

観光業における外国語母語スタッフのための日本語教材開発について

The Development of Japanese Teaching Materials for Non-Japanese staff working in the Tourist Industry in Japan

鳥居 加菜

Abstract

Over the past ten years or so, the Japanese government has placed an emphasis on inbound tourism. As a result, the number of tourists visiting Japan from a variety of countries has increased. Accordingly, the necessity for the Japanese tourist industry to accommodate these tourists' cultural and language backgrounds has increased. Due to time and cost constraints, however, it is difficult to train current Japanese employees, to rectify this situation. Another possible approach would be to hire more non-Japanese staff with a good command of the Japanese language. Non-Japanese staff would then need to cater to both international and domestic tourists, and would require special Japanese language training to help them work in the tourist industry. This paper discusses how effective teaching materials can be developed for non-Japanese staff, while highlighting government statistics and data gathered from an interview with non-Japanese hospitality staff and questionnaire given to hotel personnel. The necessary skills to be focused on are grouped into three aspects: (1) linguistic skills (2) customer service skills and (3) culture-based skills. Based on the discussion, this paper finally offers an example of suitable teaching materials, which were developed using Adobe Flash software.

Keywords: tourism, Japanese language education, development of teaching materials, Japanese for Occupational Purposes (JOP), Japanese for Specific Purposes (JSP)

1. はじめに

独立行政法人国際観光振興機構(2011a)によると、2010年に日本を訪れた外国人旅行者は861万1175人であり、その数は2009年を除いて徐々に増加している。観光客数について世界各国を比較してみると、外国へ出国した人数(以下アウトバウンド数とする)においては日本は第10位に位置するものの、入国した者の数(以下インバウンド数とする)においては第30位である(独立行政法人国際観光振興機構, 2011b)。日本での消費を拡大させ、経済を活性化させるためにはアウトバウンド観光よりもインバウンド観光を増加させることが望ましい。このアウトバウンド数とインバウンド数のギャップについては以前から問題視されており、政府は観光に向けて様々な政策を提案した。2003年から本格的な取り組みが開始され、2010年までにインバウンド数増加において一定の成果があったが、アウトバウンド数と比較するとまだ十分とは言えず、今後もさらなる取り組みがなされることが予想できる。

インバウンド観光政策の充実化により、今後さらに訪日外国人観光客数が増加することが考えられる。その変化に対応するため、外国にルーツを持ち、外国語が堪能であり、かつ文化にも理解がある「外国語母語スタッフ」を雇用することが増えるのではないだろうか。外国語母語スタッフは主に母語を活かして外国人観光客に情報を提供する役割を担うことが期待される。加えて、日本人国内観光客に対応することも求められるため、基本的なサービスを行うための「観光業で働くために必要な日本語」が求められるようになると考えられる。

上記の想定をもとに、この論文ではまず観光に特化した日本語教材の必要性について述べ、先行研究調査として既存の観光日本語教材を分析する。これと合わせ、観光業においてどのような日本語教材が必要とされているのかを、インタビュー調査とアンケート調査を行って考察した。これらの調査・分析に基づき、日本の観光業で働く外国語母語スタッフに必要なスキルをまとめ、最後に、そのニーズに応えるべく開発した日本語教材の例を提示する。

2. 国レベルからみた観光日本語教材の必要性

日本における観光日本語教材の必要性が高まっている背景を以下で述べることとする。まず、一つ目の要素として国の観光政策の変化があげられる。

政府が国を挙げて観光政策に積極的に取り組みむようになったきっかけは1996年に運輸省(現国土交通省)が開始した「ウェルカムプラン21」である。この取り組みは円高の影響などでアウトバウンド数とインバウンド数に大きな差が生じ、国際観光収入と支出のバランスが取れないことを問題視し開始されたものである。具体的には2005年までに訪日外国人旅行者数を1996年の350万人から700万人に倍増させ、地方圏への誘客を促進することを目的とした(国土交通省, 2001)。その後も2003年に、訪日外国人旅行者数を2010年には1千万人にすることを掲げた「「ビジットジャパン・キャンペーン」」が開始されたり、観光立国担当大臣が任命されたりするなど、観光に関する積極的な取り組みがなされた。その結果、1996年にはおよそ384万人だった訪日観光客数は2003年には約521万人に、さらに2005年にはおよそ673万人となった(観光庁, 2010a)。これを受けて2006年には観光立国推進基本法が成立、2007年には観光立国推進基本計画が閣議決

定され、「国際競争力の高い魅力ある観光地の形成」や「観光産業の国際競争力の強化」、「国際観光の振興」、「国内外からの観光旅行の促進のための環境の整備」にむけて施策されることが明らかとなった(国土交通省, 2007)。また、2008年には観光庁が設立されたうえ、2009年に閣議決定した「新成長戦略(基本方針)～輝きのある日本～」においては「観光立国の推進」が6つの成長戦略分野の1つとして位置づけられた。

これらの動きを踏まえ、独立行政法人国際観光振興機構は2010年からウェブサイトでの情報を「今後さらに増加する事が予想される中国、香港、台湾からの旅行者のひとり歩きをサポートするため、飲食、ショッピング、イベント等の実用情報を中国語、韓国語でも充実」(独立行政法人国際観光振興機構, 2010)させ、2011年1月から3月には、ホテル、旅館などのスタッフを対象とした外国人観光客受け入れ研修会を行った。また、増加する外国人観光客に対応できるよう、中国語、韓国語、英語での「訪日外国人観光案内基本マニュアル」を作成し、ウェブサイトにて公開している。

このように、年々、国家政策として「観光」が大きく注目されるようになっており、具体的な施策も次々に実行されている。その理由として、文化交流の促進や地域コミュニティの活性化も期待されているが、最も大きいものは経済効果だろう。観光客として海外から訪日する人の数が増加すればするほど、食事や宿泊、アクティビティなどに関する消費の増加やそれに伴う生産活動の拡大、さらには新たな雇用の創出など幅広い経済効果が期待される。少子化に伴う人口減少や景気低迷による国内消費の減少に対応する策としてインバウンド旅行者が大きな役割を担うこととなることから、今後も観光政策が継続的におこなわれることが予測できるだろう。

3. 日本における観光業界の現場からみた観光日本語教材の必要性

次に、日本の観光業における現状について述べ、観光日本語教材の必要性を検討することとする。

3.1 観光業における多言語の必要性

上で述べた観光政策によって、訪日外国人観光客は徐々に増加している。例えば中国からの旅行者数は2000年にはおよそ35万人であったのが2009年には約101万人と3倍近くに増加した。これは中国人団体観光客に加え、個人観光客への査証発給を開始したためであると考えられる。さらに、2010年7月には日本政府が中国人個人観光客への査証発給要件を緩和した(国土交通省, 2010)。この政策により、富裕層に加えて中間層の人々の訪日が可能となり、今後中国からの観光客はさらに増加することが見込まれている。

これまでの外国人観光客に対する接客は基本的に高度な教育を受けて育った富裕層や英語圏あるいは英語教育が盛んになされている地域からの観光客に対するものであった。そのため、外国人観光客に対する対応は出身国にかかわらず英語で十分であると考えられていた。政府が観光政策のひとつとして実施している通訳案内士制度をみても、2009年における全登録者数1万3530名のうち、9274名が英語、次いで1540名が中国語と、圧倒的に英語でのサービス提供が多い(独立法人国際観光振興機構, 2011c)。

無論、国際社会での共通語としての英語を考えると、その必要性が他言語と比べて高くなることは理解できる。しかし、中国の査証緩和以降あまり英語が通じず、コミュニケーションをとるのに苦労するという観光業からの声を聞く。それでも現在、アジア圏からの観光客は団体旅行客が多く、ツアーガイドが通訳を兼ねているため大きな不便を感じることは少ないと予想される。しかし、かつての日本がそうであったように、ツアーでの団体行動でひとしきり有名観光地を訪れた観光客は、さらなる魅力を求めてそれぞれのニーズに応じた個人旅行を選択するようになるだろう。アジアからの観光客が増加するこれからのに向けて、「外国人観光客には英語で対応する」というひとくりにした対応ではなく様々な国からの観光客に合わせ、それぞれの言語でサービスを提供することが求められているのではないだろうか。

3.2 観光業における人材問題

上で述べたように、観光業の現場においては、多様化する外国人観光客に合わせて多言語で対応することが望まれる。無論、日本人スタッフが外国語を学び、対応することも考えられる。しかし、実現可能性という観点から考えてみると、日常の業務をこなしながら言語を身につけることは容易ではない。まず、学習時間が取れないことが問題となるうえ、経済的にも負担が大きい。図 1 が示すように、厚生労働省(2009)が行った入職率と離職率についての調査によると、入職率、離職率ともにもっとも高い産業は「宿泊業、飲食サービス業」となっている。観光業に関連する業種は図 1 における「宿泊業、飲食サービス業」、「娯楽業」、「複合サービス業」、「サービス業(他に分類されないもの)」が当てはまると考えられる。観光業は華やかに見える職種であり、就職を希望する求職者も少なくない一方で、実際に就職してみるとイメージと一致せず離職する人も少なくない。これは土曜、日曜や盆休み、年末年始が繁忙期となるため家族や友人と休みが合わないこと、ホテルのフロント業務などであれば夜勤を伴うシフトにより不規則な生活となることなどが理由だと考えられる。

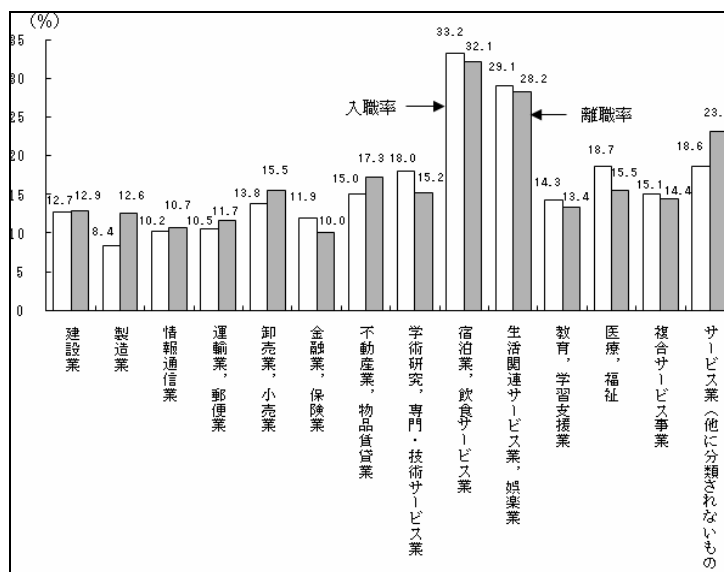


図 1: 産業別入職率・離職率(厚生労働省, 2009)

外国語で接客サービスをすることが必要とされている現実がある一方で、基本業務が十分こなせるようになってからでしか外国語教育ができない面もある。このように人材の入れ替わりが激しい観光業においては長期的な人材育成が難しいと考えられる。政府が日本人スタッフに向けて「訪日外国人観光案内基本マニュアル」として外国語教材を作成しても、現場でそれをうまく活用できるとは限らないのではないだろうか。

3.3 外国語対応スタッフとしての外国語母語スタッフ雇用

「3.1 観光業における多言語の必要性」で述べたように、観光業の現場では多言語に対応できる人材を求めている。しかし、一方で時間やコストをかけて教育する環境は整っていない。このような現状から、外国人観光客に対応する人材として外国にルーツを持つ外国語母語スタッフを雇用することが望ましいと考えられる。しかし、現在観光客の多くは日本人である。そのため、外国語に加えて一定の日本語能力も必要とされるだろう。

そこで、留学生として日本に在住している外国人を雇用すれば一定の日本語能力が期待できるうえ、文化面での摩擦もある程度は軽減できることが見込まれる。文部科学省(2007)が示す「留学生 30 万人計画」により今後留学生数が増加することから、人材獲得における選択肢も拡大されるだろう。

4. 外国人留学生からみた観光日本語教材の必要性

以上を踏まえ、需要面では外国人留学生が求められるようになることが想定されるが、供給という面ではどうなのかを考察することとする。本稿では、留学生として来日後観光業に就職した外国語母語スタッフ(以下 I さんとする)にインタビュー調査を行った。I さんは空港のサービス業にて勤務する中国人女性である。来日五年目で日本の専門学校を卒業後、正社員としておよそ二年間働いている。インタビューでの要点をまとめると以下のとおりである。

【日本の観光業で働く理由】

- ・留学経験を活かしたい
- ・帰国後のキャリアで優遇される(留学経験 + 正社員としての実績で評価が上がる)
- ・中国語を活かしたい
- ・職場がインターナショナルな雰囲気なので働きやすい(日本人以外の社員も数名)

【仕事をしていて難しいところ】

- ・尊敬語と謙譲語と丁寧語がわかりにくい
- ・上下関係が厳しい
- ・直接的に言わない(注意なども人を通してされることがある)
- ・お客さんが何を言っているのかわからない時がある

Iさんのように、「母国と日本のかけ橋」を目指し、母語と日本語どちらも使いながら仕事がしたいと思う留学生は少なくない。留学生だからこそ、母国と日本の両方に滞在した経験やそこから学んだ社会、文化、言語などに関する知識が強みとなる。その強みを生かせる職業が観光業だといえるだろう。日本と母国どちらも知っているからこそ、母国からの観光客に何が必要なのかを理解することができ、また、日本の魅力を母国からの視点で語るができる。また、Iさんのように帰国してからのキャリアにおいて優遇されるという点でも、観光業で専門知識を得ると自国においてもそれが活かせる機会が豊富にある。日本では母国からの観光客に対するサービスができ、母国では日本人に対するサービスができる。このようなメリットから、外国人留学生にとって観光業は魅力的な職業のひとつであるといえるだろう。

それを示すものとして大阪観光大学を例にとると、入学試験における外国人受験者数は2007年には39名だったが翌年には81名と二倍強に増加した。また、入学者数においても35名から56名に増加している(大阪観光大学, 2008)。

また、Iさんは「日本人はお客さんのマナーがとてもよく、また職場の仲間も分からないことは丁寧に教えてくれるので働きやすいです」と話す一方で、前述したように観光業における言語、文化の難しさを指摘する。丁寧に接客することをいつも心がけているが、尊敬語と謙譲語を使い分けることは特に難しく、慣れるまではよく混同したという。

観光業で働くということは留学生にとって、母語とこれまで学んで身につけた日本語が活かせる環境であり、魅力がある。直接利用客と接する機会が多ければ多いほど、その強みが活かされる一方で、そのような環境だからこそ、状況に応じて適切な日本語を使用する能力が強く求められる。つまり、外国人留学生を観光業における人材として確保するには、「観光業に必要な日本語」を厳選して習得させる必要があるだろう。

5. 観光日本語教材に関する先行研究

これまでは国、観光業、留学生という三者の立場から観光日本語教材の必要性を述べた。以下では現在出版されている、観光業に特化した日本語教材を先行研究として概観する。なお、本章では日本で働く外国語母語スタッフのために作られた観光日本語教材に加え、外国で日本人観光客に対してサービスをする外国語母語スタッフのための日本語教材についてもその内容の長所と短所を考察することとする。

5.1 日本における観光日本語教材

山川(2010)が指摘するように、観光に関する言語関連の研究は数が少ない。日本の観光業で使うことを目的とした日本語教材は現在『サービス日本語』(岡部ほか, 2003)のみである。観光業における言葉づかいに関する教材は、各職場において独自マニュアルを作成し、従業員教育の一環として用いるところが多い。また、一般書籍においても『ホテル・レストランのための接客言葉づかい』(布田, 1987)など様々なものが発売されているが、どれも日本人向けのものであり、外国語

母語スタッフのための「日本語教材」として作成されたものは『サービス日本語』以外に見つからない。

この背景としては、以前は外国人観光客数が少なく、また英語を話すことができる観光客が高い割合を占めていたため、日本人スタッフが英語を話すことで必要なコミュニケーションができていたことによる。加えて、「職業目的の日本語教育」(佐野, 2009)という考え方が社会に浸透していなかったことが考えられる。しかし、前章で述べたように日本における観光日本語教材は必要であり、その必要性は今後ますます高まると予想される。

『サービス日本語』は「表現やことばの使い方だけでなく、ホスピタリティの気持ちを表す話し方も身につけられること」(岡部ほか, 2003:ii)を目標として作成された教材である。初級段階(約300時間)を修了したレベルの日本語能力を持ったホテルで働いている人、あるいはこれから働く人を対象としている。構成は、まず第一章でおもてなしの基本となる挨拶や依頼についての表現と、カタカナことばや日本人の名前についてなどを含む言葉の使い方が紹介されている。そして、第二章では「チェックイン」、「部屋の案内」、「両替」などホテルでの場面ごとに「会話」、「表現」、「ことば」、「言い換え練習」、「会話練習」のセクションに分かれている。

岡崎(1989)をもとに教材分析をおこなうと、この教材は「チェックイン」や「電話の取次ぎ」などホテル内の様々な場面を想定して作成されたものであり、日本人観光客に向けたサービスに必要な日本語を習得したいというニーズに沿った内容となっている点が評価できる。また、学習者のレベルに沿ったものかという点について考えてみると、漢字にはほぼすべてにおいて振り仮名がふってあり、各場面の会話や必要となる語彙をまとめた「ことば」のセクションにおいては英語訳が併記されているため、英語に抵抗がない学習者であれば容易に使用状況が判断できるだろう。

本書の長所はホテルでの業務に特化したテキストであるという点であり、文法的に「正しい日本語」ととどまらず、「丁寧なおもてなしの日本語」を使うことが目的とされている。例を挙げると、謝り方として「申し訳ございません・大変申し訳ございません」が挙げられ、「ごめんなさい・すみません・すいません」は「お客様にはつかえませぬ」と×が併記されている。学校などで使用されている一般的な日本語教材を使用して勉強した場合、これらの謝罪表現をそのまま使用し、日本人観光客に違和感を抱かせる恐れがあるが、本教材ではこのように「無意識のうちに失礼になる」という事態を防ぐことができるだろう。

また、第二章は場面シラバスで構成されている。そのため、フロント係であればチェックイン、チェックアウトなどを中心に、清掃係であればハウスキーピングの場面を学習するなど、様々な部署でスタッフの必要性に応じて使用できる。実際にスタッフとして働いている学習者にとっては短期間で学んだことがすぐに実践できるため、学習意欲が向上することが期待できるだろう。

一方、いくつかの不足点も挙げられる。「カタカナことば」において、解答となる選択肢が同じページではなく問題の後ろにあり、何度もページをめくりながら考えなくてはならない。このようなレイアウトでは手間がかかり、学習意欲が低下する恐れがある。効率よく学べるようにするには、問題を複数に分け、問題と解答の選択肢が見やすく配置されるべきだろう。

また、教材が「言葉」の面にしか触れていない点についても疑問が残る。例えば「すみません・ご

めんなさい」が不適切だという内容だけでは学校などで一般的な日本語を学んできた経験のある学習者に対して混乱を招く恐れがある。日本では言葉づかいがサービスの評価に強く影響すること、「お客様」と「店員」というように客のほうが立場が上であるということなどの文化的知識を教えたうえで、より丁寧な「申し訳ございません」がふさわしいことを伝える必要があるだろう。

5.2 海外における観光日本語教材

次に、海外での使用を前提として作成された観光日本語教材について考察する。海外における観光日本語教材はカンボジアで発行された『観光ガイドの基礎知識 100』(鬼, 2006)やタイで発行された『ホテルの実務日本語 1』(Jongstjarittam, 1999)など、日本人海外旅行者数が増えるにつれて徐々に増加傾向にある。

日本における観光日本語教材と比較すると、対象となる日本人観光客が海外旅行中であるため、接客するうえでの日本語の丁寧さや正確さが求められる度合いがやや下がることが考えられる。日本人観光客からすると日本で丁寧な日本語のサービスは「当たり前」のものだと認識される。しかし、海外となるとその国の言葉でコミュニケーションをとることに抵抗がある場合、たとえ丁寧でなくても「日本語」であるというだけで価値のあるサービスとなることが多い。

本稿では「日本における日本語観光教材」に焦点を当てることを目的としているため、よりその形に近いと思われる観光日本語教材を取り上げることとし、米国グアムで作成された『Japanese for Tourism Professionals』(Iwata, 2010)を考察対象とする。在ハガツニャ日本国総領事館(2011)によると、「グアム島への訪問者数は、2010年に約119.6万人であり、そのうち概ね8割程度を日本人が占めている上、グアムには百社を越える日系企業があり、業種別ではホテル、旅行代理店など観光サービス業が多い」ため、丁寧な日本語を話し日本人観光客により快適なサービスを提供することが求められており、日本における観光サービスに近いものが目標として設定されていると考えられる。

『Japanese for Tourism Professionals』(Iwata, 2010)は、日本人観光客とコミュニケーションができること、要求に適切に応えることができることを目標とし、言語と文化的知識の向上を目的とした教材である。本教材はグアム大学での授業におけるニーズを汲み取り、English for Specific Purpose (ESP)についての研究をもとに作成された(岩田, 2009)。対象者は、100時間程度の日本語が学習済みであり、観光業への関心がある者とされている。

内容は数の数え方や単位などについて復習をするUnit1:Review、文法は正しいが接客には不適切な言い回しを紹介する「Unit2:Sociolinguistic Perspectives on Hospitality Language」、そして単語や会話をまとめた「Unit3:Hotel Services、Unit4:Food and Beverage Services」、「Unit5:At Stores」で構成されており、言語的な要素だけでなく、文化的要素を多く含んでいるところが特徴である。

教材の長所としては、観光業で働くうえで使用頻度が高い文法や単語に限定されており、実用性が高い点である。また、Unit2では「～します」を「～いたします」とすべき点や、「あなた」ではなく「～様」や「お客様」と呼ぶ点などホテルスタッフとして求められる特別な言い回し表現を数多く紹介

しており、前述した「サービス日本語」(岡部ほか, 2003)と同様に既習の言葉づかいが状況によっては不適當となることを気づかせる教材となっている。

しかし、本教材はグアムで日本人観光客に向けたサービスを提供するために作成されたものである。そのため、日本の観光業で働く外国語母語スタッフにとってはいくつか問題となる点も見受けられる。例えば、グアムでの観光はツアーバスを利用する人が多いが、日本では電車やバスを利用する機会が多いだろう。そのようなことを想定すると、交通機関に関するトピックが不足しており十分なサービスが提供できない恐れがある。また、朝食に関する単語についても、洋食形式の朝食に関連する「ハム」「トースト」などは紹介されているが和食形式の朝食に関連する「のり」「味噌汁」などは記載されていない。このように「海外で使用することを前提とした教材」と「日本で使用することを前提とした教材」では内容にずれが生じてしまう。

これらの教材の長所、短所を踏まえ、以下では実施したアンケート調査をもとに、日本での日本語観光教材として効果的な教材がどのようなものであるかを検討することとする。

6. アンケート調査結果

本稿のアンケート、「観光サービス業における外国語母語スタッフに関する調査」は2011年7月中旬に行ったものである。観光業のなかでもとりわけ接客時に話す機会が多く、また滞在時間も長いホテル業に限定した。対象ホテルは日本ホテル協会に加盟していること、国土交通省(2010)において都道府県別外国人延べ宿泊者数が多いとされる、東京都、大阪府、北海道、千葉県、京都府に所在があることを条件とし、あてはまるホテルの中から各都道府県において5施設ずつ無作為抽出を行った。なお、回答数は10であり、各施設については無記名制の回答用紙としたため、どのホテルからの回答か、あるいはどの地域からの回答かについては不明である。

6.1 外国語母語スタッフ受け入れについての現状

アンケート調査の結果、日本語以外の言語を母語とするスタッフ(正社員、契約社員、パート、アルバイトなどいずれの雇用形態も含むこととする)がいる割合は10社中9社であり、正規9名、非正規47名の合計56名であった。また、そのうちおよそ90パーセントとなる50名が利用客と直接かかわる機会が多いという結果となった。

受け入れに関して「日本語が堪能であれば採用したい」が6社、「日本語に加え豊富な職場経験があれば採用したい」が3社、「日本語ができれば国籍は関係ない」が1社と否定的な意見は見られなかった。また「海外からお越しになられるお客様に対して現地(母国語)の言葉で応対することにより、快適に過ごしていただける」ように外国語母語スタッフを採用したいという意見や、「業種上、多くのお客様(多国籍)がいらっしゃるの、言語、そして文化の面から外国人の採用が必要だと認識している」という意見など外国語母語スタッフを求めている現場の声も明らかとなった。

しかし、一方で外国語母語スタッフに対する「日本語」の壁が高いことも読み取れる。「外国語母語スタッフが接客をする際、最低限どの程度の日本語能力が必要であるとお考えですか」との質問に対し、「あいさつ程度」「多少問題はあがるが意味は通じる程度」と回答したホテルはなく、「文法

的に問題はなく、普段の会話には困らない程度」と回答したホテルが7社、「接客のプロとして丁寧な日本語が話せる程度」と回答したホテルが3社という結果となった。アンケートでの「当社での宿泊客は7割が日本人であること、また従業員のほとんどが日本人であり職場では日本語が主である」といった回答や、「観光業界とはいえ、地域的にまだ日本人のお客様のほうが圧倒的に多いため、まずは日本語を豊かに話せることが重要だと考えている」、「日本語での会社内コミュニケーションがスムーズにできないと専門的教育が難しい」といった回答などからもわかるように、ただ海外からの宿泊客に対応できるというだけでは不十分であり、日本人の宿泊客、スタッフとも意思疎通できるような日本語能力が必要とされている。

6.2 外国語母語スタッフに求める日本語能力

以下では具体的にどのような日本語能力が求められているのかについて考察する。外国語母語スタッフ受け入れに当たって実際に課題となっていること、あるいは受け入れていない場合は受け入れを想定して課題となるであろうことについて上位3位まで回答してもらい、1位を3ポイント、2位を2ポイント、3位を1ポイントとして計算したものが以下の表である。

表 1: 外国語母語スタッフ受け入れに関する課題

言語面でお客様と日本語によるコミュニケーションが難しい	21 ポイント
文化面でお客様とのコミュニケーションが難しい	9 ポイント
言語面でスタッフとのコミュニケーションが難しい	9 ポイント
記録や日誌など日本語で文章を書くのが難しい	5 ポイント
言葉の問題で専門性が向上しない	4 ポイント
文化面でスタッフとのコミュニケーションが難しい	3 ポイント
その他 <日本語ができなければ採用しない>	3 ポイント

もっとも回答が多かったものが「言語面でお客様と日本語によるコミュニケーションが難しい」であった。「言語面でスタッフとのコミュニケーションが難しい」という選択肢と比較するとポイント数が二倍以上となることから、必要な日本語はスタッフに対してよりも、宿泊客に対してのものを優先させるべきであるとの考えが強いことがうかがえる。また、「文化面でお客様とのコミュニケーションが難しい」という回答も多かったことから、言語だけではなく、文化も含めたコミュニケーション能力が求められていることがわかる。

次に、より具体的な日本語能力についてどのような技能が必要とされているのかについても調査を行った。結果は以下である。なお、ポイントの計算方法は表1と同じである。

表 2: 外国語母語スタッフに必要な日本語能力

聞いて理解する力	17 ポイント
丁寧な言葉づかいで話す力	17 ポイント
相手が何を言いたいのか察する力	14 ポイント
わかりやすい発音で話す力	5 ポイント
正確に書く力	1 ポイント
資料・データを読む力	0 ポイント

この結果から、「話す、聞く、読む、書く」の四技能のうち「聞く」「話す」技能が求められており、反対に「書く」技能や「読む」技能は必要とされていないことがわかる。「聞く」「話す」は宿泊客とのコミュニケーションに必須であるが「書く」「読む」についてはスタッフ間のやりとりの中で必要となることが多く、宿泊客との場面ではあまり求められない。表1で述べたように対スタッフよりも対宿泊客の日本語能力を重視することから、このような結果となったのだろう。

「話す」という技能において、はっきりとわかりやすい発音で話すことよりも丁寧な言葉づかいで話すことが重視されている。この点から、明瞭さよりも雰囲気大切にすることが求められているととらえることができる。多少発音がネイティブスピーカーである日本人スタッフと違っていても、丁寧な言葉づかいで話すことができれば接客業に必要な「おもてなしの心」が相手に伝わると考えられているのかもしれない。

さらに、「相手が何を言いたいのか察する力」が必要であるとの回答も多い。日本語を文字通り理解するのではなく、そこに込められた意図をも汲み取るという高度な技能が求められている。「ホテル業は同レベルのホテルで比較すると装置に差が見られない。そのため、ホテル業ではホテルで働くヒューマンウェアの優劣で善し悪しが決まる」(青木ほか, 2011)と指摘されるように、しっかりと相手のニーズに応えるホスピタリティが必要となるホテル業だからこそ、このような力が強く必要とされるのだろう。

アンケート調査の結果、「できれば外国語母語スタッフは採用したくない」という回答は 0 であり、受け入れ自体に否定的な意見はなかった。しかし、受け入れに当たって十分な日本語能力を身につけていることが必要条件とされていることが明らかになった。また、総合的な日本語能力としては言語能力だけでなく、積極的に文化を理解しようとする姿勢も求められる。さらに、言葉を聞いて理解するだけでなく、それに加えて相手が何を言いたいのかを察すること、また丁寧な言葉づかいで話すことなども接客業のプロフェッショナルとして求められている。そのため、学校で使用されている一般日本語教材や会社などで働く人々に向けて作成されたビジネス日本語教材ではカバーしきれない要素を多分に含んだ教材が必要であると考えられる。

7. 効果的な JOP 教材の提案

7.1 JOP 教材の定義

日本語教育を目的別に二分すると Japanese for General Purpose(JGP)と Japanese for Specific

Purpose(JSP)となる。前者は教養や単位取得などの漠然とした目的からなる「一般的な日本語」、後者は「特定の目的のための日本語」である。また、JSP の中でも特定の職業に必要な日本語を Japanese for Occupational Purpose(JOP)と呼ぶ(佐野, 2009)。

前章で述べたように、観光業で働く外国語母語スタッフに向けた教材として一般的な JGP 教材では不十分であり、観光業に特化した JOP 教材が必要である。表 3 はアンケートで明らかとなった「現場の声」を基に、佐野(2009)の JSP の定義と照らし合わせながら観光業における外国語母語スタッフのための教材としてどのようなものが求められているかについて考察したものである。

表 3: 観光業に特化した JOP 教材に求められるもの

	JSP コースの特徴(佐野, 2009)	アンケート結果からの考察
学習目的	学習者の特定のニーズに合った目標	言語と文化両面で、日本人客に不快感を抱かせない程度のおもてなしができる能力を身に付けることを目的とする
学習項目	学習者の特定なニーズとゴール達成に必要な項目が中心 学習範囲は限定的	配属部署での仕事に必要な文化的知識が語学力とともに必要である
「言語スキル」	目標達成に必要とされるスキルの習得が先行	四技能のうち、「聞く力」「話す力」
学習期間 時間	制約がある	即戦力を求めるため、できるだけ短期間での習得が望ましい

学習目的としてはもちろん日本人スタッフと同様に丁寧なおもてなしができるようになることが最終目的ではあるが、アンケートで「接客のプロとして丁寧な日本語が話せる程度」を求めるホテルは3割であったことから、まずは7割の回答を集めた「文法的に問題はなく、普段の会話に困らない程度」の日本語、つまり宿泊客に不快な思いをさせない程度の日本語ができることを目的としたい。

ホテルでの業務は幅広く、宿泊部、料飲部など様々な部門に分かれていることに加え、フロントスタッフ、ベルスタッフ、ホールスタッフなど多くの職種がある。そのため、学習項目もそれぞれの配属先に応じた内容に特化したものを学ぶことが望ましい。その中でさらに「チェックイン」「会計」など場面ごとに必要な言葉や文化的知識を掲載し、各自の状況に合わせて学習できる教材が必要だろう。

「言語スキル」については「6.2 外国語母語スタッフに求める日本語能力」で見たように、「聞く力」「話す力」が特に必要とされている。アンケート結果に加え、Iさんのインタビューにおいても、聞いて理解できなければ何をどうすべきなのかわからないため、四技能のうち最も必要性を感じるものは「聞く」ことであるとの回答だった。つまり、学習させたいと思う雇用者と学習したいと思う学習者のどちらも「聞く」「話す」に重点を置いた教材を求めていることがわかる。

学習期間については、できるだけ短期間での習得が望まれている。担当する業務に必要なもの

だけを選んで学習できる教材で学習内容の効率化を図るべきだろう。

7.2 観光業に特化した JOP 教材における「スキル」

前項「7.1 JOP の定義」では佐野 (2009) の JSP における定義を基に、観光業における JOP 教材とはどのようなものかを考察した。佐野 (2009) では JSP を特徴付けるスキルとして、「言語スキル」のみが言及されている。しかし、アンケートの結果から JSP の中でも観光業に特化した JOP 教材においては、「言語スキル」だけでは不十分であることがわかる。アンケートの回答には「相手が言いたいことを察する力」や「即戦力になりうる専門性」を求める声も少なくない。そこで、これらを「接客スキル」として定義し、観光業に特化した JOP 教材ならではの強みとしたい。また、「文化面でお客様とのコミュニケーションが難しい」との指摘が多かったことから「文化スキル」として「日本人観光客に対する理解」や「日本文化に対する理解」を促進することも必要だろう。つまり、観光業における JOP 教材には「言語スキル」「接客スキル」「文化スキル」の向上を目的とする要素を含むことが求められていると考えられる。

前述のインタビューで I さんに日本語で難しいと思うものはどこかと尋ねたところ、「母語の中国語にはあまりないので、尊敬語と謙譲語、丁寧語がわかりにくい」という回答だった。「行く」という言葉が尊敬語であれば「いらっしゃる」となり、謙譲語であれば「参る」そして丁寧語であれば「行きます」となることを知識として理解していても、相手に合わせて言葉を変化させる習慣がないので習得するのに苦労したそうである。この I さんの回答から、文化や習慣が言葉の選択や運用に大きな影響を与えていることがわかる。「日本語」教材である以上「言語スキル」を高めることが必須であるが、言語そのものを教えるだけでなく、それに加えて背景や周辺にある文化的要素にも配慮する必要があるだろう。

「言語スキル」「接客スキル」「文化スキル」は相互に重なる部分があると考えられる。そのため、これら三つのスキルを教材作成の柱としながらも、それぞれを独立したものとして提示するのではなく、下図のように互いに影響していることを示しながら包括的に学べる教材を提案したい。

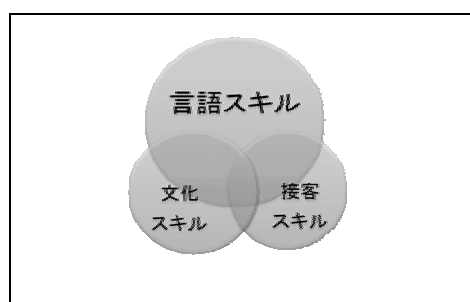


図 2: スキルの相互関係

以下では、「言語スキル」「接客スキル」「文化スキル」について具体的にどのように教材とすることを提案していくこととする。

7.3 言語スキル

「言語スキル」では四技能のうち「聞く」「話す」に重点を置いたものとする。「話す」技能については、ACTFL(American Council on the Teaching of Foreign Languages)のOPI(Oral Proficiency Interview)の運用能力基準を参考に教育方法を考察した山内(2005)を基に、「話題」「機能」という二方向から難易度を設定することがふさわしいと考える。山内(2005)によると「話題」については身近なものから専門的なもの、「機能」では「丸暗記した表現をいう」、「簡単な質問、応答をする」、「説明、叙述、描写をする」、「裏付けのある意見を言う」といった幅があり、前者から後者になるにつれて難易度が増すという。この考えをホテルのフロントスタッフに向けた教材に適応すると、「話題」についてはスタッフと宿泊客に直接関係のある、時間や料金などの話題を中心とし、徐々に周辺の観光案内など専門的な話題に移行することが望ましいのではないだろうか。さらに、「機能」の面では「いらっしゃいませ」、「お待たせいたしました」、「かしこまりました」など丸暗記すべき表現が比較的易しいものであると考えられる。そこから「あいている部屋はありますか」など「はい、いいえ」が答えとなる質問に適切に答えることや、「宴会場はどこにありますか」などwh疑問文に答えることにより難易度が上がっていく。この捉え方を踏まえ、各課の中での構成をそのような順序で提出すると学習者が受け入れやすいのではないだろうか。

また、「聞く」技能を高めるにはリスニング教材を副教材として作成することが必要だと考える。リスニング教材には現場で働く日本語母語スタッフの自然かつ丁寧な言葉づかいを収録し、目標とする話し方のイメージをつかむ機会を提供するものとする。加えて、観光客となる一般日本人の自然な日本語での様々な要求を録音し、それを聞いて理解できるような教材としたい。

7.4 接客スキル

「接客スキル」においては、「相手が言いたいことを察する力」と「即戦力になりうる専門性」を身につけることを目標とする。「相手が言いたいことを察する」ことは「その場の状況に応じて雰囲気を読み取る」と言い換えることができるが、加藤(2009)は「場の空気は特定の地域や集団や文化ごとに決まっている常識のようなものであり、その決まりを知らないものにはわからないことが多い」(p.144)と指摘する。それぞれの場において何が適切であるかは異なり、その集団の構成員として経験することによって習得するところが大きい。しかし、特定の文化で決まっている常識のようなものや暗黙のルールを情報として知ること、経験を疑似体験し、「相手の言いたいことを察する力」を高めることも可能だろう。

教材における「相手」とは日本人宿泊客となる。そこで、「相手が言いたいことを察する力」を高めるため、「日本人の間では常識とされていること」についての情報を提供することが望まれる。その例としては、非言語コミュニケーションの知識が考えられる。ジェスチャー、視線、距離の取り方や時間概念といった非言語コミュニケーションの要素は、藤田(2009)など多数の先行研究で明らかになっているように、日本人同士では「当たり前」のものとして共有されている一方で他国においては捉え方が異なっている。

また、藤田(2009)が「観光の現場では、言語が通じにくい場合は非言語要素に頼る確率が高まるため、双方が相手を誤解したり、不快に感じたりする可能性がさらに大きくなる」(p.11)と指摘するように、言語のサポートとして非言語要素を学ぶ意義は大きいと考えられる。無論、日本人という集団をさらに細分化した企業、グループなどにおける独自のルールなども存在するため、日本人の間で常識とされているルールについての情報が絶対的に正しいとは言い切れない。そこで、現場と教材間のギャップによる混乱を防ぐため、「コラム」として全体的な傾向を提示するなどの工夫が必要だろう。

また、「即戦力になりうる専門性」を高めるためには、姿勢、立ち居振る舞いなど接客業のプロとして必要となるスキルの提示とともに、専門用語を教材として提示することも必要ではないかと考える。このスキルは「接客スキル」と「言語スキル」どちらにもあてはまるものであるが、日本語を学ぶというよりも観光業で使用する言葉を学ぶという意味合いが強いため、「接客スキル」として分類することとする。例としてホテルのフロントで使用されている専門用語を挙げると、「客室の予約状況をボードの上で、カラーマグネットを用いて示す」ことを「フォーキャスト」という(日本ホテル経営学会, 1995, p.200)。このような専門用語を知っていると業務上の情報伝達がスムーズになるだけでなく、豊富な知識が身に着くことから専門性を高めることができるだろう。

Iさんのインタビューにおいて、母語話者であれば誰でも知っているような一般的な日本語だと思いきこんでいた単語が、実は母語話者でも知らない専門用語であったために観光客にうまく伝わらなかったという経験を伺った。このような誤解を防ぐために、教材における単語の提示方法は専門用語と一般的な単語とを区別する必要があるだろう。

7.5 文化スキル

「文化スキル」においては「日本人観光客」と「日本文化」についてコラムとして提示することで、接客における言葉や行動をよりよくするための気付きをあたえることを目指すこととする。

「文化スキル」を教材に含めることにあたっては、日本文化を過剰に強調することには注意すべきである。外国人観光客の増加に対応するために観光業界は多文化に適應できる環境を作り上げていかななくてはならない。教材として日本文化や日本人観光客への対応に焦点を当てすぎると日本中心の現在のシステムからなかなか脱却できない懸念がある。しかし、外国語母語スタッフが母文化に加えて日本文化を学ぶことは、「文化」とは何かについて考え、取捨選択しながらよりよいサービスを模索するきっかけとなると考えられる。そのため、教材として情報を提供する価値はあるだろう。

「日本人観光客」に関するコラムでは、Nishiyama(1996)を参考に日本人観光客の行動傾向を知識として学べる教材とする。具体例として「列に並んで待っているときは、淡々と効率よく進めるのではなく、スタッフが待たせていることや迷惑をかけていることに対して申し訳ない態度を見せる必要がある」という情報や「日本人は直接的にいやな態度を表わさず、不満を口にすることもないが、あとから旅行会社を通じてクレームが来るのがたびたびある」という傾向を提示する。このような情報を提示することで、日本人観光客と外国語母語スタッフ間の誤解をなくし、不満を軽減する

ことが可能となるだろう。

「日本文化」については、杉浦・Gillespie(2004)を参考に「上下関係」や「本音と建前」などコミュニケーションを円滑にするために必要な文化的知識を習得できる教材とする。これらの日本文化がどのように接客時の行動や言葉づかいと結びついているのかを考えることで、日本人観光客に対して、状況にあった適切な行動、言動ができるようになるだろう。加えて、訪日外国人観光客には外国語母語スタッフという強みを活かして日本文化を説明し、日本と外国のかけ橋となる力を身に着けることが期待できる。

8. 教材作成

以下では、これまでに述べた必要とされるスキルを高めるために、どのように教材として提示するかについて提案することとする。

8.1 教材概要

作成する教材例はホテルのフロント業務に特化したものとし、以下の内容を含む全 10 課で構成されるものとする。

- | | |
|----------------|----------------|
| 1. 予約受付 | 6. タクシーの手配 |
| 2. チェックイン | 7. 忘れ物・落とし物 |
| 3. 道案内 | 8. チェックアウト |
| 4. 両替 | 9. 荷物預かり |
| 5. オプショナルツアー手配 | 10. セーフティーボックス |

なお、各課は場面ごとに設定されており、「単語」、「会話」、「リスニング」、「コラム」の4セクションを含むものとする。対象者は日本語能力試験において N2 以上を目安とした、中上級から上級レベルの学習者を想定することとする。ただし、読み書きにおいては漢字や読解、書きとりにおいて N2 レベルを満たしていなくても、日常会話には困らない程度の会話能力を持つ学習者であれば本教材の対象とする。そのため、漢字にふりがなをつける、英語訳を併記するなどの工夫をした。

先行研究として挙げた教材はどちらも紙媒体であるが、本教材はコンピュータの普及率やスマートフォン使用率の増加を考慮し、コンピュータ媒体として利用する flash 教材とする。flash 教材の利点として、視覚教材と聴覚教材が一つの媒体にまとめられること、また、学習者が必要とするコンテンツを自ら選択した順番で学べる教材が作成できることが挙げられる。ホテルスタッフには「聞く力」が強く求められている上、必要な情報を短期間で身につけることが望まれる。これらの特徴を考慮すると flash 教材を作成するほうが、紙媒体での教材作成よりも効果が期待できると考えた。

8.2 教材作成例

以下では教材例として作成した flash 教材について概要と特徴を述べることにする。



図 3: トップページ

まず、図 3 が表紙となるトップページである。画面の構成は右にメニューボタンが配置されており、学習者が自ら選んだものから学習が可能である。そのため、時間的制約がある場合に、必要な内容のみを学習するという選択もできる。一方、メニュー上部から順に学習すると、各セクションの結びつきを実感しながら学習することができるだろう。例えば、「単語」で学んだ接客用語を使った「会話」を聞き、さらに「会話」での接客時の基本的なことばづかいやパターンを理解したうえで、「リスニング」において様々な宿泊客の日本語バリエーションに対応できる力を身につけることができる。

「単語」セクションは「接客用語」と「専門用語」に分かれており、宿泊客に対して使用する丁寧な言い回しと、スタッフ間での情報共有に使用することばを学ぶことを目指している。図 4 は「接客用語」の一例である。これらはチェックイン場面における会話で、宿泊客に向けて使用される言い回しを集めたものである。

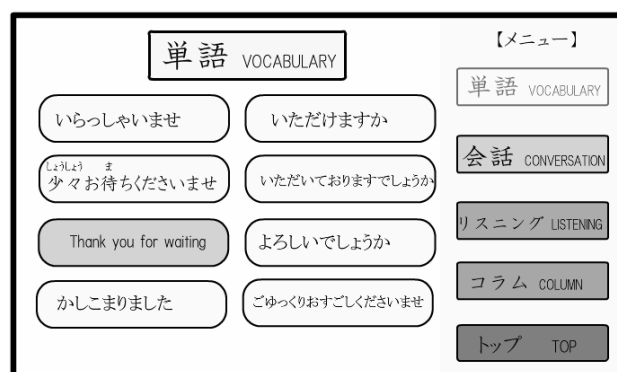


図 4: 接客用語

上の図に表示される“Thank you for waiting”(お待たせいたしました)のように、ロールオーバーすると英語訳が表示され、クリックすると音声流れる。日本語を見ながら実際の発音を聞いて学

んだり、英語を見ながら日本語で発話練習したりと工夫次第で様々な使い方が可能となるだろう。

「専門用語」では、チェックインに関係のある専門用語を『最新ホテル用語事典』（日本ホテル経営学会、1995）から選出して並べ、クリックすると意味が表示されるものを作成した。なお、意味については、『最新ホテル用語辞典』の内容を要約したものを掲載した。

「会話」セクションはチェックインがどのような会話の流れで行われているのかを聞き、理解することで専門性を高めるとともに、自然な速さの日本語を聞き、繰り返し話すことで宿泊客とスムーズにコミュニケーションをするために必要な「聞く力」と「話す力」を身につけることを目的としている。図 5 と図 6 は「会話」の一例である。



図 5: 日本語会話



図 6: 英語会話

左上のボタンを押すと音声流れ、右上の「ENG」、「日」と表示されるボタンを押すと英語と日本語が切り替わる。そのため、日本語を見ながら音声を聞くことに加え、英語を見て意味を確認しながら日本語での音声を聞くことも可能である。このように、学習方法を選択可能とすることで、学習者が中上級、上級レベルの日本語能力を習得する過程において培った、自分なりの学習ストラテジーが活き、より効果的な学習が可能となることが期待できる。

また、「会話」セクションでは「言語スキル」に加えて「接客スキル」を高めるため、<おじぎ> <レジストレーションカードを見せる> など接客時に必要となる動作も提示した。

「会話」ではスタッフとしての学習者が聞いて理解し、話せるようになることに重点を置いたが、「リスニング」では、宿泊客の要求を聞き、言いたいことを「察する力」を身につけることを目標とする。観光や日本語教育に関わりのない日本人を対象とし、チェックイン時に話すように依頼して集めたデータを教材とした。関西弁や、聞き取りにくい名前の宿泊客にどのように対応するかを考えるとともに、聞くべきポイントを押さえる練習をすることをねらいとして作成した。

「コラム」では、「日本文化理解」と「日本人観光客理解」に分け、接客時に必要となる「おもてなし」に関連する文化的知識と、日本人観光客に見られる特徴を英語で提示した。図 7 はその一例である。

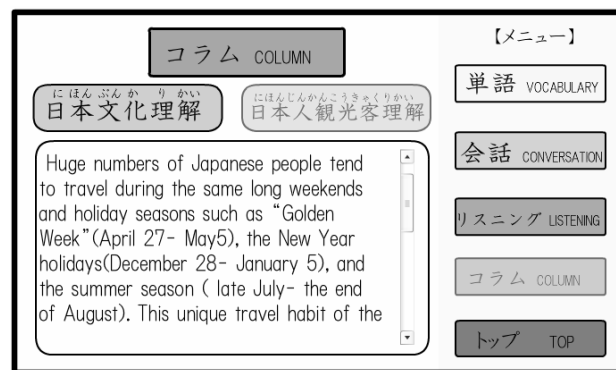


図 7: コラム

例においては、「日本文化理解」を上下関係について、「日本人観光客理解」を繁忙期についてのコラムとした。これらの情報が、チェックイン時に部屋をどのように割り当てるべきか、繁忙期に気をつけるべきことは何なのかなど、学習者が自ら考えるきっかけとなることを期待する。

8.3 教材とスキル

本研究では、インタビューやアンケートを基にホテルスタッフに求められる能力を明らかにした。その上で「言語スキル」、「接客スキル」、「文化スキル」という3つのスキルを高める教材の必要性を主張した。表 4 は、作成した教材によって、どのスキルと能力を高めることができるかをセクションごとにまとめたものである。

表 4: 作成教材とスキル・力

セクション	スキル	能力
単語	言語スキル 接客スキル 文化スキル	話す力 専門性 日本文化理解
会話	言語スキル 接客スキル 文化スキル	話す力 専門性 日本文化理解
リスニング	言語スキル 接客スキル 文化スキル	聞く力 察する力 日本人観光客理解 日本文化理解
コラム	接客スキル 文化スキル	察する力 日本人観光客理解 日本文化理解

このように、作成した教材で学習することで前章において提案した「言語スキル」、「接客スキル」、「文化スキル」の3つのスキルを包括的に身に着けることが期待できるだろう。

9. おわりに・今後の課題

本論文では、まず、国家政策が観光業の現場に大きな影響を与え、外国語母語スタッフが必要とされている現状について概観した。次に、留学生が日本の観光業で働くメリットについても確認した。これらの検討から、「観光業に特化した日本語教材」に対するニーズが高まっていると考えられ、どのような教材が求められているのかをアンケートとインタビューによって調査、研究した。その結果、観光業に特化した日本語教材に求められていることは、「言語スキル」「接客スキル」「文化スキル」の三つのスキルを高めることであるとの考えに至り、観光業だからこそ必要とされるであろう心配りやおもてなしを言語と文化の両面から学べる教材を提案した。

本研究においてはフロント部門に焦点を当てたが、ホテルでの仕事はフロント業務だけでなく、料飲部門やブライダル部門など多岐に渡る。また、作成した教材では具体的な教材の一例としてフロントスタッフ用教材の第一課分のみにとどまっている。そのため、

今回の試作版で改善点を検討し、フロントスタッフ用完全版の作成、さらにはホテル内他業務のための教材開発も今後の課題としたい。

参考文献

- 青木義英、廣岡裕一、神田孝治(2011)『観光入門 観光の仕事・学習・研究をつなぐ』新曜社
- 岩田祐佳(2009)『グアム大学における観光日本語コースのカリキュラムデザイン』『世界の日本語教育、日本語教育論集』第19号, pp.125-139
- 大阪観光大学(2008)『自己点検評価表』<http://www2.tourism.ac.jp/jikotenken/jikotenken.pdf>
(2011年11月7日)
- 岡崎敏雄(1989)『日本語教育の教材 - 分析・使用・作成』アルク
- 鬼一三(2006)『日本語ガイドの基礎知識 100』一三三日本語教室
- 岡部麻美子、鎮目怜子、向井あけみ(2003)『サービス日本語-ホテルスタッフ編』凡人社
- 外務省(2010)『中国人個人観光ビザ発給要件緩和』
http://www.mofa.go.jp/mofaj/press/release/23/8/0810_01.html (2011年10月31日)
- 加藤重広(2009)『その言い方が人を怒らせる—ことばの危機管理術』筑摩書房
- 観光庁(2010a)『訪日旅行促進事業(ビジット・ジャパン事業)』
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/vjc.html> (2011年10月27日)
- 観光庁(2010b)『観光立国の契機』<http://www.mlit.go.jp/kankocho/about/keiki.html> (2011年10月27日)
- 観光庁(2011)『訪日外国人旅行者に対応した研修の実施』
<http://www.mlit.go.jp/kankocho/shisaku/kokusai/setsugu.html>(2011年11月13日)
- 厚生労働省(2009)『平成21年雇用動向調査結果の概況』
<http://www.mhlw.go.jp/toukei/itiran/roudou/koyou/doukou/09-2/index.html> (2011年11月5日)
- 国土交通省(2001)『平成13年度版 観光白書』
http://www.mlit.go.jp/hakusyo/kankou-hakusyo/h13/016_.html (2011年10月27日)
- 国土交通省(2007)『観光立国推進基本法の制定について』
<http://www.mlit.go.jp/common/000058546.pdf> (2011年10月27日)
- 国土交通省(2009)『平成21年度版 観光白書』
- 国土交通省(2010)『平成22年度版 観光白書』
- 在ハガツニャ日本国総領事館(2011)『グアムと日本』
http://www.hagatna.us.emb-japan.go.jp/Japanese/Relation_j.htm(2011年10月24日)
- 佐野ひろみ(2009)『目的別日本語教育再考』『専門日本語教育研究』11, pp.9-14
- 杉浦 洋一、Gillespie, John K. (2004)『日本文化を英語で紹介する事典』ナツメ社:p.30
- 独立法人国際観光振興機構(2010)『平成22年度におけるJNTOの取り組みについて』
http://www.jnto.go.jp/jpn/press_releases/100518_keikaku.html (2011年10月18日)
- 独立法人国際観光振興機構(2011a)『2010年訪日外客数(総数)』
http://www.jnto.go.jp/jpn/downloads/2010_total.pdf (2011年10月18日)
- 独立法人国際観光振興機構(2011b)『JNTO 日本の国際観光統計(2010年)』財団法人国際観光

サービスセンター

- 独立法人国際観光振興機構(2011c)『通訳案内士試験・通訳案内士(通訳ガイド)概要』
http://www.jnto.go.jp/jpn/interpreter_guide_exams/index.html (2011年10月18日)
- 日本ホテル経営学会(1995)『最新ホテル用語事典』柴田書店
- 布田英男(1987)『ホテル・レストランのための接客言葉づかい』柴田書店
- 藤田玲子(2009)『観光立国ジャパン—異文化コミュニケーション力に関する一考察—』『コミュニケーション科学』30, pp.3-14
- 文部科学省(2007)『留学生30万人計画』骨子の策定について』
http://www.mext.go.jp/b_menu/houdou/20/07/08080109.htm(2011年10月18日)
- 山内博之(2005)『OPIの考え方に基づいた日本語教授法—話す能力を高めるために—』ひつじ書房
- 山川和彦(2010)『日本の観光政策における言語の扱いに関する一考察』『麗沢大学紀要』90, pp.249-268
- Iwata, Yuka (2010) “Japanese for Tourism Professionals” Union press
- Nishiyama, Kazuo (1996) “Welcoming the Japanese Visitor :INSIGHTS, TIPS, TACTICS”
University of Hawaii Press
- Jongsutjarittam, Pranee (1999)『ホテルの実務日本語 1』カセサート大学出版社