

**科学研究費助成事業 研究成果報告書**

平成 27 年 6 月 21 日現在

機関番号：32408

研究種目：基盤研究(C)

研究期間：2011～2014

課題番号：23614019

研究課題名(和文) 訪日外客市場における通訳ガイドサービスの評価尺度開発

研究課題名(英文) Guide-Interpreters in the Japanese Inbound Tourism: Scale Development for Measuring Their Service Quality

研究代表者

高井 典子 (Takai, Noriko)

文教大学・国際学部・准教授

研究者番号：90540435

交付決定額(研究期間全体)：(直接経費) 4,100,000円

研究成果の概要(和文)：本研究は、観光立国推進の中核を成す訪日外国人旅行者市場における価値創出人材である通訳案内士(以降、通訳ガイド)が提供するサービス品質を評価するための尺度開発を目指したものである。各種サービス業の品質評価に関する包括的モデルを参照しつつ、観光研究におけるツアーガイドの役割に関する先行研究および質的調査から得られた訪日外国人旅行者の通訳ガイドに対する実際の評価をもとに、30項目からなる仮説的尺度を策定、量的調査によって検証を行った。

研究成果の概要(英文)：This study aims to develop multi-item scale for measuring foreign visitor's perceptions of service quality being provided by guide-interpreters in Japan. Based on literature reviews of existing models of service quality measurement, combined with research outcomes regarding roles of tour guides, qualitative research was conducted, which resulted in 30 item hypothetical scale. In order to test the scale, questionnaire survey was conducted. The data obtained from the survey has been analysed.

研究分野：観光学

キーワード：観光産業 訪日観光市場 通訳案内士 サービス品質

## 1. 研究開始当初の背景

2010年6月に閣議決定された政府の『新成長戦略～「元気な日本」復活のシナリオ～』において、「観光立国」が7つの戦略分野の1つと位置付けられた。また、同年5月に国土交通省が策定した「国土交通省成長戦略」においても、観光は5つの成長分野の1つとして取り上げられている。観光立国を実現するための諸施策の中でも特に、訪日外国人旅行者市場は、今後も経済成長が期待されるアジア諸国からの旅行者の増加が見込まれる戦略的成長市場であり、政府は2016年までに2000万人、2019年までに2500万人、そして将来的には3000万人の訪日外国人旅行者数達成を新たな目標として設定した。

これらの数値目標達成のためには、各種インフラの整備や誘客プロモーションといった、国や地域レベルでの施策が必要であるとともに、実際に日本を訪れた旅行者にとってその滞在が満足のいくものになるよう、観光の現場での対応が不可欠である。旅行者の満足を規定する要因には様々なものがあるが、常に外国人旅行者に寄り添い、彼らの旅行経験を演出する通訳案内士(以降「通訳ガイド」と表記)の役割は大きい。通訳ガイドは旅行者が単独で観光するだけではわからないような日本の魅力を伝え、日本独特の風習や考え方を説明し、彼・彼女らの様々な質問や疑問に答えながら個別の要望に応えるという重要な役割を担っている。すなわち、外国人旅行者にとっては通訳ガイドが提供する案内サービスを通して経験する日本こそが、日本での滞在の印象を左右するともいえる。

ところが、現行の通訳ガイド試験では、地理や文化に関する知識を問う問題が多く、添乗・接客等の実践的な能力はほとんど審査されておらず、現状では、資格を取得した各ガイドが任意でガイド団体等の研修を適宜受けている状態である。

すなわち、通訳ガイドサービスの品質を保証する仕組みが確立しているとは言い難い状況であるとともに、その基礎となるべきサービス品質の構成要素に関する共通認識が関係諸団体間で共有されていないのが現状である。

さらに、現在の通訳ガイド制度は多様化する外国人ニーズに十分対応できていないとの問題意識から新しい通訳ガイド制度の導入が議論されており、「(従来の)通訳ガイド」と、通訳ガイド資格を取得しなくてもガイド業務を行える「新ガイド」の2層ガイド体制が提案されている。仮に新制度が創設された場合、各種通訳ガイドが提供する案内サービスの質保証への具体的な解決策を講じない限り、本質的な問題はそのまま残る。

以上のような通訳ガイドを巡る諸課題について、国内では制度上の問題に関する報告はあるものの、そのサービス品質に関する学術的な検討は見られない。海外では、旅行者満足との関係においてツアーガイドが担う

役割に関する記述的研究は多く存在するが、そのサービス品質に関しては少数の例しか見られない。一方、サービス・マネジメント研究では、1980年代以降SERVQUALモデル(Parasuraman, Zeithaml & Berry 1988)を代表として、各種サービス業の品質評価を試みる包括的モデルが開発され、実証研究が進められている。しかし、これらのモデルを通訳ガイド等の観光分野における人的サービスに応用した研究は国内外ともまだ見られない。

## 2. 研究の目的

本研究は、通訳ガイドが提供するサービス品質の構成要素について、サービス品質の包括的モデル等の先行研究レビュー 質的調査の実施により、仮説的項目を抽出したうえで、量的調査によって検証することにより、その品質評価尺度開発を試みるものである。これにより通訳ガイドが提供するサービスの質保証及び向上に関する施策への実践的提言を目指す。

## 3. 研究の方法

本研究は以下の方法により実施した。

### (1) 初期調査(文献研究およびインタビュー調査)

通訳ガイドを巡る直近の政策や業界の動きなどを主に文献によって調査するとともに、旅行会社、通訳ガイド団体、通訳ガイドサービス関連会社、通訳ガイド等に対し、インタビュー調査を実施した。

### (2) 先行研究のレビュー

観光研究の隣接分野と考えられるサービス・マネジメント研究の分野で1980年代以降発展してきたSERVQUALモデルを代表とする各種サービス業の品質評価を試みる包括的モデルについてレビューを行い、現在までの流れを整理した。また、観光研究分野でのツアーガイドに関する先行研究のレビューを行い、観光産業において通訳ガイドが置かれた状況を把握するとともに、彼・彼女らに期待される役割について整理した。

### (3) 質的調査

外国人旅行者12名に対して対面調査を実施、日本の通訳ガイドの提供するサービスに関する彼・彼女らの評価軸・評価の程度についてデータを収集した。

### (4) 量的調査

上記の先行研究のレビュー結果と質的調査の結果から、通訳ガイドのサービス品質を測定するための項目30を作成し、訪日旅行中の外国人旅行者300名を対象に質問紙調査を実施した。

## 4. 研究成果

### (1) 初期調査(文献およびインタビュー調査)

通訳ガイドを巡る現状

現在日本政府は、増大する訪日外国人旅行

者に対応するため、通訳ガイドの量的拡大を推し進めている。現行の通訳案内士法では、試験実施方法の改正、試験の一部免除、特例措置などが盛り込まれ、その結果、通訳ガイド登録者数は年々増加傾向を示し、2006年当時の1万241人から、2008年度には1万2,190人、2009年度には1万3,530人まで増加している。

一方で、2007年に国土交通省が実施した「通訳案内士就業実態等調査事業」による調査結果によると、通訳ガイド登録者のうち実際に通訳ガイドとして就業している者は全体の26.4%、そのうち専門者の比率は38.7%であり、登録者の約1割にしかならない。言い換えれば、登録者の9割が通訳ガイドの仕事に従事していない、もしくは兼業での就業ということになる。さらに、専業者であっても年間の稼働日数が30日以下の者が約3割おり、年収100万円未満の者が約4割いるという実態も明らかになった。

この調査結果の解釈については立場により見解が分かれている。通訳ガイド業界からは低い就業率・専業者率の原因は、通訳ガイドの資格を保有しないにもかかわらず通訳ガイドとして就業しているノンライセンス・ガイドにあるとの見方が示されている。一方、調査事業の主体である国土交通省（当時）は異なった見方を示しており、登録者数と就業者数の大きな乖離の背景には、有資格者間での十分な競争がなかったことを示唆している。

このように、通訳ガイドの量的拡大および有資格者数の就業率の向上については意見の分かれるところであるが、観光立国を目指す上で通訳ガイドが果たすべき役割を考えると、上記問題とともに、通訳ガイドサービスの質をどう担保するのか、という問題が議論される必要がある。通訳ガイドの量的拡大に向けては、法改正をはじめ、政府により様々な施策が実施されている現状と比べると、その質保証および質的向上については十分な議論がされていない。

通訳ガイドに関する政府の一連の取り組みの中で、質保証に関する数少ない施策の一つと考えられるのが、2007年の「通訳ガイドスキルアップ・プログラム」の構築である。このプログラムは通訳ガイドが実務を行うに当たって必要となる実践的知識を向上させるための標準的研修プログラムを示したものである。通訳案内士試験では問われることのない能力や技術を含んでおり、全体として、観光の現場で通訳ガイドに期待される能力の維持・向上を意図して作成されたものである。通訳ガイドが提供する案内サービスの質保証および向上を目指す施策として、注目すべき動きであるといえよう。

しかし、このプログラムはあくまでも各ガイド団体が任意で研修を実施する際の参考としての指針に過ぎず、個々の通訳ガイド団体がこれまで実施してきた独自の研修プ

ログラムの実施、および新たなプログラムの作成を妨げる性格のものではない。よって、各ガイド団体がプログラムを運用するにあたってどのように活用するかは各団体に委ねるとの方針である。尚、本研究の開始前の時点（2010年10月）において、国内の主な通訳ガイド5団体のうち、協同組合全日本通訳案内士連盟（全有資格者のうち33.6%が加盟）では本プログラムを運用中であったが、最大手の社団法人日本観光通訳協会（全有資格者のうち40.4%が加盟）では運用しておらず、全体としては活発に運用されていない状況であった。

以上から、通訳ガイドが提供するサービス品質に関する研究成果に基づく、適切な研修制度が必要であることが確認できる。

#### 通訳ガイドのサービス品質基準に関する認識のギャップ

通訳ガイド、旅行会社等の関係者へのインタビュー調査から「通訳ガイドのサービス品質基準」に関して、通訳ガイドと旅行会社のあいだで認識上のギャップが見られた。

表1 「通訳ガイドのサービス品質基準」に対する認識

共通していた項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・正確な旅程管理ができること</li> <li>・ホスピタリティがあること</li> </ul>
旅行会社だけが挙げた項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・旅行会社を代表する立場に立ち、現場で判断し行動をとれること</li> <li>・顧客からクレームを出させないこと</li> <li>・顧客の代表になってしまわないこと</li> </ul>
通訳ガイドだけが挙げた項目	<ul style="list-style-type: none"> <li>・『この通訳ガイドならではの』のガイディング・コンテンツがあること</li> <li>・使える語学力を持っていること</li> <li>・最大限、顧客の立場に立った行動がとれること</li> <li>・顧客の要望を察知して適切な行動が取れること</li> <li>・顧客が望んでいない知識の披露をしないこと</li> <li>・バランスがとれること（例：丁寧できめ細かい対応 正確な旅程管理）</li> </ul>

通訳ガイドにとっては「ガイディング」こそが専門的能力の見せ所であるにもかかわらず、旅行会社からその点について特に言及されておらず、語学力についても同様である。これらは資格取得の時点で既に一定水準を満たしているという判断を旅行会社側がしているためであろう。しかし、現場では資格保持者が必ずしも語学力・ガイディング力において顧客の期待を満たすレベルに達していないケースもあることがインタビューから推測され、それが故に、旅行会社から「見えている」通訳ガイドのサービス品質は、旅程管理能力および対人能力を中心とするホスピタリティに関するものが中心なのではないかと考えられる。実際に、旅行会社の担当者が通訳ガイドがサービスを提供してい

る現場を見ることはほとんど皆無であるとのことであった。

また、通訳ガイドが現場で果たすべき役割が多岐に亘っていることが示唆された。これらはサービス提供者が担う5つの役割(近藤2007)と符合することが明らかとなった。

表2 通訳ガイドの役割

サービス提供者の5つの役割	通訳ガイドの役割
顧客の欲求を明らかにするための情報を収集する「カウンセラー」【聴く】	顧客が明示的・非明示的に送ってくるメッセージ(ツアーへの要望)の明確化
専門家としての情報を提供する「コンサルタント」【話す】	ガイディング
組織と顧客とを仲介する「ミーディエーター」【調整】	顧客からの要望と各サプライヤー、旅行会社からの事前の指示内容をすり合わせる作業
サービス提供プロセスを演出する「プロデューサー」【プロセス全体の演出】	ツアー全体を管理し、円滑に遂行する作業
サービスを実行する「アクター」【上記4つの役割を演じながらのサービスの実行】	エンターテイナーとしてのパフォーマンス 顧客間関係の潤滑油

## (2) 先行研究のレビュー

### サービスマネジメント分野

現在広く「サービスにおける包括的品質尺度モデル」として認められ使用されているものがSERVQUALモデルである。本モデルでは、消費者はサービス・カテゴリーに関係なく、基本的に同じような基準を用いてサービス品質を評価するという見方が基本にある。Parasuraman et al. (1988) では97項目の質問項目を用いた調査票による調査の結果、サービス評価を集約、5次元22項目による尺度であるSERVQUALモデルが開発された。その後、同モデルは多くのサービス分野で適用され、レストランや宿泊施設など、サービスの業種に合わせて質問項目を改良して運用されている。

しかし一方で、同モデルに対する批判もこれまで多く見られ、最大の批判はその普遍性に関するものである。同モデルを用いて実施された多くの実証研究においては、サービスの品質決定要因を5次元に分類することができず、モデルの外的妥当性が実証されなかった。すなわち、同モデルが示す5次元だけではすべてのサービスの品質を評価することは不可能であるとの批判である。

このような批判に対するひとつの解決策として、SERVQUALモデルを土台として、個々のサービスごとにヴァリエーション・モデルを策定しようとするアプローチがある。Carman(1990)は初期SERVQUALモデルで用いられていた10要素にいったん戻り、この10

要素のなかから対象とする個々のサービスに適合するような次元を選択することを提案した。実証研究の結果、歯医者(5次元)、職業紹介所(7次元)、タイヤ専門店(6次元)などの次元を導き出し、すべてのサービスの品質は基本となる10次元のうちいくつかの次元の組み合わせによって説明できると主張した。

現在までのサービスの品質尺度に関する研究の流れを概観すると、(1)SERVQUALモデルのようにすべてのサービスについて5次元で測定できるとする説(2)Carman(1990)に代表されるサービスタイプによって品質の次元が異なるという説、の2つに区分することができるが、全体の傾向としてはSERVQUALモデルの考え方が基本になっており、現在も実務面においてはSERVQUALモデルを基にした尺度が使用されていることも併せて考えると、批判はあるものの、理論・運用の両面において同モデルが現時点においてはサービス品質の測定に関する代表的なモデルであると言える。

一方、SERVQUALモデルを我が国の通訳ガイドのサービス品質評価に適用しようとする際、以下について注意を払う必要がある。

第1に、我が国の通訳ガイドのサービス品質測定にふさわしい次元の抽出方法について慎重に検討する必要がある。オリジナルのSERVQUALモデルの5次元に基づく22項目をそのまま適用することは、これまでの実証研究による反証から考えて適当ではないと考えられる。レストラン向けのDINESERVや宿泊施設向けのLOGDSERVのように、5次元はそのまま据え置きつつ、それぞれの尺度が用いられる文脈に適合するように質問項目を変更して用いるという方法が考えられる。或いはCarman(1990)の方法に依拠し、初期のSERVQUALモデルでの10要素を用いてデータを収集し、探索的因子分析を繰り返し行うことによって通訳ガイドのサービス品質を測定するのに適当な次元と次元数を特定する方法も考えられる。

第2に、これまでのサービスの品質評価尺度の研究においては、サービスを提供する組織を対象とする実証研究が中心であり、そこから導かれたものがSERVQUALモデル及びそのヴァリエーションモデルである点に注意が必要である。これらのサービスの品質評価モデルでは、個々のサービス提供者の能力や資質を測定する項目が多いものの、基本的にはそれらの従業員のマネジメントをも含め、サービス組織が総体として提供しているサービスの品質を評価しようとしている。それに対し、我が国における通訳ガイドのほとんどは組織に属さないフリーランスの個人事業主である。彼・彼女らと契約を結び、自社のツアーに同行させている旅行会社も彼・彼女らのマネジメントを行っているわけではない。

これらのことから、SERVQUALモデルを参考

としつつも、我が国の通訳ガイドが置かれた状況を十分考慮に入れた独自のサービス品質評価尺度を開発することが必要である。

#### 観光分野におけるツアーガイド研究

観光研究においては、通訳ガイドを包含する「ツアーガイド」の研究に一定の蓄積があるが、それらはツアーガイドの提供するサービス品質よりも、彼・彼女らが担う「役割」に重点が置かれている。

Black & Weiler (2005)は1970年代以降の主要な12のガイド研究をレビューし、ガイドの主たる役割を特定している。12のすべての研究において認識された役割が「インタープリター(interpreter/educator)」である。10の研究で言及されたのが「情報提供者(information giver)」、9つの研究で指摘されていたのが「リーダー(leader)」「ロールモデル(motivator of conservation values/role model)」「社会的触媒(social role/catalyst)」、4つの研究で取り上げられたのが「ナビゲーター(Navigator/protector/broker/mediator)」「文化仲介者(cultural broker/mediator)」「ツアーマネージャー(tour & group manager/organizer)」などである。日本におけるガイドの職務についての区分と照らし合わせて整理した。

表3 ガイドの役割

役割	先行研究	日本での職務区分
インタープリター	Schmidt(1979), Holloway(1981)など12の研究	ガイドینگ業務
情報提供者	Weiler & Davis(1993)など10の研究	ガイドینگ業務
ロールモデル	Pond(1993)など9の研究	ガイドینگ業務
文化仲介者	Cohen(1985)など4の研究	ガイドینگ業務・旅の演出家業務
社会的触媒	Pond(1993)など9の研究	ガイドینگ業務・旅の演出家業務
リーダー	Weiler & Davis(1993)など9の研究	旅程管理業務
ツアーマネージャー	Cohen(1985)など4の研究	旅程管理業務
ナビゲーター	Holloway(1981)など4の研究	旅程管理業務・旅の演出家業務

注：Black & Weiler (2005)をもとに筆者が作成

「役割」と「サービス品質」は異なる概念ではあるものの、互いに密接に関連する概念でもある。このことは、下記の質的調査で得られた外国人旅行者のデータからも確認されており、ガイドの役割に関する研究の知見を、サービス品質尺度開発に適切に応用する

ことが妥当であろう。

#### (3) 質的調査

訪日旅行中の外国人旅行者12名に対して実施した対面インタビューから、通訳ガイドが提供するサービスの品質尺度に関する仮説的な項目を抽出し、先行研究レビューから得られた知見(SERVQUALモデル等のサービス品質次元およびツアーガイドの役割項目)と併せて吟味し、下記30項目を設定した。

1. A guide tells unwritten background information/stories which are not usually found in guidebooks and/or Wikipedia and alike.
2. A guide provides personalised storytelling regarding the topic/place of interest by showing the guide's own experience.
3. A guide gives access to something I wouldn't be able to see/do without a guide.
4. A guide provides a short cut to the admission of the place of interest.
5. A guide shows me side streets, small shops and restaurants which are not on guidebooks.
6. You are encouraged by a guide to treat with respect the environment, wildlife, sights and monuments, and also local customs and sensitivities.
7. A guide shows me how to do things in the country visited.
8. A guide makes me feel safe, comfortable and taken care of.
9. A guide shows enthusiasm.
10. A guide has good and neat appearance.
11. A guide is smiley, friendly, approachable and personal.
12. A guide is polite.
13. A guide is being him/herself and does not pretend someone else.
14. A guide ensures freedom to ask questions.
15. A guide pitches to the right level of my knowledge and needs.
16. A guide tell stories in a way that evokes my interest.
17. A guide stops telling if I suggest disinterest.
18. A guide listen to me and check carefully what I want.
19. A guide check and keeps adequately paced walk.
20. A guide provide good navigation so that I can grasp geography of visited area.
21. A guide gives me timeframe and ensures itinerary under control.
22. A guide is flexible to offer alternative itinerary when necessary.
23. A guide communicates with me in the language of my choice.
24. A guide provides an objective understanding of the place visited, free from prejudice or propoganda.
25. A guide ensures that what is presented as fact is accurate, and that a clear distinction is made between fact and stories, legends, traditions, or opinions.
26. A guide provides necessary information and knowledge about the place visited.
27. A guide understands my national character.
28. A guide understands my religious orientation.

29. A guide has up to date knowledge about places favoured by foreign visitors.
30. A guide has his/her own unique guiding content such as a particular domain of art.

#### (4) 量的調査

外国人 300 名を対象に質問紙調査を実施した。調査対象者については、「過去 3 年以内に日本で通訳ガイドサービスを受けたことのある 18 歳以上の外国人（日本居住者も含む）」とした。調査は 2015 年 2 月に東京都内の観光地を中心に行い、サンプル数が 300 に達するまで実施した。

メインの質問項目である「日本における通訳ガイドサービスに対する評価」では、上記 30 項目を 7 段階尺度で評価してもらった。

2015 年 6 月現在データ分析中である。先行研究からは下記の次元群のなかから複数が出される予想が立っているが、これらは互いに重複しているものもあり、因子分析を繰り返すことによって、最終的な次元を確立したい。

1. Interpretation/cultural broker/ cultural mediation
2. exclusiveness/privilege
3. role model
4. reliability
5. tangible
6. empathy/responsiveness
7. contextualisation
8. managing customers
9. flexibility
10. language and communication
11. free from prejudice
12. knowledge

#### (5) 今後の課題

日経新聞 6 月 16 日付の記事によると、観光庁は通訳案内士の登録に定期更新制度を導入して研修を義務付ける方針を固めた。5 年に 1 度とする案が有力であり、通訳案内業務を取り巻く環境の変化などを定期的に周知する場を設け、日本への印象を左右する通訳ガイドの質の確保をめざすとしている。関連法の改正作業や導入準備の期間は最短で 2 年程度を見込むとしている。

本研究では、量的データの収集が研究期間ぎりぎりまでかかってしまったため、早急にデータ分析を進め、本研究の成果を通訳ガイド資格の定期更新制度に関わる研修に活かしていきたい。

#### < 引用文献 >

- Black, R. and Weiler, B. (2005) Quality Assurance and Regulatory Mechanisms in the Tour Guiding Industry: A Systematic Review, *The Journal of Tourism Studies*, 16(1), 24-37.
- Carman, J. (1990) Consumer Perceptions of Service Quality: An Assessment of the SERVQUAL Dimensions, *Journal of*

*Retailing*, 66(1), 33-55.

近藤隆雄 (2007) 『第三版 サービスマネジメント入門』、社会経済生産性本部  
Parasuraman, A., Zeithaml V. and Berry, L. (1988) Servqual: A Multiple Item Scale for Measuring Consumer Perceptions of Service Quality, *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.

#### 5. 主な発表論文等

〔雑誌論文〕(計 2 件)

高井典子、通訳ガイドのサービス評価尺度に関する探究的研究、日本国際観光学会、第 15 回全国大会論文集、査読なし、2012 年、pp.50-51

高井典子、訪日外客市場において通訳案内士が果たす役割に関する基礎的研究、日本観光ホスピタリティ教育学会、第 12 回全国大会、研究発表論文資料集、査読なし、2013 年、pp.3-14

〔学会発表〕(計 2 件)

高井典子、通訳ガイドのサービス評価尺度に関する探究的研究、第 15 回日本国際観光学会全国大会、2012 年 3 月 17 日、桜美林大学（東京都）

高井典子、訪日外客市場において通訳案内士が果たす役割に関する基礎的研究、日本観光ホスピタリティ教育学会、第 12 回全国大会、2013 年 3 月 2 日、立教大学（埼玉県）

#### 6. 研究組織

(1) 研究代表者

高井 典子 (TAKAI -Tokunaga NORIKO)

文教大学国際学部准教授

研究者番号：90540435