

飛騨高山

外国人観光客満足度調査
冬

2015-2016

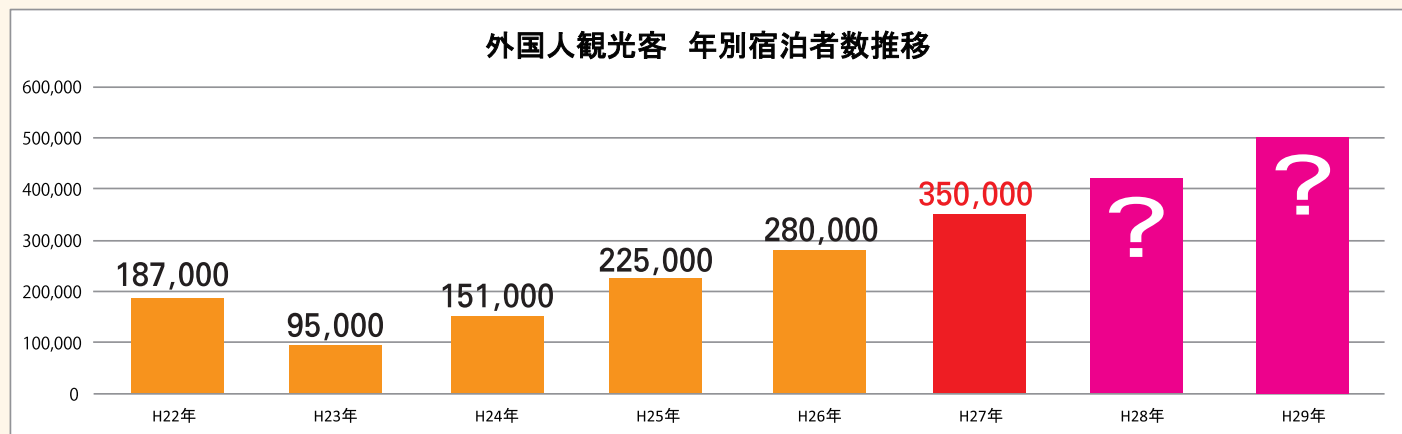
 山一商事株式会社

 山一商事株式会社

増え続ける外国人観光客を見る！

平成 27 年度の高山市観光統計はまだ出ていませんが、昨年末の暫定的な予測数値では、平成 26 年度の 28 万人を大きく上回る 35 万人とも言われています。昨年の外国人観光客の動向については、多くの方が肌感覚で、大幅に増えている感覚を感じていることと思います。

更に、驚くべきことには年が明けた 1 月～2 月の入り込み数の多さです。Booking.com の調査によると奥飛騨だけでも昨年の約 5 倍の外国人観光客の入り込みがあるとの事。この予想を大きく上回る外国人観光客動向の裏には何があるのか？そこを紐解いていくと、飛騨高山の観光情勢は、こと外国人観光客の入り込みにおいては、かなり明るい未来が見えてきます。



引用：高山市商工観光部観光化 平成 26 年観光統計

昨年秋の展示会にて皆様にお配りした外国人観光客顧客満足度調査は、夏の約 1 ヶ月間で調査したものでした。今回は昨年 12 月末から 2 月中旬までの期間で調査したのですが、真逆の季節の調査で見えてくるものも沢山ありました。また、調査結果には反映されていませんが、調査場所である弊社直営店には、有効回答数の数倍の来客がありました。その多くは中国人観光客で、英語のみのアンケートでは対応出来なかったというわけです。季節変われば、観光客も変わります。言語の対応については、外国人観光客が増えるほどに、英語が通じない状況も考えていかなければなりません。そういった意味においては、高山市の多言語対応はかなり先を見た政策であると思います。これから更に増え続けていく外国人観光客に対して、こういった対応をしていけば良いのか？弊社直営店での調査結果で、これがすべてのインバウンド動向を示しているわけはありませんが、この調査結果が皆様の、飛騨高山のお役に立てれば幸いです。

山一商事株式会社

代表取締役社長

山下喜一郎

調査期間：2015 年 12 月 25 日～2016 年 2 月 15 日

調査場所：牛まん喜八郎 安川店 / 上三之町店

有効回答数：250 件

外国人観光客のプロフィール

Q:出身国を教えてください。	
地域	人数
香港	72
オーストラリア	50
台湾	28
タイ	16
中国	14
ブラジル	12
フランス	8
アメリカ合衆国	8
シンガポール	8
マレーシア	8
カナダ	6
ニュージーランド	5
アルゼンチン	4
イギリス	3
ドイツ	3
スペイン	2
ルーマニア	2
ペルー	1
合計	250

平成 27 年の夏の調査では、イタリア・スペイン・フランスからの訪日が多かったが、この冬の調査では香港、オーストラリア、台湾を始め日本以南の国から訪日が多くなった。調査では5位となっている中国は、実数では 1 位香港と並ぶと推察されます。

Q:日本の滞在日数は？		
日数	2016冬	2015夏
1	0	2
2	0	1
3	2	0
4	4	1
5	14	3
6	34	1
7	26	8
7日以上	170	239
合計	250	255

日本への長期滞在の中で、高山の滞在日数は平均 2 泊。更なるリピートを増やすには、コンテンツの深さが必要になってくると思われます。

Q:何度目の来日ですか		
回数	2016冬	2015夏
1	83	211
2	23	19
3	36	6
4	8	1
5	12	2
6-9	33	7
9回以上	55	9
合計	250	255

昨年夏に比べると、圧倒的に複数回の来日が増えている。世界的な旅行情報誌「ロンリープラネット」の調査によると、旅行に行きたい国の第 2 位は日本。特に「日本のローカルに残る原風景とその中での生活を見たい」という意見が多いという。

これからが日本の中山間地域の本領発揮の時です。

Q:ツアーor個人旅行？		
種類	2016冬	2015夏
ツアー	14	25
個人旅行	236	229
合計	250	254

観光地としては飛騨高山は個人旅行者（FIT）の割合が非常に多い（当社直営店での調査）。複数回の来日が多いのも、この理由から。旅慣れたツーリストが満足できるコンテンツがどれだけあるのか？ということがこれからの課題です。同時に更なるコミュニケーション対応も。

Q:高山の滞在日数は？		
日数	2016冬	2015夏
1	70	57
2	100	140
3	66	42
4	10	11
5	2	2
6	2	0
7	0	0
7日以上	0	1
合計	250	253

飛騨高山の魅力

Q: 高山旅行では何を期待しますか？	
内容	人数
料理	222
歴史、伝統的な景観	174
自然、四季の風景	134
温泉	110
買い物	102
日本人とのコミュニケーション	72
街の眺め、にぎわい	50
美術館	22
その他) 飛騨牛	2
その他) 朝市	2
その他) お酒	2

Q: 高山旅行では何が良かったですか？	
内容	人数
料理	210
歴史、伝統的な景観	156
自然、四季の風景	122
温泉	70
買い物	72
日本人とのコミュニケーション	78
街の眺め、にぎわい	42
美術館	18
その他) 飛騨牛	2
その他) 全て	2
その他) お酒	2

Q: 高山へは何処に行きましたか？	
場所	人数
古い町並み	210
陣屋	48
白川郷	60
飛騨の里	41
高山屋台会館	33
飛騨国分寺	33
櫻山八幡宮	31
城山公園	26
日枝神社	23
飛騨古川	18
奥飛騨温泉郷	18
北アルプス	10
荘川	2
朝日	2
下呂温泉	10
その他) 朝市	2
その他) まだ行ってない	2

期待と満足の差を表しているのが、左図の2つの設問。期待値を上回るのは「日本人とのコミュニケーション」と「街の眺め、賑わい」のみ。急増する外国人観光客に対するコミュニケーション能力が向上している事とそれによる活気が増してきている表れか…

心配なのはその他、特に上位については期待と満足の差がマイナスとなっている。

今シーズンの冬においては、雪不足も外国人観光客のテンションを下げる大きな要因。

これからの5年を考えるにあたって、料理（食文化）歴史（伝統）自然を伝えるコンテンツやアクティビティなどソフト面の充実が課題になってくると思います。



古い町並み、陣屋、白川郷が上位に。各スポットの間を埋めるコンテンツや、二次交通、ガイドが充実してくれば、飛騨古川や奥飛騨温泉郷、北アルプス、荘川、朝日、下呂温泉なども上位にランクインしてくる可能性が充分あると思います。



外国人観光客の宿泊事情

Q: 宿泊先への予約方法は？	
内容	人数
Booking.com	116
直接WEBサイトにて	44
旅行会社	32
その他) Agoda.com	16
Xperia	14
日本にいる友人を通して	10
直接電話にて	8
その他) Hotels.com	8
その他) じゃらん	4
その他) Airbnb	4
その他) JAPANiCAN	4
その他) 楽天	4
その他) trivago.com	2
その他) 一休	2
その他) 回答無し	2

Q: 宿泊時にはお食事をつけますか？	
内容	人数
夕食・朝食付き	77
朝食のみ	94
食事なし	79
合計	250

Q: 宿泊先を選ぶ際の条件は？	
内容	人数
旅館	114
便利な立地	88
温泉	76
リーズナブルな価格	68
トイレ	64
風呂場	50
部屋	40
眺めの良い所	34
食事	34
インバウンド対応	28
高級感	18
民宿・ペンション	14
ゲストハウス	6
その他) サービス	2

宿泊予約の方法が群を抜いて Booking.com が多いのは、昨年秋から同サイト内で大幅に部屋数が増加している為。今年1月～2月のインバウンドの宿泊予約は、奥飛騨地域で昨年の5倍の実績となっているようです。



そんな、予約方法の結果を反映してか、宿泊時の食事については、約70%の利用者が一泊朝食もしくは素泊まり利用。

必然的に泊食分離の傾向は強まる形に…

ただ、この形は憂慮すべきことではなく、予約エージェントやサイトに支払う手数料は最小限で済むというプラス要素でもあります。

宿泊施設で当日食事を販売できれば、コレにかかる手数料はゼロ。

宿泊当日の食事対応が売上アップのカギになります。

宿泊先を選ぶ際の条件の2位に「便利な立地」がランクインしています。コレも泊食分離の傾向を表しているのではないのでしょうか。

飲食店にとっては大きなチャンス。

また宿泊施設にとっても、手数料を最小限にして、施設内のレストランで手数料ゼロの売上を作る大きなチャンスです。



飛騨高山の魅力

Q: 高山旅行では何を期待しますか？	
内容	人数
料理	222
歴史、伝統的な景観	174
自然、四季の風景	134
温泉	110
買い物	102
日本人とのコミュニケーション	72
街の眺め、にぎわい	50
美術館	22
その他) 飛騨牛	2
その他) 朝市	2
その他) お酒	2

Q: 高山旅行では何が良かったですか？	
内容	人数
料理	210
歴史、伝統的な景観	156
自然、四季の風景	122
温泉	70
買い物	72
日本人とのコミュニケーション	78
街の眺め、にぎわい	42
美術館	18
その他) 飛騨牛	2
その他) 全て	2
その他) お酒	2

Q: 高山へは何処に行きましたか？	
場所	人数
古い町並み	210
陣屋	48
白川郷	60
飛騨の里	41
高山屋台会館	33
飛騨国分寺	33
櫻山八幡宮	31
城山公園	26
日枝神社	23
飛騨古川	18
奥飛騨温泉郷	18
北アルプス	10
荘川	2
朝日	2
下呂温泉	10
その他) 朝市	2
その他) まだ行っていない	2

期待と満足の差を表しているのが、左図の2つの設問。期待値を上回るのは「日本人とのコミュニケーション」と「街の眺め、賑わい」のみ。急増する外国人観光客に対するコミュニケーション能力が向上している事とそれによる活気が増してきている表れか…

心配なのはその他、特に上位については期待と満足の差がマイナスとなっている。
今シーズンの冬においては、雪不足も外国人観光客のテンションを下げる大きな要因。
これからの5年を考えるにあたって、**料理（食文化）歴史（伝統）自然を伝えるコンテンツやアクティビティなどソフト面の充実が課題**になってくると思います。



古い町並み、陣屋、白川郷が上位に。
各スポットの間を埋めるコンテンツや、二次交通、ガイドが充実してくれば、飛騨古川や奥飛騨温泉郷、北アルプス、荘川、朝日、下呂温泉なども上位にランクインしてくる可能性が充分あると思います。



外国人観光客の宿泊事情

Q: 宿泊先への予約方法は？	
内容	人数
Booking.com	116
直接WEBサイトにて	44
旅行会社	32
その他) Agoda.com	16
Xperia	14
日本にいる友人を通して	10
直接電話にて	8
その他) Hotels.com	8
その他) じゃらん	4
その他) Airbnb	4
その他) JAPANiCAN	4
その他) 楽天	4
その他) trivago.com	2
その他) 一休	2
その他) 回答無し	2

Q: 宿泊時にはお食事をつけますか？	
内容	人数
夕食・朝食付き	77
朝食のみ	94
食事なし	79
合計	250

Q: 宿泊先を選ぶ際の条件は？	
内容	人数
旅館	114
便利な立地	88
温泉	76
リーズナブルな価格	68
トイレ	64
風呂場	50
部屋	40
眺めの良い所	34
食事	34
インバウンド対応	28
高級感	18
民宿・ペンション	14
ゲストハウス	6
その他) サービス	2

宿泊予約の方法が群を抜いて Booking.com が多いのは、昨年秋から同サイト内で大幅に部屋数が増加している為。今年 1 月～2 月のインバウンドの宿泊予約は、奥飛騨地域で昨年の 5 倍の実績となっているようです。

Booking.com

そんな、予約方法の結果を反映してか、宿泊時の食事については、約 70%の利用者が一泊朝食もしくは素泊まり利用。
必然的に泊食分離の傾向は強まる形に…

ただ、この形は憂慮すべきことではなく、予約エージェントやサイトに支払う手数料は最小限で済むというプラス要素でもあります。
宿泊施設で当日食事を販売できれば、コレにかかる手数料はゼロ。
宿泊当日の食事対応が売上アップのカギになります。

宿泊先を選ぶ際の条件の 2 位に「便利な立地」がランクインしています。コレも泊食分離の傾向を表しているのではないのでしょうか。

飲食店にとっては大きなチャンス。
また宿泊施設にとっても、手数料を最小限にして、施設内のレストランで手数料ゼロの売上を作る大きなチャンスです。



外国人観光客の目に映る飛騨高山

Q高山で良かった事	
内容	人数
美味しい料理	62
高山の人々(親しみやすさ・優しさ)	53
伝統的で歴史のある町・建物	43
美しい・可愛い、魅力的な町並み	31
飛騨牛	28
温泉	24
全てが良い	20
素晴らしい	15
自然・環境・キレイな空気	11
清潔感のある町	8
楽しい	8
静か・リラックス出来る	7
優しい・平和な町	7
白川郷	4
買い物	4
歩きやすい・分かりやすい	4
寒さ・大雪	4
上三之町	4
雰囲気	3
快適に過ごせる	3
お酒	2
独創的な料理	2
さるぼぼ	2
丁度良い大きさ	2
面白い文化	2
高山に着いたばかり	2
木々の中お寺へと続く道	1
高山のおもてなし	1
数多くある観光箇所	1
日本の昔の文化を感じられる	1
日本らしさ	1

飛騨高山の「まちづくり」に直結している結果が出ていると思います。
食文化、建築、町並み、人、歴史が相互に作用していることがわかると共に、外国人観光客の飛騨高山の歩き方や楽しみ方が多様化していることがわかります。
昨年夏の調査では「暑すぎる…」そしてこの冬は「雪がない…」。海外からのイメージでは夏は涼しく、冬は雪景色が素晴らしい…というのがウリにもなっていますから、この天候の部分は辛いところです。しかしながら、ココは私たちはどうにも出来ないことですので、天候に左右されない飛騨の魅力や楽しみ方を魅せていくことが今後の大きな課題でもあります。また、少ない「店の閉店時間が早い＝夜の楽しみが少ない」のもかなり大きな課題です。営業時間も含め、地域と連携したまちづくりが必要だと思います。

Q高山で悪かった事	
内容	人数
雪が無い	33
特に無し	21
静かすぎる	19
店の閉店時間が早い	19
寒すぎる	10
水曜日休みが多すぎ	8
英語が通じない	5
駐車料金が高い	3
中国人旅行者が多すぎる	3
全て良い	3
標識の不正確さ	2
東京から遠い	2
京都と比べてしまう	1

Q:高山で良かった食事	
内容	人数
飛騨牛	81
牛まん	32
寿司	12
独創的・面白い	6
全ての料理	6
飛騨牛を使用した料理	6
沢山のオプション、種類がある	5
中華そば	5
牛串	3
朴葉味噌	3
牛乳が美味しい	2
飛騨牛の為に再度訪れたい	1
焼肉	1
お酒	1
旅館の料理	1
飛騨牛握り	1

Q:高山で悪かった食事	
内容	人数
特になし	24
全て良い	15

外国人観光客の目に映る飛騨高山



Q:高山の将来に期待する事は？	
内容	人数
伝統的な価値や景色、眺めの維持、今のままで	30
大きなショッピングモール	6
英語が話せる人々	5
雪	5
モダンすぎる、商業的な街にはならないで	5
温泉	4
朝食が食べられるカフェの充実	4
もっと楽しみを	4
もっと素晴らしい料理を	2
もっと伝統を	2
面白い、個性的な店	1
自然散策	1
新しい高山駅	1
お酒の試飲	1
旅行者に優しく	1
分かりやすい案内	1
観光プロモーションを増やして	1

Q:高山旅行は満足されましたか？	
評価	人数
とても満足	156
満足	83
どちらかと言えば満足	0
普通	4
どちらかと言えば悪い	0
悪い	0
とても悪い	0

Q:また高山へ来たいと思いますか？	
評価	人数
絶対にまた来たい	123
また来たい	85
どちらかと言えば来たい	34
どちらでもない	10
どちらかと言えば来たくない	2
来たくない	0
来ない	0

大きな期待を抱いて戻ってきてくれるリピーターをどう満足させるか？
彼らは近い将来、必ず戻ってきます！

外国人観光客の胃袋事情

Q: レストランを選ぶ基準は？	
内容	人数
日本料理	133
郷土料理	109
地域の食材の利用	56
リーズナブルな価格	52
雰囲気	47
おもてなし	38
立地	31
高級感	30
和風建築	29
オーガニックのレストラン	18
ファーストフード	1

Q: どの料理がお好みでしたか？	
料理	人数
飛騨牛ステーキ	139
飛騨牛まん	108
飛騨牛焼肉	75
飛騨の料理	47
中華そば	41
蕎麦	31
寿司	29
飛騨牛握り	28
豆腐料理	22
飛騨の野菜	20
漬物	18
団子	18
魚料理	17
リンゴ	9
飛騨牛串焼き	7
イタリアン	6
ハンバーガー	4
その他)お酒	1
フレンチ	0
ジビエ	0



依然として強い「飛騨牛」ですが、それに猛迫しているのが「郷土料理」と「地域食材の利用」です。コレは外国人観光客の日本の歩き方がよりディープになっていることの表れでもあります。ある意味「ポスト飛騨牛」と言っても良い流れが来ているのかもしれない。また、選択の基準となる情報においても、滞在地での口コミがトリップアドバイザーを抜いてきています。観光客はより信頼性のある情報を求めているのだと思います。

Q: 夕食を選ぶ際に参考にする情報は？	
内容	人数
ガイドブック	98
トリップアドバイザー	79
滞在地での口コミ	83
価格	88
場所(宿泊地に近いか？)	72
食事制限に対応してもらえるかどうか。	3
その他)良さそうに見えた所	4
その他)ホテルで聞く	3
その他)感覚	3
その他)ネットで調べる	2
その他)食べログ	2
その他)メニューを見て	1

Q: 日本料理で良かった料理は？	
料理	人数
飛騨牛	47
寿司	25
中華そば	18
飛騨牛まん	17
全て美味しかった	17
沢山あり	9
すき焼き	8
お好み焼き	7
団子	6
刺身	6
焼肉	6
丼	5
豚肉料理(とんかつ)	4
うどん	4
そば	4
柚子鍋	2
鍋	2
タコ焼き	2
焼き鳥	2
京都にあった寿しのむさし	1
ベーカリー	1
豆腐	1
日本食	1
お米	1
豚骨チャーシューラーメン	1
シーフード	1
鶏肉	1
アイスクリーム	1
岩魚の塩焼き	1
つけ麺	1
カツカレー	1
お菓子	1
飛騨牛握り	1
スープ	1
天婦羅	1

外国人観光客の胃袋事情

Q: 高山での食事にかかる一日の予算は？	
金額	内容
20,000円以上	25
15,000円～19,999円	27
10,000円～14,999円	42
5,000円～9,999円	53
3,000円～4,999円	48
2,000円～2,999円	20
1,000円～1,999円	10
1,000円以下	2

結構リッチな予算だと思います。レストランを選ぶ基準から見れば、「地域食材を使った美味しく楽しい食事の提供の対価として、これくらいのお金は出すよ…」ということだと思います。

Q: 朝食のスタイルは？	
内容	人数
和食	151
洋食	57
和食のバイキング	18
洋食のバイキング	15
フルーツのバイキング	0
その他)マクドナルド	4
その他)スムージー	2
その他)未回答	3

Q: ジビエを高山で食べみたいですか？	
内容	人数
是非食べたい	71
食べてみたい	85
絶対食べたくない	13
あまり食べたくない	16

▲ジビエも立派な地域食材！ただ、今年はジビエ自体の量が少なかったですね。



Q: 朝食で良かったものは？	
内容	人数
全て	10
豆腐	7
飛騨牛	6
新鮮な野菜	5
味噌汁と御飯	5
イタリアン料理	2
鶏肉	3
スムージー	1
飛騨牛まん	1
飛騨牛握り	1
旅館スタイル	1
しゃぶしゃぶ	1
マクドナルド	1

食事制限について

Q: 食事制限はありますか？	
内容	人数
有る	36
無い	201

Q: どのような制限ですか？	
内容	人数
アレルギーがある	25
ベジタリアン	8
宗教的な理由	0
健康の為	7
その他)乳糖不耐症	3
その他)未回答	3

Q: 食べられない料理が出た時はどうしますか？	
内容	人数
そのお皿の料理は全て食べない	15
食材のみ退かして食べる	33
嫌々ながら食べる	6
気にせず食べる	11

調査場所となった弊社直営店は、ムスリムの来店は比較的少ないですが、多かれ少なかれ食事制限があるお客様がいらっしゃることは事実です。カギとなるのはやはり、使用食材の情報開示だと思います。

外国人観光客スーパーへ行く。

今やスーパーも観光地…

Q: 海外へ行った際はスーパーへ行きますか？	
内容	人数
ぜひ行きたい	130
行ってみたい	82
行かない	11

Q: 行きたい・行ってみたい方へ。	
何を買いだすか？	人数
新鮮な物	131
加工食品	25
お菓子	116
アルコール飲料	55
日用品	61
お土産	56

Q行きたい・行ってみたい方へ。	
なぜ行きたいですか？	人数
宿泊先で使う物が欲しい為	43
安いから	39
地域の物が見たいから	91
お土産探しの為	22

調査結果によると、「**地域のスーパーへ行きたい**」外国人がとて多いことがわかります。北海道のニセコなどでは、その滞在期間の長さから、コンドミニアムやゲストハウス利用者が多く、自炊用の食材をスーパーで買うケースが多いようです。飛騨でもゲストハウスが増えてきていますが、ゲストハウス近くのスーパーではやはり多くの外国人観光客をみかけますし、この傾向はコレからの外国人観光客増加に合わせて、増えていく傾向が予測されます。

彼らがスーパーに行く理由で特筆すべき点は「**地域の物が見たい**」方が多い点です。地域の人がどんなものを購入しているのか…そこから飛騨のリアルな生活の一部垣間見ているのかもしれません。

こういった所から、新たな需要が生まれてくるのだと思いますが、ここでの問題は、購入してもらうための、彼らに対応できる言語の表示が無いこと。特に加工

食品などは、原料や使い方などの外国語表記が、パッケージ内にされていないと実際に購入に至らないというのが現状…。チョコレートや菓子やジュースなど、調理をせずに食べられるとわかるものは、問題ありませんが、それ以外の調理工程が必要な商品は、なかなか買ってもらえないという現状があります。

ここにインバウンド土産需要の大きなヒントが有ると思います。ハラルの問題と同じで、必要なことは情報開示。多言語対応までは難しいですが、英語での情報開示のある商品のラインナップが増えていくと、スーパーでのインバウンド需要も活性化していくことでしょう。

ますます多様化してくるインバウンド需要。多様化するに連れて、地域が活性化するチャンスはどんどん増えていきます！

外国人観光客はお土産を買わないのか？

Q: 高山でお土産を買いましたか？	
内容	人数
買った	172
買ってない	73

Q: 買った方へ。何を買われましたか？	
内容	人数
さるぼぼ・人形	30
お酒	21
飛騨のお菓子	20
ポストカード	12
箸	12
木工工芸品	10
食器	9
食べ物	8
茶器	8
コースター	7
おもちゃ	6
飛騨の果物	6
絵画・版画	5
お土産	5
マグネット	4
味噌	4
飾り物	3
クリスタル・石	3
木のスプーン	2
朴葉	2
キーホルダー	2
コケン	2
工芸品	2
バスタオル	1
手鏡	1
刃物類	1
織物	1
漬物	1
スカーフ	1
醤油	1
お茶	1
飛騨の食べ物	1
飛騨の物	1
観光目的で高山へ来た	1
ビーフジャーキー	1
エッグタイマー	1
団扇・扇子	1
高山限定ハローキティ	1

Q: 買った理由。若しくは買わなかった理由は？	
買った理由	人数
家族へのお土産	15
友達へのお土産	14
記念に	7
可愛いから	5
新鮮・美味しい味だったから	5
お土産	5
良い品質	4
気に入った為	4
ここでしか買えない為	3
美味しい飲み物だったから	2
良い価格	2
シンガポールへ持って帰る為	2
手造りで美しいから	1
お酒が美味しかった	1
家で使う為	1
珍しいから	1
キレイな物だから	1
幸運のお守り	1
フランスへ高山の一部を持って帰る為	1
伝統的	1

買ってない理由	人数
まだ買い物してない	30
スーツケースに空きが無い	11
お土産よりも食事や温泉を楽しむから	7
他所で購入済み	3
お土産は他所で買う予定	3
高すぎる	2
特に欲しいものが無かった	1

外国人観光客が買っているお土産を見ると、小物や工芸品が目立ちます。これはスーツケースのスペース的な事情や、運ぶ温度帯の事情があるということ。箱菓子などは、箱をたたんでスーツケースに入れていく方も多いです。ここへの対策も今後の大きな課題の一つですね。

外国人観光客はお土産をなかなか買ってくれない…と言われることがありますが、ここでわかることは、決して買わないわけではないということ。特に加工食品のお土産需要が少ないのは、「**彼らは買わないのではなく、買えるものがない**」ということではないのでしょうか？
そういう意味ではまだまだのびる市場であることは明白です！

