

公益財団法人 岩手県観光協会

令和5年度 おもてなし研修会 台湾編



岩台朋友会

全国通訳案内士(中国語)
菅沼 レイブン



自己紹介

Facebook  Fb.me/2600club
Instagram  iwate_inbound



Profile

菅沼 レイブン

黄 麗雯 (コウ レイブン)

台湾・台中出身。盛岡出身の夫と結婚し、在住12年。

専門学校講師（中国語）のほか、通訳、翻訳のプロとして、大手代理店や放送局の依頼も多い。全国通訳案内士（中国語）や僑務電子報記者としても活躍。

台湾政府認定の語学教室「盛岡華語教室」校長。

活動紹介

岩手の各地で、台湾に関する講演活動をはじめ、台湾との文化・経済両面での交流促進に関するあらゆる活動を行っています





3部構成

おもてなし研修会 台湾編

①台湾観光客の基本情報 と現在地

台湾観光客の訪日意欲・トレンド

コロナ前後の変化

観光再開への熱気はどうか

コロナ後の訪日トレンド

文化理解

食習慣を知る

プレゼントや土産のタブー

台湾の人にウケるお土産例

②喜ばれるおもてなし

食の対応でおもてなししよう

メニューでもおもてなししよう

観光資源でおもてなししよう

体験とふれあいでおもてなししよう

お見送りの瞬間までおもてなししよう

③台湾中国語の接客事例

挨拶から「その次」へ

まずは出来る対処をする

何を求めているか聞く

求められていることを知る

接客会話事例

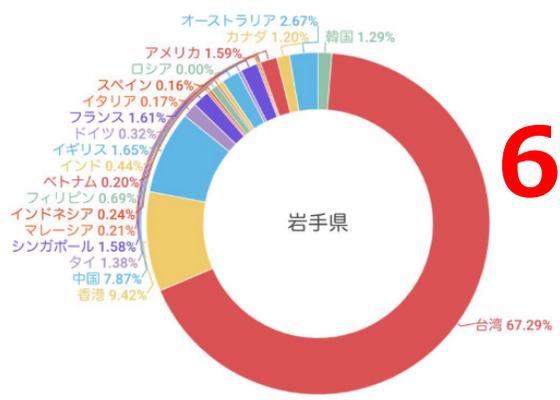
① 台湾観光客の基本情報と現在地



台湾観光客の訪日意欲・トレンド

コロナ前：圧倒的首位だった台湾からの観光客 コロナ後：各地で台湾観光客の奪い合いへ

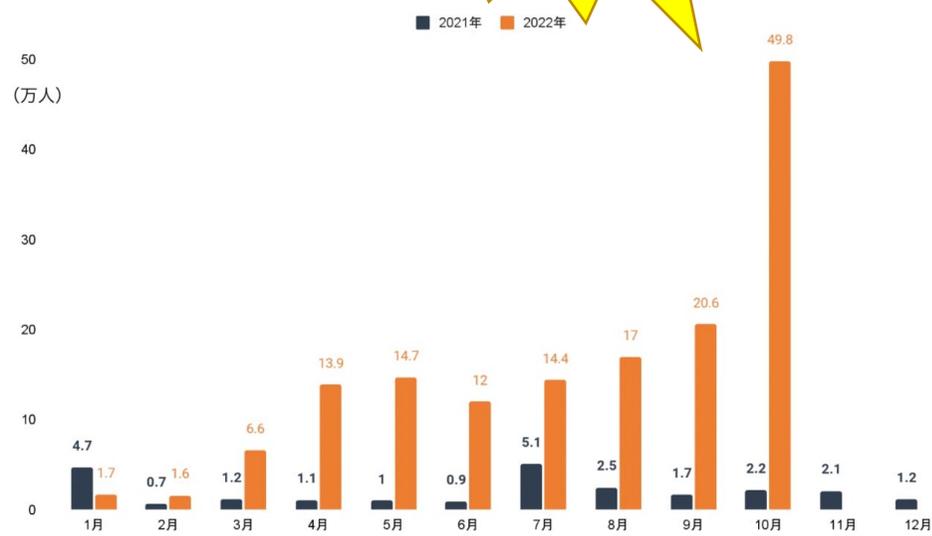
2019年（コロナ前）の岩手県に来ていた訪日外国人の割合



台湾は訪問者数「圧倒的1位」
67.29%

台湾観光客の奪い合いは始まっています

訪日外客数推移(対2021年)



調査方法：「訪日外国人消費動向調査（2019年）国籍・地域別 都道府県別訪問率」および「訪日外客数統計（2019年）」より訪日ラボ推計

ノービザ渡航解禁により訪日観光客の勢いは過熱
アフターコロナの観光客誘致(奪い合い)は始まっています

出典：日本政府観光局（JNTO）「訪日外客統計」

台湾観光客
の訪日意欲
・トレンド

台湾での観光への熱気を旅行博・商談会に見る



台中国際旅展（ATTA2022）には4日間で約12万人が来場
日本各地から参加したブースには行列

台北国際旅行博（ITF2022）（アジア最大級の旅行博覧会）も4日間で入場者数19万5000人と盛況



昨秋から今冬にかけて県内で開催された台湾向け商談会は盛り上がりを見せた



待ちに待った花巻ー台北定期便が**5月10日復活！**

台湾観光客
の訪日意欲
・トレンド

コロナ後の訪日トレンド

①有名観光地“おさらい”旅行からスタート

②ゴールデンルートから地方へ

③グリーンツーリズム

密を避け「リラックス」で「クリーン」な旅行へ

よりパーソナライズ化→大団体から、家族単位などの小団体や個人客へ



ニューノーマルな旅行スタイルへの変化

文化理解

台湾の人の食習慣を知ろう

素食

宗教的背景で「素食（スーシュー）」というベジタリアン（菜食）の人も少なくない

尚、素食は、その段階により

全素（チュエンスウー：ビーガン）

蛋奶素（ダンナイスウー：ラクト・オボ・ベジタリアン）

鍋邊素（グオビエンスウー：セミ・ベジタリアン）

などに分かれる



台湾の社会で、素食の人は決して珍しくなく、家族の中でも各自で習慣が違ったりもします

写真は素食の食材を用いたレストラン こうした店舗は、街なかのいたるところ普通にあり、バリエーションも豊富

温度

食事

食事は温かいものを好む 冷めたご飯やお弁当は絶対にNG

水も常温か白湯を

（日本のような「氷入り水」は、“身体を冷やすから”と嫌う人が多い）

その他

農業の歴史的背景から牛肉を食べない人も多い

他の多くの外国人同様に“生もの（生卵含む）”が

苦手な人も多い





文化理解

台湾の人へのプレゼントやお土産の“タブー”を知ろう

よく知られるNGの例

●**時計**：プレゼントでダメなのは、「鐘（Zhong）」で形容される「時鐘（置時計）」「掛鐘（掛時計）」「鬧鐘（目覚まし時計）」→相手の死を望むという意味になるため

※同じ時計でも「錶(Biao)」で形容される「手錶（腕時計）」や「懷錶（懐中時計）」はOKです

●**傘と扇子**：傘（San）も扇（Shan）も、散（San）の発音と似ているため、散ると言う意味になり、分裂して「別れる」という意味に繋がるため

●**風鈴**：発音が風鈴（Fengling）となり、別れを意味する「分離（Fenli）」と似ているため

●**刃物**：人間関係や縁を切るという意味に捉えられるため

●**ハンカチ**：永遠の別れや涙を連想するものとして縁起がよくないと考えられています

●**現金**：時と場合によって異なりますが、日本では3万円や5万円と割り切れない奇数が好まれますが、台湾では日本とは逆で「必ず偶数」の金額の現金を贈ります

文化理解

台湾の人にウケるお土産例

これがウケる！ 4カ条

「お土産 = 人に渡す」方程式

①文化に根差したもの(変化球も)

南部鉄器は台湾の人にとって大切な「茶文化」に根差したものでウケる土産物の代表例

②デザイン(見た目)は最重要

好まれるデザインや色のものは目を引きます 逆にどんなに良い商品でも、デザインが台湾人好みじゃないと選ばれない事も

③贈答用の紙袋は必須アイテム

お土産は「贈答用」で拡散されます 宣伝ツールとなる袋は好まれるデザインが決め手

④権威が大事

「〇〇受賞」「〇〇第一位」などが大好き！
最高の物を人にあげたい気持ちをくすぐる



②喜ばれるおもてなし



喜ばれるお
もてなし

食の対応でおもてなししよう

ベジタリアンの約8割はアジア

ヴィーガンを含むベジタリアンは世界で6.3億人
その8割を占めるのがアジアの国々の人たち

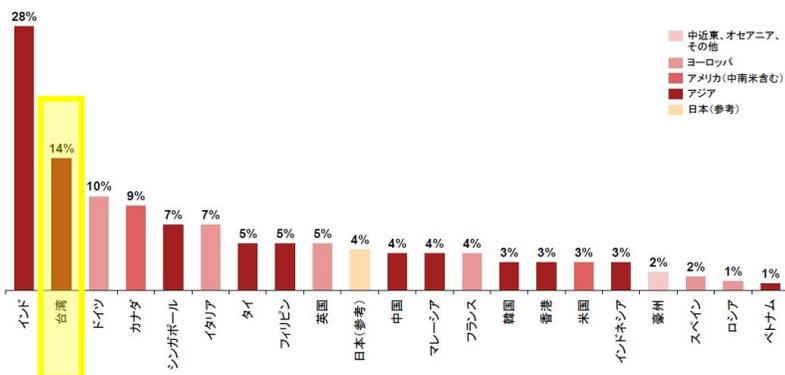
国・地域別の人口比率ランキングでは、1位イ
ンドに続いて、**2位の台湾が14%**

基本情報：国・地域別ベジタリアン等比率



訪日旅行者数の上位20ヶ国について、国・地域別にベジタリアン等の人口比率を見ると、インドが1位で突出して高く、2位が台湾。3位以下は欧米豪諸国が多くなっています。

訪日旅行者数上位20の国・地域¹⁾の国・地域別ベジタリアン等比率(2018年)



1) 統計データの存在しないマカオを除く上位20の国・地域
出所：ユーロモニターインターナショナルによる観光人口及びベジタリアン等人口を用い、算出

ヴィーガンとは？

food diversity

	種類	卵	乳製品	五葷 (ごくん)
ベジタリアン	ヴィーガン	×	×	○
	ラクトベジタリアン	×	○	○
	オボベジタリアン	○	×	○
	オリエンタルベジタリアン	△	△	×

※五葷 (ごくん) = ネギ・にんにく・にら・らっきょう・あさつき

Copyright2022 Food Diversity Inc. ALL Rights Reserved. 1

この市場は
まだとりき
れていない

ベジタリアンやヴィーガンのイン
バウンド客は**年間167万人**

飲食費は**450~600億円**

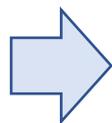
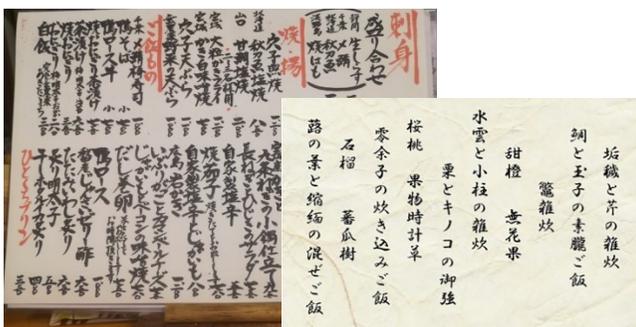
「ベジ=野菜食」ではない
本当のニーズは「日本人が『普段食べているもの』のベジ・
バージョン」が食べたい

喜ばれるお
もてなし

メニューでもおもてなししよう

自分が外国に行った事を想像して、相手の立場で考えてみよう
今の形にこだわらず、どうしたら“より良く”なるか 変える事は「面倒なこと」ではなく「おもてなし」の見える化

見ただけではわかりにくいメニュー



多言語化と「見てわかる」メニューへ

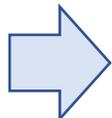


実例



※提供の実例

変更例



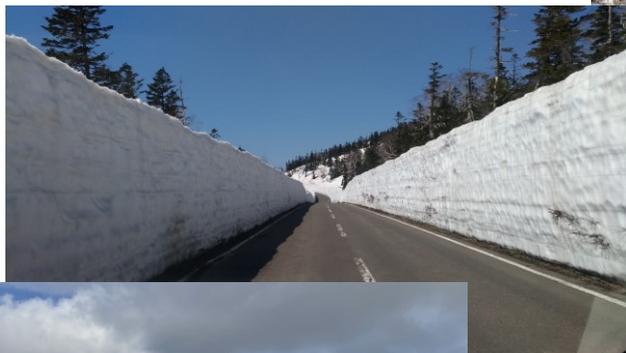
使用例にする
ことでわかり
やすくなる



喜ばれるお
もてなし

観光資源でおもてなししよう

桜、紅葉…それ自体は日本各地にあるけれど、各観光地との「差別化」で台湾の人に訴えかけましょう



春夏秋冬、岩手の四季はどれも台湾にはない魅力でいっぱい

台湾の人たちは常に「映える」風景を探しています
身近にある「映え」をもっとアピールしましょう



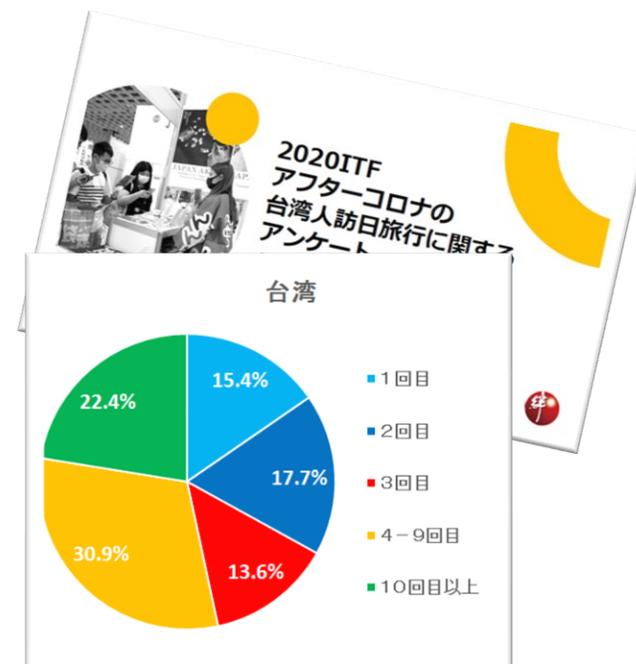
「つい人に自慢したくなる」ストーリーづくりで、来県者の連鎖を産み出しましょう

喜ばれるお
もてなし

体験とふれあいでおもてなししよう

「訪日リピーター」の多い台湾人観光客
有名な観光地に“飽きた”彼らが求めるものは？

未体験の日本に触れる旅をアピール



旅行博でのアンケート
台湾の人たちは訪日リピーターが多く、
私たちが驚くほどたくさんの観光地の
情報をもっている

そのため他の人より「誰も経験したこ
とのない体験」を求めて東北に来るの
で、他との差別化が求められる

“ふれあいウェルカム”な(心の)準備は出来てますか？

喜ばれるお
もてなし

お見送りの瞬間までおもてなししよう

台湾人観光客の心を掴んで離さない「お見送り」が話題に

成功事例に学ぼう

極意は
後味・余韻



観光客が帰るバスを追いかけて、青年団のスノーモービルが爆走しながら別れを惜しむ

台湾人の心をくすぐる演出!

観光客が動画サイトでクチコミ拡散

SNSで高評価

集客アップ



各地で「お見送り
を重視するスタイル」
でアピールする
ところも増えて
います

あなたのところは
“余韻を残す”お見送
りしてますか？

③ 台湾中国語の接客事例



台湾中国語
の接客事例

挨拶から「その次」へ

[よくあるお悩み]挨拶だけならすぐできる！でもそのあとどうしたらいいかわからない

你好 (nǐ hǎo)

こんにちは (ニィハオ)

謝謝 (xiè xie)

ありがとう (シィエシィエ)

再見 (zài jiàn)

さようなら (ザイジェン)

が言えたら「その次」は？



落ち着いて、ここですることは2つ

① **まずは出来る対処をする**

② **何を求めているか聞く**



台湾中国語
の接客事例

まずは出来る対処をする

これだけ覚えよう

寫一下 (xiě yí xià)

書いて下さい (シエーイーシャ)

台湾の人とは「漢字」という共通の文字があります
もちろん全く同じではないけれど、通じるものも少なくない



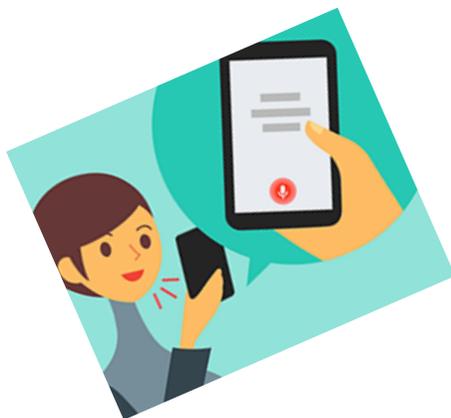
まずは「筆談」を試してみよう！



台湾中国語
の接客事例

何を求めているか聞く

お客様が伝えたい（求めている）ことを知るために頼りになる「武器」を持ちましょう



それが
スマートフォン
と
コミュニケーションシート
(指さし会話帳)



スマートフォン独自の翻訳機能→近年の機能強化で実使用に耐えるように

スマートフォンで利用できるアプリ→主なもの：Voice Tra(観光庁も利用)

コミュニケーションシート(指さし会話帳)→観光庁HP

(https://inboundkenshu.com/home/traning_pdf)よりダウンロード可能

※台湾向けには「中国語(繁体字)」を使用して下さい

台湾中国語
の接客事例

求められていることを知る

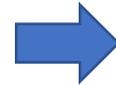
お客様が聞いてくる内容にはいくつかのパターンがあります
よく聞かれるものを例に、おおまかに2つ挙げてみました
この2つにあてはまれば、お客様が求めている方向性がつかめます



～可以吗？（～クーイーマ？）

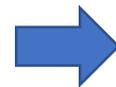
もしくは

可以〇〇嗎？（クーイー〇〇マ？）



～（〇〇）できますか？

～在哪裡？（～ザイナーリー？）



～はどこですか？

聞かれている方向性がわかれば、この「～もしくは〇〇」の部分を答えるだけでOK

例) 「(カード使用) **できる?**」 「(荷物送る) **できる?**」

「(トイレ) **どこ?**」 「(この商品) **どこ?**」 など



※答える時は、中国語がわからなくても、身振りや簡単な英語(OK、NOなど)でも大丈夫

台湾中国語
の接客事例

接客会話事例

いくつかの会話を知っておくと現場対応に自信がもてます



会話①

クーイ シュウアカーマ?

お客様：可以 刷卡嗎? (カードは使えますか?)

クーイ、 チンシュールー ミーマー

スタッフ(使える場合)：可以, (機械を出し) 請輸入 密碼 (はい、暗証番号を入れてください)

ブーハオイスー、ウォーメン ジューショー シェンジン

スタッフ(使えない場合)：不好意思, 我們 只收 現金 (すみません、当店は現金のみです)

会話②

チンウェン、ゴンチョージャン ザイナーリー?

お客様：請問, 公車站 在哪裡? (すみません、バス停は何処ですか?)

ジューゾウ イーバイ ゴンチュー、ゴンチョージャン ジョウザイニダ ヨービエン

スタッフ：直走 100 公尺, 公車站 就在你的 右邊

(まっすぐ100メートル行ったところ、右側にバス停があります)

会話③

ヨー トエイジェンダ バンショウリーマ?

お客様：有 推薦的 伴手禮嗎? (おすすめのお土産はありますか?)

ナンブテイピン ズンマヤン? ヘンシューハ パオチャー

スタッフ：南部鐵瓶 怎麼樣? 很適合 泡茶

(南部鉄瓶はどうですか? お茶を淹れる時に良いですよ)

台湾の人たちのことをよく知って 岩手に来ていただき、楽しんでいただく力にしよう

