

# 総合インフォメーションカウンター利用促進と手続委託型消費税免税店の拡大に向けた調査業務

## (概要版1)

### 調査目的 (函館朝市免税店の販売支援・拡大)

- ①販売拡大を阻害する要因を除去
- ②不十分な商品説明をフォロー
- ③販売スタッフのスキルアップ

### 業務内容

- ①専門家による各店舗の現状調査  
Ipsall (鈴木)・デリーインフォメーション北海道 (頼)
- ②手続委託型消費税免税店等の主力商品ポップ作成・設置と講習会開催
- ③手続委託型消費税免税店等の人材に対する実践研修
- ④アンケート調査 (外国人旅行者と対象店舗の関係者)

実践研修の目的：①販売指導 ②顧客情報収集

### 主要情報：

- ①商品に関する詳細な情報を説明する。
- ②免税手続きが複雑だと思われることを払拭
- ③日本の海鮮物が、新鮮で、安全であることを外国人旅行者に周知する。

### POP講習会の開催

- ・目的：事業で作成したPOP等の活用・個別講習のフォロー
- ・期日：平成29年3月24日 (金)
- ・参加者：11店 (うち免税店4店)
- ・内容：「POP・お声かけ案内マニュアルデータの活用方法」「中国人の好むこと、嫌うこと」「翻訳リクエストの対応」  
\*参加者には翻訳データ入CDを提供



### POPの作成

- ある程度認知されている商品について、多様な調理法や食べ方を提案し、親しんでもらう。
- まだ認知されていない商品 (特に地域特性のある商品) について、外国人旅行者に、素材の良さや内容を説明し、食品としての安心感を強調する。

### POPの追加作成

- 外国人旅行者の観光行動を考慮した、持ち帰り商品の販売促進のため、運搬方法についても分かりやすく説明する。
- 朝市の複数免税店舗で購入した商品が合算で免税になることを周知する。

### 「お声かけ案内マニュアル」の作成

- 朝市の主要ターゲットの食習慣、消費行動を紹介する。
- 店側の目線に立って、すぐにでも使える接客フレーズを紹介する。
- 外国人旅行者へアプローチするきっかけ

## 商品POPの分類 (12種類、日本語、英語、繁体字、簡体字版)

認知度の高い商品	地域特性のある商品	販促関連手法
①昆布 (2) ②貝柱 ③蟹 (2) ④果物 (2)	①松前漬け、②イカの塩辛、 ③干物	①持ち帰り可能商品の提案、 ②免税手続きの案内

# 総合インフォメーションカウンター利用促進と手続委託型消費税免税店の拡大に向けた調査業務

## (概要版2)

### 実践研修の実施

- ・期間：平成29年1月28日(土)～31日(火)
- ・販売指導員：中国語指導員3名
- ・対象店舗：免税店22全店舗
- ・派遣時間：8:00～12:00 各店2時間
- ・免税の実績：17件
- ・店舗別販売推移  
全体的には昨年並み又は少し減少  
その中でも免税店は一般店舗より良化傾向
- ・POP・お声かけ案内マニュアル勝算状況  
実践研究終了後も約7割の免税店で継続利用



### 「調査員の感想」

- ・商品の詳細な説明が販売につながることを実感した。
- ・試食を増やすと販売につながる。
- ・検疫問題によって、購入商品が持ち帰れないと心配している方が多い。



### 「店舗の感想」

- ・今後は、このような販売指導があれば、助かる。各店舗がシェアできるような体制があると良いと思う。
- ・販売指導の時間が短いと感じた。
- ・いろいろとアレンジして、活用している。



### 外国人旅行者アンケート調査（主要結果）・130票回収

①ターゲット市場 中国・台湾などアジア圏の観光客	②観光客特徴 ・20代～40代 ・個人客の増加 ・初訪問客が多数 ・ネット検索が主流	③買い物促進の課題 ・検疫情報 ・多言語商品案内 ・キャッシュレス決済 ・免税店拡大
④朝市での観光形態 食事⇒散策⇒買い物	⑤交通 ・交通手段の多様化 ・出入ルートの多様化	⑥朝市に求める商品の特徴 ・函館名産 ・優良な品質

### 「調査事業のまとめ」

内容	効果	反省	今後の課題（短期）	今後の課題（中長期）	
実践研修	POP	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コミュニケーションツールとしての役割を果たしていた。</li> <li>●ターゲットに対する商品訴求効果があった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●商品説明写真等の店舗別対応のニーズがあった。</li> <li>●全種類配布した為結果として各店舗の販売商品と合致せずメリハリの不足。</li> <li>●A4版定型のためアイキャッチに欠けた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●商品の特性をさらに明確にし、より効果的なコミュニケーションツールとして改良する。</li> <li>●各店舗の状況に応じたPOP作りのための電子データの提供と活用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●マーケティングデータに基づく購買意欲の向上。</li> <li>●函館朝市の商品に愛着を持つ消費者（リピーター）の創造</li> <li>●商品イメージを定着させる（高品質・朝市オリジナル）</li> </ul>
	お声かけ案内マニュアル	<ul style="list-style-type: none"> <li>●ターゲット・市場に対する理解が進んだ。</li> <li>●訪日外国人旅行者へ声かけするきっかけになった。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●タブレット等との併用</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店舗ニーズを基本に商品POPを改良する</li> <li>●定期的に、「お声かけマニュアル」の実践指導を行う。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●コミュニケーションが円滑に行えるように語学研修を行う。</li> </ul>
	販売支援	<ul style="list-style-type: none"> <li>●売り上げの向上に貢献できた。</li> <li>●外国人旅行者の具体的なニーズを把握できた。</li> <li>●店舗と顧客のコミュニケーションに貢献した。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●小額販売に対するフォロー不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店舗間での多言語人材のシェア</li> <li>●手続委託型免税店制度の活用促進（案内POPの作成）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●店舗と顧客間、言語バリアによるコミュニケーション障害の低減（多言語人材の常勤雇用）</li> </ul>
アンケート・ヒアリング	外国人旅行者	<ul style="list-style-type: none"> <li>●観光動態を把握できた。</li> <li>●朝市で求める商品特徴が明確になった。</li> <li>●朝市で販売している商品について、個別認知度を把握できた。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●移動経路の変化（直行便の減少）</li> <li>●爆買い個人客の減少</li> <li>●朝市での消費動向は海鮮の食事が定着している。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●買い物しやすい環境の整備</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●函館朝市に対する愛着がある観光客の維持</li> <li>●国・地域別観光客の免税品販売拡大に向けた目標設定</li> <li>●食事⇒散策⇒買い物の観光パターンの確立（組合員同士の連携）</li> </ul>
	関係者	<ul style="list-style-type: none"> <li>●販売支援事業者では高評価</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●対象事業者以外に対する情報提供不足</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●免税店への申請促進</li> <li>●定期的なヒアリングによる課題抽出と対応策検討</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●市内観光関係者と連携し地域ブランド構築に取り込む</li> <li>●バリアフリー化の継続的取組による高齢者需要取り込み</li> </ul>
	EMS	<ul style="list-style-type: none"> <li>●EMS利用の重要性が明確になった。（携帯荷物を増やしたくない）</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●EMSの認知度が低い</li> <li>●サービスが単調</li> <li>●安心感が低い</li> <li>●販売店から料金が高いとの声がある。</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>●配達目的地の拡大</li> <li>●集荷日数の拡大</li> </ul>	