

航空業界で求められる ESP 表現とは

Essential ESP Expressions for the Air Travel Business

仁科 恭徳¹ 表谷 純子²

(要約)

近年ますます増加傾向にある訪日外国人観光客をもてなすための「おもてなし」人材の育成を目的として『Hospitality Communication ホスピタリティ・コミュニケーション-実践形式で学ぶおもてなし英語(三修社)』は開発された。本稿では、その開発過程の一端を紹介する。特に、「おもてなし」という言葉の定義を再確認し、上掲のテキストで扱った業界の中でも航空業界に的を絞って、最近の動向や現場で必要不可欠な ESP (English for Specific Purposes) 表現の調査結果をまとめる。また、なぜこのような ESP 教育や教材の必要性が高まっているのかを、近年の航空業界の動向なども紹介しながら論じる。

キーワード：おもてなし (ホスピタリティ), 航空業界, ESP, 教材開発

1・2. グローバル・コミュニケーション学部

1. はじめに

昨今、日本では学生・企業・社会のニーズがあるにもかかわらず、ホスピタリティ業界¹に特化した大学生用 ESP (English for Specific Purposes) 教材はほとんど開発されてこなかった。ESP 教材のほとんどは工学や薬学など理系分野のものが多く、文系分野に関しては大学英語教材のボリュームゾーンである初学者向けの一般英語教材を使用するのが常であった。これは、卒業後の専門性という意味では、理系分野より文系分野の方が多岐に渡ることから、大半の文系学部で英語科目の履修が必須となる 1～2 年次の時点では、むしろ専門英語を教える必要性がないという判断によるものであろう。

しかしながら、外国語や国際、グローバルという名の付く全国の大学や学部・学科においては、上級学年においても英語科目の履修が選択必須であるところも多く、社会的ニーズの高い専門英語科目の設置と教育が望まれている。神戸学院大学グローバル・コミュニケーション学部（以下、GC 学部）では、2015 年に 1 期生（当時 1 年次生）全員に就職希望アンケート調査を実施した結果、全体の約 6 割の学生が航空やホテル、旅行、テーマ・パークといった狭義の意味でのホスピタリティ業界へ就職を希望していることが分かった。類似した他の大学や学部においても、同様の結果が見込めると考えられる。また、GC 学部では「ホスピタリティ英語」という名の専門英語科目が 3 年次後期に設置されているが、この科目の内容に合致した業界への橋渡しの教材は存在していなかった。

以上のような理由から、現在の日本の大学英語教育において一定のニーズがあろうホスピタリティ英語に特化した教材『Hospitality Communication ホスピタリティ・コミュニケーション-実践形式で学ぶおもてなし英語（三修社）』（2018）を開発することとなった。本稿では、この教材の開発の経緯の一端を紹介する。特に、この教材では、航空、ホテル、テーマ・パークの 3 つの業界を扱ったが、紙幅の関係から航空業界にのみ焦点を絞って論を進める。

2. ホスピタリティ（おもてなし）の定義とは

まず、昨今注目されている「ホスピタリティ（おもてなし）」の言語的定義を示す。英日翻訳の観点から言えば、L2（第二言語）の語・句をそのまま外来語としてカタカナ語で使用した場合、L1（第一言語）の文化や慣習などが影響して、元来の意味とは異なった意味で使用するケースも少なくない²。では、英語の *hospitality* と日本語の「ホスピタリティ」では意味が異なるのであろうか。また、「ホスピタリティ」と「おもてなし」においても意味が異なるのであろうか。

元来、「ホスピタリティ」という表現は、「ラテン語の「ホスベス」から派生した言葉であり、「訪れる巡礼者を最大限の努力で扱う」という考えが根底にある」らしい（後迫, 2015, p.95）。また、「ホスピタリティの本来の精神は、「自分と違うものを尊重し、快く受け入れる」ということであり、その精神から、「思いやり、やさしさ、歓待」と訳されるよ

うになった」との報告がある（野口・戸辺, 2008, p.2）。

また、日本語の「おもてなし」という表現は、英語の *hospitality* に由来すると考えられているが、日本語の「ホスピタリティ」との意味の違いに気付かないものも多い（岡野, 2016）。そこで、岡野（2016）を参考に、辞書の記述を初めに概観する。表1は、現行の英英辞書2種の *hospitality* の定義をまとめたものである。LDOCE（6th）は Longman Dictionary of Contemporary English for Advanced Learners の第6版、OALD（9th）は Oxford Advanced Learner's Dictionary の第9版の略記を示す³。

表1. 英英辞典2種の *hospitality* の定義

各辞書	定義
LDOCE (6th)	1. friendly behavior towards visitors 2. services such as food and drink that an organization provides for guests at a special event
OALD (9th)	1. friendly and generous behavior towards guests 2. food, drink or services that are provided by an organization for guests, customers, etc.

表1の英英辞典の定義や岡野（2016）を参考にすると、英語の *hospitality* とは、(1) 訪問者や客人などに対して友好的に愛想良くもてなすこと、(2) 特別なイベントで主催者側が提供する食事や飲み物、サービス、を示すことが分かる。

次に、日本語の「ホスピタリティ」の国語辞典の語義を参照する。表2は、現行の国語辞典など3種の当該語の語義のまとめである。

表2. 国語辞典等3種の「ホスピタリティ」の定義

各辞書	定義
デジタル大辞泉	(1) 心のこもったもてなし。手厚いもてなし。歓待。また、歓待の精神。 (2) 異人歓待（いじんかんたい）。
日本国語大辞典	心のこもったもてなし。手厚いもてなし。歓待。また、歓待の精神。
イミダス 2017	(1) 歓待。親切なもてなし。 (2) 受容力。柔軟性。

表2に示すように、日本語の「ホスピタリティ」の定義とは心のこもった手厚いもてなしであることが分かるが、具体的にどのような意味なのか。この問いに対してもう少し詳しく見ていこう。以下は、『イミダス 2017』および『現代用語の基礎知識 2017』で紹介されている「ホスピタリティ」の定義である（下線は筆者によるもの）。

心からのおもてなし、また相手を歓待する精神のこと。相手の欲求を考え、相手の期待を超えたサービスを行う利他的行動（altruistic behavior）の一種。相手が

何を求めているか類推する共感性の発達に強く関わる。一方で、相手が困っている時に、自分に責任はないが、多少の犠牲を払ってもその人に助力することを援助行動 (helping behavior) という。(イミダス 2017 心理学)

温かくもてなす心、歓待の精神。「hospital (病院, 慈善施設)」からの派生語であるが、源流は後期ラテン語「hospitālia (主人が客を接待する場所 = 来客用の大きな家)」に由来する。消費者は提供されるサービス商品を、個々の要素の集合体としてではなく、まとまりのある全体像で評価する。例えば、ホテルならば接客、食事、客室やロビーの快適さなどの全体像で滞在したホテルの評価を下す。したがって、企業は配慮がすみずみまで行き届いたもてなしで顧客に対応する必要がある。(現代用語の基礎知識 2017)

「ホスピタリティ」とは歓待する精神であり、相手の期待以上のサービスを提供するボランティア精神と援助行動であることが分かる。また、サービスの全体像をホスピタリティの評価対象としていることも分かる。類似した定義は、日本ホスピタリティ推進協会でも挙げられている⁴。このように、日本語の「ホスピタリティ」という語には、純粹に心を込めておもてなしをするという意味が前面に出ている。従って、「ホスピタリティ」という語を聞いたときに思い描くイメージは、日本人と英語圏の人々で異なることを意識しなくてはいけない。

以上の経緯から、日本人が思い描く「ホスピタリティ」を英語圏の人々に説明するときには、英語の *hospitality* を外来語としてそのまま使用するのではなく、誤解を避けるために全く別の表現を用いるのが適切であり、それがおもてなしであろう。また、英語で表現するのであれば、*Japanese hospitality* (岡野, 2016) が妥当であろうか。なお、この *Japanese hospitality* とも呼ぶべき日本のおもてなしの一番の特徴は「気づき」(岡野, 2016) にあり、非言語コミュニケーションを大切に、客人の要望を事細かに聞かなくともサービスが提供できる、いわば、表現されないもの、隠された存在をも意識して行動することこそにその特徴がある⁵。

ホスピタリティの定義は多岐にわたり、それらには私的なものと商業的なものが含まれるが、商業としてのホスピタリティ、すなわちホスピタリティ産業の定義も様々である。英語の *hospitality* の語源的な要素を反映した定義では「観光産業 (旅行, 宿泊, 飲食, 余暇関連産業), 健康産業 (病院, フィットネスクラブ他), 教育産業」だが、「心を込めたおもてなし」や「相手の要望を察する」という面を含めると観光関連産業を中心とした定義では足りない可能性がある (徳江, 2011)。山上 (2005) では、ホスピタリティ産業の定義に幅をもたせ以下の4つに分けている。最狭義は飲食・宿泊業、狭義は観光 (旅行・交通・宿泊・料飲・余暇) 産業・関連事業、広義では観光・教育・健康産業・関連事業、最広義に至っては人的対応・取引するすべての産業となっており、顧客対応をする産業はすべてホスピタリティ産業ということになる。

前述の就職希望アンケート調査結果で、全体の約6割の学生が航空やホテル、旅行、テーマ・パークへの就職を希望していたこと、また徳江(2011)が学生を対象に行った「ホスピタリティという言葉から何を連想するか?」という調査でも、ホテルやテーマ・パーク、レストランなどがあげられており、教材作成は、山上(2005)の定義で言えば、「狭義」のホスピタリティ産業である観光(旅行・交通・宿泊・料飲・余暇)産業を念頭に置き進められた。

次節では、昨今、日本で求められている「おもてなし」人材育成の動向を紹介する。

3. 今、日本に求められる「おもてなし」人材の育成と強化

2020年開催予定の東京オリンピックを一つのきっかけに、外国人観光客を迎え入れるための「おもてなし」人材の育成が注目されている。実際、現時点で、数年前に予期していなかったほどの外国人観光客が訪日している。日本観光局によると、2015年度の訪日外国人人数は前年度比で47.1%増の約1,974万人となり、2016年度には約2,404万人と急増している。また、2016年の訪日外国人人数を国別に見てみると、1位:中国、2位:韓国、3位:台湾、4位:香港、5位:米国であるが、前年からの伸率では、1位:イスラエル(34.2%)、2位:インドネシア(32.1%)、3位:ポーランド(29.9%)、4位:フィリピン(29.6%)、5位:マレーシア(29.1%)とより幅広い地域や国からの訪日外国人が増えていることが分かる。この大きな理由として、ビザの発給要件の緩和や、各都道府県・市区町村レベルにおけるインバウンド観光誘致政策、航空業界におけるLow Cost Carriers(以下、LCC)の参入から以前より安価に訪日が可能となったことが挙げられる(種村, 2015)。ただし、増加率の高いベスト5の国からの訪日者に関しては、観光目的というよりはビジネス・派遣労働目的が主な要因であろうことも付け加えておく。

これを受け、政府は2020年までに年間2,000万人と設定してきた外国人観光客の目標値を3,000万人へと引き上げたが(毎日新聞, 2016)、主要都市の観光関連インフラのキャパシティ不足や(日経ビジネスONLINE, 2016)⁶、より多様化した「お客様」に対応できる観光事業従事者の人材不足などの問題を如何に解消するかが今後の課題となろう⁷。特に後者に関しては、企業レベルで改善策を模索しつつある取り組みもあり、航空産業に関して言えば、「おもてなし」人材を育成するためのエアラインスクールが増え続けている。中には大学との教育連携協定などにより、学生は大学に在籍しながら学内でホスピタリティマインドを学べる出前授業を可能とした全日本空輸(ANA)の活動も近年目立つようになった。これは、学生の希望職種としても航空業界をはじめとするホスピタリティ業界への人気度は高いことを受けての動きでもある。例えば、神戸学院大学GC学部の1期生90名に将来就きたい職業についての調査を行ったところ、45名の学生が航空業界(キャビン・アテンダント志望14名、グラウンド・スタッフ志望23名)への就職を希望し、8名の学生がホテルやテーマ・パークでの就職を希望しており、およそ6割の学生がホスピタリティ業界での就職を希望していることが明らかとなった。参考までに、毎年マイナビが実施する(2017年卒分は日本経済新聞社との共同)大学生就職企業人気ランキング5位までの過去3年間のまとめ(文系)を参照されたい。

表3. 大学生就職企業人気ランキング (文系, 過去3年間)

順位	2016年卒	2017年卒	2018年卒
1	JTBグループ	JTBグループ	全日本空輸 (ANA)
2	エイチ・アイ・エス (H.I.S.)	全日本空輸 (ANA)	JTBグループ
3	全日本空輸 (ANA)	エイチ・アイ・エス (H.I.S.)	日本航空 (JAL)
4	日本航空 (JAL)	日本航空 (JAL)	三菱東京UFJ銀行
5	三菱東京UFJ銀行	三菱東京UFJ銀行	東京海上日動火災保険

表3のデータに加え、東京ディズニーランドを運営するオリエンタルランドは2017年卒ランキングで15位だったが、2018年卒ランキングでは12位となり、トップ10まで手が届きそうな勢いである。このように、狭義の意味でのホスピタリティ業界の人気ぶりは好調である。また、ANA、JAL共に新卒採用枠はここ2～3年で増加傾向にあり、2013年度はJALが200名、ANAが450名の採用枠であったのに対して、わずか5年後の2018年度には、新卒採用でJALが500名、ANAが600名まで枠を広げる結果となった。つまり、現時点では、ホスピタリティ業界は学生から人気が高く、つまり大学教育としてニーズが高く、企業からすれば即戦力となる人材をたくさん雇用したいというwin-winの状況と言える。また、2020年東京オリンピックを、日本のおもてなしを世界に伝える絶好の機会と捉え、それが成功すれば、オリンピック後もさらに観光客が押し寄せることが想定されるので、社会的ニーズも高いと言えよう。

特に大学生から最も人気の高いホスピタリティ業界を代表する航空業界では、客室乗務員をはじめとして、パイロット、整備士、グラウンド・スタッフ、管制官、企画などの総合職など、多種多様な業種が存在する。例えば、花形の客室乗務員の仕事内容とは、機内で乗客の搭乗から到着まで様々な業務に従事することにある。搭乗者名簿による乗客の確認、機内備品・サービス用品の準備と補充、飛行中の運行状況アナウンス、機内食等の配膳など数え上げればきりが無い。ただし、客室乗務員の第一義は保安要員であることから、最大の役割は乗客の安全確保であり、事故時には安全誘導を率先して行う(蓮見ほか、2017)。また、入社して数年の国内線乗務を経てから国際線乗務への移行が今までの流れであったが、需要に人材が追いついておらず、最近ではJALとANA共に1年弱の国内線乗務を経て国際線へ移行するようになった。つまり、ESPコミュニケーションの十分な研修や準備期間がないまま実際に乗務する可能性が高く(私信:2017年8月1日、某日系航空会社の現役客室乗務員より)、即戦力という意味でも大学在学期間中にある程度の航空業界に特化したESPコミュニケーション力を身につけておくのが望ましいであろう。

航空会社や空港会社の中には、大学生を対象とした空港でのインターンシップを実施している企業がある。座学の業務内容に関する講座や職場見学を中心としたインターンシップがある一方、インターンシップ生に就業体験させるケースもある。その場合、時間的な制約もあり、業務に必要な知識をインターンシップ生に十分に身に付けさせて現場に出すことは困難であろう。実際に、関西国際空港で1か月間のインターンシップ(就業体験)

に参加した神戸学院大学 GC 学部の学生 2 名にインタビュー調査を行ったところ、「飛び交う頭字語 (Acronym) は、その場で書き留めて後から自分で調べたり業務が忙しくない時に社員の方に伺ったりした」との報告を得た。「覚えないうけない事が多い為、事前にこのような頭字語 (Acronym) を勉強する機会が欲しかった」との意見もあった。頭字語をあらかじめ知ること、相手に心を寄せる「おもてなし」に集中し、それに対する意識や能力を高めることが出来る可能性もある。大学在学中に業務に必要な表現を全て習得することには限界があるが、現場でよく使う表現や頭字語 (Acronym) を学ぶことができる教材開発の必要性は高いと言える。

4. 教材の構成

まず、今回開発した英語教材『Hospitality Communication ホスピタリティ・コミュニケーション-実践形式で学ぶおもてなし英語 (三修社)』の構成について述べる。この英語教材各 Unit 6 ページで全 12 Unit から成り、Unit 1～Unit 4 は…航空系、Unit 5～8 はテーマ・パーク系、Unit 9～12 はホテル系のホスピタリティ・コミュニケーションを扱っている。全 Unit、以下の流れで紙面が構成されているが、ここでは、Unit 2 の「機内サービス」を例に説明したい。

A. 業界の常識・基本用語

航空業界の常識

ページ上半分で、その Unit で扱う内容に関連する「業界の常識」を日本語で紹介する。(この Unit では「ブリーフィングとは」)

基本用語：機内食のメニュー

ページ下半分に図表や写真を掲載し、その Unit で扱う内容に関連する語彙や表現を紹介する (この Unit では、機内食のメニューを読み意味を確認する)。

B. Basic Expressions

その Unit で扱う内容に関連する基本フレーズ・略語・表現集。

B1. Key Phrases 「飛行前ブリーフィング」の英訳など 8 問。

B2. Acronyms 「VGML」などの略語を表す英語とその意味の記述など 10 問。

B3. Useful Expressions 機内サービスで使われる英語表現 10 文とそれらの和訳を紹介。(例：Would you lower your tray table, please? お座席のテーブルをお下げいただけますか? 等)

B4. Basic Expressions 音声を聞いて空所補充をして文章を完成させる。10 問 (例：(According) (to) (the) (weather) (report), the weather in Hawaii is lovely. 等)

C. Basic Dialogues

ありがちな接客場面 (Unit 2 では機内食に対する乗客からの要望に応えられない場面等) を想定した会話音声をも 3 種類紹介する。それぞれ Comprehension questions

が3題ありリスニング練習にも使用可。会話音声の SCRIPT はテキスト巻末に記載されており、これらを使って会話練習も可能である。

D. Reading + Qs

ページ上半分：リーディング素材（この Unit では Special In-flight Meal に関する航空会社のホームページ画面を想定したものを使用。）

ページ下半分：Comprehension questions 3問

E. Information gap activity A&B

インフォメーションギャップ A さん用と B さん用をページ裏表に掲載する。

（例：A さん用には航空業界で働く人が持っている情報・B さん用には航空サービスを受ける人が持っている情報を掲載しておき、ありがちな応答を TM に掲載。この Unit では、学生は CA と乗客として機内サービス場面のロールプレイを行いながら、相手からの情報を取得し、その情報に基づき臨機応変に対応することが求められる。ここでは Special In-flight Meal Request を予め行っていた乗客への対応編と機内食に対する乗客の要望に応えられない場面の対応編の2題である。）

教材開発にあたり、できるだけオーセンティック（実際に各場面で使用されている実物または実物に近い）な教材を使用すること（機内食メニューや Special In-flight Meal に関する航空会社のホームページ画面など）に努めた。また、ターゲットとなる表現を繰り返し出題し、最終的に、E. Information gap activity ではそれらを使いこなすことを主眼に置いた構成となっている。

5. ホスピタリティ業界で求められるコミュニケーションとは：航空業界を例に

日系航空会社であっても海外ベースの乗務員は年々増加しており、Japanese Hospitality の提供を重視しつつも多様性を受け入れ、それを「強み」にしている航空会社もある（日本生産性本部、2012）。グローバル化が進むにつれて、対顧客だけではなく従業員間でも更なる多様性への対応が求められており、文化や宗教の違いを把握することは、きめ細かいサービスやスムーズなコミュニケーションに欠かせない。業務で必要な専門用語を使いこなすことも、様々な文化背景や母語を持つ従業員が業務にあたる際に必須の能力と言えよう。

また、言うまでもなく訪日外国人観光客とのコミュニケーションの大半は英語で行われる。アジア諸国からの観光客であってもそれは例外ではない。例えば、日系航空会社の客室乗務員の語学訓練では、接遇表現や機内アナウンスを英語だけでなく中国語でも出来るように訓練を受けるが、実際は英語での対応がほとんどであるようだ（私信：2017年8月1日、某日系航空会社の現役客室乗務員より）。そこで、各ホスピタリティ業界（航空、ホテル、テーマ・パーク）で求められる英語コミュニケーションの実態を調査した上で、著者達を含め各業界に精通しているメンバーで教材を開発することとなった。今回開発した教材の概要は、2020年の東京オリンピックを見据え、多様な外国人旅行客を先頭にたって

出迎えるおもてなし人材の養成をすべく、特に、各現場で実際に使用されるコミュニケーション力を鍛えることを主目標としている。

この目標を達成するため、はじめに、各業界で必要不可欠な英語知識とはどのようなものかを調査するため、現場で使用されているオーセンティックなマニュアルなどを中心に言語材料を収集し、教材開発の参考資料とした。例えば、航空業界に関する資料を挙げると、日系航空会社の外国語マニュアル（非公開）、日系航空会社2社および外国航空会社3社による機内リーフレット（機内食、緊急時案内、機内誌など）と（録音による）機内アナウンス、『エアステージ』（イカロス出版）などの業界情報誌などであり、実務対応力を伸ばす教材開発を主眼に置き取り組んだ。以下、本稿では、紙幅の関係からホスピタリティ業界の中でも航空業界で扱われる専門用語に焦点を絞り論を進めていく。

航空業界で求められる英語コミュニケーションはESPそのものである。いわゆるポライトネス（敬語表現）の徹底、業界のみで用いられる多種多様な頭字語（Acronym）、あらゆる緊急避難時に対応できうる英語力、などである。主な特徴としては、限られた時間の中で最大限のサービスを提供するために、テクニカル・ターム（業界専門用語）そのものが、頭字語などの略記表現であることが多い。そこで、本章では、航空業界ではどれも必須である様々な表現を紹介する。

5.1. 航空業界における基本略記表現

どのような業界であれ、限られた時間内で作業効率を上げるために略記表現は用いられることが多い。最近では、多くのグローバル企業において、日・英・中の3ヶ国語で略記表現や専門用語の対照表が作成され共有されていることも珍しくない。ただし、多くの業界において使われる英語の略記表現などは一般の辞書にも掲載されていることがほとんどであり、専門辞書やそれに近いリスト集のようなものも存在する。

一方、客室乗務員やグラウンド・スタッフ、パイロットなど、航空業界で用いられる略記表現に関しては、そのどれもが日常的に使う一般英語表現とは異なるものも多く、一般の辞書に掲載されていない表現も多い。また、専門辞書のようなものも存在していないため、航空職に就くパイロットや客室乗務員は各自が必要に応じて自前のリストを作成し意味などをまとめているようである（私信：2017年8月1日、某日系航空会社の現役客室乗務員より）。ANAやJALなどの日系航空会社の客室乗務員においても近年多国籍化が進み、ブリーフィングをはじめとした職員間のコミュニケーションも英語で実施されることが多く、その最中には様々な略記表現が飛び交うのが常である。つまり、入社直後に国際線乗務に移行せざるを得なくなった日系航空会社の現状を考えれば、そのような英語表現を大学在学中に学習する価値が高まっていると言える。

さらに、書類上は多くの略記表現が使われるのが常であるが、発音方法がそれぞれ異なる。頭字語として発音されるものもあれば、正式名称で発音されるもの、そのどちらでもないものなど様々であり、これこそがその業界で慣習的に用いられてきたコミュニケーション方法の一端と言える。表4の表現を例に挙げると、CP（シーピー）、CAP（キャップ）、

COP (コーパイ), DH (デッドヘッド), DOM (ドメ), STY (ステイ), INT (インター), FLT (フライト), W C' K (ダブルチェック), LAV (ラヴァトリー) となる (私信: 2017 年 8 月 1 日, 某日系航空会社の現役客室乗務員より)。また, Y/P や C/P などにはもはや頭字語ではないため, 別途暗記する必要がある。

表 4. 航空業界における基本略記表現の一例 (30 種)

略記	正式名称	意味
1. CP	chief purser	チーフパーサー
2. CAP	captain	操縦士
3. COP	copilot	副操縦士
4. DH	deadheading	便乗
5. DOM	domestic	国内線
6. STY	stay	宿泊
7. INT	international	国際線
8. FLT	flight	フライト
9. W C' K	double check	2人でチェックする事
10. LAV	lavatory	化粧室
11. OHS	overhead storage	頭上収納棚
12. GAL/GLY	galley	(船や飛行機の) 調理室, ギャレー
13. SPML	special meal	特別な食事
14. Y/P	economy-class purser	エコノミークラスパーサー
15. C/P	business-class purser	ビジネスクラスパーサー
16. GTB	ground turn back	離陸前の引き返し
17. ATB	air turn back	離陸後の引き返し
18. DVT	diversion	目的地外着陸
19. TOC	time of cruise	航行時間
20. TOD	time of descent	降下時間
21. AT	attendant	案内係, 係員
22. INF	infant	幼児
23. CH	child	小児
24. PGNT	pregnant	妊婦
25. MEDA	medical case	患者
26. ASST	assist seat	通路側シート
27. GRP/GT	group tour	団体客
28. STCR	stretcher passenger	担架で運ばれた乗客
29. BLND	blind passenger	視覚障害者
30. DEAF	deaf passenger	聴覚障害者

5.2. 識別コード

多種多様な識別コードが存在する。実際のコミュニケーションでは、このような識別コードのみでコミュニケーションをとるのが常である。

例えば、航空会社識別コードは、国際航空運送協会（IATA）によって定められた航空会社を識別するための固有コードで、別称2レターコードと呼ばれる。NHであれば全日本空輸を、SQであればシンガポール航空を表す。日本と海外の空港を行き来する主要な航空会社は25社あり、その2レターコードの暗記は必須である（『エアステージ』, 2016年3月号）。

表5. 航空会社のコード一覧（『エアステージ』, 2016年3月号, p.53-56 より抜粋）

2レター コード	航空会社名	英語表記	国名
JL	日本航空	Japan Airlines	日本
NH	全日本空輸	All Nippon Airways	日本
AA	アメリカン航空	American Airlines	アメリカ合衆国
AC	エア・カナダ	Air Canada	カナダ
AF	エールフランス航空	Air France	フランス
BA	ブリティッシュ・エアウエイズ	British Airways	イギリス
BR	エバー航空	EVA Airways	台湾
CI	チャイナ エアライン	China Airlines	台湾
CX	キャセイパシフィック航空	Cathay Pacific Airways	香港
DL	デルタ航空	Delta Air Lines	アメリカ合衆国
EK	エミレーツ航空	Emirates	アラブ首長国連邦
HA	ハワイアン航空	Hawaiian Airlines	アメリカ合衆国
JQ	ジェットスター航空	Jetstar Airways	オーストラリア
KE	大韓航空	Korean Air	韓国
KL	KLM オランダ航空	KLM Royal Dutch Airlines	オランダ
LH	ルフトハンザ ドイツ航空	Deutsche Lufthansa	ドイツ
MH	マレーシア航空	Malaysia Airlines	マレーシア
NZ	ニュージーランド航空	Air New Zealand	ニュージーランド
OS	オーストリア航空	Austrian Airlines	オーストリア
OZ	アシアナ航空	Asiana Airlines	韓国
PR	フィリピン航空	Philippine Airlines	フィリピン
QF	カンタス航空	Qantas Airways	オーストラリア
SQ	シンガポール航空	Singapore Airlines	シンガポール
TG	タイ国際航空	Thai Airways International	タイ
UA	ユナイテッド航空	United Airlines	アメリカ合衆国

また、主要空港コードには、アルファベット 3 文字で表記される 3 レターコードが用いられ、CTS は北海道の新千歳空港、LAX はアメリカのロサンゼルス国際空港を表す。こちらも、国内主要空港が 18、海外主要空港が 45 あるので、それぞれを暗記する必要がある。

5.3. 機内食表現

通常、限られた時間の中でサービスを提供する上で、同僚間のコミュニケーションは経済的に行われる必要がある。あらゆる国籍の人種が客人として搭乗するため、機内食一つにしても、様々なメニューが存在する。近隣の中国、韓国、台湾以外にもイスラエル、インドネシア、ポーランド、フィリピン、マレーシアの訪日外国人観光客が急増していることを勘案すると、多文化、他宗教への対応と密接に関係する食習慣等に関する知識を身に付け、万が一にも間違いが生じない様、名称等を正確に覚えることは必須である。また、このような機内食の種別は、正式名称でのやりとりよりも略語表現でのやり取りが一般的であり、このような知識の獲得が即戦力へと繋がる。以下は、機内食で用いられる頭字語のごく一部である⁸。

表 6. 機内食の頭字語の例 (10 種)

	頭字語	正式名称	意味
1.	VGML	vegetarian vegan meal	完全菜食主義者用 (乳・卵製品も不可)
2.	VLML	vegetarian lacto-ovo meal	乳卵菜食主義者用
3.	DBML	diabetic meal	糖尿病患者用
4.	BBML	baby meal	乳幼児用
5.	CHML	child meal	小児用
6.	MOML	Moslem meal	イスラム教徒用
7.	KSML	Kosher meal	ユダヤ教徒用
8.	HNML	Hindu meal	ヒンズー教徒用
9.	LSML	low salt meal	減塩用
10.	LFML	low fat meal	低脂肪用

ANA では海外ベースの乗務員の増加に伴い、日系航空会社としての“Japanese Hospitality”の提供を重視しつつも多様性を受入れ、それを ANA の「強み」にしている (日本生産性本部, 2012)。グローバル化が進むにつれて、対顧客だけではなく従業員間でも更なる多様性への対応が求められており、文化や宗教の違いを把握することは、きめ細かいサービスやスムーズなコミュニケーションに欠かせない。業務で必要な専門用語を使いこなすことも、様々な文化背景や母語を持つ従業員が業務にあたる際に必須の能力と言えよう。

5.4. 航空会社による表現の違い

航空会社によって使用する表現に違いがある場合もある。客室乗務員の呼称一つをとっても ANA や JAL などの日系航空会社は Cabin Attendant, ユナイテッド航空やデルタ航空は Flight Attendant, ブリティッシュ・エアウェイズやシンガポール航空では Cabin

Crew と様々である。採用試験対策も考慮に入れると、呼称を間違えたからといって減点対象になることはないが、できれば受験する会社の呼称にあわせたほうが好印象であろう（『エアステージ』, 2017年9月号）。

また、航空券の予約番号に含まれるアルファベットの聞き間違いが起きないように、各アルファベットは読み方が決まっている。例えばQを「キュー」と読むと数字の9と間違える可能性があるが、“Queen”と読めばその様なことは起こらない。また、MとNなども“Mike”や“Nancy”と読むことで聞き違いを避けることができる。しかしながらこちらも航空会社等によって一部読み方が異なる。ANAではNは“Nancy”だが、国際民間航空機関（ICAO）では、Nは“November”であるという具合である（『エアステージ』, 2017年9月号）。実務面ではもちろん、企業研究という側面からも会社による表現の違いを大学生の時点で把握しておくことは重要であり、ESPの中でもESBP（English for Specific Business Purposes）として就活前に教育する価値はあろう。

6. 結語

6.1. まとめ

本稿では、現在、学生・企業・社会からニーズのあるホスピタリティ業界就職希望者のための英語教材『Hospitality Communication ホスピタリティ・コミュニケーションー実践形式で学ぶおもてなし英語（三修社）』の開発に至るまでの、先行研究とその成果を航空業界に限定して、その一端を紹介した。特に、おもてなしの定義を再確認し、毎年、就職希望ランキングで上位を占める航空業界を代表例として、現場で必要不可欠な特殊な英語コミュニケーション表現等を紹介した。この教材では実際にはホテルやテーマ・パークも扱っているが、紙幅の都合上、そのESP的論考に関しては別の機会に譲ることとする。また、一言にホスピタリティ業界と言ってもそのカバーする範囲は極めて大きく、外食産業や電車、バス、船といった他の輸送機関など、それらで用いられるESPの実態を把握し、教育や教材に活用していきたい。

6.2. 今後の課題

今後の課題として、緊急時対応の英語コミュニケーション力の醸成が挙げられる。ホスピタリティ業界における即戦力とは、予期せぬ場面に出くわしても、与えられた状況を冷静に判断し適切にコミュニケーションすることのできる力と筆者は考える。驚くような話だが、関西を訪れた中国人観光客が日本で購入した炊飯器を、帰りの機内でスーツケースの代わりとして通路に置いていたというケースも発生している（私信：2017年8月1日、某日系航空会社の現役客室乗務員より）。このような場合、例えば乗客にどのように英語あるいは中国語で声かけすればよいのであろうか。

また、原田・森下・伊藤（2016）が指摘するように、国内の輸送施設、商業施設、観光地などでの定型的な音声案内は、録音音声か予め文書で用意しておけば、基本情報を読み

上げるだけで対応できる。例えば、平常時の日系航空会社の機内アナウンスは、日本語以外（例えば英語や中国語）は、マニュアルに従って簡単な外国語の文を読み上げたり、時には録音アナウンスを流したりするだけである。CEFR（言語の評価・学習・教育におけるヨーロッパ共通参照枠）で最も低いAレベルであっても少し訓練すれば対応できよう。しかしながら、機内・車内・駅構内・設備内などにおける緊急時のアナウンス、具体的には、人身事故、天候等によるダイヤの乱れ、迂回経路案内を含めた乗客誘導などには高度な言語運用能力が求められるため、予め外国語による非定型アナウンスの訓練が必要不可欠である。記憶に新しいところでは、2011年の東日本大震災時に東京ディズニーランドでの対応が高く評価されたが、これは日頃からの訓練の賜物であろう。

今後は、天災を含むあらゆる緊急時に求められる本当のおもてなしの英語コミュニケーション力を醸成する方策と訓練、そしてそれらを助長するカリキュラムや教材の開発が求められる。今後の課題としたい。

注

- 1 本稿では、ホスピタリティ業界（産業）の定義として、航空などの運輸業、ホテルなどの宿泊業、旅行会社などの旅行業を指すこととする。広義の意味では、教育、医療、福祉など多くの産業が入ることになるが、今回は含めない。
- 2 例えば、英語の *condition* と日本語の「コンディション」では、その使用文脈に大きな違いが見られ、これが日本人英語学習者の誤用にも繋がっているという報告もある（Nishina, 2008）。
- 3 岡野（2016）は Cobuild English Dictionary の定義のみを参照。Cambridge Advanced Learner's Dictionary（第二版）でも調査したが、名詞 *hospitality* が単独で立項されていなかったため、掲載していない。
- 4 日本ホスピタリティ推進協会によると「広義の定義では、ホスピタリティが主人と客人の二者間の話にとどまらない。社会全体に対して、その構成員である人々が、ホスピタリティの精神を発揮することで、相互に満足感を得たり、助け合ったり、共に何かを創りあげることができ、それによって社会が豊かになっていく。大きな意味でもホスピタリティは重要である」としている。
- 5 Blanchy（2010）によれば、もてなしの哲学に必要な3つの行動規範として、1. 他人のニーズを先取りする（Anticipation of the other's needs）、2. 状況に柔軟に対応する（Flexibility to the situation）、3. 万事控えめに（Understatement）を提案している。
- 6 インバウンド観光成長のための3大課題として、日経ビジネス ONLINE（2016年11月17日）では、(1)アジア以外からの訪日外国人客が少ないこと（訪日旅行者の国籍の偏り）、(2)東京・京都・大阪の3大都市に旅行者が集中しすぎていること（訪日旅行者が行く、日本国内の地域の偏り）、(3)主要都市の観光関連インフラのキャパシティ不足、を挙げている。
- 7 近年、航空業界では、パイロットと整備士の人員不足が深刻となっている。いわゆる2030年問題と呼ばれ、2030年には全世界で、パイロットと整備士は現在の2倍以上、アジア・太平洋地域に限れば、パイロットは現在の4.5倍、整備士は現在の3.5倍必要であると試算されている。これは、格安航空会社（LCC）の隆盛とパイロットや整備士の高齢化がその理由で、各航空会社間で人材の争奪戦となり、年収は高騰している（蓮見ほか、2017）。
- 8 ベジタリアン用の機内食は、通常、2種類が用意されており、一つは高たんぱく質、豊富な鉄分、高カルシウムのベジタリアン・ビーガン（完全菜食主義者）用で、卵と乳製品は一切含まれていない。もう一つは、乳製品、卵、ベジタリアンタイプのチーズが入っている、たんぱく質、鉄分、カルシウムに富んだベジタリアン・ラクト・オボ（乳卵菜食主義者）用である。また、参考までに、ヒンズー教徒用の機内食には、牛肉、子牛肉、豚肉を一切使用しておらず、イスラム教徒用では、禁制品として、豚肉、豚肉を使用した製品、ゼラチン、お酒、アルコールより抽出された香味成分、うろこやひれのいない白身でない魚介の肉が指定されており、これらを使用していない機内食となる。

参考文献

- [1] 『エアステージ3月号』2016 イカロス出版.
- [2] 『エアステージ9月号』2017 イカロス出版.
- [3] Blanchy, K. (2010) *Interface Design based on the philosophy of Japanese Hospitality*. Panasonic Corporation. Tokyo, Japan.
- [4] 大学生就職企業人気ランキング (2016) https://www.mynavi.jp/news/2015/07/post_9092.html (閲覧日: 2017年12月1日).
- [5] 大学生就職企業人気ランキング (2017) https://job.mynavi.jp/conts/2017/tok/nikkei02/ranking_index.html (閲覧日: 2017年12月31日).
- [6] 大学生就職企業人気ランキング (2018) https://job.mynavi.jp/conts/2018/tok/nikkei/ranking_ranking_index.html (閲覧日: 2018年3月1日).
- [7] 『デジタル大辞泉』2017 小学館.
- [8] 『現代用語の基礎知識2017』2016 自由国民社.
- [9] 原田康也・森下美和・伊藤篤(2016)「ICTによる観光資源開発支援と多言語ホスピタリティー・コミュニケーション」『日本認知科学会第33回大会発表論文集』252-256.
- [10] 蓮見清一ほか(2017)『日本人の給料大全』東京:宝島社.
- [11] 『イミダス』2017 集英社.
- [12] 神戸市(2015) <http://www.city.kobe.lg.jp/information/press/2015/02/20150216012002.html> (閲覧日: 2017年8月15日).
- [13] 後迫美奈子(2015)「ホスピタリティ発揮における, コーチングの可能性」『ANARICO』vol.2, 95-110.
- [14] Longman Dictionary of Contemporary English for Advanced Learners 第6版 (LDOCE 6) 2014 ピアソンエデュケーテョン.
- [15] 毎日新聞(2016年4月20日)。「15年度, 初の2000万人突破」<http://mainichi.jp/articles/20160421/k00/00m/020/043000c> (閲覧日: 2017年8月15日).
- [16] Maslow, A. 小口忠彦監修(1971)『人間性の心理学』産業能率大学出版部.
- [17] 日本観光局 http://www.jnto.go.jp/jpn/statistics/visitor_trends/index.html (閲覧日: 2017年7月15日).
- [18] 『日本国語大辞典第二版』2002 小学館.
- [19] 日本生産性本部(2012)『ANAが目指すCS お客様と共に最高の歓びを創る』東京:生産性出版.
- [20] 日経ビジネス ONLINE(2016) <http://business.nikkeibp.co.jp/atcl/report/15/262112/110800006/>.
- [21] Nishina, Y. (2008) Parallel Corpora in Computer-assisted Language Learning: A Case of Lexical Studies and Data-Driven Learning using Moodle. *Handbook of Research on E-Learning Methodologies for Language Acquisition*, 203-217.
- [22] 野口幸一・戸辺美由紀(2008)『レッツ, ホスピタリティ!心を伝えるコミュニケーション能力の磨き方』経済法令.
- [23] 岡野正宜(2016)「日本独自のホスピタリティーを創り出す日本語の「ちから」」『ANARICO』vol.3, 5-13.
- [24] 沖中美喜(2015)「大阪に根ざした老舗ホテルのブランド力-リーガロイヤルホテルを事例として」『ANARICO』vol.2, 111-129.
- [25] Oxford Advanced Learner's Dictionary 第9版 (OALD9) 2015 オックスフォード大学出版局.
- [26] 種村聡子(2015)「大学生の職業選択に関する意識について-LCCへの就職」『ANARICO』vol.2, 67-83.
- [27] 徳江順一郎(2011)『サービス&ホスピタリティ・マネジメント』産業能率大学出版部.
- [28] 山上徹(2005)『ホスピタリティ・マネジメント論』白桃書房.
- [29] 山路顕(編)(2013)『航空とホスピタリティ』NTT出版.