

「農林水産省委託事業」

平成 30 年度国産農産物消費拡大委託事業  
(多言語化対応調査事業)

【報告書】

平成 31 年 3 月

株式会社 ぐるなび

## 目次

### 第1章 はじめに

- 1. 1 本事業目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
  - (1) 本事業の背景・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
  - (2) 実施における仮説・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2
  - (3) 本事業の目的・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 2

### 第2章 多語化対応調査事業における事業内容

- 2. 1 飲食店における多語化対応状況調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
  - (1) データ抽出調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 3
  - (2) WEBアンケート調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 4
  
- 2. 2 飲食店における受入環境整備の検証・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 36
  - (1) 本検証の基本的な考え方・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 36
  - (2) 調査概要・・ 36
  - (3) 実施スケジュール・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 37
  - (4) 調査スケジュール・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 37
  - (5) 調査の流れ・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 38
  - (6) 店舗選定における考え方・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 38
  - (7) モニター調査対象国における考え方・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 42
  - (8) 調査対象シーンにおける考え方・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 43
  - (9) 各店舗への質問と提供メニュー・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 44
  - (10) コミュニケーションツールにおける考え方・・・・・・・・・・・・・・ 45
  - (11) 使用アプリ調査・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 47
  - (12) ブリーフィング資料・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 47
  - (13) 調査表・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 49
  - (14) ヒアリングシート・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 50
  - (15) モニター調査風景・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 51
  - (16) 調査結果詳細・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 57

### 第3章 まとめ

- 3. 1 調査結果の分析・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 79
  - (1) 飲食店における多言語化対応状況調査からみえた課題・・・・・・・・ 79
  - (2) 飲食店における受入環境整備の検証からみえた課題・・・・・・・・ 84
  
- 3. 2 飲食店における多言語化に向けた効果的な手法・・・・・・・・・・ 85
  - (1) ハイブリッド型多言語対応のパッケージ化と飲食店への理解促進・・ 85
  - (2) 外食産業全体の多言語化対応に向けたボトムアップ・・・・・・・・ 86
  
- 3. 3 本事業で期待できる効果・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 87
- 3. 4 今後の方向性・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・・ 88
  - (1) 飲食店インバウンド対応状況把握の継続的取り組みへの期待・・ 88
  - (2) 飲食店でのインバウンド対応が加速するための環境づくり・・ 88
  - (3) 飲食店のインバウンド対応を進めるための継続的な取り組み・・ 88

## 第1章 はじめに

### 1. 1 本事業目的

---

#### (1) 本事業の背景

少子高齢社会を迎え、現在消費者と食との関わり方が多様化する中で、食卓と生産地の距離がうまれ食や農林水産業に対する国民の理解が希薄化していることによる国産農林水産物の需要の減少が懸念されている。農林水産省のデータでは、平成29年度のカロリーベースの食料自給率は、38%（対前年度±0ポイント）、同年、生産額ベースの食料自給率は、65%（対前年度-2ポイント）と減少の傾向にある。現行の食料・農業・農村基本計画においては、食料自給率を、平成37年度にカロリーベースで45%、生産額ベースで73%にするとの目標が掲げられており、今後国内における国産農林水産物の需要減少が見込まれる中、今後消費拡大に向けた新たな需要創出の取り組みが求められている。

#### (2) 実施における仮説

近年、急激な成長を遂げている我が国のインバウンド市場において、日本政府観光局(JNTO)によると、平成30年12月時点で訪日外国人旅行者数は、推計で3,100万人(※<sup>1</sup>)を突破し、平成31年1月には前年同月比7.5%増の268万9千人(※<sup>2</sup>)を記録した。そうした背景を鑑み、今後も増加が見込まれる訪日外国人旅行者に対して、国産農林水産物の消費拡大をアプローチしていくことは貴重な機会であると捉える。

※1：平成30年 年訪日外客数 日本政府観光局推計値 [https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor\\_trends/](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/)

※2：平成31年2月20日 日本政府観光局報道発表資料 [https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press\\_releases/pdf/190220\\_monthly.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/news/press_releases/pdf/190220_monthly.pdf)

※3：観光庁「訪日外国人消費動向調査」平成29年間確報値 <http://www.mlit.go.jp/kankocho/siryou/toukei/syouthityousa.html>

日本政府観光局(JNTO) 2018年12月 訪日外客数 (JNTO推計値)

[https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data\\_info\\_listing/pdf/190116\\_monthly.pdf](https://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/data_info_listing/pdf/190116_monthly.pdf)

#### (3) 本事業の目的

観光庁の「訪日外国人消費動向調査 平成29年 年次報告書」によると、訪日前に最も期待していたこととして最多の約68%の人が「日本食を食べること」と回答しており(※<sup>1</sup>)、またその訪日外国人旅行者が日本の多言語表示やコミュニケーション場面で最も困った場所として「飲食店」とあげた人が28.5%と最多であった。特に飲食店における「料理を選ぶ・注文する場面」においては、約6割の人がコミュニケーションにおける課題が発生している。(※<sup>2</sup>)

本事業では、インバウンドの受け皿となる飲食店側の多言語対応や受入環境の実態の調査、および訪日外国人旅行者の飲食店におけるコミュニケーションの課題解決方法を検証することとした。本事業での検証結果を全国の飲食店に広め、多言語化対応に取り組む店舗を増やすことで訪日外国人旅行者の飲食店での体験の質を向上させ消費額、および国産農林水産物の消費拡大につなげていくことを目的とした。

※1：観光庁「訪日外国人消費動向調査 平成29年 年次報告書」<http://www.mlit.go.jp/common/001230775.pdf>

※2：観光庁「訪日外国人旅行者の受入環境整備における国内の多言語対応に関するアンケート結果」(平成30年)

<http://www.mlit.go.jp/common/001226100.pdf>

※3：2019年1月 帝国データバンク <https://www.tdb.co.jp/report/watching/press/p190207.html>

## 第2章 多言語化対応調査事業における事業内容

### 2. 1 飲食店における多言語化対応状況調査

#### (1) データ抽出調査

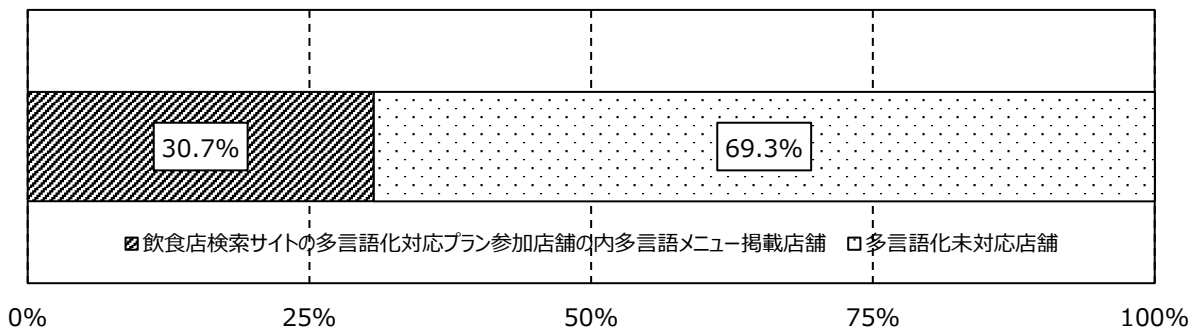
飲食店検索サイトにおける全国 527,169 店の飲食店データベースより、多言語対応している店舗数、多言語メニューを提供する店舗数等について、データ抽出をした。同サイトにおいて多言語化対応を進めている飲食店は全体の 15.8%であったが、多言語メニューへの自動翻訳を活用しメニュー掲出行っている店舗は、全体の 4.8%に留まった。

#### ① 飲食店検索サイト掲載店舗

飲食店検索サイトに掲載されている飲食店の中で多言語化対応プランに参加している店舗は 15.8% (83,081 店舗) となった。

【図 2-1-1 飲食店検索サイト掲載店舗に占める多言語化対応プラン参加店舗率】

掲載店舗数	527,169店舗
オフィシャルHPの多言語化対応プラン参加店舗	83,081店舗
オフィシャルHPの多言語化率	15.8%

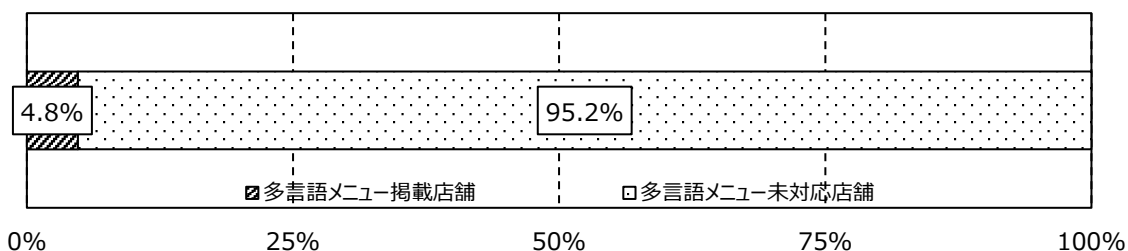


#### ② 多言語メニューサイト掲出店舗

多言語メニューをサイトに掲出している店舗は 25,539 店舗あり全体に対し、4.8%程度となった。

【図 2-1-2 飲食店検索サイト参加店舗に占める多言語メニュー掲載店舗率】

掲載店舗数	527,169店舗
多言語メニュー掲載店舗数	25,539店舗
掲載店舗数に占める多言語メニュー掲載店舗	4.8%



## (2) WEB アンケート調査

### ①調査目的

2018年の外国人の来店状況を捉えつつ多言語化対応状況を把握する。飲食店と外国人との主要な接点として「プロモーション」「予約」「メニュー表」「来店時の接客・応対」が考えられることから、これらの接点ごとの多言語化対応状況を明らかにしていくこととした。

### ②調査概要

- a 調査対象 全国ぐるなび加盟飲食店
- b 調査方法 Web アンケート
- c 調査時期 2019年2月14日～3月8日
- d 調査実施機関 株式会社ぐるなび
- e サンプル数 732 サンプル
- f 回答者属性

【表 2-1-1 業態】

項目	N	%
和食	157	21.4
洋食	92	12.6
中華	45	6.1
焼肉・ホルモン	64	8.7
アジア・エスニック料理	10	1.4
無国籍料理	5	0.7
カフェ・喫茶	9	1.2
居酒屋	250	34.2
ダイニングバー	70	9.6
ビアレストラン・パブ	7	1.0
スペースエンターテインメント	5	0.7
ファミレス・ファーストフード	1	0.1
その他	17	2.3
全体	732	100.0

【表 2-1-2 エリア】

項目	N	%
北海道	40	5.5
東北地方	23	3.1
関東地方	360	49.2
中部地方	83	11.3
近畿地方	154	21.0
中国地方	20	2.7
四国地方	5	0.7
九州地方	47	6.4
全体	732	100.0

【表 2-1-3 席数】

項目	N	%
20席未満	53	7.2
20～30席未満	129	17.6
30～50席未満	205	28.0
50～80席未満	153	20.9
80～100席未満	79	10.8
100～150席未満	60	8.2
150～200席未満	35	4.8
200席以上	18	2.5
全体	732	100.0

【表 2-1-4 事業形態】

項目	N	%
単独店の事業	443	60.5
地域のチェーン店	111	15.2
全国規模のチェーン店	40	5.5
異なる業態の飲食店をもつグループ事業	97	13.3
飲食以外の事業を含めたグループ事業	41	5.6
全体	732	100.0

【表 2-1-5 立場】

項目	N	%
オーナー	98	13.4
オーナー店長	79	10.8
オーナー店長兼料理長	98	13.4
オーナー兼料理長	25	3.4
店長	260	35.5
料理長	25	3.4
ホールスタッフ・サービススタッフ	36	4.9
調理スタッフ・調理補助	9	1.2
マネージャー・主任	41	5.6
本部スタッフ	41	5.6
その他	20	2.7
全体	732	100.0

【表 2-1-6 客単価】

項目	N	%
1000円未満	5	0.7
1000～2000円未満	36	4.9
2000～2500円未満	62	8.5
2500～3000円未満	100	13.7
3000～3500円未満	103	14.1
3500～4000円未満	139	19.0
4000～5000円未満	126	17.2
5000～7000円未満	82	11.2
7000～1万円未満	39	5.3
1万～1万5000円未満	27	3.7
1万5000～2万円未満	11	1.5
2万円以上	2	0.3
全体	732	100.0

- Q5 昨年 2018 年に貴店に来店した外国人の客数について、一昨年前の 2017 年と比較して増えたと思いますか。
- Q6 昨年 2018 年、貴店で、ランチ時間とディナー時間に来店する日本人客と外国人客の客単価は、それぞれどれくらいでしたか。
- Q7 貴店で料理に使用する食材・食品について、国産にこだわっているものがありますか。
- Q8 貴店で、国産の食材・食品の使用にこだわった料理に対して、外国人からの注文人気はいかがですか。
- Q9 昨年 2018 年、貴店で外国人客を受け入れるために、年間でどれくらいの費用をかけましたか。
- Q10 昨年 2018 年、貴店での外国人客による売上は、貴店での全体の売上のおおよそ何%ぐらいを占めていましたか。
- Q11 貴店では、外国人客を受け入れることで、お店の売上アップを期待していますか。
- 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。
- 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・対応方法」として、あてはまるものをお答えください。
- 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・対応方法」について、スムーズに対応できていますか。
- 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・対応が必要と感じたシーンをお答えください。
- Q16 前問で回答した「外国語」での接客・対応が必要と思ったシーンの中で、“最も必要”と感じたシーンをひとつだけお答えください。
- Q17 前問で回答した「外国語」での接客・対応が“最も必要”と感じたシーン【※前問で回答した選択肢再掲※】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。
- 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。
- Q19 「メニュー表」で貴店が外国語で対応している事柄について、どの言語で対応していますか。
- 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。
- Q21 前問で、そのように回答した理由をお聞かせください。
- 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」で実施したものを答えください。
- Q23 昨年 2018 年に外国人の集客のために「外国語」で実施したプロモーションについて、どの外国語で対応しましたか。
- Q24 昨年 2018 年に外国人客の集客のために「外国語」で実施したプロモーションについて集客に役に立ったと思うものをお答えください。
- Q25 前問で回答した、昨年 2018 年に、外国人客の集客のために役に立ったと思うプロモーションのうち、最も役に立ったと思うものをお答えください。
- Q26 昨年 2018 年に、貴店に来店する外国人客のうち、事前に予約して来店する外国人客の割合はどれくらいですか。
- Q27 昨年 2018 年に、貴店で事前に予約して来店する外国人客の予約方法として、あてはまるものをお答えください。
- Q28 昨年 2018 年、外国人客の事前の予約方法で「外国語」で予約連絡を受けることがあるものをお答えください。
- Q29 外国人客の事前の予約方法で「外国語」で予約連絡を受けるものについて、予約受け付けの対応がスムーズにできていますか。
- Q30 前問で、外国客からの事前の予約方法で「外国語」で予約連絡を受けるものについて「対応に手間取る」と回答した方は、
- Q31 今後、貴店では外国人客を受け入れていきたいと思いませんか。
- Q32 今後、貴店では外国人客を受け入れるために、外国人客の「接客・対応」では、どのような方法を導入するのがよいと思いませんか。
- Q33 今後、貴店では外国人客を受け入れるために、「メニュー表」に関する対応では、どのような施策を導入するのがよいと思いませんか。
- Q34 今後、貴店では外国人客を受け入れるために、「外国人集客のためのプロモーション」では、どのような施策がよいと思いませんか。
- Q35 今後、貴店では外国人客を受け入れるために、「外国人客から事前予約」では、どのような方法で受け付けるのがよいと思いませんか。
- Q36 今後、貴外国人客を受け入れたくないと回答した方は、その理由をお答えください。
- Q37 今年 2019 年、貴店が外国人客の受け入れ対策をすすめる場合、年間予算としてどれくらいかけてもよいと思いませんか。

#### ④調査結果詳細

##### 【2018年の外国人の来店状況について】

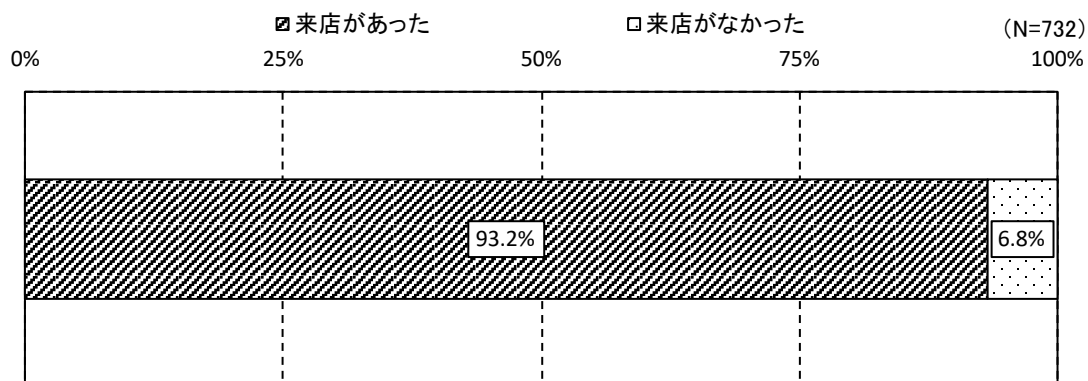
##### a) 2018年の外国人客の来店有無

・本アンケートに回答した飲食店において2018年に外国人の来店があった店舗は9割となった。

[Q1] 昨年2018年、貴店では、外国人客の来店がありましたか。(お答えはひとつ)

<対象：全店舗>

【図2-1-3 2018年の外国人客の来店有無】



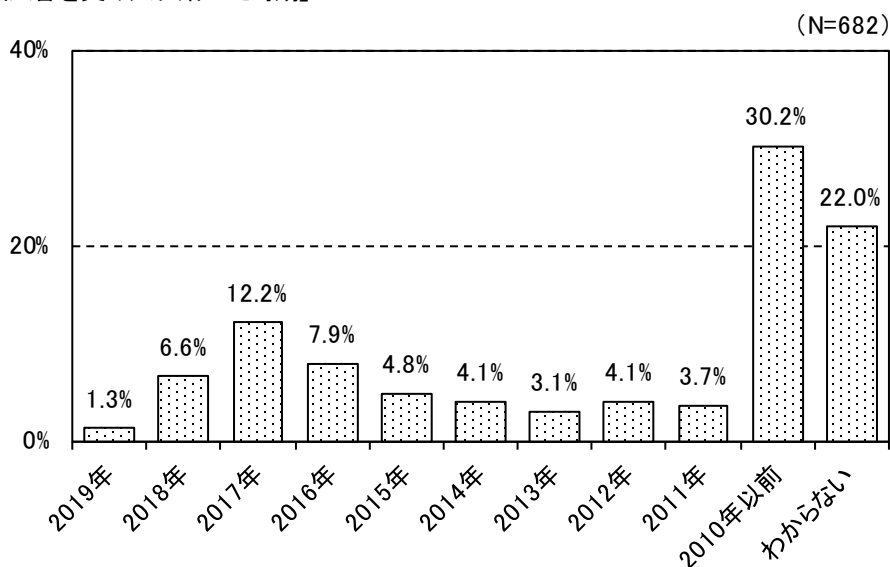
##### b) 外国人客を受け入れ始めた時期

・外国人客を受け入れ始めた時期では、「2010年以前」30.2%が最も多く、次に「2017年」12.2%があげられる。

[Q2] 貴店が、外国人客を受け入れ始めたのは、いつ頃からですか。(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2-1-4 外国人客を受け入れ始めた時期】



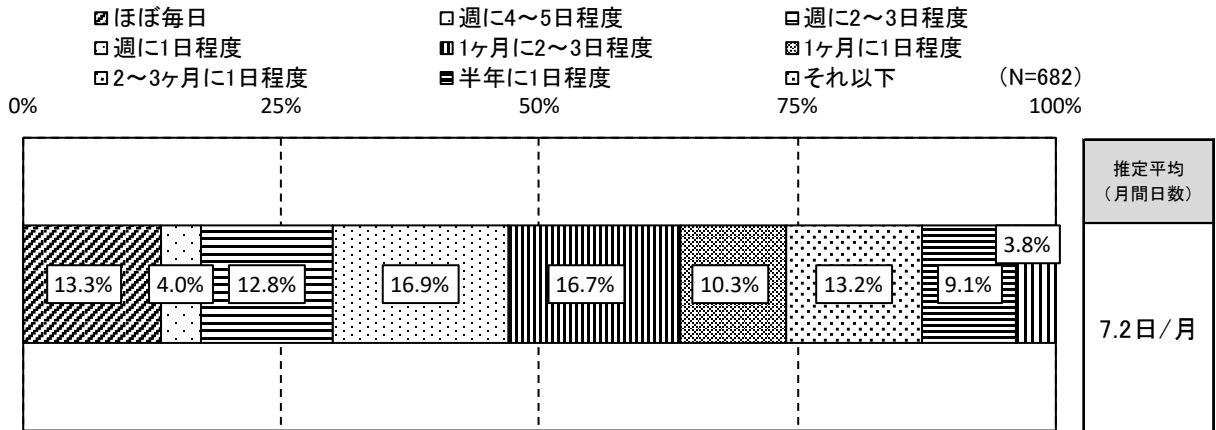
c) 外国人客の来店頻度

- ・来店頻度では、月間の来店日数の推定平均が7.2日/月となり、最も多いのが「週に1日程度」16.9%、次に「1ヶ月に2~3日程度」16.7%が多い。
- ・事業形態別で推定平均を見ると、「単独店の事業」5.1日/月、「チェーン店」11.0日/月、「グループ事業」10.0日/月となっており、「単独店の事業」が他の事業形態より低い。

[Q3] 昨年2018年、貴店では、どれくらいの頻度で外国人客が来店しましたか。(お答えはひとつ)

<対象：2018年に外国人の来店があった店舗>

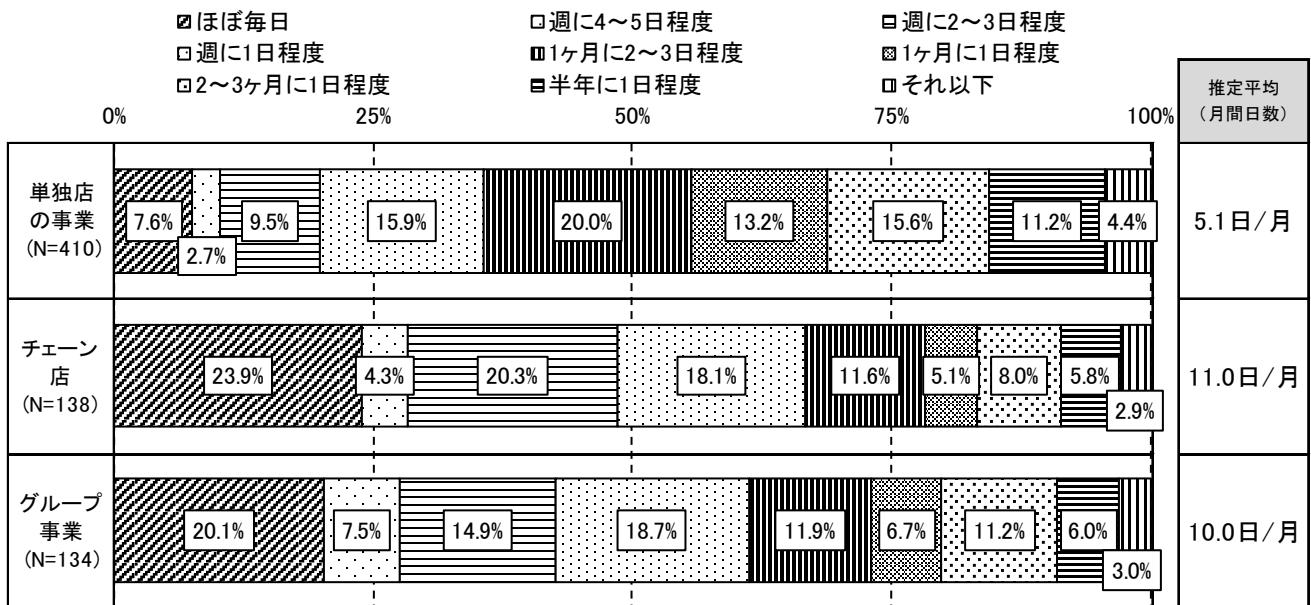
【図2-1-5 外国人客の来店頻度】



【図2-1-6 クロス集計：事業形態 × Q3外国人客の来店頻度】

※軸「チェーン店」は属性「事業形態」の「地域のチェーン店」と「全国規模のチェーン店」を合計したもの

※軸「グループ事業」は属性「事業形態」の「異なる業態の飲食店をもつグループ事業」と「飲食以外の事業を含めたグループ事業」を合計したもの





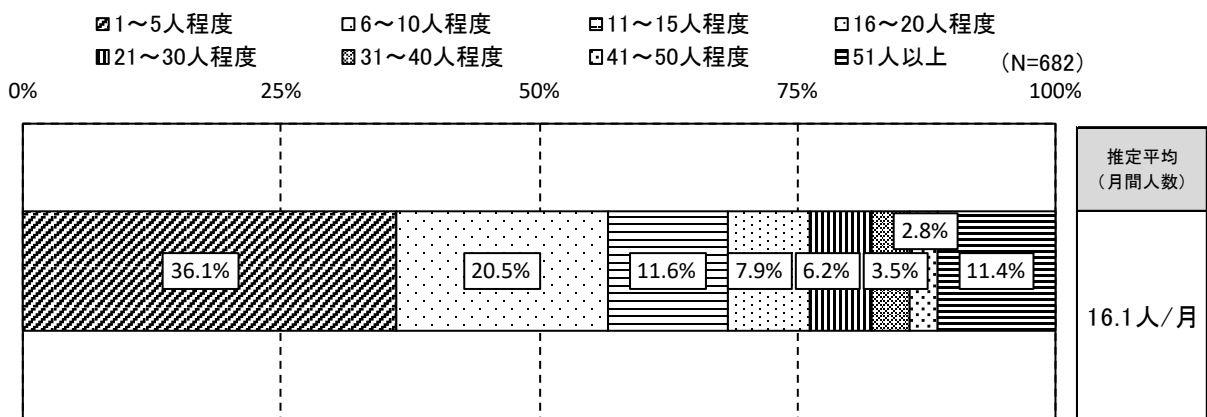
d) 外国人客の月間来店人数

- ・月間来店人数では推定平均が 16.1 人となり、「1～5 人」36.1%が最も多く、次に「6～10 人」20.5%が続く。
- ・事業形態別で推定平均を比較すると、「単独店の事業」12.3 人/月、「チェーン店」23.0 人/月、「グループ事業」20.4 人/月となり、来店頻度と同様に「単独店の事業」が他よりも低い結果となった。

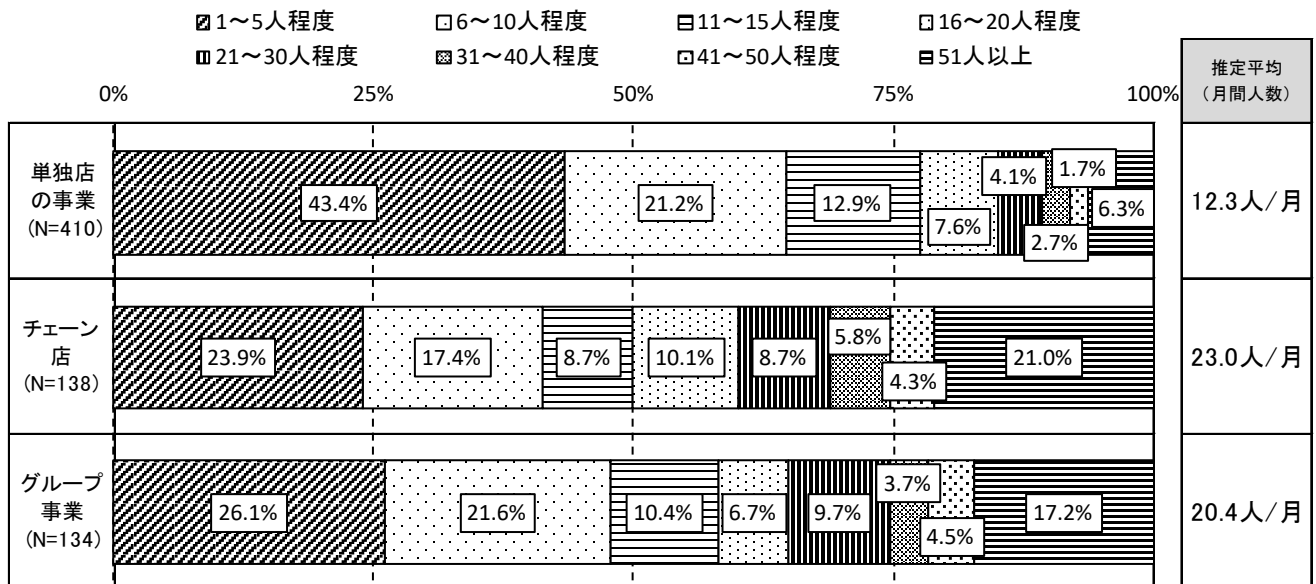
【Q4】 昨年 2018 年、貴店では、月間におおよそ何人ぐらい外国人客が来店しましたか。 ※外国人客の来店があった月のみで月間の平均外国人客数をお答えください。（お答えはひとつ）

<対象：2018 年に外国人の来店があった店舗>

【図 2-1-7 外国人客の月間来店人数】



【図 2-1-8 クロス集計：事業形態 × Q4 外国人客の月間来店人数】



e) 外国人客の増減

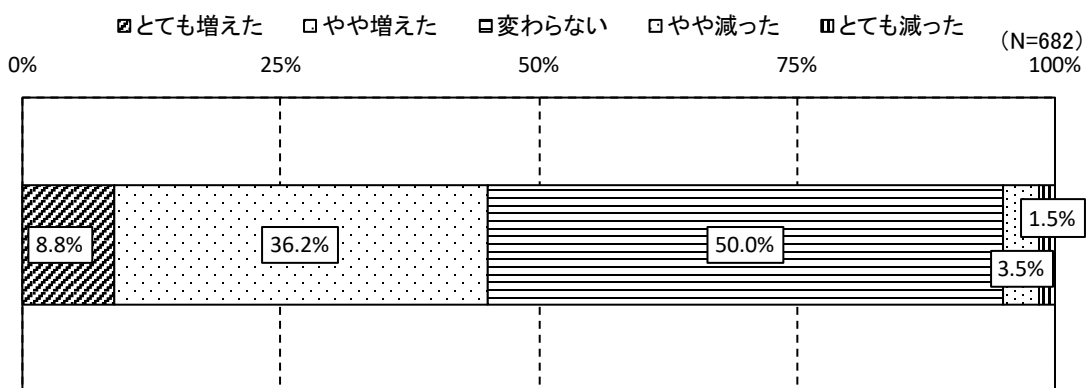
- ・2017年と比較して2018年に来店した外国人の数が増えたかどうかでは、「増えた（とても増えた＋やや増えた）」45.0%、「減った（とても減った＋やや減った）」5.0%となり、増えたと感じている店舗の方が多い。
- ・事業形態別でも、いずれも「増えた」が4割を超えており、飲食店が外国人客の増加を捉えている様子がうかがえる。

[Q5] 昨年2018年に貴店に来店した外国人の客数について、一昨年前の2017年と比較して増えたと思いますか。

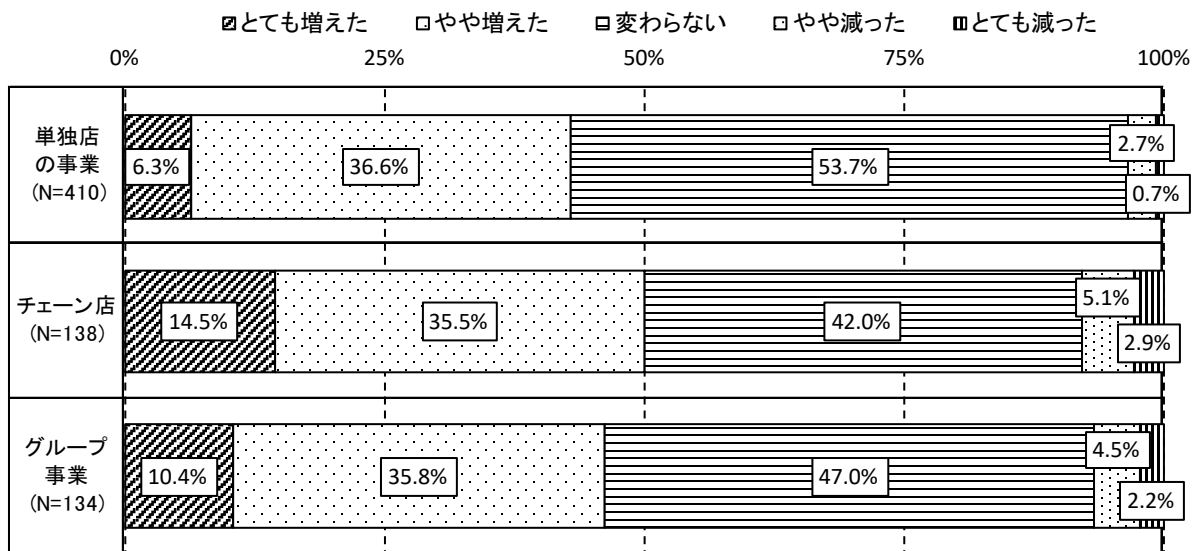
(お答えはひとつ)

<対象：2018年に外国人の来店があった店舗>

【図2-1-9 外国人客の増減】



【図2-1-10 クロス集計：事業形態 × Q5 外国人客の増減】



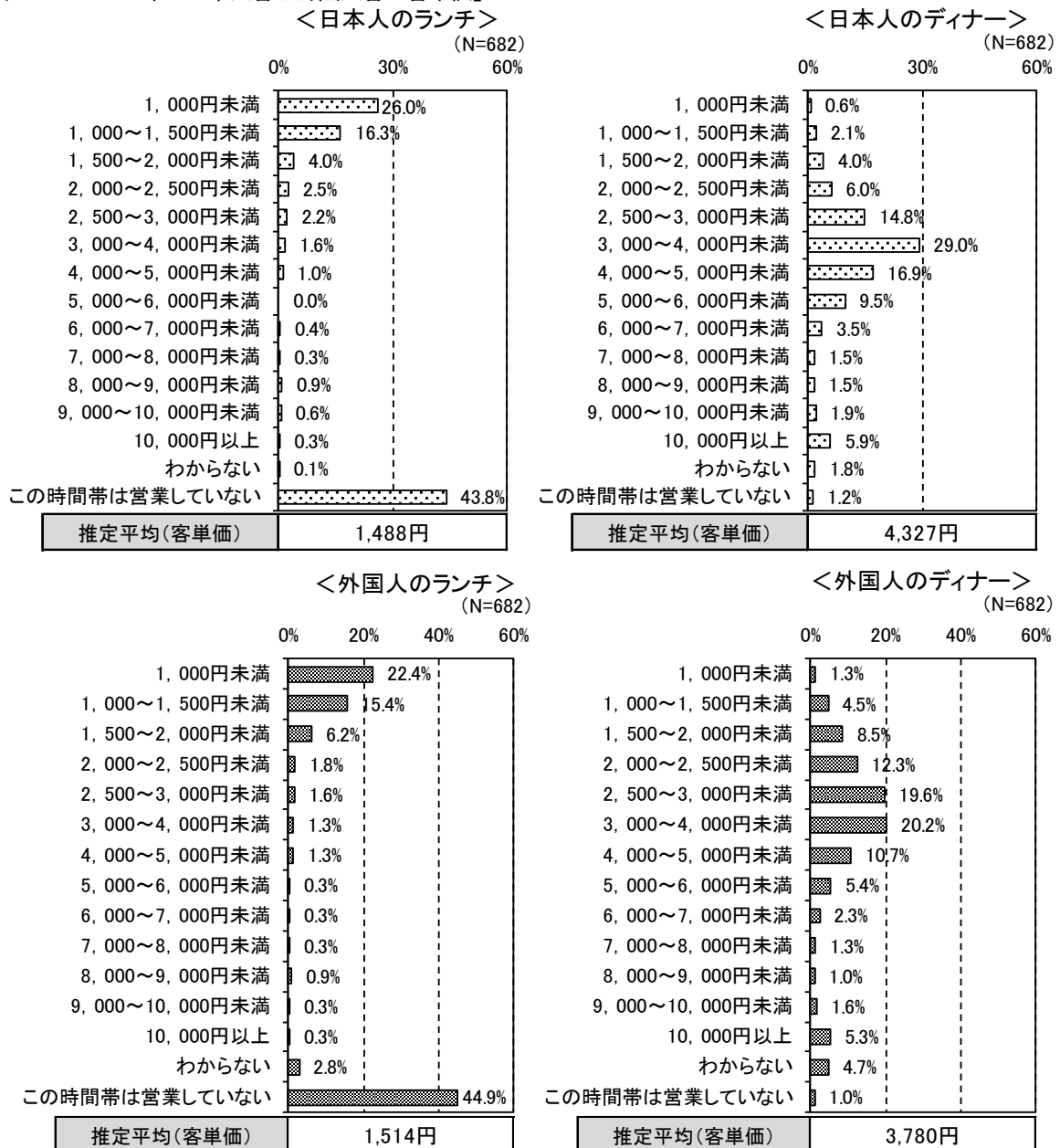
f) 外国人客と日本人客の客単価の違い

- ・飲食店が捉えている日本人客と外国人客の客単価を推定平均で比較すると、ランチでは「日本人」1,488円、「外国人」1,514円となり、外国人の方が26円高い。
- ・一方、ディナーでは「日本人」4,327円、「外国人」3,780円と、日本人の方が547円高い。
- ・外国人の客単価と月間の来店人数から、飲食店での月間の推定売上げは48,026円となった。

[Q6] 昨年2018年、貴店で、ランチ時間とディナー時間に来店する日本人客と外国人客の客単価は、それぞれどれくらいでしたか。(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2-1-11 2018年の日本人客と外国人客の客単価】



① 外国人客の全体の客単価 (推定平均) : **2,983円**  
※ランチとディナー合わせた平均

② 外国人客の月間来店人数 (推定平均) : **16.1人**



外国人客による月間売上げ  
(推定) **48,026円**

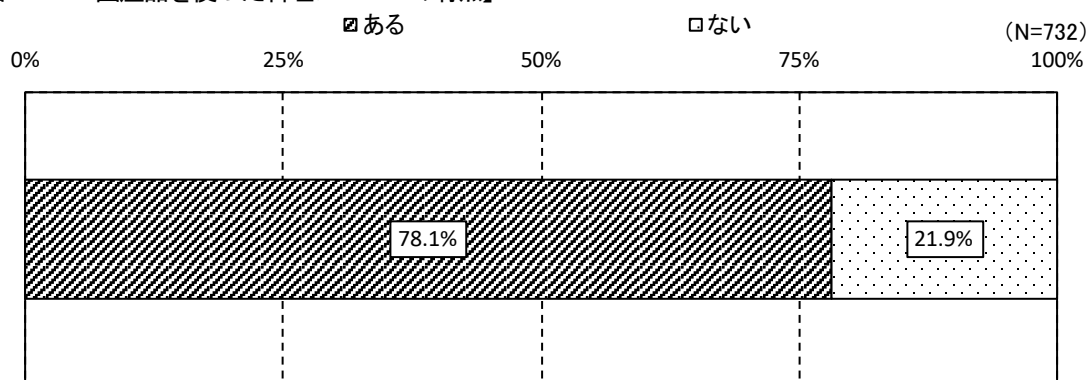
### g) 国産品の人気

- ・国産品の食材・食品にこだわった料理がある店舗は78.1%となる。
- ・国産品を使った料理の外国人に対する人気では「人気がある（とても人気がある+やや人気がある）」49.2%となり、半数近くが外国人に人気があると捉えている。

[Q7] 貴店で料理に使用する食材・食品について、国産にこだわっているものがありますか。（お答えはひとつ）

<対象：全店舗>

【図 2-1-12 国産品を使った料理メニューの有無】

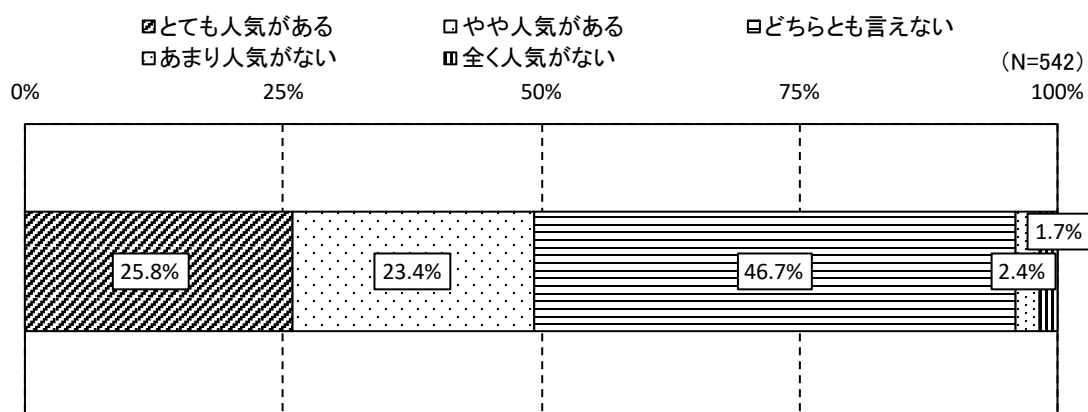


[Q8] 貴店で、国産の食材・食品の使用にこだわった料理について、外国人客からの注文人気はいかがですか。

（お答えはひとつ）

<対象：2018年に外国人の来店があった店舗、且つ、国産品にこだわった料理がある店舗>

【図 2-1-13 外国人客への国産品を使った料理メニューの人気】



## h) 2018年の外国人客受け入れ対策費

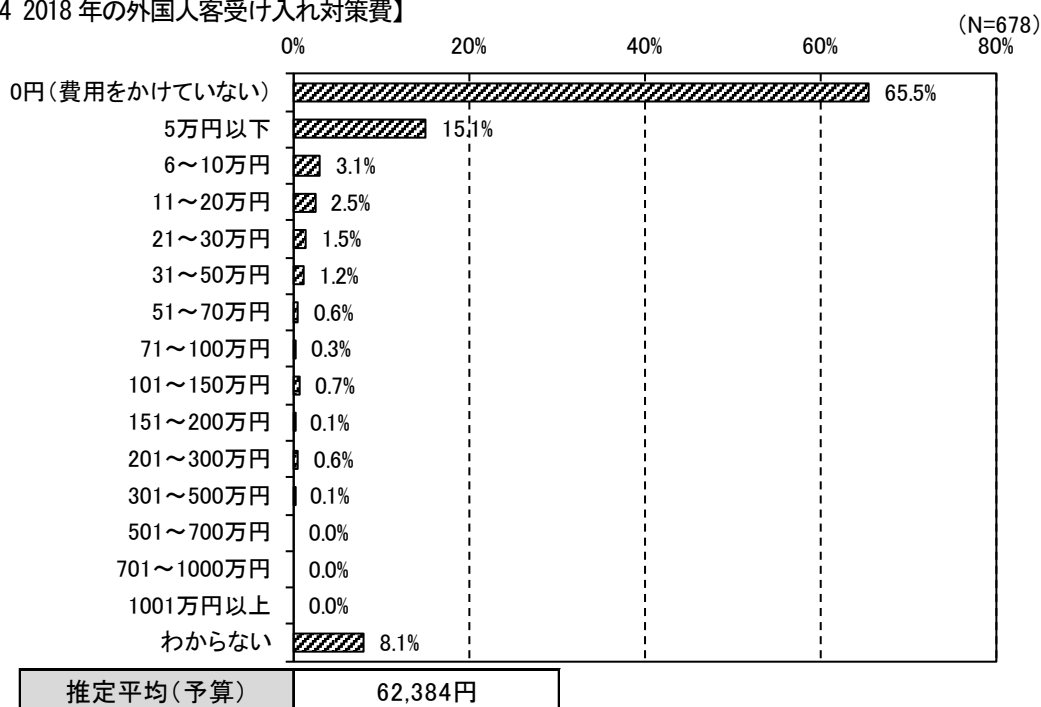
- ・2018年の外国人客受け入れのための対策費では、推定平均62,384円、ボリュームゾーンは「0円（費用をかけていない）」65.5%となり、過半数が費用をかけてインバウンド対策をおこなっていない。
- ・事業形態別に推定平均を見ると「単独店の事業」37,961円、「チェーン店」114,708円、「グループ事業」88,856円となり、「単独店の事業」が他よりも対策費が低く、「0円（費用をかえてない）」が7割に昇る。

[Q9] 昨年2018年、貴店で外国人客を受け入れるために、年間でどれくらいの費用をかけましたか。

(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2-1-14 2018年の外国人客受け入れ対策費】



【図2-1-15 クロス集計：事業形態 × Q9 2018年の外国人客受け入れ対策費】

【単独店の事業】

【チェーン店】

【グループ事業】

