

多言語対応・ICT化推進フォーラム

「小売業の多言語対応～ガイドラインの活用と実践～」

講師：一般社団法人 ジャパンショッピングツーリズム協会 事務局長 新津 研一氏

2019年12月24日、「2020年オリンピック・パラリンピック大会に向けた多言語対応協議会」は、多言語対応の先進的な取組やICTの情報を広く共有・発信するため、「多言語対応・ICT化推進フォーラム」を開催しました。

一般社団法人 ジャパンショッピングツーリズム協会（以下、JSTO）事務局長、新津 研一氏によるセミナーでは、「小売業の多言語対応ガイドライン（以下、ガイドライン）」の活用と実践をテーマに、「多言語対応の必要性」「ガイドラインの概要」「ガイドラインの活用方法」の3つのポイントの説明が行われました。



2019年にはラグビーカップ2019日本大会（以下、ラグビーW杯2019）が開催されましたが、今後も東京2020年大会、ワールドマスターズゲーム2021関西、2025年日本国際博覧会と国際的なイベントが続きます。そのため、多言語化を進めていく良いチャンスとなります。

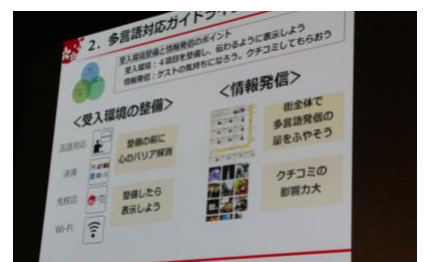
ラグビーW杯2019では、スポーツイベントがなければ日本を訪れることがなかつたら外国人が数多く訪れ、SNSなどを通じて日本での体験や感動が世界中に発信しました。訪日外国人によって発信されたSNSの中には、浅草の風景やお台場の実寸大ガンダムなどの観光風景を多く見ることができ、訪日初心者が多かったことが伺えます。訪日初心者は不安を抱えながら滞在しているので、店舗を訪れる際には、歓迎されていると感じることができるとともに、案内が分かりやすいなどの安心できる店舗を選びます。国旗を掲げ歓迎ムードを演出した店舗や、自国にも同じ屋号の店舗があるパブなどに、多くの訪日外国人が訪れたのは安心感があるからです。



ホテルや観光案内所に比べ、訪日観光客との接点が多い小売店の果たす役割は大きいものがあります。しかし多言語化においては最も遅れています。特に訪日観光客をがっかりさせてしまうのが、逃げる、無視をする、通訳を呼びに行くといった行動です。通訳を呼びに行くことに問題はなさそうですが、「いらっしゃいませ」と声をかける前に呼びに行ってしまう態度は、逃げていると感じさせてしまいます。平昌オリンピック・パラリンピックでは、平昌の街の飲食において、入口に共通の看板が掲げられ、写真と価格、多言語のメニューが表示されていました。一方、小売店では何の店舗かわからないという状況があり、外国人が入店するのはコンビニのような店舗ばかり、という様子が見られました。同じような状況が日本にもあり、ガイドラインはこうした状況を改善するためのものです。



小売業では、「良い商品」、「良い接客環境」、「情報コミュニケーション」が基本です。中でも最初に取り組むべきことが「良い接客環境」の整備です。環境整備には多言語対応だけでなくキャッシュレス決済、免税、Wi-Fi設備なども含まれますが、この中で最も大事でありながら日本人にとって実践する上で苦手意識のあるものが多言語対応です。ガイドラインは、店舗ですぐに使える実践的な内容を提供することで多言語対応へのストレスをなくし、全国共通で標準化することを目指しています。全てのガイドラインとツールは公式のウェブサイトから無料でダウンロードすることができます。



接客用語補助ツール：<https://welcome.japan-retail.or.jp/guideline/tools/>

店頭表示ツール：<https://welcome.japan-retail.or.jp/guideline/shop/>

法令・ガイドライン：<https://welcome.japan-retail.or.jp/low/>

ガイドラインでは、「接客コミュニケーション」、「店頭表示」、「商品情報」に関する基本的な理解と実践が中心となっています。「接客コミュニケーション」において大切なことは、日本語と笑顔でお迎えすることだと定義しています。翻訳ソフトなどを使う前に、笑顔で「いらっしゃいませ」と挨拶することが重要だと考え、その後、「少々お待ちください」、などの基本接客用語を加えます。そして各種の翻訳ツールや事前準備によってコミュニケーションを円滑にします。「店頭表示」においてはピクトグラムが有効です。より実践的でニーズに合わせたものを順次、公式のウェブサイトに掲載しています。このピクトグラムを活用し、店舗の入口、店内、レジ周りの3カ所に掲載することがお客様の利便性を高めます。「商品情報」は小売業にとって重要です。商品情報の多言語対応では、バーコードを読み取ることで詳細な情報を知ることができるようなICTツールの活用が有効になります。例えば、コンビニのペットボトルは、緑色のものは緑茶だとわかって、ウーロン茶のような茶色の液体は何なのかがわかりません。もう一度、訪日ゲストの視点で考え直すことで改善できることがあります。

新津氏は「ガイドラインは作ることが目的ではありません。今後、さらなる周知と活用により、世界中から訪れる訪日観光客をお迎えし、不安を解消してより楽しんでいただける環境を作り出したい。」と話しました。

(令和2年2月作成)

問い合わせ先

問合せ先：一般社団法人 ジャパンショッピングツーリズム協会

公式サイト：<https://welcome.japan-retail.or.jp/>