

小売業の店内の多言語表示にかかるガイドライン

Ver. 1.0

平成28年3月

経済産業省

はじめに

この資料は、先行事例に取り組む小売事業者の方々、訪日外国人旅行者対応の最前線で働くの方々、在住外国人の方々等から聞き取った意見をふまえ、わが国の小売店舗における多言語対応の方向性を整理したものです。とりまとめにご協力いただいた小売関係、観光関係の団体、企業みなさまに篤く感謝申し上げます。

◆ ◆ 目次 ◆ ◆

第1章 このガイドラインで目指すもの	1
1. 想定する読者	1
2. 想定する多言語化の範囲	2
3. 店内多言語化に対する基本的考え方	2
4. 対応する言語の基本的考え方	3
第2章 外国人の訪れる店舗における店内多言語化.....	6
1. 売場案内	6
2. 商品案内	7
3. 精算案内	9
4. 付加的な案内	11
5. 緊急案内	12

第1章 このガイドラインで目指すもの

1. 想定する読者

- ✓ このガイドラインは、既に外国人が多く訪れている店舗だけではなく、今後、外国人の利用が増える可能性がある、または増やしたいと考えている小売業者の方々を対象に、外国人が買い物しやすい環境を整えるための店内表示の多言語化に向けた具体的取り組みについて、まとめたものです。
- ✓ わが国では、訪日外国人旅行者数を2020年には2,000万人とする目標を掲げて、観光立国実現を目指した各種取組を進めたところ、約3年間で倍増し、2015年には約2,000万人に達しました。そこで、訪日外国人数を2020年には4,000万人、2030年には6,000万人に増やす新しい目標値が設定されています「明日の日本を支える観光ビジョン構想会議」（平成28年3月30日）。小売業界においても、免税店が約29,000店（平成27年10月1日時点）と半年間で1万店以上増加するなど、インバウンド需要の取込の促進が重要な観点となってきたところでは。
- ✓ また、政府は、対日直接投資を2020年に向けて倍増させることも目標としており、「外国企業の日本への誘致に向けた5つの約束」（2015年3月17日対日直接投資推進会議決定）では、小売業界においても、在日外国人が、外国語で商品を選んで買い物できるような多言語対応の強化が掲げられています。売場情報、商品情報の両面について多言語対応を進め、わが国の住みやすさを向上させていくことが必要となっているところです。
- ✓ このように、小売業界に対しては、観光立国、対日直接投資の両方の視点から、店内表示の多言語対応について促進・強化が求められている状況です。本ガイドラインが、外国人への多言語対応について検討する小売業のみなさまに幅広くご利用いただければと思います。

2. 想定する多言語対応の範囲

- ✓ このガイドラインでは「店内表示の多言語化」に絞ってとりまとめています。小売店舗では「商品情報の多言語化」も重要な意味合いを持ちますが、商品情報表示¹については、製・配・販連携協議会²の商品情報多言語対応ワーキングで検討されている内容を適宜参照ください。

本ガイドラインの想定範囲「店内表示の多言語化」

店内表示	店内に示されている売場表示、価格表示（値札）や各種注意事項のほか、階段やエレベーター、トイレや緊急脱出経路などを示す表示。
------	---

3. 店内の多言語対応に対する基本的考え方

- ✓ 多言語対応を図るためには、ある程度の投資が必要となってしまいます。充実した環境の整備は、もちろんすばらしいものですが、そこまで多くの外国人顧客が利用していない店舗まで、環境整備を行う必要性は低いと考えられます。
- ✓ 実際、外国人利用者に意見を伺ったところ、小売業に期待することは、小売の本道ともいえる適正価格での商品販売であり、膨大な費用をかけてまで多言語対応環境を整備することは求められていませんでした。
- ✓ むしろ、必要最小限の表示があれば十分だと考えている外国人利用者が一般的です。
- ✓ これを踏まえ、このガイドラインでは、特に外国人利用者から要望のあった項目に関し、多言語での表示方法を、簡単な例示を含めて示しています。小売事業者の皆様が、自らの店舗にやってくる外国人のニーズを理解し、適切で無理のない多言語環境の整備を進めるためにこのガイドラインを活用していただくことを期待します。

¹ 商品情報表示：商品そのものにつけられている商品名のほか、内容物表示、成分表示等を示す表示。

² 消費財の流通に関する、メーカー（製）、卸（配）、小売（販）の55社からなる協議会。製・配・販の各企業が連携することにより、サプライチェーン・マネジメントの効率化・高付加価値化を図り、もって産業競争力を高め、豊かな国民生活への貢献を目指すことを目的としている。（平成23年5月設立）

4. 対応する言語の基本的考え方

(1) 対応言語

- ✓ 外国人利用者にとっては、売場案内、商品案内のほか、禁止事項や注意事項の表示について、日本語のほかに英語の併記で言語表示することが望ましいと考えられます。
- ✓ トイレ、階段、エレベーターやサービスカウンター等の機能表示については、ピクトグラムによる表示で十分にわかりやすくなる例もあり、言語による表示と適宜使い分けることができます。
- ✓ なお、店内表示で対応すべき言語については、施設特性や地域特性によっても異なると考えられます³。
- ✓ ピクトグラムは、公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団による標準案内図記号が「商業施設等の国内諸施設に使用される案内用図記号の標準」として、広く用いられており、これに準じたものの利用が望ましいと考えられています。

図表1 店内表示で利用可能な代表的な英語表記・記号

会計	案内所	お手洗	エレベーター	エスカレーター	階段
Cashier	Information	Toilets	Elevator	Escalator	Stairs
					
消火器	非常ボタン	非常口	静かに	コインロッカー	レストラン
Fire extinguisher	Emergency call button	Emergency exit	Quiet please	Coin Locker	Restaurant
					

禁煙	立入禁止	さわるな	携帯電話使用禁止	撮影禁止	飲食禁止
No smoking	No Entry	Do not touch	Do not use mobile phones	Do not take photographs	No Food or Drink
					

注釈)「左側にお立ちください」「1列並び」は、文字による補助表示が必須

資料) 観光庁「観光立国実現に向けた多言語対応の改善・強化のためのガイドライン」、公益財団法人交通エコロジー・モビリティ財団「標準案内図記号」

(2) 対応すべきシーン

- ✓ 小売業における店内多言語化について検討する場合、購買行動が大きく3つの段階(売場、商品、精算)、そのほかの情報提供(付加情報、緊急時対応)も含め、下記の5つのシーンに整理できると考えられます。この5つのシーンと店舗特性から、必要な多言語表示を一般化すると、表のように整理できます。

図表2 店内表示の多言語化で意識すべき5つのシーン

売場の表示	入店した後、ほしい商品(群)がどこにあるか探す段階
商品の表示	商品群のうちどれを購入するかを意思決定する段階
精算の表示	商品の代金を支払う段階
付加機能の表示	トイレ、階段、エレベーターや出口等の情報提供
緊急時対応の表示	火災、地震等が発生した際の脱出経路や情報提供

図表3 小売店舗でのシーンに応じた多言語表示の方法

店舗特性 シーン	施設特性や地域特性に応じた言語対応が必要な店舗	基本的な外国語対応が必要な店舗	ほぼ日本人利用である店舗
売場表示	日本語 英語 必要な言語	日本語 英語	日本語

商品表示	日本語 英語 必要な言語	日本語 英語	日本語
精算表示	日本語 英語 必要な言語 ピクトグラム	日本語 英語 ピクトグラム	日本語 ピクトグラム
付加機能の案内	日本語 英語 必要な言語 ピクトグラム	日本語 英語 ピクトグラム	日本語 ピクトグラム
緊急避難の案内	日本語 ピクトグラム	日本語 ピクトグラム	日本語 ピクトグラム

注釈) ピクトグラムは、視覚的な図による表現で内容の伝達を直感的に行うことができるため、言語の種類を問わず情報を伝達することができる。禁止・注意を促したり、案内・誘導等を示す上で、見た目の分かりやすさが特に重視され、ピクトグラムで十分必要な情報を伝えることができる場合は、ピクトグラムの使用が有効であり、外国語の併記を必ずしも必要としない。

注釈) 緊急避難の案内表示は日本語とピクトグラムで対応しつつ、店内放送等で、英語および必要な言語による情報提供を行っている先進的な事業者も存在。

第2章 外国人の訪れる店舗における店内多言語化

訪日外国人旅行者が多く訪れる店舗（免税店等）や外国人居住者が多い地域にある、主として日用品を取り扱う店舗を対象としています。

訪日外国人旅行者においては、短期滞在でお土産等の需要があります。一方、在日外国人は、日本語についての多少の理解ができる人も多くなっているほか、店舗への訪問回数も多いためにおよその場所がわかっているという人も多くなっています。店舗によって客層も異なることから、各店舗における外国人消費者の需要の特性を踏まえ、必要な対応を選択することが重要です。

1. 売場案内

【ポイント】

- ◇ 日本語を軸に英語表記を補助的に活用
- ◇ 必要に応じて、そのほか言語での表示も検討
- ◇ 日本語表記ではカタカナを避け、可能な限り漢字を用いて表記

（1）基本的な考え方

- ✓ お土産を購入する訪日外国人旅行者、特にアジア系外国人は、購入希望商品が決まっている場合が多く、その商品がどこに置いてあるかを店員に尋ねて把握しようとする傾向があります。一方で、欧米系外国人は、気に入ったものがあれば購入するというスタンスで、店内を見て回る人が多いようです。
- ✓ 在日外国人は、訪日外国人旅行者に比べ、日本語と英語のいずれかは、ある程度以上理解できる方が多くなっています。
- ✓ そのため、店内での売場表示は、日本語を軸に英語を補助的に表示することが望ましいと考えられます。日本語表記でも、外国人に難解なカタカナでの表記を避け、できる限り漢字での表記を採用することで、中国語話者は、英語表記とあわせて大まかな意味を把握できる人が多くいることから、情報が伝わる場合も多くなります。

（2）実践的な対応例

①売場表示

- ✓ 日本語を軸に補助的に英語表示を活用することで、利用者の利便性が向上します。比較的広い売場面積を持つ店舗での売場表示は、売場番号を追記すると、店員による案内が行いやすくなります。
- ✓ 特定の言語を話すお客様が多数来店される場合には、英語のみでなくその言

語についても表示に加えるとよいと思われます。

- ✓ 数か国語での表記をする場合、文字が見えないような大きさにならないよう配慮しましょう。

②店内地図（売場案内図）

- ✓ 売場が重層化している大型店舗や、面積が広くて視線が通りにくいような店舗では、入口に多言語化した売場案内図を用意し、希望する商品がある場所や階がわかるようにすると利便性が向上します。日本語に加え、補助的に英語表記を活用することで、外国人利用者の理解が促進されます。
- ✓ 多くの言語をサポートする場合には、各言語で記されたハンディマップをそれぞれ作成し、売場案内図の下にあるラックや、インフォメーションセンター等で配布することも一案です。
- ✓ 日本語表記では、カタカナ表記はできるだけ避けて、漢字で表記すると、中国語話者の理解が促進されます。
- ✓ ブランド名称などの固有名詞については、原語表記を行うと、理解されやすくなります。

2. 商品案内⁴

【ポイント】

- ◇ 日本語を軸に英語表記を補助的に活用。
- ◇ 価格表記にあたっては、総額表示か否か、外国人が理解できるよう記載。
- ◇ 年齢や状況に応じた販売制限がある商品については、その旨を英語で併記。

（1）基本的な考え方

- ✓ 訪日外国人旅行者による消費のうち、購入したい商品が事前に決まっていることが多い場合など、電機製品や化粧品等、商品によっては型番をプライスカードに併記すると、購入希望商品かどうかを判断しやすくなります。
- ✓ すべての商品を対象に多言語化することが難しい場合、人気の商品を集めた外国人旅行者向けの売場を作り、それらの商品の表記だけを多言語化することも一案です。
- ✓ 在日外国人による消費のうち、生鮮食料品や一部の日用品などは、商品の実物を手にとることができるので、商品名を無理に英語化する必要性は薄くなっていますが、一般的な英語表記を併記すると理解が促進されます。

⁴ 商品情報にかかる多言語表示については、第1章 2. を参照のこと。

- ✓ 価格表記は、商品情報のなかで最も重要視される情報の一つです。総額表示か否か、外国人利用者に分かりにくい場合があるため、税の扱いについて英語表記があると助かるという意見もありました。
- ✓ 年齢等による販売制限がある商品もあります。外国人からの需要が見込まれる場合、事前に説明ツールを準備しておくことで誤解を回避することができます。
- ✓ 在日外国人のうち欧米出身者を中心に商品の産地情報に対するニーズがあることから、産地を英語併記すると商品がより選択しやすくなります。

(2) 実践的な対応例

①商品名称の表示

- ✓ 訪日外国人旅行者に人気の商品を中心に、補助的に英語で表記しつつ、購買客の特性に応じて、必要な言語での表記を追加します。
- ✓ 電機製品や化粧品等、型番を指定して商品を探すお客様が多くみられる商品は、型番をあわせて示すことも有効です。
- ✓ 箱詰めされた状態で陳列されている商品は、商品名で区別するため、英語を併記するとわかりやすくなります。

②価格の表示

- ✓ 価格は数字ですので、言語を問わず理解されますが、総額表示が一般的な国、税抜表示が一般的な国があり、それぞれ誤解が生じる場合があります⁵。
- ✓ また、訪日外国人旅行者にとっては、免税で購入した際の価格が分かりづらいことがあります。
- ✓ 外国人が困惑しないようにプライスカードに英語を併記するなど、外国人が困惑しないように対応することが期待されています。

(例)

tax included 税込価格 10,800円
tax excluded (税抜価格 10,000円)

⁵ 我が国では消費税法に基づき、「総額表示」が義務づけられています。「消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保のための消費税の転嫁を阻害する行為の是正等に関する特別措置法」(平成 25 年 10 月 1 日施行)で、二度にわたる消費税率の引上げに際し、消費税の円滑かつ適正な転嫁の確保及び事業者による値札の貼り替え等の事務負担に配慮する観点から、総額表示義務の特例として、平成 25 年 10 月 1 日から平成 30 年 9 月 30 日までの間、「現に表示する価格が税込価格であると誤認されないための措置」を講じていれば税込価格を表示することを要しないこととされています。

(出典) 国税庁 HP タックスアンサーNo.6902 (平成 27 年 4 月 1 日現在法令等) より

③販売制限のある商品の表示

- ✓ わが国では年齢や状況に基づいて販売に制限がかけられている商品がありますが、外国人には理解されていないため、販売拒否の誤解が生じる場合があります。
- ✓ 例えば、酒類やたばこは、国によって制限年齢が異なりますので、日本では20歳未満には販売できないことを英語および必要な言語で併記しておくことが望ましいと考えられます。
- ✓ 処方箋なしで販売することのできる医薬品にも、販売時に薬剤師等による説明が必要なものがあります。その旨の表示は英語および必要な言語で併記しておくことが望ましいと考えられます。

④産地の表示

- ✓ 在日外国人の中には、野菜や果実、肉類等の産地表示へのニーズがあります。これらの消費を取り込みたい場合、例えば、国内産の商品については都道府県レベルの産地情報を英語併記すること等で外国人のお客様にとってよりわかりやすくなります。

3. 精算案内

【ポイント】

- ◇ レジの場所はわかりやすく、言語もしくはピクトグラムで表示
- ◇ 精算時に必要な対応や注意事項がある場合は、事前に言語表示
- ◇ 免税対応は、利用の多い言語で、言語表示やリーフレット等を事前に準備

(1) 基本的な考え方

- ✓ 精算時の手続きはできるだけ円滑に行うことができるように、注意事項や慣習的なやりとりなどは、日本語に加え、英語その他利用客の多い言語で事前に表示して伝えておく、あるいは指さし確認ができるツールを用意しておくこととスムーズに対応できるでしょう。

(2) 実践的な対応例

①レジ場所の案内

- ✓ レジの場所は、日本語と英語での表記もしくはピクトグラムで表示することで、幅広い言語話者に理解されます。



②レジの並び方の表示

- ✓ レジ前に列を作って並ぶ場合、レジごとに並ぶのか一列に並ぶのかがわかりにくくなっていることがあります。
- ✓ 並び方に決まりがある場合は、日本語と英語を併記するもしくは、列の先頭場所の床面等にピクトグラムを掲載することで、レジの並び方が理解できるようになります。



③支払方法の表示

- ✓ 現金払いのほか、クレジットカードやデビットカード、電子マネー等での支払いが可能である場合は、会計場所の周囲で、利用可能な支払い方法のロゴ（ピクトグラム）を表示しておくことで、円滑な精算が可能になります。

④販売制限のある品目の表示

- ✓ お酒やたばこ等、年齢制限のある商品を販売している場合、20歳以上であることを確認する旨と、年齢確認書類を用意するように、日本語英語併記しておくことで、レジでのトラブルを防げます。
- ✓ レジ袋の要不要を確認するなど、常に特定の会話が必要な場合、指さし会話集などを準備しておくことがよいと考えられます。

⑤レシートの表示

- ✓ 購入個数と単価は数個で表記されることから、レシートについては多言語表記の必要性は高くありません。外国人利用者からも多言語化に伴う情報過多、レシートの長大化を嫌う意見の方が多い状況です。中国語話者からは、商品名のカタカナ表記をできるだけ避けて、漢字を多く使うだけでかなり改善するという意見もありました。

⑥免税対応の表示

- ✓ 免税対応店舗では、手続方法について英語のほか利用者の多い言語での表示をしておくことが望ましいと考えられます。表示スペースには限りがあるため、そのほかの利用者の多い言語ではリーフレット等を準備しておく、手続の円滑化が図られます。

4. 付加的な案内

【ポイント】

- ◇ トイレや移動手段等については、ピクトグラムを活用しつつ、可能な範囲で日本語に英語併記で表示

(1) 基本的な考え方

- ✓ トイレや階段、エレベーター等の案内は、ピクトグラムを表示した上で、日本語と英語で併記すれば、幅広い言語の話者に理解されると考えられます。
- ✓ 日本国内で幅広く用いられている JIS（日本工業標準）に基づいたピクトグラムがあり、これらの活用が、統一性・連続性の確保の観点から望ましいと考えられます。

(2) 実践的な対応例

① トイレの案内

- ✓ 日本語と英語を併記や、ピクトグラムを活用することで多くの人に案内することが可能です。トイレのピクトグラムは世界的に用いられており、ピクトグラムのみでも理解できる可能性が高いと考えられます。
- ✓ トイレの使い方については、国・地域によって異なることもあるため、利用ボタン等の使用方法の説明を英語化しておくといでしょう。



② 階段やエレベーター等の案内

- ✓ 階段やエレベーター等の表示も、日本語と英語の併記や、ピクトグラムを活用することで、多くの人に案内が可能です。階段やエレベーターについても、JIS（日本工業標準）化されたピクトグラムがあります。
- ✓ 「→」などの誘導表示は、誘導したい場所まで、案内が途切れることのないように注意しましょう。



③ 禁煙に関する案内

- ✓ 禁煙表示はピクトグラムで示すとともに、喫煙所がある場合はその場所も示すことが有効です。



5. 緊急案内

【ポイント】

- ◇ 非常口については、ピクトグラムによる表記で場所を明確化
- ◇ 日本語緊急放送の内容を受けて、店員による情報提供を実施

(1) 基本的な考え方

- ✓ 小売店において、平時に緊急時の案内を読んで理解している外国人利用者は、多くないと考えられます。そのため、実際に何かが発生した際には、適切な情報を提供し、必要ならば避難、待避を促すことが求められます。
- ✓ 非常口については、ピクトグラムを用いることで、その場所を明確に伝えることが可能です。
- ✓ 緊急時に重要なのは、日本語の緊急放送をうけた店員による案内や誘導と考えられます。
- ✓ 避難、誘導が必要ないという情報の提供は、大きな安心につながります。可能であれば、外国語での緊急放送も準備しておくといわれます。
- ✓ 外国語での緊急放送を準備していない場合、店員は、待避が必要ないような場合、大丈夫だということを自らの態度で示し、待避が必要な場合は、身振り手振りも交えながら非常口を案内しましょう。
- ✓ 加えて、店舗単位だけでなく、地域単位での避難場所等の共有が重要です。自治体等と連携し、地域の避難場所情報について日頃から英語での情報提供を行うことで、緊急時の対応も円滑化します。

(2) 実践的な対応例

①非常口

- ✓ 非常口については、ピクトグラムを用いることが適切です。これは JIS に加え、ISO にも定められている国際標準図案です。



②避難経路図

- ✓ 避難経路図そのものも多言語化できれば望ましいですが、実態としては緊急時に経路図をみていただくことは現実的ではありません。多言語化しても機能しない可能性も高いため、店員による案内や誘導と組み合わせることが有効です。

③緊急放送

- ✓ 緊急放送は、本ガイドラインの対象範囲外ですが、店員をはじめ周囲の人間が適切に避難できるよう協力を促すとともに、可能な範囲で、外国語の緊急放送も準備できればよいと思われれます。

④防災マップ

- ✓ 多言語化された地域防災マップを出入り口など、人目につくところに掲示しておくことで、店舗から避難した場合に、外国人利用者が安全な場所まで移動することができます。