

# たかおか

特集

外国人観光客の集客・受入態勢は整っていますか？

経営相談 税務・労務Q&A

税務●貸倒れの判断と処理について

労務●副業・兼業で2以上の事業場で働く労働者の扱いについて

談話室

●マイクロアレイ血液検査ははじめました

メンバーズニュース

●月とカンパニオ

●Sing bird



高峰讓吉博士像 (高峰公園)

インバウンド増加中

東京オリンピック・パラリンピック開催目前！

# 外国人観光客の集客・受入態勢は整っていますか？

今夏、東京オリンピック・パラリンピックの開催を控え、多くの外国人旅行者が日本を訪れることが見込まれます。停滞している国内消費を見据えると、訪日外国人観光客の増加は、飲食店や小売店などのホスピタリティ産業にとって、大きなビジネスチャンスといえます。

インバウンドという言葉がすっかり定着してきた昨今、訪日外国人が訪れる場所も、三大都市圏から地方部へと広がりを見せる傾向にあり、目的も、爆買いに代表される「モノ消費」から、「温泉に入る」「自然景勝地へ出かける」などの「コト消費」へと移りつつあるようです。

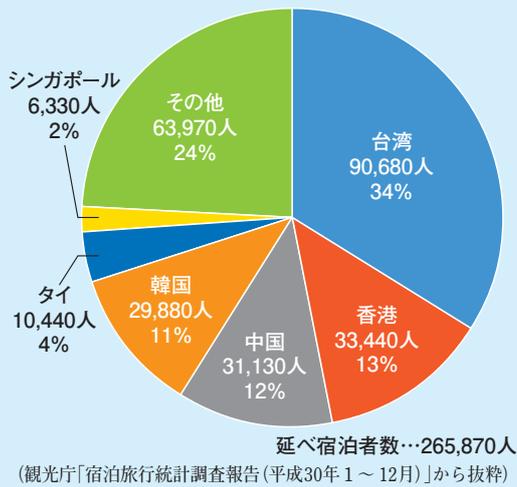
このような中、今月号では高岡に訪れる外国人観光客により良いサービスを提供し、集客・購買に繋げるため、インバウンドの現状や対応力向上のためのチェックポイントについて紹介します。

**\*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、海外旅行でアウトバウンド (outbound)。

## データでみる富山のインバウンド

富山県の外国人宿泊者数の国籍(出身地)別内訳をみると、台湾・香港・中国など東アジア圏からの来県が多くを占めています。

富山県の国籍(出身地)別外国人延べ宿泊者数構成比(※従業者数10人以上の施設)



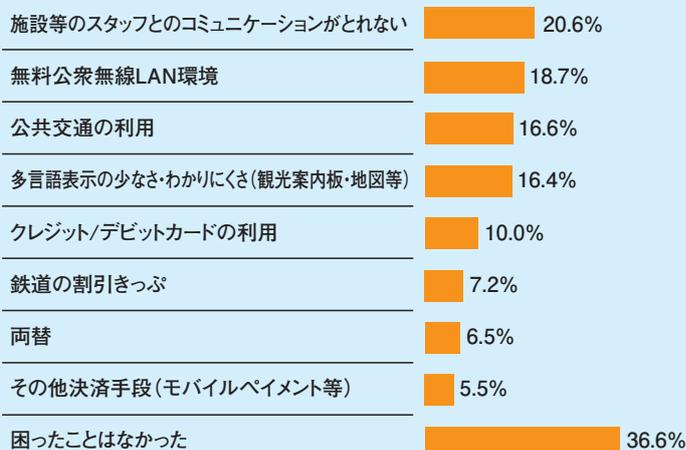
東アジアに比べると東南アジアからの観光客が少ない結果となっていますが、国連が2022年にインドが中国を逆転して世界一の人口大国になる

ると予想するなど、今後もアジアの人口は拡大傾向にあり、南アジアや東南アジアからの訪日外国人観光客のますますの増加が見込まれます。

## 訪日外国人観光客のニーズと不満

観光庁が実施した訪日外国人が旅行中に困ったことに関するアンケートでは「困ったことはなかった」との回答が多い一方で、困ったこととして挙げられた第1位は、前年、前々年の結果に引き続き「施設等のスタッフとのコミュニケーション」となっています。

### 旅行中に困ったこと 主な項目



(観光庁「訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート(平成30年度調査)」結果から抜粋)

お店側が「言葉の壁」という不安から、訪日外国人観光客に対して消極的になつては、ビジネスの好機を逃してしまうことにもなります。

外国人観光客にとって言語バリアフリー環境をつくるためには、ある程度の資金と知識とそれを運営する体制が必要になります。特に外国人観光客の来訪がそれほど多くなく、中核的な観光ルート上になく、地域にとつて大きな障害となつているのが実態です。

しかし、外国人観光客は必ずしもかゆいところに手の届くような完璧なサービスを求めているわけではなく、むしろ必要となつて、必要最小限のサービスがあれば十分、と考える旅行者も多いと思われれます。まずは地域の皆さんがすぐにでも取り組める必要最小限の対応策を考えることがインバウンド対応の第一歩となります。

以下では、観光庁が実施した「訪日外国人が旅行中に困ったこと」、「訪日前に期待していたこと」、「次回日本を訪れた時にしたいこと」についてのアンケート結果を参考に、訪日外国人が日本に期待していることを紹介します。

### 日本人が普段訪れる場所で飲食がしたい

訪日外国人観光客は「日本が感じられる」飲食を望んでいます。すし、天ぷら、牛肉などの高級食材を使った料理はもちろんのこと、その地域ならではの名物も楽しみにしています。

一方で、焼き鳥やビールなど、日本のビジネスマナーが通う居酒屋にも魅力を感じています。

居酒屋のチェーンであつても訪日外国人観光客にとつては、エキゾチックなイメージ。観光客が行くようなスポットではなく、日本の穴場的な場所は訪日外国人観光客にとつても非常に魅力的なようです。

### 接客は自然体でいつも通りに

訪日外国人観光客は、滞在中、普段の日本を味わうことを楽しみにしています。対応については訪日外国人観光客だからといって特別視せずに、いつも通りの自然体で接客してください。感謝の気持ちをこめて、通常の日本人への接客と同様に対応することが大切です。

例えば、お勧めメニューの説明がでないようならば、メニューに写真や絵を挿入し、「No.1」や「SPECIAL MENU」などと記載



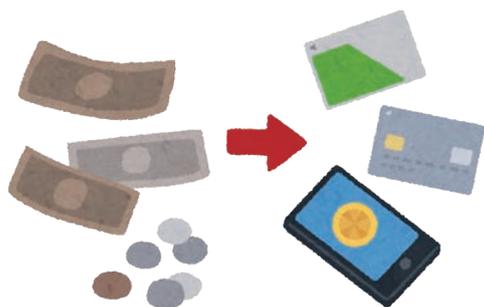
すれば、視覚からも分かりやすく伝えることが可能です。また、店内に和のモチーフを施すなど、日本ならではの演出も非常に重要で、訪日外国人観光客に好印象を与えるポイントになります。

### 外国人はカード決済が常識？

国内でもクレジットカードやデビットカードなどの支払いができる店舗も増えていますが、まだまだ現金払いが多いのが現状です。あまり現金を所持しない傾向が強い外国人にとっては、クレジットカードが使用できない場合に遭遇すると不満を感じる事が多いようです。

さらに入口にカード対応の表示がない店舗も多く、店内に貼られたカード対応ステッカーを見るまでカード決済ができないと思つていた訪日外国人観光客もいます。お店で各種カードに対応している場合は、店頭に大きく対応していることを掲示しましょう。

まだクレジットカードに未対応の場合は、導入を検討すれば、更なる集客も見込めます。



## お店の情報提供に関するチェックポイント

### 外国人も安心して入れるお店の外観づくり

「ようこそ」という歓迎の言葉が自分の国の言葉で掲げられていると、「この店に入っても大丈夫」という安心につながることも、おもてなし度が高まります。

また、店舗の看板やポスターなどでどのような商品を提供しているのか表記することや、無料WiFiやクレジットカードが使えることのサインを表示することで、外国人客の入店意欲を喚起することができますでしょう。



### 外国人にもわかりやすいメニュー・商品表示

商品名については、英語併記やアジアのお客さんが多い場合はその国の言葉で表記します。

食品については、試食のサービスが喜ばれます。注目度も高まりますし、販売率も上がります。「試食できます」という張り紙を示すなど試食をアピールすることも有効です。

また、食べ物でない場合も、中身が分かるように「見本」を示しておくことで安心して買ってもらえ、中身を空けられることも防げます。



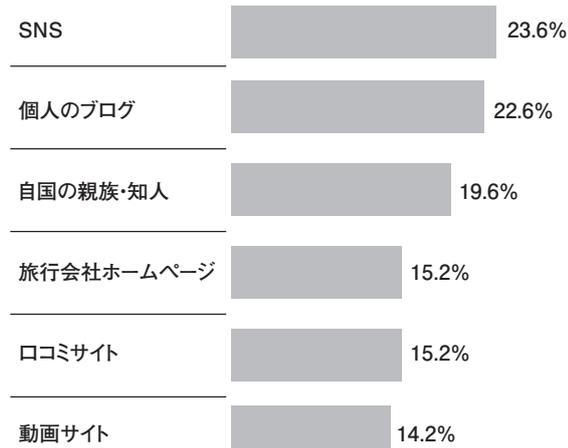
外国人観光客にとって使い方になじみのない商品は、その使い方を写真や文章で説明すると良いでしょう。工芸品や加工食品など、「小さいけれど高い」お土産については、商品の価値について説明を加えると購買に繋がられます。

### 訪日外国人観光客への事前の情報発信

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、「SNS」、「個人のブログ」、「自国の親族・知人」、次いで「旅行会社ホームページ」、「口コミサイト」の順となっています。滞在中の情報源として、スマホやネットで手軽に情報検索をしている利用者が多いことが分かります。

訪日外国人観光客は個人の情報源を緻密に

出発前に得た旅行情報源で役に立ったもの 主な項目 (全国籍・地域、複数回答)



(観光庁「訪日外国人の消費動向 2019年7-9月期報告書」から抜粋)

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口コミ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。

### おもてなしの心構え

外国人に何かを伝えようとするとき、言葉がわからなければ手振りなどして何とか相手に伝えようとなります。もしそこに、関連するパンフレットなどがあればより分かりやすくなります。漢字のわかる中国人であれば、筆談という方法もあります。このように、外国人とのコミュニケーションは一つの情報ツールだけで考えるのではなく、より多くのツールを活用、あるいは他のツールと相互補完させることが重要です。それぞれのツールに「完璧」を求めるのではなく、ツールを組み合わせることで、より分かりやすく情報伝達させる工夫が必要と言えます。そして何より大切なのは、普段通りのおもてなしの心で迎えることではないでしょうか。

P H O T O

L I B R A R Y



1.10 ~ 11

### 産業観光モニターツアーを実施

旅行商品企画へ向け、  
ものづくりや歴史文化の魅力をPR

当市の伝統産業や歴史文化の魅力発信を目的に、北陸新幹線沿線上の東京・埼玉・群馬・長野の旅行会社代表や企画担当者らを招いて市内観光施設を巡る「高岡産業観光モニターツアー」を開催した。一行は鋳物メーカー「能作」で工場見学したのち、鋳物作りを体験した他、平成の大修理が大詰めを迎えている国重要文化財の勝興寺や高岡市御車山会館で祭りの歴史を学びながら華やかな山車を見学した。今後も本ツアーから得られた意見を活かし、旅行会社への発信を継続していく。



1.7

### 高岡商工会議所 仕事始め式

塩谷会頭、山口・吉岡・菅野副会頭が  
職員に年頭訓示を行う

2020年の仕事始めの翌日、仕事始め式を高岡商工ビルで行った。塩谷雄一会頭をはじめ、山口正志副会頭・吉岡周副会頭・菅野克志副会頭、当所職員が参加し、新年の挨拶を交わした。塩谷会頭は、御旅屋セリオの再生をはじめ、高岡市には課題が山積していると指摘し、「地域における中小企業の様々な課題に対し、真摯に向き合い解決に向けて尽力して欲しい。職員一人一人が目標を立てて行動していくことが大切になる」と激励した。



1.18

### 高岡伝統産業青年会 臨時総会を開催

令和2年度会長・役員が決定

高岡の伝統産業を担う青年団体である高岡伝統産業青年会は、臨時総会を高岡商工ビルで開催し、令和2年度の会長等役員について満場一致で決定した。次年度会長に決まった佐野秀充さん(㈱佐野政製作所 専務〔写真右端〕)は、「歴史ある高岡の伝統産業をさらにPRし、多くの人たちを巻き込んで、今まで以上に笑顔があふれる会にしていきたい」と抱負を語った。記念講演会では、TBSラジオプロデューサーの橋本吉史さん(高岡市出身)が講師を務めた。



1.11 ~ 12

### 日本海高岡なべ祭りが開催

ご当地自慢の鍋に行列ができる

高岡の冬の風物詩「日本海高岡なべ祭り」が開催され、県内外の自治体や飲食店など約20団体が、ウイング・ウイング高岡前の広場や、クルン高岡2階デッキ、御旅屋セリオ横などに熱々の鍋やご当地グルメのブースを出店し、まちなかを盛り上げた。昆布や魚のすり身が入った「高岡すり身ごっつお鍋」、滑川産のカニを使った「カニ汁」などが人気を集め、両日とも鍋を求める長蛇の列ができた。また、県内外のグルメが軒を連ねた御旅屋通りも大勢の来場者で賑わった。

Pickup!



1.23

新年の賀詞を交換し、会員相互の交流と親睦を図る「令和2年新春高岡経済懇談会」を高岡商工ビル2階大ホールで開催し、約230名が参加した。開会にあたり塩谷雄一会頭は「中小企業の経営支援に重点を置き、地域経済の発展に努める。中心市街地の活性化についても関係者と協力しながら取り組んでいきたい」と挨拶した。続いて石井隆一富山県知事、高橋正樹高岡市長が祝辞を述べ、石澤義文県商工会連合会長の発声で乾杯し、賑やかに祝宴を催した。

## 新春高岡経済懇談会を開催

会員企業や行政関係者らが地域経済発展と結束を誓う



1.29

## たかおかIoT活用推進研究会が 全体会を開催

I o T導入計画を発表し、今年度の総括を行う

企業の生産性向上や技術の高度化を図ることを目的に、当所が昨年9月に設立した「たかおかIoT活用推進研究会」の第5回全体会が開催された。最終回のこの日は、9名の受講生がこれまで学んできた他社の導入事例などを基に立案した自社のI TやI o Tの導入計画を発表した。研究会のアドバイザーを務めるI Tコーディネータの大野正晴氏と吉田誠氏から、導入に向けた課題や改善策について助言を受け、今年度の事業について総括した。研究会は来年度も開催予定。



1.21

## 女性会新年例会を開催

会員同士の親睦を深め、  
地域貢献の決意新たに新年を祝う

当所女性会の新年例会が高岡商工ビルで開催され、会員26名が新年を祝った。オープニングでは女性会役員有志によるおめでたい舞踊「松づくし」が披露され、会場を大いに盛り上げた。開会にあたり、大野朝子会長は「女性ならではのパワーと心づくしで、明るく活気ある地域づくりに貢献したい」と挨拶した。続いて、川尻光浩市産業振興部長、当所塩谷雄一会頭が祝辞を述べ、荻原隆夫専務理事の乾杯の発声で華やかに開宴した。

P H O T O  
L I B R A R Y