

## 8. 事業所調査（大阪観光局会員）

### 8-1. 調査の概要

#### ①調査の目的

- ・大阪府内の観光事業者におけるインバウンド対応の状況、課題やニーズ、府の支援施策に対する認知度等を把握することで、今後の施策検討の基礎情報を収集することを目的に実施した。

#### ②調査対象

- ・大阪観光局賛助会員（※自治体は除く）

#### ③調査方法

- ・大阪観光局賛助会員向けメーリングリストを活用して調査票を配信。
- ・調査への回答は、以下2つの方法から事業者がどちらかを選択して回答。

##### <回答方法>

インターネットによる回答（インターネット上の調査票に入力）

メールによる回答（調査票に入力の上、メールにて回答）

#### ④調査期間

- ・2019年12月12日から2020年2月10日まで

#### ⑤調査項目

- ・事業所概要（事業所名・所在地）
- ・インバウンドの影響による売上高の変化
- ・外国人観光客向けの特徴がある取組
- ・各種サービス等の導入状況
- ・観光客の受入意向
- ・増やしたい外国人観光客の国籍
- ・外国人観光客を増やすために取組みたいことや支援ニーズ等
- ・大阪府の施策に係る認知度、満足度等

#### ⑥集計方法

- ・単純集計及び自由意見の分析

#### ⑦回収結果

- ・配布数：702件（A）
- ・有効回収数：91件（B）
- ・回収率：13.0%（B）／（A）

## 8-2. 調査結果のポイント

### ①事業所概要

○事業所の所在地では、「大阪市」が最も多く約8割、インバウンドの影響による売上増加は約5割。

- ・回答者の業種では、「宿泊関連」に続いて「関連事業」と「施設関連」が同率で約19%。
- ・インバウンドの影響による売上高の変化では、「増加」が約54%、「横ばい」が約30%。

### ②外国人観光客の受入状況・環境について

○外国人観光客向けの特徴がある取組の有無では、約6割で特徴ある取組があると回答。

- ・外国人材活用、外国語対応は、業種を問わず対応が進展。情報発信では、中華系 SNS の活用や動画配信、ブロガー等のインフルエンサーへのアプローチなどが挙げられている。

○各種サービスの導入状況では、過半数で「導入済み」のサービスは、以下の6つ。

- 「クレジットカード決済」(73.6%)、「SNSでの情報発信」(69.2%)
- 「商品等の多言語表示」(68.1%)、「Free Wifi の設置」(67.0%)
- 「HP の多言語対応」(65.9%)、「外国人スタッフの雇用」(57.1%)

○「観光客向け防災対策」について、導入済みは約2割にとどまるが、「検討中」が約5割。

### ③今後の外国人観光客等の受入について

○増やしたい外国人観光客の国籍は欧米豪

- ・「欧州」が最も多く86.4%、次いで、「米国」が79.0%、「オーストラリア」が76.5%。

○外国人観光客を増やすために取り組みたいことや支援ニーズは多岐に渡る

- ・全体的には外国人材活用、外国語対応や情報発信に関するものが多いが、ナイトライフコンテンツの充実や多様化する文化・慣習への対応を挙げているケースも散見。
- ・支援ニーズについては、全体的に情報発信やプロモーションに関する支援ニーズが多く、また、自然災害や緊急時における外国人観光客への対応や観光公害への対策（マナー啓発等）についてもニーズが存在。

### ④大阪府の施策に係る認知度、満足度等

○施策の認知度を上げ、利用につなげていくことが必要

- ・大阪府施策に係る認知度では、「Osaka Free Wi-Fi 設置促進補助金」が最も高く約51%、次いで、「特区民泊施設の環境整備補助金」も約34%。
- ・施策の利用実績については、最も高い「Osaka Free Wi-Fi 設置促進補助金」でも約13%であり、今後、認知度を向上させるとともに、利用につなげていくことが必要となる。
- ・ただし、これらの補助事業の対象とならない事業所も調査対象に含まれていることに留意する必要がある。

### 8-3. 調査の結果

#### ①事業所概要

#### ○事業所の所在地（問1/FA）

- ・事業所の所在地では、「大阪市」が最も多く約82%となっている。

事業所の所在地

所在地	件数	構成比
大阪市	75	82.4%
泉佐野市	3	3.3%
河内長野市	2	2.2%
堺市	2	2.2%
大阪府	2	2.2%
箕面市	2	2.2%
岸和田市	1	1.1%
神戸市	1	1.1%
吹田市	1	1.1%
泉南郡	1	1.1%
東大阪市	1	1.1%
合計	91	100.0%

#### ※回答者の業種

- ・回答者の業種では、「宿泊関連」が最も多く約39%、「関連事業」と「施設関連」が同率で約19%となっている。

業種

業種	回答者		賛助会員全体 (※個人と自治体除く)	
	件数	割合	件数	割合
宿泊関連	35	38.5%	194	27.4%
関連事業	17	18.7%	219	30.9%
施設関連	17	18.7%	97	13.7%
旅行関連	6	6.6%	34	4.8%
ショッピング	5	5.5%	38	5.4%
観光協会	3	3.3%	11	1.6%
観光土産品関連	3	3.3%	27	3.8%
料理・飲食関連	3	3.3%	46	6.5%
運輸・交通関連	2	2.2%	43	6.1%
合計	91	100.0%	709	100.0%

(注1) 回答者の業種は、大阪観光局賛助会員の業種区分をベースに、当社で振分けして算出した。

以下の業種は、概ね次のような企業・団体等で構成される

- ・宿泊関連：ホテル、旅館等
- ・関連事業：メーカー・商社、広告代理店、建設・不動産、金融等
- ・施設関連：展示場、見学施設、自社仏閣等

(注2) 賛助会員数は2020年3月中旬時点、HPより検索した数値。調査対象を抽出した時点とは異なる。

○インバウンドの影響による売上高の変化（問2/SA）

- ・インバウンドの影響による売上高の変化では、「増加」が約54%、「横ばい」が約30%、「減少」が約17%となっている。

インバウンドの影響による売上高の変化

	売上高の変化	件数	割合
1	増加	49	53.8%
2	横ばい	27	29.7%
3	減少	15	16.5%
合計		91	100.0%

②外国人観光客の受入状況・環境について

○外国人観光客向けの特徴がある取組の有無（問3/SA）

- ・外国人観光客向けの特徴がある取組の有無では、「特徴がある取組をしている」が約57%、「特段、取組はしていない」が約43%となっている。

外国人観光客向けの特徴がある取組の有無

No	特徴がある取組	件数	割合
1	特徴がある取組をしている	52	57.1%
2	特段、取組はしていない	39	42.9%
合計		91	100.0%

○特徴がある取組の具体例（問4/FA）

- ・外国人材活用、外国語対応は、業種を問わず対応が進んでいる。
- ・情報発信では中華系 SNS の活用や動画配信、ブロガー等のインフルエンサーへのアプローチなどが挙げられている。

	受入環境整備（ハード面）	外国人材活用、外国語対応	情報発信	プログラム・コンテンツ開発	その他
施設関連	● 免税店の設置	● 英語対応の各所案内用 QR コードの設置 ● 音声ガイドに英訳音声の追加 ● 社頭配布の広報紙に英語ページを掲載 ● 多言語（英語・中国語・韓国語）による館内案内・パンフレット・作品解説等	● 中華圏の SNS の活用	● 世界共通でわかりやすい内容の参加型イベントの企画・実施 ● 寺社仏閣等を使用したイベント	● 外国人旅行者にも利用しやすい二部式浴衣の用意
運輸・交通関連	—	● 英・中・韓 3 言語対応	—	—	—
宿泊関連	—	● 日英バイリンガルでのフロント対応、マップ作製、ウェブサイト作成 ● ポケトークの購入 ● 多言語 HP や多言語の案内 ● 会席料理の英語の献立用意 ● 大浴場の使い方を絵柄付で英語、中国語で掲載 ● 多言語対応、多言語表記 ● インバウンド担当部署を設置 ● 外国人従業員の雇用（中国、韓国、台湾、アメリカ、カナダ、アルゼンチン）	● 海外セールスの強化 ● OTA を通じた集客や現地への営業、並びにメディアへの露出等 ● 海外サイトでの販売	● レンタサイクルや google map でのおすすめコースの用意、茶道や華道の体験プログラム、ベジタリアンやムスリムフレンドリーなどの食事の対応 ● 外国人向けの体験型のプラン販売 ● 大阪のお土産もの販売	● 外国人でも過ごしやすい和室づくり、ベジタリアン対応の朝食提供 ● 忘れ物郵送サービス ● 団体の受入人数に応じ宴会場を準備、スムーズな朝食対応 ● 交通機関と連携した割引提供
観光土産品関連	—	● クルージングマップを多言語にて作成 ● 翻訳機の導入	—	—	—
観光協会	—	● 多言語マップの作成や指定管理施設のパンフレットの多言語化 ● よくある質問をカード化して案内 ● 英語ボランティアの常置	● 外国人ブロガーを招聘するなど、日本人と違った目線での堺の観光コンテンツを検討し、SNS で情報を発信	—	—
ショッピング	● 免税手続き、外国人優待クーポンの発行、C トリップ等の国外 OTA との取り組み、TKTS の設置によるイベント・演劇等チケット販売、インバウンド VIP カードの発行 ● 外国人優待クーポン、各種決済端末（アリペイ・ウィチャットペイ・銀聯）の充実、外国通貨両替機・国際 ATM の設置 ● OsakaFreeWiFi の運営	● 多言語マップ、多言語での商店街並びにエリア紹介冊子 ● 多言語のポップ制作支援（加盟店向け）、多言語での街内放送	● 旅行会社との提携 ● SNS（ウェイボー・ウィチャット・フェイスブック・KOL 動画配信等）での情報発信	● USJ・ハルカス展望台協業、春節イベント開催	● USJ・ハルカス 300 展望台との 3 社協業送客施策の実施 ● 提携ホテル無料デリバリー
旅行関連	—	—	—	—	● 日本企業への訪問団等の取り扱い ● MICE・教育旅行等あらゆる分野の旅行の取り扱い
料理・飲食関連	—	● 多言語化（HP、リーフレット、メニュー等） ● 英語・中国語・韓国語 での HP、メニュー作成	—	● うどん体験 書道体験	● ホテルとの連携
関連事業	● 大阪周遊パスに加盟	● 案内パンフレットの多言語化、インフォメーションの多言語対応 ● 多言語に対応できるスタッフの動員、多言語対応の機器を導入、多言語対応の説明ツールの作成、4ヶ国語ナビゲーションの導入、日本の交通ルールの放映 ● 英語が話せるガイド ● 販売業、宿泊業等、外国人観光客の対応のための外国語人材の派遣や紹介	● 訪日客向け WEB サイトの構築運用 ● 南海/大阪/関西の魅力的な画像/映像コンテンツの海外メディア/ブロガー/KOL（Key Opinion Leader）への情報提供 ● 旅行雑誌での広告プロモート	● 着地型ツアーの企画・販売 ● 外国の嗜好を取り入れた飲食・お土産、体験施設の設置 ● 文化体験教室の運営 ハイキング、ウォーキングツアーなど ● 外国人観光客向けミニツアーの開催	● 訪日客を獲得したい企業へのコンサルティング/ツール企画制作/分析改善 ● エンタメ系の新規事業 ● 観光客向けの荷物預かり及び配送

（注）記載内容は、カテゴリー分けをした上で分類を行っている。表現は、一部修正等を加えている場合がある。

### ○各種サービス等の導入状況（問5/SA）

- ・各種サービスの導入状況について、過半数で「導入済み」のサービスは、以下の6つである。
- ・また、「観光客向け防災対策」については、導入済みは約2割にとどまっているものの、「検討中」が約47%と最も多くなっている。

#### ※過半数で導入済み

「クレジットカード決済」（73.6%）

「SNSでの情報発信」（69.2%）

「商品等の多言語表示」（68.1%）

「Free Wifiの設置」（67.0%）

「HPの多言語対応」（65.9%）

「外国人スタッフの雇用」（57.1%）

各種サービス等の導入状況

	導入済み		検討中		導入・検討していない	
	件数	割合	件数	割合	件数	割合
クレジットカード決済	67	73.6%	12	13.2%	12	13.2%
その他 キャッシュレス決済	39	42.9%	28	30.8%	24	26.4%
ECサイトの設置	27	29.7%	20	22.0%	44	48.4%
商品等の多言語表示	62	68.1%	11	12.1%	18	19.8%
多言語での音声ガイド	25	27.5%	16	17.6%	50	54.9%
外国人スタッフの雇用	52	57.1%	16	17.6%	23	25.3%
HPの多言語対応	60	65.9%	18	19.8%	13	14.3%
SNSでの情報発信	63	69.2%	14	15.4%	14	15.4%
Free Wifiの設置	61	67.0%	9	9.9%	21	23.1%
ハラル・ムスリム対応	17	18.7%	20	22.0%	54	59.3%
観光客向け防災対策	22	24.2%	43	47.3%	26	28.6%

### ③今後の外国人観光客等の受入について

#### ○観光客の受入意向（問6/SA）

- ・今後の観光客の受入意向では、「日本人観光客も外国人観光客も増やしたい」が圧倒的に多く、約86%となっている。

日本人及び外国人観光客の受入意向

No	受入意向	件数	割合
1	日本人観光客も外国人観光客も増やしたい	78	85.7%
2	日本人観光客は増やしたいが、外国人観光客は増やしたくない	6	6.6%
3	外国人観光客は増やしたいが、日本人観光客は増やしたくない	3	3.3%
4	日本人観光客も外国人観光客も増やしたくない	0	0.0%
5	分からない	4	4.4%
合計		91	100.0%

#### ○増やしたい外国人観光客の国籍（問7/MA）

- ・増やしたい外国人観光客の国籍では、「欧州」が最も多く約86%、次いで、「米国」が79%、「オーストラリア」が約77%など、欧米豪が多い結果となっている。
- ・また、アジアでは中国や台湾、香港よりも「東南アジア」（約74%）が最も多い結果となっている。

増やしたい外国人観光客の国籍

No	国籍	件数	割合
1	中国	53	65.4%
2	韓国	40	49.4%
3	台湾	55	67.9%
4	香港	51	63.0%
5	東南アジア	60	74.1%
6	欧州	70	86.4%
7	米国	64	79.0%
8	オーストラリア	62	76.5%
9	その他	9	11.1%
合計		464	-

○外国人観光客を増やすために取り組みたいことや支援ニーズ等（問8/FA）

＜外国人観光客を増やすために取り組みたいこと＞

- ・外国人観光客を増やすために取り組みたいことは、多岐に渡っているが、全体的には外国人材活用、外国語対応や情報発信に関するものが増えている。
- ・また、ナイトライフコンテンツの充実や多様化する文化・慣習への対応（ベジタリアン、ヴィーガン等）を挙げているケースもある。

	受入環境整備（ハード面）	外国人材活用、外国語対応	情報発信	プログラム・コンテンツ開発	その他
施設関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>● トリップアドバイザー等を積極的に活用した予約・決済</li> <li>● 大阪周遊パス導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 境内各所のお堂の意味、参拝方法や取り扱うお守りの説明等の多言語対応の推進、アクセスなど案内改善</li> <li>● 外国語に対応した教育普及活動、イベント等</li> <li>● スタッフへの語学教育</li> <li>● 翻訳機などの導入</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 海外旅行者への情報発信をしているキーマンとの連携</li> <li>● トリップアドバイザー等の積極的な活用</li> <li>● 関西空港でのデジタル広告の掲出</li> <li>● SNS 等を活用したグローバルなプロモーション</li> <li>● OCTB が主催する、あらゆる商談会などに積極的に参加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 外国人の趣向を鑑みたナイトライフの充実（簡易なショーが出来る劇場など）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 旅行会社と連携したアクセシブル・ツアーの実施</li> <li>● MICE 案件の誘致</li> <li>● 免税店の誘致</li> </ul>
運輸・交通関連	—	—	—	—	—
宿泊関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 優待価格の造成。</li> <li>● 海外 OTA を用いた予約促進活動</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 多言語のHPや英語での予約ツールの用意</li> <li>● フロントの言語能力の向上</li> <li>● スタッフの語学力向上</li> <li>● ホームページの多言語化</li> <li>● 外国人スタッフの積極的な採用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 海外旅行博への参加、海外向け WEB 広告の実施</li> <li>● 海外メディアや旅行サイトへの情報掲載</li> <li>● SNS を活用して英語での情報発信</li> <li>● 中長期滞在（1週間以上）の観光客、ビジネスユーズへのアピール</li> <li>● 各国で行われている旅博等のイベントへの参加</li> <li>● SNS 等を通じた海外への発信</li> <li>● 海外商談会への出展</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 古民家を活用した多様な体験型イベントの実施</li> <li>● 観光施設、文化体験などの見学、参加</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 和洋室整備、ベジタリアン、ヴィーガン対応</li> <li>● 文化や慣習を学び、求められるサービスの提供ができる環境づくり</li> </ul>
観光土産品関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>● トリップアドバイザーの予約対応。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● HP 多言語化</li> <li>● 店内多言語化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● チケット販売サイトの登録や、旅行会社との提携</li> </ul>	—	—
観光協会	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光支援施設の整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市内観光看板の多言語化、施設の展示の多言語化</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光アプリ「Japan Travel Guide」を活用したプッシュ型通知の利用</li> </ul>	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光拠点の整備等に関する補助制度の充実</li> </ul>
ショッピング	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 個店での通訳</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 中国、東南アジア、欧州などの地域ごとの旅行会社との大規模な商談会への参加</li> <li>● 旅行博への参加、国内での商談会への参加</li> <li>● コト情報の充実、なんばの観光拠点化を促すための情報の充実</li> </ul>	—	—
旅行関連	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 海外の旅行会社に対し訪日旅行をセールス</li> </ul>	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 大きな自然災害が発生しても、外国人観光客が安全に旅行できる環境の整備</li> </ul>
料理・飲食関連	—	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● レンタサイクルを活用したコースづくり</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 市内観光マップ設置など他の施設やイベント情報に興味を持たせる工夫</li> <li>● ベジタリアンメニューとノンアルコールメニューの作成</li> </ul>
関連事業	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 施設の充実</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ガイド育成、外国人雇用</li> <li>● 英語が堪能なスタッフの雇用</li> <li>● SNS の英語表記</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ホームページ、SNS 発信</li> <li>● SNS 広告の世界発信</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 通常の観光では体験できないようなツアーの立案</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 新たな企画の発掘</li> <li>● 府内広域の戦略の検討</li> </ul>

（注）記載内容は、当社でカテゴリー分けをした上で分類を行っている。表現は、一部修正等を加えている場合がある。



<支援ニーズ>

- ・支援ニーズについては、全体的に情報発信やプロモーションに関する支援ニーズが多くなっている。
- ・受入環境整備（ハード面）や外国人材活用、外国語対応については、相対的に数は少なくなっており、一定整備が進んでいるものと推測される。
- ・また、自然災害や緊急時における外国人観光客への対応や観光公害への対策（マナー啓発等）についても、一部でニーズが挙げられている。

	受入環境整備（ハード面）	外国人材活用、外国語対応	情報発信	プログラム・コンテンツ開発	その他
施設関連	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 職員の語学力向上、外国人材の確保への支援</li> <li>● 業界で必要なフレーズ等の共有についてのサポート</li> </ul>	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光局の職員からのアドバイス（SNSの活用と外国人旅行者へのアンケートの実施についてなど）</li> <li>● 国際会議・イベント開催の金銭的支援もしくはサービス提供</li> <li>● ニッチなニーズにあったサポート</li> </ul>
運輸・交通関連	—	—	—	—	—
宿泊関連	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 情報発信する際のサポート</li> <li>● 大阪郊外地域への外国人観光客を増やすための広報の支援</li> <li>● エリアごとの固有の魅力あるコンテンツの発掘とプロモーションの実施</li> <li>● 海外旅行会社等との打ち合わせ機会の構築</li> <li>● 大阪観光局による海外プロモーションの拡大</li> <li>● スリランカ・ネパール・カンボジア等、今後増加が見込まれる都市での商談会の開催</li> </ul>	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 経済的な補助</li> <li>● 緊急時の国、府、市区等からの多言語対応されたオフィシャルな情報やその共有方法の周知（急病や事故の際、また自然災害等の際いづれも）</li> <li>● 古民家活用についての行政の支援（特区民泊の適用の拡大や建築基準法の制限の緩和など）</li> <li>● 万博やIRでのプロジェクトの仕事で中長期滞在を大阪でされる方の紹介</li> <li>● 外国人のおもてなしに必要な知識や文化の研修等</li> <li>● 大阪観光局からの各種案内</li> </ul>
観光土産品関連	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 国の発行する観光案内パンフレットやWEBでの情報掲載</li> </ul>	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光公害についての対策（マナー啓発等）</li> </ul>
観光協会	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 翻訳支援</li> </ul>	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● イベントなど幅広く使えるソフト面の事業補助</li> </ul>
ショッピング	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 通訳スタッフ雇用の費用の助成</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 観光局主催の情報共有のための大手や信頼の置ける事業者が参加するセミナー、商談会等の実施</li> <li>● 外国人観光客が見るサイトとの連携</li> </ul>	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● J N T O が開示している商談会に関する情報の改善（業種業界ごとの細かい情報を共有）</li> <li>● 観光局主催商談会の事前マッチング化</li> </ul>
旅行関連	—	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 外国人旅客に有用な情報の発信</li> <li>● バス停留場の正確な位置に関する情報提供</li> </ul>	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 防災対応の構築</li> </ul>
料理・飲食関連	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 早くて安全な無料 Wi-Fi の整備</li> </ul>	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 色々なコースを周知するためのメディア構築</li> </ul>	—	—
関連事業	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ガイド代の値下げ</li> <li>● 多言語対応できるツールや人材確保の支援</li> <li>● SNS を英語表記するに係る経費の補助</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 海外への情報発信</li> <li>● 現地旅行会社との提携や紹介ができるような支援</li> </ul>	—	<ul style="list-style-type: none"> <li>● おもてなしに関するアドバイス</li> <li>● 安価なイベントスペースの構築、寿司職人・和菓子職人さんらと交流する機会の構築</li> <li>● 投資への補助金</li> </ul>

(注) 記載内容は、当社でカテゴリ分けをした上で分類を行っている。表現は、一部修正等を加えている場合がある。

④大阪府の施策に係る認知度、満足度等

○Osaka Free Wi-Fi 設置促進補助金（問9/SA）

※観光エリアにおける Wi-fi 環境の整備支援

- Osaka Free Wi-Fi 設置促進補助金については、「利用したことがある」が約 13%（12 件）、「利用したことがない」が約 87%（79 件）となっている。
- 認知度については、「名前も知らなかった」が最も多く約 49%（39 件）、「名前だけ知っている」が約 32%（25 件）となっている。
- 施策の認知度自体は 5 割を超えている。

Osaka Free Wi-Fi 設置促進補助金

No	利用有無	件数	割合
1	利用したことがある	12	13.2%
2	利用したことがない	79	86.8%
合計		91	100.0%

【利用したことがある＝利用満足度へ】

【利用したことがない＝認知度へ】

No	利用満足度	件数	割合
1	良かった	8	66.7%
2	良くなかった	4	33.3%
合計		12	100.0%

No	認知度	件数	割合
1	知っている	15	19.0%
2	名前だけ知っている	25	31.6%
3	名前も知らなかった	39	49.4%
合計		79	100.0%

○宿泊施設おもてなし環境整備促進補助金（問9/SA）

※宿泊施設における案内表示の多言語化支援

※集計時の母数は、本支援を利用できる可能性がある業種（宿泊関連 n=35）としている。

- ・宿泊施設おもてなし環境整備促進補助金については、「利用したことがある」が約3%（1件）、「利用したことがない」が約97%（34件）となっている。
- ・認知度については、「名前も知らなかった」が最も多く約71%（24件）、「名前だけ知っている」が約27%（9件）となっている。

宿泊施設おもてなし環境整備促進補助金

No	利用有無	件数	割合
1	利用したことがある	1	2.9%
2	利用したことがない	34	97.1%
合計		35	100.0%

【利用したことがある＝利用満足度へ】

【利用したことがない＝認知度へ】

No	利用満足度	件数	割合
1	良かった	1	100.0%
2	良くなかった	0	0.0%
合計		1	100.0%

No	認知度	件数	割合
1	知っている	1	2.9%
2	名前だけ知っている	9	26.5%
3	名前も知らなかった	24	70.6%
合計		34	100.0%

○多言語メニュー作成（問9/SA）

※飲食店等が簡単に多言語メニューを作成できるシステム

※集計時の母数は、本支援を利用できる可能性がある業種（宿泊関連、ショッピング、料理・飲食関連の合計、n=43）としている。

- ・多言語メニュー作成については、「利用したことがある」が約12%（5件）、「利用したことがない」が約88%（38件）となっている。
- ・利用した満足度については、「良かった」が80%（4件）、「良くなかった」が20%（1件）となっている。
- ・認知度については、「名前も知らなかった」が最も多く約84%（32件）、「名前だけ知っている」と「知っている」が同率で約8%（3件）となっている。

多言語メニュー作成

No	利用有無	件数	割合
1	利用したことがある	5	11.6%
2	利用したことがない	38	88.4%
合計		43	100.0%

【利用したことがある＝利用満足度へ】

【利用したことがない＝認知度へ】

No	利用満足度	件数	割合
1	良かった	4	80.0%
2	良くなかった	1	20.0%
合計		5	100.0%

No	認知度	件数	割合
1	知っている	3	7.9%
2	名前だけ知っている	3	7.9%
3	名前も知らなかった	32	84.2%
合計		38	100.0%

○特区民泊施設の環境整備補助金（問9/SA）

※事業認定に必要な整備や観光客の受入対応強化の取組を支援するもの。

※集計時の母数は、本支援を利用できる可能性がある業種（宗教法人：神社・寺院は除く、n=89）としている。

- ・特区民泊施設の環境整備補助金については、「利用したことがある」が約1%（1件）、「利用したことがない」が約99%（88件）となっている。
- ・認知度については、「名前も知らなかった」が最も多く約66%（58件）、「名前だけ知っている」が約28%（25件）と「知っている」が約6%（5件）となっている。
- ・利用実績はまだ少ないが、施策の認知度自体は3割を超えている。

特区民泊施設の環境整備補助金

No	利用有無	件数	割合
1	利用したことがある	1	1.1%
2	利用したことがない	88	98.9%
合計		89	100.0%

【利用したことがある＝利用満足度へ】

【利用したことがない＝認知度へ】

No	利用満足度	件数	割合
1	良かった	0	0.0%
2	良くなかった	1	100.0%
合計		1	100.0%

No	認知度	件数	割合
1	知っている	5	5.7%
2	名前だけ知っている	25	28.4%
3	名前も知らなかった	58	65.9%
合計		88	100.0%

■その他、自由意見等

- ・その他、自由意見では行政による国内外での大阪のPR や周遊観光の促進については、業種を問わず多く挙げられている。
- ・また、近年増加する自然災害時における外国人対応やオーバーツーリズムの改善に関するコメントもみられる。

	自由意見
施設関連	<p>【受入環境整備（ハード面）】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● free wifi については、選択権を事業者任せにすると事業者側が不要と考えたり、費用の面などから設置しないということになる。大阪府下全域に設置したいというのであれば全額負担するので設置します、とする方が良いように思う。</li> <li>● 東京に比べてフリーWi-Fi が全体的に少ないと思う。</li> </ul> <p>【情報発信】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 具体的な施策がわからないので、もっと広報してほしい。</li> <li>● 有益な施策についてはどんどん情報をいただきたい。</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 参画したての為、どのようなサービスが有るか自体をあまり把握していない為、今後教えて頂きたい。インバウンド対策として、商談会や外客誘致に関する打ち合わせ等があれば、可能な限り参加させて頂きたい。</li> <li>● 観光産業はすそ野が広く、地域に与える影響が大きいため、今後もインバウンドが減少しないよう、また、恩恵を受けていない業種にも回るような取組みが必要と考える。</li> <li>● インバウンドの影響で繁華街に国内観光者が行かなくなったり、コロナウィルス騒動でインバウンドに傾倒する危険性が露呈することになった。いまさらながらではあるが国内観光客などの需要の創出も並立で実施頂きたい。</li> </ul>
運輸・交通関連	—
宿泊関連	<p>【情報発信】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 今年は日韓の政治的な軋轢により韓国からのお客様が例年の 1～2 割しか来ていない。また香港の政情不安などから香港のお客様も減少し、これらの状況により昨年度よりも売り上げが 2 割ほど減少しました。集客がどこかのお国に偏るとその影響が大きくなるので、これからも多種多様な国々へのプロモーションをお願いする。</li> <li>● 質と量ともにプロモーションは強化されていると感じる。</li> </ul> <p>【その他】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 多様な価値観を持った方々が国内外から大阪に来られる中で、大手のホテルや民博事業だけでなく、個性のある特色を持った個人営業や小規模ホテルへの支援に力を入れてもらいたい。宿泊スタイルを含め、観光での体験が多様であることが、大阪の大きな魅力だと思う。</li> <li>● 民泊に対する取り締まりを強化してほしい。</li> <li>● マナーに関する案内をもう少し出してほしい タバコ、ホテルの部屋で毛染めをするなど、小学生の写真を撮る、</li> <li>● IR の実現</li> </ul>
観光土産品関連	—
観光協会	—
ショッピング	<p>【周遊促進】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 小売業だけでみると梅田などのキタエリア、心齋橋などのミナミエリアは活気あふれているが それ以外の地域は苦戦していると思われる。観光名所がないことが要因であるが、地域活性化を図るために、その地域以外を周遊するメリットがある施策を考えて欲しい。</li> </ul> <p>【消費単価の向上】</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 使っていただくお金の単価をあげていくために、大阪のブランド性の高いコンテンツ（大阪の上質な料理や食品など）を前面に打ち出してほしい。また、5つの世界遺産にアクセスできるなどレベルの高い観光の拠点（ハブ）であることを訴求していただきたい。オールターゲットとはいえ、中国以外の国からの来訪については促進していただきたい。</li> </ul>
旅行関連	【自然災害、防災対応】

	自由意見
	<ul style="list-style-type: none"> <li>● 現在進行中の各種プロモーション施策を推進するとともに、防災に対するセイフティネット構築のような「地味だが民間企業がやらない重要な取り組み」を推進してほしい。広告宣伝的なプロモーションだけでなく、実際に役に立つ防災対策の強化（アピールだけではない）など「目立たなくて難しいので手を出しにくい、実際は最も重要な取り組み」に力を入れて欲しい。</li> </ul>
料理・飲食関連	<p><b>【案内サインの改善】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 駅を毎日利用しているが、エレベーターの表示や案内がわかりにくすぎて毎日といってよいほど困惑している外国の方に説明している。近鉄日本橋もしかり。インバウンドの人に大人気または利用度の多いところなので残念。大きなスーツケースを何個も階段で運んでいるのを見て、お手伝いすることもあるが 是非とも街全体として改善していただきたい。</li> </ul>
関連事業	<p><b>【施設間の連携】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 各施設間同士の情報交流や連携が呼びかけられる仕組みがあればいいと思う。</li> </ul> <p><b>【観光データの提供】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 地域ごとの宿泊数、入込数等を把握、公開して欲しいと思います。関空周辺（泉佐野市、田尻町地域）はインバウンドゲストでにぎわっていることもあり、宿泊税を原資にしたおもてなし度（受け入れ環境整備）の向上施策をさらに検討すべきではないか。市や町ではなく府が直接地域団体と交流を持って取り組んでいただきたい。</li> </ul> <p><b>【情報発信】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● もっと大阪の魅力を知ってもらえるように海外に情報を発信してほしい。</li> <li>● インバウンド施策を大阪府民や企業にもっとアピールして欲しい。</li> <li>● Hands-Free Travel 認可の荷物預かり所があるという事を外国人観光客へ広く紹介してほしい</li> <li>● 小規模事業者でも手軽に利用できるような補助金などの情報をもっとわかりやすく発信していただきたい。</li> </ul> <p><b>【その他】</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>● 飲食と物販だけでなくそれらをサポートする企業にも補助金がある方が良いです。</li> <li>● 大阪万博に向けての積極的な活動を期待</li> <li>● インバウンドビジネスにおいて注意点は何か知りたい。又何かトラブルが発生した時にどこに相談するのかとか知りたいです。</li> <li>● 京都などでは特に顕著であるが、徐々にオーバーツーリズムが問題視されるようになってきている。インバウンド需要の増大で恩恵を受ける立場の視点で物事を考えがちであるが、それ以外の企業や地域住民の感情への配慮も同時に行っていくことが、地域全体にとって長期的に有益なものとするためには必要であると感じている。</li> </ul>

【参考】

大阪府 観光事業者向けアンケート調査票

1. 貴事業所の概要

問1 貴事業所名と立地する市町村名を教えてください。

貴事業所名：	→立地する市町村（ 市・町・村 区）
--------	--------------------

問2 5年前と比較して、インバウンドの影響による売上高の変化について、該当するもの1つに○印を付けてください。

1. 増加	2. 横ばい	3. 減少
-------	--------	-------

2. 外国人観光客の受入状況・環境について

問3 貴事業所では外国人観光客向けに特徴がある取組をしていますか（該当するものを1つに○印）

1. 特徴がある取組をしている	2. 特段、取組はしていない
-----------------	----------------

問4 貴事業所における外国人観光客向けの取組について、特徴のあるものを以下にご記入ください。

(外国人観光客向けの取組について記入)
---------------------

問5 貴事業所では次のようなサービス等を導入していますか各設問、該当する番号に○印。

サービス	選択肢		
(例) ○○○について	<input checked="" type="radio"/> 1. 導入済み	2. 検討中	3. 導入・検討していない
クレジットカード決済	1. 導入済み	2. 検討中	3. 導入・検討していない
その他 キャッシュ決済	1. 導入済み	2. 検討中	3. 導入・検討していない
ECサイトの設置	1. 導入済み	2. 検討中	3. 導入・検討していない
商品等の多言語表示	1. 導入済み	2. 検討中	3. 導入・検討していない
多言語での音声ガイド	1. 導入済み	2. 検討中	3. 導入・検討していない
外国人スタッフの雇用	1. 導入済み	2. 検討中	3. 導入・検討していない
HPの多言語対応	1. 導入済み	2. 検討中	3. 導入・検討していない
SNSでの情報発信	1. 導入済み	2. 検討中	3. 導入・検討していない
Free Wifiの設置	1. 導入済み	2. 検討中	3. 導入・検討していない
ハラル・ムスリム対応	1. 導入済み	2. 検討中	3. 導入・検討していない
観光客向け防災対策	1. 導入済み	2. 検討中	3. 導入・検討していない



### 3. 今後の外国人観光客等の受入について

問6 今後、貴事業所では観光客の受入を増やしたいですか（該当するもの1つ○印）。

1. 日本人観光客も外国人観光客も増やしたい（⇒問7・問8を回答し、問9へ）
2. 日本人観光客は増やしたいが、外国人観光客は増やしたくない（問9へ）
3. 外国人観光客は増やしたいが、日本人観光客は増やしたくない（⇒問7・問8を回答し、問9へ）
4. 日本人観光客も外国人観光客も増やしたくない（⇒問9へ）
5. 分からない（⇒問9へ）

問7 増やしたい「外国人観光客」の国籍を教えてください（該当するものすべてに○印）。

- |       |       |            |                    |          |
|-------|-------|------------|--------------------|----------|
| 1. 中国 | 2. 韓国 | 3. 台湾      | 4. 香港              | 5. 東南アジア |
| 6. 欧州 | 7. 米国 | 8. オーストラリア | 9. その他（具体的に：_____） |          |

問8 外国人観光客を増やすために取組みたいことや支援ニーズ等を以下にご記入ください。

(1) どのような取組をしているか（あるいは、していきたいか）

(2) 取組を行う上での支援ニーズ

### 4. 大阪府の施策に係る認知度、満足度等

問9 以下、(1)～(4)の大阪府が実施する施策について、利用状況等を教えてください

(回答例) A B C 補助金

「2」を選択した場合は、その理由もご記入ください

- |                          |                   |               |
|--------------------------|-------------------|---------------|
| ①. 利用したことがある → (1. 良かった  | ②. 良くなかった：XYZのため) |               |
| 2. 利用したことがない → (1. 知っている | 2. 名前だけ知っている      | 3. 名前も知らなかった) |

(1) Osaka Free Wi-Fi 設置促進補助金 ※観光エリアにおける Wifi 環境の整備支援

- |                          |                 |               |
|--------------------------|-----------------|---------------|
| 1. 利用したことがある → (1. 良かった  | 2. 良くなかった：_____ | )             |
| 2. 利用したことがない → (1. 知っている | 2. 名前だけ知っている    | 3. 名前も知らなかった) |

(2) 宿泊施設おもてなし環境整備促進補助金 ※宿泊施設における案内表示の多言語化支援

- |                          |                 |               |
|--------------------------|-----------------|---------------|
| 1. 利用したことがある → (1. 良かった  | 2. 良くなかった：_____ | )             |
| 2. 利用したことがない → (1. 知っている | 2. 名前だけ知っている    | 3. 名前も知らなかった) |

