

# 国際観光客誘致のための外国語メニューの開発 に関する研究

---

山梨県立大学地域研究交流センター 2009年度研究報告書

国際観光客誘致のための外国語メニューの開発  
に関する研究

外国語メニュープロジェクト調査グループ

山梨県立大学地域研究交流センター

# 目 次

1. 研究報告 .....	3頁
(1) 研究スタッフ	
(2) 研究の背景	
(3) 研究概要	
(4) 研究成果	
別紙 1 : 外国語メニュー導入による地域個人飲食店への外国人客獲得支援の研究	
代表：猪股あさみ。塩崎亜沙美	
2. 作成資料 .....	23頁
(1) 資料1：外国語メニュー（銀座江戸家版）	
(2) 資料2：銀座江戸家中国人観光客用チラシ（ホテル配布用）	
(3) 資料3：店内での説明資料	
3. 参考資料 .....	39頁
(1) 参考1：学会発表資料	
1) 参考 1-1：富士学会、2008 年度秋季学術大会（第 6 回研究発表会）、2008 年	
2) 参考 1-2：北東アジア学会、2009 年度学術大会、2009 年	
(2) 参考2：関係報道記事	
(3) 参考3：学生優秀地域プロジェクト「認定書」	

# 1、研究報告





# 1、研究報告

## (1) 研究スタッフ

2008 年度から 2009 年度に実施した「国際観光客誘致のための外国語メニューの開発に関する研究」(以下、「外国語メニュープロジェクト」と省略)のスタッフは、必要に応じてその数を増員し、最終的に参加したものは、下記のとおりである。所属別にみると、社会人と学生からなる混成チームの形態をとった。学生スタッフは、学内で公募し選抜した。その際、学校名、国籍、学年、性別は問わなかった。外国語メニュープロジェクト調査グループのスタッフの氏名、所属、そして本研究における役職は、以下の通りである。

### 1) 研究代表者：

吉田均(山梨県立大学国際政策学部准教授)、伊東洋晃(山梨学院大学現代ビジネス学部准教授)

### 2) 社会人スタッフ：

小林明(甲府商工会議所地域振興部部長)、渡井賢一(同主任)、杉田季久(同主事)、今井梨紗(デザイナー)

### 3) 学生スタッフ：

#### <山梨県立大学学生>

内藤博貴(プロジェクトリーダー、山梨県立大学国際政策学部4年)、伊藤瞳(プロジェクトリーダー、Bグループリーダー、同3年)、篠原里奈(2008年度卒)、駒谷可南子(同4年)、楊秋露(Cグループリーダー、同3年)、沼百愛(同3年)、田中めぐみ(同3年)、塩崎亜沙美(同3年)、武川祥子(Dグループリーダー、同3年)、猪股あさみ(Fグループリーダー、同3年)、谷口誓(Cグループリーダー、同2年)、菅原萌(Aグループリーダー、Eグループリーダー、同2年)。

稲葉恵理(プロジェクトリーダー、同2年)、平松佳奈(プロジェクトリーダー、同1年)、伊藤真喜子(副プロジェクトリーダー、同2年)木越みな美(副プロジェクトリーダー、同2年)、柴田瑞穂(同2年)、松村奈美(同2年)、篠原希美(同2年)、谷口誓(同2年)、齋間弘希(同1年)、内藤沙織(同1年)、永吉俊博(同1年)、長谷川円香(同1年)。

#### <山梨学院大学学生>

鄭新(副プロジェクトリーダー、Gグループリーダー、山梨学院大学現代ビジネス学部3年)、劉瀚陽(副プロジェクトリーダー、同3年)、肖楠(同経営情報学部、3年)。

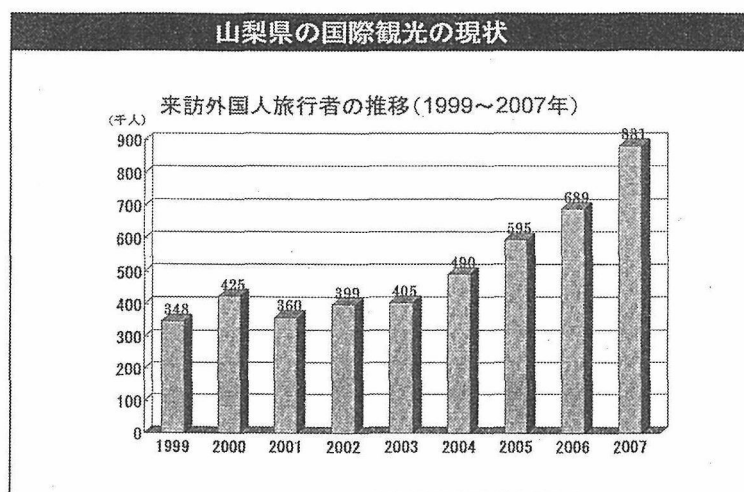
## (2) 研究の背景

2008年5月、「甲府商工会議所との包括的連携に関する協定」に基づく、本学と同会議所との定期協議時に、甲府商工会議所小林明地域振興部長より、外国人用メニューを商店向けに開発できないかとの依頼があった。その背景には、一昨年度山梨県における外国人観光客が88万人に達し、甲府市の中心商店街の飲食店にも、外国人観光客が増えてきたことがあげられる（図表1を参照）。

以上に対応するため、甲府商工会議所は、受け入れ態勢を順次整備していきたいと考えていた。その第1歩として、最も必要度の高い飲食店での外国語メニューを開発したいとの希望があり、本学に提案がなされた。

会議の席上、同会議所小林部長および本学地域交流センター池田政子センター長により、山梨県立大学国際政策学部の吉田均が担当者として指名された。その後、吉田から国際観光事業で実績のある山梨学院大学現代ビジネス学部の伊東洋晃准教授に、共同プロジェクトとして提案し、本研究となった。

図表1、山梨県の  
外国人観光客の動向



出所：山梨県国際交流課<sup>1</sup>

## (3) 研究概要

### 1) 研究グループ

山梨県立大学、山梨学院大学、甲府商工会議所との共同プロジェクトとし、両大学より両教員および学生（留学生を含む）を公募し研究チームを組織した。研究スタッフの具体的氏名は、上記1(1)の通りである。

### 2) 予算

基本予算として、2008年度と2009年度に山梨県立大学地域研究交流セン

<sup>1</sup> 窪田克一（山梨県観光部国際交流課課長）、「国際観光の現状と取り組み」、2008年6月26日。＊やまなしインバウンド観光教育プログラムで、講演時に使用した資料。

ターより、「地域研究交流センター共同研究」として助成金を得た。このほか不足分は、山梨学院大学・銀座江戸家・若鮎などから支援を得た。本研究に対する主な研究助成は、下記のとおりである。また甲府商工会議所からも多くの便宜供与をいただいた。

### 3) 銀座江戸家での研究概要

本研究の柱は、甲府市中心商店街の飲食店で使用する外国語メニューを、A) 多言語（英語、中国語、韓国語など）もしくは、B) 日本語と外国語の2ヶ国語表記で作成することにあつた。事業を実施するにあたって、先ず甲府商工会議所を通じて、同商店街で第1号の実験協力店を募集した。そして最終的に、A) ドーミーイン甲府<sup>2</sup>開業以降、外国人観光客が急増していること、B) 店舗が甲府市中心商店街に位置すること、C) 外国語メニューを作る意志があること、D) 学生の活動に理解があること、以上の4点の理由により、銀座江戸家を実験協力店に決定した（同店の概要については、下記囲み記事を参照）。

#### <銀座江戸家の概要>

甲府市中心街銀座通りに開業している、甲府を代表する老舗日本料理店。山梨の郷土料理と活魚料理が堪能できる。甲斐の馬を使った馬刺し、自家製味噌で煮込んだほうとうなど、料理・地酒を豊富に取り揃えている。

店舗は、純和風の3階建。席数は宴会場も含めると140席程度。住所は、下記のとおり。400-0032 山梨県 甲府市 中央 1-13-8

同店舗で、実際に使用できるものを作成するため、国際的に理解しやすいメニュー構成や商品説明、デザインなどを研究した。研究にあたっては、下記のA～Gの7つの作業チームを編成した。

#### A、ビジネスモデルグループ

モデルメニューの価格設定をする。あわせて普及方法などの研究し、モデルメニューをビジネス化するための方法を考える

#### B、メニュー構成グループ

国際的にわかりやすいメニューの頁構成とその使用言語の検討をする。あわせて掲載メニューの割り出しを行う。

#### C、翻訳グループ

<sup>2</sup> 甲府市中心街に開業した外国人観光客も多く宿泊するホテル。実験協力店である銀座江戸家から徒歩1分の圏内ある。住所は、〒400-0032 山梨県甲府市中央 1-14-3。

選別したメニューの英語・中国語訳をする。あわせてその翻訳、ネイティブチェックのスタッフを確保する。

#### D、ピクトグラム割り出しグループ

食材・成分表示などで使用可能なUDピクトグラムを割り出す。あわせて店内表示で必要となるUDピクトグラムを割り出す。

#### E、ピクトグラムデザイングループ

外国語メニューの存在、食材やアレルギー表示に使用可能な新たなピクトグラムをデザイナーとともに開発する。

#### F、報告書用記録係

全体ミーティングで会議の記録を作成する。あわせて山梨県立大学地域研究センター向け報告書を編集する。

#### G、山梨学院調査グループ

モデル店舗での留学生による試食実験や意識調査を行う。

以上の各グループ間の意見調整と最終決定組織として、全研究スタッフによる全体会議を組織した。以上の会議を通じて、次の3項目を決定し、各チームごとに研究作業を実施した。

#### A) メニューの使用言語

メニューの使用言語は、A) 山梨県の外国人観光客の国別分類をみると、山梨県は中国人観光客が圧倒的に多いこと、B) 近年銀座江戸家で急増している外国人観光客が中国人であることを考慮し、3カ国語表記（英語、中国語、日本語）で作成することとした。

#### B) UDピクトグラムの使用

メニューは、単に日本語のメニューを外国語に翻訳するのではなく、写真とユニバーサルデザインのピクトグラム（以下、UDピクトグラムと省略。図表3を参照）を多用することで、文字を使用しないコミュニケーションの可能性を検討していく。



出所：外国語メニュープロジェクト調査グループ、2008、「甲府市中心街飲食店におけるメニューの多言語化プロジェクト」、『富士学会 2008年度秋季学術大会』、富士学会

### C) 店内表示の研究

また本プロジェクトでは、メニューだけではなく、入り口・レジやトイレなど、お客さんの動線上で利用可能なUDピクトグラムも研究対象に加える。最低限のユニバーサルデザインを利用したサインを掲示し、店員がほとんど外国語を話せない場合でも、ある程度外国人観光客に対応可能な体制を研究する。

### 4) 若鯨甲府駅前店での研究概要

2009年度より、上記の銀座江戸家での研究成果を踏まえ、新たな学生チームが若鯨甲府駅前店での外国語メニューに取り組んでいる。若鯨は、甲府で最もおいしいファッションブルなお鯨屋さんとして有名である。このほか地域社会貢献活動の一環として、山梨学院短期大学食物栄養科と協力して、食物のプロを目指す若者を支援するため、「オリジナルメニューコンテスト2009」を企画したことで有名なお店である。同コンテストの入選作は、実際に若鯨の店舗で販売されている。

現在2010年5月を目処に、若鯨で新しいタイプのバイリンガルメニューを研究している。今回は、世界中のお鯨さんのメニューを参照しながら、同店の日本語のメニューをベースとして翻訳作業に入っている。また別冊では、そのメニューを媒介に会話が生まれるもの、日本や海外の鯨文化を伝えられるものを研究中である。

#### <若鯨甲府駅前店>

お寿司の激戦区の山梨で、お店がモダンで、おいしいお寿司がいただけることで有名なお店。若鯨さんは、本店（甲府市国母）と甲府駅前店の2店舗を展開している。このほかイツモアなどのスーパーマーケット6店舗で、デリカケースを展開している。

山梨県甲府市丸の内2-16-6 平和ストリートビル2F

ホームページ：<http://www.wakazushi.com/top.html>

### (4) 研究成果

#### 1) 銀座江戸家での研究成果物

##### A) 外国語メニュー

銀座江戸家を対象に、英語と中国語の2ヶ国語表記で、メニュー名のみ日

本語も記載した、外国語メニューを作成した。メニュー名のみ日本語とした理由は、店員が英語と中国がわからない場合、日本語表記がないと、注文の確認ができなくなるためである。以上の言語のほかに、写真を多用し、さらに独自に開発したUDピクトグラムも、食材の成分表示やアレルギー表記などで使用した（「資料1：外国語メニュー（銀座江戸家版）」を参照）。メニューは、計8頁とし、その構成は、以下の通りである。

- 第1頁：表紙
- 第2頁：お薦め定食
- 第3頁：定食
- 第4頁：定食
- 第5頁：山梨の郷土料理
- 第6頁：一品料理
- 第7頁：一品料理、江戸家営業告知
- 第8頁：飲み物、ピクトグラムの説明

## B) 店内資料

店内用資料としては、a) ホテル用の中国語版チラシ、b) 店内案内図、c) 銀座江戸家の説明、d) 郷土料理の説明、e) 店内などで使用可能なピクトグラムの一覧を作成した。

a) ホテル用の中国語版チラシについては、2009年の春節に来訪した中国人観光客を、ドーミーイン甲府から銀座江戸家に誘導するため、同店のチラシを中国語で作成し、同ホテルにお願いして置かして頂いた（「資料2：銀座江戸家中国人観光客用チラシ（ホテル配布用）」を参照）。

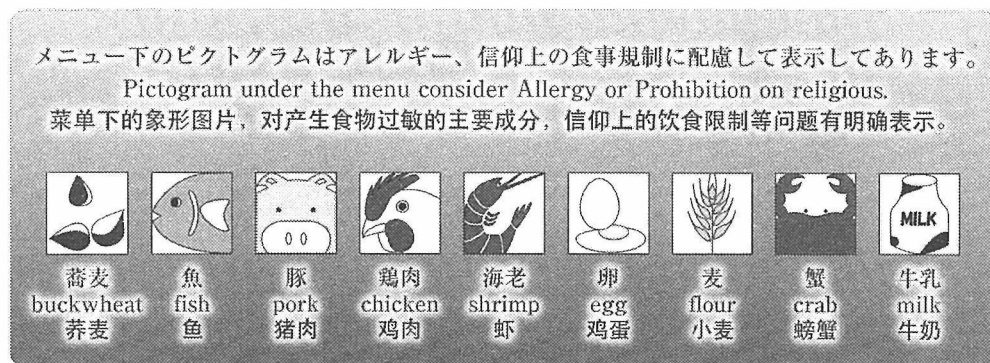
そのほか、b) 店内案内図、c) 銀座江戸家の説明、d) 郷土料理の説明を日本語・英語・中国語で作成した（「資料3：店内での説明資料」を参照）。

## C) 新たなUDピクトグラムの開発

新たなUDピクトグラムを、デザイナーの今井梨紗氏の指導の元、同氏と学生とで開発した。開発にあたっての主なポイントは下記の通りである。完成したピクトグラムについては、下記の図表4を参照されたい。

- \*ユニバーサルデザインを配慮したシンプルな図形
- \*カラーユニバーサルデザインも配慮し、図形には太い縁取り線か、白ぬき線を入れる。
- \*外枠にも、太い枠取り線を入れる。

図表 4、開発したUDピクトグラム



#### D) ビジネスモデルの研究

A、ビジネスモデルグループは、伊東准教授の指導の元、本事業の価格設定や普及方法など、ビジネスモデルを研究してきた。その研究成果は、下記の「別紙 1、外国語メニュー導入による地域個人飲食店への外国人客獲得支援の研究」(研究代表者：猪股あさみ、塩崎亜沙美)などの形でまとめられた。しかし未だに確定されたビジネスモデルの形成には至っていない。

#### E) そのほか

G山梨学院調査グループにより、銀座江戸家での中国人留学生による試食会を実施した。同会は、事前通告なく実施され、同店のメニューを外国人が好むかどうかは勿論、店員の外国人への対応など、接客マナーなどについてもチェックした。

### 2) 本研究の社会的効果

2008年～2009年度の活動実績は、受賞3件、政策採用1件、助成ほか3件、著作13件、口頭発表3件、新聞報道ほか計8件であった。単独プロジェクトとしては、十分な実績が上げられたと考えられる(詳細については、下記「外国語メニュープロジェクト活動実績リスト」を参照されたい)。また関連新聞報道の1部は、巻末の参考2に掲載してあるのでこちらも参考とされたい。

銀座江戸家での具体的な効果測定は、現時点では実施できていない。しかし2009年の春節用に、臨時で外国語メニュー(試作版)および誘導チラシを設置した結果、1月31日に15人の中国人が銀座江戸家で食事をした際、同資料を利用し注文したことが確認された。通常であれば、全員同一のメニューを注文することが多いが、同日は皆バラバラのメニューを注文したとの報告を受けた。また2010年度に同店を来訪した中国人観光客の1人当たりの客単価が、平均1000円前後度上昇したとの報告を同店店主、長坂善雄氏より頂いている。



## 外国語メニュープロジェクト活動実績リスト

### 1、受賞、他

#### (1) 受賞 (計 3 件)

- 1) 内藤博貴、伊藤瞳、篠原里奈、駒谷可南子、楊秋露、沼百愛、田中めぐみ、塩崎亜沙美、武川祥子、猪股あさみ、谷口誓、菅原萌、鄭新、劉瀚陽、肖楠、平成 20 年度学生優秀地域プロジェクト、2008 年、山梨県立大学地域研究交流センター。プロジェクト名：「国際観光客誘致のための外国語メニューの開発に関するビジネスモデルの研究」。
- 2) 楊秋露、審査員特別賞、「私の座右の銘」『第 6 回やまなし留学生スピーチコンテスト』、やまなし留学生スピーチコンテスト実行委員会、2009 年度、やまなし留学生スピーチコンテスト実行委員会。
- 3) 猪股あさみ、入選、「大学生が夢見るまちづくり奮戦記—甲府をおもてなしの心世界一の町に—」『日本余暇文化振興会体験記・論文・エッセイコンテスト』、2009 年、日本余暇文化振興会。

#### (2) 助成ほか (計 3 件)

- 1) 外国語メニュープロジェクト調査グループ、2008 年、国際観光客誘致のための外国語メニューの開発に関するビジネスモデルの研究 (山梨県立大学「平成 20 年度地域研究交流センター共同研究」)、山梨県立大学地域研究交流センター。
- 2) 鄭新、劉瀚陽、肖楠、山梨学院学生チャレンジ制度、「外国人観光客の外食消費支援の研究と実践」、2008 年、山梨学院大学。
- 3) 吉田均、伊東洋晃、小林明、杉田季久、学生 20 名、2009 年、国際観光客誘致のための外国語メニューの開発に関するビジネスモデルの研究 (山梨県立大学「平成 21 年度地域研究交流センター共同研究」)、山梨県立大学地域研究交流センター。

### 2、政策提言 (計 1 件)

- 1) 本研究での甲府市中心商店街における実験が評価され、「甲府市観光振興基本計画」(2009 年 3 月施行) に、「施策番号 28、外国語メニューの策定支援」(49 頁) として掲載された。

### 3、活動実績

#### (1) 著作 (計 13 件)

- 1) 外国語メニュープロジェクト調査グループ、2008、「甲府市中心街飲食店におけるメニューの多言語化プロジェクト」、『富士学会 2008 年度秋季学術大会』、富士学会
- 2) 外国語メニュープロジェクト調査グループ、2009、「国際観光客誘致のための外国語メニューの開発に関するビジネスモデルの研究」、『2008 年度山梨県立大学地域研究交流センター年報』、山梨県立大学地域研究交流センター
- 3) 外国語メニュープロジェクト調査グループ、2009、「国際観光客誘致のための外国語メニューの開発に関するビジネスモデルの研究」、『山梨県立大学地域研究交流センター2008 年度研究報告書』、山梨県立大学地域研究交流センター
- 4) 外国語メニュープロジェクト調査グループ代表吉田均、2009、「外国語メニューの開発に関するビジネスモデルの研究 (仮題)」、『山梨総研ニュースレター No.131 (2009 年 6 月 3 日)』、山梨総合研究所
- 5) 外国語メニュープロジェクト調査グループ、2009、「外国人観光客の外食消費支援の研究と実践」、『山梨学院大学学生チャレンジ制度—個人プロジェクト報告書』、山梨学院大学
- 6) 吉田均、2009 年、「テーマ 1 外国語メニュープロジェクト—インバウンド観光から見えてくる世界—」、『山梨総合研究所 News Letter』(Vol.131)

2009年6月1日)、山梨総合研究所

- 7) 劉瀚陽、2009年、「私も言いたい 中国人旅行者の誘致策を考える時」、『山梨日日新聞』、2009年5月29日
- 8) 伊藤瞳、2009年、「私も言いたい 観光のUD化で海外から誘客へ」、『山梨日日新聞』、2009年7月1日
- 9) 田中めぐみ、2009年、「私も言いたい 英語学習通して異文化の理解を」、『山梨日日新聞』、2009年7月15日
- 10) 猪股あさみ、「大学生が夢見るまちづくり奮戦記—甲府をおもてなしの心世界一の町に—」『財団法人日本余暇文化振興会 創立35周年記念誌』、2009年、日本余暇文化振興会。
- 11) 外国語メニュー研究グループ、2010、「外国語メニューの開発に関するビジネスモデルの研究」、『地域研究交流センターニューズレター』10号(2010年2月25日)、山梨県立大学地域研究交流センター
- 12) 外国語メニュープロジェクト調査グループ、2010、「国際観光客誘致のための外国語メニューの開発に関するビジネスモデルの研究」、『山梨県立大学地域研究交流センター2009年度研究報告書』、山梨県立大学地域研究交流センター
- 13) 外国語メニュープロジェクト調査グループ、2010、「国際観光客誘致のための外国語メニューの開発に関するビジネスモデルの研究」、『2009年度山梨県立大学地域研究交流センター年報』、山梨県立大学地域研究交流センター

#### (2) 口頭発表(計3件)

- 1) 外国語メニュープロジェクト調査グループ(篠原里奈、内藤博貴、武川祥子、吉田均、伊東洋晃ほか9名)、(2008年11月29日)「甲府市中心街飲食店におけるメニューの多言語化プロジェクト」『富士学会 2008年度秋季学術大会(報告者)』、富士学会。
- 2) 山梨県インバンド観光支援学生グループ(猪股あさみ、塩崎亜沙美、ほか43名)、(2009年11月22日)「国際観光におけるユニバーサルデザインの利用可能性—大学生の参加型学習を通じた事例研究—」『北東アジア学会 2009年度学術大会』、北東アジア学会。
- 3) 外国語メニュープロジェクト調査グループ、(2009年10月30日)「外国語メニュープロジェクト」『国際協力論』、山梨県立大学。

#### 4. 関連報道

##### (1) 新聞報道(計7件)

- 1) 「富士山への観光客 甲府に誘導を提案 県立大で学会」、『山梨日日新聞』、2008年11月18日
- 2) 「英語、中国語メニューを導入 学生が中心街活性化でスクラム」、『山梨日日新聞』、2008年12月10日
- 3) 「対訳付き和食メニュー完成 県立大・山学大学生が作成、甲府の飲食店用に」、『山梨日日新聞』、2009年5月6日
- 4) 「風林火山」、『山梨日日新聞』、2009年5月11日
- 5) 劉瀚陽、2009年、「私も言いたい 中国人旅行者の誘致策を考える時」、『山梨日日新聞』、2009年5月29日(再掲)
- 6) 伊藤瞳、2009年、「私も言いたい 観光のUD化で海外から誘客へ」、『山梨日日新聞』、2009年7月1日(再掲)
- 7) 田中めぐみ、2009年、「私も言いたい 英語学習通して異文化の理解を」、『山梨日日新聞』、2009年7月15日(再掲)

##### (2) テレビ報道(計1件)

- 1) 「YBSワイドニュース」(18:16~)、山梨放送、2009年5月6日。

## 外国語メニュー導入による地域個人飲食店への外国人客獲得支援の研究

研究代表者：猪股あさみ。塩崎亜沙美

### ① ビジネスプランの具体的内容

#### (1) 問題の背景と着想点

私たちが通う大学がある甲府市は、郊外の開発が進む一方で中心市街地の衰退が問題視され、個人飲食店もその打撃を被っていた。かかる状況の中、2007年9月にビジネスホテルのドーミーイン甲府が開業して以来、中心商店街に外国人観光客が多く訪れ始めたという朗報が舞い込んだ。

飲食店にもこの新たな市場を取り込もうという意思はあるものの、慣れない外国人観光客対応に不安を感じ、特に言語面で大きな課題を抱えていた。これは取りも直さず、この地を訪れる外国人にとっての大きな問題でもある。特に本年7月に個人ビザが解禁された中国人にとっては、今までは添乗員の手配する決まった食事をとるだけであったのが、個人旅行で選択の幅は増えたのに、ストレスフリーで食事を楽しめる店が不足している。「海外旅行なので、このようなものか」と納得して帰国する向きもあろうが、そのことこそ、大きな問題である。旅行の楽しみの大きな要素の一つであるご当地料理を楽しめないのは、観光客はもちろん、飲食店にとっても大きな機会損失となっている。

私たちはこの問題をうけ、飲食店に外国人観光客を新規顧客として受け入れる手段さえあれば、双方の問題解決につながると考えた。そこで飲食店にとっては新規顧客獲得戦略、外国人観光客にとっては旅行中の外食支援となる、双方向のビジネスプランを構築したいという思いに至った。

#### (2) ビジネスプランの概要

前項にて述べた、外国人観光客と飲食店の双方にとっての機会損失を減じる方法として、これまで外国人を顧客対象とすることができずにいた飲食店を対象に、外国人観光客を新規顧客として受け入れるための外国人観光客対応ツールの開発・提供を行う。提供物の概要は以下のとおりである。

- A) 多言語表記かつ、ユニバーサルデザイン(以下 UD)使用のメニューブック (日英中による3か国語表記、UDピクトグラム併用)
- B) 店内案内図 (UDピクトグラム、日英および日中表記) および食事方法の説明(箸の使い方や蕎麦の食べ方など)
- C) QRコード(2次元バーコード)およびUDピクトグラムシール

A) および B) に関しては、外国語が話せない飲食店において、UDを用いた多言語メ

ニュー・店内案内図を使用することで、日本語が話せない外国人客が潜在的に抱えていた不便さを軽減させ、入店から飲食までの行程をよりスムーズにする。C)に関しては、外国人観光客獲得を検討中の店舗に対して、ローコストで効果を実感できるツールとして提示する。以上のツールは、小規模な個人飲食店でも導入しやすい価格帯で提供する。個々の外国人観光客が旅先で自由に外食を楽しめるようにするためには、選択できる飲食店が豊富にあることも求められるからである。

### (3) 期待される成果

本プランの実現により、外国人観光客が旅先での外食機会において潜在的に抱えている不満が解消され、国内市場規模の縮小傾向のなか、これまで彼らを顧客としてビジネスの対象とすることのできなかった飲食店は新たな顧客獲得の方途を見出すことになる。

そして、本プランが提供する外国人観光客対応ツールが、ある地域において一定水準普及することで、外国人観光客は、料理のみならず、店舗をも自由に選択することができるようになる。これは、衰退の危機が叫ばれている地方都市の商業地域に対して、地域活性化の新しい方向を提示するものにもなるだろう。

また、彼らが好む、寿司やてんぷらなどといった代表的な日本料理を提供する和食店や、その地域の風土を味わうことのできる郷土料理屋などの個人飲食店は、誇りやこだわりを持った店舗が多いため、日本の食文化や地域文化をより魅力的に伝える重要なコンタクト・ポイントとなるものが多い。これらの店舗が外国人を受け入れ、もてなせるようになることは、国際観光の大きな意義のひとつである文化交流に一定の貢献をなし、さまざまな地域の個性的な魅力を世界に発信することで、国際社会における“日本の彩”をより深めることに繋がるだろう。

## ② ビジネスプランの優位性

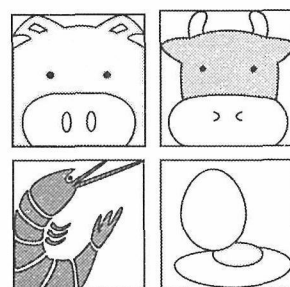
### (1) 新規性・独創性

【ツールの複合的提供】 私たちの提案する外国人観光客対応ツール（外国人観光客にとっての外食支援ツール）の特徴の一つは、(i)外国語メニューのみならず、(ii)店内案内図・食事方法の説明、(iii)使用食材・調理法（加熱・非加熱）を視覚的に理解できるUDピクトグラムを三者を組み合わせたところにある。

“皿の上”だけが食事の対象ではない。料理の由来や郷土性、食材や調理方法、そして、それらを踏まえた自らの食事作法と、食事という消費行動のフェーズは多岐にわたる。私たちは、外国人観光客が、異なる文化環境の中でそれらをできる限り味わい尽くせることを目指して、本プランを作成した。

特に、近年国際（交流）関係への応用がめざましいUDのコンセプトを、これまで主に活用されてきた福祉やハードインフラ分野から、日本人と外国人の間での言語の壁を越え

たコミュニケーションに活用することを考えてきた私たちは、アレルギーや宗教上の禁忌に対応でき、かつ子供が見ても楽しめるピクトグラム（絵記号）を韓国人デザイナーの協力を得て、十数種類作成してきた（右記サンプル）。従来のような機械的な絵記号ではなく、人と人との心を通わせるインターフェイスとなることを目指したピクトグラムは、既に試行的に作成した多言語メニューに使用し、現在、実店舗にて試用されている。



## (2) 独自の強み

**【導入容易性】** 地域に根差した小規模な飲食店こそ、優れた観光資源たりうる。大資本の下で規模の経済を活かして自前のメニュー作成に取り組める大規模外食チェーンとは異なり、金銭的な経営資源に乏しい個人経営の飲食店でも初期投資額を抑え、負担なく導入ができるよう、絶対的にリーズナブルな価格を提示したい。そこで私たちは、徹底的なコストの見直しを図り、ピクトグラム開発から、メニューブックの版下作成、印刷、簡易製本に至るまでの全工程を、自ら行うことにした。

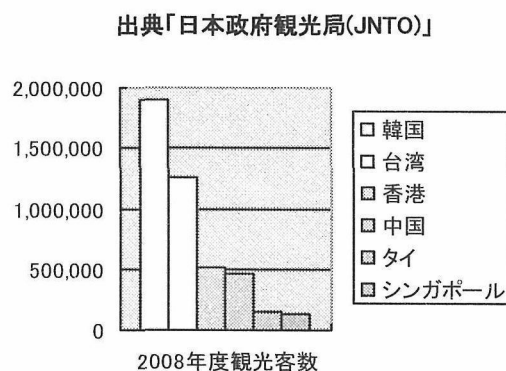
**【短納期】** 簡易製本を用いることで、受注から2週間という短い納期を達成できたことも（シミュレーションにより確認済み）、長期的な経営計画を立てることが相対的に少ない個人飲食店にとっては、大きなメリットとなるだろう（納期短縮は昨年度実施した試行店からの指摘を受けたものである）。

**【異文化理解】** また、私たちは国際関係や観光、ユニバーサルデザインを専門的に学んでいるため、一般的な印刷業者が行うメニュー作成とは異なり、外国人観光客の文化や嗜好を、世界的に共通する文化的コードと異文化対応が求められる部分を識別しながら、メニューに盛り込むことが可能である。

言語面では、在住外国人の方に加え、最新の中国文化を肌で理解している留学生（成人）が翻訳を行い、成果はデータベース化して蓄積していく。対象地域の外国人の好む日本らしい地域性のある飲食店のメニューの翻訳経験を重ねることで、データベースの中からほとんどの単語や文章の翻訳を行うことが可能となるだろう。

なお、メニューの言語バリエーションは英語と中国語とした。英語については、世界共通語と言われているとおり、公用語人口が最も多い言語であり、80カ国以上の人々によって話されているため、採用した。また、限られたコストの中で、英語以外に中国語を選択した理由は、今後の外国人訪日観光市場でのプレゼンスの大

図 1, 2008 年度訪日外国人観光客数(アジア地域)





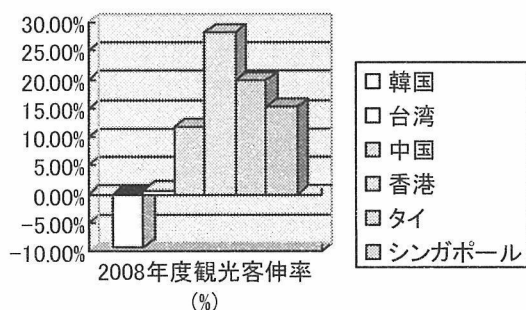
きさからである。

本年7月1日に個人旅行ビザが解禁され、日本政府は毎年中国人観光客が数十万人単位で増加すると期待している。昨年度まで中国人の旅行ビザには多くの規制があり、A)4～40名以下の団体用の団体観光ビザ、B)十分な経済力を有する者とその3親等以内の家族ビザしか発行されず、さらに政府が指定する旅行代理店を通じて申し込みをし、2名以上の添乗員を付け、日本滞在中も自由行動に制限が存在していた。こうした状況の中でも、「図1, 2008年度訪日外国人観光客数(アジア地域)」のとおり、トップの韓国に次いで2位～4位を占めているのは中国語圏の国家・地域である。さらに今回のビザ解禁に伴い、この状況が大きく変化することになる。

また、図2の各国の前年比伸率を見ても、上記6カ国の中で最も顕著な変化が、主

図2, 2008年度訪日外国人増加率(アジア地域)

出典「日本政府観光局(JNTO)」



力であった韓国の激減であった。一方、個人ビザ解禁前にも関わらず、中国語圏の伸びは堅調である。

このような状況に対して、「2000年に団体ビザを解禁したときは4ヵ月で1000人超が訪日。1ヵ月に換算すると250人だったが、今回は1週間でこの数字に相当する申請がある。」と観光庁長官の本保芳明氏は、高い評価をしている。

### (3) 差別的優位性

昨年度のモデル店舗への試験的導入ののち、採用店舗の拡大のため複数の地域飲食店にヒアリングを行ったところ、金銭的および時間的費用の点で導入に消極的な店もあった。そこで私たちは、既存の日本語メニューにシールを貼ることで外国人観光客対応を図る方法を考案した。料理の名称や説明については、近年欧米はもちろんのこと中国でも導入されているQRコードの技術を用いたシールを作成し(コード作成はフリーソフトで可能)、ピクトグラムもシール化し、必要に応じて单品ごとにメニューに貼付することができる。飲食店は新たなメニューブックを一から作ることなく、低価格で(最初の3品まで500円/品)その効果を試すことが出来る。試行可能性を確保することで、メニューの外国語化というイノベーションの普及速度を上げることが可能になる。

### ③ 実現方法、実行時期、課題

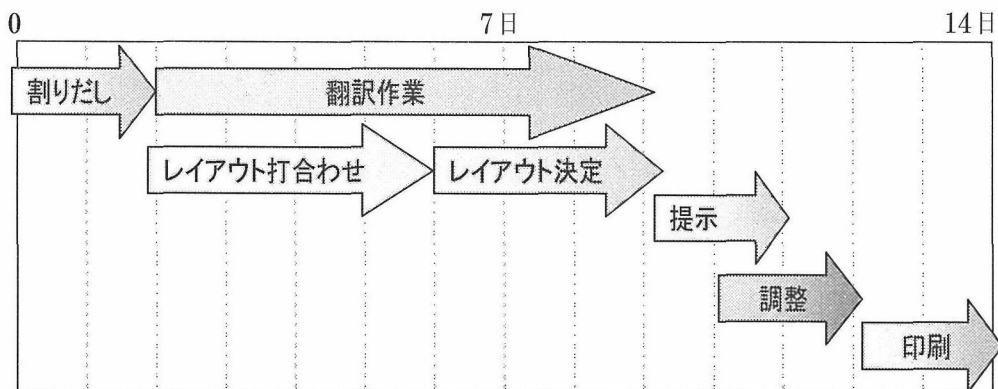
#### (1) 事業活動計画

売上、採用者(直接顧客)、間接顧客ニーズ、経営資源蓄積の観点から、下表の事業展開を考えている。外国人観光客にとって訪問(利用)頻度が高い総合和食店を最初の顧客と

し、次に和食専門店、大衆和食店の順に顧客店舗を徐々に拡大する。それにより、外国人観光客の飲食をより快適なものにし、さらには、私たちの内部資源である翻訳データベースの構築においても、効率的に事業を展開していく。

		1期目	2期目	3期目	4期目	5期目	
販売点数拡大	メニュー・店内図 (5,000+1,500/3冊)	4	20	30	35	40	
	QRコード (500/3枚) ※550/4枚目以降 従量課金制		40	50	60	70	
	ピクトグラムシール (500/シート) ※1シート16個 入り		40	50	60	70	
採用店舗展開	総合和食店	4	4		7	6	
	和食専門店	寿司屋		4	4	5	6
		天ぷら屋		4	4	5	6
		焼き鳥屋		4	4	5	6
		そば・うどん屋		4	4	5	6
	大衆店	居酒屋			3	4	5
		ラーメン屋			3	4	5
	合計	4	20	30	35	40	
対応ニーズ拡大							
翻訳データベース蓄積							

また、受注から納品までのプロセスは以下のとおりである。



## (2) 基本戦略

多言語メニューの導入を飲食店にプロモーションするにあたり、私たちは2つの様式を提示する。私たちが顧客対象とする飲食店の中には、まだ外国人観光客市場の拡大を実感していない店舗も少なくない。そこで、外国人観光客増加に向けたこのような先駆的対策に躊躇する飲食店や、メニューを作成することに消極的な飲食店には、まず低価格のQRコードやピクトグラムのシールの導入をすすめ反応をみる。後述するように外国人観光客が日本人に比べ飲食費にける単価が高いことも理解され、飲食店側も今後重要な顧客となることを直接的に感じるであろう。

ここで、つまり飲食店が外国人観光客を新たな顧客と捉える様になった段階で提案するのが、上記ツールの追加および多国語メニューブックの作成である。メニュー自体も他の印刷業者が作成するメニューと比べ、破格のコストであるため、導入へ向かう店舗も多いと考える。取り扱い経験が増えることによって、外国人の好むメニューの傾向を包括的にかつ細かく把握することが可能となり、飲食店に対するコンサルティングを行いながら、私たちにとっては翻訳用データベースの充実が図れる。

### (3) 課題・問題点及び解決策

昨年度の試行によって、本プランの課題を発見することができた。それは、導入を躊躇する店舗への対応である。各種報道で取り上げられたことや、モデル店舗での売り上げ増（外国語メニュー導入後、外国人観光客の客単価が1,000円程度上昇した）の噂を聞き、興味を示す店舗も表れつつあるが、それでも、コスト・パフォーマンスの観点から、投資を避ける店舗も少なくない。

そこで、私たちは、前述のようにQRコードを使ったシールから手軽に入ることができ、2段階のプランを用意した。QRコードは、携帯電話を使って通信機能を利用することなく情報を読み取ることができ（利用者の通信料負担はない）、世界的にも普及しつつあるテクノロジーである。しかし、ここで問題となるのが、肝心の外国人観光客がQRコードを読み取ることのできる媒体を持ち合わせているかということである。海外旅行の際携帯電話を持ち歩かないという人は意外に多い。その場合の解決策として、携帯電話会社に協力を依頼し、使用されなくなって回収された携帯電話を譲り受ける、もしくは低価格で借入れることを検討している。これを飲食店に来店した外国人観光客に貸し出すことで、自身の携帯電話を持っていなくとも情報を受け取ることができるようになる。

## ④ 市場性

### (1) ターゲット(直接顧客)

外国人観光客が好む和食店をターゲットとして、3期かけて顧客を徐々に拡大させていく。和食店をターゲットとする理由は、外国人観光客にとってなじみのない食材や調理方式(生ものなど)が多く、写真や料理名の翻訳のみではどんな料理か見当がつかないためである。そこで外国語メニューの導入を促進することで外国人にとっての”安心な”飲食店として新規顧客獲得に挑む。

プレとして0期目にオーソドックスな和食屋をターゲットとし翻訳のデータ蓄積と、和食屋向けのレイアウト案の作成経験を充実させてきた。1期目はプレで対象とした和食店を強化するために4件を目標にメニューを作成してもらう。2期目は和食というカテゴリを細分化し寿司、天ぷら、焼き鳥、そば・うどんというカテゴリに分けて、0~1期目の反応を活用しプロモーションをかけていく。



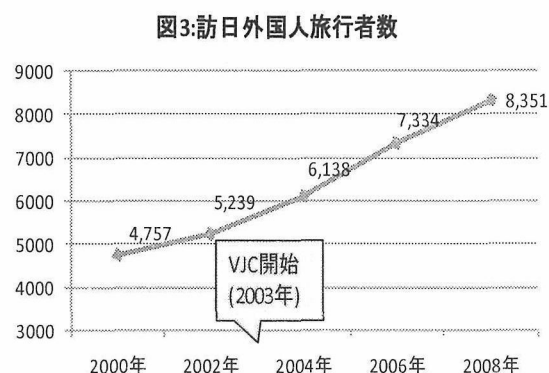
翻訳担当の人員を雇用する最終期の3期目は、焼き鳥から派生し、居酒屋を、そば・うどんのほか、ラーメン店をターゲットに入れる。このようにごく普通の飲食店にも、多言語メニューを導入することで、メニューの普及規模拡大や外国人を顧客とする意識を根付かせる。

以上の和食、寿司、天ぷら、焼き鳥、そば・うどん、居酒屋、ラーメン店を主なターゲットとし、外国人観光客に日本の味をくまなく提供できるように、継続してサービスを充実させていく。

## (2) マーケットのニーズ(間接顧客の将来予測)

ターゲットである直接顧客のニーズは、間接顧客である外国人観光客のサイズによって大きく規定される。

2003年のビジット・ジャパン・キャンペーン(VJC)開始以後、訪日外国人数は順調に伸びている(図3参照 出典 JNTO)。また2009年7月の中国人観光客個人旅行ビザ解禁に伴い、ほぼ世界の主要国の個人ビザが出揃った。国際機関及び日本政府の予測では、外国人観光客は現在の800



万人弱/年から2025年には2000万人/年に増加することが見込まれる。

また外国人観光客は、1日当たりの飲食代に平均6,327円かける(JNTO「訪日外国人旅行の経済波及効果調査報告書」)。これは日本人が旅行を行う際に消費する額の1.2倍の消費額となる(観光庁国内旅行調査より算出。外国人観光客の旅行中飲食費6,327円÷日本人観光客(宿泊)旅行中飲食費5,208円=1.2倍)。

このように外国人観光客という新規市場を開拓することは、今後の経済トレンドを捉えた、すぐれて戦略的な対応であり、私たちは、異文化共生社会の構築という社会的意義に加え、そのビジネス効率の高さをプロモーションの中で強調していく。

## ⑤ 事業採算・収支予測

### (1) 5カ年計画

1期目は当期純損失-135,156円の単年度赤字、2期目は当期純損失累積赤字-138,233円、3期目が当期純利益82,795円で単年度黒字達成。繰越欠損金として55,438円を繰り越す。4期目が当期純利益159,697円で104,259円の累積黒字達成。繰越利益剰余金として104,259円を繰り越す。5期目は当期純利益が182,551円、繰越利益剰余金が286,810円となる。

(2) 補足事項

- ・ 減価償却は直接法を採用する。
- ・ 人件費はすべて翻訳要員(3年契約、英語・中国語)に対してのものである。
  - ◇ 翻訳のデータベースが3期目までにおおよそ完成すると想定し、4期目以降はそのデータベースを使用し、ほとんどの翻訳を自分たちで行い、臨時のアルバイトとしてネイティブチェック(以下NC)を行う翻訳要員を補う。
- ・ 資本金はすべて自己資本で賄う。
- ・ 車両は原動付二輪車を営業及び顧客との打ち合わせの移動手段として購入する。

「外国語メニュー導入による地域個人飲食店への外国人客獲得支援」収支計画書

開業資金として		資本金	500,000
全額取り崩した			
車両	126,000		
備品	142,000		
開発費	150,000	負債	0
消耗品	14,700		
現金預金	67,300		
500,000			500,000

第一期			
売上原価	4,356	売上	20,940
減価償却費	48,240		
開発費償却	30,000		
交通費	10,000		
通信費	42,000		
人件費(翻訳×2)	20,000		
消耗品費	1,500		
			135,156
		156,096	156,096
		繰越欠損金	135,156

第二期			
売上原価	61,820	売上	241,800
減価償却費	39,557		
開発費償却	30,000		
交通費	30,000		
通信費	42,000		
人件費(翻訳×4)	40,000		
消耗品費	1,500		
			3,077
244,877			244,877
		前期繰越欠損金	135,156
		繰越欠損金	138,233

第三期			
売上原価	45,940	売上	311,600
減価償却費	32,365		
開発費償却	30,000		
交通費	35,000		
通信費	42,000		
人件費(翻訳×4)	40,000		
消耗品費	3,500		
			82,795
311,600			311,600
当期純利益	82,795	前期繰越欠損金	138,233
		繰越欠損金	55,438

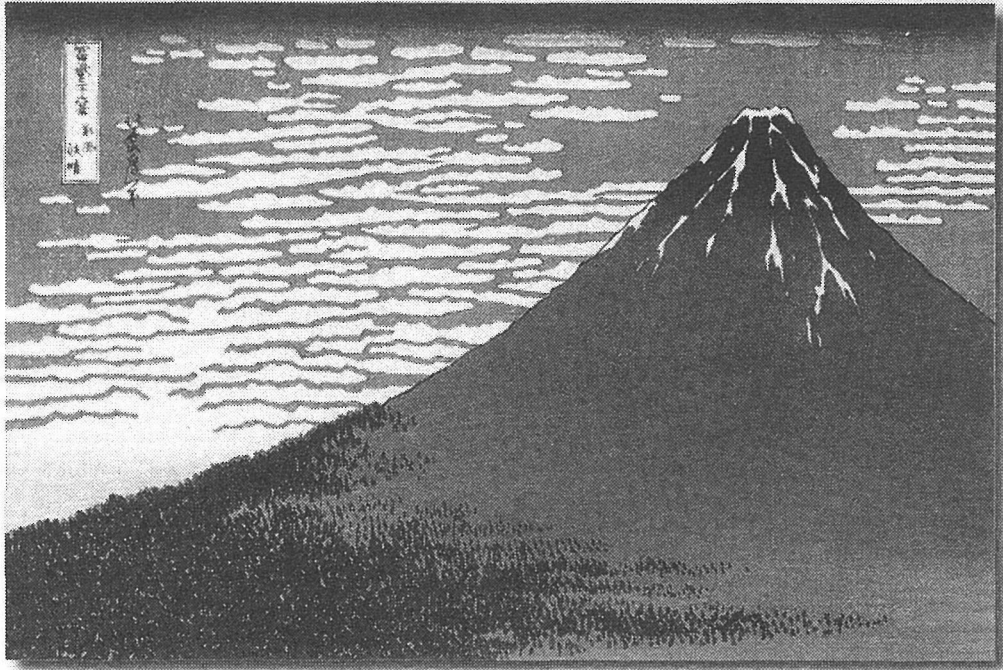
第四期			
売上原価	68,600	売上	363,100
減価償却費	28,703		
開発費償却	30,000		
交通費	22,000		
通信費	42,000		
雑費(NC謝礼)	10,000		
消耗品費	2,100		
			159,697
363,100			363,100
当期純利益	159,697	前期繰越欠損金	55,438
		繰越利益剰余金	104,259

第五期			
売上原価	90,640	売上	416,300
減価償却費	23,609		
開発費償却	30,000		
交通費	35,000		
通信費	42,000		
雑費(NC謝礼)	10,000		
消耗品費	2,500		
			182,551
416,300			416,300
当期純利益	182,551	繰越利益剰余金	286,810



## 2、作成資料





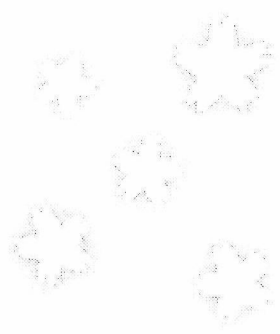
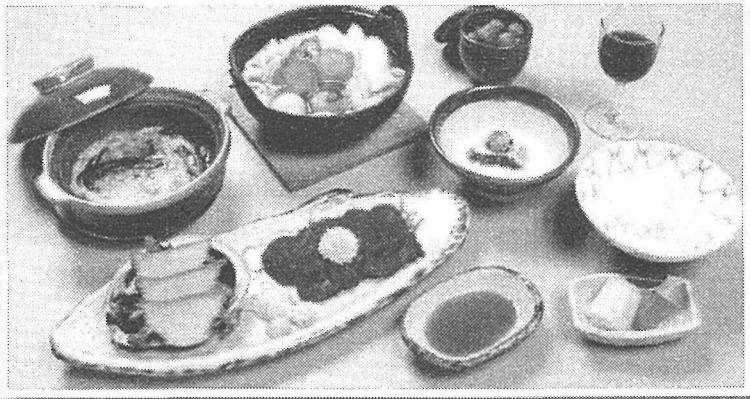
『富嶽三十六景（雲風快晴）』（山梨県立博物館 所蔵）

At the foot of Mount Fuji, Local cuisine of Yamanashi  
富士の山脚 山梨 の本地特色



GINZA EDOYA





## 甲斐のすべて



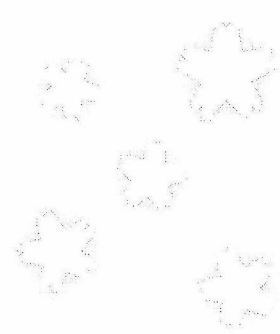
¥2,780

### • Yamanashi special set menu

Sliced raw horsemeat, boiled abalone with soy sauce, mashed Chinese yam, simmered loach, rice, Japanese pickles, pickled plums, simmered noodles and vegetables, local wine (glass).

### • 山梨特色菜套餐

生马肉片、鲍鱼、山药、沙锅、米饭、咸菜、甲州小梅、刀切面、葡萄酒



## 江戸家定食(松)



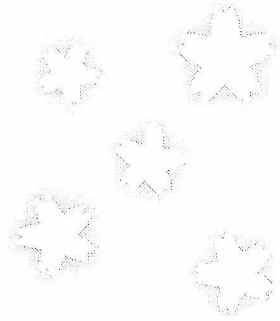
¥1,850

### • Edoya special set menu

Sliced raw fish, simmered horse giblets, mashed Chinese yam, shrimp tempura, algae-like seaweeds in Japanese vinegar dressing, rice, miso (bean paste) soup, Japanese pickles, dessert.

### • 本店の特色菜套餐

生鱼片、马内脏、山药、油炸鱼虾、海蕴、米饭、酱汤、咸菜、甜点



## 上刺身定食



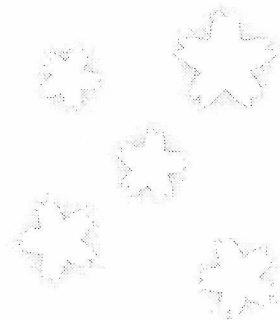
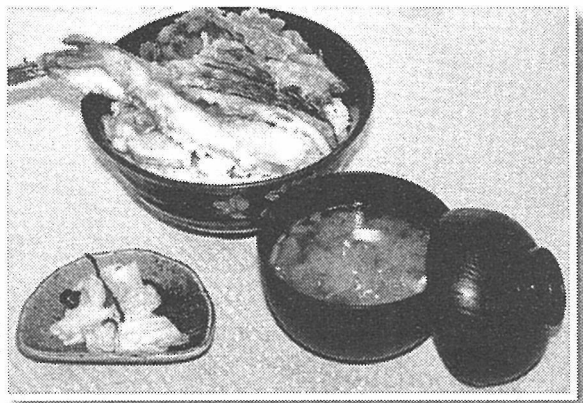
¥1,480

- **Special sliced raw fish set**

Sliced seasonal raw fish, rice, miso (bean paste) soup, Japanese pickles.

- **季节性生鱼片套餐**

生金枪鱼片、螃蟹、新鲜的生鱼片、米饭、酱汤、咸菜



## 天 井



¥1,080

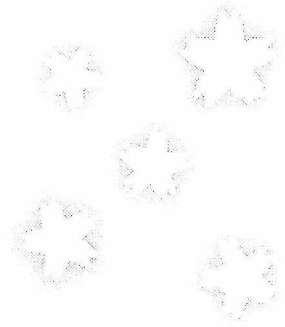
- **Shrimp and seasonal vegetable tempura on rice**

Tempura is Classic Japanese dish of deep fried lightly-battered vegetables or seafood.  
Miso (bean paste) soup, Japanese pickles.

- **炸虾盖饭**

虾、季节蔬菜的油炸食品、酱汤、咸菜





## そば御膳 (松)



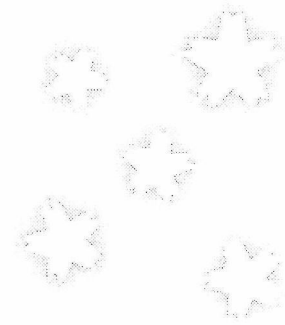
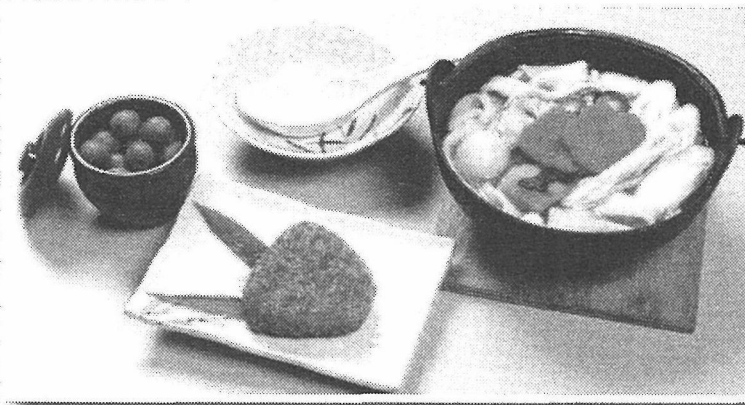
¥1,690

### • Japanese buckwheat noodle set

Sliced raw tuna, mashed Chinese yam, shrimp and vegetable tempura, rice, miso (bean paste) soup, Japanese pickles.

### • 荞麦面条 (面食)

生金枪鱼片、山药、油炸拼盘 (虾, 蔬菜)



## ほうとう



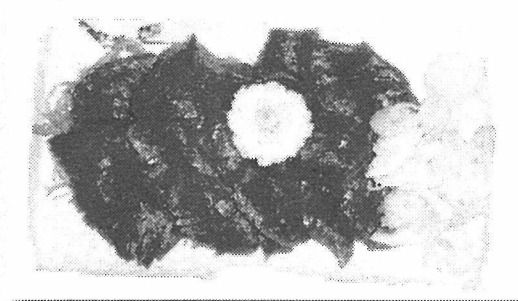
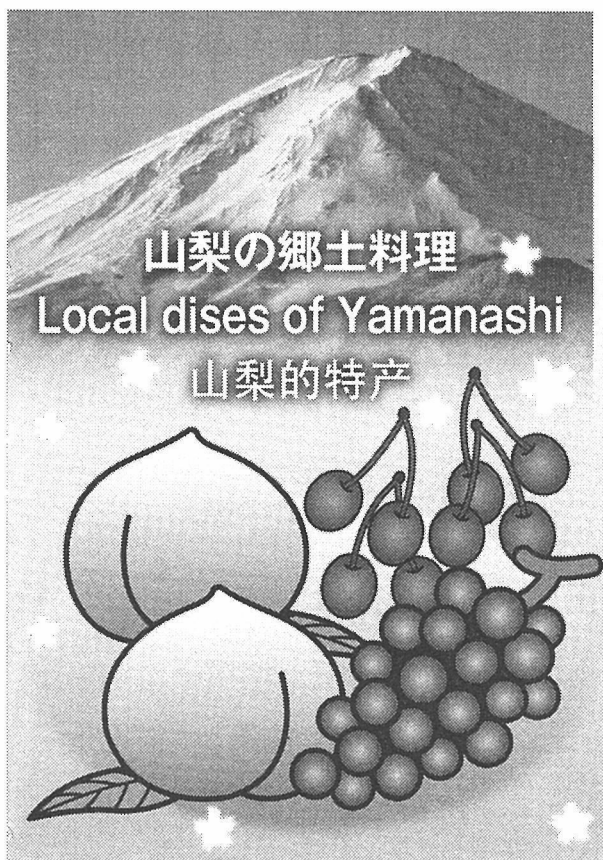
¥1,585

### • Stewed noodle and vegetable Set

A roasted rice ball, original miso (bean paste) noodles, pickled plums.

### • 刀切面

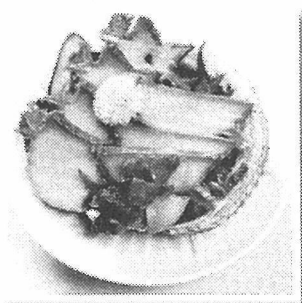
刀切面 (自制酱)、烤制饭团



## 馬刺し

- Sliced raw horsemeat  
It is very nutritious and popular in Yamanashi.
- 生马肉片  
因为营养丰富而被甲州人所喜爱

¥777



## 煮貝

- Boiled abalone with soy sauce  
These are very delicious abalone cooked gently with soy sauce until tender.
- 煮贝  
鲍鱼(甲州名产)  
熟制成非常柔软, 可口的鲍鱼

¥1,890

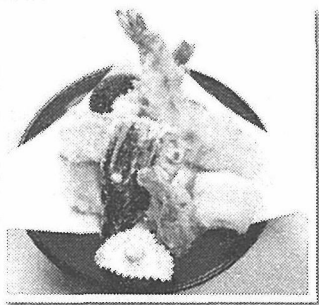


## 馬もつ煮

- Simmered horse giblets
- 煮的马内脏



¥578

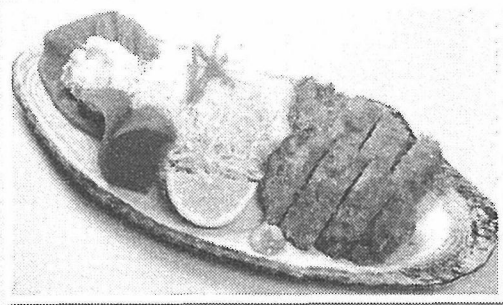


## 天ぷら盛り合わせ

- Fish and vegetable tempura
- 油炸食品拼盘  
虾、茄子、香菇、甘薯、小辣椒



¥1,029

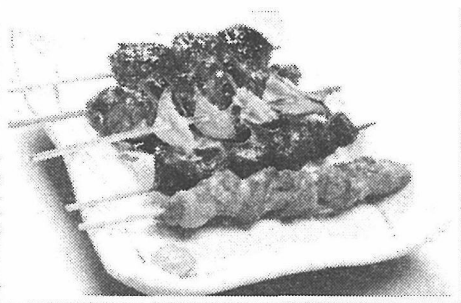


## ヒレかつ

- Breaded Pork fillet  
Juicy breaded pork fillet is superb.
- 炸里脊  
猪肉  
富含水分的绝品里脊猪排



¥980

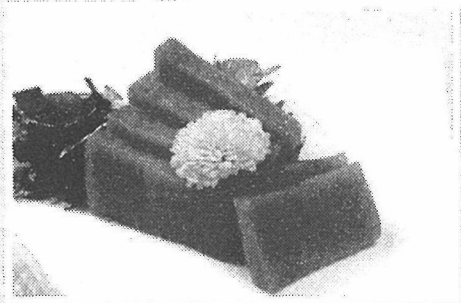


## 焼き鳥盛り合わせ

- Roasted chicken and vegetables
- 烤鸡肉串拼盘  
夹葱的鸡肉串、砂囊、鸡软骨



¥598

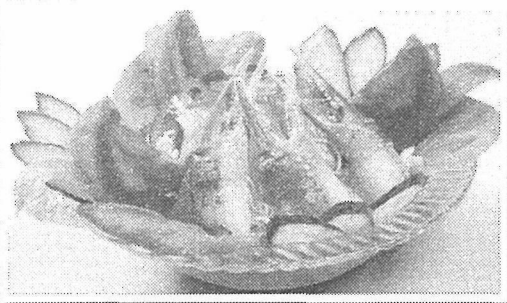


## まぐろ刺身

- Sliced raw tuna  
Tasty fresh marine produce.
- 生金枪鱼片  
让您感受到大海的新鲜魅力



¥819

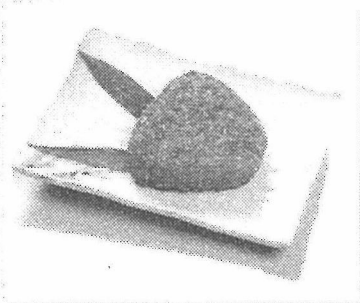


## かにサラダ

- ・ Crab salad
- ・ 螃蟹沙拉  
蟹肉、黄瓜、生菜、番茄



¥980



## 焼きおにぎり

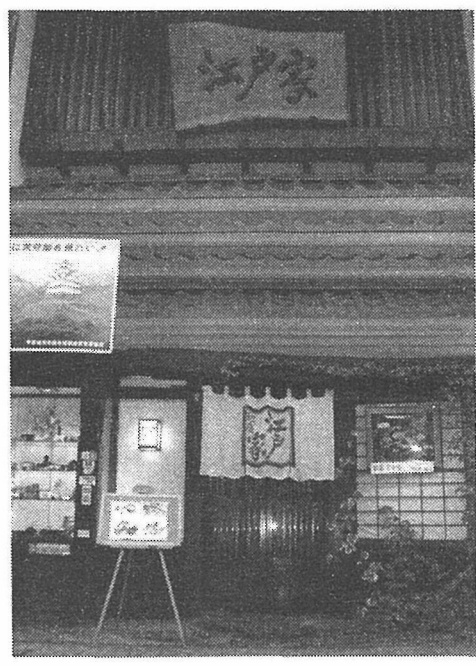
- ・ A roasted rice ball
- ・ 烤制饭团

¥158

# 銀座江戸家 Ginza Edoya

定休日 月曜日  
Closed on Mondays  
定休日 毎周一

営業時間 11:30 ~ 22:00  
Business hours 11:30 ~ 22:00  
营业时间 11:30 ~ 22:00





# お飲み物 Drinks・饮料



## アルコール Alcohol・酒类

- 清酒 二合  
Hot sake・热酒 360ml . . . . . ¥895
- 谷桜  
Local cold sake・冷饮酒 . . . . . ¥580
- 自家製手造り梅酒  
Homemade plum wine・自家制青梅酒 ¥420
- 自家製あんず酒  
Homemade apricot wine・自家制杏酒 ¥420
- ウイスキー S・W   
Whiskey・威士忌酒 . . . S ¥315 W ¥630
- ブランデー S・W  
Brandy・白兰地 . . . . . S ¥315 W ¥630
- 甲斐路 赤・白  
Local wine - Kaiji (bottle) . . . . . ¥2,100  
red/white・瓶装葡萄酒 红或白
- グラスワイン 赤・白  
Wine (glass) red/white・杯装葡萄酒 红或白 ¥320
- 瓶ビール   
Beer (regular bottle)・瓶装啤酒 . . . . . ¥688
- 生ビール (中)   
Draft beer (regular)・生啤酒 中 . . . . . ¥588

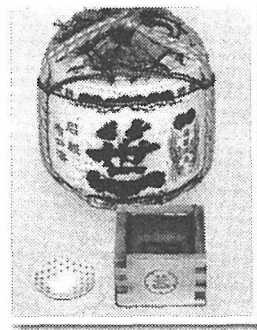
## ソフトドリンク Soft drinks・饮料

- 自家製コーヒー・Coffee・自家制咖啡 ¥215
- コーラ・Cola・可乐 . . . . . ¥315
- ウーロン茶・Oolong tea・乌龙茶 . . . ¥315
- オレンジジュース・Orange juice・橙汁 ¥315

## デザート Dessert・甜品



- バニラアイス・Vanilla ice cream・香草冰淇淋 ¥315
- 抹茶アイス・Green tea ice cream・抹茶冰淇淋 ¥315



**枧酒**  
 ・ Sake  
 ・ 日本传统酒  
**¥580**

メニュー下のピクトグラムはアレルギー、信仰上の食事規制に配慮して表示してあります。

Pictogram under the menu consider Allergy or Prohibition on religious.

菜单下的象形图片，对产生食物过敏的主要成分，信仰上的饮食限制等问题有明确表示。

								
蕎麦 buckwheat 荞麦	魚 fish 鱼	豚 pork 猪肉	鶏肉 chicken 鸡肉	海老 shrimp 虾	卵 egg 鸡蛋	麦 flour 小麦	蟹 crab 螃蟹	牛乳 milk 牛奶

# 中国顾客热烈欢迎!!

## 江戸家

代表山梨的本地特色菜的老铺子。  
请尽情享受山梨特色味道。

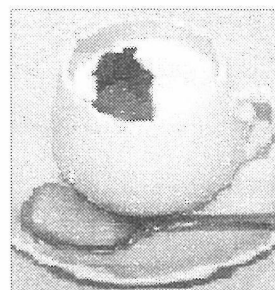


从即起

限定10日内!

持本传单前来的客人送甜品。

例如, 豆浆酸奶

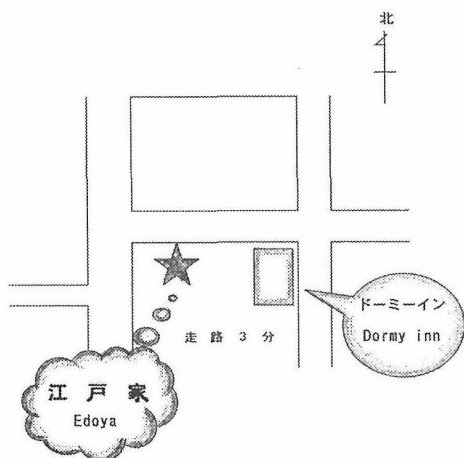
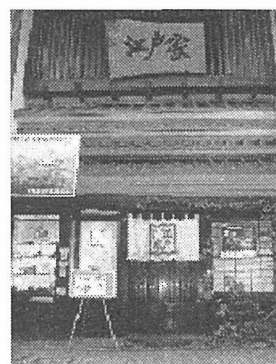


### 推荐食品

甲斐のすべて/山梨的本地特色菜套餐 ¥2780

生的马肉片、海螺、山药、沙锅、米饭、

咸菜、甲州小梅、刨刀面



江戸家  
定休日 毎週星期一  
营业时间 11:30~22:00

★有中文菜单。

### Message from Edoya(the name of restaurant)

Ginza Edoya is 100years old restaurant and it' s a restaurant of long standing. This Edoya' s building was built 20 years ago, and this is the third generation. This building is reproduced according to the restaurant of first generation which had been burned by war.

Edoya use a tree & pillar which really used in a house in the Japanese Meiji era(period).

Therefore Edoya is simpler, and the visitor can enjoy a flow of time with an atmosphere of calm. In addition, the dish of the Edoya pride values traditional taste from the first generation. Also takes good care of a handmade thing, and values taste only by Edoya. Please feel the atmosphere of the restaurant and enjoy dish of Edoya.

#### 江戸家

银座江戸家是有着创业至今为止 100 年历史的老店。现在这所店的建筑物是第 3 代经营，始建于 20 年前，使用的是因战火而废弃的第一代店的建筑材料。房屋的建筑结构也是按照当时的设计流传至今。木材与柱子是日本明治时代建筑江戸屋的实际材料。所以，这种古典朴素的风格，能够让贵客在一种温馨和谐的氛围中度过每一分每一秒。

同时，江戸屋的招牌料理也以始终保持第一代料理的味道，以及在手工料理方面不懈的努力而闻名。

请您亲身体会本店的氛围，品尝只有在江戸屋才有的美味。

### Message from Nagasaka(master of Edoya)

I was brought up in the house of the cook, so I got close to cooking since I was small. Therefore I chose to be a chef like a commonplace without resistance.

I trained myself in a restaurant in Tokyo. The elaborate dish is 'Houtoum'. I' m particular about selection of raw materials with keeping the taste from old days, a homemade thing.

I value taste of ourselves from establishment of a business without it being controlled by a visitor and still keep natural taste in mind.

Every day, the communication with all of you (a visitor) is my pleasure.

### 关于长坂先生

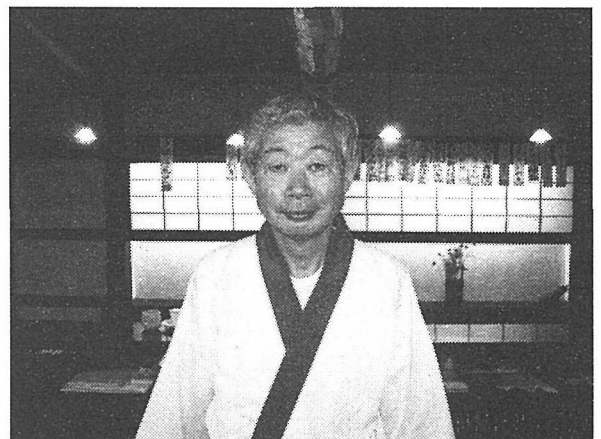
父亲母亲都是料理人的长坂先生，自小便耳濡目染的喜欢上了这一行业。正因如此，他带着这份热忱，踏上了去东京学习的道路。

他在学习【煮】的料理技巧上下了很大功夫。

本店的煮物坚持了 3 个原则：自始至终味道的保持。独具特色自家风格的保持。选择原料时以认真诚心精神的保持。

所以贵客您品尝到的每一味料理，都是这里的工作人员用心奉上的。

您的到来是江戸家最大的荣耀！



## Local dishes of Yamanashi · 山梨的特产

### Houtou

Houtou is the most famous food of Yamanashi. This is stewed with big noodles and the vegetables of the season with miso paste.

In the age of wars, there was Takeda Shingen who was one of the famous samurai generals in Japan . He ate Houtou while he was fighting. It is said that it was the start of Houtou. It' s good for your health, and warms you up. It continues being loved in Yamanashi.

### 刀切面

具有代表性的甲州乡土小吃-刀切面。是用小麦粉揉成面与季节性蔬菜用酱汤炖制而成的食品。始于战国时代，武田信玄作为战场食物同家臣一起食用，从而留传至今。不仅营养价值高，且有暖身功效。在山梨县一直被爱戴。

### Basashi

From the Edo era to the Meiji era(long time ago), many horses were bread for transportation and farming. However, horses became edible.

we can see the Sakura color (pinkness) on the surface of horse meat, so we call sliced raw horsemeat “Sakura meat”

### 生马肉片

从江户时代到明治时代，因为运输物资以及农耕，大量饲养的马由废弃转为食用。切割后的马肉表面呈漂亮的樱花色（粉红色）的缘故，继而取名樱花肉。

### Nigai

Yamanashi is far away from the sea, people wanted an abalone to be sent from the sea. It was a story of long time ago.

The people made an abalone soaked in soy sauce to prevent from going bad. Then, it was picked up on a horse back and carried to Yamanashi. The temperature and the vibration of the horse helped to soak soy sauce into the abalone. This was the birth of Boiled abalone with soy sauce.

### 煮贝

在没有海的山梨县，鲍鱼是从很远的地方运输过来。

为了保持鲍鱼的鲜度，很久以前，人们把它浸泡在酱油中，放到马背上运送，受马的体温和运送过程中振动的影响，酱油浸入到鲍鱼里，从而诞生了名产【煮贝】。



## “Irassyaimase”

“Irassyaimase” means “Welcome” in Japanese. If it was said to you, “Irassyaimase” means you are welcomed, and it also means “We thank you for having come from a far off place. We hope you enjoy the Japanese food in our restaurant.

Please make yourself at home. “Irassyaimase, for the customer”

## 诚心

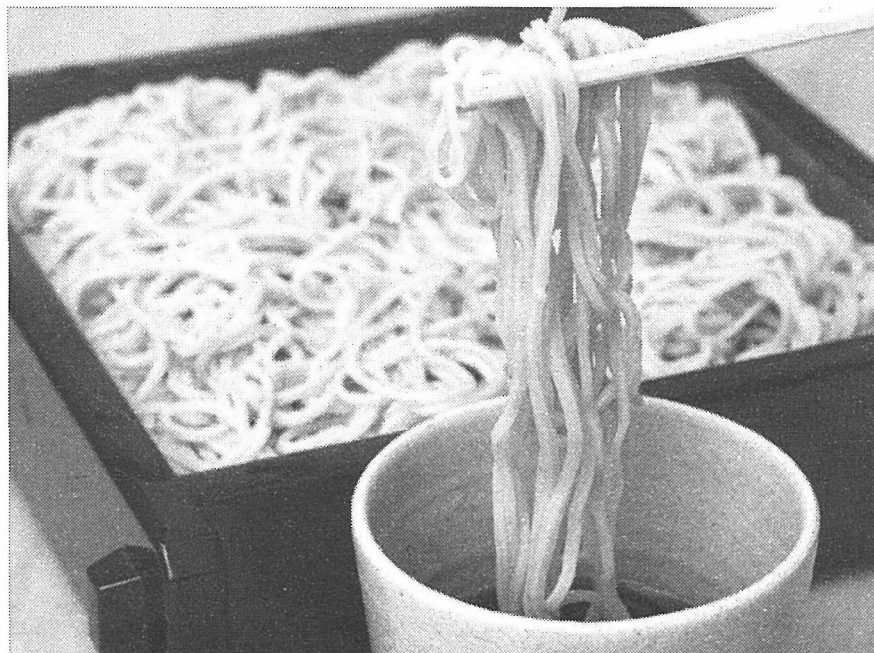
【いらっしゃいませ】 日本語【ira-syaimase】是【欢迎光临】的意思。同时也蕴含着【您远道而来，请在本店慢慢享用特色的日本料理】的意思。请慢慢休息。【欢迎您的光临，贵客】

## How to eat Tukesoba

1. Put your preferred spice into the soup.
2. Dip noodles into soup wait for few seconds then eat. (Deepness of the taste changes by time to dip noodles.)

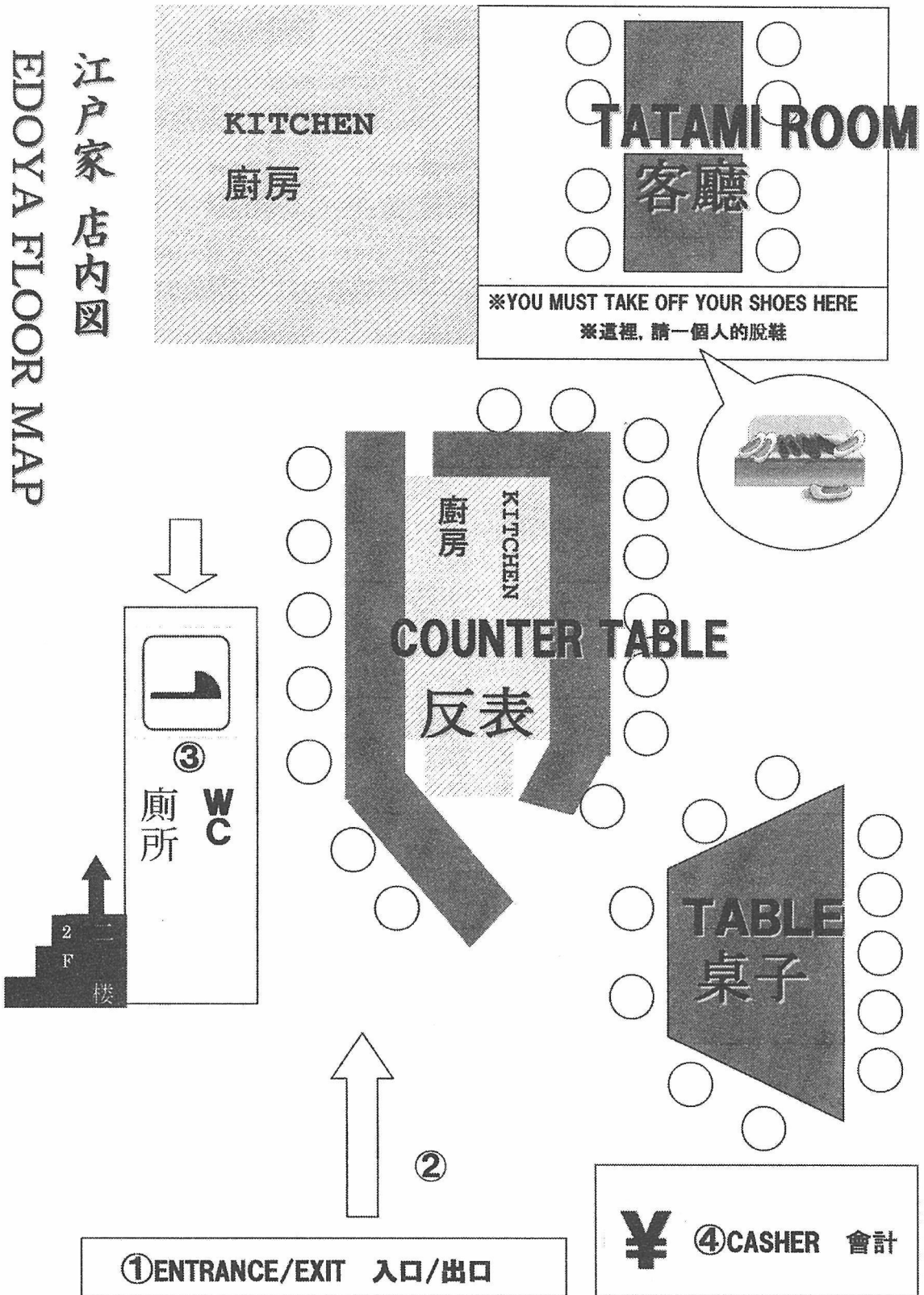
## 浸面的食法







1. 在清汤中放入喜欢的佐料。
2. 将面浸入佐料后食用，根据浸入时间的不同，味道的浓度也发生变化。



EDOYA FLOOR MAP

江戸家 店内図



- ① Please open the door and come in.  
You don't have to take off your shoes
- ② (1) Please choose a seat in any area , , .
- If you don't know where to sit, please ask a waiter.
- (2) Please select your dishes from the menu.
- (3) Please raise your hand and say  
”すみません/SUMIMASEN” (Excuse me.)  
The waiter will take your order.
- ③ The toilets are located at this mark. 
-  is a toilet on the second floor.
- ④ You will be given your bill after eating.
- After eating, please come to  with your bill  
and say ”おかんじょう/OKANJYO-” (I want to pay.)  
You don't need to clear your table after eating.

**We hope you enjoy your meal !**

### 3、參考資料

## 甲府市中心街飲食店におけるメニューの多言語化プロジェクト

外国語メニュープロジェクト調査グループ<sup>3</sup>

代表吉田均（山梨県立大学）

同、伊東洋晃（山梨学院大学）

Hitoshi Yoshida (Yamanashi Prefectural University)

Hiroaki Itoh (Yamanashi Gakuin University)

### 1、はじめに

本プロジェクトの正式名称は、「国際観光客誘致のための外国語メニューの開発に関するビジネスモデルの研究」（以下、外国語メニュープロジェクトと省略）である。本報告では、2008年10月より開始した本プロジェクトの概要と中間報告をおこなう。本プロジェクトグループは、研究代表者を山梨県立大学：吉田均、山梨学院大学：伊東洋晃の2名とし、さらに甲府商工会議所地域振興部：小林明、同渡井賢一、学生スタッフとして、山梨県立大学国際政策学部から内藤博貴（3年、プロジェクトリーダー）、伊藤瞳（2年、プロジェクト副リーダー）、篠原里奈（4年）、駒谷可南子（3年）、楊秋露（2年）、沼百愛（2年）、田中めぐみ（2年）、塩崎亜弥美（2年）、武川祥子（2年）、猪股あさみ（2年）、谷口誓（1年）、菅原萌（1年）、山梨学院大学現代ビジネス学部から鄭新（2年）の計13名が参加している。このほか甲府商工会議所からの支援も受け実施している。

### 2、研究の背景と目的

本プロジェクトは、2008年5月山梨県立大学が「甲府商工会議所との包括的連携に関する協定」に基づく同会議所との定期協議の際に、甲府商工会議所地域振興部長小林明氏より、甲府中心商店街の飲食店用外国人用メニューを開発できないかとの要請があり、それを同年7月山梨県立大学地域研究交流センターが、「平成20年度地域研究交流センター共同研究」として採択したことにより開始される。

<sup>3</sup> 本原稿は、吉田均（山梨県立大学准教授）、伊東洋晃（山梨学院大学准教授）のほか、小林明（甲府商工会議所地域振興部部长）、渡井賢一（同主任）、そして学生スタッフとして、山梨県立大学国際政策学部から内藤博貴（山梨県立大学3年）、伊藤瞳（同2年）、篠原里奈（同4年）、駒谷可南子（同3年）、楊秋露（同2年）、沼百愛（同2年）、田中めぐみ（同2年）、塩崎亜沙美（同2年）、武川祥子（同2年）、猪股あさみ（同2年）、谷口誓（同1年）、菅原萌（同1年）、鄭新（山梨学院大学2年）の計17名の共同執筆である。

本プロジェクトの背景には、2003年以降の山梨県における外国人観光客の急増がある。この5年間、山梨県の外国人観光客は、年10万人前後で急成長しており、ついに昨年度は88万人に達した。その影響を受け近年甲府中心商店街にも外国人観光客が訪れはじめたことがあげられる。以上に対応するため、同会議所では受け入れ態勢を順次整備していきたいと考えており、その第1歩として最も必要度の高い飲食店での外国語対応メニューを開発したいとの希望があり、本学および山梨学院大学の教員に支援が要請され開始した。

### 3、事業概要

事業の柱は、甲府中心商店街の飲食店で使用する外国語メニューを、A)多言語(英語、中国語、韓国語など)もしくは、B)日本語と外国語の2ヶ国語表記で作成することにある。甲府商工会議所を通じて、同中心商店街で実験協力店を募集し、実際に使用できるものを作成するため、国際的に理解しやすいメニュー構成や商品説明、デザインなどを研究する。その際メニューは、単に日本語のメニューを外国語に翻訳するだけではなく、写真とユニバーサルデザインのピクトグラム(以下、UDピクトグラムと省略。図1を参照)を多用することで、文字を使用しないコミュニケーションの可能性も検討していく。

また本プロジェクトでは、メニューだけではなく、レジや入口などのUDピクトグラムによる表記方法も研究対象に加える。最低限のユニバーサルデザインを利用したサインを掲示し、店員がほとんど外国語を話せない場合でも、ある程度外国人観光客に対応可能な体制を研究する。

図1、飲食店に関するピクトグラムの例



### 4、予想成果

本メニューを導入した実験協力店での外国人観光客の評価など、その効果の検証を行い、使用価値があると判断できた場合、同会議所などと相談の上、他店舗より本格的な受注も視野に入れ活動を行っていく計画である。

このような外国人観光客の誘致のための小規模プロジェクトの集積が、甲府中心商店街などでの外国人観光客の満足度の向上と集客ツールとなり、山梨県への外国人観光客の誘致促進のための体制づくりに寄与すると考える。

## 国際観光におけるユニバーサルデザインの利用可能性 —大学生の参加型学習を通じた事例研究—

山梨県インバンド観光支援学生グループ、顧問吉田均（山梨県立大学）

### 1、はじめに

本発表は、主に「国際観光客誘致のための外国語メニューの開発に関するビジネスモデルの研究」（以下、外国語メニュープロジェクトと省略）、「インバウンド観光教育プログラム」（以下、インバウンドプログラムと省略）を通じた、ユニバーサルデザイン（以下、UDと省略）の利用実験に関する中間報告である。

近年日本国内での外国人観光客誘致、すなわちインバウンド観光の増加にともない、従来福祉分野でのハードインフラに利用されていたUDが、国際交流でのソフト分野に活用され始められている。今回は、山梨県で学生が主体となって実施した、インバウンド観光分野での国際コミュニケーションへのUDの利用可能性について、その暫定的成果物と今後の課題を報告する。

### 2、外国メニュープロジェクト

2008年に甲府商工会議所の提案で、山梨県立大学・山梨学院大学・同会議所が共同で開始し、本年度で2年目の事業である。この2年間で、両大学より約100万円の支援を受け、上記3団体の教職員のほか、学生約20名が活動している。活動内容は、UDピクトグラムを利用することで、店員がほとんど外国語を話せない場合でも、ある程度外国人観光客が個別に好きな料理を注文でき、店内で快適な時間が過ごせる体制を研究することにあつた。

甲府商工会議所を通じて募集した「銀座江戸家」（実験協力店）で、A) 多言語（英語、中国語、日本語など）メニューの作成、B) 周辺ホテルからの誘導チラシの作成、C) UD館内案内図の作成、D) 多言語店舗・郷土料理案内などを作成した。同事業の中心は、国際的に理解しやすいメニュー構成や商品説明、デザインなどを研究することにあつた。単に日本語のメニューを外国語に翻訳するのではなく、セットメニューやUDピクトグラムを多用することで、文字を使用しないコミュニケーションの可能性を追求した（上記のメニュー第1案を参照）。



### 3、インバウンドプログラム



2007年10月より大学コンソーシアムやまなしでは、山梨県立大学・山梨大学・山梨学院大学・身延山大学・山梨学院短期大学・帝京学園短期大学の6大学が中心となり、山梨県、富士河口湖町、甲府商工会議所、観光関連企業などの協力を得て、外国人観光客の誘致のための「インバウンド観光教育プログラム」を、文部科学省からの委託事業として実施している。この教育プログラムは、観光関連企業、自治体、公益団体職員などの幹部候補や経営者、そしてインバウンド観光への就業希望者を対象に、約5500万円（3年間）を投じ、外国人観光客を県内に呼び込むため、企画やサービスに関する人材育成プログラムとして実施している。

このプログラムの開始当初より、受講生を支援するため、山梨県立大学を中心に、山梨学院大学、山梨大学の学生による学生支援グループが結成された。このグループは、毎年公募で15名前後で組織され、1) 受講生との共同作業による実習成果物の作成、2) 受講生の授業評価、3) 観光業界への意向調査などを行ってきた。特に上記1) では、A) 宿泊施設などでのUDピクトグラムを利用した館内表示の作成、B) UD周辺地図の作成、C) 外国人観光客受け入れマニュアルの作成、D) 指差し会話帳、E) 業者提案用のツアー企画の作成をしてきた。

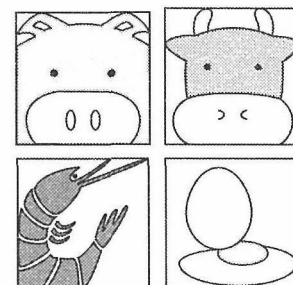
#### 4、UDの利用状況

上記の事業のうち、A) 館内表示、B) 周辺地図、C) 外国語メニュー、D) 指差し会話帳の4項目で、下記の(1)～(4)のUDに関する実験を行っている。また学生スタッフを通じて、その事業成果を(5)～(6)の方法で公開・活用している。

(1) UDピクトグラム(JIS、Z8210) : A) 館内表示、B) 周辺地図、C) 指差し会話帳に使用。

(2) UDピクトグラム(独自開発) : C) 外国語メニューに使用。

学生が韓国人デザイナーの指導を受け、宗教的禁忌やアレルギーの元となる食材を選んで、成分表示用に開発した(右のピクトグラムを参照)。



(3) カラーUD : B) 周辺地図に使用。色弱者にも識別可能なものを試作版で作成。

(4) 動作表現支援ツール(指差しなど) : B) 周辺地図、C) 外国語メニュー、D) 指差し会話帳に使用。

(5) 政策提言 : 「甲府市観光振興基本計画」(甲府市)で、A) 公募委員、B) 特別ゲスト、C) パブリックコメントなどを通じて9件の提案が採用された。

(6) 新聞投稿 : 上記事業に関するテレビや新聞による報道は10件前後。そのほか学生自身が、「山梨日日新聞」などに7件の新聞投稿を行った。

外国語メニュー事業では、外国人の客単価が1000円程度上がるなどの成果がみられた。これらの活動は、総じて対象団体からは好評を得ている。しかし金融危機による観光客の減少期にぶつかったため、まだ外国人観光客による利用例が絶対的に少ない。今後の課題としては、外国人観光客に対するアンケート調査、インタビュー調査による効果の測定と、以上の調査結果に基づく更なる改良があげられる。

学生が中心街活性化へスクラム

# 英語・中国語メニュー導入

甲府

## ほうとう、煮貝…モデル店で研究 増える外国人観光客に配慮

山梨県立大と山梨学院大、甲府商工会議所は、増加傾向にある外国人観光客の接客体制を整えようと、甲府市中心街の飲食店で外国語メニューを作る共同研究に取り組んでいる。年度内にモデル店舗で作り、成果を検証しながら他の店舗での活用を検討する。県内への外国人観光客は増え続けていて、関係者は「中心街に観光客が来やすい環境を整えていき、活性化につなげたい」としている。

プロジェクトは県立大の吉田均准教授、山梨学院大の伊東洋晃准教授が中心となり、両大の学生、甲府商工会議所職員の計十七人が参加している。

甲府・銀座通りの郷土料理店「江戸家」をモデル店舗にして、外国人観光客が分かりやすいように翻訳したメニューを考える。英語と中国語の二種類を予定している。ほうとうや煮貝などの郷土料理、刺し身や天ぷらなど外国人に人気の料理を中心に全メニューの半分程度を載せる考えだ。料理の説明文は最小限にとどめ、写真や、誰でも分かりやすい絵による案内を多用。一目見ただけでその料理の食材や特徴を伝えられるように

する。メニューだけでなく、外国人の入店から会計までがスムーズになるよう、レジやトイレ、入り口などにも絵による案内を掲示する予定。スタッフが外国語を話せなくても接客に困らない体制を整える。現在、メニュー構成、翻訳などのグループに分かれて作業を進めている。モデル店で

の活用状況を見て、他店舗での有償での製作も視野に入れている。県内を訪れる外国人観光客は二〇〇三年度に四十万六千人だったが、〇七年度は八十八万一千人に急増。モデル店舗となる江戸家でも、一カ月間に四十一五十人が訪れるという。吉田准教授は「中心街に外国人観光客に優しい飲食店

が数軒できれば、新たな需要を掘り起こすことができる」と話している。



これなら外国人にも分かりやすい!!

# 対訳付き和食メニュー完成

県立大・山学大学生が作成、甲府の飲食店用に

外国人観光客のみならず、好きな山梨の料理を選んで。山梨県立大と山梨学院大の学生でつくるプロジェクトチームが、甲府市中心街の飲食店で使うようにと、英語と中国語を併記したメニューを作成した。「誰にでも分かりやすく」と考えたメニューは、写真やオリジナルのピクトグラム(絵文字)を多用して、料理の内容が一目で分かるように工夫した。学生たちは「メニューをさらに使いやすいものにして山梨に広げたい」と、県内への外国人観光客の誘致に一役買おうと意気込んでいる。



プロジェクトチームは、和食料理店「銀座 江戸家」のメニューを作った。同店のメニューのうち、郷土料理など15種類と飲み物を外国人用にまとめた。中国人旅行者が増加傾向にあることを踏まえ、英語と中国語で表記。外国人にはなじみのないそばの食べ方を紹介するチラシや店内の案内図なども用意した。

メニューは、料理の写真に加え、

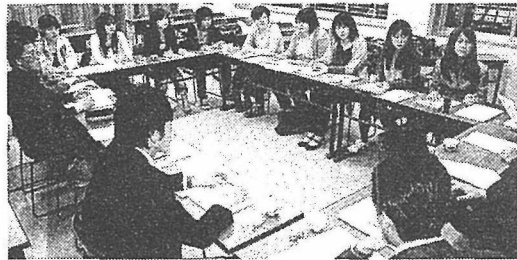
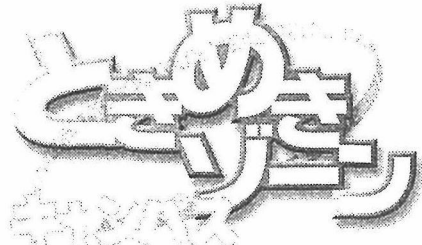
使われている食材やアレルギー物質などを表すピクトグラムを多く載せた。小さな絵だが、その料理で豚肉や鶏肉、小麦、卵などが使われていることが一目で分かる。

ピクトグラムを考案した菅原萌さん(県立大2年)は「誰にでも通用するデザインがどのように作られているか興味があった」とプロジェクトに参加。「小さくても何を意味しているか分かり、色弱の人にも見やすいように配慮した」と振り返る。武川祥子さん(同3年)は「(メニ



完成したメニューについて長坂善雄社長(右)に説明する学生。甲府一銀座 江戸家 前

完成したメニューや店の紹介、店内案内図



メニューの作成について打ち合わせをするメンバー。山梨県立大飯田キャンパス

ー)を指して会話する新しいコミュニケーションの形ができた気がする」と手応えを感じているようだ。

「ぜひご賞味ください」などの日本語のニュアンスを伝えるのが難しかった」と話すのは、英訳を担当した沼百愛さん(同3年)。手掛けたメニューが店へ提供されることに「作ったものが商品になるので、責任を感じた」と話し、「結果が出れば自信になる」と充実感をうかがわせた。春休みに英語圏へ短期留学した武川さんと田中めぐみさん(同3年)が、ネーティブに訳をチェックしてもらった。

中国語訳は、両大で学ぶ留学生の出番。山梨学院大の鄭新さん(3年)は「直訳しないで、より魅力的に響くように考えた」。ほうとうなど、中国にはない単語の表現に苦心したという。ちなみに、ほうとうは完成

したメニューでは「刀切面」となっている。

メニューの引き渡し式では、同店の長坂善雄社長が「細かいところまで神経を使ってくれた」と学生に感謝。式に出席した県国際交流員・林嘉曼さんからも「写真と絵があって、どんな料理が分かりやすい」と評価された。林さんによると、メニューに写真がない飲食店も多く、外国人旅行者にとって料理を選ぶのは難しいという。

プロジェクトリーダーの伊藤瞳さん(県立大3年)は、約1年間の活動を「引き渡しがゴールではなく、これが第一歩」と総括。今後は同店の導入効果を検証し、他店でも展開可能なビジネスモデルを考える計画だ。メンバーは「全国レベルのビジネスプランコンテストに優勝」することを目標に掲げている。

## 英語、中国語を併記／絵文字も多用

# 山梨日報新聞

5月11日

月曜日

発行所 山梨日日新聞社  
〒400-8615 甲府市北口2-6-10  
電話 (055)231-3000  
編集 231-3111 FAX 231-3161  
営業 231-3133 出版 231-3105  
広告 231-3131 販売 231-3132  
©山梨日日新聞社2009年

2009年(平成21年)5月11日 月曜日

(1) 2版

## 山梨日報新聞

### 風林火山

取材で訪れたシオの国で、地方都市の飲食店に入り困惑したことがある。メニューはすべて現地の言葉。当りずらげで注文したところ、出てきたのは、何となくの離れ合い料理。今でも忘れられない厚食だ

▶外国人観光客にそんな悩みをきかさないために、山梨県立大と山梨学院大の学生、留学生らでつくるプロジェクトが英語、中国語の対訳を付けた和食メニューを作成。甲府市中心街の料理店でのサービスが始まった

▶ほろろ、鷹刺し、蕎麦。メニューには料理の写真に加え、使われている食材やアレルギー物質を添えてどうどう(徳文等)を載せた。豚肉や鶏肉、小麦、卵が入っているのが一目瞭然。そぼろの食べ方を紹介するチラシや店内の案内も用意している

▶初めて訪れた国のレストランなどに、もし母国語のメニューが用意しており、観光客向けに母国語の標識が設置され、そして母国語で応対してくれる案内人がいれば、旅はさらに楽しくなるだろう

▶山梨県内には昨年度、約八十七万人の外国人観光客が訪れた。行政や各種団体などが連携したキャンペーンは今後も必要だ。しかし、客へのきまがが充実していなければ、誘客やリピター増はつながらないのではないか

▶「メニューをさらに使いやすなものにして山梨県内はげたい」。言葉の壁を取り払い、外国人を暖かく迎えられるよう工夫と創意を差出たらから学びたい。



10代の意見

外国人観光客へ  
配慮した施設に

国際社会の中で、「言葉」はとても重要な役割を担っている。もし、自分が一人でどこか外国を訪れた時、現地の言葉が分からなければ、何もできないだろう。そのような中で旅をするのも一つの社会勉強ともいえるが、困難であることは間違いない。

山梨県立大と山梨学院大の学生・留学生らが、英語・中国語に対応した和食メニューを作成したという記事を読んだ。メニューには、写真使われている材料、その食方法などが掲載され、工夫を凝らしている。外国人観光客に少しでも快適な旅を楽しんで

もらおうというサービスだ。外国人観光客が増えることには大きな心配事もある。例えば、文化や生活環境の違いから、日本人とのトラブルが起る可能性や、宗教的な問題による考え方の不一致などがある。しかし、それ以上に、多くの外国人観光客が山梨を訪れることで、県全体が活性化することも確かであろう。

私は毎日電車で韮崎高校に通っているが、通学風景の中には、また外国人観光客に対応するものは少ないように感じる。誰もが過ごしやすい環境をつくるために、まず、公共の施設から便利にする工夫を始めることが必要だと感じている。

(韮崎高3年・山田高広)

観光のUD化で  
海外から誘客へ

6月13日の本欄「外国人観光客へ配慮した施設に」の意見を見ました。私は山梨県立大の3年生で、投稿者に紹介いただいた外国語メニュー開発事業のプロジェクトリporterです。チームを代表し、感謝と若干の意見を伝えたいと思います。

この投稿は、外国人観光客に対する施設の改善を求めるものでした。しかし特定の人のための施設の改善、例えば外国人のための情報の多言語化には限界があります。そこで私たちはユニバーサルデザイン(UD)の国際観光への応用を研究してきました。私たちが同感銘を受けました。誰もが分かりやすく使いやすいた。もし私たちが活動、そしてUD化の自分何ができるのか関心推進により誰もが過ごしやすい

環境にすることが、私たちの夢です。外国人観光客への対応は、実際には改善されつつあります。UDピクトグラム(絵記号)の県内での活用は進んでいます。しかし、甲府駅周辺をみるとUDピクトグラムの代表であるトイレの記号ですら、駅と周辺デパートでは統一されていません。

私たちは外国人観光客誘致を切り口として、山梨の観光によるUD化を目指しています。単に施設のUD化だけではなく、文化・表現のUD化を研究しています。例えば、日本語がまったくない方のために宗教的禁忌やアレルギー表示のピクトグラムを



山梨日日新聞



英語学習を通して  
異文化の理解を  
◇言葉は文化である。しかし私たちは、それを忘れてきてしまった。今、小学校の英語教育が話題となっている。だが、「英語」を無機質な受験勉強の手段として教えることで生徒のやる気を起すことができないだろうか。

◇私は、留学先のニュージーランドで貴重な体験をした。当時、私は山梨県立大のゼミで料理の外国語メニューの作成をしていた。留学中の私の課題は、私たちの翻訳へのネイティブチェックを受けることだった。その過程で、私たちは「海の幸」を「sea food」と訳したが、意味が伝わらず「sea food」に変更されたことがあった。私は納得がいかなかった。なぜなら「food」では、私が「海の幸」

に感じる「恵み」「創作物」という意味が伝わらないためである。しかし英語では私の望む単語がない。日本人は、単純な魚介類を意味する「海鮮・シーフード」「海の幸」を使い分けている。そこで機械的翻訳ではできない、文化としての言語があることで気がついた。

◇言語は確かに手段である。しかし文化でもある。大切なことは単語の暗記量ではなく、異文化に思いを寄せ、新しい世界をのぞいてみたいと風を巻く動機づけである。身近な日曜日の過ごし方から宗教や文化の違いを学んだの郷土料理を作ったりするよきな、英語による異文化体験学習はできないだろうか。また、私が感じた異文化交流の喜びを写真や実体験を交えて小学生に伝える機会はないだろうか。

(甲府市・田中めぐみ21歳)

山梨日日新聞



中国人旅行者の  
誘致策考える時  
◇二カ月前、私は山梨学院大のチャレンジ制度の助成を  
受け、山梨県に中国人観光客を誘致するため、中国の旅行代理店を調査して回りまし  
た。友人と調査した会社は、  
山東省烟台市の蓬莱市の旅行代理店九社でした。結果は、  
私にとっても驚くべきもので、昨年一年間に九社合計で約五千人以上の中国人が日本を旅行していました。

◇山梨の統計を基に推計すると、旅行者は一人一泊で約一万七千円を消費します。したがってこの二市の中国人観光客が五泊の訪日旅行をする際、私たちが留学生を二千人と、約四億二千万円のお金をにしています。また、日本で使用したことになりました留学生の山梨県内での起業を通じてもらうと、交通・宿泊など約八千五百万円を消費してはいるか。以上の提案について、多くの人に関心を持っていただければ幸いです。必ずお役に立つと思います。

(甲府市・劉瀚陽22歳)



# 認 定 証

「国際観光客誘致のための外国語メニューの開発に関するビジネスモデルの研究」

(実施主体:外国語メニュープロジェクト調査チーム)

上記のプロジェクトを平成20年度の「学生優秀地域プロジェクト」として認定いたします。今後さらに主体的な地域貢献活動を推進されるよう期待いたします。

平成21年1月23日

山梨県立大学  
地域研究交流センター  
センター長 池田政子



山梨県立大学地域研究交流センター 2009 年度研究報告書  
国際観光客誘致のための外国語メニューの開発に関するビジネスモデルの研究

---

2010 年 3 月 31 日

執筆編集 外国語メニュープロジェクト研究グループ  
発行： 山梨県立大学地域研究交流センター  
〒400-0035 山梨県甲府市飯田 5-11-1  
電話 055-224-5261 (代表)

印刷： 株式会社 三縁

---

