

平成25年度文部科学省

成長分野等における中核的専門人材養成の戦略的推進事業

事業名称

「インバウンド対応が出来る中核的ホテルマン育成と単位互換制度の構築」

『インバウンド対応が出来る中核的ホテルマン育成のための
カリキュラム、達成基準
および産学連携インターンシップモデルコース・評価指標』

『インバウンド対応が出来る中核的ホテルマン育成のための
カリキュラム、達成基準
および産学連携インターンシップモデルコース・評価指標』

目 次

インバウンド対応が出来る中核的ホテルマン育成 のためのカリキュラム、達成基準

1	インバウンド対応ができる中核的ホテルマン育成のための 教育基本方針策定について……………	1
2	インバウンド担当マネジャーに必要な知識体系……………	3
3	インバウンド対応マネジャー育成教育プログラムの 達成度評価基準について……………	5
4	インバウンド対応ができる中核的ホテルマン育成のための カリキュラム（シラバス）……………	6

産学連携インターンシップモデルコース・評価指標

1.	はじめに……………	11
2.	調査・開発の方法と手順……………	11
3.	要件の抽出……………	13
	（1）インバウンド対応人材育成のための知識体系……………	13
	（2）インタビュー結果……………	14
4.	インターンシップモデルコース・評価指標の策定……………	18
	（1）インターンシップモデルの構築……………	18
	（2）評価基準の構築……………	21
	（3）インターンシップモデルの試行……………	24
	1）実施概要……………	24
	2）評価及び事後指導内容……………	28
	3）効果及び課題の考察……………	29
5.	インターンシップモデルおよび評価基準の再構築……………	34

インバウンド対応が出来る中核的ホテルマン
育成のためのカリキュラム、達成基準

教育基本方針策定について

．．．．．いよいよ「観光立国」から「観光大国」へ

２０１３年９月８日（日本時間）は、我が国にとってもエポックメイキングな日になった。７年後、２０２０年の東京オリンピック開催は、１９６４年がそうであったように、歴史的な転回点になることだろう。

しかも、２０１３年はついに悲願であった訪日外人客数１０００万人の大台を常に達成した都市でもありました。

いよいよ日本が本格的な”観光開国”に向けて動き出すことで、これまで夢のようにしか語られてこなかった訪日外客２０００万人超えも、にわかにリアリティを帯びてきております。

そんな情勢変化の中で、インバウンド・ツーリズムを中核的に担って活躍が期待される分野として、宿泊産業の人材育成に着目するのは、まことに時宜にかなったものと思われれます。

もとより、インバウンド・ツーリズム対応は、すそ野の広い経済効果をもつといわれる観光産業の中で、もっとも重要なパートを占めていくことになりますが、それ以上に、２１世紀に日本が国際社会のなかで、その文化的なプレゼンスを主張できる最大の好機と考えたいところでもあります。いわば民間外交の最前線を担うのが、宿泊産業のインバウンド対応人材なのです。

とはいえ、平成２４年度、このプロジェクトで行ったホテルのインバウンド対応の実態についてのヒアリング調査を見ると、ことの重要性に対し、まだまだ宿泊産業の反応が鈍いようです。日々の業務の忙しきのなかで、外客は「欲しい」けど「面倒なのは」嫌や、という本音もちらちら見えてきていますし、また経営者の側の心構えにも、外客誘致への本気度が問われるような感じもあります。

今回のこのプロジェクトで、まずホテル旅館の経営者レベルにインバウンド・ツーリズム対応の重要性を理解してもらうこと、そしてインバウンド対応のできる中核人材を数多く育成していくことが、結果的にホテルとしての高品位のホスピタリティを持つことにもつながるのではないかと考えるものです。

ここでは、インバウンド対応の中核的人材育成を、どのような教育プログラムに基づいて行うべきか、産官学の共同を念頭に、まとめてみました。

専門学校、短大、四年制大学がそれぞれの建学理念、運営方針、規模などに応じて、この教育プログラムの雛形から、それぞれのカリキュラムの充実に向けて活用していただければと思う。

（知識体系表について）

以下の知識体系については、

- ①まず、知識の体系を、インバウンド・ツーリズムについてのマーケティングとマーチャンダイジング（商品開発）についての学び、外客を接遇する現場での基礎知識についての学び、どうしても必要な外国語（とくに英語）についての学び、に3分割しています。
- ②マーケティング&マーチャンダイジングは、主にスタッフレベルでのインバウンド・ツーリズム対応策で、オペレーションは現場での振る舞い、対応についての知識習得を目指しています。
- ③ペレーション科目は、「国際文化理解」と「現場での外客接遇」を日本の大きな柱としています。
これから日本が本当の意味での観光大国になっていくには、接遇テクニックだけでなく、相手国を尊重する文化を理解すること、また我が国固有の文化をもきちんと伝えられる能力が必要と判断したからです。
- ④修学機関の短い専門学校、短大では、なかなか国際交流の文化を学ぶ講座、またマーケティング論などの講義を持つことが難しいこともあろうかと思われます。しかし、一方で、大学教育の現場には、教育用のホテル・フロント施設や学生が運営するレストランなどがなく、ときに専門学校などにはそのような装備があることから、たとえば外客接遇の実際的な”体育”を伴った授業が可能な部分もありましょう。それぞれの、学校の業態に応じて、こうしたインバウンド対応の中核人材育成のカリキュラムを分けあうことで、将来的には、このプロジェクトのもうひとつの目標である単位の相互互換などの新たな教育手法も可能になるのではないのでしょうか。
あらかじめ、専門学校、短大、四大で事前に話し合っ、カリキュラムを分け合っていくことにつながると、それぞれの学校の売り物にもなるのではないと考える次第です。

2 インバウンド担当マネジャーに必要な知識体系

(A) マーケティング (お客起こし) & マーチャндаイジング (商品開発)	1 観光立国論の理解	政府がこの十年、推し進めている「観光立国」政策の背景と立案プロセスについての理解を深める。そして、この政策がいかに我が国経済の経済と自社の経営に寄与するかを学ぶ。この項目については、企業トップの学習も必須と考えたい
	2 インバウンド・ツーリズムの実態	観光庁などの諸統計を利用して、我が国インバウンド・ツーリズムのなりゆきを振り返る。日本の経済情勢がどのように反映してきたか、また国際情勢との絡み合いがどのようにマーケットに影響を与えるかなどを学ぶ。
	3 インバウンド・マーケティングの戦略策定	インバウンドの中での重要なターゲット設定のついて考える。重点的に狙う国はどこで、どんな理由によるものか。F I Tかグループか。所得層はどう考えるか。それぞれのめーけティング政策のメリット、デメリットについて考察する。
	4 国際セールス論	G D S (グローバル・ディストリビューション・システム) にどう対応していくか、国際リファーマル組織と組むことの意義、海外セールスオフィスの有効性、トラベル・マートなど旅行商品見本市への対応策、海外旅行エージェントとの交渉術まで、生きた営業のあり方を論じる。
	5 MICE (国際コンベンション) 入門	国際的な集まりについて、どう事前に情報を入手し、誘致作戦を展開するか。コンベンションはインバウンド・ツーリズムの華というべきもので、その経済波及効果は大きい。2020年東京五輪を成功に導くためにも、この分野への関心を高めていくのが大事
	6 ウェブ・マーケティング	I Tを使って、どのようにグローバルに情報発信していくか。自社ウェブサイトの運営から始まって、企業広報、国際顧客管理などにどのようにI T技術体系を生かしていくか基礎的な知識を習得する。
	7 インバウンド客に向けての”着地型商品開発”開発	日本という国にやってきた外客に、どう日本の”地方”に魅力を感じてもらうか。一日でも長く我が国に滞在してもらうことが、インバウンド・ツーリズムの大事なポイントだと考えたい。だとすると、どのように地域観光のアトラクティブネス (人を惹きつける力) を構築するか、町起こしとの関連も含め、あらためて商品開発を考えたい。
	8 リスク・マネジメント	インバウンド・マーケットは基本的に外国が相手。ということは、相手国の政治的・経済的な変化の波、また疫病。戦争などから相当な影響を受けるものだ。そういう点では、突然のキャンセルなどのリスク発生要因も多い。その点での旅行業者との契約のありかた、また損害賠償的な法務についても日ごろから研究しておく必要がある。
(B) 国際文化理解	1 「おもてなし」の基礎理解	我が国の伝統というべき、他者の来訪を歓迎し、受容する文化の深さを「おもてなし」の言葉に集約し、そこに宿る精神のありかたを、儀礼、習俗、黙約などの観点から知ってもらう
	2 国際文化交流のための知識 ① 日本文化の特性を知る	訪日外国人に我が国のことを深く知ってもらうことは、もっとも重要なおもてなしの一つと考える
		・ 日本史と地理の基礎知識
		・ 料理、飲料など食事の文化についての故事来歴など
		・ 伝統文化と前衛。歌舞伎、お能といった日本固有の芸能形式だけでなく、アニメ、アキバなどジャパニカルまで含め、日本文化をダイナミックに伝えること
		・ 日本文化遺産、自然遺産、産業遺産など、地域文化の観光資産を総ざらいしておくこと
		・ 温泉。日本の誇る”癒し”アイテムの究極は温泉。温泉の文化、代表的温泉観光地についての情報などを学んでおく
	3 国際文化交流のための知識 ② 中国・アジア圏	将来的には訪日観光客の主軸を形成していくであろう、日本にとっての「近間」観光客誘致圏としての中国、アジア圏。彼らが日本観光に何を求めているか探るとともに、政治的・文化的な摩擦をあらかじめ防いでおくためにも、相手国の研究を進めておきたい
	4 国際文化交流のための知識 ③ イスラム・アフリカ圏	近代化モデルの先進国として、日本の存在は決して、この国々にとって軽いものではない。日本の宗教的寛容さも彼らには魅力だろう。新しいマーケットとして、この分野にも注意を払っておきたい
	5 国際文化交流のための知識 ④ ヨーロッパ(ロシア含む) 南北アメリカ	欧米先進国の日本への興味は物質的なものから、もっと精神的なものに移行しているのではないか。日本が持つ固有の文化のコンテンツを知っておくことはかなり有効と考えられる

(C) オペレーション (現場)	6 プロトコール(外交儀典)の基礎知識	他国からの公式の団体を受け入れる際には、国際的に定められている典礼の体系がある。それらプロトコールがなぜ生まれたか、どんなものか、基礎的な知識を身に付けておくことは無駄ではない
	7 外客接遇の「現場学」 ① フロント業務	外客を受け入れる最初の窓口は、宿泊予約になる。外客向けのフロント業務で注意すべきポイントを整理しておく。予約の確認、部屋へのアサイン、顧客からの様々なリクエスト処理など。
	8 外客接遇の「現場学」 ② レストラン・宴会部門	レストランやコンベンションなどでの外客とのコミュニケーションのとり方について、食事作法や食器の使い方、食材の説明から食文化の深いところまで英語で語れることが望ましい
	9 外客接遇の「現場学」 ③ コンシェルジュの役割	これから増えるであろう外客にとって、頼りの綱はコンシェルジュの存在。ホテルライフのサポーター役として、コンシェルジュの役割はこれまで以上に重要になってくる。新時代のコンシェルジュ像について考えたい
(D) 語 学	1 英語力	これからのインバウンド・ツーリズム対応で必須のものが英語力になる。日常会話からホテル用語としての基礎英会話、そしてやや複雑な商談からトップ同士のレベルでの会話力まで、ホテルでは市長段階に応じて、様々なレベルでの英語力が要請される。そのレベル別で初級、中級まではマスターしたい。
	2 第2外国語	予想されるホテル顧客の多国籍化。その中で、英語以外の外国語の必要性も出てこよう。滑らかである必要はないが、かたことでも話せれば、その国籍の顧客の喜びに通じる。
	3 ビジネス英語	今後はビジネスを目的としたインバウンドも増加の一途をたどることだろう。顧客がビジネスにまつわる支援をホテルに求める機会も増えよう。ある程度、ビジネス英語の素養を身につけておくことはホテルの価値を高める。

3 インバウンド対応マネジャー育成教育プログラムの達成度評価基準について

- ①インバウンド対応マネジャーの教育育成プログラムに関して、業務に必要な知識体系を一覧表化したが、この教育がきちんとなされたかどうか、つまり教育の達成度をはかるために、別個、教育プログラム達成度評価表を作成した。
- ②これは、知識体系の各項目をさらに、いくつかの「課題」に細分化し、その知識を自分のものにできたかどうかは、その課題をいくつかクリア（理解または習得）したかによって測ろうというものだ。
- ③各課題については、「未着手」「学習中」「理解または習得」というチェック欄を設け、教育担当者なり上司が、それによって、学習者の進捗を一覧できるようにした。
- ④なお、この知識体系、達成すべき課題履修者のイメージはホテル入社直後の新人から、7～8年勤務した中堅人材だ。管理職を含めた上級職向けには、また別の課題設定が必要と考える。
- ⑤こうした課題チェックリストによる教育成果の吟味の他、以下のような教育プログラムも加味して、立体的な教育カリキュラムにしていきたいとも考えております。

●演習 “外客向け” 着地型商品” の企画

検定試験受験の必須のステップとして、各人が外客に向けて、ホテル周辺、あるいは交通手段を用いてのかなり遠くの観光地でもよいが、自分なりに考えたユニークな” 着地型のツアー企画” を考えさせる。誰に向かって（マーケティング対象、国別、グループの種別など）、どんなツアー商品を準備し、その特徴をどう訴え、その旅の魅力がどう外客自身にはねかえるか、学んだ文化交流、外客マーケティング&マーチャндаイジング論を生かして考えさせる

●実地見学研修（1～2日）

インバウンド・マネジャーに特化したインターンシップの実行は難しいが、現実には海外セールスを日々実践しているオフィス、外人さんと接触することの多いコンシェルジュやレストランの現場に、寄り添って業務の一部始終を見学させる機会をもてないか。ホテル側の多大な協力は必要だが、外客誘致、対応を教室の座学だけでなく、現実にはどう動いているかを見させることはたいへん大事と考える。いわゆるジョブ・シャドウの入門編。

そこで提出を求める感想文なども評価の軸のひとつとしたい。

（参考文献）

- 「外客接遇—ホテル旅館」（社団法人日本観光協会 1993）
- 「新たな集客に挑む！ インバウンド BUSINESS」（社団法人日本観光振興協会 2012）
- 「職業能力評価基準（ホテル業）改訂検討報告書」（中央職業能力開発協会 2009）
- 「インバウンド推進のツボ①②」（財団法人日本交通公社 2011年）
- 作古貞義「ホテルマネジメント」（柴田書店 1998）
- 作古貞義「改訂ホテル事業論」（柴田書店 1994）

4 インバウンド対応マネジャー育成教育プログラムの達成度評価基準

	知識種別	達成すべき課題	理解 or 習得	学習中	未着手
A-1	観光立国論の理解	①観光立国という政策の立案、実施過程の理解 ②観光庁、J N T Oなど国際ツーリズム対応の政府組織の所在と役割の理解 ③インバウンド・アウトバウンド関連の基本的な統計数値の入手方法 ④過去20年スパンでのインバウンド・アウトバウンドツーリズム動向の把握と理解			
A-2	インバウンド・ツーリズムの実態	①過去20年にわたる我が国インバウンド・アウトバウンドツーリズム統計と我がホテルの外人客入り込みとの相関性分析（人数・国籍別シェア） ②円高、円安など為替動向とインバウンドツーリズム全般ならびに我がホテルへの反映のされ方の理解 ③インバウンド・ツーリズム関連の一般報道記事（新聞・雑誌）などのクリッピングおよびその分析 ④観光庁、J N T Oなどのスタッフとの人脈構築			
A-3	インバウンド・マーケティングの戦略策定	①我がホテルにとって、どの国をインバウンド・マーケティングの基本とするかの策定と、そう定めた理由の説明 ②インバウンド客の種別（団体かF I T）、客層分析についての知識 ③団体客中心のマーケティングでいくかF I T（個人客）中心でマーケティングするかディスカッションへの参加、発言 ④インバウンド客対策についての報告書作成			
A-4	国際セールス論	①G D S（グローバル・ディストリビューション・システム）についての知識と初歩的活用術 ②国際的リファール・チェーン（相互予約システム）についての知識、予約ソースとしての稼働実態把握 ③国内旅行業者のインバウンド受け入れ組織のありかたの理解 ④国内旅行業者からのインバウンド送客の契約についての初歩 ⑤海外旅行業者からの引き合いに対する初歩的対応 ⑥海外旅行業者からの要求についての理解 ⑦トラベルマートなど旅行関係の見本市についての理解（何のために出すか） ⑧旅行関係見本市への出店（単独の場合、共同の場合の両方あり）についての準備活動 ⑨海外の総合案内所（他ホテルと共同で海外でのセールス代理を委託する）についての知識、人脈の構築 ⑩直営セールスオフィスの活動についての知識			
A-5	M I C E（国際コンベンション）入門	①M I C E（meeting、incentive、convention、exhibition）の定義、目的、誘致の意義などについての基礎知識の習得 ②M I C Eの各分野についての、分類細目についての理解、特徴の把握 ③M I C Eに関する情報入手の方法についての知識 ④M I C Eの運営についての概要把握（設営、接遇などについての初歩的な知識）			
A-6	ウェブ・マーケティング	①ウェブ・マーケティングの基礎知識の習得 ②自社ホームページについての感想と他社H Pとの対比作業 ③ウェブサイトへの記事提出の練習（我がホテルの特色を自分の言葉で表現する訓練として） ④I T活用による宿泊部門のルーム販売管理の見学 ⑤I T支援業者とのコミュニケーション ⑥ウェブを用いた顧客管理の実態の見学、理解 ⑦I Tを利用した企業広報			
A-7	インバウンド客に向けての”着地型商品”の開発	①我がホテルの立地する土地柄についての、地誌的研究の初歩 ②我がホテル周辺の名所、旧跡、名物などの知識吸収 ③我がホテル周辺の植物などの生態系についての知識（四季折々の風物詩の理解） ④我がホテル周辺で起きる季節ごとのお祭り、催事などについての知識 ⑤我がホテルの環境がもつ”観光資産”の一覧表化 ⑥我がホテル発の日帰り旅行の企画 ⑦我がホテル発の1泊2日ないし2泊3日の旅の企画 ⑧着地型商品の定番化に向けて、他ホテルとの協業、旅行代理店			

		との打ち合わせなど ⑨以上の業務を遂行するための国内旅行業務取扱主任者の資格取得 (できれば一般旅行業務取扱主任者取得も勧めたい)			
A—8	リスク・マネジメント	①海外旅行者動向を日常的にウォッチすることの習慣化 ②突然のキャンセルについてのホテルごとの対処策を心得ること。 ③キャンセル業務などについての法務的な基礎知識 ④旅行者との契約のあり方についての基礎的な理解 ⑤インバウンド客からのクレーム処理についての一般的な損害賠償に関する法務の基礎知識			
B—1	「おもてなし」の基礎理解	①「おもてなし」(ホスピタリティ)と「サービス」はどう異なるか。おもてなしの定義についての考察 ②ホスピタリティ(西洋型)の語源とその精神の変遷 ③日本型おもてなしのあり方としての「茶道文化」の理解 ④「おもてなし」が経営にどう結びつくかのケーススタディ(グループディスカッション)			
B—2	国際文化交流のための知識1 日本文化の特性を知る	①中学校教科書レベルでの日本史、日本地理の習得 ②日本料理についての基礎知識 ③日本各地の代表的な郷土料理の知識 ④日本伝統の芸能(能狂言、歌舞伎、日舞など)についての知識 ⑤茶道、華道、書道などについての知識 ⑥ジャパニカル(アニメ、アイドル、ゲーム)についての知識 ⑦世界文化遺産、世界自然遺産などについての知識 *文化遺産の検定などがあるので、取らせるのもよい			
B—3	国際文化交流のための知識2 中国・アジア編	①中学校教科書レベルでの世界地理、国の成り立ち ②大雑把な国の成り立ち ③それぞれの国の宗教 ④各国別祝祭日の知識 ⑤それぞれの国が日本に何を求めているか、についての考察、ディスカッション			
B—4	国際文化交流のための知識3 イスラム・アフリカ編	①中学校教科書レベルでの世界地理、国の成り立ち ②特に、イスラム教、ヒンドゥー教の戒律についての知識、理解 ③食べ物についての禁忌 ④服装などについての戒律などについての理解 ⑤各国別祝祭日の知識 ⑥ホテル近辺のモスクの位置、あるいは礼拝できる場所の知識 ⑦それぞれの国が日本のどこに魅力を感じているか。についての考察、ディスカッション			
B—5	国際文化交流のための知識4 ヨーロッパ(ロシア含む)、南北アメリカ編	①中学校教科書レベルでの世界地理、国の成り立ち ②各国別祝祭日の知識 ③欧米からのインバウンド客が興味を持ちそうな文化的なコンテンツについての考察、スタッフによるディスカッション ④欧米の日本評価について、海外の雑誌などから情報摂取する ⑤欧米の旅行雑誌(一般消費者向け)から、彼らの旅行形態のブームを探る			
C—1	プロトコール(外交儀典)の基礎知識	①プロトコールとは何か、その理解(発生、意義、効果) ②そのホテルで経験した代表的なプロトコール事例の学習 ③国際的マナーとエチケットの基本動作			
C—2	外客接遇の「現場学」1 フロント業務	①ドアマン、ベル段階での各国別グリーティングの言葉の習得 ②「快く受け入れます」の態度が大事であること。アイコンタクトの重要性の反復練習 ③フロント・チェックイン作業の習熟。基本的な英会話習得を前提に予約確認、レジストレーションカードの記入などの諸作業の基本 ④チェックインの時の注意事項(チェックアウトタイムの確認、支払方法などについて)は曖昧性を排除し、はっきり伝えることの大事さ ⑤効率的な団体チェックイン ⑥サービス料、諸税についての説明 ⑦客室の延長使用、延泊など追加料金についての説明 ⑧パスポート、ビザなどについての理解。外国人登録証明書、出入国関連法規の初歩的なものについての理解 ⑨非常口案内の徹底(通路および客室内で) ⑩ホテル内ピクトラム(絵言葉)の説明 ⑪特殊ながら「和室」ご利用の場合の部屋の使い方の説明(浴衣、丹前、床の間、畳、襖、障子、必ず靴を脱ぐことなど) ⑫大浴場併設のホテルの場合は、その使い方、入浴法の指示 ⑬テレビ、電話、ウィッシュレットの使い方指示			

		⑭ルームキーのとり扱い方 ⑮冷蔵庫の使い方と精算のしかた ⑯マッサージ・エステの案内 ⑰WiFi 環境、インターネット接続のこと ⑱両替、国際為替業務、国際郵便、国際宅配便の手配。外国のカードでも利用できるATMの所在について ⑲身障者対応の英会話初歩 ⑳忘れ物対応			
C-3	外客接遇の「現場学」2 レストラン・宴会部門	①飲食施設の業種・特徴の説明 ②飲食施設の特徴のある内装などの説明 ③日本料理の特色（盛り付け、構成、調理技術など）についての説明 ④日本料理の種類（茶懐石、会席、精進料理など）について ⑤すし、焼き鳥、しゃぶしゃぶ、すき焼きなど伝統食についての知識 ⑥お箸の使い方 ⑦ビュフェ、カフェテリアなど食事の提供形式についての説明 ⑧各国料理では、宗教による食材の禁忌に配慮する ⑨主要素材については英語表現できること ⑩「時価」がある場合の説明 ⑪外国にはない「突き出し料」「席料」の概念についての説明 ⑫サービス料とチップの違いについての説明 ⑬宴会場については、その部屋への適切な案内			
C-4	外客接遇の「現場学」3 コンシェルジュの役割	①単なるインフォメーション・ガイドではないことの理解 ②顧客の心の深いところにある本当の「ウオント」を探り出すことの大事さの理解 ③必要な情報をどう得るか、ITを援用する情報獲得術 ④自らの足と目で情報を確かめる習慣について ⑤「ノウフー」（KNOW-WHO）を充実させるための基礎素養（人との付き合い方のマナーとエチケット）の磨き上げ ⑥顧客の問題解決に向けて必要なホテル各部門との連携、コンシェルジュ同士のチームワークの重要性理解			
D-1	英語力	①挨拶用語（こんにちわ、おはようなど） ②お別れ用語（さようなら、他） ③お礼とお詫び ④時候（天気）の挨拶 ⑤数字の読み方（序数含む） ⑥時刻の言い方、電話番号、客室番号の言い方 ⑦月、曜日の言い方、日付の付け方 ⑧簡単な医療関係用語（医者の種類、薬、症状、病名） ⑨身体の一部 ⑩YES、NO など相槌の打ち方 ⑪英字新聞の見出し程度は理解すること			
D-2	第2外国語	①挨拶用語 ②お別れ用語 ③お礼とお詫び			
D-3	ビジネス英語	①電話対応の基礎 ②英文ビジネスレターの基本書式 ③英文eメールの注意点 ④英語による自己紹介 ⑤英語による我がホテルのプレゼンテーション ⑥企業の部署名、役職名などの英文表記など企業活動に必要なビジネス・ボキャブラリーの整理と活用			

4 インバウンド対応ができる中核的ホテルマン育成のためのカリキュラム(シラバス)

表題のテーマについて、カリキュラム素案ならびにシラバス案をまとめるにあたっては、以下のような諸点に留意しております。

- ①インバウンド観光客の受け入れ役を担うことは、民間レベルの文化交流大使をつとめることだということ構えを基本としたい（職位がもつ使命）。
- ②このことを担うことによって、将来的に我が国の宿泊業界（ホテル旅館その他）、サービス産業（外食、テーマパーク他）の安定的集客がはかれ、ビジネスとして真に国際化していく契機となることを理解する。ひいては、それが世界の平和にも寄与し、かつ我が国の経済的基盤も強化できることも併せて考えたい（業界のグローバル化）。
- ③国際化の相互交流とは、お互いの国の文化、風習を尊重しあうことであり、心を広くして、できる限り多くの国からの来客を迎えたい（来客もてなしの公平性）。
- ④当然、外客の皆様に日本の良さを理解していただく努力を怠らない。それが結局は我が国の存在の大切さを世界に訴えることになること（文化による防衛）。
- ⑤以上の観点から、この主題にもとづくカリキュラムは、大きく分けて、
 - （１）これから必要とされる文化理解（日本と各国）
 - （２）インバウンド観光客を相手とする接遇の専門業務知識とその実践の二部構成とする。
- ⑥現在の大学、短大、専門学校の学事日程の標準に鑑み、
 - （１）を前期日程（４月～８月上旬）に、
 - （２）を後期日程（９月下旬～２月）に配当し、
それぞれ１５回ずつの講義計画とした。
- ⑦（１）、（２）ともに高度な専門知識が必要となり、ひとりの教員で全部をカバーできると思われる。講義内容の連続性を考えると、前期ひとり、後期ひとりの専任教員体制が望ましいが、前期・後期ともそれぞれの得意分野での外部教員を３～４人招聘してのオムニバス形式も検討すべきだろう。

シラバス

科目名：ホテルマンのための国際文化交流論…日本と世界両方を知るために		期別：前期
1	我が国の観光立国論とインバウンド客受け入れの理念 なぜ、我が国がこれからインバウンド観光客の誘致を本格的に考えなければならないか。その理由を観光統計などを利用しながら、政策論的に論議しながら、それが個別ホテル旅館企業経営にどう資するか、についても考える。	
2	「おもてなし」の基礎理解 我が国の伝統というべき、他者の来訪を歓迎し、受容する文化の深さを「おもてなし」の言葉に集約し、そこに宿る精神のありかたを儀礼、習俗、黙約などの観点から知ってもらう。	
3	日本文化の特性① 歴史・地理 訪日外人客に日本の姿を知ってもらうための簡にして要を得た日本史の知識（他国の歴史との対照年表などをつくると効果的）習得、また日本の地理的、地政学的な特徴もここで触れる。	
4	日本文化の特性② 料理と飲料 大事なのは食事の文化。日本人がどのようなものを食べ、どのような食事のスタイルをとってきたかなどを論じる。ここでは懐石料理に代表されるおもてなし料理の哲学や日本酒の特性などを俎上にのせる。	
5	日本文化の特性③ 文化 歌舞伎、お能といった伝統芸能だけでなく、アニメ、アキバなどのジャパニカルまで含めて、日本の文化の歴史性と先端性の両方を視野に入れたダイナミックな視野で語りたい。	
6	日本文化の特性④ 温泉 日本が誇る温泉文化。温泉の定義と歴史。温泉がもつ魅力をあらゆる角度から分析する。日本観光のある意味、鍵となるほどの資産がここにあるはずだ。	
7	日本の文化遺産・自然遺産・産業遺産・祭り 日本の中で世界に認められた観光資産を、ここで総合し、おさらいをしておく。また地域文化の華としての祭りについても学ぶ。	
8	世界を知る① 中国語圏 これから訪日観光客の中核をなしていくであろう中国語圏の観光客は何を求めているか、そして対応にはどんな配慮が欠かせないか。文化的、風習的、政治的な摩擦をあらかじめ避けるために考えるべきことを学習する。	
9	世界を知る② アジア圏 今、タイからの入込客が急増中だが、将来はこれに加えて、インド、インドネシアなどからの訪問客も増えることだろう。宗教のちがいがいもあり、対応にはきめ細かさが要求されるところだ。	
10	世界を知る③ イスラム圏・アフリカ圏 近代化モデルの先進国として、日本の存在は決して彼らの国にとって軽いものではない。日本の宗教的寛容さも彼らにとっては魅力だろう。但し、イスラムは戒律がきびしく、それを理解することが大事だ。そのあたりの民族性をきちんと理解すること。	
11	世界を知る④ ヨーロッパ（ロシア含む）・南北アメリカ圏 欧米先進国の日本への興味は、物質的な欲望よりも日本がもつ「もったいない」「おもてなし」などを含む、精神的な文化のルーツだろう。そういう彼らが「旅」に求めるスタイルを考察する。	
12	プロトコール（外交儀典）の基礎知識 他国からの外交団を受け入れる際には、国際的に定められている典礼の体系ある。それらを学ぶことによって、他国との無用の摩擦をさけ、生産的な関係に入る知恵を学び取ることができる。	
13	ジャパニカルイズムの経済学 日本に来るためにどんなコストパフォーマンスのいい手段があるか。またリーズナブルに日本滞在を楽しむために、どんなことを知っていればいいか。いわばお得になる「旅の掟」を学ぶ。そこにはチップと心づけ問題などまで含みこまれる。	
14	外客を迎えるためのエリア・ホスピタリティ 外客に魅力を訴えるためには、個々のホテル旅館だけのホスピタリティだけでは力が足りない。どうしても、地域全体が外客を歓迎している姿が必要だ。外客をも視野に入れた町づくりについて考える。	
15	おもてなしの国になること・再説 インバウンド客を誘致し、世界に日本の良さを発信することの意義とはなにか。あらためて、グローバルな視野から、おもてなしの哲学を見直す	

科目名：ホテルマンのためのインバウンドツーリズム実践学…日本と世界両方を知るために …世界を「おもてなし」でとりこにするために		期別：後期
1	インバウンドツーリズムの実態 観光庁の諸統計を利用して、我が国のインバウンドツーリズムのなりゆきを振り返る。日本の経済情勢の変化がどう反映しているか、また国際的な政治状況とのからみはどうだったか。インバウンドツーリズムを考える上での基礎知識を習得する。	
2	インバウンド・マーケティングの戦略策定 インバウンドの中でも重要なターゲット設定について考える。重点的に狙う国はどこで、どんな理由によるものか。FITかグループか。所得層はどう考えるのか。それぞれのマーケティング政策のメリット・デメリットについて論議する。	
3	MICE（コンベンション）論 国際的な集まりについて、どう情報を得て、どう誘致作戦を展開するか。2020オリンピック誘致の成功も含め、多くの具体的事例をまじえ、インバウンドツーリズムの“華”コンベンションについて考察する。	
4	国際セールス論 GDS（グローバル・ディストリビューション・システム）にどう対応していくか。国際リファーマル組織と組むことのメリット・デメリット。国際広報のありかた。海外セールスオフィスの有効性についてなど、海外旅行エージェントとの交渉術まで視野に入れた生きた営業論。	
5	ウェブマーケティングへのアプローチ もはや国際マーケティングに欠かせないIT活用技術。自社のウェブサイトはどう構築し、運営するか。また、それをどのように海外優良顧客のリピータ化につなげるか、などについて解説。	
6	インバウンド客に魅力的な商品開発論 ホテル旅館が地域と組んで、どう外客にとっての魅力的で、かつ売る側としての付加価値の高い企画商品が作れるか、考えてみる。	
7	インバウンドツーリズムのリスクマネジメント 外客誘致にはどうしてもキャンセル問題などの発生が完全には防げない。そういう意味でのカントリーリスクにどう対処するか。また、外客との現場でのトラブルをどう解決するか。状況によっては国際私法の出番になるために、ここでは財務・法務のリスクに対しどう準備すべきかを学ぶ。	
8	外客現場接遇学 その1 外客の宿泊予約、アサイン、また様々なリクエストなどについて、どう現場で対応するか。最低限、必要な英会話の事例を含めて学ぶ。	
9	外客現場接遇術 その2 レストラン・コンベンションの現場での外客とのコミュニケーションをとりかたについて。食事作法や、食器の使い方、食材の説明の仕方について、食文化の背景まで、できれば英語での説明ができることが望ましい。	
10	外客現場接遇術 その3 コンシェルジュの役割 外客にとって一番頼りになるのが、コンシェルジュの存在。ここでは、多くの役目をもつコンシェルジュがとくに外客に対して果たせる役割について考察してみる。	
11	これは“英語”でなんというか 日本特有のものをどう英語で表現するか。追求していったら、きりのないテーマではあるが、ここでは料理名や食材の名前、風習などがどう英語で説明されているか、代表的なものだけでも、学んでみる。	
12	演習1 外客向け“着地型旅行商品”を企画してみよう 少人数グループに分けて、外客の国別、年齢別などを加味して、彼らが喜ぶ、自分のホテル旅館の立地を生かした着地型の魅力的な旅行商品を共同研究する。そして、それをプレゼンしあう。	
13	演習2 レストランで外人さんがトラブル さあ、どうする 外客がホテル旅館の現場で起こすトラブルを想定し、それへの対処策をみんなで考え、それをマニュアルにまで加工してみる。	
14	演習3 外客への個人的な感謝を示すアイデア合戦 これらは、ホテルマンひとりひとりが、お客個人に対し、仕事ベースではなく、ある意味、私的ベースで好意や感謝を形にして、提供することが本当の顧客を確保することにつながる時代。それを外客に対してするのなら、どんな贈り物、どんなことをしてあげれば喜ぶだろう。それを考えてみる。	
15	インバウンドツーリズム 総まとめ インバウンドビジネスがもたらす文化交流の意義、我がホテル旅館の営業効果、そして自分が外客と接することで果たせる自己育成について、様々なテーマをまとめて、俯瞰図を提供する。	



産学連携インターンシップモデルコース

- ・ 評価指標



1. はじめに

学校教育で取り組まれているインターンシップ、とりわけ、大学でのインターンシップについては、課題が山積みであり、その大きな原因には「ホテルと大学との間で真のコミュニケーションがとれていない」、「期間が短すぎる」などが挙げられる。

米国では、ホテル産業界の質的な向上を目指して、ホテル産業側からインターンシップを実施しようという動きが起こり、そこに学校側が賛同して、現在のインターンシップ制度が確立してきた。

これに対し、日本では産業界側からの動きが特になく、学校側が企業に依頼してインターンシップを実施するという構図が一般的であり、そこにはホテルが負担を強いられるイメージが定着している。受け入れるホテル側も、オペレーションを身につけることを第一義的な目的としてきた専門学校等の「研修」以上の対応をどのようにすべきかわからず、単純作業をする一労働者としてしか扱えない事例が次々と報告されている。

そこで、インバウンド人材育成に特化した本事業では、専門学校や大学において高い教育効果が期待できる「インバウンド対応可能な人材育成のためのインターンシップ」のモデルコース及び評価指標を設計する。

2. 調査・開発の方法と手順

調査・開発の方法と手順は次の通りである。

まず、有識者へのインタビューなどをもとに、インターンシップの課題を明らかにしながら、インバウンドに焦点をあてたインターンシップを実施するために必要な要素を抽出した。これをもとにインターンシップモデルを策定し、評価指標を設計した。

このインターンシップモデルを試験的に実施するにあたり、受け入れホテルとの調整を経て、事前指導、インターンシップ、事後指導の内容および評価指標を再構築して実行に移した。その後、受け入れ先への意見聴取、学生の反応や感想などをもとに、よりよいインターンシップモデルと評価指標、実施にあたっての留意点を提示した。

3. 要件の抽出

(1) インバウンド対応人材育成のための知識体系

関連事業で設計した「インバウンド対応ができる中核的ホテルマン育成のためのカリキュラム案より、知識体系の整理を引用すると次の通りとなっている。(表1)

表1 インバウンド対応可能なホテルマン育成のための知識体系

A マーケティング&マーチャンダイジング	
1	観光立国の理解
2	インバウンド・ツーリズムの実態
3	インバウンド・マーケティングの戦略策定
4	国際セールス論
5	M I C E (国際コンベンション) 入門
6	ウェブ・マーケティング
7	インバウンド客に向けての”着地型商品”の開発
8	リスク・マネジメント
B マーケティング&マーチャンダイジング	
1	「おもてなし」の基礎理解
2	国際文化交流のための知識1 日本文化の特性を知る
3	国際文化交流のための知識2 中国・アジア編
4	国際文化交流のための知識3 イスラム・アフリカ圏編
5	国際文化交流のための知識4 ヨーロッパ(ロシア含む)、南北アメリカ編
C オペレーション	
1	プロトコルの基礎知識
2	外客接遇の「現場学」1 フロント業務
3	外客接遇の「現場学」2 レストラン・宴会部門
4	外客接遇の「現場学」3 コンシェルジュの役割
D 語学	
1	英語力
2	第二外国語
3	ビジネス英語

表1は、新入社員から課長クラスの中堅社員を想定し、身につけてほしい知識を体系的にまとめたものである。大学および専門学校の学生向けインターンシップにおいては、この他に、外客接遇の基本的

な心構えや接遇の基本を事前に学ぶ必要がある。重要なポイントは、

- ① 基本的なお迎えの姿勢は、日本人のお客様とかわらない
- ② お客様の国や地域の文化や旅行形態を知る（メインターゲットから順次着手）
- ③ 日本の特性を知る（海外との違い、文化、歴史、地理、観光情報等）

というところにある。

インバウンド対応に際して、とにかく、お客様の国や地域の風習に合わせることを第一義的に考えてしまいがちだが、すべての国や地域に合わせる事は不可能であり、そのような対応を行っている国は世界中を探しても見当たらない。日本人のお客様と同様に歓迎の気持ちをもって受け入れることが第一である。

しかし、宗教や好みによって相手に合わせる必要性も出てくるであろう。例えば、イスラム教には様々な宗派や戒律があり、ハラールフードの提供が必要になったり、お祈りのために日の出と日没の正確な時間や、方角の把握が必要になったりする。相手の事を知り、どの部分を相手に合わせて変更すべきなのか、どの部分は日本のやり方を説明してこちらにあわせていただくのかを考えなければならない。そのためには、日本のことを良く知り、日本の特性を知った上での対応が必要となる。

他方で、外国人旅行者を「マナーが悪い」と評価するケースを数多く見る。この原因のほとんどは文化の違いによるものであり、マナーが悪いのではなく、知らないだけなのである。この文化の違いは、海外からのお客様の側の不満に通じる事もある。例えば、ウズベキスタンからの旅行者に、「日本のお店はどこも笑顔で挨拶をしてくれて親切ですばらしい。しかし、なぜレストラン等で氷入りの水を出すのか？不親切だ」といわれたことがあった。詳しく聞くと、ウズベキスタンでは無料の温かいお茶を提供する事が一般的であり、冷たい飲み物は体に悪いと敬遠されるのである。

別の事例をみてみよう。ある国・地域のお客様方が当然のように飲み物を持込んで困るというレストランがあった。そのお客様の地域ではレストランに持ち込み料金無しで飲み物を持参するのはごく普通の事だったというようなこともある。お客様とスタッフ、また同じ空間に居合わせる他のお客様のストレスを軽減するためにも互いの文化の違いを知り、どのように情報提供をするかもきちんと考えなければならない。

また、インバウンド対応をするスタッフは、水際でお客様と接し、お客様の日本に対する印象を決める重要な役割を果たす。日本や、ホテルの立地する地域の知識を身につけておく必要がある。

（２）インタビュー結果

インバウンド対応が可能な人材育成を目的とした、ホテルでのインターンシップの構築にむけて、有識者へのインタビューを実施した。インタビューの対象者、実施日時・場所、対象者、選定理由のプロフィールは次の通りである。

表2 インタビュー実施概要

1. 玉井和博（たまい・かずひろ）氏 立教大学観光学部教授 株式会社ホテル京急 元代表取締役社長、 ホテルパシフィック東京元総支配人	2013年11月14日(火) 18:00～18:45	立教大学池袋キャンパス
プロフィール：1971年立教大学経済学部卒。京急興業（現・不動産）株式会社入社。93年株式会社ホテル京急出向（03年転籍）。ホテル・グランパシフィックメリディアン開業準備室資材担当課長、99年同総支配人室長、同取締役副総支配人兼営業総括部長、ホテルパシフィック東京常務取締役総支配人、08年株式会社ホテル京急代表取締役社長 ホテルパシフィック東京総支配人を経て、2010年より現職。 選定理由：ホテル業界での実務経験が豊富で、東京・横浜エリアの総支配人を束ねるGM会の発起人である。現在は大学サイドに籍を置き、日頃より業界と大学との間のギャップを感じておられるため。		
2. 大野恵子（おおの・けいこ）氏 株式会社ベラミモンド 代表取締役社長 （ホテルコンサルティング業）	2013年12月12日 12:30～14:30	ル・カフェ・ベルトレ（表参道）
プロフィール：法政大学大学院社会学研究科経営学専攻、経営学修士。エールフランス航空入社、メリディアンホテル事業部へ配属、その後、日本地区マネージャー等を経て、平成10年よりコンコルドホテルインターナショナル株式会社代表取締役社長、フランス法人コンコルドホテルズマーケティングディレクター等を経て、平成25年7月よりホテルの経営コンサルティング企業株式会社ベラミモンドを設立し、代表取締役社長に就任。 選定理由：世界中から観光客を集めるパリに本部を置くホテルチェーンの本部にて、マーケティングを担当されていた経験を持ち、現場にも詳しい。また、近年では、日本国内ホテルのインバウンドに関するコンサルティングを多く手がけているため。		
3. 平尾彰士（ひらお・あきお）氏 日本スターウッドホテル株式会社 元会長	2013年12月19日 14:30～16:30	神戸屋キッチン アトレ恵比寿店
プロフィール：ワシントン大学経営大学院修士課程修了。1967年、サンフランシスコ都ホテル（ウェスティン経営）で副総支配人。1985年ウェスティン ホテル&リゾート アジア地区セールスオフィス副社長。2001年よりスターウッドホテル&リゾート ワールドワイド日本・韓国・グアム地区統括社長を歴任し、2006年より日本スターウッドホテル会長を務める。2008年より2年間、立教大学観光学部特任教授。 選定理由：世界的なホテルチェーンの日本地域の会長をつとめ、国際的に活躍してこられた方であり、特に日本のインターンシップとアメリカのインターンシップの相違点に詳しいため。		

次の表3は、三者へのインタビューを整理したものである。

表3 インタビューのまとめ

＜インターンシップ全体の課題と留意点＞

- ・ インターンシップの学生をホテル側がアルバイトと同様に扱ってはならない。
- ・ 理想的なインターンシップは現場を経験した後に、必要に応じてマネジメントについて学べるもの。
(ホテルの地域での役割、市場での役割、それぞれのサービスの意味、自分ならばどのようなホテルマネジメントを行うか等、一歩踏み込んだ学びが必要である)
- ・ インターンシップが企業や業界にプラスになるものであることが望ましい。
- ・ 3日間のスケジュールで実施するならば、ホテルの経営の仕組みと基本的なオペレーションの技能が身に付いている学生が望ましい。したがって、ホテルの関連科目を履修済みであり、かつ、長期インターンシップ経験者であること。

＜インバウンド対応のためのインターンシップの内容に関する助言＞

語学

- ・ 英語は必須。その他の言語は挨拶程度の能力があるとよい。
- ・ 外国語が得意でない学生にお客様への対応を任せると、お客様の不利益や現場の混乱、クレームへの発展の恐れがあるので注意。(特に宴会はお客様のリクエストが同時に多数発生する可能性が高いので、現場に語学堪能なスタッフを1、2名配置しているからといって、学生に接客させると思わぬトラブルが発生する事がある。)
- ・ 英語ができない学生には、徹底して見学(シャドーイング)させる事が有効。
- ・ ある程度外国語ができる学生には、すいている時間などに接客をチャレンジさせると学びの効果が高い。世間話程度でもよい。

事前に学んでおくべき事

- ・ お客様の出身地域と文化、特に宗教についてはタブーが多いので事前にきちんと学びたい。
- ・ 出身国・地域によって、観光行動特性が異なるので知っておきたい。
- ・ 日本の文化、歴史、地理。(富山の場合は日本全体に関する知識はそれほど必要でない可能性が高い。どちらかという富山の情報が求められるだろう。)
- ・ 立地する地域、または周辺の有名観光地の文化、歴史、地理。
- ・ MICEについて把握しておくべき。
- ・ グローバルな接遇の基本。

ホテルにおいて座学で教育すべき事

- ・ 予約ルート、予約システムの概要、留意点
- ・ トラブル対応の基本
- ・ お客様のリクエストにどこまでお答えすべきか(現場での指導も)

その他留意点

- ・ 求める能力は、ホテルの業態によって異なるだろう。
- ・ 実習できる部門が限定されるならば、料飲部門が望ましい。お客様と接触する時間が長く、リクエストも多い。しかし、宿泊、料飲、宴会のすべてを回れる事がベスト。
- ・ 現場では、入社1年目程度のスタッフが関わるオペレーションの部分を見学・実習する。

- ・ インバウンド客がいない日程で実習を行っても意味がないので気をつける。宴会は比較的早い時期から予約が入るので、インターンシップの日程を決める際に参考にするとよい。

評価

- ・ インタビューを実施する。その際、実習内容と現場がわかっている人が担当すべきである。

4. インターンシップモデル・評価指標の策定

(1) インターンシップモデルの構築

文献調査およびインタビューの結果を元に、当事業におけるインターンシップモデルを構築する。

所与の条件は、

- ・ 富山情報ビジネス専門学校の学生 5 名
- ・ 期間は 1 月末から 2 月上旬の 3 日間
- ・ 富山市またはその周辺のホテルで実習

というものであった。

まず、対象学生については、短期間で実務やホテル運営の基礎知識を教えながら実施する事は困難と考え、ホテルでの実習経験、ホテル関連科目の履修状況を鑑み、2 年次の男女の学生とした。専門学校の後期末試験が終わる 1 月末から 2 月上旬の連続する 3 日間で、座学と宿泊、料飲、宴会部門の実習（見学）を行い、最終日に達成状況をチェックするためのインタビューを実施することとした。（表 4）

実習先のホテルは、富山国際会議場に隣接し、インターコンチネンタルホテルズ&リゾーツの傘下にある、ANA クラウンプラザホテル富山にご協力いただくことが決定した。都市型多機能ホテルである。

表 4 インターンシップ参加学生一覧

富山情報ビジネス専門学校ホテルブライダル学科 2 年生

履修済み関連科目（全員共通）：ホテル概論 IA、IB、宿泊業務論 IA、IB、料飲宴会レストラン実務 IA、IB、サービス接遇 IA、IB、ホスピタリティ IA、IB、英会話 IA、IB、中国語 IA、IB、ホテルマネジメントⅡA、ⅡB、ホテルマーケティングⅡA、ⅡB、ホテル労務管理・会計ⅡA、ⅡB、サービス接遇ⅡA、ⅡB、サービストレーニングⅡA、ⅡB、英会話ⅡA、ⅡB、TOEICⅡA、ⅡB、中国語ⅡA、ⅡB

参加者性別	実習経験	英語能力
A 氏（男性）	ヴィラ・グランディス ウェディングリゾート（2 週間）／ホテルグランミラージュ（約 1 ヶ月）	ほとんど話せない。相手の話もほとんど理解できない。
B 氏（男性）	ホテルグランテラス富山（約 1 ヶ月）／リゾートトラスト（エクシブ琵琶湖）（約 3 ヶ月）	日常会話はできないが、何となく相手の話を理解できる。単語は出てくるが長文での会話は難しい。とても積極的に相手と話そうという姿勢がある。何となく会話は成り立つ感じである。
C 氏（男性）	ホテルグランテラス富山（約 1 ヶ月）／ヒルトン東京（約 2 ヶ月半）	日常会話はできないが、何となく相手の話を理解できる。単語は出てくるが長文での会話は難しい。
D 氏（女性）	IKK 株式会社キャナルサイドラッシュ（約 1 ヶ月）／和倉温泉多田屋（約 1 ヶ月半）	日常会話はできないが、何となく相手の話を理解できる。とても積極的に相手と話そうという姿勢がある。

E氏（女性）	富山エクセルホテル東急（約2週間） ／オークスカナルパークホテル富山 （1週間）	日常会話はできないが、何となく相手の話を理解できる。単語は出てくるが長文での会話は難しい。
--------	--	---

これらの条件をもとに作成した、①事前指導内容、②実習内容、③事後指導内容は次の通りである。

①事前指導内容

- ・ インバウンド・ツーリズムの理解
- ・ 外客接遇の基本的な心がまえ
- ・ グローバルな接遇の基本
- ・ 基本的な会話パターン（あいさつ等）
- ・ 台湾の文化・歴史・地理
- ・ 富山の文化・歴史・地理

②実習内容

当初、実習先ホテルに提案したスケジュールは次の通りであった。

表5 インターンシップ計画（当初案）

初日 午前 ・・・座学 セミナー内容の例 ・ ホテルを利用する外国人旅行者の主な構成（国・地域別／団体 or 個人／ビジネス or 観光等）と、それぞれの国・地域別行動特性 ・ 予約の流れ、どのような旅行形態及びリクエストがあるか（グループ／個人、添乗員の有無、移動手段、観光の様子など ・ どのようなエージェントを通じてどのように予約をするか（旅行会社の名前や予約システムの概要） ・ リスク・マネジメントについて、ホテルのマニュアルを用いた指導（トラブル・緊急対応等） 初日午後 ・ ベルスタッフ体験 ・ チェックイン業務の見学または補助。（可能ならば、すいている時間帯に1、2件担当させていただく。（学生の語学力に応じて） ・ 可能ならばルームサービスの同行等 2日目 午後～夜 ・ 訪日外国人が参加する宴会の設営、運営、撤収などの見学と補助。どのような点が日本人向けの宴会と異なるかを学ぶ。（外国語ができない学生は、お客様と接する最前線には出ない形で）
--

3日目 早朝～午前

- ・ 料飲部門で朝食サービス。バッシングだけでも可。外国人旅行者の行動の様子や他のスタッフの対応の状況を見学させる。
- ・ チェックアウトの時間帯は、チェックアウトとキャッシャーの業務を見学。

3日目午後

- ・ 実習の評価に関するインタビュー

この計画に対して、人事・総務担当者からは大筋で合意を得たが、各部門との調整が必要であり、受入決定段階及び調整段階で次の事が判明していた。

- ・ 近年、ANA クラウンプラザホテル富山を利用する外国人旅行者のほとんどが台湾からの観光目的の団体客である。大型バスを利用し、添乗員を随行している。ほとんどが夕食をホテル外のレストランでとり、朝食のみを利用する。到着時刻が遅く（夜8時～9時）、出発時間が早い（朝8時頃）ため、チェックイン/チェックアウト業務を迅速に行うよう配慮している。
- ・ 立山黒部アルペンルートが閉鎖されている時期は外国人旅行者が著しく少なくなる。
- ・ 通常、外国人の宴会利用はほとんどない。インターンシップ実施予定期間にも予約ははいっていない。
- ・ 外国人のお客様向けリスク・マネジメントのマニュアルはない。スタッフのほとんどが日常会話程度の英語力があるため、必要があれば個別に説明する。
- ・ 外国人のお客様はほとんどルームサービスを利用しない。
- ・ インバウンド対応というよりも団体客対応のスキルが重要となる。基本は旅行会社や添乗員との連携だと考えている。

また、実施を希望している日程の中で、海外（台湾）からのお客様の利用がわかっている日程はいずれも週末の土曜、日曜の1泊2日のみであったため、土日の2日間に集中させた日程としたいとの要望があった。さらに、各部門との調整が当日まで行われた。

③事後指導内容

事後指導の目標は、学生を適切に評価しながら、インターンシップに参加した他の学生と、学びの内容や気づきを共有すること、学生自身が達成の度合いや不足する能力および課題を認識し、不足している知識を補完することにある。

事後指導の実施内容は次の通りである。

- ・ 達成度評価シートによる自己評価

- ・ 達成度評価シートによる担当者の採点
- ・ 担当者からのコメントする
- ・ インタビューの実施（自己評価、担当者評価を元に）
- ・ インタビュー結果及び、自己評価、担当者による評価を元に、達成の度合いや不足する能力、課題を指導する

（２）評価基準の構築

評価のために、次の３点の評価表を作成し、使用した。①、②は、富山情報ビジネス専門学校が通常のインターンシップで使用している評価項目であり、③がインバウンド対応に特化した評価シートで、本事業のために設計したものである。

- ① 実習自己評価表（インターンシップ参加者が自分自身で記入）
- ② 実習評価表（ホテル担当者が記入）
- ③ インバウンド対応評価表（参加者が自分自身で自己評価し、記入したものをみて、インタビュー担当者が評価欄に記入）

同じ項目について、自己評価とホテル担当者による評価の両方を行う事で、ギャップを確認できる。実際に使用したインバウンドの評価表は巻末の資料編を参照されたい。

表６ 実習評価表、自己評価表の評価項目一覧

- | |
|---|
| <ol style="list-style-type: none"> 1. 無断欠席および遅刻について 2. 職場での規律の遵守について 3. あいさつについて 4. 身だしなみについて 5. お客様や周囲の人に対しての言葉遣いについて 6. 周囲の人とのコミュニケーションについて 7. お客様や周囲の人に対して、明るく・優しく・親切に接する事ができたか 8. 実習中における業務は正確に処理することができたか 9. 実習中における業務について積極的に修得しようとする姿勢があったか 10. 機敏な行動をとる事ができたか |
|---|

以上の項目について、大変良い（１０）から大変悪い（５）までの６段階で評価する。

この他に、①には本人へのメッセージ欄、学校へのメッセージ欄、実習期間出席状況欄（出席日数、

欠席日数、遅刻回数、早退回数、備考)が、②には本人のコメント欄が設けられている。

③は、インバウンド対応の項目に絞り込んで作成したものである。具体的には、インターンシップで学んでほしい項目を「1. インバウンド対応の基本」「2. メイン顧客層の特性」「3. 日本・地域文化」「4. 緊急時の対応」「5. 予約」「6. 宿泊部門」「7. 料飲部門」「8. 宴会部門」「9. 語学力」の9項目にまとめ、これらを評価・確認するための質問を2から4つ用意し、全23項目についてインタビューを行い、6段階で評価することとした。

評価のためにループリック¹(評価基準)を策定した。1～8については表7を、9については表8を適用する。

表7 インバウンド対応に関する評価基準(語学以外)

- | | |
|---|---|
| 5 | 内容を正しく理解し、問題なく実践できる。／インターンシップ中に機会はなかったが、実践できそうである。 |
| 4 | 内容を正しく理解し、完全ではないが、ほぼ実践できている。あるいはその場で簡単なアドバイスを受けながら間違いなく実践できる。／インターンシップ中に機会はなかったが、ほぼ実践できそうである。 |
| 3 | 内容をほぼ理解しているが、理解しきれていない部分があり、実践させるには不安がある。／インターンシップ中に機会はなかったが、実践させるのは難しそうである。 |
| 2 | 内容を大まかに理解しているが、正しい理解には至っていない。 |
| 1 | この項目について重要である事はわかっているが、内容はほとんど理解していない。 |
| 0 | 重要性に気づいておらず、理解していない。 |

表8 インバウンド対応に関する評価基準(語学)

- | | |
|---|---|
| 5 | お客様が話す内容を理解できる。敬語表現も含め、接客に際して問題ないレベルで応対できる。 |
|---|---|

¹ ループリックとは、米国で開発された学修評価の基準の作成方法であり、評価水準である「尺度」と、尺度を満たした場合の「特徴の記述」で構成される。

記述により達成水準等が明確化されることにより、他の手段では困難な、パフォーマンス等の定性的な評価に向くとされ、評価者・被評価者の認識の共有、複数の評価者による評価の標準化などのメリットがある。

コースや授業科目、課題(レポート)などの単位で設定することができる。

国内においても、個別の授業科目における成績評価などで活用されているが、それに留まらず組織や機関のパフォーマンスを評価する手段とすることもでき、米国 AAC&U (Association of American Colleges & Universities) では複数機関間で共通に活用することが可能な指標の開発が進められている。(文部科学省資料より)

- 4 お客様が話す内容を理解できる。敬語表現などに難があるものの意味は通じるレベルで応対できる。
- 3 お客様が話す簡単な内容を理解できる。敬語表現などに難があるものの、だいたいの意味が通じるレベルで応対できる。
- 2 お客様が話す簡単な内容を理解できるが、こちらの意図は単語を並べて伝えられるレベルでの応対ができる。またはほとんど伝えられない。
- 1 挨拶やごく簡単なやりとりのみできるレベル。
- 0 外国語での意思疎通がほとんどできないレベル。

インタビューの質問内容は、表9の通りであり、インタビューは、ホテルの担当者など実習内容を把握している者が担当する。

表9 インバウンド対応に関するインタビューの質問内容

1. インバウンド 対応の基本	・外国人のお客様を前にした時の心構えを理解しているか？
	・食事に関する具体的な留意点を理解しているか？
	・食事以外の具体的な留意点について知っているか？
	・外客への基本的なマナー（ふるまい）を理解しているか？
2. メイン顧客層 の特性	・日本との関わり、日本に対するイメージを理解しているか？
	・食事に関する特性や注意点を理解しているか？
	・食事以外の行動特性を理解しているか？
3. 日本・地域文 化	・日本の歴史・文化を理解しているか？
	・富山の基本情報及び観光情報を理解しているか？
4. 緊急時の対 応	・遺失物対応を理解しているか？
	・お客様が病気の場合の対応を理解しているか？
	・火災・地震等の場合の対応を理解しているか？
5. 予約	・外客特有の予約の傾向や予約ルートを理解しているか（どのようなエージェントを通じてどのように予約するか）？
	・インバウンド客獲得のための営業戦略を理解しているか？
	・インバウンドの予約を受ける際の留意点を理解しているか？
6. 宿泊部門	・主要業務の流れを理解しているか？

	・外客の特性や留意点を理解しているか？
7. 料飲部門	・主要業務の流れを理解しているか？
	・外客の特性や留意点を理解しているか？
8. 宴会部門	・主要業務の流れを理解しているか？
	・外客の特性や留意点を理解しているか？
9. 語学力	・英語の運用能力について
	・その他、メイン顧客層の母語の運用能力について

(3) インターンシップモデルの試行

1) 実施概要

日程：2014年2月8日（土）～2月9日（日）

対象学生：富山情報ビジネス専門学校2年生 5名（男子学生3名、女子学生2名）

ホテル名：ANA クラウンプラザホテル富山（富山県富山市大手町2-3）

（251室、レストラン・バー3箇所、宴会場あり、都市型多機能ホテル）

<http://www.anacrowneplaza-toyama.jp/index.html>

当日のインバウンド客の動向：台湾からの団体観光旅行（貸し切りバス利用）1組28名

（15室）20:00到着、8:00出発予定。朝食利用。宴会場の利用なし。

受け入れ担当：総務・人事支配人

学生指導担当：富山情報ビジネス専門学校 三浦亜希氏

川村学園女子大学生活創造学部観光文化学科 准教授 丹治朋子

賃金等：インターンシップにあたり、学生に対する賃金は発生しない

① 事前指導内容

指導担当 富山情報ビジネス専門学校 三浦亜希氏

所要時間 40分

- ・ 実習の趣旨及び目的の説明
- ・ インバウンド・ツーリズムの理解（使用テキスト：（社）日本観光振興協会監修・発行『新たな集客に挑む！インバウンド BUSINESS』（2012年）本編 pp.70-72）
国内旅行者が現象しているのに対して、外国人旅行者数が増加している現状／訪日外国人旅行者の国別比率の推移／2000年以降のインバウンド政策及び社会背景
- ・ 外客接遇の基本的心がまえ（同上 本編 pp.73-78）

外客対応＝言語対応ではなく、接遇の基本の方が大切／自身が海外旅行した時を思い浮かべて相手の立場にたった接遇を／電卓や身振り手振りを交えて、日本語での意思疎通も不可能ではない／マナーが悪いのではなく、知らないだけ／配慮は必要だが特別扱いは不要／完璧な準備よりもあたたかく歓

迎える意思表示が大切

- ・ グローバルな接遇の基本（同上 本編 pp.80-85）
支払いの慣習や販売場面での接遇／宗教や、し好の多様性（ベジタリアンなど）と食事の関係／レストランでの留意点／宿泊施設の留意点／温泉・入浴の留意点／タクシー、トイレ等
- ・ 基本的な会話パターン（あいさつ等）（同上 資料編 p.18）
こんにちは、さようなら、ありがとうございます等の英語、中国語
- ・ 台湾の文化・歴史・地理（同上 pp.89-91）
台湾人の気質や文化／日本との関わり、日本に対するイメージ／お客様受け入れのポイント（言葉、宿泊施設、温泉・入浴、食事・レストラン、買い物・お金、その他）
- ・ 富山の文化・歴史・地理（北日本新聞社編刊『やさしく学ぼうふるさと富山 越中富山ふるさとチャレンジ公式参考書』2013 年）

資料は事前学習の1週間程度前に配布し、事前指導の前後に各自で予習・復習するよう指示した。

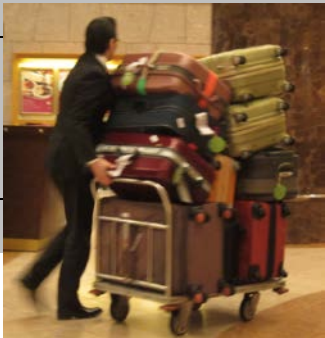
②実習内容

当日のスケジュールは表 9 のとおりである。当日はインバウンド客が少なかったものの、日本人のお客様については週末だったために宿泊者数が多く、しかも個人客が多かったために、宿泊部門を中心に通常よりも忙しかったこと、スタッフのシフトの都合などがあり、宿泊部門での実習に参加できた学生は2名だけであった。また、2日目はホテルの都合で正午に終了する内容となった。学生の実働時間は約14時間であった。

表 10 インターンシップスケジュール（予定）

初日 2月8日（土）

9:00	～研修にあたって／導入～ ＜場所：レベニュールーム＞ 【座学】 料飲・宴会部門：料飲部部長 宿泊・予約部門：レベニューマネージャー	
10:00	・ 宴会部門の対応事例（宴会部門ご担当者から外国人旅行者が参列する宴会の予約、設営。運営等の特徴（一般宴会との相違点）、留意点、課題等） ・ ANA クラウンプラザホテル富山を利用する外国人旅行者の主な構成（国・地域別／団体か個人／ビジネスか観光等）と、それぞれの国・地域別行動特性	
11:00	・ 予約の流れ、どのような旅行形態及びリクエストがあるか（グループ／個人、添乗員の有無、移動手段、観光の様子等）	

	・どのようなエージェントを通じてどのように予約するか（旅行会社の名前や予約システムの概要、可能ならばレベニューマネジメントご担当）
12:00	当者からハンドリングの実際について) ・リスク・マネジメントについて（可能な範囲で）
13:00	昼食（従業員食堂）・休憩
14:00	【宿泊部門実習】（2名）、【料飲部門実習】（3名） ・ベルスタッフ実習（可能な範囲で） ・カフェ・イン・ザ・パークにて実習 ・チェックイン見学
15:00	
16:00	
17:00	休憩
18:00	【料飲部門実習】 ・カフェ・イン・ザ・パークにてサービス実習
19:00	
20:00	
	夕食（カフェ・イン・ザ・パーク）
21:00	【宿泊部門見学】・インバウンドのお客様のチェックインを見学

	解散後、ホテルに宿泊
--	------------

2日目 2月9日（日）

6:00	【料飲部門実習】 ・カフェ・イン・ザ・パークにてサービス実習 ・バッシング等を担当しながら、外国人旅行者の行動の様子やス
7:00	タッフの対応の状況を見学。 
8:00	【宿泊部門見学】 ・インバウンドのお客様のお見送り
9:00	朝食（CIP）・休憩
10:00	【インタビュー】 ・実習の評価に関するインタビュー （ホテル実習担当者）・・・料飲部長、宿泊部アシスタントチーフ （全体統括）・・・総務・人事支配人 （インタビュー担当）・・・丹治
11:00	
12:00	終了・解散

なお、初日は、インバウンドのお客様の到着が遅れ、正確な時間が読めなかったために 21:15 に学生は解散した。結局、お客様の到着は 21:30 を回っていた。バスが到着してお客様をロビーにご案内し、荷物を搬入し、添乗員からの説明を受けてお客様がエレベーターへ乗り込むまでの時間は5分弱であった。大きな混乱もなく、お客様はリラックスしていて旅慣れた様子だった。

翌朝は6時半ころからカフェ・イン・ザ・パークでブッフスタイルの朝食を取る台湾のお客様が現れはじめたが、こちらに関してもお客様はとまどうことなく食事をとり、学生たちが特に声をかけるよ

うな場面はなかった。

事前に懸念されていたとおり、本インターンシップの中では実習生が外国人旅行者と接する場面は極めて少なかった。レストランで朝食をとる場面が最大の接触の機会であったが、ブッフェスタイルであり、誰もが慣れた様子であったため、スタッフとの接触は最小限であった。その後、午前 8 時にバスが発車する際、実習生がホテルの玄関で見送り、バスの中からは多くの方が笑顔で手を振りかえしていた。

2) 評価及び事後指導内容

2 日目の実習終了時、事前に用意していた実習自己評価表及びインバウンド対応評価表について、学生に記入させた。実習評価表は総務・人事支配人にインタビューに同席していただきながら評価を依頼した。

本来ならば、以下の質問項目を用いて学生 1 名ずつのインタビューを行い、評価をするところであるが、現場でインバウンド客に接する時間が極端に少なかったこと、インタビューの時間が合計 2 時間しか確保できなかったことなどがあり、次の手順で最終インタビューを実施した。(現場担当者の手が空く時間に合わせたため、細切れになっている)

2 日目 2 月 9 日 (日)

- 9:30～10:00 全員で：記入票の配布。記入の説明。自己評価の記入。インターンシップへの感想の聴取。
- 10:00～10:30 全員で：料飲部部長と総務・人事支配人にご同席いただき、インバウンド対応に関するホテルの取り組みについて学生に答えさせ、部長から補足説明等をちょうだいした。
- 10:30～11:00 個別に：「インバウンド対応の基本」「メイン顧客層の特性」についてインタビューを行った。(担当：丹治)
- 11:00～11:30 全体で：宿泊部アシスタントチーフと総務・人事支配人にご同席いただき、インバウンド対応に関するホテルの取り組みについて学生に答えさせ、倉持アシスタントチーフから補足説明等をちょうだいした。
- 11:30～11:50 全体で：永井校長、総務・人事支配人、三浦先生、丹治より講評
- 12:00 解散

インタビューは、事前に用意した質問項目すべてについて聞く事はできなかったが、なるべく意識しながら進めた。

表 11 インタビュー質問項目

1. インバウンド 対応の基本	・外国人のお客様を前にした時の心構えを理解しているか？
	・食事に関する具体的な留意点を理解しているか？
	・食事以外の具体的な留意点について知っているか？
	・外客への基本的なマナー（ふるまい）を理解しているか？
2. メイン顧客層 の特性	・日本との関わり、日本に対するイメージを理解しているか？
	・食事に関する特性や注意点を理解しているか？
	・食事以外の行動特性を理解しているか？
3. 日本・地域文 化	・日本の歴史・文化を理解しているか？（今回は非該当）
	・富山の基本情報及び観光情報を理解しているか？
4. 緊急時の対 応	・遺失物対応を理解しているか？（今回は非該当）
	・お客様が病気の場合の対応を理解しているか？（今回は非該当）
	・火災・地震等の場合の対応を理解しているか？（今回は非該当）
5. 予約	・外客特有の予約の傾向や予約ルートを理解しているか（どのようなエージェントを通じてどのように予約するか）？
	・インバウンド客獲得のための営業戦略を理解しているか？
	・インバウンドの予約を受ける際の留意点を理解しているか？
6. 宿泊部門	・主要業務の流れを理解しているか？（今回は非該当）
	・外客の特性や留意点を理解しているか？
7. 料飲部門	・主要業務の流れを理解しているか？（今回は非該当）
	・外客の特性や留意点を理解しているか？
8. 宴会部門	・主要業務の流れを理解しているか？（今回は非該当）
	・外客の特性や留意点を理解しているか？
9. 語学力	・英語の運用能力について
	・その他、メイン顧客層の母語の運用能力について（今回は中国語）

注）網掛け部分は今回のインターンシップでは非該当。

学生は、現場でインバウンド対応を体験したり見学したりする機会が少なかった分、座学での学習効果を期待する事となった。また、時間が足りずにグループインタビューにした事は、かえってよかったと評価している。他者の理解の状況や、それに対する意見を聞く事は、他の学生にとって刺激になり、ホテル担当者も担当教員も、学生のコメントを受けて、全体に対してあらためて指導ができるため、効率が良いと感じた。これをさらにグループディスカッションに発展させるのも効果的かと思われる。

3）効果及び課題の考察

実習先ホテルの実情と感想

- ・ ANA クラウンプラザホテル富山では、現在、インバウンドの圧倒的多数が台湾からのお客様である（そのほとんどが団体観光客であるため、前述の通り、ツアーの添乗員ときちんとしたコミュニケーションがとれれば大きな問題はない。）
- ・ ホテルとしては、日本語を話せて日本の文化がある程度わかっている添乗員が通訳および解説を担当しているので、対応の場面で日本人の団体客と大きな差異を感じていない（例えば、廊下やレストランをスリッパのまままで利用できないことなどの注意事項や客室の使い方などの解説は添乗員がやってくれる）。したがって、インバウンド客だからと特別構えているわけではない。
- ・ インターンシップにあたり、インバウンドに特化して話をしてほしいといわれて戸惑っていた担当者もいた様子である。基本的には日本の団体のお客様と大きな違いを感じていないためと思われる。
- ・ 年間通じてインバウンドのビジネス客はあまりいない。基本的に観光客である。立山黒部アルペンルート、五箇山などを巡る方が多い。したがって、立山黒部アルペンルート開通期間は利用者が多い。
- ・ アレルギーの問題について慎重に取り組んでいる。外国のお客様も日本のお客様にも活用できる、発生時のマニュアルも整備済みである。セリアック病など、重篤なアレルギー対応に特に注意している。
- ・ 外国人旅行者がほとんどいない今の時期にインターンシップを行うメリットは、タイトなスケジュールの中に座学を盛り込める点にある。これが夏のピークシーズンであれば、今回のような2日間あるいは3日間のインターンシップの受け入れは不可能であった。ピークシーズンであっても、1ヶ月以上実施するならば、日本人のお客様に対応する一般的なインターンシップと組み合わせて、中に座学を一部設ける等して対応可能かもしれない。

とはいえ、2日間で受け入れを行っていても時期的に外国人旅行者のいない時期に当たってしまう場合、問題が発生する。募集型旅行商品の場合、直前になってツアーが成立しないという事もありうる。閑散期に短期間のインターンシップを実施する際、日程を選ぶのが難しく、柔軟なスケジュール変更に対応できる事が望ましい。

- ・ 台湾からのお客様は日本旅行に慣れており、お部屋へのご案内やレストランのシステム等、特に戸惑われる事はあまりない。
- ・ 実習経験のある学生だったため、レストランで即戦力となってくれて助かった。

学生理解の状況

- ・ インバウンド対応において、外国からのお客様を日本人のお客様と同様に接遇することが基本である。この点は全員しっかりと理解できていた。
- ・ 接遇において、ただ外国語ができればよいというものではなく、お客様の不便さや不安などをくみとりながら、対応する心構えが何よりも重要であること、インバウンド客は文化的背景が異なるため、それを理解した上でその場に合った行動を促したり、場面によってはホテル側がお客様にあわせたりする必要があることも理解できていた。
- ・ 違いにおいて、宗教や食事に関する注意が特に重要である事をよく理解し、関心を持っていた。
- ・ ただし、全体に学生の自己評価は、担当者の評価に比べて高めであった。

- ・ 他方で、語学の重要性について、学生にきちんと伝わっていなかった感が残る。都市型多機能ホテルの場合は、お客様に礼儀正しく対応する必要があるため、敬語表現等も含めて日常会話程度の英語力は必須である。しかし、「言葉は必ずしもできなくても大丈夫」「単語とジェスチャーでなんとかなる」と理解している学生が複数いた。

学生感想

終了後に学生に本インターンシップに関するアンケートを手渡し、郵送にて提出してもらった。その結果を以下に整理する。() 内の数字は回答数を表す。

Q1 インターンシップの趣旨に対する理解

よくわかった (1)、だいたいわかった (2)、あまりわからなかった (1)、無回答 (1)

⇒あまりわからないとの回答については、外国人のお客様が少なかった事が影響していると思われる。

Q2 インターンシップの前後での、インバウンドに関する考えの変化

＜以前は気づいていなかった点＞

- ・ インバウンド対応の仕組みや留意点の知識の必要性 (3)
- ・ 日本や地域の文化や行動特性に関する知識の必要性 (2)
- ・ 自分自身、インバウンド対応について準備が必要である (2)
- ・ お客様の母語でのコミュニケーション能力の必要性 (2)
- ・ 英語でのコミュニケーション能力の必要性 (1)
- ・ ホテル業界において、インバウンド対応は必要である (1)

＜以前は必要だと感じていたが、終了後の現在、以前ほど必要性を感じない点＞

- ・ お客様の母語でのコミュニケーションの必要性 (1)

⇒英語以外の第二外国語は、まずは挨拶程度でよいと教えた事によると思われる。

- ・ ホテル業界においてインバウンド対応は必要 (1)

⇒基本的な対応は日本人と同様であるという点と、旅行会社や添乗員ときちんとコミュニケーションがとれていれば、特別な対応は必要ないと教わった事による回答と思われる。

Q3 事前に勉強しておいてよかったと感じたこと（履修済み科目等も含む）

＜履修済み科目＞

- ・ 英会話、マナー接遇、サービス接遇の知識 (2)
- ・ ホテル関連科目（座学で専門用語等を理解するのに役立った）

＜事前学習＞

- ・イスラム教に関する資料

<その他>

- ・ホテル等でのアルバイト経験（3）
- ・他のインターンシップ（2）

Q4 事前に学んでおきたかったこと

- ・インバウンドに関する深い知識
- ・ホテルならではの外国人対応について
- ・国別の文化（食べ物・宗教）など
- ・中国語のあいさつ

Q5 今後学びたいと感じた事

- ・学びたい事とは言えないが、自分の持っている積極性をのばして行きたいと感じた。
- ・インバウンド対応
- ・英語／英会話（2）
- ・外国語の挨拶
- ・自分のできることを考えていきたい
- ・宗教上の問題について

Q6 このインターンシップの満足度と理由

大変満足した（1）

やや満足した（2）

- ・県内でもトップクラスのホテルで研修させていただいて、大変良い経験をさせていただきました。
- ・まだ働いていない自分たちが知らない世界を少しでも知ることができた。

どちらともいえない（1）

- ・海外の方との関わりをもっと多く持ちたかった

やや不満（1）

- ・外国の方とほとんど接していないので、ただアルバイトをしたような感覚

Q7 その他の意見・感想

- ・東京や京都といった外国人観光客が多い地域で実施すれば、さらにより実習ができるだろう。
- ・フロントも経験したかった。レストランだけだったのが残念。
- ・人数が多くて「仕事がない」という場面があったので、人数を少なくするか、日程をずらす等した方がよいかもしれない。いろんな事情があるのだろうが。
- ・卒業前のステップアップになった。

- ・ アジアだけでなく、欧米の人たちとも接したかった。様々な国からお客様がくるホテルの方がもっと有意義なインターンシップになるのではないか。

5. インターンシップモデルおよび評価基準の再構築

ホテルサイドの負担を考えると、インバウンドに特化した短期間のインターンシップを実施するのは難しい。本事業で実施したインターンシップに参加した学生のように、ホテル経営とホテル運営の基礎知識が身に付いており、実習を1ヶ月以上経験している学生でないかぎり、3日程度の短期間のインターンシップでインバウンドについて学ぶことには無理がある。その前に覚えなければならないことが多いため、キャパシティオーバーになる可能性が高い。

これまで述べてきた通り、インバウンド対応は、日本人のお客様への対応を含めた全体の流れの中の一部であり、インバウンドに特化した実習内容を組み立てるのは困難である。短期間のインターンシップであった場合、当日のインバウンド客の受け入れ状況に左右される。

したがって、より教育効果の高いインターンシップは、例えば1ヶ月程度の長期インターンシップの中で、インバウンドについても学ぶ仕組みを作れるとよいだろう。実習時に組み入れて行き、一部座学をいれて、確認していくような形を取るのが現実的ではないだろうか。

また、宿泊部門、料飲部門、宴会部門の各部門のインバウンド対応に関する座学は、お客様の受け入れ状況に関わらず、当該ホテルの概要を知るためにも実施した方がよい。

評価基準については、当初案ではより細かい評価ができるようにと6段階としていたが、採点をやりやすくするために次のように5段階に変更したい。

表 12 評価基準（語学以外）

S	内容を正しく理解し、問題なく実践できる
A	内容を理解し、ほぼ実践できる
B	大まかに理解しているが、実践には不安が残る
C	重要である事は理解しているが、内容はほとんど理解していない
D	重要性に気づいていない

表 13 評価基準（語学）

S	敬語表現も含め、接客に際して問題ないレベル
A	敬語表現に難があるものの、意味は通じるレベル
B	お客様のご要望は理解できるがこちらの意図を伝える事が難しいレベル
C	挨拶やごく簡単なやり取りのみできるレベル
D	ほとんどわからない

なお、事前学習を経て、ホテルにおいて、宿泊、料飲、宴会部門の対応について座学で学び、各部門を経験してインタビューを実施し、事後学習を行うというのが理想的なインバウンド対応のインターンシップモデルである。その際、語学力に応じて、見学にとどめるか、実際に体験してみるかを決め、これを1ヶ月またはそれ以上の通常のインターンシップに盛り込んで実施する。

しかし、実際に各学校が提携可能なホテルには、宿泊特化の単機能型または多機能型、低廉宿泊施設からラグジュアリーホテル、外国人利用者の比率が低いものから高いもの、団体客と個人客のバランス、観光客とビジネス客のバランス、受け入れている国や地域の特徴など、実態は実に様々であろう。そこに求められる知識水準や語学能力は異なる。

大都市や外国人観光客に人気のある地域に限定すれば、多様な国・地域の人々が多く利用するホテルでの実施が可能になるだろう。しかし、全国でこのモデルを実施した場合、そのような受け入れ先はごく少数にすぎない。

そこで、このインターンシップを実施する場合、地域で外国人対応の実績がなるべく多いホテルを選定した上で、そのホテルの特性に合わせて、実習内容の配分を変え、学生にどのようなタイプのホテルで実習を行ったのか、ここで不足している知識にはどのようなものがあるのかをきちんと説明して理解させる必要がある。このインターンシップモデルの全国的な汎用性を考えた場合、理想を追い求めるよりも臨機応変にカスタマイズすることを念頭に置いた方が現実的である。

また、事前学習では時間的な制約が多いため、インバウンド対応を理解するための講義科目との系統的な履修が望ましい。

そして、何よりも、インターンシップ受入先のホテルと、このインターンシップの目的や意義、内容について互いに理解し、よりよい形態を共に模索することが必要不可欠である。ホテルにとって、通常のインターンシップよりも負担が大きくなる事が予想されるが、この業界をよりよくするために、また、各ホテルでの取り組み内容を確認するなどの利点も考えられるのではないだろうか。

資料編 資料1 インバウンドに対応したインターンシップの評価基準

氏名 _____

評価尺度:

- 5 内容を正しく理解し、問題なく実践できている。インターンシップ中に機会はなかったが、実践できそうである。
 4 内容を正しく理解し、ほぼ実践できている。インターンシップ中に機会はなかったが、ほぼ実践できそうである。
 3 内容を正しく理解しているが、実践まではできていない。インターンシップ中に機会はなかったが、実践は難しそうである。
 2 内容をほぼ理解しているが、正しい理解には至っていない。
 1 理解が必要である事はわかっているが、正しく理解するには至っていない。
 0 理解していない

1. インバウンド対応の基本	自己採点							評価						
・外国人のお客様を前にした時の心構えを理解している	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
・食事に関する具体的な留意点を理解している	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
・食事以外の具体的な留意点について知っている	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
・外客への基本的なマナー(ふるまい)を理解していたか?	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
2. メイン顧客層の特性の理解	自己採点							評価						
・日本との関わり、日本に対するイメージを理解しているか?	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
・食事に関する特性や注意点を理解しているか?	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
・食事以外の行動特性を理解しているか?	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
3. 日本・地域文化の理解	自己採点							評価						
・日本の歴史・文化の理解(今回は非該当)														
・富山の基本情報及び観光情報	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
4. 緊急時の対応	自己採点							評価						
・遺失物対応(今回は非該当)														
・病気(今回は非該当)														
・火災・地震等(今回は非該当)														
5. 予約	自己採点							評価						
・外客特有の予約の傾向や予約ルートを理解しているか	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
(どのようなエージェントを通じてどのように予約するか?)														
・インバウンド客獲得のための営業戦略を理解しているか	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
・インバウンドの予約を受ける際の留意点を理解しているか	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
6. 宿泊部門	自己採点							評価						
・主要業務の流れを理解しているか(今回は非該当)														
・外客の特性や留意点を理解しているか	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
7. 料飲部門	自己採点							評価						
・主要業務の流れを理解しているか(今回は非該当)														
・外客の特性や留意点を理解しているか	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
8. 宴会部門	自己採点							評価						
・主要業務の流れを理解しているか(今回は非該当)														
・外客の特性や留意点を理解しているか	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
9. 語学力	自己採点							評価						
・英語	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
・その他の言語(中国語)	5	4	3	2	1	0		5	4	3	2	1	0	
※語学の評価尺度														
5 敬語表現も含め、接客に際して問題ないレベル														
4 接客に際し、敬語表現などに難があるものの意味は通じるレベル														
3 接客に際し、敬語表現などに難があるもののだいたい意味が通じるレベル														
2 お客様のご要望は理解できるが、こちらの意図を伝える事が難しいレベル														
1 挨拶やごく簡単なやりとりのみでできるレベル														
0 ほとんどわからない														

資料2 インターンシップモデルに関する学生アンケート

インターンシップ・アンケート

実習先名 ANA クラウンプラザホテル富山 2014年2月8日～9日

ホテルブライダル学科 2年 No. _____ 氏名 _____

下記のアンケートにお答えください。今後のためにも、遠慮なく正直にご記入ください。

【全体を通して】

① インターンシップの趣旨を理解できましたか？

よくわかった／だいたいわかった／どちらともいえない／あまりわからなかった／ほとんどわからなかった

② インターンシップの事前（事前学習よりも前の状態）と事後のお考えについてうかがいます。それぞれについて、あなた自身の考えにあてはまるものすべてに○をつけてください。

事前	事後	内容
		ホテル業界において、インバウンド対応は必要
		自分自身、インバウンド対応について準備が必要
		出身国別の文化や行動特性を知る必要がある
		日本や地域の文化や行動特性を知る必要がある
		英語でのコミュニケーション能力が必要である
		お客様の母語でのコミュニケーション能力が必要である
		インバウンド対応のしくみや留意点を知る必要がある
		日本のお客様と同様に歓迎の気持ちを持つべきである

③ インターンシップにあたり、事前に勉強しておいてよかったと感じたことについて教えてください。（学校の授業科目、他の実習、事前指導・配付資料などを含む）

④ 事前に知っておきたかった／勉強しておきたかったことについて教えてください。

⑤ 今後学びたいと感じたことについて教えてください。

⑥ このインターンシップの満足度とその理由を教えてください。

大変満足した／やや満足した／どちらともいえない／やや不満／大変不満

⑦ その他、このインターンシップをよりよいものにするための提案など、ご意見を聞かせて下さい。(改善すべき点の他、こういうことをやりたかった／知りたかったなども)

ご協力ありがとうございました。

2014 年 2 月 28 日作成

文書作成担当 丹治朋子

(川村学園女子大学生生活創造学部観光文化学科 准教授)

tantomo@gmail.com

平成25年度 文部科学省
成長分野等における中核的専門人材養成の戦略的推進事業

**インバウンド対応ができる中核的ホテルマン育成のためのカリキュラム、達成基準
および産学連携インターンシップモデルコース・評価指標**

平成26年3月
インバウンド対応ができる中核的ホテルマン育成と単位互換制度の構築
(代表校:学校法人浦山学園)

連絡先:〒939-0341 富山県射水市三ヶ 576
学校法人浦山学園 富山情報ビジネス専門学校
電話:0766-55-1420

*本書の内容を無断で転記、記載することは禁じます。