

2016年9月20日

各位

大阪信用金庫
理事長 樋野 征治

特別調査

「大阪の中小企業におけるインバウンド効果」について

- ☆中小企業にも絶大な効果・・・57.8%が売上に寄与
- ☆来年も訪日客増加へ期待・・・卸売業 10.5%が売上げ見込む
- ☆ハードよりもソフト・・・19.3%がインバウンド対策に着手
- ☆長期にわたる効果期待・・・1年以上持続する 47.0%

●中小企業にも絶大な効果・・・57.8%が売上に寄与

インバウンド関連の売上があると回答した企業は57.8%で、半分以上の企業でインバウンド関連の影響があることが分かりました。その内、増加したと回答したのは5.5%で、地域別では大阪ミナミで14.9%、業種別では飲食業で14.1%が一番高くなっています。増加の理由は、訪日客全体の増加が64.9%と一番多く、減少の理由は中国の関税の引き上げについては18.2%にとどまり、高額な商品を取り扱うデパートや家電量販店と異なり、中小企業への影響は少なくなっています。

●来年も訪日客増加へ期待・・・卸売業 10.5%が売上げ見込む

来年のインバウンド関連の売上が増加すると回答した企業は7.0%で、地域別では大阪ミナミが16.0%、泉州が8.8%と高く、業種別では卸売業が10.5%、小売業が9.5%、飲食業が8.4%と高くなっています。理由としては、関西への訪日客の増加が67.1%と多く、訪日客の増加に対する期待が高くなっています。

●ハードよりもソフト・・・19.3%がインバウンド対策に着手

企業のインバウンド対策については、19.3%が対策ありと回答がありました。対策としては、外国語表示の実施が19.3%、海外クレジット会社への加盟が18.5%、外国語教育の実施が17.6%と高くなっており、店舗等設備の新設・更新はわずか2.1%にとどまりました。ハード的な対策よりも比較的行いやすいソフト的な対策が主となっています。

●長期にわたる効果期待・・・1年以上持続する 47.0%

大阪においてインバウンド効果がどの程度続くかは、1年以上3年未満が23.9%、3年以上5年未満が15.7%、5年以上が7.4%と1年以上続くと考える企業が47.0%を占め、長期にわたりインバウンド効果が続くと考える企業が多くなっています。一方で分からないが47.0%となっており、インバウンド効果の予測が難しい現状も浮き彫りになりました。

調査時点：2016年9月上旬
対象企業：当金庫お取引先1,767社（大阪府内、尼崎市）
回答企業：1,402社（回答率79.3%）
調査方法：調査票郵送および聞き取り調査

本調査に関するお問い合わせは下記までお願いします
株式会社だいしん総合研究所（担当：福井）
TEL：(06)6211-2921 FAX：(06)6211-2930
E-mail：souken@osaka-shinkin.co.jp
URL http://www.osaka-shinkin.co.jp