

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

宿泊業編

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

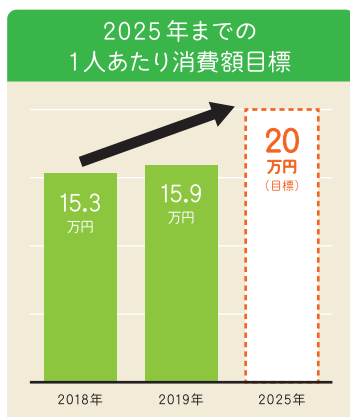
今こそ始めてみよう インバウンド対応



外国から日本を訪れる外国人観光客が増えています。宿を通して日本文化に触れることを楽しみにしている方も多く、宿泊業における外国人観光客の受け入れとおもてなしが、これまで以上に求められています。では、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

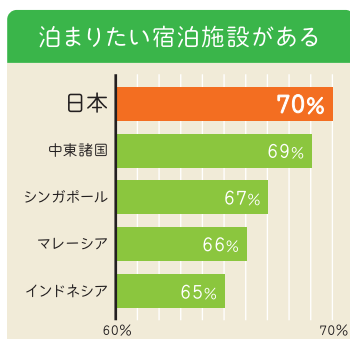
政府は、2025年までに訪日外国人観光客の消費額を「1人あたり20万円」とする目標を掲げ、旅行消費額の増加や滞在期間延長に向けた整備を進めています。具体的には、モノ消費のほか、コト消費といった日本での体験情報の発信を始めとする、戦略的なプロモーションにより、「量」から「質」への転換や地方誘客の促進を目指しています。日本が持つ外国人観光客を呼び込む高いポテンシャルに、国の後押しが加わることで、今後のインバウンド消費のさらなる伸びが期待されます。



出典：観光庁

日本の宿泊施設は 外国人観光客からも大人気

外国人観光客が旅行先に日本を選ぶ理由として、「宿泊施設」が大きなポイントになっています。「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年度版」によると、日本を訪問したい理由として「食事の美味しさ」「治安の良さ」「買い物」「宿泊施設」を選択した外国人観光客の割合が70%以上となっています。特にアジア圏の外国人観光客からは、「温泉のある日本旅館」が人気です。



出典：(株)日本政策投資銀行、(公財)日本交通公社「アジア・欧米豪 訪日外国人旅行者の意向調査2022年度版」

一番大切なのは 「おもてなしの心」



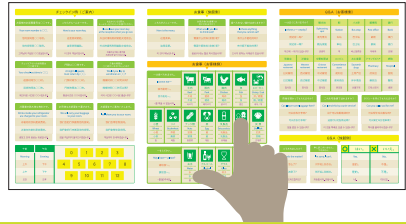
世界からも高く評価されている日本の丁寧な接客。礼儀正しい挨拶や仕草、相手を思いやる心づかいは、外国人のお客様が「日本で印象に残ったこと」としてよく言われることです。言葉が通じず、文化も違う国を旅することは楽しいものの、不安でお疲れのことも多いはず。一番大切なのは、お客様にゆっくりとした時間を過ごしていただきたいという、おもてなしの心で接すること。たとえ言葉は通じなくても、思いやりの心とまっすぐな笑顔での接客は、世界中どの国からのお客様にも伝わります。まずはできることから始めてみましょう。

こんな準備をしよう①

指差しツールを用意しよう

▶ 宿での基本的なやりとりはある程度決まっています。多言語の指差しツールを用意しておく、外国人のお客様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②

重要事項は紙に書こう

▶ 言葉では細かいことまでお伝えづらいこともあります。日本のお風呂の入り方や、災害時のことなど、案内すべき重要なことはプリントにしてお渡しすると安心です。また、お部屋番号やお食事の時間など確実にお伝えたいことは、お客様の目の前で書いて渡すといいでしょう。

お客様へのご案内ツールもご利用ください



こんな準備をしよう③

歓迎の気持ちを表そう

▶ 知らない国を旅することは楽しくても、土地勘がなく、言葉も通じない中、不安を感じていらっしゃるはず。やっと到着した宿の入口に外国語で歓迎の言葉が表示されていると、到着をお待ちしていた気持ちが伝わり、喜んでいただけます。

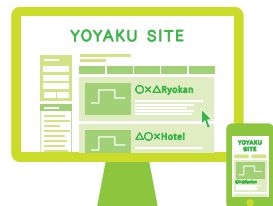
ようこそ!
Welcome!
热烈欢迎
热烈欢迎
환영합니다!



こんな準備をしよう④

存在を知ってもらおう

▶ 外国人のお客様に宿の存在を知ってもらうために、海外のOTA(オンライン・トラベル・エージェント)の活用も有効です。OTAでは、宿泊や航空券の手配のほか、アクティビティの予約、旅行保険など、旅行に関するすべてのシーンを一括して取り扱っています。さらに口コミも充実しているため、多くの外国人観光客が利用しています (P15参照)。



さあやってみよう!

笑顔とアイコンタクトで「おもてなし」



接客の基本は、笑顔と心くばり。日本人のお客様に接するときと同じです。もう一つ、心がけたいのがアイコンタクト。アイコンタクトに慣れている外国人のお客様へは、いつもより大きな笑顔での接客を心がけるといいでしょう。深くお辞儀をして顔を上げた時、館内でお客様とすれ違った時、目を合わせてニコリ微笑むと、お客様の心に残るでしょう。

チェックイン

1

「いらっしゃいませ」笑顔で目を見てお出迎え

外国人のお客様への接客も、日本人のお客様をお迎える時と同じく、笑顔が大切です。不思議なもので、困った顔や、差別的な視線はたとえ言葉が通じずとも伝わってしまいます…。

2

指差しツール+ご案内ツールで、きちんと伝える

チェックインの時は、指差しツールを使い、一つ一つ確認しながら明るく対応しましょう。お食事やお風呂、チェックアウトの時間など、間違いなく伝えたいことはご案内ツールに記入して、お渡しすると安心です。

指差しコミュニケーション
ツールが便利

お客様への
ご案内ツールが便利

3

食べられないものも、しっかり確認

宗教、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。チェックイン時に、指差しツールのイラスト入り食材などを使い、食べられないものを把握して、調理場にも伝えましょう。バイキング形式の場合は、使用している食材を表示しておくといいでしょう。

指差しコミュニケーション
ツールが便利

館内ご案内

4

アイコンタクトと身振りで、明るくご案内

身振り手振り、アイコンタクトを取りながら館内紹介をして、お部屋までご案内します。レストランや大浴場と分かるイラスト（ピクトグラム）を貼っておくと、言葉が通じなくてもご案内しやすくなります。

指差しコミュニケーション
ツールが便利



5

歓迎の気持ちを伝える「おもてなし」

お部屋に用意されたお菓子とお茶は、日本流おもてなしを感じるの一つです。「〇〇様ようこそ」など、外国語で歓迎の言葉とお名前を添えたカードと共に置いておくと、おもてなしの気持ちがさらに伝わります。



滞在中

6

くつろいでいらっしゃるか、目配り・心配り

お困りのことはないか、お客様の様子を見ながら目配り、心配りをします。館内でお見かけした際に、ニコリ目を合わせてご挨拶。「〇〇様、おはようございます」、たとえ日本語の挨拶でもこちらからお声掛けすると、お客様も話しやすくなります。

挨拶は日本語でも
気持ちが伝わる

チェックアウト

7

アイコンタクトと笑顔で伝える「ありがとう」

「ありがとうございました」「さようなら」。心を込めたご挨拶は、宿の思い出とともに温かな気持ちをお客様の中に残してくれるでしょう。

挨拶は日本語でも
気持ちが伝わる

◆ リクエストが多い…

好みや要望がはっきりしている方もいらっしゃいます。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です。ただし、メンツを潰さないように伝え方には気をつけましょう。

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

サービス料や入湯税など、別料金が発生する場合は、追加料金を取られたとトラブルになることもあります。チェックアウトの際に、明細を見ながら一つ一つ、お客様にも確認していただきましょう。

指差しコミュニケーションツールが便利

◆ 部屋の備品を勝手に持ち帰ってしまう

宿泊施設に泊まることに不慣れな方もいらっしゃいます。どの備品が有料か、無料サービスの物か分からず、持ち帰ってしまうこともあります。それを防ぐために、無料の備品をフロントでお渡しするのもいいでしょう。

指差しコミュニケーションツールが便利

◆ 商品を開けてしまう…

お土産などのお買い物の際、箱に入っている商品を勝手に開けてしまうことがあります。それは自分が選んだ物が箱の中にちゃんと入っているかを確認するための行動です。分かりやすくサンプル品を展示しておき、場合によっては箱や袋から中身を出して、確認していただくから会計を進めるといいでしょう。

◆ 子供の頭を撫でたら大クレームになった…

可愛い子どもを見かけたらつい頭を撫でたくなることがあります。しかし、タイをはじめ、世界には「子どもの頭は精霊が宿る」と信じている国があり、子どもの頭を撫でることは厳禁！しない方がいいでしょう。

知っておけば安心 トラブル回避 対応術

文化や習慣が違う外国からのお客様との間に、発生しやすいトラブルや苦情にはどんなものがあるのでしょうか。

お客様が何を求め、

何に困っていらっしゃるかをくみ取り、

スムーズな対応をするためにも、

対処方法を事前に知っているとお心です。

◆ ピースサインをしたら激怒された…

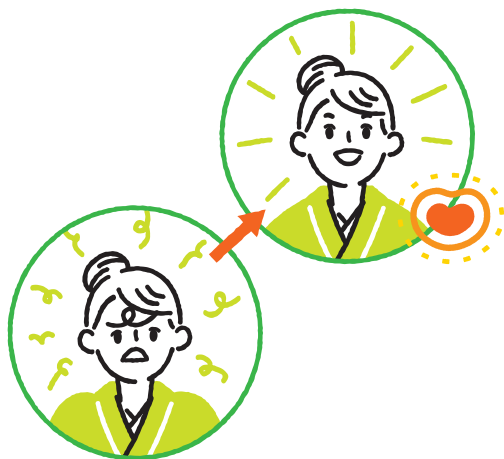
日本人がよくする、2本の指をVの字にしてのピースサイン。イギリスやオーストラリアでは手のひらが自分の方に向いていると、相手を侮辱、揶揄する意味となります。親指と人差し指で輪をつくるOKサインもフランスでは「役立たず」の意味となりますので気をつけましょう。

◆畳の上を靴やスリッパで歩く

◆畳の上でスーツケースを転がす

部屋の中で靴を脱ぐ習慣がない国からのお客様も多くいらっしゃいます。畳の上では履物は脱いでいただき、スーツケースも転がさないようお伝えしましょう。

指差しコミュニケーションツールが便利



◆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、料理を多めに取る傾向があります。取りすぎに注意するため、「食べられる分だけお取りください」と掲示しておく有効です。

食べられる分だけ
お取りください。

请采用只能吃的份儿。

◆布団を敷きに 部屋に入ったら驚かれた

お客様のお部屋に入って布団の上げ下げをする。日本の伝統的なおもてなしの一つですが、慣れていない外国人のお客様の中には不快に思われる方も。お部屋に入らせていただくことをチェックイン時にお伝えしておきましょう。

指差しコミュニケーションツールが便利

◆お風呂に 下着のまま入ってきた…

◆石鹸の泡を流さないで湯船に!

公衆の面前で裸になる習慣がない、石鹸の泡は流さないなど、日本のお風呂の入り方を知らない方もいます。お風呂の入り方を紹介したご案内ツールをチェックイン時にお渡しし、大浴場にも貼っておくといいでしょう。

お客様へのご案内ツールが便利

◆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様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。

◆クレジットカードしか 持っていない

日本よりクレジットカードが浸透している海外からのお客様の中には、日本円をほとんど持たずに旅する方もいます。クレジットカードが使えない場合は、チェックインの際に明確にお伝えしましょう。



お国の特徴、豆知識



中国

家族を大切に、おおらかな国民性
特別扱いされることが好き。個人旅行も急増中

メンツを重んじ上下関係を大切にすお国柄。

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。

写真を撮ることを大変好まれる。

無理と思われることでも頼んでみる前向きな姿勢のため、難しいことは丁寧に断りながら臨機応変に対応。

中国語で「歓迎」や「熱烈歓迎」と書かれているなど、特別扱いされることを好まれる。

冷えたものは健康に良くないとの考えから料理は温かいものを好む。ビールも常温を好む方も。

中国国内ではカードでの支払いが浸透しているため、中国で普及している銀聯カードが使えたと喜ばれる。



台湾

親日家でリピーターも多い
情報感度が高く、日本での多様な旅行を楽しむ

台湾は亜熱帯地方のため、日本の移り変わる四季や雪などの自然、温泉が人気。

小出しで出てくるよりも、一気に料理が並ぶことを好む。

10人に1人はベジタリアン。

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。

まだまだ台湾で知られていない場所や日本人に人気の場所を訪れて、SNSで発信するのが好き。

食事の飲み物は冷たい水より温かいお茶やお湯が好まれる。

正座やあくらが苦手なので、畳の上での食事はできれば避けたい。



韓国

自然の中で癒やされる旅が好き
20代～30代の若い世代を中心にリピーターが多い

滞在日数は短い、何度も来るリピーターの方も多い。

日本の冷えた生ビールが大好き。

自分の感情を素直に表現する方もいるが、急な要望にはその場に応じて柔軟に対応。

トレッキングや温泉など、自然の中で過ごすことを好まれる。

儒教の考えが浸透しており、年長者や先輩を敬う。

おかずはお箸で、ご飯はスプーンで食べる。

韓国ではお通し（付き出し）は無料で、おかわり自由が一般的。有料の場合は提供する際に説明を。

健康に良いものに関心が高く、料理や食材の効能を説明すると喜ばれる。

日本を訪れる外国人のお客様は、必ずしも母国と同じサービスを期待している訳ではなく、日本流のおもてなしを楽しみにされています。それでも、お客様の国の知識を少しだけ知っておくと安心です。



香港

訪日リポート率No.1

エンタメやファッションへの関心が高く、納得いくものにお金をかける

性別や年齢を問わず訪日。
8割以上がリピーター。

費用対効果にはシビアだが、気に入ったものには惜しみなくお金をかける。

美食家が多く、本場で食べる日本料理を楽しみにしている。

香港では分煙が徹底されているため、食事の喫煙を嫌う傾向。

食事中的飲み物は冷たい水より温かいお茶かお湯が好まれる。

正座やあぐらが苦手。

囲炉裏がある宿や、本格的な寿司店、珈琲専門店など、趣向が凝らされた空間や接客を好む。

夕食後に夜食を食べる傾向があるので、夜食におにぎりなどの提供や、深夜営業している店の情報が喜ばれる。



タイ

人懐っこいお国柄、日本への関心も高く訪日客増加中

敬虔な仏教徒が多く、年長者を敬う

親日家の方も多く、ビザの緩和などにより訪日客増加中。

敬虔な仏教徒で、目上の人や年長者を敬う。

おおらかで人懐っこい国民性。都市部の人は英語を話せる割合も高い。

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。

日本の四季を感じられることを好み、雪を一度は見てみたいと思っている。

デザートが好きなので、食後に甘いものや日本の果物を出すと喜ばれる。

日本のアニメはほぼ同時期に公開されており、アニメや映画の舞台になった場所に行く方も多い。



欧米豪

個人旅行と長期滞在が主流

“日本らしさ”と“体験”を好まれる

個人旅行、1週間以上の滞在が多い。

好みや要望がはっきりしている方も多いため、「できる」「できない」の意思表示を明確に伝えることが大切。

自国とは異なる日本の文化や歴史を感じられることを好む傾向。見るだけでなく、体験できると、なお喜ばれる。

盛り付けが美しく、低カロリーで健康的な日本料理への関心が高い。

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ので、ベジタリアン・メニューがあると良い。

急増するムスリム観光客

日本を訪れるムスリムの外国人も増えています。
ムスリムとは、世界三大宗教（キリスト教、イスラム教、仏教）の一つであるイスラム教を信仰している人々のことで、世界では4人に1人がムスリムです。
ムスリムの方々は、厳格なる教えで知られるイスラム法に従って生活しています。急増するムスリム観光客の接客ポイントを押さえておきましょう。



接客の際、注意すること

同性の接客が ベストです

女性のお客様へ男性スタッフが接客する際は、特に注意が必要です。2人きりにならないよう部屋のドアを開けておく、エレベーターに同乗しないなどの心遣いが必要です。また、お風呂のご案内には、他の人と一緒に入る大浴場ではなく、貸し切り風呂などをご案内できると喜ばれます。

食べ物について

ハラールとは？

イスラム法で許可されたものをハラール（HALAL）、反対に有害とされ、禁じられたものをハラム（HARAM）と呼んでいます。ムスリムが口にするのは、ハラールフードと呼ばれる、ハラールなものでないといけません。その基準は、国や宗派、人によって異なりますが、基本的なことを押さえておきましょう。

ハラールフードの基本

豚肉と豚肉由来の食品はNG

豚肉についてはもっとも禁忌されています。豚肉そのものだけでなく、ハム・ソーセージなどの加工品、ラード、豚骨スープ、豚肉が原材料のゼラチン、コラーゲン、乳化剤なども禁じられています。

豚以外の肉も、イスラム法で定められた方法で処理をした肉しか食べてはいけない

アルコールはNG

主な食べてはいけないもの一覧

| 肉 | 魚介類 | その他の食材 |
|-----------|---------------------|--|
| ●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 ●ハラールミート以外の肉 ※ハラールミート：イスラムの教えに則った方法で処理をした肉 |

おもてなしプラスワン

外国人観光客受け入れの4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

- ▶ 宿泊施設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

Wi-Fi 整備

Wi-Fiは、外国人観光客にとって、観光情報の収集や交通手段の確認、天気予報のチェックなどのために必須です。しかし、日本では無料Wi-Fiが使えない場所も多く、不便に感じている外国人観光客も少なくありません。気軽にWi-Fiが使えることは集客においても、利用者の満足度アップにおいても重要です。

Wi-Fiが必要な理由

- ▶ Wi-Fiが使える宿泊施設は外国人観光客に選ばれやすい
- ▶ 観光情報や、交通手段、天気のチェックなどの情報収集に必須
- ▶ その場でSNSによる情報発信をしてもらえる

サステイナブルツーリズム

自然環境や文化、地域資源を持続的に保つことを目指す、「持続可能な観光（サステイナブルツーリズム）」に対する意識が高まっています。サステイナビリティに関心の高い旅行者は、プラスチックの削減といった環境に配慮したサービスや、観光を通じた地域への貢献を重視する傾向が強いです。

取り組みの事例

- ▶ アメニティの素材を木や竹素材のものに変更
- ▶ ペットボトルを提供しない
- ▶ 地元の食材を使った料理を提供する
- ▶ 宿の取組内容をアピール

やってみよう!

ちょっとした工夫で満足度UP



外国からのお客様にとって、宿は単に寝るだけの場所ではなく、日本文化に触れることのできる場所。

ちょっとした工夫をすることで、おもてなしの気持ちを感じていただけ、お客様の満足度が高くなります。

そんなお客様の気持ちは、旅の思い出話とともに周りの家族や友人にも伝わり、次のお客様に繋がっていくかもしれません。

▶ お名前とともにお声がけ

外国人のお客様は、名前を呼び合うことに慣れていらっしゃいます。チェックインの際や館内でお見かけた際に、名前を添えてお声がけすると、親近感を感じていただけます。

▶ 写真映えするポイントを作る

世界中で流行している「Instagram」や「Facebook」などのSNS（ソーシャル・ネットワークワーキング・サービス）。思わず写真を撮りたくなるよう日本の甲冑や着物、コタツなどを設置し、インスタ映えするポイントを作っておくといでしょう。

▶ 枕元に添える折り鶴

オバマ元大統領が来日した際の報道ですっかり有名になった折り鶴。お部屋に用意するウェルカムカードや浴衣にそんな折り鶴を添えておく、日本文化を感じられるものとして喜ばれます。

▶ 手作りの周辺マップでコミュニケーション

宿の満足度を高めるためにも、周辺の散策はぜひとも楽しんでいただきたいもの。絶景ポイント、レストラン、お土産屋さんなど、多言語やイラストで紹介する手描きの周辺マップには心遣いが感じられ喜ばれます。また、オススメの周辺のレストランの案内やメニューを翻訳して用意すると、近所との連携も図れます。

▶ 絵葉書を無料で書いていただく

宿オリジナルの絵葉書を用意して、友人やご家族宛にメッセージを書いてもらったうえで、郵便ポストへサービスで投函。定型サイズの絵葉書なら世界中どの国に送っても一律料金です。お泊りになったお客様だけでなく、異国の地から絵葉書を受け取った周りの方にもとても喜ばれます。「自分もそこに行ってみたい」、そんな風に思われる方もきっといらっしゃるはず。

お客様に知ってもらうための 集客に便利なWebサイト

近年、ネット予約サイトや、クチコミサイトを利用して来日する個人旅行客が増えています。ネット予約サイトや、クチコミサイトに登録することで、来日する外国人のお客様に、宿の存在を知っていただきましょう。

外国人のお客様がよく利用する予約サイト

OTA (Online Travel Agent)
と呼ばれています

- ▶いずれのサイトも掲載料は無料。予約が成立した時に料金が発生します。
- ▶登録は日本語での入力、あるいは日本語でのサポートが受けられます。

Booking.com

(ブッキング・ドットコム)

www.booking.com

取り扱い宿泊施設数世界一。競合も多いが利用者も多いのでぜひ登録したいサイト。現地払いが大半のためキャンセルが多いデメリットはあるが、予約数が期待できます。

▶強い地域：ヨーロッパ

Expedia

(エクスぺディア)

www.expedia.com

航空券と同時に宿泊施設を予約すると割引があるため、利用者が多い。事前決済のため、直前のキャンセルでも安心です。

▶強い地域：アメリカ

Agoda

(アゴダ)

www.agoda.com

38言語でサービスを提供。アジア圏に強く、アジアからの利用者が多いサイト。事前決済のため、直前にキャンセルとなっても困りません。

▶強い地域：アジア

Ctrip

(シートリップ)

www.ctrip.com

中国を代表する総合旅行サービスサイト。訪日中国人の半数以上が利用しているので、中国人観光客を集客したい時はぜひ登録すべきサイトです。中国以外ではTrip.comで展開しているため、登録は<https://trip.com>のパートナーホテル登録から行います。

▶強い地域：中国

外国人のお客様がよく見るクチコミサイト

クチコミサイトを見て
宿泊施設を決める人も
増えてきています。

TripAdvisor

(トリップアドバイザー)

www.tripadvisor.jp

世界ナンバーワンのクチコミサイト。世界中の宿泊施設、レストラン、観光スポットなどのクチコミ情報が掲載されており、世界中の旅行者が情報収集源として利用しています。



日本政策金融公庫

国民生活事業

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/>