



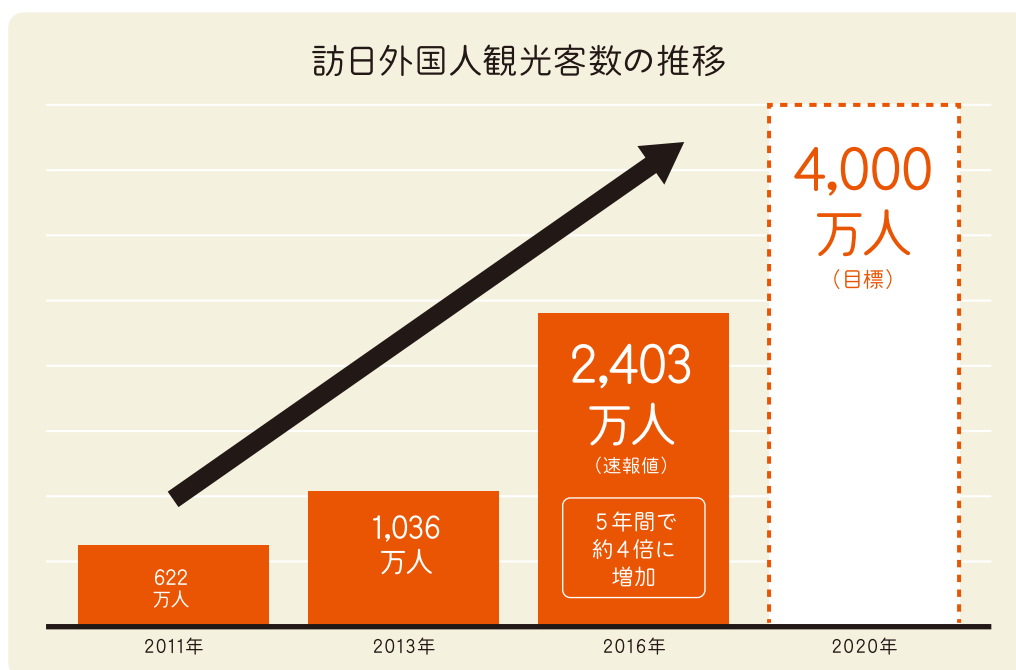
インバウンド対策は
まずはここからスタート

訪日客 おもてなし ガイドブック



右肩上がりで増えている インバウンド客

この数年、よく耳にするようになった「インバウンド」とは、
外国から日本へ旅行に来る訪日観光のこと。日本を訪れる外国からの観光客は、
2016年に過去最高の2403万9000人(速報値)を記録。この5年で約4倍に増えました。
日本政府は訪日外国人の目標を「2020年に4000万人、2030年には6000万人」とし、
訪日外国人を増やすために様々な策を打ち出しています。
インバウンド産業は、今では自動車産業、化学産業に次、日本で3番目の産業になっています。



今、あなたのエリアを訪れている訪日外国人が日本を楽しんでくださり、
自分の国に帰った時に「日本はいい国だったよ!」と
周りの人に話す口コミが、何よりもPRになります。
一人ひとりのお客さまが満足される時間を過ごしていただくには、
どのようにおもてなししたらいいのか。
このガイドブックでお伝えしていきます。

インバウンド対策 チェックシート

外国人のお客さまとのコミュニケーションをよりスムーズにするには、どんな事を用意したらいいか。下記の項目でチェックしてみましょう。

□ 店頭で外国人歓迎のポスターを貼る

旅行者である外国のお客さまは、どこのお店に入ったらいのか迷われます。店頭で外国語表記で歓迎していることを表記しておくことで入店しやすくなります。



クレジットカード利用可、不可やフリー Wi-Fiについても表記しておく、さらに便利です。

□ クレジットカード決済に対応

外国のお客さまはクレジットカード利用率が高い傾向にあります。中国人観光客がターゲットなら、中国で一般的な銀聯(ぎんれん)カードに対応するといでしょう。

□ 外国語を併記した「サービスメニュー」を用意

写真、あるいはイラストと共に、サービス内容を記したメニューがあるとコミュニケーションに役立ちます。



①番号を振ると間違えにくく注文もしやすくなります。
②価格はどこの国の人でもわかりやすい西洋数字で表記。
③サービス内容を翻訳アプリを使って、外国語に表記しておくことで伝わりやすくなります。

□ 無料Wi-Fiを設置

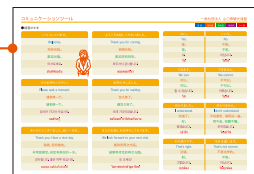
「日本には無料で使えるWi-Fiがなかった」と不満を持つ人が少なくありません。外国の方でも簡単に接続できる無料Wi-Fiを設置しましょう。
※県観光連盟では「やまぐち Free Wi-Fi」の普及啓発に取り組んでいます。(→P8に詳細)

□ 免税店登録をする

外国から旅行者が買い物をした場合に、消費税を免除することができる免税店に登録。自社でお買い物をさせていただきかけにつなげます。

□ 多言語ツールを用意する

接客する際に役立つ指差しツールや会話を助ける翻訳アプリをダウンロード。また、自社のサービスのパンフレットを外国語に翻訳し配布すると便利です。
※県観光連盟では「やまぐちコールセンター」のサービスを提供しています。(→P8に詳細)



伝えたい内容を指差しで接客できる指差しコミュニケーションツール

□ 外国語を勉強する

語学の学習はまずは単語を覚えることから。伝えたい気持ちがあれば、単語だけでも伝わります。それができたらシンプルな文例を覚えていきましょう。

□ インバウンド事例を知る

日本各地で様々なインバウンドへの取組みが行われています。それらを勉強することで学べることは沢山あります。インバウンド情報サイトなどで勉強しましょう。



インバウンド情報サイト
やまごころ.jp
<http://www.yamatogokoro.jp>



インバウンド対応と トラブル回避術



接客の基本は「お客さまが何を求めている、何に困っているか」をくみ取りながら、心くばり。日本人のお客さまへの接客と同じです。とはいえ、文化や習慣が違うお客さまをおもてなしするポイントを知っているとスムーズに対応できます。

●おもてなしの基本

1

「おもてなし」は、 まずは相手を知ることから

インバウンドにおける「おもてなし」の第一歩は、相手を知ること。外国での生活習慣などを知ることが良いサービスにつながります。マナーが悪いと感じてしまう外国の方は、日本の文化を知らないだけということも多々あります。日本の文化やルールを伝えてあげてください。

2

柔軟な接客対応。 できないことはハッキリと

外国人のお客さまは自分の好みハッキリしていて、臨機応変な対応を好む傾向があるので、柔軟に対応する準備をしておきましょう。とはいえ全てを受ける必要はありません。「できること」と「できないこと」はしっかりと分かりやすくお伝えすることも大切です。

3

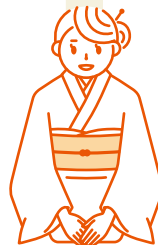
観光客の目線で 寄り添った接客

外国からのお客さまにとっては一生に一度かもしれない日本旅行。地元の人とのちょっとしたふれあいが何よりも心に残り、忘れがたい旅の思い出となります。「また来たい」、そんな気持ちで自国に帰って語るお土産話が、次の訪日客のお客さまにもつながります。

4

一番大切なのは 笑顔とおもてなしの心

外国の方に“日本で、もっとも心に残ったことは？”と質問すると、「感激した」と言われるのが、礼儀正しい挨拶、丁寧なものの扱い方、親切な心づかいです。外国語ができなくても大丈夫！「お客様に楽しんでほしい！」との気持ちで、笑顔で接客することが一番です。



●トラブル回避術

小売店にて

◆「値引きして」には笑顔で対応

「これだけ買ったのだからオマケして」。外国人のお客さまにとって、値引き交渉は日常の買い物でのコミュニケーションの場合もあります。できない場合はきっぱりとお断り。POPで貼っておくのも一つの手段です。

◆サンプルを出し、中身を見せ会計

勝手に箱や袋から出すのを防ぐために、サンプル品を出した上で「他のパッケージは開けないでください」と表示。お買い上げになる際には中身を出して確認してもらってから会計するとトラブル回避になります。

◆店内での食べ歩きには、優しくNO

東南アジアでは、ストリートだけでなく商業施設の中でも食べながらショッピングしている場面がよくあります。「店内へ飲食の持ち込み禁止」は店内に用意したPOPやサインを指しながら、笑顔で伝えましょう。

宿泊施設にて

◆お部屋に入ることを伝える

お客さまがお留守の間に、お部屋に入っていることに驚かれる外国のお客さまもいます。お布団を敷くためなどでお部屋に入る可能性があることを、チェックインの際に伝えておくといいでしょ。

◆ずらりと並ぶ料理を好む

中華圏からのお客さまは料理が一品一品順番に出てくるよりも、ずらりとテーブルの上に料理が並ぶ方を、豪華な食事だとして好みます。お客さまに合わせ臨機応変に提供方法を変えると良いでしょう。

◆大浴場の入り方をイラストで

他の人と一緒に湯船に入った経験がない外国の方も多くいらっしゃいます。「湯船に入る前には体を流す」「タオルを湯船に持ち込まない」など、大浴場の入り方をイラストで紹介しておくとう便利です。

飲食店にて

◆「お通し」などが別料金になる場合は伝える

「お通し(付き出し)」は日本独自のシステムのため、トラブルになりがちです。税金、サービス料金、お通しなどで別料金が発生する場合はメニューの分かりやすい位置に明記しておきましょう。

◆ビュッフェで取りすぎることを防ぐ

中国では残すことが満足を意味するため、料理は多めに用意しましょう。取り過ぎを防ぐために「食べ残しが多い場合は、追加料金を徴収します」と掲示しておくのも有効です。

✕ 食べ残しが多い場合は、追加料金を徴収します。

✕ 如果剩菜还有很多，将收集额外的费用。

◆宗教上、食べてはいけないものもあります

食文化、宗教、ポリシーの違いで食べてはいけないものがあります。ゼラチン、出汁、調味料などで使っているだけでダメな場合も。「ちょっとだけならいいだろう」という勝手な判断は禁物です。指差しツールや筆談、スマートフォンの翻訳機能などを利用して正確に把握しましょう。



宗教	肉	魚介類	その他の食材
イスラム教	●豚 ●血液	●イカ ●ウナギ ●タコ ●貝類	●アルコール ※みりんなど調味料に使われるものもNG ●ハラールミール以外の肉 ※ハラールミール:イスラムの教えに則った方法で処理をした肉
ヒンドゥー教	●牛 ●豚 ※肉全般がNGな人もいます	●全般 ※出汁などにも注意が必要	●五葷(ごくん)* ●豚、魚由来の調味料、ニンニク、ニラ、らっきょう、玉ねぎ、アサツキ ●生もの
ユダヤ教	●豚 ●うさぎ ●血液 ●馬	●イカ ●カニ ●タコ ●ウナギ ●エビ ●貝類	●乳製品と肉の組合せはNG チーズバーガーやクリームシチューなど ●豚由来の調味料、スープ、ゼラチンなど ●宗教上、適切な処理をしていない肉はNG

*五葷(ごくん)と呼ばれるこれらの5つの食材は、厳格な仏教徒も食すことを禁じられており、台湾などにも多い。

◆ベジタリアン(菜食主義者)

世界的にも増えているベジタリアン(菜食主義者)。インドでは国民の半数以上、イギリスでは2割弱、台湾では1割がベジタリアンです。魚は食べる人や、肉や魚介類、乳製品や卵も一切食べない人などベジタリアンにも種類があります。



各国の文化を知り、 理解を深める



母国にはない風景や文化を楽しみに外国のお客さまは、日本にいらしています。
ですから、必ずしも母国と同じおもてなしを期待しているとは限りません。
それでも各国の文化や好みを少しだけ知っておくと、心構えができて安心です。

●国ごとの特徴



中国

上下関係を大切にするお国柄
団体客だけでなく個人客も増加中

メンツを重んじ、家族や親族を大切にする。
特別扱いされることを喜ぶ。

中国では残すことが満足の意味なので、
多めに盛り付ける。

冷えたものは健康に良くないとの考えから料理やお弁当は温かいものを好む。
ビールも常温を好む方も。

個人でも臆すことなくどんどん行動。ダメ元で要求してみる前向きな姿勢のため、
難しい事は丁寧に断りながら臨機応変に対応。



韓国

20～30代の若者中心にリピーターも多い
訪日客数第2位

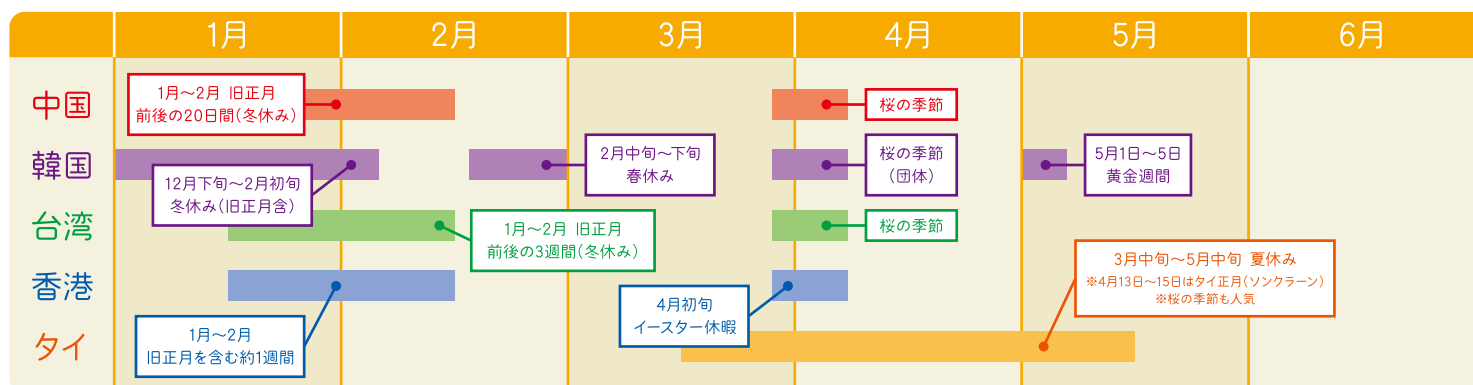
愛国心が強く、対面を重んじる。待つことが苦手。日本ブランドへの信頼が高く、ちょっとした特典が大好き。

韓国ではお通し(付き出し)は無料で、お代わり自由が一般的。有料の場合は提供する際に説明を

食事の際にお酒を飲む方が多く、
冷えたビールも好き。

健康に良いものに関心が高く、
料理や食材の効能を説明すると喜ばれる。

●各国の休暇と旅行シーズン





台湾

親日家が多く、リピーター率も高い
日本の文化や流行への関心も深い

若い世代を中心に日本の文化や流行に強い関心開放的な性格で、すぐに打ち解ける。メンツも大切。

テーブルの上にたくさんのお皿が並ぶことを喜ぶ。大切なのは品数とボリューム。
「おかわり」や「ブッフェ」スタイルも人気。真夏でも鍋料理好き。

10人に1人はベジタリアン。

食事の飲み物は温かいお茶かお湯が好まれる。



香港

訪日リピート率ナンバーワン
無駄はしないが、気に入るとお金をかける

訪日リピート率世界トップ。訪日10回以上人も20%以上。周りに左右されず自立心が強い。
節約家だが自分が気に入ったものにはお金をかける。

外食に慣れており美食家が多く、本場で食べる日本料理を楽しみに来日。
正座やあぐらが苦手なので、畳の上での食事はできれば避けたい。

香港にはない自然、
フレッシュな果物や海産物が大好き。

香港では分煙が徹底されているため、
食事の喫煙を嫌う傾向。



タイ

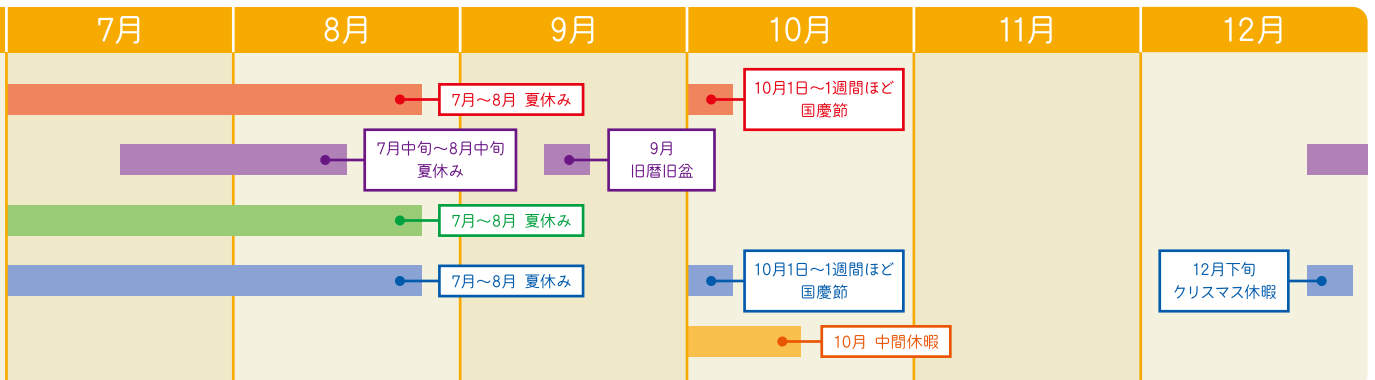
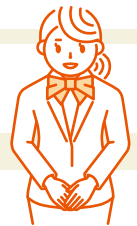
日本への関心も高く、日本への旅行者が増加中
敬虔な仏教徒が多く、年長者を大切にする

敬虔な仏教徒で王室を尊敬している。目上の人に対する敬意の心も大切にしている。
人懐っこくすぐに打ち解ける。細かいことは気にしない。

食事は冷たいものは好まないが、
飲み物は冷たい水、ビールが主流。

食後に甘いものを食べるのが好き。

日本食や緑茶の人気の高い。辛味、甘味、酸味などの調和が美食の条件であるため、
自分で加えられるよう香辛料を用意しておくが良い。



発行

一般社団法人 山口県観光連盟

〒753-8501 山口県山口市滝町1-1

TEL : 083-924-0462

FAX : 083-928-5577

<http://www.oidemase.or.jp>



やまぐち Free Wi-Fi

メールアドレスの登録のみで利用可能な
無料公衆無線LANサービス



<http://choruru-wifi.jp/>



やまぐちコールセンター

12言語に対応し、24時間365日
サービス料無料で利用可能



http://www.visit-jy.com/travel_assets/images/common/cccenter.pdf

監修

株式会社 やまごころ

株式会社やまごころは、2007年より「やまごころ.jp」において、インバウンドに特化した情報を発信。インバウンド観光に関わる企業・自治体の皆様を対象にインバウンドに関する情報発信、研修・セミナー、専門求人サイトの運営、コンサルティングサービスなどを展開しています。

<http://www.yamatogokoro.jp>