

長崎市中心部における 訪日外国人旅行者の受入環境水準調査

報告書

平成30年10月



一般社団法人長崎国際観光コンベンション協会
nagasaki international tourism and convention association

 シンクながさき
公益財団法人ながさき地域政策研究所

目次

1. 調査概要	1
2. 回答結果	3
(1) 宿泊施設	3
(2) 飲食施設	15
(3) 小売り・物販施設	25
(4) 観光・レジャー施設	38
(参考) 大阪府との比較	50

1. 調査概要

(1) 調査目的

長崎市では、平成 28 年度に策定した長崎市版 DMO インバウンド戦略を基に、訪日外国人旅行者の受入強化のための取り組みを進めている。本調査は、長崎市中心部の民間施設及び公的観光施設等における訪日外国人旅行者の受入環境水準を観光庁基準に従い定量的且つ客観的に把握するとともに、事業者の皆さまのインバウンド事業に対するニーズを把握し、その実現をサポートするために実施するものである。

(2) 調査対象

新大工町地区／中島川・寺町・丸山地区／浜町・銅座地区／新地地区／南山手地区
／長崎駅周辺地区／平和町商店街地区

(3) 対象者

- ①宿泊施設（旅館・ホテル）※簡易宿舎は除く
- ②飲食施設 ※スナック等は除く
- ③小売・物販施設
- ④観光施設

(4) 調査時期

平成 30 年 9 月

(5) 調査方法

調査員による訪問聞き取り調査

(6) 回収数：405 票

〈宿泊施設 33 票、飲食施設 71 票、小売・物販施設 294 票、観光施設 7 票〉

(7) 調査項目

【宿泊施設】

- 問1 現在の外国人対応の有無について
- 問2① Web サイトによる情報提供について
- 問2② 事前予約について
- 問2③ 施設名の表示について
- 問2④ コミュニケーションについて
- 問2⑤ 宿泊施設の利用について
- 問2⑥ 施設内の表示について
- 問2⑦ 精算について
- 問2⑧ 緊急時への対応について
- 問2⑨ 利便性向上のための取組等について
- 問2⑩ 従業員教育等について
- 問2⑪ その他工夫をしている事項について
- 問3 今後どのような対応を進めたいかについて

【飲食施設】

- 問1 現在の外国人対応の有無について
- 問2① Web サイトによる情報提供について
- 問2② 施設名の表示について
- 問2③ 施設の営業時間の表示について
- 問2④ コミュニケーションについて
- 問2⑤ 精算
- 問2⑥ 緊急時への対応
- 問2⑦ 利便性向上のための取組等について
- 問2⑧ 従業員教育等について
- 問2⑨ その他工夫をしている事項について
- 問3 今後どのような対応を進めたいかについて

【小売・物販施設】

- 問1 現在の外国人対応の有無について
- 問2① Web サイトによる情報提供について
- 問2② 施設名の表示について
- 問2③ 施設の営業時間の表示について
- 問2④ コミュニケーションについて
- 問2⑤ 施設内の表示について
- 問2⑥ 精算について
- 問2⑦ 緊急時への対応について
- 問2⑧ 利便性の向上のための取組等について
- 問2⑨ 従業員教育等について
- 問2⑩ その他工夫をしている事項について
- 問3 今後どのような対応を進めたいかについて

【観光施設】

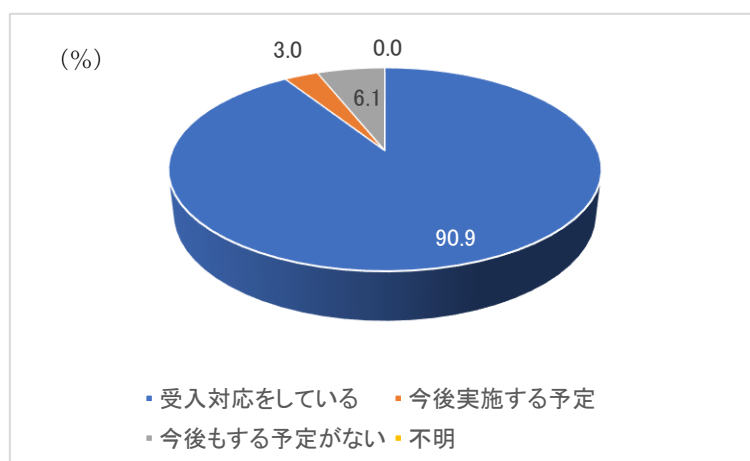
- 問1 現在の外国人対応の有無について
- 問2① Web サイトによる情報提供について
- 問2② 施設名の表示について
- 問2③ 施設の営業時間の表示について
- 問2④ コミュニケーションについて
- 問2⑤ 施設の利用について
- 問2⑥ 施設内の表示について
- 問2⑦ 精算について
- 問2⑧ 緊急時への対応について
- 問2⑨ 利便性向上のための取組等について
- 問2⑩ 従業員教育等について
- 問2⑪ その他工夫をしている事項について

2. 回答結果

(1) 宿泊施設

問1：現在の外国人の対応の有無についてお答えください

現在の外国人対応の状況は、「受け入れ対応をしている」が90.9%、「今後も実施する予定がない」が6.1%、「今後実施する予定」が3.0%となっている。全体の9割は現状で何らかの外国人対応が行われている状況にある。



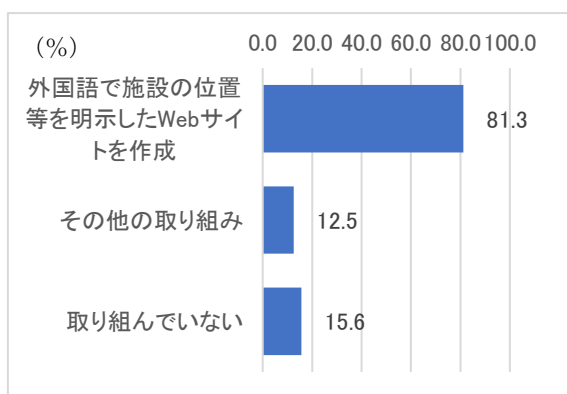
問1 現在の外国人対応の有無		(SA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	受け入れ対応をしている	30	90.9	90.9
2	今後実施する予定	1	3.0	3.0
3	今後実施する予定がない	2	6.1	6.1
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	33	100	33

問2① Webサイトによる情報提供

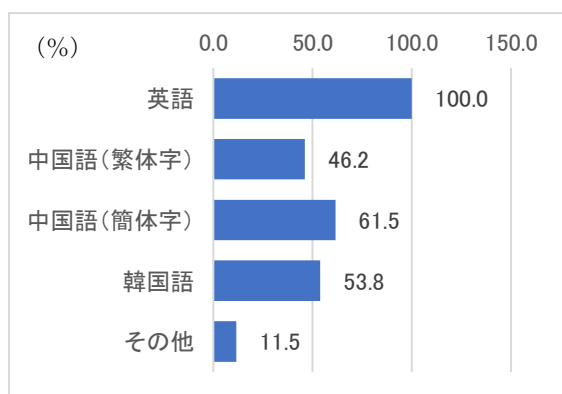
「webサイトを作成」が81.3%と全体的に対処が進んでいることがうかがえる。なお、「その他の取り組み」は12.5%、「取り組んでいない」は15.6%にとどまっている。

言語対応は「英語」が100.0%、「中国語（簡体字）」が61.5%、「中国語（繁体字）」が53.8%となっており、その他言語は1割以下と少ない状況にある。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



(その他の取組み)

- ・チャットサービスの導入
- ・宿泊予約サイト

問2① Webサイトによる情報提供

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	外国語で施設の位置等を明示したWebサイトを作成	26	78.8	81.3
2	その他の取り組み	4	12.1	12.5
3	取り組んでいない	5	15.2	15.6
	不明	1	3.0	
	N (%ベース)	33	100	32

問2① 対応言語

(MA)

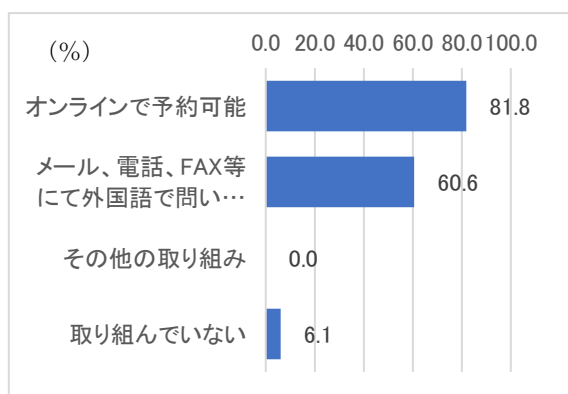
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	26	78.8	100.0
2	中国語(繁体字)	12	36.4	46.2
3	中国語(簡体字)	16	48.5	61.5
4	韓国語	14	42.4	53.8
5	その他	3	9.1	11.5
	不明	7	21.2	
	N (%ベース)	33	100	26

問2② 事前予約

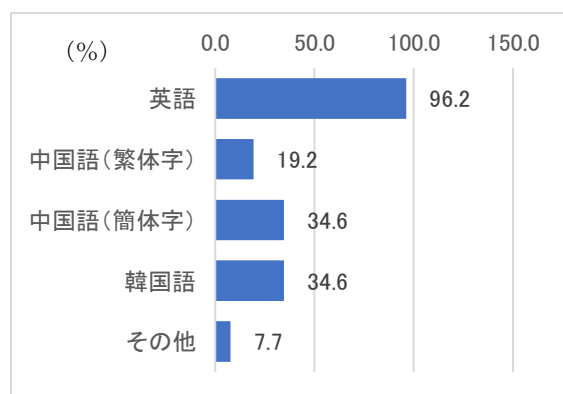
事前予約は、「オンラインで予約可能」が81.8%で最も多く、「メール等で問い合わせることで予約可能」が60.6%で続いている。「取り組んでいない」は6.1%にとどまっている。

対応言語は「英語」が96.2%で最も多く、「中国語（簡体字）」、「韓国語」がともに34.6%となっている。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



問2② 事前予約

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	オンラインで予約可能	27	81.8	81.8
2	メール、電話、FAX等にて外国語で問い合わせることで予約可能	20	60.6	60.6
3	その他の取り組み	0	0.0	0.0
4	取り組んでいない	2	6.1	6.1
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	33	100	33

問2② 対応言語

(MA)

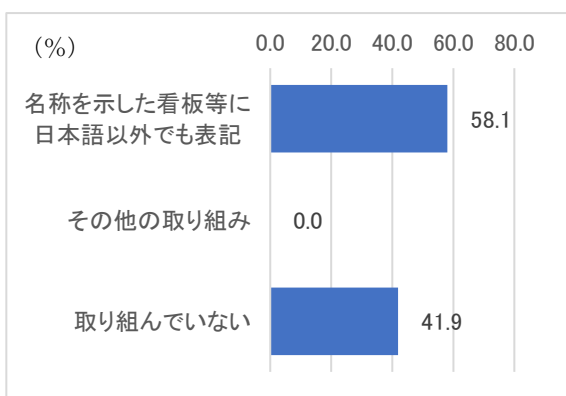
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	25	75.8	96.2
2	中国語(繁体字)	5	15.2	19.2
3	中国語(簡体字)	9	27.3	34.6
4	韓国語	9	27.3	34.6
5	その他	2	6.1	7.7
	不明	7	21.2	
	N (%ベース)	33	100	26

問2③ 施設名の表示

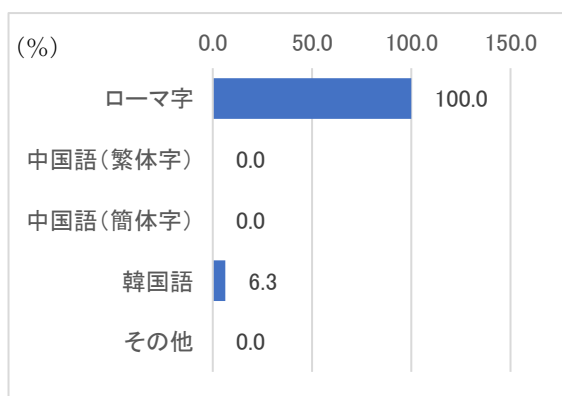
施設名の表示は、「名称をした看板等に日本語以外でも表記」が58.1%で最も多かったが、「取り組んでいない」も41.9%と対応が分かれる結果となった。

対応言語は「ローマ字」が100.0%と最も多く、「韓国語」は6.3%、中国語は無しと、多数が英語での対応となっている。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



問2③ 施設名の表示

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	名称を示した看板等に日本語以外でも表記	18	54.5	58.1
2	その他の取り組み	0	0.0	0.0
3	取り組んでいない	13	39.4	41.9
	不明	2	6.1	6.5
	N (%ベース)	33	100	31

問2③ 対応言語

(MA)

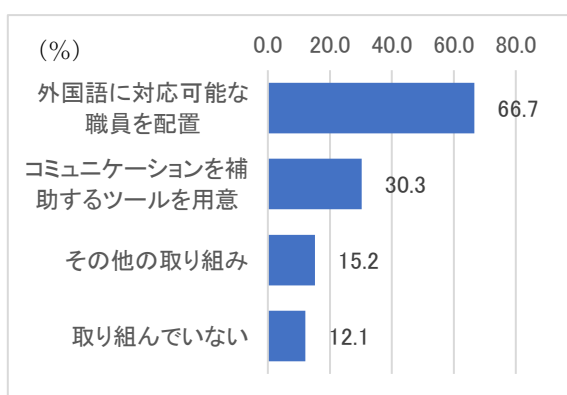
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	ローマ字	16	48.5	100.0
2	中国語(繁体字)	0	0.0	0.0
3	中国語(簡体字)	0	0.0	0.0
4	韓国語	1	3.0	6.3
5	その他	0	0.0	0.0
	不明	17	51.5	
	N (%ベース)	33	100	16

問2④ コミュニケーション

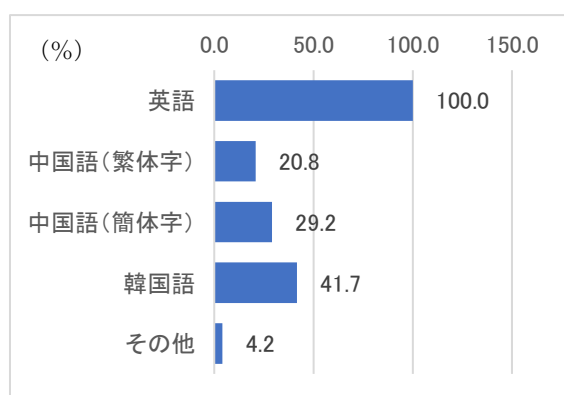
コミュニケーションは、「外国語に対応可能な職員を配置」が66.7%で最も多く、「コミュニケーションを補助するツールを用意」が30.3%、「その他の取り組み」が15.2%となっており、「取り組んでいない」は12.1%にとどまっている。今回調査した施設ジャンルでは職員の配置は最も進んでいる結果となった。

対応言語は「英語」が100.0%と最も多く、次いで「韓国語」が41.7%、「中国語（簡体字）」が29.2%となっている。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取り組みを行っている場合の対応言語



(その他の取り組み)

- ・ google 翻訳を利用している
- ・ 長崎県多言語コールセンター
- ・ 翻訳システムを使っている

問2④ コミュニケーション

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	外国語に対応可能な職員を配置	22	66.7	66.7
2	コミュニケーションを補助するツールを用意	10	30.3	30.3
3	その他の取り組み	5	15.2	15.2
4	取り組んでいない	4	12.1	12.1
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	33	100	33

問2④ 対応言語

(MA)

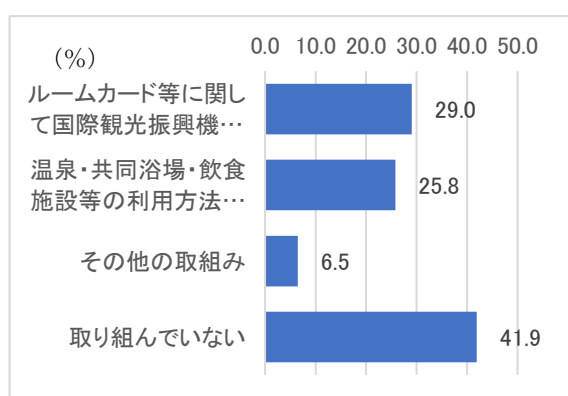
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	24	72.7	100.0
2	中国語(繁体字)	5	15.2	20.8
3	中国語(簡体字)	7	21.2	29.2
4	韓国語	10	30.3	41.7
5	その他	1	3.0	4.2
	不明	9	27.3	
	N (%ベース)	33	100	24

問2⑤ 宿泊施設の利用方法についての外国語対応

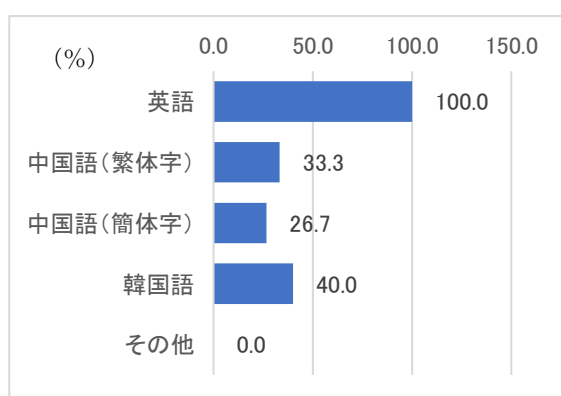
施設の利用方法等に関する外国語対応は、「取り組んでいない」が41.9%で最も多く、「マニュアルに準じた形で外国語にて用意」が29.0%、「マナーについて外国語の説明書を用意」が25.8%で続いている。

対応言語は「英語」が100.0%、「韓国語」が35.7%、「中国語（繁体字）」が33.3%となっている。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



(その他の取組み)

- ・ 全社統一規定により表示している。

問2⑤ 宿泊施設の利用		(MA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	ルームカード等に関して国際観光振興機構のマニュアルに準じた形で外国語にて用意	9	27.3	29.0
2	温泉・共同浴場・飲食施設等の利用方法やマナーについて外国語の説明書を用意	8	24.2	25.8
3	その他の取組み	2	6.1	6.5
4	取り組んでいない	13	39.4	41.9
	不明	2	0.0	
	N (%ベース)	33	100	31

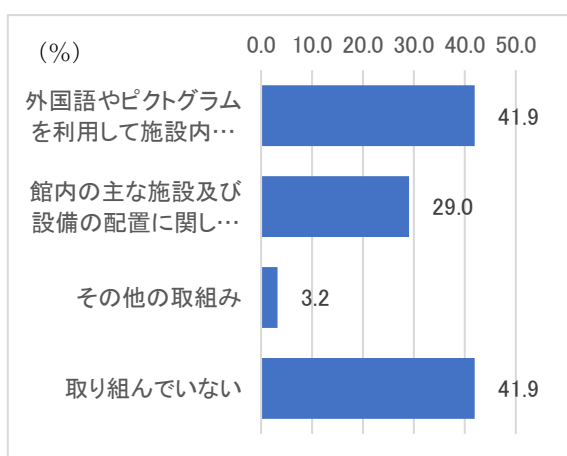
問2⑤ 対応言語		(MA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	16	48.5	100.0
2	中国語(繁体字)	5	15.2	31.3
3	中国語(簡体字)	4	12.1	25.0
4	韓国語	6	18.2	37.5
5	その他	0	0.0	0.0
	不明	17	51.5	
	N (%ベース)	33	100	16

問2⑥ 施設内の表示

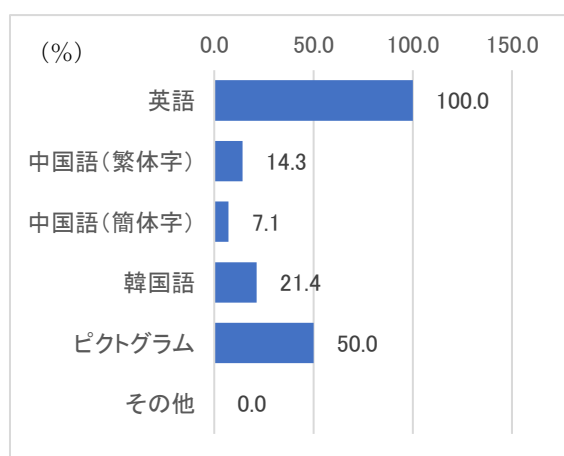
施設内の表示は、「取り組んでいない」、「外国語やピクトグラムを利用して施設内の誘導サイン等を表示している」がともに41.9%で最も多く、対応が分かれる結果となった。また、「館内の主な施設及び設備の配置に関して外国語の施設案内図を用意している」は29.0%であった。

対応言語は「英語」が100.0%と最も多く、次いで「ピクトグラム」が50.0%、「韓国語」が21.4%である。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



(その他の取組み)

- ・ 来館時に都度、設備・非常口等を説明している

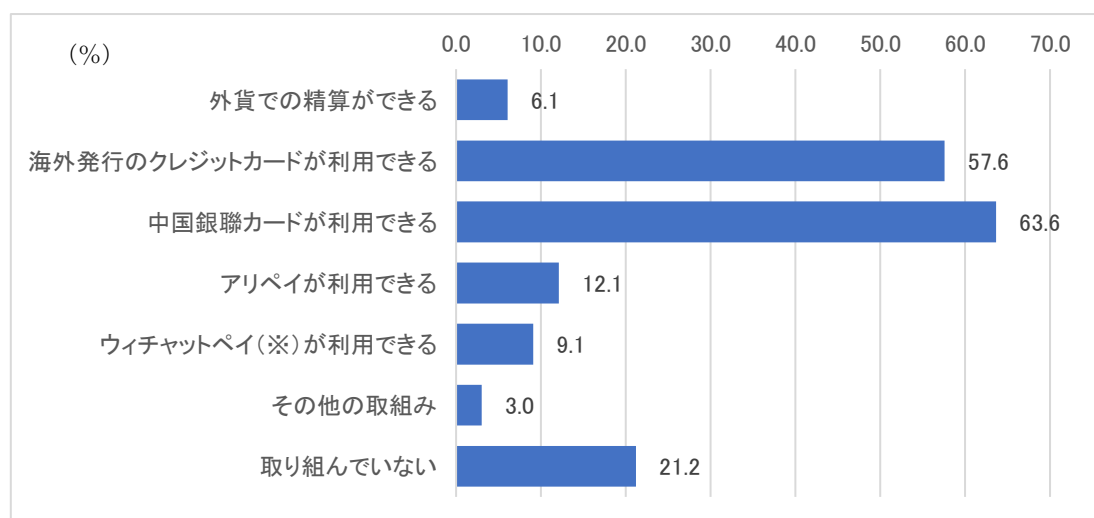
問2⑥ 施設内の表示		(MA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	外国語やピクトグラムを利用して施設内の誘導サイン・位置サイン・案内サインを表示している	13	39.4	41.9
2	館内の主な施設及び設備の配置に関して外国語の施設案内図を用意している	9	27.3	29.0
3	その他の取組み	1	3.0	3.2
4	取り組んでいない	13	39.4	41.9
	不明	2	6.1	
	N (%ベース)	33	100	31

問2⑥ 対応言語		(MA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	14	42.4	100.0
2	中国語(繁体字)	2	6.1	14.3
3	中国語(簡体字)	1	3.0	7.1
4	韓国語	3	9.1	21.4
5	ピクトグラム	7	21.2	50.0
6	その他	0	0.0	0.0
	不明	19	57.6	
	N (%ベース)	33	100	14

問2⑦ 精算

清算・決済環境は、「中国銀聯カードが利用できる」が63.6%で最も多く、「海外発行のクレジットカードが利用できる」が56.7%、「取り組んでいない」が21.2%が続いている。

近年、導入が進んでいるアリペイやウィチャットペイの導入率は10%前後にとどまっている。



(その他の取組み)

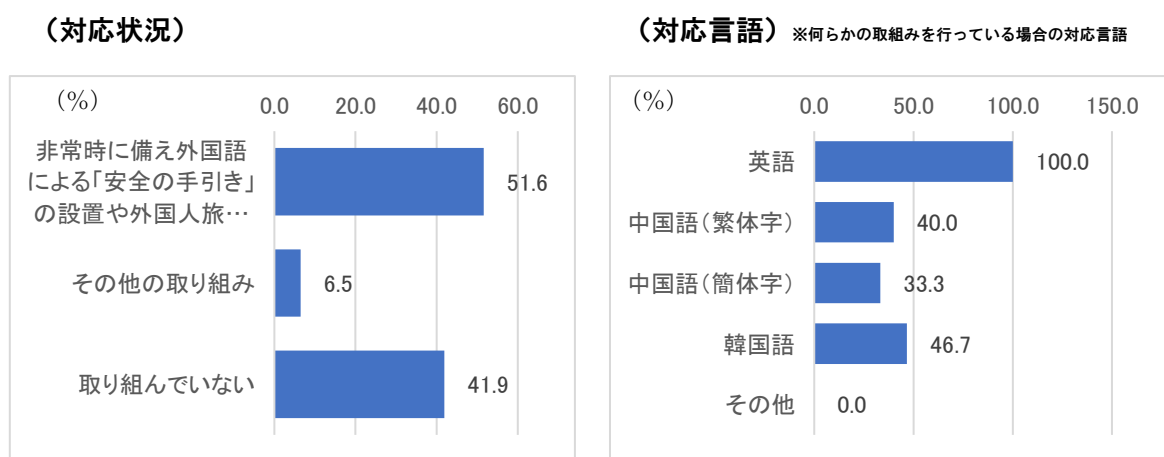
- ・ 館内(ロビー)に24時間営業の外貨両替機を設置(主要12か国)

問2⑦ 精算		(MA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	外貨での精算ができる	2	6.1	6.1
2	海外発行のクレジットカードが利用できる	19	57.6	57.6
3	中国銀聯カードが利用できる	21	63.6	63.6
4	アリペイが利用できる	4	12.1	12.1
5	ウィチャットペイ(※)が利用できる	3	9.1	9.1
6	その他の取組み	1	3.0	3.0
7	取り組んでいない	7	21.2	21.2
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	33	100	33

問2⑧ 緊急時への対応

緊急時の対応は、「マニュアル等を用意」が51.6%、「取り組んでいない」が41.9%と対応が分かれる結果となった。

対応言語は「英語」が100.0%、「韓国語」が46.7%、「中国語（繁体字）」が40.0%、中国（簡体字）が33.3%で続いている。



(その他の取組み)

- ・ 救急病院を紹介している。時には一緒に行くこともある。

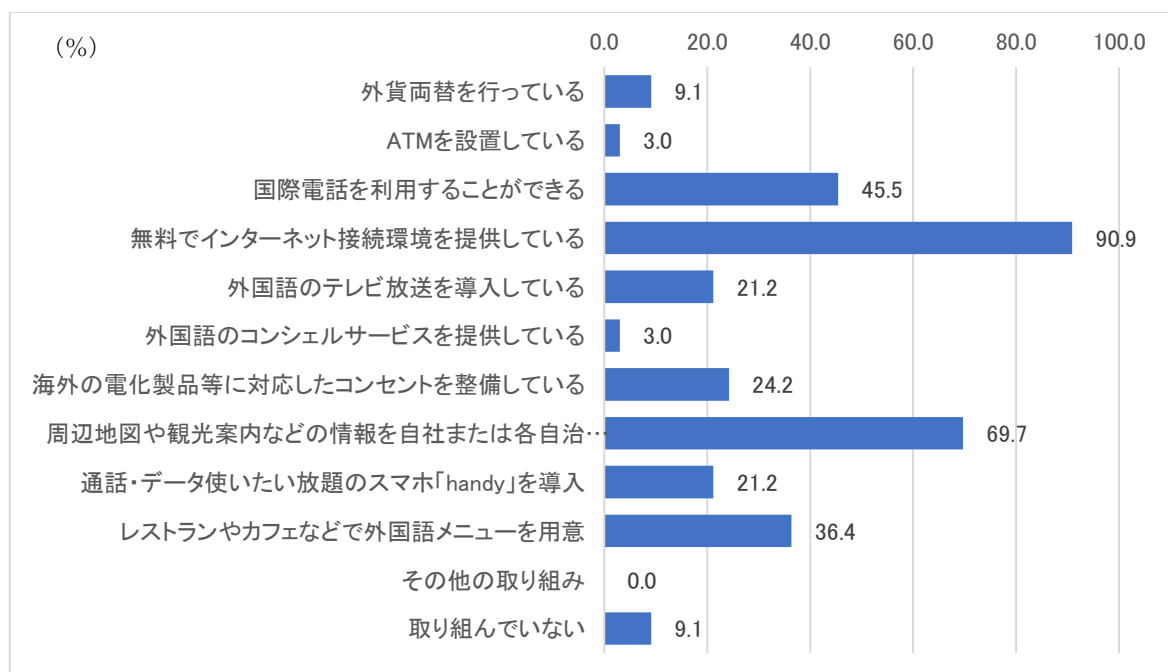
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	非常時に備え外国語による「安全の手引き」の設置や外国人旅行者に対応することができる従業員向けマニュアル等を用意	16	48.5	51.6
2	その他の取り組み	2	6.1	6.5
3	取り組んでいない	13	39.4	41.9
	不明	2	0.0	
	N (%ベース)	33	100	31

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	15	45.5	100.0
2	中国語(繁体字)	6	18.2	40.0
3	中国語(簡体字)	5	15.2	33.3
4	韓国語	7	21.2	46.7
5	その他	0	0.0	0.0
	不明	18	54.5	
	N (%ベース)	33	100	15

問2⑨ 施設の利便性向上のための取組み等

利便性向上のための取組みは、「無料でインターネット接続環境を提供」が90.9%で最も多く、「情報を外国語による案内書で提供」が69.7%、「国際電話を利用することができる」が45.5%で続いており、「取り組んでいない」は9.1%にとどまっている。

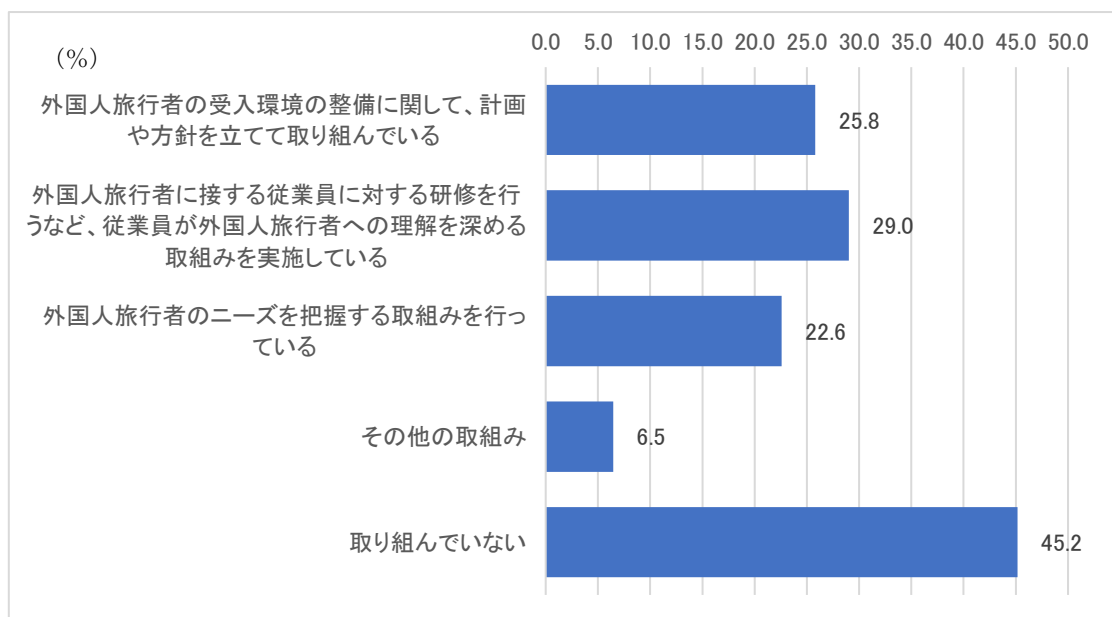
一方、外貨両替、ATM設置、コンシェルジュサービス配置は1割未満と少ない対応であった。



問2⑨ 施設の利便性向上のための取組み等		(MA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	外貨両替を行っている	3	9.1	9.1
2	ATMを設置している	1	3.0	3.0
3	国際電話を利用することができる	15	45.5	45.5
4	無料でインターネット接続環境を提供している	30	90.9	90.9
5	外国語のテレビ放送を導入している	7	21.2	21.2
6	外国語のコンシェルサービスを提供している	1	3.0	3.0
7	海外の電化製品等に対応したコンセントを整備している	8	24.2	24.2
8	周辺地図や観光案内などの情報を自社または各自治体で作成した外国語による案内書にて提供	23	69.7	69.7
9	通話・データ使いたい放題のスマホ「handy」を導入	7	21.2	21.2
10	レストランやカフェなどで外国語メニューを用意	12	36.4	36.4
11	その他の取組み	0	0.0	0.0
12	取り組んでいない	3	9.1	9.1
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	33	100	33

問2⑩ 従業員教育等

従業員教育等は、「取り組んでいない」が45.2%で最も多く、「外国人旅行者への理解を深める取り組みを実施」が29.0%、「受け入れ環境の整備に関して計画や方針を立てて取り組んでいる」が25.8%で続いている。全体の半数は取り組みが行われていない実態が明らかとなった。



(その他の取り組み)

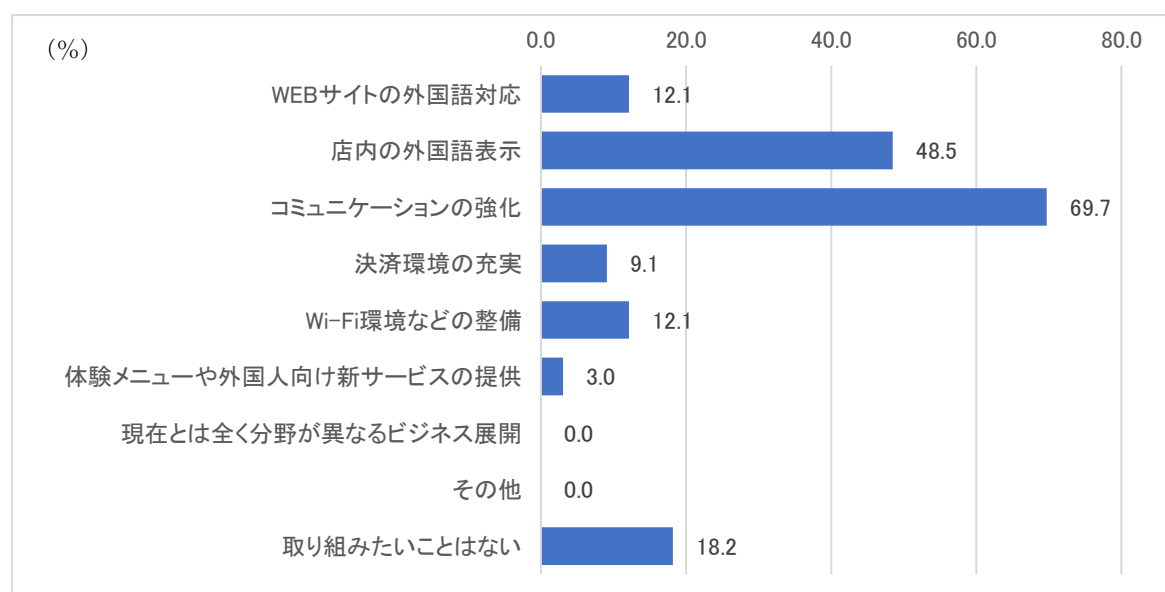
- ・ 日々、外国のお客様と接して要望を聞いたり、見たりして勉強をしている。(営業関係全員)

問2⑩ 従業員教育等		(MA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	外国人旅行者の受入環境の整備に関して、計画や方針を立てて取り組んでいる	8	24.2	25.8
2	外国人旅行者に接する従業員に対する研修を行うなど、従業員が外国人旅行者への理解を深める取り組みを実施している	9	27.3	29.0
3	外国人旅行者のニーズを把握する取り組みを行っている	7	21.2	22.6
4	その他の取り組み	2	6.1	6.5
5	取り組んでいない	14	42.4	45.2
	不明	2	0.0	
	N (%ベース)	33	100	31

問3 今後どのような対応を進めたいと考えているか

今後進めたい取り組みは、「コミュニケーションの強化」が69.7%で最も多く、「店内の外国語表示」が48.5%で続いている。

一方、「取り組みたいことはない」は18.2%にとどまっており、全体的に改善意識が高いことがうかがえる。



(自由意見)

- ・ ホテル自社 SNS (FB やインスタ) を利用した外国語発信
- ・ 外国語 HP の充実化

問3 今後どのような対応を進めたいか		(MA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	WEBサイトの外国語対応	4	12.1	12.1
2	店内の外国語表示	16	48.5	48.5
3	コミュニケーションの強化	23	69.7	69.7
4	決済環境の充実	3	9.1	9.1
5	Wi-Fi環境などの整備	4	12.1	12.1
6	体験メニューや外国人向け新サービスの提供	1	3.0	3.0
7	現在とは全く分野が異なるビジネス展開	0	0.0	0.0
8	その他	0	0.0	0.0
9	取り組みたいことはない	6	18.2	18.2
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	33	100	33

(2) 飲食施設

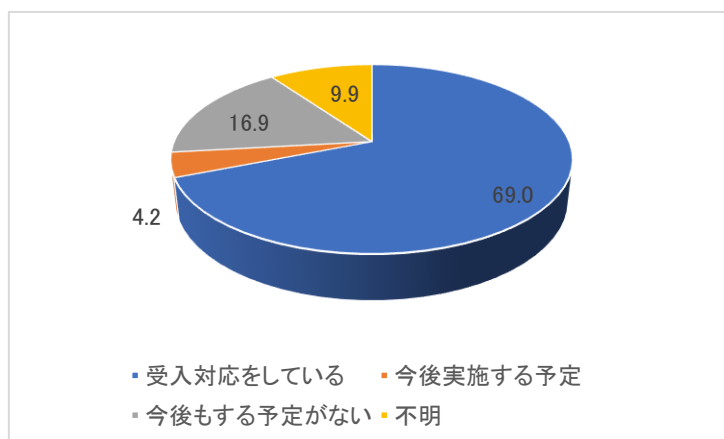
〈地区別回答状況〉

回答者は、「浜町」が26.8%で最も多く、次いで「中通り」が23.9%、「南山手」が22.5%の順となっている。

No.	問0 地区 カテゴリ	(SA)		
		件数	(全体)%	(除不)%
	全体	71	100	71
1	新大工	7	9.9	9.9
2	中通り	17	23.9	23.9
3	新地	6	8.5	8.5
4	浜町	19	26.8	26.8
5	南山手	16	22.5	22.5
6	平和町	6	8.5	8.5
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	71	100	71

問1 現在の外国人の対応の有無

「受け入れ対応をしている」が69.0%で最も多く、「今後も実施する予定がない」が16.9%、「今後実施する予定」が4.2%となっている。



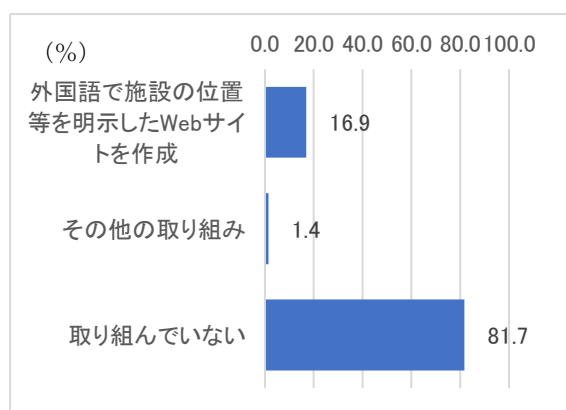
No.	問1 現在の外国人対応の有無 カテゴリ	(SA)		
		件数	(全体)%	(除不)%
	全体	71	100.0	64
1	受け入れ対応をしている	49	69.0	76.6
2	今後実施する予定	3	4.2	4.7
3	今後実施する予定がない	12	16.9	18.8
	不明	7	9.9	
	N (%ベース)	71	100	64

問2① Webサイトによる情報提供

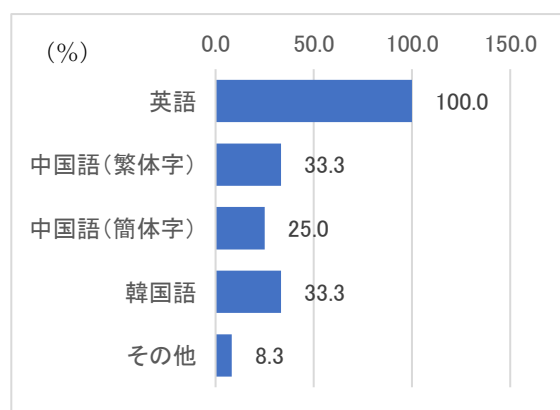
Webサイトによる情報提供は、「取り組んでいない」が81.7%で最も多く、「webサイトを作成」は16.9%、「その他の取り組み」は1.4%と、全体的に取り組みの遅れがうかがえる。

対応言語は「英語」が100.0%、「中国語（繁体字）」及び「韓国語」が33.0%、「中国語（簡体字）」が25.0%となっている。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取り組みを行っている場合の対応言語



(その他の取り組み)

- ・ フリーペーパー

問2① Webサイトによる情報提供

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	71		
1	外国語で施設の位置等を明示したWebサイトを作成	12	16.9	16.9
2	その他の取り組み	1	1.4	1.4
3	取り組んでいない	58	81.7	81.7
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	71	100	71

問2① 対応言語

(MA)

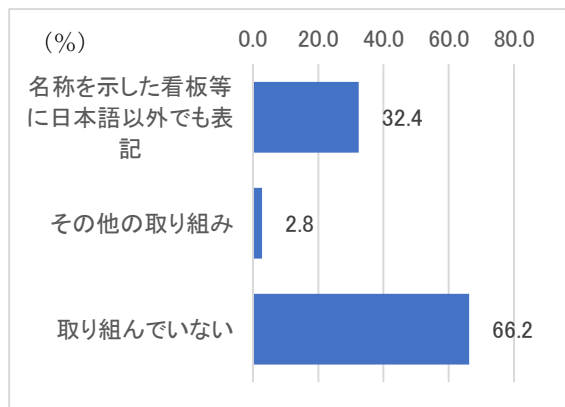
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	12	16.9	100.0
2	中国語(繁体字)	4	5.6	33.3
3	中国語(簡体字)	3	4.2	25.0
4	韓国語	4	5.6	33.3
5	その他	1	1.4	8.3
	不明	59	83.1	
	N (%ベース)	71	100	12

問2② 施設名の表示

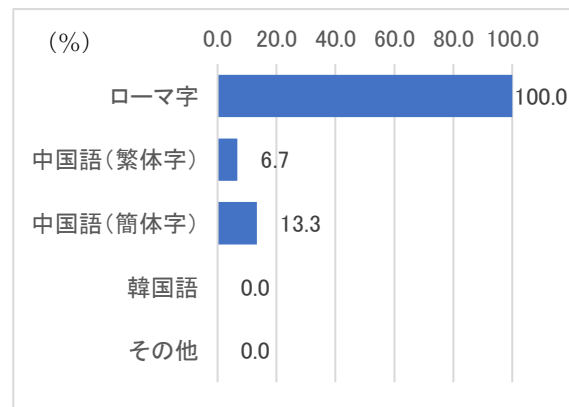
施設名の表示は、「取り組んでいない」が66.2%と過半数を超え、「日本語以外でも表記」は32.4%、「その他の取り組み」は2.8%にとどまっている。

対応言語は「ローマ字」が100.0%、次いで「中国語（簡体字）」が13.3%、「中国語（繁体字）」が6.7%となっている。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取り組みを行っている場合の対応言語



(その他の取り組み)

- ・ 店内での英語の説明書き

問2② 施設名の表示

(M A)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	71	100	71
1	名称を示した看板等に日本語以外でも表記	23	32.4	32.4
2	その他の取り組み	2	2.8	2.8
3	取り組んでいない	47	66.2	66.2
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	71	100	71

問2② 対応言語

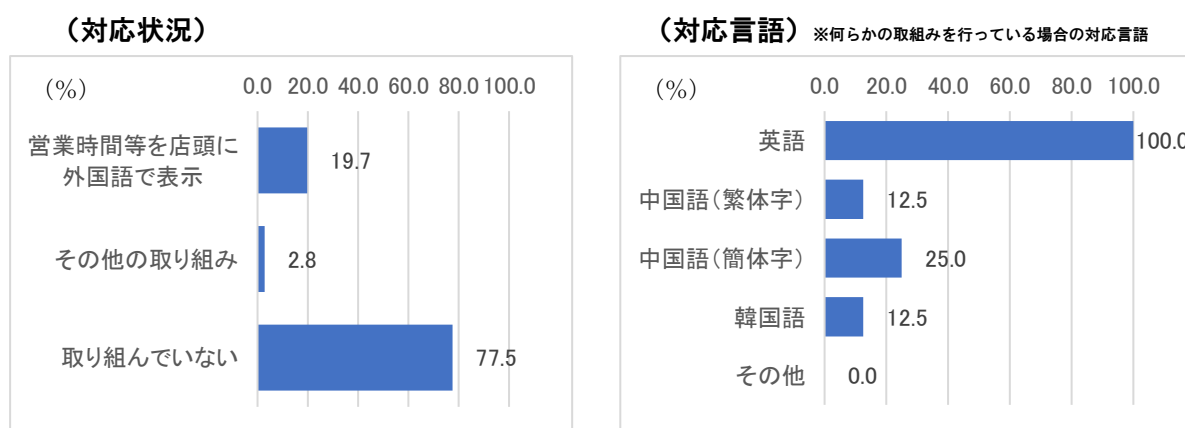
(M A)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	ローマ字	15	21.1	100.0
2	中国語（繁体字）	1	1.4	6.7
3	中国語（簡体字）	2	2.8	13.3
4	韓国語	0	0.0	0.0
5	その他	0	0.0	0.0
	不明	56	78.9	
	N (%ベース)	71	100	15

問2③ 営業時間の表示

営業時間の表示は「取り組んでいない」が77.5%と過半数を超え、「営業時間等を店頭で外国語で表示」は19.7%、「その他の取り組み」は2.8%にとどまっている。

対応言語は「英語」が100.0%で最も多く、次いで「中国語（簡体字）」が25.0%、「中国語（繁体字）」が12.5%となっている。



問2③ 施設の営業時間等の表示

(M A)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	71	100.0	71
1	営業時間等を店頭で外国語で表示	14	19.7	19.7
2	その他の取り組み	2	2.8	2.8
3	取り組んでいない	55	77.5	77.5
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	71	100	71

問2③ 対応言語

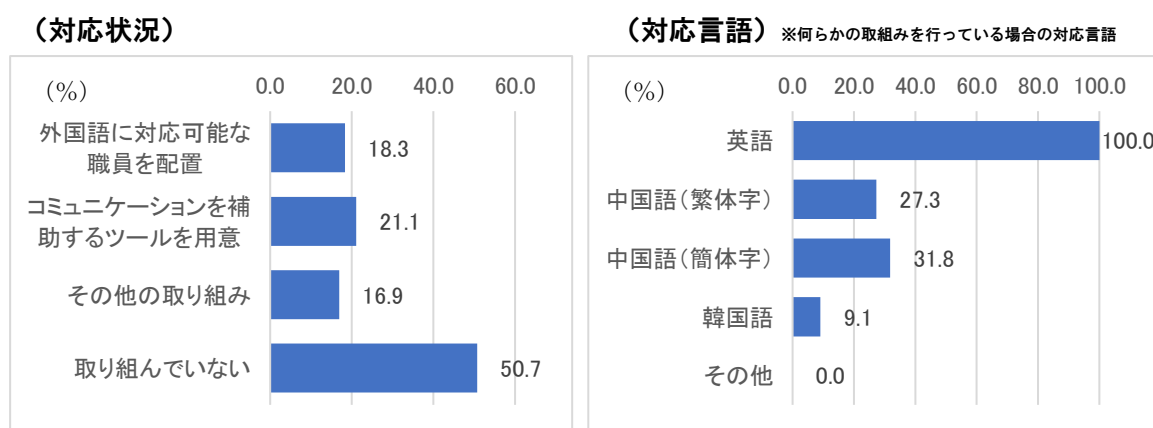
(M A)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	8	11.3	100.0
2	中国語(繁体字)	1	1.4	12.5
3	中国語(簡体字)	2	2.8	25.0
4	韓国語	1	1.4	12.5
5	その他	0	0.0	0.0
	不明	63	88.7	
	N (%ベース)	71	100	8

問2④ コミュニケーション

コミュニケーションは「取り組んでいない」が50.7%と最も多く過半数を超え、「コミュニケーションを補助するツールを用意」が21.1%、「外国語に対応可能な職員を配置」が18.3%となっている。

対応言語は「英語」が100.0%で最も多く、次いで「中国語（簡体字）」が31.8%、「中国語（繁体字）」が27.3%となっている。



(その他の取組み)

- ・ ボディランゲージ
- ・ iPhone での対応や英語のメニューを用意
- ・ 英語のメニューはある。かんぱんにもローマ字。Wifi-free。
- ・ かたことで話している
- ・ 外国人のお客にはメニューの写真を見せて対応
- ・ スマホでの外国語変換
- ・ 現在、十分な対応はないが今後取組み
- ・ 簡単な単語やジェスチャー。スマホのアプリ

問2④ コミュニケーション

(M A)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	71	100	71
1	外国語に対応可能な職員を配置	13	18.3	18.3
2	コミュニケーションを補助するツールを用意	15	21.1	21.1
3	その他の取組み	12	16.9	16.9
4	取り組んでいない	36	50.7	50.7
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	71	100	71

問2④ 対応言語

(M A)

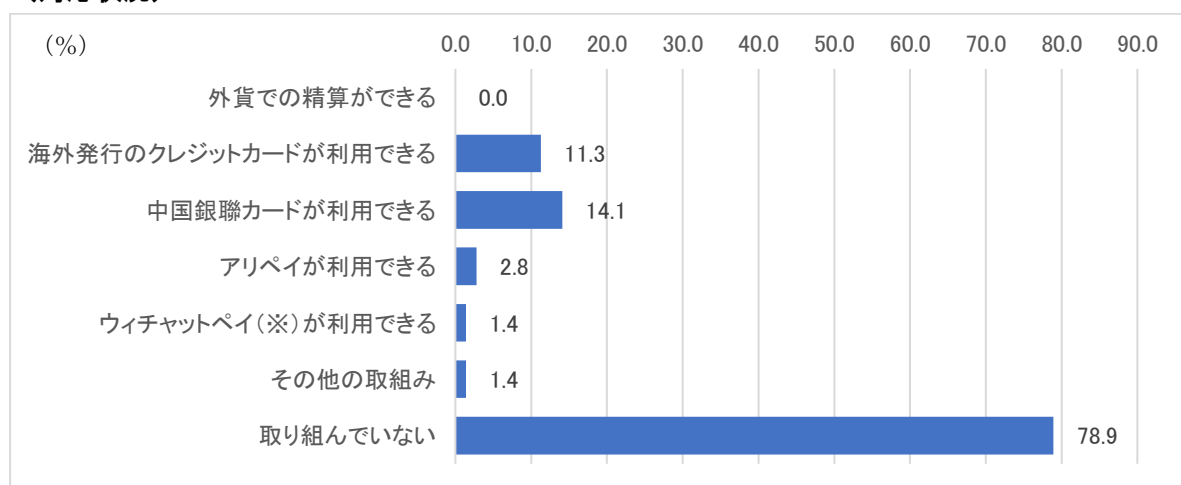
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	22	31.0	100.0
2	中国語(繁体字)	6	8.5	27.3
3	中国語(簡体字)	7	9.9	31.8
4	韓国語	2	2.8	9.1
5	その他	0	0.0	0.0
	不明	49	69.0	
	N (%ベース)	71	100	22

問2⑤ 精算

清算・決済環境は「取り組んでいない」が78.9%で最も多く、全体的に取り組みの遅れがうかがえる。導入がみられるのは「中国銀聯カードが利用できる」が14.1%、「海外発行のクレジットカードが利用できる」が11.3%となっている。

近年ニーズが増加しているアリペイやウィチャットペイの導入は1%程度にとどまっており、普及は進んでいない状況といえる。

(対応状況)



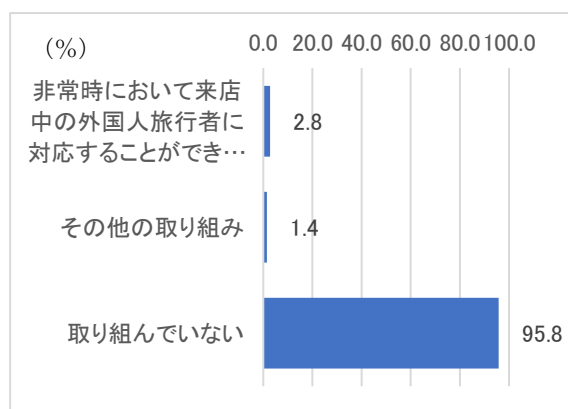
問2⑤ 精算		(M A)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	外貨での精算ができる	0	0.0	0.0
2	海外発行のクレジットカードが利用できる	8	11.3	11.3
3	中国銀聯カードが利用できる	10	14.1	14.1
4	アリペイが利用できる	2	2.8	2.8
5	ウィチャットペイ(※)が利用できる	1	1.4	1.4
6	その他の取組み	1	1.4	1.4
7	取り組んでいない	56	78.9	78.9
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	71	100	71

問2⑥ 緊急時への対応

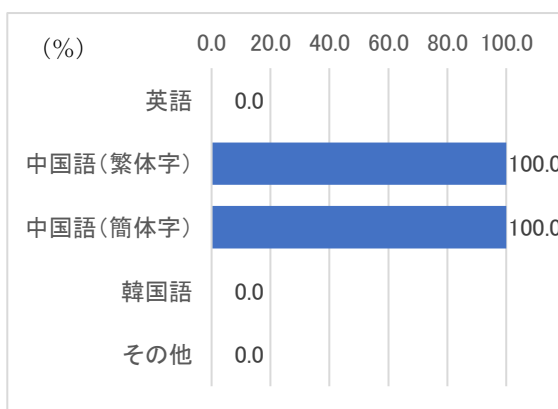
緊急時の対応は、「取り組んでいない」が95.8%、「マニュアル等を用意」2.8%、「その他の取組」が1.4%と、全体的に取り組みが遅れている状況といえる。

対応言語は「中国語（簡体字）」、「中国語（繁体字）」がともに100.0%となっている。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



問2⑥ 緊急時への対応

(M A)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	71	100	71
1	非常時において来店中の外国人旅行者に対応することができる従業員向けマニュアル等を用意	2	2.8	2.8
2	その他の取組み	1	1.4	1.4
3	取り組んでいない	68	95.8	95.8
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	71	100	71

問2⑥ 対応言語

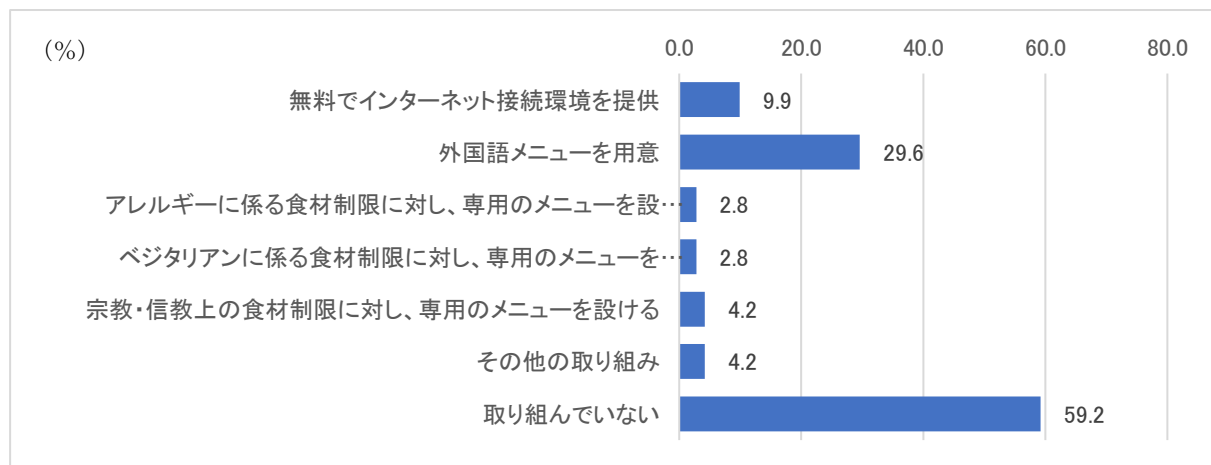
(M A)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	0	0.0	0.0
2	中国語(繁体字)	1	1.4	100.0
3	中国語(簡体字)	1	1.4	100.0
4	韓国語	0	0.0	0.0
5	その他	0	0.0	0.0
	不明	70	98.6	
	N (%ベース)	71	100	1

問2⑦ 利便性向上のための取組等

利便性向上のための取組みは、「取り組んでいない」が59.2%と過半数を超えた。

一方で取組みが見られたのは「外国語メニューを用意」が29.6%、「無料でインターネット接続環境を提供」が9.9%などとなっている。



(外国語メニューの対応言語)

- ・ 中国語(繁体)、フランス語、英語、韓国語、中国語(簡単)
- ・ 専用メニューではないがある程度は対応できる
- ・ 写真をメニューに載せたり店先に飾ったりしている
- ・ ご希望により取り除いて対応したりしている

(その他の対応)

- ・ ベジタリアン対応をできる限りしている

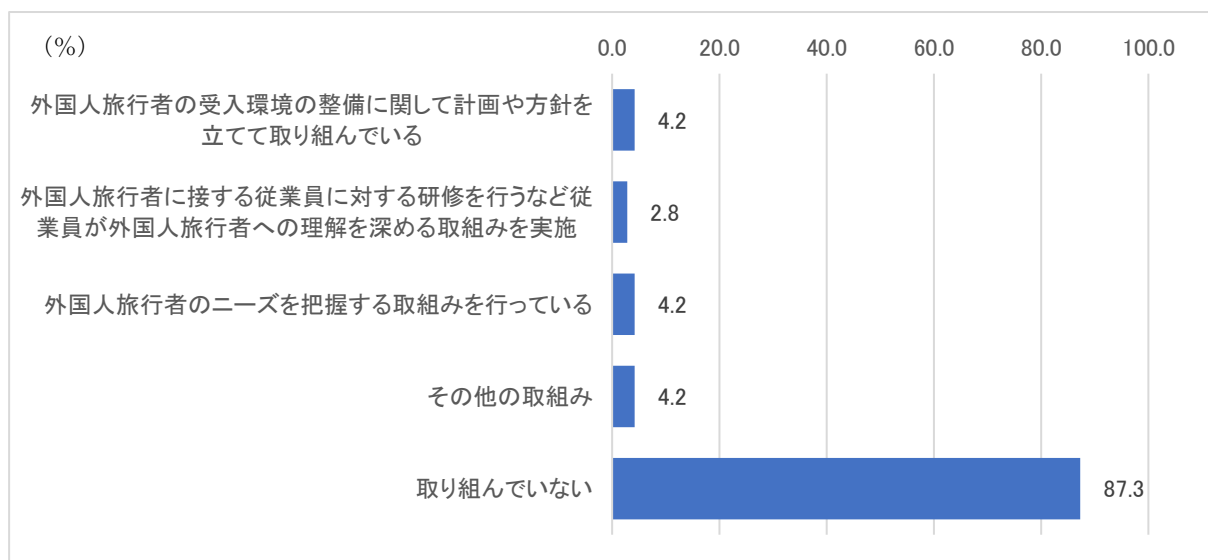
問2⑦ 施設の利便性向上のための取組み等

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	71	100	71
1	無料でインターネット接続環境を提供	7	9.9	9.9
2	外国語メニューを用意	21	29.6	29.6
3	アレルギーに係る食材制限に対し、専用のメニューを設ける	2	2.8	2.8
4	ベジタリアンに係る食材制限に対し、専用のメニューを設ける	2	2.8	2.8
5	宗教・信教上の食材制限に対し、専用のメニューを設ける	3	4.2	4.2
6	その他の取組み	3	4.2	4.2
7	取り組んでいない	42	59.2	59.2
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	71	100	71

問2⑧ 従業員教育等

従業員教育は、「取り組んでいない」が87.3%と多数を占め、「受け入れ環境の整備に関して計画や方針を立てて取り組んでいる」、「外国人旅行者のニーズを把握する取り組みを行っている」、「その他の取り組み」は4.2%にとどまっている。全体的に取り組みの遅れがうかがえる。



(その他の対応・工夫している点)

- ・ 特にしていないが、ある程度場数を踏んだスタッフがほとんどなので現場で1つ1つ対応してくるようにしている。
- ・ なるべく英単語を使って接客するようにしている
- ・ 以前は中国人を雇っており、中国人の対応は任せていたが辞めてしまったため、ジェスチャーでのやりとりをしている
- ・ スマホ、タブレットでのやりとり
- ・ 世界最高レベルのクオリティを持つ音響設備がある。できれば講演会、音楽イベントなどを企画したい

問2⑧ 従業員教育等

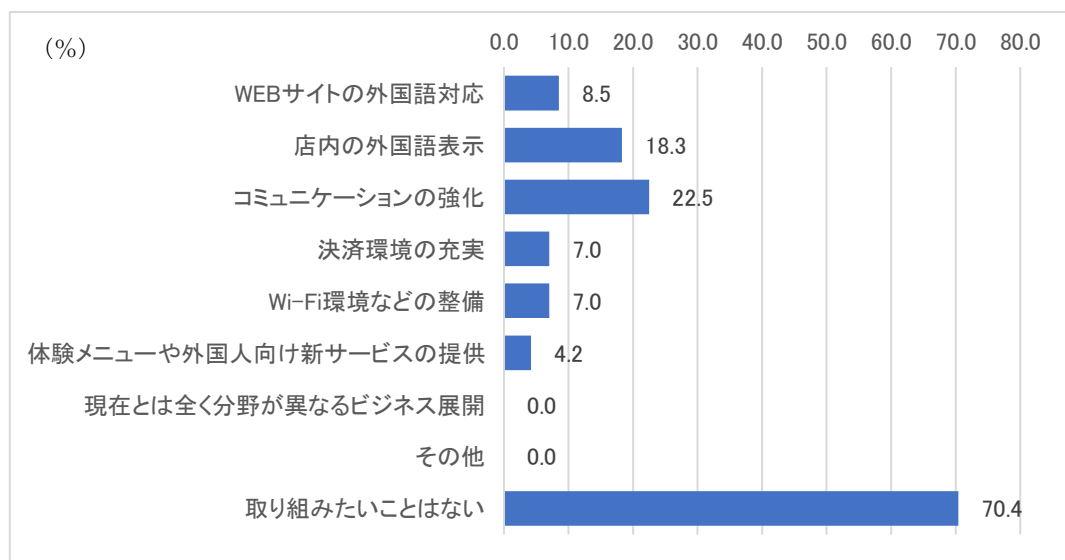
(M A)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	71	100	71
1	外国人旅行者の受入環境の整備に関して計画や方針を立てて取り組んでいる	3	4.2	4.2
2	外国人旅行者に接する従業員に対する研修を行うなど従業員が外国人旅行者への理解を深める取り組みを実施	2	2.8	2.8
3	外国人旅行者のニーズを把握する取り組みを行っている	3	4.2	4.2
4	その他の取り組み	3	4.2	4.2
5	取り組んでいない	62	87.3	87.3
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	71	100	71

問3 今後どのような対応を進めたいと考えているか

「取り組みたいことはない」が70.4%と、全体的に消極的な意向がうかがえる。

取り組みたい内容については、「コミュニケーションの強化」が22.5%、「店内の外国語表示」が18.3%、「WEBサイトの外国語対応」が8.5%となっている。



問3 今後どのような対応を進めたいか		(M A)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	71	100	71
1	WEBサイトの外国語対応	6	8.5	8.5
2	店内の外国語表示	13	18.3	18.3
3	コミュニケーションの強化	16	22.5	22.5
4	決済環境の充実	5	7.0	7.0
5	Wi-Fi環境などの整備	5	7.0	7.0
6	体験メニューや外国人向け新サービスの提供	3	4.2	4.2
7	現在とは全く分野が異なるビジネス展開	0	0.0	0.0
8	その他	0	0.0	0.0
9	取り組みたいことはない	50	70.4	70.4
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	71	100	71

(3) 小売り・物販施設

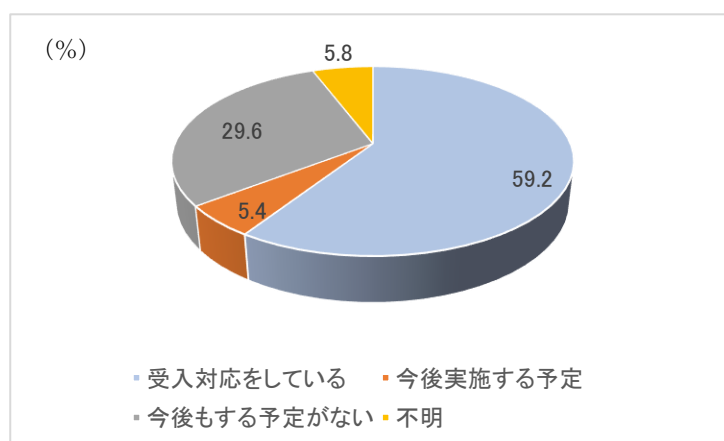
〈地区別回答状況〉

回答者は、「浜町」が29.9%で最も多く、次いで「南山手」が14.3%、「中通り」が9.5%の順となっている。

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	294	100	294
1	新大工	28	9.5	9.5
2	中通り	64	21.8	21.8
3	新地	10	3.4	3.4
4	銅座	6	2.0	2.0
5	浜町	88	29.9	29.9
6	南山手	42	14.3	14.3
7	栄町・大波止	29	9.9	9.9
8	駅前	14	4.8	4.8
9	平和町	13	4.4	4.4
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	294	100	294

問1 現在の外国人の対応の有無についてお答えください

現在の外国人対応は、「受け入れ対応をしている」が59.2%、「今後も実施する予定がない」が29.6%、「今後実施する予定」が5.4%となっている。



問1 現在の外国人対応の有無

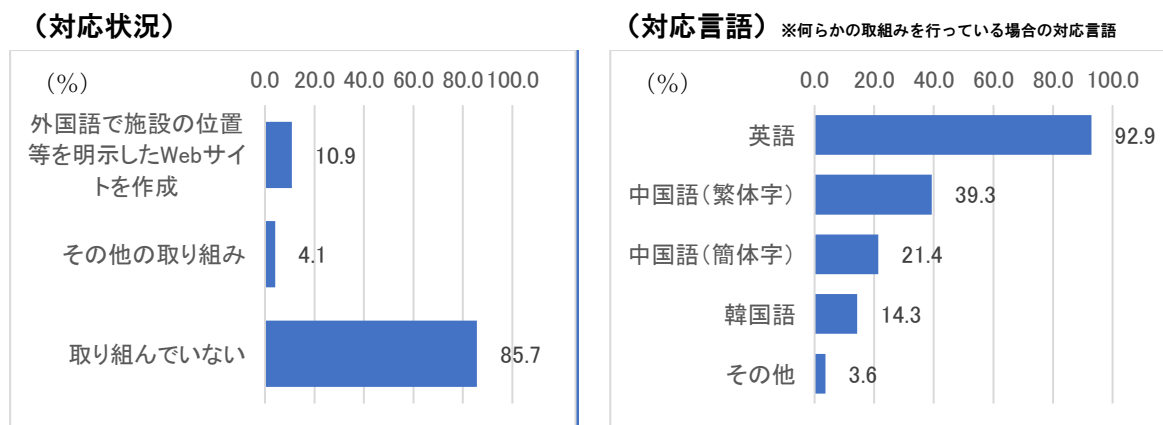
(SA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	294	100	277
1	受け入れ対応をしている	174	59.2	62.8
2	今後実施する予定	16	5.4	5.8
3	今後実施する予定がない	87	29.6	31.4
	不明	17	5.8	
	N (%ベース)	294	100	277

問2① Webサイトによる情報提供

Webサイトによる情報提供は、「取り組んでいない」が85.7%、「Webサイトを作成」が10.9%、「その他の取り組み」は4.1%と、全体的に取り組みの遅れがうかがえる結果となった。

対応言語は「英語」が92.9%、次いで「中国語（繁体字）」が39.3%、「中国語（簡体字）」が21.4%となっている。



(その他の対応)

- ・ Web、ホームページがある
- ・ facebook
- ・ 店頭看板
- ・ 商品説明を英語・中文でしおりを作成している
- ・ SNSを利用してそれを見て連絡を受けたりする。Instagramやライン
- ・ 11月頃から外国語対応のHPを製作予定
- ・ 長崎県多言語コールセンター
- ・ 今後行っていく予定

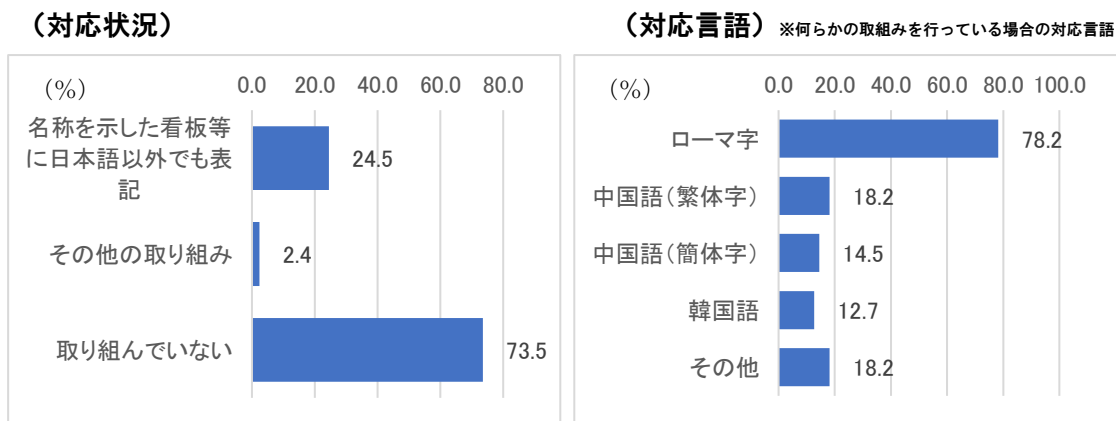
問2① Webサイトによる情報提供		(MA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	294	100	294
1	外国語で施設の位置等を明示したWebサイトを作成	32	10.9	10.9
2	その他の取り組み	12	4.1	4.1
3	取り組んでいない	252	85.7	85.7
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	294	100	294

問2① 対応言語		(MA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	26	8.8	92.9
2	中国語(繁体字)	11	3.7	39.3
3	中国語(簡体字)	6	2.0	21.4
4	韓国語	4	1.4	14.3
5	その他	1	0.3	3.6
	不明	266	90.5	
	N (%ベース)	294	100	28

問2② 施設名の表示

施設名の表示は「取り組んでいない」が73.5%と多数を占める結果となった。「日本語以外でも標記」は24.5%、「その他の取り組み」は2.4%にとどまっている。

対応言語は「ローマ字」が78.2%と最も多く、次いで「中国語（繁体字）」、「その他」が18.2%、「中国語（簡体字）」が14.5%、となっている。



(その他の対応)

- ・ メニューの表示
- ・ 店の前のかんばんに外国人の写真を張り出してあるので飛び込みとかでもくる
- ・ テイクアウトを表に英語で書いてある
- ・ LIQUORを看板に入れている
- ・ 立て看板に「ようこそ長崎へ」と書いてある
- ・ POP
- ・ メニューの英語表示

問2③ 施設の営業時間等の表示

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	294	100	294
1	営業時間等を店頭で外国語で表示	28	9.5	9.5
2	その他の取り組み	3	1.0	1.0
3	取り組んでいない	263	89.5	89.5
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	294	100	294

問2③ 対応言語

(MA)

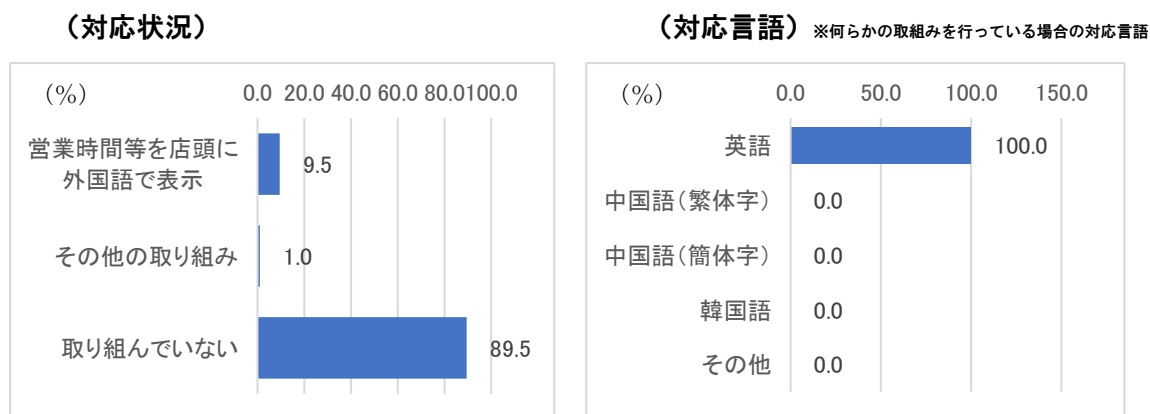
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	20	6.8	100.0
2	中国語(繁体字)	0	0.0	0.0
3	中国語(簡体字)	0	0.0	0.0
4	韓国語	0	0.0	0.0
5	その他	0	0.0	0.0
	不明	274	93.2	
	N (%ベース)	294	100	20

問2③ 施設の営業時間等の表示

施設の営業時間等の表示は、「取り組んでいない」が89.5%と多数を占める結果となった。

「営業時間等を店頭に外国語で表示」は9.5%、「その他の取り組み」は1.0%にとどまっている。

対応言語は「英語」が100.0%となっており、中国語や韓国語での表示は行われていない。



(その他の対応)

- ・ 飲食禁止・ご予約等の表示(英語)はある
- ・ シャッターの開閉のみ
- ・ 注意書きを英語で記載

問2③ 施設の営業時間等の表示

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	294	100	294
1	営業時間等を店頭に外国語で表示	28	9.5	9.5
2	その他の取り組み	3	1.0	1.0
3	取り組んでいない	263	89.5	89.5
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	294	100	294

問2③ 対応言語

(MA)

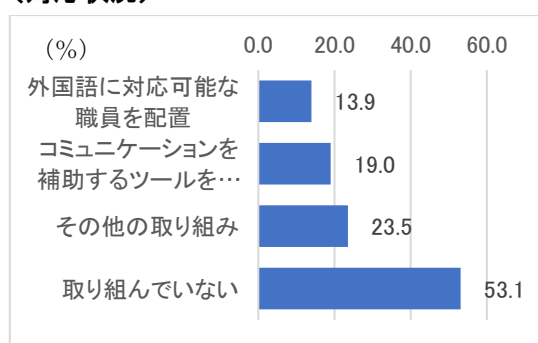
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	20	6.8	100.0
2	中国語(繁体字)	0	0.0	0.0
3	中国語(簡体字)	0	0.0	0.0
4	韓国語	0	0.0	0.0
5	その他	0	0.0	0.0
	不明	274	93.2	
	N (%ベース)	294	100	20

問2④ コミュニケーション

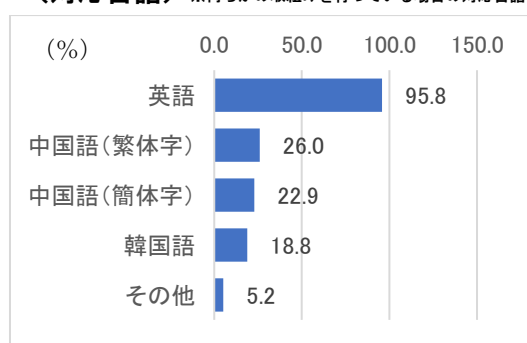
コミュニケーションは、「取り組んでいない」が53.1%と過半数を超えたが、「その他の取組」が23.5%、「コミュニケーションを補助するツールを用意」が19.0%、「外国語に対応可能な職員を配置」が13.9%と一定の取組みがうかがえる結果となった。

対応言語は「英語」が95.8%で最も多く、「中国語（繁体字）」が26.0%、「中国語（簡体字）」が22.9%で続いている。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



(その他の対応)

- ・ スマホの翻訳アプリ
- ・ タブレットやジェスチャー
- ・ 絵を書いて説明
- ・ 身振り手振りで対応
- ・ メニューには外国語表あり
- ・ 中国人が来るので、今後は中国人にわかるような商品説明のポップを作る
- ・ かたことで対応
- ・ web で調べてくる客もいる。チョコの中身を英語で書いてあるメニューもある
- ・ 商品の一覧を英語、韓国、中国語で作成している
- ・ かたことのコミュニケーション
- ・ スマホ翻訳アプリ
- ・ ジェスチャーや説明文をプリントして掲示している
- ・ 単語を並べて対応
- ・ 電卓
- ・ 電卓、ジェスチャー
- ・ 分かる範囲の英語を使っている
- ・ アイフォンやジェスチャー、翻訳サイトを使っている
- ・ アプリやガイドブックを使っている
- ・ 身ぶり手ぶり、単語

- ・ 英語を使いながらは難しいのでスタッフ各自が出来る範囲で対応している。
- ・ 簡単な単語で
- ・ 単語でのやりとり
- ・ 英語の案内文を用意している
- ・ 簡単なやり取りが出来る英会話文を作っている
- ・ ジェスチャーや単語での会話
- ・ 重要な単語は話せる
- ・ 金額は話せる
- ・ スマホで道案内
- ・ スマホの翻訳アプリなど
- ・ メニューをラミネート加工してかざっているのが指さしやジェスチャーで対応している
- ・ ジェスチャーや単語での会話
- ・ タブレット式レジ、翻訳機の導入を近々行う予定
- ・ 多言語コールセンターの利用

問2④ コミュニケーション

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	294	100	294
1	外国語に対応可能な職員を配置	41	13.9	13.9
2	コミュニケーションを補助するツールを用意	56	19.0	19.0
3	その他の取り組み	69	23.5	23.5
4	取り組んでいない	156	53.1	53.1
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	294	100	294

問2④ 対応言語

(MA)

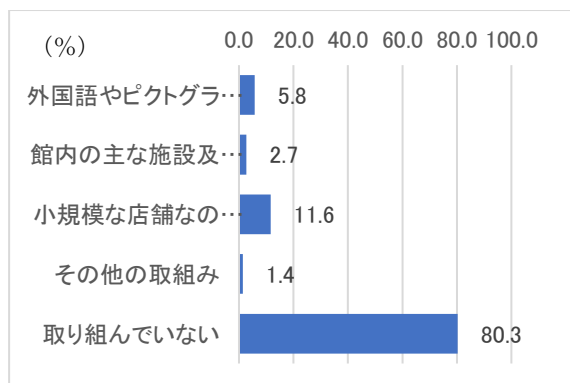
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	92	31.3	95.8
2	中国語(繁体字)	25	8.5	26.0
3	中国語(簡体字)	22	7.5	22.9
4	韓国語	18	6.1	18.8
5	その他	5	1.7	5.2
	不明	198	67.3	
	N (%ベース)	294	100	96

問2⑤ 施設内の表示

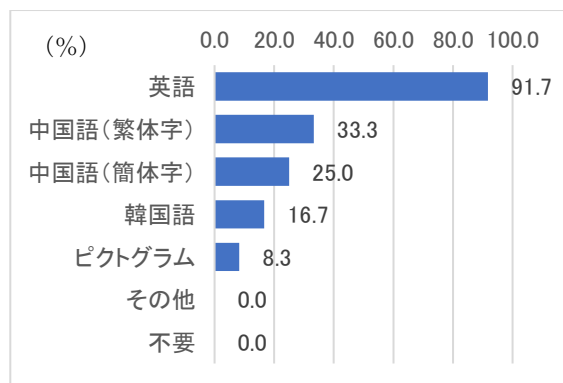
施設内の表示は「取り組んでいない」が80.3%と多数を占める結果となり、「外国語やピクトグラム等で誘導サイン等を表示」は5.8%にとどまっている。一方で、「施設内表示は不要」が11.6%となっている。

対応言語は「英語」が91.7%と最も多く、次いで「中国語（繁体字）」が33.3%、「中国語（簡体字）」が25.0%となっている。

（対応状況）



（対応言語） ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



（その他の対応）

- ・ 商品の裏に書いてあるものもあるが、店自体の取り組みはなし
- ・ 店頭看板
- ・ 入り口に扉の開け方を貼っている
- ・ 一部のみ対応している(push や cashier など)
- ・ 表示はないが聞かれたら答えるようにしている

問2⑤ 施設内の表示

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	294	100	294
1	外国語やピクトグラムを利用して施設内の誘導サイン・位置サイン・案内サインを表示	17	5.8	5.8
2	館内の主な施設及び設備の配置に関して外国語の施設案内図を用意	8	2.7	2.7
3	小規模な店舗なので、施設内表示は不要	34	11.6	11.6
4	その他の取り組み	4	1.4	1.4
5	取り組んでいない	236	80.3	80.3
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	294	100	294

問2⑤ 対応言語

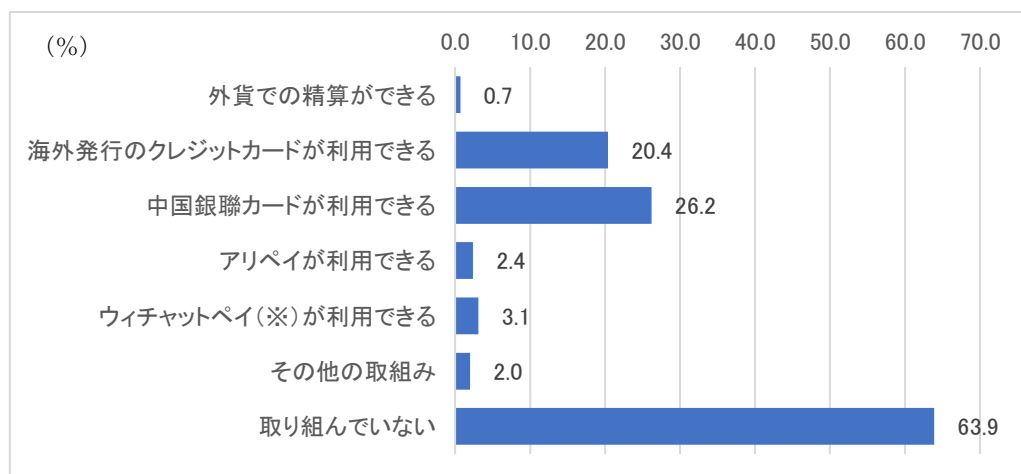
(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	11	3.7	91.7
2	中国語（繁体字）」	4	1.4	33.3
3	中国語（簡体字）」	3	1.0	25.0
4	韓国語	2	0.7	16.7
5	ピクトグラム	1	0.3	8.3
6	その他	0	0.0	0.0
7	不要	0	0.0	0.0
	不明	282	95.9	
	N (%ベース)	294	100	12

問2⑥ 精算

清算・決済環境は、「取り組んでいない」が63.9%で最も多く、「中国銀聯カードが利用できる」が26.2%、「海外発行のクレジットカードが利用できる」が20.4%で続いている。

近年導入が進むアリペイ、ウィチャットペイは2~3%にとどまっている。



(その他の対応)

- ・ JA カードを勧めている
- ・ 現金かカードかを問わず、店舗独自の取組みとして外国の方は tax free にしている
- ・ よく分からないが外貨以外なら対応出来るようになっている
- ・ LINE PAY

問2⑥ 精算

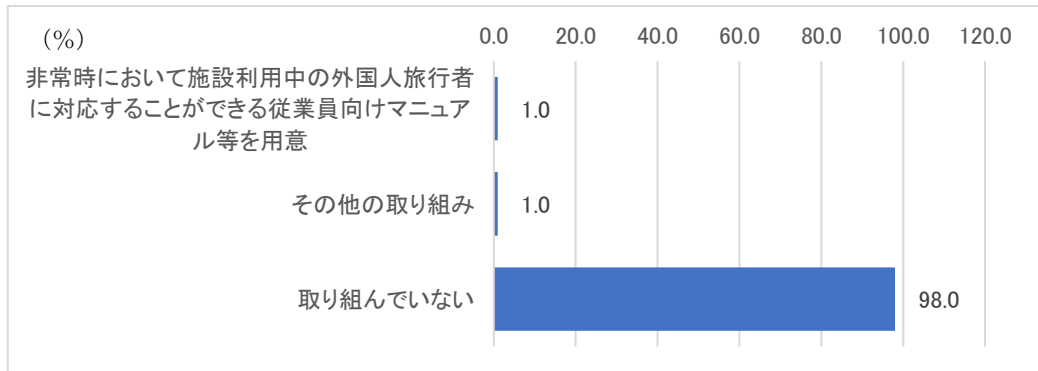
(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	294	100	294
1	外貨での精算ができる	2	0.7	0.7
2	海外発行のクレジットカードが利用できる	60	20.4	20.4
3	中国銀聯カードが利用できる	77	26.2	26.2
4	アリペイが利用できる	7	2.4	2.4
5	ウィチャットペイ(※)が利用できる	9	3.1	3.1
6	その他の取組み	6	2.0	2.0
7	取り組んでいない	188	63.9	63.9
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	294	100	294

問2⑦ 緊急時への対応（対応状況）

緊急時の対応は、「取り組んでいない」が98.0%と多数を占める結果となった。

「マニュアル等を用意」、「その他の取組」は1.0%にとどまり、対応言語については回答を得ることができなかった。



（その他の対応）

- ・ 商店街にて対応

問2⑦ 緊急時への対応

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	294	100	294
1	非常時において施設利用中の外国人旅行者に対応することができる従業員向けマニュアル等を用意	3	1.0	1.0
2	その他の取組み	3	1.0	1.0
3	取り組んでいない	288	98.0	98.0
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	294	100	294

問2⑦ 対応言語

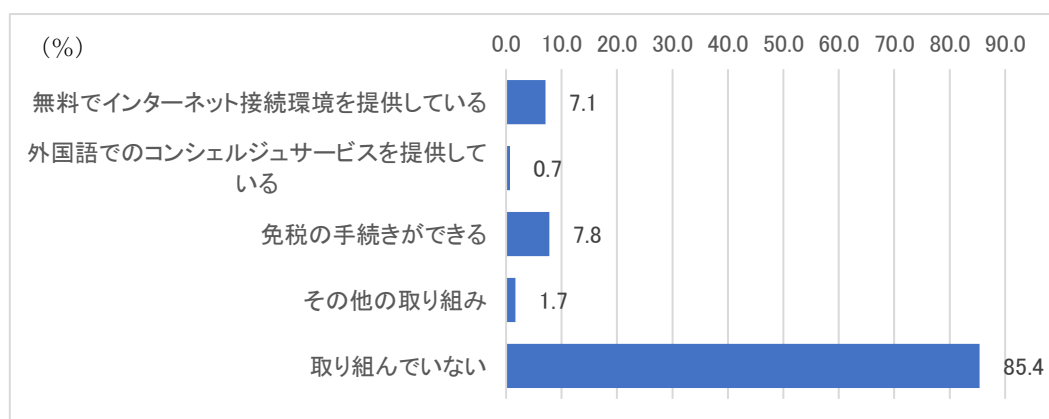
(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	0	0.0	0.0
2	中国語(繁体字)	0	0.0	0.0
3	中国語(簡体字)	0	0.0	0.0
4	韓国語	0	0.0	0.0
5	その他	0	0.0	0.0
	不明	294	100.0	
	N (%ベース)	294	100	0

問2⑧ 施設の利便性向上のための取組み等

施設の利便性向上のための取組みは、「取り組んでいない」が85.4%と多数を占める結果となった。

取組み施設は、「免税の手続きができる」が7.8%、「無料でインターネット接続環境を提供」は7.1%となっている。



(その他の対応)

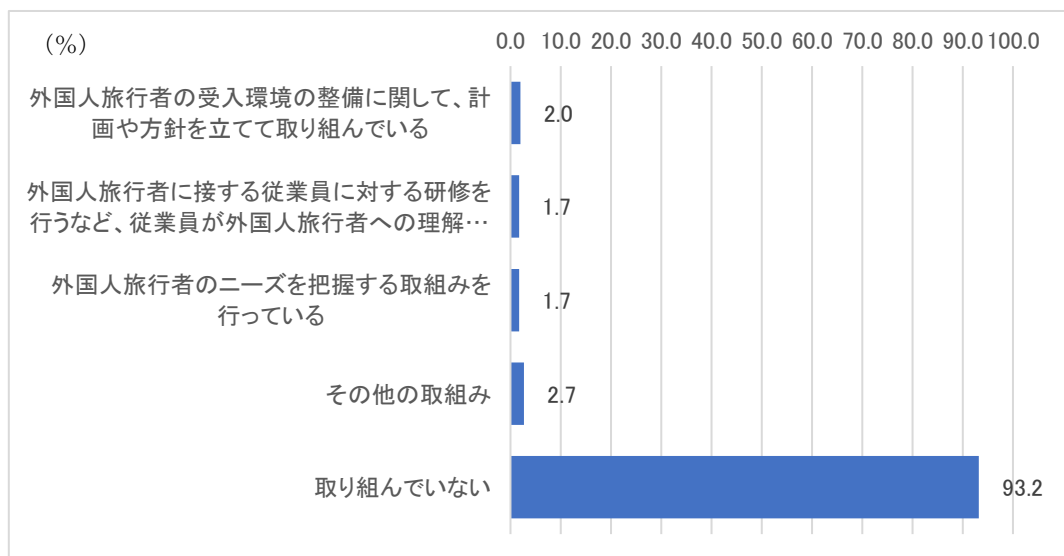
- ・ タブレットを使用
- ・ 浜町免税カウンターの案内をしている
- ・ HP ではないが店舗に外国語対応の文明堂専用のタブレットを使用している
- ・ 聞かれたら答えるようにしている
- ・ アイパッド使用

問2⑧ 施設の利便性向上のための取組み等 (MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	294	100	294
1	無料でインターネット接続環境を提供している	21	7.1	7.1
2	外国語でのコンシェルジュサービスを提供している	2	0.7	0.7
3	免税の手続きができる	23	7.8	7.8
4	その他の取組み	5	1.7	1.7
5	取り組んでいない	251	85.4	85.4
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	294	100	294

問2⑨ 従業員教育等

従業員教育等は「取り組んでいない」が93.2%と多数を占める結果となり、取り組みは1%程度にとどまっている。



(その他の対応)

- ・ 英語で書いたあいさつ文は準備している
- ・ なるべく外国語を使うように心がける
- ・ 長崎県多言語コールセンターに電話するように言われている
- ・ やりとりで困ったらツールを使うように声掛けをしている
- ・ 簡単な単語などで接客するように
- ・ 英語対応できるスタッフがいるのでその人が主に対応したり、毎日のように海外のお客様が見えるのである程度パターンは決まっているので慣れている
- ・ 日本語が分かるお客様には声をかけている。それ以外は見守り
- ・ コンベンション協会と協力して取り組んでいる。カステラ焼き体験など

(その他の工夫)

- ・ iPad アプリ「スマイルコール」を導入
- ・ 近くの両替が出来る店舗をラミネート加工しておいている。
- ・ ジェスチャー
- ・ お客様からは豚肉などの避けたいメニューについて聞かれた際にはご希望に沿う商品を案内するようにしている
- ・ 通常使うことが多い中国語の対話カードを用意して利用している。

問2⑨ 従業員教育等

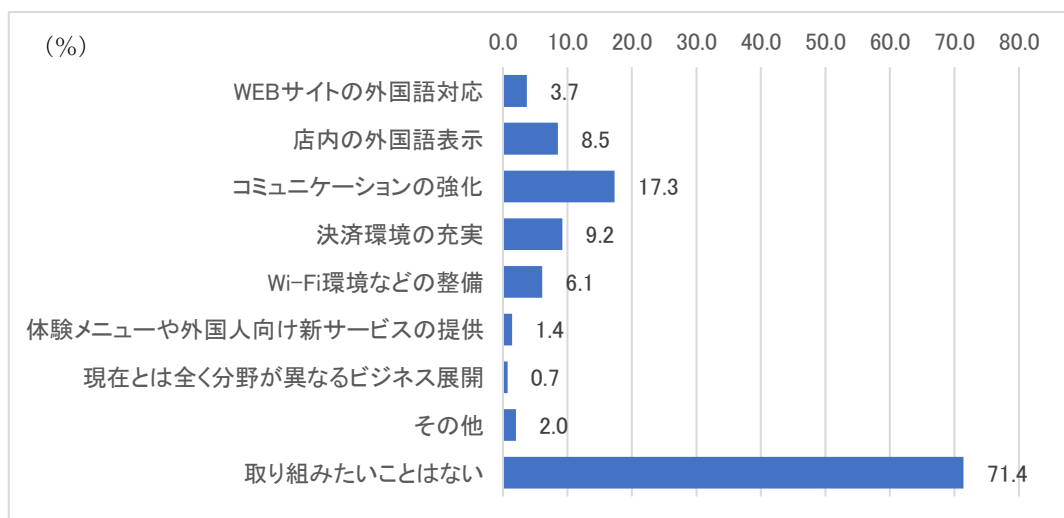
(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	294	100	294
1	外国人旅行者の受入環境の整備に関して、計画や方針を立てて取り組んでいる	6	2.0	2.0
2	外国人旅行者に接する従業員に対する研修を行うなど、従業員が外国人旅行者への理解を深める取組みを実施している	5	1.7	1.7
3	外国人旅行者のニーズを把握する取組みを行っている	5	1.7	1.7
4	その他の取組み	8	2.7	2.7
5	取り組んでいない	274	93.2	93.2
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	294	100	294

問3 今後どのような対応を進めたいか

今後進めたい対応は、「取り組みたいことはない」が71.4%と全体的に消極的な意向がうかがえる結果となった。

取り組みたい内容としては「コミュニケーションの強化」が17.3%、「決済環境の充実」が9.2%、「店内の外国語表示」が8.5%の順となっている。

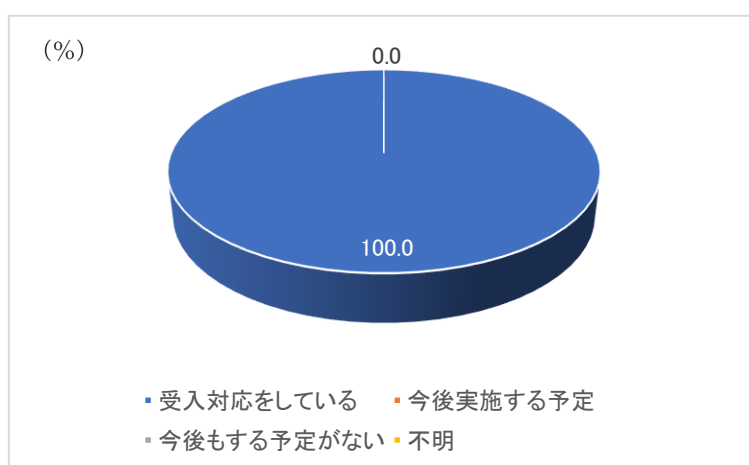


問3 今後どのような対応を進めたいか		(MA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
	全体	294	100	294
1	WEBサイトの外国語対応	11	3.7	3.7
2	店内の外国語表示	25	8.5	8.5
3	コミュニケーションの強化	51	17.3	17.3
4	決済環境の充実	27	9.2	9.2
5	Wi-Fi環境などの整備	18	6.1	6.1
6	体験メニューや外国人向け新サービスの提供	4	1.4	1.4
7	現在とは全く分野が異なるビジネス展開	2	0.7	0.7
8	その他	6	2.0	2.0
9	取り組みたいことはない	210	71.4	71.4
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	294	100	294

(4) 観光・レジャー施設

問1：現在の外国人の対応の有無についてお答えください

現在の外国人対応の状況は、「受け入れ対応をしている」が100.0%と全施設が対応中であるとの回答であった。



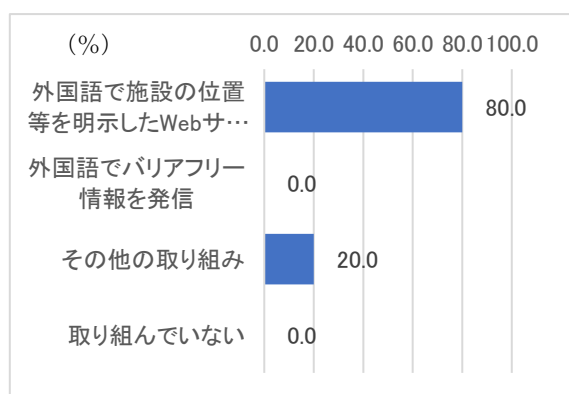
問1 現在の外国人対応の有無		(SA)		
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	受入対応をしている	7	100.0	100.0
2	今後実施する予定	0	0.0	0.0
3	今後もする予定がない	0	0.0	0.0
	不明	0	0.0	
	N (%ベース)	7	100	7

問2① Webサイトによる情報提供

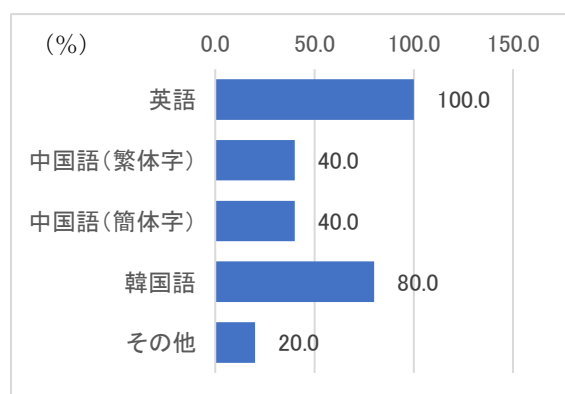
Webサイトによる情報提供は、「外国語で施設の位置等を明示したWebサイトを作成」が80.0%で最も多く、「その他の取組み」が20.0%、「取り組んでいない」は0%と、全体的に取り組みが進んでいることがうかがえる結果となった。

対応言語は「英語」が100.0%、「韓国語」が8.0%、「中国語（繁体字）」「中国語（簡体字）」がともに40.0%となっている。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



問2① Webサイトによる情報提供

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	外国語で施設の位置等を明示したWebサイトを作成	4	57.1	80.0
2	外国語でバリアフリー情報を発信	0	0.0	0.0
3	その他の取組み	1	14.3	20.0
4	取り組んでいない	0	0.0	0.0
	不明	2	28.6	
	N (%ベース)	7	100	5

問2① 対応言語

(MA)

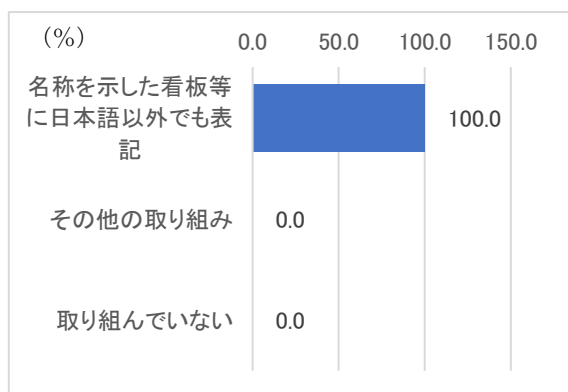
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	5	71.4	100.0
2	中国語(繁体字)	2	28.6	40.0
3	中国語(簡体字)	2	28.6	40.0
4	韓国語	4	57.1	80.0
5	その他	1	14.3	20.0
	不明	2	28.6	
	N (%ベース)	7	100	5

問2② 施設名の表示

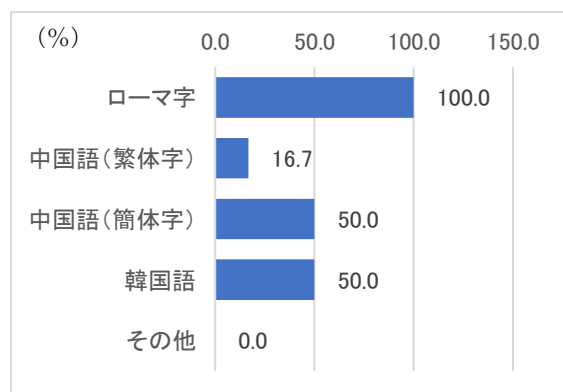
施設名の表示は、「名称を示した看板等に日本語以外でも表記」が100.0%であった。

対応言語は「ローマ字」が100.0%、次いで「中国語（簡体字）」、「韓国語」が50.0%、「中国語（繁体字）」が16.7%となっている。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



問2② 施設名の表示

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	名称を示した看板等に日本語以外でも表記	6	85.7	100.0
2	その他の取り組み	0	0.0	0.0
3	取り組んでいない	0	0.0	0.0
	不明	1	14.3	
	N (%ベース)	7	100	6

問2② 対応言語

(MA)

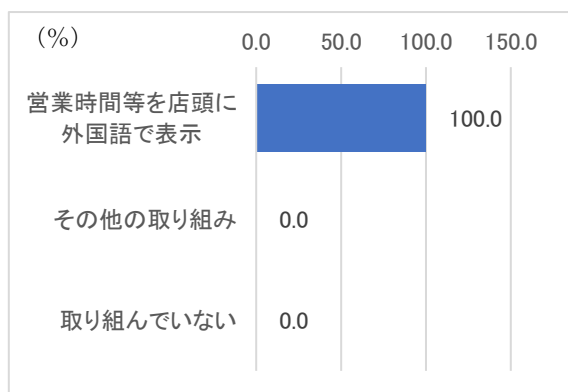
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	ローマ字	6	85.7	100.0
2	中国語（繁体字）」	1	14.3	16.7
3	中国語（簡体字）」	3	42.9	50.0
4	韓国語」	3	42.9	50.0
5	その他	0	0.0	0.0
	不明	1	14.3	
	N (%ベース)	7	100	6

問2③ 営業時間の表示

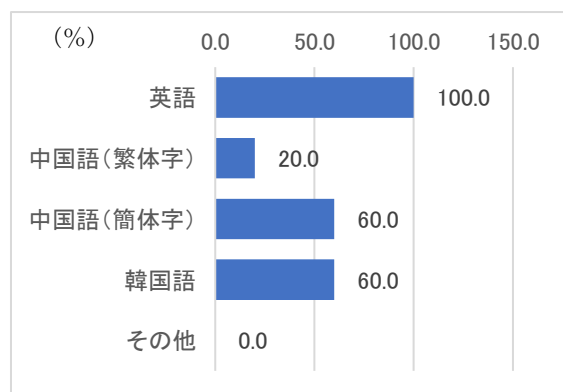
営業時間の表示は「営業時間等を店頭に外国語で表示」が100.0%であった。

対応言語は「英語」が100.0%で最も多く、「中国語（簡体字）」、「韓国語」が60.0%、「中国語（繁体字）」が20.0%となっている。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



問2③ 施設の営業時間等の表示 (MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	営業時間等を店頭に外国語で表示	5	71.4	100.0
2	その他の取り組み	0	0.0	0.0
3	取り組んでいない	0	0.0	0.0
	不明	2	28.6	
	N (%ベース)	7	100	5

問2③ 対応言語 (MA)

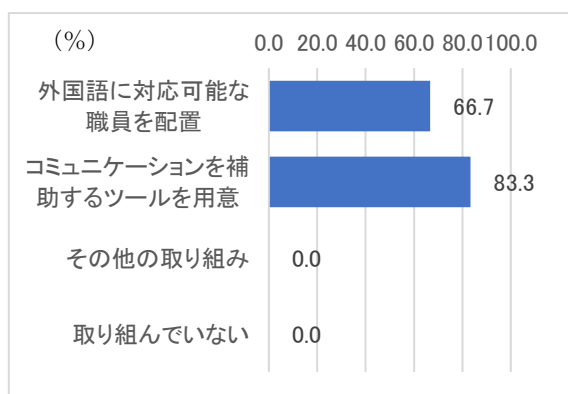
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	5	71.4	100.0
2	中国語(繁体字)	1	14.3	20.0
3	中国語(簡体字)	3	42.9	60.0
4	韓国語	3	42.9	60.0
5	その他	0	0.0	0.0
	不明	2	28.6	
	N (%ベース)	7	100	5

問2④ コミュニケーション

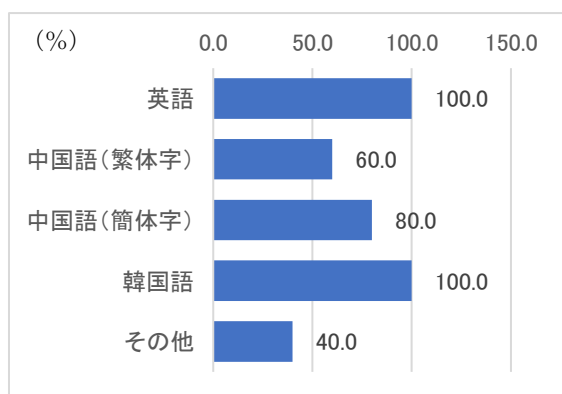
コミュニケーションは「コミュニケーションを補助するツールを用意」が 83.3%で最も多く、「外国語に対応可能な職員を配置」の 66.7%を上回った。

対応言語は「英語」と「韓国語」が 100.0%で最も多く、「中国語（簡体字）」が 80.0%、「中国語（繁体字）」 60.0%と進んだ対応がみられる。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



問2④ コミュニケーション

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	外国語に対応可能な職員を配置	4	57.1	66.7
2	コミュニケーションを補助するツールを用意	5	71.4	83.3
3	その他の取り組み	0	0.0	0.0
4	取り組んでいない	0	0.0	0.0
	不明	1	14.3	
	N (%ベース)	7	100	6

問2④ 対応言語

(MA)

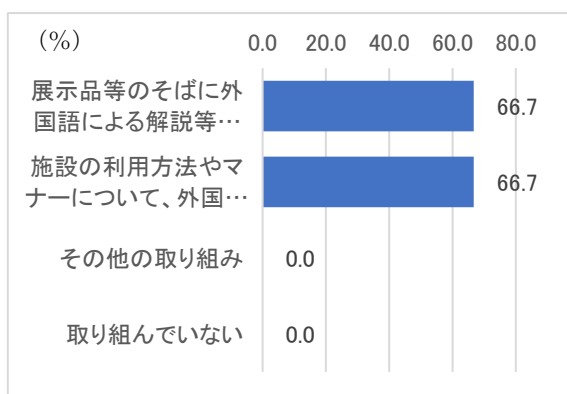
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	5	71.4	100.0
2	中国語(繁体字)	3	42.9	60.0
3	中国語(簡体字)	4	57.1	80.0
4	韓国語	5	71.4	100.0
5	その他	2	28.6	40.0
	不明	2	28.6	
	N (%ベース)	7	100	5

問2⑤ 施設の利用

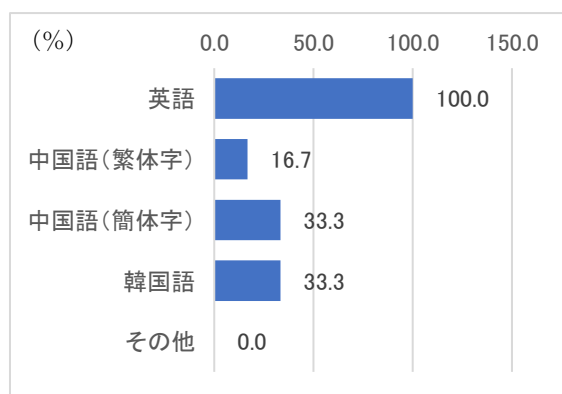
「展示品等のそばに外国語による解説等を用意」と「施設の利用方法やマナーについて、外国語の説明書等を用意」がともに66.7%であった。

対応言語は「英語」と「韓国語」が100.0%、「中国語（簡体字）」と「韓国語」が33.3%、「中国語（繁体字）」が16.7%であった。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



問2⑤ 施設の利用

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	展示品等のそばに外国語による解説等を用意	4	57.1	66.7
2	施設の利用方法やマナーについて、外国語の説明書等を用意	4	57.1	66.7
3	その他の取り組み	0	0.0	0.0
4	取り組んでいない	0	0.0	0.0
	不明	1	14.3	
	N (%ベース)	7	100	6

問2⑤ 対応言語

(MA)

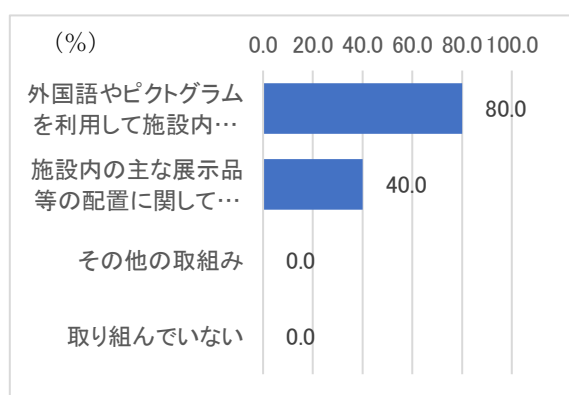
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	6	85.7	100.0
2	中国語(繁体字)	1	14.3	16.7
3	中国語(簡体字)	2	28.6	33.3
4	韓国語	2	28.6	33.3
5	その他	0	0.0	0.0
	不明	1	14.3	
	N (%ベース)	7	100	6

問2⑥ 施設内の表示

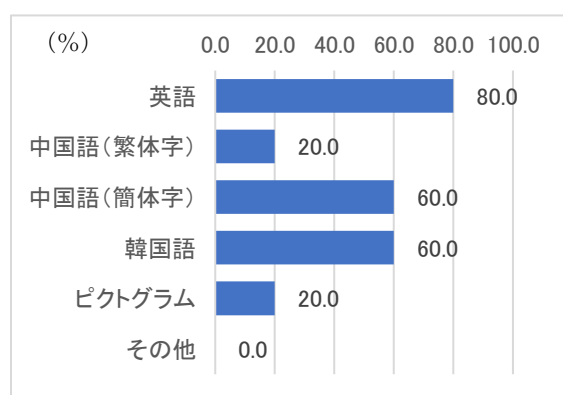
施設内の表示は「外国語やピクトグラムを利用して施設内の誘導サイン・位置サイン・案内サインを表示」が80.0%で最も多く、「施設内の主な展示品等の配置に関して外国語の施設案内図を用意」が40.0%で続いている。

対応言語は、「英語」が80.0%で最も多く、「中国語（簡体字）」と「韓国語」が60.0%、「中国語（繁体字）」が20.0%であった。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



問2⑥ 施設内の表示

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	外国語やピクトグラムを利用して施設内の誘導サイン・位置サイン・案内サインを表示	4	57.1	80.0
2	施設内の主な展示品等の配置に関して外国語の施設案内図を用意	2	28.6	40.0
3	その他の取組み	0	0.0	0.0
4	取り組んでいない	0	0.0	0.0
	不明	2	28.6	
	N (%ベース)	7	100	5

問2⑥ 対応言語

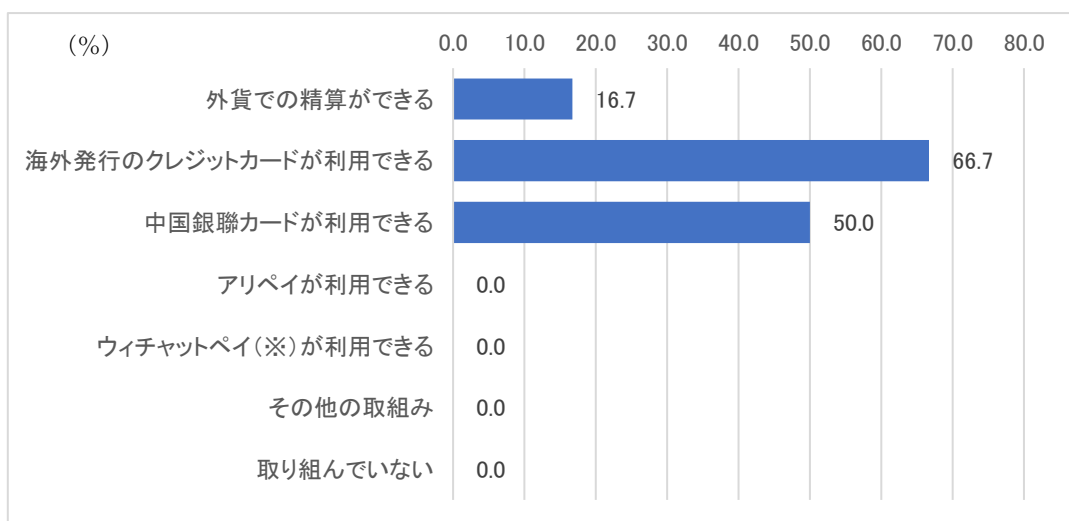
(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	4	57.1	80.0
2	中国語(繁体字)	1	14.3	20.0
3	中国語(簡体字)	3	42.9	60.0
4	韓国語	3	42.9	60.0
5	ピクトグラム	1	14.3	20.0
6	その他	0	0.0	0.0
	不明	2	28.6	
	N (%ベース)	7	100	5

問2⑦ 精算

清算・決済環境は、「海外発行のクレジットカードが利用できる」が66.7%で最も多く、「中国銀聯カードが利用できる」が50.0%、「外貨での清算ができる」が16.7%が続いている。

近年導入が進むアリペイ、ウィチャットペイの導入はみられなかった。



問2⑦ 精算

(MA)

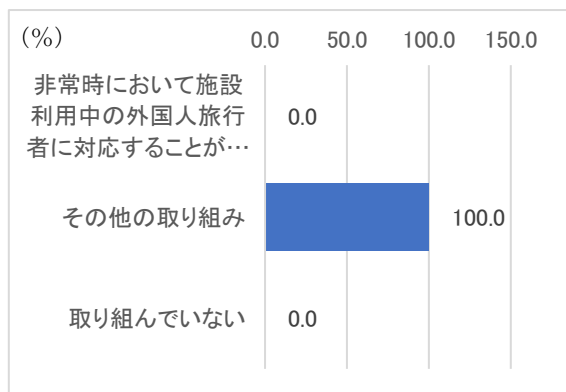
No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	外貨での精算ができる	1	14.3	16.7
2	海外発行のクレジットカードが利用できる	4	57.1	66.7
3	中国銀聯カードが利用できる	3	42.9	50.0
4	アリペイが利用できる	0	0.0	0.0
5	ウィチャットペイ(※)が利用できる	0	0.0	0.0
6	その他の取組み	0	0.0	0.0
7	取り組んでいない	0	0.0	0.0
	不明	1	14.3	
	N (%ベース)	7	100	6

問2⑧ 緊急時への対応

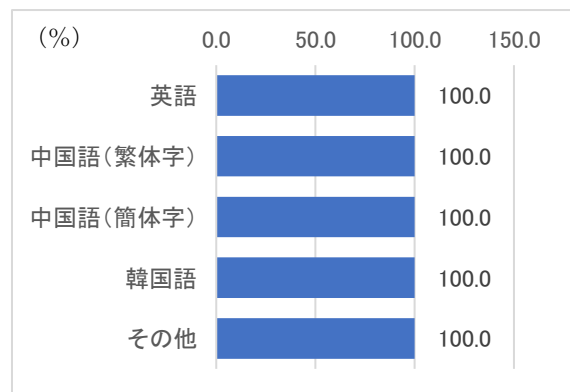
緊急時の対応は、「その他の取組み」が100.0%であった。

対応言語は「英語」、「中国語（繁体字）」、「中国語（簡体字）」、「韓国語」、「その他」がともに1件ずつの回答を得た。

(対応状況)



(対応言語) ※何らかの取組みを行っている場合の対応言語



問2⑧ 緊急時への対応

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	非常時において施設利用中の外国人旅行者に対応することができる従業員向けマニュアル等を用	0	0.0	0.0
2	その他の取組み	2	28.6	100.0
3	取り組んでいない	0	0.0	0.0
	不明	5	71.4	
	N (%ベース)	7	100	2

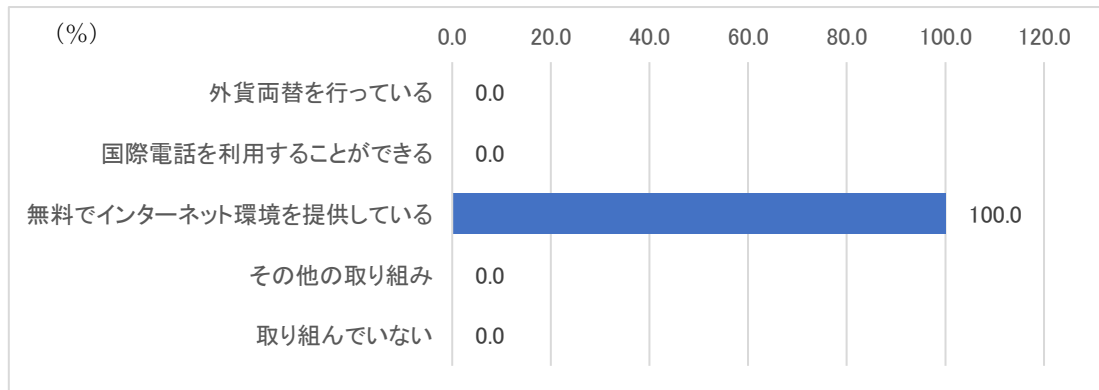
問2⑧ 対応言語

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	英語	1	14.3	100.0
2	中国語（繁体字）」	1	14.3	100.0
3	中国語（簡体字）」	1	14.3	100.0
4	韓国語	1	14.3	100.0
5	その他	1	14.3	100.0
	不明	6	85.7	
	N (%ベース)	7	100	1

問2⑨ 利便性向上のための取組等

利便性向上のための取組みは、全ての施設で「無料でインターネット環境を提供している」の回答を得た。

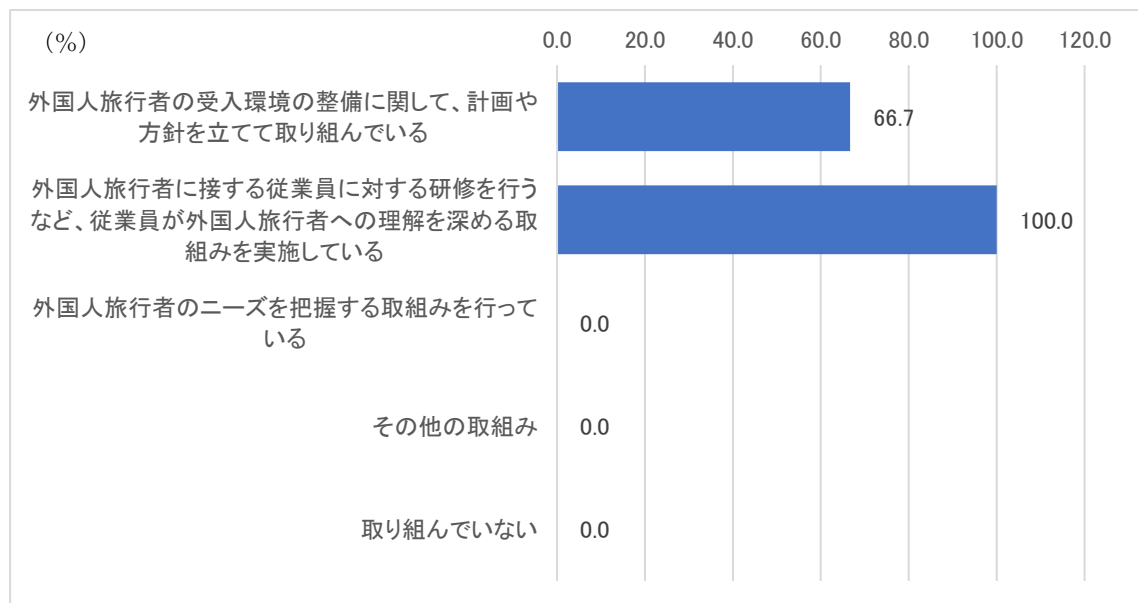


問2⑨ 施設の利便性向上のための取組み等 (MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	外貨両替を行っている	0	0.0	0.0
2	国際電話を利用することができる	0	0.0	0.0
3	無料でインターネット環境を提供している	5	71.4	100.0
4	その他の取組み	0	0.0	0.0
5	取組んでいない	0	0.0	0.0
	不明	2	28.6	
	N (%ベース)	7	100	5

問2⑩ 従業員教育等

従業員教育は、全ての施設から「従業員が外国人旅行者への理解を深める取組みを実施している」との回答を得た。また、「受け入れ環境の整備に関して計画や方針を立てて取り組んでいる」が66.7%で続いている。



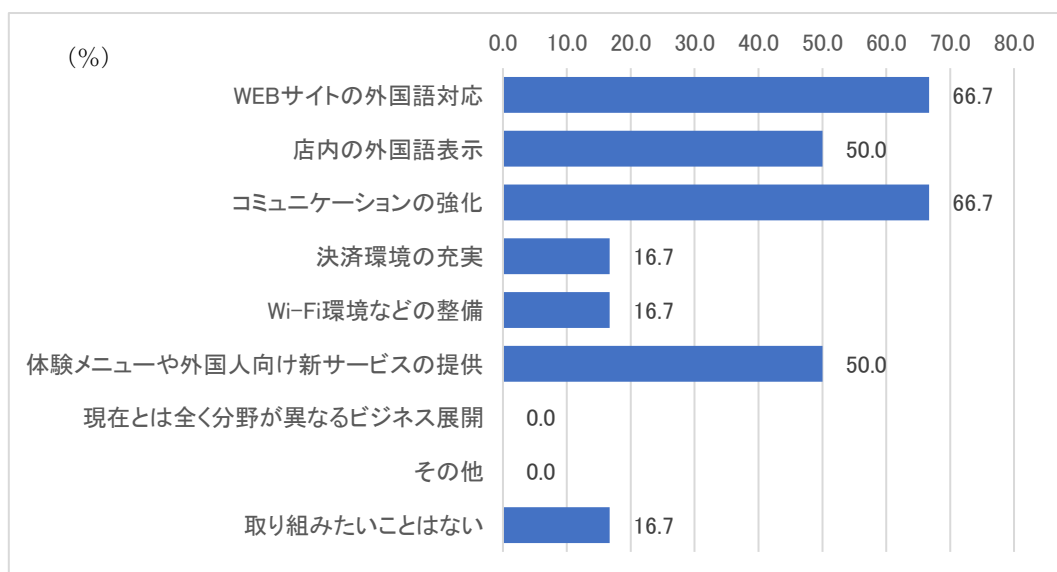
問2⑩ 従業員教育等

(MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	外国人旅行者の受入環境の整備に関して、計画や方針を立てて取り組んでいる	2	28.6	66.7
2	外国人旅行者に接する従業員に対する研修を行うなど、従業員が外国人旅行者への理解を深める取組みを実施している	3	42.9	100.0
3	外国人旅行者のニーズを把握する取組みを行っている	0	0.0	0.0
4	その他の取組み	0	0.0	0.0
5	取り組んでいない	0	0.0	0.0
	不明	4	57.1	
	N (%ベース)	7	100	3

問3 今後どのような対応を進めたいと考えているか

「WEBサイトの外国語対応」と「コミュニケーションの強化」が66.7%で最も多く、「店内の外国語対応」と「体験メニューや外国人向け新サービスの提供」が50.0%で続いている。



問3 今後どのような対応を進めたいか (MA)

No.	カテゴリ	件数	(全体)%	(除不)%
1	WEBサイトの外国語対応	4	57.1	66.7
2	店内の外国語表示	3	42.9	50.0
3	コミュニケーションの強化	4	57.1	66.7
4	決済環境の充実	1	14.3	16.7
5	Wi-Fi環境などの整備	1	14.3	16.7
6	体験メニューや外国人向け新サービスの提供	3	42.9	50.0
7	現在とは全く分野が異なるビジネス展開	0	0.0	0.0
8	その他	0	0.0	0.0
9	取り組みたいことはない	1	14.3	16.7
	不明	1	14.3	
	N (%ベース)	7	100	6

(参考) 大阪府との比較

大阪府では、平成 28 年 11 月に本調査と同様の「受入環境整備水準調査」が行われている。ここでは、同調査結果をもとに大阪府と長崎市の対応状況について比較を行った。なお、観光・レジャー施設は回答数が 7 件と少数であったため本項での比較は行っていない。

(大阪府調査概要)

調査時期：平成 28 年 11 月

調査方法：宿泊、観光、商業施設は郵送による発送、郵送または FAX による回収。

飲食施設は電子メールによる発送・回収

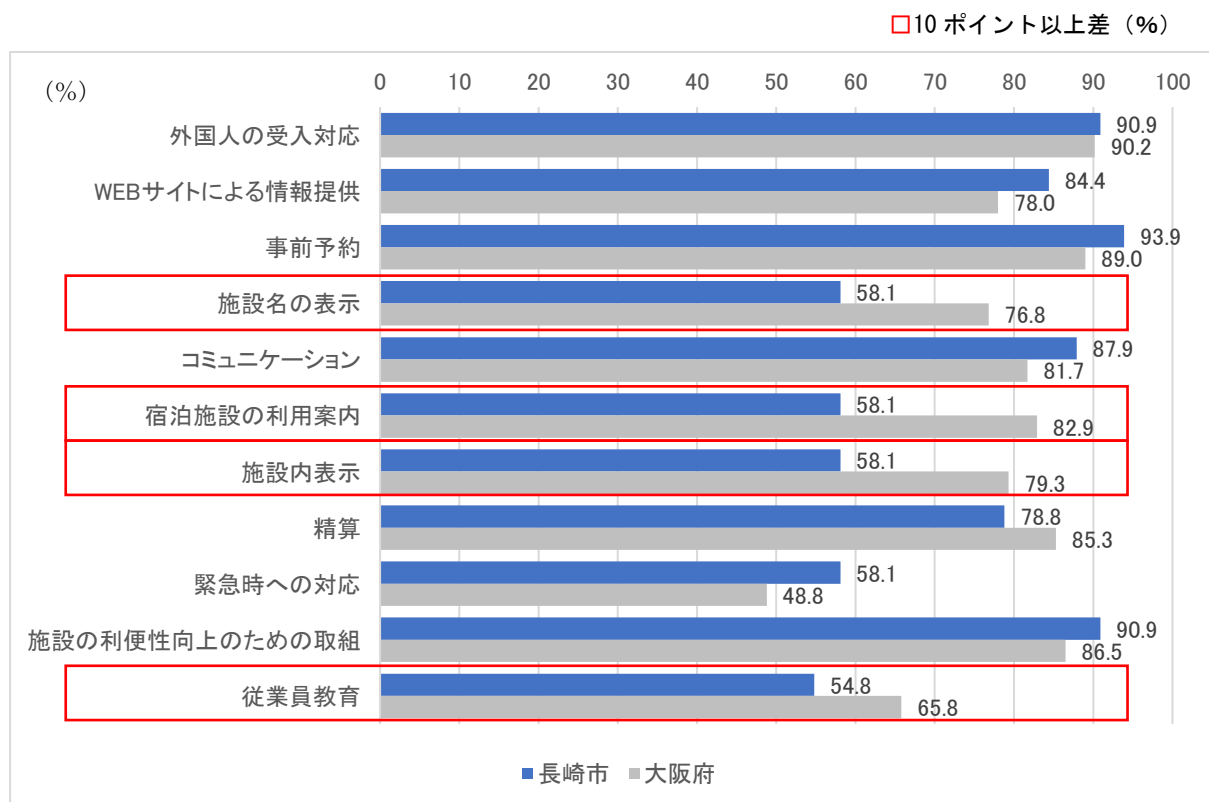
サンプル数：宿泊施設 200、観光施設 180、商業施設 43、飲食施設 149

※外国人対応を実施している割合の比較（何等か実施している割合の合計比較）

1. 宿泊施設

「外国人の受入対応」、「Web サイトによる情報提供」、「事前予約」などは長崎市と大阪府で大きな差はみられない。

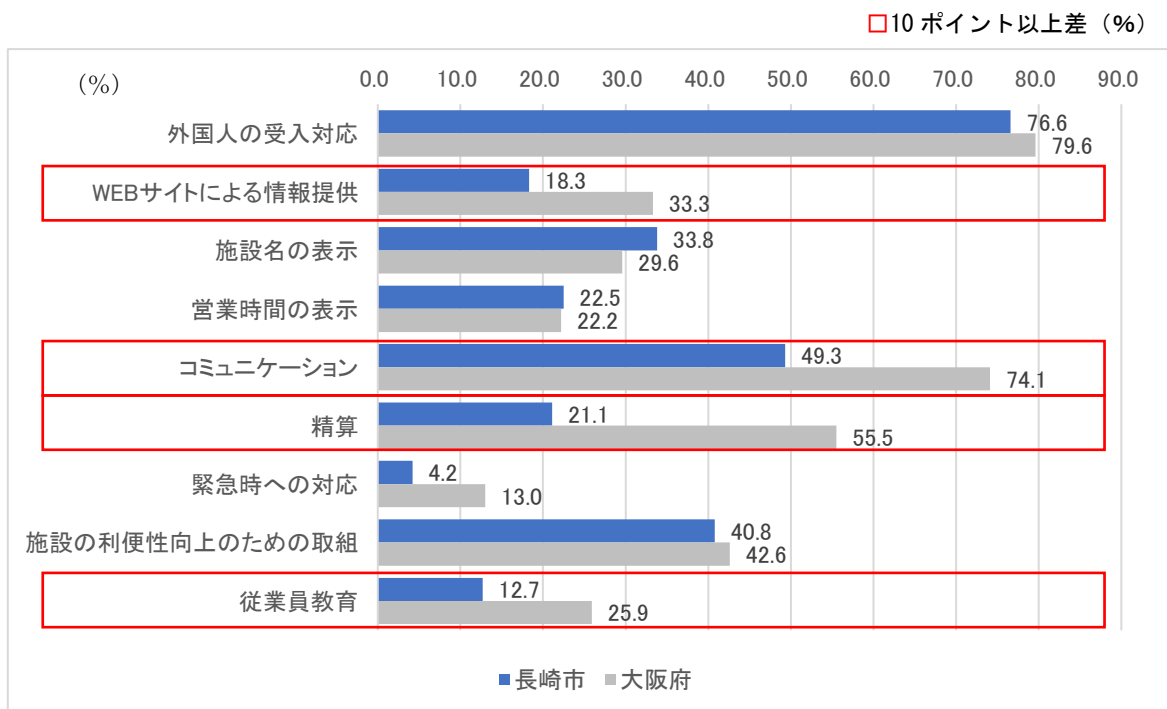
一方で、「施設名の表示」、「宿泊施設の利用案内」、「施設内表示」、「従業員教育」などは大阪府に比べ 10 ポイント以上低いなど、取り組みの遅れがうかがえる。



2. 飲食施設

「外国人の受入対応」、「施設名の表示」、「営業時間の表示」などは長崎市と大阪府で大きな差はみられない。

一方で、「Webサイトによる情報提供」、「コミュニケーション」、「精算」、「従業員教育」などは大阪府に比べ10ポイント以上低いなど、取り組みの遅れがうかがえる。中でもキャッシュレスシステムの導入など「精算」については、大阪府に比べ30ポイント以上下回るなど大きく遅れをとっている状況といえる。



3. 小売り・物販施設

全ての項目で大阪府を大きく下回っており、全体的に取り組みの遅れがうかがえる結果となった。特に「Webサイトによる情報提供」、「施設の利便性向上のための取組み」、「従業員教育等」は50ポイント以上下回っているなど顕著な差がみられた。

