

# 生活衛生だより

No. 184  
2017 Jan.

インバウンド対応特集 ～インバウンド市場拡大のチャンスをつかむ～

- インバウンド対応に関するアンケート調査結果
- 経営アドバイス：これからのインバウンドは都市から地方、そして地方周遊の時代に
- せいえい三ツ星レポート：インバウンド対応事例



**ゲストハウス蔵**  
簡易宿所／長野県須坂市



**平安楽**  
中華料理店／岐阜県高山市



**ヘア あいであ ルーム DOMO**  
理容業／群馬県前橋市



日本政策金融公庫  
国民生活事業

# 新年の

## ごあいさつ



日本政策金融公庫 常務取締役

生活衛生部門長 岡部 修



平成29年の年頭にあたり、謹んで新年のご挨拶を申し上げます。

昨年を顧みますと、熊本や鳥取での地震をはじめとする災害が多発し、景気に及ぼす影響が懸念された一方、訪日外国人旅行者が過去最高水準に達したことや、企業収益の改善による雇用情勢の改善が見られたことなど、日本経済は緩やかな回復基調が続きました。新たな年は、こうした景気回復の動きが地域に浸透し、生活衛生関係営業の皆様にとってさらなる飛躍の年となることを願うものであります。

生活衛生関係営業は、国民の日常生活に密接に関係したサービスや商品を提供しており、衛生水準の維持向上や国民の日常生活の質の向上において重要な役割を果たしております。

日本政策金融公庫におきましては、生活衛生関係営業の皆様を支援すべく、熊本地震での被災者の方向け融資制度の創設や、訪日外国人旅行者への対応を目的とした資金の貸付利率引き下げなど適時の対策を講じてまいりました。こうした中、生活衛生貸付の今年度上半期の融資実績は、前年に比べ約3割増加しているところであります。

また、生活衛生同業組合や生活衛生営業指導センターと連携した「経営課題解決セミナー」の全国各地での開催や、インバウンド対応・従業員育成等の特徴的な経営取組事例を収集した「生活衛生経営アイデアBOOK」をはじめとした支援ツールの作成など、生活衛生関係営業の皆様の経営課題解決に向けた情報発信を進めてまいりました。

日本政策金融公庫は、今後も身近な金融機関としてより多くの皆様のお役に立てるよう、金融面での積極的な支援に加え、経営課題解決に向けた情報発信を強化していきます。また、様々な機会をとらえて生活衛生同業組合への加入の働きかけを行い、組合の活性化、ひいては業界全体の活性化に向けて取組んでまいります。引き続きご支援を賜りますようお願い申し上げます。

最後になりましたが、本年が皆様方にとりまして、ご発展とご繁栄の年となることを心から祈念いたしました。年頭のご挨拶とさせていただきます。

# インバウンド対応に関するアンケート調査結果

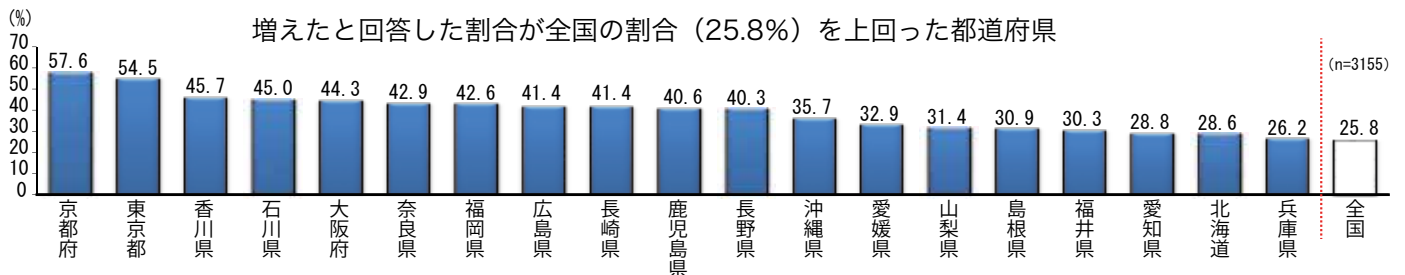
日本政府観光局（JNTO）の調査によると、2016年の訪日外国人観光客数は、10月時点で前年実績の2,000万人を超え過去最高となっており、外国人観光客の受け入れ態勢の整備がこれまでも増して必要となってきています。

今回は、外国人観光客の受け入れを行う事業者の皆様の参考となるよう、インバウンド対応に関するアンケート調査結果、専門家のアドバイス、インバウンド対応に取り組む企業事例などを特集いたしました。

はじめに、当公庫が実施した「生活衛生関係営業の景気動向等調査特別調査結果（2016年4～6月期）」から、都道府県別の外国人観光客の増減、外国人観光客に対する今後の方針、外国人観光客を受け入れる上での課題などについて紹介いたします。

## 【自店の属する地域で見かける外国人観光客の増減（都道府県別）】

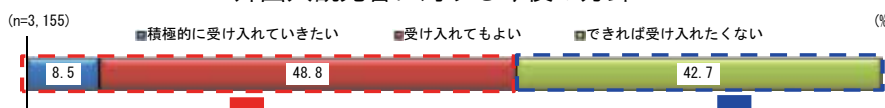
- 「1年前と比べた自店の属する地域で見かける外国人観光客」が増えたと回答した割合を都道府県別にみると、「京都府」、「東京都」、「香川県」の順に高くなっています。
- 「香川県」や「石川県」など三大都市圏（※）以外の地方部でも、増えたと回答した割合が高くなっています。
- （※）本調査では「東京都、神奈川県、千葉県、埼玉県、愛知県、大阪府、京都府、兵庫県」の8都府県をいいます。



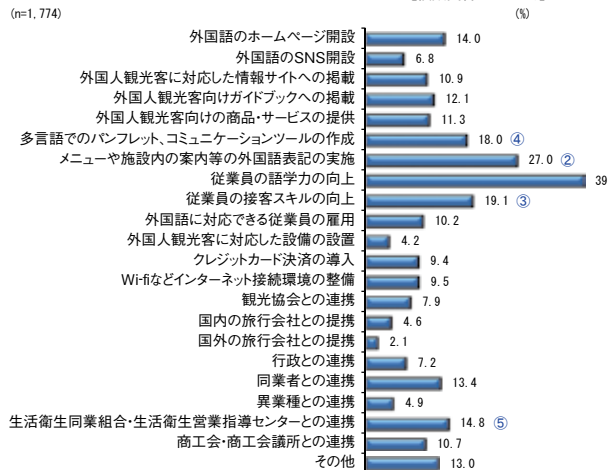
## 【外国人観光客に対する今後の方針・外国人観光客を受け入れる上での課題・外国人観光客を受け入れたくない理由】

- 外国人観光客に対する今後の方針は、「積極的に受け入れていきたい」、「受け入れてもよい」という前向きな回答の合計が過半数を占めています。
- 外国人観光客を受け入れる上での課題は、“従業員の語学力の向上”、“メニューや施設内の案内等の外国語表記の実施”、“従業員の接客スキルの向上”などの「外国語対応」の割合が高くなっています。
- 外国人観光客を受け入れたくない理由は、「日本人客が減ってしまうと感じる」、「外国人客の受け入れ方が分からない」、「店舗のイメージが変わってしまう」の順に高くなっています。

### 外国人観光客に対する今後の方針

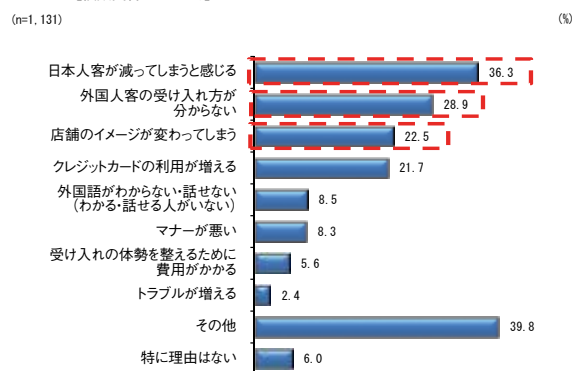


### 外国人観光客を受け入れる上での課題【複数回答・5つまで】



※「外国人観光客に対する今後の方針」について、「積極的に受け入れていきたい」「受け入れてもよい」と回答した方にあつねたもの。  
※グラフ内の①～⑤は、上位5項目を示したものです。

### 外国人観光客を受け入れたくない理由【複数回答・3つまで】



※「外国人観光客に対する今後の方針」について、「できれば受け入れたくない」と回答した方にあつねたもの。

# これからのインバウンドは都市から地方、そして地方周遊の時代に

## 小野 秀一郎 (SHUUCHIRO ONO)



(株)インバウンドにっぽん 代表取締役

慶應義塾大学経済学部卒

都市銀行とIT企業勤務、米国と英国のMBA留学を経て、宿泊予約サイト運営会社の幹部を経験し、2004年に現会社の前身「実践！インバウンド」を起業。

温泉旅館をはじめとした全国の宿泊施設400軒に対する外国人集客サービス、観光地の誘客、コンサルティングを手掛ける。

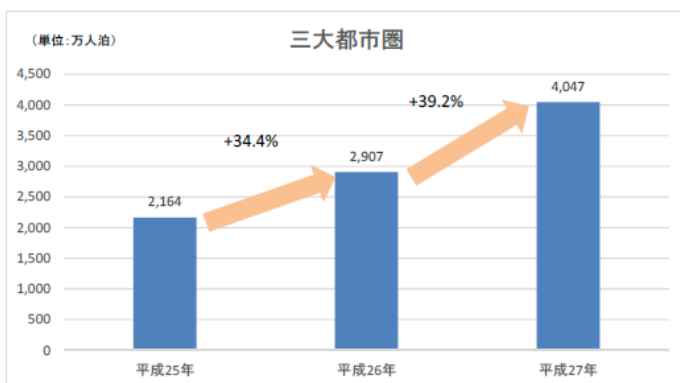
URL : <https://www.jissen-inb.com>

### 訪日外国人が地方に訪れる理由

昨年よりも高い伸びを示す訪日外国人客数は、2016年9月の時点で前年の1年分を超え、過去最高の2400万人に迫る見込みです。そのような状況のなかで、訪日外国人の人気の行き先はどのように変わってきているのでしょうか。訪日外国人客数を都道府県別にみると、東京・大阪・京都・北海道・沖縄と上位は安定しているのですが、近年、地方へ分散していく傾向が見られます。

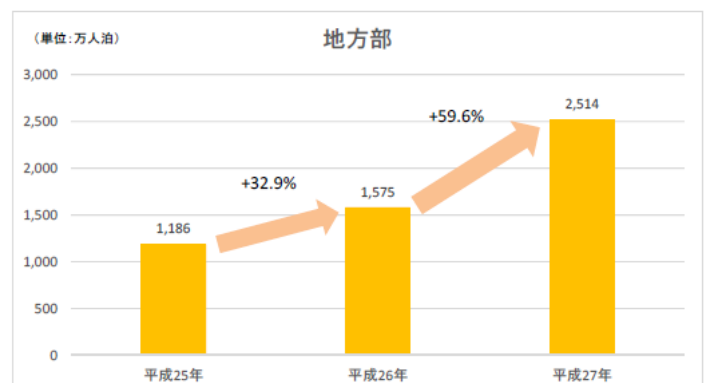
観光庁の調査によると、三大都市圏（東京・横浜、大阪・神戸、名古屋の三都市圏）への平成27年の外国人延べ宿泊者数は約4000万人と、地方部の約2500万人よりも依然として多いのですが、伸び率で見ると地方部の方が三大都市圏を上回っていることがわかります。（参考1、参考2）

参考1 三大都市圏における外国人延べ宿泊者数比較



資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」（平成27年）より抜粋

参考2 地方部における外国人延べ宿泊者数比較



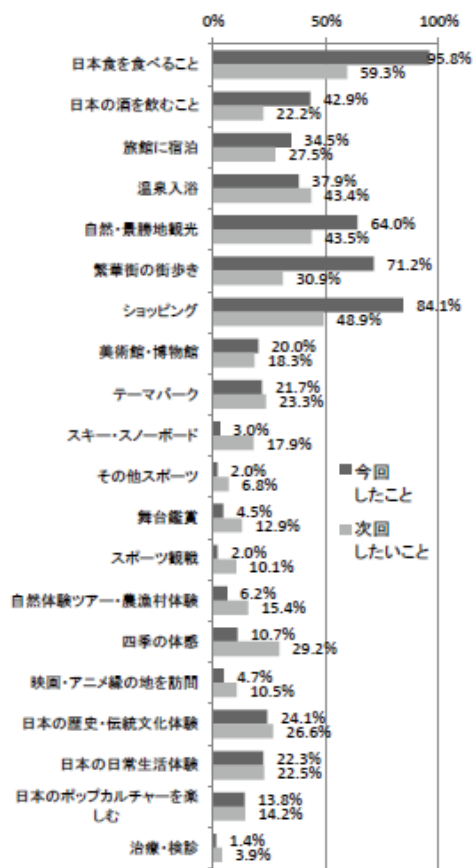
資料：観光庁「宿泊旅行統計調査」（平成27年）より抜粋

訪日外国人が地方へ足を運ぶ理由は主に3つあります。1つ目は、訪日リピーターの増加です。東京や大阪、京都などの都市部へ訪れたことのある外国人が日本への旅行をリピートするにつれ、行動範囲を広げているのです。2つ目は、ネット上の旅行情報が豊富になってきているためです。実際に、私たち日本人は知っているけれど、海外ではあまり知られていない観光スポットなどが、口コミサイトや動画などの様々な媒体を通して紹介されています。そして3つ目は、本物の日本（リアルジャパン）に触れてみたいというニーズが高まっているためです。ガイドブックに載っていないような場所で日本固有の文化を体験したり、その地でしか食べられないものを食べたりしたいというのが訪日外国人のニーズです。

2016年の日本政策金融公庫の調査においても、「外国人を見かけることが多くなった」と答えた事業者の割合は全体で26%となっています。地域別に見ても東北、北関東、東海以外の全ての地域で25%を超えており、特に北陸・近畿・四国・沖縄では30%を上回っています。

都市へ泊まらずに温泉や地方観

参考3 今回したことと次回したいこと (全国籍・地域、複数回答)



資料：観光庁「訪日外国人消費動向調査結果」(平成27年)より抜粋

光を第一の楽しみとする外国人客も増えており、伊豆や箱根の旅館では、成田空港に到着したその日のうちに訪れる外国人客も多いようです。観光庁の調査によると、実際に、訪日旅行でしたことは、「日本食を食べること」、「ショッピング」、「繁華街の街歩き」など都市部での行動もありますが、「自然・景勝地観光」(64%)、「温泉入浴」(37.9%)、「旅館に宿泊」(34.5%)など地方での行動も多くなっています。(参考3)

訪日外国人の地方周遊の増加は、2015年春の北陸新幹線の開通も一因となっています。東京から金沢までの移動時間が大幅に短縮されただけでなく、富山から高山、松本などの地方都市や中部地方の温泉地への立ち寄りも可能となり利便性が大きく向上しました。

△外国人が地方へ向かう理由▽

- ①訪日リピーターが増えている
- ②ネット上で地方に関する口コミや情報が増えている
- ③ありのままの日本を体感したいというニーズの増加

### 飲食店事例①

できることから始める…長野県の温泉地にある、ちゃんこ料理屋

地方でインバウンド対応に取組む事例として、長野県湯田中温泉にある家庭的なちゃんこ料理屋をご紹介します。店内には大相撲力士のポスターなどがたくさん飾られており、外国人の間では湯田中駅に近い「Sumo wrestlers' izakaya(スモウレスラー居酒屋)」として知られています。お店を経営するご夫婦は、英語などの外国語は全く話せないのですが、10年以上前から東京の旅行会社から毎年20名ほど送客があったため、外国人への抵抗感はそれほど無かったと言います。当時は娘さんが作ってくれた英語メニューを接客に活用していました。

2008年くらいから天然温泉に浸かる野生のニホンザルが間近で見ることができるようになった。近隣の旅館に素泊まりする外国人が増えてきて、夕食をとれるお店として紹介されることが増えたそうです。そこで、外国人客にも分かりやすいよう英語のメニューに写真を

付けることにしました。

このお店を訪れる外国人客は、春休み後から10月ぐらいいまでは1週間に1組程度ですが、オンシーズン（11月～3月）に入ると、1日5名程度と多くなり、冬場の4か月間で500名もの外国人客が訪れます。客単価は1人2000円～2500円と日本人と同程度です。また、トリップアドバイザーの評価では、近隣にある100軒ほどの飲食店の中で13位（2016年12月時点）となっており、口コミのほとんどは外国人です。Google上の口コミでも外国人によるコメントが目立っています。

数年前は、唐揚げや焼き鳥などの注文がほとんどだったそうですが、手作りの英語メニューに写真も加えたことで、お店一番の自慢料理であるちゃんこ鍋や地ビールの注文も増えてきました。

来店する外国人客は、オーストラリアやヨーロッパからが主でしたが、湯田中温泉がアジア諸国の個人旅行者の間で知られるにつれ、いまでは台湾、シンガポールなどからも来店するそうです。また、隣の温泉街にある旅館から紹介を受けることもあります。徒歩で15分程度かかるため、外

国人客の希望の時間に合わせて旅館側がお店まで送って来てくれます。普段から旅館と密にコミュニケーションを取っていることも外国人の来店増加の要因となっています。ご主人は「外国人とのやり取りで困ったことは特に無い」そうで、来店数が増えて自然と接客力が向上した好例と言えます。



## 飲食店事例②

### SNSを最大限に活用…東京都内のレストラン

都心部の飲食店の外国人集客事例は、地方の事業者の皆様のご紹介にもなりますのでご紹介します。

東京のとあるレストランでは、

Facebook、Yelp（イェルプ）などのSNSを最大限に活用して外国人客を集客しています。この店舗は、表参道駅から10分足らずの路地にあり、席数は24席です。ランチの平均単価が1000円前後と、この界隈では珍しく庶民的な昔ながらの洋風定食屋さんです。開店してから数年間は、外国人客はほとんどいませんでした。オーナー店長も、学生時代にワーキングホリデーで数か月ニュージーランドに滞在し、サラリーマン時代にアジアへ数回旅行したくらいで、海外経験はさほど多くはありません。

大きな転機となったのは、2012年の冬に外国人ユーザーの多いFacebookを開始したことです。料理の写真、店舗の構え、貸し切りパーティーの様子などの写真をハッシュタグを付けて時々投稿するようになったところ、しばらくすると、外国人の来店が月3～4組（1組あたり2～3名）に増えました。投稿時に日本語の説明をメインで書くことも奏功したようです。また、Facebook利用者向けに、入店したことをFacebookに投稿してもらうと、ドリンク一杯を無料にする

るチェックイン割引も好評です。

2014年春からは欧米のユーザーが多い地域情報アプリYelpへ登録し、料理写真を最大に更新し、こちらでもチェックイン割引を提供したところ、外国人の来店が月5～6組ほどに増えました。こうしたことから、「外国人も日本での滞在が長くなったり訪日回数が増えるにつれ、洋食も食べたいくなるのだ」ということにオーナー店長は気づいたそうです。外国人への情報発信を始めた頃は外国人客のほとんどが日本在住の外国人でしたが、2014年後半には訪日外国人客も増え、月15組近くの外国人が来店するようになりました。

また、トリップアドバイザーのランクと評点を上げていくために、来店した外国人にトリップアドバイザーでレビューを書いてもらうよう依頼しています。今後、トリップアドバイザー用には口コミ促進ツールとして、名刺大のカードやステッカーなどを導入する予定です。

△飲食店での集客ポイント▽

- ・外国語メニューは写真付きで
- ・外国人が頻繁に利用するSNSを最大限に活用
- ・和食でも洋食でも日本の食は外国人に人気

外国人集客に向けた

ツール①

若年バックパッカーに圧倒的に強い、知る人ぞ知るホステルワールド

続いて、宿泊業を営む事業者の皆様が、外国人客を集客する上で効果的なツールを紹介いたします。

ホステルワールドは、ドミトリー（相部屋）を持つ低価格のホステルが多く加盟しているヨーロッパ発の宿泊予約サイトです。日本ではおよそ1000軒近くが加盟、うち7割以上がホステルで、他に素泊まりの旅館やビジネスホテル、カプセルホテルなども加盟しています。大手OTA（Online Travel Agent = 海外向けの宿泊予約サイト）に比べると知名度が低く加盟数も少ないのですが、欧米のバックパッカー層には大人気の予約サイトです。

2014年は、このサイトを經由して日本の宿泊施設に約

90万人の予約が入り、予約件数では前年比・前々年比ともに18%以上の伸びを見せています。この予約数はアジアの中でも、個人旅行が多いタイに次いで2番目です。

サイトの仕組みはシンプルで、コミッション（販売手数料）は12%、予約時にデポジットをクレジットカードで決済するため、キャンセル・変更・ノーショウ（不泊）の率が格段に低いのが特徴です。ドミトリーの価格帯は1名3000円前後、個室は1名4500円～5500円前後となっています。国内のOTAのように細かなプラン設定ができないのが難点ですが、ルームやドミトリーのベッドのみをシンプルに販売したい施設にとっては利用方法が分かり易く、複数のOTAの客室在庫と料金などを一元管理することができるとコントローラの「手間いらず」や「ねっぱん」にも対応していますので簡便に利用できます。

ホステルワールドは、大手OTAがターゲットとしていない、宿の使い方に慣れた層を狙う意味では利用価値が高いと言えます。

<海外OTAの比較>

	ホステルワールド	エクスペディア	ブッキング	アゴダ
予約発生ボリューム	○	○	◎	○
キャンセルの少なさ	◎	○	△	○
システムの利用しやすさ	◎	○	○	○
販売の柔軟度 (設定、プラン等)	△	○	◎	◎
サポート対応	△	◎	○	◎

※(株)インバウンドにっぽんの取引先旅館からのヒアリング結果をまとめたもの。

外国人集客に向けた

ツール②

単なるクチコミ集積のサイトではなく予約の流入源となるトリップアドバイザー

いまや海外旅行を計画する際に最も参考にした情報源の一つが、既に利用した人による口コミと言われています。多くの参考になる口コミを公開したサイトに対して、今後は事業者として受け身でいるのではなく、いかに口コミサイトを積極的に活用できるかが、インバウンドの集客数を左右すると言えそうです。なぜなら、ネットを活用して訪日旅行の宿泊先、訪問先を決める際に口コミサイトの影響力が増しているからです。

世界45カ国で利用されるトリップアドバイザーは、月間ユーザー数3億9000万人、登録されている宿泊施設、飲食店、観光名所は520万件以上、掲載の口コミ数は4億3500万件以上にのぼります。日本でも、宿泊施設・約3万件、飲食店・約38万件、観光名所・約3万件の情報があります。好むと好まざるとにかかわらず、宿泊施設や飲食店の経営者にとって無視できないサイトになっています。

トリップアドバイザーのほとんどのサービスは無料なので、それを活用してまず口コミをマメに集めてランクを上げて、口コミが投稿されたら一言でもいいから返答する、そして最終的に予約を増やすという流れを作るのが有効です。

<世界規模の口コミサイトの比較>

トリップアドバイザー	ヤelp(イェルプ)
全世界ユーザー数・月間	全世界ユーザー数・月間
3億9000万人、口コミ数4億3500万件、28言語に対応	1億6000万人、口コミ数1億件、18言語に対応
	特徴・イメージとしては昔の電話帳のようなもので、レストランからクリーニング店までサービス業を幅広く網羅。検索の70%がモバイル端末からによるもの。

## せいせい三ツ星☆☆☆レポート

## インバウンド対応事例

## Part1

## ゲストハウス蔵

経営者 山上 万里奈 氏

創業 / 平成 24 年 10 月

事業内容 / 簡易宿所

営業所 / 長野県須坂市須坂 39

電話 / 026-214-7945

## 「地域と外国人をつなぐゲストハウスづくり」 ～地域みんなで“おもてなし”～

観光庁の調査によると、外国人延べ宿泊者数の伸び率は三大都市圏よりもそれ以外の地方で大きくなっており、訪日外国人は地方にも足を運ぶようになってきていることが分かります。また、本誌の「経営アドバイス」では、訪日外国人のニーズが変わりつつあることなどを取り上げました。

今回は、訪日外国人観光客が増加している地方で、そのニーズをとらえインバウンド対応に取り組む企業をご紹介します。

まず始めに、地域全体で外国人の受け入れに取り組んでいる長野県須坂市で、地域と外国人をつなぐゲストハウスを目指す「ゲストハウス蔵」(以下「蔵」)をご紹介します。

**外国人を“おもてなし”するために**

須坂市は、明治から昭和初期にかけて製糸業で栄え、かつての繁栄をしのばせる蔵が多く残る町。「蔵」は、そんな町に溶け込むように築100年以上の蔵付き古民家を改装した、日本の趣を感じる3部屋の小さな宿です。

この宿を経営する山上さんは、須坂市出身。日本語教師の資格を取得するために埼玉の大学に進学、卒業後、日本語学校の講師になりました。中国の日本語学校で勤務した後、縁あって岐阜県飛騨高山にある旅館で働くことになりました。そこで外国人観光客に行っていた町案内などのサービスに携わったことがきっかけで、「外国人の人にもっと日本を知ってもらいたい」という気持ちが強くなり、自ら宿を経営したいと考えるようになりました。

開業に向けた準備として、まずは宿泊業の経験を積むために東京都のゲストハウスで修業させてもらうことになりました。ここでは、「まちのみんなでゲストをもてなそう」というコンセプトで、地元商店街と連携して宿泊客向けのイベントを開催したり、近くの銭湯を紹介したりしていました。そのコンセプトに共感した山上さんは、「ゲストハウスは外国人ゲストと日本人ゲストが地域の人と交流する場として最も適している。そして、地域で“おもてなし”をする考え

に賛同してもらうには、知人が多い生まれ育った須坂市しかない」と考え、地元須坂市でゲストハウスを開業することを決めました。

開業地は、駅から徒歩圏内で、須坂市の特徴である蔵がある建物を探し、古さを残し日本の伝統を伝えられる。現在の建物に魅力を感じ、2012年10月に開業しました。

**外国人が須坂に求めるものとは**

開業から4年を迎え徐々に外国人の利用が増えており、その多くは英語対応の自社ホームページでの直接予約か海外宿泊予約サイトのホステルワールドからの予約。オーストラリアやアメリカからのバックパッカーの利用が多く、3〜4泊の宿泊が中心となっています。

なぜ外国人が地方にある須坂市を訪れるのか。山上さんは「宿泊する外国人ゲストの多くは、3週間から1ヶ月間日本に滞在し、都市部の観光も楽しんでいきます。その後、都会にはない静かさや癒しを求めて須坂に来ている」と言います。実際に「蔵」を紹介する海外サイトなどでは、「静かに休める良い場所がある」といったコメントが多く、その口コミが広がることで利用者が増えていくとのこと。また、山上さんは「滞在する間に日本の文化を体験したいというニーズが多くあり、その対応が大事です」と話します。





笑顔で迎えてくれる山上さん



ゲストと浴衣で花火大会へ



地元の名人を招いてのそば打ち体験会



須坂に住む外国人と地域住民の交流イベント



地元飲食店との連携で”おもてなし”



日本の趣を感じる客室

### 地域と外国人をつなぐ役割

山上さんは、外国人観光客一人のニーズに対応するため地域との連携を大事にしています。例えば、ゲストハウスでは食事の提供ができないため、周辺の飲食店と連携し、宿泊客向けに英語表記の飲食店MAPを作成したり、宿泊客を受け入れてくれる飲食店のために英語版のメニューを作成しています。また、「浴衣を購入したい」という声が季節を問わずあるため、呉服店と連携して、夏にしか販売していなかった浴衣を一年中置いてもらったりしています。さらに、「そば打ち体験をしたい」という希望があれば、地元のそば打ち名人に来てもらい、そば打ち体験会を開催するなど、地域全体で外国人観光客の受け入れに積極的に取組んでいます。このような取組みができるのは、「須坂市はいい意味で小さな町で、連携先とも顔が見える関係が築けているから」と山上さんは振り返ります。

このような外国人観光客へのきめ細やかな心配りは、新たな顧客開拓にもつながるため、地域の連携先からも大変好評です。「当店だけで外国人ゲストの様々なニーズに対応することは難しいですが、地域と外国人ゲストをつなぐことのできることは多いと思います」と山上さん。また、リピーターになってもらうために必要なことは、「滞在期間中に地域のひととどれだけ触れ合ったか、地域での体験

をどれだけ提供できたかであり、地域との連携は重要」と語ります。

### 須坂から日本各地へ

#### ワーキングホリデーの導入

2015年頃からワーキングホリデーで来日する方の受け入れにも取組んでいます。ワーキングホリデーは外国人が1年間日本に滞在することができて、短期であればアルバイトもできる制度です。「ワーキングホリデーで来日する方は、住む場所を探すのに苦労していて、日本語を話せない方が多くアルバイト探しも大変」と山上さんが提供し（ゲストハウスへの滞在）、②日本語教師の経験を活かし日本語のレッスンをを行い、③須坂市の農家と連携して仕事（アルバイト）を紹介する「Farm Plan（ファームプラン）」という独自のプランを作りました。2016年10月には、台湾から来た女性が初めてこのプランを利用して約1ヶ月間滞在。利用した女性からは「須坂で働く場所が見つかって良かった」と好評でした。「ワーキングホリデーで来日した方が、まずは須坂で日本の生活をスタートさせ、働きながら日本語を修得して、日本の別の地へ旅立っていく。そんなプランになればいいですね」と山上さんは話します。

山上さんが目指す「地域と外国人をつなぐゲストハウスづくり」は、これからも続いていきます。

## せいせい三ツ星☆☆☆レポート

## インバウンド対応事例

## Part2

## 平安楽

経営者 古田 洋氏、古田 直子氏

創業／昭和 38 年

事業内容／中華料理店

営業所／岐阜県高山市天満町 6-7

電話／0577-32-3078



## 大切なのは歓迎する気持ち ～外国人から支持される理由～

次にご紹介するのは、飛騨牛や昔ながらの古い町並み、合掌造りの民家などで有名な岐阜県高山市の中華料理店「平安楽」です。「平安楽」は、2代目の古田洋さんと妻の直子さんが二人三脚で切り盛りする小さなお店ですが、世界最大の旅行情報サイト「トリップアドバイザー」の「外国人に人気の日本のレストラン2016」において全国1位に認定された、今注目の中華料理店です。地方の小さなお店が、どのようにして外国人旅行者を惹きつけているのか、お話を伺いました。

### 6割が外国人旅行者

「平安楽」は、飛騨の小京都・高山市にある、町屋のような店構えの中華料理店です。昭和38年に先代がこの地で創業。15年ほど前に、現在代表を務める洋さんがお店を引き継ぎ、夫婦2人で経営しています。親しみやすく明るいお店の雰囲気と、「ベジタリアン餃子」や「ベジタリアンラーメン」など、外国人旅行者のオーダーへの柔軟な対応が好評です。現在は、お客様のうち約6割を外国人旅行者が占めますが、洋さんが引き継いだ当時は、外国人の来店は少なく、ほとんどが地元のお客様だったそうです。

転機となったのは、平成17年に開催された「愛知万博」です。万博以降、多くの外国人旅行者が、隣接した観光地である飛騨高山にも訪れるようになったことで、本格的に外国人の受入れに取り組むようになった。

### 「英語表記」と「笑顔」で歓迎

お店の入口、そして店内を見渡すと、メニューや調味料などに、日本語と併せて、英語での表記が

数多くあることに気づきます。外国人旅行者の中には、宗教やアレルギー、ベジタリアン、ビーガン（絶対菜食主義者）など、食べられる食材に制限のある方もいます。そのような方は、料理にどのような食材が使われているかを事前にしっかりと把握する必要があります。ですが、異国の地でこれを確認することは、とても大変です。そこで、「平安楽」ではメニュー毎にできるだけ分かりやすく食材を英語で表記するようにしています。「人気のメニューやよく使う調味料に、たった一文でも英語の説明があるだけで外国人旅行者の方は安心されるようです」と洋さん。また、注文の際には、独自に作成した「指差し会話シート」を利用し、食べられない食材がないかを確認しています。このような準備を整えておくことが、外国人旅行者を受入れるうえで重要だと洋さんは話してくれました。

接客担当の直子さんは、「外国人旅行者を接客するうえで特に大事なことは、相手よりも先に話しかけ、お店側の歓迎の気持ちを言葉で示すこと」だと教えてくれました。



温かいおもてなしで迎えてくれる古田さんご夫婦



外国人旅行者から人気のメニュー



トリップアドバイザー「外国人に人気の日本のレストラン2016」第1位を獲得



外国人旅行者が安心できる英語表記



アットホームな雰囲気の店内

た。外国人旅行者は、慣れない国のお店で不安に感じていることも多いため、笑顔で話しかけられることで安心感を抱きます。実際に、トリップアドバイザーの口コミにも「ご主人、奥さんの心遣いに感謝しています」、「アットホームな雰囲気で居心地が良かった」などの声が多く見られ、好評となっています。

また、初めて来店した外国人旅行者との会話では、地図帳が役立つそうです。地図帳を見せながら、どの国から来たのか尋ねると、みんな嬉しそうに自分の母国のことを教えてくれ、自然と会話も弾みます。

### おもてなしの気持ち〜無理せずできるインバウンド対応〜

外国人旅行者の訪問先は、東京・京都・大阪を結ぶゴールデンルートだけでなく、地方にも広がっています。平成27年に金沢と富山に北陸新幹線が開通したことで、飛騨高山には、名古屋方面だけでなく、北陸方面から訪れる外国人旅行者も増えています。「平安楽」では、インバウンド対応を

始める以前は地元客が中心だったため、農繁期や雪深い冬の時期はお客様が少なく、売上に波があることが大きな課題でしたが、外国人旅行者の受入れに取組むことで、客足が弱かった閑散期の集客を底上げすることができました。洋さんは、「外国人旅行者に喜んでもらうためには、英語表記や店側からの歓迎の言葉など、ちょっとした準備や心配りを無理のない範囲で行うことが大事です」と話してくれました。このように一つひとつの取組みは小さなものだとしても、精一杯の歓迎の姿勢で迎えることが、外国人旅行者から支持される大きな理由になっています。

古田さんご夫婦は「これからも今までと変わらず、飛騨高山を訪れた一人ひとりのお客様に楽しんでもらいたい。そして、平安楽にまた足を運んでもらいたい」と、笑顔で今後の抱負を話してくれました。

飛騨高山の中華料理店「平安楽」は、国籍を問わず、これからも温かいおもてなしで、皆さんを迎え入れてくれます。



## せいせい三ツ星☆☆☆レポート

### インバウンド対応事例

#### Part3

ヘアー あいであ ルーム <sup>ドモ</sup>DOMO

経営者 <sup>フサワ ケンショウ</sup> 信澤 健生 氏

創業 / 平成元年

事業内容 / 理容業

営業所 / 群馬県前橋市富士見町原之郷 1174-3

従業員 / 1名

電話 / 027-288-3985

## 「おもてなしの心が多彩なアイデアの源泉」 ～訪日外国人の増加を理容業界のチャンスにするために～

次にご紹介するのは、群馬県前橋市の郊外にある理容室「ヘアー あいであ ルーム <sup>ドモ</sup>DOMO」です。オーナーの信澤さんは、近隣に居住する外国人の方の接客経験などから近年増え続ける訪日外国人に着目し、全理連中央講師の論文試験に「これからの理容業界の生きる道～外国人に対する日本理容師の対応～」を取りまとめました。結果、見事に合格し、2016年4月に群馬県で歴代3人目となる全理連中央講師に就任されました。全理連中央講師への道のりや外国人の方への対応方法などについてお話を伺いました。

### 全理連中央講師への道のり

信澤さんは、平成7年、26歳の時に父親が経営していた店舗「ヘアー あいであ ルーム <sup>ドモ</sup>DOMO」を引き継ぎました。もともと修行時代は理容競技大会日本チャンピオン・清水弘志氏の店で技術を磨いていたこともあり、店舗引継後にも競技大会に出場し好成績を収めていました。そんなある日、信澤さんの活躍に目をとめた群馬県理容生活衛生同業組合から、全理連中央講師の試験を受けてみないかと声をかけられました。「ちょうどその頃、全理連中央講師の方々と交流する機会が何度かあり、理容業界のトップを走る方々に憧れていたのもきっかけですね」と語る信澤さん。中央講師になるためには書類審査、面接審査等がありましたが、とりわけ苦労したのが論文審査とのこと。信澤さんは、「テーマは悩みましたが、せっかくだから旬のテーマが良いと思い、外国人の方の接客経験を生かして外国人対応にしました」と振り返ります。論文作成にあたっては各種データ分析や外国人の文化、それらを踏まえてどう対応すればよいのかを検討し、先輩・知人にも相談しながらやっとの思いで原稿用紙50枚に及ぶ論文を書き上げました。

### 外国人が日本の理容店に足を運ぶにくい理由とその対策

信澤さんは、外国人の方が日本の理容店に足を運びにくい主な理由として、①「言語の壁」②「価値の違い」があると分析しています。

①「言語の壁」は、大きく3つあるそうです。1つ目は、日本の理容室のサービスの全体像を会話で伝えられないこと。信澤さんの経験によると、外国の理容室では一般的ではないサービス（洗髪や髭剃りなど）は、事前に説明しておかないと驚かれてしまうことが多いとのこと。これについては、サービスの手順を外国語で示した案内図を示しながらコミュニケーションし事前に伝えておくことが効果的と話します。

2つ目は、顧客が理容師に対し希望のヘアースタイルを会話で伝えられないこと。特に、外国と日本では流行しているヘアースタイルが異なるため、外国人の方は不安を持つことが多いとのこと。これは、ヘアークatalogで実際に画像を示しながら理容師と顧客のイメージを共有することで解決。顧客がスマートフォンをもってもらうのがベストとのこと。

3つ目は、理容師と顧客の会話は理容室での楽しみの一つですが、



ゆっくりくつろぐことができる待合スペース



店舗オーナーで全理連中央講師の信澤さん

日本語は話せますか Do you speak Japanese? YES • NO	シェービングは しますか? Would you like the shave?	耳かきを使って イヤークリーンをします。 Ear cleaning is done using an earpick.
カットのみですか? Are you only have a haircut today? YES • NO	カミソリを使って 顔そりをします I shave the face with a razor	整髪料を使って スタイリングします I use wax for setting your hairstyle.
整髪料を使って スタイリングします I use wax for setting your hairstyle.	シャンプーはしますか? Would you like Shampoo? YES • NO	イヤークリーンしますか? Would you like ear clean?

信澤さんが試行錯誤しながら自作した外国人顧客とのコミュニケーションツール



顧客がそれぞれの好みのDVDが視聴できるよう、席ごとにテレビモニタを設置

会話ができないことにより沈黙の時間が生じてしまうことです。これに対しては、日本の文化を紹介した動画や邦画・洋画等のDVDを用意しておけば、英語であれば字幕で対応しているものも多いし、英語がわからない方に対しても映像を楽しんでもらえるのではないかと話します。「大事なのは、お客様を不安にさせずに楽しんでもらうために何ができるかということだと思います。ハードルの高さを感じるとは思いますが、意外にできることはあるのではないのでしょうか」と信澤さんは話します。

次に、②「値段の違い」については、組合加盟の店舗の平均料金が3500円前後という調査結果があることに對し、それより低い価格の国もあることから「日本の理容室は値段が高い」という意識を持っている人もいるとのこと。外国人の方の中には、家族に髪を切ってもらったり、自分で切ってしまう調髪にお金をかけない方も一定数いるようで、このような「調髪に対する意識の違い」も割高感につながっているのではと分析しています。「中国やブラジルでは理容師に国家資格は必要ないと聞いていますが、日本では国家資格が必要であり何より高い技術力があります。これに、洗髪や髭剃り、マッサージなど質の高いサービスをP

Rすれば納得感を得られるのではないのでしょうか」と語る信澤さん。特に外国人の方に人気があるのが「耳そうじ」とのことです。

### 大事なのは「おもてなしの心」

信澤さんは様々な外国人対応に取り組んでいます。一番大事なことを何うと「おもてなしの心です！」と元気な声が返ってきました。「東日本大震災の時、日本人は混乱した中でもお互いを思いやり助け合いながら整然と過ごしていました。私たち日本人には相手の立場を思いやる文化が根付いており、みんな「おもてなしの心」を持っていると思います。それこそが、相手のために何ができるかを考えることができる、色々なアイデアがわき出てくる源泉だと思います」と語る信澤さん。信澤さんは剣道六段の腕前ですが、剣道における「武士道」も「おもてなしの心」に通じるものがあり勉強になるそうです。

年々、訪日外国人が増加していることは、「おもてなしの心」を持つている日本の理容師にとってチャンスになるのではないか。そう考える信澤さんは、経営者として、また全理連中央講師として日々技術を磨きながら職務にまい進しています。

# インバウンド対応セミナー開催！

(2016年12月7日(水) ぐるなび大学東京会場)

日本公庫は、インバウンド対応を行う生活衛生関係業者を対象とした「訪日外国人客を呼び込む多言語対応セミナー～今日から始める多言語対応～」を開催しました。専門家による講演と、実際に自店メニューの多言語化を体験するといった内容で「充実したセミナーだった」との声が聞かれました。

トピックス



近年、訪日外国人旅行者が急増しており、事業者にとって売上増加の大きなチャンスとなっております。しかしながら、小規模事業者にとっては、効果的なプロモーション活動や受入態勢の整備が課題となっているのが現状です。

こうした課題の解決に役立ててもらおうと、「訪日外国人客を呼び込む多言語対応セミナー」を今日から始める多言語対応を、飲食店を営む方を中心に40名超の参加者がありました。

第一部では、東京観光経営コンサルティング事務所代表の井上朋子氏が訪日外国人を誘客する上で課題となっている必要な態勢整備

**【セミナー概要】**

**【第一部】 講師：井上 朋子氏**

- 訪日外国人市場の可能性
  - 訪日外国人市場の現状
  - 訪日外国人市場の見通しと増加が与える影響
- 訪日外国人を取り込むために
  - 訪日外国人が求めること
  - 有効な誘客方法とはなにか

**【第二部】 講師：株式会社ぐるなび**

- ぐるなび独自データから見る訪日外国人誘客
- ぐるなびサービスを活用し多言語メニューを作成

や効果的な誘客方法を紹介。第二部では、株式会社ぐるなびが訪日外国人が飲食店に求めることを紹介した上で、ぐるなびの自社サービスを活用したメニューの多言語化を体験するという実践的な内容でした。

参加者からは、「具体的な例を分かり易く伝えてくれて非常に参考になった」など、ご好評をいただきました。

日本公庫は、生活衛生関係業者を営むみなさまをサポートするため、経営基盤強化につながる特定の経営課題に焦点を当てたセミナーを全国で開催しています。

## セミナー・イベント情報

開催日	セミナー・イベント名	開催場所	時間	セミナー・イベントの概要	主催者
平成29年 2月13日(月)	生衛業経営セミナー	ホテル メルパルク 長野	13:30~ 15:50	今回のセミナーは、生衛業における防カビ対策と公衆衛生の問題等について、カビ研究の専門家からお話しいただきます。 また、生活衛生同業組合の活性化への取組と各生衛業の連携等について取り上げます。	(公財)全国生活 衛生営業指導 センター

# 訪日外国人旅行者受入（インバウンド対応）に取り組む生活衛生関係営業のみなさまを応援します！

## 日本公庫の生活衛生融資（インバウンド対応関連）

インバウンド対応のための幅広いお使いみちにご利用いただけます。(注1)

融資制度	振興事業貸付(注2)	一般貸付(注3)
ご融資限度額	【設備資金】 1億5,000万円～7億2,000万円(注4) 【運転資金】 5,700万円	【設備資金】 7,200万円～4億円(注4)
ご返済期間 [据置期間]	【設備資金】 20年以内 (店舗・宿泊施設の新設および増改築にかかるものは30年以内) [うち据置期間2年以内] 【運転資金】 7年以内[うち据置期間2年以内]	【設備資金】 13年以内(一般公衆浴場業は30年以内) [うち据置期間1年以内(ご返済期間が7年超の場合、2年以内)]
利率(年)	【設備資金】特別利率 J(0.11%～1.50%) 【運転資金】特別利率 B(0.51%～1.51%)	【設備資金】特別利率 B(0.51%～1.90%)

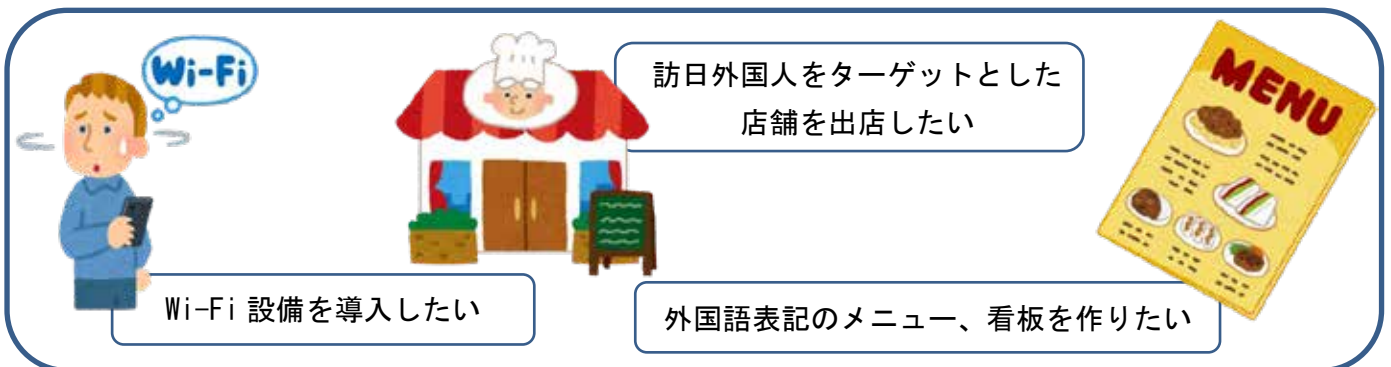
(注1) ご利用にあたっては、「訪日外国人旅行者対応計画書」が必要です。

(注2) ご利用にあたっては、振興計画認定組合の長(認定組合の長から委任を受けた支部長および理事を含みます。)が発行する「振興事業に係る資金証明書」が必要です。

(注3) ご利用にあたっては、都道府県知事の「推せん書」が必要です(申込金額が500万円以下の場合には不要です。)

(注4) 業種によって異なります。

## 例えば、こんな時にご利用いただけます



- 例えば、振興事業貸付(インバウンド対応関連)を利用し、  
設備資金として500万円を借入(担保を不要とする融資を利用)、7年返済にすると…  
⇒ 適用利率は年 0.76%、借入当初のご返済額は約 6.5 万円(注)です。

(注) 元金と利息の合計額です。元金均等返済の支払利息はお借入残高に応じて変動します。

ご相談は  
お気軽に

ご相談は、日本政策金融公庫国民生活事業の窓口までお気軽にどうぞ。  
なお、審査の結果、お客さまのご希望に沿えないことがあります。

(注) 利率は平成 28 年 12 月 9 日現在です。ご返済期間や担保の有無等によって異なる利率が適用されます。  
また、金融情勢によって変動いたしますので記載されている利率と異なる場合があります。

**JFC** 日本政策金融公庫  
国民生活事業  
<https://www.jfc.go.jp/>

事業資金相談ダイヤル

(行こうよ！公庫)

☎0120-154-505

※電話番号のお掛け間違いにご注意ください。

(受付時間：平日9時～19時)

# お子さまの進学・在学を応援します!



美容師に  
になりたい!

建築士に  
になりたい!

留学も  
してみたい!

お気軽にご相談ください!

## 国の教育ローン

ご融資額	お子さま1人あたり <b>350万円以内</b> <small>※外国の短大、大学、大学院に6ヵ月以上在籍する資金として利用する場合は、<b>450万円</b>以内</small>
金利 <small>(28年11月10日現在)</small>	年 <b>1.81%</b> 固定金利 <small>※母子家庭、父子家庭または世帯年収(所得)200万円(122万円)以内の方は、年1.41%</small>
ご返済期間	<b>15年以内</b> <small>※交通遺児家庭、母子家庭、父子家庭または世帯年収(所得)200万円(122万円)以内の方は18年以内</small>

教育ローンコールセンター

詳しくはWEBで!

国の教育ローン

検索



**0570-008656**

※お客さまが加入されている電話でご利用いただけない場合は、**03-5321-8656**におかけください。



日本政策金融公庫

生活衛生だより 第184号 平成29年1月1日発行(季刊)

発行所 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 FAX. 03-3270-7650 <https://www.jfc.go.jp/>