



2007年9月10日

あなたはチップを払いますか？

チップはいくら？

レストランで食事を終えると、必ず挙がるお決まりの疑問がチップをいくら払うかです。調査対象者(31%)は「飲食代の10～15%」を最も多く回答しました。

シノベイトが行ったチップに関する世界規模の調査によると、消費者の15%が普段チップとして払うのは飲食代の10%未満であると答え、14%が15～20%であると答えていることがわかりました。一方、最も多くの調査対象者(36%)は最終的な飲食代に関係なくチップの金額を決めていると答えています。

世界で最も多くチップを払っているのはアメリカ人で、彼らの53%が食事の後に支払うべきチップは15～20%の間が適当であると考えています。一方、ロシア人はチップに関しては財布の紐がかたく、飲食代の10%未満でよいと考えているようです。

あなたは、普段レストランの店員に飲食代の何パーセントをチップとして払いますか？

	総数	ブラジル	カナダ	香港	インドネシア	ロシア	セルビア	フランス	スペイン	英国	米国
チップは払わない	0.5%	1.1%	-	2.8%	-	1.5%	-	0.4%	-	-	-
チップは払うが、飲食代のパーセントで決めていない	36.4%	31.1%	10.9%	66.2%	59%	18.3%	61.6%	81.2%	74%	47.9%	9.3%
10%未満	14.7%	21.1%	1.8%	26.4%	28.4%	47.1%	22.9%	7.9%	12.5%	10.6%	1.7%
10%～15%	31.2%	43%	55.2%	3.7%	9%	21.1%	11.2%	9.7%	12.5%	38.5%	27.5%
15%～20%	14.3%	2.1%	30.9%	-	1.5%	0.6%	1.6%	0.7%	0.7%	2.4%	53.2%
20%より多い	1.5%	0.6%	1.2%	-	-	0.6%	0.8%	-	0.3%	0.6%	8.2%
わからない	1.2%	0.9%	-	-	-	10.7%	1.9%	-	-	-	-

Source: Synovate
資料:シノベイト

混乱する消費者

シノベイトの旅行／観光担当ディレクターのシェリー・ランバートはチップに関するエチケットの世界認識は世界中の消費者に根拠のないプレッシャーや不安、そして不快感を与えているとコメントしています。

「チップを払うことに関し、消費者が持つ共通の不満としてチップを払わなければならないという義務感が挙げられています。調査対象者の45%がチップを払いたくないと感じていても払わなければならないプレッシャーを感じるがあると答えており、36%が悪いサービスに対してでもチップを期待されていれば払わざるをえないと感じると答えています」と、ランバートは述べています。

また、「チップの金額が混乱を招いているとも言えます。対象者の約3分の1(29%)がチップをいくら払うべきか悩むと答えており、さらに30%がレストランで自動的にチップを計算し、サービスチャージとして勘定書に追加しておくのが望ましいと答えています。

チップに関するルールが不確かであるさらなる要因として、チップの慣習は消費者の地域性に左右されることが挙げられます。日常的にチップを払っている人々の60%が、海外に行った際にはその地域の慣習に合わせると答えています」と、ランバートは付け加えています。

適応力がある人々としては、イギリス人がトップに挙げられ、77%が海外に行った際、チップの支払いに関してはその地域の慣習に合わせると答えています。次いで香港の消費者(74%)とカナダ人消費者(72%)も同様の行動をとると答えています。

ブラジル人(58%)、アメリカ人(47%)、セルビア人(45%)は、旅行先でもチップの慣習を変えない消費者であるようです。

チップを払うべきか、払うべきではないか

チップの支払いに関しては決まったルールがないことは明らかですが、シノベイトが実施したチップに関する世界規模の調査対象者の3分の2以上(69%)が、受けたサービスに対して日常的にチップ、または心付けを支払うと答えており、このうち91%がこのような報酬を与えることに満足感を覚えると答えています。

アメリカ人(98%)、カナダ人(97%)およびイギリス人(84%)はサービスに対して日常的にチップを支払う消費者である一方、インドネシア人は良いサービスに対してもチップを払うと答えた人は31%に過ぎないことがわかりました。

あなたは、普段サービスに対し、チップや心付けを支払いますか？

	総数	ブラジル	カナダ	香港	インドネシア	ロシア	セルビア	フランス	スペイン	英国	米国
はい	68.8%	58.6%	97.3%	86%	30.6%	64%	72.5%	66.3%	71.4%	83.9%	97.7%
いいえ	29.9%	40.9%	2.7%	14%	65.6%	35%	21.2%	33.7%	28.6%	16.1%	2.3%
わからない	0.7%	0.5%	-	-	0.2%	0.2%	5.8%	-	-	-	-

資料：シノベイト

シノベイトの消費者インサイト担当ディレクターであるマイク・シャーマンは、消費者のほとんどはチップを支払う傾向にあるが、低所得層にとってはチップが支払えない、あるいはすでにサービスチャージが含まれている場合はチップを支払う必要がないと見られることもある、とコメントしています。

また、「良いサービスに対してチップを支払うということは調査対象国のほとんどで常識として認められています。しかしながら、チップの慣習があまり一般的でないインドネシアや、セルビア、ブラジルなどでは所得のレベルが消費者の行動に影響を与えることもあるようで、チップを支払わないと答えた対象者はその主な理由として所得が低いことを挙げています。

対照的に、フランスや香港など裕福な国々におけるチップを支払わない消費者の大半がその理由としてサービスチャージがすでに勘定に含まれていることを挙げています」ともシャーマンは付け加えています。

誰にチップを払う？

チップが支払われる主な対象は、ウェイター(86%)、美容師(58%)、タクシー運転手(52%)ですが、カジノディーラー(8%)や、ホテルのドアマン(14%)、クロークスタッフ(22%)などはあまりチップの対象とは見られていないようです。

消費者がサービスに対してチップを支払うその他の対象としては、バーテンダー(46%)、ホテルのベルボーイ(43%)、便利屋(33%)などが挙げられています。

レストランのウェイターやウェイトレスは、インドネシアを除く調査対象国の全てにおいてチップの支払い対象としてトップに挙げられています。インドネシアでは便利屋が最もチップを支払われているようです。便利屋はセルビアやブラジルでも待遇がよく、それぞれ対象者の75%、62%が便利屋の提供するサービスに対してチップを支払うと答えています。

アメリカでは、ウェイターやウェイトレス(97%)と並んで、ホテルのベルボーイ(97%)がチップの支払い対象としてトップに挙げられており、次いでヘアスタイリストとツアーガイド(それぞれ79%)が挙げら

れています。一方、イギリスではタクシー運転手(79%)とヘアスタイリスト(56%)がトップのウェイター(96%)に次いでチップの支払い対象として挙げられています。

意外な事実

★世界の消費者の 4 分の 3 がサービスが悪いと感じた場合はチップを支払わないと答えています。

★香港の対象者の 82%、セルビアの対象者の 65%、およびブラジルの対象者の 53%がチップを払うくらいならそのお金を慈善事業に寄付したいと答えています。

★ロシアとセルビアではマッサージ師などエステサービス提供者がチップの支払い対象として最も多く挙げられており、ロシアでは対象者の 41%、セルビアでは 50%が彼らにチップを支払うと答えています。一方、フランス(4%)やスペイン(6%)ではエステサービス提供者はめったにチップが支払われないようです。

シノベイトについて

シノベイトは、Aegis Groups plc のマーケティング・リサーチ部門として、競争力のあるマーケティング・営業活動を支援するため、消費者インサイトを発信しています。シノベイトでは、5,500 名以上のスタッフが、世界 50 ヶ国に広がるネットワークを駆使し、顧客に必要なグローバルサポートと総合的なマーケティング・リサーチサービスを提供いたします。詳しい情報は、ホームページをご覧ください。www.synovate.com

本件に関するお問い合わせ
シノベイト株式会社
担当：渡邊 まり
電話：03-5408-5225
Eメール：japan@synovate.com
www.synovate.com