

観光料飲部会長報告

観光料飲部会では、インバウンドおもてなしセミナー（共催：秋田市飲食店組合環同連合会）を1月9日にホテルメトロポリタン秋田にて一般公開し開催。県内から観光関連業に携わる65人が出席いたしました。

今回は、国際線乗務員などの経験を活かし、数多くのマナー講座を開催している小笠原実裕花氏（(一社)日本まごころコミュニケーション協会代表理事）より国内におけるインバウンドの現状から、商工会議所で用意した資料を用いてワーキングをするなど、外国人旅行客の受入態勢強化に向けたご講演をいただきました。



◆インバウンドの現状と重要性

外国人観光客は年々増加しており、2014年から2015年の統計では150%の増加など、需要が高まっている。なかでもアジア人の増加率が非常に大きくなっている。

旅行者の出国地域により日本の楽しみ方が異なり、「現代と過去」で大別される。アジア人は「現代」の食、アニメ等を求め、欧米は「過去」の歴史、伝統芸能を求める傾向が強い。

渡航のきっかけを調査すると、欧米は旅行サイトを利用する割合が高いが、アジアは個人のブログ等による評価を参考にするケースが多い。

ターゲットとすべきは后者であり、与える印象が良いものであれば、今後クチコミ等で情報が拡散し観光客が押し寄せる店へと変わる。店の規模は関係なく接客を心がけることによって、実際に日本では知らないような商店でも台湾ではメジャーなスポットとなっており、行列が絶えないケースもある。

◆おもてなしとは「まごころコミュニケーション」

訪日外国人は交通機関の正確さや平等で丁寧な接客に好印象を抱いており、そのどれも日本では基本的なことである。おもてなしは付加するものではなく、普段の気遣いを忠実にこなせば十分に満足していただける。

例え言葉が通じずとも、所作や表情を駆使したコミュニケーションをとる心構えも大事である。秋田や日本の歴史を更に勉強し、深みを持つ話を外国人にできれば必ず次につながる。

◆多言語会話シートを用いたワーキング

秋田県飲食業生活衛生同業組合の協力のもと作成した「多言語会話シート」を使用し、隣席同士で訪日外国人と店員に分けたケーススタディを行い、シートの使い方を学びました。



以上が観光料飲部会からの報告です。