i)2018 年の外国人客受け入れ対策費有無別の外国人客の客単価の違い

・「2018 年の外国人客受け入れ対策費（Q9)」について「費用かけた店舗」と「費用かけていない店舗（0 円)」で「外国人客の客単価（Q6)」に違いがあるかを見たところ、ランチ客単価では「費用かけた店舗」の推定平均 1,946 円に対して「費用をかけていない店舗」1,264 円となり、「費用をかけた店舗」の方が 682 円高い。

・ディナー客単価では、「費用かけた店舗」3,952 円に対して「費用をかけていない店舗」3,748 円ととなり、「費用をかけた店舗」の方が 204 円高い。

・外国人のランチ客単価とディナー客単価を合わせた全体の推定平均で見ると、「費用をかけた店舗」3,162 円に対して、「費用をかけていない店舗」2,901 円となり「費用をかけた店舗」の方が 261 円高い結果となった。

【表 2-1-7 クロス集計：Q9 2018 年の外国人客受け入れ対策費の有無 × Q6 2018 年の外国人客の客単価】

※軸①「2018 年インバウンド対策の費用をかけた店舗」は Q9 選択肢「5 万円以下～1001 万円以上」を回答

※軸②「2018 年インバウンド対策の費用をかけていない店舗」は Q9 選択肢「0 円（費用をかけていない)」を回答

※軸①②と Q6S2「外国人客のランチ」S4「外国人客のディナー」の客単価の推定平均をクロス集計

			有効件数	推定平均（円）	全体の推定平均（円）※ランチとディナーを合わせた平均
①	2018年外国人客受け入れ対策の「費用をかけた店舗」	ランチ客単価	115	¥1,946	¥3,162
		ディナー客単価	177	¥3,952	
②	2018年外国人客受け入れ対策の「費用をかけていない店舗」	ランチ客単価	217	¥1,264	¥2,901
		ディナー客単価	419	¥3,748	

j)外国人客による売上げ比率

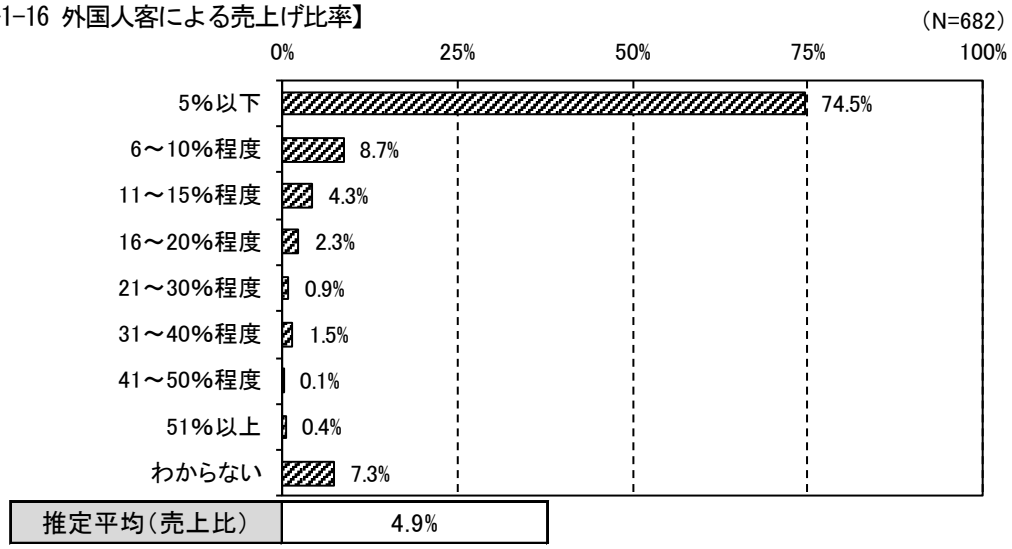
・お店の全体の売上げに対する外国人客による売上げ比率は、推定平均 4.9%、ボリュームゾーンは「5%以下」74.5%となる。

・事業形態別に売上げ比率の推定平均を見ると、「単独店の事業」4.1%、「チェーン店」7.2%、「グループ事業」5.2%となり、「単独店の事業」が他の事業よりも低い。

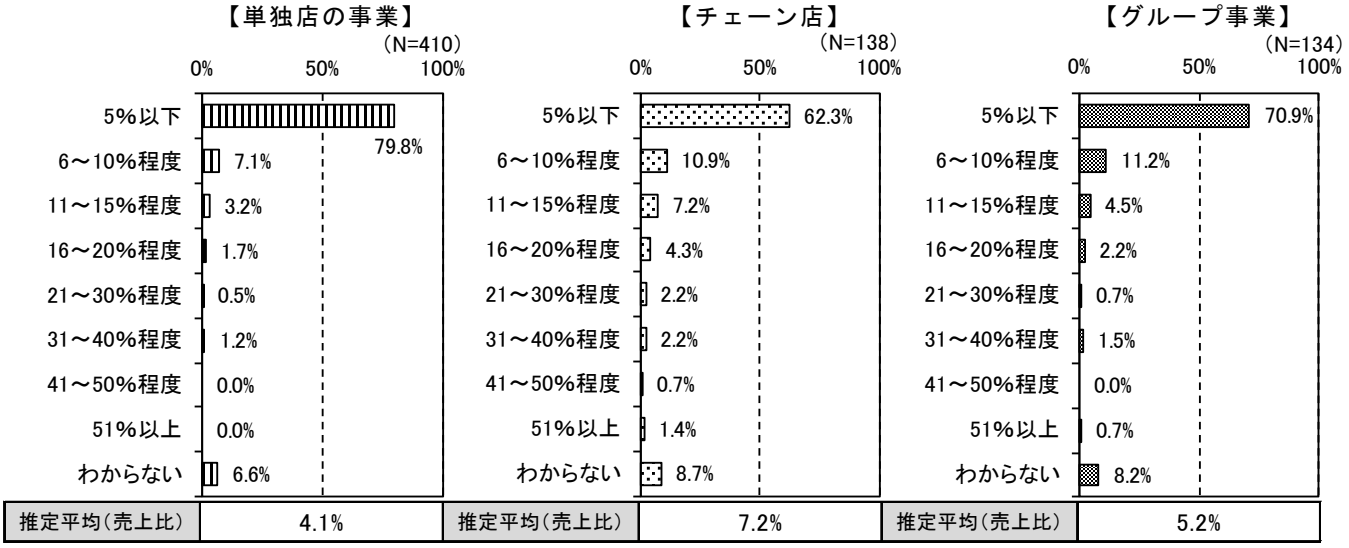
[Q10] 昨年 2018 年、貴店での外国人客による売上げは、貴店での全体の売上げのおおよそ何%ぐらいを占めていましたか。(お答えはひとつ)

<対象：2018 年に外国人の来店があった店舗>

【図 2-1-16 外国人客による売上げ比率】



【図 2-1-17 クロス集計： 事業形態 × Q10 外国人客による売上げ比率】



k)外国人客に対する売上げアップの期待

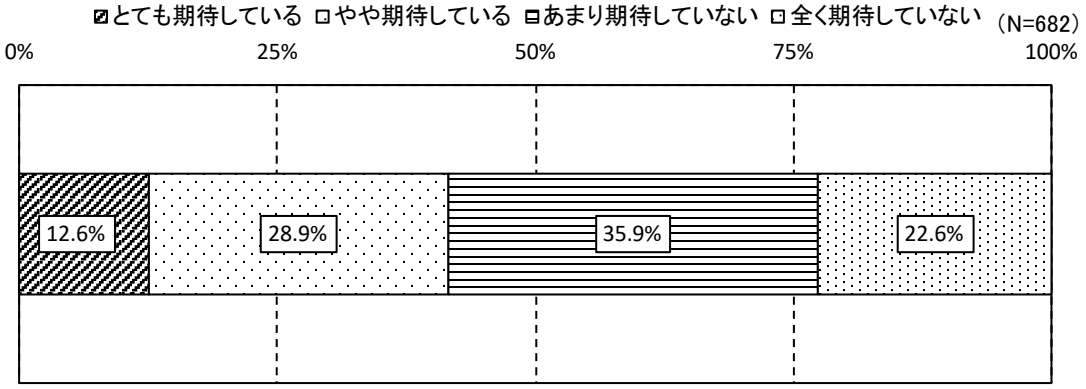
・外国人客に対する売上げアップを期待している店舗（とても期待している＋やや期待している）は41.5%である。

・事業形態別に期待度を比較すると、「単独店の事業」36.3%、「チェーン店」49.3%、「グループ事業」49.2%となった。

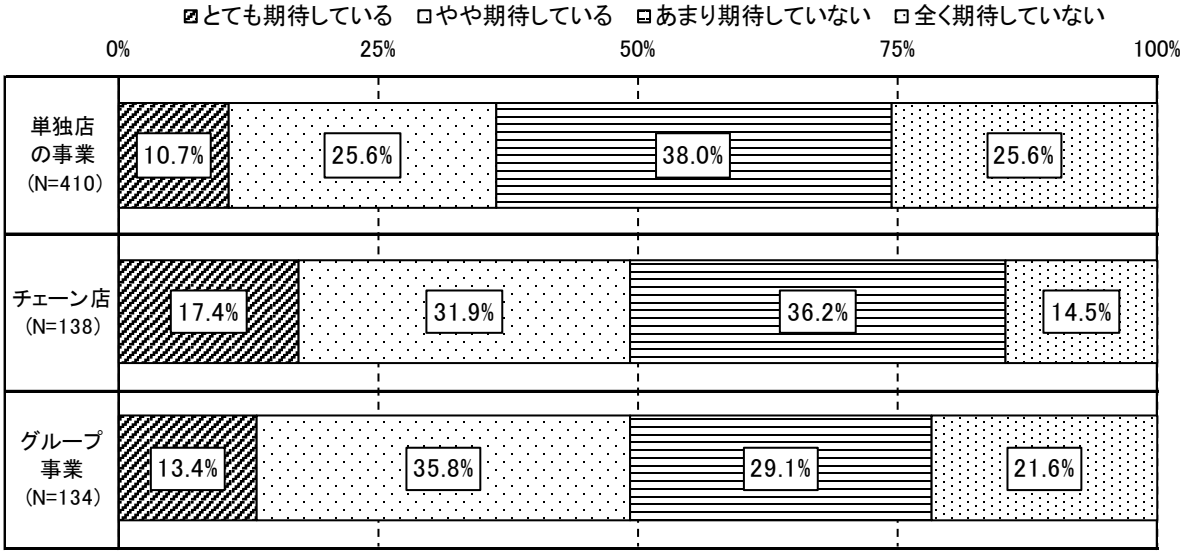
［Q11］貴店では、外国人客を受け入れることで、お店の売上げアップを期待していますか。（お答えはひとつ）

＜対象：2018年に外国人の来店があった店舗＞

【図2-1-18　外国人客に対する売上げアップの期待度】



【図2-1-19 クロス集計：　事業形態　×　Q11 外国人客による売上げアップの期待度】



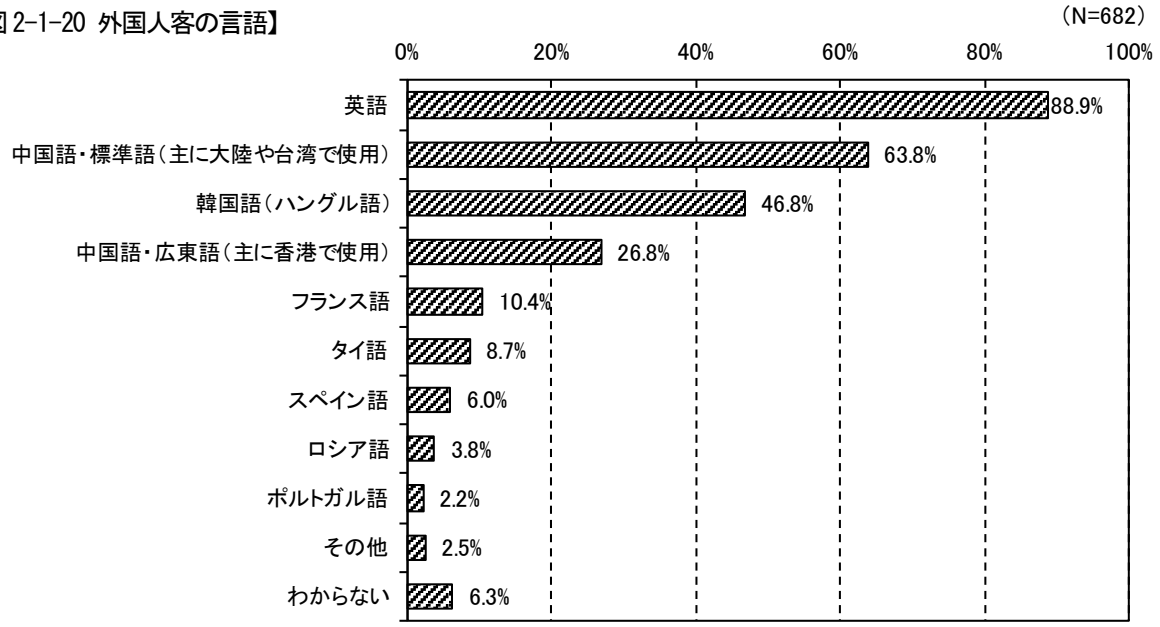
l）外国人客の言語

・外国人客が話す言語では、トップ項目が「英語」88.9%、次項目に「中国語・標準語」63.8%、「韓国語」46.8%と続いている。

[Q12] 貴店に来店する外国人客の言語として、あてはまるものをお答えください。（お答えはいくつでも）

＜対象：2018 年に外国人の来店があった店舗＞

【図 2-1-20 外国人客の言語】



【外国人の来店後の接客・応対について】

a) 来店後のシーン別の接客・応対方法

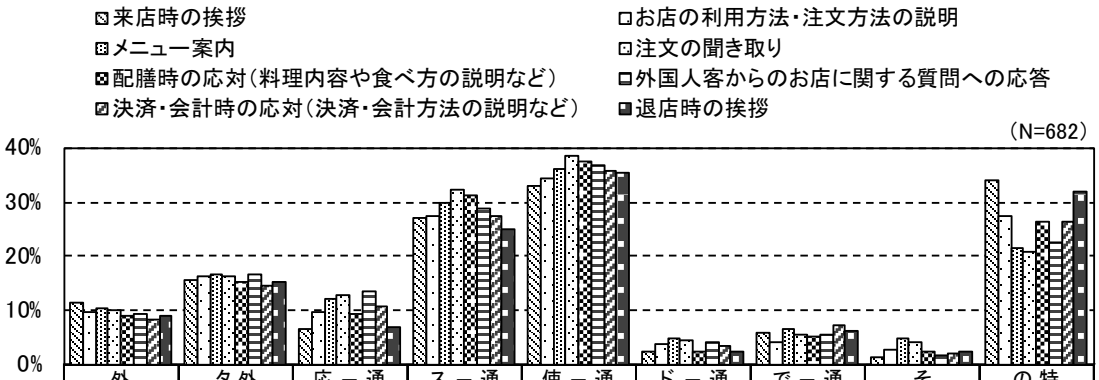
・来店後の 6 つのシーンでの接客・応対方法では、「通常の日本人スタッフが『かたことの外国語』を使って対応」「通常の日本人スタッフが『身ぶり手ぶりなどのジェスチャー』で対応」「特に何もしてない（そのまま日本語で対応)」が 2～3 割となっており、各シーンで上位 3 つにあげられる。

・その他では「外国語が話せる日本人スタッフの配置」が 6 つのシーンにおいて 15%前後と、上記の 3 つの応対方法の次に多くあげられる。現状では外国語による積極的なコミュニケーションが図られているとはいえないようである。

［Q13］以下の貴店での外国人客の来店シーンにおいて、ほとんど日本語が話せない外国人客への貴店での「接客・応対方法」として、あてはまるものをお答えください。（お答えはいくつでも）

＜対象：2018 年に外国人の来店があった店舗＞

【図 2-1-21 来店後のシーン別の接客・応対方法】



	外国人スタッフを配置	外国語が話せる日本人スタッフを配置	通常の日本人スタッフが「自動翻訳機」を使って対応	通常の日本人スタッフが「身ぶり手ぶりなどのジェスチャー」で対応	通常の日本人スタッフが「かたことの外国語」を使って対応	通常の日本人スタッフが「会話カード・指差しカード」を使って対応	通常の日本人スタッフが「学習した接客用外国語」で対応	その他	特になにもしていない（そのまま日本語で対応）
来店時の挨拶	11.3%	15.5%	6.6%	27.0%	33.0%	2.3%	6.0%	1.5%	34.2%
お店の利用方法・注文方法の説明	9.5%	16.3%	9.7%	27.6%	34.3%	3.8%	4.0%	2.6%	27.4%
メニュー案内	10.4%	16.6%	12.2%	29.9%	36.1%	5.0%	6.5%	5.0%	21.4%
注文の聞き取り	10.1%	16.3%	12.8%	32.4%	38.7%	4.4%	5.6%	4.1%	20.8%
配膳時の応対（料理内容や食べ方の説明など）	9.1%	15.2%	9.4%	31.1%	37.4%	2.5%	5.3%	2.5%	26.2%
退店時の挨拶	9.1%	15.1%	6.7%	25.1%	35.3%	2.5%	6.2%	2.5%	32.1%

b) 来店後シーン別の接客・応対のスムーズさ

・各シーンの応対のスムーズさについて、「来店時の挨拶」「退店時の挨拶」「決済・会計時の応対」の３つのシーンでは、「スムーズに応対できている（スムーズに応対できている＋ある程度スムーズに応対できている）」との回答が半数を超える。

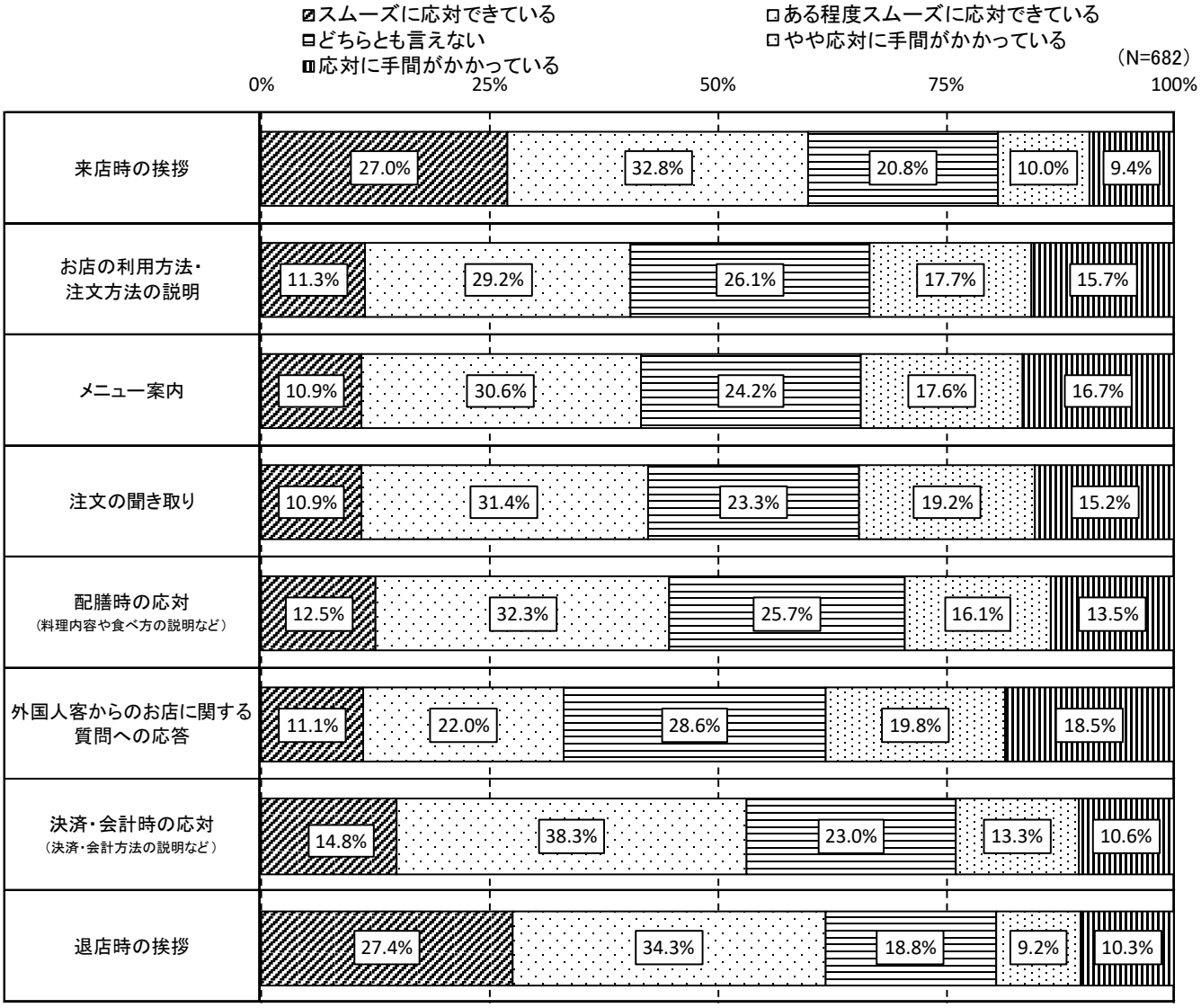
・一方で、「お店の利用方法・注文方法の説明」「メニュー案内」「注文の聞き取り」「配膳時の応対（料理内容や食べ方の説明など）」「外国人客からのお店に関する質問への応答」の５つのシーンでは、「スムーズに応対できている」との回答が４割以下となり、特に「外国人客からのお店に関する質問への応答」では３割に留まる。

［Q14］以下の貴店での外国人客の来店シーンにおいて、ほとんど日本語が話せない外国人客への「接客・応対方法」に

ついて、スムーズに応対できていますか。（お答えはひとつ）

＜対象：2018 年に外国人の来店があった店舗＞

【図 2-1-22 来店後のシーン別の接客・応対のスムーズさ】



・来店後のシーン別に、応対がスムーズにできているかどうかで応対の方法に違いがあるかを見ると、応対方法の「外国語が話せる日本人スタッフを配置」「外国人スタッフを配置」については、いずれのシーンでも「スムーズに応対ができている（Q14. スムーズな応対ができている＋ある程度スムーズな応対ができている）」の方が「スムーズに応対できていない（Q14. どちらとも言えない＋やや応対に手間がかかっている＋応対に手間がかかっている）」よりも高く、やはり接客・応対をスムーズにすすめるためには、外国語でのコミュニケーションが重要である。

【図 2-1-23 クロス集計：Q14 来店後のシーン別の接客・応対のスムーズさ　×　Q13 接客・応対方法】

↓応対方法	来店時の挨拶 スムーズに応対できている（N=408） スムーズに応対できていない（N=274）	お店の利用方法・注文方法の説明 スムーズに応対できている（N=276） スムーズに応対できていない（N=406）	メニュー案内 スムーズに応対できている（N=283） スムーズに応対できていない（N=399）	注文の聞き取り スムーズに応対できている（N=288） スムーズに応対できていない（N=394）
外国人スタッフを配置	16.2% 4.0%	14.9% 5.9%	14.8% 7.3%	15.3% 6.3%
外国語が話せる日本人スタッフを配置	23.3% 4.0%	32.6% 5.2%	28.6% 8.0%	28.5% 7.4%
通常の日本人スタッフが「自動翻訳機」を使って対応	5.4% 8.4%	9.4% 9.9%	10.6% 13.3%	11.5% 13.7%
通常の日本人スタッフが「身ぶり手ぶりなどのジェスチャー」で対応	27.0% 27.0%	22.5% 31.0%	24.0% 34.1%	27.1% 36.3%
通常の日本人スタッフが「かたことの外国語」を使って対応	34.1% 31.4%	32.2% 35.7%	33.6% 37.8%	39.6% 38.1%
通常の日本人スタッフが「会話カード・指差しカード」を使って対応	3.4% 0.7%	3.6% 3.9%	5.3% 4.8%	5.6% 3.6%
通常の日本人スタッフが「学習した接客用外国語」で対応	7.8% 3.3%	5.4% 3.0%	7.1% 6.0%	6.9% 4.6%
その他	1.5% 1.5%	3.3% 2.2%	7.4% 3.3%	5.2% 3.3%
特になにもしていない（そのまま日本語で対応）	26.0% 46.4%	15.6% 35.5%	9.9% 29.6%	11.5% 27.7%

↓応対方法	配膳時の応対（料理内容や食べ方の説明など） スムーズに応対できている（N=305） スムーズに応対できていない（N=377）	外国人客からのお店に関する質問への応答 スムーズに応対できている（N=226） スムーズに応対できていない（N=456）	決済・会計時の応対（決済・会計方法の説明など） スムーズに応対できている（N=362） スムーズに応対できていない（N=320）	退店時の挨拶 スムーズに応対できている（N=421） スムーズに応対できていない（N=261）
外国人スタッフを配置	13.4% 5.6%	16.8% 5.7%	11.0% 5.0%	11.9% 4.6%
外国語が話せる日本人スタッフを配置	24.9% 7.4%	34.1% 7.9%	23.2% 5.0%	21.9% 4.2%
通常の日本人スタッフが「自動翻訳機」を使って対応	9.5% 9.3%	11.9% 14.3%	11.0% 10.3%	6.2% 7.7%
通常の日本人スタッフが「身ぶり手ぶりなどのジェスチャー」で対応	31.8% 30.5%	25.2% 30.5%	27.9% 27.2%	26.4% 23.0%
通常の日本人スタッフが「かたことの外国語」を使って対応	40.0% 35.3%	27.9% 41.2%	37.6% 33.4%	37.5% 31.8%
通常の日本人スタッフが「会話カード・指差しカード」を使って対応	3.0% 2.1%	5.8% 3.5%	3.0% 3.8%	1.9% 3.4%
通常の日本人スタッフが「学習した接客用外国語」で対応	6.2% 4.5%	6.6% 4.8%	9.1% 5.3%	7.8% 3.4%
その他	3.0% 2.1%	2.2% 1.5%	2.5% 1.3%	2.1% 3.1%
特になにもしていない（そのまま日本語で対応）	15.1% 35.3%	13.3% 27.2%	17.7% 36.6%	26.8% 40.6%

c)外国語での接客・応対の必要性

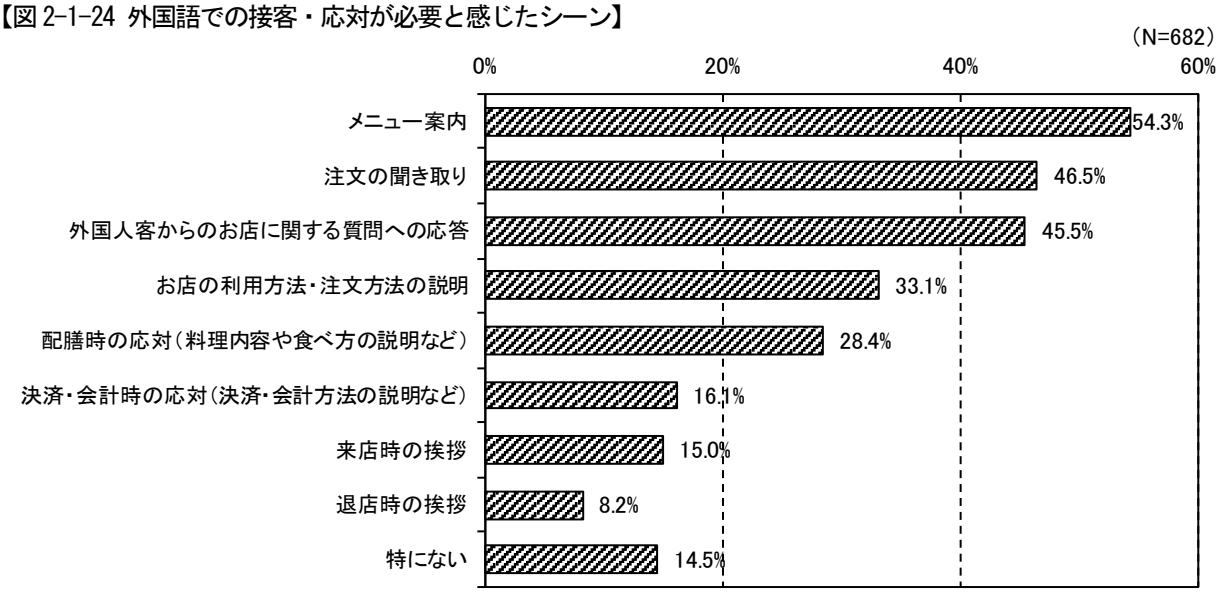
・ほとんど日本語が話せない外国人に外国語での応対が必要と感じたシーンでは、トップ項目が「メニュー案内」54.3%、次項目に「注文の聞き取り」46.5%、「外国人客からのお店に関する質問の応答」45.5%が続く。

・外国語での対応が“最も必要”と感じたシーンでもトップ項目には「メニュー案内」32.6%があげられた。

[Q15] 貴店で、ほとんど日本語が話せない外国人客の来店で、「外国語」での接客・応対が必要と感じたシーンをお答えください。(お答えはいくつでも)

<対象：2018 年に外国人の来店があった店舗>

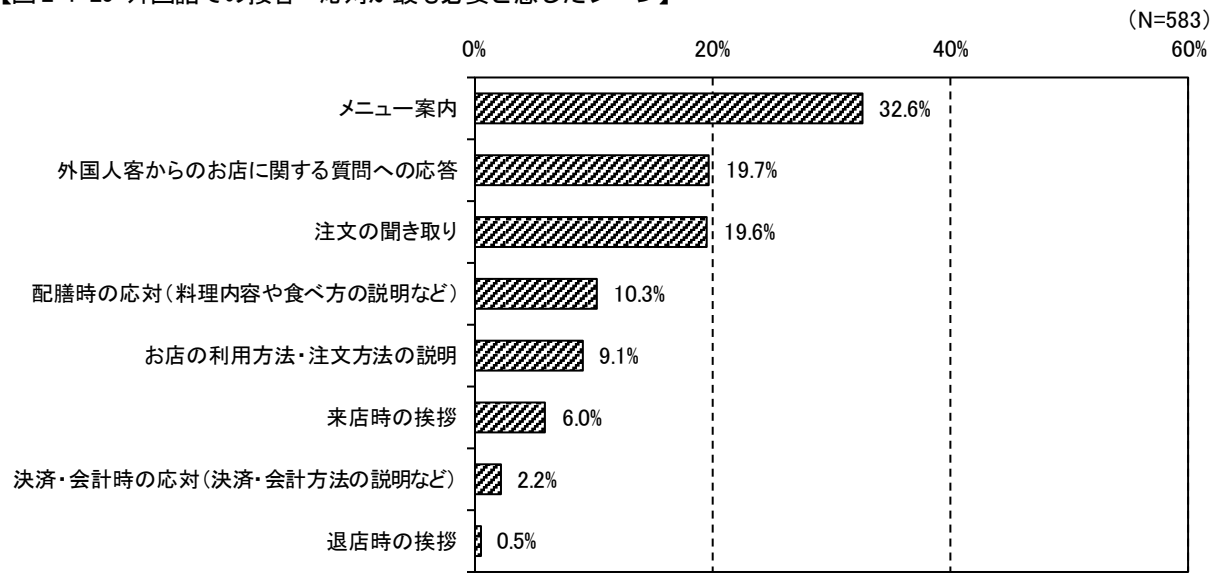
【図 2-1-24 外国語での接客・応対が必要と感じたシーン】



[Q16] 前問 (Q15) で回答した、「外国語」での接客・応対が必要と感じたシーンの中で、“最も必要”と感じたシーンをひとつだけお答えください。(お答えはひとつ)

<対象：2018 年に外国人の来店があった店舗、且つ、外国語での接客・応対が必要と感じた店舗>

【図 2-1-25 外国語での接客・応対が最も必要と感じたシーン】



・外国語での応対が必要なシーンとして上位にあげられる「メニュー案内」「注文聞き取り」「お店の質問」「配膳時の応対」においてお店が必要と考える理由については、「ジェスチャー・片言英語が使えない」「日本独自のメニュー、食材、食べ方などの説明が難しい」「相手の要望を間違いなく聞く必要がある」「想定外の質問がある」などがあげられている。

［Q17］前問で回答した、「外国語」での接客・応対が“最も必要”と感じたシーン 【Q16 の選択内容】 について、そう考える理由をできるだけ詳しくお聞かせください。

＜対象：2018 年に外国人の来店があった店舗、且つ、外国語での接客・応対が必要と感じた店舗＞

【代表的自由回答抜粋：外国語での接客・応対が必要と感じた理由】

■メニュー案内

■外国人客からのお店に関する質問

- ✓ **コースの違いなどを説明できると売り上げに繋がる**かと思う。（神奈川県・和食）
- ✓ **ジェスチャーと片言の外国語でしか説明できないので、伝わりづらい。**（愛知県・和食）
- ✓ ベジタリアンやヴィーガンなどあまり日本人の方にいらっしゃらない対応が必要なお客様も多いため、**聞き間違える事なくお客様の要望を確認しなくてはいけない**ため。（東京都・洋食）
- ✓ メニュー数が多く、セットの選択肢も多いので写真を全て載せるわけにもいかず、**日本独自のメニューが多いので説明がしにくい**。（京都府・洋食）
- ✓ **外国人は何が希望で何が食べたいかまず聞かないとわからない**。ここは何屋かも分からず入って来るのでまずメニュー案内が必要。合わなくて帰る外人も多い（東京都・和食）

■注文の聞き取り

- ✓ 全く**聞き取りが出来ないので、違う商品だったりしたため。**（東京都・和食）
- ✓ 一品あたり**どれくらいの量で何人で食べれるか（一人で食べられる量か）の対応**。（東京都・和食）
- ✓ 相手も日本語表記のメニューがわからなかったり、こちらも外国語での対応ができないため、**相手の頼みたい商品との齟齬が生じ得る可能性がある**ため。（青森県・和食）
- ✓ こうしてほしい、と**要望を言っているはずであったが、詳細がわからなかった為、応える事ができなかった**。（福岡県・洋食）
- ✓ どういった料理なのか**複雑な料理だと説明が必要だが、言語を理解しないと説明ができない**（北海道・居酒屋）
- ✓ **定型文では対応しきれない**ところがあるから、スムーズにお答えできたらより店のことをわかってもらえるだろうから。（兵庫県・和食）
- ✓ 想定しているものは外国語で表記しておけば問題ないが、**想定外の質問の際には語彙力が必要になるか**ら（滋賀県・和食）
- ✓ 和食店舗ですので、**日本ならではの食材、調理法、料理名（くわい、いこみ、幽庵焼き etc）の説明に手間取る**。（大阪府・和食）
- ✓ **通常業務の中での会話や応対なら場面に応じて相手が求めそうなことがわかるので**、ある程度ジェスチャーや片言の英語などで対応出来るが、**それ以外の会話だとまず聞き取るところからなので何度も聞き返してしまい会話にならないケース**がある（東京都・洋食）

■配膳時の応対

- ✓ コースが主な為、**食べ方や素材の説明、特に日本由来のものの説明に難儀する**ため。例えば山菜料理や郷土料理のそれ。（宮城県・和食）

✓ 湯豆腐や刺身、天ぷらなど、**卓上で味付けする必要があるメニューがあるため**。（京都府・和食）

✓ 当店は焼肉屋であり、**お肉の部位ごとの説明、やはり焼き過ぎても焼かな過ぎても味にムラが出てしまうため、英語でベストな状態を伝えるのは非常に困難**である。（東京都・焼肉・ホルモン）

✓ こまかな**ニュアンスの違いなどなかなか伝わらない**。自動翻訳機能でも正しい翻訳がされないときもある。（大阪府・居酒屋）

【メニュー表の外国人対応について】

a)外国人客向けメニュー表の対応状況

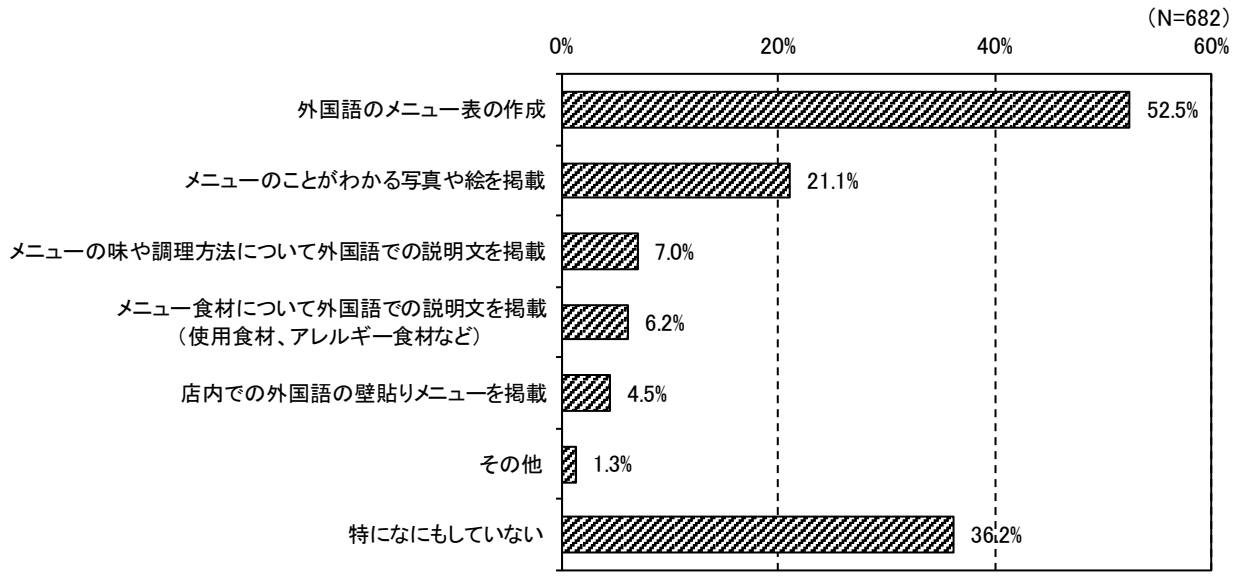
・外国人客向けメニュー表で対応しているものでは、「外国語のメニュー表の作成」52.5%が最も多く、次に「メニューのことがわかる写真や絵を掲載」21.1%となっている。

・外国人の来店があるにもかかわらず「特になにもしていない」と回答した店舗が 36.2%あった。

[Q18] 貴店が、外国人客向けに、「メニュー表」について対応している事柄として、あてはまるものをお答えください。（お答えはいくつでも）

＜対象：2018 年に外国人の来店があった店舗＞

【図 2-1-26 外国人客向けメニュー表の対応状況】



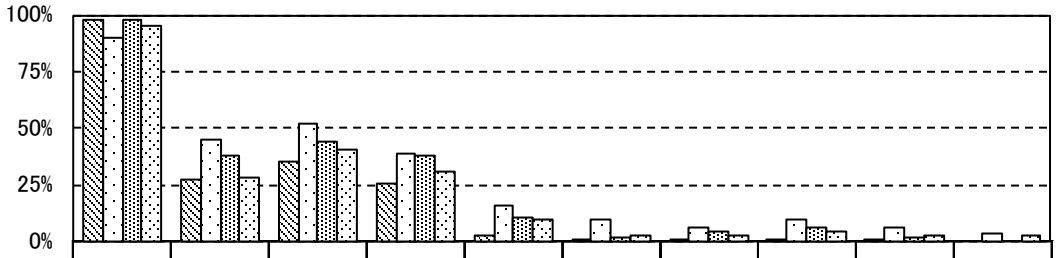
b)外国人向けメニュー表ツールの対応言語

・外国人向けの４つのメニュー表ツールで対応している言語は、いずれのツールも「英語」が９割と最も高く、次に「中国語・繁体字」が続いている。

[Q19] 「メニュー表」で貴店が外国語で対応している以下の事柄について、どの言語で対応していますか。
（お答えはいくつでも）

＜対象：2018 年に外国人の来店があった店舗、且つ、外国語対応しているメニュー表がある＞

【図 2-1-27 外国人向けメニュー表の対応言語】



	英語	韓国語（ハングル語）	中国語・繁体字	中国語・簡体字	タイ語	スペイン語	ポルトガル語	フランス語	ロシア語	その他
外国語のメニュー表の作成（N=358）	97.8%	27.7%	35.2%	26.0%	2.5%	0.3%	0.3%	1.1%	0.8%	0.0%
店内での外国語の壁貼りメニューを掲載（N=31）	90.3%	45.2%	51.6%	38.7%	16.1%	9.7%	6.5%	9.7%	6.5%	3.2%
メニューの味や調理方法について外国語での説明文を掲載（N=48）	97.9%	37.5%	43.8%	37.5%	10.4%	2.1%	4.2%	6.3%	2.1%	0.0%
メニュー食材について外国語での説明文を掲載（使用食材、ｱﾚﾙｷﾞｰ食材など）（N=42）	95.2%	28.6%	40.5%	31.0%	9.5%	2.4%	2.4%	4.8%	2.4%	2.4%

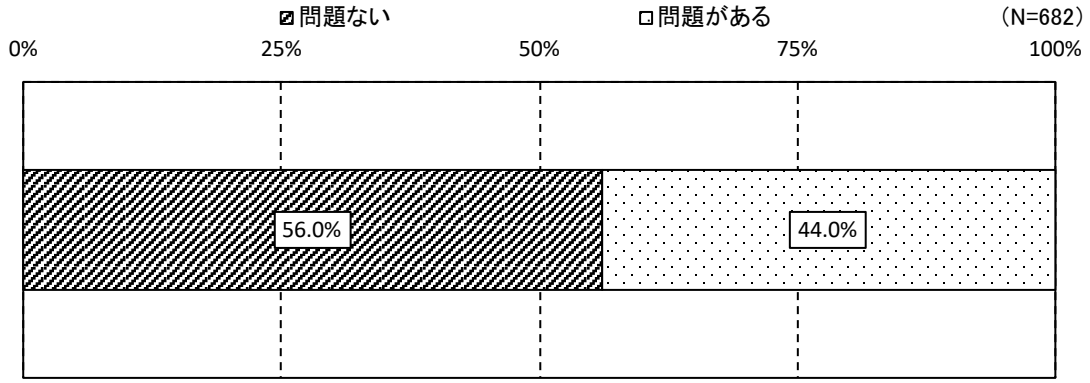
c)外国人向けメニュー表の問題有無

・現在、外国人向けに使用しているメニュー表について、「問題ない」と感じる店舗は56.0%、「問題ある」と感じる店舗が44.0%となった。

・問題に感じている理由では「外国語メニューが複数の言語に対応できていない」「外国語でメニューの詳しい説明ができていない」「メニュー写真が少ない」「全てのメニューを外国語で対応できていない」「日本語メニューのみでは伝わらない」などがあげられている。

[Q20] 貴店では、現在、外国人客に案内している「メニュー表」について、問題ないと思いますか。(お答えはひとつ) <対象:2018年に外国人の来店があった店舗>

【図2-1-28 外国人向けメニュー表の問題有無】



[Q21] 前問で、そのように回答した理由をお聞かせください。

<対象:2018年に外国人の来店があった店舗>

【代表的自由回答抜粋:外国人向けメニュー表に問題がある理由・無い理由】

■外国語メニューが複数の言語に対応できていない

✓ 英語だけでなく韓国語、中国語表記が必要。(沖縄県・和食)

✓ 英語のみ作成しているが、中国語しか話せないお客さんが多い。(大阪府・居酒屋)

✓ 忙しいときに外国語メニューがないと他のお客様にも迷惑をかける。(東京都・居酒屋)

■外国語でメニューの詳しい説明ができていない

✓ その日その日のおすすめの料理の細かい説明ができない。(宮城県・居酒屋)

✓ 商品の内容について、簡易的であるため、詳しく記載することが必要。(福岡県・和食)

✓ 全体的な量・ボリュームの説明が上手くできていない。(東京都・和食)

■お通しの説明が伝わらない

✓ お通しの文化がないためもめる。(東京都・居酒屋)

✓ お通し代の説明が伝わらないこと。(千葉県・居酒屋)

■メニュー写真が少ない

✓ できることなら写真入りの外国語のメニューが必要だが作るのに労力が大変かかる。(長野県・和食)

✓ 写真があまり載っていないのでわかりにくい。(大阪府・居酒屋)

✓ 写真を見て注文される外国人が多い。(東京都・焼肉・ホルモン)

■全メニューを外国語で対応しきれていない

✓ 指さしできるように写真つきの英語メニューを作っているが、全部のメニューに対してカバーしきれない。(大阪府・焼肉・ホルモン)

✓ 全メニューが掲載されているわけではない。(東京都・居酒屋)

■日本語メニューのみでは伝わらない

✓ 全部日本語なので読まない方で諦めて帰られる方もいらっしゃる。（東京都・焼肉・ホルモン）

✓ 日本語文章のみのメニューを利用しているので伝わりにくい。（東京都・居酒屋）

【外国人集客に向けたプロモーションについて】

a)外国語でのプロモーション方法

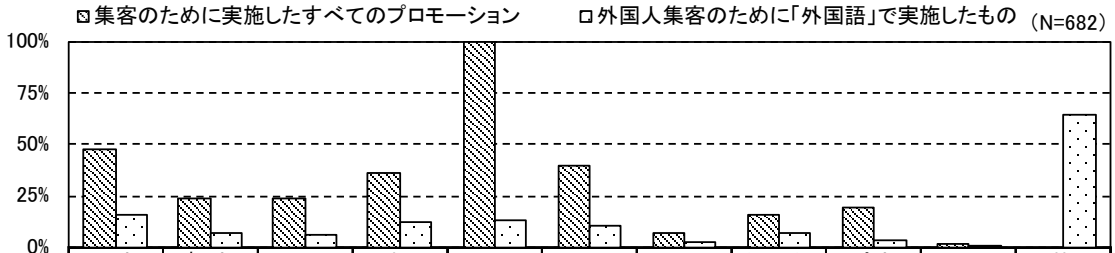
・2018 年に日本人・外国人に関係なく集客のために実施したプロモーションでは、調査対象がぐるなび加盟店飲食店であるため「飲食店情報サイト」が 100%となり、次に高いのが「店頭に『メニュー表・メニューボード』を設置」47.2%、「SNS での情報発信」39.3%となる。

・外国語で実施しているものでは、トップ項目が「店頭に『メニュー表・メニューボード』を設置」15.7%、次項目に「飲食店情報サイト』12.8%、「公式ホームページ」12.5%となっている。

[Q22] 昨年 2018 年に、貴店が集客に向けて実施したプロモーションについて、以下の中から、貴店が、日本人、外国人に関係なく集客のために実施したすべてのプロモーションをお答えいただき、その中で、外国人の集客のために「外国語」で実施したものをお答えください。（お答えはいくつでも）

＜対象：2018 年に外国人の来店があった店舗＞

【図 2-1-29 外国語でのプロモーション方法】



	店頭に「メニュー表・メニューボード」を設置	店頭に歓迎の「のぼり」「看板」を設置	メディア媒体への広告掲載（新聞、雑誌、テレビなど）	公式ホームページ（飲食店情報サイト以外の自店オリジナルサイト）	飲食店情報サイト	SNSでの情報発信	交通広告	他施設でのチラシやポスターの設置（ホテルや観光案内所など）	店頭・店外でのチラシやクーポン・割引券の配布	その他	特にない
集客のために実施したすべてのプロモーション	47.2%	24.0%	23.6%	36.4%	100.0%	39.3%	6.7%	15.7%	19.2%	1.8%	0.0%
外国人集客のために「外国語」で実施したもの	15.7%	7.0%	6.3%	12.5%	12.8%	10.0%	2.5%	6.9%	3.4%	0.7%	64.2%