

「リテールビジネスにおけるインバウンド対応」 ～ITで迎え撃つ！2020年東京五輪に向けた外国人のおもてなし～

2018年06月28日



①インバウンドとは？

訪日外国人旅行全般のことを「インバウンド」といいます。そもそもインバウンド（inbound）とは「入ってくる、内向きの」という意味の英語の形容詞です。そこから転じて、日本から見た時に外から内に入ってくる旅行、つまり訪日外国人旅行を指すようになりました。

②外食店舗のインバウンド対策を中心に、

通常、インバウンドと言うと、旅行や観光、爆買いといったショッピングに目が当てられる所ですが、今回は外食企業がどのようなインバウンド対策ができるか？ということに焦点を絞ってお話したいと思います。

③データと成功事例を交えながら訪日外国人の最新動向を掴み、

日本政府観光局が出している訪日外国人の統計や、近年のインバウンド対策の成功事例を紹介しながら参考になる知見を徹底的に取り入れます。

④私達（店舗）がどのようなおもてなしがベストかを総合的にお話しします。

各種外国人が見るメディアの活用法や、来訪された際のおもてなしスキルをどのように身に付けていけば安心かを包括的にご紹介します。

アイソフト株式会社
代表取締役 相川賢一

1972年6月14生まれ、A型、埼玉県出身
実家は朝霞市という所で中華料理屋を営む
趣味：飲酒、海外旅行、ゴルフ

大学の頃にアメリカに3ヶ月間バックパックで旅行したことをキッカケに、その体験談をリクルート社に記事を持ち込む。学生ライター

その後、旅行×メディアということに興味を持ちつつ、広告とインターネット会社に就職。5年間勤めた後、起業した。

(当時私が26才の時、現在創業18期目)

【渡航した国】

[北米]

シカゴ、ボストン、マイアミ、ニューヨーク

[アジア]

韓国、中国、台湾、香港、マカオ、シンガポール、タイ、フィリピン、インド、ネパール、タイ、マレーシア、インドネシア

[欧州]

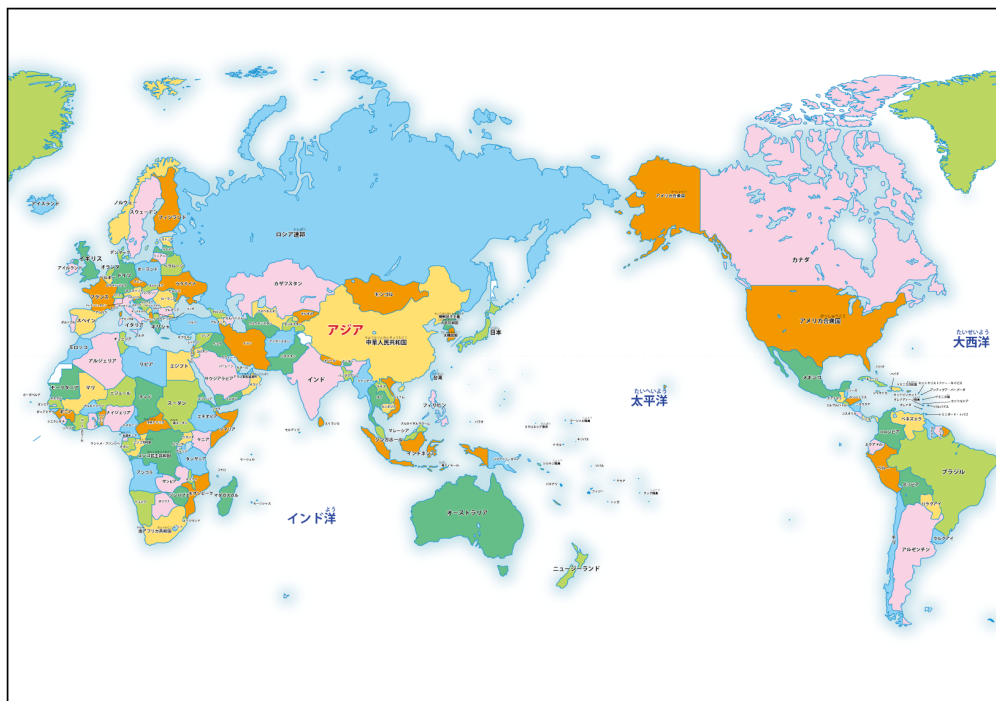
オランダ、ノルウェー

[中東]

トルコ、エジプト、イスラエル

[豪州]

オーストラリア



New民家バー運営中！



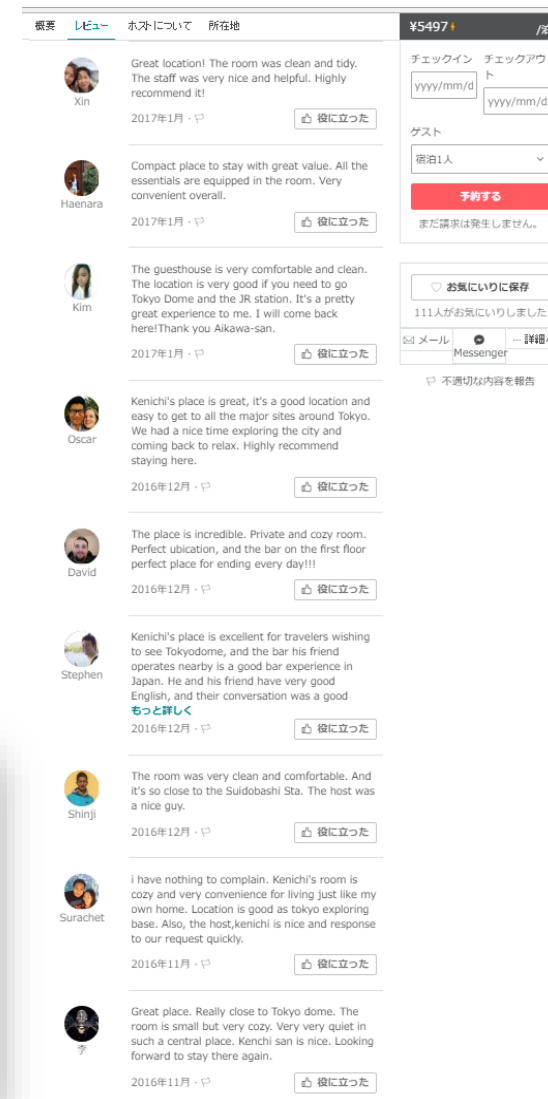
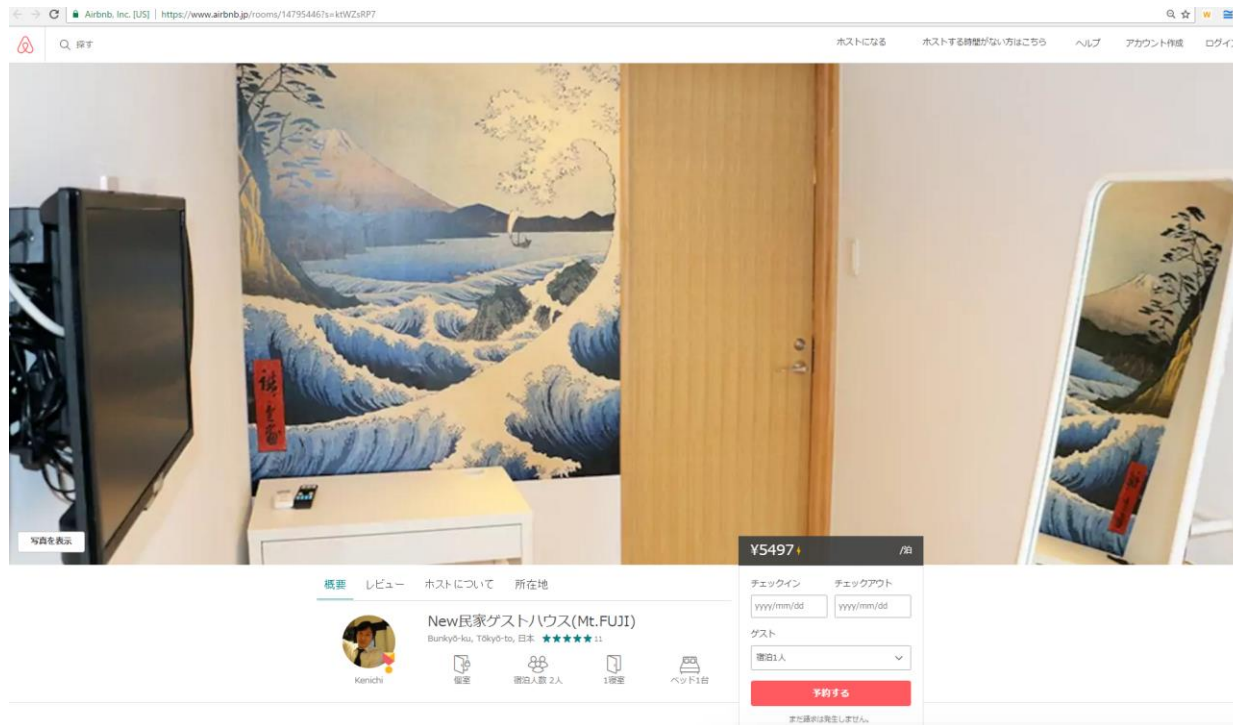
後楽園・水道橋にてバーを経営しております。

創業当時に、水道橋の自宅マンションで立ち上げたのが始まり。シェアバーという形式で恵比寿で3年やり、赤坂で3年間やりました。バーも同様、18年間やっています。

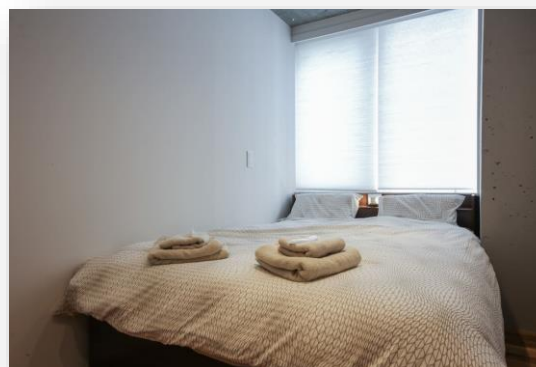
民家バー二階のスペースを改良し、Airbnbを用い**民泊を実施・運営**。

その際に、**訪日外国人ならではの悩み**を聞ける機会も多いです。

New民家ゲストハウス運営中！



「Mt.FUJI」「KIMONO」「SAKURA」という名の3部屋を貸しています。現在、予約数も多く、数多くのレビューを得ています。立ち上げ後、**すぐにスーパーホストを獲得！現在も継続中。**連日、民泊客との交流を民家バーにて行っております。



社名

アイソフト株式会社 (英語名 : Ai-SOFT, Inc.)

設立

2000年9月28日

代表者

代表取締役 相川 賢一

主な事業内容

インターネットWebシステムの企画・開発
 外食企業向け集合英会話研修
 飲食店の経営「New民家バー」「民泊」
 オンライン英会話スクールの運営

主な取引先

日本ケンタッキー・フライド・チキン株式会社
 ケイ・アド株式会社
 株式会社 銀座ルノアール
 株式会社京樽
 テンアライド株式会社
 明治座

他

特長

- 外食業にまつわる全てのインターネット開発や研修事業を受託開発
- 社内にプログラマ要員を抱えているので技術力が高い。

※ 日本フードサービス協会 (JF) 賛助会員

※ プライバシー・マーク取得 認定 : 21000658(4)



日本フードサービス協会（JF）
賛助会員

NPO法人繁盛店への道
S1サーバグランプリ
関東地区事務局

外食情報システム勉強会
「ミニセミナー」



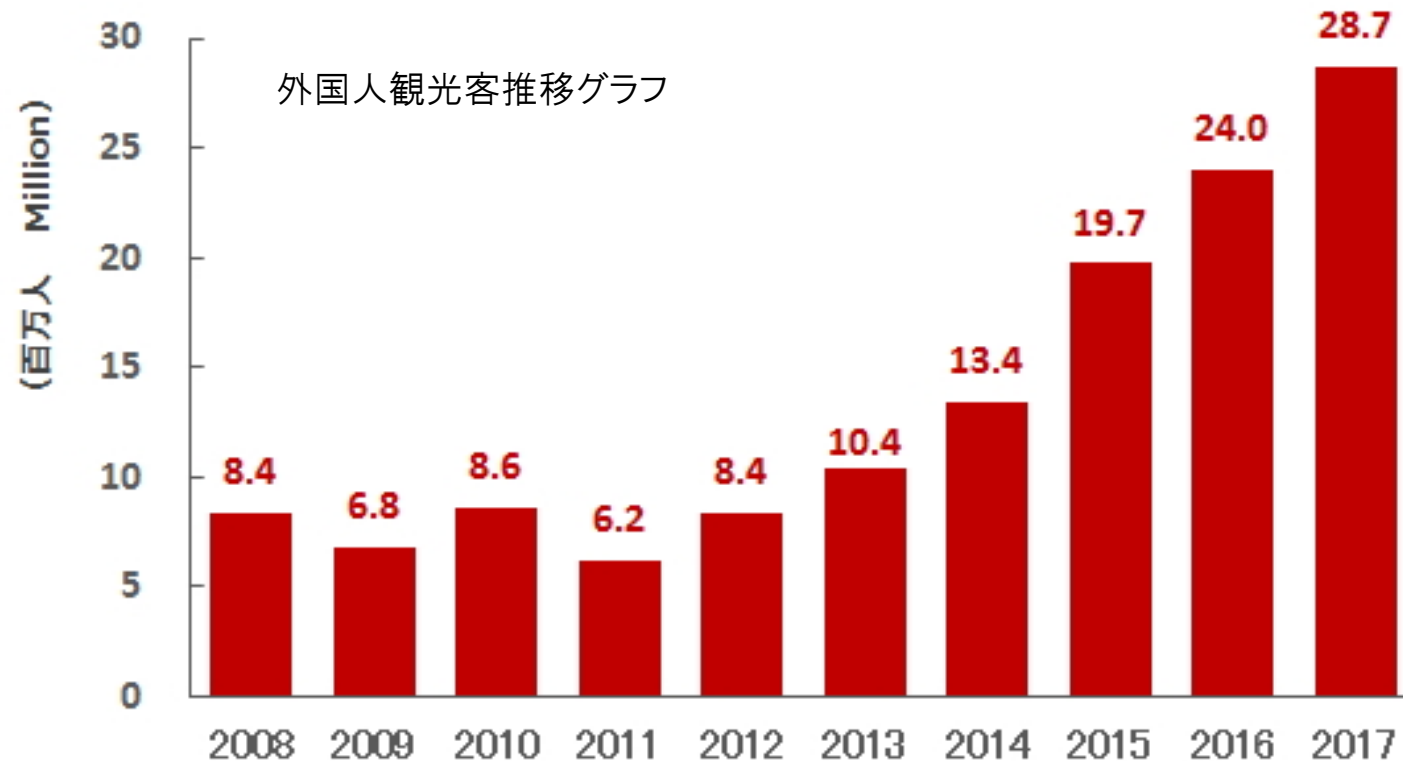
オープンフードサービス
システムコンソーシアム
「OFSC」

日本情報経済社会推進協会
プライバシーマーク取得

【これから】

- ・日本居酒屋協会（居酒屋甲子園）
- ・メイドインジャパン・ハラル支援協議会
- ・ジャパンショッピングツーリズム協会
- ・アジアフードビジネス協会

外食企業×インバウンド対応データ



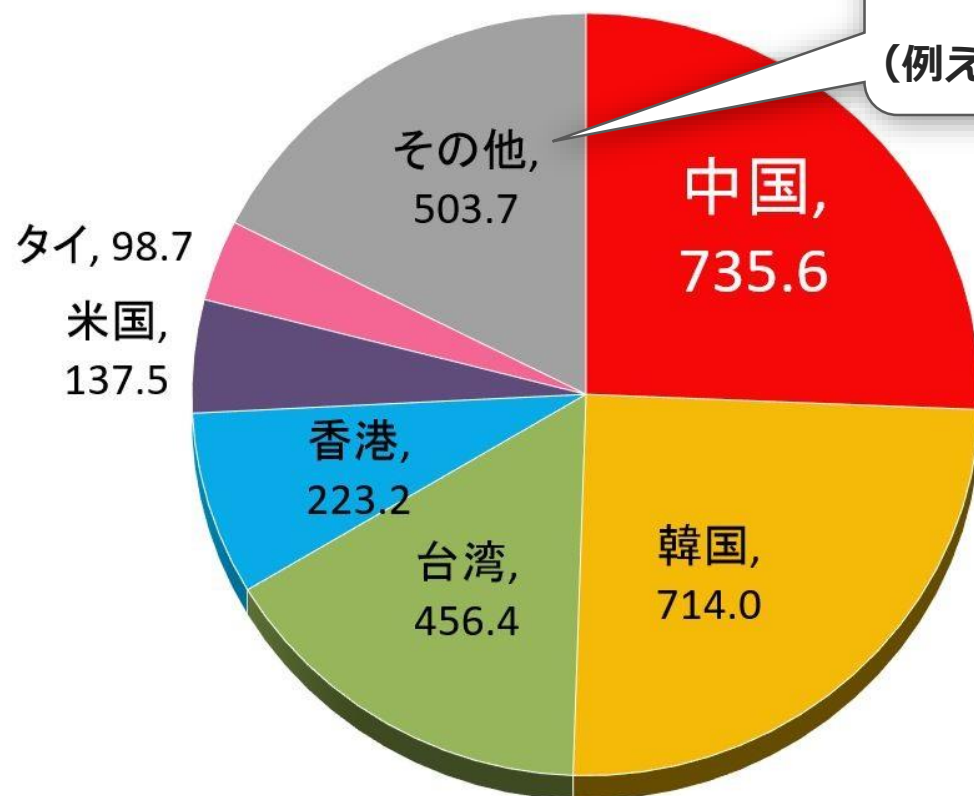
出典: 日本政府観光局 Source: Japan National Tourism Organization

日本政府が打ち出している訪日外国人
受け入れを2020年までに
年間4000万人を目標にしている

2015年の実績: 年間1973万人
2016年の実績: 年間2403万人
2017年の実績: 年間**2869万人**

前年度比19.4%増 / 5年前比 約3.4倍

2017年通年 訪日外国人観光客
国別内訳 [単位:万人]



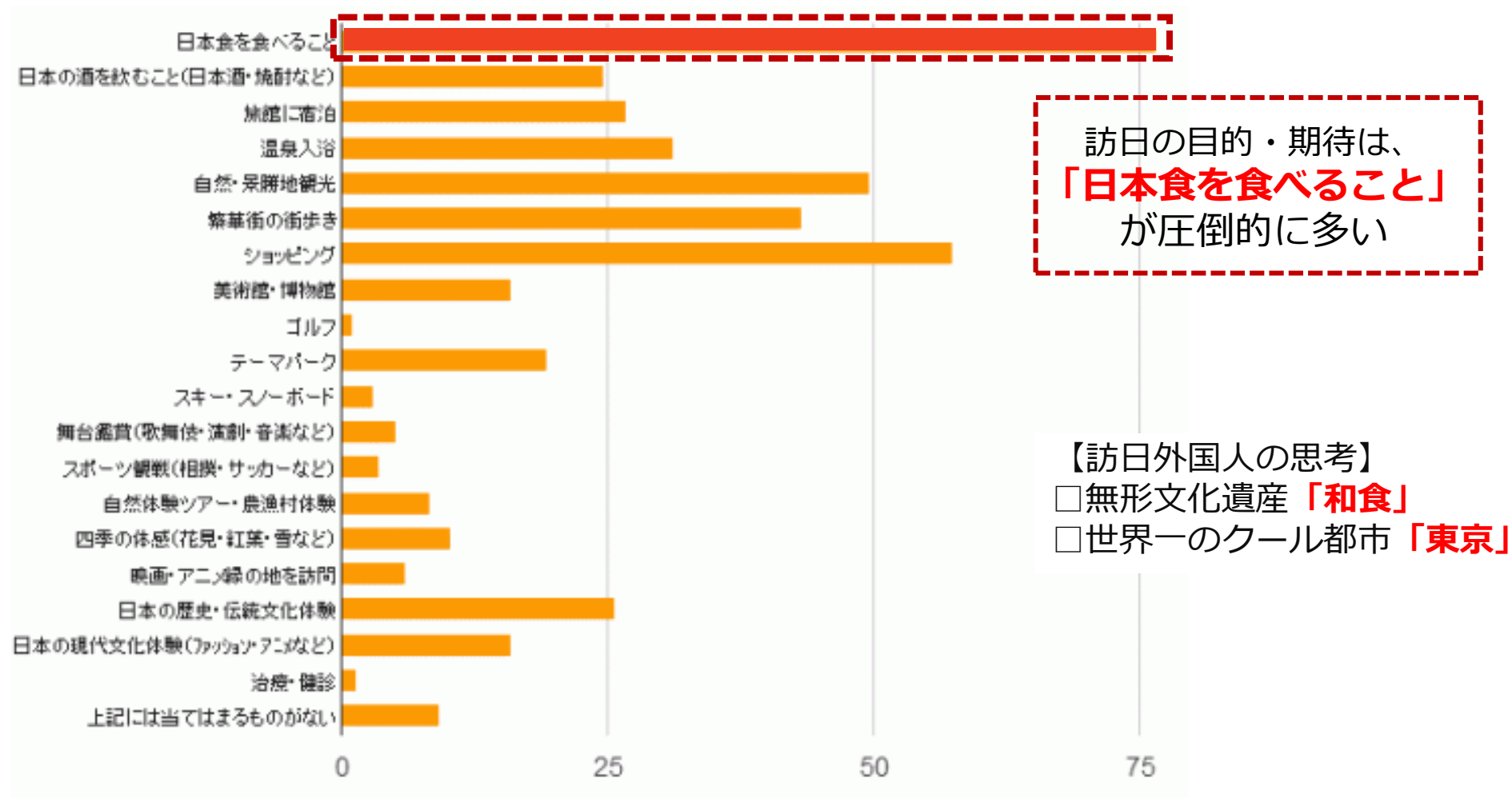
最近は、このその他の中の
国々がとても急増してきています。
(例えば、ベトナム・マレーシア・シンガポールなど)

【日本政府の取り組み】

- ☐ ビザの発給緩和
- ☐ 免税制度の拡充

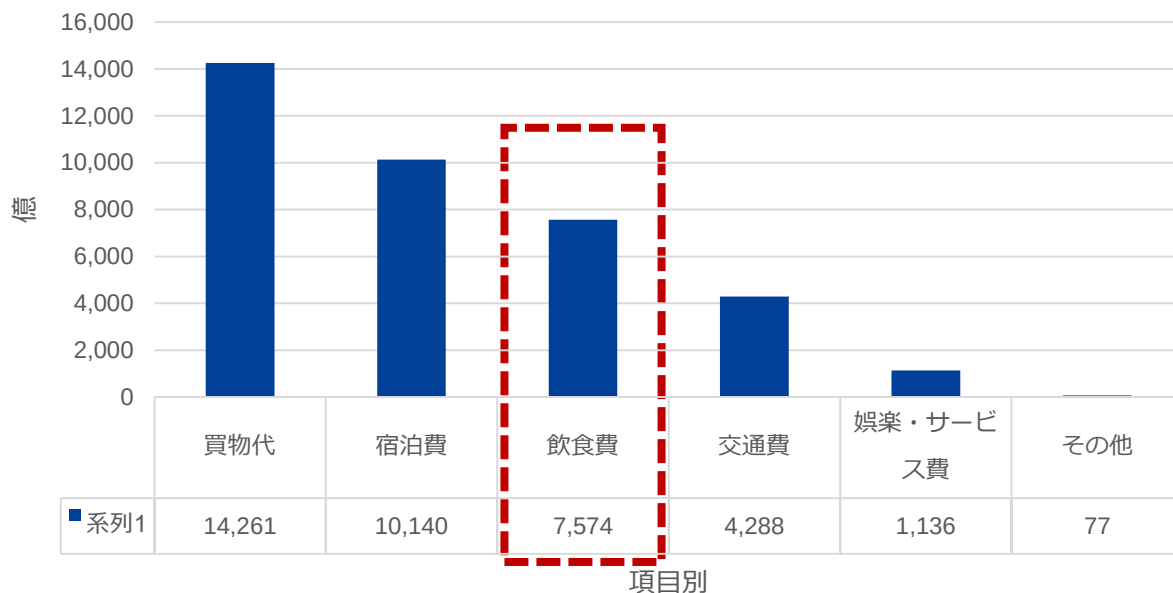
出典：日本政府観光局（JNTO）

訪日外国人旅行者の目的（訪問前・複数回答）

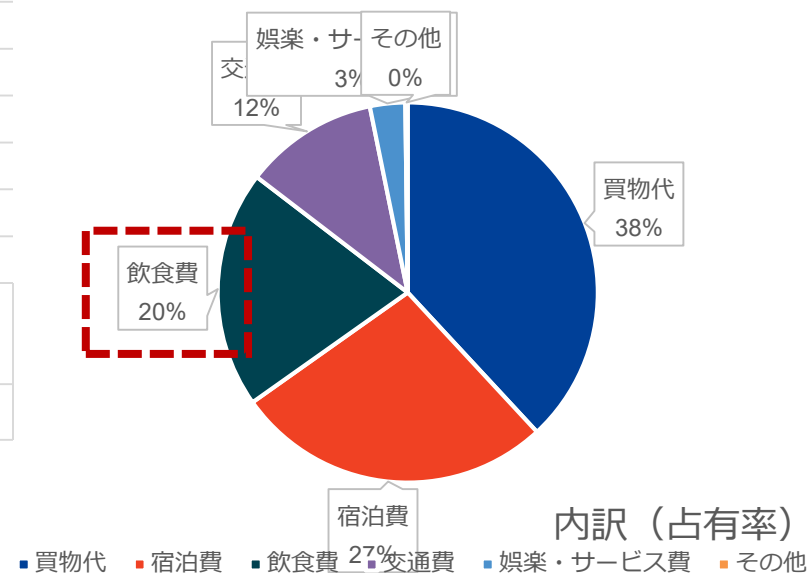


出典：日本政府観光局（JNTO）

2016年（平成28年）の訪日外国人の旅行消費額の内訳



出典：日本政府観光局（JNTO）

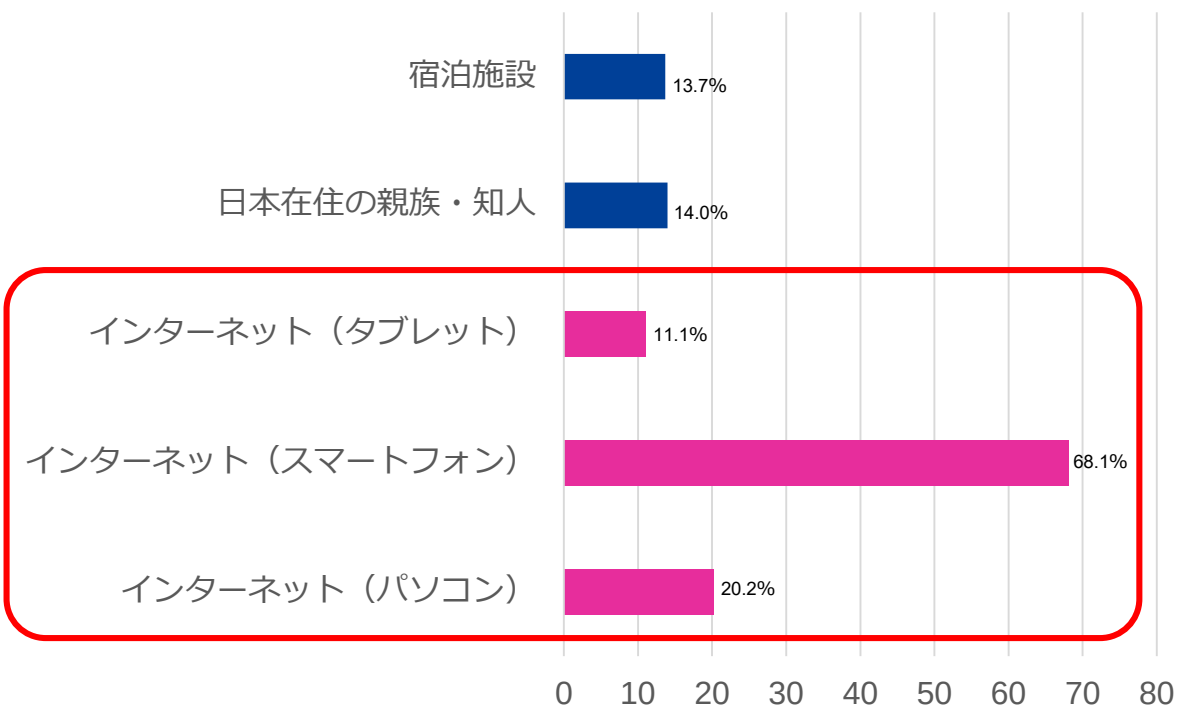


飲食代はショッピング、宿泊費に次いで3位。
→「日本の食」への関心が高まっています。

割合で見ても約20%と
市場の中で占める割合は大きい。

2017年推計は、8,800億円。訪日外国人によりもたらされる外食の市場は**1兆円**を超す日も近い。

情報収集のツール



【出典「訪日外国人消費動向調査結果及び分析 平成 28 年 年次報告書」観光庁】

65% …個人旅行の割合

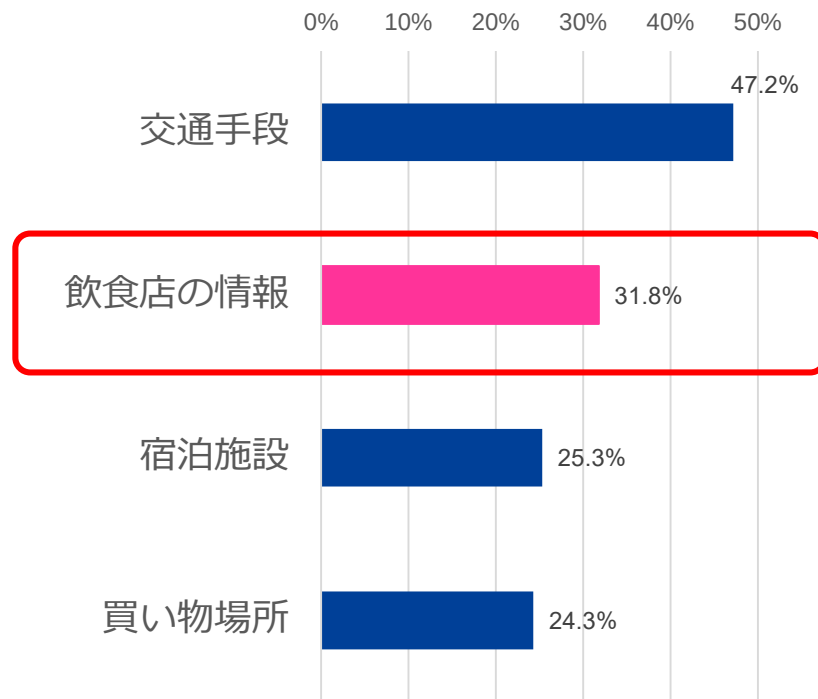
訪日客はパックスツアーが多い印象だが、
空券と宿を個人で手配する**個人旅行が大多数**。
自由に**街を散策**して、
自分の選んだものを食べて楽しむ。

32,600円/人 …滞在中の飲食費の平均

日本滞在中に得た旅行情報源で、役に立ったもの(複数回答) ほぼすべての訪日客が、旅行前も滞在中も、インターネットで情報を得ている。

日本滞在中に欲しかった情報

(複数回答)



観光地でも英語情報が充実している飲食店はまだまだ少ない。

メニューや注文方法、食べ方がわからなくて躊躇してしまう方も多い。

外国人ならではの要望

1. お通し
(お通しはいらない。お通し代を払わない。)
2. 食べられないもの
(宗教上のもの・ベジタリアン)
3. 個別払い
(個別の支払が多い・個別の領収書発行)
4. 取り扱いの無いものの注文
(違う業種の料理や取扱のない食材を言われる)

出典：観光庁 訪日外国人消費動向調査（平成28年）
JNTO 訪日外客訪問地調査

日本滞在中に、「どんなことに不満を感じたのか？」を聞いてみた。

日本滞在中の訪日外国人に、上記質問をしてみると**接客サービスに関する回答**が少なくありません。

「無視されていると感じた」「声をかけてもらえなかった」「食べ方を教えてくれなかった」など、接客の店舗スタッフに向けられた不満が多数見受けられます。

店舗スタッフは日本人ばかりを相手にしてきたため、往々にして外国人観光客に慣れていません。ましてや日本人は引っ込み思案で、英語をはじめとする外国語も苦手意識を抱く方が多いように思われます。

そうした店舗スタッフには、**語学の面とおもてなしの意識面の、両方の向上が求められます。**

外国人観光客の具体的な受け入れ施策については後ほどお話ししますが、売り上げアップのためにも、外国人観光客が現在抱いている不満を取り除くことは急務と言えます。

受け入れ体制の施策

【最低限対応したいこと】

言語（英語）

Wi-Fi

メニュー表示

決済



【ぜひ対応したいこと】

SNS投稿

- ・料理を撮る
- ・グループを撮る
- ・店名も入れる
- ・積極的に促す

コト（体験）

- ・和食（料理）体験
- ・国際的なイベント
- ・利き酒会、和服

動画
(YouTube)

- ・お店の紹介動画
(料理・店舗)
- ・外国人の食レポ

■ 訪日外国人に対する受け入れ体制の整備で以下のような施策が考えられます。

1. 自動翻訳機の活用

POCKETALK

(通訳機) を使って、
ストレスのない接客対
応をしましょう！

※リーフレット参照

2. 外国語メニュー

めにゅう翻訳

メニューを外国語で
表記し、写真も添えて
わかりやすくする

※リーフレット参照

3. 接客英会話研修

AI English Academy

飲食店の各業態に適応
したフレーズ集を盛り
込んで集合研修を行う

※リーフレット参照

4. 掲示物

商品名やその説明を
外国語にして、POP
やポスターなどで掲
示する

5. 指さし会話集

内容を表すイラスト
とその国の言語を指
さしして接客できる
シートや小冊子

POCKETALKで解決

CONFIDENTIAL

手のひらサイズの双方向通訳デバイス
話しかけるだけで瞬時に自然な表現で翻訳します



サラダを一品頼みたい
のですが、オススメは
どれですか？



じゃあそれとサーロイ
ンステーキを二つお願
いします。



I recommend this. It
tastes really good.



Would you like to
share the salad?

※開発中の画面ですので、実際の製品とは異なる場合があります

ようこそいらっしゃいませ！
Welcome!

何名様でしょうか？
How many people?

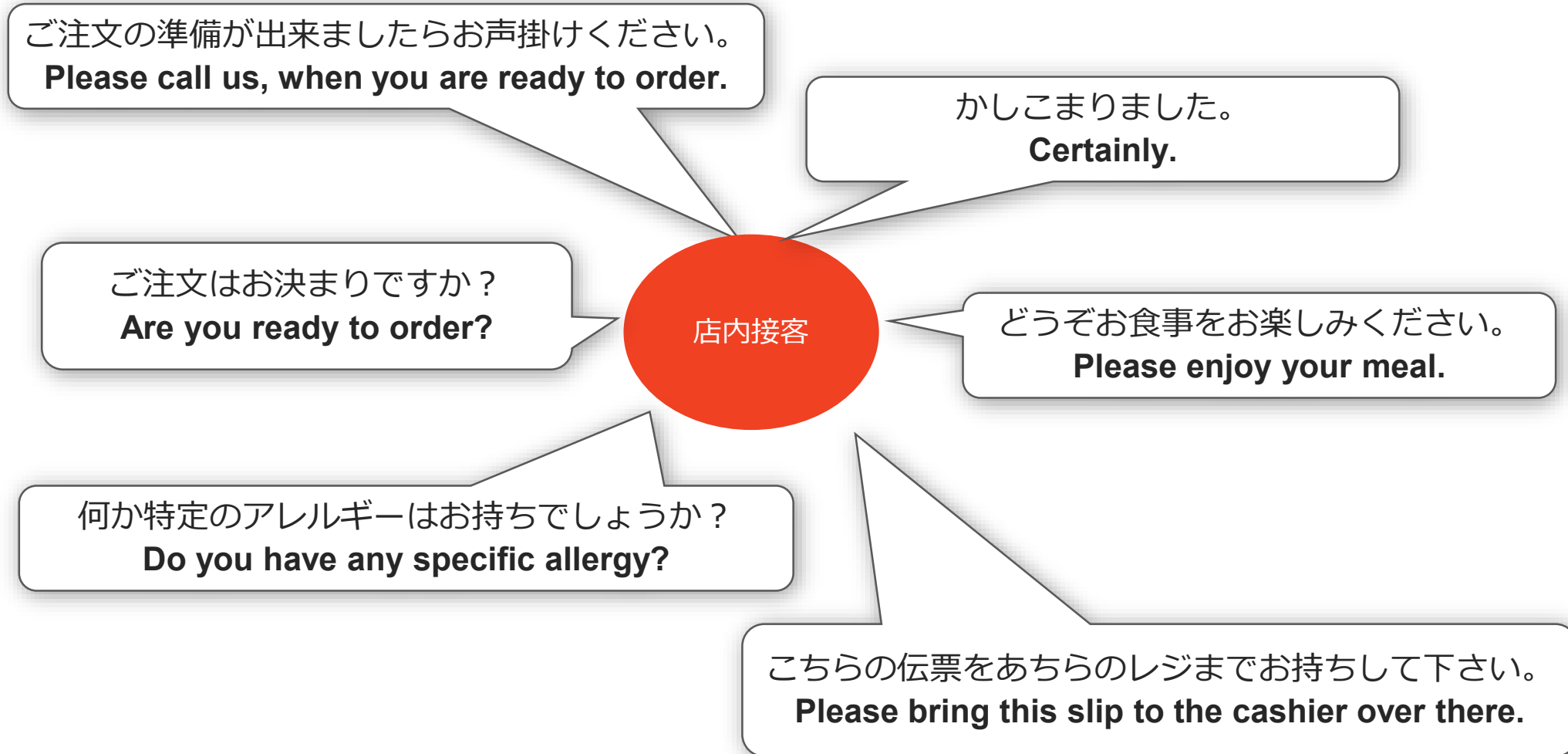
ご予約はいただいていますか？
Do you have a reservation?

来店
(お出迎え)

喫煙席と禁煙席のどちらをご希望ですか？
**Would you like a Non-smoking or
a Smoking seat?**

こちらがあなたのお席です。
Here is your seat.

只今満席です。よろしければお待ちください。
We are full now, Please wait.



開店／LO／閉店

別々にお支払いしますか？
Would you like to pay separately?

ラストオーダーは〇〇:〇〇になります。
Last order is 〇〇:〇〇.

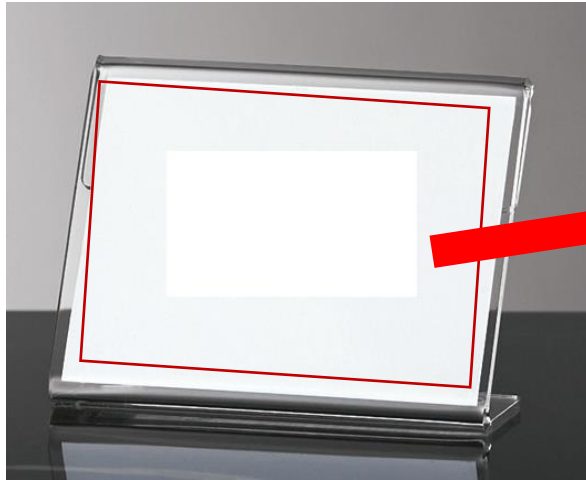
閉店は〇〇:〇〇になります。
We close at 〇〇:〇〇

申し訳ありませんが、クレジットカードは
受け付けておりません。
**I'm sorry but we don't accept
any credit cards, right now.**

当店のおすすめはこれです。
This is our recommendation.

お会計は（1,380円）でございます。
Your bill is 1,380 yen.

下のようなスタンドをテーブルに置く。



裏面は中国語の案内か、
外国人向けおすすめ商品の案内

【表示例】

※デザイン前です

English Menu is here.

Please scan the QR Code and
access by smart phone.



～How to order～

- ① Please choose the menu.
- ② Please choose the quantity.
- ③ Please check it.
- ④ You show the staff a screen.

Copyright© All rights Reserved.

最低でも全メニューや店舗システムの説明を英語翻訳
または中国語翻訳することが**インバウンド対策の第一歩**

特に店舗システム説明は
プロの翻訳家に頼まなければ
思わぬトラブルに発展する可能性があります。



例えば...

無料翻訳サービスを利用して作成された焼肉店の食べ放題メニューの英語説明では、「まず初めに焼肉が来ます。」→At first the grilled meat platter will come.
となっており、Grilled meat=「すでに焼かれたお肉」と誤表記があった。

実際には、A platter of meat will be served first. のような表記が正しい。

外食店舗の従業員様向けの英会話研修を、
貴社用に**オーダーメイドされたカリキュラム**で実施して、
訪日外国人への接客時の不安を解消させます。

ただいま喫煙席のみのご案内となりますが、
よろしいでしょうか？

ご注文はお決まりでしょうか？

セットにするとお得ですよ

こちらのお皿をお下げしても
よろしいでしょうか？



何と言え方がいいか知っているだけでも、
接客時に大きな違い（＝客単価アップ＝売り上げアップ）を生みます。

【銀座ルノアール 全店】

毎週水曜日の午後に全店（全業態）の店長向けに行っている。
現在2年目の実施で、本部からとても高評価をいただいている。

【伊勢丹会館 ビル全体のテナント向け】

全店子の店舗アルバイト含めて2か月間で集中指導した。
外国人向けの小冊子の翻訳も手掛ける。

【焼肉 上野 太昌園 3店舗】

全従業員に向けたトライアルレッスンを行った。
厨房の人は少し興味が少なかった。

【300Bar】

バーテンダー向けにトライアルレッスンを行った。

【コメール 10店舗】

和食ダイニングレストラン向けにレッスンを提供。

【ハングリータイガー 横浜店】

ハンバーグの焼き加減等の業態のニーズに合わせ実施。

（敬称略）



農林水産省が発行している、インバウンド対応ガイドブックです。
店内におけるコミュニケーションで大切なものは何か等、参考になる項目が多数ありますので、是非ご覧になってみてください。



もくじ

はじめに	P. 2
第1章 インバウンド対応とは	P. 3
●1-1 日本のインバウンド対応と現状	訪日外国人観光客の推移とインバウンド対応の必要 P. 4
	インバウンドの地方への波及 P. 5
●1-1 日本のインバウンド対応と現状	インバウンドの国別割合 P. 6
	主な訪問国の休日・祝日 P. 7
●1-2 外国人の多様性を知る	外国人の多様性／言語について P. 8
	食文化・食週刊について P. 9
●1-3 食文化・食習慣について(ムスリム編)	ムスリムとは／イスラームとは P.10
	食について P.11
●1-4 訪日外国人観光客の期待を知る	訪日外国人観光客が日本に期待していること／期待と満足度のギャップ P.12
	訪日外国人観光客のニーズと不満 P.13
コラム① 日本の常識＝世界の常識PART1	P.14
第2章 インバウンド対応実践編	P.15
●2-1 訪問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 P.16
	訪日外国人観光客の飲食に関する行動フローについて P.17
●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 P.18
	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 P.19
コラム② 総合情報サイトの新たな訪日外国人サービス	P.20
●2-2 情報提供編	訪日外国人観光客が目にする情報提供ポイント P.22
●2-3 店内コミュニケーション編	訪日外国人観光客に向けた仕掛けづくり P.24
	訪日外国人観光客が興味を示すイベント P.25
●2-3 店内コミュニケーション編	コミュニケーションの重要性 P.26
	ベジタリアンとアレルギー P.27
●2-4 多言語対応ツール編	訪日外国人観光客のための飲食店用ツール P.28
	本施策のポイント P.29
●2-4 多言語対応ツール編	ウェブ簡単ステップで多言語メニュー作成 P.30
	本施策のポイント P.31
●2-5 地域連携編	金沢・柿木島商店街の取り組み P.32
●2-6 ムスリム対応編	ホテル日航熊本での取り組み P.34
	京懐石 美濃吉の取り組み P.35
●2-6 ムスリム対応編	株式会社フランリンクスの取り組み P.36
	日光軒の取り組み／炭やき屋の取り組み P.37
コラム③ SNSなどを活用した情報拡散による集客促進効果	P.38
コラム④ 日本の常識＝世界の常識PART2	P.40
第3章 付録	P.41
●3-1 インバウンド対応声掛け会話集	お出迎え P.42
	オーダー P.43
●3-1 インバウンド対応声掛け会話集	その他サービス P.44
	お会計、お見送り P.45
●3-1 インバウンド対応声掛け会話集	その他 P.46
●3-1 インバウンド対応声掛け会話集	その他 P.48

訪日外国人に対する集客について

■ 下記のような媒体を活用して訪日外国人の集客を図ります。

1. Webメディア

**Googleマップ対応
インバウンド用ロー
カルSEO (MEO)**

※リーフレット参照

クチコミサイト
(tripadvisor、yelp、
Meet up)

SNS
(facebook、twitter、
youtube、instagram
、ウェイボー)
インバウンドメディア

2. 自社Webサイト

外国語翻訳
Webサイト

3. 店頭で

外国語POP
ポスター
外国語対応表示

4. 紙面媒体活用

冊子掲載などで 自
社の魅力を 積極的
にアピール

5. 団体誘致

ツアー会社へ 積極
的に売り込み 団体
客を誘致

グーグル検索の上位に地図表示させることで集客を図ります



The 10 Best Shinjuku Restaurants 2018 - TripAdvisor
https://www.tripadvisor.com/Restaurants-g106644-Shinjuku_Tokyo.html
 Reserve a table for the best dining in Shinjuku, Tokyo on TripAdvisor: See 75088 reviews of 9705 Shinjuku restaurants and search by cuisine, price, location, and more... Browse Shinjuku by Food
 See all: Sushi (845), Coffee (27), Bar (20), Nabezo, Shinjuku

MEO対策を施すことで
特定ワードで検索時に
お店がMAP表示されます

10 Sensation
<https://www.sensation.jp/>
 you're visiting Tokyo. Arrive at night, and you'll feel like an alien (or perhaps a replicant?) amidst all the neon in the...
 dinner-like atmosphere.

外国人はこのようなキーワードで検索してきます

英語

新宿 レストラン

shinjuku restaurant

渋谷 お好み焼き

shibuya okonomiyaki

東京 焼き肉

tokyo yakiniku

原宿 カフェ

harajuku cafe

中国語

新宿 料理

新宿美食

銀座 喫茶店

銀座咖啡厅

韓国語

六本木 グルメ

롯데기 맛집

新宿 寿司

신주쿠 초밥집



◆Tripadvisor



世界最大の旅行クチコミサイト

月間ユニークユーザー3億1500万人以上、クチコミ数1億9000万件以上
世界45か国で展開。

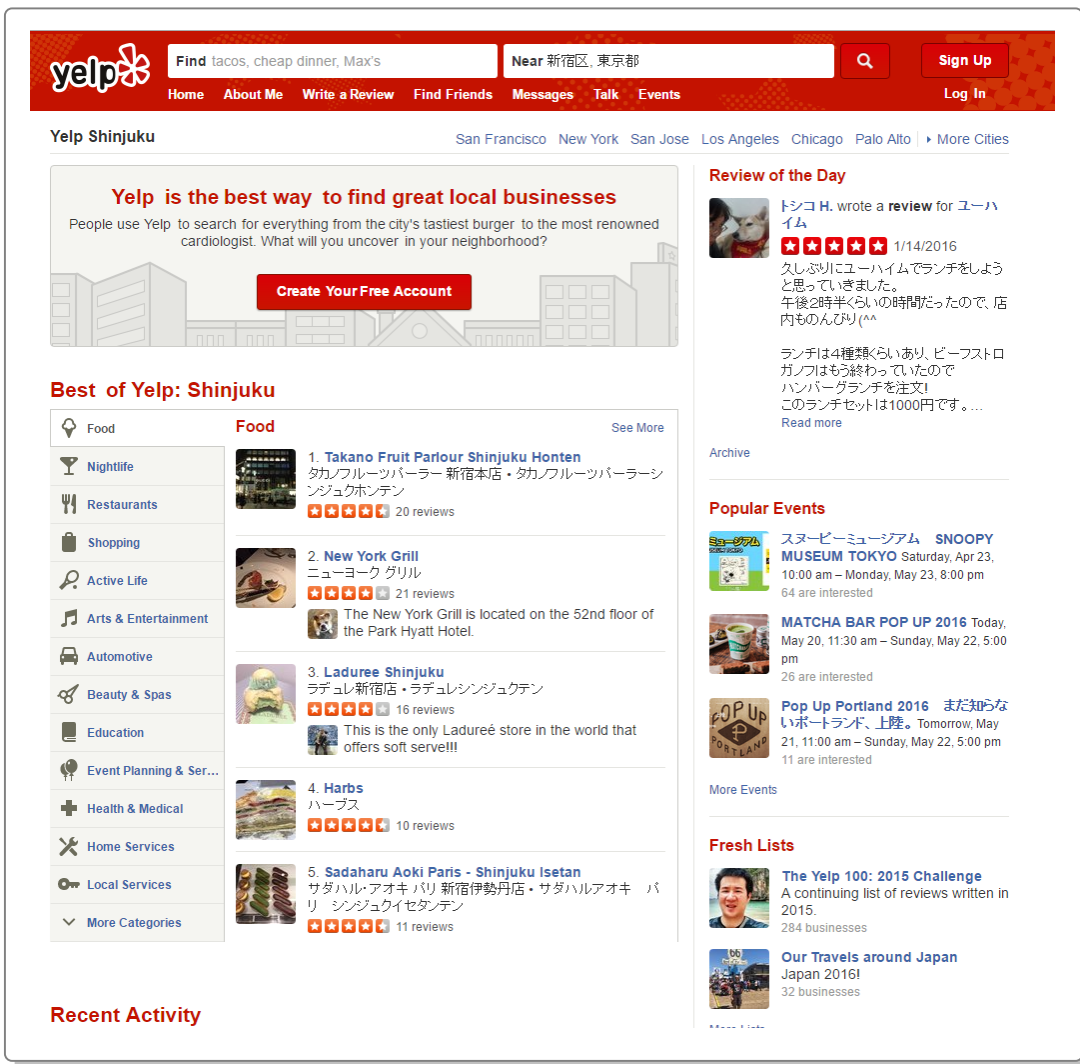
観光スポットやホテル、レストランなどのカテゴリー別にクチコミを投稿するクチコミはトリップアドバイザーのチェックを経て掲載される。

日本のレストランの掲載件数：39万店



※ステッカー、QRコードで口コミを促す

◆Yelp



The screenshot shows the Yelp website for the Shinjuku area. At the top, there's a search bar with the text "Find tacos, cheap dinner, Max's" and a location dropdown set to "Near 新宿区, 東京都". Navigation links include Home, About Me, Write a Review, Find Friends, Messages, Talk, Events, Sign Up, and Log In. Below the header, a banner reads "Yelp is the best way to find great local businesses" with a "Create Your Free Account" button. The main content area is titled "Best of Yelp: Shinjuku" and lists various categories like Food, Nightlife, Restaurants, Shopping, Active Life, Arts & Entertainment, Automotive, Beauty & Spas, Education, Event Planning & Ser..., Health & Medical, Home Services, and Local Services. A "Recent Activity" section is at the bottom left. On the right, there's a "Review of the Day" for "トシコ H." and a "Popular Events" section listing events like "SNOOPY MUSEUM TOKYO" and "MATCHA BAR POP UP 2016".

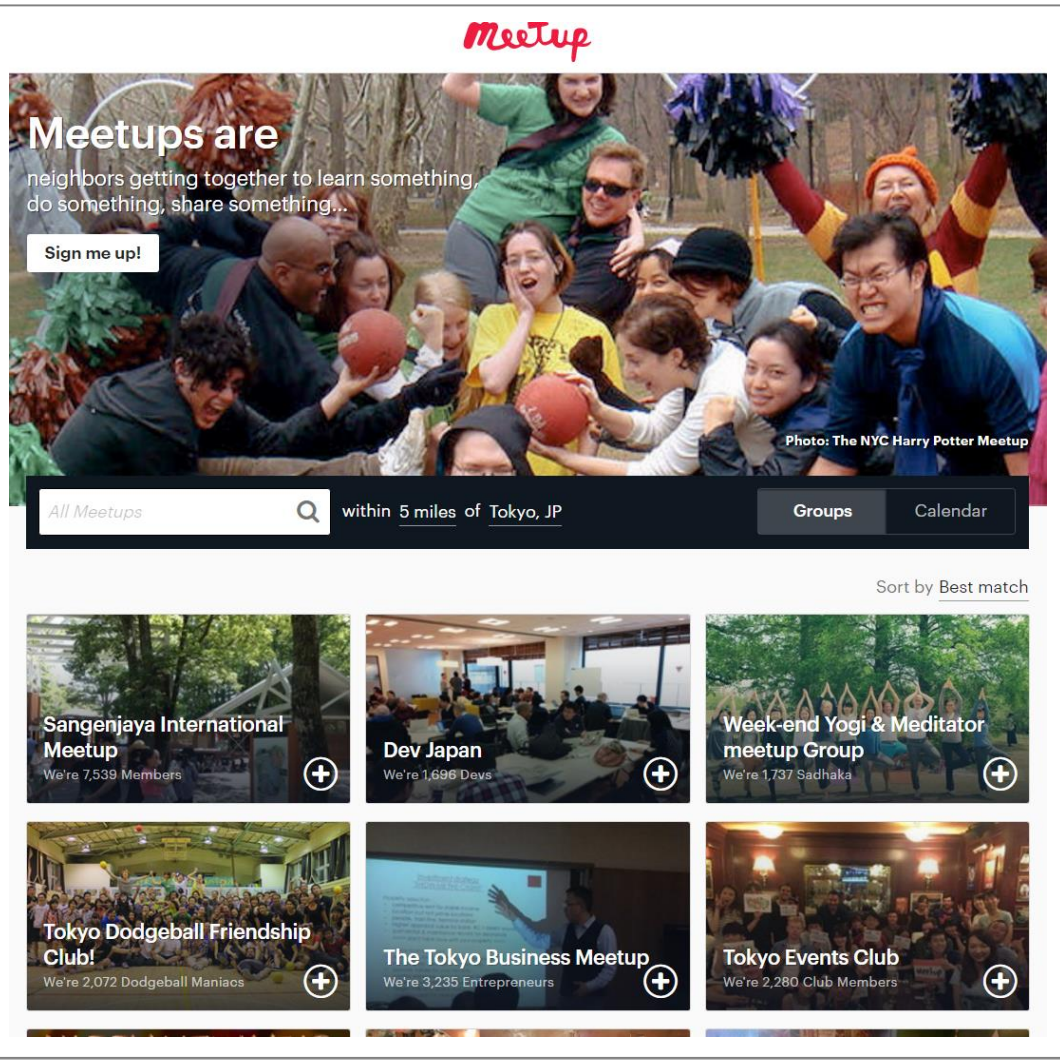
アメリカで人気のクチコミ情報サイト
2004年にサービス開始。

サイト訪問者月間約1億3900万人(2014年)
わかりやすいページレイアウトと操作性で、
多くのユーザーから支持を得る。

**飲食店や小売店、ホテル、
ガソリンスタンドなど、住所のある場所なら
何でもレビューできる。**



◆Meet up



世界約180カ国で2,300万人以上が利用している世界最大級のローカルコミュニティ・交流プラットフォーム。

2002年にサービス開始。

同サイト上で位置情報と興味・関心あるトピックを入力することで、自分と同じ興味を持つ仲間とオフラインでリアルに出会うことを容易にするプラットフォームサービス。

パーティなどのリアルなコミュニティが現在21万件以上存在し、新しいつながり、新しいコミュニティ、新しい機会が生み出されるサービスとして注目を集めている。

※コト（体験）につながるようなイベントを掲載し、お店の認知を上げる



訪日外国人の関心は「モノ」→「コト」へ

中国人に代表される「爆買い」は陰りを見せ、変わりに「体験」することへの関心が高まっています。

「寿司を握りたい」「ラーメンを作りたい」「和食を作りたい」「日本の作法を学びたい」

これらは日本を愛する外国人の要望例です。そのため、後述するサイト等で体験会のような企画をし、集客することで、自店舗の味や魅力を知って貰う事に繋がれば、自店舗の強力なファンが出来て行きます。

■ SNSは旅行情報やグルメ情報に適していると言えます。

1.Facebook

世界最大級のSNSで、ユーザー数は12億8000万人
実名登録制で、個人情報の登録も必要。
いいね、コメント、シェアで友達と交流

2.Twitter

140文字以内のツイートと称される短文を投稿する
ユーザー数は2億4100万人
ハッシュタグ・リツイートによる高い拡散力

3.YouTube

世界最大の動画共有ポータルサイト
毎月10億人以上のユニークユーザーがアクセス
総再生時間の約40%がモバイル端末から

4.Instagram

画像共有アプリケーション
Facebook、twitterなどほかのSNSでも共有できる
フィルターや画像調整機能で簡単に素敵な写真を作れる

5.ウェイボー

中国のミニブログ
facebookとtwitterが禁止されている中国で最も人気のあるサイトのひとつ

6.WeChat

中国のLINE
11億人が利用するメッセージングアプリ
中国におけるスマートフォン利用者の約9割がインストール

宿泊施設・飲食店・免税店等のインバウンド対応を支援します！ ーインバウンド対応力強化支援補助金ー

1 補助対象事業者

○都内の民間宿泊施設

○都内の飲食店（※）・免税店（中小企業者のみ）

○外国人旅行者の受入対応に取り組む中小企業団体・グループ

（※東京都が実施する「EAT東京」（多言語メニュー作成支援ウェブサイト）の「外国語メニューがある飲食店検索サイト」に掲載されている店舗）

2 補助対象事業 インバウンド対応力強化のために新たに実施する事業

- ・ **多言語対応（施設・店舗の案内表示・室内・店内設備の利用案内・ホームページ・パンフレット等の多言語化、多言語対応タブレット導入等）**
- ・ **無線LAN環境の整備**
- ・ **トイレの洋式化**
- ・ **クレジットカードや電子マネー等の決済機器の導入**
- ・ **客室の和洋室化、テレビの国際放送設備の整備（宿泊施設のみ）**
- ・ **免税手続きに係るシステム機器の導入（免税店のみ）**
- ・ **外国人旅行者の受入対応に係る人材育成**

3 補助額

補助対象経費の2分の1以内

○宿泊施設・飲食店・免税店向け

1施設／店舗あたり300万円を限度

（※無線LAN環境の整備は、1か所あたり15,000円以内、宿泊施設は1施設あたり最大50か所、飲食店・免税店は1店舗あたり最大10か所とします。）

○団体・グループ向け

共同で実施する多言語化・人材育成について、1団体／グループあたり500万円を限度

4 募集期間

平成30年4月2日（月曜日）から**平成31年3月29日（金曜日）まで**

※ 郵送の場合、当日消印有効です。

※ 補助金申請額が予算額に達した時点で受付を終了します。受付終了の場合は、東京観光財団ホームページにてお知らせいたします。

5 備考

公益財団法人東京観光財団

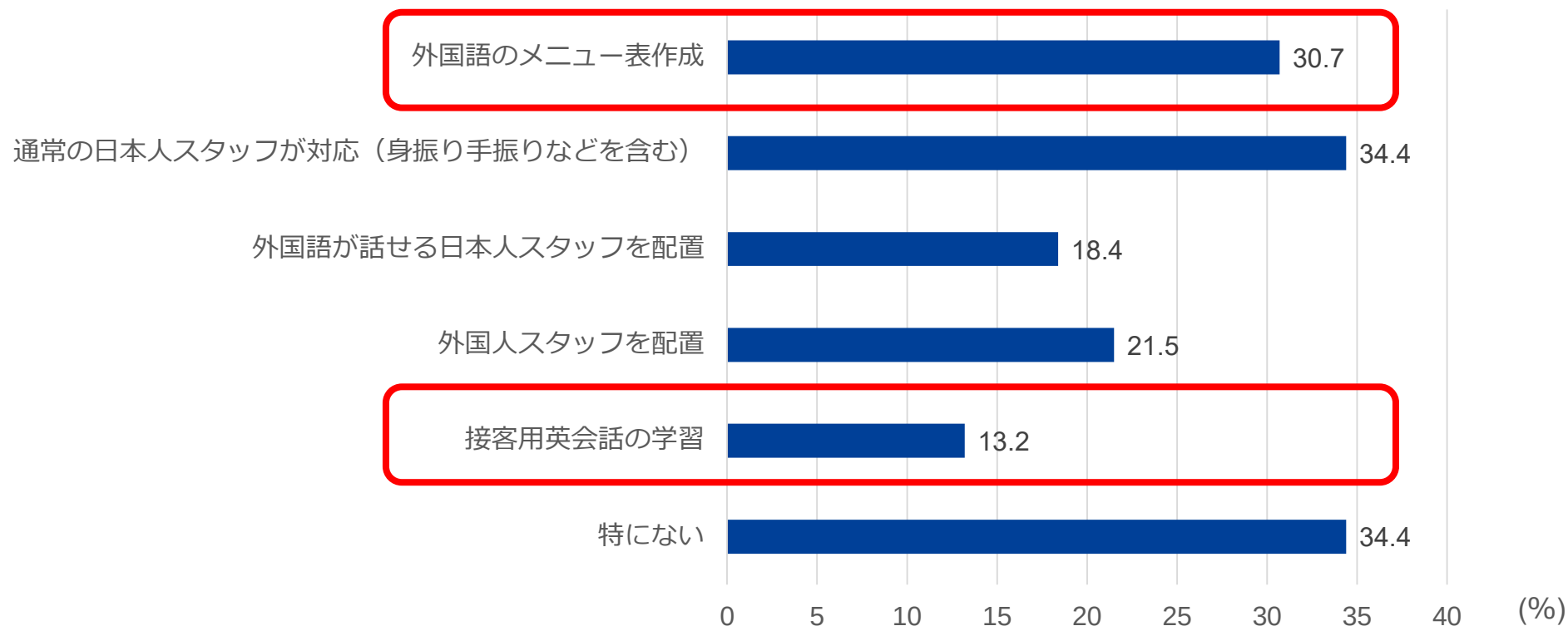
URL：<http://tcvb.or.jp/jp/project/infra/welcome-foreigner.html>

以上、ご清聴ありがとうございました。



アイソフト株式会社 [Ai-SOFT Inc.]
代表取締役 相川 賢一（アイカワ ケンイチ）
Facebook→<http://www.facebook.com/aikawakenichi>
E-mail : aikawa@ai-soft.co.jp
〒160-0022 東京都新宿区新宿5-17-6 花園ビルB1F
TEL : 03-6205-6502 FAX : 03-6205-6505
携帯 : 090-3902-2941

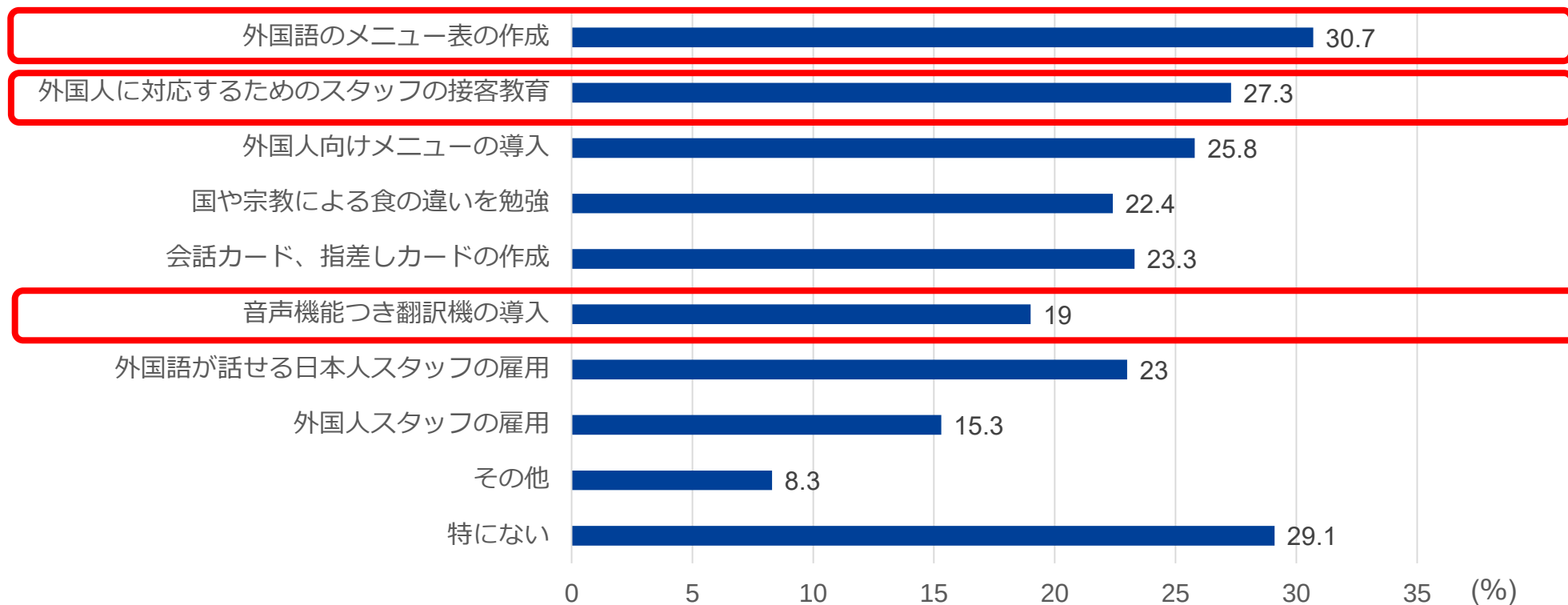
■ 外国人客が来店した時の外国語での接客対応



外国語のメニュー作成ですら30%にとどまる

参照：ぐるなび（複数回答）

■ 今後用意、またはより充実させたいものなどがありますか？



7 割以上のお店が、何らかの対策が必要と実感

参照：ぐるなび（複数回答）