

多言語化については、やはり翻訳サービスを行う業者に依頼することとなる。現在、ネット検索などでも翻訳サービスを提供する業者を探すことはできるかもしれないが、メニューは提供する料理の細

自行車の取引先を紹介

実際、様々な国から外国人観光客が訪れる地域では、英語や中国語の表記だけでは対応が十分とはいえず、前項でみた出身国のデータを参考に、外国語表記の対象国を広げていく必要がある。

×

ニューや価格表の多言語化は、取引先にとつて比較的手軽に取り組める、身近で分かりやすい対応の一つだろう。

声かけ2
看板やメニューの表記を多言語化しませんか



POINT

多言語化ニーズを引き出したら、翻訳サービス業者を紹介する

かいニュアンスの表現が大切になるうえ、サービスの内容も外国人旅行者に響く表現が重要だ。こうした表現を業者に発注して、あとはすべてお任せというわけにはいかない。やはり取引先が説明や対話をしながら、安心して発注と修正を重ねていける業者を選択することが大切だ。したがって、メニューや看板等の多言語化ニーズがある取引先には、自行車の取引先の中で翻訳サービスを行う業者を探し、マッチングしていく必要がある。

初期費用不要で導入可

店舗が立地する地域に特定

POINT

外国人観光客が使い慣れたキャッシュレス決済手段の導入を助言

インバウンド対策として、海外版のキャッシュレス決済サービスの導入も有効といえる。例えば、中国のクレジットカードである銀聯カード（ユニオンペイ）は多くのユーザーを持ち、世界各国で利用されている。中国人観光客の間では、この銀聯カードの使用が多い。最近では、外国人観光客の間でも海外版のモバイル決済サービスが人気を集めている。例えば、WeChat Pay, Alipay, Apple Pay, PayPay 等が代表格だ。

の国からの外国人観光客が多い傾向があれば、その国で普及している決済サービスの導入をアドバイスするのもよい。使い慣れた決済手段が利用できるかは、外国人観光客の消費行動に大きな影響を及ぼす。店舗側としても、海外版のキャッシュレスサービスの導入は集客や売上向上に寄与することとなる。モバイル決済サービスなどは、初期費用や月次固定費用なしで導入できるケースも多いので、こうした点もアドバイスしよう。

声かけ3
海外版キャッシュレス決済サービスを導入しませんか



こんな声かけでインバウンド対策ニーズを喚起しよう

木内清章 産業能率大学講師

ここでは、取引先のインバウンド対策のニーズを喚起する際に効果的な声かけを見たとうえで、資金ニーズ発掘のポイントを解説する。

外

外国人観光客と一口に言っても、出身国や年齢層、所得層は様々で、それぞれの属性により嗜好やニーズは異なる。消費に使う金額も違ってくるだろう。

多様な外国人観光客に適切な対応ができるかどうか売上に大きく影響してくるようになったことは、取引先も肌で感じていることだ。

そこで、インバウンド対策として、まず地域に訪れる外国人観光客はどのような属性が多いかを調べることから始める必要がある。

自治体での確認を提案

地域の外国人観光客の特徴やニーズを調べるには、市役所など自治体の観光振興課な

声かけ1
地域を訪れる外国人観光客の特徴やニーズを調べませんか



どにヒアリングすることで、コストをかけずに基礎的な情報を収集することができる。独自にインバウンド調査を実施・公表している自治体もあるので、事前に確認して情報提供してもよい。

ここでのポイントは、こうした調査を参考に、取引先が品ぞろえやサービス内容を少しずつ変えてみようと考えるところにある。仕入れニーズの変化に応じ、新たな運転資金も発生する。あとは取引先と対話を重ねながら、インバウンド向け商品仕入れの拡大を検討していく流れになる。

POINT

自治体に確認した情報を提供し、商品仕入れの検討を促す