

令和元年7月18日

各位

名古屋商工会議所

“躍動し愛されるナゴヤ”に向けた、初の展示商談会 「インバウンド・ソリューション・フェア NAGOYA」 を開催します！

名古屋商工会議所では、地域におけるインバウンド消費の拡大に向け、「訪日外国人客」の受け入れに必要な“商品・サービスを提供する事業者”と、“飲食・小売・宿泊・サービス業等の事業者”とのマッチングを図る、『インバウンド』をテーマとした初の展示商談会を、9月12日（木）に開催します。

本事業は、昨年7月に本所が取りまとめた「躍動し愛されるナゴヤ研究会」報告書に掲げた、「インバウンド拡大戦略」の策定・実施に向け、地域の観光関連事業者の受け入れの現状・能力や課題等を把握するためのアンケート調査を実施（2018年12月実施）した結果、70%以上の事業者が「外国人観光客の受け入れを進めていきたい」という意向を持つ一方で、十分にその取り組みが進んでいない実態に鑑み、企画したものです。

初開催となる今回は、最新の音声翻訳機や通訳サービス、メニューやPOPの多言語化、外国人観光客の集客・接客支援、キャッシュレス決済等のインバウンド対応のソリューションやノウハウを持つ企業が一堂に集結し、ブース出展とプレゼンテーションを実施。地域の事業者とのビジネスマッチングを図ります。

つきましては、事前の告知並びに当日の取材方につきまして、格別のご協力を賜りますようお願い申し上げます。

< イベント概要 >

1. 日 時：2019年9月12日（木）13：00～17：30
2. 場 所：名古屋商工会議所 5階会議室（名古屋市中区栄2-10-19）
3. 催 事 名：「インバウンド・ソリューション・フェア NAGOYA」
4. 主 催：名古屋商工会議所
5. 共 催：愛知県、名古屋市、（一社）愛知県観光協会、（公財）名古屋観光コンベンションビューロー、なごやめし普及促進協議会
6. 出展者並びにイベント詳細：別添の案内チラシをご参照ください。
7. 参考資料：「外国人旅行者の受け入れ実態に関するアンケート」調査結果概要（2018年12月実施）

【本件担当】名古屋商工会議所 商務交流部 流通・観光・街づくりユニット 村上
〒460-8422 名古屋市中区栄2-10-19 TEL 052-223-5740
E-mail：ryutu@nagoya-cci.or.jp FAX 052-231-5703

『訪日外国人客』を取り込みたい！
飲食・小売・宿泊・サービス業の皆さまへ

インバウンド・ ソリューション・ フェア NAGOYA

入場
無料

インバウンド（訪日外国人）の受け入れに
必要な商品・サービスが一堂に集結！

- ・音声翻訳機、通訳サービス
- ・メニューやPOPの多言語化
- ・外国人観光客の集客、接客支援
- ・キャッシュレス決済・e t c.

- ① 展示会
最新商品・サービスを体験！
- ② 出展者プレゼンテーション

9/12(木) 13:00~17:30

名古屋商工会議所 5階会議室
(名古屋市中区栄2-10-19)

出展者一覧（五十音順）

※2019年7月11日現在

企業・団体名	出展商品・サービス
愛知県国際観光コンベンション課	「愛知県多言語コールセンター」の紹介
(株)アドキットインフォケーション	インバウンド向け web コンテンツ、企画・制作(メニュー、看板等)、SNS 広告
イニシエイト(株)	多言語対応支援(外国語メニューのデザイン、翻訳、海外への PR 等)
オフィストラセット	ハラル食の解説…ハラル食とは何か？ルールの説明、解決の方法等
勝美商事(株)	インバウンドに必要となる外国人人材の紹介
キャリアズ(株)	各種レストラン、食品メーカー、ホテル等のハラル認証
(株)ぐるなび	お店のインバウンド戦略支援(多言語メニューブックの作成、web ページ、pay 等)
(株)JTB 名古屋事業部	誘客プロモーション(海外での PR、国内での受入環境整備のお手伝い等)
ソースネクスト(株)	74 言語対応 夢の AI 通訳機「POCKETALK」
TAKUMI JAPAN(株)	インバウンド対策万能翻訳機「KAZUNA eTalk5」
(株)龍村	多言語対応ソフトを使った翻訳での支援および集客支援等
(株)ツアーコミュニケーションズ	通訳案内士による接客英会話レッスン及びメニュー翻訳の提案等
(株)テリロジーサービスウェア	多言語映像通訳サービス「みえる通訳」、マルチ通訳機「arrows hello AT01」等
東京海上日動火災保険(株)	インバウンドビジネス支援サービス等
ハートフルサービス	「インバウンド接客・接客マナー」研修
(株)Payke	多言語接客対応システム「Payke(ペイク)」
ベルエアー(株)	アメリカ人の集客に特化したホームページ制作サービス
(株)ミルゲート	インバウンド向けプロモーション全般(SNS、ポータルサイト、オフライン施策等)
(株)リクルートライフスタイル	キャッシュレス決済サービス「AirPAY」および「AirPAY QR」

「出展者プレゼンテーション」スケジュール（予定）

時間	企業・団体名	15:00～	TAKUMI JAPAN(株)
13:30～	愛知県国際観光コンベンション課	15:10～	(株)龍村
13:40～	(株)アドキットインフォケーション	15:20～	(株)ツアーコミュニケーションズ
13:50～	イニシエイト(株)	15:30～	(株)テリロジーサービスウェア
14:00～	オフィストラセット	15:40～	東京海上日動火災保険(株)
14:10～	勝美商事(株)	15:50～	ハートフルサービス
14:20～	キャリアズ(株)	16:00～	(株)Payke
14:30～	(株)ぐるなび	16:10～	ベルエアー(株)
14:40～	(株)JTB 名古屋事業部	16:20～	(株)ミルゲート
14:50～	ソースネクスト(株)	16:30～	(株)リクルートライフスタイル

お問合せ：名古屋商工会議所 商務交流部 流通・観光・街づくりユニット 担当：村上
 〒460-8422 名古屋市中区栄 2-10-19 TEL:052-223-5740 FAX:052-231-5703 E-mail:ryutu@nagoya-cci.or.jp

事前申込をいただけますとご入場がスムーズです。 WEBからの申込はこちら ➔



FAX:052-231-5703

名古屋商工会議所 商務交流部 宛

「インバウンド・ソリューション・フェア NAGOYA」参加申込書

会社名			
役職 ①		氏名 ①	
役職 ②		氏名 ②	
T E L		F A X	
E - m a i l		業 種	

※ご記入頂いた情報は、本所からの各種連絡・情報提供のために利用させていただきます。

「外国人旅行者の受け入れ実態に関するアンケート調査」 <実施結果概要>

1. 調査概要

調査目的：名古屋商工会議所「躍動し愛されるナゴヤ研究会」の報告書に掲げられた『「ナゴヤ・インバウンド消費拡大戦略」の策定・実施』に向け、主に名古屋市内における観光関連事業者のインバウンド受け入れの実績や能力、課題等を整理することにより、当地域におけるインバウンド観光施策立案に生かす。

調査期間：平成30年12月3日（月）～12月20日（木）

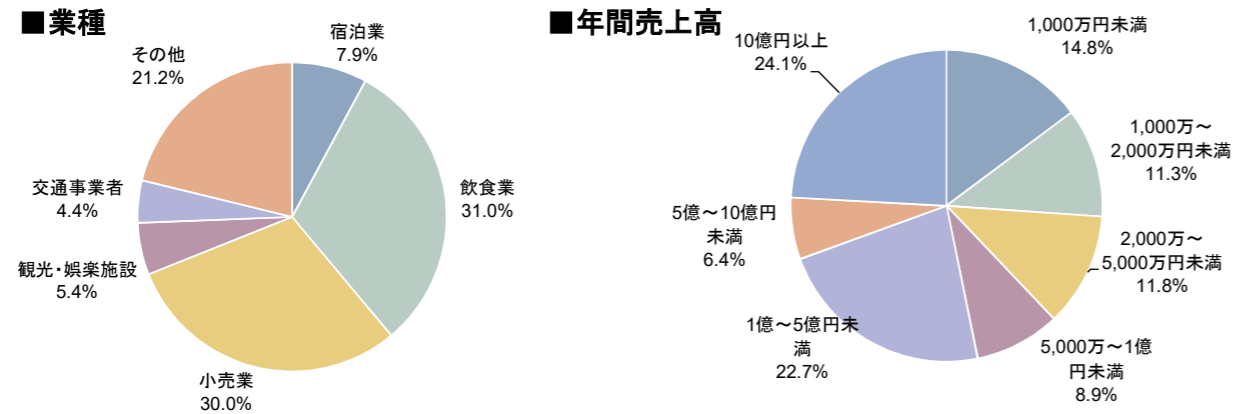
調査方法：対象事業者へ調査票を郵送し、インターネット・FAXによる回答回収

調査対象：名古屋商工会議所会員企業のうち、名古屋市内に事業所を持つ、観光需要に接する機会の多い下記の業種の事業者 ※（ ）の数字は対象事業者数

- ① 宿泊業 (39) ② 飲食業 (585) ③ 小売業 (791) ④ 観光・娯楽施設 (78)
- ⑤ 交通事業者 (43) ⑥ その他サービス関連 (415) ※合計 1,951 事業所

有効回答数：203 事業所（有効回答率：10.4%）

2. 回答事業所の内訳

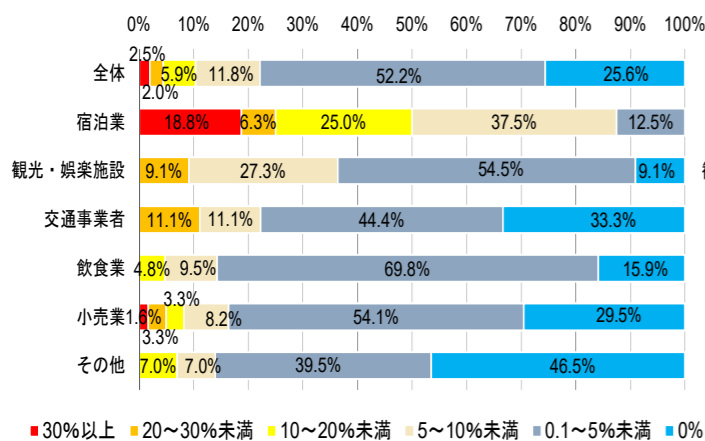


3. 調査結果のポイント

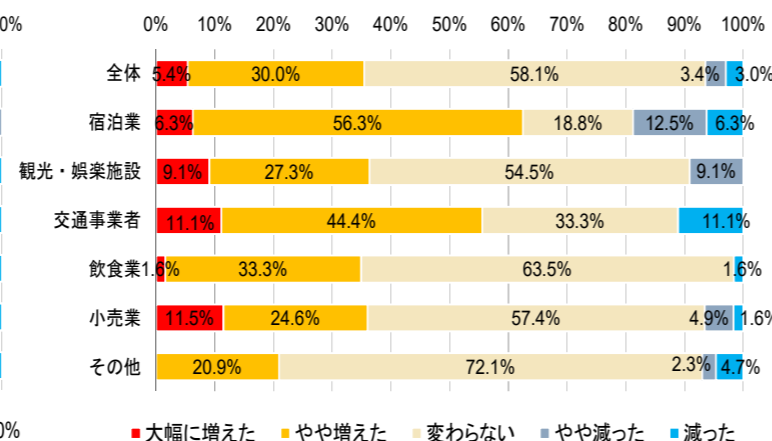
Point 1 宿泊業や交通事業者は客数中インバウンドの割合は相当数に伸びているが、飲食、小売業では割合が少ない

- ・直近1年間の来客全体に占める外国人旅行者の割合は、最も高いのが宿泊業で、観光・娯楽施設も比較的高い。
- ・一方、飲食業や小売業では8割以上の事業者が外国人旅行者の割合が5%未満と回答している。
- ・前年と比較した外国人旅行者の増減の状況は、宿泊業、交通事業者は「大幅に増えた」「やや増えた」が60%前後を示している。一方、飲食業、小売業、観光・娯楽施設で「大幅に増えた」「やや増えた」が35%程度にとどまっている。

■来客全体に占める外国人旅行者の割合（直近1年間）



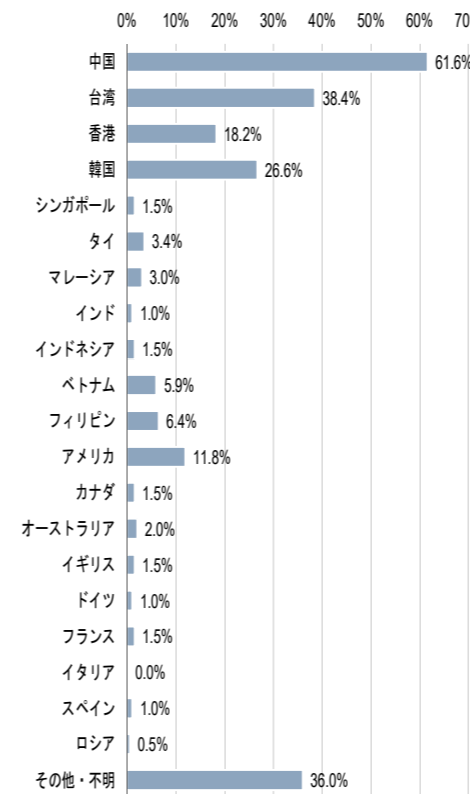
■外国人旅行者の来客の増減（前年比）



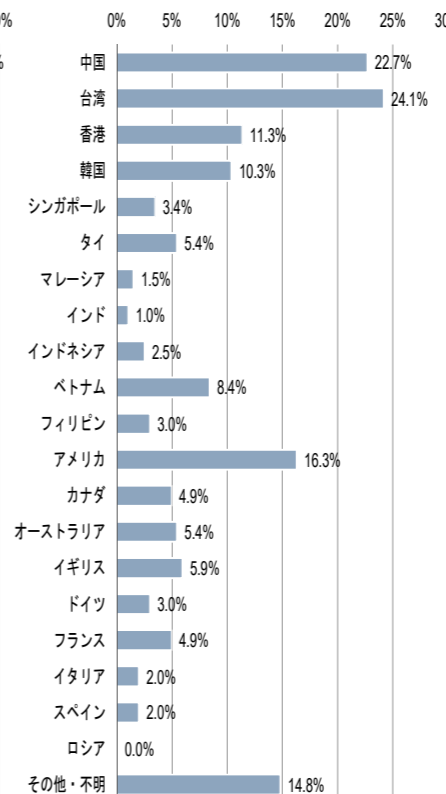
Point 2 現状で「来客数が多い」のは中国。「もっと受け入れたい」国は、台湾や東南アジア、欧米豪が目立つ

- ・現状で来客の多い外国人旅行者の国籍は「中国」が61.6%で最も多く、次いで「台湾」「韓国」「香港」と続く。欧米豪は全体の1割未満となっている。
- ・一方、「特に受け入れたいと思う国・地域」<希望>については「台湾」が最も多く、東南アジアや欧米豪の各国も<現状>と比較して高い値を示す。欧米豪への希望は、特に宿泊業において高い値を示す。

■来客した外国人旅行者の主な国籍（複数回答）<現状>

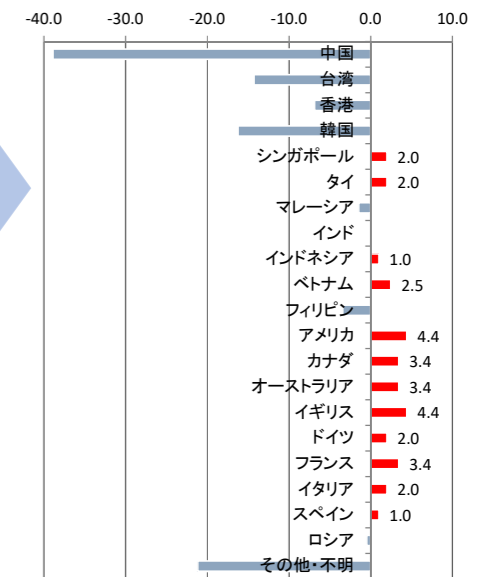


■特に受け入れたいと思う国・地域（複数回答）<希望>



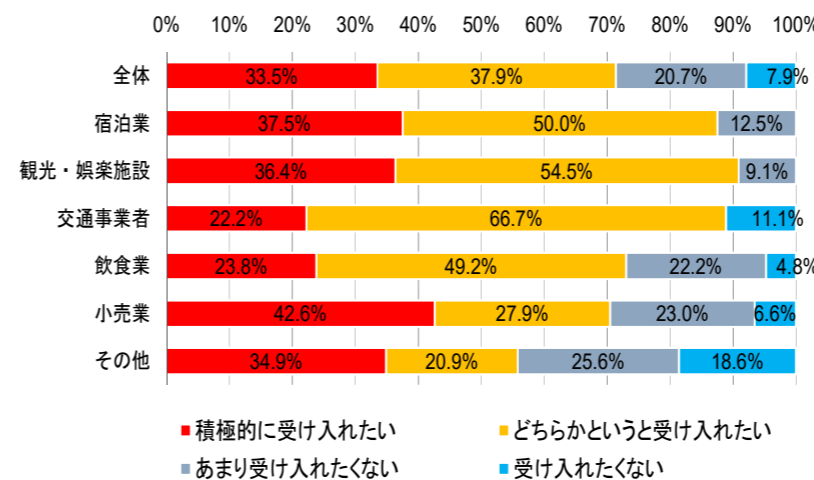
■期待値（現状と希望の差）

受入の<現状>と比べ、受入を<希望>する数値との差が大きいのは、アメリカ、イギリス（4.4pt）、カナダ、オーストラリア、フランス（3.4pt）等、欧米豪が目立つ。



Point 3 外国人旅行者の受入については、70%以上の事業者が前向きに受け止めており、特に宿泊業、観光・娯楽施設、交通事業者においてその傾向が顕著

■外国人旅行者の受入に対する考え

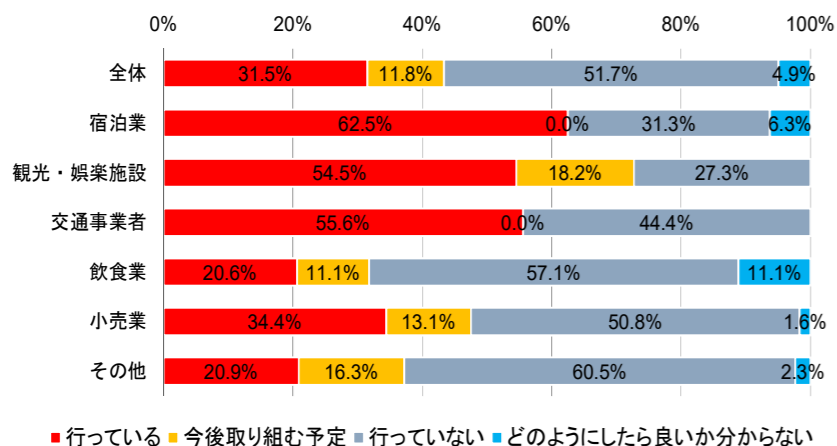


- ・外国人旅行者を「積極的に受け入れたい」「どちらかという受け入れたい」を合わせると、全体で70%を超える。
- ・業種別では、宿泊業、観光・娯楽施設、交通事業者では9割近く、飲食業、小売業でも7割程度が受け入れに積極的。

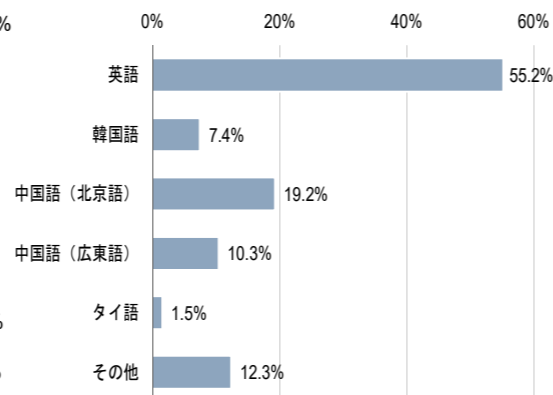
Point4 外国人の誘客に向けた取り組みも、宿泊業や観光・娯楽施設、交通事業者は進んでいる一方、外国人割合の低い飲食業や小売業では十分ではない

- 外国人旅行者の誘客に向けた取り組みは、宿泊業、観光・娯楽施設、交通事業者は「行っている」が5割以上を占める一方、外国客割合の低い飲食業、小売業は、「行っていない」が5割以上を占める。
- 取り組み内容は、「ウェブサイトやパンフレット、POP等の外国語化」、「決済環境の整備（カード決済やスマホ決済）」が多い。
- 宿泊業、観光・娯楽施設、交通事業者では「国内の旅行会社への営業」の値も比較的高い。

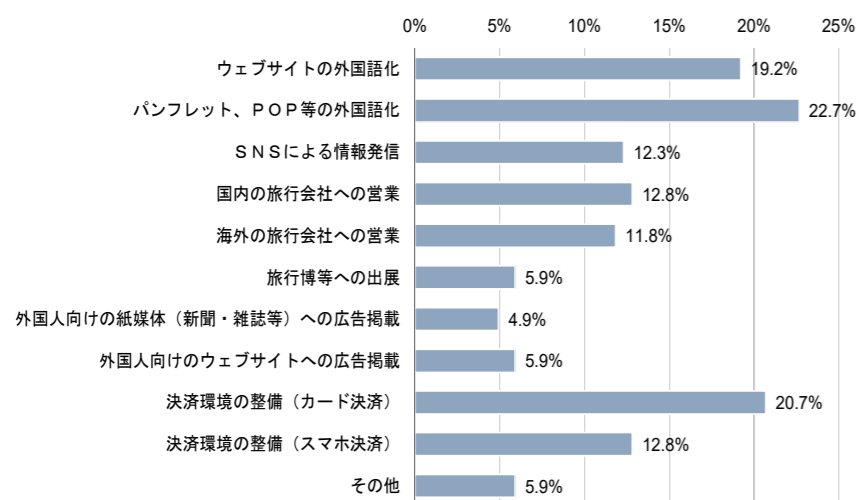
外国人旅行者の誘客に向けた取り組み状況



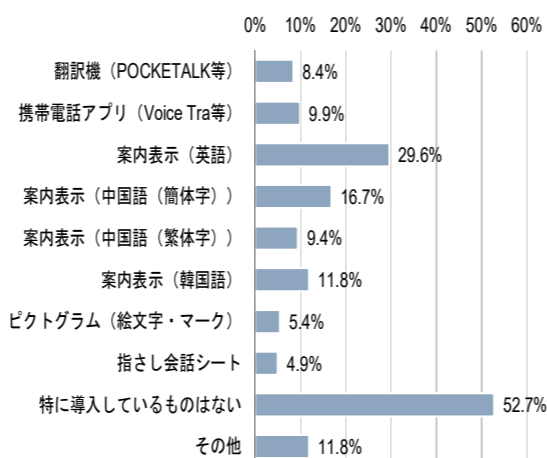
対応可能な言語（複数回答）



実施されていること、実施を検討しているもの（複数回答）



案内、会話のために導入しているもの（複数回答）



4. 本調査結果を踏まえた名古屋商工会議所の今後の事業展開について

(1) 「インバウンド拡大戦略」の構築と推進

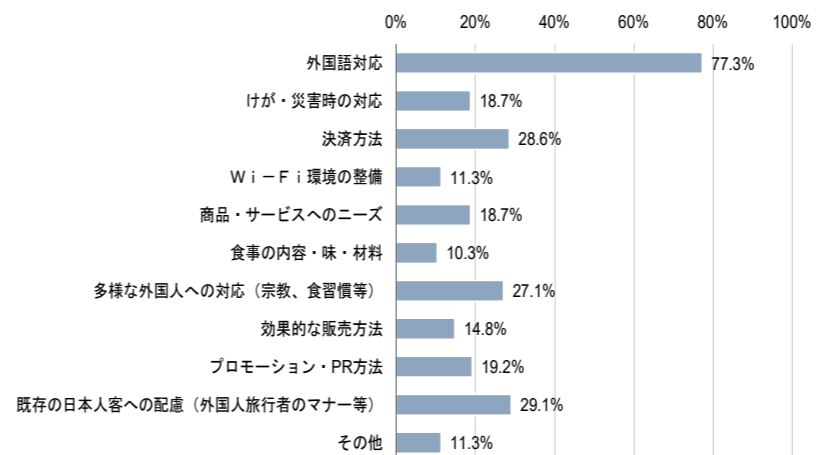
行政、観光団体、経済団体間で、情報や課題の共有を図るため、関係者間での情報交換を密にし、地域におけるインバウンド消費の拡大とプロモーション強化に向けた、地域一体となった戦略を構築し、推進する。

(2) 「インバウンドビジネス商談会（仮称）」の実施

飲食店や小売店等の事業者において、外国人旅行者の受け入れを進めていきたい事業者が多い一方、十分に取り組みが進んでいない実態に鑑み、インバウンド向けのソリューション（翻訳機器や多言語対応サービス、決済環境の整備等）を提供する事業者とマッチングする事業を開始（2019年度内に実施予定）。

Point5 すべての業種において一番の課題は「外国語対応」。さらに、「日本人客への配慮（外国人旅行者のマナー）」も、特に宿泊業や観光・娯楽施設等において大きな課題に

外国人旅行者を受け入れる際の課題（複数回答）

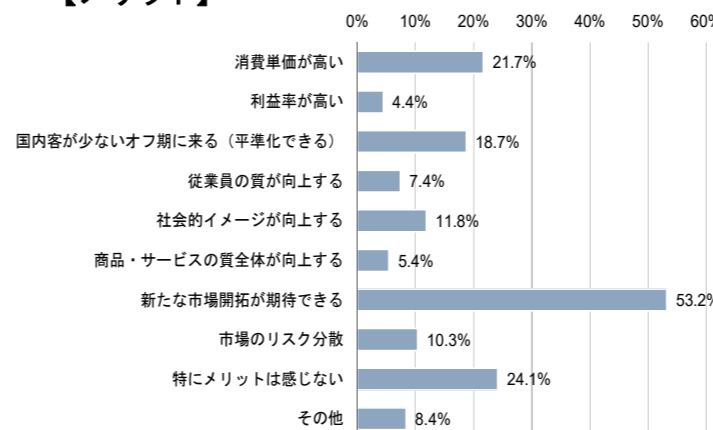


- 外国人旅行者を受け入れる際の課題は、すべての業種において「外国語対応」が最も多く全体の77.3%を示す。
- 「既存の日本人客への配慮（外国人旅行者のマナー等）」は、特に宿泊業（68.8%）と観光・娯楽施設（45.5%）において高い値を示す。
- 「多様な外国人への対応（宗教、食習慣等）」については、宿泊業（62.5%）や飲食業（36.5%）で高い値を示す。
- 「けが・災害時の対応」は観光・娯楽施設（63.6%）が高い値を示す
- 「決済方法」は、観光・娯楽施設（45.5%）や小売業（34.4%）で高い値を示す。

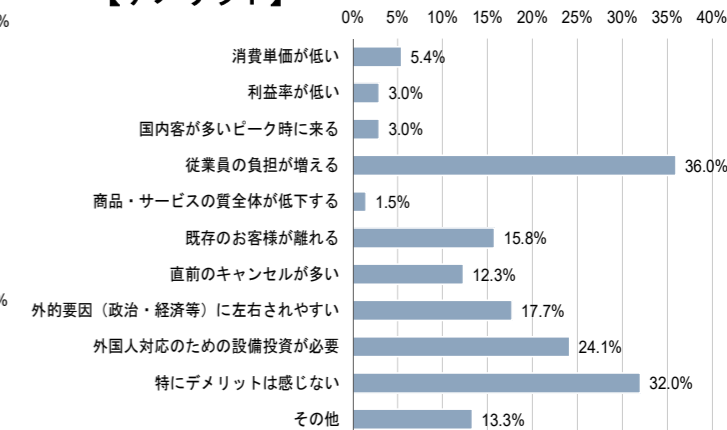
Point6 メリットは「新たな市場開拓」への期待、デメリットは「従業員の負担増」を指摘する声が多い

外国人旅行者を受け入れる「メリット」、「デメリット」（複数回答）

【メリット】



【デメリット】



○外国人旅行者を受け入れるメリットは、「新たな市場開拓が期待できる」が最も多く、特に、観光・娯楽施設（81.8%）、小売業（60.7%）においてその傾向が高い。

・「消費単価が高い」については、特に小売業で高い値（36.1%）を示す他、宿泊業においては、「国内客が少ないオフ期に来る（平準化）できる」が最も高い値（62.5%）を示す。

○デメリットについては、「従業員の負担が増える」が最も多く、特に観光・娯楽施設（81.8%）と交通事業者（55.6%）でその傾向が高い。

・「特にデメリットは感じない」と答える事業者も多く、特に飲食店ではその値が高い（42.9%）。