

第二部

2021(令和3)年度

多言語対応表示・標識等に関する調査報告

第二部

2021(令和3)年度 多言語対応表示・標識等に関する調査報告

調査目的

東京都は、東京 2020 大会に向けて、外国人旅行者の受入環境整備の取組を推進・強化するため、国の関係省庁、関係地方自治体、政府関係機関、民間団体及び企業等が一体となった多言語対応協議会を設置し、2014 年以降、様々な取組を進めてきた。

今回、各主体によるこれまでの多言語対応の取組が、東京 2020 大会や都市の中でどのように活かされているのか、成果を明らかにするため、多言語対応表示・標識等の状況について調査を行った。

具体的には、以下の 2 つの調査を実施した。

- ①事業者の多言語対応の取組状況調査
- ②多言語対応の取組状況に関する外国人の意識調査

本報告では、これらの調査結果に基づき、今後も取り組むべき多言語対応の事例等を分析、整理し、東京 2020 大会のレガシーにつなげていく。

1 事業者の多言語対応の取組状況調査

(1) 調査内容

様々な主体による多言語対応の取組が、都市の中でどのように活かされているのか明らかにするため、交通、観光・文化施設（公園、レジャー施設、美術館、博物館、動物園、水族館、劇場、イベントホール、観光案内所等）、宿泊施設、飲食、小売の運営事業者に対して、多言語対応の取組状況調査を実施した。

ア 調査方法

アンケート調査（Web）

イ 調査日程

2021年9月6日から同年10月22日まで

ウ 調査対象

多言語対応協議会構成員及び構成員の会員企業等

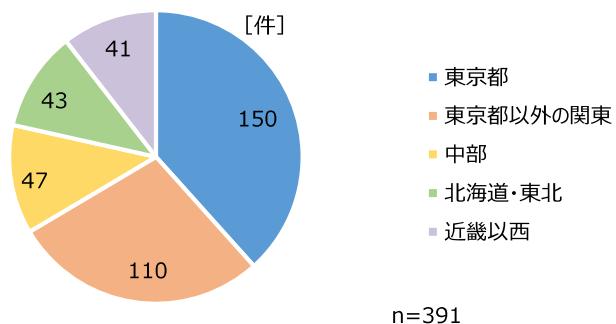
エ 調査回答数

有効回答 391 サンプル

オ 回答者属性

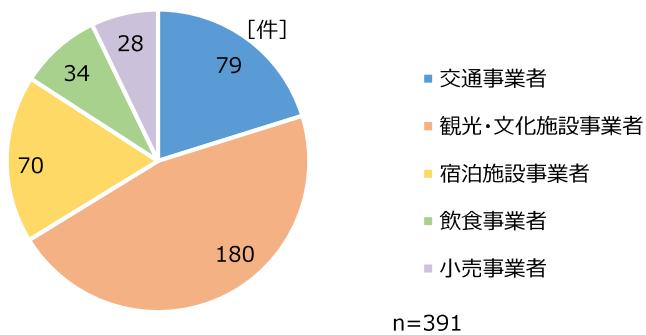
(ア) 所在地について

「東京都以外の関東」には、神奈川県、埼玉県、千葉県、群馬県、茨城県を含む。

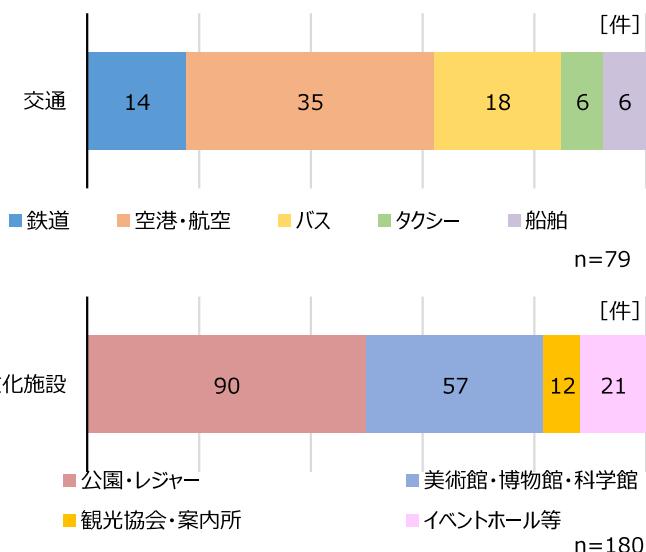


(イ) 業種について

回答者の業種内訳は、「観光・文化施設」が最も多く、次いで「交通」となっている。「交通」と「観光・文化施設」の内訳は図表1のとおり。



図表1 交通、観光・文化施設の内訳



力 調査項目

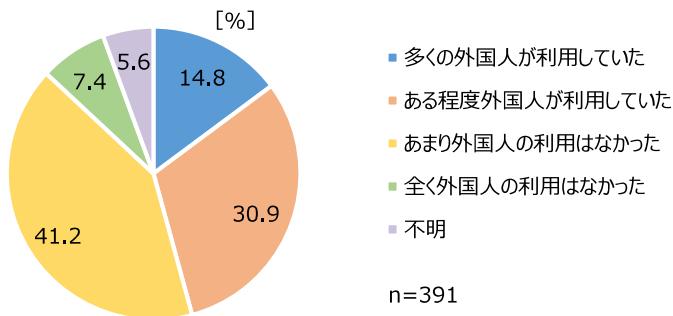
- ① 外国人利用状況(2019年2月から2020年1月までの実績)※
- ② 多言語対応実施状況
- ③ 多言語対応ICTツールの利用状況
- ④ 外国人向け接客の取組状況
- ⑤ 取り入れたい多言語対応
- ⑥ 小売業の多言語対応（小売業のみ回答）
- ⑦ キャッシュレス決済の導入状況
- ⑧ Free Wi-Fiの整備状況
- ⑨ 感染症対策ピクトグラムの活用状況

※新型コロナウイルス感染症拡大防止のための水際対策の影響を受けないよう2020年1月までの直近1年間を対象とした。（外国人の入国制限は2020年2月1日から適用）

(2) 調査結果

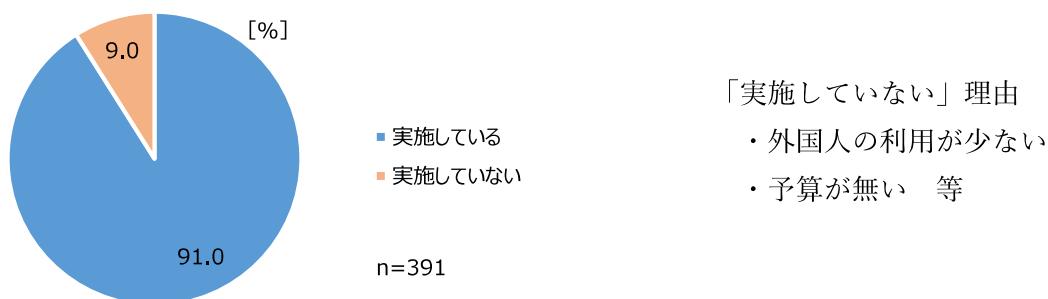
① 外国人利用状況

Q 1 2019年2月から2020年1月までの外国人利用状況について、あてはまるものをお選びください。



② 多言語対応実施状況

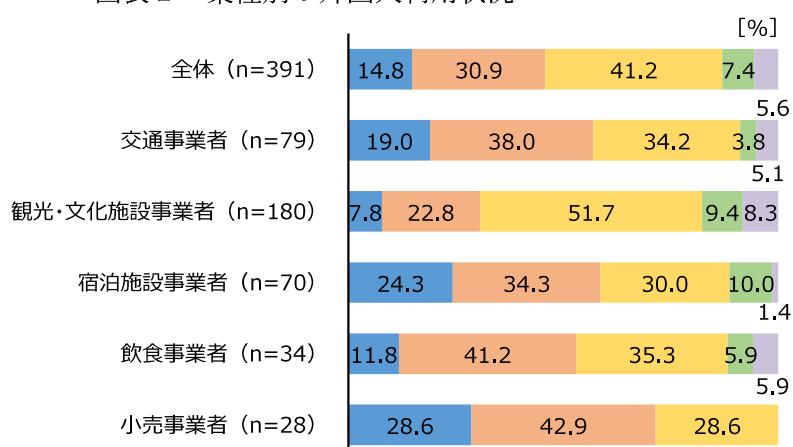
Q 2 - 1 多言語対応の取組（ピクトグラムを含む）を実施していますか。



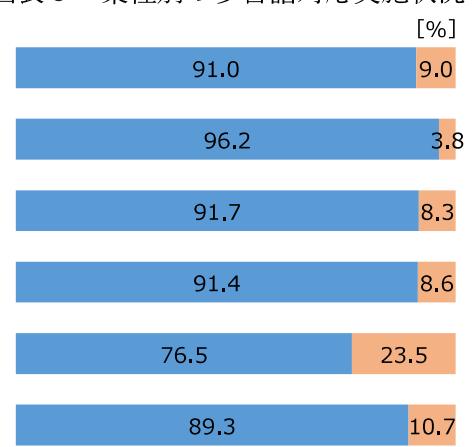
《業種別の考察》

外国人利用状況（図表2）に関わらず、多言語対応実施状況（図表3）から対応が進んでいることがうかがえる。

図表2 業種別の外国人利用状況



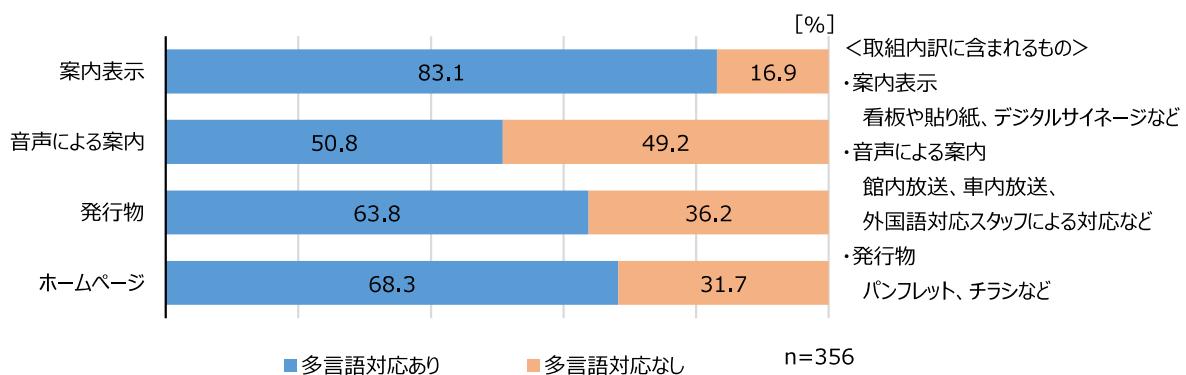
図表3 業種別の多言語対応実施状況



- 多くの外国人が利用していた
- ある程度外国人が利用していた
- あまり外国人の利用はなかった
- 全く外国人の利用はなかった
- 不明

- 実施している
- 実施していない

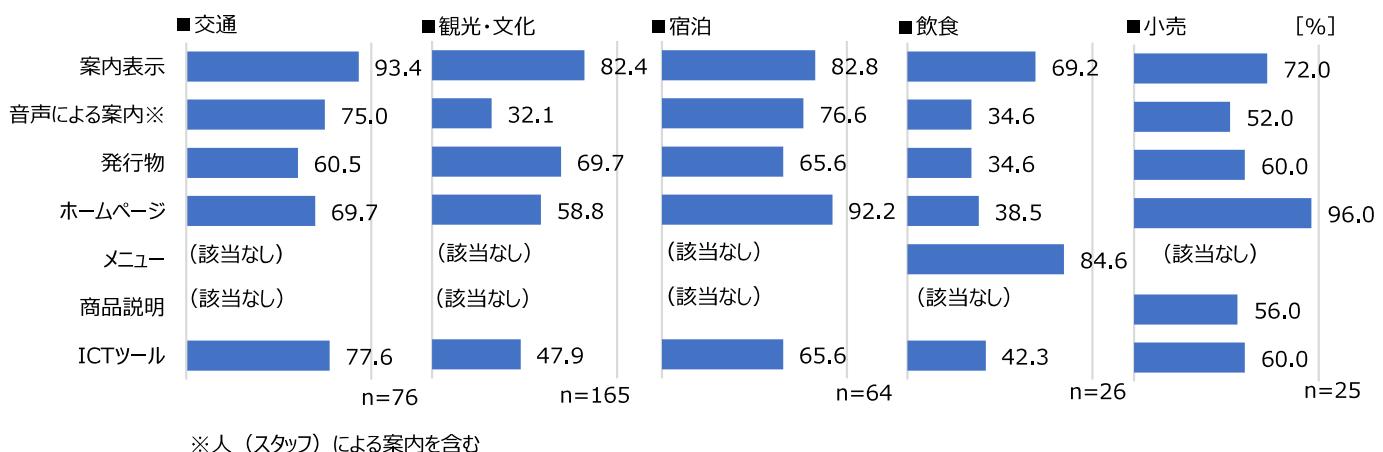
Q 2 - 2 実施している取組をすべてお選びください。(複数回答可)



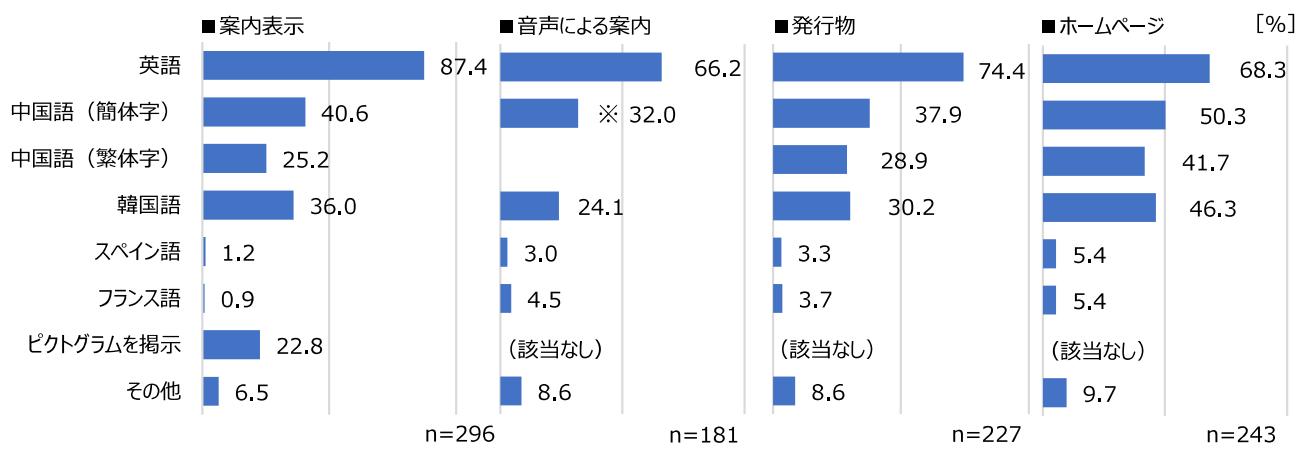
《業種別の考察》

業種別の取組内訳（図表4）では、業種の特性に適した多言語対応を取り入れていることが分かった。なお、「メニュー」「商品説明」はQ 2 - 4、「ICTツール」はQ 3 - 1の結果から集計した。

図表4 業種別の取組内訳



Q 2 - 3 実施している取組の対応言語をすべてお選びください。(複数回答可)



※「音声による案内」では、中国語の簡体字と繁体字の分けが無いため中国語（簡体字）に表示

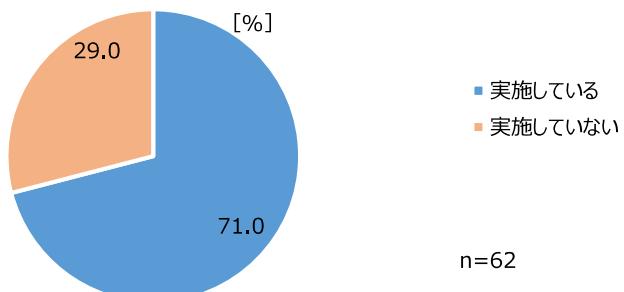
「その他」の言語には、タイ語、ベトナム語、インドネシア語など東南アジア地域の言語が多く挙げられた。

《考察》

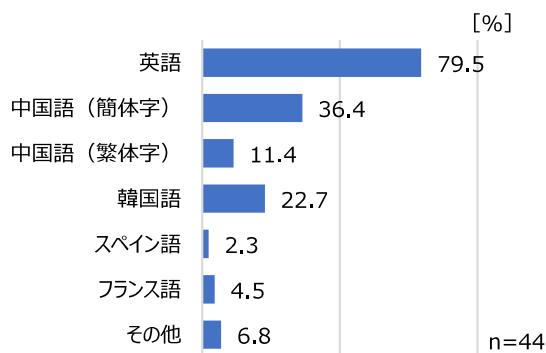
各取組の対応言語は、英語の次に中国語、韓国語が多く、協議会の「基本的な考え方」に沿った整備が進んでいた。「ホームページ」は、一部で自動翻訳を導入しているため、他の取組より対応言語数が多かった。

Q 2-4 メニューや商品説明の多言語対応を実施していますか。

(飲食、小売事業者のみに質問)



Q 2-5 実施している取組の対応言語をすべてお選びください。(複数回答可)



「その他」の言語には、タイ語、ドイツ語、イタリア語、インドネシア語、ベトナム語、アラビア語が挙げられた。

《東京都の取組》

産業労働局では、宿泊施設、飲食店、小売店向けの多言語コールセンターサービスを提供している。



<http://www.sangyo-rodo.metro.tokyo.jp/tourism/kakusyu/callcenter/eat/>

飲食店向けには、多言語メニュー作成支援ウェブサイト「EAT 東京」も開設して、多言語対応を推進している。



<https://www.menu-tokyo.jp/menu/>

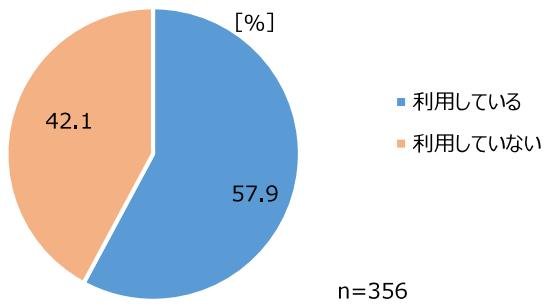
【バックハウス教授のコメント】

外国人旅行者には、文字だけでなく絵や写真付きのメニューと商品説明も分かりやすいです。特に食べ物の場合、アレルギーや多様な食文化、食習慣を持つ方には、ピクトグラムによる表示も大変重要です。

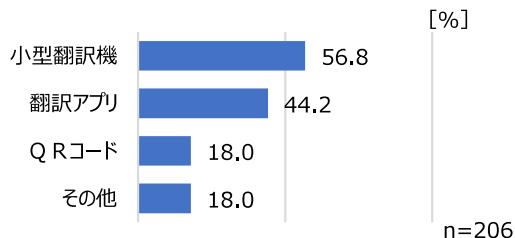
③ 多言語対応 I C T ツールの利用状況

Q 3 - 1 多言語対応 ICT ツールを利用していますか。

(多言語対応を実施している事業者に質問)



Q 3 - 2 利用している多言語対応 ICT ツールをすべてお選びください。(複数回答可)

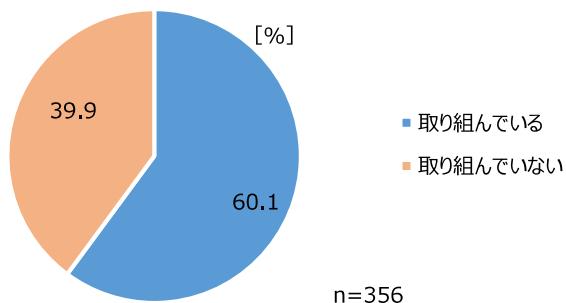


「その他」では、オンライン通訳の利用のほか、多言語に対応した専用アプリの活用も挙げられた。

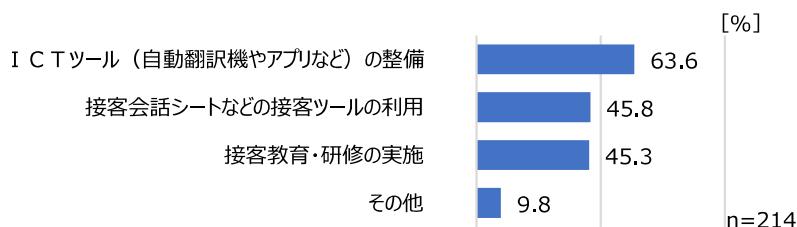
④ 外国人向け接客の取組状況

Q 4 - 1 外国人向け接客で取り組んでいますか。

(多言語対応を実施している事業者に質問)



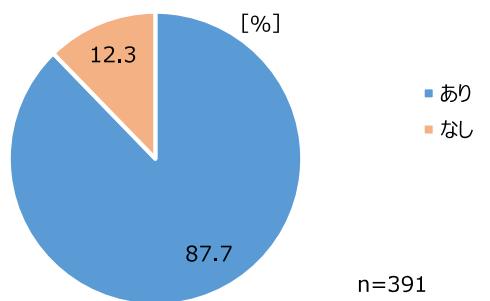
Q 4 - 2 外国人向け接客で取り組んでいることをすべてお選びください。(複数回答可)



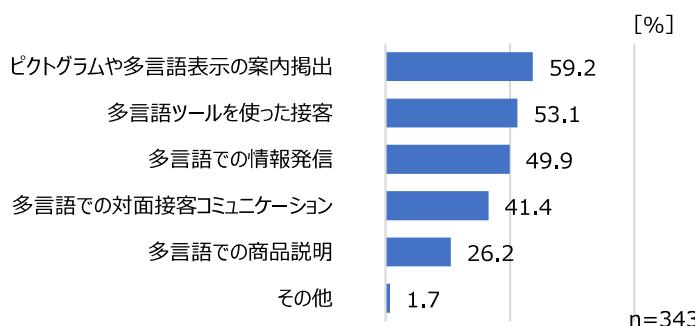
「その他」では、外国語対応スタッフの配置が挙げられた。

⑤ 取り入れたい多言語対応

Q 5 - 1 今後、取り入れたい多言語対応はありますか。（全事業者に質問）



Q 5 - 2 取り入れたい多言語対応をすべてお選びください。（複数回答可）

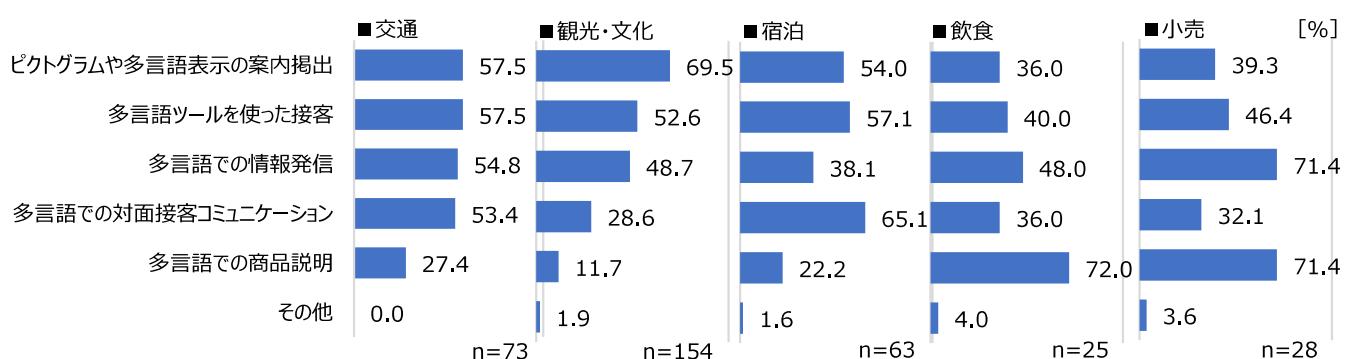


「その他」では、「バーチャル接客」などのデジタル技術の活用が挙げられた。

《業種別の考察》

業種別では、取り入れたい多言語対応の違いが表れた。（図表5）各事業者の業態に合った対応に关心が集まった。

図表5 業種別取り入れたい多言語対応



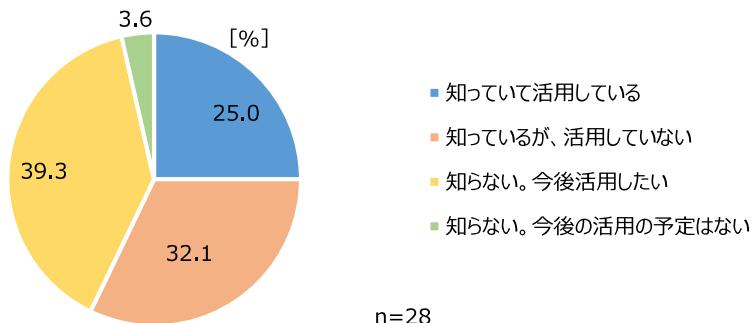
【バックハウス教授のコメント】

案内表示の多言語化は、かなり浸透してきました。加えて、ピクトグラムは言語に頼らないコミュニケーション手段として重要な役割を果たしています。

今後、翻訳機や翻訳アプリなどのICTツールの性能がよくなれば、お互いに母語だけを話しても、うまく言葉が伝わるので、期待できる手段です。

⑥ 小売業の多言語対応

Q 6 - 1 「小売業の多言語対応ガイドライン」(2016年12月策定)を知っていますか。
(小売事業者のみに質問)



<ジャパンショッピングツーリズム協会（小売PT事務局）のコメント>

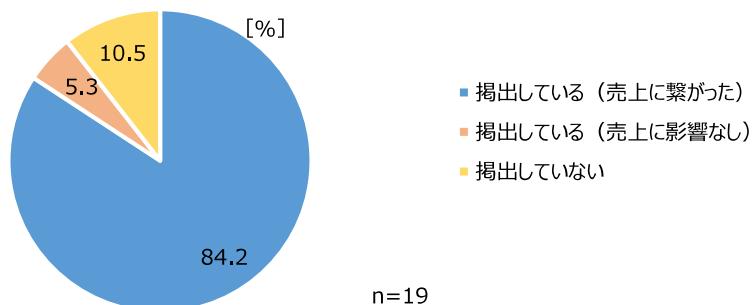
「小売業の多言語対応ガイドライン」(2016年12月策定)は、小売業の半数以上に認知されていたが、実際に活用しているのは25%に留まった。今後の認知のさらなる拡大と活用の促進について、引き続き、小売業団体において取り組むこととする。

- ・小売業の多言語対応ガイドライン

<https://welcome.japan-retail.or.jp/low/>



Q 6 - 2 免税シンボルマークを掲出していますか。(免税店のみに質問)

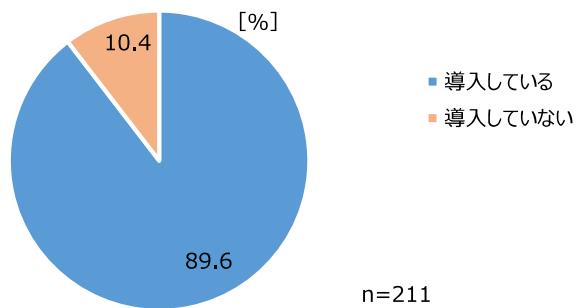


<ジャパンショッピングツーリズム協会（小売PT事務局）のコメント>

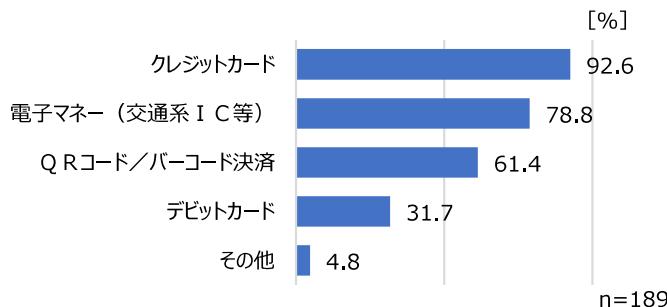
免税店19店のうち約9割がシンボルマークを掲出しており、8割以上が「売上に繋がった」と回答している。多言語表示の連続性、共通性の効果が発揮され、外国人旅行者にも事業者にも高い評価となった好事例と言える。

⑦ キャッシュレス決済の導入状況（対象から「観光・文化施設事業者」を除外のうえ集計）

Q 7 - 1 キャッシュレス決済を導入していますか。



Q 7 - 2 導入しているキャッシュレス決済の種類をすべてお選びください。（複数回答可）



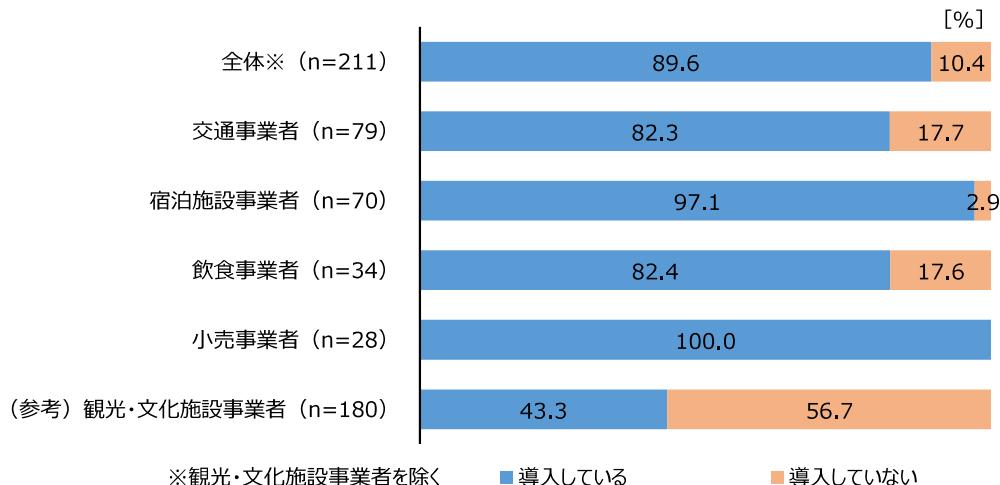
「その他」では、電子チケットの導入や自社アプリ決済などのキャッシュレスが挙げられた。

《業種別の考察》

全体で9割近くとなり、導入が進んでいる。（図表6）

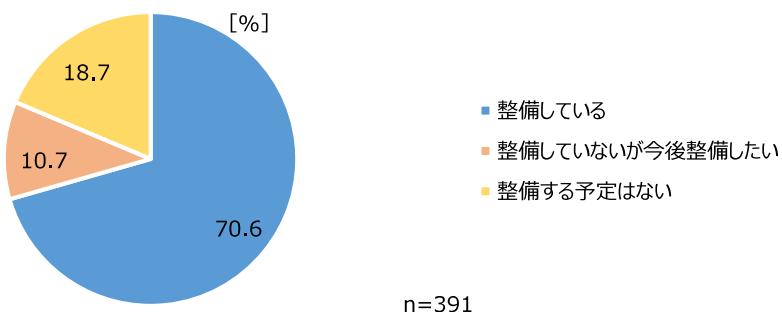
なお、「観光・文化施設事業者」には、公園や観光案内所などの無料の施設が含まれており、決済の必要がないため、「導入していない」事業者が多いことから、集計から除外した。

図表6 業種別キャッシュレス決済の導入状況



⑧ Free Wi-Fi の整備状況

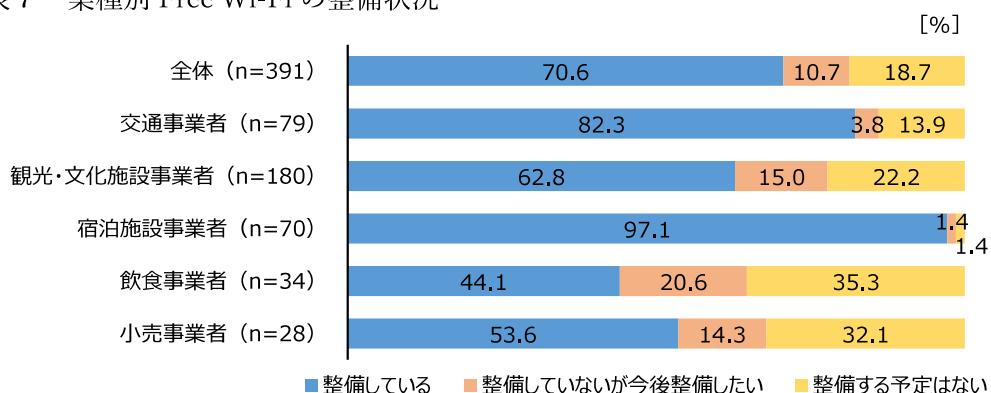
Q 8 Free Wi-Fi を整備していますか。(全事業者に質問)



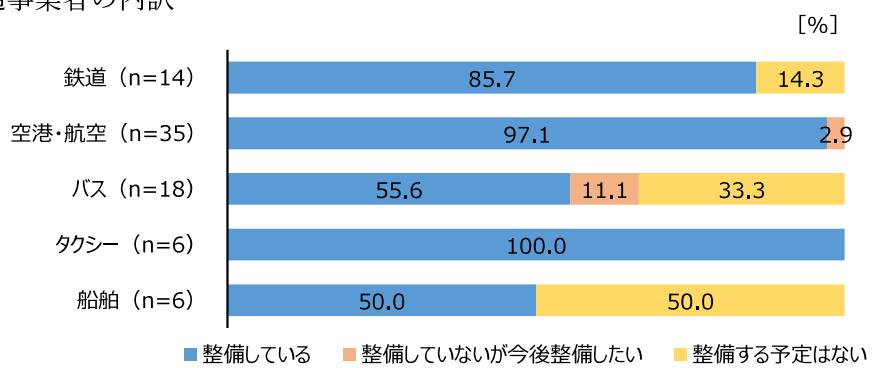
《業種別の考察》

宿泊施設で 97%、交通のうちタクシー事業者は 100%、空港・航空事業者も 97%が整備済みであり、ニーズに合わせた整備が進んでいる。(図表 7、図表 8)

図表 7 業種別 Free Wi-Fi の整備状況



図表 8 交通事業者の内訳



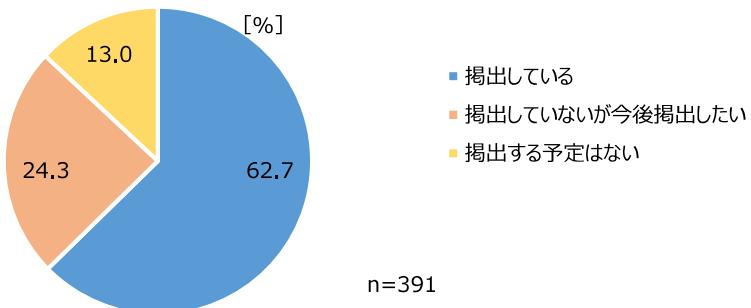
【バックハウス教授のコメント】

スマートフォンを使って、その場で情報を集める外国人旅行者が増えています。そのニーズに合わせて、Wi-Fi にアクセスできる様にすることは、外国人受入環境整備を進めるための一つの大きな取組だと思います。

ちなみに、事業者も外国人旅行者に向けて多言語の専用アプリやホームページの整備を進めており、それらの利用を促すためにも Wi-Fi の整備が大切です。

⑨ 感染症対策ピクトグラムの活用状況

Q 9 感染症対策ピクトグラムを掲出していますか。(全事業者に質問)



「掲出する予定はない」と回答した施設でも、文書や写真、映像等により感染症対策の注意喚起を実施している。

<感染症対策ピクトグラム、ポスター等>

- 厚生労働省(一般的な注意喚起)

https://www.mhlw.go.jp/stf/seisakunitsuite/bunya/0000121431_00094.html



- 農林水産省(飲食店向け)

<https://www.maff.go.jp/j/shokusan/gaisyoku/>



- 日本政府観光局(JNTO)

(宿泊施設・飲食店・公共交通機関・商業施設・観光施設等向け)

<https://action.jnto.go.jp/report/3206>



- 多言語対応協議会小売プロジェクトチーム(小売業向け)

<https://welcome.japan-retail.or.jp/guideline/shop/>



- 東京都つながり創生財団(個人、飲食店向け)

<https://tokyo-tsunagari.or.jp/news/?itemid=6&dispmid=415>



【バックハウス教授のコメント】

感染症対策ピクトグラムは、以前には考えたこともなかったマスク着用やソーシャルディスタンス等が突然に必要になり、限られた時間の中でデザイン的にもシリーズになった物を作ったことは大きな成果です。

ここでの教訓は「準備が出来たから終わり」ではなく、新たな表示やピクトグラムが必要になった際、状況にあわせて更新することが重要ということです。

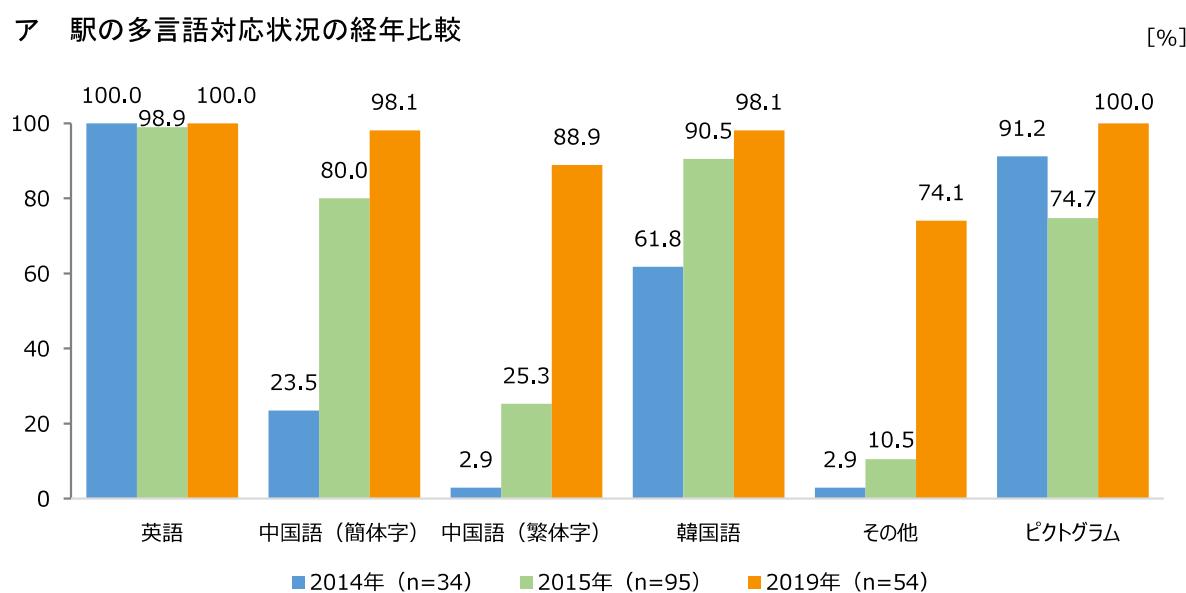
(3) 調査結果の経年比較（参考）

多言語対応協議会では、2014年度、2015年度、2016年度、2019年度に施設の外観から多言語対応状況を調査する「多言語対応表示・標識等に関する調査」を実施した。

ここでは、23区を中心に調査を実施した2014年度、2015年度、2019年度の調査結果のうち、駅、観光地・商店街、宿泊施設、飲食店について、それぞれ経年比較した結果を示す。

なお、2016年度に実施した調査は、多摩・島しょ地域を対象にしており、他の年度との単純比較が困難なため、比較対象から除外した。また、各年度の調査箇所数(n)が異なるため、ここで示した結果は参考値とする。

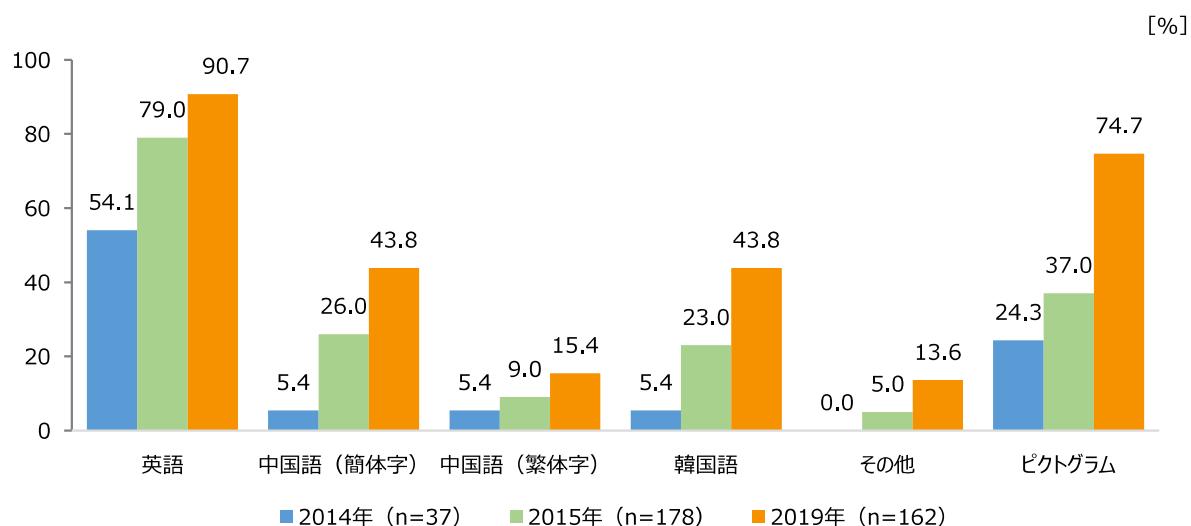
ア 駅の多言語対応状況の経年比較



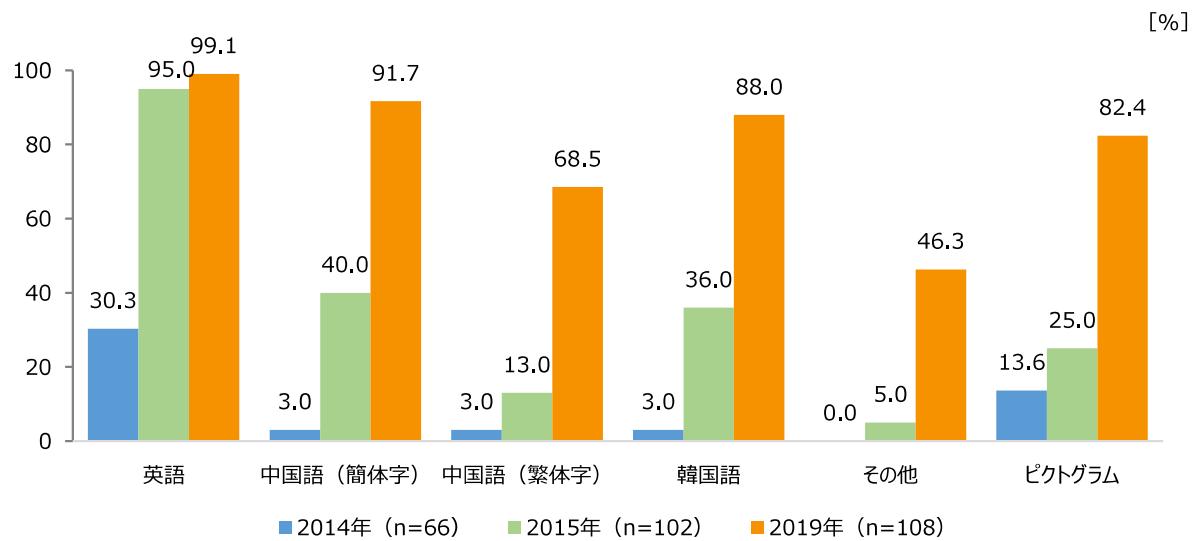
《補足説明》

調査対象駅は、競技会場周辺の最寄駅及び「多言語対応の基本的な考え方」で多言語対応の強化を目指す地域として示されている都内エリア(外国人が多く訪れる観光地等)の主要駅である。

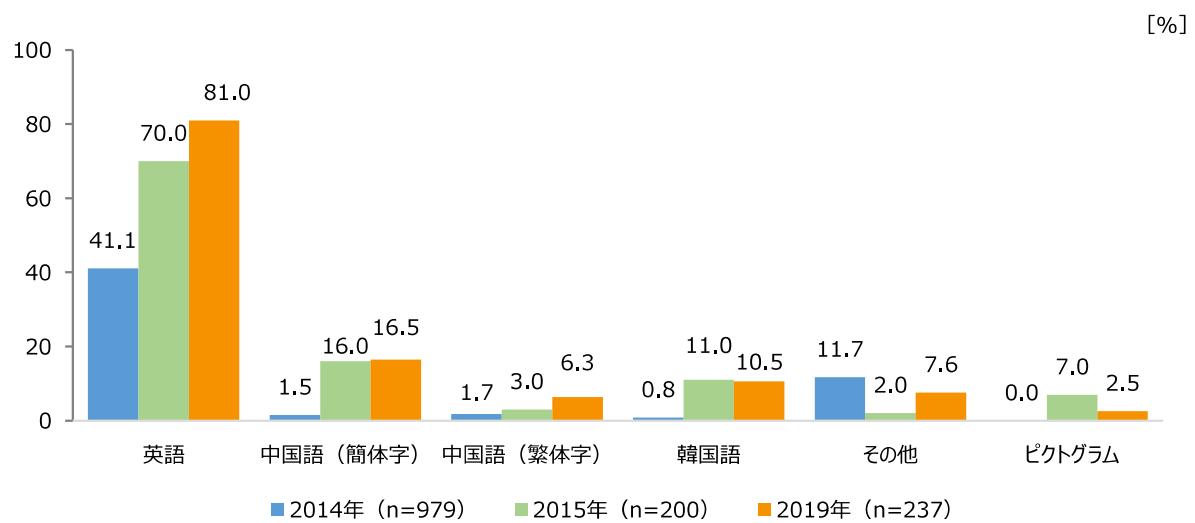
イ 観光地・商店街の多言語対応状況の経年比較



ウ 宿泊施設の多言語対応状況の経年比較



エ 飲食店の多言語対応状況の経年比較



《考察》

駅、観光地・商店街、宿泊施設、飲食店の看板等の案内表示の多言語対応状況（英語、中国語（繁体字・簡体字）、韓国語、その他、ピクトグラム）は、経年比較で概ね上昇傾向にある。

2019年度には、英語対応している施設は、飲食店で8割、それ以外の施設では9割を超えている。また、駅、宿泊施設は特に対応が進んでおり、対応言語数も増加した。

「その他」の言語には、フランス語、ドイツ語、スペイン語、イタリア語、タイ語などが挙げられた。

2 多言語対応の取組状況に関する外国人の意識調査

(1) 調査概要

東京 2020 大会に向けてこれまで進めてきた多言語対応の取組が、外国人にとって効果的なものとなっているか明らかにするため、東京 2020 大会や街中の多言語対応状況に関する外国人意識調査を実施した。

ア 調査方法

アンケート調査（Web）

※英語及びやさしい日本語で実施

イ 調査日程

2021 年 9 月 6 日から同年 9 月 30 日まで

ウ 調査対象

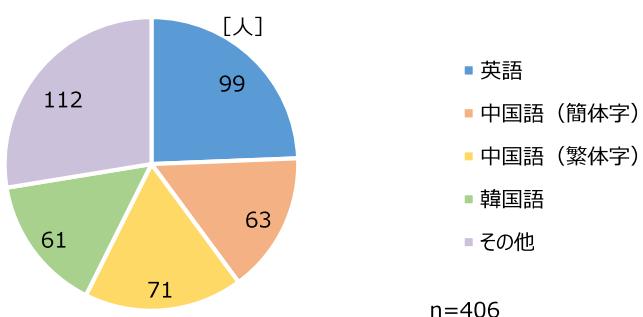
主に関東近郊在住の外国人

エ 調査回答数

有効回答 406 サンプル

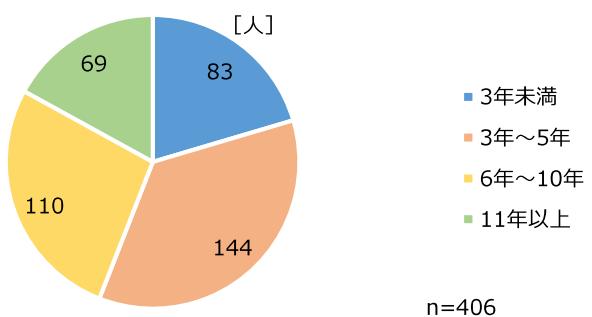
オ 回答者属性（母国語、日本での在住歴（年数）、年代、居住地（都道府県））

（ア）母国語

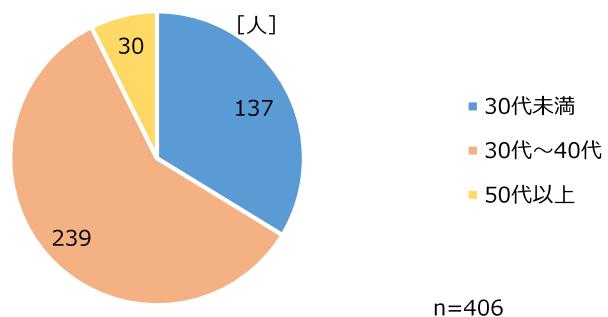


「その他」には、フランス語、インドネシア語、ドイツ語)、フィリピン・タガログ語、スペイン語、ポルトガル語などが挙がった。

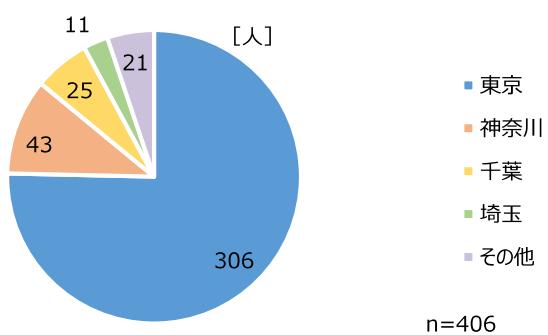
(イ) 日本での在住歴



(ウ) 年代



(エ) 居住地



「その他」には、大阪、新潟、茨城、群馬、静岡、愛知、福岡などが挙がった。

力 調査項目

- ① 東京 2020 大会時の多言語対応への評価
- ② 駅の案内サイン等への評価
- ③ 道路案内標識への評価
- ④ 店舗（飲食店、宿泊施設）で必要な情報等
- ⑤ ショッピングの際に必要な情報等
- ⑥ 接客対応への評価

(2) 調査結果

① 東京 2020 大会時の多言語対応への評価

Q 1 東京 2020 大会時の会場案内や会場内モニタ、ボランティア等による対応に関する写真のうち、分かりやすいもの、使ってみたいものはどれですか。(複数回答可)

a 会場案内（ピクトグラムを活用）



b 会場内モニタ（ピクトグラムを活用）



c 翻訳用 ICT ツール（翻訳アプリ、翻訳機等）

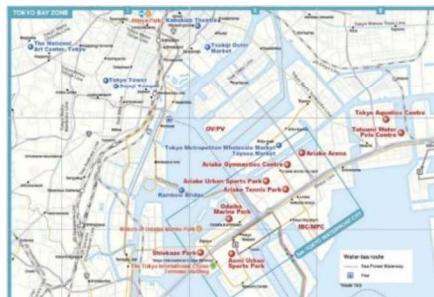


d 情報取得用 ICT ツール（多言語放送システム）



e パンフレット

多言語の観戦ガイドや観光案内など



f 人（ボランティア等）による対応



g ホームページの7言語表示



h その他（自由意見）

A 1 東京 2020 大会時の多言語対応で分かりやすいもの、使ってみたいもの



自由意見
看板、英語を話すボランティア、英語のパンフレット等、すべて網羅されていると感じる
多言語化情報を見ると、東京が国際的になってきたと感じる
シンプルなピクトグラム、マークの利用や看板はよい

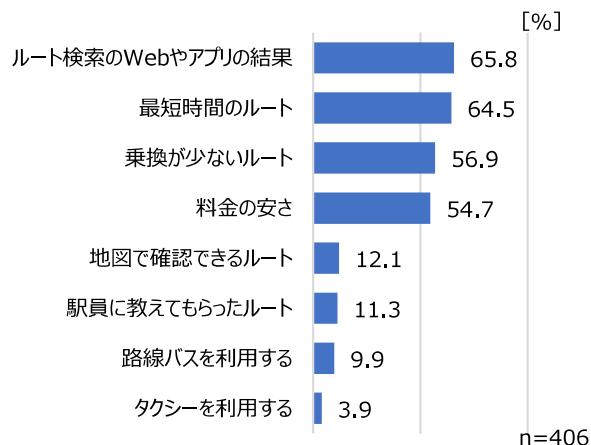
《考察》

調査結果では、会場案内、ホームページ、会場内モニタなど、視覚的に得られる情報の希望が多い一方、人（ボランティア等）による対応も回答が多かった。

自由意見では、東京 2020 大会時の多言語対応について評価する声もあった。

② 駅の案内サイン等への評価

Q 2 - 1 あなたが新宿駅、渋谷駅、東京駅などのターミナル駅から都内の宿泊地などの目的地に移動する時、交通手段の選び方や組合せについて、何を重視しますか。(複数回答可)

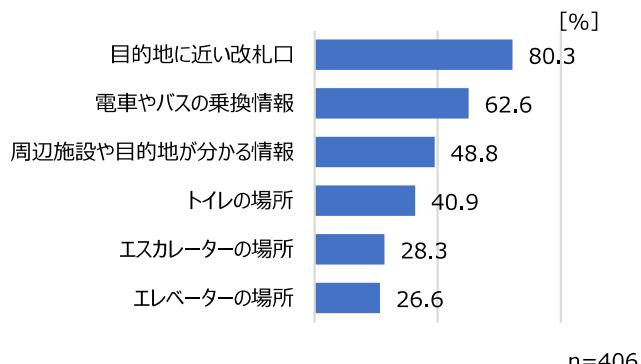


自由意見
現在のアプリは乗り換えに必要な情報を表示してくれてわかりやすい
混雑している東京では、素早くスムーズに到着できるルートが安全・安心である
混雑している時間帯では、移動が長くなつても乗り換え回数が少ないルートのほうが楽です
家族で移動するときは、お金よりも電車の乗り換えを減らしたい
スマホでルートを確認するためにWi-Fiの準備があるとありがたい
体の不自由な方のために、乗り換えが最も少ないルートを知りたい

《考察》

ターミナル駅から移動する際に重視していることを問う設問では、Web やアプリでルート・乗換検索をした結果に従って行動しているという回答が最も多かった。移動の際にはスマートフォンで検索するのが日常的になっている。自由意見でも、目的地への移動に関して、「スマホでルートを確認するために Wi-Fi の準備があるとありがたい」という意見があり、駅のインターネット環境の整備が重要であることがうかがえる。

Q 2 - 2 ターミナル駅を利用する時、確認したい情報は何ですか。（複数回答可）



自由意見
近くにある施設の情報（例：レストラン、コンビニ、ATM、ロッカーの場所・サイズの情報）
駅構内のサービスに関する情報（例：駅構内の食品売り場やレストラン、ロッカーの場所・サイズの情報）
不満はない
トイレ、エレベーター、エスカレータの情報はすごく分かりやすい
通路の床に、色分けされた案内表示があると行きたい方向へ導いてくれるので、本当に助かる
アプリで乗換や出口に関する情報はほぼ提供されるので、駅での追加情報は必要ない
駅の案内が複雑なとき、多言語スタッフにいてほしい
一部の出口には、日本語のみで案内が書いてあるので、見つけるのが難しい

《考察》

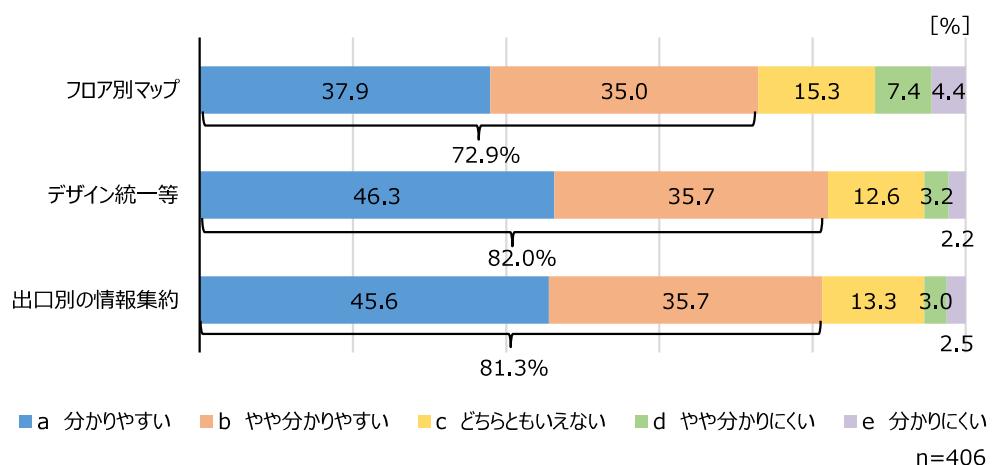
ターミナル駅で確認したい情報として、目的地に近い改札口、乗換情報、周辺施設や目的地が分かる情報が上位であり、目的地へ迅速に向かうための情報が求められている。

自由意見には、駅で提供される情報に関して、「通路の床に、色分けされた案内表示があると行きたい方向へ導いてくれるので、本当に助かる」という意見があり、案内表示の設置位置や色分けも重要な要素であることがうかがえる。また、「アプリで乗換や出口に関する情報はほぼ提供されるので、駅での追加情報は必要ない」という意見もあるが、「駅の案内が複雑なとき、多言語スタッフにいてほしい」という意見もあり、多言語化には一律の対応が難しく、状況に応じて効果的に対応することが必要である。

- Q 2-3 新宿駅では、フロアごとに情報を整理するなど、施設のバリアフリー化にあわせて案内サイン等を充実してきました。整備後の案内サインに対する評価を選んでください。
- 分かりやすい
 - やや分かりやすい
 - どちらともいえない
 - やや分かりにくい
 - 分かりにくい

	整備前	整備後
フロア別マップ	 地上の地図のみ	 地上と地下の地図に分割
デザイン統一等		 私鉄各線等でバラバラだったデザインを統一 ピクトグラムを追加
出口別の情報集約		 出口別にエリアを色分けし情報を集約

A 2 - 3 整備後の新宿駅の案内サイン等に対する評価



Q 2 - 4 新宿駅の案内サインの整備について、ご意見があれば記入してください。

自由意見
フロアごとに分かれている地図はわかりやすい
新しい地図や標識はすばらしい。見た目もすっきりしていて読みやすい
電車のピクトグラムは本当に役に立つ
子どもや字が読めない人にやさしいと思う
QRコードでネットの情報と繋げることができれば良い
ピクトグラムは必要最小限の情報を伝えるためにわかりやすくシンプルなものがいい
テキストと色分けが大きいほど読みやすく、混乱も少なくなる
単純、シンプルにまとまった視覚的情報と音声アナウンスがあるといい
地上と地下で地図を分けるアイデアはすばらしいが、地下のポイントが地上のどこのポイントと一致するか見比べなければいけないのあまり利便性を感じられない
昔より改善したが、それでも初めて来日した人にとっては難しい
新宿駅の設計はそもそも複雑すぎて、サインを変えるだけで分かりやすくなるものではない

《考察》

新宿駅の案内サイン等について、整備後の方が「分かりやすい」、「やや分かりやすい」と回答した割合は7割を越え、案内サイン統一化の取組は外国人からも高い評価を得られている。

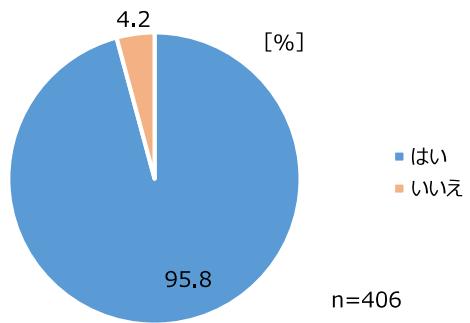
整備後の案内サインに関する感想として、「QRコードでネットの情報と繋げることができれば良い」とあったが、新宿駅では、2021年7月から、案内サインにQRコードを掲載し、4言語に対応したWeb上のターミナルマップに接続できるように整備している。

【バックハウス教授のコメント】

最近では、例えば電車の中で、車掌が肉声で英語のアナウンスをすることが増えていますが、車内に英語を話せる人がいること自体、心強い点だと思います。アクセントなどが完璧でない英語でも、肉声でアナウンスされることで、利用者の安心感が高まります。

③ 道路案内標識に対する評価

Q 3 - 1 道路案内標識を下図のように再整備しました。分かりやすくなったと思いますか。



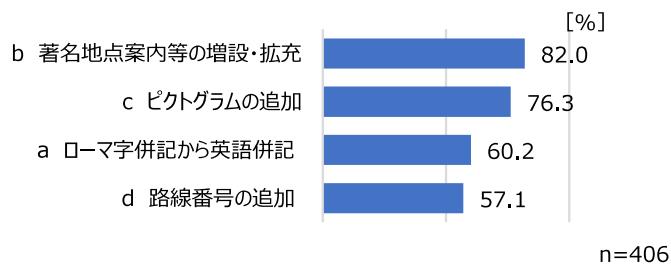
Q 3 - 2 「はい」と答えた方は、分かりやすいと思う標識をすべてお選びください。

(複数回答可) また、その理由を教えてください。

「いいえ」と答えた方は、その理由を教えてください。

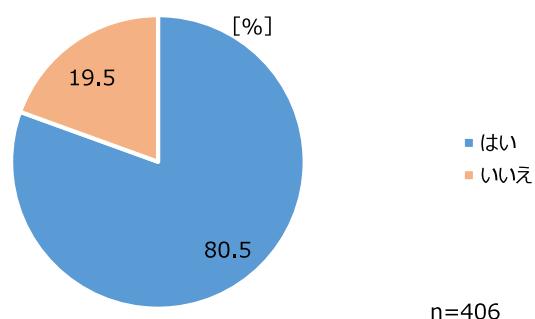
	整備前	整備後
a	 ローマ字併記	 英語併記
b	 既設標識 新規設置	 新設案内例 著名地点案内等の増設・拡充
c	 この先300m	 ピクトグラムを追加
d	 青梅街道 Ome-kaido Ave.	 路線番号を追加

A 3 - 2 分かりやすいと思う道路案内標識（複数回答可）

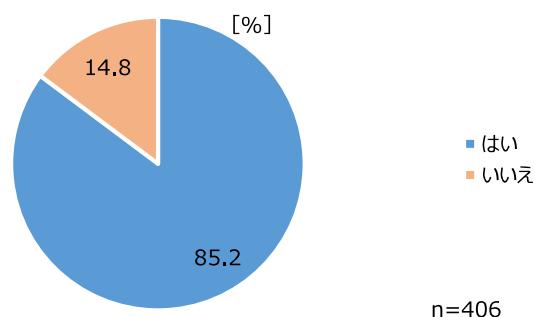


	自由意見
「はい」と答えた方の意見	道路標識は何年にもわたって大幅に改善された
	看板にローマ字があると便利（英語、ローマ字両方はほしい）
	看板にローマ字のみを使用すると、道順を尋ねるのがはるかに難しくなる
	道路標識に道路番号を入れるとわかりやすくなり、道路を特定できると思う
	ユニバーサルに利用されている記号を使うことで言葉(文字)より理解しやすい
	Metropolitanのような単語は省略したり、短い同義語を使用したりする必要がある
「いいえ」と答えた方の意見	名前が長いと、それを収めるために看板の文字が小さくなり、読みにくくなる
	簡体字、繁体字はどちらか一つにしてほしい
	文字、情報が多くすぎる
	歩行者用の情報ボードがあるとよい

Q 3 - 3 あなたの国と比べて、東京の道路案内標識は分かりやすいと思いますか。



Q 3 - 4 標識の設置数や設置箇所は適切だと思いますか。



《考察》

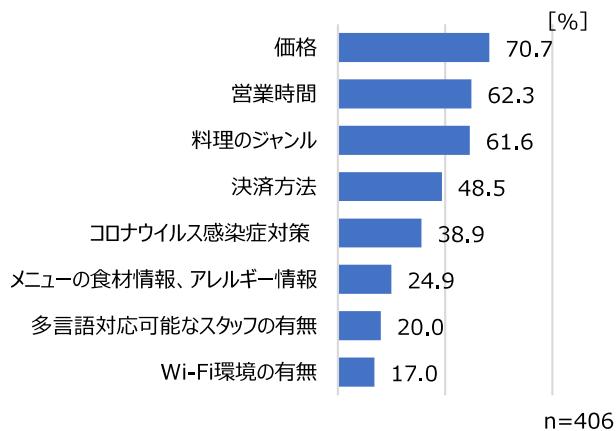
東京の道路案内標識に対する評価は、以前に比べ分かりやすくなったと答えた方が95%以上で、母国と比較しても東京の道路案内標識が分かりやすいと答えた方が80%を超えており、取組方針や「東京みちしるべ2020」に沿って進めてきた整備に対し評価がされた。

【バックハウス教授のコメント】

自由意見にもあるように、多言語化の大きな課題として、地名の表記を「翻訳」（“英語”）または「翻字」（“ローマ字”）のどちらに合わせるかという課題があります。現在、地名の表記の基本ルールは、固有名詞をそのまま訳さずローマ字にし、一般名詞を英語に訳します。それにより、例えば「上野公園」は「Ueno Park」になります。ただし、一般名詞が地名の一部になり、固有名詞から切り離せないこともあります。この場合は、固有名詞の部分をそのままローマ字にした後、英語訳も付け加えます。このルールに従うと、例えば「新宿御苑」は「Shinjuku-gyoen Park」と表記し、読み方も意味も伝わるようになります。

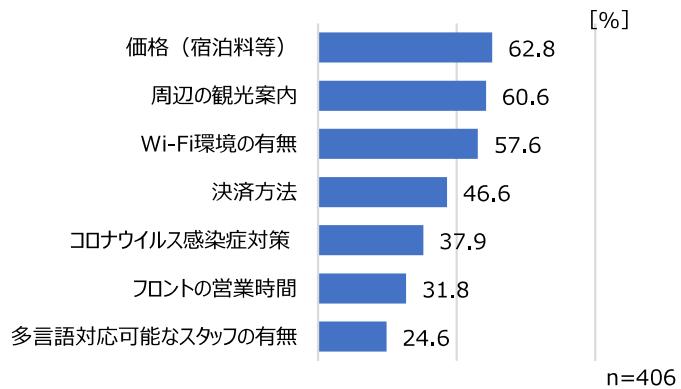
④ 店舗（飲食店、宿泊施設）で必要な情報等

Q 4 - 1 あなたが飲食店を利用するとき、確認したい情報をすべてお選びください。
(複数回答可)



自由意見
禁煙であるかの情報
価格入りのメニューが店外にはっきり見えない場合は、その飲食店では食べない
オンライン予約が可能か、必要かの情報がほしい
レストランの場所と、最寄駅からの距離の情報
客席状況の情報がほしい
子供に優しい環境かどうか
クーポンやテイクアウトの情報
ビーガン向けの対応をしているかの情報
ハラール対応をしているかの情報がほしい
メニューに写真や英語の翻訳がない、英語メニューがほしい
食品サンプルはよい

Q 4 - 2 あなたが宿泊施設を利用するとき、確認したい情報をすべてお選びください。
(複数回答可)



自由意見
最寄りのスーパー・やレストラン、駅への行き方の情報がほしい
おすすめの観光地、to eat list（おすすめの食事処）、回りたいルートを伝えて、どう回ったほうがいいとかどの交通手段を乗ればいいのかなどのアドバイス
支払い方法、価格、Wi-Fiの有無、言語対応についてはオンライン予約の時に知りたい
食事の選択肢（食堂があるのか、ルームサービスだけなのか、両方あるのか）
フロントでもらえるアイテム
荷物を保管してくれるかどうか
快適さ、静けさ(騒音の有無)
安全上の注意(地震)などの情報が欲しい
喫煙室があるといい
子連れに優しいかどうか

《考察》

飲食店、宿泊施設において、外国人が確認したい情報は、いずれも価格がトップであった。

飲食店では「料理のジャンル」が上位に入り、自由意見では「ビーガン向けの対応の有無」や「ハラール対応の有無」といった回答があった。

宿泊施設では、「周辺の観光案内」が上位に入り、自由意見では「おすすめの観光地、to eat list（おすすめの食事処）、観光ルート案内」といった声が多かった。次に、「Wi-Fi 環境の有無」を選択した回答者が多かった。

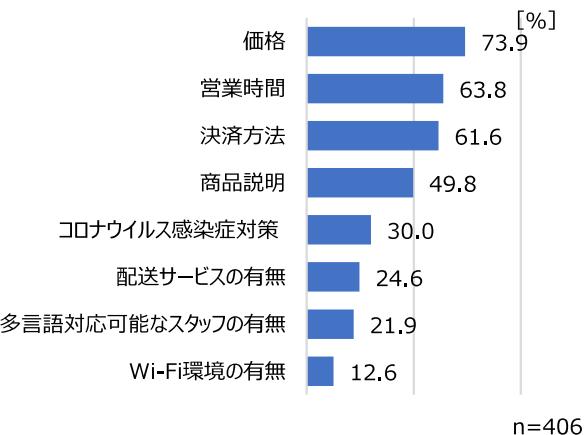
これらの結果を基に、外国人が知りたい情報から多言語化を進めることで、効果的な対応につながると考えられる。

【バックハウス教授のコメント】

宿泊施設で確認したいこととして「Wi-Fi 環境の有無」と回答した方が 57.6% います。見知らぬ場所へ行く際に、スマートフォンを使って必要な情報を調べる人が増えています。特に、地図アプリ等は海外でも自分の言語で情報が得られるため、非常に大事な情報収集手段となっており、改めて Wi-Fi 環境の重要性がうかがえます。

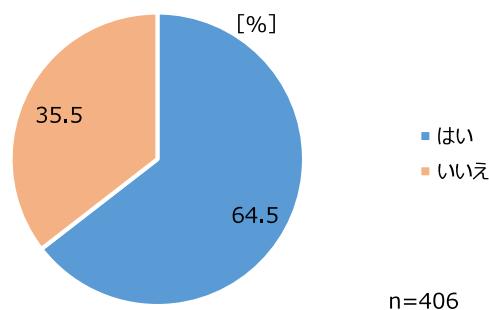
⑤ ショッピングの際に必要な情報等

Q 5 - 1 あなたがショッピングをする際、店舗で確認したい情報をすべてお選びください。
(複数回答可)



自由意見
免税カウンターがあるか、免税情報
税込みの値段をはっきり書いてほしい
お店の名前が何を売っているか分からぬことがある
食品のアレルギー情報
セールの商品かどうか
デリバリーがあれば利用したい
地産品かどうか、環境にやさしい(エコ)かどうか、サステナビリティであるか

Q 5 - 2 あなたの親族や友人が日本に遊びに来て、ショッピングをしたいと言われて店舗に案内するとき、免税シンボルマークを参考にしますか。



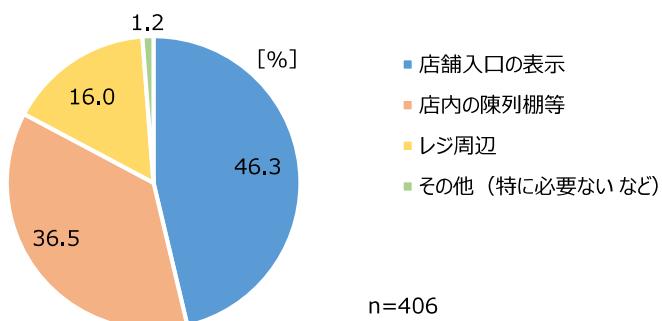
Q 5 - 3 店舗のどの場所の表示が最も参考になりますか。1つお選びください。

a 店舗入口の表示 (入店前のサービスの説明)	b 店内の陳列棚等 (商品の説明、価格)	c レジ周辺 (決済方法の説明等)	d その他 (自由意見)
----------------------------	-------------------------	----------------------	-----------------





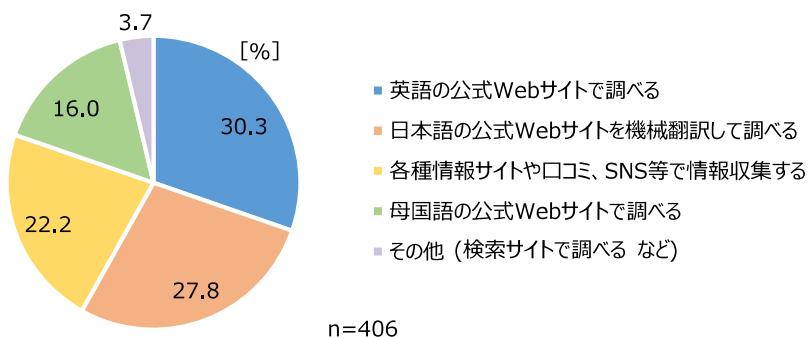




《考察》

ショッピングをする際に確認したい情報については、価格、営業時間に続き、決済方法が挙げられ、免税シンボルマークの表示については6割以上が参考にしていた。また、店舗のどの場所の表示が最も参考になるかについては、約半数が「店舗の入口」と回答しており、営業時間、決済方法、免税シンボルマークの表示など、店舗の基礎情報は、店舗に入る前に取得したいことが分かる。

Q 5 - 4 店舗や商品の情報をどうやって調べますか。1つお選びください。



《考察》

店舗や商品の情報に関しては、「英語の公式 Web サイトで調べる」という回答が最も多かった。「日本語の公式 Web サイトを機械翻訳する」との回答も約 3 割あり、機械翻訳でも正しく翻訳されるように、公式 Web サイトに「やさしい日本語」を用いることも有用である。

【バックハウス教授のコメント】

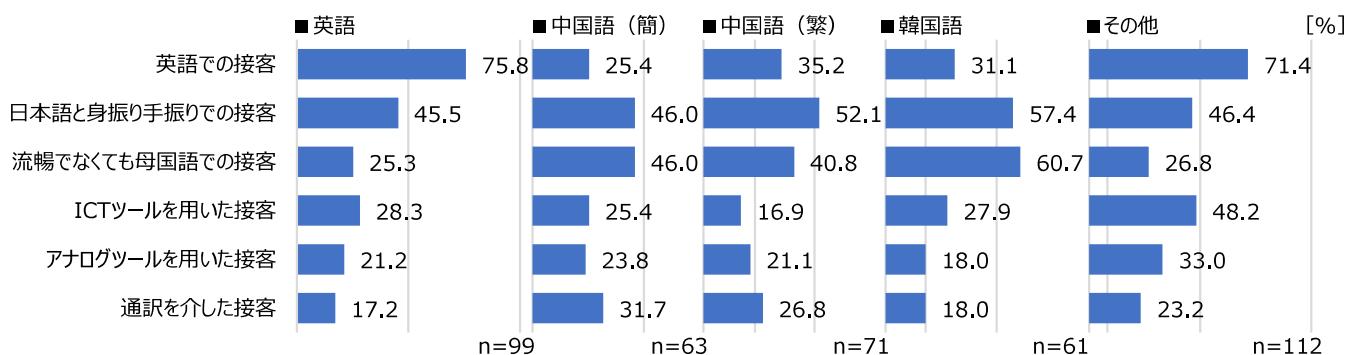
ショッピングの際や飲食店、宿泊施設を利用する際、価格が最も気になるというのが重要な結果です。値段、料金、その他の費用などは明確かつ丁寧に伝える必要性があります。それは、外国人だけでなく、日本人の顧客も利用しやすい消費環境につながるでしょう。

⑥ 接客対応への評価

Q 6 - 1 あなたが日本の店舗等を利用する時、スタッフがしてくれると嬉しい対応はどれですか。すべてお選びください。（複数回答可）



図表9 母国語別スタッフの対応で嬉しいこと



自由意見
やさしい日本語で話す
無理やり相手の母国語に合わせようとせず日本語で話してほしい
英語でのサービスは期待していない。英語でも日本語でもよい
日本語で提供されるサービスは、日本の文化や旅行の雰囲気を伝えられるため、多くの外国人に高く評価されている
言語に関わらず親切で丁寧な接客
日本の接客は世界一だと思う。みんな親切で丁寧に方法を探してくれるところが嬉しい
日本の礼儀正しさは世界でも最高。言語の壁があっても、誤解が生じる可能性はほぼないと思う
丁寧な接客と翻訳アプリ
ジェスチャーを使う
多言語または写真付きの看板やメニュー等が用意されていること
中国語話者であるが、中国語の標準語（マンダリン）話者ではないため、英語で接客してもらった方がよい

《考察》

スタッフの対応で嬉しいことは、英語での接客がトップだった。ただし、母国語別にみると、スタッフの対応で嬉しいことは、全体では英語での接客を望む回答が約5割あったが、日本語での接客を望む回答も5割弱あった。母国語別（図表9）で見ると、中国語、韓国語を母語とする方は、英語で接客されるよりも、日本語での接客を好む割合が高い。

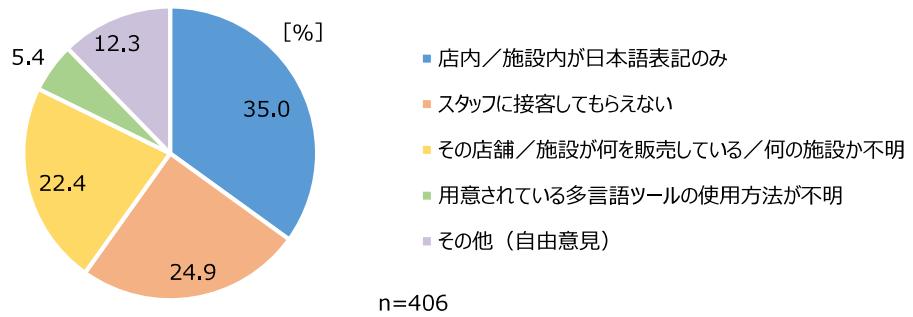
自由意見では、「無理やり相手の母国語に合わせようとせず、日本語で話してほしい」「日本語で提供されるサービスは、日本の文化や旅行の雰囲気を伝えられるため、多くの外国人に高く評価されている」との回答からも、日本語での接客が好まれている。

また、「言語に関わらず親切で丁寧な接客」「日本の礼儀正しさは世界でも最高。言語の壁があっても、誤解が生じる可能性はほぼないと思う」との回答もあり、言語に関わらず、丁寧な接客が行われていることに対して評価されている。

【バックハウス教授のコメント】

「日本語と身振り手振りでの接客」が好評であることからもわかる通り、英語よりも日本語での接客を望む、特に英語圏出身でない外国人のことも忘れてはいけません。

Q 6 - 2 あなたが日本の店舗等を利用する時、困ることは何ですか。1つお選びください。



自由意見
日本語が分からず外国人に対して無理やり日本語以外で対応しようすること
外国人客を避ける/日本人客と違う対応をすること
心のこもっていない対応
支払い時に日本語（特に敬語）でポイントカードありますかみたいな質問をたくさんされる
珍しい漢字や難しい日本語の言葉があると困る
外国語を話せる店員がないこと
ビーガン/ベジタリアン向けの情報がないこと
ヨーロッパの電化製品を、プラグにそのまま利用できるかどうかなどの具体的な情報がないこと
写真等がなく、見た目では判断できない表示等
クレジットカード等キャッシュレス決済が使えないこと
困ることはない

《考察》

店舗等で困ることは、「店内／施設内に日本語の表記しかされていないこと」が最も多い、次に「スタッフに接客してもらえないこと」であった。自由意見でも「外国人客を避ける/日本人客と違う対応をすること」や「心のこもっていない対応」といった接客態度等に関する意見が散見された。店舗等の多言語対応を進めるとともに、前項の考察の通り、外国人客にも日本語で話しかけるなど、歓迎する気持ちをもって接客することも大切である。

【バックハウス教授のコメント】

日本には「おもてなし」の文化が根付いています。外国語がわからなくても「何とかしたい」「助けてあげたい」という気持ちが外国人旅行者の受入を進める後押しにもつながります。

3 調査結果まとめ

「事業者の多言語対応の取組状況調査」により、各事業者が積極的に多言語対応に取り組んでいることが分かった。「多言語対応の基本的な考え方」に沿った整備が進み、大会に向けて多言語対応が着実に進展したことを確認することができた。

「多言語対応の取組状況に関する外国人の意識調査」では、協議会の取組及び大会時の多言語対応に対して、在住外国人から高く評価されていることが分かった。

多言語対応は一律のものではなく、外国人が駅や宿泊施設、ショッピングなどの各場面で重視するポイントにあわせて対応することが重要であり、調査結果を基に、外国人が必要とする方法や情報から多言語化を進めることで、効果的な対応に繋がっていくと考えられる。

今回の調査結果は、大会に向けた取組に対して、一定の評価を頂いたことが示された。大会の終了に伴い多言語対応協議会は2021年12月に閉会したが、大会のレガシーとして「多言語対応の基本的な考え方」を今後も各分野で継承し、大会を契機とした多言語対応を、将来にわたってさらに充実させていく。

