

～拡大し続けるインバウンドマーケットに向けて～ 「ぐるなびインバウンド大作戦」 2018年6月中旬からサービス開始

株式会社ぐるなび（本社：東京都千代田区、代表取締役社長：久保証一郎 以下、ぐるなび）は、拡大し続けるインバウンドマーケットに向けて、飲食店のインバウンド戦略をトータルにサポートする「ぐるなびインバウンド大作戦」を2018年6月中旬より開始します。

「ぐるなびインバウンド大作戦」は、**大規模なチェーン店から個店まで、あらゆる飲食店を対象に、お店のインバウンド戦略をぐるなびがトータルにサポートするサービス**。「ぐるなびインバウンド大作戦木戸料（参加費）」をお支払いいただくことで、ぐるなびが持つあらゆるノウハウを注ぎ込んだインバウンドのサービスをまとめて飲食店に提供します。サービス内容は、ネイティブのチェックを入れた外国語メニューブックの作成サービスをはじめ、特別価格のオプションサービスとして、お店紹介動画の制作、インバウンド決済手数料優遇、海外提携メディアによる海外プロモーション、事前決済型ネット予約手数料優遇、インバウンド対策セミナー、「外国語コンシェルジュ」による電話予約代行など多岐にわたります。

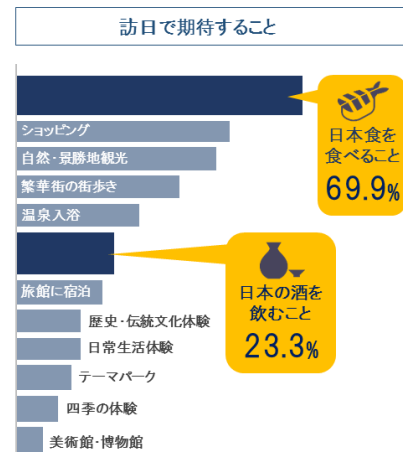
2017年の訪日外客数は2,869万人を突破し、前年比19.3%増と引き続き過去最高を記録しました（出典:JNTO）。さらに政府は2020年に4,000万人、2030年に6,000万人という高い目標を設定し、訪日外客数は今後ますます高まることが予想されます。

観光庁の調査によると、訪日外国人が訪日前に日本に期待していることの1位は「日本食を食べること」。**訪日外国人客の旅行支出の中で、飲食費は約20%を占めて**おり、日本の外食市場に大きな経済効果をもたらしています。多くの外国人が日本の食に大きな期待を寄せて訪日しており、飲食店で外国人集客の機会もますます拡大しています。さらに、2017年の訪日外国人2,869万人のうち**61.4%を訪日2回目以上のリピーターが占めて**おり、リピーターほど地方へ訪問する傾向があるという結果も出ています。各地で固有の食文化を持つ日本にとって、リピーターの取り込みにも大きなチャンスがあると言えます。

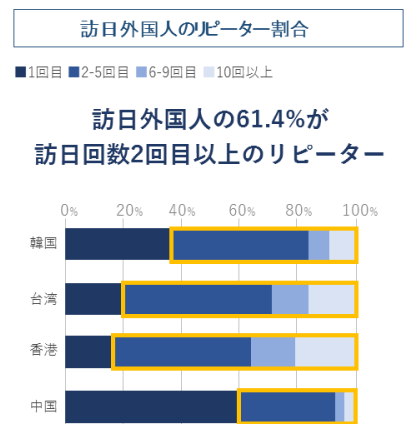
その一方で、訪日外国人にとって、日本の飲食店情報の入手方法や言語コミュニケーションにおいて不便を感じている状況は変わらず、観光庁が2017年に実施した「訪日外国人旅行者の国内における受入環境整備に関するアンケート」によると、**訪日外国人が旅行中困ったことは「施設等のスタッフとのコミュニケーション」が最も多く**、次いで「無料公衆無線LAN環境」「多言語表示」でした。

「ぐるなびインバウンド大作戦」は、このような状況を受けて、全国の飲食店に急務となっているインバウンド戦略をトータルでサポートし、拡大するインバウンドマーケットに対応するサービスを提供していきます。

ぐるなびは「世界に誇れる日本の食文化を守り育てる。」という企業使命を掲げ、事業を進めています。今後も、日本の食文化や食を通じて観光を楽しむための情報サービスを提供していきます。



※出典：国土交通省 観光庁「平成29年訪日外国人消費動向」



※出典：国土交通省 観光庁「平成29年訪日外国人消費動向」

「ぐるなびインバウンド大作戦」概要

■木戸料（参加費）：月額2万円

■「ぐるなびインバウンド大作戦木戸料（参加費）」にて提供するサービス：

- ・外国語メニューブック（4言語対応：英語／中国語・繁体字／中国語・簡体字／韓国語）の提供
- ・ぐるなびPRO、ぐるなび店舗ページ（日本語版／外国語版）の利用

■特別価格にて提供するオプションサービス：

- ・LIVE JAPAN（対象地域のみ）
- ・お店紹介動画制作
- ・インバウンド決済手数料優遇
（「AliPay」／「WeChatPay」） ※2018年夏から開始予定
- ・海外プロモーション
（「TripAdvisor」等、提携する海外メディアを活用したサービス） ※2018年秋から開始予定
- ・「外国語コンシェルジュ」による電話予約代行
- ・事前決済型ネット予約手数料優遇
（「Ctrip（中国）」「KKday（台湾）」「Lion Travel（台湾）」等）
- ・インバウンド対策セミナー