

福岡市における外国人旅行者のための言語的環境整備の現状と今後への課題

岩田京子

Language Environment for Foreign Tourists in Fukuoka City: Current Situation and Directions for Further Development

Kyoko Iwata

(2008年11月28日受理)

はじめに

日本からの海外出国者数は約1,700万人、順調に伸びてきたがここ数年間は頭打ちであると言う。一方、近年海外からの入国者数の増加率は高く、2007年は834万人に上る。政府は海外からの入国者数を2010年には1,000万人とする目標を掲げ、2008年10月1日には観光庁を発足させ、日本の観光立国政策を強化させる。中国、インドなどのアジア地域の経済発展に伴い、海外旅行者が大幅に増加することが見込まれており(「観光ビックバン」)、日本以外の各国も旅行者獲得のキャンペーンに鏑を削る。観光に対する無策は、世界的な観光競争に乗り遅れることを意味する。

外国人旅行者の受入れは、経済効果も高く、受け入れる地域・地方の活性化につながる。地方自治体も民間企業との連携を強化し、観光資源の保存や開発、観光人材の育成、海外でのPR活動などに力を注ぐ。東アジアに近接する福岡市でも外国人旅行者のさらなる増加を目指そうと、行政と地元企業とが協力し、誘致キャンペーンや外国人旅行者の利便性を高めるための「観光インフラ」の整備を行っている。

「観光インフラ」のひとつと言えるのが「言語」である。外国人旅行者が、日本語だけではなく、他の言語を手段として、安心・安全、そして快適に旅行できる環境整備は、観光誘致やPR、旅行者へのホスピタリティの点からも重要視されるべきである。

本研究の目的は、福岡市を事例として、外国人旅行者の受入れに対して、地域がどのような言語的環境を整えているのかを検討することである。先ず日本の観光政策を概観する。さらに福岡市の観光事情

をふまえた上で、外国人旅行者が利用する可能性・公共性の高い場所に焦点を当て、外国人旅行者向けにどのような言語的対応が行われているのかを調査検討する。福岡市における言語的環境の現状を考察し、今後の課題を提示する。

1. 近年の観光政策の経緯

日本の観光政策の本格化は、2002年の「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2002」より始まった。2002年に閣議決定された「経済財政運営と構造改革に関する基本方針2002」は、国土交通省に対し、外国人旅行者の訪日を促進するグローバルな観光戦略を構築するという課題を示した。『内外の人々にとって魅力ある日本を構築し、観光産業を活性化する。その際、場所と場所を結ぶ「輸送」の発想から、「経験し、楽しむ」産業へと変わる必要がある。』とし、観光産業の新たな方向性を打ち出した。そのために、国土交通省だけではなく、外務省、厚生労働省、文部科学省などの関係省庁にも、それぞれの具体的な取組みが求められた。

これを受け、同年12月に国土交通省は、「グローバル観光戦略」を発表した。外国人旅行者と日本人旅行者の数の格差の是正と、2007年までに800万人台の外国人旅行者を目標とし、その目標達成は官民あげての国家戦略であるとしている。(1)外国人旅行者訪日促進戦略、(2)外国人旅行者受入れ戦略、(3)観光産業高度化戦略、(4)推進戦略を4つの柱とし、日本のPR活動、観光人材育成、交通の利便性から官民連携まで幅広いアイデアが盛り込まれている。

「グローバル観光戦略」では、『2003年は「訪日ツーリズム元年」』と位置づけられている。2003年

1月、小泉純一郎首相の施政方針演説（第156回国会）でも、「2010年までに外国人旅行者を倍増させる」ことが述べられた。4月から行われた「ビジット・ジャパン・キャンペーン」では、首相自らがテレビコマーシャルに登場した。「ビジット・ジャパン・キャンペーン」は国土交通省の外郭団体である「独立行政法人国際観光振興機構」（通称：日本政府観光局）が事務局となり、外国人旅行者訪日促進・受入れのインフラ整備、観光産業高度化・推進戦略を目的とする総合的政策である。政策の一例として、外国人旅行者訪日推進の広報として、国内外の芸能人を観光広報大使や市場別観光親善大使に任命し、国内外でキャンペーンを行っている。さらに、「YOKOSO! JAPAN WEEKS」や「YOKOSO! JAPAN Travel Mart」など官民あげての観光キャンペーンも開始した。

2003年7月、観光立国関係閣僚会議（全閣僚がメンバー）が開催され、「観光立国行動計画～「住んでよし、訪れてよしの国づくり戦略行動計画～」（以下、「観光立国行動計画」）を策定した。「観光立国行動計画」は次の5項目に対する具体的な行動計画をまとめたものである。

- (1) 21世紀の進路「観光立国」の浸透：観光立国について国民の理解を深める
- (2) 日本の魅力・地域の魅力の確立：日本の魅力の維持、向上、創造のための施策
- (3) 日本ブランドの海外への発信：日本のイメージを効果的に海外へ情報発信する
- (4) 観光立国に向けた環境整備：滞在時の快適性を確保するための環境整備にかかる施策
- (5) 観光立国に向けての戦略の推進：有識者や外国人の意見、実施の評価や見直し、体制整備

2002年の「グローバル観光戦略」が国土交通省の管轄内での戦略策定であったのに対し、「観光立国行動計画」は、関係府省庁が日本の観光立国への道のりをバックアップする具体的課題や措置を明確化するものとなっている。

観光に関する法整備も進んだ。1963年の「観光基本法」を改正し、2006年12月「観光立国推進基本法」を制定し（2007年1月施行）、21世紀の観光立国の実現は日本の経済発展のための重要課題と位置付け、観光に関する施策を総合的かつ計画的に推進するための法律としている。「観光立国推進

基本法」に基づき、「観光立国推進基本計画」が、2007年6月に閣議決定された。このなかで、

- (1) 観光立国の実現に関する目標：2010年までに1,000万人の外国人旅行者
- (2) 国際競争力の高い魅力ある観光地の形成に関する目標
- (3) 人材育成に関する目標
- (4) 「国際観光の振興」に関する目標
- (5) 政府の総合的かつ計画的な施策

が示された。長く観光政策の中心的役割を果たしていたのは国土交通省であったが、2008年10月1日には外局として観光庁が発足した。今後は観光庁が中心となり、日本は観光立国へと進んでいくことになるだろう。

近年の観光にかかわる一連の政策強化の背景には、長年に渡り、日本人の海外旅行者数と外国人の訪日旅行者数が著しく不均衡であることが指摘されている。表1は、出国日本人数と訪日外客数の推移を表している。ここ3年間だけを見ても、日本人の海外出国数は1,700万人台であるのに対し、訪日外客数は、その半数にも満たない状況である。しかし、訪日外客数は着実に増加していることは見て取れる。

表1：訪日外客数と出国日本人数の推移

訪日外客数			出国日本人数		
2005年	2006年	2007年	2005年	2006年	2007年
6,727,9266 (4,368,573)	7,334,077 (4,981,035)	8,346,969 (5,954,180)	17,403,565	17,534,565	17,294,935

注1：()内は観光客数

単位：人

出典：国際観光推進機構 (JNTO)HP(<http://www.jnto.go.jp/jpn/>)

旅行者数の不均衡は、旅行消費額にも現れている。2006年度の日本人の海外旅行消費額が、6兆1,700億円に対し、訪日が外国人の旅行消費額は1兆3,600億円にとどまっている⁽¹⁾。貿易不均衡ならず、観光不均衡の是正もまた重要な政策課題であると言える。

観光の発展は、宿泊や運輸、飲食、旅行業など様々な分野での経済活動が活発になり、観光関連産業の経済への波及効果が高いと言われている。2006年度、旅行消費がもたらす生産波及効果は52兆89百億円、これにより442万人の雇用創出効果があると推計され、それぞれ国内生産額の5.6%、

⁽¹⁾ 国土交通省 (URL: <http://www.mlit.go.jp/>) 『我が国における旅行消費の経済波及効果について（平成18年度）「平成18年度旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」の概要』

総就業者数の6.9%に相当する⁽²⁾。さらに、日本人の国内宿泊旅行消費額は、前年度比で4.2%減少だが、訪日外国人の消費額は20.2%の大幅増になっている。

観光産業のもつ経済的効果への期待だけではなく、日本は従来観光分野での取組みが他国と比較して遅れていたという反省も、観光政策の強化の一因である。国際的にみても、日本の観光競争力は23位と、先進国のなかでも低い⁽³⁾。陸上交通インフラ(1位)や文化資源(14位)は、上位にくるものの、「旅行・観光との親和性」(128位)「政府の観光に対する優先度」(87位)は低く、国の観光政策の必要性が強く指摘されている。2010年代においてアジア諸国からの観光客の爆発的増加「観光ビッグバン」が予想されており、諸外国がその取組みを本格化させているなか、日本の観光競争力を上げることは国益と直結する。

さらに、観光を通しての町・地域づくりや疲弊した地域を活性化する意図も強い。地域の観光資源や景観を保護、育成、開発することにより、地域の再生と観光による地域の経済的活性化を目指している。観光立国への道のりは、日本の経済的状況、国際競争力の強化、地方の活性化という、日本の将来の課題と共にあると言ってよいであろう。

2. 福岡市の外国人旅行者受入れ概要

福岡市への外国人入国者数⁽⁴⁾が増加している。表2は、過去5年間の福岡空港と博多港への入国者数の推移を示している。2006年には前年比約25%増加、2007年には約72万人に上り、2003年と比較すると4年間で2倍の入国者数になっている。

国籍別の入国者数を見ると、韓国、中国、台湾からの入国者が多い。2006年を見ると、福岡への入国者数62万6千人のうち、韓国、中国、台湾からの入国者が55万1千人となり、入国者の88%を占める。特に、韓国からの入国者の増加が著しい。2003年から2006年の間に、1.86倍になっている。

特に2005年から2006年にかけての増加が目立つが、これは2005年3月1日から、韓国の観光査証免除が行われたこと、ウォン高が大きな要因として指摘されている⁽⁵⁾。さらに、九州の他県へに行く外国人のうち約8割が福岡空港、博多港から入国しており、福岡市が九州の玄関口の役割をしていることがわかる。

表2：外国人入国者数（福岡空港、博多港）

年	入国者総数	韓国からの入国者数	中国からの入国者数	台湾からの入国者数
2007年	719	—	—	—
2006年	626	413	47	91
2005年	498	298	43	78
2004年	453	258	39	74
2003年	365	222	30	51

単位：千人

出典：福岡市 HP(<http://www.city.fukuoka.lg.jp/>)

また、福岡市は国際会議・スポーツ大会の招致にも力を入れており、毎年のように大きなコンベンションが開かれている。2006年の国際会議開催件数では、東京、京都に次いで福岡は3位であった。

増加の背景には為替や査証免除などの理由もあるが、同時に、行政や地元企業の観光誘致や地道な努力がある。一例として、2003年11月に発足した「ビジターズ・インダストリー推進協議会」の設立がある。地元経済界や民間事業者、行政などで構成されており、官民での地域観光の促進や活性化を目指す。特に、九州新幹線の全線開通、新博多駅ビルの開業、ソウルから釜山へのKTX (Korean Train express) 開通という集客拡大が見込まれる交通網の発達で2011年にあることから、同協議会は、2011年を目標年次と定め、福岡市を訪れる外国人数を100万人に、観光消費額4000億円(2006年度比3割増)を目標数値としている⁽⁶⁾。そのために、釜山市との共同事業に取り組み、キャンペーンやマーケティング、周遊ルートの開発を行う。中国人観光客のクルーズ船の誘致の拡大にも努め、2009年度には34回の博多港寄港が決定している。

⁽²⁾ 国土交通省 (URL: <http://www.mlit.go.jp/>) 『我が国における旅行消費の経済波及効果について (平成18年度) 「平成18年度旅行・観光産業の経済効果に関する調査研究」の概要』

⁽³⁾ ゼミナール観光立国への道③ 国際競争力低い「国の取り組み」への評価。2008年7月23日(水)。日本経済新聞。

⁽⁴⁾ 福岡市が発表した外国人入国者数のなかには、短期の観光目的だけではなく、留学や就労などの長期滞在の目的で入国した外国人も含まれる。

⁽⁵⁾ 2008年10月、世界的金融危機の影響で、急速なウォン安・円高が進行しており、韓国人観光客が急減し、九州の観光産業も打撃を受けている。

ウォン安、韓国人客急減 高速船・テーマパーク・ゴルフ場・・・旅行予約が半減も。2008年10月29日(水)。日本経済新聞。

⁽⁶⁾ 福岡市など集客戦略 外国人観光客100万人 11年までに釜山と共同事業。2008年6月10日(火)。日本経済新聞。

さらに、福岡市は、九州新幹線鹿児島ルート上にある鹿児島市、熊本市と、2008年8月に交流協定を結んだ⁽⁷⁾。特に、観光振興・観光客誘致に力を入れる。東アジアの玄関口の福岡の繁栄には、九州の他地域の集客力の向上が必要との考えからである。今後は、九州全体での観光事業の発展を目指す。

東アジアへ近いという地理的好条件、ウォン高、査証免除という外国人旅行者を受入れる追い風を受けながら、空（福岡空港）と海（博多港）という2つの海外からの交通網を持つ福岡市では、今後さらに官民あわせて外国人旅行者誘致の促進・強化を加速させる。

3. 外国人旅行者のための言語的環境整備 —福岡市の事例—

国内旅行者と海外からの旅行者への対応として大きく異なり、また意識されなければならない問題として、言語の問題があげられる。外国人旅行者が日本国内を不都合なく快適に旅行するためには、正確な情報提供を受け、それを正しく理解し、日本人とコミュニケーションをとる必要がある。それは外国人旅行者のみならず、受入れ側である日本人にとっても重要である。福岡市内で外国人旅行者が情報を得る方法や場所、観光で立ち寄る可能性が高い場所に焦点を当て、外国人旅行者受入れに対してどのような言語的対応・環境整備が行われているかを検討する。

(1) 観光案内所

観光案内所⁽⁸⁾は旅行者の利便性に直接貢献している、いわば観光の最前線とも言える場所である。福岡市内には、観光案内所が2か所設置されている。商業地区の中心地である天神と交通機関の要所である博多駅である。表3は、天神と博多駅の案内所に訪れた外国人の数を示したものである。両案内所ともに、外国人旅行者の増加に比例して、来訪者が増加していることがわかる。ショッピングや飲食店の道案内や交通機関を使つての移動方法などの情報提供が主な業務である。

表3：外国人来訪者数

年	天神	博多駅
2007年度	9,702	61,632
2006年度	7,083	36,567
2005年度	5,507	36,750

単位：人

出典：(財)福岡コンベンションビューローによる提供資料

スタッフ2名～3名が各観光案内所に常駐している。スタッフは全員日本人で、英語を話すことができる。博多駅案内所のスタッフのうち2名（韓国人、日本人各1名）は韓国語を話すことができるが、2名とも博多駅案内所に所属し、天神案内所には韓国語を話せるスタッフはいない。そのため、天神案内所では、英語を理解しない韓国人や中国人の旅行者には、観光案内所スタッフ・通訳オペレーター・観光客の三者による韓国語と中国語による電話案内サービスを提供している⁽⁹⁾。通訳オペレーターを通して、観光案内所スタッフと観光客の会話が成立する仕組みである。電話案内サービスの認知度は外国人旅行者の間で高まっており、サービスの利用者も増加していると言う⁽¹⁰⁾。どの時間帯にどちらの観光案内所に外国人が訪れても、日本語、英語、韓国語、中国語という多言語で観光案内サービスが提供できるシステムが確立されている。

(2) パンフレット

観光案内所では、スタッフによる口頭での情報提供だけでなく、観光パンフレットの配布も行っている。表4は、観光案内所で主に外国人旅行者向けに無料配布しているパンフレットの一部と、その使用言語を一覧にしたものである。(財)福岡コンベンションビューローが発行している「ウェルカムカード」は、観光案内所のみならず、福岡空港・博多港などの交通機関や、福岡タワー・大宰府天満宮などの観光スポットでも配布されており、4万部から5万部が外国人観光客の手に渡っている。飲食店、ショッピング、ホテル、観光地などの紹介が、地図や写真とともに掲載されている。「ウェルカムカード」は1冊の中に、英語、韓国語、中国語（簡体字）、中国語（繁体字）の4言語が併記されてい

⁽⁷⁾ 鹿児島・熊本・福岡の3市 観光客誘致などで連携 鹿児島ルート11年全通控え 域外発信へ一体。2008年8月27日(水)、日本経済新聞。

⁽⁸⁾ 財団法人福岡コンベンションビューローにより運営されている。

⁽⁹⁾ 通訳オペレーターは、(財)福岡コンベンションビューローが契約している翻訳会社で待機している。観光案内所に外国人旅行者が訪れ、通訳を必要とする場合に限り、観光案内所スタッフが翻訳会社に電話し、通訳オペレーターの仲介で、旅行者とスタッフがコミュニケーションを図ることができる。

⁽¹⁰⁾ 観光案内所所長からの聞き取り調査(2008年8月26日実施)

る。「Fukuoka City Visitor's Guide」も「ウェルカムカード」と同様の内容ではあるが、4言語がそれぞれ1冊（分冊）となっているため、内容はさらに詳しい。両パンフレットとも、(財)福岡コンベンションビューローが作成したものであるが、その他にもホテルや土産物、交通機関などの団体が独自にパンフレットを作成している。

パンフレットには日本語以外の言語としては、英語、韓国語、中国語（簡体字）と中国語（繁体字）が使用されていた。簡体字は中国からの旅行者、繁体字は台湾や香港からの旅行者を意識して作成されている。配布対象の外国人に合わせて、細かに言語を使い分けていることがうかがわれる。英語とともに韓国語のパンフレットが多いには、福岡市を訪れる外国人観光客としては韓国人が一番多いということの表れである。

(3) ホームページ

パンフレットは外国人旅行者が福岡市に到着した後で手に取ることが多いが、出国前から観光に必要な情報を得ることができるのがインターネット（ホームページ）である。表5には、外国人旅行者がアクセスする可能性の高い福岡市内の企業のホームページにどのような言語が使用されているかがまとめられている。「よかなび」⁽¹¹⁾は、福岡市観光

所、地元飲食店・ホテル・土産物組合、地元企業などが中心となり運営している福岡の総合観光案内サイトである。日本語、英語、韓国語、中国語（簡体字）、中国語（繁体字）のそれぞれのバージョンがあり、多言語で読むことが可能である。

主な交通機関の企業として鉄道、地下鉄、バスをとりあげたが、調査企業全てのホームページは英語で読むことができる。また、韓国語のホームページを作成している企業も多い。市内には3つのデパートがあるが、どのデパートもそろって日本語に加え、英語、韓国語、中国語（簡体字）の4言語でホームページが作成されている。あるデパートでは、外国人観光客へのサービスを充実させようと、外国語サイトについても更新を頻繁に行っており（1か月に1度の割合）、最新情報を提供できるように心がけていると言う⁽¹²⁾。

市内の大規模ホテルのホームページは、全て日本語と英語で読むことができる。しかし、韓国語、中国語（簡体字）と中国語（繁体字）で読むことができるホテルは1社のみであった。これは、福岡市内のデパートと異なり、ホテル業界の外国語対応が遅れているためなのか、当該の大規模ホテルに韓国や中国からの旅行者が少ないためなのかは不明である。

外国人の観光に関連する企業ではほとんどが日本

表4：外国人観光客向けのパンフレット

パンフレット名	発行元	1冊/分冊	日本語	英語	韓国語	簡体字	繁体字
ウェルカムカード	福岡コンベンションビューロー	1冊		○	○	○	○
Fukuoka City Visitor's Guide	福岡コンベンションビューロー	4分冊 (各言語)		○	○	○	○
ホテル案内	福岡市ホテル旅館協会	3分冊 (各言語)	○	○	○		
ふくおかの観光土産品	福岡県観光土産品協会	1冊	○	○			
ようこそ福岡へ お土産のご案内	福岡県観光土産品協会	1冊	○		○		
高速道路地図	NEXCO	3分冊 (各言語)		○	○	○	
SUNQパス	九州・下関の バス会社45社	1冊		○			
九州の観光案内 パンフレット	九州観光推進機構	1冊			○		

⁽¹¹⁾ よかなび (<http://yokanavi.com/>)

⁽¹²⁾ 表5におけるAデパート広報担当者から聞き取り調査（2008年9月19日実施）

語と英語のホームページを作成していた。さらに、韓国語と中国語（簡体字）によるホームページも作成している企業も多い。企業のホームページに関しては、積極的に多言語化に取り組んでいると言える。今後も、日本語・英語だけではなく、外国人旅行者に合わせて、その他の言語によるホームページが整備されることになるだろう。

表5：外国人の観光に関連する企業のホームページ

業種	企業・施設名	日本語	英語	韓国語	簡体字	繁体字
総合観光案内	よかなび	○	○	○	○	○
交通機関	JR	○	○	○	-	-
	私鉄(注)	○	○	○	○	○
	地下鉄	○	○	○	○	-
	福岡空港	○	○	○	○	-
デパート	博多港	○	○	-	-	-
	A デパート	○	○	○	○	-
	B デパート	○	○	○	○	-
商業施設	C デパート	○	○	○	○	-
	D	○	○	○	○	-
ホテル	E	○	-	-	-	-
	F ホテル	○	○	-	-	-
	G ホテル	○	○	-	-	-
	H ホテル	○	○	-	-	-
	I ホテル	○	○	-	-	-
	J ホテル	○	○	○	○	○
	K ホテル	○	○	-	-	-

注：西日本鉄道のHPは時刻表のみ外国語表示がある

(4) 案内表示（交通機関）

外国人旅行者の利用頻度が高いのが交通機関である。日本の交通インフラ整備は世界一との評価があるが、交通の発達に伴って、外国人旅行者の利便性には複雑さが伴うこともある。交通機関での案内表示は、その不便さを緩和する役割があるとして重要である。表6は、駅やバスターミナルなどの交通機関の要所における案内表示に使用されている言語を示したものである。検討した交通機関の案内表示は、日本語と英語が列記されていることがわかった。福岡市内の主要3駅（JR博多駅、西鉄天神駅、市営地下鉄天神駅）では、案内表示は基本的には日本語と英語（ローマ字）が列記されている。加えて、大きな案内表示には、日本語・英語の他に韓国語と中国語（簡体字）、また時にはそれら4言語に加えて中国語（繁体字）で書かれているものが目立つ。つまり、3駅では、2言語表示、4言語表示、5言語表示が混在していることになる。一方、駅と比較して、福岡空港と天神バスセンターは4言語表

示が徹底している。

表6：交通機関における案内表示

交通機関	場所	日本語	英語	韓国語	簡体字	繁体字
駅	JR博多駅	○	○	△	△	ごく一部
	西鉄天神駅	○	○	△	△	-
	市営地下鉄天神駅	○	○	△	△	-
空港	福岡空港	○	○	○	○	-
港	博多港国際ターミナル	○	○	○	-	-
バスセンター	天神バスセンター	○	○	○	○	-
観光用バスの停留所	福岡シティループバス	○	○	-	-	-

(注1) JR博多駅：ごく一部の表示に5言語（日・英・韓・簡体字・繁体字）もある

(注2) 西鉄天神駅：大きな表示と国立博物館の説明は4言語である

(注3) 市営地下鉄：大きな案内表示は4言語である

(注4) 天神バスセンター：バスの行先、時刻表などは4言語である

(注5) 駅名、バス停留所名の英語はローマ字表記という意味である

3駅に見られるように、同じ場所でありながら、表示言語数が異なるのかは不明である。主要な目立つ場所には、4言語（5言語）を併記できるほどのサイズの案内表示があり、2言語表示は比較的小さいサイズの案内表示であるという傾向が窺われた。言語数により案内表示のサイズが決まるのか、それともサイズにより言語数が決まるのかは今後の調査で明らかにしたい。

博多港国際ターミナルは、日本語・英語・韓国語の3言語での案内表示で統一されている。福岡と韓国（釜山）を結ぶ高速船が出航しており、韓国からの観光客が多いため当然と言える。

(5) アナウンス

視覚による案内表示と共に外国人旅行者への情報提供に役立っているのがアナウンスである。アナウンスには肉声によるものと、固定のテープ対応のものがあるが、ここでは外国人旅行者がよく利用すると想定される場所における、固定テープによるアナウンスについて表7にまとめている。日本語と英語のアナウンスに加えて、韓国語と中国語のアナウンスも多いことがわかる。さらに、外国人がよく立ち寄る大型家電量販店では、フランス語、ドイツ語、ロシア語、アラビア語などの多言語でのアナウンスが響いている。福岡市内で外国人のためにそれほどの多言語が必要であるのかは疑問であるが、この家電量販店は全国展開しているため、東京などと同じアナウンステープを使用しているためであろう。

表7：公共性の高い場所でのテープアナウンス

場 所	日本語	英語	韓国語	中国語	その他
JR九州特急車内	○	○	○	○	—
西鉄バス（シティループバス）	○	○	—	—	—
ビートル	○	○	○	—	—
福岡市営地下鉄	○	○	—	—	—
A デパート	○	○	○	○	—
L 家電量販店	○	○	○	○	○

- (注1) JR九州特急車内では、日本語と英語の車内テロップが流れる
(注2) 釜山—福岡を結ぶ高速船ビートルでは、日本語、英語、韓国語の船内テロップが流れる
(注3) L 家電量販店では、フランス語、ドイツ語、ロシア語、アラビア語などのアナウンスがある

以上、福岡市内における観光案内所、観光客用パンフレット、観光に係る企業のホームページ、交通機関の案内表示や公共性の高い場所でのアナウンスに視点を当て、外国人旅行者への言語的対応を整理した。福岡市内を網羅的に調査したものではなく、さらなる詳細な調査が必要にはなるが、外国人旅行者への言語的対応や整備の傾向は見てとれるであろう。

福岡市では、観光案内所はもとより、交通機関、商業施設、観光に関する場所・企業では、外国人旅行者への情報提供や利便性に資するものとして、多言語で対応していることがわかった。今回の調査で一番使用されていた外国語は英語である。英語は国際語としてどの国（地域）からの旅行者にも理解される可能性が高い言語と見なされているからであろう。英語に加えて、韓国語、中国語（簡体字、繁体字）も多く使用されていた。福岡市では韓国、中国、台湾からの旅行者が多いという事実から考えて当然だと言えよう。

外国人旅行者への多言語対応・環境整備は、福岡市の観光客へのホスピタリティ精神の表れであり、「観光都市・福岡」のアピールにもつながり、評価が高いと思われる。しかしながら、多言語環境は万全の整備とは言い難い。例えば、上述したように、博多駅は5言語（日・英・韓・簡体字、繁体字）、4言語（日・英・韓・簡体字）、2言語（日・英）という3種類の多言語表示があり、統一性に欠けている。それは、外国人にとっては見やすいものなのか、不統一に伴い美観が損なわれことはないのかという疑問が生じる。さらに、多言語表示が徹底されていないという印象を外国人に与えないだろうか。

外国人旅行者が訪れる機会が多い場所、公共性の高い場所では、多言語表示を義務化すること、さらに使用する言語と言語数を定めるという条例制定も視野に入れる必要がある。

この点については、福岡市だけの課題とは言えない。国公立の博物館のうち外国語で館内表示をしているのは44.9%にとどまっており、外国人向けの対応の不十分さが指摘されている⁽¹³⁾。観光立国を目指す日本としては、一地方自治体の問題というよりも、国レベルの課題と言えるかもしれない。

(6) 人的な多言語対応

観光案内所の機能、交通機関や商業施設でのホームページ、案内表示やテープアナウンスなどの多言語化は、今後の進展の余地があるものの、現在までは一定の整備が進んでいる。しかしながら、実際に外国人旅行者と接する日本人の多言語対応には課題がある。福岡市は「外国人対応のための指さし会話集」を作成している⁽¹⁴⁾。観光や買い物などで使用頻度が高い事柄を多言語（日・英・韓・簡体字）で表したものである。外国人と日本人がガイドブックを指さしながらコミュニケーションを果たすことを目的としている。実際に、デパートの婦人服売り場でも、外国人への接客時に使用することがあるという。「指さし会話集」は最低限度の情報伝達には使用できそうだが、細かなニュアンスを伝えづらいなど、高度な接客には役不足の感がある。

外国人旅行者に多言語でのサービスを提供しようとするデパートもある⁽¹⁵⁾。あるデパートでは中国人、韓国人の社員が外国人観光客の接客にあたることがある。さらに、韓国人社員が、総合カウンターと電話交換業務にあたる日本人社員に対して、月2回程度、韓国語のレッスンを就業時間内に行っている。ただし、韓国語以外の外国語や、その他のセクションの社員に対して、組織的な外国語教育は行っているというわけではない。現時点では、限定的な外国語でのサービスと言えるだろう。

観光施設でも、人的な多言語でのサービスはまだ整備の途中だと言える。例えば、博多の伝統と文化を伝える「博多町家ふるさと館」では、観光ボランティアが活躍してはいるが、現在のところ日本語による案内だけとなっている。埼玉県川越市⁽¹⁶⁾や大分県別府市⁽¹⁷⁾などのように、外国人留学生を観光

⁽¹³⁾ 国公立博物館 外国語で案内可能 18% 文科省など実態調査 海外客対応は「不十分」. 2008年4月1日（火）。日本経済新聞。

⁽¹⁴⁾ <http://www.city.fukuoka.lg.jp/industry/visitorsindustry/index.html>

⁽¹⁵⁾ 表5におけるAデパート広報担当者から聞き取り調査（2008年9月19日実施）

ガイドボランティアとして活用する地方自治体もある。さらに、奈良市の帝塚山大学のように、社会人に英語による観光ガイドの養成講座を実施している大学もある⁽¹⁸⁾。地域の中の人材を活用し、地域の観光活性化に役立てようとする試みである。人口規模や観光資源の違いなど、一概に他自治体と比較するのは早計だが、福岡市でも今後留学生や外国語ボランティアの養成など、外国人旅行者への多言語対応を進め、言語環境を整えるというさらなる課題を指摘できよう。

福岡市では、外国人旅行者の増加、好調なコンベンション誘致、「買い物しやすさ世界第1位」⁽¹⁹⁾という、観光都市への順調な道を歩んでいる。そこには、外国人旅行者を受入れる官民の努力があると共に、その具現化である外国人旅行者への多言語対応が浸透しつつあることも見過ごせない。今後、福岡市が観光都市としてさらに発展するためには、市民の人的言語対応力を含めた「多言語インフラ」の充実もその要因となるだろう。

おわりに 一言語的環境整備の今後の課題一

本稿では、先ず近年の観光立国政策を概観した。外国人旅行者数の目標設定、法整備、観光庁の発足など、日本の観光競争力を高め、観光先進国となるための具体的な施策が実行中である。その成否は、日本の経済的状況、国際競争力の強化、地方の活性化にも影響を及ぼす程重要であると言える。その中で、福岡市では外国人旅行者が増加している。今後も旅行者を増加させるには、さまざまな施策が必要となるだろう。そのひとつとして、外国人旅行者への情報発信、観光案内所の機能的な活用などの「言語インフラ」の整備を継続して進めていくことも重要なことである。

最後に「言語インフラ」として、人的な多言語対応を今後の課題として挙げておきたい。言語インフラのなかには、観光案内者や案内表示だけでなく、外国人旅行者と関わる日本人の言語能力も含

まれる。特に、外国人旅行者がよく訪れる商業施設、デパート、家電量販店などの対応は重要になる。福岡市内のデパートや家電量販店では、外国人客への売上高が急増している⁽²⁰⁾。全体の売上からすれば少ないようだが、小売店は新たな顧客としてサービスを強化する方向を打ち出している。その際に、外国人旅行者への販売促進として外国語での接客ということも考えられよう。今回、福岡市内で外国人旅行者がよく訪れるデパートにて、担当者にインタビューしたが、現在までのところ、日本人社員が外国語で接客するという対応は考えられていない⁽²¹⁾。

岐阜県高山市では、外国人旅行者をおもてなししようと、旅館や土産物店で独自に外国語会話集などを作成し、従業員にも心づもりをさせていると言う⁽²²⁾。人口9万5千人「日本の原風景が残る」ミシュランの3ツ星観光地である高山市と、人口143万人「買い物しやすさ世界第1位」の福岡市とでは、規模も観光資源も異なるであろうが、外国人旅行者への「おもてなしの心」は変わることはないだろう。

高山市のように、福岡市で外国人旅行者のための「言語インフラ」を整備するためには、社員や市民の言語能力の開発を行うことが必要である。その場合、企業が社員に対して実施する言語教育の必要性が挙げられる。現在、大企業を中心に企業内で社員を対象とした言語教育（英語教育）が盛んに行われているが、それは主に、製造業を中心に、グローバル化した企業活動のために海外での駐在や、海外との取引を目指したものであり、視点は海外に向いている。しかし、今後、外国人旅行者の増加に伴い、小売・販売業、サービス業などにも、言語教育のニーズが起こる可能性は高くなるだろう。また、行政も市民の外国語ボランティアなどを積極的に養成、組織化することで「言語インフラ」整備に力を注ぐ必要がある。福岡市の多言語対応・整備の充実が、新たな外国人旅行者の増加につながる可能性は否定できない。

⁽¹⁶⁾ 街活性化大学動く 埼玉・川越 外国人をガイド 学生が国際交流に一役. 2008年8月25日(月). 日本経済新聞.

⁽¹⁷⁾ 外国人が支える観光地③ 湯の町案内 流れる英語. 2008年5月8日(木). 日本経済新聞.

⁽¹⁸⁾ 「学び直し」のススメ 通訳講座顔ぶれ多彩. 2008年8月11日(月). 朝日新聞.

⁽¹⁹⁾ http://news.rkb.ne.jp/rkb_news/archives/009779.html

⁽²⁰⁾ 九州の消費、外国客存在感 ウォン高などで韓国・中国人 博多大丸ブランド商品に人気 ヨドバシ博多 腕時計、品ぞろえ工夫. 2008年2月26日(火). 日本経済新聞.

⁽²¹⁾ 表5におけるAデパート広報担当者から聞き取り調査(2008年9月19日実施)

⁽²²⁾ 外国人が支える観光地④ 岐阜県高山市 おもてなし心もバリエーション. 2008年5月10日(土). 日本経済新聞.

【参考文献】

- 河原俊昭編著 2002 『世界の言語政策 多言語社会と日本』くろしお出版
- 河原俊昭,野山広編著 2007 『外国人住民への言語サービス 地域社会・自治体は多言語社会をどう迎えるか』 明石書店
- 河原俊昭,山本忠行編著 2004 『多言語社会がやってきた 世界の言語政策 Q&A』くろしお出版
- 駄田井正編 2001 『21世紀の観光とアジア・九州』九州大学出版会
- 山本忠行,河原俊昭編著 2007 『世界の言語政策 第2集 多言語社会に備えて』くろしお出版