

# 大阪人気質がウケている

昨年、大阪を訪れた外国人旅行者は1111万人。5年間で5倍以上に増えた。日本の主要都市の中で1番伸びている。その理由を、大阪商工会議所の中野亮一さんに聞いた。

大阪商工会議所 理事

流通・サービス産業部長

中野亮一さん



## アジアチックで親しみやすい大阪

——こちら(大阪商工会議所)に来る前に、難波から心齋橋までミナミの商店街を歩いてきたのですが、8割ぐらいは外国人旅行者だったのでしょうか。

3～4年前から本当に目立つようになりましたね。昨年の1111万人の内訳は、中国が約400万人(36%)、韓国が241万人(22%)、台湾140万人(13%)などで、特にアジアからの旅行者が多いことが特徴です。増えた理由を5つ挙げるとすれば、第1にLCC(格安航空)です。11年前、関空に第2滑走路ができたころ、よく言われたのは「4千メートル級の滑走路が2本なんて、1本でも多いのに」。それが強みに変わり、LCCが次々と乗り入れるようになりました。

第2に特に中国、韓国からみて、大阪は東京より地理的に近いこと。飛行機だと東京より正味40～50分短い時間で来れます。

第3にリピーターが増えていること。1度来た人たちが気に入ってファンになってくれる。大阪の街ってアジアチックじゃないですか(笑)。

——たしかに、看板とか派手ですね。



違和感がなく親しみやすいんだと思います。それと何より大阪人気質。フレンドリーで外国人にも親切です。

## 要望に合わせてたら好循環が

第4に大阪の中心繁華街の道が碁盤の目状になっているので、歩きやすく観光しやすい。特にミナミは、グリコの看板とか目立つものを目印に歩いていけば迷子になりにくいと言われていました。同じ大阪の繁華街でもキタは地下街が広いので、外国人には分かりにくいようです。

第5に個々のお店が外国人に喜んでもらえるよう励んでいる。片言の中国語や韓国語を覚えたり、看板やメニューなどの表記を多言語化したり。免税への対応はもちろんのこと、WeChatPay、アリペイをはじめとするキャッシュレス対応にも積極的に取り組んでいる商店街が多いです。キャッシュレス化は設備投資にそれほどの費用がかからなくなっており、これからますます進むでしょう。外国人の要望に合わせたサービスや商品の評判が口コミやSNSで広がって、ますます大勢の人たちが訪れる。こうした好循環ができて上がっています。

——食も人気の要因ではないですか。

道頓堀の周辺なんかはある意味、食のテーマパークというかフードコートというか。大阪は長年ラーメン不毛の地と言われてきたんですが、外国人に人気のあるラーメン店も激増しました。もちろん、タコ焼き、お好み焼き、串カツも。しかしながら、まだまだ外国人観光客の食事の単価が