

問題

2

次は、訪日外国人に対するCSについて述べたものである。
組み合わせ①～④のうち、誤っているものの組み合わせを1つ選び、その番号をマークしなさい。

- (ア) 国税庁では、輸出物品販売場（免税店）のブランド化と認知度向上を目的に「免税店シンボルマーク」と「免税手続きカウンターシンボルマーク」を定めている。このマークは国税庁のホームページからダウンロードして自由に利用できる。
- (イ) 訪日外国人数は、年々飛躍的に増加しており、今後も東京オリンピック・パラリンピックに向けて、さらなる増加が見込まれている。近年では英語圏からの訪日外国人が過半数を占めているため、まずは英語での対応を可能とすることが重要となっている。
- (ウ) 輸出物品販売場（免税店）とは、外国人旅行者などの日本国内非居住者に対して、特定の物品を一定の方法で販売する場合に、消費税を免除して販売できる店舗のことである。
- (エ) 外国人は日本人と異なる風俗・習慣をもっていることを理解する必要がある。例えば、中国人が贈り物として物品を購入する際には、一般的に赤や黄色などの色はお葬式を連想させるので薦めることは避けたほうがよい。

解説

訪日外国人に対するCS

- (ア) 「免税店シンボルマーク」および「免税手続きカウンターシンボルマーク」は、国土交通省の観光庁が輸出物品販売所（免税店）のブランド化と認知向上を目的に運用を行っているマークである。これらのマークは無断使用が禁止されており、観光庁の観光戦略課長から承認された者等でなければ使用してはならない。それぞれのマークの使用権を取得するためには、観光庁のホームページの「免税店シンボルマーク申請ウェブ」「免税手続きカウンターシンボルマーク申請ウェブ」を利用するか、観光戦略課長宛の書類の郵送または持参により申請を行い、審査・承認を受ける必要がある。「国税庁では」と「国税庁のホームページ」と「自由に利用できる」が誤りである。



免税店シンボルマーク



免税手続きカウンターシンボルマーク

(観光庁HPより)

- (イ) 2019年版の観光白書によると、2018年の地域別の訪日外国人旅行者数とシェアは、東アジアが2,288万人(73.4%)、欧米豪が292万人(11.7%)、東南アジアが292万人(10.7%)、その他が120万人(3.8%)で国別には中国838万人(26.9%)、韓国754万人(24.2%)、台湾476万人(15.3%)とアジアからの旅行者が84.5%を占めている。今や中国語や韓国語などへの言語対応も重要となってきたといわれている。「英語圏からの」と「まずは英語での対応」が誤りである。

- (オ) ツーリストモデルであっても、国や地域により規格が異なるので、製品仕様や使用上の注意項目などを説明ボードなどにわかりやすく掲示することが正しい商品選択をサポートする手段になる。複数の言語で POP を作成する際には、翻訳ソフトなどを利用することも1つのアイデアである。

【組み合わせ】

- ① (ア)と(イ)
- ② (イ)と(オ)
- ③ (ウ)と(ア)
- ④ (エ)と(オ)

-
- (ウ) 輸出品物販売所(免税店)とは、旅行者(日本国内非住居者)に対して日本国内で使用しない特定の品物(免税対象物品)で一般物品および消耗品の消費税を免除する店舗のことである。自店舗が免税店であることをお客様に示すには、「免税店シンボルマーク」や「Tax free」等の案内を分かりやすい場所に掲げておくことよ。
- (エ) 近年、さまざまな宗教や文化圏からの訪日外国人に対し、それぞれの食習慣やマナーなどについて、認識、理解、対応することが極めて重要になってきている。たとえば、中国では、色にさまざまな意味があるので注意が必要である。黒色や白色は葬式を想起させる。また、赤色は喜びの色で、黄色は皇帝色として好まれている。「赤や黄色など」が誤りである。
- (オ) ツーリストモデル(海外仕様商品)は、海外の電気事情に合わせて作られている製品で、日本国内での使用はできない。専用の保証書が発行され、海外でも保証期間内は無償修理サービスを受けることができる。ツーリストモデルであっても、国によって電圧やコンセントの形状、安全基準などの規格の違いから、購入した旅行者の自国で使えない場合がある。旅行者が正しく商品選択をする助けになるよう、仕様や注意事項を商品のPOPに表示する。POP作成時の多言語対応は、翻訳ソフトなどを活用すると便利である。