

外国人観光客ひとり歩き 受入マニュアル

ミニмум言語バリアフリー

国土交通省北海道運輸局

目 次

A	このマニュアルについて	1
B	外国人をもっと知ろう	5
C	外国人を受け入れるにあたって	9
	C-1 ミニマム言語バリアフリーの考え方	9
	C-2 段階別言語バリアフリー化の取組	12
	C-3 情報提供の場所と求められる情報内容	15
D	施設・拠点別情報提供の留意点	16
	D-1 駅・ターミナル	16
	D-2 バス・タクシー	18
	D-3 観光案内所	20
	D-4 観光施設・トイレ	22
	D-5 飲食店	24
	D-6 商店（土産品店）	26
	D-7 宿泊施設	28
	D-8 まち歩き	31
	D-9 緊急時の対応	33
E	簡便な情報ツールの作成と活用	35
	E-1 翻訳	35
	E-2 印刷物	37
	E-3 WEB サイト	38
	E-4 指さし会話集	39
F	インバウンド対応度自己診断	41
	F-1 インバウンド対応度自己診断	43
	F-2 言語バリアフリーチェックリスト	45
G	翻訳事例集	
	G-1 よく使う言語の多言語対訳表	
	G-2 簡単につくれる飲食店メニュー	

A このマニュアルについて

はじめに

現在、北海道には年間およそ 60 万人もの外国人が訪れています。北海道に関心を持っている外国人は多く、今後もさらに多くの外国人が北海道を訪れることが予想されています。

いうまでもなく「観光」は北海道を活性化する重要なテーマの一つです。その中でも外国人観光客の誘致促進は、北海道観光の国際性を高め、北海道観光のイメージアップ、クオリティ向上を図る重要な観光戦略と考えられます。

このような背景から、近年、関係機関が中心となって訪れる外国人の北海道での滞在中の利便性や満足度向上を図るため、外国人観光客の道内における移動の容易化や言語による障害の除去（言語バリアフリー）の取り組みを進めてきています。しかし、それらの対象地区は、実際に外国人観光客が多く訪れている有名観光地に限られているのが現状です。

今後は、それ以外の地域においても、交通拠点から目的地（主要観光地等）に至るまでの行程において、外国人観光客に言語面での障害を減らし、より快適な旅行が楽しめるように、様々な方法でこの問題の解決を図っていく必要がありますが、地域にとってはその整備に要する費用負担が一つの課題となっています。

このため、今後、外国人観光客の受入を進めたいと考えている市町村、民間事業者等の方たちが、あまり費用をかけずにすぐにでも取り組める言語バリアフリーのためのアイデアや方法をマニュアルとしてまとめたものが本書です。

外国人受入の基本は、人と人とのコミュニケーションです。単に外国語表示ができればそれでいいというものではありません。そこに血の通うコミュニケーションをプラスすることで、はじめてその取り組みが生きてくるものと思います。

上記のような視点に立って、このマニュアルをご活用ください。これまで敷居が高いと感じられたインバウンドの取り組みが、もっと身近なものに感じてもらえると思います。

国土交通省北海道運輸局

このマニュアルのめざすもの

【増加するひとり歩き外国人への対応】

このマニュアルは、すでに外国人観光客が訪れている観光地だけではなく、今後外国人観光客を誘致したいと考えている観光地や観光施設の方々に、外国人を受入れる際に最小限考えていただきたい受入環境整備のポイントをまとめたものです。

ここで言う「ひとり歩き」とは、「団体観光やガイドを雇っての旅行ではなく、一人またはグループで行動する旅行スタイル」を指し、いわゆる個人旅行＝FIT（Free Individual Tour）と言われる旅です。

国による違いはありますが、ひとり歩きの外国人は今後ますます増加することが予想されています。北海道を旅するこのような外国人が、旅行中の不便さをできるだけ解消し、快適に、そして安全に北海道を旅してもらうことが北海道観光にとって重要です。本マニュアルが、それを考える一つのヒントになり、北海道における外国人観光客の受入が進むことを期待しています。

【ミニмум言語バリアフリーの考え方】

このような旅行スタイルの外国人が、北海道を旅行する際に感じる最も大きな問題は言葉の壁です。その壁（言語バリア）を可能なかぎり取り除き、より快適な観光活動の実現をサポートすることが求められています。

しかし、外国人観光客にとっての言語バリアフリー環境をつくるためには、ある程度の資金と知識とそれを運営する体制が必要になります。特に外国人観光客の来訪がそれほど多くなく、中核的な観光ルート上にない地域や自治体にとっては、そこが大きな障害となって一歩先に進められないのが実態です。

外国人観光客は、必ずしもかゆいところに手の届くような完璧なサービスを求めているわけではなく、むしろ必要なところに、必要最小限のサービスがあれば十分と考える旅行者も多いと思われます。それをここでは「ミニмум言語バリアフリー」と呼び、まずは地域の人たちがすぐにも取り組める必要最小限の対応策を考えるヒントを提供することを、このマニュアルの一番の目的としました。その意味で、本マニュアルを一つの参考にしながら、皆様方の知恵と工夫で外国人観光客に喜ばれる効果的な対策を実施していただきたいと思います。



【マニュアルの対象者と利用方法】

本マニュアルで想定する読者は、主に現場で外国人との接点を持つ次の人たちです。

- ① 市町村職員
- ② 観光協会職員
- ③ 観光関連事業者（観光施設、ホテル・旅館、飲食店等の経営者や従事者）
- ④ 交通事業者（鉄道、バス、タクシー、レンタカー事業者等）
- ⑤ 地域住民（観光ガイドボランティアなど地域の観光振興に携わっている地域の方々）

このマニュアルは、それぞれの方々の日常業務の参考資料として、また外国人に関する研修会等のテキストとして活用できます。

【このマニュアルの特徴】

① インバウンド対応度などの自己診断

各種チェックリストにより、自分たちの地域では外国人に関してどの程度の対応がされているのかを自己診断し、どこに課題があるかを考えるヒントが得られます。

② インバウンド関連サイトにリンク

本マニュアルでは、これまで国や地方公共団体などによる各種インバウンド関連調査などのエッセンスや事例などを紹介していますが、本文の中でその関連 URL を可能な限り掲示し、元データを簡単に参照できるようにしました。

③ 翻訳のための多言語対照表

外国語対応が必要な時に、最小限必要な翻訳ができるように、よく使う言葉についての簡単な多言語対照表（コピー＆ペースト可能）を参考資料としてつけました。

④ 簡便な多言語によるレストランメニュー作成シート

上記の対照表などを使って、レストラン等における外国語の飲食メニューが簡便につくれるエクセルシートも掲載しました。

マニュアルの全体構成

A このマニュアルについて	●はじめに
	●このマニュアルのめざすもの
	●マニュアルの全体構成
B 外国人をもっと知ろう	●外国人の地域別特性
C 外国人を受け入れるにあたって	C-1 ミニマム言語バリアフリーの考え方
	C-2 段階別言語バリアフリー化の取組
	C-3 情報提供の場所と求められる情報内容
D 施設・拠点別情報提供の留意点	D-1 駅・ターミナル
	D-2 バス・タクシー
	D-3 観光案内所
	D-4 観光施設・トイレ
	D-5 飲食店
	D-6 商店(土産品店)
	D-7 宿泊施設
	D-8 まち歩き
	D-9 緊急時の対応
E 簡便な情報ツールの作成と活用	E-1 翻訳
	E-2 印刷物
	E-3 WEB サイト
	E-4 指さし会話集
F インバウンド対応度自己診断	F-1 インバウンド対応度自己診断
	F-2 言語バリアフリーチェックリスト
G すぐに使える翻訳事例集	G-1 翻訳事例集1 よく使う言葉の多言語対訳表
	G-2 翻訳事例集2 かんたんにつくれる 飲食店メニュー

B 外国人をもっと知ろう

外国人の地域別特性

北海道を訪れる外国人の地域別特性を簡単に整理しました。これはあくまで一般的に言われている特性ですが、もちろん個人によって、またグループの形態によって大きな違いがあります。その点を十分認識した上で、上手にコミュニケーションをとることが重要です。

台湾	通貨／台湾元（ニュータイワンドル（NT\$）、圓とも表記） 言語／中国語（北京語）、台湾語 ※文字は「繁体字」 国の花／梅
旅行スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ● 海外旅行経験者が多く、日本にとっても韓国に次いで2番目に多い外国人観光客である。 ● 団体旅行が多いが、個人旅行も増えつつある。 ● 雪が降らないので、雪を見るのが好き。 ● 温泉が好き。 ● 海外旅行に慣れているが、時間にはややルーズ。
行動スタイルなど	<ul style="list-style-type: none"> ● 「黒地に白文字」は葬式のイメージがあり、好まれない。 ● 9のつく歳を嫌うため、29歳で結婚することをさける。 ● 指で数を示すとき、10は両手の人差し指で「+」を作る。 ● 感謝を表わす時は、掌をあわせて上下に振る。
応接ポイント	<p>！日本語が分かる人が多いので日本語の言葉遣いや話題に配慮する。</p> <p>！メンツを重んじる国柄なので、相手のプライドを傷つけないように気をつける。</p>

中国	通貨／人民元 言語／中国語（北京語） ※文字は「簡体字」 国の花／梅、牡丹
旅行スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ● 団体旅行が多い。 ● 写真撮影が好き。 ● 寺社、仏閣は中国の方が本場だと思っているので、有名な所以外では関心が高くない。
行動スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ● ゲップは「ごちそうさま」の意味で失礼ではない。 ● 団体行動が苦手で、列に並ぶことをあまりしない。 ● 北京語は日本人には怒っているように聞こえる時があるが、普通の内容を話していることが少なくない。
応接ポイント	<p>！メンツを重んじる国柄なので、相手のプライドを傷つけないように気をつける。</p> <p>！突然の予約、キャンセルが多いので注意する。</p>

韓国	<p>通貨／ウォン (W) 言語／韓国語 ※文字は「ハングル文字」 国の花／ムクゲ</p>
旅行スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ●日本に来る外国人観光客の中で最も多い。 ●家族や親しい友人と小グループで旅行し、1箇所に滞在することが多い。40～60代は団体旅行も多い。 ●インターネットで旅行の情報を集める人が多い。 ●温泉が好き。
行動スタイルなど	<ul style="list-style-type: none"> ●目上の人とお酒を飲む時には飲む口元を隠す。 ●男性はあぐら、女性は片足立てで座るのが正式な座り方。 ●食器をテーブルに置いたまま食べる。持って食べるのは不作法となる。 ●はじめに焼酎、次にビールやウィスキーを飲むことが多い。
応接ポイント	<p>◎「アンニョンハセヨ」(こんにちは)「オソ オプシオ」(いらっしやい)など韓国語であいさつすると喜ばれる。</p> <p>!日本語が分かる韓国人は多いので、日本語の言葉遣いや話題などに配慮する。</p> <p>!突然の予約、キャンセルが多いので注意する。</p>

香港	<p>通貨／香港ドル (HK\$)、セント (¢) 言語／中国語 (広東語) および英語 ※文字は「繁体字」 国の花／バウヒニア</p>
旅行スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ●旅行経験が豊富で旅慣れている人が多い。 ●個人旅行が多い。 ●香港には日本料理店も多く、食への関心が高い。 ●「英語版」より「繁体字版」を好む。 ●香港にはない大自然への関心が比較的高い。 ●親や兄弟でも一緒にお風呂に入らないので、人に裸を見られることによりかなり抵抗がある。
行動スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ●建物の階数の数え方として1階を「GF (グランド・フロア)」と呼び、2階を「1階」とする。
応接ポイント	<p>!分煙が徹底されているので食事中の喫煙を嫌う。</p> <p>!香港では、公共交通機関の車内でも携帯電話の通話が可能なので通話することを気にしない場合がある。</p>

シンガポール	通貨／シンガポール・ドル (S\$)、シンガポール・セント (S¢) 言語／マレー語、中国語、英語、タミール語 国の花／バンダ・ミスジョアキム (蘭)
旅行スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ● 滞在型よりも、多くの観光地を巡る旅行スタイルを好む。 ● 北海道旅行への人気が高い。 ● 親や兄弟でも一緒にお風呂に入らないので、人に裸を見られることによりかなり抵抗がある。
応接ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ✕ 白・青・黒の色は、祝い事の席では避ける。 ✕ 花、ナイフ、置時計を祝いのプレゼントとするのはタブー。

マレーシア	通貨／マレーシア・リングgit (RM)、マレーシア・セント (¢) 言語／マレーシア語 国の花／ハイビスカス
応接ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ! ムスリム (イスラム教徒) の人口が多いので、礼拝や食事の制限などがあり、それらへの対応が必要。 ! 握手は、差し出された手を軽く握る程度。歓迎の気持ちを表現したい時は、握手の後に自分の手を胸に持っていく。

オーストラリア	通貨／オーストラリアドル (A\$)、オーストラリアセント (A¢) 国の花／ゴールデンワトル
旅行スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ● 個人旅行が多い。 ● 滞在日数が長い傾向にある。
応接ポイント	<ul style="list-style-type: none"> ! オーストラリアにはお酒持ち込み OK の店があり、持ち込むことを気にしない場合がある。 ✕ 捕鯨に関する話題、鯨料理は避ける。

欧米	
旅行スタイル	<ul style="list-style-type: none"> ● ビジネスで訪れる割合が比較的高い。 ● 個人旅行が多い。 ● 滞在日数が長い傾向にある。 ● 家族や親戚にお土産を買っていくという習慣はなく、自分のために気に入ったものを買っていく。
行動スタイルなど	<ul style="list-style-type: none"> ● ものを買って梱包開封した後も、レシートがあれば返品 OK。 ● 会話中のくしゃみ、鼻をすすることは嫌われる。(鼻をかむのはOK) ● 人前であくびをすることは失礼なことではない。 ● 足を組むのは「リラックスしていますよ」という意味で、特に失礼にはあたらない。 ● 【イギリス】建物の階数の数え方として1階を「GF (グランド・フロア)」、アメリカでは「first floor (ファースト・フロア)」と呼び、2階を「1階」とする。
応接ポイント	<p>! 「できる」「できない」「はい」「いいえ」の意思表示をはっきりすること。特にトラブルになった場合、あいまいにしていると責任を追及される。</p> <p>! 日本では“失礼します”を謝る時と同じように「すみません」だが、英語はすみませんは「I'm sorry」、失礼します(失礼ですが)は「Excuse me」なので使い分ける。</p> <p>! トラブルになった場合、「I'm sorry」とすぐに言わない。これも責任を追及されるものになるので注意する。</p> <p>! 男性から女性に握手を求めてはいけない。</p> <p>× 宗教、人種の問題に軽率に触れることは避ける。</p> <p>× 気軽に女性の身体に触れない。日本的感覚では冗談ですむようなこともセクシャルハラスメントと見なされる。</p> <p>× 相手のプライバシーに立ち入ったり、女性に年齢、既未婚、子供の有無などを聞かない。</p> <p>× 指さして人を指すことは「ピストルを構える」しぐさと同等で日本よりも厳禁。</p> <p>× 【イギリス】イギリスは、イングランド、スコットランド、ウェールズ、北アイルランド出身者の複合民族国家なので、「English」とひとくくりで表現しない。</p> <p>× 【ドイツ】戦争について話すのはタブー。ことにナチスやヒトラーに関する発言は厳禁。</p> <p>× 【ドイツ】大気汚染などの環境問題に対し、日本人よりはるかに敏感です。</p> <p>× 【フランス】上流階級出身者に対してフランス革命の話はタブー。</p> <p>× 【カナダ】環境保護や動物愛護の精神が高いため、捕鯨などの話題には注意が必要。</p> <p>× 【カナダ】生活面での規則が比較的厳しく、屋外の公共の場所での飲酒や喫煙に敏感な人が多い。</p>

参考資料：公益社団法人日本観光振興協会「訪日外国人おもてなしガイドブック」など

C 外国人を受け入れるにあたって

C-1 ミニмум言語バリアフリーの考え方

外国人受け入れの基本姿勢

【基本は外国人を気持よく迎えようとする気持ち】

言うまでもなく、相手が日本人でも外国人でも、人を迎えようとする気持ちがあることがすべての出発点です。その気持ちさえあれば、言葉が通じなくても何とか意思疎通ができるものです。そのためにも、外国人との様々な交流機会などを通じて、一人一人はもちろんのこと、地域全体としてこのような意識を高める取組が重要です。

【外国人に出会っても笑顔を見せ、逃げないこと】

そのためにも、外国人と目が合っても決して目をそらせたり逃げたりせずに、笑顔を見せましょう。欧米などを旅行すると、現地の人と目が合うと笑顔を見せる人が多いことに驚かされます。決して作り笑いではなく、このような笑顔が自然と顔に現れてくるような習慣を身につけたいものです。さらに一步踏み込んで、道に迷っているような外国人や人に何か聞きたがっている外国人がいたら、日本語でもいいので思い切って声をかけてみましょう。このようなところから、国際交流が広がります。

【外国人についての知識を深める】

様々な国の外国人が北海道を訪れています。国民性の違いなどから国によって考え方や生活スタイル、旅の仕方が異なっています。ここは日本なので、基本的に日本流のやりかたで構わないのですが、ただ一方的に日本のサービススタイルを押しつけるのではなく、それぞれの国の習慣や考え方を十分に理解し、それを尊重した上で、外国人と接していく姿勢が重要です。相手を正しく知ることが、インバウンドを考える第一歩と言えます（「外国人をもっと知ろう」参照）。



言語バリアフリー化の要点

<必要な場所には最小限必要な情報を>

【移動空間などでの情報提供の充実】

特に移動空間における二次交通への乗換情報などについて、可能な限り外国語で表示し、安全・便利に旅行ができるようにしましょう。その際、すべての部分を外国語にする必要はなく、本当に必要な場所で、そこに最小限必要な情報が伝わる外国語（英語もしくはピクトグラム）を表示しましょう。

【観光案内所での情報提供の充実】

外国人の多くが最も頼りにするのが観光案内所です。外国人が旅先で困ったときや地域の魅力を伝える場として、観光案内所での情報提供をもっと充実させましょう。できれば地域の観光資源や地域での楽しみ方などをまずは英語で紹介し、外国人に魅力的な観光を楽しんでもらうことが望まれます。

<費用をあまりかけずに効果的な情報提供を>

【言語バリアフリーは多言語化ではない】

外国人向けの観光パンフレットをつくと想定してみましよう。理想は有名観光地などでみられる多言語（英語、中文簡体字、中文繁体字、ハングル）のパンフレットをそれぞれ作ることです。しかし、一つの言語に対応する外国人の数を考えると、一般の地域で行うことは明らかに効率的ではありません。

多言語化を極端に進めると、文字量だけが增加して、かえってどこの国の人にも分かりにくいものが出てしまう例をよく見かけます。これでは元も子もありません。また、外国に行って、そこで日本語ばかりが目につくと興ざめになった経験のある人も多いかと思います。このようにやりすぎると逆効果になります。

むしろ1つのパンフレットの中に、英語と日本語を組み入れて、日本人にも外国人にも使えるパンフレットとすることが現実的です。

【翻訳にあまりお金をかけない方法も活用】

ここで問題になるのは翻訳です。最近ではさまざまな翻訳ツールも生まれており、それらを利用するのもお金をかけない一つの方法です。例えば、検索サイトのグーグルには、グーグル翻訳という機能があって、それを利用すれば簡易な翻訳ならばすぐにでも使えます。それを試してみるのもいいでしょう。そして多少英語のわかる人がいれば、これらのツールをうまく使いこなしてくれるでしょう。ただし、翻訳が間違ふことで外国人に不快な印象を持たれることもあるので、ケースによっては専門家に依頼することが必要です。

【様々な情報ツールの組み合わせで一層の効果を】

外国人に何かを伝えようとするとき、言葉がわからなければ手振りなどして何とか相手に伝えようとしています。もしそこに、関連するパンフレットなどがあればより分かりやすくなります。漢字のわかる中国人であれば、筆談という方法もあります。このように、外国人とのコミュニケーションは一つの情報ツールだけで考えるのではなく、より多くのツールを活用、あるいは他のツールと相互補完させることが重要です。もちろん「人」も重要な情報ツールといえます。

それぞれのツールに「完璧」を求めるのではなく、ツールの組み合わせにより、より分かりやすく情報伝達させる工夫が重要です。

<情報の質を高める>

【情報の優先順位をつける】

情報に優先順位をつけて、どのような情報を優先的に外国語に翻訳して伝えるかが重要です。例えば、外国からの旅行者には、特に以下の点での不安があり、その解消が必要です。

- ① 身の安全に関わること …… 事故、急病など緊急時の対応
- ② 金銭の支払いに関わること …… 分かりやすい会計表示
- ③ スムーズな交通・移動に関わること …… 外国人に分かりやすい時刻表、乗換表示など

【ネイティブチェックの必要性】

地域のインバウンド対応として、誤った情報を伝えたことで、大きなトラブルにもなるケースも予想されます。そのため、定期的にネイティブの留学生や専門家などによる地域の標識やサイン、印刷物などのチェックを行うことが必要です。

<まずはできることから始めよう>

地域で取り組む言語バリアフリーの対応については、予算の制約などから実際に実施できることは限られてきます。しかし、地域の特性を生かし、また知恵を出すことで比較的安価で、効果的な方法も発見できるはずです。

次ページの表は、主に費用的な面から、取組内容を以下のような3段階に分けて示したものです。地域の実情により、あるいは地域におけるインバウンド対応の緊急度によりその内容は大きく変わるとは思いますが、このあたりを総合的に判断し、地域にとって無理がなく継続的に対応できる方法を見出すことが必要です。

レベル1は、とにかく費用をかけないで自分たちで今すぐできるもの

レベル2は、身近にいるネイティブなどを活用してもう少しレベルの高いもの

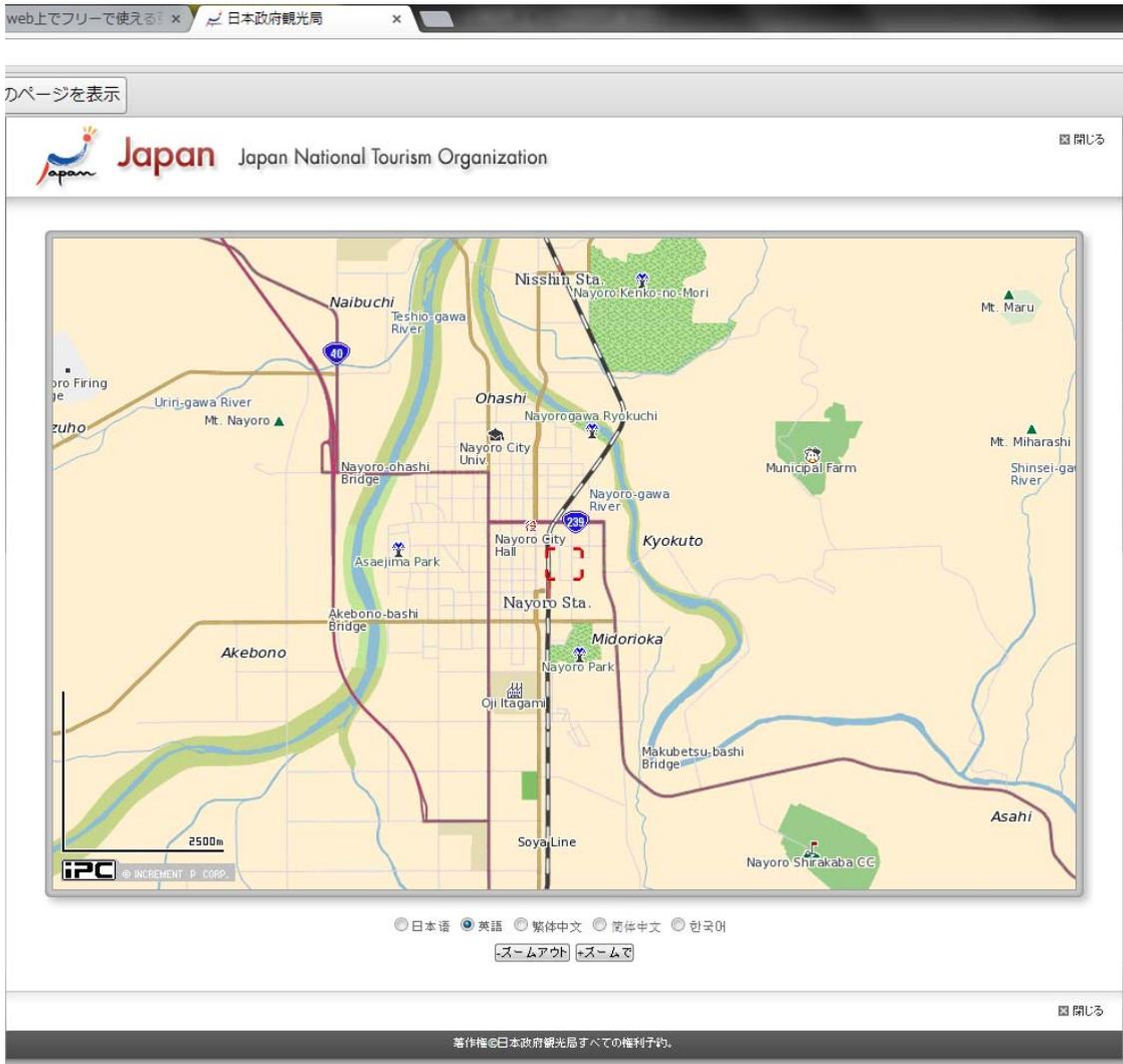
レベル3は、専門家をお願いするなどより正確で外国人から見て信頼できるもの

C 外国人を受け入れるにあたって

C-2 段階的言語バリアフリー化の取組

対応分野	レベル1	レベル2	レベル3
1. 翻訳	<p>● 既存の翻訳物を活用</p> <p>費用はほとんどかからないが複雑なものには対応できない。</p> <p>● 本マニュアルの言語対照表を活用</p> <p>無料ですぐに活用できるが、訳語の項目は限られている。</p>	<p>● 身近な外国人に依頼</p> <p>留学生や在住外国人に協力を依頼すると、比較的安くつくることができる。ただし翻訳内容に高度な信頼度を求めることはできない。</p>	<p>● 翻訳の専門家に依頼</p> <p>費用は高いが必ずネイティブの専門家のチェックが入るので精度は高い。</p> <p>信頼度が要求されるケースでは、専門家をお願いするのが望ましい。</p>
2. 通訳・案内	<p>● 自身の対応能力を向上</p> <p>外国人対応の基本的な接遇の仕方について、自分たちで身につける。観光庁では研修に関する情報や資料を随時供している。</p> <p>http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/setsugu.html</p>	<p>● ボランティアガイドに依頼</p> <p>有料にすると、違法なので注意。また免責についても事前に考慮しておくことが必要。</p>	<p>● 通訳案内士に依頼</p> <p>北海道内に有資格者は少ないので地元でその人材を確保するのは難しい。</p>
	<p>● 指さし会話集を活用</p> <p>言葉が不自由でも、使い慣れてくれば指さし会話集も結構使えるコミュニケーションツールとなる。指さし会話集は各自自治体や関係機関で作成したものをダウンロードできる。</p> <p>例：北海道「カンタン3カ国語 指さし会話集」 http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/660-kantan-yubisasi-kaiwasyu/kaiwasyu-top.htm</p>		<p>● デジタルサイネージ(電子看板)を活用</p> <p>言語別に地域の案内をするデジタル情報機器を導入。無人でも外国人観光客にとって必要な最小限の情報を提供できる。</p>
3. リーフレット作成	<p>● 既存のリーフレットを改良</p> <p>日本語リーフレットの改訂版を作成する際、可能な限り英語を併記する。多言語併記もあるが、誌面デザインとの関係で表示言語数を決定。</p>		<p>● 多言語版を作成</p> <p>特定の外国人観光客の来訪が見込まれる地域では、それに対応するリーフレットを言語別に作成することが必要。</p>
4. マップ作成	<p>● 手づくりで作成</p> <p>地元でアピールしたい観光ポイントを手づくりマップで紹介。</p> <p>● 日本政府観光局のマップを活用</p> <p>地域を含むある程度の広域マップを活用したい場合は、日本政府観光局のマップを活用できる。 http://www.jnto.go.jp/map/eng_map/</p> <p>● google map 英語表記版の活用</p> <p>https://maps.google.com/maps?hl=en</p>	<p>● 既存のマップを改良</p> <p>上記リーフレットと同じ考え方で作成</p>	<p>● 多言語マップを作成</p> <p>上記リーフレットと同じ考え方でオリジナルマップを作成。一度ベースマップを作れば、いろいろと汎用性が高い。</p>
5. WEB(ウェブ)サイト作成	<p>● 既存を改良</p> <p>現在のWEBサイトのタイトルや小見出しなどをできるだけ英語でテキスト表示をする。これにより検索ヒット率が高まるとともに、写真と小見出しなどから外国人も地域の状況のある程度把握することができる。</p>	<p>● 英語版を作成</p> <p>日本語とは別に英語のWEBサイトをつくる。大変なのは情報の更新で、英語のできるスタッフの確保が必要。</p>	<p>● 多言語版を作成</p> <p>英語、中国語(繁体・簡体)、韓国語の4カ国語表示が理想。どの画面からも他の言語に切替え可能なものをつくと、タブレット端末を使い外国人に地域を分かりやすく説明することができる。</p>

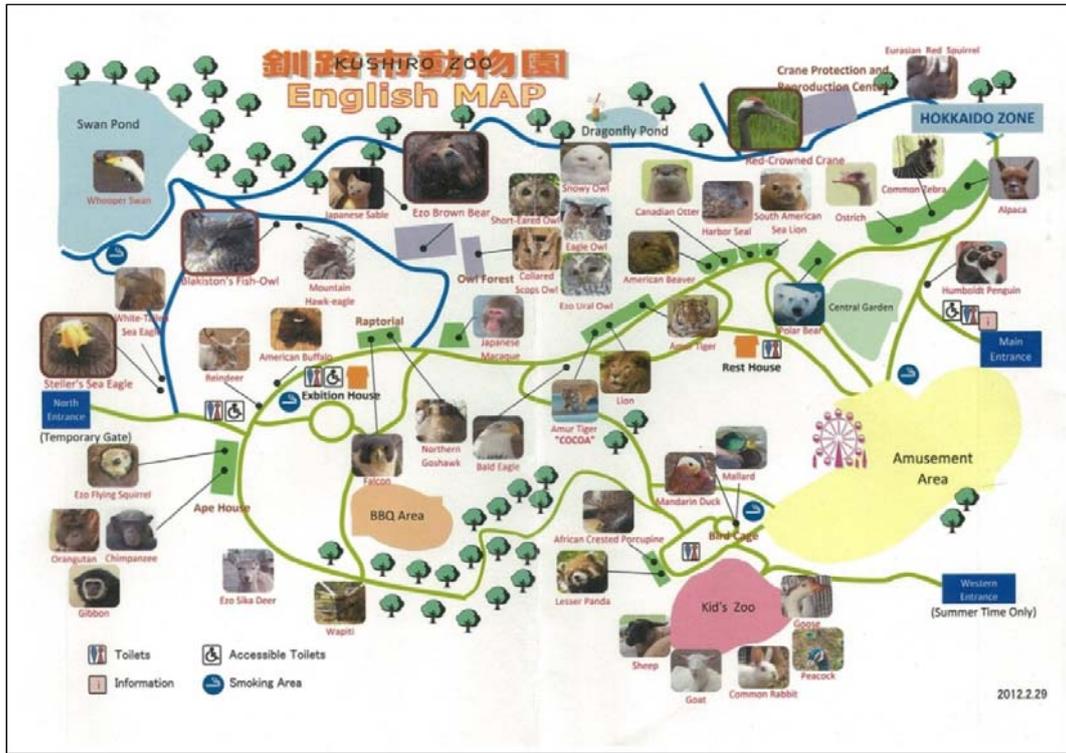
英語表記のマップ例（日本政府観光局のマップ）



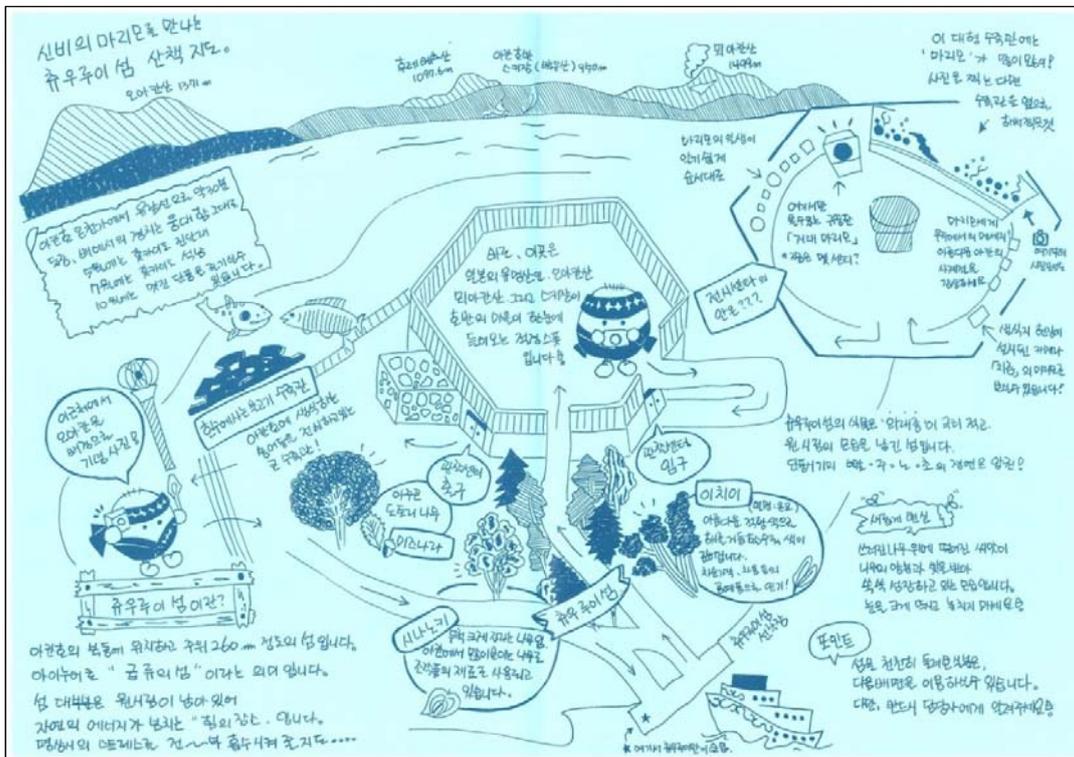
オンライン翻訳サービスの画面（Google）



手づくりマップの事例1 (釧路市動物園の職員の手づくり英語マップ)



手づくりマップの事例2 阿寒湖まりも倶楽部の人たちが手づくりで作成した多言語マップ (4言語で作成、以下は韓国語版)



C 外国人を受け入れるにあたって

C-3 情報提供の場所と求められる情報内容

外国人の行動に沿って、どこでどのような情報を提供することが重要になってきます。以下の表は、外国人観光客が北海道に到着時から北海道を離れるまで、各行動場面で必要になる情報内容を示したものです。これを見ると、情報を必要とする場面は非常に多いことがわかります。

外国人観光客の行動と情報支援のポイント

観光客の行動	発生しうる不安、求められる情報提供機能	場所別対応ポイント
地域の交通拠点に 到着 バス、タクシー等に 乗換	<ul style="list-style-type: none"> ・2次交通の乗り方が分からない ・精算が不安 <div style="border: 1px solid green; padding: 2px;"> 交通情報、乗換情報、目的地の情報 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ・交通拠点の窓口での対応 ・交通拠点の掲示物、サイン等での誘導、情報提供 →駅・ターミナル参照 ・バス・タクシー車内での対応 →バス・タクシー参照
目的地に到着	<ul style="list-style-type: none"> ・地域のことがわからない ・観光地の詳しい情報が欲しい。 <div style="border: 1px solid green; padding: 2px;"> 観光地情報、宿泊施設情報、飲食店情報 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ・観光案内所での対応 ・観光案内所のリーフレット、マップ等での情報提供 →観光案内所参照 ・観光地内の掲示物、サイン等での誘導、情報提供 →印刷物参照、まち歩き参照
食べる	<ul style="list-style-type: none"> ・注文できるか不安 ・メニューが理解できない ・精算が不安 <div style="border: 1px solid green; padding: 2px;"> メニューの内容に関する情報、価格の情報 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ・飲食店スタッフの対応（歓迎～注文～清算） ・メニューでの情報提供 ・店内の掲示物、サイン等での誘導、情報提供 →飲食店参照
見る	<ul style="list-style-type: none"> ・観光ポイントまでの道順がわからない ・観光のポイント、関連情報がわからない <div style="border: 1px solid green; padding: 2px;"> 観光ポイントまでのアクセス情報、観光資源情報 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ・路上等のサインでの誘導、情報提供誘導標識の設置 →まち歩き参照 ・観光ポイントにおける解説板等での情報提供 →観光施設・トイレ参照
買う	<ul style="list-style-type: none"> ・土産品の情報が分からない <div style="border: 1px solid green; padding: 2px;"> 各店舗での分かりやすい商品情報、購入案内情報 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ・店舗スタッフの対応（歓迎～清算） ・店内での掲示物による情報提供 →商店（土産品店）参照
泊まる	<ul style="list-style-type: none"> ・泊まれるか不安 ・宿泊施設のルールが分からない ・精算が不安 <div style="border: 1px solid green; padding: 2px;"> 宿泊施設におけるわかりやすい案内、サービス情報 </div>	<ul style="list-style-type: none"> ・宿泊施設スタッフの対応（予約～歓迎～食事の提供～清算） ・館内施設等の掲示物での情報提供 ・部屋内での情報提供 ・入浴場などの情報提供 →宿泊施設参照

D 施設・拠点別情報提供の留意点

D-1 駅・ターミナル

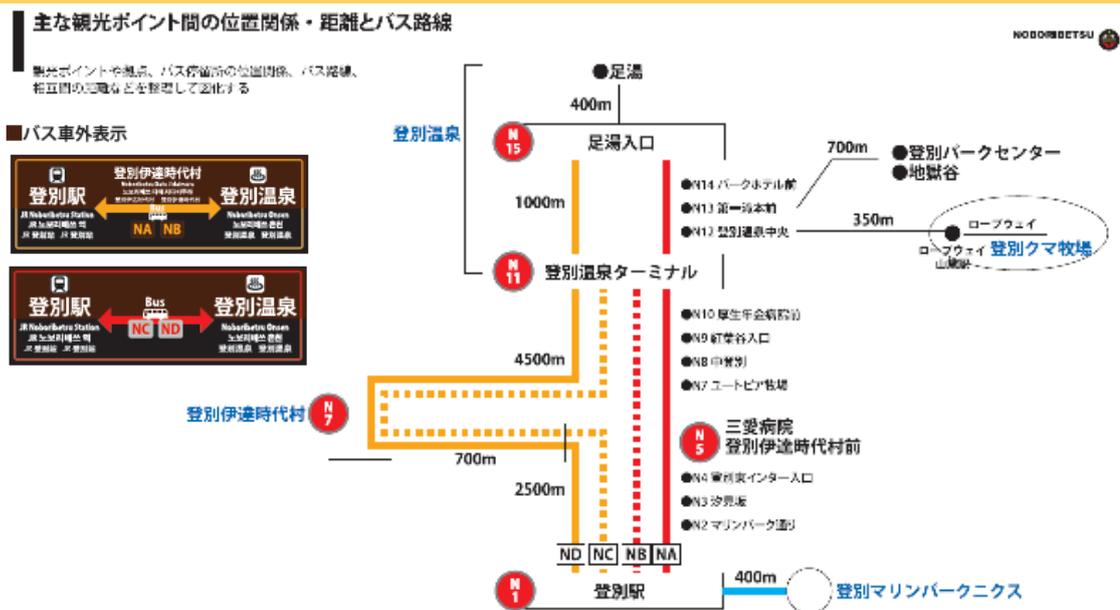
ミニマム
ポイント

- ①行き先、停まる・降りる場所をローマ字併記
- ②料金表、時刻表、路線図を多言語
- ③言葉で説明が難しいことは、絵や写真で説明

1 路線図

- 外国人観光客の利用が多い路線、駅名やバス停名にローマ字を併記します。
- バスなどでは直行ではなく「経由便」だと不安で乗りづらい場合があるので、「□と□に乗れば○○に着く」ということが分かるようにします。
- 路線を色分けしたり、駅名やバス停名を数字や英語で表すなど、「色」や「数字・英語」で、誰でも分けが分かるようにします。

例 文字を読まなくても「N1」などのIDで探せるように、外国人観光客がよく利用するルートにはNA・NB・、バス停にはN1・N2・と表記（ID化）（北海道・登別）



例 バスの車体が異なる場合は、バスの写真を掲示（福島県・会津若松）



× 「特急」「急行」「快速」の違い、「高速バス」と「特急バス」の区別などが、外国人には分かりづらい、という声をよく聞きます。右のような掲示方法だけでは乗り場に困るので、補足の説明が必要です。



2 時刻表

- 左端に時、その右側に分を示す「時刻表」の見方が分からない場合が多いので、「時刻表（タイトル）」「行き先」「時・分の区分」を多言語化します。
- 曜日限定、期間限定の運行（運休）なども多言語化します。



3 切符販売

<切符販売機では>

- 券売機によって買い方が異なるので、切符販売機の使い方を説明します。
- 金額の単位「円」が省略されていると分かりづらいので、表記します。
- 「子ども料金」「特急料金」「指定席料金」「乗り継ぎ料金」なども多言語化します。
- 行き先&料金一覧等を作成する時は、アルファベット順に並べるなど、外国人が探しやすいようにします。

<窓口では>

- 窓口での売買（精算）は、筆記か電卓等で数字を示し、相手に確認しながら行います。
- 周遊券やフリー切符などを使いたい、と思っている人も多いので、窓口や張り紙等で案内します。

4 乗り場

- 乗場が複数ある場合は、間違っ乗らないように、行き先をローマ字で示したり、番号で案内するなどします。
- 人が確認・案内できる場合は、行き先を確認し、降りる場所を案内します。
- バスやタクシーの乗り場についても、すぐ見つかるよう、掲示物で誘導します。

× タクシー乗り場は、「Taxi Stop」と「Taxi Stand」の2通りで英訳されています。同じ建物の中でも統一されていない場合があります。地域内、あるいはせめて同じ建物内では統一する方がよいです。



D 施設・拠点別情報提供の留意点

D-2 バス・タクシー

ミニマムポイント

- ①「整理券をとる」「降車ボタンを押す」ことを案内
- ②料金箱、両替箱を多言語
- ③タクシーは料金システムをあらかじめ説明できるものを用意

■バス

1 バス停

- バスは「前から乗る場合」「後ろから乗る場合」と、会社によって異なるので、「乗車口」の案内があると親切です。
- 整理券を最初にとる必要がある場合は、その案内を整理券取り口に示します。また、整理券の「使い方」についても張り紙をするなどします。

- 例 A** バス停に、「バスの乗り方のポイント」を掲示（北海道・釧路）
- 例 B** 整理券に案内を表記（三重県・伊勢/鳥羽）
- 例 C** 整理券の案内シール（茨城県・水戸/つくば）



- 左側に時、その右側に分を示す「時刻表」の見方が分からない場合が多いので、「時刻表（タイトル）」「行き先」「時・分の区分」を多言語化します。

- 例** 行き先がイメージできる写真を路線図と一緒に張ると、旅行者も安心（沖縄県・石垣）

Hour	For Iborome	Bus Terminal
7		
8		
9		
10		31
11	45	31
12		
13		
14		
15		
16		10(※) 31
17		31
18		35

2 車内

- 降車ボタンの使い方、運賃の払い方など、バスのルールについて張り紙をします。使い方はイラストや写真で説明すると分かりやすくなります。

- 例** 運賃の見方、降車ボタンの使い方、料金の支払方法の説明を車内に掲示（北海道・登別）

3 乗車案内

- 料金一覧表のバス停名には、ローマ字を併記します。
- 子ども料金の設定についても案内します。
- 携帯電話の普及率が高い国では、公共交通機関に乗っている間も携帯電話で話をするのが普通であるケースがあります。携帯電話を控えてほしい場合は、車内放送で案内したり、張り紙をします。

4 精算など

- 「整理券→お金」という精算手順、両替機などになじみがない場合が多いので、説明を張ったり、運転手が案内するようにします。

例 一目で利用目的が分かるように、運賃支払い箱にシンプルで見やすい案内シール（三重県・伊勢/鳥羽）

十分会話はできませんが、精算も、何となくコミュニケーションで対応できています。

（外国人観光客が多いバスの運転手の話）



タクシー

1 受け入れ

- 外国人から見てドアの自動開閉は珍しく、自分で閉めようとする場合があります。ドアを閉める際に「This is an automatic door（これは自動ドアです）」とひと声かけたり、張り紙をします。

2 行き先を聞く

- 呼び出した場合の加算料金、早朝・深夜料金の割増、高速道路分の加算などについては、最初に説明書きを示すなどして、あらかじめ了解してもらいます。
- 外国人観光客がよく行く先がある場合は、おおよそかかる料金表を作成しておきます。
- 行き先については発音だけでなく文字で確認します。
- コミュニケーションには、想定されるやりとりと行き先をまとめた「指さし会話シート」を作成しておく便利です。 **E-4 指さし会話 参照**
- スマートフォンやタブレット、パソコンなどで使える翻訳ツール等の利用も効果的です。



スマートフォンの音声翻訳アプリケーションを利用しています。これを利用するようになって、行き先を間違えるなどのミスはほとんどなくなりました。

（外国人観光客が多いタクシーの運転手の話）



3 精算など

- メーターに加算した料金を請求する際には、筆記か電卓等で数字を確認しながら行います。
- 乗車時と同様、ドアが自動で開く旨を伝えます。

D 施設・拠点別情報提供の留意点

D-3 観光案内所

ミニマム
ポイント

- ①観光案内所の場所が分かるように
- ②よくある質問、求められる資料は集めて整理し、マニュアル化
- ③インターネット接続ができる環境づくり

1 場所案内

- 観光案内所のマークは「i」か「?」を用いますが、地域内で統一します。
- 観光案内所の看板は外国人観光客にも見つけやすい内容・配置とします。多言語で表記してあると、外国人観光客も訪れやすくなります。



(鳥取県・鳥取)

2 資料提供

- 地域内で作成している外国語併記のあるパンフレットや地図を確保し、常備します。
- パンフレットやマップなどを置くときには「英語版」などの表記をはっきり示します。外国人観光客が自ら探す時、あるいは窓口でこちらから渡す時、間違えず、効率的に行えます。
- 問い合わせが多い内容（良く行く観光施設、宿泊施設、飲食店、お店、交通機関等の資料など）は、所在地、行き方、料金、営業時間、時刻表などをまとめたものを作成しておきます。
- 個人観光客は「どのぐらい距離があるのか」「どのぐらい時間がかかるのか」「交通手段はあるのか」などをよく尋ねますので、それらを説明できる資料やマップなどを用意します。

3 休憩スペースなど

- 外国人観光客が座って休憩できる場所を確保します。
- インターネットで情報収集しながら旅行する外国人観光客が増えており、インターネット接続ができる環境づくりが求められています。地域の中で、インターネットが無料で利用できる公衆無線 LAN、アクセスポイントがある場合は紹介します。また、観光案内所内で無料公衆無線 LAN が利用できる場合は、そのことが分かるように表示します。



JNTO 認定外国人観光案内所（ビジット・ジャパン案内所）について

- 日本政府観光局（JNTO）では、外国人観光案内所の認定を行っており、平成 25 年 1 月現在、342 か所を指定しています。立地、機能等により案内所を三つのカテゴリー及びパートナー施設に分け、3 年ごとの更新制とすること等により、案内所の質の向上・質の担保を図ります。区分と基準については次の通りで、カテゴリー 3 が最も高いレベルです。これらの観光案内所に認定されると、機能向上の支援サポートがあるほか、JNTO の外国語ウェブサイトや海外事務所を通じて情報発信が行われます。



JNTO 認定外国人観光案内所のシンボルマーク

カテゴリー1	常駐でなくとも何等かの方法で英語対応可能。地域の案内を提供。
カテゴリー2	少なくとも英語で対応可能なスタッフが常駐。広域の案内を提供。
カテゴリー3	常時英語・中国語・韓国語による対応が可能。全国レベルの観光案内を提供。原則年中無休。Wi-Fi あり。ゲートウェイや外国人来訪者の多い立地。
パートナー施設	観光案内を専業としない施設であっても、外国人旅行者を積極的に受け入れる意欲があり、公平・中立な立場で地域の案内を提供。

★現在指定されている場所など、詳しいことは日本政府観光局（JNTO）のホームページに記載されています。 http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/visitor_support/tic/list.html

D 施設・拠点別情報提供の留意点

D-4 観光施設・トイレ

ミニマム
ポイント

- ①料金に関する説明は多言語で
- ②注意事項、禁止事項の翻訳は適切に。ピクトグラムも有効
- ③日本人ならば説明不要なもの・ことにも、簡単に説明を

1 歓迎

- 「ようこそ〇〇へ」という歓迎の言葉が多言語で掲げられていると、おもてなし度が高まります。

× 多言語化する場合、「自分の国の言葉だけない」というイメージを持たれないよう、来訪する外国人の国籍に応じて多言語化します。(中文の場合、簡体字だけ、もしくは繁体字だけだと、併記がない方から“歓迎されていない”という印象を持たれますので、どちらも記載することとします。)

2 入場券販売

- 「子ども料金」の説明として「小中学生」と記載すると、対象年齢が異なる国もあるので、「〇～〇歳」と記載します。
- 数字の発音は難しく、間違って伝わるとトラブルのもとになります。複数枚を販売する場合は、レジで金額が表示されない場合などは、電卓を使って金額を示し、相手に確認しながら販売します。

3 誘導

- 注意事項は、国独自の言い回しがあったり、日本語直訳だと不適切なケースもあるので、正確かつ適切な翻訳を行います。
- 文字の表記がなくても理解できる「ピクトグラム」を活用します。

【例】多くの外国人がピクトグラムだけで理解できる主な案内表示



G-1 翻訳事例集1 参照

× ピクトグラムは便利ですが、使い方によっては混を招きます。右の写真の場合、車椅子利用者の専用の駐車ですが、「車椅子を置くところ」と間違われる可能性があります。



4 解説・サービス

- 解説板での案内が多言語でない場合は、多言語の解説を別途作成するなど、外国人観光客にも解説が伝わるようにします。
- 昔の道具など、日本人ならば説明がなくても分かる道具でも、外国人観光客には分からない（でも興味がある）場合が多いので、多言語で説明します。
- 各種体験などを行っている場合も、外国人観光客が参加しやすいよう、多言語で案内します。
- 「さわらないで下さい」「写真撮影は禁止です」などの禁止事項も多言語で示します。

× 注意事項を多言語化する場合、中国語だけ、韓国語だけ、など（英語以外の）限られた言語のみで示すと「自分の国だけ注意されている」と思われるので、複数の言語で注意書きを示すようにします。（または、英語併記のみにします。）

- 「この水は飲めません」「落雪（つらら）に注意してください」「鳥の糞に注意してください」なども多言語化します。

5 トイレ

- 車いす使用者が利用しやすく、おむつ交換ができるスペースもある「多目的トイレ（多機能トイレ）」になじみのない外国人観光客もいます。どのような方が利用できるのか分かるピクトグラムを掲げたり、性別を問わずに利用できることが分かるような表記にします。
- 「身障者」は、直訳すると差別的表現と受け止められることもあるので「バリアフリー」という表現を用いて、「barrier-free restroom」などと表記します。
- 使用済みのトイレットペーパーは流すこと、温水洗浄機能付き便座・消音ボタン・除菌クリーナーの説明についても多言化します。
- 水洗ボタン（レバー）が分かりづらく探せない、非常ボタンを水洗ボタンと間違えて押してしまう、というようなことが起こらないよう、水洗ボタン（レバー）の場所を示したり、非常ボタンの説明を張ったりします。

このボタンは非常ボタンです。
 This is an emergency button.
 该按钮是紧急按钮。
 該按钮為緊急按钮
 이 버튼은 비상버튼입니다.

D 施設・拠点別情報提供の留意点

D-5 飲食店

ミニマム
ポイント

- ①「材料」と「調理方法」は簡単に多言語化
- ②メニューは数字や写真で、注文をしやすく・受けやすく
- ③「お通し」「サービス料」などは説明を

★次の web サイトでも、飲食店での対応ポイントが詳しく記載されています。

観光庁 『多様な食文化・食習慣を有する外国人客への対応マニュアル』
http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/sangyou/taiou_manual.html
 日本政府観光局（JNTO） 飲食施設における一般的な留意事項（宿泊施設・飲食店）
http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/visitor_support/reception/restaurant/manner.html

1 歓迎、席への案内

- 「ようこそ」という歓迎の言葉が自分の国の言葉で掲げられていると、「この店は入っても大丈夫」という安心につながります。
 - × 「ようこそ」を多言語化する場合、「自分の国の言葉だけない」というイメージを持たれないよう、来訪する外国人の国籍に応じて多言語化します。（中文の場合、簡体字だけ、もしくは繁体字だけだと、併記がない方がから“歓迎されていない”という印象を持たれますので、どちらも記載することとします。）
- 笑顔で迎えられると、「自分に好意的だ」と安心します。ただし、意味のないテレ笑い、うすら笑いは、バカにされたと受け取る人もいるので注意します。
- 多くの国では公共の場での禁煙・分煙が進んでいます。喫煙・禁煙について尋ね、席を案内します。

2 メニュー

- メニューは言葉の説明より写真の方が伝わる場合も多いです。スープなのか、ご飯なのか、炒め物なのかなども一目で分かります。
- 食材や調理方法の説明書きを加えると、誤解を受けにくく、食物アレルギーの方や、宗教や食習慣上「食べられないもの」がある（詳しくは次のページ参照）人も安心して選ぶことができます。
- メニューに番号を付けると、注文もしやすく、注文を受ける側も間違えません。また、数字は発音だけでは聞き間違えるので確認し合います。
- 簡単なやりとりは、「指さし会話集」を利用します。

★指さし会話集がダウンロードできる web サイト

北海道『カンタン3カ国語 指さし会話集』
<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/660-kantan-yubisasi-kaiwasyu/kaiwasyu-top.htm>
 札幌市 指差し接客会話シート
<http://www.city.sapporo.jp/keizai/shotengai/helpo.html>

3 精算

- 海外ではテーブルで支払うことが多いので、レジでの支払いをお願いしたい場合は、「お支払いはレジで」とあらかじめ表記しておきます。
- 海外には「お通し」がないので支払時にクレームになることがあります。飲食にかかる税金、サービス料金とともに説明と金額を示します。

宗教や食習慣上「食べられないもの」について

- 食材は、食物アレルギー以外にも宗教や食習慣による「食べられないもの」への配慮が必要です。

【食べられないもの一覧】

※五葷（ごくん：ニンニク、ニラ、ラッキョウ、玉ねぎ、アサツキ）

宗教・習慣	肉	魚介類	乳製品	卵	野菜	アルコール	調味料、油
イスラム教徒	豚 適切な処理 でない肉	ウナギ、イ カ、タコ、貝類				全般	豚由来 漬け物などの 発酵食品
ヒンドゥー教徒	牛、豚	全般		(食べない人 もいる)	五葷※		肉・魚由来
ユダヤ教徒	豚・馬 適切な処理 でない肉	ウナギ、イカ、 タコ、エビ、 カニ、貝	(肉類と乳製 品の組み合 わせはNG)				豚由来
ベジタリアン	全般	全般	(食べない人 もいる)	全般	根菜類 五葷※		肉・魚由来

- イスラム教徒やヒンドゥー教徒が多い店では次のようなことも留意します。
 - ・イスラム教徒は、豚の姿を見ることも嫌がるので、イラストや写真を掲載するのは避ける。
 - ・ヒンドゥー教徒は、右手は神聖な手、左手は不浄な手なので、給仕する際には必ず右手を使う。

食べ物、飲み物、喫煙についての好み、考え方

国	食べ物	飲み物	喫煙について
中国 台湾 香港	(中)量も品数也多め。ピュッフエが好まれる。スープ類、食後の果物を好む。 (中)出身地で味の好みが違うので醤油や唐辛子を出しておくとうまい。 (台)小出しより、小皿が並んでいる方が好まれる。 (中・台)酸っぱい料理は苦手。 (台・香)食べられない刺身を鍋に入れて食べることがあり、夏でも鍋は好まれる。 (共通)わさびは良く使う。	(共通)食前・食後に温かいお茶を飲む。 (共通)冷たいものは好まない。	(香)分煙が徹底されている。
韓国	ご飯、汁物、漬け物が基本で汁物が好まれる。 キムチやコチュジャン、赤味噌など添えると喜ばれる。 ※器を持って食べないのでスプーンを添える。ご飯もスプーンを使う。	麦茶、トウモロコシ茶、水	公共の場での禁煙化が進んでいる。
アメリカ	ベジタリアンが増えている。 カロリー表示があると良い。		公共の場での喫煙が禁止されている。
ヨーロッパ	(イギリス)動物愛護心が高く、馬肉や鯨肉、活造り、踊り食いは好まない。ベジタリアンが増えている。 (フランス)パンはお代わり自由が一般的。追加料金が必要な場合は事前説明を。デザートを好む。 (ドイツ)オーガニック食材が好まれる。	(フランス)お茶は有料の場合が多く、無料である説明を。 (ドイツ)女性はビールもワインも好む。	公的な場所での禁煙は浸透している。
オーストラリア	食後のデザート(甘味)を好む ×捕鯨に否定的な国なので、鯨料理は出さない。		分煙が確立している。

D 施設・拠点別情報提供の留意点

D-6 商店（土産品店）

ミニマム
ポイント

- ①商品は見本を示し、試食ができるように
- ②注意事項はあらかじめ張り紙を
- ③「使い方」など、文字説明が複雑になるものは写真で説明

1 出迎え

- 「ようこそ」という歓迎の言葉が自分の国の言葉で掲げられていると、「この店は入っても大丈夫」という安心につながります。

× 「ようこそ」を多言語化する場合、「自分の国の言葉だけない」というイメージを持たれないよう、来訪する外国人の国籍に応じて多言語化します。（中文の場合、簡体字だけ、もしくは繁体字だけだと、併記がない方から“歓迎されていない”という印象を持たれますので、どちらも記載することとします。）

- 最初に笑顔で迎えられると、「自分に好意的だ」と安心します。ただし、意味のないテレ笑い、うすら笑いは、バカにされたと受け取る人もいますので注意します。

2 商品陳列

- 商品名については、英語併記（アジアのお客さんが多い場合はその国の言葉）で表記します。
- 食品については、試食のサービスが喜ばれます。注目度も高まりますし、販売率も高まります。「試食できます」という張り紙を示すなど試食をアピールします。
- 食べ物でない場合も、中身が分かるように「見本」を示しておくことで安心して買ってもらえます。また、中身を空けられることも防げます。
- 外国人観光客にとって使い方になじみのない商品は、その使い方を写真や文章で説明します。
- 工芸品や加工食品など、「小さいけれど高い」お土産については、商品の価値について説明を加えると購買につながります。
- 知人・親族にお土産を配るという習慣はアジア人に多く見られます。欧米人の場合は、自分の記念として買い求めることが多いようです。
- 中華圏は、割引より、「5個買ったなら1つおまけを付けます」など「おまけつき」を好む傾向があります。また、「○割引」と言わず「○掛け（「折」という言葉を使います）」と表すため、「10%引き」よりも「90%で買える」という表記の方がお得感が伝わるようです。

！ 「1割引」は10%オフですが、「1折」は10%で買える=90%オフ、となります。間違えないようにしましょう。

- 「壊れやすいので手を触れないでほしい」「店内への飲食持ち込み禁止」など、注意書きについてはあらかじめ張り紙、掲示をしておくことがトラブルの未然防止につながります。その際の張り紙、掲示の留意点としては次のようなことがあります。

× 注意事項を多言語化する場合、限られた言語のみで示すと「自分の国だけ注意されている」と思われるので、複数の言語で注意書きを示すようにします。（または、英語併記）

3 精算

- 価格の交渉を口頭でやりとりすることが多い国もあり、値引きを依頼される場合があります。値引きができない場合は、笑顔で「すみませんが、できません」とはっきり答えます。「値引きは行っていません」という張り紙をレジに掲示しておく、指をさしながら断ることもできます。
- 数字の発音は難しく、間違って伝わるとトラブルのもとになります。レジで金額が表示されない場合などは、電卓を使って金額を示したり、数字を書いて、相手と確認しながら精算します。
- 中国では貨幣（人民元）の国外持ち出しが制限されているのでクレジットカードや銀聯カード（デビットカード）をよく利用するので対応できると喜ばれます。
- 簡単なやりとりは、「指さし会話集」を利用します。

★指さし会話集がダウンロードできる web サイト

北海道『カンタン3カ国語 指さし会話集』

<http://www.pref.hokkaido.lg.jp/kz/kkd/660-kantan-yubisasi-kaiwasyu/kaiwasyu-top.htm>

札幌市 指差し接客会話シート

<http://www.city.sapporo.jp/keizai/shotengai/helpo.html>

D 施設・拠点別情報提供の留意点

D-7 宿泊施設

ミニマム
ポイント

- ①和室、浴衣、風呂場、和式トイレ等の使い方を説明。絵や写真も効果的
- ②料金システム、時間に関することは、説明プリントを用意
- ③注意事項はあらかじめ張り紙を

★次の web サイトでも、宿泊施設での対応ポイントが詳しく記載されています。

日本政府観光局（JNTO） 飲食施設における一般的な留意事項（宿泊施設・飲食店）
http://www.jnto.go.jp/jpn/reference/visitor_support/reception/restaurant/manner.html

1 予約

- クレジットカード番号で予約を受ける「ギャランティリザベーション制度」を活用すると、世界中から直接予約を受けることができ、直前キャンセルの回避、予防にも有効です。予約の際にクレジットカードの番号を聞く場合は、安全上、電話で直接尋ねるようにします。
- メールでの問合せには電話あるいは FAX で内容を確認します。相手の国との時差もちゃんと考慮して連絡するようにします。

よくある質問は「禁煙・喫煙室の有無」、「子供料金」、「バス・トイレ付」、「インターネット環境の有無」、「アクセス」です。同じような質問が多く、じきにパターン化されるので、それらに対応できれば十分だと思います。

(外国人宿泊客が多い旅館の話)



2 出迎え

× 日本の旅館でよくある「黒い板に白い文字でお客様の名前を書くこと」は、中国、台湾では葬式のイメージがあるので好まれません。

- 笑顔で迎えられると、「自分に好意的だ」と安心します。ただし、意味のないテレ笑い、うすら笑いは、バカにされたと受け取る人もいますので注意します。

いつでもニコニコと対応するのが旅館を営む者の務めだと思っていたら、「日本人は不気味な笑いをする」「無意味な笑いをする」などと言われたこともあります。笑顔でさえ国によって意味が違うのです。今は、笑顔を見せていい場面とそうでない場面を分けています。

(外国人宿泊客が多い旅館の話)



- 「いらっしゃいませ」という一言が多言語で示されているだけでも、気持ちが伝わります。

× 多言語化する場合、「自分の国の言葉だけない」というイメージを持たれないよう、宿泊に来る外国人の国籍に応じて多言語化します。(中文の場合、簡体字だけ、もしくは繁体字だけだと、併記がない方から“歓迎されていない”という印象を持たれますので、どちらも記載することとします。)

3 館内・部屋案内

- あらかじめ説明しておくといわれることは、プリントなどを用意し、チェックインの際に渡します。
 - ・ 時間に関わること（食事、門限、チェックアウト、入浴時間、男女の風呂の入れ替えなど）。
 - ・ 部屋を利用するにあたって理解してほしいこと（外出時に鍵を置いていく、不在の間に布団を敷く、清掃中は部屋に入れない、など）
 - ・ 和室の基本的な使い方（冷暖房の使い方、浴衣の着方、スリッパは脱ぐ、布団は後で敷く、備品の持ち帰り範囲など）

G-1 翻訳事例集 1 参照



- 体格が大きな人が宿泊する場合は、布団を2枚用意したり、大きめのサイズにしておきます。
- インターネットの接続サービスがある場合は表記します。
- 避難ルートについては、図で示すか、外国人観光客にも分かるような説明を用意します。
- 館内の施設・設備で説明があった方がよいところには多言語で張り紙をします。
 - ・ 喫煙所の案内
 - ・ ごみの分別案内
 - ・ 国際電話のかけ方（公衆電話がある場合）
 - ・ 使用済みのトイレトペーパーは流す、温水洗浄機能付き便座・消音ボタン・除菌クリーナーの使い方など
- 水のボトルはサービス（無料）の国もあるので、有料の場合は、有料である旨を示しておきます。

4 食事

- 食材や調理方法の説明書きを加えると、誤解を受けにくく、食物アレルギーの方や、宗教や食習慣上「食べられないもの」がある（詳しくは飲食店のページ参照）人も安心して料理を楽しめます。
 - ・ ビュッフェの場合、どのような料理なのかメニューの説明を多言語で表記します。
 - ・ セットメニューの場合、食材と調理方法を説明した「お品書き」を卓上に用意しておきます。

5 入浴案内

- 入浴の際の留意事項（入る前にかけ湯をする、タオルは浴槽に入れない、滑りやすいので注意するなど）は張り紙をします。

× 注意事項を多言語化する場合、中国語だけ、韓国語だけ、など（英語以外の）限られた言語のみで示すと「自分の国だけ注意されている」と思われるので、複数の言語で注意書きを示すようにします。（または、英語併記のみにします。）

- 家族風呂の場合、自分の入浴後にお湯を抜くのが一般的なので、「栓は抜かないでください」と張り紙をしておきます。

共同風呂の栓を抜いたり、浴槽内で体を洗ったりというトラブルがありますが、文化・習慣の違いが原因。トラブルが起こるたびに、風呂の入りをイラストと英語で説明を書いて貼るなど、あちこちにイラスト入りの館内表示をしています。
(外国人宿泊客が多い旅館の方の話)



- アメリカでは温度を摂氏 (°C) ではなく華氏 (°F) で示すので、華氏表示があると親切です。

摂氏 (°C)	0	20	30	36.5	100
華氏 (°F)	32	68	86	97.7	212

6 精算

- サービス料、入湯税、飲み物などの別料金について、誤解のないよう対応します。
- カードが利用できる場合、使えるカードを表記します。
- ゆうちょ銀行とセブン銀行の ATM は、海外発行のカードに対応していますので、ATMの場所を尋ねられたら、案内します。

7 見送り

- 忘れ物がないよう、チェックは入念に行います。
- 出迎えと同様、温かい見送りが好印象につながります。

※ その他

- イスラム教徒は1日に5回の礼拝を行います。方角（東西南北）を尋ねられる場合があるので確認しておきます。
- イスラム教のラマダン期間中に夜明け前と夜の食事にイスラム教徒の好みに合わせた料理を提供できれば、とても喜ばれます。
- 傘の貸し出しサービスやレンタサイクルなどを案内すると、喜ばれます。

D 施設・拠点別情報提供の留意点

D-8 まち歩き

ミニマム
ポイント

- ①数字で歩く順番を示せば、文字が読めなくても歩ける
- ②距離や方向はできるだけ細やかに掲示。写真を用いて分かりやすく
- ③降雪、夜間でも目立つ場所に看板を設置

1 歓迎

- 「ようこそ〇〇へ」という歓迎の言葉が、観光客の目につきやすい場所に掲げられていると、おもてなし度が高まります。

- × 多言語化する場合、「自分の国の言葉だけない」というイメージを持たれないよう、来訪する外国人の国籍に応じて多言語化します。(中文の場合、簡体字だけ、もしくは繁体字だけだと、併記がない方から“歓迎されていない”という印象を持たれますので、どちらも記載することとします。)

2 観光案内版 (マップ)

- マップには「現在地」「方位」「縮尺」を、また入り口がある場合は「入口」を必ず示します。
- 「現在地」という意味を示すピクトグラムはないので、「You are here」など言葉で示します。
- 土産物屋や飲食店など観光客がよく訪れるお店は、店名を見ても、どのような店なのか分からないので、お店の説明を多言語で表記します。

<番号の活用>

- 観光案内板に番号を付け、番号入りのマップを見ながら歩けるようにすると、外国語版のマップがなくても、まち歩きが可能になります。
- お勧めのモデルコースなどには、歩く順番に番号をつけて、間違えずにまち歩きを楽しんでもらえるようにします。コースには距離や所要時間についても、できるだけ丁寧に示します。

<写真の活用>

- 番号とともに効果的なのは写真の掲載です。歩いている途中に見える目印の写真、目的地の代表的な写真などを地図上に掲載し、(言葉の表記がなくても)一目見て分かるような工夫をします。

(千葉県・成田)



<色や方向の統一、ピクトグラムの活用>

- 手持ちマップと掲示物やホームページにある地図が、同じ番号、色分け、ピクトグラムを用いていると、分かりやすくなります。
- 地図の方向が同じだと分かりやすいので、統一できるものについては、方向等を統一します。

3 誘導、禁止・注意事項など

- 「→」による誘導表示については、目的地までの距離も合わせて「→○○m」と表示します。「あと○分」は個人で差があるので「あと○m」にします。
- 誘導表示が途切れないようにします。(実際にチェックしてもらうと効果的です。)
- 誘導表示は、「帰り道」のことも考えて設置します。
- 路上喫煙やポイ捨て禁止など、地域独自の禁止事項やルール等についても、多言語で案内表示します。
- 交通量が多い地点では、車に気をつけるなども多言語で注意喚起します。
- 設置場所は、雪が降っても夜間でも目にとまる位置に設置します。

× 注意事項を多言語化する場合、中国語だけ、韓国語だけ、など(英語以外の)限られた言語のみで示すと「自分の国だけ注意されている」と思われるので、複数の言語で注意書きを示すようにします。(または、英語併記のみにします。)

D 施設・拠点別情報提供の留意点

D-9 緊急時の対応

ミニマム
ポイント

- ①旅行中の事故や災害、犯罪などに巻き込まれる外国人旅行者が必ずいることを想定して、常に非常時における必要な連絡先等を把握し、関係者同士で周知しておくこと
- ②その際、言葉の障害がさらに大きな危険を招くこともあるので、緊急時の外国語対応についても準備しておくこと

1 日本は安全な国。それでも……

- 世界的にみると、日本は非常に治安がよく、安全な国であると言われます。また、町の中が清潔で、衛生面でも常に高い評価を受けていますが、かといって、日本には犯罪や食中毒はないわけではありません。特に、ひとり歩きの外国人は言葉の障壁もあり、より高い確率でそうした危険にさらされる可能性もあります。
- こうした危険を回避する手立てを講じるためにも、わが町を訪れた外国人が実際に事件や災害等に見舞われたときに、地域としてどのように対処するかを、事前に関係者と協議しておくことが必要です。

2 非常時の対応先

- 想定される非常時とは次のものが考えられます。
 - ①交通事故（通報先：警察署）
 - ・旅行者自身が起こした事故、旅行者が巻き込まれた事故
 - ②盗難などの犯罪（通報先：警察署）
 - ・旅行中の盗難
 - ③急病・けが（通報先：程度によって消防署または病院）
 - ・旅行中の病気、けがなど
 - ④火災（通報先：消防署）
 - ・泊まっているホテルでの火災など
- 特に、北海道においては、最近外国人旅行者が引き起こす事故が目立っており、その場合の対応を知っておく必要があります。また、北海道警察のホームページには英語のサイトも設けられており、その中に緊急時の対応についても説明されています。

<http://www.police.pref.hokkaido.lg.jp/english/yoken.htm>

ただ、これらは主に北海道在住者を対象としており、旅行者の対応という点では情報が不足しています。したがって、外国人観光客が多い地域にあっては、常に地元の警察とも非常時の対応について協議しておくことが必要です。

資料 1 What can we do for you?
DATA 1 Please click the picture under the appropriate words in red.

murder 殺人	robbery 強盗	theft 盗竊	rape 強姦
arson・fire 放火・火災	kidnapping 誘拐	assault・fight 暴行・けんか	hit and run ひき逃げ
traffic accident 交通事故	traffic violation 交通違反	lost property 遺失物	found property 拾得物
direction 地理案内	looking for a person 人を探している	injury・sickness けが・病気	
others その他			
<input type="checkbox"/> I want to get an alien registration certificate. 外国人登録証明書がほしい		外国人登録証	
<input type="checkbox"/> I want to get a Japanese driver's License. 免許をとりたい		日本の運転免許	
<input type="checkbox"/> I want to get a police certificate of: 証明書がほしい		警察の発行する証明書	
<input type="checkbox"/> parking place.		自動車保	

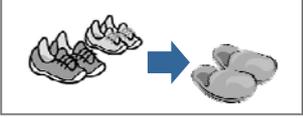
北海道警察のホームページ内にある
【in case of emergency】ページの一部

D 簡便な情報ツールの作成と活用

E-1 翻訳

1 翻訳の前に

- 地名、建物名、人名などの固有名詞は、翻訳せずローマ字で表し、「○○River (川)」「Lake ○○ (湖)」「○○shopping Moll (商業施設)」などの英語を補足します。
- 外国語併記ではなく、ピクトグラムや写真や図を用いて説明した方が、国籍を問わず分かりやすい場合もあります。

ピクトグラム で示す	<ul style="list-style-type: none"> ● 誘導したり、禁止することを絵文字にしています。 <p>(例)</p>  <p style="text-align: right; background-color: #800000; color: white; padding: 2px;">G-1 翻訳事例集 1 参照</p>
写真や図を 使う	<ul style="list-style-type: none"> ● 禁止事項などは、言葉で示しづらい内容は、写真や図に「×」や「→」などを使って禁止することを伝えたり、誘導したりします。 <div style="display: flex; justify-content: space-around; align-items: center;"> <div style="text-align: center;"> <p>写真や図</p>  </div> <div style="text-align: center;">  </div> </div>

2 まずは「英語」を併記する

- 多くの外国語を翻訳することは、作業もコストもかかります。ひとり歩き旅行者の多くは多少英語を理解している人が多く、最低限の対応として、まず英語併記を行うようにします。

3 簡単な翻訳ならば、自分たちでやってみる

- 最近では、日本語を入力すると外国語に翻訳してくれるオンライン翻訳サービスがインターネット上にあります。それらを使って、簡単な言い回しや単語は翻訳することができます。

★翻訳ができる web サイト

GOOGLE グーグル翻訳
<http://translate.google.co.jp/?hl=ja&tab=TT>
 YAHOO 翻訳
<http://honyaku.yahoo.co.jp/>

3 すべて直訳では通らない

- 日本独特の敬語や遠回しな言い方は、そのまま訳すと伝わらない場合もあります。すべてを「そのまま直訳」とせず、その言語にあった翻訳を心がけます。

【注意】「ご遠慮下さい」「努力してください」は、YesかNoかはっきり分かるように示す。

4 翻訳には最低限地域での統一を

- 複数の翻訳の仕方が考えられる場合、複数の翻訳者が分担して翻訳すると、同じものを指す場合でも異なる翻訳になることがあります。地域の中で翻訳のルールをつくって、掲示物や印刷物の翻訳を統一するようにします。

【例】「温泉」は、「Hot Spring」「SPA」「ONSEN」などさまざまな訳が全国で使われている。タクシー乗り場は「Taxi Stop」「Taxi Stand」などの訳があり地域で統一されていない場合もある。地域で翻訳の仕方を統一すると観光客にも分かりやすい。

【例】登別温泉では、「温泉」は「オンセン」が海外でもある程度浸透していると判断し、意味を訳さず「ONSEN」と表記とし、「地獄谷」は「地獄」「谷」の意味が伝わった方がよいと判断し、「Jigokudani (Hell Valley)」と、ローマ字読みと意味を訳した英語表記を併記した。

5 翻訳後はネイティブチェック&更新を

- 翻訳能力や仕方については個々の差があります。翻訳したものは、ネイティブチェックを行うようにします。留学生や外国語教師など身近な外国人に協力を依頼して行う場合が多いです。
- 一度翻訳したものは、コストや手間がかかるため、あまり更新されない傾向にありますが、「日本語版」の改訂とともに再度翻訳を行うことが望ましいです。

6 英語以外の外国語併記について

- 英語以外の多言語としては韓国語・中国語を併記するのが一般的です。ただ、地域によってどこの国から多く来るのかは異なりますので、地域の実情に合わせて英語以外の言語を決めます。
- 「中国語」には、中国本土で広く使用している「簡体字」と台湾、香港、東南アジア華僑等で使用している「繁体字」があるので、両方表記するようにします。

7 外国人への案内表示ガイドラインの活用

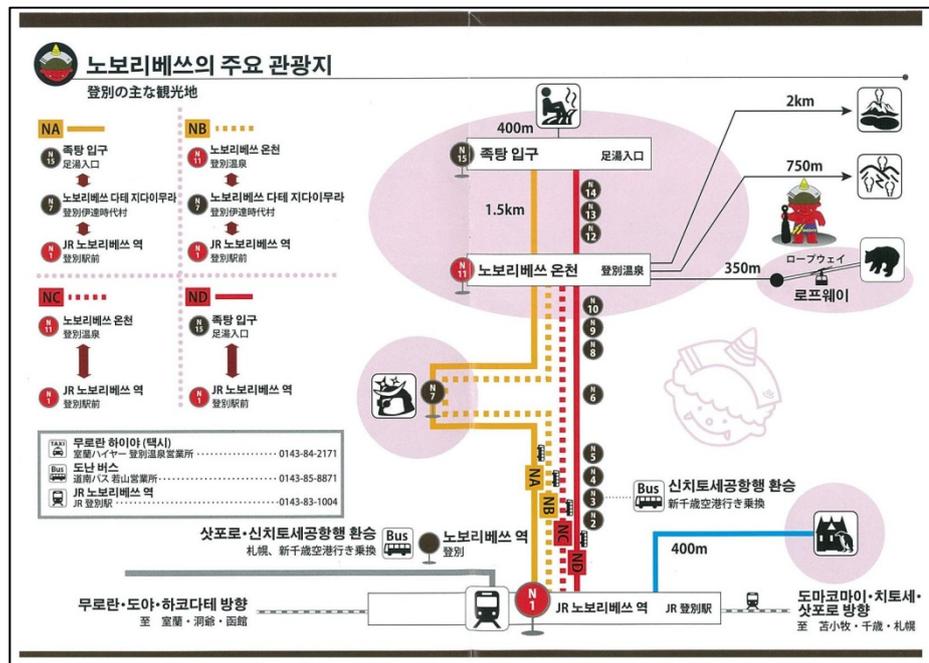
- 北海道運輸局や北海道、札幌市では、これまでに外国語による案内表示等のガイドラインを作成しています。実際に案内板やサイン、パンフレットの作成に当たっては、これらを参考にすることをおすすめします。
 - ・『多言語案内表示ガイドライン』【富良野・美瑛広域観光地域、知床観光地域】北海道運輸局（平成22年3月）
 - ・『外国語表記ガイドライン』【英語、中国語、ハングル】札幌市（平成25年度版）
<http://www.city.sapporo.jp/kokusai/publications.html>
 - ・『オホーツク多言語』オホーツク振興局（平成24年2月）
<http://www.okhotsk.pref.hokkaido.lg.jp/ss/srk/kanko/>

D 簡便な情報ツールの作成と活用

E-2 印刷物

1 「日本語併記」が基本

- 外国語だけだと、日本人には何が書いてあるのか分からず、問い合わせに即座に対応できないケースがあります。また、飲食店マップなどでは、地図上に目的のお店が英語で掲載されていても、看板が日本語なので現地に行ってもどこがそのお店なのかわからないという事態も想定されます。したがって、パンフレットやマップの作成にあたっては、日本語併記を基本とします。



ハンゲルと日本語併記の例

2 何語版なのかすぐ分かるように

- 何語版の印刷物なのか外国人も日本人も分かるように、日本語も併記して表紙にはっきりと記すと、間違えないで渡せます。色分けすることも効果的です。

3 変わる可能性、間違いがある可能性については断りを

- 金額や時間、数値など変更の可能性がある情報の場合は、必ず「〇〇現在の情報です。変わる可能性があります」と注記します。
- また、誤訳があるかもしれないことと、それによって生じる不利益・損害についての責任は負えない旨を記載します。

D 簡便な情報ツールの作成と活用

E-3 Web サイト

1 フォント（書体）は UNICODE 対応のものを

- Web ページを見る側の環境は多様で、フォントの問題から文字が適正に表示されず、情報内容が分からない状況が発生します。タイトルなど文字量が少ない場合は画像処理すれば解消しますが、基本的には UNICODE（世界の文字を混在させるための標準的文字コード）対応のフォントを使用します。

2 レイアウトや記号の使い方は、国によって異なる

- レイアウトや記号の使い方などは、国や言語によって「好み」や「分かりやすさ」の傾向があります。レイアウトやデザイン、記号の使い方などをネイティブチェックしてもらいます。

【例】日本政府観光局（JNTO）の web は、国ごとにレイアウトや内容を変えている。



繁体版（香港、台湾向け）
ドライブ旅行者向けの写真を掲載



簡体版（中国向け）
全体的にめでたい色の「赤」を多用



ハングル版（韓国向け）
写真より文字情報を優先

3 変わる可能性、間違いがある可能性については断りを

- 金額や時間、数値など変更の可能性がある情報の場合は、必ず「〇〇現在の情報です。変わる可能性があります」と注記します。
- 自動翻訳を用いたりすると、誤訳が生じます。誤訳によって生じる不利益・損害についての責任は負えない旨を記載します。

4 写真や文字では伝えにくいことは、動画を活用する

- イベントの内容、四季折々の景観など、文字や写真（静止画像）では伝えにくい内容などは、動画を掲載する（動画を見ることができるサイトを紹介する）などの工夫をします。

5 できるだけ、多くの人にアクセスしてもらえる工夫を

- 観光庁や日本政府観光局（JNTO）、都道府県や市町村、民間事業者等の観光情報ウェブサイト、日本への観光が多い国や地域の主要なウェブサイトとリンクさせるようにします。
- 近年は個人のブログから“おすすめ情報”を探して行き先を決める外国人も増えています。地域在住の外国人のブログを掲載するなど、外国人旅行者に関心を持ってもらう工夫が必要です。

D 簡便な情報ツールの作成と活用

E-4 指さし会話

1 オリジナルな指さし会話の作成

- 日常よく使う単語や文章を多言語で示した「指さし会話」は、外国人と接するときのもっとも簡単なコミュニケーションツールとして各地でつくられ、使われています。それをそのまま利用するのもいいですが、指さし会話の内容や語句は、それを使用する場所やロケーションによって異なってきますので、できればそれぞれの地域・施設などで、オリジナルなものをつくられるとよいでしょう。

登別温泉で実際に使われているタクシー用の指さし会話シート
(乗客とドライバーとのコミュニケーションツールとなっている)

指さし会話シート Point & Speak Communication Guide

Driver 運転手

どこにいきますか。
Where would you like to go?
어디로 가세요?
您去哪儿?
您要去哪儿?

あなたの目的地を指さしてください。
Please point out your destination on the list.

Visitor 観光客

I'm/We're going to ○○
○○까지 가고 싶어요
我 / 我們想去○○
我 / 我們想去○○ ○○に行きたいです。

How long will it take?
시간은 어느정도 걸리나요?
需要多长时间?
需要多长时间?

How much will it cost?
요금은 내럭 얼마 정도예요?
車費大概是多少钱?
費用大概是多少钱?

May I have a receipt?
영수증 주세요?
能給我收據嗎?
能給收據嗎?

Do you accept credit cards?
신용카드 되나요?
可以使用信用卡嗎?
可以使用信用卡嗎?

Depart From 出發地	Destinations 行き先	Time Required 所需時間 Fare (Compact Car)
登別駅 JR Noboribetsu Station JR 노보리베쓰역 JR 登別站 JR 登別站	登別温泉 Noboribetsu Onsen 노보리베쓰 온천 登別温泉	15 分/min ¥1,910
	登別伊達時代村 Noboribetsu Date Jidamura 노보리베쓰 다케치다이시라 登別伊達時代村	10 分/min ¥1,000
	登別マリンパークニクス Noboribetsu Marine Park Nixe 노보리베쓰 마린파크닉스 登別海洋公園尼克斯	5 分/min ¥470
	カヌルス温泉 Karusuru Onsen 카루루스 온천 카루루스 온천	25 分/min ¥3,500
登別温泉 Noboribetsu Onsen 노보리베쓰 온천 登別温泉 登別温泉	JR 登別站 JR Noboribetsu Station JR 登別站	15 分/min ¥1,910
	登別伊達時代村 Noboribetsu Date Jidamura 노보리베쓰 다케치다이시라 登別伊達時代村	9 分/min ¥1,210
	登別マリンパークニクス Noboribetsu Marine Park Nixe 노보리베쓰 마린파크닉스 登別海洋公園尼克斯	15 分/min ¥1,910
	大湯宿 Oyunuma 오유누마 大湯宿	8 分/min ¥790
	地獄谷 Jigoku-Dani (Hell Valley) 지곡오다니 (지옥계곡) 地獄谷	5 分/min ¥470
	足湯入口 Path to Natural Footbath 족탕산책로입구 去足湯的路	5 分/min ¥470
	カルルス温泉 Karusuru Onsen 카루루스 온천 카루루스 온천	15 分/min ¥2,150
	クタツタ湖 Lake Kuttara 카타타코 호수 倶多湖	20 分/min ¥2,300
	白老前口トコタン Shiraoi POROTO KOTAN 시라오이 포로토코탄 白老POROTO KOTAN(港務免税購物館)	50 分/min ¥7,000
	新千歳空港 New Chitose Airport 신천세공항 新千岁机场	70 分/min ¥17,000
札幌 Sapporo 사っぽ로 札幌	90 分/min ¥25,000	
ニセコ Niseko 니세코 新雪谷	170 分/min ¥23,000	
洞爺湖 Ike-Toya 이케토야 호수 洞爺湖	70 分/min ¥12,000	

料金は概算の金額です。高速道路料金は別途必要です。
These are estimated fares. If you take highways, an extra charge will be added.
요금은 실제 금액이 아닌 예상금액입니다. 고속도로 요금은 별도로 필요합니다.
價位為估算金額。若是走高速公路費另加費用。
价銭是估算的金额。如果走高速公路費另加費用。

タクシー内で使う基本的な会話フレーズを多言語で紹介

主な目的地と、そこに至るまでのおよその時間、金額を表示

39

指差し接客会話シート（札幌市）

<http://www.city.sapporo.jp/keizai/shotengai/helpo.html>

飲食店や商店でのコミュニケーションに役立つ内容が、A4判ヨコサイズ・4カ国語でまとめられています。「基本シート」と「ジャンル別シート」に分かれており、「基本シート」では、お買い物の流れに沿うように、「買うまで」と「会計以後」で使えるフレーズが整理されています。

接客基本フレーズ集

日本語	英語	簡体字	繁体字	韓国語
こんにちは。 ようこそ、札幌大通へ！	ハロー Hello. ウエルカム トゥ オオドリヤ ッポロ Welcome to Odori, Sapporo!	你好。 你你好。 欢迎来到札幌大通！	你好。 你好你好。 欢迎来到札幌大通！	안녕하세요. 안녕하세요. 삿포로오 도리예 안녕하세요. 삿포로오 도리예 오신 것을 환영합니다!
いらっしゃいませ。	マイ アイ ヘルプ ユー May I help you?	欢迎光臨	歡迎光臨	어서오세요
ありがとうございます。	サンキュー ベリーマッシュ Thank you very much.	謝謝	謝謝	감사합니다
よいご旅行を。 ／お気をつけて。	ハブ ア ナイス トリップ Have a nice trip. メイク ケア Take care.	祝您旅途愉快 ／慢走	祝您旅途愉快 ／慢走	즐거은 여행되세요 안녕히가세요
少々お待ちください。	プリーズ ウエイアキウメント Please wait a moment.	请稍等	請稍等	잠시만 기다려 주세요
こちらどうぞ。	ディス ウエイプリーズ This way please.	这边请	這邊請	이쪽으로 오세요
地図があります。	ウイハブ アマップ We have a map.	有地图	有地圖	지도가 있습니다
おすすめです。	アイリ コメン ド コー 디스 I recommend you this.	我推荐您这个	我推薦您這個	추천상품입니다
お似合いです。	イットルックス グッド オン ユー It looks good on you.	很适合您	很適合您	잘 어울리세요
プレゼントですか？	イズ ディス フォーア ギフト Is this for a gift?	送礼用的吗？	送禮用的嗎？	선물이신가요?



2011.5.23 City of Sapporo

- 使い方 /1ページ
- 基本シート
 - 基本シート1 /2
 - 基本シート2 /8
 - ジャンル別シート
 - ファッション版 /8
 - コスメ版 /8
 - 食品・生鮮版 /8
 - おみやげ・その他版 /8
 - 飲食店版 /8

買うまで 商品を選ぶ／探す／オーダーする Until customers purchase/choosing / looking for / ordering goods 英語

少しお待ちください。	Please wait a moment.	どんな商品をお探でしょうか。	What kind of goods are you looking for?
ご案内します。	I'll guide you.	困ったことがあれば、いつでも声をかけてください。	If you need any help, please ask me.
これは見本品です。	This is a sample.	今のシーズンはお取扱いしておりません。	We don't sell it at this time of year.
在庫を調べてきます。	I'll check if it's stocked.	次回の納品(入荷)は〇月〇日となっております。	We expect to have it on 〇〇
電話で確認します。	I'd like to make a call to make sure it.	一点ものになります。／類似品をご用意します。	It's one of a kind. / We provide similar goods.
品切れです。	It is sold out.	袋は必要ですか？	Do you need bags?
ここに出ているだけです。	These are all we have(no more stocks).	まとめて包装しますか？	Would you want me to wrap it up together?
商品を開けなでください。	Please do not open the case.	ひとつずつ包装しますか？	Would you like these wrapped separately?
手に取ってご覧ください。	Please take a look at it with hands.	贈り物用に包装しますか？	Would you like it gift-wrapped?
当店ででは値引きはできません。	We can't give you a discount.	袋は個数分入れますか？	Shall I put bags in it as you purchased?
ただいまセール価格での販売です。	Now these are on sale.	段ボール箱に商品を詰めますか？	Shall I pack it into a cardboard box?
定価での販売です。	We sell it at a fixed price.	値札を取りますか？	Would you want me to detach price tag?
以上でよろしいですか。	Is that all?		
セットのお値段です。	It is a bundle price.		
別売りの商品です。	We sell these goods separately.		
バラ売りができます	We can sell it individually.		
バラ売りができません。	We can't sell it individually.		
絵や言葉を書いてください。	Please write down by drawing or words.		



トイレはこちらです。
You can go to toilet through this way.



インフォメーションに地図があります。
There are maps in the information booth.



F インバウンド自己診断

F-1 「インバウンド対応度」自己診断

現在のあなたの町の「インバウンド対応度」を自己診断してみましょう。外国人に関して、現在のあなたの町の課題をみつけてください。

1. 外国人観光客向けの英語や中国語等のパンフレット・マップは作成していますか？

- ①日本語の印刷物に、部分的に英語併記をして対応している。(レベル1)
- ②日本語の印刷物に、簡易な英語解説のペーパーを挟み込んで配布している。(レベル2)
- ③英語の印刷物を作成している。(レベル2)
- ④英語、ハングル、中文簡体字、中文繁体字など2カ国以上の印刷物を作成している。(レベル3)
- ⑤特に作成していない

2. 観光地内の標識やサインなどは、日本語のほかに英語や中国語等の併記がありますか？

- ①スポット的に、簡易な方法で英語表記をしている。(レベル1)
- ②英語併記の標識類を作成している。(レベル2)
- ③英語、ハングル、中文簡体字、中文繁体字など2カ国以上の言語表記をしている。(レベル3)
- ④特に作成していない。

3. 外国人に対応できる観光案内所はありますか？

- ①英語は片言だが外国人との最小限の会話のできるスタッフがいる観光案内所がある。(レベル1)
- ②英語のできるスタッフのいる観光案内所がある。(レベル2)
- ③英語のほか中国語など2カ国語以上に対応できるスタッフのいる観光案内所がある。(レベル3)
- ④観光案内所はあるが外国人観光客には対応がむずかしい。

4. 外国人対応のウェブサイトがありますか？

- ①英語表記の専用ページはないが、日本語サイトにできるだけ英語併記をしている。(レベル1)
- ②英語表記のWEBサイトの専用ページがある。(レベル2)
- ③多言語表記のWEBサイトの専用ページがある。(レベル3)
- ④現在のウェブサイトは、特に外国語には対応していない。

5. 外国人を受け入れる観光施設はありますか？

- ①外国人観光客が好んで利用する飲食店がある。(レベル1)
- ②外国人観光客が好んで利用する観光施設がある。(レベル1)
- ③外国人観光客が好んで宿泊するホテル・旅館・民宿などがある。(レベル3)
- ④このような施設はない。

6. 外国人との交流活動を実践していますか？

- ①毎年または数年ごとに民間人を送り出す海外研修の制度がある。(レベル1)
- ②外国との交流活動が活発な地元の学校や団体、企業などがある。(レベル2)
- ③姉妹都市交流などが活発で、官民連携による外国人を迎え入れる経験を有している。(レベル3)
- ④このような活動はほとんど行っていない。

(レベル1 初級 レベル2 中級 レベル3 上級)

6問すべてがレベル3であれば、あなたの町のインバウンド対応度は相当なものと思われ
ます。でも、そうした高レベルの町は北海道でも数えるぐらいしかありません。

これからそれぞれの市町村に頑張ってもらい、インバウンド対応度を高めてもらうことが期
待されています。それが積み重なることで、北海道全体のインバウンド対応度は確実に高まっ
ていくものと考えます。

F インバウンド自己診断

F-2 ミニмумバリアフリーチェックシート

●ターミナル

区分	ミニмум	次のステップ
行き先、駅名 やバス停名など	<input type="checkbox"/> ローマ字併記している。 <input type="checkbox"/> 路線や便を、色分けや番号などで分かりやすくしている。	<input type="checkbox"/> 路線や便を英語や数字で表している（ID化している）。
掲示物	<input type="checkbox"/> ローマ字や多言語で併記している。 <input type="checkbox"/> 路線図 <input type="checkbox"/> 時刻表 <input type="checkbox"/> タクシー、バスなどの乗場案内 <input type="checkbox"/> 公衆無線 LAN(Wi-Fi)の利用案内	<input type="checkbox"/> 多言語で説明している。 <input type="checkbox"/> 券売機の使い方 <input type="checkbox"/> 運賃の説明（子ども料金、特急料金、指定席料金、乗継料金など） <input type="checkbox"/> 問い合わせが多い内容は案内資料を用意している。
ピクトグラム	<input type="checkbox"/> 誘導、禁止事項をピクトグラムで掲げている。 (例) 	
言語対応	<input type="checkbox"/> 指さし会話集を用意している。 <input type="checkbox"/> 翻訳ソフトなどで対応している。	<input type="checkbox"/> 外国語で対応できる人（困ったら呼べる、聞ける）がいる <input type="checkbox"/> 電話通訳サービスを利用している。

●バス

区分	ミニмум	次のステップ
行き先、停留所など	<input type="checkbox"/> ローマ字併記している。 <input type="checkbox"/> 路線や便が複数ある場合、番号や色分けなどをしている。	<input type="checkbox"/> 英語や数字でナンバリングしている。
掲示物	<input type="checkbox"/> 整理券や降車ボタンの使い方を多言語で併記している。 <input type="checkbox"/> 料金の種類、料金表を掲示している。	<input type="checkbox"/> バス前方の行き先や料金の表記も多言語で併記している。
精算	<input type="checkbox"/> 精算時に両替、整理券と料金の投入方法などの案内をしている。 <input type="checkbox"/> 運転手が案内できるようにしている。	

●タクシー

区分	ミニмум	次のステップ
ドア	<input type="checkbox"/> ドアの開閉に気を使っている。	<input type="checkbox"/> 開閉は自動である旨、説明している（掲示している）。
行き先	<input type="checkbox"/> 指さし会話集や翻訳ツールを利用して行き先を確認している。	<input type="checkbox"/> おおよその料金一覧表を多言語で用意している。（可能な場合）
精算	<input type="checkbox"/> 呼び出し料金、早朝・深夜料金、高速道路利用時の加算などについて必要な際は説明している。	

●観光案内所

区分	ミニマム	次のステップ
場所の案内	<input type="checkbox"/> 主な交通拠点から観光案内所まで、誘導サインがある。	<input type="checkbox"/> 多言語対応の Web サイトがある。
用意しているもの	<input type="checkbox"/> 地域内で作成している外国語パンフレットや地図を常備している。 <input type="checkbox"/> パンフレット類は、「○○語版」がすぐ分かるように置いてある。 <input type="checkbox"/> 問い合わせが多い内容は、説明や配布できるものを用意している。 <input type="checkbox"/> 距離や時間、交通手段などが説明できる資料を用意している。	<input type="checkbox"/> 周辺自治体で作成した外国語パンフレットや地図を常備している。(広域的な観光案内ができる)
施設内の掲示	<input type="checkbox"/> 自由に休憩できるスペースがある。	<input type="checkbox"/> インターネットがつながる環境になっている。
	<input type="checkbox"/> 誘導、禁止事項をピクトグラムで掲げている。 (例)    	
言語対応	<input type="checkbox"/> 指さし会話集を用意している。 <input type="checkbox"/> 翻訳ソフトなどで対応している。	<input type="checkbox"/> 外国語で対応できる人(困ったら呼べる、聞ける)がいる <input type="checkbox"/> 電話通訳サービスを利用している。

●観光施設、トイレ

区分	ミニマム	次のステップ
入場口	<input type="checkbox"/> 歓迎の言葉を多言語で表記している。 <input type="checkbox"/> 料金について多言語で説明している。	
施設内の掲示	<input type="checkbox"/> 禁止事項を、英語で併記している。	<input type="checkbox"/> 禁止事項を、多言語で併記している。中国語だけ、韓国語だけ、などにならないようにしている。
	<input type="checkbox"/> 誘導、禁止事項をピクトグラムで掲げている。 (例)     	
トイレ	<input type="checkbox"/> 多目的トイレを適切に表記している(性別問わず利用できるなど)。 <input type="checkbox"/> 洗浄機能や非常ボタンなどを多言語で説明している。	
言語対応	<input type="checkbox"/> 指さし会話集を用意している。 <input type="checkbox"/> 翻訳ソフトなどで対応している。	<input type="checkbox"/> 外国語で対応できる人(困ったら呼べる、聞ける)がいる <input type="checkbox"/> 電話通訳サービスを利用している。

● 飲食店

区分	ミニマム	次のステップ
店の入り口	<input type="checkbox"/> 歓迎の言葉を多言語で表記している。	
メニュー	<input type="checkbox"/> メニューに番号を付けている。	<input type="checkbox"/> メニューを多言語で説明している。 <input type="checkbox"/> 使われている材料 <input type="checkbox"/> 調理方法 <input type="checkbox"/> 調味料など
喫煙の対応 (全席禁煙でない場合)	<input type="checkbox"/> 分煙されている。	<input type="checkbox"/> 禁煙席を設けている。
店内の掲示	<input type="checkbox"/> 誘導、禁止事項をピクトグラムで掲げている。 (例) 	
言語対応	<input type="checkbox"/> 指さし会話集を用意している。 <input type="checkbox"/> 翻訳ソフトなどで対応している。	<input type="checkbox"/> 外国語で対応できる人（困ったら呼べる、聞ける）がいる <input type="checkbox"/> 電話通訳サービスを利用している。
精算	<input type="checkbox"/> クレジットカードで支払いができる。	<input type="checkbox"/> 銀聯カードでも支払いができる。

● 商店（土産店）

区分	ミニマム	次のステップ
店の入り口	<input type="checkbox"/> 歓迎の言葉を多言語で表記している。	
商品陳列	<input type="checkbox"/> 中身が分かりづらいものは「見本」を示している。 <input type="checkbox"/> 試食できるものは「試食できます」と多言語で表記している。	<input type="checkbox"/> 外国人観光客を意識して、おまけ付き、割引などを行っている。
店内の掲示	<input type="checkbox"/> 禁止事項を、英語で併記している。 <input type="checkbox"/> 誘導、禁止事項をピクトグラムで掲げている。 (例) 	<input type="checkbox"/> 禁止事項を、多言語で併記している。中国語だけ、韓国語だけ、などとならないようにしている。
言語対応	<input type="checkbox"/> 指さし会話集を用意している。 <input type="checkbox"/> 翻訳ソフトなどで対応している。	<input type="checkbox"/> 外国語で対応できる人（困ったら呼べる、聞ける）がいる <input type="checkbox"/> 電話通訳サービスを利用している。
精算	<input type="checkbox"/> クレジットカードで支払いができる。	<input type="checkbox"/> 銀聯カードでも支払いができる。

● 宿泊施設

区分	ミニマム	次のステップ
玄関	<input type="checkbox"/> 歓迎の言葉を多言語で表記している。	
説明プリント	<input type="checkbox"/> 次のような説明プリントを外国人観光客向けに用意している。 <input type="checkbox"/> 料金システム（サービス料、入湯税、飲み物は別料金など） <input type="checkbox"/> 和室の使い方（スリッパを脱ぐ、布団は後で敷くので入室するなど） <input type="checkbox"/> 冷暖房の使い方 <input type="checkbox"/> 鍵の取り扱い方（外出する際は、フロントに預けるなど） <input type="checkbox"/> 避難ルートの案内 <input type="checkbox"/> 入浴の案内、注意事項	<input type="checkbox"/> 次のような説明プリントを外国人観光客向けに用意している。 <input type="checkbox"/> 備品の案内（持ち帰り可/不可） <input type="checkbox"/> 浴衣の着方 <input type="checkbox"/> 旅館周辺の店、施設などのマップ
食事	<input type="checkbox"/> かんたんな料理の説明（お品書き）を多言語で添えている。	<input type="checkbox"/> 食材や調理方法を多言語で説明している。
施設内の掲示	<input type="checkbox"/> 禁止事項を、英語で併記している。	<input type="checkbox"/> 禁止事項を、多言語で併記している。 中国語だけ、韓国語だけ、などとならないようにしている。
	<input type="checkbox"/> 誘導、禁止事項をピクトグラムで掲げている。 (例) 	
言語対応	<input type="checkbox"/> 指さし会話集を用意している。 <input type="checkbox"/> 翻訳ソフトなどで対応している。	<input type="checkbox"/> 外国語で対応できる人（困ったら呼べる、聞ける）がいる <input type="checkbox"/> 電話通訳サービスを利用している。
精算	<input type="checkbox"/> クレジットカードで支払いができる。	<input type="checkbox"/> 銀聯カードでも支払いができる。

● まち歩き

区分	ミニマム	次のステップ
マップ	<input type="checkbox"/> 番号や色分けなどでルートを分かりやすくしている。 <input type="checkbox"/> 手持ちマップと掲示マップ、ホームページなどが同じ番号、色分け、ピクトグラムを用いている。	<input type="checkbox"/> 地名や店などを多言語で説明している。
エリア内の掲示	<input type="checkbox"/> 適度に誘導表示がある。 <input type="checkbox"/> 「あと〇m」という表記が適度にある。 <input type="checkbox"/> 帰り道についても迷わないように誘導が表示されている。	<input type="checkbox"/> 路上喫煙やポイ捨て禁止、車に注意などを多言語で表記している。 <input type="checkbox"/> 撮影ポイントなどを多言語で案内している。
	<input type="checkbox"/> 誘導、禁止事項をピクトグラムで掲げている。 (例) 	