

外国語が話せなくてもできるインバウンド対応!

# 外国人客

飲食店編

# おもてなし ガイドブック



日本政策金融公庫  
国民生活事業

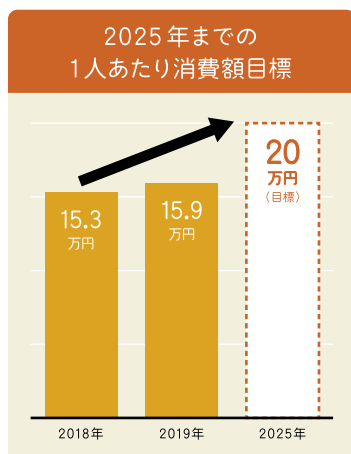
# 今こそ始めてみよう インバウンド対応



外国から日本を訪れる外国人観光客が増えています。外国人観光客が日本旅行でもっとも期待していることが「食」。日本は食のレベルが高いと、楽しみに来日しています。一人ひとりのお客さまに満足していただくには、どのようにおもてなしするのがよいのでしょうか。そのヒントを、本ガイドブックでお伝えしていきます。

# 1人あたり消費額を20万円へ！ これから増えるインバウンド消費

政府は、2025年までに訪日外国人観光客の消費額を「1人あたり20万円」とする目標を掲げ、旅行消費額の増加や滞在期間延長に向けた整備を進めています。具体的には、モノ消費のほか、コト消費といった日本での体験情報の発信を始めとする、戦略的なプロモーションにより、「量」から「質」への転換や地方誘客の促進を目指しています。日本が持つ外国人観光客を呼び込む高いポテンシャルに、国の後押しが加わることで、今後のインバウンド消費のさらなる伸びが期待されます。



出典:観光庁

## 日本は世界の人々が憧れる“グルメ大国”

外国人観光客が日本旅行で、もっとも期待していることが「食」です。「和食」はユネスコの無形文化遺産に登録されており、今や世界中でブームとなっていますが、外国人観光客が楽しみにしているのは、和食だけに限りません。ラーメンやB級グルメ、焼き鳥などの居酒屋メニューも大人気。イタリア料理、フランス料理、タイ料理といったエスニック料理にいたるまで、あらゆるジャンルで高いクオリティの「食」が味わえるグルメ大国・日本を楽しみに来日するのです。

訪日前にもっとも期待していたこと

1位 日本食を食べること

2位 自然・景勝地観光

3位 ショッピング

4位 温泉入浴

5位 日本の歴史・伝統文化体験

出典:観光庁「訪日外国人の消費動向」2022年

# 一番大切なのは 「おもてなしの心」



「美味しいものを食べて、飲んで、楽しむ」。お店を訪れるお客さまの目的は、外国人でも日本人でも同じです。外国の方が日本に来て「感激した」とよく口にするのが、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。日本人が自然と行う「笑顔で丁寧な接客」は世界から高く評価されています。「お客さまにうちの店で楽しんでもらいたい！」という前向きな気持ちが大切。たとえ言葉は通じなくとも、まっすぐな笑顔で思いやりを持って接客することが一番です。

こんな準備をしよう①

## 写真メニューでわかりやすく


▶メニューに料理の写真を載せておくと、外国人のお客さまは食べたい料理を自分で選ぶことができます。またメニューを店頭にも掲示しておくと、お店に入りやすくなります。

番号を振ると間違えにくい

料理写真があると注文しやすい

翻訳アプリを使い料理内容を英語表現に翻訳

価格はどの国の人からも理解しやすい数字で

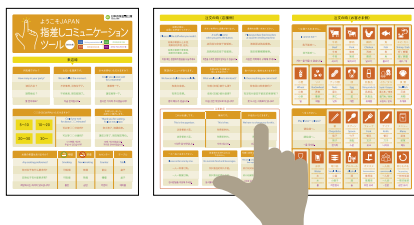


こんな準備をしよう②

## 指差しツールでコミュニケーション

▶外国人のお客さまが来店した際に、伝えたい内容が多言語で掲載された指差しツールを利用すると、スムーズなコミュニケーションが可能になります。

指差しコミュニケーションツールをご利用ください



こんな準備をしよう③

## 店頭にも歓迎の気持ちを

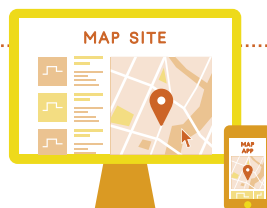
▶店頭で外国語で歓迎の気持ちを表示しておくと入店しやすくなります。また外国語メニューの用意、カード利用可・不可なども表示しておくと親切です。



こんな準備をしよう④

## 存在を知ってもらおう

▶外国人のお客さまにお店の存在を知ってもらうために、インターネットを活用しましょう。Google マップ内に、お店の基本情報や紹介文、写真などを掲載できる Google ビジネスプロフィールや、リアルタイムで情報発信できる SNS の活用がおすすめです。



# さあやってみよう! 笑顔とアイコンタクトで「おもてなし」

外国人のお客さまへのおもてなしの基本は、笑顔での心くばり。

日本人のお客さまへの接客と同じです。

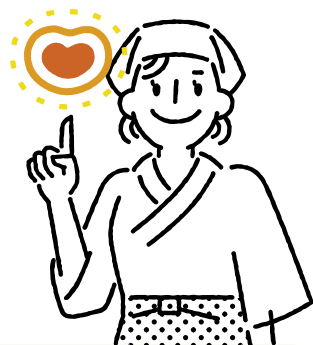
もう一つ、心がけたいのはアイコンタクト。

外国人のお客さまはアイコンタクトに慣れていません。

日本の文化である、目線を落として深くお辞儀をして

顔を上げた時に目を合わせてニコリ。

笑顔のおもてなしは、外国人のお客さまの心に残るでしょう。



来店

1

## 笑顔で目を見て「いらっしゃいませ」

外国人のお客さまへの接客も日本人をお迎えする時と同じく、笑顔が大切。

困った顔や差別的な視線をお客さまは感じとります。

2

## 指差しツール + 身振りで明るく対応

言葉が通じない時は、便利な指差しツールを使いながら、

身振り手振りで明るく対応。

一生懸命対応しようとする気持ちは伝わります。

指差しコミュニケーション  
ツールが便利

案内

3

## アイコンタクトをしながら、相席は避けて案内

アイコンタクトをしながら席へご案内すると、「あなたを気にかけています」と

いう気持ちが伝わり喜ばれます。外国人のお客さまは相席に慣れていません。

できるだけ避けるようにしましょう。

4

## みんなが大好き、日本の“OSHIBORI”<sup>オシボリ</sup>

冬には温かく、夏には冷えたおしぼりは、まさに日本流おもてなしを象徴するものの一つ。ただし、素手で渡されるのを好まない人もいるので、袋入りで提供の方がいいでしょう。

オーダー

5

## 食べられないものをオーダー時にしっかり確認

宗教、文化の違い、アレルギーなどで「食べられないもの」「食べてはいけないもの」があります。食材のイラスト入りの指差しツールなどで、食べられないものを確実に把握しましょう。お酒のオーダーは、瓶やボトルを実際に見てもらいながらオーダーを受けるといいでしょう。中華圏のお客さまの中には、冷たすぎるビールを好まない方もいます。

指差しコミュニケーションツールが便利

食事中

6

## お客さまが不便を感じていないか、目配り・心配り

お客さまの立場に立って、目配り、心配りをします。お箸に慣れていない外国のお客さまにフォークやスプーン、ナイフ(欧米)、レンゲ(中華圏)をお持ちすると喜ばれます。

指差しコミュニケーションツールが便利

退店

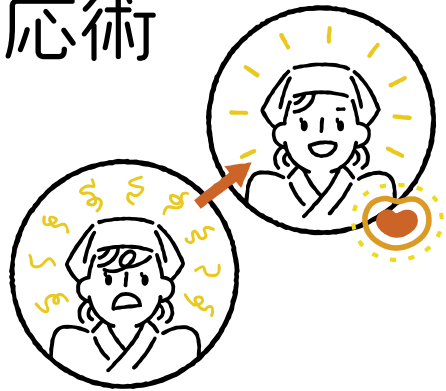
7

## アイコンタクトと笑顔で伝える「ありがとう」

心を込め、目を見ながらお伝えする「ありがとうございました」「さようなら」。たとえ日本語であっても、温かい気持ちをお客さまに残すでしょう。

# ホッ 知っておけば安心 トラブル回避・対応術

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」をくみ取ること。  
文化や習慣が違う外国のお客さまとの間には、どのような苦情やトラブルが発生しやすいのか。事前にその対処法を知っておくことで対応もスムーズになります。



## ◆食べ物や飲み物を持ち込む

### ◆グループで一品しか注文しない…

あいまいな笑みや言葉ではなく「対応できること」「対応できないこと」を、明確に伝えることが大切。ただし、メンツを潰さないよう伝え方は配慮を。

指差しコミュニケーションツールが便利

## ◆メニューの写真と出てきた料理が違うとクレーム

添えてある野菜が異なる、料理の量が違うなど、ハッキリとものをいう外国の方からはクレームになる場合があります。「写真とは実際に異なることがありますのでご了承ください」との一文をメニューに載せておきましょう。

指差しコミュニケーションツールが便利

## ◆合計金額が違うと言われた

「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。

指差しコミュニケーションツールが便利

## ◆クレジットカードが使えない

外国では日本よりクレジットカードが頻繁に使われている国があります。クレジットカードが使えると思い、日本円を持たずに来店するお客さまもいます。クレジットカードが使えない場合は、店頭に表示し、オーダーを受ける際も確認しましょう。

指差しコミュニケーションツールが便利



## ◆ 団体客に料理が遅いと怒られた



ツアーの自由時間に来店される団体客のお客さまは、スケジュールに余裕がないため、手早く食事を楽しみたいと思っている場合があります。すぐに提供できる料理をご案内するといいでしょう。

## ◆ トイレの使い方が分からない

和式トイレの使い方、水を流すボタンの位置、使用済みの紙は水と一緒に流すなど、日本人にとっては当たり前のことでも、戸惑われる外国人のお客さまもいらっしゃいます。説明を分かりやすい場所に貼っておくと親切です。

## ◆ ビュッフェで 食べきれないほど取る

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、禁じられているものを食べさせられた！

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。

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な人もいる	●全般 ※出汁などにも注意が必要	●五葷(ごくん)* ニンニク、ニラ、らっきょう、玉ねぎ、アサツキ ●豚、魚由来の調味料、スープ、ゼラチンなど ●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)

一口にベジタリアンと言っても、さまざまな種類があります。代表的な種類を理解しておきましょう。

**ラクト・ベジタリアン** 乳製品を食べる(肉類、魚介類、卵は食べない)

**オボ・ベジタリアン** 卵を食べる(肉類、魚介類、乳製品は食べない)

**ヴィーガン** 一切の動物性食品のほか、ハチミツも食べず、革製品など動物から得られる製品も使わない



# 知っておくと安心

## 各国の食にまつわる豆知識



### 中国

団体客だけでなく、個人客も増加中

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よくないとの考えから、料理やお弁当は温かいものを好む。

無理と思われることでも頼んでみる前向きな姿勢をもっているため、難しいことは丁寧にお断りしながら臨機応変に対応。



### 韓国

20～30代の若い世代を中心にリピーターが多い

食事の際にお酒を飲む方が多く、日本では甲類焼酎とよばれるタイプをストレートで飲むことが多い。冷えたビールも好き。

韓国ではお通し無料が一般的。有料の場合は提供する前に説明を。

健康に良いものに関心が高く、効能を説明すると喜ばれる。



### 台湾

親日家が多く、リピーターも多い。日本文化や流行への関心も高い

食べたい分だけ食べることを好む傾向があるので、「おかわり」や「ビュッフェ」スタイルは人気。鍋料理も好きで真夏でも食べる。

10人に1人はベジタリアン。

食事中の飲み物は冷たい水より温かいお茶かお湯が好まれる。



### 香港

訪日リピーター率No.1。無駄な出費はしないが、気に入るとお金をかける

外食に慣れており美食家が多く、本場で食べる日本食を楽しみに来日。

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。

香港では分煙が徹底されているため、食事中の喫煙を嫌う傾向。



### タイ

日本への関心が高く訪日客増加中。敬虔な仏教徒が多い

食事は冷たいものを好まないが、飲み物は基本的に冷たい水、ビールが主流。

食後に甘いものを食べることが好き。

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。



### 欧米豪

個人旅行と長期滞中で訪日旅行。“日本らしさ”がキーワード

盛り付けが美しく、低カロリーで健康的な日本食への関心が高い。

食事中に水や炭酸飲料、ビールやワインを飲む。日本酒も人気。

ベジタリアンが多いため、ベジタリアン・メニューがあると良い。

「できる」「できない」の意思表示をはっきり伝えることが大切。



## おもてなしプラスワン

# 外国人観光客受け入れの3つのポイント

### 翻訳アプリの活用

外国人観光客とのコミュニケーションが不安なときは、指差しツールと併せて翻訳アプリを活用してみましょう。近年、翻訳アプリの性能は飛躍的に向上しており、英語が話せなくてもスムーズな会話が可能となりました。スマートフォンにアプリをダウンロードすればすぐに使えるので、とても便利です。カメラをかざすだけで翻訳してくれるサービスもあります。

#### 代表的な翻訳アプリ

- ▶ VoiceTra <https://voicetra.nict.go.jp>
- ▶ Google 翻訳 <https://translate.google.co.jp>
- ▶ LINE 通訳 <https://guide.line.me/ja/services/line-interpretation.html>
- ▶ DeepL 翻訳 <https://www.deepl.com/ja/translator>

### キャッシュレス決済

海外では日本以上にキャッシュレス決済が浸透しており、現金でしか支払いができないことを不便に感じている外国人観光客も多いようです。最近では、必要最低限の現金しか持たない外国人観光客も多いため、キャッシュレス決済の導入は集客力アップに効果的です。

#### キャッシュレス決済の利点

- ▶ お店選びのポイントになる
- ▶ 消費額が増える
- ▶ 支払いがスムーズ
- ▶ お釣りの間違いなどの人的ミスが回避できる

### SNS の活用

最近の外国人観光客の多くは、SNSで情報収集をしています。お店側としては、費用をかけることなく、お店の情報をタイムリーに発信できることがSNS活用のメリットです。ハッシュタグを使って、そのテーマに興味のある外国人観光客に向けてダイレクトに情報を届けることもSNSの魅力です。

#### SNS 活用のポイント

- ▶ 写真と一緒に簡単な紹介文を添えるだけでも効果的
- ▶ 外国語で発信する際には、翻訳アプリを活用しよう
- ▶ 定期的な更新が大切



監修：株式会社 やまところ

発行：株式会社 日本政策金融公庫 国民生活事業本部 生活衛生融資部

〒100-0004 東京都千代田区大手町1-9-4 大手町フィナンシャルシティノースタワー

TEL:03-3270-1653 <https://www.jfc.go.jp/>