



〈第2章〉 インバウンド対応 実践編



2-1 訪日外国人観光客の行動フロー

訪日外国人観光客の飲食に関する行動フローについて

飲食店選びと店頭情報

多くの外国人はインターネット等の観光・グルメサイト、または日本のガイドブックや旅行に関する書籍で情報収集をし、飲食店選びに役立てています。

来店時には外観も重要です。英語や中国語、それぞれの母国語に対応する看板やメニューがきちんと表示されていることで安心感も高まり、多くの訪日外国人観光客を誘致することが可能になります。

注文から会計まで

来店した訪日外国人観光客は、「日本らしさ」を求める傾向にあります。特に「和風」「日本風」などのアイテムや飾り付けなども、来店意欲を刺激し満足度がアップするキーワードとなります。折り紙の箸袋や折り鶴のプレゼントのほか、季節に応じた日本人形を飾って人気を博している店もあるほどです。

さらに料理や店内の雰囲気はもちろんですが、店員の接客態度も印象に残ります。飲食店は提供メニューを諸外国に対応した表記にする、食材についても細心の注意を払い、親切なコミュニケーションを取ることが好印象を持たれます。すべてに、日本らしい「おもてなし」の気配りを忘れずに対応することが大切です。

訪日外国人観光客の退店後の行動は

訪日後、外国人観光客は旅行の思い出を写真に収め、文章にしてSNSなどで情報発信します。いわゆるネット上の「口コミ」です。飲食店が独自にアップした広告・PRよりも、個人から発信された情報が強い影響を与える場合があります。

また訪日を検討する外国人の方々に、こういった情報が拡散し、来店の決め手になることも多く見られます。



訪日外国人観光客の飲食に関する行動フロー

1 お店を探す

観光ガイドブックやスマートフォン、パソコンなどの飲食店検索サイト、SNSなどで、行ってみたい飲食店をチェック。



2 店頭情報

店頭では店の雰囲気、提供メニューなどを見て、安心して食べられ、楽しく過ごせるかなどをチェック。



英語、中国語などに対応した、分かりやすい看板や日本らしい提灯などがあると目印になります。またFREE Wi-Fiに対応していると店の強みにもなります。

4 提供メニュー 注文・会計

提供メニューの価格、クオリティはもちろんのこと、メニューが母国語に対応しているか、使用している食材が明確か、会計が分かりやすいかなどがポイントです。



3 接客・店内の雰囲気

スタッフがきちんと対応しているか、店内は魅力的かなどをチェック。

第一印象は
ここで
決まります!



5 サービス・演出

訪日外国人観光客は食事以外にも、「日本文化」、「おもてなしの心」などのプラス演出も期待しています。



6 お店の感想をアップ

飲食店に行った感想や画像を公開、SNSなどで店の印象を投稿。

訪日外国人観光客が飲食店のよい感想を公開すれば、ネット上の口コミ広まり、さらなる集客につながります。

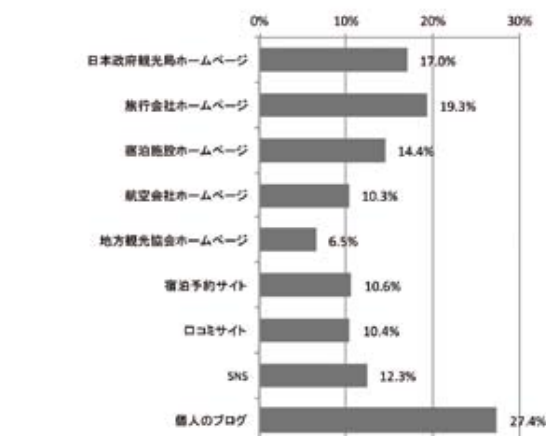


2-2 情報提供編

訪日外国人観光客には 事前の情報発信が重要

訪日外国人観光客にとって、出発前に得た旅行情報源として役に立ったものは、「個人のブログ」、「旅行ガイドブック」、次いで「旅行会社ホームページ」、「日本政府観光局ホームページ」の順となっています。滞在中の情報源として、スマホやネットですぐに情報検索をしている利用者が多いことが分かります。

つまり、訪日外国人観光客は個人の情報源を緻密にリサーチしています。さらには旅行会社や観光局などのウェブを見えています。このことから、ウェブによる情報発信は非常に効果的であることがわかります。メニューや店舗写真、周辺観光情報なども盛り込むことや、多言語に対応し、詳細情報が掲載可能なグルメサイトなどの言語切り替え機能を使用することで訪日外国人観光客の集客を図りましょう。さらには、訪日外国人観光客が何を望んでいるかを分析、興味を持つキーワードを織り込み日本食や食文化の魅力を積極的に発信することで、訪日意欲を刺激することが可能になります。また店舗側のルールや来店前の心得などを掲載すれば、来店時のトラブル防止にも繋がるので、迎え入れるための体制づくりも兼ねて行っていきましょう。



出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの
(観光庁発行「訪日外国人の消費動向 平成27年7-9月期報告書」より抜粋)



日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったもの
(観光庁発行「訪日外国人の消費動向 平成27年7-9月期報告書」より抜粋)



観光や誘致のプロフェッショナルが発信する情報を有効活用

日本政府観光局(JNTO)ホームページ

多くの国から訪日外国人観光客が訪れる今、国際社会の情勢や国の文化など学ぶべきことがたくさんあります。しかし、すべてを網羅するのは至難の業です。

そんなとき、活用したいのが「日本政府観光局(JNTO)ホームページ」です。日本政府観光局とは、東京オリンピックが開催された1964年から50年間にわたって訪日外国人旅行者の誘致に取り組んできた日本の公的な専門機関。メインページは15カ国語に対応しており、観光、ショッピング、イベントなどの情報を発信しています。

こちらは日本語ではありませんが、そこから日本政府観光局のページに飛ぶと、訪日外国人観光客の動向やインバウンド最新情報、また訪日外国人観光客がどのような飲食店を好んでいるか、どのような情報を求めているかなど、有益なデータや記事を読むことが可能です。

👉 <http://www.jnto.go.jp/>



日本政府観光局(JNTO) 外国語版ホームページ

トリップアドバイザー

「トリップアドバイザー」とは、観光客が旅行後の感想などを投稿できる、世界最大の旅行口コミサイト。またホテルや航空券など旅費についての価格の比較、人気のレストラン、商業施設やミュージアムなどスポット検索が可能です。

世界45カ国・28言語でサービスを展開しており、口コミの数は2億以上、世界の旅行者が情報収集に役立てています。また2016年春からは、「ぐるなび」とともに、訪日外国人旅行者に対し、情報の収集から予約までの新サービスを行います。さらには「トリップアドバイザー」の口コミが「ぐるなび」に、「ぐるなび」のレストランデータベースの情報が「トリップアドバイザー」飲食店情報に同時掲載され、訪日外国人観光客のさらなる利用が見込まれます。

👉 <http://www.tripadvisor.jp/>



トリップアドバイザー ホームページ

コラム② 総合情報サイトによる 新たな訪日外国人サービス

日本総合情報サイト

2015年9月末に開設したオールアバウトジャパンは、多言語で日本情報を発信するポータルサイトです。

“外国人目線で日本の魅力を発掘・発信”をビジョンに国内外在住の日本通な外国人ブロガーならびにライター約500名によるオリジナル記事を、英語と中国語（繁体字・簡体字）、タイ語、韓国語で発信しています。

弁当やラーメン、コスメ、温泉、日本のローカル地方観光、トイレなど週替わりで特集を作成。1特集につき30記事以上執筆しているため、より深い情報も取り上げられます。

オールアバウトジャパンは国内外の様々なインバウンド系メディアとの連携も推進しています。例えば英語で高級レストランの予約・決済が可能なウェブサイト「ポケットコンシェルジュ」と連携し、日本レストラン特集を実施、海外の方に人気のレストランを紹介する記事と連動し、そのまま予約につなげる施策を行っています。



All About Japan

👉 URL : <http://allabout-japan.com/>



日本最大級のショッピング情報サイト

一般社団法人ジャパンショッピングツーリズム協会 (Japan Shopping Tourism Organization 略称: JSTO) は、世界中を旅行されるお客様に「ショッピングと言えば日本」と思い出していただけるような、いわば日本を世界一のショッピングディステーションとすべく、平成25年9月に観光業や流通業だけでなく幅広い民間企業によって設立されました。

国の観光立国実現に向けた戦略とも連動し、国土交通省、観光庁のみならず経済産業省や地方自治体、商工会議所との官民連携や、地域エリアが参加したオールジャパン体制で推進しています。

スマートフォンにも対応したホームページ「Japan Shopping now」を通じて日本のショッピングツーリズムの魅力を世界中に発信しています。

日本語、英語と中国語(繁体字・簡体字)、韓国語で店舗情報を確認できるほか、セール、催事などのイベント情報も多言語で閲覧することが可能です。



Japan Shopping now

👉 URL : <http://japanshopping.org/>

2-2 情報提供編

訪日外国人観光客が目に 留める情報提供のポイント

日本人の常識は訪日外国人観光客にとっての常識ではなく、多様性があります。つまり私たち日本人が当たり前だと感じて見過ごしていることにこそ、訪日外国人観光客に訴求するセールスポイントとなりうることを留意しましょう。

訪日外国人観光客が何を求めているかを真摯に検討して、ターゲット層を絞り込み、飲食店がアピールしたいセールスポイントを明確にしていくことが大切です。また飲食店のルールや注意事項も合わせて、情報提供をすることで、訪日外国人観光客にとっての安心感や来店時の満足度も高まります。

また「食事」も訪日外国人観光客にとって、記念すべき観光イベントのひとつです。日本の魅力を感じる雰囲気、演出、サービスなどを情報提供として打ち出し、対応していくことも重要です。

訪日外国人観光客の不安を払拭するために、飲食店が「どんなサービス」を提供できるのかを明確にしましょう。

① 飲食店の提供できるサービス

●メニュー（写真、食材、調理法）

最低限、日本語、英語を併記したメニューを用意することが有効です。画像を挿入するなどして、訪日外国人観光客へのイメージの伝わりやすさを重視することも大切です。特にメニューは視覚的に分かるよう、料理の画像を大きめに、箸使いや碗の持ち方、セルフで調理をするスタイルならば調理方法を丁寧に記載してください。事前にオーダーシートを用意すれば注文の効率化も図れます。国別に食のルールがあるので、肉、魚、野菜など使用食材の種類ほか、煮る、蒸す、焼くなどの調理法、使用調味料、味つけ、生ものか否かなども押さえておくとういでしょう。

●価格

外看板、ホームページやメニューには、価格をはっきりと記載しましょう。訪日外国人観光客に安心感が生まれ、落ち着いて飲食を楽しむことができます。また、後々トラブルの原因にならないようお通しシステム、テーブルチャージなども、詳細を加えて記載してください。訪日外国人観光客からの「よくある質問」を掲載すれば、安心感はさらに高まり、文化の差異を埋めることができます。

●留意事項

ホームページやメニューには、カードの利用可否や飲食店側の但し書きを明確に記載しましょう。飲食店のメニューを楽しむに来店している訪日外国人観光客のためにも、「季節に応じてメニュー内容が変わることがあります」「売り切れ次第終了となります」なども忘れずに記載しましょう。

●セールスポイント

「英語の話せるスタッフがいます」、「中国語、フランス語、英語、韓国語4カ国語のメニューに対応しています」など、飲食店でのセールスポイントを明確にしましょう。

また 有機野菜や自然農法による野菜は、日本人だけでなく、世界的にも高評価を受けています。地産地消、地域限定など、「そこでしか食べられない」という付加価値がつけます。「●●農場と契約しています」や「○○山の水を使用しています」など、こだわりをアピールしていきましょう。外看板や黒板ポスターなどに、店のコンセプトを表記すれば、訪日外国人観光客が安心してお店に入ることができます。



② 日本的文化体験のすすめ

日本文化への興味が高まっており、「日本を知りたい」という訪日外国人観光客の気持ちを刺激する体験型イベントに人が集まっています。日本人スタッフとともに訪日外国人観光客がコミュニケーションできる、「盆踊り」や「利き酒の会」「にぎり寿司体験」などが好評です。訪日外国人観光客にとって提灯、着物、和柄などは日本のイメージと合致しており、店内の装飾や調度品など空間演出をすれば、より「日本文化に触れた」という印象が高まります。また、地方の方言をレクチャーする、折り鶴、和柄のショップカードをおみやげにするなど、「旅の思い出に残る」飲食店ならではのサービスも好評です。大きなことではなく、箸袋を和柄に変える、店頭で提灯を灯すなどアイデア次第で、訪日外国人観光客の満足度はアップします。

