

外国人客の特性と効果的応対法を学ぶ



一般社団法人 キャリアマネジメント研究所
千葉 祐大

インバウンド客に人気の「コト消費」の例



スキー



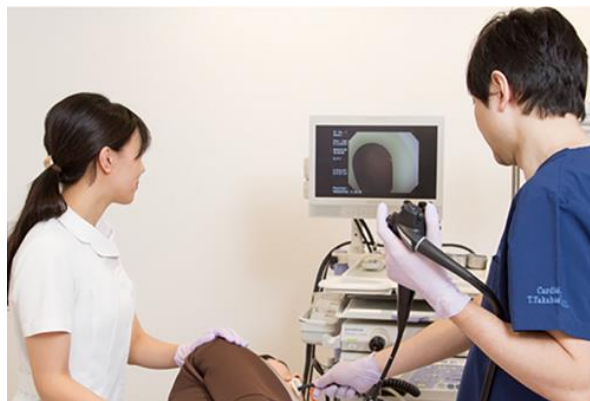
温泉



日本文化体験



美容院



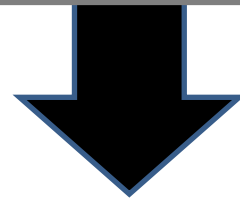
人間ドッグ



新幹線

今後の方向性

高付加価値な対応や自分だけのサービスを求める傾向が高まる



そのため

相手のニーズに合わせた、きめ細かな個別対応力が必要となってくる。

ムスリムに関するクイズ

〔1〕手土産について

【問題】

以下のうち、母国のムスリムに対するお土産として望ましくないものはどれか？

- ① 犬の人形 ② 日本のマンガ ③ 文房具

〔2〕ムスリムの「あたり前」について

【問題】

以下のうち、ムスリムにとって「あたり前」でないことはどれか？

- ① レディーファースト ② 2人目の妻との結婚 ③ 緑色が大好き

〔3〕NG行為について

【問題】

以下のうち、ムスリム男性にすると、相手が違和感を覚える行為はどれか？

- ① 握手を求める ② 目の前で大声で笑う ③ 最敬礼のお辞儀をする

中国人はホテルの「角部屋」を嫌がる

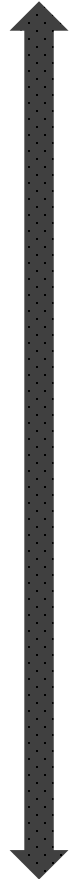


風水的に、通路の行き止まりは、「流れがよどむ場所」だから

【参考】有名百貨店の外国人客対応の実態

★顧客満足度

高



低

外国人客の母国語で話す

対応ツールや筆談で意思疎通を図る

(国籍問わず)カタコトの英語で話す

日本語とジェスチャーで押し通す

無視する／逃げる

