

飲食事業者のための

インバウンド対応 ガイドスック

第1章 インバウンドに対応する

第2章 インバウンドケーススタディ 第3章 付録 指差しコミュニ

88888 【目次】

第1章

第3章

8

14 12 10

インバウンドに対応する 1-1 世界のさまざまな文化 インバウンドお役立ちコラム・ 1-3 訪日外国人客が期待していること 1-2 食文化・食習慣への配慮

48 46 44 42 40

23 22 20 18 16 15

インバウンドケーススタディ

ケーススタディ ぴったりチャート

大阪府 道頓堀「鉄板焼 鉄板神社 道頓堀店」

岐阜県 高山市「平安楽」

北海道 札 東京都 銀 座「日本料理 いらか 銀座店」

幌「食事処 ながもり」

「海鮮処 魚屋の台所」

第2章

|接客時に知っておきたい 食文化の違いTIPS(豆知識)

38 37 35 34 日本の歳時記 訪日外国人に人気のメニュー お店からの声掛け

32 30 29 28 27 26 24

2 地方編高山市のキーパーソン

福井県のキーパーソン

宮崎県 日南市 高千穂町

付録」指差しコミュニケーションツール インバウンドお役立ちコラム2

料理に使っている食材を伝える

春の食材

秋の食材

夏の食材

冬の食材

アレルギー・食べられない食材チェックシート

2

ペ4 データで見る日本のインバウンドジ3 はじめに

はじめに

以上の増加を見せました。2016年の訪日外国人観光客数は約2404万人。前年に比べ2%2016年の訪日外国人観光客数は約2404万人。前年に比べ2%「インバウンド」という言葉は、今やトレンドになりつつあります。

いく傾向にある日本で、インバウンド消費の拡大は重要課題です。いとする数値目標を掲げています。少子高齢化が進み、人口が減って人旅行者数を4000万人に、訪日外国人旅行消費額を8兆円にした政府は東京オリンピックが開催される2020年までに、訪日外国

貢献し、地域の活性化にも繋がります。の飲食店にとっても、外国人観光客を呼び込むことは店の売り上げに年々拡大しています。大都市のレストランだけでなく中小店舗や地方日本の「食」に大きな期待が集まり、インバウンドの食関係の市場は一部の外国人観光客の旅の目的のひとつは「日本食を食べること」です。

民族に適したサービスが求められます。宗教上の理由から食べてはいけない食材もあり、それぞれの国、地域、人の常識が通用しないケースもあります。外国語での対応も必要で、人の常識が通用しないケースもあります。外国語での対応も必要で、ただし、海外にはその国ごとの生活習慣や食のルールがあり、日本

お役立ていただければ幸いです。 光客とのコミュニケーションツールとして、サービスの更なる向上にの文化や習慣を伝えるためのページも設けています。訪日外国人観外国人観光客を理解するための知識だけではなく、迎える側が、日本実用的な情報を盛り込み、接客の現場ですぐに役立つ内容にしました。「インバウンド対応」のガイドブックです。昨年版に続き、いっそう本書は、訪日外国人観光客により良いサービスを提供するための



インバウンドとは?

「インバウンド」(inbound)とは、外から入ってくる旅行、一般的に訪日外国人旅行を指す。対義語は外に出る旅行、海外旅行を指す「アウトバウンド」(outbound)。

- 訪日外国人観光客はどのくらい増えた? -

図1. 訪日外国人旅行者数の推移 出典:日本政府観光局(JNTO) 2403.9 (万人) 前年比 2400 21.8%增 2200 1973.7 2000 前年比 1800 47.1%增 1600 注:2015年(平成27年)以前の値は 確定値、2016年(平成28年)の 1400 1341.3 値は1-10月の暫定値と11-12 月の推計値の合計。 1200 1036.4 1000 861.1 835.8 800 621.9 600 400 200

0

2010

2011

※数値は推計値。

2012

2013

2014

2015

2016 (年)

の増加。 人となり、 1974万人に達し、 増しました。 2016年には約2404 前年より21.8%増えまし 2015年に 前年比47 i は %

え、 ます。 た 安傾向などが影響していると考えられ 緩和や免税制度の拡充、 今後も訪日客は増えるでしょう。 2020年の東京五輪開催を控 その背景として、 為替市場の円 ビザ 0

訪日外国人観光客の数はここ数年で 約 (図 1)。

インバウンドの国

占めています。 で約1747万人、 倒的に多く、 を見ると、 中国 次いでアメリカ、 韓国、 全体の約73% 台湾、 、タイ、 を

> シンガポール、 オーストラリア、そして、マレーシア、 万人が訪日しており、 国々が続きます。 フィリピンなどのアジ インドからも 今後、 層

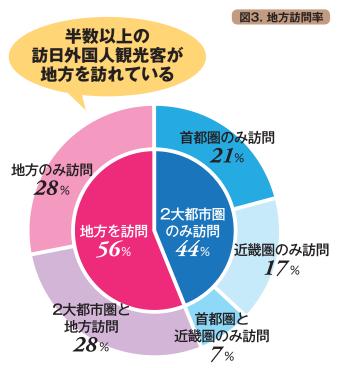
増加が期待されます。

訪日客の国籍・地域別の内訳 東アジアからの観光客が圧 (図2) 香港 12 アの

訪日外国人観光客数や国籍・地域別の内訳など、データから現状を分析します。

どの国の人々が、日本を訪れているか? 図2. 訪日外国人旅行者数の内訳 2016年(平成28年) 出典:日本政府観光局(JNTO) 東アジアが 5万人(0.2%) 圧倒的に多い スペイン 9万人(0.4%) オーストラリア 45万人(1.9%) **■**オ-(全体の約73%) **イタリア** 12万人(0.4%) ドイツ 18万人(0.8%) フランス 25万人(1.1%) **その他** 98万人 イギリス 29万人(1.2%) (4.1%)**カナダ** 27万人(1.1%) ~ 中国 インド 米国 12万人(0.5%) 637万人 (26.5%) 124万人 ベトナム 23万人(1.0%) (5.2%)インドネシア 27万人(1.1%) 296万人 (12.3%) フィリピン 35万人(1.4%) **シンガポール** 36万人(1.5%) マレーシア 39万人(1.6%) 総計 タイ 90万人 2404万 (3.7%)アジア 2010万人(83.6%) **香港** 184万人 (7.7%) うち**東アジア** 1747万人(72.7%) うち**東南アジア+インド** 263万人(10.9% 注1:()内は、訪日外国人旅行者数 全体に対するシェア 韓国 :その他には、アジア、欧州等各 地域の国であっても記載のな 509万人 (21.2%) い国・地域が含まれる。 台湾 注3:数値は、それぞれ四捨五入に よっているため、端数におい 417万人 て合計とは合致しない場合が (17.3%)

訪れるのは都市? 地方?



注1:上記の数値は、平成26年1-3月期・4-6月期・7-9月期・10-12月期の「観光・レジャー」目的 の標本に対して国籍・地域別及び四半期別の JNTO 訪日外客数によるウェイトバック処理を

注2:平成26年調査では、到着空港及び出国空港は都道府県の訪問地としてカウントしていない。

は6割超が地方を訪問. さらに、 -国人は了割近く、 2大都市圏を訪れず、

ジャ

での訪問 (訪問)

(業務、

留学等の

É

朝

光

人消

観光庁による平成26年の訪日 費動向調査によると、

外

国

台湾、 れる場合、 合は28%で、 みを訪問し この訪問率を国籍・地域別にみると、 香港) 出 の た訪日外国 入国とも地方空港を利用 東アジア(中 人たちが地方のみを訪 オーストラリア人 しています。 人観光客の 国 韓 地方 国 割

人気が上昇している地方は?

した。

訪日外国

人観光客の2人に1人

みを訪問した観光客が4%なのに対し、

方を訪問した観光客は56%に上りま

(図3) では

東京・大阪の2大都市圏の

ない は

の都道府県別訪問率

が地方を訪れていることになります

する割合は9割を超えます

図4. 延べ宿泊者、外国人延べ宿泊者数の 地方ブロック別対前年比 2015年(平成27年)

出典:観光庁「宿泊旅行統計調査|

外国人延べ宿泊者数は、 すべての地方で増加した



で50%以上増加。 加しており、 別対前年比 外国人延べ宿泊者数の地方ブロック 気が上昇している地方 (図 4) 10

い伸びを示しています。 宿泊者数はすべての地方で大幅に増 内訳をみると、東北、 ブロック中7ブロッ 特に中部 を見ると、 北陸信越 九州は高 外国 兀

> 英国・フランス)からの宿泊者が多く なっています。 韓国 東、 人 沖縄は台湾からの宿泊者が多く、 中部、 北海道は台湾と中国 アメリカ、台湾、 近畿は中国 国籍・地域により訪 欧州 人 中国地 (ドイツ 九州は韓

玉

国

る地方に特色があることがわかります

5

外国人観光客に人気の国は?

図5. 外国人旅行者受入数ランキング 2015年(平成27年) [上位20位まで]

資料: UNWTO (国連世界観光機関)、各国政府観光局資料に基づき日本政府観光局 (JNTO) 作成



香港、 で世界16 5) では、 外国人旅行者受入数ランキング(図 マレーシアに次いで5位。 位。 Þ 本は2015年のデー アジアでは、 中国 年々 タイ、 タ

順位を上げていますが、世界でトップ

状の世界第6位の水準です。

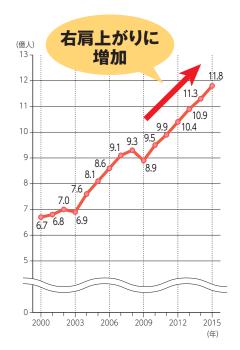
少ないと言えます。 行者数4000万人という目標は、 のフランスに比べれば客数そのものは までに達成したいとする訪日外国 政府が2020年 |人旅 現

世界の旅行客が増加

世界から見た日本のインバウンド

図6. 国際観光客到着数の推移

出典:国連世界観光機関(UNWTO)



えます。 成長などを背景に、 客を他国と奪い合うという構図ではな に増えています いた国際旅行市場は 客数そのものが増えているのです (図6)。 今後も、 外国 [人観光

際旅行客数の増加は続くと見込まれて らゆる層にまで浸透してきていると言 かつて先進国の一部の人々が独占して アジア地域の人口増加や経済 あらゆる国の 世界の あ

います。

そ

世界の旅行客数の推移を見ると、

もそも、

国際旅行を楽しむ人口が急激

玉

かし、 世界は今、 リンピックは大きなイベントであり、 のではなく、この盛り上がりを維持し、 れに関連した一時的な現象ととらえる 大事です え、 訪日外国人観光客の受け入れ態勢を さらに拡大していくために、 日本にとって、 日本の魅力を発信していくことが 訪日外国 日本に注目しています。 人観光客数の伸びをそ 2020年の東京オ より

第章

インバウンドに対応する

各国の歴史や文化、伝統、宗教によって食文化は多様です。店の集客につなげるために何ができるでしょうか。飲食店はどう対応すればいいのでしょうか。急増する訪日外国人観光客に、

まずそれを理解し、その上で訪日外国人観光客が

知識を身に付けて、多くのお客様をもてなしましょう。多様な食習慣を受け入れることは、文化交流につながります。何を求めているかを考えることが大切です。

II 世界のさまざまな文化

多様性を理解する

配慮することが大事です。もてなすためには、各国の文化や価値観を理解し、すが、訪日外国人観光客をスムーズに受け入れ、違いを楽しむことが海外旅行の醍醐味とも言えま違いを楽しむことが海外旅行の醍醐味とも言えま

やる対応の積み重ねがサービスの向上につながり では大人数での宴会のようなディナーが好まれる 豚肉を食べません。 とは限りません。 けて食事を楽しむ傾向があります。 傾向があり、フランスでは家族や友人と時間をか ヒンドゥー教徒は牛肉を食べず、 などあらゆることが関連します。 志向・自然食ブーム。 日本人にとっての常識が外国人にとっての常識 特に食に関しては信仰、 台湾では生ものを食べる習慣がありません。 外国 国・地域別では、 人の多様性を理解し、 ベジタリアンが増えてい 嗜好、 体質、 イスラム教徒は 宗教上の理由で アメリカは健 中国や韓国 生活習慣 思い

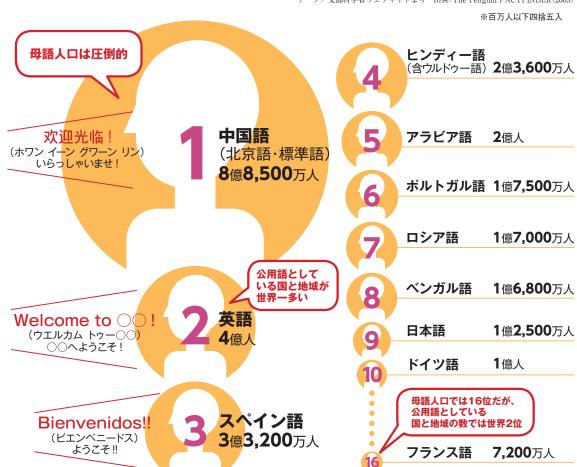
世界の母語人口 上位10言語

人観光客と円滑に意思の疎通を図るため、世界で話されている言葉も多様です。1

訪日外国

外国

データ/文部科学省ウェブサイトより 出典:The Penguin FACTFINDER(2005)



母語とは、小さいころから自然に習得した言葉のこと。母語人口が圧倒的に多いのは中国語(北京語・標準語)だ。公用語としている国と地域が世界一多いのは英語で、国際的な共通語として英語を習得する人が多い。フランス語の母語人口は約7,200万人と世界第16位だが、公用語としている国や地域は英語に次いで多い。



「日本料理 いらか 銀座店」 (→ P22) の店頭の看板。 メニューは英語、中国語、 韓国語で表記してある。 習慣に目を向け、もてなしにつなげましょう。

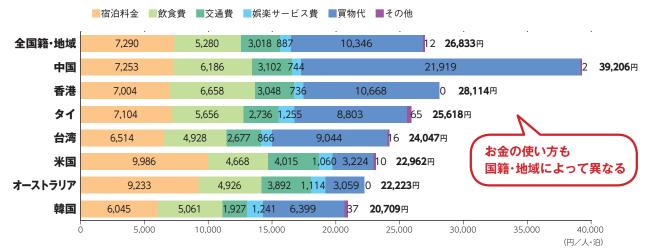
国語、 謝の気持ちの表現は、 望まれます。 ましょう。国際的な共通語である英語に加え、中 店内の注意書きなどを多言語化する事から対応し るのも1つの方策です。まずはメニューや看板 を習得したり、外国語に堪能なスタッフを雇用す また、訪日外国人観光客は、 韓国語等、 訪日客数の多い国々への対応も

場合もあります。 日本人への接客と同様に対応することが喜ばれる を体験したいと望む傾向にあります。 りがとうございました」などの歓迎の気持ちや感 方で、日本語での「いらっしゃいませ」「あ 言葉をこえて伝わるもので 普段通りの日本 特別視せず

消費傾向もさまざま

2月、10月に大型連休があります。外国の文化 期にも違いがあります。 息したとの分析もあります。 減少しており、 同時期と比べると中国人1人当たりの旅行支出は データを見ると、国籍・地域によってお金の使い 者は飲食にお金を使っています。 トラリア人は宿泊にお金をかけ、 い物に多くお金を使っています。 旅行支出が一番多いのは中国人。内訳として、買 方も多様です。 平成28年4-6月期のデータでは 「訪日外国人1人1泊当たり費目別旅行支出」の 休日や休暇も国・地域ごとに多様で、 いわゆる「爆買い」のブームは終 東アジア各国では、1~ アメリカ人、 香港からの旅行 ただし、 訪日の時 前年の オース

訪日外国人1人1泊当たり費目別旅行支出(観光・レジャー目的の旅行者のみ対象)



データ/観光庁「訪日外国人消費動向調査」平成28年4月-6月期より

2017年の主な訪日国・地域の連休(休日・祝日に土日や振り替え休日を含めた連休)

	中国 (春節)	1月27日(金)~2月2日(木)	7連休
1月 ~ 2月	韓国(旧正月)	1月27日(金)~1月30日(月)	4連休
	台湾 (春節)	1月27日(金)~2月1日(水)	6連休
	香港 (春節)	1月28日(土)~1月31日(火)	4連休
7月 ~ 8月	欧米各国 (バカンス時期)		
10月	中国 (中秋節·国慶節)	10月1日(日)~10月8日(日)	8連休
	韓国 (秋夕・ハングルの日)	10月3日(火)~10月9日(月)	7連休
	台湾 (国慶節)	10月7日(土)~10月10日(火)	4連休
	香港 (国慶節)	10月1日(日)~10月2日(月)	2連休





台湾の春節

香港の国慶節



欧米のバカンス時期に賑わう岐阜県飛騨高山

12 食文化・食習慣への配慮

食文化・アレルギーに対応

アレルギーや嗜好など、個人が抱える事情に対応するためでいて確認をとってから料理を提供することが現められます。食材のみならず、調理法にも細心の注とが求められます。食材のみならず、調理法にも細心の注とが求められます。食材のみならず、調理法にも細心の注とが求められます。食材のみならず、調理法にも細心の注とが水の方です。 食材のみならず、調理法にも細心の注文化や風習、宗教、嗜好に配慮したサービスを提供するこ文化や風習、宗教、嗜好に配慮したサービスを提供することが求められます。

訪日客に支持されるベジタリアンレストラン

接客を円滑にするためには、メニューの多言語化や写真

アレルゲンとなる食材のピクトグラム(絵文字)表

掲載、

示などが効果的です。

ておきましょう。

は、

あらかじめ担当者を通じて食事制限があるか確認し

個別に予約が入った場合でも、

お客様が旅行代理店やホテル経由で来店する場合

お客様が食べられないものがあるかどうか、

ヒアリングしる、予約時に

ましょう。

食材の調達なども余裕を持って準備ができます

現場でのトラブル解消につながります。事前に知

来店前にメールを交換し文字でやりとりするこ





にもコミュニケーションは欠かせません

目で見てわかるやりとり



動物性食材は全く使わない。卵や、乳由来であるバター、チーズも不使用。その上で、妥協せずおいしさを追求している。ピクトグラムでも動物性食材を使っていないことを表示し、宗教上食べられないものがある外国人も安心して食事ができる。 太陽と大地の食卓 T'sレストラン http://ts-restaurant.jp

東京・自由が丘にある「T's レスト ラン」は、ベジタリアンのオーナー が、本当においしいと思える料理を出 すべジタリアン専門店。メインからデ ザートまで、動物性の食材を一切使用 しないことを前提に、「おいしさ」にこ だわっている。野菜の旨味をひき出し た出汁、豆乳を使ったホワイトソース もまろやかな味わいになるよう工夫。 はじめはベジタリアンやアレルギーの ある日本人客が常連だったが、今では ムスリム(イスラム教徒)を含め外国 人の利用も多い。外国人観光客が多く 乗降する東京駅にも姉妹店を出すなど、 おいしいベジタリアン料理がインバウ ンド客のニーズをつかんでいる。

食への対応、はじめの一歩

ムスリム、ベジタリアンに対応する「SEKAI CAFE」の運営会社・株式会社日本SI研究所の友野健一さんは、ムスリム対応をはじめる際の注意として「豚やアルコール等の禁忌食材を店内に持ち込まないことがベスト。難しい場合は、禁忌食材との間接的な接触を避けるため、使い捨てのコップや食器を用意した



上:「平安楽」で出している 前菜「コロ芋とコモ豆腐」。 グルテンフリーで、植物性 の食材を使用。

り、皿に紙を敷いて盛り付けることも配慮の1つ」 とし、包丁、まな板等、調理器具が分けられない 場合はその旨を伝えたほうがよいとのこと。店の ポリシーを事前に提示することが大事だという。

岐阜県高山市の中華料理店「平安楽」では、肉類 を調理しない鍋を用意し、食器もあらかじめ区別。 多様な食文化に細やかに対応している(→ P20)。



右: 「SEKAI CAFE」のポリシー。 上: メニューには、大きな料理写真 と多言語の解説、アレルギー物質や 宗教上等の禁忌食材が示される。 下: 「SEKAI CAFE」店内。 http://sekai-cafe.com/



世界の宗教と食のルール、嗜好やアレルギー

キリスト教

少数派に肉、アルコールを避ける人がいますが、基本的に食に関する禁止事項はありません。

おもな国・地域:ヨーロッパ、北米、フィリピン

キリスト教徒:注意すべき主な食材

肉、アルコール、コーヒー、紅茶、お茶

仏教

一部の僧侶と厳格な信者には禁止されている食材が あります。東アジア、ベトナム、チベット、モンゴル など、大乗仏教が広まっている地域に多くみられます。

おもな国・地域:タイ、ミャンマー、スリランカ、中国、 ベトナム、チベット、モンゴル、ブータン、 カンボジア

仏教徒:注意すべき主な食材

肉全般、ニンニク、ニラ、ラッキョウ、玉ネギ、アサツキ

イスラム教

イスラム教を信仰する人々をムスリムといいます。 イスラム教には生活習慣に関するさまざまな教義があ り、ムスリムたちはそれに基づいて生活しています。 イスラムの決まりに則って食べることが許されている 食品や料理は「ハラール(許された行為・物)」といいます。

豚肉を口にしてはいけないという決まりがあり、豚を使用した加工食品、豚のエキス、油脂、調味料など、豚由来の成分にも注意が必要です。アルコールも口にせず、みりんも禁忌となります。醤油、味噌など発酵食品に微量に含まれるアルコールさえも口にしない人もいます。豚肉以外の動物性の食材も屠畜方法などに決まりがあり、決まりに基づいた屠畜方法で処理された肉(ハラール肉)以外は避けるべきとされています。

また、ムスリムには年に一度、断食月(ラマダーン)があります。旅行中には断食を行わない人もいますが、該当する時期に訪日したムスリムには配慮が必要です。

※ムスリムのなかでも、国や地域等によって食の習慣が異なります。各人を尊重した対応が重要です。

おもな国・地域:中東、北アフリカ、バングラデシュ、 インドネシア、マレーシア、パキスタン

イスラム教徒:注意すべき主な食材

豚、動物性の食材全般、アルコール

ヒンドゥー教

聖獣とされる牛の肉は食べません。高位のカースト、 社会的地位が高い人ほど肉食を避ける傾向があります。

おもな国:インド、ネパール

ヒンドゥー教徒:注意すべき主な食材

牛、豚、魚、卵、生もの、ニンニク、ニラ、ラッキョウ、玉ネギ、アサツキ

ユダヤ教

ユダヤ教の食べ物に関する規定の事をコーシャ (コシェル)といいます。厳格な戒律があり、おもにコーシャの認定を受けた食材を使った食事を摂ります。

おもな国:イスラエル

ユダヤ教徒:注意すべき主な食材

豚、甲殻類、貝類、タコ、イカ、鰻、穴子、ナ マズ

ベジタリアン

ベジタリアンとは、一般に「肉や魚などの動物性食品を食べない人」のことをいいます。乳製品や蜂蜜も食べないベジタリアンもいます。

ベジタリアン:注意すべき主な食材

肉、魚介類全般、卵、乳製品、ニンニク、ニラ、 ラッキョウ、玉ネギ、アサツキ

アレルギー

特定の食品を摂取した後、皮膚や消化器、呼吸器などに異常が起こるのが食物アレルギーです。外国人にも多くみられるので注意が必要です。特にアナフィラキシーと呼ばれる、急性重度なアレルギー反応が出た場合には生死に関わることもあります。

アレルギー:注意すべき主な食材

エビ、カニ、小麦、ソバ、卵、乳、落花生(これら7品目は、特に患者が多く症状が重い)

鮑、イカ、イクラ、オレンジ、カシューナッツ、キウイフルーツ、牛、胡桃、胡麻、鮭、鯖、大豆、鶏、バナナ、豚、 松茸、桃、山芋、林檎、ゼラチン

※アレルギー反応時には緊急対応が必要。 119番緊急搬送、病院紹介が望ましい。

※裏表紙に、アレルギーや食べられない食材を確認するための指差しコミュニケーションツールを収録しています。

ていること

外国人はカード決済に慣れており、

外国人はカード決済に慣れており、 特に海外旅行中はカードが使用で きないと不便を感じる人が多い。 スマートフォンやタブレット端末 でカード決済ができるシステムも 登場し、導入は手軽になった。

口本食や受け入れ態勢への期待

種類、価格の手頃さも満足につながっています。 を類、価格の手頃さも満足につながっています。 を食べること」と回答。一番の支持を集めています(図本食を食べること」と回答。一番の支持を集めています(図本食を食べること」と回答。一番の支持を集めています(図本食を食べること」と回答。一番の支持を集めています(図本食を食べること」と回答。一番の支持を集めています(図本食を食べること」と回答。一番の支持を集めています(図本食を食べること」と回答。一番の支持を集めています(図本食を食べること」と回答。一番の大いの大が「日は、寿司が人気。満足の理由として、味や品質があがっています。

「日本滞在中にあると便利な情報」の調査で一番にあがるのが無料 Wi-Fi。店に取り入れた際は、店頭に掲示するなど、わかりやすくアピールすることが重要。観光庁は、訪日外国人観光客が無料で無線 LAN 環境を利用できることを示すマークを作成した (利用にはウェブ申請が必要)。



Japan. Free Wi-Fi



図B. 最も満足した飲食についてその理由(全国籍・地域)

取り入れることで集客に結びつくでしょう。

カード決済などと合わせ、

無料W---F-の要望も強く

です。使用食材をわかりやすく提示する多言語メニューやサービスやファシリティ面での期待に対応することも必要

期待に応え、気持ちよく食事をしていただくためには

満足した理由	満足した理由 構成比 (ヨコ計 100%)														
飲食区分	美味しい	品質が良い	量や種類が適切	価格が手頃・自国より安い	有名である	好きな料理・食品である	珍しい・新しい	健康に良い	デザインが良い・かわいい・きれい	伝統的·日本独特	自国で味わうことができないから	店のサービスや雰囲気	宗教や信条、体質等の理由	その他	回答数
寿司	71.2	17.2	1.1	2.1	0.2	1.4	0.7	0.6	0.4	1.1	3.5	0.1	0.1	0.3	1,419
ラーメン	88.8	0.6	1.2	0.6	0.5	1.5	1.3	0.0	0.0	2.0	2.6	0.0	0.4	0.4	1,136
そば・うどん	83.7	3.0	0.4	1.5	0.0	1.3	2.3	0.2	0.0	2.1	3.4	0.4	0.8	0.8	472
肉料理	82.4	5.1	1.1	0.8	0.9	0.7	2.0	0.2	0.1	1.7	3.5	0.4	0.1	0.8	1,366
魚料理	63.4	27.3	0.8	1.0	0.1	1.7	0.8	0.3	0.1	0.8	2.9	0.1	0.1	0.5	766
小麦粉料理	74.9	1.8	1.3	0.0	0.4	1.8	6.6	0.0	0.0	4.0	6.2	0.4	1.8	0.9	227
その他日本料理	75.9	3.0	2.1	2.3	0.0	1.3	1.9	1.1	1.9	4.4	1.5	1.1	0.8	2.7	526
外国の料理	68.2	0.0	0.0	2.3	0.0	9.1	0.0	0.0	0.0	0.0	2.3	2.3	13.6	2.3	44
その他料理	68.7	3.3	4.1	1.6	0.0	1.6	3.3	0.4	0.8	2.4	5.7	3.3	2.0	2.8	246
菓子類	84.6	1.7	1.7	0.4	1.7	1.7	1.3	0.4	0.4	0.0	4.3	0.0	0.0	1.7	234
果物	60.0	10.0	10.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	10.0	0.0	10
酒	83.6	1.6	1.6	0.8	0.8	3.1	1.6	0.0	0.0	2.3	4.7	0.0	0.0	0.0	128
その他 食料品·飲料	73.4	7.2	0.0	0.0	0.0	2.2	4.3	2.9	0.0	5.8	3.6	0.7	0.0	0.0	139
全体	77.6	8.8	1.3	1.2	0.4	1.4	1.7	0.4	0.3	1.9	3.3	0.4	0.5	0.8	6,713

注:本表では国籍・地域別ウェイトバック集計を行っていない。

図A. 訪日前に最も期待していたこと (全国籍・地域、単一回答)

訪日外国人観光客の 日本食への期待は非常に高い

日本食を食べること	26.4%
日本の酒を飲むこと	1.3%
旅館に宿泊	1.8%
温泉入浴	6.5%
自然·景勝地観光	17.7%
繁華街の街歩き	2.8%
ショッピング	14.2%
美術館·博物館	1.6%
テーマパーク	5.9%
スキー・スノーボード	0.6%
その他スポーツ	0.6%
舞台鑑賞	1.1%
スポーツ観戦	0.7%
自然体験ツアー・ 農漁村体験	0.8%
四季の体感	4.2%
映画・アニメ 縁の地を訪問	0.7%
日本の歴史・ 伝統文化体験	4.6%
日本の日常生活体験	3.2%
日本のボップ カルチャーを楽しむ	1.5%
治療·検診	0.3%

12

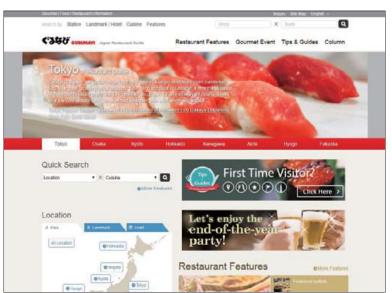
では、 えば、 多言語メニュー作成を自由に行えます 文化に関する情報を多言語で展開。 ニューを簡単に作成できるウェブサイトがあります。 _ _ | (図C)、店のホームページの多言語化も重要です。 翻訳ツー ノビューローの「Fukuoka Gourmet Navijは ぐるなび メニューなどの多言語化 語 旅の情報源としてインターネットが多用されている今 外国人観光客を迎える際に準備しておきたい多言語 メニュー作成(県内の飲食店のみ利用可)や日本の に変換できます。 ぐるなびが運営する訪日外国人向けグルメサイト を簡単に4言語 外国語版」では、 (英語·中国繁体字·中国簡体字·韓 石川県の「石川県の美味を楽しむ 日本語操作だけで自店の 福岡観光コンベンショ

図C. 日本滞在中に得た旅行情報源で役に立ったもの(全国籍・地域、複数回答)

空港の観光案内所 (空港除く) 17.6% 13.9% 7.8% 11.1% インターネット (パソコン) インターネット (タブレット) 10.6% 13.3% その他特になし 10.8% 旅行中もインターネットでの情報収集が主流になっている

メニューの多言語化に役立つウェブサイト

録して外国語版のページを作ることも情報発信につながりルで、自動翻訳機能を加えたり、有料のグルメサイトに登





ぐるなびが運営する「ぐるなび 外国語版」(左・上)では、メニュー名の多言語化だけでなく、メニュー名に「食材」「味付け」「調理方法」が紐付けされているため、容易にメニューの内容を想像できるようになっている。外国人にとって日本食は写真で見ただけでは食材や味つけの想像がつかないため、日本人以上にメニューの表示にわかりやすさが求められる。

ぐるなび 外国語版 https://gurunavi.com/



石川県の美味を楽しむ http://gourmet.hot-ishikawa.jp



FUKUOKA Gourmet Navi http://welcome-fukuoka.or.jp/menu_create

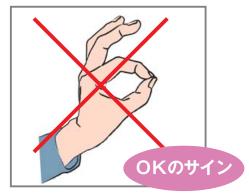
インバウンドお役立ちコラム①

気を付けたいジェスチャー

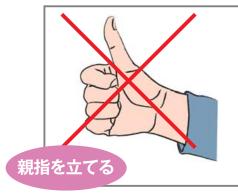
日本では良い表現に使われるジェスチャーでも、外国の文化では別の解釈となる 場合があります。接客時に気を付けた方がいいジェスチャーを紹介します。



「おいでおいで」と手招きするしぐさは、アメリカや中国などで「来ないでください」「あっちに行って」という逆の意味になります。



「OK」「大丈夫」などを示す人差し指と親指のサインは、南米やヨーロッパの一部などで卑猥な意味を持ちます。



「いいね」という意思表示や、「了解しました」という意味の親指を立てるしぐさは、中東など一部の地域で侮辱的な意味合いを持ちます。



「いいえ」や「結構です」という意味で顔の前で手を振るしぐさは、「臭い」という表現にとらえられる



お辞儀は、日本のしきたりでは丁寧な挨拶であり、感謝や敬意などを表しますが、馴染みのない 外国人は違和感を覚えることもあるようです。



タイやカンボジアなどの仏教圏では、頭部は神 聖な場所とされています。相手が子どもであって も頭をなでるのは失礼な行為です。