



地域の魅力を、物語として伝える  
「インタープリテーション」の重要性とは？

# ひらけ！ 観光ガイドの未来

地域やフィールドへの高い知見を活かし、各地で活躍する「観光ガイド」だが、今、自然や文化、歴史などを、受け手にとってよりわかりやすい形で伝える「インタープリテーション」の必要性に注目が集まっている。本特集では、各地で先進的な取り組みを行うガイド事例への取材を通じて、「観光ガイド」の現在地点と、未来の可能性を考察したい。



案内人として地域の魅力や歴史、自然を観光客に伝えるガイド。登山やダイビングなど特定のアクティビティを専門とするアウトドアガイドから、町歩きやウォーキングツアーなどを引率する観光ガイドまで、その種類は実に多種多様だ。本特集では、図1の黄色マーカー部分に該当する「日本語を使用する観光ガイド」を主な対象とし、その現在地点と未来を考察していきたい。

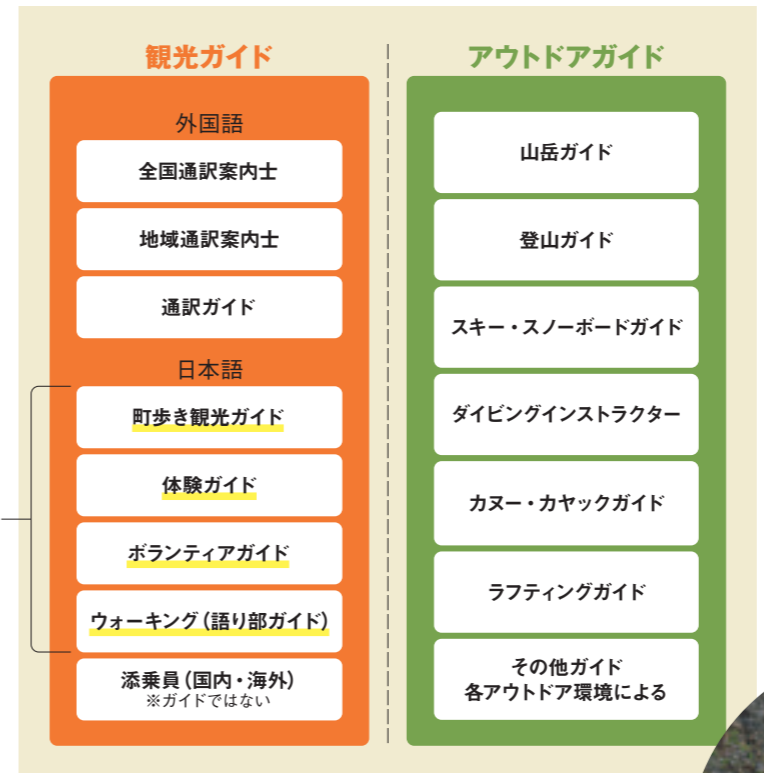
## ガイドの役割は「知識の共有」と「リスク管理」

ガイドに求められる本質的な役割には「知識の共有」と「リスク管理」という2つの軸がある。たとえばア

ウトドアガイドの場合、動植物の生態などを伝え体験をより楽しく演出することが「知識の共有」。一方、装備やルートに気を配ってゲストを安全に目的地に導くことが「リスク管理」にあたる。もちろんこの2つの役割は、観光ガイドにも共通。歴史や文化を伝える「知識の共有」を行い、ルートや旅程を考慮して「リスク管理」を行う必要があるからだ。「知識の共有」と「リスク管理」のためにガイドに求められるのが、図2に記した3つのスキルだ。これらはすべてのガイドに必要なが、アウトドアガイドと観光ガイドでは、スキルの優先度が異なることを覚えておきたい。

アウトドアガイドの場合、動植物の生態などを伝え体験をより楽しく演出することが「知識の共有」。一方、装備やルートに気を配ってゲストを安全に目的地に導くことが「リスク管理」にあたる。もちろんこの2つの役割は、観光ガイドにも共通。歴史や文化を伝える「知識の共有」を行い、ルートや旅程を考慮して「リスク管理」を行う必要があるからだ。「知識の共有」と「リスク管理」のためにガイドに求められるのが、図2に記した3つのスキルだ。これらはすべてのガイドに必要なが、アウトドアガイドと観光ガイドでは、スキルの優先度が異なることを覚えておきたい。

図1 ガイド業のカテゴリ分け



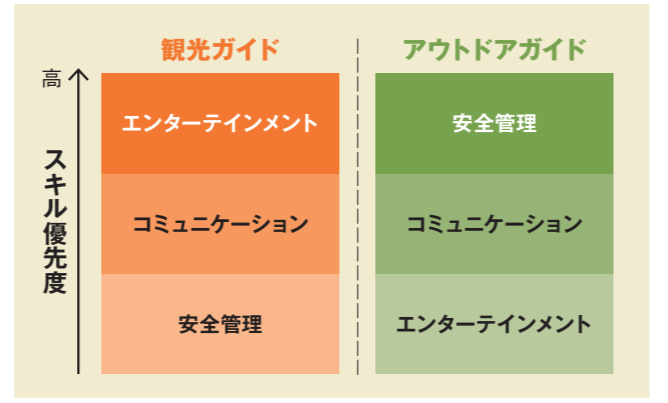
※本特集の主な対象

図提供/羽田明史

## ガイドに求められる役割とスキル

ガイドに求められるスキルは「安全管理」、「コミュニケーション」、「エンターテインメント」の3つ。「アウトドア環境のアクティビティほど運動強度とリスクが高く、非常に広範囲な「安全管理」が大切です。ただ、自然系も文化系も、参加者の満足度に直結するのは「コミュニケーション」と「エンターテインメント」。参加者とのコミュニケーションの“数”を多くし、サプライズを組み込んで心の動きを演出することなどを意識しています」と羽田明史さん。

図2 スキルの優先度



## ガイドは旅行者の感情をデザインする仕事

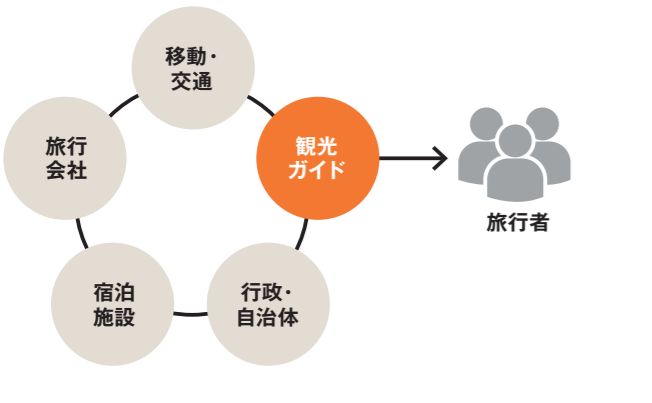
ガイドの体験満足度の向上に欠かせないのが、観光客の属性やニーズを把握し、歴史や自然、文化の魅力を分かりやすく伝える「インタープリテーション」の技術だ。「例えば石川県の伝統工芸についてガイドすると仮定します。もし、お客さんが日本の歴史や文化にさほど詳しくない方ならば『日本はこんな国で、その日本海側にはこういう特徴があつて、さらに北陸では……』と、マクロからミクロへと説明の範囲を絞っていく方が伝わりやすい。

一方、伝統工芸に詳しい人に話すのであれば、『実はこの技術は石川で生まれて、そこから日本各地、さらに世界にこんな影響を及ぼしていったんです』と、ミクロからマクロに展開した方が、感動が大きいと思います。観光ガイドはサービス業ですから、一方通行ではいけない。まずはお客さんが何を求めているのかを感じ取る。そして、わかりやすいイメージで情報を伝え、瞬間瞬間の感情の動きをデザインすることが大切です」とは、国内外の顧客1万3000人以上をガイドしてきたTABIKYO JAPANの羽田明史さん。

## 観光ガイドの職域拡張と事業者間連携の重要性

羽田さんが提案するのが、観光ガイドの「職域拡張」と「事業者間連携」だ。下図のように、観光ガイドが自治体や宿泊施設といった観光事業者の仕事と兼務する仕組みがあれば、ガイドの収入の安定とスキルの向上を見込める。一方で、各事業者にとってはガイドの知見を得られるというメリットがある。さらに、宿泊や交通、旅行会社など、旅行者の「予約行動」と関わる事業者＝タッチポイントとガイドが連携することで、体験ツアーの実施率向上にもつながるはずだ。

図3 事業者間連携のイメージ図



「観光ガイド」の質の高さと持続可能性を担保するためには、ガイドとして生計を立てられる環境が当然必要だ。しかし、日本では(特に文化系ガイドを中心に)ボランティアガイドに頼ってきた歴史があり、「観光ガイド」は「対価を支払うサービス業」という認識が、消費者側にも事業者側にも根付いていない側面も。「観光ガイドがマルチインカムを得られるような仕組みを考えることも必要かもしれないね。たとえば、ガイドが地域の観光案内所などの非常勤スタッフとして働くことができれば、ガイドの生活は安定しますし、地域や旅行者のニーズをより深く学ぶことができる。一方、地域や行政としても、現場を知るガイドの知見は貴重な資産になる。このように、ガイドが自らの専門性に閉じず、より広い職域で活躍できるようにすると、日本の観光ガイドの質は上がっていくはずだ」と(羽田さん)



お話を聞きました！  
(株)TABIKYO JAPAN (公社)日本山岳ガイド協会  
羽田明史さん

25年以上にわたって愛され続ける森のネイチャーガイドツアーから  
最新のテクノロジーを活用した地図連動型音声ガイドまで。  
多彩な人気ガイド事例への取材をもとに、“売れる”観光ガイドを作るポイントをご紹介します！

## 人気のガイドの技術に学べ！ 未来をひらく 観光ガイドの作り方

### Point 1

#### 単なる情報ではなく、ユーザーの心を揺さぶる ストーリーを記録し、伝える

軍艦島で暮らした労働者たちの人生に焦点を当て、それぞれの建物の意味やそこに住んだ人々の生活を分かりやすく伝えるのが、軍艦島コンシェルジュのツアーの特徴。ツアーで紹介されるストーリーの軸となるのは、元島民への継続的な聞き取り調査などによって記録されたリアルなエピソードの数々だ。「軍艦島は、少しずつ自然に帰ってゆく産業遺産。だからこそ、島の歴史を記録し、未来に伝えることが、私たちの使命だと思っています」と久遠さん。



2015年に世界遺産「明治日本の産業革命遺産 製鉄・製鋼、造船、石炭産業」の構成資産に登録された軍艦島。「軍艦島コンシェルジュ」は、同島への観光船ツアーのなかでも、とりわけ人気が高い。

い。同ツアーの大きな魅力が、感情に訴えかけるガイドの語り口とツアーの構成にある。軍艦島の元島民をはじめ個性豊かなガイドによるツアーは臨場感があり、時には感動のあまり泣き出してしま

事例

### 02 軍艦島上陸・周遊プラン

所要時間 約2時間45分  
料金 大人4,000円～

軍艦島コンシェルジュ  
長崎県長崎市松が枝町5-6  
☎095-895-9300  
www.gunkanjima-concierge.com



(株)ユニバーサルワークス  
軍艦島コンシェルジュ  
取締役統括マネージャー  
久遠裕子さん

### Point 1

#### ユーザーニーズと行動を分析し、 体験にふれる“機会”を増やす

20年以上にわたって行う「顧客満足度調査」でユーザーのニーズを分析し、ツアーやガイドングのブラッシュアップを続けるのがピッキオ流。また、軽井沢を訪れる観光客の属性や滞在動線に合わせたツアーの企画もポイント。「『自然を見るために軽井沢に行こう』というお客様は少ないけれど、『軽井沢に滞在している間、何をしようかな』と考える方は多い。そんな方に向けた比較的ライトなツアーを用意することで、まずはガイドの魅力を感じてもらうことを重視しました。また、宿泊施設や観光協会と連携することで、滞在中の隙間時間に森に足を運んでもらえるようにPRもしています」と楠部さん。



ガイドスタッフが在籍し、ツキノワグマの保護管理なども手掛ける同社の根底にあるのは「森と森に生きる動植物を未来に残していきたい」という願い。多彩なガイドツアーを通じて、森の生命の多様

事例

### 01 野鳥の森 ネイチャー ウォッチング

所要時間 約2時間  
料金 大人2,500円

ピッキオ  
長野県北佐久郡軽井沢町星野  
☎0267-45-7777  
picchio.co.jp



(株)ピッキオ  
代表  
楠部真也さん

1994年の「野鳥の森ネイチャーウォッチング」の開始以来、「空飛ぶムササビウォッチング」や「ピッキオこども冒険クラブ」など、数々のヒットツアーを展開してきた「ピッキオ」。20名以上の

ガイドスタッフが在籍し、ツキノワグマの保護管理なども手掛ける同社の根底にあるのは「森と森に生きる動植物を未来に残していきたい」という願い。多彩なガイドツアーを通じて、森の生命の多様

### Point 3

#### 映像やパワーポイント、 ミュージアムなど 多彩な手段を用いて ストーリーを補完する

長崎港から軍艦島へは観光船で片道40分ほど。船内では軍艦島に関するレクチャーも行われている。「小さな船で運航していた頃は紙芝居のような資料でしたが、今は船が大きくなったので、より大人数に伝わりやすいパワーポイントや動画を利用しています」と久遠さん。また、「軍艦島デジタルミュージアム」も運営。オリジナルムービーや古い写真を使ったプロジェクションマッピングによって、ツアーでは伝えきれなかった軍艦島の情報を紹介する。

### Point 2

#### ガイドの個性を活かすこと 日々のツアーから学び 成長を続けること

軍艦島の元島民から歴史の研究者まで、同社に所属する4名のガイドはそれぞれ個性豊か。ツアーの基本的なストーリーラインは共通しているものの、細かな内容や話し方、資料などには、各ガイドの個性が活かされている。「必ずや真実を伝えること。新たな情報や気づきをツアーに取り入れていくこと。それが、私たちの理念。お客さまアンケートの回答をもとに表現や内容をブラッシュアップするので、ツアーは日々進化していきます」と久遠さん。



参加者もいるという。

「軍艦島は、日本の近代化を支えた労働者たちが生活した産業遺産。廃墟となった建物ではなく、ここに生きた一人ひとりの人生に焦点を当てたストーリーをお伝えすることで、軍艦島を身近に、自分のことのように感じていただく。そんなツアーを目指しています」とは、統括マネージャーの久遠裕子さん。その思いは、多くのファンを生み出しており、これまでの同社のツアー参加者は累計55万人以上。なかには過去16回も参加したリピーターがいるほどだ。

### Point 3

#### 「また来たい」と 思ってもらえるための 技術や仕掛けが必要

首都圏に近く別荘も多い軽井沢には、リピーターが多数。そんな人々が、ピッキオに何度も足を運びたくなる理由とはなにか。「まずはガイドのもてなしに満足してもらうことが必要。そのうえで、四季を通じて楽しめるツアーのバリエーションが多いことが大切だと考えています」と楠部さん。ツアー中にガイドが「ほかの季節には、こんな動物も見られるんですよ」と森のさらなる魅力を教えてくれることも、リピーターを生む理由のひとつだろう。

### Point 2

#### 観光ガイドは、 専門分野だけでなく “人が好き”であるべき

ピッキオのツアーの人気を支えるのが、個性豊かなガイドスタッフの面々だ。一般企業と採用サイクルを合わせた正社員採用を行うなど、優秀な人材の採用と育成に力を入れる同社では、動植物だけでなく“人が好き”なことを採用時に重視するという。「自然の知識をただ伝えるだけでなく、どうやったら楽しんでもらえるのかを考えることが大切。そのためガイドには、知識よりもおもてなしの気持ちが必要だと考えています」と楠部さん。



## 担当研究員より考察



じゃらんリサーチセンター  
研究員  
齋藤晋作  
さいとう しんさく

### 観光ガイドに重要な2つのタッチポイント

観光ガイドの実施率と価値を上げていくためには、2つのタッチポイントを意識していく事が重要と考える。

#### 1つ目は、体験前の「人を動かす」

今回取材をさせていただいた、ピッキオの楠部さんによれば日本人は実際に商品化されている体験プログラムの内、自分で購入することができないギア(道具)を主としたプログラムについては、多少高額でも抵抗なく体験を実施する人が多いようだ。例えば、ラフティングやSUPなどのアクティビティが該当する。

一方でガイド案内など知的好奇心に比重をおいた体験プログラムにおいては費用をかける事に抵抗を感じる人も多い。特に日本において、ガイドはボランティアで成り立っている地域が多く、有料アクティビティとしてのイメージが一般に低いことも影響しているように感じる。実施率を上げるためには、まず体験前の「人を動かす」タッチポイントを見つけ出す事が大切である。

#### 2つ目は、体験中の「心を動かす」

観光客は何を求めているその瞬間、何を言ってほしいのか?観光客の感情と演出の接点にずれがないか?観光ガイドは常に100%の力で一方通行的に導くのではなく、ポイントごとに緩急をつけて観光客の心を掴んでいく事も必要だ。

思い出したのは映画の脚本構成だ。多くの映画の脚本は第一幕(状況設定)、第二幕(葛藤)、第三幕(解決)と3部構成になっている。そしてそれぞれの幕を繋げているのがプロットポイント<sup>※1</sup>であるといわれている。このプロットポイントを設定することで物語に緩急がつき、約120分の長編映画を多くの人が飽きることなく楽しめる構成となっている。観光ガイドも同様で単にストーリーを伝える事に留まらず、体験中の「心を動かす」タッチポイントを意識する事が必要な要素になってくる。

この2つのタッチポイントを意識していく事でインタープリテーションが成立するのではないか。

発端 第一幕	中盤 第二幕	結末 第三幕
約30分 状況設定	約60分 葛藤	約30分 解決
プロットポイント1	プロットポイント2	

図の参考:フィルムアート社  
「映画を書くためにあなたがしなくてはならないこと  
シンド・フィールドの脚本術」脚本のパラダイム(見取り図)より一部改訂

※1プロットポイントとは、変化のアクションを起こさせ、物語を違う方向性に向かわせる事(物事の転換点)を指す。

## 人気のガイドの技術に学べ! 未来をひらく 観光ガイドの作り方

東京都の中央区観光協会では、2017年から「観光おもてなしスタッフ」と名付けたガイドの育成・運営を行っている。「観光おもてなしスタッフ」に登録されるためには、中央区観光協会に合格したうえで、複数回に及ぶガイド育成講習の受講が必須。現在183名がガイド登録されており、観光協会主催の『わくわくツアー』で活動するほか、オーダーメイド型ツアー『本物を知る 江戸まち歩き』のガイドを有償(2時間〜4時間5000円程度)で務めている。

本事例で注目すべきは、なんといっても、企業研修顔負けの本格的な育成講習だ。ホスピタリティや旅程管理能力などを重視する育成講習を行うことで、ガイドとしての実務的なスキルが向上。結果的に、ガイドの「やりがい」やユーザーの満足度につながっている。



### Point 2

#### 観光協会が窓口となり ガイドとユーザーを つなぐことで 双方の満足度を向上

ガイド育成講習や効果測定を通じて「受付力」や「サービス力」、「引率力」、「全体管理能力」、「説明力」の5つの項目を細やかに採点し、ガイドの特性やスキルをデータベース化していることも本事例ならではのユニークな取組のひとつだ。「観光おもてなしスタッフ」の派遣の窓口は中央区観光協会が担っているので、データベースを利用したガイドと旅行者のマッチングが可能。その結果、中央区観光への満足度が生まれ、ガイド自身もやりがいを感じられるという好循環が生まれている。

### Point 1

#### おもてなし力から 危機管理まで ガイドのための 育成講習が超充実

「観光おもてなしスタッフ」になるためには、4ステップの必須講習と効果測定を受けることが求められる。「予め観光検定合格というハードルを設けていることもあり、講習で中央区の歴史や名所などの知識は教えていません。育成講習で重視するのは、ホスピタリティや行程管理能力、危機管理の力。言葉遣いや旅行業法から、非常時の臨機応変な対応力まで、安心してお客さまを任せられる引率者としてのスキルアップを目指しています」と中央区観光協会の佐藤英也さん。

### Point 2

#### 土地にまつわる豆知識や 住民のリアルな声が 地域の魅力となる

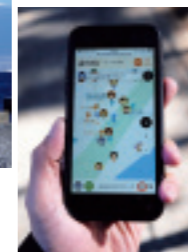
地域住民の声をコンテンツとして活用する点も「おともたび」の特徴だ。「地元の人との出会いは、旅の楽しみのひとつ。地域に長く住む方が知る“ストーリー”や地元への愛情を伝えることで、地域のことを好きになってほしい」と青木さん。そんな思いから音声コンテンツには、観光情報だけでなく、雑学や地元愛を感じるエピソードが満載。「広告っぽくなるとユーザーに興味を持ってもらえない。誰のどんな話を選ぶのか。そのチョイスが大切です」と青木さん。

### Point 1

#### シンプルで使いやすい GPS連動型音声ガイドで 旅の体験をより深く

アプリのインストールの必要がなく、ブラウザ上で楽しめる気軽さも「おともたび」の魅力。「VRやARではなく音声コンテンツを選んだのは、ユーザーの視界を邪魔したくないから。風景を楽しみながら利用してほしい」と、同サービスを手掛けるOtono代表の青木真咲さん。位置情報と連動し、場所に紐付いた音声ガイドが再生されるため、二次元バーコードを読み込んだり、スマホを見続ける必要もない。より自然な観光体験を実現すべく設計されたサービスだ。

テクノロジーを活用することで観光ガイドの新たな可能性を切り拓く事例もある。2021年12月にサービスが始まった「おともたび」は、スマートフォンでのGPS機能を活用した音声ガイドサービス。対象エリアとなる静岡県の三保松原や日本平周辺を歩けば、スマホ画面の地図上に地元住民のアイコンが出現。アイコンに近づくと、地域住民による音声ガイドを聞くことができる。ガイドの内容は歴史や伝説から、くすつと笑える雑学や人気店情報まで実にさまざま。地元の人々が隣でガイドしてくれているような親近感が印象的。スタンプラリー機能もあるため「次はあつちの音声ガイドを聞いてみよう」と、思わず地域を回遊したくなってしまふ。同サービスは今後、静岡県内や全国に音声スポットを拡げていくという。



事例

## 03 観光おもてなし スタッフ

中央区観光協会  
東京都中央区銀座1-25-3  
京橋プラザ3階  
☎03-6228-7907  
www.chuo-kanko.or.jp



(一社)中央区観光協会  
観光セネラルプロデューサー  
佐藤英也さん(左)  
主任  
草野敦子さん(右)

事例

## 04 おともたび 三保・日本平編

所要時間 音声情報は50箇所以上。1箇所あたり1分〜2分程度  
料金 利用無料

おともたび  
静岡県静岡市  
清水区三保1303-3  
☎050-8880-3132  
otono.site/otomotabi



(株)Otono  
代表取締役  
青木真咲さん