

タイにおける旅行会社の日本語広告に見られる漢字の出現頻度

——日程・費用・条件等を対象として——

千葉 真人

1. はじめに

近年、目的別日本語の重要性、必要性がうたわれてきている（野田 2005）。さらに、話す、聞く、読む、書くといった四技能別の文法や学習者の母語別の文法の重要性なども指摘されており（井上 2005、宮谷 2005）、今後学習者の多様性を考慮したシラバス・カリキュラム開発の必要性が増してくるであろう。

目的別日本語という観点からタイの日本語教育を見た場合、よく教えられている科目の一つとして観光用日本語がある。森（2008）も指摘するように、近年観光用日本語に関する教材開発や研究が進んできてはいる（pp.97-98）ものの、まだ改善の余地は多い。

さらに技能別の日本語という観点から見ると、まだ明らかになっていない部分が多い。例えば、タイでの観光用日本語に必要な読み書き能力とはどのようなものなのかということ一つをとってみても即座に答えられる日本語教師は少ないであろう。

ところで、この読み書き能力というものにはもちろん漢字の読み書きも含まれる。外国人日本語学習者が感じる漢字の難しさは、数の多さや読み方の多さ、字画の多さなどがしばしば指摘される（Erdenebat 他 2006、Gamage2003）。タイ語を母語とする学習者（以下、「タイ人学習者」）を対象とした漢字教育に関する詳細な調査としては Somchai（2008）が挙げられる。Somchai（2008）はタイ人初級学習者が感じている漢字学習上の問題点および漢字教育の現状について調査している。それによるとタイ人学習者が感じている漢字学習上の問題点は大きく分けて、①読み方が多い、②字形が類似していて覚えにくい、③画数が多い、④書きにくい、⑤意味が多い、⑥数が多い、⑦覚えられない、の 7 つに分類することができる（p.52-53）。また、Somchai（2008）はタイ国内の大学（日本語専攻）のカリキュラムを調査し、漢字学習の時間が少なすぎることも指摘し、タイでの日本語教育への提案の一つとして漢字の授業を適切な割合で増やすことを挙げている（pp.53-54）。

しかし、日本語を主専攻として学んでいる学習者と違い、選択科目として観光用日本語を学習している観光学科の学習者などの学習時間は決して多くない。よって、漢字の学習時間を増やすというのは現実的にはなかなか難しい。それでも、その限られた時間の中で漢字を学ぶ必要があるとすると、「よく使われる漢字を教える。あまり使われない漢字は教えない」というのも一つの考え方ではないだろうか。もちろん、点画の難易や語彙との関係を考慮することも必要であり、必ずしも「よく使われること」がそのまま「教える」ことにつながるとは限らない。しかし、現

在のところ、タイでの観光用日本語にとって必要な漢字という観点から行われた調査・研究自体がないため、判断の根拠となるべき資料すらない状態である。よって、本稿では、まず判断の根拠となりうる資料を提供することを試みたい。

2. 先行研究

ここではまず、一般的な日本語能力を測る試験であると考えられている日本語能力試験の出題基準についてまとめてみたい。国際交流基金・日本国際教育協会編（2004）では、日本語能力試験各級（1～4級）について以下のような選定基準を設けている。

まず、4級と3級の漢字は、日本国内および海外でよく使用されている初級教科書内での提出頻度、提出範囲をもとに、各級の語彙との関係や点画の難易等を考慮して選定されている（国際交流基金・日本国際教育協会編 2004：3-5）。また、2級と1級の漢字は、『常用漢字表』（採録漢字数 1945 字）、『現代新聞の漢字』（採録漢字数 2013 字）など6種の資料をもとに、「熟語を構成する」、「字画が基本的」などの日本語教育的知見を加えた結果選定されたものである（国際交流基金・日本国際教育協会編 2004：39-41）。各級の漢字として挙げられている数は4級が103字、3級が284字、2級が1023字、1級が2040字である。ただし、3級の284字には4級の103字が含まれるといったように、上位の級の範囲には下位の級の範囲のものが含まれた数である。上記の出題基準を見てわかるのは、当然のことながら、これらは一般的な日本語教育を念頭において漢字を選定しているのであって、これらの漢字がタイにおける観光用日本語にとって必要かつ重要度が高い漢字であるかどうかは明らかではない。

次に、タイ人学習者向けの漢字学習について提言している亀山（1998）を見る。亀山（1998）は初級から上級までのタイ人学習者向けの漢字レベルテストの導入を提案している。このレベルテスト案の特徴は、タイで圧倒的多数を占める初級学習者が具体的で現実的な目標を持てるように、特に下のレベルのステップを細かく設定していることである（p.15）。具体的には、10級（20字）、9級（10級の20字を含む40字）、8級（9級までの40字を含む70字）などとなっている。そして、そのレベルおよび出題範囲の設定にあたり、タイでよく使われると考えられる「王」、「寺」や「象」（いずれも日本語能力試験出題基準では2級に相当）などの漢字を比較的下のレベルの漢字として設定する（「王」と「寺」が5級、「象」が4級）など、タイでの使用頻度も考慮している（p.15）。しかし、初級から上級までの幅広いタイ人日本語学習者を念頭に置いているため、これもやはり観光用日本語という観点に特化したものではない。

3. 調査の目的と方法

本調査の目的は、タイにおける旅行会社の日本語広告に現れた漢字の出現頻度を調査・分析することである。これにより、タイでの観光用日本語において必要とされる漢字教育のシラバス・

カリキュラムを考えるための資料を提供する一助となると考える。

なお、本稿では「旅行会社の日本語広告」とは「旅行会社によって配布された日本語のチラシおよび旅行会社が開いている日本語のウェブサイトの中の日程・費用・備考または条件」と定義する。日程・費用は観光客がツアーを選択する際に重視するものであると考えられ、観光業に従事しようとする日本語学習者にとっては比較的重要度が高いものである。また、備考や条件も観光客に伝えなければならない必須の要素である⁽¹⁾。日本人 302 名に対して行った橋本（2000）の調査でもパッケージツアー選定時に重視する条件上位には「目的地」、「全般的スケジュール」、「旅行日数」、「出発日」、「旅行代金」の 5 つが挙げられている（p.77）。よって本稿では、重要度が高いと考えられるこれらの部分を調査対象とする。

調査は 2008 年 12 月下旬から 2009 年 1 月上旬にかけて行った。手順は以下のとおりである。まず、タイ国日本人会会員に送付されてくるチラシの中からホテル宿泊プランのみのものを除いた 1 泊以上のツアーの広告を選んだ。さらに、タイの日系旅行会社が開いているウェブサイト内の 1 泊以上のツアーの中から任意のものを選んだ。次に、それぞれの広告のツアー名、日程、費用、備考または条件に出現する漢字を一つ一つ手作業で数え上げた。

結果として、対象としたツアーは、チラシ内のものが 51 種類（6 社）とウェブサイト内のものが 13 種類（4 社）の計 64 種類であった。ツアーの行き先の内訳は表 1 に示した。

表 1 調査対象としたツアーの行き先⁽²⁾

地方	行き先	ツアーの種類
北部	チェンマイ、チェンライ、スコータイ、メーホンソン、	17
東北部	ウボンラーチャタニー、スリン、ナコンラーチャシマー	4
東部	チャン島、サメット島、パタヤ	12
中部	ホアヒン	3
南部	サムイ島、パンガー、パガン島、ランタ島、プーケット、 クラビー、ピーピー島、タオ島	28
合計		64

4. 結果と考察

旅行会社の日本語広告に現れた漢字は、異なり字数で 410 字（同の字点「々」は漢字ではないがここに含む）、延べ字数では 7176 字であった。

まずは、出現頻度が高かった漢字の上位 10 字を表 2 に示す。表中の「出現割合」は各漢字の出現度数を分子とし、延べ字数（7176 字）を分母として計算したものである。また、一番右の欄の「出題基準」はその漢字が日本語能力試験の出題基準では何級に該当するかを示す。網掛けの部分は日本語能力試験出題基準 4 級以外の漢字である。

表2 出現頻度上位 10 字とその出現割合

順位	漢字	出現度数	出現割合	出題基準
1	日	286	3.99%	4 級
2	人	250	3.48%	4 級
3	大	192	2.68%	4 級
4	金	158	2.20%	4 級
5	料	153	2.13%	3 級
6	空	143	1.99%	4 級
7	名	130	1.81%	4 級
8	子	118	1.64%	4 級
9※	泊	114	1.59%	2 級
	用			3 級
合計		1658	23.10%	

※9 位は同数、同順位。

調査対象として、日程や費用などに限定したこともあり、「…日」（日付の意味）、「…日間」や「…日目」などの形がよく見られた「日」（1 位）、「…泊」（宿泊日数の意味または宿泊ホテルの意味）などの形がよく見られた「泊」（9 位）が上位に現れている。また、料金に関する「料」（5 位）や「金」（4 位）、「大人」や「子供」という形がよく見られた「大」（3 位）、「子」（8 位）、「大人」、「…人」（人数の意味）や「…名」（人数の意味）という形が多かった「人」（2 位）、「名」（7 位）などが上位を占めている。6 位の「空」は「空港」、「航空」、「空路」などの形がよく現れ、9 位の「用」は「利用」、「費用」の形がよく現れた。

出現頻度上位 10 字合計で延べ字数（7176 字）の 4 分の 1 近く（23.10%）を占めており、この 10 字を学習し、読めるようになるだけでも、わずかながらとは言え旅行会社の広告を理解することができると言えよう。この約 4 分の 1 という割合は、国立国語研究所（1976）による、1 年間の新聞に見られた漢字の調査で明らかになった上位 10 字の出現頻度（日、一、十、二、大、人、三、会、国、年の 10 字で 10.6%）と比較してもかなり高いと言えよう。もちろん、これは新聞が政治、経済から文化まで幅広い分野を扱うのに対し、旅行会社の日本語広告は旅行という限られた分野を扱っているためであると言える。

これら 10 字中のほとんどが日本語能力試験の 4 級または 3 級の出題範囲の漢字であるが、9 位の「泊」のみは 2 級の漢字である。しかし、画数も比較的少なく（8 画）、また音と意味もタイ語との類似性があり⁽³⁾、学習者にとってそれほど難しくはないと考えられ、学習初期の段階でも積極的に提出してよいのではないだろうか。

次に 11～20 位、21～30 位、31～40 位、41～50 位、51～100 位、100 位以下と区切り、各区分内での出現度数、各区分までの累積出現度数および累積出現割合を表 3 に示す。例えば、11～20 位までには「内」、「食」などの 10 字があり、その 10 字の出現度数を合計すると 911 になる。そ

れに、1～10 位までの出現度数（1658）を合計したものが 2569 になり、それを延べ字数（7176 字）で割ったものが 35.80%という数字である。なお、各漢字の出現度数など詳細に関しては本稿末の資料を参照されたい。

表 3 出現頻度 11 位以下の漢字と累積出現度数、累積出現割合

順位	漢字	合計出現度数	累積出現度数	累積出現割合
11～20 位	内、食、供、月、行、 様、合、航、後、場	911	2569	35.80%
21～30 位	間、発、朝、代、利、年、 室、動、観、市、加 [※]	693	3262	45.46%
31～40 位	着、光、上、目、時、 港、出、旅、迎	487	3749	52.24%
41～50 位	部、屋、午、自、事、 島、由、宿、寺、下	448	4197	58.49%
51～100 位	(巻末資料参照)	1459	5656	78.82%
100 位以下	(巻末資料参照)	1520	7176	100.0%

※「観、市、加」は同数、同順位。

上位 100 位までの累積出現割合は 78.82%にも達している。100 字という数は、日本語能力試験の出題基準で最も易しいレベルである 4 級（103 字）とほぼ同数ではあるが、これだけ学習するだけでもほぼ 8 割は理解できるということになる。正確に言うと、個々の漢字を知っていることと、それらの漢字の組み合わせで構成された語を理解できることは同義ではない。しかし、少ない文字数での学習効率という観点から考えると非常に効率がいいと言えるであろう。なお、国立国語研究所（1976）によると、新聞の漢字を 80%理解するために必要な漢字は 512 字、雑誌では 638 字となっている（p.28）。

表 4 100 位までの各区分ごとに含まれる日本語能力試験級別の漢字と割合

順位	4 級	3 級	2 級	1 級	合計
1～10 位	7 (70.0%)	2 (20.0%)	1 (10.0%)	—	10
11～20 位	4 (40.0%)	2 (20.0%)	4 (40.0%)	—	10
21～30 位	2 (18.2%)	6 (54.5%)	3 (27.3%)	—	11
31～40 位	4 (44.4%)	3 (33.3%)	2 (22.2%)	—	9
41～50 位	2 (20.0%)	3 (30.0%)	5 (50.0%)	—	10
51～100 位	7 (13.5%)	13 (25.0%)	31 (59.6%)	1 (1.9%)	52 [※]
合計	26 (25.5%)	29 (28.4%)	46 (45.1%)	1 (1.0%)	102

※97 位の「遣、満、便、途、込、際」が同数、同順位のため。

次に、各区分の漢字の中に日本語能力試験級別の漢字がどのぐらい含まれているかを表4に示した。カッコの中のパーセンテージはそれぞれの出現数を分子とし、横軸の合計を分母とした割合である。網掛けの部分は各区分の中で最も割合が高かったものである。

上位100字まで、つまり一般的な日本語教育では4級の範囲とされる文字数の中に3級の文字が約30%、また2級の文字も約45%含まれている。つまり、一般的日本語教育で4級の範囲とされている漢字はわずか25%程度しか含まれていない。このことから、日本語能力試験4級の漢字だけでは、タイでの観光用日本語教育に最低限必要な漢字をカバーしきれないということがわかる。なお、100位以下の漢字も含めた結果を表5に示した。100位までの区分と同様、日本語能力試験で2級の範囲とされている漢字が約半数を占めていることがわかる。

表5 100位までと100位以下の各区分に含まれる日本語能力試験級別の漢字と割合

順位	4級	3級	2級	1級	その他	合計
100位まで	26 (25.5%)	29 (28.4%)	46 (45.1%)	1 (1.0%)	—	102
100位以下	41 (13.3%)	55 (17.9%)	162 (52.6%)	44 (14.3%)	6 (1.9%)	308
合計	67 (16.3%)	84 (20.5%)	208 (50.7%)	45 (11.0%)	6 (1.5%)	410

5. まとめと今後の課題

今回の調査で明らかになったのは以下の3点である。

①出現頻度上位10字だけでも延べ字数の約25%を占める。

②出現頻度上位100字まででは、延べ字数の約80%を占める。

③出現頻度上位100字までに、日本語能力試験4級出題範囲の漢字は25%程度しか出現しない。

前述したように、この調査で頻度が高かった漢字がそのまま教えるべき漢字となるわけではない。しかし、従来の一般的日本語教育という観点では見えないものが今回の調査の結果見えてきたと言えるであろう。

ただ、今回の調査で扱ったのは1泊以上のツアーということで、バンコク市内半日観光や一日観光、アユタヤ、ナコンパトムやカンチャナブリーなどバンコク近郊への日帰りツアーは扱わなかった。これらのツアーも調査の対象とし、新たに分析することで今回とは違った結果が見えてくるかもしれない。この点を今後の課題としたい。また、今回は旅行会社の日本語広告のみを扱ったが、観光用日本語教育にはホテル用日本語など他の分野も存在する。今後はこれらの分野を視野に入れた調査も必要となる。

また、本稿では主に漢字の出現頻度のみを分析し、読み方やよく現れる組み合わせなど、詳細には触れなかった。この点も今後の課題としたい。

注

- (1) 日本の「旅行業法第十二条の七」においても「旅行業者等は、企画旅行に参加する旅行者を募集するため広告をするときは、国土交通省令で定めるところにより、当該企画旅行を実施する旅行業者の氏名又は名称、旅行の目的地及び日程、旅行者が提供を受けることができる運送等サービスの内容、旅行者が旅行業者等に支払うべき対価に関する事項（中略）を表示^{〔マ〕}してしなければならない。」と定められている（総務省「旅行業法」）。
- (2) タイの地方を分ける方法にはいくつかの種類が見られるが、ここでの地方区分は การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย “ข้อมูลท่องเที่ยว 76 จังหวัด” に従った。
- (3) 例えば、「宿泊所」[sukuhakuzo] = ที่พัก [tʰi pʰák]。

参考文献

- 井上優（2005）「学習者の母語を考慮した日本語教育文法」野田尚史編『コミュニケーションのための日本語教育文法』、くろしお出版、pp.83-102
- Erdenebat Yadamsuren・李相穆・杉浦謙介・佐藤滋（2006）「非漢字圏学習者のための漢字学習支援システムの構築と評価」『言語処理学会第12回年次大会発表論集』、pp.216-219
- 亀山稔史（1998）「タイにおける漢字教育への提言-日本語漢字レベルテスト試案-」『国際交流基金バンコック日本語センター紀要』第1号、国際交流基金、pp.13-25
- 国際交流基金・日本国際教育協会編（2004）『日本語能力試験出題基準 改訂版』、凡人社
- 国立国語研究所（1976）『現代新聞の漢字』、秀英出版
- 総務省「旅行業法」『法令データ提供システム』
- <http://law.e-gov.go.jp/cgi-bin/idxselect.cgi?IDX_OPT=2&H_NAME=&H_NAME_YOMI=%82%e8&H_NO_GENGO=H&H_NO_YEAR=&H_NO_TYPE=2&H_NO_NO=&H_FILE_NAME=S27HO239&H_RYAKU=1&H_CTG=1&H_YOMI_GUN=1&H_CTG_GUN=1> 2009年1月6日
- Somchai Chaiyakhetthanang（2008）「タイ国内における初級タイ人学習者の漢字意識」『日本語教育国際シンポジウム「東南アジアにおける日本語教育の展望」』、タマサート大学教養学部日本語学科、pp.50-54
- 野田尚史（2005）「コミュニケーションのための日本語教育文法の設計図」野田尚史編『コミュニケーションのための日本語教育文法』、くろしお出版、pp.1-20
- 橋本佳恵（2000）「海外主催旅行における添乗員の役割に関する研究」『大阪明浄大学紀要』開学記念特別号、pp.73-81
- 宮谷敦美（2005）「読むための日本語教育文法」野田尚史編『コミュニケーションのための日本語教育文法』、くろしお出版、pp.167-185

森康眞 (2008) 「コース用教科書「JPN336:観光サービスのための日本語」の作成過程を振り返ってー教材の作成前・作成作業・作成後ー」『国際交流基金バンコク日本語センター紀要』第5号、国際交流基金 pp.97-106

Haththotuwa Gamage, G . (2003) “Perceptions of Kanji Learning Strategies: Do They Differ among Chinese Character and Alphabetic Background Learners? ” *Australian Review of Applied Linguistics*, vol.26, no.2, pp.17-31

การท่องเที่ยวแห่งประเทศไทย “ข้อมูลท่องเที่ยว 76 จังหวัด” *Tourism Thailand .Org- The Official Website for Tourism in Thailand* <<http://thai.tourismthailand.org/destination-guide/>> 2009 年 1 月 6 日

【資料】出現頻度 11 位～188 位の漢字とその度数

①は順位、②は漢字、③は出現度数、④は該当する日本語能力試験出題範囲

①	②	③	④	46	島	45	2 級	83	税	24	2 級	118	他	16	2 級
11	内	111	2 級	47	由	44	2 級		乗		3 級		適		2 級
	食		4 級	48	宿	43	2 級		手		4 級	120	券	15	2 級
13	供	104	2 級	49	寺	42	2 級		追		2 級		注		3 級
14	月	94	4 級	50	下	41	4 級	87	条	23	2 級		承		2 級
	行		4 級	51	院	40	3 級		件		2 級	123	運	14	3 級
16	様	84	2 級		現		2 級		要		2 級		賃		2 級
17	合	82	3 級		歳		2 級	90	車	22	4 級		問		3 級
18	航	80	2 級		送		3 級		付		2 級		確		2 級
19	後	79	4 級	55	含	39	2 級	92	一	21	4 級	127	小	13	4 級
20	場	72	3 級		以		3 級		路		2 級		保		2 級
21	間	71	4 級		到		2 級		同		3 級		載		1 級
22	発	69	3 級		程		2 級		数		2 級		険		2 級
	朝		3 級	59	表	36	2 級		回		3 級		了		2 級
24	代	68	3 級		早		3 級	97	遣	20	1 級		船		2 級
25	利	65	2 級	61	予	35	2 級		満		2 級		分		4 級
26	年	62	4 級	62	費	34	2 級		便		3 級		払		2 級
27	室	60	3 級		期		2 級		途		2 級		値		2 級
28	動	58	3 級	64	割	33	2 級		込		2 級	136	見	12	4 級
29	観	57	2 級		約		2 級		際		2 級		移		2 級
	市		3 級	66	夕	32	3 級	103	燃	19	2 級	138	村	11	3 級
	加		2 級		参		2 級		客		2 級		在		2 級
32	着	56	3 級	68	国	31	4 級		跡		1 級		座		2 級
	光		3 級		地		3 級		未		2 級		申		2 級
	上		4 級	70	記	30	2 級		無		2 級		消		2 級
	目		4 級	71	前	29	4 級	108	等	18	2 級	143	象	10	2 級
36	時	55	4 級	72	定	28	2 級		族		3 級		学		4 級
37	港	54	2 級		変		2 級		物		3 級		諸		2 級
	出		4 級		終		3 級		往		1 級		毎		4 級
39	旅	52	3 級	75	昼	27	3 級		復		2 級		員		3 級
40	迎	48	2 級	76	更	26	2 級		示		2 級		中		4 級
41	部	47	2 級		語		4 級		頂		2 級		催		1 級
	屋		3 級		別		3 級	115	御	17	2 級		戻		2 級
	午		4 級	79	幼	25	2 級		必		2 級		意		3 級
	自		3 級		児		2 級		取		2 級				
45	事	46	3 級		本		4 級								
					案		2 級								

152	添	9	1 級	162	工	8	3 級	175	油	7	2 級	188	土	6	4 級
	芸		2 級		考		3 級		飲		4 級		専		2 級
	園		2 級		的		2 級		希		2 級		貨		2 級
	基		2 級		又		1 級		望		2 級		楽		3 級
	最		2 級		有		3 級		古		4 級		外		4 級
	備		2 級		効		2 級		寝		2 級		当		2 級
	線		2 級		認		2 級		選		2 級		願		2 級
	可		2 級		致		1 級		雑		2 級		末		2 級
	社		4 級		始		3 級		能		2 級		安		4 級
	使		3 級		少		4 級		各		2 級		跨		-
					支		2 級		個		2 級		段		2 級
					指		2 級		会		4 級		通		3 級
					混		2 級		祝		2 級				

出現頻度 200 位以下の漢字

他*	(頻度 4) 晦 (頻度 1) ヌ、窟、迄、蘭
1 級	(頻度 5) 博、覧、郷、詳 (頻度 4) 巡、即、提、為 (頻度 3) 岳、掲 (頻度 2) 扨、騰、弊、鑑、策、徴 (頻度 1) 沖、堀、項、幻、亜、洞、彫、噴、街、鎖、尚、滯、振、或、尋、併、繼、奇、裕、宮
2 級	(頻度 5) 延、全、共、価、算、照、連、細 (頻度 4) 飛、機、喜、遊、宅、異、流、才 (頻度 3) 状、況、額、単、位、公、次、字、候、季、収、容、王、像、配、除、散、成、情、席、負、担 (頻度 2) 賞、係、壁、型、陸、経、再、改、焼、境、替、差、求、準、点、留、換、相、談、常、旧、例、片、史、交 (頻度 1) 岩、余、解、告、報、化、術、対、面、銅、繁、忙、限、遅、節、乾、齡、訪、接、領、閉、第、類、骨、掘、歴、祭、原、則、清、性、美、完、超、過、荷、続、身、舞、踊
3 級	(頻度 5) 館、正、理、区 (頻度 4) 首、品、特、夜、都 (頻度 3) 作、茶、所、民、切、貸、曜 (頻度 2) 明、住、者、英、待、持、牛、画 (頻度 1) 台、集、世、界、産、文、引、度、建、題、開、帰、教、味、低、方
4 級	(頻度 5) 来、休 (頻度 4) 長、入、川 (頻度 3) 二、天、山、店、生 (頻度 2) 立、先、高、道、今、週、読、北 (頻度 1) 新、電、話、木、水、南、雨、白、魚

*は出題範囲に含まれない漢字または記号。