

第1回「飲食店のインバウンド対策に関する意識調査」

インバウンドによる売上増望むも、5割超の飲食店が対策なし

ー インバウンド対策実施店舗では、効果を実感 ー

飲食店に予約・顧客管理システムの開発・提供等を行う株式会社TableCheck（本社：東京都中央区、代表取締役社長：谷口 優、以下、テーブルチェック）は、20～50代の飲食店に勤務する全国の男女534名を対象に、飲食店のインバウンド対策に関する意識調査を実施しましたので、調査結果をお知らせいたします。

■ 「インバウンド」と「食」

2019年にはインバウンド客が年間3,188万人（前年比2.2%）*1に達し、毎年成長を続けるインバウンド市場。インバウンド客1人当たりの支出も前年比3.5%増*2と伸長するなか、7割超のインバウンド客が訪日の目的として楽しみにしているのが「日本食を食べること」（JNTO調べ）。インバウンド客による需要拡大を背景に、日本の外食市場規模は7年連続で前年超えを記録し、25兆7千億円*3にまで成長している。人口減や、高齢化、中食の拡大により、国内需要の先細りが課題となっている日本の飲食業界にとって、インバウンド客の獲得は、売上拡大、ひいては店舗存続にとっても欠かせない要素となっている。

*1…日本政府観光局「訪日外客統計」（2020年1月17日発表）、*2…観光庁「訪日外国人消費動向調査」（2020年1月17日発表）

*3…一般社団法人日本フードサービス協会「平成30年外食産業市場規模推計について」（2019年7月発表）

■ 調査概要

- ・調査名：飲食店のインバウンド対策に関する意識調査 ・調査方法：インターネット調査
- ・調査期間：2020年1月29日～1月30日
- ・調査対象：平均単価3,000円以上の飲食店に勤務する20～50代の全国の男女534名

※本リリースに関する内容をご掲載の際は、必ず「テーブルチェック調べ」と明記してください。

■ サマリー

5割超の飲食店でインバウンド対策進まず

一方、過半数の飲食店がインバウンド客による売上増を望む

7割以上の飲食店にインバウンド客が来店

「ほぼ毎日」「週に2～3回」来店すると回答した飲食店が3割に

効果のあったインバウンド対策、1位は「多言語・写真付きメニューの作成」

課題のトップは「接客時の外国語によるコミュニケーション」

インバウンド客増加により期待する効果、6割超が「売上拡大」「集客増」と回答
期待しない理由では「言語の壁」「対策追い付かず」が約半数に

一 飲食店のインバウンド対策に関する意識調査 詳細 一

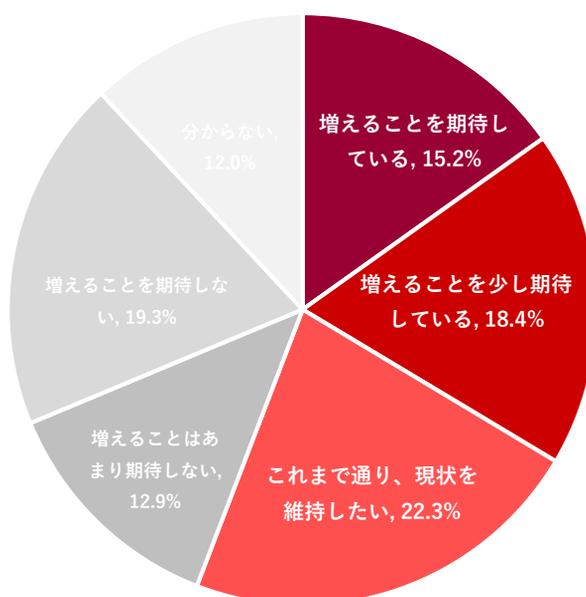
5割の飲食店でインバウンド対策進まず

一方、過半数の飲食店がインバウンド客による売上増を望む

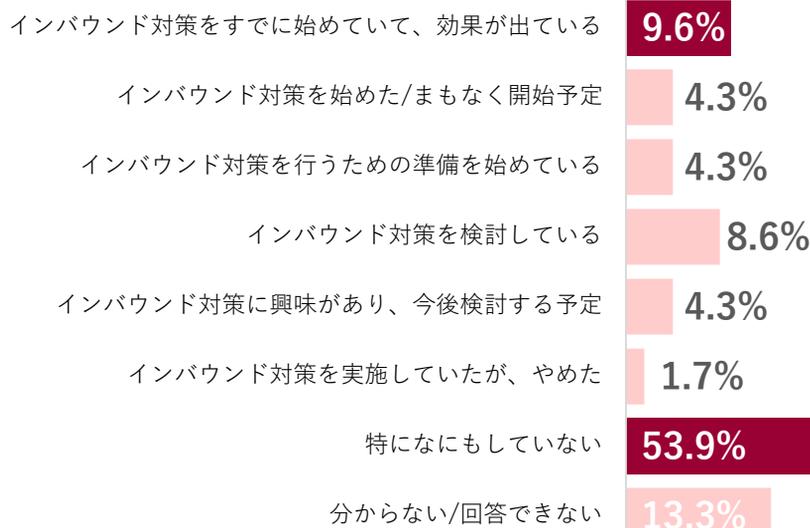
2020年には訪日外国人旅行者4,000万人を目指す日本。2018年に初めて3,000万人の大台を超え*1、2020年夏に向けてますますの増加が見込まれるインバウンド客は、飲食店にとっても売上拡大や集客増にとって欠かせない要素である。当社が実施した調査でも、インバウンド客が増えることを「期待している」「少し期待している」「これまで通り、現状を維持したい」と回答した飲食店が全体の55.9%にのぼり、「期待しない」「あまり期待しない」の32.2%を上回る結果となった。だが同時に、全体の53.9%が、インバウンド対策の実施状況として「特になにもしていない」と回答し、インバウンド客による好影響を望むものの、実際には具体的な対策の実施にまでは至っていない現状が明らかになった。*1…日本政府観光局「訪日外客統計」（2020年1月17日発表）

Q. お勤めの飲食店で、今後インバウンド客が増えることを期待していますか？

あてはまる選択肢を1つお選びください。（n=534）



Q. インバウンド対策の実施状況について、下記よりあてはまる選択肢を1つお選びください。（n=534）



7割以上の飲食店にインバウンド客が来店

「ほぼ毎日」「週に2～3回」来店すると回答した飲食店が3割に

本調査の結果、インバウンド客が「まったく来店しない」と回答した飲食店は18.0%にとどまり、全体の75.7%の飲食店がインバウンド客が来店していると回答した。なかでも、「ほぼ毎日」来店すると回答した飲食店勤務者が15.9%となり、「週2～3回程度（13.5%）」「週1回程度（9.2%）」「月1～2回程度（11.4%）」とあわせると、半数の飲食店に毎月1～2回以上インバウンド客が来店している実態が明らかになった。

また、「ほぼ毎日」来店すると回答した飲食店勤務者に、今後のインバウンド客増加への期待度を尋ねたところ、さらなる増加を望む声が、半数を超える60.0%となった。（図2参照）これは、飲食店がインバウンド客による売上拡大や集客増といったメリットを実感している結果だと言えるのではないだろうか。

Q. お勤めの飲食店では、海外からのお客様（インバウンド客）はどのくらいの頻度で来店しますか？

下記よりあてはまる選択肢を1つお選びください。（n=534）

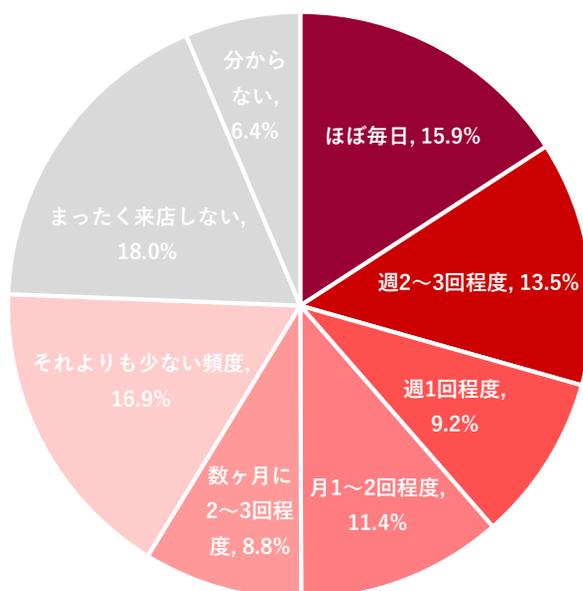
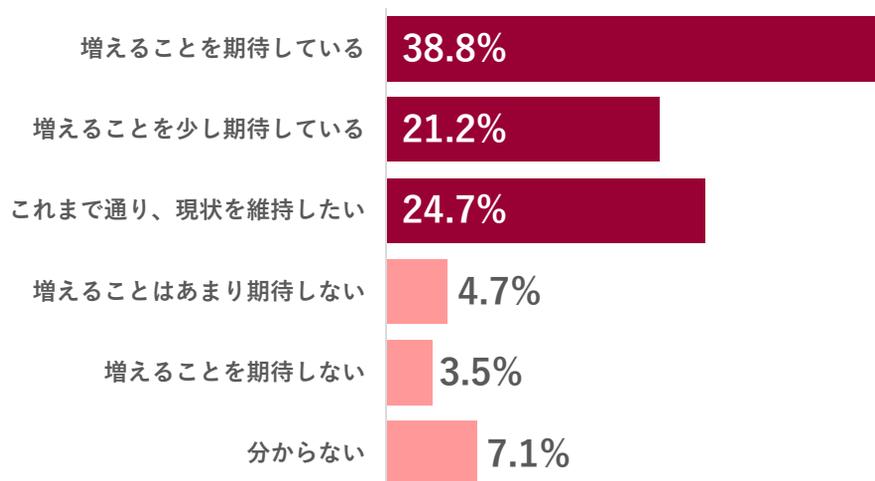


図2：上記グラフ設問で「『ほぼ毎日』インバウンド客が来店する」を選択した回答者に「今後インバウンド客が増えることを期待する」かを質問（n=85）



効果のあったインバウンド対策、1位は「多言語・写真付きメニューを作成」

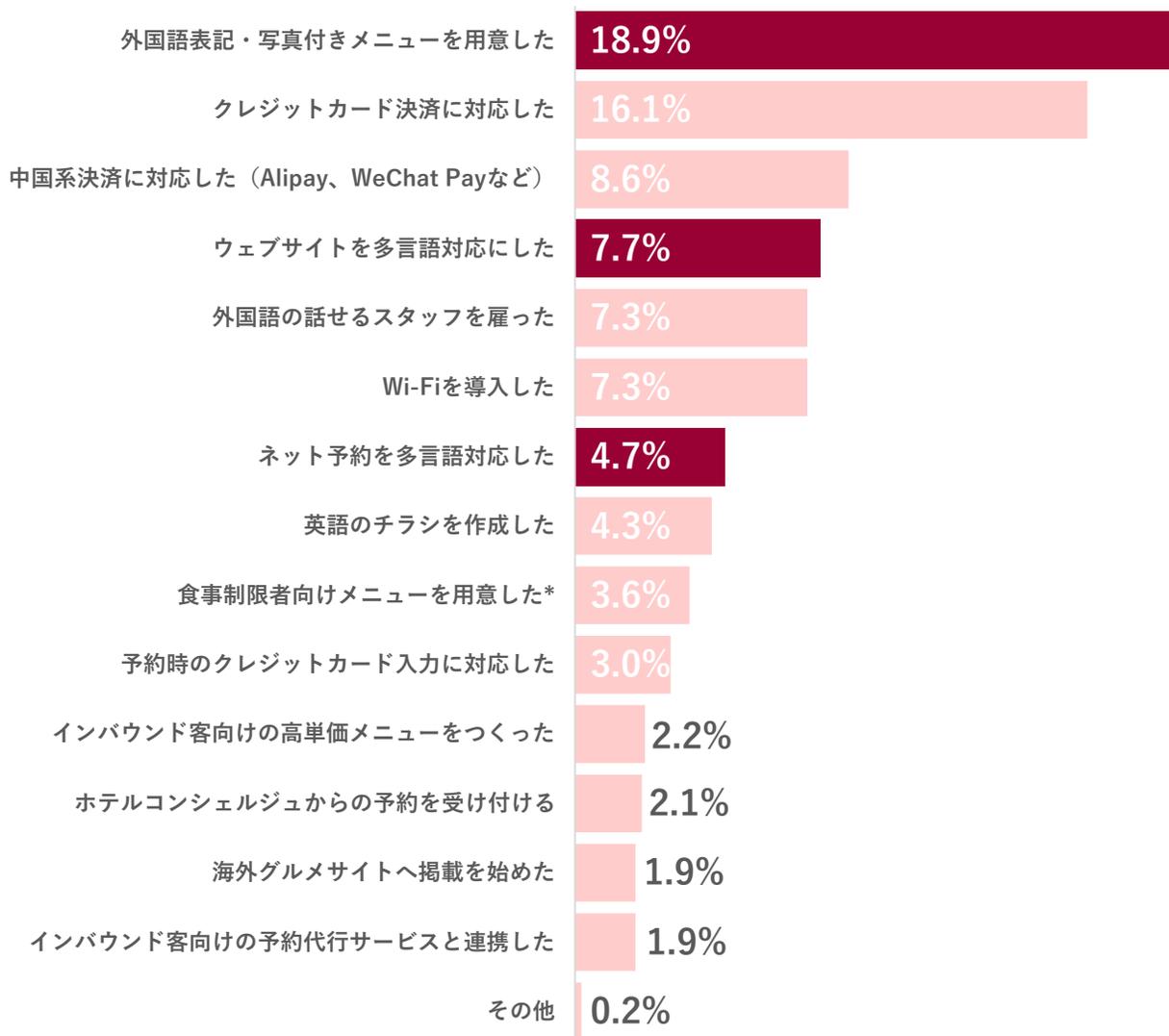
課題のトップは、「接客時の外国語によるコミュニケーション」

これまで実施したインバウンド対策で効果のあった内容を尋ねたところ、トップは「外国語表記・写真付きメニューを用意した（18.9%）」となった。次いで「クレジットカード決済に対応した（16.1%）」、「中国系決済に対応した（8.6%）」となり、決済手段の多様化が、キャッシュレス指向の強いインバウンド客に対する呼び水となる傾向が伺えた。

一方で、未だ課題となっているのが「接客時」そして「予約時」の言語の壁だ。本調査によると、「接客時の外国語でのコミュニケーション」は回答者全体の半数に及ぶ48.5%が、「外国語での電話受付」は30.2%の回答者が課題を抱えていることが分かった。観光庁が実施した調査^{*4}でも、インバウンド客が旅行中最も困ったことは「施設等のスタッフとのコミュニケーションがとれない」となっており、言語の壁がインバウンド客・飲食店双方にとって障害となっていると言える。今後も増加するインバウンド客に対し、飲食店がよりスムーズにサービスを提供するには、言語、時差の課題を解決する多言語対応のネット予約などを活用し、旅マエ（予約・問合せ）そして旅ナカ（接客）の整備を早急に進める必要があると言えるのではないだろうか。

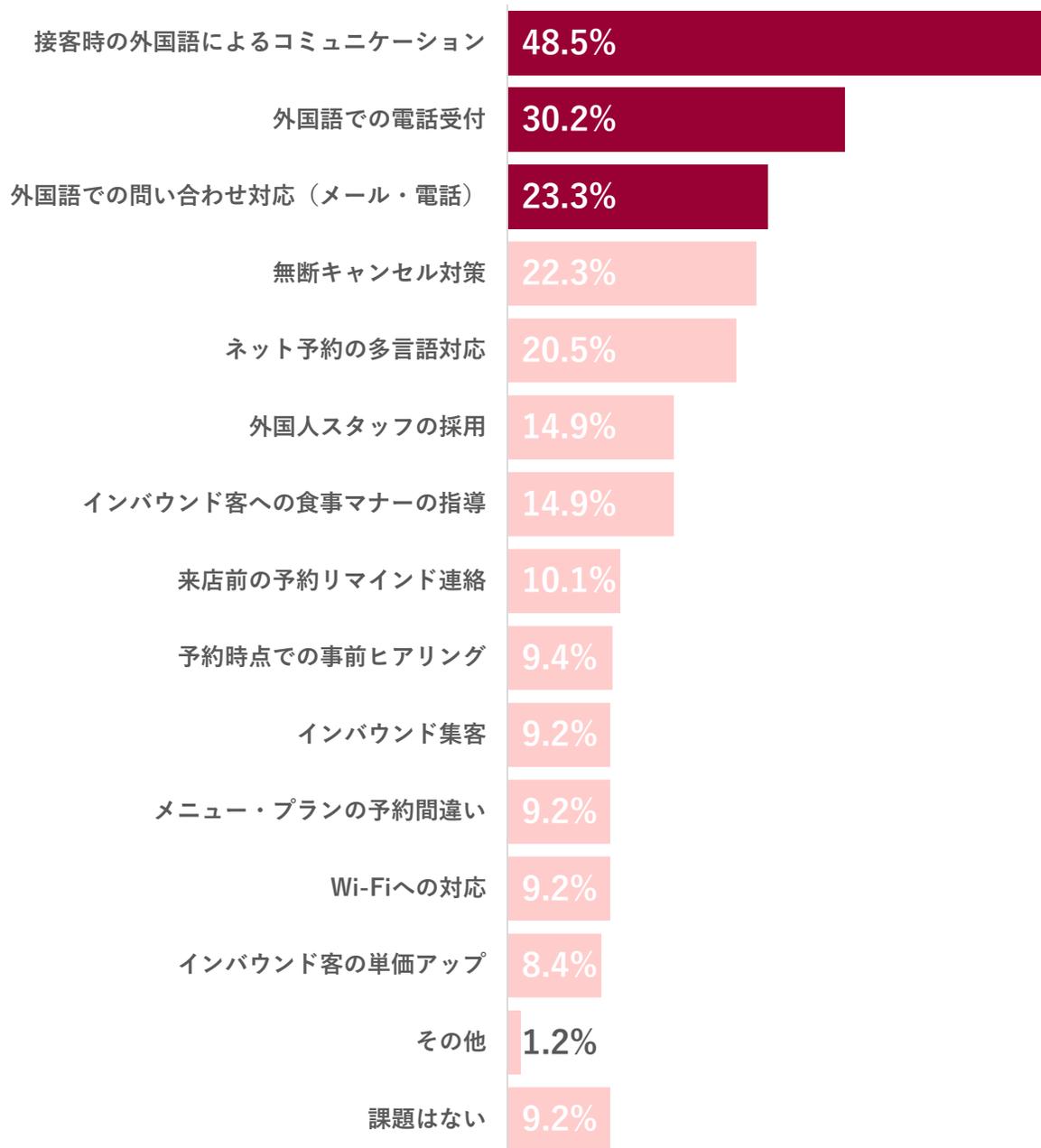
*4…観光庁「訪日外国人旅行者の受入環境整備に関するアンケート」結果より（2019年3月26日発表）

Q. これまで実施した中で、効果があったインバウンド対策について、 下記よりあてはまる選択肢をすべてお選びください。（n=534）



*ベジタリアンメニュー、ビーガンメニューなど

Q. 海外からのお客様（インバウンド客）に関して、課題だと感じている、または、これまで課題だと感じたことのある内容ではまる選択肢をすべてお選びください。（n=440）



【本調査の回答者地域分布（n=534）】

北海道	東北地方	関東地方	中部地方	近畿地方	中国地方	四国地方	九州地方
4.4%	5.6%	36.2%	17.1%	20.7%	3.1%	2.4%	10.5%

インバウンド客増加により期待する効果は、6割超が「売上拡大」「集客増」と回答

期待しない理由では「言語の壁」「対策追い付かず」が約半数に

インバウンド客の増加を期待する/期待しない理由を自由回答で尋ねたところ、期待する理由の多くが「売上拡大」と「集客増」に関連する内容となった。一方で、期待しないと回答した理由では、「言語の壁」と「対策追い付かず」が約半数を占める結果となった。期待しないと回答した飲食店勤務者の中にも、インバウンド増加による売上拡大を望む気持ちはありつつも、言語の壁や人手不足を背景に、十分な対策を実施することができず、インバウンド客の受け入れを躊躇せざるを得ない層が一定数いることが見込まれる。

今後も、さらなるインバウンド客の増加と、世界遺産である日本食への注目が高まることが予想されるなか、テクノロジーの活用などで“人手をかけない”インバウンド対策の実施が急務となっている。

Q. 前問の選択肢を選んだ理由をご記入ください。(n=534) 自由記述回答

(前問のインバウンド客の増加に対する期待度を尋ねる設問に対して) ※回答は原文ママ

期待する派

- 売上げアップが見込めるから
- 団体様は売り上げが確保できるから
- インバウンド客のほうがたくさんお金を使ってくれるから
- 日本人の外食離れのなか売上がみこめるから
- 少子高齢化で日本人が減るから顧客繋ぎで期待

期待しない派

- 外国語に対応できる人がいないため
- 英語及び外国語の対応ができるスタッフが少ない
- 言葉がわからずその方に時間をとってしまいほかのお客様を待たせてしまう
- 現状維持で精一杯だから
- 英語用のメニュー表は用意しているが多言語対応はしていないので

—まとめ—

インバウンド増加による売上拡大に興味はあれど、対策実施には二の足

飲食店側の過度なプレッシャーが一因、テクノロジー活用による旅マエの整備が急がれる

今回の調査では、飲食店のインバウンド増加による売上拡大や集客増に対する期待度の高さと興味が見えた。と同時に、多くの飲食店がインバウンド客の受け入れに対する課題感を抱えており、「接客時のコミュニケーション」や「予約時の電話対応」などの言語に関する課題に対して、何らかの対策を実施するべきであると考えていることも分かった。しかし、実際には、多くの飲食店においてそれらの課題に対し具体的な対策が講じられておらず、漠然とした課題を感じるにとどまっている現状も明らかとなった。

インバウンド課題以外にも、人手不足や賃金上昇、働き方改革など、取り組むべき課題が山積する飲食店だからこそ、多言語対応や予約受付といった課題を、テクノロジーを活用することで自動化する、または解決に近づける必要があるのではないだろうか。たとえば、「旅マエ(来店前)」の課題である「予約受付・問合せ」段階を円滑にするため、ネット予約等のツール整備やホームページの多言語化を実施することで、来店時によりスムーズなサービスの実現にも繋げることができる。年々増え続けるインバウンド客を自店舗の勝機にできるかどうか。具体的な施策を実施できている飲食店が少ない今こそ、いち早く取り掛かり先行メリットを掴むことで、売上拡大に繋がられる可能性は大いにあるだろう。

— ABOUT US —




テーブルチェックは、「Dining Connected ～世界中のレストランとカスタマーの最良の架け橋になる～」をミッションに事業を展開する日本発レストランテックカンパニーです。世界中のレストランとカスタマーを繋ぐプラットフォームを創造し、テクノロジーを活用した次世代の「おもてなし」を実現します。現在、展開している主なサービスは、飲食店向け予約・顧客管理システム「TableSolution」と、ユーザー向け飲食店検索・予約ポータルサイト「TableCheck」。24時間365日リアルタイムの空席情報を把握することで、飲食店にもユーザーにもより良いレストラン体験の実現をサポートしています。

社内公用語は英語で、世界各国^{*5}から優秀なメンバーが集まり、業界のイノベーターとしてマーケットをリードしています。現在24か国、約4900店舗の飲食店で「TableSolution」をご利用いただいております^{*6}、月間の予約者数は約101万人^{*7}に達しています。世界中に展開する大手グローバルホテルチェーンや星付きレストランを筆頭に、厳しい水準と高い信頼性を求める一流のレストラン・飲食企業を取引先として抱え、日本国内にとどまらないグローバルな事業展開を実現しています。

*5…2020年1月末時点で18国籍のスタッフが在籍 *6…2020年1月末時点 *7…2020年1月の月間予約者数

会社名	: 株式会社TableCheck
所在地	: 東京都中央区銀座2丁目14番5号 第27中央ビル
コーポレートサイト	: https://corp.tablecheck.com/
創立年月	: 2011年3月
資本金	: 1億円（累計調達総額10.65億円）
事業内容	: クラウド型レストランマネジメントシステム「TableSolution」、 飲食店ネット予約「TableCheck」の開発・提供
拠点	: 9拠点（東京本社、大阪、福岡、韓国、シンガポール、インドネシア、タイ、 オーストラリア、UAE）

【本件に関するお問合せ先】

株式会社TableCheck PR担当 仁木

TEL 03-5565-0112 / FAX 03-5565-0118 / E-mail pr-jp@tablecheck.com