっても使いやすい自販機を目指します～

株式会社 JR 東日本ウォータービジネス（本社：東京都品川区、代表取締役社長：竹内 健治）は、訪日外国人の増加が見込まれる 2020 年夏のシーズンを前に、中国・韓国・アメリカの 3 国から過去 3 年以内に日本を訪れたことのある人を対象に自販機利用に関するインターネット調査を行いました。

日常のあらゆるところに設置され、日本人にとっては日常となっている自販機ですが、日本を訪れる外国人がどのように利用し、どのような不便を感じているのか、実態は明らかではありませんでした。

今回の調査では、訪日外国人の日本の自販機に対する満足度が高いことが分かりました。その一方で、外国人により自販機を利用していただくための課題も明らかになりました。例えば、中国からの旅行者は「決済方法が難しい」と感じているのに対し、アメリカからの旅行者は「購入した飲料がイメージと違った」という課題を抱えていることが分かりました。

当社では今春から今秋にかけて、「AI さくらさん」を搭載した「インバウンド向け多機能自販機」の実証実験を行う予定です。この実証実験を通じ、誰にとっても使いやすい自販機を提供し続けてまいります。

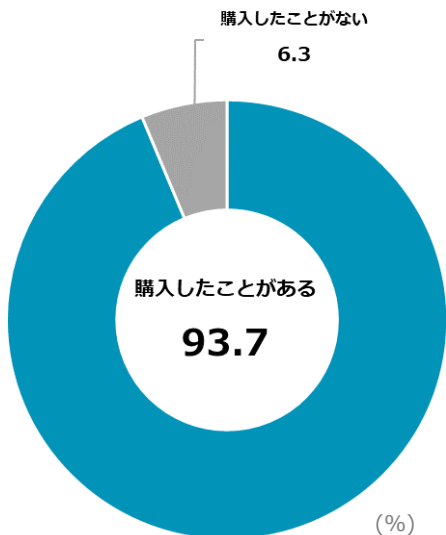
【調査結果サマリー】

- ✓ 日本の自販機に対する訪日外国人の満足度は非常に高い
9 割以上の訪日外国人が日本の自販機を利用したことがあり、**満足度も 9 割以上！**
- ✓ 自販機に感じる不便さは出発国ごとに異なることが明らかに！
「日本の自販機の使用方法が難しい」と感じた人はアメリカからの旅行者が多い傾向に！
中国からの旅行者は「決済方法」、韓・米からの旅行者は「飲料の種類」が分かりにくいという傾向に！
アメリカからの旅行者の 6 割以上が「購入した商品がイメージと違った」と回答！
- ✓ 日本の自販機に求めるものも出発地域によって異なることが明らかに！
中国は「支払い方法」、アメリカは「支払い方法」と「操作方法」を分かりやすくしてほしいと回答
韓国は「限定の飲料」が欲しいと回答

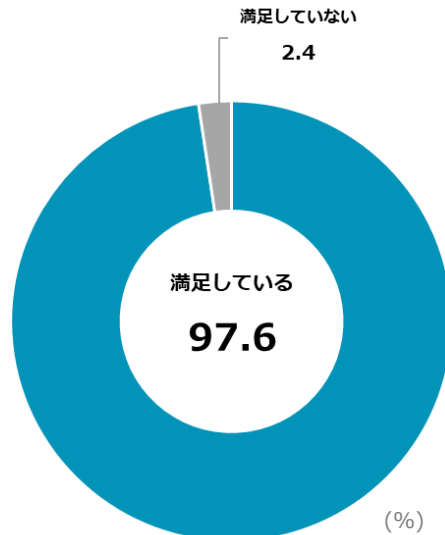
●9割以上の訪日外国人が日本の自販機を利用したことがあり、満足度も9割以上！

日本を訪れている外国人が街にある自販機を見かけて、どの程度利用しているのでしょうか？そして、利用した場合、その体験にどのくらい満足しているのでしょうか？自販機の利用回数について調査したところ、9割以上（93.7%）の人が1回以上購入したことがあると回答しました。更に、自販機に対する満足度についても調査したところ、利用したことのある人のうち、9割以上（97.6%）の人が「満足している」と回答していることが分かりました。

Q1.日本滞在中、自動販売機で飲料を購入したことがありますか。
【n=584】（単一回答）



Q2.日本の自動販売機について、満足度を教えてください。
【n=547】（単一回答）

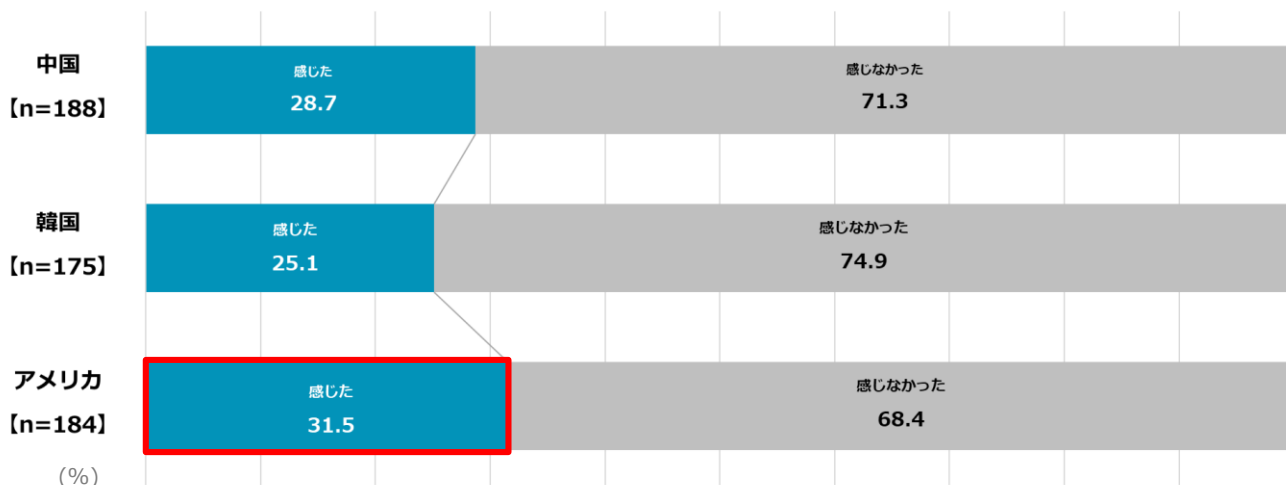


●日本の自販機で「使用方法が難しい」と感じた人はアメリカからの旅行者が多い傾向に！

慣れない海外の自販機を使用する際、分かりにくいと感じることもあるのではないのでしょうか。日本の自販機を利用した際に、使用方法が難しいと感じた経験について調査したところ、中韓米いずれの場合も「感じた」と回答した人が3割程度（中国：28.7%、韓国：25.1%、アメリカ：31.5%）という結果となりました。

中でも最も多かったのがアメリカからの旅行者でした。言語を始め、販売している飲料など共通する文化が少ないことが影響していると考えられます。

Q3.自動販売機で飲料を購入した時に、使用方法が難しいと感じたことはありますか。
【n=547】（単一回答）

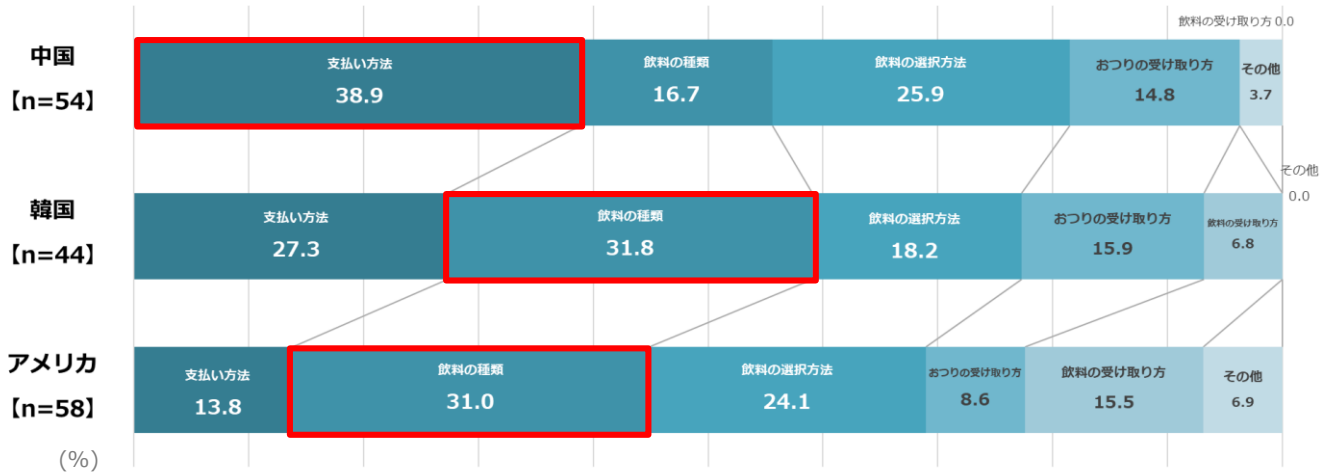


●中国は「決済方法」、韓国・アメリカは「飲料の種類」が分かりにくいという傾向に！

実際に日本の自販機のどのあたりが分かりにくいと感じているのでしょうか？ 分かりにくいと感じた点について聞いてみたところ、中国からの旅行者に関しては「決済方法」が分かりにくいと感じた人が4割程度（38.9%）と最も多い結果となりました。韓国・アメリカは1位が「飲み物の種類」（韓国：31.8%、アメリカ：31.0%）、「決済方法」は2位以下（韓国：27.3%・2位、アメリカ：13.8%・3位）となりました。キャッシュレス化が進む中国だからこそこの課題があることが分かりました。

Q4.自動販売機で飲料を購入した時に、最も分からなかったのはどのような点ですか。

【n=547】（単一回答）

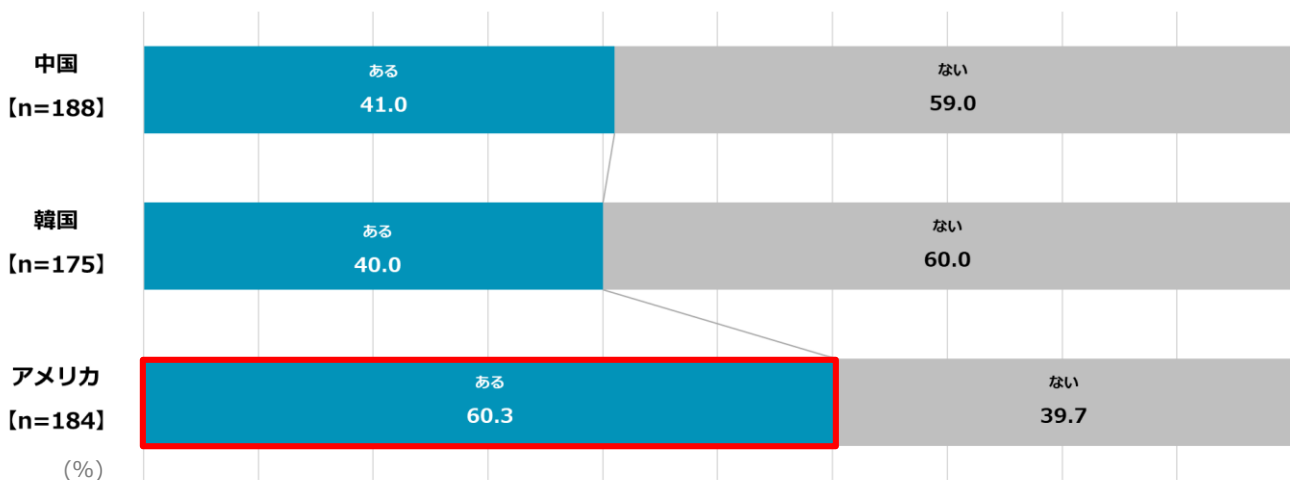


●アメリカからの旅行者の6割以上が「購入した商品がイメージと違った」と回答！

海外で飲み物を買う際、想定していたものと実際の商品が違って、というような戸惑いもあるのではないのでしょうか。購入した商品がイメージと違ったという経験があるか聞いたところ、中国・韓国はおよそ4割（中国：41.0%、韓国：40.0%）が「ある」と回答しました。両者と比べるとアメリカは多く、6割以上が「ある」と回答しています。緑茶など、共通の文化が少ないことなどの影響があることが考えられます。

Q5.自動販売機で飲料を購入した時に、商品がイメージしていたものと違ったという経験がありますか？

【n=547】（単一回答）

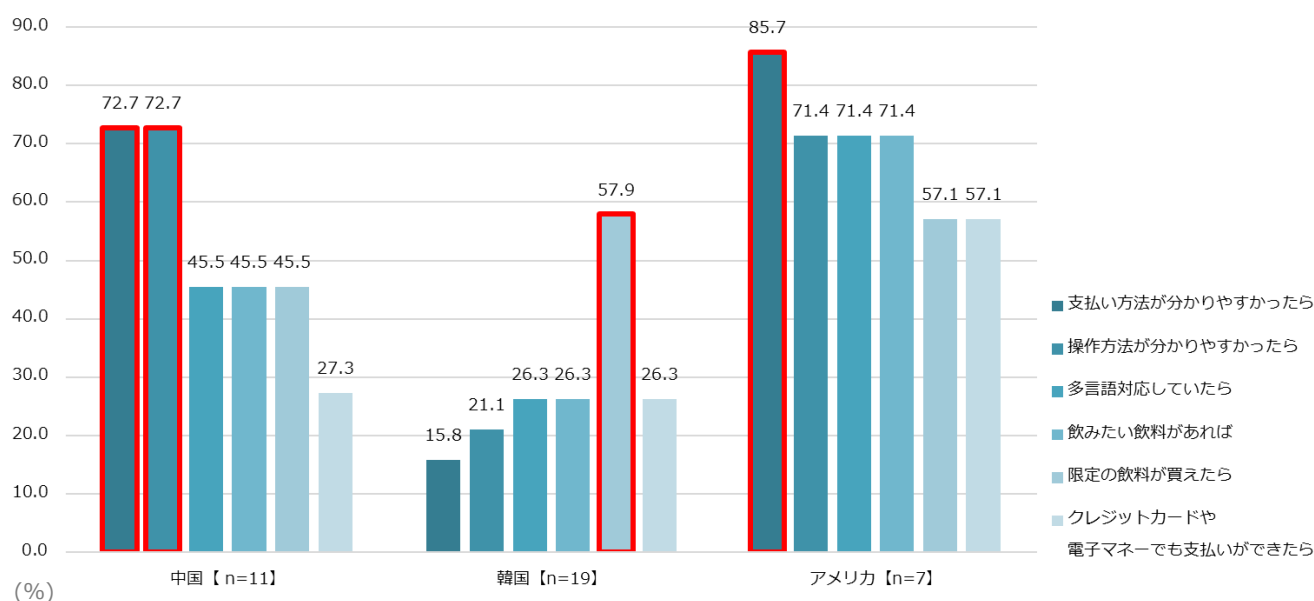


● **中国は「支払い方法」と「操作方法」、アメリカは「支払い方法」を分かりやすくしてほしいと回答**
韓国は「限定の飲料」がほしいと回答

最後に、自動販売機を利用しなかった人にどのようなきっかけがあれば利用したいと考えるかについて聞いたところ、各国で異なる結果となりました。中国からの旅行者は「支払い方法」と「操作方法」が分かりやすければ、と回答した人最も多く（いずれも72.7%）、アメリカからの旅行者は「支払い方法」が分かりやすければ、と回答した人が最も多い結果となりました（85.7%）。

特徴的だったのが韓国からの旅行者で、最も多くの回答があったのは、「限定の商品が買えたら」という回答でした。希少性に価値を見出している点で特徴的なニーズがあることが分かります。

Q6.どのようなきっかけがあれば日本の自動販売機で飲料を購入したいと思いますか。
 【n=37】（複数回答）



“訪日外国人”と一括りにされがちですが、当然ながら様々な国から日本に来ています。今回の調査で分かったことは、自販機の利用ひとつ取り上げても、国によって感じることは多様ということです。誰にとっても使いやすい自販機を目指すためには、単に表示言語を増やすといったような画一的な対応ではなく、利用者に合わせた対応が必要ということが分析できます。そこで当社では、多様な訪日外国人のニーズに幅広く応えるべく、AI 技術を使った「インバウンド向け多機能自販機」の実証実験を行います。

「インバウンド向け多機能自販機」について

- ・タッチパネルモニター、カメラ、スピーカー、マイク、PC カメラは属性(性別、年齢層等)の分析が可能
※なおカメラにて取得した画像情報は個人に特定できないデータに即時変換し、個人を特定するデータは即時破棄され、保持しません
- ・AI システム「AI さくらさん」(ティファナ・ドットコム提供) 搭載
 多言語による商品の情報提供等、各種ご案内・情報発信が可能
- ・10 台程度展開予定

■ 調査概要

調査名：訪日外国人の自動販売機の利用に関する調査
 日時：2020 年 1 月
 対象者：訪日外国人の男女計 600 名（中国：200 名 韓国：200 名 アメリカ 200 名）
 その他条件：過去 3 年以内に訪日経験あり

